

# Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:  
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΕΡΖΑΚΗΣ

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:  
ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΣΠΙΘΑΚΗΣ (5191)



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ηράκλειο, Μάιος 2017

# Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Copyright © Στύλιανος Σπιθάκης, 2017

Με την επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και την αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα από το ίδρυμα

## Contents

ΠΡΟΛΟΓΟΣ .....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο .....	12
Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ .....	12
ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ .....	12
1.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	12
1.2 ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	14
1.3 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΕ ΜΙΑ ΧΩΡΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	17
1.4 ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο .....	21
Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	21
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	21
2.2 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ .....	27
2.2.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	27
2.2.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ .....	29
2.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ .....	32
Η ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ .....	32
2.4 ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	34
2.5 ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΛΛΟΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο .....	39
Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	39
3.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	39
3.2 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ .....	40
3.2.1 ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ .....	40
3.2.2 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ .....	41
3.3.3 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΛΙΕΙΑ .....	43
3.3.4 Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΕΞΟΡΥΞΕΩΝ .....	44
3.3 Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΚΡΗΤΗ .....	45
ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ .....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> .....	49
Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	49

4.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ .....	49
ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	49
4.2 Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	52
4.3 Η ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	53
4.4 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	54
4.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	54
4.4.2 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	55
4.4.3 ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ .....	56
ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο .....	58
Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ .....	58
5.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	58
5.2 ΟΙ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΕΣ .....	59
5.3 ΤΟ ΜΑΖΕΜΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ .....	61
5.4 ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ .....	64
5.5 ΤΟΠΙΚΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ.....	69
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	69
5.6 Η ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ .....	72
5.7 Ο ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	75
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	77
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΝΑΦΟΡΕΣ .....	82
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	85

«Να γυρίζεις τη γης, να βλέπεις  
- να βλέπεις και να μην χορταίνεις –  
καινούργια χώματα και θάλασσες  
κι ανθρώπους κι ιδέες,  
και να τα βλέπεις όλα σα για πρώτη φορά  
να τα βλέπεις όλα σα για τελευταία φορά..»

**N. Καζαντζάκης**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια αρχίζει και διαμορφώνεται ένα νέο προφίλ του σύγχρονου τουρίστα παράλληλα με το σταθερό προφίλ εκείνων που όλο τον χρόνο εξοικονομούν για να ταξιδέψουν σε ένα προορισμό που έχουν διαλέξει. Το νέο προφίλ τουρίστα είναι εκείνος που έχει κάνει ήδη ταξιδιωτικές αναζητήσεις, γνωρίζει τι θέλει και αν το βρει το πληρώνει ακριβά, αλλά είναι όμως απαιτητικός στην ποιότητα, στο καθαρό περιβάλλον, στις ανθρώπινες σχέσεις και στην αναζήτηση ικανοποίησης των ενδιαφερόντων και ανησυχιών του.

Αποτέλεσμα αυτής της διαφοροποίησης είναι η σταδιακή ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού πέραν από τις κλασικές μορφές τουριστικής αναψυχής που για την Ελλάδα καλύπτουν το τρίπτυχο ήλιος-θάλασσα-αρχαιότητες. Οι νέες αυτές μορφές τουριστικής δραστηριότητας περιγράφονται από αυτό που σήμερα συνήθως ονομάζουμε ως Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.

Το κύριο χαρακτηριστικό των μορφών αυτών είναι ότι βασίζονται στην εξειδίκευση, την ικανοποίηση δηλαδή των διαφορετικών ανησυχιών και ενδιαφερόντων του τουρίστα. Με τον τρόπο αυτό αναφερόμαστε στον Ιατρικό τουρισμό, τον Συνεδριακό τουρισμό, τον Ορειβατικό τουρισμό και την Αγροτουρισμό. Από όλες αυτές τις μορφές τουρισμού στη παρούσα εργασία μας ενδιαφέρει η έννοια του Αγροτουρισμού όπως θα δούμε διευρυμένη όμως ώστε να περιλαμβάνει μια μορφή ανάπτυξης τουριστικών ενδιαφερόντων για τις περισσότερες από τις δραστηριότητες της πρωτογενούς παραγωγής.

Εδώ χρειάζεται να διευκρινίσουμε ότι αν και σε μεγάλο βαθμό επικαλύπτονται οι έννοιες αγροτουρισμός και αγροτικός τουρισμός δεν είναι ταυτόσημες. Ο αγροτουρισμός αναφέρεται μόνο σε επίσκεψη του τουρίστα στην εξοχή ή την άγρια φύση, ενώ ο αγροτικός τουρισμός αναφέρεται στις δραστηριότητες των τουριστών σε μια αγροτική περιοχή. Καθώς υπάρχουν πολλά σημεία επικάλυψης στη συνέχεια της εργασίας χρησιμοποιούμε αδιάφορα τον όρο αγροτουρισμός.

Σε σχετική μελέτη του ΣΕΤΕ μελέτη, (Ικκος,2015) τονίζεται η προφανής σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία και υπογραμμίζεται η

ανάγκη να αναζητηθούν πολιτικές αντιμετώπισης της εποχικότητας, η οποία χαρακτηρίζεται ως η σημαντικότερη αδυναμία του Ελληνικού τουρισμού καθώς περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων πραγματοποιούνται στο τρίτο τρίμηνο της κάθε χρονιάς και μόλις 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων πραγματοποιούνται στο πρώτο τρίμηνο.

Σε αυτή την κατεύθυνση σημειώνεται ότι η αντιμετώπιση της εποχικότητας, δεν μπορεί να έχει επιτυχία παρά μόνο αν γίνει με τη συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του βασικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα», το οποίο αποτελεί και τη μεγαλύτερη αγορά τουρισμού σε όλη την Ευρώπη, και όχι με την εντατικοποίηση του.

Στην Κρήτη υπάρχουν οι προϋποθέσεις για να δραστηριοποιηθούν οι αρμόδιοι φορείς στην παράλληλη ανάπτυξη τόσο της αγροτικής παραγωγής, καθώς τόσο οι κλιματολογικές συνθήκες όσο και οι απαραίτητες υποδομές υπάρχουν, όσο και της τουριστικής εκμετάλλευσης τους καθώς η Κρήτη είναι ήδη ένα ισχυρό brand name, υπάρχουν οργανωμένα τουριστικά πρακτορεία και λειτουργούν ήδη αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες στο νησί.

## ABSTRACT

Within the last few years, a new profile of modern tourist is initiated and has been developed on top of the existing tourist profile of those tourists who save money the whole year to travel for holidays to a destination they have already chosen. The new tourist profile is a person who has already made travel queries, knows what he looks for and if he finds it pays extra money, but is demanding extra services in terms of quality, clean environment, human relations, and the search for satisfaction of his interests and concerns.

The result of this differentiation is the gradual development of new forms of tourism, apart from the classic forms of tourist recreation which for Greece cover the triptych of sun-sea-antiquities. These new forms of tourist activity are described by what we now commonly call alternative tourist activities.

The main attribute of these activities is that they are based on the specialization, the satisfaction of the different specific concerns and interests of the tourist. Doing so, we refer to Medical tourism, Conference tourism, Mountaineering tourism, religious tourism and Agrotourism. Of all these forms of tourism in this paper we are interested in the concept of agrotourism in its broader scope expanded to include a form of development of tourist interest for most of the activities of Heraklion county primary production.

Here we have to clarify that although sometimes they are used indifferently and maybe they overlap each other the concepts of agrotourism and rural tourism are not identical. Agrotourism refers only to a tourist visit to the countryside or wildlife, while rural tourism refers to the activities of tourists in a rural area. As there are a lot of overlapping points in the work, we use the term agrotourism indifferently for both cases.

In its relevant study, SETE highlights the obvious importance of tourism for the Greek economy and underlines the need to look for alternatives to reduce the seasonality effect which is characterized as the most important vulnerability of Greek tourism (Ikkos, 2015). Indeed, about 60% of arrivals and revenue



income are held in the third quarter of each year and only 6% of arrivals and 3% of revenue inflows in the first quarter.

Concerning this problem , it is noted that tackling seasonality can only be successful if it is done by completing and enriching the basic product "Sun and Sea", which is practiced here where there is also the largest tourism market in Europe, and not with its intensification.

In Crete and especially in the Heraklion county there are the prerequisites for the operators to be involved in the parallel development of both agricultural production and other primary sector activities together with the touristic activities. The existing combination of the ideal climatic conditions and the necessary touristic infrastructure and the big advantage Crete is already a strong tourism brand name, make things easier and are initiating tentatives to try to exploit the benefits.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να εξεταστούν οι συνέργειες που υπάρχουν μεταξύ των δραστηριοτήτων της πρωτογενούς παραγωγής και των δυνατοτήτων ανάπτυξης των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη περιοχή του Νομού Ηρακλείου στην Κρήτη, καθώς επίσης οι πιο πρόσφορες από τις εναλλακτικές μορφές που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν σύμφωνα με τις δυνατότητες και τους πόρους της περιοχής και οι προϋποθέσεις για να έχει ένα παρόμοιο εγχείρημα επιτυχία.

Αρχικά, γίνεται αναφορά σε βασικές έννοιες του υπό εξέταση θέματος όπως: ο τουρισμός, τα είδη του τουρισμού, οι ειδικές και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, και οι πιο βασικές επιπτώσεις του τουρισμού σε μια χώρα.

Στη συνέχεια αναφέρονται τα βασικά στοιχεία από τη κατάσταση του τουρισμού στην Ελλάδα, και ιδιαίτερα στη Κρήτη και τον νομό Ηρακλείου, ενώ υπάρχει και μια ενότητα για τους κινδύνους αλλοτρίωσης της εικόνας της Κρήτης από την έλευση του μαζικού τουρισμού.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στη πρωτογενή παραγωγή της χώρας και τις κύριες μορφές της καθώς και σε ποια κατάσταση βρίσκονται αυτές στην Ελλάδα.

Στη συνέχεια εξετάζεται η περίπτωση του αγροτουρισμού, καθώς αυτή είναι μι από τις πλέον κατάλληλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στη Κρήτη, τα χαρακτηριστικά του, τις ιδιαιτερότητες του και τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του.

Όλα αυτά γίνεται προσπάθεια να αξιολογηθούν σύμφωνα με τις δυνατότητες, τις κοινωνικές καταβολές και τα οικονομικά στοιχεία που υπάρχουν, έτσι ώστε να φανεί αν υπάρχουν οι βάσεις για να μπορέσει να προχωρήσει αυτή η μορφή τουρισμού καθώς και οι προοπτικές για την ανάπτυξη του.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον καθώς καταδεικνύουν πως η Κρήτη και κυρίως ο Νομός

Ηρακλείου, κάτω από κάποιες προϋποθέσεις, διαθέτει όλα τα φυσικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά για να αναπτύξει έναν εναλλακτικό τουρισμό συνδεδεμένο με τη πρωτογενή παραγωγή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

### Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ

#### ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ

##### 1.1 ΓΕΝΙΚΑ

Η απάντηση στο ερώτημα ‘‘Τι είναι ο τουρισμός’’ δεν είναι τόσο προφανής όσο φαίνεται εκ πρώτης όψεως. Πολλές φορές έννοιες όπως τουρισμός, αναψυχή, διασκέδαση, εκδρομές, δραστηριότητες τον ελεύθερο χρόνο, χρησιμοποιούνται ταυτόσημα χωρίς να πρόκειται για το ίδιο ακριβώς αντικείμενο. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Αυστρία όπου οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αντιπροσωπεύουν ένα 8,7 % του ΑΕΠ της χώρας ενώ το σύνολο των τουριστικών εσόδων (ο τουρισμός μαζί με τις δραστηριότητες αναψυχής) φθάνει το 15, 5 %. Η διαφορά καθώς και η σημασία που έχει αυτή η διαφορά είναι εμφανείς.

Ο πιο βασικός λόγος που έχουν χρησιμοποιηθεί τόσες και τόσο διακριτές διατυπώσεις είναι ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα φαινόμενο που διαρκώς αλλάζει χαρακτηριστικά και οι διάφορες διατυπώσεις που χρησιμοποιήθηκαν χρειάστηκε να αναπροσαρμοστούν αρκετές φορές για να μπορέσουν να εκφράσουν όλες τις μεταβολές που κάθε φορά συνέβαιναν.

Το 1942 πρώτοι οι καθηγητές Hunziker και Graf (14) υποστήριξαν ότι ο τουρισμός ορίζεται ως ‘‘το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από τη πραγματοποίηση ενός ταξιδιού εφόσον αυτό δεν οδηγεί σε μόνιμη διαμονή και δεν εξασκείται καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα’’. Βέβαια, ο ορισμός αυτός δημιούργησε γρήγορα αρκετούς προβληματισμούς.

Για παράδειγμα, η νοσηλεία σε ένα νοσοκομείο του εξωτερικού είναι μία τουριστική δραστηριότητα ή όχι ; ισχύει το ίδιο και για ένα επαγγελματικό ταξίδι ή για τη παρακολούθηση ενός συνεδρίου ; Σήμερα η απάντηση και στα δύο αυτά ερωτήματα είναι θετική. Ο ορισμός για το τι είναι τουρισμός

διαμορφώθηκε και θεωρούμε πλέον ότι “ ο τουρισμός περιλαμβάνει κάθε δραστηριότητα που σχετίζεται με τη προσωρινή διακίνηση ατόμων σε προορισμούς διαφορετικούς από εκείνους στους οποίους τα άτομα αυτά ζουν ή εργάζονται μόνιμα. Στις δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνονται και εκείνες που γίνονται κατά τη παραμονή των ατόμων σε αυτούς τους προορισμούς “ (Laimer, 2010)

Με τη σύγχρονη μορφή του ο τουρισμός μπορεί να ορισθεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων από το μέρος που διαβιώνουν σε άλλο μέρος με αποκλειστικό σκοπό να ικανοποιήσουν προσωπικές ανάγκες και επιθυμίες τους οι οποίες δε σχετίζονται πάντα μόνο με τις προσωπικές τους ανάγκες αναψυχής.

Με τον τρόπο αυτό ερμηνεύεται και η οργανωμένη προσπάθεια που γίνεται για τη προσέλκυση, την υποδοχή και την καλύτερη εξυπηρέτηση αυτών των ατόμων από τους μόνιμους κατοίκους της περιοχής ( Ηγουμενάκης Ν, 2004).

Εκτός όμως από τη δυσκολία του επακριβούς ορισμού του τουρισμού υπάρχει και η δυσκολία για τον καθορισμό της μορφής των δραστηριοτήτων του. Καθαρά από την οικονομική του και μόνον διάσταση, ο τουριστικός τομέας δεν είναι κάποιος συγκεκριμένος τομέας της οικονομίας, αλλά περιλαμβάνει αγαθά και υπηρεσίες από διάφορους τομείς. Όλα αυτά όμως δημιουργούνται έχοντας από την αρχή μια μορφή ετερογένειας καθώς απευθύνονται και αποβλέπουν στην ικανοποίηση τόσο των τουριστών όσο και των ντόπιων κοινωνιών. Αλλάζουν δηλαδή περιεχόμενο ανάλογα με τα χαρακτηριστικά και τις απαιτήσεις της κάθε πλευράς.

Στη συνέχεια χρειάζεται να γίνει αναφορά στους παράγοντες που προσδιορίζουν τη τουριστική ζήτηση και προσφορά. Οι σημαντικότεροι από αυτούς θα μπορούσαν να περιληφθούν στις παρακάτω κατηγορίες:

Η ανάγκη αλλαγής και γνωριμίας με καινούργιους τόπους, πολιτισμούς, και τρόπους ζωής. Ο παράγοντας αυτός αποτελεί τον πιο συνήθη λόγο τουριστικών ταξιδιών, ιδιαίτερα στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες, όπου ακριβώς αναζητείται μια διέξοδος από τη καθημερινότητα και τις υποχρεώσεις της και μια επαφή με νέα και διαφορετικά πολιτισμικά

συστήματα και εικόνες. Σε αυτή τη τάση επενδύει και η τουριστική βιομηχανία πολλές φορές κατασκευάζοντας μια πλαστική αυθεντικότητα των τόπων επίσκεψης.

Οι κοινωνικές ανάγκες και οι πολιτισμικές τάσεις σύμφωνα με τις εκάστοτε μόδες και πεποιθήσεις που συνδέονται με την κοινωνική κινητικότητα και αποδοχή. Ο κίνδυνος που υπάρχει, καθώς πρόκειται κυρίως για διάφορες αξίες που μεταβάλλονται, χρονικά, γεωγραφικά και κοινωνικά είναι να γίνουν κάποια έργα υποδομής σε μια περιοχή, τα οποία όταν η περιοχή χάσει το ενδιαφέρον που παρουσίαζε να μείνουν αναξιοποίητα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα Μάταλα όπου σήμερα το υπάρχον τουριστικό ενδιαφέρον συντηρείται καθώς υποστηρίζεται από τις παραλίες και τη θάλασσα και πολύ λιγότερο ως αναφορά στον χαλαρό τρόπο ζωής των hippies της δεκαετίας του '60 και του '70.

Κάποιοι ειδικοί λόγοι που πολλές φορές συντρέχουν : επιστημονικά ενδιαφέροντα, επαγγελματικοί λόγοι, συνεδριακές δραστηριότητες, ιατρικοί σκοποί, χόμπυ, αθλητισμός, κ. α.

Αν και οι ταξινομήσεις εμφανίζονται πολύ δογματικές, διότι ο τουρισμός συνήθως διεξάγεται με πολλούς σκοπούς ταυτόχρονα στην επόμενη ενότητα έγινε προσπάθεια να κατηγοριοποιήσουμε τις διάφορες τουριστικές δραστηριότητες.

## 1.2 ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Υπάρχουν πολλές διακρίσεις του τουρισμού ανάλογα με τα κριτήρια και το πλαίσιο μέσα στο οποίο γίνεται ο προσδιορισμός.

1. Το πρώτο κριτήριο είναι γεωγραφικό, δηλαδή το κριτήριο προέλευσης των τουριστών και βάσει αυτού διακρίνουμε:

- **Εγχώριος τουρισμός** είναι ο τουρισμός των κατοίκων μιας χώρας που ταξιδεύουν σε ένα άλλο μέρος της ίδιας χώρας.
- **Εισερχόμενος τουρισμός** που ορίζεται ως ο τουρισμός εκείνος που γίνεται από τους αλλοδαπούς που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα.

• **Εξερχόμενος τουρισμός** που είναι ο τουρισμός που γίνεται από τα άτομα μιας χώρας που ταξιδεύουν σε μια άλλη χώρα

Κάθε χώρα εστιάζει συνήθως σε ένα κομμάτι τουρισμού, από αυτά που αναφέρθηκαν πιο πάνω. Ποιο είναι το κομμάτι αυτό έχει σημασία η οποία εξαρτάται από διαφορετικούς κάθε φορά παράγοντες.

Για παράδειγμα αν μας ενδιαφέρει η διερεύνηση των περιθωρίων που υπάρχουν σε έργα υποδομής ενός τόπου (αεροδρόμια, οδικό δίκτυο, λιμάνια, ξενοδοχεία ), ή για τον αριθμό κλινών που είναι διαθέσιμες εξετάζουμε το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού. Αν ενδιαφέρει ο τουρισμός ως μέσο ανάπτυξης και προόδου τότε παρακολουθούμε την εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού.

2. Ο τουρισμός διακρίνεται επίσης σε συνεχή και εποχικό τουρισμό, με βάση το κριτήριο της χρονικής περιόδου των τουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάλογα με το τελικό στόχο μιας διερεύνησης που γίνεται, το ενδιαφέρον μπορεί να εστιάζεται σε μία από τις δύο αυτές μορφές, για παράδειγμα με ποιές δράσεις μπορεί να αυξηθεί ο εποχικός τουρισμός μιας περιοχής (Κούτουλας, 2007)

3. Από τη πλευρά του αριθμού των ατόμων που συμμετέχουν ο **τουρισμός διακρίνεται σε ομαδικό και ατομικό**. Ο ατομικός τουρισμός πραγματοποιείται, για μία ή περισσότερες ημέρες, από ένα ή περισσότερα άτομα, που συνήθως έχουν μεταξύ τους μια σύνδεση (π.χ. οικογένεια ).

Ο ομαδικός τουρισμός απολαμβάνει τις τουριστικές υπηρεσίες που του παρέχουν οργανωμένα ταξιδιωτικά πρακτορεία και αντιπροσωπεύει μια φιλοσοφία για το τουρισμό που εκφράζεται ως ο τουρισμός των 4S (sun, sea,sand,service) είναι δηλαδή βασικό κριτήριο επιλογής του τουριστικού προορισμού το κλίμα και το χαμηλό κόστος ταξιδιού (ΣΕΤΕ, 2003)

Ο ομαδικός τουρισμός έχει αναπτυχθεί εντυπωσιακά τη τελευταία 20ετία και η ανάπτυξη αυτή οφείλεται βασικά στους εξής λόγους:

- Μείωση της διάρκειας των διακοπών και αύξηση της συχνότητας και των ευκαιριών που δημιουργούνται
- Μείωση του κόστους των διακοπών (πτήσεις τσάρτερ, υπηρεσίες allinclusive)
- Αναζήτηση νέων προορισμών που παρουσιάζουν αντικειμενικές δυσκολίες (πολιτισμικές ιδιαιτερότητες, γλώσσα, κλπ. ) για ατομικές επισκέψεις.

Ο ομαδικός όμως τουρισμός έχει δύο μεγάλα μειονεκτήματα, είναι εποχικός (έχει έξαρση τους μήνες του καλοκαιριού) και εξαρτάται από τους τουριστικούς πράκτορες που αναζητούν πάντοτε τη μεγιστοποίηση του κέρδους τους και επομένως δεν έχουν σφιχτούς δεσμούς με μία περιοχή.

4. Με κριτήριο τις δραστηριότητες που εξασκούνται κατά τη διάρκεια του **ο τουρισμός διακρίνεται σε εναλλακτικό και μη**. Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής προσφοράς. Είναι προφανές ότι οι κατηγορίες των ατόμων που αναζητούν αυτή τη μορφή τουρισμού αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών και ταξιδιωτικών αποδράσεων, τρόπο που να συνδέεται με το πολιτιστικό και πολιτισμικό αποτύπωμα του κάθε τόπου, τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αλλά ταυτόχρονα και την αποφυγή της χρήσης οργανωμένων υπηρεσιών ομαδικού τουρισμού.

Διάφορα είδη εναλλακτικού τουρισμού, που διακρίνονται ανάλογα με τις δραστηριότητες που συμπεριλαμβάνουν, είναι ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός, ο θεραπευτικός, ο πολιτιστικός, ο τουρισμός θαλασσίων χώρων, ο περιπατητικός, κ.α.



### 1.3 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΕ ΜΙΑ ΧΩΡΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Στον ορισμό που δόθηκε για τον τουρισμό αναφέρθηκε ότι τουρισμός είναι η διαδικασία της μετακίνησης από τον ένα τόπο στον άλλο όχι μόνο για αναψυχή, αλλά και για παροχή υπηρεσιών για παράδειγμα. Θα μπορούσε στη περίπτωση αυτή να υποκαταστήσει να καταλάβει τις εγχώριες ανάλογες υπηρεσίες, όπως η ψυχαγωγία, η εστίαση και η διδασκαλία. Η παρατήρηση αυτή είναι ένα δείγμα ότι μπορεί να φαίνεται, ότι ο τουρισμός φέρνει μόνο οφέλη, αλλά η περαιτέρω εξέταση των επιπτώσεων του δείχνει ότι πολλές φορές έχει και μειονεκτήματα.

