

Α.Τ.Ε.Ι ΚΡΗΤΗΣ



Σχολή: Διοίκησης και Οικονομίας

Τμήμα: Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η πορεία του τουρισμού στην Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον.

Νικάκη Μαρία Α.Μ.: 3327

Οικονόμου Ανδρέας Α.Μ.: 2675

Εισηγητής : Δρ. Ιωάννης Βάρδας

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	
1.1 Γενικές Πληροφορίες για τον Τουρισμό.....	3
1.2 Ορισμός του Τουρισμού	4
1.3 Ιστορική Αναδρομή	5
1.4 Σύντομη Ιστορική Αναδρομή για την Εξέλιξη του Τουρισμού στην Κρήτη	7
Κεφάλαιο 2: Τουριστική Ανάπτυξη	
2.1 Οι Λόγοι που Οδήγησαν στην Ανάπτυξη του Τουρισμού.....	8
2.2 Η Γενική Εικόνα των Ανταγωνιστικών Χωρών	10
2.3 Τα πιο Ελκυστικά Στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος.....	13
2.4 Η Οικονομική Σημασία του Τουρισμού στη Νότια Ευρώπη	14
Κεφάλαιο 3: Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	
3.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	15
3.2 Η Θέση της Ελλάδας στην Τουριστική Αγορά.....	17
3.3 Πλεονεκτήματα Ελλάδας στην Τουριστική Αγορά.....	18
Κεφάλαιο 4: Ο Τουρισμός στην Κρήτη	
4.1 Ανάλυση Τουριστικής Προβολής.....	20
4.1.1 Επικοινωνιακή Πολιτική & Marketing	22
4.2 Στρατηγική Ανάλυση Προοπτικών Ανάπτυξης του Τουρισμού.....	24
4.2.1 Τα Ισχυρά Σημεία του Κρητικού Τουρισμού	24
4.2.2 Τα Λιγότερο Ισχυρά Σημεία του Κρητικού Τουρισμού	25
4.2.3 Σχόλια	27
4.3 Η Τουριστική Κίνηση στην Κρήτη.....	28
4.3.1 Λιμένας Ηρακλείου.....	29
4.3.2 Διεθνείς Αερολιμένες.....	32
4.4 Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Κρήτης	35
Κεφάλαιο 5: Οικονομική Κρίση & Τουρισμός	
5.1 Γενικά για την Παγκόσμια Κρίση.....	40
5.2 Ελληνική Οικονομική Κρίση.....	40
5.3 Η Περίπτωση της Κρήτης.....	46
Κεφάλαιο 6: Προβλέψεις για τον Τουρισμό	
6.1 Προβλέψεις Τουριστικής Δραστηριότητας.....	49
6.2 Προτάσεις για Αναβάθμιση του Τουρισμού στην Κρήτη	53
6.2.1 Περιβάλλον	54
6.2.2 Τουριστικό Προϊόν	55
6.2.3 Συγκοινωνίες.....	60

Συμπεράσματα

Βιβλιογραφία – Πηγές

Παράρτημα

Περίληψη

Ο τουρισμός αποτελεί βασικό μοχλό ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Ειδικότερα η Κρήτη, από το μακρινό παρελθόν θεωρείται ότι είναι βασικός παράγοντας της τουριστικής βιομηχανίας. Παρ' όλες τις ευνοϊκές προβλέψεις που έχουν γίνει κατά καιρούς εδώ και 3 χρόνια, ο ελληνικός τουρισμός έχει βρεθεί αντιμέτωπος με την παγκόσμια κρίση.

Στην παρούσα εργασία αφού παρατέθηκε μια σύντομη ιστορική αναδρομή της εξέλιξης του τουρισμού, παρατέθηκαν οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού παγκοσμίως, και ιδιαίτερα στην Ελλάδα και την Κρήτη. Δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στον τουρισμό της Κρήτης, επικεντρωνόμενοι στους λόγους που υπάρχει χρόνο με το χρόνο ανάπτυξη, καθώς και ποια είναι τα σημεία εκείνα που ενδεχομένως να μην ευνοούν όσο θα έπρεπε την εξέλιξη του. Παραλληλίστηκαν οι αυξομειώσεις του τουρισμού με την οικονομική κρίση των τελευταίων ετών και παρατέθηκαν προβλέψεις και προτάσεις για την αναβάθμιση της τουριστικής δραστηριότητας στην Κρήτη.

Όλα όσα προαναφέρθηκαν, επιβεβαιώθηκαν με στατιστικούς πίνακες.

Από την ανάλυση, καταλήξαμε στο βασικό συμπέρασμα ότι, ο τουρισμός αποτελεί για την Ελληνική οικονομία ένα σημαντικότερο παραγωγικό κλάδο. Η σημαντικότητα αυτή προσδιορίζεται από την ιδιόμορφη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και γεωγραφίας. Η επίτευξη της επιδιωκόμενης ανάπτυξης θα πρέπει να στηριχθεί στην ποιοτική αναβάθμιση της τουριστικής υποδομής και στην διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Γενικές Πληροφορίες για τον Τουρισμό

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως. Το Συμβούλιο παγκόσμιου ταξιδιού και τουρισμού, που εδρεύει στις Βρυξέλλες, είναι μια οργάνωση που αποτελείται από τα κορυφαία στελέχη των σημαντικότερων τουριστικών επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν όλους τους τομείς του παγκόσμιου επιχειρηματικού πεδίου στον τουρισμό, χρηματοδότησε μια μελέτη που συντάχθηκε από την ένωση οικονομικής πρόβλεψης Wharton. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής το σύνολο των ακαθάριστων εσόδων από τα ταξίδια και τον τουρισμό, για το 1993 υπολογίστηκε κοντά στα \$3,2 τρισεκατομμύρια, περίπου 6 τοις εκατό του παγκόσμιου ακαθάριστου εθνικού προϊόντος (Α.Ε.Π.). Ο τουρισμός, λέει η μελέτη, αυξάνεται σχεδόν δύο φορές γρηγορότερα από το Α.Ε.Π. παγκοσμίως, 127 εκατομμύρια άνθρωποι απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία. Για κάθε 1 εκατομμύριο \$ από το εισόδημα που παράγεται από τη βιομηχανία, 20.000 νέες θέσεις δημιουργούνται. Περίπου 31% των συνολικών παγκόσμιων εξόδων της βιομηχανίας πραγματοποιούνται στη Ευρωπαϊκή κοινότητα ενώ οι Ηνωμένες Πολιτείες και ο Καναδάς αποτελούν περίπου 30 % των συνολικών εξόδων.

Οι εκτιμήσεις του οικονομικού αντίκτυπου του τουρισμού ποικίλλουν αναλόγως του ορισμού που δίνεται στην λέξη τουρισμός. Μια εκτίμηση του 1994 σχετικά με τον οικονομικό αντίκτυπο του τουρισμού στην οικονομία που έγινε από το αμερικάνικο τμήμα εμπορίου έδειξε ότι η βιομηχανία τουρισμού παράγει 13,4 τοις εκατό του ΑΕΠ του έθνους, απασχολεί 11 εκατομμύριο άτομα, και παράγει περισσότερα από \$50 δισεκατομμύρια στα φορολογικά έσοδα.

Τα διεθνή ταξίδια, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, αναμένεται να φθάσει τα 935 εκατομμύρια ανθρώπους μέχρι το έτος 2010, σχεδόν οι διπλοί των 500 εκατομμυρίων που ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 1993, και πολύ περισσότεροι από τους 25 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες το 1950¹.

¹ The WTTC Report-1992 complete edition: Travel & Tourism, London, United Kingdom, 1992.

1.2 Ορισμός του Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται σε διεθνή επίπεδα. Καλύπτει σχεδόν όλες τις κοινωνικές και εισοδηματικές τάξεις αποβλέποντας στην ικανοποίηση, της βασικής πλέον ανάγκης του ανθρώπου, της ανάγκης της πρόσκαιρης φυγής από την καθημερινότητα, και δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας προϋποθέσεων γνωριμίας και συναδέλφωσης των λαών, για ένα καλύτερο και ειρηνικό μέλλον της ανθρωπότητας.

Ο τουρισμός, μια πολύπλευρη έννοια, έχει μια ιστορία χρονολογούμενη από το 1811, ίσως και παλαιότερα, και εξακολουθεί μέχρι και σήμερα να αλλάζει ο ορισμός της. Ο όρος τουρισμός προέρχεται από την αγγλική λέξη TOURING ή την γαλλική λέξη TOUR, που στη γλώσσα μας σημαίνει περιηγητισμό. Δεν υιοθετήθηκε όμως ο όρος αυτός και έτσι επικράτησε ο όρος ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, που χρησιμοποιείται και διεθνώς. Σύμφωνα με τον John M. Bryden², η πρώτη εξέταση στα αγγλικά της σημασίας του τουρισμού σε παγκόσμια βάση γράφτηκε πιθανώς το 1933. Μια ιταλική μελέτη εμφανίστηκε από 1899. Το αμερικανικό τμήμα εμπορίου δημοσίευσε «Η προώθηση του τουριστικού ταξιδιού από ξένες χώρες» το 1931³.

Τι σημαίνει όμως ο όρος τουρισμός; Ως τουρισμός θα μπορούσε να οριστεί η μετακίνηση των ανθρώπων από έναν τόπο σε έναν άλλο και η ιστορική του πορεία είναι τέτοια, όσο και ο πολιτισμός του ανθρώπου. Η έννοια του τουρισμού μπορεί να εξεταστεί από δυο σκοπιές: μια θεωρητική, που να καλύπτει όλες τις πτυχές του φαινομένου όπως οικονομικές, κοινωνικές, ψυχολογικές και μια πρακτική που να ρυθμίζει τις συναλλακτικές σχέσεις. Από την πρακτική του σκοπιά η έννοια του τουρισμού έχει σκοπό να βρεθεί ο κατάλληλος τρόπος συνεννόησης όλων αυτών που ασχολούνται σε διεθνή κλίμακα με τις τουριστικές δραστηριότητες.

Η έννοια του τουρισμού μπορεί να προσδιοριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους σε έναν άλλο τόπο για λόγους κυρίως ψυχολογικούς, χωρίς κερδοσκοπικό κίνητρο και οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων. Ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού έχει δυο πλευρές: η πρώτη αναφέρεται στη μετακίνηση των ατόμων, η οποία αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση και η δεύτερη αναφέρεται στην

² Tourism & Development, Cambridge University Press, 1973

³ Trade Promotion Series No. 113

υποδοχή και την εξυπηρέτηση των μετακινούμενων, αντιπροσωπεύοντας έτσι το παραγωγικό μέρος του τουρισμού που ταυτίζεται με την τουριστική προσφορά.

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».

Σημερινά λεξικά που καθορίζουν τον τουρισμού προσφέρουν την ίδια βοήθεια με αυτή ενός λεξικού του δέκατου-αιώνα που καθόρισε τους τουρίστες ως «ανθρώπους που ταξιδεύουν για ευχαρίστηση παρακινούμενοι, από την περιέργεια, και επειδή δεν έχουν τίποτα καλύτερα να κάνουν», και ακόμη και «για τη χαρά για το μετέπειτα» (Gilbert Sigaux, "The History of Tourism," Dictionnaire Universel du XIXE Siecle, Geneva, Switzerland: Edito service Ltd., 1876)⁴.

1.3 Ιστορική Αναδρομή

Η αρχική μορφή της τουριστικής μετακίνησης είναι τοποθετημένη στη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να διακινείται από το μόνιμο τόπο της διαμονής του σε άλλους τόπους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, όπως εμπορία, συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, αθλητικές εκδηλώσεις, ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του κ.α.

Στον Ελληνικό χώρο το αναπτυγμένο αίσθημα της ξενίας κατά την περίοδο της αρχαιότητας, μας μαρτυρά ότι τέτοιου είδους μετακινήσεις και με πολλαπλούς σκοπούς, υπήρχαν από τότε. Το φαινόμενο του τουρισμού κατά την αρχαιότητα είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν τα ίδια. Οι κύριοι λόγοι των μετακινήσεων ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας καθώς και εμπορικοί.

Η μεγάλη ανάπτυξη του τουρισμού αρχίζει μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαίτερα μετά τον Β΄.

Οι μεγάλες κοινωνικές μεταβολές που έγιναν μετά τον πόλεμο αυτό ήταν η βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή.

⁴ Gartner, 2001.

Τα οικονομικά οφέλη από την εξάπλωση του τουρισμού σε όλο το κόσμο, είναι τεράστια και γι' αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των διαφόρων χωρών έχουν αναλάβει μεγάλες δραστηριότητες τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα εκατομμύρια των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου.

Ο 19ος αιώνας αποτελεί τη χρονική περίοδο – σταθμό για τη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουριστικού φαινομένου. Οι θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές ανακατατάξεις που επιτελούνται στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης προσδιορίζουν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του Τουρισμού, αλλά συμβάλλουν επίσης στην εξαφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και της εμπορευματοποίησης του.

Μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κατά κύριο λόγο σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες την Ελβετία, την Ιταλία και την Αυστρία. Ο τουρισμός την εποχή αυτή έχει την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να περιλαμβάνει και άλλες χώρες. Μια από αυτές ήταν και η χώρα μας, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας συναλλαγματοφόρος πηγής για την οικονομία μας. Για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, πέρα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, απαραίτητο στοιχείο είναι τα άτομα, που εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση⁵. Η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης αποτελεί βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών. Η απόκτησή της γίνεται με την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική άποψη⁶.

Στις αρχές του 20ου αιώνα, το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Σ' αυτό συμβάλλουν οι ακόλουθοι λόγοι:

- Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905 – 1914.
- Ο Α' Παγκόσμιος Πόλεμος (1914 – 1918).

⁵ Με τον όρο τουριστική συνείδηση εννοείται το σύνολο των εργασιών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σ' αυτούς ευχάριστης εντύπωσης κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον επισκεπτόμενο τόπο.

⁶ Gartner, 2001.

- Οι πληθωριστικές τάσεις που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες, που αποτελούσαν την *touristy society* του 19ου αιώνα.
- Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει οριστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19ου αιώνα.

1.4 Σύντομη Ιστορική Αναδρομή για την Εξέλιξη του Τουρισμού στην Κρήτη

Η ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτης ακολουθεί σε γενικές γραμμές τις τάσεις ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού, ο οποίος ξεκινά στη δεκαετία του 1930, σαν οργανωμένος περιηγητικός τουρισμός, με αποκλειστικό σκοπό την επίσκεψη των σημαντικών αρχαιολογικών χώρων, και πιο εντατικά το 1960 όπως προαναφέρθηκε.

Στα πλαίσια αυτά, ο κύριος πόλος έλξης ήταν η Ακρόπολις των Αθηνών για την επίσκεψη της οποίας οι περιηγητές έφταναν με πλοία στο λιμάνι του Πειραιά. Ανάλογα με το πρόγραμμα, προβλέπονταν επισκέψεις με επίγεια μεταφορά στο Σούνιο, στους Δελφούς, στην Ελευσίνα ή και στις Μυκήνες.

Μεγαλύτεροι περίπλοες προέβλεπαν επισκέψεις στην Αρχαία Ολυμπία και σε άλλους σημαντικούς αρχαιολογικούς προορισμούς, μεταξύ των οποίων ήταν και αυτός της Κνωσού, όπου έφταναν μέσω του λιμένα του Ηρακλείου.

Από τον περιορισμένο και επιλεκτικό περιηγητικό ή μορφωτικό – εκπαιδευτικό τουρισμό, όπως αυτός ονομάζεται σήμερα, ο τουρισμός της Κρήτης μετεξελίχθηκε όπως ο Ελληνικός αλλά και ο Μεσογειακός σε μαζικό και προσανατολισμένο, κυρίως για τις θερινές διακοπές των κατοίκων της Βόρειας Ευρώπης, με κυρίαρχα στοιχεία την αναζήτηση του ήλιου, τη διασκέδαση, τη συντροφικότητα, την ανάπαυση κ.α. Η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών προορισμών (μεταξύ αυτών και της Κρήτης) ακολούθησε αυτό το πρότυπο το οποίο, κατ' αρχήν απαιτούσε την ύπαρξη:

- Σημαντικών αρχαιολογικών χώρων (Κνωσός, Φαιστός)
- Ιδιαίτερων φυσικών ή αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών
- Ευκολία πρόσβασης, συνήθως από θάλασσης.

Κεφάλαιο 2: Τουριστική Ανάπτυξη

2.1 Οι Λόγοι που Οδήγησαν στην Ανάπτυξη του Τουρισμού

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται στην Ελλάδα μια σημαντική θετική μεταβολή του τουρισμού και ταυτόχρονα αυξημένη επιστημονική προσέγγιση, η οποία διερευνά τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες του φαινομένου αυτού. Στο πλαίσιο αυτό έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ο τρόπος που αναπτύσσεται ο τουρισμός.

Ο τουρισμός για μια χώρα αποτελεί έναν πολύ σημαντικό κλάδο της οικονομίας καθότι καταφέρνει να ενισχύσει την οικονομική ανάπτυξη αυτής αλλά και την απασχόληση. Θεωρείται δραστηριότητα η οποία αποτελεί την «ατμομηχανή» της ελληνικής οικονομίας, με συνεχώς μάλιστα αυξανόμενη σημασία.

Οι τάσεις του τουρισμού σε κάθε χώρα διαφέρουν σε σχέση με κάποια άλλη ενώ ταυτόχρονα μεταβάλλονται με την πάροδο των ετών. Η συνεχώς αυξανόμενη σημασία του τουρισμού, τόσο για τις αναπτυγμένες όσο και για τις αναπτυσσόμενες χώρες, τον κατέστησε αναπόσπαστο τμήμα της διεθνούς εξειδίκευσης, κατά τον ίδιο τρόπο με το διεθνές εμπόριο, τις άδηλες συναλλαγές ή την κίνηση κεφαλαίων.

Για την ανάδειξη του τουρισμού και την προβολή μιας χώρας χρησιμοποιούνται διάφορα μέσα και πολιτικές, ωστόσο υπάρχουν ορισμένα προβλήματα τα οποία περιορίζουν την τουριστική ανάπτυξη σε ορισμένες χώρες όπως για παράδειγμα η εποχικότητα, η έλλειψη ποιότητας στις τουριστικές υπηρεσίες και η περιορισμένη ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού η οποία οδηγεί και στην έλλειψη κατάλληλων υποδομών.

Η χώρα μας για πολλούς αποτελεί έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω των πλούσιων φυσικών πόρων που διαθέτει αλλά και του συνδυασμού «ήλιος και θάλασσα». Ωστόσο η χώρα μας έχει σημαντικά θέματα τα οποία χρίζουν άμεσης αντιμετώπισης προκειμένου να επιτευχθεί μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού.

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών οι εξελίξεις στην τουριστική οικονομία τα τελευταία χρόνια είναι οι εξής:

- Η τουριστική οικονομία κυμαίνεται στο επίπεδο 18 – 20% του ΑΕΠ.
- Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα ανέρχεται σε 690.000 άτομα.

- Το συνάλλαγμα που αποκτάται φτάνει τα 9 δις. \$ και ο τουρισμός έχει βελτιώσει την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος.
- Το τουριστικό συνάλλαγμα είναι 2,5 φορές μεγαλύτερο από το συνάλλαγμα των βιομηχανικών εξαγωγών και 1,8 φορές μεγαλύτερο από το σύνολο των εξαγωγών.
- Το 1960 το τουριστικό ακαθάριστο προϊόν ήταν ίσο με 3% του ΑΕΠ, ενώ το 2000 έφτανε το 20% του ΑΕΠ⁷.

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι ο τουρισμός έχει πάρει οριστικά τη σκυτάλη ως πρωταγωνιστής στην αναπτυξιακή διαδικασία. Καταφέρνει να ξεπερνά σημαντικά προβλήματα και να προσφέρει περισσότερη απασχόληση και έσοδα στην χώρα μας. Χωρίς καμία υπερβολή μπορεί να υποστηριχθεί ότι το βασικό εμπόδιο της συνεχούς ανάπτυξης του τουριστικού τομέα είναι οι δυνατότητες προσφοράς των σχετικών ανθρωπογενών υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές και ποιότητα. .

Οι κυριότεροι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Κρήτη είναι:

- Το κλίμα – Οι καιρικές συνθήκες: Στα πλαίσια της ανάπτυξης μαζικού τουρισμού θερινών διακοπών, ο καιρός αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Από την άποψη αυτή η Κρήτη διαθέτει ένα από τα ευνοϊκότερα κλίματα στην Ελλάδα. Το καλοκαίρι στην Κρήτη είναι σχετικά δροσερό, χωρίς να υπάρχει αφόρητη ζέστη, ενώ ο χειμώνας αργεί να κάνει την εμφάνιση του, αλλά και όταν εμφανίζεται είναι αρκετά ήπιος.
- Αρχαιολογικοί χώροι – Μνημεία: Τα αρχαιολογικά αξιοθέατα του νησιού απετέλεσαν το εφαλτήριο της ανάπτυξης του τουρισμού, στην πρώτη περιηγητική του φάση. Σήμερα στην Κρήτη υπάρχουν 24 κηρυγμένοι αρχαιολογικοί χώροι, 242 μνημεία διαφόρων ιστορικών εποχών και 88 χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί.
- Φυσική ομορφιά: Ο ταξιδιώτης που θα επισκεφθεί την Κρήτη, θα έχει την τύχη να συναντήσει σε αυτή μοναδικά μνημεία της φύσης, όπως το Φαράγγι της Σαμαριάς, το Ελλαφονήσι, καθώς και το μοναδικό στην Ευρώπη παρθένο φοινικόδασος του Βαΐ. Σημαντικό στοιχείο για την προσέλωση κυρίως των ξένων επισκεπτών του νησιού είναι, επίσης, οι

⁷ Πηγή: ΙΓΕΠ, 2006.

πεντακάθαρες και βραβευμένες παραλίες του. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι πολλές παραλίες της Κρήτης έχουν διακριθεί με τη «γαλάζια σημαία», βραβείο που επιβεβαιώνει την καθαρότητα και την αρτιότητα τους όσο αφορά τις παρεχόμενες σε αυτές υπηρεσίες προς τους λουόμενους.

- Κρητική Φιλοξενία – Κρητική Διατροφή: Το νησί της Κρήτης έχει άρρηκτα συνδεθεί με το στοιχείο της φιλοξενίας. Πέρα, όμως από την κρητική φιλοξενία, η Κρήτη φημίζεται για τις διατροφικές συνήθειες των κατοίκων της. Η κρητική διατροφή έχει γίνει αντικείμενο μελέτης από πολλούς έλληνες και ξένους επιστήμονες και έχει πολλάκις συζητηθεί σε πολλά διεθνή συνέδρια.

2.2 Η Γενική Εικόνα των Ανταγωνιστικών Χωρών

Ο τουρισμός έχει πάρει τη σκυτάλη της ανάπτυξης όχι μόνο στον ελλαδικό χώρο αλλά και σε άλλες χώρες εντός και εκτός της Ευρωπαϊκής Ζώνης. Στη συνέχεια παρουσιάζεται ενδεικτικά η πορεία του τουρισμού σε διάφορες χώρες.

Γαλλία

Η Γαλλία αποτελεί τον προορισμό της Μεσογείου με τους περισσότερους επισκέπτες. Προσφέρει μεγάλη ποικιλία πολύ πλούσιας κληρονομιάς, κουλτούρας και διακοπών. Έχει επεκταθεί σε πολλά τμήματα της τουριστικής αγοράς όπως είναι ο χειμερινός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, δημιουργία εκθέσεων, συνεδρίων και τουρισμό κινήτρων. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σημαντική αύξηση του ολιγοήμερου τουρισμού (short breaks). Το μερίδιο της Γαλλίας σε αυτό το τμήμα της αγοράς ανέρχεται σε 25%. Η Euro-Disney αποτελεί ένα μεγάλο πόλο έλξης. Τα παραπάνω δεν επηρεάζουν το μερίδιο του τουρισμού των διακοπών του ήλιου και της θάλασσας αλλά μόνο αυτό του περιηγητικού τουρισμού.

Ιταλία

Η Ιταλία είναι η τρίτη ευρωπαϊκή χώρα, μετά τη Γαλλία και την Ισπανία, από πλευράς υποδοχής τουριστών και πρώτη από πλευράς εσόδων. Οι τουρίστες επισκέπτονται την Ιταλία τόσο για την ιστορική της κληρονομιά και την κουλτούρα της, όσο και για τον ήλιο και τη θάλασσα, αν και αυτή η αγορά ζητείται περισσότερο

από τον εσωτερικό τουρισμό και ακολουθούν τα χειμερινά σπορ. Μεταξύ των αρνητικών παραγόντων που επηρεάζουν τον τουρισμό της Ιταλίας συγκαταλέγονται οι κατά καιρούς πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές κρίσεις στη χώρα.

Ισπανία

Η Ισπανία ακολούθησε στρατηγική η οποία είχε ως στόχο το παραθεριστικό τμήμα της αγοράς που στηρίζεται στον ήλιο, τη θάλασσα και την αμμουδιά. Παρόλα αυτά όμως, έγιναν προσπάθειες βελτίωσης της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει. Η μεγάλη αύξηση των αφίξεων στην Ισπανία είχε αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, γεγονός που ανάγκασε τη χώρα να αναλάβει σημαντική εκστρατεία για τη βελτίωση της εικόνας της στο εξωτερικό. Η Ισπανία δέχεται ένα σημαντικό μέρος τουριστών που απολαμβάνουν διακοπές λίγων ημερών.

