

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΤΗΝ ΔΕΚΑΕΤΙΑ 1990-2000»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ
ΓΚΙΩΡΓΚΑΣ ΠΑΣΧΑΛΗΣ
ΣΧΟΙΝΑΡΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
ΠΕΔΙΑΔΙΤΗΣ ΠΑΝΤΕΛΗΣ

Ηρακλειο 2006

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	3
Σύντομη ιστορική αναδρομή για την εξέλιξη του τουρισμού στην Κρήτη	3
1.1. Η εισαγωγή της έννοιας “ τουρισμός ” στην κρητική οικονομία.	3
1.2. Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού.	3
1.3 Στρατηγική ανάλυση προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού.....	6
1.3.1. Τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού.	6
1.3.2. Τα λιγότερο ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού.	8
1.4. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	11
1.4.1. Ο συνεδριακός τουρισμός.....	11
1.4.2. Τουρισμός κινήτρων	12
1.4.3. Σχολικός τουρισμός	13
1.4.4. Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας.....	13
1.4.5. Αγροτουρισμός	14
1.4.6. Εσωτερικός τουρισμός.....	14
1.4.7. Αθλητικός τουρισμός.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	16
Οι προσπάθειες ανάπτυξης του κρητικού τουρισμού σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.	16
2.1. Τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (ΜΟΠ) ,Το Α & Β ΚΠΣ , και τα αποτελέσματά τους στην ανάπτυξη του κρητικού τουρισμού.	16
2.2. Το Γ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) : Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) Κρήτης.	17
2.3. Ο Αναπτυξιακός νόμος 2601/98 “Ενισχύσεις ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας”.....	21
2.3.1. Είδη παρεχόμενων ενισχύσεων.....	21
2.3.2. Διάκριση των επενδυτικών φορέων – Καθορισμός του είδους της ενίσχυσης τους.	22
2.3.3. Υπαγόμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες τουριστ. επιχειρήσεις)	23
2.3.4. Περισσότερα στοιχεία για το νόμο	24
2.3.5. Αποτελέσματα εφαρμογής του αναπτυξιακού νόμου στις τουριστικές επιχειρήσεις της περιφέρειας Κρήτης.	27
2.4. Η Τουριστική Πολιτική του Υπ. Ανάπτυξης για τη χρονική περίοδο 2000- 2004.	29
2.4.1. Πολιτική ενίσχυσης της ζήτησης.....	31
2.4.2. Πολιτική ενίσχυσης της προσφοράς	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	36
Η Τουριστική κίνηση στην Κρήτη. Πίνακες , στατιστικά στοιχεία και δεδομένα που παρουσιάζουν την προσέλευση των τουριστών στο νησί από τις κύριες πύλες εισόδου.	36
3.1. Λιμένας Ηρακλείου.....	37
3.1.1.Γραμμές εσωτερικού (Minoan Lines, ANEK Lines).....	37
3.1.2. Κρουαζιερόπλοια Εσωτερικού	40
3.1.3. Κρουαζιερόπλοια Εξωτερικού.....	41
3.1.4. Θαλαμηγοί ελληνικής σημαίας.....	44
3.1.5. Θαλαμηγοί ξένης σημαίας	45
3.2 Διεθνείς Αερολιμένες.....	47
3.2.1 Αερολιμένας Ηρακλείου	50
3.2.3. Αερολιμένας Χανίων	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	61
Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης. Αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών.	
Διανυκτερεύσεις και πληρότητες ξενοδοχειακών μονάδων	61
4.1. Χωροταξικοί πίνακες δυναμικότητας κατά κατηγορία ('96 – 00).....	62
4.1.1. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ 62
4.1.2. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΧΑΝΙΩΝ.....	63
4.1.3. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ	64
4.1.4. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ .	65
4.2 Πίνακες ξενοδοχειακού δυναμικού κατά βαθμίδα δυναμικότητας	
(1996 – 2000).....	70
4.2.1. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας :ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	70
4.2.2. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: ν. ΧΑΝΙΩΝ.....	71
4.2.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ.	72
4.2.4. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ...	73
4.3 Πίνακες αφίξεων , διανυκτερεύσεων και πληρότητας (1996 – 2000).....	78
4.3.1. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	78
4.3.2. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΧΑΝΙΩΝ.....	79
4.3.3. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ.....	80
4.3.4 Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	81
4.4. Πίνακες Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων και Μέσου Όρου παραμονής των	
επισκεπτών στις ξενοδοχειακές μονάδες (1996- 2000).....	85
4.4.1. Ο νομός ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	85
4.4.2. Ο νομός ΧΑΝΙΩΝ.....	86
4.4.3. Ο νομός ΡΕΘΥΜΝΗΣ.....	87
4.4.4. Ο νομός ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	88
4.5. Τα τουριστικά προϊόντα που προτιμώνται περισσότερο από τους επισκέπτες	
στην Κρήτη.....	91
4.5.1. Πληροφορίες για την σύνταξη του ερωτηματολογίου και τη διεξαγωγή της	
έρευνας.....	91
4.5.3. Τα τουριστικά προϊόντα που προτιμώνται περισσότερο από τους επισκέπτες	
στην Κρήτη.....	94
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	99
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	101

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Σύντομη ιστορική αναδρομή για την εξέλιξη του τουρισμού στην Κρήτη .

1.1. Η εισαγωγή της έννοιας “ τουρισμός ” στην κρητική οικονομία.

Η ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτης ακολουθεί σε γενικές γραμμές τις τάσεις ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού, ο οποίος ξεκινά στη δεκαετία του '30, σαν οργανωμένος περιηγητικός τουρισμός, με αποκλειστικό σκοπό την επίσκεψη των σημαντικών αρχαιολογικών χώρων

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

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

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

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

1.2. Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού.

- 1) Το κλίμα – Οι καιρικές συνθήκες.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης μαζικού τουρισμού θερινών διακοπών, ο καιρός αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Από την άποψη αυτή η Κρήτη διαθέτει ένα από τα ευνοϊκότερα κλίματα στην Ελλάδα. Βάση στοιχείων που δίδονται από την Ε.Μ.Υ. στην Κρήτη τον μήνα Ιούλιο η μέση θερμοκρασία βρίσκεται στη ζώνη των χαμηλότερων θερμοκρασιών, ενώ το μήνα Ιανουάριο η μέση θερμοκρασία είναι στη ζώνη των υψηλότερων θερμοκρασιών για το μήνα αυτό. Αυτό, περιληπτικά, σημαίνει ότι το καλοκαίρι στην Κρήτη είναι σχετικά δροσερό, χωρίς να υπάρχει αφόρητη ζέστη, ενώ ο χειμώνας αργεί να κάνει την εμφάνιση του, αλλά και όταν εμφανίζεται είναι αρκετά ήπιος, πράγμα που σημαίνει ότι σχεδόν 8 μήνες το χρόνο στην Κρήτη επικρατούν ευνοϊκές καιρικές συνθήκες για την ανάπτυξη του θερινού τουρισμού.

2) Αρχαιολογικοί χώροι – Μνημεία.

Όπως ειπώθηκε νωρίτερα, τα αρχαιολογικά αξιοθέατα του νησιού απετέλεσαν το εφαλτήριο της ανάπτυξης του τουρισμού, στην πρώτη περιηγητική του φάση.

Σήμερα στην Κρήτη υπάρχουν :

- ③ 24 κηρυγμένοι αρχαιολογικοί χώροι.
- ③ 242 μνημεία διαφόρων ιστορικών εποχών.
- ③ 88 χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί.

Η μεγαλύτερη συγκέντρωση εμφανίζεται στο ν. Ηρακλείου, όπου εμφανίζεται και σημαντικά μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών σε σχέση με τους άλλους αρχαιολογικούς χώρους.

Η Κνωσός είναι ο αρχαιολογικός χώρος με τις περισσότερες επισκέψεις στην Ελλάδα μετά την Ακρόπολη των Αθηνών.

Το Μουσείο του Ηρακλείου είναι το μουσείο με τους περισσότερους επισκέπτες στην Ελλάδα, ξεπερνώντας και το Αρχαιολογικό Μουσείο των Αθηνών.

3) Φυσική ομορφιά : Μνημεία της φύσης , παραλίες , έντονη διαφοροποίηση των χαρακτηριστικών του φυσικού περιβάλλοντος.

Ο ταξιδιώτης που θα επισκεφθεί την Κρήτη, θα έχει την τύχη να συναντήσει σε αυτή μοναδικά μνημεία της φύσης. Το Φαράγγι της Σαμαριάς και το γνωστό Ελλαφονήσι που βρίσκονται στο ν. Χανίων αποτελούν 2 αντιπροσωπευτικά δείγματα. Επίσης το μοναδικό στην Ευρώπη παρθένο φοινικόδασος του Βαΐ που βρίσκεται στο ν. Λασιθίου αποτελεί πόλο έλξης για τους τουρίστες παρ' όλη την απόσταση που το χωρίζει από τα μεγάλα αστικά κέντρα του νησιού. Τέλος, το νησάκι " Χρυσή " που βρίσκεται στη νότια πλευρά του νησιού, και έχει πάρει το όνομα του από την παραλία με τη χρυσή άμμο είναι άλλο ένα δείγμα της μοναδικότητας των αξιοθέατων που χαρακτηρίζουν το νησί.

Σημαντικό στοιχείο, όμως, για την προσέλευση κυρίως των ξένων επισκεπτών του νησιού είναι οι πεντακάθαρες και βραβευμένες παραλίες του. Κοσμικές ή απομακρυσμένες, αμμώδης ή πετρώδης είναι πάντα καθαρές και έτοιμες να υποδεχτούν τους λουόμενους. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι πολλές παραλίες της Κρήτης έχουν διακριθεί με τη " γαλάζια σημαία ", βραβείο που επιβεβαιώνει την καθαρότητα και την αρτιότητα τους όσο αφορά τις παρεχόμενες σε αυτές υπηρεσίες προς τους λουόμενους. Το γεγονός επίσης της μεγάλης πυκνότητας του οδικού δικτύου που κάνει εύκολη την πρόσβαση στις περισσότερες παραλίες είναι άλλο ένα θετικό στοιχείο που τις χαρακτηρίζει. Σε έρευνα που εκπονήθηκε το καλοκαίρι του 2001 για λογαριασμό της ένωσης ξενοδόχων του ν. Ηρακλείου, οι ερωτώμενοι επισκέπτες επέλεξαν ως πρώτο λόγο για την επιλογή της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό την ελκυστικότητα του φυσικού περιβάλλοντος και ως δεύτερο την ελκυστικότητα των παραλίων.

Το φυσικό τοπίο της Κρήτης το χαρακτηρίζει μια έντονη ποικιλομορφία. Στην Κρήτη, μπορεί κανείς, να συναντήσει από τροπικές παραλίες όπως είναι αυτή του Φοινικοδάσους στο Βαΐ , μέχρι και σχεδόν αλπικό τοπίο στις κορυφές του Ψηλορείτη. Τα βουνά της Κρήτης δίνουν τη δυνατότητα σε αυτούς που τα επισκέπτονται, να βιώσουν μοναδικές εμπειρίες, αφού πολλά σημεία τους είναι ακόμα παρθένα και τα χαρακτηρίζει πλούσια πανίδα και χλωρίδα. Η χάραξη διεθνών μονοπατιών για τους περιπατητές των βουνών βοήθησε σε αυτό, χωρίς να επηρεάσει ιδιαίτερα τη φυσική ισορροπία των περιοχών από όπου περνάνε. Μία , μάλιστα , από τις προτάσεις που κάνουν όσοι ασχολούνται με τον τουρισμό στην Κρήτη είναι και η ανάπτυξη

εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο νησί (αγροτουρισμός, περιηγητικός τουρισμός), αφού αυτό πληροί όλες τις δυνατότητες για την ανάπτυξη τους.

4) Κρητική Φιλοξενία – Κρητική Διατροφή.

Το νησί της Κρήτης έχει άρρηκτα συνδεθεί με το στοιχείο της φιλοξενίας. Ο Ξένιος Δίας ο θεός της φιλοξενίας γεννήθηκε, σύμφωνα με το μύθο, σε μια σπηλιά στις κορυφές του Ψηλορείτη. Παλιότερα, που ο τουρισμός και γενικότερα η οικονομική εξέλιξη δεν είχαν αλλοτριώσει τους ανθρώπινους χαρακτήρες και τις ανθρώπινες συμπεριφορές, συναντούσε κανείς περιπτώσεις όπου απλοί χωρικοί προσέφεραν στέγη και φαγητό σε ανθρώπους ξένους, που πριν δεν γνώριζαν. Τα φτωχικά σπίτια των απλών Κρητικών ήταν ανοιχτά στους επισκέπτες, και πολλές φορές οι ντόπιοι στερούσαν τα λιγοστά αγαθά που είχαν προκειμένου να φιλέψουν τους φιλοξενούμενους τους. Ακόμη και σήμερα, όμως, οι νέες γενιές μαθαίνουν τι θα πει φιλοξενία, και την εφαρμόζουν στην πράξη. Ο αυθορμητισμός και η ευγένεια που διακρίνει τους Κρητικούς, είναι ίσως ένα από τα ωραιότερα αναμνηστικά που κρατούν στις αποσκευές τους, όσοι επισκέπτες αφήνουν την Κρήτη μετά το τέλος των διακοπών τους.

Πέρα , όμως από την κρητική φιλοξενία, η Κρήτη φημίζεται για τις διατροφικές συνήθειες των κατοίκων της. Η κρητική διατροφή έχει γίνει αντικείμενο μελέτης από πολλούς έλληνες και ξένους επιστήμονες και έχει πολλάκις συζητηθεί σε πολλά διεθνή συνέδρια. Η διατροφή με παρθένο κρητικό ελαιόλαδο και η χρήση στη μαγειρική πολλών χορταρικών που βρίσκονται σε αφθονία στην κρητική γη, συστήνουν μια ισχυρή ασπίδα ενάντια σε πολλές παθήσεις κυρίως καρδιακές. Αυτό το γνωρίζουν όσοι επισκέπτονται το νησί, και ζητούν, μάλιστα , να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα, ενώ κατατάσσουν την κρητική διατροφή σαν ένα από τους σπουδαιότερους παράγοντες για τον οποίο επιλέγουν το νησί.

1.3 Στρατηγική ανάλυση προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού

1.3.1. Τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού.

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

- Είναι ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός της Ελλάδος.
- Είναι το μεγαλύτερο σε έκταση και πληθυσμό νησί της Ελλάδος, και διαθέτει τη μεγαλύτερη νησιωτική ακτογραμμή από όλα τα άλλα ελληνικά νησιά.
- Διαθέτει κάποιους από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους με σημαντικά μεγάλο αριθμό επισκεπτών σε αυτούς (τα ανάκτορα της Κνωσού και της Φαιστού), καθώς και το Μουσείο του Ηρακλείου το πρώτο σε επισκέψεις σε όλη την Ελλάδα.
- Σημαντικά μνημεία της φύσης, όπως το φαράγγι της Σαμαριάς και το φοινικόδασος του Βαΐ.
- Εξαιρετικά εύκρατο και ευνοϊκό για την ανάπτυξη του τουρισμού κλίμα με τις μεγαλύτερες μικροκλιματικές διαφοροποιήσεις.
- Ιδιαίτερη πολιτισμική και ιστορική παράδοση και συμβολή στην παγκόσμια ιστορία και στον πολιτισμό.
- Δύο από τα μεγαλύτερα διεθνή αεροδρόμια και λιμάνια της χώρας (Ηρακλείου, Χανίων), και πυκνό οδικό δίκτυο στο οποίο περιλαμβάνεται και ο Βόρειος Οδικός Άξονας που είναι μέρος του Διευρωπαϊκού Οδικού Δικτύου.
- Ικανοποίηση των τουριστών από τις διακοπές τους στην Κρήτη – σε ποσοστά που κυμαίνονται στο 85 % των τουριστών σχετικά με εκείνους τους παράγοντες επιλογής του τουριστικού προορισμού τους οποίους θεωρούν σημαντικότερους, όπως ο καιρός , τα τοπία και το φυσικό περιβάλλον , τα αξιοθέατα , τα καθαρά νερά και οι θάλασσες, η φιλοξενία και οι άνθρωποι , η ποιότητα υπηρεσιών και τα ξενοδοχεία.
- Υψηλές επαναληπτικές επιλογές των προορισμών του νησιού, οι οποίες υποδηλώνουν υψηλή πίστη (customer loyalty) των τουριστών στους προορισμούς αυτούς , με 41% να έχουν ξανά επισκεφθεί το νησί στο παρελθόν, 3,5 φορές κατά μέσο όρο , και με 21 % να την έχουν επισκεφθεί, πάλι, τον προηγούμενο χρόνο.
- Υψηλό ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών (86%) , υψηλή πρόθεση για επαναληπτική επίσκεψη στο μέλλον

(83%) , πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο (22%) και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς (76%).

- Αναλογικά υψηλό ποσοστό θεωρεί την Κρήτη το καλύτερο μέρος που έκανε διακοπές (23%) , σε σύγκριση με άλλους προορισμούς της Ελλάδος (11%) και σε σύγκριση με άλλες τις χώρες του κόσμου που έχει επισκεφθεί , συμπεριλαμβανομένων χωρών όπου οι διακοπές ήταν διαφορετικού τύπου.
- Τους χαμηλότερους δείκτες τουριστικού κορεσμού, απλούς και σύνθετους, με μεγάλη διαφορά , μέχρι και 1/7 για κάποιους δείκτες , από όλους τους κύριους νησιωτικούς προορισμούς , όπως της Ρόδου , της Κω και της Κέρκυρας.
- Αντίστοιχα χαμηλούς δείκτες κορεσμού σε σύγκριση και με τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ν. Ευρώπης, όπως οι Βαλεαρίδες Νήσοι της Ισπανίας.
- Οι δείκτες αυτοί είναι ακόμη πιο ευνοϊκοί , αν ληφθεί υπόψη η κινητικότητα των τουριστών , με το 55 % να διανύει κατά μ.ο. 500 χιλιόμετρα , κατά την παραμονή του στο νησί , και με το σύνολο των τουριστών να έχει μετακινηθεί , κατά 1 ½ με 2 ώρες , κατά μ.ο. , για να φθάσει σε κάποιο αξιοθέατο. Η κινητικότητα αυτή βοηθάει στη μεγαλύτερη διασπορά της παρουσίας των τουριστών στο νησί, και είναι αποτέλεσμα της έκτασης και του μοναδικού πλούτου αξιοθέατων που διαθέτει.
- Μίγμα εθνοτήτων τουριστών εξισορροπημένο ως προς το μίγμα εθνοτήτων που επισκέπτονται την Ελλάδα.
- Δείκτη ποιότητας ξενοδοχειακής υποδομής εξισορροπημένο ως προς το μίγμα της Ελλάδος και σημαντικά υψηλότερο στους νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου , όπου βρίσκεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πολυτελών ξενοδοχείων της χώρας.

1.3.2. Τα λιγότερο ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού.

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

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

της σημαντικότερης κατηγορίας τουριστών του νησιού σε ποσοστό 21% και είναι ακόμη υψηλότερο για τους Αυστριακούς.

Σημ : Τα ισχυρά και λιγότερο ισχυρά σημεία που περιέχουν στατιστικά δεδομένα , τεκμηριώνονται σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που έχει εκπονηθεί για την ένωση ξενοδόχων του νομού Ηρακλείου το Φεβρουάριο του 2001, από την εταιρία ICAP A.E. και αφορούν όλη την Κρήτη.

1.3.2.1. Το πρόβλημα της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

Η Κρήτη συμπληρώνει όλες τις προϋποθέσεις για δωδεκάμηνο τουρισμό. Έχουν γίνει προσπάθειες για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, χωρίς ωστόσο επιτυχία. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε μια σειρά λόγους που έχουν να κάνουν κυρίως με μία μονόπλευρη προσέγγιση των ξενοδόχων και ορισμένων επιχειρηματιών.

Από τον Μάρτιο του '99 , που άρχισε να λειτουργεί η Εταιρία Τουρισμού Κρήτης με τη συμμετοχή της Περιφέρειας Κρήτης , και άλλων τουριστικών φορέων , γίνεται πιο συστηματική προσπάθεια , η οποία επικεντρώνεται σε τρία κυρίως σημεία :

1. Συστηματική καταγραφή των τουριστικών δεδομένων και κυρίως συλλογή και επεξεργασία αξιόπιστων στατιστικών στοιχείων πέρα από εθνικότητες , διανυκτερεύσεις και πληρότητες. Έχει ήδη αναπτυχθεί η βάση δεδομένων σε συνεργασία με το ΤΕΙ Κρήτης.
2. Δράσεις για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ανάπτυξης του χειμερινού τουρισμού.
3. Ανάπτυξη site στο Internet με πιθανή μετεξέλιξη στο ήδη υπάρχον Cretan Tournet.

Οι ενέργειες που περιγράφονται , εντάσσονται και συνδέονται με την απώτερη επιδίωξη , που είναι η δωδεκάμηνη τουριστική κίνηση στην Κρήτη. Το θέμα της επιμήκυνσης είναι πολύπλευρο και ιδιαίτερα σύνθετο. Οποιαδήποτε πρακτική και να ακολουθηθεί έχει και θετικά και αρνητικά σημεία. Όλες οι πιθανές στρατηγικές όμως συγκλίνουν σε μία μικρή ομάδα βασικών παραμέτρων. Αυτές είναι :

1. Η βελτίωση της υφιστάμενης τουριστικής παρουσίας του νησιού.

⌚ Η ανάπτυξη μη υπαρχόντων τουριστικών προϊόντων [είτε ως (αρχικά) συμπληρωματικός συστατικός εμπλουτισμός του συμβατικού πακέτου είτε ως (αργότερα) αυτόνομα προϊόντα].

Οι βασικοί στόχοι των ενεργειών θα έχουν ως αποτέλεσμα την :

- Ⓞ Βελτίωση και δημιουργία τουριστικού προϊόντος / ων.
- Ⓞ Ανάπτυξη και βελτίωση νέων, σήμερα υποτονικών , τουριστικών αγορών.

Είναι προφανές ότι , το να φέρει οποιοσδήποτε Tour Operator 5 - 6 αεροπλάνα το " χειμώνα " γενικότερα και οι πελάτες αυτοί να μην μείνουν ενθουσιασμένοι από την Κρήτη που πλήρωσαν , θα είναι καταστροφικό. Πρέπει οι στόχοι , ιδιαίτερα στην αρχή του προγράμματος , πρώτον , να είναι εφικτοί και , δεύτερον , να είναι ξεκάθαρο ότι οι παρεμβάσεις σε επίπεδο ενεργειών θα δημιουργήσουν πραγματικά μια σειρά από συμπληρωματικά προς το συμβατικό τουριστικό προϊόν στοιχεία που θα συμβάλουν στο να έχει η Κρήτη ευχαριστημένους πελάτες όλη την περίοδο του χρόνου.

Το να προσπαθήσει κανείς να ανοίξει μία αγορά από το πουθενά, που να στοχεύει π.χ. στον αθλητικό τουρισμό , χωρίς προηγουμένως να έχει την κατάλληλη υποδομή, είναι αδύνατο. Αυτό μπορεί να γίνει σε δεύτερη φάση, όταν θα υπάρχει έστω κάποιο χτίσιμο ενός brand name. Στο πλαίσιο αυτό , το πλάνο ενεργειών είναι μια σοβαρή αρχή, που θα εμπλουτίζεται χρόνο με το χρόνο. Οι στόχοι ,λοιπόν, θα πρέπει να είναι εφικτοί για να πειστούν όλοι για την σοβαρότητα του εγχειρήματος, να μην απογοητευτούν οι συντελεστές της προσπάθειας και για να υπάρξουν αποτελέσματα σύντομα *.

* Πηγή : Περιοδικό " Τουριστική Αγορά " ,τεύχος 119 , Μάιος 1999.

1.4. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Πολλοί είναι εκείνοι οι υποάξονες που θα βοηθούσαν στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Παρακάτω παρατίθενται οι πιο σημαντικοί:

1.4.1. Ο συνεδριακός τουρισμός

Η Κρήτη διαθέτει εξαιρετική υποδομή για συνεδριακό τουρισμό. Υπάρχουν χιλιάδες συνέδρια που διοργανώνονται ετησίως. Συνήθως αυτά τα οποία στοχεύονται από τους διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι ένας μικρός αριθμός πολύ μεγάλων συνεδρίων τα , οποία μεταξύ άλλων , απαιτούν ιδιαίτερους συνεδριακούς χώρους. Σύμφωνα με διεθνείς μελέτες τα 2/3 των συνεδρίων αφορούν έως 250 συμμετέχοντες , με λιγότερα από 10% των συνεδρίων να αφορούν πάνω από 1.000 συμμετέχοντες. Περίπου το 40% των συνεδρίων έχουν διάρκεια τριών ημερών. Το 30% των συνεδρίων γίνονται τους μήνες Σεπτέμβριο – Οκτώβριο , ενώ ένα άλλο 25% γίνονται Μάιο και Ιούνιο. Η συνολική Ευρωπαϊκή Αγορά Συνεδρίων εκτιμάτο, από την Ε.Ε. , το 1995 , σε 4,85 δις ECU.