Σε γενικές γραμμές, πολλές χώρες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις ταξιδιωτικές δαπάνες που γίνονται από αλλοδαπούς επισκέπτες της χώρας, δαπάνες που γίνονται έσοδα για τις εγχώριες επιχειρήσεις και υπόκεινται σε ανάλογη φορολόγηση για το κράτος. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη του τουρισμού είναι συχνά μια στρατηγική κίνηση για την προώθηση μιας συγκεκριμένης περιοχής με σκοπό την αύξηση των εμπορικών δραστηριοτήτων στη περιοχή μέσω της εξαγωγής από τη περιοχή αυτή αγαθών και υπηρεσιών.

Ο τουρισμός παρέχει επίσης άμεση απασχόληση για τους ανθρώπους που έχουν σχέση με συναφή όπως στον ξενοδοχειακό χώρο ή τον χώρο της εστίασης. Εξαιτίας του τουρισμού σε πολλές χώρες, όπως και στην Ελλάδα, το μέσο βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων αυξάνεται και την ίδια στιγμή η ανεργία μειώνεται αισθητά.

Ωστόσο, οι τουρίστες έχοντας μια διαφορετική πολιτισμική κουλτούρα και ανατροφή μπορούν να προκαλέσουν άμεσες αλλά και έμμεσες ζημιές και ανεπανόρθωτες βλάβες στη μορφή της χώρας. Μπορούν για παράδειγμα να δημιουργούν εκτεταμένες εστίες ρύπανσης, θορύβους, οδικά ατυχήματα και συμπλοκές με αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται η ποιότητα μιας περιοχής και αυτό να λειτουργεί αποτρεπτικά για τη προσέλωση άλλης ποιότητας

τουριστών, ενώ αποθαρρύνουν και τη προσφορά υπηρεσιών ποιότητας από τους εγχώριους κατοίκους. Πολλές φορές για να καλυφθούν πρόσκαιρες ανάγκες τουριστικών καταλυμάτων παραβιάζεται η πολεοδομική νομοθεσία με αυθαίρετες κατασκευές που αλλοιώνουν την εικόνα της περιοχής, γίνεται οικοπεδοποίηση δημοσίων περιοχών και αποψίλωση περιοχών με πράσινο. Η σύγκριση σε πολλές περιοχές με έντονη τουριστική κίνηση δείχνουν τεράστιες διαφορές ακόμη και στο πέρασμα μικρών χρονικών περιόδων 10 η 15 ετών.

Οι έμμεσες επιπτώσεις του τουρισμού είναι επίσης σημαντικές καθώς πολλές φορές οι τουρίστες δεν σέβονται τη πολιτισμική και παραδοσιακή κληρονομία της χώρας που επισκέπτονται. Άλλες πάλι φορές μεταφέρουν τις δικές τους βλαβερές συνήθειες, όπως η χρήση αλκοόλ ή ναρκωτικών και ταυτόχρονα ωθούν τις τοπικές κοινωνίες σε λαθεμένες πρακτικές εμπορευματοποίησης και νόθευσης της ποιότητας των προσφερομένων αγαθών.

Σε γενικές γραμμές όμως, ο τουρισμός είναι μια εξαιρετικά επικερδής διαδικασία για τα έσοδα των χωρών, ιδιαίτερα σε εκείνες στις οποίες η διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης εξακολουθεί να είναι συνδεδεμένη και εξαρτάται από αυτόν. Η πιο βασική αιτία που γίνεται αυτό είναι διότι η βιομηχανία του τουρισμού δεν απαιτεί μεγάλη εκπαίδευση και αποδίδει τα μέγιστα κέρδη με μικρές επενδύσεις. (Harrison, 2001).

#### **1.4 ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στη σημερινή εποχή, ο πληθυσμός εκείνος που εξακολουθεί να διατηρεί επαφή με τις ρίζες του και τη φύση δεν ξεπερνάει το 5% και σε ορισμένες χώρες είναι πολύ μικρότερος. Ύστερα από μια χρονική περίοδο όπου όλοι αποζητούσαν να φύγουν από τα χωριά τους και να συγκεντρωθούν στα κέντρα των μεγάλων πόλεων έφθασε μια εποχή όπου οι κάτοικοι των πόλεων επιζητούσαν, στο μέτρο των οικονομικών δυνατοτήτων τους να αφήσουν το κέντρο της πόλης και να κατοικήσουν στα προάστια. Τα

προάστια, στο μυαλό των ανθρώπων, παρείχαν τη δυνατότητα μιας επαφής με τη φύση και μια αμεσότητα προσέγγισης με τους γείτονες. Αν λοιπόν αυτή ήταν η τάση για την επιλογή των χώρων μόνιμης εγκατάστασης των κατοίκων τότε είναι σίγουρο ότι οι ίδιοι επιζητούν την ευκαιρία για να ξαναπλησιάσουν τη φύση και τις αγροτικές δραστηριότητες ξαναζώντας εικόνες που είχαν από χρόνια ξεχάσει. Ταυτόχρονα, η συνεχής ανάδειξη των πλεονεκτημάτων της υγιεινής φυσικής διατροφής, έχει στρέψει τις καταναλωτικές συνήθειες όλων στην αναζήτηση υγιεινών φυσικών τροφών και βιολογικών και φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων. Αυτή η επιθυμία για την αναζήτηση και τη κατανόηση των όσων συμβαίνουν στη φύση ιδιαίτερα των όσων συνδέονται με τη διατροφή έχει οδηγήσει στη δημιουργία της νεώτερης τάσης του εναλλακτικού τουρισμού και ιδιαίτερα του αγροτουρισμού.

Μέσα στην έννοια του ‘‘εναλλακτικού τουρισμού’’ περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι μορφές τουριστικής δραστηριότητας που διαφοροποιούνται από τις παραδοσιακές δραστηριότητες που προσφέρει ο τουρισμός αναψυχής. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό τους είναι ότι σχετίζονται με τα ιδιαίτερα φυσικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά μιας περιοχής, ενώ σε κάποιες από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι αρκετά έντονο το στοιχείο της περιπέτειας (Σφακιανάκης, 2000)

Προσφέροντας μια γέφυρα όπου όσοι ασχολούνται με τις αγροτικές δραστηριότητες και οι καταναλωτές προϊόντων μπορούν να συναντηθούν, ο αγροτουρισμός είναι ένας τρόπος για τους ανθρώπους των πόλεων που τους επιτρέπει να βιώσουν τη ζωή μακριά από τις πόλεις και να μάθουν από πού προέρχονται και πώς γίνεται η επεξεργασία των όσων καταναλώνουν. Παράλληλα, οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε πολλαπλές δραστηριότητες, είτε πρόκειται για περιπάτους στη φύση μέσα από τους οποίους παρατηρούν πολλές εργασίες του πρωτογενούς τομέα μέχρι να μαζέψουν οι ίδιοι τα δικά τους φρούτα και λαχανικά.

Οι δραστηριότητες αυτές σήμερα δεν είναι απλά και μόνο θεωρητικές αναζητήσεις αλλά έχουν αρχίσει να έχουν και ένα σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο για τους αγρότες και τους κατοίκους των αγροτικών περιοχών. Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία, υπολογίζεται ότι 80

εκατομμύρια άνθρωποι στις ΗΠΑ περνούν τις διακοπές τους σε ένα αγρόκτημα, ή ένα αμπελώνα κάθε χρόνο, ενώ το 2012 ανακοινώθηκε ότι στις ΗΠΑ τα έσοδα από τον αγροτουρισμό είχαν αυξηθεί από 202 εκατομμύρια δολάρια το 2002 σε 860 εκατομμύρια δολάρια.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

### Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η Ελλάδα ανήκει στη κατηγορία των χωρών εκείνων που βρίσκονται στις λίστες με τους δημοφιλέστερους προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Η επιλογή αυτή γίνεται καθόσον η Ελλάδα συνδυάζει μοναδικά τις πολλές και διαφορετικές φυσικές ομορφιές σε συνδυασμό με το κλίμα της χώρας και τη πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της. Σα συνέπεια, χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο συρρέουν για να απολαύσουν τα προνόμια αυτά που τους παρέχει η χώρα σε απεριόριστους συνδυασμούς και επιλογές.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που υπάρχουν στο στατιστικό δελτίο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, (SETE INTELLIGENCE, Φεβρουάριος 2017) οι αφίξεις ξένων τουριστών αυξήθηκε κατά 5,1% το 2016 σε σχέση με το 2015. Συγκεκριμένα τη χώρα μας επισκέφθηκαν 24,8 εκατ. επισκέπτες έναντι 23,6 εκατ. το 2015.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	
2016	24.799.300
2015	23.599.500
2014	22.033.500
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016	564.000
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2015	487.900
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2014	537.700

ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (έσοδα από τουρίστες από εξωτερικό)	
2016	13.220.100.000
2015	14.125.800.000
2014	13.393.100.000
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2016	193.100.000
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2015	184.400.000
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2014	182.700.000

Πίνακας 2.1 η εξέλιξη των μεγεθών για τον τουρισμό στη περίοδο 2014-2016 (πηγή :  
Travel News)

Τα άμεσα έσοδα από τον τουρισμό όμως το 2016 εμφανίσθηκαν μειωμένα κατά 8,2% από 17,9 δις ευρώ το 2015 σε 16,4 δις ευρώ το 2016 ενώ κατά 6,4% σε σχέση με το 2015 έχουν μειωθεί οι τουριστικές εισπράξεις, από 14,13δις ευρώ το 2015 σε 13,22 δις ευρώ το 2016.

Αξίζει να σημειωθεί εδώ η διαφορά που υπάρχει ανάμεσα σε έσοδα από τον τουρισμό και ταξιδιωτικές εισπράξεις

Ο πίνακας που παρατίθεται είναι ενδεικτικός της κατάστασης που βρίσκεται σήμερα ο Ελληνικός τουρισμός. Συνεχής ίσως αύξηση του αριθμού των αφίξεων αλλά λιγότερες δαπάνες κατ' άτομο. Καθώς η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 5,1% η μείωση των ταξιδιωτικών εισπράξεων οφείλεται στη μείωση της μέσης δαπάνης ανά ταξίδι κατά 11,3%.

Παρ' όλα αυτά όμως σε επίπεδο χώρας, η άμεση συμβολή του τουρισμού στο εγχώριο ΑΕΠ το 2016 ανέρχεται σε 13,22 δις. ευρώ, που είναι περίπου το 7,5% του ΑΕΠ, με τη συνολική συμμετοχή του να κυμαίνεται μεταξύ 29 και 37 δις. ευρώ (17% έως και 20% του ΑΕΠ), επιβεβαιώνοντας τον χαρακτηρισμό του τομέα ως «βαριά βιομηχανία» της χώρας.

Δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι σύμφωνα με μελέτη που έγινε από τον Σύνδεσμο Ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων (Ίκκος, 2015) από κάθε πρόσθετο ευρώ τουριστικών εσόδων δημιουργείται επιπλέον 1,2-1,65 ευρώ αξία από πρόσθετες δραστηριότητες και επομένως το σωρευτικό αποτέλεσμα για την Ελληνική οικονομία είναι 2,2-2,65 ευρώ.

Στην ίδια μελέτη παρουσιάζει ενδιαφέρον, η ανάλυση αυξήσεων-εισπράξεων για κάθε μια από τις βασικές εθνικότητες τουριστών που μας επισκέπτονται

Ο αριθμός των τουριστών από τη Γερμανία αυξήθηκε κατά 11,7% και διαμορφώθηκε στα 3.139.000, ενώ οι εισπράξεις από τη Γερμανία μειώθηκαν κατά 4,1% και διαμορφώθηκαν στα 2.152.000.000 ευρώ. Τα μεγέθη αυτά σημαίνουν μια μέση δαπάνη ανά τουρίστα 685,5 ευρώ

Ο αριθμός των τουριστών από τη Γαλλία μειώθηκε κατά 13,7% και διαμορφώθηκε στα 1.314.000, ενώ οι εισπράξεις από τη Γαλλία μειώθηκαν κατά 25,1% και διαμορφώθηκαν στα 894.000.000 ευρώ. Τα μεγέθη αυτά

σημαίνουν μια μέση δαπάνη ανά τουρίστα 680,5 ευρώ. Ο αριθμός των τουριστών από τη Βρετανία αυξήθηκε κατά 20,8% και διαμορφώθηκε στα 2.895.000, ενώ οι εισπράξεις από τη Βρετανία μειώθηκαν κατά 2,9% και διαμορφώθηκαν στα 1.961.000.000 ευρώ. Τα μεγέθη αυτά σημαίνουν μια μέση δαπάνη ανά τουρίστα 677,5 ευρώ.

Ο αριθμός των τουριστών από τη Ρωσία αυξήθηκε κατά 16,1% και διαμορφώθηκε στα 596.000, ενώ οι εισπράξεις από τη Ρωσία αυξήθηκαν κατά 3,4% και διαμορφώθηκαν στα 436.000.000 ευρώ. Τα μεγέθη αυτά σημαίνουν μια μέση δαπάνη ανά τουρίστα 731,5 ευρώ.

Ο αριθμός των τουριστών από τις ΗΠΑ αυξήθηκε κατά 3,8% και διαμορφώθηκε στα 779.000, ενώ οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά 22,8% και διαμορφώθηκαν στα 728.000.000 ευρώ. Τα μεγέθη αυτά σημαίνουν μια μέση δαπάνη ανά τουρίστα 934,5 ευρώ.

Η διαφορά στα ποσά που δαπανούν κατά μέσο όρο οι τουρίστες από τις ΗΠΑ σε σχέση με εκείνους από τις Ευρωπαϊκές χώρες δίνουν το τόνο προς τα πού πρέπει να κινηθεί ο σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής της Ελλάδας για τα επόμενα χρόνια. Μεγάλα ποσά δαπανούν και οι τουρίστες από Κίνα και Αραβικές χώρες, αφίξεις που πρέπει να επιδιώξει να προσεγγίσει ο Ελληνικός τουρισμός.

Οι καθαρές εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών συνέβαλαν με ποσοστό 57,4% στο σύνολο των καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες και αντιστάθμισαν το 63,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

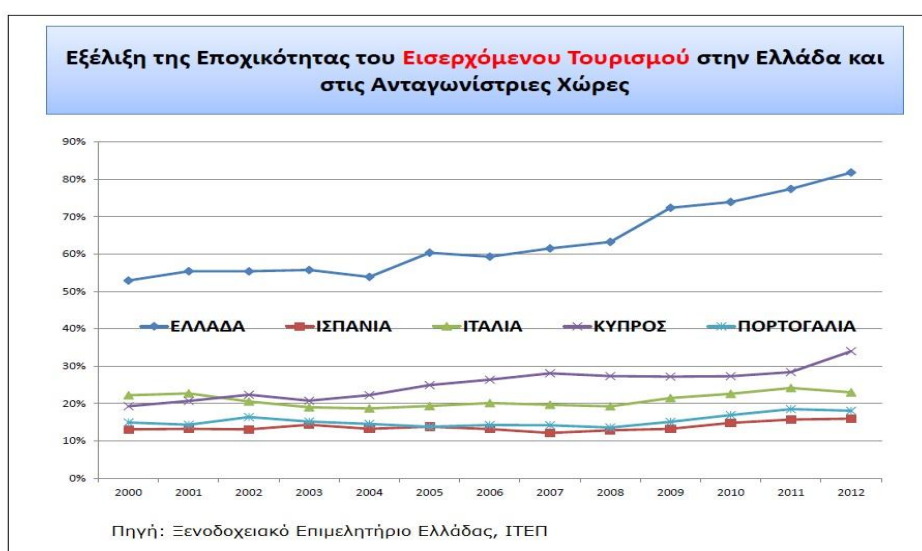
Σε επίπεδο χώρας, η άμεση συμβολή του τουρισμού στο εγχώριο ΑΕΠ το 2014 ανέρχεται σε 15 δισ. ευρώ, δηλαδή περίπου 8,5% του ΑΕΠ, με τη συνολική συμμετοχή του να κυμαίνεται μεταξύ 37 και 45 δισ. ευρώ\* (20% έως και 25% του ΑΕΠ), επιβεβαιώνοντας τον χαρακτηρισμό του τομέα ως «βαριά βιομηχανία» της χώρας.

Δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι σύμφωνα με μελέτη που έγινε από τον Σύνδεσμο Ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων (Ίκκος, 2015) από κάθε πρόσθετο ευρώ τουριστικών εσόδων δημιουργείται επιπλέον 1,2-1,65 ευρώ αξία από πρόσθετες δραστηριότητες και επομένως το σωρευτικό

αποτέλεσμα για την Ελληνική οικονομία είναι 2,2-2,65 ευρώ. Το 2014 οι καθαρές εισπράξεις από την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών συνέβαλαν με ποσοστό 57,4% στο σύνολο των καθαρών εισπράξεων από υπηρεσίες και αντιστάθμισαν το 63,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

Σύμφωνα με την μελέτη του ΙΤΕΠ Στην Ελλάδα ο γαστρονομικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, αλλά και ο πολιτισμικός τουρισμός, όπως είναι επισκέψεις σε μουσεία, εκκλησίες και αρχαιολογικούς χώρους είναι οι επικρατέστερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προτιμώνται περισσότερο από τους επισκέπτες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης, ενώ ο θαλάσσιος τουρισμός και η κρουαζιέρα φαίνεται να έχει υψηλή απήχηση στους Σκανδιναβούς.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, για το 2012 καθώς δεν υπάρχουν νεώτερα στοιχεία, το 63,72% των αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν το διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου. Το ποσοστό αυτό μάλιστα διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ διαφορετικών χωρών ενώ για τις ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας στον τομέα του τουρισμού προκύπτει ότι το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 49,44% για την Ιταλία, 48,8% για την Κύπρο, 48,38% για την Πορτογαλία και 46,91% για την Ισπανία. Προκύπτει δηλαδή ότι, σύμφωνα με τα παραπάνω ευρήματα, η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα είναι σαφώς πιο έντονη σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της περιοχής.



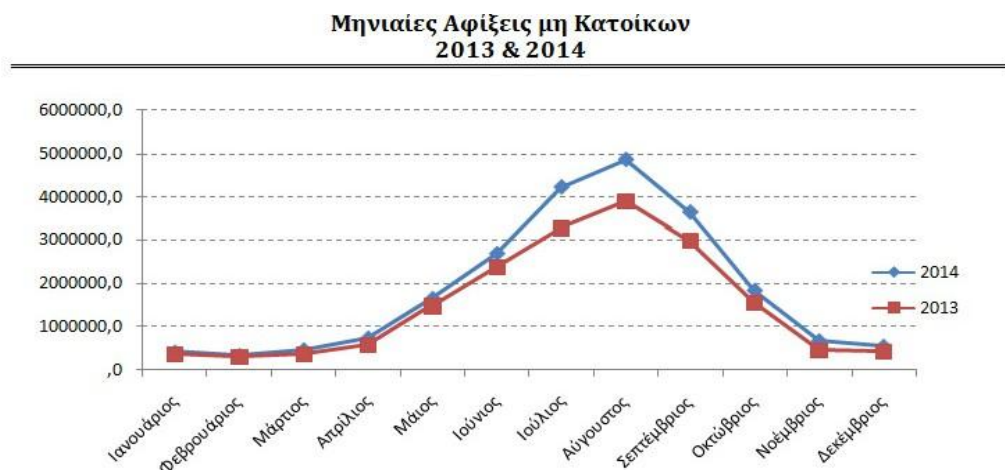
**Σχήμα 2.2 η εξέλιξη της εποχικότητας σε σχέση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες (πηγή : ΙΤΕΠ)**



Παρατηρούμε ότι υπάρχει μια συνεχής αύξηση της ήδη υψηλής εποχικότητας αμέσως μετά τη πάροδο των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Μάλιστα συνεχίστηκε η αύξηση της εποχικότητας και κατά τη διάρκεια της τετραετίας 2008-2012 όταν η τουριστική κίνηση προς την Ελλάδα είχε μεγάλη κάμψη.

Η εικόνα για την εποχικότητα γίνεται ακόμη πιο άσχημη αν παρατηρήσει κάποιος ότι τους καλοκαιρινούς μήνες παρατηρείται μια αύξηση του ποσοστού αφίξεων. Τον Αύγουστο του 2000 καταγράφεται το 15,47% των αφίξεων, ποσοστό που γίνεται 16,46% τον Αύγουστο του 2008 και τέλος τον Αύγουστο του 2012 φθάνει το 19,28% του συνόλου των αφίξεων (ως πίνακας 2).

Όσο όμως αυξάνει η κίνηση και ο αριθμός των αφίξεων φαίνεται ότι οξύνεται το φαινόμενο της εποχικότητας του Ελληνικού τουρισμού.



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. Έρευνα Συνόρων ΤτΕ, Έρευνα ΞΕΕ, Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

### Σχήμα 2.3 μηνιαίες αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα (πηγή : ΕΛ.ΣΤΑΤ)

Οι δύο περιοχές με την υψηλότερη συγκέντρωση ξενοδοχειακού δυναμικού (Νότιο Αιγαίο, Κρήτη) όπου υλοποιήθηκε ο κύριος όγκος επενδύσεων για νέα ξενοδοχεία, αποτελούν και τις «πρωταθλήτριες» της εποχικότητας μαζί με τα Ιόνια Νησιά. Τα σκήπτρα της εποχικότητας απέσπασαν το 2013 τα νησιά του Ιονίου (60,5%), ενώ ακολουθούν σε απόσταση βραχείας κεφαλής η περιοχή του Νότιου Αιγαίου (55,8%) και η Κρήτη (54,9%) (παράρτημα 2)

Μπορεί επομένως η αύξηση των εσόδων να είναι το μεγάλο στοίχημα για τον ελληνικό τουρισμό, μέσα από το «άνοιγμα» σε νέες αγορές, αλλά η αύξηση αυτή χρειάζεται να προέλθει κυρίως από την ανάπτυξη και προβολή εναλλακτικών μορφών τουρισμού ( αγροτουρισμός, ιατρικός, αθλητικός κ.ά.), που θα προσελκύσουν επισκέπτες με μεγαλύτερο εισόδημα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Καθώς η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού αποτελεί δομικό του πρόβλημα που δεν αντιμετωπίζεται απλά με την αύξηση των αφίξεων ή των δαπανών των τουριστών απαιτείται αλλαγή νοοτροπίας, δομικές αλλαγές και κατάλληλες δράσεις.

Το τουριστικό προϊόν είναι από την φύση του ένα σύνθετο προϊόν που απαρτίζεται από ένα μείγμα αγαθών, υπηρεσιών, αλλά και φυσικών στοιχείων. Για τη διαμόρφωση του και τη προσφορά του χρειάζεται η συμμετοχή πολλών ετερόκλητων παραγόντων, όπως οι ανθρώπινες δραστηριότητες, οι υποδομές και τα μέσα μεταφοράς, τα φυσικά τοπία, τα μέσα επικοινωνίας κ.α.