Πορτογαλία

Η Πορτογαλία, εκμεταλλευόμενη την υψηλή ζήτηση για ορισμένα προϊόντα (π.χ. γκολφ), σημείωσε γρήγορη τουριστική ανάπτυξη τη δεκαετία του 1980, η οποία όμως δε συνεχίστηκε τη δεκαετία του 1990. Μία από τις αιτίες που δεν συνεχίστηκε η αναπτυξιακή πορεία της δεκαετίας του 1980 ήταν η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθήθηκε (υπερτιμολογήσεις). Η προσπάθεια της Πορτογαλίας συγκεντρώνεται στο να πείσει τους τουρίστες και τους τουριστικούς πράκτορες ότι το προϊόν που προσφέρει είναι διαφορετικό από αυτό που προσφέρει η γειτονική Ισπανία. Στη θέση ότι οι δύο χώρες προσφέρουν το ίδιο προϊόν και μάλιστα ότι η Ισπανία το προσφέρει σε χαμηλότερη τιμή και επιπλέον είναι πιο κοντά γεωγραφικά στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της δίνει ένα πλεονέκτημα, η Πορτογαλία απαντά ότι η ποιότητα του δικού της προϊόντος είναι υψηλότερη. Επιπλέον, προβάλλει τα ιστορικά της μνημεία καθώς και τον οικογενειακό τουρισμό υποστηρίζοντας ότι είναι πιο κατάλληλη για επίσκεψη χώρα για νεαρά άτομα.

Τουρκία

Η γεωγραφική θέση της Τουρκίας, γέφυρα μεταξύ Ευρώπης και Ασίας, και η ποικιλία του κλίματος σε συνδυασμό με τις χαμηλές τιμές, της επιτρέπουν να προσπαθεί να ανταγωνίζεται τις ελληνικές φυσικές ομορφιές και αρχαιότητες. Τα τελευταία χρόνια κάνει προσπάθεια να διαφοροποιήσει το τουριστικό προϊόν που προσφέρει εισερχόμενη στον τουρισμό υγείας και στον οικολογικό τουρισμό. Παρόλα

αυτά, ο τουρισμός της Τουρκίας επηρεάζεται σημαντικά από τα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά προβλήματα που αντιμετωπίζει τόσο η ίδια όσο και η ευρύτερη περιοχή (τρομοκρατικές ενέργειες, κρίσεις στον Περσικό Κόλπο κ.α.). Η Τουρκία προσφέρει διακοπές φθηνών πακέτων. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στο χαμηλό κόστος ζωής που έχει η Τουρκία σε σχέση με τις χώρες προέλευσης των τουριστών της, όσο και στη συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε, η οποία αντιστάθμισε τα υψηλά επίπεδα πληθωρισμού που σημειώθηκαν στη χώρα. Μια νέα αγορά η οποία άνοιξε για την Τουρκία τα τελευταία χρόνια είναι αυτή της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας. Αυτό δίνει το πλεονέκτημα στην Τουρκία έναντι των ανταγωνιστριών χωρών, αφού της επιτρέπει να έχει περισσότερες εναλλακτικές περιοχές / χώρες προέλευσης τουρισμού. Η αγορά αυτή μπορεί να γίνει πιο σημαντική για την Τουρκία στο μέλλον, όταν οι οικονομίες αυτών των περιοχών σταθεροποιηθούν και αναπτυχθούν. Είναι λογικό η Τουρκία να προσβλέπει σε αυτές τις αγορές εξαιτίας των εθνικών, θρησκευτικών και επιχειρηματικών δεσμών που έχει με αυτές. Αντίθετα, η πολιτική που ακολούθησε η Τουρκία δεν τη βοήθησε στην προσέλκυση τουριστών που ανήκουν στο υψηλό εισοδηματικό τμήμα της αγοράς.

Κύπρος

Η Κυπριακή τουριστική πολιτική σχεδιάζεται και υλοποιείται από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού. Η σχετική πολιτική περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό δράσεων (προβολή μέσω συμμετοχών σε Εκθέσεις και ισχυρών διαφημιστικών εκστρατειών, δημιουργία και προώθηση νέων μορφών τουρισμού, δημιουργία σύγχρονων μαρίνων, αναβάθμιση ποιότητας μέσα από προγράμματα κατάρτισης των εργαζομένων). Το κράτος ενισχύει τουριστικές επενδύσεις, εφόσον το ύψος της επένδυσης υπερβαίνει το \$1εκ.. Σκοπός είναι η δημιουργία νέων, σύγχρονων επενδύσεων με σκοπό την αναβάθμιση του προϊόντος. Το σχετικό κίνητρο αναφέρεται σε απαλλαγή από τη φορολογία εισοδήματος για ένα σημαντικό διάστημα (10 χρόνια) και θεωρείται ως ιδιαίτερα σημαντικό. Μεγάλη σημασία δίνει η Κύπρος στην προώθηση και διαφήμιση του τουρισμού. Τελευταία προωθείται έντονα ο χειμερινός αλλά και ο συνεδριακός τουρισμός. Σε έκθεση του Κ.Ο.Τ. στη Μόσχα εκτιμάται ότι σημειώνεται ανοδική ροή τουριστικού ρεύματος προς την Κύπρο και η αύξηση αυτή κυμαίνεται για ολόκληρο το 2002 γύρω στο 8%. Η ρωσική τουριστική αγορά είναι η τρίτη σε μέγεθος αγορά απ' όπου αντλεί τουρισμό η Κύπρος, μετά την Αγγλία και τη Γερμανία. Σύμφωνα με την ίδια έκθεση, η Κύπρος κατάφερε να

παραμένει για την καλοκαιρινή περίοδο του 2002 μεταξύ των πιο δημοφιλών μεσογειακών προορισμών, με μερίδιο αγοράς το οποίο ανέρχεται περίπου στο 12%, παρά τον έντονο ανταγωνισμό από φθηνότερους προορισμούς και τις δυσμενείς επιδράσεις στον τουρισμό από τις διεθνείς εξελίξεις. Εξακολουθεί, όμως, να είναι ακριβότερη κατά 15 – 25% από τους κυριότερους ανταγωνιστικούς της προορισμούς.

2.3 Τα πιο Ελκυστικά Στοιχεία του Τουριστικού Προϊόντος

Σύμφωνα με έρευνα του R. Hollier⁸, τα ελκυστικότερα στοιχεία του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει μια χώρα είναι οι φυσικές ομορφιές της, τα τοπία, οι χαμηλές τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών που προσφέρει, τα μουσεία / μνημεία, η αλλαγή του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος, η ξενοδοχειακή άνεση, η διασκέδαση και τα σπορ. Σύμφωνα με την παρακάτω έρευνα, τα ισχυρά στοιχεία του Ελληνικού τουρισμού είναι οι φυσικές ιδιομορφίες της χώρας μας, οι χαμηλές τιμές, τα μουσεία / μνημεία και η διασκέδαση, ενώ τα αδύνατα σημεία είναι τα σπορ, η ξενοδοχειακή άνεση και ο βαθμός αλλαγής (βλ. Πίνακας 1 – Παράρτημα⁹).

Συγκριτικά με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, η Ελλάδα είναι η πρώτη από πλευράς διασκέδασης και δεύτερη από πλευράς τιμών. Πιο συγκεκριμένα, το 36% των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι ικανοποιημένο από τις τιμές των τουριστικών υπηρεσιών που απολαμβάνουν έναντι του 12% και 35% για την Ισπανία και την Πορτογαλία, αντίστοιχα. Με βάση πρόσφατα στοιχεία που ανακοινώθηκαν από την Ευρωπαϊκή Ένωση, η φθηνότερη χώρα μέσα σε αυτή είναι η Πορτογαλία, ενώ η χώρα μας συγκαταλέγεται μεταξύ των φθηνότερων χωρών. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε χαμηλές τιμές είναι: φρούτα, λαχανικά, θέρμανση, ηλεκτρισμός, αγορά υπηρεσιών, μεταφορές (σιδηροδρομικές). Αντίθετα, η χώρα μας είναι ακριβή στα έλαια και τις λιπαρές ουσίες και στις τηλεπικοινωνίες.

⁸ Περιοδικό Τουριστική Αγορά 1997.

⁹ Το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) διενεργεί διάφορες μελέτες για τον τουρισμό, αλλά όχι πάντα το ίδιο θέμα σε ετήσια βάση. Για παράδειγμα η έρευνα για τα ελκυστικότερα στοιχεία του τουρισμού είναι μια έρευνα η οποία διεξάχθηκε από το 1999 μέχρι το 2001 και δημοσιεύτηκε το 2002.

Στον τομέα της γενικής υποδομής η οποία μετρά την ποιότητα των δρόμων, σιδηροδρόμων, λιμανιών, επικοινωνιών, το κόστος της αεροπορικής μεταφοράς και της συνολικής υποδομής για επενδύσεις, η χώρα μας υστερεί έναντι όλων των ανταγωνιστριών χωρών (Πίνακας 2 – Παράρτημα). Βρίσκεται στη χειρότερη θέση μεταξύ των Μεσογειακών χωρών στους σιδηρόδρομους, στους δρόμους και στις αεροπορικές μεταφορές, ενώ βρίσκεται στη δεύτερη καλύτερη θέση, μετά τη Γαλλία, στο θέμα των λιμανιών.

2.4 Η Οικονομική Σημασία του Τουρισμού στη Νότια Ευρώπη

Σε επίπεδο χωρών, η συμβολή του τουρισμού στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν είναι σημαντική στη χώρα μας (18,3%) έναντι 12,3% που είναι στην Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως άλλωστε φαίνεται και στον επόμενο Πίνακα 3 – Παράρτημα. Εξίσου σημαντική είναι η συμβολή του τουριστικού τομέα στη συνολική απασχόληση και τις επενδύσεις στις Ευρωπαϊκές χώρες, ιδιαίτερα στην Ισπανία.

Η σημασία του τουρισμού στον τομέα των υπηρεσιών είναι πολύ μεγάλη ιδιαίτερα για την Ισπανία, την Πορτογαλία και την Ελλάδα (μερίδια 60,7%, 56,3% και 55,5% αντίστοιχα), όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 4 στο παράρτημα. Στη χώρα μας ο τουριστικός τομέας έχει πολύ μεγάλη σημασία ως εξαγωγικό προϊόν. Το 1997, τα έσοδα από τον τουρισμό αποτελούσαν το 96,5% των εσόδων από τις εξαγωγές προϊόντων. Το ποσοστό αυτό ήταν αντίστοιχα 25,5% και 18,3% για την Ισπανία και την Πορτογαλία. Με βάση πιο πρόσφατα στοιχεία, τα έσοδα από τον τουρισμό έχουν ξεπεράσει αυτά από εξαγωγές προϊόντων (το 1999 ήταν 103%).

Κεφάλαιο 3: Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

3.1 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Η Ευρώπη είχε πάντοτε τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64%, το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά μειωμένο, τα επόμενα χρόνια. Μέσα στο έντονα αυτό ανταγωνιστικό περιβάλλον, η Ελλάδα κατέχει μια εξαιρετικά προνομιούχα θέση με μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Τα κυριότερα από αυτά είναι:

- Μια πολύ υψηλή και θετική αναγνωρισιμότητα. Η Ελλάδα ως χώρα είναι γνωστή και ευμενώς αποδεκτή σε μεγάλο ποσοστό κατοίκων του πλανήτη.
- Οι μοναδικές ιστορικές και πολιτισμικές καταβολές της, που ασκούν παγκόσμια γοητεία.
- Οι εξαιρετικές φυσικές ομορφιές και το ήπιο, φιλικό στον άνθρωπο, μεσογειακό κλίμα.
- Τέλος, η παρουσία της μέσα στην Ευρώπη, τον κύριο προορισμού του παγκόσμιου τουρισμού, και η άμεση γειτνίασή της με άλλες χώρες ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος.

Η Ελλάδα άρχισε να θεωρείται ως τουριστικός προορισμός τη δεκαετία του 1960. Οι πρώτοι τουρίστες που την επισκέφθηκαν τοποθετούνται στο υψηλό τμήμα της αγοράς και ο κύριος λόγος προσέλευσης ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι σε συνδυασμό με λίγες ημέρες ανάπαυσης στις ελληνικές ακτές. Την ίδια περίοδο, οι tour operators της Ευρώπης αναζητώντας έναν νέο τόπο προορισμού, ως εναλλακτικό της Ισπανίας, εξαιτίας των δυσκολιών (τιμές και ποιότητα) που άρχισαν να παρουσιάζονται, έστρεψαν τους πελάτες τους προς την Ελλάδα.

Είναι εύκολο να αναγνωρισθούν κάποια πολύ τυπικά ισχυρά χαρακτηριστικά της Ελλάδας. Το πιο σημαντικό είναι η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και η ιστορία της. Η Ελλάδα είναι γνωστή για τη φιλοξενία της. Ο απλός τρόπος ζωής του Έλληνα σε συνδυασμό με τις οικογενειακές ξενοδοχειακές μονάδες εξασφαλίζουν αμεσότητα με τον τουρίστα. Το κλίμα σε συνδυασμό με το μεγάλο αριθμό νησιών και

οι απέραντες παραλίες δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να απολαύσει άνετες και ευχάριστες διακοπές.

Η πολιτική σταθερότητα και οι κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν, σε συνδυασμό με το θετικό οικονομικό κλίμα (συνεχιζόμενος ρυθμός ανάπτυξης πάνω από 3,5%, σταδιακή μείωση του πληθωρισμού) που επικράτησαν τα τελευταία χρόνια, αποτελούν θετικούς παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική βιομηχανία της χώρας. Από την άλλη πλευρά όμως, η Ελλάδα είναι γεωγραφικά απομονωμένη από τις κύριες αγορές προέλευσης τουριστών της Κεντρικής Ευρώπης. Το γεγονός αυτό από μόνο του κάνει δύσκολη την προσέγγισή της, που έγινε δυσκολότερη με τον πόλεμο της Γιουγκοσλαβίας (Πίνακας 5 – Παράρτημα).

Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί σήμερα μια από τις βασικότερες πηγές εσόδων για την ελληνική οικονομία. Ακολουθώντας, έναν εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης κατά τις δεκαετίες 1950 έως 1970, και μια σταθερά ανοδική πορεία το 1980, στη δεκαετία 1990 – 2000 παρουσιάζεται μία σημαντική μείωση του αριθμού αύξησης των εισπράξεων ενώ το 2001 παρουσιάζεται μια θετική μεταβολή, από το 2002 – 2003 όπως βλέπουμε στο πίνακα υπάρχει μία μείωση των εισπράξεων. Έπειτα το 2004 λόγω των ολυμπιακών αγώνων παρουσιάζεται μια αισθητή αύξηση η οποία διατηρείται με χαμηλότερο ποσοστό μέχρι και το 2006. Το 2007 έχουμε μία μεγάλη μείωση του ποσοστού των εισπράξεων που συνεχίζεται με αποκορύφωμα την μεγαλύτερη αρνητική μεταβολή του 2009 (Πίνακας 6 – Παράρτημα).

Σήμερα, υπάρχουν νέες ευκαιρίες για τον ελληνικό τουρισμό, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν, με τα κατάλληλα βήματα. Για παράδειγμα η προσέλκυση ξένων επενδύσεων, ο διαρκής εκσυγχρονισμός όλων των τουριστικών επιχειρήσεων και η ανάπτυξη μιας σειράς υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών θα ευνοήσουν την εξέλιξη ειδικών μορφών τουρισμού και θα αμβλύνουν την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τη ζήτηση για τη χώρα. Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς του τουρισμού, γεγονός που δεν οφείλεται αποκλειστικά στην ύπαρξη χιλιάδων νησιών στην Ελλάδα.

3.2 Η Θέση της Ελλάδας στην Τουριστική Αγορά

Η Ελλάδα κατατάσσεται 15^η στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, σύμφωνα με τη λίστα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, υποδεχόμενη περίπου 15,7 εκατομμύρια τουρίστες κατά το 2008 περίπου το 2% της παγκόσμιας αγοράς και με τουριστικές εισπράξεις 356 εκατ. Ευρώ. Ο σχετικός βαθμός διείσδυσης υπολογίζεται σε 1,2 φορές στο συνολικό πληθυσμό. Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία αντανακλάται από τη συνεισφορά του με 18% στο ΑΕΠ, με το 14.7% του συνόλου των ανταγωνιστών της να είναι μόλις 0.9. Επίσης, συνεισφέρει με 20%, (867.000) στη συνολική απασχόληση και με 30% στο σύνολο των εξαγωγών (στοιχεία Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, W.T.T.C.). Τα ποσοστά αυτά είναι ιδιαίτερος υψηλά, καθιστώντας τον τουρισμό τον μεγαλύτερο οικονομικό κλάδο της χώρας. Τα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό προέρχονται κατά το ήμισυ από την άμεση εξαγωγή υπηρεσιών και κατά το υπόλοιπο από την επίδρασή του σε άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας. Οι τουριστικές εισπράξεις κατά τη χρόνια της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 ισοδυναμούσαν με 8.8 δισεκατομμύρια ευρώ, ανεβάζοντας την Ελλάδα στη 10η θέση της παγκόσμιας κατάταξης από την άποψη των τουριστικών εισπράξεων. Ακόμα τα κέρδη από τον τουρισμό, ισοδυναμούν με το 82% των ελληνικών εξαγωγών σε εμπορεύσιμα αγαθά και σχεδόν με το 26% των ελληνικών εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών.

Παρατηρώντας τη φετινή τουριστική περίοδο που ολοκληρώθηκε (Ιανουάριος – Αύγουστος 2009), με στοιχεία που βρήκαμε από έρευνα του ΙΤΕΠ για τις τουριστικές επιδόσεις της χώρας μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, η Ελλάδα κατέλαβε την τέταρτη θέση στους κορυφαίους προορισμούς για τους Βρετανούς, καταγράφοντας πτώση της τάξης του 20%, με τη Ζάκυνθο και την Κρήτη να σημειώνουν τη σημαντικότερη μείωση στις προτιμήσεις τους. Αντίθετα, για τη Ρωσία, η Κρήτη συγκέντρωσε το 40,7% των πακέτων συνολικά. Για τη Γερμανία, τη δεύτερη σπουδαιότερη αγορά προσέλκυσης τουριστών, η Ελλάδα σημείωσε μικρότερη πτώση στο 4,4%. Τέλος, το 13% των Ιταλών προτίμησαν την Ελλάδα ως προορισμό για τις διακοπές τους¹⁰.

Η Ισπανία, ένας από τους πιο σημαντικούς ανταγωνιστές στον χώρο της Μεσογείου, παραμένει στην κορυφή των προορισμών, ενώ σημαντική αύξηση φαίνεται στις κρατήσεις για την Τουρκία από τις δύο σημαντικότερες τουριστικές

¹⁰ <http://www.portal.kathimerini.gr>

αγορές για την Ελλάδα (Γερμανία και Βρετανία), με την Τυνησία και την Αίγυπτο να ακολουθούν.

Παρακολουθώντας τις κρατήσεις για το καλοκαίρι του 2010 που ήδη έχουν ξεκινήσει στη Β. Ευρώπη, προκύπτει μείωση κατά 13,4% στις πωλήσεις τουριστικών πακέτων με προορισμό τη χώρα μας για το προσεχές καλοκαίρι στη Βρετανία και 3% στη Γερμανία, που αποτελούν δύο από τις κυριότερες χώρες εισερχόμενου τουρισμού για την Ελλάδα.

Τα στοιχεία αυτά καλούν για άμεση αντίδραση από τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Τουρισμού παίρνοντας επίσης υπόψη ότι το 2010 θα είναι μια «μακρά» τουριστική περίοδος, με τις κρατήσεις να μετατίθενται προς την τελευταία στιγμή και η προσπάθεια προβολής της χώρας θα πρέπει να είναι συνεχής και μακρόχρονη.

Η Ελλάδα οφείλει να δώσει προτεραιότητα σε χώρες που χαρακτηρίζονται ως νέες αναδυόμενες αγορές για να προσελκύσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο της τουριστικής τους κίνησης. Είναι αυτές που έχουν μεγάλα τουριστικά αποθέματα και δεν είναι σε στάδιο κορεσμού, όπως η Βρετανία.

3.3 Πλεονεκτήματα Ελλάδας στην Τουριστική Αγορά

Στην Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες οικονομικές δραστηριότητες γιατί συμβάλλει με 10% περίπου στο Α.Ε.Π., πάνω από 10% στην απασχόληση και πάνω από 7% στο καθαρό πάγιο κεφάλαιο της οικονομίας. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του τουρισμού στην Ελλάδα είναι¹¹:

- Σημαντικός τουριστικός προορισμός παγκοσμίως.
- Πολύ σημαντικοί ιστορικοί και πολιτιστικοί πόροι.
- Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων.
- Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα.
- Δημιουργία, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων όλων των κλάδων για προσέλκυση ειδικού τουρισμού.
- Τέλεση Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 και Πολιτιστική Ολυμπιάδα.

¹¹ Πηγή: Αλιευτικά Νέα, άρθρο με θέμα: Αλιευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα, Φεβρουάριος 2004, σ. 46.

- Το δυνατό τουριστικό προϊόν (γεωγραφία, κλίμα, τρόπος ζωής, τοπία, πολιτισμός, νησιά, «απείραχτη εξοχή», φιλοξενία, θετική εικόνα).
- Το καλό επίπεδο επαναλαμβανόμενου τουρισμού.
- Ο βαθμός ικανοποίησης των τουριστών από την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό είναι σε πολύ ικανοποιητικό επίπεδο.
- Η καλή προφορική προώθηση (mouth to mouth) της χώρας που οφείλεται στη θετική εικόνα που σχηματίζουν οι περισσότεροι που την επισκέπτονται.
- Τα λογικά επίπεδα των τιμών
- Το γεγονός ότι ελκύει ένα μεγάλο κομμάτι Ευρωπαίων επισκεπτών, που ξοδεύουν περισσότερα χρήματα ανά ημέρα και ταξίδι από άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς.
- Το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι προορισμός πτήσεων chartered (καλή συγκοινωνιακή δικτύωση με αγορές της).
- Στις βασικές αγορές – πηγές υφίσταται μεγάλος αριθμός πιθανών επισκεπτών.

Κεφάλαιο 4: Ο Τουρισμός στην Κρήτη

4.1 Ανάλυση Τουριστικής Προβολής

Ο Τουρισμός αποτελεί το δυναμικότερο και πιο ανταγωνιστικό κλάδο της Ελληνικής οικονομίας παρουσιάζοντας παράλληλα έντονα σημάδια ανάπτυξης. Για να καταφέρει όμως ο Τουρισμός να αποτελέσει κινητήριο μοχλό στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας συνεισφέροντας στο εισόδημα και την απασχόληση ενισχύοντας παράλληλα και την ανταγωνιστικότητά της, πρέπει να τεθούν κάποιοι συγκεκριμένοι στόχοι οι οποίοι είναι οι εξής:

- Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.
- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.
- Την προώθηση και την προβολή της χώρας με σύγχρονους μεθόδους.
- Τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών της τουριστικής πολιτικής.

Η τουριστική προβολή μέχρι σήμερα παρά την σπουδαιότητά της αποτέλεσε αντικείμενο περιστασιακής δραστηριότητας των (τοπικών) φορέων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα οι οποίοι δυστυχώς δραστηριοποιούνται ανεξάρτητα, χωρίς συνεργασία και προγραμματισμό, με συνέπεια όλες οι ενέργειες προβολής να μην έχουν συνέργια και αποτελεσματικότητα ούτε προφανώς τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Μάλιστα η σημερινή διαφημιστική εκστρατεία περιορίζεται σε μεθόδους οι οποίες είναι ξεπερασμένες και τείνουν αν όχι να εγκαταλειφθούν, να περιοριστούν σημαντικά.

Η εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου προέκυψε τόσο από την ανάγκη συνεχούς προβολής και διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος όσο και προώθησης της Κρήτης ως ενιαίου τουριστικού προορισμού με την ανάδειξη ποιοτικών στοιχείων του τουριστικού της προϊόντος που παραμένουν σε λανθάνουσα κατάσταση.

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 προκειμένου:

1. να επεκτείνει την τουριστική περίοδο,

2. να διαφοροποιήσει το υφιστάμενο μοντέλο του μαζικού τουρισμού,
3. να αναβαθμίσει την ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος,
4. να εμπλουτίσει την τουριστική προσφορά,
5. να προσελκύσει υψηλότερου επιπέδου επισκέπτες.

Είναι αναγκαίο δηλαδή να προβάλλουμε τις άγνωστες πλευρές της, τα ποιοτικά της στοιχεία που παραμένουν άγνωστα σε πολλούς από τους επισκέπτες μας.

Όλα τα παραπάνω σε συνάρτηση με το ότι άλλοι τουριστικοί (ανταγωνιστικοί) προορισμοί έχουν σχεδιάσει και προωθούν με ιδιαίτερο δυναμισμό και μεθοδικότητα συγκεκριμένη στρατηγική για την προβολή τους, αποτελεί δεδομένο ιδιαίτερης σημασίας και εν μέρει απειλή και κίνδυνο να παραμείνει η Κρήτη εκτός των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών αν δεν ακολουθήσει ανάλογη πρακτική και φιλοσοφία.

Πέραν από την επιστημονική προσέγγιση, επιχειρήθηκε ο εντοπισμός και η αξιολόγηση προηγούμενων μελετών που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης, η συγκέντρωση στατιστικών δεδομένων και στοιχείων, η επαφή με υπηρεσιακούς παράγοντες και στελέχη υπηρεσιών, η συζήτηση με επιχειρηματίες και ανθρώπους του τουρισμού, η αποστολή ερωτηματολογίων σε εκπροσώπους τουριστικών επιχειρήσεων και τέλος η επικοινωνία με τους υπεύθυνους των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό.