Υπάρχει , προφανώς , η δυνατότητα προσέλκυσης μεγαλύτερου αριθμού μικρότερων συνεδρίων , για την οποία προσφέρεται ιδιαίτερα η ξενοδοχειακή υποδομή της Κρήτης. Προς το σκοπό αυτό απαιτείται εξειδικευμένη διαφήμιση σε ειδικό τύπο και σε επιστημονικά , κλαδικά ή άλλα περιοδικά φορέων που είναι φορείς που παίρνουν τις βασικές αποφάσεις για τη χώρα ή τον προορισμό που θα γίνει το συνέδριο. Σε μεγάλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς μπορεί να γίνεται και άμεση ταχυδρόμηση. Επίσης , ιδιαίτερα αποτελεσματική κρίνεται η προβολή μέσω Internet , πολύ περισσότερο από ότι στο μαζικό τουρισμό. Τέλος , θα βοηθούσαν καταχωρήσεις σε διεθνή περιοδικά και εφημερίδες πολιτικής και οικονομικής ενημέρωσης υψηλού κύρους.

1.4.2. Τουρισμός κινήτρων

Αφορά επιβραβεύσεις στελεχών , συνεργατών , πελατών και άλλων κατηγοριών , ή τρόπο προσέλκυσης τους ή δημοσίων σχέσεων. Η σχετική εκτίμηση του συνόλου της αντίστοιχης Ευρωπαϊκής Αγοράς ήταν , για το 1995 , 3,24 δις ECU. Τα μέσα προώθησης αυτής της μορφής τουρισμού είναι ανάλογα της προηγούμενης κατηγορίας. Μεταξύ των Συνεδρίων και των Ταξιδιών Κινήτρων , υπάρχει ένα πολύ μεγάλο τμήμα της αγοράς που αφορά Οργανωμένες Επιστημονικές ή Επαγγελματικές Συναντήσεις , για το οποίο η εκτίμηση της Ευρωπαϊκής Αγοράς ήταν , το 1995 , 21 δις ECU, δηλαδή τριπλάσια περίπου των δύο προηγούμενων κατηγοριών . Στην προσέλκυση αυτών των μορφών τουρισμού απαιτείται ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση

που στοχεύει σε ανώτατα στελέχη επιχειρήσεων , όπως Διευθυντές Προσωπικού και Διευθυντές Marketing , καθώς και επαγγελματιών και επιστημονικών φορέων.

1.4.3. Σχολικός τουρισμός

Αφορά στις εκδρομές που οργανώνονται από τα σχολεία ή άλλους συναφείς φορείς για εκπαιδευτικούς κυρίως λόγους. Τα αρχαιολογικά , ιστορικά και πολιτιστικά δεδομένα της Κρήτης την καθιστούν εξαιρετικά πλεονεκτική σε σχέση με αυτή τη μορφή τουρισμού. Αυτό το τμήμα της τουριστικής αγοράς , έχει και ιδιαίτερο στρατηγικό ενδιαφέρον γιατί αυξάνει τη πιθανότητα σημαντικού αριθμού επαναληπτικών επισκέψεων στην Κρήτη σε διαφορετικές και πλέον εύπορες περιόδους της ζωής των νεαρών μαθητών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το Γαλλικό Atena , το οποίο λειτουργεί, μεταξύ άλλων, σαν εξειδικευμένος tour operator ,για την οργάνωση επισκέψεων στην Ελλάδα , κυρίως στην κλασσική διαδρομή, Γάλλων μαθητών που έχουν επιλέξει προς εκμάθηση τα Αρχαία Ελληνικά. Η προώθηση μπορεί να γίνει με ταχυδρομήσεις στα σχολεία , χωρών της Ευρώπης και μέσω Internet. Ιδιαίτερα χρήσιμη, προς αυτή τη κατεύθυνση , είναι η μελέτη των προγραμμάτων σπουδών και δραστηριοτήτων των σχολείων των διαφόρων χωρών και σχεδιασμός εξειδικευμένων πακέτων που να ανταποκρίνονται , να συμπληρώνουν και να εμπλουτίζουν τα προγράμματα αυτά.

1.4.4. Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας

Είναι ένας από τους περισσότερο αυξανόμενους τομείς τουρισμού , λόγω και της μεταβολής του δημογραφικού προφίλ των ανεπτυγμένων χωρών και της γήρανσης του πληθυσμού. Οι σχετικές κατηγορίες δεν έχουν τους εποχικούς περιορισμούς που επιβάλλει η απασχόληση των οικονομικά ενεργών νεότερων ηλικιών. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Βρετανικού tour operator SAGA. Η προώθηση αυτής της μορφής τουρισμού θα είναι αποτελεσματικότερη προς αυτού του είδους τους φορείς. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού , ο αριθμός των Ευρωπαίων πολιτών τρίτης ηλικίας οι οποίοι θα έκαναν διεθνή ταξίδια σε

ευρωπαϊκούς προορισμούς διαμορφώθηκε το 2000 σε 67 εκ. , από 38 εκ που ήταν το 1990 , ήτοι αύξηση πάνω από 75 %.

1.4.5. Αγροτουρισμός

Το Υπουργείο Γεωργίας προωθεί την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στις ορεινές, μειονεκτικές περιοχές που έχουν τη βασική υποδοχή και τις δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης, εφαρμόζοντας σχετικό πρόγραμμα σύμφωνα με το οποίο δίνονται οικονομικές ενισχύσεις σε γεωργούς για την πραγματοποίηση αγροτουριστικών, αγροβιοτεχνικών δραστηριοτήτων στη γεωργική τους εκμετάλλευση.

Μέσα από το πρόγραμμα αγροτουρισμού καταβάλλεται προσπάθεια για την οργάνωση και λειτουργία μίας σειράς δραστηριοτήτων στην Κοινότητα ή στην περιοχή. Οι δραστηριότητες αυτές παρέχουν στον επισκέπτη άνετη διαμονή, αναψυχή, ξεκούραση, δυνατότητες για άθληση, για χόμπι κ.α. και είναι:

- ⊕ ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια ή διαμερίσματα
- ⊕ εστιατόρια οικογενειακής μορφής με τοπική παραδοσιακή κουζίνα
- ⊕ χώροι για άθληση
- ⊕ χώροι αναψυχής σε περιοχές με φυσικές ομορφιές
- ⊕ πολιτιστικές εκδηλώσεις
- ⊕ εργαστήρια παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης με χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή ειδών διατροφής που αξιοποιούν τα ντόπια προϊόντα.

Οι αγρότες και αγρότισσες που πραγματοποιούν αγροτουριστικές δραστηριότητες παρακολουθούν υποχρεωτικά εκπαιδεύσεις επαγγελματικής κατάρτισης σε τομείς ανάλογους με την απασχόλησή τους, ώστε να αποκτήσουν επαγγελματική ικανότητα για να παρέχουν στους τουρίστες καλές υπηρεσίες και προϊόντα ποιότητας.*

1.4.6. Εσωτερικός τουρισμός

Οι Έλληνες αντιπροσωπεύουν το μικρότερο ποσοστό διανυκτερεύσεων στους σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς της χώρας (25 %) , σε

αντίθεση ακόμη και με την Ισπανία , όπου φθάνουν το 50 %. Η προσέλκυση Ελλήνων τουριστών σε όλες τις προηγούμενες κατηγορίες , θα βοηθούσε τα μέγιστα στο πρόβλημα της εποχικότητας. Προς το σκοπό αυτό απαιτείται να γίνει μια εξειδικευμένη έρευνα μεταξύ του ελληνικού πληθυσμού , σχετικά με τις απόψεις τους και τις επιλογές τους , όσον αφορά συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς. Μεταξύ των προβλημάτων , όσον αφορά αυτό το τμήμα της δυνητικής αγοράς , είναι ότι στην Ελλάδα δεν υπάρχει ανεπτυγμένο χονδρεμπορικό και λιανεμπορικό δίκτυο ταξιδιωτικών πρακτόρων για την προώθηση των ελληνικών προορισμών και την επίτευξη οικονομικών κλίμακας και αποτελεσματικής διαπραγμάτευσης προς όφελος των Ελλήνων τουριστών.

1.4.7. Αθλητικός τουρισμός

Η Κρήτη ποτέ δεν διακρινόταν για τις αθλητικές της υποδομές. Μάλιστα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως " αναπτυσσόμενη " όσον αφορά την εξέλιξη τους ,αφού μετά την ανάληψη της Ολυμπιάδας του 2004 , έχει ξεκινήσει η υλοποίηση κάποιων έργων που για χρόνια έμεναν στάσιμα λόγω έλλειψης χρηματοδότησης ή εξαιτίας άλλων λόγων.

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας προσεφέρει μοναδική ευκαιρία για το σχεδιασμό μιας ολοκληρωμένης παρέμβασης για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Η διοργάνωση της Ολυμπιάδας του 2004 δεν αξιοποιήθηκε όπως επρεπε όμως θα επιδιωχθεί να αξιοποιηθεί έτσι ώστε να διαμορφωθεί αυξημένη κίνηση, ιδίως πολιτιστικού και αθλητικού τουρισμού πριν και μετά τους Αγώνες , με τη μεγαλύτερη δυνατή διάρκεια. Σε αυτό θα συμβάλουν οι νέες αθλητικές υποδομές, η αναβάθμιση των κύριων πυλών εισόδου στο νησί (αεροδρόμια , λιμάνια), η αναβάθμιση κάποιων ξενοδοχειακών μονάδων που θα δεχτούν τους αθλητές και τους επισκέπτες, κ.α.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Οι προσπάθειες ανάπτυξης του κρητικού τουρισμού σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.

2.1. Τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (ΜΟΠ) ,Το Α & Β ΚΠΣ , και τα αποτελέσματα τους στην ανάπτυξη του κρητικού τουρισμού.

Τα **Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα** ήταν η **πρώτη προσπάθεια** στήριξης του τουρισμού από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωσης (τότε ΕΟΚ). Η προγραμματική περίοδος των ΜΟΠ ξεκινούσε το 1986 και έφτανε ως το 1993. Σκοπός τους ήταν η στήριξη των “αδύναμων” χωρών της λεκάνης της Μεσογείου, μία από τις οποίες ήταν και η Ελλάδα.

Οι στόχοι των ΜΟΠ εξειδικεύτηκαν σε πέντε (5) κατηγορίες εκ των οποίων μία αφορούσε “ **τη διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης και την αξιοποίηση νέων μορφών τουρισμού**” Παράλληλα όμως με την υλοποίηση των ΜΟΠ (501,207 χιλ. ECU) συνέπεσε και το Ά Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα ΠΕΠ (186,631 χιλ. ECU) ως αποτέλεσμα του σχεδιασμού του Ά ΚΠΣ. Η διάρκεια εφαρμογής του ΠΕΠ 1 τοποθετείται χρονικά από το 1989 και φτάνει ως το 1993. Ένας από τους **στόχους** που έθετε το ΠΕΠ 1 ήταν “ **η ανάπτυξη των οικονομικών δραστηριοτήτων με έμφαση τον τουρισμό και την εφαρμοσμένη έρευνα** ”.

Το ΠΕΠ 1 διέφερε ποιοτικά από τα ΜΟΠ και ως προς τη δομή αφού τα υποπρογράμματα του δεν είχαν ολοκληρωμένο χαρακτήρα και ήταν μονοταμειακά. Από χρηματοδοτικής απόψεως **το 11% των πόρων του ΠΕΠ 1 κατευθύνθηκαν στον τουρισμό.**

Κατά την προγραμματική περίοδο 1986-1993 (ΜΟΠ & Ά ΚΠΣ) διατέθηκαν συνολικά 18,6 δις δρχ. ή 12,3 % επί των συνολικών δεσμεύσεων των δύο προγραμμάτων. Τα 10,3 δις δρχ. από τα 18,6 δις δρχ. που διατέθηκαν στο πλαίσιο των ΜΟΠ και Ά ΚΠΣ (55,4 %) αφορούσαν τα ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα. Διατέθηκαν 900 εκ. δρχ. για ενέργειες οργάνωσης – προώθησης υπηρεσιών στον τουρισμό και προβολή, και 2,3 δις δρχ. για

ειδικές τουριστικές υποδομές (μαρίνες), ενώ τα υπόλοιπα 5 δις δρχ.

αφορούσαν ανάδειξη τουριστικών πόρων (παρεμβάσεις ανάδειξης σε χώρους με αξιόλογα στοιχεία ιστορικού – πολιτιστικού και φυσικού περιβάλλοντος).

ΤΟ ΄Β ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ (ΚΠΣ)

Το ΄Β ΚΠΣ (1994 - 1999) περιέλαβε στον προγραμματισμό του μεγαλύτερα ποσά για τον τουρισμό. Έτσι μέσω του ΠΕΠ 2 Κρήτης διατέθηκαν 20,8 δις δρχ. (13,5 % επί του συνολικών δεσμεύσεων), ενώ από τα επιχειρησιακά προγράμματα και τις κοινοτικές πρωτοβουλίες διατέθηκαν 11,5 δις δρχ. (ποσοστό 12,8 %). Από το ΠΕΠ 2 η πλειοψηφία των πόρων για τον τουρισμό (53,8 %) διατέθηκαν σε ειδικές τουριστικές υποδομές. Για παρεμβάσεις σε ιστορικά κέντρα πόλεων , αναδείξεις μνημείων και περιοχών με αξιόλογα στοιχεία φυσικού περιβάλλοντος διατέθηκαν 8,1 δις δρχ. (38,9 %) , ενώ 1,5 δις δρχ. αφορούσε υποστηρικτικές υπηρεσίες (διεθνείς εκδηλώσεις, φορέας τουρισμού και κατάρτιση. Από το Ε.Π. “Τουρισμός – Πολιτισμός” , Υποπρόγραμμα Τουρισμού, με συνολική χρηματοδότηση 7,7 δις δρχ. τα 6,6 δις (85,7 %) αφορούσαν κυρίως τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων των τουριστικών καταλυμάτων ενώ οι διατιθέμενες πιστώσεις στο πλαίσιο των κοινοτικών πρωτοβουλιών και του Υποπρογράμματος Πολιτισμός αφορούσαν ανάδειξη ειδικών τουριστικών πόρων.

Αναλυτικά το ΄Β ΚΠΣ κατανέμεται ως εξής :

Τομέας	ΠΕΠ 1994 -1999		Εθνικό Σκέλος - Ταμείο Συνοχής		Σύνολο ΄Β ΚΠΣ	
	Δις δρχ.	%	Δις δρχ.	%	Δις δρχ.	%
Τουρισμός- Πολιτισμός	20,8	64,4	11,5	35,6	32,3	100,0

2.2. Το ΈΓ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) : Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) Κρήτης.

Η Περιφέρεια Κρήτης, και συγκεκριμένα η Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης, που είναι αρμόδια για την αξιοποίηση των χρημάτων του ΈΓ ΚΠΣ, εξέδωσε τον Ιούνιο του 2001 ένα Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του Μέτρου 1.4 που αφορά την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του Τουρισμού. Σε αυτό : α) αναλύονται τα χρηματοοικονομικά στοιχεία του Μέτρου, β) περιγράφονται συνοπτικά οι κατηγορίες πράξεων και οι ενδεικτικές προβλεπόμενες πράξεις, καθώς και γ) το χρηματοδοτικό σχέδιο που προβλέπεται να υλοποιηθεί στη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου.

Α) ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

σε χιλ. ΕΥΡΩ

	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΗ Δ.Δ. ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟΝ ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ		ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	
			(%) Σ.Κ.	(%) Δ.Δ.	(%) Σ.Κ.	(%) Δ.Δ.
Συνολικό κόστος (Σ.Κ)	32.779	-----	33,56	-----	4,41	-----
Δημόσια Δαπάνη(Δ.Δ.)	8.498	-----	8,70	16,67	1,14	1,36
Κοιν. Συμμετοχή (ΕΤΠΑ)	6.373	75%	6,52	12,50	0,85	1,02
Εθνική Δημόσια Δαπάνη	2.125	25%	2,18	4,17	0,29	0,34
Ιδιωτική Συμμετοχή	24.281	-----	24,86	-----	3,27	-----
Δανεισμός		-----	-----	-----	-----	-----

Πηγή : Περιφέρεια Κρήτης

Β)ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ ΚΑΙ ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΡΑΞΕΙΣ

Το μέτρο θα χρηματοδοτήσει τις ακόλουθες κατηγορίες πράξεων :

1. Ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων μέσω του Αναπτυξιακού νόμου 2601/98.
2. Παροχή υπηρεσιών υποστήριξης των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, με στόχο την αναδιοργάνωση των υπηρεσιών τους, την προσέλκυση νέων αγορών και την προσφορά αναβαθμισμένων υπηρεσιών. Προβλέπεται να ενισχυθούν επιχειρηματικά σχέδια ΜΜΕ, που θα περιλαμβάνουν συνδυασμένες οργανωτικές δράσεις (συνενώσεις και συνεργασίες, διείσδυση νέων τεχνολογιών, κ.α.)
3. Ιδιωτικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής

για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού όπου η Κρήτη παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα. Το μέτρο θα δράσει

συμπληρωματικά με τη δράση 5.1.1 του ΕΠΑΝ που στοχεύει στην ανάπτυξη 14 ειδικών επενδύσεων στη χώρα.

4. Έργα ανάδειξης, προστασίας και ένταξης στο τουριστικό προϊόν αξιόλογων στοιχείων της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω της χάραξης διαδρομών περιφερειακής εμβέλειας(χάραξη διαδρόμων, ήπιες υποδομές διαχείρισης επισκεπτών, φορείς διαχείρισης κλπ.), καθώς και ήπιες δράσεις διαχείρισης επισκεπτών και αποκατάστασης του τοπίου σε φυσικούς πόρους υψηλής αξίας που δέχονται πιέσεις από το μεγάλο αριθμό τουριστών.
5. Δράσεις προστασίας, ανάδειξης και προβολής της κρητικής κουζίνας με το διπλό στόχο προσέλκυσης “γαστρονομικού ημεδαπού τουρισμού Σαββατοκύριακου” και λειτουργίας ως οχήματος προώθησης των κρητικών διατροφικών προϊόντων στις κύριες χώρες προσέλκυσης επισκεπτών.
6. Εκστρατείες ενημέρωσης των κατοίκων με σκοπό τη δημιουργία συλλογικής συνείδησης ελέγχου – αυτοπροστασίας από συμπεριφορές που δεν επιτρέπουν την αναβάθμιση του σημερινού προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.
7. Τουριστική προβολή ενός νέου ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος, παράλληλου του βασικού τουριστικού προϊόντος της Κρήτης με στόχο την ανάδειξη ιδιαιτεροτήτων που προσελκύουν συγκεκριμένες ομάδες επισκεπτών υψηλών απαιτήσεων.

Γ) ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΜΕΤΡΟΥ ΑΝΑ ΕΤΟΣ σε ΕΥΡΩ (προβλεπόμενα ποσά)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ											ΙΔΙΩΤΕΣ	Ταμ. Συνοχής
		Σύνολο	Κοινοτική συμμετοχή					Συμμετοχή του κράτους						
			Σύνολο	ΕΤΠΑ	ΕΚΤ	ΕΓΤΠΕ	ΧΜΠΑ	Σύνολο	Κεντρική	Περιφ	Τοπική	Άλλη		
1=2+13	2=3+8	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
2000														
2001	4,575,948	1,186,320	889,740	889,740	0	0	0	296,580	296,580	0	0	0	3,389,628	0
2002	6,010,017	1,499,093	1,124,320	1,124,320	0	0	0	374,773	374,773	0	0	0	4,510,924	0
2003	5,496,052	1,402,761	1,052,071	1,052,071	0	0	0	350,690	350,690	0	0	0	4,093,291	0
2004	5,585,784	1,492,493	1,119,370	1,119,370	0	0	0	373,123	373,123	0	0	0	4,093,291	0
2005	5,575,682	1,482,391	1,111,793	1,111,793	0	0	0	370,598	370,598	0	0	0	4,093,291	0
2006	5,535,512	1,434,937	1,076,203	1,076,203	0	0	0	358,734	358,734	0	0	0	4,100,575	0
ΣΥΝΟΛΟ	32,778,995	8,497,995	6,373,497	6,373,497	0	0	0	2,124,498	2,124,498	0	0	0	24,281,000	0

- Για την **εφαρμογή** του Μέτρου ισχύουν οι διατάξεις εφαρμογής του Κανονισμού 1260/90 της Ε.Ε., του νόμου 2860/00, οι διατάξεις εφαρμογής του ΠΕΠ Κρήτης και οι διατάξεις της ισχύουσας κοινοτικής και εθνικής Νομοθεσίας
- Ως **τελικοί δικαιούχοι** αναφέρονται οι : Περιφέρεια Κρήτης και ένας Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης, ο οποίος δεν έχει συσταθεί ακόμα.
- **Περιοχή εφαρμογής του μέτρου** θεωρείται **όλη η Κρήτη**.

. Ο Αναπτυξιακός νόμος 2601/98 “Ενισχύσεις ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας”

Ο Αναπτυξιακός νόμος 2601 που ψηφίστηκε το 1998 αποτελεί στην ουσία τροποποίηση και βελτίωση του νόμου 1892/90 που αφορούσε τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα και έδινε κίνητρα για την πραγματοποίηση επενδύσεων. Αναλύοντας τώρα τον 2601 παρατηρούμε τα παρακάτω :

2.3.1. Είδη παρεχόμενων ενισχύσεων.

Για την πραγματοποίηση των υπαγομένων στις διατάξεις του Ν. 2601/98 επενδύσεων, προγραμμάτων και επιχειρηματικών σχεδίων, παρέχονται τα ακόλουθα είδη ενισχύσεων :

(α) Επιχορήγηση, που συνίσταται στη δωρεάν παροχή από το Δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυόμενης δαπάνης της επένδυσης ή του επιχειρηματικού σχεδίου.

(β) Επιδότηση τόκων, που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων τόκων των μεσομακροπρόθεσμων δανείων τετραετούς τουλάχιστον διάρκειας, που λαμβάνονται για την υλοποίηση της ενισχυόμενης δαπάνης της επένδυσης.

(γ) Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης, που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση της χρήσης καινούργιου

μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού.

(δ) Φορολογική απαλλαγή ύψους μέχρι ενός ποσοστού ή του συνόλου της αξίας της πραγματοποιούμενης και ενισχυόμενης δαπάνης της επένδυσης ή και της αξίας της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού του οποίου αποκτάται η χρήση. Η ενίσχυση αυτή συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος μη διανεμόμενων κερδών της πρώτης δεκαετίας από την πραγματοποίηση της επένδυσης ή του προγράμματος, με το σχηματισμό ισόποσου αφορολόγητου αποθεματικού.

(ε) Ειδικά κίνητρα, πέραν των ανωτέρω, για ιδιαζόντως σημαντικές βιομηχανικές, μεταλλευτικές και τουριστικές επενδύσεις, ύψους άνω των είκοσι πέντε (25) δισ. δρχ. , που προέβλεπαν οι διατάξεις των παραγράφων 1,2,3,4 του άρθρου 3 και της παρ.6 του άρθρου 4 του καταργηθέντος νόμου 4171/1961 “Περί λήψεως γενικών μέτρων για την υποβοήθηση των αναπτύξεων της οικονομίας της χώρας” (ΦΕΚ 93/Α/1961).

2.3.2. Διάκριση των επενδυτικών φορέων – Καθορισμός του είδους της ενίσχυσης τους.

Για την εφαρμογή των ενισχύσεων του Ν. 2601/98, οι φορείς (εταιρείες ή ατομικοί επιχειρηματίες) της επενδυτικής δραστηριότητας, διακρίνονται, σε νέους και παλαιούς.

Νέοι: είναι οι νεοϊδρυόμενες εταιρικές ή ατομικές επιχειρήσεις, καθώς και εκείνες που υποβάλλουν αίτηση για εφαρμογή των ενισχύσεων του παραπάνω Νόμου, πριν παρέλθει πενταετία από τη σύστασή τους ή την έναρξη επιτηδεύματος προκειμένου για ατομικές επιχειρήσεις.