Είναι επομένως εμφανές ότι ο τουρισμός εξαρτάται και από την αποτελεσματικότητά ενός αριθμού άλλων τομέων, οι οποίοι του προσφέρουν τις απαραίτητες βοήθειες για την τουριστική παραγωγή. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων ( ΙΤΕΠ, 2015 ) που διενεργεί διάφορες μελέτες για τον τουρισμό τα ισχυρά στοιχεία του Ελληνικού τουρισμού είναι οι φυσικές ομορφιές της χώρας, οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν, οι ιστορικές της περιοχές και τα μουσεία και η διασκέδαση, ενώ τα αδύνατα σημεία του είναι οι ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, η δυνατότητα προσφοράς παράλληλων δραστηριοτήτων και οι οδικοί άξονες.

Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, συγκριτικά με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, η Ελλάδα είναι η πρώτη από πλευράς διασκέδασης και η δεύτερη από πλευράς ελκυστικότητας τιμών. Πιο συγκεκριμένα, το 36% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι ικανοποιημένο από τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών που απολαμβάνουν έναντι του 12% και 35% για την Ισπανία και την Πορτογαλία, αντίστοιχα.

Οι ξένοι επισκέπτες αισθάνονται εξαιρετικά ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που τους προσφέρουν τα τουριστικά καταλύματα, οι χώροι εστίασης, αλλά και η συμπεριφορά των ντόπιων. Έχει βελτιωθεί σε μεγάλο βαθμό η εικόνα που παρουσιάζουν τα μέσα μεταφοράς (λεωφορεία, ταξί και τραίνα), συνεχίζει όμως να νιώθει προβληματισμένος για την καθαριότητα στις παραλίες και για την κατάσταση του οδικού δικτύου και την οδική σήμανση.

## **2.2 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**

### **2.2.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Η Κρήτη είναι ένα πολύχρωμο πάζλ από μυθολογία, ιστορία, πολιτισμό, φυσικό περιβάλλον, που του δίνουν ζωή ενδιαφέροντες άνθρωποι που ζουν και δραστηριοποιούνται σε άριστες κλιματολογικές συνθήκες. Όλα όσα αναφέρθηκαν συνθέτουν και πληρούν όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για μια διαφορετική από τις συνηθισμένες τουριστική ανάπτυξη. Τα σημαντικά πλεονεκτήματα του τουρισμού της Κρήτης υπερκαλύπτουν οποιοσδήποτε αδυναμίες του, και οι περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης είναι από τις πλέον αισιόδοξες του ελληνικού χώρου, τόσο ποσοτικά, όσο και ποιοτικά, με την προϋπόθεση ιδιαίτερου σχεδιασμού των υποδομών και ιδιαίτερης ευαισθητοποίησης στη διατήρηση του περιβάλλοντος που αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα για τον τουρισμό.

Το στοίχημα για τον τουρισμό στη Κρήτη είναι να αναπτυχθούν κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού οι οποίες θα προσελκύσουν στο νησί επισκέπτες για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Σήμερα, οι διακοπές της μορφής μαζικού τουρισμού, αποτελούν το 80% των τουριστικών δραστηριοτήτων του νησιού, ενώ μόνο το υπόλοιπο 20% έχει στραφεί, άλλοτε οργανωμένα και άλλοτε ανοργάνωτα προς τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Καθώς ο μαζικός τουρισμός στηρίζεται στις διακοπές μειωμένου κόστους μέσω πρακτορείων (all inclusive holidays) το αναμενόμενο οικονομικό όφελος τόσο από τις τιμές των καταλυμάτων, όσο και από τις έξτρα δαπάνες στη περιοχή προορισμού

μειώνεται διαρκώς καθώς τα πρακτορεία διαπραγματεύονται σκληρά τις τιμές. Παράλληλα, σημειώνεται και σημαντική μείωση του μέσου όρου ημερών παραμονής του τουρίστα από ημέρες 11 που ήταν το 1992 σε 5,8 ημέρες που ήταν το 2013.

Στόχος λοιπόν είναι, αν είναι δυνατόν, το 20% που σήμερα επιλέγει κάποιες από τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού να διπλασιασθεί. Ο στόχος φαίνεται μαξιμαλιστικός αλλά δεν είναι ανέφικτος. Σήμερα, οι επενδύσεις στον τομέα της ανάπτυξης των Ε.Μ.Τ. βρίσκονται σε πλήρη αναντιστοιχία με τις ανάγκες της αγοράς, έστω και αν έχουν δοθεί πολλά προγράμματα ΠΕΠ, LEADER κ.α από την Περιφέρεια Κρήτης και τους Αναπτυξιακούς Οργανισμούς αναβαθμίζουν τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά και τις υποδομές της Κρήτης.

## 2.2.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Η κυρίαρχη άποψη που υπάρχει είναι ότι τα σημαντικά πλεονεκτήματα του τουρισμού της Κρήτης είναι πολύ περισσότερα από τις αδυναμίες που υπάρχουν, ενώ και οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού στο νησί είναι ιδιαίτερα θετικές. Οι κάτοικοι της Κρήτης όμως χρειάζεται να αντιμετωπίσουν τόσο τις αδυναμίες της κρατικής μηχανής από τη πλευρά των μηχανισμών για επενδύσεις και σχεδιασμό έργων υποδομής, όσο και τον κακό τους εαυτό αποφεύγοντας τις πολεοδομικές παρανομίες, και δείχνοντας ιδιαίτερη ευαισθητοποίησης στη διατήρηση του περιβάλλοντος που αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα για τον τουρισμό. Η άποψη αυτή στηρίζεται σε μια μεγάλη σειρά χαρακτηριστικών που η Κρήτη διαθέτει, όπως :

- ✓ Η Κρήτη είναι ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός της Ελλάδας και ένα ισχυρό τουριστικό brand name
- ✓ Όχι μόνο έχει τη μεγαλύτερη νησιωτικά ακτογραμμή στην Ελλάδα αλλά και αυτή η ακτογραμμή είναι ομαλή με μεγάλες όμορφες και διάσπαρτες παραλίες.
- ✓ Έχει πολλά μνημεία που παρουσιάζουν ιστορικό ενδιαφέρον και μια ιστορία που καλύπτει τουλάχιστον 4 χιλιετίες.
- ✓ Έχει μια μεγάλη ποικιλία φυσικών αξιοθέατων, όπως το φαράγγι της Σαμαριάς και το φοινικόδασος στο Βαϊ, αλλά και αντίστοιχα μεγάλη ποικιλία πανίδας και χλωρίδας.
- ✓ Έχει συγκριτικά ανεπτυγμένες υποδομές για πύλες εισόδου και αναχωρήσεων από το νησί καθώς και τις μετακινήσεις από το ένα σημείο σε άλλο, ιδιαίτερα στο Β. τμήμα του νησιού.

Υπάρχουν όμως και κάποια μειονεκτήματα, όπως :

- ✓ Η υπερεκμετάλλευση του Βόρειου τμήματος του νησιού έχει προκαλέσει μετακίνηση πληθυσμών από το υπόλοιπο νησί ενώ και τα 4/5 της τουριστικής δραστηριότητας και τα 2/3 των ξενοδοχειακών μονάδων βρίσκονται συγκεντρωμένα στο Βόρειο τμήμα του νησιού.

- ✓ Η κυκλοφοριακή συμφόρηση που υπάρχει στους οδικούς άξονες και το αεροδρόμιο του Ηρακλείου καθώς τα 2/3 του συνόλου των αφίξεων τουριστών γίνονται στο Ηράκλειο.
- ✓ Η έλλειψη περιβαλλοντικής φροντίδας, και η αισθητική επιβάρυνση του τοπίου, ιδιαίτερα κοντά σε πυκνοκατοικημένους αστικούς χώρους.
- ✓ Η εποχικότητα του τουρισμού. Όταν η Ελλάδα υποδεχόταν περί τα 12-13 εκατ. επισκέπτες με δείκτη εποχικότητας γύρω στο 50% και η Κρήτη είχε στο κομμάτι αυτό ένα ποσοστό 23% αυτό σήμαινε πως το καλοκαίρι έκαναν διακοπές στη περιοχή περίπου 1,5 εκατ. τουρίστες. Το 2016 οι ξένοι επισκέπτες ξεπέρασαν τα 25 εκατ. (πάνω από 26,5 εκατ. μαζί με τους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων). Αυτό σημαίνει, μετά την αναγωγή των στοιχείων με ίδιο δείκτη εποχικότητας, πως στο διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου στριμώχτηκαν στις παραλίες της Κρήτης τουλάχιστον 2,8 εκατ. ξένοι τουρίστες, σχεδόν διπλάσιοι απ' ό,τι συνέβαινε πριν από λίγα μόλις χρόνια. Οι συνέπειες από το γεγονός αυτό για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την επιβάρυνση υποδομών και ανθρώπων στις τουριστικές περιοχές και την υπερεκμετάλλευση φυσικών πόρων, όπως το νερό, είναι προφανείς.

Στην Ελλάδα, το 2013, το μέσο κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν διαμορφώθηκε στο 72% του μέσου κοινοτικού και ήταν 16451 ευρώ. Η Κρήτη, σύμφωνα με τα στοιχεία, βρίσκεται στην τέταρτη θέση ανάμεσα στις περιφέρειες της Ελλάδας με το υψηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ μετά την Αττική και το Ν. και Β. Αιγαίο. Όπως φαίνεται και στο παράρτημα 1 κατά τη διάρκεια της κρίσης το ΑΕΠ μειώθηκε στη Κρήτη κατά 27,0% και το μέγεθος αυτό είναι μεγαλύτερο από τον μέσο όρο μείωσης στην Ελλάδα.

Οι τουριστικές περιοχές της χώρας επλήγησαν κατά την κρίση, σχετικά περισσότερο από ότι οι μη τουριστικές για τρεις λόγους. Πρώτον, η μεγάλη διεθνής οικονομική ύφεση μείωσε τα πραγματικά κατά κεφαλή εισοδήματα των χωρών που αποτελούν τους παραδοσιακούς πελάτες της Ελλάδος και αυτή η πτώση εισοδήματος μείωσε τη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Δεύτερον η ισοτιμία του ευρώ ευνοούσε την τουριστική ανάπτυξη προορισμών εκτός του ευρώ και τρίτον η Ελλάδα άρχισε να δίνει την εικόνα

μιας ασταθούς χώρας, κάτι που δεν αρέσει ιδιαίτερα στους ξένους. Αν κοιτάξουμε το πίνακα με τις μεταβολές του ΑΕΠ για τη περίοδο 2008-2013 θα δούμε ότι στις τρεις πρώτες θέσεις με τη μεγαλύτερη μείωση είναι κατά σειράν τα Ιόνια νησιά (32,5%), το Ν. Αιγαίο (29,6%) και η Κρήτη (27,0%).

Η συμμετοχή του τουρισμού στη διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εγχωρίου Προϊόντος της Κρήτης ανέρχεται στο 48%. Το μέγεθος αυτό είναι το τρίτο μεγαλύτερο περιφερειακό πανελλαδικά (60% στο Νότιο Αιγαίο και 49% στα Ιόνια Νησιά) έχοντας ως αποτέλεσμα την παράλληλη διαμόρφωση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ στο νησί σε 14.398 ευρώ.

Η Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου, ως πολυπληθέστερη ενότητα, έχει την υψηλότερη συμμετοχή (52,45%) στο περιφερειακό ΑΕΠ, ακολουθούμενη από την ΠΕ Χανίων (23,36%), ενώ σε χαμηλότερα επίπεδα διαμορφώνεται η συμμετοχή των ΠΕ Λασιθίου (12,89%) και ΠΕ Ρεθύμνου (11,28%).

Η Κρήτη διαθέτει 110.000 περίπου ξενοδοχειακές κλίνες (44% Ν. Ηρακλείου, 20% Ν. Ρεθύμνου, 18% Ν. Χανίων και 17% Ν. Λασιθίου) και 83.000 κλίνες ενοικιαζόμενων δωματίων και τουριστικών κατοικιών.

Ο δείκτης ποιότητας των ξενοδοχειακών υποδομών είναι ελαφρά υψηλότερος ως προς τον μέσο δείκτη του μίγματος της Ελλάδας, αλλά είναι σημαντικά υψηλότερος στους Νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου, όπου βρίσκεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πολυτελών ξενοδοχείων της χώρας.

Το πραγματικά μεγάλο πλεονέκτημα της Κρήτης είναι ότι εδώ μπορεί κάποιος να πραγματοποιήσει το ταξίδι που ονειρεύεται ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις σας ή και να δοκιμαστεί σε νέες περιπέτειες, από φυσιολατρικές πεζοπορίες και αναβάσεις μέχρι βόλτες σε χωριά με έντονο κοινωνικό ενδιαφέρον –, συνδυάζοντας όλες τις προτάσεις που η Κρήτη μπορεί να προσφέρει.

## 2.3 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

### Η ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ

Ο νομός Ηρακλείου εκτείνεται ανάμεσα στον Ψηλορείτη και Την οροσειρά της Δίκτης, καταλαμβάνει έκταση 2.634 τετραγωνικών χιλιομέτρων και ο πληθυσμός του φτάνει τους 279833 κατοίκους, μια πυκνότητα δηλαδή 105 κάτοικοι ανά τετρ. χιλιόμετρο (για λόγους σύγκρισης η μέση πυκνότητα του πληθυσμού της Ελλάδας είναι 75 κάτοικοι ανά τετρ. χιλιόμετρο). Στην απογραφή του 2011 η πόλη του Ηρακλείου είχε 173450 κατοίκους και έκταση 245 τετρ. χιλιόμετρα.

Τόσο τα παράλια όσο και τα ορεινά του νομού κατοικούνται από τα προϊστορικά χρόνια μέχρι σήμερα και για το λόγο αυτό η περιοχή είναι η πιο πλούσια σε αξιοθέατα σε όλη την Κρήτη, με τα εντυπωσιακά ανάκτορα από τη Μινωική εποχή, την Κνωσό, τη Φαιστό, τα Μάλια. Αλλά η καθεαυτή πόλη του Ηρακλείου προσφέρει ένα εντυπωσιακό συνδυασμό μεσαιωνικών και νεότερων κτισμάτων, ιστορικών τοποθεσιών και παραδοσιακών οικισμών.

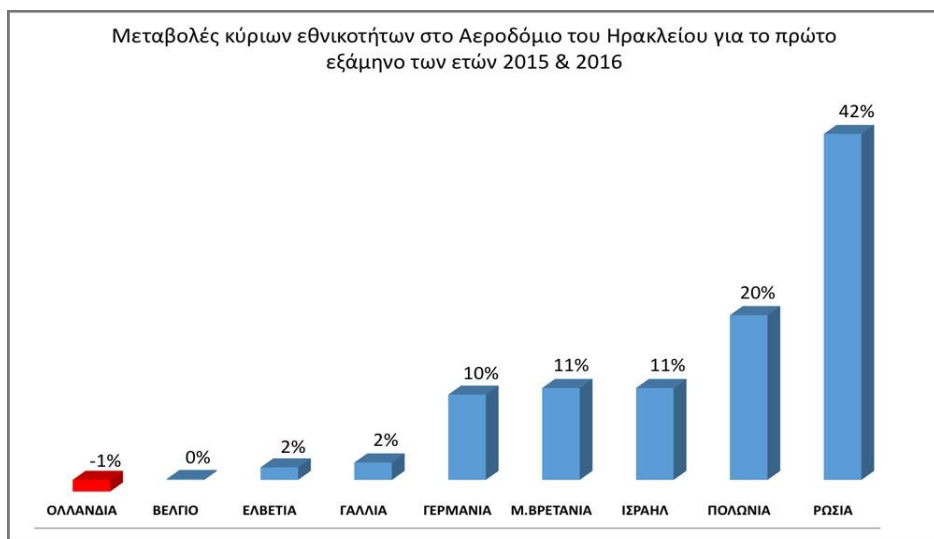
Καθώς βρίσκεται στο κέντρο της Κρήτης και είναι και η μεγαλύτερη και πιο ενεργή οικονομικά πόλη του νησιού έχει ανεπτυγμένες συγκοινωνίες και υποδομές σε σχέση με τις άλλες πόλεις του νησιού. Συνδέεται ακτοποϊκά με το λιμάνι του Πειραιά αλλά και με κάποια από τα νησιά των Κυκλάδων κυρίως τους καλοκαιρινούς με μήνες ενώ οχηματαγωγά πλοία εκτελούν δρομολόγια με Ιταλία, Κύπρο και Ισραήλ. Ταυτόχρονα, χρόνο με τον χρόνο αναδεικνύεται σε κύριο σταθμό για τα κρουαζιερόπλοια.

Το διεθνές αεροδρόμιο «Νίκος Καζαντζάκης» καλύπτει πλήρως τον όγκο των απαιτήσεων για αφίξεις και αναχωρήσεις, ιδιαίτερα τη βεβαρημένη περίοδο του καλοκαιριού. Από την αρχή του 2016 μέχρι και τις 30 Σεπτεμβρίου έχουν έλθει κι έχουν φύγει από τον αερολιμένα Ηρακλείου 5.970.000 επισκέπτες αριθμός που κατατάσσει το Ηράκλειο στην πρώτη θέση των αεροδρομίων της χώρας μετά από το « Ελευθέριος Βενιζέλος » των Αθηνών ([www.airnews.gr](http://www.airnews.gr)). Οι αριθμοί δείχνουν ότι υπάρχει σημαντική αύξηση κατά 11% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2015.



Εκτελούνται πτήσεις για Θεσσαλονίκη, Ρόδο, Κύπρο, Μύκονο, Σαντορίνη και Πάρο με τις εταιρείες, Aegean Airlines και Sky Express, ενώ φιλοξενούνται και πτήσεις εταιρειών χαμηλού κόστους και charter από και προς διάφορες χώρες του εξωτερικού.

Στο σχήμα που ακολουθεί φαίνονται οι μεταβολές στις αφίξεις για τις πιο κύριες εθνικότητες καθώς το 65% των αφίξεων αποτελείται από Γερμανούς, Βρετανούς, Γάλλους και Ρώσους.



**Σχήμα 2.4** οι μεταβολές των αφίξεων ξένων ανά εθνικότητα το 2016 σε σχέση με το 2015 (πηγή: ΣΕΤΕ)

Το Ηράκλειο αποτελεί το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της Κρήτης, την πρωτεύουσα της περιφέρειας και το οικονομικό, εμπορικό και επιστημονικό κέντρο του νησιού. Η πόλη του Ηρακλείου καταστράφηκε σε μεγάλο βαθμό κατά τον 2<sup>ο</sup> Παγκόσμιο Πόλεμο και η ανοικοδόμηση της δυστυχώς δεν έγινε με πολεοδομικά σωστές προδιαγραφές. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα τη περιορισμένη διατήρηση, του παραδοσιακού αρχιτεκτονικού χαρακτήρα και του ύφους των πόλεων και της υπαίθρου ή την ανάπτυξη ενός ιδιαίτερου νεοπαραδοσιακού ύφους σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ό τι σε άλλους σημαντικούς προορισμούς της Μεσογείου.

Ο νομός Ηρακλείου θεωρείται από τους πιο ανεπτυγμένους και σύγχρονους τουριστικούς προορισμούς, διαθέτει περισσότερα από 550 διαφορετικά

καταλύματα όλων των κατηγοριών με πάνω από 65.000 κλίνες. Το μίγμα κατηγοριών των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, συμπεριλαμβανομένων των ενοικιαζόμενων δωματίων, αντιστοιχεί με το μίγμα κοινωνικοοικονομικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων χωρών, απ' όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών (Κοκκίνου, 2011).

Η τοπική εμπορική αγορά του Ηρακλείου διαθέτει όλα τα αναγκαία εμπορεύματα και υπάρχουν πολυάριθμα καταστήματα που διαθέτουν τουριστικά προϊόντα ή προϊόντα που μπορεί ανα ενδιαφέρουν ιδιαίτερα κάποιες κατηγορίες τουριστών. Για παράδειγμα υπάρχουν μαγαζιά που διαθέτουν προϊόντα της τοπικής παραγωγής, όπως το κρασί, ο φυσικός χυμός πορτοκαλιού, το ελαιόλαδο και τα τοπικά τυριά που βρίσκονται στη κορυφή των προτιμήσεων από τους ξένους κυρίως τουρίστες.

## **2.4 ΟΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών της χώρας υπάρχουν συνεχώς προγράμματα για την ενίσχυση δράσεων του τουριστικού τομέα με στόχο τη μείωση της εποχικότητας, την αναβάθμιση της ποιότητας, τη διασύνδεση με τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, τη διασύνδεση με τον πολιτισμό και την παράδοση και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Συγκεκριμένες χρηματοδοτικές ενισχύσεις δίνονται μέσω των πόρων του ΕΣΠΑ και του ΠΑΑ, για κάθε τύπου ξενοδοχειακές μονάδες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, επιπλωμένες κατοικίες, επαύλεις και χώρους κατασκήνωσης, ενώ ενισχύσεις για τουριστικές δραστηριότητες παντός τύπου προβλέπει και ο νέος αναπτυξιακός νόμος του 2016. Η Κρήτη, είναι το βαρύ χαρτί του Ελληνικού τουρισμού και ως εκ τούτου είναι πιο εύκολο να αξιολογηθεί θετικά κάθε σχετική αίτηση.

Μέσα από το πρόγραμμα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και του ΠΑΑ (νέο ΟΠΑΑΧ), χρηματοδοτούνται σε ποσοστά από 40% έως 60% τα επενδυτικά σχέδια των ακόλουθων κατηγοριών επιχειρήσεων, εξετάζοντας ως κριτήρια την τοποθεσία και τον προϋπολογισμό του επενδυτικού

σχεδίου. Οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να χρηματοδοτηθούν για ανακαίνιση, αγορά καινούριου εξοπλισμού, υπηρεσιών, ενώ οι επιδοτήσεις αφορούν και νέες στον κλάδο επιχειρήσεις. Ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός κάθε επενδυτικής πρότασης μπορεί να κυμαίνεται από 20.000 έως και 600.000 ευρώ.

Οι επιλέξιμες για επιδότηση δαπάνες είναι:

- ✓ Ο νέος Αναπτυξιακός νόμος 2016 προβλέπει ότι μπορούν να δοθούν τα ακόλουθα είδη Κτίρια, εγκαταστάσεις και περιβάλλον χώρος, όπου το μέγιστο επιλέξιμο ποσοστό του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού είναι 80%.
- ✓ Μηχανήματα, εξοπλισμός παραγωγής, λοιπός εξοπλισμός. Το μέγιστο επιλέξιμο ποσοστό του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού είναι 100%.
- ✓ Μεταφορικά μέσα. Το ποσό του μέγιστου εξοπλισμού είναι 15.000 ευρώ.
- ✓ Εξοπλισμός και Εγκαταστάσεις Προστασίας Περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας. Το μέγιστο επιλέξιμο ποσοστό του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού είναι 100%.
- ✓ Λογισμικά και Υπηρεσίες Λογισμικού. Το μέγιστο ποσό του επιλέξιμου επιχορηγούμενου προϋπολογισμού είναι 30.000 ευρώ.
- ✓ Επιχορήγηση από το κράτος για την κάλυψη επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου της επιχείρησης.
- ✓ Επιδότηση επιτοκίου.
- ✓ Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης, η οποία συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο του μισθολογικού κόστους των νέων θέσεων εργασίας, που δημιουργούνται και συνδέονται με το επενδυτικό σχέδιο
- ✓ Φορολογική απαλλαγή, η οποία συνίσταται στην απαλλαγή από την υποχρέωση καταβολής φόρου εισοδήματος επί των πραγματοποιούμενων προ φόρων κερδών για το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

✓ Χρηματοδότηση επιχειρηματικού κινδύνου μέσω ταμείου συμμετοχών με παροχή ιδίων κεφαλαίων, δανείων ή εγγύησης κάλυψης ζημιών.

