

Αθήνα, 2015



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΊΔΡΥΜΑ  
(Τ.Ε.Ι)  
ΚΡΗΤΗΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ

Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, τμήμα: Διοίκηση  
Τουριστικών Επιχειρήσεων | Λαουρέτα Αγκαλίου (Α.Μ.: 5193)

Επιβλέπων καθηγητής  
Αλέξανδρος Αποστολάκης

# Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	3
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	5
1.1    Σύντομη ιστορική αναδρομή της Κρήτης.....	5
1.2. Η έννοια του τουρισμού, η εξέλιξη του και ο τουρισμός της Κρήτης .....	6
1.2.1. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στη Κρήτη.....	7
1.3. Είδη και μορφές τουρισμού.....	8
1.3.1. Είδη τουρισμού.....	8
1.3.2.    Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού .....	9
1.3.3.    Εναλλακτικές μορφές τουρισμού .....	9
1.4. Επιπτώσεις του τουρισμού .....	11
1.4.1.    Οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	11
1.4.2.    Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	12
1.4.3.    Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού.....	13
Κεφάλαιο 2: Η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός .....	14
2.1. Το Κρητικό τουριστικό προϊόν.....	14
2.2. Το προφίλ του τουρισμού στη Κρήτη .....	15
2.3. Καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών.....	16
2.3.1. Οι θεωρίες των τουριστικών κινήτρων.....	16
2.3.2. Οι διαδικασίες λήψης απόφασης του τουρίστα-καταναλωτή.....	18
2.3.3. Οι προσεγγίσεις τμηματοποίησης.....	20
2.4. Τουριστικές υποδομές .....	24
2.5. Ηράκλειο – κόμβος για κρουαζιέρες στην ανατολική Μεσόγειο.....	26
Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και περιβάλλον.....	26
3.1. Το περιβάλλον και η προστασία του .....	28
3.2. Τουρισμός στις παράκτιες περιοχές .....	29
3.3. Γαλάζια σημαία (Blue Flags) .....	30
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία και αποτελέσματα.....	32

4.1. Μελέτη .....	32
4.2. Μεθοδολογία .....	33
4.3. Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης δεδομένων .....	34
4.3.1 Ποσοστά με βάση την βαθμολογία .....	41
4.3.2 Ποσοστά με βάση το γεωγραφικό τόπο.....	49
Συμπεράσματα.....	58
Σύγκριση μελετών των παραλιών της Κρήτης και της νότιας Ισπανίας .....	61
Βιβλιογραφία.....	62

# Πρόλογος

Η παρούσα εργασία έχει στόχο την ανάδειξη των χαρακτηριστικών των παραλιών, που επηρεάζουν θετικά τους τουρίστες σχετικά με την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού, με κριτήριο τα χαρακτηριστικά των παραλιών αλλά και διάφορες υπηρεσίες και υποδομές τους.

Τα αποτελέσματα της μελέτης θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από επιχειρήσεις και κρατικούς οργανισμούς με την βοήθεια των τουριστικών μανάτζερ για την καλύτερη διοίκηση και διαχείριση των φυσικών πόρων. Καθώς, στόχος δεν είναι να δημιουργηθούν νέες παραλίες, αλλά να βελτιωθούν οι ήδη υπάρχουσες υποδομές των παράκτιων περιοχών

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή στην ιστορία της Κρήτης (από τα αρχαία χρόνια έως σήμερα) και στη συνέχεια ακολουθεί η έννοια του τουρισμού, τα είδη και οι επιπτώσεις του, καθώς και η εξέλιξή του στη Κρήτη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται το τουριστικό προϊόν της Κρήτης, το προφίλ του τουρίστα, καθώς και η καταναλωτική τουριστική συμπεριφορά του, η οποία βασίζεται στη θεωρία των τουριστικών κινήτρων, τη διαδικασία λήψης απόφασης του τουρίστα/καταναλωτή και τη τμηματοποίηση της αγοράς.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στο περιβάλλον και την προστασία του, καθώς και στον τουρισμό των παράκτιων περιοχών.

Τέλος, το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρει την μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της πτυχιακής, αλλά και τα αποτελέσματά της. Τα αποτελέσματα έχουν υπολογιστεί ως: 1) ποσοστά με βάση την βαθμολογία και 2) ποσοστά με βάση το γεωγραφικό τόπο.

## **Prologue**

This paper aims to highlight the characteristics of beaches, affecting positively the tourists on the choice of a tourist destination, based on the characteristics of beaches and a range of services and infrastructure.

The results of the study will be used by businesses and government organizations with the help of tourism managers to better administration and management of natural resources. As the objective is not to create new beaches, but to improve the existing infrastructure of coastal areas

The first chapter is a brief historical review of the history of Crete (from ancient times to the present), followed by the concept of tourism, types and impacts, and the development of Crete.

The second chapter presents the tourism product of Crete, the tourist profile and consumer tourist behavior, based on the theory of tourism motivation, decision making process of the tourist / consumer and market segmentation.

The third chapter deals with the environment and its protection, and tourism in coastal areas.

Finally, the fourth section reports the methodology followed for the preparation of the dissertation, and its results. The results were calculated as: 1) rates based on rating and 2) rates based on their geographical location.

# Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

## 1.1 Σύντομη ιστορική αναδρομή της Κρήτης

Η ιστορία της Κρήτης ξεκινάει από την νεολιθική εποχή, η οποία διήρκησε από το 5000 μέχρι το 2600 π.Χ. περίπου. Οι πρώτοι Κρητικοί ίσως έφθασαν από τη Μικρά Ασία ή τη Βόρεια Αφρική και αναπτύχθηκαν πολύ αργά, αρχίζοντας να καλλιεργούν τη γη και μαθαίνοντας να εκτρέφουν ζώα. Την εποχή αυτή διαδέχτηκε η Μινωική εποχή, την οποία ονόμασε έτσι ο αρχαιολόγος Άρθουρ Έβανς από τον βασιλιά Μίνωα. Αυτή η περίοδος διάρκεσε περίπου 1.500 χρόνια και αποτέλεσε τη “Χρυσή Εποχή” της Κρήτης. Ο Έβανς χώρισε τη Μινωική εποχή σε Πρωτομινωική (3000-2000 π.Χ.), Μεσομινωική I και II (2000 – 1600 π.Χ.), Μεσομινωική III, Υστερομινωική I και II (1700 – 1400 π.Χ.) και Υστερομινωική III (1400 – 1100 π.Χ.).

Οι Μινωίτες κυβέρνησαν εκτός από την Κρήτη και άλλα Αιγαιοπελαγίτικα νησιά, καθώς και αρκετές πόλεις της ενδοχώρας. Κατά τη διάρκεια αυτής της “Χρυσής Εποχής” κορυφώθηκε η κατασκευή έργων τέχνης υψηλής αισθητικής και εντυπωσιακών οικοδομημάτων. Παράλληλα, ο Μινωικός στόλος κυριαρχούσε στη Μεσόγειο παρέχοντας πλούτο στο νησί από το εμπόριο και προσφέροντας παράλληλα προστασία από τους εισβολείς. Γενικά, πάντως ήταν ένας ειρηνικός λαός που αγαπούσε τη ζωή και είχε παγιώσει την ισότητα ανδρών – γυναικών.

Στη Μεταμινωική και Ελληνιστική περίοδο το νησί αποικήθηκε από τους Δωριείς γύρω στο 1100 π.Χ. οι οποίοι καθιέρωσαν ένα αριστοκρατικό τύπο πολιτεύματος κάτω από τη διακυβέρνηση τους. Από το 69-369 π.Χ. η Κρήτη έπεσε στα χέρια των Ρωμαίων και έγινε Ρωμαϊκή επαρχία. Το 395 μ.Χ. μέχρι το 824 μ.Χ. έχουμε την πρώτη Βυζαντινή διακυβέρνηση γεγονός που της επέτρεψε να συμμετέχει στο χτίσιμο της Ελληνικής Βυζαντινής Αυτοκρατορίας αλλά και να εξαπλωθεί και εδραιωθεί στο νησί ο Χριστιανισμός. Το 824 μ.Χ. έχουμε την Αραβική κατοχή που κράτησε ενάμιση αιώνα, κατά τη διάρκεια του οποίου η Κρήτη έγινε το κέντρο των Σαρακηνών πειρατών στην ανατολική Μεσόγειο. Το 961 μ.Χ. έχουμε την απελευθέρωσή της από την Αραβική κατοχή με τη βοήθεια του στρατηγού του Βυζαντίου Νικηφόρο Φωκά, σηματοδοτώντας έτσι την δεύτερη βυζαντινή περίοδο. Το 1204 οι Βενετοί αγόρασαν το νησί από τον Μπονιφίεζ Μονφεράτ για περίπου χίλια νομίσματα από ασήμι.

Μετά την πτώση της Κωνσταντινούπολης, το 1453 μ.Χ., πολλοί επιστήμονες βρήκαν καταφύγιο στην Κρήτη, με συνέπεια το νησί να γίνει κέντρο για τις τέχνες και τα γράμματα. Καθώς η εκπαίδευση άκμασε, άκμασε και ο γραπτός λόγος (Ερωφίλη, Ερωτόκριτος) και εξαπλώθηκε γρήγορα σ’ όλο το νησί η Ιταλική αρχιτεκτονική (16<sup>ος</sup> αι.). Το 1669 ολόκληρο το νησί έχει παραδοθεί στην Τουρκική κατοχή, όπου εκκλησίες λεηλατήθηκαν ενώ άλλες μετατράπηκαν σε τζαμιά. Πολλοί από τους ντόπιους έφυγαν από την Κρήτη για να γλιτώσουν την εκτέλεση, χιλιάδες φυλακίστηκαν, ενώ άλλοι κατέφυγαν στα βουνά. Το 1898 σχηματίστηκε Κρητική

κυβέρνηση στο νησί με κυβερνήτη τον Πρίγκιπα Γεώργιο. Ενώ το 1905 έχουμε την “Επανάσταση του Θερίσου” για την ανεξαρτησία της, με αρχηγό τον Ελευθέριο Βενιζέλο και το 1913 η Κρήτη ενώθηκε με την υπόλοιπη Ελλάδα.

Η επιθυμία των Κρητών για ανεξαρτησία και η πολεμική παράδοση ήρθαν ξανά στην επιφάνεια το 1940-1944 για την απόκρουση των Ιταλικών δυνάμεων του Μουσολίνι και ύστερα των δυνάμεων του Χίτλερ. Μετά το τέλος του Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου, το νησί έγινε μία από τις πιο πλούσιες περιοχές, εξαιτίας της περιόδου ειρήνης και του υπέροχου κλίματος της. Τα αγροτικά προϊόντα έγιναν ο βασικός τροφοδότης της οικονομίας του νησιού. Σήμερα ο τουρισμός σηματοδοτεί μια νέα εποχή οικονομικής άνθισης στο νησί. Τα τελευταία είκοσι χρόνια χτίζονται αρκετά ξενοδοχεία για να μπορέσουν να εξυπηρετήσουν το τουριστικό κύμα, καθώς το ήπιο κλίμα και η ξεχωριστή ομορφιά του νησιού προσελκύουν πολυάριθμους επισκέπτες κάθε χρόνο απ’ όλη την Ευρώπη.<sup>1</sup>

## **1.2. Η έννοια του τουρισμού, η εξέλιξη του και ο τουρισμός της Κρήτης**

Οι Hunziker και Krapf υποστήριζαν πως ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του, στο βαθμό όμως που δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με κερδοσκοπική δραστηριότητα.<sup>2</sup>

Η Καμαριώτη Αθηνά (2013) στηριζόμενη στον Τσάρτα, (1996) αναφέρει ότι ο τουρισμός είναι μία πολύ σημαντική οικονομική δραστηριότητα και οι βάσεις της σύγχρονης μορφής του βρίσκονται στον 18ο και κυρίως στον 19ο αιώνα. Η λέξη τουρισμός έκανε την εμφάνισή της τον 19ο αιώνα και προέρχεται από την αγγλική και γαλλική λέξη tour. Είναι όμως μια έννοια που πηγάζει από την αρχαιότητα. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες και έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων, η χάραξη μεγαλύτερων δρόμων και η ανάπτυξη των θαλάσσιων μεταφορών δίνουν μεγάλη ώθηση στη πραγματοποίηση ταξιδιών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή και ειδικό κίνητρο (αθλητισμός, γιορτή, φεστιβάλ κλπ.). Οι ταξιδιώτες εκείνης της εποχής ανήκαν στην άρχουσα τάξη.

Την περίοδο της Αναγέννησης οι ανάγκες των ταξιδιωτών άλλαξαν και οι γόνοι των αριστοκρατικών οικογενειών ενθαρρύνονται να ταξιδέψουν στην Ευρώπη, για τρία ή και περισσότερα έτη, ούτως ώστε να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να γίνουν δεκτοί στις βασιλικές αυλές. Τα ταξίδια αυτά ονομάστηκαν “Grand

---

<sup>1</sup> [www.candia.wordpress.com](http://www.candia.wordpress.com) , τουριστικό site Crete TOURnet

<sup>2</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ. 90).

Tour”. Η ανάπτυξη αυτών των ταξιδιών οδήγησε κατά κάποιο τρόπο στη μαζικοποίηση του τουρισμού και στη δημιουργία «τουριστικών πακέτων» με ιδιαίτερες παροχές όπως αυτή του ξεναγού. Επίσης βοήθησε στην ανάπτυξη όλων των υποδομών που έχουν σχέση με τον τουρισμό όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμοι. Το 19ο αιώνα διαδραμάτισαν πολύ σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη του ταξιδιού: η εμφάνιση του σιδηρόδρομου και η ναυπήγηση του ατμόπλοιου.

Το πρώτο τουριστικό πρακτορείο δημιουργήθηκε από τον Τόμας Κουκ το 1841 στην Αγγλία. Σύντομα επεκτάθηκε και οργάνωνε δύσκολα και μακρινά ταξίδια στην Ευρώπη, στην Αμερική και στους Αγίους Τόπους. Πρόσφερε δε στους ταξιδιώτες εκτός από το ταξίδι και επιπλέον υπηρεσίες όπως τουριστικούς οδηγούς, κουπόνια για ξενοδοχεία και συναλλαγματικές διευκολύνσεις (Βιτουλαδίτη, 2000).

Μετά το 1950 η ανάπτυξη του τουρισμού είναι αλματώδης και αποτελεί πλέον ένα οικονομικό τομέα που επηρεάζει άμεσα τις χώρες όπου αναπτύσσεται. Η τεράστια αυτή ανάπτυξη του τουρισμού οφείλεται σε κάποιους παράγοντες που είναι οι εξής: (Τσάρτας, 1996).

- ✓ Η πολιτική και οικονομική σταθερότητα στις αναπτυσσόμενες χώρες.
  - ✓ Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η παράλληλη ανάπτυξη του «κοινωνικού κράτους» στις αναπτυσσόμενες χώρες.
  - ✓ Δημογραφικοί και οικονομικοί παράγοντες.
  - ✓ Η ανάπτυξη των μαζικών μεταφορικών μέσων.
  - ✓ Οργανωμένος τουρισμός: «δημοκρατικοποίηση» του δικαιώματος στον τουρισμό.
  - ✓ Η μετατροπή του τουρισμού σε καταναλωτικό προϊόν: διαφοροποίηση τιμών και εξειδίκευση υπηρεσιών.
  - ✓ Ο τουρισμός γίνεται ένα «σύγχρονο» κοινωνικό αγαθό.
  - ✓ Ο τουρισμός προωθείται από την πολιτική των εταιριών τουρισμού, των κρατών και των οργανώσεων του κλάδου.
  - ✓ Ο τουρισμός ως κοινωνικό φαινόμενο που ανταποκρίνεται στα καταναλωτικά πρότυπα που αναπτύσσονται στη μεταπολεμική περίοδο.
- (Πτυχιακή: Καμαριώτη Αθηνά 2013)

### **1.2.1. Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στη Κρήτη**

Σύμφωνα με τους Νικάκη Μαρία και Οικονόμου Ανδρέα (2011), 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. 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 θαλάσσης

### **1.3. Είδη και μορφές τουρισμού**

Το τουριστικό φαινόμενο μπορούμε να το ξεχωρίσουμε σε διάφορα είδη τουρισμού, αλλά και σε διάφορες εναλλακτικές μορφές του. Οι πιο γνωστές και ευρύτερα διαδεδομένες είναι αυτές που αναλύονται παρακάτω.

#### **1.3.1. Είδη τουρισμού**

- α) Μαζικός τουρισμός (Mass Tourism)<sup>3</sup>
- β) Ατομικός τουρισμός (Individual Tourism)<sup>4</sup>
- γ) Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός (International Tourism)<sup>5</sup>
- δ) Εσωτερικός τουρισμός (Internal Tourism)<sup>6</sup>
- ε) Συνεχής τουρισμός<sup>7</sup>
- ζ) Εποχιακός τουρισμός<sup>8</sup>
- η) Εγχώριος τουρισμός (Domestic Tourism)<sup>9</sup>
- θ) Εξερχόμενος τουρισμός (Outbound Tourism)<sup>10</sup>
- ι) Εισερχόμενος τουρισμός (Inbound Tourism)<sup>11</sup>
- κ) Εθνικός τουρισμός (National Tourism)<sup>12</sup>

---

<sup>3</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>4</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.107)

<sup>5</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.110)

<sup>6</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.109)

<sup>7</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.111)

<sup>8</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.111)

<sup>9</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>10</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>11</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>12</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

### 1.3.2. Ορισμός εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός ειδικού κινήτρου στη ζήτηση και από την ανάπτυξη μιας αντίστοιχης ειδικής υποδομής (προσφοράς). Με τον εναλλακτικό τουρισμό (alternative tourism), οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού.<sup>13</sup>

### 1.3.3. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

α) Γενικός τουρισμός<sup>14</sup> διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες:

- ✓ Τουρισμός περιήγησης: ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα στις διακοπές του.
- ✓ Τουρισμός διαμονής: ο τουρίστας παραμένει στον ίδιο τόπο ή περιοχή στις διακοπές του.
- ✓ Τουρισμός μικτού χαρακτήρα: ο τουρίστας συνδυάζει τον τουρισμό περιήγησης με τον τουρισμό διαμονής.

β) Μορφωτικός ή γνωστικός τουρισμός<sup>15</sup>

γ) Τουρισμός εκθέσεων<sup>16</sup>

δ) Τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός<sup>17</sup>

ε) Τουρισμός άθλησης<sup>18</sup>

ζ) Τουρισμός πόλης<sup>19</sup>

η) Συνεδριακός τουρισμός<sup>20</sup>

θ) Τουρισμός περιπέτειας<sup>21</sup>

ι) Οικογενειακός τουρισμός<sup>22</sup>

κ) Τουρισμός τρίτης ηλικίας<sup>23</sup>

<sup>13</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>14</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.113)

<sup>15</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>16</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.115)

<sup>17</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.115)

<sup>18</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.116)

<sup>19</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.116)

<sup>20</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>21</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.117)

<sup>22</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.118)

<sup>23</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

λ) Τουρισμός χειμερινών σπορ<sup>24</sup>

μ) Τουρισμός παραχείμασης<sup>25</sup>

ν) Ορεινός τουρισμός<sup>26</sup>

ξ) Αγροτουρισμός<sup>27</sup> πέρα από την υποδοχή και τη φιλοξενία του επισκέπτη σε ένα περιβάλλον λιτό με τοπικό χαρακτήρα και όλες τις απαραίτητες ανέσεις, προβλέπεται και η ενεργή συμμετοχή του τουρίστα σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων. Ενδεικτικές από αυτές είναι:

- ✓ αγροτικές δραστηριότητες (συμμετοχή στις εργασίες),
- ✓ παρατήρηση οικοσυστήματος (πουλιών, πανίδας, χλωρίδας, επισκέψεις υγροβιότοπων, κλπ.)
- ✓ αθλήματα περιπέτειας (π.χ. ράφτινγκ, πεζοπορία κλπ.),
- ✓ πολιτιστικές περιηγήσεις (π.χ. επισκέψεις σε μοναστήρια, εκκλησίες, λαογραφία μουσεία, κ.ά., παραδοσιακούς οικισμούς, αρχαιολογικούς χώρους).
- ✓ διάφορα μαθήματα (π.χ. μαθήματα αργαλειού, ελληνικών χορών, γαστρονομίας – ελληνικής κουζίνας, γευσιγνωσία, οινοποιεία, τοπικά προϊόντα, κλπ.)

ο) Θαλάσσιος τουρισμός<sup>28</sup> η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι α) η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους και β) των κρουαζιερών, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση.

π) Χρονομεριστικός τουρισμός<sup>29</sup>

ρ) Θρησκευτικός τουρισμός<sup>30</sup>

σ) Επιλεκτικός τουρισμός<sup>31</sup>

τ) Τουρισμός κινήτρων<sup>32</sup>

υ) Οικολογικός τουρισμός<sup>33</sup>

φ) Λαϊκός τουρισμός<sup>34</sup>

χ) Κοσμοπολίτικος τουρισμός<sup>35</sup>

<sup>24</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.119)

<sup>25</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.120)

<sup>26</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.120)

<sup>27</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>28</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.122)

<sup>29</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.123)

<sup>30</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.124)

<sup>31</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας 1999,1998) (σελ.125)

<sup>32</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.126)

<sup>33</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.126)

<sup>34</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.127)

<sup>35</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.127)

ψ) Κοινωνικός τουρισμός<sup>36</sup>

ω) Τουρισμός αναπήρων<sup>37</sup>

βα) Περιγηγτικός τουρισμός<sup>38</sup>

## **1.4. Επιπτώσεις του τουρισμού**

Ο όρος επιπτώσεις χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία και στο περιβάλλον των περιοχών ή χωρών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα<sup>39</sup>.

### **1.4.1. Οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού**

Οι οικονομικές επιπτώσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές όσον αφορά τις χώρες υποδοχής τουριστών. Με τον τουρισμό παρατηρούνται ορισμένες πολύ σημαντικές θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις. Αυτές οι επιπτώσεις αναλύονται παρακάτω<sup>40</sup>.

