



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: ΣΧΕΔΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΚΡΗΤΗΣ  
«ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΔΗΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ»**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΓΑΡΟΦΑΛΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ**  
**ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 3925**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΑΚΡΥΓΙΩΡΓΑΚΗΣ ΜΑΡΙΟΣ**



**ΗΡΑΚΛΕΙΟ**  
**2019**

## Περίληψη

Η παρούσα εργασία αποσκοπούσε στην περιγραφή, τη μελέτη και την κατανόηση του τουριστικού σχεδιασμού. Συγκεκριμένα, η παρουσία εργασία αποτελεί μία βιβλιογραφική ανασκόπηση, σε μία προσπάθεια προσέγγισης της έννοιας του «τουριστικού σχεδιασμού», ενώ στην συνέχεια, παραθέτει και μία μελέτη περίπτωσης, αυτήν του Ρεθύμνου, Κρήτης. Εντούτοις προέκυψε ότι ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Ελλάδας, κυρίως, τα τελευταία χρόνια της κοινωνικοοικονομικής κρίσης. Για την ενίσχυση του τουρισμού, και κατά επέκταση, της οικονομίας, σημαντικό ρόλο παίζουν οι στρατηγικές μανάτζμεντ και μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένων των τουριστικών σχεδίων που ενισχύουν σημαντικά την εικόνα ενός ταξιδιωτικού προορισμού, προσελκύοντας πολλούς τουρίστες. Παρότι ανέκαθεν η Κρήτη αποτελούσε πόλος έλξης τουριστών, ένας προσεκτικός τουριστικός σχεδιασμός αποτελεί επιπλέον ενίσχυση του τουρισμού της. Μέσα, λοιπόν, από τα σχέδια τουρισμού που υλοποιήθηκαν συγκεκριμένα για την πόλη του Ρεθύμνου αναδύθηκαν τα δυνατά σημεία του Ρεθύμνου, τα οποία συνοψίζονται στα εξής: πολιτιστική παράδοση, δημογραφική ανανέωση, σημαντικό παραθεριστικό κέντρο, πλούσια αγροτική παραγωγή της, υποδομές έρευνας, χαμηλό επίπεδο ανεργίας και τοπικά χαρακτηριστικά κουλτούρας, ήθη και τα έθιμα, και ενισχύουν την τουριστική του εικόνα.

*Λέξεις-κλειδιά:* τουρισμός, τουριστικά σχέδια, τουριστικός σχεδιασμός, οικονομία, Κρήτη, Ρέθυμνο, μελέτη περίπτωσης

## **Abstract**

The present study aimed to describe and understand the tourism planning. Specifically, this project is a literature review, in an attempt to approach the concept of "tourism planning", which also includes a case study of Rethymno, Crete. However it revealed that tourism plays an important role in the economy of Greece, in particular, in recent years of socioeconomic crisis. To boost tourism and economy, an important role played management and marketing strategies, including tourism projects that greatly enhance the image of a travel preamble-fixation, attracting many tourists. Although always Crete was a tourist attraction, a careful tourism planning is further strengthening the tourism. Consequently, from the tourism projects were arose some outputs for the city of Rethymnon emerged strengths of Rethymno, which are summarized as follows: culture, demographic renewal, important tourist center, rich agricultural production, sub-research structures, low unemployment and local cultural characteristics, customs and traditions, and enhance the tourist image.

*Keywords:* tourism, tourism projects, tourism planning, economy, Crete, Rethymno, case study

## Περιεχόμενα

Περίληψη.....	1
Abstract.....	2
Εισαγωγή.....	7
Κεφάλαιο I.....	8
1.1 Ορισμός Τουρισμού.....	8
1.2 Κατηγορίες Τουρισμού.....	10
1.3 Είδη Τουρισμού.....	11
1.4 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προϊόντος.....	13
Κεφάλαιο II.....	20
2.1 Έννοια Τουριστικός Προορισμός.....	20
2.2 Τύποι Τουριστικών Προορισμών.....	23
2.3 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προορισμού.....	26
2.4 Κύκλος Ζωής Ενός Τουριστικού Προορισμού.....	28
2.5 Τουριστικός Προορισμός: Ελλάδα.....	31
2.6 Τουριστικός Προορισμός: Κρήτη.....	35
Κεφάλαιο III.....	39
3.1 Παρουσίαση της Κρήτης.....	39
3.2 Νομοί της Κρήτης.....	41
3.2.1 Νομός Ηράκλειου.....	41
3.2.2 Νομός Χανίων.....	42
3.2.3 Ο Νομός Ρεθύμνου.....	43
3.2.4 Νομός Λασιθίου.....	45
3.3 Παλιά Πόλη Ρεθύμνου.....	45
3.4 Ενετικά Μνημεία.....	47
3.5 Δημόσια Κτίρια.....	49
3.6 Φορτέτζα.....	52

3.7 Ακτές Ρεθύμνου .....	53
3.8 Μοναστήρια .....	55
3.9 Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι .....	60
<b>Κεφάλαιο IV .....</b>	<b>63</b>
4.1 Σημασία Σχεδιασμού.....	63
4.2 Τύποι και Βασικά Στοιχεία Σχεδιασμού .....	64
4.3 Διαδικασία Τουριστικού Σχεδιασμού.....	65
4.4 Βασικές Αρχές Σχεδιασμού .....	67
4.5 Σχεδιασμός Προβολής.....	67
4.5.1 Πρόγραμμα Προβολής.....	69
<b>Συμπεράσματα .....</b>	<b>72</b>
<b>ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>74</b>
<b>ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>75</b>

## **Κατάλογος Εικόνων**

Εικόνα 1: Αφίξεις 2015.....	12
Εικόνα 2: Ο κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής.....	26
Εικόνα 3: Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις σε Ελλάδα και Ανταγωνιστές 2014.....	32
Εικόνα 4: Ηράκλειο .....	39
Εικόνα 5: Χανιά .....	42
Εικόνα 6: Ρέθυμνο .....	43
Εικόνα 7: Νομός Λασιθίου .....	44
Εικόνα 8: Η Πόρτα Guora, Μεγάλη Πόρτα για τους Ρεθυμνιώτες.....	47
Εικόνα 9: Το Ρέθυμνο σε σχέδιο του Angelo Oddi. 1584 .....	47
Εικόνα 10: Ο ναός της Κυρίας των Αγγέλων .....	50
Εικόνα 11: Φορτέτζα.....	52
Εικόνα 12: Μπαλί .....	54
Εικόνα 13: Ιερά Μονή Αρκαδίου.....	55
Εικόνα 14: Ιερά Μονή Πρέβελη .....	57
Εικόνα 15: Καρναβαλιστές.....	60
Εικόνα 16: Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι .....	61

## **Κατάλογος Διαγραμμάτων**

Διάγραμμα 1: Κατάταξη προορισμών ως προς τις εισπράξεις .....	14
Διάγραμμα 2: Αφίξεις 1995-2015.....	14
Διάγραμμα 3: Τομείς τουριστικής βιομηχανίας.....	15
Διάγραμμα 4: Μερίδιο Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα ανά περιοχή 2014.....	32
Διάγραμμα 5: Αφίξεις στην Ελλάδα από το Εξωτερικό 2015-2016.....	32

Διάγραμμα 6: Αφίξεις τουριστών με charters σε Χανιά και Ηράκλειο .....	66
--	----

### **Κατάλογος Πινάκων**

Πίνακας 1: Δραστηριότητες που δημιουργούν τουριστικοί πόλοι.....	24
Πίνακας 2: Αφίξεις των τουριστών ανά χώρα προέλευσης για το έτη 2013-2015...31	

### **Κατάλογος Γραφημάτων**

Γράφημα 1: Ποσοστό αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανιών 2014 .....	36
Γράφημα 2: Αφίξεις αλλοδαπών στο αεροδρόμιο Ηρακλείου 2014 (%).....	37

## Εισαγωγή

Ο τουρισμός αποτελεί μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως και είναι ένας τομέας που η Ελλάδα έχει στηρίξει πολλές ελπίδες για την έξοδο της από την κρίση. Η χώρα μας παρά το ότι σαν τουριστικός προορισμός χαρακτηρίζετε ως μαζικός, οργανωμένος και παραθεριστικός διαθέτει όλα τα είδη του τουρισμού. Κάποια από αυτά είναι αρκετά ανεπτυγμένα και κάποια άλλα λιγότερο. Μερικά από τα ελληνικά νησιά, όπως η Κρήτη και η Σαντορίνη ανήκουν κάθε χρόνο στους 10 δημοφιλέστερους καλοκαιρινούς προορισμούς.

Η συνεισφορά του Ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας μας είναι κάθε χρόνο σε υψηλά ποσοστά, όπως επίσης υψηλό είναι και το επίπεδο απασχόλησης των ατόμων στον κλάδο αυτό σε σχέση με το συνολικό επίπεδο απασχόλησης στην Ελλάδα.

Ο όρος προορισμός (destination) προέρχεται από το λατινικό όρο *destinatio, onis*, και είναι συνυφασμένος με την έννοια του γεωγραφικού σημείου-χώρου στον οποίο τελειώνει μια περιήγηση.

Το Ρέθυμνο είναι ένας πολύ ενδιαφέρον τουριστικός προορισμός που παρέχει άφθονες δυνατότητες στον επισκέπτη. Η ίδια η πόλη, γραφική και καλά οργανωμένη αποτελεί έναν παράδεισο για εκείνον που θέλει να περάσει ήρεμες διακοπές απολαμβάνοντας το μπάνιο του σε κάποια οργανωμένη παραλία, κάνοντας περιπάτους σε γραφικά σοκάκια και δοκιμάζοντας εξαιρετικής ποιότητας εδέσματα στα πολυάριθμα εστιατόρια της πόλης και του λιμανιού.

Οι τουριστικές υποδομές, τα πολυάριθμα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τα μεγάλα ξενοδοχεία εξασφαλίζουν υψηλής ποιότητας παροχές, ενώ στα καταστήματα της πόλης και των περιχώρων μπορεί να αγοράσει κανείς κάθε λογής παραδοσιακά προϊόντα.



# Κεφάλαιο I

## 1.1 Ορισμός Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί μια παγκόσμια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που συναντάται από αρχαιοτάτων χρόνων. Η λέξη τουρισμός έχει προέλθει από τη Γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που σημαίνει «περιοδεύω, περιηγούμαι» που έχει να κάνει με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα. (Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια, 2002)

Έχουν γραφτεί αρκετοί ορισμοί για τον τουρισμό θα παρακάτω θα παραθέσουμε κάποιους από αυτούς.

Ένας από τους παλαιότερους ορισμούς ανήκει στους Hutziker & Kraft (1942), οι οποίοι όρισαν του τουρισμό ως το: «σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι των μη μόνιμων κάτοικων, υπό τη προϋπόθεση πως δεν οδηγεί σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέεται με μόνιμη ή προσωρινή επικερδή δραστηριότητα». Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T. - Monte Carlo) ορίζει τον τουρισμό σαν «το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες (μετακινήσεις και δεξιότητες) προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο».

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Kraft του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως «ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του» (Λαγός, 2005).

Σύμφωνα με τους Bukhart & Medlik (1974), ο τουρισμός διαθέτει πέντε χαρακτηριστικά που συνοψίζονται στα εξής:

- ✚ Είναι ένα αμάλαγμα φαινομένων και αλληλεπιδράσεων και όχι ένα απλό προϊόν.
- ✚ Αυτά τα φαινόμενα και οι αλληλεπιδράσεις, προκύπτουν από τη μετακίνηση των ανθρώπων και τη διαμονή τους.
- ✚ Το ταξίδι-μετακίνηση και η διαμονή δεν έχουν σχέση με τη μόνιμη κατοικία και το καθημερινό πρόγραμμα.
- ✚ Ο λόγος επίσκεψης σε τουριστικούς προορισμούς δεν αφορά στην εξασφάλιση μόνιμης εργασίας.

✚ Η μετακίνηση στους προορισμούς έχει προσωρινό και όχι μακροπρόθεσμο χαρακτήρα.

Οι Mathieson & Wall (1982) περιγράφουν το τουριστικό γεγονός ως: «την προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της διαμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών».

Επίσης, ο Goeldner (1986) είπε πως ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση των τουριστών, των προμηθευτών των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων και των κοινοτήτων υποδοχής στη διαδικασία της προσέλκυσης και φιλοξενίας τουριστών και άλλων επισκεπτών (PPM 300 Ecotourism, 2013).

Κατά τους Ρούπας και Λαούμης (1998) ο «τουρισμός είναι η πρόσκαιρη διακίνηση ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μόνιμης διαμονής σε άλλο, με σκοπό την ψυχική ευχαρίστηση. Ο Καλφιώτης (1976) πιστεύει ότι τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων που δημιουργεί κατανάλωση τουριστικών προϊόντων.

Σύμφωνα με το IRTS 2008 (International Recommendation for Tourism Statistics), αναφέρει τον τουρισμό ως ένα φαινόμενο που έχει ως βάση του την ζήτηση των τουριστών και αναφέρεται στις ενέργειες των επισκεπτών και στον ρόλο τους όσον αφορά την απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών.

Ο Makintosh (1990) είπε πως «ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από την δράση και την αντίδραση των τουριστών, επισκεπτών, της κοινωνίας, της επιχείρησης και του κράτους».

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) δίνει τον παρακάτω ορισμό:

Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά.

Τέλος, κατά την άποψη του Aiest (International Association of Scientific Expertson Tourism), τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διανομή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό και δεν συνδέονται με κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Ο τουρισμός έχει άμεση σχέση με τα κίνητρα και τις ανάγκες που οδηγούν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν. Αυτές οι ανάγκες ποικίλουν από άνθρωπο σε άνθρωπο μιας και άλλοι ταξιδεύουν για να ξεκουραστούν, να ψυχαγωγηθούν, να ζήσουν κάτι το διαφορετικό και άλλοι για να δουν κάποιους φίλους, για να μάθουν περισσότερα πράγματα που έχουν σχέση με το επάγγελμα τους ή για να παραβρεθούν σε θρησκευτικές εορτές. (Λαγός, 2005)

## 1.2 Κατηγορίες Τουρισμού

Η βασική διάκριση του τουρισμού σε κατηγορίες εξαρτάται από την οπτική γωνία από την οποία εξετάζεται και τους παράγοντες που προσδιορίζουν το φαινόμενο. Οι 6 βασικές κατηγορίες διάκρισης του είναι οι εξής (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998): ο μαζικός, ο ατομικός, ο εσωτερικός, ο εξωτερικός, ο συνεχής και ο εποχικός τουρισμός.

Ο μαζικός τουρισμός (Mass Tourism): Είναι η μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται από την οργάνωση και ομαδικότητα μετακίνησης των τουριστών σε κοσμοπολίτικες κυρίως περιοχές, για σκοπούς αναψυχής και διασκέδασης και συχνά επιβαρύνει τον τόπο επίσκεψής τους. Εδώ τα μέσα μεταφοράς, η διανομή και οι χώροι επίσκεψης είναι συνήθως προκαθορισμένες από τουριστικά πακέτα που προσφέρουν τα τουριστικά γραφεία. Τα αξιοθέατα που έχει να επιδείξει η περιοχή μας προσελκύουν ομάδες τουριστών, οργανωμένων από τουριστικά γραφεία. Ο μαζικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται, με ταχείς μάλιστα ρυθμούς, στην Ευρώπη τη δεκαετία του 60 και αποτελεί σήμερα το σημαντικότερο τμήμα της αγοράς (60%). Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλαν στην ταχεία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού ήταν η μείωση στο κόστος αερομεταφορών.

Ατομικός τουρισμός: Ο ατομικός τουρισμός είναι το αντίθετο του μαζικού τουρισμού. Ο κύριος χαρακτήρας του είναι περιηγητικός και οι παράγοντες που προσδιορίζουν το μέγεθος της σε σχέση με αυτό των άλλων κατηγοριών τουρισμού που προσφέρονται στην τουριστική αγορά είναι: α) η απόσταση που χωρίζει τη χώρα προέλευσης των τουριστών από τη χώρα του τουριστικού προορισμού, β) ο βαθμός οικονομικής δυνατότητας των τουριστικών τόπων στις χώρες τουριστικού προορισμού, γ) το επίπεδο ανάπτυξης των μέσων συγκοινωνίας στις χώρες προορισμού και δ) η προσφορά κατάλληλων από ποσοτική και ποιοτική άποψη υπηρεσιών στις χώρες.

Η ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού βασίζεται τα τελευταία χρόνια στο σύστημα ΙΠΤ (individual inclusive tour) το οποίο προσφέρει σε μεμονωμένα άτομα τουριστικά πακέτα, τα οποία στην πιο απλή μορφή τους περιλαμβάνουν τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και τη μεταφορά.

Ο εσωτερικός (internal tourism): πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα πάντα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της. Παρόλο που η συγκεκριμένη κατηγορία δεν φέρνει συνάλλαγμα στη χώρα, παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσεται και μια από αυτές είναι η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος από τη μη πραγματοποίηση εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιο πληθυσμού. Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία κατάλληλων και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτών μέσων φιλοξενίας στους ντόπιους τουρίστες καθώς και τη βελτίωση ανάπτυξη των διάφορων δικτύων και μέσων συγκοινωνίας.

Ο εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός: δημιουργείται από άτομα μιας χώρας που την αφήνουν προσωρινά για να επισκεφθούν μια άλλη χώρα ή χώρες για τουριστικούς λόγους. Ο εξωτερικός τουρισμός χωρίζεται σε ενεργητικό και παθητικό. Ο διαχωρισμός γίνεται με βάση τη ροή χρήματος, στον ενεργητικό τουρισμό γίνεται εισροή συναλλάγματος αντίθετα στον παθητικό γίνεται εκροή συναλλάγματος.

Ο συνεχής: χαρακτηριστική διάκριση του συνεχούς τουρισμού είναι ότι διαρκεί όλο το χρόνο, που σημαίνει ότι σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζονται οι δραστηριότητες του από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε όλες τις εποχές, δηλαδή σε όλη την διάρκεια του χρόνου. Οι αντιπροσωπευτικότερες μορφές τουρισμού αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κίνητρων ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλης και ο μορφωτικός τουρισμός.

Ο εποχικός τουρισμός: χαρακτηριστική διάκριση του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο που σημαίνει ότι σε αντίθεση με το συνεχή τουρισμό οι δραστηριότητες του επηρεάζονται αποφασιστικά από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε διαφορετικές εποχές.

### **1.3 Είδη Τουρισμού**

Ο τουρισμός όμως εκτός από τις κατηγορίες στις οποίες χωρίζεται, μπορεί να χωριστεί και σε είδη ή μορφές ανάλογα με το σκοπό τον οποίο εξυπηρετεί. Τα είδη είναι πάρα πολλά, καθώς πολλοί είναι και οι λόγοι που μπορεί κάποιος να μετακινηθεί από τον τόπο μόνιμης κατοικίας του σε κάποιον άλλο, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Παρακάτω θα αναφέρουμε κάποια από τα είδη.

Επιχειρηματικός και συνεδριακός τουρισμός: είναι όταν ταξιδεύεις για τις ανάγκες της επιχείρησης. Ο επιχειρηματικός τουρισμός αποτελεί μέρος του επιχειρηματικού κόσμου. Οι περισσότερες από τις πόλεις διαθέτουν συνεδριακά κέντρα που μπορούν να εξυπηρετήσουν αυτές τις ανάγκες. Ένα παράδειγμα είναι ενός πωλητή, ο οποίος πραγματοποιεί ταξίδια σε διάφορα μέρη του κόσμου για να παρακολουθήσει εμπορικές εκθέσεις, όπως επίσης για να εμφανιστεί και να προωθήσει τα δικά του προϊόντα ή για να ενημερωθεί σε σχέση με μια νέα τάση, εξέλιξη στον επιχειρηματικό κλάδο.

Ο τουρισμός άθλησης: προϋποθέτει δημιουργία εγκαταστάσεων στα ξενοδοχεία και την απασχόληση έμπειρου προσωπικού π.χ. γυμναστών. Σε αυτήν την εναλλακτική μορφή τουρισμού, περιλαμβάνονται τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Ακόμη περιλαμβάνονται αθλητικές δραστηριότητες ερασιτεχνικού χαρακτήρα, οι οποίες υλοποιούνται στο πλαίσιο του ταξιδιού (Δημήτρης Γ. Λαγός, 2005)

Μορφωτικός τουρισμός: τα άτομα έχουν κατά κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις. Περιλαμβάνει επισκέψεις σε ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους, μουσείων, παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων κ.τ.λ.. Για παράδειγμα μπορεί να ταξιδέψει με σκοπό να παρευρεθεί σε κάποιο Φεστιβάλ ή να δει κάποιο συγκεκριμένο μουσείο.

Θρησκευτικός τουρισμός: μπορεί να οριστεί ως μια ειδική μορφή τουρισμού. Σε αυτή την κατηγορία εκφράζεται η επιθυμία ενός κατοίκου να αφήσει τη μόνιμη κατοικία του και να πάει σε ένα τόπο που τον θεωρούν ιερό. Στην Ελλάδα για παράδειγμα, τα θρησκευτικά μνημεία αποτελούν σημαντικό κομμάτι εθνικής και θρησκευτικής κληρονομιάς και συνιστούν βασικό πόλο έλξης (Δημήτρης Γ. Λαγός, 2005)

Τουρισμός υγείας: είναι όταν ζητά ειδική ιατρική θεραπεία, η οποία είναι δυνατή μόνο μακριά από το 'σπίτι', οπότε πραγματοποιεί ταξίδια απαραίτητα για την υγεία του. Μερικοί από αυτούς τους τουρίστες επωφελούνται ιατρική βοήθεια από άλλες χώρες, γιατί είναι πιο οικονομική από τη δική τους χώρα. Επιπρόσθετα κάνουν εκδρομές μόνο και μόνο για να μείνουν λίγες μέρες σε μέρος με καλές κλιματολογικές συνθήκες, πράγμα που βοηθάει στην κατάσταση της υγείας τους.

Χρονομεριστικός τουρισμός: είναι αναμφίβολα η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού στις μέρες μας. Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που ας σημειωθεί έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, βασίζεται στην αρχή

της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ενός ξενοδοχείου ή συγκροτήματος διαμερισμάτων μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο κάθε χρόνο (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998).

Αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός: ορίζεται, ως τουριστικές δραστηριότητες που διεκπεραιώνονται σε μη αστικές περιοχές, από άτομα που εργάζονται στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα παραγωγής. Στην Ελλάδα ο όρος ‘αγροτουρισμός’ συνήθως χρησιμοποιείται για τον τουρισμό σε φάρμες, αλλά επεκτείνεται και σχεδόν σε όλες της δραστηριότητες στην εξοχή όταν χρειάζεται. Έτσι, ο πράσινος τουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, η ιππασία, το κυνήγι, κ.α. μπορούν να θεωρηθούν ως υποκατηγορίες του αγροτουρισμού. Τα κύρια χαρακτηριστικά του αγροτουρισμού περιλαμβάνουν την προσωπική επαφή των καλεσμένων με το φυσικό και ανθρώπινο περιβάλλον της εξοχής και τη δυνατότητά τους να λάβουν μέρος στις δραστηριότητες, τις παραδόσεις και τον τρόπο ζωής των οικοδεσποτών τους. Γι’ αυτό το λόγο ο αγροτουρισμός περιλαμβάνει και ισχυρά επιμορφωτικά στοιχεία.