Εταιρείες που προήλθαν από μετατροπή άλλης εταιρείας ή ατομικής επιχείρησης ή από συγχώνευση εταιρειών ή και ατομικών επιχειρήσεων ή εκείνες που απορρόφησαν άλλη εταιρεία ή ατομική επιχείρηση ή κλάδο άλλης, καθώς και εκείνες που απορροφήθηκαν από άλλη εταιρεία, **δεν νοούνται ως νέοι φορείς**, εφόσον μία από τις πιο πάνω εταιρείες ή ατομικές επιχειρήσεις πριν από τη μετατροπή, τη συγχώνευση ή την απορρόφηση αποτελεί παλαιό φορέα.

Για τις επενδύσεις ή / και προγράμματα χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού των νέων φορέων, παρέχονται όλα τα είδη ενισχύσεων,

εναλλακτικά ως εξής :

- Επιχορήγηση και επιδότηση τόκων ή / και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης.
- Φορολογική απαλλαγή και επιδότηση τόκων.

Παλαιοί: είναι εκείνοι που υποβάλλουν αίτηση για εφαρμογή των ενισχύσεων του Ν.2601/98, για εφαρμογή των ενισχύσεων του εν λόγω Νόμου, μετά την πάροδο πενταετίας από τη σύστασή τους, ή την έναρξη προκειμένου για ατομικές επιχειρήσεις.

Για τις επενδύσεις των παλαιών φορέων, παρέχονται μόνο οι ενισχύσεις της φορολογικής απαλλαγής και της επιδότησης των τόκων.

Παρέχονται εναλλακτικά όλα τα είδη των ενισχύσεων:

- για τις ιδιαζόντως σημαντικές για την εθνική οικονομία επενδύσεις ή / και προγράμματα χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού, τόσο των νέων, όσο και των παλαιών φορέων, ύψους άνω των είκοσι πέντε (25) δισ. δρχ. του άρθρου 10 του Ν.1601/98
- για τις επενδύσεις εκσυγχρονισμού ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων και τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings), που γίνονται από παλαιούς φορείς.

Για τα θεσπιζόμενα ειδικά καθεστώτα ενίσχυσης της παρ.1 του άρθρου 10 του Ν. 2601/98, οι παρεκκλίσεις από τους γενικούς κανόνες των παρ.2.1 και 2.2. του παρόντος θα καθορίζονται με το προεδρικό διάταγμα θέσπισής τους.

2.3.3. Υπαγόμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες τουριστ. επιχειρήσεις)

- Ίδρυση ή επέκταση Ξενοδοχειακών μονάδων, τουλάχιστον Β΄ τάξης.
- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων, τουλάχιστον Γ΄ τάξης.
- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings), τουλάχιστον Γ΄ τάξης.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός, έργων ειδικής τουριστικής υποδομής :

- a) ΛΙΜΕΝΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ (ΜΑΡΙΝΩΝ)
 - b) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
 - c) ΓΗΠΕΔΩΝ ΓΚΟΛΦ
 - d) ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ
 - e) ΚΕΝΤΡΩΝ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ
 - f) ΚΕΝΤΡΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ
 - g) ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
 - h) ΚΕΝΤΡΩΝ ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΟΥ - ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(μόνον από εταιρείες, που λειτουργούν και εκμεταλλεύονται
ξενοδοχειακές μονάδες ή από εταιρείες των οποίων εταίροι είναι
μόνο εταιρείες, που λειτουργούν και εκμεταλλεύονται
ξενοδοχειακές μονάδες)
- Ⓜ Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον Γ΄ τάξης.

2.3.4. Περισσότερα στοιχεία για το νόμο

A) Περιοχές εφαρμογής των ενισχύσεων

Η Επικράτεια κατανέμεται σε τέσσερις (4) Περιοχές εφαρμογής ενισχύσεων, Α, Β, Γ & Δ.

Η Κρήτη με ειδική νομοθετική ρύθμιση υπάγεται στη ζώνη Γ.

B) Προϋποθέσεις, περιορισμοί και όροι για την εφαρμογή του νόμου

Συνοπτικά αναφέρονται οι απαιτούμενες από την Ελληνική Νομοθεσία διαδικασίες για τη δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων ανεξάρτητα από τον τρόπο χρηματοδότησης (ίδια κεφάλαια ή αναπτυξιακός νόμος).

- Ⓜ Προέγκριση "χωροθέτησης" της εγκατάστασης και "έγκριση περιβαλλοντικών όρων" από το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων .
- Ⓜ Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου και αρχιτεκτονικής μελέτης από τον ΕΟΤ .
- Ⓜ Σε περίπτωση που η ξενοδοχειακή εγκατάσταση συνδυάζεται με **Συνεδριακό Κέντρο, Κέντρο Θαλασσοθεραπείας, Εγκαταστάσεις Αξιοποίησης Ιαματικών Πηγών κλπ**, απαιτείται επιπλέον **έγκριση σκοπιμότητας** δημιουργίας τους, η οποία χορηγείται από τον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ μετά

από εισήγηση της Δ/σης Α, Α4. Οι εγκρίσεις δημιουργίας έργων ειδικής τουριστικής υποδομής δίδονται από την Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ.

- ⌚ Οικοδομική άδεια για την ανέγερση της εγκατάστασης από τα κατά τόπους Γραφεία Πολεοδομίας.
- ⌚ Ειδικό σήμα λειτουργίας που χορηγεί ο ΕΟΤ (Κεντρική Υπηρεσία ή Περιφερειακές Δ/νσεις).
- ⌚ Για να ενισχυθεί επένδυση εκσυγχρονισμού ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων τουλάχιστον Β ή Γ΄ τάξης, καθώς και ολοκληρωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων τουλάχιστον Γ΄ τάξης, θα πρέπει **να έχει παρέλθει επταετία** από την έναρξη λειτουργίας της μονάδας ή **από την ημερομηνία έκδοσης της απόφασης ολοκλήρωσης της επένδυσης εκσυγχρονισμού** της μονάδας που έχει υπαχθεί στις διατάξεις του εν λόγω Νόμου ή των Νόμων 1892/90 και 1262/82.
- ⌚ Τέλος για τα μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες θα πρέπει να έχουν χαρακτηριστεί ως διατηρητέα από το Υπ. Πολιτισμού και ως παραδοσιακά από το Υ.ΠΕ.ΧΩ.ΔΕ. Επίσης θα πρέπει να υπάρχει έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης μετατροπής παραδοσιακού ή διατηρητέου κτιρίου σε ξενοδοχειακή μονάδα από τον ΕΟΤ.

Γ) Ελάχιστα – μέγιστα ποσά επένδυσης ανά κατηγορία

Είδος Καταλύματος	ΙΔΡΥΣΗ Ποσά επένδυσης σε δρχ.		ΕΠΕΚΤΑΣΗ Ποσά επένδυσης σε δρχ.	
	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
Ξενοδοχεία Β	250,000,000	-----	150,000,000	-----
Ξενοδοχεία Γ	-----	-----	50,000,000	1,500,000,000
Camping	-----	-----	25,000,000	100,000,000
Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής Υποδομής	250,000,000	-----	150,000,000	-----
Παραδοσιακά-Διατηρητέα	-----	-----	25,000,000	-----

Σημ :

1. Στα κελιά που υπάρχουν παύλες ο Αναπτυξιακός νόμος δεν ορίζει ελάχιστο και μέγιστο ποσό.
2. Η ίδια συμμετοχή σε όλα τα είδη των καταλυμάτων και στις ειδικές τουριστικές επενδύσεις ορίζεται σε **40 %** ανεξαρτήτως από περιοχή κινήτρων.
3. Το ελάχιστο ύψος επένδυσης για την μετατροπή παραδοσιακών κτιρίων όταν αυτές πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις των ΟΤΑ ή της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης ορίζεται σε 15 εκ. δρχ.

Δ) Παρεχόμενες ενισχύσεις κατά κατηγορία.

Για την ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων & camping, για τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής και για τη μετατροπή διατηρητέων & παραδοσιακών κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες, οι παρεχόμενες ενισχύσεις συνίστανται σε **ποσοστά επιχορήγησης, ποσοστά επιδότησης τόκων και ποσοστά επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης**. Εναλλακτικά μπορεί κάποιος να επιλέξει **ποσοστό φορολογικής απαλλαγής(αφορολόγητο αποθεματικό)**.

	Είδη παρεχόμενων ενισχύσεων			
Είδος Καταλύματος	Ποσοστά επιχορήγησης	Ποσοστά επιδότησης τόκων	Ποσοστά επιδότησης χρηματοδ. μίσθωσης	Αφορολόγητο Αποθεματικό
Ξενοδοχεία Β	15 %	15 %	15 %	40 %
Ξενοδοχεία Γ	25 %	25 %	25 %	60 %
Camping	25 %	25 %	25 %	60 %
Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής Υποδομής	35 %	35 %	35 %	70 %
Παραδοσιακά-Διατηρητέα	40 %	40 %	40 %	100 %

2.3.5. Αποτελέσματα εφαρμογής του αναπτυξιακού νόμου στις τουριστικές επιχειρήσεις της περιφέρειας Κρήτης.

Σύμφωνα με την ανάλυση στοιχείων από τη Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης (ΔΙΣΑ), σχετικά με την εφαρμογή του αναπτυξιακού νόμου 2601/98 στη Περιφέρεια Κρήτης κατά τη περίοδο **15/4/1998 – 15/8/2000**, προκύπτει ότι συνολικά έχουν υπαχθεί **161 επενδυτικά σχέδια**. Από τα σχέδια αυτά, **70 (43,49%)** αφορούν επενδύσεις στη μεταποίηση, **3 (1,86%)** επενδύσεις στη παροχή υπηρεσιών, **3 (1,86%)** επενδύσεις στο πρωτογενή τομέα και τέλος τα υπόλοιπα **85 (52,79%)** επενδύσεις στο τομέα του τουρισμού. Από το Ν. Ηρακλείου υπήχθησαν συνολικά 68 επενδυτικά σχέδια (ήτοι ποσοστό 42%) και ακολουθούν ο Ν. Ρεθύμνου με 41 (25%), ο Ν. Χανίων με 38 (24%) και τέλος ο Ν. Λασιθίου με 14 (ήτοι ποσοστό 9%). Όσον αφορά το τομέα του τουρισμού, οι περισσότερες επενδύσεις προήλθαν από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του Ν. Ρεθύμνου (32 ήτοι ποσοστό 38%) και ακολουθούν με διαφορά ο Ν. Χανίων με 23 επενδυτικά σχέδια

(27%), ο Ν. Ηρακλείου με 20 (24%) και τέλος ο Ν. Λασιθίου με μόλις 10 επενδυτικά σχέδια (12%).

ΕΓΚΡΙΘΕΝΤΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ 2601/98 ΠΕΡΙΟΔΟΥ 15/4/1998 – 15/8/2000 ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΕΤΟΣ	ΝΟΜΟΣ	ΤΟΜΕΙΣ			ΣΥΝΟΛΟ
		ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
1998	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	9		6	15
	ΛΑΣΙΘΙ	1		5	6
	ΡΕΘΥΜΝΟ	3		8	11
	ΧΑΝΙΑ	2		1 5	8
Άθροισμα - 1998		15	1	24	40
1999	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	25	1	9	35
	ΛΑΣΙΘΙ	1		5	6
	ΡΕΘΥΜΝΟ	3		21	24
	ΧΑΝΙΑ	4		1 11	16
Άθροισμα - 1999		33	1	1 46	81
2000	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	11	1	1 5	18
	ΛΑΣΙΘΙ	2			2
	ΡΕΘΥΜΝΟ	3		3	6
	ΧΑΝΙΑ	6	1	7	14
Άθροισμα - 2000		22	2	1 15	40
ΣΥΝΟΛΟ		70	3	3 85	161

Πηγή: ΔΙΣΑ. Επεξεργασία στοιχείων

Στοιχεία χρηματοδότησης

Ο συνολικός προϋπολογισμός των μέχρι τώρα εγκριθέντων επενδυτικών σχεδίων (161) ανέρχεται σε 30.791.671.000 δρχ. με μέσο συνολικό ύψος επένδυσης της τάξης των 191.252.615 δρχ ανά σχέδιο. Επιπλέον το ύψος της επιχορήγησης των σχεδίων αυτών μέσω του αναπτυξιακού νόμου 2601/98 ανέρχεται στα 7.893.169.000 δρχ. (μέση επιχορήγηση της τάξης των 49.025.894 δρχ.), η ίδια συμμετοχή ήταν της τάξης των 16.460.529.000 δρχ. (μέση ίδια συμμετοχή 102.239.311 δρχ.) και τέλος το συνολικό ύψος των δανείων ανέρχεται σε 6.200.873.000 δρχ. (μέσο ύψος δανείων της τάξης των 38.514.739 δρχ. ανά επιχείρηση). Τέλος, δημιουργήθηκαν 267 νέες θέσεις εργασίας, από τις οποίες οι 153 αφορούν τη μεταποίηση, οι 112 το τουρισμό ενώ μόλις 2 θέσεις εργασίας τον πρωτογενή τομέα.

Από τη παράθεση των στοιχείων συνάγεται ότι ένα ποσοστό της τάξης του 49,7% ήτοι 15.302.700.000 δρχ. του συνολικού προϋπολογισμού των έργων αφορά ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με μέσο ύψος επένδυσης της τάξης των 180.031.765 δρχ. Επιπλέον, η συνολική επιχορήγηση των επιχειρήσεων αυτών είναι ύψους 3.924.447.000 δρχ. (μέσο ύψος επιχορήγησης 46.169.965

δρχ.), τα συνολικά ίδια κεφάλαια της τάξης των 8.577.638.000 δρχ. (μέσο ύψος ιδίων κεφαλαίων 100.913.388 δρχ.), ενώ τέλος, το συνολικό ύψος των δανείων για την αποπεράτωση των έργων ανέρχεται στα 2.800.615.000 δρχ (μέσο ύψος δανείων της τάξης των 32.948.411 δρχ.).

Σημ :

Τα πιο πρόσφατα στοιχεία που έχουν δοθεί από την ΔΙΣΑ και μιλούν για τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχειακών μονάδων και για την μετατροπή των παραδοσιακών και διατηρητέων κτισμάτων σε ξενοδοχειακές μονάδες, λένε ότι το 2000 δόθηκαν 3,903 εκ. ευρώ (1,329,947,300 δρχ.), ενώ το 2001 δόθηκαν 6,705 εκ. ευρώ (2,284,728,800 δρχ.)

2.4. Η Τουριστική Πολιτική του Υπ. Ανάπτυξης για τη χρονική περίοδο 2000- 2004.

Το Υπ. Ανάπτυξης στα πλαίσια των σχεδίων του για τη στήριξη του τουρισμού εκπόνησε μια μελέτη με τον τίτλο : “ Τουριστική Πολιτική 2000-2004, Στόχοι και Προοπτικές ” τον Ιανουάριο του 2001. Προσδιόρισε, λοιπόν, τα βασικά *χαρακτηριστικά* του ελληνικού τουρισμού τα οποία εντοπίζονται και στον κρητικό τουρισμό. Ορισμένα από αυτά είναι :

- ☉ Η κυριαρχία του μαζικού τουρισμού μέσου και χαμηλού εισοδήματος.
- ☉ Η αύξηση του μεριδίου των επισκεπτών από την Ευρώπη και ειδικότερα την Ανατολική και η μείωση των Αμερικανών επισκεπτών.
- ☉ Η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- ☉ Το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν : “ Ήλιος – Θάλασσα ”.
- ☉ Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστική υποδομής. κ.α.

Αφού εντόπισε, λοιπόν, τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού έθεσε τους *στόχους* της για αυτή την περίοδο :

1. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (προβολή ευνοϊκών πακέτων off-season, επέκταση δραστηριοτήτων προσέλκυσης (πολιτισμός , φεστιβάλ).
2. Ολυμπιακός τουρισμός : “ Φιλοξενία 2004”
3. Οικοτουρισμός (τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία του περιβάλλοντος, δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων και νέα επαγγέλματα, ειδικές δράσεις ΊΓ ΚΠΣ, κ.α.)

(μέσο ύψος ιδίων κεφαλαίων 100.913.388 δρχ.), ενώ τέλος, το συνολικό ύψος των δανείων για την αποπεράτωση των έργων ανέρχεται στα 2.800.615.000 δρχ

(μέσο ύψος δανείων της τάξης των 32.948.411 δρχ.).

Σημ :

Τα πιο πρόσφατα στοιχεία που έχουν δοθεί από την ΔΙΣΑ και μιλούν για τον εκσυγχρονισμό των ξενοδοχειακών μονάδων και για την μετατροπή των παραδοσιακών και διατηρητέων κτισμάτων σε ξενοδοχειακές μονάδες, λένε ότι το 2000 δόθηκαν 3,903 εκ. ευρώ (1,329,947,300 δρχ.), ενώ το 2001 δόθηκαν 6,705 εκ. ευρώ (2,284,728,800 δρχ.)

2.4. Η Τουριστική Πολιτική του Υπ. Ανάπτυξης για τη χρονική περίοδο 2000- 2004.

Το Υπ. Ανάπτυξης στα πλαίσια των σχεδίων του για τη στήριξη του τουρισμού εκπόνησε μια μελέτη με τον τίτλο : “ Τουριστική Πολιτική 2000-2004, Στόχοι και Προοπτικές ” τον Ιανουάριο του 2001. Προσδιόρισε, λοιπόν, τα βασικά *χαρακτηριστικά* του ελληνικού τουρισμού τα οποία εντοπίζονται και στον κρητικό τουρισμό. Ορισμένα από αυτά είναι :

- υα Η κυριαρχία του μαζικού τουρισμού μέσου και χαμηλού εισοδήματος.
- υα Η αύξηση του μεριδίου των επισκεπτών από την Ευρώπη και ειδικότερα την Ανατολική και η μείωση των Αμερικανών επισκεπτών.
- υα Η μικρή διάρκεια της τουριστικής περιόδου.
- υα Το μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν : “ Ήλιος – Θάλασσα ”.
- υα Η υψηλή γεωγραφική συγκέντρωση της τουριστική υποδομής. κ.α.

Αφού εντόπισε, λοιπόν, τα βασικά χαρακτηριστικά του τουρισμού έθεσε τους *στόχους* της για αυτή την περίοδο :

1. Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (προβολή ευνοϊκών πακέτων off-season, επέκταση δραστηριοτήτων προσέλκυσης (πολιτισμός , φεστιβάλ).
2. Ολυμπιακός τουρισμός : “ Φιλοξενία 2004”
3. Οικοτουρισμός (τουρισμός με τοπική ανάπτυξη και προστασία του περιβάλλοντος, δημιουργία τοπικών επιχειρήσεων και νέα επαγγέλματα, ειδικές δράσεις Γ ΚΠΣ, κ.α.)

4. Τουριστική εκπαίδευση (εκσυγχρονισμός σχολών, ένταξη νέων ειδικοτήτων ιδιαίτερα στον οικοτουρισμό, συντονισμός με Τ.Ε.Ι. & Α.Ε.Ι.)
5. Νέα θεσμική διάρθρωση στον τομέα του Τουρισμού (Γ.Γ. Τουρισμού, Περιφερειακή διάρθρωση Διευθύνσεων Τουρισμού, Επιτελικός Ε.Ο.Τ., αναμόρφωση γραφείων Εξωτερικού).
6. Διεθνείς δραστηριότητες : Διεκδίκηση Συνέλευσης Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού 2003. κ.α.

Η μελέτη αυτή προβλέπει και *μέτρα* για την ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων:

1. Αναβάθμιση καταλυμάτων (σύστημα Αστέρων + κλειδιών)
2. Αντιμετώπιση πολεοδομικά αυθαίρετων τουριστικών επιχειρήσεων (καθιέρωση αντικινήτρων για παράνομες τουριστικές επιχειρήσεις κ.α.)
3. Αύξηση μεγέθους επιχειρήσεων (κίνητρα συγχωνεύσεων, συγκεντρώσεων και συντονισμού των ξενοδοχειακών και των εν γένει τουριστικών επιχειρήσεων).
4. Ένταξη των τουριστικών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες (διαδίκτυο, ηλεκτρονικό εμπόριο και Tour- operating, Marketing κ.α.)
5. Ταμείο Αντασφάλισης Τουριστικών Επιχειρήσεων.
6. Νέα τουριστικά επαγγέλματα και επιχειρήσεις.
7. Χρηματοδότηση επενδύσεων από το ΈΓ ΚΠΣ (Τομεακό πρόγραμμα Υπ. Ανάπτυξης, Κοινωνία της Πληροφορίας, ΠΕΠ).
8. Επέκταση περιόδου (επιδότηση ανά άφιξη τους μήνες Μάρτιο και Νοέμβριο).

Οι μελετητές του Υπ. Ανάπτυξης αφού εξέτασαν την τουριστική ζήτηση μελετώντας στοιχεία όπως : αφίξεις των τουριστών για το '99, τις κατά κεφαλήν τους δαπάνες, την προέλευση τους κ.α., καθώς και την τουριστική προσφορά μελετώντας τα τουριστικά καταλύματα και τις τουριστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν, χάραξαν τις πολιτικές ενίσχυσης της ζήτησης και της προσφοράς αντίστοιχα.

2.4.1. Πολιτική ενίσχυσης της ζήτησης.

Σύμφωνα με το Υπ. Ανάπτυξης ο τουρισμός πρέπει να εξελιχθεί σταδιακά και χωρίς κλυδωνισμούς από μαζικό σε επιλεκτικό, προσανατολισμένο στις απαιτήσεις και τα ενδιαφέροντα του καταναλωτή, για να αποφεύγεται υποκατάσταση της Ελλάδας με άλλους μεσογειακούς προορισμούς. Έτσι, λοιπόν, εισάγονται νέες έννοιες και προτείνονται μέτρα για την ενίσχυση της ζήτησης:

1. Οικοτουρισμός

☞ *Αξιοποίηση των τουριστικών πόρων της ενδοχώρας και των μικρών νησιών:* Στόχος είναι να συνδυαστεί η αναξιοποίητη ενδοχώρα με το υφιστάμενο τουριστικό προϊόν των γειτονικών ανεπτυγμένων περιοχών, και να προσελκύσουν σταδιακά ζήτηση θεματικού τουρισμού (ορεινού, πολιτιστικού, αγροτουρισμού κ.α.)

☞ *Τουριστική ανάπτυξη και αναβίωση των εγκαταλελειμμένων χωριών και οικισμών:* Στα πλαίσια της τουριστικής ανάπτυξης, είναι σκόπιμο να διευρυνθεί η δυνατότητα συνολικής αξιοποίησης των χωριών, μέσω επενδύσεων. Νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης όπως αγροτουρισμός, οικοτουρισμός θα μετέτρεπαν το πρόβλημα εγκατάλειψης της υπαίθρου σε αναπτυξιακό προτέρημα.

Η πολιτική αυτή υλοποιείται μέσω του ΈΓ ΚΠΣ, ειδική δράση, που καλύπτει προγράμματα δράσεις οικοτουρισμού, και μέσω των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων, αλλά και μέσω της πρωτοβουλίας Leader Plus και Interreg III.

2. Τουριστική ζήτηση υψηλότερου εισοδήματος.

Η πολιτική αυτή υλοποιείται σταδιακά ως εξής : α) προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης και εμπλουτισμού της τουριστικής προσφοράς, β) σταθερός προσανατολισμός του Marketing του ελληνικού τουρισμού προς τις αντίστοιχες εισοδηματικές ομάδες και χώρες, γ) προσέλκυση ομάδων εθνικού “τουρισμού” από οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες (π.χ. ΝΑ Ασία, Αραβικές χώρες κ.α.)

3. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Σταδιακή επιμήκυνση, αρχικά, προς του μέσους μήνες και στη συνέχεια καθ' όλη την χειμερινή περίοδο. Η πολιτική αυτή στηρίζεται με ειδικές ενισχύσεις προς του διοργανωτές τέτοιων τουριστικών πακέτων. Μετά από την εκπόνηση σχετικής μελέτης σαν ισχυρότερο κίνητρο παρουσιάζεται η συμμετοχή του ΕΟΤ στην ανάληψη του κινδύνου δρομολόγησης σειράς ναυλωμένων πτήσεων εκτός της καθιερωμένης σε κάθε προορισμό τουριστικής περιόδου.

4. Προβολή- Διαφήμιση.

Οι κύριες κατευθύνσεις της επικοινωνιακής πολιτικής και διαφήμισης είναι η ανάδειξη της ιδιαιτερότητας και συνθετότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ώστε να αντιμετωπιστεί η δυνατότητα υποκατάστασης.