#### **Θετικές επιπτώσεις**

1. Αύξηση εισοδήματος
2. Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
3. Περιφερειακή ανάπτυξη
4. Δημιουργία και βελτίωση των έργων υποδομής
5. Βελτίωση του ισοζυγίου των πληρωμών

#### **Αρνητικές επιπτώσεις**

1. Οικονομική εξάρτηση (τουριστική μονοκαλλιέργεια)
2. Άνοδος των τιμών (πληθωρισμός)
3. Διαρροές των ωφελειών
4. Εποχικές διακυμάνσεις του τουρισμού
5. Περιφερειακές ανισότητες
6. Αντιστοιχία ανάπτυξης ιδιωτικού – δημόσιου τομέα

---

<sup>36</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.128)

<sup>37</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998) (σελ.129)

<sup>38</sup> <http://schoolpress.sch.gr>

<sup>39</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, (2001) (σελ. 28)

<sup>40</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας, (2001) (σελ.29-31)

## 1.4.2. Κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού

Οι κοινωνικές επιπτώσεις είναι και αυτές σημαντικές όσον αφορά τις χώρες υποδοχής τουριστών. Με τον τουρισμό παρατηρούνται ορισμένες πολύ σημαντικές θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις. Αυτές οι επιπτώσεις αναλύονται παρακάτω<sup>41</sup>.

### Θετικές επιπτώσεις

1. Η συναναστροφή με τους τουρίστες αποτελεί μια πολύτιμη εκπαιδευτική εμπειρία (Var&Ap 1998) (Var, Kendall & Tarakcioglu 1985)
2. Συμβάλλει στη διεθνή ειρήνη και κατανόηση (Var&Ap 1998) (Var, Kendall & Tarakcioglu 1985)
3. Συμβάλλει στην ανάπτυξη της κατανόησης διαφορετικών κοινωνιών μεταξύ των ανθρώπων (Kaiser & Helber 1978) (Mings 1988) (Var&Ap 1998)
4. Συμβάλλει στη καλύτερη των προτύπων διαβίωσης (Kaiser & Helber 1978) (Mings 1988) (Var&Ap 1998)
5. Βοηθάει στη δημιουργία αισθήματος εθνικής ταυτότητας (Boissevain 1996)
6. Βοηθάει στη μείωση της μετανάστευσης και της αστικοποίησης
7. Θετικές αλλαγές σε αξίες, ήθη και έθιμα
8. Διατήρηση πολιτιστικής ταυτότητας
9. Αυξάνει τη ζήτηση για πολιτιστικά και ιστορικά εκθέματα

### Αρνητικές επιπτώσεις

1. Εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων, δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.(Ahmed 1987) (Andronicos 1979) (Berno 1999)<sup>42</sup>
2. Διάβρωση της φιλοξενίας και της φιλικότητας των ντόπιων (Wheat 1993)
3. Χαλάρωση των ηθών και εθίμων και αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις<sup>43</sup>
4. Αύξηση της πορνείας<sup>44</sup>
5. Αύξηση του τζόγου (Evar 1994) (Hakim & Buck 1987)
6. Αύξηση της εγκληματικότητας<sup>45</sup>
7. Αύξηση της κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών (Smith 1988)
8. Αύξηση κατανάλωσης ναρκωτικών ουσιών (Smith 1988) και επαιτείας (Wheat 1993)
9. Μετάδοση σεξουαλικών ασθενειών (AIDS)<sup>46</sup>

<sup>41</sup> Κ. Ανδριώτης (2005) (σελ.151-152)

<sup>42</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας (2001)

<sup>43</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας (2001)

<sup>44</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998)

<sup>45</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας 1999,1998)

## 10. Απειλή της οικογενειακής συνοχής

### 1.4.3. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι και αυτές πολύ σημαντικές για τις χώρες υποδοχής τουριστών. Με τον τουρισμό παρατηρούνται ορισμένες πολύ σημαντικές θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις. Αυτές οι επιπτώσεις αναλύονται παρακάτω.

#### Θετικές επιπτώσεις

1. Αποτελεί κίνητρο για την ευαισθητοποίηση των τοπικών και εθνικών αρχών με στόχο τη θέσπιση μέτρων για την προστασία του περιβάλλοντος
2. Με την σωστή πληροφόρηση και ενημέρωση οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή με τα περιβαλλοντικά θέματα των κοινοτήτων υποδοχής
3. Αποτελεί κίνητρο για την διατήρηση, ανάδειξη και επαναχρησιμοποίηση παλαιών παραδοσιακών οικοδομών και εγκαταστάσεων

#### Αρνητικές επιπτώσεις

1. Καταπόνηση φυσικού περιβάλλοντος (π.χ. εκποίηση δασών, ακτών)
2. Εκτεταμένη ρύπανση με την εγκατάλειψη σκουπιδιών και την ηχητική ρύπανση
3. Αλλοίωση του παραδοσιακού πολεοδομικού και αρχιτεκτονικού χαρακτήρα των κοινοτήτων υποδοχής με τη δημιουργία τουριστικών εγκαταστάσεων<sup>47</sup>
4. Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος<sup>48</sup>
5. Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους<sup>49</sup>
6. Συγκρούσεις στις χρήσεις γης<sup>50</sup>
7. Φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών

---

<sup>46</sup> Ηγουμενάκης, Καραβαρίτης, Λύτρας (1999,1998)

<sup>47</sup> Κυπριακός οργανισμός τουρισμού (2005)

<sup>48</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας (2001)(σελ.33)

<sup>49</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας (2001) (σελ.34)

<sup>50</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας (2001) (σελ.34)

## Κεφάλαιο 2: Η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός

### 2.1. Το Κρητικό τουριστικό προϊόν

Σύμφωνα με τον Κοκκινάκη Παναγιώτη (2010), η οικονομία της Κρήτης στηρίζεται κυρίως στο τουρισμό, το εμπόριο, τη κτηνοτροφία και τη γεωργία. Το νησί του Ξένιου Δία σήμερα είναι η πρώτη δύναμη της Ελλάδας στον τουρισμό και διαθέτει αναρίθμητες μικρές και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες.

Μελετώντας προσεκτικά την τουριστική προσφορά της Κρήτης, παρατηρούμε ότι το τουριστικό προϊόν της, είναι ιδιαίτερα πλούσιο και αποτελείται τόσο από άυλους όσο και υλικούς πόρους που με τις όποιες αδυναμίες και τα προβλήματα του εξακολουθεί να είναι ιδιαίτερο και μοναδικό.

Οι τουριστικοί πόροι της Κρήτης κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες:

- **Πόροι υψηλής ποιότητας**

- a. Το φυσικό περιβάλλον:* φαράγγια, σπήλαια, ορεινοί όγκοι, μοναδικές παραλίες, χλωρίδα και πανίδα.
- b. Το πολιτιστικό απόθεμα:* αρχαιολογικοί χώροι, μοναστήρια, μουσεία, ιστορία, τοπική παράδοση, καθημερινή ζωή
- c. Τα τοπικά προϊόντα και η κρητική κουζίνα:* αγροτικά προϊόντα χαρακτηρισμένα ως Π.Ο.Π. όπως το λάδι, το κρασί, τα γαλακτοκομικά αλλά και οι παραδοσιακές κρητικές γεύσεις δεν απουσιάζουν από την τουριστική προβολή. Θεωρούνται όλα ισχυρό πλεονέκτημα της Κρήτης και πόσο μάλλον όταν άλλοι τουριστικοί προορισμοί έχουν ήδη συνδέσει ανάλογα προϊόντα με το τουριστικό τους προϊόν.
- d. Τα πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα παγκόσμιας αναγνώρισης και απασχόλησης:* μπορούν να λειτουργήσουν υποστηρικτικά στον τουρισμό αλλά και ως τουριστικός πόρος όπως εκπαιδευτικός συνεδριακός τουρισμός.
- e. Τουριστική υποδομή και υπηρεσίες:* ξενοδοχειακή υποδοχή, συνεδριακά κέντρα, υψηλός επαγγελματισμός.
- f. Καλή φήμη*

- **Πόροι ανεπαρκείς ή απαιτούν βελτίωση και αναβάθμιση**

- a. Υποδομές που δημιουργήθηκαν στο παρελθόν για να καλύψουν τουριστικές ανάγκες, αλλά για διάφορους λόγους εγκαταλείφθηκαν και παραμένουν αναξιοποίητες.*
- b. Υποδομές που δημιουργήθηκαν με την φιλοσοφία του θεματικού τουρισμού αλλά δεν επαρκούν ποσοτικά. Εδώ μπορούμε να τονίσουμε την αναγκαιότητα για δημιουργία περισσότερων γηπέδων γκολφ,*

αγροτουριστικών καταλυμάτων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, προπονητικά κέντρα κ.α.

- **Άλλοι πόροι, η αναγκαιότητα των οποίων φαίνεται από τις τάσεις της τουριστικής αγοράς και ζήτησης**, προκειμένου νέες ομάδες επισκεπτών να προσελκυσθούν στη Κρήτη. Επίσης, αναγκαίο είναι να εξαλειφθούν τα φαινόμενα που δημιουργούν κακή εικόνα (π.χ. πωλητές, οδηγοί ταξί και λεωφορείων, εστιατορες, σερβιτόροι, ξεναγοί κ.λπ.).

## 2.2. Το προφίλ του τουρισμού στη Κρήτη

Σύμφωνα με μια μελέτη ανάλυσης της τουριστικής κίνησης της Κρήτης που υπογράφουν οι κύριοι Γ. Μπαουράκης, Γ. Αγγελάκης, Κ. Ζοπουνίδης, Π. Δράκος και δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα ‘‘Το Βήμα’’, οι τουρίστες επιλέγουν την Κρήτη λόγω του κλίματος, της φυσικής ομορφιάς του νησιού και επειδή θεωρούν τις τιμές κανονικές σε σχέση με άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς (σύμφωνα με μια έρευνα του εργαστηρίου συστημάτων χρηματοοικονομικής διοίκησης).

Ο αλλοδαπός επισκέπτης αισθάνεται εξαιρετικά ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που του προσφέρει το ξενοδοχειακό κατάλυμα και κυρίως το ξενοδοχείο στο οποίο διαμένει κατά μέσο όρο σχεδόν 10 ημέρες, ενώ συνεχίζει να νιώθει σχετικά ανασφαλής για την κατάσταση του οδικού δικτύου και την οδική σήμανση, καθώς είναι και προβληματισμένος για την καθαριότητα, όσον αφορά τη συλλογή και αποκομιδή των απορριμμάτων της ευρύτερης περιοχής καθώς και των ακτών και παράκτιων περιοχών.

Επίσης αναφέρεται πως παρά την οικονομική κρίση, η τουριστική κίνηση το 2013 βρέθηκε σε πολύ καλύτερο επίπεδο συγκριτικά με την περσινή τουριστική περίοδο. Εκτιμώντας έτσι μια αύξηση των εσόδων στην τοπική τουριστική αγορά κατά 19,3%. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην εμφάνιση της χαμηλού κόστους αεροπορικής εταιρείας "Ryanair" αλλά και της προσέλευσης κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια των τεσσάρων νομών, επωφελώντας σε σημαντικό βαθμό τις τοπικές επιχειρήσεις.

Τέλος, επισημαίνεται πως απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή και μέριμνα από τους αρμόδιους φορείς για την περαιτέρω ενίσχυση της τουριστικής ανταγωνιστικότητας της περιοχής σε συνδυασμό με την αναβάθμιση των υποδομών και των υπηρεσιών, αλλά και των προϊόντων του πρωτογενή τομέα, ούτως ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της περιοχής, αποφέροντας ικανοποιητικά έσοδα καθώς και νέες θέσεις εργασίας στην τοπική κοινωνία.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> <http://www.tovima.gr>



### **2.3. Καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών**

Σύμφωνα με τους Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης (2002), η ανάλυση των αποφάσεων και των επιλογών των τουριστών έχει ιδιαίτερη σημασία. Για αυτό το λόγο, έχουν διαρθρώσει το καταναλωτικό μάρκετινγκ σε τρία κυρίως μέρη: την ανάλυση της συμπεριφοράς του τουρίστα-καταναλωτή, την ερμηνεία των διαδικασιών λήψης απόφασης για το ταξίδι και τη διαμόρφωση τμημάτων ή τύπων τουριστών. Επιτρέποντας έτσι στους υπεύθυνους και τα αρμόδια όργανα να καταστήσουν τις ενέργειές τους στο πεδίο του μάρκετινγκ πιο αποτελεσματικές αλλά και να επικεντρώσουν το ενδιαφέρον τους, πρώτιστα στην ικανοποίηση των τουριστών σε μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα.

#### **2.3.1. Οι θεωρίες των τουριστικών κινήτρων**

Η εξέταση των διαφόρων κινήτρων των τουριστών αποσκοπεί στην ανάλυσή τους, καθώς αποτελούν την «ενεργοποιό δύναμη» που θέτει σε κίνηση και λειτουργία την τουριστική δραστηριότητα. Η ανάλυση της υποκίνησης στο τουριστικό πεδίο βασίζεται στις γενικές θεωρίες, δηλαδή στις ψυχολογικές θεωρίες.

##### **2.3.1.1. Οι περιεκτικές θεωρίες και θεωρίες προσδοκίας της υποκίνησης**

Η ιεραρχία των αναγκών του Maslow (1943), επεξηγεί την ανθρώπινη συμπεριφορά προσανατολισμένη προς τις ανάγκες. Η θεωρία αυτή, έχει υποστηριχθεί μεταξύ άλλων και από τον McGregor (1966) (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002). Σύμφωνα με τον Maslow (1943), υφίστανται πέντε επίπεδα ανθρώπινων αναγκών, σε ιεραρχική σειρά:

- ❖ Φυσιολογικές
- ❖ Ασφάλειας
- ❖ Ανήκειν και αγάπης
- ❖ Εκτίμησης και αυτο-εκτίμησης
- ❖ Αυτο-εκπλήρωσης ή ολοκλήρωσης.

Μόλις οι ανάγκες ενός επιπέδου ικανοποιηθούν, το άτομο θα προχωρήσει στο επόμενο επίπεδο. Όμως, οι τουριστικές υπηρεσίες και προϊόντα μπορούν να ικανοποιήσουν ανάγκες και επιδιώξεις και στα πέντε ιεραρχημένα επίπεδα.

Ο κύριος λόγος της ευρείας αποδοχής της θεωρίας του Maslow είναι πιθανότατα η απλότητά της. Ωστόσο, η θεωρία εμφανίζει ορισμένες σημαντικές αδυναμίες: α) ο ίδιος ο Maslow, σε μια μεταγενέστερη έρευνα, υπογραμμίζει ότι δεν είναι απαραίτητο για ένα άτομο να ικανοποιήσει απόλυτα τις ανάγκες του ενός επιπέδου για να προχωρήσει στο επόμενο. Κατά συνέπεια, τα άτομα μπορούν να είναι μερικώς ικανοποιημένα και μερικώς ανικανοποίητα ταυτόχρονα και σε όλα τα επίπεδα της ιεραρχίας β) στη θεωρία του Maslow δεν περιλαμβάνονται ορισμένες σημαντικές ανάγκες, πιθανότατα διότι δεν είναι συμβατές και δεν μπορούσαν να ενσωματωθούν

στο ιεραρχικό πλαίσιο. Αυτές οι ανάγκες είναι η κυριαρχία, η εξουσία, η επιθετικότητα, το παιχνίδι κ.λπ. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

Ο Dann (1977) πιστεύει ότι υφίστανται δύο κατηγορίες παραγόντων ή φάσεις στη λήψη απόφασης για το τουριστικό ταξίδι: 1) οι ωθητικοί και 2) οι ελκυστικοί παράγοντες. Οι ωθητικοί παράγοντες είναι εκείνοι οι οποίοι προκαλούν σε ένα άτομο την επιθυμία να ταξιδέψει, δεδομένης της αρχικής επιθυμίας ταξιδιού. Το ερώτημα για ποιο λόγο τα άτομα ταξιδεύουν αναφέρεται λοιπόν αποκλειστικά στους ωθητικούς παράγοντες. «Ως προς την ανομία, ο φαντασιακός κόσμος των διακοπών βοηθά να ξεπεραστεί η γκρίζα και μονότονη καθημερινή ζωή, με την πραγματοποίηση ικανοποιητικών εμπειριών. Σε ό,τι αφορά την ανάγκη αναγνώρισης και εκτίμησης, το τουριστικό ταξίδι προσφέρει στον τουρίστα μια ευκαιρία να τονώσει το εγώ του παριστάνοντας μια ξένη προσωπικότητα». (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

Ομοίως, ο Krippendorf (1987) υπογραμμίζει ότι υφίστανται προβλήματα στις έρευνες που ερωτούν τους τουρίστες για τα κίνητρα των ταξιδιών τους, διότι: υφίστανται πολλά κίνητρα που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν και οι λόγοι που αναφέρονται είναι εκείνοι που εμφανίζονται στη διαφήμιση και επαναλαμβάνονται σε όλους τους τουριστικούς καταλόγους και τα διαφημιστικά φυλλάδια.

Ο H. Schmidhauser (1989) κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ένα απλό τουριστικό ταξίδι δεν είναι σε θέση να ικανοποιήσει όλες τις τουριστικές ανάγκες του οποιουδήποτε ατόμου αλλά μόνο ένα μέρος αυτών των αναγκών. Έτσι αναφέρει τέσσερις κοινωνικές λειτουργίες: 1) κάλυψη των πολλαπλών καθημερινών ελλειμμάτων, 2) ανάκτηση των φυσιολογικών και ψυχολογικών δυνάμεων, 3) διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων και ικανοποίηση της περιέργειας και 4) αυτο-ανταμοιβή και απόλαυση. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

Η θεωρία προσδοκίας ή θεωρία VIE (valence-instrumentality-expectance) (Wright 1989) παράσχει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο, στο οποίο θα ήταν δυνατό να ενσωματωθούν όλες οι θεωρίες υποκίνησης της εργασίας. Το κύριο υπόβαθρο της είναι ότι: «η δύναμη μιας τάσης για να προβούμε σε μια ενέργεια εξαρτάται αφενός από τη δύναμη της προσδοκίας ότι η ενέργεια αυτή θα αποφέρει ένα δεδομένο αποτέλεσμα και αφετέρου από την αξία ή ελκυστικότητα αυτού του αποτελέσματος για το άτομο που ενεργεί». (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

Οι C. Witt και P. Wright (1994) υποστηρίζουν ότι η ελκυστικότητα των χαρακτηριστικών των διακοπών, η ικανότητα και η προσδοκία επιλογής επηρεάζονται από ένα ευρύ φάσμα πηγών πληροφόρησης, όπως μπροσούρες, ταξιδιωτικοί οδηγοί, άλλες εμπειρίες του ατόμου για ίδιου τύπου διακοπές καθώς και από τις εμπειρίες άλλων ατόμων. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### 2.3.2. Οι διαδικασίες λήψης απόφασης του τουρίστα-καταναλωτή

- ✓ *Η φάση που προηγείται της απόφασης αγοράς*

Η διαδικασία λήψης απόφασης επηρεάζεται από ένα μεγάλο αριθμό παραγόντων, των οποίων το κύριο στοιχείο είναι το σκεπτικό αναζήτησης πληροφοριών. Μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε από τους P. Schul και J. Crompton (1983), κατέληξε ότι οι τουρίστες αναζητούν πληροφορίες από πάρα πολλές πηγές, έτσι ώστε να αποφασίσουν σχετικά με έναν τουριστικό προορισμό και ένα πακέτο οργανωμένων διακοπών. Τα άλλα στοιχεία της διαδικασίας είναι η δομή της προτίμησης, οι προγενέστερες εμπειρίες, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος και οι κανόνες λήψης απόφασης.

- ✓ *Η απόφαση αγοράς*

Το πλαίσιο μέσα στο οποίο η λήψη απόφασης θα πραγματοποιηθεί, με δεδομένα το χώρο και τη χρονική στιγμή, καθορίζεται από πέντε παράγοντες, οι οποίοι είναι:

- Το φυσικό και αρχιτεκτονικό περιβάλλον
- Το κοινωνικό περιβάλλον
- Οι προγενέστερες καταστάσεις
- Ο ορισμός του έργου, και
- Ο χρονικός ορίζοντας ή διάστημα της διαδικασίας λήψης απόφασης.

Η ικανοποίηση απορρέει λοιπόν από την αποτίμηση των διαφόρων συστατικών στοιχείων του τουριστικού προϊόντος, όπως πρόσβαση στον προορισμό, κατάλυμα, θέλγητρα, διάφορες υπηρεσίες, γαστρονομικές εμπειρίες και κόστος διακοπών. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

#### 2.3.2.1. Ένα απλό μοντέλο λήψης απόφασης του τουρίστα

Σύμφωνα με τον D. Foster (1985), υφίστανται τέσσερις κατηγορίες παραγόντων που υπεισέρχονται στη διαδικασία λήψης απόφασης:

- ❖ Η πρώτη κατηγορία αφορά τους κοινωνικο-οικονομικούς παράγοντες – κοινωνική και επαγγελματική κατηγορία, απορρέουσες επιδράσεις, χαρακτηριστικά, αντιλήψεις και αξίες της προσωπικότητας– οι οποίοι καθορίζουν τα κίνητρα, τις ανάγκες και τις επιθυμίες του δυνητικού τουρίστα.
- ❖ Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά του προορισμού – κόστος και ποιότητα εξοπλισμών, διευκολύνσεων και θελγέτρων, τύπος και ποικιλία των δυνατοτήτων ταξιδιού, ποσότητα και ποιότητα διαθέσιμης πληροφόρησης για τον προορισμό– τα οποία καθορίζουν την εικόνα (image) του τουριστικού τόπου.
- ❖ Η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες που προκαλούν ένα προωθητικό ερέθισμα (stimuli) και, κατά συνέπεια, μια επίδραση, όπως η διαφήμιση, η προώθηση πωλήσεων, οι μπροσούρες και τα πληροφοριακά

φυλλάδια, οι συστάσεις φίλων και οι συμβουλές των ταξιδιωτικών πρακτορείων.

- ❖ Τέταρτον, οι υπόλοιποι παράγοντες: σε αυτούς περιλαμβάνονται η εμπιστοσύνη που έχει ο δυνητικός τουρίστας στους ταξιδιωτικούς ενδιάμεσους (πρακτορεία ταξιδιών) και οι δικές του προγενέστερες εμπειρίες. Εξίσου σημαντικοί είναι οι περιορισμοί χρόνου και προϋπολογισμού διακοπών.

