



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ
ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΠΑΠΙΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ : ΒΟΥΤΣΙΛΑΚΟΥ ANNA

©
2009

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Βουτσιλάκου Άννα

20/03/2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για την οικονομία του Ηράκλειου, αφού χάρη σε αυτόν η πόλη του Ηρακλείου, με το πέρασμα των χρόνων έχει αναπτυχθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό, προσφέροντας έτσι καλύτερες συνθήκες και ποιότητα διαβίωσης, στους κατοίκους του. Η παρούσα εργασία έχει σκοπό την εξέταση των συνθηκών που υφίστανται στο Ηράκλειο σήμερα, τις συνέπειες που έχει υποστεί από τον τουρισμό και τη στάση των κατοίκων, απέναντι στον τουρισμό.

Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στις βασικότερες έννοιες του τουρισμού, της τουριστικής ανάπτυξης και άλλων εννοιών, ενώ στη συνέχεια επεξηγούνται οι λόγοι που ώθησαν και ωθούν τους ανθρώπους στον τουρισμό. Επιπλέον, αναφέρονται οι επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει ο τουρισμός σε ένα προορισμό και τα βήματα του σχεδιασμού τουριστικής ανάπτυξης.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται η παρουσίαση του Ηρακλείου, η ιστορία του μέχρι σήμερα, οι ιδιαίτερες γεύσεις που το χαρακτηρίζουν και άλλα κοινωνικό – πολιτιστικά στοιχεία. Επίσης, γίνεται λόγος για τις προωθητικές και διαφημιστικές ενέργειες που έχουν λάβει μέρος ως σήμερα, για την πόλη του Ηρακλείου.

Συνεχίζοντας, στο τρίτο κεφάλαιο διευκρινίζονται ο ερευνητικό σκοπός και ο στόχος της παρούσας εργασίας, καθώς επίσης απλώνεται η μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθήθηκε για την διεξαγωγή των συμπερασμάτων της εργασίας, τα οποία παρατίθενται στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρατίθενται τα αποτελέσματα από την έρευνα που απευθύνθηκε στους ντόπιους κατοίκους του Ηρακλείου και επεξηγούνται οι λόγοι που οδήγησαν τους κατοίκους σε αυτές τις απόψεις, όσο αφορά την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον της πόλης τους.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο της έρευνας, αναγράφονται τα συμπεράσματα που βγήκαν από αυτή και οι προτάσεις για την επίλυση των προβλημάτων, που αναγνωρίστηκαν, ώστε ο τουρισμός του Ηρακλείου να συνεχίσει την ανοδική πορεία του στον κύκλο ζωής του τουριστικού προορισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Υπεύθυνη Δήλωση.....	i
Περίληψη	ii
Περιεχόμενα.....	iii
Λίστα Πινάκων	vi
Λίστα Σχεδιαγραμμάτων.....	vii

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	1
1.1 Εισαγωγή	2
1.2 Τουρισμός.....	2
1.3 Τουριστική Ανάπτυξη.....	5
1.4 Μοντέλα Τουριστικής Ζήτησης.....	7
1.4.1 Μοντέλα Κύκλου Ζωής	7
1.4.2 Μορφολογικά Μοντέλα	12
1.4.3 Τύποι Διασποράς ή Αλλογενούς Ανάπτυξης.....	14
1.5 Γιατί οι Άνθρωποι Κάνουν τουρισμό;	15
1.6 Εμπόδια στα Ταξίδια.....	16
1.7 Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Προορισμούς.....	17
1.7.1 Οικονομικές Επιπτώσεις.....	17
1.7.2 Κοινωνικές και Πολιτισμικές Επιπτώσεις	18
1.7.3 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις.....	20
1.8 Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης Προορισμών	21
1.8.1 Βασικά Στοιχεία στο Σχεδιασμό της Τουριστικής Ανάπτυξης.....	21
1.8.2 Διαδικασίες Σχεδιασμού της Τουριστικής Ανάπτυξης.....	22
1.8.3 Επίπεδα Σχεδιασμού της Τουριστικής Ανάπτυξης.....	24
1.9 Επιλογή Προορισμού	25
1.10 Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών	29
1.11 Η Διαφήμιση των Τουριστικών Προορισμών	31
1.12 Οι Προωθητικές Ενέργειες στον Τουρισμό.....	34

1.13 Συμπεράσματα	37
ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	38
2.1 Εισαγωγή	39
2.2 Ηράκλειο.....	39
2.2.1 Ιστορική Αναδρομή του Ηρακλείου	40
2.2.2 Ήθη και Έθιμα του Ηρακλείου.....	41
2.2.3 Η Κρητική Κουζίνα	42
2.3 Τουριστική Ανάπτυξη Ηρακλείου	43
2.3.1 Βασικές Περιοχές Ηρακλείου προς Αναβάθμιση	43
2.4 Η Τουριστική Προώθηση και Προβολή του Ηρακλείου	49
2.4.1 Τουριστική Προώθηση Ηρακλείου.....	49
2.4.2 Τουριστική Προβολή Ηρακλείου	51
2.5 Συμπεράσματα	55
ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	56
3.1 Εισαγωγή	57
3.2 Η Έννοια της Έρευνας.....	57
3.3 Ποιοτική και Ποσοτική Έρευνα	58
3.3.1 Ποιοτική Έρευνα	58
3.3.2 Ποσοτική Έρευνα	59
3.4 Δημιουργία Ερευνητικού Ερωτήματος.....	59
3.5 Είδη Έρευνας με Βάση την Προέλευση των Στοιχείων	60
3.5.1 Δευτερογενής Έρευνα.....	61
3.5.2 Πρωτογενής Έρευνα	61
3.6 Καθορισμός Ερευνητικού Σκοπού.....	63
3.7 Καθορισμός Ερευνητικού Στόχου	64
3.8 Σχεδιασμός Έρευνας.....	64
3.9 Επιλογή Δείγματος.....	65
3.10 Εμπιστευτικότητα	66
3.11 Ανάλυση και Αξιολόγηση Στοιχείων.....	67
3.12 Σχεδιασμός Ερωτηματολόγιου	67
3.13 Περιορισμοί Έρευνας.....	68
ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	70
4.1 Εισαγωγή	71

4.2 Προφίλ Ερωτώμενων	71
4.3 Η Συμβολή του Τουρισμού στην Τοπική Οικονομία	72
4.4 Η Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση.....	77
4.5 Τουρισμός και Ψυχαγωγία.....	79
4.6 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στα Τοπικά Ήθη και Έθιμα	82
4.7 Τουρισμός και Φαινόμενα Κοινωνικής Παθογένειας.....	84
4.8 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Συντήρηση, Ανακαίνιση και Προστασία των Αρχαιολογικών, Ιστορικών και Φυσικών Χώρων	87
4.9 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Κυκλοφοριακό, το Θόρυβο και τη Μόλυνση	90
4.10 Τουρισμός και Συγκοινωνιακή Υποδομή	92
4.11 Τουρισμός, Πόροι και Φυσικό Περιβάλλον	94
4.12 Υπερσυγκέντρωση Τουριστών και Ποιότητα Τουριστικού Προϊόντος.....	96
ΠΕΜΠΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	98
5.1 Εισαγωγή	99
5.2 Τοπική Οικονομία.....	99
5.3 Τοπική Κοινωνία	100
5.4 Φυσικό και Δομημένο Περιβάλλον	101
5.5 Το Στάδιο Ζωής του Τουρισμού	102
5.6 Το Επίπεδο Ενόχλησης των Ντόπιων από τους Τουρίστες	104
5.7 Τουριστική Μορφολογία του Ηρακλείου	107
5.8 Προτάσεις για Βελτίωση Κοινωνικών Επιπτώσεων.....	109
5.9 Προτάσεις για Βελτίωση Φυσικού και Δομημένου Περιβάλλοντος	110
5.10 Προτάσεις για Περαιτέρω Τουριστική Ανάπτυξη	113
5.11 Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα.....	114
5.12 Επίλογος.....	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	117
A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	118
B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	122
Γ. ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΗ ΤΙΣ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	123
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	128
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	129
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	130

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.4.2: Διαφημιστική Καμπάνια Φορέων του Ηρακλείου 2006 – 2007, Αναπτυξιακή Ηρακλείου (2008).....	54
Πίνακας 4.2 Κοινωνικό- Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτώμενων.....	72
Πίνακας 4.3 Η Συμβολή του Τουρισμού στην Τοπική Οικονομία.....	74
Πίνακας 4.4 Η Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση.....	78
Πίνακας 4.5 Η Επιρροή του Τουρισμού στην Ψυχαγωγία του Ντόπιου Πολίτη...80	
Πίνακας 4.6 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στα Τοπικά Ήθη και Έθιμα.....	82
Πίνακας 4.7 Η Επιρροή του Τουρισμού στην Αύξηση των Φαινομένων Κοινωνικής Παθογένειας.....	84
Πίνακας 4.8 Οι επιπτώσεις του Τουρισμού στην Συντήρηση, Ανακαίνιση και Προστασία των Αρχαιολογικών, Ιστορικών και Φυσικών Χώρων.....	88
Πίνακας 4.9 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Κυκλοφοριακό, το Θόρυβο και τη Μόλυνση.....	90
Πίνακας 4.10 Τουρισμός και Συγκοινωνιακή Υποδομή.....	93
Πίνακας 4.11 Τουρισμός, Πόροι και Φυσικό Περιβάλλον.....	95
Πίνακας 4.12 Υπερσυγκέντρωση Τουριστών και Ποιότητα Τουριστικού Προϊόντος.....	97

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1.4.α: Προκαλούμενα Επίπεδα Ενοχλήσεων από Συναντήσεις Τουριστών – Ντόπιων, Doxey (1976)	9
Σχεδιάγραμμα 1.4.β: Υποθετικό Μοντέλο Κύκλου Ζωής, Butler (1980)	11
Σχεδιάγραμμα 1.4.γ: Μοντέλο Αστικού Τουριστικού Χώρου, Weaver (1993)	14
Σχεδιάγραμμα 1.9.α: Μοντέλο Λήψεως Ταξιδιωτικών Αποφάσεων, Schmoll (1977)	26
Σχεδιάγραμμα 1.9.β: Μοντέλο Τουριστικής Συμπεριφοράς, Jafari (1987).....	28
Σχεδιάγραμμα 1.10: Κύρια Στάδια Τουριστικού Μάρκετινγκ, Ηγουμενάκης (1999)	30
Σχεδιάγραμμα 5.7: Εφαρμογή του Μορφολογικού μοντέλου του Weaver (1993) στην πόλη του Ηρακλείου Κρήτης	108
Παράρτημα 1: Αεροφωτογραφία της Πόλης του Ηρακλείου (2008)	129

ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός έχει ένα ευρύ εννοιολογικό περιεχόμενο και στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι να αναλύσει τις βασικές του έννοιες και χαρακτηριστικά. Αρχικά, αναλύεται η έννοια του τουρισμού και επισημαίνεται η χρονική περίοδος που πρωτοεμφανίστηκε, το κοινό όπου απευθυνόταν αλλά και την αλλαγή των μεταβλητών του στην πορεία, ώστε να μπορεί ο κάθε πολίτης να ταξιδεύει. Στη συνέχεια, αναφέρεται η προέλευση της λέξης «τουρισμός» και παρατίθενται οι προσπάθειες μελετητών – κ όχι μόνο- για τον ορισμό του τουρισμού. Εν συνεχεία, επισημαίνονται τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης αλλά και οι αιτίες που οδήγησαν στην επίτευξη της ανάπτυξης του τουρισμού. Αναγράφονται επίσης, τα στοιχεία από όπου προκύπτει η δυναμική πορεία της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και οι παράγοντες που συνέβαλλαν στην ανοδική της πορεία.

Η ζήτηση του τουρισμού αναπτύσσεται μέσω ορισμένων μοντέλων, τα οποία αναλύονται στην τρίτη υπό-ενότητα, ενώ στη συνέχεια αναγράφονται και οι επιπτώσεις που έχει ο τουρισμός, τόσο στον οικονομικό τομέα όσο και στον κοινωνικοπολιτιστικό και περιβαλλοντικό τομέα.

Δε θα μπορούσε να παραλειφθεί η διατύπωση του σχεδιασμού που χρειάζεται από τους τουριστικούς προορισμούς όσο αφορά την τουριστική ανάπτυξη, αλλά και του σχεδιασμού από την πλευρά του ταξιδιώτη για την επιλογή του προορισμού, καθώς και οι λόγοι που οδηγούν κάθε άτομο να κάνει τουρισμό. Όμως υπάρχουν ακόμα άτομα που κάνουν ελάχιστα ή και μηδαμινά ταξίδια και γι' αυτό το λόγο επισημαίνονται και τα εμπόδια των ταξιδιών.

Τέλος, από την πλευρά των προορισμών χρειάζονται προωθητικές ενέργειες και σωστή διαφήμιση, ώστε να δελεάσουν τους ταξιδιώτες και να προσελκύσουν μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων. Γι' αυτό το λόγο, γίνεται αναφορά τόσο στο μάρκετινγκ που ακολουθούν οι προορισμοί όσο και στις μεθόδους διαφήμισης και προώθησής τους, με σκοπό την πιο ολοκληρωμένη και σωστή παρουσίαση του τόπου αλλά και την ενημέρωση για τα είδη ψυχαγωγίας που διαθέτει πχ. Αρχαιολογικά μνημεία.

1.2 Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που υπάρχει από τότε που υπάρχει και ο πολιτισμός του ανθρώπου, μόνο που αρχικά ήταν πλεονέκτημα μόνο των εύπορων αστών και όχι όλων των ανθρώπων, καθώς απαιτούνταν οικονομική άνεση για την πραγματοποίησή του. Σήμερα όμως, ο τουρισμός αφορά ένα ευρύτερο κοινό και αυτό οφείλεται στη Γαλλία, που πρώτη το 1936, καθιέρωσε την μειωμένη τιμή εισιτηρίου στους γαλλικούς σιδηρόδρομους, με αποτέλεσμα αυτή η κίνηση να θεωρηθεί η αφετηρία μιας νέας εποχής και διάστασης του τουρισμού. «Οι διαστάσεις που παίρνει στις μέρες μας αυτό το φαινόμενο, αυτή η ολοκληρωτική του επέκταση, τον καθιστούν μια από τις τρέχουσες δυνάμεις της σύγχρονης ιστορίας.» (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006:31) «Ο τουρισμός χωρίς αμφιβολία, είναι ένα σημαντικό κοινωνικό φαινόμενο το οποίο έχει γνωρίσει, στις μέρες μας, πολύ μεγάλη ανάπτυξη.» (Gartner, 2001:9)

Η λέξη τουρισμός, προέρχεται από τη γαλλική λέξη *tourisme*, που είναι παράγωγο της λέξης *tour*, δηλαδή *ταξίδι*. Κάποιος είπε πως «τουρισμός σημαίνει να ταξιδεύεις πολύ μακριά, ούτως ώστε να νοσταλγήσεις να επιστρέψεις στην πατρίδα» (Logos Dictionary, 2008). Η άποψη αυτή, είναι σωστή, γιατί κατά τον Gartner (2001: 10) τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί «κάθε άτομο που ταξιδεύει για περίοδο εικοσιτεσσέρων ωρών και πλέον ωρών σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του». Παραδόξως όμως, ακόμα δεν έχει δοθεί η καθοριστική και μοναδική έννοια του τουρισμού. Παρακάτω παρουσιάζονται μερικές προσεγγίσεις του ορισμού του.

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.-Monte Carlo) ορίζει τον τουρισμό σαν το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες (μετακινήσεις και δραστηριότητες) προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο.

Ο Jacques Gouet λέει ότι «ο τουρισμός είναι ο τρόπος του να ταξιδεύεις, ο οποίος συνδυάζει σε διάφορες αναλογίες, κατά άτομα, την περιέργεια του πνεύματος μαζί με τον πόθο να προσαρμοστεί κάποιος στα ήθη και έθιμα». Οι Hunziker και Krapf (1942) είπαν ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των εκδηλώσεων οι οποίες γεννιούνται από τη διαμονή των ξένων, όταν αυτή καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από

κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής. Ο Jean Medecin λέει ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, για ανάπαυση, για πλουτισμό της πείρας του, για ανύψωση του μορφωτικού του επιπέδου από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης (Gartner, 2001:9)

Σύμφωνα με τους Καραγιάννη και Έξαρχο (2006), για να ολοκληρωθεί η έννοια του τουρισμού θα πρέπει να συμπεριληφθούν και οι υπηρεσίες που καλύπτουν την οργάνωση προσέλευσης και υποδοχής των τουριστών, η οργάνωση των οποίων, σε συνδυασμό με την αξιοποίηση των επιστημονικών και τεχνικών γνώσεων, έχει αναχθεί σε επιστήμη, την *τουριστική βιομηχανία*. Στον όρο τουριστική βιομηχανία, στεγάζεται το κύκλωμα των εμπορικών και βιομηχανικών επιχειρήσεων φιλοξενίας κάθε τουριστικού προορισμού.

Ο Ηγουμενάκης (1999) θεωρεί ότι ο τουρισμός πρέπει να προσεγγιστεί με βάση τα χαρακτηριστικά του και αναφέρει ότι:

- Τουρισμός νοείται η μεμονωμένη ή η ομαδική μετακίνηση προς εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών από έναν προορισμό σε έναν άλλον όταν η διαμονή στο τόπο προορισμού διαρκεί τουλάχιστον ένα 24ωρο.
- Δύο είναι τα βασικά στοιχεία που εννοούνται ότι συνυπάρχουν με οποιαδήποτε μορφή τουρισμού: *το ταξίδι* (η μετακίνηση δηλαδή προς τον τόπο προορισμού) και *η διαμονή* μαζί βεβαίως με τη διατροφή.
- Η μετακίνηση θεωρείται δεδομένο ότι γίνεται για τουριστικούς και μόνο λόγους και πέραν του μόνιμου τόπου διαμονής των ταξιδιωτών-τουριστών.
- Θεωρείται δεδομένη η επιστροφή των ταξιδιωτών στον τόπο διαμονής τους μετά από την μετακίνηση τους προς ένα τουριστικό επιλεγμένο προορισμό για μικρό χρονικό διάστημα (λίγες μέρες, εβδομάδες ή έστω μήνες).
- Οι λόγοι για τους οποίους ο ταξιδιώτης επισκέπτονται ένα άλλο προορισμό είναι καθαρά για την εκπλήρωση τουριστικών αναγκών και επιθυμιών και δεν έχουν καμία άλλη σχέση με άλλους λόγους όπως π.χ. επαγγελματικούς.

Μπορεί να μην έχει προσδιοριστεί ακόμα η έννοιά του, όμως ένα είναι σίγουρο, ότι θα σημειώσει μεγάλη ανάπτυξη μέσα στις επόμενες δυο δεκαετίες, τόσο στις μετακινήσεις προς τουριστικούς προορισμούς όσο και στην εργασιακή απασχόληση ανθρώπινου δυναμικού και στις υπηρεσίες που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με αυτόν.

1.3 Τουριστική Ανάπτυξη

«Η ανάπτυξη είναι πάντα κάτι, μία ανθρώπινη οντότητα, μία έννοια, μια οικονομία, μια ικανότητα ... συχνά σχετιζόμενη με λέξεις όπως υπό ή υπέρ ή ισόρροπη: πολύ μικρή, πολύ μεγάλη, ή ακριβώς ... που προτείνει ότι η ανάπτυξη έχει μια δομή και ότι ο ομιλητής έχει μια ιδέα για το πώς αυτή η δομή πρέπει να είναι ανεπτυγμένη. Επίσης η ανάπτυξη εκλαμβάνεται ως διαδικασία αλλαγής ή ως ένα σύμπλεγμα τέτοιων διαδικασιών που μέχρι ένα βαθμό είναι νόμιμη ή τουλάχιστον επαρκώς κανονική έτσι ώστε να μπορούμε να κάνουμε έξυπνες δηλώσεις πάνω σε αυτό» (Friedmann, 1980:4)

Τουριστική ανάπτυξη, κατά τον Ηγουμενάκη (2000:100-101) «σημαίνει σε γενικές γραμμές ανοδική εξέλιξη του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας της οικονομίας μιας χώρας, που συντελείται βασικά με την πληρέστερη αξιοποίηση και ορθολογικότερη εκμετάλλευση των ανεπαρκών τουριστικών πόρων, με την αύξηση της τουριστικής παραγωγής και την ποιοτική βελτίωσή της, μα πάνω από όλα με την προσαρμογή της στις ανάγκες ή επιθυμίες των τουριστών, δηλαδή στην τουριστική ζήτηση».

Τα βασικά αίτια, που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού, κατά τους Καραγιάννη και Έξαρχο (2006) είναι:

- Η οικονομική πρόοδος
- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου
- Η πληθυσμιακή διόγκωση των πόλεων
- Η πολεοδομική και οικιστική αναρχία
- Η κυκλοφορική συμφόρηση στις πόλεις
- Η αστική ρύπανση και μόλυνση
- Η βιομηχανική παντοκρατορία κ.α.

Ο WTO (1992, 1993), κατόπιν έρευνας, είχαν δείξει ότι από τα παρακάτω στοιχεία, προκύπτει η δυναμική πορεία της τουριστικής ανάπτυξης:

- Στην περίοδο 1950-1995, που υπήρχαν σοβαρές κοινωνικές ανακατατάξεις και οικονομική κρίση, οι κυριότεροι δείκτες του τουρισμού (αφίξεις και εισπράξεις) είχαν σταθερή αύξηση των ρυθμών ανάπτυξης τους.
- Ο WTO πρόβλεψε πως αυτοί οι ρυθμοί θα συνεχιστούν ως το 2010
- Εκτιμήθηκε πως η πιο μεγάλη βιομηχανία, παγκοσμίως, τόσο σε αριθμό απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού όσο και σε δαπάνη, είναι ο τουρισμός, πράγμα που τονίζει τη σημασία του στην ανάπτυξη σε περιφερειακό, τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Η αποδοχή του τουρισμού ως «κλασσικό κοινωνικό αγαθό για τις αναπτυγμένες χώρες, αλλά και ως μια μορφή δαπάνης με σταθερή παρουσία στον οικογενειακό προϋπολογισμό ευρύτατων κοινωνικών στρωμάτων» (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:22)
- Ο κυρίαρχος ρόλος του στην οικονομία αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών, που φανερώνει την ανάγκη για προγραμματισμό και διαχείριση της ανάπτυξης του τουρισμού.
- Πέρα από τον διεθνή, και ο εγχώριος τουρισμός παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να αυξάνει την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη περιοχών που έχουν τουριστικούς πόρους.
- Την κατανάλωση περισσότερων τουριστικών προϊόντων, στα επόμενα χρόνια, λόγω της εξέλιξης των δημογραφικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών (αύξηση μέσου όρου ζωής, δυναμικότερη παρουσία της τρίτης γενιάς στον τουρισμό, μείωση των ωρών εργασίας, αύξηση των ημερών αδείας με αποδοχές, καλύτερη εκπαίδευση και πληροφόρηση εργαζομένων καθώς και αύξηση του ποσοστού εργαζόμενων γυναικών) του πληθυσμού των ανεπτυγμένων περιοχών.
- Την αύξηση του ποσοστού παγκόσμιου τουρισμού και τουριστικής δαπάνης, κατά 64% και 75% αντίστοιχα, στην Ευρωπαϊκή Ένωση που αυξάνει την τουριστική της ανάπτυξη όπως αναφέρουν οι Williams & Shaw (1994).
- Καθώς και το γεγονός ότι ο τουριστικός τομέας, κατά τους Eyssartel & Rochette (1992), έχει τη δυνατότητα να δημιουργεί νέους προορισμούς και καταναλωτικά τουριστικά προϊόντα, που έχει ως αποτέλεσμα την προσέλκυση

περισσότερων ομάδων τουριστών αλλά και τη συμμετοχή περισσότερων χωρών στις διαδικασίες της τουριστικής ανάπτυξης.

Στην τουριστική ανάπτυξη έχουν συμβάλει και άλλοι παράγοντες, όπως είναι η διεύρυνση των μεταφορικών μέσων και των δρομολογίων που αυτά εκτελούν. Για παράδειγμα, οι αεροπορικές πτήσεις για Γαλλία είναι τόσες πολλές και ο χρόνος για να μεταβείς εκεί από Ελλάδα είναι πολύ μικρός. Οπότε πολλοί μπαίνουν στον πειρασμό να ταξιδέψουν, εντός ολίγων ωρών, ως τη Γαλλία και να επιστρέψουν μετά από κάποιο χρονικό διάστημα (μικρό ή μεγάλο). Έτσι, αντί να κάνουν μια ρομαντική βόλτα στον τόπο τους, ταξιδεύουν ως τη Γαλλία και ζουν τον ρομαντισμό στη χώρα που τον αντιπροσωπεύει. (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006)

Ακόμα και η τάση του ανθρώπινου είδους, να γνωρίσει νέους ανθρώπους, με άλλες συνήθειες και παραδόσεις, να γνωρίσει νέους χώρους και περιβάλλοντα και την ιστορία αυτών, είναι λόγοι που συντελούν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Ακόμα και η ανάγκη για ξεκούραση, διασκέδαση, εξερεύνηση νέων τόπων και άλλες ψυχοσωματικές ανάγκες, έχουν δώσει κίνητρα για τουριστική ανάπτυξη. (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006)

1.4 Μοντέλα Τουριστικής Ζήτησης

Η τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού, μπορεί να αποδοθεί και να περιγραφεί μέσα από τους ακόλουθους τρεις τύπους (Παππάς, 2006):

1. Μοντέλα Κύκλου Ζωής
2. Μορφολογικά Μοντέλα
3. Τύποι Διασποράς ή Αλλογενούς Ανάπτυξης

1.4.1 Μοντέλα Κύκλου Ζωής

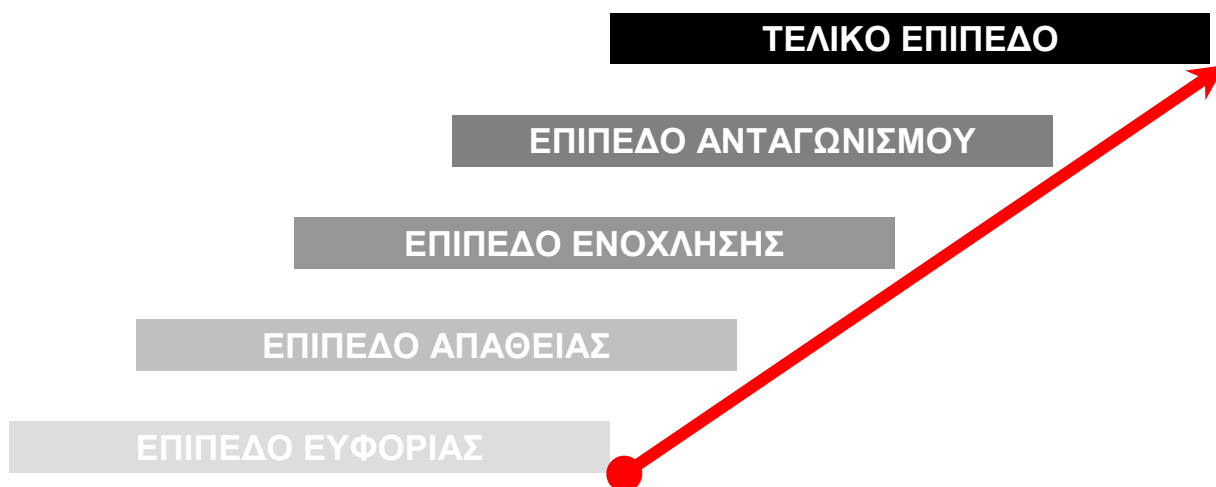
Πολλοί ερευνητές έχουν προσπαθήσει να παρουσιάσουν μέσω μοντέλων κύκλου ζωής, τα στάδια εξέλιξης του τουρισμού σε ένα προορισμό. Αρχικά, ο Gilbert (1939) θεωρούσε ότι τα στάδια περιορίζονταν στα εξής τρία :

1. Ανακάλυψη (Exploration)
2. Ανάπτυξη (Development)
3. Παρακμή (Decline).

Εν συνεχεία, ο Defert (1954) δίνει μια νέα διέξοδο πέρα από την παρακμή του προορισμού και συγκαταλέγει την περίπτωση αναζωογόνησης του τουριστικού προϊόντος, μετά την ανάπτυξη. Ακλούθησαν και άλλοι ερευνητές, όμως μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού, δίνει ο Doxey (1975, 1976), που θέλησε να μετρήσει τα επίπεδα ενόχλησης των ντόπιων από τους τουρίστες και την τουριστική ανάπτυξη του τόπου τους. Παρατήρησε ότι υπάρχουν τα εξής πέντε στάδια (Doxey, 1976):

1. Της Ευφορίας (Euphoria): ο αρχικός ενθουσιασμός που επέρχεται μαζί με τα αποτελέσματα της τουριστικής ανάπτυξης με το γεγονός ότι ο τουρίστας είναι ευπρόσδεκτος.
2. Της Απάθειας (Apathy): καθώς η τουριστική ανάπτυξη είναι σε συνεχή εξέλιξη, ο τουρισμός θεωρείται δεδομένος και εκτιμάται μόνο ως παράγοντας δημιουργίας κερδών. Σε αυτό το στάδιο, η όποια επαφή ντόπιων και τουριστών, περιορίζεται σε εμπορικές διαδικασίες.
3. Της Ενόχλησης (Irritation): οι ντόπιοι δεν αντέχουν άλλο τον πληθυσμιακό όγκο των τουριστών, η βιομηχανία φτάνει σε σημείο κορεσμού και δεν προβαίνουν σε περαιτέρω εγκαταστάσεις.
4. Του Ανταγωνισμού (Antagonism): σε αυτό το στάδιο οι ντόπιοι θεωρούν πως η αιτία όλων των προβλημάτων είναι οι τουρίστες και φέρονται άκρως ανταγωνιστικά στους επισκέπτες, ενώ τους τουρίστες τους θεωρούν είδος προς εκμετάλλευση.
5. Το Τελικό Επίπεδο (Final level): σε αυτό το σημείο οι ντόπιοι δε θυμούνται αυτό που όλοι θεωρούσαν μοναδικό και που είναι ο λόγος προσέλκυσης τουρισμού. Παρουσιάζονται μεγάλες κοινωνικές επιπτώσεις και οι τουρίστες αναζητούν νέους προορισμούς. (Doxey, 1976)

Σχεδιάγραμμα 1.4.α: Προκαλούμενα Επίπεδα Ενοχλήσεων από Συναντήσεις
Τουριστών – Ντόπιων



Πηγή: Doxey (1976)

Μέσω αυτού του μοντέλου, μπορούν να εξεταστούν οι αντιλήψεις του τοπικού πληθυσμού και οι παράμετροι που το δημιουργούν, σε συνδυασμό με το επίπεδο ανάπτυξης που βρίσκεται ο προορισμός. Επίσης με τη χρήση αυτού του μοντέλου μπορούν να εξεταστούν οι απόψεις μεταξύ των ντόπιων αλλά και μεταξύ της τοπικής κοινωνίας απέναντι στους τουρίστες. Επίσης, μελετώντας και διαπιστώνοντας σε ποιο επίπεδο βρίσκεται ο προορισμός, μπορούν να αναγνωριστούν τα προβλήματα συμπεριφοράς της τοπικής κοινωνίας και έτσι να μειωθούν οι αρνητικές στάσεις απέναντι στην τουριστική ανάπτυξη. Αυτό, επίσης, θα επιτευχθεί κατόπιν χάραξης στρατηγικής πολιτικής και τουριστικού σχεδιασμού, με παράλληλη οριοθέτηση των στόχων του, με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνει αποδεκτός από τους ιθύνοντες και τον τοπικό πληθυσμό. (Παππάς, 2006)

Στα μοντέλα κύκλου ζωής, υπάγεται και άλλη μια κατηγορία, των εξελικτικών μοντέλων. Ο Nagojha (1979) στην μελέτη του, έλαβε υπόψη του τις ακόλουθες τρεις παραμέτρους, ανά στάδιο: α. την ανακάλυψη μιας περιοχής, β. της αυθόρμητη και ασυντόνιστη ή μικρής κλίμακας ανάπτυξη και γ. την ιδρυματοποίηση του τουρισμού (Παππάς, 2006) αλλά το μοντέλο αυτό αφορά κατά κύριο λόγο, αγροτικές κοινότητες ή μικρά αστικά κέντρα της υπαίθρου και γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές και νησιά. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001) Μία πιο ολοκληρωμένη και διακεκριμένη

μελέτη, είναι αυτή του Butler (1980), κατά τον οποίο υπάρχουν τα εξής έξι στάδια εξέλιξης του τουρισμού σε ένα προορισμό:

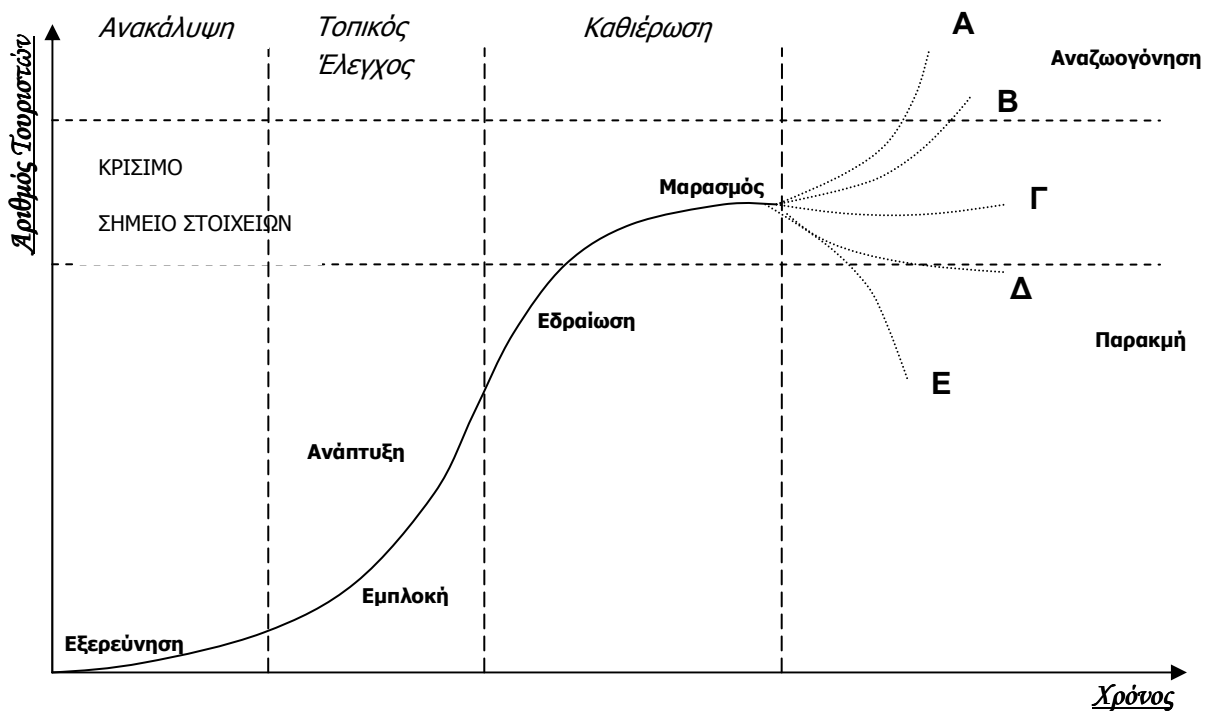
1. Η Εξερεύνηση (Exploration): σε αυτό το στάδιο, παρουσιάζεται μικρός όγκος επισκεπτών, που ανακαλύπτουν ένα προορισμό. Ο νέος προορισμός χαρακτηρίζεται από έλλειψη υποδομών και δυσκολία πρόσβασης σε αυτόν. Έτσι, οι επισκέπτες κάνουν συμφωνίες με τους ντόπιους, μεμονωμένα, για τις υπηρεσίες που θα λάβουν και για τη διαμονή τους.
2. Η Εμπλοκή (Involvement): στο δεύτερο στάδιο, παρουσιάζεται, συγκριτικά με το προηγούμενο, μεγαλύτερος όγκος τουριστών, κάποιοι εκ των οποίων είναι επαναλαμβανόμενοι. Οι ντόπιοι, έχοντας μια σχετική εμπειρία, έχουν αρχίσει να φτιάχνουν τις υποδομές της περιοχής, έτσι ώστε να μπορούν να παρέχουν στον τουρίστα τις απαιτούμενες υπηρεσίες. Ως εκ τούτου, γεννιέται η επιθυμία, από τους ντόπιους, να προβληθεί και να διαφημιστεί ο τόπος τους και για την επιτυχία αυτής της επιθυμίας, πιέζουν τους δημόσιους φορείς για τη δημιουργία τουριστικών υποδομών και των αντίστοιχων εποχικών εργασιακών απασχολήσεων.
3. Η Ανάπτυξη (Development): Βασικό χαρακτηριστικό αυτού τα σταδίου, είναι η ανάπτυξη επιπρόσθετης τουριστικής υποδομής, οι σωστά σχεδιασμένες τουριστικές αγορές και η εκτεταμένη διαφήμιση του προορισμού, με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων τουριστικών ομάδων. Οι tour operators και άλλοι εξωτερικοί φορείς και υπηρεσίες, τείνουν να λαμβάνουν μεγαλύτερο μερίδιο απολαβών αλλά και ελέγχου της περιοχής, ενώ το πλήθος των τουριστών ξεπερνάει τον πληθυσμό της περιοχής
4. Η Εδραίωση (Consolidation): σε αυτό το στάδιο, οι τουριστική περιοχή δέχεται τις πρώτες αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού και αντιδρά με ορισμένες αντί – τουριστικές συμπεριφορές. Το πλήθος των τουριστών συνεχίζει να αυξάνεται, με μικρότερο όμως ρυθμό, σε σχέση με τα προηγούμενα στάδια και η οικονομία της περιοχής είναι, ως ένα μεγάλο βαθμό, άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό.
5. Ο Μαρασμός (Stagnation): Στο στάδιο αυτό εμφανίζονται μεγαλύτερα κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, καθώς ο όγκος των τουριστών έχει φτάσει στο ζενίθ του και η περιοχή δεν μπορεί να τους ικανοποιήσει. Οι εξωτερικοί φορείς και υπηρεσίες, αρχίζουν να εγκαταλείπουν την περιοχή, αφήνοντας στους ντόπιους ένα περιθώριο

ελέγχου της κοινωνίας, αλλά η περιοχή, αν και αναγνωρισμένη, πλέον θεωρείται ξεπερασμένη.

6. Η Παρακμή (Decline) ή η Αναζωογόνηση (Rejuvenation): αυτό είναι το τελευταίο στάδιο του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού. Όμως παρουσιάζει δύο, βασικές, εναλλακτικές διεξόδους:

- Την παρακμή, που είναι απόρροια της φθίνουσας πορείας της τουριστικής αγοράς αλλά και την απουσίας ανταγωνιστικότητας του προορισμού σε σχέση με τους υπόλοιπους. Οι τουριστικές υποδομές εγκαταλείπονται ή έρχονται στα χέρια των ντόπιων που ενδέχεται να κάνουν άλλη χρήση αυτών. Στο σχεδιάγραμμα η παρακμή αντιστοιχεί στο σημείο Ε'.
- Την αναζωογόνηση, όπου η κοινωνία δημιουργεί τεχνητά θέλγητρα και στρέφεται στην εκμετάλλευση άλλων πλουτοπαραγωγικών πηγών, που ως τώρα δεν είχε αναπτύξει. Η αναζωογόνηση στο σχεδιάγραμμα παρουσιάζεται στα σημεία Α', Β', Γ' και Δ', ανάλογα με την επιτυχία της.