Το ελάχιστο ύψος της επένδυσης για την υπαγωγή επενδυτικών σχεδίων στις ενισχύσεις του νέου επενδυτικού νόμου ορίζεται με βάση το μέγεθος της επιχείρησης:

- ✓ Για μεγάλες επιχειρήσεις, στο ποσό των 500.000 ευρώ
- ✓ Για μεσαίες επιχειρήσεις, στο ποσό 200.000 ευρώ
- ✓ Για πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, στο ποσό των 150.000 ευρώ

Τα ποσοστά ενίσχυσης που προβλέπονται σύμφωνα με τον Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων 2014-2020 κυμαίνονται από 10% έως 45% του κόστους επένδυσης ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την περιοχή που δραστηριοποιείται.

## 2.5 ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΛΛΟΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η εικόνα της Κρήτης που διαμορφώθηκε μέσα στα μονοπάτια της ιστορίας της άρχισε τις τελευταίες δεκαετίες να μεταβάλλεται ανησυχητικά. Ένα σύνολο φυσικών τοπίων με μεγάλη ομορφιά είχε αφομοιώσει τις δραστηριότητες του ανθρώπου με τρόπο διακριτικό και ανεπαίσθητο. Όλες οι κατασκευές που έγιναν για ανθρώπινη χρήση (μονοπάτια και παλιοί δρόμοι, μιτάτα, νερόμυλοι, και ξωκλήσια, ή οικισμοί μικροί και συμπαγείς) ήταν διακριτικά ενταγμένες μέσα στο φυσικό περιβάλλον και ο συνδυασμός αυτός έδινε μια συνολική εικόνα μοναδικής ομορφιάς. Το πανέμορφο αυτό περιβάλλον της Κρήτης, και όχι μόνο ο ήλιος, η θάλασσα και το ήπιο κλίμα της, απετέλεσε πολύ σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης του τουρισμού, ο οποίος όπως προαναφέραμε, είναι σήμερα η κινητήρια δύναμη της οικονομίας του νησιού.

Αυτό όμως το πανέμορφο κρητικό τοπίο, μέσα σε λίγες δεκαετίες έχει αλλοιωθεί και συνεχίζει να καταστρέφεται με ξέφρενο ρυθμό με άλλοθι την ανάπτυξη του τουρισμού, ένα οξύμωρο σχήμα κατά το οποίο δημόσια και ιδιωτικά έργα, νόμιμα και παράνομα, συναγωνίζονται πως θα το καταστρέψουν όσον το δυνατόν περισσότερο και γρηγορότερα. Η άναρχη και διάσπαρτη δόμηση, η ασύδοτη χάραξη και διάνοιξη δρόμων με πλήρη περιφρόνηση του φυσικού τοπίου, οι παράνομες εκχερσώσεις για οικοπεδοποίηση, η καταστροφή της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, και η ανυπαρξία καλαισθησίας σχεδόν σε όλα τα δημόσια και τα ιδιωτικά έργα είναι κάποιοι από τους παράγοντες της καταστροφής για την εικόνα της Κρήτης.

Ο τουρισμός προσδίδει στη κάθε περιοχή μια δυναμική που την αναγκάζει να προχωράει σε αλλαγές. Αυτές δεν μπορεί κανείς να τις αποφύγει χωρίς κόστος. Μπορεί όμως να τις προσαρμόσει στις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής και να περιορίσει τις καταστροφές που μπορούν εύκολα να προκαλέσουν στα χαρακτηριστικά της περιοχής. Πρώτα απ' όλα πρέπει να αναζητηθούν οι συνέπειες από τις καταστροφές στην εικόνα της περιοχής.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τουρισμός ίσον εικόνα. Αυτήν αγοράζουν οι ξένοι τουρίστες όταν επιλέγουν να έλθουν στη Κρήτη για να περάσουν τις διακοπές τους. Χρειάζεται επομένως να διατηρείται αυτή η όμορφη εικόνα και αυτό σε γενικές γραμμές είναι εύκολο να καθορισθεί. Υπάρχουν αρκετά βασικά σημεία στα οποία μπορούμε να συμφωνήσουμε για το τι είναι όμορφο και το τι είναι άσχημο, ή το τι χαλάει το τοπίο και το ποιά χαρακτηριστικά του αξίζει να διατηρηθούν. Για παράδειγμα κανείς δεν θα διαφωνήσει ότι τα ορεινά μονοπάτια ομόρφαιναν το τοπίο και πρόσφεραν διαδρομές που πολλοί επισκέπτες επιδίωκαν να κάνουν αλλά το άνοιγμα οδικών αξόνων για να διευκολυνθούν οι τουρίστες στις μετακινήσεις τους τα κατέστρεψε γιατί κανείς δεν έκανε τη σύνδεση με την προσφορά τους στο τουριστικό προϊόν.

Κανένας από τους παράγοντες που καταστρέφουν την εικόνα της Κρήτης δεν είναι εύκολο να εξαφανισθεί γιατί τον στηρίζουν πολλοί που έχουν αντίθετα συμφέροντα. Χρειάζεται όμως να γίνει μια προσπάθεια, με πρωτεργάτη το κράτος ώστε να καταλάβουν όλοι ότι η ατμομηχανή της οικονομίας του νησιού είναι ο τουρισμός και, καταστρέφοντας το τοπίο της Κρήτης, σιγά-σιγά το νησί γίνεται όλο και λιγότερο ελκυστικό για τους επισκέπτες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

### Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

#### 3.1 ΓΕΝΙΚΑ

Στην Οικονομική Επιστήμη ορίζουμε ως πρωτογενή παραγωγή εκείνο το κομμάτι των παραγωγικών δραστηριοτήτων που έχει ως αντικείμενο την απόκτηση ή απόσπαση αγαθών άμεσης ή έμμεσης κατανάλωσης, κατ' ευθείαν από την φύση. Στον πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία, δάση, μεταλλεία) συμπεριλαμβάνονται επίσης σήμερα:

- ✓ Η βιολογική γεωργία, κτηνοτροφία και μελισσοκομία
- ✓ Η αειφορική αλιεία καθώς και η αειφορική διαχείριση δασών
- ✓ Η ορθολογική εξόρυξη και εκμετάλλευση ορυκτών πόρων και η ολοκληρωμένη αποκατάσταση των μεταλλευτικών χώρων
- ✓ Η διαχείριση της βιοποικιλότητας και οι δράσεις για την αποκατάσταση της

Ο ρόλος της πρωτογενούς παραγωγής είναι καθοριστικός για την οικονομία ενός τόπου, ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης σε χώρες με οικονομία όπως η Ελληνική, όπου δηλαδή υπάρχει μια ετεροβαρής σχέση με τον τομέα της μεταποίησης και τον τριτογενή τομέα των υπηρεσιών που είναι και οι πρώτοι που πλήττονται από την ύφεση.

Η παράθεση κάποιων χαρακτηριστικών μεγεθών και η σύγκριση τους με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες αποδεικνύουν τη σημαντικότητα της πρωτογενούς παραγωγής για την Ελλάδα ([www.agro24.gr](http://www.agro24.gr))

Η έκταση των κυρίως αγροτικών περιοχών φτάνει στη χώρα μας στο 82%, όταν στην Ευρώπη των 28 ο μέσος όρος δεν ξεπερνάει το 52%. Ο πληθυσμός των αγροτικών περιοχών φτάνει στην Ελλάδα στο 44%, όταν στην Ευρώπη δεν ξεπερνάει το 23%. Το μερίδιο της Αγροτικής Προστιθέμενης Αξίας κινείται στα επίπεδα του 34% έναντι 15% του Ευρωπαϊκού μέσου όρου.

## 3.2 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Οι τομείς της πρωτογενούς παραγωγής στην Ελλάδα υποφέρουν, όχι μόνο λόγω της οικονομικής κρίσης που υπάρχει σήμερα αλλά και λόγω μιας μεγάλης σειράς από εγγενείς αδυναμίες που προϋπήρχαν ή δημιουργήθηκαν κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Ας δούμε τις ιδιαιτερότητες του κάθε τομέα ξεχωριστά.

### 3.2.1 ΤΙ ΣΥΜΒΑΙΝΕΙ ΣΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

Με βάση τα στοιχεία της Eurostat, ο γεωργικός τομέας συμβάλλει στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ) με ένα ποσοστό 2,9%, ενώ ταυτόχρονα καλύπτει το 13,5% της απασχόλησης, όταν σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 1,2% και 5%. Καθώς όμως η Ελληνική γεωργία είχε έλλειμμα στρατηγικής δεν μπόρεσε να ακολουθήσει τις πρόσφατες ευρωπαϊκές και παγκόσμιες εξελίξεις. Ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο η γεωργική παραγωγή τα τελευταία 25 χρόνια αυξήθηκε κατά 220% (η ευρωπαϊκή κατά 86%), η αντίστοιχη αύξηση στην Ελλάδα ήταν μικρότερη του 20% (Eurostat). Τα προβλήματα που υπάρχουν είναι

- ✓ Το υψηλό κόστος παραγωγής
- ✓ Το μικρό μέγεθος των γεωργικών εκμεταλλεύσεων
- ✓ Ο ελλιπής τεχνολογικός εκσυγχρονισμός της γεωργικής παραγωγής,
- ✓ Η έλλειψη της απαραίτητης αγροτικής έρευνας για την ανάπτυξη του αγροτικού τομέα.
- ✓ Η έλλειψη τυποποίησης και δημιουργίας επώνυμων προϊόντων
- ✓ Η ανεπαρκής προβολή των αγροτικών προϊόντων

Αν και ανάλογα με τις περιοχές και τις δυνατότητες που έχουν τα προβλήματα δεν είναι τα ίδια, ας δούμε πιο αναλυτικά καθένα από αυτά.

Κατά τη διάρκεια της ύφεσης στην οικονομία διαπιστώνεται ότι το ήδη υψηλό κόστος παραγωγής αυξήθηκε ακόμη περισσότερο καθώς μόνο για τη



χρονική περίοδο 2009-2013 παρουσίασε αύξηση της τάξης του 10,5%. Χαρακτηριστική υπήρξε η μεταβολή στο κόστος της ενέργειας, που αυξήθηκε στην πενταετία 2009-2013 κατά 44,2%, ενώ και το κόστος λιπασμάτων είχε για τη τριετία 2012-2015 μια αύξηση της τάξης του 23,8%. Ταυτόχρονα έχει αυξηθεί και η φορολογία ενώ παράλληλα έχει μειωθεί επίσης κατά 40% περίπου η διάθεση του συνόλου των αγροτικών προϊόντων, λόγω της αντίστοιχης δραματικής πτώσης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών. Για όλους αυτούς τους λόγους έχει μειωθεί αισθητά το διαθέσιμο αγροτικό εισόδημα.

Όταν το μέσο μέγεθος της γεωργικής εκμετάλλευσης, σε επίπεδο χώρας, υπολογίζεται σε 48 στρ και το αντίστοιχο της Ε.Ε. των 27 είναι 142 στρ. είναι φανερό ότι οι γεωργικές εκμεταλλεύσεις μας είναι πολύ μικρές. Εκτός όμως από το πρόβλημα του μικρού μεγέθους, υπάρχει και το πρόβλημα του πολυτεμαχισμού που, υπολογίζεται κατά μέσο όρο σε 5-6 αγροτεμάχια ανά γεωργική εκμετάλλευση (Γιατρόπουλος, 2016)

Σύμφωνα με στοιχεία του FAO και της Παγκόσμιας Τράπεζας, ενώ τα ποσά που δαπανήθηκαν παγκοσμίως τις δύο τελευταίες δεκαετίες για την αγροτική έρευνα και ανάπτυξη έφθασαν να αντιστοιχούν σε 19 € / ha (ή 33 € / ha σε επίπεδο Ε.Ε.), στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσό έφθανε μόλις τα 11 ευρώ / ha. Έτσι η ελληνική γεωργία δεν αξιοποίησε ικανοποιητικά τα αποτελέσματα της τεχνολογικής προόδου στη μείωση του κόστους παραγωγής και τη βελτίωση της ποιότητας των γεωργικών προϊόντων (Eurostat, στοιχεία 2015).

Τα Ελληνικά αγροτικά προϊόντα δεν ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της αγοράς ή στις ανάγκες και τις επιθυμίες της μάζας των καταναλωτών, ενώ παράλληλα ελλείπει της κατάλληλης τυποποίησης, ελέγχου της ποιότητας και προγραμματισμού δεν μπόρεσαν να ικανοποιήσουν τις ιδιαίτερες προτιμήσεις καταναλωτών με υψηλότερα εισοδήματα, που απαιτούν για παράδειγμα εμφάνιση, κατάλληλη συσκευασία, βιολογική καλλιέργεια ή παραδοσιακή καλλιέργεια.

### **3.2.2 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ**

Τα τελευταία 20 χρόνια το 25% του ανθρώπινου δυναμικού που δήλωναν κτηνοτρόφοι έχει εγκαταλείψει τον κλάδο, και υπολογίζεται ότι τουλάχιστον ανάλογο είναι το ποσοστό εκείνων που είναι έτοιμοι να τον εγκαταλείψουν. Αυτό συμβαίνει, διότι οι παραγωγοί αδυνατούν να αντεπεξέλθουν στα υψηλά κόστη που υπάρχουν στον κλάδο και αποτυπώνεται επίσης στη μείωση των εκμεταλλεύσεων

Στον κτηνοτροφικό τομέα οι εισαγωγές στην Ελλάδα είναι της τάξης των 6,5 δις ευρώ, ενώ οι εξαγωγές είναι λίγο μεγαλύτερες από τα 4 δις ευρώ με το μεγαλύτερο ποσοστό από τις εισαγωγές να αφορά το κρέας και το γάλα.

Ο πίνακας που ακολουθεί βασίστηκε στα τελευταία επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το χρονικό διάστημα 2014-2015. Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά αποτυπώνεται μια φθίνουσα πορεία του κλάδου.

	Βοοειδή	Χοίροι	Πρόβατα	Κατσίκια	Μονάδες βοοειδών	Μονάδες αρνιών	Μονάδες χοίρων	Μονάδες κατσικιών
2014	658943	1045598	9071959	4254499	16812	86491	19168	69576
2015	582176	876929	8852398	4017171	15609	88761	18455	68766
Ποσοστό (%)	-11,7	-16,1	-2,4	-5,6	-7,2	2,6	-3,7	-1,2

*πίνακας 3.1 οι μεταβολές στο ζωϊκό κεφάλαιο για τη περίοδο 2014-2015 (πηγή : ΕΛΣΤΑΤ)*

Με τα μεγέθη αυτά οι εισαγωγές στο μοσχάρι φθάνουν το 90% και στο χοιρινό το 65-70%, ενώ υπάρχει πρόβλημα επάρκειας ακόμη και στα πουλερικά.

Από την άλλη πλευρά πάλι το κόστος παραγωγής έχει αυξηθεί από το 2009 κατά 300% κυρίως λόγω της αύξησης της τιμής των ζωοτροφών η οποία αποτελεί το 80% του κόστους συντήρησης του ζώου (Μπερίκος, 2016).

Υπάρχει επίσης το θέμα της επιτρεπόμενης συνολικής επιφάνειας επιλέξιμων βοσκοτόπων που αν εφαρμοσθεί θα οδηγήσει σε νέα αύξηση του κόστους παραγωγής καθώς θα μειωθούν οι αναλογούσες αποζημιώσεις (Πανάγος, 2016)

Σύμφωνα με τα στοιχεία που υπάρχουν, μόνο μέσα στη διετία 2012-2013 λόγω της αδυναμίας των κτηνοτρόφων να εξασφαλίσουν τη σωστή

διατροφή των ζώων τους η εθνική παραγωγή γάλακτος μειώθηκε κατά 100.000 τόνους αιγοπρόβειου γάλακτος. Η ποσότητα αυτή αντιπροσωπεύει ένα ποσό σχεδόν 90 – 100 εκατ. ευρώ, που δεν έφθασαν ποτέ στις τσέπες των Ελλήνων κτηνοτρόφων, ενώ η παραγόμενη ποσότητα γάλακτος ετησίως δεν καλύπτει ούτε τη ποσόστωση.

Η ποσόστωση που δικαιούται η Ελλάδα για το γάλα που παράγει είναι 800000 τόνοι, όταν οι ανάγκες της χώρας είναι 1,3 εκατ. τόνοι. Ενώ λοιπόν τα στοιχεία δείχνουν ότι θα υπάρξει διεύρυνση στην παγκόσμια αγορά κατά 2,3% ανά έτος μέχρι το 2020, η κτηνοτροφική παραγωγή και δραστηριότητα για τη παραγωγή γάλακτος, η οποία θα μπορούσε να παίξει έναν σημαντικό ρόλο στην πραγματική ανάπτυξη της χώρας, συνεχώς θα συρρικνώνεται καθώς δεν θα είναι πλέον συμφέρον για τους κτηνοτρόφους να συντηρούν τα ζώα τους.

### **3.3.3 Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΛΙΕΙΑ**

Η Ελλάδα βρίσκεται σε μια θαλάσσια περιοχή φτωχή σε αλιεύματα και παρά το γεγονός ότι η θάλασσα κυριαρχεί στο ελληνικό τοπίο, η αλιευτική παραγωγή δεν επαρκεί για να καλύψει τις διατροφικές ανάγκες των κατοίκων, αλλά και των εκατομμυρίων τουριστών που την επισκέπτονται. Η αύξηση της ζήτησης ψαριών οδήγησε στην υπεραλίευση των θαλασσών, η οποία επέφερε τη κάθετη μείωση της παραγωγής. Παράλληλα, η επιλογή να απορροφηθούν από το ευρωπαϊκό ταμείο αλιείας, πόροι που αφορούσαν τη χρηματοδότηση της καταστροφής σημαντικού μέρους του παραδοσιακού αλιευτικού στόλου της Ελλάδας, οδήγησε στην απώλεια χιλιάδων θέσεων εργασίας σε περιοχές όπου δεν υπάρχουν άλλες εύκολες επαγγελματικές επιλογές.

Ταυτόχρονα, όλες οι επιλογές που έχουν γίνει μέχρι σήμερα εξυπηρετούν το βραχυπρόθεσμο κέρδος των τριακοσίων περίπου μηχανοτρατών, δηλαδή των σκαφών βιομηχανικής αλιείας, έναντι των 16.000 παράκτιων ψαράδων και των 35.000 και πλέον οικογενειών που εξαρτώνται από την αλιεία.

Είναι ευτύχημα ότι έχει προλάβει να αναπτυχθεί ο κλάδος της υδατοκαλλιέργειας κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, ο οποίος παρά τον

πολύ υψηλό δανεισμό των εταιρειών ιχθυοκαλλιέργειας σήμερα είναι ένας πολύ υποσχόμενος κλάδος με το ύψος πλέον της παραγωγής του να έχει κατά πολύ ξεπεράσει τη θαλάσσια παραγωγή αλιευμάτων, ενώ σημαντικό μέρος της παραγωγής εξάγεται.

### **3.3.4 Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΩΝ ΕΞΟΡΥΞΕΩΝ**

Ο τομέας των εξορύξεων παίζει ένα σημαντικό ρόλο στη στήριξη της Ελληνικής οικονομίας με το 65% του τζίρου όλων των μεταλλευτικών επιχειρήσεων εξόρυξης να οφείλεται σε εξαγωγές. Μόνο η συμμετοχή του μεταλλευτικού τομέα φθάνει τη τελευταία δεκαετία κατά μέσο όρο το 1,8% του ΑΕΠ ενώ όλος ο εξορυκτικός τομέας αντιπροσωπεύει το 3%-5% του ΑΕΠ. Ο κλάδος απασχολεί άμεσα πάνω από 60000 άτομα, ενώ άμεσα και έμμεσα φθάνει να απασχολεί 150000 εργαζόμενους.

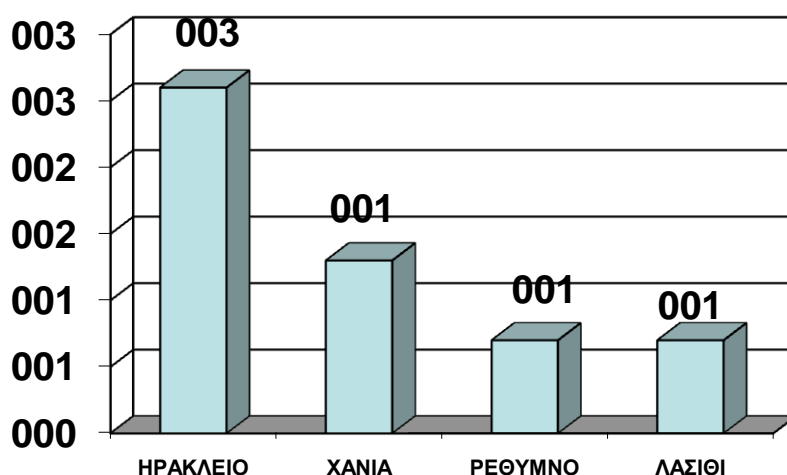
Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι η εκμετάλλευση του ορυκτού πλούτου της χώρας συμβάλλει ουσιαστικά στη περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας καθώς η εξορυκτική βιομηχανία δραστηριοποιείται κυρίως στη περιφέρεια και απασχολεί σημαντικό αριθμό εργαζομένων από τις τοπικές κοινωνίες.

Από τα στοιχεία που υπάρχουν φαίνεται ότι η εξορυκτική βιομηχανία ήταν ίσως ο μόνος κλάδος δραστηριοτήτων στην Ελλάδα που διατήρησε τα οικονομικά μεγέθη του παρά την οικονομική κρίση, πραγματοποιώντας νέες επενδύσεις και διατηρώντας τον αριθμό των εργαζομένων στις εταιρείες.

Ίσως η διατήρηση εγκαταστάσεων εξόρυξης να φαίνεται εξ' αντικειμένου ασύμβατη με την ανάπτυξη των όποιων μορφών τουρισμού, καθώς πολλές μονάδες εξόρυξης φαίνεται να βρίσκονται σε τουριστικές περιοχές και οποιαδήποτε δραστηριότητα θα μπορούσε να πλήξει τον τουρισμό από τον οποίο οι περιοχές αυτές εξαρτώνται. Έχει αποδειχθεί όμως ότι η ύπαρξη σημαντικών μονάδων εξόρυξης δημιουργεί μια κινητικότητα και κάνει γνωστή τη περιοχή ενισχύοντας τυχόν άλλες προοπτικές επισκεψιμότητας υπάρχουν.