Τουρισμός –τουρίστα κινήτρων: αυτό αφορά στα άτομα που λαμβάνουν ένα πακέτο διακοπών ως ανταμοιβή από την εταιρία τους, ή τον προμηθευτή τους για την καλή δουλειά και την επίτευξη των στόχων που έχουν οριστεί από την εκάστοτε εταιρεία. Οι συγκεκριμένοι τουρίστες αντλούν εμπνεύσει από τέτοιες εκδρομές για να εργαστούν σκληρότερα, να βελτιώσουν τις σχέσεις στο εργασιακό περιβάλλον και να δέσουν με τη τμήμα τους.

Αυτό το όποιο γίνεται αντιληπτό είναι πως από τα είδη τουρισμού που παρουσιάσαμε πολλά μπορούν να συνυπάρχουν στις μέρες μας, και πολλοί από τους τουρίστες επιλέγουν κάποιο προορισμό όχι μόνο για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου καθαρά σκοπού αλλά πιθανότατα για εξυπηρέτηση πολλών.

## **1.4 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προϊόντος**

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί μια από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες παγκοσμίως. Για τον λόγο αυτό κάθε χρόνο αυξάνονται οι τουρίστες που ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Κάθε ρεκόρ έσπασε ο αριθμός των τουριστών που ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 2015, αγγίζοντας τα 1,2 δισεκατομμύρια, σύμφωνα με την έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO).

Η Ευρώπη, Αμερική, Ασία και προορισμοί στον Ειρηνικό κατέγραψαν αυξήσεις στις αφίξεις τουριστών της τάξης του 5%, το 2015. Συγκεκριμένα, 1,184 δισεκατομμύρια άνθρωποι ταξίδεψαν στο εξωτερικό τη χρονιά που μας πέρασε, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Τουριστικού Βαρόμετρου του UNWTO.

Την πρωτιά κατέχει η Ευρώπη, με την πτώση του ευρώ έναντι του δολαρίου να συμβάλει ώστε να καταγραφούν αφίξεις 609 εκατομμυρίων τουριστών, 29 εκατομμύρια περισσότερες από το 2014.

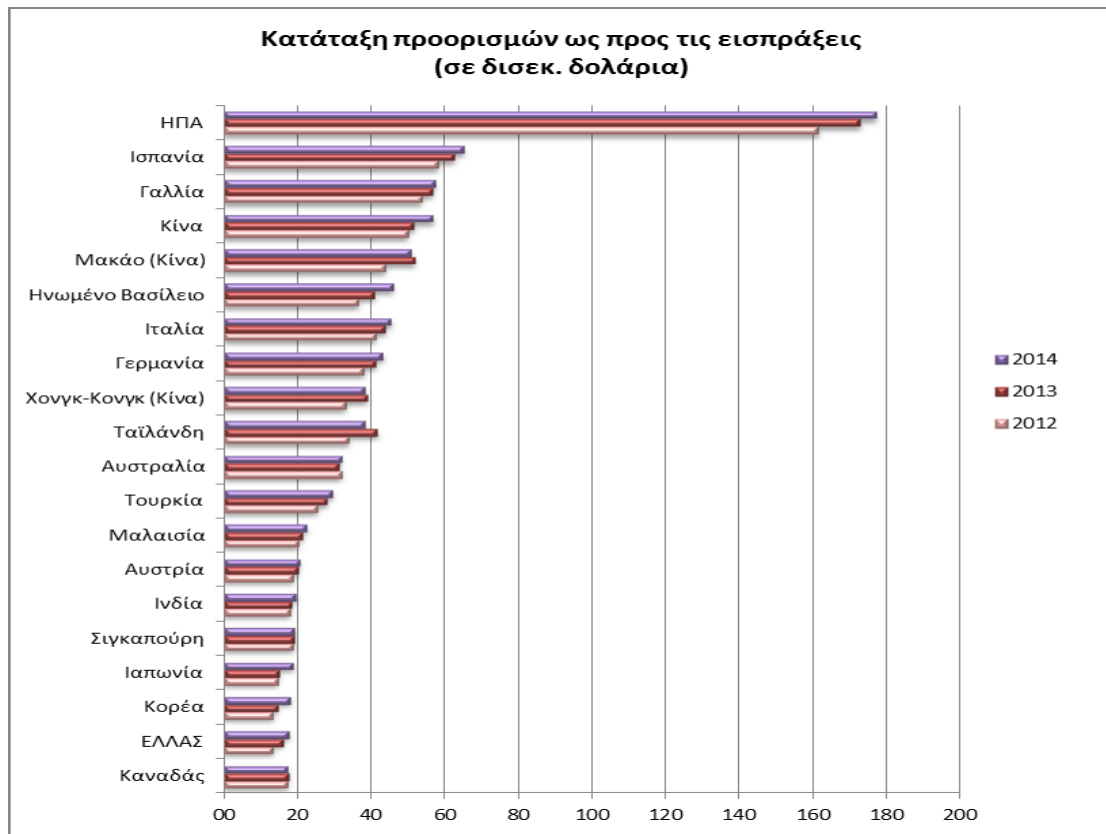
Ακολουθούν Ασία και Ειρηνικός, με 277 εκατομμύρια τουρίστες, ενώ οι αφίξεις στις ΗΠΑ άγγιξαν τα 191 εκατομμύρια. Ακόμα και στην πολύπαθη περιοχή της Μέσης Ανατολής καταγράφηκε αύξηση αφίξεων της τάξης του 3%, ενώ η μόνη περιοχή στην οποία σημειώθηκε πτώση ήταν η Αφρική.



Εικόνα 1: Αφίξεις 2015

Πηγή: UNWTO

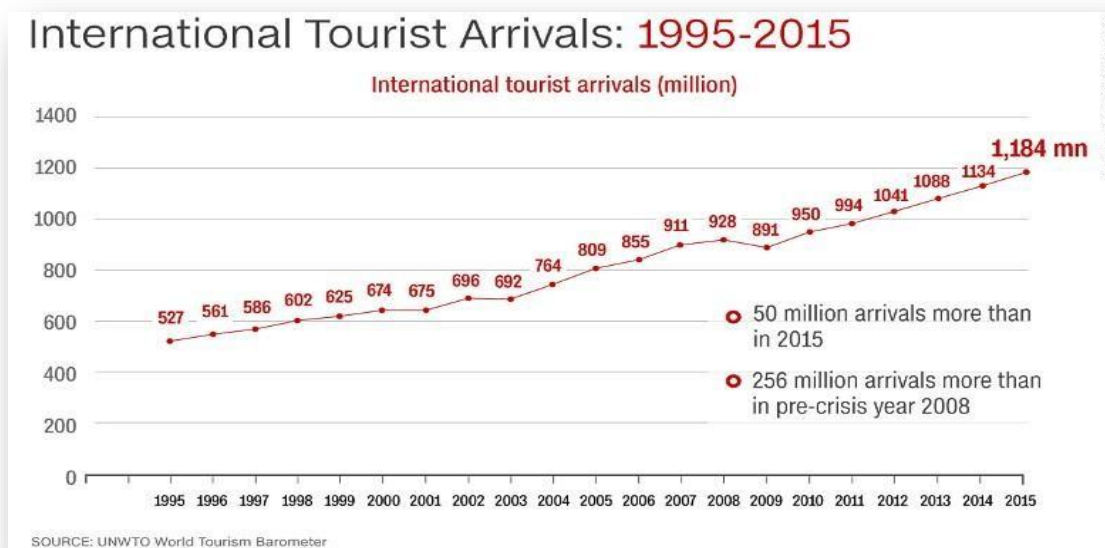
Στο επόμενο διάγραμμα παρουσιάζεται η κατάταξη των προορισμών ως προς τις εισπράξεις για τα έτη 2012-2014.



Διάγραμμα 1: Κατάταξη προορισμών ως προς τις εισπράξεις

Πηγή: UNWTO

Οι αφίξεις της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας παρουσιάζει αυξητικές τάσεις την τελευταία 20ετία όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα.



Διάγραμμα 2: Αφίξεις 1995-2015

Πηγή: UNWTO



Η ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των μελών μιας σύγχρονης κοινωνίας προϋποθέτει την παραγωγή όσο το δυνατό περισσότερων τουριστικών προϊόντων. Τα προϊόντα αυτά μπορεί να έχουν τη μορφή υλικών προϊόντων, δηλαδή υπηρεσιών, όπως είναι για παράδειγμα η διαμονή σε ξενοδοχείο και η ψυχαγωγία των τουριστών. Στα άυλα τουριστικά προϊόντα συμπεριλαμβάνονται και διάφορες καταστάσεις ή μορφές ενέργειας, όπως είναι για παράδειγμα το ηλεκτρικό φως, ο κλιματισμός, η κεντρική θέρμανση, η τηλεφωνική επικοινωνία κτλ. Στοιχεία όμως που είναι απαραίτητα για την παραγωγή υπηρεσιών φιλοξενίας. (Χρήστου Ζωή, 2007)

Πολλά από τα προϊόντα που χρειάζεται ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει τις τουριστικές του ανάγκες ή επιθυμίες βρίσκονται ελεύθερα στη φύση, όπως το φως και η θερμότητα του ήλιου, το οξυγόνο του ατμοσφαιρικού αέρα, η δροσιά κλπ. Τα προϊόντα αυτά χαρακτηρίζονται συνήθως σαν ελεύθερα προϊόντα και δεν αποτελούν αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης της τουριστικής οικονομίας και γενικότερα της οικονομικής. (Φωτίου Ιγνάτιος, 2005)

Για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος έχει αναπτυχθεί η τουριστική βιομηχανία. Λόγω της πληθώρας των υπηρεσιών και υποδομών που συμμετέχουν στην παραγωγή του τουριστικού προϊόντος, η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει πολλούς και διαφορετικούς τομείς δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον (Middleton, 2001) η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει 5 τομείς:



Διάγραμμα 3 : Τομείς τουριστικής βιομηχανίας

Ο τομέας των καταλυμάτων περιλαμβάνει κάθε τύπο διαμονής που μπορεί να επιλέξει ο επισκέπτης ενός τουριστικού προορισμού, από ξενοδοχεία ή ενοικιαζόμενα δωμάτια μέχρι κάμπινγκ και μαρίνες. Ο τομέας των αξιοθέατων περιλαμβάνει θεματικά πάρκα, μουσεία – εκθέσεις, αρχαιολογικούς χώρους, φεστιβάλ – εκδηλώσεις κλπ. Ο τομέας των μεταφορών περιλαμβάνει αεροπλάνα, πλοία, τρένα, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα,

μέσα μαζικής μεταφοράς και όλες τις αναγκαίες υποδομές για την υποστήριξή τους. Ο τομέας της οργάνωσης ταξιδιών περιλαμβάνει ταξιδιωτικά γραφεία, εταιρείες οργάνωσης ταξιδιών κλπ. Οι οργανισμοί προορισμών είναι οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού, οι οργανισμοί διοίκησης προορισμού, τα κατά τόπους τουριστικά γραφεία και οι τουριστικές ενώσεις.

Του τουριστικό προϊόν δεν διαθέτει κοινά χαρακτηριστικά με τα υπόλοιπα προϊόντα. Αποτελεί ένα προϊόν σύνθετο οπού για την παραγωγή και την προσφορά του είναι αναγκαία η συνεργασία πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους κλάδων της οικονομίας. Με αλλά λόγια, απαιτείται ο συνδυασμός φυσικών και ανθρώπινων πόρων, μέσω μεταφοράς, εστιατορίων, ξενοδοχείων.

Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο προϊόν, το οποίο αποτελείται από ένα μίγμα υλικών ( θάλασσα, υποδομές, ξενοδοχεία κλπ.) και αυλών στοιχείων (ήλιος, κλίμα κλπ.). Αυτά είναι που δίνουν στο τουριστικό προϊόν τη ζωή, το χρώμα και τη συγκίνηση που προσφέρει. Αυτές οι δύο κατηγορίες προφανώς θα πρέπει να βρίσκονται σε αρμονία προκειμένου να δημιουργείτε στον τουρίστα μια γενική αίσθηση χαράς. Η τουριστική αρμονία είναι αυτή που καθορίζει πόσο καλά γίνεται αποδεκτό το τελικό προϊόν (Doswell R., 2002, σελ.62-66).

Ένα χαρακτηριστικό του τουριστικού προϊόντος είναι η αδυναμία αποθήκευσης και ότι ο τόπος κατανάλωσης του προϊόντος είναι και τόπος παραγωγής του , δηλαδή είναι απαραίτητο για την κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος η επίσκεψη στον συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό π.χ. τα δωμάτια ενός ξενοδοχειακού καταλύματος δεν μπορούν να αποθηκευτούν.

Ένα δεύτερο χαρακτηριστικό είναι η ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος ως προς την προσφορά. Μια αύξηση της τουριστικής ζήτησης ή μια άνοδος των τιμών των τουριστικών υπηρεσιών δεν σημαίνει παράλληλα αναλογική αύξηση των τουριστικών προϊόντων που προσφέρει ένας τουριστικός προορισμός. Για παράδειγμα η προσφορά παραμένει αμετάβλητη ανεξάρτητα από το αν ο τουριστικός προορισμός θα προσελκύσει τουρίστες ή όχι. Δηλαδή, αν συμβεί ένα αρνητικό περιστατικό η τουριστική ζήτηση είναι πιθανό να μειωθεί αλλά η προσφορά παραμένει σταθερή.

### **1.5 Τα κίνητρα για την επιλογή ενός τουριστικού προϊόντος**

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί ο τόπος προορισμού. Οι παράγοντες που συμβάλλουν είναι πολλοί και είτε λειτουργούν μεμονωμένα είτε

όλοι μαζί, ώστε να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του τουρίστα και να τον προσελκύσουν. Οι πιο βασικές κατηγορίες είναι οι εξής (Βαρβαρέσος, 1998):

- ✚ οι φυσικές συνθήκες (το κλίμα και το φυσικό κάλος της περιοχής, π.χ. εθνικοί δρυμοί, παραλίες, δάση, ποτάμια κ.α.),
- ✚ τα αξιοθέατα (είναι το βασικό κίνητρο για τα ταξίδια όπως π.χ. αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία, πινακοθήκες, ιεροί ναοί κ.α.)
- ✚ η πολιτιστική και η ιστορική κληρονομιά (ο τρόπος ζωής και η πολιτισμική κληρονομιά του τόπου),
- ✚ η εθνικότητα (η επίσκεψη συγγενών και φίλων στο μέρος από όπου κατάγονται),
- ✚ οι παροχές και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στον τουρίστα (καταλύματα, καταστήματα κ.α. )
- ✚ οι υποδομές για διασκέδαση και extreme sports
- ✚ οι υποδομές στην μεταφορά, ώστε να μπορεί να φθάσει ο τουρίστας στον τουριστικό προορισμό που επιθυμεί (Βαρβαρέσος, 1998)
- ✚ η φιλοξενία (η τοπική κοινωνία θα πρέπει να κάνει τον τουρίστα να αισθανθεί ευπρόσδεκτος και ασφαλής)
- ✚ ο πνευματικός τομέας της περιοχής (συνέδρια, μορφωτικές διαλέξεις, συμπόσια κ.α.)
- ✚ ο καλλιτεχνικός τομέας της περιοχής με φεστιβάλ, πανηγύρια, θεατρικές παραστάσεις, καρναβάλι, καλλιτεχνικές εκθέσεις κ.α.
- ✚ το οικονομικό περιβάλλον (οι προσιτές τιμές που θα πρέπει να υπάρχουν, ώστε να μπορεί να ανταπεξέλθει ο τουρίστας , να μείνει ευχαριστημένος και να ξαναέλθει στο μέλλον) (PRM 300 Ecotourism, 2013).

## Κεφάλαιο II

### 2.1 Έννοια Τουριστικός Προορισμός

Στο κεφάλαιο αυτό θα προσπαθήσουμε να εξηγήσουμε τι ακριβώς συνθέτει έναν τουριστικό προορισμό με κάποιους από ορισμούς που θα παραθέσουμε.

Ο όρος προορισμός (destination) προέρχεται από το λατινικό όρο *destinatio*, *onis*, και είναι συνυφασμένος με την έννοια του γεωγραφικού σημείου-χώρου στον οποίο τελειώνει μια περιήγηση.

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο τουριστικός κλάδος, τουριστικός προορισμός είναι ένα συγκεκριμένο μέρος που επιλέγουν οι ταξιδιώτες και στο οποίο διαμένουν για περιορισμένο χρονικό διάστημα. Πρόκειται για ενδιάμεσους σταθμούς (transit) από τους οποίους διέρχονται οι ταξιδιώτες καθοδόν προς τον τελικό προορισμό. Οι άνθρωποι θα επιλέξουν το δεδομένο προορισμό που θα επισκεφθούν, βάσει των προτιμήσεων τους και του σκοπού του ταξιδιού, που μπορεί να είναι οι διακοπές, η εργασία, η επίσκεψη φίλων ή τα αξιοθέατα (Ηγουμενάκης, 1999)

Σύμφωνα με τον Gunn (1988) είναι μια τουριστική ζώνη ή περιοχή προορισμού (tourist destination zone or area). Η περιοχή διαθέτει ελκυστικότητες (visitor or tourist attractions) καθώς και εξυπηρετήσεις ή και διευκολύνσεις προς τους επισκέπτες της με σκοπό την ευχάριστη διαμονή τους. Η ποικιλία σε εξυπηρετήσεις και ελκυστικότητες θεωρείται εδώ απαραίτητη με σκοπό την προσέλκυση διαφόρων τμημάτων επισκεπτών.

Σε ένα μετέπειτα ορισμό ο Gunn (1994), χαρακτηρίζει τους τουριστικούς προορισμούς ως περιοχές ταξιδιωτικών αγορών (travel market or units). Ο ορισμός αυτός προσεγγίζει τα σύγχρονα δεδομένα. Η έμφαση δίνεται σήμερα στη δημιουργία περιοχών που μπορούν να σταθούν σε μια ευρύτερη περιοχή ως ανεξάρτητες και πλήρεις για τον τουρίστα γεωγραφικές ενότητες. Οι τουριστικές αυτές ενότητες θα πρέπει να μπορούν να διατηρηθούν στην τουριστική αγορά.

Ένας ακόμη ορισμός που δόθηκε από κάποιους συγγραφείς οι οποίοι σπούδασαν τον τουριστικό προορισμό από την πλευρά της ζήτησης, αναγνώρισαν τον προορισμό σαν ένα σύνολο φυσικών και τεχνικών πόλων έλξης, προϊόντων και υπηρεσιών ικανών να προσελκύσουν τουρίστες σε ένα συγκεκριμένο μέρος όπου η γεωγραφική τοποθεσία

είναι απλά ένας από τους παράγοντες που προσδιορίζουν τον προορισμό (Χρήστου κ.ά., 2007).

Κατά τους συγγραφείς Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη & Λύτρα (1999), οι προορισμοί ταξινομούνται σε δύο τύπους. Ο πρώτος είναι ο ανεξάρτητος (αυτοτελής) τουριστικός προορισμός που έχει αναπτυχθεί με κύριο οικονομικό σκοπό τον τουρισμό, προσφέροντας όλες τις υπηρεσίες και τις παροχές που είναι απαραίτητες σε έναν επισκέπτη μέσα σε αυτόν.

Μάλιστα, σύμφωνα με τον ακόλουθο ορισμό που προσέφερε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού «..ένας τουριστικός προορισμός είναι ένας φυσικός χώρος στο οποίο ένας επισκέπτης ξοδεύει τουλάχιστον ένα ολονύκτιο. Περιλαμβάνει τα προϊόντα τουρισμού όπως οι υπηρεσίες υποστήριξης και θέλγητρα και οι τουριστικοί πόροι μέσα στο χρόνο που απαιτεί η ημερήσια επιστροφή. Έχει φυσικά και διοικητικά όρια που καθορίζουν τη διαχείρισή του, καθώς και εικόνες και αντιλήψεις που καθορίζουν την ανταγωνιστικότητά του στην αγορά».

Ο Cohen αναφέρθηκε στη δυναμική που ασκούν τα συστατικά στοιχεία ενός προορισμού κατά τη διαμόρφωση της επιθυμίας στους καταναλωτές για βίωση μιας τουριστικής εμπειρίας στο διεθνές περιβάλλον.

Βάσει αποτελεσμάτων έρευνας, το τουριστικό περιβάλλον ενός προορισμού (δηλαδή κοινωνικά και πολιτιστικά στοιχεία) αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα επιρροής των επιθυμιών και ακολουθούν τα στοιχεία των υποδομών και εξυπηρετήσεων (δηλαδή τα στοιχεία μεταφοράς, διαμονής και διατροφής

Ο Butler (1998) ισχυρίζεται ότι οι πετυχημένοι τουριστικοί προορισμοί οφείλουν την επιτυχία τους στα παρακάτω στοιχεία:

- Πληροφόρηση και άνεση στην πρόσβαση πληροφοριών στις κύριες αγορές.
- Λογικό κόστος.
- Καλό φυσικό κλίμα.
- Παροχή ποικιλίας από δραστηριότητες και διευκολύνσεις μέσω των οποίων οι επισκέπτες αποκτά πλεονεκτήματα.

Για να παραμένουν διαχρονικά ελκυστικοί οι προορισμοί θα πρέπει τα παραπάνω στοιχεία να οργώνονται και να ελέγχονται κατάλληλα. Οι προορισμοί που παρουσιάζουν

παγκόσμιες μοναδικότητες (π.χ. Πύργος του Αιφελ, πυραμίδες της Αιγύπτου, Παρθενώνας) μπορούν ευκολότερα από οποιοδήποτε άλλο προορισμό να σταθούν σε μακροχρόνια βάση στο διεθνές τουριστικό προσκήνιο.

Συμπληρωματικά στοιχεία, όπως στοιχεία φυσικής ή πολιτιστικής κληρονομιάς ή συνδυασμός των δύο χρησιμεύουν για την προσέλκυση των επισκεπτών.

Ακόμα, με τον όρο «τουριστικός προορισμός» εννοούμε το σύνολο των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών από έναν προορισμό. Οι περισσότεροι προορισμοί προσφέρουν διάφορα προϊόντα/ υπηρεσίες και συνδυασμός αυτών συνθέτουν ένα τουριστικό προορισμό.