Σχεδιάγραμμα 1.4.β: Υποθετικό Μοντέλο Κύκλου Ζωής



Πηγή: Butler (1980)

Η μελέτη και η αποτύπωση του Butler (1980), αναφορικά με τα στάδια του κύκλου ζωής ενός τουριστικού προορισμού, εμφανίζει τα εξής βασικά πλεονεκτήματα: «περιγράφει την πορεία της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής σε σχέση με τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που αυτή προκαλεί, ενώ παράλληλα αποτυπώνει και τα χαρακτηριστικά της συμπεριφορά των ντόπιων απέναντι στον τουρισμό ... δίνει δηλαδή, μια ολοκληρωμένη εικόνα για την εξέλιξη ενός τουριστικού προορισμού». (Παππάς, 2006:31)

Πέρα από τους Butler και Doxey, οι Noronha (1975), Greenwood (1972), Pearce (1992) υπήρξαν η βάση, για τη διαμόρφωση του εξελικτικού μοντέλου των τριών σταδίων, για τους Κοκκώση και Τσάρτα (2001), στο οποίο οι παράμετροι που λαμβάνονται υπόψη είναι: «1. Οι αλλαγές στην κοινωνικοοικονομική δομή 2. Οι παράγοντες που κατά κύριο λόγο συμβάλλουν σε αυτές τις αλλαγές και 3. Τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης» (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:37) Αλλά αυτό το μοντέλο κύκλου ζωής αφορά κυρίως αγροτικές κοινότητες ή μικρά αστικά κέντρα της υπαίθρου, γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές και νησιά. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:37)

Ο Douglas (1997) όμως, θεωρεί πως το μοντέλο του Butler (1980) δεν μπορεί να εφαρμοστεί για όλους τους προορισμούς, καθώς παρατήρησε πως για τη Μελανησία – όπου εφάρμοσε το μοντέλο του Butler- ο όρος «ντόπιος» πρέπει να τροποποιηθεί, καθώς εκείνη την περίοδο πριν ανεξαρτητοποιηθεί η χώρα, ντόπιοι ή ιθαγενείς θεωρούνται συνήθως οι Ευρωπαίοι που αντιμάχονταν τους Μελανήσιους. Πρότεινε λοιπόν , να τροποποιηθεί η πρόταση του Butler για συμμετοχή των ντόπιων στην ανάπτυξη με στόχο να υπολογίσει τις παραμέτρους στις αποικιοκρατικές κοινωνίες. (Douglas, 1997)

1.4.2 Μορφολογικά Μοντέλα

Πολλοί ερευνητές ασχολήθηκαν με την ανάλυση της μορφολογίας των παραλιακών τουριστικών προορισμών και παρουσίασαν τις απόψεις τους, που διαφέρουν μεταξύ τους. Για παράδειγμα, ο Lavery (1971), στην αστικής μορφολογίας έρευνα του, υποστηρίζει την άποψη πως οι ζώνες τουριστικής δραστηριότητας χωρίζονται α) στην προβλήτα, β) στην παραλιακή γ) στην ξενοδοχειακή ζώνη και δ) στην οικιστική ζώνη, που θεωρεί πως είναι η πιο απομακρυσμένη. Ενώ ο Wolfe (1958), στην έρευνα

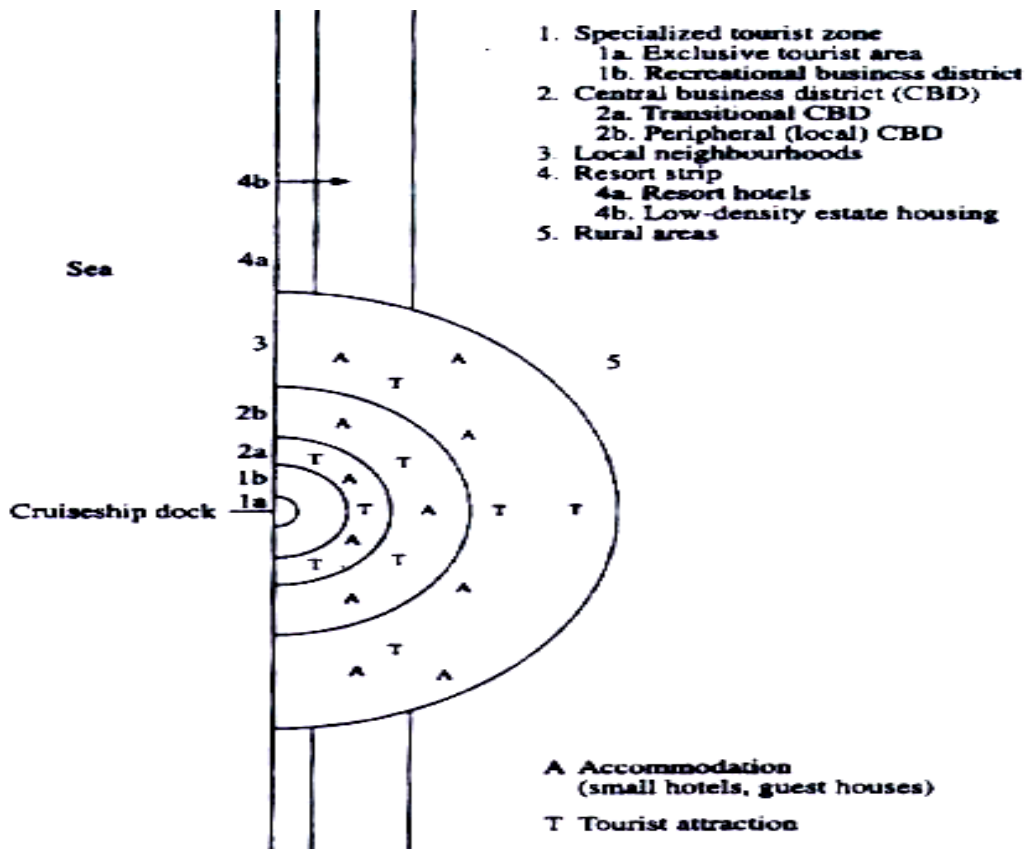
του στο Wassage Beach του Οντάριο των Η.Π.Α., υποστηρίζει πως χωρίζονται στην α) οικιστική ζώνη, β) στη ζώνη διαμονής τουριστών και γ) στην κεντρική – εμπορική ζώνη.

Από την άλλη, ο Weaver (1993) πολύ πιο μετά και έχοντας ως οπτική γωνία την τοποθεσία και εναλλαγή του αριθμού των ξενοδοχείων – ξενόνων και άλλων υποδομών – υπηρεσιών, παρουσίασε πέντε ζώνες τουριστικής δραστηριότητας:

- 1) Ειδική Τουριστική Ζώνη (Specialized Tourist Zone),
 - 1.α. Αποκλειστική Τουριστική Ζώνη (Exclusive Tourist Area)
 - 1.β. Ψυχαγωγικό κέντρο (Recreational Business District)
- 2) Κεντρική Εμπορική Ζώνη (Central Business District),
 - 2.α. Μεταβατική Εμπορική ζώνη (Transitional Business District)
 - 2.β. Εξωτερική Εμπορική Ζώνη (Peripheral Business District)
- 3) Τοπικές Γειτονιές (Local Neighborhoods), που κατοικεί ο ντόπιος πληθυσμός
- 4) Ζώνη Θέρετρου (Resort Strip)
 - 4.α. Παραθεριστικά Ξενοδοχεία (Resort Hotels)
 - 4.β. Χαμηλής πυκνότητας κατοικίες (Low – Density Estate Housing)
- 5) Περιφερειακές - Αγροτικές Περιοχές (Rural Areas).

Όλες αυτές οι ζώνες, εκτός από το θέρετρο, που απεικονίζεται ως μια λωρίδα, παρουσιάζονται ως ομόκεντροι κύκλοι γύρω από την αποβάθρα (cruise ship dock). Κατά τον Weaver (1993) η εντατική τουριστική δραστηριότητα στα νησιά, εμφανίζεται μόνο στην ακτή και σε ορισμένες αγροτικές περιοχές, που βρίσκονται σε μακρινή απόσταση από την ακτή. (Ανδριώτης, 2005)

Σχεδιάγραμμα 1.4.γ: Μοντέλο Αστικού Τουριστικού Χώρου



Πηγή: Weaver (1993)

1.4.3 Τύποι Διασποράς ή Αλλογενούς Ανάπτυξης

Σύμφωνα με τον Andriotis (2000), υπάρχουν κάποιες περιοχές στον κόσμο όπου, θεωρούν ως αίτιο των προβλημάτων ή της κοινωνικής αλλαγής, τον τουρισμό και για αυτό το λόγο, έχουν δημιουργηθεί τουριστικά γκέτο ή αλλιώς αλλογενείς περιοχές, από τους ιθύνοντες έτσι ώστε να αποφευχθεί η συνάντηση τουριστών και ντόπιων.

Η μέθοδος της αλλογενούς ανάπτυξης (Enclave Development) βρίσκει πρόσφορο έδαφος στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες και έχει τα εξής χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τους Dobson & Snelgrove (2005): «α) επιτρέπει στις κυβερνήσεις δυνητικά να επενδύουν περιορισμένους πόρους σε γεωγραφικά περιορισμένες περιοχές και β) επιτρέπει την ανάπτυξη ενός προϊόντος που απευθύνεται κυρίως στην τουριστική αγορά της Δύσης». Χώρες που έχουν υιοθετήσει αυτόν τον τρόπο ανάπτυξης είναι η Ινδονησία, η Δομινικανή Δημοκρατία και η Γκάμπια, σε αυτές χώρες, η μόνη επαφή των ντόπιων με τους τουρίστες είναι μόνο μέσω της σχέσης ντόπιου εργαζόμενου

προσωπικού και τουρίστα. Άλλοι πιστεύουν ότι αυτός είναι ένας τρόπος προστασίας του ντόπιου πληθυσμού από ξένες επιρροές (Andriotis, 2004) ενώ άλλοι, ότι αυτοί οι τύποι τουριστικής ανάπτυξης δεν ευνοούν σε οικονομικό επίπεδο όσο το δυνατόν περισσότερους τομείς της τοπικής κοινωνίας (Britton, 1982, Freitag, 1994).

1.5 Γιατί οι Άνθρωποι Κάνουν Τουρισμό;

Σύμφωνα με την ιεραρχία αναγκών του Maslow (1954), οι βασικές ανθρώπινες ανάγκες, οργανώνονται ως εξής (Gartner, 2001):

- ✓ Φυσιολογικές ανάγκες
- ✓ Ασφάλεια
- ✓ Αγάπη
- ✓ Αυτοεκτίμηση – σεβασμός
- ✓ Σεβασμός προς άλλους
- ✓ Αυτοπραγμάτωση

Στον τουριστικό τομέα, θα μπορούσαν με μια μικρή τροποποίηση να συνοψιστούν ως εξής (Holloway & Robinson, 1995):

- ✓ Φυσικές
- ✓ Πολιτιστικές
- ✓ Διαπροσωπικές
- ✓ Θέσης και Κύρους
- ✓ Εμπορικές

Αυτό τεκμηριώνεται από το γεγονός ότι οι άνθρωποι ταξιδεύουν γιατί υπάρχουν κίνητρα προώθησης στα οποία συμπεριλαμβάνονται η αυτοεκπλήρωση στόχων, η διακοπή από πάσης μορφής ρουτίνα, η ανάγκη για κοινωνική επαφή, η ανάγκη για αυτοαναγνώριση που παρέχουν τα ταξίδια. Επίσης γιατί υπάρχουν παράγοντες προσέλκυσης όπου συμπεριλαμβάνεται η ύπαρξη μοναδικών θέλγητρων, οι ευκαιρίες που παρέχονται σε τόπους μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας. Τέλος, γιατί οι περισσότεροι άνθρωποι, θεωρούν τις διακοπές ως μια χρονική περίοδο προσωπικής αναζωογόνησης από την καθημερινή ρουτίνα. (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006)

Τα βασικά κίνητρα για τουρισμό είναι πολιτιστικού και κοινωνικοοικονομικού χαρακτήρα και οι προορισμοί είναι το μέσο ικανοποίησης των αναγκών των τουριστών. Τα χαρακτηριστικά των κινήτρων είναι (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006):

- Η Κοινωνική Αλληλεπίδραση, καθώς δίνεται μεγάλη σημασία σε αυτή, μετά από κάθε βιωματική εμπειρία κατά τις διακοπές.
- Ο Ενθουσιασμός, καθώς με την αλλαγή της ρουτίνας, προκαλούνται αλλαγές που σχηματίζουν παράξενα - νέα συναισθήματα καθώς βιώνονται εμπειρίες που δεν παρουσιάζονται συχνά στην καθημερινή ζωή του τουρίστα – ταξιδιώτη.
- Η Υπερεκτίμηση του “Εγώ”, που είναι ένα σημαντικό στοιχείο για του τουρίστα – ταξιδιώτη καθώς του προσθέτει γόητρο και ισχυροποιεί τη θέληση του να κάνει πράγματα και,
- Οι Αντιλήψεις για τις Τουριστικές Εμπειρίες, αφού τα τουριστικά περιβάλλοντα προκαλούν καινούργιες εμπειρίες.

1.6 Εμπόδια στα Ταξίδια

Κατά τους ειδικούς, ακόμα και σε μεγάλες χώρες παραγωγής τουριστικού προϊόντος, ένα ποσοστό στο ύψος του 30% και ακόμα πιο πολύ, του συνολικού τουρισμού, δεν συμμετέχει στις ετήσιες διακοπές. Πρόκειται για άτομα που είτε δεν κάνουν ποτέ τουρισμό είτε που κάθε χρόνο κάνουν όλο και λιγότερες διακοπές. (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006)

Οι λόγοι που δεν κάνουν διακοπές, σύμφωνα με μελετητές, είναι οι εξής (Καραγιάννης & Έξαρχος, 2006):

- Οικονομικοί περιορισμοί, καθώς το επίπεδο του εισοδήματος δεν επιτρέπει τέτοιες επιλογές
- Χρονικοί περιορισμοί, που δημιουργούνται από τις καθημερινές υποχρεώσεις και τη ρουτίνα και απορροφούν τον ελεύθερο χρόνο των ανθρώπων
- Περιορισμοί για λόγους υγείας, αποτελούν τους φυσικούς λόγους για αναβολή των ταξιδιών
- Περιορισμοί για οικογενειακούς λόγους, καθώς τα νέα ζευγάρια με παιδιά, έχοντας αυξημένες υποχρεώσεις αδυνατούν να ταξιδέψουν

- Περιορισμοί για λόγους άγνοιας, η μη οικειότητα με τα ταξίδια και τους νέους προορισμούς, προκαλεί φόβο για το άγνωστο και αποτελεί απαγορευτικό για την επιδίωξη νέων εμπειριών.

1.7 Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Προορισμούς

Καθώς αναπτύσσεται ο τουρισμός και αυξάνεται ο αριθμός των ταξιδιωτών, εμφανίζονται και οι επιπτώσεις της ανάπτυξης, με τα θετικά και αρνητικά τους χαρακτηριστικά. Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού, έπαιξαν η μαζική επικοινωνία, η εκπαίδευση, η εξέλιξη της τεχνολογίας, οι καινοτομίες και οι αλλαγές στην ταξιδιωτική αγορά, κατά τους Gee & συν. (1997) . Μαζί όμως, με αυτήν την εξέλιξη, προκλήθηκαν και κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα.(Gee & συν., 1997). Παρακάτω θα αναφερθούν οι επιπτώσεις του τουρισμού στους προορισμούς:

1.7.1 Οικονομικές Επιπτώσεις

Οι βασικότερες επιπτώσεις στην οικονομία επηρεάζουν τα εξής ζητήματα κατά τους Κοκκώση και Τσάρτα (2001):

1. Απασχόληση. Ο τουρισμός δημιουργεί πολλές θέσεις εργασίας, αλλά ο εποχικός του χαρακτήρας επηρεάζει αυτήν την απασχόληση που είναι εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Συμβάλλει ωστόσο, στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις κ.α.) αλλά και στην αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος, αφού συνδυάζεται με την παράλληλη απασχόληση σε άλλο κλάδο της οικονομίας (π.χ. βιομηχανία)
2. Περιφερειακή ανάπτυξη. Η ανάπτυξη του τουρισμού, προκάλεσε την αύξηση των εισοδημάτων, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διεύρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να μειωθεί η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο ζωής ακόμα και στις απομονωμένες περιφερειακές περιοχές.
3. Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία. Έχει εκτιμηθεί ότι υπάρχουν θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους που αφορούν τον τουρισμό και μάλιστα, σε περιοχές και χώρες με πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά ανάπτυξης.
4. Ισοζύγιο πληρωμών. Έχουν αναλυθεί κυρίως, δύο θέματα: 1) η επιβάρυνση του ισοζυγίου πληρωμών των τουριστικών χωρών, λόγω της εισαγωγής

προϊόντων αναγκαίων για την λειτουργία του τουριστικού τομέα και 2) η θετική επίδραση των συναλλαγματικών εισροών από τον τουρισμό στο ισοζύγιο. Αν θα είναι θετικό ή όχι, το αποτέλεσμα, εξαρτάται από τον τρόπο σχεδιασμού και προγραμματισμού, του τουρισμού, της κάθε χώρας.

5. Φορολογικά έσοδα και το κράτος. Ο μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων στον τομέα, ο οποίος έχοντας υψηλό εισόδημα έχουν και την αντίστοιχη υψηλή κατανάλωση, και οι επενδύσεις στον ευρύτερο τουριστικό τομέα, αποφέρουν την αύξηση των φορολογικών εσόδων.
6. Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης σε τοπικό επίπεδο. Οι πληθωριστικές πιέσεις που συχνά επιφέρει ο τουρισμός, αυξάνει το κόστος ζωής σε τοπικό επίπεδο. Όμως και η ταχύτατη οικοπεδοποίηση συνδυασμένη με την τάση για χωρική επέκταση, αυξάνουν τις τιμές τη γης.

1.7.2 Κοινωνικές και Πολιτισμικές Επιπτώσεις

Οι βασικότερες επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό σύμφωνα με τους Κοκκώση και Τσάρτα (2001) είναι:

1. Η κοινωνική δομή. Ειδικά στις υπαίθριες περιοχές που είναι απομακρυσμένες και αγροτικές, παρουσιάζονται αλλαγές στα χαρακτηριστικά αλλά και στη λειτουργία της τοπικής κοινωνίας. Διαμορφώνεται, δηλαδή, ένας νέος τύπος αστικοποιημένης κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα.(απασχόληση, παραγωγική δομή κ.α.)
2. Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα. Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών, οδηγούν αφενός στην έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, αφετέρου όμως, προκαλεί τη διάχυση των τουριστικών εισοδημάτων σε μεγάλο εύρος κοινωνικών στρωμάτων αλλά και την εγκατάλειψη της απασχόλησης σε κλάδους όπως γεωργο-κτηνοτροφία, βιομηχανία κ.α. Η κινητικότητα είναι ιδιαίτερα εμφανής σε νέους και γυναίκες. «Το γεγονός όμως αυτό, προκαλεί αρνητικές επιπτώσεις όπως:

α) ζήλια από ορισμένους συζύγους προς τις συζύγους τους που ντύνονταν καλά, για να εξυπηρετήσουν πελάτες π.χ. του ξενοδοχείου

β) έλλειψη αυτοσεβασμού, από την πλευρά των συζύγων των εργαζομένων γυναικών, ειδικά όταν το εισόδημα των γυναικών ξεπερνούσε το δικό τους

γ) αύξηση των διαζυγίων, των εγκλημάτων και της παιδικής εγκληματικότητας

δ) απογοήτευση και υπερχρέωση από τις ανερχόμενες προσδοκίες και την υπερκαταναλωτική τάση των εργατών, που επηρεάζονταν από τα υπερκαταναλωτικά πρότυπα των πελατών π.χ. του ξενοδοχείου

ε) οι γυναίκες απέκτησαν πολύ άγχος και ασθένειες, λόγω του ότι δεν ήταν έτοιμες για την έντονη πίεση και τις ευθύνες της εργασίας» (Gee & συν., 1997)

3. Το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες. Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες, επηρεάζεται από τον τύπο ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών ντόπιων και τουριστών κ.α. ενώ τα αποτελέσματα είναι άμεσα συνδεδεμένα με το στάδιο ανάπτυξης και μαζικοποίησης του τουρισμού.
4. Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δύο φίλων, στο τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, σε σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδια κοινότητας κ.α. Αυτό οφείλεται κυρίως στον αστικό χαρακτήρα των νέων παραγωγικών και κοινωνικών δομών, που υιοθετούνται από τουριστικές περιοχές της υπαίθρου.
5. Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτικού και της παράδοσης. Προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι τουρίστες – καταναλωτές, εμπορευματοποιούνται μορφές του τοπικού πολιτισμού όπως πολιτιστικές εκδηλώσεις, χειροτεχνήματα κ.α., μόνο που τα “προϊόντα” αυτά είναι χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης – πολιτισμού.

1.7.3 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης είναι ένα βασικό θέμα που πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά την εξέταση του τουρισμού σε μια αναπτυσσόμενη ή αναπτυσσόμενη κοινότητα. Σε μια αναπτυσσόμενη κοινότητα, ο τουρισμός μπορεί πολλές φορές να αποτελέσει την απάντηση σε ορισμένα από τα κυρίαρχα περιβαλλοντικά προβλήματα. (Gee & συν., 1997)

Οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001) αναφέρουν τις εξής πέντε επιπτώσεις του τουρισμού ως προς το περιβάλλον:

1. Φυσικό περιβάλλον. Η τουριστική ανάπτυξη, επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος, είτε με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης υποδομών είτε με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου. Για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων αυτών, χρειάζεται σχεδιασμός, προγραμματισμός και σωστή διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.
2. Συγκρούσεις στη χρήση γης. Σε αγροτικές περιοχές αλλά και παραθαλάσσιες παρατηρούνται φαινόμενα οικοπεδοποίησης, με αποτέλεσμα να απορροφούνται εκτάσεις γης και νερού που είναι απαραίτητες για την αγροτική ανάπτυξη του τόπου. Γενικότερα όμως, ο τουρισμός λειτουργεί “ολιστικά” στις τουριστικές περιοχές, και διεκδικεί συνεχώς ολοένα και περισσότερες εκτάσεις για τις δραστηριότητες του και τις υποδομές του.
3. Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους. Το ζήτημα αυτό αναφέρεται σε περιοχές όπου το δομημένο περιβάλλον και το φυσικό, διαμορφώνουν έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο που γίνεται πόλος έλξης τουριστών (λίμνες, ποτάμια, φαράγγια κ.α.). Για την αντιμετώπιση του χρειάζεται να βρεθούν νέοι τρόποι σχεδιασμού και διαχείρισης παρόμοιων περιοχών που αποτελούν περιβαλλοντικά και πολιτιστικά “ευαίσθητους” τουριστικούς πόρους.
4. Η φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών. Ως φέρουσα ικανότητα εννοούμε τις δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της περιοχής, να απορροφήσει ένα συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών.
5. Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών περιοχών. Λόγω της αύξησης του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θέρετρων μετά τον πόλεμο, έχουν δημιουργηθεί θέματα περί της λειτουργίας και

διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, τη χωροταξία και την πολεοδομία. Για τα θέματα αυτά, έχουν διαμορφωθεί κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του σύνθετου περιβάλλοντος αυτών των περιοχών. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:31-35)

1.8 Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης Προορισμών

Για την καλύτερη διαχείριση του τουρισμού και την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του πρέπει να υπάρχει σωστός σχεδιασμός της τουριστικής ανάπτυξης του προορισμού. Παρακάτω θα αναλυθούν τα βασικά στοιχεία, οι φάσεις και τα πεδία του σχεδιασμού.

1.8.1 Βασικά Στοιχεία στο Σχεδιασμό της Τουριστικής Ανάπτυξης

Η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής εξαρτάται από το εσωτερικό αλλά και εξωτερικό περιβάλλον αυτής. Συγκεκριμένα η ανάπτυξη μιας περιοχής δεν θα εξαρτηθεί μόνο και μόνο από τα δεδομένα κάθε περιοχής, δηλαδή τις παρεχόμενες υπηρεσίες την ελκυστικότητα του προϊόντος, την εύκολη πρόσβαση ή την δημιουργική προβολή και πληροφόρηση προς τους υποψήφιους πελάτες, αλλά όπως είναι φυσικό εξαρτάται και από πολλούς εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα κάθε περιοχή που ασχολείται με τον τουρισμό. Αυτοί μπορεί να είναι οι γενικές τάσεις του τουρισμού, η αύξηση των ρυθμών ανάπτυξης των κυριότερων δεικτών του τουρισμού, η αλματώδης ανάπτυξη του διεθνούς αλλά και του εγχωρίου τουρισμού, καθώς και οι εξελίξεις στα δημογραφικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών, που αναμένεται να ενισχύσουν περισσότερο την κατανάλωση τουριστικών προϊόντων τα επόμενα χρόνια. Επίσης, παράγοντες διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών της τουριστικής ανάπτυξης είναι η τουριστική πολιτική (τοπική/διεθνής), οι τουριστικοί πόροι της χώρας ή της περιοχής, οι τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και φορείς οργανισμοί και επαγγελματικές ομάδες που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης.

Τα βασικά στοιχεία είναι (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:95-97):

1. *Οι τουριστικοί πόροι της περιοχής*, στους οποίους πρέπει να γίνεται συστηματική ταξινόμηση, καταγραφή, αξιολόγηση αλλά και εκτίμηση των δυνατοτήτων τους για τουριστική εκμετάλλευση.

2. *Τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής*, δηλαδή οι φορείς και οι οργανισμοί – δημόσιοι ή ιδιωτικοί - που συγκροτούν τον ευρύτερο τουριστικό τομέα, σε τοπικό επίπεδο.
3. *Ευρύτερες υποδομές και υπηρεσίες της περιοχής*, που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τη συγκρότηση ενός πετυχημένου προγράμματος μάρκετινγκ της περιοχής και συμπεριλαμβάνουν την καταγραφή του μεταφορικού και τηλεπικοινωνιακού δικτύου της περιοχής.
4. *Υποδομές και υπηρεσίες σε εθνικό επίπεδο (ευρύτερες και τουριστικές)*, με στόχο την ανάδειξη της παράλληλης υποδομής ανάπτυξης του τουρισμού σε εθνικό επίπεδο.
5. *Σχέδιο μάρκετινγκ*, όπου πρέπει να καταγραφεί το σχέδιο μάρκετινγκ της περιοχής αυτής ή της ευρύτερης, σε περίπτωση που η ίδια δεν έχει, αλλά και τα τυχόν προγράμματα ή σχέδια προβολής που έχουν εκπονηθεί κατά καιρούς για την περιοχή.
6. *Γενικό θεσμικό πλαίσιο τουριστικής ανάπτυξης*, το οποίο επισημαίνεται σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, όπως φορείς και οργανισμοί που εμπλέκονται στις διαδικασίες σχεδίασης της τουριστικής ανάπτυξης.
7. *Έρευνες αγοράς και μελέτες σχετικές με τη ζήτηση για την περιοχή*, οι οποίες καταγράφουν τη σύνθεση της ζήτησης ή τα προβλήματα της προσφοράς, της περιοχής, όπως επίσης και τις τάσεις που υπάρχουν για το μέλλον.
8. *Ανθρώπινοι πόροι*, γίνεται η καταγραφή τους, αλλά και των ειδικότερων χαρακτηριστικών τους, τα οποία συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη, όπως είναι η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση στον τουρισμό.

1.8.2 Διαδικασίες Σχεδιασμού της Τουριστικής Ανάπτυξης

Ο τουριστικός σχεδιασμός είναι μια διαδικασία λήψης αποφάσεων που έχει ως στόχο να καθοδηγήσει μελλοντικές ενέργειες τουριστικής ανάπτυξης και να επιλύσει ενδεχόμενα μελλοντικά προβλήματα. Είναι διαδικασία επιλογής αντικειμενικών σκοπών και αποφάσεων που πρέπει να ληφθούν για να επιτευχθούν αυτοί οι σκοποί, περιλαμβάνει δε και την εισαγωγή και εφαρμογή νέων ιδεών και ορθολογικών ενεργειών. (Καραγιάννης & Ξεάρχος, 2006)

Η εξελικτική πορεία των διαδοχικών φάσεων στη διαδικασία σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης έχει ως εξής (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:97-99):

1. *Έρευνα και συνθετική καταγραφή των βασικών παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής.* Σε αυτή τη φάση, γίνεται λεπτομερής έρευνα και καταγραφή όλων των παραμέτρων που συνθέτουν το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Στόχος είναι, να προσδιοριστούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιοχής και οι βασικές ανάγκες σε έργα και παρεμβάσεις.
2. *Προσδιορισμός των κύριων σκοπών του σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης,* οι οποίοι σχετίζονται με διαφορετικά πεδία της κοινωνίας και της οικονομίας, όπως: βελτίωση ποιότητας ζωής, ανάπτυξη οικονομικού οφέλους από τον τουρισμό, η προστασία του περιβάλλοντος κ.α. Λόγω όμως ότι αλληλοσυγκρούονται ή είναι πολύ φιλόδοξοι, απαιτείται η συχνή αναθεώρηση τους.
3. *Επιλογή του βασικού πλαισίου του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης,* με βάση εναλλακτικά σενάρια σχεδίων ανάπτυξης που στηρίζονται στα διαφορετικά πρότυπα ανάπτυξης του τουρισμού, όπως : τα χαρακτηριστικά της περιοχής, το ποσοστό συμβολής του σχεδίου στην ανάπτυξη της, το σεβασμό των τοπικών ιδιαιτεροτήτων κ.α.
4. *Διαμόρφωση των βασικών συνισταμένων της πολιτικής του τουρισμού στο σχέδιο ανάπτυξης:*
 - *στρατηγικές,* που περιγράφουν τους τρόπους επίτευξης των βασικών σκοπών και στόχων του σχεδίου.
 - *προγράμματα,* που αφορούν διαφορετικές παραμέτρους της τουριστικής ανάπτυξης.
 - *ειδικές μελέτες,* που αφορούν ζητήματα που συμβάλλουν στην μακροπρόθεσμη σταθερότητα της ανάπτυξης.
5. *Μέθοδοι και πολιτικές εφαρμογής του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης,* όπως:
 - η δημιουργία ενός ειδικού φορέα που θα παρακολουθεί τη σωστή εφαρμογή και θα μεριμνά για τη χρηματοδότηση του σχεδίου
 - η ποιοτική και ποσοτική εκτίμηση των στόχων που υλοποιήθηκαν από τους υπεύθυνους για τον έλεγχο των τοπικών φορέων.
 - Η συγκρότηση ενός προγράμματος που θα έχει ως στόχο την εφαρμογή και την διαχείριση του σχεδίου ανάπτυξης. Αυτό είναι και

το κοινό στοιχείο του σχεδιασμού με τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης.

- η προώθηση θεσμικών ρυθμίσεων σε ζητήματα που σχετίζονται με την εφαρμογή του σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης π.χ. ειδικές χωροταξικές και πολεοδομικές ρυθμίσεις στις τουριστικές περιοχές, νομοθεσία επενδυτικών κινήτρων κ.α.
- ειδικά προγράμματα προβολής και προώθησης της τουριστικής ανάπτυξης.

1.8.3 Επίπεδα Σχεδιασμού της Τουριστικής Ανάπτυξης

Ο τουρισμός υλοποιείται σε διάφορα και διαφορετικά επίπεδα και αυτό είναι το πιο δύσκολο μέρος του, που πρέπει να μεριμνήσει κανείς, για να κάνει το σωστό σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης για το κάθε επίπεδο. Οι παράγοντες που καθορίζουν κάθε ένα από τα επίπεδα, ποικίλουν ανάμεσα στα: γεωγραφική διαίρεση, το φυσικό περιβάλλον, τη διοικητική διαίρεση των κρατών και τα ειδικά χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Τα επίπεδα σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης, χωρίζονται στις εξής τέσσερις βασικές κατηγορίες (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001):

1. *Διαπεριφερειακό – Διεθνές Επίπεδο*
2. *Εθνικό Επίπεδο*
3. *Περιφερειακό επίπεδο (περιφέρεια, νομός, επαρχία)*
4. *Τοπικό επίπεδο.*

Στο *διαπεριφερειακό επίπεδο*, συμμετέχουν δύο ή περισσότερες χώρες, που έχουν ίδιους τουριστικούς πόρους, και μαζί οδεύουν προς το σχεδιασμό της τουριστικής τους ανάπτυξης. Το πλεονέκτημα αυτού του τύπου σχεδιασμού, είναι ότι «ενισχύεται από την πλέον διεθνοποιημένη διάσταση των ταξιδιών και από την ανάγκη να υπάρχουν κοινά αποδεκτές λύσεις σε τουριστικές περιοχές που περικλείουν γεωγραφικές ζώνες διαφορετικών κρατών», όπως αναγράφουν οι Κοκκώσης και Τσάρτας (2001).

Στο *εθνικό επίπεδο*, στοχεύει κατά κύριο λόγο στην προβολή των προτεραιοτήτων της τουριστικής πολιτικής. Σ' αυτό το σημείο, συχνά καθορίζονται: «οι βασικές τουριστικές περιοχές που πρέπει να αναπτυχθούν, οι τύποι του τουρισμού που

ενισχύονται, το είδος των επενδυτικών κινήτρων που δίνονται και οι κυριότερες διεθνείς αγορές που απευθύνεται το μάρκετινγκ.» (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:100)

Στο περιφερειακό επίπεδο, ο σχεδιασμός αναφέρεται σε συγκεκριμένες διοικητικές περιφέρειες ενός κράτους. Στόχος του είναι να αναδείξει και να προβάλλει τους τουριστικούς πόρους της περιοχής, να επισημάνει τις περιοχές που παρουσιάζουν συγκριτικά πλεονεκτήματα, να προωθήσει τις παρεμβάσεις με στόχο την περιβαλλοντική προστασία, να προβάλλει τη διάσταση της τουριστικής ανάπτυξης, ως “μοχλό” ικανό να συμβάλλει στην περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001:100)

Τέλος, στο τοπικό επίπεδο, περιλαμβάνεται μια ομάδα τουριστικών περιοχών που παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές σχετικά με την έκταση τους αλλά και την ένταξη τους στην ίδια διοικητικά περιφέρεια. Μοναδικό κοινό τους σημείο είναι η ανάγκη για ειδικό σχεδιασμό, για τη διαχείριση τους. Από την άλλη, η ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων των πόρων αυτών των περιοχών και η ανάγκη ύπαρξης ενός ειδικού θεσμικού πλαισίου για τη διαχείριση και προστασία τους, αποτελούν τις καθοριστικές παραμέτρους για το σχεδιασμό σε αυτό το επίπεδο. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001)

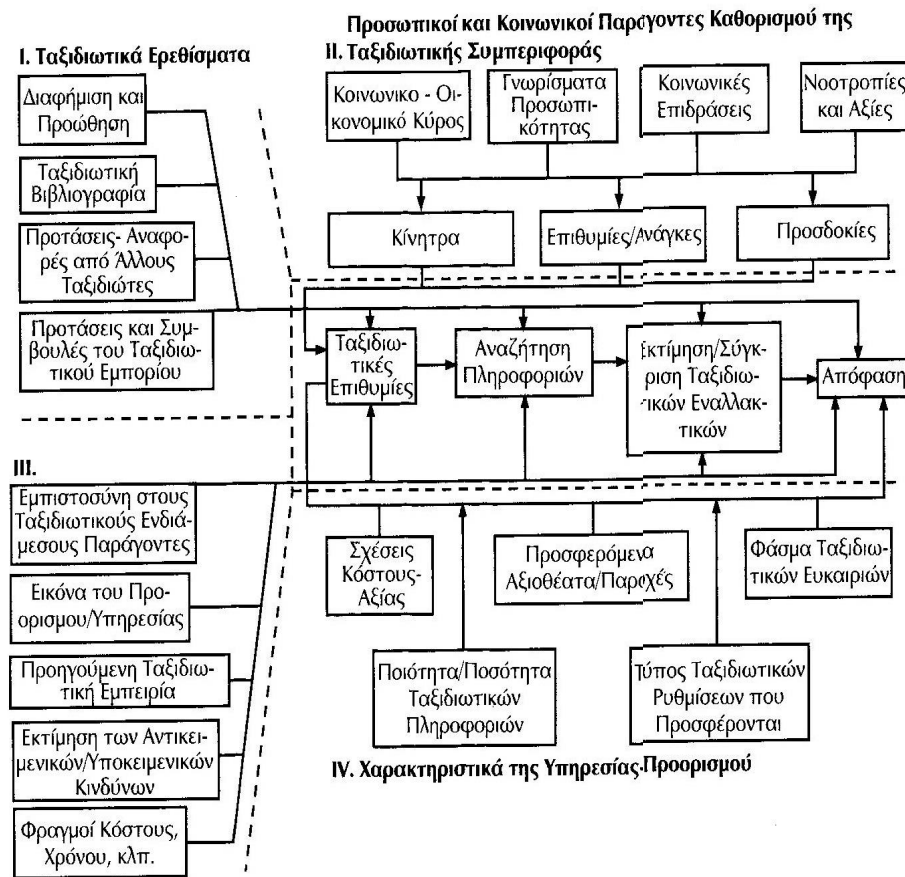
1.9 Επιλογή Τουριστικού Προορισμού

Η επιλογή του προορισμού κατά τον Gartner (1977), στοχεύει στη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης από το προϊόν – ταξίδι που θα επιλεγεί. Αυτό είναι και το βασικό κριτήριο επιλογής ενός προορισμού αντί κάποιου άλλου. Από τη στιγμή που θα παρθεί η απόφαση για ένα ταξίδι, ο άνθρωπος δηλώνει με οικονομικούς όρους ότι ένα ταξίδι, είναι ένα αγαθό, που όταν αγοραστεί, αυξάνει τη συνολική ικανοποίηση του ανθρώπου. Επομένως, η επιλογή του προορισμού αποσκοπεί και στην μεγιστοποίηση της ικανοποίησης και από την “τάξη” του προορισμού.

Το ταξίδι, μπορεί να συμπεριλαμβάνει περισσότερους από ένα προορισμούς αλλά για κάθε προορισμό πρέπει να ληφθεί ξεχωριστή απόφαση. Ο τρόπος και τα κριτήρια που επιλέγεται ένας προορισμός, έχει γίνει αντικείμενο έρευνας πολλών μελετητών. Τα μοντέλα που παρατήρησαν είναι: α) *Μοντέλα Πολλαπλών Γνωρισμάτων*, β) *Χωροταξικό Μοντέλο* και γ) *Κοινωνικό – Πολιτιστικό Μοντέλο της Συμπεριφοράς του Ταξιδιώτη*. (Gartner, 2001)

Στο πρώτο μοντέλο, ανήκει το μοντέλο για τη λήψη αποφάσεων από τον Schmoll (1977), το οποίο είναι αρκετά λεπτομερές, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

Σχεδιάγραμμα 1.9.α: Μοντέλο Λήψης Ταξιδιωτικών Αποφάσεων



Πηγή: Schmoll (1977)

Το μοντέλο αυτό περιλαμβάνει τους διάφορους παράγοντες, που λαμβάνονται υπόψη σε μια ταξιδιωτική απόφαση, οι οποίοι εμφανίζονται στάδιο της αξιολόγησης του προϊόντος. Βάση για την επιλογή του προορισμού σε αυτό το μοντέλο είναι οι αξίες και οι πεποιθήσεις των ανθρώπων. (Gartner, 2001:361-363). Οι Bruno και Wildt (1975), αν αναγνωρίζουν πέντε διαφορετικά μοντέλα που ονομαστικά είναι: 1) Μοντέλο Γραμμικής Αντιστάθμισης με Σταθμισμένα Στοιχεία, 2) Γραμμικής Αντιστάθμισης, 3) Ελάχιστο των Μεγίστων (Minimax), 4) Μέγιστο των Αρίστων και 5) Ισχύς. (Gartner, 2001)

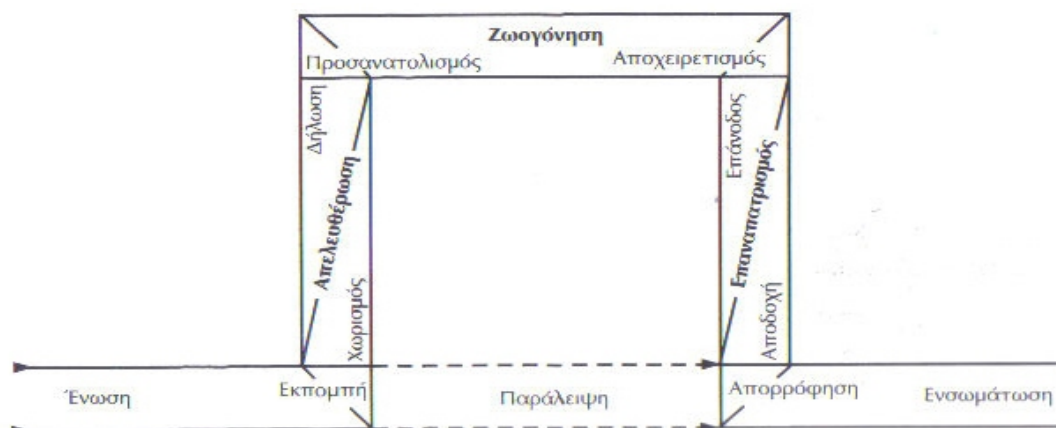
Στο *δεύτερο μοντέλο*, ανήκει η μελέτη των Clawson και Knetsch (1966) που καλύπτουν την πράξη του ταξιδιού από τον σχεδιασμό που γίνεται πριν το ταξίδι έως και τις σκέψεις που ακολουθούν μετά από ένα ταξίδι. Διακρίνουν, λοιπόν, στο μοντέλο τους, πέντε φάσεις, την (Gartner, 2001):

- *Αναμονή*, όπου ο άνθρωπος ανακαλύπτει την ανάγκη του για ταξίδι και περιλαμβάνει τα απαραίτητα στοιχεία του προσχεδιασμού ενός ταξιδιού. Σε αυτή τη φάση γίνεται και η αξιολόγηση των προωθητικών ενεργειών και τον επιρροών που ασκούν οι ενδεχόμενοι προορισμοί.
- *Ταξίδι Προς*, που είναι η πραγματοποίηση της μετακίνησης από το χώρο μόνιμης κατοικίας, στον προορισμό. Όσο πιο μεγάλη είναι η παραμονή στον προορισμό, τόσο πιο μεγάλη είναι και η φάση της αναμονής. Σημαντικά στοιχεία στο *Ταξίδι προς*, είναι η καθ' οδόν επικοινωνία και τα μοντέλα των κοινοτικών τουριστικών συστημάτων και η σχέση μεταξύ κοινοτικής δέσμης αξιοθέατων και αγορών που παράγουν την τουριστική κίνηση.
- *Επί Τόπου*, που αφορά τις δραστηριότητες και γενικά το τι κάνουν οι τουρίστες στον προορισμό που επέλεξαν. Οι προσδοκίες που έχουν, εξαρτώνται από την έρευνα πληροφοριών που έγινε στο στάδιο της Αναμονής. Σε αυτή τη φάση, παίζουν μεγάλο ρόλο και τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια, τα αξιοθέατα και όλα τα επιμέρους στοιχεία της τουριστικής βιομηχανίας.
- *Ταξίδι Από*, που αφορά το ταξίδι του γυρισμού και εάν πρόκειται για ταξίδι εσωτερικού με ιδιόκτητο αυτοκίνητο, η επιλογή του δρομολογίου επιστροφής μπορεί να παρουσιάσει μεγάλες διαφορές.
- *Ανάμνηση*, που αποτελεί το πιο σημαντικό μέρος της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Ο ταξιδιώτης, έχοντας επιστρέψει στη μόνιμη κατοικία του, μπορεί οποιαδήποτε στιγμή να αναπολήσει τις στιγμές των διακοπών του και τις εμπειρίες του. Οι εικόνες από την επίσκεψη, αντικαθιστούν αυτές που υπήρχαν στο μυαλό του πριν το ταξίδι και έτσι αξιολογείται η ικανοποίησή του.