### 3.3 Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Η Κρήτη αποτελεί μια από τις περιφέρειες με τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην οικονομική ζωή της χώρας καθώς η συμμετοχή της στο Εθνικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν κυμαίνεται περίπου στο 5,5%, η όπως φαίνεται και στο γράφημα για κάθε νομό ξεχωριστά σε



*Σχήμα η συμμετοχή όλων των τομέων στο ΑΕΠ για κάθε νομό της Κρήτης ξεχωριστά (πηγή: ΕΣΥ)*

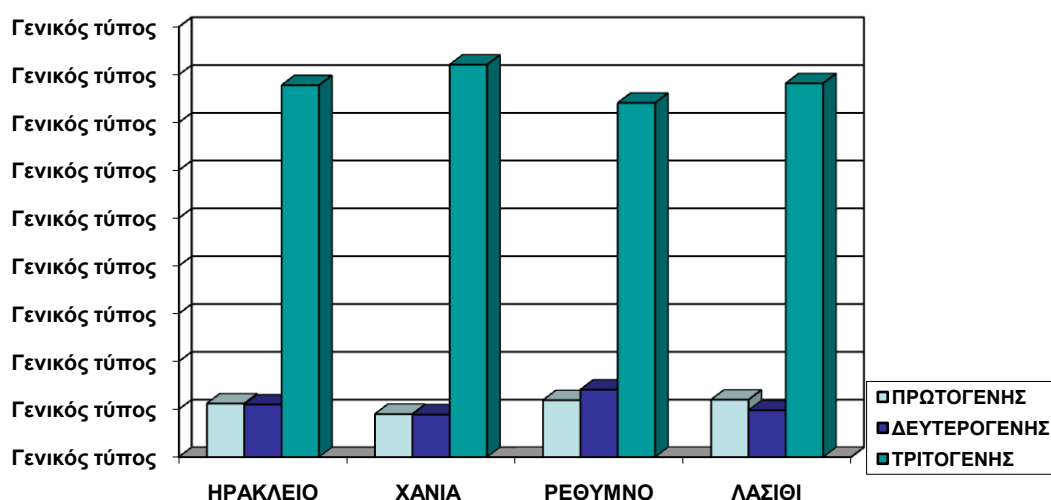
Αν δούμε τη συμμετοχή ξεχωριστά σε κάθε τομέα (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ, 2013)

Η συμμετοχή του πρωτογενή τομέα στη προστιθέμενη αξία του κλάδου έφθασε να είναι το 9,5% του συνόλου και μέχρι το 2013 βρίσκεται σταθερά σε συνεχή μείωση. Η πτώση αυτή συνδέθηκε κυρίως με την εγκατάλειψη παραδοσιακών καλλιεργειών, όπως αυτή της αμπελοκαλλιέργειας αλλά και της συνεχούς πτώσης των τιμών του ελαιολάδου και ορισμένων κηπευτικών προϊόντων.

Παράλληλα, ο κλάδος της κτηνοτροφίας είναι οργανωμένος με διάσπαρτο τρόπο, μικρό αριθμό κτηνοτροφικών μονάδων αλλά σημαντική παρουσία και προϋποθέσεις για την ανάπτυξη τυροκομικών προϊόντων. Στην

ανάπτυξη του κλάδου αυτού συντελεί ιδιαίτερα η παράδοση που υπάρχει από αρχαιοτάτων χρόνων καθώς και η γεωγραφική διαμόρφωση του εδάφους.

Σημαντική συμμετοχή όμως στη πτώση στον πρωτογενή τομέα έχει και η ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων σε πολλές περιοχές με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν οικονομικές ανισορροπίες στην ανάπτυξη του νησιού, που σήμερα χρειάζεται να καλυφθούν μέσα από διαφορετικές προσεγγίσεις.



*Σχήμα η συμμετοχή των τριών τομέων στο τοπικό εισόδημα κάθε νομού (πηγή: ΕΣΥ)*

Αντίθετα, η συμμετοχή του τουρισμού είναι υψηλή καθώς φθάνει το 20% του τουριστικού προϊόντος της χώρας., ενώ όσον αφορά το περιφερειακό ΑΕΠ αντιπροσωπεύει το 48% του συνόλου. Στο σχήμα φαίνεται καθαρά η διαφοροποίηση της συμμετοχής κάθε τομέα στο τοπικό εισόδημα και η συμμετοχή του τουρισμού στον τριτογενή τομέα ερμηνεύει την κραυγαλέα ανισορροπία που υπάρχει.

Ο νομός Ηρακλείου θεωρείται, ιστορικά ως ο οικονομικός και παραγωγικός κόμβος του νησιού καθώς συγκεντρώνει το 50% του πληθυσμού της Κρήτης, ενώ σε αυτόν παράγεται πάνω από το 55% % περίπου του ΑΕΠ του νησιού. Οι δραστηριότητες στον νομό είναι ένας συνδυασμός του

πρωτογενούς τομέα, και των υπηρεσιών με ιδιαίτερο ρόλο ανάμεσα τους για τον τουρισμό.

Στον πρωτογενή τομέα ο νομός Ηρακλείου έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα να διαθέτει μια μεγάλη και εύφορη πεδιάδα, τη πεδιάδα της Μεσαράς που από αρχαιοτάτων χρόνων ήταν μια από τις μεγαλύτερες παραγωγούς αγροτικών προϊόντων της χώρας. Με τη δημιουργία μαζικών θερμοκηπίων οι καλλιέργειες στη πεδιάδα παράγουν προϊόντα εκτός εποχής εξασφαλίζοντας στους παραγωγούς αγροτικό εισόδημα όλο τον χρόνο.

Μια άλλη μορφή αγροτικής καλλιέργειας με μεγάλα οικονομικά οφέλη και παγκόσμια φήμη είναι η ελαιοπαραγωγή με τη παραγωγή του περίφημου από την αρχαιότητα έξτρα παρθένου ελαιόλαδου. Η παραγωγή του ελαιόλαδου φθάνει τους 80-100 χιλιάδες τόνους τον χρόνο και μεγάλο τμήμα της παραγωγής αυτής προορίζεται για εξαγωγές.

Τρίτος μεγάλος παραγωγικός τομέας στην αγροτική παραγωγή είναι η αμπελουργία, παρά τη φθίνουσα πορεία της τα τελευταία 20 χρόνια.

Ύστερα από όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω διαφαίνεται ο σημαντικός ρόλος του πρωτογενούς τομέα παραγωγής στην τοπική ανάπτυξη, μόλις όμως τα τελευταία χρόνια έγινε συνείδηση η καταλυτική επίδραση του και στην δημιουργία ενός ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού χρειάζεται όμως η υλοποίηση μιας σειράς δράσεων, όπως

- ✓ Άμεσος προσανατολισμός των τοπικών παραγωγικών προϊόντων προς τις αγορές.
- ✓ Υπάρχει άμεση ανάγκη διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος και ανάπτυξης νέων μορφών τουρισμού του νομού με στόχο την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων.
- ✓ Δημιουργία νέων σχεδιασμών με έμφαση την ισόρροπη ανάπτυξη
- ✓ Μείωση του κόστους παραγωγής με την αντιμετώπιση του προβλήματος μικρού κλήρου μέσω
- ✓ του αναδάσμου καλλιεργειών αγροτικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων

- ✓ Εξασφάλιση βασικών έργων υποδομής, όπως: κάθετοι οδικοί άξονες σύνδεσης βορρά νότου, αγροτικό οδικό δίκτυο, δίκτυο παροχής ηλεκτρικής ενέργειας σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις, αρδευτικό δίκτυο
- ✓ Ισχυροποίηση του ποιοτικού πλεονεκτήματος των τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών με την εξασφάλιση ισχυρών πιστοποιητικών ποιότητας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

### Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#### 4.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Καθώς ο αγροτουρισμός αφορά την επιδίωξη για την ανάδειξη και τουριστική προβολή των δυνατών χαρακτηριστικών κάθε περιοχής και χώρας αλλάζει και το πώς η έννοια του "αγροτουρισμού" γίνεται κατανοητή σε κάθε διαφορετική περιοχή ή χώρα. Για τον λόγο αυτό ανατρέχοντας στη βιβλιογραφία μπορεί κάποιος να συναντήσει μια σειρά από ορισμούς για τον αγροτουρισμό όπως :

"Αγροτουριστική δραστηριότητα είναι κάθε πρακτική που έχει αναπτυχθεί σε μια περιοχή που έχει για στόχο την προσέλκυση επισκεπτών" (Barbieri & Mshenga 2008, σελ. 168) ή "Ένας συγκεκριμένος τύπος τουρισμού στον οποίο το σπίτι φιλοξενίας πρέπει να έχει ενσωματωθεί σε μια γεωργική εκμετάλλευση, κατοικείται από τον ιδιοκτήτη, και επιτρέπει στους επισκέπτες να λάβουν μέρος σε γεωργικές ή συμπληρωματικές δραστηριότητες που έχουν σχέση με τις δραστηριότητες του ιδιοκτήτη" (Marques 2006, σελ.151) ή "Αγροτικές δραστηριότητες, οι οποίες ενσωματώνουν ταυτόχρονα ένα περιβάλλον αγροτικών εργασιών μαζί με ένα συστατικό εμπορικού τουρισμού" (McGehee, 2007, σελ. 111) ή ακόμη "Ο Αγροτουρισμός αφορά τις τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες εκτελούνται σε μη-αστικές περιοχές από φυσικά πρόσωπα των οποίων η κύρια απασχόληση είναι ο πρωτογενής ή ο δευτερογενής τομέας της οικονομίας "(Ιακωβίδου, 1997, σελ. 44) ή" Ο Αγροτουρισμός είναι η παροχή τουριστικών ευκαιριών σε αγροκτήματα γεωργικών δραστηριοτήτων" (Wall, 2000, σελ. 14)

Σε όλες όμως τις ερμηνείες αναφέρεται ή υποδηλώνεται η έννοια της “αγροτικής δραστηριότητας”. Με τον όρο αυτό μπορεί να οριστεί κάθε δραστηριότητα που συνεπάγεται είτε τη καλλιέργεια του εδάφους και τη συλλογή των προϊόντων που παράγονται, ή την εκτροφή ζώων και τη παραγωγή προϊόντων από αυτά (Robinson, 2004). Φαίνεται λοιπόν η διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στην έννοια της αγροτικής δραστηριότητας και την έννοια της γεωργικής απασχόλησης. Για παράδειγμα η εκτροφή αλόγων για ιππασία είναι μια αγροτική δραστηριότητα αλλά η ύπαρξη των αλόγων ως υποβοηθητικό μέσο μεταφοράς της συγκομιδής ανήκει στις γεωργικές δραστηριότητες.

Σύμφωνα με την Lane (1994), τέσσερα κριτήρια ορίζουν τον αγροτικό τουρισμό. Τα κριτήρια αυτά αναφέρονται στον τουρισμό που

- ✓ πραγματοποιείται σε επιλεγμένες αγροτικές περιοχές,
- ✓ δημιουργήθηκε με δεδομένα τα ιδιάζοντα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των αγροτικών περιοχών
- ✓ εξυπηρετείται από μικρές σε μέγεθος υποδομές και
- ✓ αναπαριστά το πρότυπο των αγροτικών περιοχών (περιβάλλον, οικονομία, ιστορία και τοποθεσία).

Ένα θέμα που έχει γίνει προσπάθεια να γίνει πιο διακριτό είναι αν η παθητική παρακολούθηση των αγροτικών δραστηριοτήτων συνιστά έκφραση αγροτουρισμού ή απλά τουριστικό αξιοθέατο. Φαίνεται να έχει επικρατήσει η άποψη ότι θα πρέπει οι επισκέπτες να έχουν περισσότερα κοινά σημεία με τον αγρότη που διαχειρίζεται τη γη στην οποία οι δραστηριότητες αγροτουρισμού] λαμβάνουν χώρα, με πιο ισχυρό πρόκριμα τη συμμετοχή στις δραστηριότητες αυτές (Ιακωβίδου, 1997), αλλά συχνά η φύση της επαφής μεταξύ της γεωργίας και του τουρισμού αναφέρεται αλλά δεν ορίζεται συγκεκριμένα (Sharpley & Sharpley, 1997)

Με το να βασίζεται σε ένα αγρόκτημα εργασίας, τον τουρισμό έρχεται έμμεσα σε κάποια μορφή επαφής με τη γεωργία από την άποψη μιας κοινής φυσικής περιβάλλον.

Για το λόγο αυτό το επίπεδο των επαφών που έχουν με τις αγροτικές δραστηριότητες οι τουρίστες μπορεί να ποικίλλει σημαντικά και εν γένει μπορούν να χωρισθούν σε τρεις κατηγορίες: την άμεση επαφή, την έμμεση επαφή, και τη παθητική επαφή.

Η άμεση επαφή με κάποια αγροτική δραστηριότητα συνεπάγεται ότι οι αγροτικές δραστηριότητες είναι μια δυνατότητα που προσφέρεται προγραμματισμένα στους τουρίστες (π.χ. άρμεγμα μιας αγελάδας, ο τρύγος). Αντίθετα, η έμμεση επαφή δείχνει μια δευτερεύουσα σύνδεση με την αγροτική δραστηριότητα και η εμπειρία για τους τουρίστες έρχεται μέσα από την επαφή με τα προϊόντα που παράγονται (π.χ. η ψαρόσουπα κακαβιά, η παραγωγή κρασιού). Η παθητική επαφή με τις αγροτικές δραστηριότητες δηλώνει ότι ο τουρισμός και οι αγροτικές δραστηριότητες λειτουργούν ανεξάρτητα και μόνο κοινό στοιχείο είναι η τοποθεσία που αυτές πραγματοποιούνται.

Η γνησιότητα, μέσα στο πλαίσιο των τουριστικών εμπειριών, είναι κάτι ανάλογο με αυτό που συμβαίνει σε μία όπερα. Μπροστά υπάρχει ο θίασος που εκτελεί το μουσικό έργο και οι θεατές που απολαμβάνουν το άκουσμα, ενώ πίσω υπάρχουν όλες εκείνες οι δραστηριότητες που στήριξαν την εκτέλεση του έργου. Οι θεατές βλέπουν μόνο το θίασο (MacCannell, 1973). Σε αναλογία, στον αγροτουρισμό γίνεται προσπάθεια να αναπαραχθεί η αυθεντικότητα μέσα από ρυθμίσεις και δράσεις που δείχνουν αυθεντικές (οινικές διαδρομές, πρότυπα αγροκτήματα) αλλά οι επισκέπτες, για να έχουν τη πλήρη αίσθηση της αυθεντικότητας θα πρέπει να μπορούν να επισκεφθούν και το πίσω μέρος όπου γίνεται η προετοιμασία.

Απόρροια αυτής της διπλής θεώρησης είναι ότι η αντίληψη των αγροτών και η τουριστική αντίληψη για τη γνησιότητα των εκδηλώσεων μπορεί να είναι αρκετά διαφορετικές μεταξύ τους, κυρίως γιατί η αρχική σημασία που τους αποδίδεται μπορεί να είναι από το ξεκίνημα αρκετά διαφορετική. Στοιχεία των καθημερινών δραστηριοτήτων που για τον αγρότη έχουν δευτερεύουσα σημασία για τον τουρίστα έχουν σημαντική αξία. Όταν ο αγρότης για παράδειγμα ανεβαίνει με τα κοπάδια του και ζει σαν ερημίτης στα βουνά λίγη σημασία δίνει στην αισθητική του χώρου του. Για τον τουρίστα πολλές φορές η εικόνα των μαντριών είναι αποτρεπτική για να τα

επισκεφθεί. Άλλη γεύση έχει η κακαβιά που θα ετοιμάσουν οι ψαράδες πάνω στο κάϊκι με θαλασσινό νερό για να βράσουν τα ψάρια και άλλη μια καλοσερβιρισμένη κακαβιά έστω και σε ένα καλό εστιατόριο της πόλης.

Ωστόσο, τελικά, μια αυθεντική εμπειρία των αγροτικών δραστηριοτήτων μπορεί να έχουν μόνο οι τουρίστες, που συμμετέχουν άμεσα σε δραστηριότητες που ασκούνται όπως ασκούνται καθημερινά. Όμως η προοπτική των τουριστών να ζήσουν μια αυθεντική αγροτική δραστηριότητα είναι αρκετά σπάνια και συνήθως περιλαμβάνει τη φυσική συμμετοχή τους σε συγκεκριμένα καθήκοντα που σχετίζονται με αυτήν. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων όπου οι τουρίστες μπορούν να έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε άμεση επαφή με αυθεντικά αγροτικές δραστηριότητες θα υπάρξει τουλάχιστον κάποιο στοιχείο “λείανσης” της πραγματικότητας.

## **4.2 Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σε μεγάλο βαθμό ο αγροτουρισμός έρχεται να στηρίξει τις αδύναμες και υποβαθμισμένες αγροτικές περιοχές ενσωματώνοντας κάποιες διαφοροποιημένες δραστηριότητες που είναι θεμελιωμένες πάνω στις τοπικές συνήθειες αλλά παράλληλα είναι και συμπληρωματικές προς τις κύριες πηγές εισοδημάτων τους.

Ο ορισμός της αγροτικής περιοχής βασίζεται σε καθορισμένα κριτήρια. Κάποια από τα κριτήρια αυτά όπως ο πληθυσμός αλλά και η πυκνότητα του, οι διάφορες χρήσεις γης για γεωργία ή κτηνοτροφία, τα δάση μπορεί να έχουν οικονομική σημασία. Ταυτόχρονα όμως υπάρχουν και κάποια ποιοτικά στοιχεία που συντελούν στο να ορισθεί μια περιοχή ως αγροτική και αυτά είναι στοιχεία από τη πολιτιστική κληρονομία, και η κοινωνική ταυτότητα της περιοχής.

Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού βασίζεται κατ’ εξοχήν στη διαπροσωπική σχέση μεταξύ του κατοίκου της υπαίθρου και του ταξιδιώτη, ο οποίος σύντομα γίνεται από φιλοξενούμενος εγκάρδιος φίλος.

### 4.3 Η ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ

Οι παράγοντες που καθορίζουν, αν μια περιοχή είναι ελκυστική και προσφέρεται για τουριστική εκμετάλλευση είναι ένα θέμα που εξετάζεται συχνά στις σχετικές μελέτες, αλλά πολύ συχνά προσεγγίζεται από διαφορετικές κατευθύνσεις, έχει δε σχεδόν κάθε φορά μια σχετική έννοια (Kruczek, Sacha 1994). Κάποιοι υποστηρίζουν ότι η ελκυστικότητα μιας περιοχής

είναι μια σύνθετη έννοια που προσδιορίζεται από δύο κύριους παράγοντες που είναι, η ποιότητα των οδών πρόσβασης και η παροχή ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών κατά τη διαμονή. Πολύ συχνά η ελκυστικότητα μιας περιοχής υποδηλώνει τη δυνατότητα ανάπτυξης πολλών και διαφορετικών μορφών τουρισμού. Αν μια περιοχή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη πολλών διαφορετικών μορφών τουρισμού αποκτά ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που της επιτρέπει να αναπτύξει πιο εύκολα κάθε μορφή τουριστικής δραστηριότητας. Η Κρήτη είναι η πιο αντιπροσωπευτική ίσως περίπτωση μιας περιοχής με τεράστια συγκριτικά πλεονεκτήματα.

Αν όμως τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της ελκυστικότητας μιας περιοχής είναι εν γένει κατανοητά είναι δύσκολο να γίνει ένας ποσοτικός προσδιορισμός των επιμέρους στοιχείων της τουριστικής ελκυστικότητας αυτών δηλαδή των χαρακτηριστικών που θεωρούνται ως βασικές τουριστικές αξίες. Αυτές οι αξίες είναι εκείνες που ωθούν τους τουρίστες για να επισκέπτονται συγκεκριμένα μέρη ή περιοχές. Πόσο όμως ένα φυσικό τοπίο παραμένει ελκυστικό όταν η εικόνα του αλλοιώνεται από μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, έστω και αν αυτά προσπαθούν να διατηρήσουν την ενότητα του φυσικού χώρου. Από την άλλη πλευρά όμως πως ένας τουρίστας θα επιλέξει για τουριστικό προορισμό μια περιοχή που δεν θα του προσφέρει μια άνετη διαμονή. Και πώς σε ένα συγκεκριμένο τόπο θα μπορέσουν να βρουν άνετα καταλύματα όλοι όσοι θα θελήσουν να τον επισκεφθούν. Τρία ερωτήματα που δεν έχουν μια μόνο απάντηση, αλλά που θα πρέπει να συναπαντηθούν.

Οι τουριστικές αξίες μπορούν ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους να χωρισθούν σε ομάδες :

Η πρώτη ομάδα είναι οι αξίες που σχετίζονται με μια αναπαικτική διαμονή. Αυτές αποτελούν και τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης και εξαρτώνται άμεσα από τις υποδομές που υπάρχουν στο φυσικό περιβάλλον.

Η δεύτερη ομάδα αφορά τις αξίες που σχετίζονται με το τι θέλουν οι επισκέπτες να δούν και να απολαύσουν στη περιοχή και στη περίπτωση αυτή έχει σημασία ο τρόπος που αυτό τους παρουσιάζεται και πως αυτό αναδεικνύεται.

Η τρίτη ομάδα αξιών έχει σχέση με τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής και πως αυτό έρχεται και δένει παράλληλα με τις ανάγκες των τουριστών. Σε αυτή την τρίτη ομάδα τουριστικών αξιών έρχεται να απαντήσει η ανάπτυξη του αγροτουρισμού.

## **4.4 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **4.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Όπως αναφέρθηκε ο αγροτουρισμός στοχεύει να συνδυάσει δύο βασικούς τομείς της Ελληνικής οικονομίας που είναι η πρωτογενής παραγωγή, κυρίως η αγροτική οικονομία, και ο τουρισμός. Το κρίσιμο στοίχημα για τον Ελληνικό τουρισμό είναι να μπορέσει να μειώσει την εποχικότητα του, και να αυξήσει το μέσο ποσό τουριστικής δαπάνης ανά επισκέπτη, να αποκτήσει δηλαδή ποιοτικό τουρισμό.

Αμφότεροι οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν με ένα εξειδικευμένο ποιοτικό τουρισμό ο οποίος θα αναδεικνύει το ιδιαίτερο αλλά παράλληλα και αυθεντικό πρόσωπο της χώρας. Αυτή η μορφή τουρισμού, θα στηρίζεται στις αρχές του αγροτουρισμού και θα αναδεικνύει τα τοπικά ήθη και έθιμα, τη φυσική παράλληλα με την πολιτιστική ομορφιά της κάθε περιοχής, τα τοπικά προϊόντα και συνάμα τη μοναδικότητα της.