Τα προσφερόμενα προϊόντα / υπηρεσίες είναι:

- Τουριστικοί πόροι (φυσικοί & τεχνικοί, διαμορφωμένα ειδικά για την εξυπηρέτηση τουριστικών σκοπών)
- Τουριστικές υπηρεσίες κύριες και βοηθητικές (για διαμονή, σίτιση, διασκέδαση)
- Μετακίνηση
- Προσφερόμενα τουριστικά πακέτα
- Τουριστικές δραστηριότητες (διάφορες δραστηριότητες αναψυχής για τους τουρίστες να επιλέξουν)

Εναλλακτικά, οι τουριστικοί προορισμοί, δεδομένου ότι η πλειοψηφία της τουριστικής δραστηριότητας πραγματοποιείται σ' αυτούς, μπορούν επίσης να περιγράφουν ως: «...μια τοποθεσία στην οποία οι επισκέπτες βασίζονται προσωρινά για να συμμετέχουν στις σχετικές με τον τουρισμό αλληλεπιδράσεις και δραστηριότητες» (Χρήστου κ.ά., 2007).

Σύμφωνα με τον Βούχαλη (2000) οι προορισμοί αποτελούν σύνθεση αμαλαγμάτων από τουριστικά προϊόντα. Αυτά τα προϊόντικα αμαλλάματα προσφέρουν μια ολοκληρωμένη εμπειρία στους καταναλωτές.

Η σύνθεση αυτών των προϊόντων συνδυασμών περιλαμβάνει έξι βασικά στοιχεία (the 6 As).

1. Οι ελκυστικότητες.
2. Η πρόσβαση.

3. Οι εξυπηρετήσεις σε καταλύματα, διαμονή
4. Οι αγορές.
5. Τα διαθέσιμα πακέτα.
6. Οι δραστηριότητες σε υπηρεσίες όπως τράπεζες, ταχυδρομείο, κέντρα υγείας κ.ά..

Εν κατακλείδι ένας τουριστικός προορισμός μπορεί να θεωρηθεί ως ένας συνδυασμός όλων των προϊόντων, υπηρεσιών και εμπειριών που προσφέρονται στο συγκεκριμένο τόπο.

## **2.2 Τύποι Τουριστικών Προορισμών**

Οι τουριστικοί προορισμοί σύμφωνα με τον D. Buhalis (2000) χωρίζονται στις ακόλουθες κατηγορίες.

### **Αστικοί**

Οι αστικοί προορισμοί έχουν αναμιχθεί με τον τουρισμό από τα πρώτα χρόνια του πολιτισμού μας. Οι άνθρωποι συνήθιζαν να ταξιδεύουν στις πόλεις και τις κωμοπόλεις τόσο για επαγγελματικούς σκοπούς, προκειμένου να συναντούν πολιτικούς και συνεταίρους για συμφωνίες, όσο και για θρησκευτικούς σκοπούς, αφού σε αυτές βρισκόταν οι κυριότεροι καθεδρικοί, μουσουλμανικοί ναοί και ιερά, ενώ τέλος αθλητικές εκδηλώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αρχαία Ελλάδα δημιουργούσαν επίσης τουριστική δραστηριότητα. Σήμερα οι αστικοί προορισμοί προσελκύουν κυρίως τουρίστες που ταξιδεύουν για να παραστούν σε συνέδρια, συσκέψεις και εκθέσεις, αφού οι περισσότεροι αστικοί προορισμοί διαθέτουν την απαραίτητη υποδομή (αίθουσες συνεδρίων και εκθέσεων, μεταφορές, καταλύματα) για να διευκολύνουν τη διοργάνωση τους. Προσελκύουν επίσης ταξιδιώτες αναψυχής, κυρίως τα σαββατοκύριακα και τις σχολικές αργίες, καθώς και τουρίστες που ταξιδεύουν για μορφωτικούς σκοπούς ή λόγους υγείας, αφού είναι σε γενικές γραμμές εξοπλισμένοι με καλά εκπαιδευτικά ιδρύματα και νοσοκομεία.

Η τυπολογία (Bruce Prideaux) που ακολουθεί στον επόμενο πίνακα θεωρείται λεπτομερής, εστιάζοντας στις δραστηριότητες που δημιουργούν τουριστικούς πόλους έλξης, λαμβάνοντας υπόψη τα διάφορα ενδιαφέροντα και εμπειρίες που θα έχει ο κάθε τουρίστας.

Πόλοι έλξης	Λειτουργία-αποτέλεσμα
Επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς	Αύξηση ικανότητας στα μέλη της διάσπαρτης οικογενείας. Η ζήτηση για τα ταξίδια αυτού του είδους εμφανίζουν ιδιαίτερη αύξηση.
Θεματικές δραστηριότητες	Η κατηγορία περιλαμβάνει δραστηριότητες που ενθαρρύνουν την συμμετοχή και οργάνωση του επισκέπτη σε ομάδες, όπως η φωτογραφία
Σπορ	Εύρος αθλητικών γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες και τα Παγκόσμια Πρωταθλήματα, πραγματοποιούνται σε μεγάλες πόλεις και παράλληλα τοπικά αθλητικά γεγονότα γίνονται πόλοι έλξης σε μικρότερες πόλεις.
Διασκέδαση	Η νυχτερινή ζωή, οι συναυλίες, τα φεστιβάλ εντάσσονται στην κατηγορία αυτή, δημιουργώντας ροή τουριστών τη συγκεκριμένη περίοδο.
Δραστηριότητες υγείας και καλλωπισμού	Τα γυμναστήρια, τα κέντρα σπα και αιτητικής αποτελούν συστατικά στοιχεία της πόλης που προσελκύει τουρίστες με κίνητρο την υγεία και ευεξία.
Επαγγελματικές δραστηριότητες	Η φήμη ορισμένων επιχειρηματικών ζωνών για παράδειγμα η Wall Street αλλά και το κύρος των ουρανοξυστών εμπνέουν τους επισκέπτες της κατηγορίας αυτής.
Προσκύνημα	Η Ιερουσαλήμ, η Μέκκα αποτελούν τους δημοφιλέστερους προορισμούς για τους προσκυνητές παγκοσμίως.
Ιστορία και πολιτιστική κληρονομία	Η δυνατότητα για σύνδεση με το παρελθόν ενθαρρύνει τη συμμετοχή σε παραδοσιακές



	γιορτές και την επίσκεψη σε μουσεία, αρχαία μνημεία και ιστορικά κέντρα.
Γαστρονομικές ασχολίες	Γεύσεις και συνταγές πολλές φορές ταυτίζονται με έναν τόπο καθιστώντας τον μοναδικό στα ματιά του κόσμου.
Ενεργός μάθηση	Η αναγνώριση της αξίας τους δια βίου μάθησης αποτελεί προϋπόθεση για την επίσκεψη σε έναν τόπο που προσφέρει τέτοιες δυνατότητες.

Πίνακας 1: Δραστηριότητες που δημιουργούν τουριστικοί πόλοι

Πηγή: Prideux Bruce, 2009, σελ. 150-152, Resort Destination: Evolution, Management and Development Elsevier, Oxford, UK

### **Παραθαλάσσιοι προορισμοί και θέρετρα**

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία (Bruce Prideaux) τα θέρετρα προορισμοί προσελκύουν τουρίστες που αναζητούν τα λεγόμενα «3S» στις διακοπές τους, δηλαδή θάλασσα (Sea), άμμο (Sand) και ήλιο (Sun). Οι προορισμοί αυτοί παραδοσιακά εξυπηρετούν τουρίστες που πραγματοποιούν διακοπές. Οι ταξιδιώτες από βορειότερες τοποθεσίες και κλίματα τείνουν να περνούν ένα τμήμα των ετήσιων διακοπών τους στο Νότο, όπου μπορούν να απολαύσουν την λιακάδα και τα θαλάσσια σπορ. Όσο το προϊόν στα παραδοσιακά τουριστικά θέρετρα ωριμάζει, νέοι εξωτικοί προορισμοί, συχνά σε λιγότερο αναπτυγμένες χώρες προσελκύουν τουρίστες που αναζητούν αυθεντικές και διαφορετικές εμπειρίες.

### **Αλπικοί προορισμοί**

Οι προορισμοί αυτοί προσελκύουν τουρίστες αναψυχής για την πραγματοποίηση χειμερινών σπορ, όπως το σκι, καθώς και τουρίστες διακοπών που εκτιμούν τις ομορφιές της φύσης σε όλες τις εποχές. Επίσης, προσελκύουν άτομα όπως φυσιολάτρες, ποδηλάτες του βουνού, περιπατητές, κλπ. για την πραγματοποίηση των διακοπών τους, αφού μια μεγάλη ποικιλία αποστολών και προκλήσεων οργανώνονται για βουνά όπως το Έβερεστ και τις Άλπεις. Τέλος, το γεγονός ότι πολλοί αλπικοί προορισμοί είναι ακόμα ανεξερεύνητοι και προσφέρουν μοναδικές/αυθεντικές εμπειρίες, κάνει τα αλπικά θέρετρα όλο και πιο δημοφιλή για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων.

### **Αγροτικοί προορισμοί**

Οι προορισμοί αυτοί φαίνονται να αναπτύσσονται γρήγορα καθώς κτηματίες και αγροτικοί πληθυσμοί εκμεταλλεύονται την επιθυμία του ταξιδιώτη για επιστροφή στην φύση και εμπειρίες από την αυθεντική αγροτική ζωή. Ο τουρισμός θεωρείται εργαλείο ανάπτυξης σε πολλές περιοχές που η γεωργία παρακμάζει σταδιακά ή όπου οι άνθρωποι θα ήθελαν να διαφοροποιήσουν τον τρόπο ζωής και δουλειάς τους. Οι τουρίστες μπορούν να συμβάλλουν στις αγροτικές δραστηριότητες που λαμβάνουν μέρος ή να λάβουν ένα πιο παθητικό ρόλο. Ο αγροτουρισμός μπορεί να θεματοποιηθεί ανάλογα με την δραστηριότητα που πραγματοποιείται, π.χ. μαγειρική, μελισσοκομία, κλπ.

### **Προορισμοί σε αυθεντικές χώρες (συχνά του 3ου κόσμου)**

Προορισμοί σε μέρη που έχουν υποστεί περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη όπως στην Ασία, τη Νότια Αμερική και την Αφρική, ελκύουν ένα μικρό αριθμό τουριστών της περιπέτειας που είναι προετοιμασμένοι να παραιτηθούν από τις ανέσεις του σύγχρονου κόσμου, προκειμένου να αλληλεπιδράσουν με τις τοπικές κοινωνίες και το φυσικό περιβάλλον και να απολαύσουν αυθεντικές εμπειρίες. Οι περιοχές αυτές ίσως αναπτυχθούν σε ένα αργότερο στάδιο σε μαζικούς τουριστικούς προορισμούς, και για το λόγο αυτό χρειάζεται προσεκτικός σχεδιασμός προκειμένου να διατηρήσουν αναλλοίωτους τους πόρους τους.

### **Μοναδικό-Εξωτικό-Αποκλειστικό Προορισμοί**

Έτσι χαρακτηρίζονται οι προορισμοί που θεωρείται ότι προσφέρουν μια μοναδική και πολύτιμη εμπειρία (π.χ. Άγιος Μαυρίκιος, Σεϋχέλλες). Συχνά συνοψίζουν το όνειρο του μέσου ταξιδιώτη και για αυτό γίνονται πακέτα και τιμολογούνται σαν πολύτιμα ειδικά προϊόντα, όπως ταξίδια για γάμους, μήνες του μέλιτος, επετείου ή οποιοδήποτε ταξίδι ειδικής περίπτωσης ή για ταξίδι κινήτρων. Τέτοιοι προορισμοί είναι συνήθως χωρίς πτήσεις charter, δεν προσελκύουν μαζικό τουρισμό, αντίθετα έχουν μειωμένο βαθμό επισκεψιμότητας αλλά αυξημένο εισόδημα ανά επισκέπτη.

## **2.3 Χαρακτηριστικά Τουριστικού Προορισμού**

Τα βασικά χαρακτηριστικά ενός τουριστικού προορισμού είναι (UNWTO, 2007):

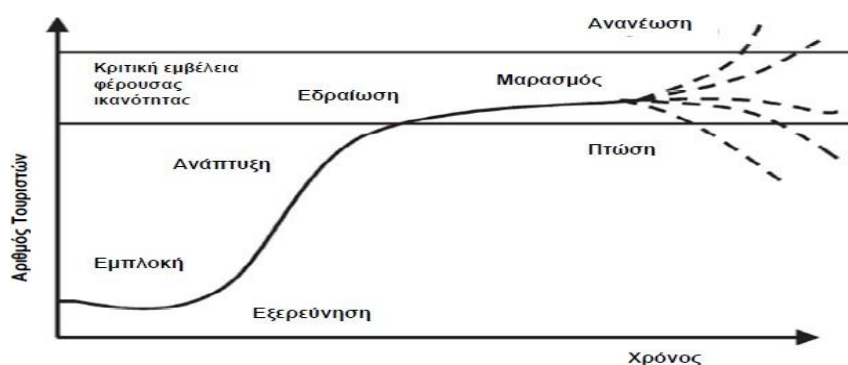
- **Αξιοθέατα:** Πρόκειται για στοιχεία που αποτελούν πόλο έλξης και αποτελούν τον πρωταρχικό παράγοντα που οδηγεί ένα τουρίστα στον συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό. Μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε φυσικά (παραλίες, βουνά, πάρκα, καιρός), τεχνητά (θρησκευτικά και αρχαιολογικά μνημεία κλπ.) και πολιτιστικά αξιοθέατα (μουσεία, θέατρα, πολιτιστικές εκδηλώσεις).
- **Υπηρεσίες:** Για την υποστήριξη της διαμονής των επισκεπτών απαιτείται μια μεγάλη γκάμα υπηρεσιών και ευκολιών που περιλαμβάνει βασικές υποδομές όπως μέσα μαζικής μεταφοράς, οδικούς άξονες αλλά και υπηρεσίες που απευθύνονται απευθείας στον επισκέπτη όπως διαμονή, τουριστική πληροφόρηση, ξεναγήσεις, σημεία εστίασης και αγορών.
- **Προσβασιμότητα:** Ο προορισμός πρέπει να είναι προσβάσιμος στο ευρύ κοινό με πολλά εναλλακτικά μέσα όπως οδικές αρτηρίες, αεροπορικά μέσα, πλοία και σιδηροδρομικά μέσα.
- **Εικόνα:** Ο μοναδικός χαρακτήρας και η εικόνα ενός προορισμού αποτελούν πόλο έλξης για τους επισκέπτες. Δεν αρκεί η ποιότητα των υπηρεσιών ενός τουριστικού προορισμού, αν ο πιθανός επισκέπτης δεν γνωρίζει την ύπαρξη του. Οι μέθοδοι του μάρκετινγκ μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση ενός τουριστικού προορισμού και τη βελτίωση της εικόνας του. Ανάμεσα στα στοιχεία που πρέπει να τονίζει μια καμπάνια είναι η μοναδικότητα, τα αξιοθέατα, το περιβάλλον, η ασφάλεια, το επίπεδο υπηρεσιών και η φιλικότητα των κατοίκων.
- **Τιμή:** Η τιμή είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την ανταγωνιστικότητα ενός τουριστικού προορισμού. Το συνολικό κόστος έχει σχέση με το κόστος μεταφοράς από και προς τον προορισμό, καθώς και με το κόστος διαμονής, σίτισης και ξεναγήσεων. Ένας άλλος παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει τους πιθανούς επισκέπτες είναι θέματα νομίσματος και ισοτιμιών.
- **Ανθρώπινοι πόροι:** Οι τουριστικές υπηρεσίες έχουν άμεση σχέση με τον ανθρώπινο παράγοντα και η συναναστροφή με τις τοπικές κοινωνίες είναι ένα σημαντικό στοιχείο της τουριστικής εμπειρίας. Καλά εκπαιδευμένο και καταρτισμένο προσωπικό είναι απαραίτητο για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων του οργανισμού διοίκησης ενός τουριστικού προορισμού.

## 2.4 Κύκλος Ζωής Ενός Τουριστικού Προορισμού

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις περισσότερες περιοχές, βασίζεται στον τοπικό φυσικό και πολιτισμικό πλούτο. Συχνά όμως ο βαθμός (και ο τρόπος) στον οποίο αναπτύσσεται, επηρεάζει σημαντικά την ποιότητα του περιβάλλοντος και τη φυσική και πολιτισμική κληρονομιά, απειλώντας την ίδια τη βάση της ανάπτυξής του.

Όλοι οι τουριστικοί προορισμοί περνάνε από κάποια στάδια κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους. Τα στάδια ανάπτυξης έχουν συνδεθεί με την έννοια του κύκλου ζωής της τουριστικής περιοχής. Ο κύκλος αποτελεί μια διαχρονική πορεία, η οποία, ξεκινώντας από τη δημιουργία του τουριστικού προϊόντος, καταλήγει στην παρακμή ή στην ανανέωση. Σύμφωνα με την Sh. Agarwal, τα στάδια ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού είναι: α) η εξερεύνηση, β) η εμπλοκή, γ) η ανάπτυξη, δ) η εδραίωση, ε) ο μααρασμός και στ) η πτώση ή αναζωογόνηση. (Sheela Agarwal, 1997). Αναλυτικότερα, τα στάδια είναι τα εξής.

- **Εξερεύνηση (Exploration):** Το στάδιο αυτό χαρακτηρίζεται από ένα μικρό αριθμό μεμονωμένων επισκεπτών, που ανακαλύπτουν κάποιο προορισμό χωρίς τη διαμεσολάβηση τρίτων. Οι υποδομές, οι εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται είναι τοπικής ιδιοκτησίας και ο αριθμός των επισκεπτών περιορισμένος, λόγω της έλλειψης των απαραίτητων μέσων πρόσβασης και υποδομών. Κατά τη φάση της «εξερεύνησης» ενός τουριστικού προορισμού, οι περιοχές «ανακαλύπτονται» συνήθως από τους τουρίστες, χωρίς οι ντόπιοι να έχουν αναπτύξει προωθητικές στρατηγικές. Καθοριστικοί λοιπόν παράγοντες σε αυτό το πρώιμο στάδιο μπορούν να θεωρηθούν α) το φυσικό κάλλος της περιοχής, β) οι ελάχιστοι και «τολμηροί» τουρίστες, γ) οι λιγοστοί και φιλικόι ντόπιοι επιχειρηματίες.



Εικόνα 2 : Ο κύκλος ζωής μιας τουριστικής περιοχής

- **Εμπλοκή (Involvement):** Στο στάδιο αυτό αυξάνεται ο αριθμός και η συχνότητα των τουριστικών αφίξεων, που συνοδεύεται από ανάλογη προσαρμογή της τοπικής κοινωνίας στο φαινόμενο, θεωρώντας τον τουρισμό ως κύριο μέσο οικονομικής ανάπτυξης. Οι ντόπιοι επιχειρηματίες ενεργοποιούνται στην προσφορά κατάλληλων υπηρεσιών και χώρων διαμονής, εστίασης και ψυχαγωγίας για τους τουρίστες. Ταυτόχρονα, ενισχύεται η διαφήμιση για την προσέλκυση τουριστών και πιθανόν να εκδηλωθούν πιέσεις προς τις τοπικές αρχές για ποσοτική και ποιοτική αύξηση της προσφερόμενης υποδομής. Στην περίπτωση αυτή, η στρατηγική ανάπτυξης του τουριστικού προορισμού εστιάζει στη διαφοροποίηση της παροχής υπηρεσιών, διαφοροποίηση η οποία στόχο έχει να προσεγγίσει τους τουρίστες.
- **Ανάπτυξη (Development):** Στο στάδιο της ανάπτυξης, η τουριστική υποδομή (κτίρια, υπηρεσίες και μονάδες διαμονής) αυξάνεται και κάνει την εμφάνισή της μια τακτική τουριστική αγορά που προσελκύεται από την εντατική διαφήμιση. Η συμμετοχή και ο έλεγχος της ανάπτυξης από την τοπική κοινωνία μειώνεται αλματωδώς, με αποτέλεσμα ο έλεγχος της τουριστικής βιομηχανίας να μεταφέρεται σε ξένους επιχειρηματίες. Επίσης, ο αριθμός τουριστών κατά τις περιόδους αιχμής υπερκαλύπτει τον αριθμό των ντόπιων κατοίκων. Οι παράγοντες που συμβάλλουν σ' όλες αυτές τις αλλαγές, είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις εθνικής εμβέλειας (ξενοδοχεία, πρακτορεία), τουριστικές επιχειρήσεις διεθνούς εμβέλειας (tour operators) που δραστηριοποιούνται στην περιοχή, καθώς και ντόπιοι και αλλοδαποί επιχειρηματίες που επενδύουν στην περιοχή. Επίσης οι εργαζόμενοι στις τουριστικές επιχειρήσεις και οι μετανάστες που επιστρέφουν στην περιοχή επειδή τώρα πια υπάρχει απασχόληση. Σημαντική είναι και η συμβολή της πολιτείας με την εκπόνηση και εφαρμογή προγραμμάτων ανάπτυξης και προβολής της περιοχής.

Έτσι προκύπτουν κάποια χαρακτηριστικά γνωρίσματα για την περιοχή, όπως: Δημιουργία μιας σύνθετης τουριστικής υποδομής η οποία περιλαμβάνει μεγάλα ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, εστιατόρια, μπαρ, ταβέρνες, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων κ.α. Μεγάλης εμβέλειας επενδύσεις από το κράτος και πρώτες σημαντικές επενδύσεις από ιδιώτες. Σημαντικές αλλαγές στη χωρική και λειτουργική οργάνωση της περιοχής, ώστε να εξυπηρετούνται οι τουρίστες.

Πρώτες ομάδες οργανωμένου τουρισμού που ταξιδεύουν χρησιμοποιώντας υπηρεσίες. Η περιοχή αποκτά διαφημιστική εικόνα. Η τουριστική ανάπτυξη τώρα πια είναι έτοιμη να εισέλθει στο επόμενο στάδιο.