Στο *τρίτο και τελευταίο μοντέλο*, στρέφεται στο κέντρο εστίασης, από το τι κάνει ο τουρίστας σε ένα μέρος, πως ενεργεί αλλά και πως επικοινωνεί με τους άλλους. Με

βάση την έννοια της πολιτιστικής αλλαγής, ο Jafari (1987) προτείνει ένα μοντέλο τουριστικής συμπεριφοράς, που αποτελείται από τα στοιχεία: «Ένωση, Απελευθέρωση, Εμφύχωση, Επαναπατριsmός και Παράλειψη» (Gartner, 2001:370), όπως φαίνονται στο σχήμα:

Σχεδιάγραμμα 1.9.β: Μοντέλο Τουριστικής Συμπεριφοράς



Πηγή: Jafari (1987)

Η ένωση, αφορά τη ζωή στο οικείο περιβάλλον, η απελευθέρωση αφορά το στάδιο απομάκρυνσης από το οικείο περιβάλλον και την αρχή της κουλτούρας του τουρίστα. Η ζωογόνηση, είναι το στάδιο όπου ο τουρίστας, μαθαίνει τους κανόνες και τις προδιαγραφές της τουριστικής κουλτούρας, παρατηρώντας τους άλλους τουρίστες. Ο επαναπατριsmός, αποτελείται από την επιστροφή στο οικείο περιβάλλον και αρχίζει μια αντίστροφη διαδικασία αυτής της απελευθέρωσης. Στην ενσωμάτωση, έχει πλέον πλήρη φυσική και πνευματική αφομοίωση από την κανονική ζωή και τέλος, στην παράλειψη, δέχεται τις επιπτώσεις της μη – συνηθισμένης ζωής, όπως η αποπληρωμή πιστωτικών καρτών κ.α. (Gartner, 2001:369-374)

Αν το μοντέλο του Jafari (1987) είναι λειτουργικό, τότε οι συνέπειες για την τουριστική βιομηχανία είναι σημαντικές. Κάθε στοιχείο του κοινωνικό – πολιτιστικού μοντέλου αντιπροσωπεύει ένα συγκεκριμένο στάδιο στη ψυχολογική μεταμόρφωση του ανθρώπου. Τα κίνητρα για ανάπτυξη διαφορετικών δραστηριοτήτων μπορούν να αλλάξουν, η ζήτηση για συγκεκριμένες υπηρεσίες μπορεί να αλλάξει. Τα “πότε, πού & γιατί” των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων μπορεί να μην συνδέονται μόνο με τη φυσική παρουσία των τουριστών αλλά και με την ψυχολογική

τους κατάσταση. ... Καθώς αυξάνεται η ένταση του τουρισμού, οι εκάστοτε υπεύθυνοι της τουριστικής ανάπτυξης δέχονται ισχυρές πιέσεις για έλεγχο των αρνητικών επιπτώσεων, ενώ παράλληλα καλούνται να συνεχίσουν να προσφέρουν τα απαραίτητα οικονομικά οφέλη. Απαιτείται, λοιπόν, μια καλύτερη κατανόηση του τουρίστα και των κοινωνικό – πολιτιστικών επιπτώσεων του τουρισμού. (Gartner, 2001:375)

1.10 Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών

Όλες οι χώρες, μηδενός εξαιρουμένης, ασχολούνται με το μάρκετινγκ των προϊόντων τους στην τουριστική αγορά και γνωρίζουν πως, το μέγεθος και η ένταση των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ, διαφέρει από περιοχή σε περιοχή. Στο ζήτημα της τιμολόγησης, διανομής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος, τα μικρομεσαία ξενοδοχεία της περιοχής, έχουν περιορισμένο περιθώριο παρέμβασης, εν αντιθέσει με τους tour operators, που αναμφίβολα έχουν μεγαλύτερα περιθώρια περί της τιμολόγησης και όχι μόνο. Αυτό συμβαίνει, διότι τα ξενοδοχεία δέχονται τον έλεγχο από τους tour operators. (Ηγουμενάκης, 1999)

Ο Ηγουμενάκης (1999), αναλύει τα πέντε στάδια του τουριστικού μάρκετινγκ και επεξηγεί τι συμβαίνει σε καθένα από αυτά:

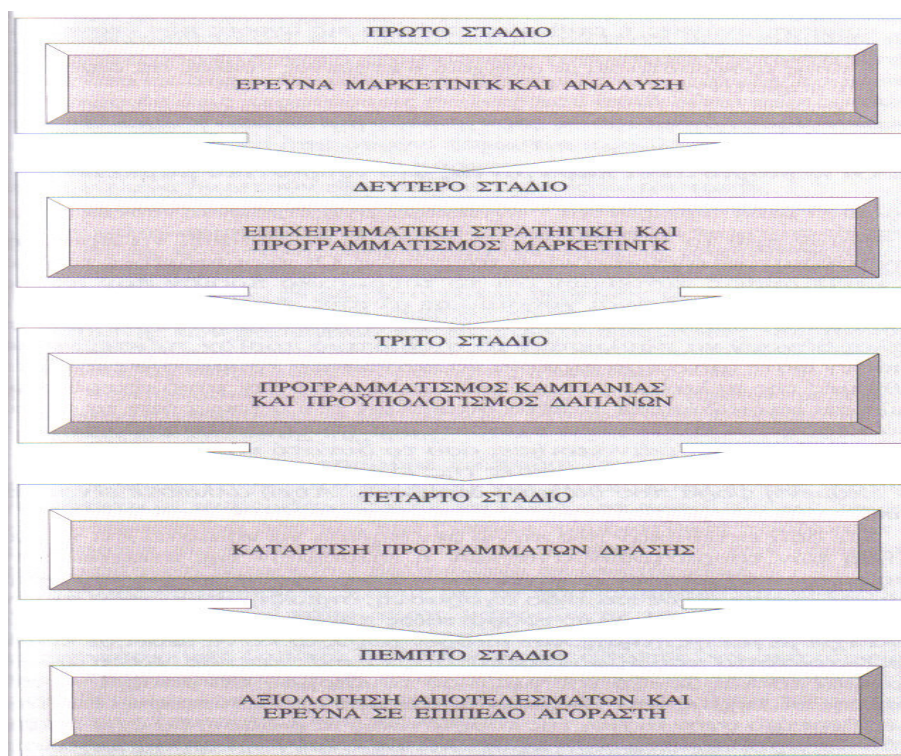
- Στην έρευνα και ανάλυση του μάρκετινγκ, πραγματοποιείται μια συνεχής και λεπτομερής αξιολόγηση των ιστορικών και προγραμματισμένων τάσεων στο εξωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον, όπως λέει ο Ηγουμενάκης (1999) και επίσης γίνεται έρευνα αγοραστικής συμπεριφοράς και αξιολόγηση των προγενέστερων δαπανών για μάρκετινγκ και των αποτελεσμάτων τους.
- Η επιχειρηματική στρατηγική και στον προγραμματισμό μάρκετινγκ, που αποτελούν το δεύτερο στάδιο, περιστοιχίζεται από προγράμματα προϊόντων και παραγωγικής δραστηριότητας, ενώ παράλληλα γίνεται η ανάπτυξη της έρευνας, η οποία και αναλύεται σε όλη την έκταση των επιχειρηματικών στρατηγικών, των στρατηγικών μάρκετινγκ και των επιχειρησιακών προγραμμάτων.
- Στον προγραμματισμό καμπάνιας και τον προϋπολογισμό των δαπανών, πραγματοποιείται η κατάρτιση των κοστολογημένων επιχειρησιακών προγραμμάτων για να γίνει ο συνδυασμός των τεσσάρων βασικών

συστατικών στοιχείων των επιχειρησιακών προγραμμάτων (4P – προϊόν, τιμή, προώθηση, διανομή-)

- Κατάρτιση προγραμμάτων δράσης, είναι το στάδιο, όπου, επιχειρείται η κατάρτιση λεπτομερειακών προγραμμάτων εβδομαδιαίας και μηνιαίας δραστηριότητας για όλες τις μορφές διανομής και προώθησης των προϊόντων.
- Τέλος στο πέμπτο και τελευταίο στάδιο της αξιολόγησης των αποτελεσμάτων και της έρευνας σε επίπεδο αγοραστή, πραγματοποιείται ο έλεγχος και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ που έχουν ήδη ολοκληρωθεί. Επίσης, ερευνάται, σε επίπεδο αγοραστή, το ποσοστό ικανοποίησης των αναγκών / επιθυμιών τους, μέσω των αγορών που έκαναν, καθώς επίσης μελετάται και το κατά πόσο η αξία του ανταποκρινόταν στην πραγματικότητα. Μετά από το στάδιο αυτό, εμπλουτίζεται με στοιχεία ο επόμενος κύκλος της διαδικασίας μάρκετινγκ.

Παρακάτω παρουσιάζονται σχηματικά τα πέντε στάδια του τουριστικού μάρκετινγκ, τόσο τον προϊόντων όσο και των υπηρεσιών.

Σχεδιάγραμμα 1.10: Κύρια Στάδια Τουριστικού Μάρκετινγκ



Πηγή: Ηγουμενάκης (1999)

1.11 Η Διαφήμιση των Τουριστικών Προορισμών

Η διαφήμιση των τουριστικών προορισμών, έχει αρχικό σκοπό να ενημερώσει ομάδες πιθανών πελατών, να τις πείσει – ενδεχομένως και να φέρει αλλαγή στις αντιλήψεις των πελατών για το προϊόν της- και να τις καθοδηγήσει να συμπεριφερθούν αγοραστικά, προς την τουριστική επιχείρηση που την πραγματοποιεί. Αυτά τα χαρακτηριστικά, καθιστούν το χαρακτήρα της τουριστικής διαφήμισης, επικοινωνιακό στο χώρο του τουριστικού μάρκετινγκ. (Ηγουμενάκης, 1999)

Κάποια χαρακτηριστικά της διαφήμισης τουριστικών προορισμών είναι πως (Ηγουμενάκης, 1999):

- ✓ Είναι μια τεχνική μαζικής επικοινωνίας, που προσπαθεί να περάσει μηνύματα στις μεγάλες μάζες των πιθανών πελατών, αλλά ταυτόχρονα, και σε καθένα από αυτούς ξεχωριστά.
- ✓ Μεταφέρει κατόπιν πληρωμής, μηνύματα από τους πομπούς στους δέκτες, μέσω των μέσων μαζικής επικοινωνίας
- ✓ Ανήκει στον ευρύτερο χώρο του τουριστικού μάρκετινγκ και έτσι δεν μπορεί να είναι ανεξάρτητη από τον τομέα πωλήσεων των τουριστικών προϊόντων
- ✓ Αποτελεί μια ψυχοκινητική τεχνική, που ασκεί άμεση επίδραση στον ψυχικό κόσμο των πιθανών πελατών, χρησιμοποιώντας πολλές μεθόδους εφαρμοσμένης ψυχολογίας
- ✓ Τέλος, έχει μια πολύπλοκη λειτουργία, δηλαδή παίρνει πολλές μορφές, ανάλογα με τους πελάτες, στους οποίους απευθύνεται, ανάλογα με τους στόχους που έχει καθορίσει, ανάλογα με τα μέτρα που χρησιμοποιεί για την επίτευξή τους κ.α.

Μια τουριστική επιχείρηση, αποφασίζει να διαφημίσει το προϊόν της, όταν θέλει να προσκομίσει κέρδη μέσα από αυτή την επικοινωνία. Έτσι, η διαφήμιση των προορισμών «αποτελεί καθοριστικό παράγοντα επιτυχίας στο κύκλωμα του τουριστικού μάρκετινγκ, καθώς συμβάλλει στη διάθεση του προϊόντος της τουριστικής επιχείρησης στην κατάλληλη τιμή, στο κατάλληλο κοινό, στην κατάλληλη χρονική στιγμή και στο κατάλληλο σημείο πώλησης». (Ηγουμενάκης, 1999)

Πριν προβεί σε οποιαδήποτε διαφημιστική ενέργεια, η κάθε τουριστική επιχείρηση, θα πρέπει να αξιολογήσει τα οφέλη της από αυτή, συγκριτικά με το κόστος που προκύπτει για την έκβασή της. Γενικότερα, πριν από κάθε διαφημιστική ενέργεια πρέπει να αξιολογούνται τα παρακάτω χαρακτηριστικά (Ηγουμενάκης, 1999):

- Αν υπάρχουν ευνοϊκές συνθήκες για την ευρύτερη κατηγορία όπου ανήκει το τουριστικό προϊόν και μόνο για αυτό
- Αν υπάρχουν πραγματικές ευκαιρίες για μια ουσιαστική διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος από τα ανταγωνιστικά του
- Αν το τουριστικό προϊόν, διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα, το οποίο δύσκολα μπορεί να διαπιστωθεί από τον πιθανό πελάτη
- Αν υπάρχουν, επίσης, ισχυρά συναισθηματικά κίνητρα, που μπορούν να ασκήσουν επιρροή στον πιθανό πελάτη, μέσω της τουριστικής διαφήμισης και,
- Αν, τέλος, υπάρχουν περιθώρια στην τιμή διάθεσης του τουριστικού προϊόντος, που εξασφαλίζουν τους απαραίτητους χρηματικούς πόρους, για τη διαφήμιση

Μια τουριστική επιχείρηση, που εξετάζει το ενδεχόμενο της διαφήμισής της, πρέπει πρώτα να έχει καθορίσει τους στόχους της. Στο στάδιο του καθορισμού των στόχων, θα πρέπει η επιχείρηση να επιδιώκει, οι στόχοι, να εκφράζουν αποτελέσματα που λογικά μπορεί να είναι πραγματοποιήσιμα. Οι στόχοι της, πρέπει να είναι ρεαλιστικοί, δηλαδή να είναι εφικτοί, και να τους επιτυγχάνει χωρίς τη συνδρομή των συνδυασμένων μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ της, αυτοδύναμα δηλαδή. (Ηγουμενάκης, 1999)

Ο καθορισμός των στόχων της διαφήμισης ενός τουριστικού προορισμού, είναι οπωσδήποτε μια λεπτή διαδικασία και αυτό γιατί πρέπει να επιλεγθεί ποιο διαφημιστικό μήνυμα θα περάσει, σε ποιους πελάτες. Δηλαδή έχει να κάνει με το στάδιο που βρίσκεται ο πελάτης – δέκτης μηνύματος: στο στάδιο της άγνοιας, ή της γνώσης, ή της κατανόησης, ή της πειθούς ή τέλος, της δράσης. Αντίστοιχα, λοιπόν θα πρέπει να καθορίσει τον στόχο και τη μορφή του μηνύματος, μέσω του οποίου θα προβληθεί το προϊόν. (Ηγουμενάκης, 1999)

Τέλος, πρέπει να επιλεγθεί το διαφημιστικό μέσω που θα χρησιμοποιηθεί για την προβολή των μηνυμάτων που θα προωθήσουν και θα κάνουν γνωστό τον προορισμό.

Το μέσο πρέπει να ταιριάζει στο προφίλ της και να έχει απήχηση στο κοινό στο οποίο απευθύνεται. Η επιλογή πρέπει να γίνει ανάμεσα από τα παρακάτω μέσα (Ζώτος, 2000):

- 1) Εφημερίδες: Είναι ένα μέσο προβολής που απευθύνεται σε πολλούς καταναλωτές αλλά χωρίς να είναι δυνατόν να επιλεγθεί ένα συγκεκριμένο κοινό - στόχος. Η προβολή της μπορεί να είναι συχνή, η εταιρεία μπορεί να επιλέξει σε πόσο χώρο της εφημερίδας μπορεί να διαφημιστεί. Οι διαφημίσεις αυτού του είδους χαρακτηρίζονται ως οπτικές και δεν κεντρίζουν εύκολα το ενδιαφέρον των αναγνωστών λόγω έλλειψης χρωμάτων.
- 2) Περιοδικά: Τα περιοδικά διαχωρίζονται σε γενικού και ειδικού ενδιαφέροντος και υπάρχει επιλογή χρόνου προβολής. Το κόστος της διαφήμισης σε περιοδικό καθορίζεται ανάλογα με την θέση της διαφήμισης στο περιοδικό (π.χ. το εξώφυλλο και το οπισθόφυλλο είναι ακριβότερα), από τα χρώματα και το μέγεθος που καλύπτει η εικόνα στην σελίδα. Και η διαφήμιση στα περιοδικά χαρακτηρίζεται ως οπτική μόνο, αλλά η επιχείρηση σε αυτή την περίπτωση μπορεί να επιλέξει ένα περιοδικό που να απευθύνεται στο target group της, να χρησιμοποιήσει χρώματα σε αυτή και έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής σε σχέση με την εφημερίδα αλλά απ' την άλλη πλευρά είναι υψηλότερο το κόστος.
- 3) Η τηλεόραση: αποτελεί το ισχυρότερο μέσο για την προβολή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Το μέσο αυτό προβολής είναι τόσο διαδεδομένο για το λόγο ότι υπάρχει μεγάλη θεαματικότητα και η τηλεόραση συνδυάζει εικόνα, ήχο, κίνηση, χρώματα και μπορεί να δείξει τα πλεονεκτήματα του προϊόντος μέσα από μια ευχάριστη ατμόσφαιρα. Αλλά το μέσο αυτό είναι πολύ ακριβό και δεν μπορούν να το χρησιμοποιήσουν όλες οι εταιρείες πάρα μόνο οι μεγάλες που τα προϊόντα τους διανέμονται σε όλη την χώρα.
- 4) Το ραδιόφωνο: είναι ένα μέσο με σχετικά χαμηλό κόστος και μεγάλη ακροαματικότητα. Δυστυχώς όμως το μέσο αυτό δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως το μόνο μέσο προβολής αλλά ως συμπληρωματικό για την υπενθύμιση του διαφημιζόμενου προϊόντος. Το μέσο χαρακτηρίζεται ως ακουστικό και είναι ένα επικίνδυνο μέσο από την άποψη ότι το κοινό του ραδιοφώνου κατά την διάρκεια των διαφημίσεων μπορεί να αλλάξει σταθμό ή να είναι μην δώσει προσοχή στο διαφημιστικό μήνυμα.

- 5) Ο κινηματογράφος: Στις μέρες μας δεν χρησιμοποιείται τόσο διαδεδομένα αυτό το μέσο προβολής. Τα χαρακτηριστικά του είναι ότι συνδυάζει εικόνα, ήχο και κίνηση και όλα αυτά σε μια τεράστια οθόνη. Αυτού του είδους η διαφήμιση χρησιμοποιείτε κυρίως από επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα που απαγορεύεται η προβολή τους στην τηλεόραση. Το κοινό εξαρτάτε από την ταινία την οποία προβάλλεται και από την χρονική περίοδο και ημέρα.
- 6) Διαφήμιση στους εξωτερικούς χώρους: Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι αφίσες, οι φωτεινές επιγραφές και διαφημιστικές πινακίδες. Τοποθετούνται κυρίως σε σημεία που υπάρχει μεγάλη προσέλαση πελατών, υστερούν όμως στο γεγονός ότι τα άτομα που περνούν από τέτοιου είδους σημεία συνήθως είναι βιαστικά με αποτέλεσμα να υπάρχει πολύ μεγάλη πιθανότητα να μην προσέξουν το διαφημιστικό μήνυμα.
- 7) Διαφήμιση στα μεταφορικά μέσα: Αφορά το «ντύσιμο» του μεταφορικού μέσου εξωτερικά αλλά και εσωτερικά και σε κάποια αστικά κέντρα την εισαγωγή τηλεοράσεων στο μεταφορικό μέσον. Αυτός ο τρόπος προώθησης σκοπεύει στην μαζική προβολή και στηρίζεται στο γεγονός ότι την ώρα που ο καταναλωτής βρίσκεται «εγκλωβισμένος» μέσα σε ένα μεταφορικό μέσο και δεν ξέρει τι να κάνει θα εξερευνήσει το μεταφορικό μέσο. Το μέσο αυτό είναι απευθύνεται σε μεγάλο κοινό ταυτόχρονα και έχει χαμηλό κόστος αλλά απευθύνεται μόνο σε πόλεις που υπάρχουν συγκοινωνίες.
- 8) Άμεση διαφήμιση. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνεται τα έντυπα διαφημιστικά φυλλάδια που αποστέλλονται μέσω ταχυδρομείου με πληροφορίες του προϊόντος ή και με κάποιο έντυπο παραγγελίας και η διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων από σπίτι σε σπίτι.
- 9) Διαφήμιση στον χώρο πώλησης του προϊόντος. Χρησιμοποιούνται μέσα στο χώρο πώλησης αφίσες οι οποίες αποσκοπούν στην άμεση πώληση των προϊόντων και συνήθως είναι για την ενημέρωση ενός καινούριου προϊόντος ή για κάποιο προϊόν που είναι σε προσφορά.
- 10) On line διαφήμιση: Χρησιμοποιείτε περισσότερο για την προβολή της επιχείρησης και την ενημέρωση για τα προϊόντα. (Βλαχοπούλου, 2003)

1.12 Οι Προωθητικές Ενέργειες στον Τουρισμό

Η αποτελεσματική διαχείριση και προώθηση τουριστικών προορισμών, αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικότερους παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν

αποφασιστικά στην βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Οι τουριστικοί προορισμοί συμπεριλαμβάνουν όλους τους φυσικούς, περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς, τουριστικούς πόρους μιας χώρας – περιοχής, οι οποίοι με τη σειρά τους αποτελούν τα βασικά θέλγητρα και πόλους έλξης τουριστικής ζήτησης (eBusinessForum, 2008). Τα θέλγητρα αυτά, χρησιμοποιούνται, από τις τουριστικές επιχειρήσεις, μεμονωμένα ή σε συνδυασμό, κυρίως στην τουριστική διαφήμιση, με τις προσωπικές πωλήσεις, με την άσκηση δημοσίων σχέσεων και με την προώθηση πωλήσεων (Ηγουμενάκης, 1999). Στόχος της είναι η τελική αύξηση της ζήτησης εκ μέρους των πιθανών πελατών.

Η προώθηση προϊόντων στον τουρισμό, αποτελεί μια από τις δυναμικότερες λειτουργίες του τουρισμού διότι, αρχικά, φέρνει σε επαφή τους πωλητές και αγοραστές του προϊόντος αλλά επίσης, επειδή είναι επικοινωνιακό μέσο, το οποίο ενέχει και επηρεάζεται απ' όλα τα στοιχεία που μπορεί να βρει κανείς, στις λειτουργίες επικοινωνίας, δηλαδή στους τρόπους & τα μηνύματα πληροφοριών που χρησιμοποιούνται, για τα παραγόμενα τουριστικά προϊόντα. Οι τρόποι και τα μηνύματα της τουριστικής διαφήμισης, μπορεί να είναι σε μορφή ταξιδιωτικού καταλόγου, μπροσούρας, προσπέκτους, επιστολών πωλήσεων, υπαίθρια διαφήμιση και διαφήμιση στο σημείο πώλησης. (Ηγουμενάκης, 1999)

Στο πλαίσιο της τουριστικής προώθησης ενός προϊόντος, παρέχονται πληροφορίες και διευκρινήσεις στους πιθανούς πελάτες, για να ενημερωθούν για την ύπαρξή του, για τις ιδιότητές του, για τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες που ικανοποιεί για την τουριστική επιχείρηση που το παράγει – διαθέτει και για τους μεσάζοντες του τουριστικού μάρκετινγκ που παρεμβάλλονται στη διανομή του. Όμως πέρα από την πληροφόρηση περί του τουριστικού προϊόντος, παρέχονται πληροφορίες και γύρω από την συμβολή της τουριστικής επιχείρησης, που το παράγει – διαθέτει, όπως στη λύση προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι αγοραστές του προϊόντος της, για το κύρος που έχει, για τα οικονομικά της επιτεύγματα, για την δράση της στον κοινωνικό τομέα (αν υπάρχει) κ.α. (Ηγουμενάκης, 1999)

Σκοπός της τουριστικής επιχείρησης είναι να πείσει τους πιθανούς πελάτες ή να τους υπενθυμίσει το προϊόν της, αλλά και να ασκήσει θετική επίδραση σε αυτούς, ώστε να διαμορφώσει την αγοραστική τους συμπεριφορά, κατά πώς θέλει εκείνη. Για αυτό το

λόγο, συνδυάζουν την εφαρμογή τεσσάρων τεχνικών μάρκετινγκ : την τουριστική διαφήμιση, τις προσωπικές πωλήσεις, τις δημόσιες σχέσεις και την προώθηση πωλήσεων (Ηγουμενάκης, 1999):

- Η τουριστική διαφήμιση, είναι η χρήση ενός πληρωμένου χώρου σε ένα μαζικό ή ειδικό μέσο ενημέρωσης – επικοινωνίας, είτε αυτό είναι η μίσθωση ενός χρονικού διαστήματος προβολής στην τηλεόραση, είτε ο χώρος αφισκοκόλλησης κλπ, με σκοπό να προβληθεί ένα προκαθορισμένο διαφημιστικό μήνυμα που απευθύνεται σε προκαθορισμένο κοινό. Με την τουριστική διαφήμιση, οι επιχειρήσεις, μπορούν να καθορίσουν εξαρχής το είδος, τη χρονική στιγμή και διάρκεια, το χώρο αλλά και το κόστος της προβολής τους και έχουν επίσης το προτέρημα της προσέγγισης μεγάλου αριθμού ατόμων με οικονομικότερο τρόπο. Έτσι μπορούν εύκολα να ενημερώσουν και έπειτα να επηρεάσουν τον προγραμματισμό των διακοπών των πιθανών πελατών, όταν αυτοί βρίσκονται στο στάδιο της αναμονής.
- Οι προσωπικές πωλήσεις, είναι οποιαδήποτε προσφορά τουριστικών προϊόντων για την οποία τα μεμονωμένα άτομα που τα πουλούν αμείβονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Είναι μια αποτελεσματική αλλά δαπανηρή επιλογή και βασίζεται στην άμεση επικοινωνία του πελάτη με τον πωλητή. Ο πωλητής, ψυχολογώντας των πελάτη προσαρμόζει τα μηνύματα στα δικά του μέτρα, καθώς αντιλαμβάνεται τα αγοραστικά κίνητρα, την αγοραστική τους συμπεριφορά, τη συχνότητα και τον τρόπο κατανάλωσης τους.
- Οι δημόσιες σχέσεις, δεν απευθύνονται στους πιθανούς πελάτες αλλά στους μεσάζοντες του τουριστικού μάρκετινγκ ή τους δημοσιογράφους και εκδότες διάφορων εντύπων, καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις βασίζονται στην συνεργασία τους ώστε να μπορέσουν να επιτύχουν τους στόχους μάρκετινγκ που έχουν καθορίσει. Διαδικασίες όπως προσκλήσεις φιλοξενίας με πληρωμένα όλα τα έξοδα, ενημερωτικές περιηγήσεις κ.α. είναι οι δραστηριότητες των δημοσίων σχέσεων.
- Η προώθηση πωλήσεων, είναι το σύνολο των προωθητικών δραστηριοτήτων εκείνων που αναπτύσσονται εκ μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων και έχουν σκοπό να μεταδώσουν στην πελατεία τους, και τους μεσάζοντες του μάρκετινγκ , εξειδικευμένες και λεπτομερείς πληροφορίες σε θέματα μεταφορών, καταλυμάτων, θέλγητρων κλπ που αφορούν στο μεμονωμένο τουριστικό προϊόν – πακέτο, η πώληση του οποίου πρόκειται να προωθηθεί σε

ορισμένη τουριστική αγορά ή κάποιο τμήμα της μόνο και σε επιλεγμένο κοινό.

1.13 Συμπεράσματα

Ο τουρισμός είναι μια έννοια που ακόμα δεν έχει προσδιοριστεί επ' ακριβώς, παρά τις προσπάθειες πολλών μελετητών. Για την κατανόηση του όμως, υπάρχουν πολλές έννοιες που τον περιβάλλουν και μέσω αυτών γίνεται η κατανόηση της έννοιας του. Σε όποιο τόπο υπάρχει τουρισμός, συνήθως υπάρχει και η αντίστοιχη τουριστική ανάπτυξη, η οποία όμως φέρει και κάποιες αρνητικές επιπτώσεις, πέρα από τα θετικά που προσδίδει στον προορισμό, όταν έχει σχεδιαστεί σωστά. Ο σωστός σχεδιασμός απαιτεί και συλλογική εργασία αλλά και ορθή κρίση, για να αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Αρκετοί μελετητές, προσπαθώντας να μελετήσουν την τουριστική ζήτηση, κατέληξαν στο σχεδιασμό τριών μοντέλων τουριστικής ζήτησης, μοντέλα κύκλου ζωής, μορφολογικά μοντέλα και μοντέλα διασποράς, τα οποία ως ένα βαθμό εξυπηρετούν πολύ τον τουριστικό προορισμό και την ανάπτυξη του. Όμως, όσο και αν προβάλλεται ένας προορισμός και όσο καλό σχεδιασμό και αν έχει επιτύχει, εάν οι πιθανοί τουρίστες δεν ξεπεράσουν τα εμπόδια του ταξιδιού, πάλι δεν θα σημειωθούν θετικά αποτελέσματα. Επίσης, εάν δεν αντιμετωπιστούν και λυθούν τα προβλήματα από τις επιπτώσεις του τουρισμού, στο περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία της, τότε η απομάκρυνση του τουρίστα είναι άμεσο αποτέλεσμα.

Έτσι, για να μπορεί ένας προορισμός να έχει μια υγιή τουριστική ανάπτυξη και άνθιση, θα πρέπει πρώτα να μεριμνήσουν οι αντίστοιχοι φορείς του και να προλάβουν τις αρνητικές συνέπειες του, αντιμετωπίζοντας τις με σωστό προγραμματισμό, σωστή διαφήμιση και προβολή του τόπου αλλά και με σεβασμό στο περιβάλλον.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ & ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

2.1 Εισαγωγή

Η Κρήτη ή Μεγαλόνησος, όπως την ονομάζουν πολλοί, προσελκύει περίπου το 25% των διεθνών επισκεπτών της Ελλάδας που καταφθάνουν στην χώρα για να καλύψουν τις τουριστικές τους ανάγκες και επιθυμίες (Λαγός, 1996). Ο λόγος για τον οποίο η Κρήτη και κυρίως το Ηράκλειο, που είναι η πρωτεύουσα, είναι ένας τόσο δημοφιλής προορισμός είναι ότι οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να απολαύσουν τον κλασικό ελληνικό τουρισμό με κύρια στοιχεία τον συνδυασμό θάλασσας, ήλιου και άμμου για περισσότερη χρονική διάρκεια (Κόνσολας, 1978).

Στο κεφάλαιο αυτό, ακολουθεί η μελέτη του Ηρακλείου ως τουριστικός προορισμός και αρχικά γίνεται αναφορά στην ιστορία που έχει ως πόλη. Αναφορά γίνεται επίσης και στην εξαιρετική κρητική κουζίνα, που αποτελεί πόλο έλξης, πολλών τουριστών

Εν συνεχεία, αναγράφονται οι τομείς που χρειάζεται να αναπτυχθούν ώστε παράλληλα να σημειωθεί και τουριστική ανάπτυξη του Ηρακλείου. Ενώ το κεφάλαιο κλείνει, παραθέτοντας τις προωθητικές ενέργειες που πρέπει να απασχολήσουν τους τουριστικούς φορείς καθώς και τις κινήσεις προβολής που έχουν λάβει χώρα, μέχρι σήμερα.

2.2 Ηράκλειο

Το Ηράκλειο με 142.112 κατοίκους (απογραφή 2001) και συνολική επιφάνεια 120 τετραγωνικά χιλιόμετρα, είναι η τέταρτη (μετά την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα) μεγαλύτερη σε έκταση και πληθυσμό πόλη της Ελλάδας, η πρωτεύουσα και ο μεγαλύτερος λιμένας και πρωτεύουσα της Κρήτης (Βικιπαιδεία, 2008) και κάθε χρόνο προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών. Οι υποδομές του, ωστόσο, δεν είναι οι πλέον κατάλληλες και χρειάζεται η συμβολή από όλους τους τουριστικούς φορείς για να πραγματοποιηθεί η σωστή ανάπτυξη, προώθηση και προβολή του τόπου.

Το σύγχρονο Ηράκλειο κρατεί την παράδοση μιας από τις πιο ελκυστικές πόλεις της Μεσογείου! Καλύπτει και ικανοποιεί όλα τα γούστα και τις απαιτήσεις του επισκέπτη μα και του μόνιμου κατοίκου της. Δεν είναι τυχαίο ότι επί αιώνες ήταν το κέντρο, η μητρόπολη της Κρήτης και εξακολουθεί να κρατεί τα σκήπτρα με τα πολλά ενδιαφέροντα και την χαρούμενη ζωή. (Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, 2008)

Το Ηράκλειο, είναι ένας ευνοημένος νομός, από τις φυσικές του ομορφιές, τον πλούτο των μνημείων και το ήπιο κλίμα. Προσφέρει για τουρισμό, όλες τις εποχές του χρόνου, με μοναδικές εικόνες που μεταβάλλονται από μήνα σε μήνα, προσδίδοντας σε κάθε εποχή μια ξεχωριστή γοητεία. Επίσης, αποτελεί σημαντικό λιμάνι στη Μεσόγειο και το διεθνές αεροδρόμιο Ν. Καζαντζάκη συνδέει την πόλη με ολόκληρο τον κόσμο. Ο Βόρειος οδικός άξονας της Κρήτης (Β.Ο.Α.Κ.) προσφέρει πρόσβαση στις μεγαλύτερες πόλεις του νησιού. Οι εθνικοί οδοί Ηρακλείου – Μοιρών και Ηρακλείου – Αρκαλοχωρίου, συνδέουν την πόλη με το εσωτερικό του νομού. Το αστικό ΚΤΕΛ Ηρακλείου, συνδέει το κέντρο με όλη την πόλη αλλά και τις γύρω περιοχές καθώς και το ΚΤΕΛ Κρήτης, το συνδέει με ολόκληρο το νησί. (Holidays in Greece, 2008)

2.2.1 Ιστορική Αναδρομή του Ηρακλείου

Το Ηράκλειο αποτελεί το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της Κρήτης, την πρωτεύουσα της περιφέρειας και το οικονομικό κέντρο του νησιού. Ο πρώτος Ευρωπαϊκός πολιτισμός, ο Μινωικός, άκμασε στο νησί πριν από 5.000 χρόνια. Από τότε η ιστορία του τόπου είναι συνδεδεμένη άμεσα με όλα τα μεγάλα ιστορικά γεγονότα που χαρακτήρισαν την Ευρωπαϊκή Ήπειρο. Από την αρχαιότητα μέχρι και σήμερα οι λαοί που πέρασαν από την περιοχή άφησαν τα σημάδια του πολιτισμού τους, που συνθέτουν ένα εκπληκτικό σύνολο ανθρώπινης παρουσίας και δημιουργίας. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008β)

Οι Μινωίτες, από το 2.800 π.Χ.. μέχρι και 1.400 π.Χ.. αναπτύσσουν τον Μινωικό Πολιτισμό. Σ' αυτήν την περίοδο χτίζονται τα μεγαλόπρεπα ανάκτορα της Κνωσού, της Φαιστού, των Μαλλίων, των Αρχανών, οι εκπληκτικές επαύλεις της Τυλίσσου, της Αγ. Τριάδας και άλλα μικρότερης έκτασης, αλλά μεγάλου ενδιαφέροντος κτίσματα, διάσπαρτα σ' ολόκληρο το νομό. Η ακτινοβολία αυτών των Μινωικών Κέντρων φτάνει σ' ολόκληρη την λεκάνη της Μεσογείου. Η αρχιτεκτονική, η ζωγραφική, η αγγειοπλαστική και η χρυσοχοΐα κατακτούν ψηλά επίπεδα τελειότητας. Οι σωζόμενες τοιχογραφίες μαρτυρούν τη ψυχοσύνθεση ενός λαού φιλειρηνικού, χαρούμενου αλλά και ισχυρού, άμεσα συνδεδεμένου με τη θάλασσα. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008β)

Όταν η Κωνσταντινούπολη κατακτήθηκε από τους Φράγκους το 1204, η Κρήτη παρέμεινε υπό την κυριαρχία των Βενετών μέχρι το 1669. Κατά την περίοδο αυτή, ο πολιτισμός της Κρήτης αναπτύχθηκε σημαντικά και το νησί έγινε η πρωτεύουσα της "Regno di Candia". Ωστόσο, η πολιτισμική και πνευματική ανάπτυξη διεκόπη ξαφνικά το 1669, με την εισβολή των Τούρκων στην Κρήτη. (Balcinet, Balkan Cities Network, 2008)

Η Κρήτη έγινε αυτόνομη το 1897 και προσαρτήθηκε στην Ελλάδα το 1913. Η πολιτισμική κληρονομιά της πόλης του Ηρακλείου προσφέρει πολλές μορφές σύγχρονης διασκέδασης. (Balcinet, Balkan Cities Network, 2008)

2.2.2. Ήθη και Έθιμα του Ηρακλείου

Τα υλικά και πνευματικά πατροπαράδοτα στοιχεία, τα ήθη και έθιμα, οι αρχαίες συνήθειες, κάνουν την λαϊκή παράδοση του νομού Ηρακλείου με την ευρωστία της να αναδεικνύεται σε μια ανεξάντλητη σύγχρονη πολιτιστική οντότητα. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008δ)

Εκφράσεις αυτού του σύγχρονου λαϊκού πολιτισμού, συνέχεια της μακρόχρονης πλούσιας λαϊκής κρητικής παράδοσης είναι οι αναρίθμητες γιορτές και πανηγύρια στις οποίες επιβιώνουν πανάρχαια στοιχεία και συμπεριφορές. Σ' αυτές αναδεικνύεται ο πλούτος της μουσικής και της λαϊκής λογοτεχνικής παράδοσης του τόπου. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008δ)

Αναμφίβολα για λόγους που έχουν να κάνουν με την ιστορία, τη θρησκεία, το κλίμα, την κοινωνική συγκρότηση κ.λπ., τα ήθη και έθιμα των κατοίκων της ενδοχώρας του Νομού Ηρακλείου είναι ιδιαίτερος ξεχωριστά και μοναδικά παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν ύφεση σε σχέση με λίγες δεκαετίες πριν. Πέρα από τα γραφικά έθιμα που έχουν να κάνουν με τις κοινωνικές σχέσεις των κατοίκων όπως π.χ. ο γάμος, πολλά ήθη συσχετίζονται με το βαθύ θρησκευτικό συναίσθημα που έχουν αναπτύξει και γι' αυτό εκφράζονται και συμπίπτουν με αφορμή διάφορες θρησκευτικές γιορτές και πανηγύρια. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008δ)

Από τα πιο γνωστά έθιμα του Ηρακλείου, είναι τα Χριστουγεννιάτικα έθιμα. Χαρακτηριστικό είναι το Χριστόψωμο που ζυμώνουν κ σερβίρουν ανήμερα των

Χριστουγέννων, το οποίο είναι ευλογημένο ψωμί και κόβοντας το, ανταλλάσσουν ευχές. Πολύ γνωστή είναι και η «καλή χέρα», όπου συνηθίζεται να δίνεται ένα χρηματικό ποσό, σαν δώρο, σε παιδιά που θα επισκεφτούν κάποιο σπίτι την Πρωτοχρονιά. Το έθιμο του ποδαρικού επίσης, συνεχίζεται επί χρόνια, αφού είναι πολλοί αυτοί που ανήμερα της Πρωτοχρονιάς βάζουν στο σπίτι τους μια πέτρα για να είναι γερό, ενώ άλλοι πάλι μεταφέρουν νερό για να τρέχουν τα καλά όλο τον χρόνο σαν το νερό. Επιπλέον, ανήμερα της Πρωτοχρονιάς, καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες μπουγάτσας, θέλοντας να είναι γλυκιά η πρώτη τους γεύση (Magazine by homeboy, 2008)

2.2.3. Η Κρητική Κουζίνα

Η Κρήτη έχει μια από τις αρχαιότερες και πιο εύγεστες γαστριμαργικές παραδόσεις στον κόσμο, μια παράδοση γεύσεων, αρωμάτων, υλικών και τεχνοτροπιών που ξεκινά από τα προϊστορικά χρόνια και φθάνει μέχρι σήμερα. (Πορφυράκη & συν., 2006) Η κρητική παραδοσιακή κουζίνα θεωρείται σήμερα μια από τις πλέον υγιεινές του κόσμου. Ο πλούτος και η ποιότητα των προϊόντων του νησιού στο πέρασμα των αιώνων, έχει δημιουργήσει μια κουζίνα με μοναδική γεύση, φρεσκάδα και γνησιότητα. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008γ)

Η φύση της Κρήτης διαθέτει όλη αυτή την ποικιλία των αναγκαίων πρώτων υλών καθώς και την ανθρώπινη εμπειρία για τη δημιουργία γεύσεων μοναδικών που συνδυάζονται με τις εποχές και το φυσικό περιβάλλον του νησιού σε μια εξαιρετική ενότητα. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008γ)

Τα τυροκομικά, το μέλι, τα αρωματικά φυτά, τα χορταρικά και τόσα άλλα προϊόντα των κρητικών βουνών, αποτελούν τη βάση για το θαύμα της κρητικής κουζίνας. Η Κρητική διατροφή αναγνωρίζεται σήμερα από την διεθνή επιστημονική κοινότητα σαν το πλέον αντιπροσωπευτικό και ποιοτικό παράδειγμα της ονομαζόμενης Μεσογειακής Διατροφής, η οποία έχοντας σαν βάση τα λαχανικά, όσπρια, φρούτα, δημητριακά σε συνδυασμό με την χρήση του ελαιόλαδου συντελεί στην μακροζωία και ευζωία. Η Κρητική κουζίνα είναι από τις αρχαιότερες και πλέον εύγεστες γαστριμαργικές παραδόσεις στον κόσμο, με ποικιλία γευστικών και αρωματικών απολαύσεων (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008) καθώς και η ποικιλία των πιάτων, όπου κανένα δεν μονοπωλεί τη γεύση αλλά όλα μαζί συνθέτουν ένα

εύγευστο σύνολο. (Πορφυράκη & συν., 2006) Το μυστικό της κρητικής διατροφής βρίσκεται αφ' ενός μεν στην πλούσια ποικιλία των προϊόντων που παράγει η Κρητική γη και αφ' ετέρου στο ελαιόλαδο το οποίο χρησιμοποιείται σε όλα σχεδόν τα πιάτα. (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, 2008γ)

Το λάδι αποτελεί τη βάση της κρητικής και ελληνικής διατροφής, και χρησιμοποιείται στα περισσότερα πιάτα εκτοπίζοντας το βούτυρο ή άλλα είδη λαδιού που χρησιμοποιούνται σε άλλες περιοχές του κόσμου. Η θρεπτική αξία του λαδιού είναι τεράστια καθώς αποτελεί το πιο ισχυρό αντιοξειδωτικό της φύσης, προστατεύοντας δηλαδή τον οργανισμό από την οξείδωση και την ανάπτυξη των ελεύθερων ριζών που προκαλούν σοβαρές παθήσεις. Η Κρήτη με το μεσογειακό της κλίμα και τη καλή σύσταση του εδάφους της επιτρέπει στο ελαιόδεντρο όχι μόνο να ευδοκίμει παντού, τόσο σε πεδινές όσο και σε ορεινές περιοχές, αλλά και να αποδίδει στο λάδι την καλύτερη δυνατή ποιότητά του, με χαμηλή οξύτητα και υπέροχο άρωμα. Το γεγονός ότι οι Κρητικοί ζουν περισσότερο και έχουν τους χαμηλότερους δείκτες στην εμφάνιση ασθενειών φαίνεται να συνδέεται άμεσα με το ότι είναι οι μεγαλύτεροι καταναλωτές λαδιού παγκοσμίως. (Πορφυράκη & συν., 2006)

2.3. Τουριστική Ανάπτυξη Ηρακλείου

Η τουριστική ανάπτυξη του Ηρακλείου, ξεκίνησε με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Η αναβάθμιση του αστικού χώρου, είχε παραμεληθεί σχετικά, εξαιτίας της αδράνειας των παλαιότερων δημοτικών κυβερνήσεων, αλλά και εξαιτίας της έλλειψης κονδυλίων. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Το χαρακτηριστικό της πόλης είναι ότι αναπτύχθηκε κυρίως δυναμικά, ερρήμην πολεοδομικού σχεδιασμού. Ως προς την οικιστική ανάπτυξη του Ηρακλείου, το μεγαλύτερο μέρος των περιοχών είναι αυθαίρετα αναπτυγμένες. (Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Ε.Μ.Π., 2001) Γι αυτό το λόγο κρίνεται αναγκαίος ο πολεοδομικός σχεδιασμός του Ηρακλείου.