Λήφθηκαν δηλαδή, σοβαρά υπόψη οι απόψεις των ειδικών, αυτών που ζουν τον τουρισμό από τα «μέσα» και τους ζητήθηκε να μεταφέρουν τις εμπειρίες τους και να καταθέσουν τις προσδοκίες τους σε μια προσπάθεια να εντοπιστούν:

1. Τα προϊόντα που έχουμε σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή
2. Τι δεν πρέπει να πουλήσουμε αφού δεν υπάρχει ζήτηση.
3. Πόσους τουρίστες θέλουμε, πόσους μπορούμε να έχουμε και που μπορούμε να τους βρούμε.

Το πιο σημαντικό στοιχείο από αυτή την προσπάθεια είναι ότι οι απόψεις αυτών των ανθρώπων και των παραγόντων συγκλίνουν στα περισσότερα σημεία και ταυτόχρονα ταυτίζονται με τους στόχους της Περιφέρειας.

Οι κυριότερες αγορές για τον τουρισμό της Κρήτης κατά σειρά είναι: 1. Γερμανία, 2. Μ. Βρετανία, 3. Σκανδιναβία, 4. Γαλλία και 5. Ολλανδία

4.1.1 Επικοινωνιακή Πολιτική & Marketing

Η Διαφημιστική εκστρατεία της Ελλάδας στο Εξωτερικό για το 2006 έγινε σε χώρες μερικές εκ των οποίων είναι και οι εξής: Αργεντινή, Αυστραλία, Αυστρία, Βέλγιο, Βραζιλία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Ελβετία, Εσθονία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Ινδία, Ιρλανδία, Ισπανία, Ισραήλ, Ιταλία, Καναδάς, Κίνα, Κροατία, Κύπρος, Λετονία, Λίβανος, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Μεξικό, Νορβηγία, Νότια Αφρική, Νότια Κορέα, Ουκρανία, Ολλανδία, Ουγγαρία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρωσία, Σαουδική Αραβία, Σλοβακία, Σλοβενία, Σουηδία, Τσεχία, Φινλανδία.

Το κεντρικό μήνυμα της διαφημιστικής εκστρατείας του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό για το 2007 είναι το "Explore Your Senses In Greece" (Εξερευνήστε τις αισθήσεις σας στην Ελλάδα). Βασικός στόχος είναι τα διαφημιστικά μηνύματα της Ελλάδας να φθάσουν συνολικά σε ένα δισεκατομμύριο αποδέκτες ανά τον κόσμο, άμεσα ή έμμεσα. Για το 2007 η Ελλάδα φιλοδοξεί να πετύχει αύξηση ακόμη μεγαλύτερη από το 10% που είχε το 2006 στις αφίξεις τουριστών – οι επισκέπτες ξεπέρασαν για πρώτη φορά τα 15 εκατομμύρια. Ο φετινός προϋπολογισμός για το διαφημιστικό πρόγραμμα στις ξένες χώρες ανέρχεται σε 40 εκατομμύρια ευρώ και πλαισιώνεται από ένα οργανωμένο πρόγραμμα προβολής και δημοσιότητας. Συγκεκριμένα, έχει προγραμματισθεί η συμμετοχή σε περίπου εκατό διεθνείς εκθέσεις, ενώ θα αξιοποιηθούν πολλές διοργανώσεις διεθνούς εμβέλειας του 2007, από αθλητικές, εμπορικές έως καλλιτεχνικές, όπως για παράδειγμα οι αγώνες της Ευρωλίγκα στο μπάσκετ. Επίσης, έχουν κλειστεί στρατηγικές συμφωνίες με μεγάλα έντυπα του διεθνούς Τύπου, όπως είναι οι New York Times, Spiegel και Forbes. Ειδικά ταξιδιωτικά περιοδικά, περιοδικά γάμου, για το yachting, το συνεδριακό τουρισμό και πολλά άλλα θα φιλοξενήσουν επίσης αφιερώματα για τη χώρα μας. Επιπλέον, υπάρχει συμφωνία με το CNN International, που εκπέμπει στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική, που θα φιλοξενήσει πάνω από 4.800 σποτάκια διαφήμισης για την Ελλάδα. Επίσης ο EOT θα είναι χορηγός στη νέα εκπομπή του καναλιού "The screening room", η οποία απευθύνεται σε διεθνές τηλεοπτικό κοινό, υψηλού βιοτικού επιπέδου. Το NBC, το αραβόφωνο και το αγγλόφωνο Al Jazeera, το BBC world, το TV 5 και τα εξειδικευμένα κανάλια Travel, Fashion και CNBS θα λάβουν επίσης ένα μεγάλο κομμάτι της διαφημιστικής πίτας, ξεκινώντας από τα μέσα Ιανουαρίου. Αναφορικά με την αγορά της Γερμανίας, της μεγαλύτερης αγοράς για τον ελληνικό τουρισμό, η καμπάνια θα προβληθεί στις μεγάλες εφημερίδες, σε περιοδικά όπως τα

Stern, Geo και Focus με 27 εμφανίσεις, σε εξωτερικές διαφημίσεις με πάνω από 4.500 εμφανίσεις, σε 15 πόλεις και σε όλα τα γερμανικά τρένα, σε τηλεοπτικά σποτ, στα δημοφιλέστερα κανάλια με 130 εμφανίσεις, σε επαγγελματικές εκδόσεις με 16 εμφανίσεις κ.α.

Από τα παραπάνω εύκολα μπορεί να συμπεράνει κανείς ότι χορηγούνται ειδικά κονδύλια για την προβολή της χώρας μας. Οι δαπάνες αυτές δημιουργούνται από:

1. Την συμμετοχή μας, σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
2. Το κόστος του Δημιουργικού για την διαφημιστική εκστρατεία. Το κυρίως Διαφημιστικό Πρόγραμμα στο εξωτερικό που συνήθως περιλαμβάνει: α) Τις τακτικές δαπάνες βάσει του ετήσιου διαγωνισμού και β) τις Έκτακτες Δαπάνες διαφημιστικό πρόγραμμα (Υπενθυμίζεται ότι για το έτος 2005 οι διαφημιστικές ενέργειες έγιναν απευθείας από τον Ε.Ο.Τ. με τα Μέσα, αφού ο σχετικός διαγωνισμός είχε κριθεί άγονος).
3. Το πρόγραμμα Μένουμε Ελλάδα και Τουριστική Συνείδηση
4. Τα Νομαρχιακά Τουριστικά Προγράμματα προβολής
5. Τις συμμετοχές μας σε διοργανώσεις συνεδρίων και εκδηλώσεων για την προβολή της χώρας.

Με την ποσοστιαία ανάλυση και σύγκριση των δυο ετών παρατηρούμε την αύξηση των κονδυλίων αλλά και τη μη αναλογική αύξηση στα και επί μέρους κονδύλια όπως π.χ. για Συμμετοχές σε Συνέδρια από 133.038,00, το 2004 σε 2.640.000. Για να υπάρξει καλύτερη εικόνα για το 2005 παρουσιάζονται ορισμένα συγκριτικά στοιχεία δαπανών διαφήμισης για τα έτη 2004 – 2005 στον πίνακα 8 του παραρτήματος.

Το 2004 εκτός από τις είδη προγραμματισμένες δαπάνες, έγιναν και κάποιες έκτακτες, ενώ το 2005 ο Ε.Ο.Τ. , ανέλαβε την αγορά μέσω του μόνου του. Στον πίνακα 9 του παραρτήματος, θα δούμε αναλυτικά τις δαπάνες διαφήμισης για ορισμένες χώρες για τα έτη 2004 – 2005.

4.2 Στρατηγική Ανάλυση Προοπτικών Ανάπτυξης του Τουρισμού

Στις επόμενες υποπαραγράφους θα αναλύσουμε τα ισχυρά και τα λιγότερο ισχυρά σημεία του Κρητικού Τουρισμού. Τα στατιστικά δεδομένα που περιέχονται τεκμηριώνονται σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που έχει εκπονηθεί για την ένωση ξενοδόχων του νομού Ηρακλείου το Φεβρουάριο του 2001, από την εταιρία ICAP Α.Ε. και αφορούν όλη την Κρήτη.

4.2.1 Τα Ισχυρά Σημεία του Κρητικού Τουρισμού

Επιγραμματικά, τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού θα μπορούσαν να συνοψιστούν ως εξής:

- Είναι ο μεγαλύτερος και σημαντικότερος τουριστικός προορισμός της Ελλάδος.
- Είναι το μεγαλύτερο σε έκταση και πληθυσμό νησί της Ελλάδος, και διαθέτει τη μεγαλύτερη νησιωτική ακτογραμμή.
- Διαθέτει κάποιους από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους με σημαντικά μεγάλο αριθμό επισκεπτών σε αυτούς.
- Σημαντικά μνημεία της φύσης.
- Αφθονία και ποικιλομορφία φυσικών πόρων.
- Ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα
- Εξαιρετικά εύκρατο και ευνοϊκό για την ανάπτυξη του τουρισμού κλίμα.
- Ιδιαίτερη πολιτισμική και ιστορική παράδοση και συμβολή στην παγκόσμια ιστορία και στον πολιτισμό.
- Δύο από τα μεγαλύτερα διεθνή αεροδρόμια και λιμάνια της χώρας (Ηρακλείου, Χανίων), και πυκνό οδικό δίκτυο στο οποίο περιλαμβάνεται και ο Βόρειος Οδικός Άξονας που είναι μέρος του Διευρωπαϊκού Οδικού Δικτύου.
- Ικανοποίηση των τουριστών από τις διακοπές τους στην Κρήτη.
- Υψηλές επαναληπτικές επιλογές των προορισμών του νησιού, οι οποίες υποδηλώνουν υψηλή πίστη (customer loyalty) των τουριστών στους προορισμούς αυτούς, με 41% να έχουν ξανά επισκεφθεί το νησί στο παρελθόν, 3,5 φορές κατά μέσο όρο, και με 21 % να την έχουν επισκεφθεί, πάλι, τον προηγούμενο χρόνο.

- Υψηλό ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών (86%), υψηλή πρόθεση για επαναληπτική επίσκεψη στο μέλλον (83%), πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο (22%) και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς (76%).
- Αναλογικά υψηλό ποσοστό θεωρεί την Κρήτη το καλύτερο μέρος που έκανε διακοπές (23%) , σε σύγκριση με άλλους προορισμούς της Ελλάδος (11%).
- Τους χαμηλότερους δείκτες τουριστικού κορεσμού, απλούς και σύνθετους, με μεγάλη διαφορά, μέχρι και 1/7 για κάποιους δείκτες, από όλους τους κύριους νησιωτικούς προορισμούς, όπως της Ρόδου, της Κω και της Κέρκυρας.
- Αντίστοιχα χαμηλούς δείκτες κορεσμού σε σύγκριση και με τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ν. Ευρώπης, όπως οι Βαlearίδες Νήσοι της Ισπανίας.
- Υψηλή κινητικότητα των τουριστών, με το 55% να διανύει κατά μέσο όρο 500χλμ, κατά την παραμονή του στο νησί, και με το σύνολο των τουριστών να έχει μετακινηθεί, κατά 1 ½ με 2 ώρες, κατά μέσο όρο, για να φθάσει σε κάποιο αξιοθέατο.
- Μίγμα εθνικοτήτων τουριστών εξισορροπημένο ως προς το μίγμα εθνικοτήτων που επισκέπτονται την Ελλάδα.
- Δείκτη ποιότητας ξενοδοχειακής υποδομής εξισορροπημένο ως προς τι μίγμα της Ελλάδος και σημαντικά υψηλότερο στους νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου, όπου βρίσκεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πολυτελών ξενοδοχείων της χώρας.

4.2.2 Τα Λιγότερο Ισχυρά Σημεία του Κρητικού Τουρισμού

Η Κρήτη, όπως, και όλοι οι τουριστικοί προορισμοί της Ελλάδας, παρουσιάζει κάποια ελαττώματα από τα οποία τα σημαντικότερα είναι:

- Πολύ μεγάλη συγκέντρωση ης τουριστικής δραστηριότητας, περίπου τα 4/5 του συνόλου, στο Βόρειο τμήμα του νησιού, κατά μήκος του Βόρειου Οδικού Άξονα.
- Μεγάλη συγκέντρωση των μεταφορικών και ξενοδοχειακών υποδομών στο Βόρειο τμήμα του νησιού.

- Ανάλογη συγκέντρωση των χρηματοδοτήσεων των οδικών δικτύων στο Βόρειο Άξονα, με 56 δις δρχ. χρηματοδοτήσεις την περίοδο 1994 – 1999 (Β΄ ΚΠΣ) στον άξονα αυτό, 13 δις δρχ. στους κάθετους οδικούς άξονες που οδηγούν από το Βόρειο άξονα προς την ενδοχώρα και το Νότιο Τμήμα του νησιού και 2,8 δις δρχ. στο Νότιο Οδικό Άξονα. Οι δαπάνες στο Βόρειο άξονα είναι απαραίτητες για ένα τμήμα του νησιού που αντιπροσωπεύει τα 4/5 του τουρισμού και τα 3/4 του πληθυσμού. Οι δαπάνες για τους κάθετους και το νότιο άξονα δεν είναι επαρκείς στα πλαίσια μιας μεγαλύτερης διασποράς της τουριστικής ανάπτυξης.
- Δυσανάλογα μεγάλη επιβάρυνση του αεροδρομίου του Ηρακλείου με τα 3/4 του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων τουριστών, γεγονός που σημαίνει ότι εξυπηρετεί και τους όμορους νομούς, ενώ το αεροδρόμιο των Χανίων εξυπηρετεί κυρίως τους τουρίστες του ίδιου του νομού.
- Η μέση ικανοποίηση των τουριστών, όσον αφορά τα αεροδρόμια και το οδικό δίκτυο είναι μειωμένη, κατά 20% - 35%, σε σχέση με την ικανοποίηση για τα ξενοδοχεία, την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη φιλοξενία το φυσικό περιβάλλον και τον καιρό.
- Η μικρότερη ικανοποίηση είναι για τα σήματα και τις κατευθύνσεις στους δρόμους. Αναλογικά πολύ χαμηλότερη ικανοποίηση υπάρχει όσον αφορά τις τουριστικές πληροφορίες.
- Ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφείς υπηρεσίες
- Το πιο αδύνατο σημείο αφορά την περιβαλλοντική φροντίδα, με ιδιαίτερη έμφαση στο ζήτημα της παρουσίας απορριμμάτων και σκουπιδιών στους κοινόχρηστους χώρους.
- Το σημείο αυτό αποτελούσε τη μεγαλύτερη κατηγορία αρνητικών εκπλήξεων πέραν οποιωνδήποτε προσδοκιών, που περιέγραψαν οι τουρίστες του δείγματος (15% του συνόλου των αρνητικών εκπλήξεων). Το ποσοστό αυτό ανεβαίνει μεταξύ των Γερμανών τουριστών, της σημαντικότερης κατηγορίας τουριστών του νησιού σε ποσοστό 21% και είναι ακόμη υψηλότερο για τους Αυστριακούς.
- Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν.

- Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές.
- Χαμηλή ημερήσια δαπάνη και μικρή διάρκεια παραμονής εισερχόμενου τουρισμού.
- Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος.
- Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού.
- Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού, τόσο σε αριθμό όσο και σύνθεση.

4.2.3 Σχόλια

Στη Κρήτη ο τουρισμός είναι μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα που κατέχει την κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Η Κρήτη, από τότε που εμφανίστηκε στην τουριστική αγορά, αποδείχθηκε μια αξιόλογη περιοχή υποδοχής του τουριστικού ρεύματος και γρήγορα καθιερώθηκε ως παραδοσιακός προορισμός οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Η Κρήτη είναι σε θέση να αναπτύξει ποιοτικό τουρισμό και ν' ανταποκριθεί στην αναπτυσσόμενη ζήτηση για πολιτικά τουριστικά προϊόντα συνδυάζοντας τις πολιτιστικές της ευαισθησίες και τον οικονομικό δυναμισμό του τουρισμού. Μέσα σ' αυτό, το πλαίσιο μπορούν ν' αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού, όπως: εκπαιδευτικός τουρισμός, μοναστηριακός τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, αγροτικός τουρισμός, πολιτισμικός τουρισμός, εσωτερικός τουρισμός κ.α.

Η Κρήτη, ως τουριστικός προορισμός έχει μεγάλες δυνατότητες να προσελκύσει, όχι μόνο ξένους τουρίστες, αλλά κυρίως να τονώσει τον εσωτερικό τουρισμό και με εναλλακτικές μορφές τουρισμού που είναι ανάγκη να προωθηθούν, παρατείνοντας έτσι την τουριστική περίοδο.

Χωρίς αμφιβολία η ανάπτυξη του τουρισμού έχει σημαντικές θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Η σημασία του τουρισμού και ιδιαίτερα η οικονομική σημασία του είναι εμφανής από την πραγματοποίηση μεγάλων έργων τουριστικής υποδομής από το κράτος, τη δημιουργία υπουργείων τουρισμού, από τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών επιχειρήσεων κ.λ.π. Η ανάπτυξη του τουρισμού συνέβαλε στην δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας της περιφέρειας, στην πραγματοποίηση μεγάλων επενδύσεων σε

έργα τουριστικής υποδομής, στην αντιμετώπιση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών, στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος.

Ειδικότερα ο τουρισμός επηρεάζει σημαντικά:

- **Την κατανάλωση:** Δημιουργείται ζήτηση για τουριστικά προϊόντα που αποτελεί μέρος της συνολικής κατανάλωσης στη χώρα.
- **Την παραγωγή:** Η προσφορά τουριστικών προϊόντων προϋποθέτει αυτά να έχουν παραχθείς τη χώρα που τα προσφέρει.
- **Την απασχόληση:** Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων ενισχύει άμεσα την απασχόληση. Η τόνωση της κατανάλωσης ενισχύει και αυτή με τη σειρά της την παραγωγή προϊόντων άρα και την απασχόληση¹².

4.3 Η Τουριστική Κίνηση στην Κρήτη

Σε αυτήν την παράγραφο παρουσιάζονται μέσα από επίσημα στατιστικά στοιχεία του Ε.Ο.Τ. την τουριστική κίνηση στο νησί για την δεκαετία 1990 – 2000. Εξετάζει την κίνηση στο λιμάνι του Ηρακλείου, το μεγαλύτερο λιμάνι του νησιού. Από αυτό αποπλέουν και σε αυτό καταλήγουν οι γραμμές των 2 μεγαλύτερων ακτοπλοϊκών εταιρειών της Ελλάδας, των Μινωϊκών Γραμμών και της Ανώνυμης Ναυτιλιακής Εταιρείας Κρήτης (ΑΝΕΚ). Ο ανταγωνισμός μεταξύ τους για την επικράτηση στο Αιγαίο, οδήγησε σε αναγκαστικές συγχωνεύσεις και εξαγορές. Αυτές οι κινήσεις στρατηγικής συμμαχίας ωφέλησαν και τις ναυτιλιακές εταιρείες και το επιβατικό κοινό. Οι στόλοι των 2 εταιρειών ανανεώθηκαν ριζικά και νέα υπερσύγχρονα και ταχύτερα πλοία μπήκαν στη γραμμή Ηράκλειο – Πειραιάς – Ηράκλειο και όχι μόνο. Πριν λίγα χρόνια το ταξίδι για τον Πειραιά διαρκούσε 11 ώρες, ενώ τώρα χρειάζονται μόλις 6 ώρες.

Άλλα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν την είσοδο στο λιμάνι των κρουαζιερόπλοιων, ελληνικών και ξένων, καθώς και των θαλαμηγών ελληνικών και ξένων. Αυτά τα στοιχεία είναι ίσως πιο αντιπροσωπευτικά για την μελέτη της τουριστικής κίνησης, αφού όσοι επιβαίνουν σε τέτοια πλοία έρχονται αποκλειστικά για διακοπές, σε αντίθεση με όσους επιβαίνουν στα πλοία της γραμμής. Τα πλοία της γραμμής μεταφέρουν εκτός από επισκέπτες, φοιτητές από άλλες περιοχές, και

¹² Βέβαια, θα πρέπει να επισημανθεί ότι η απασχόληση στον τουριστικό τομέα έχει το χαρακτήρα της εποχικότητας, δηλαδή κάποιος μπορεί να εργάζεται για το διάστημα που κρατάει η τουριστική περίοδος.

ανθρώπους που για συγκεκριμένους λόγους, πέρα των διακοπών, μετακινούνται από και προς της Κρήτη.

Επίσης παρατίθενται στοιχεία για τις αφίξεις των πτήσεων CHARTER στα δύο αεροδρόμια του νησιού, των πτήσεων δηλαδή που κατεξοχήν μεταφέρουν επισκέπτες από χώρες του εξωτερικού προς το νησί.

4.3.1 Λιμένας Ηρακλείου

Γραμμές Εσωτερικού (Minoan Lines, ANEL Lines)

Ο πίνακας 10 του παραρτήματος παρουσιάζει την επιβατική κίνηση για όλους τους μήνες του χρόνου (σε ποσοστό επί τοις εκατό), που πραγματοποίησαν οι δύο ναυτιλιακές εταιρείες που εκτελούν το δρομολόγιο: Πειραιάς – Ηράκλειο – Πειραιάς για τα έτη 1994 – 2000.

Από τη μελέτη του πίνακα 10 δεν είναι σίγουρο αν θα μπορούσαν να εξαχθούν ακριβή συμπεράσματα για την προσέλευση των επισκεπτών στο νησί. Αυτό συμβαίνει, γιατί όπως έχει ήδη γραφτεί, όσοι χρησιμοποιούν το καράβι ως μεταφορικό μέσο για να έρθουν στην Κρήτη, δεν έρχονται αποκλειστικά για διακοπές. Η επιβεβαίωση σε αυτή την άποψη, έρχεται από τον ίδιο τον πίνακα με τα ποσοστά του. Κατά τη διάρκεια του χρόνου τα ποσοστά προσέλευσης διατηρούν μια σταθερή πορεία. τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Βέβαια, τα ποσοστά ξεκινούν λίγο κάτω από το 10% και φτάνουν λίγο κάτω από το 20%, κάτι που σημαίνει ότι όντως οι επισκέπτες χρησιμοποιούν τα καράβια της γραμμής. Όμως, και στην υπόλοιπη διάρκεια του χρόνου, τα ποσοστά είναι υψηλά. Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το καράβι χρησιμοποιείται ευρέως από επισκέπτες και μη.

Αν υπήρχαν στοιχεία για έτη μεταγενέστερα, σίγουρα τα αντίστοιχα σύνολα των επιβατών θα ήταν κατά πολύ αυξημένα. Γιατί θα συνέβαινε αυτό; Για δύο λόγους κυρίως. Πρώτον γιατί τα μεταγενέστερα έτη σημαδεύτηκαν από αλλαγές στον στόλο και των δύο γραμμών με την είσοδο νέων πλοίων στη γραμμή. Δεύτερον, γιατί μετά το τρομοκρατικό χτύπημα της 11ης Σεπτεμβρίου και άλλων αεροπορικών δυστυχημάτων, πολλοί επιβάτες παρουσιάζονται διστακτικοί στο να χρησιμοποιήσουν το αεροπλάνο. Έτσι, αναγκαστικά το καράβι ήταν και είναι η μόνη επιλογή.

Επιστρέφοντας στη μελέτη των υπαρχόντων στοιχείων, τα τρία πρώτα χρόνια διακρίνονται από ανοδική πορεία επί του συνόλου των επιβατών, ενώ τα υπόλοιπα χαρακτηρίζονται από ελαφριά πτωτική πορεία. Ίσως να προκαλεί εντύπωση το

γεγονός ότι ενώ η τουριστική σεζόν για το νησί ξεκινάει από τον Απρίλιο και φτάνει ως τον Οκτώβριο, μόνο κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο παρατηρείται εντονότερη κίνηση στα καράβια της γραμμής. Η εξήγηση που θα μπορούσε να δοθεί ίσως εντοπίζεται στη συμπεριφορά των ημεδαπών τουριστών. Οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος είναι οι μήνες που οι περισσότεροι Έλληνες προτιμούν να πάνε διακοπές. Τότε τα σχολεία είναι κλειστά, και οι περισσότεροι οικογενειάρχες και μη, κάνουν χρήση της αδείας τους και κατευθύνονται σε κάποιο τουριστικό θέρετρο. Πρέπει να σημειωθεί, ότι ως επί το πλείστον, το καράβι το χρησιμοποιούν οι Έλληνες τουρίστες.

Κρουαζιερόπλοια Εσωτερικού & Εξωτερικού

Οι πίνακες 11 και 12 στο παράρτημα παρουσιάζουν την προσέλευση των επιβατών (σε ποσοστό επί τοις εκατό) που έρχονται με πλοία που εκτελούν κρουαζιέρες στο εσωτερικό της χώρας, καθώς και αυτών που εκτελούν κρουαζιέρες από το εξωτερικό, και έχουν ως προορισμό το λιμάνι του Ηρακλείου για τη χρονική περίοδο 1994 – 2000.

Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 11 του παραρτήματος η κίνηση των επιβατών με κρουαζιερόπλοια στο εσωτερικό της χώρας είχε ασταθή πορεία με πτωτικές κυρίως τάσεις από το 1994 ως και το 1998 οπότε και μηδενίστηκε τελείως η κίνηση. Οι Έλληνες προτιμούν να κάνουν τις διακοπές τους με το αυτοκίνητο τους και πηγαίνοντας από νησί σε νησί με τα καράβια της γραμμής, παρά να χρησιμοποιούν κάποιο κρουαζιερόπλοιο.

