



**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
«Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ»**

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΕΣ:

**ΧΝΑΡΟΓΙΑΝΝΑΚΗ ΕΛΕΝΗ ΑΜ.265
ΠΕΔΙΑΔΙΤΗ ΝΙΚΟΛΑ ΑΜ.177**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

ΜΑΤΑΛΛΙΩΤΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2011

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της πτυχιακής «Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού. Η Περίπτωση του Νομού Λασιθίου», ήταν η βαθύτερη κατανόηση του εναλλακτικού τουρισμού και η δύναμη που έχει ή μπορεί να επιφέρει σε μια περιοχή και συγκεκριμένα στον Νομό Λασιθίου.

Για τον λόγο αυτό, ξεκινήσαμε την έρευνά μας από βασικές έννοιες και αναφορές.

Στον πρώτο κεφάλαιο περιέχονται γενικές πληροφορίες του τουρισμού, όπως την διαχρονική εξέλιξή του και τα είδη τουρισμού σύμφωνα με ορισμένες συνιστώσες. Αναφέρονται επίσης οι συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται μια αναδρομή του τουρισμού στην Ελλάδα με στατιστικά στοιχεία και πίνακες, αφιερώνεται ένα μέρος στον ξενοδοχειακό κλάδο και τις αερομεταφορές στην Ελλάδα, αλλά και την ανταγωνιστικότητά της σε σύγκριση με άλλες χώρες στην Μεσόγειο. Έπειτα, γίνεται μια ανάλυση στις επιπτώσεις που παρουσιάστηκαν στον τουρισμό από την Διεθνή Οικονομική κρίση, όπως επίσης και στον τουρισμό και το χρηματιστήριο στην Ελλάδα. Τέλος, αναγράφεται η SWOT ανάλυση στον Ελληνικό τουρισμό.

Στο τρίτο κεφάλαιο πλέον, αφού μιλήσαμε γενικά για τον τουρισμό, περάσαμε στις Εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπου αναφέρουμε και αναπτύσσουμε λεπτομερώς τις κατηγορίες του όπως εμείς θεωρήσαμε ότι χωρίζονται. Επίσης, αναγράφονται οι συνεισφορές του κράτους/ Ευρωπαϊκής Ένωσης στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και μελέτες πρακτικής εναλλακτικού τουρισμού σε άλλες χώρες και σε άλλα μέρη της Ελλάδος.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναγράφονται στοιχεία αποκλειστικά για τον Νομό Λασιθίου, όπως οι τουριστικές υποδομές του, οι εναλλακτικές και άλλες μορφές που υπάρχουν και η SWOT ανάλυση του νομού.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά την έρευνα που διεξήγαμε. Συγκεκριμένα, γίνεται αναφορά από το ξεκίνημα της έρευνας μέχρι τα αποτελέσματα και την ανάλυση των δεδομένων.

Τέλος, κλείνοντας την πτυχιακή, καταλήγουμε σε συμπεράσματα, προτεινόμενες στρατηγικές για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού τις αδυναμίες της έρευνας και προτάσεις για πιθανές μελλοντικές έρευνες.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ – ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	7
1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	9
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
1.2 Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	11
1.3 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
1.4 ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
1.5 ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
1.5.1 Στην οικονομία.....	14
1.5.2 Στην κοινωνία και στον πολιτισμό.....	15
1.5.3 Στον περιβάλλον.....	16
1.6 ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ‘ALL INCLUSIVE’	17
1.6.1 Πλεονεκτήματα.....	17
1.6.2 Μειονεκτήματα.....	18
2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	19
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	19
2.2 Η ΚΡΑΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
2.3 Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22
2.4 Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	23
2.4.1 Τουριστικά καταλύματα.....	23
2.4.2 Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 2010.....	24
2.5 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26
2.5.1 Αεροδρόμια	28
2.5.2 Αεροπορικές Εταιρίες.....	28
2.6 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	29
2.7 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	30
2.8 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	32
2.9 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	34
2.10 SWOT ANALYSIS ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	36
2.10.1 Δυνάμεις (Strengths)	36
2.10.2 Αδυναμίες (Weaknesses)	37
2.10.3 Ευκαιρίες (Opportunities).....	37
2.10.4 Απειλές (Threats)	37
3. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	38
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	38
3.2 ΕΝΝΟΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	38
3.2.1 Προφίλ εναλλακτικού τουρίστα.....	38
3.3 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	39
3.4 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ	40
3.5 ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	42
3.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	43
3.6.1 Πολιτιστικός τουρισμός.....	43
3.6.2 Γαστρονομικός τουρισμός	43
3.6.2 Θρησκευτικός τουρισμός	44

3.7 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ.....	44
3.7.1 Συνεδριακός τουρισμός	45
3.7.2 Εκθεσιακός τουρισμός.....	45
3.7.3 Επιχειρηματικός τουρισμός	46
3.7.4 Ταξίδι ενδυνάμωσης ομάδων	46
3.8 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ/ΣΠΟΡ	46
3.8.1 Αθλητικός τουρισμός	46
3.8.2 Τουρισμός περιπέτειας.....	48
3.8.3 Χειμερινός τουρισμός	49
3.8.4 Θεματικός τουρισμός.....	50
3.9 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	51
3.9.1 Αγροτουρισμός	51
3.9.2 Οικολογικός τουρισμός - Οικοτουρισμός.....	51
3.9.3 Ορεινός τουρισμός.....	52
3.9.4 Γεωτουρισμός – Φυσιολατρικός τουρισμός	52
3.10 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΨΥΧΙΚΗ/ΣΩΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ	53
3.10.1 Τουρισμός Υγείας και ευεξίας.....	53
3.11 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΑ	54
3.11.1 Κοινωνικός τουρισμός.....	54
3.11.2 Μαθητικός – Εκπαιδευτικός τουρισμός	54
3.12 ΑΛΛΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	55
3.12.1 Εθελοντικός τουρισμός.....	55
3.12.2 Θαλάσσιος τουρισμός.....	55
3.12.3 Χρονομεριστικός τουρισμός.....	56
3.12.4 Τουρισμός κινήτρων.....	56
3.13 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ...	57
3.14 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ/ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ	
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	58
3.15 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ	
ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ.....	61
3.15.1 ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ (Αγροτουρισμός / Θεματικός / Οικολογικός τουρισμός).....	61
3.15.2 ΑΥΣΤΡΙΑ (Αγροτουρισμός)	62
3.15.3 ΙΤΑΛΙΑ (Αγροτουρισμός).....	62
3.15.4 ΚΥΠΡΟΣ (Αγροτουρισμός / Οικολογικός τουρισμός).....	63
3.15.5 ΔΑΝΙΑ (Πολιτισμικός τουρισμός).....	63
4. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	64
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	64
4.1.1 Τουριστικές υποδομές.....	64
4.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ.....	65
4.2.1 Θρησκευτικός τουρισμός	66
4.2.2 Αρχαιολογικός τουρισμός – Πολιτισμικός τουρισμός.....	66
4.2.3 Γαστρονομικός τουρισμός	69
4.2.4 Αθλητικός τουρισμός	70
4.2.5 Οικοτουρισμός - Γεωτουρισμός.....	72
4.2.6 Θαλάσσιος τουρισμός.....	73
4.2.7 Τουρισμός περιπέτειας.....	73
4.2.6 Συνεδριακός τουρισμός	73
4.3 SWOT ANALYSIS ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	75
4.3.1 Δυνάμεις (Strengths)	75
4.3.2 Αδυναμίες (Weaknesses)	76

4.3.3 Ευκαιρίες (Opportunities).....	76
4.3.4 Απειλές (Threats)	76
5. ΕΡΕΥΝΑ	77
5.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	77
5.1.1 Χρονική Περίοδος	77
5.1.2 Δείγμα.....	77
5.1.3 Γεωγραφική Διασπορά	77
5.1.4 Ερωτηματολόγιο	81
5.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	82
5.2.1 Φύλο.....	82
5.2.2 Ηλικιακή κατηγορία	83
5.2.3 Εθνικότητα	83
5.2.4 Χώρα μόνιμης κατοικίας	84
5.2.5 Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα	85
5.2.6 Είδος απασχόλησης	86
5.2.7 Επίπεδο εκπαίδευσης.....	87
5.2.8 Είδος διακοπών (οικογενειακές, επαγγελματικές κτλ)	88
5.2.9 Διάρκεια παραμονής στο νησί	90
5.2.10 Επαναληπτικότητα διακοπών στην Κρήτη και τον νομό Λασιθίου.....	90
5.2.11 Λόγοι προτίμησης της Κρήτης και του νομού Λασιθίου ως προορισμό διακοπών	92
5.2.12 Τρόπος κράτησης διαμονής και πτήσης/μεταφοράς και πότε την έκαναν.....	93
5.2.13 Είδος καταλύματος.....	96
5.2.14 Είδη μεταφοράς που χρησιμοποίησαν και πόσο ευχαριστημένοι έμειναν με τα μέσα συγκοινωνίας και το οδικό δίκτυο	97
5.2.15 Νομούς της Κρήτης που επισκέφτηκαν	99
5.2.16 Εναλλακτικός τουρισμός.....	100
5.2.17 Θρησκευτικός τουρισμός	102
5.2.18 Αθλητικός τουρισμός σε σχέση με το φύλο.....	106
5.2.19 Τουρισμός περιπέτειας σε σχέση με το φύλο	113
5.2.20 Δραστηριότητες και επισκέψεις κατά την παραμονή.....	116
5.2.21 Κριτήρια επιλογής προορισμού διακοπών	119
5.2.22 Παράγοντας λόγου διακοπών στην Κρήτη	120
5.2.23 Βελτιώσεις στον νομό Λασιθίου.....	121
5.2.24 Παράγοντες που επηρέασαν στην επιλογή του νομού.....	121
5.2.25 Γενικές απόψεις για τον νομό Λασιθίου	122
5.2.26 Ευχαρίστηση διακοπών	124
5.2.27 Επίσκεψη στο μέλλον.....	124
5.2.28 Ευχάριστες εμπειρίες	125
5.2.29 Δυσάρεστες εμπειρίες.....	127
5.2.30 Ποια μέρη επισκέφτηκαν στο νομό Λασιθίου.....	130
5.2.31 Ποια ήθελαν να επισκεφτούν και γιατί δεν το έκαναν.....	131
5.2.32 Τι θα μπορούσε να κάνει τις διακοπές τους περισσότερο ενδιαφέρουσες.....	133
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	136
6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	136
6.2 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	137
6.3 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	139
6.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	140

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	142
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	142
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	143
ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	143
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	154
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ.....	156

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Α/Α	ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΣΕΛΙΔΑ
2.1α	Συμμετοχή Τουρισμού στο ΑΕΠ την τελευταία δεκαετία	19
2.1γ	Ανταγωνιστικότητα τουρισμού και ταξιδιών 2011 και σύγκριση με 2009	20
2.4.2α	Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2010	24
2.4.2β	Κάμπινγκ Ελλάδας 2010	25
2.4.2γ	Ξενοδοχειακό δυναμικό Κρήτης 2010	26
2.5	Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικάς	27
2.6.1	Μέγεθος Εσωτερικού Τουρισμού	30
2.7.1	Ελλάδα και ανταγωνίστριες χώρες	31
2.8.1	Πληρότητα Ξενοδοχείων	34
3.3	Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού	40
4.1	Το κλίμα στον νομό Λασιθίου	64
4.2.2 (α)	Μουσεία στο νομό Λασιθίου	67
4.2.2 (β)	Αρχαιολογικοί χώροι και ιστορικά μνημεία στον νομό Λασιθίου	68-69
5.1.3α	Ποσοστιαία κατανομή καταλυμάτων στον νομό Λασιθίου	79
5.1.3β	Ποσοστιαία κατανομή της γεωγραφικής διασποράς των ερωτηματολογίων που μοιράσαμε	80
5.2.17β	Ποσοστό εντόπωσης με τα εκκλησιαστικά στοιχεία	106
5.2.18α	Αθλήματα με σειρά προτίμησης παρακολούθησης	107-108
5.2.18β	Αθλήματα με σειρά προτίμησης συμμετοχής	110-111
5.2.30	Επισκευσιμότητα του νομού Λασιθίου	131

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ – ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Α/Α	ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΣΕΛΙΔΑ
1.1	Οι κλάδοι της τουριστικής βιομηχανίας	10
2.1β	Εποχικότητα αφίξεων τουριστών στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος	20
2.2	Οργανόγραμμα Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού	22
2.8.1	Νικητές και χαμένοι της διεθνούς οικονομικής κρίσης	33
2.9.1	Δείκτης χρηματιστηρίου για το κλάδο ταξίδια & αναψυχή	36
3.12.2	Αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα με κρουαζιερόπλοιο	56
4.2.3	Τα χαρακτηριστικά της Κρητικής Δίαιτας	70
4.2.6 (α)	Συνεδριακοί χώροι στο νομό Λασιθίου	74
4.2.6 (β)	Τύπος συνεδριακών χώρων	75
5.1	Ποσοστό ανά τόπο συμπλήρωσης ερωτηματολογίου	81
5.2.1	Ερώτηση 5	82

5.2.2	Ερώτηση 6	83
5.2.3	Ερώτηση 3	84
5.2.4	Ερώτηση 4	85
5.2.5	Ερώτηση 9	86
5.2.6	Ερώτηση 7	87
5.2.7	Ερώτηση 8	88
5.2.8α	Ερώτηση 10	89
5.2.8β	Ερώτηση 12	89
5.2.9	Ερώτηση 11	90
5.2.10	Ερώτηση 13	91
5.2.11	Ερώτηση 14	93
5.2.12α	Ερώτηση 15α	94
5.2.12β	Ερώτηση 15β	95
5.2.12γ	Ερώτηση 17	96
5.2.13	Ερώτηση 16	97
5.2.14α	Ερώτηση 18	98
5.2.14β	Ερώτηση 32δ	98
5.2.14γ	Ερώτηση 32ζ	99
5.2.15	Ερώτηση 19	100
5.2.16α	Ερώτηση 20	101
5.2.16β	Ερώτηση 21	102
5.2.17α	Ερώτηση 22	103
5.2.17β	Ερώτηση 23	105
5.2.18α	Ερώτηση 25α	109
5.2.18β	Ερώτηση 25β	112
5.2.19α	Ερώτηση 24α	114
5.2.19β	Ερώτηση 24β	115
5.2.20α	Ερώτηση 26	117
5.2.20β	Ερώτηση 27	118
5.2.21	Ερώτηση 28	119
5.2.22	Ερώτηση 29	120
5.2.23	Ερώτηση 30	121
5.2.24	Ερώτηση 31	122
5.2.25	Ερώτηση 32	123
5.2.26	Ερώτηση 33	124
5.2.27	Ερώτηση 34	125
5.2.28	Ερώτηση 35	126
5.2.29	Ερώτηση 36	129
5.2.30	Ερώτηση 37	130
5.2.31α	Ερώτηση 38	132
5.2.31β	Ερώτηση 39	133
5.2.32	Ερώτηση 40	135

1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο με πολλές διαστάσεις και αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο της οικονομίας όλου του κόσμου.

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από την γαλλική λέξη «tornare» και την ελληνική «τόρνος» που σημαίνουν κυκλική κίνηση.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), *ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των εικοσιτεσσέρων ωρών που όμως δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.α.*

Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν ονομάζονται επισκέπτες και διακρίνονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με την χρονική διάρκεια της επίσκεψης τους, η πρώτη κατηγορία είναι οι τουρίστες (tourists) και η δεύτερη κατηγορία είναι οι εκδρομείς (excursionists).

Τουρίστες ονομάζονται οι επισκέπτες (ημεδαποί ή αλλοδαποί) οι οποίοι το ταξίδι τους περιλαμβάνει διανυκτέρευση.

Εκδρομείς ή ημερήσιοι επισκέπτες ονομάζονται οι άνθρωποι (ημεδαποί ή αλλοδαποί) που δεν πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση στην χώρα ή περιοχή που επισκέπτονται και παραμένουν σε αυτήν λιγότερο από 24 ώρες. (UNWTO, 2005/2007)

Υπάρχουν δυο κύριοι λόγοι για τον σκοπό που κάποιος ταξιδεύει, ο πρώτος είναι για επαγγελματικούς ή επιχειρηματικούς λόγους και ο δεύτερος είναι για αναψυχή, διακοπές, ανάπαυση ή επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς.

Ο τουρισμός σαν προϊόν περιλαμβάνει υλικά αγαθά όπως φαγητό κ.α. και άυλες υπηρεσίες όπως διαμονή, μεταφορά, επισκέψεις, ψυχαγωγία κ.α. .

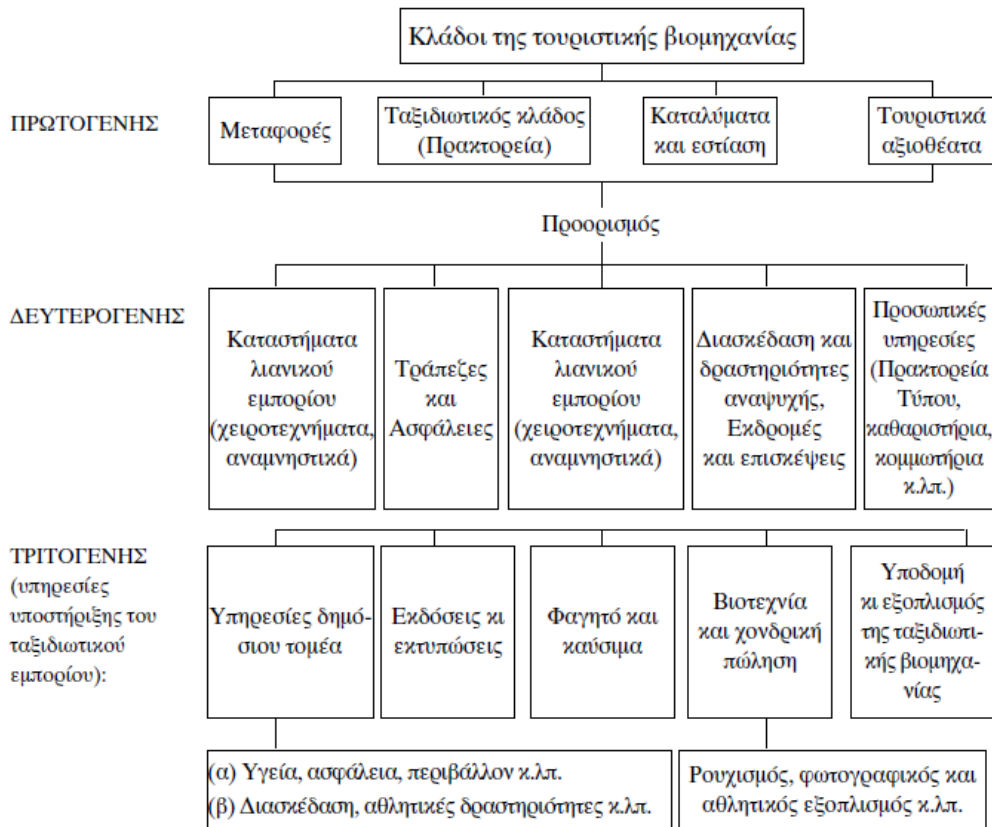
Τα στοιχεία που αποτελούν και διαμορφώνουν το τουριστικό προϊόν είναι:

1. Ο προορισμός
2. Η πρόσβαση
3. Οι τουριστικές υποδομές
4. Η τιμή

Τα συστατικά αυτά είναι οι απαντήσεις στις ερωτήσεις Που; Πως; Τι; και Πόσο; τις οποίες θεωρούμε ότι κάνουν οι άνθρωποι προκειμένου να αποφασίσουν ποιο τουριστικό προϊόν θα επιλέξουν.

Η τουριστική βιομηχανία περιλαμβάνει πολλούς κλάδους οι οποίοι συνδέονται και με άλλους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, άρα οι κλάδοι αυτοί δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από τον τουρισμό για την επιβίωση τους. Η τουριστική ζήτηση και προσφορά πραγματοποιούνται σε ένα σύνολο πρωτογενών, δευτερογενών και τριτογενών βιομηχανιών και υπηρεσιών του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. (Lickorish, 2004)

Διάγραμμα 1.1 Οι κλάδοι της τουριστικής βιομηχανίας



Πηγή: Lickorish (2004) *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*

1.2 Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός χρονολογείται χιλιάδες χρόνια π.Χ. όπου ευρήματα δείχνουν ότι η πρώτη μορφή τουρισμού ήταν η μετακίνηση ανθρώπων σε θρησκευτικούς ή φυσιολατρικούς τόπους. Πολλές μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που γνωρίζουμε σήμερα έχουν αναφερθεί πολλά χρόνια πριν, για παράδειγμα ο ιαματικός τουρισμός που εμφανίστηκε τον 17^ο αιώνα στην Ευρώπη.

Στην αρχαία Ελλάδα ο Ηρόδοτος είναι ο πρώτος ταξιδιώτης που καταγράφει τις εμπειρίες και εντυπώσεις του για τα μέρη που επισκέφτηκε και έτσι τον 4^ο αιώνα π.Χ. εμφανίζονται οι πρώτοι ταξιδιωτικοί οδηγοί. Η φιλοξενία θεωρούταν πράξη αρετής και οι ξένοι προστατευόντουσαν από τους θεούς.

Από τα πρώτα καταγώγια και πανδοχεία υπήρξαν πολλές μορφές ξενοδοχείων όπως ήταν οι ξενώνες και τα χάνια μέχρι να φτάσουμε στη σημερινή έννοια και μορφή ενός ξενοδοχείου.

Το πρώτο ξενοδοχείο στην Ευρώπη πιστεύεται ότι εμφανίστηκε στην Γαλλία το 1302 με την ονομασία «Αετός» ενώ στην Ελλάδα το πρώτο ξενοδοχείο ιδρύθηκε το 1834 στο Ναύπλιο με την ονομασία «Ξενοδοχείον του Λονδίνου».

Η έναρξη του οργανωμένου τουρισμού γίνεται το 1841 από τον Thomas Cook ο οποίος διοργάνωσε μια εκδρομή για 570 άτομα από μια πόλη της Αγγλίας σε μια άλλη, 17,70 χλμ. μακριά, με τρένο χρεώνοντας 1 σελίνι το άτομο.

Το 1958 γίνεται η πρώτη υπερατλαντική πτήση επιβατικού αεροπλάνου Boeing 707 από την Νέα Υόρκη στο Παρίσι.

Από τότε μέχρι σήμερα ο τουρισμός έχει περάσει από πολλά στάδια για να φτάσει στη σημερινή μορφή του και συνεχίζει να εξελίσσεται και να μεταλλάσσεται ανάλογα με τις ανάγκες της εποχής όπως με την εμφάνιση του διαστημικού τουρισμού το 2010.

1.3 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός για πολλά χρόνια αποτελούσε προνόμιο για λίγους και συγκεκριμένα για τους πλούσιους και αριστοκράτες οι οποίοι διέθεταν τους χρηματικούς πόρους αλλά και τον ελεύθερο χρόνο για να ταξιδεύουν. Μέσα στα χρόνια όμως ο τουρισμός, αν και δεν αποτελεί είδος βασικής ανάγκης για τον άνθρωπο, αποτελεί ένα διαδεδομένο καταναλωτικό είδος ψυχαγωγίας και αναψυχής ιδιαίτερα στις αναπτυγμένες χώρες. Πολλοί ήταν οι λόγοι που συνέβαλαν και συνεχίζουν να συμβάλουν στην εξέλιξη του τουρισμού, παρακάτω αναφέρουμε επιγραμματικά τους σπουδαιότερους.

- Η τάση για διερεύνηση
- Η τάση για μίμηση
- Η άνοδος στα επίπεδα των εισοδημάτων
- Οι βελτιώσεις στις συγκοινωνίες και τα μεταφορικά μέσα
- Η πτώση των τιμών των αεροπορικών εισιτηρίων και των υπολοίπων μεταφορικών μέσων
- Περισσότερες ημέρες άδειας εργασίας με αποδοχές
- Η εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας
- Η ανάπτυξη τουριστικών και άλλων επιχειρήσεων

1.4 ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός χωρίζεται σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα τη μορφή του, τους σκοπούς του καθώς και με τον χώρο και τον χρόνο που πραγματοποιείται. Οι κατηγορίες αυτές είναι (Βενετσανοπούλου 2006) :

Ανάλογα τον αριθμό των περιηγητών:

- ❖ Μεμονωμένος ή ατομικός τουρισμός. Πραγματοποιείται από ένα ή περισσότερα άτομα φιλικά ή συγγενικά μεταξύ τους για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.
- ❖ Ομαδικός ή μαζικός τουρισμός. Είναι η κυρίαρχη μορφή τουρισμού και είναι το είδος του τουρισμού στο οποίο ο επισκέπτης απολαμβάνει παθητικά αυτά που του

προσφέρουν οι οργανωμένες διακοπές, με κύριο σκοπό τη θάλασσα και τις υπηρεσίες των ξενοδοχείων ή άλλων ειδικών εγκαταστάσεων (Αποστολόπουλος, Σδράλη 2009)

Ανάλογα των φυσικών ορίων μιας χώρας:

- ❖ Εξωτερικός τουρισμός. Πραγματοποιείται από άτομα που διαμένουν μόνιμα σε μια χώρα εκτός των φυσικών ορίων αυτής.
- ❖ Εσωτερικός τουρισμός. Πραγματοποιείται από τον εγχώριο πληθυσμό μιας χώρας.

Ανάλογα την οικονομική δυνατότητα των περιηγητών:

- ❖ Λαϊκός τουρισμός. Πραγματοποιείται από άτομα που ανήκουν σε φτωχότερες τάξεις.
- ❖ Κοινωνικός τουρισμός. Έχει ως σκοπό να κάνει προσιτό τον τουρισμό στον κόσμο και ειδικά σε ορισμένες κατηγορίες πληθυσμού λιγότερο προνομιούχες από οικονομική άποψη όπως τους συνταξιούχους, πολύτεκνους κ.λπ.
- ❖ Κοσμοπολίτικος τουρισμός . Πραγματοποιείται κυρίως από άτομα που ανήκουν σε υψηλές τάξεις τα οποία ταξιδεύουν σε κοσμοπολίτικα μέρη και δαπανούν μεγάλα χρηματικά ποσά.

Ανάλογα την ηλικία των περιηγητών:

- ❖ Τουρισμός νέων
- ❖ Τουρισμός μέσης ηλικίας
- ❖ Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Ανάλογα με τη χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου:

- ❖ Συνεχής τουρισμός. Όταν γίνεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ❖ Εποχικός τουρισμός. Όταν γίνεται σε ορισμένες περιόδους όπως για παράδειγμα ο χειμερινός τουρισμός ή ο εαρινός τουρισμός.

Ανάλογα με τα μέσα μεταφοράς που χρησιμοποιούνται ο τουρισμός διακρίνεται σε:

- ❖ οδικό
- ❖ θαλάσσιο
- ❖ δια πλωτών ποταμών
- ❖ σιδηροδρομικό
- ❖ αεροπορικό
- ❖ μικτό

Άλλες επιμέρους κατηγορίες τουρισμού είναι ανάλογα με το φύλο και ανάλογα με την χρηματοδότηση.

Τέλος, ανάλογα με τον σκοπό και το λόγο του ταξιδιού ο τουρισμός διακρίνεται σε επιμέρους κατηγορίες οι οποίες αναφέρονται αναλυτικά στο τρίτο κεφάλαιο του εναλλακτικού τουρισμού.

Οι δύο κύριες διακρίσεις του τουρισμού είναι ο μαζικός τουρισμός και ο εναλλακτικός τουρισμός επειδή στον μαζικό τουρισμό ο τουρίστας απολαμβάνει παθητικά τις τουριστικές υπηρεσίες που του προσφέρονται ενώ αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό ο τουρίστας έχει εξειδικευμένες ανάγκες και προτιμήσεις πέρα από το κλασικό τουριστικό πακέτο.

1.5 ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με τον όρο συνέπειες του τουρισμού περιγράφονται όλες οι αλλαγές που σημειώνονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και το περιβάλλον των περιοχών ή των χωρών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2001).

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε μια χώρα προκαλεί όχι μόνο θετικές (+) αλλά και αρνητικές επιπτώσεις (-).

1.5.1 Στην οικονομία

- + Συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη του κράτους

- + Η τουριστική δραστηριότητα επηρεάζει τις διεθνείς συναλλαγές, ως σημαντικός παράγοντας συναλλαγματικών εισροών και εκροών (ισοζύγιο πληρωμών) (Βαρβαρέσος, 2008)
- + Φορολογικά έσοδα για το κράτος
- + Δημιουργεί νέες θέσεις απασχόλησης το οποίο δημιουργεί έσοδα στους ανθρώπους και ένα μεγάλο ποσοστό ανέργων όπως οι νέοι και οι γυναίκες απασχολούνται έστω και εποχικά
- + Συμβάλλει στην ανάπτυξη πολλών κλάδων της οικονομίας μέσα από τις πολλαπλασιαστικές του επιδράσεις στους άλλους κλάδους της οικονομίας (Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη, 2000)
- + Ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης
- + Ενίσχυση της οικονομίας στην περιφέρεια
- + Αυξάνει την ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες
- Μεγάλο δημοσιονομικό κόστος λόγω της χορήγησης επιδομάτων ανεργίας τους χειμερινούς μήνες (Αποστολόπουλος και Σδράλη 2009)
- Κερδοσκοπικός χαρακτήρας του ομαδικού τουρισμού (Βενετσανοπούλου 2006)

1.5.2 Στην κοινωνία και στον πολιτισμό

- + Διερεύνηση των κοινωνικών σχέσεων
- + Ανάδειξη και προστασία αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων
- + Αναβίωση τοπικών εθίμων και παραδόσεων
- + Εκμάθηση ξένων γλωσσών
- + Αμοιβαία ανταλλαγή πολιτιστικών αξιών (Βενετσανοπούλου 2006)
- Εμπορευματοποίηση και τυποποίηση των τοπικών παραδόσεων και της κουλτούρας
- Αύξηση της εγκληματικότητας
- Αύξηση του κυκλοφοριακού φόρτου
- Υποβάθμιση της ποιότητας λόγω της αυξημένης ζήτησης

- Η διάδοση σεξουαλικών μεταδιδόμενων νοσημάτων όπως το AIDS, ιδιαίτερα όταν υπάρχει πορνεία στην τοπική κοινωνία και τείνει να δημιουργείται ένα συγκεκριμένο είδος τουρισμού (Doswell, 2002).

1.5.3 Στον περιβάλλον

- + Βελτίωση της περιβαλλοντικής ποιότητας μέσω συστηματικών ελέγχων, όπως για παράδειγμα οι έλεγχοι στις οργανωμένες ακτές και μαρίνες με το πρόγραμμα: Γαλάζιες Σημαίες της Ελληνικής Εταιρίας Προστασίας της Φύσης
- + Green key eco-label: Οικολογικό σήμα ποιότητας για ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες τηρούν ορισμένες απαιτήσεις οικολογικής χροιάς από το Διεθνές Ίδρυμα για την Περιβαλλοντική Εκπαίδευση (FEE)
- + Διατήρηση σημαντικών φυσικών χώρων
- + Βελτίωση της υποδομής αεροδρομίων, οδικών δικτύων, συστημάτων ύδρευσης και αποχέτευσης, τηλεπικοινωνιών κ.λπ. μέσω της ανάπτυξης του τουρισμού (Αποστολόπουλος και Σδράλη 2009)
- Υποβάθμιση περιοχών λόγω του υπερβολικά μεγάλου αριθμού των επισκεπτών που δέχονται
- Συμβολή στην αύξηση του φαινομένου του θερμοκηπίου
- Μόλυνση των υδάτων όταν δεν υπάρχει καλό σύστημα αποχέτευσης σε ξενοδοχειακές μονάδες ή άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις (Lickorish, 2004)
- Αύξηση της ρύπανσης στη θάλασσα, στον αέρα και στο έδαφος
- Διατάραξη ενός οικοσυστήματος από την εισαγωγή κάποιου είδους χλωρίδας ή πανίδας σε αυτό. Στην Κρήτη για παράδειγμα έγιναν εισαγωγές φοινικόδεντρων για καλλωπιστικούς λόγους με αποτέλεσμα να έχουν προσβληθεί πολλοί φοίνικες του νησιού με ένα σκαθάρι το οποίο απειλεί με εξαφάνιση τον πληθυσμό του κρητικού φοίνικα. (Ανδριώτης, 2008)

1.6 ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ‘ALL INCLUSIVE’

Το σύστημα all inclusive / όλα εντός τιμής ξεκίνησε να εφαρμόζεται από αγγλικά τουριστικά πρακτορεία την δεκαετία του 70 σε προορισμούς όπως η Καραϊβική για δύο κυρίους λόγους:

Ο πρώτος λόγος ήταν ότι οι πελάτες ήθελαν να γνωρίζουν εκ των προτέρων το συνολικό κόστος των διακοπών τους και ο δεύτερος λόγος ήταν ότι υπήρχε φόβος στην Καραϊβική λόγω των συνθηκών ασφάλειας.

Σήμερα το σύστημα all inclusive αποτελεί ένα διεθνές τουριστικό προϊόν με μεγάλη ζήτηση ακόμα και στην Ελλάδα. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ 39,77% των τουριστών παγκοσμίως επιλέγουν προγράμματα all inclusive ενώ 35% επιλέγει τα συγκεκριμένα πακέτα στην Ελλάδα (ΕΘΝΟΣ της Κυριακής, 2010).

Ένα πρόγραμμα all inclusive περιλαμβάνει συνήθως την διαμονή και μεταφορά του πελάτη, όλα τα γεύματα, αναψυκτικά, καφέδες και συγκεκριμένα είδη αλκοόλ, ενώ κάποια άλλα προγράμματα μπορεί να προσφέρουν και δραστηριότητες εντός του ξενοδοχείου όπως για παράδειγμα αθλητικές ή και spa. Οι παροχές ενός πακέτου είναι αντίστοιχες με την τιμή του.

Οι πελάτες των all inclusive ξενοδοχείων πρέπει να φοράνε χρωματιστό βραχιόλι στο χέρι τους, το οποίο ανάλογα με το χρώμα υποδηλώνει και τις υπηρεσίες που δικαιούνται. Το συγκεκριμένο σύστημα του all inclusive παρά τις θετικές επιπτώσεις που έχει κυρίως στα ξενοδοχεία, προκαλεί αρκετές αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική κοινωνία και τις μικρές επιχειρήσεις.

1.6.1 Πλεονεκτήματα

- Οι ταξιδιώτες εξοικονομούν χρήματα αγοράζοντας μαζί ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών διαμονή-μεταφορά-διατροφή
- Προσυμφωνημένη τιμή
- Τα ξενοδοχεία αυξάνουν την πληρότητα τους
- Τα ξενοδοχεία αυξάνουν τα έσοδά τους προσφέροντας υπηρεσίες και αγαθά που ο τουρίστας θα μπορούσε να αγοράσει εκτός του χώρου του ξενοδοχείου
- Τα ξενοδοχεία απασχολούν περισσότερους εργαζομένους

1.6.2 Μειονεκτήματα

- Μείωση στα περιθώρια κέρδους των ξενοδοχειακών μονάδων
- Υποβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών
- Μείωση του τζίρου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
- Δημιουργία άνισου ανταγωνισμού
- Αύξηση του όγκου των σκουπιδιών
- Επηρεάζεται αρνητικά η τοπική κοινωνία επειδή οι τουρίστες επιλέγουν να μένουν εντός του χώρου του ξενοδοχείου

2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός στην Ελλάδα όπως και η ναυτιλία αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα με συμμετοχή 15,30% στο ΑΕΠ της χώρας για το έτος 2010 (Πίνακας 2.1α). Η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία, άμεση και έμμεση, για το 2010 ήταν 746.200 θέσεις εργασίας ενώ οι τουριστικές εισπράξεις ήταν 9.611,30 εκατομμύρια € παρουσιάζοντας μείωση κατά 7,59% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Πηγή: ΣΕΤΕ).

Συνδυάζοντας πολιτισμικό πλούτο, ήλιο, θάλασσα, γεωγραφική πολυμορφία και φιλοξενία η Ελλάδα αποτελεί δημοφιλή τουριστικό προορισμό και βρίσκεται στην 29^η θέση ανάμεσα σε 139 χώρες σύμφωνα με την έκθεση ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για το 2011. Το 2009 στην ίδια έκθεση η Ελλάδα βρισκόταν 5 θέσεις ψηλότερα ανάμεσα σε 133 χώρες. (Πίνακας 2.1γ)

Πίνακας 2.1α Συμμετοχή Τουρισμού στο ΑΕΠ την τελευταία δεκαετία (Πηγή:ΣΕΤΕ)

Έτος	% Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ*	Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)
Year	% Contribution to GDP*	Tourism Receipts (mi. €)
2000	16,40%	10.061,2
2001	16,90%	10.579,9
2002	16,50%	10.284,7
2003	15,90%	9.495,3
2004	16,40%	10.347,8
2005	17,30%	10.729,5
2006	17,50%	11.356,7
2007	17,30%	11.319,2
2008	16,50%	11.635,9
2009	15,20%	10.400,3
2010	15,30%	9.611,3

Ωστόσο το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η χώρα παρουσιάζει έντονο εποχικό χαρακτήρα λόγω της μαζικής ζήτησης και προσφοράς του πακέτου «ήλιος και θάλασσα». Η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα βασίστηκε στο τουριστικό μοντέλο των 3s (Sea –

Sun – Sand) και για αυτό το λόγο παρατηρείται ο τουρισμός κατά βάση τους θερινούς μήνες.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία από το Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, η επιβατική κίνηση τουριστών στο αεροδρόμιο γίνεται σε μεγαλύτερο βαθμό από το Μάιο μέχρι τον Αύγουστο.

Διάγραμμα 2.1β Εποχικότητα αφίξεων τουριστών στο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος



Πηγή: <http://ebook.aia.gr/?id=110>

Πίνακας 2.1γ Ανταγωνιστικότητα τουρισμού και ταξιδιών 2011 και σύγκριση με 2009

Country/Economy	2011		2009
	Rank/139	Score	Rank/133
Switzerland	1	5.68	1
Germany	2	5.50	3
France	3	5.41	4
Austria	4	5.41	2
Sweden	5	5.34	7
United States	6	5.30	8
United Kingdom	7	5.30	11
Spain	8	5.29	6
Canada	9	5.29	5
Singapore	10	5.23	10
Iceland	11	5.19	16
Hong Kong SAR	12	5.19	12
Australia	13	5.15	9
Netherlands	14	5.13	13
Luxembourg	15	5.08	23
Denmark	16	5.05	14
Finland	17	5.02	15
Portugal	18	5.01	17
New Zealand	19	5.00	20
Norway	20	4.98	19
Ireland	21	4.98	18
Japan	22	4.94	25
Belgium	23	4.92	22
Cyprus	24	4.89	21
Estonia	25	4.88	27
Malta	26	4.88	29
Italy	27	4.87	28
Barbados	28	4.84	30
Greece	29	4.78	24
United Arab Emirates	30	4.78	33

Πηγή: Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ

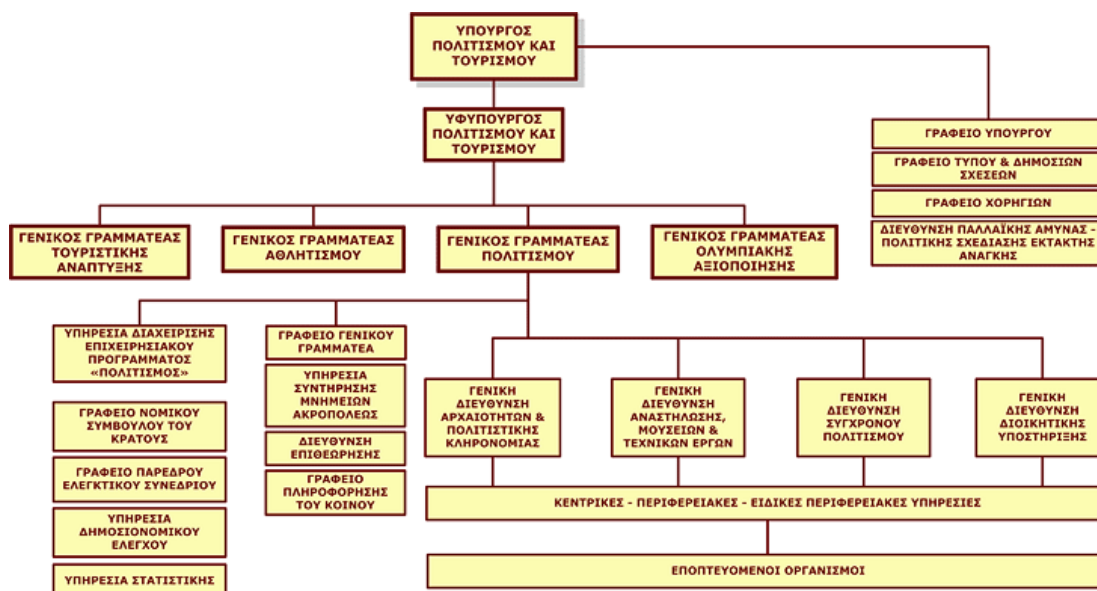
2.2 Η ΚΡΑΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ελληνικός κρατικός φορέας που είναι αρμόδιος για θέματα τουρισμού είναι το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού στο οποίο έχει συγχωνευτεί και το υπουργείο τουριστικής ανάπτυξης το 2009.

Στην εποπτεία του υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού βρίσκονται:

- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και έχει κύριο σκοπό την οργάνωση, την ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα με την αξιοποίηση όλων των υφιστάμενων δυνατοτήτων της χώρας. (Ν.2160/1993 -ΦΕΚ 118 Α)
- Η ανώνυμη εταιρία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.» ΕΤΑ η οποία διαχειρίζεται και αξιοποιεί τη δημόσια ακίνητη τουριστική περιουσία, σύμφωνα με τους στόχους και τις προτεραιότητες της τουριστικής πολιτικής της χώρας, συμβάλλοντας στην αναβάθμιση και ανάπτυξη ειδικής τουριστικής υποδομής και ειδικών μορφών τουρισμού, στην ανάδειξη της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.
- Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης (ΟΤΕΚ) αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα . Έχει τη μορφή του Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου και από το 1937 που ιδρύθηκε μέχρι σήμερα έχει στελεχώσει την αγορά εργασίας με 200.000 επαγγελματίες του τουρισμού .
- Το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) ιδρύθηκε το 1935 ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και έχει ως σκοπό την μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας.

Διάγραμμα 2.2 Οργανόγραμμα Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού



Πηγή: <http://www.yppo.gr/1/g10.jsp>

2.3 Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Εκτός από τον κρατικό τομέα, ο τουρισμός επηρεάζεται και από ιδιωτικούς φορείς οι οποίοι σε συνεργασία με το κράτος έχουν ως σκοπό την προώθηση και προβολή της χώρας ως τουριστικό προορισμό.

Στην Ελλάδα ένας από τους μεγαλύτερους ιδιωτικούς φορείς τουρισμού είναι ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων), ο οποίος είναι μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός.

Ιδρύθηκε το 1991 και εκπροσωπεί τις πανελλήνιες κλαδικές ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων καθώς και μεμονωμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ευρύτερα στην τουριστική οικονομία.

Τα μέλη του ΣΕΤΕ ανάμεσα σε άλλα είναι:

- Ο Σύνδεσμος Αντιπροσώπων Αεροπορικών Εταιριών (ΣΑΑΕ)
- Ο Σύνδεσμος Τουριστικών Επιχειρήσεων Ενοικιάσεων Αυτοκινήτων

- Η Ένωση Επιχειρήσεων Ακτοπλοΐας (ΕΕΑ)

2.4 Ο ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα αποτελείται από κυρίως μικρές επιχειρήσεις οι οποίες έχουν οικογενειακό χαρακτήρα και λειτουργούν σε εποχική βάση. Επίσης στον κλάδο υπάρχει μεγάλος αριθμός από ξενοδοχεία που ανήκουν σε διεθνείς αλυσίδες και ξενοδοχεία πολλών αστέρων.

2.4.1 Τουριστικά καταλύματα

Ο νόμος 2160/1993 ορίζει ως τουριστικά καταλύματα τις τουριστικές επιχειρήσεις που υποδέχονται τουρίστες και παρέχουν σε αυτούς διαμονή και άλλες συναφείς προς τη διαμονή υπηρεσίες, όπως εστίαση, ψυχαγωγία, αναψυχή, άθληση. Διακρίνονται σύμφωνα με τον ίδιο νόμο ανάλογα με τις τεχνικές προδιαγραφές των εγκαταστάσεων σε:

A. Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου
- Ξενοδοχεία τύπου MOTEL
- Ξενοδοχεία τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων
- Ξενοδοχεία κλασικού τύπου και επιπλωμένων διαμερισμάτων

B. Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα

- Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις ή κατοικίες
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε συγκρότημα μέχρι 10 δωματίων
- Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα

Γ. Χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικισμούς

Δ. Ξενώνες νεότητας

2.4.2 Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 2010

Το προηγούμενο έτος σύμφωνα με στοιχεία του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου Ελλάδος, ήταν εγγεγραμμένες και ενεργές 9.732 ξενοδοχειακές μονάδες στο μητρώο, από τις οποίες 15,91% βρίσκονται στην Κρήτη ενώ η δυναμικότητα σε κλίνες στην Κρήτη ξεπερνάει τα υπόλοιπα γεωγραφικά διαμερίσματα της χώρας.

Επίσης είχαν δηλωθεί 26.059 θέσεις κάμπινγκ σε όλη την Ελλάδα, με ένα μικρό ποσοστό 3,46% των θέσεων αυτών στην Κρήτη (Πίνακας 2.4.2β)

Πίνακας 2.4.2α Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας 2010

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2010							
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ		5*****	4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	49	166	249	492	77	1.033
	ΔΩΜΑΤΙΑ	10.910	29.133	13.412	16.136	1.282	70.873
	ΚΛΙΝΕΣ	22.224	56.501	25.768	30.194	2.471	137.158
ΗΠΕΙΡΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	56	120	147	32	361
	ΔΩΜΑΤΙΑ	599	997	2.593	2.722	540	7.451
	ΚΛΙΝΕΣ	1.224	2.051	5.087	5.201	1.031	14.594
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	23	112	123	250	89	597
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.132	2.929	3.626	5.724	1.596	15.007
	ΚΛΙΝΕΣ	2.258	5.839	7.007	10.903	3.142	29.149
ΘΡΑΚΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ	4	10	39	40	16	109
	ΔΩΜΑΤΙΑ	388	521	1.352	1.022	280	3.563
	ΚΛΙΝΕΣ	779	1.063	2.612	1.899	537	6.890
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	39	139	286	633	234	1.331
	ΔΩΜΑΤΙΑ	7.011	11.037	12.066	17.256	4.080	51.450
	ΚΛΙΝΕΣ	13.455	20.919	22.541	32.126	7.732	96.773
ΚΡΗΤΗ	ΜΟΝΑΔΕΣ	76	232	335	696	210	1.549
	ΔΩΜΑΤΙΑ	15.626	24.209	15.540	24.546	5.486	85.407
	ΚΛΙΝΕΣ	31.265	46.766	29.278	44.202	10.067	161.578
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	31	162	193	436	174	996
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.417	5.377	5.094	9.549	2.532	23.969
	ΚΛΙΝΕΣ	2.818	10.250	9.832	18.334	4.951	46.185
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	41	112	373	586	500	1.612
	ΔΩΜΑΤΙΑ	6.030	10.110	14.547	14.553	9.673	54.913
	ΚΛΙΝΕΣ	12.214	19.820	28.631	28.177	18.571	107.413
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	6	32	126	190	53	407
	ΔΩΜΑΤΙΑ	768	1.500	4.236	4.412	759	11.675
	ΚΛΙΝΕΣ	1.558	2.725	8.055	8.342	1.462	22.142
ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	22	100	199	518	83	922
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.480	10.881	12.687	17.433	1.708	46.189
	ΚΛΙΝΕΣ	6.714	20.787	24.324	33.340	3.312	88.477
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	ΜΟΝΑΔΕΣ	15	113	225	361	101	815
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.739	5.143	7.694	9.292	1.295	27.163
	ΚΛΙΝΕΣ	7.920	10.141	14.788	17.640	2.559	53.048
ΣΥΝΟΛΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	312	1.234	2.268	4.349	1.569	9.732
	ΔΩΜΑΤΙΑ	51.100	101.837	92.847	122.645	29.231	397.660
	ΚΛΙΝΕΣ	102.429	196.862	177.923	230.358	55.835	763.407

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2010.

Πίνακας 2.4.2β Κάμπινγκ Ελλάδας 2010

ΚΑΜΠΙΝΓΚ ΕΛΛΑΔΑΣ 2010						
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ		4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	ΘΕΣΕΙΣ			132		132
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ			0		0
	ΑΤΟΜΑ			396		396
ΗΠΕΙΡΟΣ	ΘΕΣΕΙΣ	60	186	960		1.206
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	0	0	44		44
	ΑΤΟΜΑ	180	558	3.268		4.006
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	ΘΕΣΕΙΣ		52	846		898
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ		0	11		11
	ΑΤΟΜΑ		156	2.786		2.942
ΘΡΑΚΗ	ΘΕΣΕΙΣ	396		56	242	694
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	0		0	0	0
	ΑΤΟΜΑ	1.188		224	726	2.138
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	ΘΕΣΕΙΣ	582	444	1.316		2.342
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	50	23	23		96
	ΑΤΟΜΑ	2.196	1.601	4.304		8.101
ΚΡΗΤΗ	ΘΕΣΕΙΣ	90	118	594	100	902
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	0	0	1	0	1
	ΑΤΟΜΑ	270	372	1.837	300	2.779
ΚΥΚΛΑΔΕΣ	ΘΕΣΕΙΣ		225	1.876	540	2.641
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ		60	147	0	207
	ΑΤΟΜΑ		944	6.346	1.370	8.660
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	ΘΕΣΕΙΣ	3.524	1.486	3.747	150	8.907
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	104	52	276	0	432
	ΑΤΟΜΑ	11.628	5.019	14.372	450	31.469
ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	ΘΕΣΕΙΣ	201	259	1.516		1.976
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	26	0	93		119
	ΑΤΟΜΑ	808	852	4.446		6.106
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	ΘΕΣΕΙΣ	218	1.318	4.694	131	6.361
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	41	23	274	0	338
	ΑΤΟΜΑ	806	4.265	15.199	424	20.694
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	ΘΕΣΕΙΣ	5.071	4.088	15.737	1.163	26.059
	ΟΙΚΙΣΚΟΙ	221	158	869	0	1.248
	ΑΤΟΜΑ	17.076	13.767	53.178	3.270	87.291

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2010.