Σχεδιάστηκε και υλοποιείται ήδη μια ενιαία διαφημιστική εκστρατεία για όλες τις διεθνείς αγορές (14 χώρες) με δυνατότητα προσαρμογής στις ανάγκες της κάθε επί μέρους αγοράς. Γενικός στόχος είναι η αύξηση της “ανταγωνιστικότητας” της Ελλάδας στις διεθνείς τουριστικές αγορές. Η προβολή περιλαμβάνει μια σειρά από ενημερωτικές αναφορές σε διάφορες παραμέτρους όπως :

- Στο πεδίο του προϊόντος : Σημαντικές βελτιώσεις στην ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος, προσφορά φυσικών και πολιτιστικών πόρων.
- Στο πεδίο της πολιτικής *marketing*: Δημιουργία μιας σαφούς “τοποθέτησης” της χώρας, διακριτής από αυτή των ανταγωνιστών της, σε συνδυασμό με ένα σαφές ελκυστικό προφίλ του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Σημ: Υπάρχουν και άλλες έννοιες και μέτρα που αφορούν την τουριστική πολιτική δεν αφορούν όμως άμεσα τον κρητικό τουρισμό.

2.4.2. Πολιτική ενίσχυσης της προσφοράς

Η πολιτική προσέλκυσης ζήτησης υψηλότερων εισοδημάτων και με θεματικό προσανατολισμό πρέπει να είναι συντονισμένη με μια πολιτική παροχής τουριστικού προϊόντος, να ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά μιας τέτοιας ζήτησης. Τα μέτρα αναβάθμισης της ποιότητας, εμπλουτισμού και διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς συνοψίζονται ως εξής :

1.Βελτίωση και έλεγχος υπηρεσιών

Τα κυριότερα μέτρα που ελήφθησαν κατά την περίοδο 2000 κατατάσσονται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες:

- Δίκτυο Άμεσης Πληροφόρησης “ΕΣΤΙΑ” : Το πρόγραμμα αυτό σχεδιάστηκε και εφαρμόστηκε με σκοπό την παροχή πληροφοριών, την άμεση διεύρυνση παραπόνων και καταγγελιών, καθώς και την επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια των διακοπών των ξένων και ελλήνων επισκεπτών.
- Έλεγχοι ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών : Η Κεντρική Ομάδα (Task Force) που έχει συσταθεί διενεργεί ελέγχους σε τουριστικές επιχειρήσεις με έμφαση στις περιοχές που παρουσιάζουν μεγαλύτερο τουριστικό ενδιαφέρον. Κλιμάκιο 60 υπαλλήλων διενεργεί ελέγχους και διαπιστώνει συνήθως έλλειψη καθαριότητας, ανεπαρκή παροχή υπηρεσιών και πλημμελή συντήρηση κτιρίων.
- Διυπουργική συνεργασία για τη βελτίωση των υπηρεσιών
Η σχετική συνεργασία σε επίπεδο Γενικών Γραμματέων και υπηρεσιακών παραγόντων κάλυψε θέματα, όπως οι βασικές υποδομές (αεροδρόμια, λιμάνια, οδικό δίκτυο) και τα τυχόν λειτουργικά τους προβλήματα, ο κυκλοφοριακός φόρτος και η ηχορύπανση στις ανεπτυγμένες περιοχές, η αστυνόμευση και η ενίσχυση του ρόλου της Τουριστικής Αστυνομίας, τα ωράρια των μουσείων, κ.α.
- Φυσικές καταστροφές και ενημέρωση των ξένων αγορών
Στον ΕΟΤ έχει διαμορφωθεί μια “Ομάδα Ετοιμότητας” με στόχο τη διαχείριση απρόβλεπτων καταστάσεων που έχουν άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα, π.χ. οι πυρκαγιές της Σάμου.

Άμεσα ο ΕΟΤ ενημερώνει όλα τα Γραφεία Εξωτερικού για να ενημερωθούν οι αντίστοιχες διπλωματικές αντιπροσωπείες, τουριστικοί παράγοντες και Μ.Μ.Ε. Αντίστοιχη κινητοποίηση έγινε μετά το ναυάγιο του “Εξπρές Σάμινα” και κατά την απαγωγή των Ιαπώνων, οπότε και κλιμάκιο του ΕΟΤ ενημέρωνε τους ξένους επισκέπτες και τους βοηθούσε καθώς και τα ξένα Μ.Μ.Ε.

2. Δημόσιες τουριστικές υποδομές

Με το ΎΒ ΚΠΣ χρηματοδοτήθηκαν και ολοκληρώνονται μια σειρά από έργα τουριστικής υποδομής τα οποία αναβαθμίζουν και εμπλουτίζουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Στο Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ) του Υπ. Ανάπτυξης και στα ΠΕΠ προβλέπεται η προώθηση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνων, χιονοδρομικών κέντρων κλπ) ως ιδιωτικών επενδύσεων ενισχυόμενων μέσω του αναπτυξιακού νόμου.

3. Αναδιάρθρωση της τουριστικής προσφοράς

Η ελληνική τουριστική προσφορά σήμερα, υστερεί σε διαπραγματευτική ισχύ απέναντι στα ισχυρά ολιγοψώνια, που ελέγχουν την ευρωπαϊκή ζήτηση. Μέσω του προγράμματος ενίσχυσης των τουριστικών ΜΜΕ όλων των κλάδων χρηματοδοτούνται δράσεις συνεργασίας, συνένωσης, συγχωνεύσεων ή και απλών κοινοπραξιών στο επίπεδο των κρατήσεων και του μάρκετινγκ ή ακόμα και στο επίπεδο της πραγματοποίησης οικονομιών κλίμακας σε προμήθειες και εξοπλισμούς.

4. Ασφάλιση τουριστικών επιχειρήσεων έναντι εξωγενών κινδύνων

Το τουριστικό προϊόν λόγω της φύσης του εκτίθεται σε μεγάλους κινδύνους:

- κίνδυνοι από τις αυξημένες υποχρεώσεις των επιχειρήσεων που οργανώνουν και πωλούν τουριστικά πακέτα, λόγω νομοθετικών ρυθμίσεων της ΕΕ (Οδηγία 90/314 για τα οργανωμένα ταξίδια) και της ενσωμάτωσης τους στο ελληνικό δίκαιο.
- Κίνδυνοι από διεθνείς συγκυρίες π.χ. πόλεμοι, κ.α.
- Συνήθεις κίνδυνοι κατά την τρέχουσα λειτουργία των επιχειρήσεων (φωτιά, κλοπές κ.α.) .

Το ελληνικό κράτος λοιπόν προβλέπει τη ενίσχυση των επιχειρήσεων σε τέτοιες περιπτώσεις με τροποποιήσεις στο εθνικό της δίκαιο, με επιδοτήσεις προς τους ξένους Tour Operators, και με προσπάθεια δημιουργίας ειδικού ταμείου (Fund) αντίστοιχα.

Σημ: Υπάρχουν και άλλα μέτρα ενίσχυσης της προσφοράς, αναλύονται όμως σε άλλα σημεία της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η Τουριστική κίνηση στην Κρήτη. Πίνακες , στατιστικά στοιχεία και δεδομένα που παρουσιάζουν την προσέλευση των τουριστών στο νησί από τις κύριες πύλες εισόδου.

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

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

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

3.1. Λιμένας Ηρακλείου

3.1.1. Γραμμές εσωτερικού (Minoan Lines, ANEK Lines)

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την επιβατική κίνηση για όλους τους μήνες του χρόνου (σε ποσοστό επί τοις εκατό), που πραγματοποιήσαν οι δύο (2) ναυτιλιακές εταιρείες που εκτελούν το δρομολόγιο: Πειραιάς- Ηράκλειο- Πειραιάς για τα έτη 1994-2000.

ΕΤΗ	ΜΗΝΕΣ												ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ
	ΙΑΝ (%)	ΦΕΒ (%)	ΜΑΡ (%)	ΑΠΡ (%)	ΜΑΪ (%)	ΙΟΥΝ (%)	ΙΟΥΛ (%)	ΑΥΓ (%)	ΣΕΠ (%)	ΟΚΤ (%)	ΝΟΕ (%)	ΔΕΚ (%)	
1994	5,88	5,14	6,48	10,91	8,53	8,22	14,52	13,70	8,27	7,60	5,12	5,65	406,368
1995	4,77	4,21	5,15	9,40	6,83	6,49	14,89	17,70	10,07	8,26	5,36	6,80	431,960
1996	4,22	4,29	4,75	10,03	6,09	8,45	17,71	18,01	9,61	6,89	4,88	5,07	504,522
1997	3,56	4,10	5,26	8,78	7,05	7,99	15,98	19,74	9,76	6,68	5,46	5,65	490,392
1998	4,61	4,22	3,89	10,20	6,37	8,04	15,09	19,12	10,50	7,38	5,76	4,81	494,800
1999	5,15	4,33	6,32	9,35	6,89	8,13	16,01	17,60	10,01	6,55	4,49	5,16	474,057
2000	4.97	4.02	5.70	11.39	8.07	9.53	18.65	9.93	8.47	6.74	6.04	6.50	421.386

Πηγή : ΕΟΤ

Σχολιασμός του πίνακα “ Γραμμές εσωτερικού ”

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

Αν υπήρχαν στοιχεία για τα έτη 2001 και 2002 , σίγουρα τα αντίστοιχα σύνολα των επιβατών θα ήταν κατά πολύ αυξημένα. Γιατί θα συνέβαινε αυτό; Για 2 λόγους κυρίως. Πρώτον γιατί αυτές οι χρονιές σηματοδεύτηκαν από αλλαγές στον στόλο και των δύο γραμμών με την είσοδο νέων πλοίων στη γραμμή. Δεύτερον , γιατί μετά το τρομοκρατικό χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου , πολλοί επιβάτες παρουσιάζονται διστακτικοί στο να χρησιμοποιήσουν το αεροπλάνο. Έτσι, αναγκαστικά το καράβι ήταν και είναι η μόνη επιλογή.

Επιστρέφοντας στη μελέτη των υπαρχόντων στοιχείων , τα τρία πρώτα χρόνια διακρίνονται από ανοδική πορεία επί του συνόλου των επιβατών, ενώ τα υπόλοιπα χαρακτηρίζονται από ελαφριά πτωτική πορεία. Ίσως να προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι ενώ η τουριστική σεζόν για το νησί ξεκινάει από τον Απρίλιο και φτάνει ως τον Οκτώβριο, μόνο κατά τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο παρατηρείται εντονότερη κίνηση στα καράβια της γραμμής. Η εξήγηση που θα μπορούσε να δοθεί ίσως εντοπίζεται στη συμπεριφορά των ημεδαπών τουριστών. Οι μήνες Ιούλιος και Αύγουστος είναι οι μήνες που οι περισσότεροι Έλληνες προτιμούν να πάνε διακοπές. Τότε τα σχολεία είναι κλειστά, και οι περισσότεροι οικογενειάρχες και μη, κάνουν χρήση της αδείας τους και κατευθύνονται σε κάποιο τουριστικό θέρετρο. Πρέπει να σημειωθεί , ότι ως επί το πλείστον , το καράβι το χρησιμοποιούν οι Έλληνες τουρίστες .

3.1.2. Κρουαζιερόπλοια Εσωτερικού

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την προσέλευση των επιβατών (σε ποσοστό επί τοις εκατό) που έρχονται με πλοία που εκτελούν κρουαζιέρες στο εσωτερικό της χώρας, και έχουν ως προορισμό το λιμάνι του Ηρακλείου για τη χρονική περίοδο 1994 – 2000.

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

Πηγή: ΕΟΤ

3.1.3. Κρουαζιερόπλοια Εξωτερικού

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την προσέλευση των επιβατών (σε ποσοστό επί τοις εκατό) που έρχονται με πλοία που εκτελούν κρουαζιέρες από το εξωτερικό της χώρας προς το λιμάνι του Ηρακλείου για τη χρονική περίοδο 1994 – 2000.

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

Πηγή: ΕΟΤ

Σχολιασμός του πίνακα “ Κρουαζιερόπλοια εσωτερικού ”

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

Σχολιασμός του πίνακα “ Κρουαζιερόπλοια εξωτερικού ”

Εξετάζοντας , συγκεντρωτικά , το σύνολο των επιβατών που ήρθαν στο λιμάνι του Ηρακλείου , παρατηρείται αυξομείωση στους ρυθμούς προσέλευσης τους. Από το 1994 ως το 2000 ο αριθμός των επιβατών που ήρθαν στο λιμάνι του Ηρακλείου αυξήθηκε σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά 3 φορές και μειώθηκε 4. Θα πρέπει, βέβαια , να παρατηρηθεί η μεγάλη διαφορά στην επιλογή του τύπου των διακοπών και του μέσου με το οποίο αυτές πραγματοποιούνται από τους επισκέπτες. Έτσι, περίπου 2 εκ. επισκέπτες έρχονται κάθε χρόνο στην Κρήτη με αεροπλάνο , ενώ μόλις μερικές χιλιάδες με κρουαζιερόπλοια. Οι διακοπές , βέβαια , με κρουαζιερόπλοια είναι ένας διαφορετικός τύπος διακοπών. Απαιτεί ,συνήθως , λιγότερα χρήματα σε σχέση με πιο παραδοσιακούς τύπους διακοπών , προσφέροντας μεγαλύτερη διάρκεια , που , αναλώνεται , όμως , στη μετάβαση από τον ένα τουριστικό προορισμό στον άλλο. Τα κρουαζιερόπλοια των οποίων ενδιάμεσος σταθμός είναι και η Κρήτη , περιπλέουν συνήθως τη Μεσόγειο , επισκέπτονται λιμάνια της Ν. Ευρώπης και της Β. Αφρικής, και προέρχονται από τις Σκανδιναβικές χώρες , τη Μ. Βρετανία, τη Γαλλία κ.α.

Μελετώντας τα στοιχεία του πίνακα κατά μήνα , παρατηρείται , όπως είναι αναμενόμενο , τα μεγαλύτερα ποσοστά προσέλευσης να εντοπίζονται τους 3 καλοκαιρινούς μήνες Ιούνιο , Ιούλιο και Αύγουστο , καθώς και το μήνα Σεπτέμβριο. Μάλιστα , το Σεπτέμβριο της χρονιάς του 1995 παρατηρείται το μεγαλύτερο ποσοστό στον πίνακα (28,42 %). Όμως , και οι μήνες Απρίλιος , Μάιος και Οκτώβριος έχουν αξιοσημείωτα ποσοστά , γεγονός που

ερμηνεύεται θετικά, καθώς υπάρχει μια ίση κατανομή της προσέλευσης και σε μήνες που θεωρητικά είναι “ ανενεργοί ” για τον τουρισμό.

3.1.4. Θαλαμηγοί ελληνικής σημαίας

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

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

Πηγή: ΕΟΤ

3.1.5. Θαλαμηγοί ξένης σημαίας

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

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

Πηγή: ΕΟΤ

Σχολιασμός των πινάκων : “ Θαλαμηγοί εσωτερικού – Θαλαμηγοί εξωτερικού “.

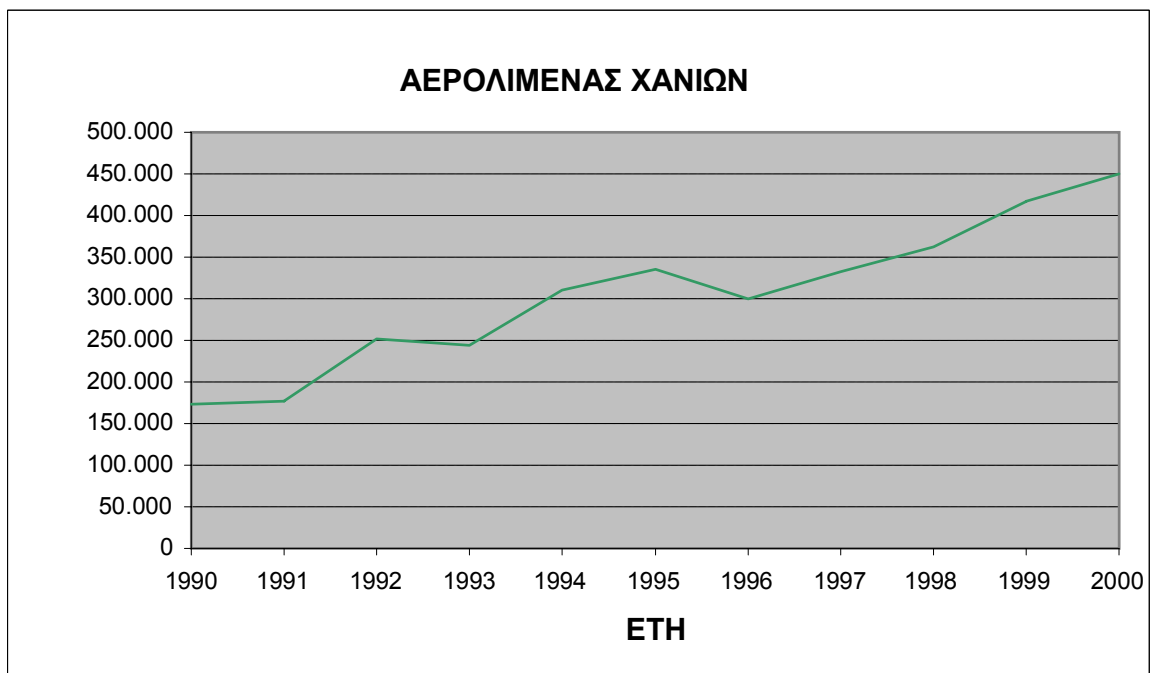
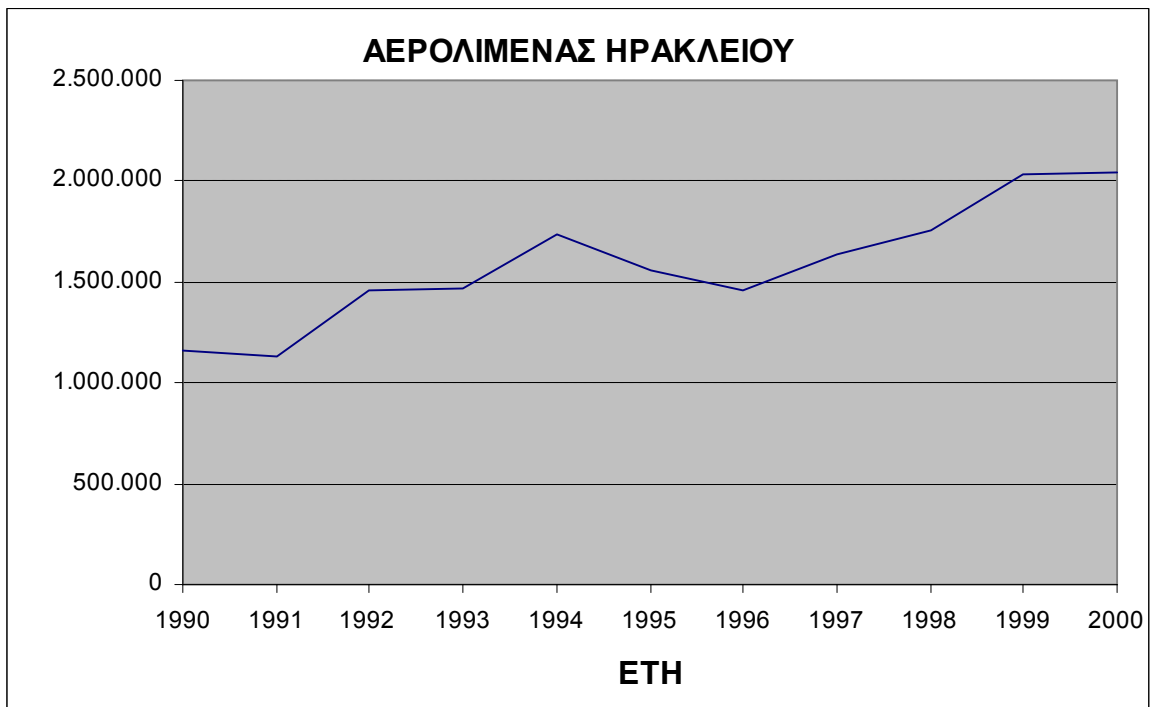
Μελετώντας τους δύο πίνακες , μπορεί κανείς εύκολα να εντοπίσει τον μικρό αριθμό θαλαμηγών ξένης και ελληνικής σημαίας που καταπλέουν στο λιμάνι του Ηρακλείου. Αθροιστικά , μόλις λίγες χιλιάδες είναι αυτοί που κάνουν χρήση του λιμανιού είτε , χρησιμοποιώντας το ως ενδιάμεσο σταθμό για ανεφοδιασμό , είτε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

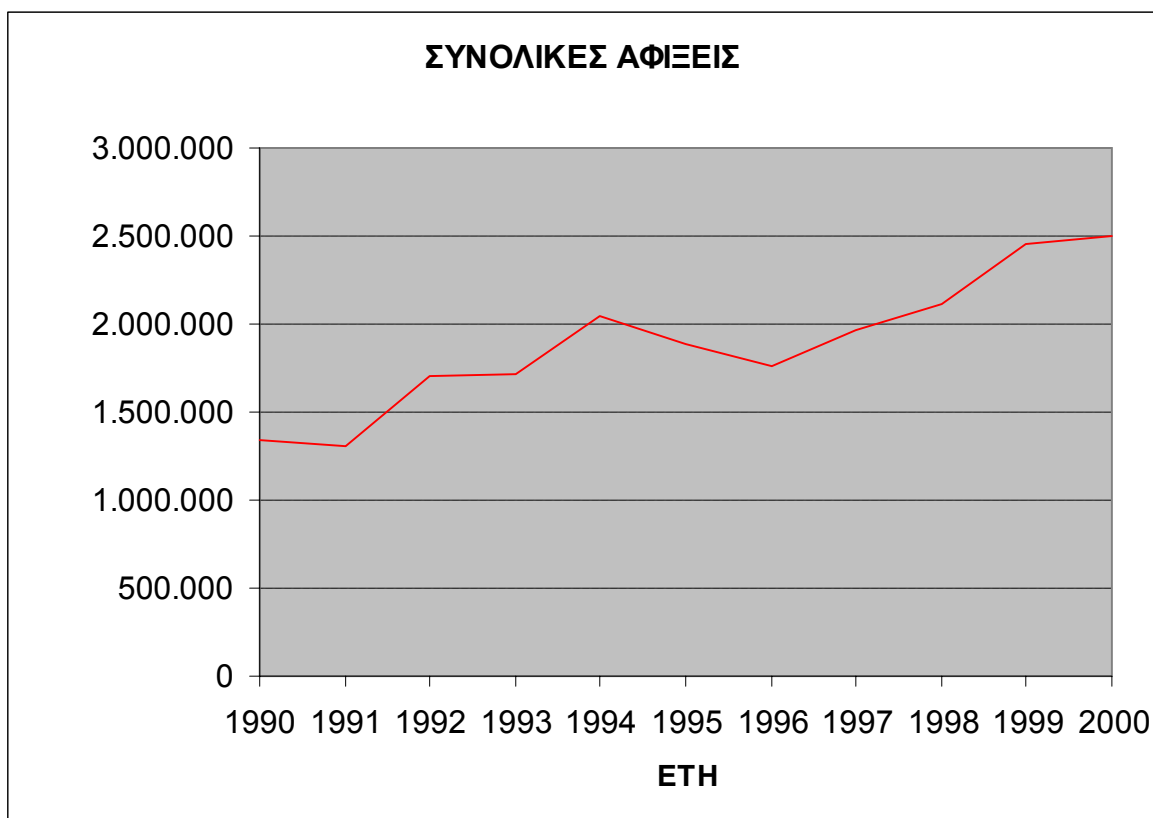
Εξετάζοντας, τώρα , και συγκρίνοντας τους δύο πίνακες , θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως πιο ίσα κατανεμημένη η προσέλευση των ξένων πλοίων από αυτή των ελληνικών. Η παρουσία των πρώτων εντοπίζεται σε όλη τη διάρκεια του χρόνου έστω και με μικρά ποσοστά. Σημαντικά ποσοστά εντοπίζονται από το μήνα Μάρτιο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

3.2 Διεθνείς Αερολιμένες

3.2.1. Αφίξεις charter Ηράκλειο – Χανιά (πίνακες και διαγραμματική παρουσίαση)

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

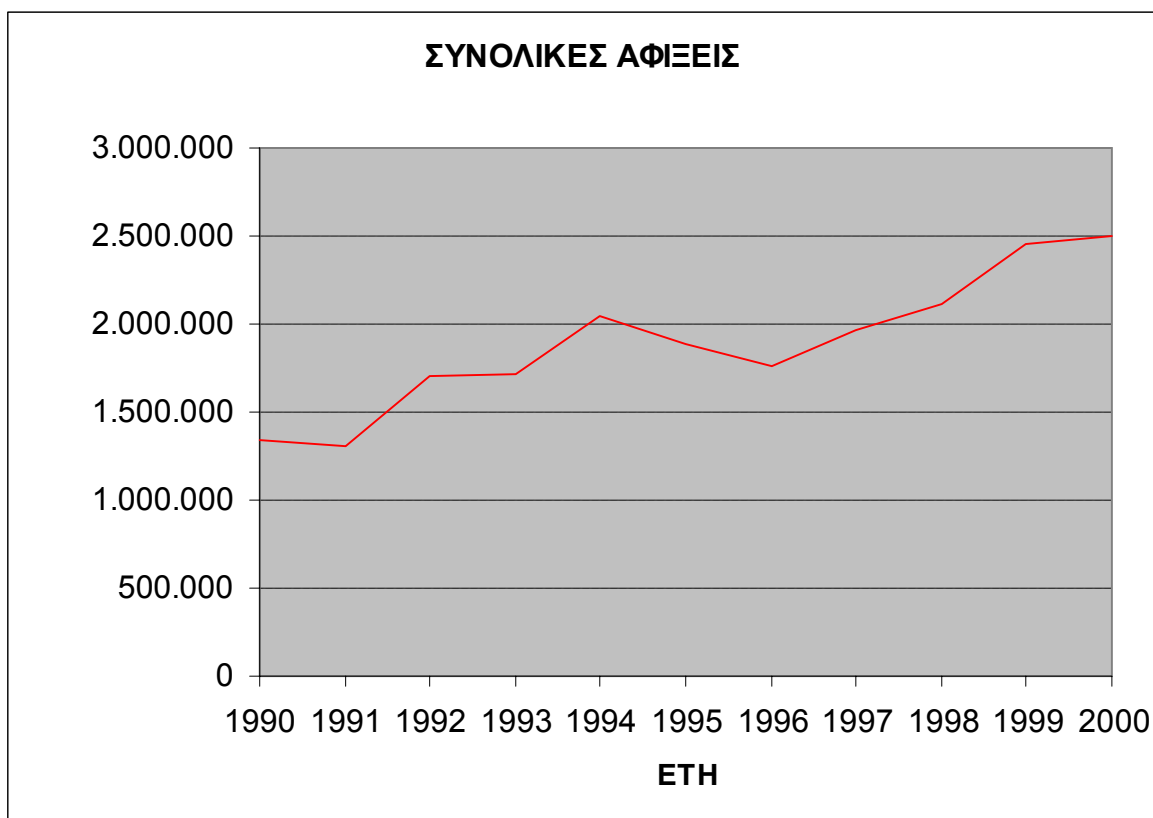




Ο **Αερολιμένας Ηρακλείου** παρουσιάζει ανοδικές τάσεις στην επιβατική του κίνηση. Ξεκινάει λίγο πάνω από το 1εκ. επιβάτες το 1990 και φτάνει λίγο πάνω από τα 2εκ. το 2000. Όπως φαίνεται και από το σχεδιάγραμμα, πτώση εντοπίζεται στα έτη 1994, 1995 και 1996, από εκεί και έπειτα όμως, η άνοδος είναι συνεχής.