Εξετάζοντας, συγκεντρωτικά τον πίνακα 12 του παραρτήματος, το σύνολο των επιβατών που ήρθαν στο λιμάνι του Ηρακλείου, παρατηρείται αυξομείωση στους ρυθμούς προσέλευσης τους. Από το 1994 ως το 2000 ο αριθμός των επιβατών που ήρθαν στο λιμάνι του Ηρακλείου αυξήθηκε σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά 3 φορές και μειώθηκε 4. Θα πρέπει, βέβαια, να παρατηρηθεί η μεγάλη διαφορά στην επιλογή του τύπου των διακοπών και του μέσου με το οποίο αυτές πραγματοποιούνται από τους επισκέπτες. Έτσι, περίπου 2εκ. επισκέπτες έρχονται κάθε χρόνο στην Κρήτη με αεροπλάνο, ενώ μόλις μερικές χιλιάδες με κρουαζιερόπλοια. Οι διακοπές, βέβαια, με κρουαζιερόπλοια είναι ένας διαφορετικός τύπος διακοπών. Απαιτεί, συνήθως, λιγότερα χρήματα σε σχέση με πιο

παραδοσιακούς τύπους διακοπών, προσφέροντας μεγαλύτερη διάρκεια, που, αναλώνεται, όμως, στη μετάβαση από τον ένα τουριστικό προορισμό στον άλλο. Τα κρουαζιερόπλοια των οποίων ενδιάμεσος σταθμός είναι και η Κρήτη, περιπλέουν συνήθως τη Μεσόγειο, επισκέπτονται λιμάνια της Ν. Ευρώπης και της Β. Αφρικής, και προέρχονται από τις Σκανδιναβικές χώρες, τη Μ. Βρετανία, τη Γαλλία κ.α.

Μελετώντας τα στοιχεία του πίνακα ανά μήνα, παρατηρείται, όπως είναι αναμενόμενο, τα μεγαλύτερα ποσοστά προσέλευσης να εντοπίζονται τους 3 καλοκαιρινούς μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Αύγουστο, καθώς και το μήνα Σεπτέμβριο. Μάλιστα, το Σεπτέμβριο της χρονιάς του 1995 παρατηρείται το μεγαλύτερο ποσοστό στον πίνακα (28,42%). Όμως, και οι μήνες Απρίλιος, Μάιος και Οκτώβριος έχουν αξιοσημείωτα ποσοστά, γεγονός που ερμηνεύεται θετικά, καθώς υπάρχει μια ίση κατανομή της προσέλευσης και σε μήνες που θεωρητικά είναι «ανενεργοί» για τον τουρισμό.

Θαλαμηγοί Ελληνικής Σημαίας

Ο πίνακας 13 παρουσιάζει την προσέλευση των επιβατών στο λιμάνι του Ηρακλείου ανά μήνα, σε ποσοστό επί τοις εκατό, που επέβαιναν σε θαλαμηγούς που έφεραν ελληνική σημαία, για τη χρονική περίοδο 1994 – 2000.

Ενώ ο πίνακας 14 παρουσιάζει την προσέλευση των επιβατών στο λιμάνι του Ηρακλείου ανά μήνα, σε ποσοστό επί τοις εκατό που επέβαιναν σε θαλαμηγούς που έφεραν ξένη σημαία, για τη χρονική περίοδο 1994 – 2000.

Μελετώντας και τους δύο πίνακες 13 και 14, μπορεί κανείς εύκολα να εντοπίσει τον μικρό αριθμό θαλαμηγών ξένης και ελληνικής σημαίας που καταπλέουν στο λιμάνι του Ηρακλείου. Αθροιστικά, μόλις λίγες χιλιάδες είναι αυτοί που κάνουν χρήση του λιμανιού, είτε χρησιμοποιώντας το ως ενδιάμεσο σταθμό για ανεφοδιασμό, είτε γιατί επιλέγουν να περάσουν κάποιες μέρες σε αυτό επισκεπτόμενοι την πόλη. Ως πιθανή αιτία μπορεί να θεωρηθεί το γεγονός ότι το λιμάνι του Ηρακλείου και γενικότερα η Κρήτη, είναι αποκομμένη από τα άλλα νησιά του Αιγαίου και τον Πειραιά, λόγω απόστασης. Έτσι, κάποιος που θα αποφασίσει να κατέβει στην Κρήτη, είναι μάλλον βέβαιο, ότι θα προτιμήσει να επισκεφθεί ένα από τα άλλα λιμάνια του νησιού, και ειδικά αυτά της τουριστικής ζώνης, δηλαδή της Χερσονήσου, των Μαλίων, κ.α., ή των άλλων μεγάλων πόλεων που τις διακρίνει περισσότερη γραφικότητα. Το γεγονός ότι, την πόλη του Ηρακλείου την συνοδεύει η φήμη της μεγαλούπολης, και η φήμη μιας πόλης με όχι και τόσο ανθρώπινο

χαρακτήρα, μάλλον έχει αντίκτυπο στην προσέλευση των επισκεπτών που έρχονται από θαλάσσης.

Εξετάζοντας, τώρα, και συγκρίνοντας τους δύο πίνακες, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως πιο ίσα κατανεμημένη η προσέλευση των ξένων πλοίων από αυτή των ελληνικών. Η παρουσία των πρώτων εντοπίζεται σε όλη τη διάρκεια του χρόνου έστω και με μικρά ποσοστά. Σημαντικά ποσοστά εντοπίζονται από το μήνα Μάρτιο και φτάνουν ως το μήνα Οκτώβριο. Αντίθετα, τα ποσοστά προσέλευσης των ελληνικών θαλαμηγών κατά τους μήνες Ιανουάριο, Φεβρουάριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο είναι σχεδόν μηδαμινά. Μεγάλη προσέλευση ελληνικών πλοίων παρατηρείται κατά το μήνα Μάιο και Σεπτέμβριο, μήνες δηλαδή που είναι λιγότερο «ενεργοί» για τον τουρισμό. Αυτό αποδεικνύει και όσα γράφτηκαν προηγουμένως για τις προτιμήσεις των επισκεπτών, δηλαδή τους αμιγώς τουριστικούς μήνες, οι επισκέπτες που πραγματοποιούν τις διακοπές τους με κάποιο σκάφος ιδιόκτητο ή ενοικιασμένο, επιλέγουν κάποιους άλλους προορισμούς και όχι την Κρήτη.

4.3.2 Διεθνείς Αερολιμένες

Αφίξεις Charter Ηράκλειο – Χανιά

Στην παράγραφο αυτή παρουσιάζεται με πίνακες (βλ. παράρτημα) οι αφίξεις με πτήσεις charter τουριστών στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων για την περίοδο 1990 με 2000.

Ο **Αερολιμένας Ηρακλείου** παρουσιάζει ανοδικές τάσεις στην επιβατική του κίνηση. Ξεκινάει λίγο πάνω από το 1εκ. επιβάτες το 1990 και φτάνει λίγο πάνω από τα 2εκ. το 2000. Όπως φαίνεται και από τα σχεδιάγραμμα, πτώση εντοπίζεται στα έτη 1994, 1995 και 1996, από εκεί και έπειτα όμως, η άνοδος είναι συνεχής.

Ο κίνηση στον **Αερολιμένα Χανίων** παρουσιάζει συνεχείς ανοδικές τάσεις με μόνη εξαίρεση τη χρονιά του 1995 προς το 1996 οπότε και εντοπίζεται μικρή μείωση. Η επιβατική κίνηση από το 1990 στο 2000 σχεδόν τριπλασιάζεται. Σίγουρα, οι ρυθμοί αύξησης της επιβατικής κίνησης στον αερολιμένα Χανίων είναι υψηλότεροι από αυτούς του αερολιμένα Ηρακλείου.

Επί του συνόλου τώρα, των αφίξεων και στους δύο αερολιμένες φαίνεται ότι η χρονιά του 1995 προς το 1996 ήταν μάλλον η χειρότερη της δεκαετίας. Αυτό φαίνεται και στο διάγραμμα της συνολικής κίνησης όπου στη χρονιά αυτή εντοπίζεται η μεγαλύτερη μείωση.

Αναλυτικότερα, για τον αερολιμένα Ηρακλείου οι αφίξεις charter ανά εθνικότητα, σε μορφή ποσοστού για την δεκαετία 1990 – 2000, παρουσιάζονται στον πίνακα 16 του παραρτήματος.

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε, οι Γερμανοί είναι πρώτοι σε προσέλευση με ποσοστά πάνω από 30%, ενώ οι Άγγλοι έρχονται δεύτεροι με ποσοστό κατά Μ.Ο. κοντά στο 20%. Συμπερασματικά, οι Γερμανοί, είναι οι πιο «πιστοί» και τακτικοί επισκέπτες, αφού διατηρούν σταθερά ποσοστά προσέλευσης. Μάλιστα, τους διακρίνει και υψηλή καταναλωτική τάση, όπως προκύπτει από τα ερωτηματολόγια στα οποία απάντησαν οι τουριστικοί πράκτορες. Την τρίτη θέση μοιράζονται Σκανδιναβοί και Ολλανδοί, ενώ ανερχόμενη εθνικότητα είναι οι προερχόμενοι από τις ανατολικές χώρες επισκέπτες. Το γεγονός ότι εθνικότητες όπως οι Ιταλοί έχουν χαμηλά ποσοστά, δεν σημαίνει ότι δεν προτιμούν την Κρήτη. Απλά, επειδή βρίσκονται κοντά στην Ελλάδα και υπάρχει και άλλος τρόπος να έρθουν σε αυτή, όπως π.χ. ακτοπλοϊκώς, προτιμούν και άλλα μέσα μεταφοράς.

Επί του συνόλου των επιβατών, τα 2 τελευταία χρόνια (1999 και 2000), τα νούμερα ξεπέρασαν τα 2εκ επισκέπτες. Τα προηγούμενα χρόνια, οι αφίξεις κυμαίνονταν λίγο πάνω και λίγο κάτω από το 1,5εκ. επισκέπτες. Το 2001, σύμφωνα με ανεπίσημα στοιχεία του Ε.Ο.Τ.¹³, οι αφίξεις ήταν λίγο κάτω από τα 2εκ. Σύμφωνα με άρθρο της εφημερίδας «Οικονομία» της 20ης Ιανουαρίου του 2002, «...η μάχη των προκρατήσεων πρέπει να θεωρείται, ήδη χαμένη σε μεγάλο βαθμό, καθώς οι κρατήσεις για την Ελλάδα κινούνται με την όπισθεν (- 20% σε σχέση με πέρυσι στις περισσότερες ευρωπαϊκές αγορές). Αναπόφευκτα η χώρα μας είναι αναγκασμένη να διεκδικήσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά των καθυστερημένων κρατήσεων (late bookings), και των κρατήσεων της τελευταίας στιγμής (last minute bookings) αν θέλει να ισοσκελίσει τις απώλειες από την αγορά των προκρατήσεων.»

Τα αντίστοιχα στατιστικά στοιχεία για τον αερολιμένα Χανίων παρουσιάζονται στον πίνακα 17 του παραρτήματος. Ο πίνακας αυτός, εξετάζει την επιβατική κίνηση στο δεύτερο, πολιτικό αεροδρόμιο της Κρήτης. Το αεροδρόμιο των Χανίων εξυπηρετεί ως επί το πλείστον τον όμορο νομό και ελάχιστα το γειτονικό νομό Ρεθύμνης. Οι πτήσεις που εκτελούνται σε αυτό τους καλοκαιρινούς μήνες είναι αρκετά πυκνές και από αρκετές χώρες του εξωτερικού, ενώ αντίθετα τους χειμερινούς

¹³ Σύμφωνα με πληροφορίες ο Ε.Ο.Τ. δημοσιεύει στατιστικά δεδομένα ανά δεκαετία, γι' αυτό και δεν γνωρίζουμε ακόμα πως κυμάνθηκε η τελευταία δεκαετία 2001 – 2010.

μήνες οι πτήσεις περιορίζονται σε αυτές του εσωτερικού οι οποίες μάλιστα δεν είναι και ιδιαίτερα πυκνές σε σχέση με αυτές του Ηρακλείου.

Συγκρίνοντας αυτό τον πίνακα αυτόν, με τον αντίστοιχο πίνακα του αεροδρομίου στο Ηράκλειο, σίγουρα θα παρατηρηθούν πολλές διαφορές.

Πρώτη και βασική φυσικά, είναι ο αριθμός των ατόμων που φτάνουν στα δύο αεροδρόμια. Στο Ηράκλειο οι αφίξεις ξεπερνούν τα τελευταία χρόνια τα 2εκ., ενώ στα Χανιά δεν υπερβαίνουν τις 450χιλ.. Απόλυτα φυσιολογική βέβαια η διαφορά αν αναλογιστεί κανείς το μέγεθος των δύο αεροδρομίων και τους νομούς που το καθένα εξυπηρετεί.

Διαφορετική είναι επίσης, η κατανομή των ποσοστών των διαφόρων εθνικοτήτων στον πίνακα. Στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου τα ποσοστά των αφίξεων των επισκεπτών είναι κάπως μοιρασμένα, και αξιοσημείωτη παρουσία έχουν όλες σχεδόν οι εθνικότητες. Αντίθετα, στο αεροδρόμιο των Χανίων την εντονότερη παρουσία, η οποία μάλιστα κατά Μ.Ο. υπερβαίνει και το 50%, την έχουν οι Σκανδιναβοί. Τα ποσοστά τους ξεκινούν από το 48% και φτάνουν ως και το 62%. Αυτά τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν θα μπορούσε κανείς να πει μια διαφορετική ποιότητα τουρισμού. Οι επισκέπτες από αυτές τις χώρες διακρίνονται, κατά κανόνα, από υψηλά εισοδήματα και πολύ καλό βιοτικό επίπεδο. Αυτό επηρεάζει θετικά τον τοπικό τουρισμό, αφού τα άτομα με υψηλό βιοτικό επίπεδο ζητούν και έχουν διακοπές υψηλού επιπέδου. Έτσι αυτό το στοιχείο της έλλειψης τουριστών καλής ποιότητας που τόσα χρόνια προσπαθούν να λύσουν όλοι οι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό, το «ανακουφίζουν» κατά κάποιο τρόπο οι ίδιοι οι επισκέπτες με τις επιλογές τους.

Αυτό το μεγάλο ποσοστό των Σκανδιναβών υπερκαλύπτει τις άλλες εθνικότητες και τις εμφανίζει με πολύ μικρά ποσοστά. Έτσι οι Γερμανοί έρχονται δεύτεροι με Μ.Ο. 16,3% και οι Άγγλοι τρίτοι με 13,2%. Μάλιστα τα ποσοστά αυτά σημειώνουν συνεχώς καθοδική πορεία, με τους Γερμανούς να έχουν το 1990 ποσοστό της τάξεως του 22,5% και το 2000 μόλις 9,1%. Κάτι παρόμοιο συνέβη και με τους Άγγλους που είχαν το 1992 ποσοστό 18,9% και έφτασαν το 1998 να έχουν μόλις 9%. Όλες οι άλλες χώρες έχουν σχεδόν ανύπαρκτα ποσοστά, με εξαίρεση τους Αυστριακούς τους κατοίκους της Αν. Ευρώπης, τους Ολλανδούς και τους Βέλγους που κυμαίνονται γύρω στο 3%. Επί του συνόλου των επιβατών παρατηρείται συνεχής άνοδος των αφίξεων από έτος σε έτος. Με εξαίρεση κάποιες χρονιές που

σημειώθηκαν μικρές μειώσεις, οι αφίξεις παρουσιάζουν σημαντική άνοδο. Από το 1990 που οι αφίξεις ήταν περίπου 172.000 έφτασαν το 2000 να είναι υπερδιπλάσιες και άγγιξαν τις 450.000.

Εξετάζοντας, αρχικά, τις ποσοστιαίες μεταβολές ανά έτος, παρατηρούμε σχεδόν κάθε χρόνο αύξηση στις αφίξεις των επισκεπτών. Ακόμα και τις χρονιές εκείνες που σημειώνονται αρνητικά πρόσημα στις στήλες της μεταβολής του συνόλου των επιβατών, οι μειώσεις είναι μικρές, με εξαίρεση τη χρονιά του 1996 που η μείωση έφτασε το 10%. Θα μπορούσε πάντως να χαρακτηριστεί αρκετά ικανοποιητικός ο ρυθμός αύξησης της επιβατικής κίνησης στο αεροδρόμιο των Χανίων. Αν αναλογιστεί κανείς ότι το αεροδρόμιο στην ουσία εξυπηρετεί μόνο τον νομό στον οποίο βρίσκεται, τα νούμερα που σημειώνονται είναι αρκούτσως ικανοποιητικά.

Αντίθετα με τις αφίξεις στο Ηράκλειο, εδώ οι εθνικότητες που έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά έχουν ασταθή συμπεριφορά. Μόνο οι Σκανδιναβοί που έχουν και το μεγαλύτερο ποσοστό παρουσιάζονται με πολύ μικρές αρνητικές διακυμάνσεις. Ξεκινούν με αφίξεις το 1990 κοντά στις 90χιλ. και καταλήγουν με τριπλάσια νούμερα το 2000. Είναι αρκετά σπάνιο, τουλάχιστον για τα δεδομένα του ελληνικού τουρισμού, να αυξάνονται με τόσο έντονους ρυθμούς οι αφίξεις από ένα συγκεκριμένο προορισμό. Συνήθως, οι προτιμήσεις των τουριστών επηρεάζονται από πολλούς αστάθμητους παράγοντες. Εκείνη τη χρονική περίοδο, η κρίση στα Ίμια που οδήγησε σε πολιτικές αναταράξεις στην περιοχή του Αιγαίου, δημοσιεύματα για «θανατηφόρο» ίο στην Κρήτη, και διάφορα άλλα δημοσιεύματα δυσφημιστικού χαρακτήρα από έγκυρες, κατά τα άλλα εφημερίδες, οδήγησαν σε εκτεταμένες και μαζικές ακυρώσεις.

Εθνικότητες όπως Γερμανοί και Βρετανοί παρουσιάζουν πολλές αυξομειώσεις στις προτιμήσεις τους. Από αυξήσεις που φτάνουν και το 38% φτάνουν σε μειώσεις του 35%. Άλλες πάλι, εθνικότητες όπως οι Ανατολικοευρωπαίοι έχουν μηδενικά ποσοστά τα πρώτα χρόνια, ενώ από το 1995 και έπειτα κινούνται από τις 20χιλ. και πάνω.

4.4 Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Κρήτης

Σε αυτό το σημείο της πτυχιακής μας εργασίας θα παραθέσουμε αναλυτικά στοιχεία για τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Κρήτη. Θα παρουσιάσουμε για κάθε νομό

χωριστά, πόσα ξενοδοχεία λειτουργούν με επίσημη άδεια του Ε.Ο.Τ., τη δυναμικότητα που έχουν αυτά και σε ποια κατηγορία ανήκουν σύμφωνα με τις επίσημες μεθόδους κατάταξης που χρησιμοποιούνται διεθνώς. Οι πρώτοι πίνακες που θα παρουσιαστούν είναι αυτοί της χωροταξικής δυναμικότητας των ξενοδοχείων ανά κατηγορία και ανά νομό. Τα αποτελέσματα είναι αυτά που παρουσιάζονται στον πίνακα 18 του παραρτήματος.

Σημειώσεις που αφορούν τον παραπάνω πίνακα και επεξηγήσεις ορισμών.:

1. (Μ : Μονάδες, Κ : Κλίνες)
2. Η ταξινόμηση και ο διαχωρισμός των κύριων και μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων έχει γίνει βάση των μεθόδων και των επίσημων στοιχείων που χρησιμοποιεί ο Ε.Ο.Τ.
4. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν μόνο εκείνες τις μονάδες που λειτουργούν με άδεια του Ε.Ο.Τ., και όχι εκείνες των οποίων η άδεια λειτουργίας έχει ανασταλεί προσωρινά ή οριστικά, δεν έχει ανανεωθεί ή έχουν πάψει να λειτουργούν.

Ο νομός Ηρακλείου έρχεται, όπως ήταν αναμενόμενο, στην πρώτη θέση σε ξενοδοχειακό δυναμικό. Είναι ο πρώτος νομός και σε δυναμικότητα κλινών, αλλά και σε ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας. Τα ξενοδοχεία αυτά βρίσκονται όλα κατά μήκος του βόρειου οδικού άξονα, εκεί δηλαδή όπου εντοπίζεται το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής κίνησης και της συγκέντρωσης ξενοδοχειακών μονάδων. Σχεδόν τα μισά από αυτά τα ξενοδοχεία βρίσκονται στον ίδιο δήμο και αυτός είναι ο δήμος Χερσονήσου και, μάλιστα, σε πολύ κοντινή απόσταση μεταξύ τους. Ο δήμος αυτός παρουσιάζει τη μεγαλύτερη τουριστική κίνηση όχι μόνο στο νομό Ηρακλείου αλλά και σε όλη την Κρήτη. Είναι ένας από τους πλουσιότερους δήμους της Ελλάδος. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο το γεγονός ότι υπάρχει αυτή συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων στην συγκεκριμένη περιοχή.

Επί του συνόλου των κλινών και των μονάδων, αξιοσημείωτη είναι η μείωση των διαθέσιμων κλινών και μονάδων τη χρονιά του 2000. Από 1849 μονάδες και 82352 κλίνες το 1999, μειώθηκαν στις 1256 και 70258, αντιστοίχως, το 2000. Αυτή η μείωση μπορεί να οφείλεται σε πολλούς λόγους. Σπανιότερη όλων είναι κάποια μονάδα να κλείσει από μόνη της. Συνήθως, συμβαίνει κάποιες μονάδες, οι μικρές κατά το πλείστον, να μην ανανεώνουν την άδεια λειτουργίας τους, οπότε και δεν

συμπεριλαμβάνονται στις ενεργές μονάδες του Ε.Ο.Τ. Άλλες φορές πάλι, εξαιτίας των συχνών και αυστηρών ελέγχων που διεξάγει ο Ε.Ο.Τ.. Όταν μία μονάδα δεν πληροί τις προϋποθέσεις για να λειτουργεί, η άδεια της ανακαλείται μέχρι να συμμορφωθεί με τα standards που αυτός επιβάλλει.

Η μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων εντοπίζεται στην κατηγορία Γ (περίπου 145) και στα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα (1200 κατά Μ.Ο.) φυσικά. Και από αυτά τα στοιχεία εξάγεται το συμπέρασμα ότι η υποδομή του συγκεκριμένου νομού αλλά και των άλλων, απευθύνεται, ως επί το πλείστον, σε τουρισμό όχι πρώτης κατηγορίας.

Ο **νομός Χανίων** έρχεται δεύτερος σε δυναμικότητα όσο αφορά το σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων και τον αριθμό των κλινών. Όμως, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι δεν διαθέτει καμία μονάδα που να ανήκει στην κατηγορία lux. Και στη δεύτερη όμως καλύτερη κατηγορία, την Α τα ξενοδοχεία είναι πολύ λίγα, μόλις 10. Εν ολίγοις, το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού δεν πληροί τις προϋποθέσεις για να φιλοξενήσει τουρισμό υψηλού επιπέδου. Αυτό βέβαια, έρχεται να αντιπαρατεθεί με προηγούμενα στοιχεία που θέλουν τους Σκανδιναβούς, οι οποίοι επιζητούν ακριβές διακοπές, να προτιμούν το νομό Χανίων. Γεννάται λοιπόν το ερώτημα, που διαμένουν αυτοί οι επισκέπτες; Τα ξενοδοχεία της Α κατηγορίας έχουν πληρότητα που υπερβαίνει το 100%. Δηλαδή, εντοπίζεται μια συσσώρευση των «ποιοτικών» τουριστών στα ξενοδοχεία της Α κατηγορίας τα οποία κυριολεκτικά ασφυκτιούν από κόσμο κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν. Θα μπορούσε λοιπόν να θεωρηθεί ως επίτευγμα των επιχειρηματιών του νομού και όλων όσων ασχολούνται με τον τοπικό τουρισμό, το γεγονός ότι ενώ δεν υπάρχει το κατάλληλο επίπεδο ξενοδοχειακών μονάδων, έχουν καταφέρει και έχουν συγκεντρώσει ένα ικανοποιητικό αριθμό τουριστών υψηλού επιπέδου.

Πέρα, όμως, από τα ξενοδοχεία ο νομός Χανίων έχει σημαντικό αριθμό ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων 1000 κατά Μ.Ο.. Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι το νομό γενικότερα, αλλά περισσότερο την πόλη των Χανίων, την προτιμούν και πολύ ημεδαποί τουρίστες, εξαιτίας του γεγονότος ότι φημίζεται και είναι, κατά γενική ομολογία, η ομορφότερη πόλη της Κρήτης. Σε αυτό βέβαια, έχει συμβάλει το γεγονός ότι η παλιά πόλη των Χανίων έχει αξιοποιηθεί στο μέγιστο από τους τοπικούς παράγοντες και το αποτέλεσμα είναι σίγουρα εντυπωσιακό.