Στην Κρήτη το 2010, μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων έχει ο νομός Χανίων με ποσοστό 33,95% ενώ ακολουθούν ο νομός Ηρακλείου με ποσοστό 32,34%, ο νομός Ρεθύμνου με ποσοστό 20,27% και τελευταίος ο νομός Λασιθίου με ποσοστό 13,43%.

Ο νομός Λασιθίου ωστόσο βρίσκεται στην δεύτερη θέση της κατανομής των ξενοδοχειακών μονάδων πέντε αστέρων με ποσοστό 31,58% (Πίνακας 2.4.2γ)

Πίνακας 2.4.2γ Ξενοδοχειακό δυναμικό Κρήτης 2010

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2010							
ΚΡΗΤΗ							
ΝΟΜΟΣ		5*****	4****	3***	2**	1*	Γενικό άθροισμα
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	26	103	100	176	96	501
	ΔΩΜΑΤΙΑ	7.150	12.695	5.239	6.355	3.148	34.587
	ΚΛΙΝΕΣ	14.374	24.473	9.944	11.830	5.732	66.353
ΡΕΘΥΜΝΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	10	47	92	139	26	314
	ΔΩΜΑΤΙΑ	2.157	4.584	4.114	4.824	545	16.224
	ΚΛΙΝΕΣ	4.286	8.844	7.742	8.811	1.020	30.703
ΧΑΝΙΑ	ΜΟΝΑΔΕΣ	16	48	110	297	55	526
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.936	3.736	4.601	10.661	1.309	22.243
	ΚΛΙΝΕΣ	3.875	7.322	8.568	18.622	2.408	40.795
ΛΑΣΙΘΙ	ΜΟΝΑΔΕΣ	24	34	33	84	33	208
	ΔΩΜΑΤΙΑ	4.383	3.194	1.586	2.706	484	12.353
	ΚΛΙΝΕΣ	8.730	6.127	3.024	4.939	907	23.727
ΣΥΝΟΛΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	76	232	335	696	210	1.549
	ΔΩΜΑΤΙΑ	15.626	24.209	15.540	24.546	5.486	85.407
	ΚΛΙΝΕΣ	31.265	46.766	29.278	44.202	10.067	161.578

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2010.

2.5 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της Ελλάδας και τον μεγάλο αριθμό σε νησιά το κύριο μέσο μεταφοράς των τουριστών είναι το αεροπλάνο. Ο ελληνικός κρατικός φορέας που διαχειρίζεται τις αεροπορικές μεταφορές και τους κρατικούς αερολιμένες είναι η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) και αποτελεί ευθύνη του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών.

Το 2010 διακινήθηκαν αεροπορικάς 10.986.418 αλλοδαποί τουρίστες στην Ελλάδα (Πίνακας 2.5). Παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση των αφίξεων στο Διεθνές Αερολιμένα Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος (27,28%) και στο Κρατικό Αερολιμένα Ηρακλείου Ν. Καζαντζάκης (17,61%).

Πίνακας 2.5 Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικώς

Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών Αεροπορικώς

Ιανουάριος - Δεκέμβριος

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ	2006	2007	2008	2009	2010	% μεταβολή			
						2007/06	2008/07	2009/08	2010/09
Θεσσαλονίκη*	1.151.395	1.251.308	1.274.328	1.189.444	1.146.356	8,7	1,8	-6,7	-3,6
Καβάλα	92.926	99.285	90.657	83.942	81.461	6,8	-8,7	-7,4	-3,0
(Β. Ελλάς)	1.244.321	1.350.593	1.364.985	1.273.386	1.227.817	8,5	1,1	-6,7	-3,6
Ηράκλειο*	2.159.452	2.162.769	2.155.756	1.954.611	1.934.765	0,2	-0,3	-9,3	-1,0
Χανιά	660.904	683.669	684.974	592.456	592.992	3,4	0,2	-13,5	0,1
(Κρήτη)	2.820.356	2.846.438	2.840.730	2.547.067	2.527.757	0,9	-0,2	-10,3	-0,8
Ρόδος	1.338.235	1.393.407	1.350.956	1.325.639	1.433.825	4,1	-3,0	-1,9	8,2
Κως	659.545	682.749	675.380	627.857	697.324	3,5	-1,1	-7,0	11,1
(Δωδεκάνησος)	1.997.780	2.076.156	2.026.336	1.953.496	2.131.149	3,9	-2,4	-3,6	9,1
Αραξός	56.256	69.818	54.697	41.418	39.636	24,1	-21,7	-24,3	-4,3
Καλαμίττα	47.767	51.641	32.925	30.446	32.874	8,1	-36,2	-7,5	8,0
(Πελοπόννησος)	104.023	121.459	87.622	71.864	72.510	16,8	-27,9	-18,0	0,9
Κέρκυρα	860.735	849.774	816.473	744.228	729.517	-1,3	-3,9	-8,8	-2,0
Κεφαλονιά	161.287	159.069	182.438	143.438	148.811	-1,4	14,7	-21,4	3,7
Ζάκυνθος	481.153	474.722	459.649	430.398	420.241	-1,3	-3,2	-6,4	-2,4
Άκτιο	135.083	149.028	150.835	147.574	143.950	10,3	1,2	-2,2	-2,5
(Ιόνια Νησιά)	1.638.258	1.632.593	1.609.395	1.465.638	1.442.519	-0,3	-1,4	-8,9	-1,6
Μύκονος	99.999	104.901	105.756	96.745	111.289	4,9	0,8	-8,5	15,0
Σαντορίνη	178.691	192.042	181.780	162.414	181.352	7,5	-5,3	-10,7	11,7
(Κυκλάδες)	278.690	296.943	287.536	259.159	292.641	6,5	-3,2	-9,9	12,9
Σκιάθος	116.136	119.229	113.511	108.829	106.833	2,7	-4,8	-4,1	-1,8
Μυτιλήνη	67.078	77.004	74.239	71.452	62.010	14,8	-3,6	-3,8	-13,2
Χίος	14.307	13.059	16.164	11.967	12.079	-8,7	23,8	-26,0	0,9
Λήμνος	10.392	7.227	9.834	6.563	5.575	-30,5	36,1	-33,3	-15,1
Σάμος	130.101	133.154	133.554	116.203	108.933	2,3	0,3	-13,0	-6,3
(Β. Αιγαίο)	338.014	349.673	347.302	315.014	295.430	3,4	-0,7	-9,3	-6,2
ΣΥΝΟΛΟ	8.421.442	8.673.855	8.563.906	7.885.624	7.989.823	3,0	-1,3	-7,9	1,3
ΑΘΗΝΑ**	3.111.799	3.479.520	3.384.958	3.140.811	2.996.595	11,8	-2,7	-7,2	-4,6
ΣΥΝΟΛΟ (Με Αθήνα)	11.533.241	12.153.375	11.948.864	11.026.435	10.986.418	5,4	-1,7	-7,7	-0,4

* Συνολικές αφίξεις εξωτερικού.

** Για την Αθήνα τα στοιχεία αφορούν τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, όπως τις δίνει το "Ελ. Βενιζέλος".

Πηγή: ΥΠΑ και περιφερειακά αεροδρόμια. Επεξεργασία στοιχείων ΙΤΕΠ.

2.5.1 Αεροδρόμια

Συνολικά στην Ελλάδα υπάρχουν 45 αεροδρόμια από τα οποία:

- 15 είναι Κρατικοί Αερολιμένες Διεθνών Συγκοινωνιών
- 26 είναι Κρατικοί Αερολιμένες Εσωτερικών Συγκοινωνιών
- 4 είναι Δημοτικοί Αερολιμένες



2.5.2 Αεροπορικές Εταιρίες

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Αεροπορικών Εταιριών (ΕΕΑΕ) υπάρχουν στην Ελλάδα 9 αεροπορικές εταιρίες, οι οποίες πραγματοποιούν επιβατικά δρομολόγια και αερομεταφορά φορτίων εντός και εκτός της χώρας. Ενώ επίσης υπάρχουν ακόμα και άλλες 6 ελληνικές αεροπορικές εταιρίες που δεν ανήκουν στην ένωση.

Οι αεροπορικές εταιρίες της Ελλάδας είναι:

- Aegean Airlines
- Aeroland

- Airlift
- AirSeaLines – Pegasus Aviation LTD
- Aviator
- Euroair
- Hellas Jet
- Interjet
- Veravia
- Astra Airlines
- Athens Airways
- Hellenic Imperial Airways
- Olympic Air
- Sky Express S.A.
- Sky Wings Airlines

2.6 ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

‘Ο Εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτειά της’ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998).

Συνήθως, ο Εσωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο κατά την διάρκεια των κοινών διακοπών και αργιών, όπως την περίοδο των Χριστουγέννων, του Πάσχα και μέσα καλοκαιριού. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι ιδιαίτερα ωφέλιμη για την χώρα που επεκτείνεται. Για παράδειγμα, συγκρατείται η εκροή συναλλάγματος εγχώρια λόγω του ότι ο ντόπιος πληθυσμός δεν πραγματοποιεί διακοπές έξω από την χώρα.

Για να αναπτυχθεί ο Εσωτερικός τουρισμός, απαιτούνται κυρίως προσιτές τιμές στα καταλύματα και βελτίωση των μέσων μεταφοράς.

Στην Ελλάδα το 2005 δημιουργήθηκε το τηλεοπτικό πρόγραμμα ‘Μένουμε Ελλάδα’ από το υπουργείο τουριστικής ανάπτυξης το οποίο προωθεί τον εσωτερικό τουρισμό και μέχρι στιγμής τον ενισχύει θετικά.

Πίνακας 2.6.1 Μέγεθος Εσωτερικού Τουρισμού

Εσωτερικός Τουρισμός - Διανυκτερεύσεις ανά Είδος Καταλύματος (άνω των 4 διανυκτερεύσεων) σε χιλιάδες						
Διανυκτερεύσεις σε:	2000	2004	2005	Μερίδια		
				2000	2004	2005
1. Συγγενείς και Φίλους	10.932,1	15.456,4	21.501,3	21,1	19,8	21,9
2. Ιδιόκτητη Κατοικία	23.073,6	44.121,6	51.858,0	44,5	56,6	52,7
3. Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	7.700,3	6.723,2	11.209,2	14,8	8,6	11,4
4. Ξενοδοχειακά και Λοιπά Συλλογικά Καταλύματα	9.907,3	10.479,7	11.917,8	19,1	13,5	12,1
5. Άλλα Καταλύματα	289,3	1.133,2	1.877,9	0,6	1,5	1,9
6. Σύνολο Επαγγελματικών Καταλυμάτων (3+4)	17.607,6	17.202,9	23.127,0	33,9	22,1	23,5
7. Γενικό Σύνολο	51.902,6	77.914,1	98.364,2	100,1	100,0	100,0
8. (3) : (6)	43,7	39,1	48,5			
9. (1) : (7)	21,1	19,8	21,9			

Πηγή: ΕΣΥΕ, Eurostat. Επεξεργασία στοιχείων ΙΤΕΠ.

(Πηγή: Παυλόπουλος, 2007)

Κατά την τετραετή περίοδο 2000-2004 ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε επαγγελματικού είδους καταλύματα μειώθηκε κατά 404,7 χιλιάδες ενώ το 2005 που ξεκίνησε το πρόγραμμα για πρώτη χρονιά ο αριθμός αυτός αυξήθηκε κατά 5.924,1 χιλιάδες.

Ιδιαίτερα αυξημένες ήταν και οι διανυκτερεύσεις σε ιδιόκτητες κατοικίες και σε κατοικίες φίλων ή συγγενών.

2.7 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στην λεκάνη της Μεσογείου υπάρχουν πολλές χώρες που προσφέρουν το τουριστικό πακέτο «ήλιος και θάλασσα» όπως η Ελλάδα.

Χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Κροατία, η Κύπρος και η Τουρκία αποτελούν δημοφιλής τουριστικούς προορισμούς που συνδυάζουν τα 3s (Sea – Sand – Sun) και σε τιμές ανταγωνιστικότερες από αυτές της Ελλάδας.

Όπως βλέπουμε στον πίνακα 2.7.1 το 2010 σε σχέση με το 2009 οι αφίξεις στην Ελλάδα ήταν μειωμένες κατά 0,3% την ίδια στιγμή που όλες οι ανταγωνίστριες χώρες είχαν αύξηση στις αφίξεις τους. Αντίστοιχα οι συναλλαγματικές εισπράξεις της Ελλάδας είχαν μείωση 7,3% ενώ οι υπόλοιπες χώρες σημείωναν κέρδη.

Πίνακας 2.7.1 Ελλάδα και ανταγωνίστριες χώρες

Εξέλιξη Αλλοδαπού Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες Χώρες
% Μεταβολή

Χώρα	Αφίξεις			Συναλλαγματικές Εισπράξεις				
	Περίοδος	2008/07	2009/08	2010/09	Περίοδος	2008/07	2009/08	2010/09
ΕΛΛΑΔΑ ⁽¹⁾	Ιαν.- Σεπτ.	-1,2	-8,0	-0,3	Ιαν.- Αύγ.	5,3	-12,6	-7,3
Ιταλία	Ιαν.- Ιουλ.	0,8	-2,6	3,3	Ιαν.- Ιουλ.	2,2	-9,1	3,3
Ισπανία	Ιαν.- Αύγ.	-0,2	-9,3	0,3	Ιαν.- Ιουλ.	2,6	-10,2	1,9
Πορτογαλία ⁽²⁾	Ιαν.- Αύγ.	0,8	-13,2	1,4	Ιαν.- Ιούν.	4,8	-11,4	8,6
Κροατία ⁽²⁾	Ιαν.- Ιουλ.	4,8	-6,1	2,7	Ιαν.- Μάρτ.	17,3	-2,3	8,0
Κύπρος	Ιαν.- Ιούλ.	0,2	-10,9	0,7	Ιαν.- Ιούν.	-2,0	-15,5	1,4
Τουρκία	Ιαν.- Αύγ.	14,5	0,9	5,1	Ιαν.- Αύγ.	22,2	-7,5	1,4

(1) Αφορά αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας. Οι αφίξεις της Αθήνας προέρχονται από το "Ελ. Βενιζέλος". Περιλαμβάνονται τα 19 μεγαλύτερα αεροδρόμια της χώρας.

(2) Αφορά διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών σε ξενοδοχειακά καταλύματα.

Πηγή: Εθνικές Στατιστικές Υπηρεσίες και Κεντρικές Τράπεζες των χωρών. **Επεξεργασία ΙΤΕΠ**

Σύμφωνα με την έκθεση ανταγωνιστικότητας τουρισμού και ταξιδιών του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (2011) η Ελλάδα βρίσκεται στην 21^η θέση ανταγωνιστικότητας στην Ευρώπη, η Ιταλία βρίσκεται στην 20^η θέση, η Ισπανία στην 7^η θέση, η Πορτογαλία στην 13^η θέση, η Κροατία στην 24^η θέση, η Κύπρος στην 17^η θέση και η Τουρκία στην 29^η θέση. Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ελβετία, η οποία βρίσκεται και στην 1^η θέση της παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας.

Στην ίδια έκθεση η Ελλάδα βρίσκεται σε παγκόσμια κλίμακα ανάμεσα σε 139 χώρες στην 1^η θέση στην πρόσβαση πόσιμου νερού, στις συνθήκες επικύρωσης για το περιβάλλον, στην παρουσία των κυριότερων εταιριών ενοικίασης αυτοκινήτων και στην αναλογία ιατρών ανά 1000 ανθρώπους.

Σε υψηλές θέσεις βρίσκεται η Ελλάδα επίσης για την αναλογία ξενοδοχείων ανά 100 ανθρώπους (4^η θέση), τις δημόσιες δαπάνες ως ποσοστό του συνόλου του προϋπολογισμού (14^η θέση), των αριθμό διεθνών εκθέσεων που πραγματοποιούνται ετησίως στη χώρα (19^η θέση) και για τον αριθμό παγκόσμιας κληρονομιάς πολιτιστικών χώρων (12^η θέση).

2.8 ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Την τελευταία δεκαετία έχουν συμβεί πολλά φαινόμενα κρίσης, ανάμεσα σε πολλά είναι το τρομοκρατικό χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου στις ΗΠΑ, η επιδημία της γρίπης των χοίρων και των πτηνών, η παγκόσμια οικονομική κρίση, οι φυσικές καταστροφές και ο πρόσφατος πόλεμος στην Λιβύη.

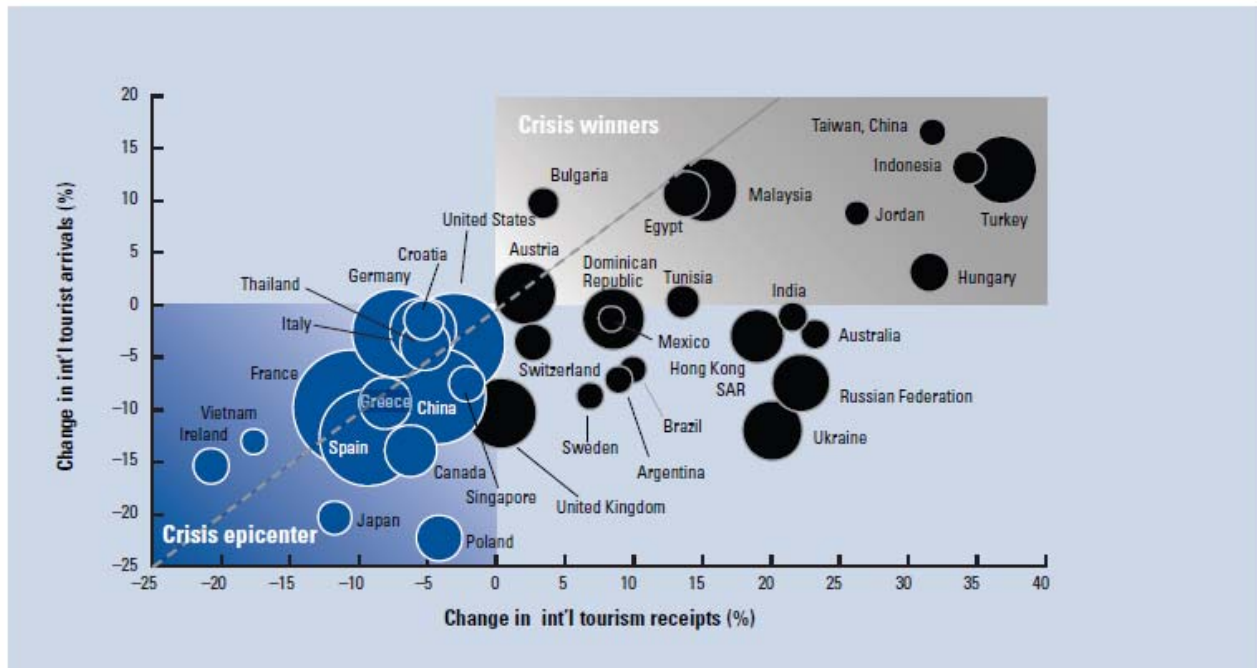
Τα δυσμενή αυτά γεγονότα επηρέασαν σε μεγάλο ποσοστό την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

Η διεθνής οικονομική κρίση ξέσπασε στα τέλη του 2008 και είχε ως αποτέλεσμα την συρρίκνωση των εισοδημάτων, την απότομη μείωση στην κατανάλωση και την άνοδο της ανεργίας. Ο τουριστικός κλάδος δεν έμεινε ανεπηρέαστος από την ύφεση της παγκόσμιας Οικονομίας, ενώ παράλληλα είχε να αντιμετωπίσει την ανοδική πορεία της τιμής του πετρελαίου, τις κλιματικές αλλαγές, τα κρούσματα επιδημιών παγκοσμίως (H1N1) και τις απεργίες εργαζομένων ιδίως στην Ευρώπη.

Σε σχέση με άλλες κρίσεις, η οικονομική κρίση διαφέρει στο ότι ο τουρίστας αντιμετωπίζει έντονο οικονομικό πρόβλημα και αβεβαιότητα για τις μελλοντικές αποδοχές του περιορίζοντας έτσι τις δαπάνες του για αναψυχή και διασκέδαση, ενώ σε άλλες τον κυριαρχούσε ο φόβος για την ασφάλεια και την υγεία του.

Οι χώρες που είχαν τις σοβαρές επιπτώσεις στην τουριστική οικονομία τους σύμφωνα με έκθεση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ φαίνονται στο διάγραμμα 2.8.1 με μπλε χρώμα ενώ με μαύρο χρώμα στο γκρι πλαίσιο φαίνονται οι χώρες που παρά την οικονομική κρίση κατάφεραν να έχουν αύξηση στις αφίξεις των τουριστών

Διάγραμμα 2.8.1 Νικητές και χαμένοι της διεθνούς οικονομικής κρίσης



Sources: UNWTO, 2010; Booz & Company analysis.

Notes: Bubble size indicates international tourist arrivals in 2009. International tourist receipts were based on local currency units applying an annual average exchange rate of each currency versus current values in US dollars.

Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ αναφέρει σε έκθεση του ότι ο κλάδος του τουρισμού υπέστη σοβαρές απώλειες κατά τα έτη 2008 και 2009.

Η ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας μειώθηκε κατά 1% όπως και η συμβολή του τουρισμού στο παγκόσμιο ΑΕΠ το 2009 μειώθηκε 5,5%.

Σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Αερομεταφορών (IATA) οι απώλειες για τη βιομηχανία σε παγκόσμια βάση το έτος 2009 ήταν 3,4 δις δολάρια. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών είχαν μείωση 4,2% σε σχέση με το 2008 ενώ το μεγαλύτερο πλήγμα δέχτηκε η Ευρώπη με μείωση 5,7% στις αφίξεις τουριστών (UNWTO).

Στην Ελλάδα οι αεροπορικές αφίξεις τουριστών είχαν μείωση 7,7% και συγκεκριμένα στην Κρήτη η μείωση ήταν 10,3%. (Πίνακας 2.5)

Μειώσεις επίσης είχαν και τα ξενοδοχειακά καταλύματα όπου και πάλι η Ευρώπη είχε την μεγαλύτερη μείωση το 2009 του RevPAR (έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο) κατά 31,3%. Στην Ελλάδα η πληρότητα των ξενοδοχείων ήταν μειωμένη και το 2010 ενώ η

Κρήτη παρουσίασε αύξηση 0,93 στην πληρότητα κατά τον Αύγουστο σε σχέση με το 2009 (Πίνακας 2.8.1).

Πίνακας 2.8.1 Πληρότητα Ξενοδοχείων

Πληρότητα (%) Ξενοδοχείων Μάιος - Αύγουστος 2009/10 ανά Περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	Μέση Πληρότητα Μάιος 09	Μέση Πληρότητα Μάιος 10	Μεταβολή Μάιος10/ Μάιος09	Μέση Πληρότητα Αύγουστος 09	Μέση Πληρότητα Αύγουστος 10	Μεταβολή Αυγ.10/ Αυγ.09
ΑΤΤΙΚΗ	58,90	53,05	-11,03	60,59	53,67	-12,9
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	40,87	39,09	-4,57	67,46	63,80	-5,75
ΗΠΕΙΡΟΣ - ΘΕΣΣΑΛΙΑ	52,49	46,12	-13,81	69,91	65,04	-7,48
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ	59,54	50,88	-17,03	76,41	72,33	-5,64
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	36,29	36,70	1,12	79,26	73,13	-8,38
ΝΗΣΙΑ Β. ΑΙΓΑΙΟΥ	46,06	40,14	-14,74	79,72	70,29	-13,41
ΚΡΗΤΗ	55,76	54,74	-1,87	88,24	89,06	0,93
ΚΥΚΛΑΔΕΣ - ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	49,24	47,67	-3,3	83,67	85,13	1,72
ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	54,17	51,03	-6,4	91,67	86,55	-5,92
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	51,43	46,75	-10,01	79,54	75,84	-4,88

Πηγή: Έρευνα πεδίου ΙΤΕΠ, 2010.

Έπειτα από αυτή την δύσκολη περίοδο ο κλάδος δείχνει τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης το 2011 και αναμένεται να ακολουθήσει ανοδική πορεία και τα επόμενα έτη. Ωστόσο η ανάκαμψη αυτή θα είναι σταδιακή και εκτιμάται στο 4% ετησίως κατά την επόμενη δεκαετία (πρόγνωση του Παγκόσμιου Συμβούλιου Ταξιδιών και Τουρισμού – WTTC).

2.9 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό κλάδο του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθήνας ο οποίος έχει την ονομασία «Ταξίδια & Αναψυχή».

Ο κλάδος αυτός αποτελείται από τις εξής εισηγμένες εταιρίες:

Αεροπορικές Εταιρίες

ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ Α.Ε.

Ξενοδοχεία

ΙΟΝΙΚΗ (ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ)

ΓΕΚΕ Α.Ε.

ΑΣΤΗΡ ΠΑΛΑΣ ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ Α.Ε.Ε

ΛΑΜΨΑ Α.Ε. ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Εστίαση

OLYMPIC CATERING Α.Ε.

Ταξίδια & Τουρισμός

AUTOHELLAS ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

ΑΝΩΝΥΜΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.

ΜΙΝΩΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΑΝΕ

ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΛΕΣΒΟΥ Α.Ε.

ΑΤΤΙΚΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ

ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ Μ.Κ.Ν. Α.Ε.

Τυχερά Παιχνίδια

AVENIR LEISURE & ENTERTAINMENT ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.

ΙΝΤΡΑΛΟΤ Α.Ε.

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Α.Ε.

Πηγή: <http://www.ase.gr/content/gr/companies/ListedCo/Profiles/sectors.asp#>

Όπως βλέπουμε στον πίνακα 2.9.1 η πορεία του δείκτη του κλάδου στο χρηματιστήριο παρουσιάζει άνοδο από το 2010, με σημαντικές απώλειες τους τελευταίους μήνες που ωστόσο πιθανόν να οφείλονται σε παράλληλη πτώση του γενικού δείκτη του χρηματιστηρίου.

Γράφημα 2.9.1 Δείκτης χρηματιστηρίου για το κλάδο ταξίδια & αναψυχή



Πηγή: <http://www.capital.gr/h.asp?s=%C4%D4%C1>

2.10 SWOT ANALYSIS ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού που είναι το ακρωνύμιο των λέξεων Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Τα δύο πρώτα αφορούν το εσωτερικό της επιχείρησης/προϊόν/αγοράς ενώ τα δύο τελευταία αφορούν τους εξωτερικούς παράγοντες. (Westwood, 2006)

Παρακάτω παρουσιάζουμε μια ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του ελληνικού τουρισμού.

2.10.1 Δυνάμεις (Strengths)

- Πλούσιο φυσικό περιβάλλον
- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες

- Εξαιρετικός πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος με σπουδαία μνημεία πολιτισμού όπως ο Παρθενώνας και η Κνωσός
- Φημισμένη ελληνική κουζίνα
- 2^η θέση για το 2010 παγκοσμίως σε γαλάζιες σημαίες, διεθνές περιβαλλοντολογικό σύμβολο ποιότητας

2.10.2 Αδυναμίες (Weaknesses)

- Έντονη εποχικότητα τουρισμού, ο τουρισμός περιορίζεται χρονικά σε 6 μήνες περίπου
- Ανεπαρκής προβολή και προώθηση του ελληνικού τουρισμού
- Ανεπαρκής τουριστική εκπαίδευση
- Χαμηλή ποιότητα δημόσιων υποδομών
- Κακή οργάνωση μέσων μαζικής μεταφοράς
- Μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators

2.10.3 Ευκαιρίες (Opportunities)

- Περιορισμός εποχικότητας με ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες
- Εσωτερικός τουρισμός

2.10.4 Απειλές (Threats)

- Ακριβός τουριστικός προορισμός σε σχέση με γειτονικές χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ στην λεκάνη της Μεσογείου
- Οι ισοτιμίες συναλλάγματος
- Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας και παγκόσμια ύφεση
- Υψηλή φορολογία
- Ταξιδιωτικές οδηγίες άλλων χωρών για την Ελλάδα

3. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός ως κλάδος έχει κορεστεί από τις μαζικές μορφές του και ο τουρίστας έχει βιώσει την γνωστή μορφή που τις χαρακτηρίζει. Πλέον, ο τουρίστας αναζητά την διαφορετικότητα και νιώθει την ανάγκη για ενεργή συμμετοχή και όχι απλά παθητική. Αναζητά την ψυχική ηρεμία και την αναζωογόνηση με νέους τρόπους. Αναζητά εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

3.2 ΕΝΝΟΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια να αναπτύσσονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και οι μεμονωμένοι τουρίστες. Συγκεκριμένα, οι εισπράξεις από μεμονωμένους ταξιδιώτες το 2009 ήταν 6,611.50 εκατ. €, ενώ οι εισπράξεις από οργανωμένα ταξίδια το ίδιο έτος ήταν 3,788.70 εκατ. € (Πηγή ΣΕΤΕ, Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί). Τι είναι όμως ο Εναλλακτικός τουρισμός;

Ο Εναλλακτικός τουρισμός αποτελείται από εκείνες τις μορφές τουρισμού, που έρχονται σε επαφή με κοινωνικές, περιβαλλοντικές, αθλητικές και επαγγελματικές δραστηριότητες. Αποφέρουν θετικά αποτελέσματα τόσο στους επισκέπτες-τουρίστες, όσο και στους τοπικούς φορείς. Τέτοιες δραστηριότητες είναι η επαφή με την φύση, η προσέγγιση της ιστορίας και κουλτούρας των περιοχών που επισκέπτονται, η ανάδειξη και ενίσχυση των πολιτισμών αυτών, η αναζήτηση της περιπέτειας και συγκινήσεων, αλλά και η ανάγκη για μάθηση και νέες εμπειρίες.

3.2.1 Προφίλ εναλλακτικού τουρίστα

Ξεκινώντας την περιγραφή του εναλλακτικού τουρίστα, πρέπει να αναφερθεί ότι το κυρίαρχο συστατικό που τον κάνει να ξεχωρίζει, είναι τα κίνητρα που τον ωθούν στη πραγματοποίηση του ταξιδιού του. Για αρχή, τον εξιτάρει το άγνωστο, αναζητά το πρωτότυπο και είναι έτοιμος να λάβει μέρος σε ποικίλες δραστηριότητες. Είναι πρόθυμος

να μάθει, έρχεται σε επαφή με τις κοινωνίες που επισκέπτεται και λειτουργεί ως κρίκος στην ανάδειξη του πολιτισμού της κάθε περιοχής που επισκέπτεται.

Σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987), ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει τον σύγχρονο πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.

3.3 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΑΖΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι λόγοι που διαχωρίζουν τον Μαζικό με τον Εναλλακτικό τουρισμό είναι ποικίλοι. Αυτό που καθοδηγεί ένα τουρίστα Μαζικού τουρισμού είναι οι ίδιες ιδέες, όπως η αναζήτηση χαλάρωσης σε ευήλια μέρη, δίπλα στη θάλασσα από οργανωμένα πακέτα προσφορών. Παρατηρείται έντονα η προτίμηση σε περιοχές όπου διαφημίζονται από τα ΜΜΕ και όπου προσφέρονται φθηνά τουριστικά πακέτα.

Στον Εναλλακτικό τουρισμό όμως, ο τουρίστας καθοδηγείται από την ιδιαιτερότητά του ως άνθρωπος και τις ξεχωριστές του προτιμήσεις στις διακοπές του.

Προσπαθώντας να εκφράσουμε τις διαφορές του Μαζικού με τον Εναλλακτικό τουρισμό οργανωμένα και ταυτόχρονα περιεκτικά, βασιζόμενοι στην έρευνα του Krippendorf, J. (1982), καταλήξαμε στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 3.3 Διαφορές μαζικού και εναλλακτικού τουρισμού

ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών.	Ταξίδι ατομικό, με φίλους ή οικογένεια.
Μικρή ή καθόλου έρευνα για τον τόπο προορισμού.	Προ-έρευνα για τον τόπο προορισμού.
Γρήγορα Μέσα Μεταφοράς.	Συνήθως ιδιωτικά Μέσα Μεταφοράς.
Προσχεδιασμένο δρομολόγιο.	Απρόβλεπτο δρομολόγιο.
Προγραμματισμένη διάρκεια & κόστος ταξιδιού.	Απρόβλεπτη διάρκεια & κόστος ταξιδιού.
Συγκέντρωση μεγάλων ομάδων τουριστών σε λίγες περιοχές.	Διασπορά μικρών ομάδων τουριστών.
Άιση κατανομή του χρηματικού οφέλους, λιγότερη συμμετοχή της τοπικής κοινότητας.	Ενίσχυση της τοπικής κοινότητας, βοήθεια στην ανάπτυξή της.
Συχνή επιβάρυνση του περιβάλλοντος.	Περιβαλλοντικά ευαίσθητος.
Αίσθηση ανωτερότητας.	Θέληση για μάθηση ή προσφορά στην κοινωνία.
Αδράνεια, παθητικότητα.	Πληθώρα δραστηριοτήτων, ενεργητικότητα.
Ειδικό ενδιαφέρον π.χ. προς την χαλάρωση/ξεκούραση.	Γενικό ενδιαφέρον π.χ. προς την κουλτούρα, τον πολιτισμό, περιβάλλον.
Ασυντόνιστος, συνηθισμένος και υπερβολικός τουρίστας.	Συνετός, συνειδητοποιημένος και χαμηλών τόνων τουρίστας.

3.4 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΤΟΥ

Αν αναζητήσει κανείς την ιστορία του τουρισμού και τι έχει επιφέρει στις περιοχές όπου έχει αυξηθεί, παρατηρεί ότι οι λόγοι που αναπτύχθηκαν οι Εναλλακτικές μορφές τουρισμού ήταν πιθανόν αναμενόμενες.

Σύμφωνα με τον Λαγό (2005), οι λόγοι που ωφέλησαν την ανάπτυξη του Εναλλακτικού τουρισμού συνοπτικά, είναι οι εξής:

- Ο μεταπολεμικός μαζικός τουρισμός (δεκαετία 1960), είχε έντονες αρνητικές κριτικές λόγω της επιβάρυνσης που επέφερε στο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον τουριστικών περιοχών.
- Όταν στα μέσα του προηγούμενου αιώνα οι τουρίστες είχαν στις διακοπές τους ως κυρίαρχο κίνητρο την ξεκούραση, ψυχαγωγία και περιήγηση, στα μέσα της δεκαετίας του '70 τα πράγματα άλλαξαν. Οι τουρίστες είχαν πλέον πολλά και διαφορετικά κίνητρα.
- Το ανεβασμένο βιοτικό επίπεδο των χωρών που προέρχονται οι τουρίστες είχε αποτέλεσμα την άνοδο της μέσης κατά κεφαλήν δαπάνης από το 1980 και μετά, επηρεάζοντας την ζήτηση για Εναλλακτικό τουρισμό.
- Παρατηρώντας την αύξηση ετήσιας διάρκειας διακοπών, δημιουργείται ενδιαφέρον και νέα κίνητρα για τις Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Από τα κύρια στοιχεία που προωθούν στις μέρες μας οι τουριστικοί προορισμοί είναι το φυσικό κεφάλαιο μιας περιοχής. Συνεπώς, η προστασία του περιβάλλοντος και οι μορφές Εναλλακτικού τουρισμού που συνδέονται με αυτό, βρίσκονται στις πρώτες θέσεις στρατηγικής ανάπτυξης μιας χώρας.
- Οι σύγχρονες καταναλωτικές προτιμήσεις υψηλών προδιαγραφών των τουριστών προς τις ανέσεις και την ποιότητα των καταλυμάτων, οδηγούν πολλούς προς τις μικρές και τοπικές επιχειρήσεις.
- Η τεχνολογική εξέλιξη έχει βοηθήσει τον τουρίστα στο να βρίσκει οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζεται για τις διακοπές του. Με αυτό τον τρόπο, έχει την δυνατότητα να οργανώνει ο ίδιος το ταξίδι του χωρίς την διαμεσολάβηση πρακτορείων.

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού σίγουρα επιφέρει θετικές επιπτώσεις και οι επιπτώσεις αυτές ευδοκιμούν την κάθε χώρα με πολλούς τρόπους. Κύριο θετικό στοιχείο είναι ότι συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και δεν υποστηρίζει την έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει και την χώρα μας.

Οικονομικά, οι τουρίστες εναλλακτικών μορφών τουρισμού, στηρίζουν μικρές, τοπικές κοινωνίες, δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και συμβάλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Επίσης, βοηθούν περιοχές κατά την διάρκεια όλου του χρόνου και όχι μόνο τις θερινές σεζόν.

Περιβαλλοντικά, η οικολογική συνείδηση μεγαλώνει, η φύση προστατεύεται και δημιουργούνται οι υποδομές για ένα υγιέστερο περιβάλλον στο μέλλον.

Ανθρωπιστικά, ο τουρίστας έρχεται σε επαφή με την παράδοση και την κουλτούρα του εκάστοτε πολιτισμού, μαθαίνει μέσα από αυτόν και ενημερώνεται για την ιστορία του.

3.5 ΜΟΡΦΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Λόγω του ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί μια κατηγορία που συνεχώς διαφοροποιείται και εξελίσσεται, είναι αρκετά δύσκολο να οριστούν συγκεκριμένες κατηγορίες του. Μετά από βιβλιογραφική έρευνα που κάναμε, παρατηρήσαμε ότι υπάρχουν δραστηριότητες τουρισμού που σύμφωνα με κάποιους συγγραφείς ανήκουν σε μια κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού, τις οποίες άλλοι συγγραφείς κατατάσσουν σε μια διαφορετική κατηγορία ή τις ομαδοποιούν. Για παράδειγμα ο αθλητικός τουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας, ο πολιτιστικός και ο αρχαιολογικός τουρισμός κτλ.

Σύμφωνα με τα δικά μας δεδομένα και εμπειρία που αποκτήσαμε κατά την δημιουργία της παρούσας πτυχιακής, κατηγοριοποιήσαμε τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού σε επτά ομάδες.

1. Τουρισμός & πολιτισμός
2. Τουρισμός & επάγγελμα
3. Τουρισμός & ψυχαγωγία/Σπορ
4. Τουρισμός & περιβάλλον
5. Τουρισμός & ψυχική/ Σωματική υγεία
6. Τουρισμός & κοινωνία
7. Τουρισμός & άλλες εναλλακτικές μορφές

Η διαμόρφωση αυτή, επιλέχθηκε ανάλογα με τα κίνητρα και τον σκοπό που έχει κάποιος όταν αποφασίζει να κάνει τουρισμό. Για παράδειγμα, εάν κάποιος επιχειρηματίας πρέπει να πάει σε κάποια περιοχή για να συμμετέχει σε ένα συνέδριο ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους, εάν ένας Γάλλος τουρίστας επιλέγει να πάει διακοπές στην Ελλάδα γιατί του αρέσει το ελληνικό φαγητό και θέλει να δει τον Παρθενώνα ταξιδεύει για πολιτισμικούς λόγους κ.ο.κ.

3.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

«Στην ελληνική αρχαιότητα, πολιτισμός ήταν η παιδεία που προσέφερε η πόλις σε όλους τους πολίτες της. Ο άρτιος πολίτης αποκτούσε "παίδευσιν" μέσω των θεατρικών παραστάσεων, των θρησκευτικών τελετών και εορτών, της όρχησης και της μουσικής.»
Πόλις και Πολιτισμός (1998).

3.6.1 Πολιτιστικός τουρισμός

Σε αυτή την μορφή εναλλακτικού τουρισμού, το άτομο έχει ως κίνητρο την συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις του τόπου. Τέτοιες είναι η παρακολούθηση θεάτρου, συναυλιών, σεμιναρίων, επισκέψεις σε εκθέσεις τέχνης, ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων κ.α.

Ο τουρίστας μαθαίνει για την ιστορία και τον πολιτισμό του μέρους που επισκέπτεται και γίνεται σημαντικός κρίκος της διάδοσης του πολιτισμού αυτής της χώρας.

Ο πολιτιστικός τουρισμός ξεκίνησε να αναγνωρίζεται ως ξεχωριστή κατηγορία τουριστών στα τέλη της δεκαετίας του '70, όταν οι ειδικοί στην τουριστική αγορά κατανόησαν ότι ορισμένοι άνθρωποι ταξιδεύουν για την βαθύτερη κατανόηση της κουλτούρας και της κληρονομιάς του ταξιδιωτικού τους προορισμού.

3.6.2 Γαστρονομικός τουρισμός

Ο Γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί τις περιπτώσεις εκείνες που η τοπική κουζίνα μιας χώρας ωθεί ένα τουρίστα να την επισκεφθεί. Η επιθυμία για γνωριμία, μάθηση και γεύση

των συνταγών μιας χώρας είναι ένας ισχυρότατος μαγνήτης για τον τουρισμό. Για την Ελλάδα, γνωστή για την Μεσογειακή διατροφή και τα πλούσια αγροτικά προϊόντα της, ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους κύριους λόγους επίσκεψής της.

Σύμφωνα με τον Σ.Ε.Τ.Ε., το φαγητό επηρεάζει την ταξιδιωτική εμπειρία με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, η καλή κουζίνα δημιουργεί θετικά συναισθήματα στον επισκέπτη, και ταυτίζει την εμπειρία αυτή με την ταυτότητα του τόπου. Η επιθυμία για να γνωρίσει τις τοπικές γεύσεις, ωθεί για καλύτερη γνωριμία της ίδιας της περιοχής. Επίσης, άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο τουρισμός υγείας και ευεξίας, προωθούν την γαστρονομία (δietetική και υγιεινή διατροφή). Συμπεραίνουμε, λοιπόν, ότι ο γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κεφάλαιο στον τουρισμό, όποιος και αν είναι αυτός.

3.6.2 Θρησκευτικός τουρισμός

Ο Θρησκευτικός τουρισμός αφορά τα άτομα εκείνα που έχουν ως κύριο σκοπό την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους για προσκύνημα, τελετές, παρατήρηση των μνημείων, εικόνων, ψηφιδωτών κ.λπ.

Η χώρα μας, έχοντας μια τεράστια κληρονομιά από ιστορία και ποικιλία σε θρησκευτικά μνημεία (π.χ. Άγιο Όρος, Μετέωρα), αποτελεί ένα σημαντικό προορισμό για τους θρησκευτικούς τουρίστες. Συνήθως, η διάρκεια ενός τέτοιου ταξιδιού είναι μικρή και δεν χρειάζονται σημαντικές υποδομές.

3.7 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια που γίνονται για επαγγελματικούς λόγους και ωφελούν την επισκέψιμη περιοχή με τις τουριστικές δραστηριότητες τους. Συγκεκριμένα, ο επισκέπτης συνδυάζει την επαγγελματική επίσκεψή του με κάποια μορφή τουρισμού όπως π.χ. τον πολιτιστικό τουρισμό.

Σύμφωνα με το site του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, υπήρχε πτώση 13% των εισερχόμενων Επαγγελματικών τουριστών τα έτη 2008-2009.

Ο συνολικός αριθμός επιβατών για το 2009 έφτασε στα 16,2 εκ. €, εκ των οποίων το 32% ταξίδευε για επαγγελματικούς λόγους. Τα αντίστοιχα στοιχεία για το 2010 είναι 15,4 εκ. € επιβάτες εκ των οποίων το 30% ταξίδευε για επαγγελματικούς λόγους. (Πηγή: site www.aia.gr)

Τα κίνητρα που αναγκάζουν κάποιους για να ταξιδέψουν, μπορούν να χωρίσουν τον επαγγελματικό τουρισμό στις εξής υποκατηγορίες εναλλακτικού τουρισμού:

3.7.1 Συνεδριακός τουρισμός

Στον Συνεδριακό τουρισμό, ο επισκέπτης έχει αφήσει τον τόπο διαμονής του για να συναντήσει μια ομάδα ατόμων με σκοπό την εξέταση κάποιου θέματος ή την ανταλλαγή απόψεων, που τον αφορά επαγγελματικά.

Οι περισσότεροι επισκέπτες Συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα το 2009 ήταν οι Γερμανοί (14,535 άτομα) και δεύτεροι οι Κύπριοι (14,530 άτομα). Βασικός προορισμός των Συνεδριακών τουριστών για το ίδιο έτος ήταν τα Χανιά με δεύτερη την Θεσσαλονίκη και με μέσο όρο διαμονής 1-6 ημέρες. (Πηγή: site www.aia.gr)

Σε συνέντευξή του στην εφημερίδα ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, ο κ. Αγγελόπουλος Νίκος αναφέρει *‘Η Ελλάδα κατέχει περίπου το 1,9% της παγκόσμιας αγοράς, όταν μια πόλη – όχι χώρα- όπως η Βιέννη κατέχει μερίδιο πάνω από το 2,5%.’* Όπως αναφέρει η εφημερίδα εν συνεχεία, παρατηρούνται αυξημένες επενδύσεις για τη δημιουργία σύγχρονων κέντρων κυρίως συνεδρίων. Δεν είμαστε όμως ανταγωνιστικοί σε σχέση με άλλων συνεδριακών προορισμών λόγω του επιπέδου αερομεταφορών.

3.7.2 Εκθεσιακός τουρισμός

Η συνεχής ανάπτυξη του εμπορίου, η διεθνοποίηση των συναλλαγών και η έντονη ανταγωνιστικότητα καθιστούν αναγκαίες τις ενέργειες προβολής των προϊόντων και υπηρεσιών και οι εκθεσιακοί χώροι λειτουργούν σαν ένα εργαλείο μάρκετινγκ. Κατά την δεκαετία του '80 και μετά, οι εκθεσιακές εκδηλώσεις αναπτύχθηκαν σημαντικά σε χώρες όχι και τόσο εκθεσιακά δραστήριες, όπως η Ελλάδα και η Ιρλανδία.

Όπως στον Συνεδριακό, έτσι και στον Εκθεσιακό τουρισμό, οι ενδιαφερόμενοι φεύγουν από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους για επαγγελματικούς λόγους και στην συγκεκριμένη περίπτωση για να παρακολουθήσουν ή να συμμετέχουν σε μια έκθεση.

3.7.3 Επιχειρηματικός τουρισμός

Σε αυτή την μορφή εναλλακτικού τουρισμού, περιλαμβάνονται τα ταξίδια από εργαζόμενους που γίνονται για λόγους της επιχείρησης. Ένας τέτοιος λόγος είναι οι επισκέψεις σε θυγατρικές ή υποκαταστήματα της επιχείρησης που εργάζεται ο εργαζόμενος, για την πραγματοποίηση μιας συνεργασίας. Επίσης, για να επιβλέψει έναν τομέα της επιχείρησης ή να έρθει σε επαφή με συνεργάτες λόγω συνέλευσης κ.λπ.

3.7.4 Ταξίδι ενδυνάμωσης ομάδων

Αρκετές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται ότι η καλή συνεργασία ανάμεσα στους υπαλλήλους βοηθάει στην ψυχολογία τους και περαιτέρω, στην καλύτερη απόδοση τους μέσα στην επιχείρηση. Για τον λόγο αυτό, οργανώνονται ομαδικά ταξίδια για τους υπαλλήλους, ώστε κατά την διάρκεια αυτών των ταξιδιών να αναπτύξουν σχέσεις και εμπειρίες μεταξύ τους. Τα ταξίδια αυτά ονομάζονται Ταξίδια ενδυνάμωσης ομάδων.

3.8 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ/ΣΠΟΡ

3.8.1 Αθλητικός τουρισμός

Κάθε ταξίδι που πραγματοποιείται, με στόχο την παρακολούθηση ή συμμετοχή σε αθλήματα για επαγγελματικούς ή μη λόγους, αποτελούν τον αθλητικό τουρισμό. Είτε είναι απλοί τουρίστες που επέλεξαν μια συγκεκριμένη περιοχή λόγω των αθλητικών εγκαταστάσεων, είτε είναι επαγγελματίες αθλητές που έχουν αφήσει τον τόπο διαμονής τους για να συμμετάσχουν σε μια αθλητική δραστηριότητα, είναι αθλητικοί τουρίστες.

Η εκτέλεση αθλητικών γεγονότων συντελεί στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού σε μια χώρα. Για παράδειγμα, ποδοσφαιρικοί αγώνες, Ολυμπιακοί Αγώνες, Μαραθώνιοι κ.λπ.

Παρακάτω, έχουν χωριστεί τα αθλήματα στις τρεις κατηγορίες:

- Αθλήματα εδάφους

Στίβος: Αγώνες δρόμου Άλματα Ρίψεις (σφαιροβολία, σφυροβολία, ακοντισμός, δισκοβολία)	Ποδηλασία (πίστας, επί δημοσίας οδού, mountain bike)	Σκοποβολή (σταθερός στόχος, κινητός στόχος)
Καλαθοσφαίριση-μπάσκετ	Αντισφαίριση-τένις	Αντιπέριση-μπαντμιντον
Πετοσφαίριση-βόλεϊ	Ποδόσφαιρο	Ιστιοπλοΐα
Beach βόλεϊ	Άρση βαρών	Τοξοβολία
Επιτραπέζια αντισφαίριση-πινγκ-πονγκ	Ξιφασκία	Γυμναστική (ενόργανη, ρυθμική, τραμπολίνο)
Πάλη	Πηνγαχία (ελληνορωμαϊκή, ελευθέρα)	Ιππασία (ιππικό τρίαθλο, ιππική δεξιοτεχνία, υπερπήδηση εμποδίων)
Χειροσφαίριση-χάντμπολ	Taek Won Do	Τζούντο
Μπείζμπολ	Σοφτμπολ	Χόκεϊ επί χόρτου
Γκολφ		

- Αθλήματα νερού

Καταδύσεις	Κολύμβηση	Συγχρονισμένη κολύμβηση (ντουέτο ή ομαδικό)
Υδατοσφαίριση-Πόλο	Κωπηλασία	Κανό - καγιάκ

- Χειμερινά αθλήματα

Σκι-χιονοδρομία (αλπικό σκι ή καταβάσεις, δρόμοι αντοχής, άλμα με σκι, βόρειο σύνθετο, χιονοσανίδα (snowboarding), ελεύθερο σκι,	Δίαθλο (ατομικό, ταχύτητας, καταδίωξης, σκυταλοδρομία, ομαδική εκκίνηση)	Έλκηθρο (bobsleigh)
Πατινάζ (καλλιτεχνικό, ταχύτητας)	Luge (έλκηθρο)	Χόκεϊ επί πάγου
Κέρλινγκ (curling)		

3.8.2 Τουρισμός περιπέτειας

Ο Τουρισμός περιπέτειας περιέχει τις ενέργειες εκείνες που έχουν έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του ρίσκου και της συγκίνησης. Ο ενδιαφερόμενος αναζητά δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε απρόσιτα και άγνωστα μέρη, προκαλώντας τον εαυτό του και τις ικανότητες του.