Οι παραπάνω παράγοντες προκαλούν τις επιθυμίες για ταξίδι και την αναζήτηση των αναγκαίων πληροφοριών για τη λήψη της κατάλληλης απόφασης. Με τη βοήθεια αυτών των πληροφοριών, ο δυνητικός τουρίστας θα είναι σε θέση να αξιολογήσει τις εναλλακτικές επιλογές πριν πάρει την τελική απόφασή του για τις διακοπές ή για την αγορά του πακέτου διακοπών. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### **2.3.2.2. Το μοντέλο τουριστικής συμπεριφοράς του Moutinho**

Η διάρθρωση προτίμησης (preference structure) του καταναλωτή, διαφέρει από άτομο σε άτομο λόγω της προσωπικότητας, της κοινωνικοποίησης, της αντίληψης και της κατανόησης του καθενός. Κατά τον L. Moutinho (1986), η αγορά ενός τουριστικού προϊόντος σπάνια αποτελεί μια αυθόρμητη ενέργεια. Έπεται ενός προγραμματισμού και εξοικονόμησης χρημάτων κατά ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, ενώ επιπρόσθετα δεν προσφέρει απτά οφέλη. Στην επεξεργασία του μοντέλου τουριστικής συμπεριφοράς (vacation tourist behavior model), ο Moutinho βασίστηκε σε τρεις έννοιες της συμπεριφοράς: την υποκίνηση, την αντίληψη και την κατανόηση. Το εν λόγω μοντέλο αποτελείται από τρία μέρη:

- Τις διαδικασίες της φάσης που προηγείται της λήψης απόφασης και την απόφαση αυτή καθαυτή
- Την αξιολόγηση της αγοράς
- Τις πιθανότητες επανάληψης της αγοράς.

Στο μοντέλο του Moutinho η φάση που προηγείται της λήψης απόφασης συνίσταται σε ένα πεδίο και τρία υπο-πεδία που επιδιώκουν να παρουσιάσουν τον τρόπο με τον οποίο οι πληροφορίες γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας, μέσω του φιλτραρίσματος του ερεθίσματος (stimulus), της προσοχής και της κατανόησης, ως επίσης και της εφαρμογής κριτηρίων επιλογής. Στις συνθήκες αυτές, η διάρθρωση προτίμησης του καταναλωτή για έναν τουριστικό προορισμό θα επηρεαστεί από εσωτερικές πηγές – όπως οι κανόνες και οι πολιτισμικές αξίες, η οικογένεια και η ομάδα αναφοράς, η κοινωνική και επαγγελματική κατηγορία– και από τις συγκινησιακές απόψεις.

Η πρώτη φάση της διαδικασίας λήψης απόφασης αγοράς αποτελείται από τον ορισμό του προβλήματος, την αναζήτηση πληροφορήσης, την αξιολόγηση των εναλλακτικών επιλογών, τις επιλογές και τα αποτελέσματα.

Το δεύτερο μέρος του μοντέλου αναφέρεται στην αξιολόγηση της αγοράς, η οποία αποτελεί το μηχανισμό βάσει του οποίου θα διαμορφωθεί ένα πλαίσιο αναφοράς για τις μελλοντικές αποφάσεις από μέρους του καταναλωτή.

Το τρίτο μέρος του μοντέλου αναφέρεται στις μελλοντικές αποφάσεις και τις επιπτώσεις στο πεδίο της επανάληψης της αγοράς

Τέλος, η ικανοποίηση απορρέει από ένα πλήθος εντυπώσεων και μεταβατικών εμπειριών που πραγματοποιούνται στη φάση της κατανάλωσης και επηρεάζουν τη στάση του καταναλωτή, μετά το πέρας της τουριστικής εμπειρίας. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### **2.3.3. Οι προσεγγίσεις τμηματοποίησης**

Η τμηματοποίηση των καταναλωτών, δηλαδή η διαμόρφωση τυπολογιών τουριστών σύμφωνα με τη συμπεριφορά τους, τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους, μπορεί να χρησιμοποιήσει πάρα πολλές παραμέτρους.

Οι J. Howard και J. Sheth (1969) σημείωσαν ότι η έννοια της τμηματοποίησης φαίνεται να θεμελιώνεται στην ιδέα ότι «μια επιχείρηση θα πρέπει να τμηματοποιήσει την πελατεία κατά τέτοιον τρόπο ώστε να διαμορφώσει υπο-σύνολα καταναλωτών». Τα υπο-σύνολα αυτά των καταναλωτών θα είναι οι αγορές-στόχοι του μάρκετινγκ της επιχείρησης. Στη συνέχεια, το έργο συνίσταται στην επεξεργασία και την εφαρμογή ενός αποτελεσματικού προγράμματος μάρκετινγκ. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

Η ανάλυση της τμηματοποίησης μπορεί να βοηθήσει τη διεύθυνση μιας επιχείρησης ή τους κρατικούς αρμόδιους ενός τουριστικού προορισμού στη λήψη αποφάσεων και στη διαμόρφωση στρατηγικών μάρκετινγκ, ταξινομώντας το σύνολο της πελατείας σε κατηγορίες ή τμήματα σχετικά ομοιογενή, τα οποία εμφανίζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η στρατηγική του μάρκετινγκ μπορεί να προσανατολιστεί προς τις ιδιαίτερες ανάγκες και επιδιώξεις κάθε τμήματος. Η προσέγγιση αυτή είναι αναγκαία για να καταστούν οι ενέργειες μάρκετινγκ πιο ορθολογικές και να κατανεμηθούν κατάλληλα οι διαθέσιμοι πόροι. Σ' αυτές τις συνθήκες, το ζήτημα της τμηματοποίησης αποκτά ιδιαίτερη σημασία. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

#### **2.3.3.1. Η «θεσμική» τμηματοποίηση**

Υφίσταται ένας πολύ μεγάλος αριθμός ταξινομήσεων που εκφράζουν τη διαφοροποίηση των κινήτρων των τουριστών: παραθαλάσσια διαμονή, πολιτιστικός τουρισμός (που περιλαμβάνει πάρα πολλά κίνητρα), αθλητικός τουρισμός (τα σπορ αποτελούν το κύριο κίνητρο), τουρισμός υγείας (ιαματικά λουτρά και θαλασσοθεραπεία), επιχειρηματικός τουρισμός (συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις, ταξίδια-κίνητρα) κ.λπ.. Αυτή η διαφοροποίηση της κατανάλωσης, η οποία είναι

συνυφασμένη με την τουριστική δραστηριότητα, χαρακτηρίζει τα κίνητρα των τουριστικών ταξιδιών, ως επίσης και τις διάφορες κατηγορίες καταναλωτών.

Μια ταξινόμηση της τουριστικής ζήτησης έχει καθοριστεί με κριτήριο το βασικό κίνητρο της επίσκεψης ή του ταξιδιού. Έχουν καθοριστεί έξι μεγάλες κατηγορίες κινήτρων:

- ❖ Αναψυχή και διακοπές
- ❖ Επίσκεψη φίλων και συγγενών
- ❖ Επαγγελματικές και επιχειρηματικές συναντήσεις
- ❖ Υγεία
- ❖ Θρησκεία και προσκυνήματα
- ❖ Λοιπά κίνητρα.

Η τμηματοποίηση αυτή είναι χρήσιμη για τον προσδιορισμό των κύριων τμημάτων της τουριστικής ζήτησης για σκοπούς προγραμματισμού και μάρκετινγκ. Το πρόβλημα είναι ότι οι κατηγορίες αυτές μπορούν κάλλιστα να συνδυαστούν, στο βαθμό που τα τουριστικά ταξίδια πραγματοποιούνται για περισσότερους του ενός λόγους. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### **2.3.3.2. Η δημογραφική και η γεωγραφικο-δημογραφική τμηματοποίηση**

Οι πρώτες προσεγγίσεις της τμηματοποίησης θεμελιώθηκαν με τη βοήθεια δημογραφικών και γεωγραφικών στοιχείων:

Δημογραφική τμηματοποίηση: τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται είναι η κοινωνική και επαγγελματική κατηγορία, η ηλικία, η δομή της οικογένειας κ.λπ.. Ο τύπος αυτός τμηματοποίησης τείνει να είναι μια μέθοδος περισσότερο επιφανειακή, στο βαθμό που δεν παρέχει αρκετές πληροφορίες σχετικά με τη συμπεριφορά του τουρίστα.

Γεωγραφική τμηματοποίηση: είναι χρήσιμη για συγκεκριμένες γεωγραφικές ζώνες – τοπική, περιφερειακή, εθνική ή διεθνής. Μπορούμε να καθορίσουμε διάφορες κατηγορίες καταναλωτών, ανάλογα με τα ενδιαφέροντά μας.

Γεωγραφικο-δημογραφική τμηματοποίηση: πρόκειται για ένα συνδυασμό των δύο προηγούμενων. Είναι μια μέθοδος ταξινόμησης των νοικοκυριών σε σχέση με τη γεωγραφική τους κατανομή, και τα πληροφοριακά στοιχεία προέρχονται κατά κύριο λόγο από τις γενικές απογραφές πληθυσμού.

Οι προσεγγίσεις αυτού του τύπου αποτελούν μια στατιστική ταξινόμηση των τουριστών, χρησιμοποιώντας ως κριτήρια τα κοινωνικά-δημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Η ανάπτυξη τέτοιων τεχνικών στο πεδίο της ανάλυσης της αναψυχής έχει παρουσιαστεί από τον S. Smith (1989). Στην πραγματικότητα, η παρουσίαση της πολυμορφικής (multi-attribute) τμηματοποίησης των τουριστών αντιπροσωπεύει μια τμηματοποίηση των δραστηριοτήτων αναψυχής γενικότερα και όχι του τουρισμού. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### **2.3.3.3. Οι εκ των προτέρων και εκ των υστέρων προσεγγίσεις**

Στη θεωρία του μάρκετινγκ γίνεται μια διάκριση μεταξύ της εκ των προτέρων και της εκ των υστέρων τμηματοποίησης, ανάλογα με τον τρόπο προσδιορισμού των μεταβλητών της τμηματοποίησης:

- ❖ Στην πρώτη περίπτωση (a priori), οι μεταβλητές προσδιορισμού των τμημάτων είναι προκαθορισμένες.
- ❖ Αντιθέτως, στην εκ των υστέρων (a posteriori) τμηματοποίηση, οι μεταβλητές καθορίζονται κατά τη διάρκεια της διαμόρφωσης των τμημάτων που δεν είναι προηγουμένως γνωστά.

Στο πεδίο του τουρισμού, έχουν αναπτυχθεί αυτές οι πιο πολύπλοκες προσεγγίσεις της τμηματοποίησης.

- ❖ Η εκ των προτέρων τμηματοποίηση είναι ιδιαίτερα δαπανηρή. Για το λόγο αυτό, επιχειρείται να διατυπωθούν υποθέσεις με βάση την παρελθούσα συμπεριφορά του τουρίστα. Π.χ., εάν επιδιώκεται ο καθορισμός τμημάτων με βάση την παρελθούσα ταξιδιωτική συμπεριφορά, χαρακτηριστικά, όπως ο τύπος ταξιδιού, η πρόθεση επανάληψης της επίσκεψης και η ημερήσια δαπάνη μπορεί να είναι οι προκαθορισμένες παράμετροι της έρευνας. Η ανάλυση θα επιδιώξει τότε να προσδιορίσει πρόσθετα χαρακτηριστικά για τον καθορισμό ενός πιο ολοκληρωμένου προφίλ του τουρίστα. Για παράδειγμα, τα χαρακτηριστικά, όπως ο τρόπος κράτησης του καταλύματος, τα κίνητρα των διακοπών, η χώρα προέλευσης, η ηλικιακή ομάδα, κ.λπ., μπορεί να παρέχουν πολύτιμα στοιχεία στη διαδικασία τμηματοποίησης.
- ❖ Η εκ των υστέρων τμηματοποίηση: στην προσέγγιση αυτή δεν υπάρχουν προκαθορισμένα κριτήρια. Τα στοιχεία αναλύονται με στόχο τον προσδιορισμό ομοιογενών ομάδων, με τη χησιμοποίηση της τεχνικής της πολυμεταβλητής ανάλυσης (multivariate analysis), έτσι ώστε να εντοπιστούν οι χαρακτηριστικές σχέσεις. Για παράδειγμα, οι τουρίστες μικρής διάρκειας παραμονής σε ένα συγκεκριμένο προορισμό μπορεί να παρουσιάζουν το χαρακτηριστικό να πραγματοποιούν την κράτησή τους σε ένα ταξιδιωτικό πρακτορείο το οποίο πουλάει πακέτα οργανωμένων διακοπών που περιλαμβάνουν μια πτήση, η μέγιστη διάρκεια της οποίας είναι δύο ώρες. Η εκ των υστέρων προσέγγιση βασίζεται στην υπόθεση ότι οι υπο-κατηγορίες μπορεί να είναι ομοιογενείς σε όρους κινήτρων, συμπεριφορών και δραστηριοτήτων. Συνεπώς, μπορούμε να προσδοκούμε ότι θα αντιδράσουν κατά τον ίδιο τρόπο έναντι των ενεργειών μάρκετινγκ.

(Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

### **2.3.3.4. Τμηματοποίηση σύμφωνα με τις δραστηριότητες αναψυχής**

Ο R. Prentice (1994) προσέγγισε το θέμα της τμηματοποίησης από μια άλλη οπτική γωνία. Έχει διερευνήσει τη συσχέτιση και την αλληλεπίδραση ανάμεσα στις

δραστηριότητες αναψυχής κατά την καθημερινή ζωή και στις δραστηριότητες που πραγματοποιεί ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Εξέτασε το βαθμό στον οποίο τα πρότυπα αναψυχής μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την πρόβλεψη των επιλεγόμενων προορισμών και των δραστηριοτήτων κατά τις διακοπές. Προέβη λοιπόν σε μια τμηματοποίηση με βάση τις μεταβλητές: δραστηριότητες διακοπών, ηλικιακή ομάδα και κοινωνική-επαγγελματική κατηγορία. Η ερευνητική του εργασία προσδιόρισε τρεις κατηγορίες:

- ❖ Ενεργός παραθεριστικός τουρίστας (Active resort holiday): δραστηριότητες στην παραλία, πισίνα, χαλάρωση στον ήλιο, ντίσκο, μπαρ, κλαμπ και σπορ.
- ❖ Λιγότερο ενεργητικός τουρίστας παραλίας (Less active beach holiday): δραστηριότητες στην παραλία και στην πισίνα ή χαλάρωση στον ήλιο.
- ❖ Περιηγητικός και πολιτισμικός τουρίστας (Touring and heritage tourism): μια κατηγορία ατόμων που δεν θέλουν δραστήριες διακοπές, ούτε λιγότερο ενεργητικές.

Ο ρόλος των διαφόρων ερευνών και μελετών σχετικά με τη συμπεριφορά είναι κρίσιμος στην απόκτηση μιας πιο βαθιάς γνώσης των αποφάσεων και των προτιμήσεων των τουριστών-καταναλωτών. Η τμηματοποίηση μπορεί να συνεισφέρει στη μετατροπή μιας στρατηγικής σε αποτελεσματικές ενέργειες στο πεδίο του μάρκετινγκ. Η ψυχογραφική τυπολογία αποτελεί τη βάση των πιο πρόσφατων προσεγγίσεων, ενώ παράλληλα οι προτεινόμενες μεθοδολογίες έχουν γίνει πιο περίπλοκες. (Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, 2002)

#### **2.3.3.5. Οι τυπολογίες τουριστών (ή ψυχογραφική τμηματοποίηση)**

Ο S. Plog (1994) υποστηρίζει ότι «... υφίσταται ένας περιορισμένος αριθμός τύπων της προσωπικότητας που έχουν αναλυθεί από την τουριστική έρευνα... Οι τύποι αυτοί θα μπορούσαν να ομαδοποιηθούν σε οκτώ μεγάλες κατηγορίες». Ως εκ τούτου, ο Plog ανέδειξε μια τυπολογία όλων των τυπολογιών τουριστών που περιλαμβάνει τους εξής οκτώ τύπους:

- Περιπετειώδης (Venturesomeness): αναζητεί την περιπέτεια και την εξερεύνηση.
- Ηδονιστής (Pleasure-seeking): επιθυμεί την πολυτέλεια και την άνεση σε όλες τις πτυχές των διακοπών του.
- Ανυπόμονος (Impassivity): η απόφαση ταξιδιού λαμβάνεται πολύ γρήγορα, χωρίς προγραμματισμό.
- Με αυτοπεποίθηση (Self-confidence): επιθυμεί να πραγματοποιήσει πολλές δραστηριότητες και επιλέγει ασυνήθιστους προορισμούς.
- Προγραμματισμένος (Planfulness): αφιερώνει εκ των προτέρων αρκετό χρόνο στο ταξίδι, πλην όμως επιζητεί τα πακέτα διακοπών περισσότερο από τον προηγούμενο τύπο τουρίστα.



- Αρρενωπός (Masculinity): είναι προσανατολισμένος προς τη δράση και αναζητεί δραστηριότητες ανοικτού χώρου, όπως το ψάρεμα, την κατασκήνωση και το κυνήγι.
- Διανοούμενος (Intellectualism): δίνει μεγάλη σημασία στα ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού.
- Εξωστρεφής (People orientation): επιδιώκει την πραγματική επαφή με τον πληθυσμό του τόπου διακοπών.

Με άλλα λόγια, είναι εφικτή η διαμόρφωση μιας τυπολογίας τουριστών, χωρίς να θεμελιώνεται στην ψυχογραφική έρευνα. Για τον καθορισμό αυτής της ταξινόμησης, αρκεί να αναλυθεί ο τρόπος διάρθρωσης της τουριστικής προσφοράς.<sup>52</sup>

## 2.4. Τουριστικές υποδομές

Σύμφωνα με τον Κοκκινάκη Παναγιώτη (2010) οι υποδομές αλλά και οι υπηρεσίες μεταφοράς είναι πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτης και έχουν να κάνουν κυρίως με το βαθμό προσπελασιμότητας του νησιού.

Σε ένα περισσότερο γενικευμένο πλαίσιο οι υποδομές μεταφορών είναι αρκετά ικανοποιητικές. Και ποσοτικά αλλά και ποιοτικά καλύπτουν τις ανάγκες των κατοίκων αλλά και των τουριστών επισκεπτών που τις χρησιμοποιούν καθημερινά, βοηθώντας στην αναβάθμιση και διαμόρφωση της τουριστικής ανάπτυξης. Και οι εναέριες αλλά και οι θαλάσσιες μεταφορές όμως κρίνονται ιδιαίτερα ικανοποιητικές. Τόσο οι αεροπορικές όσο και οι ναυτιλιακές εταιρίες παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, λόγω της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και επιχειρηματικότητας που έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια στο νησί.

Σε αντίθεση με τις εναέριες και ναυτιλιακές μεταφορές, οι οδικές μεταφορές, χαρακτηρίζονται από μεγάλο ποσοστό ανεπάρκειας. Σε αυτό οφείλεται η χαμηλή ποιότητα των υλικών που δημιουργεί πολλαπλά προβλήματα στους δρόμους αλλά και τα ίδια τα οδικά δίκτυα τα οποία δεν επαρκούν για κάλυψη πρόσβασης σε αρκετές περιοχές της Κρήτης. Αυτό φαίνεται καλύτερα και από το γεγονός ότι έχει παίξει σημαντικό ρόλο στο διασκορπισμό των τουριστικών ροών.

Σύμφωνα με στοιχεία του ΥΠΕΧΩΔΕ, το οδικό δίκτυο της Κρήτης, αποτελείται από τις εθνικές οδούς, τους δημοτικούς και τους επαρχιακούς δρόμους. Το οδικό δίκτυο από άποψη προσπελασιμότητας και συνυπολογίζοντας πάντα τις ανάγκες του τουριστικού τομέα είναι επαρκές (χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν επιδέχεται περαιτέρω βελτίωση και ανάπτυξη). Το εθνικό οδικό δίκτυο της Κρήτης περιλαμβάνει τα εξής: 1) Βόρειος Οδικός Άξονας, 2) Παλαιά Εθνική Οδός, 3) Νότιος Οδικός Άξονας και 4) το δημοτικό οδικό δίκτυο. Για τις ανάγκες του τουρισμού μεγαλύτερη σημασία έχει το εθνικό οδικό δίκτυο και μετά τα υπόλοιπα.

<sup>52</sup> Στέλιος Βαρβαρέσος και Μάριος Σωτηριάδης, (2002) (Πηγή: JOURNAL: ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ, 2002, Τεύχος 108-109, σσ. 347-390)

Η βατότητα των δρόμων παίζει σημαντικό ρόλο για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής. Ο ΒΟΑΚ για παράδειγμα, έχει βοηθήσει πολύ στη ραγδαία τουριστική ανάπτυξη των παραλιών στα βόρεια του νησιού. Αντίθετα, σε περιοχές όπου οι δρόμοι είναι είτε παλιοί είτε κακής ποιότητας, δεν υπάρχει ανάπτυξη.

Ένα επίσης σοβαρό μειονέκτημα του οδικού δικτύου, είναι η ανεπάρκεια σήμανσης. Δεν υπάρχει σήμανση για παρακαμπτήριους δρόμους αλλά ούτε και για δρόμους που οδηγούν σε περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος. Η ανεπάρκεια και οι ελλείψεις που παρουσιάζονται στις οδικές συγκοινωνίες έχουν άμεσο και μεγαλύτερο αντίκτυπο στους τουρίστες-επισκέπτες όπου τις χρησιμοποιούν περισσότερο για τις μεταφορές τους. Δυστυχώς, υπάρχουν μέρη όπου δεν υπάρχει διασύνδεση και που για να τα επισκεφθεί κανείς, πρέπει να χρησιμοποιήσει το δικό του μεταφορικό μέσο, δεν υπάρχουν απευθείας γραμμές που να ενώνουν τους οικισμούς και τέλος χρησιμοποιούνται λεωφορεία τα οποία δεν πληρούν τις προδιαγραφές άνεσης και ασφάλειας, και υπάρχει ελλιπής πληροφόρηση για δρομολόγια και προορισμούς.