2.3.1 Βασικές Περιοχές Ηρακλείου προς Αναβάθμιση

Οι κύριες περιοχές στις οποίες εστιάζεται η αναβάθμιση του αστικού ιστού είναι (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007):

- Η ανάπλαση του κέντρου, επιδιώκοντας και τη γενική βελτίωση της ποιότητας ζωής.
- Η αναθεώρηση της σχέσης της πόλης με τη θάλασσα και η ανάπλαση του παραλιακού μετώπου
- Η δημιουργία σημαντικών κυκλοφοριακών υποδομών, εκσυγχρονίζοντας το οδικό δίκτυο και αυξάνοντας σημαντικά τη χωρητικότητά του.

Το Ιστορικό Κέντρο της Πόλης

Στο κέντρο της πόλης βρίσκονται πολλά μνημεία των μεσαιωνικών χρόνων της Κρήτης, που δείχνουν την μεγάλη της ακμή στα χρόνια αυτά. Ανεβαίνοντας από το λιμάνι, συναντάς το πρώτο σπουδαίο μνημείο, την Λότζια που στεγάζει σήμερα το Δημοτικό Συμβούλιο και μέρος των Υπηρεσιών του Δήμου Ηρακλείου. Η Λότζια, που υπήρξε Λέσχη του Δούκα και των αξιωματούχων της Κρήτης, στολισμένη με γλυπτά οικόσημα, τρόπαια, με 82 μετώπες κ.ά. συγκέντρωνε επί αιώνες τους άρχοντες για την αναψυχή και τα παιχνίδια τους αλλά και τις επίσημες τελετές τους. Οι στοές της χρονολογούνται από τον 14ο αιώνα, η τελική της μορφή από τις αρχές του 17ου. Ήταν κτισμένη στην PIAZZA DEI SIGNORI (των Διοικητικών Αρχών). Θεωρείται το κομψότερο βενετσιάνικο μνημείο, που το 1987 πήρε το πρώτο βραβείο EUROPA NOSTRA, ως το πιο καλά αναπαλαιωμένο και συντηρημένο Ευρωπαϊκό μνημείο της χρονιάς. (Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, 2008)

Στο λιμάνι ορθώνεται μεγαλόπρεπο το φρούριο, Κούλες, που επί αιώνες, προστάτευε την πολιτεία αλλά χρησίμευε και σαν υγρή φυλακή με τους αλυσοδεμένους φυλακισμένους στις πελώριες, σκοτεινές στοές και αίθουσές του. (Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, 2008)

Το κέντρο του Ηρακλείου χαρακτηρίζεται από τα ενετικά τείχη, τα οποία διατρέχουν περιμετρικά την παλιά πόλη. Ιστορικά, έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του αστικού ιστού, καθώς λειτούργησαν ως φράγμα στην επέκταση της πόλης. Ασφαλώς παλαιότερα παρείχαν και σημαντική ασφάλεια ιδιαίτερα κατά το 17ο - 19ο αιώνα, προστατεύοντας την πόλη και τους κατοίκους από εξωτερικές απειλές. Ωστόσο, ο αυξανόμενος πληθυσμός του Ηρακλείου, έβρισκε στέγη εντός των τειχών, με αποτέλεσμα να αυξηθεί σημαντικά η πληθυσμιακή πυκνότητα αλλά και να αλλάξει ο τρόπος δόμησης. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Σήμερα, η περιοχή εντός των τειχών αποτελεί το κέντρο της πόλης, ένα κέντρο το οποίο χαρακτηρίζεται από ευδιάκριτα όρια. Η αύξηση της χρήσης των αυτοκινήτων όμως, αλλά και ο ρόλος του κέντρου ως η περιοχή που συγκεντρώνεται η οικονομική δραστηριότητα της πόλης οδήγησαν σταδιακά στην περιβαλλοντική και αισθητική επιβάρυνσή του και στην επιδείνωση της ποιότητας ζωής. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2008)

Σημαντικές αλλαγές ξεκίνησαν να γίνονται λοιπόν, κυρίως σε κυκλοφοριακό επίπεδο. Η αναβάθμιση που αξίζει τη μεγαλύτερη προσοχή, είναι η μετατροπή, σε πεζόδρομο, των κύριων οδικών αρτηριών του κέντρου. Μέσω αυτής της ενέργειας, αναβαθμίζεται η ποιότητα ζωής στο κέντρο, αναδεικνύεται η ιστορικότητα της περιοχής, ενώ βελτιώνεται η δυνατότητα κοινωνικών επαφών ανάμεσα στους κατοίκους της πόλης. Παράλληλα, δίδεται χώρος σε διάφορα καλλιτεχνικά δρώμενα, όπως οι παραστάσεις πλανόδιων μουσικών, ή άλλες μορφές τέχνης που συναντώνται συχνά σε άλλους πεζόδρομους της Ελλάδας και του εξωτερικού. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Η απαγόρευση κυκλοφορίας οχημάτων στις κεντρικές περιοχές έχει ως συνέπεια τη μείωση της ρύπανσης, και την αναβάθμιση της αξίας των κτηρίων που έχουν πρόσοψη στους πεζόδρομους. Επιπλέον, αυξάνεται η δυνατότητα κοινωνικών επαφών, καθώς οι περισσότεροι ντόπιοι αναγκάζονται πλέον να διανύουν το κέντρο πεζοί. Προς αυτή την κατεύθυνση οφείλεται και η ανάπλαση του οικοδομικού τετραγώνου που βρίσκεται το πάρκο του Θεοτοκόπουλου. Η δημιουργία ενός ακόμη πόλου αναψυχής, δημιουργεί νέα δεδομένα και νέο ανταγωνισμό στον τομέα της διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Παράλληλα, η βελτίωση της ποιότητας των πάρκων και των κεντρικών πλατειών της πόλης, αναμένεται να οδηγήσουν στο σταδιακό επαναπροσδιορισμό των καθημερινών συνηθειών των κατοίκων. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Ανάμεσα στα γενικότερα οφέλη, αναμένεται και αύξηση της προσέλευσης τουριστών καθώς η πόλη γίνεται περισσότερο γραφική, αναδεικνύοντας στοιχεία που είχαν παραμεληθεί στο παρελθόν. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Επαναπροσδιορισμός της Σχέσης με τη Θάλασσα

Για πολλά χρόνια, το Ηράκλειο αλλά και οι υπόλοιπες πόλεις της Κρήτης, είχαν στρέψει την πλάτη τους στη θάλασσα, στο φόβο των πειρατικών επιδρομών. Ωστόσο, η παγκόσμια τάση δείχνει ότι οι μεγαλύτερες πόλεις αξιοποιούν το παραλιακό μέτωπο που διαθέτουν, το οποίο μπορεί να δημιουργήσει σημαντική δυνατότητα ανάπτυξης και να ωφελήσει ιδιαίτερα τον αστικό ιστό. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007) Όπως έχει παρατηρήσει και ο Weaver (1993).

Στο Ηράκλειο τα μεγαλύτερα έργα ανάπλασης του παραθαλάσσιου μετώπου, εντοπίζονται στη δυτική παραλία της πόλης. Σε μια έκταση που εκτείνεται από το ενετικό φρούριο του Κούλε μέχρι ουσιαστικά και την παραλία της Αμμουδάρας, έχει αναπτυχθεί ένας σύγχρονος παραλιακός οδικός άξονας, που οδηγεί στο Παγκρήτιο στάδιο (το οποίο κατασκευάστηκε για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων) και στο δυτικό άκρο της πόλης, στην περιοχή της Αμμουδάρας και του Γαζίου. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Κατά μήκος του συγκεκριμένου άξονα, έχουν αναπτυχθεί δραστηριότητες όπως καφετέριες και πολυκέντρα αναψυχής και ψυχαγωγίας, ενώ σημαντική (αν και αμφιλεγόμενη) ήταν η κατεδάφιση του κτηρίου του ξενοδοχείου ΞΕΝΙΑ και η δημιουργία ενός υπαίθριου δημόσιου χώρου στη συγκεκριμένη έκταση. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Γίνονται, επίσης, προσπάθειες για την ανάπτυξη του ανατολικού μετώπου. Ωστόσο, η ύπαρξη των φυλακών Ν. Αλικαρνασσού και το αεροδρόμιο Ηρακλείου, αποτελούν σημαντικά εμπόδια στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη του ανατολικού τμήματος του πολεοδομικού συγκροτήματος της πόλης του Ηρακλείου. Η πρόταση για δημιουργία παραθαλάσσιου οδικού άξονα που θα εκτείνεται από την παραλιακή λεωφόρο της πόλης έως τις φυλακές αποτελεί ένα θετικό πρώτο βήμα. Ωστόσο, με την μετεγκατάσταση των φυλακών και του αεροδρομίου Ηρακλείου στο μέλλον, αναμένεται μια περισσότερο ολοκληρωμένη σύνδεση του υποβαθμισμένου ανατολικού μετώπου με το ΠΣ Ηρακλείου, αλλά και η ύπαρξη κάποιου ανταγωνισμού μεταξύ του ανατολικού και του δυτικού μετώπου (το οποίο θα έχει ήδη

αναπτυχθεί), στους τομείς της προσέλκυσης επενδύσεων, κατοίκων αλλά και τουριστών. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Ανάπτυξη του Λιμένα Ηρακλείου

Η ανάπτυξη του Λιμένα Ηρακλείου επιβλήθηκε από πολιτικούς και στρατιωτικούς συσχετισμούς και επιρροές και ήταν το αποτέλεσμα του ενδιαφέροντος για την προνομιούχο θέση της Κρήτης στην Ανατολική λεκάνη της Μεσογείου, αφού βρίσκεται στην τομή των διεθνών ναυτιλιακών γραμμών Γιβραλτάρ - Σουέζ - Μαύρη Θάλασσα - Μεσόγειος, και της ειδικής θέσης του Ηρακλείου ως προς το νησί. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Στους Μινωικούς χρόνους υπήρχε δραστηριότητα στη σημερινή θέση της ανατολικής λιμενολεκάνης με δείγματα, στη στεριά, εμπορικού κέντρου για συναλλαγές. Παρόμοιο κέντρο υπήρχε στις εκβολές του Καρτερού που προχωρούσε πιο βαθιά πλησιάζοντας την Κνωσό. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Μεταγενέστερα στους Ελληνικούς και Ρωμαϊκούς χρόνους το ενδιαφέρον στράφηκε σε άλλα μέρη και ειδικά στην Χερσόνησο μέχρι και τους Βυζαντινούς Χρόνους, οπότε επί Νικηφόρου Φωκά ξαναβρίσκεται να λειτουργεί λιμάνι στον κόλπο του Δερματά. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Οι Ενετοί μετέφεραν το λιμάνι Ηρακλείου στην σημερινή θέση όπου, αξιοποιώντας μια σειρά υφαλοβράχων, κατασκεύασαν το σημερινό Ενετικό λιμάνι που για την εποχή που κατασκευάστηκε ήταν πραγματικά ένα μεγάλο λιμάνι, καλά κατασκευασμένο και οχυρωμένο, με ευκολίες στην προσέγγιση, εξυπηρέτηση, ανεφοδιασμό και επισκευή των σκαφών και σημαντικό κέντρο της Μεσογείου. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Στην περίοδο της Τουρκοκρατίας δεν έγινε καμία επέκταση του λιμανιού, αποκαταστάθηκαν μόνο οι ζημιές που έγιναν στην πολύχρονη πολιορκία της πόλης. Με την απελευθέρωση και την ανακήρυξη της Κρητικής Πολιτείας ανατέθηκε σε Γάλλους μηχανικούς η σύνταξη μελέτης για την δημιουργία νέου λιμανιού που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες που εν τω μεταξύ είχαν διαμορφωθεί. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Η πρωτοβουλία είχε λαϊκή βάση και οι δαπάνες αρχικά καλύφθηκαν από έρανο που έγινε μεταξύ των κατοίκων του Ηρακλείου. Το έργο που αφορούσε την κατασκευή του προσήνεμου και υπήνεμου μόλου της σημερινής κεντρικής λιμενολεκάνης ανατέθηκε σε Αγγλική εταιρία και κατασκευάστηκε από το 1923 μέχρι το 1936. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Τα εσωτερικά λιμενικά έργα ακολούθησαν με αργό ρυθμό λόγω και του πολέμου και το 1962 ολοκληρώθηκαν τα κρηπιδώματα από τον προβλήτα Μικρού Κούλε μέχρι και τον προβλήτα Ι. Το 1964 άρχισαν να εκτελούνται τα έργα επέκτασης του λιμανιού με τη δημιουργία νέας λιμενολεκάνης, με την επέκταση του προσήνεμου μόλου και την κατασκευή νέου υπήνεμου μόλου. Παράλληλα, προχώρησε και η κατασκευή λιμενικών έργων (ΠΡΟΒΛΗΤΕΣ ΙΙ, ΙΙΙ, και ΙΑ) και οι εκβαθύνσεις του λιμανιού για να αποκτήσει βάθη ικανά για την εξυπηρέτηση των σύγχρονων σκαφών. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Σήμερα πλέον, το λιμάνι του Ηρακλείου, με το νέο πλαίσιο λειτουργίας του αποτελεί έναν δημιουργικό φορέα ανάπτυξης της περιφερειακής και εθνικής οικονομίας. Σε διεθνές επίπεδο προσδοκία της Διοίκησης είναι ο Λιμένας Ηρακλείου να πρωταγωνιστήσει μελλοντικά ως κόμβος μεταφορών στην Νότιο -Ανατολική Μεσόγειο. (Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου, 2008)

Η Δημιουργία Κυκλοφοριακών Υποδομών

Μερικά από τα σημαντικότερα έργα υποδομής που έγιναν τα τελευταία χρόνια στην πόλη αφορούν τη βελτίωση της κυκλοφορίας των οχημάτων μέσω της βελτίωσης των οδικών υποδομών. Η δημιουργία κόμβων σε σημαντικά σημεία της πόλης (κόμβος Γιόφυρου, κόμβος λεωφόρου Κνωσού), αλλά και η διαπλάτυνση του Βόρειου Οδικού Άξονα Κρήτης (ΒΟΑΚ), και η δημιουργία του πεταλοειδούς άξονα που περιλαμβάνει τις οδούς Μίνωος, Σμπώκου και Εθνικής Αντιστάσεως, συνδέοντας το δυτικό με το ανατολικό άκρο της πόλης, και κατ' επέκταση με το ΒΟΑΚ. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

Οι προσπάθειες ανακούφισης του κέντρου από τον αυξημένο κυκλοφοριακό φόρτο ενδέχεται να έχουν προσωρινό αποτέλεσμα. Ωστόσο, στο μέλλον πρέπει να γίνουν

περισσότερο τολμηρά βήματα. Το Ηράκλειο αποτελεί μια από τις λίγες αστικές περιπτώσεις όπου το κέντρο είναι ξεκάθαρα οριοθετημένο. Συνεπώς, μια λύση θα ήταν να αποκλειστεί η κίνηση των οχημάτων εντός της περιμέτρου των τειχών, εξασφαλίζοντας θέσεις στάθμευσης εκτός της περιμέτρου αλλά και βελτιωμένη συγκοινωνία εντός αυτής. Η συγκοινωνία θα μπορούσε να περιλαμβάνει τη δημιουργία γραμμών τραμ που θα ακολουθούν την περίμετρο των τειχών αλλά και τις κεντρικές οδούς (δηλαδή οδοί Έβανς και Καλοκαιρινού), ενώ οι μικρότερες διαδρομές θα μπορούσαν να γίνονται με τοπικά μικρά λεωφορεία. Ένα ιδιαίτερα τολμηρό βήμα θα ήταν το 'πρασίνισμα' (greening) των λεωφορειακών αυτών γραμμών μέσω της χρήσης ηλιακών οχημάτων ή οχημάτων που κινούνται με υγραέριο ή φυσικό αέριο. (Blog Αστικής Ανάπτυξης & Χωροταξίας, 2007)

2.4 Η Τουριστική Προώθηση και Προβολή του Ηρακλείου

Οι φορείς, που ασχολούνται με τον τουρισμό του Ηρακλείου, πρέπει να θέσουν ως στόχο την ανάδειξη των διαφοροποιημένων και πολυποίκιλων υπηρεσιών – προϊόντων του νομού, με αποτέλεσμα την απόσπαση της προσοχής των πιθανών τουριστών της πόλης, με τέτοιο τρόπο, ώστε να τους προκαλέσουν την επιθυμητή αγοραστική συμπεριφορά. Για να επιτευχθεί αυτό χρειάζεται, εκ μέρους των φορέων, συντονισμός, συνεργασία και κοινή δράση. Οι φορείς, του νομού, που εμπλέκονται σε αυτές τις διαδικασίες, είναι η Περιφέρεια, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, το Επιμελητήριο και οι συλλογικοί φορείς – οργανισμοί του τουρισμού. (Επιμελητήριο Ηρακλείου, 2008)

Είναι κοινώς αποδεκτό, πως οι τουρίστες που επισκέπτονται μεγάλα τουριστικά θέρετρα, τα οποία διαθέτουν ξενοδοχεία, γήπεδα γκολφ, μαρίνες και εγκαταστάσεις για ψυχαγωγία και άθληση, καταναλώνουν περισσότερα χρήματα. Γι αυτό το λόγο απαιτείται από τους φορείς, να προβούν σε μεγάλες τουριστικές επενδύσεις, τόσο για να αποφύγουν, μέσω αυτών, τις αρνητικές επιπτώσεις της απροσχεδίαστης τουριστικής ανάπτυξης, αλλά και για να προφυλαχθεί το περιβάλλον, καθώς, οι επενδύσεις μεγάλης κλίμακας, υιοθετούν διάφορες τεχνικές εξοικονόμησης ενέργειας, και νερού, αλλά και ανακύκλωση υλικών και βιολογικούς καθαρισμούς. (Ecocrete, 2008)

2.4.1. Τουριστική Προώθηση Ηρακλείου

Η πόλη του Ηρακλείου έχει τουλάχιστον 5 διαφορετικές περιοχές, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν σημαντικούς πόλους ανάπτυξης και να ωφελήσουν σημαντικά την επέκταση της πόλης. Χρειάζεται μόνο τολμηρός αστικός σχεδιασμός και πολιτική βούληση για να πραγματοποιηθούν στο μέλλον έργα, που θα βελτιώσουν την ποιότητα του αστικού ιστού της πόλης και ενδεχομένως να δώσουν στο Πολεοδομικό Συγκρότημα του Ηρακλείου τη δυνατότητα να πρωταγωνιστήσει σε βασικά θέματα εφαρμογής προτάσεων και πολεοδομικών παρεμβάσεων στο μέλλον. (Blog Αστικής Ανάπτυξης και Χωροταξίας, 2007)

Οι μελλοντικές περιοχές – πόλοι έλξης, του Ηρακλείου είναι (Blog Αστικής Ανάπτυξης και Χωροταξίας, 2007):

1. Η περιοχή στα Λινοπεράματα, όπου βρίσκεται το εργοστάσιο της Δ.Ε.Η., το οποίο με την απομάκρυνση του, θα μπορούσε να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για επέκταση της πόλης προς τα δυτικά
2. Οι περιοχές κατά μήκος του οδικού άξονα Ηρακλείου - Μοιρών και της παράκαμψης προς το Πανεπιστήμιο Κρήτης και το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Ηρακλείου, θα μπορούσαν να δώσουν επίσης σημαντικές δυνατότητες για προγραμματισμένη ανάπτυξη συγκεκριμένων τομέων.
3. Η περιοχή της Φοινικιάς, στην οποία εγκαθίστανται βιομηχανίες και βιοτεχνίες που δεν μπορούν να εγκατασταθούν σε εναλλακτικές περιοχές ή μέσα στη ΒΙ.ΠΕ.Η. (Βιομηχανική Περιοχή Ηρακλείου), λόγω πληρότητας οικοπέδων, θα μπορούσε να αξιοποιηθεί καλύτερα, συνδυάζοντας εμπορικές και βιομηχανικές χρήσεις γης, καθώς και ήπιες χρήσεις γενικής κατοικίας
4. Η δημιουργία του οδικού άξονα σύνδεσης της πόλης με το νέο αεροδρόμιο στο Καστέλλι Πεδιάδος, καθώς θα προσελκύσει κατά μήκος του αρκετές επιχειρήσεις logistics, μεταφορών καθώς και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εν γένει στον τριτογενή τομέα. Το μοναδικό πρόβλημα ενδεχομένως θα είναι η γραμμική και χωρίς βάθος ανάπτυξη, ωστόσο αυτό θα εξαρτηθεί σημαντικά από τη γεωμορφολογία της περιοχής. Ενδεχομένως ο προσδιορισμός χώρων για την οργανωμένη εγκατάσταση δραστηριοτήτων του τριτογενούς τομέα να διευκολύνει την ανάπτυξη ευρύτερων περιοχών κατά μήκος της οδικής σύνδεσης.
5. Τέλος οι περιοχές που βρίσκονται, σήμερα, το αεροδρόμιο και οι στρατιωτικές εγκαταστάσεις στα ανατολικά της πόλης αλλά και η πρώην

Αμερικάνικη βάση Γουρνών, 15km στα ανατολικά, η οποία θα μπορούσε να αποκτήσει ρόλο περιφερειακού - προαστιακού κέντρου.

Όπως έχει σημειώσει και η Νομάρχης του Ηρακλείου κ. Σχοιναράκη, η γεωμορφία και η βιοποικιλία του νησιού, είναι ιδανικές για να αναπτυχθούν επιχειρηματικές δραστηριότητες που θα ικανοποιούν όλους όσοι αναζητούν εναλλακτικούς προορισμούς. Η ιστορία, το κλίμα, οι παραδόσεις, η κρητική διατροφή και τα κρητικά προϊόντα είναι μερικοί μόνο από τους τομείς που δίνουν το στίγμα του τόπου. Αποτελεί αναγκαιότητα να διοργανωθούν συντονισμένες δράσεις, έτσι ώστε να διαμορφωθεί ένας χάρτης εναλλακτικού τουρισμού για την Κρήτη.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση του Ηρακλείου στέκεται αρωγός σε κάθε προσπάθεια ανάδειξης και προώθησης του νησιού, ιδικά όταν συμβάλλουν άμεσα στην ανάπτυξη της υπαίθρου. (104,4 Fm Radio, Εφημερίδα Πατρίς) Βασική επιδίωξη της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης είναι, επίσης, η βελτίωση της ποιότητας του τουρισμού, η αύξηση των θέσεων εργασίας και η προώθηση νέων μορφών τουρισμού για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση τουριστών υψηλών οικονομικών δυνατοτήτων. Ο νομός του Ηρακλείου είναι ιδιαίτερα ευνοημένος λόγω των μνημείων, του ήπιου κλιμάτων αλλά και των φυσικών ομορφιών που διαθέτει, προσφέροντας, έτσι τουρισμό για όλες τις εποχές. (Holidays in Greece, Εφημερίδα Πατρίς, 2008)

2.4.2. Τουριστική Προβολή του Ηρακλείου

Μέχρι σήμερα, οι φορείς του Ηρακλείου, έχουν προβεί σε αρκετές κινήσεις προβολής του νομού. Με βασικότερες, τις εκθέσεις όπου συμμετάσχουν είτε διοργανώνουν. Μέσα από αυτές, δίδεται η ευκαιρία στους εκθέτες, να παρουσιάσουν την Κρήτη και να ενημερώσουν τους επισκέπτες για οτιδήποτε αφορά αυτή.

Με στόχο την προβολή της τοπικής παραγωγής και τη στήριξη των κρητικών επιχειρήσεων, η ΔΕΘ Α.Ε. σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Ηρακλείου, την Περιφέρεια Κρήτης και το Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Κρήτης, οργάνωσε πρώτη φορά το 2000, την Πανελλήνια Γενική Έκθεση Κρήτης. Η έκθεση «Κρήτη», όπως αποκαλείται, αποτελεί μία από τις τρεις περιφερειακές εκθέσεις που διοργανώνει η ΔΕΘ ΑΕ, η οποία βρίσκεται σε επαφή με επιχειρηματικούς φορείς γειτονικών χωρών,

ώστε να δώσει διεθνοποιημένο χαρακτήρα στη διοργάνωση, φέρνοντας εγγύτερα στην ελληνική παραγωγή, ξένες επιχειρήσεις και ανοίγοντας το δρόμο για συνεργασίες. Η έκθεση «Κρήτη» διοργανώνεται επί οχτώ συναπτά έτη με μεγάλη επιτυχία, έχοντας αρκετούς εκθέτες και ακόμα πιο πολλούς επισκέπτες. (Greek Insight, 2008)

Η Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής προβολής του Ηρακλείου, ανέλαβε το 2001, να οργανώσει το κρητικό περίπτερο στη Διεθνή Τουριστική Έκθεση «Ταξίδι 2001», που πραγματοποιήθηκε στη Λευκωσία της Κύπρου και, κατά γενική ομολογία, το κρητικό περίπτερο ήταν καλαίσθητο και κατάλληλα διακοσμημένο με τα χρώματα και τα τοπία του τόπου. (Εδώ Κρήτη, 2001) Εν συνεχεία το 2005, συμβάλλει στη συμμετοχή της Κρήτης στις Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού στο Μόναχο της Γερμανίας. Σε αυτήν την εκδήλωση παρουσιάστηκαν οι παραδοσιακοί κρητικοί χοροί, από το χορευτικό συγκρότημα του Συλλόγου Κρητών του Μονάχου, ενώ το παρόν έδωσε ο κ. Μανώλης Κουγιουμτζής, Πρόεδρος Κρητικού Πολιτιστικού Συλλόγου Μονάχου και Πρόεδρος Επιχειρηματιών Κρητών Μονάχου. Επίσης, σε αυτήν την εκδήλωση προσφέρθηκαν παραδοσιακή ρακί και εδέσματα από την τιμώμενη περιοχή. Τέλος, διανεμήθηκε ενημερωτικό υλικό για το Ηράκλειο, ενώ οι Γερμανοί επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν περισσότερα για τις τοπικές παραδόσεις, τα έθιμα και τις ομορφιές του τόπου, με ενημέρωση που έγινε από το προσωπικό των Κινητών Εκθέσεων Τουρισμού. (Travel daily News, 2005)

Υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και του Ε.Ο.Τ., διοργανώθηκε το 2006, μια ημερίδα τουρισμού αλλά και συνέντευξη τύπου, στις Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού στο Μοναχό, με θέμα την παρουσίαση του νομού τόσο του Ηρακλείου όσο και της Ρεθύμνης. Ο Χριστοδούλου (2006) ανέφερε την ανάπτυξη νέων υποδομών στην πόλη του Ηρακλείου, τη δυνατότητα παροχής τουριστικών υπηρεσιών όλο το χρόνο και την σταθερή προτίμηση που έχουν οι Γερμανοί για τον νομό Ηρακλείου ως αγαπημένο τους προορισμό. Σε σχετικό video που ακολούθησε παρουσιάστηκαν δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί, παραγωγή κρητικών προϊόντων, υποδομές οδικών δικτύων κ.λ.π.. Για την Νομαρχιακή Επιτροπή Τουριστικής Προβολής Ηρακλείου, την Ένωση Ξενοδόχων Ηρακλείου, τον Σύλλογο Ενοικιαζομένων Δωματίων Φιλοξένεια και την Ένωση Τουριστικών Πρακτόρων

Ηρακλείου διανεμήθηκε έντυπο ενημερωτικό υλικό και CD Rom με κατάλογο καταλυμάτων. (Travel Daily News, 2006)

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου, εξασφάλισε περίπτερο για την Κρήτη, για την προβολή της ενδοχώρας του νομού, της Κρητικής διατροφής και του έξτρα παρθένου Κρητικού ελαιολάδου στη Διεθνή Έκθεση Τροφίμων, Ποτών και Εξοπλισμού POLAGRA-FOOD το 2008. Η έκθεση πραγματοποιήθηκε στο Πόζναν της Πολωνίας και αποτελεί μεγάλο εκθεσιακό γεγονός στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη στον τομέα των εμπορικών εκθέσεων και πόλο προσέλευσης περίπου 40.000 επισκεπτών ετησίως, ενώ φιλοξενεί παράλληλα περισσότερους από 1.000 εκθέτες. Οι εμπορικοί επισκέπτες, από την Ανατολική και Κεντρική Ευρώπη, εξέφρασαν μεγάλο ενδιαφέρον για εμπορικές συμφωνίες. Οι επισκέπτες γνώρισαν την ενδοχώρα και τη λαϊκή παράδοση του Νομού μέσα από έντυπο διαφημιστικό υλικό που αναφέρεται στα πλεονεκτήματα της Κρητικής διατροφής και του Κρητικού ελαιολάδου, καθώς και στις τοπικές αγροτουριστικές επιχειρήσεις. Παράλληλα, είχαν την ευκαιρία να γευτούν παραδοσιακά προϊόντα και ρακί, που παράγουν γυναικείοι συνεταιρισμοί της ενδοχώρας (ΠΑΣΕΓΕΣ, 2008)

Η προβολή του Ηρακλείου δεν σταματάει σε αυτές, μόνο, τις εκθέσεις, όμως οι παραπάνω αποτελούν τις βασικότερες κινήσεις προβολής του Ηρακλείου, τόσο στην ενδοχώρα όσο και στις χώρες του εξωτερικού. Μέσα από την ενημέρωση που παρέχουν τα περίπτερα των εκθέσεων, για το Ηράκλειο, οι πιθανοί και μελλοντικοί τουρίστες προσελκύονται και επηρεάζονται ώστε η επιλογή του προορισμού τους, να είναι το Ηράκλειο και η Κρήτη γενικότερα.

Πέρα, λοιπόν, από τις εκθέσεις, οι φορείς του Ηρακλείου αναλαμβάνουν να οργανώσουν μια ολόκληρη διαφημιστική καμπάνια, ετησίως, που περιλαμβάνει την προβολή όλων των τομέων του Ηρακλείου, με πολυποίκιλους τρόπους. Συγκεκριμένα το χρονικό διάστημα 2006 – 2007, η διαφημιστική καμπάνια στόχευε στην ενημέρωση για αρκετούς φορείς του Ηρακλείου και η προβολή τους έγινε, με φυλλάδια, αφίσες, folder πληροφοριακό έντυπο, άρθρα, Δελτία Τύπου, δημοσιεύσεις στον τοπικό τύπο και πολλές άλλες μεθόδους διαφήμισης, όπως παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα. (Αναπτυξιακή Ηρακλείου ΑΕ, 2008)

Πίνακας 2.4.2.: Διαφημιστική Καμπάνια Φορέων του Ηρακλείου 2006 – 2007

	Περιγραφή Δράσης	Φορέας	Ημερομηνία
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ			
	Ιστοσελίδα	Σ- ΤΕΔΚ	11/2006-08/2007
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	Ενημερωτικό υλικό: φυλλάδια-αφίσες - μπλοκ - folder - πληροφοριακό έντυπο - προσκλήσεις	ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Σεπ-06
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ			
ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΑ ΜΜΕ - ΑΡΘΡΑ - ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ	Άρθρα, Δελτία Τύπου και δημοσιεύσεις στον τοπικό τύπο	Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Α.Ε.Ο.Τ.Α.	09/2006-03/2007
		ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	
		ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	
		Σ - ΤΕΔΚ	
		ΑΚΟΜ-Μ Α.Ε.	
		Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε	
		ΚΟΙΝΩ.ΠΟΛΙΤΙ.Α. Κρήτης	
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ			
ΣΥΝΕΔΡΙΟ	Διήμερο συνέδριο στο Ηράκλειο	Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Α.Ε.Ο.Τ.Α.	Μάϊ - 07
		ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	
		ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	
		Σ - ΤΕΔΚ	
		ΑΚΟΜ-Μ Α.Ε.	
		Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε.	
		ΚΟΙΝΩ.ΠΟΛΙΤΙ.Α Κρήτης	
ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	Δυο (2) ενημερωτικές εκδηλώσεις στο Νομό Ηρακλείου	ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΟΙΝΩ.ΠΟΛΙΤΙ.Α. Κρήτης	Οκτ-06 Φεβ-07
	Δυο (2) ενημερωτικές εκδηλώσεις στο Νομό Ηρακλείου	ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ ΑΚΟΜ-Μ Α.Ε.	Οκτ-06 Φεβ-07
	Δυο (2) ενημερωτικές εκδηλώσεις στο Νομό Λασιθίου	ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε	Οκτ-06 Φεβ-07
	Δυο (2) ενημερωτικές εκδηλώσεις στο Νομό Χανίων	ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	10/2006 & 02/2007
ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ			
ΔΙΚΤΥΩΣΗ / ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ	Δικτύωση / Ενεργοποίηση εργοδοτών: Τεχνικές συσκευές με εργοδότες και επιχειρηματικούς φορείς, (Επιμελητήρια κ.α.), για την απορρόφηση των ανέργων ωφελουμένων του σχεδίου	Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Α.Ε.Ο.Τ.Α	10/2006 - 11/2007
		ΝΕΛΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	
		ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	
		Σ - ΤΕΔΚ	
		ΑΚΟΜ-Μ Α.Ε.	
		Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας Α.Ε.	
		ΚΟΙΝΩ.ΠΟΛΙΤΙ.Α. Κρήτης	
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ			
	ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ	Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Α.Ε.Ο.Τ.Α.	Νοε-07

Πηγή: Αναπτυξιακή Ηρακλείου ΑΕ (2008)

2.5 Συμπεράσματα

Το Ηράκλειο, είναι μια πόλη που παρέχει πολλές και πολυποίκιλες τουριστικές δραστηριότητες, όμως για να προβληθούν σωστά, απαιτείται ο κατάλληλος και σωστός σχεδιασμός τουριστικής ανάπτυξης από τα ους αρμόδιους τουριστικούς φορείς. Αν οι φορείς αυτοί, δηλαδή, το Επιμελητήριο Ηρακλείου, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση, ο Δήμος και οι υπόλοιποι οργανισμοί που ασχολούνται με τον τουρισμό, δεν συναινέσουν σε μια από κοινού συντονισμένη κίνηση και δραστηριοποίηση, τότε και η εικόνα του Ηρακλείου δε θα μπορέσει να παρουσιαστεί σωστά και η προβολή – διαφήμισή του, δεν θα αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Πρέπει, λοιπόν, να αξιολογηθούν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχει το Ηράκλειο και εν συνεχεία να προβληθούν με το κατάλληλο μέσο διαφήμισης, είτε αυτό είναι φυλλάδιο, είτε αφίσα, είτε ενοικίαση περιπτέρου σε έκθεση κλπ. Μόνο με συντονισμένες και σωστές κινήσεις επιτυγχάνεται ο στόχος τους.

ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Εισαγωγή

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται στην ερευνητική διαδικασία έχει πολύ σημαντικό ρόλο καθώς οι τεχνικές που ακολουθούνται καθορίζουν και την επιτυχία ή αποτυχία της έρευνας. Επιπλέον, προσδιορίζει τις δυνατότητες και τους περιορισμούς που παρουσιάζονται κατά την έρευνα.

Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να περιγράψει τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Αναφέρονται τα είδη των ερευνών που μπορεί να ακολουθήσει ο ερευνητής, τα εμπόδια και οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει, ο τρόπος επιλογής του δείγματος αλλά και ο τρόπος ανάλυσης- αξιολόγησης και ομαδοποίησης των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Στο κεφάλαιο αυτό λοιπόν, γίνεται αναφορά στην έννοια της έρευνας, τα είδη της, τον καθορισμό των σκοπών και των στόχων μια έρευνας αλλά και ο σχεδιασμός της. Εν συνεχεία, αναγράφονται ο τρόπος σχεδιασμού του ερωτηματολογίου και το δείγμα στο οποίο απευθύνθηκε, με βάση την εμπιστευτικότητα και την πλήρη εχεμύθεια του ερευνητή.

3.2 Η Έννοια της Έρευνας

Η έννοια της έρευνας βασίζεται στην ανακάλυψη κάποιου υλικού πράγματος ή μιας ιδέας, που μέχρι τώρα ήταν άγνωστη. Στην πραγματικότητα όμως, ο βασικός στόχος της έρευνας είναι η εμβάθυνση της ανθρώπινης γνώσης. Η εμβάθυνση αυτή, πρέπει να γίνεται βάση σχεδίου που εξυπηρετεί συγκεκριμένους προκαθορισμένους στόχους, ώστε να είναι αξιοποιήσιμα τα αποτελέσματα της ερευνητικής προσπάθειας. Δηλαδή, η «νέα» γνώση που θα αποκομισθεί, πρέπει να έχει τεκμηριωμένη πρακτική χρησιμότητα. (Χρήστου, 1999)

Τα είδη της έρευνας που μπορούν να υπάρξουν είναι, κατά τον Brunt (1997), τα εξής τρία:

1. Η *επιστημονική έρευνα*, που σχετίζεται με τη διενέργεια πειραμάτων βάσει αυστηρών κανόνων της λογικής και της παρατήρησης.
2. Η *έρευνα των κοινωνικών επιστημών*, που σύμφωνα με τον Denzin (1989), σχετίζεται με την επιστημονική μελέτη της κοινωνίας και των

κοινωνιολογικών σχέσεων, με αντικείμενο, του ερευνητικού είδους, τον άνθρωπο και τους τρόπους που διαβιεί.

3. Η *εφαρμοσμένη έρευνα*, όπου χρησιμοποιούνται οι ίδιες μέθοδοι και τεχνικές με την έρευνα κοινωνικών επιστημών, αλλά με στόχο κάποια συγκεκριμένη χρήση των αποτελεσμάτων και όχι απλώς την συνεισφορά στην ανθρώπινη γνώση.

3.3 Ποιοτική και Ποσοτική Έρευνα

Η έρευνα, διαχωρίζεται σε ακόμα δύο είδη, των οποίων ο διαχωρισμός γίνεται με βάση τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας, την ποιοτική και ποσοτική έρευνα. Η σύγκριση μεταξύ τους δεν είναι εφικτή, αν και εμφανίζουν διαφορετικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. (Χρήστου, 1999) Και οι δύο αναλύσεις στοχεύουν στην διεύρυνση των προσωπικών απόψεων και ανάλογα διαφοροποιούνται από τη χρήση, την ανάλυση ή και τη συλλογή των δεδομένων-απόψεων. (Punch, 1998)

3.3.1 Ποιοτική Έρευνα

Η ποιοτική έρευνα έχει σχέση με τη μελέτη των αιτιών της συμπεριφοράς των ανθρώπων και όχι με το αποτέλεσμα της συμπεριφοράς τους. Στοχεύει, για παράδειγμα, όχι μόνο στο αν αγοράζουν ή όχι ένα προϊόν αλλά και στη διερεύνηση των αναγκών, που τους ωθούν στην αγορά, ή όχι, του προϊόντος, αλλά και στη συμπεριφορά τους σε σχέση με το προϊόν. (Χρήστου, 1999) Οι ποιοτικοί ερευνητές παρόλο που υιοθέτησαν στατιστικά εργαλεία (Walle, 1997) «σπάνια παρουσιάζουν τα αποτελέσματά τους με περίπλοκες στατιστικές μεθόδους» (Denzin & Lincoln, 1998).

Τα βασικά χαρακτηριστικά της ποιοτικής έρευνας είναι (Χρήστου, 1999):

- Το πολύ μικρότερο δείγμα (σε σχέση με την ποσοτική) που επιλέγεται να εξεταστεί
- Το ιδιαίτερα μεγάλο βάθος της μελέτης αυτού του δείγματος, με τεχνικές συχνά δανεισμένες από την κλινική ψυχολογία
- Η επιδίωξη να ερευνηθούν οι σκέψεις των ατόμων και όχι οι πράξεις τους
- Η δυσκολία στην ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν, κυρίως λόγω της σχετικής υποκειμενικότητάς τους.

3.3.2 Ποσοτική Έρευνα

Η έννοια της ποσοτικής έρευνας βασίζεται στη στατιστική ανάλυση, δηλαδή χρησιμοποιούνται κατά βάση κλειστού ή ποσοτικού τύπου ερωτήσεις με τη βοήθεια μαθηματικών μοντέλων, στατιστικών πινάκων και γραφημάτων με σκοπό να στηρίξουν όσο το δυνατόν περισσότερο τα δεδομένα τους και για να είναι όσο το δυνατό πιο αξιόπιστα τα αποτελέσματα. Για την διεξαγωγή συμπερασμάτων, σχετικά με ένα πληθυσμό ατόμων, δεν εξετάζονται οι απόψεις όλων των ατόμων του πληθυσμού αλλά, εξετάζεται μόνο ένα επιλεγμένο κομμάτι του πληθυσμού, το δείγμα. (Χρήστου, 1999, Denzin & Lincoln, 1998)

Τα βασικά χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας είναι (Χρήστου, 1999):

- Η χρήση της θεωρίας των πιθανοτήτων για τον υπολογισμό του μεγέθους του δείγματος που θα εξεταστεί
- Η χρήση των ίδιων ακριβώς ερωτήσεων προς όλα τα άτομα του δείγματος
- Η διατύπωση συμπερασμάτων με βάση τη στατιστική ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν
- Η συχνότατη χρήση «κλειστών» ερωτήσεων
- Η μέτρηση απόψεων και συμπεριφορών με προκαθορισμένες κλίμακες.