Στον τουρισμό περιπέτειας, ο ενδιαφερόμενος έρχεται σε άμεση επαφή με την φύση, ξεφεύγει από την καθημερινότητά του και βελτιώνει την ψυχική και σωματική υγεία του. Περιλαμβάνοντας ένα ευρύ φάσμα ενεργειών, ο τουρισμός περιπέτειας διαχωρίζεται σε τέσσερις κύριες υποκατηγορίες που αναφέρουμε παρακάτω:

Τουρισμός ακραίων αθλημάτων/ extreme sports

Η Ελλάδα, πλούσια σε βουνά, δάση, ποτάμια και παραλίες, είναι μία χώρα που μπορεί να φιλοξενήσει επισκέπτες κάθε κατηγορίας extreme sport. Με βαθμό κινδύνου μεγάλο ή μικρό, τα extreme sports είναι τα εξής:

- Extreme sports **αέρα**: Αλεξίπτωτο πλαγιάς (Para pente), Ελεύθερη πτώση με αλεξίπτωτο, bungee jumping.
- Extreme sports **νερού**: Ιστιοπλοΐα, Windsurf, Kite surf, θαλάσσιο σκι, καταδύσεις, rafting, canoe-kayak.
- Extreme sports **εδάφους**: Canyoning, Πεζοπορία (trekking), Ορειβασία, Mountain bike, off road Safari, αγώνες 4X4, μοτοκρός, μηχανοκίνητος αθλητισμός.

Τουρισμός εξερευνήσεων και προσπέλασης απρόσιτων περιοχών

Σε αυτή την κατηγορία, βασικός σκοπός είναι η διάσχιση σε άγνωστες ή δυσπρόσιτες περιοχές και συνήθως δεν είναι κοινός προορισμός για τουρίστες. Τέτοιες περιοχές είναι φαράγγια, δάση, ζούγκλες, χιονισμένες βουνοκορφές κ.α. Απαιτείται ειδικός εξοπλισμός και ίσως συνοδεία κατάλληλα εκπαιδευμένων οδηγών, ανάλογα πάντα με τον τόπο προορισμού.

Τουρισμός ασκήσεων επιβίωσης και προσανατολισμού

Στόχος του τουρισμού αυτού είναι η εκμάθηση τεχνικών επιβίωσης και προσανατολισμού σε δυσμενείς συνθήκες. Επίσης, πραγματοποιούνται ασκήσεις σε ανάλογο περιβάλλον και με ελάχιστα εφόδια.

Κυνηγετικός τουρισμός και τουρισμός σαφάρι

Η ιδιαίτερη αυτή κατηγορία, αποτελεί ως στόχο το κυνήγι διαφόρων θηραμάτων στην ξηρά, αέρα και θάλασσα. Κατά κύριο λόγο, το κυνήγι παίρνει μέρος σε απρόσιτες περιοχές και οι τουρίστες είναι οικονομικά ευκατάστατοι.

3.8.3 Χειμερινός τουρισμός

Ο Χειμερινός τουρισμός αναπτύσσεται κατά την διάρκεια του χειμώνα και ο επισκέπτης διαλέγει τον προορισμό του με βάση την τοποθεσία και τις εγκαταστάσεις για χειμερινά σπορ. Οι χαμηλές θερμοκρασίες, το πολύ χιόνι και οι ορεινές περιοχές θεωρούνται κατάλληλες για τουριστικό προορισμό. Για αυτού του είδους εναλλακτικό τουρισμό, απαιτούνται ειδικές υποδομές (χιονοδρομικά κέντρα, παγοδρόμια, συγκοινωνίες κ.α.), ειδικευμένο προσωπικό και κατάλληλο εξοπλισμό για τους χειμερινούς τουρίστες.

Το σύνολο των χειμερινών σπορ έχουν προαναφερθεί και στον Αθλητικό Τουρισμό ως «Χειμερινά αθλήματα».

3.8.4 Θεματικός τουρισμός

Ο Θεματικός τουρισμός είναι η μορφή αυτή εναλλακτικού τουρισμού που εκτελείται σε τοποθεσίες ειδικά κατασκευασμένες για την προβολή ενός θέματος. Χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες:

Πάρκα διασκέδασης

Στα Πάρκα διασκέδασης είναι στην ουσία πάρκα ψυχαγωγίας και συνεχώς εξελίσσονται στην Ελλάδα λόγω του ότι έχουν οικογενειακό προφίλ και προσφέρουν δραστηριότητες για μικρούς και μεγάλους. Παραδείγματα Πάρκων διασκέδασης στην Ελλάδα είναι το Allou Fun Park στην Αθήνα, το Magic Park στη Θεσσαλονίκη και το Water Park στη Ρόδο.

Ιστορικά πάρκα

Τα Ιστορικά πάρκα ‘διηγούνται’ ένα σημαντικό για την ιστορία της περιοχής θέμα και βρίσκονται σε τοποθεσίες που εξελίχθηκε η ιστορία αυτή. Παράδειγμα Ιστορικού πάρκου είναι το Μεταλλευτικό Πάρκο Φωκίδας κοντά στην Άμφισσα όπου ο επισκέπτης μπορεί να δει την ιστορία της εξόρυξης του βωξίτη.

Πάρκα για σαφάρι

Αν και δεν έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα, είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στο εξωτερικό διότι δημιουργείται στους επισκέπτες η εντύπωση ότι βρίσκονται στην άγρια φύση, περισσότερο από ότι με τους ζωολογικούς κήπους. Τα Πάρκα για σαφάρι είναι χώροι με άγρια ζώα όπου οι επισκέπτες μπορούν με ιδιόκτητα ή ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, να οδηγήσουν μέσα από το πάρκο παρατηρώντας τα άγρια ζώα. Ένα από τα πρώτα Πάρκα για σαφάρι δημιουργήθηκε το 1953 και ήταν το ‘Africa U.S.A. Park’ στη Φλόριδα.

3.9 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

3.9.1 Αγροτουρισμός

Ο Αγροτουρισμός αποτελεί ένα είδος διακοπών, όπου ο τουρίστας διαμένει σε αγροκτήματα-ξενώνες και εκτός από την παρατήρηση του οικοσυστήματος, συμμετέχει ενεργά σε αγροτικές δραστηριότητες. Ο επισκέπτης έρχεται σε άμεση επαφή με την φύση και μαθαίνει για την χρήση των εργαλείων, της τοπικής κουζίνας και παραδόσεων κ.λπ.

Ο Αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

A) Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή σαν διακοπές αγροικιών.

B) Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυννοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα «κλίνη και πρόγευμα».

(Πηγή: Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998)

3.9.2 Οικολογικός τουρισμός - Οικοτουρισμός

“Οικοτουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος — σύμφωνα με νομικά ή άλλου τύπου αποτελεσματικά μέτρα — ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τη συνοχή του κοινωνικού ιστού.”

(Πηγή: Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού, 2002)

Η δήλωση σχετικά με τον οικοτουρισμό του Συνεδρίου στο Κεμπέκ του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO):

Ο οικοτουρισμός "αγκαλιάζει" τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού και τις ακόλουθες αρχές, που τον διακρίνουν από την ευρύτερη έννοια του βιώσιμου τουρισμού:

1. Να συμβάλει ενεργά στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, να περιλαμβάνει τις τοπικές και γηγενείς κοινότητες στον προγραμματισμό του, την ανάπτυξη και λειτουργία που συμβάλλουν στην ευημερία τους, να ερμηνεύει τη φυσική και πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού στον επισκέπτη,
2. Να παραχωρεί καλύτερες υπηρεσίες στους ανεξάρτητους ταξιδιώτες, καθώς επίσης και στους οργανωμένους, για τις μικρές ομάδες μεγέθους.

Ένα από τα θετικότερα στοιχεία του οικολογικού τουρισμού είναι ότι είναι αντί-εποχικός τουρισμός και συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου.

3.9.3 Ορεινός τουρισμός

Ο Ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που παίρνουν μέρος σε ορεινές περιοχές οποιαδήποτε στιγμή του χρόνου και σε εγκαταστάσεις ειδικά κατασκευασμένες για τους επισκέπτες ορεινού τουρισμού. Οι εγκαταστάσεις αυτές συνήθως είναι διαμορφωμένες έτσι ώστε να κρατούν τον τουρίστα στην τοποθεσία τους και να τον εξυπηρετούν στο μέγιστο.

3.9.4 Γεωτουρισμός – Φυσιολατρικός τουρισμός

Η σχετικά νέα αυτή μορφή εναλλακτικού τουρισμού, αφορά την ανάδειξη των γεωλογικών μνημείων και η αξιοποίησή τους με την προσέλκυση ενδιαφερόμενων. Θετικό στοιχείο του γεωτουρισμού είναι η ανάδειξη περιοχών όχι και τόσο δημοφιλή και η ανάπτυξή τους με σεβασμό στα γεωλογικά μνημεία. Τα γεωλογικά μνημεία ή αλλιώς γεώτοποι, είναι τα ηφαίστεια, σπήλαια, φαράγγια, απολιθωμένες τοποθεσίες, γεωλογικές ιδιομορφίες κ.α. Μερικά παράδειγμα γεωλογικών μνημείων την Ελλάδα είναι το απολιθωμένο δάσος στη Λέσβο, το ηφαίστειο της Σαντορίνης και το φαράγγι της Σαμαριάς.

3.10 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΨΥΧΙΚΗ/ΣΩΜΑΤΙΚΗ ΥΓΕΙΑ

3.10.1 Τουρισμός Υγείας και ευεξίας

Ο τουρισμός Υγείας και Ευεξίας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες με κύριο στόχο την ανάρρωση, θεραπεία, χαλάρωση και πρόληψη ή αποκατάσταση ασθενειών των τουριστών. Η συμμετοχή σε ιατρικά προγράμματα φροντίδας, προγράμματα χαλάρωσης και ενημέρωσης ιατρικών θεμάτων είναι μερικές από αυτές τις δραστηριότητες.

Ο Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας χωρίζεται στις παρακάτω υποκατηγορίες:

Ιαματικός

Στην υποκατηγορία αυτή, οι ενδιαφερόμενοι είναι κυρίως άτομα μεγάλης ηλικίας και επιλέγουν τις ιαματικές πηγές/λουτρά προκειμένου να αντιμετωπίσουν διάφορα προβλήματα υγείας που τους απασχολούν.

Μερικά παραδείγματα του Ιαματικού τουρισμού είναι οι υδρομαλάξεις, η υδροκινησιοθεραπεία, οι πλύσεις με ιαματικά νερά κ.α.

Ιατρικός

Οι τουρίστες που ταξιδεύουν για ιατρικούς λόγους, έχουν την ανάγκη για χειρουργικές επεμβάσεις ή την περίθαλψη από ειδικούς ιατρούς που δεν βρίσκονται στον τόπο μόνιμης κατοικίας τους.

Ευεξίας

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής δημιουργεί την ανάγκη για απελευθέρωση από το στρες και η αναζήτηση της αναζωογόνησης και χαλάρωσης έχουν τοποθετήσει τον Τουρισμό Ευεξίας σε ένα ιδιαίτερα αναπτυσσόμενο κλάδο. Τα spa είναι οι κύριοι αντιπρόσωποι του τουρισμού Ευεξίας και περιλαμβάνονται δραστηριότητες όπως η θαλασσοθεραπεία, θεραπείες ομορφιάς, μασάζ κ.α.

Τουρισμός παραχείμασης

Ο Τουρισμός παραχείμασης ασκείται από άτομα που αποφασίζουν να κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας, λόγω των δυσμενών καιρικών συνθηκών που επικρατούν

στον τόπο τους. Τα άτομα αυτά είναι επί των πλείστων τρίτης ηλικίας και αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας. Για αυτό τον λόγο, ο Τουρισμός παραχείμασης κατατάσσεται στην κατηγορία «Τουρισμός & ψυχική/σωματική υγεία».

3.11 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΑ

3.11.1 Κοινωνικός τουρισμός

Ο Κοινωνικός τουρισμός απευθύνεται συνήθως από ομάδες οικονομικά ασθενείς (όπως συνταξιούχους, πολύτεκνους, σπουδαστές, άτομα με αναπηρία κ.λπ.) και τους προσφέρεται η δυνατότητα με μικρή ή καμία οικονομική επιβάρυνση, να πάνε διακοπές σε άλλες συνθήκες θα δυσκολεύονταν να επισκεφθούν. Ο Κοινωνικός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού, όπως τον αγροτουρισμό, τον τουρισμό Υγείας και Ευεξίας, τον θρησκευτικό κ.λπ.

Στην Ελλάδα, η μορφή αυτή Εναλλακτικού τουρισμού ξεκίνησε με τον Ε.Ο.Τ. και στην συνέχεια ενισχύθηκε με φορείς όπως το Υπουργείο Κοινωνικών Υπηρεσιών. Στο πρόγραμμα, συμμετέχουν ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα διάφορων μορφών, το Κ.Τ.Ε.Λ., ναυτιλιακές εταιρείες κ.α.

3.11.2 Μαθητικός – Εκπαιδευτικός τουρισμός

Στον Μαθητικό/Εκπαιδευτικό τουρισμό, οι τουρίστες είναι συνήθως ομάδες σπουδαστών από σχολεία ή πανεπιστήμια που έχουν ως κύριο στόχο την διεύρυνση των γνώσεών τους, την μάθηση δηλαδή θεμάτων άμεσου ενδιαφέροντος στην περιοχή που επισκέπτονται. Συγκεκριμένα, στα μορφωτικά προγράμματα περιλαμβάνονται επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία, παραστάσεις, οικολογικές περιοχές, σεμινάρια κ.λπ.

3.12 ΑΛΛΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην συνέχεια, αναγράφονται οι άλλες μορφές τουρισμού που θεωρούνται εναλλακτικές, ωστόσο έχουν και στοιχεία μαζικού τουρισμού ή δεν ανήκουν αποκλειστικά σε μία από τις παραπάνω μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

3.12.1 Εθελοντικός τουρισμός

Αυτή η μορφή τουρισμού αναφέρεται κυρίως σε νέους, που θέλουν να έρθουν σε επαφή με άλλες χώρες ή περιοχές, να αποκτήσουν εμπειρίες και να συνδυάσουν τις διακοπές τους με την εξάσκηση κάποιου επαγγέλματος. Ποιο συγκεκριμένα, ο εθελοντής αποσκοπεί στο να προσφέρει μια βοήθεια σε συνανθρώπους του, στη φύση κ.λπ., με το να ‘κερδίσει’ βιώματα και δεξιότητες, μακριά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του.

3.12.2 Θαλάσσιος τουρισμός

Ο Θαλάσσιος τουρισμός εμπεριέχει τις τουριστικές δραστηριότητες στον θαλάσσιο χώρο της επισκέψιμης περιοχής, όπου οι τουρίστες ταξιδεύουν, διασκεδάζουν, χαλαρώνουν και διαμένουν. Παραδείγματα είναι οι θαλάσσιες εκδρομές, το ψάρεμα, οι κρουαζιέρες κ.λπ.

Τα σκάφη αναψυχής όπως τα ιστιοφόρα, τα ταχύπλοα και οι κρουαζιέρες αποτελούν μια από τις πιο κερδοφόρες κατηγορίες του Θαλάσσιου τουρισμού.

Οι κρουαζιέρες, είναι είδος οργανωμένων διακοπών σε κρουαζιερόπλοια, όπου γίνονται περιηγήσεις σε διάφορα λιμάνια. Η διάρκεια του ταξιδιού μπορεί να είναι ολιγοήμερη ή πολυήμερη, ανάλογα πάντα με το πρόγραμμα του ταξιδιού. Οι τουρίστες διαμένουν μέσα στα κρουαζιερόπλοια και τους προσφέρονται πολλές υπηρεσίες, τόσες ώστε παραμένουν οι πελάτες ικανοποιημένοι.

Τα yachts, είναι ενοικιαζόμενα ή ιδιόκτητα σκάφη αναψυχής και προσφέρουν στους ενδιαφερόμενους περιηγήσεις στις τοποθεσίες που αναζητούν και για όσο χρονικό διάστημα επιθυμούν.

Αναφορικά, *‘η αύξηση της ζήτησης στον τουριστικό κλάδο συνδέεται άμεσα με τη ζήτηση για ακτοπλοϊκές υπηρεσίες, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των τουριστών (τόσο εξωτερικών, όσο και εσωτερικών) επιλέγουν κατά κύριο λόγο ως τελικό τόπο προορισμού των διακοπών τους τις νησιωτικές περιοχές της Ελλάδος’.* (Πηγή: ΣΕΤΕ)

Βλέποντας το παρακάτω διάγραμμα, παρατηρούμε ότι την δεκαετία 1989-1999 υπάρχουν έντονες αυξομειώσεις των αφίξεων αλλοδαπών με κρουαζιέρα. Από το 2000 όμως και μετά, παρατηρείται αύξηση μέχρι και σε σημείο διπλασιασμού των αφίξεων (1,2εκ.).

Διάγραμμα 3.12.2 Αφίξεις αλλοδαπών στην Ελλάδα με κρουαζιερόπλοιο



Πηγή: Διακομιγάλης (2006)

3.12.3 Χρονομεριστικός τουρισμός

Ο χρονομεριστικός τουρισμός αποτελεί μια από τις πιο μοντέρνες μορφές τουρισμού και αναφέρεται κυρίως σε μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής τάξης πελάτες. Συγκεκριμένα *‘βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο κάθε χρόνο. Ο αγοραστής του δικαιώματος έχει το δικαίωμα να το ανταλλάξει , πουλήσει, νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει, όπως συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα.’* (Πηγή: Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας,1998)

3.12.4 Τουρισμός κινήτρων

Αυτή η κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού αναφέρεται τις περισσότερες φορές ως μέρος του επαγγελματικού τουρισμού. Λόγω του ότι όμως έχει έντονα στοιχεία του μαζικού τουρισμού, δεν μπορούμε να το κατατάξουμε ως εναλλακτικός τουρισμός στη πλήρη του μορφή.

Συγκεκριμένα, ο τουρισμός κινήτρων περιλαμβάνει τα ταξίδια πληρωμένα από μια επιχείρηση και προσφέρονται σε ορισμένους υπαλλήλους σαν επιβράβευση για την επίτευξη κάποιου επαγγελματικού στόχου. Τα ταξίδια αυτά, δημιουργούν αισθήματα τόσο ικανοποίησης των υπαλλήλων όσο και ανταγωνιστικότητας μεταξύ των εργαζομένων με απώτερο σκοπό της επιχείρησης την αύξηση της παραγωγικότητας.

Τα ταξίδια κινήτρων έχουν διάφορους προορισμούς, είτε κοσμοπολίτικους είτε παραδοσιακούς, έχοντας στοιχεία μαζικού ή εναλλακτικού τουρισμού. Τελικώς όμως, αυτό που κάνει τα ταξίδια κινήτρων να ανήκουν σε μια κατηγορία τουρισμού είναι οι δραστηριότητες που εξασκεί ο τουρίστας.

3.13 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σημαντικό ρόλο για τον τουρισμό μιας χώρας, είναι η συνεχής εξέλιξη των υποδομών και υπηρεσιών της με τα δεδομένα της εποχής. Έτσι λοιπόν και για τον εναλλακτικό τουρισμό, δεν αρκεί μια χώρα να προβάλλει απλά τα φυσικά κάλλη της, τα ιστορικά μνημεία και τις παραδόσεις της παραμένοντας στάσιμη. Η ανάδειξη των ήδη υπάρχοντων θετικών στοιχείων και η αναβάθμιση των υποδομών/υπηρεσιών μιας χώρας με σεβασμό στο περιβάλλον και την κοινωνία, είναι το κλειδί της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού.

Συγκεκριμένα, αναφέρουμε παρακάτω σε μορφή πίνακα τους πόρους, υποδομές και υπηρεσίες για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού:

Φυσικοί Περιβαλλοντικοί πόροι	Πολιτισμικοί Ιστορικοί πόροι	Ανθρωπογενείς πόροι	Υποδομές και υπηρεσίες
-Φυσικό περιβάλλον -Κλίμα -Ακτές	-Μνημεία -Ιστορία περιοχής -Παράδοση περιοχής	-Παραδοσιακοί οικισμοί -Κτίρια -Παραδοσιακή	-Ξενοδοχεία -Πρακτορεία -Εταιρείες μεταφορών

-Ορεινοί όγκοι	-Ήθη και έθιμα	αρχιτεκτονική	-Λιμάνια
-Τοπία	-Τοπία	-Μουσεία	-Αεροδρόμια
-Λίμνες	-Θρησκεία	-Ιστορικά κέντρα	-Οδικό δίκτυο
-Φαράγγια	-Πολιτιστικές δραστηριότητες	-Θεματικά πάρκα	-Υποδομές αθλητισμού
-Σπηλιές	-Γλώσσα	-Περιβαλλοντικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές	-Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής
-Θάλασσα	-Μορφές τέχνης	-Τοπία	-Άλλες τουριστικές δραστηριότητες
-Άγρια φύση	-Παραδοσιακά παραγόμενα προϊόντα		
-Εθνικοί δρυμοί			
-Περιβαλλοντικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές			

Πηγή: Τσάρτας, Κοκκώσης (1999)

Σημαντικοί λοιπόν, παράγοντες της ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι η προβολή των πόρων της εκάστοτε περιοχής και η βελτίωση των υποδομών και υπηρεσιών της, εξασφαλίζοντας μια ανάπτυξη με περιβαλλοντικό χαρακτήρα.

3.14 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ/ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Α) Συνεχώς βρίσκονται σε εξέλιξη προγράμματα στήριξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, με μεγάλη σημασία προς τους ενδιαφερόμενους και εν συνεχεία προς την χώρα μας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και το κράτος έχουν δείξει πολλά παραδείγματα βοήθειας στο παρελθόν.

Ένα από τα σημαντικότερα προγράμματα που έχει εφαρμόσει η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι τα *Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα* (Μ.Ο.Π.), λόγω του ότι ήταν από τα πρώτα ολοκληρωμένα προγράμματα ανάπτυξης των ασθενών περιοχών της περιφέρειας. Ξεκίνησε το 1986 με αρχική προβλεπόμενη διάρκεια τριών χρόνων, αλλά διήρκησε μέχρι το 1993 (Τα ΜΟΠ μετά το 1989 ενσωματώθηκαν στο πρόγραμμα 'Α' Κ.Π.Σ.).

Αποτέλεσμα του προγράμματος αυτού ήταν η δημιουργία μικρών έργων υποδομής σε διάσπαρτες περιοχές της χώρας, η βελτίωση του επιπέδου ζωής σε αγροτικές και περιφερειακές ζώνες, η αναβάθμιση του επαρχιακού δικτύου μεταφορών, η βοήθεια αδύναμων γεωργικών επιχειρήσεων και ίδρυση ξενοδοχειακών μονάδων.(www.hellaskps.gr)

Β) Η πρωτοβουλία LEADER (*Liaisons Entre Actions de Development de l'Economie Rurale* – Δεσμοί μεταξύ των δράσεων για την ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας) διήρκησε τρία χρόνια (1991-1994) και συντέλεσε στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών με οικονομικές ενισχύσεις. Κύριοι στόχοι της πρωτοβουλίας LEADER ήταν η προώθηση του αγροτικού τουρισμού, η ενίσχυση μικρών και καινοτόμων επιχειρήσεων κ.α. Ακολούθησε το πρόγραμμα LEADER II (1994-1999) όπου συνεχίζοντας το έργο του LEADER I, ενθάρρυνε τις υποδειγματικές τοπικές πρωτοβουλίες αγροτικής ανάπτυξης, πολλαπλασίασε τις ανταλλαγές εμπειριών και τη μεταφορά τεχνογνωσίας κ.α.

Την περίοδο 2000 – 2006, τέθηκε σε εφαρμογή το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+». Το πρόγραμμα αυτό ακολουθώντας την λογική των προηγούμενων προγραμμάτων και ‘...συνολικού προϋπολογισμού 393εκ.€, αποσκοπεί στην ανάπτυξη της Υπαίθρου μέσα από την αξιοποίηση των τοπικών πόρων, στοχεύοντας στην αειφορική ανάπτυξη και στην άρση της απομόνωσης στις ορεινές και μειονεκτικές περιοχές της Ελλάδας. Οι δράσεις του Leader+ αφορούν, μεταξύ άλλων, στην ενθάρρυνση επενδύσεων με στόχο την ανάδειξη και προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς, στη μεταποίηση και τυποποίηση ζωικών και φυτικών προϊόντων, στη χρήση νέων τεχνολογιών και στην ανάπτυξη του Αγροτουρισμού.’ (Υπουργείο Γεωργίας)

Το πιλοτικό αυτό πρόγραμμα συγκέντρωσε και αξιολόγησε προτάσεις που εντάσσονταν στα πλαίσια του, δίνοντας την ευκαιρία σε τοπικές πρωτοβουλίες να συμμετέχουν στις αποφάσεις για τον τρόπο που θα χρηματοδοτηθούν οι επενδύσεις του προγράμματος LEADER+.

Γ) Ποιο πρόσφατα, την περίοδο 01/10/10 – 31/03/11, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) είχε θέσει σε εφαρμογή το πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» Γ’

ηλικίας 2010 – 2011. Οι δικαιούχοι του προγράμματος ήταν άτομα άνω των εξήντα ετών συνταξιούχοι λόγω γήρατος ή αναπηρίας, χωρίς να έχει σημασία το εισόδημά τους.

Δ) Σύμφωνα με την Γενική Γραμματεία Τουρισμού του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, βρίσκεται σε εξέλιξη η πράξη «Εναλλακτικός Τουρισμός» στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» ΕΣΠΑ 2007-2013.

Η παρούσα πράξη ‘αφορά στην υλοποίηση επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ή προτίθενται να δραστηριοποιηθούν στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και λειτουργούν εντός της Ελληνικής Επικράτειας, ενώ δεν εμπίπτουν στις εξαιρέσεις του Κανονισμού (ΕΚ) 1998/2006 όπως ισχύει’.

Η πράξη «Εναλλακτικός Τουρισμός» έχει ως στόχο την προσέλκυση τουριστών καθ’ όλη τη διάρκεια του έτους, την ανάδειξη και αξιοποίηση των πόρων της εκάστοτε περιοχής και την εκμετάλλευση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού αναδεικνύοντας με αυτό τον τρόπο την πολιτιστική και φυσική ομορφιά της χώρας.

Ε) Ο Νόμος 3299/2004 (τροποποιημένος με τον Ν.3522/2006) βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη και έχει σκοπό την ενδυνάμωση της περιφέρειας στην Ελλάδα με αύξηση των θέσεων εργασίας, προώθηση της τεχνολογίας και ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Τα Υπαγόμενα επενδυτικά σχέδια χωρίζονται σε Επενδυτικά σχέδια πρωτογενούς, δευτερογενούς, τριτογενούς, τουρισμού και ειδικά επενδυτικά σχέδια.

Παραδείγματα τέτοιων σχεδίων είναι ‘επενδυτικά σχέδια σε μηχανικά μέσα σποράς, καλλιέργειας και συγκομιδής αγροτικών προϊόντων, επενδυτικά σχέδια παραγωγής ηλεκτρισμού από ήπιες μορφές ενέργειας και ειδικότερα την αιολική, την ηλιακή, την υδροηλεκτρική κ.λπ., εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων κατώτερης κατηγορίας των 2 σε κτίρια που χαρακτηρίζονται διατηρητέα ή παραδοσιακά, επενδυτικά σχέδια προστασίας του περιβάλλοντος, περιορισμού της ρύπανσης του εδάφους, του υπεδάφους, των υδάτων και της ατμόσφαιρας κ.α.’*

(Πηγή: www.pbs.gr)

3.15 ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ

Βασικός στόχος της κάθε χώρας που επιθυμεί να εφαρμόσει τις Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είναι η οικονομική, κοινωνική, πολιτισμική και περιβαλλοντική ανάπτυξη της. Τα στοιχεία που έχουν αρνητικές επιπτώσεις σε μια χώρα ενάντια στους στόχους αυτούς είναι η εποχικότητα, η εκμετάλλευση των εισερχόμενων τουριστών από ξένα ταξιδιωτικά πρακτορεία και η μαζικοποίηση του τουρισμού.

3.15.1 ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ (Αγροτουρισμός / Θεματικός / Οικολογικός τουρισμός)

Η γειτονική μας χώρα, η Βουλγαρία, παρουσιάζει έντονο μαζικό τουρισμό συγκεντρωμένο στην ακτή της Μαύρης Θάλασσας και σε επιλεγμένα ορεινά θέρετρα. Τα αποτελέσματα αυτού του τουρισμού εντείνουν την εποχικότητα και επιβαρύνουν το περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες.

Ο τουριστικός κλάδος στην Βουλγαρία έχει υποστεί αρνητικές και μεγάλες αλλαγές τόσο στην αγορά και στις προσδοκίες της, όσο και την προσβασιμότητα και τα εφόδιά της. Η τεχνολογία και η παγκοσμιοποίηση είναι κάποιοι λόγοι που συνέβαλαν σε αυτές τις αλλαγές και καθιστούν αναγκαία την εφαρμογή στρατηγικών ώστε να είναι παγκόσμια ανταγωνίσιμη. Παραδείγματα πρωτοπόρων ιδεών έχουν εφαρμοστεί στο παρελθόν, όπως το “Hadji Velinov Han Guesthouse”, το “Central Balkan National Park” και το “National Association of Municipalities in the Republic of Bulgaria”.

Το “*Hadji Velinov Han Guesthouse*”, είναι μια οικογενειακή επιχείρηση δωματίων και βρίσκεται σε μια αγροτική περιοχή της Βουλγαρίας. Λειτουργεί ήδη πάνω από δέκα χρόνια και έχει καταφέρει να αντιμετωπίσει την εποχικότητα. Τα θετικά στοιχεία αυτής της επιχείρησης είναι η αυθεντικότητα της, η χρήση ντόπιων προϊόντων, η σταθερότητα στην πολιτική της επιχείρησης, η συσχέτισή του με το “Authentic Bulgaria Quality Mark” ως τρόπος αντιμετώπισης της ανταγωνιστικότητας κ.α.

Το “*Central Balkan National Park*” περιέχει σπάνια και άγρια είδη ζώων και προβάλλει την φυσική ομορφιά του τόπου. Δημιουργήθηκε το 1991, και περιλαμβάνει

εγκαταστάσεις ενημέρωσης για τουρίστες και διάφορες δραστηριότητες όπως ιππασία, κάμπινγκ, ποδήλατο βουνού και ορειβάσια.

Οι λόγοι που το διακρίνουν ως τουριστική πρωτοπορία στη Βουλγαρία είναι η ικανότητα διοίκησης του πάρκου και η ασφαλής συμβίωση του τουρισμού με το περιβάλλον.

Το “National Association of Municipalities in the Republic of Bulgaria” δημιουργήθηκε το 1996 και είναι μια μη κερδοσκοπική οργάνωση που λειτουργεί με εθελοντική εργασία. Σαν οργάνωση έχει στόχο να αντιπροσωπεύει τους δήμους στην Κυβέρνηση και στην Ευρωπαϊκή Ένωση ως πηγή πληροφοριών των δήμων και ως μέλος ομάδα πίεσης συμφερόντων. Για παράδειγμα, ο NAMRB το 2010 συστηματοποίησε και διέδωσε παραδείγματα μέτρων αντιμετώπισης της κρίσης για τους δήμους της Βουλγαρίας.

3.15.2 ΑΥΣΤΡΙΑ (Αγροτουρισμός)

Ο τουρισμός στην Αυστρία αυξήθηκε με την ανάπτυξη του σιδηρόδρομου, διευκολύνοντας τη μετακίνηση των ταξιδιωτών. Από τότε, αγρότες προσέφεραν διανυκτερεύσεις συνήθως με πρωινό ή και με ένα γεύμα, κυρίως ανάλογα την απόσταση μεταξύ των χωριών. Σημαντικό πλεονέκτημα αυτού του τουρισμού είναι η απευθείας πώληση τοπικών αγροτικών προϊόντων στους επισκέπτες. Οι περισσότεροι πελάτες είναι Αυστριακοί και Γερμανοί, με ενδιαφερόμενες ομάδες τους ηλικιωμένους, περιβαλλοντικά ευαίσθητοποιημένοι τουρίστες και τουρίστες με ενδιαφέροντα όπως ψάρεμα, ιππασία, υγιεινή ζωή κ.α.

3.15.3 ΙΤΑΛΙΑ (Αγροτουρισμός)

Ο αγροτουρισμός στην Ιταλία είναι ανεπτυγμένος σε όλη την χώρα. Οι Ιταλοί προσφέρουν κάθε είδους αγροτικά προϊόντα στους επισκέπτες και συνεχώς εφευρίσκουν νέα για να έχουν τους είδη πελάτες τους ευχαριστημένους και να προσελκύουν ακόμα περισσότερους. Συνεχώς ανανεώνουν τα τοπικά καταλύματα, και χρησιμοποιούν ντόπια προϊόντα στην Ιταλική κουζίνα τους. Επίσης, από τα τέλη του 1980, δημιουργήθηκε μια οργάνωση (ANAGRITOUR) που εκπροσωπεί τους αγρότες στις τοπικές, εθνικές και κοινοτικές αρχές.

3.15.4 ΚΥΠΡΟΣ (Αγροτουρισμός / Οικολογικός τουρισμός)

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχει αναπτυχθεί σημαντικά ο Εναλλακτικός τουρισμός στην Κύπρο και κύριος λόγος αυτής της ανάπτυξης είναι τα προγράμματα που εφαρμόζονται. Ένα παράδειγμα είναι το πρόγραμμα E.E. LIFE, που χρηματοδότησε το 1989 την περιοχή της Λαόνας οικολογικά προσπαθώντας να αποδείξει ότι η Κύπρος μπορεί να προσελκύσει όλων των ειδών τουρίστες με ταυτόχρονη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και ανάδειξη των περιφερειακών περιοχών.

3.15.5 ΔΑΝΙΑ (Πολιτισμικός τουρισμός)

Η ανακήρυξη της Κοπεγχάγης σε Πολιτισμική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 1996, οδήγησε σε προσπάθειες ανάπτυξης του Πολιτισμικού τουρισμού. Οι πινακοθήκες, τα ιστορικά κτίρια, οι μουσικές παραδόσεις και οι θεατρικές παραστάσεις είναι μόνο μερικές από τις εθνικές προσπάθειες προβολής της χώρας.

4. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο νομός Λασιθίου είναι ο ανατολικότερος νομός της Κρήτης και βρέχεται από τρεις θάλασσες: το Κρητικό πέλαγος, το Καρπάθιο πέλαγος και το Λιβυκό πέλαγος. Ο νομός αποτελείται από 4 δήμους και πρωτεύουσα του νομού είναι ο Άγιος Νικόλαος. Οι τέσσερις δήμοι που ορίστηκαν, μετά την εφαρμογή του σχεδίου νόμου για τη διοικητική μεταρρύθμιση «Καλλικράτης», είναι ο δήμος Μεραμπέλου, ο δήμος Ιεράπετρας, ο δήμος Οροπεδίου Λασιθίου και ο δήμος Σητείας.

Η τοπική οικονομία εξαρτάται άμεσα από την γεωργία και την κτηνοτροφία και τον τουρισμό ο οποίος αποτελεί τις τελευταίες δεκαετίες βασική πηγή εσόδων ειδικά στις παραθαλάσσιες περιοχές του νομού.

Οι καλές κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν την ανάπτυξη του τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Πίνακας 4.1 Το κλίμα στον νομό Λασιθίου

	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	
Μέση θερμοκρασία για το μήνα...	(C)	17	13	10	8.0	9	10	13	17	22	24	24	21
Μέσος βαθμός υγρασίας για το μήνα...	(%)	68.6	73.4	74.2	74.1	74.4	72.6	68.0	62.9	56.3	48.4	51.9	58.7
Μέσος όρος ηλιοφάνειας για το μήνα...	(ώρες)	247.9	180.6	152.5	156.9	160.4	210.4	244.3	302.7	359.2	388.4	367.1	302.3
Μέση θερμοκρασία θάλασσας για το μήνα	(C°)	22	19	16	15	15	16	19	21	24	26	26	23

Πηγή: Φυσιολατρικές & Πολιτιστικές διαδρομές του νομού Λασιθίου (2001)

4.1.1 Τουριστικές υποδομές

Εμπορικά και Επιβατικά Λιμάνια

Στην Σητεία με δρομολόγια προς Πειραιά, Κάσο, Κάρπαθο και Ρόδο

Στον Άγιο Νικόλαο και στην Ιεράπετρα.

Αεροδρόμια

Το μοναδικό αεροδρόμιο του νομού βρίσκεται στην Σητεία το οποίο μπορεί να φιλοξενήσει μικρά και μεγάλα αεροπλάνα. Γίνονται πτήσεις προς Αθήνα, Ρόδο, Πρέβεζα και Αλεξανδρούπολη.

Μαρίνες

Στον Άγιο Νικόλαο με δυνατότητα ελλιμενισμού 250 σκαφών ενώ επίσης υπάρχει και ιδιωτική μαρίνα στον Άγιο Νικόλαο σε ένα από τα ξενοδοχεία της πόλης.

Πολλά μεγάλα ξενοδοχεία στο νομό παρέχουν τη δυνατότητα σε πελάτες τους να αγκυροβολήσουν στην θαλάσσια περιοχή μπροστά από το ξενοδοχείο.

Τοπικές συγκοινωνίες (ΚΤΕΛ)

Για τις εσωτερικές μετακινήσεις των επισκεπτών και κατοίκων στον νομό υπάρχουν τα λεωφορεία ΚΤΕΛ Ηρακλείου-Λασιθίου τα οποία πραγματοποιούν δρομολόγια σε πόλεις και πολλά χωριά του νομού.

Ξενοδοχεία και άλλου είδους καταλύματα

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, το 2010 λειτούργησαν 208 ξενοδοχειακές μονάδες με 12.353 δωμάτια που αντιστοιχούν σε 23.727 κλίνες.

4.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ

Οι αρχαιολογικοί χώροι, οι πολλές περιοχές φυσικής ομορφιάς, τα θρησκευτικά μνημεία, η γαστρονομία και τα γραφικά χωριά δίνουν τη δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Παρακάτω αναφέρουμε μορφές εναλλακτικού τουρισμού που θα μπορούσαν να αναδείξουν το νομό ως εναλλακτικό τουριστικό προορισμό με την κατάλληλη ανάπτυξη και προώθηση.

4.2.1 Θρησκευτικός τουρισμός

Στον νομό Λασιθίου βρίσκεται μεγάλος αριθμός θρησκευτικών μνημείων ιδιαίτερου θρησκευτικού ενδιαφέροντος, συνολικά υπάρχουν 103 μοναστήρια, εκκλησίες και ναοί (Ερευνητικό Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη του Θρησκευτικού, Αθλητικού και Άλλων Μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού στο Νομό Λασιθίου, 2010). Ο αριθμός αυτός καθιστά τον νομό Λασιθίου ιδανικό προορισμό για προσκυνητές και ταξιδιώτες που αναζητούν θρησκευτικές εμπειρίες.

Σε όλη την διάρκεια του χρόνου γίνονται θρησκευτικές γιορτές και τελετουργίες όπου κάθε επισκέπτης έχει την δυνατότητα να παρακολουθήσει τα τοπικά ήθη και παραδόσεις. Μερικά από τα πιο γνωστά θρησκευτικά μνημεία είναι η Μονή Τοπλού, η Μονή Καψά, η εκκλησία του Αγίου Νικολάου και η μονή Φανερωμένης.

4.2.2 Αρχαιολογικός τουρισμός – Πολιτισμικός τουρισμός

Ο νομός Λασιθίου έχει πολλά αρχαία μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, προσφέροντας στους επισκέπτες τους την ιστορία και την κουλτούρα από τον Μινωικό πολιτισμό έως και σήμερα.

Πολλά είναι τα ταξιδιωτικά γραφεία που οργανώνουν περιηγήσεις και εκδρομές με αρχαιολογικό και πολιτισμικό ενδιαφέρον στον νομό.

Θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε τον νομό ως ξεχωριστό πόλο έλξης για τους αρχαιόφιλους λόγω του μεγάλου αριθμού αρχαιολογικών χώρων σε τόσο μικρή έκταση.

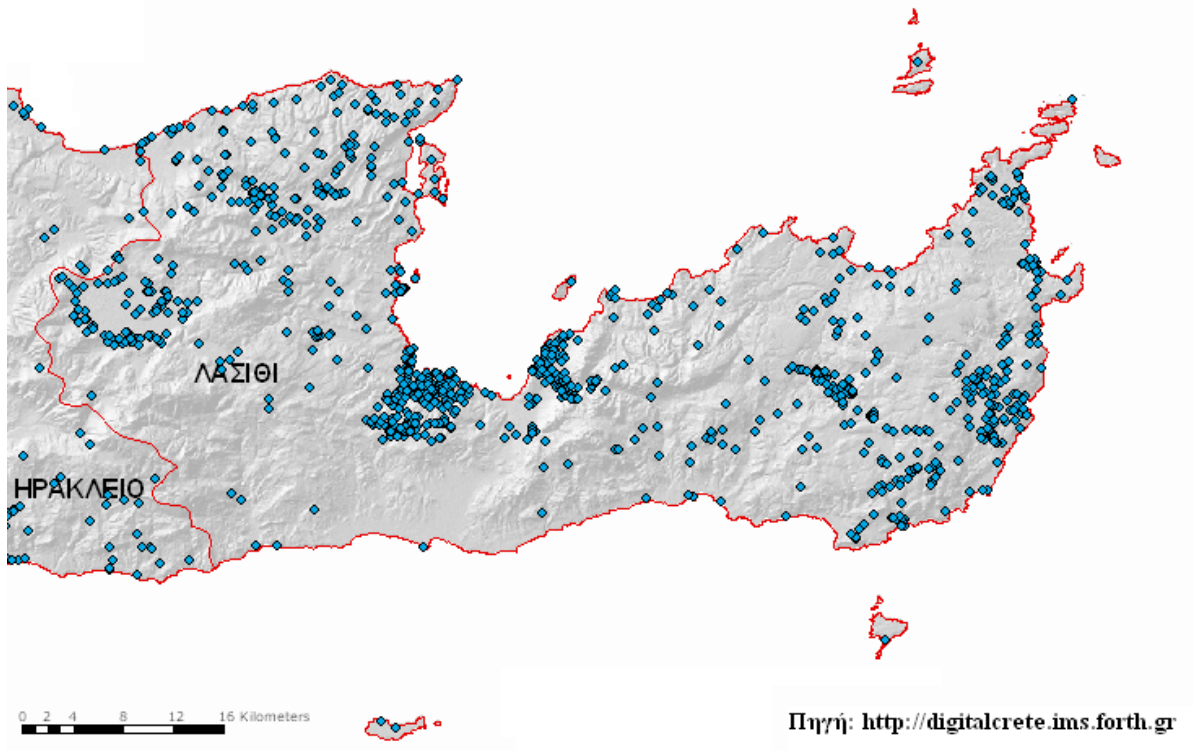
Συνολικά υπάρχουν 25 μουσεία και 1327 αρχαιολογικές θέσεις στον νομό Λασιθίου.

Παρακάτω βρίσκονται ο πίνακας των μουσείων, ο χάρτης των αρχαιολογικών θέσεων και ο πίνακας με τα πιο γνωστά μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους.

Πίνακας 4.2.2 (α) Μουσεία στο νομό Λασιθίου

ΔΗΜΟΣ	ΜΟΥΣΕΙΑ
Μεραμπέλο	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχαιολογικό μουσείο Αγ. Νικολάου • Λαογραφικό μουσείο Αγ. Νικολάου • Λαογραφικό μουσείο Ίστρου • Μουσείο «ΙΡΙΣ» στον Άγιο Νικόλαο • Αρχαιολογικό μουσείο Νεάπολης • Βιοτεχνικό και οικοτεχνικό μουσείο «Μυλόπετρα» στο Καστέλι Φουρνής • Λαογραφικό μουσείο Νεάπολης • Λαογραφικό μουσείο Ελούντας
Ιεράπετρα	<ul style="list-style-type: none"> • Το σπίτι του Ναπολέοντα • Το Οθωμανικό σχολείο «Μεχτέπι» στην Ιεράπετρα • Μουσείο αρχαιολογικής και λαογραφικής συλλογής Μύρτου • Αρχαιολογικό μουσείο Ιεράπετρας • Λαογραφικό μουσείου Βαϊνιάς • Λαογραφικό μουσείο Πεύκων στον Μακρύ Γιαλό
Σητεία	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχαιολογικό μουσείο Σητείας • Λαογραφικό μουσείο Σητείας • Λαογραφικό μουσείο Χαμεζίου • Μουσείο – Εκθετήριο τοπικών προϊόντων Σητείας • Λαογραφικό μουσείο Παλαίικαστρου • Εκκλησιαστικό μουσείο Μονής Τοπλού • Ιδιωτικό αγροτικό μουσείο « Η Καντούνα» στο χωριό Σταυρωμένος • Μουσείο νερού στην Ζάκρο
Οροπέδιο Λασιθίου	<ul style="list-style-type: none"> • Κρητικό Λαογραφικό μουσείο Οροπεδίου Λασιθίου στον Άγιο Γεώργιο • Μουσείο Ελευθέριου Βενιζέλου • Μουσείο Φυσικής Ιστορίας στην Μονή Βιδιανής

Αρχαιολογικές θέσεις νομού Λασιθίου



Λόγω του μεγάλου αριθμού αρχαιολογικών θέσεων, στον πίνακα παρουσιάζουμε μόνο αυτούς που είναι πιο γνωστοί.

Πίνακας 4.2.2 (β) Αρχαιολογικοί χώροι και ιστορικά μνημεία στον νομό Λασιθίου

ΔΗΜΟΣ	ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ
Μεραμπέλο	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχαία πόλη Λατώ στην Κριτσά • Φρούριο Σπιναλόγκας στην Ελούντα • Αρχαία πόλη Δρήρου στην Νεάπολη • Αρχαιολογικός χώρος Ανάυλοχος στο Βραχάσι
Ιεράπετρα	<ul style="list-style-type: none"> • Μινωική πόλη Γουρνιών • Φρούριο Καλέ • Μινωική έπαυλη Μακρύ Γιαλού • Μινωικός οικισμός Βασιλικής • Αρχαίος οικισμός στο Κουφονήσι • Γέφυρα Κρυσποτάμου στην Μύρτο

Σητεία	<ul style="list-style-type: none"> • Ανάκτορο και αρχαιολογικός χώρος της Ζάκρου • Αρχαιολογικός χώρος Παλαίικαστρου • Μινωικός οικισμός Πετράς • Αρχαία πόλη Ίτανος κοντά στο Βάϊ • Φρούριο Καζάρμας • Ενετική έπαυλη Ετιάς • Αρχαιολογικός χώρος στο λιμάνι του Μόχλου • Αρχαία πόλη της Πραισού • Αρχαία πόλη Τρυπητού • Μινωικός οικισμός στο Χαμέζι
Οροπέδιο Λασιθίου	<ul style="list-style-type: none"> • Οικισμοί στο Καρφί Τζερμιάδου • Ανεμόμυλοι ‘Σελί Αμπέλου’

4.2.3 Γαστρονομικός τουρισμός

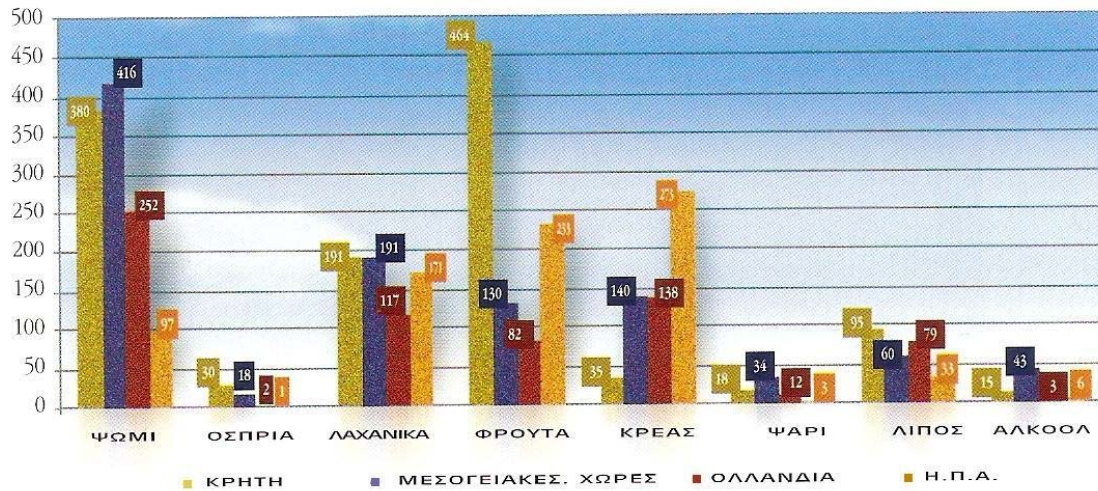
Η Κρητική διατροφή είναι γνωστή σε όλο τον κόσμο για τα οφέλη της στην υγεία των ανθρώπων που την ακολουθούν. Επίσης η Κρητική διατροφή θεωρείται ως το καλύτερο και πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα της φημισμένης σήμερα διεθνώς μεσογειακής διατροφής. (Μαρία & Νίκος Ψιλάκης, 2001)

Έπειτα από πολλές έρευνες έχει διαπιστωθεί ότι οι Κρητικοί έχουν τους χαμηλότερους δείκτες θνησιμότητας και τα πιο μικρά αναλογικά και σε παγκόσμια κλίμακα ποσοστά θνητότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνους (Πηγή: Δήμος Ηρακλείου).

Ο νομός Λασιθίου προσφέρει πλούσια και αυθεντική κρητική παραδοσιακή κουζίνα και παράλληλα στηρίζει τα τοπικά προϊόντα συμμετέχοντας με περίπτερα σε πανελλήνιες εκθέσεις γαστρονομίας και πραγματοποιώντας εκδηλώσεις για την προβολή και προώθηση τους.

Μερικές από αυτές τις εκδηλώσεις είναι η γιορτή του εφτάζυμου στην Κριτσά, η γιορτή του αμυγδάλου στον Κρούστα, η γιορτή ρακής στις Λίμνες και η γιορτή του μελιού στην Πρίνα.

