

Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Εισηγητής: Δρ. Φραγκούλης Αντώνιος
Σπουδάστρια : Κόκκινου Μαρίνα
Α.Μ. : 5140

ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΘΕΜΑ:

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ, ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ
ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ
ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	3
Εισαγωγή.....	4
Χαρακτήρας του πολιτιστικού τουρισμού	6
Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού	7
Συστατικά στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού	7
Γενικά χαρακτηριστικά του νησιού βασικά για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού..	11
α) Γεωγραφική θέση.....	11
β) Κλιματολογικές συνθήκες	11
γ) Γεωλογία	11
i. Οροπέδια	12
ii. Λίμνες και ποτάμια	12
iii. Σπήλαια	13
iv. Φαράγγια	14
v. Παραλίες.....	14
δ) Αρχαιολογία	15
i. Μουσεία	15
ii. Αρχαιολογικοί χώροι.	15
iii. Μνημεία	15
ε) Μεσογειακή διατροφή.....	15
Ανάλυση του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη.....	17
Ισχυρά σημεία της Κρήτης ως Τουριστικού Προορισμού	17
Αδύνατα σημεία	19
Ευκαιρίες.....	20
Απειλές	22
Βασικά στατιστικά στοιχεία του τουρισμού της Κρήτης.....	24
Στα πλαίσια συνεργασίας της ICAP με το Πολυτεχνείο Κρήτης (Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης) παραθέτουμε τα παρακάτω, τα οποία σχετίζονται με την ερευνητική δραστηριότητα του εν λόγω Εργαστηρίου και αφορούν τα βασικά στατιστικά στοιχεία του Τουρισμού της Κρήτης και την αξιολόγηση των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης.	24
Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη	39
Οικονομικοί Παράγοντες	39
Κοινωνικοί παράγοντες	40
Τεχνολογικοί παράγοντες	41
Swot Analysis στον πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης.....	42
Δυνατότητες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη.....	43
Αδύνατα σημεία του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης.....	46
Ευκαιρίες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη.....	53
Απειλές του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη.....	56
Η αλλοίωση του προφίλ της Κρήτης	60
Συμπεράσματα	63
Προτάσεις.....	64
Προτάσεις για την ανάπτυξη του Κρητικού πολιτιστικού τουρισμού	71
Βιβλιογραφία.....	74

Περίληψη

Αυτή η εργασία εστιάζεται στον πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης. Αναλύει με την μέθοδο της SWOT analysis και απεικονίζει ποιες είναι οι δυνατότητες αυτού του είδους τουρισμού στο νησί μας, ποιες οι αδυναμίες που συναντάει στην ανάπτυξη του ο πολιτιστικός τουρισμός και ποιες είναι οι απειλές όπου ευθύνονται εν τέλει για την κατάσταση του τουρισμού στην Κρήτη. Έπειτα, αναφέρονται οι ευκαιρίες, όπου ο πολιτιστικός τουρισμός έχει κατά την διάρκεια της εξέλιξης του, και οι οποίες μπορούν να ωθήσουν την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη. Ο στόχος της παρούσας εργασίας επικεντρώνεται στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης της Κρήτης, με σκοπό την καλύτερη αξιοποίηση των πόρων της για τη στήριξη της απασχόλησης και του εισοδήματος του τοπικού πληθυσμού.

Εισαγωγή

Τις τελευταίες δεκαετίες ο τουρισμός έχει αποτελέσει έναν από τους σημαντικότερους μοχλούς ανάπτυξης για την οικονομία πολλών περιοχών. Συνοπτικά, οι κυριότερες επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία μιας περιοχής συμπεριλαμβάνουν: συνεισφορά εσόδων για το κράτος μέσω της φορολογίας, δημιουργία θέσεων εργασίας και εσόδων για τους ντόπιους κατοίκους και περιφερειακή κατανομή της ανάπτυξης και της τουριστικής κατανάλωσης. Ενώ η διασύνδεση του τουριστικού τομέα με τους λοιπούς κλάδους της οικονομίας είναι μεγαλύτερες στον εναλλακτικό τουρισμό, η διαρροή χρημάτων έξω από την τοπική οικονομία για α) αγορές προμηθειών, β) την εξάρτηση από ξένους οργανωτές ταξιδιών και γ) επενδύσεις από ξένους επενδυτές, είναι μειωμένη. Απ' την άλλη ο σωστά σχεδιασμένος εναλλακτικός τουρισμός έχει περιορισμένες αρνητικές επιπτώσεις στα οικοσυστήματα και στην παραδοσιακή αρχιτεκτονική, ενώ οι οικονομικές εισροές από τους εισερχόμενους τουρίστες μπορούν να διοχετευθούν για την προστασία του περιβάλλοντος, καθώς και για την κάλυψη τοπικών αναπτυξιακών αναγκών. Στην επίτευξη όλων αυτών απαραίτητη είναι η αναγνώριση των δυνατών και αδύναμων σημείων καθώς και οι ευκαιρίες ή απειλές που υπάρχουν. Βάση της ανάπτυξης για την συγκεκριμένη εργασία θα είναι SWOT ανάλυση.¹

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού όπου σχετίζεται με τη συμμετοχή σε πολιτιστικές και εκπαιδευτικές εμπειρίες που αναφέρονται στην πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου που ταξιδεύει ο επισκέπτης. Ακόμα πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος, του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.

Τέλος πολιτιστικό τουρισμό έχουμε όταν ο επισκέπτης θέλει να κατανοήσει τον πολιτισμό και το βασικό χαρακτήρα ενός τόπου περιλαμβάνοντας την ιστορία, την αρχαιολογία, τον τρόπο ζωής του κάθε λαού, τις τέχνες και την αρχιτεκτονική, την παραδοσιακή κουζίνα και τη μορφολογία της περιοχής.

¹ Δρ. Κωνσταντίνος Ανδριώτης, Αειφορεία-Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Ηράκλειο 2006

Τουρισμός και Κρήτη, είναι δυο έννοιες στενά συνδεδεμένες, φέρνοντας στο μυαλό καθενός γοητευτικούς συνδυασμούς εικόνων, ήχων, αισθήσεων και ανθρώπων. Το κλίμα του νησιού, η ποικιλία των τοπίων και του περιβάλλοντος, οι αρχαιολογικοί χώροι και η αρχαία ιστορία, η καθαρή βαθιά μπλε θάλασσα, έχουν προσελκύσει μέχρι σήμερα ένα μεγάλο αριθμό τουριστών από διάφορες χώρες. Κατά συνέπεια, μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός είναι ένας από τους πιο βασικούς παράγοντες παραγωγής πλούτου στο νησί και κατ' επέκταση στην Ελλάδα. Από τον τουρισμό, προέρχεται άμεσα και έμμεσα το 16,2 % του καθαρού εγχώριου προϊόντος και σ' αυτό απασχολείται το 18,2% του συνόλου των εργαζομένων (πηγή : Παγκόσμιο Συμβούλιο Εμπορίου και Τουρισμού, Ελλάδα, 2005).