Στην παρούσα εργασία, έγινε χρήση της ποσοτικής μεθόδου, ώστε να συλλεχθούν, μέσα από ερωτηματολόγια, οι απόψεις ενός μεγάλου δείγματος και να γίνει η καλύτερη προσέγγιση της απεικόνισης της πραγματικότητας.

3.4 Δημιουργία Ερευνητικού Ερωτήματος

Η κάθε έρευνα πρέπει να αρχίζει με μία σαφώς προσδιορισμένη θεματική. Σύμφωνα με τον Pizam (1994) η συγκεκριμένη θεματική ενδέχεται να προταθεί μέσω δύο τύπων ενδιαφέροντος: Τον πρακτικό και τον επιστημονικό ή θεωρητικό. Σε σχέση με την πρακτική διάσταση, ο Pizam (1994, pp: 91 – 92) αναγνώρισε τους παρακάτω τύπους:

- Την παροχή πληροφοριών για τη λήψη αποφάσεων λόγω της ανάγκης για μερικές νέες ή διευρυμένες εγκαταστάσεις ή υπηρεσίες (π.χ. μελέτη επιπτώσεων για την κατασκευή ενός Καζίνο).

- Την παροχή πληροφοριών αναφορικά με τις πιθανές συνέπειες διαφόρων παραγόντων δράσης για λήψη αποφάσεων μεταξύ εναλλακτικών (π.χ. οι σχεδιαστές να θέλουν να γνωρίζουν εάν η εστίαση στους οικοτουρίστες θα είναι επικερδής).
- Την πρόβλεψη κάποιων μελλοντικών γεγονότων με στόχο το σχεδιασμό σχετικών δράσεων (π.χ. διερεύνηση των μελλοντικών τάσεων της τουριστικής ζήτησης).

Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητο να προσδιοριστούν και οι θεματικές που προτείνονται για επιστημονικό ή θεωρητικό ενδιαφέρον. Βάση του Pizam (1994: 93) αυτές προκύπτουν:

- Από το ενδιαφέρον κάποιου κοινωνικού προβλήματος (π.χ. πολιτισμική αλλαγή)
- Από το ενδιαφέρον κάποιας γενικής θεματικής ή συμπεριφοριακής τάσης (π.χ. καταναλωτικές τάσεις)
- Από κάποια θεωρία (π.χ. κοινωνική θεωρία)

Για την παρούσα έρευνα, η επιλογή του ερευνητικού θέματος έγινε βάση πρακτικού και επιστημονικού ενδιαφέροντος. Το πρακτικό ενδιαφέρον αφορά στην προσπάθεια στρατηγικών, πολιτικών και στόχων με ευρύτερο σκοπό την επίλυση προβλημάτων που έχουν προκύψει από τον ελλιπή προγραμματισμό της τουριστικής ανάπτυξης στην περιοχή έτσι ώστε στο τέλος να αναπτυχθούν προτάσεις ή και λύσεις που θα οδηγήσουν σε ένα νέο πλαίσιο τον σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής του Ηρακλείου. Από επιστημονική σκοπιά, υπήρξε η επιθυμία να διερευνηθούν τα προβλήματα που προέκυψαν στην τουριστική ανάπτυξη της πόλης του νησιού όπως αυτά θα διατυπωθούν από τις προσωπικές απόψεις των ντόπιων αλλά και στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάστηκαν και εδραιώθηκαν τελικά και τους αντίστοιχους παράγοντες που τα επηρέασαν τα τελευταία χρόνια δηλώνοντας μια γενικότερη στασιμότητα σε αυτό τον κρίσιμο τομέα για κάθε περιοχή που θέλει να νοείται Τουριστική.

3.5 Είδη Έρευνας με Βάση την Προέλευση των Στοιχείων

Μία ακόμα κατηγοριοποίηση της έρευνας γίνεται με βάση την προέλευση των στοιχείων και χωρίζεται σε δύο είδη (Χρήστου, 1999):

- Την δευτερογενή έρευνα
- Τη πρωτογενή έρευνα

3.5.1 Δευτερογενής Έρευνα

Η δευτερογενής έρευνα βασίζεται στη συλλογή στοιχείων που υπάρχουν ήδη και συνήθως έχουν συγκεντρωθεί για κάποιο άλλο σκοπό. Η ανάπτυξη της πληροφορικής και των επικοινωνιών καθιστούν πιο εύκολη και γρήγορη την συλλογή πληροφοριών αν και ενδεχομένως κάποιες πηγές να μην ανταποκρίνονται στο θέμα μελέτης είτε να είναι ανεπίκαιρα. (Χρήστου, 1999)

Για τη διεξαγωγή της δευτερογενούς έρευνας, έγινε βιβλιογραφική ανασκόπηση από ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, από δημοσιοποιημένα άρθρα εφημερίδων και περιοδικών αλλά και χρήση πηγών από το διαδίκτυο που προέρχονταν από εγκεκριμένες ιστοσελίδες. Όμως για τη σωστή διεξαγωγή μιας έρευνας, πρέπει κατά τον Χρήστου (1999) να αντληθούν στοιχεία και από εξωτερικά αρχεία, που προέρχονται από κρατικές υπηρεσίες, από έρευνες και αναλύσεις κρατικών υπηρεσιών από διεθνής μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, που όμως σχετίζονται με το θέμα της εργασίας- έρευνας, όπως και πραγματοποιήθηκε.

3.5.2. Πρωτογενής Έρευνα

Η πρωτογενής έρευνα, που είναι γνωστή και ως «κλασσική ερευνητική μέθοδος», αφορά την συλλογή στοιχείων που δεν είναι δυνατόν να βρεθούν από δευτερογενείς πηγές. (Χρήστου, 1999)

Η πρωτογενής έρευνα μπορεί να διεξαχθεί με τους εξής τέσσερις διαφορετικούς τρόπους (Chisnal, 1986):

- ✓ Τη χρήση ερωτηματολόγιου (questionnaire survey)
- ✓ Συνεντεύξεις σε βάθος (depth interviews)
- ✓ Τη μέθοδο της παρατήρησης (observation)
- ✓ Τον πειραματισμό (experimentation)

Στην παρούσα εργασία, έγινε διεξαγωγή έρευνας μέσω ερωτηματολογίων, καθώς είναι η πιο δημοφιλής και συνηθισμένη μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων από την τουριστική αγορά. Η μέθοδος αυτή, χωρίζεται σε ακόμα τρεις τύπους (Χρήστου, 1999):

1. Προσωπική συνέντευξη
2. Αποστολή ερωτηματολογίων.
3. Τηλεφωνική επικοινωνία

Προσωπική Συνέντευξη

Η Προσωπική συνέντευξη, θεωρείται ως η πλέον ολοκληρωμένη και περιεκτική μέθοδος επικοινωνίας με το κοινό. Η προσωπική επαφή του λήπτη με τον πληροφοριοδότη αλλά και η άμεση παροχή διευκρινήσεων σε αυτόν, σχετικά με τις ερωτήσεις, είναι τα βασικότερα θετικά αυτής της μεθόδου. Διότι, έτσι αποφεύγονται οι παρανοήσεις, ελαττώνεται το πρόβλημα της μη ανταπόκρισης στην έρευνα, δε μένουν αναπάντητες ερωτήσεις και επιπλέον είναι πιθανόν να συλλεχθούν επιπλέον πληροφορίες από τον λήπτη. Όμως, όπως κάθε έρευνα, έτσι και οι προσωπικές συνεντεύξεις, έχουν κάποιους περιορισμούς. Ένα βασικό μειονέκτημα είναι ο περιορισμός που υπάρχει στον αριθμό των ερωτήσεων και ο περιορισμένος χρόνος πραγματοποίησης της συνέντευξης. Επιπλέον, ο λήπτης υφίσταται ένα σχετικά υψηλό κόστος για τη διεξαγωγή της έρευνας και τέλος, μπορεί να υποπέσει σε ενδεχόμενα σφάλματα. (Χρήστου, 1999)

Αποστολή Ερωτηματολογίων

Με την αποστολή ερωτηματολογίων, είναι εφικτή η ταχύτερη επαφή με ιδιαίτερα μεγάλα δείγματα και το συνολικό κόστος είναι χαμηλότερο από τις προσωπικές συνεντεύξεις. Δεν υφίσταται πίεση χρόνου στους πληροφοριοδότες και αποφεύγονται και τα σφάλματα των ληπτών, όμως εφόσον ο λήπτης δεν υπάρχει, οι ερωτήσεις πρέπει να είναι αρκετά απλουστευμένες για να γίνονται κατανοητές, καθώς δεν μπορεί να δοθεί περαιτέρω πληροφόρηση – διευκρίνιση. Στο βαθμό ανταπόκρισης, είναι πολύ πιθανό να εμφανιστούν μικρά ποσοστά και δε μπορεί να υπάρξει χρονικός προσδιορισμός της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Επιπλέον, υπάρχει πρόσθετο κόστος διανομής και πληρωμή ταχυδρομικών τελών αλλά και εκτύπωσης των ερωτηματολογίων, που δε πρέπει να έχουν χαμηλής ποιότητας. Τέλος, απαιτείται η

αποστολή, στους πληροφοριοδότες, επιστολών υπενθύμισης του ερωτηματολογίου, μετά την αρχική αποστολή αυτού. (Χρήστου, 1999)

Τηλεφωνική Επικοινωνία

Η τηλεφωνική συνέντευξη αποτελεί την προτιμότερη μέθοδο για την ταχύτατη συλλογή των πληροφοριών, έχοντας χαμηλά έξοδα μετακίνησης και πλήρη έλεγχο στη διαδικασία δειγματοληψίας. Επίσης, παρέχει τη δυνατότητα στο λήπτη, να επεξεργαστεί τις απαντήσεις παράλληλα με την παροχή συνέντευξης. Όμως, δε παύει να είναι απρόσωπη προσέγγιση, δυσκολεύοντας τους πληροφοριοδότες να δώσουν τα στοιχεία τους καθώς και περιορίζει το δείγμα της έρευνας στα μέλη που διαθέτουν τηλέφωνο. (Χρήστου, 1999)

Για τη διεξαγωγή της παρούσας εργασίας, επιλέχθηκε πραγματοποίηση προσωπικής συνέντευξης, με χρήση ερωτηματολογίου, στον ντόπιο πληθυσμό του Ηρακλείου, έτσι ώστε να αποφευχθούν οι παρανοήσεις, σχετικά με τις ερωτήσεις, να απαντηθούν όλα τα ερωτήματα και να δημιουργηθεί ένα πιο φιλικό περιβάλλον μεταξύ του πληροφοριοδότη και του λήπτη, μέσα από την προσωπική επαφή.

3.6 Καθορισμός Ερευνητικού Σκοπού

Το Ηράκλειο είναι ένα τουριστικός προορισμός που προσελκύει ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών κάθε χρόνο και γι αυτό το λόγο η παρούσα εργασία ασχολήθηκε με την μελέτη και εξήγηση του σταδίου του κύκλου ζωής που ανήκει ο προορισμός, του βαθμού αποδοχής - ανοχής των ντόπιων στους τουρίστες αλλά και την περαιτέρω μελέτη της τουριστικής ανάπτυξης του τόπου. Έτσι λοιπόν προσαρμόστηκε ο ερευνητικός σκοπός ως εξής:

Η εξέταση των απόψεων των ντόπιων χωρίς περιορισμούς επαγγελματικής κατάστασης ή μορφωτικού επιπέδου, σχετικά με την κατάσταση του τουρισμού στο Ηράκλειο, το βαθμό αποδοχής των τουριστών από τους ντόπιους, το στάδιο του κύκλου ζωής όπου ανήκει το Ηράκλειο ως τουριστικός προορισμός αλλά και η περαιτέρω μελέτη της μορφολογίας και διανομής των υπηρεσιών του. Τέλος, η μελέτη των απόψεων των ντόπιων για τις επιπτώσεις του τουρισμού στον οικονομικό, κοινωνικό κ περιβαλλοντικό τομέα.

3.7 Καθορισμός Ερευνητικού Στόχου

Η επιτυχής ανάλυση των ερευνητικών στόχων βοηθά τον ερευνητή στο να εκπληρώσει με επιτυχία τον ερευνητικό σκοπό του αρκεί οι ερευνητικοί στόχοι να είναι ευθύς εξαρχής ξεκάθαρα διατυπωμένοι και συγκεκριμένοι με σκοπό να τον οδηγήσουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας, εστίασαν:

- Στην αναγνώριση των επιπτώσεων του τουρισμού στον οικονομικό τομέα
- Στην αναγνώριση των επιπτώσεων του τουρισμού στον κοινωνικό τομέα
- Στην αναγνώριση των επιπτώσεων του τουρισμού στον περιβαλλοντικό τομέα
- Στην αναγνώριση του σταδίου του κύκλου ζωής, του τουριστικού προορισμού
- Την αναγνώριση του βαθμού ανοχής των ντόπιων, όσο αφορά τους τουρίστες
- Την μελέτη της μορφολογίας του Ηρακλείου και του καταμερισμού των υπηρεσιών του με βάση το μορφολογικό μοντέλο του Weaver (1993)

3.8 Σχεδιασμός Έρευνας

Κάθε έρευνα για να μπορέσει να εκπληρώσει τον ερευνητικό στόχο και σκοπό αλλά και να δώσει απάντηση στα ερωτήματα που έχει θέσει θα πρέπει να σχεδιαστεί χρησιμοποιώντας ένα ή συνδυασμό κάποιων από τους τέσσερις παρακάτω τύπους σχεδιασμού έρευνας (Secaran, 2000):

- Ο Διερευνητικός (Exploratory)
- Ο Περιγραφικός (Descriptive)
- Ο Επεξηγηματικός (Explanatory)
- Ο Αξιολογητικός (Evaluative)

Ο Διερευνητικός Τύπος χρησιμοποιείται για να εξετάσει μη διερευνημένες ή μη στοιχειοθετημένες περιοχές και παράσχει πληροφορίες για περαιτέρω έρευνα (Secaran, 2000). Η κύρια δυσκολία του διερευνητικού σχεδιασμού είναι ότι ερευνητής είναι υποχρεωμένος να ξεκινήσει με μια γενική περιγραφή του φαινομένου, χωρίς να υπάρχουν ξεκάθαρες ανεξάρτητες και εξαρτημένες μεταβλητές. Ως αποτέλεσμα αυτού δεν υπάρχουν ξεκάθαρες κατηγορίες για να οριοθετηθούν, δεν

υπάρχουν συγκεκριμένες διαχωριστικές για να αξιολογήσει ο ερευνητής για το τι είναι σημαντικό, σε ποιόν θα πάρει συνέντευξη ή για το τι θα ακολουθήσει (Singleton & συν., 1993). Στο Διερευνητικό σχεδιασμό, το δείγμα είναι συνήθως μικρό, μη αντιπροσωπευτικό και η διαδικασία δεν είναι δομημένη και πιο ανοιχτή από κάθε άλλη μορφή σχεδιασμού (Andriotis, 2000). Στη διεθνή βιβλιογραφία, μια σειρά από ερευνητές έχουν καθορίσει διάφορες ανεξάρτητες και εξαρτημένες μεταβλητές και έχουν καθορίσει διάφορες ομάδες ανθρώπων που μπορούν να παράσχουν στοιχεία αναφορικά με τις θεματικές των επιπτώσεων και ανάπτυξης του τουρισμού. Γι' αυτό το λόγο, ο Διερευνητικός τύπος σχεδιασμού της έρευνας δεν υιοθετήθηκε αφού η κύρια θεματική έχει ήδη διερευνηθεί από άλλους συγγραφείς και ερευνητές.

Ο Περιγραφικός Τύπος σχεδιασμού μιας έρευνας στοχεύει να περιγράψει ένα φαινόμενο και χαρακτηρίζεται από πρότερη σχηματοποίηση μιας συγκεκριμένης υπόθεσης που βασίζεται σε προηγούμενη έρευνα. Τα απαιτούμενα στοιχεία είναι καθαρά οριοθετημένα και προσχεδιασμένα (Malhorta, 1996).

Ο Περιγραφικός Τύπος δεν θα μπορούσε να υιοθετηθεί από την παρούσα εργασία, λόγω της έλλειψης πρότερων δεδομένων, αναφορών και μελετών στην περιοχή του Ηρακλείου.

Ο Αιτιακός (Causal) ή Επεξηγηματικός Τύπος υιοθετήθηκε πέρα από τον Περιγραφικό, με στόχο να διερευνήσει σχέσεις δίδοντας απαντήσεις σε προβλήματα και υποθέσεις. Μέσω της Επεξηγηματικής διερεύνησης, η συγκεκριμένη εργασία, προσπαθεί να διερευνήσει καταστάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στην πόλη του Ηρακλείου και παράσχει εξηγήσεις και στοιχεία για την εξέταση της υπόθεσης. Συγκεκριμένα η έρευνα ασχολείται με τις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού στο Ηράκλειο.

Ο Αξιολογητικός Τύπος βοηθά στην καλύτερη κατανόηση της περιπτωσιολογικής μελέτης έχοντας ως στόχο την ανάλυση των προοπτικών που παρουσιάζει ή μελέτη και την αποτελεσματικότητα και επιτυχία τους (Veal, 1997)

3.9 Επιλογή Δείγματος

Το σύνολο των ατόμων που εξετάστηκε, αποτελεί το δείγμα της έρευνας. Η έρευνα εστιάστηκε σε άτομα, άνδρες και γυναίκες ενήλικες, που επιλέχθηκαν με τη μέθοδο

της τυχαίας δειγματοληψίας (Random Sampling), που κατοικούν όλο το χρόνο στο Ηράκλειο, με άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό και κατ' επέκταση τις αλλαγές που έχει επιφέρει στο νησί και ιδιαίτερα στην πόλη του Ηρακλείου. Η έρευνα διεξήχθη μέσα από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο κλειστού τύπου, χωρίς να απαιτούνται από τον ερωτώμενο ιδιαίτερες ειδικές ικανότητες, για να απαντηθούν.

Ο υπολογισμός του δείγματος, έγινε μέσω του τύπου:

$$N=(t\text{-table})^2*(TR)/S^2 \Rightarrow N=(1,96)^2*(0,5)*(0,5)/(0,5)^2 \Rightarrow 384,16$$

δηλαδή ο αριθμός των διανεμημένων ερωτηματολογίων ανήλθε στα 400 ώστε να προσεγγιστεί επί τω πλείστο ή πραγματική κατάσταση. Γενικότερα πρέπει να αναφερθεί ότι ο υπολογισμός του καθορισμού δείγματος είναι ανεξάρτητος από το σύνολο του πληθυσμού και καθορίζει το λάθος (Aaker & Day, 1990).

3.10 Εμπιστευτικότητα

Σύμφωνα με τους Clark και συν. (2000) η συλλογή πληροφοριών για τη διεξαγωγή της έρευνας μέσω ερωτηματολογίων σημαίνει αυτόματα ότι οι γνώμες και οι απόψεις των ερωτώμενων δίνονται βάσει της αρχής της εμπιστευτικότητας. Αυτό είναι και το στοιχείο εκείνο που θα παίζει σημαντικό ρόλο στο κατά πόσο οι απαντήσεις και οι αντιδράσεις των ερωτώμενων θα αντανακλούν στην αλήθεια και κατ' επέκταση θα αποτελέσουν σημαντικά και ρεαλιστικά στοιχεία για την περαιτέρω έρευνα.

Έτσι, ακολουθήθηκαν και ήταν ξεκάθαροι προς τους ερωτώμενους οι εξής κανόνες :

- Απόλυτη εχεμύθεια σε ότι αφορά τα προσωπικά τους στοιχεία /δεδομένα
- Χρήση των στοιχείων/ πληροφοριών όπου θα είναι σαφές ότι προέρχονται από τα ερωτηματολόγια
- Δυνατότητα ανάλυσης του θέματος με τον συνδυασμό χρήσης πηγών και των ανώνυμων δεδομένων επίσης.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι τίθεται και ένα θέμα «ηθικής» σε ότι αφορά στη διεξαγωγή μιας έρευνας και στη χρήση στοιχείων συλλεγμένων από ερωτηματολόγια η καλύτερη επιλογή είναι τελικά να αποφύγει ο ερευνητής να πει ψέματα σχετικά με τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας του και τις προθέσεις του. Σε διαφορετική

περίπτωση αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί εκμετάλλευση της εμπιστοσύνης και της καλής θέλησης των ερωτώμενων που ανταποκρίθηκαν στην έρευνά του.

3.11 Ανάλυση και Αξιολόγηση Στοιχείων

Μετά τη συλλογή των απαντημένων ερωτηματολογίων από το σωστό δείγμα, ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων. Οι πληροφορίες που έχουν συλλεχθεί, πρέπει να αναλυθούν λεπτομερώς, να ερμηνευτούν και να αξιολογηθούν κατάλληλα, αφού πρώτα θα έχουν ομαδοποιηθεί τα αποτελέσματα και έχουν καταταχθεί σε πίνακες. (Χρήστου, 1999)

Για την ανάλυση των στοιχείων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα S.P.S.S 13.0. Όλα τα στοιχεία της έρευνας από τις κλειστές ερωτήσεις, κωδικοποιήθηκαν και καταχωρήθηκαν σε ένα αρχείο δεδομένων (Data File) έτσι ώστε να μπορέσουν στατιστικά να αναλυθούν και να επεξεργαστούν (Μακράκης, 2005). Στις ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert.

Η διαδικασία της ανάλυσης ξεκίνησε με τον καθορισμό των μεταβλητών και την καταχώρηση όλων των πληροφοριών που αφορούσαν την κάθε μεταβλητή. Η εντολή της «Συχνότητας» (Frequencies) χρησιμοποιήθηκε με σκοπό την καταμέτρηση της συχνότητας των απαντήσεων σε μία μεταβλητή (Μακράκης, 2005).

Η διαδικασία Independent Samples T-Test χρησιμοποιήθηκε στις περιπτώσεις που η ανεξάρτητη μεταβλητή αποτελούταν από δύο κατηγορίες με διαφορετικά υποκείμενα με σκοπό τον έλεγχο των υποθέσεων μεταξύ αυτών, των στατιστικά δηλαδή σημαντικών διαφορών (Μακράκης, 2005). Στις περιπτώσεις των ερωτήσεων όπου οι ομάδες ήταν περισσότερες από δύο και δεν σχετίζονταν μεταξύ τους ο στατιστικός έλεγχος έγινε με τη διαδικασία της ανάλυσης διακύμανσης One way ANOVA. (Μακράκης, 2005)

3.12 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε και αναπτύχθηκε με στόχο να καλύψει τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν μέσα από την εργασία. Έτσι, χωρίστηκε σε τρεις ενότητες κλειστών ερωτήσεων, που είναι οι εξής:

1. *Οικονομία*, κατά πόσο δηλαδή, έχει επηρεάσει την οικονομία του Ηρακλείου η τουριστική του ανάπτυξη. Οι κάτοικοι καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήματα όπως: αν έχουν δημιουργηθεί περισσότερες θέσεις εργασίας, αν το Ηράκλειο εξαρτάται οικονομικά από τον τουρισμό κ.α.
2. *Κοινωνία*, οι ντόπιοι καλούνται να απαντήσουν σε θέματα όπως: σε τι βαθμό έχει επηρεάσει ο τουρισμός τα κοινωνικά δρώμενα του τόπου, πόσο έχει βελτιωθεί η ψυχαγωγία τους λόγω του τουρισμού, κατά πόσο οι αρχαιολογικοί χώροι και τα ήθη και έθιμα του τόπου έχουν αναβιώσει λόγω του τουρισμού κ.α.
3. *Περιβάλλον*, στον τομέα αυτό οι ντόπιοι ερωτήθηκαν σχετικά με θέματα μόλυνσης του περιβάλλοντος, αύξησης του κυκλοφοριακού, κατανάλωσης μεγάλων υδάτινων πόρων κ.α. αναφορικά με την παρουσία του τουρισμού.

Το δείγμα, τέθηκε να αποκαλύψει τις προσωπικές του απόψεις, σε θέματα γύρω από τις τρεις κατηγορίες και να οδηγήσει την έρευνα σε όσο το δυνατόν πιο σωστά αποτελέσματα.

3.13 Περιορισμοί Έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στον ντόπιο πληθυσμό της περιοχής, έτσι ώστε να φανούν αρχικά οι αντιδράσεις τους και ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνονται ή όχι, τις συνέπειες –θετικές και αρνητικές- που επιφέρει ο τουρισμός στην κοινωνία, το περιβάλλον αλλά και την οικονομία, ειδικότερα. Το δείγμα αποτελείται από άτομα διαφόρων κατηγοριών, άνδρες και γυναίκες όλων των ηλικιών, και διαφορετικών οικογενειακών και οικονομικών καταστάσεων.

Στην έρευνα δε συμμετείχαν τουρίστες και γενικότερα άνθρωποι οι οποίοι δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, διότι δεν θα δινόταν η δυνατότητα να υπάρχει μία ξεκάθαρη και αντικειμενική άποψη για την τουριστική κατάσταση της περιοχής όπως παρουσιάζεται μέσα από τους ντόπιους οι οποίοι βιώνουν την θετική ή αρνητική επίδραση του τουρισμού στην περιοχή τους χρόνια τώρα και είναι γνώστες της εξέλιξης της όποια και αν είναι αυτή.

Τέλος, ένα ακόμα εμπόδιο της έρευνας είναι το γεγονός ότι, οι απόψεις των ερωτούμενων ενδέχεται κατά την πάροδο του χρόνου να διαφοροποιηθούν, ακόμα και να αλλάξουν ριζικά. Έτσι λοιπόν, αυτή η μελέτη ουσιαστικά αποτελεί φωτογραφία

των αντιλήψεων που επικρατούν σε μία δεδομένη στιγμή (χρόνος διεξαγωγής της έρευνας) και σε καμία περίπτωση δεν διασφαλίζει ότι σε μελλοντικό χρόνο οι συγκριμένες απόψεις θα παραμείνουν αναλλοίωτες. (Χρήστου, 1999)

ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Εισαγωγή

Στο τέταρτο κεφάλαιο της έρευνας, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε κατόπιν προσωπικής συνέντευξης, με τη χρήση ερωτηματολογίου, σε τετρακόσιους κατοίκους του Ηρακλείου.

Στο παρακάτω κεφάλαιο αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας όπου εξετάζεται η επιρροή του τουρισμού στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον του Ηρακλείου. Αρχικά γίνεται αναφορά στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, ενώ στη συνέχεια εξετάζεται η άποψη τους για την θετική ή αρνητική συμβολή του τουρισμού στην οικονομία του τόπου, σε σχέση με τις θέσεις εργασίας, την ποιότητα ζωής των ντόπιων, αλλά και την αντίδραση των τιμών των προϊόντων και των υπηρεσιών σε σχέση με τον τουρισμό.

Εν συνεχεία εξετάζονται οι συνέπειες του στην κοινωνία του Ηρακλείου, όπου οι ερωτηθέντες είναι σε θέση να κρίνουν αν έχει βελτιωθεί ο τρόπος ψυχαγωγίας τους, αν έχουν αυξηθεί τα φαινόμενα εγκληματικότητας και διαφθοράς και άλλες κοινωνικές συνέπειες του. Ενώ σαν τρίτη πτυχή εξέτασης είναι η επίδραση του τουρισμού στο περιβάλλον. Αν δηλαδή έχουν σημειωθεί καταστροφές στο φυσικό περιβάλλον, αν έχει αυξηθεί η κατανάλωση των πόρων του τόπου κ.α. και ποια είναι η άποψη των ντόπιων.

4.2 Προφίλ Ερωτώμενων

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το προφίλ όλων των ερωτώμενων που πήραν μέρος στην έρευνα, σύμφωνα με τα κοινωνικά και δημογραφικά τους χαρακτηριστικά.

Από τον παρακάτω πίνακα προκύπτει πως από τους 400 ερωτηθέντες, οι 207 είναι άντρες, ενώ οι γυναίκες είναι 193 καταλαμβάνοντας το 51.75% και 48,25% του συνόλου, αντίστοιχα. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών, 44.75%, είναι ενήλικες έως 35 ετών με αριθμό ανταπόκρισης 179 άτομα, η αμέσως μεγαλύτερη ανταπόκριση ήταν από 154 άτομα της ηλικίας μεταξύ 36 και 50 ετών, με ποσοστό 38,5% ενώ οι πλέον μεγαλύτεροι σε ηλικία -51 και άνω- ανταποκριθήκαν με ποσοστό μόλις 16.75%, δηλαδή 67 άτομα.

Πίνακας 4.2: Κοινωνικό- Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτώμενων

	N	(%)
ΦΥΛΟ		
ΑΝΤΡΑΣ	207	51,75
ΓΥΝΑΙΚΑ	193	48,25
ΗΛΙΚΙΑ		
18-35	179	44,75
36-50	154	38,5
51 και άνω	67	16,75
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ		
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	142	35,5
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	258	64,5
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ		
0-15.000	195	48,75
15.001-30.000	146	36,5
30.001 και άνω	59	14,75

Επίσης, παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι άτομα με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης καθώς είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και μεταπτυχιακού, με ποσοστό 64,5%, δηλαδή 258 άτομα, ενώ οι υπόλοιποι 142 είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με ποσοστό 35,5%. Τέλος φαίνεται πως οι περισσότεροι ερωτώμενοι οικονομικά κυμαίνονται σε ετήσιο εισόδημα έως 15.000€ με ποσοστό 48,75%, λίγο λιγότεροι λαμβάνουν από 15.001€ έως 30.000€ με ποσοστό 36,5% και τέλος μόνο το 14,75% των ερωτώμενων λαμβάνουν πάνω από 30.000€ ετησίως.

Ένα άλλο στοιχείο που προκύπτει είναι πως οι άνδρες είναι κατά μία ποσοστιαία διαφορά, περισσότερο δεκτικοί να συμμετάσχουν σε μία έρευνα, σε σχέση με τις γυναίκες. Η μεγαλύτερη ανταπόκριση στην έρευνα και στη αφιέρωση μερικών λεπτών για την απάντηση στις ερωτήσεις, με βάση το ερωτηματολόγιο, σημειώνεται από τα άτομα που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, ίσως γιατί αναγνωρίζουν τη χρησιμότητα της έρευνας και της διεξαγωγής νέων συμπερασμάτων.

4.3 Η Συμβολή του Τουρισμού στην Τοπική Οικονομία

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας όσο αφορά την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ντόπιων, την

αύξηση κερδοφορίας τους και την αύξηση των τιμών των υπηρεσιών και των προϊόντων του τόπου, και την επίδραση που έχει ο τουρισμός σε αυτά.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες, συμφώνησαν με την άποψη ότι η προσέλκυση περισσότερων επενδύσεων λόγω του τουρισμού, ενισχύει την τοπική οικονομία, με συνολικό αριθμό 243 απαντήσεων, οι μισοί εκ των οποίων είναι άντρες και οι υπόλοιποι, γυναίκες. Κατά κύριο λόγο, είναι νεαρά άτομα ηλικίας έως 35 ετών, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και με ετήσιο εισόδημα έως 15.000€.

Παρατηρείται πως με την προσέλκυση περισσότερων επενδύσεων στο Ηράκλειο, έχει ενισχυθεί η τοπική οικονομία και αυτό οφείλεται κυρίως στον τουρισμό, διότι αν δεν υπήρχε τουρισμός, δεν θα είχαν αναπτυχθεί οι περαιτέρω ανάγκες των ντόπιων και επιπλέον προϊόντα και υπηρεσίες καθώς επίσης θα μπορούσαν να καλύψουν τις ανάγκες τους με λιγότερες επιχειρήσεις του ίδιου είδους. Αυτό φαίνεται να πιστεύουν και οι ντόπιοι, παρουσιάζοντας μία σημαντικότητα μεταξύ αντρών και γυναικών που για μια ποσοστιαία διαφορά της τάξης του 0,25%, υπερτερούν οι γυναίκες. Ηλικιακά, οι νεότεροι, 18 έως 35 ετών, με 30% ποσοστό είναι πιο θετικοί σε αυτή την άποψη σε σχέση με τους αμέσως μεγαλύτερους τους (36-50) που το 21,25% εξ' αυτών απάντησε θετικά ενώ μόλις το 12% των γηραιότερων υποστήριξε αυτή την άποψη, δημιουργώντας μια σημαντικότητα. Επίσης την ίδια άποψη υπερασπίστηκε το 32,25% των χαμηλόμισθων παρουσιάζοντας μια σημαντικότητα σε σχέση με τους πιο υψηλόμισθους τους.

Πίνακας 4.3: Η Συμβολή του Τουρισμού στην Τοπική Οικονομία

	Ενίσχυση τοπικής οικονομίας	Βελτίωση ποιότητας ζωής	Χαμηλότερη κερδοφορία τοπικών επενδύσεων	Εξάρτηση Οικονομίας από τον Τουρισμό	Αύξηση προϊόντων τιμών	Αύξηση υπηρεσιών τιμών
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,33	2,69	3,03	2,81	2,97	3,02
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,135	1,168	1,272	1,290	1,269	1,251
ΦΥΛΟ						
ΑΝΔΡΑΣ	2,37	2,70	2,98	2,88	3,06	3,02
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,27	2,67	3,07	2,74	2,87	3,01
T Ratio	0,861	0,230	-0,721	1,118	1,558	0,110
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,015	0,111	0,858	0,059	0,216	0,290
ΗΛΙΚΙΑ						
18 – 35	2,12	2,67	2,94	2,67	2,87	3,02
36 – 50	2,51	2,81	3,23	3,02	3,12	3,10
51 και άνω	2,47	2,42	2,80	2,74	2,89	2,79
F Ratio	4,112	3,005	3,101	2,763	2,006	1,798
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,007	0,030	0,027	0,042	0,113	0,147
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ						
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ – ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	2,25	2,70	2,89	2,78	2,93	3,04
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ – ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	2,37	2,68	3,10	2,83	2,99	3,00
T Ratio	-1,027	0,123	-1,526	-0,378	-0,443	0,293
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,225	0,116	0,236	0,218	0,313	0,375
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ						
0 – 15.0000	2,18	2,66	2,94	2,72	2,77	3,00
15.001 – 30.0000	2,34	2,65	3,10	2,88	3,21	3,21
30.001 και άνω	2,76	2,86	3,14	2,97	3,02	2,61
F Ratio	6,166	0,797	0,900	1,080	4,967	4,885
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,002	0,451	0,407	0,341	0,007	0,008

Σημαντικότητα παρουσιάζεται επίσης, στην ερώτηση, αν ο τουρισμός έχει συμβάλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ντόπιων, όσο αφορά την ηλικία. Οι ερωτώμενοι έδειξαν να συμφωνούν πως έχει βελτιωθεί η ζωή τους, με ποσοστό 46,75% αν και 108 άτομα έδειξαν ουδέτερη στάση. Περισσότεροι είναι οι άντρες που συμφώνησαν σε αυτή την πρόταση, με αριθμό 98 ατόμων, σε σχέση με τις 89 γυναίκες. Το προφίλ τους είναι, ατόμων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, με χαμηλό ετήσιο εισόδημα, έως 15.000€. Οι πιο θερμοί υποστηρικτές της άποψης είναι άτομα έως 35 ετών και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι, ο τρόπος ζωής και οι συνθήκες διαβίωσης στις μέρες μας, έχουν βελτιωθεί ως ένα πολύ μεγάλο βαθμό και τα άτομα που είναι σε θέση να το απολαύσουν και να το αξιολογήσουν, είναι τα νεότερα. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία κάτοικοι του νομού, έχοντας συνηθίσει σε ένα πιο πατροπαράδοτο τρόπο ζωής, δε μπορούν να προσαρμοστούν εύκολα στις νέες συνθήκες διαβίωσης και έτσι δε μπορούν να εκτιμήσουν τη βελτίωση που έχουν σημειώσει.

Οι ερωτηθέντες δείχνουν να διαφωνούν με την άποψη πως, οι τοπικές εμπορικές επιχειρήσεις θα είχαν χαμηλότερη κερδοφορία, αν δραστηριοποιούνταν σε τουριστική περιοχή, με μία ποσοστιαία διαφορά σε σχέση με αυτούς που συμφωνούν, με ποσοστό 40% και 39%, αντίστοιχα. Οι περισσότεροι αυτών που διαφωνούν, είναι γυναίκες, ίσες με 81, ηλικίας 18 – 35 ετών, έχοντας υψηλό μορφωτικό επίπεδο και χαμηλό εισόδημα. Σημειώθηκε μια σημαντικότητα, όσο αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων, δείχνοντας μια απόκλιση μεταξύ του πλήθους των νεαρών έως 35 ετών, με τους μεγαλύτερους τους, ηλικίας από 36 έως 50 και εκείνων που είναι 51 ετών και άνω. Αυτό ίσως συμβαίνει διότι οι νεότεροι, που έχουν πιο ευρύ και ανοιχτό μυαλό, μπορούν να αναγνωρίσουν και να αξιολογήσουν καλύτερα τις συνέπιες τους τουρισμού στον τόπο τους και φυσικά την αύξηση των εσόδων που σημειώνει ο τόπος τους, σχέση με τους μεγαλύτερους τους.

Φαίνεται πως οι γυναίκες είναι που καθορίζουν το αποτέλεσμα και της επόμενης ερώτησης, αφού 91 γυναίκες σε σχέση με τους 87 άντρες, δηλώνουν ότι όντως η οικονομία του Ηρακλείου εξαρτάται από τον τουρισμό. Δεν είναι όμως λίγοι και εκείνοι που διαφωνούν με αυτή την άποψη, με συνολικό αριθμό 138 ατόμων. Πρέπει να επισημανθεί ότι οι περισσότεροι ερωτώμενοι που συμφώνησαν, είναι ηλικίας έως 35 ετών, χαμηλού εισοδήματος και υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Σημειώθηκε

σημαντικότητα σε αυτή την ερώτηση, όσο αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων και φαίνεται πως τα νεαρά άτομα, αντιλαμβάνονται καλύτερα την εξάρτηση του τόπου τους με τον τουρισμό και πως αν δεν υπήρχε, δε θα μπορούσε να ανθήσει οικονομικά το Ηράκλειο και να αναπτυχθεί σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά πρότυπα. Σήμερα το Ηράκλειο, έχοντας αρκετές εισφορές από τον τουρισμό, αποτελεί μια υγιή τουριστική επιχείρηση, προσφέροντας στους κατοίκους του μια ζωή με καλύτερες συνθήκες.

Στην ερώτηση αν ο τουρισμός έχει συμβάλλει καθοριστικά στην αύξηση τιμών των προϊόντων, οι περισσότεροι με ποσοστό 37,75% συμφώνησαν. Αρκετοί ήταν εκείνοι που διαφώνησαν, με ποσοστό 36% αλλά και εκείνοι που κράτησαν ουδέτερη στάση, με ποσοστό 26,25%. Κατά μία ψήφο παραπάνω, είναι οι γυναίκες που καθορίζουν το αποτέλεσμα με ποσοστό 19% και κυριαρχούν οι ηλικίες 18-35 ετών. Τέλος είναι άτομα με χαμηλό εισόδημα, έως 15.000€ ετησίως, και είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Μία αρκετά μεγάλη σημαντικότητα, παρατηρείται στην κατηγορία του εισοδήματος παρουσιάζοντας απόκλιση μεταξύ των χαμηλόμισθων, με ετήσιο εισόδημα έως 15.000€, με ποσοστό 22%, των αμέσως πιο υψηλόμισθων τους, 15.001 έως 30.000€, με ποσοστό 10% και των αρκετά υψηλόμισθων, από 30.001€ ετησίως και άνω, με ποσοστό 5,75%. Αυτό συμβαίνει μάλλον διότι, οι χαμηλόμισθοι πολίτες είναι πιο σχολαστικοί στην αγορά κάποιου προϊόντος και συγκρίνουν τις τιμές τους, ώστε να περιορίσουν τα έξοδά τους, ενώ σε αντίθεση με αυτούς οι πιο εύποροι δεν υπολογίζουν τόσο τα χρηματικά ποσά που καταβάλλουν για την αγορά κάποιου προϊόντος. Έτσι, ένας Ηρακλειώτης πολίτης που έχει απολαβές έως 15.000€ το χρόνο, έχει παρατηρήσει πιο καλά την αύξηση ή μείωση των τιμών και μπορεί, λόγω της μόρφωσής του, να το καταλογίσει στον τουρισμό.

Όσο αφορά την επιρροή του τουρισμού στην αύξηση των τιμών των υπηρεσιών, παρουσιάζεται μια αρνητική απάντηση κατά 39,25%. Επί τω πλείστον τα άτομα χαμηλού εισοδήματος απάντησαν αρνητικά, με ποσοστό 18% και είναι κυρίως άντρες νεαρής ηλικίας έως 35 ετών (17,25%) και κατά το 24,5% είναι ιδιαίτερα μορφωμένοι. Σημαντικότητα παρουσιάζει η κατηγορία του εισοδήματος με μία ποσοστιαία διαφορά μεταξύ των χαμηλόμισθων, με απολαβές έως 15.000€ το χρόνο, και των αμέσως πιο ευκατάστατων, με απολαβές από 15.001€ έως 30.000€ το χρόνο

οι οποίοι συμφώνησαν με την άποψη. Όμως, στους αρκετά ευκατάστατους που λαμβάνουν πάνω από 30.001€ το χρόνο, υπάρχει απόκλιση μεταξύ των απόψεων τους αφού είναι διπλάσιοι εκείνοι που συμφωνούν πως οι τιμές των υπηρεσιών έχουν αυξηθεί λόγω του τουρισμού. Αυτό ίσως συμβαίνει, γιατί οι οικονομικά ευκατάστατοι πολίτες, επιλέγουν να απολαμβάνουν περισσότερες υπηρεσίες σε σχέση με τους χαμηλόμισθους και έτσι μπορούν να σχηματίσουν μια διαφορετική άποψη. Για παράδειγμα, οι πιο πλούσιοι –κατά τις απολαβές τους- έχουν την ευχέρεια να πραγματοποιήσουν περισσότερα ταξίδια σε σχέση με τους πιο φτωχούς και έτσι μπορούν να συγκρίνουν τις τιμές των υπηρεσιών που λαμβάνουν και να καταλήξουν στην άποψη πως όντως έχει σημειωθεί μια αύξηση και αυτή οφείλεται στον τουρισμό.