Στο **νομό Ρεθύμνης**, οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι λιγότερες από αυτές των Χανίων, αλλά υπάρχουν ξενοδοχεία σε όλες τις κατηγορίες. Ένα ξενοδοχείο λειτουργεί στην lux κατηγορία και 16 στην κατηγορία Α. Η διαφορά είναι σημαντική, με το γειτονικό νομό των Χανίων, ειδικά αν αναλογιστεί κανείς το γεγονός ότι ο νομός Ρεθύμνης καθυστέρησε να μπει στο «παιχνίδι» του τουρισμού. Ήταν ο τελευταίος νομός που ανέπτυξε τον τουρισμό, σε σχέση με τα Χανιά που θεωρούνταν από παλιά παραδοσιακός τουριστικός προορισμός. Και οι άλλες κατηγορίες, όμως, έχουν μοιρασμένα ποσοστά στα ξενοδοχεία. Μόνο η κατηγορία Έ έχει ελάχιστα ξενοδοχεία, κάτι που φυσικά είναι καλό για το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, αφού αυτή αντιπροσωπεύει την κατώτερη ποιότητα τουριστικών υπηρεσιών.

Στο **νομό Λασιθίου**, παρατηρούνται πολλά παράδοξα φαινόμενα. Παρά το γεγονός ότι είναι κατά γενική ομολογία ο πιο παραμελημένος νομός της Κρήτης σε ό,τι αφορά τις χρηματοδοτήσεις και τα έργα υποδομής, παρουσιάζει τον υψηλότερο δείκτη αναπτυξιακής δυναμικής σε σχέση με τους υπόλοιπους νομούς της Κρήτης. Όμως, μόλις πριν λίγα χρόνια κάποια έργα υποδομής άρχισαν να γίνονται στο νομό. Για να μεταβεί κάποιος στη νότια πλευρά του νησιού όπου βρίσκονται οι δύο μεγαλύτερες πόλεις (Ιεράπετρα, Σητεία), μετά την πρωτεύουσα που είναι ο Άγιος Νικόλαος θα πρέπει να διασχίσει ένα άθλιο οδικό δίκτυο και να σπαταλήσει αρκετό από το χρόνο του. Το ίδιο σκηνικό θα συναντήσει και ο απαιτητικός κατά τα άλλα επισκέπτης ο οποίος θα κινηθεί προς τα οκτώ υπερπολυτελή ξενοδοχεία που βρίσκονται στην ίδια περιοχή, αυτή της Ελούντας. Θα πρέπει να διασχίσει ένα πολύ στενό δρόμο μέσα από βουνό για να καταλήξει σε αυτά. Τα ξενοδοχεία της περιοχής είναι διάσημα, διεθνώς, για τις υπηρεσίες που προσφέρουν αλλά όταν κάποιος βγει από αυτά το θέαμα είναι μάλλον μη αναμενόμενο.

Πάντως, το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού είναι δεύτερο σε ποιοτική κατάταξη μετά το νομό Ηρακλείου. Αν και διαθέτει συνολικά τις λιγότερες κλίνες από τους άλλους νομούς, έχει αρκετά σημαντικό αριθμό πολυτελών ξενοδοχείων (24 συνολικά). Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι γίνονται προσπάθειες για την ανάπτυξη όχι μόνο της ευρύτερης περιοχής του Αγίου Νικολάου, αλλά και των υπολοίπων περιοχών του νομού. Μία από αυτές είναι η υπερμεγέθης ξενοδοχειακή μονάδα που χτίστηκε έξω από την πόλη της Σητείας στη διαδρομή προς το φοινικόδασος του

Βαΐ, και η προσπάθεια για την διάσωση και αξιοποίηση του φοινικοδάσους, με την ανάθεση του έργου σε μεγάλη κατασκευαστική εταιρεία.

Συμπερασματικά θα μπορούσε κανείς να πει ότι ενώ την υποδομή για τουρισμό ανώτερης ποιότητας την έχει και ο νομός Λασιθίου, εξαιτίας της ανυπαρξίας αεροδρομίου και της έλλειψης ικανοποιητικού οδικού δικτύου, αλλά και της φήμης που θα έπρεπε να έχει και δεν έχει, ο νομός δεν εξαντλεί στο μέγιστο την ξενοδοχειακή δυναμικότητα που έχει.

Κεφάλαιο 5: Οικονομική Κρίση & Τουρισμός

5.1 Γενικά για την Παγκόσμια Κρίση

Στις 9 Αυγούστου 2007, όταν η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα είχε υποχρεωθεί να παράσχει στις χρηματαγορές ρευστότητα 95 δισεκατομμυρίων δολαρίων, οι αγορές έπεφταν προμηνύοντας μαύρες μέρες. Κανείς όμως δεν προέβλεπε ότι αυτό θα κρατήσει πολύ, αφού είχαν πίστη στους σύγχρονους μηχανισμούς αποτροπής και κυρίως αυτών των ΗΠΑ.

Η κρίση αν και πρωτοπαρουσιάστηκε στις αγορές των ΗΠΑ σε σύντομο χρονικό διάστημα άρχισε να επηρεάζει όλες τις παγκόσμιες αγορές. Αυτό δείχνει το πόσο στενά συνδεδεμένες είναι οι παγκόσμιες αγορές. Έτσι η κρίση από περιφερειακό πρόβλημα έγινε παγκόσμιο. Αν και οι χώρες που επηρεάστηκαν έλαβαν μέτρα σε σύντομο χρονικό διάστημα έγινε φανερό ότι όλες οι χώρες πρέπει να ενεργήσουν από κοινού.

Πριν από την κρίση επικρατούσε μία θετική ατμόσφαιρα στις αγορές. Οι κτηματομεσιτικές αγορές κέρδιζαν αξία. Οι τιμές πετρελαίου με τις αυξανόμενες προοπτικές ζήτησης είχαν ανοδική πορεία. Οι τράπεζες έβλεπαν υψηλά κέρδη από τις πιστώσεις που σχεδίαζαν να χορηγήσουν στο κτηματομεσιτικό τομέα λόγω της ανοδικής πορείας της αγοράς αυτής. Από τις πιστώσεις μπορούσαν να επωφεληθούν και οι πελάτες με χαμηλό εισόδημα.

Όταν αυξήθηκαν οι αξίες των κατοικιών, οι ιδιοκτήτες που απέκτησαν κατοικίες με στεγαστικά δάνεια, δανειοδοτήθηκαν περαιτέρω υποθηκεύοντας την επιπρόσθετη αξία. Οι τράπεζες χωρίς να περιμένουν την πληρωμή των δάνειων, δείχνοντας την αξία των υποθηκευμένων κατοικιών, προωθούσαν ομόλογα στην αγορά τα οποία τους αποφέρανε νέες πηγές και τα οποία ξανά δανειοδοτούσαν. Οι αγοραστές ομολόγων τα πουλούσαν στην αγορά στους επενδυτές ως ομόλογα και μετοχές.

5.2 Ελληνική Οικονομική Κρίση

Είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός, ότι η Ελληνική οικονομία ταλανίζεται από μια σειρά παραγόντων τόσο εσωτερικών όσο και διεθνών. Κάθε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης βιώνει την οικονομική κρίση με διαφορετικό τρόπο, σε

διαφορετική έκταση και ένταση, ανάλογα με τη δομή της οικονομικής της διάρθρωσης. Διαφορετικά βιώνει η Γαλλία και η Γερμανία την κρίση και διαφορετικά οι χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου όπως η Πορτογαλία, η Ισπανία και η Ελλάδα. Έτσι, κάθε χώρα δρα στο πλαίσιο των κατευθύνσεων της, στο μέτρο των αναγκών και των προβλημάτων της καθώς και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της. Η προσέγγιση, λοιπόν, ότι η κρίση είναι διεθνής και ότι τα προβλήματα της οικονομίας είναι απόρροια αυτής, έχει χαρακτηριστεί από πολλούς οικονομολόγους ως αναποτελεσματική, ότι συσκοτίζει τις ευθύνες των κυρίαρχων δυνάμεων, οδηγεί σε λαθεμένες επιλογές και αδιέξοδα και τελικά δεν βοηθά στην ανασυγκρότηση της οικονομίας, στην άμβλυνση των ανισορροπιών και των κοινωνικών προβλημάτων συνοχής που αυτή δημιουργεί.

Οι αρνητικές επιδόσεις της ελληνικής οικονομίας επιβάλλουν να εντοπίσουμε και να κατανοήσουμε τα αίτια που οδηγούν στη σημερινή πραγματικότητα για να ασκηθούν κατάλληλες και αποτελεσματικές πολιτικές για την αντιμετώπισή τους. Τα αίτια της κρίσης πρέπει να αναζητηθούν αφενός στα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και τις πολιτικές που εφαρμόστηκαν, αφετέρου δε, στη διεθνή συγκυρία της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης που τα ανέδειξε με ιδιαίτερα έντονο και οξύ τρόπο. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό της οικονομίας είναι η ύπαρξη διαρθρωτικών προβλημάτων πολύ πριν την εμφάνιση της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης, τα οποία διογκώθηκαν τα τελευταία χρόνια με την εμμονή στην άσκηση πολιτικών προς τη κατεύθυνση των αυτορυθμιζόμενων αγορών. Η κρίση στην Ελλάδα αναμένεται να έχει μεγαλύτερο βάθος και διάρκεια από ότι σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακριβώς γιατί η δομή και τα διαρθρωτικά προβλήματα όχι μόνο είναι διαφορετικά, αλλά διατηρούνται και καθημερινά, κάτω από τις συνθήκες της διεθνούς κρίσης, γίνονται μεγαλύτερα και οξύτερα αντί να αμβλύνονται.

Οι μακροοικονομικές ανισορροπίες της ελληνικής οικονομίας αποτυπώνονται κυρίως στη συνεχή επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης, στα διατηρούμενα και συνεχώς διογκούμενα Ελλείμματα του Δημοσίου και του Ισοζυγίου Τρεχουσών Συναλλαγών καθώς και στο ύψος του Δημοσίου Χρέους. Όλα τα παραπάνω έχουν εκτραπεί σε επίπεδα εκτός ελέγχου, γεγονός που καθιστά την οικονομία ακόμη πιο ευάλωτη στους εξωτερικούς παράγοντες της διεθνούς οικονομικής κρίσης, λειτουργούν αποσταθεροποιητικά και περιορίζουν τα αποθέματα ανάπτυξης της χώρας. Η παραγωγική βάση της Ελληνικής Οικονομίας είναι ισχνή καθώς στηρίχτηκε, σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, σε τομείς όπως ο τουρισμός, η

ναυτιλία και η υποδομή, κλάδοι οι οποίοι επλήγησαν πρώτοι και με ιδιαίτερη ένταση από την κρίση. Επιπλέον οι τράπεζες, το πιο ισχυρό τμήμα του ελληνικού κεφαλαίου, λειτούργησαν με πρωτόγνωρους ρυθμούς πιστωτικής επέκτασης, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, με πιο έντονη την επέκταση τους στα Βαλκάνια και τη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Το γεγονός αυτό δείχνει να καθιστά όχι μόνο αυτές αλλά και άλλες μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις ιδιαίτερα εκτεθειμένες στην διεθνή κρίση όσον αφορά κυρίως την ανάληψη υψηλών κινδύνων, καθώς η κρίση αυτή πλήττει με ιδιαίτερη σφοδρότητα τις χώρες αυτές.

Η κρίση στη χώρα μας αποτυπώνεται ενδεικτικά σε παράγοντες όπως:

- Ο δείκτης οικονομικής δραστηριότητας με συνεχή και επιταχυνόμενη επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης του ΑΕΠ. Από 5,6% το 2003 μετατράπηκε σε 4,9% το 2004, 4,5% το 2006, 4% το 2007, 2,9% το 2008 ενώ υπήρχε πρόβλεψη για μηδενικό ή και αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης το 2009, σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΕ. Αντίστοιχα, οι προβλέψεις για το ρυθμό ανάπτυξης της ΕΕ των 27 προβλέπεται να είναι ακόμη χαμηλότερος, και μόλις το 2010 αφήνει να διαφανεί ότι αναμένεται ανάκαμψη, γεγονός που επιδρά θετικά, ως εξωτερικός παράγοντας, στο ρυθμό ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

ΕΤΟΣ	ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
2003	5,6%
2004	4,9%
2005	2,9%
2006	4,5%
2007	4%
2008	2,9%
2009	- 0,9%
2010	0,1%

Πηγή: European Commission, Statistical Annex και επεξεργασία των συγγραφέων

- Η αύξηση των τιμών και της ακρίβειας, η οποία έχει οδηγήσει ακόμη περισσότερα νοικοκυριά κάτω από τα όρια της φτώχειας. Ο πληθωρισμός για τα φτωχά νοικοκυριά είναι μεγαλύτερος από τα επίσημα στοιχεία, ενώ η πραγματική αμοιβή των εργαζομένων αυξήθηκε κατά μέσο όρο 2% την

περίοδο 2005 – 2008 με αποτέλεσμα το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα να περιοριστεί ακόμη περισσότερο.

- Η υπερχρέωση των νοικοκυριών και ιδιαίτερα των ασθενέστερων εισοδηματικών ομάδων επιδεινώνεται. Τα χρέη των νοικοκυριών ως ποσοστό του ΑΕΠ έχουν διπλασιαστεί από 34,7% στο τέλος του 2005 σε 45,3% στο τέλος του 2007 και συνεχίζουν να αυξάνονται με ταχύτερους ρυθμούς¹⁴.
- Η συνεχής και άνιση φορολογική επιβάρυνση των εισοδημάτων των εργαζομένων καθώς και των συνταξιούχων είναι το βασικό χαρακτηριστικό του φορολογικού συστήματος, το οποίο παραμένει γραφειοκρατικό και αναποτελεσματικό. Επιπλέον η σχέση άμεσων και έμμεσων φόρων χειροτερεύει από χρόνο σε χρόνο¹⁵.
- Παρά τη μείωση των Δημοσίων επενδύσεων έχουμε δημοσιονομική εκτροπή, με το Έλλειμμα του Κρατικού Προϋπολογισμού (της Γενικής Κυβέρνησης) από το 2,8% του ΑΕΠ το 2006 μετατράπηκε σε 3,6% το 2007 σε 5% του ΑΕΠ το 2008 και με πρόβλεψη της ΕΕ για το 2009 σε 5,1% του ΑΕΠ. Αναφορικά, ο επίσημος στόχος που έχει τεθεί είναι 3,7% του ΑΕΠ¹⁶.
- Το χρέος της Γενικής Κυβέρνησης αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια. Από 98,6% του ΑΕΠ το 2004 αυξήθηκε σε 95,9% το 2006, 94,8% το 2007, 97,6% το 2008 και για όσο αφορά το 2009 οι προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Μάιος 2009) ήταν αρνητικές, (103,4% δηλαδή επάνοδο στο επίπεδο του 1999), αν λάβουμε υπόψη μας τις υψηλές δανειακές ανάγκες για το τρέχον έτος και το κόστος δανεισμού του κράτους από τις διεθνείς κεφαλαιαγορές με την αύξηση των περιθωρίων των επιτοκίων για τη χώρα μας συγκριτικά με άλλες χώρες της ΕΕ¹⁷.

Τα ελλείμματα, το δημόσιο χρέος, η άνιση κατανομή των φορολογικών βαρών και του παραγόμενου πλούτου, καθώς και τα άλλα διαρθρωτικά προβλήματα της χώρας δεν είναι μονοσήμαντα. Αποτελούν τα αίτια της κρίσης ως αποτέλεσμα των χρόνιων διαρθρωτικών αδυναμιών και των πολιτικών που εφαρμόστηκαν, τα οποία

¹⁴ Πηγή: Υπερχρέωση Νοικοκυριών, Οικονομικό Επιμελητήριο

¹⁵ Πηγή: ΟΕΕ, Προτάσεις για το Φορολογικό σύστημα.

¹⁶ Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή Μάιος 2009

¹⁷ Πηγή: European Commission, Statistical Annex και Τράπεζα της Ελλάδος, Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας, Τεύχος, 110

και την αναπαράγουν. Έτσι, βασικό χαρακτηριστικό της κρίσης είναι η ανατροφοδότησή της, η οποία δημιουργεί νέα προβλήματα και ανισότητες, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Σε ότι αφορά τη διεθνή κρίση, αυτή δεν οφείλεται σε συγκυριακούς λόγους. Είναι μια κρίση περισσότερο συστημική παρά κυκλική κρίση, που θίγει τα όρια του προτύπου παραγωγής και διανομής του πλούτου και γενικότερα το σύστημα αξιών. Αμφισβητείται δηλαδή η δομή και οι λειτουργίες των επιμέρους συστημάτων και αγορών.

Η κρίση, λοιπόν, παράχθηκε από το ίδιο το σύστημα, είναι το αποκορύφωμα της τριακονταετούς κυριαρχίας, σε παγκόσμιο επίπεδο, μιας οικονομικής θεώρησης και πολιτικής που βασίζεται στις πλήρως απελευθερωμένες και αυτορυθμιζόμενες αγορές με τη σταδιακή απομάκρυνση του κοινωνικού κράτους και των πολιτών από τις οικονομικές λειτουργίες. Βασισμένη στη λογική ότι η κυβερνητική δραστηριότητα πρέπει να περιοριστεί και να αντικατασταθεί από τις δυνάμεις της αγοράς οι οποίες και ξέρουν να αυτορυθμίζονται ώστε να δημιουργείται το καλύτερο αποτέλεσμα. Διότι όταν οι δυνάμεις της αγοράς λειτουργούν ανεξέλεγκτα, χωρίς αποτελεσματική ρύθμιση και εποπτεία δύνεται η δυνατότητα μεγαλύτερης ανάπτυξης των μεγάλων συμφερόντων, δημιουργώντας ανισότητες με αποτέλεσμα αντί να διασπείρουν τους κινδύνους αυτές τους αυξάνουν. Οι ακολουθούμενες πολιτικές επιπλέον, οδήγησαν στην οικονομική κρίση, της οποίας ως μοναδική λύση πλέον διαφαίνεται η υιοθέτηση μιας κεϋνσιανής θεώρησης της οικονομίας και η άσκηση όλων εκείνων των ιδεών που την στοιχειοθετούν.

Είναι γνωστό ότι τα μέσα επεκτατικής δημοσιονομικής πολιτικής είναι λιγότερα από αυτά του παρελθόντος, λόγω των ελλειμμάτων και του χρέους, ενώ δεν υπάρχουν περιθώρια άσκησης μιας αυτόνομης νομισματικής πολιτικής καθώς αυτή ασκείται από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα στην οποία συμμετέχει και η Ελλάδα. Ο κρατικός παρεμβατισμός στην προσπάθεια του να ανακόψει την ανατροφοδότηση της κρίσης και την όξυνση των διαρθρωτικών ανισοροπιών με παραγωγικές δημόσιες δαπάνες, μπορεί πρόσκαιρα να οδηγήσει σε αύξηση του δημοσιονομικού ελλείμματος. Η ύπαρξη ελλειμμάτων σε περιόδους κρίσεων με μειωμένη συνολική ζήτηση δεν είναι κατά ανάγκη λανθασμένη αλλά επιβάλλεται για την σταθερότητα και την ανάκαμψη της οικονομίας.

Στην Ελλάδα, η χρηματοπιστωτική κρίση έφερε στην επιφάνεια χρόνιες παθογένειες του ελληνικού συστήματος που αγγίζουν τόσο το δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα. Η συμμετοχή της Ελλάδας στην ευρωζώνη και ο σχετικά εσωστρεφής

χαρακτήρας της ελληνικής οικονομίας έχουν μειώσει μέχρι τώρα τις συνέπειες της κρίσης, που όμως προβλέπεται να γίνουν εντονότερες μέσα στο 2009. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα σχετίζονται κυρίως με την ποιότητα των δανείων που έχουν χορηγηθεί, συμπεριλαμβανομένων ειδικά των πιστωτικών και συναλλαγματικών κινδύνων στις βαλκανικές χώρες. Σε περίπτωση υποτίμησης των συναλλαγματικών ισοτιμιών στα Βαλκάνια, τα κεφάλαια των ελληνικών τραπεζών κινδυνεύουν να απομειωθούν σημαντικά.

Η ελληνική οικονομία είναι μέρος της ευρωπαϊκής και της παγκόσμιας οικονομίας και ταυτόχρονα είναι ελλειμματική. Η κυβέρνηση δανείζεται κάθε χρόνο δεκάδες δισεκατομμύρια ευρώ (44 εφέτος) για να καλύψει τις ανάγκες του Δημοσίου αλλά και τους τόκους του εξωτερικού μας χρέους, που φτάνει τα 250δισ. ευρώ. Σε μια περίοδο όπου οι πιστώσεις έχουν σταματήσει, είναι δύσκολο να βρισκουμε δανεικά. Στο μεταξύ οι ελληνικές τράπεζες επίσης δεν βρίσκουν εύκολα δανεικά από το διεθνές σύστημα και έτσι κόβουν τα δάνεια και δημιουργούν προβλήματα σε όλες τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες δανειολήπτες. Το υψηλό δημόσιο χρέος και το έλλειμμα των συναλλαγών μας με το εξωτερικό, το οποίο πλησιάζει τα 40 δισ. ευρώ το 2009, είναι δύο από τα πολλά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Γενικότερα έχουμε πρόβλημα εσόδων. Η ελληνική οικονομία στηρίζεται κατά 50% στο Δημόσιο (που έχει έλλειμμα και χρέος) και σε τέσσερις βασικούς κλάδους: στις τράπεζες – που έχουν πρόβλημα –, στη ναυτιλία – που έχει καταρρεύσει παγκοσμίως –, στην οικοδομή – που έχει παγώσει και στον τουρισμό – που αναμένεται ότι θα μειωθεί σημαντικά. Όλοι οι άλλοι κλάδοι στηρίζονται σε αυτούς τους τέσσερις και στο Δημόσιο και κανένας αυτή τη στιγμή δεν παράγει έσοδα. Ταυτόχρονα, η φοροδιαφυγή, η διαφθορά και η γραφειοκρατία έχουν καταδικάσει τον δημόσιο τομέα, που δυσκολεύεται να βοηθήσει σε περιόδους κρίσεως.

Το κλείσιμο επιχειρήσεων, η μείωση της κατανάλωσης, η αύξηση της ανεργίας είναι τα άμεσα επακόλουθα της οικονομικής κρίσης για τα ελληνικά νοικοκυριά. Με εξαίρεση τους δημοσίους υπαλλήλους, οι υπόλοιποι δεν μπορούμε να θεωρούμε δεδομένη την επιβίωση της εταιρείας στην οποία δουλεύουμε ούτε τη δική μας παραμονή στην εργασία μας. Ακόμη και οι ελεύθεροι επαγγελματίες κινδυνεύουν από τη μείωση της κατανάλωσης, ενώ τα επιτόκια των δανείων αυξάνονται για όλους, δυσκολεύοντας την κατάσταση. Από την άλλη πλευρά, μικρή ανακούφιση προσφέρει η μείωση των τιμών και του πληθωρισμού λόγω χαμηλής ζήτησης. Αν πάντως η κυβέρνηση αποφασίσει να αυξήσει τους φόρους για να αντιμετωπίσει την κρίση,

πρακτική που θα αποδειχθεί τραγικά λανθασμένη, τα νοικοκυριά θα υποφέρουν πολύ περισσότερο.

Η κυβέρνηση έχει ανακοινώσει μέτρα ενίσχυσης της ρευστότητας και των κεφαλαίων των τραπεζών με 28δισ. ευρώ, μέτρα μείωσης των δαπανών και αύξησης των φορολογικών εσόδων. Έβαλε επίσης πλαφόν στις αμοιβές των προέδρων των ΔΕΚΟ και ελέγχους στις αμοιβές των τραπεζικών στελεχών όσων τραπεζών χρησιμοποιούν την κρατική βοήθεια. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αμφισβητεί την αποτελεσματικότητα των μέτρων της ελληνικής κυβέρνησης και ενδέχεται να πιέσει και για τη λήψη επιπλέον μέτρων. Στο συρτάρι του υπουργού Οικονομίας υπάρχουν εισηγήσεις για την αύξηση των φόρων παρότι η παγκόσμια κοινότητα κινείται στην αντίθετη κατεύθυνση. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέχρι στιγμής παραμένει προσηλωμένη στον στόχο της μείωσης του ελλείμματος κάτω από το 3% του ΑΕΠ. Η λογική αυτή βεβαίως δεν λαμβάνει υπόψη τις τρέχουσες συγκυρίες. Αναμένεται όμως ότι οι ευρωπαίοι ηγέτες θα λάβουν μέτρα υποστήριξης των ευρωπαϊκών χωρών και θα αφήσουν για αργότερα τον στόχο μείωσης του ελλείμματος. Υπάρχει λοιπόν η εκτίμηση ότι η Επιτροπή τελικά θα χαλαρώσει ελαφρώς τις απαιτήσεις της για το ελληνικό έλλειμμα.

Η κυβέρνηση έχει εγγυηθεί τις καταθέσεις ως 100.000 ευρώ ανά καταθέτη και ανά τράπεζα. Εξάλλου οι ίδιες οι τράπεζες εγγυώνται τις καταθέσεις ως τραπεζικό σύστημα συνολικά. Συνεπώς, ακόμη και αν κατέρρευε μια ελληνική τράπεζα, το τραπεζικό σύστημα συνολικά θα ανελάμβανε τις υποχρεώσεις της μέσω και των κρατικών τραπεζών.

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα μειώνει το επιτόκιο του ευρώ σε μια προσπάθεια στήριξης των τραπεζικών συστημάτων των χωρών – μελών. Αλλά οι τράπεζες συνεχίζουν να δανείζουν με υψηλά επιτόκια τους δανειολήπτες για να στηρίξουν τα έσοδά τους και να καλύψουν τις ζημιές που έχουν από επισφαλή δάνεια και τοξικές επενδύσεις. Βεβαίως αυτή η πρακτική θίγει το σύνολο της οικονομίας και δεν εξυπηρετεί τους σκοπούς για τους οποίους η κεντρική τράπεζα μειώνει τα επιτόκια, δηλαδή τη διευκόλυνση της χρηματοδότησης της οικονομίας.