- **Εδραίωση (Consolidation)**: Στο στάδιο της εδραίωσης ο ρυθμός αύξησης των τουριστών βαίνει μειούμενος, ενώ ο συνολικός αριθμός αυξάνεται υπερβαίνοντας τον αριθμό των μόνιμων κατοίκων. Το στάδιο χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση ενός επιχειρηματικού κέντρου στην τουριστική περιοχή και την φθορά ορισμένων κτιρίων, ενώ οι προσπάθειες καταβάλλονται για την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την αύξησης του μεριδίου της τουριστικής αγοράς (Agarwal 1994). Ένα μεγάλο μέρος της τοπικής οικονομίας συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό, αλλά πολλοί από τους κατοίκους θεωρούν ότι δεν έχουν τη δυνατότητα προσπέλασης στα τοπικά θέλγητρα. Η συνειδητοποίηση των πρόκλησης αρνητικών συνεπειών από τον τουρισμό έχει ως αποτέλεσμα την εκδήλωση κάποιων εχθρικών αισθημάτων προς τους επισκέπτες.
- **Μαρασμός (Stagnation)**: Στο τελικό αυτό στάδιο ο προορισμός έχει κορεστεί και οι κάτοικοι είναι δυσαρεστημένοι αφού ο τουρισμός δεν τους απέφερε όλα τα αναμενόμενα οφέλη. Για τους επισκέπτες, οι παράγοντες που ήταν υπεύθυνοι για την αρχική επιτυχία του προορισμού (η ενθουσιώδης υποδοχή, η φιλοξενία και η φιλικότητα των κατοίκων, η ελκυστικότητα της τοπικής κοινωνίας, το καθαρό και χωρίς συνωστισμό περιβάλλον, η απουσία έντονης εμπορευματοποίησης), έχουν εξαφανιστεί, με αποτέλεσμα να αναζητούν άλλους ανόθευτους προορισμούς. Παρ' όλο που η τουριστική περιοχή έχει αποκτήσει μια εικόνα, δεν είναι πια στη μόδα. Η αλλαγή της ιδιοκτησίας κτιρίων και επιχειρήσεων είναι μεγάλη, λίγες νέες επιχειρήσεις ανοίγουν, η γη και τα κτίρια χάνουν την αξία τους και η ντόπια ιδιοκτησία αυξάνεται. Το τέλος του κύκλου σφραγίζεται από τη φάση του μεταμαρασμού όπου μπορεί να προέλθει η πτώση ή η αναζωογόνηση.

**Η πτώση**: που είναι απόρροια της φθίνουσας πορείας της τουριστικής αγοράς αλλά και της απουσίας ανταγωνιστικού προορισμού σε σχέση με τους υπόλοιπους. Οι τουριστικές υποδομές εγκαταλείπονται ή έρχονται στα χεριά των ντόπιων που είναι πιθανόν να κάνουν άλλη χρήση αυτών.

**Η αναζωογόνηση**: όπου η κοινωνία δημιουργεί τεχνητά θέλγητρα και στρέφεται στην εκμετάλλευση άλλων πλουτοπαραγωγικών πηγών, που ως τώρα δεν είχε αναπτύξει.

## 2.5 Τουριστικός Προορισμός: Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει ένα μεσογειακό κλίμα, το οποίο είναι ιδανικό για τουρισμό όλο το χρόνο. Οι επισκέπτες στην Ελλάδα μπορούν να ασχοληθούν με διάφορες δραστηριότητες, όπως ιστιοπλοΐα, κρουαζιέρες κλπ. και μπορούν να γνωρίσουν τις παρθένες παραλίες της, τα επιβλητικά βουνά της, την πλούσια ιστορία και παραδόσεις της και την φημισμένη φιλοξενία της. Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. (<http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependytikoi-tomeis/toyrismos>)

Η Ελλάδα, στην διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών, από μία περιορισμένης εμβέλειας τουριστική δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία, που συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία, την απασχόληση και την ευημερία, αλλά επίσης και στην προβολή της χώρας προς τα έξω και την διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης για αυτήν (ΕΟΤ).

Η Ελλάδα αποτελεί έναν διαχρονικό τουριστικό προορισμό, με σταθερό μερίδιο αγοράς τα τελευταία χρόνια: 2,8 –3,4% στην Ευρώπη και 1,5 – 1,9% παγκοσμίως το διάστημα 2000-2013 (SETE, 2014). Η Ελλάδα το 2014, με 22 εκ. αφίξεις, κατέλαβε την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη χωρών με βάση τον αριθμό αφίξεων τουριστών. Παρά τη θεαματική άνοδο κατά 23% που σημείωσαν οι αφίξεις μη κατοίκων στα σύνορα, η χώρα μας κέρδισε μόνο μια θέση ως προς το προηγούμενο έτος 2013.

Τα βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού για το 2014 έχουν ως εξής (SETE 2014):

- ✚ Συμμετοχή στο ΑΕΠ 17,3%
- ✚ Συμμετοχή στην απασχόληση 17,3% απασχολούμενοι 699.000
- ✚ Διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις € 13.005 εκατ.
- ✚ Μέση κατά κεφαλή δαπάνη €590 και 70 ανά διανυκτέρευση
- ✚ Διεθνείς τουριστικές αφίξεις 22.033.464 εκατ. Και σύνολο διανυκτερεύσεων 184.788.660
- ✚ Μερίδιο Ευρωπαϊκής αγοράς 3,8%
- ✚ Μερίδιο Παγκόσμιας Αγοράς 1,8%
- ✚ Ξενοδοχειακό Δυναμικό 9.851 ξενοδοχεία και 792.304 κλίνες

Όσον αφορά τις αφίξεις των τουριστών ανά χώρα προέλευσης για το έτη 2013-2015 παρουσιάζονται στο παρακάτω πίνακα.

	2013	2014	2015	2014		Συμβολή		
				%Δ	%Δ	2013 %	2014 %	2015 %
Γερμανία	2,267,546	2,459,228	2,810,350	8.5	14.3	12.7	11.2	11.9
Π.Γ.Δ.Μ.	1,600,000	2,346,580	3,023,059	46.7	28.8	8.9	10.7	12.8
Ην. Βασίλειο	1,846,333	2,089,529	2,397,169	13.2	14.7	10.3	9.5	10.2
Βουλγαρία	691,874	1,534,565	1,900,642	121.8	23.9	3.9	7.0	8.1
Γαλλία	1,152,217	1,463,157	1,522,100	27.0	4.0	6.4	6.6	6.4
Ρωσία	1,352,901	1,250,174	512,789	-7.6	-59.0	7.5	5.7	2.2
Ιταλία	964,314	1,117,712	1,355,327	15.9	21.3	5.4	5.1	5.7
Σερβία	778,765	985,661	727,831	26.6	-26.2	4.3	4.5	3.1
Τουρκία	831,113	976,758	1,153,046	17.5	18.0	4.6	4.4	4.9
Ολλανδία	580,867	657,339	639,108	13.2	-2.8	3.2	3.0	2.7
Η.Π.Α.	466,520	591,853	750,250	26.9	26.8	2.6	2.7	3.2
Πολωνία	385,474	588,712	754,402	52.7	28.1	2.2	2.7	3.2
Λοιπά Κράτη Ευρώπης	403,784	530,336	348,585	31.3	-34.3	2.3	2.4	1.5
Ρουμανία	278,873	543,360	540,289	94.8	-0.6	1.6	2.5	2.3
Αλβανία	504,809	488,099	491,381	-3.3	0.7	2.8	2.2	2.1
Κύπρος	399,008	448,342	470,091	12.4	4.9	2.2	2.0	2.0
Βέλγιο	344,554	409,198	482,524	18.8	17.9	1.9	1.9	2.0
Ελβετία	346,518	377,077	391,249	8.8	3.8	1.9	1.7	1.7
Ταϊβάν	286,974	347,624	436,703	21.1	25.6	1.6	1.6	1.9
Σουηδία	368,834	337,771	351,573	-8.4	4.1	2.1	1.5	1.5
Αυστρία	236,476	285,132	327,123	20.6	14.7	1.3	1.3	1.4
Νορβηγία	264,816	246,136	244,859	-7.1	-0.5	1.5	1.1	1.0
Δανία	202,477	240,419	237,655	18.7	-1.1	1.1	1.1	1.0
Ισραήλ	212,466	197,009	115,868	-7.3	-41.2	1.2	0.9	0.5
Αυστραλία	129,112	183,080	183,165	41.8	0.0	0.7	0.8	0.8
Φινλανδία	139,341	166,251	149,894	19.3	-9.8	0.8	0.8	0.6
Καναδάς	186,701	145,720	182,299	-21.9	25.1	1.0	0.7	0.8
Ισπανία	91,988	136,232	93,624	48.1	-31.3	0.5	0.6	0.4
Ουγγαρία	80,623	89,064	146,380	10.5	64.4	0.4	0.4	0.6
Λοιπά Κράτη	524,301	801,348	860,120	52.8	7.3	2.9	3.6	3.6
<b>Σύνολο</b>	<b>17,919,580</b>	<b>22,033,463</b>	<b>23,599,455</b>	<b>23</b>	<b>7.1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Πίνακας 2 : Αφίξεις των τουριστών ανά χώρα προέλευσης για το έτη 2013-2015

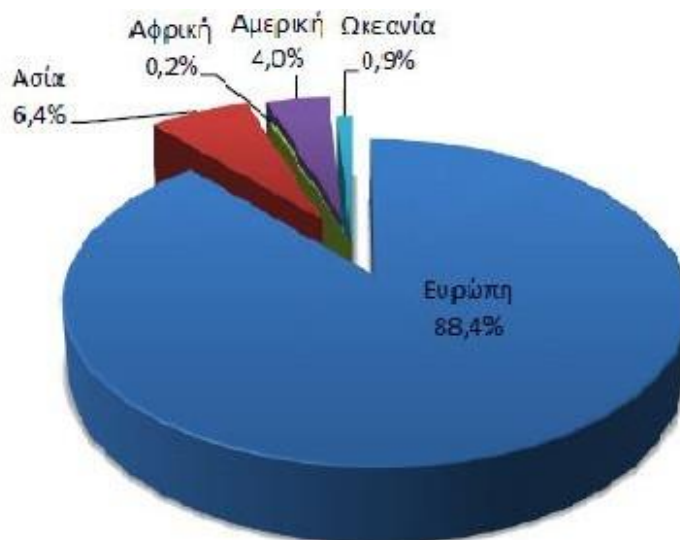
Πηγή: ΣΕΤΕ

Αυτό το οποίο παρατηρούμε από τον πίνακα είναι πως τα έτη 2014 και 2015 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις κύριες χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού στην Ευρώπη, όπως είναι η Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία και Ολλανδία. Επίσης, ένα σημείο το οποίο αξίζει να σταθούμε είναι η εντυπωσιακή αύξηση των αφίξεων από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και από τις γειτονικές Βαλκανικές χώρες, οι οποίες γίνονται σε μεγάλο βαθμό οδικών π.χ. Βουλγαρία, Σερβία. Αύξηση παρατηρείτε και στις αφίξεις από τις μακρινές και μεγάλες χώρες ΗΠΑ, Καναδά και Αυστραλία. Τέλος, όσον αφορά τις αφίξεις των Ρώσων Τουριστών έχουμε μεγάλη πτώση το 2015 -59% ενώ το 2014 -7,6%.

Όπως μπορούμε να δούμε και στο παρακάτω διάγραμμα η Ευρώπη εξακολουθεί και το 2014 να παραμένει η κύρια πηγή προέλευσης αλλοδαπών τουριστών μας, με ποσοστό



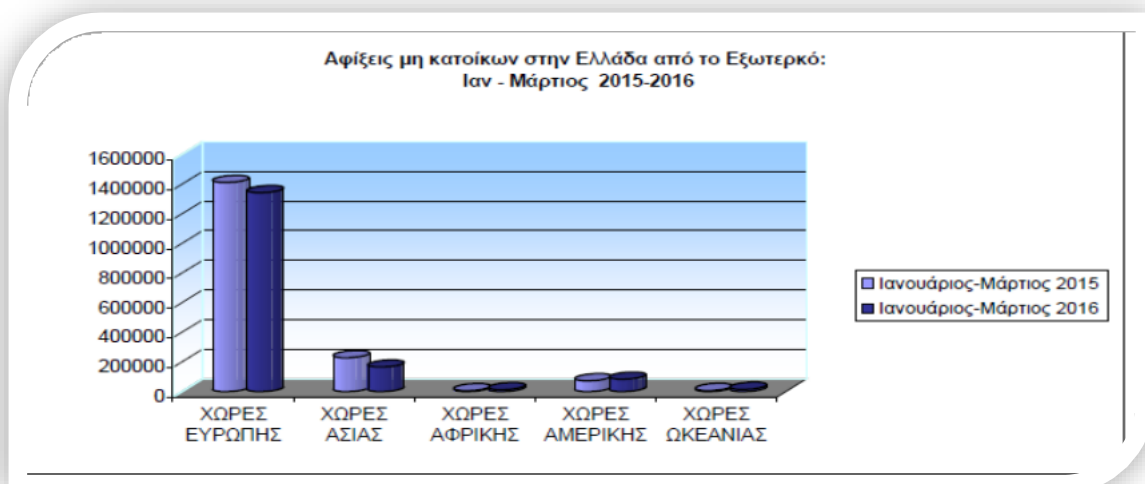
88,4%. Το μερίδιό της, όμως, το 2013 κατέγραψε μια μικρή μείωση σε σχέση με το 2012, ενώ αντίθετα αυξήθηκε το μερίδιο των τουριστών από τις χώρες της Ασίας. Τα μερίδια από τις υπόλοιπες περιοχές παρέμειναν σε χαμηλά επίπεδα.



Διάγραμμα 4 : Μερίδιο Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα ανά περιοχή 2014

Πηγή: ΕΛ. ΣΤΑΤ., Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ

Στο επόμενο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται οι αφίξεις από το Εξωτερικό για τα περίοδο Ιανουάριος- Μάρτιος 2015 και αντίστοιχα για το 2016.






Διάγραμμα 5 : Αφίξεις στην Ελλάδα από το Εξωτερικό 2015-2016

Πηγή: ΕΟΤ

Αυτό το οποίο παρατηρούμε κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Μαρτίου 2016, οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό μειώθηκαν κατά 6,2%, σε σύγκριση με αυτές της αντίστοιχης περιόδου Ιανουαρίου-Μαρτίου 2015.

Σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, η Ελλάδα κατατάσσεται επιπλέον στους «Μεσογειακούς» προορισμούς. Οι Apostolopoulos & Sönmez (2000) αναγνωρίζουν τον προορισμό Μεσόγειο ως μια ενιαία αγορά σε σχέση με τον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, και προτείνουν την από κοινού προσπάθεια προώθησης του. Ωστόσο, καθώς αρκετές χώρες έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά και προσφέρουν συγκεκριμένους τύπους διακοπών, κάθε μεσογειακή χώρα αντιλαμβάνεται το τουριστικό προϊόν που προσφέρει ως ανταγωνιστικό των γειτονικών χωρών. Παραδοσιακά, ανταγωνιστές του ελληνικού τουρισμού θεωρούνται η Ιταλία, η Ισπανία, η Τουρκία και η Αίγυπτος.

Στην επόμενη εικόνα παρουσιάζεται η επίδοση της Ελλάδας σε σχέση με τους κύριους ανταγωνιστές της.

	Αφίξεις (εκατ.) Arrivals (mil.)	Μεταβολή Change	2014 2013
 Ισπανία / Spain	65	7,1%	
 Τουρκία / Turkey	39,8	5,3%	
 Ελλάδα / Greece	22	23%	
 Κροατία / Croatia	11,6	6,2%	
 Αίγυπτος / Egypt	9,6	5%	
 Κύπρος / Cyprus	2,4	-4%	

Εικόνα 3 : Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις σε Ελλάδα και Ανταγωνιστές 2014

Πηγή: ΣΕΤΕ 2014

Σύμφωνα με τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις ρεκόρ άνω των 126 εκατ. τουριστών πέτυχαν η Ισπανία, Τουρκία και Ελλάδα. Η Ισπανία κατέχει την πρωτιά με 65 εκατ. αφίξεις, δεύτερη είναι η Τουρκία με 39,8 εκατ. και τρίτη η Ελλάδα με 22 εκατ. Οι αεροπορικές αφίξεις από το εξωτερικό σε όλα τα ελληνικά αεροδρόμια αυξήθηκαν κατά 15,6% ή κατά 2,2 εκατ. φθάνοντας τα 16,45 εκατ. βάσει στοιχείων της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας. Επίσης, οι αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού αυξήθηκαν κατά 22,5% αγγίζοντας τα 6,1 εκατ. και αποτυπώνοντας την ανάκαμψη του εγχώριου τουρισμού. Οι συνολικές διεθνείς τουριστικές αφίξεις (οδικές, κρουαζιέρα κ.ά.) έφθασαν

πέρυσι τα 24 εκατ. βάσει της εκτίμησης του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

## **2.6 Τουριστικός Προορισμός: Κρήτη**

Η Κρήτη λόγω της φυσικής της ομορφιάς, αλλά και της γεωγραφικής της θέσης, αποτελεί έναν από τους κυριότερους παραδοσιακούς τουριστικούς προορισμούς αναψυχής της Ελλάδας. Διαθέτει κρυστάλλινα, γαλανά και καθαρά νερά, πολλά βουνά και αρκετά πολιτιστικά μνημεία.

Όλοι γνωρίζουμε ότι, έως και σήμερα, η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός που έχει καθιερωθεί ως προορισμός του ήλιου και της θάλασσας, ενώ διαθέτει και τόσους άλλους πόρους ικανούς να στηρίξουν την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού που τόσο έχει ανάγκη.

Η τουριστική κίνηση, ξεκινάει από τον Απρίλιο και κορυφώνεται τους θερινούς μήνες (Ιούλιο, Αύγουστο), ενώ δείχνει να τελειώνει περί τα τέλη Οκτωβρίου. Οι επισκέπτες του νησιού είναι κυρίως Σκανδιναβοί, Ιρλανδοί και Γερμανοί ενώ υπάρχουν και αρκετοί επισκέπτες από την κεντρική και ανατολική Ευρώπη.

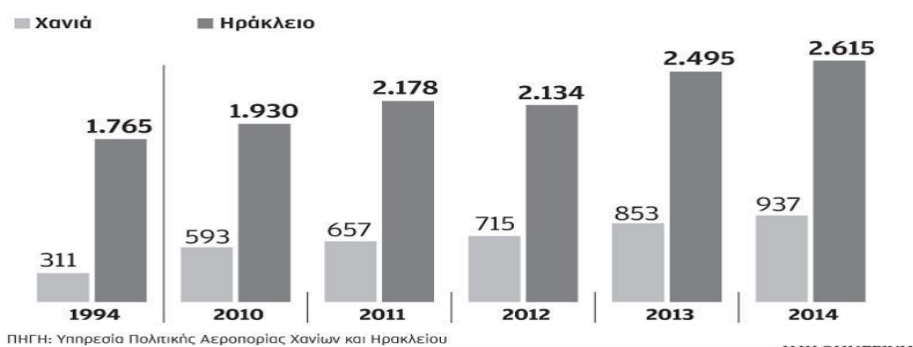
Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ) σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου, το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης και την Ένωση Ξενοδόχων Χανίων, εντυπωσιακή ανάκαμψη βιώνει ο τουρισμός της Κρήτης την τελευταία τετραετία σε επίπεδο αφίξεων ξένων επισκεπτών, φθάνοντας το 2014 στα υψηλότερα επίπεδα όλων των εποχών.

Σύμφωνα με την έρευνα, από το σύνολο των αλλοδαπών τουριστών που προτιμούν το αεροδρόμιο Χανίων ως τελικό προορισμό των διακοπών τους, το 82% παραμένει στον Ν. Χανίων για να περάσει τις διακοπές του, το 14% προτιμάει το Ρέθυμνο, ενώ μικρότερα ποσοστά επιλέγουν τους Νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου.

Καταλυτικό ρόλο στην απόφασή τους να επιλέξουν τον τελικό προορισμό τους συνεχίζουν να παίζουν το κλίμα, καθώς και οι φυσικές ομορφιές του τόπου κατά 97%. Σημαντικός παράγοντας επίσης είναι η κρητική κουζίνα κατά 81% και ακολουθούν με μικρότερα αλλά σημαντικά ποσοστά οι αρχαιολογικοί χώροι με 42%, η διασκέδαση και ψυχαγωγία με 27%.

## Αφίξεις τουριστών με charters σε Χανιά και Ηράκλειο

Σε χιλιάδες άτομα



Διάγραμμα 6 : Αφίξεις τουριστών με charters σε Χανιά και Ηράκλειο

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χανίων και Ηρακλείου

Στο Ηράκλειο οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις με charters έφθασαν το 2014 σε 2,6 εκατ. εμφανίζοντας αύξηση κατά 4,8% σε σχέση με το 2013. Σε σύγκριση με το 1994 (1,7 εκατ. αφίξεις) ο αριθμός των τουριστών σήμερα παρουσιάζει αύξηση κατά 48%.

Στα Χανιά οι αεροπορικές αφίξεις με charters από το εξωτερικό το 2014 έφθασαν σε 937.000, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 9,8% σε σχέση με πέρυσι. Έντονα ανοδική ήταν η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση από το 2010 οπότε οι αφίξεις είχαν διαμορφωθεί σε 593.000. Σε σύγκριση με το 1994 (311.000 αφίξεις) ο αριθμός των τουριστών σήμερα εμφανίζει αύξηση κατά 200%.

Με βάση τα ποσοστά αφίξεων των αλλοδαπών επισκεπτών για την περίοδο Ιανουάριος-Δεκέμβριος 2013-2014, διαπιστώνουμε ότι το 52% προέρχεται από τις Σκανδιναβικές Χώρες όπως η Νορβηγία (16,5%), Σουηδία (15,08%), Δανία (13,08%), Φιλανδία (7,22%). Ακολουθούν οι επισκέπτες από την Μ. Βρετανία (10,35%), Πολωνία (6,96%), Γερμανία (6,32), Ιταλία (5,48%) και Κύπρος (3,97%). Παρακάτω παρουσιάζεται σε γράφημα τα ποσοστά.



Γράφημα 1 : Ποσοστό αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων 2014

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Χανίων και Ηρακλείου

Στο αεροδρόμιο του Ηράκλειου οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών για την περίοδο Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2014 είχαν φτάσει στα 2.615.708, σημειώνοντας μια αύξηση σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2013 (2.496.011) της τάξης του 4,80%.



Γράφημα 2 : Αφίξεις αλλοδαπών στο αεροδρόμιο Ηρακλείου 2014 (%)

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Ηράκλειου, Ιανουάριος 2015

Πιο συγκεκριμένα, όπως παρατηρούμε και στο γράφημα, από τα ποσοστά αφίξεων των αλλοδαπών επισκεπτών για το έτος 2014 το 62% προέρχεται από τις ακόλουθες χώρες: Γερμανία (20,7%), Ρωσία (15,7%), Ην. Βασίλειο (14,3%) και Γαλλία (11%). Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά αλλά σημαντικά ποσοστά, αλλοδαποί επισκέπτες από Ολλανδία (5,4%), Ισραήλ (4,6%) Ελβετία (4,1%), Πολωνία (3,7%), Ιταλία (3,2%) και Βέλγιο (3,1%).

Κορυφαίος προορισμός για τους αλλοδαπούς επισκέπτες που προσγειώνονται στο αεροδρόμιο Χανίων αναδείχτηκε με διαφορά το Ελαφονήσι, το οποίο επισκέφθηκε ένας στους τρεις τουρίστες. Ακολουθούν οι επισκέψεις στα μουσεία, για τα οποία ένας στους τέσσερις έδειξε ιδιαίτερη προτίμηση.

Ένας στους έξι επισκέφτηκε τον Μπάλο, τα Φαλάσαρνα, την Κνωσό καθώς και το φαράγγι της Σαμαριάς. Τέλος, μικρότερο αλλά σημαντικό είναι το ποσοστό των αλλοδαπών επισκεπτών που προτίμησαν τη Σούγια και τους αρχαιολογικούς χώρους της Φαιστού και της Απτερας.