Το Κρητικό νησί είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς στον κόσμο και είναι γνωστό για τα «ήλιος, άμμος, θάλασσα» (sun, sand, sea). Η Περιφέρεια της Κρήτης κατέχει στρατηγική γεωγραφική θέση, διαθέτει αρκετά σπάνια οικοσυστήματα καθώς και περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Μεγάλη είναι η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού, αφού έχει να επιδείξει μια ιδιαίτερη παραδοσιακή αρχιτεκτονική που σε συνδυασμό με την λαϊκή τέχνη, αλλά και τα ήθη και έθιμα των κατοίκων δίνουν μια εντελώς ξεχωριστή φυσιογνωμία. (Ζοπουνίδης, Σίσκος, 2006). Το νησί μας, αποτελεί μια περιοχή η οποία λόγω των φυσικών, πολιτιστικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών πόρων της διαθέτει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τουριστικό τομέα, το οποίο όμως κατάλληλο αξιοποιούμενο μπορεί να δώσει, σε συνδυασμό με τους άλλους παραγωγικούς τομείς, σημαντική ώθηση στην τοπική οικονομία.

Χαρακτήρας του πολιτιστικού τουρισμού

Ως πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί η περιήγηση που έχει ως κύριο στόχο τη γνωριμία και εκτίμηση της ιστορικής, καλλιτεχνικής και πνευματικής κληρονομιάς, καθώς και της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) θεωρεί πως πολιτιστικός τουρισμός είναι το ταξίδι που γίνεται με κίνητρο βασικά πολιτιστικό, περιλαμβάνοντας εκπαιδευτικές συναντήσεις, θεατρικές παραστάσεις, φεστιβάλ, προσκυνήματα, επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μνημεία και μουσεία, καθώς επίσης και τη μελέτη του φυσικού περιβάλλοντος του λαϊκού πολιτισμού και της τέχνης.

Οι δύο έννοιες τουρισμός και πολιτισμός μπορεί κανείς να πει ότι είναι αλληλένδετες, γιατί όσοι ταξιδεύουν για τουρισμό επισκέπτονται έναν τόπο και για να γνωρίσουν τον πολιτισμό του. Τόσο τα επιτεύγματα του τεχνολογικού όσο και του πνευματικού πολιτισμού αποτελούν σημαντικούς τουριστικούς πόλους έλξης τουριστών σε μια χώρα. Γι' αυτό και χώρες με μακραίωνη ιστορία και παράδοση, με πλούσια επιτεύγματα στον πολιτιστικό τομέα, με πλούσιο ιστορικό παρελθόν, έχουν αυξημένη τουριστική κίνηση.

Το διεθνές συνέδριο της Οξφόρδης του 1969 κατέληξε στο παρακάτω συμπέρασμα :

« Ο μορφωτικός τουρισμός επιβάλλεται να γίνει από τώρα και στο εξής, σε διεθνή κλίμακα, ένα από τα βασικά μέσα που θα εξασφαλίζουν την ισορροπία του ανθρώπου και του εμπλουτισμού της προσωπικότητάς του, δημιουργώντας τις συνθήκες ενός νέου ουρανισμού σε έναν πολιτισμό, όπου η συνεχώς επιταχυνόμενη εξέλιξη της τεχνικής επιτρέπει κάθε μέρα και περισσότερο τη συνεχή χρήση του ελεύθερου χρόνου. Ο τύπος αυτός του τουρισμού αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα μέσα διευκόλυνσης των ανθρωπίνων επαφών σε διεθνές επίπεδο και κατανόησης μεταξύ των λαών».

Το συμπέρασμα αυτό του διεθνούς συνεδρίου της Οξφόρδης το 1969 με θέμα «Μνημεία και Τουρισμός» επαναλαμβάνεται με μικρές παραλλαγές σε όλα τα συνέδρια και τις επιστημονικές συναντήσεις.

Ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρείται εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία όμως συνυπάρχει με τον μαζικό τουρισμό ή με άλλες εναλλακτικές μορφές. Κατεξοχήν εμπεριέχει την έννοια της εκπαίδευσης ή της ευρύτερης παιδείας του επισκέπτη. Πρόκειται δηλαδή για

τη μορφή εκείνου του τουρισμού, που απευθύνεται σε κοινό υψηλού μορφωτικού επιπέδου και επικεντρώνεται στην επίσκεψη πολιτιστικών χώρων και διαφόρων εγκαταστάσεων (μνημείων, μουσείων, πινακοθηκών, θεάτρων κτλ.) και γενικότερα επιδιώκει την εμβάθυνση στα στοιχεία πολιτιστικού πλούτου του παρελθόντος και του παρόντος.

Οι αρχαιότητες και κατ' επέκταση ο πολιτισμός διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στις προτιμήσεις των τουριστών ώστε να επισκεφθούν ένα τόπο και μάλιστα τον αμέσως σημαντικότερο μετά τις φυσικές ομορφιές και το κλίμα.

Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού

Στόχος του πολιτιστικού τουρισμού είναι η ανάδειξη και αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και των αρχαιολογικών μνημείων για την ανάπτυξη της *ήπιας μορφής τουρισμού* στην περιοχή, η ουσιαστική γνωριμία και η επαφή του επισκέπτη με τον πολιτισμό και τον πραγματικό τρόπο ζωής της χώρας που επισκέπτεται.

Ο πολιτιστικός τουρισμός συμβάλλει ταυτόχρονα στη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς μιας περιοχής, ενώ παράλληλα έχει επιμορφωτικό χαρακτήρα για τον επισκέπτη, τον οποίο φέρνει σε άμεση επαφή με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου.

Συστατικά στοιχεία του πολιτιστικού τουρισμού

Ο πολιτισμός στον τουρισμό περιλαμβάνει :

- Τους αρχαιολογικούς χώρους και τοποθεσίες, τα αρχαιολογικά μνημεία-μουσεία (π.χ. Κνωσός, Φαιστός κτλ.)
- Τα λαογραφικά – εθνογραφικά στοιχεία, τα λαογραφικά μουσεία





(Λυχνοστάτης κτλ), τις ιστορικές βιβλιοθήκες, τα ήθη, τα έθιμα.

- Τις θρησκευτικές τοποθεσίες, τα μοναστήρια, τις εκκλησίες, τους προσκυνηματικούς τόπους λατρείας, τους θρησκευτικούς εορτασμούς.
- Τα ετήσια εθνικά και τοπικά φεστιβάλ, τα πανηγύρια παραδοσιακών δεδομένων. Τις καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (φεστιβάλ μουσικής, χορού, θεάτρου, κινηματογράφου).
- Τα σχετικά με παραδοσιακή και μοντέρνα τέχνη (π.χ. γλυπτική, ζωγραφική, μουσική, χορός, πλαστικές τέχνες κτλ.).
- Τα αρχιτεκτονικά μνημεία των επιμέρους περιοχών, όπως διασωζόμενοι παραδοσιακοί οικισμοί, κατακόμβες, πύργοι, κάστρα, φρούρια, μέγαρα, σύνολα οικοδομημάτων, όπως ομάδες κτιρίων μεμονωμένων ή ενοτήτων, τα οποία λόγω της αρχιτεκτονικής τους, της ομοιογένειας τους ή της θέσης τους έχουν παγκόσμια αξία από άποψη ιστορίας, τέχνης ή επιστήμης.
- Τα μνημεία διασωζόμενου φυσικού και τεχνητού κάλλους (π.χ. σπήλαια, φράγματα, κτιριακά συγκροτήματα).
- Οι πινακοθήκες και τα κάθε μορφής μουσεία ανάδειξης της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς.