4.4 Η Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση

Λόγω του τουρισμού είναι απόλυτα λογικό να δημιουργούνται καινούριες θέσεις εργασίας σε επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτό το αντικείμενο. Παρακάτω παρατίθενται τα αποτελέσματα από τις απόψεις των ντόπιων.

Φαίνεται, πως οι ντόπιοι κάτοικοι του Ηρακλείου, διαφωνούν, με ποσοστό 42%, με την άποψη ότι ο τουρισμός ωφελεί μια μικρή ομάδα κατοίκων. Οι περισσότεροι από αυτούς που διαφώνησαν είναι μορφωμένοι και απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή με μεταπτυχιακές σπουδές, με αριθμό ατόμων ίσο με 110, σημειώνοντας σημαντικότητα. Το γεγονός αυτό, δείχνει πως τα άτομα με πιο ευρύ και ανοιχτό μυαλό, λόγω της μόρφωσης τους, μπορούν να αντιληφθούν πως ο τουρισμός ωφελεί αν όχι όλους, τους περισσότερους κατοίκους του νομού και φυσική την κοινωνία την ίδια. Η εξέλιξη και η ανάπτυξη που έχει σημειώσει ο τόπος μετά την παρουσία του τουρισμού, είναι τόσο μεγάλη και αυτό έχει ωφελήσει ολόκληρη την κοινωνία. Τα άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο, μάλλον δεν το αντιλαμβάνονται αυτό γιατί ενδεχομένως έχουν στο μυαλό τους μόνο τις οικονομικές απολαβές λόγω του τουρισμού και δε μπορούν να εκτιμήσουν το γενικό καλό που αποφέρει ο τουρισμός στον τόπο τους και στους ίδιους. Τη γνώμη αυτή, στηρίζουν οι άντρες, κυρίως, που είναι μεταξύ 18-35 ετών και λαμβάνουν χαμηλό εισόδημα.

Ως φαίνεται, οι κάτοικοι του Ηρακλείου, δεν πιστεύουν πως ο τουρισμός δημιουργεί περισσότερες θέσεις εργασίας για τους αλλοδαπούς, παρά για τους ίδιους, με ποσοστό 43%.

Πίνακας 4.4: Η Επίδραση του Τουρισμού στην Απασχόληση

	Ωφέλεια από Τουρισμό σε Μικρή Πληθυσμιακή Ομάδα	Ευκαιρίες Απασχόλησης Αλλοδαπών - Ντόπιων	Αύξηση Εποχικής Απασχόλησης
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	3,11	3,14	2,76
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,297	1,275	1,346
ΦΥΛΟ			
ΑΝΔΡΑΣ	3,20	3,09	2,86
ΓΥΝΑΙΚΑ	3,01	3,20	2,65
T Ratio	1,488	-0,823	1,615
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,118	0,270	0,190
ΗΛΙΚΙΑ			
18 – 35	3,11	3,27	2,61
36 – 50	3,16	3,06	2,84
51 και άνω	2,92	3,00	3,00
F Ratio	1,242	2,054	2,156
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,294	0,106	0,093
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	3,04	2,95	2,75
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	3,14	3,25	2,77
T Ratio	-0,774	-2,144	-0,145
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,046	0,008	0,024
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
0 – 15.0000	3,06	3,15	2,58
15.001 – 30.0000	3,21	3,14	2,94
30.001 και άνω	2,98	3,10	2,97
F Ratio	0,869	0,038	4,101
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,420	0,963	0,017

Οι υπόλοιποι συμφώνησαν ή κράτησαν ουδέτερη στάση με ποσοστό 31,25% και 25,75%, αντίστοιχα. Περισσότεροι ήταν οι άντρες, που στήριξαν αυτήν την άποψη και είναι άτομα ιδιαίτερα μορφωμένα, ηλικίας 18-35 ετών και χαμηλού εισοδήματος. Σημαντικότητα παρατηρείται στην κατηγορία της εκπαίδευσης, με τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου – απόφοιτοι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακού- να διαφωνούν σε διπλάσιο βαθμό σε σχέση με εκείνα του χαμηλότερου επιπέδου – πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια-. Η στάση αυτή φανερώνει πως η ιδιαίτερη μόρφωσή τους, τους κάνει ικανούς να αντιληφθούν πως ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας για όλους, ανεξαιρέτως. Είναι γεγονός πως οι αλλοδαποί έχουν προσληφθεί σε αρκετές

θέσεις εργασίας και ένας βασικός παράγοντας είναι ότι εργάζονται με χαμηλότερο μισθό σε σχέση με αυτόν που απαιτούν οι Έλληνες, αυτό όμως δεν επηρέασε τη γνώμη των ερωτηθέντων, οι οποίοι αναγνώρισαν πως ο τουρισμός έχει δημιουργήσει θέσεις εργασίας για όλους.

Οι ντόπιο κάτοικοι συμφώνησαν απόλυτα κατά το 50%, πως ο τουρισμός αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης των κατοίκων μόνο εποχιακά. Οι περισσότεροι που συμφώνησαν είναι ηλικίας 18-35 ετών, γυναίκες, με χαμηλό εισόδημα και υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, σημειώνοντας σημαντικότητα όσο αφορά την εκπαίδευση και το εισόδημα. Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση, έτσι και σε αυτή, οι Ηρακλειώτες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο έδειξαν να συμφωνούν για τον εποχιακό χαρακτήρα των θέσεων εργασίας που αποφέρει ο τουρισμός, σε σχέση με τους υπόλοιπους, καθώς αντιλαμβάνονται πως σε ένα τόπο που η κύρια πηγή εσόδων είναι ο τουρισμός, οι θέσεις εργασίας υφίστανται μόνο κατά την περίοδο του τουρισμού. Για παράδειγμα οι ξενοδοχειακές μονάδες, κατά κύριο λόγο, παραμένουν ανοιχτές μόνο την τουριστική περίοδο, δηλαδή από Μάιο έως Οκτώβρη, οπότε μόνο για εκείνη την περίοδο απασχολούν το προσωπικό τους.

Σημαντικότητα όμως, παρουσίασαν οι απαντήσεις των ερωτηθέντων και όσο αφορά το εισόδημα τους, βρίσκοντας τους περισσότερους χαμηλόμισθους σύμφωνους με την άποψη αυτή. Όμως οι κάτοικοι με ετήσιες απολαβές από 15.001€ έως 30.000€, σχεδόν ισοβαθμούν ανάμεσα στις δύο απόψεις, να συμφωνήσουν ή να διαφωνήσουν. Αυτό δείχνει πως αρκετοί είναι εκείνοι που δεν πιστεύουν πως ο τουρισμός αυξάνει εποχιακά, τις θέσεις εργασίας και είναι βάσιμο, αν αναλογιστεί κανείς, πως κάθε επιχείρηση χρειάζεται συνεχή συντήρηση, είτε είναι ενεργή είτε όχι. Δηλαδή, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα ξενοδοχεία παραμένουν μερικούς μήνες ανοιχτά και απασχολούν το προσωπικό τους, μόνο αυτή την περίοδο, όμως η επιχείρηση πρέπει καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου να κάνει συντήρηση του εξοπλισμού της, ίσως και ανακαίνιση, δίνοντας έτσι εργασία σε αρκετά άτομα. Ίσως όσοι διαφώνησαν, να είχαν στο μυαλό τους μια παρόμοια περίπτωση δημιουργίας θέσεων εργασίας λόγω του τουρισμού, που δεν έχει εποχικό χαρακτήρα.

4.5 Τουρισμός και Ψυχαγωγία

Στον πίνακα 4.5 παρουσιάζονται ο μέσος όρος των απόψεων των ντόπιων κατοίκων του Ηρακλείου, όσο αφορά την βελτίωση της ψυχαγωγίας τους αλλά και το κατά πόσο έχουν επηρεαστεί από τα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών.

Πίνακας 4.5: Η Επιρροή του Τουρισμού στην Ψυχαγωγία του Ντόπιου Πολίτη

	Αύξηση ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων	Βελτίωση ψυχαγωγίας ντόπιων	Μιμητισμός καταναλωτικών προτύπων των τουριστών
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,89	3,01	2,93
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,251	1,217	1,262
ΦΥΛΟ			
ΑΝΔΡΑΣ	3,00	3,03	3,05
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,77	2,98	2,79
T Ratio	1,869	0,447	2,031
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,650	0,565	0,874
ΗΛΙΚΙΑ			
18 – 35	2,74	3,02	3,04
36 – 50	2,99	2,99	2,84
51 και άνω	3,08	3,06	2,83
F Ratio	2,515	0,967	1,682
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,058	0,408	0,170
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,87	3,04	2,87
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ			
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,90	2,99	2,96
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ			
T Ratio	-0,169	0,337	-0,669
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,51	0,166	0,048
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
0 – 15.0000	2,74	2,90	2,96
15.001 – 30.0000	3,03	3,019	2,87
30.001 και άνω	3,03	2,92	2,93
F Ratio	2,726	2,663	0,233
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,067	0,071	0,792

Με βάση τις απαντήσεις των ερωτώμενων, παρατηρείται πως όντως ο τουρισμός έχει οδηγήσει σε αύξηση των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, με παράλληλη βελτίωση της ψυχαγωγίας των ντόπιων. Την άποψη αυτή σχημάτισαν 177 άτομα, εκ των οποίων οι περισσότερες είναι γυναίκες ηλικίας έως 35 ετών, με χαμηλό εισόδημα και υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Η άποψη αυτή κυριαρχεί γιατί ειδικά τα τελευταία χρόνια, ο

Δήμος του Ηρακλείου οργανώνει τους καλοκαιρινούς μήνες διάφορα κοινωνικά – πολιτιστικά δρώμενα για την ψυχαγωγία του ντόπιου πολίτη αλλά και των τουριστών που επισκέπτονται το νομό και θέλουν να γνωρίσουν την ελληνική κουλτούρα. Επίσης, λόγω των εσόδων που λαμβάνει ο Δήμος από τον τουρισμό έχει την οικονομική ευχέρεια να αναπτύξει πολυδάπανες εκδηλώσεις, βελτιώνοντας έτσι το επίπεδο της ψυχαγωγίας των πολιτών του.

Κατά συνέπεια, οι ντόπιοι συμφώνησαν πως ο τουρισμός οδήγησε και στη βελτίωση της ψυχαγωγίας τους με ποσοστό θετικών απαντήσεων ίσο με το 39,75% των ψήφων, έναντι του 36.75% που διαφώνησε και του 23,5% που κράτησε ουδέτερη στάση. Από το 39,75% οι 78 είναι άντρες και οι 81 είναι γυναίκες, ηλικίας, επί τω πλείστων, 18 έως 35 ετών και είναι πολύ μορφωμένοι και χαμηλόμισθοι. Όλοι φαίνεται να αναγνωρίζουν τη βελτίωση της ποιότητας αλλά και της ποσότητας των ψυχαγωγικών εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρο στον τόπο τους. Στο νομό του Ηρακλείου έχουν αναπτυχθεί πολλά κέντρα διασκέδασης, που η κύρια πηγή εσόδων τους είναι κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, τόσο από τους ντόπιους όσο και από τους τουρίστες.

Τέλος, συμφωνούν με ποσοστό 42,25%, ότι ο τρόπος κατανάλωσης των τουριστών, τους οδηγεί σε μιμητισμό των καταναλωτικών προτύπων τους. Σε αυτή την ερώτηση συμφώνησαν οι περισσότερες γυναίκες, που σε αριθμό είναι 89 και είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας έως 35 ετών, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και χαμηλό εισόδημα. Στις απαντήσεις των ερωτηθέντων, σημειώθηκε σημαντικότητα ως προς την εκπαίδευση. Τα ιδιαίτερα μορφωμένα άτομα που συμφωνούν, είναι διπλάσια σε σχέση με εκείνα που έχουν περιοριστεί στην πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια εκπαίδευση, δείχνοντας έτσι πως είναι σε θέση να αντιληφθούν την επιρροή των ξένων προτύπων διασκέδασης, στους ντόπιους. Είναι γενικά αποδεκτό από την κοινωνία μας, πως ο σύγχρονος Έλληνας έχει αποκτήσει ανάγκες και συμπεριφορές που μέχρι παλαιότερα του ήτα άγνωστες. Για παράδειγμα, η ξέφρενη νυχτερινή διασκέδαση και η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ, είναι χαρακτηριστικά άλλων λαών. Οι Έλληνες ήταν συνηθισμένοι στη διασκέδαση με τους δικούς μας παραδοσιακούς χορούς, τα ρεμπέτικα και τα λαϊκά τραγούδια. Οι τουρίστες όμως, έφεραν στην Ελλάδα νέα ακούσματα μουσικής και διαφορετικό τρόπο διασκέδασης. Οι Έλληνες, θέλοντας να κρατήσουν ευχαριστημένους τους τουρίστες – πελάτες,

προσαρμόστηκαν στα δικά τους θέλω και πρότυπα και με τον καιρό τα υιοθέτησαν και τα πρόσθεσαν και στη δική τους καθημερινότητα, μιμούμενοι τα ξένα πρότυπα.

4.6 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στα Τοπικά Ήθη και Έθιμα

Κατά την προσωπική συνέντευξη, που πάρθηκε από τους ντόπιους κατοίκους του Ηρακλείου, τέθηκαν ζητήματα που αφορούν την επιρροή που έχει ο τουρισμός όσο αφορά στην εμπορευματοποίηση των τοπικών παραδόσεων και την αναβίωση παλαιών εθίμων και ηθών. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 4.6: Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στα Τοπικά Ήθη και Έθιμα

	Εμπορευματοποίηση των παραδόσεων	Αναβίωση παλιών ηθών και εθίμων
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,72	2,96
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,261	1,304
ΦΥΛΟ		
ΑΝΔΡΑΣ	2,71	2,97
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,73	2,95
T Ratio	-0,123	0,136
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,410	0,020
ΗΛΙΚΙΑ		
18 – 35	2,68	2,93
36 – 50	2,76	2,99
51 και άνω	2,77	3,02
F Ratio	0,763	0,839
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,515	0,473
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ		
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,63	3,02
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ		
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,78	2,93
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ		
T Ratio	-1,127	0,645
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,094	0,040
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ		
0 – 15.0000	2,58	2,98
15.001 – 30.0000	2,84	2,89
30.001 και άνω	2,90	3,08
F Ratio	2,343	0,498
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,097	0,608

Η άποψη πως ο τουρισμός προκαλεί εμπορευματοποίηση των παραδόσεων της Κρήτης, βρίσκει σύμφωνους το 49,25% των ερωτηθέντων, οι 105 εκ των οποίων είναι άντρες και οι 92 γυναίκες. Επί τω πλείστων είναι άτομα ηλικίας 18 έως 35 ετών και 122 εξ' αυτών έχουν χαμηλό ετήσιο εισόδημα, έως 15.000€ και έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Οι Κρητικοί είναι γνωστοί για τις παραδόσεις που έχουν ως λαός, με πιο γνωστό το Κρητικό γαμήλιο γλέντι. Θέλοντας, λοιπόν οι ντόπιοι να προσελκύσουν για ακόμη ένα λόγο τους τουρίστες στον τόπο τους, άρχισαν να προβάλλουν ολοένα και πιο πολύ αυτή τους την παράδοση, σημειώνοντας και τονίζοντας το ανοιχτό κάλεσμα που κυριαρχεί στα γλέντια, με αποτέλεσμα πολλοί τουρίστες να θελήσουν να παραβρεθούν στην Κρήτη και ειδικότερα σε ένα Κρητικό γλέντι.

Σύμφωνοι είναι επίσης και με την άποψη πως εξαιτίας του τουρισμού έχουν αναβιώσει τα παλιά έθιμα της Κρήτης, με συνολικά 163 θετικές απαντήσεις. Οι άντρες με ποσοστό 21,5%, καθόρισαν την απάντηση και οι περισσότεροι ερωτηθέντες που συμφώνησαν είναι έως 35 ετών με γνώσεις υψηλού επιπέδου αλλά με χαμηλό ετήσιο εισόδημα, έως 15.000€. Αν και οι Κρητικοί, ως λαός έχουν κρατήσει τις παραδόσεις του και εξακολουθούν να τις τηρούν ωστόσο παρατηρείται πως μετά την άφιξη και άνθηση του τουρισμού στον τόπο, αναβίωσαν και άλλα έθιμα με σκοπό τον ενθουσιασμό του τουρίστα και την προσέλκυση περισσότερων, με σκοπό το γενικό όφελος της κοινωνίας αλλά και του κάθε επιχειρηματία, ξεχωριστά. Σημειώθηκε σημαντικότητα, όσο αφορά αυτήν την ερώτηση τόσο στην κατηγορία του φύλλου όσο και στην κατηγορία της εκπαίδευσης, παρουσιάζοντας μια μικρή απόκλιση στις απαντήσεις αντρών και γυναικών στον αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την άποψη. Πιο θετικοί είναι άντρες με ποσοστό 21,5%, ενώ οι γυναίκες με ποσοστό 29,25%, ως πιο παραδοσιακά άτομα, φαίνεται πως διχάζονται σε αυτή την άποψη, μη θέλοντας να παραδεχτούν πως κάποια ήθη και έθιμα αναβίωσαν επί τούτου. Δεν πρέπει να παραλειφθεί πως οι Κρητικοί είναι ένας αρκετά περήφανος λαός και δύσκολα μπορεί να παραδεχτεί πως εκμεταλλεύεται τα έθιμα του τόπου του, για το προσωπικό του συμφέρον. Όσο αφορά την εκπαίδευση, οι ντόπιοι με υψηλού επιπέδου μόρφωση, δείχνουν να αποδέχονται με σθένος την άποψη αυτή σε σχέση με τους λιγότερο μορφωμένους, πράγμα που μπορεί να οδηγή στο συμπέρασμα πως οι λιγότερο μορφωμένοι, είναι άτομα που ενδεχομένως μένουν σε χωριά και δεν παραδέχονται ή δεν αντιλαμβάνονται πως αυτό συμβαίνει για να εξυπηρετηθούν

κάποια συμφέροντα. Σε αντίθεση, οι πιο μορφωμένοι κάτοικοι, έχοντας διευρύνει τις γνώσεις τους, μπορούν να αντιληφθούν και να παραδεχτούν πως η αναβίωση κάποιων παλαιών εθίμων, προήλθε από την κάλυψη κάποιων συμφερόντων του τόπου.

4.7 Τουρισμός και Φαινόμενα Κοινωνικής Παθογένειας

Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζονται οι απόψεις των ερωτηθέντων όσο αφορά την επιρροή του τουρισμού στην αύξηση των κρουσμάτων εγκληματικότητας, διαφθοράς και πορνείας καθώς και στην αύξηση της διακίνησης των ναρκωτικών ουσιών.

Πίνακας 4.7: Η Επιρροή του Τουρισμού στην Αύξηση των Φαινομένων Κοινωνικής Παθογένειας.

	Αύξηση εγκληματικότητας	Αύξηση πορνείας	Αύξηση διακίνησης ναρκωτικών	Αύξηση φαινομένων διαφθοράς
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,79	2,87	2,85	2,76
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,269	1,257	2,035	1,246
ΦΥΛΟ				
ΑΝΔΡΑΣ	2,91	2,95	2,92	2,83
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,66	2,79	2,77	2,69
T Ratio	1,936	1,226	0,765	1,099
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,957	0,638	0,134	0,217
ΗΛΙΚΙΑ				
18 – 35	2,72	2,94	2,69	2,69
36 – 50	2,85	2,91	3,02	2,86
51 και άνω	2,86	2,64	2,91	2,73
F Ratio	1,033	1,734	1,033	1,212
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,378	0,160	0,378	0,305
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ				
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,93	2,81	2,78	2,65
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ				
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,71	2,91	2,88	2,82
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ				
T Ratio	1,636	-0,739	-0,392	-1,285
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,673	0,052	0,042	0,004
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ				
0 – 15.0000	2,65	2,77	2,67	2,67
15.001 – 30.0000	2,86	2,96	2,99	2,77
30.001 και άνω	3,08	3,00	3,07	3,05
F Ratio	2,985	1,308	1,450	2,171
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,052	0,271	0,236	0,115

Το 44,25% των ερωτηθέντων, συμφώνησαν πως η εγκληματικότητα στο Ηράκλειο έχει αυξηθεί λόγω του τουρισμού, οι 94 εκ των οποίων είναι γυναίκες και οι 83, άντρες. Το 20,25% εξ αυτών είναι έως 35 ετών, οι 66 είναι από 36 έως 50 χρονών και οι υπόλοιποι 30 είναι άνω των 51 χρονών. Κατά κύριο λόγο, είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή μεταπτυχιακού, με ποσοστό 29,75%, έναντι του 14,5% που είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Τέλος, οι 92 είναι χαμηλόμισθοι, οι 63 είναι μεσαίου εισοδήματος, από 15.001€ έως 30.000€ το χρόνο, ενώ μόλις οι 22 λαμβάνουν μισθό άνω των 30.001€ το χρόνο. Αν και η Κρήτη είναι γνωστή για τις βεντέτες μεταξύ των οικογενειών της, ωστόσο οι κάτοικοι του Ηρακλείου θεωρούν πως ευθύνεται και ο τουρισμός για την αύξηση της εγκληματικότητας στο νομό. Αυτό είναι άμεσο αποτέλεσμα της υιοθέτησης ξένων προτύπων διασκέδασης και αναφέρομαι στην υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ και κατά συνέπεια τη βίαιη συμπεριφορά που έχουν οι τουρίστες. Επίσης, στο Ηράκλειο μένουν αρκετοί αλλοδαποί οι οποίοι κατηγοριοποιούνται τις περισσότερες φορές και όχι άδικα, για πολλά περιστατικά με εγκληματικό χαρακτήρα.

Όπως φαίνεται, από τις απαντήσεις των 176 ερωτηθέντων, ο τουρισμός ευθύνεται και για την αύξηση της πορνείας στο Ηράκλειο, οι μισοί εκ των οποίων είναι άντρες και οι υπόλοιποι μισοί, γυναίκες. Ηλικιακά υπερисχύουν οι νέοι έως 35 ετών με ποσοστό 18,75% έναντι του 15,75% που είναι από 36 έως 50 ετών και το 9,5% είναι άνω των 51 χρονών. Η μόρφωση τους είναι κατά 27% τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή μεταπτυχιακών σπουδών, ενώ το 17% είναι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Επιπλέον, οι 92 λαμβάνουν έως 15.000€ το χρόνο, οι 61 λαμβάνουν από 15.001€ έως 30.000€ το χρόνο και μόλις οι 23 έχουν ετήσιες αποδοχές άνω των 30.001€. Η αύξηση της πορνείας στο Ηράκλειο, ως φαίνεται, ευθύνεται κυρίως στην προσέλευση τουριστών στο νομό. Είναι γνωστό πως οι τουρίστες προσδοκούν να καλύψουν τις ανάγκες των 4S κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, Sea Sun Sand και Sex δηλαδή, Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος και Σεξ. Τα τρία πρώτα η Κρήτη σαν ελληνικό νησί τα δίνει πλουσιοπάροχα, έτσι για να καλύψουν όλες τις ανάγκες των τουριστών, οι ντόπιοι επιχειρηματίες ανέπτυξαν επιχειρήσεις που αφορούν την πορνεία. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται το Ηράκλειο ολοένα και αυξάνεται οπότε πρέπει παράλληλα να αυξηθούν και οι αντίστοιχες επιχειρήσεις, για την καλύτερη

εξυπηρέτηση περισσότερων τουριστών, με άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση της πορνείας στο νομό.

Οι ερωτώμενοι κάτοικοι του Ηρακλείου συμφώνησαν πως ο τουρισμός έχει αυξήσει τη διακίνηση των ναρκωτικών ουσιών στο Ηράκλειο, με ποσοστό 47,5%. Οι άντρες που συμφώνησαν είναι ίσοι με 101 άτομα και οι γυναίκες είναι 89. Το 22% είναι νεαρά άτομα, έως 35 ετών, το 18,25% είναι από 36 έως 50 ετών και μόλις το 7,25% είναι άνω των 51 ετών. Από τους ερωτηθέντες, οι 77 είναι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ οι 113 είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακής εκπαίδευσης. Τέλος, 101 άτομα από αυτά που συμφώνησαν, είναι χαμηλόμισθοι, έως 15.000€ ετησίως, 65 άτομα έχουν ετήσιες απολαβές από 15.001€ έως 30.000€ ενώ οι υπόλοιποι 24 είναι υψηλόμισθοι άνω των 30.001€ το χρόνο. Εδώ και πολλές δεκαετίες, η Κρήτη φημίζεται για πολλά από τα προϊόντα που παράγει, σε σημείο που να μπορεί να υπάρξει και σαν αυτόνομο Κράτος. Μέσα στην μεγάλη ποικιλία προϊόντων της, συγκαταλέγεται και η παραγωγή ναρκωτικών ουσιών. Είναι όμως γεγονός και κοινωνικά αποδεκτό, πως μετά την έλευση του τουρισμού οι ποσότητες των ναρκωτικών ουσιών που διακινούνται στο νομό, είναι σαφώς μεγαλύτερες, για την κάλυψη της ανάγκης, για χρήση αυτών, από πολλούς τουρίστες.

Σημαντικότητα παρατηρείται στην εκπαίδευση, με τους πολύ μορφωμένους κατοίκους να συμφωνούν κατά 9% περισσότερο από ότι οι απόφοιτοι πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Η διαφορά αυτή, μεταξύ τους, είναι λογική αν αναλογιστεί κανείς πως οι άνθρωποι που έχουν διευρύνει τις γνώσεις τους, είναι σε θέση να αντιληφθούν την κατάσταση πιο σφαιρικά. Δηλαδή, μπορούν να καταλάβουν πως με την έλευση του τουρισμού οι ποσότητες ναρκωτικών που διακινούνται στο νησί αυξήθηκαν αυτομάτως για να καλύψουν τις ανάγκες των ολοένα αυξανόμενων τουριστών. Οι υπόλοιποι, ίσως θεωρούν πως δεν ευθύνεται ο τουρισμός διότι η διακίνηση των ναρκωτικών στην Κρήτη, είχε ξεκινήσει πολύ πριν την τουριστική ανάπτυξη του τόπου και συγκεκριμένα η ινδική κάνναβη που καλλιεργείται στα χωριά της Κρήτης, είναι γνωστή και σε χώρες εκτός Ελλάδας.

Τέλος, από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων ντόπιων, φαίνεται πως ο τουρισμός έχει αυξήσει και τα φαινόμενα διαφθοράς στο νομό, αφού το 48,25% έδωσε θετική απάντηση. Σημειωτέο είναι το γεγονός πως το 29,75% διαφώνησε ενώ το 22% κράτησε ουδέτερη στάση. Περισσότερες θετικές απαντήσεις, ύψους 99 ψήφων, έδωσαν οι γυναίκες, ενώ οι άντρες είναι 94. Το 22,5% είναι άτομα έως 35 ετών, το 18,25% είναι από 36 έως 50 ετών ενώ μόλις το 7,5% είναι άνω των 51 ετών. Το 29% που απάντησε, είναι άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο ενώ οι περισσότεροι είναι χαμηλόμισθοι, με ποσοστό 25,25%. Φαίνεται, έτσι, πως οι περισσότεροι αντιλαμβάνονται πως ο μιμητισμός των ξένων προτύπων διασκέδασης και όχι μόνο, από τους ντόπιους, έχει συμβάλει στην αλλοίωση της τοπικής κουλτούρας και την απελευθέρωση των ηθών των ντόπιων.

Με την παρουσία σημαντικότητας όσο αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων, φαίνεται πως οι περισσότεροι που είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακής εκπαίδευσης, συμφωνούν πολύ περισσότερο πως ο τουρισμός έχει συμβάλει στη μείωση ηθικών αντιστάσεων των πολιτών. Ως φαίνεται, οι ντόπιοι κάτοικοι του Ηρακλείου, μιμούμενοι τους τρόπους συμπεριφοράς των τουριστών, που αντιπροσωπεύουν άλλες κουλτούρες, έχουν οδηγηθεί στην αύξηση των φαινομένων διαφθοράς. Θέλοντας ίσως να προσελκύσουν και ένα άλλο τύπο τουριστών, εκείνων που κάνουν τουρισμό του σεξ, οι ντόπιοι κάτοικοι έχουν προσαρμόσει τη συμπεριφορά τους, σύμφωνα με τις επιθυμίες των τουριστών, θέλοντας έτσι να έχουν ευχαριστημένους επαναλαμβανόμενους τουρίστες –πελάτες.

4.8 Ο Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Συντήρηση, Ανακαίνιση και Προστασία των Αρχαιολογικών, Ιστορικών και Φυσικών Χώρων

Μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για το Ηράκλειο, τέθηκαν ερωτήματα για το πόσο έχει επηρεάσει ο τουρισμός την προστασία των αρχαιολογικών χώρων, αλλά και των φυσικών πόρων του. Στον πίνακα 4.8 παρουσιάζονται οι απαντήσεις των κατοίκων της πόλης.

Οι άντρες κάτοικοι του Ηρακλείου, με ποσοστό 26,75% έναντι του 25,75% των γυναικών, συμφώνησαν πως οι αρχαιολογικοί χώροι του νομού θα ήταν λιγότερο συντηρημένοι, αν δεν υπήρχε ο τουρισμός, με συνολικές θετικές απαντήσεις ίσες με 210. Αν και έχουν χαμηλό εισόδημα, είναι απόφοιτοι τουλάχιστον της τριτοβάθμιας

εκπαίδευσης και είναι έως 35 ετών. Η άποψη αυτή είναι απόλυτα δεκτή από τους ερωτηθέντες και ο λόγος είναι πως πάρα πολλοί τουρίστες επισκέπτονται το Ηράκλειο για τους αξιόλογους αρχαιολογικούς χώρους που έχει, με βασικότερους το χώρο της Κνωσού και της Φαιστού. Αν, λοιπόν, οι χώροι αυτοί δεν συντηρούνταν τακτικά, τότε θα είχαν πάψει να αποτελούν θέλγητρο για την προσέλκυση τουριστών, αφού κάποια τμήματα των χώρων, ενδεχομένως να είχαν καταστραφεί.

Πίνακας 4.8: Οι επιπτώσεις του Τουρισμού στην Συντήρηση, Ανακαίνιση και Προστασία των Αρχαιολογικών, Ιστορικών και Φυσικών Χώρων.

	Συντήρηση αρχαιολογικών χώρων	Ανακαίνιση ιστορικών κτιρίων	Προστασία των φυσικών πόρων
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,72	2,65	2,86
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,985	1,257	1,292
ΦΥΛΟ			
ΑΝΔΡΑΣ	2,65	2,79	2,88
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,80	2,51	2,82
T Ratio	-0,784	2,253	2,253
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,458	0,082	0,674
ΗΛΙΚΙΑ			
18 – 35	2,65	2,42	2,79
36 – 50	2,71	2,87	2,93
51 και άνω	2,95	2,80	2,88
F Ratio	0,623	4,595	0,998
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,601	0,004	0,394
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ	2,67	2,64	2,77
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	-		
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ	2,75	2,66	2,90
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	-		
T Ratio	-0,399	-0,127	-1,004
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,906	0,400	0,669
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
0 – 15.0000	2,68	2,44	2,87
15.001 – 30.0000	2,75	2,84	2,86
30.001 και άνω	2,80	2,88	2,81
F Ratio	0,092	5,495	0,038
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,912	0,004	0,963

Οι ντόπιοι που ερωτήθηκαν είναι απόλυτα σίγουροι πως τα ιστορικά κτίρια του τόπου τους, έχουν ανακαινιστεί ή ανακαινίζονται λόγω και του τουρισμού, με ποσοστό 50%. Μόλις το 30% των ερωτηθέντων διαφωνεί με αυτή την άποψη ενώ το υπόλοιπο 20% έχει ουδέτερη στάση. Οι γυναίκες που συμφωνούν είναι 108 και οι άντρες 92, ηλικίας κυρίως έως 35 ετών, με ποσοστό 26,5% καθώς επίσης, το 29% από αυτούς, είναι χαμηλόμισθοι.

Ως συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, παρατηρείται πως οι ντόπιοι κάτοικοι του Ηρακλείου, αντιλαμβάνονται πως ο τουρισμός έχει προκαλέσει την προστασία και ανακαίνιση των ιστορικών κτιρίων του τόπου, ως ένα μεγάλο ποσοστό. Αν δεν υπήρχε αυτή η προσέλευση τουριστών στους ιστορικούς χώρους, ενδεχομένως να ήταν λιγότερο συντηρημένα. Από την άλλη, όσο περισσότερο συντηρημένα είναι τόσο περισσότεροι τουρίστες θα επισκέπτονται τους χώρους αυτούς και για περισσότερα χρόνια, καθώς με την συντήρησή τους, τους δίνεται παραπάνω χρόνος ζωής. Αυτό δείχνουν να πιστεύουν και οι ντόπιοι ηλικίας έως 35 ετών με τετραπλάσιο αριθμό θετικών απαντήσεων, σε σχέση με εκείνους άνω των 51, και διπλάσιες θετικές απαντήσεις σε σχέση με εκείνους που είναι μεταξύ 36 και 50 ετών, σημειώνοντας σημαντικότητα, όπως επίσης σημαντικότητα παρατηρείται και στην κατηγορία του εισοδήματος. Ως φαίνεται οι περισσότεροι χαμηλόμισθοι συμφωνούν με αυτή την άποψη, σε σχέση με τους πιο υψηλόμισθους τους που έχουν διχαστεί ανάμεσα στην συμφωνία και την ασυμφωνία.

Ο τουρισμός, επίσης, αποτελεί ένα παράγοντα προστασίας των φυσικών πόρων του Ηρακλείου, βρίσκοντας σύμφωνους το 41,75% των ερωτηθέντων, ενώ το 34,5% διαφωνεί. Από τα άτομα που συμφώνησαν, οι 86 είναι γυναίκες και οι 81 είναι άντρες, ηλικίας κυρίως έως 35 ετών, κατά 20,25%, έναντι του 14,25% που είναι μεταξύ 36 και 50 ετών. Τέλος, οι 108 είναι απόφοιτοι τουλάχιστον της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και το 20% είναι χαμηλόμισθοι.

Οι φυσικοί πόροι του Ηρακλείου όπως είναι το πολυμορφικό περιβάλλον του, αποτελούν πόλο έλξης πολλών τουριστών. Αν οι τοπικές αρχές δε φρόντιζαν για την προστασία τους, τότε ο τόπος θα έχανε την ομορφιά του και αντί να προσελκύει περισσότερο τουρισμό θα μπορούσε να επιφέρει το αντίθετο αποτέλεσμα, έως ενός βαθμού. Έτσι, τόσο για την προστασία του ίδιου του περιβάλλοντος, όσο όμως και

για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών, ο Δήμος του Ηρακλείου φροντίζει για τους φυσικούς του πόρους.

4.9 Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Κυκλοφοριακό, το Θόρυβο και τη Μόλυνση

Με την προσέλκυση ολοένα και περισσότερων τουριστών στο νομό, είναι λογικό και άμεσο επακόλουθο να υπάρξουν και κάποιες αρνητικές συνέπειες. Όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα, κατά γενική ομολογία, οι ντόπιοι θεωρούν υπεύθυνο τον τουρισμό για μερικές από αυτές.

Πίνακας 4.9: Οι Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Κυκλοφοριακό, το Θόρυβο και τη Μόλυνση

	Αύξηση κυκλοφοριακού	Αύξηση θορύβου	Αύξηση μόλυνσης
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,60	2,60	2,65
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,270	1,271	1,232
ΦΥΛΟ			
ΑΝΔΡΑΣ	2,69	2,69	2,71
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,51	2,50	2,59
T Ratio	1,363	1,530	0,972
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,175	0,040	0,255
ΗΛΙΚΙΑ			
18 – 35	2,51	2,52	2,53
36 – 50	2,73	2,77	2,73
51 και άνω	2,58	2,44	2,79
F Ratio	1,329	2,012	1,679
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,265	0,112	0,171
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	2,63	2,63	2,83
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	2,59	2,58	2,55
T Ratio	0,283	0,423	2,221
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,323	0,337	0,472
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
0 – 15.000	2,51	2,44	2,51
15.001 – 30.000	2,75	2,79	2,87
30.001 και άνω	2,54	2,63	2,56
F Ratio	1,495	3,287	3,841
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,226	0,038	0,022

Παρατηρείται πως οι ντόπιοι συμφωνούν με την άποψη πως η αύξηση του κυκλοφοριακού οφείλεται στον τουρισμό, με ποσοστό θετικών απαντήσεων ίσο με το 53%, εκ των οποίων το 27,75% είναι γυναίκες και το υπόλοιπο 25,23% είναι άντρες. Κατά κύριο λόγο είναι ανήλικες έως 35 ετών με ποσοστό 25,75%, κατά 34,25% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας και μεταπτυχιακών σπουδών και τέλος, είναι κατά 27% χαμηλόμισθοι.

Σχεδόν ομόφωνη είναι η απάντηση των ντόπιων σε αυτή την ερώτηση, πράγμα που μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως μία από τις αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στο Ηράκλειο, είναι και η αύξηση του κυκλοφοριακού, κάτι που είναι ευκόλως αντιληπτό αν αναλογιστεί κανείς πως πολλοί τουρίστες, ενοικιάζουν αυτοκίνητα ή μοτοσυκλέτες για την μετακίνησή τους, με άμεση αύξηση των αυτοκινούμενων στην πόλη, άρα και την αύξηση του κυκλοφοριακού.

Στην επόμενη ερώτηση, που αναφέρει τη συμβολή του τουρισμού στην αύξηση του θορύβου, οι 216 ερωτηθέντες, είναι σύμφωνοι, το 28,25% εξ' αυτών είναι γυναίκες και το 25,75% είναι άντρες. Οι περισσότεροι είναι έως 35 ετών, με αριθμό θετικών απαντήσεων ίσο με 99, επίσης οι 137 είναι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακής εκπαίδευσης και οι 114 είναι χαμηλόμισθοι.

Σημειώνοντας σημαντικότητα όσο αφορά το φύλλο και το εισόδημα, οι μισοί και άνω εκ των ερωτηθέντων συμφώνησαν απόλυτα με την άποψη αυτή, παρουσιάζοντας έτσι, άλλο ένα αρνητικό χαρακτηριστικό του τουρισμού ως προς το Ηράκλειο. Οι χαμηλόμισθοι και τα άτομα με υψηλού επιπέδου μόρφωση, είναι αυτά που κατά πλειοψηφία συμφώνησαν, σημειώνοντας αρκετή διαφορά με τον αριθμό των υπολοίπων. Η σημαντικότητα αυτή προκύπτει γιατί τα χαμηλόμισθα άτομα συνήθως, δεν έχουν κάποιο προσωπικό συμφέρον από τον τουρισμό και έτσι οδηγούνται στην έκφραση της δυσαρέσκειας τους για τις επιπτώσεις του τουρισμού, σε αντίθεση με τους υπόλοιπους που προσπερνάνε τις δυσάρεστες συνέπειες του, μπροστά στο συμφέρον τους.

Στην τελευταία ερώτηση, οι ντόπιοι συμφώνησαν με ποσοστό 51,5% πως ο τουρισμός συμβάλλει και στην αύξηση της μόλυνσης του τόπου. Οι 100 που

απάντησαν θετικά, είναι άντρες και οι 103 είναι γυναίκες, ηλικίας, κυρίως, έως 35 ετών, κατά 25.25%, το 36.25% είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου και κατά 28,25% είναι χαμηλόμισθοι. Σημειώθηκε μια σημαντικότητα στην κατηγορία του εισοδήματος, όπου οι χαμηλόμισθοι για άλλη μια φορά υπερτερούν σε σχέση με τους πιο υψηλόμισθους τους και αυτό συμβαίνει διότι οι χαμηλόμισθοι, μην έχοντας – κατά κύριο λόγο- κάποιο συμφέρον από τον τουρισμό, μεριμνούν για το περιβάλλον όπου ζουν και θέλουν να παραμείνει καθαρό, ενώ οι υπόλοιποι εθελουφλούν μπροστά στα προβλήματα, για να μην υπάρξουν συνέπειες στις χρηματικές απολαβές που έχουν από τον τουρισμό.

4.10 Τουρισμός και Συγκοινωνιακή Υποδομή

Λόγω του τουρισμού και για την δημιουργία καλύτερων συνθηκών διαβίωσης τους στο Ηράκλειο, φαίνεται πως επηρεάζεται τόσο το οδικό δίκτυο του τόπου όσο και οι χερσαίες συγκοινωνίες των νομών, με βελτίωση του πρώτου και αύξηση των δρομολογίων και των προορισμών του δεύτερου. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Οι ντόπιο κάτοικοι του Ηρακλείου συμφωνούν απόλυτα πως αν δεν υπήρχε ο τουρισμός, οι χερσαίες συγκοινωνίες της Κρήτης (Κ.Τ.Ε.Λ.) θα ήταν σαφώς λιγότερες, με ποσοστό 47,5%. Οι άντρες που συμφώνησαν είναι ίσοι με 91 ενώ οι γυναίκες είναι 99. Οι 103 είναι ενήλικες έως 35 ετών και έχουν τελειώσει σπουδές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή μεταπτυχιακό, με ποσοστό 31,75% και το 26,75% είναι χαμηλόμισθοι.

Αυτό το συμπέρασμα, είναι απόλυτα λογικό αν σκεφτεί κανείς πως κάθε τουρίστας ερχόμενος στην Κρήτη, θέλει να επισκεφθεί πολλά από τα ωραία μέρη της και να μην περιοριστεί σε μία μόνο πόλη ή νομό. Γι αυτό το λόγο οι τοπικές αρχές έχουν αυξήσει την συχνότητα των δρομολογίων αλλά και την ποσότητα των προορισμών τους. Πολλοί από τους χρήστες των χερσαίων συγκοινωνιών (Κ.Τ.Ε.Λ.) είναι νεαρά άτομα και ίσως γι αυτό σημειώθηκε σημαντικότητα στην κατηγορία της ηλικίας με περισσότερους υποστηρικτές τα άτομα ηλικίας έως 35 ετών.