Τα αεροδρόμια που λειτουργούν στο νησί σήμερα είναι το αεροδρόμιο Ηρακλείου, το αεροδρόμιο Σούδας και το αεροδρόμιο Σητείας. Ο αερολιμένας του Ηρακλείου «Νίκος Καζαντζάκης», είναι ένας διεθνής αερολιμένας, ο οποίος σε εθνικό επίπεδο μεταφέρει ετησίως 1.942.423 επιβάτες κατά μέσο όρο και είναι εύκολα προσπελάσιμος.

Τρία από τα σημαντικότερα προβλήματα που παρουσιάζονται στον αερολιμένα Ηρακλείου αφορούν: 1) τις εγκαταστάσεις που αν και κρίνονται ικανοποιητικές, σε περιόδους μεγάλων αφίξεων και αναχωρήσεων πτήσεων charters, δημιουργείται συνωστισμός, 2) τις περιόδους νοτίων ανέμων που δυσχεραίνουν την προσέγγιση του αεροδρομίου από τα αεροπλάνα και 3) την κοντινή απόσταση του αεροδρομίου από την πυκνοκατοικημένη περιοχή της Ν. Αλικαρνασσού με αποτέλεσμα υπερβολικό θόρυβο, ατμοσφαιρική ρύπανση και κίνδυνο πρόκλησης ατυχήματος.

Το αεροδρόμιο του νομού Χανίων «Κ. Δασκαλογιάννης» βρίσκεται σε απόσταση 14 περίπου χιλιομέτρων από την πόλη των Χανίων στην περιοχή της Σούδας και εξυπηρετεί κυρίως τους επισκέπτες της Δυτικής Κρήτης. Χαρακτηρίζεται ως ένα διεθνές αεροδρόμιο με αυξημένες πτήσεις charter κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Πρόβλημα αποτελούν οι εγκαταστάσεις που είναι ανεπαρκείς και δεν καλύπτουν τις ανάγκες που δημιουργούνται. Επίσης, η οδική του προσπελασιμότητα είναι ιδιαίτερα δύσκολη αφού ο δρόμος πέρνα μέσα από τους οικισμούς του δήμου Ακρωτηρίου.

Ο αερολιμένας Σητείας του νομού Λασιθίου βρίσκεται σε μικρή απόσταση από την πόλη της Σητείας και αποτελείται από διάδρομο μήκους 700 μέτρων. Η επιβατική κίνηση στον συγκεκριμένο αερολιμένα είναι ιδιαίτερα χαμηλή ενώ, ο αερολιμένας δεν χαρακτηρίζεται διεθνής. Τα λιμάνια της Κρήτης που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη κίνηση επιβατών, εμπορευμάτων αλλά και οχημάτων είναι τα εξής: Ηρακλείου, Σούδας, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Σητείας και Κισσάμου. Τα περισσότερα από τα παραπάνω λιμάνια εξυπηρετούν κυρίως τη μεταφορά επιβατών

με την υπόλοιπη Ελλάδα ενώ κάποια άλλα χρησιμοποιούνται κυρίως για τη μεταφορά εμπορευμάτων.

Οι ναυτιλιακές εταιρείες που υπάρχουν στο νησί σήμερα είναι οι: 1) Μινωικές γραμμές 2) Anek Lines. Εκτός από τις εταιρείες αυτές μεγάλης δυναμικότητας και εμβέλειας λειτουργούν για κάθε νομό και άλλες μικρότερες τοπικού χαρακτήρα, οι οποίες πραγματοποιούν δρομολόγια τους καλοκαιρινούς κυρίως μήνες προς διάφορες γειτονικές παραλίες και μικρότερα νησιά της Κρήτης (π.χ. Ντία).<sup>53</sup>

## **2.5. Ηράκλειο – κόμβος για κρουαζιέρες στην ανατολική Μεσόγειο**

Σύμφωνα με τη μελέτη που διενήργησε η McKinsey για λογαριασμό του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), οι κρουαζιέρες στο Αιγαίο είναι συμφέρουσες για όλες τις πλευρές, καθώς αυξάνουν τα έσοδα στην Ελλάδα. Κάθε εβδομαδιαία κρουαζιέρα στο Αιγαίο μεταφέρει το πολύ έως 2.680 επιβάτες και έχει ως αποτέλεσμα συνολική δαπάνη 1,5 εκατ. ευρώ στο λιμάνι εκκίνησης και τα ενδιάμεσα λιμάνια.

Η Ελλάδα πρέπει να επικεντρώσει τις προσπάθειές της στην προσέλκυση επισκεπτών με λιμάνι επιβίβασης στη χώρα μας και ενίσχυση απλών επισκέψεων από πλοία που ξεκινούν από τρίτες χώρες. Το 30% των εσόδων πλέον των εισιτηρίων προέρχονται από εκδρομές στις ακτές.

Η μελέτη καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το Ηράκλειο θα μπορούσε να λειτουργήσει ως κόμβος για κρουαζιέρες στο Αιγαίο και την Ανατολική Μεσόγειο. Και αυτό γιατί τα 200 μίλια είναι η μέγιστη απόσταση για ολονύκτιο ταξίδι με αποδοτική κατανάλωση καυσίμων και μία κρουαζιέρα που ξεκινά από το Ηράκλειο μπορεί να φτάσει σε οποιοδήποτε σημείο στην Ανατολική Μεσόγειο μέσα σε τρεις ημέρες.<sup>54</sup>

## **Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και περιβάλλον**

Σύμφωνα με τον Κρητικό Γιάννη (2012), ο Francesco Frangialli έχει υποστηρίξει ότι «Σε πιθανό κίνδυνο μπορεί να τεθεί η τουριστική βιομηχανία, οι ίδιοι οι τουρίστες, αλλά και οι οικονομίες των χωρών που στηρίζονται στον τουρισμό, εξαιτίας των κλιματολογικών αλλαγών».

---

<sup>53</sup> <http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/3689/1/Kokkinakis,%20P..pdf>

<sup>54</sup> <http://www.e-travelnews.gr/to-hrakleio-mporei-na-ginei-komvos-gia-krouazieres-sthn-anatoliki-mesogeio/>

«Οι αλλαγές στο κλίμα μπορούν να προκαλέσουν μεγάλο κίνδυνο στην τουριστική βιομηχανία πολλών προορισμών. Με πολλές τουριστικές δραστηριότητες να εξαρτώνται άμεσα από το κλίμα και τις πολιτικές των ασφαλιστικών εταιριών να επηρεάζονται άμεσα από τους φυσικούς κινδύνους, οι πληροφορίες για τον καιρό και οι προβλέψεις για άσχημα καιρικά φαινόμενα γίνονται πλέον, περισσότερο από ποτέ, σημαντικές για τις τουριστικές επιχειρήσεις».

Για να αντιμετωπιστεί αυτός ο κίνδυνος, απαιτούνται περισσότερες έρευνες και στενότερη συνεργασία μεταξύ των κυβερνήσεων και του ιδιωτικού τομέα, ώστε οι πιθανές κλιματολογικές επιπτώσεις στην τουριστική βιομηχανία να λαμβάνονται υπόψη στα σχέδια ανάπτυξης και να αντιμετωπίζονται κατάλληλα.

Σύμφωνα με τον κ. Frangialli, «οι παραλιακοί προορισμοί και τα χειμερινά θέρετρα εξαρτώνται άμεσα από τις κλιματολογικές συνθήκες και μάλιστα σε καθημερινή βάση». Ακόμα, τα έντονα καιρικά φαινόμενα, όπως τυφώνες και πλημμύρες, απειλούν την υγεία και την ασφάλεια των τουριστών, όσο και των τοπικών πληθυσμών, ενώ μπορούν και να καταστρέψουν τις βασικές υποδομές ενός προορισμού.

Όταν αυτό συμβαίνει, ακόμα και η εικόνα είναι δυνατό να αποθαρρύνει πολλούς τουρίστες από τα ταξίδια, με αποτέλεσμα αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία. «Οι κλιματολογικές αλλαγές μπορούν να μεταλλάξουν το φυσικό περιβάλλον, που προσελκύει τουρίστες, ενώ μπορούν να πλήξουν και βασικές υπηρεσίες, όπως την παροχή νερού, σε περιόδους αυξημένης ζήτησης».

«Οι αλλαγές στον καιρό και το κλίμα ενός προορισμού μπορούν να δημιουργήσουν και νέες δυνατότητες ανάπτυξης για την τουριστική βιομηχανία μιας περιοχής, αυξάνοντας για παράδειγμα τον αριθμό των τουριστών σε πρωτότερες χαμηλές περιόδους τουριστικής κίνησης.»

«Φιλικότερες προς το περιβάλλον τουριστικές υπηρεσίες προτιμούν σήμερα οι καταναλωτές». Την καθιέρωση ενός ειδικού οικολογικού σήματος, υπό τη μορφή άνθους, για όλους τους φιλικούς προς το περιβάλλον χώρους κάμπινγκ, καθώς και για άλλες υπηρεσίες τουριστικής διαμονής, έχει θεσπίσει ήδη από το 2003 η Ε.Ε., με στόχο την καλύτερη διαμονή των κατασκηνωτών, καθώς η ένδειξη του σήματος αποτελεί απόδειξη ότι τηρούνται από τις εταιρείες αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια συμπεριφοράς.

Οι κατασκηνωτές μπορούν να εμπιστεύονται το ειδικό σήμα που τους εγγυάται την περιβαλλοντικά υγιή επίδοση της συγκεκριμένης εγκατάστασης κάμπινγκ. Έτσι διευκολύνονται στην οικολογική επιλογή τους». Τον τελευταίο καιρό, άλλωστε, παρατηρείται μια σταθερή τάση για φιλικότερες προς το περιβάλλον τουριστικές υπηρεσίες, ενώ οι απαιτήσεις των καταναλωτών για πιο οικολογικές διακοπές γίνονται μεγαλύτερες.

Πρόσφατη μελέτη στη Γερμανία κατέδειξε ότι το 51% των καταναλωτών επιλέγει φιλικές προς το περιβάλλον χώρους και εγκαταστάσεις, ενώ το 82% προτιμά ένα απόλυτα παρθένο περιβάλλον. Η απόκτηση του οικολογικού σήματος απαιτεί κάποια επιπλέον προσπάθεια, ωστόσο αυξάνει την προστιθέμενη αξία δεδομένου ότι βοηθά αυτούς που εκμεταλλεύονται τις εγκαταστάσεις κάμπινγκ να επικεντρώνουν την δραστηριότητά τους στη βελτίωση της οικολογικής και οικονομικής τους επίδοσης. Περιορίζοντας την κατανάλωση ενέργειας και νερού μπορούν να έχουν μεγαλύτερη κερδοφορία προστατεύοντας συγχρόνως και το περιβάλλον.»<sup>55</sup>

### **3.1. Το περιβάλλον και η προστασία του**

Η ταχύτερη οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη δημιούργησε ερωτηματικά για το μέλλον των ανθρώπινων κοινωνιών του πλανήτη, ιδιαίτερα σε σχέση με τα αυξανόμενα προβλήματα του περιβάλλοντος και τις επιπτώσεις που έχουν αυτές στην ποιότητα ζωής.

Τα ζητήματα της ποιότητας του περιβάλλοντος απασχολούν όλες τις σύγχρονες κοινωνίες. Οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάδειξη του περιβάλλοντος σε θέμα προτεραιότητας είναι :

1) Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων επηρεάζει τις ανάγκες και τις αξίες μιας κοινωνίας ως προς την ποιότητα ζωής και το περιβάλλον γενικότερα. Η οικονομική ανάπτυξη παγκοσμίως, κυρίως στις βιομηχανικά αναπτυγμένες χώρες είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του εισοδήματος και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και επέτρεψε την αναζήτηση στόχων πέρα από τις βασικές ανάγκες για ασφάλεια, στέγη, απασχόληση. Η διεύρυνση των αναγκών επέβαλε έναν αποπροσανατολισμό των αξιών, διευρύνοντας την έννοια της ανάπτυξης που εμπλουτίστηκε με την έννοια της ποιότητας ζωής. Ιδιαίτερο ρόλο έχει διαδραματίσει και η διεύρυνση του ελεύθερου χρόνου για αναψυχή.

2) Η συνεχής υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος, λόγω των αρνητικών επιπτώσεων των ανθρώπινων δραστηριοτήτων. Τα αστικά κέντρα, αλλά και τα αγροτικά αντιμετωπίζουν προβλήματα ρύπανσης και υποβάθμισης. Ακόμη, η επέκταση των οικισμών, η αναζήτηση χώρων για εγκατάσταση βιομηχανιών και άλλων δραστηριοτήτων έχει αρνητικές επιπτώσεις σε περιβαλλοντικά ευαίσθητες περιοχές, όπως βιότοποι, λίμνες, ακτές. Οι συγκρούσεις για τη χρήση του χώρου έφεραν στο προσκήνιο την ανάγκη αναζήτησης προτεραιοτήτων ως προς τη χρήση του και το ρόλο του περιβάλλοντος στη ζωή και στις δραστηριότητες του ανθρώπου.

3) Μια συνειδητοποίηση της αλληλεξάρτησης των ανθρώπινων δραστηριοτήτων και του περιβάλλοντος σε τομείς, οι οποίοι εξαρτώνται από την ποιότητα των φυσικών πόρων (έδαφος, νερό, ατμόσφαιρα). Η επισήμανση των προβλημάτων που

<sup>55</sup> <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2012/KritikosGiannis/attached-document-1340621019-39671-16416/Kritikos2012.pdf>

αντιμετωπίζει το περιβάλλον οδήγησε στην ενεργοποίηση της κοινωνίας για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων και στην υιοθέτηση πολιτικών προστασίας του περιβάλλοντος. Ορισμένα προβλήματα όπως η μόλυνση της ατμόσφαιρας, το φαινόμενο του θερμοκηπίου, η μείωση του προστατευτικού στρώματος του όζοντος, δύσκολα απομονώνονται λόγω της ιδιαιτερότητάς τους. Η αντιμετώπισή τους απαιτεί συλλογικές προσπάθειες σε όλα τα επίπεδα (διεθνές, εθνικό, τοπικό, περιφερειακό).

Για ορισμένα περιβαλλοντικά προβλήματα υπάρχουν ακόμη ασάφειες ως προς την ευθύνη διαχείρισης των πόρων, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση ατυχημάτων ρύπανσης. Η αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων έχει σχέση με τη διάκριση μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών αγαθών, κάνοντας ουσιαστικό το ρόλο του κράτους και τα δικαιώματα και τις ευθύνες των πολιτών. Άλλα περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν τοπικό χαρακτήρα που οφείλονται σε κοινωνικό-οικονομικά φαινόμενα όπως είναι ο τουρισμός. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών επιβαρύνει κυρίως τις τοπικές κοινωνίες κι ας μην υπάρχουν και οι αντίστοιχες ωφέλειες, καθιστώντας πρωταγωνιστικό το ρόλο των εθνικών και τοπικών φορέων, την κατανομή του κόστους-ωφελειών μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων. Κάποια προβλήματα ξεπερνούν τον τοπικό χαρακτήρα και η αντιμετώπισή τους περιλαμβάνει θέματα διεθνούς πολιτικής, διεθνών σχέσεων και συγκρούσεων με οικονομικό και πολιτικό χαρακτήρα.

Όλα αυτά αναδεικνύουν το σύνθετο χαρακτήρα που έχει η περιβαλλοντική πολιτική. Για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων συγκροτήθηκαν πολιτικές για την προστασία του περιβάλλοντος και την αρμονική του διαχείριση. Σε πολλές χώρες υπάρχουν φορείς και αρχές που ασχολούνται με θέματα του περιβάλλοντος, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι αντιμετωπίζονται τα προβλήματα πάντα ικανοποιητικά. Η σύγχρονη πολιτική όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος διαφέρει απ' ότι παλαιότερα ως προς τους λόγους που την επιβάλλουν, αλλά και ως προς το αντικείμενο και το χαρακτήρα της προστασίας.

Το αντικείμενο της προστασίας μετατοπίστηκε από το μεμονωμένο είδος στο οικοσύστημα και στον τόπο και γεωγραφικό χώρο. Δηλαδή δεν πρέπει να προστατεύεται μόνο ένα είδος, αλλά όλο το οικοσύστημα που το στηρίζει. Υπάρχει και η οικονομική διάσταση του περιβάλλοντος, δεν ενδιαφέρει μόνο το νερό, ο αέρας, η γλωρίδα και πανίδα από πλευράς προστασίας, αλλά και το τοπίο, οι φυσικοί κίνδυνοι, η ύπαρξη χώρων αναψυχής.<sup>56</sup>

### **3.2. Τουρισμός στις παράκτιες περιοχές**

Οι παράκτιες περιοχές είναι δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί και δέχονται όλο το φάσμα των επιπτώσεων το τουρισμού. Στις περιοχές αυτές, πολλές φορές, είναι

---

<sup>56</sup> Χ. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας 2001)(σελ. 134-136)

δύσκολο να αναγνωριστούν οι συνέπειες του τουρισμού γιατί στην περιοχή αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες ανθρώπινες δραστηριότητες.

Η λανθασμένη δημιουργία και επέκταση ξενοδοχειακών και άλλων τουριστικών επιχειρήσεων, λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, δίχως φροντίδα για την αισθητική και αρχιτεκτονική, οδηγεί σε αισθητική υποβάθμιση των παράκτιων περιοχών.

Μεγάλες εκτάσεις γης χρησιμοποιούνται για την κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων, ενώ έργα υποδομής όπως δρόμοι και αεροδρόμια συχνά δημιουργούνται σε ευαίσθητες περιοχές.

Σε αρκετές περιπτώσεις ο τουρισμός επιφέρει την απώλεια σημαντικών βιοτόπων και τη μείωση της. Ένα μέρος της υποβάθμισης του περιβάλλοντος, σε ό, τι αφορά στην ποιότητα του θαλάσσιου περιβάλλοντος, οφείλεται στο γεγονός ότι μόνο το 30% των υγρών αποβλήτων των μεσογειακών παράκτιων πόλεων υφίστανται κάποιου είδους επεξεργασία. Έτσι, κάποιες μεσογειακές πόλεις απέτυχαν στον έλεγχο ποιότητας των νερών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το συνολικό κόστος για την ανάπτυξη της επεξεργασίας αποβλήτων υπολογίζεται ότι ξεπερνά τα 10 δισεκατομμύρια δολάρια. Η τουριστική ανάπτυξη συμβάλλει στη μη βιώσιμη εκμετάλλευση των φυσικών πόρων, με την υπέρμετρη άντληση πόσιμου νερού και την εκμετάλλευση των αποθεμάτων αλιείας. Η αλόγιστη κατανάλωση νερού για ύδρευση και χρήση αναψυχής προκαλεί ανταγωνισμό με άλλες δραστηριότητες και έχει ως αποτέλεσμα την εξάντληση των αποθεμάτων πόσιμου νερού.<sup>57</sup>

### 3.3. Γαλάζια σημαία (Blue Flags)

Οι Γαλάζιες Σημαίες<sup>58</sup> (Blue Flags) είναι ένα σύμβολο ποιότητας που απονέμεται σε οργανωμένες ακτές και μαρίνες διαχειριζόμενες από παράκτιους δήμους, ξενοδόχους ή και άλλους φορείς, με βάση αυστηρά κριτήρια. Πρόκειται για ένα εθελοντικό πρόγραμμα που αποτελεί μία πρότυπη περιβαλλοντική δράση για ακτές με μεγάλο αριθμό λουόμενων.

Το πρόγραμμα ξεκίνησε στη Γαλλία το 1985. Η επίσημη έναρξη του ήταν στις 5 Ιουνίου 1987 (Διεθνής ημέρα περιβάλλοντος) με την παρουσίαση του στο Συμβούλιο της Ευρώπης και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Σήμερα το πρόγραμμα των γαλάζιων σημαιών υπάρχει σε 39 χώρες παγκοσμίως με 3.200 βραβευμένες ακτές και μαρίνες.



<sup>57</sup> X. Κοκκώσης, Π. Τσάρτας 2001)(σελ.149-151)

<sup>58</sup> [http://el.wikipedia.org/wiki/Γαλάζιες\\_Σημαίες](http://el.wikipedia.org/wiki/Γαλάζιες_Σημαίες)

Διεθνής διαχειριστής του Προγράμματος είναι το Ίδρυμα Περιβαλλοντικής εκπαίδευσης (Foundation for Environmental Education ή FEE), το οποίο βρίσκεται σε στενή συνεργασία με τους κατά τόπους διαχειριστές. Το ίδρυμα αυτό είναι υπεύθυνο και για τη περιοδική αναμόρφωση των κριτηρίων βράβευσης.

Τα **κριτήρια** για τη βράβευση μιας παραλίας ή μαρίνας χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες. Αυτές είναι:

#### 1) Περιβαλλοντική εκπαίδευση και πληροφόρηση

- ✓ Πληροφορίες για το παράκτιο οικοσύστημα και το ευαίσθητο φυσικό περιβάλλον στον παράκτιο χώρο.
- ✓ Συνεχής πληροφόρηση του κοινού για την ποιότητα των νερών κολύμβησης.
- ✓ Πληροφορίες για το Διεθνές Πρόγραμμα «Γαλάζιες Σημαίες» στον Πίνακα Ανακοινώσεων της ακτής.
- ✓ Έντυπες πληροφορίες και αναρτημένες οδηγίες συμπεριφοράς για την ακτή.
- ✓ Δραστηριότητες που να προβάλλουν ενεργά τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος της ακτής.