Γράφημα 4.2.3 Τα χαρακτηριστικά της Κρητικής Δίαιτας



ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ (γραμ. ανά ημέρα)

Πηγή: Ψύλλης Νίκος και Μορτα (2001)

Στον νομό επίσης δραστηριοποιούνται αρκετοί συνεταιρισμοί που παράγουν παραδοσιακά τοπικά προϊόντα όπως:

- Ο αγροτικός συνεταιρισμός Κριτσάς που παράγει ελαιόλαδο
- Ο αγροτικός συνεταιρισμός Σκοπής στην Σητεία που παράγει ελαιόλαδο
- Ο αγροτικός συνεταιρισμός γυναικών Ζάκρου «Μελίων» που παράγει παραδοσιακά γλυκά

4.2.4 Αθλητικός τουρισμός

Σύμφωνα με το Ερευνητικό Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη του Θρησκευτικού, Αθλητικού και Άλλων Μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού στο Νομό Λασιθίου, στον νομό υπάρχουν συνολικά 125 αθλητικές εγκαταστάσεις. Οι οποίες βρίσκονται σε:

Ιδιωτική αθλητική εγκατάσταση σε ξενοδοχειακή μονάδα	83
Ιδιωτική αθλητική εγκατάσταση	7
Δημοτική αθλητική εγκατάσταση	35

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των αθλητικών εγκαταστάσεων βρίσκονται σε χώρους ξενοδοχείων, άρα είναι και ευκολότερα προσβάσιμες σε επισκέπτες και τουρίστες.

Τα αθλήματα που διοργανώνονται στον νομό είναι: (Πηγή: Ερευνητικό Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη του Θρησκευτικού, Αθλητικού και Άλλων Μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού στο Νομό Λασιθίου, 2010)

- Αθλήματα Θαλάσσης και παραθαλάσσια
Κανό, Beach Volleyball , Beach soccer, Ιστιοσανίδα, Ιστιοπλοΐα, Κολύμβηση, Κωπηλασία, Θαλάσσιο σκι, Κατάδυση, Wake board, Water sports
- Στίβος
Κλειστός Στίβος, Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: επίσημοι (ΣΕΓΑΣ), Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: τύπου extreme, Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: πανηγυρικοί, πόλης , Αθλήματα δρόμου: μαραθώνιοι δρόμοι, Αθλήματα δρόμου: υπεραποστάσεις, Στίβος
- Υπαίθριες Αθλητικές Δραστηριότητες Πόλεως και Βουνού
Ποδηλασία: ποδηλατικοί γύροι, Ποδηλασία: αναβάσεις/διαδρομές βουνού, Ορειβασία, Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας: αυτοκίνητα, Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας: μηχανές, Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου: αυτοκίνητα, Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου: μηχανές, Μοτο κρος, Καρτ, 4x4, Τοξοβολία, Ιππασία, Αναρρίχηση, Διάφορα Extreme Sports, Γκολφ, Μίνι γκολφ, Σκοποβολή, Χόκεϊ, Ποδηλασία
- Ποδόσφαιρο
Ποδόσφαιρο, Μίνι ποδόσφαιρο σάλας, Ανοικτό μίνι ποδόσφαιρο (5x5, 7x7, 8x8)
- Αθλήματα Πόλεως- Κλειστού Χώρου
Μπάσκετ, Βόλει, Τένις, Άρση βαρών , Πάλη , Tae Kwon Do, Χάντμπολ, Μπούλινγκ, Σκάκι, Squash, Κολύμβηση (Εσωτερική Πισίνα), Μπάντμιντον, Water polo, Street basketball, Μπιλιάρδο, Πινγκ πονγκ, Τένις (Συνθετικός Χλοοτάπητας), Τένις (Χώμα), Softball, Judo, Ρυθμική και Ενόργανη γυμναστική

4.2.5 Οικοτουρισμός - Γεωτουρισμός

Ο νομός Λασιθίου προσφέρει πολλά μονοπάτια για ορειβατικές διαδρομές, πολλά από τα οποία αποτελούν μέρος του Ευρωπαϊκού μονοπατιού E4.

Πλούσιες είναι επίσης οι περιοχές φυσικού κάλλους και περιοχές ιδιαίτερης χλωρίδας και πανίδας που διαθέτει ο νομός ανάμεσα τους σπήλαια, φαράγγια, υδροβιότοποι, νησιά και δάση.

Στο δίκτυο Natura περιλαμβάνονται 10 προστατευόμενες περιοχές του νομού όπως το νησί της Χρυσής, ο υδροβιότοπος του Αλμυρού, τα νησιά Διονυσάδες, η οροσειρά Δίκητη κ.α. (Πηγή: <http://physika.lasithinet.gr/nature.htm>).

Εξίσου εντυπωσιακά είναι τα μικρά και μεγάλα φαράγγια που υπάρχουν διάσπαρτα στο νομό.

Το μεγαλύτερο και πιο γνωστό είναι αυτό του Χα στην Ιεράπετρα του οποίου η χαράδρα είναι μια από τις μεγαλύτερες στην Ευρώπη. Άλλα φαράγγια είναι το φαράγγι του Ρίχτη, το φαράγγι της Κάτω Ζάκρου, το φαράγγι του Λαμνιονιού, το φαράγγι των Περβολακίων, το φαράγγι των Πεύκων, το φαράγγι Σαρακίνας, το φαράγγι του Μέσωνα κ.α.

Στο νομό Λασιθίου υπάρχουν 8 μεγάλα επισκέψιμα σπήλαια και πάρα πολλά μικρότερα. Στον χάρτη φαίνονται οι τοποθεσίες των 8 μεγάλων σπηλαίων.



Πηγή: <http://physika.lasithinet.gr/nature.htm>

4.2.6 Θαλάσσιος τουρισμός

Λόγω της γεωγραφικής του θέσης και του ευνοϊκού κλίματος ο νομός Λασιθίου διαθέτει τις βασικές προδιαγραφές για την περαιτέρω ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.

Ο θαλάσσιος τουρισμός του νομού αποτελείται από τις επισκέψεις κρουαζιερόπλοιων, το yachting και τις ημερήσιες εκδρομές με καράβια, σκάφη ή ιστιοπλόα.

Οι επισκέψεις κρουαζιερόπλοιων γίνονται σε δύο πόλεις του νομού, στον Άγιο Νικόλαο και την Σητεία και αποτελούν σημαντικό έσοδο για τα καταστήματα, τα εστιατόρια, τις καφετέριες και όσες επιχειρήσεις προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες των δύο πόλεων. Στον Άγιο Νικόλαο για τη θερινή περίοδο του 2011 αναμένονται 100 κρουαζιερόπλοια ενώ αυξημένες θα είναι οι αφίξεις των κρουαζιερόπλοιων και στην Σητεία.

4.2.7 Τουρισμός περιπέτειας

Στον νομό Λασιθίου υπάρχει μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που ασχολούνται με τα θαλάσσια σπορ και τις υποβρύχιες καταδύσεις.

Μεγάλη ανάπτυξη παρουσιάζει ο καταδυτικός τουρισμός στις παραθαλάσσιες περιοχές και ο ποδηλατικός τουρισμός στο Οροπέδιο Λασιθίου. Ο μεγάλος αριθμός σε φαράγγια, σπήλαια και μονοπάτια στη φύση δίνουν τη δυνατότητα να αναπτυχθεί ο τουρισμός περιπέτειας με δραστηριότητες όπως η πεζοπορία, η αναρρίχηση, το canyoning (διάσχιση φαραγγιών) και οι εκδρομές jeep σαφάρι.

4.2.6 Συνεδριακός τουρισμός

Κάναμε μια καταγραφή της προσφοράς συνεδριακού τουρισμού σε χώρους όλου του νομού, από στοιχεία που είχαμε βρει από το internet και από τον τηλεφωνικό κατάλογο επιχειρήσεων, οι οποίοι είχαν αίθουσες για συνέδριο.

Φτιάξαμε ένα ερωτηματολόγιο που περιλάμβανε ερωτήσεις για το πόσες αίθουσες υπήρχαν στον χώρο, τον εξοπλισμό που παρείχαν, πόσα συνέδρια έχουν πραγματοποιηθεί την τελευταία δεκαετία κ.α.. Η μορφή του ερωτηματολογίου βρίσκεται στο **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β**.

Στην συνέχεια, επικοινωνήσαμε τηλεφωνικά με τους υπεύθυνους σε 39 ξενοδοχεία, άλλου είδους καταλύματα και κινηματογράφους ωστόσο καταφέραμε να συλλέξουμε στοιχεία από τα 29. Από τους υπόλοιπους 10 χώρους που δεν συλλέξαμε πληροφορίες:

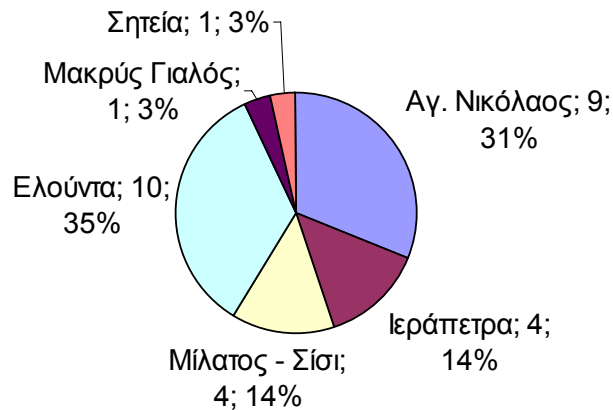
- Στους 2 δεν γινόντουσαν συνέδρια
- Στους 3 οι υπεύθυνοι δεν είχαν χρόνο να μας απαντήσουν ή δεν ήθελαν να μας δώσουν τις πληροφορίες
- Και στους υπόλοιπους 5 δεν το σήκωνε κάποιος ή τα τηλέφωνα που βρίσκαμε δεν ήταν σωστά

Από τους υπόλοιπους 29 χώρους που καταφέραμε να συλλέξουμε πληροφορίες προέκυψαν τα παρακάτω στοιχεία:

(Ο πίνακας με τα αποτελέσματα της καταγραφής του συνεδριακού τουρισμού βρίσκεται στο **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ**)

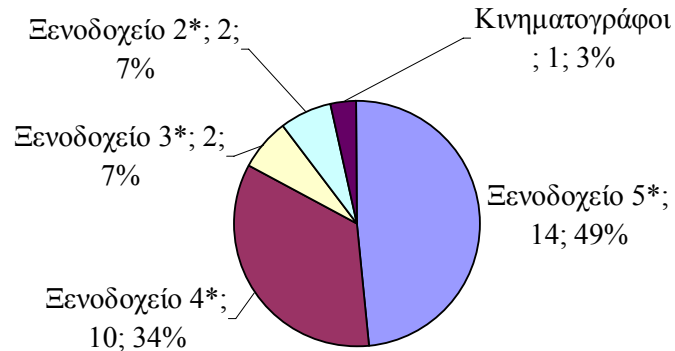
Γράφημα 4.2.6 (α) Συνεδριακοί χώροι στο νομό Λασιθίου

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ



Γράφημα 4.2.6 (β) Τύπος συνεδριακών χώρων

ΤΥΠΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΧΩΡΟΥ



- Τα συνέδρια πραγματοποιούνται κυρίως αρχές και τέλη της τουριστικής σεζόν
- Τα ιατρικά και φαρμακευτικά συνέδρια είναι αυτά που έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση
- Οι περισσότεροι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται στην Ελούντα και στον Άγιο Νικόλαο
- Τα ξενοδοχεία 5* και 4* είναι αυτά που έχουν τους περισσότερους συνεδριακούς χώρους
- Η Ελούντα έχει την μεγαλύτερη δυναμικότητα και τις περισσότερες αίθουσες για συνέδρια

4.3 SWOT ANALYSIS ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Παρακάτω παρουσιάζουμε μια ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του τουρισμού στον νομό Λασιθίου.

4.3.1 Δυνάμεις (Strengths)

- Πλούσιο φυσικό περιβάλλον
- Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες
- Μινωικός πολιτισμός

- Κρητική διατροφή
- 1^{ος} νομός σε κατάταξη βραβευμένων ακτών στην Ελλάδα με γαλάζιες σημαίες, φτάνοντας συνολικά τις 42 παραλίες το έτος 2010
- Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- Μυθολογία
- Κρητική Φιλοξενία

4.3.2 Αδυναμίες (Weaknesses)

- Ακριβός τουριστικός προορισμός σε σχέση με γειτονικές χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ στην λεκάνη της Μεσογείου.
- Έντονη εποχικότητα τουρισμού, ο τουρισμός περιορίζεται χρονικά σε 6 μήνες περίπου
- Μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators

4.3.3 Ευκαιρίες (Opportunities)

- Περιορισμός εποχικότητας με ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες
- Εσωτερικός τουρισμός

4.3.4 Απειλές (Threats)

- Ακριβός τουριστικός προορισμός σε σχέση με γειτονικές χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ στην λεκάνη της Μεσογείου
- Οι ισοτιμίες συναλλάγματος
- Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας και παγκόσμια ύφεση
- Υψηλή φορολογία
- Ταξιδιωτικές οδηγίες άλλων χωρών για την Ελλάδα

5. ΕΡΕΥΝΑ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετήσει την δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού στον νομό Λασιθίου και να καταγράψει την υπάρχουσα κατάσταση.

5.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1.1 Χρονική Περίοδος

Η έρευνα διενεργήθηκε στον νομό Λασιθίου κατά τους καλοκαιρινούς μήνες Ιούλιο και Αύγουστο το έτος 2010.

Ξεκινήσαμε στα μέσα του μηνός Ιουλίου και ολοκληρώσαμε την διανομή των ερωτηματολογίων στο τέλος του Αυγούστου.

ΜΗΝΑΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΙΟΥΛΙΟΣ	120	20,00%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	480	80,00%
ΣΥΝΟΛΟ	600	100,00%

5.1.2 Δείγμα

600 ερωτηματολόγια σε τουρίστες που διέμεναν στον νομό ή επισκεπτόντουσαν τον νομό Λασιθίου.

5.1.3 Γεωγραφική Διασπορά

Χωρίσαμε τον νομό Λασιθίου σε 8 κατηγορίες-δημοτικά διαμερίσματα σύμφωνα με τα οποία λειτουργούν οι ταξιδιωτικοί πράκτορες στον νομό.

Οι 8 κατηγορίες είναι:

1. Άγιος Νικόλαος
2. Ελούντα
3. Ιεράπετρα
4. Σητεία

5. Μακρύς Γιαλός
6. Νεάπολη
7. Σίσι – Μίλατος
8. Οροπέδιο Λασιθίου

Έπειτα για καλύτερη διασπορά μοιράσαμε ισόποσα τα 600 ερωτηματολόγια σε:

1. Θρησκευτικά μνημεία
2. Ξενοδοχεία και άλλου είδους καταλύματα
3. Καφετέριες, παραλίες, δρόμο κ.α.

Θρησκευτικά μνημεία

Επιλέξαμε 8 θρησκευτικά μνημεία που πιστεύαμε ότι είναι τα πιο γνωστά του νομού και έτσι θα είχαν και μεγαλύτερη επισκεψιμότητα σε σχέση με άλλα. Επισκεφτήκαμε κάθε μνημείο τουλάχιστον 2 φορές σε διαφορετικές ώρες και μοιράσαμε τα ερωτηματολόγια ανάλογα με τη ροή του κόσμου.

Συγκεκριμένα, τα θρησκευτικά μνημεία του νομού Λασιθίου στα οποία μοιράσαμε τα ερωτηματολόγια είναι:

1. Παναγία Κερά, Κριτσά
2. Εκκλησία Αγίου Νικολάου, Άγιος Νικόλαος
3. Μονή Παναγίας Φανερωμένης, Ιεράπετρα
4. Μονή Τοπλού, Σητεία
5. Μονή Καψά, Μακρύς Γιαλός
6. Μονή Αγίου Γεωργίου, Σεληνάρι
7. Μονή Βιδιανής, Οροπέδιο Λασιθίου

Ξενοδοχεία και άλλου είδους καταλύματα

Μετά από έρευνα που κάναμε στο internet και συγκεκριμένα στο ξενοδοχειακό επιμελητήριο της Ελλάδος βρήκαμε ότι το 2010 ήταν καταχωρημένα στην βάση αναζήτησης του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου στον νομό Λασιθίου: 215 ξενοδοχεία και άλλων ειδών καταλύματα όπως επίσης και 3 κάμπινγκ.

Βρήκαμε πόσα ξενοδοχεία αντιστοιχούν σε κάθε κατηγορία-δημοτικό διαμέρισμα και υπολογίσαμε αυτό το ποσοστό (Πίνακας 5.1.3α).

Πίνακας 5.1.3α Ποσοστιαία κατανομή καταλυμάτων στον νομό Λασιθίου

Κατηγορία – Δημοτικό διαμέρισμα	Συνολικός αριθμός ξενοδοχείων και άλλου είδους καταλυμάτων	Ποσοστό
Άγιος Νικόλαος	79	36,24 %
Ελούντα	24	11,01 %
Ιεράπετρα	46	21,10 %
Σητεία	25	11,47 %
Μακρύς Γιαλός	9	4,13 %
Νεάπολη	2	0,92 %
Σίσι – Μίλατος	27	12,39 %
Οροπέδιο Λασιθίου	6	2,75 %
ΣΥΝΟΛΟ	218	100 %

Χρησιμοποιώντας την συνάρτηση του Microsoft excel: randbetween, επιλέξαμε τα ξενοδοχεία στα οποία θα μοιράζαμε τα ερωτηματολόγια μας με τυχαίο τρόπο.

Τα ξενοδοχεία αυτά τυπώθηκαν σε λίστα ανά δημοτικό διαμέρισμα και επίσης είχαμε προετοιμάσει μια δεύτερη ειδική λίστα με ξενοδοχεία (τα οποία επιλέχθηκαν και αυτά με τυχαίο τρόπο) για τις περιπτώσεις που θα προέκυπτε κάποιο πρόβλημα με κάποιο κατάλυμα.

Η δεύτερη λίστα αποδείχθηκε αναγκαία τελικά μιας και κάποια από τα ξενοδοχεία που επισκεφτήκαμε: δεν μας επέτρεψαν την είσοδο, ήταν κλειστά, δεν είχαν πελάτες εκείνη την ημέρα ή έλειπαν εκείνη την στιγμή, δεν δέχθηκαν οι πελάτες να μας απαντήσουν.

Καφετέριες, παραλίες, δρόμο κ.α.

Τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια αποφασίσαμε να τα μοιράσουμε σε χώρους εκτός των ξενοδοχείων και των θρησκευτικών μνημείων.

Μοιράσαμε, ανάλογα με την ροή του κόσμου, σε όλα τα δημοτικά διαμερίσματα σε μέρη όπως καφετέριες, στάσεις λεωφορείων, σταθμούς λεωφορείων, παραλίες και στον δρόμο. Μια συνολική εικόνα της γεωγραφικής διασποράς φαίνεται στον χάρτη της έρευνας μας στην παρακάτω εικόνα



Πίνακας 5.1.3β Ποσοστιαία κατανομή της γεωγραφικής διασποράς των ερωτηματολογίων που μοιράσαμε

ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Αγ. Νικόλαος	172	28,67%
Ελούντα	64	10,67%
Ιεράπετρα	77	12,83%
Νεάπολη	39	6,50%
Μακρύς Γιαλός	29	4,83%
Σίσι - Μίλατος	48	8,00%
Οροπέδιο Λασιθίου	39	6,50%
Σητεία	132	22,00%
ΣΥΝΟΛΟ	600	100,00%

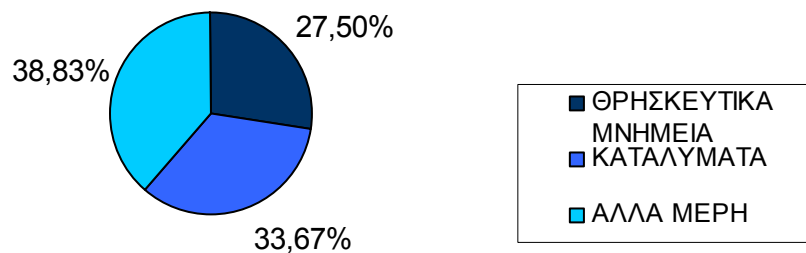
Ενώ είχαμε αποφασίσει να μοιράσουμε ισόποσα τα 600 ερωτηματολόγια σε θρησκευτικά μνημεία, ξενοδοχεία και άλλους χώρους, στο τέλος τις έρευνας μας διαπιστώσαμε ότι παρόλο που προσπαθήσαμε να το εφαρμόσουμε αυτό δεν μοιράστηκαν ισόποσα τα ερωτηματολόγια.

Στα θρησκευτικά μνημεία αντιμετωπίσαμε πρόβλημα λόγω έλλειψης κόσμου, που πιθανόν να οφείλεται στην απεργία των πρατηρίων βενζίνης εκείνο το διάστημα, και έτσι μοιράσαμε περισσότερα στα ξενοδοχεία και άλλες περιοχές.

Οι διαφορές στα ποσοστά είναι ωστόσο μικρές, το 38,83% (233 ερωτηματολόγια) μοιράστηκαν σε μέρη όπως καφετέριες, παραλίες, σταθμούς λεωφορείων κ.α., το 33,67% (202 ερωτηματολόγια) μοιράστηκαν σε ξενοδοχεία και άλλου είδους καταλύματα και το 27,50% (165 ερωτηματολόγια) μοιράστηκαν σε θρησκευτικά μνημεία.

Γράφημα 5.1 Ποσοστό ανά τόπο συμπλήρωσης ερωτηματολογίου

ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑ ΤΟΠΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ



5.1.4 Ερωτηματολόγιο

Ο τρόπος συλλογής των δεδομένων της έρευνας μας ήταν το ερωτηματολόγιο το οποίο παράλληλα είχε μορφή προσωπικής συνέντευξης αφού μοιράσαμε προσωπικά τα ερωτηματολόγια στους τουρίστες και τα συμπλήρωναν επί τόπου.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται συνολικά από 40 ερωτήσεις από τις οποίες:

- 9 είναι δημογραφικές προκειμένου να συλλεχθούν κάποια γενικά στοιχεία για τους ερωτώμενους
- 7 είναι ερωτήσεις κλίμακας από το 1 έως το 5
- 4 είναι ερωτήσεις ανοιχτού τύπου και ελεύθερης απάντησης

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε τέσσερις γλώσσες: Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά και Γαλλικά.

Το πρότυπο ερωτηματολόγιο, στην ελληνική γλώσσα, βρίσκεται στο **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α**.

Επεξεργασία δεδομένων

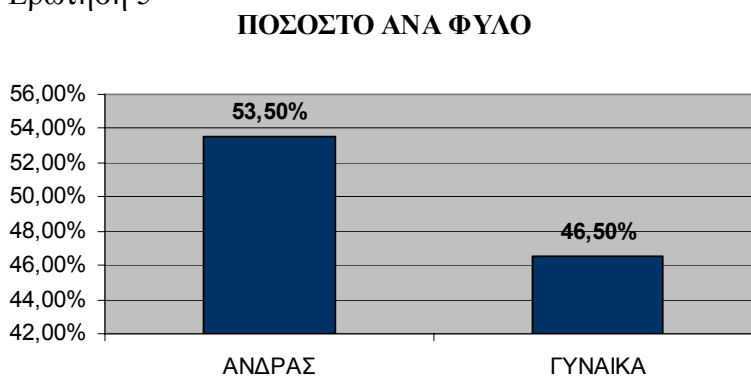
Η επεξεργασία των δεδομένων από τα ερωτηματολόγια που συλλέξαμε έγινε με το πρόγραμμα Microsoft excel.

5.2 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.2.1 Φύλο

Από τους 600 ερωτηθέντες οι 321 ήταν άνδρες (53,50%) ενώ οι υπόλοιποι 279 ήταν γυναίκες (46,50%).

Γράφημα 5.2.1 Ερώτηση 5

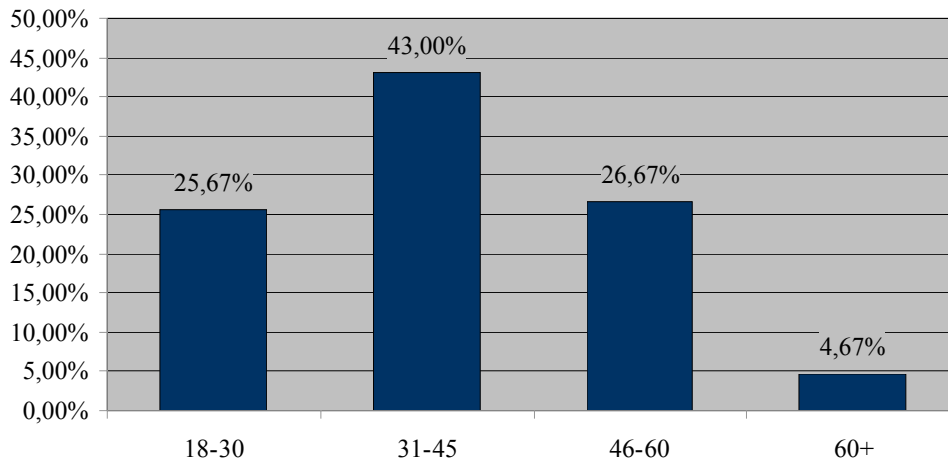


5.2.2 Ηλικιακή κατηγορία

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων συγκέντρωσε η ηλικιακή κατηγορία 31-45 με ποσοστό 43,00% όπου απάντησαν 258 άνθρωποι. Ακολουθούν: η ηλικιακή κατηγορία 46-60 με 160 απαντήσεις (26,67%), η ηλικιακή κατηγορία 18-30 με 154 απαντήσεις (25,67%) και τέλος η ηλικιακή κατηγορία 60+ με 28 απαντήσεις (4,67%).

Γράφημα 5.2.2 Ερώτηση 6

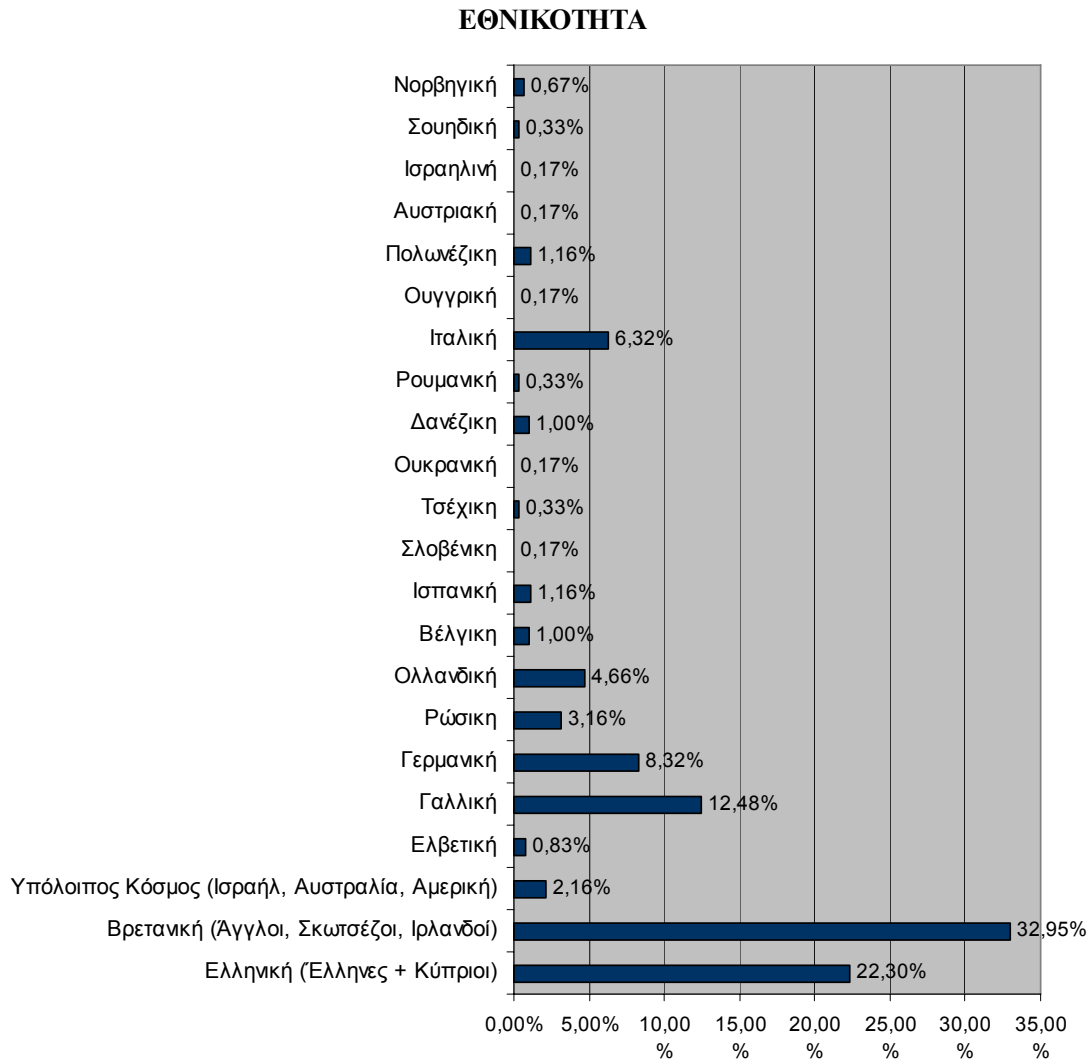
ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ



5.2.3 Εθνικότητα

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έχουν οι Βρετανοί με ποσοστό 32,95% (198 ερωτηματολόγια). Στην επόμενη θέση βρίσκονται οι Έλληνες μαζί με τους Κύπριους με ποσοστό 22,30% (134 ερωτηματολόγια) και ακολουθούν: οι Γάλλοι με ποσοστό 12,48% (75 ερωτηματολόγια), οι Γερμανοί με ποσοστό 8,32% (50 ερωτηματολόγια), οι Ιταλοί με ποσοστό 6,32% (38 ερωτηματολόγια), οι Ολλανδοί με ποσοστό 4,66% (28 ερωτηματολόγια) και οι Ρώσοι με ποσοστό 3,16% (19 ερωτηματολόγια). Το υπόλοιπο ποσοστό των ερωτηματολογίων απαντήθηκαν από άλλες εθνικότητες από χώρες της Ευρώπης με ποσοστό 7,65% (46 ερωτηματολόγια) και από τον υπόλοιπο κόσμο με ποσοστό 2,16% (13 ερωτηματολόγια).

Γράφημα 5.2.3 Ερώτηση 3



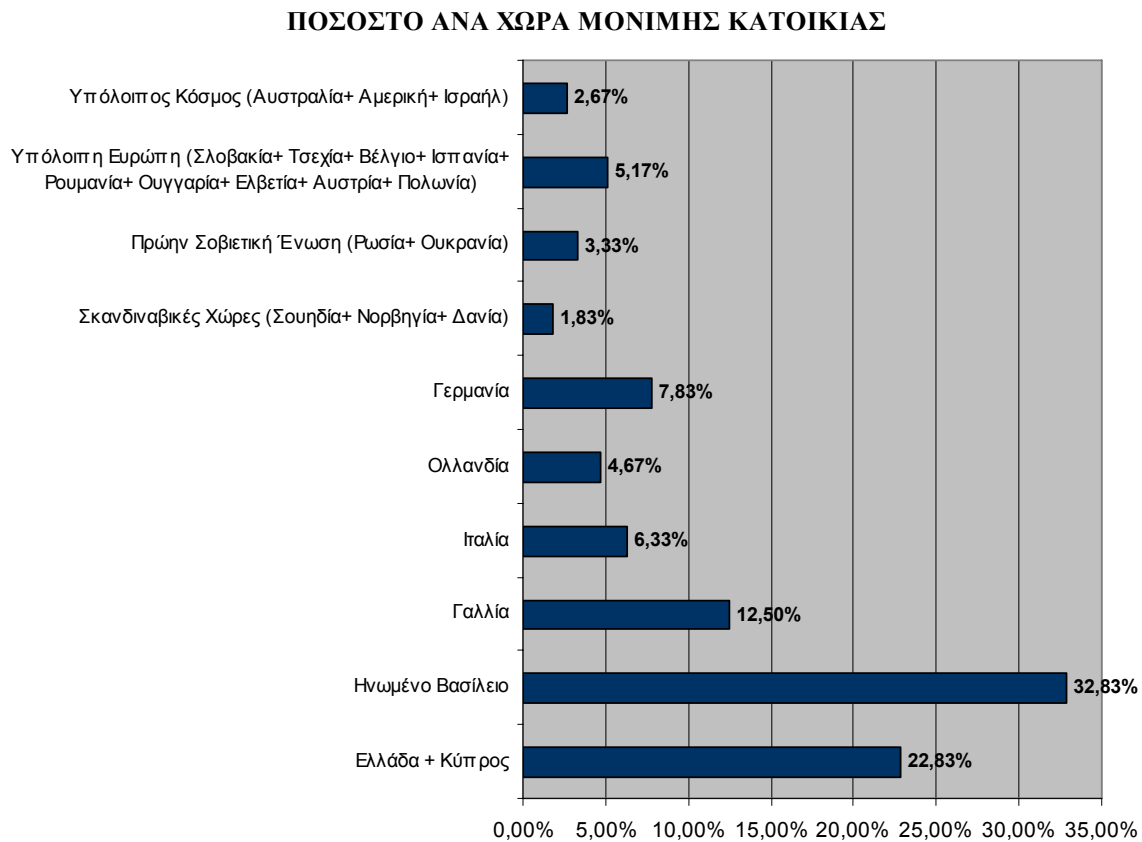
5.2.4 Χώρα μόνιμης κατοικίας

Αντίστοιχα με την προηγούμενη ερώτηση, στην πρώτη θέση βρίσκονται αυτοί που μένουν στο Ηνωμένο Βασίλειο με ποσοστό 32,83% (197 ερωτηματολόγια).

Στην δεύτερη θέση βρίσκονται αυτοί που μένουν στην Ελλάδα και την Κύπρο με ποσοστό 22,83% (137 ερωτηματολόγια) και ακολουθούν: αυτοί που μένουν στην Γαλλία με ποσοστό 12,50% (75 ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν στην Γερμανία με ποσοστό 7,83% (47 ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν στην Ιταλία με ποσοστό 6,33% (38 ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν στις χώρες: Σλοβακία, Τσεχία, Βέλγιο, Ισπανία, Ρουμανία, Ουγγαρία, Ελβετία, Αυστρία, Πολωνία με ποσοστό 5,17% (31

ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν στην Ολλανδία με ποσοστό 4,67% (28 ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν σε χώρες τις πρώην Σοβιετικής Ένωσης με ποσοστό 3,33% (20 ερωτηματολόγια), αυτοί που μένουν σε χώρες εκτός Ευρώπης με ποσοστό 2,67% (16 ερωτηματολόγια) και αυτοί που μένουν σε Σκανδιναβικές χώρες με ποσοστό 1,83% (11 ερωτηματολόγια).

Γράφημα 5.2.4 Ερώτηση 4



5.2.5 Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα

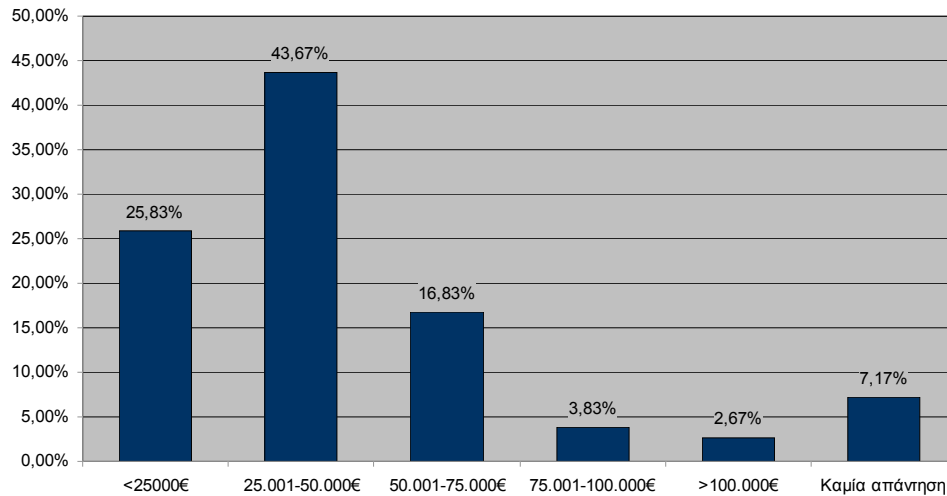
Σχεδόν το μισό δείγμα της έρευνας έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 25.0001-50.000€ , ποσοστό 43,67% (262 απαντήσεις).

Το 25,83% (155 απαντήσεις) έχει εισόδημα κάτω των 25.000€, το 16,83% (101 απαντήσεις) έχει εισόδημα 50.001-75.000€, ένα ποσοστό 7,17% (43 απαντήσεις) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση, το 3,83% (23 απαντήσεις) έχει εισόδημα 75.001-

100.000€ και ένα μικρό ποσοστό 2,67% (16 απαντήσεις) έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα που ξεπερνάει τις 100.000€.

Γράφημα 5.2.5 Ερώτηση 9

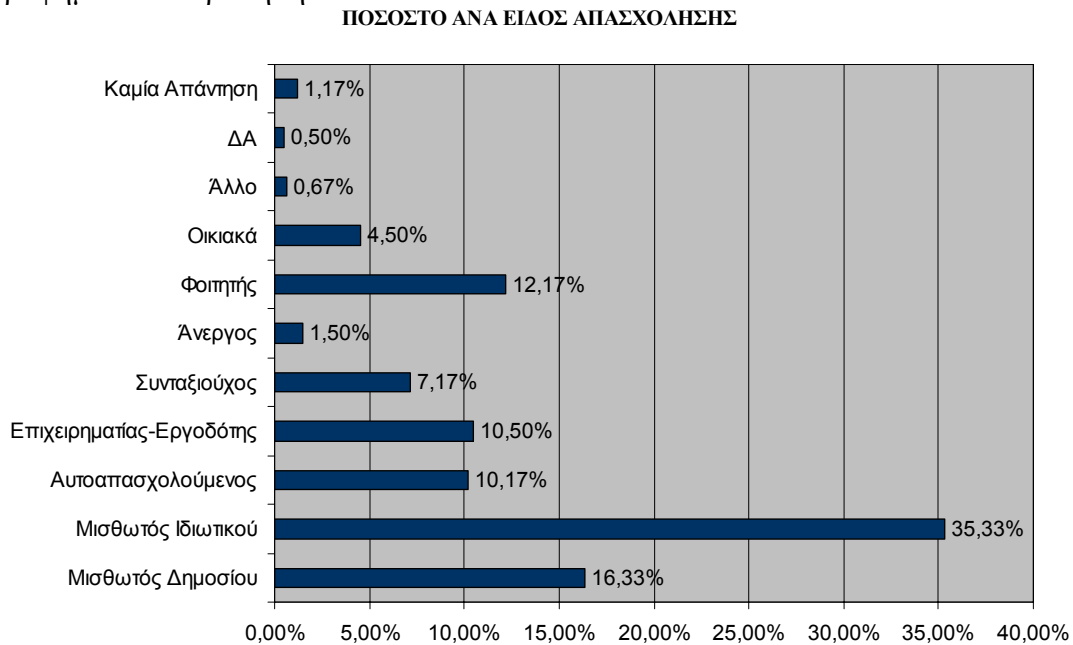
ΕΠΙΠΕΔΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ



5.2.6 Είδος απασχόλησης

Το 35,33% (212 απαντήσεις) του δείγματος μας είναι μισθωτοί του ιδιωτικού τομέα, το 16,33% (98 απαντήσεις) είναι μισθωτοί του δημοσίου τομέα, το 12,17% (73 απαντήσεις) είναι φοιτητές, το 10,50% (63 απαντήσεις) είναι επιχειρηματίες-εργοδότες, το 10,17% (61 απαντήσεις) είναι αυτοαπασχολούμενοι, το 7,17% (43 απαντήσεις) είναι συνταξιούχοι, το 4,50% (27 απαντήσεις) ασχολούνται με τα οικιακά, το 0,67% (4 απαντήσεις) απάντησαν άλλο και ένα ποσοστό 1,67% (10 άνθρωποι) δεν μας απάντησε καθόλου ή δεν ήθελε να μας απαντήσει.

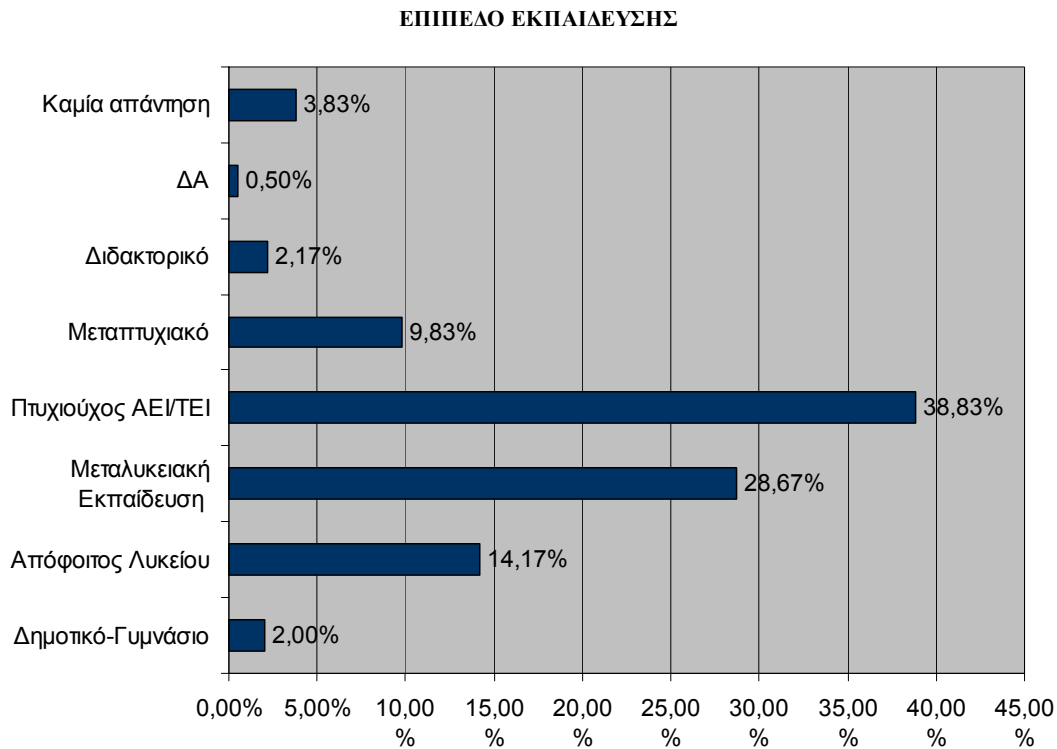
Γράφημα 5.2.6 Ερώτηση 7



5.2.7 Επίπεδο εκπαίδευσης

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων 38,83% (233 απαντήσεις) είναι πτυχιούχοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 28,67% (172 απαντήσεις) έχει μεταλυκειακή εκπαίδευση, το 14,17% (85 απαντήσεις) είναι απόφοιτοι λυκείου, το 9,83% (59 απαντήσεις) είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού πτυχίου, το 3,83% (23 απαντήσεις) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση, το 2,17% (13 απαντήσεις) είναι κάτοχοι διδακτορικού πτυχίου, το 2,00% (12 απαντήσεις) είναι απόφοιτοι δημοτικού ή γυμνασίου και ένα μικρό ποσοστό 0,50% (3 απαντήσεις) δεν ήθελε να απαντήσει.

Γράφημα 5.2.7 Ερώτηση 8



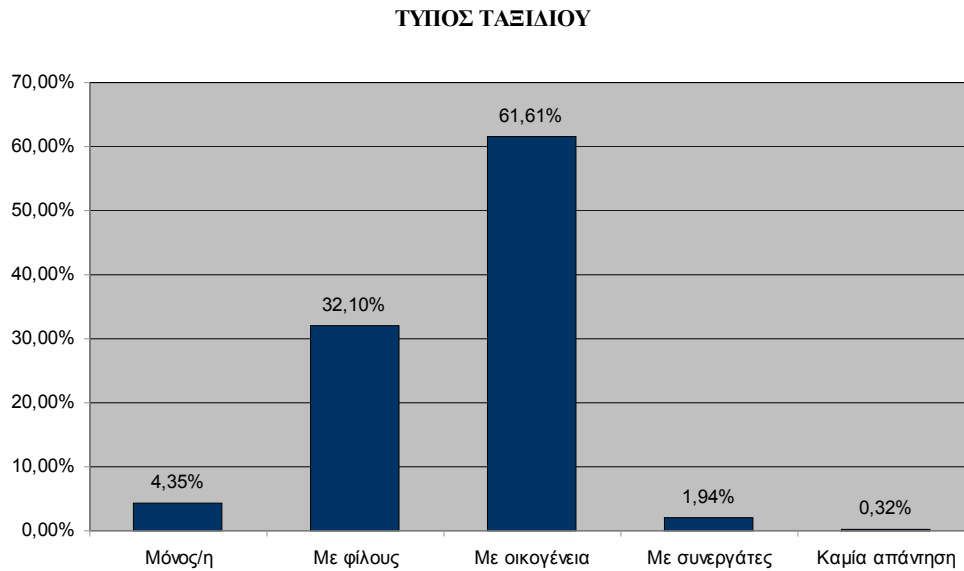
5.2.8 Είδος διακοπών (οικογενειακές, επαγγελματικές κτλ)

Η ερώτηση 10 είχε ως σκοπό να δούμε πόσοι είναι αυτοί που ταξιδεύουν ατομικά, πόσοι με οικογένεια, με συνεργάτες κλπ, ενώ η ερώτηση 12 είχε ως σκοπό να δούμε τι ποσοστό του δείγματος ήταν σε ταξίδι για επαγγελματικούς λόγους και πόσοι επιλέγουν τις διακοπές τύπου all inclusive.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων με ποσοστό 61,61% (382 απαντήσεις) ταξίδευε με την οικογένεια.

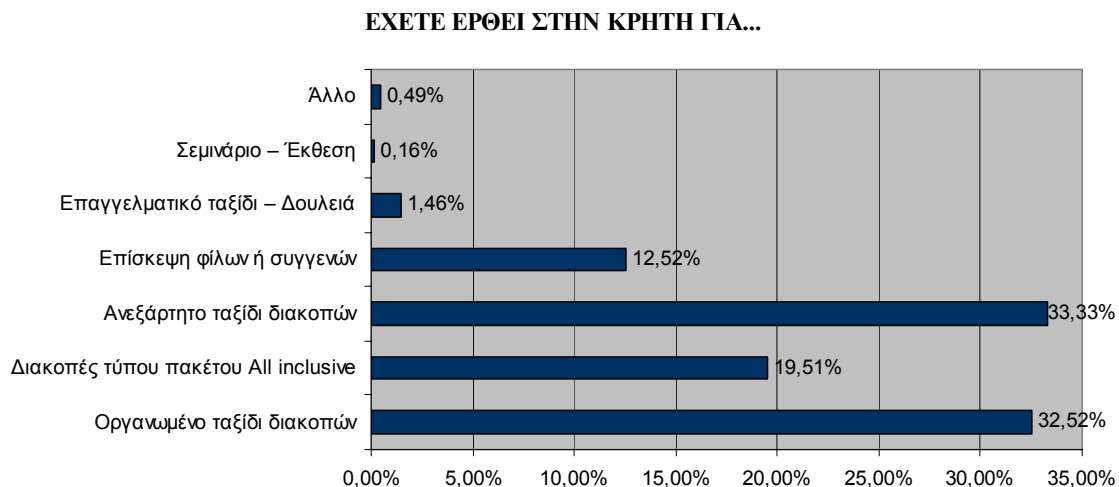
Το 32,10% (199 απαντήσεις) είχε έρθει στην Κρήτη με φίλους, το 4,35% (27 απαντήσεις) έκανε ατομικό ταξίδι, το 1,94% (12 απαντήσεις) είχε έρθει με συνεργάτες ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό 0,32% (2 άνθρωποι) δεν απάντησαν στην ερώτηση.

Γράφημα 5.2.8α Ερώτηση 10



Το 33,33% (205 απαντήσεις) των ερωτηθέντων έκανε ανεξάρτητο ταξίδι διακοπών, το 32,52% (200 απαντήσεις) πραγματοποιούσε οργανωμένο ταξίδι διακοπών, το 19,51% (120 απαντήσεις) έκανε διακοπές τύπου πακέτου All inclusive, το 12,52% (77 απαντήσεις) έκανε επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς, το 1,46% (9 απαντήσεις) είχε έρθει για επαγγελματικούς λόγους, το 0,49% (3 απαντήσεις) είχε έρθει για άλλους λόγους διακοπές ενώ το 0,16% (1 απάντηση) είχε έρθει για να παρακολουθήσει σεμινάριο ή έκθεση.

Γράφημα 5.2.8β Ερώτηση 12

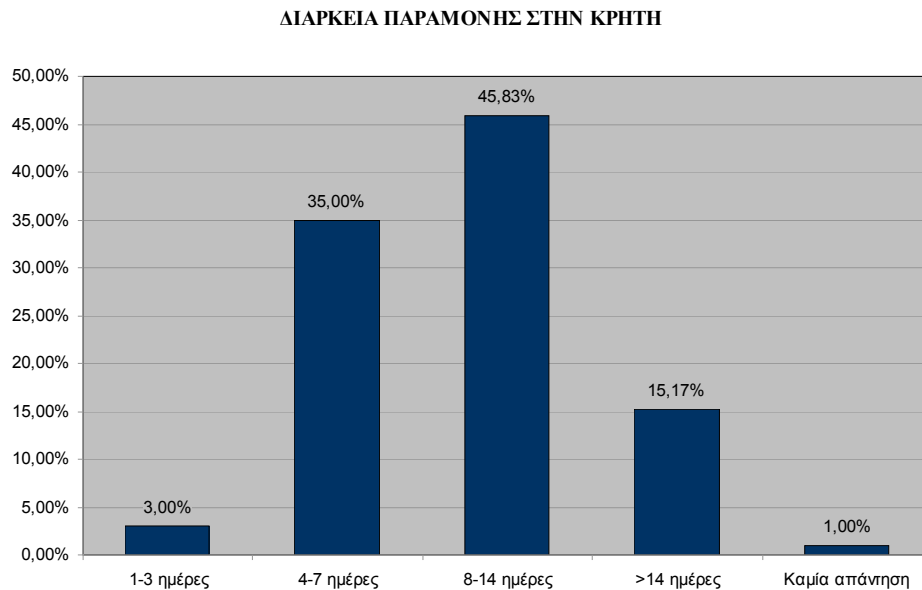


5.2.9 Διάρκεια παραμονής στο νησί

Σχεδόν το μισό δείγμα των ερωτηθέντων παρέμεινε στην Κρήτη για 8-14 ημέρες με ποσοστό 45,83% (275 απαντήσεις).