5.3 Η Περίπτωση της Κρήτης

Πολλοί αναλυτές στις μέρες μας θεωρούν και υποστηρίζουν πως η Κρήτη βρίσκεται στο στάδιο κορεσμού λόγω της παγκόσμιας κρίσης και πρέπει να παρθούν

δραστικές αποφάσεις για αποφυγή των χειροτέρων. Ο Κρητικός τουρισμός πρέπει στο σύνολό του να αποκτήσει το στοιχείο της μοναδικότητας του. Πρέπει να αποκτήσει την ιδιαίτερη ταυτότητά του ενσωματώνοντας τις άυλες και υλικές αξίες του χώρου του.

Η κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά και τον εσωτερικό τουρισμό με τις διανυκτερεύσεις να παρουσιάζουν απώλειες που ξεπερνούν το 20%, ενώ μεγαλύτερη είναι η μείωση στα έσοδα των ξενοδοχείων. Στη Χαλκιδική η μείωση των διανυκτερεύσεων των Ελλήνων την υψηλή περίοδο (από 15 Ιουλίου ως 25 Αυγούστου) εκτιμάται ότι θα κυμανθεί γύρω στο 10%, ενώ στα Χανιά τον Ιούλιο και τον Αύγουστο κυμαίνεται από 15% έως 20%, αφού μόνο σε ποσοστό 40% οι Έλληνες που φθάνουν στην περιοχή διαμένουν σε κάποιο τουριστικό κατάλυμα. Ίδια τάση επικρατεί και στο Ηράκλειο, όπου οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών μειώθηκαν κατά 20%. Από την άλλη στα νησιά του Ιονίου η ολοκλήρωση της Εγνατίας οδού έχει αυξήσει σημαντικά την οδική πρόσβαση από τη Βόρεια Ελλάδα, ωστόσο παρατηρείται δραματική μείωση των εσόδων ως και 40%. Αντίθετα στη Ρόδο τόσο οι διανυκτερεύσεις όσο και οι αφίξεις από το εξωτερικό τον Αύγουστο αναμένεται να κινηθούν στα περυσινά επίπεδα.

Σύμφωνα με μελέτη που εκπόνησε για τον τουρισμό και ευρύτερα την οικονομία της Κρήτης, το MAIX (Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων) τμήμα οικονομίας και διοίκησης, σε συνεργασία με το Πολυτεχνείο και το Πανεπιστήμιο Κρήτης τα κύρια συμπεράσματα της έκθεσης έδειξαν πως σε σχέση με τους άλλους νομούς της Ελλάδας, καταγράφεται ότι οι νομοί της Κρήτης κατέχουν ικανοποιητικές θέσεις, από την όγδοη έως την εικοστή θέση. Τις καλύτερες θέσεις καταλαμβάνουν οι νομοί της Κρήτης στον τριτογενή τομέα, ακολουθεί ο πρωτογενής τομέας και μετά είναι ο δευτερογενής τομέας.

Παρακολουθώντας το εισόδημα ανά φορολογούμενο, ο νομός Ρεθύμνης κατέχει την πρώτη θέση στην περιφέρεια και την όγδοη πανελλαδικά, με 14.611 ευρώ. Στις αποταμιευτικές καταθέσεις ανά κάτοικο ο νομός Λασιθίου κατέχει την πρώτη θέση στην Κρήτη και τη δέκατη τέταρτη θέση, πανελλαδικά με 12.313 ευρώ. Όσον αφορά στις νέες κατοικίες ο νομός Χανίων καταλαμβάνει την έκτη θέση πανελλαδικά και την πρώτη στην Κρήτη με 1,52 νέες κατοικίες ανά κάτοικο. Ενώ ο νομός Ηρακλείου έρχεται πρώτος στην περιφέρεια Κρήτης και τρίτος σε όλη την Ελλάδα στα επιβατικά αυτοκίνητα με 44,8 ανά 100 κατοίκους.

Τέλος, το ποσοστό ανεργίας της Ελλάδας για το έτος 2008 διαμορφώθηκε στο 7,6%, με το νομό Ρεθύμνης να παρουσιάζει το μεγαλύτερο ποσοστό στην Κρήτη με 10,3%, ενώ ο νομός Λασιθίου εμφανίζει το μικρότερο ποσοστό με 3,8%. Για το 2009, σε πανελλαδικό επίπεδο η ανεργία το Β' τρίμηνο έφτασε το 8,9%, ενώ τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο το ποσοστό ανεργίας έφτασε στο 9,6% και 9%, αντίστοιχα, τη στιγμή που ο κατατεθειμένος προϋπολογισμός αναμένει ποσοστό ανεργίας ίσο με 9,7%.

Σε επίπεδο περιφέρειας, η Κρήτη για το Β' τρίμηνο έφτασε το 8%, σε σχέση με το 5% του αντίστοιχου τριμήνου του 2008. Ανάλογα ποσοστά αύξησης της ανεργίας σε σχέση με το 2008 αναμένονται ξεχωριστά σε όλους τους νομούς της Κρήτης για το έτος 2009.

Κεφάλαιο 6: Προβλέψεις για τον Τουρισμό

6.1 Προβλέψεις Τουριστικής Δραστηριότητας

Με ιδιαίτερα αρνητικά αποτελέσματα έκλεισε το 2009 για τον τουρισμό μας, ενώ δυσοίωνες είναι οι προβλέψεις και για το 2010. Τον τελευταίο καιρό δημοσιεύονται στον τύπο διάφορα σενάρια προβλέψεων για τον αναμενόμενο αριθμό τουριστών στη χώρα μας την επόμενη διετία 2010 – 2011. Είναι λογικό η πολιτεία και ο ιδιωτικός τομέας να ενδιαφέρονται για την εξέλιξη της τουριστικής κίνησης τα επόμενα δύο χρόνια, μετά μάλιστα τη σημαντική μείωση που σημειώθηκε το περασμένο έτος ως αποτέλεσμα της διεθνούς οικονομικής κρίσης.

Οι εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ) προβλέπουν πως το 2010 θα υπάρξει μία ελαφριά ανάκαμψη των διεθνών αφίξεων, στηριζόμενες στην επιστροφή της διεθνούς οικονομίας σε θετικούς ρυθμούς μεταβολής του ΑΕΠ. Άλλοι, ωστόσο, προβλέπουν ότι ο ευρωπαϊκός τουρισμός θα κινηθεί, από πλευράς αφίξεων, στα ίδια περίπου επίπεδα με το 2009.

Εκτίμηση του ΙΤΕΠ είναι ότι ο ελληνικός τουρισμός θα σημειώσει το 2010 μια ισχυρή ανάκαμψη των αφίξεων (2 – 3% περίπου). Είναι βέβαιο, ωστόσο, ότι τα έσοδα από τον τουρισμό θα συνεχίσουν την αρνητική πορεία που ξεκίνησαν το 2008, έτος αφετηρίας της διεθνούς οικονομικής κρίσης. Ακόμα και οι Ρώσοι τουρίστες, που ξοδεύουν πολλά χρήματα στη διάρκεια των διακοπών τους, πρέπει πρώτα να μπουν στη χρονοβόρα διαδικασία χορήγησης βίζας. Έτσι φαίνεται πως πολλοί από τους Ρώσους θα επιλέξουν τη γειτονική Τουρκία για τις διακοπές τους, αφού από τον Μάιο καταργεί τη βίζα.

Η σπουδαιότητα του τουριστικού τομέα για την ελληνική οικονομία, σε συνδυασμό με τις επιστημονικές στατιστικές προβλέψεις, οδηγούν πολλούς μελετητές να αναπτύσσουν υποδείγματα με τη βοήθεια των οποίων προβλέπουν τις αφίξεις τουριστών κάτω από εναλλακτικές υποθέσεις των βασικών προσδιοριστικών μεταβλητών (παγκόσμιο εισόδημα, συναλλαγματικές ισοτιμίες, κόστος μεταφορών, κλπ). Είναι δυνατό (και συμβαίνει πολύ συχνά με τα διάφορα υποδείγματα των διεθνών οργανισμών) μία μέθοδος που προβλέπει με ακρίβεια τον ένα χρόνο, να κάνει μεγάλα σφάλματα τον επόμενο. Εάν λάβουμε υπόψη και τα διάφορα απρόβλεπτα γεγονότα (πολιτικές κρίσεις, πανδημίες, τρομοκρατία, κλπ) η

δημοσίευση προβλέψεων με συγκεκριμένες τιμές του αριθμού των αφίξεων ενδέχεται να οδηγήσει σε λανθασμένα συμπεράσματα.

Κάποιοι ερευνητές για να εκτιμήσουν την πορεία του τουρισμού χρησιμοποιούν ως εξαρτημένη μεταβλητή τον αριθμό των αφίξεων σε ένα προορισμό. Είναι κοινά παραδεκτό ότι η εν λόγω μεταβλητή δεν απεικονίζει την επίδοση του τουριστικού κλάδου, αφού αυτή προσδιορίζεται τόσο από τον αριθμό των ημερών διαμονής (διανυκτερεύσεις) στον προορισμό όσο και από την δαπάνη που πραγματοποιεί ο τουρίστας.

Συμπερασματικά, είναι δύσκολο μέσα σε αυτό το ασταθές περιβάλλον, στο οποίο δραστηριοποιείται η διεθνής οικονομία, με τον καταναλωτή-τουρίστα να κυριαρχείται από αβεβαιότητες και ανασφάλειες και να περιορίζει δραστικά τις δαπάνες του, να προβλέψει κανείς τον ακριβή αριθμό των αφίξεων. Οι προβλεπόμενες εισπράξεις είναι ακόμα δυσκολότερο να εκτιμηθούν, διότι εκτός των οικονομικών μεγεθών (μερίδια, ΑΕΠ, συναλλαγματικές ισοτιμίες, κλπ), εξαρτώνται και από ποιοτικά χαρακτηριστικά των τουριστών (εισοδηματική τάξη τουριστών, ταξιδιωτικά πακέτα, κλπ). Για τους παραπάνω λόγους τα ευρήματα των διαφόρων εκτιμήσεων θα πρέπει να χρησιμοποιούνται με ιδιαίτερη προσοχή.

Είναι δύσκολο στο απρόβλεπτο αυτό περιβάλλον να προβλέψει κανείς τον ακριβή αριθμό των αφίξεων, καθώς ο «καταναλωτής-τουρίστας» κυριαρχείται από αβεβαιότητες και ανασφάλειες και περιορίζει δραστικά τις δαπάνες του. Οι προβλεπόμενες εισπράξεις είναι ακόμα δυσκολότερο να εκτιμηθούν, διότι εκτός των οικονομικών μεγεθών (μερίδια, ΑΕΠ, συναλλαγματικές ισοτιμίες, κ.λπ.), εξαρτώνται και από ποιοτικά χαρακτηριστικά των τουριστών (εισοδηματική τάξη, ταξιδιωτικά πακέτα, κ.ά.).

Σύμφωνα με την μελέτη της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών και Προβλέψεων της Eurobank EFG, με τίτλο «Οικονομικές Κρίσεις και Τουριστική Κίνηση στην Ελλάδα» το 2009 προέκυψε ότι στην τουριστική δραστηριότητα της χώρας θα σημειωνότανε μία σημαντική επιβράδυνση που θα την διέκρινε ως τη μεγαλύτερη πτώση των τελευταίων τριάντα ετών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος για το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, οι ζημιές στον τουρισμό ανήλθαν πέρυσι στα 1,26 δισ. ευρώ. Την ίδια ώρα στην Κρήτη, 40 ξενοδόχοι έδωσαν τα δωμάτια το Μάιο στους ξένους τουρίστες για 3,5 ευρώ τη βραδιά, ενώ ίδια είναι η εικόνα και στην Κέρκυρα, προκειμένου να αποφύγουν το λουκέτο.

Την προηγούμενη σεζόν 2010 διαπιστώνουμε ότι όντως το 2009 ήταν ακόμη πιο δύσκολη χρονιά για τον τουρισμό της Ελλάδας και από τα συμπεράσματα πρόσφατων μελετών της μετέπειτα πορείας του μας προετοιμάζουν για ακόμα χειρότερα. Αναφέρεται ότι τα έσοδα από τον τουρισμό το 2010 είναι σημαντικά μειωμένα. Παρότι η Ελλάδα ευνοείται τον τελευταίο καιρό από αυξημένη ζήτηση από νέες αγορές (όπως Ρωσία, Ανατολική Ευρώπη, Ασία κ.ά.), η παρούσα κρίση επηρεάζει τις κύριες αγορές της με μεγάλη σφοδρότητα.

Οι τουρίστες από τις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία αναμένεται να περιορίσουν φέτος τα ταξίδια τους στη χώρα μας λόγω της μεγάλης οικονομικής ύφεσης που πλήττει τις οικονομίες τους. Η ταυτόχρονη και έντονη πτώση των αφίξεων από τις χώρες αυτές θα επηρεάσει σημαντικά τις τουριστικές εισπράξεις.

Απ' την άλλη ο γενικός γραμματέας του υπουργείου Τουρισμού Πολιτισμού Γιώργος Πουσαίος επισήμανε ότι το 2010 αναμενόταν αύξηση στις αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα. Το ίδιο ισχύει και για το 2011. Όπως τόνισε είναι άγνωστο ακόμη αν η εν λόγω άνοδος θα συνοδευτεί και με αύξηση των εσόδων. Η παραπάνω πρόβλεψη πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του 3^{ου} Συνεδρίου Tourism & Property in Crete «Προοπτικές του Κρητικού Τουρισμού το 2010», που πραγματοποιήθηκε το Σάββατο 20 Φεβρουαρίου του 2010 στο ξενοδοχείο Galaxy στο Ηράκλειο της Κρήτης.

Ο κ. Πουσαίος που κήρυξε την έναρξη εργασιών του Συνεδρίου, σημείωσε ότι ήδη αναδιαμορφώνεται το ΕΣΠΑ για τον τουρισμό, έως το 2013, προσθέτοντας ότι στόχος της κυβέρνησης είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η διευκόλυνση του επενδυτικού πλαισίου για τον τουρισμό με στόχο την προσέλκυση επενδύσεων. Στο πλαίσιο αυτό ιδρύεται διεύθυνση υποδοχής επενδύσεων στο υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού. Ο γενικός γραμματέας του υπουργείου πρόσθεσε ότι η διαφημιστική δαπάνη προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό θα είναι περιορισμένη εξαιτίας των υψηλών χρεών του ΕΟΤ.

Στις 21/01/2010 παρουσιάστηκε το τρίτο τεύχος της Εξαμηνιαίας Έκθεσης Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων με τις προβλέψεις για τις τουριστικές αφίξεις του 2010 και του 2011, από τον πρόεδρο της Ακαδημίας Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ΑΤΕΜ), κ. Μάριο Βασιλόπουλο, και από τον επιστημονικό υπεύθυνο της έκθεσης και πρόεδρο του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας (ΑΘΙΝΕΕ), κ. Γρηγόρη Παπανίκο. Σύμφωνα με τις προβλέψεις, μία αύξηση του εισοδήματος των χωρών της ευρωζώνης κατά 10%, θα αυξήσει τον εισερχόμενο

τουρισμό της Ελλάδος από τις χώρες αυτές κατά 9,3%. Αυτό με την προϋπόθεση ότι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι, κάτι που βέβαια στην πράξη δεν ισχύει. Για παράδειγμα, μία αύξηση της τιμής του πετρελαίου κατά 20%, θα μειώσει τις αφίξεις κατά 2%. Φαίνεται μικρή η πτώση, αλλά οι διακυμάνσεις της τιμής του πετρελαίου μέσα σε ένα έτος ξεπερνούν το 20%. Για παράδειγμα, η μέση τιμή του πετρελαίου το 2008 ήταν \$100 το βαρέλι με τυπική απόκλιση \$29 το βαρέλι και το 2009 έπεσε στα \$62 το βαρέλι με τυπική απόκλιση \$13,5, ή στο 22% της μέσης τιμής. Για το 2010 η τιμή κυμάνθηκε στα \$80 το βαρέλι, ενώ έχει ακουστεί για το 2011 ότι αναμένεται να φτάσει και \$200 το βαρέλι. Συνεπώς, από έτος σε έτος η τιμή αυξάνεται ή μειώνεται πλέον του 100%. Τέτοιες μεταβολές μπορεί να έχουν πολύ μεγάλες επιδράσεις στον ελληνικό τουρισμό.

Στην ομάδα που περιλαμβάνει τις χώρες ΗΠΑ, Αυστραλία, Καναδά, Ηνωμένο Βασίλειο, Ελβετία, Ρωσία, Δανία, Σουηδία, και Νορβηγία μπορούμε να πούμε ότι, αν εξαιρέσουμε το Ηνωμένο Βασίλειο, οι άλλες χώρες μπορεί να θεωρούν τον ελληνικό προορισμό ως σχετικά πολυτελές αγαθό. Μία αύξηση του εισοδήματος κατά 10% αυτών των χωρών, αυξάνει τις τουριστικές αφίξεις κατά 11,2%. Αντίθετα, η τιμή του πετρελαίου έχει μεγαλύτερη επίπτωση κάτι που είναι λογικό, αφού η απόσταση και συνεπώς το κόστος του ταξιδιού είναι κατά μέσο όρο μεγαλύτερο γι' αυτές τις χώρες. Μία 20% αύξηση της τιμής του πετρελαίου, μειώνει τις ελληνικές τουριστικές αφίξεις κατά 1,5%¹⁸.

Για τη μέση τιμή του πετρελαίου των €80, οι αφίξεις θα αυξηθούν κατά 8,6% σε σχέση με το 2009. Η αύξηση αυτή είναι μεγάλη λόγω της μεγάλης πτώσης των αφίξεων το 2009. Η πρόβλεψη όμως, δίνει μικρότερη τιμή από αυτή του 2008. Συνεπώς, αν δεν υπάρχει αλλαγή στη μακροχρόνια ανοδική τάση του ελληνικού τουρισμού, τότε το 2009 και 2010 ο ελληνικός τουρισμός είχε πέσει κάτω από την μακροχρόνια τάση. Αν σταθούμε σε αυτήν τη λογική αντίστοιχα θα είναι τα αποτελέσματα για το 2011.

Το κατά πόσο αυτό είναι συγκυριακό είναι ένα άλλο θέμα που απαιτεί μεγαλύτερη ανάλυση και ξεφεύγει από τα όρια της απλής ανάλυσης προβλέψεων. Πάντως, αν δεν είναι συγκυριακό, ο μεγάλος αυτός κλάδος της ελληνικής οικονομίας μπορεί να εισέρχεται σε μία μακρά περίοδο φθίνουσας πορείας. Το 2008 ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα ήταν κοντά στα 16 εκατ. τουρίστες, έπεσε περι

¹⁸ Πηγή: Ελευθεροτυπία Δεκέμβριος 2009

τα 10% το 2009 στα 14,3εκατ. τουρίστες, το 2010 στα 15,5εκατ. και το 2011 εκτιμάται ότι οι αλλοδαποί τουρίστες θα φθάσουν στα 17,7εκατ. Η εκτίμηση αυτή, υποθέτει ότι οι οικονομίες των χωρών προέλευσης του ελληνικού τουρισμού θα καταφέρουν, σύμφωνα με όλες τις προβλέψεις, να εξέλθουν από την κρίση. Η πρόβλεψη αυτή είναι μεγαλύτερη από την πρόβλεψη που κάνει ο WTTC για το 2011. Προβλέπει, λοιπόν, ο WTTC μία μικρή αύξηση της τάξης του 1,7% για το 2011 σε σχέση με το 2010. Αν η τιμή του πετρελαίου φθάσει τα \$100 το βαρέλι, τότε ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα θα αυξηθεί κατά 5,77% και αντίστοιχα αν η τιμή του πετρελαίου είναι \$60 το βαρέλι, ο εισερχόμενος τουρισμός θα αυξηθεί κατά 12,37%. Πάντως υπάρχουν οργανισμοί προβλέψεων που εκτιμούν ότι η τιμή του πετρελαίου το καλοκαίρι του 2011 θα φθάσει τα \$110 το βαρέλι, το λιγότερο, στην οποία περίπτωση η αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού θα περιοριστεί στο 4,6%.

Η Ελλάδα, που βασίζεται σημαντικά στον τουρισμό με την οικονομία του κλάδου να αντανakλά το 16% του συνολικού ΑΕΠ και σχεδόν το 20% της συνολικής απασχόλησης, καλείται να αντιμετωπίσει μια μεγάλη πρόκληση. Σε αυτή την πρόκληση θα πρέπει να απαντήσει γρήγορα και άμεσα ώστε να αποτρέψει την απειλή της μείωσης του τουριστικού κύκλου εργασιών και να προσαρμοστεί στις νέες έκτακτες συνθήκες, επιταχύνοντας τις διαρθρωτικές αλλαγές. Η έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ποιότητα του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος.

6.2 Προτάσεις για Αναβάθμιση του Τουρισμού στην Κρήτη

Η Κρήτη έχει μία σημαντική ιστορική και πολιτιστική διαδρομή από την περίοδο του Μινωικού Πολιτισμού μέχρι σήμερα. Διαθέτει πλούσιους φυσικούς πόρους, εύφορες εκτάσεις για γεωργική και κτηνοτροφική εκμετάλλευση, ιστορικά και πολιτισμικά στοιχεία παγκοσμίου ενδιαφέροντος αλλά και περιοχές φυσικού κάλλους, που σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν, αποτελούν τη βάση της ανάπτυξης της οικονομίας της, με περισσότερο ανεπτυγμένους σήμερα τον πρωτογενή τομέα και τον τριτογενή, κυρίως λόγω τουρισμού. Η γεωγραφική θέση της Κρήτης είναι προνομιακή με βάση τις ροές μεταφορών, εμπορίου και τουρισμού που εισέρχονται και εξέρχονται κάθε χρόνο από το νησί. Αυτονόητο είναι ότι για να προσελκύσει μια χώρα τουρίστες θα πρέπει οι σχέσεις με τις χώρες προέλευσης και ειδικά τις γειτονικές να είναι ειρηνικές.

6.2.1 Περιβάλλον

Η αύξηση της τουριστικής κίνησης, εξαρτάται κυρίως από τρεις παράγοντες:

α) Την καλή οικονομία των χωρών προέλευσης,

β) Την παγκόσμια ηρεμία, αλλά και την ηρεμία στις σχέσεις μεταξύ των κρατών και

γ) Το φυσικό, δομημένο και πολιτιστικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής.

Όταν υπάρχει υγιής οικονομία ο πελάτης-καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να προγραμματίσει τις διακοπές του άνετα και με ασφάλεια. Το πιο βασικό όμως είναι το περιβάλλον με την ευρεία έννοια της χώρας προορισμού. Η χώρα μας διαθέτει πολλές περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, εθνικούς δρυμούς, αισθητικά δάση, σπάνια βιοποικιλότητα, άριστες κλιματολογικές συνθήκες και μια ανεξάντλητη αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Κατά συνέπεια πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στα έργα υποδομής ώστε να αναδείξουμε το τουριστικό μας προϊόν.

Από τα παραπάνω, εύκολα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός βρίσκεται σε στενή εξάρτηση με το φυσικό περιβάλλον και μάλιστα, σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, σε ποσοστό 90%. Αυτό σημαίνει ότι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Ο τουρισμός καλείται να αναδείξει και να αξιοποιήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το φυσικό περιβάλλον, με σκοπό να παραχθούν οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Για να κερδίσουμε την αειφορία των ωφελειών που προέρχονται από τον τουρισμό, τότε θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε «αειφορικά» το φυσικό περιβάλλον, έτσι ώστε να προσφέρει αενάως τις ίδιες τουλάχιστον υπηρεσίες. Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει οι σχέσεις τουρισμού και φυσικού περιβάλλοντος να είναι αρμονικές έτσι ώστε να υπάρξει παράλληλα και η μεταξύ τους ισορροπία.

Με άλλα λόγια δεν μπορεί να γίνει μονομερής ανάπτυξη του τουρισμού, διότι θα γίνεται σε βάρος του φυσικού περιβάλλοντος αξιώνοντας περισσότερους φυσικούς πόρους ή υποβαθμίζοντάς τους.

Στη χώρα μας, είναι χαρακτηριστική η υπερσυγκέντρωση τουριστών και η σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση ορισμένων περιοχών, οι οποίες αναπτύχθηκαν επιλεκτικά και μονομερώς, σε αντίθεση με άλλες περιοχές εξίσου αξιόλογες που παρέμειναν αναξιοποίητες. Η υπερσυγκέντρωση τουριστών δε συνοδεύτηκε με αύξηση των επεμβάσεων στο φυσικό περιβάλλον, με αποτέλεσμα την εμφάνιση σοβαρών περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων και απωλειών. Κάποια από τα προβλήματα που δημιουργούνται στο περιβάλλον είναι:

α) η απώλεια σημαντικών εκτάσεων πρασίνου,

β) ο κατατεμαχισμός των τοπιακών ενοτήτων,

γ) η καταστροφή των βιοτόπων,

δ) η μείωση της βιοποικιλότητας και τέλος

στ) τη ρύπανση των υδάτων και γενικά την απαξίωση του φυσικού περιβάλλοντος, η οποία, σε τελική ανάλυση, υποβαθμίζει με τη σειρά της, αν δεν αναιρεί, τις φυσικές ιδιαιτερότητες της χώρας μας.