#### 2) Ποιότητα νερών κολύμβησης

- ✓ Ποιότητα των νερών κολύμβησης, που να επιβεβαιώνεται με δειγματοληπτικές μετρήσεις
- ✓ Μη απόρριψη βιομηχανικών λυμάτων στην ακτή
- ✓ Επεξεργασία αστικών λυμάτων, με βάση τις απαιτήσεις της κοινοτικής νομοθεσίας

#### 3) Περιβαλλοντική Διαχείριση

- ✓ Σχέδιο χρήσης της γης και περιβαλλοντική διαχείριση
- ✓ Περιοδικός καθαρισμός της ακτής από σκουπίδια
- ✓ Επαρκείς κάδοι απορριμμάτων, που να αδειάζονται σε τακτά διαστήματα
- ✓ Διευκολύνσεις για ανακυκλώσιμα υλικά
- ✓ Επαρκείς εγκαταστάσεις υγιεινής, με ελεγχόμενο σύστημα αποχέτευσης
- ✓ Απαγόρευση της οδήγησης οχημάτων και μοτοποδηλάτων στην ακτή



- ✓ Απαγόρευση της ελεύθερης κατασκήνωσης
- ✓ Επιτήρηση κατοικίδιων ζώων στην ακτή
- ✓ Συντήρηση κτιρίων και εξοπλισμού στην ακτή

#### 4) Ασφάλεια, ναυαγосωστικά, πρώτες βοήθειες, υπηρεσίες και εγκαταστάσεις

- ✓ Εκπαιδευμένοι ναυαγосώστες ή άμεση πρόσβαση σε τηλέφωνο καθώς και παροχή σωστικών εφοδίων και πρώτων βοηθειών
- ✓ Σχέδια για την αντιμετώπιση κάποιου ατυχήματος ρύπανσης, με άμεση ενημέρωση του κοινού
- ✓ Ασφαλής δίοδος στην ακτή και φροντίδα για άτομα με ειδικές ανάγκες

**Στόχος** του προγράμματος είναι:

- καθαρισμός των θαλασσών και των ακτών
- ασφαλείς και κατάλληλες παρεχόμενες υπηρεσίες στους λουόμενους και τους επισκέπτες
- δημιουργία περιβαλλοντικής ευαισθησίας
- ενεργή προστασία των παράκτιων περιοχών

## **Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία και αποτελέσματα**

### **4.1. Μελέτη**

Η μελέτη διεξήχθη σε όλες τις παραλίες της Κρήτης, για την ακρίβεια σε 303 παραλίες, οι οποίες πάρθηκαν από την ηλεκτρονική ιστοσελίδα Cretan Beaches. Η ιστοσελίδα αυτή, έχει ομαδοποιήσει κάποια χαρακτηριστικά και σύμφωνα με αυτά τα χαρακτηριστικά, οι παραλίες έχουν αξιολογηθεί από τους επισκέπτες με κάποια βαθμολογία από το 0 μέχρι το 5.

Η μελέτη αυτή, σκοπό έχει να αναδείξει τα χαρακτηριστικά των παραλιών της Κρήτης και στους τέσσερεις νομούς και να δείξει ποια χαρακτηριστικά, οι επισκέπτες έχουν βαθμολογήσει θετικά.

## 4.2. Μεθοδολογία

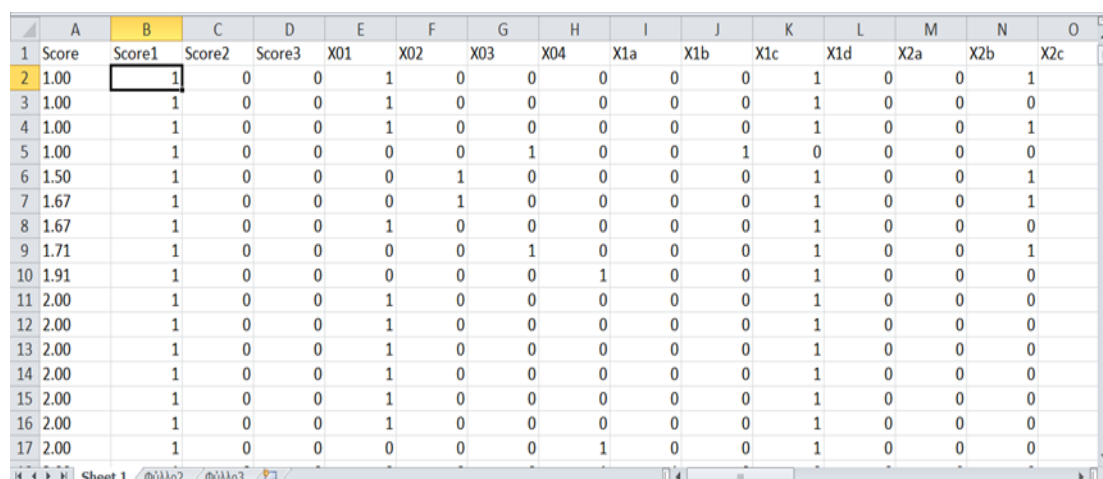
Προκειμένου να αναλύσουμε τα χαρακτηριστικά των παραλιών της Κρήτης, χρησιμοποιήσαμε το Excel για να φτιάξουμε μια βάση δεδομένων όπου οριζοντίως καταχωρήσαμε τις βαθμολογίες, τις πόλεις (Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο, Λασιθί) και τα χαρακτηριστικά. Καθέτως καταχωρήσαμε τις παραλίες με βάση τη βαθμολογία που είχαν δώσει οι επισκέπτες σε αύξουσα μορφή.

Για την διευκόλυνση της εκπόνησης της εργασίας, χωρίσαμε τις βαθμολογίες των επισκεπτών σε τρεις βαθμολογίες: βαθμολογία 1 από το 0-3, βαθμολογία 2 από το 3,01-4 και βαθμολογία 3 από το 4,01-5. Το ίδιο κάναμε και με τον γεωγραφικό τόπο αλλά και με τα χαρακτηριστικά, τα οποία είναι χωρισμένα σε κατηγορίες.

Στη συνέχεια, σημειώσαμε με το δείκτη 1 τα χαρακτηριστικά που οι επισκέπτες είχαν βαθμολογήσει με την εκάστοτε βαθμολογία αλλά και τα χαρακτηριστικά που διέθετε η κάθε παραλία. Ενώ, με το 0 αυτές που δεν υπήρχαν.

Σε όλες αυτές τις πληροφορίες, δώσαμε διαφορετικές ονομασίες (εικόνα 1) όπως για παράδειγμα, ονομάσαμε με X01, X02, X03 και X04 τους νομούς Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο και Λασιθί αντίστοιχα. Με X1a, X1b, X1c και X1d το χρώμα του νερού, δηλαδή γαλαζοπράσινο, βαθύ μπλε, μπλε και πράσινο αντίστοιχα κ.ο.κ. (όλα τα χαρακτηριστικά των παραλιών θα αναφερθούν σε επόμενους πίνακες).

Εικόνα 1



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Score	Score1	Score2	Score3	X01	X02	X03	X04	X1a	X1b	X1c	X1d	X2a	X2b	X2c
2	1.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
3	1.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
4	1.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
5	1.00	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
6	1.50	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
7	1.67	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
8	1.67	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
9	1.71	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
10	1.91	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
11	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
12	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
13	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
14	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
15	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
16	2.00	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
17	2.00	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0

Τέλος, για να αναλύσουμε τα δεδομένα του Excel χρησιμοποιήσαμε τη βοήθεια του προγράμματος SPSS statistics. Το SPSS (Superior Performance Software System) είναι το πιο διαδεδομένο πρόγραμμα για τη στατιστική ανάλυση δεδομένων. Για να επεξεργαστούμε τα δεδομένα με το SPSS θα πρέπει να παρουσιάσουμε τα δεδομένα μας σε πίνακες (εικόνα 1 πάνω). Όπως φαίνεται, ο πίνακας αυτός αποτελείται από ορισμένο αριθμό γραμμών και στηλών. Κάθε γραμμή αντιστοιχεί σε μια συγκεκριμένη βαθμολογία και κάθε στήλη σε μια μεταβλητή.

### 4.3. Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης δεδομένων

Σύμφωνα με την θεωρία του Maslow (1943), υπάρχουν πέντε επίπεδα ανθρώπινων αναγκών τα οποία αναφέρθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο και οι καταναλωτές-τουρίστες, συχνά προσπαθούν να ικανοποιήσουν μέσα από τον τουρισμό.

Για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών, σύμφωνα με τους Krippendorf (1987), C. Witt και P. Wright (1994) και P. Schul και J. Crompton (1983), οι τουρίστες αναζητούν πληροφορίες για έναν τουριστικό προορισμό μέσα από πολλές και διαφορετικές πηγές όπως τουριστικοί κατάλογοι, μπροσούρες, ταξιδιωτικοί οδηγοί, άλλες εμπειρίες του ατόμου για ίδιου τύπου διακοπές καθώς και από τις εμπειρίες άλλων ατόμων.

Χωρίς αυτό να σημαίνει σύμφωνα με τον H. Schmidhauser (1989) πως ένα απλό τουριστικό ταξίδι είναι σε θέση να ικανοποιήσει όλες τις τουριστικές ανάγκες, αλλά μόνο ένα μέρος αυτών των αναγκών. Και σύμφωνα με το μοντέλο τουριστικής συμπεριφοράς του L. Moutinho (1986), η αγορά ενός τουριστικού προϊόντος σπάνια αποτελεί μια αυθόρμητη ενέργεια.

Τα χαρακτηριστικά τα οποία αναλύθηκαν στην παρούσα εργασία, θα μπορούσαν να συσχετισθούν με την δεύτερη κατηγορία μοντέλου λήψης απόφασης του D. Foster (1985), η οποία περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά του προορισμού, σύμφωνα με τον οποίο συμβάλουν στη διαδικασία λήψης απόφασης .

Συνεπώς, σύμφωνα με τους J. Howard και J. Sheth (1969) ‘‘ μια επιχείρηση θα πρέπει να τμηματοποιήσει την πελατεία κατά τέτοιον τρόπο ώστε να διαμορφώσει υποσύνολα καταναλωτών’’. Έτσι, οι δημιουργοί του ιστότοπου Cretan Beaches, έχουν τμηματοποιήσει τα χαρακτηριστικά των παραλιών σύμφωνα με την θεσμική τμηματοποίηση και η τμηματοποίηση αυτή αποτελεί την εκ των προτέρων τμηματοποίηση . Με βάση τη θεωρία των Howard και Sheth, με τη σειρά μου, τμηματοποίησα τα χαρακτηριστικά των παραλιών του δείγματός μας, με τρεις τρόπους. Η πρώτη τμηματοποίηση, αναφέρει τα ποσοστά που έχει συγκεντρώσει η κάθε μεταβλητή του δείγματός μας. Τα ποσοστά αυτά, φαίνονται στους πίνακες 1.1-1.11. Η δεύτερη τμηματοποίηση αναφέρει τα ποσοστά των μεταβλητών με βάση την βαθμολογία (πίνακας 2). Η τρίτη τμηματοποίηση, έχει γίνει με βάση το γεωγραφικό τόπο (πίνακας 3), δηλαδή, σε τί ποσοστό υπάρχει η μεταβλητή/το χαρακτηριστικό που μελετάμε στο κάθε νομό. Και οι τρεις τμηματοποιήσεις, αποτελούν την εκ των υστέρων τμηματοποίηση. Στην ουσία όμως, η τμηματοποίηση που έχουμε πραγματοποιήσει είναι του R. Prentice (1994), δηλαδή τμηματοποίηση σύμφωνα με τις δραστηριότητες αναψυχής.

Δεν χρησιμοποίησα τη δημογραφική τμηματοποίηση, επειδή στόχος μου είναι να δείξω μέσα από την ανάλυση μου, τα χαρακτηριστικά των παραλιών, που είναι σημαντικά για την τοπική κοινωνία και τις τουριστικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις παράκτιες περιοχές σε συνάρτηση με τη βαθμολογία των λουόμενων και όχι την ηλικία ή το εισόδημα τους. Γιατί, σύμφωνα με τον Dann

(1977), τα χαρακτηριστικά αυτά, αποτελούν τους ωθητικούς παράγοντες που προκαλούν σε ένα άτομο την επιθυμία να ταξιδέψει.

### **Πίνακες 1.1-1.11 : Δείχνουν τα ποσοστά που συγκεντρώσαν οι μεταβλητές**

*Πίνακας 1.1:* Στο πίνακα αυτό, βλέπουμε τι ποσοστό έχει συγκεντρώσει η κάθε βαθμολογία. Επίσης παρατηρούμε πως οι παραλίες της Κρήτης έχουν βαθμολογηθεί με υψηλή βαθμολογία.

<b>Βαθμολογία</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Βαθμολογία 1 από το 0 έως το 3	21,0
Βαθμολογία 2 από το 3,01 έως το 4	32,0
Βαθμολογία 3 από το 4,01 έως το 5	47,0

*Πίνακας 1.2:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε σε ποιο νομό βρίσκεται οι πλειοψηφία των παραλιών του δείγματός μας. Άρα, οι περισσότερες παραλίες βρίσκονται στο νομό Λασιθίου.

<b>Νομοί</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Χανιά	29,7
Ρέθυμνο	14,4
Ηράκλειο	24,7
Λασιθί	31,2

*Πίνακας 1.3:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε ποιο χρώμα νερού επικρατεί στις παραλίες της Κρήτης και τι ποσοστό συγκεντρώνει το καθένα. Το επικρατέστερο χρώμα είναι το μπλε χρώμα.

<b>Χρώμα νερού</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Γαλαζοπράσινο	8,9
Βαθύ μπλε	8,4
Μπλε	72,7
Πράσινο	10,0

*Πίνακας 1.4:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε ποιος είναι ο τύπος παραλίας και τι ποσοστό συγκεντρώνει το καθένα. Ο επικρατέστερος τύπος είναι η άμμος.

<b>Τύπος παραλίας</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Λευκή άμμος	2,4
Άμμος	38,6
Χοντρή άμμος	30,4
Βότσαλο	20,5
Πέτρες/Βράχια	8,1

*Πίνακας 1.5:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε ποιος είναι ο συνήθης κυματισμός των παραλιών και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Ο επικρατέστερος συνήθης κυματισμός είναι τα μικρά κύματα.

<b>Συνήθης κυματισμός</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Επίπεδη επιφάνεια	12,1
Μικρά κύματα	59,3
Φυσιολογικά κύματα	24,9
Μεγάλα κύματα	3,7

*Πίνακας 1.6:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε ποιο είναι το βάθος της θάλασσας στις παραλίες και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Το επικρατέστερο είναι το φυσιολογικά βάθος.

<b>Βάθος θάλασσας</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Ρηχά	24,9
Φυσιολογικά	50,4
Βαθεία	24,7

*Πίνακας 1.7:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε τον κόσμο που συγκεντρώνουν οι παραλίες και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Οι πλειοψηφία των παραλιών χαρακτηρίζονται ως απομονωμένες/ερημικές.

<b>Κόσμος</b>	<b>Ποσοστά %</b>
Απομονωμένη/Ερημική	46,7
Φυσιολογικά πλήθη	39,1
Συνωστισμός	13,9

*Πίνακας 1.8:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε την θερμοκρασία των παραλιών και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Η επικρατέστερη θερμοκρασία, είναι η φυσιολογική θερμοκρασία.

<b>Θερμοκρασία νερού</b>	<b>Ποσοστό %</b>
Κρύο	4,5
Δροσερό	44,1
Φυσιολογικό	47,0
Ζεστό	4,2

*Πίνακας 1.9:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε τις υποδομές των παραλιών καθώς και της ευρύτερης/κοντινής περιοχής και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Στην ευρύτερη/κοντινή περιοχή ιδιαίτερα αναπτυγμένες είναι οι υπηρεσίες εστίασης, σε σχέση με τις υπηρεσίες διαμονής. Ενώ, οι περισσότερες παραλίες διαθέτουν ξαπλώστρες/ομπρέλες.

<b>Υποδομές</b>	<b>Ποσοστό %</b>
Υπηρεσίες διαμονής κοντά	60,9
Υπηρεσίες εστίασης κοντά	67,7
Ομπρέλες/Ξαπλώστρες	47,8
Θαλάσσια αθλήματα	34,6
Ναυαγοσώστης	20,5
Ντουζιέρες	37,0
Γαλάζια σημαία	21,0

*Πίνακας 1.10:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε και κάποια επιπλέον χαρακτηριστικά που έχουν οι παραλίες και τι ποσοστά συγκεντρώνει το καθένα. Η πλειοψηφία των παραλιών ενδείκνυται για μάσκα.

<b>Διάφορα</b>	<b>Ποσοστό %</b>
Φιλική στους γυμνιστές	39,1
Με φοίνικες	1,8
Φιλική στους κατασκηνωτές	31,2
Ενδείκνυται για μάσκα	61,7
Φυσική σκιά	41,5
Φωλιάζουν χελώνες	6,6

*Πίνακας 1.11:* Σε αυτόν τον πίνακα, βλέπουμε με ποιόν τρόπο γίνεται η πρόσβαση στις παραλίες και τι ποσοστό συγκεντρώνει το καθένα. Ο επικρατέστερος τρόπος πρόσβασης είναι με το αυτοκίνητο.

<b>Πρόσβαση</b>	<b>Ποσοστό %</b>
Συγκοινωνία	38,1
Αυτοκίνητο	63,8
Χωματόδρομος	18,1
Πρόσβαση με σκάφος	12,6
Περπάτημα	18,1
Πρόσβαση Α.Μ.Ε.Α	10,5

Με αυτούς τους 11 πίνακες μπορούμε να βγάλουμε ένα γενικό συμπέρασμα, για το ποια είναι τα χαρακτηριστικά των παραλιών της Κρήτης. Οπότε μπορούμε να πούμε

πως οι περισσότερες παραλίες της Κρήτης έχουν βαθμολογηθεί από τους επισκέπτες με υψηλή βαθμολογία, δηλαδή από 4,01-5,00 και ότι οι περισσότερες παραλίες του δείγματος μας βρίσκονται στο νομό Λασιθίου. Τα χαρακτηριστικά των παραλιών είναι: α) το μπλε χρώμα νερού β) η άμμος γ) τα μικρά κύματα δ) το φυσιολογικό βάθος ε) είναι απομονωμένες/ερημικές ζ) η φυσιολογική θερμοκρασία η) έχουν ομπρέλες/ξαπλώστρες θ) ενδείκνυνται για μάσκα και ι) η πρόσβαση γίνεται με το αυτοκίνητο.

**Πίνακας 2: Δείχνει τα ποσοστά που συγκέντρωσαν οι μεταβλητές σε σχέση με τις βαθμολογίες**

	Βαθμολογία 1 από το 0 έως το 3	Βαθμολογία 2 από το 3,01 έως το 4	Βαθμολογία 3 από το 4,01 έως το 5
Χανιά	30.0	29.5	29.6
Ρέθυμνο	15.0	15.6	13.4
Ηράκλειο	23.8	29.5	21.8
Λασιθί	31.2	25.4	35.2
Γαλαζοπράσινο	2.5	4.1	15.1
Βαθύ Μπλε	5.0	6.6	11.2
Μπλε	88.8	80.3	60.3
Πράσινο	3.8	9.0	13.4
Λευκή Άμμος	0.0	0.0	5.0
Άμμος	42.5	46.7	31.3
Χοντρή Άμμος	23.8	21.3	39.7
Βότσαλο	21.2	21.3	19.6
Πέτρες/Βράχια	12.5	10.7	4.5
Επίπεδη Επιφάνεια	10.0	8.2	15.6
Μικρά Κύματα	47.5	56.6	66.5
Φυσιολογικά Κύματα	37.5	34.4	12.8
Μεγάλα Κύματα	5.0	0.8	5.0
Ρηχά	25.0	25.4	24.6
Φυσιολογικά	51.2	52.5	48.6
Βαθεία	23.8	22.1	26.8
Απομονωμένη/Ερημική	46.8	41.8	50.3
Φυσιολογικά Πλήθη	44.3	39.3	36.9
Συνωστισμός	8.9	18.9	12.8
Κρύο	3.8	4.1	5.0
Δροσερό	43.0	35.2	50.8
Φυσιολογικό	50.6	55.7	39.7

Ζεστό	2.5	4.9	4.5
Υπηρεσίες Διαμονής κοντά	25.4	36.6	37.9
Υπηρεσίες εστίασης κοντά	23.3	34.9	41.9
Ομπρέλες / Ξαπλώστρες	24.2	35.7	40.1
Θαλάσσια Αθλήματα	25.0	40.2	34.8
Ναυαγοσώστης	21.8	47.4	30.8
Ντουζιέρες	25.5	37.6	36.9
Γαλάζια Σημαία	23.8	36.2	40.0
Φιλική στους Γυμνιστές	14.1	26.8	59.1
Με Φοίνικες	0.0	0.0	100.0
Φιλική στους Κατασκηνωτές	10.9	28.6	60.5
Ενδείκνυται για μάσκα	17.9	27.2	54.9
Φυσική Σκιά	17.1	28.5	54.4
Φωλιάζουν χελώνες	12.0	48.0	40.0
Συγκοινωνία	29.0	40.0	31.0
Αυτοκίνητο	25.5	35.8	38.7
Χωματόδρομος	14.5	36.2	49.3
Πρόσβαση με σκάφος	10.4	16.7	72.9
Περπάτημα	13.0	24.6	62.3
Πρόσβαση ΑΜΕΑ	22.5	42.5	35.0



**Πίνακας 3: Δείχνει τα ποσοστά που συγκέντρωσαν οι μεταβλητές σε σχέση με το γεωγραφικό τόπο**

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Γαλαζοπράσινο	8.8	7.3	6.4	11.8
Βαθύ Μπλε	15.0	5.5	8.5	3.4
Μπλε	69.9	78.2	76.6	69.7
Πράσινο	6.2	9.1	8.5	15.1
Λευκή Άμμος	2.7	1.8	0.0	4.2
Άμμος	32.7	50.9	33.0	42.9
Χοντρή Άμμος	23.0	23.6	46.8	27.7
Βότσαλο	23.9	14.5	19.1	21.0
Πέτρες/Βράχια	17.7	9.1	1.1	4.2
Επίπεδη Επιφάνεια	10.6	5.5	11.7	16.8
Μικρά Κύματα	52.2	67.3	57.4	63.9
Φυσιολογικά Κύματα	34.5	27.3	29.8	10.9
Μεγάλα Κύματα	2.7	0.0	1.1	8.4
Ρηχά	30.1	14.5	14.9	32.8
Φυσιολογικά	37.2	58.2	57.4	53.8
Βαθεία	32.7	27.3	27.7	13.4
Απομονωμένη/Ερημική	56.6	43.6	41.5	43.2
Φυσιολογικά Πλήθη	32.7	40.0	37.2	46.6
Συνωστισμός	10.6	16.4	21.3	10.2
Κρύο	8.0	1.8	3.2	3.4
Δροσερό	31.9	16.4	61.7	55.1
Φυσιολογικό	51.3	81.8	33.0	38.1
Ζεστό	8.8	0.0	2.1	3.4
Υπηρεσίες Διαμονής κοντά	29.7	15.9	23.3	31.0
Υπηρεσίες εστίασης κοντά	29.1	16.3	24.0	30.6
Ομπρέλες / Ξαπλώστρες	29.1	18.1	23.6	29.1
Θαλάσσια Αθλήματα	25.8	14.4	26.5	33.3
Ναυαγοσώστης	32.1	16.7	26.9	24.4
Ντουζιέρες	28.4	19.1	17.7	34.8

Γαλάζια Σημαία	28.8	16.2	11.2	43.8
Φιλική στους Γυμνιστές	31.5	17.4	22.1	28.9
Με Φοίνικες	0.0	28.6	28.6	42.9
Φιλική στους Κατασκηνωτές	31.1	16.0	27.7	25.2
Ενδείκνυται για μάσκα	25.5	18.3	23.8	32.3
Φυσική Σκιά	25.9	9.5	25.3	39.2
Φωλιάζουν χελώνες	52.0	20.0	20.0	8.0
Συγκοινωνία	35.9	11.0	17.2	35.9
Αυτοκίνητο	26.3	13.6	23.5	36.6
Χωματόδρομος	34.8	23.2	26.1	15.9
Πρόσβαση με σκάφος	50.0	4.2	29.2	16.7
Περπάτημα	44.9	10.1	17.4	27.5
Πρόσβαση ΑΜΕΑ	32.5	15.0	20.0	32.5

#### 4.3.1 Ποσοστά με βάση την βαθμολογία

Σε αυτήν την υποενότητα, οι πίνακες μας δείχνουν τι ποσοστό έχουν συγκεντρώσει οι μεταβλητές μας για τη κάθε βαθμολογία.