Μέχρι σήμερα, λίγες είναι οι δράσεις που λειτουργώντας ολιστικά και βάσει ενός σύγχρονου θεσμικού πλαισίου, δημιούργησαν τις κατάλληλες βάσεις

ανάπτυξης ενός αποτελεσματικού εναλλακτικού τουρισμού και δεν δημιούργησαν μια άναρχη ανάπτυξη της υπαίθρου. Τα επιτυχημένα παραδείγματα λιγιστά και άξια αναφοράς : οι Πρέσπες, παράλληλα με τον συνεταιρισμό τους, η Δαδιά Σουφλίου και η πόλη του Σουφλίου με τη παράδοση στη καλλιέργεια του μεταξιού, το Νυμφαίο με τον Αρκτούρο. Κοινό χαρακτηριστικό τους βλέπουμε ότι είναι η ανάδειξη ενός πρωτότυπου χαρακτηριστικού παράλληλα με τη φυσική ομορφιά κάθε τόπου. Η Ελλάδα με τη μεγάλη οικιστική της διασπορά, με τις ακτογραμμές και τα πολλά νησιά της, το εναλλασσόμενο φυσικό τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές της συνθήκες, συγκεντρώνει όλες τις προϋποθέσεις για ανάπτυξη μιας πλατιάς κλίμακας μορφών αγροτουρισμού.

#### **4.4.2 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Οι κύριες μορφές άμεσου αγροτουρισμού στην Ελλάδα είναι οι εξής :

- ✓ Οι επισκέψεις σε χωριά μοναδικής φυσικής ομορφιάς
- ✓ Οι επισκέψεις παραδοσιακών οικισμών που αναδεικνύουν μια ξεχωριστή αρχιτεκτονική που ενδιαφέρει τους κατοίκους αστικών περιοχών
- ✓ Ο αγροτουρισμός σε επιλεγμένες προστατευόμενες περιοχές, οι οποίες έχουν και εκπαιδευτικό χαρακτήρα κυρίως σε θέματα οικολογίας.
- ✓ Οι επισκέψεις σε περιοχές όπου υπάρχουν συνεταιριστικοί τόποι διαμονής που προσφέρουν τα δικά τους προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι μορφές αγροτουρισμού που επικρατούν σε άλλες χώρες, και έχουν ως βάση για τις δραστηριότητες που αναπτύσσουν μια αγροτική φάρμα και τους ιδιοκτήτες της δεν μπορούν να εφαρμοστούν εύκολα στην Ελλάδα, κυρίως για λόγους λειτουργικούς. Αυτό συμβαίνει, διότι η Ελλάδα ιστορικά δεν διαθέτει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις (αγροκτήματα) που θα μπορούσε να τις εκμεταλλευτεί, αλλά ούτε και συγκροτημένη αγροτική επιχειρηματική βάση που να δικαιολογεί την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προγραμμάτων (Βενετσανοπούλου, 2006). Τα τελευταία χρόνια όμως κάτι μοιάζει να αλλάζει στον τομέα αυτό και δειλά –δειλά γίνονται οι πρώτες

προσπάθειες χωρίς όμως να λησμονηθεί ότι ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα, στηρίζεται σε μια άλλη βάση και είναι συνδεδεμένος με την τοπική ιδιαιτερότητα κάθε περιοχής (την οικονομική δομή της περιοχής, τη γεωργική παραγωγή, το αγροτικό εισόδημα) και το βαθμό ανάπτυξης τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (Μαργαριτάκη, 2013).

#### **4.4.3 ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Για την καλύτερη κατανόηση των παραγόντων που έχουν σημασία για την επιτυχία ενός αγροτουριστικού πειράματος ένας αποτελεσματικός τρόπος είναι να μελετηθούν οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας στον τουρισμό καθώς και στη αγροτική παραγωγή με τη σκέψη ότι ο αγροτουρισμός είναι ένας συνδυασμός αυτών των δύο διαφορετικών τομέων της οικονομίας. Αυτό που προέκυψε από την σύνδεση αυτή ήταν μια σειρά κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας που πρέπει να ισχύουν για να έχει επιτυχία ένα αγροτουριστικό πείραμα. Ότι συμπεράσματα βγαίνουν ατομικά για κάθε μια αγροτουριστική προσπάθεια ισχύουν και για μια περιοχή στην οποία υπάρχουν πολλές επιμέρους μονάδες αγροτουρισμού. Στη συνέχεια αναφέρονται οι πιο χαρακτηριστικοί από τους παράγοντες αυτούς.

1. Ο αγροτουρισμός είναι μια συμπληρωματική απασχόληση και δεν υποκαθιστά τη κύρια απασχόληση που είναι οι αγροτικές δραστηριότητες.
2. Η ευνοϊκή γεωγραφική θέση ( κοντά σε άλλες δραστηριότητες)
3. Ταυτόχρονα θα πρέπει η ανάπτυξη του Αγροτουρισμού να είναι συμπληρωματική και όχι ανταγωνιστική προς τις άλλες μορφές τουρισμού
4. Να έχει δημιουργηθεί μια οργανωμένη υποδομή στήριξης (οργανωτικές δομές, διαφήμιση, μάρκετινγκ) ώστε να υπάρχει ενημέρωση για τις εξελίξεις που καθημερινά εμφανίζονται, και να γίνονται κατανοητές οι ανάγκες και οι επιθυμίες των επισκεπτών που αναμένονται



5. Να υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ των αγροτικών και των τουριστικών δραστηριοτήτων και να μην υποκαθιστούν η μια την άλλη
6. Να υπάρχει διάχυτη μια ατμόσφαιρα φιλικότητας και άνεσης, ενώ ταυτόχρονα θα πρέπει να γίνει και η κατάλληλη εκπαίδευση όσων θα συμμετέχουν στα προγράμματα
7. Να υπάρχει διάθεση προσαρμογής και βελτίωσης βασισμένη στις υποδείξεις των επισκεπτών. Ίσως αυτό να είναι για τις Ελληνικές αγροτουριστικές επιχειρήσεις και το πιο δύσκολο να επιτευχθεί καθώς δεν είναι στη κουλτούρα του Έλληνα να δέχεται ότι πρέπει να αλλάζει ακούγοντας και μαθαίνοντας από τους άλλους, όπως στη περίπτωση αυτή τους επισκέπτες.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

### Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

#### 5.1 ΓΕΝΙΚΑ

Η επιλογή του σωστού μίγματος των προσφερομένων τουριστικών δραστηριοτήτων για μια περιοχή που διαθέτει πολλές και ενδιαφέρουσες προτάσεις δεν είναι εύκολη υπόθεση. Ο νόμος Ηρακλείου είναι από τις περιοχές εκείνες που διαθέτουν ένα ευρύ φάσμα τουριστικών προτάσεων που μπορούν να ικανοποιήσουν κάθε ιδιαίτερη απαίτηση και επιλογή. Είναι όμως σημαντικό να γίνεται κάθε φορά η σωστή επιλογή καθώς αυτή είναι πολύ σημαντική για να υπάρχει μια επιτυχημένη τουριστική σεζόν για τη περιοχή του Νομού Ηρακλείου.

Όμως η κατάλληλη ανθρώπινη υποδομή είναι απαραίτητη για την αντιμετώπιση ενός μεγάλου φάσματος προκλήσεων, ευκαιριών και απειλών, που θα καθορίσουν τη μελλοντική επιτυχία του τουριστικού κλάδου. Οι δραστηριότητες της πρωτογενούς παραγωγής είτε καταλήγουν να είναι ευκαιρίες ή απειλές μπορεί κάλλιστα να εξαρτώνται από το πώς οι υπεύθυνοι που τις διαχειρίζονται αντιδρούν σε αυτές. Υπάρχει επομένως ανάγκη για να υπάρχει ένας κεντρικός φορέας διαχείρισης θεμάτων παραγωγής για τουριστική εκμετάλλευση, ενός φορέα που θα είναι πιο οργανωμένος και θα έχει ενιαία αντιμετώπιση και να μιλήσει με μία φωνή, έτσι ώστε να μπορεί να έχει μεγαλύτερη επίδραση στην νομοθεσία χάραξης πολιτικής διαδικασίας και την επιλογή κινήτρων και επιχορηγήσεων που θα υποβοηθήνε το τελικό στόχο. Όλα αυτά έχουν θεμελιώδη πρακτική αξία όπως φαίνεται και από ένα παράδειγμα που συνέβη πρόσφατα στην Ελληνική νησιωτική χώρα.

Τα τελευταία χρόνια, σε μια προσπάθεια για να υποστηριχθούν οι πληθυσμοί των ψαριών και να προστατευθεί ο θαλάσσιος βυθός η Ευρωπαϊκή Ένωση έδωσε επιδοτήσεις για την απόσυρση των αλιευτικών σκαφών. Η κίνηση αυτή είχε σαν αποτέλεσμα να καταστραφούν πολλά

σκάφη κάποια από τα οποία ήταν αριστουργήματα ναυπηγικής τέχνης και σκάφη υψηλής αισθητικής. Τα περισσότερα από τα χρήματα των επιδοτήσεων ξοδεύτηκαν στη δημιουργία μικρών τουριστικών καταλυμάτων για τα οποία όμως δεν έφθαναν τα χρήματα για κάτι σωστά οργανωμένο. Πολλά μικρά ή μεγάλα λιμάνια “άδειασαν” από σκάφη παρουσιάζοντας μια κενή εικόνα αμφίβολης αισθητικής. Αν όμως, υπήρχε ένας φορέας που θα επέλεγε να διατηρήσει κάποια διαλεγμένα σκάφη αραγμένα στα λιμάνια, πληρώνοντας αντί για επιδότηση ένα ενοίκιο στους κατόχους τους τότε η εικόνα των λιμανιών θα ήταν βελτιωμένη και κάθε σκάφος θα μπορούσε να “διηγηθεί” σε επισκέπτες τη δική του ιστορία.

Ο ίδιος φορέας θα μπορούσε να βοηθήσει τις μικρές ατομικές μονάδες φιλοξενίας στον άνισο αγώνα τους απέναντι στα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα μαζικού τουρισμού. Από μόνες τους οι μονάδες αυτές δεν έχουν τους πόρους για να ανταγωνιστούν άμεσα με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις και τα μεγάλα πρακτορεία. Ο φορέας μπορεί χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρει το Διαδίκτυο, να αναδείξει τις αρετές των μικρών καταλυμάτων όπως είναι η διαφοροποίηση, το ενδιαφέρον, η προσωπική εξυπηρέτηση (Swarbrooke, 2001).

## **5.2 ΟΙ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΕΣ**

Είναι γνωστό ότι η Ευρωπαϊκή γεωργία βρίσκεται σε κρίση, ειδικά τα τελευταία χρόνια, εξ’ αιτίας γενικότερων καταστάσεων οι οποίες διαμορφώνονται διεθνώς αλλά και των πολιτικών που ακολουθούνται. Κάθε τόσο ακούγονται διατροφικά σκάνδαλα, αποσύρσεις προϊόντων, μεταλλαγμένες τροφές και άλλες ειδήσεις και γεγονότα.

Είναι αναγκαίο να γίνει ένας γενικός διαχωρισμός της Ευρωπαϊκής γεωργίας σε δύο μοντέλα γιατί είναι διαφορετικά τα προβλήματα σε καθένα από τα μοντέλα αυτά.

Η Ευρώπη γνώριζε έως πολύ πρόσφατα δύο είδη γεωργίας.

Μία «κλασική γεωργία» που εφαρμόζεται στο μεγαλύτερο μέρος του Ευρωπαϊκού χώρου και είναι η βιομηχανική γεωργία, η γεωργία της

μεγάλης παραγωγής, η οποία βασίζεται στην εντατικοποίηση και στην αυξημένη αποδοτικότητα με τεχνικές βελτίωσης των καλλιεργειών, και

Μία «παραδοσιακή γεωργία» στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές, π.χ. ορεινές, ή νησιωτικές, όπως είναι αυτές στη Κρήτη. Στη κατηγορία αυτή ανήκουν και οι μικρές κατατεμημένες καλλιέργειες που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Το πρώτο μοντέλο της βιομηχανικής γεωργίας είναι αυτό που γνωρίζει κρίση καθώς δέχθηκε καίριο κτύπημα στο βασικό χαρακτηριστικό του, που είναι η ποιότητα και η υγιεινή των τροφίμων.. Αυτόματα το μειονέκτημα του πρώτου μοντέλου μπορεί να γίνει το μεγάλο πλεονέκτημα του δεύτερου μοντέλου, αρκεί να γίνουν ορισμένα προσεκτικά βήματα βελτίωσης και να αποδώσει η παραδοσιακή γεωργία προϊόντα, τρόφιμα εγγυημένης ποιότητας που να καλύπτουν τις απαιτήσεις του σύγχρονου καταναλωτή.

Για να γίνει αυτό χρειάζονται όμως δύο προϋποθέσεις. Η πρώτη είναι να μάθει ο κόσμος τις δυνατότητες που υπάρχουν και η δεύτερη και πιο βασική είναι να ξεκινήσει η τυποποίηση των προϊόντων.

Με την ενίσχυση του εναλλακτικού τουρισμού η πρώτη προϋπόθεση έχει την ευκαιρία της. Για το Νομό Ηρακλείου αναφέρονται στη συνέχεια οι παραγωγικές δραστηριότητες εκείνες που μπορούν να αποδώσουν αναμφισβήτητα οφέλη στην τοπική οικονομία και κοινωνία. Στη προσπάθεια για μια ολοκληρωμένη κατανόηση των αναφορών που γίνονται στη συνέχεια παραθέτουμε το χάρτη της περιοχής του Νομού Ηρακλείου.



**Φωτογραφία 5.1 ο γεωγραφικός χάρτης του Νομού Ηρακλείου (πηγή :  
www.roomingreece.com)**

Εύκολα διαπιστώνουμε ότι ο νομός είναι βασικά πεδινός και μόνο στα σύνορα με τους άλλους νομούς υπάρχουν βουνά. Πράγματι, στα σύνορα με τον νομό Ρεθύμνου βρίσκεται ο Ψηλορείτης και το οροπέδιο της Νίδας σε υψόμετρο 1400 μέτρων, ενώ στα σύνορα με τον νομό Λασηθίου βρίσκονται οι βουνοπλαγιές της Δίκτης.

### **5.3 ΤΟ ΜΑΖΕΜΑ ΤΗΣ ΕΛΙΑΣ**

Στην Κρήτη, η ελιά φαίνεται πως βρίσκει τις πιο ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξή της καθώς προτιμάει το ήπιο μεσογειακό κλίμα. Αγαπά τον ήπιο μεσογειακό χειμώνα και ρουφάει άπληστα το δυνατό μεσογειακό φως. Είναι ένα εύκολο στη καλλιέργεια του δέντρο χωρίς μεγάλες απαιτήσεις. Της αρέσει η υγρασία αλλά μπορεί να επιβιώσει και σε συνθήκες μεγάλης ξηρασίας. Αναπτύσσεται καλύτερα στα γόνιμα εδάφη, όμως και στα πιο άγονα, ξερά, και πετρώδη εδάφη όπως εκείνα της Κρήτης μπορεί να ριζώσει και να δώσει καρπούς.

Ο νομός Ηρακλείου είναι διάσπαρτος από ελαιοπερίβολα και η καλλιέργεια της ελιάς αποτελεί τη πρώτη γεωργική απασχόληση στη περιοχή. Το 30-35% των ελαιώνων της Κρήτης βρίσκονται σε πεδινές περιοχές, κοντά σε μικρά χωριά και αρδεύονται. Μια ποικιλία, η Κορωνεϊκή (η Λαδολιά η Ψιλολιά) κυριαρχεί και καταλαμβάνει σήμερα το 85% των ελαιώνων του νησιού. Πρόκειται για μια ποικιλία που παράγει μικρούς άλλα άφθονους καρπούς, σχεδόν κάθε χρόνο και θεωρείται σαν μια από τις πιο παραγωγικές ποικιλίες του κόσμου. Κάθε λιόδενδρο, ανάλογα με το μέγεθος του και την χρονιά, μπορεί να δώσει από 1 μέχρι και 150 κιλά λάδι το χρόνο. Οποσδήποτε όμως τα καλά φροντισμένα καρποφόρα δένδρα αποδίδουν συνήθως από 8 -10 κιλά κάθε χρόνο. Η απόδοση του καρπού σε λάδι εξαρτάται από την ποικιλία, το ποσοστό της καρποφορίας που έχουν τα δένδρα, αλλά και από την κατάσταση της ωριμότητας του καρπού κατά την

περίοδο που γίνεται η συγκομιδή. Έτσι ένα κιλό λάδι μπορεί να παραχθεί από 3-7 κιλά Κρητικές ελιές.



**Φωτογραφία 5.2 η εικόνα ενός αιωνόβιου δέντρου ελιάς**

Η συγκομιδή της ελιάς αρχίζει στις αρχές Νοεμβρίου και διαρκεί το αργότερο μέχρι τις αρχές Ιανουαρίου. Πρόκειται για μια περίοδο κατά την οποία η τουριστική κίνηση στο νησί έχει νεκρωθεί, χωρίς όμως ο καιρός να έχει γίνει απαγορευτικός για τη παραμονή στην ύπαιθρο.

Η εύκολη πρόσβαση που υπάρχει για να φθάσει κάποιος τα ελαιοπερίβολα της περιοχής, η απουσία της ανάγκης για εξειδικευμένες γνώσεις για το μάζεμα, η γραφικότητα που υπάρχει στα παραδοσιακά ελαιοτριβεία και η διάχυτη φήμη που υπάρχει για το κρητικό ελαιόλαδο κάνουν το “μάζεμα και το πάτημα της ελιάς “ ένα ελκυστικό συμπλήρωμα σε μια μορφή τουρισμού που μόλις αρχίζει και αναπτύσσεται. Το μάζεμα της ελιάς έχει αρχίσει να ενσωματώνεται στο πλέγμα των τουριστικών δράσεων του αγροτουρισμού-οικοτουρισμού και ως εναλλακτική επιλογή των διακοπών κοντά στη φύση. Σε αυτή τη μορφή τουρισμού ο τουρίστας μπορεί να βοηθήσει στο μάζεμα της ελιάς και τη μεταφορά της σε κάποιο παραδοσιακό ελαιοτριβείο για την παραγωγή του πολύτιμου ελαιόλαδου. Εκεί θα μνηθεί στο παραδοσιακό τρόπο εξαγωγής του πολύτιμου ελαιόλαδου και μετά το άλεσμα μπορεί να πάρει μαζί του, ως είδος αμοιβής,

μια ποσότητα λαδιού ή ακόμη και να γεμίσει με το φρέσκο ελαιόλαδο μπουκάλια που θα φέρουν την προσωπική του ετικέτα.

Το τέλος της μαζέματος της ελιάς σηματοδοτεί το ξεκίνημα για ένα πλούσιο φαγοπότι και γλέντι, ανταμοιβή της προσπάθειας όσων συμμετείχαν και παράλληλα ένα μπόλιασμα με άλλες παραδοσιακές δραστηριότητες φαγητού, γλεντιού και διασκέδασης. Η έμπρακτη συνεισφορά αφήνει ένα ανείπωτο αίσθημα ικανοποίησης σε όσους συμμετείχαν, ενώ το άφθονο φρέσκο ελαιόλαδο, δίνει ξεχωριστή γεύση στα φαγητά που σερβίρονται.

Σήμερα, η σχέση του επισκέπτη με την ελιά και το ελαιόλαδο δεν περιορίζεται στο μάζεμα μόνο. Με τον αγροτουρισμό παρέχεται στον τουρίστα η δυνατότητα να «υιοθετήσει» ο επισκέπτης ένα ή περισσότερα ελαιόδεντρα αποκτώντας το σχετικό πιστοποιητικό με πληροφορίες για τις συγκεκριμένες ελιές, ενώ μάλιστα κάθε χρόνο θα του αποστέλλεται και το ελαιόλαδο που παράγεται από τα υιοθετημένα δέντρα ([www.olivetreeroute.gr](http://www.olivetreeroute.gr))

Η περιφέρεια Ηρακλείου συμμετέχει στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Well-Olive που έχει στόχο τη προβολή διακρατικών προϊόντων θεματικού τουρισμού της υπαίθρου γύρω από δραστηριότητες ευεξίας κατά μήκος των Ευρωπαϊκών Δρόμων της Ελιάς.

Το έργο έχει θέσει κάποιους σημαντικούς και ενιαίους στόχους ([www.olivetreeroute.gr](http://www.olivetreeroute.gr))

- ✓ διαφοροποίηση της διακρατικής προσφοράς βιώσιμου τουρισμού και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό,
- ✓ προώθηση καινοτομίας και αξιοποίηση νέων τεχνολογιών πληροφορικής στον τουριστικό τομέα
- ✓ εναρμόνιση με τις μεταβαλλόμενες προσδοκίες της αγοράς και ενίσχυση δεξιοτήτων για τους επαγγελματίες και τους εργαζομένους στον τουριστικό τομέα
- ✓ ενίσχυση της συνεργασίας και του διαλόγου σε ευρωπαϊκό επίπεδο και ανάπτυξη της κοινής ευρωπαϊκής κληρονομιάς του Ελαιολάδου και της

Ελιάς, σύμβολο ειρήνης, ευημερίας, φιλίας και κοινωνικού διαλόγου, συμβάλλοντας έτσι στην προστασία και διατήρησή της στο μέλλον

✓ ενθάρρυνση μεταφοράς καλών πρακτικών μεταξύ μελών και φορέων κατά μήκος των Δρόμων της Ελιάς.

Ουσιαστικά όμως εκείνο που θα δώσει ώθηση στον ελαιοτουρισμό είναι η ανάδειξη του ελαιόλαδου ως κύριου συστατικού της κρητικής διατροφής. Όπως θα δούμε στη συνέχεια ιστορικά αλλά και επιστημονικά έχει αποδειχθεί η σημασία που έχει η κρητική διατροφή για την ανθρώπινη υγεία. Πρέπει όμως να γίνει κατανοητό ότι χρειάζεται να υπάρχει η καταλληλη ενημέρωση. Καλύτερη ενημέρωση και διαφήμιση από τη κουζίνα των ξενοδοχειακών μονάδων δεν υπάρχει, αλλά δυστυχώς σήμερα πολύ λίγες μονάδες χρησιμοποιούν το κρητικό ελαιόλαδο στη Παρασκευή των φαγητών τους για λόγους κόστους. Ενδεικτικά στις ξενοδοχειακές μονάδες 4 και 5 αστέρων υπολογίζεται ότι η κατανάλωση ελαιόλαδου είναι το 23% της συνολικής κατανάλωσης ελαίων, το υπόλοιπο ποσοστό αντιστοιχεί στα σπορέλαια. Μόνο αν περάσουν σε όλους το μήνυμα ότι το κρητικό ελαιόλαδο είναι ένας κρίκος στην αλυσίδα των όσων προσφέρουν τα ξενοδοχεία θα αρχίσει να δημιουργείται η κρίσιμη μάζα πληροφόρησης που θα φέρει στο κρητικό ελαιόλαδο την αναγνωρισιμότητα που του ανήκει.