- Οι αθλητικές εκδηλώσεις, οι αθλητικές συναντήσεις (Ολυμπιακοί Αγώνες κτλ.).
- Τα τοπία, είτε έργα του ανθρώπου είτε συνδυασμός έργων του ανθρώπου και της φύσης, καθώς και εκτάσεις περιλαμβανομένων και των αρχαιολογικών χώρων, οι οποίες έχουν παγκόσμια αξία από άποψη ιστορική, αισθητική, εθνολογική και ανθρωπολογική.

Γενικά χαρακτηριστικά του νησιού βασικά για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού

α) Γεωγραφική θέση

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο σε επιφάνεια ελληνικό νησί. Η έκτασή του είναι 8.336 τετραγωνικά χιλιόμετρα και είναι πέμπτο ανάμεσα στα νησιά της Μεσογείου, καταλαμβάνει το νότιο τμήμα του Αιγαίου Πελάγους. Μόνιμοι κάτοικοι του νησιού είναι περίπου 600.000, ενώ κατά την περασμένη δεκαετία σημειώθηκαν ευνοϊκές δημογραφικές εξελίξεις. Παρουσίασε ένα από τα υψηλότερα ποσοστά γεννητικότητας στη χώρα και έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς αύξησης του πληθυσμού (0,67% ετησίως, έναντι 0,53% μέσου όρου της χώρας). Απέχει 100 χιλιόμετρα περίπου από τη νοτιότερη άκρη της Πελοποννήσου, 175 χιλιόμετρα από τις ακτές της Μικράς Ασίας και 800 χιλιόμετρα από τη βόρειο Αφρική. Το μήκος των ακτών της φθάνει τα 1.306 χιλιόμετρα. Η περιφέρεια της Κρήτης χωρίζεται σε τέσσερις (4) νομούς, του Ηρακλείου, του Λασιθίου, των Χανίων, του Ρεθύμνου. Σύμφωνα με την μυθολογία, στην Κρήτη γεννήθηκε ο Δίας, ο πατέρας των ολύμπιων θεών και πατέρας της φιλοξενίας. Τόπος στον οποίο αναπτύχθηκε ο πρώτος ευρωπαϊκός πολιτισμός του Μίνωα και της Αριάδνης. Πατρίδα του Θεοτοκόπουλου, του Καζαντζάκη, του Ερωτόκριτου και της Αρετούσας.

β) Κλιματολογικές συνθήκες

Η Κρήτη έχει ένα θαυμάσιο μεσογειακό κλίμα, με δροσερά και ήπια καλοκαίρια, αλλά και βροχερούς χειμώνες, οι οποίοι ευνοούν την ανάπτυξη ευπαθών καλλιεργειών (ελιές, αμπέλια, νωπά κηπευτικά κ.α.). Η θερμοκρασία κυμαίνεται από 9-10°C τον Φεβρουάριο και φθάνει μέχρι και τους 40°C τον Αύγουστο. Η πτώση του χιονιού παρατηρείται μόνο στις κορυφές των βουνών.

γ) Γεωλογία

Ορεινοί όγκοι καταλαμβάνουν το 48% του εδάφους της Κρήτης. Τρεις μεγάλες οροσειρές υψώνονται σε όλη την επιφάνειά της, με κορυφές που φθάνουν τα 2.500 μέτρα περίπου. Αυτές είναι τα Λευκά Όρη, οι Μαδάρες στο δυτικό τμήμα του νησιού, η Ίδη ή Ψηλορείτης στην κεντρική Κρήτη και η Δίκητη ή Λασιθιώτικα Βουνά στα ανατολικά. Μεταξύ των ορεινών όγκων του νησιού δημιουργούνται εύφορες πεδιάδες, που απαρτίζουν το 23%

των εδαφών της και το υπόλοιπο 29% είναι ημιορεινό. Οι ακτές της έχουν μήκος 1.306 χλμ (7,8% της χώρας) και οι αξιόλογες παραλίες της αντιπροσωπεύουν το 9% της χώρας.

i. Οροπέδια

Η Κρήτη έχει αρκετά οροπέδια που σχηματίζονται ανάμεσα στις βουνοκορφές. Τα σημαντικότερα είναι το οροπέδιο του Λασιθίου, του Ομαλού και της Νίδας. Έχει εύπορο έδαφος, αρκετά νερά και πλούσιες καλλιέργειες.

ii. Λίμνες και ποτάμια

Λίγα και μικρά είναι τα ποτάμια της και έχει δύο μόνο λίμνες. Η μία είναι η λίμνη του Κουρνά, στα ΒΔ του χωριού Κουρνάς (επαρχία Αποκορώνου, 48 χλμ. Από τα Χανιά). Στο χωριό Κουρνάς σώζεται η εκκλησία του Αγίου Γεωργίου με αξιόλογες τοιχογραφίες 12ου, 13ου και 14ου αιώνα. Το όνομα της λίμνης στην αρχαιότητα ήταν Κορησσία Αθηνά, όπως αναφέρει ο Στέφανος Βυζάντιος. Σύμφωνα με άλλη ετυμολογία το τοπωνύμιο προέρχεται από την αραβική λέξη «κουρνά» που σημαίνει λίμνη. Η δεύτερη λίμνη βρίσκεται στον Άγιο Νικόλαο, είναι χοανοειδής στο κέντρο της πόλης (64 μέτρα βάθος), γνωστή στους μεσαιωνικούς χρόνους ως Μαντράκι (κλειστό λιμάνι). Σήμερα ενώνεται με τη θάλασσα με διάωρυγα που ανοίχτηκε από τον Αδοσίδα πασά, στο δεύτερο μισό του περασμένου αιώνα (61 μ. μήκος, 12 μ. πλάτος). Γέφυρα ενώνει τα δύο τμήματα της πόλης. Ο μύθος λέει ότι σε αυτή τη λίμνη έκαναν το μπάνιο τους η θεά Αθηνά και η Άρτεμις Βριτομάρτις. Στο νότιο τμήμα της υπάρχει ζωολογικός κήπος. Τέλος, υπάρχει και μια τεχνητή λίμνη στο δάσος του Ζαρού.

iii. Σπήλαια

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του νησιού είναι η ύπαρξη πολλών σπηλαίων, που σχηματίστηκαν λόγω της μακράιωνης κραστικής διεργασίας του νερού πάνω στα ασβεστολιθικά πετρώματα. Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης έχει καταγράψει συνολικά 21 σπήλαια σε όλο το νησί.