Πίνακας 1

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Χανιά	30.0	29.5	29.6
Ρέθυμνο	15.0	15.6	13.4
Ηράκλειο	23.8	29.5	21.8
Λασιθί	31.2	25.4	35.2

Ο πίνακας 1 μας δείχνει πως, ο τόπος που έχει τις καλύτερα βαθμολογημένες παραλίες είναι: το Λασιθί με ποσοστό 35,2%, μετά είναι τα Χανιά με ποσοστό 29,6%, ύστερα το Ηράκλειο με ποσοστό 21,8% και τέλος το Ρέθυμνο με ποσοστό 13,4%. Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα 1, υπάρχουν τρεις κατηγορίες με βάση την βαθμολογία. Εμείς θα ασχοληθούμε με την τρίτη κατηγορία, που μας δείχνει τις παραλίες που έχουν συγκεντρώσει την υψηλότερη βαθμολογία με βάση τον τόπο, τις παροχές και τα χαρακτηριστικά των παραλιών.

Πίνακας 2

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Γαλαζοπράσινο	2.5	4.1	15.1
Βαθύ Μπλε	5.0	6.6	11.2
Μπλε	88.8	80.3	60.3
Πράσινο	3.8	9.0	13.4

Στον πίνακα 2 η τρίτη κατηγορία βαθμολογίας, μας δείχνει τις υψηλότερες προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με το χρώμα των νερών, που είναι: μπλε νερά με ποσοστό 60,3%, γαλαζοπράσινα νερά με ποσοστό 15,1%, πράσινα νερά με ποσοστό 13,4% και τέλος βαθύ μπλε νερά με ποσοστό 11,2%.

Η δεύτερη κατηγορία με την μεσαία βαθμολογία, μας δείχνει πως τη χαμηλότερη βαθμολογία τη συγκεντρώνουν τα γαλαζοπράσινα νερά με ποσοστό 4,1%, τα βαθύ μπλε νερά με ποσοστό 6,6%, τα πράσινα νερά με ποσοστό 9,0% και τέλος τα μπλε νερά με ποσοστό 80,3%.

Η πρώτη κατηγορία είναι αυτή με τη χαμηλότερη βαθμολογία και μας δείχνει, ότι τα γαλαζοπράσινα νερά συγκεντρώνουν ποσοστό 2,5%, τα πράσινα νερά 3,8%, τα βαθύ μπλε νερά 5,0% και τέλος τα μπλε νερά 88,8%. Οι παραλίες που συγκεντρώνουν χαμηλή βαθμολογία, είναι τα βαθύ μπλε νερά, τα γαλαζοπράσινα και τέλος τα πράσινα νερά.

Οι λόγοι για τους οποίους μπορεί να συμβαίνει κάτι τέτοιο, είναι λογικά, επειδή, οι παραλίες με βαθύ μπλε χρώμα έχουν μεγάλο βάθος και είναι πολύ κρύες. Ενώ οι παραλίες με γαλαζοπράσινα και πράσινα νερά, παρότι παραπέμπουν σε κάτι το εξωτικό, δεν προτιμώνται λόγω του ότι τα νερά είναι ρηχά και ζεστά.

Πίνακας 3

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Λευκή Άμμος	0.0	0.0	5.0
Άμμος	42.5	46.7	31.3
Χοντρή Άμμος	23.8	21.3	39.7
Βότσαλο	21.2	21.3	19.6
Πέτρες/Βράχια	12.5	10.7	4.5

Ο πίνακας 3 μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με τον τύπο της παραλίας και έχουμε τα εξής αποτελέσματα: στην τρίτη κατηγορία, την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνει η χοντρή άμμος με ποσοστό 39,7%, η άμμος με ποσοστό 31,3%, το βότσαλο με ποσοστό 19,6%, η λευκή άμμος με ποσοστό 5,0% και τέλος οι πέτρες/βράχια με ποσοστό 4,5%.

Στην δεύτερη κατηγορία η άμμος συγκεντρώνει 46,7%, η χοντρή άμμος και το βότσαλο 21,3% αντίστοιχα, οι πέτρες/βράχια 10,7% και η χοντρή άμμος 0%. Στην πρώτη κατηγορία η άμμος συγκεντρώνει 42,5%, η χοντρή άμμος 23,8%, το βότσαλο 21,5%, οι πέτρες/βράχια 12,5% και η λευκή άμμος 0%. Οι παραλίες που συγκεντρώνουν πολύ χαμηλή βαθμολογία, είναι η λευκή άμμος και οι πέτρες/βράχια, μετά το βότσαλο και τέλος η άμμος.

Οι λόγοι για τους οποίους μπορεί να συμβαίνει κάτι τέτοιο είναι γιατί, οι παραλίες που αποτελούνται από πέτρες/βράχια, συνήθως δεν έχουν εύκολη πρόσβαση στη θάλασσα και πολλοί φοβούνται να κολυμπήσουν σε τέτοιες παραλίες γιατί υπάρχουν αχινόι. Η λευκή άμμος λογικά συγκεντρώνει πολύ χαμηλό ποσοστό γιατί δεν είναι γνωστή στο κοινό, λόγω του ότι δεν είναι πολύ κοινή. Ενώ το βότσαλο δεν αρέσει γιατί δεν ευνοεί στο περπάτημα αλλά και για παιχνίδια στην παραλία. Η παραλία με άμμο δεν αρέσει στο κόσμο όταν έχει αέρα.

Πίνακας 4

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Επίπεδη Επιφάνεια	10.0	8.2	15.6
Μικρά Κύματα	47.5	56.6	66.5
Φυσιολογικά Κύματα	37.5	34.4	12.8
Μεγάλα Κύματα	5.0	0.8	5.0

Ο πίνακας 4 μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με τον συνήθη κυματισμό μιας παραλίας. Στην πρώτη κατηγορία την υψηλότερη βαθμολογία την έχουν τα μικρά κύματα με ποσοστό 47,5%, έπειτα τα φυσιολογικά κύματα 37,5%, η επίπεδη επιφάνεια 10% και τα μεγάλα κύματα 5%.

Στη δεύτερη κατηγορία, πάλι την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνουν τα μικρά κύματα με ποσοστό 56,6% και ακολουθούν με χαμηλότερα ποσοστά τα φυσιολογικά κύματα 34,4%, η επίπεδη επιφάνεια 8,2% και τα μεγάλα κύματα 0,8%. Στην τρίτη κατηγορία, την υψηλότερη βαθμολογία την έχουν τα μικρά κύματα με ποσοστό 66,5%, μετά η επίπεδη επιφάνεια με ποσοστό 15,6%, ύστερα τα φυσιολογικά κύματα με ποσοστό 12,8% και τέλος τα μεγάλα κύματα με ποσοστό 5%.

Παρατηρούμε πως και στις τρεις κατηγορίες την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνουν τα μικρά κύματα και την χαμηλότερη τα μεγάλα κύματα. Αυτό συμβαίνει, γιατί αυτές οι παραλίες απευθύνονται σε επισκέπτες που είναι μικροί σε ηλικία ή οικογένειες με μικρά παιδιά και όχι σε επισκέπτες που λατρεύουν τα επικίνδυνα θαλάσσια σπορ καθώς η γεωγραφική θέση των παραλιών της Κρήτης δεν ευνοεί για τέτοιου είδους σπορ.

Πίνακας 5

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Ρηχά	25.0	25.4	24.6
Φυσιολογικά	51.2	52.5	48.6
Βαθεία	23.8	22.1	26.8

Ο πίνακας 5 μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με το βάθος της θάλασσας. Στην πρώτη κατηγορία την υψηλότερη βαθμολογία την έχουν τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 51,2%, τα ρηχά με ποσοστό 25% και τα βαθιά με ποσοστό 23.8%.

Στη δεύτερη κατηγορία, πάλι την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνουν τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 52.5%, τα ρηχά με 25,4% και τα βαθιά με 22,1%. Στην τρίτη κατηγορία, την υψηλότερη βαθμολογία την έχουν τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 48,6%, μετά τα βαθιά νερά με ποσοστό 26,8% και τέλος τα ρηχά νερά με ποσοστό 24,6%.

Παρατηρούμε πως και στις τρεις κατηγορίες την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνουν τα φυσιολογικά νερά και την χαμηλότερη τα ρηχά νερά. Αυτό συμβαίνει, γιατί στα ρηχά δεν μπορούν να κολυμπήσουν και είναι πολύ ζεστά, ενώ στα βαθιά είναι πολύ κρύα.

Πίνακας 6

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Απομονωμένη/Ερημική	46.8	41.8	50.3
Φυσιολογικά Πλήθη	44.3	39.3	36.9
Συνωστισμός	8.9	18.9	12.8

Ο πίνακας 6 μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με το κόσμος που θέλουν να έχει μια παραλία. Στην πρώτη κατηγορία την υψηλότερη βαθμολογία την έχει η απομονωμένη/ερημική παραλία με 46,8%, τα φυσιολογικά πλήθη με 44,3% και ο συνωστισμός με 8.9%.

Στη δεύτερη κατηγορία, πάλι την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνει η απομονωμένη/ερημική παραλία με 41,8%, τα φυσιολογικά πλήθη με 39,3% και ο συνωστισμός με 18,9%. Στην τρίτη κατηγορία, την υψηλότερη βαθμολογία την έχει η απομονωμένη/ερημική παραλία με ποσοστό 50,3%, τα φυσιολογικά πλήθη με ποσοστό 36,9% και ο συνωστισμός με ποσοστό 12,8%.

Παρατηρούμε πως και στις τρεις κατηγορίες την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνει η απομονωμένη/ερημική παραλία και την χαμηλότερη ο συνωστισμός. Αυτό συμβαίνει, γιατί οι συνωστισμένες παραλίες δεν είναι καθαρές και δεν βρίσκουν που να κάτσουν.

Πίνακας 7

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Κρύο	3.8	4.1	5.0
Δροσερό	43.0	35.2	50.8
Φυσιολογικό	50.6	55.7	39.7
Ζεστό	2.5	4.9	4.5

Ο πίνακας 7 μας δείχνει τις προτιμήσεις των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με την θερμοκρασία του νερού. Στην πρώτη κατηγορία την υψηλότερη βαθμολογία την έχουν τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 50,6%, τα δροσερά νερά με 43%, τα κρύα νερά 3,8% και τα ζεστά νερά 2,5%. %.

Στη δεύτερη κατηγορία, πάλι την υψηλότερη βαθμολογία την συγκεντρώνουν τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 55,7%, τα δροσερά νερά 35,2%, τα ζεστά νερά 4,9% και τα κρύα νερά 4,1%.

Στην τρίτη κατηγορία την υψηλότερη βαθμολογία τη συγκεντρώνουν τα δροσερά νερά με ποσοστό 50,8%, μετά τα φυσιολογικά νερά με ποσοστό 39,7%, ύστερα τα κρύα νερά με ποσοστό 5,0% και τέλος τα ζεστά νερά με ποσοστό 4,5%.

Παρατηρούμε πως η πλειοψηφία των επισκεπτών προτιμάει τα δροσερά νερά, αλλά και τα φυσιολογικά νερά.

### ***Βαθμολογία καταναλωτών-τουριστών σχετικά με τις υποδομές μιας περιοχής***

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Υπηρεσίες Διαμονής κοντά	25.4	36.6	37.9
Υπηρεσίες εστίασης κοντά	23.3	34.9	41.9
Ομπρέλες / Ξαπλώστρες	24.2	35.7	40.1
Θαλάσσια Αθλήματα	25.0	40.2	34.8
Ναυαγοσώστης	21.8	47.4	30.8
Ντουζιέρες	25.5	37.6	36.9
Γαλάζια Σημαία	23.8	36.2	40.0

Οι καταναλωτές-τουρίστες, βαθμολόγησαν θετικά την ύπαρξη τουριστικών καταλυμάτων κοντά σε μια τουριστική περιοχή με ποσοστό 37,9%, καθώς επίσης και τις υπηρεσίες εστίασης με ποσοστό 41,9%.

Παρατηρούμε, πως για έναν επισκέπτη, η ύπαρξη αυτών των δυο υπηρεσιών είναι πολύ σημαντική για αυτούς, καθώς καλύπτουν τις δύο βασικές ανάγκες όπως είναι ο ύπνος και το φαγητό. Επίσης βλέπουμε να έχουν βαθμολογήσει με υψηλό score και με ποσοστό 40,1% την παροχή και ύπαρξη ομπρέλας/ξαπλώστρας, πράγμα που σημαίνει πως προτιμούν τις οργανωμένες παραλίες.

Την ύπαρξη θαλάσσιων σπορ, ναυαγοσώστη και ντουζιέρας δεν τις θεωρούν πολύ αναγκαίες υπηρεσίες για αυτό και τις έχουν βαθμολογήσει με μεσαίο score και ποσοστό 40,2%, 47,4% και 37,6% αντίστοιχα. Χωρίς όμως αυτό να σημαίνει πως η ύπαρξη τους δεν θα ευνοούσε την γενική εικόνα της εκάστοτε παραλίας. Από την άλλη όμως, βλέπουμε ότι βαθμολόγησαν με υψηλό score και με ποσοστό 40% την ύπαρξη γαλάζιας σημαίας στις παραλίες.

Η ύπαρξη της γαλάζιας σημαίας είναι πολύ σημαντική για τους λουόμενους, καθώς αποτελεί σύμβολο εμπιστοσύνης και περιβαλλοντικής συνείδησης, είναι διεθνώς αναγνωρισμένη αλλά και βεβαιώνει τον κόσμο για την καθαριότητα του θαλασσινού νερού της εκάστοτε παραλίας όπου έχει παραχωρηθεί η άδειά της.

**Βαθμολογία καταναλωτών-τουριστών σχετικά με διάφορα κριτήρια μιας παραλίας**

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Φιλική στους Γυμνιστές	14.1	26.8	59.1
Με Φοίνικες	0.0	0.0	100.0
Φιλική στους Κατασκηνωτές	10.9	28.6	60.5
Ενδείκνυται για μάσκα	17.9	27.2	54.9
Φυσική Σκιά	17.1	28.5	54.4
Φωλιάζουν χελώνες	12.0	48.0	40.0

Με το πέρασμα του χρόνου, ο περισσότερος κόσμος γίνεται πιο ανεκτικός προς τους γυμνιστές, οι παραλίες γυμνιστών γίνονται ακόμα πιο δημοφιλείς και το κίνητρο είναι η ιδεολογία και ο τρόπος ζωής, που σκοπό έχει να φέρει τον άνθρωπο πιο κοντά στην φύση, στη χαλάρωση και την απελευθέρωση.

Εκτός αυτού, οι παραλίες που είναι φιλικές στους γυμνιστές, συγκεντρώνουν μικρό αριθμό λουομένων και συνήθως έχουν πολύ πιο καθαρά νερά σε σχέση με τις άλλες παραλίες. Για αυτό το λόγο, βαθμολογήθηκαν με υψηλό score και με ποσοστό 59,1%. Επίσης οι καταναλωτές- τουρίστες, βρίσκουν τις παραλίες με φοίνικες πολύ ειδυλλιακές, όμορφες και εξωτικές, προσφέροντας φυσική σκιά. Γι' αυτό και τις βαθμολόγησαν με πολύ υψηλό score και ποσοστό 100%.

Το τελευταίο καιρό βλέπουμε να έχουν αναδειχτεί και άλλες μορφές τουρισμού, γνωστές ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Μία τέτοια μορφή είναι η κατασκήνωση ή αλλιώς το οργανωμένο κάμπινγκ, το οποίο αποκτάει ολοένα και περισσότερους ανταποκριτές κυρίως νεαρής ηλικίας, καθώς είναι ένας οικονομικός τρόπος διακοπών και αναψυχής.

Γι' αυτό, οι παραλίες που είναι φιλικές προς τους κατασκηνωτές βαθμολογήθηκαν με υψηλό score και ποσοστό 60,5%. Επίσης βαθμολόγησαν με υψηλό score τις παραλίες που ενδείκνυται για μάσκα και φυσική σκιά με ποσοστά 54,9% και 54,4% αντίστοιχα.

Από την άλλη, οι παραλίες στις οποίες φωλιάζουν χελώνες, βλέπουμε πως έχουν βαθμολογηθεί με μεσαίο score και ποσοστό 48,0%, σε σχέση με τα προηγούμενα χαρακτηριστικά. Ίσως οι επισκέπτες την βαθμολόγησαν με μεσαία βαθμολογία, επειδή θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί στο που πατάνε αλλά και να μην αγνοήσουν τις ειδικές ενδείξεις που έχουν τοποθετηθεί στην παραλία. Πράγμα που περιορίζει κατά κάποιο τρόπο τους λουόμενους.



### *Βαθμολογία καταναλωτών-τουριστών σχετικά με τη πρόσβαση σε μια παραλία*

	Βαθμολογία από 0 έως 3	Βαθμολογία από 3,01 έως 4	Βαθμολογία από 4,01 μέχρι 5
Συγκοινωνία	29.0	40.0	31.0
Αυτοκίνητο	25.5	35.8	38.7
Χωματόδρομος	14.5	36.2	49.3
Πρόσβαση με σκάφος	10.4	16.7	72.9
Περπάτημα	13.0	24.6	62.3
Πρόσβαση ΑΜΕΑ	22.5	42.5	35.0

Ο πίνακας αυτός μας δείχνει τις βαθμολογίες των καταναλωτών-τουριστών σχετικά με την προσβασιμότητα στις παραλίες. Η πρόσβαση στις παραλίες με τα μέσα μαζικής μεταφοράς, βλέπουμε πως έχει βαθμολογηθεί με μεσαία βαθμολογία και με ποσοστό 40%.

Αυτό μπορεί να σημαίνει πως τα μέσα μαζικής μεταφοράς δεν έχουν δρομολόγια για όλες τις παραλίες ή δεν είναι πολύ συχνά ή ακόμα ότι μπορεί να τους αφήνουν πολύ μακριά από την εκάστοτε παραλία.

Από την άλλη, την πρόσβαση στις παραλίες με το αυτοκίνητο, την έχουν βαθμολογήσει με ποσοστό 38,7%. Παρατηρούμε πως ενώ έχει συγκεντρώσει υψηλή βαθμολογία, τα ποσοστά και των τριών score δεν έχουν μεγάλη απόκλιση μεταξύ τους. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε γιατί το αυτοκίνητο δεν εξασφαλίζει την πρόσβαση σε όλες τις παραλίες, είτε γιατί οι δρόμοι δεν είναι καλοί (λακκούβες, στενοί, μακρινές αποστάσεις κ.λπ.).

Ο χωματόδρομος έχει βαθμολογηθεί επίσης με υψηλό score και με ποσοστό 49,3%. Στις περισσότερες από τις πιο μαγευτικές παραλίες της Κρήτης, η πρόσβαση μπορεί να γίνει μόνο με βάρκα ή με κουραστική πεζοπορία. Οι παραλίες όμως αυτές έχουν απίστευτα καθαρά νερά, ωραίο τοπίο και είναι απομονωμένες (καθώς λίγοι έχουν την δυνατότητα πρόσβασης). Γι' αυτό, η πρόσβαση στις παραλίες με σκάφος και το περπάτημα βαθμολογήθηκαν με υψηλό score και ποσοστό 72,9% και 62,3% αντίστοιχα.

Η πρόσβαση των ΑΜΕΑ, βαθμολογήθηκε με μεσαίο score και ποσοστό 42,5%. Αυτό μπορεί να σημαίνει, πως δεν υπάρχουν πολλές παραλίες που να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΑΜΕΑ γιατί δεν υπάρχει η κατάλληλη συσκευή. Το κόστος μιας τέτοιας συσκευής, υπολογίζεται γύρω στις 30.000 ευρώ.

Πράγμα που σημαίνει πως το κόστος και η συντήρηση της συσκευής είναι πολύ δαπανηρή για την τοπική αυτοδιοίκηση. Από την άλλη, σε όσες παραλίες διατίθεται η συγκεκριμένη συσκευή, το μονοπάτι που οδηγεί σ' αυτή συχνά δεν είναι προσβάσιμο,

είτε γιατί τα αναπηρικά καροτσάκια βυθίζονται μέσα στην άμμο είτε γιατί εμποδίζουν οι μοτοσυκλέτες και τα σκουπίδια που πετούν περαστικοί.

### 4.3.2 Ποσοστά με βάση το γεωγραφικό τόπο

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε τέσσερεις γεωγραφικούς τόπους (Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο και Λασιθί), καθώς και κάποια χαρακτηριστικά. Κάθε τόπος συγκεντρώνει και ένα συγκεκριμένο ποσοστό για το κάθε χαρακτηριστικό.

Τα ποσοστά αυτά, θα μας βοηθήσουν να βγάλουμε κάποια γενικά συμπεράσματα για τις παραλίες των τεσσάρων γεωγραφικών τόπων, αλλά και για τις παραλίες της Κρήτης γενικά.