Την κρισιμότητα της κατάστασης μπορούμε να τη συνειδητοποιήσουμε αν λάβουμε υπόψη ότι σε επίπεδο χώρας υφίσταται ήδη ένα υψηλό ανταγωνιστικό δυναμικό μεταξύ τουρισμού και φυσικού περιβάλλοντος, πολύ περισσότερο δε στον παράκτιο χώρο, όπου ο τουρισμός παρουσιάζει πολλαπλάσια ένταση.

Οι περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις επιδρούν αρνητικά στον τουρισμό, αφού επηρεάζουν την ποσότητα και ποιότητα του τουριστικού προϊόντος το οποίο πρέπει πάντοτε να ανταποκρίνεται στα συνεχώς ανερχόμενα standards των τουριστών. Αποτέλεσμα της διάστασης μεταξύ «πραγματικού» και «επιθυμητού» ήταν η εμφάνιση στη δεκαετία του '90 σημείων «κόπωσης» των τουριστών, που συνοδεύτηκε με σταδιακή «εγκατάλειψη» παραδοσιακών τουριστικών κέντρων και αναζήτηση άλλων περιοχών με «περισσότερο» φυσικό περιβάλλον. Η τάση αυτή εξελίσσεται αυξητικά μέχρι τις μέρες μας.

Η συνειδητοποίηση της κατάστασης αυτής και η ανάγκη προσαρμογής στις απαιτήσεις της ζήτησης συνέβαλαν στην εμφάνιση νέων όρων στην τουριστική ορολογία: ήπιος, εναλλακτικός, πράσινος, αειφορικός τουρισμός, οικοτουρισμός, κ.λπ. Όροι, που χρησιμοποιούνται κατά κόρον τα τελευταία χρόνια για να υποδηλώσουν την εναλλακτική πρόταση τουρισμού, σε αντίθεση προς τον μαζικό τουρισμό. Κατά συνέπεια, είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός πλαισίου προσδιορισμού των νέων αυτών μορφών τουρισμού για να συνειδητοποιηθούν οι βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξής τους και, σε συνδυασμό με τις υπάρχουσες δυνατότητες, να καταδειχθούν οι διαγραφόμενες προοπτικές τους.

6.2.2 Τουριστικό Προϊόν

Είναι αδύνατο να οριοθετήσει με σαφήνεια, ο τομέας του τουρισμού και των ταξιδιών δεδομένου ότι οι τουριστικές δραστηριότητες επηρεάζουν και επηρεάζονται από μία μεγάλη ποικιλία παραγόντων. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι είτε κοινωνικοί, είτε οικονομικοί είτε να σχετίζονται άμεσα με το φυσικό περιβάλλον του

κάθε κράτους. Στις μέρες μας, είναι κοινά παραδεκτό ότι ο τουρισμός επηρεάζει κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής ενός τόπου και μπορεί να εξελιχθεί σε κύριο μοχλό ανάπτυξής του.

Ο τουρισμός, όμως σε αντίθεση με άλλους παραγωγικούς κλάδους, είναι μία λειτουργία που αποτελείται από τη ζήτηση των καταναλωτών για υπηρεσίες. Ο τουρισμός δεν είναι μία απλή συναλλαγή, αλλά μία ευρεία ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών για μεταφορές, κατάλυμα, τρόφιμα και ποτά, εισόδους σε μνημεία και αξιοθέατα και σουβενίρ.

Η τουριστική ανάπτυξη κάθε χώρας – τουριστικού προορισμού, συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μορφών τουρισμού δηλ. που διαφοροποιούνται από αυτό που κατά κύριο λόγο έχει αναπτύσσεται στη χώρα μας και αφορά στον μαζικό τουρισμό και που έχει συνδυαστεί με τον ήλιο και τη θάλασσα. Για να καταφέρουμε λοιπόν να αναδείξουμε ένα τουρισμού ποιοτικά ανώτερο από αυτόν που είδη υπάρχει πρέπει να διαχωρίσουμε και να οριοθετήσουμε το τουριστικό προϊόν. Βάση αυτού κρίνεται απαραίτητο να δοθεί προτεραιότητα στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι.

Οι κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι:

- **Κοινωνικός τουρισμός:** Στον οποίο κατατάσσονται άτομα τρίτης ηλικίας, νέοι, αλλά και άτομα με χαμηλό εισόδημα παρέχοντας δυνατότητα διανυκτέρευσης σε μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα με μικρό κόστος.
- **Αγροτουρισμός:** Στον οποίο υπάρχει, συνδυασμένη μορφή άσκησης τουριστικού και αγροτικού επαγγέλματος.
- **Τουρισμός στην ύπαιθρο:** Μια εξειδίκευση του αγροτουρισμού με περισσότερη παραμονή στην ύπαιθρο.
- **Τουρισμός τρίτης ηλικίας:** Απαιτεί υποδομή καλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή κρατικών υπηρεσιών.
- **Αθλητικός-ορειβατικός-περιηγητικός – πολιτιστικός τουρισμός:** Προσφέρει την δυνατότητα εξοικείωσης με την τοπική κουλτούρα της χώρας. Σύμφωνα με το περιοδικό Τουρισμός & Οικονομία, ο Ευρωπαίος τουρίστας αλλάζει συνήθειες καταναλωτικής συμπεριφοράς, ανάπαυσης, διασκέδασης, κλπ. και αναζητεί ουσιαστικότερη γνωριμία με τους τουριστικούς προορισμούς, με τη γνήσια και αυθεντική εικόνα των τόπων και των ανθρώπων τους. Το πλαίσιο αυτό καλύπτει το τουριστικό αυτό

προϊόν. Σχετικά με τον πολιτιστικό τουρισμό η υπάρχουσα υποδομή της χώρας περιλαμβάνει:

- 86 μουσεία σε όλη την Ελλάδα τα οποία δέχονται περίπου 2.500.000 επισκέπτες ετησίως,
- 64 επισκέψιμους αρχαιολογικούς χώρους οι οποίοι δέχονται περίπου 5.800.000 επισκέπτες ετησίως,
- Γύρω στους 600 χαρακτηρισμένους παραδοσιακούς οικισμούς,
- Γύρω στα 10.000 κηρυγμένα μνημεία.

Υπολογίζεται ότι από τις επισκέψεις σε μουσεία και σε αρχαιολογικούς χώρους προκύπτουν έσοδα που υπερβαίνουν τα 30 εκατ. Ευρώ.

- **Οικολογικός:** Δεν απαιτεί ιδιαίτερη υποδομή αρκεί να υπάρχουν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Απευθύνεται κατά κύριο λόγο στους φυσιολάτρες. Οι δραστηριότητες αλλά και τα καταλύματα που χρησιμοποιούνται έχουν σχεδιαστεί με σεβασμό στη φύση. Στη μορφή του τουρισμού αυτού περιλαμβάνονται οι Εθνικοί δρυμοί, οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα σπήλαια, φαράγγια, μονοπάτια, βιότοποι κ.α. Το Υπουργείο Ανάπτυξης είχε παλαιότερα ανακοινώσει τις πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει η Πολιτεία για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού στην Ελλάδα. Μεταξύ αυτών των πρωτοβουλιών είναι και η χάραξη εθνικής στρατηγικής για τον οικοτουρισμό, με προτεραιότητα στις τέσσερις πόλεις (Πάτρα, Ηράκλειο, Βόλος, Θεσσαλονίκη), η υλοποίηση έργων δράσεων οικοτουρισμού μέσα στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Σχεδίου, η δημιουργία εθνικού συντονιστή-διαχειριστή του αγροτουρισμού, μέσω της Αγροτουριστικής Α.Ε κ.α
- **Τουρισμός υγείας και ιαματικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή, μπορεί να αναπτυχθεί σε ήδη υπάρχουσες περιοχές με ιαματικά λουτρά. Έχει σκοπό την αξιοποίηση και την εκμετάλλευση των πηγών καθώς και την αναβάθμιση αυτών που υπάρχουν ήδη. Το προϊόν αυτό απευθύνεται στον επισκέπτη που επιθυμεί να συνδυάσει διακοπές με πρόγραμμα υγείας, ξεκούρασης, γυμναστικής, υγιεινής διατροφής και φυσικής διαβίωσης. Στην Ελλάδα οι δυνατότητες θεωρούνται απεριόριστες, υπάρχει σπάνια

ποιότητα φυσικοχημικής σύστασης των πηγών και οι πηγές βρίσκονται σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους.

- **Θαλάσσιος τουρισμός:** Απευθύνεται σε ειδικές κατηγορίες τουριστών που θέλουν να ταξιδέψουν στα Ελληνικά νησιά. Ελκύει τουρίστες υψηλών εισοδημάτων και σκοπό έχει την αξιοποίηση των θαλάσσιων πόρων της χώρας. Τα μέτρα που εφαρμόζονται για την προώθηση και ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η χρηματοδότηση των μαρίνων από τον αναπτυξιακό νόμο, η προώθηση των τουριστικών καταφυγίων ως δημόσιων επενδύσεων στο Γ΄ ΚΠΣ, ο εκσυγχρονισμός του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου για ενθάρρυνση των επενδύσεων, και η προβολή του θαλάσσιου τουρισμού. Όσον αφορά τις κρουαζιέρες, η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των δημοφιλέστερων προορισμών. Μεγάλο μέρος των ταξιδιών αναψυχής στην Ελλάδα γίνεται από κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία τα οποία πραγματοποιούν μονοήμερες, τριήμερες, τετραήμερες, επταήμερες και πολυήμερες κρουαζιέρες στα ελληνικά λιμάνια.
- **Επαγγελματικός τουρισμός:** Απαιτεί υποδομή υψηλού επιπέδου και παράλληλη υποδομή ψυχαγωγίας. Περιλαμβάνει μεμονωμένα επαγγελματικά ταξίδια, συνέδρια, ταξίδια κινήτρων και εμπορικές εκθέσεις. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού έχει μεγάλη προοπτική ανάπτυξης αλλά και ευεργετικές επιδράσεις στην ανάπτυξη του κλάδου αφού προσφέρει την δυνατότητα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου στα παραθεριστικά κέντρα και στα ξενοδοχεία πόλεων. Μια τέτοια επιμήκυνση θα έχει ως αποτέλεσμα την ηπιότερη εποχικότητα που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.
- **Εσωτερικός τουρισμός:** Απαιτεί αλλαγή πολιτικής τόσο των κρατικών φορέων όσο και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.
- **Χειμερινός τουρισμός:** Η μορφή αυτή έχει αναπτυχθεί συστηματικά στη χώρα μας κατά τα τελευταία χρόνια. Όσον αφορά στο χιονοδρομικό τουρισμό, το κέντρο Παρνασσού είναι το μεγαλύτερο και αρτιότερα οργανωμένο χιονοδρομικό κέντρο στην Ελλάδα. Η διείδυση του σπορ της χιονοδρομίας στην Ελλάδα είναι αρκετά χαμηλή. Εντούτοις, τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια γενικότερη τάση ανάπτυξης για

χειμερινό τουρισμό στην ορεινή Ελλάδα, που συνδυάζει τη χιονοδρομία με την ορειβασία, ειδικά σε άτομα νεαρής ηλικίας. Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι πιο απαιτητικός σε ποιότητα όσον αφορά τις υποδομές και τον προορισμό του ταξιδιού. Συνεπώς, για την επιτυχή προσέλκυση χειμερινού τουρισμού οι προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στην κατασκευή υποδομών υψηλής ποιότητας, καθώς και στην προσφορά υπηρεσιών υψηλού επιπέδου σε περιοχές που συνδυάζουν τη φυσική ομορφιά και την εύκολη πρόσβαση σε αρχαιολογικούς χώρους/μνημεία.

- **Χρονομεριστικός τουρισμός (time sharing):** Ο οποίος δίνει την δυνατότητα στον τουρίστα να είναι ο ιδιοκτήτης του καταλύματος στο οποίο μένει για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Παρά το γεγονός ότι παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα για τους αγοραστές όσο και για τους εμπλεκόμενους επιχειρηματίες, δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς. Τα οφέλη από την ανάπτυξη της χρονομεριστικής μίσθωσης στην Ελλάδα είναι πολλά και σχετίζονται όχι μόνο με την πληρότητα των καταλυμάτων, αλλά κυρίως με το ότι οι αγοραστές χρονομεριδίων είναι τουρίστες υψηλού εισοδηματικού και κοινωνικού επιπέδου.
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Ο οποίος έχει άμεση σχέση με τους θρησκευτικούς προορισμούς της Ελλάδας και απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε άτομα τρίτης ηλικίας. Σε συνεργασία πολιτείας και εκκλησίας μπορούν να:
 - Βελτιωθούν οι χώροι υποδοχής των επισκεπτών και να προσφερθούν όλες οι ανέσεις στους χώρους διαμονής, εστίασης κλπ. με τη βοήθεια της εκκλησίας.
 - Επισημανθούν όλοι οι θρησκευτικοί προορισμοί,
 - Αποτυπωθούν όλοι οι θρησκευτικοί τόποι και να διαφημιστούν με τη βοήθεια του ΕΟΤ στο εσωτερικό και εξωτερικό,
 - Διαμορφωθούν συγκεκριμένα προγράμματα για ορθόδοξους αλλοδαπούς αλλά και αλλοδαπούς άλλων θρησκειών,
- **Φυσιολατρικός τουρισμός:** Επισκέψεις σε διάφορες περιοχές φυσικού κάλλους, είτε αυτές τοποθετούνται κοντά σε θάλασσα, είτε κοντά σε βουνό (ορεινές περιοχές).

Η σημειούμενη φθίνουσα ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος επιβάλλει την έναρξη συντονισμένης προσπάθειας για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η προώθηση αυτών των τουριστικών προϊόντων καθώς και η δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, θα συμβάλουν ουσιαστικά στην αύξηση του τουρισμού στη χώρα μας και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Η αναβάθμιση του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να προσανατολιστεί σε τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες θα εξασφαλίζουν θεματικές διακοπές, αναψυχή, άθληση, βελτίωση της υγείας, εξερεύνηση της ενδοχώρας και περιπέτεια. Η ελληνική αγορά θα πρέπει να δημιουργήσει ένα προϊόν που να εξυπηρετεί ποικίλα ενδιαφέροντα και να απευθύνεται σε πιο εύρωστες οικονομικά τάξεις αλλοδαπών τουριστών. Τα έργα υποδομής που θα υποστηρίξουν την αναβάθμιση αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνουν μαρίνες, κέντρα τουρισμού υγείας, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ καθώς και μεγάλες σύγχρονες και πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες για να εξυπηρετήσουν τουρίστες υψηλότερου εισοδήματος.

6.2.3 Συγκοινωνίες

Την τελευταία εικοσαετία έχουν γίνει πολλές προσπάθειες στον τομέα των υποδομών μεταφορών. Τα υπάρχοντα οδικά δίκτυα χαρακτηρίζουν την μεγάλη ανάπτυξη της βόρειας παραλίας σε βάρος της νότιας και της ενδοχώρας του νησιού, όπου χαρακτηριστική είναι η έλλειψη κάθετων οδικών αξόνων και του νότιου άξονα που θα έπρεπε να αποτελέσουν τον κύριο στόχο ενός νέου σχεδιασμού. Παράλληλα τα αεροδρόμια και τα λιμάνια της Κρήτης πρέπει να είναι σε θέση να επιτρέψουν την ομαλή διακίνηση των εκατομμυρίων τουριστών, αλλά και των αγροτικών προϊόντων του νησιού. Εκεί κυρίως εντοπίζεται και η ανάγκη ολοκλήρωσης των βασικών έργων υποδομής. Παρακάτω θα δούμε αναλυτικά αυτά τα έργα:

1. Ο Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης (Β.Ο.Α.Κ.): Για τη διασύνδεση των πόλεων της βόρειας ζώνης της Κρήτης από Κίσσαμο μέχρι Σητεία, των λιμένων και των αεροδρομίων της, άρχισε η κατασκευή του Β.Ο.Α.Κ., ο οποίος αποτέλεσε αργότερα τμήμα του πρωτεύοντος οδικού δικτύου. Μέσα στα πλαίσια του Περιφερειακού Σχεδιασμού Ανάπτυξης της Κρήτης, αποφασίσθηκε η λειτουργική αναβάθμισή του σε αυτοκινητόδρομο. Επιβάλλεται η ολοκλήρωση του Β.Ο.Α.Κ. στα τμήματα που δεν έχει κατασκευασθεί, η σύνδεσή του με τις πόλεις, τα αεροδρόμια

και λιμάνια, όπου δεν έχει γίνει. Επίσης επιβάλλεται η ταχεία προώθηση εκπόνησης των μελετών αναβάθμισης του Β.Ο.Α.Κ. σε αυτοκινητόδρομο, η σύνδεσή του με χρηματοδότησης και κατασκευής των σχετικών έργων.

2. Τα Έργα Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης Λυμάτων: Η Κρήτη είναι μία προνομιούχος, από πλευράς κάλλους, περιοχή της ανατολικής Μεσογείου. Είναι λοιπόν πολύ σημαντική η προστασία του φυσικού περιβάλλοντός της (θαλάσσιου, επιφανειακού, υπόγειων νερών κλπ.) και κατ' επέκταση η προστασία της υγείας των κατοίκων και των εκατοντάδων χιλιάδων τουριστών οι οποίοι την επισκέπτονται και διαμένουν σε αυτήν. Γι' αυτό το λόγο, τα Έργα Συλλογής, Μεταφοράς, Επεξεργασίας και Διάθεσης των Λυμάτων στην Κρήτη πρέπει να αντιμετωπισθούν ως ένα μεγάλο και καίριο θέμα και παράλληλα να καταστρωθεί ένα ενιαίο σχέδιο εξασφάλισης οικονομικών πόρων για την ολοκλήρωσή τους.

3. Το Ενεργειακό Πρόβλημα της Κρήτης: Στην Κρήτη υφίσταται από ετών έλλειμμα μεταξύ προσφοράς ηλεκτρικής ενέργειας και ζήτησης, με αποτέλεσμα οι συχνές διακοπές οι οποίες δημιουργούνται κατά τις περιόδους αιχμής οι οποίες συμπίπτουν με τις περιόδους μεγάλης τουριστικής κινητικότητας ενώ επηρεάζεται σημαντικά και η ανάπτυξη του τόπου, αλλά και η εικόνα που παρουσιάζει η Κρήτη. Το ενεργειακό πρόβλημα να αντιμετωπισθεί με ένα ενιαίο ορθολογικό σχεδιασμό, ο οποίος να προβλέπει άμεσες λύσεις.

Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω, για να αναβαθμιστεί ο τουρισμός στην Κρήτη, πρέπει πριν απ' όλα να δοθεί μεγάλη σημασία στην ολοκλήρωση των βασικών έργων υποδομής. Τα έργα αυτά εκτός του ότι θα καλυτερεύσουν την καθημερινότητα των κατοίκων, θα δημιουργήσουν με τη σειρά τους τις προϋποθέσεις για την αναβάθμιση του τουρισμού.

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο στο οποίο πρέπει να δοθεί προσοχή είναι το περιβάλλον. Η Κρήτη φημίζεται για τις περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, τα αισθητικά δάση, την σπάνια βιοποικιλότητα, τις άριστες κλιματολογικές συνθήκες και μια ανεξάντλητη αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Κατά συνέπεια πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη βαρύτητα στα έργα υποδομής ώστε να αναδείξουμε το τουριστικό μας προϊόν. Οι άξονες δράσεις για τον τουρισμό και την παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος είναι οι εξής:

- Διαφοροποίηση των τουριστικών δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της καλύτερης διαχείρισης του μαζικού τουρισμού και την ενθάρρυνση εναλλακτικών τύπων τουρισμού.

- Βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, έμφαση στην πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση των επισκεπτών, καθώς και στην καλύτερη διαχείριση της ροής των επισκεπτών.
- Αλλαγή της συμπεριφοράς των τουριστών. Στο πλαίσιο αυτό ενθαρρύνονται ειδικές δράσεις, όπως τηλεοπτικές καμπανιές, σύνταξη κώδικα συμπεριφοράς και ενθάρρυνση των επισκεπτών για κατάλληλη επιλογή μέσων μεταφοράς.

Η βιώσιμη ανάπτυξη του Τουρισμού προϋποθέτει διάφορους τομείς:

α) Σχεδιασμός (Πολοδομία – Χωροταξία): Ο σχεδιασμός των τουριστικών περιοχών πρέπει να γίνεται με βάση την Φέρουσα Ικανότητα κάθε περιοχής. Θα πρέπει να γίνεται οριοθέτηση περιοχών με τουριστική ανάπτυξη, να χρησιμοποιούνται τεχνικές για τη διαχείριση της ροής των επισκεπτών, να γίνει ουσιαστική εφαρμογή Μελετών Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για κάθε έργο τουριστικής ανάπτυξης, να παρέχεται βοήθεια στις υποβαθμισμένες περιοχές προκειμένου να επανενταχθούν στην τουριστική αγορά, να γίνεται συστηματική και λεπτομερειακή καταγραφή περιοχών και να προτείνονται συνδυασμοί που θα αξιοποιούν την ποικιλία των μνημείων και της γεωγραφικής και της γεωγραφίας, θα πρέπει να υιοθετηθούν μέτρα για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, να υπάρξει ενθάρρυνση ήπιων παρεμβάσεων και γενικότερα ενθάρρυνση ήπιων μορφών τουρισμού (π.χ. αγροτουρισμός) που σέβονται τις ιδιαιτερότητες του τόπου υποδοχής κ.α.

β) Θεσμική οργάνωση: Θα πρέπει να υιοθετηθούν μέτρα για την προστασία παραδοσιακών οικισμών, περιοχών με ιδιαίτερα οικολογικό ενδιαφέρον που αποτελούν ταυτόχρονα και τουριστικούς προορισμούς. Ταυτόχρονα θα πρέπει να ενισχυθεί η διαδικασία παρακολούθησης και εφαρμογής των διαφόρων κανονισμών που προβλέπονται γι' αυτές τις περιοχές.

γ) Οικονομική ανάπτυξη: Θα πρέπει να υιοθετηθούν κίνητρα για την ενθάρρυνση ορισμένων τύπου τουρισμού που σέβεται τις τοπικές ιδιαιτερότητες.

δ) Έρευνα: Παράλληλα με τα παραπάνω απαιτείται να συνεχισθεί η μελέτη των επιπτώσεων από το φαινόμενο του τουρισμού αλλά και των δυνατοτήτων αποκατάστασης για περιοχές που αντιμετωπίζουν ήδη προβλήματα υποβάθμισης. Η χώρα μας παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει έχει πολλαπλές δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Για να ανταποκριθούμε στις νέες αυτές

προκλήσεις δεν πρέπει απλά και μόνο να επιλύσουμε τα όποια προβλήματα υποδομών και εξυπηρετήσεων. Επιβάλλεται να αναζητήσουμε και στη συνέχεια να υιοθετήσουμε μια καινούργια άποψη που θα θέτει τα προβλήματα του περιβάλλοντος στο κέντρο του ενδιαφέροντος.

Μετά από όλα αυτά μερικά χρήσιμα συμπεράσματα για το μέλλον του τουρισμού μπορούν να εξαχθούν είτε θετικά είναι αυτά είτε αρνητικά¹⁹.

¹⁹ Πηγή : Περιφέρεια Κρήτης, Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη Και Περιβάλλον (Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας εκδόσεις Αθήνα, Κριτική, 2001). 18/01/07

Συμπεράσματα

Όσο και να προσπαθήσει κανείς να εκτιμήσει το τουριστικό προϊόν, τόσο σε τοπικό επίπεδο (Κρήτη), όσο και σε εθνικό, δύσκολα θα μπορέσει να καταλήξει σε ασφαλή συμπεράσματα. Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις κυριότερες πηγές εσόδων για την κρητική οικονομία και όχι μόνο για αυτή. Θα περίμενε, λοιπόν, κανείς να τον χαρακτηρίζει σταθερότητα όσον αφορά την ζήτηση και συνέπεια και υπευθυνότητα από την μεριά των εμπλεκόμενων σε αυτόν φορέων.

Απεναντίας όμως, ο τουρισμός της Κρήτης είναι κάθε χρόνο άμεσα εξαρτημένος από πολλούς εξωτερικούς και αστάθμητους παράγοντες. Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν δεν έχει φτάσει ακόμα σε εκείνο το επίπεδο στο οποίο δε θα έχει ανάγκη τα κολακευτικά σχόλια των διαφόρων tour operators ή την πολιτική των χαμηλών τιμών και προσφορών προκειμένου να παρουσιάζει ικανοποιητικά ποσοστά.

Μέχρι σήμερα, όλοι όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό είχαν συνηθίσει στην ιδέα ενός μαζικού και χαμηλής ποιότητας τουρισμού, ο οποίος κάνει την εμφάνιση του τους καλοκαιρινούς κυρίως μήνες. Ακόμα και οι ανώτεροι εισοδηματικά επισκέπτες δεν αποτελούν την καλύτερη «πάστα» επισκεπτών, αφού επιλέγουν άλλους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς. Έτσι, προκειμένου να προσελκυστούν και αυτές οι κατηγορίες, οι ξενοδόχοι αρκούνται στην παροχή μέτριων υπηρεσιών σε πολύ δελεαστικές τιμές, μειώνοντας όμως σημαντικά και τα κέρδη τους, αλλά και υποβαθμίζοντας αρκετά ένα υποτιθέμενο ανώτερο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν.