Ξεκινώντας από τα Χανιά συναντούμε στην Αγία Μαρίνα το σπήλαιο της Νεροσπηλιάς, στο Ακρωτήρι το σπήλαιο Αρκουδιώτισσα, στη Γεωργιούπολη το σπήλαιο του Κουρνά, στο Θέρισσο το σπήλαιο Σαρακήνα, στη Μαλάξα τις σπηλιές Αχλοδολάκκι και Γραι Σπήλε, στην Παλαιόχωρα τις σπηλιές Ζουρές και Χάρακας, στις Φουρνές τη σπηλιά Χοιρόσπηλιος και στη Χώρα των Σφακίων στο Φραγκοκάστελλο τη σπηλιά Δασκαλογιάννη, η οποία είναι προσιτή μόνο με βάρκα.

Στο νομό Ρεθύμνου υπάρχουν τρία σπήλαια. Το πρώτο βρίσκεται 6 χλμ. Δυτικά της πόλης του Ρεθύμνου που λέγεται Γεράνι. Στα Ζωνιανά υπάρχει το σπήλαιο Σφεντόνι (κι όχι Σεντόνι που επιμένουν οι ντόπιοι) και, τέλος, το σπήλαιο του Μελιδονίου ή αλλιώς Γερόσπηλιος ή Γεροντόσπηλος.

Στο Αρκαλοχώρι, στο νομό Ηρακλείου, βρίσκεται το Μινωικό Ιερό Σπήλαιο. Στις Επάνω Αρχάνες υπάρχει το σπήλαιο Χωστό Νερό, στην ομώνυμη περιοχή. Στην περιοχή Ασίτες το σπήλαιο Σάρχου ή Χώνος ή Νυχτεριδόσπηλιο. Στην Άνω Βιάννο το σπήλαιο της Βίγλας. Στο Ζαρό, στην περιοχή Καμάρες βρίσκεται το σπήλαιο των Καμάρων. Στον Καρτερό, στην Αμνισό βρίσκεται το σπήλαιο της Ειλειθυίας, θεάς των τοκετών. Μέχρι το τέλος του περασμένου αιώνα ήταν γνωστό με το όνομα Νεραϊδόσπηλιος. Τέλος, στα Μάταλα είναι οι πασίγνωστες σπηλιές των παιδιών των λουλουδιών.

Στο Λασιθήι βρίσκουμε δύο σπήλαια, το ένα βρίσκεται στη Μίλατο και το δεύτερο στο Οροπέδιο του Λασιθίου (Τζερμιάδο) το σπήλαιο της Τράπεζας ή Κρόνειος.

iv. Φαράγγια

Η Κρήτη έχει, επίσης, σύμφωνα με τον ΕΟΤ (www.eot.gr) πολλά φαράγγια. Το μεγαλύτερο είναι το παγκοσμίου φήμης φαράγγι της Σαμαριάς, στα Χανιά. Άλλα, μικρότερα φαράγγια στο νομό είναι του Νιμπρού στη Γεωργιούπολη, το καταπράσινο φαράγγι της Αγίας Ειρήνης στο Επανωχώρι, το φαράγγι του Ελευθερίου Βενιζέλου στο Θέρισσο, το Μικρό Φαράγγι στη Μαλάξα, το φαράγγι Άνυδροι-Γιανισκάρη στην Παλαιόχωρα. Το τοπολιανό φαράγγι στα Τοπόλια και το φαράγγι ανάμεσα στην Ανώπολη και στην Αράδαινα.

Στο Ρέθυμνο υπάρχει μόνο ένα φαράγγι. Το επιβλητικό φαράγγι Κουρταλιώτικο στον Κοξαρέ. Στενό, με άγρια ομορφιά. Οι πλαγιές του είναι γεμάτες πηγές και σπηλιές, όταν φυσά άνεμος ακούγονται ήχοι σαν χειροκροτήματα – κούρταλα, όπως λέγονται στην τοπική διάλεκτο, από τα οποία και πήρε το όνομα του το φαράγγι.

Στο Ηράκλειο είναι ένα φαράγγι στο Ζαρό – Καμάρες κι άλλο ένα στην Άνω Βιάννο, το φαράγγι Βιάννου – Αμιρά.

Και, τέλος, στο Λασιθήι υπάρχει το μοναδικό φαράγγι του νομού στο Οροπέδιο Λασιθίου, το φαράγγι του Χαβγά.

v. Παραλίες

Η Κρήτη έχει πολλές παραλίες με βότσαλα ή με άμμο που χρησιμοποιούνται από ημεδαπούς και αλλοδαπούς για θαλάσσια μπάνια, κυρίως κατά την θερινή περίοδο. Η πιο διάσημη παραλία είναι εκείνη της επαρχίας της Σητείας και ονομάζεται Βάι, διάσημη και για το φοινικόδασος με το μοναδικό σπάνιο είδος φοίνικα *Phoenix Theophrastii*. Από τις 404 συνολικά βραβευμένες με γαλάζια σημαία παραλίες της Ελλάδας, οι 102 βρίσκονται στην Κρήτη. Συγκεκριμένα 21 στο νομό Χανίων, 17 στο νομό Ρεθύμνης, 16 στο νομό Ηρακλείου και 38 στο νομό Λασιθίου. Στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης www.gnto.gr/pages, δίνονται αναλυτικά όλα τα ονόματα των δήμων και κοινοτήτων που έχουν βραβευθεί με γαλάζια σημαία.

δ) Αρχαιολογία

i. Μουσεία

Στην Κρήτη είχε αναπτυχθεί ένας από τους σημαντικότερους πολιτισμούς στον κόσμο, ο Μινωικός Πολιτισμός που είναι παλαιότερος από τον Αθηναϊκό. Η Κρήτη έχει πολλά μουσεία, σε πολλές πόλεις της, με πολλά αρχαιολογικά ευρήματα από την μινωική εποχή και το περίφημο παλάτι του μυθικού βασιλιά Μίνωα στην Κνωσό.

Συνολικά 8 μουσεία του κράτους και 9 μη δημόσια μουσεία βρίσκονται σε όλη την Κρήτη (www.culture.gr). Το Αρχαιολογικό Μουσείο του Ηρακλείου είναι το 2ο μεγαλύτερο και 2ο σπουδαιότερο μουσείο της Ελλάδας μετά από αυτό της Ακρόπολης των Αθηνών.

ii. Αρχαιολογικοί χώροι.

Επίσης, η Κρήτη έχει πολλούς αρχαιολογικούς χώρους, σύμφωνα με το Υπουργείο Πολιτισμού συνολικά 40, που είναι πόλος έλξης για τους τουρίστες, όπως: το παλάτι της Κνωσού, η Μονή Αρκαδίου, το ανάκτορο της Φαιστού, το παλάτι της Τυλίσσου, το Ενετικό Φρούριο Κούλε, Γόρτυνας, το Ανάκτορο των Μαλλίων και άλλα.

iii. Μνημεία

Το νησί αριθμεί και 24 μνημεία, που αξίζει κανείς να επισκεφθεί, μεταξύ των οποίων τα μινωικά Ανάκτορα της Κνωσού και της Φαιστού, η Δημοτική Αγορά των Χανίων, καθώς επίσης και το Νομαρχιακό Μέγαρο του Ηρακλείου, των Χανίων, η Οικία του Ελευθερίου Βενιζέλου στα Χανιά κτλ.