Το 35,00% (210 απαντήσεις) έμεινε για 4-7 ημέρες, το 15,17% (91 απαντήσεις) έκανε διακοπές παραπάνω από δύο εβδομάδες, το 3,00% (18 απαντήσεις) έμεινε για 1-3 ημέρες ενώ ένα ποσοστό 1,00% (6 ερωτηματολόγια) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση.

Γράφημα 5.2.9 Ερώτηση 11

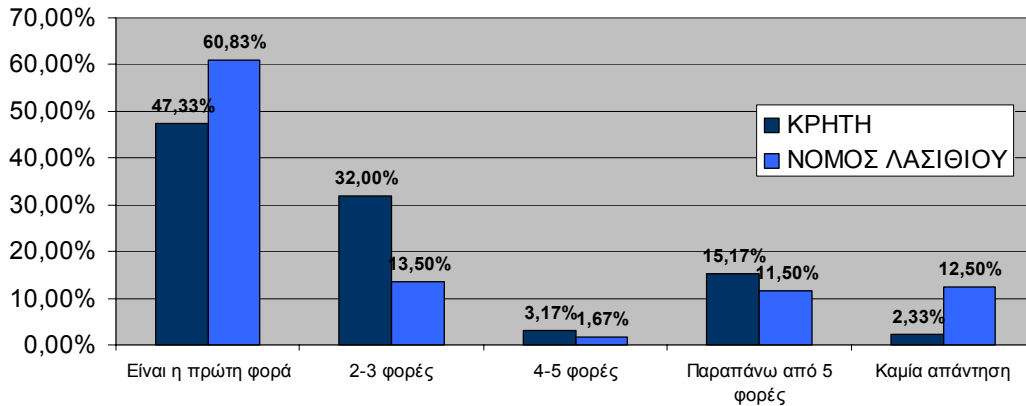


5.2.10 Επαναληπτικότητα διακοπών στην Κρήτη και τον νομό Λασιθίου

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ταξίδευε για πρώτη φορά στην Κρήτη (47,33%) και στο νομό Λασιθίου (60,83%).

Γράφημα 5.2.10 Ερώτηση 13

**ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΕΡΘΕΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΣΤΟ ΝΟΜΟ
ΛΑΣΙΘΙΟΥ**



Όσον αφορά τους επισκέπτες που έχουν έρθει παραπάνω από 5 φορές στην Κρήτη:

Παρατηρούμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά επαναληπτικότητας των επισκέψεων τους στο νησί της Κρήτης έχουν οι Βρετανοί με ποσοστό 33,00%, ακολουθούν οι Έλληνες με ποσοστό 22,33%, οι Γάλλοι με ποσοστό 12,50%, οι Γερμανοί με ποσοστό 8,33%, οι Ολλανδοί με ποσοστό 4,67%, οι Ρώσοι με ποσοστό 3,17%, χώρες εκτός της Ευρώπης με ποσοστό 2,00% και τέλος οι Νορβηγοί με ποσοστό 0,67%.

Αντίστοιχα στον νομό Λασιθίου στην πρώτη θέση βρίσκονται οι Βρετανοί με ποσοστό 33,00%.

ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΑΠΟ 5 ΦΟΡΕΣ				
ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	ΚΡΗΤΗ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ελληνική (Έλληνες + Κύπριοι)	134	22,33%	133	22,17%
Βρετανική (Άγγλοι, Σκωτσέζοι, Ιρλανδοί)	198	33,00%	198	33,00%
Υπόλοιπος Κόσμος (Ισραήλ, Αυστραλία, Αμερική)	12	2,00%	1	0,17%
Γαλλική	75	12,50%	75	12,50%
Γερμανική	50	8,33%	0	0,00%
Ρώσικη	19	3,17%	19	3,17%
Ολλανδική	28	4,67%	28	4,67%
Νορβηγική	4	0,67%	0	0,00%

5.2.11 Λόγοι προτίμησης της Κρήτης και του νομού Λασιθίου ως προορισμό διακοπών

Στην ερώτηση 14 απάντησε το 75,33% του δείγματος της έρευνας, δηλαδή 452 τουρίστες.

Από αυτούς προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα:

Το 100% των ερωτηθέντων προτίμησαν για τις διακοπές τους την Κρήτη και τον νομό Λασιθίου για τη θάλασσα και τις παραλίες.

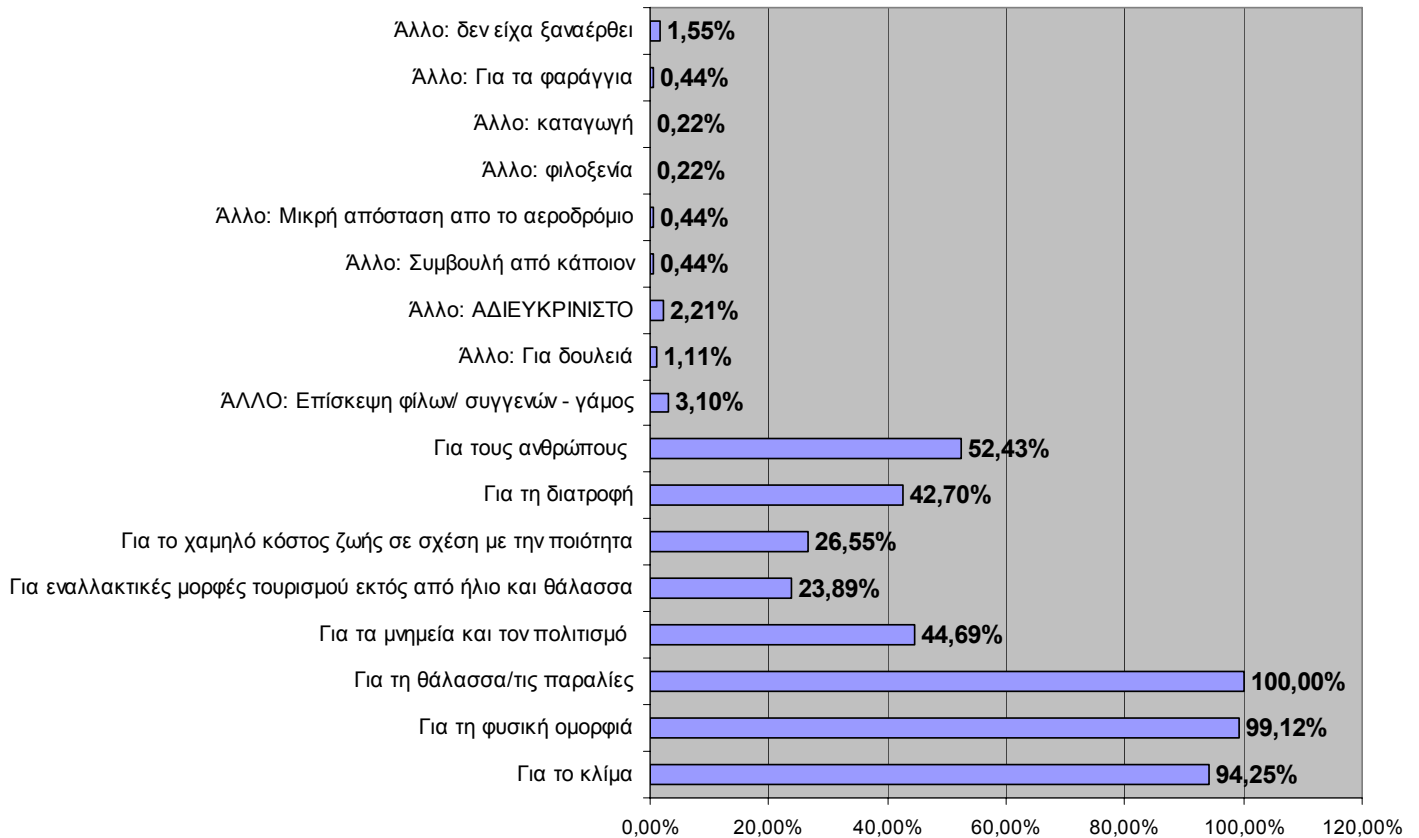
Στη δεύτερη θέση των προτιμήσεων τους είναι η φυσική ομορφιά (99,12%) και στη τρίτη θέση το κλίμα (94,25%).

Ακολουθούν: οι κρητικοί άνθρωποι (52,43%), η κρητική διατροφή (42,70%), τα μνημεία και ο πολιτισμός (44,69%), η σχέση μεταξύ κόστος ζωής και ποιότητας (26,55%), οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εκτός από ήλιο και θάλασσα (23,89%), επίσκεψη φίλων και συγγενών ή γάμος (3,10%), 2,21% για άλλους λόγους που δεν μπορέσαμε να διευκρινίσουμε και 1,55% προτίμησαν να έρθουν επειδή δεν είχαν ξαναέρθει.

Μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι λόγοι δουλειάς (1,11%), συμβουλή από κάποιον (0,44%), τα φαράγγια (0,44%), η μικρή απόσταση από το αεροδρόμιο (0,44%), η φιλοξενία (0,22%) και η καταγωγή από το νησί (0,22%).

Γράφημα 5.2.11 Ερώτηση 14

ΛΟΓΟΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΚΡΗΤΗΣ ΚΑΙ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ



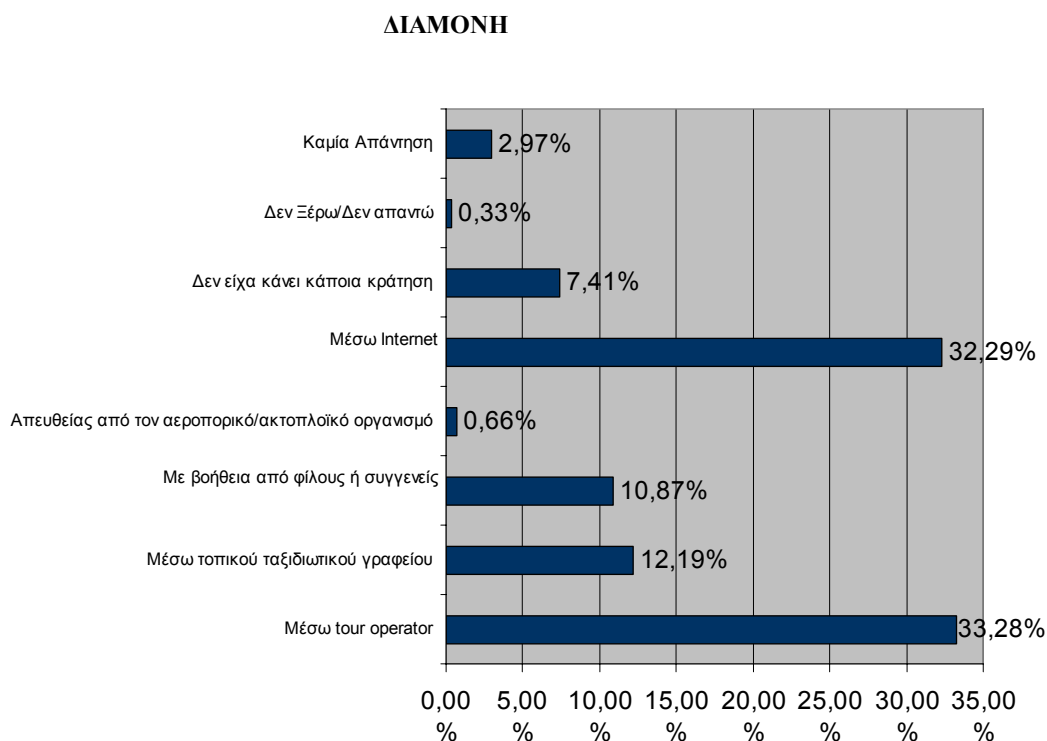
5.2.12 Τρόπος κράτησης διαμονής και πτήσης/μεταφοράς και πότε την έκαναν

Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν το μεγάλο βαθμό στον οποίο χρησιμοποιούνται τα ηλεκτρονικά εισιτήρια και την μεγάλη εξάρτηση που έχουν οι τουρίστες στους tour operators.

Για την διαμονή τους οι τουρίστες επιλέγουν να κάνουν κράτηση για τις διακοπές τους μέσω tour operator με ποσοστό 33,28% (202 απαντήσεις), με μικρή διαφορά βρίσκεται στη δεύτερη θέση η ηλεκτρονική κράτηση μέσω Internet με ποσοστό 32,29% (196 απαντήσεις) ενώ στην τρίτη θέση επιλέγουν να κάνουν κράτηση του ταξιδιού τους μέσω τοπικού ταξιδιωτικού γραφείου με ποσοστό 12,19% (74 απαντήσεις). Ακολουθούν η

κράτηση της διαμονής με βοήθεια από φίλους ή συγγενείς με ποσοστό 10,87% (66 απαντήσεις), ένα ποσοστό 7,41% (45 απαντήσεις) δεν είχε κάνει κράτηση για την διαμονή του, ένα ποσοστό 2,97% δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση (18 ερωτηματολόγια), ένα ποσοστό 0,66% (4 απαντήσεις) έκανε την κράτηση μέσω του αεροπορικού ή ακτοπλοϊκού οργανισμού (πιθανόν από συνεργαζόμενες εταιρίες) και τέλος ένα ποσοστό 0,33% (2 απαντήσεις) δεν ήξερε ή δεν ήθελε να απαντήσει στην ερώτηση.

Γράφημα 5.2.12α Ερώτηση 15α

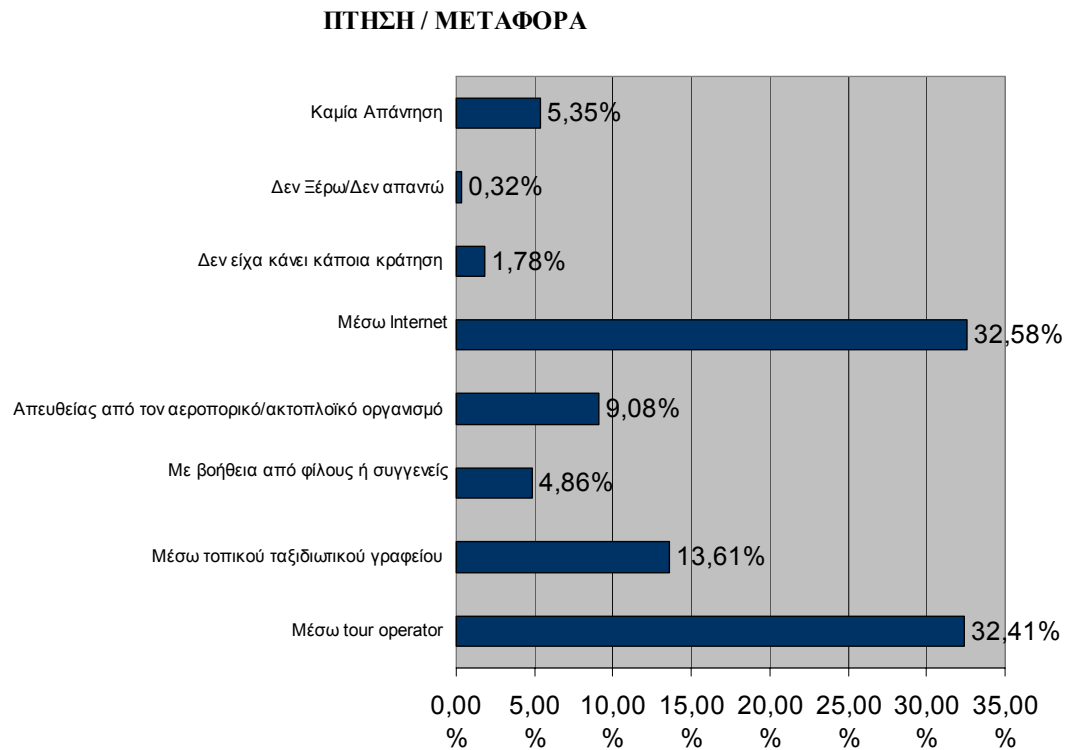


Για την πτήση και την μεταφορά τους στην Κρήτη οι τουρίστες επέλεξαν να κάνουν την κράτηση ηλεκτρονικά μέσω Internet με ποσοστό 32,58% (201 απαντήσεις) και στην δεύτερη θέση επέλεξαν να κάνουν την κράτηση μέσω tour operator με ποσοστό 32,41% (200 απαντήσεις).

Ακολουθούν με ποσοστό 13,61% (84 απαντήσεις) η κράτηση μέσω τοπικού γραφείου, με ποσοστό 9,08% (56 απαντήσεις) η κρατήσεις απευθείας από τον αεροπορικό ή ακτοπλοϊκό οργανισμό, ένα ποσοστό 5,35% (33 ερωτηματολόγια) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση, το 4,86% (30 απαντήσεις) έκανε την κράτηση με βοήθεια από φίλους ή

συγγενείς, το 1,78% (11 απαντήσεις) δεν είχε κάνει κάποια κράτηση για την πτήση και μεταφορά του και τέλος ένα ποσοστό 0,32% δεν ήξερε ή δεν ήθελε να απαντήσει στην ερώτηση.

Γράφημα 5.2.12β Ερώτηση 15β

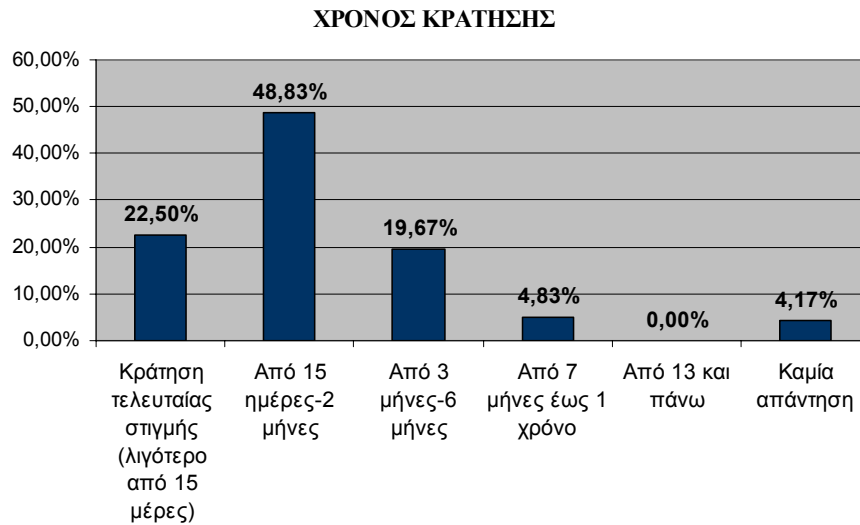


Όσον αφορά το πόσο καιρό πριν είχαν κάνει τις κρατήσεις για διαμονή και μεταφορά η έρευνα μας έδειξε ότι σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες τις έκαναν από 2 μήνες έως 2 εβδομάδες πριν το ταξίδι τους με ποσοστό 48,83% (293 απαντήσεις).

Αμέσως μετά ακολουθούν οι κρατήσεις τελευταίας στιγμής με ποσοστό 22,50% (135 απαντήσεις), οι κρατήσεις από 6 έως 3 μήνες πριν το ταξίδι με ποσοστό 19,67% (118 απαντήσεις), οι κρατήσεις από 1 χρόνο έως 7 μήνες πριν το ταξίδι με ποσοστό 4,83% (29 απαντήσεις) και ένα ποσοστό 4,17% (25 ερωτηματολόγια) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση.

Σημαντικό είναι το μηδενικό ποσοστό στις κρατήσεις παραπάνω από 13 μήνες, το οποίο μας δείχνει ότι κανείς δεν δεσμεύεται τόσο μεγάλο διάστημα πριν να κάνει κράτηση για τις διακοπές του.

Γράφημα 5.2.12γ Ερώτηση 17

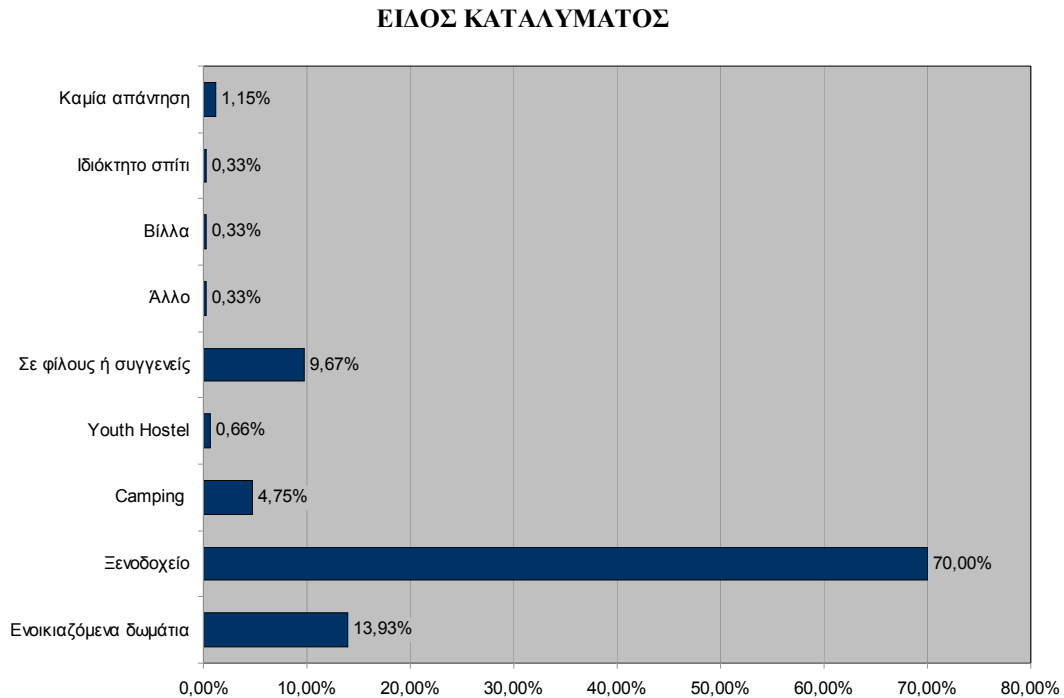


5.2.13 Είδος καταλύματος

Το 70,00% (427 απαντήσεις) των ερωτηθέντων έμεινε σε ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια των διακοπών του στην Κρήτη.

Το 13,93% (85 απαντήσεις) έμεινε σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, το 9,67% (59 απαντήσεις) έμεινε σε φίλους ή συγγενείς, το 4,75% (29 απαντήσεις) έμεινε σε κάμπινγκ, ένα ποσοστό 1,15% (7 ερωτηματολόγια) δεν απάντησε καθόλου στην ερώτηση και τέλος ισόποσα ποσοστά 0,33% (6 ερωτηματολόγια) έχουν οι απαντήσεις ιδιόκτητο σπίτι, βίλλα και άλλου είδους κατάλυμα.

Γράφημα 5.2.13 Ερώτηση 16



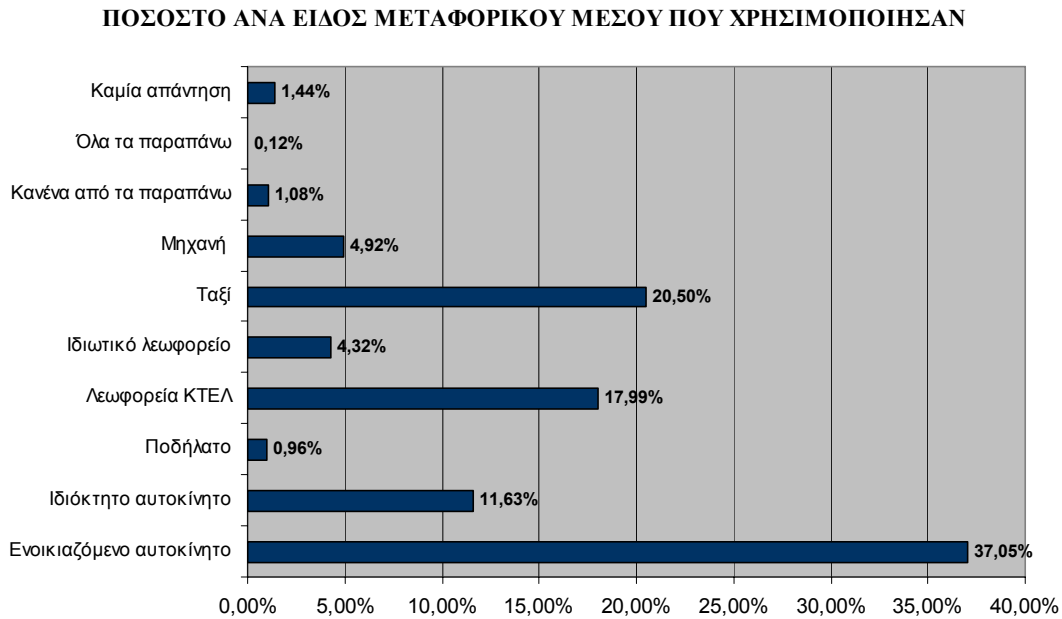
5.2.14 Είδη μεταφοράς που χρησιμοποίησαν και πόσο ευχαριστημένοι έμειναν με τα μέσα συγκοινωνίας και το οδικό δίκτυο

Το 37,05% των απαντήσεων της ερώτησης δείχνει ότι κατά την διάρκεια των διακοπών τους στην Κρήτη οι τουρίστες χρησιμοποίησαν κυρίως ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο για την μεταφορά τους.

Στη δεύτερη θέση με ποσοστό 20,50% (171 απαντήσεις) βρίσκονται τα ταξί ενώ στην τρίτη θέση με ποσοστό 17,99% (150 απαντήσεις) είναι τα λεωφορεία ΚΤΕΛ.

Ακολουθούν: το ιδιόκτητο αυτοκίνητο με ποσοστό 11,63% (97 απαντήσεις), η μηχανή με ποσοστό 4,92% (41 απαντήσεις), τα ιδιωτικά λεωφορεία με ποσοστό 4,32% (36 απαντήσεις), καμία απάντηση με ποσοστό 1,44% (12 ερωτηματολόγια), κανένα από τα μεταφορικό μέσο της ερώτησης με ποσοστό 1,08% (9 απαντήσεις), το ποδήλατο με ποσοστό 0,96% (8 απαντήσεις) και όλα τα μέσα μεταφοράς της ερώτησης με ποσοστό 0,12% (1 απάντηση).

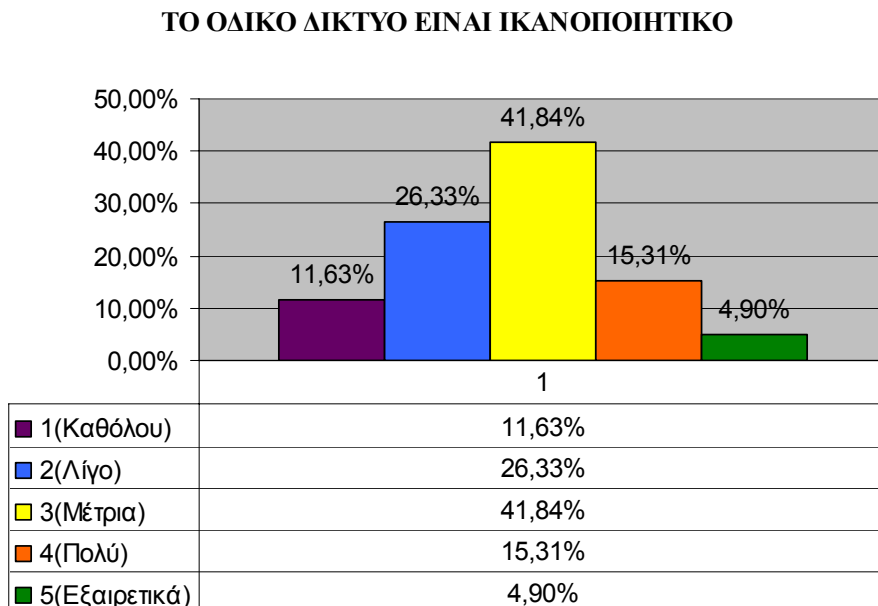
Γράφημα 5.2.14α Ερώτηση 18



Όσον αφορά το πόσο ικανοποιητικό θεωρούν το οδικό δίκτυο, το 41,84% των ερωτηθέντων που απάντησε στην ερώτηση πιστεύει ότι το οδικό δίκτυο είναι μέτριο.

Το 26,33% απάντησε ότι το οδικό δίκτυο είναι λίγο ικανοποιητικό, το 15,31% απάντησε ότι είναι πολύ ικανοποιητικό, το 11,63 απάντησε ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιητικό ενώ το 4,90% θεωρεί το οδικό δίκτυο εξαιρετικό.

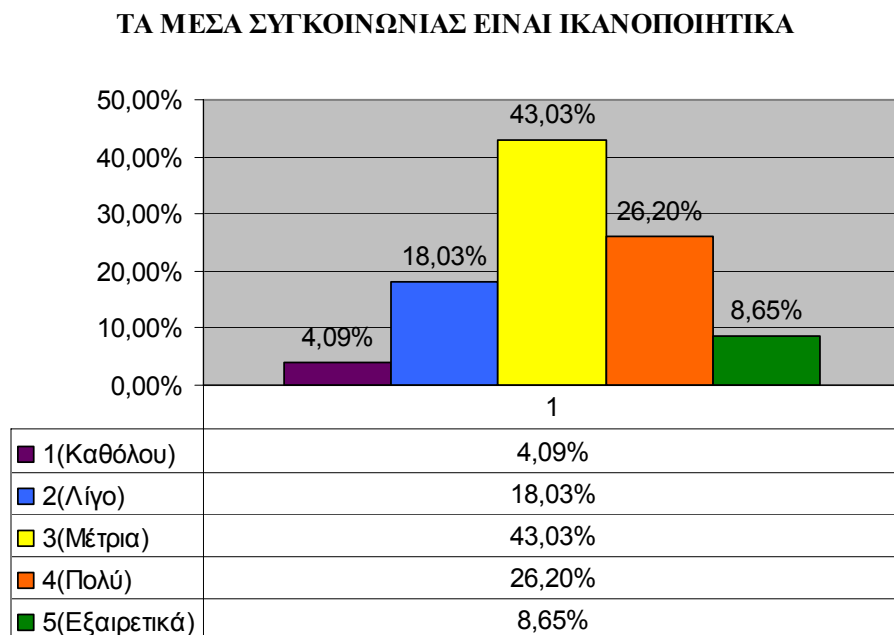
Γράφημα 5.2.14β Ερώτηση 32δ



Μέτρια προς θετική εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις ως προς την ικανοποίηση των μέσων συγκοινωνίας.

Το 43,03% των απαντήσεων δείχνουν ότι τα μέσα συγκοινωνίας είναι μέτρια, το 26,20% απάντησε ότι είναι πολύ ικανοποιητικά, το 18,03% απάντησε ότι είναι λίγο ικανοποιητικά, το 8,65% απάντησε ότι είναι εξαιρετικά ενώ την τελευταία θέση με 4,09% απάντησαν ότι δεν είναι καθόλου ικανοποιητικά.

Γράφημα 5.2.14γ Ερώτηση 32ζ

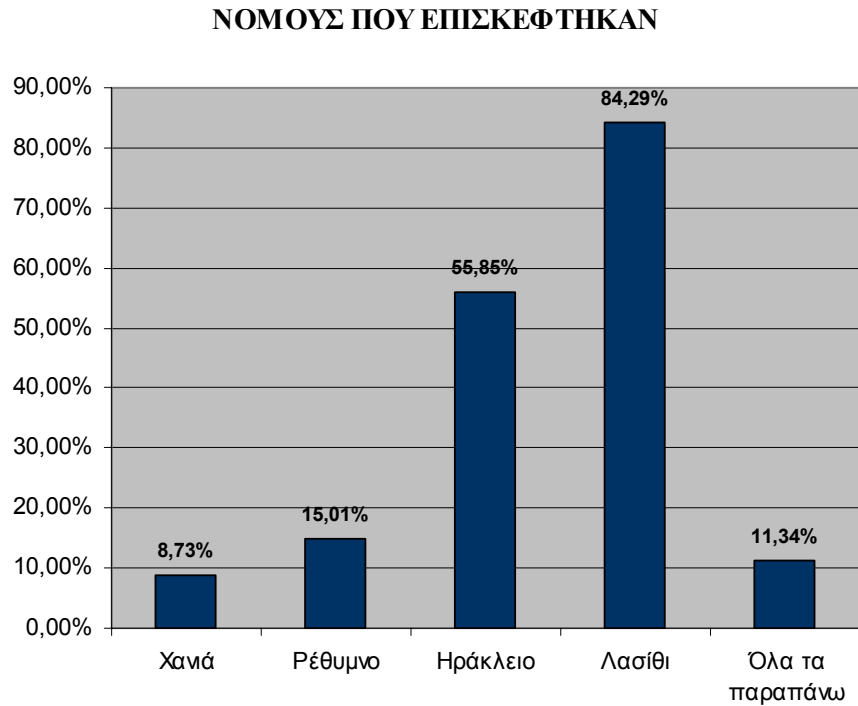


5.2.15 Νομούς της Κρήτης που επισκέφτηκαν

Την ερώτηση 19 απάντησαν 573 τουρίστες από τους οποίους βγάλαμε τα παρακάτω αποτελέσματα.

Το 84,29% των ερωτηθέντων είχε επισκεφτεί το νομό Λασιθίου, το 55,85% είχε επισκεφτεί το νομό Ηρακλείου, το 15,01% είχε επισκεφτεί το νομό Ρεθύμνου, το 11,34% επισκέφτηκε όλους τους νομούς της Κρήτης και το 8,73% είχε επισκεφτεί το νομό Χανίων.

Γράφημα 5.2.15 Ερώτηση 19



5.2.16 Εναλλακτικός τουρισμός

Στο ερωτηματολόγιο υπήρχαν 2 ερωτήσεις που αφορούσαν συγκεκριμένα τον εναλλακτικό τουρισμό και τις διάφορες μορφές του.

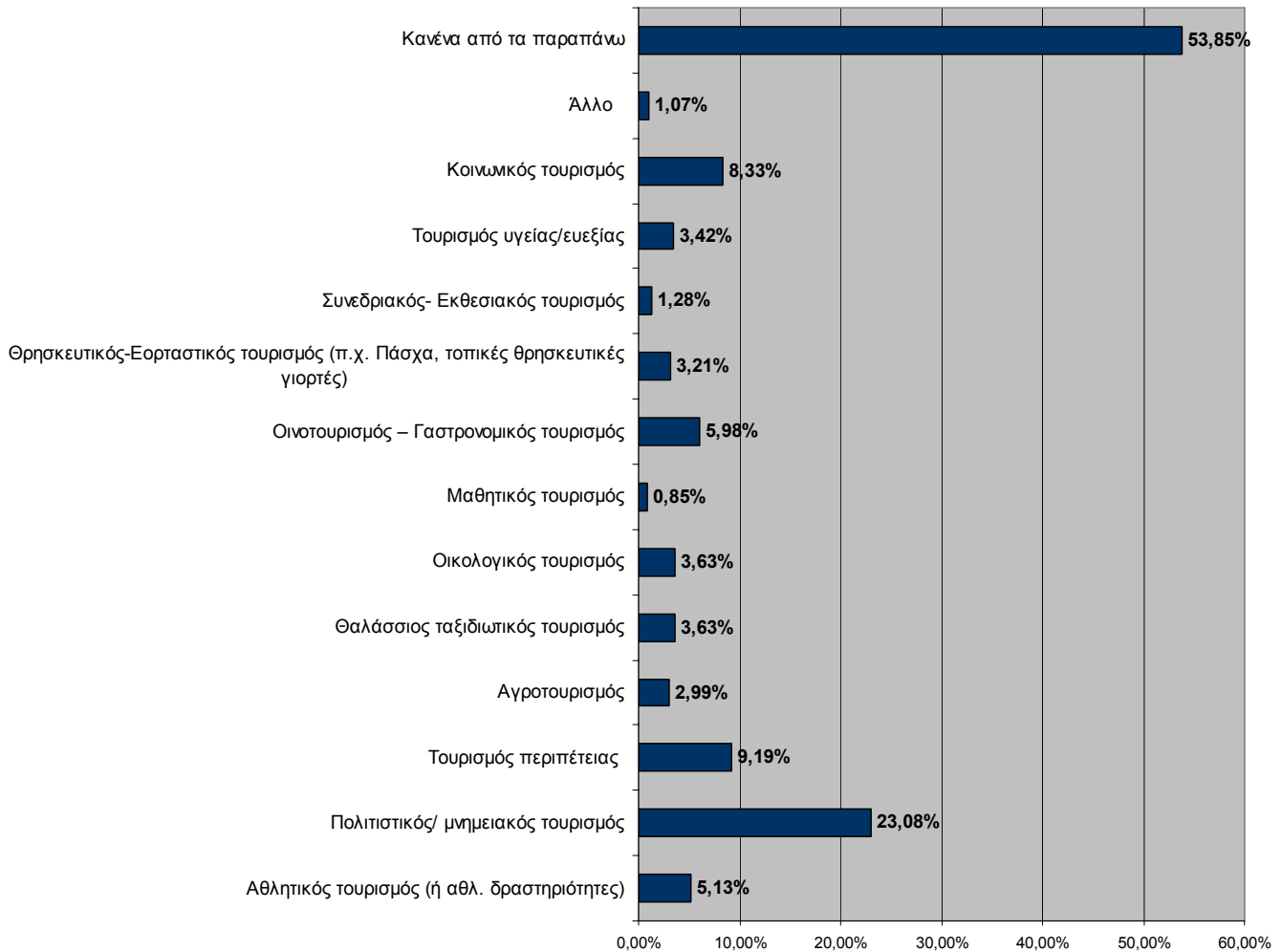
Την ερώτηση 20 απάντησαν 468 τουρίστες (78% του δείγματος) ενώ την ερώτηση 21 απάντησαν 438 τουρίστες (73,00% του δείγματος), τα παρακάτω αποτελέσματα προκύπτουν από αυτούς που απάντησαν στις ερωτήσεις.

Η ερώτηση 20 αποσκοπούσε στο να μάθουμε εάν οι τουρίστες γνώριζαν την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού και εάν οι διακοπές τους ήταν ή περιλάμβαναν δραστηριότητες εναλλακτικού τουρισμού.

Το 53,85% (252 απαντήσεις) δεν είχε έρθει στην Κρήτη στα πλαίσια ενός προγράμματος εναλλακτικού τουρισμού ενώ μόλις το 23,08% (108 απαντήσεις) είχε έρθει ή συμμετείχε σε δραστηριότητες του πολιτιστικού/μνημειακού τουρισμού.

Γράφημα 5.2.16α Ερώτηση 20

ΕΙΔΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (με τα οποία ήρθαν ή στα οποία συμμετείχαν)



Όσον αφορά ποιο είδος εναλλακτικού τουρισμού θα ήθελαν να βιώσουν ή να αναπτυχθεί στο νομό Λασιθίου, το 26,03% (114 απαντήσεις) απάντησε ότι δεν ήθελε κανένα από τα είδη που αναφερόντουσαν στις υπάρχουσες απαντήσεις.

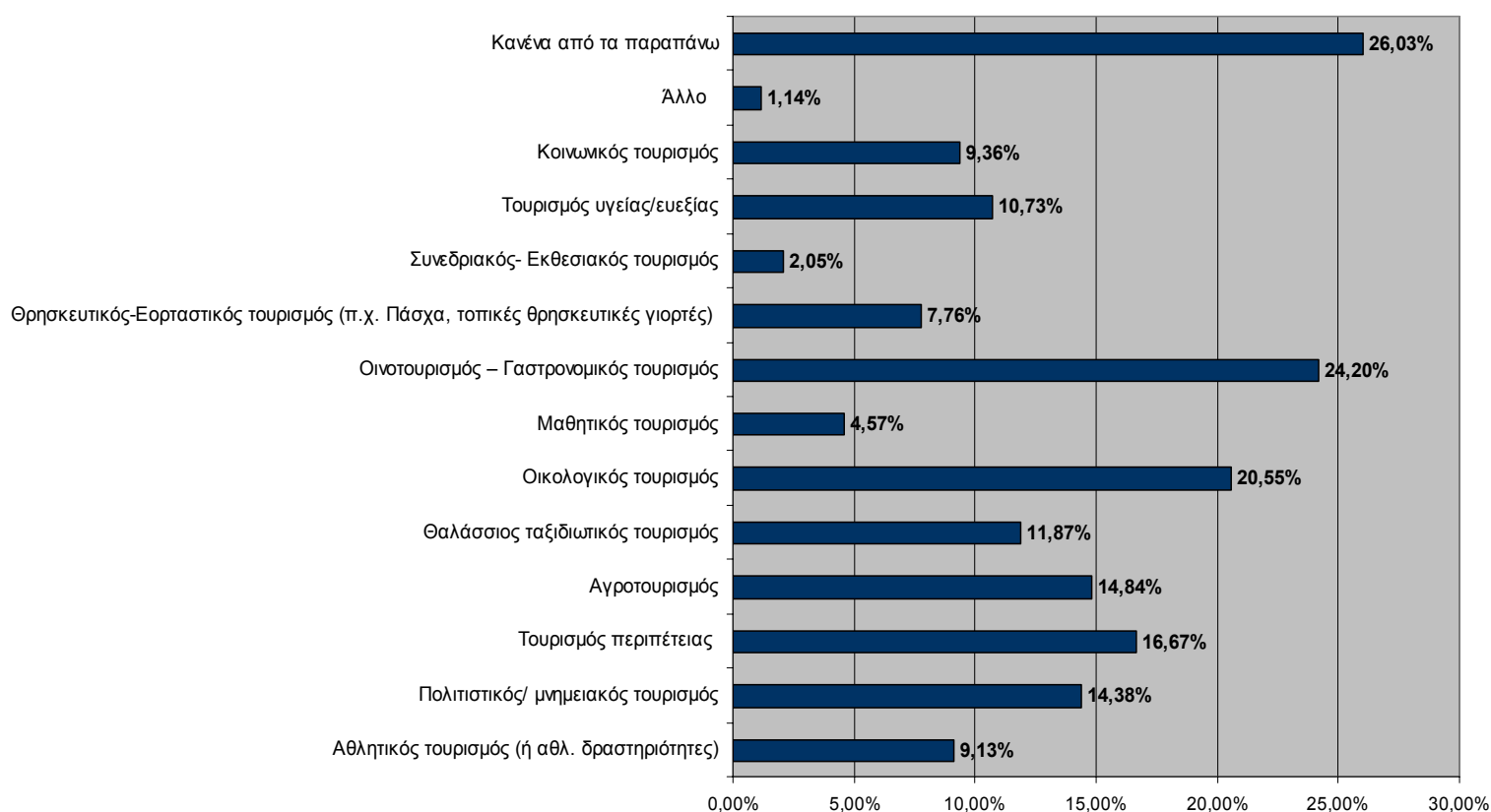
Μεγάλο ποσοστό συγκέντρωσε ο οινοτουρισμός και γαστρονομικός τουρισμός 24,20% με 106 απαντήσεις και ο οικολογικός τουρισμός με ποσοστό 20,55% (90 απαντήσεις).

Ακολουθούν ο τουρισμός περιπέτειας με 73 απαντήσεις (16,67%), ο αγροτουρισμός με 65 απαντήσεις (14,84%), ο πολιτιστικός/μνημειακός τουρισμός με 63 απαντήσεις (14,38%), ο θαλάσσιος ταξιδιωτικός τουρισμός με 52 απαντήσεις (11,87%), ο τουρισμός υγείας και ευεξίας με 47 απαντήσεις (10,73%), ο κοινωνικός τουρισμός με 41 απαντήσεις

(9,36%), ο αθλητικός τουρισμός με 40 απαντήσεις (9,13%), ο θρησκευτικός – εορταστικός τουρισμός με 34 απαντήσεις (7,76%), ο μαθητικός τουρισμός με 20 απαντήσεις (4,57%), ο συνεδριακός – εκθεσιακός τουρισμός με 9 απαντήσεις (2,05%) και τέλος η απάντηση ‘Άλλο’ με 5 απαντήσεις (1,14%).

Γράφημα 5.2.16β Ερώτηση 21

ΕΙΔΟΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΘΑ ΗΘΕΛΑΝ ΝΑ ΒΙΩΣΟΥΝ Ή ΝΑ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ



5.2.17 Θρησκευτικός τουρισμός

Στο ερωτηματολόγιο προσθέσαμε 2 ερωτήσεις κλίμακας από το 1 έως το 5 που αφορούν συγκεκριμένα τον θρησκευτικό τουρισμό. Οι ερωτήσεις αυτές είχαν ως σκοπό να δούμε κατά πόσο έμειναν ικανοποιημένοι και εντυπωσιασμένοι οι επισκέπτες των θρησκευτικών μνημείων του νομού Λασιθίου με τους εσωτερικούς, εξωτερικούς χώρους

και άλλα χαρακτηριστικά που αφορούν τα μνημεία όπως για παράδειγμα το κόστος, το ωράριο κ.α.

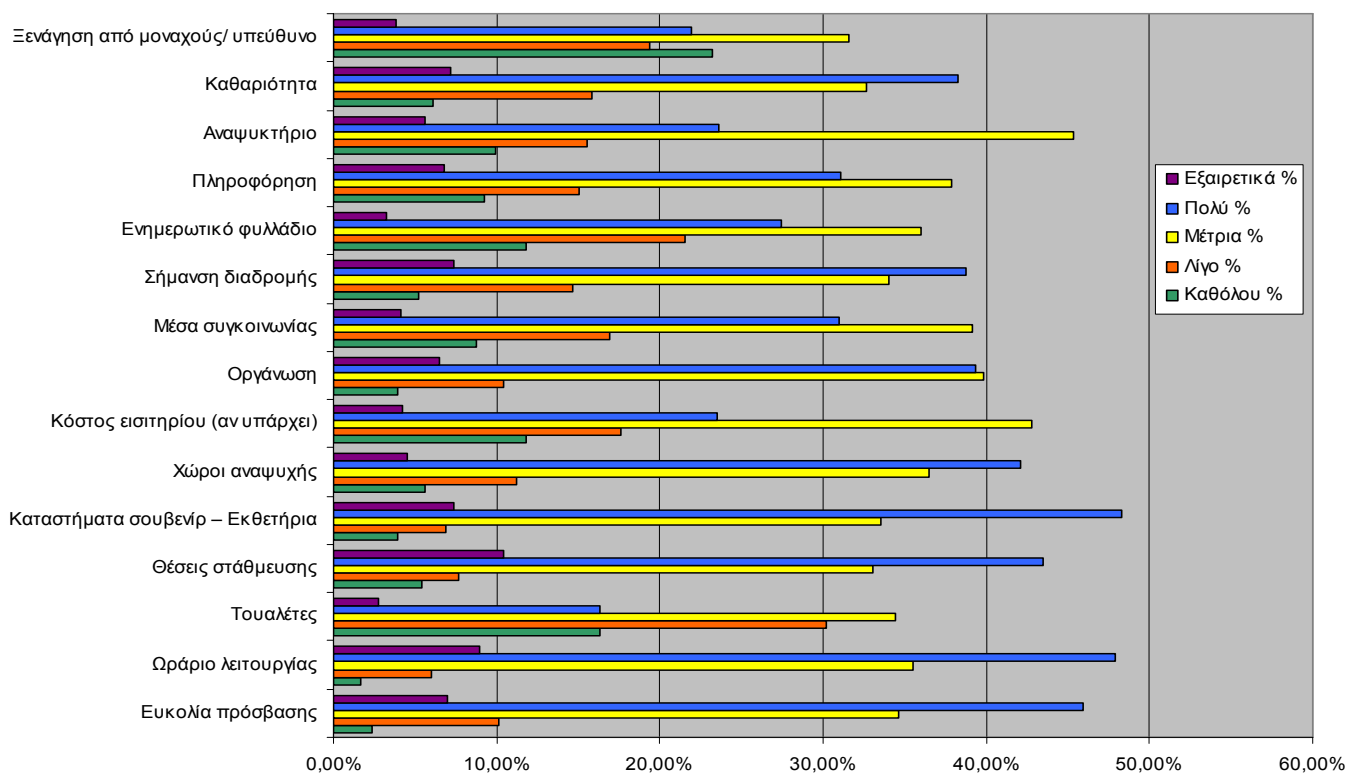
Την ερώτηση 22 απάντησαν 282 τουρίστες δηλαδή το 47,00% του δείγματος ενώ την ερώτηση 23 απάντησαν 265 τουρίστες δηλαδή το 44,17% του δείγματος. Τα παρακάτω αποτελέσματα προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν.

Θετική εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις των τουριστών ως προς τις θέσεις στάθμευσης (43,44% ήταν πολύ ικανοποιημένοι), τα καταστήματα σουβενίρ και εκθετήρια που υπήρχαν στους χώρους (48,28% ήταν πολύ ικανοποιημένοι), το ωράριο λειτουργίας (47,86% ήταν πολύ ικανοποιημένοι) και την ευκολία πρόσβασης (45,91% ήταν πολύ ικανοποιημένοι).

Αρνητική εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις ως προς την ξενάγηση από μοναχούς ή από τον υπεύθυνο του χώρου (23,23% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι), τις τουαλέτες (16,28% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι), το ενημερωτικό φυλλάδιο (11,83% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι) και το κόστος του εισιτηρίου (11,76% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι).