## Κεφάλαιο III

### 3.1 Παρουσίαση της Κρήτης

Η Κρήτη είναι το νοτιότερο και μεγαλύτερο νησί της Ελλάδας καθώς και το πέμπτο της Μεσογείου. Βρίσκεται στην Ανατολική λεκάνη της Μεσογείου , ανάμεσα σε τρεις Ηπείρους, την Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική. Βρέχεται από τον βορρά από το Κρητικό Πέλαγος, νότια από το Λιβυκό Πέλαγος, ανατολικά από το Καρπάθιο και δυτικά από το Ιόνιο πέλαγος (Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια, 2002). Πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη της είναι το Ηράκλειο, το οποίο είναι και η έδρα της περιφέρειας Κρήτης που συμπεριλαμβάνει γειτονικά νησιά και νησίδες. Με πληθυσμό 623.065 κατοίκων.

Διοικητικά χωρίζεται στους νομούς Χανίων, Ρεθύμνου, Ηρακλείου και Λασιθίου (Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια, 2002). Είναι ένα ορεινό νησί με πολλά βουνά και οροπέδια. Το μεγαλύτερο όρος είναι ο Ψηλορείτης που βρίσκεται στη μέση του νησιού. Ποτάμια δεν έχει το νησί, μόνο χείμαρρους που καταλήγουν στη θάλασσα. Η μία και μοναδική λίμνη της Κρήτης είναι η Κουρνά στον Αποκόρωνα. Το μήκος των ακτών

του νησιού είναι 1.046 χλμ., με απότομες και απλησίαστες ακτές στα Νότια και χαμηλές και προσιτές στα Βόρεια (Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια, 2002). Τα κυριότερα λιμάνια της είναι του Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, της Σητείας, της Σούδας, του Αλμυρού, των Μαλίων, του Γκράντες κ.α. Υπάρχουν επίσης και δύο διεθνείς αερολιμένες στο Ηράκλειο και στα Χανιά, και ένας μικρότερος στη Σητεία, από όπου μπορούν να εισέλθουν στο νησί οι επισκέπτες.

Η Κρήτη ανήκει στη μεσογειακή κλιματολογική ζώνη που προσδίδει τον κύριο κλιματικό χαρακτήρα της, ο οποίος χαρακτηρίζεται ως εύκρατος. Η ατμόσφαιρα μπορεί να είναι αρκετά υγρή, ανάλογα με την εγγύτητα στη θάλασσα. Ο χειμώνας είναι αρκετά ήπιος και υγρός, με αρκετές βροχοπτώσεις, ως επί το πλείστον, στα δυτικά τμήματα του νησιού. Η χιονόπτωση είναι σπάνια στις πεδινές εκτάσεις, αλλά αρκετά συχνή στις ορεινές. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, η μέση θερμοκρασία κυμαίνεται στους 25 με 30 βαθμούς Κελσίου. Η νότια ακτή, συμπεριλαμβανομένης της πεδιάδας της Μεσαράς και των Αστερούσιων ορέων, απολαμβάνει περισσότερες ηλιόλουστες ημέρες και υψηλότερες θερμοκρασίες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού σε σχέση με την υπόλοιπη μεγαλόνησο. Η γλωρίδα του νησιού απειλείται από τη βαθμιαία ανάπτυξη της κτηνοτροφίας.

Η Κρήτη έχει πλούσια οικονομία που στηρίζεται σε διάφορους τομείς. Το μεγαλύτερο ποσοστό των κατοίκων της, περίπου το 56% είναι αγρότες, ενώ το 33% είναι αστοί και το 11% είναι ημιαστοί. Τα κυριότερα προϊόντα που παράγει είναι ελιές, ελαιόλαδο, κρασί, σταφίδες, χαρούπια, κάστανα, φαρμακευτικά φυτά και πρώιμα κηπευτικά. Σε μικρότερη κλίμακα καλλιεργούνται σιτηρά και όσπρια. Επίσης, ένα μικρό ποσοστό ανθρώπων που ζει στα ορεινά τμήματα του νησιού, ασχολούνται με την κτηνοτροφία και παράγουν ονομαστά προϊόντα όπως το «ανθότυρο» και η «μυζήθρα Ανωγείων». Τέλος, ένα μέρος των κατοίκων του νησιού ασχολούνται και βγάζουν τα προς το ζην από την αλιεία, ενώ τις τελευταίες δεκαετίες έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα και ο τουρισμός στο νησί (Παγκόσμια Εγκυκλοπαίδεια, 2002).

Το Κρητικό νησί είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στον κόσμο και είναι γνωστό για τα «ήλιος, άμμος, θάλασσα», τα **3S** (Sun, Sand, Sea). Η Περιφέρεια της Κρήτης κατέχει στρατηγική γεωγραφική θέση, διαθέτει αρκετά σπάνια οικοσυστήματα καθώς και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Μεγάλη είναι η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού, αφού έχει να επιδείξει μια ιδιαίτερη παραδοσιακή αρχιτεκτονική που σε συνδυασμό με την λαϊκή τέχνη, αλλά και τα ήθη και έθιμα των κατοίκων δίνουν μια εντελώς ξεχωριστή φυσιογνωμία.



## 3.2 Νομοί της Κρήτης

### 3.2.1 Νομός Ηράκλειου

Ο νομός Ηρακλείου είναι ο μεγαλύτερος της Κρήτης, έχει το μεγαλύτερο πληθυσμό, ενώ είναι και η πλουσιότερη περιοχή της έχοντας το μεγαλύτερο κατά κεφαλή εισόδημα. Ο νομός Ηρακλείου υποδιαιρείται σε 7 επαρχίες.

Ο νομός Ηρακλείου βρίσκεται ανάμεσα σε δύο οροσειρές, την Ίδη στα δυτικά και τη Δίκτη στα ανατολικά. Οι κοιλάδες πίσω από την πόλη του Ηρακλείου παράγουν κάποια από τα ωραιότερα σταφύλια που χρησιμοποιούνται είτε ως φαγώσιμα, είτε για την παραγωγή σταφίδας.

Ο νομός Ηρακλείου έχει αρκετά αξιοθέατα. Σίγουρα ο επισκέπτης θα πρέπει να επισκεφτεί τα ερείπια ενός από τους μεγαλύτερους πολιτισμούς, η πιο ωραία συλλογή μινωικών ευρημάτων στον κόσμο την Κνωσό, τη Φαιστό, τα Μάλια και οι βυζαντινές εκκλησίες που είναι διασκορπισμένες παντού. Υπάρχουν ακόμα βενετικά κάστρα και σιντριβάνια. Τα χωριά και τα μοναστήρια έχουν να επιδείξουν μία ιστορία αγώνων για την ανεξαρτησία που φαίνεται από τα μνημεία για αυτούς που πέθαναν πολεμώντας εναντίον των κατακτητών της Κρήτης.



Εικόνα 4 : Ηράκλειο

Πηγή: [www.iha.fr](http://www.iha.fr)

### 3.2.2 Νομός Χανίων

Ο Νομός Χανίων καλύπτει το δυτικό άκρο της Κρήτης. Καταλαμβάνει μια έκταση 2.376 τετραγωνικών χιλιομέτρων, έχει ακτογραμμή πάνω από 250 χιλιόμετρα και πληθυσμό περίπου 150.000 μόνιμους κατοίκους. (<http://www.chania-info.gr>)

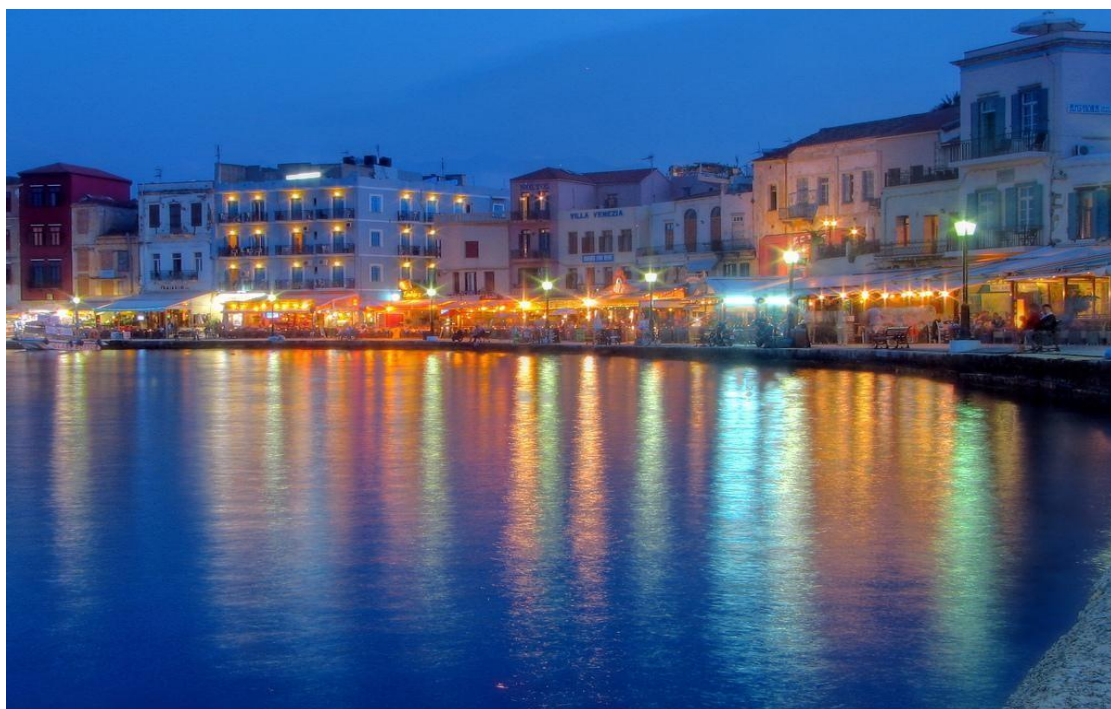
Το μεγαλύτερο μέρος του νομού είναι ορεινό με κυριότερο ορεινό όγκο την οροσειρά των Λευκών Ορέων, που ονομάστηκαν έτσι γιατί οι κορυφές του είναι πάντα χιονισμένες, όλο το χρόνο. Τα Λευκά Όρη είναι ο ψηλότερος ορεινός όγκος, με την υψηλότερη κορυφή του να αγγίζει τα 2.453 μέτρα.

Εκτός από την εκπληκτική πόλη των Χανίων, ο ομώνυμος νομός μπορεί να περηφανεύεται και για άλλες περιοχές όπως την επαρχία Αποκορώνου, Κισσάμου και βέβαια των Σφακίων. Το ταξίδι στα παραδοσιακά χωριά του νομού είναι άκρως ενδιαφέρον και απολαυστικό.

Με μια ακτογραμμή μεγαλύτερη από 250 χλμ. τα Χανιά διαθέτουν πάρα πολλές όμορφες παραλίες. Ανάμεσα στις παρθένες ακτές και τις κοσμοπολίτικες οργανωμένες πλαζ θα βρείτε σίγουρα κάποια για να απολαύσετε ό,τι αγαπάτε περισσότερο: τη χαλάρωση, το κολύμπι, τις καταδύσεις, τα θαλάσσια σπορ. Μερικές από τις ωραιότερες παραλίες του νομού Χανίων είναι η παραλία της Νέας Χώρας, οι Άγιοι Απόστολοι, το Γεράνι, το Μάλεμε, ο Πλατανιάς και ο Κίσσαμος στην περιοχή Καστέλλι, αλλά και το Μαρράθι και ο Καλαθάς στο Ακρωτήρι. Στο δρόμο που ενώνει τα Χανιά με το Ρέθυμνο υπάρχουν οι Καλύβες, η Αλμυρίδα και η Γεωργιούπολη. Όσο για τις παραλίες Φαλάσαρνα, το Ελαφονήσι και τον Μπάλο είναι από τις πιο δημοφιλείς.

Εκτός από τις μαγευτικές παραλίες, ο νομός Χανίων διαθέτει μοναδικές λίμνες, όπως αυτή του Κουρνά και της Αγίας και σπήλαια, χερσαία και θαλάσσια.

Για τους λάτρες του αρχαίου ελληνικού και κρητικού πολιτισμού τα Χανιά προσφέρουν ένα ταξίδι στο παρελθόν μέσα από τα μνημεία, τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία. Οι αρχαίοι οικισμοί Κυδωνία, Απτέρα, Πολυρρήνια, Φαλάσαρνα και Λισσός εντυπωσιάζουν τους περιηγητές και ενισχύουν τις γνώσεις για την ιστορία και τον ελληνικό πολιτισμό μας.



Εικόνα 5 : Χανιά

Πηγή: [www.mygola.com](http://www.mygola.com)

### **3.2.3 Ο Νομός Ρεθύμνου**

Ο Νομός Ρεθύμνου με έκταση 1.496τμ και πληθυσμό που φτάνει τους 63.000 κατοίκους συνορεύει ανατολικά με τα Χανιά και δυτικά με το Ηράκλειο, στη βόρεια πλευρά βρέχεται από το Κρητικό Πέλαγος και στη νότια από το Λυβικό Πέλαγος.

Το κλίμα του νομού χαρακτηρίζεται γενικά ήπιο μεσογειακό, με ήπιους χειμώνες. Στις ορεινές περιοχές απαντάται ελάχιστα ηπειρωτικό. Η ηλιοφάνεια καλύπτει το 67% των ημέρων του έτους και η θερμοκρασία κυμαίνεται από 12οC έως 27οC.



Εικόνα 6 : Ρέθυμνο

Πηγή: [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

Κύριοι φυσικοί πόροι του Νομού αποτελούν οι αρκετά εύφορες πεδινές εκτάσεις, βόρεια και νότια του νομού με σημαντική ανάπτυξη της γεωργίας και του τουρισμού και λιγότερο της κτηνοτροφίας. Η γεωργία στο νομό βασίζεται κυρίως στην ελαιοκαλλιέργεια. Οι ελαιώνες εδώ θεωρούνται από τους πλέον εκτεταμένους και αποδοτικούς όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε όλη τη Μεσόγειο. Οι καλλιεργούμενες εκτάσεις κατανέμονται για σιτηρά, βρώσιμα όσπρια, βιομηχανικά φυτά, κτηνοτροφικά φυτά, πατάτες και λαχανικά. Στις δενδρώδεις καλλιέργειες περιλαμβάνονται εσπεριδοειδή, οπωροφόρα (μηλιές, αχλαδιές, βερικοκιές, ροδακινιές, κερασιές κ.ά.) καθώς και αμυγδαλιές, καρυδιές και μπανανιές και κυρίαρχα ελιές. Από τα συνολικά 519.200 στρέμματα καλλιεργήσιμης γης περίπου τα 39.000 αρδεύονται.

Στη κτηνοτροφία περιλαμβάνονται αιγοπρόβατα οικόσιτης και ημιοικόσιτης μορφής με πολλά τυροκομικά γαλακτοκομικά και άλλα κτηνοτροφικά προϊόντα (δέρματα, λίπος, αυγά κ.λπ.).

Τα δάση του νομού πολύ περιορισμένα καλύπτουν μόνο το 0,04% της συνολικής έκτασης, από την οποία παράγεται ξυλεία, καυσόξυλα, ξυλάνθρακες και πολλά βότανα (τσάι, ρίγανη κ.λπ.).

Η αλιεία ασκείται και στις δύο ακτογραμμές από επαγγελματικά και ερασιτεχνικά αλιευτικά σκάφη με σύνολο αλιευμάτων τους 85 τόνους ετησίως. Η δε βιομηχανία και



βιοτεχνία στο νομό θεωρείται μικρή περιοριζόμενη στην επεξεργασία αγροτικών προϊόντων.

### 3.2.4 Νομός Λασιθίου

Ο Νομός Λασιθίου είναι ο ανατολικότερος και ο λιγότερο κατοικημένος νομός της Κρήτης. Βρεχόμενος από θάλασσα στις τρεις πλευρές του, με το Κρητικό πέλαγος βόρεια, το Καρπάθιο ανατολικά και το Λιβυκό νότια, συνορεύει δυτικά με τον νομό Ηρακλείου έχοντας ως φυσικό σύνορο την οροσειρά Δίκητη. Πρωτεύουσά του είναι ο Άγιος Νικόλαος, μικρό γραφικό λιμάνι, χτισμένο γύρο από βαθύ όρμο.



Εικόνα 7 : Νομός Λασιθίου

Πηγή: [www.thetravelbook.gr](http://www.thetravelbook.gr)

Για την καταγωγή του ονόματος του νομού υπάρχουν δυο εκδοχές : η μία σχετίζεται με την αρχαία ελληνική λέξη «λάσιος», που σημαίνει κατάφυτος τόπος, και η άλλη το σχετίζει με τη Σητεία, επειδή οι βενετσιάνοι το έγραφαν La Sitti. Ο νομός προσφέρει ήσυχες παραλίες απόμερα κεντράκια εναλλαγές τοπίου και φύσης, όπως το θαυμάσιο φοινικόδασος στο Βάι, το περίφημο δάσος πεύκων και άγριων κυπαρισσιών Σελεκανο, αλλά και ιστορικές και αρχαιολογικές τοποθεσίες, όπως το ανάκτορο της Ζακρου αλλά και τη θαυμάσια ιστορική σταυροπηγική μονή Τοπλού.

### 3.3 Παλιά Πόλη Ρεθύμνου

Η Παλιά πόλη του Ρεθύμνου είναι χτισμένη πάνω στο ακρωτήριο της βόρειας παραλίας που ξεκόβει από τη στεριά και προχωρά μέσα στη θάλασσα.

Το Ρέθυμνο αποτελεί τυπικό παράδειγμα ιστορικής πόλης που δέχθηκε την πίεση της αστικοποίησης, από τη μία μεριά και της έντονης τουριστικής ανάπτυξης από την άλλη.

Το αποτέλεσμα ήταν η δυναμική ανάπτυξη της «εκτός των τειχών» νεότερης πόλης και η ταυτόχρονη, εξίσου δυναμική διεύρυνση των λειτουργιών της τουριστικής αναψυχής του εμπορίου τουριστικών ειδών σε σημαντικό τμήμα της παλαιάς πόλης.

Η ανάπτυξη αυτή δημιουργεί ήδη νέους εμπορικούς άξονες, μέσα στο σώμα της παλιάς πόλης, πράγμα που προαναγγέλλει την ολοένα εντονότερη παρουσία των νέων λειτουργιών και, συνεπώς, μια νέα υποχώρηση της κατοικίας από το τμήμα εκείνο στο οποίο, ακόμη σήμερα, η κατοικία αποτελεί την κυρίαρχη λειτουργία.

Η διατήρησή της ως ζωντανού, ενεργού και παραγωγικού τμήματος της πόλης του Ρεθύμνου και μάλιστα του τμήματος εκείνου που λειτουργεί ως πόλος έλξης των επισκεπτών προϋποθέτει τη στήριξη και την ενίσχυση της κατοικίας, συνοδευόμενης από τις συμπληρωματικές, εμπορικές και άλλες λειτουργίες που χρειάζεται, ακόμη και από τις λειτουργίες εμπορίου και ψυχαγωγίας υπερτοπικού χαρακτήρα.

Στην παλιά πόλη αντικρίζουμε ακόμα όλα σχεδόν τα αρχιτεκτονικά κατάλοιπα της Βενετοκρατίας και της Τουρκοκρατίας, την αναγεννησιακή πολεοδομική δομή, πολλά βενετσιάνικα κτίρια, ωραιότατα θυρώματα και παράθυρα, θολωτά ισόγεια, βοτσαλωτές εσωτερικές αυλές και πέτρινες σκάλες, το λιμάνι με τα ξύλινα «κιάσκια» της Τουρκοκρατίας, τα τζαμιά με τους περίτεχνους μιναρέδες και τις κρήνες με τις τούρκικες επιγραφές, που συνθέτουν το χαρακτήρα της και εκφράζουν το ύφος της, όσο κι αν επιμένουν τα μοντέρνα και εξεζητημένα στοιχεία να το αλλοιώσουν (Τρούλης Μ., 1998.).

Με την καταστροφή του 1571 από τον Ουλούτζ Αλή καταστράφηκαν πολλά μνημεία με στοιχεία γοθτικής αρχιτεκτονικής ενώ το Ρέθυμνο χτίζεται ξανά σχεδόν εξ ολοκλήρου το τρίτο τέταρτο του 16ου.([www.explorecrete.com](http://www.explorecrete.com))

Η γενική εικόνα της πόλης, προκύπτει ως μια σύνθεση: Χαρακτηριστικές φρουριακές μορφές ή μορφές αστικής αρχιτεκτονικής της Βενετοκρατίας, σημαντικά δημόσια κτίρια όπως η Loggia, η Κρήνη Rimondi, χριστιανικοί ναοί όπως ο ναός του Αγίου Φραγκίσκου ή η Κυρία των Αγγέλων ή μουσουλμανικά τεμένη με τους σωζόμενους χαρακτηριστικούς για την πόλη μιναρέδες, αλλά και νεότερα κτίσματα, όπως το κτίριο της Νομαρχίας.

#### Μνημεία και σημαντικά κτίρια

Υπάρχουν επτά εκκλησίες και έξι κτίρια μνημεία Ενετοκρατίας και Τουρκοκρατίας, καθώς και πολλά άλλα σημαντικά κτίρια ενετικής κυρίως εποχής που στην πλειοψηφία τους υπολειπούνται.

- ✓ Η ενετική Loggia (Λέσχη των Ευγενών), Κρήνη Rimondi.
- ✓ Ο Άγιος Φραγκίσκος
- ✓ Το τζαμί Νερατζέ (ή εκκλησία Santa Maria).
- ✓ Η Κυρία των Αγγέλων
- ✓ Η Μεγάλη Παναγία (Μητροπολιτικός ναός του Ρεθύμνου)
- ✓ Το τζαμί της Μεγάλης Πόρτα.
- ✓ Το τζαμί Καρά Μουσά Πασά.
- ✓ Το Τούρκικο Σχολείο
- ✓ Το Χαμάμ (στην οδό Ροδαμάνθος)
- ✓ Το Διοικητήριο (κτίριο της Νομαρχίας)
- ✓ Σπίτια της Τουρκοκρατίας, του Νεοκλασικισμού κ.λπ.

### **3.4 Ενετικά Μνημεία**

#### *A) Η οχύρωση του Ρεθύμνου*

Όταν οι Βενετοί ήρθαν στο Ρέθυμνο εγκαταστάθηκαν στο Castel Vecchio, στον πρώτο οικιστικό πυρήνα της πόλης. Το Castel Vecchio καταλάμβανε μια πολύ μικρή περιοχή και περικλείονταν από οχυρωματικό περίβολο. Αργότερα η επέκταση του οικισμού έξω από τα τείχη του castel vecchio, επέβαλε την κατασκευή νέου τείχους που θα περιέκλειε μεγαλύτερη έκταση. Πράγματι ανάμεσα στο 1540 και το 1570 οχυρώθηκε ο νέος οικισμός με τείχη που σχεδίασε ο M. Sanmicheli.