ε) Μεσογειακή Διατροφή

Κατά την 5η Σύνοδο της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της UNESCO, που πραγματοποιείται στο Ναϊρόμπι της Κένυας, αξιολογήθηκε στις 16 Νοεμβρίου, το αίτημα που υπέβαλε η Ελλάδα από κοινού με την Ισπανία, την Ιταλία και το Μαρόκο και αποφασίστηκε η εγγραφή της στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας. (www.cna.gr)

Η Μεσογειακή Διατροφή κατοχυρώνεται πλέον ως ολοκληρωμένο και πολυδιάστατο αγαθό, που το συνθέτουν τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, οι μέθοδοι παραγωγής, το αγροτικό τοπίο, το κλίμα και το έδαφος, οι διατροφικές συνήθειες, η κοινωνικότητα, ο πολιτισμός, τα ήθη και έθιμα, η παράδοση.

Η απόφαση της UNESCO ανοίγει ορίζοντες όχι μόνο για τη διάδοση των τοπικών μας παραδόσεων και του πολιτισμού μας, αλλά και για την ανάδειξη των προϊόντων της ελληνικής γης και της τοπικής διατροφής των νησιών και των περιφερειών μας, προς όφελος της ανάπτυξης και της ελκυστικότητας της ελληνικής υπαίθρου ως φιλόξενου χώρου για τους κατοίκους και τους επισκέπτες της.

Σκοπός μας είναι η ανάδειξη της ελληνικής ταυτότητας της Μεσογειακής Διατροφής αλλά και των τοπικών, παραδοσιακών διατροφών όπως η ήδη καταξιωμένη κρητική διατροφή.

Ανάλυση του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη

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

Από τον περιορισμένο και επιλεκτικό περιηγητικό ή μορφωτικό - εκπαιδευτικό τουρισμό, όπως αυτός ονομάζεται σήμερα, ο τουρισμός της Κρήτης μετεξελίχθηκε όπως γενικότερα ο Ελληνικός τουρισμός, αλλά και ο Μεσογειακός τουρισμός, σε μαζικό και προσανατολισμένο, κυρίως, προς τις θερινές διακοπές των Βορειοευρωπαίων.

Ισχυρά σημεία της Κρήτης ως Τουριστικού Προορισμού

(έρευνα Αλέκος Σωμαράς, πηγή από δικτυακό τόπο, ανάρτηση 18/05/08)

- Ο μεγαλύτερος τουριστικός προορισμός της Ελλάδας.
- Το μεγαλύτερο σε έκταση και πληθυσμό νησί της Ελλάδος.
- Η μεγαλύτερη νησιωτική ακτογραμμή της Ελλάδος.
- Μία από τις μεγαλύτερες συγκεντρώσεις αρχαιολογικών, ιστορικών και θρησκευτικών μνημείων, με την Κνωσό τον δεύτερο σε αριθμό επισκέψεων αρχαιολογικό χώρο της Ελλάδος, μετά την Ακρόπολη των Αθηνών, και το Μουσείο Ηρακλείου το πρώτο στην Ελλάδα.
- Μερικά από τα σημαντικότερα μνημεία της φύσης, όπως το Φαράγγι της Σαμαριάς.
- Πολύ μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και μοναδικούς αντιπροσώπους πανίδας.
- Εξαιρετικά εύκρατο και ευνοϊκό για την ανάπτυξη του τουρισμού κλίμα με τις μεγαλύτερες στην Ελλάδα μικροκλιματικές διαφοροποιήσεις.
- Ιδιαίτερη πολιτιστική και ιστορική παράδοση και συμβολή στην παγκόσμια ιστορία και τον πολιτισμό.
- Πλουσιότατη λαογραφία και λαογραφική παράδοση και ατμόσφαιρα.

- Δύο από τα μεγαλύτερα διεθνή αεροδρόμια και λιμάνια της χώρας.
- Πυκνό οδικό δίκτυο στο οποίο περιλαμβάνεται και ο Βόρειος Οδικός Άξονας που είναι μέρος του Διευρωπαϊκού Οδικού Δικτύου.
- Ικανοποίηση των τουριστών από τις διακοπές στην Κρήτη - σε ποσοστά που κυμαίνονται στο 85% των τουριστών.
- Υψηλή ικανοποίηση των τουριστών με εκείνους τους παράγοντες επιλογής 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 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 Ελλάδας (11%) και σε σύγκριση με όλες τις χώρες του κόσμου που έχει επισκεφθεί, συμπεριλαμβανομένων χωρών όπου οι διακοπές ήταν διαφορετικού τύπου.
- Υψηλό ποσοστό θετικής σύγκρισης των διακοπών των τουριστών στην Κρήτη (72%) με το πιο αγαπημένο τους μέρος θερινών διακοπών.
- Τους χαμηλότερους δείκτες τουριστικού κορεσμού, απλούς και σύνθετους, με μεγάλη διαφορά, μέχρι και 1/7 για κάποιους δείκτες, από όλους τους κύριους νησιώτικους προορισμούς, όπως της Ρόδου, της Κώ και της Κέρκυρας.
- Αντίστοιχα χαμηλούς δείκτες κορεσμού σε σύγκριση και με τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Νοτίου Ευρώπης, όπως οι Βαlearίδες Νήσοι της Ισπανίας.

- Επίσης αντίστοιχα χαμηλότερους δείκτες κορεσμού για τους επί μέρους νομούς του νησιού, ακόμη και για το πιο ανεπτυγμένο τουριστικά Ηράκλειο, το οποίο λόγω αναλογικά μεγαλύτερου μεγέθους πληθυσμού και έκτασης εμφανίζει, σε ορισμένες περιπτώσεις, ακόμη χαμηλότερους δείκτες κορεσμού.
- Οι δείκτες αυτοί είναι ακόμη πιο ευνοϊκοί, εάν ληφθεί υπόψη η κινητικότητα των τουριστών, με το 55% να διανύει κατά μέσο όρο 500 χιλιόμετρα, κατά την παραμονή του στο νησί.
- Μίγμα Εθνικοτήτων τουριστών εξισορροπημένο ως προς το μίγμα Εθνικοτήτων που επισκέπτονται την Ελλάδα.
- Δείκτη ποιότητας ξενοδοχειακής υποδομής εξισορροπημένο ως προς το μίγμα της Ελλάδας, και σημαντικά υψηλότερο στους Νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου, όπου βρίσκεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πολυτελών ξενοδοχείων της χώρας.
- Μίγμα κατηγοριών ξενοδοχείων, συμπεριλαμβανομένων των ενοικιαζόμενων δωματίων, το οποίο αντιστοιχεί με το μίγμα κοινωνικοοικονομικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων χωρών, απ' όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών.