Γράφημα 5.2.17α Ερώτηση 22

ΠΟΣΟΣΤΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ

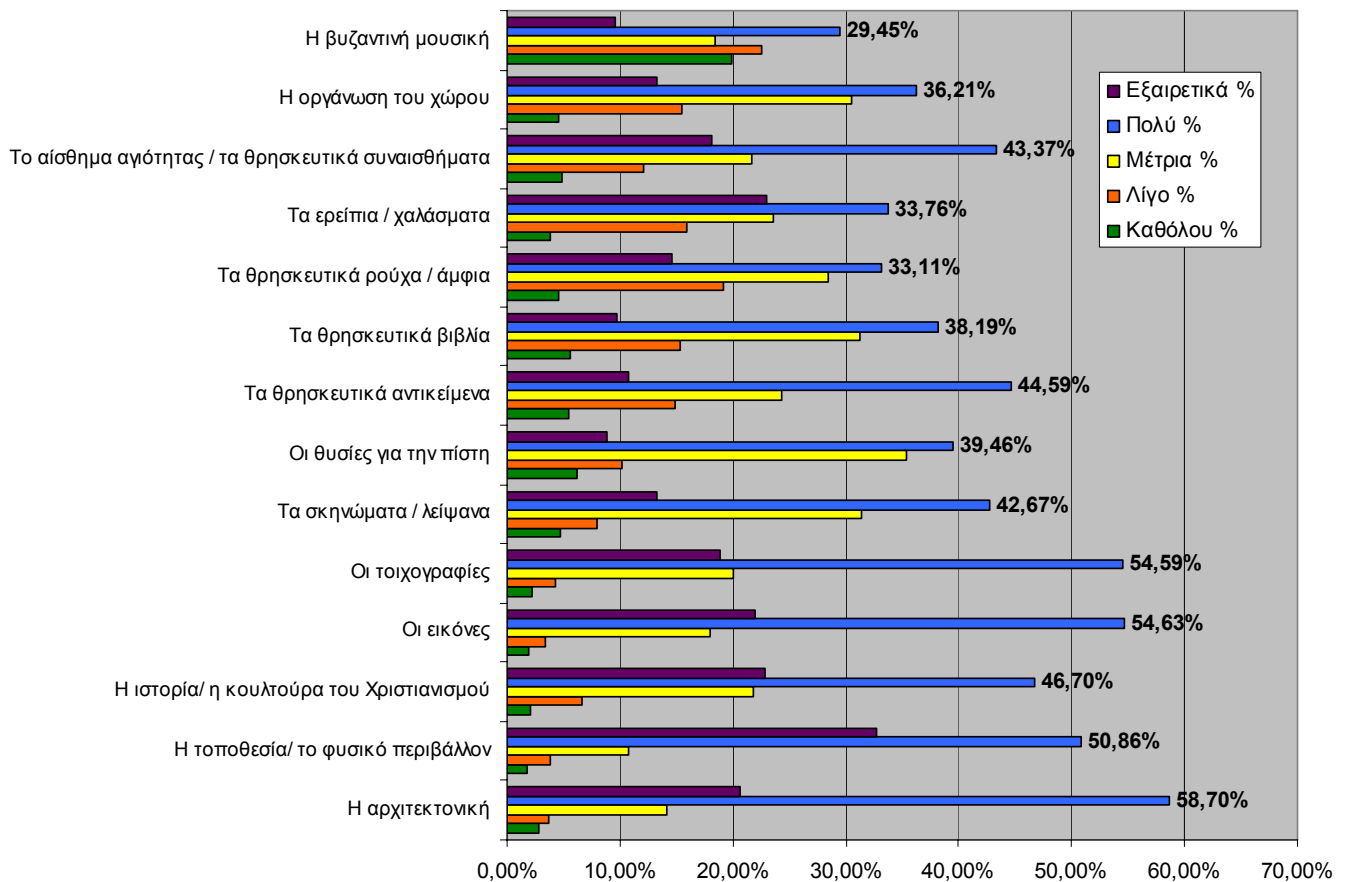


ΕΚΚΛΗΣΙΑΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	1(Καθόλου)	ΠΟΣΟΣΤΟ	2(Λίγο)	ΠΟΣΟΣΤΟ	3(Μέτρια)	ΠΟΣΟΣΤΟ	4(Πολύ)	ΠΟΣΟΣΤΟ	5(Εξαιρετικά)	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ευκολία πρόσβασης	6	2,33%	26	10,12%	89	34,63%	89	45,91%	118	7,00%
Ωράριο λειτουργίας	4	1,71%	14	5,98%	83	35,47%	112	47,86%	21	8,97%
Τουαλέτες	35	16,28%	65	30,23%	74	34,42%	35	16,28%	6	2,79%
Θέσεις στάθμευσης	12	5,43%	17	7,69%	73	33,03%	96	43,44%	23	10,41%
Καταστήματα σουβενίρ – Εκθετήρια	8	3,94%	14	6,90%	68	33,50%	98	48,28%	15	7,39%
Χώροι αναψυχής	10	5,62%	20	11,24%	65	36,52%	75	42,13%	8	4,49%
Κόστος εισιτηρίου (αν υπάρχει)	22	11,76%	33	17,65%	80	42,78%	44	23,53%	8	4,28%
Οργάνωση	8	3,98%	21	10,45%	80	39,80%	79	39,30%	13	6,47%
Μέσα συγκοινωνίας	15	8,77%	29	16,96%	67	39,18%	53	30,99%	7	4,09%
Σήμανση διαδρομής	10	5,24%	28	14,66%	65	34,03%	74	38,74%	14	7,33%
Ενημερωτικό φυλλάδιο	22	11,83%	40	21,51%	67	36,02%	51	27,42%	6	3,23%
Πληροφόρηση	19	9,22%	31	15,05%	78	37,86%	64	31,07%	14	6,80%
Αναψυκτήριο	16	9,94%	25	15,53%	73	45,34%	38	23,60%	9	5,59%
Καθαριότητα	12	6,12%	31	15,82%	64	32,65%	75	38,27%	14	7,14%
Ξεμάγνηση από μοναχούς/ υπεύθυνο	36	23,23%	30	19,35%	49	31,61%	34	21,94%	6	3,87%

Θετική εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις των επισκεπτών ως προς την εντύπωση που τους άφησαν τα στοιχεία του πίνακα.

Γράφημα 5.2.17β Ερώτηση 23

ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΤΥΠΩΣΗΣ ΜΕ ΤΑ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΑ ΜΝΗΜΕΙΑ



Πίνακας 5.2.17β Ποσοστό εντύπωσης με τα εκκλησιαστικά στοιχεία

ΕΚΚΛΗΣΙΑΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ-ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΤΥΠΩΣΗΣ	1 (Καθόλου)	Ποσοστό	2 (Λίγο)	Ποσοστό	3 (Μέτρια)	Ποσοστό	4 (Πολύ)	Ποσοστό	5 (Εξαιρετικά)	Ποσοστό
Η αρχιτεκτονική	7	2,83%	9	3,64%	35	14,17%	145	58,70%	51	20,65%
Η τοποθεσία/ το φυσικό περιβάλλον	4	1,72%	9	3,88%	25	10,78%	118	50,86%	76	32,76%
Η ιστορία/ η κουλτούρα του Χριστιανισμού	4	2,03%	13	6,60%	43	21,83%	92	46,70%	45	22,84%
Οι εικόνες	4	1,95%	7	3,41%	37	18,05%	112	54,63%	45	21,95%
Οι τοιχογραφίες	4	2,16%	8	4,32%	37	20,00%	101	54,59%	35	18,92%
Τα σκηνώματα / λείψανα	7	4,67%	12	8,00%	47	31,33%	64	42,67%	20	13,33%
Οι θυσίες για την πίστη	9	6,12%	15	10,20%	52	35,37%	58	39,46%	13	8,84%
Τα θρησκευτικά αντικείμενα	8	5,41%	22	14,86%	36	24,32%	66	44,59%	16	10,81%
Τα θρησκευτικά βιβλία	8	5,56%	22	15,28%	45	31,25%	55	38,19%	14	9,72%
Τα θρησκευτικά ρούχα / άμφια	7	4,64%	29	19,21%	43	28,48%	50	33,11%	22	14,57%
Τα ερείπια / χαλάσματα	6	3,82%	25	15,92%	37	23,57%	53	33,76%	36	22,93%
Το αίσθημα αγιότητας / τα θρησκευτικά συναισθήματα	8	4,82%	20	12,05%	36	21,69%	72	43,37%	30	18,07%
Η οργάνωση του χώρου	8	4,60%	27	15,52%	53	30,46%	63	36,21%	23	13,22%
Η βυζαντινή μουσική	29	19,86%	33	22,60%	27	18,49%	43	29,45%	14	9,59%

5.2.18 Αθλητικός τουρισμός σε σχέση με το φύλο

Η ερώτηση 25 αφορούσε τον αθλητικό τουρισμό και τι ποσοστό των ερωτηθέντων θα ήθελε να παρακολουθήσει ή να συμμετάσχει σε κάποια αθλήματα.

Τα παρακάτω αποτελέσματα αφορούν τα ερωτηματολόγια στα οποία απαντήθηκε η ερώτηση.

Όσον αφορά ποια αθλήματα θα ήθελαν να παρακολουθήσουν, συνολικά απάντησαν 345 ερωτηθέντες.

Τα αθλήματα ανά σειρά προτίμησης είναι:

Πίνακας 5.2.18α Αθλήματα με σειρά προτίμησης παρακολούθησης

ΑΘΛΗΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΝΔΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1.Ποδόσφαιρο	168	48,70%	118	34,20%	50	14,49%
7.Beach Volleyball	85	24,64%	47	13,62%	38	11,01%
4.Μπάσκετ	81	23,48%	54	15,65%	27	7,83%
20.Ιστοπλοία	76	22,03%	37	10,72%	39	11,30%
21.Ιστιοσανίδα	67	19,42%	36	10,43%	31	8,99%
13.Τένις	66	19,13%	35	10,14%	31	8,99%
23.Water polo	66	19,13%	34	9,86%	32	9,28%
16.Πάλη	62	17,97%	37	10,72%	25	7,25%
3.Beach soccer	58	16,81%	30	8,70%	28	8,12%
6.Βόλει	52	15,07%	32	9,28%	20	5,80%
29.Μότο κρος	52	15,07%	32	9,28%	20	5,80%
17.Tae Kwon Do	51	14,78%	33	9,57%	18	5,22%
31.Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας:αυτοκίνητα	51	14,78%	32	9,28%	19	5,51%
32.Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας:μηχανές	44	12,75%	29	8,41%	15	4,35%
34.Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου : μηχανές	42	12,17%	30	8,70%	12	3,48%
22.Κολύμβηση	41	11,88%	16	4,64%	25	7,25%
28.Αγώνες 4x4	39	11,30%	24	6,96%	15	4,35%
2.Μίνι ποδόσφαιρο	38	11,01%	24	6,96%	14	4,06%
18.Ποδηλασία:ποδηλατικοί γύροι	37	10,72%	22	6,38%	15	4,35%
19.Ποδηλασία:αναβάσεις/διαδρομές βουνού	37	10,72%	21	6,09%	16	4,64%
15.Αρση βαρών	36	10,43%	25	7,25%	11	3,19%
33.Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου: αυτοκίνητα	36	10,43%	24	6,96%	12	3,48%
11.Αθλήματα δρόμου:μαραθώνιοι δρόμοι	35	10,14%	20	5,80%	15	4,35%
14.Στίβος	35	10,14%	22	6,38%	13	3,77%
24.Κωπηλασία	35	10,14%	19	5,51%	16	4,64%
5.Street basketball	34	9,86%	18	5,22%	16	4,64%
30.Αγώνες Κάρτ	34	9,86%	22	6,38%	12	3,48%
26.Πινγκ Πονγκ	33	9,57%	21	6,09%	12	3,48%

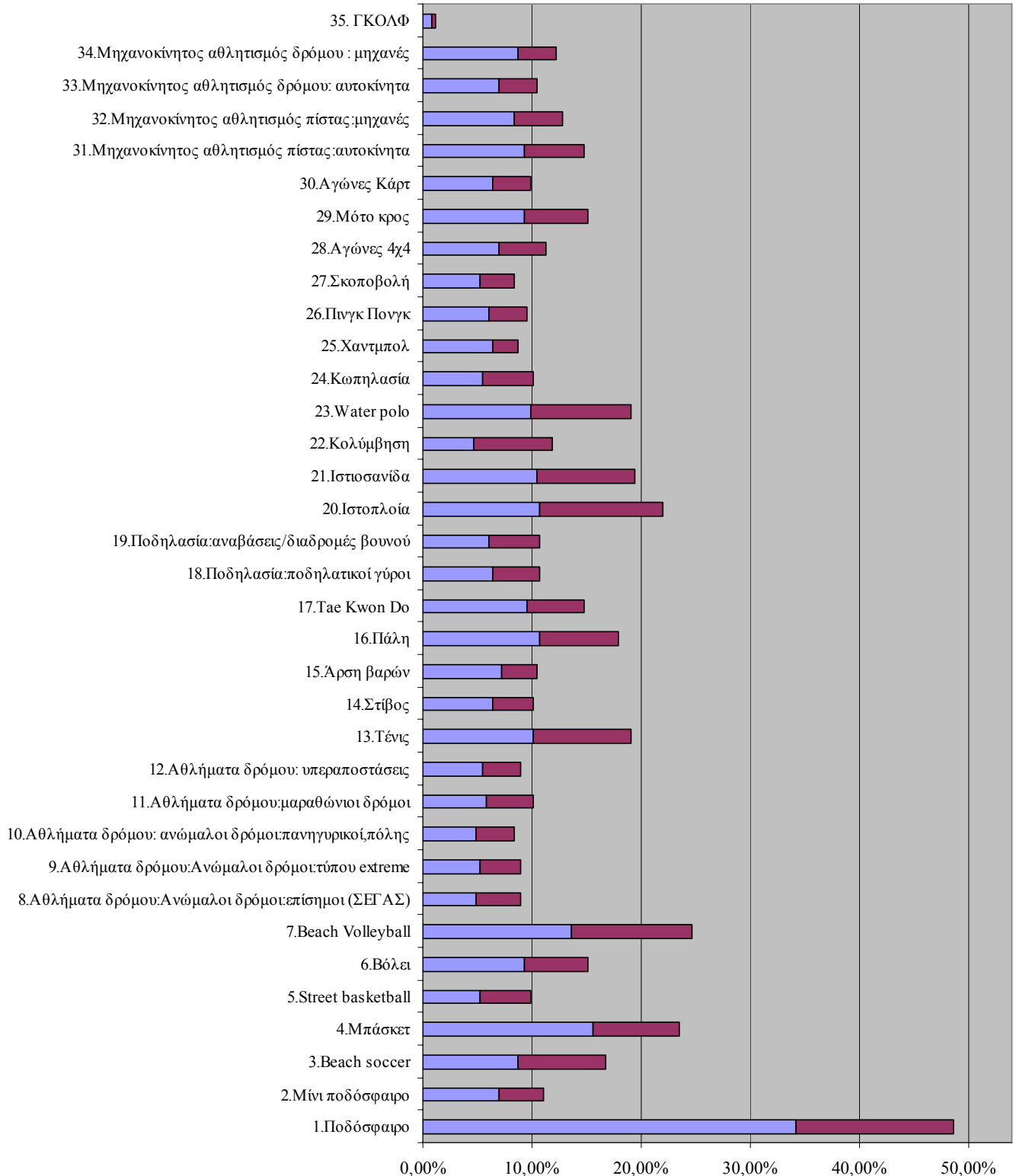
8.Αθλήματα δρόμου:Ανώμαλοι δρόμοι:επίσημοι (ΣΕΓΑΣ)	31	8,99%	17	4,93%	14	4,06%
9.Αθλήματα δρόμου:Ανώμαλοι δρόμοι:τύπου extreme	31	8,99%	18	5,22%	13	3,77%
12.Αθλήματα δρόμου: υπεραποστάσεις	31	8,99%	19	5,51%	12	3,48%
25.Χαντμπολ	30	8,70%	22	6,38%	8	2,32%
10.Αθλήματα δρόμου: ανώμαλοι δρόμοι:πανηγυρικοί, πόλης	29	8,41%	17	4,93%	12	3,48%
27.Σκοποβολή	29	8,41%	18	5,22%	11	3,19%
35. ΓΚΟΛΦ	4	1,16%	3	0,87%	1	0,29%

Τα 10 πιο δημοφιλή αθλήματα για παρακολούθηση στους άνδρες είναι το ποδόσφαιρο (34,20%), το μπάσκετ (15,65%), το beach volleyball (13,62%), η ιστιοπλοΐα (10,72%), η πάλη (10,72%), η ιστιοσανίδα (10,43%), το τένις (10,14%), το water polo (9,86%), το tae kwon do (9,57%) και το βόλεϊ (9,28%).

Για τις γυναίκες, τα 10 πιο δημοφιλή αθλήματα για παρακολούθηση είναι το ποδόσφαιρο (14,49%), η ιστιοπλοΐα (11,30%), το beach volleyball (11,01%), το water polo (9,28%), η ιστιοσανίδα (8,99%), το τένις (8,99%), το beach soccer (8,12%), το μπάσκετ (7,83%), η πάλη (7,25%) και η κολύμβηση (7,25%).

Γράφημα 5.2.18α Ερώτηση 25α

ΠΟΙΟ ΑΘΛΗΜΑ ΘΑ ΤΟΥΣ ΕΝΔΙΕΦΕΡΕ ΝΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΟΥΝ



Όσον αφορά σε ποια αθλήματα θα ήθελαν να συμμετάσχουν, συνολικά απάντησαν 305 τουρίστες.

Τα αθλήματα ανά σειρά προτίμησης είναι:

Πίνακας 5.2.18β Αθλήματα με σειρά προτίμησης συμμετοχής

ΑΘΛΗΜΑΤΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΝΔΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
22.Κολύμβηση	110	36,07%	59	19,34%	51	16,72%
7.Beach Volleyball	108	35,41%	57	18,69%	51	16,72%
1.Ποδόσφαιρο	73	23,93%	65	21,31%	8	2,62%
13.Τένις	66	21,64%	31	10,16%	35	11,48%
26.Πινγκ Πονγκ	61	20,00%	38	12,46%	23	7,54%
21.Ιστιοσανίδα	56	18,36%	38	12,46%	18	5,90%
6.Βόλει	55	18,03%	25	8,20%	30	9,84%
20.Ιστοπλοία	52	17,05%	31	10,16%	22	7,21%
30.Αγώνες Κάρτ	52	17,05%	37	12,13%	15	4,92%
4.Μπάσκετ	49	16,07%	35	11,48%	14	4,59%
3.Beach soccer	44	14,43%	37	12,13%	7	2,30%
28.Αγώνες 4x4	42	13,77%	29	9,51%	13	4,26%
2.Μίνι ποδόσφαιρο	41	13,44%	33	10,82%	8	2,62%
27.Σκοποβολή	39	12,79%	27	8,85%	12	3,93%
23.Water polo	35	11,48%	22	7,21%	13	4,26%
29.Μότο κρος	27	8,85%	19	6,23%	8	2,62%
31.Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας: αυτοκίνητα	25	8,20%	17	5,57%	8	2,62%
19.Ποδηλασία: αναβάσεις/διαδρομές βουνού	24	7,87%	12	3,93%	12	3,93%
18.Ποδηλασία: ποδηλατικοί γύροι	23	7,54%	11	3,61%	12	3,93%
25.Χαντμπολ	23	7,54%	12	3,93%	11	3,61%
5.Street basketball	22	7,21%	17	5,57%	5	1,64%
24.Κωπηλασία	21	6,89%	13	4,26%	8	2,62%
17.Tae Kwon Do	19	6,23%	13	4,26%	6	1,97%
33.Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου: αυτοκίνητα	17	5,57%	10	3,28%	7	2,30%
10.Αθλήματα δρόμου: ανώμαλοι δρόμοι: πανηγυρικοί, πόλης	15	4,92%	8	2,62%	7	2,30%
8.Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: επίσημοι (ΣΕΓΑΣ)	14	4,59%	8	2,62%	6	1,97%

9.Αθλήματα δρόμου:Ανώμαλοι δρόμοι:τύπου extreme	14	4,59%	9	2,95%	5	1,64%
32.Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας:μηχανές	12	3,93%	9	2,95%	3	0,98%
14.Στίβος	11	3,61%	5	1,64%	6	1,97%
34.Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου : μηχανές	10	3,28%	7	2,30%	3	0,98%
15.Άρση βαρών	8	2,62%	6	1,97%	2	0,66%
16.Πάλη	8	2,62%	7	2,30%	1	0,33%
11.Αθλήματα δρόμου:μαραθώνιοι δρόμοι	6	1,97%	3	0,98%	3	0,98%
12.Αθλήματα δρόμου: υπεραποστάσεις	4	1,31%	2	0,66%	2	0,66%
35. ΓΚΟΛΦ	1	0,33%	1	0,33%	0	0,00%

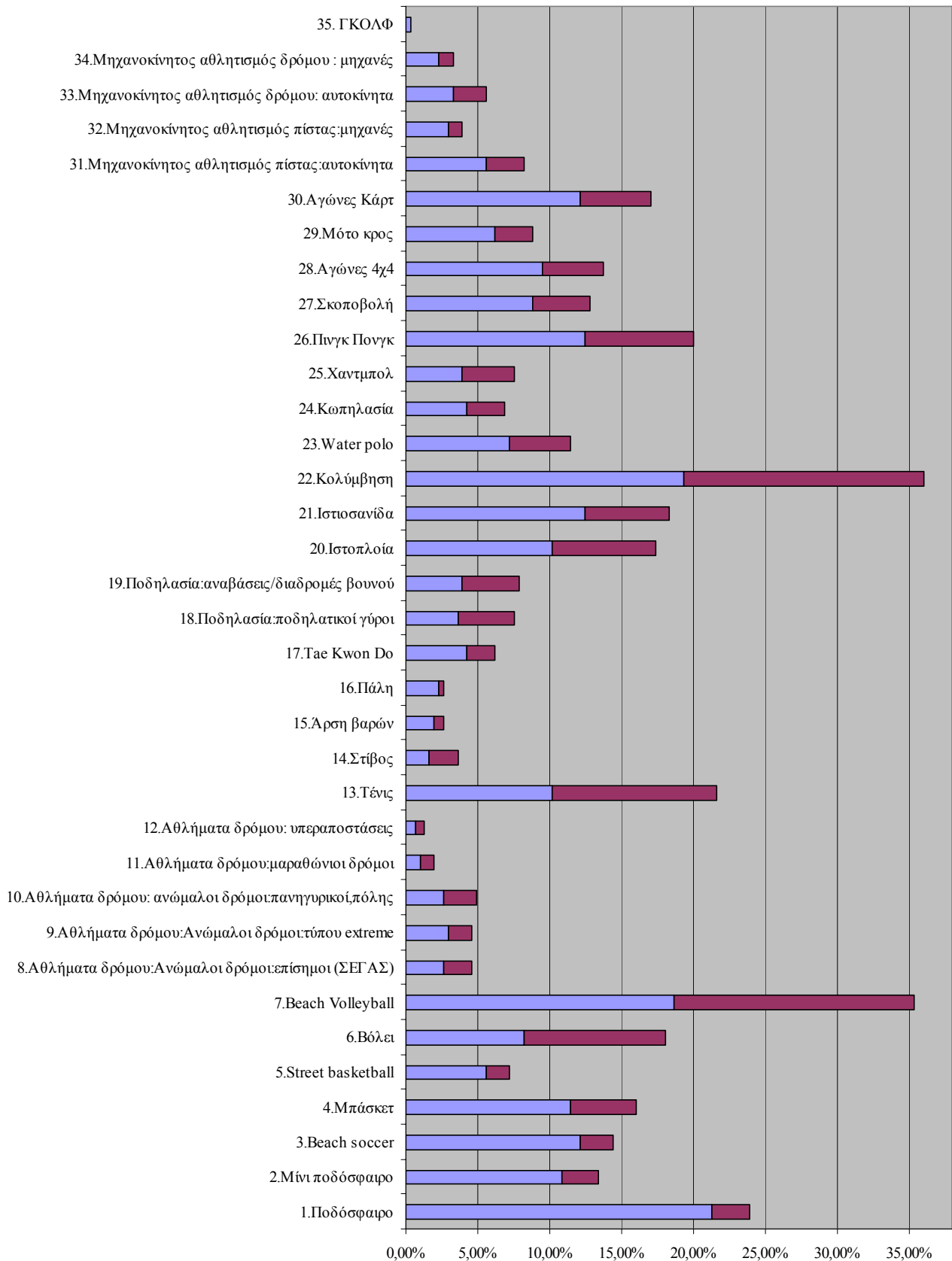
Τα 10 πιο δημοφιλή αθλήματα για συμμετοχή στους άνδρες είναι το ποδόσφαιρο (21,31%), η κολύμβηση (19,34%), το beach volleyball (18,69%), το πινγκ πονγκ (12,46%), η ιστιοσανίδα (12,46%), οι αγώνες καρτ (12,13%), το beach soccer (12,13%), το μπάσκετ (11,48%), το μίνι ποδόσφαιρο (10,82%) και το τένις (10,16%).

Τα 10 πιο δημοφιλή αθλήματα για συμμετοχή στις γυναίκες είναι η κολύμβηση (16,72%), το beach volleyball (16,72%), το τένις (11,48%), το βόλεϊ (9,48%), το πινγκ πονγκ (7,54%), η ιστιοπλοΐα (7,21%), η ιστιοσανίδα (5,90%), οι αγώνες καρτ (4,92%), το μπάσκετ (4,59%) και οι αγώνες αμαξιών 4x4 (4,26%).

Παρατηρούμε μικρές διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα στα αθλήματα που θα ήθελαν να συμμετάσχουν και να παρακολουθήσουν.

Γράφημα 5.2.18β Ερώτηση 25β

ΣΕ ΠΟΙΟ ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΘΑ ΗΘΕΛΑΝ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΟΥΝ



5.2.19 Τουρισμός περιπέτειας σε σχέση με το φύλο

Η ερώτηση 24 αφορούσε τον τουρισμό περιπέτειας και τι ποσοστό των ερωτηθέντων θα ήθελε να συμμετάσχει σε extreme sport ή να τα παρακολουθήσει.

Λόγω της μεγάλης έκτασης της ερώτησης και των ανθρώπων που δεν τους ενδιέφεραν τα extreme sport υπήρξαν αρκετοί που δεν απάντησαν την συγκεκριμένη ερώτηση.

Τα παρακάτω αποτελέσματα αφορούν τα ερωτηματολόγια στα οποία απαντήθηκε η ερώτηση.

Όσον αφορά ποια extreme sport θα τους ενδιέφερε να παρακολουθήσουν δεν απάντησαν 203 άνδρες και 156 γυναίκες άρα απάντησαν 118 άνδρες και 123 γυναίκες.

Το μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων είχε η Ιστιοπλοΐα με ποσοστό 11,26% και 77 απαντήσεις (31,36% άνδρες – 30,08% γυναίκες).

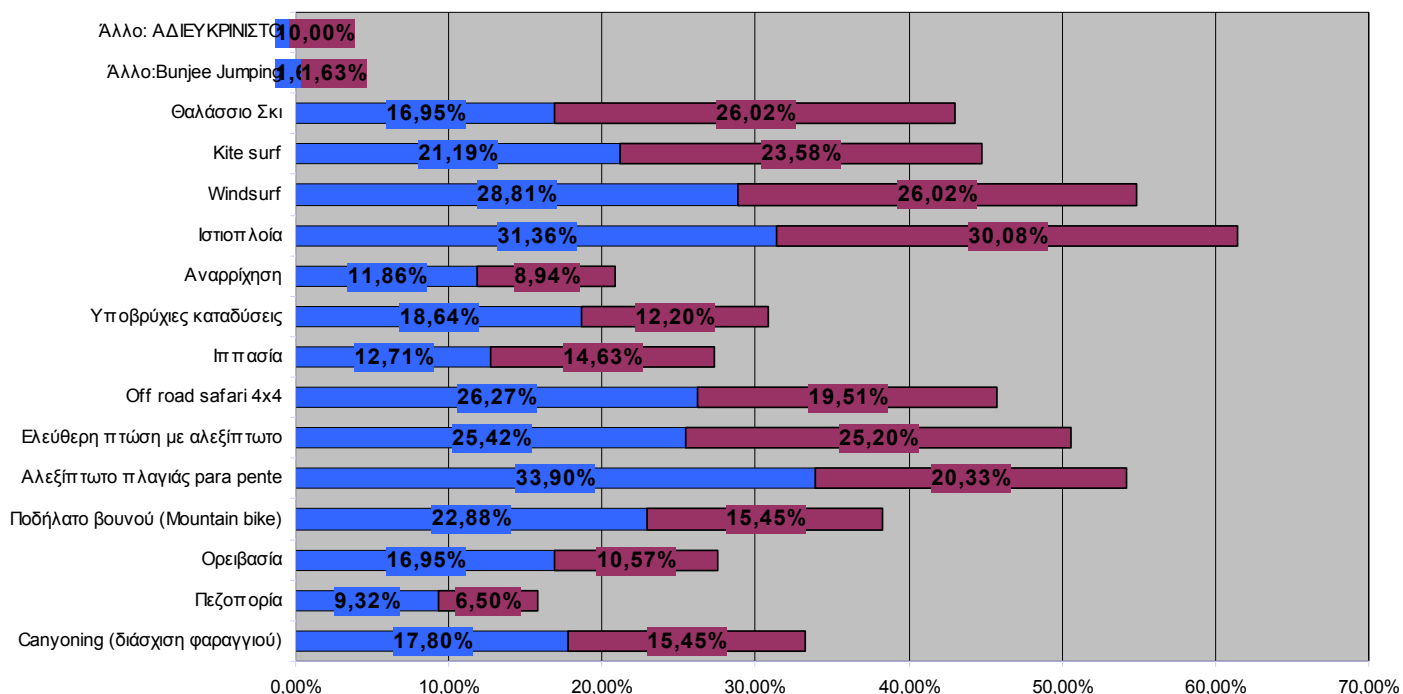
Στην δεύτερη θέση απαντήθηκε το Windsurf με ποσοστό 10,09% και 69 απαντήσεις (28,81% άνδρες – 26,02% γυναίκες), στην τρίτη θέση απαντήθηκε το αλεξίπτωτο πλαγιάς Para pente με ποσοστό 9,50% και 65 απαντήσεις (33,90% άνδρες – 20,33% γυναίκες).

Ακολουθούν: η ελεύθερη πτώση με αλεξίπτωτο με ποσοστό 8,92% και 61 απαντήσεις (25,42% άνδρες – 25,20% γυναίκες), το off road safari με ποσοστό 8,19% και 56 απαντήσεις (26,27% άνδρες – 19,51% γυναίκες), το kite surf με ποσοστό 8,19% και 56 απαντήσεις (21,19% άνδρες – 23,58% γυναίκες), το θαλάσσιο σκι με ποσοστό 7,75% και 53 απαντήσεις (16,95 % άνδρες – 26,02% γυναίκες), το ποδήλατο βουνού με ποσοστό 6,87% και 47 απαντήσεις (22,88% άνδρες – 15,45% γυναίκες), η διάσχιση φαραγγιού με ποσοστό 5,85% και 40 απαντήσεις (17,80% άνδρες – 15,45% γυναίκες), οι υποβρύχιες καταδύσεις με ποσοστό 5,85% και 40 απαντήσεις (18,64% άνδρες – 12,20% γυναίκες), η ορειβασία με ποσοστό 4,97% και 34 απαντήσεις (16,95% άνδρες – 10,57% γυναίκες), η ιππασία με ποσοστό 4,97% και 34 απαντήσεις (12,71% άνδρες – 14,63% γυναίκες), η αναρρίχηση με ποσοστό 3,80% και 26 απαντήσεις (11,86% άνδρες – 8,94% γυναίκες), η πεζοπορία με ποσοστό 2,92% και 20 απαντήσεις (9,32% άνδρες- 6,50% γυναίκες), το

bungee jumping με ποσοστό 0,58% και 4 απαντήσεις (1,69% άνδρες – 1,63% γυναίκες) και τέλος ένα ποσοστό 0,29% 2 αδιευκρίνιστων απαντήσεων.

Γράφημα 5.2.19α Ερώτηση 24α

ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ EXTREME SPORT ΘΑ ΣΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕ ΝΑ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΕΤΕ;



Όσον αφορά σε ποια extreme sport θα ήθελαν να συμμετάσχουν δεν απάντησαν 120 άνδρες και 104 γυναίκες άρα απάντησαν 201 άνδρες και 175 γυναίκες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων συγκέντρωσαν οι υποβρύχιες καταδύσεις με ποσοστό 15,38% και 190 απαντήσεις (56,22% άνδρες – 40,57% γυναίκες).

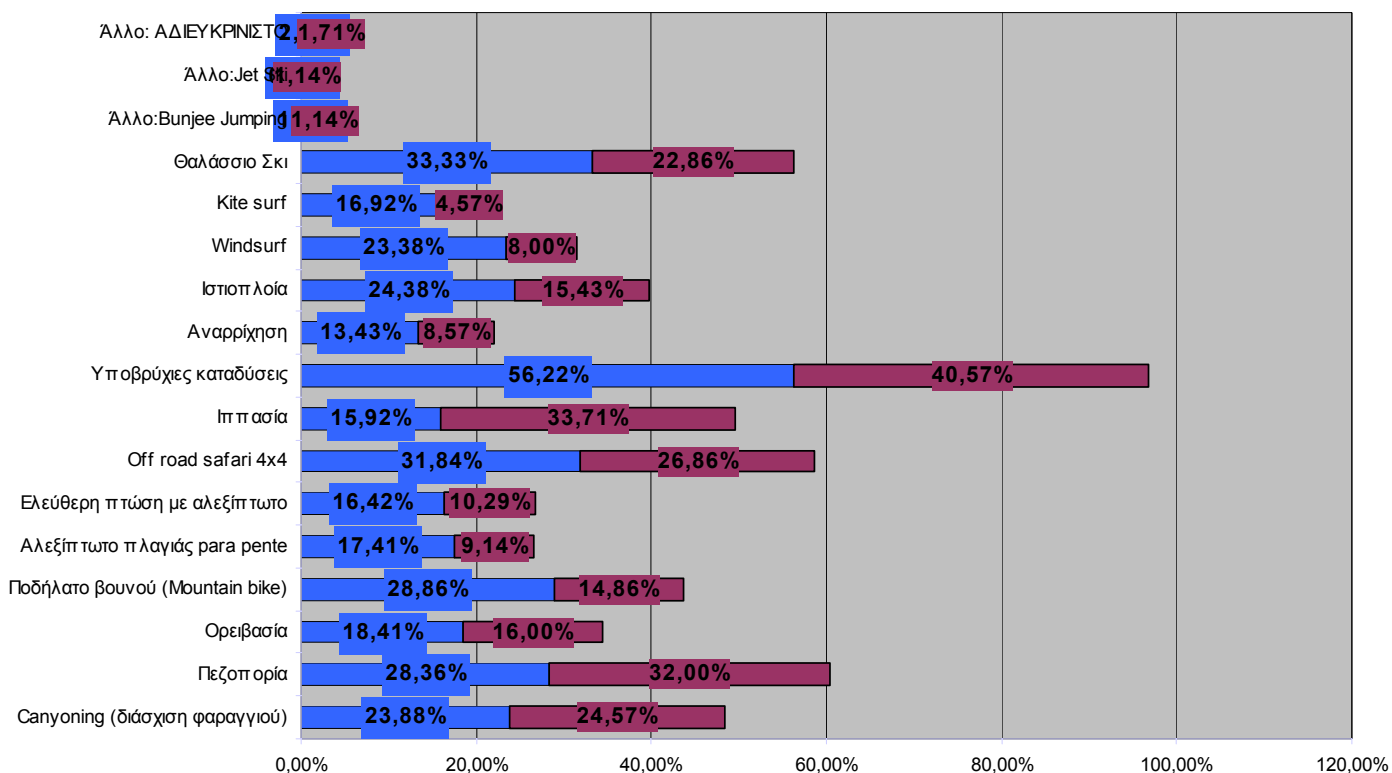
Στην δεύτερη θέση απαντήθηκε η πεζοπορία με ποσοστό 9,47% και 117 απαντήσεις (28,36% άνδρες – 32,00% γυναίκες) ενώ στην τρίτη θέση βρίσκουμε το off road safari με ποσοστό 9,31% και 115 απαντήσεις (31,84% άνδρες – 26,86% γυναίκες).

Ακολουθούν: το θαλάσσιο σκι με ποσοστό 8,99% και 111 απαντήσεις (33,33% άνδρες – 22,86% γυναίκες), η διάσχιση φαραγγιού με ποσοστό 7,85% και 97 απαντήσεις (23,88% άνδρες – 24,57% γυναίκες), η ιππασία με ποσοστό 7,58% και 97 απαντήσεις (15,92% άνδρες – 33,71% γυναίκες), το ποδήλατο βουνού με ποσοστό 7,13% και 88 απαντήσεις

(28,36% άνδρες – 14,86% γυναίκες), η ιστιοπλοΐα με 6,23% και 77 απαντήσεις (24,38% άνδρες – 15,43% γυναίκες), η ορειβασία με ποσοστό 5,51% και 68 απαντήσεις (18,41% άνδρες – 16,00% γυναίκες), το windsurf με ποσοστό 5,26% και 65 απαντήσεις (23,38% άνδρες – 8,00% γυναίκες), η ελεύθερη πτώση με αλεξίπτωτο με ποσοστό 4,37% και 54 απαντήσεις (16,42% άνδρες – 10,29% γυναίκες), το αλεξίπτωτο πλαγιάς Para pente με ποσοστό 4,29% και 53 απαντήσεις (17,41% άνδρες – 9,14% γυναίκες), η αναρρίχηση με ποσοστό 3,64% και 45 απαντήσεις (13,43% άνδρες – 8,57% γυναίκες), το kite surf με ποσοστό 3,56% και 44 απαντήσεις (16,92% άνδρες – 4,57% γυναίκες), το bungee jumping με ποσοστό 0,49% και 6 απαντήσεις (1,99 άνδρες – 1,14% γυναίκες), το jet ski με ποσοστό 0,16% και 2 απαντήσεις (0,00% άνδρες – 2,00% γυναίκες) και τέλος ένα ποσοστό 0,49% με 6 αδιευκρίνιστες απαντήσεις.

Γράφημα 5.2.19β Ερώτηση 24β

ΣΕ ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ EXTREME SPORT ΘΑ ΣΑΣ ΕΝΔΙΕΦΕΡΕ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΤΕ;



5.2.20 Δραστηριότητες και επισκέψεις κατά την παραμονή

Την ερώτηση 26 απάντησαν 511 τουρίστες δηλαδή το 85,17% του δείγματος ενώ την ερώτηση 27 απάντησαν 544 τουρίστες δηλαδή το 90,67% του δείγματος. Τα παρακάτω αποτελέσματα προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν.

Από 1 φορά επισκέφτηκαν:

35,81% αρχαιολογικούς χώρους (183 απαντήσεις), 22,90% ιστορικές τοποθεσίες (117 απαντήσεις), 22,70% εκκλησίες και μοναστήρια (116 απαντήσεις), 22,31% τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς (114 απαντήσεις), 16,44% παραδοσιακά χωριά (84 απαντήσεις), 10,96% κέντρα ευεξίας spa (56 απαντήσεις), 9,20% εκθέσεις (47 απαντήσεις)

Από 2 έως 4 φορές επισκέφτηκαν:

45,40% παραδοσιακά χωριά (232 απαντήσεις), 35,23% τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς (180 απαντήσεις), 34,64% εκκλησίες και μοναστήρια (177 απαντήσεις), 30,33% αρχαιολογικούς χώρους (155 απαντήσεις), 17,42% ιστορικές τοποθεσίες (89 απαντήσεις), 16,44% μουσεία (84 απαντήσεις), 4,31% εκθέσεις (22 απαντήσεις), 2,94% κέντρα ευεξίας spa (15 απαντήσεις)

Από 5 έως 7 φορές επισκέφτηκαν:

14,87% παραδοσιακά χωριά (76 απαντήσεις), 10,18% τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς (52 απαντήσεις), 3,72% εκκλησίες και μοναστήρια (19 απαντήσεις), 3,52% ιστορικές τοποθεσίες (18 απαντήσεις), 2,74% αρχαιολογικούς χώρους (14 απαντήσεις), 1,96% κέντρα ευεξίας spa (10 απαντήσεις), 1,17% μουσεία (6 απαντήσεις), 0,39% εκθέσεις (2 απαντήσεις)

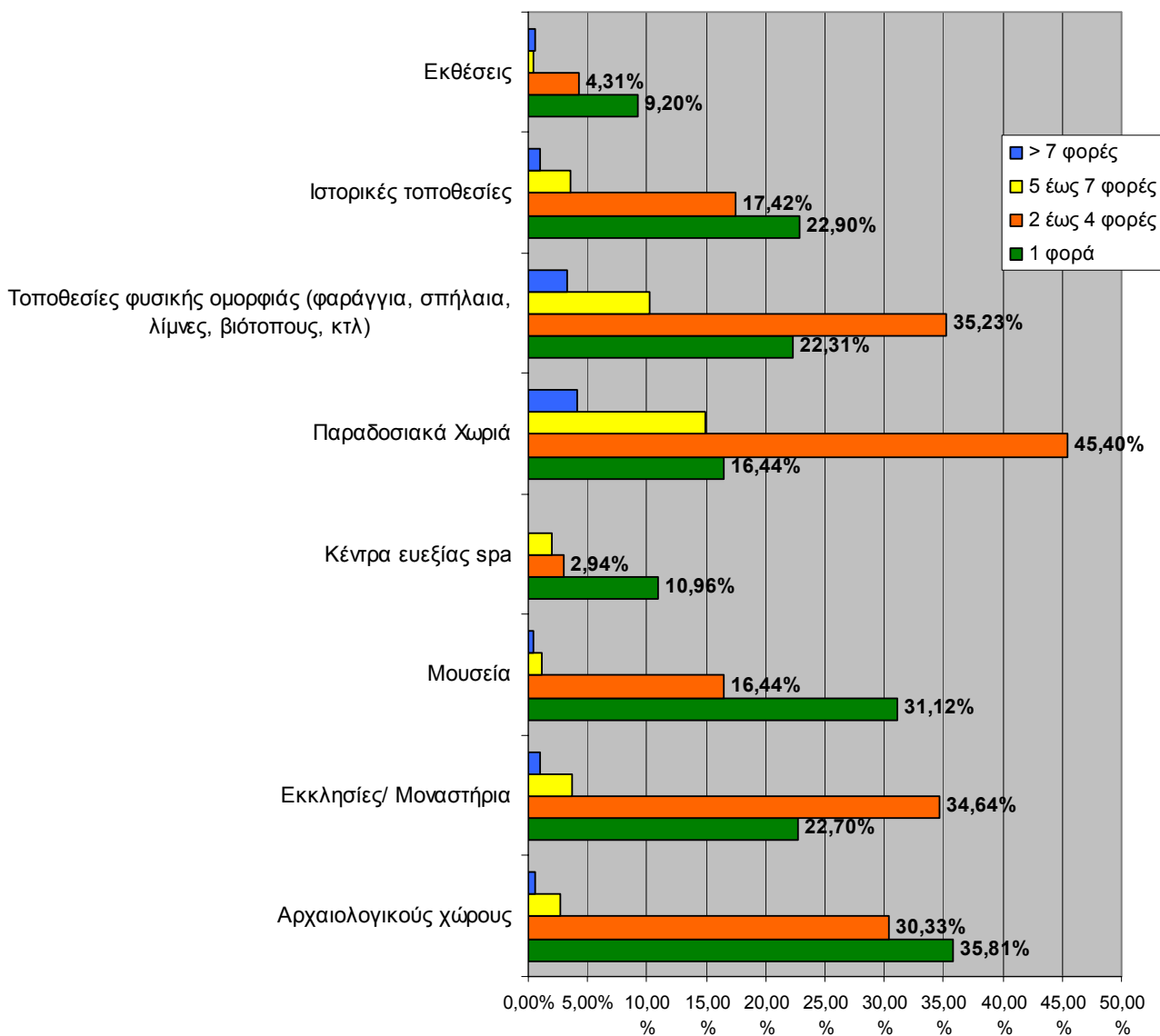
Πάνω από 7 φορές επισκέφτηκαν:

4,11% παραδοσιακά χωριά (21 απαντήσεις), 3,33% τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς (17 απαντήσεις), 0,98% ιστορικές τοποθεσίες (5 απαντήσεις), 0,98% εκκλησίες και μοναστήρια (5 απαντήσεις), 0,59% αρχαιολογικούς χώρους (3 απαντήσεις), 0,59%

εκθέσεις (3 απαντήσεις), 0,39% μουσεία (2 απαντήσεις), 0,20% κέντρα ευεξίας spa (1 απάντηση).

Γράφημα 5.2.20α Ερώτηση 26

ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΕΠΙΣΚΕΦΤΗΚΑΝ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ

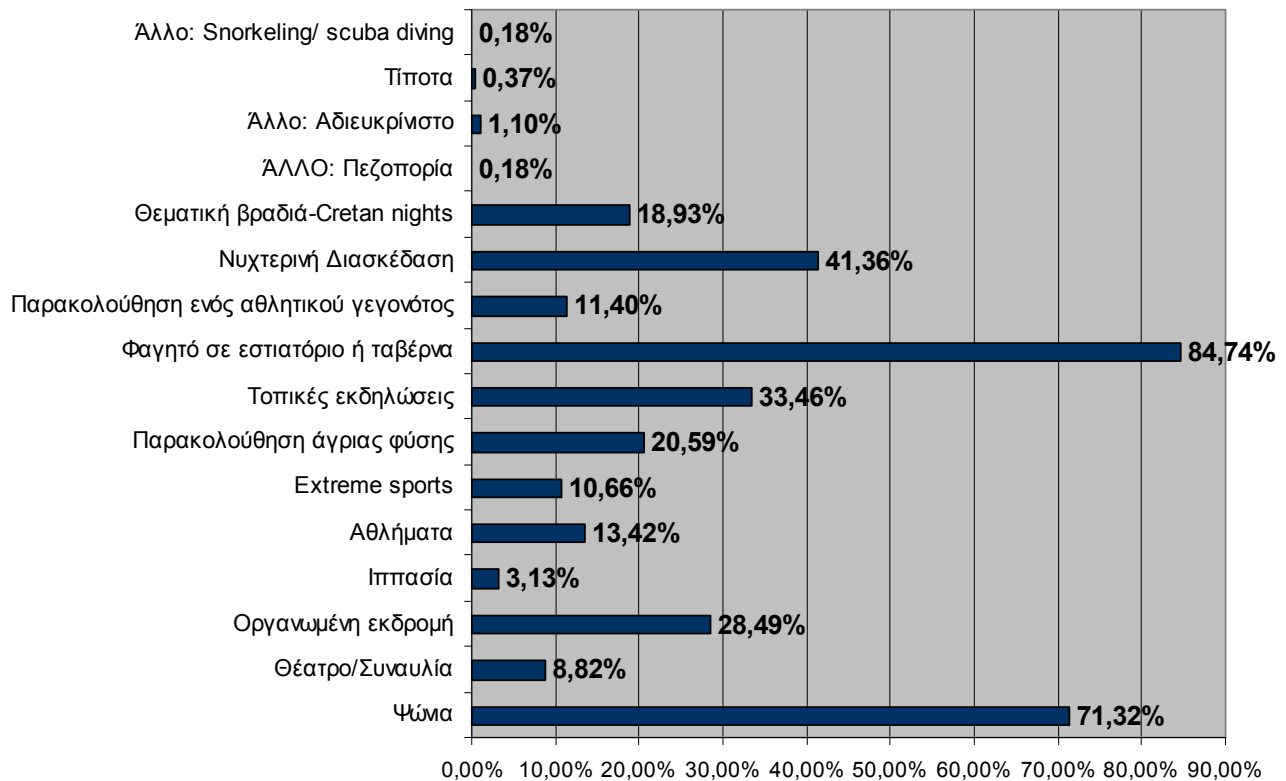


Όσον αφορά της δραστηριότητες των τουριστών κατά την διάρκεια των διακοπών τους, τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν πως: 84,74% των ερωτηθέντων έφαγε σε εστιατόριο ή ταβέρνα (461 απαντήσεις), 71,32% έκανε ψώνια (388 απαντήσεις), 41,36% είχαν

νυχτερινή διασκέδαση (225 απαντήσεις), 33,46% παρακολούθησαν τοπικές εκδηλώσεις (182 απαντήσεις), 28,49% συμμετείχαν σε μια οργανωμένη εκδρομή (155 απαντήσεις), 20,59% παρακολούθησε την άγρια φύση (112 απαντήσεις), 18,93% πήγε σε μια θεματική βραδιά Cretan night (103 απαντήσεις), 13,42% έκανε αθλήματα (73 απαντήσεις), 11,40% παρακολούθησε ένα αθλητικό γεγονός (62 απαντήσεις), 10,66% έκανε extreme sports (58 απαντήσεις), 8,82% παρακολούθησαν μια θεατρική παράσταση ή μια συναυλία (48 απαντήσεις), 3,13% έκαναν ιππασία (17 απαντήσεις), 1,10% έκανε δραστηριότητες τις οποίες δεν μπορούσαμε να διευκρινίσουμε (6 απαντήσεις), 0,37% δεν έκανε τίποτα (2 απαντήσεις), 0,18% έκανε πεζοπορία (1 απάντηση) και 0,18% έκανε κολύμβηση με μάσκα και αναπνευστήρα (Snorkeling) (1 απάντηση).

Γράφημα 5.2.20β Ερώτηση 27

ΤΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΑΝΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΤΟΥΣ



5.2.21 Κριτήρια επιλογής προορισμού διακοπών

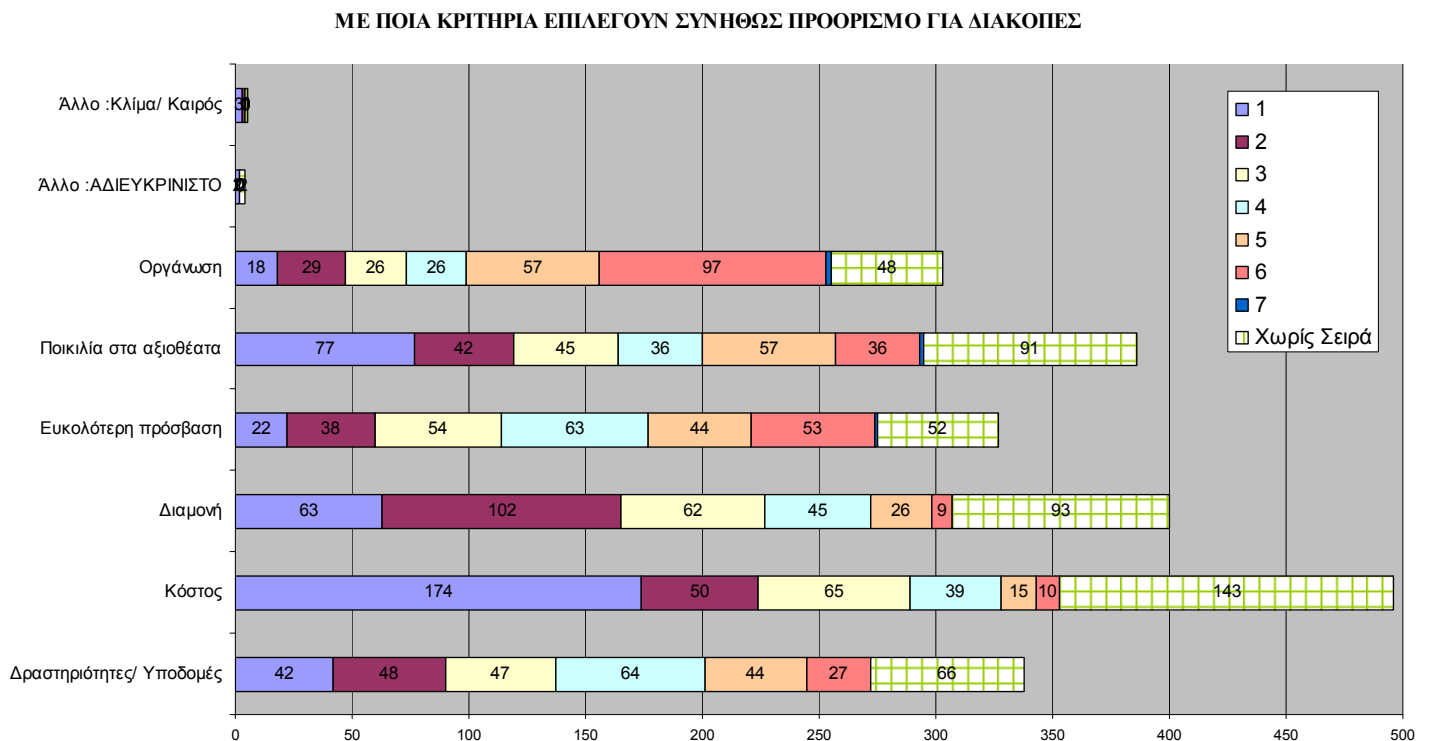
Την ερώτηση 28 απάντησαν συνολικά 557 τουρίστες, στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της ερώτησης όμως αντιμετωπίσαμε κάποιο πρόβλημα.