Δεν έχει ακόμα ξεκαθαρίσει στη συνείδηση των τουριστικών επιχειρηματιών αν θέλουν μαζικό τουρισμό χαμηλής ποιότητας ή τουρισμό ανώτερου επιπέδου, ο οποίος προϋποθέτει όμως και αναβάθμιση του προσφερομένου τουριστικού προϊόντος. Με δεδομένη, βέβαια, και την κρίση που υπάρχει στις διεθνείς αγορές και η οποία δεν αφήνει ανεπηρέαστο και το τουριστικό προϊόν, θα πρέπει γίνουν πολλές παραχωρήσεις και εκ νέου σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής, προκειμένου να επιτευχθεί αυτό.

Η συμμετοχή και η προβολή του τουριστικού προϊόντος σε σημαντικές εκθέσεις του εξωτερικού είναι μια πρόταση. Ακόμα περισσότερο η αναζήτηση νέων αγορών που δεν έχουν εμφανίσει σημάδια κορεσμού όπως οι αγορές την ανατολικών

χωρών θα ενίσχυαν σημαντικά τη ζήτηση του. Όμως, όλες οι ενέργειες που θα γίνονται θα πρέπει να κινούνται σε ορισμένους άξονες και κάτω από ένα κοινό πλαίσιο. Δεν θα πρέπει για παράδειγμα οι επιχειρηματίες του τουρισμού, είτε αυτοί είναι ξενοδόχοι, είτε είναι εστιατόρες ή οτιδήποτε άλλο, να αναλώνονται σε αυτό το ανελέητο κυνήγι τιμών που μόνο ζημιά τους προσφέρει και υποβάθμιση στο τουριστικό προϊόν.

Οι αρμόδιες υπηρεσίες που έχουν συσταθεί για τον έλεγχο του τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να παρεμβαίνουν όποτε και όταν κρίνεται σκόπιμο, και έχοντας περισσότερο το χαρακτήρα συμβούλου για τις επιχειρήσεις. Θα πρέπει να τεθούν κάποια κριτήρια που θα αφορούν την ποιότητα, και των οποίων η εφαρμογή θα πρέπει να αποτελεί πρώτη προτεραιότητα για αυτές τις υπηρεσίες. Η ελαστική συμπεριφορά και η αδυναμία ελέγχου των επιχειρήσεων από πλευράς τους κράτους είναι ένας από τους λόγους που το τουριστικό προϊόν στην Κρήτη αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα είναι υποβαθμισμένο.

Τέλος, θα πρέπει να γίνει συνείδηση σε όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό, ότι ο τουρισμός με την παραδοσιακή του μορφή δεν είναι η μόνη πηγή εσόδων για αυτούς. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν ήδη αρχίσει να εμφανίζονται, και μάλιστα σε τόπους όπως η Κρήτη που ενδείκνυται για τέτοιες μορφές, η πιθανότητα να προσελκυστούν και τέτοιοι επισκέπτες είναι πολύ μεγάλη. Συμπερασματικά, η περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας οφείλεται στην απουσία ουσιαστικής τουριστικής πολιτικής.

Βιβλιογραφία – Πηγές

1. Adrian Bull, The Economics of Travel and Tourism, New York: Wiley, 1991
2. Chrie, Model Position Descriptions for the Hospitality & Tourism Industry, Washington, D.C, 1994
3. Gilbert Sigaux, "The History of Tourism," Dictionnaire Universel du XIXE Siecle, Geneva, Switzerland: Edito service Ltd., 1876
4. John Latham, "Statistical Measurement of Tourism." Inc.C.P.Cooper, Editor, Progress in Tourism Recreation & Hospitality Management, New York: Belhaven Press, 1989
5. Somerset P. Waters, Travel Industry World Yearbook, New York 1993
6. The WTTC Report-1992 complete edition: Travel & Tourism, London, United Kingdom, 1992

1. Αγγελόπουλος Π. (2005) Τράπεζες και χρηματοπιστωτικό σύστημα: Αγορές, Προϊόντα, Κίνδυνοι, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
2. Ανδριώτης, Κ. (2005) Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός. Αθήνα
3. Βαρβαρέσος Σ., Τουρισμός (Έννοιες, μεγέθη, δομές), Η Ελληνική Πραγματικότητα, Αθήνα, Προπομπός, 2000.
4. Ηγουμενάκης Νίκος Γ., (1996) "Τουριστική Πολιτική" εκδόσεις Interbooks Αθήνα
5. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος, Οι Ελληνικές Τουριστικές Εισπράξεις, Αθήνα, Ι.Τ.Ε.Π., 2005.
6. Χρήστου, (1999) "Έρευνα Τουριστικής Αγοράς" εκδόσεις Interbooks Αθήνα
7. 3ο Συνέδριο Tourism & Property in Crete, (2010) «Προοπτικές του Κρητικού Τουρισμού το 2010»

1. <http://www.traveldailynews.gr>
2. <http://www.itep.gr>
3. <http://sete.gr>
4. www.alternativegreece.gr
5. www.ecocrete.gr
6. www.crete.gr
7. www.gnto.gr
8. www.world-tourism.gr
9. www.statistics.gr

Παράρτημα

Πίνακας 1: Τα Ελκυστικότερα Στοιχεία του Προϊόντος

Χώρες	Φυσικές ιδιομορφίες	Τοπία	Χαμηλές τιμές	Μουσεία – Μνημεία	Αλλαγή	Ξενοδοχειακή άνεση	Διασκέδαση	Σπορ
Ελλάδα	39%	16%	36%	25%	16%	14%	25%	7%
Ισπανία	52%	17%	12%	28%	5%	14%	19%	9%
Γαλλία	68%	34%	35%	31%	46%	20%	20%	22%
Ιταλία	63%	37%	38%	27%	30%	24%	22%	14%
Πορτογαλία	36%	17%	35%	22%	11%	11%	22%	13%

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2002 και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 2: Υποδομές σε Επιλεγμένες Χώρες

	Ελλάδα	Γαλλία	Ιταλία	Ισπανία	Πορτογαλία	Τουρκία
Γενική Υποδομή	2,86%	5,79%	2,96%	4,02%	3,40%	3,50%
Δρόμος	3,02%	6,00%	3,71%	4,36%	3,92%	3,81%
Σιδηρόδρομος	1,91%	6,03%	2,44%	4,07%	2,74%	2,06%
Αεροπορική Μεταφορά	3,35%	5,94%	3,87%	4,73%	4,47%	5,06%
Λιμάνια	3,95%	5,21%	3,67%	4,73%	3,41%	3,66%
Τηλεφωνία	5,36%	6,50%	5,38%	6,04%	5,93%	6,41%
Ασύρματη Επικοινωνία	5,52%	6,21%	5,57%	5,82%	5,85%	6,16%
Διεθνής Τηλ. Υπηρεσία	5,18%	6,32%	5,17%	4,48%	4,95%	5,75%

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2002 και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 3: Οικονομικά Μεγέθη του Τουρισμού σε Επιλεγμένες Χώρες

	Α.Ε.Π.	Απασχόληση	Επένδυση
Ελλάδα	18,3%	16,3%	22,3%
Γαλλία	14,8%	14,7%	16,6%
Ιταλία	16,1%	18,4%	18,2%
Πορτογαλία	19,4%	19,5%	20,1%
Ισπανία	22,7%	24,3%	27,5%
Ευρωπαϊκή Ένωση	12,3%	14,5%	15,8%

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2002 και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 4: Έσοδα από τον Τουρισμό σε Επιλεγμένες Χώρες

	Έσοδα από τον Τουρισμό	
	στις εξαγωγές προϊόντων	στα έξοδα από εξαγωγή υπηρεσιών
Ελλάδα	96,5%	55,5%
Γαλλία	9,7%	34,5%
Ιταλία	12,5%	41,0%
Ισπανία	25,5%	60,7%
Πορτογαλία	18,3%	56,3%
Κύπρος	148,5%	52,9%
Τουρκία	30,8%	41,8%

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2002 και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 5: Η Τουριστική Εικόνα της Ελλάδας

Παράγοντες	%
Καλό κλίμα	51
Φιλοξενία	38
Κουλτούρα	33
Φιλικοί άνθρωποι	32
Καλό φαγητό / κρασί	27
Εύκολη προσέλευση	24
Ασφαλή ταξίδια	21
Αναψυχή – σπορ	13
Υγιές περιβάλλον	11

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2002 και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 6: Τουριστικές Εισπράξεις 2000 – 2009

ΕΤΟΣ	ΕΚΑΤ. ΣΕ €	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2000	10.061,20	---
2001	10.579,90	5,16%
2002	10.284,70	-2,79%
2003	9.495,30	-7,68%
2004	10.347,00	8,98%
2005	10.729,50	3,69%
2006	11.356,70	5,85%
2007	11.319,20	-0,33%
2008	11.635,90	2,80%
2009	10.369,10	-10,89%

Πηγή: www.sete.gr και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 7: Δαπάνες Τουριστικής Προβολής 2004 – 2005

ΕΙΔΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ	2004	2005
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ	4.913.262,00	8.246.683,00
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	714.686,00	1.363.178,00
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΤΑΚΤΙΚΟ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	8.828.000,00	
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΕΚΤΑΚΤΟ ΑΠΕΥΘΕΙΑΣ	6.128.294,00	24.962.867,00
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΜΕΝΟΥΜΕ ΕΛΛΑΔΑ		2.865.287,00
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	4.417.500,00	6.561.000,00
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΠ.	133.038,00	2.640.349,00
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΕΚΔΟΣΕΙΣ, ΑΝΑΤΥΠΩΣΕΙΣ	1.329.700,00	1.500.000,00
ΣΥΝΟΛΑ	26.464.480,00	48.139.364,00

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 8: Δαπάνες από Συμμετοχή σε Τουριστικές Εκθέσεις 2004 – 2005

ΧΩΡΑ	2005	2004
	ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ	
ΙΤΑΛΙΑ	348.023,00	153.232,00
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	200.000,00	78.890,00
ΓΑΛΛΙΑ	183.623,00	110.010,00
ΑΥΣΤΡΙΑ	162.422,00	57.210,00
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	17.234,00	14.635,00
ΗΠΑ	763.165,00	310.000,00
ΒΕΛΓΙΟ	75.650,00	60.900,00
Β.ΕΥΡΩΠΗ	322.589,00	190.915,00
ΡΩΣΙΑ	1.044.555,00	619.660,00
ΚΙΝΑ	757.000,00	45.451,00
ΜΕΓ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ&ΙΡΛ.	1.568.500,00	802.000,00
ΙΑΠΩΝΙΑ	107.000,00	100.000,00
ΙΣΡΑΗΛ	37.830,00	22.000,00
ΚΥΠΡΟΣ	32.270,00	17.441,00
ΙΣΠΑΝΙΑ	436.000,00	363.578,00
ΕΛΛΑΔΑ	1.404.222,00	1.090.887,00
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	57.200,00	35.000,00
ΛΙΒΑΝΟΣ,ΝΤΟΥΜΠΑΙ	155.200,00	25.000,00
ΕΛΒΕΤΙΑ	67.000,00	63.204,00
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	425.000,00	645.450,00
ΣΥΝΟΛΑ	8.164.483,00	4.806.462,00

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 9: Δαπάνες Διαφήμισης ανά Χώρα κατά τα έτη 2004 – 2005

ΧΩΡΑ	2005: ΠΡΑΓΜ/ΜΕΝΗ ΔΑΠΑΝΗ	2004: ΠΡΟΓΡ/ΣΜΕΝΗ ΔΑΠΑΝΗ	2004: ΕΚΤΑΚΤΗ ΔΑΠΑΝΗ	2004: ΣΥΝΟΛΑ
ΜΕΓ.ΒΡΕΤΑΝΙΑ	3.257.075,00	1.440.000,00	1.041.480,00	2.481.480,00
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	859.381,00	630.000,00	84.926,00	714.926,00
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2.832.542,00	1.710.000,00	661.576,00	2.371.575,00
ΑΥΣΤΡΙΑ	560.795,00	630.000,00	237.428,00	867.428,00
ΙΣΠΑΝΙΑ	846.810,00	450.000,00	20.781,00	470.781,00
ΣΟΥΗΔΙΑ	397.674,00	810.000,00	32.730,00	842.730,00
ΓΑΛΛΙΑ	2.457.108,00	720.000,00	385.486,00	1.105.486,00
ΒΕΛΓΙΟ	700.771,00	450.000,00	71.565,00	521.685,00

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 10: Επιβατική Κίνηση επί % στο Δρομολόγιο Πειραιάς – Ηράκλειο – Πειραιάς

ΜΗΝΕΣ													
ΕΤΗ	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
1994	5,88	5,14	6,48	10,91	8,53	8,22	14,52	13,70	8,27	7,60	5,12	5,65	406,368
1995	4,77	4,21	5,15	9,40	6,83	6,49	14,89	17,70	10,07	8,26	5,36	6,80	431,960
1996	4,22	4,29	4,75	10,03	6,09	8,45	17,71	18,01	9,61	6,89	4,88	5,07	504,522
1997	3,56	4,10	5,26	8,78	7,05	7,99	15,98	19,74	9,76	6,68	5,46	5,65	490,392
1998	4,61	4,22	3,89	10,20	6,37	8,04	15,09	19,12	10,50	7,38	5,76	4,81	494,800
1999	5,15	4,33	6,32	9,35	6,89	8,13	16,01	17,60	10,01	6,55	4,49	5,16	474,057
2000	4,97	4,02	5,70	11,39	8,07	9,53	18,65	9,93	8,47	6,74	6,04	6,50	421,386

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 11: Προέλευση Επιβατών επί % με Κροναζιερόπλοια Εσωτερικού

ΜΗΝΕΣ													
ΕΤΗ	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
1994	0,0	0,0	0,0	3,80	9,33	24,99	13,89	19,29	12,06	15,12	1,49	0,0	143.115
1995	0,0	0,0	0,90	6,62	14,22	7,61	17,33	20,27	23,61	8,81	0,59	0,0	168.525
1996	0,0	0,52	0,0	9,85	13,37	12,25	14,44	21,36	18	10,17	0,0	0,0	90.574
1997	0,0	0,0	0,0	2,48	8,79	18,87	18,34	21,67	18,42	11,41	0,0	0,0	102.540
1998	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
1999	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0
2000	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 12: Προέλευση Επιβατών επί % με Κρουαζιερόπλοια Εξωτερικού

ΜΗΝΕΣ													
ΕΤΗ	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
1994	0,0	0,44	1,65	11,17	18,57	13,63	8,65	13,97	18,17	9,94	1,64	1,61	96.674
1995	0,0	0,0	1,11	6,23	5,90	9,63	12,75	14,25	28,42	15,53	4,45	1,73	86.155
1996	0,25	0,0	1,40	6,39	11,53	11,47	16,99	17,74	13,50	14,83	5,05	0,85	177.796
1997	0,63	0,94	2,45	7,84	13,57	9,80	14,54	14,05	15,07	14,38	5,53	1,19	154.260
1998	1,67	0,64	2,20	9,36	11,82	10,81	7,99	8,27	16,71	17,99	6,07	6,47	188.000
1999	1,55	1,60	3,27	10,50	12,85	9,59	8,98	7,75	14,19	15,94	9,87	3,93	131.174
2000	2,46	3,83	4,24	7,26	11,37	8,80	9,62	12,90	14,66	14,14	7,43	2,30	181.420

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 13: Προέλευση Επιβατών επί % με Θαλαμηγούς Ελληνικής Σημαίας

ΜΗΝΕΣ													
ΕΤΗ	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
1994	1,70	0,00	3,82	0,85	7,65	5,10	0,85	42,9	24,25	9,36	3,40	0,00	235
1995	0,00	0,45	0,00	18,63	43,60	15,90	3,18	0,00	2,27	8,63	7,27	0,00	220
1996	0,00	0,00	1,73	5,62	1,73	22,51	7,35	9,52	40,25	6,49	4,76	0,00	231
1997	0,00	0,00	0,00	2,43	37,50	10,67	8,84	7,62	14,93	17,37	0,60	0,00	328
1998	0,00	0,00	0,00	3,82	23,49	31,69	7,62	7,10	10,92	9,28	0,00	0,00	183
1999	0,00	0,00	13,28	22,65	3,12	8,59	21,87	17,18	6,25	7,03	0,00	0,00	128
2000	0,00	0,00	0,00	0,00	24,00	28,00	24,00	16,00	8,00	0,00	0,00	0,00	25

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 14: Προέλευση Επιβατών επί % με Θαλαμηγούς Ξένης Σημαίας

ΕΤΗ	ΜΗΝΕΣ												
	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
1994	1,38	0,0	4,0	4,00	7,08	11,09	17,10	27,11	17,11	6,47	3,38	0,01	649
1995	0,0	0,89	15,57	12,75	12,75	14,83	9,49	11,27	7,56	12,75	0,89	1,18	674
1996	0,0	0,98	0,58	10,0	13,13	6,27	15,09	8,03	25,68	15,49	2,74	1,96	510
1997	0,0	0,0	3,50	8,82	24,12	14,43	12,37	9,27	15,46	8,86	2,47	0,20	485
1998	2,93	0,0	2,47	2,78	6,18	23,80	17,31	14,68	11,12	15,45	3,24	0,0	647
1999	0,0	2,54	3,27	5,81	21,45	14,90	12,36	15,63	18,54	5,45	0,0	0,0	275
2000	0,0	0,0	4,54	9,09	23,63	24,54	10,90	19,09	8,18	0,0	0,0	0,0	220

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 15: Αφίξεις Charter Ηράκλειο – Χανιά

ΑΦΙΞΕΙΣ			
ΕΤΗ	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΧΑΝΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
1990	1.164.886	172.866	1.337.752
1991	1.131.140	177.078	1.308.218
1992	1.454.138	251.399	1.705.537
1993	1.468.635	243.337	1.711.972
1994	1.737.321	310.348	2.047.669
1995	1.553.366	335.479	1.888.845
1996	1.461.863	299.340	1.761.203
1997	1.638.478	332.206	1.970.684
1998	1.752.409	362.068	2.114.477
1999	2.033.301	416.684	2.449.985
2000	2.044.666	449.965	2.494.631

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Πίνακας 16: Αφίξεις Charter ανά Εθνικότητα 1990 – 2000 (%) – Ηράκλειο

ΕΤΗ												
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Μ.Ο.
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	32,1	32,7	33,2	37,3	39,3	36,1	34,4	34,7	33,4	35,7	33,4	34,7
ΑΓΓΛΙΑ	23,4	23,8	24,5	23,2	20,1	19	14,5	13,4	15,9	15,9	18,3	19,3
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	12,1	10,5	8	7,4	7,5	9,6	13,2	11,7	9,6	9	8,5	9,7
ΒΕΛ/ΛΟΥΞ.	3,8	3,2	3,9	5,2	4,5	3,8	3,9	4,3	5	4,7	3,9	4,2
ΑΥΣΤΡΙΑ	4,2	4,6	5,5	3,5	3,1	3,8	4,5	5,4	5,6	5,4	5	4,6
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	12	11,5	10,2	9,9	11,1	9,9	8,2	8,1	8,5	9	8,8	9,7
ΕΛΒΕΤΙΑ	3,1	3,1	4,2	3,6	3,7	4,4	5	5	4,2	3,2	3,1	3,9
ΓΑΛΛΙΑ	5,9	6,5	5,6	4,2	4,3	5,8	6,9	6,3	6,1	6	6,3	5,8
ΙΤΑΛΙΑ	1,9	2,5	3,1	3,2	2,9	2,8	3	3,1	3,8	3,6	4,2	3,1
ΑΝΑΤ.ΕΥΡ.**	0,7	0,3	0,8	0,9	2	2,8	4,5	6,1	6	5,3	5,6	3,2
ΛΟΙΠΕΣ Χ.***	0,6	1	0,9	1,2	1,2	1,6	1,8	1,7	1,8	2,1	2,8	1,5
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	1,164,886	1,131,140	1,454,138	1,468,635	1,737,321	1,553,366	1,461,863	1,638,478	1,752,409	2,033,301	2,044,666	

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Σημειώσεις:

* Στις σκανδιναβικές χώρες περιλαμβάνονται οι: Σουηδία (48,55%), Δανία (22,30%), Φινλανδία (7,86%), Νορβηγία (21,29%)

** Στις ανατολικές χώρες περιλαμβάνονται κυρίως: Σλοβακία (44%), Ουγγαρία (27%), Τσεχία (25%), Πολωνία (3%), Ρωσία (1%)

*** Λοιπές χώρες θεωρούνται όλες οι υπόλοιπες που δεν αναφέρονται στον πίνακα ή βρίσκονται εκτός ευρωπαϊκού εδάφους.

Πίνακας 17: Αφίξεις Charter ανά Εθνικότητα 1990 – 2000 (%) – Χανιά

ΕΤΗ												
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	M.O.
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	22,5	20,6	19,7	21,4	19,2	16,5	14,3	12	11,1	13	9,1	16,3
ΑΓΓΛΙΑ	16,3	22	18,9	12,6	14	11,6	9,3	10,2	9	10	12,1	13,2
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	50,5	48,4	52,3	53,5	51,5	55,2	54,9	58,8	61	62	61,1	55,4
ΒΕΛ/ΛΟΥΞ.	2,2	1,5	2,7	2,9	3,3	2,7	3,8	3,6	4	3,5	3,8	3,1
ΑΥΣΤΡΙΑ	4,3	5,8	3,4	5,9	4,9	4,3	4,9	3	2,4	0,01	1,7	3,6
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	2,3	1,5	2,3	3,4	3,6	4	4,2	3,4	3	3	3,1	3,1
ΕΛΒΕΤΙΑ	0	0	0,05	0,3	0,3	0,06	0	0,01	0	0,4	1,1	0,2
ΓΑΛΛΙΑ	0	0,2	0,05	0	0	2,3	1,9	0,2	0	0	0,5	0,5
ΙΤΑΛΙΑ	0	0	0	0	0	0	0,06	0,06	0,2	0,1	0,02	0,04
ΑΝΑΤ.ΕΥΡ.**	1,9	0	0	0	3,1	2,8	6,1	8	9	5,1	5,7	3,6
ΛΟΙΠΕΣ Χ.***	0	0	0	0	0	0,5	0,2	0,5	0	0,1	1,3	0,2
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	172866	177078	251399	243337	310348	335479	299340	332206	362068	416684	449965	

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

Σημειώσεις:

* Στις σκανδιναβικές χώρες περιλαμβάνονται οι: Σουηδία (43,42%), Δανία (32,30%), Φινλανδία (15,82%), Νορβηγία (8,46%)

** Στις ανατολικές χώρες περιλαμβάνονται κυρίως : Σλοβακία (36 %), Ουγγαρία (30%), Τσεχία (22%), Πολωνία (5%), Ρωσία (7%)

*** Λοιπές χώρες θεωρούνται όλες οι υπόλοιπες που δεν αναφέρονται στον πίνακα ή βρίσκονται εκτός ευρωπαϊκού εδάφους.

Πίνακας 18: Χωροταξική Δυναμικότητα ανά κατηγορία για τους 4 Νομούς της Κρήτης

ΕΤΗ	ΝΟΜΟΙ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ														ΣΥΝΟΛΑ	
		LUX		Α´		Β´		Γ´		Δ´		Ε´		ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ			
		Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ
1996	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	7	4.418	47	18.053	64	9.682	150	9.909	22	930	21	822	1.110	22.320	1.421	66.134
	ΧΑΝΙΩΝ	0	0	9	2.138	34	3.551	86	4.622	7	173	15	435	1.036	17.812	1.187	28.731
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	1	318	13	4.150	37	4.996	65	3.874	12	337	7	123	756	11.177	891	24.975
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	5	1.417	15	3.819	28	3.263	86	4.705	15	300	15	250	689	11.090	853	24.844
1997	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	6	4.148	49	18.569	62	9.317	146	9.749	24	997	19	752	1.204	31.967	1.510	75.499
	ΧΑΝΙΩΝ	0	0	9	2.126	33	3.363	84	4.534	6	146	15	435	1.058	18.006	1.205	28.610
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	1	318	16	6.349	36	4.887	66	4.001	12	337	7	123	768	11.373	906	27.388
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	8	2.479	16	4.601	29	3.548	78	4.450	15	284	14	241	697	11.158	857	26.761
1998	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	9	6.272	49	18.056	63	9.590	145	9.748	24	997	19	752			309	45.415
	ΧΑΝΙΩΝ	0	0	10	2.226	34	3.490	83	4.494	5	112	14	413			146	10.735
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	1	318	16	6.349	37	5.195	67	4.124	12	337	7	123			140	16.446
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	8	2.479	16	4.601	30	3.572	77	4.410	15	293	12	206			158	15.561
1999	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	10	6.554	46	16.740	64	9.021	143	9.588	23	927	19	752	1.544	38.770	1.849	82.352
	ΧΑΝΙΩΝ	0	0	10	2.362	35	3.649	84	4.516	5	112	13	100	1.098	18.900	1.245	29.639
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	1	318	16	6.349	38	5.419	67	4.124	10	294	7	123	817	12.350	956	28.977
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	8	2.479	16	4.590	30	3.576	74	4.263	15	302	11	187	717	11.560	871	26.957
2000	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	10	6.554	47	17.074	63	9.012	144	9.606	23	927	19	752	950	26.333	1.256	70.258
	ΧΑΝΙΩΝ	0	0	10	2.362	35	3.649	85	4.659	5	113	12	380	869	15.634	1.016	26.797
	ΡΕΘΥΜΝΗΣ	1	318	16	6.349	38	5.519	65	4.063	10	294	7	123	901	11.633	1.038	28.299
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	8	2.491	16	4.620	30	3.606	74	4.265	15	302	11	187	522	8.832	676	24.303

Πηγή: Ε.Ο.Τ. και επεξεργασία των συγγραφέων