Αδύνατα σημεία

- 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.
- Αλλά και στα πλαίσια του Βορείου Άξονα, ιδιαίτερα μεγάλη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας, στον Άξονα Ηρακλείου - Αγίου Νικολάου, στην πόλη του Ρεθύμνου με κατεύθυνση Ανατολικά, και Δυτικά των Χανίων.
- Ανάλογη συγκέντρωση των χρηματοδοτήσεων των οδικών δικτύων στον Βόρειο Άξονα, με 56 δις δρχ. χρηματοδοτήσεις την περίοδο 1994-99 στον άξονα αυτόν, 13 δις δρχ. στους κάθετους οδικούς άξονες που οδηγούν από τον Βόρειο άξονα προς την ενδοχώρα και το Νότιο Τμήμα του νησιού και 2.8 δις δρχ. στον Νότιο Οδικό Άξονα.

- Δυσανάλογα μεγάλη επιβάρυνση του αεροδρομίου του Ηρακλείου με τα 3 /4 του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων τουριστών.
- Δείκτες, όπως διεθνή αεροδρόμια προς πληθυσμό και έκταση, δύο και τρεις φορές δυσμενέστερους σε σχέση με την Ρόδο.
- Πολύ μικρή ικανοποίηση με τα σήματα και τις κατευθύνσεις στους δρόμους. Αναλογικά χαμηλή ικανοποίηση υπάρχει και με τις τουριστικές πληροφορίες.
- Το πιο αδύνατο σημείο αφορά την περιβαλλοντική φροντίδα, με ιδιαίτερη έμφαση στο ζήτημα της παρουσίας απορριμμάτων και σκουπιδιών στους κοινόχρηστους χώρους και τις παραλίες.
- Περιορισμένη διατήρηση, σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ότι σε άλλους σημαντικούς προορισμούς της Ελλάδας και της Νοτίου Ευρώπης, του παραδοσιακού αρχιτεκτονικού χαρακτήρα και του ύφους των πόλεων και της υπαίθρου ή ανάπτυξη ενός νεοπαραδοσιακού ύφους.

Ευκαιρίες

Η Κρήτη παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες περαιτέρω ανάπτυξης του τουρισμού της σε μία σειρά από διαφορετικούς άξονες.

Ο πρώτος άξονας αφορά την αποτελεσματική εκμετάλλευση του σημαντικού ρυθμού ανόδου που παρουσιάζει ο τουρισμός του νησιού. Στα πλαίσια αυτά θα πρέπει να σημειωθούν και τα ακόλουθα:

- Ο υψηλότερος ρυθμός ανάπτυξης μεταξύ των κυρίων νησιωτικών προορισμών, σε συνδυασμό με το υψηλότερο μερίδιο της Ελληνικής τουριστικής αγοράς, τοποθετούν την Κρήτη στην κατηγορία του αστεριού, σύμφωνα με την μήτρα στρατηγικής ανάλυσης του Boston Consulting Group.
- Ο υψηλός ρυθμός ανόδου της Κρήτης, οφείλεται επίσης στο γεγονός ότι βρίσκεται σε διαφορετική φάση του Κύκλου Ζωής της Ανάπτυξής της σαν τουριστικού προορισμού, καθώς η εντατική ανάπτυξη του τουρισμού της ακολούθησε την Ρόδο κατά μία δεκαετία, και την Κέρκυρα κατά δύο δεκαετίες.

- Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, τους χαμηλούς δείκτες κορεσμού της Κρήτης και με την εκτίμηση, ύστερα από δοκιμές προσαρμογής διαφόρων μαθηματικών συναρτησιακών μορφών στα δεδομένα αύξησης του τουρισμού των Ελληνικών προορισμών, ότι ο κύκλος ζωής των Ελληνικών τουριστικών προορισμών ακολουθεί από δεκαετία σε δεκαετία μία ημιλογαριθμική συναρτησιακή μορφή, εκτιμάται ότι ο αριθμός των τουριστών της Κρήτης θα ανέλθει στο τέλος της τρέχουσας δεκαετίας σε τάξη μεγέθους 3,5-4,5 εκατομμύρια ξένους τουρίστες. Αντίστοιχες εκτιμήσεις δίνει και η εκθετικής μορφής συνάρτηση ανά πενταετία.

- Πολύ σημαντικές ευκαιρίες τουριστικής ανάπτυξης των λιγότερο ανεπτυγμένων τουριστικών περιοχών της Ν. Κρήτης.

Απαραίτητες προϋποθέσεις:

- Συστηματικότερη εξέταση της δυνατότητας κατασκευής τρίτου διεθνούς αεροδρομίου που να μπορεί να αποσυμφορήσει αυτό του Ηρακλείου και να εξυπηρετήσει τους Νότιους Προορισμούς.

- Σημαντική Βελτίωση του Νότιου Οδικού Άξονα και των Καθέτων Οδικών Αξόνων. Ο δεύτερος άξονας αφορά την αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση της υπάρχουσας υποδομής. Αυτή μπορεί να επιτευχθεί και με τα ακόλουθα:
√ Αύξηση του επιπέδου των τουριστών που επισκέπτονται το νησί. Περιορισμό αυτής της προσέγγισης αποτελεί το ολιγάριθμο των τουριστών πολύ υψηλού επιπέδου στην κοινωνικοοικονομική πυραμίδα των χωρών τους.

√ Επιμήκυνση Τουριστικής Περιόδου.

Περιορισμό αυτής της προσέγγισης αποτελεί ότι η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών κάνει το σημαντικότερο μέρος των διακοπών του έτους, στην διάρκεια του καλοκαιριού. Άρα η εποχικότητα είναι δεδομένη. Το πρόβλημα της εποχικότητας μπορεί, σε έναν βαθμό, να προσεγγισθεί με τις ακόλουθες μορφές τουρισμού:

- Συνεδριακός τουρισμός

- Τουρισμός Κινήτρων

- Σχολικός Τουρισμός

- Φυσιολατρικός τουρισμός
- Άτομα τρίτης ηλικίας
- Εσωτερικός τουρισμός

Απειλές

Η μεγαλύτερη απειλή για την μελλοντική τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης είναι αυτή της υποβάθμισης του περιβάλλοντος.

- Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να δοθεί άμεση και ιδιαίτερη σημασία στο αποτελεσματικό καθαρισμό των κοινόχρηστων χώρων και την αποτελεσματική αποκομιδή των απορριμμάτων.
- Θα πρέπει να δημιουργηθεί φορέας καθαρισμού των ακτών και των παράκτιων περιοχών, σε επίπεδο νησιού.
- Θα πρέπει, επίσης, να θεσμοθετηθούν αυστηροί κανόνες αρχιτεκτονικής τόσο των τουριστικών καταλυμάτων, όσο και άλλων οικοδομημάτων. Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να εξετασθεί η περίπτωση φορέα προστασίας φυσικού τοπίου. Ο φορέας θα ασχολείται κυρίως με την αρχιτεκτονική μορφή και το ύφος των οικοδομημάτων και όχι με άλλα θέματα πολεοδομικής έγκρισης.
- Εκτός από τις σημαντικές επενδύσεις σε υποδομές, είναι εξίσου σημαντικό να δοθεί προσοχή σε λιγότερο δαπανηρά σημεία, όπως το σημαντικό πρόβλημα της σήμανσης στους δρόμους, όπου ο χρόνος που εξοικονομεί κανείς από έναν νέο οδικό άξονα μπορεί να απολεσθεί από καθυστερήσεις λόγω απώλειας ή δυσχέρειας προσανατολισμού. Τρίτη απειλή μπορεί να προέλθει από την μη έγκαιρη καταγραφή μεταβολών των τάσεων του Διεθνούς, του Ελληνικού και του Κρητικού Τουρισμού και έλλειψη συνακόλουθων κατάλληλα προσαρμοσμένων ενεργειών και Στρατηγικής Μάρκετινγκ.
- Προς τον σκοπό αυτό απαιτείται η δημιουργία ενός Φορέα Μάρκετινγκ και Προώθησης του Τουρισμού της Κρήτης.
- Απαιτείται, επίσης, η κατ' έτος διεξαγωγή ερευνών αγοράς και Μάρκετινγκ μεταξύ των Τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη.

1. Γενικό Συμπέρασμα

Τα σημαντικά πλεονεκτήματα του τουρισμού της Κρήτης υπερκαλύπτουν οποιεσδήποτε αδυναμίες, και οι περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης είναι από τις πλέον αισιόδοξες του Ελληνικού Χώρου, τόσο ποσοτικά, όσο και ποιοτικά, με την προϋπόθεση ιδιαίτερου σχεδιασμού σε σχέση με τις υποδομές και ιδιαίτερης ευαισθητοποίησης σε σχέση με την διατήρηση ενός από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα, για τον τουρισμό - αυτό του περιβάλλοντος.

Βασικά στατιστικά στοιχεία του τουρισμού της Κρήτης

Στα πλαίσια συνεργασίας της ICAP² με το Πολυτεχνείο Κρήτης (Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης) παραθέτουμε τα παρακάτω, τα οποία σχετίζονται με την ερευνητική δραστηριότητα του εν λόγω Εργαστηρίου και αφορούν τα βασικά στατιστικά στοιχεία του Τουρισμού της Κρήτης και την αξιολόγηση των χρηματοοικονομικών επιδόσεων των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων της Κρήτης.

«Η λεκάνη της Μεσογείου αποτελεί τον τόπο που ξεκίνησε το σύγχρονο φαινόμενο της πρόσκαιρης μετακίνησης των ατόμων για αναψυχή. Σήμερα το 1/3 του ετήσιου αριθμού των τουριστικών αφίξεων παγκοσμίως κινείται στο χώρο της Μεσογείου. Μέσα σε αυτό το τουριστικό χώρο "κολυμπάει" η Κρήτη που δίκαια χαρακτηρίζεται ως το "αεροπλανοφόρο της Μεσογείου". Η απόσταση της από την Ευρώπη (100 Km), από την Ασία (175 Km) και από την Αφρική (300 Km) την καθιστά ως ένα ιδιαίτερο προορισμό. Η Κρήτη είναι το πέμπτο μεγαλύτερο νησί της "γηραιάς" θάλασσας, με έκταση 8.261 Km.

Δεν είναι τυχαίο ότι από την Κρήτη ξεκίνησε η μεταπολεμική μορφή του τουρισμού σε όλη την Ελλάδα, όταν το 1964 κατασκευάστηκε στον Άγιο Νικόλαο Λασιθίου το πρώτο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Όπως, δεν είναι τυχαίο ότι η Κρήτη καταλαμβάνει μια από τις δημοφιλέστερες θέσεις στις προτιμήσεις των ξένων επισκεπτών. Βασικός παράγοντας της έως τώρα τουριστικής ανάπτυξης της Μεγαλονήσου θεωρείται η γεωμορφολογία της. Η εξαιρετικά πλούσια εναλλαγή τοπίων (πεδιάδες, λόφους, βουνά, οροπέδια, φαράγγια, χείμαρρους, σπήλαια, αμμουδιές, ακρωτήρια, όρμους, φυσικά λιμάνια κ.α.) τα οποία συνδυάζοντας ιδανικά βουνό και θάλασσα, αποτελούν σαφείς πόλους έλξης, επιδρώντας άμεσα και θετικά στην ψυχολογία των υποψηφίων τουριστών, βοηθώντας τους να εξουδετερώσουν την ένταση του σύγχρονου τρόπου ζωής.

Δεν είναι όμως, μόνο η γεωμορφολογία που της δίνει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων προορισμών, αλλά και η συνύπαρξη αρχαιολογικών μνημείων που το πέρασμα διαφορετικών πολιτισμών άφησε να κείτονται στην κρητική γη. Η Κνωσός, η Φαιστός, η Γόρτυνα, η Ζάκρος κ.α. αποτελούν αδιάψευστους μάρτυρες της προϊστορικής, κλασικής,

² Συνεργασία ICAP με το Πολυτεχνείο Κρήτης (Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης), 2Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης, Χρυσοβαλάντης Γαγάνης, Μ.Β.Α., 2004

ελληνιστικής, ρωμαϊκής, βυζαντινής, φράγκικης και τουρκικής περιόδου κατοχής. Σε όλα τα παραπάνω έρχεται να προστεθεί το σημαντικότερο ίσως πλεονέκτημα, αυτό του φιλόξενου και ανυπότακτου κρητικού πνεύματος που καθιστά την Κρήτη ως την "ναυαρχίδα του Ελληνικού τουρισμού".

Η Κρήτη σήμερα διαθέτει σημαντικές, μεγάλες, υψηλών τάξεων ξενοδοχειακές μονάδες, όπως φαίνεται από τον πίνακα 1. Το μερίδιο των μονάδων πολυτελείας και Α τάξης στο σύνολο των ξενοδοχείων ήταν 14,5% το 2002, αλλά το αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο των κλινών ήταν 39,1%, γεγονός που δείχνει ότι το μέσο μέγεθος των μονάδων αυτών είναι μεγαλύτερο από το σύνολο των ξενοδοχείων της Κρήτης. Το 1999 τα μερίδια κλινών των τεσσάρων Νομών είχαν διαμορφωθεί ως ακολούθως:

- Ν. Ηρακλείου 46%
- Ν. Λασιθίου 17%
- Ν. Ρεθύμνης 19%
- Ν. Χανίων 18%

Χαρακτηριστικό επίσης είναι ότι το 2002 το 68% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών πραγματοποιούνται σε ξενοδοχεία πολυτελείας (13,92%) και Α τάξης (54,31%).