Ενώ η ερώτηση ζητούσε να κατατάξουν με βάση την σειρά προτεραιότητας τα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν συνήθως προορισμό για τις διακοπές τους πολλοί ήταν αυτοί που δεν κατάλαβαν την ερώτηση και αντί να μας απαντήσουν με κατάταξη (1= το πιο σημαντικό) επέλεξαν ένα ή παραπάνω από τα κριτήρια που αναφέραμε χωρίς βαθμό κατάταξης.

Έτσι χωρίσαμε τα αποτελέσματα της ερώτησης σε αυτούς που απάντησαν με κατάταξη και αυτούς που απάντησαν χωρίς σειρά.

Ως το πιο σημαντικό κριτήριο απάντησαν το κόστος, δεύτερο απάντησαν την διαμονή (25,31%), στην τρίτη θέση είναι η ποικιλία στα αξιοθέατα και ακολουθούν οι δραστηριότητες-υποδομές, η εύκολη πρόσβαση, η οργάνωση και τέλος το κλίμα.

Γράφημα 5.2.21 Ερώτηση 28

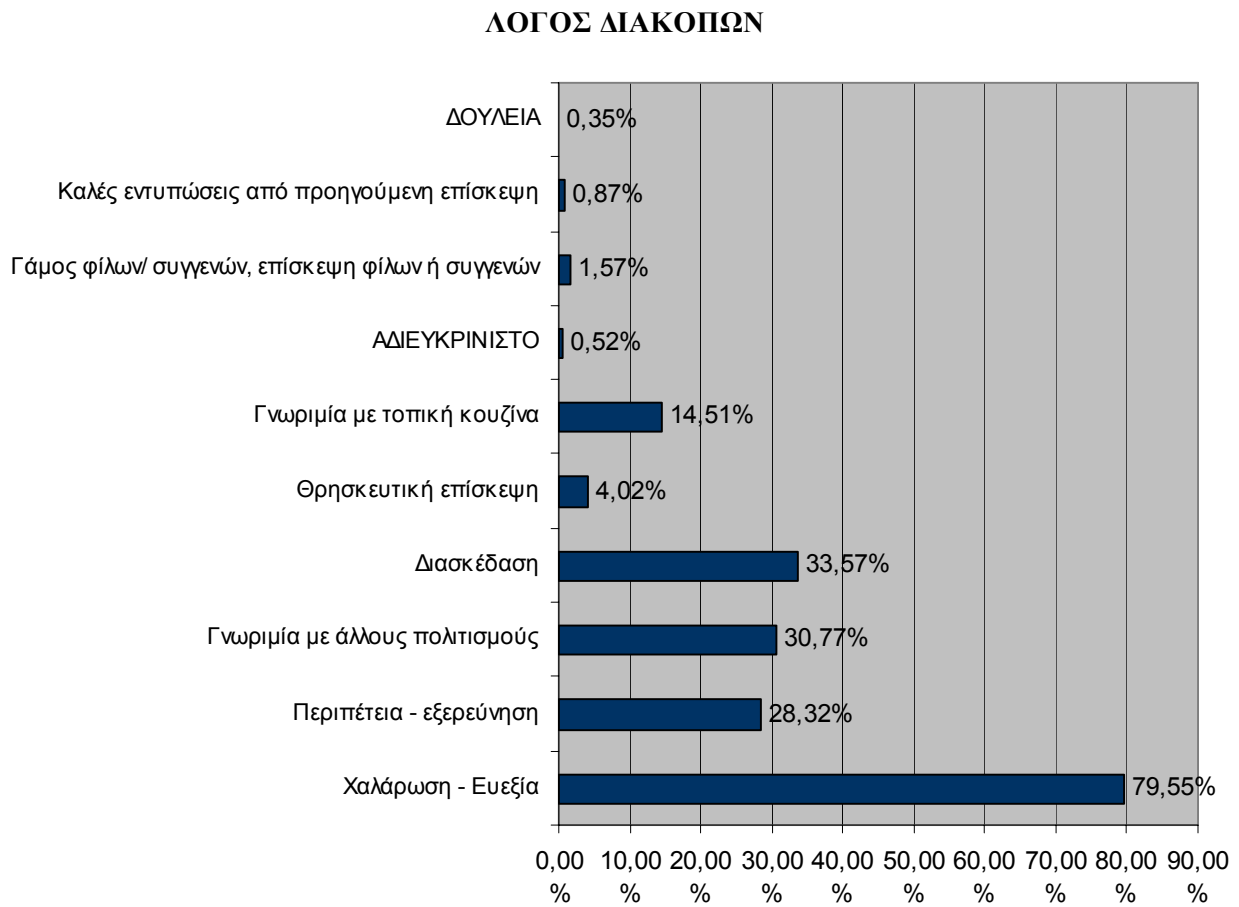


5.2.22 Παράγοντας λόγου διακοπών στην Κρήτη

572 τουρίστες απάντησαν στην ερώτηση 29 από τους οποίους βγάλαμε τα παρακάτω αποτελέσματα.

Ο κυριότερος λόγος διακοπών των ερωτηθέντων ήταν για χαλάρωση και ευεξία (79,55%). Στην δεύτερη θέση βρίσκεται η διασκέδαση (33,57%) και ακολουθούν η γνωριμία με άλλους πολιτισμούς (30,77%), η περιπέτεια και εξερεύνηση (28,32%), η γνωριμία με την τοπική κουζίνα (14,51%), επίσκεψη για θρησκευτικούς λόγους (4,02%), επίσκεψη φίλων και συγγενών ή γάμος (1,57%), οι καλές εντυπώσεις από προηγούμενη επίσκεψη (0,87%), άλλοι λόγοι τους οποίους δεν μπορέσαμε να διευκρινίσουμε (0,52%) και για επαγγελματικούς λόγους (0,35%).

Γράφημα 5.2.22 Ερώτηση 29

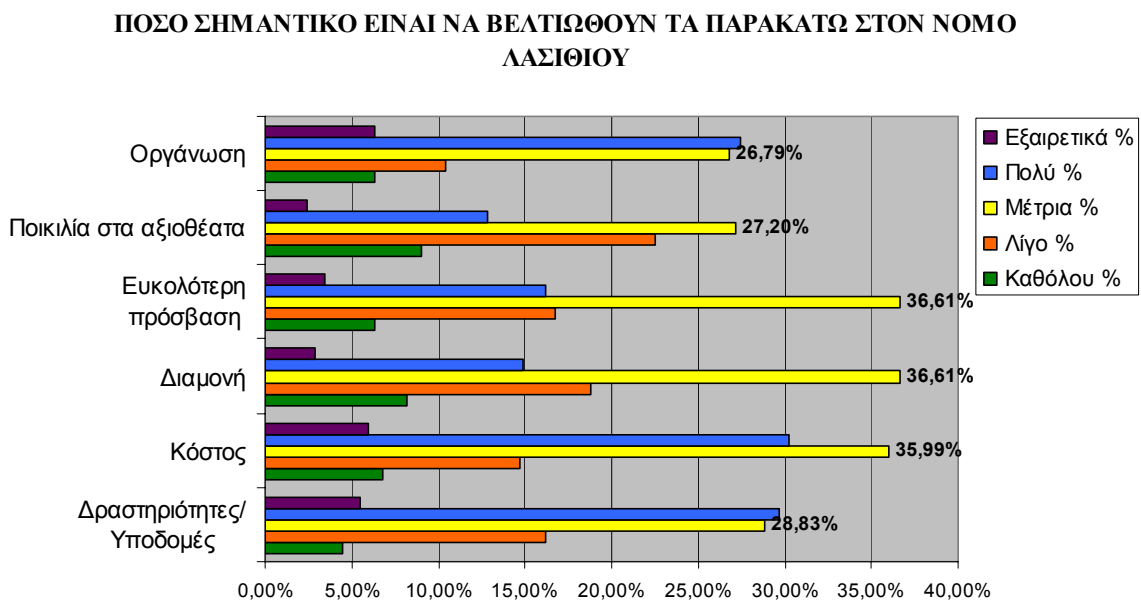


5.2.23 Βελτιώσεις στον νομό Λασιθίου

Συνολικά 489 τουρίστες απάντησαν την ερώτηση 30, τα παρακάτω αποτελέσματα προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια στα οποία απαντήθηκε η ερώτηση.

Ως εξαιρετικά σημαντικό σημείο βελτίωσης για το νομό Λασιθίου απάντησαν την οργάνωση με 6,34%. Πολύ σημαντικό θεωρούν επίσης την βελτίωση του κόστους (30,27%) και την αναβάθμιση των υποδομών και δραστηριοτήτων (29,65%).

Γράφημα 5.2.23 Ερώτηση 30



5.2.24 Παράγοντες που επηρέασαν στην επιλογή του νομού

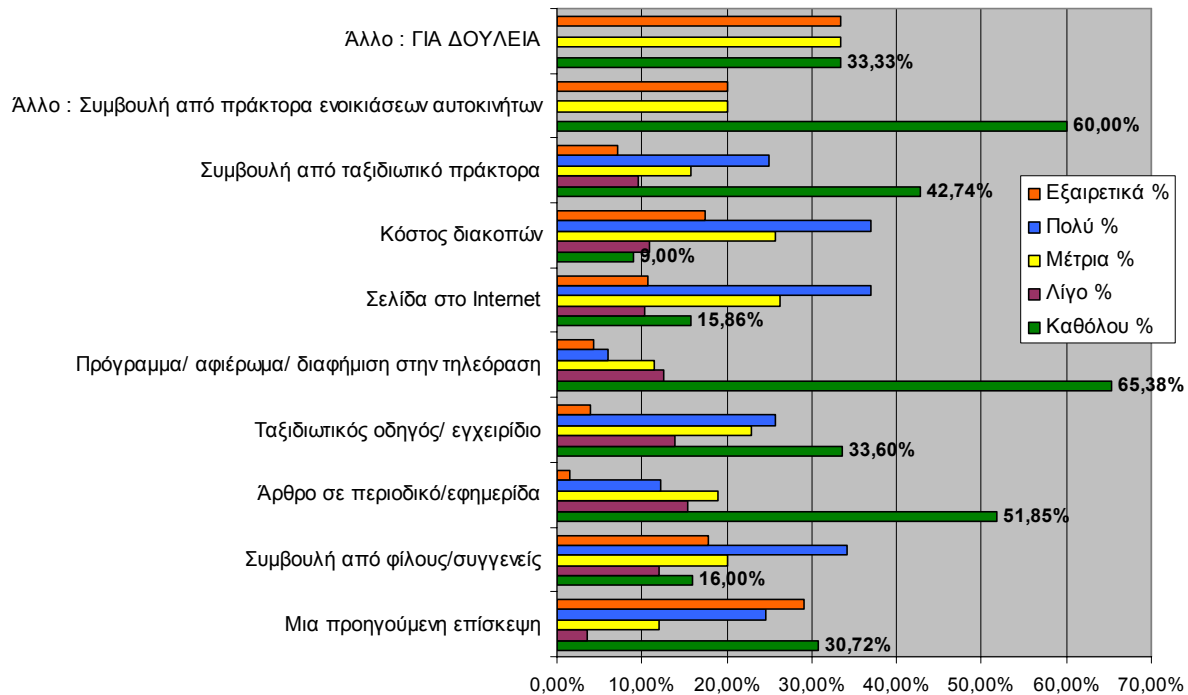
Στην ερώτηση 31 απάντησαν συνολικά 575 τουρίστες, τα παρακάτω αποτελέσματα προκύπτουν από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν.

Οι παράγοντες που επηρέασαν πολύ στην απόφαση να επισκεφτούν το νομό Λασιθίου είναι το κόστος των διακοπών (36,98%), ιστοσελίδα στο internet (36,89%) και συμβουλή από φίλους ή συγγενείς (34,15%). Ενώ παράγοντες που δεν επηρέασαν καθόλου στην

απόφαση τους είναι κάποιο άρθρο σε περιοδικό ή εφημερίδα (51,85%) και πρόγραμμα ή κάποια διαφήμιση στην τηλεόραση (65,38%).

Γράφημα 5.2.24 Ερώτηση 31

ΠΟΣΟ ΠΟΛΥ Ή ΛΙΓΟ ΕΠΗΡΕΑΣΤΗΚΑΝ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ ΤΟΥΣ



5.2.25 Γενικές απόψεις για τον νομό Λασιθίου

Όσον αφορά την ικανοποίηση για το κατάλυμα στο οποίο διέμειναν:

41,44% των ερωτηθέντων που απάντησαν ήταν πολύ ικανοποιημένοι, 30,31% έμειναν εξαιρετικά ικανοποιημένοι, 25,77% ήταν μέτρια ικανοποιημένοι, 1,65% έμεινε λίγο ικανοποιημένοι και ένα μικρό ποσοστό 0,82% δεν έμεινε καθόλου ικανοποιημένοι.

Για την ικανοποίηση της ποιότητας του φαγητού:

46,12% των ερωτηθέντων που απάντησαν έμειναν πολύ ικανοποιημένοι, το 32,56% έμειναν εξαιρετικά ικανοποιημένοι, 18,02% ήταν μέτρια ικανοποιημένοι, 2,13% έμεινε λίγο ικανοποιημένοι και ένα μικρό ποσοστό 1,16% δεν έμεινε καθόλου ικανοποιημένοι.

Για την ικανοποίηση με το επίπεδο των τιμών:

53,00% των ερωτηθέντων που απάντησαν έμειναν μέτρια ικανοποιημένοι, 25,60% έμεινε πολύ ικανοποιημένοι, 12,80% έμειναν λίγο ικανοποιημένοι, 7,60% έμειναν εξαιρετικά ικανοποιημένοι ενώ ένα ποσοστό 1,00% δεν έμεινε καθόλου ικανοποιημένοι.

Για την ικανοποίηση με την ασφάλεια του μέρους:

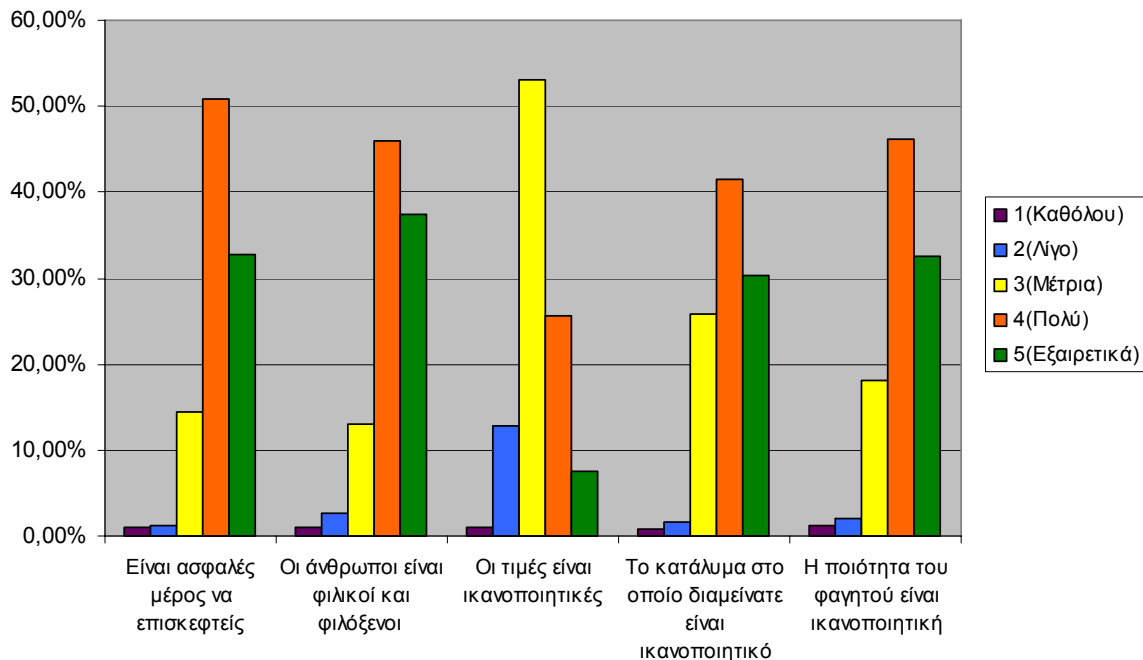
50,77% των ερωτηθέντων που απάντησαν έμειναν πολύ ικανοποιημένοι, 32,69% έμεινε εξαιρετικά ικανοποιημένοι, 14,42% έμεινε μέτρια ικανοποιημένοι, 1,15% έμεινε λίγο ικανοποιημένοι ενώ ένα ποσοστό 0,96% δεν έμεινε καθόλου ικανοποιημένοι.

Για την ικανοποίηση με την φιλοξενία:

45,99% των ερωτηθέντων που απάντησαν έμειναν πολύ ικανοποιημένοι, 37,40% έμεινε εξαιρετικά ικανοποιημένοι, 12,98% έμεινε μέτρια ικανοποιημένοι, 2,67% έμειναν λίγο ικανοποιημένοι και ένα ποσοστό 0,95% δεν έμεινε καθόλου ικανοποιημένοι.

Γράφημα 5.2.25 Ερώτηση 32

ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΜΕΙΝΑΝ ΜΕ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ

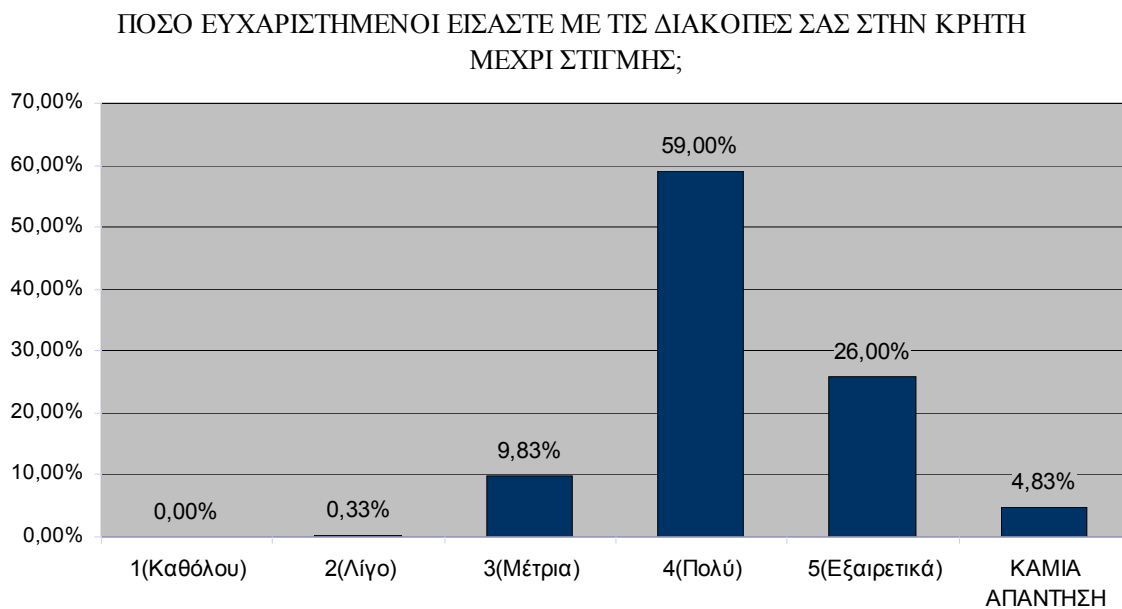


5.2.26 Ευχαρίστηση διακοπών

Θετική εικόνα σημειώνουν οι απαντήσεις των τουριστών ως προς την ευχαρίστηση τους για τις διακοπές τους στην Κρήτη.

Το 59,00% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι πολύ ευχαριστημένοι, το 26,00% είναι εξαιρετικά ευχαριστημένοι, το 9,83% είναι μέτρια ευχαριστημένοι, ένα ποσοστό 4,83% δεν απάντησε στην ερώτηση, το 0,33% έμειναν λίγο ευχαριστημένοι ενώ δεν υπήρχε κανένας που να έμεινε καθόλου ευχαριστημένος.

Γράφημα 5.2.26 Ερώτηση 33



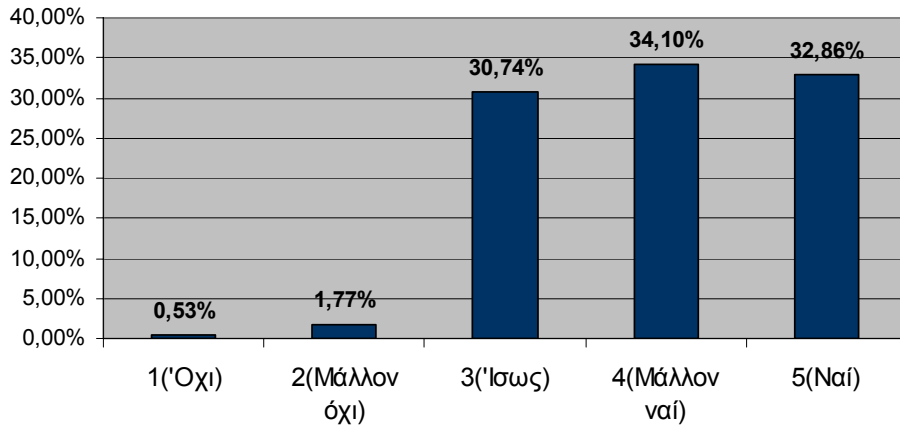
5.2.27 Επίσκεψη στο μέλλον

Επίσης θετική εικόνα δείχνουν οι απαντήσεις των τουριστών ως προς μια επίσκεψη στην Κρήτη στο μέλλον.

Το 34,10% των ερωτηθέντων μάλλον θα ξαναέρθει διακοπές στην Κρήτη, 32,86% απάντησε ότι θα ξαναέρθει, 30,74% ίσως να έρθει, ένα ποσοστό 1,77% μάλλον δεν θα έρθει ενώ μόλις το 0,53% δεν θα ξαναέρθει. Επίσης υπήρξαν 34 ερωτηματολόγια στα οποία δεν απαντήθηκε η συγκεκριμένη ερώτηση.

Γράφημα 5.2.27 Ερώτηση 34

**ΣΚΟΠΕΥΟΥΝ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΤΟΥΝ ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;**



5.2.28 Ευχάριστες εμπειρίες

Η ερώτηση 35 ήταν ανοιχτού τύπου και δυστυχώς πολλοί ήταν αυτοί που δεν μας απάντησαν τέτοιου είδους ερωτήσεις.

Συνολικά ήταν 165 ερωτηματολόγια στα οποία δεν απαντήθηκε η συγκεκριμένη ερώτηση. Έτσι τα ποσοστά που φαίνονται παρακάτω αφορούν εκείνους που μας απάντησαν.

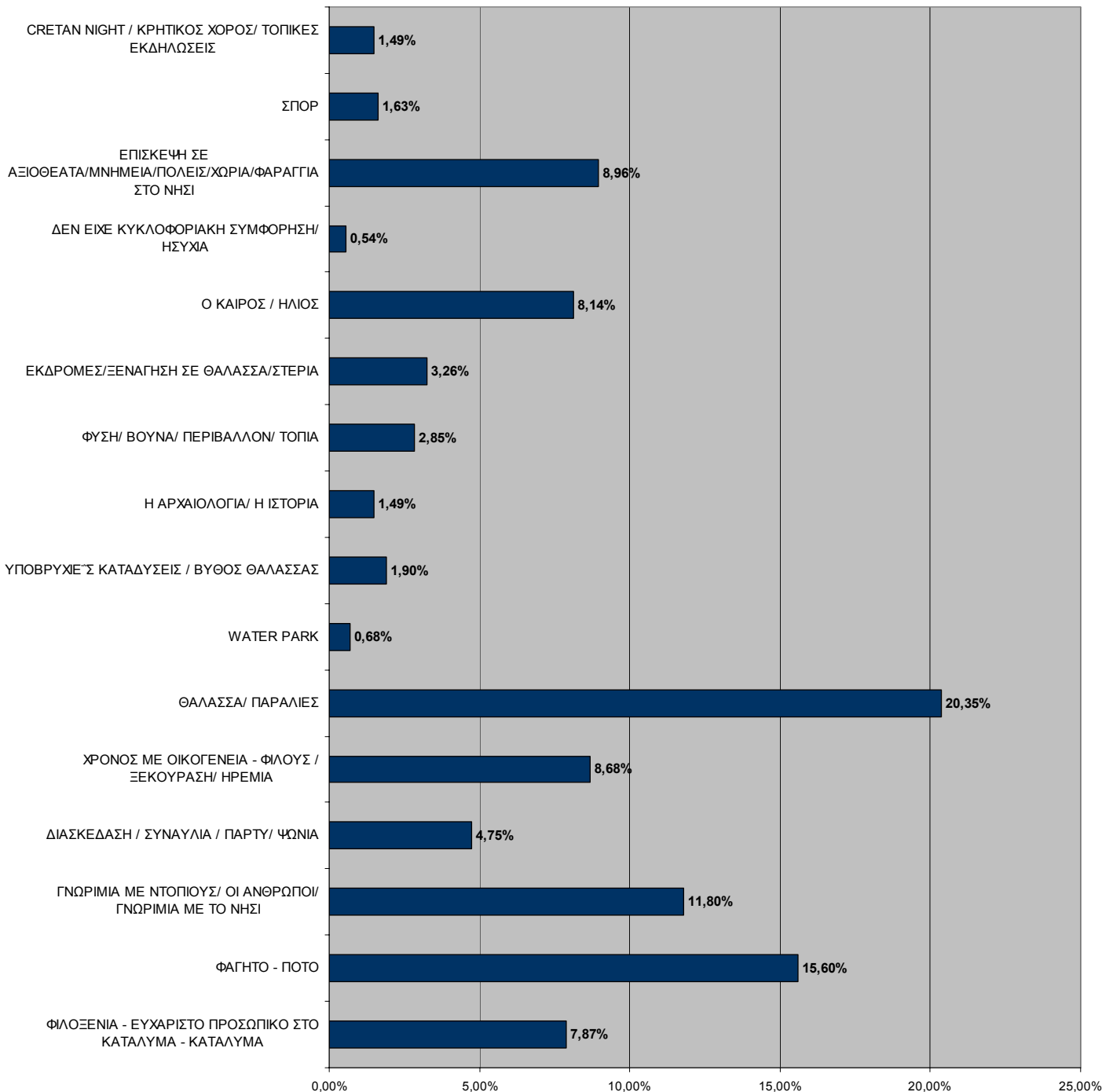
Στην πρώτη θέση με τις ευχάριστες εμπειρίες βρίσκεται η θάλασσα και οι παραλίες με ποσοστό 20,35%, στην δεύτερη θέση είναι το φαγητό και το ποτό με ποσοστό 15,60% ενώ στην τρίτη θέση με ποσοστό 11,80% βρίσκεται η γνωριμία με το νησί της Κρήτης και τους ανθρώπους της.

Ακολουθούν: οι επισκέψεις σε διάφορα μέρη στο νησί με ποσοστό 8,96%, η ξεκούραση και η ηρεμία μαζί με τον χρόνο με φίλους και οικογένεια με ποσοστό 8,68%, ο καλός καιρός και ο ήλιος με ποσοστό 8,14%, η φιλοξενία και η καλή διαμονή στο κατάλυμα με ποσοστό 7,87%, η διασκέδαση μαζί με ψώνια και πάρτι με ποσοστό 4,75%, οι εκδρομές και οι ξεναγήσεις με ποσοστό 3,26%, η φύση και το περιβάλλον με ποσοστό 2,85%, οι υποβρύχιες καταδύσεις και το θαλάσσιο περιβάλλον με ποσοστό 1,90%, τα σπορ με ποσοστό 1,63%, η αρχαιολογία και ιστορία του νησιού με ποσοστό 1,49%, οι τοπικές

εκδηλώσεις και οι κρητικές θεματικές βραδιές με ποσοστό 1,49%, τα θαλάσσια θεματικά πάρκα με ποσοστό 0,68% και τέλος το γεγονός ότι δεν υπήρχε κυκλοφοριακή συμφόρηση και η ησυχία με ποσοστό 0,54%.

Γράφημα 5.2.28 Ερώτηση 35

ΕΥΧΑΡΙΣΤΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΤΟΥΣ



5.2.29 Δυσάρεστες εμπειρίες

Η ερώτηση 36 ήταν επίσης ανοιχτού τύπου και συνολικά δεν απάντησαν 246 τουρίστες στην συγκεκριμένη ερώτηση.

Τα ποσοστά που φαίνονται παρακάτω αφορούν εκείνους που μας απάντησαν.

Θετική εικόνα δείχνει το γεγονός ότι 94 τουρίστες οι οποίοι απάντησαν στην ερώτηση δεν είχαν καμία δυσάρεστη εμπειρία κατά την παραμονή τους στο νησί της Κρήτης.

Όσον αφορά τα λεωφορεία του ΚΤΕΛ: 9 άνθρωποι απάντησαν ότι υπάρχουν λίγα δρομολόγια (2,21%), 8 απάντησαν ότι είχε κακή συμπεριφορά το προσωπικό (1,96%), 6 απάντησαν ότι τα δρομολόγια ήταν χρονοβόρα (1,47%) και 3 απάντησαν ότι το κόστος του εισιτηρίου ήταν ακριβό (0,74%).

Για τα ιδιωτικά λεωφορεία: 8 είχαν πρόβλημα με τη συμπεριφορά του οδηγού ή του ξεναγού (1,96%), 3 απάντησαν ότι ήταν αρκετά χρονοβόρα τα δρομολόγια (0,74%) και 3 απάντησαν ότι το ταξίδι μέσα στο λεωφορείο δεν ήταν ευχάριστο (0,74%).

Για τα ταξί: 14 απάντησαν ότι είχαν πρόβλημα με την συμπεριφορά του οδηγού (3,43%) και 9 απάντησαν ότι ήταν πολύ ακριβά (2,21%).

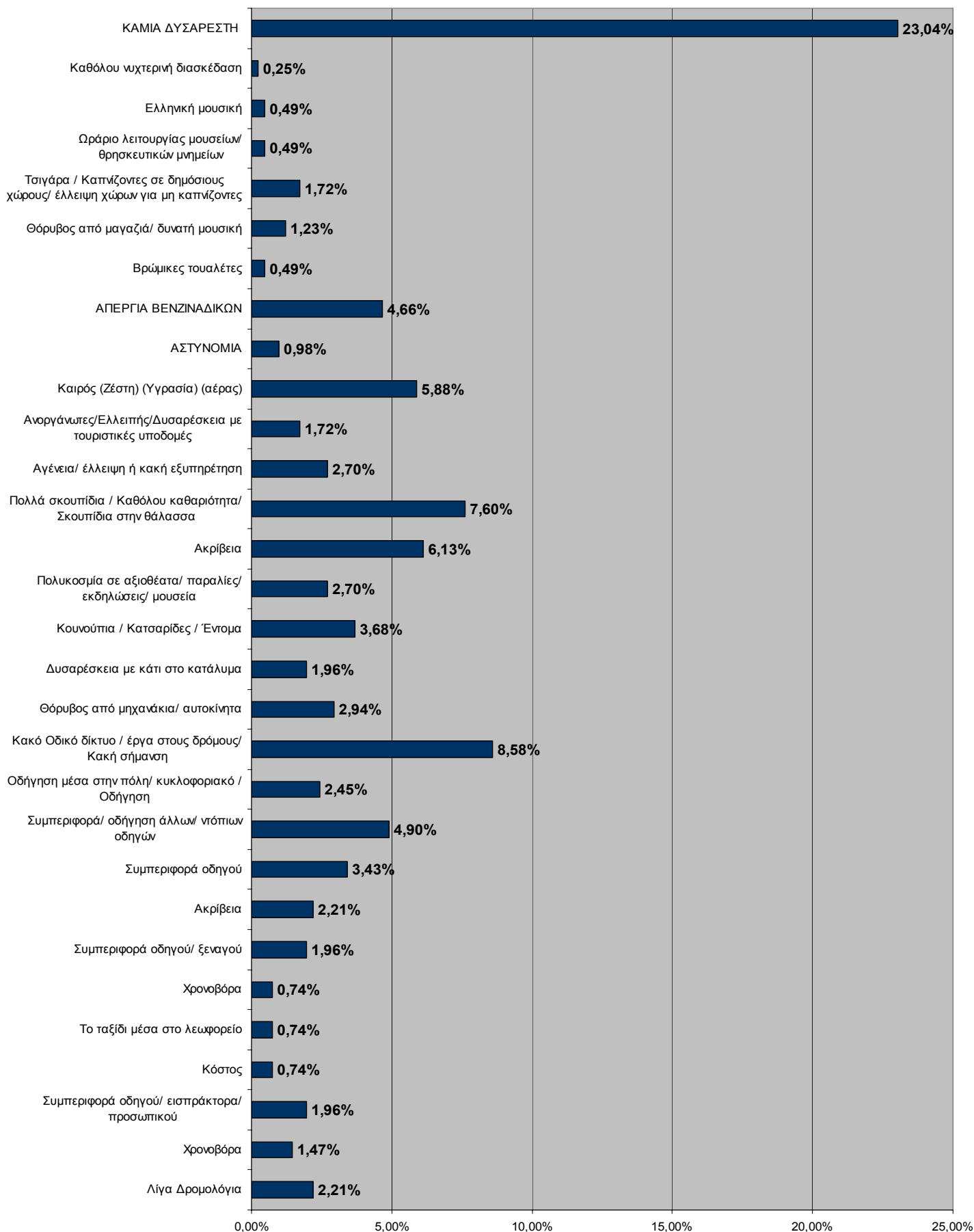
Για το οδικό δίκτυο: 35 απάντησαν ότι δεν ήταν καλό και ότι δεν είχε καλή σήμανση (8,58%), 20 απάντησαν ότι η συμπεριφορά και η οδήγηση των άλλων οδηγών στον δρόμο ήταν απρόσεχτη και κακή (4,90%), 12 απάντησαν ότι υπήρχε πολύ ηχορύπανση από τα μηχανάκια και τα αυτοκίνητα (2,94%) και 10 απάντησαν ότι ήταν δύσκολη η οδήγηση μέσα στην πόλη και υπήρχε κυκλοφοριακό πρόβλημα (2,45%).

Άλλα προβλήματα: 31 απάντησαν ότι υπήρχε πρόβλημα με την καθαριότητα και τα σκουπίδια ιδιαίτερα στην θάλασσα (7,60%), 25 απάντησαν ότι δεν ήταν ευχαριστημένοι με τις τιμές λόγω ακρίβειας (6,13%), 24 απάντησαν ότι είχαν πρόβλημα με τα έντονα καιρικά φαινόμενα όπως αυτό της υγρασίας, της ζέστης και του αέρα (5,88%), 19 απάντησαν ότι αντιμετώπισαν πρόβλημα με την απεργία των πρατηρίων βενζίνης

(4,66%), 15 απάντησαν ότι ενοχλήθηκαν από έντομα όπως κουνούπια και κατσαρίδες (3,68%), 11 απάντησαν ότι τους ενόχλησε η πολυκοσμία σε παραλίες, αξιοθέατα, μουσεία και εκδηλώσεις (2,70%), 11 απάντησαν ότι τους ενόχλησε η αγένεια των ντόπιων και η κακή εξυπηρέτηση στα μαγαζιά (2,70%), 8 απάντησαν ότι είχαν κάποιο πρόβλημα με το κατάλυμα τους (1,96%), 7 απάντησαν ότι οι τουριστικές υποδομές είναι ελλιπείς και ότι υπάρχει ανοργανωσία (1,72%), 7 απάντησαν ότι είχαν πρόβλημα με τους καπνίζοντες σε δημόσιους χώρους και με έλλειψη χώρου για μη καπνίζοντες (1,72%), 5 απάντησαν ότι υπήρχε ηχορύπανση από τα μπαρ και τις καφετέριες (1,23%), 4 αντιμετώπισαν πρόβλημα με την αστυνόμευση και την αστυνομία (0,98%), 2 απάντησαν ότι είχαν πρόβλημα με τις βρώμικες τουαλέτες (0,49%), 2 απάντησαν ότι το ωράριο λειτουργίας των μουσείων και των θρησκευτικών μνημείων δεν ήταν καλό (0,49%), 2 απάντησαν ότι δεν τους άρεσε η ελληνική μουσική (0,49%) και τέλος 1 άτομο απάντησε ότι δεν υπήρχε καθόλου νυχτερινή διασκέδαση.

Γράφημα 5.2.29 Ερώτηση 36

ΔΥΣΑΡΕΣΤΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ



5.2.30 Ποια μέρη επισκέφτηκαν στο νομό Λασιθίου

Η ερώτηση 37 ήταν ανοιχτού τύπου και όπως και οι υπόλοιπες ίδιου τύπου ερωτήσεις του ερωτηματολογίου έτσι και αυτή δεν απαντήθηκε από όλους τους τουρίστες.

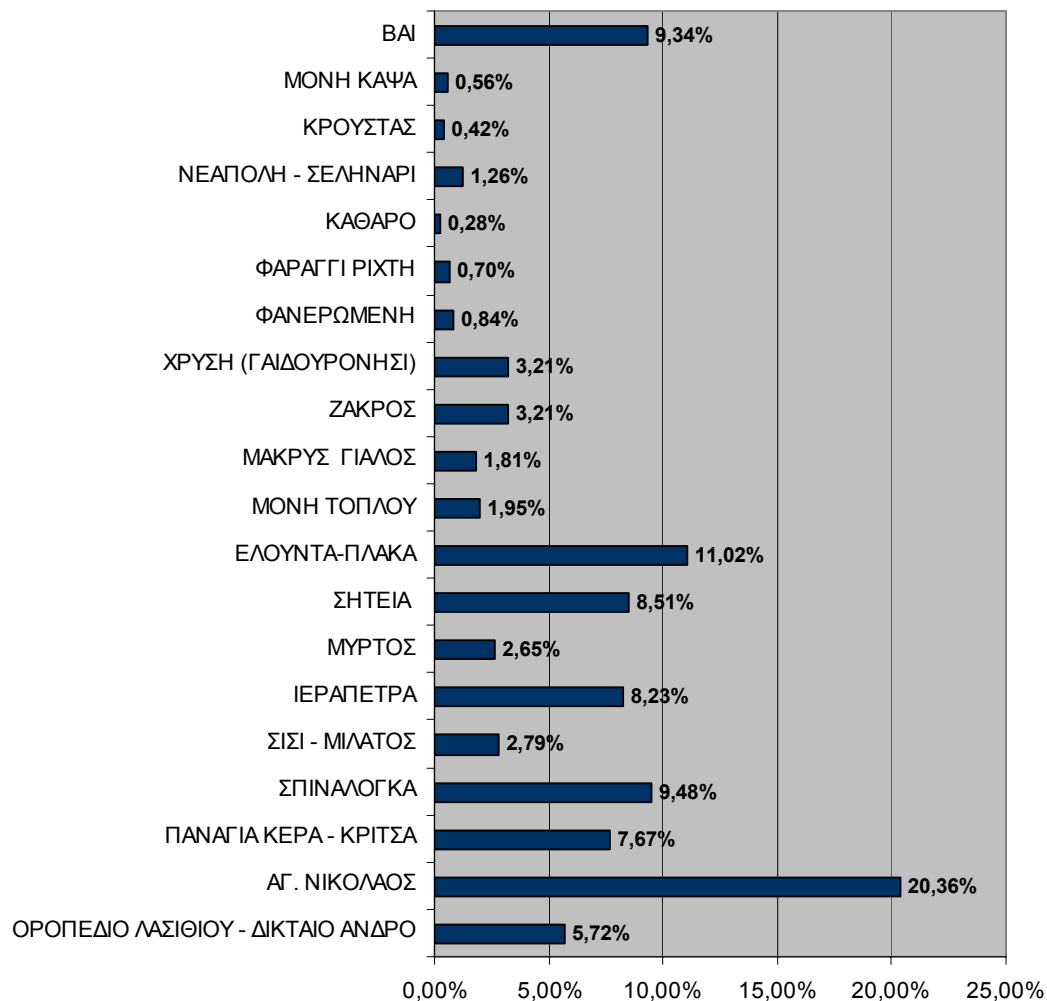
Από τις απαντήσεις ομαδοποιήσαμε αυτές που αφορούσαν το νομό Λασιθίου και τα παρακάτω αποτελέσματα αφορούν την επισκεψιμότητα για τα μέρη του νομού σύμφωνα με αυτούς που απάντησαν στην ερώτηση.

Με βάση τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στο νομό Λασιθίου είχε η πόλη του Αγίου Νικολάου με ποσοστό 20,36%, δεύτερη είναι η Ελούντα μαζί με την Πλάκα με ποσοστό 11,02% και τρίτη η Σπιναλόγκα με ποσοστό 9,48%.

Όλα τα μέρη με τα ποσοστά και τις συχνότητες τους φαίνονται αναλυτικά στον πίνακα 4.2.30

Γράφημα 5.2.30 Ερώτηση 37

ΠΟΙΑ ΜΕΡΗ ΕΠΙΣΚΕΦΤΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ



Πίνακας 5.2.30 Επισκεψιμότητα του νομού Λασιθίου

ΜΕΡΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ	146	20,36%
ΕΛΟΥΝΤΑ-ΠΛΑΚΑ	79	11,02%
ΣΠΙΝΑΛΟΓΚΑ	68	9,48%
ΒΑΙ	67	9,34%
ΣΗΤΕΙΑ	61	8,51%
ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ	59	8,23%
ΠΑΝΑΓΙΑ ΚΕΡΑ - ΚΡΙΤΣΑ	55	7,67%
ΟΡΟΠΕΔΙΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ - ΔΙΚΤΑΙΟ ΑΝΔΡΟ	41	5,72%
ΖΑΚΡΟΣ	23	3,21%
ΧΡΥΣΗ (ΓΑΙΔΟΥΡΟΝΗΣΙ)	23	3,21%
ΣΙΣΙ - ΜΙΛΑΤΟΣ	20	2,79%
ΜΥΡΤΟΣ	19	2,65%
ΜΟΝΗ ΤΟΠΛΟΥ	14	1,95%
ΜΑΚΡΥΣ ΓΙΑΛΟΣ	13	1,81%
ΝΕΑΠΟΛΗ - ΣΕΛΗΝΑΡΙ	9	1,26%
ΦΑΝΕΡΩΜΕΝΗ	6	0,84%
ΦΑΡΑΓΓΙ ΡΙΧΤΗ	5	0,70%
ΜΟΝΗ ΚΑΨΑ	4	0,56%
ΚΡΟΥΣΤΑΣ	3	0,42%
ΚΑΘΑΡΟ	2	0,28%

5.2.31 Ποια ήθελαν να επισκεφτούν και γιατί δεν το έκαναν

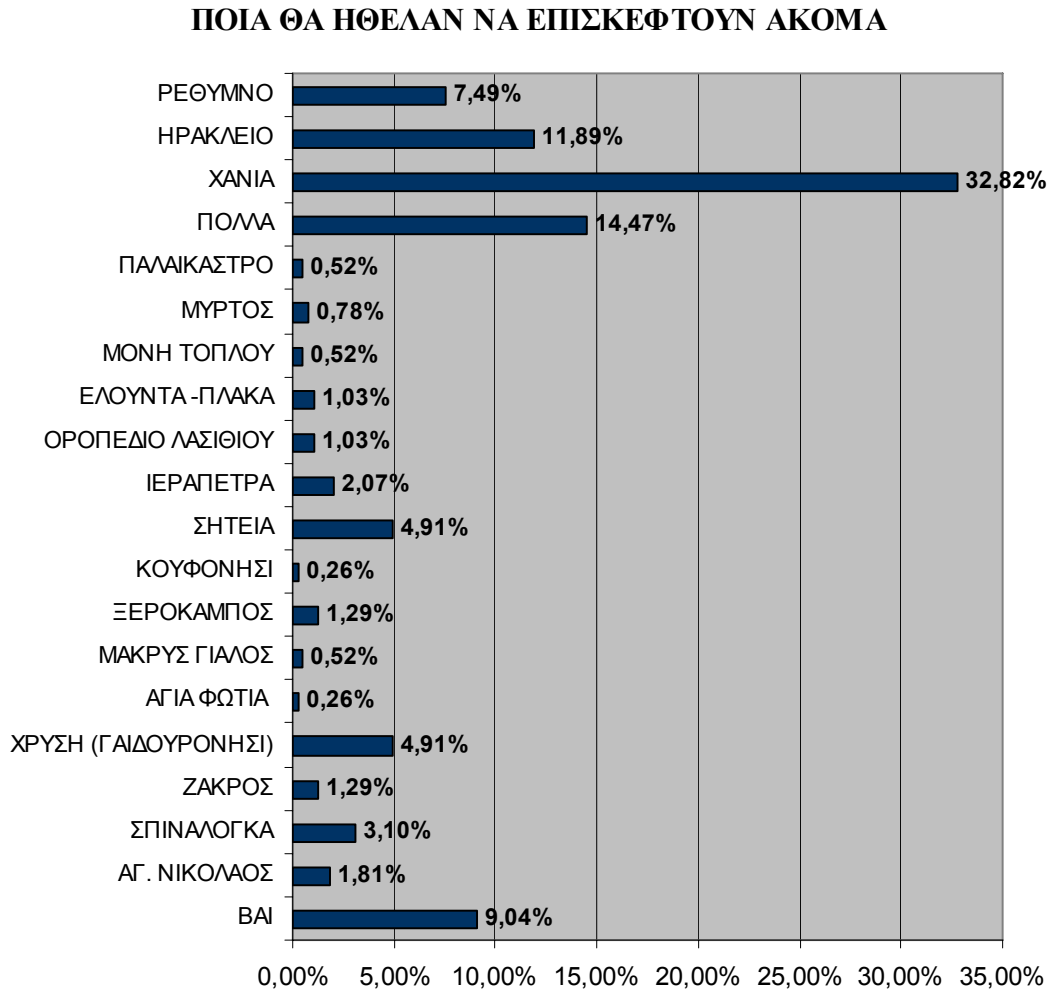
Στην ανοιχτού τύπου ερώτηση 38 δεν απάντησαν 324 τουρίστες, παραπάνω σχεδόν από το 50% του δείγματος της έρευνας.

Τα ποσοστά που φαίνονται παρακάτω αφορούν εκείνους που μας απάντησαν.

Στις πρώτες θέσεις βρίσκονται ο νομός Χανίων με ποσοστό 32,82%, ο νομός Ηρακλείου με ποσοστό 11,89%, το Βάι με ποσοστό 9,04% και ο νομός Ρεθύμνου με ποσοστό

7,49%. Μεγάλο ποσοστό των απαντήσεων (14,47%) απάντησε γενικά ότι ήθελε να δει πολλά ακόμα μέρη.