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

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



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

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

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

3.2.1 Αερολιμένας Ηρακλείου

3.2.2.1. Αφίξεις Charter κατά εθνικότητα (%) για τη δεκαετία 1990- 2000

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

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

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

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

Σχολιασμός του πίνακα:

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

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

3.2.2.2 Αφίξεις Charter κατά εθνικότητα και ποσοστιαία μεταβολή ανά έτος για τη δεκαετία 1990 – 2000

ΕΤΗ/ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ											
	1990	1991		1992		1993		1994		1995	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	374349	370531	- 1,01	484037	30,63	548315	13,3	684483	24,8	561292	-18
ΑΓΓΛΙΑ	273076	269244	-1,4	3566089	32,45	341440	-4,3	348681	2,1	295875	-15,1
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	140751	119404	-15,16	115836	-2,99	109074	-5,8	131134	20,2	149237	13,8
ΒΕΛ./ΛΟΥΞ.	44123	36266	-17,8	56948	57,03	76954	35,1	78851	2,5	58474	-25,8
ΑΥΣΤΡΙΑ	49465	52343	5,81	79744	52,35	51579	-35,3	54593	5,8	58730	7,6
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	140016	130737	-6,62	148112	13,29	146646	-1	193826	32,2	154033	-20,5
ΕΛΒΕΤΙΑ	36459	35153	-3,58	60805	72,97	53702	-11,7	63630	18,5	68496	7,7
ΓΑΛΛΙΑ	68619	73923	7,72	81930	10,83	61935	-24,4	74460	20,2	89480	20,2
ΙΤΑΛΙΑ	22463	28993	29,07	45371	56,49	46725	3	51376	10	43057	-15,3
ΑΝΑΤ. ΕΥΡ.*	8625	3159	-63,37	11688	269,99	13875	18,7	34800	150,9	49431	42
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ ***	6940	11387	64,07	13059	14,68	18930	40,8	21487	16,8	24811	15,5
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	1164886	1131140	-2,9	1454138	28,56	1468635	1	1737321	18,3	1553366	-10,6

Η συνέχεια του πίνακα στην επόμενη σελίδα

	1996		1997		1998		1999		2000	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	503444	-10,3	569093	13	586498	3,05	726335	23,8	683252	-5,9
ΑΓΓΛΙΑ	211740	-28,4	220253	4	278301	26,3	324164	16,5	374328	15,5
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	193994	30	191907	-1,1	168357	-12,3	182773	8,6	174745	-4,4
ΒΕΛ./ΛΟΥΞ.	57121	-2,3	71119	24,5	88849	24,9	95820	7,8	79831	-16,7
ΑΥΣΤΡΙΑ	65685	11,8	88854	35,2	97880	10,1	110702	13,1	102905	-7
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	119714	-22,3	133789	11,7	148941	11,3	182413	22,5	180282	-1,7
ΕΛΒΕΤΙΑ	73375	7,1	81841	11,5	73686	-9,7	64916	-11,9	63538	-2,1
ΓΑΛΛΙΑ	100795	12,7	103661	2,8	107966	4,1	123064	13,9	128325	4,3
ΙΤΑΛΙΑ	43492	-0,03	50951	17,1	65926	29,4	73216	11	85730	17,1
ΑΝΑΤ. ΕΥΡ.**	66378	34,3	99552	50	103815	4,3	107753	3,8	114125	5,9
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ ***	26125	5,3	27459	5,1	32190	17,2	42145	30,9	57605	36,7
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	1461863	-5,9	1638478	12,1	1752409	6,9	2033301	16	2044666	0,6

Πηγή: Ε..Ο.Τ.

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

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

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

Σχολιασμός των πινάκων:

Οι πίνακες αυτοί παρουσιάζουν την επιβατική κίνηση των αλλοδαπών τουριστών για τη δεκαετία 1990 – 2000. Δείχνουν την επιβατική κίνηση ανά έτος στο σύνολο της, και επί μέρους κατά εθνικότητα. Τέλος, παρουσιάζουν τη μεταβολή της επιβατικής κίνησης από χρονιά σε χρονιά σε ποσοστό επί τοις εκατό.

Η επεξεργασία αυτού του πίνακα έγινε σύμφωνα με τις μεθόδους που χρησιμοποιεί ο Ε.Ο.Τ. για την αξιολόγηση της τουριστικής κίνησης . Έχει κριθεί σκόπιμο, να μελετάται η μεταβολή από χρόνο σε χρόνο , και όχι χρησιμοποιώντας κάποιο έτος ως έτος βάσης , ίσως για να εντοπίζονται μέσω των αποτελεσμάτων , πόσο επιτυχημένα ήταν τα μέτρα και οι ενέργειες που έκανε ο Ε.Ο.Τ. για την αύξηση της τουριστικής κίνησης.

Προχωρώντας στην επεξεργασία του πίνακα , βλέπουμε ότι πέρα από τις χρονιές του 1991 , '95 και '96 που είχαν αρνητική μεταβολή , όλες οι άλλες κινήθηκαν ανοδικά. Αυτό οδήγησε σταδιακά στην αύξηση της επιβατικής κίνησης από 1,1 εκ. επιβάτες που ήταν το 1990 στα 2 και πλέον εκ. το 2000.

Μελετώντας τις σημαντικότερες διακυμάνσεις του πίνακα , παρατηρείται το όχι παράδοξο φαινόμενο, οι Γερμανοί και οι Βρετανοί να έχουν μια πιο σταθερή πορεία από τις άλλες εθνικότητες. Γενικότερα , οι 2 αυτές εθνικότητες έχουν μια σταθερή παρουσία και στηρίζουν τον κρητικό τουρισμό. Πολύ μεγάλες θετικές διακυμάνσεις παρουσιάζουν , όπως ήταν αναμενόμενο , οι χώρες της Αν. Ευρώπης. Από τις αρχές της δεκαετίας του '90 είχε αρχίσει να διαφαίνεται η ανοδική πορεία που καταγράφουν ακόμα και σήμερα οι επισκέπτες από την Αν. Ευρώπη

3.2.3. Αερολιμένας Χανιών

3.2.3.1 Αφίξεις Charter κατά εθνικότητα (%) για τη δεκαετία 1990 - 2000

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

Πηγή : ΕΟΤ

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

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

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

Σχολιασμός του πίνακα:

Ο πίνακας αυτός εξετάζει την επιβατική κίνηση στο δεύτερο και τελευταίο πολιτικό αεροδρόμιο της Κρήτης. Το αεροδρόμιο των Χανίων εξυπηρετεί ως επί το πλείστον τον όμορο νομό και ελάχιστα το γειτονικό νομό Ρεθύμνης. Οι πτήσεις που εκτελούνται σε αυτό τους καλοκαιρινούς μήνες είναι αρκετά πυκνές και από αρκετές χώρες του εξωτερικού, ενώ αντίθετα τους χειμερινούς μήνες οι πτήσεις περιορίζονται σε αυτές του εσωτερικού οι οποίες μάλιστα δεν είναι και ιδιαίτερα πυκνές σε σχέση με αυτές του Ηρακλείου.

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

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

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

τουριστών καλής ποιότητας που τόσα χρόνια προσπαθούν να λύσουν όλοι οι εμπλεκόμενοι με τον τουρισμό , το " ανακουφίζουν " κατά κάποιο τρόπο οι ίδιοι οι επισκέπτες με τις επιλογές τους.

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

Επί του συνόλου , τώρα , των επιβατών παρατηρείται συνεχής άνοδος των αφίξεων από έτος σε έτος. Με εξαίρεση κάποιες χρονιές που σημειώθηκαν μικρές μειώσεις, οι αφίξεις παρουσιάζουν σημαντική άνοδο. Από το 1990 που οι αφίξεις ήταν περίπου 172.000 έφτασαν το 2000 να είναι υπερδιπλάσιες και άγγιξαν τις 450.000.

3.2.3.2. Αφίξεις Charter κατά εθνικότητα και ποσοστιαία μεταβολή ανά έτος για τη δεκαετία 1990 – 2000

ΕΤΗ/ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ											
	1990	1991		1992		1993		1994		1995	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	38958	36423	-6,5	49456	35,78	52107	5,4	59730	14,6	55355	-7,3
ΑΓΓΛΙΑ	28187	38956	38,2	47485	21,89	30661	-35,4	43280	41,2	38914	-10,1
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	87283	85742	-1,76	132789	54,87	130308	-1,9	159858	22,7	185251	15,9
ΒΕΛ./ΛΟΥΞ.	3816	2633	-31	6910	162,44	7022	1,6	10334	47,2	8924	-13,6
ΑΥΣΤΡΙΑ	7445	10268	37,91	8532	-16,91	14233	66,8	15279	7,4	14626	-4,3
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	3938	2742	-30,37	5967	117,61	8319	39,4	11276	35,6	13511	19,8
ΕΛΒΕΤΙΑ	0	0	-	129	(+)	687	432,6	848	23,4	210	-75,2
ΓΑΛΛΙΑ	0	314	(+)	131	-58,28	0	(-)	0	-	7693	(+)
ΙΤΑΛΙΑ	0	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
ΑΝΑΤ. ΕΥΡ.*	3239	0	(-)	0	-	0	-	9743	(+)	9278	-4,8
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ ***	0	0	-	0	-	0	-	0	-	1717	(+)
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	172886	177078	2,44	251399	41,97	243337	-3,2	310348	27,5	335479	8,1

Η συνέχεια του πίνακα στην επόμενη σελίδα

	1996		1997		1998		1999		2000	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	42933	-22,4	40050	-6,7	40387	0,8	54203	34,2	41344	-23,7
ΑΓΓΛΙΑ	28064	-27,9	33890	20,7	32622	-3,7	41949	28,5	54685	30,4
ΣΚΑΝΔΙΝ.*	164433	-11,2	195230	18,7	220905	13,1	261701	18,4	275196	5,1
ΒΕΛ./ΛΟΥΞ.	11409	27,9	11934	4,6	14619	22,5	14645	0,2	17442	19,1
ΑΥΣΤΡΙΑ	14619	-0,05	10065	-31,1	8823	-12,3	7322	-17,01	8072	10,2
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	12786	-5,4	11294	-11,6	11218	-0,7	12505	11,4	14377	15
ΕΛΒΕΤΙΑ	0	(-)	320	(+)	0	(-)	1796	(+)	4901	172,9
ΓΑΛΛΙΑ	5846	-24	618	-89,4	0	(-)	0	----	2236	(+)
ΙΤΑΛΙΑ	192	(+)	219	14,06	634	189,5	555	-12,5	113	-79,6
ΑΝΑΤ. ΕΥΡ.**	18422	98,6	26733	45,1	32860	22,9	21350	-35	25907	21,3
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ ***	636	-63	1853	191,3	0	(-)	661	(+)	5692	761,1
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	299340	-10,8	332206	10,9	362068	8,9	416684	15,1	449965	7,9

Πηγή: Ε.Ο.Τ.

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

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

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

Σχολιασμός του πίνακα:

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

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

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης. Αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών. Διανυκτερεύσεις και πληρότητες ξενοδοχειακών μονάδων .

Το κεφάλαιο αυτό περιέχει αναλυτικά στοιχεία για τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Κρήτη. Παρουσιάζει για κάθε νομό χωριστά , πόσα ξενοδοχεία λειτουργούν με επίσημη άδεια του Ε.Ο.Τ. , τη δυναμικότητα που αυτά έχουν , και σε ποια κατηγορία ανήκουν σύμφωνα με τις επίσημες μεθόδους κατάταξης που χρησιμοποιούνται διεθνώς.

Επίσης , περιλαμβάνει ένα πολύ αντιπροσωπευτικό δείγμα των αφίξεων των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στο νησί. Όπως έχει ήδη λεχθεί και σε άλλο σημείο της εργασίας δεν είναι εφικτό να υπολογιστεί ο ακριβής αριθμός των επισκεπτών που φτάνουν στο νησί , ειδικά των ημεδαπών , λόγω του ότι η Κρήτη δεν αποτελεί μόνο τουριστικό προορισμό. Έτσι έχει ληφθεί ένα σημαντικό ποσοστό (75 %) από τις αφίξεις των ημεδαπών και των αλλοδαπών. Επίσης , το ίδιο ποσοστό έχει χρησιμοποιηθεί σαν βάση από τις ξενοδοχειακές μονάδες , και έτσι γίνεται η σύγκριση από χρονιά σε χρονιά. Οι συγκρίσεις αυτές σε συνδυασμό με τους πίνακες που εξετάζουν το Μ.Ο. των διανυκτερεύσεων , βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των επισκεπτών. Όταν μελετηθεί ο τρόπος με τον οποίο σκέπτονται και λειτουργούν οι επισκέπτες , όταν εξακριβωθούν οι καταναλωτικές τους συνήθειες και οι προθέσεις τους όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις που προτίθενται να κάνουν , τότε είναι πιο εύκολο να σχεδιαστεί η τουριστική πολιτική και να προσφερθούν τα εμπορικότερα πακέτα διακοπών.

4.1. Χωροταξικοί πίνακες δυναμικότητας κατά κατηγορία ('96 – 00)

4.1.1. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

ΕΤ Η	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε															
	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ		
'96	7	4418	47	18053	64	9682	150	9909	22	930	21	822	133	5521	2	94	1	6	1110	22320	5	384	4	72	1566	72211
'97	6	4148	49	18569	62	9317	146	9749	24	997	19	752	129	5479	2	94	1	6	1204	31967	5	384	4	72	1651	81534
'98	9	6272	49	18056	63	9590	145	9748	24	997	19	752	133	5673	2	94	2	12	Δεν υπάρχουν στοιχεία						446	51194
'99	10	6554	46	16740	64	9021	143	9588	23	927	19	752	133	5754	2	94	2	12	1544	38770	5	384	9	150	2000	88746
'00	10	6554	47	17074	63	9012	144	9606	23	927	19	752	135	5815	2	94	2	12	950	26333	5	384	9	136	1409	76699

Πηγή : ΕΟΤ

4.1.2. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΧΑΝΙΩΝ

ΕΤ Η	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε															
	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ		
'96	0	0	9	2138	34	3551	86	4622	7	173	15	435	141	6813	0	0	12	225	1036	17812	6	317	2	16	1348	36102
'97	0	0	9	2126	33	3363	84	4534	6	146	15	435	162	7613	0	0	13	246	1058	18006	6	317	2	16	1388	36802
'98	0	0	10	2226	34	3490	83	4494	5	112	14	413	172	8083	0	0	13	246	Δεν υπάρχουν στοιχεία						331	19064
'99	0	0	10	2362	35	3649	84	4516	5	112	13	100	180	8416	0	0	13	246	1098	18900	6	317	9	70	1453	38988
'00	0	0	10	2362	35	3649	85	4659	5	113	12	380	198	9321	1	6	14	254	869	15634	5	628	16	155	1250	37161

Πηγή : ΕΟΤ

4.1.3.Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ

ΕΤΗ	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε															
	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ
’96	1	318	13	4150	37	4996	65	3874	12	337	7	123	77	4869	0	0	5	123	756	11177	3	175	0	0	976	30142
’97	1	318	16	6349	36	4887	66	4001	12	337	7	123	77	4792	0	0	4	101	768	11373	3	175	0	0	990	32456
’98	1	318	16	6349	37	5195	67	4124	12	337	7	123	81	4901	0	0	4	101	Δεν υπάρχουν στοιχεία						225	21498
’99	1	318	16	6349	38	5419	67	4124	10	294	7	123	86	5096	0	0	4	101	817	12350	3	175	14	90	1063	34439
’00	1	318	16	6349	38	5519	65	4063	10	294	7	123	109	6123	0	0	4	101	901	11633	3	175	24	207	1178	35228

Πηγή : ΕΟΤ

4.1.4. Χωροταξικός πίνακας δυναμικότητας κατά κατηγορία : ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ

ΕΤΗ	ΑΑ		Α		Β		Γ		Δ		Ε															
	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ	Μ	Κ
’96	5	1417	15	3819	28	3263	86	4705	15	300	15	250	90	3966	2	1123	0	0	689	11090	3	161	2	23	950	30117
’97	8	2479	16	4601	29	3548	78	4450	15	284	14	241	89	3975	1	356	0	0	697	11158	3	161	2	23	952	31276
’98	8	2479	16	4601	30	3572	77	4410	15	293	12	206	83	3866	1	414	0	0	Δεν υπάρχουν στοιχεία						242	19841
’99	8	2479	16	4590	30	3576	74	4263	15	302	11	187	80	3671	1	414	0	0	717	11560	3	161	2	23	957	31266
’00	8	2491	16	4620	30	3606	74	4265	15	302	11	187	82	3740	1	414	0	0	522	8832	3	483	3	35	765	28975

Πηγή : ΕΟΤ

Σημειώσεις που αφορούν τους πίνακες και επεξηγήσεις ορισμών.:

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

Σχολιασμός των πινάκων:

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

Επί του συνόλου των κλινών και των μονάδων , αξιοσημείωτη είναι η μείωση των διαθέσιμων κλινών και μονάδων τη χρονιά του 2000. Από 2000 μονάδες κλίνες το 1999 , μειώθηκαν στις 1409 το 2000. Αυτή η μείωση μπορεί να οφείλεται σε πολλούς λόγους. Σπανιότερη όλων είναι κάποια μονάδα να κλείσει από μόνη της. Συνήθως, συμβαίνει κάποιες μονάδες , οι μικρές περισσότερο , να μην ανανεώνουν την άδεια λειτουργίας τους, οπότε και δεν συμπεριλαμβάνονται στις ενεργές μονάδες του Ε.Ο.Τ. Άλλες φορές πάλι ,

εξαιτίας των συχνών και αυστηρών ελέγχων που διεξάγει ο Ε.Ο.Τ. όταν μία μονάδα δεν πληροί τις προϋποθέσεις για να λειτουργεί, η άδεια της ανακαλείται μέχρι να συμμορφωθεί με τα standards που αυτός επιβάλλει.

Η μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων εντοπίζεται στην κατηγορία Γ(περίπου 150) και στα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα(1250 κατά Μ.Ο.) φυσικά. Και από αυτά τα στοιχεία εξάγεται το συμπέρασμα ότι η υποδομή του συγκεκριμένου νομού αλλά και των άλλων, απευθύνεται, ως επί το πλείστον, σε τουρισμό όχι πρώτης κατηγορίας.

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

Πέρα, όμως, από τα ξενοδοχεία ο νομός Χανίων έχει τα περισσότερα camping στο νησί (6) και σημαντικό αριθμό ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων (1000 κατά Μ.Ο.). Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι το νομό γενικότερα, αλλά περισσότερο την πόλη των Χανίων, την προτιμούν και πολύ ημεδαποί τουρίστες, εξαιτίας του γεγονότος ότι φημίζεται και είναι, κατά γενική ομολογία, η ομορφότερη πόλη της Κρήτης. Σε αυτό βέβαια, έχει συμβάλει το γεγονός

ότι η παλιά πόλη των Χανίων έχει αξιοποιηθεί στο μέγιστο από τους τοπικούς παράγοντες και το αποτέλεσμα είναι σίγουρα εντυπωσιακό.

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

Στο νομό δεν υπάρχει καμία μονάδα στην κατηγορία “ ξενοδοχεία και επιπλωμένα διαμερίσματα” , ενώ μικρή άνοδος παρουσιάζεται στις κατηγορίες των επιπλωμένων διαμερισμάτων και των ενοικιαζόμενων δωματίων. Τέλος , οι τουριστικές κατοικίες αυξήθηκαν τα 2 τελευταία χρόνια από 14 το 1999 σε 24 το 2000.

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

. Πάντως , το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού είναι δεύτερο σε ποιοτική κατάταξη μετά το νομό Ηρακλείου. Αν και διαθέτει συνολικά τις λιγότερες κλίνες από τους άλλους νομούς , έχει αρκετά σημαντικό αριθμό πολυτελών ξενοδοχείων (24 συνολικά) και επίσης σημαντικό αριθμό επιπλωμένων διαμερισμάτων (90). Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί ότι γίνονται προσπάθειες για την ανάπτυξη όχι μόνο της ευρύτερης περιοχής του Αγίου Νικολάου ,αλλά και των υπολοίπων περιοχών του νομού. Μία από αυτές είναι η υπερμεγέθους ξενοδοχειακή μονάδα που χτίστηκε έξω από την πόλη της Σητείας στη διαδρομή προς το φοινικόδασος του Βαΐ , και η προσπάθεια για την διάσωση και αξιοποίηση του φοινικοδάσους, με την ανάθεση του έργου σε μεγάλη κατασκευαστική εταιρεία.

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

4.2 Πίνακες ξενοδοχειακού δυναμικού κατά βαθμίδα δυναμικότητας (1996 – 2000)

4.2.1. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας :**Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

ΕΤΗ	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K		
'96	<i>Δεν υπάρχουν στοιχεία</i>																							
'97	201	6214	121	8856	38	4507	12	2063	16	3493	10	2654	12	4248	8	3664	18	11106	2	2306	-	-	438	49111
'98	203	6237	122	8926	40	4747	12	2063	16	3493	11	2927	12	4248	8	3664	20	12583	2	2306	-	-	446	51194
'99	202	6169	122	8908	42	5029	11	1907	17	3727	9	2377	12	4248	7	3185	18	11586	2	2306	-	-	442	49442
'00	204	6210	122	8902	42	5029	11	1907	16	3511	10	2628	13	4562	7	3185	18	11606	2	2306	-	-	445	49846

Πηγή : ΕΟΤ

* δεν περιλαμβάνονται : ενοικιαζ. Διαμερίσματα, τουριστικές κατοικίες , camping.