## **5.4 ΟΙ ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ**

Με την αμπελουργία στην Κρήτη να αναφέρεται ιστορικά εδώ και πάνω από 4.000 χρόνια, υπάρχει για τη παραγωγή κρασιών ένας εύκολος τρόπος προβολής τους στους ξένους επισκέπτες της περιοχής. Η πρόσκληση που τους γίνεται είναι να ακολουθήσουν τα « αρχαία μινωικά μονοπάτια του κρασιού, από την εποχή που οι αρχαίοι κάτοικοι της Κρήτης καλλιεργούσαν τα αμπέλια και μετέφεραν τα φημισμένα κρασιά τους μέσα σε αμφορείς σε όλη τη Μεσόγειο» και ακούγεται με ενδιαφέρον σε όλους όσους έχουν ανακαλύψει τη γοητεία του οινοτουρισμού.





***Εικόνα 5.3 μια χαρακτηριστική εικόνα τοπίου με αμπελίστην εξοχή της Κρήτης***

Σήμερα, οι δρόμοι του κρασιού στον Νομό Ηρακλείου περνούν μέσα από αιώνιους αμπελώνες, ιστορικά χωριά, παλιά μοναστήρια, αρχαιότητες, αξιοθέατα σύγχρονου πολιτισμού με ενδιαμέσες στάσεις σε όλα τα επισκέψιμα οινοποιεία της περιοχής. Πολλές διαδρομές βρίσκονται κοντά στη πόλη του Ηρακλείου, και προσφέρονται για ολιγόωρες εξερευνήσεις, ενώ επιτρέπουν παράλληλα στον επισκέπτη να μην χάσει την επαφή με τη θάλασσα.

Η πιο χαρακτηριστική από τις διαδρομές αυτές είναι η διαδρομή Ηράκλειο-Αρχάνες- Πεζά-Χουδέτσι, μήκους 38 χιλιομέτρων. Στην αρχή της διαδρομής βρίσκεται ο αρχαιολογικός χώρος της Κνωσού, αδιαπραγμάτευτος τόπος επίσκεψης όλων των τουριστών που επισκέπτονται τη Κρήτη. Συνεχίζοντας νότια συναντάει κάποιος πρώτα τη κοιλάδα της Κνωσού όπου ξεκινάνε να εμφανίζονται οι πρώτοι αμπελώνες και στη συνέχεια διασχίζοντας ένα υπέροχο αγροτικό τοπίο με τους αμπελώνες να αναπτύσσονται στις πλαγιές της κοιλάδας φθάνει στις Αρχάνες ένα από τους πλέον ανθηρούς αγροτικούς οικισμούς της Ελλάδας με βαθιές ρίζες στην μινωική αρχαιότητα και με μεγάλη οινοπαραγωγική παράδοση.

Συνεχίζοντας νοτιότερα, ο επισκέπτης βρίσκεται στον εγκαταλειμμένο σήμερα οικισμό του Βαθύπετρου, όπου βρίσκεται το Μινωικό Μέγαρο με το σταφυλοπιεστήριο, ένα από τα σημαντικότερα μνημεία της μινωικής

περιόδου, τρανή απόδειξη της μακρόχρονης οινοποιητικής παράδοσης της περιοχής. Το μνημείο αυτό είναι ηλικίας 3500 χρόνων και αποτελεί το αρχαιότερο πατητήρι σταφυλιών στον κόσμο.

Αν θελήσει κάποιος να συνεχίσει την εξερεύνηση των οινοποιητικών περιοχών του νομού διασχίζει κατάφυτες από αμπέλια περιοχές πριν φθάσει στα Πεζιά, το μεγαλύτερο οινοπαραγωγικό κέντρο της Κρήτης, ενώ στις πλαγιές των γύρω λόφων βρίσκονται απλωμένα τα παραδοσιακά αμπελοχώρια της περιοχής.

Μια άλλη επίσης ενδιαφέρουσα διαδρομή είναι η διαδρομή Ηράκλειο-Σίβα-Δαφνές- Αρχαία Γόρτυνα σε μια απόσταση 68 χιλιομέτρων. Στη διαδρομή αυτή συναντώνται τα χωριά Σίβα και Δαφνές με την μεγάλη οινοποιητική παράδοση πριν φθάσει κάποιος στην περιοχή της Αρχαίας Γόρτυνας, της πρωτεύουσας της ρωμαϊκής Κρήτης, όπου στους λόφους των χωριών Πλουτή και Λαβυρίνθου αναπτύσσεται ένας εξαιρετικός παραδοσιακός αμπελώνας. Στη περιοχή αυτή βρέθηκε ο «*Κώδικας της Γόρτυνας*», το παλιότερο νομοθετικό κείμενο της Ελλάδας, όπου καταγράφονται διάφοροι κανόνες για την καλλιέργεια του αμπελιού.

Υπάρχουν και πολλές άλλες εξίσου ενδιαφέρουσες διαδρομές που μπορούν να αναδειχθούν καθώς οι μικρές οινοπαραγωγικές μονάδες βρίσκονται διάσπαρτες σε όλο τον νομό. Απλά,όσες αναφέρθηκαν είχαν το ιστορικό στοιχείο έντονα μπλεγμένο με το παρόν της αμπελοκαλλιέργειας.

Ένα παράπλευρο είδος οινοτουρισμού είναι και το είδος τουρισμού που περιλαμβάνει επισκέψεις σε αποστακτήρια και χώρους εμφιάλωσης της ρακής γνωστής και ως τσικουδιά. Για τη παραγωγή της έχουν αναπτυχθεί παντού στην Κρήτη γιορτές, τα λεγόμενα «ρακοκάζανα». Η ρακή στην Κρήτη είναι στην ουσία ένα εργαλείο ‘επικοινωνίας’. Δεν υπάρχει νοικοκυριό που να μην διαθέτει ένα μπουκάλι ρακή διαθέσιμο για κάθε στιγμή και κάθε γεγονός.

Στο καζάνι για τη παραγωγή της ρακής όμως δεν είναι τόσο η οικονομική δραστηριότητα που το κάνει σημαντικό, πέρα από κάποιο επιπλέον εισόδημα που κερδίζεται. Πάνω απ’ όλα, είναι κοινωνικό φαινόμενο και παράδοση και οι επισκέπτες που το παρακολουθούν συμμετέχουν ενεργά..

Η παραδοσιακή, άγνωστη στους επισκέπτες, διαδικασία απόσταξης, η αίσθηση ότι γύρω από το καζάνι υπάρχει μια χαλαρή και φιλική ατμόσφαιρα δημιουργεί μια ζεστασιά στον επισκέπτη. Το ρακοκάζανο προσελκύει κόσμο και γύρω από ένα καζάνι μπορούν να βρεθούν από 2 έως 100 άτομα. Αυτό επιτρέπει συνήθως να γίνεται παράλληλα ένα ολόημερο γλέντι όπου οι καλεσμένοι μπορούν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας. Εκεί ο κόσμος συσσωρεύεται, μέχρι να έρθει η μέθη.. Μαντινάδες, χορός, ερασιτέχνες μουσικοί, βάζουν τις καλύτερες προδιαγραφές για την έκβαση της γιορτής.



**Φωτογραφία 5.4 η παραγωγή σε ρακοκάζανο (πηγή : cretablog.gr)**

Η επίσκεψη ενός τουρίστα σε ρακοκάζανο και η συμμετοχή του στο γλέντι που γίνεται είναι μια μοναδική εμπειρία και ένα αξιοθέατο που αρέσει πολύ στους Έλληνες και ξένους επισκέπτες κάτι που σπάνια κάποιος συναντά και σίγουρα θα θυμάται, παίρνοντας μαζί του όταν φεύγει και ένα μπουκάλι ρακή, την κρητική παράδοση και φιλοξενία.

Ενώ όμως είναι ολοφάνερο ότι υπάρχουν οι δυνατότητες της τουριστικής ανάδειξης των δρόμων του κρασιού, η σημερινή πραγματικότητα δρομολογεί εξελίξεις που δεν υποστηρίζουν την προοπτική αυτή και βάζουν εμπόδια στην ανάπτυξη των καλλιεργειών αμπελιών. Η κοινοτική απαίτηση για εκριζώσεις, λόγω της κοινοτικής ΚΟΑ, η αναποτελεσματική, ως επί το

πλείστον, αντιμετώπιση των ασθενειών που πλήττουν τα αμπέλια, οι δυσκολίες που συναντώνται στη προώθηση του οινικού προϊόντος και κάνουν τους παραγωγούς να στρέφονται σε πιο εύκολες δραστηριότητες, όπως οι τουριστικές υπηρεσίες αρχίζουν και δημιουργούν ένα γκρίζο τοπίο.

Χρειάζεται να υπάρξει άμεσα μια στροφή στην αντιμετώπιση της σημερινής κατάστασης που επικρατεί στην αμπελοκαλλιέργεια. Ο βασικός στόχος αυτής της αλλαγής πρέπει να είναι η διατήρηση και η επαύξηση των καλλιεργειών σταφυλιών ώστε να μπορούν να εκμεταλλευθούν οι κάτοικοι τόσο το δυνατό ιστορικό μάρκετινγκ που διαθέτει ο χώρος, όσο και τα ποιοτικά πλεονεκτήματα των καλλιεργειών.

Η περιοχή διαθέτει σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα για παραγωγή υψηλής ποιότητας και τιμής κρασιών αλλά και επιτραπέζιων σταφυλιών. Το πλεονέκτημα αυτό οφείλεται στις εδαφοκλιματικές συνθήκες και στις τοπικές πλούσιες (σε αρώματα και ιδιότητες) ποικιλίες.

Συνοπτικά αναφέρουμε τις βασικότερες από τις απαιτούμενες δράσεις.

Η δημιουργία ή η ενίσχυση υπάρχοντα φορέα με στόχο την προβολή και προώθηση των κρασιών και σταφυλιών της περιοχής.

Να υπάρξουν κίνητρα για τους παραγωγούς (φορολογικά, επενδυτικά κλπ) και επιστημονική στήριξη στις καλλιεργητικές προσπάθειες τους ενόψει δύσκολες χρονιές να γίνει εισήγηση στην Ευρωπαϊκή Ένωση να δοθεί το δικαίωμα διαχείρισης των σταφυλιών με τον τρόπο που επιθυμεί και μπορεί ο κάθε αγρότης, χωρίς τα γνωστά κοινοτικά εμπόδια.

Να ολοκληρωθεί η μελέτη που θα αποτυπώνει τις περιοχές με τις κατάλληλες εδαφοκλιματικές συνθήκες για τη καλλιέργεια αμπελιών για κρασί και για αμπέλια, που θα δίνουν επιτραπέζια σταφύλια και σταφίδα.

Βασισμένος στο ιστορικό παρελθόν να γίνει ανασχεδιασμός της αναμπέλωσης, στην οποία κυρίαρχο ρόλο θα έχουν οι τοπικές ποικιλίες. Έχει φανεί ότι οι ξένοι επισκέπτες ενδιαφέρονται για τις ιδιαίτερες ποικιλίες ενός τόπου πολύ περισσότερο από ότι για μια ποιότητα κρασιού που ήδη γνωρίζουν.

## 5.5 ΤΟΠΙΚΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

### ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η προώθηση των τοπικών προϊόντων στην τουριστική αγορά, αποτελεί ένα υψηλό στόχο όχι μόνο για τη περιοχή του νομού Ηρακλείου αλλά για ολόκληρη την Κρήτη και τους άλλους τέσσερεις νομούς.

Αν και κατ' αρχήν φαίνεται ένας λογικός στόχος μιας και είναι αμοιβαία επωφελής τόσο για την κρητική αγροτική παραγωγή όσο και για τον τουρισμό, στη πράξη δε φαίνεται τόσο εύκολο να επιτευχθεί εξ' αιτίας σειράς προβλημάτων που πρέπει να αντιμετωπισθούν τόσο στην γεωργία όσο και στον τουρισμό.

Σε ετήσια βάση ο αριθμός των ξένων επισκεπτών της Κρήτης ξεπερνάει πλέον τα 3,5 εκατομμύρια και σε αυτούς πρέπει να προστεθούν και οι εγχώριοι επισκέπτες του νησιού, φθάνοντας έτσι κοντά στο κατώφλι των 5 εκατομμυρίων, με ένα μέσο αριθμό διανυκτερεύσεων κοντά στις διανυκτερεύσεις το άτομο. Εάν αυτό το δυναμικό, κατά την εδώ παραμονή του, το δούμε ως καταναλωτές των αγροτικών προϊόντων δίνεται μία σημαντική δυνατότητα απορρόφησης της τοπικής γεωργικής παραγωγής (Κωνσταντινίδη, 2000) μακριά από την αβεβαιότητα και τις διακυμάνσεις των ξένων αγορών.

Ειδικά για την Κρήτη που είναι ένα νησί και μάλιστα απομακρυσμένο από τις μεγάλες αγορές, είναι παράλογο να αναζητούνται αγορές για τα αγροτικά της προϊόντα σε μεγάλες αποστάσεις και σε ξένες χώρες όταν δεν εξαντλείται η τοπική αγορά. Χρειάζεται λοιπόν να γίνουν προσπάθειες ώστε να καλύψει η παραδοσιακή γεωργία και κτηνοτροφία την ανάγκη που έχουν οι διατροφικά ταλαιπωρημένοι Ευρωπαίοι και Αμερικάνοι επισκέπτες του νησιού τις διατροφικές τους συνήθειες. Οι παραδοσιακές γεωργία και κτηνοτροφία είναι αυτές που μπορούν να επιτύχουν τη κάλυψη αυτού του στόχου γιατί βασίζονται στο φυσικό τρόπο παραγωγής και όχι στον εντατικό και ανθυγιεινό τρόπο της οργανωμένης εκμετάλλευσης. Επίσης η αμεσότητα των σημείων παραγωγής και κατανάλωσης επιτρέπει τη κατ' ευθείαν άμεση κατανάλωση χωρίς τη χρήση επιβλαβών ουσιών και παρασκευασμάτων. Αυτές είναι οι δύο κύριες αιτίες που οδηγούν στο

συμπέρασμα ότι τα προϊόντα που παράγονται στο τόπο αυτό υποστηρίζουν την υγιεινή διατροφή. Ένα συμπέρασμα που έχει πλέον αποδειχθεί και επιστημονικά με τις ονομαστές μελέτες των Ancel Keys και Serge Renaud. Αξίζει ίσως να τις αναφέρουμε περιληπτικά

Ο Αμερικανός γιατρός Ancel Keys, τεκμηρίωσε επιστημονικά την σημασία των διατροφικών συνηθειών στην πρόληψη διαφόρων καρδιαγγειακών νοσημάτων με μια μελέτη, γνωστή και ως «μελέτη των επτά χωρών) η οποία ξεκίνησε το 1956. Για την μελέτη χρησιμοποιήθηκε δείγμα 12.763 ανδρών, ηλικίας 40-59 ετών από επτά διαφορετικές χώρες με διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης, διαφορετικό πολιτισμό και διατροφικές συνήθειες. Αναλυτικότερα το δείγμα αποτελούνταν από:

- ομάδες πληθυσμού από την Ιταλία
- 5 ομάδες πληθυσμού από την πρώην Γιουγκοσλαβία
- 2 από την Ιαπωνία
- 2 από την Φινλανδία
- 1 από τις Κάτω Χώρες
- 1 από τις ΗΠΑ
- 2 από την Ελλάδα (μία από την Κρήτη και μια από την Κέρκυρα)

Η μελέτη απέδειξε ότι τα καρδιαγγειακά νοσήματα ήταν σπάνια στους κατοίκους της Κρήτης σε σχέση με κατοίκους άλλων χωρών. Η Παγκόσμια οργάνωση Υγείας δημοσίευσε το 1989 τον πίνακα των αποτελεσμάτων που μπορεί να γίνει η καλύτερη διαφήμιση για την αξία της Κρητικής Διατροφής.



**Σχήμα 5.5 τα αποτελέσματα της μελέτης του ιατρού Ancel Keys (πηγή :  
World Health Organization)**

Αρκετά χρόνια μετά από τον Αμερικανό A. Keys ο Γάλλος καθηγητής S. Renaud μελέτησε την συμβολή του Κρητικού διατροφικού προτύπου στην πρόληψη θανάτων. Με μελέτη που πραγματοποίησε ανάμεσα σε ασθενείς που είχαν υποστεί έμφραγμα του μυοκαρδίου, χώρισε τους ασθενείς σε 2 ομάδες εφαρμόζοντας διαφορετικά πρότυπα διατροφής. Οι ασθενείς της μιας ομάδας τρέφονταν σύμφωνα με τις οδηγίες της Αμερικάνικης Καρδιολογικής Εταιρίας (διατροφή με χαμηλά λιπαρά) και οι άλλοι σύμφωνα με το πρότυπο της Κρητικής διατροφής. Σε σύνολο 28 ασθενών μετά από δύο χρόνια πέθαναν συνολικά 8 από την ομάδα που τρεφόταν σύμφωνα με το Κρητικό διατροφικό πρότυπο και αντίστοιχα 20 από την άλλη ομάδα. Με άλλα λόγια τα ποσοστά θνησιμότητας στη δεύτερη ομάδα ήταν αυξημένα κατά 70-76% σε σχέση με την ομάδα που ακολουθούσε τη Κρητική διατροφή.

Αφού όμως υπάρχουν αυτά τα αποτελέσματα γιατί δεν έχει βρεί η Κρητική διατροφή το δρόμο που της αξίζει; Πώς οι τουριστικές μονάδες και τα σχετικά καταστήματα δεν ξεπουλάνε όλες τους τις προμήθειες μετά από ένα τόσο επιτυχημένο ιστορικό; Η απάντηση είναι πολύ απλή. Το μήνυμα για να περάσει χρειάζεται να διαδοθεί αποτελεσματικά και για να διαδοθεί αποτελεσματικά ο καλύτερος τρόπος είναι να υιοθετηθεί και εφαρμοσθεί η κρητική διατροφή στις τουριστικές υπηρεσίες που παρέχονται στο νησί.

Σήμερα, οι κουζίνες λίγων μόνον τουριστικών μονάδων έχουν υιοθετήσει, παράλληλα με τις άλλες προτάσεις τους, το πρότυπο της Κρητικής διατροφής, και ακόμη και σε αυτή τη περίπτωση δεν χρησιμοποιούν αποκλειστικά Κρητικά προϊόντα. Κάποιος ερευνητής μπορεί δίκαια να



αναρωτηθεί γιατί υπάρχει αυτή η υστέρηση. Ο κύριος λόγος που επικαλούνται οι τουριστικές μονάδες είναι ότι τα Κρητικά αγροτικά προϊόντα είναι ακριβά σε σχέση με άλλες επιλογές που έχουν. Για να είναι ανταγωνιστικές χρειάζεται να συγκρατήσουν το κόστος λειτουργίας τους και επειδή τα περισσότερα από τα άλλα έξοδα τους είναι πλέον ασυμπίεστα, μειώνουν το κόστος για τη διατροφή των ενοίκων τους.

Το πρόβλημα βρίσκεται στο τουριστικό καταναλωτικό μοντέλο που έχει καθιερωθεί και κυριαρχεί στο νομό Ηρακλείου καθώς και σε όλη την Κρήτη και γενικότερα στην Ελλάδα, όπου έχει καθιερωθεί το μοντέλο του μαζικού και φτηνού τουρισμού, το γνωστό σε όλους μας “an all inclusive tourism”.

Χρειάζεται επομένως διπλή προσπάθεια, ταυτόχρονα με τη διασφάλιση της ποιότητας των τοπικών προϊόντων και τη προώθηση τους να προωθηθεί ο στόχος της αναβάθμισης της ποιότητας των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών.

Σήμερα στο νομό προωθείται η διαμόρφωση οργανωμένου γαστρονομικού τουριστικού προϊόντος μέσω του σχεδιασμού των «Δρόμων των Κρητικών Γεύσεων». Η πρωτοβουλία αυτή προσανατολίζεται σε μελλοντικούς σχεδιασμούς για το νησί στην προσπάθειά της να αξιοποιήσει την Κρητική διατροφή σε συνδυασμό με τον κλάδο του τουρισμού. (Εφημερίδα των Συντακτών, 2016)

## **5.6 Η ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

Ο νομός Ηρακλείου έχει το όρος Δίκη ανατολικά και τον Ψηλορείτη δυτικά να αποτελούν το φυσικό σύνορο με τους νομούς Λασιθίου και Ρεθύμνου αντίστοιχα. Η ορεινή περιοχή που βρίσκεται στο κέντρο του νομού τον χωρίζει σε δύο τμήματα, το βόρειο τμήμα όπου υπερέχει η τριτογενής παραγωγή και το νότιο τμήμα όπως υπερέχει η πρωτογενής παραγωγή. Ανάμεσα στα δύο αυτά τμήματα βρίσκεται μια ημιορεινή περιοχή, συνέχεια του οροπεδίου της Νίδας που το μεγάλο κομμάτι του βρίσκεται στον Ψηλορείτη. Το οροπέδιο βρίσκεται σε υψόμετρο 1.400μ. στον Ψηλορείτη και απέχει 24χλμ. από τα Ανώγεια, 78χλμ. από το Ρέθυμνο και 60χλμ. από το Ηράκλειο.





*Φωτογραφία 5.6 πανοραμική απεικόνιση του οροπεδίου της Νίδας*

Σήμερα η **Νίδα** είναι μια πλούσια κτηνοτροφική περιοχή με επίκεντρο τα χαρακτηριστικής αρχιτεκτονικής ξερολιθικά Μητάτα τα οποία χρησιμοποιούνται από τους βοσκούς για εποχιακή κατοικία και στεγάζουν τις παραγωγικές τους δραστηριότητες που αφορούν στον πλήρη κύκλο της γαλακτοκομίας. Τα τελευταία χρόνια γίνεται προσπάθεια για μια συνδυασμένη ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η απόσταση που έχουν από το Ηράκλειο προσφέρει σε όσους θέλουν να τα επισκεφθούν μια ενδιαφέρουσα ημερήσια εκδρομή.

Τα Μητάτα θεωρούνται αντιπροσωπευτικά στοιχεία ενός τρόπου ζωής ο οποίος αν και έχει χαθεί συνεχίζει να κερδίζει το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Παρουσιάζουν επίσης ενδιαφέρον και για τη ξεχωριστή αρχιτεκτονική τους. Το κύριο χαρακτηριστικό ενός μιτάτου είναι η καμπυλόσχημη εσωτερική περίμετρος του τοίχου, η οποία πολλές φορές πλησιάζει τον κύκλο, ενώ εξωτερικά ο τοίχος μερικές φορές είναι κυκλικός και άλλες φορές γωνιασμένος ([www.wikipedia.gr](http://www.wikipedia.gr)). Τα "θολιαστά" μιτάτα είναι ξεχωριστά για το γερό σκαρί τους. Έχουν περάσει 300 χρόνια περίπου από την κατασκευή τους και αυτά διατηρούνται ακόμα και σήμερα καθώς το μόνο υλικό που χρησιμοποιούσαν ήταν μόνο πέτρα. Αυτός είναι και ο λόγος που τα κατασκεύασαν σε σκληρές βουνοπλαγιές κάτω από δύσκολες καιρικές συνθήκες.



*Φωτογραφία 5.7 η εικόνα από ένα εγκαταλειμμένο “μητάτο”*

Σήμερα, τα περισσότερα μητάτα πρόκειται για μικρά τετράγωνα συνήθως κτίσματα, από ξερολιθιά, χαμηλού ύψους μέχρι 2 μέτρα, που το δώμα τους γίνεται με κορμούς δένδρων, καλάμια και αργιλόχωμα έτσι ώστε να διατηρούν στεγανότητα.