Πίνακας 4.10: Τουρισμός και Συγκοινωνιακή Υποδομή

	Αύξηση συχνότητας χερσαίων συγκοινωνιών (Κ.Τ.Ε.Λ.)	Βελτίωση οδικού δικτύου
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,79	2,91
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,343	1,278
ΦΥΛΟ		
ΑΝΔΡΑΣ	2,88	2,92
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,70	2,89
T Ratio	1,339	0,246
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,244	0,133
ΗΛΙΚΙΑ		
18 – 35	2,56	3,08
36 – 50	2,95	2,81
51 και άνω	3,06	2,65
F Ratio	4,031	3,223
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,008	0,023
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ		
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	- 2,87	2,93
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	- 2,75	2,90
T Ratio	0,892	0,246
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,893	0,005
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ		
0 – 15.0000	2,69	2,95
15.001 – 30.0000	2,88	2,95
30.001 και άνω	2,92	2,64
F Ratio	1,076	1,474
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,342	0,230

Επιπλέον, το 42,5% συμφωνούν πως το οδικό δίκτυο στο Ηράκλειο , είναι αρκετά καλό λόγω της τουριστικής ανάπτυξης του τόπου. Οι 89 εξ αυτών που συμφώνησαν είναι άντρες και οι 81 είναι γυναίκες, με χαρακτηριστικά κατά 18.5% ηλικίας 36 έως 50 ετών, απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ή μεταπτυχιακού κατά 26% και το 19,5% είναι χαμηλόμισθοι.

Είναι απόλυτα φυσιολογικό όταν ένας προορισμός δέχεται τουρίστες είτε από την ενδοχώρα είτε από το εξωτερικό, να φροντίζει για την καλύτερη εξυπηρέτηση τους και υπό τις καλύτερες δυνατές συνθήκες. Ειδικά το Ηράκλειο που δέχεται αρκετούς αλλοδαπούς τουρίστες, που προέρχονται από χώρες όπως η Γερμανία και έχουν μάθει

να μετακινούνται σε άριστα διαμορφωμένους δρόμους, δε μπορεί παρά να μεριμνήσει για την καλύτερη κατάσταση και του δικού του οδικού δικτύου. Παρατηρείται σημαντικότητα στις ηλικίες των ερωτηθέντων όπου οι ενήλικες μεταξύ 36 και 50 ετών, είναι ιδιαίτερα σύμφωνοι με αυτή την άποψη σε σχέση με τους νεότερους και γηραιότερους τους. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός πως τα άτομα αυτής της ηλικίας, επί τω πλείστον, οδηγούν κάποιο αυτοκινούμενο, οπότε είναι σε θέση να κρίνουν καλύτερα την κατάσταση. Σημαντικότητα εμφανίζει και η κατηγορία της εκπαίδευσης, με ιδιαίτερους υποστηρικτές τους υψηλά μορφωμένους, οι οποίοι λόγω της μόρφωσης τους, είναι σε θέση να αντιληφθούν πως πίσω από την εξέλιξη και βελτίωση των δρόμων, κρύβεται σίγουρα και ο τουρισμός.

4.11 Τουρισμός, Πόροι και Φυσικό Περιβάλλον

Ο τουρισμός δε θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστη την κατανάλωση ενεργειακών και υδάτινων πόρων, κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αλλά και την κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος. Παρακάτω, στον πίνακα 4.11, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας.

Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων ντόπιων, φαίνεται πως ο τουρισμός έχει προκαλέσει υπερβολική κατανάλωση των ενεργειακών πόρων, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες, με ποσοστό θετικών απαντήσεων ίσο με 53.75%. Το 26.25% εξ' αυτών είναι άντρες και το υπόλοιπο 27,5% είναι γυναίκες, με κύρια χαρακτηριστικά το υψηλό μορφωτικό επίπεδο, κατά 40.75%, το χαμηλό ετήσιο εισόδημα, κατά 18,5% και νεαρής ηλικίας έως 35 ετών, κατά 24,25%.

Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες στο Ηράκλειο κυριαρχούν οι υψηλές θερμοκρασίες, με άμεσο αποτέλεσμα οι κάτοικοι και οι τουρίστες να χρησιμοποιούν ηλεκτρικές συσκευές, όπως το air condition, για να κρατήσουν την θερμοκρασία του χώρου τους δροσερή. Αυτός είναι ένας μικρός παράγοντας που οδηγεί στην αύξηση της κατανάλωσης ενέργειας, αν αναλογιστεί κανείς πόση ενέργεια καταναλώνουν όλα τα ξενοδοχεία του Ηρακλείου, ειδικά το καλοκαίρι, με σκοπό την παροχή καλύτερων ποιοτικά και ποσοτικά υπηρεσιών στους τουρίστες που διαμένουν εκεί.

Πίνακας 4.11: Τουρισμός, Πόροι και Φυσικό Περιβάλλον

	Πρόκληση υπερκατανάλωσης ενεργειακών πόρων	Πρόκληση υπερκατανάλωσης υδάτινων πόρων	Καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,52	2,54	2,49
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,203	1,258	1,276
ΦΥΛΟ			
ΑΝΔΡΑΣ	2,59	2,56	2,56
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,45	2,52	2,43
T Ratio	1,151	0,335	1,005
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,142	0,317	0,534
ΗΛΙΚΙΑ			
18 – 35	2,42	2,34	2,42
36 – 50	2,62	2,75	2,51
51 και άνω	2,59	2,62	2,69
F Ratio	1,319	3,723	1,194
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,268	0,012	0,312
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ			
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	2,70	2,56	2,69
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	2,42	2,53	2,39
T Ratio	2,252	0,12	2,260
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,325	0,621	0,406
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
0 – 15.0000	2,39	2,40	2,48
15.001 – 30.0000	2,66	2,67	2,55
30.001 και άνω	2,61	2,68	2,41
F Ratio	2,185	2,373	0,303
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,114	0,094	0,739

Την ίδια άποψη κρατάνε και για την υπερβολική κατανάλωση υδάτινων πόρων κυρίως το καλοκαίρι, λόγω του τουρισμού, με ποσοστό 53%. Το 26,25% είναι άντρες και το 26,75% είναι γυναίκες, που κατά το 26,25% είναι έως 35 ετών και χαμηλόμισθοι κατά το 27,25%. Τέλος είναι το 35% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακής εκπαίδευσης.

Παρατηρώντας μια σημαντικότητα ως προς την ηλικία, όπου οι ενήλικες έως 35 ετών είναι οι βασικοί υποστηρικτές της απόψεως, σε σχέση με τους μεγαλύτερους τους, μπορεί να ειπωθεί πως το καλοκαίρι, όπου λόγω ζέστης οι άνθρωποι καταναλώνουν

περισσότερο νερό τόσο για την αναπλήρωση των σωματικών υγρών που χάνει όσο και για την προσωπική του καθαριότητα, όντως υπάρχει μια αυξημένη κατανάλωση υδάτινων πόρων. Βασικός επίσης παράγοντας είναι η υπέρ – συγκέντρωση ντόπιων και τουριστών στο νομό οπότε, με περισσότερα άτομα στην ίδια περιοχή, η περιοχή οδηγείται στην αύξηση της κατανάλωσης των υδάτινων πόρων της.

Τέλος, συμφωνούν κατά 59,5% πως η άναρχη κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών υποδομών, έχει οδηγήσει στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος του τόπου τους, βρίσκοντας σύμφωνα το 30.5% των αντρών και το 29% των γυναικών. Οι Ηρακλειώτες που συμφώνησαν είναι άτομα κυρίως έως 35 ετών, απόφοιτοι τριτοβάθμιας ή μεταπτυχιακής εκπαίδευσης και χαμηλόμισθοι με αριθμό απαντήσεων ίσο με 112, 162 και 120 αντίστοιχα.

Όταν παρουσιάστηκαν τα πρώτα κρούσματα μαζικού τουρισμού στο Ηράκλειο, οι ντόπιοι πολίτες και επιχειρηματίες θέλοντας σε άμεσο χρόνο να οργανωθούν έτσι ώστε να μπορούν να εξυπηρετήσουν ολοένα και περισσότερους τουρίστες, προέβηκαν σε μια άναρχη κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών υποδομών, χωρίς να ακολουθήσουν κάποιο πρότυπο δόμησης. Με το πέρασμα των χρόνων εμφανίστηκαν οι συνέπειες αυτών των βιαστικών και ανοργάνωτων κινήσεων και δυστυχώς έχουν ως στόχο το φυσικό περιβάλλον. Όπως φαίνεται και από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι ντόπιοι κάτοικοι έχουν αντιληφθεί αυτές τις συνέπειες και το κυριότερο είναι ότι έχουν αντιληφθεί τους παράγοντες που τις προκάλεσαν.

4.12 Υπερσυγκέντρωση Τουριστών και Ποιότητα Τουριστικού Προϊόντος

Στον πίνακα 4.12 που ακολουθεί, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν στη μείωση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος λόγω της υπέρ – συγκέντρωσης των τουριστών σε μέρη, όπως είναι οι παραλίες.

Στην τελευταία ερώτηση που τέθηκε στους ντόπιους κατοίκους του Ηρακλείου, οι ερωτώμενοι συμφώνησαν πως η υπερσυγκέντρωση των τουριστών σε παραλίες, πάρκα κλπ, οδηγεί σε μείωση της ποιότητας του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, με σύνολο θετικών απαντήσεων 218. Το 28,5% είναι άντρες και το 26% είναι

γυναίκες, που έχουν μόρφωση υψηλού επιπέδου, κατά 35.5%, ηλικίας κυρίως από 18 έως 35 ετών, κατά 22.5% και χαμηλόμισθοι κατά 26%.

Η άποψη είναι βάσιμη, αν αναλογιστεί κανείς πως με την παρουσία πολλών ατόμων σε ένα μέρος, δημιουργούνται πολλά περισσότερα σκουπίδια και αν δεν μεριμνήσει κάποιος για την αποκομιδής τους, τότε το περιβάλλον μολύνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό. Έτσι, κατά συνέπεια οι παραλίες χάνουν τη φυσική ομορφιά τους και καταλήγουν να είναι γεμάτες σκουπίδια και δεν αποτελούν θέλγητρο για την προσέλευση περισσότερων τουριστών αλλά ούτε των ίδιων των κατοίκων του Ηρακλείου.

Πίνακας 4.12: Υπερσυγκέντρωση Τουριστών και Ποιότητα Τουριστικού Προϊόντος

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	2,58
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	1,242
ΦΥΛΟ	
ΑΝΔΡΑΣ	2,62
ΓΥΝΑΙΚΑ	2,53
T Ratio	0,720
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,340
ΗΛΙΚΙΑ	
18 – 35	2,62
36 – 50	2,57
51 και άνω	2,52
F Ratio	0,602
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,576
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	
ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	2,57
ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ - ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	2,59
T Ratio	-0,114
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,530
ΕΤΗΣΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ	
0 – 15.000	2,56
15.001 – 30.000	2,56
30.000 και άνω	2,68
F Ratio	0,215
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,807

ΠΕΜΠΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 Εισαγωγή

Σκοπός της έρευνας ήταν να διαπιστωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο Ηράκλειο, το στάδιο του κύκλου ζωής όπου ανήκει το Ηράκλειο ως τουριστικός προορισμός, το επίπεδο αποδοχής των τουριστών από τους ντόπιους και να προταθούν λύσεις για την αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών και ιδέες για την αύξηση της τουριστικής ανάπτυξης της πόλης.

Στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας παρατίθενται τα συμπεράσματα που διεξήχθησαν από την πρωτογενή και τη δευτερογενή έρευνα. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε θα βοηθήσει σημαντικά στην αναλυτική παρουσίαση των προβλημάτων, των αιτιών τους και θα προτείνει ρεαλιστικές λύσεις για το παρόν και το μέλλον.

Αρχικά θα αναλυθούν τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την δευτερογενή έρευνα σε συνδυασμό με την ανάλυση της πρωτογενούς έρευνας. Ο συγκεκριμένος συνδυασμός θα βοηθήσει στην εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων για την έρευνα γενικότερα και τον σκοπό για τον οποίο πραγματοποιήθηκε. Εν συνεχεία, ακολουθούν οι προτάσεις για την βελτίωση των πτυχών του τουρισμού του Ηρακλείου, που προκαλούν αρνητικές συνέπειες στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον του.

5.2 Τοπική Οικονομία

Η τουριστική ανάπτυξη κάθε προορισμού έχει ως αποτέλεσμα την οικονομική του άνθιση και σε αυτό συμφώνησαν όλοι οι ερωτηθέντες. Το Ηράκλειο ως πόλη, μετά την έλευση του τουρισμού έχει σημειώσει βελτίωση στην ποιότητα ζωής που παρέχει στους κατοίκους του, έχει προσελκύσει περισσότερες επενδύσεις με άμεσο αποτέλεσμα τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας τόσο στους ντόπιους όσο και στους αλλοδαπούς κατοίκους του Ηρακλείου, αν και η απασχόληση αυτή έχει εποχιακό χαρακτήρα. Καθώς επίσης, λόγω του τουρισμού, οι τοπικές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε περιοχές μαζικής εστίασης, έχουν αυξήσει τα επίπεδα κερδοφορίας τους.

Βέβαια, οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι πως έχουν αυξηθεί οι τιμές τόσο των προϊόντων στο νομό όσο και των υπηρεσιών που παρέχονται σε ντόπιους

και τουρίστες. Όμως αυτό, είναι άμεσο επακόλουθο λόγω του πληθωρισμού και παρατηρείται σε όλες τις περιοχές που είτε λόγω τουρισμού είτε άλλων παραγόντων, έχουν αυξήσει την κερδοφορία του τόπου τους.

5.3 Τοπική Κοινωνία

Με την εμφάνιση του τουρισμού σημειώθηκε βελτίωση και στην ποιότητα ζωής των ντόπιων και φαίνεται να το αποδέχονται όλοι αυτό. Η αύξηση των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων βελτίωσε τον τρόπο διασκέδασης τους αλλά και η συντήρηση των αρχαιολογικών χώρων, ούτως ώστε να μπορούν αν τους επισκέπτονται, βελτίωσε μια άλλη πτυχή της διασκέδασης τους.

Βέβαια, με την έλευση του τουρισμού υπήρξαν και οι αρνητικές συνέπειες που αφορούν την κοινωνία του Ηρακλείου, όπως είναι η αύξηση κρουσμάτων κοινωνικής παθογένειας και η εμπορευματοποίηση των τοπικών παραδόσεων και εθίμων. Με την εμπορευματοποίηση των παραδόσεων και των εθίμων, η κοινωνία προβαίνει στην απώλεια της ταυτότητάς της, διότι όλα συμβαίνουν για να καλύψουν προσωπικά οφέλη των κατοίκων και δεν προβάλλουν την αλήθεια του τόπου. Παρουσιάζουν τα έθιμα τους ως παραστάσεις στους τουρίστες ή ως κίνητρο για την προσέλκυση τους και πλέον ο κόσμος δεν πιστεύει σε αυτά, απλά τα πράττει για το όφελος του.

Επιπλέον με την αύξηση της εγκληματικότητας και άλλων κρουσμάτων παθογένειας, φαίνεται πως αρχίζουν να μιμούνται τις κοινωνικές συμπεριφορές που είναι συνήθειες στις κοινωνίες αποστολής τουριστών, οι οποίες είναι άγνωστες για την τοπική κοινωνία, διαστρεβλώνοντας έτσι το προφίλ της. Το Ηράκλειο ως πόλη, είναι μεν γνωστό για τις βεντέτες μεταξύ των οικογενειών του, όμως το μίσος και η βία περιορίζονται στις δυο οικογένειες και δεν έχει αντίκτυπο στους υπόλοιπους κατοίκους, ενώ τώρα μιμούμενοι τους τουρίστες έχουν προβεί στην άσκηση βίας με την παραμικρή αφορμή, δίχως να δίνουν μια ευκαιρία στο διάλογο. Εν συνεχεία, έχει αυξηθεί ο ρυθμός και ο αριθμός διακίνησης ναρκωτικών. Εν μέρει είναι φυσιολογικό αποτέλεσμα λόγω της αύξησης της ζήτησης, όμως όλα αυτά τα κρούσματα μαζί με την πορνεία και τα φαινόμενα διαφθοράς, οδηγούν στην απώλεια του κοινωνικού προφίλ του τόπου και της μοναδικότητας του χαρακτήρα του Έλληνα, αφού γίνονται όλοι, ολοένα και πιο ίδιοι με τους Ευρωπαίους που επισκέπτονται τον τόπο τους.

5.4 Φυσικό και Δομημένο Περιβάλλον

Η έλευση του τουρισμού στο Ηράκλειο δεν άφησε ανεπηρέαστο το περιβάλλον του προορισμού. Αρχικά, συνέβαλε στην ανακαίνιση και συντήρηση των ιστορικών κτιρίων και χώρων του Ηρακλείου αλλά και στην προστασία των φυσικών πόρων του τόπου, με κύριο στόχο την προσέλκυση των τουριστών. Αυτό συντέλεσε στην καλύτερη διατήρηση του περιβάλλοντος, ώστε να μη χαθούν ολοσχερώς οι φυσικές του ομορφιές. Όμως, με την πάροδο των χρόνων, φαίνεται πως ο τουρισμός έχει συμβάλλει στην αύξηση φαινομένων που επηρεάζουν αρνητικά το περιβάλλον, όπως είναι η αύξηση της μόλυνσης του.

Όπως παραδεχτήκαν και οι ερωτώμενοι, εξαιτίας του τουρισμού έχει σημειωθεί αύξηση του κυκλοφοριακού, του θορύβου αλλά και της κατανάλωσης ενεργειακών και υδάτινων πόρων του Ηρακλείου και τα φαινόμενα αυτά μπορούν να επιφέρουν μεγάλη καταστροφή στο φυσικό περιβάλλον που ενδεχομένως να μην είναι αναστρέψιμη ως ένα βαθμό. Μολύνοντας το περιβάλλον με το καυσαέριο των αυτοκινήτων και των γεννητριών της Δ.Ε.Η. το Ηράκλειο συμβάλλει, αν και συγκριτικά με άλλες περιοχές σε μικρό ποσοστό, στην καταστροφή του πλανήτη με την υπερθέρμανση της ατμόσφαιρας, αλλά και στην μείωση της ποιότητας του ατμοσφαιρικού αέρα που αναπνέουν οι κάτοικοι του. Το φαινόμενο της ηχορύπανσης συνάμα με τις επιπτώσεις στο περιβάλλον, προκαλεί την δυσaráεσκεια των ντόπιων και την αντίστοιχη αντίδρασή τους. Επίσης, το βελτιωμένο αλλά όχι άριστο, οδικό δίκτυο της πόλης, συμβάλλει στη δυσaráεσκεια ντόπιων και τουριστών, καθώς δεν μπορούν να μετακινηθούν με ευκολία και ασφάλεια στους προορισμούς τους, επειδή οι δρόμοι είναι ασφυχτικά μπλοκαρισμένοι καθώς τα σημεία στάθμευσης δε μπορούν να εξυπηρετήσουν τον αριθμό των οχημάτων της πόλης.

Επιπλέον, η άναρχη κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών υποδομών έχει οδηγήσει στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς μεγάλες εκτάσεις κτημάτων έχουν μετατραπεί σε τσιμέντο. Έτσι, η φυσική ομορφιά του τόπου, έχει ως ένα βαθμό εξαφανιστεί και τη θέση της έχουν πάρει μεγάλες οικοδομές και δρόμοι, για την εξυπηρέτηση των τουριστών και των κατοίκων. Αυτός ο παράγοντας συμβάλλει σημαντικά και στη μείωση των τουριστών, χρόνο με το χρόνο, προκαλώντας αρνητικές συνέπειες και στους υπόλοιπους τομείς του Ηρακλείου, όπως η οικονομία.

Τέλος, οι υπερβολική συγκέντρωση ανθρώπων σε παραλίες, πάρκα κλπ, έχει οδηγήσει στη μείωση του παρεχόμενου προϊόντος, αφού τα μέρη αυτά έχουν μολυνθεί και ρυπανθεί από την παρουσία τους. Είναι λοιπόν, αναμενόμενο αρχικά οι τουρίστες να οδηγούνται στην επιλογή άλλων προορισμών, όπου το περιβάλλον είναι καθαρό και όμορφο και οι ντόπιοι κάτοικοι να παραπονιούνται για την κατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος και να οδηγούνται στην αποστροφή του τουρισμού.

5.5 Το Στάδιο Ζωής του Τουρισμού

Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, ο τουρισμός κάθε προορισμού περνάει από κάποια στάδια, τα λεγόμενα στάδια του κύκλου ζωής του. Το Ηράκλειο εδώ και πολλά χρόνια αποτελεί έναν αξιόλογο τουριστικό προορισμό και κάθε χρόνο υποδέχεται ολοένα και πιο πολλούς τουρίστες που θέλουν να ανακαλύψουν τις ομορφιές του τόπου, τα μοναδικά τουριστικά προϊόντα του και όχι μόνο.

Παρατηρώντας τη στάση των ντόπιων κατοίκων του Ηρακλείου, μπορεί να παρατηρηθεί πως, σύμφωνα με το μοντέλο του Butler (1980), το Ηράκλειο ως τουριστικός προορισμός είναι στο στάδιο του μαρασμού. Η τοποθέτηση αυτή προκύπτει, αν αναλογιστεί κανείς τη σημερινή εικόνα του Ηρακλείου, τόσο στα μάτια των κατοίκων του όσο και των τουριστών που το επισκέπτονται. Το στάδιο της παρακμής το χαρακτηρίζουν μεγάλα κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, ο μεγάλος όγκος τουριστών τους οποίους ο προορισμός αδυνατεί να ικανοποιήσει, η εγκατάλειψη από τους εξωτερικούς φορείς και υπηρεσίες, του έλεγχου της κοινωνίας, το πέρασμα του ελέγχου των επιχειρήσεων, ως ένα βαθμό, στους ντόπιους και τέλος ο τόπος αρχίζει να χαρακτηρίζεται ως ξεπερασμένος.

Το Ηράκλειο σήμερα, αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα που αφορούν την οικονομία του, την κοινωνία αλλά και το περιβάλλον. Αρχικά, κυρίως κατά την καλοκαιρινή περίοδο, οι κάτοικοι του Ηρακλείου – ντόπιοι και τουρίστες- έρχονται αντιμέτωποι με το κυκλοφοριακό που σχηματίζεται σε όλους τους δρόμους της πόλης, κεντρικούς και μη, όπου κυριαρχεί ο πανικός και τα συνεχή και αποκρουστικά κορναρίσματα των οχημάτων. Οι άνθρωποι δεν μπορούν να εξυπηρετηθούν σωστά και χάνουν πολύ χρόνο κατά την μετακίνησή τους και προκαλούνται τα πρώτα παράπονα έναντι στους φορείς, που θα έπρεπε να είχαν μεριμνήσει και να είχαν δομήσει το οδικό δίκτυο με

τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετούνται όλοι χωρίς να δημιουργείται το χάος. Εν συνεχεία, υπάρχει πάρα πολύ μεγάλο πρόβλημα στο χώρο στάθμευσης ο οποίος είναι ανεπαρκής και δε μπορεί να εξυπηρετήσει τον όγκο των οχημάτων που κυκλοφορούν στην πόλη. Συχνά, κατά την καλοκαιρινή περίοδο, πολλοί δρόμοι κλείνουν λόγω των διπλό και τριπλό παρκαρισμένων αυτοκινήτων και στις δύο πλευρές του δρόμου, αφού οι χώροι στάθμευσης είναι πλήρεις και οι οδηγοί πρέπει να σταθμεύσουν κάπου το όχημα τους, προκαλώντας έτσι το αδιαχώρητο.

Συνεχίζοντας, παρατηρούνται οι επιπτώσεις από την υπερβολική κατανάλωση υδάτινων πόρων κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι κάτοικοι του Ηρακλείου κάθε χρόνο υποφέρουν λόγω της έλλειψης νερού και ρεύματος κατά τη διάρκεια της εβδομάδας. Αρκετοί από τους κατοίκους έχουν προνοήσει και μόλις η ροή του νερού σταματήσει απευθύνονται στα βυτιοφόρα και γεμίζουν τα ντεπόζιτα τους, διότι διαφορετικά θα πρέπει να στερηθούν το νερό για παραπάνω από δυο μέρες. Όμως το πρόβλημα οξύνεται, όταν και τα βυτιοφόρα ξεμείνουν από νερό και δε μπορούν να εξυπηρετήσουν όλους τους κατοίκους. Αυτό το φαινόμενο οφείλεται εξολοκλήρου στην υπερσυγκέντρωση ανθρώπων στην πόλη με άμεσο αποτέλεσμα την υπερβολική κατανάλωση νερού, τόσο για θέματα υγείας όσο και καθαριότητας. Πρέπει επίσης να επισημανθεί πως λόγω της μόλυνσης που έχει υποστεί το περιβάλλον το νερό που διοχετεύεται στις οικίες του πληθυσμού, δεν είναι πόσιμο και όλοι οι κάτοικοι εξυπηρετούνται με το εμφιαλωμένο νερό.

Επίσης, κατά την τουριστική περίοδο, οι κάτοικοι του Ηρακλείου υποφέρουν από την έλλειψη ενεργειακών πόρων, με αποτέλεσμα να στερούνται το ηλεκτρικό ρεύμα για μερικές μέρες της εβδομάδας. Άμεση συνέπεια αυτού, είναι η υπερσυγκέντρωση των κατοίκων στις παραλίες ώστε να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τη ζέστη με το δροσερό νερό της θάλασσας. Το Ηράκλειο, έχοντας μπει στον 20^ο αιώνα και ενώ έχουν εφευρεθεί το air condition και άλλα προϊόντα κλιματισμού, αδυνατεί να παράσχει τις βασικές υπηρεσίες και ανέσεις στους ίδιους του τους κατοίκους και αυτό οφείλεται στην άναρχη κατασκευή ξενοδοχείων και λοιπών τουριστικών υπηρεσιών. Διότι, εάν οι τοπικοί φορείς είχαν προνοήσει για αυτές τις συνέπειες θα μπορούσαν να δομήσουν έτσι την πόλη ώστε να φιλοξενεί τόσους τουρίστες όσους μπορούν να ικανοποιήσουν οι πόροι του τόπου.

Μιλώντας για την άναρχη κατασκευή των τουριστικών καταλυμάτων και υπηρεσιών, πρέπει να σημειωθεί πως αυτός ο παράγοντας έχει συντελέσει αρκετά ώστε το Ηράκλειο σήμερα, να βρίσκεται στο στάδιο του μαρασμού. Στο Ηράκλειο υπάρχουν τετρακόσια πενήντα και πλέον ξενοδοχεία και διαμερίσματα διαμονής, τα οποία κάθε χρόνο φιλοξενούν χιλιάδες τουρίστες, που ο αριθμός τους ξεπερνάει κατά πολύ τον αριθμό των ντόπιων κατοίκων. Κάθε χρόνο οι τοπικοί φορείς και οι tour operators φρόντιζαν να προσελκύσουν ολοένα και περισσότερους τουρίστες, κυρίως αλλοδαπούς, με αποτέλεσμα σήμερα η πόλη να αδυνατεί να τους εξυπηρετήσει και να δημιουργούνται συνεχώς προβλήματα λόγω της έλευσης τους. Ένα ακόμα πρόβλημα που προκύπτει λόγω της αυτοσυγκέντρωσης τουριστών στην πόλη, είναι η μόλυνση και ρύπανση του φυσικού περιβάλλοντος, αφού ερχόμενοι οι τουρίστες αυξάνουν τους ρύπους, από τα οχήματα, στην ατμόσφαιρα, εφόσον οι περισσότεροι ενοικιάζουν κάποιο αυτοκινούμενο και εν συνεχεία αφήνοντας τα απορρίμματα τους στις παραλίες και σε άλλα μέρη της πόλης, αυξάνουν τα φαινόμενα μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Επιπροσθέτως, η σημείωση αύξησης στα φαινόμενα παθογένειας του τόπου, συντελεί ώστε το Ηράκλειο να ανήκει στο στάδιο του μαρασμού. Η αύξηση της εγκληματικότητας και της διακίνησης ναρκωτικών στην πόλη μαζί με την αύξηση των φαινομένων πορνείας και διαφθοράς έχουν συντελέσει ώστε οι τουρίστες να μην προτιμούν πλέον το Ηράκλειο ως τουριστικό τους προορισμό. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτεται την πόλη έχει πλέον φτάσει στο ζενίθ του και γι αυτό οφείλονται όλοι οι παραπάνω παράγοντες, οι οποίοι με τη σειρά τους οδηγούν το Ηράκλειο στο χαρακτηρισμό ενός ξεπερασμένου τουριστικού προορισμού. Οι τουρίστες πλέον, αναζητούν καινούρια μέρη να επισκεφθούν που θα τους παρέχουν τα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες σε πολύ καλύτερη μορφή, ώστε η ευχαρίστηση τους να είναι μεγαλύτερη.

5.6 Το Επίπεδο Ενόχλησης των Ντόπιων από τους Τουρίστες

Πέρα από το στάδιο του κύκλου ζωής του τουριστικού προορισμού που βρίσκεται το Ηράκλειο, ενδιαφέρον παρουσιάζει και το επίπεδο όπου βρίσκονται οι κάτοικοί του, όσο αφορά την αποδοχή των τουριστών. Παρακάτω, μέσα από το μοντέλο του Doxey (1976) που αναφέρεται στη διαδρομή των σχέσεων μεταξύ ντόπιων και τουριστών

και τις απόψεις των ερωτηθέντων, διαπιστώνεται σε ποιο επίπεδο ενόχλησης βρίσκονται οι Ηρακλειώτες από τους τουρίστες.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας, προκύπτει πως οι κάτοικοι του Ηρακλείου βρίσκονται στο στάδιο της ενόχλησης από τον τουρισμό. Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτού του επιπέδου είναι η παράλληλη αύξηση του όγκου των τουριστών και της ανάγκης για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και υποδομή, την στροφή των ντόπιων προς την αναζήτηση περισσότερων κερδών από τον τουρισμό και την ενόχλησή τους από τον πληθυσμιακό όγκο των τουριστών.

Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από τις απόψεις των ίδιων όσο αφορά την επιρροή της ζωής τους από τον τουρισμό. Οι ερωτηθέντες φάνηκε να συμφωνούν πως χάρη στον τουρισμό έχει βελτιωθεί η ψυχαγωγία τους καθώς και η οικονομία του τόπου αλλά και των ίδιων, καθώς, επί τούτου, έχουν δημιουργεί θέσεις εργασίας, αν και εποχιακές και οι επιχειρηματίες έχουν αύξηση στα έσοδα τους λόγω του τουρισμού.

Μέσα από τις ερωτήσεις που τους τέθηκαν, φανερώνεται πως οι ντόπιοι εξαρτώνται πολύ από τον τουρισμό οικονομικώς αλλά και στον κοινωνικό τομέα. Όσο αφορά τον πρώτο, χάρη στον τουρισμό έχει επέλθει οικονομική άνθιση στην πόλη και φαίνεται να επωφελούνται πολλοί από τον τουρισμό και όχι μόνο μία μικρή ομάδα κατοίκων. Οι ευκαιρίες εργασίας πληθαίνουν λόγω του τουρισμού και έτσι είναι φυσιολογικό οι ντόπιοι να επιδιώκουν να δημιουργηθούν και άλλες υποδομές για την εξυπηρέτηση περισσότερων τουριστών αλλά και για την αύξηση των δικών τους απολαβών.

Πέρα από τις θετικές συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία του Ηρακλείου, έχουν επέλθει και αρνητικές για τις οποίες οι ντόπιοι οδηγούνται στην ενόχλησή από τους τουρίστες. Η προσέλκυση πολλών τουριστών μπορεί εν μέρει να έχει συμβάλει στην δημιουργία περισσότερων επιχειρήσεων με άμεσο επακόλουθο την αύξηση των θέσεων εργασίας, όμως η απασχόληση αυτή έχει εποχιακό χαρακτήρα και κατά συνέπεια, οι ντόπιοι μένουν άνεργοι για την υπόλοιπη περίοδο, χωρίς να έχουν χρηματικές απολαβές. Επιπλέον, σε αυτές τις θέσεις εργασίας, προσλαμβάνονται και αλλοδαποί, με αποτέλεσμα να καταλαμβάνουν κάποιες θέσεις όπου θα απασχολούνταν οι ντόπιοι. Δεν είναι λίγοι οι τουρίστες που ερχόμενοι στο Ηράκλειο, φροντίζουν να προσληφθούν σε κάποια επιχείρηση ώστε να παρατείνουν την

παραμονή τους και να έχουν την απαιτούμενη οικονομική άνεση. Το φαινόμενο αυτό, δείχνει να επηρεάζει αρνητικά τους ντόπιους και να τους στρέφει εν μέρει ενάντια στους τουρίστες. Εν συνεχεία, η αύξηση των τιμών που έχει επέλθει στα προϊόντα λόγω του τουρισμού, προκαλεί για ακόμα ένα λόγο την αντίδραση των μόνιμων κατοίκων. Σε συνδυασμό με την εποχικότητα της εργασίας τους, η αύξηση των τιμών τους οδηγεί σε οικονομικά αδιέξοδα και στη δυσαρέσκεια τους για την έλευση των τουριστών. Επιπλέον, οι κάτοικοι που δε σχετίζονται με τον τουρισμό, φέρουν μεγαλύτερες αντιρρήσεις όσο αφορά τις τιμές, καθώς οι ίδιοι δεν επωφελούνται σε τίποτα από τον τουρισμό παρά μόνο δέχονται τις συνέπειες του.

Όσο αφορά των κοινωνικό τομέα, οι ντόπιοι συμφωνούν πως εξαιτίας του τουρισμού έχει σημειωθεί βελτίωση στην ποιότητα ζωής τους και οι προοπτικές ψυχαγωγίας τους. Για την προσέλκυση περισσότερων τουριστών έχουν προβεί στην συντήρηση των αρχαιολογικών τους χώρων και επίσης προωθούν τα τοπικά έθιμα και τις παραδόσεις τους φτάνοντας, όμως, σε σημείο εμπορευματοποίησης τους.

Το γεγονός ότι εμπορευματοποιούνται οι παραδόσεις τους, δείχνει να ενοχλεί αρκετούς από τους ερωτηθέντες, με το 30% να μην αποδέχεται ότι συμβαίνει και το 49,25% να το παραδέχεται. Μέσα από τις απαντήσεις τους και γνωρίζοντας το προφίλ του Κρητικού που τιμά τις παραδόσεις του και τον τόπο του με μεγάλο σθένος, μπορεί να ειπωθεί πως δεν νιώθουν περήφανοι γι' αυτό. Οι κάτοικοι και οι τοπικοί φορείς που ασχολούνται με τον τουρισμό, σαφώς προέβηκαν στην ανάδειξη και προβολή των τοπικών εθίμων και παραδόσεων με σκοπό την προσέλκυση των τουριστών. Όμως, είναι αρκετοί οι κάτοικοι που δεν ασχολούνται με τον τουρισμό και το γεγονός αυτό τους εξαγριώνει κατά ένα μέρος. Το συμπέρασμα αυτό, προκύπτει και από την αντίδραση των ερωτηθέντων κατά τη διάρκεια της προσωπικής συνέντευξης που πάρθηκε από αυτούς, όπου αρκετοί αρχικά εναντιώθηκαν με την διατύπωση αυτή, στη συνέχεια όμως με δυσαρέσκεια συμφώνησαν πως πράγματι συμβαίνει.

Ένας ακόμα παράγοντας που συμβάλλει στην ενόχληση των ντόπιων από τους τουρίστες είναι η αύξηση των φαινομένων παθογένειας όπως είναι η εγκληματικότητα, η πορνεία, η διαφθορά και η διακίνηση ναρκωτικών. Τα φαινόμενα αυτά έχουν προκληθεί λόγω της προσέλευσης μεγάλων πληθυσμιακών όγκων

τουριστών στην πόλη, με αποτέλεσμα οι ντόπιοι να προβούν στο μιμητισμό της συμπεριφοράς τους, θέλοντας έτσι να γίνουν ίδιοι με τους τουρίστες. Τέτοιου είδους συμπεριφορές, αλλοιώνουν το κοινωνικό προφίλ του ντόπιου Ηρακλειώτη και δείχνει να ενοχλεί ειδικά τους μεγαλύτερους, ηλικίας άνω των 36 ετών, που κατά 4,7% συμφώνησαν περισσότερο από τους νεαρότερους, πως ο τουρισμός οφείλεται για την αύξηση των φαινομένων αυτών. Όμως πέρα από την αλλοίωση του κοινωνικού προφίλ, προκαλούν μεγαλύτερους κινδύνους για τη ζωή των ντόπιων, δείχνοντας έτσι πως ο τουρισμός να μεν βελτίωσε το επίπεδο ψυχαγωγίας τους, όμως μείωσε το επίπεδο ασφάλειας για τη ζωή τους, στην ίδια τους την πόλη. Οι γονείς κυρίως, αγωνιούν ακόμα πιο πολύ για τα παιδιά τους, που λόγω του νεαρού της ηλικίας, μπορεί εύκολα να παρασυρθούν σε ανάρμοστες συμπεριφορές και στη χρήση απαγορευμένων ουσιών.

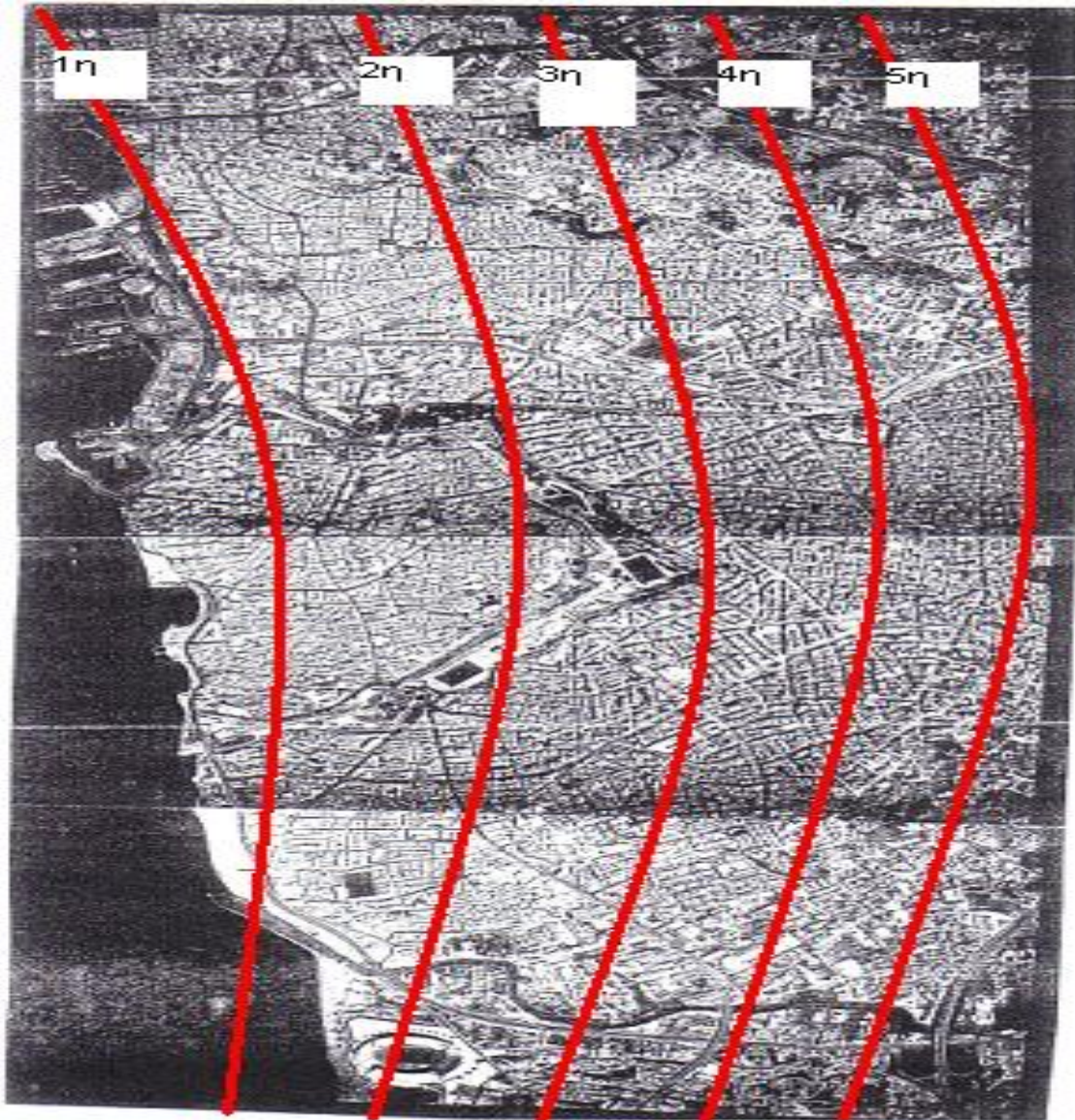
5.7 Τουριστική Μορφολογία του Ηρακλείου

Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα απεικονίζονται οι ζώνες του Ηρακλείου σύμφωνα με το μοντέλο του Weaver (1993), ξεκινώντας με την πρώτη ζώνη –ειδική τουριστική– όπου εκτείνεται ένας σύγχρονος παραλιακός οδικός άξονας, που οδηγεί στο Παγκρήτιο στάδιο (το οποίο κατασκευάστηκε για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων) και στο δυτικό άκρο της πόλης, στην περιοχή της Αμμουδάρας και του Γαζίου. Κατά μήκος του συγκεκριμένου άξονα, έχουν αναπτυχθεί δραστηριότητες όπως καφετέριες, ξενοδοχεία, πολύ-κέντρα αναψυχής και ψυχαγωγίας, και ένας υπαίθριος δημόσιος χώρος στην έκταση που παλαιότερα ήταν το ξενοδοχείο Ξενία. Η ζώνη αυτή αποτελεί την ειδική τουριστική ζώνη της πόλης και σε αυτή βρίσκονται επίσης οι εγκαταστάσεις της Περιφέρειας Κρήτης, το Κ.Τ.Ε.Λ. Κρήτης και μερικές ακόμα υπηρεσίες.