Πίνακας 1

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Γαλαζοπράσινο	8.8	7.3	6.4	11.8
Βαθύ Μπλε	15.0	5.5	8.5	3.4
Μπλε	69.9	78.2	76.6	69.7
Πράσινο	6.2	9.1	8.5	15.1

Ο πίνακας 1 μας δείχνει τις παραλίες των Χανίων και το χρώμα νερού που έχουν, εκ των οποίων το 69,9% έχουν μπλε νερά, το 15% έχουν βαθύ μπλε χρώμα, το 8,8% έχουν γαλαζοπράσινο χρώμα και το 6,2% έχουν πράσινο χρώμα.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων έχουν μπλε χρώμα και το αμέσως επόμενο χρώμα είναι το βαθύ μπλε.

Οι παραλίες του Ρεθύμνου αποτελούνται από μπλε χρώμα με ποσοστό 78,2%, πράσινο με ποσοστό 9,1%, γαλαζοπράσινο με ποσοστό 7,3% και βαθύ μπλε με ποσοστό 5,5%. Στο Ρέθυμνο, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης μπλε χρώμα και το αμέσως επόμενο χρώμα είναι το πράσινο.

Οι παραλίες του Ηρακλείου αποτελούνται από μπλε χρώμα με ποσοστό 76,6%, βαθύ μπλε και πράσινο με ποσοστό 8,5% αντίστοιχα και γαλαζοπράσινο με ποσοστό 6,4%. Στο Ηράκλειο, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης μπλε χρώμα και τα αμέσως επόμενα χρώματα είναι το βαθύ μπλε και το πράσινο.

Οι παραλίες του Λασιθίου αποτελούνται από μπλε χρώμα με ποσοστό 69,7%, πράσινο με ποσοστό 15,1%, γαλαζοπράσινο με ποσοστό 11,8% και βαθύ μπλε με ποσοστό 3,4%. Στο Λασιθί, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης μπλε χρώμα και το αμέσως επόμενο χρώμα είναι το πράσινο.

Παρατηρούμε πως και οι τέσσερις περιοχές της Κρήτης, διαθέτουν και τις τέσσερις κατηγορίες χρωμάτων. Όμως, αυτή που υπερισχύει είναι το μπλε χρώμα το οποίο οφείλεται στο φως του ήλιου και στο βάθος της θάλασσας.

Αρα, οι παραλίες της Κρήτης χαρακτηρίζονται από φυσιολογικό βάθος.

Πίνακας 2

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Λευκή Άμμος	2.7	1.8	0.0	4.2
Άμμος	32.7	50.9	33.0	42.9
Χοντρή Άμμος	23.0	23.6	46.8	27.7
Βότσαλο	23.9	14.5	19.1	21.0
Πέτρες/Βράχια	17.7	9.1	1.1	4.2

Ο πίνακας 2, μας δείχνει τις παραλίες των Χανίων και το τύπο της παραλίας που έχουν, εκ των οποίων το 32,7% έχουν άμμο, το 23,9% έχουν βότσαλο, το 23% έχουν χοντρή άμμο, το 17,7% έχουν πέτρες/βράχια και το 2,7% έχουν λευκή άμμο.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων έχουν άμμο και ο αμέσως επόμενος τύπος είναι το βότσαλο.

Οι παραλίες του Ρεθύμνου, αποτελούνται από άμμο με ποσοστό 50,9%, χοντρή άμμο με ποσοστό 23,6%, βότσαλο με ποσοστό 14,5%, πέτρες/βράχια με ποσοστό 9,1% και λευκή άμμο με ποσοστό 1,8%. Στο Ρέθυμνο, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης άμμο και ο αμέσως επόμενος τύπος παραλίας είναι η χοντρή άμμος.

Οι παραλίες του Ηρακλείου αποτελούνται από χοντρή άμμο με ποσοστό 46,8%, άμμο με ποσοστό 33%, βότσαλο με ποσοστό 19,1%, πέτρες/βράχια με ποσοστό 1,1% και λευκή άμμο με ποσοστό 0,0%. Στο Ηράκλειο, οι περισσότερες παραλίες έχουν χοντρή άμμο και ο αμέσως επόμενος τύπος παραλίας είναι άμμος.

Οι παραλίες του Λασιθίου αποτελούνται από άμμο με ποσοστό 42,9%, χοντρή άμμο με ποσοστό 27,7%, βότσαλο με ποσοστό 21%, λευκή άμμο και πέτρες/βράχια με ποσοστό 4,2% αντίστοιχα. Στο Λασιθί, οι περισσότερες παραλίες έχουν άμμο και ο αμέσως επόμενος τύπος παραλίας είναι χοντρή άμμο.

Και οι τέσσερις περιοχές αποτελούνται κυρίως από άμμο και χοντρή άμμο. Τα Χανιά διαθέτουν περισσότερες παραλίες που αποτελούνται από πέτρες/βράχια σε σχέση με τις άλλες τρεις πόλεις και το Ηράκλειο δεν έχει καθόλου λευκή άμμο.

Αρα, οι παραλίες της Κρήτης χαρακτηρίζονται κυρίως από άμμο.

Πίνακας 3

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Επίπεδη Επιφάνεια	10.6	5.5	11.7	16.8
Μικρά Κύματα	52.2	67.3	57.4	63.9
Φυσιολογικά Κύματα	34.5	27.3	29.8	10.9
Μεγάλα Κύματα	2.7	0.0	1.1	8.4

Ο πίνακας 3, μας δείχνει τον συνήθη κυματισμό που έχουν οι παραλίες και των τεσσάρων πόλεων. Όπως βλέπουμε και στον πίνακα αυτό, το 52,2% των παραλιών έχουν μικρά κύματα, το 34,5% έχουν φυσιολογικά κύματα, το 10,6% έχουν επίπεδη επιφάνεια και το 2,7% μεγάλα κύματα.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων έχουν μικρά κύματα.

Οι παραλίες του Ρεθύμνου, αποτελούνται από μικρά κύματα με ποσοστό 67,3%, φυσιολογικά κύματα με ποσοστό 27,3% και επίπεδη επιφάνεια με ποσοστό 5,5%. Στο Ρέθυμνο, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης μικρά κύματα και καθόλου μεγάλα κύματα.

Οι παραλίες του Ηρακλείου αποτελούνται από μικρά κύματα με ποσοστό 57,4%, φυσιολογικά κύματα με ποσοστό 29,8%, επίπεδη επιφάνεια με ποσοστό 11,7% και μεγάλα κύματα με ποσοστό 11,7%. Στο Ηράκλειο, επίσης οι περισσότερες παραλίες έχουν μικρά κύματα.

Οι παραλίες του Λασιθίου αποτελούνται από μικρά κύματα με ποσοστό 63,9%, επίπεδη επιφάνεια με ποσοστό 16,8%, φυσιολογικά κύματα με ποσοστό 10,9% και μεγάλα κύματα με ποσοστό 8,4%. Στο Λασιθί, επίσης οι περισσότερες παραλίες έχουν μικρά κύματα.

Και οι τέσσερις περιοχές αποτελούνται από μικρά κύματα, το Ρέθυμνο δεν διαθέτει καθόλου παραλίες με μεγάλα κύματα, ενώ το Λασιθί έχει περισσότερες παραλίες με μεγάλα κύματα σε σχέση με τις άλλες πόλεις.

Άρα, οι παραλίες της Κρήτης χαρακτηρίζονται από μικρά και φυσιολογικά κύματα και όχι μεγάλα.

Πίνακας 4

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Ρηχά	30.1	14.5	14.9	32.8
Φυσιολογικά	37.2	58.2	57.4	53.8
Βαθεία	32.7	27.3	27.7	13.4

Ο πίνακας 4, μας δείχνει το βάθος της θάλασσας που έχουν οι παραλίες και των τεσσάρων πόλεων. Όπως βλέπουμε και στον πίνακα, το 37,2% των παραλιών των Χανίων έχουν φυσιολογικό βάθος, το 32,7% είναι πολύ βαθιές και το 30,1% είναι ρηχές.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων έχουν φυσιολογικό βάθος.

Οι παραλίες του Ρεθύμνου αποτελούνται από φυσιολογικό βάθος με ποσοστό 58,2%, πολύ βαθιές με ποσοστό 27,3% και ρηχές με ποσοστό 30,1%. Και στο Ρέθυμνο, οι περισσότερες παραλίες έχουν επίσης φυσιολογικό βάθος.

Οι παραλίες του Ηρακλείου αποτελούνται από φυσιολογικό βάθος με ποσοστό 57,4%, πολύ βαθιές με ποσοστό 27,7% και ρηχές με ποσοστό 14,9%. Στο Ηράκλειο επίσης, οι περισσότερες παραλίες έχουν φυσιολογικό βάθος.

Τέλος, οι παραλίες του Λασιθίου αποτελούνται και αυτές από φυσιολογικό βάθος με ποσοστό 53,8%, ρηχές με ποσοστό 32,8% και πολύ βαθιές με ποσοστό 13,4%. Και στο Λασιθί επίσης, οι περισσότερες παραλίες έχουν φυσιολογικό βάθος.

Και οι τέσσερις περιοχές χαρακτηρίζονται από παραλίες με φυσιολογικό βάθος. Επίσης, το Λασιθί και τα Χανιά, διαθέτουν περισσότερες παραλίες που είναι ρηχές.

Γενικά όμως παρατηρούμε πως οι παραλίες της Κρήτης χαρακτηρίζονται από φυσιολογικό βάθος.

Πίνακας 5

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Απομονωμένη/Ερημική	56.6	43.6	41.5	43.2
Φυσιολογικά Πλήθη	32.7	40.0	37.2	46.6
Συνωστισμός	10.6	16.4	21.3	10.2

Ο πίνακας 5 μας δείχνει τον κόσμο που συγκεντρώνουν οι παραλίες και των τεσσάρων πόλεων. Όπως βλέπουμε και στον πίνακα, το 56,6% των παραλιών των Χανίων είναι απομονωμένες/ερημικές, το 32,7% έχουν φυσιολογικά πλήθη και το 10,6% είναι συνωστισμένες.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων είναι απομονωμένες/ερημικές.

Οι παραλίες του Ρεθύμνου αποτελούνται από απομονωμένες/ερημικές παραλίες με ποσοστό 43,6%, φυσιολογικά πλήθη με ποσοστό 40% και συνωστισμένες με ποσοστό 16,4%. Και στο Ρέθυμνο οι περισσότερες παραλίες χαρακτηρίζονται ως απομονωμένες/ερημικές.

Στο Ηράκλειο το 41,5% των παραλιών είναι απομονωμένες/ερημικές, το 37,2% έχουν φυσιολογικά πλήθη και το 21,3% είναι συνωστισμένες. Και στο Ηράκλειο, οι περισσότερες παραλίες χαρακτηρίζονται ως απομονωμένες/ερημικές.

Τέλος, στο Λασιθί το 43,2% των παραλιών είναι απομονωμένες/ερημικές, το 46,6% έχουν φυσιολογικά πλήθη και το 10,2% είναι συνωστισμένες. Στο Λασιθί οι πλειοψηφία των παραλιών αποτελούνται κυρίως από φυσιολογικά πλήθη.

Παρατηρούμε πως υπάρχουν πολλές παραλίες στους νομούς: Χανιά, Ρέθυμνο και Ηράκλειο που είναι απομονωμένες/ερημικές, ενώ οι παραλίες στο Λασιθί χαρακτηρίζονται κυρίως από φυσιολογικά πλήθη. Αυτό μπορεί να συμβαίνει, γιατί οι παραλίες αυτές ίσως να μην είναι εύκολα προσβάσιμες απ' όλους.

Από την άλλη, οι πιο συνωστισμένες παραλίες βρίσκονται κυρίως στο Ηράκλειο με ποσοστό 21,3%, μετά ακολουθεί το Ρέθυμνο με ποσοστό 16,4% και τέλος ακολουθούν τα Χανιά και το Λασιθί με ποσοστά 10,6% και 10,2% αντίστοιχα.

Πίνακας 6

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Κρύο	8.0	1.8	3.2	3.4
Δροσερό	31.9	16.4	61.7	55.1
Φυσιολογικό	51.3	81.8	33.0	38.1
Ζεστό	8.8	0.0	2.1	3.4

Ο πίνακας 6, μας δείχνει τη θερμοκρασία του νερού που έχουν οι παραλίες και των τεσσάρων πόλεων. Όπως βλέπουμε και στον πίνακα, το 8% των παραλιών των Χανίων έχουν κρύα νερά, το 31,9% έχουν δροσερά νερά, το 51,3% έχουν φυσιολογική θερμοκρασία και το 8,8% έχουν ζεστά νερά.

Από τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνουμε πως οι περισσότερες παραλίες των Χανίων έχουν φυσιολογική θερμοκρασία. Το 1,8% των παραλιών του Ρεθύμνου έχουν κρύα νερά, το 16,4% έχουν δροσερά νερά και το 81,8% έχουν φυσιολογική θερμοκρασία. Βλέπουμε πως και στο Ρέθυμνο οι περισσότερες παραλίες έχουν φυσιολογική θερμοκρασία, αλλά και ότι στο Ρέθυμνο δεν υπάρχουν καθόλου ζεστά νερά. Το 3,2% των παραλιών του Ηρακλείου έχουν κρύα νερά, το 61,7% έχουν δροσερά νερά, το 33% έχουν φυσιολογική θερμοκρασία και το 2,1% έχουν ζεστά νερά.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία οι παραλίες του Ηρακλείου χαρακτηρίζονται κυρίως από δροσερά νερά. Το 3,4% των παραλιών του Λασιθίου έχουν κρύα νερά, το 55,1% έχουν δροσερά νερά, το 38,1% έχουν φυσιολογική θερμοκρασία και το 3,4% έχουν ζεστά νερά. Από τα παραπάνω στοιχεία, οι παραλίες του Λασιθίου χαρακτηρίζονται κυρίως από δροσερά νερά.

Παρατηρούμε πως η Δυτική πλευρά της Κρήτης (Χανιά, Ρέθυμνο) έχουν φυσιολογική θερμοκρασία στο νερό και η Ανατολική (Ηράκλειο, Λασιθί) έχει δροσερά νερά. Σε γενικές γραμμές θα μπορούσαμε να πούμε πως οι παραλίες της Κρήτης χαρακτηρίζονται κυρίως από δροσερή και φυσιολογική θερμοκρασία νερών και όχι τόσο από κρύα και ζεστή θερμοκρασία νερών.

#### **Υποδομές των περιοχών και τα ποσοστά τους**

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Υπηρεσίες Διαμονής κοντά	29.7	29.8	29.9	29.1
Υπηρεσίες εστίασης κοντά	29.1	16.3	24.0	30.6
Ομπρέλες / Ξαπλώστρες	29.1	18.1	23.6	29.1
Θαλάσσια Αθλήματα	25.8	14.4	26.5	33.3
Ναυαγοσώστης	32.1	16.7	26.9	24.4
Ντουζιέρες	28.4	19.1	17.7	34.8
Γαλάζια Σημαία	28.8	16.2	11.2	43.8

Και οι τέσσερις πόλεις έχουν υπηρεσίες διαμονής κοντά στις παραλίες. Όπως βλέπουμε και από τον πίνακα, τις περισσότερες τις διαθέτει το Ηράκλειο με ελάχιστη διαφορά από τις άλλες πόλεις και με ποσοστό 29,9%. Μετά ακολουθεί το Ρέθυμνο με ποσοστό 29,8%, ύστερα τα Χανιά με ποσοστό 29,7% και τέλος το Λασιθί με ποσοστό 29,1%.

Αυτό συμβαίνει γιατί το Ηράκλειο είναι μεγαλύτερη σε πληθυσμό σε σχέση με τις άλλες πόλεις και κάθε χρόνο δέχεται περισσότερους επισκέπτες. Πολλές υπηρεσίες εστίασης κοντά σε κάποια παραλία υπάρχουν στο Λασιθί με ποσοστό 30,6%, μετά στα Χανιά με ποσοστό 29,1%, ύστερα στο Ηράκλειο με ποσοστό 24% και τέλος στο Ρέθυμνο με ποσοστό 16,3%.

Αν κάποιος αναζητάει παραλίες με ξαπλώστρες/ομπρέλες, τότε τις περισσότερες θα τις βρει στα Χανιά και στο Λασιθί καθώς συγκεντρώνουν ποσοστό 29,1% αντίστοιχα. Μετά στο Ηράκλειο με ποσοστό 23,6% και τέλος στο Ρέθυμνο με ποσοστό 18,1%. Οι παραλίες που ευνοούν περισσότερο για τα θαλάσσια σπορ είναι αυτές στο Λασιθί με ποσοστό 33,3%, μετά του Ηρακλείου με ποσοστό 26,5%, ύστερα των Χανίων με ποσοστό 25,8% και τέλος του Ρεθύμνου με ποσοστό 14,4%.

Στα Χανιά το 32,1% των παραλιών διαθέτουν ναυαγοσώστες, στο Ηράκλειο διαθέτει το 26,9% των παραλιών, στο Λασιθί διαθέτει το 24,4% και τέλος στο Ρέθυμνο διαθέτει το 16,7% των παραλιών. Στο Λασιθί το 34,8% των παραλιών διαθέτουν

ντουζιέρες, στα Χανιά το 28,4%, στο Ρέθυμνο το 19,1% και στο Ηράκλειο το μόλις το 17,7%.

Παρατηρούμε πως, τα Χανιά και το Λασιθί έχουν τις περισσότερες οργανωμένες παραλίες, αφού εκεί υπάρχουν κυρίως οι περισσότερες παραλίες που διαθέτουν ξαπλώστρες/ομπρέλες, ναυαγοσώστες και ντουζιέρες σε σχέση με το Ρέθυμνο και το Ηράκλειο.

Τις προϋποθέσεις για την γαλάζια σημαία τις πληρούν μόλις το 43,8% των παραλιών του Λασιθίου, το 28,8% των Χανίων, το 16,2% του Ρεθύμνου και το 11,2% του Ηρακλείου. Οι προϋποθέσεις της γαλάζιας σημαίας είναι αναφορικά: 1) περιβαλλοντική εκπαίδευση και πληροφόρηση 2) ποιότητα νερών κολύμβησης 3) περιβαλλοντική διαχείριση και 4) ασφάλεια, ναυαγοσωστικά, πρώτες βοήθειες, υπηρεσίες και εγκαταστάσεις.

Γενικά παρατηρούμε πως όλες οι υποδοχές υπάρχουν και στους τέσσερεις νομούς, με πιο αναπτυγμένες κυρίως στο Λασιθί και τα Χανιά και άλλα στο Ηράκλειο και το Ρέθυμνο.

#### *Διάφορα κριτήρια που πληρούν οι περιοχές και τα ποσοστά τους*

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Φιλική στους Γυμνιστές	31.5	17.4	22.1	28.9
Με Φοίνικες	0.0	28.6	28.6	42.9
Φιλική στους Κατασκηνωτές	31.1	16.0	27.7	25.2
Ενδείκνυται για μάσκα	25.5	18.3	23.8	32.3
Φυσική Σκιά	25.9	9.5	25.3	39.2
Φωλιάζουν χελώνες	52.0	20.0	20.0	8.0

Η Κρήτη διαθέτει αρκετές παραλίες που είναι φιλικές στους γυμνιστές, επειδή μερικές δεν είναι εύκολα προσβάσιμες και άλλες είναι μικρά κολπάκια που προσελκύουν λίγο κόσμο.

Το 31,5% των παραλιών αυτών βρίσκεται στα Χανιά, το 17,4% στο Ρέθυμνο, το 22,1% στο Ηράκλειο και το 28,9% στο Λασιθί. Επίσης έχει παραλίες με φοίνικες. Το 28,6% των παραλιών αυτών βρίσκονται στο Ρέθυμνο και στο Ηράκλειο αντίστοιχα, το 42,9% στο Λασιθί ενώ τα Χανιά δεν έχουν καθόλου παραλίες με φοίνικες.

Οι περισσότερες παραλίες με φοίνικες, όπως βλέπουμε από τα παραπάνω στοιχεία βρίσκονται στο Λασιθί με πιο γνωστό, το φοινικόδασος του Βάι το οποίο κάθε χρόνο προσελκύει εκατοντάδες τουρίστες από διάφορες χώρες.



Επίσης υπάρχουν παραλίες που είναι φιλικές στους κατασκηνωτές, άλλες οργανωμένες και άλλες λιγότερο οργανωμένες. Το 31,1% των παραλιών αυτών βρίσκονται στα Χανιά, το 16% στο Ρέθυμνο, το 27,7% στο Ηράκλειο και το 25,2% στο Λασιθί. Οι πιο γνωστές παραλίες είναι: το Γαϊδουρονήσι ή αλλιώς Χρυσή που βρίσκεται στο Λασιθί, η Γαύδος (παραλία Αγιάννης, Σαρακίνικο και Λαυρακάς), η Σούγια και τα κολπάκια Παλαιόχωρας που βρίσκονται στα Χανιά. Η πιο οργανωμένη από όλες είναι η παραλία Σούγια, γιατί δεν διαθέτει μόνο υπηρεσίες διαμονής και εστίασης, αλλά και ομπρέλες/ξαπλώστρες, ντουζιέρες, θαλάσσια αθλήματα και ναυαγοσώστη.

Επίσης υπάρχουν παραλίες που ενδείκνυται για μάσκα, καθώς μερικές παραλίες έχουν μέσα στη θάλασσα αρχαία αντικείμενα όπως μαρμάρινους κίονες και αρχαίους τάφους που μέσα τους βρίσκουν καταφύγιο πολλά ψάρια. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η παραλία Λίμνη Κριού που βρίσκεται στα Χανιά. Τέτοιες παραλίες υπάρχουν στα Χανιά με ποσοστό 25,5%, στο Ρέθυμνο με ποσοστό 18,3%, στο Ηράκλειο με ποσοστό 23,8% και στο Λασιθί με ποσοστό 32,3%.

Παραλίες με φυσική σκιά, υπάρχουν στα Χανιά με ποσοστό 25,9%, στο Ρέθυμνο με ποσοστό 9,5%, στο Ηράκλειο με ποσοστό 25,3% και στο Λασιθί με ποσοστό 39,2%.

Στη Κρήτη υπάρχουν επίσης παραλίες που φωλιάζουν θαλάσσιες χελώνες, οι γνωστές Καρέτα Καρέτα. Επειδή οι χελώνες γεννούν στο σκοτάδι, θέλουν μια παραλία που να είναι χωρίς φάτα. Το 52% των παραλιών αυτών βρίσκεται στα Χανιά, το 20% στο Ρέθυμνο και το Ηράκλειο αντίστοιχα και στο Λασιθί μόνο το 8%.