4.2.2. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: V. ΧΑΝΙΩΝ

ΕΤΗ	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K		
'96	<i>Δεν υπάρχουν στοιχεία</i>																							
'97	194	5808	88	6214	25	2960	11	1909	1	202	1	294	1	309	0	0	1	767	0	0	0	0	322	18463
'98	195	5826	96	6732	25	2960	11	1909	1	202	0	0	2	668	0	0	1	767	0	0	0	0	331	19064
'99	203	6125	96	6717	26	3010	9	1564	2	431	0	0	3	1027	0	0	1	767	0	0	0	0	340	19701
'00	214	6320	103	7178	27	3166	9	1564	2	431	1	291	3	1027	0	0	1	767	0	0	0	0	360	20744

Πηγή : ΕΟΤ

* δεν περιλαμβάνονται : ενοικιαζ. Διαμερίσματα, τουριστικές κατοικίες , camping.

4.2.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: **ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ**

ΕΤΗ	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K		
'96	<i>Δεν υπάρχουν στοιχεία</i>																							
'97	104	3201	56	3942	23	2850	16	2676	8	1713	2	586	4	1337	0	0	4	2498	2	2105	0	0	219	20908
'98	108	3322	56	3933	24	2970	15	2481	9	1960	3	842	4	1337	0	0	4	2498	2	2105	0	0	225	21448
'99	109	3331	57	3983	25	3083	15	2481	10	2164	3	842	4	1337	0	0	4	2498	2	2105	0	0	229	21824
'00	124	3688	59	4072	27	2368	16	2681	11	2399	3	842	4	1337	0	0	4	2498	2	2105	0	0	250	22890

Πηγή : ΕΟΤ

* Δεν περιλαμβάνονται : ενοικιαζ. Διαμερίσματα, τουριστικές κατοικίες , camping.

4.2.4. Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά βαθμίδα δυναμικότητας: **ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ**

ΕΤΗ	Μ		Κ		Μ		Κ		Μ		Κ		Μ		Κ		Μ		Κ		Μ		Κ	
	'96	Δεν υπάρχουν στοιχεία																						
'97	143	3970	57	3968	18	2274	7	1243	6	1371	6	1653	8	2722	2	837	3	1896	0	0	0	0	250	19934
'98	135	3801	57	3976	18	2274	7	1243	5	1130	7	1904	7	2366	3	1251	3	1896	0	0	0	0	242	19841
'99	130	3656	56	3921	17	2145	7	1243	5	1130	8	2189	6	2051	3	1251	3	1896	0	0	0	0	235	19482
'00	132	3727	56	3921	17	2145	7	1255	5	1160	7	1894	7	2376	3	1251	3	1896	0	0	0	0	237	19625

Πηγή : ΕΟΤ

* Δεν περιλαμβάνονται : ενοικιαζ. Διαμερίσματα, τουριστικές κατοικίες , camping.

Σημειώσεις και επεξηγήσεις ορισμών.:

1. (M : Μονάδες, K : Κλίνες)
2. Ως ξενοδοχειακό δυναμικό θεωρούνται όλες οι κατηγορίες κύριων και μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων εκτός από τα camping, τις τουριστικές κατοικίες και τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα.
3. Η ταξινόμηση και ο διαχωρισμός των κύριων και μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων έχει γίνει βάση των μεθόδων και των επίσημων στοιχείων που χρησιμοποιεί ο Ε.Ο.Τ.
4. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν μόνο εκείνες τις μονάδες που λειτουργούν με άδεια του Ε.Ο.Τ., και όχι εκείνες των οποίων η άδεια λειτουργίας έχει ανασταλεί προσωρινά ή οριστικά ή έχουν πάψει να λειτουργούν.

Σχολιασμός των πινάκων:

Στο **νομό Ηρακλείου** , το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων εντοπίζεται στα ξενοδοχεία μικρής δυναμικότητας. Έτσι , τα ξενοδοχεία που μπορούν να φιλοξενήσουν ως και 50 άτομα , αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 50 % του ξενοδοχειακού δυναμικού (201 από τα 438). Μαζί με την επόμενη κατηγορία , το σύνολο φτάνει στις 322 ξενοδοχειακές μονάδες. Είναι εμφανές , λοιπόν, ότι μικρά ξενοδοχεία τα οποία είναι διάσπαρτα σε όλες τις τουριστικές περιοχές με σχετικά χαμηλές τιμές, αναλαμβάνουν να παρέχουν υπηρεσίες στους επισκέπτες.

Μπορεί , όμως , να αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο ποσοστό ξενοδοχειακών μονάδων , αλλά δεν αντιπροσωπεύουν και το σύνολο των διαθέσιμων κλινών. Αν εξετάσουμε την κάθε κατηγορία χωριστά , θα δούμε ότι πρώτη σε διαθέσιμες κλίνες έρχεται η κατηγορία από 501 – 1000 κλίνες. Από μόνη της αντιπροσωπεύει σχεδόν το 1 / 5 των διαθέσιμων κλινών. Αν τώρα αθροίσουμε το σύνολο των κλινών στις 4 τελευταίες κατηγορίες αυτές αντιπροσωπεύουν σχεδόν τα 2 / 3. Επειδή , όμως σε αυτές τις κατηγορίες από 400 κρεβάτια και πάνω ανήκουν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που διακρίνονται από πολύ καλή οργάνωση στην λειτουργία τους , και υψηλό επίπεδο υπηρεσιών , θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως “ αρκετά ποιοτικό ” το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού. Μία καλά οργανωμένη τουριστική

πολιτική θα μπορούσε , πρωτίστως , να γεμίσει όλα αυτά τα καλά ξενοδοχεία , και να δώσει στο νομό την αίγλη που χρειάζεται έτσι ώστε να προσελκύσει στο μέλλον περισσότερο ποιοτικό τουρισμό.

Ο **νομός Χανίων** , μπορεί να έρχεται δεύτερος σε σύνολο ξενοδοχειακών μονάδων (330 περίπου κατά μ.ο.) , αλλά είναι τελευταίος σε ότι αφορά την ποιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων. Από τις 330 κατά μ.ο. ξενοδοχειακές μονάδες οι 300 σχεδόν ανήκουν στις δύο πρώτες μικρές κατηγορίες που μπορούν να φιλοξενήσουν ως και 100 άτομα. Αυτές τις μονάδες μικρής δυναμικότητας συνήθως τις διέπει ένα ιδιοκτησιακό καθεστώς οικογενειακού χαρακτήρα. Δηλαδή, μια οικογένεια η οποία βρήκε το ξενοδοχείο από κάποιο πρόγονο αναλαμβάνει να συνεχίσει την παράδοση, χωρίς απαραίτητα να έχει τις γνώσεις που χρειάζονται για αυτή τη δουλειά. Όταν , πάλι, το ξενοδοχείο το έχει κάποιος επιχειρηματίας ο οποίος ασχολείται και με άλλο επάγγελμα και το έχει ως συμπληρωματικό εισόδημα για τους καλοκαιρινούς μήνες, λίγο τον ενδιαφέρει να ασχοληθεί με τις κρατήσεις και με την προβολή της μονάδας του σε κάποια έκθεση τουρισμού. Μάλλον αφήνει περισσότερο στην τύχη το αν και κατά πόσο θα γεμίσει το ξενοδοχείο του. Ελάχιστες εξαιρέσεις υπάρχουν αλλά και αυτοί στην ουσία εξαρτώνται, όπως και οι μεγάλοι, από τις διεθνείς τάσεις που καθορίζουν την τουριστική κίνηση.

Επιστρέφοντας, στα στοιχεία του πίνακα, βλέπουμε οτι ο νομός Χανίων δεν διαθέτει κανένα ξενοδοχείο στις δύο μεγαλύτερες κατηγορίες και μόλις ένα στην κατηγορία από 501 - 1000 κλίνες. Συγκριτικά με τους άλλους νομούς , ο νομός Χανίων διαθέτει τα λιγότερα ξενοδοχεία " ανώτερης " ποιότητας , και τα περισσότερα μικρά ξενοδοχεία.

Ο **νομός Ρεθύμνης** διαθέτει ένα αρκετά καλό ξενοδοχειακό δυναμικό. Ίσως επειδή , ήταν ο τελευταίος χρονικά νομός ο οποίος ασχολήθηκε με τον τουρισμό , οι επιχειρηματίες που ασχολήθηκαν με αυτόν ήξεραν περίπου τι ήθελαν να κάνουν. Έτσι , πλησιάζοντας κανείς το Ρέθυμνο και από τις δύο πλευρές και αυτή του Ηρακλείου αλλά και αυτή των Χανίων , θα συναντήσει όλες τις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες κατά μήκος της Ε.Ο. Χανίων – Σητείας , δίπλα στη θάλασσα. Τα ξενοδοχεία ακολουθώντας κάποιο υποτυπώδες σχέδιο ρυμοτομίας , έχουν κρατήσει ικανοποιητικές αποστάσεις μεταξύ τους , έτσι ώστε αν χρειαστεί μελλοντικά , να μπορέσουν να γίνουν διανοίξεις δρόμων που θα επιτρέπουν την εύκολη πρόσβαση σε αυτά. Επίσης

στο μεγαλύτερο μέρος αυτής της διαδρομής υπάρχει παράδρομος ο οποίος βοηθάει στην κίνηση και αποσυμφορεί την Ε.Ο.. Μοναδική ίσως ένσταση θα μπορούσε να γίνει για την ανυπαρξία υπόγειων ή υπέργειων διαβάσεων κατά μήκος της Ε.Ο. , κάτι που αναγκάζει όσους πεζούς θέλουν να την διασχίσουν για να κινηθούν από και προς την παραλία , να πρέπει να την κόβουν κάθετα ρισκάροντας κάποιο τραυματισμό.

Επιστρέφοντας στα δεδομένα του πίνακα , παρατηρούμε ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού μπορεί να είναι λιγότερο από αυτό του γειτονικού νομού των Χανίων , αλλά οι διαθέσιμες κλίνες είναι περισσότερες. Οι 21.500 κατά μ.ο. κλίνες είναι σαφώς ανώτερης ποιότητας , αφού υπάρχουν συνολικά 6 ξενοδοχεία στις 3 μεγαλύτερες κατηγορίες με δυναμικότητα 5.000 κλίνες περίπου. Αυτά μάλιστα , είναι ξενοδοχεία σχετικά καινούργια , υπερπολυτελή που παρέχουν υψηλές υπηρεσίες.

Από το 1997 ως και το 2000 που υπάρχουν στοιχεία, παρατηρείται αύξηση των διαθέσιμων κλινών που φτάνει περίπου τις 2000. Αυτή η αύξηση εντοπίζεται στις μικρές ξενοδοχειακές μονάδες , της τάξεως των 50 , 100 και 150 κλινών. Δύσκολα πάντως θα εντοπιζόταν η αύξηση σε μεγάλα ξενοδοχεία με πολλές κλίνες , αφού αυτές οι επενδύσεις απαιτούν πολλά κεφάλαια , γενναίες χρηματοδοτήσεις και μεγάλες οικοπεδικές εκτάσεις.

Ο **νομός Λασιθίου** , βάσει των στοιχείων του πίνακα δεν θα κατατασσόταν και σε ιδιαίτερα υψηλή θέση , όσον αφορά το ξενοδοχειακό του δυναμικό. Το σύνολο των κλινών του είναι κάτω από τις 20.000 , αλλά παρουσιάζει το εξής παράδοξο : Δεν έχει κανένα ξενοδοχείο στις δύο μεγαλύτερες κατηγορίες , δηλαδή στις πιο υπερπολυτελής , όπως θα περίμενε κανείς, και έχει μόλις 3 στην κατηγορία των 501 – 1.000 κλινών. Όμως , τα 3 ξενοδοχεία αυτής της κατηγορίας είναι παγκοσμίου φήμης. Πάρα πολλές διασημότητες έχουν περάσει τις διακοπές τους σε αυτά (ο πρώην πρωθυπουργός της Ελλάδος Ανδρέας Παπανδρέου , συγκροτήματα όπως οι Rolling Stones , και αρκετοί αρχηγοί κρατών). Η παραμονή σε αυτά βέβαια είναι μάλλον αδύνατη για τους περισσότερους αφού για κάποιες σουίτες το κόστος για μια βραδιά ξεπερνάει τα 4.000 ευρώ. Εκκεντρικές παρουσίες έχουν περάσει από αυτά, ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση κάποιου Άραβα ηγέτη , ο οποίος δέχτηκε να πληρώσει το ποσό των 100 εκ. δραχμών για να έχει

στην προσωπική του παραλία ένα τζάκι για λίγες μόνο ώρες , το μήνα Αύγουστο μάλιστα!

Επιστρέφοντας στα δεδομένα του πίνακα , παρατηρούμε μια συνεχή μείωση και των διαθέσιμων κλινών και των ξενοδοχειακών μονάδων. Αυτό μάλλον οφείλεται στο γεγονός ότι ο νομός έχει πολλά μικρά ξενοδοχεία , τα οποία δεν πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να λειτουργούν , και έτσι ο Ε.Ο.Τ. αναγκάζεται να ανακαλεί τις άδειες τους , μειώνοντας έτσι το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού.

4.3 Πίνακες αφίξεων , διανυκτερεύσεων και πληρότητας (1996 – 2000)

4.3.1. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ %	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)
ΙΑΝ.	6924	25403	29,3	5887	23556	18,8	6345	29156	26,4	7993	27911	25,4	8266	27697	24,2
ΦΕΒ.	7309	62684	35,4	7815	31234	25,8	6066	28392	24,2	8243	32163	26,7	10405	30882	25,5
ΜΑΡ.	21048	75280	16,5	21045	87469	18	15103	58883	21,7	18653	69283	18	14412	52026	34,7
ΑΠΡ.	60650	364145	44,6	66161	383571	43,8	47594	291182	38,1	64562	387866	51,5	71609	373189	47,1
ΜΑΙ.	81201	602941	67,4	99592	749050	73,3	97602	696895	75	108571	766868	83,9	114606	792664	80,5
ΙΟΥΝ.	77209	669414	72,4	95465	838074	80,6	92663	828595	87,6	113534	956604	102,6	114464	897701	89,9
ΙΟΥΛ.	96043	816589	88,4	114009	1033153	102	125396	1047314	105,3	124820	1110180	116,7	127870	1094800	114,4
ΑΥΓ.	104739	905236	100,4	126640	1156561	115,9	134482	1257860	122,5	142005	1203470	124,2	134624	1187853	119,8
ΣΕΠ.	89099	729228	83	98382	841581	87,3	102641	888764	90,2	117797	967020	101,5	118806	915507	92,5
ΟΚΤ.	66068	504521	61,4	86059	563795	65,9	69404	599018	68,3	88282	682883	80,6	79858	671116	75,5
ΝΟΕ.	9881	36284	11,3	10563	40359	17,9	10917	37686	17,5	11142	43562	23	7220	29070	12,1
ΔΕΚ.	5862	20894	20,4	6653	27560	22,4	6144	21485	19,7	7567	26971	23,6	4913	16910	27,8
ΣΥΝ.	626033	4782619	66,3	738271	5778256	72,6	714357	5785230	78,8	813169	6275231	86,7	807053	6089415	83,3

Πηγή Ε.Ο.Τ.

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, ΠΛΗ : Πληρότητα

4.3 Πίνακες αφίξεων , διανυκτερεύσεων και πληρότητας (1996 – 2000)

4.3.1. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ %	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)
ΙΑΝ.	6924	25403	29,3	5887	23556	18,8	6345	29156	26,4	7993	27911	25,4	8266	27697	24,2
ΦΕΒ.	7309	62684	35,4	7815	31234	25,8	6066	28392	24,2	8243	32163	26,7	10405	30882	25,5
ΜΑΡ.	21048	75280	16,5	21045	87469	18	15103	58883	21,7	18653	69283	18	14412	52026	34,7
ΑΠΡ.	60650	364145	44,6	66161	383571	43,8	47594	291182	38,1	64562	387866	51,5	71609	373189	47,1
ΜΑΙ.	81201	602941	67,4	99592	749050	73,3	97602	696895	75	108571	766868	83,9	114606	792664	80,5
ΙΟΥΝ.	77209	669414	72,4	95465	838074	80,6	92663	828595	87,6	113534	956604	102,6	114464	897701	89,9
ΙΟΥΛ.	96043	816589	88,4	114009	1033153	102	125396	1047314	105,3	124820	1110180	116,7	127870	1094800	114,4
ΑΥΓ.	104739	905236	100,4	126640	1156561	115,9	134482	1257860	122,5	142005	1203470	124,2	134624	1187853	119,8
ΣΕΠ.	89099	729228	83	98382	841581	87,3	102641	888764	90,2	117797	967020	101,5	118806	915507	92,5
ΟΚΤ.	66068	504521	61,4	86059	563795	65,9	69404	599018	68,3	88282	682883	80,6	79858	671116	75,5
ΝΟΕ.	9881	36284	11,3	10563	40359	17,9	10917	37686	17,5	11142	43562	23	7220	29070	12,1
ΔΕΚ.	5862	20894	20,4	6653	27560	22,4	6144	21485	19,7	7567	26971	23,6	4913	16910	27,8
ΣΥΝ.	626033	4782619	66,3	738271	5778256	72,6	714357	5785230	78,8	813169	6275231	86,7	807053	6089415	83,3

Πηγή Ε.Ο.Τ.

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, ΠΛΗ : Πληρότητα

4.3.2. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: ν. ΧΑΝΙΩΝ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ %	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)
ΙΑΝ.	4168	10812	20	4647	12057	20,7	3968	10597	23,3	5424	14769	25	4088	10859	20,9
ΦΕΒ.	4753	11563	19,5	5313	13644	22,7	4980	13140	26,7	5474	13870	23,5	4361	11318	23,4
ΜΑΡ.	7008	17455	25,4	8617	23850	22,1	7383	18275	19,4	11317	28700	23	6897	16703	30,2
ΑΠΡ.	25339	107966	37,6	26625	102386	41,4	25901	103745	40	21649	89268	34,7	23083	91109	35,7
ΜΑΙ.	42206	242644	59,9	41271	231686	65,7	50406	295033	71,2	51056	295793	77,8	48582	300165	77,91
ΙΟΥΝ.	40921	281584	65,3	44365	306174	71,2	48549	332262	77,7	56501	394056	85,9	54632	364751	80,16
ΙΟΥΛ.	48255	313184	71,8	54887	360903	78,5	58714	400301	89,1	65011	445393	96,8	64879	435892	88,75
ΑΥΓ.	57243	361158	84,7	66353	412781	91,9	66341	436787	99,3	70055	491569	103,7	68848	495151	105,36
ΣΕΠ.	42985	282921	65,7	50369	306952	73	43857	271646	75,1	54868	356883	81,6	43508	286215	76,51
ΟΚΤ.	21204	131471	45,1	24692	142549	46,4	24473	153693	56,3	29712	198789	61,2	35091	208535	55,83
ΝΟΕ.	6765	17456	29	5201	14900	29,7	6285	16666	27,9	5173	14306	26,8	6450	14780	24,06
ΔΕΚ.	5176	12926	21,9	4264	11213	23,2	3714	11748	21,8	4124	11264	21,9	4264	10230	20,78
ΣΥΝ.	306023	1791140	59,5	336604	1939095	64,8	344571	2063893	70,5	380364	2354840	75	364683	2245708	73,14

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, ΠΛΗ : Πληρότητα

4.3.3. Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: **V. ΡΕΘΥΜΝΗΣ**

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ %	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)
ΙΑΝ.	913	2598	10,5	885	1596	23,1	1933	8617	26,7	1097	1876	16,6	977	2359	20,7
ΦΕΒ.	505	905	21,4	983	1690	24,5	2073	8193	25,4	553	1075	21,8	1042	2212	18,3
ΜΑΡ.	4923	21251	11,7	5432	28364	16,6	3493	17578	16,6	4162	13271	9,8	1142	2307	7,4
ΑΠΡ.	21204	163137	50,1	18743	135435	48,2	19346	125364	43,9	19960	137888	50,2	18013	107504	40
ΜΑΙ.	31962	275163	79,9	32853	280486	89,1	35932	291235	85,4	42152	345330	88,9	35845	316772	86,28
ΙΟΥΝ.	29483	286496	78,4	29635	283715	83,7	32662	313239	89,7	35538	349867	95,7	32882	303776	93,34
ΙΟΥΛ.	32310	282436	80,4	32171	295922	100,5	39862	367004	102,7	41945	399717	112,5	38562	359231	107,64
ΑΥΓ.	35964	320136	97,2	41319	398107	116,2	41754	399724	119,9	44171	433709	118,1	41645	406333	117,52
ΣΕΠ.	37499	295261	86,1	31468	315468	98,4	32475	321340	93,9	37117	354482	100,4	39732	373117	96,76
ΟΚΤ.	19708	188592	69	19492	186201	70,6	22148	226842	76,2	30029	266648	81,1	24246	257253	78,27
ΝΟΕ.	1471	12440	9,8	2703	9458	14,3	944	1848	5,6	1704	13907	21,4	1041	6798	12
ΔΕΚ.	721	1625	26,2	1453	4832	13,1	924	1593	14,1	867	5163	22,9	960	6629	26,62
ΣΥΝ.	216663	1850040	69,1	217137	1941274	79,4	233546	2082557	82,6	259295	2322933	86,9	236087	2144291	86,07

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, ΠΛΗ : Πληρότητα

4.3.4 Πίνακας Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων/ Πληρότητας: **Ν. ΛΑΣΙΘΙΟΥ**

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ %	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	ΠΛΗ (%)
ΙΑΝ.	472	994	10,8	333	794	10,5	740	2128	11,9	1439	3757	11,5	1342	2723	9,6
ΦΕΒ.	550	1210	14	538	1316	13,7	1667	5405	19,8	1720	3698	12	1292	3367	12,1
ΜΑΡ.	3070	14491	10,7	3799	16827	15,1	2498	8127	9,2	3926	12947	8,7	2929	7232	14,7
ΑΠΡ.	21022	127484	42,7	13540	77848	32,6	24192	104775	37,3	20870	117265	40,5	23042	116768	38
ΜΑΙ.	32923	227270	65,5	30711	223748	66,6	47456	263443	72,2	41656	280804	74,7	35498	249227	67,67
ΙΟΥΝ.	29153	235762	63,4	33121	266203	71,2	44808	272694	75,2	38870	321774	81,5	37439	282066	78,71
ΙΟΥΛ.	32392	249610	73,5	44356	329333	84,8	52242	329177	89,5	48726	380442	97,4	45247	358436	96,72
ΑΥΓ.	46284	344368	90,2	57757	425219	105	65165	400383	107,7	60091	448798	108,8	51719	419137	108,46
ΣΕΠ.	34139	263457	72,4	41712	301115	80,4	46648	285012	80,8	41555	343377	88,9	43416	318329	82,4
ΟΚΤ.	22556	177172	56,4	26545	189606	60	34195	212662	65	28338	239633	70,4	25209	210813	62,48
ΝΟΕ.	921	3424	3,8	1472	4848	8,1	2483	11344	24,1	2183	7454	13,7	2088	5265	9,22
ΔΕΚ.	366	829	10,9	893	2674	25,7	994	2652	11	1657	3573	11,2	1648	4590	13,77
ΣΥΝ.	223848	1646071	61,7	254777	1839531	69,9	323088	1897802	72,1	291031	2163522	74,9	271319	1977953	72,9

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, ΠΛΗ : Πληρότητα

Σημειώσεις και επεξηγήσεις ορισμών :

1. Η πληρότητα προκύπτει με την απλή μέθοδο των τριών : π.χ. για το νομό Ηρακλείου και για το μήνα Ιανουάριο του έτους 1996 το ποσοστό 29, 3 % προκύπτει αν, οι διαθέσιμες κλίνες (2891, που δεν παρουσιάζονται στον πίνακα) πολλαπλασιαστούν με το συντελεστή 30 που θεωρείται ως η ιδανική πληρότητα αφού σημαίνει ότι το ξενοδοχείο είναι γεμάτο και τις 30 μέρες του μήνα, και διαιρεθούν με το σύνολο των διανυκτερεύσεων (25403). Τέλος το νούμερο που προκύπτει πολλαπλασιάζεται επί εκατό για να παρουσιαστεί ως ποσοστό.
2. Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις αφορούν και τους ημεδαπούς και τους αλλοδαπούς.

Σχολιασμός των πινάκων :

Οι ξενοδοχειακές μονάδες του **νομού Ηρακλείου**, κινούνται σε αρκετά καλό επίπεδο σε ότι αφορά το θέμα της πληρότητας. Συνολικά εξετάζοντας την πληρότητα , παρατηρούμε αύξηση που φτάνει τις 20 ποσοστιαίες μονάδες. Η μέση πληρότητα ξεκινά το 1996 από το 66,3 % και φτάνει το 2000 το 83,3 %. Αν κάποιος μήνας του χρόνου , οι οποίοι θεωρούνται ανενεργοί για τον τουρισμό (Ιανουάριος , Φεβρουάριος , Νοέμβριος) , δεν είχαν τόσο χαμηλά ποσοστά , ο μ.ο. των διανυκτερεύσεων θα ξεπερνούσε το 90 %.