Εν συνεχεία, στη δεύτερη ζώνη – κεντρική εμπορική– απλώνονται τα περισσότερα εμπορικά καταστήματα της πόλης, η αγορά της και οι βασικότερες υπηρεσίες της πόλης, όπως είναι το Δημαρχείο, η Νομαρχία Κρήτης και το Επιμελητήριο. Στη ζώνη αυτή, βρίσκεται επίσης, ένα μεγάλο μέρος των καφετεριών της πόλης και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι παλαιότερα οι τοπικές αρχές δεν είχαν προσανατολιστεί προς τη θάλασσα. Ενώ όλα τα νησιά έχουν την εντατική τουριστική δραστηριότητα τους μόνο στην παράκτια ζώνη ή σε λίγες περιοχές που βρίσκονται μακριά από την ακτή, το Ηράκλειο από φόβο για τις πειρατικές επιδρομές, άργησε να αξιοποιήσει

την παραλιακή του περιοχή και μόνο τα τελευταία χρόνια την έχει αναπτύξει προς τα Δυτικά. Μένει, τώρα να αναπτύξει και την ανατολική παράκτια περιοχή του, αλλά το Αεροδρόμιο και οι φυλακές της Αλικαρνασσού, αποτελούν απαγορευτικούς παράγοντες.

Σχεδιάγραμμα 5.7: Εφαρμογή του Μορφολογικού μοντέλου του Weaver (1993) στην Πόλη του Ηρακλείου Κρήτης



Στην τρίτη, κατά σειρά, ζώνη –τοπικές γειτονιές- απλώνονται επί τω πλείστον, οι κατοικίες των ντόπιων. Στην περιοχή αυτή είναι σχηματισμένες οι γειτονιές και οι κατοικίες των μόνιμων κατοίκων της πόλης, όμως υπάρχουν και αρκετές εμπορικές επιχειρήσεις του Ηρακλείου.

Στην τέταρτη ζώνη – θέρετρου- εκτείνονται πολλά από τα αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία και κτίρια του Ηρακλείου. Σε αυτή τη ζώνη ο τουρίστας μπορεί να απολαύσει τη φυσική ομορφιά του Ηρακλείου που δεν έχει ακόμα αξιοποιηθεί για την ανέγερση οικοδομημάτων και για τη δημιουργία σύγχρονου οδικού δικτύου.

Στην τελευταία ζώνη βρίσκονται οι περιφερειακές περιοχές της πόλης. Τα χωριά που ανήκουν στο Ηράκλειο παρατίθενται σε αυτή την έκταση και αποτελούν την περιφέρεια του, παρέχοντας στον τουρίστα το κάθε ένα, τη δική του ομορφιά.

5.8 Προτάσεις για Βελτίωση Κοινωνικών Επιπτώσεων

Όπως κάθε τουριστικός προορισμός, έτσι και το Ηράκλειο θα πρέπει να μεριμνήσει για τα προβλήματα που παρουσιάζει, έτσι ώστε να παρέχει ένα βελτιωμένο τουριστικό προϊόν και να σημειώνει ανάπτυξη όσο αφορά τον τουρισμό του.

Αρχικά θα πρέπει να εστιάσουν οι τοπικοί φορείς, στην κοινωνία που έχει πληγεί από τα φαινόμενα παθογένειας. Είναι αναμενόμενο με την έλευση ξένων πολιτισμών στην πόλη του Ηρακλείου, να υπάρξουν φαινόμενα μιμητισμού, όμως μπορούν να περιοριστούν έτσι ώστε να μην αλλοιωθεί το προφίλ της τοπικής κοινωνίας και η αυθεντικότητα του προορισμού. Πρέπει λοιπόν, να υπάρξει περισσότερη αστυνόμευση ειδικά κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, ώστε να υπάρξει περιορισμός των φαινομένων. Επίσης στα διάφορα μέρη διασκέδασης, θα πρέπει να τηρούνται οι κανόνες του κράτους και οι ανήλικοι να μην μπορούν να εισέλθουν σε αυτούς, όταν απαγορεύεται, διότι ως ανήλικες είναι πιο ευάλωτοι και μπορούν πιο εύκολα να προβούν σε μιμητισμό και σε χρήση απαγορευμένων ουσιών, μέχρι και την πορνεία.

Επίσης, οι τοπικοί φορείς θα πρέπει να ενημερώνουν τους κατοίκους για την συνολική εικόνα του τόπου τους κάθε χρόνο, οργανώνοντας σεμινάρια ελεύθερης πρόσβασης. Κατά τη διάρκεια των σεμιναρίων θα αναφέρονται και θα αναλύονται οι ισχύουσες καταστάσεις της πόλης, όσο αφορά τις επιπτώσεις του τουρισμού σε αυτή και μέσα από τα σεμινάρια θα μπορούν να συμβουλευθούν τους κατοίκους για την προτεινόμενη συμπεριφορά τους με σκοπό την προστασία των ίδιων σαν ιδιώτες, αλλά και ως κοινωνία. Γνωστοποιώντας, έτσι, στους Ηρακλειώτες ποια είναι τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τόπος τους, θα μπορέσουν να αφυπνίσουν το

ενδιαφέρον τους και την αντίδρασή τους ώστε να αποφευχθούν χειρότερες καταστάσεις.

Εν συνεχεία, θα πρέπει να ενημερώνουν κατ' ιδίαν τους ανήλικους κατοίκους της πόλης, μέσα από ομιλίες που θα λαμβάνουν μέρος στα σχολεία της περιοχής. Μέσα από τις ομιλίες θα δίνεται η ευκαιρία στους μαθητές αρχικά να αντιληφθούν ποιες είναι οι συνέπειες του τουρισμού, ποια είναι τα οφέλη του, ποιες είναι οι επιθυμητές συμπεριφορές και ποιες είναι οι καταδικαστέες. Κατά τη διάρκεια των ομιλιών, οι μαθητές θα έχουν το δικαίωμα να θέσουν τα ερωτήματά τους και μέσα από το διάλογο, θα επιτευχθεί η σωστότερη ενημέρωσή τους, άρα και η καλύτερη προστασία τους, ειδικά από τα φαινόμενα παθολογείας.

5.9 Προτάσεις για Βελτίωση Φυσικού και Δομημένου Περιβάλλοντος

Όσο αφορά το περιβάλλον του προορισμού, υπάρχουν αρκετές πτυχές που πρέπει να βελτιωθούν. Αρχικά, ένα μεγάλο πλήγμα είναι η υπερβολική κατανάλωση υδάτινων πόρων, κατά την τουριστική περίοδο, που υπερβαίνει το μέγεθος των υπαρχόντων πόρων, με αποτέλεσμα να μένουν πολλές φορές οι κάτοικοι χωρίς νερό στους οικισμούς τους. Αυτό το φαινόμενο όπως και της υπερκατανάλωσης ενεργειακών πόρων, πρέπει άμεσα να αντιμετωπιστούν, διότι δεν συμβάλλουν μόνο στη μείωση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, αλλά και στην δυσαρέσκεια των ντόπιων. Οι τοπικοί φορείς, η Περιφέρεια του νομού και η Νομαρχία, θα πρέπει να προβούν στην ανεύρεση περισσότερων πηγών ενέργειας και για την εκμετάλλευση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και υδάτων και στην ανακάλυψη ενός τρόπου αποθήκευσης των πόρων και καλύτερης διοχέτευσης τους στους οικισμούς και στις τουριστικές υποδομές.

Πέρα όμως από την απώλεια υπερβολικών ποσοτήτων νερού, κατά την τουριστική περίοδο, η πόλη του Ηρακλείου αντιμετωπίζει πρόβλημα όσο αφορά και την ποιότητα του, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι και οι τουρίστες να προβαίνουν στην κατανάλωση εμφιαλωμένου νερού. Για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, που μπορεί μελλοντικά να προκαλέσει βλάβη στην υγεία των ανθρώπων, οι τοπικοί φορείς πρέπει να στραφούν στην βελτίωση των συστημάτων ύδρευσης που παρέχουν στους πολίτες τους και να φροντίσουν για την καθαριότητα του νερού. Ενδεχομένως να χρειαστεί να δημιουργηθούν υποδομές κατεργασίας νερού, όπου θα ελέγχεται ο βαθμός

μόλυνσης που έχει και άμεσα θα γίνεται η απολύμανση του, ώστε να παρέχεται στους οικισμούς καθαρό και αμόλυντο. Επίσης, θα μπορούσαν να προβούν στην ανέγερση χώρου αφαλάτωσης και κατά συνέπεια να μπορούν να έχουν μεγαλύτερες ποσότητες νερού προς κατανάλωση.

Μέχρι σήμερα οι κεντρικές εγκαταστάσεις του εργοστασίου της Δ.Ε.Η. (Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού) βρίσκονται στο Ηράκλειο και τροφοδοτούν αν όχι ολόκληρη, το μεγαλύτερο μέρος της Κρήτης. Κατά συνέπεια τους καλοκαιρινούς μήνες που αυξάνεται η κατανάλωση ρεύματος, το εργοστάσιο δε μπορεί να ανταπεξέλθει στο ρυθμό κατανάλωσης με άμεσο επακόλουθο τις τακτικές διακοπές του ρεύματος, για παραπάνω από μία μέρες. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος θα πρέπει αρχικά, να εκσυγχρονιστεί το δίκτυο διανομής του ρεύματος, ώστε να αποφευχθούν οι βλάβες, άρα και η διακοπή του ρεύματος και εν συνεχεία, να αυξηθεί ο αριθμός των μηχανών παραγωγής ρεύματος, διότι με τον αριθμό μηχανών που υφίστανται τώρα, η ισχύς που είναι εγκατεστημένη στο νησί δεν αρκεί και εκ περιδρομής γίνεται διακοπή του ρεύματος.

Επιπλέον, οι τοπικές αρχές μπορούν να στραφούν στην εκμετάλλευση εναλλακτικών πηγών ενέργειας, όπως είναι η Αιολική, η Ηλιακή, η Γεωθερμική, και η Υδροδυναμική. Οι πηγές αυτές δεν λειτουργούν με πετρέλαιο ή άνθρακα, όπως κάνουν οι μηχανές του εργοστασίου της Δ.Ε.Η. και έτσι δεν υπερθερμαίνουν τον πλανήτη με την έκθεση διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα. Συγκεκριμένα, η Αιολική, μέσω των ανεμογεννητριών, παράγει ήπιας μορφής ενέργεια μέσω των ανέμων που γυρίζοντας τα πτερύγια της ανεμογεννήτριας, τα οποία με τη σειρά τους θέτουν σε λειτουργία τη γεννήτρια και παράγεται ρεύμα δίχως την κατανάλωση καυσίμων, επομένως δεν μολύνουν και το περιβάλλον. Ήπιας μορφής ενέργεια, παράγεται επίσης, μέσω των φωτοβολταϊκών πάρκων -ηλιακή ενέργεια-, όπου οι ειδικές πλάκες που τοποθετούνται στα πάρκα, απορροφούν το φως του ήλιου και το μετατρέπουν σε ρεύμα. Η Γεωθερμική ενέργεια, παρότι είναι ήπιας μορφής, καθώς εκμεταλλεύεται το υπερθερμασμένο νερό του κέντρου της Γης που μετατρέπεται σε ατμό και με την εγκατάσταση τουρμπίνων θέτει σε λειτουργία τη γεννήτρια και παράγεται ρεύμα, εν τούτοις δε μπορεί να εγκατασταθεί στο Ηράκλειο λόγω ακαταλληλότητας του υπεδάφους, εκτός εάν γίνουν περεταίρω έρευνες πάνω στο θέμα. Τέλος, Υδροδυναμική, είναι σε πειραματικό στάδιο και ακόμα δε μπορεί να

εφαρμοστεί. Αυτή η πηγή ενέργειας, εκμεταλλεύεται τις ποσότητες του νερού που μετακινούνται με τα κύματα της θάλασσας, οι οποίες ποσότητες θα μπορούσαν να στρέψουν σε λειτουργία τη γεννήτρια και να παραχθεί ρεύμα.

Οπότε, οι προτεινόμενες εναλλακτικές μορφές ενέργειας για το Ηράκλειο, αποτελούν η Αιολική και η Ηλιακή καθώς η Ελλάδα γενικότερα, χαρακτηρίζεται για την ήλιο που διαθέτει αλλά και για την ισχύ του αέρα της. Μέχρι σήμερα έχουν αναπτυχθεί κάποια αιολικά και φωτοβολταϊκά πάρκα, όμως φαίνεται πως δεν επαρκούν για την αντιμετώπιση του προβλήματος της πόλης και πρέπει οι τοπικές αρχές να προβούν στη δημιουργία περισσότερων.

Ένα ακόμα πλήγμα του τουρισμού στο περιβάλλον, αποτελεί το κυκλοφοριακό, όπου τους καλοκαιρινούς μήνες επικρατεί μια χαοτική κατάσταση στην πόλη. Ο υπερβολικός αριθμός αυτοκινήτων και μοτοσικλετών γεμίζουν ασφυκτικά τους δρόμους με αποτέλεσμα να κλείνουν και να σταματούν την κυκλοφορία. Για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, θα πρέπει να βελτιωθεί αρκετά το οδικό δίκτυο της πόλης, έτσι ώστε να μπορεί να εξυπηρετεί τον αριθμό των αυτοκινούμενων που φιλοξενεί. Η πρόσθεση κόμβων, γεφυρών και η διαπλάτυνση των δρόμων είναι οι τρεις βασικοί άξονες πάνω στους οποίους πρέπει να καθοδηγηθούν οι τοπικοί φορείς. Επιπλέον, θα μπορούσε και η πόλη του Ηρακλείου να υιοθετήσει το σύστημα της Αθήνας και κατά τους καλοκαιρινούς μήνες να μην επιτρέπεται καθημερινά η κυκλοφορία όλων των οχημάτων αλλά, με βάση τον αριθμό πινακίδας τους –εν είναι ζυγός ή μονός- να τους επιτρέπεται η κυκλοφορία μέρα παρά μέρα, εναλλάξ. Με αυτό τον τρόπο θα σημειωθεί μείωση στην κυκλοφορία οχημάτων και θα αποφευχθούν τα περαιτέρω προβλήματα.

Η μόλυνση που έχει υποστεί το περιβάλλον, θα πρέπει επίσης να αντιμετωπιστεί καθώς δεν επηρεάζει μόνο το περιβάλλον, αλλά και τους τουρίστες που δε θα προτιμήσουν τον προορισμό, αφού θα έχει χάσει την ομορφιά του. Οι τοπικοί φορείς μπορούν να οργανώσουν ομάδες που θα είναι υπεύθυνες για την αποκομιδή των σκουπιδιών από τις παραλίες, τα πάρκα και άλλα σημεία συγκέντρωσης κατοίκων και τουριστών. Επίσης, ο καθαρισμός των δρόμων και η αποκομιδή των σκουπιδιών από τις γειτονιές, θα πρέπει να γίνονται πιο τακτικά, ώστε να μην μαζεύονται πολλά στους κάδους και μολύνουν το περιβάλλον.

Τέλος, το περιβάλλον έχει πληγεί και από την άναρχη κατασκευή των τουριστικών υποδομών. Η ιδανικότερη λύση, με γνώμονα το περιβάλλον, θα ήταν η κατεδάφιση τους και η ανέγερσή τους με στρατηγικό τρόπο, σχεδιασμένο ώστε να μην βλάπτει το περιβάλλον και να είναι πιο λειτουργικός, επειδή όμως αυτό είναι ακατόρθωτο, θα πρέπει πλέον, η κάθε κίνηση ανέγερσης και δημιουργία υποδομών, να μελετάται και να επιτρέπεται μόνο εάν δεν βλάπτει το περιβάλλον. Κατά αυτόν τον τρόπο, οι τοπικοί φορείς θα μπορέσουν να αποφύγουν την περαιτέρω καταστροφή του περιβάλλοντος.

5.10 Προτάσεις για Περαιτέρω Τουριστική Ανάπτυξη

Το Ηράκλειο ως προορισμός βρίσκεται στο στάδιο του μαρασμού και το επόμενο στάδιο που μπορεί να οδηγηθεί είναι η παρακμή ή η αναζωογόνηση, κατά τον Butler (1980). Επιθυμητό αποτέλεσμα είναι η αναζωογόνηση, γι' αυτό το λόγο η κοινωνία πρέπει να δημιουργήσει επιπλέον θέλγητρα και να εκμεταλλευτεί άλλες πηγές που ως τώρα δεν έχει αναπτύξει.

Θα πρέπει αρχικά, να αναπτύξει περισσότερο την παράκτια περιοχή του και να την εμπλουτίσει με περισσότερες τουριστικές δραστηριότητες. Σε όλους του νησιώτικους τουριστικούς προορισμούς, η κύρια τουριστική δραστηριότητα είναι στην παράκτια περιοχή τους. Εκεί είναι τα περισσότερα πολύ-κέντρα, οι καφετέριες, τα ξενοδοχεία και άλλες δραστηριότητες. Το Ηράκλειο μέχρι πρόσφατα δεν είχε αξιοποιήσει αυτές τις περιοχές του, αλλά τα τελευταία χρόνια έχει στραφεί την ανάπτυξη τους, με σκοπό τη παροχή ενός άρτια διαμορφωμένου τουριστικού προορισμού.

Αυξάνοντας τις υποδομές του, θα μπορεί να ικανοποιεί και να εξυπηρετεί μεγαλύτερο αριθμό τουριστών, δίχως να δημιουργούνται προβλήματα, διότι μέχρι σήμερα οι υποδομές του Ηρακλείου δεν επαρκούν για τον τουρισμό που δέχεται. Επίσης, με τη δημιουργία περισσότερων, διαφορετικών και πρωτότυπων υπηρεσιών στην πόλη, ο τουρίστας θα βρει και άλλους λόγους για να επισκεφθεί την πόλη.

Επίσης, είναι πολύ βασικό οι τοπικοί φορείς να φροντίσουν για την υπενθύμιση της ύπαρξης του προορισμού, σχεδιάζοντας τις προωθητικές τους ενέργειες έτσι ώστε να δελεάσουν τον πιθανό τουρίστα και να του δημιουργήσουν την επιθυμία να

ανακαλύψει την πόλη του Ηρακλείου. Η διαφήμιση του Ηρακλείου θα πρέπει να πραγματοποιηθεί τόσο εγχώρια όσο και στο εξωτερικό, μέσω του internet, των περιοδικών, της τηλεόρασης, των ραδιοφώνων, της υπαίθριας διαφήμισης και άλλων διαφημιστικών μέσων. Οι υπεύθυνοι για την προβολή της πόλης, θα πρέπει να αναλογιστούν ποιο είναι το target group τους σε κάθε χώρα και ανάλογα με το προφίλ του target group, να επιλέξουν τα μέσα με τα οποία θα διαφημίσουν τον προορισμό.

Έχοντας φροντίσει για την βελτίωση της εικόνας του, το Ηράκλειο θα μπορέσει να προβεί στο στάδιο της αναζωογόνησης με βελτιωμένο τόσο το παρεχόμενο τουριστικό του προϊόν, όσο και την ποιότητα ζωής των κατοίκων του. Άμεσο επακόλουθο αυτής της βελτίωσης είναι η ευρύτερη ανάπτυξη της πόλης και φυσικά η αύξηση των οικονομικών εισφορών της.

5.11 Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα

Για να μπορέσει να σημειωθεί η περαιτέρω ανάπτυξη του Ηρακλείου σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, θα πρέπει να διεξαχθούν έρευνες που θα εντοπίσουν τα προβλήματα του τόπου, ώστε οι τοπικοί φορείς να επικεντρωθούν σε αυτά.

Αρχικά, θα πρέπει να οργανωθούν και να λάβουν μέρος, έρευνες πανομοιότυπες με την παρούσα, προς στον ντόπιο πληθυσμό. Με αυτόν τον τρόπο, οι τοπικοί φορείς θα έχουν μια σαφή εικόνα για το πώς βλέπουν οι ντόπιοι τον τόπο τους, ποια είναι τα παράπονά τους, πού θεωρούν ότι μειονεκτεί η πόλη και ποιες είναι οι δικές τους προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξή της.

Στη συνέχεια, θα πρέπει να διεξαχθεί έρευνα και στους τουρίστες της περιοχής έτσι ώστε να εντοπιστούν και τα δικά τους παράπονα. Κατά αυτόν τον τρόπο, οι τοπικοί φορείς θα μπορούν να πλησιάσουν τον τουρίστα και να δουν ποιες είναι οι ανάγκες του και ποια εικόνα έχουν σχηματίσει για την πόλη του Ηρακλείου ως τουριστικό προορισμό. Μέσω της έρευνας, θα μπορέσουν να διεξάγουν συμπεράσματα για τους τομείς που μειονεκτεί η πόλη και για τους τομείς που χρειάζονται αναβάθμιση, ώστε να επικεντρωθούν σε αυτούς στο στρατηγικό σχεδιασμό ανάπτυξης της πόλης και να επιτύχουν τον στόχο τους.

Οι επιχειρηματίες και οι τοπικοί ιθύνοντες δε θα πρέπει να απουσιάζουν από το στοχευμένο κοινό των ερευνών. Το κοινό αυτό αποτελεί τους κύριους επενδυτές του τουρισμού και θα πρέπει να εστιάσουν οι φορείς και στις δικές τους ανάγκες και παράπονα. Τα άτομα αυτά ζουν από τον τουρισμό και κατά συνέπεια επιθυμούν την παραπάνω αύξηση του ποσοστού του, στο Ηράκλειο. Γι αυτόν το λόγο, θα πρέπει να συμπεριληφθούν στην έρευνα των τοπικών φορέων ώστε σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα των παραπάνω ερευνών, να υπάρξει η πλήρης εικόνα του τουρισμού και της ανάπτυξης που σημειώνει η πόλη και να παρθούν πιο ορθές αποφάσεις και να γίνουν οι σωστές κινήσεις.

Τέλος, επειδή τα αποτελέσματα της κάθε έρευνας αντιπροσωπεύουν την άποψη του κοινού για την χρονική περίοδο που διεξήχθηκε αυτή, θα πρέπει να επαναλαμβάνονται οι παραπάνω έρευνες σε τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να γίνεται έλεγχος της μεταβολής των απόψεων των ντόπιων, των τουριστών, των επιχειρηματικών και των τοπικών ιθύνοντων. Με αυτόν τον τρόπο θα γίνεται έλεγχος της απόδοσης των αλλαγών που έχουν πραγματοποιήσει οι τοπικοί φορείς και επίσης θα γίνεται εκτίμηση της ανάπτυξης που έχει σημειωθεί, ενώ παράλληλα θα τίθενται νέοι στόχοι με βάση τις ανάγκες του ερευνητικού κοινού.

5.12 Επίλογος

Για την επίτευξη των στόχων αυτών, πρέπει να τονιστεί η ανάγκη για ενημέρωση αλλά και η συνδρομή των φορέων, τόσο των τοπικών όσο και της περιφέρειας, που ασχολούνται με το τουρισμό, αλλά και του κάθε πολίτη ξεχωριστά. Η τουριστική αναζωογόνηση του Ηρακλείου ως τουριστικός προορισμός, δεν αποτελεί απλά την αύξηση των κερδών του τόπου, αλλά έχει επίσης αντίκτυπο στον τρόπο και την ποιότητα ζωής των μόνιμων κατοίκων του, στην βελτίωση της λειτουργίας της κοινωνίας και την προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος, χωρίς να χάσει τη φυσική του ομορφιά.

Για να μπορέσουν να πραγματοποιηθούν οι παραπάνω προτάσεις, θα πρέπει ενδεχομένως να διεξαχθούν ανάλογες έρευνες με την παρούσα, για τη μελέτη των αναγκών των ντόπιων αλλά και των τουριστών και να μπορέσουν οι αρμόδιοι φορείς να θέσουν τους στόχους που χρειάζονται. Κατά αυτόν τον τρόπο θα έχουν μια πιο ξεκάθαρη εικόνα της πραγματικότητας και θα μπορέσουν πιο εύκολα να εντοπίσουν

τα μειονεκτήματα του τόπου και να τα διορθώσουν, κατόπιν στρατηγικού σχεδιασμού.

Ο τουρισμός, αποτελεί για το Ηράκλειο, τον βασικότερο οικονομικό παράγοντα και μέχρι σήμερα τον θεωρούσε δεδομένο, όμως ο τουρισμός είναι πλέον πολύ πιο ανταγωνιστικός αφού υπάρχουν πάρα πολλοί τουριστικοί προορισμοί και ο τουρίστας θα επιλέξει εκείνον που τον ικανοποιεί καλύτερα. Οι φορείς, λοιπόν, του Ηρακλείου θα πρέπει να φροντίσουν ώστε να το φέρουν ξανά στον ανταγωνισμό, να προβληθούν τα δυνατά του σημεία και με αυτόν τον τρόπο θα προκληθεί περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη πάνω σε μια πιο ορθολογική και βιώσιμη βάση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Ξενόγλωσση

- Aaker, D. & Day, G. (1990). *Marketing Research*, (4th eds). New York: Wiley.
- Andriotis, K. (2000) *Local Community Perceptions of Tourism as a Development Tool: The Island of Crete*. Unpublished PhD Thesis, Bournemouth: Bournemouth University.
- Britton, S. (1982) The Political Economy of Tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 331 – 358.
- Britton, S. (1989) Tourism Dependency and Development: *A Model of Analysis*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Bruno & Wildt (1975) Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Brunt, P. (1997) *Market Research in Travel and Tourism*, Butterworth – Heinemann
- Chisnal, P. M. (1986) *Marketing Research*, McGraw – Hill, 3^η έκδοση.
- Butler, R. (1980) The Concept of Tourist Area Cycle Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*. 24(1).
- Clark, M., Riley, M., Wilkie, E. & Wood, R. (2000). *Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism*. London: Thomson.
- Clawson & Knetsch (1966) Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Defert, (1954) *Essai de Localisation Touristique*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Denzin, N. K. (1998) *The Research Act: A Theoretical Introduction to Research Methods*, Prentice – Hall, 3^η έκδοση.

Denzin, K. & Lincoln, S. (1998) *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. London: SAGE Publications.

Dobson, J. & Snelgrove, M. (2005) *Holidaying in Isolation: A Study of Enclave Development in Gambia*. Cardiff: University of Wales.

Douglas, N. (1997) Applying the Life Cycle Model to Melanesia. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Doxey, G. (1975) A Causation Theory of Visitor Residents Irritants: Methodology and Research Inferences. *The Impact of Tourism, 6th Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*. San Diego.

Doxey, G. (1976) When Enough's Enough: The Natives are Restless in Old Niagara. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Eyssartel, A. M., Rochette B., (1992) *Des Mondes Inventés: Les parcs à thème*. Στο: Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Freitag, T. (1994) Enclave Tourism Development: For Whom the Benefits Roll? *Annals of Tourism Research*, 21(3).

Friedmann, J. (1980) An Alternative Development? Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Gee, Y.C. & Makens, J.C. & Choy, D. J. L. (1989) *The Travel Industry*. Στο: Κοκκώσης, X. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Gilbert, E. (1939) *The Growth of Inland and Seaside Health Resorts in England*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη : ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Gouer J. Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Greenwood, D. (1972) *Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Holloway, C. & Robinson, C. (2003) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Hunziker, W.& Kraft, K. (1942) *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*. Στο: Ηγουμενάκης, Ν (1999) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Jafari (1987) Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Lavery, P. (1971) *Resorts and Recreation*. Στο: P. Lavery (ed). *Recreational Geography*. New York: Wiley, 167 – 195.

Malhorta, K. (1996) *Marketing Research: An Applied Analysis*. 2nd (eds), London: Prentice Hall.

Maslow (1954) Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Medecin, J. Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Noronha, R. (1975) *Review of the Sociological Literature on Tourism*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Pearce, D. (1992^α) *Tourist Organisations* Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη : ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Pizam, A. (1994) *Planning a Tourist Research Investigation*. In: Richie, B. & Goeldner, R. *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers*. 2nd (eds), New York: Wiley.

Punch, F. (1998) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Schmoll (1997) Στο: Gartner, W. (2001), *Τουριστική Ανάπτυξη: Αρχές, διαδικασίες και πολιτικές*, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.

Secaran, U. (2000) *Research Methods for Business: A Skill – Building Approach*. 3rd (eds), New York: John Wiley & Sons Inc.

Singleton, A., Straits, C. & Straits, M. (1993) *Approaches to Social Research*. 2nd (eds), New York: Oxford University Press.

Veal, J. (1997) *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. 2nd (eds), London: Pitman.

Walle, H. (1997) Quantitative Versus Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524 – 536.

Weaver, J & Jameson, K. (1981) *Economic Development, Competing Paradigms*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Williams, A. M. & Shaw, G. (1994) *Tourism and Development: Introduction*. Στο: Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Wolfe, R. (1952) *Wassage Beach – The Divorce from the Geographic Environment*. Στο: Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη: ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

WTO (1993) *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Στο: Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Β. Ελληνική

Ανδριώτης, Κ. (2005) *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.

Βλαχοπούλου, Μ. (2003) *e-Marketing, Διαδικτυακό Μάρκετινγκ*. Γέρακας: Rosili.

Γ.Υ.Σ. (2008) *Αεροφωτογραφία της Πόλης του Ηρακλείου 2008*. Αθήνα: Γεωγραφική Υπηρεσία Στρατού.

Έξαρχος, Γ & Καραγιάννης Στ (2004) *Αγροτουρισμός Μοχλός για την Ανάπτυξη της Υπαίθρου*. Θεσσαλονίκη : Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης.

- Ζώτος, Γ. (2000) *Διαφήμιση*. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1999) *Τουριστικό Μάρκετινγκ*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks.
- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κόνσολας, Ν. (1978). *Μερικές Βασικές Αρχές της Περιφερειακής Πολιτικής, Επιθεώρησης Περιφερειακής Ανάπτυξης*, Τεύχος 3, Αθήνα.
- Λαγός, Δ., Γ., (1996). *Οι Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη*, Αθήνα: Διδακτορική Διατριβή, Κεφάλαιο 4.
- Μακράκης, Β. (2005) *Ανάλυση Δεδομένων στην Επιστημονική Έρευνα με τη Χρήση του SPSS (3^η εκδ.)*, Αθήνα: Gutenberg.
- Παππάς Ν. (2006) *Σημειώσεις Μαθήματος Σχεδιασμός Τουριστικής Ανάπτυξης*, Κρήτη : ΑΤΕΙ Κρήτης Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.
- Πορφυράκη, Ε., Χριστοφοράκη, Ι. & Καρπουζάκη, Ε. (2006) Πτυχιακή εργασία: *Η Κρήτη ως Τουριστικός Προορισμός από το 2000 μέχρι σήμερα, και Προοπτικές Εξέλιξης*, Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ηράκλειο.
- Χρήστου, Ε. (1999) *Έρευνα Τουριστικής Αγοράς*, Αθήνα: Interbooks.

Γ. Προερχόμενη από το διαδίκτυο

- 10.4.4 Fm Radio (2008) *Ο Παγκρήτιος Σύνδεσμος Εναλλακτικού Τουρισμού στη Νομόρχη Ηρακλείου*. Πηγή από το Διαδίκτυο:
<http://www.104fm.gr/content/view/3079/2/lang./> Ανακτήθηκε στις 11.10.2008.
- Balcinet Balkan Cities Network (2008) *Δήμος Ηρακλείου*. Πηγή από το Διαδίκτυο
:<http://www.balcinet.org/DB679CAF.el.aspx> Ανακτήθηκε στις 11.10.2008.

Blog Αστικής Ανάπτυξης και Χωροταξίας (2007) *Ηράκλειο Κρήτης: Αλλάζοντας Πρόσωπο, Αλλάζοντας Γεωγραφία*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://stratigikos-sxediasmos.blogspot.com/2007/06/blog-post.html> Ανακτήθηκε στις 18.10.2008.

eBusinessForum,(2008) *Ηλεκτρονικά Συστήματα Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Ισχύουσα Κατάσταση, Διεθνείς Τάσεις και Προοπτικές*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?language=el&ctn=106&moduleid=-1&label=0> Ανακτήθηκε στις 26.07.2008.

Ecocrete (2008) *Επιπτώσεις Τουριστικών Επενδύσεων Μεγάλης Κλίμακας*. Πηγή από το διαδίκτυο:

http://www.ecocrete.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=2165&Itemid=32 Ανακτήθηκε στις 11.10.2008.

Greek Insight, Daily Newspaper for Greeks of Diaspora (2008) *Από 2 έως 5 Οκτωβρίου στο Ηράκλειο η Έκθεση «Κρήτη 2008»*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.greekinsight.com/?conID=10714> Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Holidays in Greece (2008) Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.holidaysingreece.tv/greek/products.asp?cat=9&subcat=55> Ανακτήθηκε στις 11.10.2008.

LogosDictionary,(2008) *Τουρισμός Σημαίνει να Ταξιδεύεις πολύ μακριά ούτως ώστε να Νοσταλγήσεις να Επιστρέψεις στην Πατρίδα*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.logosdictionary.org/pls/dictionary/new_dictionary.gdic.st?phrase_code=5468426 Ανακτήθηκε στις 26.07.2008.

Magazine by homeboy (2008) *Χριστουγεννιάτικα Έθιμα από το Ηράκλειο Κρήτης*.

Πηγή από το διαδίκτυο: <http://magazine.homeboy.gr/?p=6263> Ανακτήθηκε στις 18.01.2009.

Travel daily News (2005) *Τριήμερο Εορταστικών Εκδηλώσεων από τις Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=21694&subcategory_id=22

Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Travel Daily News (2006) *Ημερίδα Τουρισμού στο Μόναχο από τις Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=28591&subcategory_id=22

Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Αναπτυξιακή Ηρακλείου ΑΕ. (2008) *Δράσεις Πληροφόρησης*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.anher.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=144&Itemid=14

1 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Βικιπαιδεία (2008) *Ηράκλειο Κρήτης*. Πηγή από το διαδίκτυο:

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%BB%CE>

[/%B5%CE%B9%CE%BF](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CF%81%CE%AC%CE%BA%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CE%BF) Ανακτήθηκε στις 12.11.2008.

Εδώ Κρήτη (2001): *Η Νομ. Αυτοδιοίκηση στο «Ταξίδι 2001» της Λευκωσίας*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.lysis.net/edokriti/f20010516/f20010516.htm>

Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Επιμελητήριο Ηρακλείου (2008) *Επιστολή Προέδρου Επιμελητηρίου Ηρακλείου προς τους Προέδρους των Κομμάτων*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.ebeh.gr/gr/news_B.asp?p=20034-541&bk-p=1-

[1&status=dtl&dfitpg=home.asp](http://www.ebeh.gr/gr/news_B.asp?p=20034-541&bk-p=1-1&status=dtl&dfitpg=home.asp) Ανακτήθηκε στις 11.10.2008.

Εφημερίδα Πατρίς (2008) *Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Εναλλακτικού Τουρισμού: Οι Νέες Ευκαιρίες για το Νομό*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.patris.gr/articles/136478?PHPSESSID=9e50148356a6fe507e10f72fc17b6>

[840](http://www.patris.gr/articles/136478?PHPSESSID=9e50148356a6fe507e10f72fc17b6) Ανακτήθηκε στις 11.10.08.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου Portal Τουριστικής & Πολιτιστικής Προβολής (2008α) *Η Φύση του Νομού Ηρακλείου*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.nah.gr/itrace/index.php4?content_lang=1&subsite=1&cat_id=3&cat_id1=3 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου Portal Τουριστικής & Πολιτιστικής Προβολής (2008β) *Πολιτιστική Κληρονομιά & Αρχαιολογία*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.nah.gr/itrace/index.php4?content_lang=1&subsite=1&cat_id=4&cat_id1=4 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου Portal Τουριστικής & Πολιτιστικής Προβολής (2008γ) *Γαστρονομία – Οινοποιία*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.nah.gr/itrace/index.php4?content_lang=1&subsite=1&cat_id=5&cat_id1=5 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου Portal Τουριστικής & Πολιτιστικής Προβολής (2008δ) *Παραδοσιακές Τέχνες & Προϊόντα – Δημοφιλείς Παραδόσεις*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.nah.gr/itrace/index.php4?content_lang=1&subsite=1&cat_id=6&cat_id1=6 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου Portal Τουριστικής & Πολιτιστικής Προβολής (2008ε) *Παραδοσιακή Αρχιτεκτονική και Οικοδομήματα*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

http://www.nah.gr/itrace/index.php4?content_lang=1&subsite=1&cat_id=7&cat_id1=7 Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου (2008) *Ιστορικά Στοιχεία*. Πηγή από το Διαδίκτυο:

<http://www.portheraclion.gr/olh/frontend/index.jsp?page=12> Ανακτήθηκε στις 18.10.2008.

ΠΑΣΕΓΕΣ (2008) *Στη Διεθνή Έκθεση POLAGRA-FOOD η Νομαρχία Ηρακλείου*.

Πηγή από το Διαδίκτυο: <http://www.paseges.gr/portal/cl/co/8f7175b5-e5f3-499c-ba04-a42684eced8b> Ανακτήθηκε στις 19.10.2008.

Σχολή Αρχιτεκτόνων Μηχανικών Ε.Μ.Π. Διαλέξεις 2001 (2001) *Ηράκλειο Κρήτης: Η Δυναμική της Ανάπτυξης & οι Παράγοντες της Αυθαιρεσίας*. Πηγή από το Διαδίκτυο:<http://courses.arch.ntua.gr/111756.html> Ανακτήθηκε στις 17.10.2008.

Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης (2008) *Μια Περιήγηση Στην Πόλη Του Ηρακλείου*. Πηγή από το διαδίκτυο:
http://www.teicrete.gr/tei/el/gen_plhrof/hrakleio/irakleio_simera.htm Ανακτήθηκε στις 12.11.2008.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΑΕΡΟΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ (2008)



Πηγή: Γ.Υ.Σ. (2008)

Σημείωση: Το παρόν γεωγραφικό υλικό χορηγήθηκε μετά από αίτηση του ενδιαφερόμενου σύμφωνα με την Π.Δ. 1 – 4/83/ΓΕΕΘΑ/2αΜΕΟ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΝΤΟΠΙΟΥΣ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΝΤΟΠΙΩΝ

1. **ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ:** Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις.

A. Η προσέλκυση περισσότερων επενδύσεων λόγω του τουρισμού ενισχύει συνολικά την τοπική οικονομία

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

B. Η ποιότητα της ζωής των ντόπιων έχει λόγω του τουρισμού βελτιωθεί σημαντικά

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Γ. Οι τοπικές εμπορικές επιχειρήσεις θα είχαν πολύ χαμηλότερη κερδοφορία αν δραστηριοποιούνταν σε τουριστική περιοχή

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Δ. Η οικονομία του Ηρακλείου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ε. Ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην αύξηση των τιμών των προϊόντων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

ΣΤ. Ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην αύξηση των τιμών των υπηρεσιών

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ζ. Ο τουρισμός ωφελεί μία μικρή ομάδα κατοίκων στο Ηράκλειο

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Η. Ο τουρισμός δημιουργεί περισσότερες ευκαιρίες εργασίας για τους αλλοδαπούς παρά για τους ντόπιους

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Θ. Ο τουρισμός αυξάνει τις ευκαιρίες απασχόλησης των κατοίκων μόνο εποχιακά

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Ι. Οι χερσαίες συγκοινωνίες της Κρήτης (Κ.Τ.Ε.Λ.) θα ήταν σαφώς λιγότερες αν δεν υπήρχε τουρισμός.

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

2. ΚΟΙΝΩΝΙΑ: Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις.

Α. Ο τουρισμός οδήγησε σε αύξηση των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων με παράλληλη βελτίωση της ψυχαγωγίας των ντόπιων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	---	---	---	---	---	-----------------

Β. Ο τουρισμός οδήγησε σε βελτίωση της ψυχαγωγίας των ντόπιων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Γ. Ο τρόπος κατανάλωσης των τουριστών οδηγεί τους ντόπιους σε μιμητισμό των καταναλωτικών προτύπων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Δ. Ο τουρισμός προκαλεί εμπορευματοποίηση των παραδόσεων των Κρητών

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Ε. Εξ' αιτίας του τουρισμού αναβιώνουν τα παλιά έθιμα της Κρήτης

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

ΣΤ. Οι αρχαιολογικοί χώροι θα ήταν πολύ λιγότερο συντηρημένοι αν δεν υπήρχε τουρισμός

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Ζ. Ο τουρισμός έχει αυξήσει την εγκληματικότητα στο Ηράκλειο

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Η. Ο τουρισμός έχει αυξήσει την πορνεία στο Ηράκλειο

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Θ. Ο τουρισμός έχει αυξήσει τη διακίνηση ναρκωτικών στο Ηράκλειο

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Ι. Ο τουρισμός έχει αυξήσει τα φαινόμενα διαφθοράς στο Ηράκλειο

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: Παρακαλώ απαντήστε στο κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις.

Α. Ο τουρισμός αποτελεί ένα παράγοντα ανακαίνισης των ιστορικών κτιρίων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Β. Ο τουρισμός αποτελεί ένα παράγοντα προστασίας των φυσικών πόρων

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Γ. Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του κυκλοφοριακού

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Δ. Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση του θορύβου

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Ε. Ο τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της μόλυνσης

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

ΣΤ. Το οδικό δίκτυο στο Ηράκλειο είναι αρκετά καλό, εξαιτίας της τουριστικής ανάπτυξης

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Z. Ο τουρισμός προκαλεί υπερβολική κατανάλωση ενεργειακών πόρων ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

H. Ο τουρισμός προκαλεί υπερβολική κατανάλωση υδάτινων πόρων ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

Θ. Η άναρχη κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών υποδομών έχει οδηγήσει στην καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

I. Η υπερσυγκέντρωση τουριστών σε παραλίες, πάρκα κλπ, οδηγεί σε μείωση της ποιότητας του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος

Συμφωνώ Απόλυτα	1	2	3	4	5	Διαφωνώ Απόλυτα
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------------

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Φύλο

Ανδρας

Γυναίκα

Ηλικία:

18 – 35

36 – 50

51+

Εκπαίδευση:

Πρωτοβάθμια - Δευτεροβάθμια Τριτοβάθμια - Μεταπτυχιακό

Ετήσιο Εισόδημα (σε €):

0 – 15.000 15.001 – 30.000 30.001 και άνω

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!