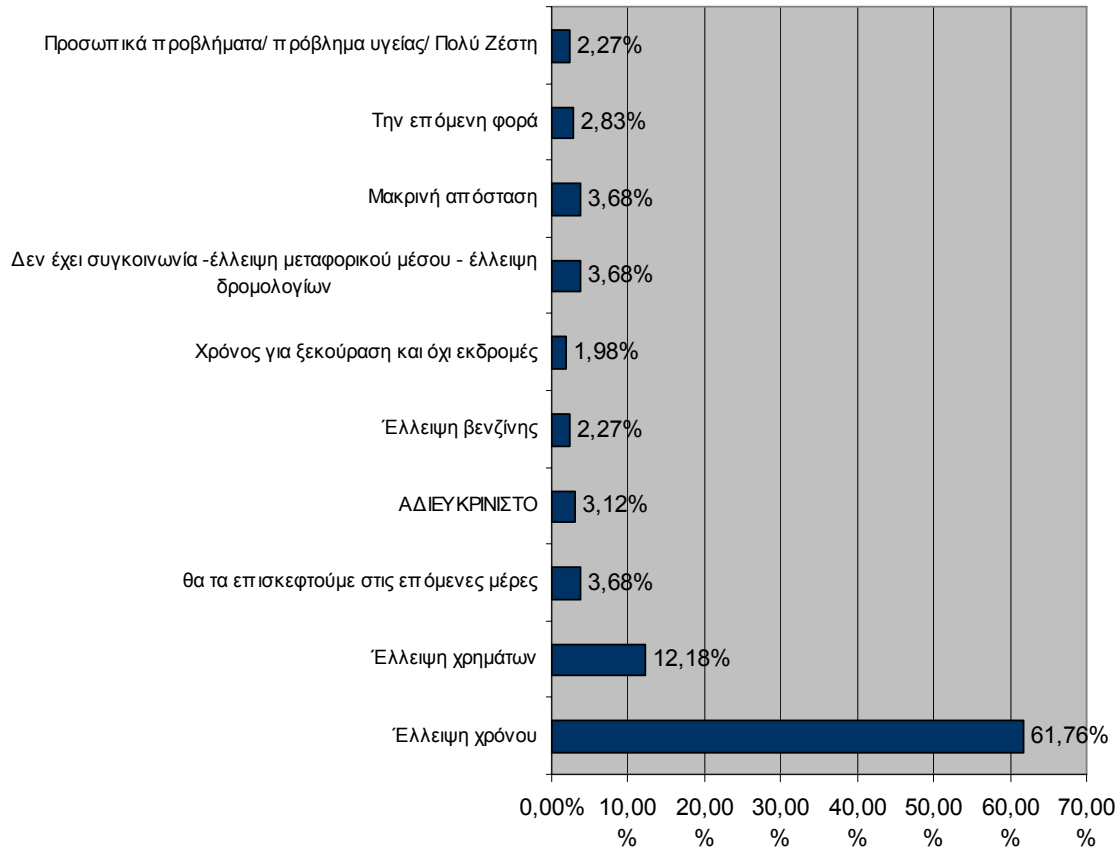
Γράφημα 5.2.31α Ερώτηση 38



Ομοίως με την ερώτηση 38 υπήρξαν πολλοί που δεν απάντησαν και αυτή την ερώτηση. Οι λόγοι για τους οποίους δεν επισκέφτηκαν τα μέρη της προηγούμενης ερώτησης ήταν κυρίως λόγω έλλειψης χρόνου (61,76%), έλλειψης χρημάτων (12,18%), έλλειψης συγκοινωνίας ή δεν είχαν μεταφορικό μέσο για να πάνε (3,68%) και η μακρινή απόσταση (3,68%)

Γράφημα 5.2.31β Ερώτηση 39

ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ/ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΔΕΝ ΤΑ ΕΠΙΣΚΕΦΤΗΚΑΝ



5.2.32 Τι θα μπορούσε να κάνει τις διακοπές τους περισσότερο ενδιαφέρουσες

Την ερώτηση 40 απάντησαν 417 τουρίστες, με βάση τους οποίους βγάλαμε τα παρακάτω αποτελέσματα:

- ❖ Το 19,39% των ερωτηθέντων θα ήθελε να μπορούσε να μάθει σε μικρό βαθμό την ελληνική γλώσσα
- ❖ Το 17,14% θα ήθελε να μπορούσε να παρακολουθήσει μαθήματα μαγειρικής παραδοσιακής κουζίνας
- ❖ Ένα 16,19% θα ήθελε να πληροφορούνταν περισσότερο για τα τοπικά ήθη και έθιμα

- ❖ Το 14,18% θα ήθελε να μπορούσε να επισκεφτεί μέρη με ξεναγό ώστε να μαθαίνει περισσότερες πληροφορίες
- ❖ Το 12,88% θα ήθελε να μπορούσε να παρακολουθήσει μια συναυλία παραδοσιακής μουσικής
- ❖ Ένα 7,57% θα ήθελε να μπορούσε να συμμετάσχει σε μια τοπική θρησκευτική γιορτή
- ❖ Ένα 7,09% θα ήθελε να συμμετάσχει ή να παρακολουθήσει αθλητικές δραστηριότητες ή διοργανώσεις
- ❖ Το 4,02% θα ήθελε να συμμετάσχει σε τοπικές αγροτικές εργασίες

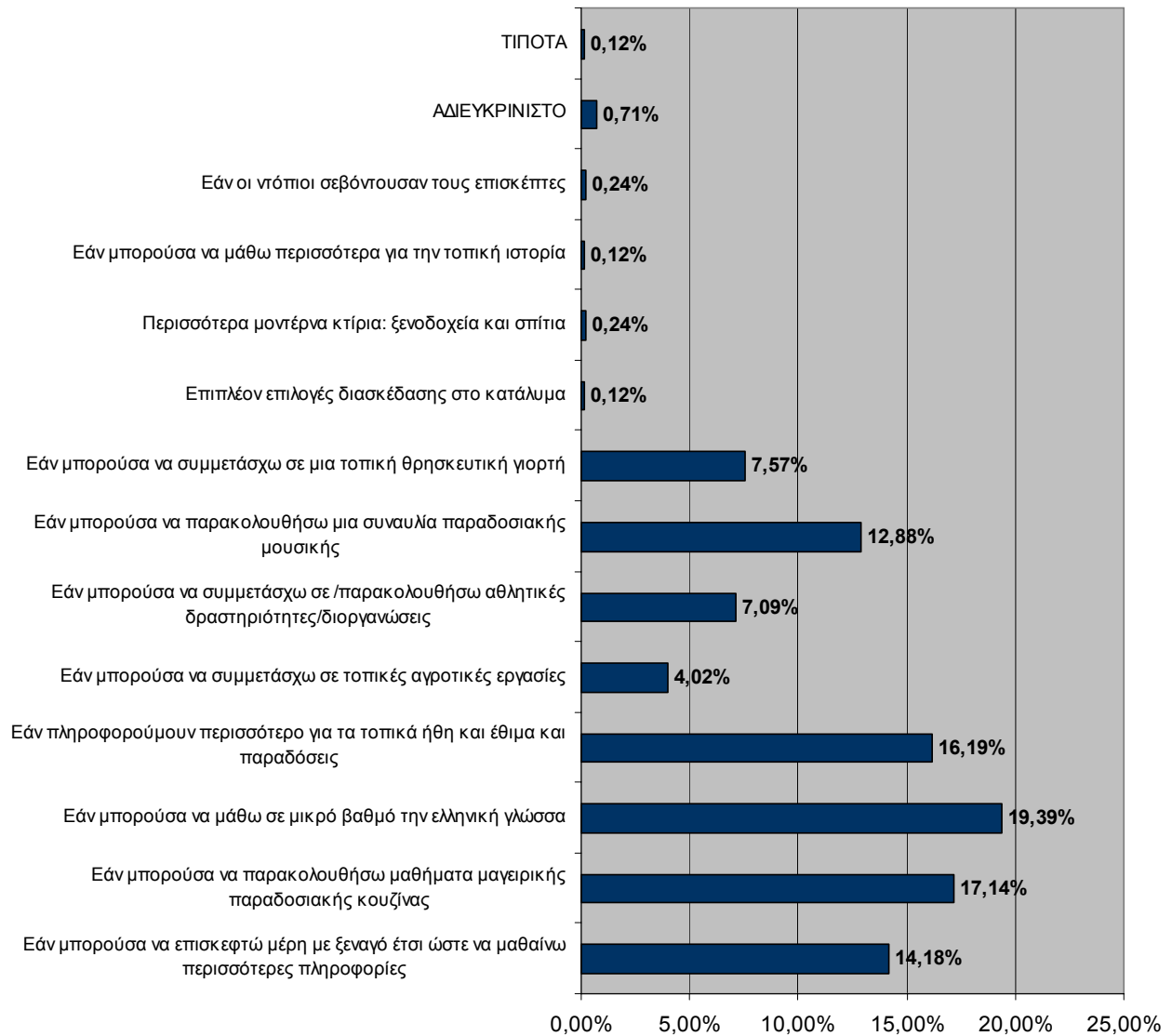
Ενώ μας ανέφεραν συγκεκριμένα, απαντώντας ανοιχτά, κάποιοι τουρίστες τα παρακάτω:

- ❖ Ένα 0,24% θα ήθελε τους ντόπιους να σέβονται περισσότερο τους τουρίστες
- ❖ Ένα 0,24% θα ήθελε περισσότερα μοντέρνα κτίρια σε ξενοδοχεία και σπίτια
- ❖ Ένα 0,12% θα ήθελε περισσότερες επιλογές διασκέδασης στο κατάλυμα τους
- ❖ Ένα 0,12% θα ήθελε να μάθαινε περισσότερα για την τοπική ιστορία
- ❖ Ένα 0,12% απάντησε ότι τίποτα παραπάνω δεν θα έκανε τις διακοπές τους περισσότερο ενδιαφέρουσες

Ενώ ένα 0,71% δεν μας διευκρίνιζε ακριβώς τι εννοούσε στην απάντηση του και δεν μπορέσαμε να το ομαδοποιήσουμε με κάποιες από της ήδη υπάρχουσες απαντήσεις.

Γράφημα 5.2.32 Ερώτηση 40

**ΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ ΠΙΟ
ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΣΣ**



6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ

6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Για την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, κατανοήσαμε αρχικώς βασικές έννοιες όπως του τουρισμού, αναζητήσαμε πληροφορίες και στοιχεία για τον τουρισμό στην Ελλάδα και μετέπειτα εστιάσαμε στις μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Αφού αναλύσαμε τις μορφές αυτές και τοποθετήσαμε μια προσωπική άποψη σε συνδυασμό με τα βιβλία και τις μελέτες που είχαμε στα χέρια μας, συνεχίσαμε με τον Νομό Λασιθίου και τους πόρους και υποδομές που έχει στον Εναλλακτικό τουρισμό. Τέλος, αφιερώσαμε ένα ολόκληρο κεφάλαιο για την έρευνα που διεξήγαμε και αναφερθήκαμε στα ερωτηματολόγια και αποτελέσματα τους.

Τα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν ήταν 600 και μοιράστηκαν σε θρησκευτικά μνημεία, ξενοδοχεία/καταλύματα και καφετέριες/παραλίες/δρόμο κ.α. Από τις πρώτες ερωτήσεις συμπεραίνουμε ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών στο Λασιθί ακολουθεί τα πρότυπα μαζικού τουρισμού. Είναι εμφανές ότι υπάρχει μεγάλη εξάρτηση από τους tour operators και αυτό συμβάλει αρνητικά στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Όσων αφορά τις ερωτήσεις εναλλακτικού τουρισμού, δήλωσαν πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού που να θέλουν να βιώσουν ή να θέλουν ανάπτυξη. Με αυτό συμπεραίνουμε ότι ενώ υπάρχουν υποδομές στον Νομό Λασιθίου, δεν έχουν αναπτυχθεί αρκετά ή δεν διαφημίζεται όπως θα έπρεπε.

Για όσους απάντησαν στις ερωτήσεις θρησκευτικού τουρισμού, τα κτίσματα και η ιστορία με την τέχνη που προβάλλουν τα θρησκευτικά μνημεία από μόνα τους παρουσιάζουν θετικές απαντήσεις από τους τουρίστες και ότι είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένοι με όσα είδαν. Με την επίσκεψή τους όμως στους εξωτερικούς χώρους υπάρχει μια μέτρια εντύπωση.

Στις ερωτήσεις Αθλητικού τουρισμού οι απαντήσεις ήταν περισσότερες και έδειξαν ότι τους ενδιαφέρει να παρακολουθήσουν και να συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες. Στις ερωτήσεις των extreme sport όμως δεν απαντήθηκαν πολλά ερωτηματολόγια, αλλά από όσα απαντήθηκαν υπάρχουν πολλά που θα ήθελαν να παρακολουθήσουν.

Τα παραδοσιακά χωριά και οι τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς αποτελούν τα μέρη που επισκέφτηκαν περισσότερο οι τουρίστες στον νομό και για μια ακόμη φορά, παρατηρείται ότι οι τουρίστες μένουν πολύ ευχαριστημένοι με τους ήδη υπάρχοντες φυσικούς πόρους του τόπου και όχι με τις υποδομές ή τις υπηρεσίες.

Είναι ιδιαίτερα φανερό ότι η παγκόσμια κρίση έχει επηρεάσει τον τουρισμό. Σαν πρώτο κριτήριο που επιλέγουν ένα προορισμό για διακοπές, δήλωσαν το κόστος και την διαμονή σε μεγάλο βαθμό. Στα θετικά του νομού απαντήθηκαν η ασφάλεια της περιοχής, οι άνθρωποι και η ποιότητα του φαγητού, ότι έχουν μείνει πολύ ικανοποιημένοι και ότι μάλλον θα ξαναέρθουν στον νομό.

Τελικώς, οι επισκέπτες του Νομού Λασιθίου αν και φεύγουν ευχαριστημένοι από τον νομό, δεν έχουν ποικιλία στις δραστηριότητες τους. Επίσης εκτιμούν τις θάλασσες, το κλίμα, τους ανθρώπους, την παράδοση και το φαγητό του τόπου, αλλά έχουν πρόβλημα με το οδικό δίκτυο, τα σκουπίδια στους δρόμους και στις παραλίες και την ακρίβεια σε ορισμένες καταστάσεις, όπως τα σουβενίρ.

Γενικό συμπέρασμα από την όλη έρευνα που κάναμε, είναι ότι ο μαζικός τουρισμός που χαρακτηρίζει το Λασιθί εάν θα μπορούσε να συνδυαστεί με τον εναλλακτικό τουρισμό θα είχε ένα μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα. Οι φυσικοί πόροι, όπως έχουν προαναφερθεί, είναι πολλοί και ποικίλουν, αλλά υστερούν στις επιφανειακές υποδομές και τις υπηρεσίες του τουρισμού που προσφέρει ο Νομός Λασιθίου.

6.2 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αφού αναλύσαμε στο τρίτο κεφάλαιο (3.6) τους παράγοντες ανάπτυξης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, την SWOT του νομού Λασιθίου στο τέταρτο κεφάλαιο και έχοντας μελετήσει τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων στο πέμπτο κεφάλαιο, μπορούμε να προτείνουμε στρατηγικές ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών στον Νομό Λασιθίου. Τα βήματα που πρέπει να αναφερθούν είναι οι δυνατότητες που υπάρχουν και μπορούν να ενισχυθούν στον Νομό Λασιθίου, το προφίλ του τουρίστα που

τον επισκέπτεται, τις στρατηγικές που μπορούν να αναπτυχθούν και τέλος τους τρόπους προβολής των θετικών στοιχείων του νομού.

Ο Νομός Λασιθίου περιβαλλόμενος με θάλασσα στο μεγαλύτερο μέρος του, έχει τον τουρισμό, την γεωργία και κτηνοτροφία ως τις κυριότερες πηγές εισοδήματος, διαθέτει πόρους και υποδομές για διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Συγκεκριμένα, στον Νομό Λασιθίου υπάρχουν 103 θρησκευτικά μνημεία, 25 μουσεία, 1327 αρχαιολογικές θέσεις, μεγάλος αριθμός εστιατορίων και ταβερνών με παραδοσιακή κουζίνα, 125 αθλητικές εγκαταστάσεις, 10 προστατευόμενες περιοχές Natura, συνεδριακούς χώρους και μεγάλο αριθμό περιοχών φυσικής ομορφιάς. Σαν νομός στο σύνολό του υπερτερεί τόσο στην ανάπτυξη μαζικού τουρισμού όσο και εναλλακτικού τουρισμού. Παρόλα αυτά, ο Νομός Λασιθίου δεν βρίσκεται στις πρώτες θέσεις προτίμησης των τουριστών και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν αποτελούν τον κύριο λόγο επίσκεψης στον νομό. Η έντονη εποχικότητα που χαρακτηρίζει τον νομό, ο ακριβός προορισμός που είναι σε σχέση με γειτονικές χώρες και η εξάρτηση από τους tour operators αποδυναμώνουν την ανάπτυξη του τουρισμού. Όλα αυτά επηρεάζουν την εικόνα που έχει προς τα έξω και χάνεται τουριστική αγορά.

Η ομάδα ανθρώπων που επισκέπτεται τον νομό, σύμφωνα με τα ερωτηματολόγια που έχουμε μοιράσει, είναι αλλοδαποί μεσαίας οικονομικής κατάστασης, ταξιδεύουν οικογενειακά και προτίμησαν τον νομό λόγω της θάλασσας/παραλίας, του κλίματος και της φυσικής ομορφιάς.

Μέθοδος 1. Λόγω της πλούσιας χλωρίδας και πανίδας της Κρήτης, την ενδιαφέρουσα ιστορία και μυθολογία, του ήπιου κλίματος και των πολλών επισκεπτών οικογενειακού χαρακτήρα, θα μπορούσαν να δημιουργηθούν εγκαταστάσεις που να συνδυάζουν ψυχαγωγία, εκπαίδευση και περιβάλλον όπως φάρμες, ιστορικά πάρκα κλπ .

Μέθοδος 2. Ο μεγάλος αριθμός θρησκευτικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων διάσπαρτος σε όλο τον Νομό Λασιθίου, είναι ιδιαίτερα δύσκολος σε πρόσβαση. Επομένως, η ανάπτυξη των οδικών δικτύων, της σήμανσης, των μέσων συγκοινωνίας ωφελούν την ανάδειξη του πολιτισμού του τόπου.

Μέθοδος 3. Η κρητική κουζίνα και τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα είναι παγκοσμίως φημισμένα και πολλοί επισκέπτονται την Κρήτη για να γευτούν την τοπική κουζίνα. Τουρίστες οι οποίοι επιθυμούν να μάθουν την Κρητική κουζίνα αγοράζουν βιβλία παρακολουθούν τηλεοπτικές εκπομπές κ.α.

Θα μπορούσαν δήμοι, εστιατόρες ή διάφοροι άλλοι επιχειρηματίες να εκμεταλλευτούν την επιθυμία αυτή και να προσφέρουν σε τουρίστες μαθήματα μαγειρικής προωθώντας έτσι και τα ντόπια προϊόντα.

Στους τρόπους προώθησης και διαφήμισης των θετικών στοιχείων του τόπου, περιλαμβάνονται οι τρόποι που επηρεάζουν την απόφαση των τουριστών στο να επισκεφθούν την εκάστοτε περιοχή και την δημιουργία θετικών αισθημάτων την διάρκεια διαμονής τους ώστε να θελήσουν να την επισκεφθούν ξανά στο μέλλον.

Διαδικασίες τέτοιες, είναι ένα ενημερωμένο site στο ιντερνέτ, περιεκτικός τουριστικός οδηγός, διαφημίσεις στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, περίπτερα πληροφοριών διασκορπισμένα σε κεντρικά σημεία του νομού, κατάκτηση κοινών διεθνώς τίτλων (π.χ. γαλάζιες σημαίες, προστατευόμενες περιοχές Natura) κ.α.

6.3 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Θα ήταν σημαντική παράλειψη να μην αναφέρουμε τα προβλήματα και αδυναμίες που παρουσιάστηκαν κατά την διεξαγωγή της έρευνας μας.

Το κύριο πρόβλημα που είχαμε με την διανομή των ερωτηματολογίων ήταν η χρονοβόρα διαδικασία συμπλήρωσης τους λόγω του πλήθους των ερωτήσεων, η οποία αποτέλεσε πολλές φορές λόγο να μην θέλουν να μας απαντήσουν οι τουρίστες ή ακόμα και να αφήσουν στη μέση το ερωτηματολόγιο και να μας απαντήσουν πολύ λίγες ερωτήσεις. Να αναφέρουμε ότι έπαιρνε περίπου 12 με 15 λεπτά να συμπληρωθεί όλο το ερωτηματολόγιο.

Λόγω του γεγονότος του ότι δεν ξέρουμε καθόλου την γαλλική γλώσσα και όχι τόσο καλά την γερμανική γλώσσα οι τουρίστες που απάντησαν στα γερμανικά και γαλλικά

ερωτηματολόγια συμπληρώσαν μόνοι τους τα ερωτηματολόγια και έτσι δεν μπορέσαμε να τους εξηγήσουμε και να λύσουμε τυχόν απορίες τους.

Παρόλο που είχαμε ερωτηματολόγια σε τέσσερις γλώσσες (Ελληνικά – Αγγλικά – Γερμανικά – Γαλλικά) υπήρχε μεγάλο πλήθος Ρώσων τουριστών που ενώ δέχτηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο δεν μπόρεσαν επειδή δεν γνώριζαν τόσο καλά κάποια από τις παραπάνω γλώσσες.

Επίσης λόγω της χρονοβόρας προσωπικής συνέντευξης για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, σε μέρη όπως θρησκευτικά μνημεία όπου ο κόσμος ήταν βιαστικός, δεν γινόταν να μοιράζουμε κάθε 12 λεπτά 2 ερωτηματολόγια και έτσι αναγκαστήκαμε να μοιράζουμε παραπάνω για να μαζέψουμε τα ερωτηματολόγια που έπρεπε.

Στις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου αντιμετωπίσαμε δύο ειδών προβλήματα. Το πρώτο πρόβλημα ήταν το ότι δεν μπορούσαμε σε κάποια ερωτηματολόγια να καταλάβουμε τι έγραφαν οι τουρίστες λόγω της δυσανάγνωστης γραφής τους. Το δεύτερο πρόβλημα ήταν στα γερμανικά και γαλλικά ερωτηματολόγια όπου η μετάφραση γινόταν μέσω αυτομάτου μεταφραστή στο internet και κάποιες φορές δεν έβγαζε νόημα αυτό που είχαν απαντήσει αναγκάζοντας μας να χαρακτηρίζουμε την απάντηση τους ως αδιευκρίνιστη. Μετά που είχαμε ξεκινήσει να περνάμε τα ερωτηματολόγια στο excel και διαπιστώσαμε το πρόβλημα αυτό προσπαθήσαμε να λύσουμε το πρόβλημα λέγοντας τους να γράφουν ευανάγνωστα.

Παρόλα τα προβλήματα που αντιμετωπίσαμε προσπαθήσαμε να τα λύσουμε και πιστεύουμε ότι δεν επηρέασαν σημαντικά τα αποτελέσματα της έρευνας.

6.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Έχοντας αποκτήσει μια μικρή εμπειρία, κατά την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας μας, στο πως διεξάγεται μια έρευνα πάνω στον τουρισμό μπορούμε να προτείνουμε κάποια

σημεία της έρευνας που μπορούν ίσως να διερευνηθούν περαιτέρω ή καλύτερα σε μελλοντική έρευνα.

Για να μπορέσει η έρευνα να είναι περισσότερο αντιπροσωπευτική του δείγματος των τουριστών που ταξιδεύουν στην Κρήτη θα πρέπει το ερωτηματολόγιο να μεταφραστεί σε περισσότερες γλώσσες, ιδίως στην Ρώσικη και Ιταλική γλώσσα.

Θα μπορούσε μια μελλοντική έρευνα να εστιάσει και σε άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως για παράδειγμα ο αγροτουρισμός ή ο συνεδριακός τουρισμός.

Επίσης θα ήταν σημαντικό να ερευνηθεί ο χειμερινός τουρισμός και γενικά ο τουρισμός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους καθώς η έρευνα μας περιορίστηκε σε μήνες που ο μαζικός τουρισμός είναι αυξημένος. Εάν τα ερωτηματολόγια μοιραζόντουσαν όλους τους μήνες του χρόνου το δείγμα θα είναι περισσότερο αντιπροσωπευτικό.

Το ερωτηματολόγιο μιας έρευνας τουρισμού θεωρούμε ότι πρέπει να περιορίζεται σε λιγότερες σελίδες με πιο σύντομες ερωτήσεις έτσι ώστε να μην κουράζονται οι ερωτηθέντες και θα υπάρχουν περισσότερα ολοκληρωμένα ερωτηματολόγια.

Τέλος, αυτή η έρευνα θα μπορούσε να πάρει μεγαλύτερες διαστάσεις και να επεκτεινόταν και στους υπόλοιπους νομούς της Κρήτης. Σε μια τέτοια περίπτωση θα ήταν ευκολότερα κατανοητή η αντίληψη που έχουν οι τουρίστες για τον Νομό Λασιθίου χωρίς να τον έχουν επισκεφθεί, αλλά και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των άλλων νομών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξανδράκη-Κριτωτάκη Ροδάνθη (2000). *Τουριστική οικονομία* «ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΖΗΣΗΣ ΑΕΒΕ»
- Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008). *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*. «ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ»
- Αποστολόπουλος Δ. Κωνσταντίνος, Σδράλη Δέσποινα (2009). *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου: Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές*. « Δ.Β. ΕΛΛΗΝΟΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε.Ε.Ε»
- Αφορδακός Γεώργιος (2001). *Φυσιολατρικές & Πολιτιστικές διαδρομές του νομού Λασιθίου*. «Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Λασιθίου»
- Βαρβαρέσος Στέλιος (2008). *Οικονομική του τουρισμού*. «ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ»
- Βελισσάριος Ε. (2000). *Διοίκηση Τουρισμού και Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τόμος Δ: Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. ΠΑΤΡΑ
- Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006). *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού Ιστορική εξέλιξη – Θεσμικό πλαίσιο*. «INTERBOOKS»
- Διακομιχάλης (2006). *Ο Θαλάσσιος τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού και της σύνδεσης του με το εθνικό λογιστικό σύστημα*. Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Διακομιχάλης (2009). *Ο Θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του*. «Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗ Α.Ε.»
- Ηγουμενάκης Ν. , Κραβαρίτης Κ. , Λύτρας Π. (1998). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. «INTERBOOKS»
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (2007). *Ελληνική οικονομία και τουρισμός* «ΙΤΕΠ»
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. «ΚΡΙΤΙΚΗ»
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (1999). *Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό*. «Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο»
- Λαγός Δ. (2005). *Τουριστική Οικονομική*. «ΚΡΙΤΙΚΗ»
- Μπαρτζελιώτης Λεωνίδας (1998). *Πόλις και πολιτισμός*. «ΤΥΠΟΘΗΤΩ»

- Παυλόπουλος Παναγιώτης (2007). *Μέγεθος, Επιδράσεις και Χαρακτηριστικά του Εσωτερικού τουρισμού*. «Ειδικές Εκδόσεις ΙΤΕΠ»
- Σαμπράκος Ε. (2010). *Διερεύνηση των προβλημάτων και της οικονομικής βιωσιμότητας της Ελληνικής επιβατηγού ναυτιλίας με σκοπό την επιβίωση και την ανάκαμψη της κάτω από τις σύγχρονες διεθνείς και εθνικές οικονομικές εξελίξεις*. «Κέντρο ερευνών Πανεπιστήμιο Πειραιά»
- Σφακιανάκης Μ. (2000). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. «ΕΛΛΗΝ»
- Χατζηνικολάου Ελισάβετ (2008). *Νομοθεσία τουριστικών επιχειρήσεων*. «ΠΡΟΠΟΜΠΟΣ»
- Ψιλάκης Νίκος και Μαρία (2001). *Κρητική παραδοσιακή κουζίνα: Το θαύμα της κρητικής διατροφής*. «ΤΥΠΟΚΡΕΤΑ»

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Blanke Jennifer, Chiesa Thea (2011). *Έκθεση ανταγωνιστικότητας του κλάδου ταξιδιού και τουρισμού*. «ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΦΟΡΟΥΜ»
- Doswell Roger (2002). *Τουρισμός, ο ρόλος του αποτελεσματικού Μάνατζμεντ*. «ΚΡΙΤΙΚΗ»
- Krippendorf J. (1982). *Towards new tourism policies: the importance of environmental and sociocultural factors*, Tourism Management.
- Laarman, JG and Durst, PB (1987). *Nature travel and tropical forests*. FPEI Working Pares Series, Southeastern Center for Forest Economics Research
- Lickorish J. Leonard (2004). *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. «ΚΡΙΤΙΚΗ»
- Westwood John (2006). *The Sunday Times Οδηγός επιτυχίας: Πώς να καταρτίσετε ένα Marketing Plan*. «ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗΣ»

ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Νόμος 2160/1993 «Ρυθμίσεις για τον τουρισμό και άλλες διατάξεις» από την ιστοσελίδα: <http://nomothesia.ependyseis.gr/eu-law/getFile/%CE%9D+2160+1993.pdf?bodyId=841710>
- Ερευνητικό Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη του Θρησκευτικού, Αθλητικού και Άλλων Μορφών Εναλλακτικού Τουρισμού στο Νομό Λασιθίου (2010) <http://lasithitour.bpis.teicrete.gr/religious/index.php?page=main&lang=el>
- UNWTO Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού «Καταλαβαίνοντας τον τουρισμό: Βασικό λεξιλόγιο» (2005/2007) http://www.unwto.org/pdf/Understanding_Tourism-BasicGlossary_EN.pdf
- Νομοθεσία EOT N.2160/1993 -ΦΕΚ 118 Α

- Εφημερίδα: ΕΘΝΟΣ της Κυριακής (2010) «Διχάζει ξενοδόχους και Πολιτεία το all inclusive» στη βιβλιογραφική βάση του ΣΕΤΕ
http://www.sete.gr/files/Media/10_SETE/100718_EthnosKuriakis.pdf
- Ιστοσελίδα Δήμου Ηρακλείου: Κρητική Διατροφή <http://www.heraklion.gr/city/cretan-nutrition/cretan-diet.html>
- Ιστοσελίδα ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΡΗΤΗ: Αρχαιολογικές θέσεις Κρήτης <http://digitalcrete.ims.forth.gr>
- Εθνική Επιτροπή Τουρισμού http://www.kee.gr/perivallontiki/teacher3_4_2.html
- Ιστοσελίδα Χρηματιστηρίου Αθηνών
<http://www.ase.gr/content/gr/companies/ListedCo/Profiles/sectors.asp#>
- Ιστοσελίδα <http://www.capital.gr/h.asp?s=%C4%D4%C1>
- Ιστοσελίδα <http://physika.lasithinet.gr/nature.htm>
- ΣΕΤΕ: Η Γαστρονομία στο Μάρκετινγκ του Ελληνικού Τουρισμού
<http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>
- ΣΕΤΕ: Ελληνικός τουρισμός : Στοιχεία & Αριθμοί Έκδοση 2010
<http://www.sete.gr/files/Media/FACTSFIGURES.pdf>
- Διεθνές Αερολιμάν Αθηνών www.aia.gr
- <http://www.aia.gr/pages.asp?pageid=526&langid=1>
- www.hellaskps.gr
- www.visitcentralbalcan.net
- www.bg-guesthouse.com
- http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2010/MELETI%20PANEPISTIMIYOU%20PEIRAIA_EE_N.pdf
- www.pbs.gr
- http://www.sete.gr/files/Media/09_Eipan/091005naftemporiki.pdf
- http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Meleth.pdf
- Υπουργείο Γεωργίας – Γραφείο Τύπου Αθήνα 10.12.2003 «4η Συνεδρίαση επιτροπής παρακολούθησης του επιχειρησιακού προγράμματος ‘κοινοτική πρωτοβουλία LEADER+’»
- Υπουργείο Πολιτισμού – Γενική Γραμματεία Τουρισμού. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα» ΕΣΠΑ 2007-2013

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Τόπος συμπλήρωσης
ερωτηματολογίου

2. Μήνας συμπλήρωσης
ερωτηματολογίου

3. Εθνικότητα

4. Χώρα μόνιμης κατοικίας

5. Φύλο

Ανδρας
Γυναίκα

6. Ηλική κατηγορία στην οποία
ανήκετε:

18-30 31-45 46-60 60+

7. Απασχόληση

Μισθωτός του δημόσιου τομέα
Μισθωτός του ιδιωτικού τομέα
Αυτοαπασχολούμενος
Επιχειρηματίας - Εργοδότης
Συνταξιούχος
Άνεργος
Φοιτητής
Οικιακά
Άλλο _____
ΔΑ

8. Επίπεδο εκπαίδευσης

Δημοτικό – Γυμνάσιο
Απόφοιτος Λυκείου
Μεταλυκειακή Εκπαίδευση
Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ
Μεταπτυχιακό
Διδακτορικό
ΔΑ

9. Οικογενειακό εισόδημα (Ετήσιο)

< 25.000 €
25.001 – 50.000 €
50.001 – 75.000 €
75.001 – 100.000 €
> 100.000 €

10. Ταξιδεύετε ...

Μόνος/η
Με φίλους
Με οικογένεια
Με συνεργάτες

11. Πόσες ημέρες διήρκεσε/θα διαρκέσει
η παραμονή σας στην Κρήτη;

1-3 ημέρες 4-7 ημέρες
8-14 ημέρες >14 ημέρες

12. Έχετε έρθει στην Κρήτη για:

- Οργανωμένο ταξίδι διακοπών
 Διακοπές τύπου πακέτου All inclusive
 Ανεξάρτητο ταξίδι διακοπών
 Επίσκεψη φίλων ή συγγενών
 Επαγγελματικό ταξίδι – Δουλειά
 Σεμινάριο – Έκθεση
 Άλλο _____

13. Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Κρήτη και τον νομό Λασιθίου;

	Κρήτη	Νομός Λασιθίου
Είναι η πρώτη φορά		
2-3 φορές		
4-5 φορές		
Παραπάνω από 5 φορές		

14. Για ποιο λόγο προτιμήσατε την Κρήτη και το Νομό Λασιθίου;

	Κρήτη	Ν. Λασιθίου
Για το κλίμα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για τη φυσική ομορφιά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για τη θάλασσα/τις παραλίες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για τα μνημεία και τον πολιτισμό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για εναλλακτικές μορφές τουρισμού εκτός από ήλιο και θάλασσα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για το χαμηλό κόστος ζωής σε σχέση με την ποιότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για τη διατροφή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Για τους ανθρώπους	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Πως κλείσατε την διαμονή και την πτήση/μεταφορά σας;

	Διαμονή	Πτήση/ Μεταφορά
Μέσω tour operator		
Μέσω τοπικού ταξιδιωτικού γραφείου		
Με βοήθεια από φίλους ή συγγενείς		
Απευθείας από τον αεροπορικό/ακτοπλοϊκό οργανισμό		
Μέσω Internet		
Δεν είχα κάνει κάποια κράτηση		
Δεν Ξέρω/Δεν απαντώ		

16. Είδος καταλύματος:

- Ενοικιαζόμενα δωμάτια
 Ξενοδοχείο
 Camping
 Youth Hostel
 Σε φίλους ή συγγενείς
 Άλλο _____

17. Πόσο καιρό πριν είχατε κάνει την κράτηση για το ταξίδι σας;

- Κράτηση τελευταίας στιγμής
 (λιγότερο από 15 μέρες)
 Από 15 ημέρες – 2 μήνες
 Πριν από ___ μήνες

18. Κατά την διάρκεια της παραμονής σας στο νησί, ποια από τα παρακάτω μέσα μεταφοράς χρησιμοποιήσατε;

- Ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο
- Ιδιόκτητο αυτοκίνητο
- Ποδήλατο
- Λεωφορεία ΚΤΕΛ
- Ιδιωτικό λεωφορείο
- Ταξί
- Μηχανή
- Κανένα από τα παραπάνω
- Όλα τα παραπάνω

19. Ποιους νομούς της Κρήτης επισκεφτήκατε;

- Χανιά
- Ρέθυμνο
- Ηράκλειο
- Λασιθι
- Όλα τα παραπάνω

20. Έχετε έλθει στην Κρήτη στα πλαίσια κάποιου προγράμματος εναλλακτικού τουρισμού από τα παρακάτω, ή κάνατε σχετικές δραστηριότητες;

- Αθλητικός τουρισμός (ή αθλ. δραστηριότητες)
- Πολιτιστικός/μνημειακός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Αγροτουρισμός
- Θαλάσσιος ταξιδιωτικός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Μαθητικός τουρισμός
- Οινοτουρισμός – Γαστρονομικός τουρισμός
- Θρησκευτικός-Εορταστικός τουρισμός (π.χ. Πάσχα, τοπικές θρησκευτικές γιορτές)
- Συνεδριακός- Εκθεσιακός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας/ευεξίας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Άλλο _____
- Κανένα από τα παραπάνω

21. Από αυτά τα είδη εναλλακτικού τουρισμού, ποιό/ποιά θα θέλατε να βιώσετε και/ή να αναπτυχθεί στο Νομό Λασιθίου;

- Αθλητικός τουρισμός (ή αθλ. δραστηριότητες)
- Πολιτιστικός/μνημειακός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας
- Αγροτουρισμός
- Θαλάσσιος ταξιδιωτικός τουρισμός
- Οικολογικός τουρισμός
- Μαθητικός τουρισμός
- Οινοτουρισμός – Γαστρονομικός τουρισμός
- Θρησκευτικός-Εορταστικός τουρισμός (π.χ. Πάσχα, τοπικές θρησκευτικές γιορτές)
- Συνεδριακός- Εκθεσιακός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας/ευεξίας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Άλλο _____
- Κανένα από τα παραπάνω

22. Εάν έχετε επισκεφτεί εκκλησίες ή μοναστήρια στο Νομό Λασιθίου, πόσο ικανοποιημένοι είσαστε με καθένα από τα ακόλουθα

	1 (Καθόλου)	2 (Λίγο)	3 (Μέτρια)	4 (Πολύ)	5 (Εξαιρετικά)
Ευκολία πρόσβασης					
Ωράριο λειτουργίας					
Τουαλέτες					
Θέσεις στάθμευσης					
Καταστήματα σουβενίρ – Εκθετήρια					
Χώροι αναψυχής					
Κόστος εισιτηρίου (αν υπάρχει)					
Οργάνωση					
Μέσα συγκοινωνίας					
Σήμανση διαδρομής					
Ενημερωτικό φυλλάδιο					

25. Ποια από τα παρακάτω αθλήματα θα σας ενδιέφερε να συμμετάσχετε ή να παρακολουθήσετε;

	Σαν θεατής	Σαν αθλητής
1. Ποδόσφαιρο		
2. Μίνι ποδόσφαιρο		
3. Beach soccer		
4. Μπάσκετ		
5. Street basketball		
6. Βόλει		
7. Beach Volleyball		
8. Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: επίσημοι (ΣΕΓΑΣ)		
9. Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: τύπου extreme		
10. Αθλήματα δρόμου: Ανώμαλοι δρόμοι: πανηγυρικοί, πόλης		
11. Αθλήματα δρόμου: μαραθώνιοι δρόμοι		
12. Αθλήματα δρόμου: υπεραποστάσεις		
13. Τένις		
14. Στίβος		
15. Άρση βαρών		
16. Πάλη		
17. Tae Kwon Do		
18. Ποδηλασία: ποδηλατικοί γύροι		
19. Ποδηλασία: αναβάσεις/διαδρομές βουνού		
20. Ιστιοπλοΐα		
21. Ιστιοσανίδα		
22. Κολύμβηση		
23. Water polo		
24. Κωπηλασία		
25. Χάντμπολ		
26. Πινγκ πονγκ		
27. Σκοποβολή		
28. Αγώνες 4x4		
29. Μότο κρος		
30. Αγώνες Καρτ		
31. Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας: αυτοκίνητα		
32. Μηχανοκίνητος αθλητισμός πίστας: μηχανές		
33. Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου αυτοκίνητα		
34. Μηχανοκίνητος αθλητισμός δρόμου μηχανές		
35. Άλλο		

26. Κατά την διάρκεια των διακοπών σας στο νομό Λασιθίου, πόσες φορές επισκεφτήκατε:

	1	2-4	5-7	>7
Αρχαιολογικούς χώρους				
Εκκλησίες/ μοναστήρια				
Μουσεία				
Κέντρα ευεξίας spa				
Παραδοσιακά χωριά				
Τοποθεσίες φυσικής ομορφιάς (φαράγγια, σπήλαια, λίμνες, βιότοπους, κτλ.)				
Ιστορικές τοποθεσίες				
Εκθέσεις				

27. Ποίες από τις παρακάτω δραστηριότητες κάνατε/πήγατε κατά την διάρκεια της διαμονής σας στην Κρήτη;

- Ψώνια
- Θέατρο/ Συναυλία
- Οργανωμένη εκδρομή
- Ιππασία
- Αθλήματα
- Extreme sports
- Παρακολούθηση άγριας φύσης
- Τοπικές εκδηλώσεις
- Φαγητό σε εστιατόριο ή ταβέρνα
- Παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος
- Νυχτερινή διασκέδαση
- Θεματική βραδιά – Cretan nights
- Άλλο _____

28. Με ποια κριτήρια επιλέγετε συνήθως προορισμό για τις διακοπές σας ξεκινώντας από το σημαντικότερο (=1):

- Δραστηριότητες/ Υποδομές
- Κόστος
- Διαμονή
- Ευκολότερη πρόσβαση
- Ποικιλία στα αξιοθέατα
- Οργάνωση
- Άλλο.....

29. Ποιός από τους παρακάτω παράγοντες εκφράζει κυρίως τον λόγο των διακοπών σας;

- Χαλάρωση – Ευεξία
- Περιπέτεια – Εξερεύνηση
- Γνωριμία με άλλους πολιτισμούς
- Διασκέδαση
- Θρησκευτική επίσκεψη
- Γνωριμία με τοπική κουζίνα
- Άλλο _____

30. Πόσο σημαντικό θα ήταν για εσάς να βελτιωθούν τα παρακάτω στον νομό Λασιθίου;

	1 (Καθόλου)	2 (Λίγο)	3 (Μέτρια)	4 (Πολύ)	5 (Εξαιρετικά)
Δραστηριότητες/ Υποδομές					
Κόστος					
Διαμονή					
Ευκολότερη πρόσβαση					
Ποικιλία στα αξιοθέατα					
Οργάνωση					

31. Πόσο πολύ (ή λίγο) σας επηρέασαν τα παρακάτω στην απόφαση να επισκεφτείτε το νομό Λασιθίου:

	1 (Καθόλου)	2 (Λίγο)	3 (Μέτρια)	4 (Πολύ)	5 (Εξαιρετικά)
Μια προηγούμενη επίσκεψη					
Συμβουλή από φίλους/συγγενείς					
Άρθρο σε περιοδικό/εφημερίδα					
Ταξιδιωτικός οδηγός/εγχειρίδιο					
Πρόγραμμα/ αφιέρωμα/ διαφήμιση στην τηλεόραση					
Σελίδα στο Internet					
Κόστος διακοπών					
Συμβουλή από ταξιδιωτικό πράκτορα					
Άλλο					

32. Κατά πόσο συμφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις, για το Νομό Λασιθίου:

	1 (Καθόλου)	2 (Λίγο)	3 (Μέτρια)	4 (Πολύ)	5 (Εξαιρετικά)
Είναι ασφαλές μέρος να επισκεφτείς					
Οι άνθρωποι είναι φιλικοί και φιλόξενοι					
Οι τιμές είναι ικανοποιητικές					
Το οδικό δίκτυο είναι ικανοποιητικό					
Η ποιότητα του φαγητού είναι ικανοποιητική					
Τα μέσα συγκοινωνίας είναι ικανοποιητικά					
Το κατάλυμα στο οποίο διαμείνατε είναι ικανοποιητικό					

33. Πόσο ευχαριστημένοι είσαστε με τις διακοπές στην Κρήτη μέχρι στιγμής;

1 (Καθόλου)	2 (Λίγο)	3 (Μέτρια)	4 (Πολύ)	5 (Εξαιρετικά)

34. Σκοπεύετε να επισκεφτείτε ξανά το νησί της Κρήτης στο μέλλον;

1 (Όχι)	2 (Μάλλον όχι)	3 (Ίσως)	4(Μάλλον ναι)	5(Ναι)

35. Ποιες ήταν οι πιο ευχάριστες εμπειρίες που είχατε κατά την παραμονή σας στην Κρήτη;

36. Ποιες ήταν οι πιο δυσάρεστες εμπειρίες που είχατε κατά την παραμονή σας στην Κρήτη;

37. Ποια συγκεκριμένα μέρη επισκεφτήκατε κατά τη διαμονή σας;

38. Ποια ακόμα θα θέλατε να επισκεφτείτε;

39. Εάν απαντήσατε στην ερώτηση 38, για ποιο λόγο δεν τα επισκεφτήκατε;

- Έλλειψη χρόνου
- Έλλειψη χρημάτων
- Άλλος λόγος _____

40. Τι πιστεύετε ότι θα μπορούσε να κάνει τις διακοπές σας στον νομό Λασιθίου περισσότερο ενδιαφέρουσες;

- Εάν μπορούσα να επισκεφτώ μέρη με ξεναγό έτσι ώστε να μαθαίνω περισσότερες πληροφορίες
- Εάν μπορούσα να παρακολουθήσω μαθήματα μαγειρικής παραδοσιακής κουζίνας;
- Εάν μπορούσα να μάθω σε μικρό βαθμό την ελληνική γλώσσα
- Εάν πληροφορούμουν περισσότερο για τα τοπικά ήθη και έθιμα και παραδόσεις
- Εάν μπορούσα να συμμετάσχω σε τοπικές αγροτικές εργασίες
- Εάν μπορούσα να συμμετάσχω σε /παρακολουθήσω αθλητικές δραστηριότητες/διοργανώσεις
- Εάν μπορούσα να παρακολουθήσω μια συναυλία παραδοσιακής μουσικής
- Εάν μπορούσα να συμμετάσχω σε μια τοπική θρησκευτική γιορτή
- Άλλο _____

Σας ευχαριστούμε πολύ για τον χρόνο και τη βοήθεια σας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ
ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ**

Όνομα επιχείρησης		Κατηγορία	
Διεύθυνση - Ιστοσελίδα- Τηλέφωνα			
Περιοχή-Τοποθεσία ξενοδοχείου/χώρου.			
Δυναμικότητα για συνέδριο		Αριθμός αιθουσών	
Δυναμικότητα μεγάλης αίθουσας		Δυναμικότητα κλινών	
Είδη συνεδρίων που έγιναν με αριθμό για καθένα(1)		Συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν σε αριθμό τα τελευταία 10 χρόνια	
Δραστηριότητες που οργανώνει το ξενοδοχείο		Εποχή πραγματοποίησης των συνεδρίων	
Υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο			
Συνεδριακό εξοπλισμό που διαθέτει		Εθνικότητα συνεδρίων	
Εμπλεκόμενοι φορείς		Μέσος όρος συνεδρίων που φιλοξένησε	
Ζήτηση συμπληρωματικών υπηρεσιών υποστήριξης π.χ. διακόσμηση, γραμματειακή υποστήριξη, ψυχαγωγία, δεξιώσεις			

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ 2010

A/A	ΕΙΔΟΣ ΧΩΡΟΥ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ	ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕΓΑΛΗΣ ΑΙΘΟΥΣΑΣ	ΕΙΔΗ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΓΙΝΕΙ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΑΝΑ ΕΤΟΣ	ΕΠΟΧΗ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ
1	Ξενοδοχείο 4*	Αγ. Νικόλαος	140	1	100	Ιατρικά, Φαρμακευτικά	3 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	Ευρωπαϊκή - Ελληνική	Τουριστικά γραφεία
2	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	1620	8	550	Ιατρικά, Φαρμακευτικά, Αυτοκινήτων	5 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Παγκόσμια	Ελληνικά πρακτορεία
3	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	1620	8	550	Ιατρικά, Φαρμακευτικά, Αυτοκινήτων	6 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Παγκόσμια	Ελληνικά πρακτορεία
4	Ξενοδοχείο 4*	Αγ. Νικόλαος	100	1	100	Φαρμακευτικά, Πολιτιστικά	2 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	Ευρωπαϊκή	-
5	Ξενοδοχείο 4*	Αγ. Νικόλαος	380	3	300	Ιατρικά, Τοπικής αυτοδιοίκησης, Σεμινάρια	1 τον χρόνο	Όλο τον χρόνο	Πλήρης	Ευρωπαϊκή - Ελληνική	Διάφορες εταιρίες
6	Ξενοδοχείο 5*	Αγ. Νικόλαος	150	2	120	Πολιτιστικά, Αρχαιολογικά	4 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	Αγγλική - Γερμανική	Τουριστικά γραφεία, διάφορες εταιρίες, πανεπιστήμια
7	Ξενοδοχείο 5*	Αγ. Νικόλαος	100	1	90	Ιατρικά, Πληροφορικής, Εκθέσεις	1 τον χρόνο	Όλο τον χρόνο	Βασικός	Ελληνική	Διάφορες εταιρίες
8	Ξενοδοχείο 5*	Αγ. Νικόλαος	550	3	300	-	-	-	-	-	-
9	Ξενοδοχείο 4*	Ελούντα	230	1	150	Ιατρικά, Ομιλίες, Σεμινάρια	1 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Ελληνική - Ελβετική	Διάφορες εταιρίες, πανεπιστήμια
10	Ξενοδοχείο 4*	Ιεράπετρα	100	2	100	Γεωπονικά, Αστρονομίας	-	Αρχές σεζόν	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	Γερμανική	Διάφορες εταιρίες

11	Ξενοδοχείο 2*	Σίσι	50	1	50	-	-	-	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	-	-
12	Ξενοδοχείο 4*	Ιεράπετρα	2400	1	2400	Θρησκευτικά, Γεωπονικά	-	Όλο τον χρόνο	Πλήρης	Ευρωπαϊκή	Διάφορες εταιρίες
13	Ξενοδοχείο 5*	Μίλατος	350	9	350	-	-	-	Βασικός	-	-
14	Ξενοδοχείο 5*	Σίσι	220	2	150	Ιατρικά	1 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Ευρωπαϊκή - Ολλανδική - Γερμανική - Φιλανδική	Διάφορες εταιρίες
15	Ξενοδοχείο 2*	Σητεία	60	1	50	Ιατρικά, Εμπορικά, Εκπαιδευτικά	1 τον χρόνο	Όλο τον χρόνο	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	Ελληνική	Σχολεία, διάφορες εταιρίες
16	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	80	1	80	Ιατρικά	3 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	Ελληνική	Διάφορες εταιρίες
17	Ξενοδοχείο 4*	Ελούντα	250	1	250	Ιατρικά, Φαρμακευτικά, Υπολογιστών, Εκπαιδευτικά	4 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Ευρωπαϊκή - Γερμανική - Γαλλική - Ελληνική - Αγγλική - Βεγική	Διάφορες εταιρίες
18	Ξενοδοχείο 4*	Μακρύς Γιαλός	180	3	180	-	15 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Σκανδιναβική	-
19	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	550	6	230	Φαρμακευτικά, Ασφαλιστικά, Αυτοκινήτων	10 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Αμερικάνικη - Γερμανική	Γραφεία συνεδριακού τουρισμού
20	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	15	1	15	Εμπορικά	1 τον χρόνο	Αρχές σεζόν	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	-	-
21	Ξενοδοχείο 4*	Ελούντα	140	1	140	Ψυχολογίας, Γιόγκα	5 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	Ευρωπαϊκή - Βελγική	-

22	Ξενοδοχείο 4*	Αγ. Νικόλαος	30	1	30	-	-	-	Ενοικιάζεται από εξωτερικές εταιρίες	-	-
23	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	288	5	90	Φαρμακευτικά	25 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Παγκόσμια	-
24	Ξενοδοχείο 5*	Ελούντα	600	5	280	Φαρμακευτικά, Τεχνολογίας	5 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Πλήρης	Ελληνική - Αγγλική	-
25	Ξενοδοχείο 3*	Ιεράπετρα	450	4	350	Ιατρικά	1 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	Ευρωπαϊκή	-
26	Ξενοδοχείο 5*	Σίσι	1300	10	450	Ιατρικά, Τραπεζικά, Εταιρικά, Οργανισμών	15 τον χρόνο	-	Πλήρης	Ευρωπαϊκή	Τουριστικά γραφεία
27	Ξενοδοχείο 3*	Ιεράπετρα	150	1	150	-	1 τον χρόνο	Αρχές και τέλη σεζόν	Βασικός	-	-
28	Ξενοδοχείο 5*	Αγ. Νικόλαος	390	13	390	-	-	-	Πλήρης	-	-
29	Κινηματογράφος	Αγ. Νικόλαος	324	1	324	Κοινωνικά, Ιατρικά	3-4 τον χρόνο	Άνοιξη με Καλοκαίρι	Βασικός	Ελληνική	Τοπική αυτοδιείκηση, διάφορες εταιρίες και συλλόγοι