Εντύπωση , βέβαια , προκαλούν κάποια ποσοστά πληρότητας των θερινών μηνών που υπερβαίνουν το 100 % , και αγγίζουν σχεδόν το 125 %. Αυτό συμβαίνει , γιατί , τους θερινούς μήνες η ζήτηση πολλαπλασιάζεται και το υπάρχον δυναμικό δεν επαρκεί για να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες. Έτσι παρατηρείται μια υπερκάλυψη των διαθέσιμων κλινών , η οποία επιλύεται με την προσθήκη κρεβατιών , τα οποία φυσικά δεν είναι δηλωμένα στο δυναμικό των ξενοδοχείων.

Μελετώντας την πληρότητα κάθε μήνα χωριστά , καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο μήνας που παρουσιάζει την ελάχιστη πληρότητα είναι ο Νοέμβριος , ενώ ο μήνας με την μέγιστη πληρότητα είναι ο Αύγουστος. Κυριολεκτικά , το μήνα Αύγουστο η Κρήτη " βουλιάζει " από κόσμο , αφού εκτός από τους αλλοδαπούς επισκέπτες , τις διακοπές τους πραγματοποιούν και οι

Έλληνες. Πάντως , συμπερασματικά, η πληρότητα του νομού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου κινείται σε ικανοποιητικά επίπεδα , ειδικά αν συγκριθεί με αυτή των άλλων νομών της Κρήτης.

Η πληρότητα στο **νομό Χανίων** , είναι η χαμηλότερη από όλους τους άλλους νομούς της Κρήτης. Τα πρώτα χρόνια της έρευνας , τα ποσοστά της είναι μάλλον απογοητευτικά. Με μόλις 59,5 % το 1996 και 75 % το 1999 δύσκολα θα μπορούσε κανείς να εξάγει το συμπέρασμα ότι οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στα Χανιά , εξασφαλίζουν ένα ικανοποιητικό εισόδημα.

Μελετώντας την πληρότητα ανά μήνα , και εδώ τα μεγαλύτερα ποσοστά εντοπίζονται το μήνα Αύγουστο. Στο νομό Χανίων , όμως , παρατηρείται και κάποιο άλλο φαινόμενο μάλλον ενθαρρυντικό. Η πληρότητα κατά τους ανενεργούς τουριστικά μήνες κινείται σταθερά και σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα. Ειδικότερα , τους μήνες Ιανουάριο , Φεβρουάριο , Νοέμβριο και Δεκέμβριο η πληρότητα είναι πάνω από 20 %. Αν η πληρότητα κατά τους θερινούς μήνες παρουσίαζε πιο υψηλά ποσοστά , τότε σίγουρα και οι συνολικές πληρότητες θα ήταν υψηλότερες. Ο νομός Χανίων έχει αυτό προνόμιο να παρουσιάζεται υψηλά στις προτιμήσεις των επισκεπτών τους χειμερινούς μήνες, και ειδικά τις περιόδους των γιορτών. Τα Χανιά τα συνοδεύει μια έντονη φήμη ως ιδιαίτερα ελκυστικού τουριστικού προορισμού κυρίως από τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων της Ελλάδος. Αν αυτό το εκμεταλλευτούν οι Χανιώτες επιχειρηματίες , τότε σίγουρα οι επόμενοι πίνακες που θα αφορούν τις πληρότητες των ξενοδοχειακών μονάδων της περιοχής, θα έχουν υψηλότερα ποσοστά.

Ο **νομός Ρεθύμνης** παρουσιάζει αξιόλογα ποσοστά πληρότητας περισσότερο σε συνολικό επίπεδο. Έχει τα υψηλότερα ποσοστά συνολικής πληρότητας από όλους τους άλλους νομούς. Η πληρότητα ξεκινάει το 1996 από το 70 % και φτάνει ως το 87 % το 1999. Σε αντίθεση όμως με το νομό Χανίων που διακρίνεται σταθερότητα στις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις τους χειμερινούς μήνες , στο νομό Ρεθύμνης τα ποσοστά πληρότητας είναι πολύ χαμηλά. Ποσοστά της τάξεως του 5,6 % (Νοέμβριος 1998) , 7,4 % (Μάρτιος 2000) και 9,8% (Νοέμβριος 1996), δείχνουν την αδυναμία των επιχειρηματιών της περιοχής και των αρμόδιων τουριστικών οργάνων, να προσελκύσουν επισκέπτες τους ανενεργούς τουριστικά μήνες. Έτσι, το

ξενοδοχειακό δυναμικό της περιοχής παραμένει ανενεργό το χειμώνα και ασφυκτικά το καλοκαίρι από πληρότητες που φθάνουν κοντά στο 120%.

Τέλος , **ο νομός Λασιθίου** , δεν έχει να παρουσιάσει ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά πληρότητας ,και κινείται περίπου στα ίδια με αυτά του ν. Χανίων. Πολύ μικρές είναι οι διακυμάνσεις των ποσοστών της συνολικής πληρότητας με τη μέγιστη πληρότητα να φτάνει στο 74,9 % το έτος 1999. Εδώ τα ελάχιστα ποσοστά μηνιαίας πληρότητας είναι πολύ μικρότερα από αυτά του νομού Ρεθύμνης και αγγίζουν και το 3,8 % το μήνα Νοέμβριο του 1996.

Αν προσπαθούσαν , πάντως , όλοι οι επιχειρηματίες της Κρήτης να αναπροσαρμόσουν την τουριστική τους πολιτική όσον αφορά τους χειμερινούς μήνες, θα κατόρθωναν ίσως να βελτιώσουν τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις το χειμώνα. Εξελίσσοντας περισσότερο κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού – μια δυνατότητα που η Κρήτη την έχει – σίγουρα θα βελτιώνονταν τα πολύ χαμηλά ποσοστά που παρουσιάζουν οι πίνακες των πληροτήτων όλων των νομών.

4.4. Πίνακες Αφίξεων/ Διανυκτερεύσεων και Μέσου Όρου παραμονής των επισκεπτών στις ξενοδοχειακές μονάδες (1996- 2000)

4.4.1. Ο νομός ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο
ΙΑΝ.	6924	25403	3,66	5887	23556	4	6345	29156	4,59	7993	27911	3,49	8266	27697	3,35
ΦΕΒ.	7309	62684	8,57	7815	31234	3,99	6066	28392	4,68	8243	32163	3,90	10405	30882	2,96
ΜΑΡ.	21048	75280	3,57	21045	87469	4,15	15103	58883	3,89	18653	69283	3,71	14412	52026	3,60
ΑΠΡ.	60650	364145	6	66161	383571	5,79	47594	291182	6,11	64562	387866	6	71609	373189	5,21
ΜΑΪ.	81201	602941	7,42	99592	749050	7,52	97602	696895	7,14	108571	766868	7,06	114606	792664	6,91
ΙΟΥΝ.	77209	669414	8,67	95465	838074	8,77	92663	828595	8,94	113534	956604	8,42	114464	897701	7,84
ΙΟΥΛ.	96043	816589	8,50	114009	1033153	9,06	125396	1047314	8,35	124820	1110180	8,89	127870	1094800	8,56
ΑΥΓ.	104739	905236	8,64	126640	1156561	9,13	134482	1257860	9,35	142005	1203470	8,47	134624	1187853	8,82
ΣΕΠ.	89099	729228	8,18	98382	841581	8,55	102641	888764	8,65	117797	967020	8,20	118806	915507	7,70
ΟΚΤ.	66068	504521	7,63	86059	563795	6,55	69404	599018	8,63	88282	682883	7,73	79858	671116	8,40
ΝΟΕ.	9881	36284	3,67	10563	40359	3,82	10917	37686	3,45	11142	43562	3,90	7220	29070	4,02
ΔΕΚ.	5862	20894	3,56	6653	27560	4,14	6144	21485	3,49	7567	26971	3,56	4913	16910	3,44
ΣΥΝ.	626033	4782619	6,50	738271	5778256	6,28	714357	5785230	6,43	813169	6275231	6,11	807053	6089415	5,90

Πηγή : ΕΟΤ

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, Μ.Ο. : Μέσος όρος διανυκτερεύσεων

4.4.2. Ο νομός ΧΑΝΙΩΝ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο.
ΙΑΝ.	4168	10812	2,59	4647	12057	2,59	3968	10597	2,67	5424	14769	2,72	4088	10859	2,65
ΦΕΒ.	4753	11563	2,43	5313	13644	2,56	4980	13140	2,63	5474	13870	2,53	4361	11318	2,59
ΜΑΡ.	7008	17455	2,49	8617	23850	2,76	7383	18275	2,47	11317	28700	2,53	6897	16703	2,42
ΑΠΡ.	25339	107966	4,26	26625	102386	3,84	25901	103745	4	21649	89268	4,12	23083	91109	3,94
ΜΑΪ.	42206	242644	5,74	41271	231686	5,61	50406	295033	5,85	51056	295793	5,79	48582	300165	6,17
ΙΟΥΝ.	40921	281584	6,88	44365	306174	6,90	48549	332262	6,84	56501	394056	6,97	54632	364751	6,67
ΙΟΥΛ.	48255	313184	6,49	54887	360903	6,57	58714	400301	6,81	65011	445393	6,85	64879	435892	6,71
ΑΥΓ.	57243	361158	6,30	66353	412781	6,22	66341	436787	6,58	70055	491569	7,01	68848	495151	7,19
ΣΕΠ.	42985	282921	6,58	50369	306952	6,09	43857	271646	6,19	54868	356883	6,50	43508	286215	6,57
ΟΚΤ.	21204	131471	6,20	24692	142549	5,77	24473	153693	6,28	29712	198789	6,69	35091	208535	5,94
ΝΟΕ.	6765	17456	2,58	5201	14900	2,86	6285	16666	2,65	5173	14306	2,76	6450	14780	2,29
ΔΕΚ.	5176	12926	2,49	4264	11213	2,62	3714	11748	3,16	4124	11264	2,73	4264	10230	2,39
ΣΥΝ.	306023	1791140	4,58	336604	1939095	4,53	344571	2063893	4,67	380364	2354840	4,76	364683	2245708	4,62

Πηγή : ΕΟΤ

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, Μ.Ο. : Μέσος όρος διανυκτερεύσεων

4.4.3. Ο νομός ΡΕΘΥΜΝΗΣ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο.
ΙΑΝ.	913	2598	2,84	885	1596	1,80	1933	8617	4,45	1097	1876	1,71	977	2359	2,41
ΦΕΒ.	505	905	1,79	983	1690	1,71	2073	8193	3,95	553	1075	1,94	1042	2212	2,12
ΜΑΡ.	4923	21251	4,31	5432	28364	5,22	3493	17578	5,03	4162	13271	3,18	1142	2307	2,02
ΑΠΡ.	21204	163137	7,69	18743	135435	7,22	19346	125364	6,48	19960	137888	6,90	18013	107504	5,96
ΜΑΙ.	31962	275163	8,60	32853	280486	8,53	35932	291235	8,10	42152	345330	8,19	35845	316772	8,83
ΙΟΥΝ.	29483	286496	9,71	29635	283715	9,57	32662	313239	9,59	35538	349867	9,84	32882	303776	9,23
ΙΟΥΛ.	32310	282436	8,74	32171	295922	9,19	39862	367004	9,20	41945	399717	9,52	38562	359231	9,31
ΑΥΓ.	35964	320136	8,90	41319	398107	9,63	41754	399724	9,57	44171	433709	9,81	41645	406333	9,75
ΣΕΠ.	37499	295261	7,87	31468	315468	10,02	32475	321340	9,89	37117	354482	9,55	39732	373117	9,39
ΟΚΤ.	19708	188592	9,56	19492	186201	9,55	22148	226842	10,42	30029	266648	8,87	24246	257253	10,6
ΝΟΕ.	1471	12440	8,45	2703	9458	3,49	944	1848	1,95	1704	13907	8,16	1041	6798	6,53
ΔΕΚ.	721	1625	2,25	1453	4832	3,32	924	1593	1,72	867	5163	5,95	960	6629	6,9
ΣΥΝ.	216663	1850040	6,72	217137	1941274	6,60	233546	2082557	6,69	259295	2322933	6,96	236087	2144291	6,92

Πηγή : ΕΟΤ

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, Μ.Ο. : Μέσος όρος διανυκτερεύσεων

4.4.3. Ο νομός ΡΕΘΥΜΝΗΣ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο.
ΙΑΝ.	913	2598	2,84	885	1596	1,80	1933	8617	4,45	1097	1876	1,71	977	2359	2,41
ΦΕΒ.	505	905	1,79	983	1690	1,71	2073	8193	3,95	553	1075	1,94	1042	2212	2,12
ΜΑΡ.	4923	21251	4,31	5432	28364	5,22	3493	17578	5,03	4162	13271	3,18	1142	2307	2,02
ΑΠΡ.	21204	163137	7,69	18743	135435	7,22	19346	125364	6,48	19960	137888	6,90	18013	107504	5,96
ΜΑΪ.	31962	275163	8,60	32853	280486	8,53	35932	291235	8,10	42152	345330	8,19	35845	316772	8,83
ΙΟΥΝ.	29483	286496	9,71	29635	283715	9,57	32662	313239	9,59	35538	349867	9,84	32882	303776	9,23
ΙΟΥΛ.	32310	282436	8,74	32171	295922	9,19	39862	367004	9,20	41945	399717	9,52	38562	359231	9,31
ΑΥΓ.	35964	320136	8,90	41319	398107	9,63	41754	399724	9,57	44171	433709	9,81	41645	406333	9,75
ΣΕΠ.	37499	295261	7,87	31468	315468	10,02	32475	321340	9,89	37117	354482	9,55	39732	373117	9,39
ΟΚΤ.	19708	188592	9,56	19492	186201	9,55	22148	226842	10,42	30029	266648	8,87	24246	257253	10,6
ΝΟΕ.	1471	12440	8,45	2703	9458	3,49	944	1848	1,95	1704	13907	8,16	1041	6798	6,53
ΔΕΚ.	721	1625	2,25	1453	4832	3,32	924	1593	1,72	867	5163	5,95	960	6629	6,9
ΣΥΝ.	216663	1850040	6,72	217137	1941274	6,60	233546	2082557	6,69	259295	2322933	6,96	236087	2144291	6,92

Πηγή : ΕΟΤ

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, Μ.Ο. : Μέσος όρος διανυκτερεύσεων

4.4.4. Ο νομός ΛΑΣΙΘΙΟΥ

	1996			1997			1998			1999			2000		
	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο	ΑΦΙΞ	ΔΙΑΝ	Μ.Ο.
ΙΑΝ.	472	994	2,10	333	794	2,38	740	2128	2,87	1439	3757	2,61	1342	2723	2,02
ΦΕΒ.	550	1210	2,20	538	1316	2,44	1667	5405	3,24	1720	3698	2,15	1292	3367	2,60
ΜΑΡ.	3070	14491	4,72	3799	16827	4,42	2498	8127	3,25	3926	12947	3,29	2929	7232	2,46
ΑΠΡ.	21022	127484	6,06	13540	77848	5,74	24192	104775	4,33	20870	117265	5,61	23042	116768	5,06
ΜΑΪ.	32923	227270	6,90	30711	223748	7,28	47456	263443	5,55	41656	280804	6,74	35498	249227	7,02
ΙΟΥΝ.	29153	235762	8,08	33121	266203	8,03	44808	272694	6,08	38870	321774	8,27	37439	282066	7,53
ΙΟΥΛ.	32392	249610	7,70	44356	329333	7,42	52242	329177	6,30	48726	380442	7,80	45247	358436	7,92
ΑΥΓ.	46284	344368	7,44	57757	425219	7,36	65165	400383	6,14	60091	448798	7,46	51719	419137	8,10
ΣΕΠ.	34139	263457	7,71	41712	301115	7,21	46648	285012	6,10	41555	343377	8,26	43416	318329	7,33
ΟΚΤ.	22556	177172	7,85	26545	189606	7,14	34195	212662	6,21	28338	239633	8,45	25209	210813	8,36
ΝΟΕ.	921	3424	3,71	1472	4848	3,29	2483	11344	4,56	2183	7454	3,41	2088	5265	2,52
ΔΕΚ.	366	829	2,26	893	2674	2,99	994	2652	2,66	1657	3573	2,15	1648	4590	2,78
ΣΥΝ.	223848	1646071	5,56	254777	1839531	5,47	323088	1897802	4,77	291031	2163522	5,51	271319	1977953	5,30

Πηγή : ΕΟΤ

ΑΦΙΞ : Αφίξεις, ΔΙΑΝ : Διανυκτερεύσεις, Μ.Ο. : Μέσος όρος διανυκτερεύσεων

Σημειώσεις και επεξηγήσεις ορισμών :

1. Η στήλη του Μέσου Όρου προκύπτει αν διαιρεθούν τα νούμερα των διανυκτερεύσεων με τα αντίστοιχα των αφίξεων. Δηλαδή για το νομό Ηρακλείου ο Μ.Ο. του Ιανουαρίου του 1996 = 3,66 προκύπτει αν διαιρεθούν οι διανυκτερεύσεις (25403) με τις αφίξεις (6924).
2. Οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις αφορούν και τους ημεδαπούς και τους αλλοδαπούς.

Η δημιουργία αυτών των πινάκων που ασχολούνται με το μέσο όρο των διανυκτερεύσεων κρίθηκε σκόπιμη έτσι ώστε να μελετηθούν οι καταναλωτικές συνήθειες των επισκεπτών και οι πρόθεση τους όσον αφορά τις μέρες που σκοπεύουν να μείνουν στα ξενοδοχειακά καταλύματα. Είναι αρκετά σημαντικό και για τους τουριστικούς πράκτορες αλλά και για τους ξενοδόχους να γνωρίζουν τις καταναλωτικές προθέσεις των επισκεπτών , αφού έτσι μπορούν να προσφέρουν στην αγορά πιο ευέλικτα και πιο ανταγωνιστικά πακέτα διακοπών που θα καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες τους.

Ο **νομός Ηρακλείου** , έρχεται δεύτερος στο συνολικό μέσο όρο των διανυκτερεύσεων μετά το νομό Ρεθύμνης. Με 6 ,2 περίπου διανυκτερεύσεις και στα 5 χρόνια της έρευνας , θα μπορούσε να πει κανείς ότι κινείται σε αρκετά καλά επίπεδα. Δεν θα μπορούσαν όμως να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα αν εξετάζονταν μόνο οι συνολικοί μέσοι όροι, και δεν εξετάζονταν και σποραδικά η πρόθεση παραμονής των επισκεπτών ιδίως τους χειμερινούς μήνες. Πάλι και εδώ , όπως και σε προηγούμενους πίνακες , τα μεγαλύτερα ποσοστά παραμονής εντοπίζονται τους καλοκαιρινούς μήνες. Δεν θα έπρεπε όμως , αυτό να είναι αναμενόμενο για τον εξής απλό λόγο. Σίγουρα, το καλοκαίρι ο τουρισμός είναι μαζικός, και οι επισκέπτες εξαντλούν όλες τους τις δυνατότητες , τόσο από πλευρά χρημάτων , όσο και από πλευρά χρόνου προκειμένου να επιμηκύνουν όσο περισσότερο μπορούν τις διακοπές τους. Όμως , ο τουρισμός που έρχεται προς το τέλος και στην αρχή της τουριστικής περιόδου είναι, κατά γενική ομολογία, πολύ ανώτερος ποιοτικά. Είναι συνήθως , άτομα με σχετικά υψηλό οικονομικό επίπεδο , και θα περίμενε κανείς αυτά τα άτομα να πραγματοποιούν μακράς διάρκειας διακοπές στην Κρήτη. Όμως , βάσει των στοιχείων του πίνακα , τα υψηλότερα ποσοστά παρουσιάζονται πάλι τους καλοκαιρινούς μήνες και σημειώνεται αισθητή πτώση στους υπόλοιπους.

Ορισμένοι δε όπως είναι ο Ιανουάριος , ο Μάρτιος , ο Δεκέμβριος κ.α. κατεβάζουν αισθητά το μηνιαίο μ.ο. και το φτάνουν στις 3,5, και 4 διανυκτερεύσεις. Επειδή, όμως, οι επισκέπτες αυτοί , όπως και οι περισσότεροι επισκέπτες , έρχονται οργανωμένοι σε γκρούπ και τα μέρη που πρόκειται να επισκεφθούν είναι προκαθορισμένα από τα γραφεία που αναλαμβάνουν την ξενάγηση τους , και επειδή το χειμώνα τα μέρη αυτά σίγουρα μειώνονται λόγω των καιρικών συνθηκών , τότε αυτόματα μειώνονται και οι μέρες που χρειάζεται κάποιος για να περιηγηθεί το νησί , με αποτέλεσμα να μειώνονται και οι διανυκτερεύσεις.

Ο **νομός Χανίων** , παρουσιάζει τα μικρότερα ποσοστά διανυκτερεύσεων με μ.ο. διανυκτερεύσεων περίπου στις 4,63. Δεν παρατηρούνται ιδιαίτερα μεγάλες αυξήσεις στις διανυκτερεύσεις ούτε του καλοκαιρινούς μήνες. Οι μέγιστες διανυκτερεύσεις κινούνται λίγο πάνω και λίγο κάτω από τις 7 τους μήνες Ιούνιο , Ιούλιο και Αύγουστο. Αντίθετα , όμως από το νομό Ηρακλείου και τους άλλους νομούς, το χειμώνα τα νούμερα μπορεί να είναι χαμηλά αλλά είναι σταθερά και κινούνται περίπου στις 2,5 διανυκτερεύσεις. Οπωσδήποτε , η σταθερότητα σε κάποια νούμερα όσο χαμηλά και αν είναι αυτά, είναι σημαντική , ειδικά αν αφορά την πρόθεση του καταναλωτή που στην προκειμένη περίπτωση είναι ο επισκέπτης που έρχεται στην Κρήτη.

Ο **νομός Ρεθύμνης**, είναι πρώτος στις συνολικές διανυκτερεύσεις με 6,78 διανυκτερεύσεις κατά μ.ο.. Παρουσιάζει εντυπωσιακά μεγάλα νούμερα τους καλοκαιρινούς μήνες που σε κάποιες περιπτώσεις ξεπερνούν τις 10 και φτάνουν ως τις 11 περίπου. Εδώ όμως , τα υψηλά νούμερα διανυκτερεύσεων δεν εντοπίζονται μόνο τις τρεις " παραδοσιακούς " τουριστικούς μήνες (Ιούνιο , Ιούλιο , Αύγουστο) , αλλά και μήνες όπως ο Σεπτέμβριος , ο Οκτώβριος και ο Μάιος. Τυχαίο γεγονός; Ίσως κάποιος να το χαρακτήριζε και έτσι. Όμως μάλλον είναι περισσότερο ικανότητα των τοπικών επιχειρηματιών ,και των αρμόδιων τουριστικών οργάνων που καταφέρνουν και συγκρατούν τους επισκέπτες περισσότερο χρόνο στο νομό. Θα πρέπει εδώ , βέβαια , να τονιστεί ότι τα μεγάλα ξενοδοχεία του νομού δουλεύουν συγκεκριμένα πακέτα διακοπών, και ασχολούνται με συγκεκριμένες εθνικότητες , όποτε είναι και σχεδόν αναμενόμενη η πληρότητα τους.

Τέλος , ο **νομός Λασιθίου** , κινείται σε μάλλον απογοητευτικά επίπεδα αφού κατά μ.ο. έχει μόλις 5,3 διανυκτερεύσεις και οι σημαντικότερες στατιστικά πληρότητες του εντοπίζονται τους καλοκαιρινούς μήνες. Και απο αυτό τον

πίνακα φαίνεται η αδυναμία των τοπικών αρχόντων και επιχειρηματιών να κρατήσουν τον κόσμο στα ξενοδοχεία περισσότερες από 5 περίπου ημέρες.

4.5. Τα τουριστικά προϊόντα που προτιμώνται περισσότερο από τους επισκέπτες στην Κρήτη.