Το νέο οχυρωμένο οικιστικό συγκρότημα περιλάμβανε μεγαλοπρεπή πόρτα εισόδου, την Porta Guora, που οδηγούσε στην κεντρική πλατεία στην οποία βρισκόταν τα λαμπρά δημόσια κτήρια, ανάμεσα στα οποία η Loggia, η κρήνη Rimondi και ο πύργος του ρολογιού. Η μεγαλοπρεπής πύλη που έχει άνοιγμα 2.60 μ. και πήρε το όνομα της από τον ρέκτορα Giacomo Guoro ήταν η κύρια είσοδος της οχυρωμένης πόλης και οδηγούσε στην κεντρική πλατεία όπου ήταν συγκεντρωμένα τα σημαντικότερα δημόσια κτίρια όπως η Loggia, η κρήνη Rimondi και ο Πύργος του Ρολογιού.



Εικόνα 8 : Η Πόρτα Guora, Μεγάλη Πόρτα για τους Ρεθυμνιώτες σε φωτογραφία του Gerola.

Πηγή: [www.rethymnon.gr](http://www.rethymnon.gr)

Το 1571, με την επιδρομή του Ουλούτζ Αλή ισοπεδώθηκε το τείχος και δημιουργήθηκε η ανάγκη για την οχύρωση του λόφου του Παλαιοκάστρου με σκοπό να μεταφερθεί εκεί και ολόκληρη η πόλη. Πράγματι, μετά από πολλές δυσκολίες ανάμεσα στο 1573 και το 1578 χτίστηκε η Fortezza αλλά η πόλη ποτέ δεν μεταφέρθηκε μέσα στα τείχη της.



Εικόνα 9 : Το Ρέθυμνο σε σχέδιο του Angelo Oddi. 1584

Πηγή: [www.rethymnon.gr](http://www.rethymnon.gr)

Από το ελάχιστο απομεινάρια της αρχικής οχύρωσης του Ρεθύμνου είναι και η Πόρτα Guora, η Μεγάλη Πόρτα των ρεθυμνιωτών. Το όνομά της πήρε από τον Rettore J. Guoro, στα χρόνια του οποίου (1566-1568) οικοδομήθηκε. Βρίσκεται στην αρχή της οδού Αντιστάσεως και διατηρείται το πλάτος 2,60μ. άνοιγμα και το ημικυκλικό της τόξο. Στην αρχική της μορφή περιλάμβανε αετωματική επίστεψη με ανάγλυφο το λιοντάρι του Αγίου Μάρκου στο τύμπανό της. ([www.rethymnon.gr](http://www.rethymnon.gr))

### B) Το Λιμάνι



Το παλιό λιμάνι, το γνωστό «μαντράκι» του Ρεθύμνου, ακολουθεί την ιστορία της πόλης. Αποτελεί το πιο ωραίο κόσμημά της, αλλά και το πιο μεγάλο πρόβλημα. Το μαρτυρούν οι άφθονες αρχειακές πηγές, που αρχίζουν από το 14ο αι. και φθάνουν μέχρι τις παραμονές της τουρκικής εισβολής του 1645. Η στενότητα της λεκάνης του και οι συνεχείς προσαμμώσεις δημιουργούσαν το μεγάλο πρόβλημα, για τη ριζική αντιμετώπιση του οποίου οι Βενετοί εμφανίζονταν διατακτικοί, κυρίως όμως για την αδύναμη οχύρωση της πόλης, αλλά και γιατί δεν ήθελαν να διασπάσουν το στόλο που διέθεταν στην Κρήτη και, τέλος, να παραδώσουν στους Τούρκους ένα ακόμα ισχυρό λιμάνι. Έτσι, από τις αρχές του 1300 περιορίστηκαν σε μια ατέλειωτη σειρά μικροεπισκευών, που είχαν περισσότερο το χαρακτήρα συντήρησης με αποτέλεσμα, προς τα τέλη του 16ου αι., η πόλη να μην έχει ουσιαστικά λιμάνι. Το πρώτο σημαντικό έργο που έκαναν οι Βενετοί για να αντιμετωπίσουν την προσάμμωση ήταν η διάνοιξη ενός καναλιού στα 1582, αλλά χωρίς θεαματικά αποτελέσματα, ώστε τον επόμενο αιώνα η κατάσταση να είναι η ίδια και χειρότερη. Και είναι τραγικό ότι άρχισαν να γίνονται κάποια τεχνικά έργα, στα 1618 η ριζική ανακατασκευή του ανατολικού μώλου και στα 1626 η προσθήκη του νότιου κρηπιδώματος, όταν πια είχε διαφανεί η τουρκική απειλή, χωρίς πάντως να λύνουν κι αυτά το πρόβλημα. Παρά τις βασικές προσθήκες και αλλαγές που σημειώθηκαν τα επόμενα χρόνια, το «μαντράκι» του Ρεθύμνου διατηρεί μέχρι σήμερα τη βενετσιάνικη μορφή του. (Τρούλης Μ., 1998).

### **3.5 Δημόσια Κτίρια**

Τα δημόσια οικοδομήματα του Ρεθύμνου, όπως και ολόκληρης της Κρήτης, που έγιναν μετά την εδραίωση της βενετικής κυριαρχίας, ήταν κατά κανόνα και στο βαθμό που διασώθηκαν, μεγάλωπρα έργα που από τη μια εξασφάλιζαν την καλή άμυνα της περιοχής και από την άλλη με τη λαμπρότητά τους απέπνεαν τον αέρα της δυτικής αρχιτεκτονικής εμφυσώντας έτσι και το μήνυμα της αδιαφιλονίκητης ισχύος της Βενετίας. Παράλληλα λοιπόν με τις οχυρώσεις οι Βενετοί φρόντισαν να οικοδομήσουν και λαμπρά δημόσια κτήρια παρόμοια μ' αυτά που κοσμούσαν την μητρόπολη όπως loggie, κρήνες, τελωνεία, λιμάνια, αποθήκες.

Στις περισσότερες περιπτώσεις τα αρχιτεκτονικά σχέδια αλλά και την επίβλεψη των δημόσιων κτηρίων είχαν μηχανικοί και αρχιτέκτονες που ταξίδευαν από τη μητρόπολη γι' αυτόν ακριβώς το λόγο. Αυτό φυσικά γινόταν κατά τα πρώτα χρόνια της βενετοκρατίας διότι αργότερα κάποιοι κρητικοί που είχαν λάβει μέρος σε μεγάλα έργα, έμαθαν τη δουλειά και μπορούσαν να την φέρουν σε πέρας μόνοι τους. Ήταν οι λεγόμενοι

πρωτομάστορες ή μουράροι που τα έργα τους δεν διέφεραν από των ίδιων των βενετών.

([www.rethymnon.gr](http://www.rethymnon.gr))

❖ Η Loggia του Ρεθύμνου

Η Loggia, ο χώρος δηλαδή όπου γινόταν οι συσκέψεις των ευγενών για να συζητήσουν πολιτικά και οικονομικά θέματα οικονομικά και πολιτικά, ήταν ένα λαμπρό κτήριο στο κέντρο της πόλης. Είναι το πιο ενδιαφέρον βενετσιάνικο μνημείο της πόλης. Χτίστηκε στα μέσα του 16ου αιώνα και διατηρείται σε άριστη κατάσταση. Πιθανολογείται ότι ήταν έργο του Βενετού στρατιωτικού μηχανικού M. Sammichelli. Είναι χτισμένο κατά το ισοδομικό σύστημα και εντυπωσιάζουν τα φουρούσια του γείσου. Στην αρχική του μορφή το κτήριο παρέμενε ανοικτό και είχε τετράριχτη στέγη, πράγμα που δε συμβαίνει σήμερα.

Με την κατάληψη του Ρεθύμνου από τους τούρκους, η Loggia μετατράπηκε σε τζαμί. Σήμερα στη Λότζια στεγάζεται η Δημοτική Βιβλιοθήκη, ενώ παλιότερα στεγαζόταν εκεί το Αρχαιολογικό Μουσείο. ([www.kritesad.gr](http://www.kritesad.gr))

❖ Ο Άγιος Φραγκίσκος

Ο Άγιος Φραγκίσκος, γνωστός και ως ο «Φτωχούλης του Θεού», αγιοποιήθηκε από τους καθολικούς το 1228. Είναι ο προστάτης των φτωχών, των ταπεινών και των δυστυχισμένων γι' αυτό τον τιμά η δυτική εκκλησία.

Είναι ένα από τα πιο σημαντικά μνημεία του Ρεθύμνου. Η εκκλησία του Αγίου Φραγκίσκου αποτελούσε το κύριο ναό Μονής του τάγματος των Φραγκισκανών. Η αρχιτεκτονική του κτηρίου και η γλυπτή διακόσμηση παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον. Εκτός από το ναό σώζονται και δύο ερειπωμένα παρεκκλήσια ακριβώς ανατολικά του. Εντυπωσιακό είναι το θύρωμα της εισόδου με κιονόκρανα σύνθετου ρυθμού. Αυτή την εποχή γίνονται ανασκαφές και έχουν βρεθεί αξιόλογα αρχαιολογικά ευρήματα με σπουδαιότερα τάφους Βενετών ευγενών.

❖ Η Κυρία των Αγγέλων

Ο ναός της Κυρίας των Αγγέλων ή "Μικρή Παναγία", όπως ακούγεται σήμερα, σε σύγκριση με τη "Μεγάλη Παναγία", το μητροπολιτικό ναό του Ρεθύμνου, βρίσκεται ακριβώς στη συμβολή των οδών Νικηφόρου Φωκά και Θ. Αραμπατζόγλου. Χτίστηκε

στα τελευταία χρόνια της Βενετοκρατίας και ήταν αφιερωμένος στην Αγία Μαρία Μαγδαληνή του τάγματος των Δομινικανών.

Στην αρχή της Τουρκοκρατίας δόθηκε για λατρεία στους Χριστιανούς, όμως ο Χουσεϊν Πασάς, που κατοικούσε στη Φορτέτζα είδε μεγάλο πλήθος πιστών στο ναό, οργίστηκε, τους έδιωξε και τον μετέτρεψε σε τζαμί το 1677. Φοβήθηκε όμως την οργή των Χριστιανών και τους παραχώρησε το μικρό τότε ναό των Εισοδίων της Θεοτόκου. Το 1680 ο διάδοχός του Αχμέτ Πασάς με φερμάνι το έκανε “Τέμενος Αγκεμπούπ”, ενώ το 1687 χάλασαν το νότιο κλίτος και έχτισαν μιναρέ. Σύμφωνα με την παράδοση, οι Τούρκοι δεν μπόρεσαν να αποπερατώσουν το μιναρέ, γιατί το στύλωμά του δεν το επέτρεπε η Παναγία. Έτσι ό,τι χτιζόταν τη μία μέρα, την άλλη μέρα έπεφτε. Ο μιναρές έμεινε μισοτελειωμένος, γι’ αυτό τον ονομάζουν ο “κομμένος μιναρές” ή “κουτσοτρούλης”. Η εικόνα της Παναγίας έφυγε από το τέμπλο και πήγε σε άγνωστο μέρος γιατί οι Τούρκοι την έκαναν τζαμί.



Εικόνα 10 : Ο ναός της Κυρίας των Αγγέλων

Πηγή: <http://orthodoxcrete.com>

#### ❖ Η κρήνη Rimondi

Η περίφημη κρήνη Rimondi, που βρίσκεται στη σημερινή πλατεία του Πλατάνου και στο αλλοτινό κέντρο της βενετσιάνικης πόλης, οικοδομήθηκε το 1626 από τον ρέκτορα της πόλης A. Rimondi. Αποτελείται από τρεις γούρνες στις οποίες τρέχει νερό από τρεις κρουνοί σε σχήμα λεοντοκεφαλής. Πάνω στις γούρνες «πατούν» τρεις ραβδωτοί κιονίσκοι που επιστέφονται από κορινθιακά κιονόκρανα. Πάνω από αυτά αναπτύσσεται

θριγκός στη μεσαία ζώνη του οποίου, ακριβώς πάνω από τους κιονίσκους, αναπτύσσονται τέσσερα φουρούσια σε σχήμα φύλλων άκανθας. Στην ίδια ζώνη διαβάζονται οι λέξεις : LIBERALITATIS και FONTES.

### **3.6 Φορτέτζα**

Το φρούριο Φορτέτζα είναι κτισμένο πάνω στο βραχώδη λόφο, το Παλαιόκαστρο. Ο λόφος πιθανόν να ήταν κάποτε νησάκι και υπήρξε τόπος λατρείας στην αρχαία εποχή με το ναό της Ροκκαίας Αρτέμιδας πάνω στο μέρος αυτό, που ήταν η ακρόπολη της αρχαίας Ρίθυμνας.

Τα γεγονότα που ακολούθησαν από το α' μισό του 16ου αι. η τουρκική απειλή και η τελειοποίηση των πυροβόλων όπλων- συνετέλεσαν στο να αποφασίσει η Βενετία τη στρατιωτική και αμυντική οργάνωση της Κρήτης. Στο πρόγραμμα εντάχθηκε και το Ρέθυμνο. Στα σχέδια που εκπόνησε ο Βερονέζος αρχιτέκτονας Michale Sanmicheli ήταν κι εκείνο για τα τείχη της πόλης του Ρεθύμνου στην περιφέρεια του εξώβουργου, που το κάλυπταν μόνο στοιχειώδη αμυντικά έργα. Η θεμελίωσή τους έγινε στις 8 Απριλίου 1540 και οι εργασίες τελείωσαν με αργούς ρυθμούς λίγο πριν από το 1570. Τον Ιούνιο του 1571, κατά την επιδρομή του Ουλούτς Αλή, καταστράφηκαν όλα τα μέχρι τότε οχυρωματικά έργα, καθώς και τα περισσότερα σπίτια του Ρεθύμνου. Ύστερα από την καταστροφή αυτή οι αρμόδιοι τοπικοί παράγοντες, οι ίδιοι οι Ρεθεμνιώτες και η Βενετική Γερουσία, αποφάσισαν να κατασκευάσουν ένα οχυρό πάνω στο λόφο του Παλαιοκάστρου, που θα μπορούσε να περιλάβει όλες τις κατοικίες της πόλης. Έτσι θεμελιώθηκε η Φορτέτσα στις 13 Σεπτεμβρίου 1573 (Τρούλης Μ., 1998).

Μέχρι τις αρχές του 20ου αιώνα το εσωτερικό της Φορτέτζας ήταν σχεδόν ολόκληρο οικοδομημένο. Από τα πρώτα όμως μεταπολεμικά χρόνια άρχισε η μεταφορά των κατοίκων που έμεναν μέσα στη Φορτέτζα σε άλλα σημεία του Ρεθύμνου.

Η συνεχής και ποικίλη χρήση της Φορτέτζας στη διαδρομή των αιώνων, αλλοίωσε την αρχική της μορφή όχι μόνο εσωτερικά αλλά και εξωτερικά. Το φρούριο χρειάστηκε μια εικοσαετία περίπου για να αποκατασταθούν οι φθορές και να απομακρυνθούν τα πορνεία του Ρεθύμνου που βρίσκονταν εκεί. Αξίζει να σημειωθεί πως η Φορτέτζα για ένα μεγάλο διάστημα φιλοξένησε ακόμα και τις φυλακές του Ρεθύμνου.



Εικόνα 11 : Φορτέτζα

Πηγή: [www.kastra.eu](http://www.kastra.eu)

### 3.7 Ακτές Ρεθύμνου

Το Ρέθυμνο, ιδανικός προορισμός για θερινές διακοπές, λούζεται με τα πιο διαυγή και κρυστάλλινα νερά.

Πολυάριθμες, πολύ όμορφες και πεντακάθαρες παραλίες, γραφικοί και απόμακροι κολπίσκοι, αμμουδεροί ή βραχώδεις, σχηματίζονται σ' όλο το μήκος της βόρειας και της νότιας ακτής. Τα πεντακάθαρα νερά, στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν χαρίσει στις πλαζ «γαλάζιες σημαίες», επιβράβευση και πιστοποίηση της καθαρότητας τους.

Ενδεικτικά ορισμένες από τις πιο χαρακτηριστικές:

- ✚ Παραλία Ρεθύμνου. Οργανωμένη αμμουδερή παραλία μήκους άνω των 20 χιλιομέτρων, εκτείνεται από την πόλη του Ρεθύμνου και προς τα ανατολικά στις περιοχές Περιβόλια, Πλατανές, Αδελιανός Κάμπος, Σκαλέτα
- ✚ Πάνορμο. Στην παραλία του παραθαλάσσιου χωριού Πάνορμο, σε απόσταση 20χιλ. ανατολικά της πόλης του Ρεθύμνου, μπορεί να απολαύσει κανείς το μπάνιο του σε οργανωμένη παραλία κοντά στην οποία υπάρχουν και αρκετές ταβέρνες, ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια
- ✚ Μπαλί. Η παραλία του Μπαλί βρίσκεται 30 περίπου χιλιόμετρα Ανατολικά από το Ρέθυμνο και ουσιαστικά πρόκειται για τέσσερις διαφορετικές παραλίες με

βότσαλα και άμμο που βρίσκονται μέσα στον προστατευμένο κόλπο Μπαλί και δεν επηρεάζονται καθόλου από τα μελτέμια.

- ✚ Πλακιάς. Ο οικισμός του Πλακιά, σε απόσταση 40 χιλ. νότια του Ρεθύμνου, είναι ένα θέρετρο με θαυμάσια αμμουδερή παραλία και πλούσιες υποδομές σε ξενοδοχεία ενοικιαζόμενα δωμάτια, ταβέρνες και εστιατόρια. Στην οργανωμένη παραλία του μπορεί κανείς εκτός από μπάνιο να κάνει και ποικίλα θαλάσσια σπορ.
- ✚ Σούδα Πλακιά. Οργανωμένη, αμμουδερή παραλία ακριβώς δυτικά του χωριού Πλακιάς. Κοντά στην παραλία μπορεί να βρει κανείς ενοικιαζόμενα δωμάτια και λίγες ταβέρνες.
- ✚ Λίμνη Πρέβελη. Πρόκειται για μια μοναδική αμμουδερή παραλία, πανέμορφη, με ένα μικρό δάσος από φοίνικες που την κάνουν να μοιάζει εξωτική. Στο σημείο αυτό, στην παραλία, βρίσκονται και οι εκβολές του ποταμού Κουρταλιώτη, ο οποίος έχει αρκετό νερό, ακόμα και το καλοκαίρι. Σχηματίζει μια μικρή λιμνοθάλασσα πριν χυθεί στη θάλασσα. Έτσι ο επισκέπτης που θα διαλέξει αυτήν την παραλία για μπάνιο, έχει την μοναδική ευκαιρία να κολυμπήσει είτε στα αλμυρά νερά της θάλασσας, είτε στα γλυκά της λιμνοθάλασσας και του ποταμού.
- ✚ Τριόπετρα. Η παραλία της Τριόπετρας, γνωστή και ως Ακουμιανή Γυαλιά, είναι απέραντη, στρωμένη με γκρίζα ψιλή άμμο, σε μια έκταση που ενώ χωράει χιλιάδες δεν συγκεντρώνει ποτέ πάνω από 100-200 άτομα
- ✚ Άγιος Παύλος. Σε απόσταση 58χιλ. νότια του Ρεθύμνου βρίσκεται η εκπληκτική αμμουδερή παραλία του Αγίου Παύλου. Για να φθάσει κανείς εκεί αρκεί να ακολουθήσει το δρόμο προς Αγία Γαλήνη και στο 46ο χιλ., στο ύψος του χωριού Κρύα Βρύση, να στρίψει δεξιά και να συνεχίσει προς τη θάλασσα. Το μπάνιο σε έναν από τους ερημικούς μυχούς που σχηματίζουν τα βράχια και οι αμμόλοφοι είναι μια μοναδική εμπειρία. Στο ομώνυμο χωριό υπάρχει ενοικιαζόμενα δωμάτια και ταβέρνες.
- ✚ Αγία Γαλήνη. Το θέρετρο της Αγίας Γαλήνης βρίσκεται σε απόσταση 58 χιλ. νότια του Ρεθύμνου. Εκτός από την πληθώρα των τουριστικών υποδομών διαθέτει και θαυμάσιες, πεντακάθαρες παραλίες που σχηματίζονται μέσα στα επιμέρους γραφικά λιμανάκια της περιοχής.





Εικόνα 12 : Μπαλί

Πηγή: [www.iha.com](http://www.iha.com)

### 3.8 Μοναστήρια

Μεγάλος αριθμός από Μοναστήρια και εκκλησίες στο Νομό Ρεθύμνου χτίστηκαν , τόσο κατά την παλαιοχριστιανική όσο και τη βυζαντινή περίοδο. Οι Βυζαντινές εκκλησίες πλησιάζουν κατ' εκτίμηση τις 300 ενώ τα μοναστήρια περίπου τα 30. Η επικρατούσα αρχιτεκτονική κατά την παλαιοχριστιανική περίοδο ήταν αυτή της «βασιλικής», οι οποίες διακρίνονται από την ξύλινη οροφή τους και τα τρία κλίτη τους, από τα οποία το μεσαίο κλίτος είναι υπερυψωμένο.

#### Α) Ιερά Μονή Αρκαδίου

Σε απόσταση 23 χιλιομέτρων νοτιοανατολικά από την πόλη του Ρεθύμνου, τέσσερα χλμ. μετά το χωριό Αμνάτος, και στην άκρη ενός μικρού υψίπεδου βρίσκεται η ιστορική μονή Αρκαδίου, μέσα σε ένα καταπράσινο, όμορφο και χαρακτηριστικό κρητικό ημιορεινό τοπίο. Το τοπίο αυτό συνδυάζοντας πάρα πολλά στοιχεία της άγριας και της ήμερης φύσης αρμονικά δεμένα μεταξύ τους, διατηρείται πράσινο σε όλη τη διάρκεια του έτους και εκπέμποντας μια αλαφράδα και μια μεγαλοπρέπεια, συναρπάζει και πείθει τον επισκέπτη ότι εκεί υπάρχει η παρουσία του Δημιουργού.



Εικόνα 13 : Ιερά Μονή Αρκαδίου

Πηγή: [www.arkadimonastery.gr](http://www.arkadimonastery.gr)

Πότε ακριβώς ιδρύθηκε το μοναστήρι δεν είναι εξακριβωμένο. Λέγεται πως σύμφωνα με την παράδοση θεμελιώθηκε από τον αυτοκράτορα Ηράκλειο και ανοικοδομήθηκε από έναν άλλο αυτοκράτορα του Βυζαντίου, τον Αρκάδιο, τον 5ο μ.Χ. αιώνα. Κατά μία άλλη εκδοχή ιδρύθηκε από κάποιο μοναχό Αρκάδιο. Πάντως, το αρχαιότερο γραπτό τεκμήριο της μονής είναι μια επιγραφή του 14ου αιώνα που πιστοποιεί ότι ο αρχικός ναός, που ήταν αφιερωμένος στον Άγιο Κωνσταντίνο, χτίστηκε τότε. Στο τέλος του 16ου αιώνα (1587) έγινε ανακαίνιση της μονής και κτίστηκε ο σημερινός μεγαλόπρεπος δίκλιτος ναός, που είναι αφιερωμένος στη Μεταμόρφωση του Χριστού (βόρειο κλίτος) και στους αγίους Κωνσταντίνο και Ελένη (νότιο).