#### ***Τρόποι πρόσβασης στις παραλίες των περιοχών και τα ποσοστά τους***

	Χανιά	Ρέθυμνο	Ηράκλειο	Λασιθί
Συγκοινωνία	35.9	11.0	17.2	35.9
Αυτοκίνητο	26.3	13.6	23.5	36.6
Χωματόδρομος	34.8	23.2	26.1	15.9
Πρόσβαση με σκάφος	50.0	4.2	29.2	16.7
Περπάτημα	44.9	10.1	17.4	27.5
Πρόσβαση ΑΜΕΑ	32.5	15.0	20.0	32.5

Ο πίνακας αυτός μας δείχνει την προσβασιμότητα των τεσσάρων νομών (Χανιά, Ρέθυμνο, Ηράκλειο και Λασιθί) με διάφορους τρόπους. Με τη συγκοινωνία, το 35,9% των παραλιών είναι εύκολα προσβάσιμες στα Χανιά και το Λασιθί αντίστοιχα. Στο Ρέθυμνο το 11% των παραλιών είναι εύκολα προσβάσιμες με τη συγκοινωνία και στο Ηράκλειο το 17,2% των παραλιών. Είναι σημαντικό να υπάρχει η δυνατότητα της πρόσβασης με τη συγκοινωνία σε όσες περισσότερες παραλίες γίνεται και με συχνά

δρομολόγια καθώς έτσι θα εξυπηρετούνται πάρα πολλοί επισκέπτες που δεν έχουν την δυνατότητα να επισκεφτούν την παραλία με άλλο τρόπο.

Με το αυτοκίνητο μπορούμε να έχουμε πρόσβαση στο 26,3% των παραλιών των Χανίων, στο Ρέθυμνο έχουμε στο 13,6% των παραλιών, στο Ηράκλειο έχουμε στο 23,5% και στο Λασιθί έχουμε πρόσβαση με το αυτοκίνητο στο 36,6%.

Η προσβασιμότητα σε μερικές παραλίες της Κρήτης γίνεται από χωματόδρομους. Στα Χανιά το ποσοστό αυτών των παραλιών αντιστοιχεί στο 34,8%, στο Ρέθυμνο αντιστοιχεί στο 23,2% των παραλιών, στο Ηράκλειο αντιστοιχεί στο 26,1% των παραλιών και στο Λασιθί αντιστοιχεί στο 15,9% των παραλιών.

Από αυτά τα στοιχεία, παρατηρούμε πως οι λουόμενοι μπορούν να επισκεφτούν αυτές τις παραλίες με τα μεταφορικά μέσα ή με το αυτοκίνητό τους από κανονικούς δρόμους, όμως μετά από ένα σημείο και έπειτα πρέπει να περάσουν από χωματόδρομους προκειμένου να επισκεφτούν μια από αυτές τις παραλίες. Για την καλύτερη εξυπηρέτηση και διευκόλυνση τους, ο κάθε δήμος θα μπορούσε να τους φτιάξει.

Σε άλλες παραλίες, η πρόσβαση γίνεται μόνο με σκάφος, καθώς είναι ο μοναδικός τρόπος που μπορεί κάποιος να τις επισκεφτεί. Απόμακρες παραλίες υπάρχουν σε όλη την Κρήτη. Το 50% των παραλιών αυτών βρίσκεται στα Χανιά, το 4,2% βρίσκεται στο Ρέθυμνο, το 29,2% στο Ηράκλειο και το 16,7% στο Λασιθί.

Επίσης υπάρχουν παραλίες που για να φτάσει κανείς σ' αυτές, δεν αρκεί το αυτοκίνητο ή η συγκοινωνία, αλλά θα πρέπει να περπατήσουν όσοι θέλουν να απολαύσουν το μπάνιο τους σε μία από τις παραλίες αυτές. Οι παραλίες των Χανίων που πρέπει να περπατήσουν οι λουόμενοι προκειμένου να φτάσουν στην παραλία, αντιστοιχεί στο 44,9% των παραλιών, στο Ρέθυμνο το ποσοστό των παραλιών αυτών αντιστοιχεί στο 10,1%, στο Ηράκλειο το ποσοστό αντιστοιχεί στο 17,4% των παραλιών και στο Λασιθί το ποσοστό αντιστοιχεί στο 27,5% των παραλιών.

Μέχρι εδώ, παρατηρούμε πως, ενώ από τη μια οι παραλίες των Χανίων είναι εύκολα προσβάσιμες με τη συγκοινωνία και το αυτοκίνητο, από την άλλη βλέπουμε πως έχει αρκετές που για να φτάσουν οι λουόμενοι στις παραλίες πρέπει να έχουν σκάφος ή να περάσουν από χωματόδρομους ή ακόμη και να περπατήσουν. Το ίδιο ισχύει και για τις παραλίες του Λασιθίου.

Τέλος, μερικές παραλίες της Κρήτης, διαθέτουν ειδικό εξοπλισμό για την πρόσβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α). Στα Χανιά και το Λασιθί, οι παραλίες που διαθέτουν τον εξοπλισμό, αντιστοιχούν στο 32,5% αντίστοιχα, στο Ρέθυμνο αντιστοιχούν στο 15% των παραλιών και στο Ηράκλειο αντιστοιχούν στο 20% των παραλιών. Με την ύπαρξη του εξοπλισμού αυτού, παρέχεται η δυνατότητα στα άτομα με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α) να απολαμβάνουν τους ίδιους φυσικούς πόρους με τα άλλα μέλη της κοινωνίας, πράγμα που πριν μερικά χρόνια ήταν αδύνατον.

## Συμπεράσματα

Από την πρώτη τμηματοποίηση (πίνακες 1.1-1.11), παρατηρούμε πως οι παραλίες της Κρήτης έχουν βαθμολογηθεί από τους τουρίστες κυρίως με υψηλή βαθμολογία. Πράγμα που είναι πολύ θετικό για τη Κρήτη. Με το μεγαλύτερο ποσοστό των παραλιών του δείγματος να βρίσκεται στο νομό Λασιθίου. Γενικά, τα επικρατέστερα χαρακτηριστικά των παραλιών (του δείγματός μας) είναι το μπλε χρώμα, η άμμος, τα μικρά κύματα, το φυσιολογικό βάθος και θερμοκρασία νερού και οι περισσότερες από αυτές χαρακτηρίζονται ως απομονωμένες/ερημικές με αρκετές από αυτές να διαθέτουν ομπρέλες/ξαπλώστρες. Από τον πίνακα 1.10 φαίνεται πως μεγάλο ποσοστό των παραλιών ενδείκνυται για μάσκα και ο επικρατέστερος τρόπος πρόσβασης τους είναι με το αυτοκίνητο. Στην ευρύτερη περιοχή των παραλιών, ιδιαίτερα αναπτυγμένες είναι οι υπηρεσίες εστίασης και διαμονής.

Από την άλλη, υπάρχουν και κάποιες ελλείψεις ως προς τις υποδομές οι οποίες χρειάζεται να αναπτυχθούν και να βελτιωθούν περισσότερο. Τέτοιες υποδομές είναι: η τοποθέτηση ομπρέλας/ξαπλώστρας και ντουζιέρας σε όλο και περισσότερες παραλίες, η απόκτηση γαλάζιας σημαίας, η ύπαρξη κάποιου ναυαγοςώστη σε αυτή, η παροχή περισσότερων θαλάσσιων αθλημάτων και η τοποθέτηση μηχανημάτων για την διευκόλυνση της πρόσβασης των ατόμων με ειδικές ανάγκες στις παραλίες.

Στη δεύτερη τμηματοποίηση (υποενότητα 4.3.1) έχουμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα της τουριστικής αγοράς της Κρήτης, καθώς σε αυτό το κεφάλαιο αναλύονται οι βαθμολογίες που έχουν δώσει οι τουρίστες για τη κάθε μεταβλητή.

Οι τουρίστες έχουν βαθμολογήσει με υψηλή βαθμολογία τις παραλίες που βρίσκονται στο νομό Λασιθίου. Από τα χαρακτηριστικά των παραλιών έχουν βαθμολογήσει με υψηλή βαθμολογία το μπλε χρώμα, τη χοντρή άμμο, τα μικρά κύματα, το φυσιολογικό βάθος, τα δροσερά νερά και ότι πολλές είναι απομονωμένες/ερημικές. Ως σημαντικές υποδομές σε μια παραλία, θεωρούν την ύπαρξη υπηρεσιών εστίασης κοντά στην παραλία, την ύπαρξη ομπρέλας/ξαπλώστρας, την ύπαρξη γαλάζιας σημαίας, την ύπαρξη υπηρεσιών διαμονής κοντά, την ύπαρξη ντουζιέρας, την ύπαρξη θαλάσσιων αθλημάτων και ναυαγοςώστη.

Αν όμως συγκρίνουμε τα παραπάνω με τον πίνακα 1.9, ο οποίος μας δείχνει σε τι ποσοστό υπάρχει η κάθε υποδομή στις παραλίες της Κρήτης, θα διαπιστώσουμε τις ελλείψεις των παραλιών. Για παράδειγμα, οι τουρίστες θεωρούν πολύ σημαντικό κριτήριο για μια παραλία, την ύπαρξη γαλάζιας σημαίας. Όμως, ελάχιστες παραλίες είναι αυτές που διαθέτουν γαλάζια σημαία.

Άρα οι τοπικές αρχές, θα πρέπει να προσπαθήσουν οι παραλίες να πληρούν τις προϋποθέσεις που χρειάζονται, προκειμένου περισσότερες παραλίες να αποκτήσουν τη γαλάζια σημαία.

Αλλα πολύ σημαντικά κριτήρια που θεωρούν οι τουρίστες για μια παραλία, είναι η ύπαρξη φοινίκων, οι οποίοι τους παραπέμπουν σε κάτι το εξωτικό. Επίσης να είναι οι παραλίες φιλικές ως προς τους κατασκηνωτές και τους γυμνιστές, να ενδείκνυται για μάσκα, να διαθέτουν φυσική σκιά και να φωλιάζουν χελώνες.

Δυστυχώς όμως, απο τον πίνακα 1.10 φαίνεται πως οι παραλίες της Κρήτης δεν διαθέτουν φοινίκες, καθώς το ποσοστό είναι μόλις 1,8%. Αυτό συμβαίνει γιατί η καλλιέργεια τους είναι δύσκολη και δαπανηρή για έναν νομό, αλλά από την άλλη, αν επενδύσουν κάποιο χρηματικό ποσό στην τοποθέτηση και καλλιέργειά τους, θα τους επιφέρει επίσης πολλά έσοδα, καθώς οι παραλίες θα αποτελούν μεγαλύτερο πόλο έλξης για τους τουρίστες.

Τέλος, έχουν βαθμολογήσει με πολύ καλή βαθμολογία τις παραλίες όπου η πρόσβαση τους γίνεται με σκάφος, περπατώντας και περνώντας απο χωματόδρομους. Επίσης, πολύ σημαντικό θεωρούν την ύπαρξη κάποιου μηχανισμού που θα διευκολύνει την πρόσβαση των ατόμων με αναπηρία στις παραλίες.

Η τρίτη τμηματοποίηση μας δείχνει τα χαρακτηριστικά των παραλιών για την κάθε πόλη ξεχωριστά.

Όπως είδαμε απο τους πίνακες 1-6 κεφάλαιο 4.3.2 και στους τέσσερεις νομούς, οι παραλίες έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά. Δηλαδή έχουν μπλέ χρώμα νερών, είναι αμμώδεις με μικρά κύματα και φυσιολογικό βάθος, είναι κυρίως απομονωμένες/ερημικές και έχουν δροσερή με φυσιολογική θερμοκρασία νερού.

Οι νομοί που έχουν αρκετά αναπτυγμένες υποδομές στις γύρο περιοχές, είναι κυρίως το Λασιθί, έπειτα τα Χανιά, μετά το Ηράκλειο και τέλος το Ρέθυμνο. Οι υποδομές που θα πρέπει να βελτιωθούν στις παραλίες του νομού Ηρακλείου και Ρεθύμνου είναι: η προσθήκη: ξαπλώστρας/ομπρέλας σε περισσότερες παραλίες, θαλάσσιων αθλημάτων και ντουζιέρων. Επίσης, θα πρέπει να προσέχουν την καθαριότητα των παραλιών και να πληρούν τα κριτήρια που χρειάζονται για την απόκτηση της γαλάζιας σημαίας, προκειμένου να την αποκτήσουν περισσότερες παραλίες. Καθώς, είναι ένα χαρακτηριστικό το οποίο βαθμολογείται θετικά απο τους επισκέπτες/τουρίστες.

Επίσης, και οι τέσσερεις νομοί διαθέτουν και άλλες υποδομές που προσελκύουν κόσμο, όπως είναι οι παραλίες που είναι φιλικές προς τους γυμνιστές, ενδείκνυται για μάσκα, φωλιάζουν χελώνες (πράγμα που σημαίνει πως μερικές παραλίες έχουν τεθεί υπο την προστασία κάποιου οργανισμού, προκειμένου να διασφαλιστεί η ασφάλεια των χελώνων). Αρκετές είναι φιλικές προς τους κατασκηνωτές, καθώς διαθέτουν φυσική σκιά και φοινίκες. Εκτος απο τα Χανιά, που καμία παραλία δεν διαθέτει φοινίκες και το Ρέθυμνο, όπου οι παραλίες δεν διαθέτουν πολύ φυσική σκιά, με αποτέλεσμα να μην είναι τόσο φιλικές προς τους κατασκηνωτές σε σύγκριση με τις παραλίες των άλλων νομών.

Εκεί που έχουμε λίγο διαφορετικά αποτελέσματα μεταξύ των νομών, είναι ως προς τον τρόπο προσβασιμότητας των επισκεπτών στις παραλίες. Είδαμε πως η συγκοινωνία, είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη στα Χανιά και στο Λασιθί. Πράγμα που σημαίνει πως περισσότερες ιδιωτικές εταιρείες ή και κρατικά λεωφορεία διευκολύνουν την πρόσβαση των επισκεπτών στις παραλίες. Σε αντίθεση με το Ρέθυμνο και το Ηράκλειο, όπου με βάση τα ποσοστά από την ανάλυση μας, δεν είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένες και οι επισκέπτες χρησιμοποιούν ιδιωτικό ή ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο, προκειμένου να αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτές.

Το ίδιο με τη συγκοινωνία, ισχύει και με την πρόσβαση των ατόμων με ειδικές ανάγκες στις παραλίες. Τα Α.Μ.Ε.Α. που επιθυμούν να επισκεφτούν κάποια παραλία, πρέπει να πάνε στα Χανιά ή το Λασιθί, καθώς τα περισσότερα μηχανήματα που έχουν εγκατασταθεί και είναι ειδικά, βρίσκονται στις παραλίες των νομών αυτών. Αφού οι παραλίες στο Ρέθυμνο και το Ηράκλειο που διαθέτουν αυτόν τον εξοπλισμό είναι λιγότερες. Πράγμα που σημαίνει, πως οι τοπικές αρχές, θα πρέπει να προνοήσουν και να τοποθετήσουν περισσότερους τέτοιους εξοπλισμούς στις παραλίες.

Σύμφωνα με την θεωρία του R. Prentice (1994) θα μπορούσαμε να κατατάσσουμε τους τουρίστες της Κρήτης 1) στους ενεργούς παραθεριστικούς τουρίστες για τους οποίους είναι σημαντικές οι δραστηριότητες στην παραλία, πισίνα, χαλάρωση στον ήλιο, ντίσκο, μπαρ κλαμπ και σπορ. Και 2) στους περιηγητικούς και πολιτισμικούς τουρίστες οι οποίοι δεν θέλουν δραστήριες διακοπές αλλά ούτε και λιγότερο ενεργητικές.

Στους ενεργούς παραθεριστικούς τουρίστες θα μπορούσαμε να ενσωματώσουμε και την ψυχογραφική τμηματοποίηση του S. Plog (1994) τον περιπετειώδη τουρίστα, τον αρρενωπό και τον εξωστρεφή. Ενώ στους περιηγητικούς και πολιτισμικούς τουρίστες, τον ηδονιστή και τον διανοούμενο.

Συνεπώς, οι υποδομές που χρειάζονται βελτίωση είναι ο οδικός άξονας και η οδική σήμανση, πιο καθαρές παραλίες με την πιστοποίηση της γαλάζιας σημαίας, περισσότερες οργανωμένες παραλίες με την τοποθέτηση ομπρέλας/ξαπλώστρας και ντουζιέρων, η τοποθέτηση φοινίκων και ειδικών μηχανημάτων για την εξυπηρέτηση των Α.Μ.Ε.Α. σε περισσότερες παραλίες και η ύπαρξη ναυαγοσώστη.

## Σύγκριση μελετών των παραλιών της Κρήτης και της νότιας Ισπανίας

Παρόμοια έρευνα έχει διεξαχθεί σε έξι παραλίες της νότιας Ισπανίας από την E. Roca το 2009 με τίτλο “*Assessing public perceptions on beach quality according to beach users’ profile: A case study in the Costa Brava (Spain)*”. Η έρευνα αυτή είχε χωρίσει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σε 2 ομάδες.

Η πρώτη ομάδα ήταν οι “απαιτητικοί χρήστες” των παραλιών, οι οποίοι αξιολόγησαν σε γενικές γραμμές με χαμηλή βαθμολογία τις παραλίες. Το 50% των χαρακτηριστικών έχουν βαθμολογηθεί με μέσω όρο 5 (π.χ. τύπος παραλίας, κόσμος κ.λπ.). Με βαθμολογία 6 και πάνω, αξιολόγησαν το χρώμα της παραλίας, το πλάτος, το μήκος και την μορφολογία των παραλιών. Ενώ με πολύ χαμηλή βαθμολογία 4 και κάτω, αξιολόγησαν τις υπηρεσίες/ εγκαταστάσεις όπως είναι το πάρκινγκ (το οποίο σε μερικές παραλίες είναι ανεπαρκές και σε άλλες είναι πολύ ακριβό) και τις τουαλέτες (οι οποίες είτε δεν είναι καθαρές είτε δεν συντηρούνται σωστά).

Το δεύτερο ομάδα ήταν οι “ικανοποιημένοι χρήστες” των παραλιών, οι οποίοι αξιολόγησαν το 80% των χαρακτηριστικών με υψηλή βαθμολογία όπως για παράδειγμα η μορφολογία των παραλιών, οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις που διέθεταν. Όπως όμως και η πρώτη ομάδα, βαθμολόγησαν με χαμηλή βαθμολογία την καθαριότητα των παραλιών και των κοινόχρηστων χώρων (wc), καθώς και την έλλειψη πάρκινγκ.

Παρατηρούμε και από τις δύο μελέτες, πως οι επισκέπτες έχουν βαθμολογήσει θετικά τα φυσικά χαρακτηριστικά των παραλιών όπως είναι το χρώμα νερού, ο τύπος παραλίας, ο συνήθης κυματισμός, το βάθος της θάλασσας και η θερμοκρασία νερού.

Διαφορά υπάρχει στις υπηρεσίες/ υποδομές των παραλιών. Όπου στις Κρητικές παραλίες έχουν βαθμολογηθεί με υψηλή βαθμολογία σε σύγκριση με τις παραλίες της Ισπανίας.

Επίσης, όμοια θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε τα αποτελέσματα που έχουν να κάνουν με την προσβασιμότητα των παραλιών. Και οι δύο μελέτες έδειξαν πως χρειάζονται διάφορες βελτιώσεις στο κομμάτι αυτό, καθώς οι συγκοινωνίες και το πάρκινγκ είναι ανεπαρκείς.

## Βιβλιογραφία

- Καμαριώτη Α. (2013). *Η τουριστική ανάπτυξη του δήμου Ξυλόκαστρου-Ευρωστίνης*. Πτυχιακή Εργασία. ΤΕΙ Κρήτης.
- Νικάκη Μ., Οικονόμου Α. (2011). *Η πορεία του τουρισμού στη Κρήτη την τελευταία εικοσαετία. Οι προκλήσεις για το μέλλον*. Πτυχιακή εργασία. ΤΕΙ Κρήτης.
- Κοκκινάκης Π. (2010), *Τουριστική ανάπτυξη των Χανίων-προβλέψεις*. Πτυχιακή εργασία. ΤΕΙ Κρήτης.
- Ηγουμενάκης Ν., Καραβαρίτης Κ. και Λύτρας Π. (1999,1998). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Κοκκώσης Χ. και Τσάρτας Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Ανδριώτης Κ. (2005). *Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Βαρβαρέσος Σ, Σωτηριάδης Μ, (2002), *Καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών : Αναγκαιότητα ολοκληρωμένων προσεγγίσεων, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 108-109, Β'-Γ', σ.σ. 347-390.
- Cretabeaches (2014) <http://www.cretanbeaches.com/el/> [πρόσβαση 2-12-2014]
- Schoolpress (2014) <http://schoolpress.sch.gr> [πρόσβαση 02-12-2014]
- Το Βημα (2014) <http://www.tovima.gr> [πρόσβαση 02-12-2014]
- Κουσουνής Σ. (2014) e-travelnews, 10. Δεκεμβριος. <http://www.e-travelnews.gr/to-hrakleio-mporei-na-ginei-komvos-gia-krouazieres-sthn-anatoliki-mesogeio/> [πρόσβαση 02-12-2014]
- Γαλάζια σημαία (2014) [http://el.wikipedia.org/wiki/Γαλάζιες\\_Σημαίες](http://el.wikipedia.org/wiki/Γαλάζιες_Σημαίες) [πρόσβαση 24-02-2015]
- Elisabet Roca (2009), *Assessing public perceptions on beach quality according to beach users' profile: A case study in the Costa Brava (Spain)*, *Tourism Management* 30 (2009) 598–607
- RAI Consultants Public Ltd (2005), *Μελέτη για τις Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού, Κυπριακός οργανισμός τουρισμού* [http://www.visitcyprus.com/media/b2b\\_gr/Research\\_Projects/Meleti\\_Koinonikes\\_Epitypsis\\_Tourismou\\_2005.pdf](http://www.visitcyprus.com/media/b2b_gr/Research_Projects/Meleti_Koinonikes_Epitypsis_Tourismou_2005.pdf)