4.5.1. Πληροφορίες για την σύνταξη του ερωτηματολογίου και τη διεξαγωγή της έρευνας

Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις προτιμήσεις των τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη (σε ποσοστό επί τοις εκατό) όσον αφορά τα τουριστικά προϊόντα που προσφέρονται, και έχει προκύψει από την επεξεργασία ενός ερωτηματολογίου που μοιράστηκε σε τουριστικά γραφεία του ν. Ηρακλείου. Η έρευνα έλαβε χώρα στην πόλη του Ηρακλείου όπου και ερωτήθηκαν 20 γραφεία τα οποία εξυπηρετούν ημεδαπούς & αλλοδαπούς τουρίστες, και στην ευρύτερη περιοχή του νομού στις πλέον τουριστικές ζώνες (Δήμος Χερσονήσου, Δήμος Μαλλίων), όπου ερωτήθηκαν 25 γραφεία τα οποία εξυπηρετούν μόνο αλλοδαπούς τουρίστες. Η επιλογή των τουριστικών γραφείων ήταν τυχαία, ωστόσο κάποια από τα γραφεία που ερωτήθηκαν επιλέχθηκαν σκοπίμως ώστε να μελετηθούν οι καταναλωτικές προτιμήσεις των τουριστών που προέρχονται από τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης (Σλοβένοι, Τσέχοι κ.α.). Οι εθνικότητες που παρουσιάζονται στον πίνακα δεν είχαν προεπιλεχθεί, αλλά προέκυψαν από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι τουριστικοί πράκτορες. Η έρευνα διεξήχθη στο χρονικό διάστημα από τις 30/10/01 ως 14/1/02, δηλαδή στο τέλος της τουριστικής σεζόν του 2001.

Από τους ερωτώμενους ζητήθηκε να απαντήσουν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου εμπειρικά, και σε καμία περίπτωση δεν χρησιμοποιήθηκαν επίσημα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων. Θα πρέπει εδώ να τονιστεί ότι τα ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν έφταναν σε αριθμό περίπου τα 65, όμως πολλά από αυτά είτε επεστράφησαν κενά στοιχείων, είτε δεν επεστράφησαν καθόλου.

Σημ. Το ερωτηματολόγιο ακολουθεί στην επόμενη σελίδα.

Ο πίνακας με τις προτιμήσεις των επισκεπτών βρίσκεται στη σελίδα 94.

ΑΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΡΕΥΝΑ : “ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ , ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ.”

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας;

.....

2. Ποιες είναι οι γραμματικές τους γνώσεις;

α) Λύκειο β) ΙΕΚ γ) ΣΤΕ δ) ΤΕΙ ε) Άλλη
σχολή

3. Κατατάξτε μας ποσοτικά τον αριθμό των εγχώριων και ξένων πελατών που επισκέπτονται την επιχείρησή σας.

α) εγχώριοι β) ξένοι

4. Από ποιες χώρες προέρχεται το κύριο ποσοστό των ξένων πελατών σας;

α).. ..

β).....

γ).....

δ).....

5. Ορίσετε μας το επίπεδο των πελατών σας ανά χώρα και τουριστική περίοδο.

ΧΩΡΑ

ΣΕΖΟΝ

α)

β).....

γ).....

δ).....

Low

High

6. Κατατάξτε μας εμπειρικά τη ζήτηση των παρακάτω προϊόντων ανάλογα με την χώρα και την τουριστική περίοδο.

	<u>ΧΩΡΑ</u>	<u>ΣΕΖΟΝ</u>	
		Low	High
α) Ενοικιάσεις αυτοκινήτων	-----		
β) Ενοικιάσεις δικύκλων	-----		
γ) Μονοήμερες εκδρομές	-----		
δ) Πολυήμερες εκδρομές	-----		
ε) Κρητ. βραδιές / Μουσεία / Αρχ. Χώροι	-----		
στ) Ενοικιάσεις δωματίων / διαμερ/των	-----		
ζ) Ενοικιάσεις ξενοδοχείων εως Α' Κατηγ.		
η) Ενοικιάσεις ξενοδοχείων Α' Κατηγ.	-----		

7. Έχει πάρει μέρος ποτέ η επιχείρησή σας σε εκθέσεις τουρισμού εγχώριες ή διεθνείς;

α) ΝΑΙ β) ΟΧΙ

8. Αν, όχι, έχετε επισκεφθεί κάποια ως επισκέπτης;

α) ΝΑΙ β) ΟΧΙ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

4.5.3. Τα τουριστικά προϊόντα που προτιμώνται περισσότερο από τους επισκέπτες στην Κρήτη

	Γερμανοί	Βρετανοί	Γάλλοι	Ολλανδοί	Έλληνες	Αμερικανοί	Σλοβάκοι	Τσέχοι	Σλοβένοι	Ελβετοί
Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων	62,2 %	11,1%	8,8 %	11,1 %	-----	-----	6,6 %	-----	-----	-----
Ενοικιάσεις Μοτοσυκλετών	15,5 %	55,5 %	11,1 %	8,8 %	-----	-----	8,8 %	-----	-----	-----
Μονοήμερες εκδρομές	55,5 %	11,1 %	6,6 %	20 %	-----	-----	2,2 %	2,2 %	2,2 %	-----
Πολυήμερες εκδρομές	20 %	10 %	-----	-----	70 %	-----	-----	-----	-----	-----
Κρητ. Βραδιές/ Μουσεία/ Αρχ. Χώροι	33,3 %	22,2 %	17,7 %	22,2 %	-----	-----	2,2 %	-----	2,2 %	-----
Ενοικιάσεις δωματίων/ διαμερισμάτων	15,5 %	44,4 %	6,6 %	22,2 %	-----	-----	6,6 %	-----	4,4 %	-----
Ενοικιάσεις ξενοδοχείων ως Α κατηγορ.	44,4 %	6,6 %	-----	4,4 %	15,5 %	-----	6,6 %	11,1 %	11,1 %	-----
Ενοικιάσεις ξενοδοχείων Α & Α' κατηγορ.	55,5 %	-----	-----	-----	-----	22,2 %	6,6 %	6,6 %	4,4 %	4,4 %

Σχολιασμός του πίνακα

Εντύπωση προκαλούν τα ποσοστά των Γερμανών σε όλα τα είδη των τουριστικών προϊόντων. Αμέσως, μετά, ακολουθούν οι Βρετανοί και οι Ολλανδοί. Στην ουσία, αυτά τα ποσοστά αντικατοπτρίζουν τις καταναλωτικές επιθυμίες και την "ποιότητα" των τουριστών που επισκέπτονται το νησί.

Εξετάζοντας, τώρα, το κάθε προϊόν χωριστά παρατηρούμε :

1. **Στις ενοικιάσεις αυτοκινήτων**, οι Γερμανοί έρχονται πρώτοι, με ποσοστό 62,2 % και ακολουθούν Βρετανοί & Ολλανδοί με 11,1 %, οι Γάλλοι με 8,8 % και οι Σλοβάκοι με 6,6 %.
2. Συγκρίνοντας, τώρα, τις **ενοικιάσεις** των αυτοκινήτων και των **μοτοσικλετών**, παρατηρούμε αντιστροφή του πρώτου ποσοστού που τώρα το κατέχουν οι Βρετανοί. Για αυτό, υπάρχει εξήγηση, αφού το πλήθος των Βρετανών που έρχονται στο νησί είναι κυρίως νεανικής ηλικίας, και προτιμούν ως μέσο μεταφοράς τα δίκυκλα που είναι και πιο φθηνή λύση.
3. Εξετάζοντας, τις **εκδρομές** στο σύνολό τους, οι Γερμανοί προπορεύονται στις μονοήμερες (55,5 %), ενώ στις πολυήμερες έρχονται πρώτοι οι Έλληνες (70 %). Αυτό το μεγάλο ποσοστό δικαιολογείται, από το γεγονός ότι οι Έλληνες που προτιμούν αυτές τις εκδρομές είναι συνήθως συνταξιούχοι και εργαζόμενοι που κάνουν χρήση του δικαιώματος τους για φθηνά πακέτα εκδρομών μέσω της Εργατικής Εστίας.
4. **Για τα αξιοθέατα** του νησιού, τα ποσοστά μοιράζονται κάτι που σημαίνει ότι όλοι οι επισκέπτες ανεξαρτήτως εθνικότητας δείχνουν ενδιαφέρον για αυτά. Άλλωστε, σύμφωνα με έρευνα της ICAP τα τουριστικά αξιοθέατα είναι ένας από τους σημαντικότερους λόγους για τον οποίο οι ξένοι επισκέπτονται το νησί.
5. **Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια** και διαμερίσματα που είναι η πιο φθηνή λύση στην επιλογή τουριστικού καταλύματος, τα προτιμούν οι Βρετανοί & οι Ολλανδοί. Απόλυτα φυσιολογικό το αποτέλεσμα, αν σκεφθούμε ότι οι δύο αυτές εθνικότητες χαρακτηρίζονται από άτομα μικρής κυρίως ηλικίας με λιγοστά χρήματα για ξόδεμα.
6. **Τα ξενοδοχεία μέχρι & την κατηγορία Α**, τα προτιμούν οι Γερμανοί και οι Έλληνες. Σημαντικό ποσοστό έχουν και οι Τσέχοι

με τους Σλοβάκους (11,1 %). Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί , η παρουσία των κατοίκων των Ανατ. Χωρών σε όλα σχεδόν τα είδη των τουριστικών προϊόντων του δείγματος. Η τουριστική αγορά της Ανατ. Ευρώπης είναι σίγουρα ανερχόμενη , και τα ποσοστά αυτά θα αυξάνουν χρόνο με το χρόνο.

- 76) Τέλος τα **ξενοδοχεία** των κατηγοριών **A & AA** , τα προτιμούν οι Γερμανοί (55,5 %). Οι Αμερικάνοι έχουν , επίσης , σημαντικό ποσοστό (22 %) , και αυτό είναι λογικό ,αφού , για να κάνει κάποιος το μακρινό ταξίδι από την Αμερική ως την Ελλάδα θα πρέπει να έχει και την ανάλογη οικονομική δυνατότητα. Ποσοστό έχουν επίσης οι Σλοβάκοι , οι Τσέχοι , οι Σλοβένοι και οι Ελβετοί. Οι Ελβετοί είναι αναμενόμενο να προτιμούν τις πολυτελείς κατηγορίες αφού τους διακρίνει υψηλό βιοτικό επίπεδο και υψηλά εισοδήματα.

Σχολιασμός του ερωτηματολογίου

Παρακάτω ακολουθούν τα στοιχεία που προέκυψαν από την επεξεργασία των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, με την σειρά που αυτές έχουν διατυπωθεί σε αυτό.

1. “πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας ; ”

Άτομα	1 – 5	6 – 10	11 – 35	36 – 50	51 – 100	101 +
Απαντήσεις	17	5	4	5	2	12

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων απασχολεί από 1 έως 5 άτομα προσωπικό. Είναι δηλαδή, μικρά τουριστικά γραφεία σε αμιγώς τουριστικές περιοχές, τα οποία όπως αρκούνται οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες τους να λένε “ δουλεύουν με πελάτες του δρόμου “. Δηλαδή είναι γραφεία που βρίσκονται σε τουριστικούς δρόμους με κίνηση, με τους πράκτορες να περιμένουν κάποιο πελάτη να μπει προκειμένου να του πουλήσουν κάποια εκδρομή ή να του νοικιάσουν κάποιο αυτοκίνητο. Οι 12 απαντήσεις που αφορούν την κατηγορία από 101 άτομα και πάνω αναφέρονται σε μεγάλα γραφεία (TUI HELLAS , Neckerman Services) πού εξυπηρετούν συγκεκριμένες εθνικότητες τουριστών και έχουν άμεση σχέση με γραφεία του εξωτερικού (Βρετανούς , Γερμανούς).

2. “ ποιες είναι ο γραμματικές τους γνώσεις ; “

Σπουδές	Λύκειο	Ι.Ε.Κ.	Σ.Τ.Ε.	Τ.Ε.Ι.	Άλλο
Απαντήσεις	27	6	18	15	9

Μάλλον απογοητευτικά είναι τα στοιχεία από τη μελέτη του πίνακα. Κάθε άλλο παρά σχετικά, όσον αφορά τις σπουδές τους, είναι τα άτομα που ασχολούνται με τον τουρισμό. Σε αυτή την ερώτηση οι ερωτώμενοι μπορούσαν να δώσουν παραπάνω από μία απαντήσεις. Βλέπουμε λοιπόν , ότι 27 γραφεία από τα 45 χρησιμοποιούν αποφοίτους λυκείου και 18 αποφοίτους της Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών (Σ.Τ.Ε.). Σίγουρα οι απόφοιτοι τις Σ.Τ.Ε. είναι σχετικότεροι με το επάγγελμα του τουρισμού , αλλά η σχολή αυτή είναι διετούς φοίτησης και βρίσκεται στο κατώτερο επίπεδο σε σχέση με τις άλλες σχολές. Οι απόφοιτοι των Τ.Ε.Ι. δεν προέρχονται όλοι από τον τουριστικό κλάδο , ενώ στις άλλες σχολές περιλαμβάνονται από απόφοιτοι δημοτικού (οδηγοί πούλμαν) , ως και απόφοιτοι πανεπιστημιακών σχολών οι οποίοι όμως πάλι δεν έχουν σχέση με τον τουρισμό , αφού δεν υπάρχει ανάλογη σχολή σε πανεπιστημιακό επίπεδο.

3. “ Ορίστε το επίπεδο προσέλευσης των πελατών σας ανά χώρα και τουριστική περίοδο (season) “

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	SEASON	
	Low (1/4 – 30/5 & 1/9 – 31/10)	High (1/6 - 31/8)
Γερμανοί	50 %	50 %
Άγγλοι	40 %	60 %
Ολλανδοί	50 %	50 %
Ιταλοί	45 %	55%
Ανατ. Ευρώπη	10 %	90 %

Αυτές ήταν οι κύριες εθνικότητες με τη σειρά που προσδιορίστηκαν από τους τουριστικούς πράκτορες. Οι Γερμανοί λοιπόν είναι χωρισμένοι σε 50 – 50 , όπως και οι Ολλανδοί. Οι πιο “ παραδοσιακοί “ επισκέπτες δεν ενδιαφέρονται μόνο για τον ήλιο και τη θάλασσά και για αυτό έρχονται και στη

Low season. Αντίθετα , καινούργιες εθνικότητες όπως οι κάτοικοι των Αν. Χωρών μάλλον ελκύονται περισσότερο από τον ήλιο και τη θάλασσα και προτιμούν να έρχονται τους αμιγώς καλοκαιρινούς μήνες. Τέλος , Αγγλία και Ιταλία έχουν μια ελαφριά τάση προς τη High season με τους πρώτους να δικαιολογούνται από το νεαρό της ηλικίας των επισκεπτών της, και τους δεύτερους να παρουσιάζουν ίδια συμπεριφορά με τους Έλληνες , δηλ. να επιθυμούν διακοπές τους μήνες Ιούνιο , Ιούλιο και Αύγουστο.

4. “ Έχει πάρει μέρος ποτέ η επιχείρησή σας σε εκθέσεις τουρισμού εγχώριες ή διεθνείς ; ”

ΝΑΙ : 24 (53,3 %)

ΟΧΙ : 21 (47, 7 %)

Τα ποσοστά συμμετοχής σε εκθέσεις τουρισμού δεν είναι αρκετά υψηλά και μόλις που ξεπερνούν το 50 % . Μάλιστα σε αυτό το 50 % περιλαμβάνονται και τα μεγάλα γραφεία που εδρεύουν στο εξωτερικό και έχουν αντιπροσώπευση και στη Κρήτη , και των οποίων η συμμετοχή σε εκθέσεις είναι δεδομένη και σε ετήσια βάση. Μάλλον δεν έχει γίνει συναίσθηση στους τοπικούς επιχειρηματίες η αναγκαιότητα προβολής της επιχείρησής τους είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό. Μία κίνηση που θα τους επέτρεπε να διεκδικήσουν μεγαλύτερα μερίδια στην τουριστική αγορά.

5. “ Έχετε επισκεφθεί κάποια ως επισκέπτης ; ”

ΝΑΙ : 36 (80 %)

ΟΧΙ : 9 (20 %)

Σε αυτή την ερώτηση τα ποσοστά είναι καλύτερα και οι θετικές απαντήσεις φτάνουν το 80 % . Αυτό που έχει, βέβαια, σημασία είναι όταν ένας επιχειρηματίας επισκέπτεται μια έκθεση αυτή να είναι αξιόλογη από πλευρά οργάνωσης και συμμετοχών , και να μπορεί να αποκομίσει από αυτή όλα εκείνα τα στοιχεία που θα τον βοηθήσουν να μελετήσει καλύτερα την τουριστική αγορά και τις καταναλωτικές προθέσεις των τουριστών έτσι ώστε να μπορεί να προσφέρει το κατάλληλο τουριστικό προϊόν.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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

Απεναντίας όμως, ο τουρισμός της Κρήτης είναι κάθε χρόνο άμεσα εξαρτημένος από πολλούς εξωτερικούς και αστάθμητους παράγοντες. Οι διάφορες φήμες που κυκλοφορούν κατά καιρούς (ο υποτιθέμενος θανατηφόρος ιός και η " ύποπτα " έντονη σεισμολογία που διέρρευσε στην αρχή της τουριστικής περιόδου), και οι διαθέσεις των μεγάλων ευρωπαϊών tour operators που κατευθύνουν τη μεγαλύτερη μάζα των ευρωπαϊών τουριστών , είναι κάποιοι από αυτούς. Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν δεν έχει φτάσει ακόμα σε εκείνο το επίπεδο στο οποίο δε θα έχει ανάγκη τα κολακευτικά σχόλια των διαφόρων tour operators ή την πολιτική των χαμηλών τιμών και προσφορών προκειμένου να παρουσιάζει ικανοποιητικά ποσοστά.

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

Δεν έχει ακόμα ξεκαθαρίσει στη συνείδηση των τουριστικών επιχειρηματιών αν θέλουν μαζικό τουρισμό χαμηλής ποιότητας ή τουρισμό ανώτερου επιπέδου , ο οποίος προϋποθέτει όμως και αναβάθμιση του προσφερομένου τουριστικού προϊόντος. Με δεδομένη , βέβαια, και την κρίση που υπάρχει στις διεθνείς αγορές και η οποία δεν αφήνει ανεπηρέαστο και το

τουριστικό προϊόν , θα πρέπει γίνουν πολλές παραχωρήσεις και εκ νέου σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής , προκειμένου να επιτευχθεί αυτό.

Η συμμετοχή και η προβολή του τουριστικού προϊόντος σε σημαντικές εκθέσεις του εξωτερικού είναι μια πρόταση. Ακόμα περισσότερο η αναζήτηση νέων αγορών που δεν έχουν εμφανίσει σημάδια κορεσμού όπως οι αγορές την ανατολικών χωρών θα ενίσχυαν σημαντικά τη ζήτηση του. Όμως , όλες οι ενέργειες που θα γίνονται θα πρέπει να κινούνται σε ορισμένους άξονες και κάτω από ένα κοινό πλαίσιο. Δεν θα πρέπει για παράδειγμα οι επιχειρηματίες του τουρισμού ,είτε αυτοί είναι ξενοδόχοι , είτε είναι εστιατορες ή οτιδήποτε άλλο , να αναλώνονται σε αυτό το ανελέητο κυνήγι τιμών που μόνο ζημιά τους προσφέρει και υποβάθμιση στο τουριστικό προϊόν.

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

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

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΒΙΒΛΙΑ

1. Ηγουμενάκης Νικόλαος, " Τουριστικό Μάρκετινγκ " , εκδ. Interbooks , Αθήνα 1999 .
2. Τσάρτας Πάρης, " Τουρίστες , ταξίδια , τόποι : κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό " , εκδ. Εξάντας , Αθήνα 1996.
3. Χ. Κοκκώσης – Π. Τσάρτας, " Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον " , εκδ. Κριτική , Αθήνα 2001.
4. Ηγουμενάκης Νικόλαος, " Τουριστική Οικονομία " , Τόμος Α , εκδ. Interbooks, Αθήνα, 1997.
5. Ηγουμενάκης Νικόλαος, " Τουριστική Οικονομία " , Τόμος Β , εκδ. Interbooks, Αθήνα, 1997.
6. Λογοθέτης Μιλτιάδης, " Τουριστική Πολιτική " , εκδ Παπαζήση, Αθήνα, 1982.
7. Πετρέας Χρήστος, "Τουριστικό Μάρκετινγκ", εκδ. Γαλαίος, Αθήνα, 1989.
8. Τσουκαλάς Γ. και συνεργάτες " Μεταβολή του προτύπου του μαζικού τουρισμού : νέες μορφές τουρισμού " , ΕΤΒΑ , Αθήνα , 1991.

B. ΑΡΘΡΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΩΝ

1. Μπασκόζος Ι. Ν. " Γιατί δεν πάει καλά ο τουρισμός " ,Οικονομικός Ταχυδρόμος , Τεύχος ... , Σεπτέμβριος 2001, σελ.39.
2. Παπαγεωργίου Μαρία , " Η ενσωμάτωση της αρχής της προστασίας του περιβάλλοντος στην ελληνική τουριστική πολιτική" , Αμφίβιο , Τεύχος 39 , Ιούλιος – Αύγουστος 2001, σελ. 9.
3. Βασιλείου Μαρία, " Αιχμάλωτος των Tour Operators ο τουρισμός " , Οικονομικός Ταχυδρόμος , Τεύχος ... , Οκτώβριος 2000, σελ. 55.
4. Φιλιππίδης Δημήτρης , " Κρητικός Τουρισμός , με το βλέμμα στο μέλλον " , Τουριστική Αγορά , Τεύχος 119 , Μάιος 1999 , σελ. 62.

Γ. ΑΡΘΡΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ

1. Κουκλάκη Δέσποινα , “ Οι τουρίστες ψηφίζουν Ελλάδα ” , “ΝΕΑ” , Πέμπτη 3 Μαΐου 2001, σελ. 15.
2. Σκουφού Δήμητρα , “ Περισσότεροι τουρίστες και ανακατάταξη προορισμών ” , “ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”, Σαββατοκύριακο 26-27 Μαΐου 2001, σελ. 12.
3. Υφαντής Δημήτρης , “ Καμπανάκι για τον τουρισμό ” , “ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ”, 20 Ιανουαρίου 2002,σελ. 13.

Δ. ΕΠΙΣΗΜΑ ΕΓΓΡΑΦΑ – ΜΕΛΕΤΕΣ

1. “ Κίνητρα για την πραγματοποίηση επενδύσεων στην Ελλάδα. Ο Αναπτυξιακός νόμος 1892/90”.
2. “ Ο Αναπτυξιακός νόμος 2601/98. Ενισχύσεις ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας και άλλες διατάξεις.” (ΦΕΚ 81/Α/15.04.98).
3. “ Μεθοδολογική προσέγγιση της Περιφέρειας Κρήτης (ΣΠΑ ‘ 99) για την ανάπτυξη του τουρισμού” , Ιούνιος ‘ 99.
4. “ Πρακτικά 2^{ου} Αναπτυξιακού Συνεδρίου Κρήτης.(απόσπασμα ομιλίας του κ. Μ. Λίτινα, προέδρου της Επιτροπής Τουρισμού του Περιφερειακού Συμβουλίου Κρήτης”, Μαΐος '00.
5. “ Σχέδιο Περιφερειακής Ανάπτυξης(ΣΠΑ) για την Κρήτη 2000 – 2006.” Περιφερειακή Επιτροπή κατάρτισης ΣΠΑ 2000 – 2006.
6. “ Η τουριστική κίνηση. Ειδική ενημερωτική έκδοση.” , Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος(γ.γ. ΕΣΥΕ) , Αθήνα , Αυγουστός 2000.
7. “Η Τουριστική Πολιτική 2000 – 2004. Στόχοι και προοπτικές.” Υπουργείο Ανάπτυξης, Ιανουάριος 2001.
8. “ Στρατηγική Ανάλυση Προοπτικών Τουρισμού Κρήτης.” , ICAP A.E. , Αθήνα , Φεβρουάριος 2001.
9. “ Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του Μέτρου 1.4 “ ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού. ΠΕΠ Κρήτης 2000 – 2006.”” ,

Περιφέρεια Κρήτης, Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης, Ηράκλειο, Ιούνιος 2001.

10. " Συμπλήρωμα Προγραμματισμού του Μέτρου 5.9 " εκτατική ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού " ΠΕΠ Κρήτης 2000 – 2006 ", Περιφέρεια Κρήτης. Υπηρεσία Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης, Ηράκλειο , Ιούνιος 2001.
11. " Ευκαιρίες Χρηματοδότησης επιχειρήσεων , Γ΄ ΚΠΣ. Επιχειρησιακό Πρόγραμμα " Ανταγωνιστικότητα". Υπουργείο Ανάπτυξης , Ηράκλειο , 12 Μαρτίου 2001.
12. " Ποιοτικός εκσυγχρονισμός μικρών καταλυμάτων " . Επιχειρησιακό Πρόγραμμα " Ανταγωνιστικότητα" , Μέτρο 2.2. Πράξη 3. Υπουργείο Ανάπτυξης, ΕΟΤ, Ιούλιος 2001.

Ε. ΠΗΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

1. www.sete.gr
2. www.gnto.gr
3. www.hatta.gr
4. www.in.gr
5. www.flash.gr
6. www.eone.gr
7. www.world-tourism.gr.
8. www.money-tourism.gr
9. www.crete-region.gr
10. www.statistics.gr