Αποτελείται από το τζάκι-χώρο τυροκόμησης, τον ανηφορά, τις θυρίδες (πέτρινα μικρά ντουλαπάκια ενσωματωμένα στους τοίχους), εκεί μέσα τοποθετούσαν όπλα, εργαλεία, τροφή κ.α. Στο εξωτερικό μέρος συνήθως συναντάμε την τραπεζαρία η οποία αντί για τραπέζι έχει μία μεγάλη και πλατιά πέτρα και γύρω της αντί για καρέκλες τοποθετούσαν πέτρες. Όταν το μιτάτο είναι διπλό, τότε ο ξώκουμος είναι η κατοικία και ο μεγάλος κούμος είναι ο χώρος του τυροκόμου. Γύρω από το μιτάτο υπάρχει η μάντρα στην οποία βάζουν οι βοσκοί τα πρόβατα να τα αρμέξουν και να πάρουν από αυτά το γάλα τους ([www.wikipedia.gr](http://www.wikipedia.gr)).

Κυριότερες χρήσεις των μητάτων, εκτός της ξεκούρασης και προστασίας έναντι καιρικών συνθηκών που παρέχουν, είναι η αποθήκευση λιπασμάτων, η φύλαξη των καρπών μετά τη συγκομιδή, ή ως μικρές στάνες για άρμεγμα αιγοπροβάτων και "τυροκομείο". Χαρακτηριστικό Κρητικό έθιμο είναι να φιλεύεται όποιος επισκέπτης βρεθεί σε μητάτο είτε με ξηρούς καρπούς, είτε με τυροκομικά προϊόντα αν τύχει την ώρα που κτηνοτρόφοι τυροκομούν.

Μια άλλη δραστηριότητα που προσφέρεται για να συμμετέχουν οι τουρίστες είναι η “κουρά των προβάτων”. Η κουρά των προβάτων είναι μια μεγάλη γιορτή στην Κρήτη, άρρηκτα δεμένη με τον κτηνοτροφικό τρόπο ζωής και είναι, όπως λέγεται, η «γιορτή των προβάτων». Πρόκειται για μία από τις πιο εντυπωσιακές γιορτές που γίνεται κάθε χρόνο τον Ιούνιο, στο πλαίσιο της οποίας κάθε κτηνοτρόφος προσκαλεί φίλους και συγγενείς να τον βοηθήσουν στο δύσκολο αυτό έργο και μετά ακολουθεί πλούσιο φαγοπότι. Η κουρά είναι μια διαδικασία δύσκολη, αφού χρειάζονται πολλά χέρια με τεχνική, καθώς τα πρόβατα πολλές φορές είναι ιδιαίτερα δύστροπα. Στην «οικονομία των βουνών» της Κρήτης, η κουρά των προβάτων και η παραγωγή μαλλιού για την υφαντική έπαιξε σπουδαίο ρόλο ακόμα και από τη Μινωική εποχή. Σήμερα, η κουρά, μια διαδικασία δύσκολη αφού χρειάζονται πολλά χέρια με τεχνική, γίνεται με τον ίδιο τρόπο όπως στο παρελθόν, με τη μόνη διαφορά ότι τα μαλλιά δε φέρνουν κέρδος και οι κτηνοτρόφοι τα πετάνε. Και μπορεί η κουρά των προβάτων να μην προσφέρει εμπορικό κέρδος στους κτηνοτρόφους, όμως συμβάλλει στη φιλία μεταξύ των κατοίκων των χωριών και στη διατήρηση της παράδοσης και της κρητικής φυσιογνωμίας.

## **5.7 Ο ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Πρόκειται για μια εξειδικευμένη, πρωτοποριακή μορφή τουρισμού που έχει ήδη ξεκινήσει να υπάρχει σε άλλες χώρες, χώρες που μπορεί να έχουν πολύ λιγότερη σχέση με τη θάλασσα από την Ελλάδα και τη Κρήτη. Κάποτε τα ψαροκάικα και τα περίφημα γρι-γρι, στο μικρό λιμάνι του Ηρακλείου, στο τμήμα που βρίσκεται μέσα από το φρούριο «Κούλες», ήταν το σήμα κατατεθέν για το παραλιακό κομμάτι της πόλης. Πολλές οικογένειες της πόλης ζούσαν τα παλιά χρόνια από την αλιεία. Σήμερα, η εικόνα είναι διαφορετική και μόνο καμιά 30αρια καϊκία εξακολουθούν να βγαίνουν στ’ ανοιχτά.

Η πρόταση ενοποιεί δύο κατηγορίες δραστηριοτήτων, η μια είναι η δραστηριότητα της παρακολούθησης του ψαρέματος των επαγγελματιών

ψαράδων, δηλαδή οι επισκέπτες θα ζούν πώς είναι ακριβώς η ζωή του ψαρά, και η δεύτερη είναι η δραστηριότητα του ψαρέματος από τους ίδιους τους επισκέπτες. Στη δεύτερη οι τουρίστες επιτρέπεται να ψαρεύουν μόνο με εργαλεία πετονιά, συρτή και καθετή. Και στις δύο περιπτώσεις προσφέρεται στους επισκέπτες η δυνατότητα να επισκεφθούν μέρη που δεν θα μπορούσαν να προσεγγίσουν εύκολα με διαφορετικό τρόπο, όπως είναι η παραλία του Αγιοφάραγγου ή η εξίσου όμορφες παραλίες Καμινάκι, στην έξοδο του Περιβολιανού φαραγγιού, και Άσπες με το χαρακτηριστικό μαύρο χρώμα της άμμου.



*Σχήμα 5.8 η παραλία του Αγιοφάραγγου*

Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού αναμένεται να προσφέρει οικονομική ανάσα στους επαγγελματίες αλιείς, που βλέπουν χρόνο με το χρόνο τα αλιεύματα να μειώνονται, όπως και τα έσοδά τους.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της Ελλάδας. Τα οικονομικά μεγέθη δείχνουν ότι η έκφραση αυτή δεν είναι ένας απλός βερμπαλισμός αλλά μια αυτονόητη διαπίστωση καθώς το 2016 την Ελλάδα επισκέφθηκαν 24,7 εκατ. τουρίστες και ξόδεψαν άμεσα 13,2 εκατ. ευρώ ποσό που αντιστοιχεί στο 7,5% του ΑΕΠ.

Παρά τα εντυπωσιακά μεγέθη όμως η πραγματικότητα είναι διαφορετική. Η οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα βρίσκεται σε άσχημη κατάσταση και ανάλογη, ίσως λίγο πιο βελτιωμένη, είναι και η οικονομική κατάσταση της Κρήτης.

Ο τουρισμός βοηθάει στη διαχείριση του προβλήματος αλλά και αυτός έχει σοβαρά προβλήματα. Όλες οι χώρες αντιμετωπίζουν κατά το μάλλον ή ήττον οικονομικά προβλήματα καθώς χρόνο με τον χρόνο η ανεργία αυξάνεται και η αγοραστική δύναμη των κατοίκων τους μειώνεται. Μοιραία μειώνεται και η ποιότητα του τουρισμού που εξάγουν οι χώρες αυτές, όπως αυτή εκφράζεται σε δαπάνες ανά ημέρα. Μαζί με το πρόβλημα της εποχικότητας, που είναι έντονο στον Ελληνικό τουρισμό, αποτελούν τα δύο στοιχεία ανησυχίας και προβληματισμού για το μέλλον του Ελληνικού τουρισμού. Χρειάζεται επομένως μια ριζική αντίδραση και αυτή επιτυγχάνεται μόνο με την στροφή από τον μαζικό στον εναλλακτικό τουρισμό, προσφέροντας ένα διαφορετικό τουριστικό προϊόν.

Η βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού απαιτεί και την αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών και η ενίσχυση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες βασίζονται και εξαρτώνται από πρότυπα υγιεινής διατροφής, φυσικής ζωής (όπως ο αγροτουρισμός, οικολογικός τουρισμός κ.τ.λ. ) μας δίνει τη δυνατότητα αυτή.

Ο αγροτουρισμός παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη ενός αγροκτήματος να συναντήσει ανθρώπους αρκετά διαφορετικούς από αυτόν, να συμμετάσχει σε δημιουργικές δραστηριότητες της αγροτικής ζωής βιώνοντας μια πραγματική επιστροφή στον παραδοσιακό τρόπο ζωής.

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις διαφορετικές κουλτούρες οδηγεί σε μετατόπιση από τον τουρισμό “πακέτων” σε άλλους τύπους τουρισμού και αναψυχής πιο κοντά στις πραγματικές ανθρώπινες ανάγκες

Στο νομό Ηρακλείου έχουν δημιουργηθεί μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες προσφέρουν τις απαιτούμενες ανέσεις προσανατολισμένες όμως στον μαζικό τουρισμό. Τα τελευταία χρόνια αρχίζουν όμως όλοι να συνειδητοποιούν ότι όλες οι προσπάθειες που γίνονται δεν αρκούν και ο τουρισμός στο νησί πέφτει χρόνο με το χρόνο. Υπάρχουν πλέον πολλοί προορισμοί που προσφέρουν το τρίπτυχο “Ήλιος – Παραλίες-Θάλασσα” και μάλιστα με χαμηλότερες τιμές και ίσως καλύτερες υπηρεσίες. Έτσι, λοιπόν, γεννιέται η ανάγκη να δημιουργηθούν και να αναπτυχθούν εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού που να υποστηρίζονται από τις ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις δραστηριότητες της κάθε περιοχής. Ο νομός Ηρακλείου έχει παραδοσιακά αναπτύξει δραστηριότητες σχεδόν σε όλους τους τομείς της πρωτογενούς παραγωγής. Στις περισσότερες από αυτές υπάρχει ένα ενδιαφέρον ιστορικό παρελθόν που χάνεται στα βάθη των αιώνων. Σε άλλες πάλι εμφανίζονται πολλές από τις πατροπαράδοτες κοινωνικές αρετές του Κρητικού λαού (φιλοξενία, κέφι, ενθουσιασμός) συναισθήματα που κερδίζουν εκείνους τους επισκέπτες που δεν τα έχουν στις χώρες τους. Όλα είναι στημένα μέσα στις φυσικές ομορφιές και συνοδευμένα από τον ιστορικό μύθο. Πόσο ενδιαφέρον θα πρέπει να παρουσιάζουν για τους τουρίστες όλα αυτά.

Στην Κρήτη, και στον Νομό Ηρακλείου που μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα, ο τουρισμός και οι δραστηριότητες που στηρίζονται στη πρωτογενή παραγωγή μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισαν να λειτουργούν συμπληρωματικά και αλληλοβοηθητικά. Η Κρήτη διαθέτει τις περισσότερες από τις προϋποθέσεις που χρειάζονται για την ανάπτυξη τουρισμού αυτού του τύπου. Αν και έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς αυτή την

κατεύθυνση, πολλά είναι ακόμη τα ζητήματα πρέπει να λυθούν στην πορεία. Κάποια από αυτά είναι

Ο Κρητικός τουρισμός πρέπει στο σύνολό του να αποκτήσει το στοιχείο της μοναδικότητας του. Πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του ενσωματώνοντας τις άυλες και υλικές αξίες του χώρου του. Κάθε προϊόν ή υπηρεσία ή παροχή ή γεγονός που έχει εντοπιότητα πρέπει να επιλέγεται και να παρουσιάζεται.

Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες πρέπει να καταλάβουν ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν είναι ανταγωνιστικές απέναντι τους και στον μαζικό τουρισμό που αντιπροσωπεύουν αλλά είναι συμπληρωματικές. Για το λόγο αυτό πρέπει να πριμοδοτούν δραστηριότητες που προσανατολίζονται στη παρακολούθηση δραστηριοτήτων συνδεδεμένων με τη τοπική καθημερινότητα. Πρέπει επίσης να εντάξουν την κρητική διατροφή στις κουζίνες τους και αυτό πρέπει να κάνουν και τα υπόλοιπα σημεία εστίασης της πόλης.

Οι παραγωγοί αγροτικών προϊόντων, όπως το κρασί και το ελαιόλαδο πρέπει να εξασφαλίσουν τις ποσότητες των προϊόντων που συμφωνούν να διαθέσουν στον χρόνο που είναι αναγκαίες, με εξασφαλισμένη και εγγυημένη την ποιότητα.

Η χρηματοδότηση των επενδύσεων, μέσα από τα Ευρωπαϊκά προγράμματα χρειάζεται να είναι στοχευμένη. Δεν χρειάζεται να επιδοτούνται μόνο νέα καταλύματα χωρίς έλεγχο και πρόγραμμα, αλλά να ξοδεύονται τα απαραίτητα ποσά για την ανάδειξη παραδοσιακών οικισμών, χαρακτηριστικών τοπίων, και ανθρωπογενών κατασκευών χαρακτηριστικών της Κρητικής ταυτότητας.

Χρειάζεται να ενταθεί η διαφημιστική καμπάνια της χώρας στο εξωτερικό αλλά να αλλάξει ο προσανατολισμός της ώστε να αναδεικνύεται η Ελληνική και, στη περίπτωση μας, η Κρητική ψυχή.

Η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί και τον νομό δεν είναι εύκολη υπόθεση, αφού χρόνια τώρα το νησί στηρίζει την οικονομία του στον μαζικό τουρισμό. Ίσως ο νομός Ηρακλείου να προσφέρεται περισσότερο από τους άλλους νομούς για να ξεκινήσουν



κάποιες πρώτες προσπάθειες ενσωμάτωσης της πρωτογενούς παραγωγής που, ήδη είναι αρκετά ανεπτυγμένη, με τις νέες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Εκτός όμως από όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως στη συνέχεια αναφέρουμε κάποιες πιο εξειδικευμένες προτάσεις που μπορούν να αναπτύξουν τη διαφορετική τουριστική προσέγγιση του νομού. Πρόκειται για προτάσεις βασισμένες στο σκεπτικό του «όσο πιο πολύ αναφέρεται ένα θέμα τόσο πιο οικείο γίνεται».

Η προβολή banners σε ηλεκτρονικές οθόνες στα τουριστικά καταλύματα με εικόνες και πληροφορίες για τις δραστηριότητες της αγροτικής ζωής, για παράδειγμα σκηνές από το κούρεμα των προβάτων ή ψάρεμα με τράτες, η καλλιέργεια της αλόης.

Η διοργάνωση βραδιών/εβδομάδων θεματικής διατροφής με προϊόντα του νησιού, για παράδειγμα η γιορτή της σαρδέλας ή γιορτή της ρακής

Η καθιέρωση τυποποιημένων προϊόντων ονομασίας προέλευσης, όπως έχει ήδη γίνει με τα κρασιά της περιοχής

Η ετοιμασία παρουσιάσεων, γραπτών σε φυλλάδια για μοίρασμα και οπτικών για προβολές με θέματα από τη χρήση προϊόντων παραγωγής του νησιού, μέσω των αιώνων

Η ενίσχυση της παρουσίασης των θεραπευτικών ιδιοτήτων προϊόντων του νομού, όπως η αλόη ή το μέλι

Η ενδυνάμωση του παραδοσιακού αισθήματος φιλοξενίας των Κρητικών με στόχο την ανάπτυξη μικρών αγροτικών καταλυμάτων.

Η ενίσχυση των υπαρχόντων και η δημιουργία νέων συνεταιρισμών με στόχο τη μείωση του κόστους.

Η ανάδειξη της νεοφυούς διαδικτυακής επιχείρησης επανοικίασης μηχανημάτων καλλιέργειας (τρακτέρ, φορτηγά, δίκτυα ύδρευσης με στόχο την αποδοτικότερη και πιο φθηνή καλλιέργεια

Οι προσφορές τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες του νησιού με τα μεταφορικά μέσα της γραμμής όπως έκανε η αεροπορία Αιγαίου.



Εκπαίδευση των επιχειρηματιών και των εργαζομένων με διαρκή σεμινάρια για τη προώθηση του συνολικού τουριστικού έργου.

Η αδελφοποίηση με περιοχές άλλων χωρών και η διοργάνωση πανηγυρικών εκδηλώσεων ώστε να ακούγονται τα προϊόντα του νομού.

Η θέσπιση ετήσιων ειδικών βραβείων για τα καλύτερα τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται στο νομό Ηρακλείου. Τα βραβεία θα ψηφίζονται μόνο από τους επισκέπτες του νησιού.

Η ταυτόχρονη δημιουργία μεγάλων καθέτων οδικών αξόνων και διάνοιξη δικτύου περιπατητικών διαδρομών (μονοπάτια) με βαθμούς δυσκολίας και ευρωπαϊκή πιστοποίηση , ώστε εύκολα ο επισκέπτης να μπορεί να προσεγγίζει τις ιδιαιτερότητες του νομού.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Βαρβαρέσος, Στέλιος και Σωτηριάδης, Μάριος. (2002), Τουρισμός και Αναπτυξιακός Σχεδιασμός. Δύο εμπειρίες, οι νόμοι Ηρακλείου και Λευκάδας. Journal: Ειδικά Θέματα, 2002, τόμος 3(4) σελ. 7-29.
- Βενετσανοπούλου Γ., Μάρω. (2006), Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό – Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, σελ. 61-65, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ. 61-65,
- Γιατρόπουλος, Κώστας. (2016), Η γεωργία, τα προβλήματα και το μέλλον της, (online) δημοσιεύθηκε την 19 Φεβρουαρίου στην εφημερίδα Ελευθερία. <http://www.eleftheria.gr/m/%CE%B1%CE%B7%CF%82.html>
- Ηγουμενάκης Ν. (2004), Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Ιακωβίδου, Ο. (1997). Agro-tourism in Greece: the case of women agro-tourism co-operatives of Ambelakia. MEDIT, 1, σελ. 44–47.
- Ικκος, Άρης. (2015), Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 - συνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών. ΣΕΤΕ
- Κόκκινου, Μαρίνα. (2011), SWOT ANALYSIS του πολιτιστικού τουρισμού στη Κρήτη. Πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Κρήτης, Ηράκλειο 2011.
- Κούτουλας, Δημήτρης. (2007 ) Η πορεία του τουρισμού της Ρόδου, (online) <http://traveldailynews.gr/columns/article>
- Μαργαριτάκη, Κ. (2013), Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού στη Κρήτη. ΤΕΙ Κρήτης, πτυχιακή εργασία Ιούνιος 2013
- Μπερίκος, Φώτης. (2016), Η ελληνική κτηνοτροφία σήμερα, (online), στην ημερίδα της Ένωσης Αγροτών Αγρινίου, 17 Οκτ. 2016 <http://www.e-ea.gr/2016/10/%CE%97>
- Οι δρόμοι της ελιάς, (2016), Οι πρώτοι 6 μήνες του έργου Well O-live. Ενημερωτικό Δελτίο Νο 1, 8 Δεκεμβρίου 2016. <http://olivetreeroute.gr/>
- Πανάγος, Γιάννης. (2016), Οι βοσκότοποι στον αέρα, (online) στο Agronews την 07/07/2016

<http://www.agronews.gr/ekmetaleuseis/ktinotrofikes-farmes/arthro/145694/oi-voskotopoi-ston-aera-nea-katanomi-apo-tis-perifereies/>

ΣΕΤΕ (2003), Τουρισμός και Απασχόληση. Μελέτη Σεπτέμβρης 2003, σελ. 4.

Σφακιανάκης Μ. (2000), Εναλλακτικές μορφές τουρισμού”, Αθήνα 2000, εκδόσεις

ΕΛΛΗΝ

Φυσαράκης,Γ. (2014), Διάσωση τοπικών ποικιλιών αμπελιού στη Κρήτη (online) δημοσιεύθηκε την 10.01.2014 <http://www.ekriti.gr/απόψεις-άρθρα>

#### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008), The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis*, 48, σελ. 166–183.

Harrison,D. (2001), *Tourism and less developed countries: key issues*. Wallingford :CAB International σελ. 23-46

Hunziker, Walter and Krapf, Kurt (1942), *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zürich, Polygraphischer Verlag.

Kruczek Z., Sacha S. (1994), *Geografia atrakcji turystycznych Polski*, Oficyna wydawnicza Ostoja, Kraków.

Laimer, Peter. (2010), *Travel and Tourism, basic concepts and definitions*. UNWTO,Regional Workshop for the CIS countries, Moldova, June 2010

MacCannell, D. (1973), Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79, σελ. 589–603

Marques, H. (2006), Searching for complementarities between agriculture and tourism – the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. *Tourism Economics*, 12, σελ. 147–155.

McGehee, N. G. (2007), An agritourism systems model: a Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15, σελ. 111–124.

Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997), *Rural tourism: An introduction*. Thomson Business Press.

Swarbrooke, John & Horner, Susan (2001), *Business Travel and Tourism*. Routledge, Taylor & Francis group, 2001

Wall, G. (2000), Agrotourism. In J. Jafari (Ed.), *Encyclopaedia of tourism*, σελ. 14–15. London: Routledge.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

	<b>2008</b>	<b>2013</b>	<b>%</b>
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>21.845</b>	<b>16.451</b>	<b>-24,9</b>
Αττική	29.215	22.238	-23,9
Βόρειο Αιγαίο	17.647	12.881	-27,0
Νότιο Αιγαίο	24.747	17.422	-29,6
Κρήνη	19.176	14.007	-27,0
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	15.568	11.513	-26,0
Κεντρική Μακεδονία	17.437	12.816	-26,5
Δυτική Μακεδονία	16.748	15.652	-6,5
Ηπείρος	14.960	11.590	-22,5
Θεσσαλία	16.363	12.552	-23,3
Ιόνια Νησιά	21.759	14.686	-32,5
Δυτική Ελλάδα	16.393	12.229	-25,4
Στερεά Ελλάδα	19.552	14.858	-24,0
Πελοπόννησος	17.224	13.497	-21,6
<b>Μέσος όρος Περιφερειών</b>	<b>18.984</b>	<b>14.303</b>	<b>-24,7</b>
<b>Τυπική απόκλιση Περιφερειών</b>	<b>4.079</b>	<b>2.922</b>	
<b>Συντελεστής μεταβλητότητας Περιφερειών</b>	<b>0,215</b>	<b>0,204</b>	

*Κατά κεφαλή ΑΕΠ ανά Περιφέρεια το 2008 και το 2013 (πηγή :  
Παπανίκος ΑΙΠΕ, 2015)*

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

### Εποχικότητα Αφίξεων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια το 2013

Περιφέρεια	Δείκτης Εποχικότητας
Ανατ. Μακεδονία & Θράκη	38,80%
Κεντρ. Μακεδονία	43,10%
Δυτ. Μακεδονία	45,90%
Ήπειρος	23,50%
Θεσσαλία	47,80%
Ιόνια Νησιά	60,50%
Δυτική Ελλάδα	42,30%
Στερεά Ελλάδα	42,30%
Πελοπόννησος	43,00%
Αττική	32,50%
Βόρειο Αιγαίο	43,80%
Νότιο Αιγαίο	55,80%
Κρήτη	54,90%
<b>Σύνολο Επικράτειας</b>	<b>45,52%</b>

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, ΙΤΕΠ

*Η εποχικότητα των αφίξεων ξένων τουριστών το 2013 ανά περιφέρεια*