Το μοναστήρι από νωρίς απέκτησε σημαντική δύναμη και προνόμια. Μεταξύ των προνομίων ήταν και η καμπάνα. Οι μοναχοί της μονής είχαν το δικαίωμα να την κτυπούν αντί του σημάντρου, γ' αυτό και η μονή ονομαζόταν "Τσανλή μοναστίρ".

Η μονή Αρκαδίου έγινε ένδοξη και παγκόσμια γνωστή με το ολοκαύτωμά της κατά την μεγάλη Επανάσταση του 1866-1869. Η ηρωική αντίσταση και εθελοθυσία εκατοντάδων αγωνιστών, κληρικών και γυναικόπαιδων αφ' ενός ισχυροποίησαν το φρόνημα



των επαναστατημένων Κρητών, αφ' ετέρου συγκλόνισαν ολόκληρο τον δυτικό κόσμο, Ευρώπη και Αμερική.

Το Ολοκαύτωμα: Το 1866 η μονή έπαιξε σπουδαίο ρόλο στην ιστορία της Κρήτης, γράφοντας λαμπρές σελίδες. Την 1η Μαΐου 1866 συγκεντρώθηκαν 1.500 Κρητικοί επαναστάτες με αρχηγό το Χατζή-Μιχάλη Γιάνναρη, για να διαμαρτυρηθούν για την επιβολή νέων φόρων. Το φθινόπωρο του 1866 συνεδριάζει η επαναστατική επιτροπή με αρχηγό τον Πάνο Κορωναίο, ο οποίος πρότεινε να εγκαταλείψουν τη μονή. Ο ηγούμενος Γαβριήλ όμως αρνήθηκε και ο Κορωναίος έφυγε.

Ο Μουσταφάς Πασάς με 15.000 στρατό και 30 κανόνια, ξεκίνησε στις 7 Νοεμβρίου 1866 από το Ρέθυμνο προς το Αρκάδι. Το πρωί της 8ης Νοεμβρίου άρχισε η σκληρή μάχη, που τους βρήκε όλους στην εκκλησία. Μέσα στο Αρκάδι βρισκόταν 964 άτομα, από τα οποία τα 639 ήταν γυναικόπαιδα. Απέναντι στο στρατό των Τούρκων αντιστάθηκαν 325 άντρες. Πριν τελειώσει η Θεία Λειτουργία, οι Τούρκοι είχαν περικυκλώσει το Αρκάδι. Ο Γαβριήλ και οι πολεμιστές πήραν τις θέσεις τους.

Σκληρή μάχη, οι γυναίκες κουβαλούν στους πολεμιστές πολεμοφόδια και νερό.

Τη βροχερή νύχτα της 8ης Νοεμβρίου το Πολεμικό Συμβούλιο αποφασίζει να ζητήσει βοήθεια από τον Κορωναίο. Ξημερώνει η 9η Νοεμβρίου και το Αρκάδι είναι στενά πολιορκημένο. Οι Τούρκοι έφεραν δυο βαριά κανόνια από το Ρέθυμνο και άρχισαν να χτυπούν την πύλη που υποχωρεί. Οι Τούρκοι μπήκαν μέσα και άρχισε η γιγαντομαχία. Μάχη σώμα με σώμα... Τα περισσότερα γυναικόπαιδα μπήκαν στην πυριτιδαποθήκη και την κατάλληλη στιγμή όταν είχαν πλησιάσει πολλοί Τούρκοι, ο Κωστής Γιαμπουδάκης με το πιστόλι του έβαλε φωτιά προτιμώντας το θάνατο παρά τη σκλαβιά Έτσι ανατινάχτηκαν όλοι στον αέρα, μαζί με πολλούς Τούρκους.

Ο επίλογος ήταν τραγικός...864 σκοτώθηκαν και 114 αιχμαλωτίστηκαν, ενώ 3-4 μόνο σώθηκαν. Οι απώλειες των Τούρκων ανέρχονται σε 1.500.

Έτσι το Αρκάδι πατήθηκε μα δεν έπεσε. Τα Αρκάδια δεν πέφτουν, δεν προσκυνούν. Στο Μουσείο της μονής φυλάγονται πολύτιμα κειμήλιά της.

Β) Ιερά Μονή Πρέβελη

Η ιστορική Ιερά Μονή Πρέβελης βρίσκεται νότια του Ρεθύμνου, δυτικά από τις εκβολές του Κουρταλιώτη («Μεγάλου ποταμού»). Είναι από τις πιο γνωστές και αξιολογικές μονές της Κρήτης, μέσα σε ένα κατάφυτο και καταπράσινο τοπίο.

Περιλαμβάνει δύο ξεχωριστά μοναστήρια που βρίσκονται σε απόσταση 1,7 χιλ. μεταξύ τους, την Κάτω Μονή του Προδρόμου και την Πίσω Μονή του Θεολόγου.



Εικόνα 14 : Ιερά Μονή Πρέβελη

Πηγή: [www.thesecretgreece.g](http://www.thesecretgreece.g)

Το πρώτο συγκρότημα, το οποίο συναντάει ο επισκέπτης πρώτο ερχόμενος από το Ρέθυμνο, είναι η Κάτω Μονή του Προδρόμου, η οποία είναι ερειπωμένη. Βρίσκεται κοντά στο Μεγάλο Ποταμό και την καμαρωτή γέφυρα της περιοχής και ιδρύθηκε κατά τον 10ο – 11ο αιώνα. Το μοναστήρι χρησιμοποιούταν παλιότερα σχεδόν όλο το χρόνο, καθώς οι τριγύρω εκτάσεις ήταν ιδανικές για καλλιέργεια και κτηνοτροφία. Ωστόσο εγκαταλείφθηκε, καθώς καταστράφηκε και λεηλατήθηκε επανειλημμένα από τους διάφορους κατακτητές.

Αντίθετα με την Κάτω Μονή, η Πίσω Μονή του Θεολόγου λειτουργεί κανονικά ως ανδρικό μοναστήρι και είναι επισκέψιμη. Ιδρύθηκε το 16ο αιώνα και είναι κτισμένη σε πετρώδες ύψωμα με ανεπανάληπτη θέα στη θάλασσα. Το συγκρότημα είναι κτισμένο σε σχήμα Π και στο κέντρο υπάρχει ο ναός της μονής με το υπέροχο τέμπλο, αφιερωμένος στον Άγιο Ιωάννη το Θεολόγο (εορτάζει 8 Μαΐου) και στον Ευαγγελισμό της Θεοτόκου.

Επί Τουρκοκρατίας καταστράφηκε το 1646 και το 1770. Το όνομα του μοναστηριού προήλθε πιθανότερα από τον Ακάκιο Πρέβελη, που υπήρξε ανακαινιστής του μοναστηριού το 1670.

Η Πρέβελη έχει συνδέσει το όνομα της με την συμμετοχή των μοναχών της στους εκατόστοτε απελευθερωτικούς αγώνες της Κρήτης, γεγονός που το πλήρωσε πολύ ακριβά πολλές φορές.

Μια από τις σημαντικότερες προσωπικότητες της Κρήτης ήταν κι ο Μελχισεδέκ Τσουδερός (1803-1823), ηγούμενος της Μονής. Ο Μελχισεδέκ μυήθηκε στη Φιλική Εταιρεία και οργάνωσε πρώτος την επανάσταση του 1821 στην Κρήτη. Έπαιρνε κι ο ίδιος μέρος στις μάχες, αλλά σκοτώθηκε ηρωικά το 1823. Αργότερα, ο Τούρκος Ψαροσμάλης επιδράμει εναντίον της μονής και την καταστρέφει. ([www.monastiria.gr](http://www.monastiria.gr))

Ο Τίμιος σταυρός του Πρέβελη: Ο θαυματουργός Τίμιος Σταυρός της Μονής αφιέρωμα του Ηγουμένου Ευφραίμ Πρέβελη (1769-1803) φέρει μεγάλο τεμάχιο Τιμίου Ξύλου στη βάση του και προέρχεται κατά την παράδοση από την Κωνσταντινούπολη. Ο Τίμιος Σταυρός σημάδεψε και σημαδεύει τη ζωή της Μονής και όσους με πίστη και ευλάβεια ζητούν τη βοήθειά του και όπως αναφέρεται αναρίθμητα είναι και τα θαύματά του στη διαδρομή των αιώνων. Πολλοί ήταν εκείνοι που προσπάθησαν να τον κλέψουν, αλλά πάντα με έναν θείο τόπο ο σταυρός επέστρεφε πάντα στην μονή.

Έτσι, κατά την γερμανική κατοχή, στις 28 Αυγούστου 1941 οι Ναζί αιχμαλώτισαν όλους τους μοναχούς και λεηλάτησαν τη Μονή. Φεύγοντας άρπαξαν και τον Τίμιο Σταυρό. Επεστράφη στις 13 Σεπτεμβρίου, την παραμονή της εορτής του κατά τρόπο θαυμαστό, αφού το αεροπλάνο στο οποίο είχε τοποθετηθεί στο αεροδρόμιο του Μάλεμε δε μπόρεσε να απογειωθεί για την Γερμανία. Αυτό έγινε μόλις παρέδωσαν τον Τίμιο Σταυρό στην αστυνομική διεύθυνση των Χανίων, για να τον επιστρέψουν στο Μοναστήρι του.

### Γ) Η Μονή Αρσανίου

Βρίσκεται 12 χιλιόμετρα ανατολικά του Ρεθύμνου. Θα πρέπει να ιδρύθηκε κατά την περίοδο της Βενετοκρατίας από κάποιο μοναχό Αρσένιο που έδωσε το όνομά του. Ωστόσο, υπάρχει και μια άλλη άποψη, που υποστηρίζει ότι το όνομα προέρχεται από κάποια Αρσινόη που άφησε την περιουσία της για την κατασκευή της μονής. Ο σταυροειδής με τρούλο ναός που βλέπουμε σήμερα κτίστηκε το 1888 και είναι αφιερωμένος

στον Άγιο Γεώργιο. Αυτή είναι η δεύτερη εκκλησία και χτίστηκε στη θέση του προηγούμενου ναού που υπήρξε από το 1600. Το μοναστήρι, το οποίο στεγάζει ένα μουσείο και ένα συνεδριακό κέντρο, ανακαινίστηκε το 1970 και το είναι διακοσμημένα με τοιχογραφίες. (www.cretan-ecovilla.com)

### **3.9 Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι**

Εκτός από τις παραλίες, τα μνημεία, τις εκκλησίες το Ρέθυμνο είναι δημοφιλές ακόμα και την άνοιξη για το μεγάλο καρναβάλι που πραγματοποιείται από το 1914.

Με μακραίωνη παράδοση, την οποία οι κάτοικοι σέβονται και εμπλουτίζουν με νέα στοιχεία, το παραδοσιακό Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι, αποτελεί το μεγάλο γεγονός της Κρήτης, κατά τις ημέρες των Αποκριών και το Ρέθυμνο κατακλύζεται από χιλιάδες επισκέπτες που επιθυμούν να ζήσουν στους έντονους ρυθμούς του κεφιού και του γλεντιού. Σήμερα το Καρναβάλι του Ρεθύμνου είναι το μεγαλύτερο στην Κρήτη και από τα μεγαλύτερα στην Ελλάδα. Να σημειωθεί ότι εκτός της μεγάλης παρέλασης πολλές ακόμα εκδηλώσεις πλαισιώνουν την αποκριά στο Ρέθυμνο. (<http://rethymnocarnival.gr>)

Το «χθες» ανταμώνει με το «σήμερα» στα ιστορικά δρομάκια του Ρεθύμνου και με αρχηγό τον βασιλιά καρνάβαλο, παρασύρουν μικρούς και μεγάλους, ντόπιους και επισκέπτες σε ξέφρενα γλέντια με αναγεννησιακό χρώμα και βενετσιάνικο άρωμα που προσδίδουν στο Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι τη φινέτσα και το ρομαντισμό μιας άλλης εποχής. Όλη η πόλη μια μεγάλη συντροφιά συναντιέται και συνεργάζεται για να φέρει σε πέρας τα εντυπωσιακά δρώμενα που φιλοξενούνται στο Ρέθυμνο και τη γύρω περιοχή. Θα δει κανείς παρέες ολόκληρες να κοντοστέκονται στα καφεενεία για να πιούν τσικουδιές, να δοκιμάζουν κρητικούς μεζέδες και να σκαρφίζονται μαντινάδες εκείνη τη στιγμή.

Στο Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι πρωταγωνιστεί ο εθελοντισμός, η ανιδιοτελής προσφορά ανθρώπων όλων των ηλικιών που μεταγγίζουν το πάθος τους για το καρναβάλι και γονιμοποιούν με καινοτόμες ιδέες κάθε εκδήλωσή του. Κάθε χρόνο το Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι έχει και διαφορετική θεματικό στοιχείο, στο οποίο θα στηριχτεί το κεντρικό θεατρικό δρώμενο των ομάδων στο χορό του καρναβαλιού.



Εικόνα 15 : Καρναβαλιστές

Πηγή: [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

Την έναρξη του Ρεθεμνιώτικου Καρναβαλιού θα σημάνει ο προπομπός, δηλαδή ο ντε-λάλης που θα περάσει από όλη την περιφέρεια του δήμου Ρεθύμνης και θα διαλαλήσει τις εκδηλώσεις που έχουν προγραμματιστεί. Την τιμητική τους έχουν οι μικροί μας φίλοι: το Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι ξεκινάει με το παιδικό Κυνήγι του Θησαυρού, 14ο κατά σειρά, ενώ είναι άφθονα τα πάρτι, οι αποκριάτικοι χοροί και τα happenings, τα εργαστήρια αποκριάτικων κατασκευών που είναι αφιερωμένα αποκλειστικά στα παιδιά. ([www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr))

Οι ομάδες που συμμετέχουν πλέον είναι πάνω από 40, με πληρώματα που ξεπερνούν συνολικά τους 10.000 εθελοντές και με επισκέπτες που υπολογίζονται στις 100.000.

Ένα ακόμη έθιμο του κρητικού καρναβαλιού είναι η κρητική καντάδα, όπου μαντολίνα, λύρες και λαούτα ξεχύνονται στους δρόμους του ιστορικού κέντρου, πλημμυρίζοντας την πόλη με παραδοσιακούς ήχους.

Το Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι κορυφώνεται με τη Μεγάλη Παρέλαση Αρμάτων και Πληρωμάτων σε ένα υπερθέαμα εικόνων και ακουσμάτων με το βενετσιάνικο στοιχείο να ξεχωρίζει στις στολές, στα άρματα, σε όλη την ατμόσφαιρα του καρναβαλιού. Η γιορτή ολοκληρώνεται με το καθιερωμένο κάψιμο του Βασιλιά Καρνάβαλου κατά την τελετή λήξης.





Εικόνα 16: Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι

Το Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι, ένας θεσμός με ιστορία, που νικάει με άνεση τον πανδαμάτορα χρόνο, κάθε φορά ανανεωμένο και γεμάτο σφρίγος, το απόλυτο αντίδοτο στην κακή διάθεση, στη μοναξιά και στη μελαγχολία, σας καλεί να λάβετε μέρος σε τούτη μαγεία που προσφέρει απλόχερα στους επισκέπτες.

Η Καθαρή Δευτέρα ξημερώνει στο Ρέθυμνο, χωρίς όμως να αποτελεί ημέρα ανάπαυσης. Τα Κούλουμα έχουν τη δική τους ιδιαίτερη θέση στο Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι. Το λόγο έχουν τα χωριά περίξ της πόλης του Ρεθύμνου. Έθιμα παμπάλαια αναβιώνουν την ημέρα αυτή με χαρακτηριστική συνέπεια και αυθεντικότητα. Παρακολουθήστε το «μουτζούρωμα» στους Αρμένους, στο Γεράνι και στο Ρουσοσπίτι. Μη χάσετε το «Κλέψιμο της Νύφης», το «Αυγομάζωμα» και τον «Καντή» στο Μελιδόνι. ([www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr))

## Κεφάλαιο IV

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον αναπτυξιακό σχεδιασμό και των μέσων τουριστικής προβολής. Συγκεκριμένα, γίνεται μία απόπειρα παρουσίασης της σημασίας και της αναγκαιότητας του τουριστικού σχεδιασμού, τα είδη και τα βασικά του στοιχεία, η διαδικασία του σχεδιασμού και, τέλος, οι βασικές αρχές του σχεδιασμού.

### 4.1 Σημασία Σχεδιασμού

Η σημασία του τουριστικού σχεδιασμού αναδύεται μέσα από την βελτίωση της εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής οικονομίας. Μάλιστα, αυτή του η επιρροή στην οικονομία υποδοχής τουριστών, καθιστά τον τουριστικό σχεδιασμό ένα πολυπαραγοντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999). Με άλλα λόγια, σε περίπτωση που ο τουρισμός δεν παρουσιάζει την ίδια ανάπτυξη με τους άλλους τομείς, γεγονός που διαταράσσει την υπάρχουσα αρμονία καθώς αναδύεται ένα σύνολο συγκρούσεων συμφερόντων και προτεραιοτήτων. Αναδύεται, λοιπόν, ένα μεγάλο εύρος προβλημάτων και αρνητικών επιπτώσεων, το οποίο επηρεάζει σημαντικά την εξελικτική πορεία της τουριστικής δραστηριότητας. Κατά επέκταση, κρίνεται αναγκαία η διασφάλιση όλων των πλέον κατάλληλων προϋποθέσεων για τον αναπτυξιακό τουρισμό, μέσω του σχεδιασμού (Cooper et al. 1993).

Ο σχεδιασμός, λοιπόν, η διαδικασία δηλαδή σε αντίθεση προς το σχέδιο, το προϊόν δηλαδή, αποτελεί μία απόπειρα της κοινωνίας για παρέμβαση, η οποία οργανώνεται βάσει συγκεκριμένων κανόνων, κινήτρων ή/και έργων, έτσι ώστε να επιτευχθεί η κατεύθυνση της ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας, και μάλιστα, από μία συγκεκριμένη χωρική ενότητα προς μία εξίσου συγκεκριμένη επιθυμητή κατεύθυνση. Με άλλα λόγια, προς έναν τύπο ή έναν συγκεκριμένο τρόπο ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας. Ο βαθμός αποτελεσματικότητας της προκειμένης παρέμβασης βασίζεται από ένα σύνολο παραγόντων, εκ των οποίων οι κυριότεροι αναφέρονται παρακάτω (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001):

- ύπαρξη και επιλογή κάποιας στρατηγικής, ενός σχεδίου ή/και ενός προγράμματος
- διαθεσιμότητα των πλέον αναγκαίων και κατάλληλων μέσων και πόρων
- εφαρμογή του επιλεγμένου σχεδίου ή/και προγράμματος
- αποτίμηση και αξιολόγηση των αναδυόμενων αποτελεσμάτων.

Αξίζει να αναφερθεί ότι ο σχεδιασμός για την τουριστική ανάπτυξη αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα του σχεδιασμού τουριστικής πολιτικής. Μάλιστα, εντοπίζεται στη «χωρική κατανομή» του τουρισμού σε ένα μεγάλο εύρος χωρικών ενοτήτων, αλλά και στην «χωρική οργάνωση» του τουρισμού στις ενότητες αυτές (Βαρβαρέσος, 1998). Έτσι, στις περιοχές-ενότητες, όπου πραγματοποιείται η ανάπτυξη του τουρισμού, κρίνεται απαραίτητος ο σχεδιασμός για την, όσο το δυνατό, πιο ορθή οργάνωση της ανάπτυξης του τουρισμού, αποσκοπώντας στα μέγιστα δυνατά οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς και την διασφάλιση της μελλοντικής βιωσιμότητας του τουρισμού. Σε αντίθετη περίπτωση, δηλαδή σε περίπτωση απουσίας σχεδιασμού ελλοχεύει ο κίνδυνος αρνητικών επιπτώσεων (Slee et al., 1997).

Με βάση όλα τα παραπάνω καθίσταται σαφές ότι ο σχεδιασμός αποτελεί μία συνεχή διαδικασία, μέσα από την οποία καθορίζονται οι στόχοι, καθώς και οι μέθοδοι επίτευξης αυτών. Συγκεκριμένα, ο σχεδιασμός για την τουριστική ανάπτυξη, αποσκοπεί στην όσο το δυνατό ορθότερη οργάνωση της ανάπτυξης του τουρισμού σε συγκεκριμένη χωρική ενότητα, γεγονός που επιτυγχάνεται τα μέγιστα δυνατά οφέλη, όπως και την ελαχιστοποίηση των ενδεχόμενων αρνητικών επιπτώσεων από την ανάπτυξη της δραστηριότητας. Επιπροσθέτως, βάσει των παραπάνω αναδύεται ότι ο τουρισμός αποτελεί μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα, η οποία εντοπίζεται στο επίκεντρο σχεδιασμού όλων των τοπικών, περιφερειακών και εθνικών φορέων, καθώς και μία επιχείρηση, μία δράση δηλαδή, η οποία προϋποθέτει τον σχεδιασμό, τη διαδικασία δηλαδή μέσα στην οποία εντοπίζονται ένας μεγάλος αριθμός μελετών σκοπιμότητας, έρευνες αγοράς, μέσα προβολής, προώθησης και πρόβλεψης και στρατηγικός σχεδιασμός. Εντούτοις ένας ολοκληρωμένος τουριστικός σχεδιασμός αποσκοπεί στην αλληλοσύνδεση και την αλληλεπίδραση ανάμεσα στις δύο αυτές ανεξάρτητες διαδικασίες σχεδιασμού, δηλαδή ανάμεσα στον τουρισμό ως «επιχείρηση» και τον τουρισμό ως «παράγοντα κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης», μια που η πρώτη αλληλεπιδρά με τους στόχους και τις επιλογές της δεύτερης (Σωτηριάδης, 1994).

## **4.2 Τύποι και Βασικά Στοιχεία Σχεδιασμού**

Έχει αναπτυχθεί ένας μεγάλος αριθμός διαφορετικών προσεγγίσεων του σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίες μάλιστα εφαρμόζονται συνδυαστικά, προκειμένου να επέλθουν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα. Παρακάτω περιγράφονται ορισμένοι από τους βασικούς τύπους σχεδιασμού:



- «Συνεχής και ευέλικτος σχεδιασμός»
- «Πολυσήμαντος σχεδιασμός»
- «Ολοκληρωμένος σχεδιασμός»
- «Περιβαλλοντικός και αειφόρος σχεδιασμός»
- «Σχεδιασμός βάσει της τοπικής εμπειρίας»
- «Στρατηγικός σχεδιασμός»

Η επιλογή ενός εκ των παραπάνω τύπων σχεδιασμού, καθορίζεται από ένα σύνολο παραγόντων που αναφέρονται παρακάτω:

- διάρθρωση και οργάνωση της χώρας από διοικητικής άποψης
- χαρακτηριστικά της κάθε χωρικής περιοχής
- ιδιαιτερότητες της κάθε χωρικής περιοχής
- αναπτυξιακή φάση της τουριστικής δραστηριότητας
- στόχοι επιδίωξης

Ο σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης προϋποθέτει την ύπαρξη όλων των στοιχείων και παραμέτρων, το σύνολο των οποίων προσδιορίζει το τουριστικό σύστημα, χαρακτηρίζοντας παράλληλα και τον σχεδιασμό ως «ολοκληρωμένο». Τα στοιχεία αυτά συνοψίζονται στα εξής (McIntyre, et al. 1993; Inskoop, 1991):

- αγορές ζήτησης τουριστικών υπηρεσιών
- τμήματα πελατείας-στόχοι
- τουριστική υποδομή (γενική και ειδική)
- ανωδομή (επιχειρηματικές δραστηριότητες, φυσικοί και ιστορικοί πόροι, κ.ά..).

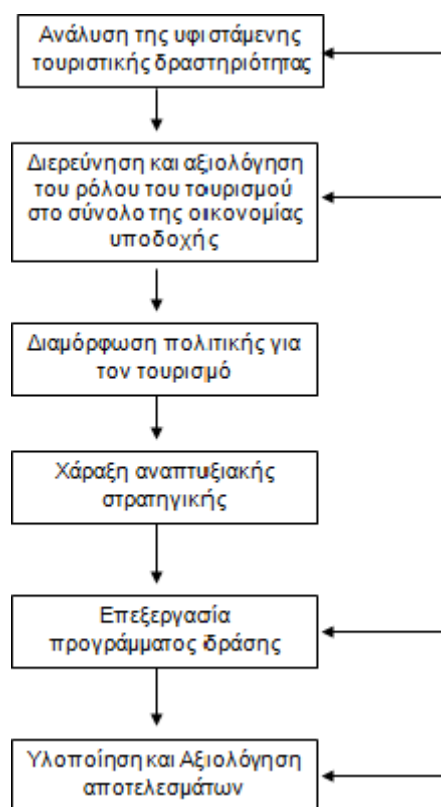
Ο σχεδιασμός ουσιαστικά αποσκοπεί στην εκπόνηση μελλοντικών σχεδίων, αλλά κυρίως στην υλοποίηση και την εφαρμογή αυτών. Κατά επέκταση, μία τέτοια υλοποίηση απαιτεί και τα αναγκαία και κατάλληλα τόσο θεσμικά όσο και οικονομικά μέσα (Pearce, 1989).

### **4.3 Διαδικασία Τουριστικού Σχεδιασμού**

Η διαδικασία του τουριστικού σχεδιασμού διαπερνά από τις παρακάτω φάσεις (Gunn, 1994; Doswell, 1997):

- Αναγνώριση, διερεύνηση και ανάλυση του τουριστικού συστήματος (τουριστικοί πόροι, εμπλεκόμενοι φορείς, αγορές).
- Προσδιορισμός και καθορισμός στόχων και επιδιώξεων.
- Ανάπτυξη εναλλακτικών λύσεων.
- Αξιολόγηση αποτελεσματικότητας εναλλακτικών λύσεων.
- Επιλογή, εφαρμογή και υλοποίηση.
- Παρακολούθηση και αξιολόγηση της πορείας.

Η διαδικασία τουριστικού σχεδιασμού ισοδυναμεί με μία τυπική ορθολογική διαδικασία σχεδιασμού. Πρόκειται για μία διαδικασία, η οποία είναι συνεχής και κυκλική, και κατά τη διάρκεια της οποίας μπορεί να μπει κανείς σε οποιοδήποτε στιγμή. Παρόλα αυτά, πρέπει να διανύεται όλη η διαδρομή, δηλαδή, να περνά κανείς από όλες τις παραπάνω φάσεις. Παρακάτω παρουσιάζει η διαδικασία προσέγγισης του τουριστικού σχεδιασμού:



Πηγή: Κοκκώσης & Τσάρτας, (2001)

Σύμφωνα, λοιπόν, και με το παραπάνω διάγραμμα διαφαίνεται ότι ο σχεδιασμός έχει ως σημείο αναφοράς ένα προγενέστερο στάδιο, κατά το οποίο προσδιορίζεται η αναπτυξιακή πολιτική της χωρικής ενότητας ως ένα «πλαίσιο αναφοράς» του τουριστικού προτύπου.

#### 4.4 Βασικές Αρχές Σχεδιασμού

Οι βασικότερες αρχές σχεδιασμού συνοψίζονται στις παρακάτω (Inskeep, 1994; Gunn, 1994):

- Ολοκληρωμένη (όχι αποσπασματική) θεώρηση της τουριστικής δραστηριότητας ως ένα «ενιαίο σύστημα».
- Δημιουργία και εφαρμογή των πλέον κατάλληλων συγκοινωνιακών προσβάσεων (εισόδου-εξόδου).
- Δημιουργία και διαμόρφωση χωρικών πόλων εξυπηρετήσεων και υπηρεσιών, αποσκοπώντας στην προσέλκυση των δυνητικών επισκεπτών.
- Αξιοποίηση του συνόλου των δυνατοτήτων ανάπτυξης τουρισμού σε ευρύτερο επίπεδο (π.χ. εναλλακτικές μορφές).
- Διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης βάσει πρωτευόντων και δευτερευόντων πυρήνων.
- Εξασφάλιση προσβάσεων, καθώς και ενός επαρκούς μεταφορικού δικτύου.
- Εξασφάλιση δικτύων γενικής υποδομής (π.χ. ηλεκτροδότηση, ύδρευση, αποχέτευση, διαχείριση απορριμμάτων, κ.ά.).

#### 4.5 Σχεδιασμός Προβολής

Έχοντας αναπτύξει το θεωρητικό πλαίσιο του τουριστικού σχεδιασμού, σε αυτό το σημείο θα αναφερθεί ο σχεδιασμός προβολής για το Νομό του Ρεθύμνου. Πρωταρχικός στόχος είναι η προβολή και η προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Ρεθύμνου, και κατά επέκταση, η αύξηση των δεικτών επισκεψιμότητας της περιοχής και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Έπειτα, τίθενται και ορισμένοι επιμέρους στόχοι. Συ-

γκεκριμένα, ως επιμέρους στόχοι καθορίζονται: 1) η αύξηση της ζήτησης σε υπάρχουσες αγορές, 2) η αύξηση ενδιαφέροντος σε νέες δυναμικές αγορές και 3) η προβολή εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίοι ενδέχεται να αυξήσουν τη ζήτηση, η οποία ενδέχεται να αυξηθεί με τη σειρά της την επισκεψιμότητα, επιμηκώνοντας την τουριστική περίοδο.

Βάσει της στρατηγικής του ΕΟΤ για την περίοδο 2014-2016, το σύνολο των δράσεων προώθησης και προβολής του ΕΟΤ, αποσκοπεί στην αύξηση της ζήτησης για ολοκληρωμένα θεματικά οδοιπορικά-εμπειρίες. Ως εκ τούτου, η στρατηγική επικοινωνίας, στηρίζεται στις εννέα θεματικές ενότητες που είναι αντίστοιχες των βασικών κλάδων του Ελληνικού Τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, κάθε τουριστικός κλάδος είναι συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, προτάσεων και προϊόντων, αποσκοπώντας στην προσέλκυση επιμέρους στόχων. Εντούτοις αυτοί οι εννέα βασικοί κλάδοι του προϊόντος Ελληνικός Τουρισμός, αναφέρονται παρακάτω:

1. Ήλιος/θάλασσα (Seaside)
2. Πολιτιστικός τουρισμός (Culture)
3. Καταδυτικός τουρισμός (Diving)
4. Τουρισμός υγείας και ευεξίας (Health and Wellness)
5. Τουρισμός πολυτελείας (Luxury)
6. Θαλάσσιος τουρισμός (Nautical)
7. Τουρισμός πόλεων (City Breaks- Αθήνα -Θεσσαλονίκη)
8. Συνεδριακός τουρισμός (Business)
9. Περιηγητικός τουρισμός (Touring)

Η συνολική επικοινωνία του Οργανισμού πρέπει να αποσκοπεί στην προβολή ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες συμβάλλουν 1) στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και 2) την προώθηση και προβολή προτάσεων για ειδικούς επιμέρους στόχους (π.χ. θρησκευτικός, σχολικός, εκπαιδευτικός τουρισμός, κοκ, ιαματικός τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας κ.ά.), πρωτοβουλιών και προορισμών που άπτονται της κεντρικής πολιτικής επιλογής της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, τους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας σχετικά με τα προϊόντα με ονομασία προέλευσης, την παράδοση, τη μυθολογία, και κάθε αυθεντικό στοιχείο που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουριστικό προορισμό. Παρατηρείται, λοιπόν, ότι προτεραιότητα δίνεται στις ενότη-

τες-προϊόντα «ήλιος και θάλασσα», «πολιτισμός», «συνέδρια» και «περιήγηση», ενώ έπονται τα προϊόντα «ευεξία», «θαλάσσιος τουρισμός» και «τουρισμός υπαίθρου» και «city break».

Βάσει του ειδικού χωροταξικού σχεδιασμού για τον τουρισμό, και κυρίως, τις επισημάνσεις που προβλέπεται για την κατηγορία «Νησιά», στην οποία ανήκει και η περίπτωση του Ρεθύμνου, καθώς επίσης και τις νέες τάσεις και δυναμικές, όπως ακριβώς αυτές αναπτύσσονται και μεταβάλλονται τις τελευταίες, το μίγμα τουριστικού προϊόντος του Νομού Ρεθύμνου, διαμορφώνεται (Κούρης & Ανδρέατου, 2016):

<b>ΗΛΙΟΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΑ</b>	<b>ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ</b>	<b>ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-μεγαλύτερες πωλήσεις</li> <li>-βασικό προϊόν εθνικής στρατηγικής τουρισμού</li> <li>-αυξημένη ζήτηση</li> </ul> <p>Το παρόν προϊόν από μόνο του, δεν αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, καθώς όλοι οι ελληνικοί (και όχι μόνο) το διαθέτουν.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-μουσεία</li> <li>-μνημεία</li> <li>-αρχαιολογικοί χώροι</li> <li>-κάστρα</li> <li>-εκδηλώσεις</li> <li>-θρησκευτικός τουρισμός</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- με αυτοκίνητο</li> <li>- με ποδήλατο</li> <li>- με τα πόδια</li> <li>- με θέμα «Κρασί»</li> <li>- με θέμα «Ελιά»</li> <li>- με θέμα «Σπήλαια και άλλες Φυσικές ομορφιές»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- τουρισμός κρουαζιέρας</li> <li>- τουρισμός με σκάφη αναψυχής</li> </ul>

Πίνακας 3: Μίγμα τουριστικού προϊόντος Ρεθύμνου

Πηγή: Κούρης & Ανδρέατου, 2016

#### 4.5.1 Πρόγραμμα Προβολής

Βασική και απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίηση μίας στρατηγικής προβολής είναι η διαμόρφωση της εταιρικής ταυτότητας. Συγκεκριμένα, κρίνεται απαραίτητα μία εταιρική ταυτότητα, η οποία θα αποτελεί το σημείο διαφοροποίησης του Ρεθύμνου από τον ανταγωνισμό. Η κεντρική της ιδέα της εταιρικής ταυτότητας θα είναι η ίδια σε όλες τις καμπάνιες, ενώ θα διαφοροποιούνται μόνο ως προς τα μηνύματα βάσει των επιμέρους τμημάτων της αγοράς που αποτελούν και τον στόχο (γραμματοσειρά, χρώματα, τοποθέτηση κ.ά.). Μάλιστα, ακόμα το Ρέθυμνο δεν διαθέτει τη δική του τουριστική ταυτότητα με ένα ισχυρό, πρωτότυπο και μοναδικό λογότυπο, καθώς και ένα σύνολο μηνυμάτων που συνοδεύουν αυτό το λογότυπο και διαφοροποιούνται βάσει της εκάστοτε στοχευμένης αγοράς.

Οι στρατηγικές προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος του Ρεθύμνου ποικίλουν ανάλογα την αγορά-στόχο.

Συμβατική Αγορά (Τμήμα Α): Βασική μέθοδος προώθησης και προβολής του τουριστικού προϊόντος θα είναι η διαφήμιση (website, social media, καταχωρήσεις, έντυπα, κ.ά.). Ουσιαστικά, σε αυτήν την περίπτωση, στόχος είναι οι δυνητικοί επισκέπτες του Ρεθύμνου.

Αγορά Κρουαζιέρας (Τμήμα Β<sub>1</sub>): Βασική μέθοδος προώθησης και προβολής θα είναι η προσωπική πώληση, αποσκοπώντας κυρίως στους μεσάζοντες. Υπάρχει συμμετοχή σε εξειδικευμένες τουριστικές εκθέσεις, στις οποίες συμμετέχουν και ειδικοί σύμβουλοι, καθώς και με την προσωπική επαφή με μεγάλα πρακτορεία κρουαζιέρας. Ακόμη, δίνεται μεγάλη προσοχή στις δημόσιες σχέσεις, ενώ η διαφήμιση λειτουργεί συμπληρωματικά.

Αγορά Τουρισμός με Σκάφη Αναψυχής (Τμήμα Β<sub>2</sub>): Βασική μέθοδος προώθησης και προβολής θα είναι τόσο η προσωπική πώληση, δηλαδή επαφές με μεσάζοντες μέσω των εκθέσεων, όσο και η διαφήμιση, δηλαδή η προσέλκυση των δυνητικών επισκεπτών.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να γίνει μία πιο αναλυτική αναφορά στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την προώθηση και την προβολή του τουριστικού προϊόντος. Συγκεκριμένα, ένα από τα πλέον διαδεδομένα μέσα είναι το διαδίκτυο. Πρόκειται για ένα μέσο που χρησιμοποιείται από την πλειοψηφία των δυνητικών επισκεπτών κατά την οργάνωση των ταξιδιών τους. Εντούτοις η δημιουργία μίας ιστοσελίδας αποτελεί μία σημαντική κίνηση, καθώς μέσω αυτής προβάλλεται το προϊόν σε όλες του τις διαστάσεις.

Σημαντική είναι και οι ενέργειες προώθησης της συγκεκριμένης εκάστοτε ιστοσελίδας (π.χ. Google ad-words-campaigns, Social media marketing, Search Engine Optimization)

Ακόμη, σημαντικές είναι και οι καταχωρήσεις σε έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο. Αναλυτικότερα, πρόκειται για επιλεγμένες διαφημίσεις-καταχωρήσεις τόσο σε έντυπη όσο και σε ηλεκτρονική μορφή, βάσει πάντοτε της στοχευμένης αγοράς. Σήμερα, μεγαλύτερη δυναμική εντοπίζεται στην ηλεκτρονική διαφήμιση, ενώ το λιγότερο 10% του προϋπολογισμού επρόκειτο να επενδυθεί σε ραδιοφωνικές διαφημίσεις ετησίως. Ωστόσο, σημαντική είναι και η διαμόρφωση τόσο έντυπου όσο και ηλεκτρονικού υλικού (π.χ. φυλλάδια, αφίσες κ.ά.) για την προώθηση και την προβολή του προϊόντος σε τουριστικές εκθέσεις, αλλά και τη διασφάλιση της αποτελεσματική εξυπηρέτησης και πληροφόρησης των τουριστών στο Ρέθυμνο. Τέλος, σημαντική είναι και η ίδια η συμμετοχή στις διάφορες εκθέσεις (Κούρης & Ανδρεάτου, 2016).

## Συμπεράσματα

Ο τουρισμός διαδραματίζει τεράστιο ρόλο στο σύνολο των οικονομικών μεγεθών της Ελλάδας, πρόκειται για ένα από τα βασικά «χαρτιά» της ελληνικής οικονομίας, αν συνυπολογίσουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία και κοινωνία λόγω της οικονομικής κρίσης στην οποία έχει περιέλθει η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, είναι εύκολα αντιληπτό ότι η ορθολογική και σωστή αξιοποίηση του τουρισμού στο έπακρο είναι πλέον αναγκαία.

Τα τελευταία χρόνια, όσο περνάει ο καιρός, όλο και συχνότερα, πολλές χώρες θέλουν και προσπαθούν να λάβουν μέρος στον τουριστικό κλάδο, προσδοκώντας να αποκτήσουν κάποιο μερίδιο αγοράς στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Για αυτόν τον λόγο ο τομέας του τουρισμού αν και αναπτύσσεται και εξελίσσεται με πολύ γρήγορους ρυθμούς, παράλληλα αυξάνεται κατακόρυφα και η ανταγωνιστικότητα μεταξύ των προορισμών αυτών.


Η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται και επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες. Προκειμένου ένας τουριστικός προορισμός να είναι ανταγωνιστικός και βιώσιμος αλλά και να προσελκύει όσο τον δυνατό περισσότερο κόσμο, ώστε να είναι πετυχημένος, θα πρέπει να διαθέτει σωστές στρατηγικές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ.

Ανέκαθεν η Κρήτη αποτελούσε ιδιαίτερη πηγή εσόδων του ελληνικού κράτους, αφού ένας τόπος ιδιαίτερα γόνιμος με κατάλληλο κλίμα για κάθε είδους καλλιέργεια, τροφοδοτούσε με γεωργικά προϊόντα όλη την ελληνική περιφέρεια, με μεγάλο πλεόνασμα μάλιστα παραγωγής, το οποίο εξάγεται σε ευρωπαϊκούς κυρίως προορισμούς και όχι μόνο.

Όλοι γνωρίζουμε ότι, έως και σήμερα, η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός που έχει καθιερωθεί ως προορισμός του ήλιου και της θάλασσας, ενώ διαθέτει και τόσους άλλους πόρους ικανούς να στηρίξουν την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού που τόσο έχει ανάγκη.

Το Ρέθυμνο είναι από τις σημαντικότερες περιοχές της Κρήτης. Ο τόπος αυτός θα μπορούσε να γίνει πιο ελκυστικός με καλύτερες υποδομές, με πολύ καλές προοπτικές που μπορούν να γίνουν ακόμα καλύτερες με τη συστηματικότερη περιβαλλοντική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση στην πολιτιστική και πολιτισμική κληρονομιά μας.

Τα δυνατά σημεία του Ρεθύμνου όπως και της υπόλοιπης Κρήτης είναι:

 Η πολιτιστική του παράδοση.



- ✚ Η δημογραφική του ανανέωση.
- ✚ Το ότι αποτελεί σημαντικό παραθεριστικό κέντρο.
- ✚ Η πλούσια αγροτική παραγωγή της.
- ✚ Οι υπάρχουσες υποδομές έρευνας.
- ✚ Το χαμηλό επίπεδο ανεργίας και
- ✚ Τα τοπικά χαρακτηριστικά κουλτούρας, τα ήθη και τα έθιμά του.

## ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 19-99.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman.
- Doswell, R. (1997). *Tourism, How effective management makes the difference* (pp. pp. 21-23 και 191-199). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Doswell, R. (2002). *Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού management*. Αθήνα: Κριτική.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases* (3<sup>rd</sup> Ed.) Washington, DC: Taylor and Francis.
- Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach*. The Hague: Van Nostrand Reinhold.
- McIntyre, G., Hetherington, A., & Inskip, E. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid: World Tourism Organization.
- Pearce, D. (1989). *Tourist Development*. Harlow (UK): Longman.
- Prideux Bruce. (2009). *Resort Destination: Evolution, Management and Development* (pp. 150-152). UK: Oxford Elsevier.
- Sheela, A. (1997). The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity. *Tourism Management*, 18(2), 65-73.
- Slee, W., Farr, H., & Snowdon, P. (1997). Sustainable Tourism and the Local Economy. In Stabler M. J. (Ed.). *Tourism & Sustainability, Principles to Practice* (pp. 69-87). Wallingford, Oxon, UK: CAB International.

## ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρβαρέσος, Σ. (1998). *Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Προπομπός.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Τουρισμός-Οικονομικές Προσεγγίσεις*. Αθήνα: Προπομπός.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. (2015). *Τάσεις Τουριστικής Κίνησης 2008-20015*. Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1997). *Τουριστική Οικονομία (Τόμος Α')*. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1999). *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ., Κραβαρίτης, Κ. Ν., & Λύτρας, Π. Ν. (1999). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων. (2015). *Εξελίξεις στον τουρισμό και στα ελληνικά ξενοδοχεία 2014*. Αθήνα.
- Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον* (pp. 250-281) .Αθήνα: Κριτική.
- Κούρης, Σ. Κ., & Ανδρέατου, Κ. (2016). *Σχέδιο Τουριστικής Προβολής 2016 Αυτοτελές Τμήμα Τουριστικής Ανάπτυξης Δήμου Κεφαλλονιάς*. Δήμος Κεφαλλονιάς.
- Λαγός, Δ.,(2005). *Τουριστική Οικονομική*. Αθήνα: Κριτική.
- Μ.Α.Ι.Χ. (2014). *Ο τουρισμός στην δυτική Κρήτη μέσω των διεθνών αεροπορικών αφίξεων*. Αθήνα.
- Σωτηριάδης, Μ. (1998). *Πρόγραμμα ολοκληρωμένης ανάπτυξης του τουρισμού στο Ν. Ηρακλείου Κρήτης*. Αδημοσίευτη μελέτη για τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, Ηράκλειο.
- Τρούλης, Μ. (1998). *Ρέθυμνο, Ιστορία-Περιήγηση-Σύγχρονη Ζωή Μίτος*. Αθήνα: Κριτική.
- Χρήστου, Ζ. (2007). *Οι τουριστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα*. Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- Φωτίου, Ι. (2005). *Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού και οι αλλαγές στις μορφές του*. Μεταπτυχιακό Δίπλωμα, τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιά

- Ζαχαράτος, Γ. & Τσάρτας, Π. (1999). *Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης*, εκπαιδευτικό υλικό στο Μ.Π.Σ. «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων», Θ.Ε. Τουριστικός Τομέας, Τόμος Γ', Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, σσ. 17-58.

### Ηλεκτρονικές Πηγές

- <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependytikoi-tomeis/toyrismos>
- <http://www.chania-info.gr>
- [www.mygola.com](http://www.mygola.com)
- [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)
- [www.thetravelbook.gr](http://www.thetravelbook.gr)
- [www.explorecrete.com](http://www.explorecrete.com)
- [www.rethymnon.gr](http://www.rethymnon.gr)
- [www.kritesad.gr](http://www.kritesad.gr)
- <http://orthodoxcrete.com>
- [www.arkadimonastery.gr](http://www.arkadimonastery.gr)
- [www.thesecretgreece.g](http://www.thesecretgreece.g)
- [www.cretan-ecovilla.com](http://www.cretan-ecovilla.com)
- <http://rethymnocarnival.gr>
- <http://gnto.gov.gr/>
- <http://sete.gr/>