Πίνακας 1: Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της Κρήτης: 2002

Τάξη	Μονάδες	Κλίνες	Μέσο Μέγεθος*
ΑΑ	21	10.247	488
Α	177	36.947	209
Β	284	27.880	98
Γ	728	40.492	56
Δ&Ε	156	5.100	33
Σύνολο	1.366	120.666	88

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2003 *κλίνες ανά μονάδα

Οι συνολικές διανυκτερεύσεις τουριστών στην Κρήτη παρέμειναν σχεδόν στάσιμες μεταξύ 2000 και 2002, σε περίπου 12 εκ. διανυκτερεύσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στον πίνακα 2. Ωστόσο, έχει σημειωθεί κάμψη έναντι του 1999, όταν ανήλθαν σε 13,1 εκ.. Τη μερίδα του λέοντος κατέχει ο νομός Ηρακλείου τόσο για τις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών, όσο και για τις διανυκτερεύσεις ημεδαπών όπως καταγράφονται στον πίνακα 3 και 4 αντίστοιχα. Επίσης, από τον πίνακα 2 παρατηρείται ότι την τριετία 1998-00 τη δεύτερη θέση σε διανυκτερεύσεις αλλοδαπών καταλαμβάνει το Ρέθυμνο ακολουθώντας

τα Χανιά και το Λασιθί. Κατάταξη που αντιστρέφεται τη διετία 2001-02 για το νομό Χανίων και Ρεθύμνου. Ενώ, όσο αφορά την κατάταξη των νομών από τις διανυκτερεύσεις ημεδαπών για όλη τη πενταετία 1998-02 η κατάταξη παραμένει η ίδια με το Ηράκλειο να κατέχει την πρώτη θέση και να ακολουθούν τα Χανιά, το Λασιθί και το Ρέθυμνο που παρά το γεγονός ότι κατέχει την τελευταία θέση στην τουριστική κατάταξη των νομών τα τελευταία δύο χρόνια παρουσιάζει μια ικανοποιητική αύξηση των ημεδαπών διανυκτερεύσεων (Πίνακας 4).

Πίνακας 2: Οι Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Κρήτη

Έτος	Διανυκτερεύσεις	% Μεταβολή
1998	11.830.707	2,9
1999	13.116.526	10,9
2000	12.457.367	-5,0
2001	12.579.897	1,0
2002	12.206.133	-3,0

Πηγή: ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2003

Πίνακας 3: Οι Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών κατά Νομό

Νομός	1998	1999	2000	2001	2002
Χανίων	1.780.763	2.058.706	1.982.430	2.388.243	2.052.486
Ρεθύμνης	1.992.442	2.239.607	2.055.892	2.015.480	2.125.359
Ηρακλείου	5.437.006	5.913.645	5.756.873	5.496.907	5.368.667
Λασιθίου	1.780.079	2.038.519	1.846.506	1.771.283	1.780.222
Σύνολο	10.990.290	12.250.477	11.641.701	11.671.913	11.326.222

Πηγή: ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2003

Πίνακας 4: Οι Διανυκτερεύσεις Ημεδαπών κατά Νομό

Νομός	1998	1999	2000	2001	2002
Χανίων	283.122	296.134	263.278	308.246	286.432
Ρεθύμνης	90.115	83.326	88.399	120.626	110.473
Ηρακλείου	349.457	361.586	332.542	342.903	346.161
Λασιθίου	117.723	125.003	131.447	136.209	136.845
Σύνολο	840.417	866.049	815.666	907.984	879.911

Πηγή: ΕΟΤ και Περιφέρεια Κρήτης, 2003

Η συντριπτική πλειονότητα των διανυκτερεύσεων αφορά τους αλλοδαπούς τουρίστες, το ποσοστό συμμετοχής των οποίων, στο σύνολο των διανυκτερεύσεων, κυμάνθηκε περί το 93% την τελευταία πενταετία. Μικρή ωστόσο, είναι η συμμετοχή της Κρήτης στο μεριδίον του εσωτερικού τουρισμού σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα όπως καταγράφεται στο πίνακα 5 για το έτος 2000. Σε πανελλαδικό επίπεδο το 1/4 των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Ελλάδα αντιστοιχεί στην Κρήτη, ενώ όσο αφορά της διανυκτερεύσεις των ημεδαπών η Κρήτη κατέχει το 1/20 περίπου της εγχώριας αγοράς.

Πίνακας 5: Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία (2000)

	ΚΡΗΤΗ	%ΚΡΗΤΗ	% ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	ΕΛΛΑΔΑ	% ΕΛΛΑΔΑ
Ημεδαποί	815.666	6,55%	5,44%	14.983.243	24,32%
Αλλοδαποί	11.641.701	93,45%	24,96%	46.636.293	75,68%
Σύνολο	12.457.367	100%	20,22%	61.619.536	100%

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2001

Όσο αφορά την πληρότητα των καταλυμάτων για την περίοδο 2000-02, σύμφωνα με τον πίνακα 6, παρατηρείται μια φθίνουσα πορεία σε ότι αφορά την πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, με το νομό Χανίων να εμφανίζει τη μεγαλύτερη σταθερότητα.

Πίνακας 6: Πληρότητα καταλυμάτων 2000 - 2002

	2000	2001	2002
Ν. Ηρακλείου	83,28	76,01	77,08
Ν. Λασιθίου	72,98	66,63	65,77
Ν. Ρεθύμνης	86,07	79,01	77,33
Ν. Χανίων	73,14	77,10	73,43
ΚΡΗΤΗ	79,94	75,12	74,41

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Παρόλα αυτά η Κρήτη διατηρεί τα υψηλότερα ποσοστά πληρότητας σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα με μέσο ποσοστό πληρότητας 63,46%.

Οι κυριότερες αγορές για τον τουρισμό της Κρήτης κατά σειρά είναι: Γερμανία, Μ. Βρετανία, Σκανδιναβία, Γαλλία και Ολλανδία ενώ, στον πίνακα 7 καταγράφονται τα ποσοστά αφίξεων CHARTERS στα δύο μεγάλα αεροδρόμια της Κρήτης.

Πίνακας 7: Αφίξεις CHARTERS στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων (2002)

ΓΕΡΜΑΝΙΑ	25.79%
Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ	17.85%
ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ	17.15%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	6.79%
ΓΑΛΛΙΑ	8.00%
ΑΥΣΤΡΙΑ	3.76%
ΒΕΛΓΙΟ-ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	4.01%
ΕΛΒΕΤΙΑ	2.41%
ΙΤΑΛΙΑ	3.51%
ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ	3.55%
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ	7.18%

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Από τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία γίνεται αντιληπτό ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό πυλώνα της Κρητικής οικονομίας διαχέοντας την επιρροή του στο σύνολο της τοπικής κοινωνίας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια το κοινωνικο-ψυχολογικό υπόβαθρο των νέων απαιτήσεων του σύγχρονου τουρίστα έχει διαφοροποιηθεί, με αποτέλεσμα να μην καλύπτει τις ανάγκες απασχόλησης και διασκέδασης του από τις ήδη υπάρχουσες ειδικές τουριστικές υποδομές συγκριτικά με τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες. Στον πίνακα 8 παρουσιάζονται μερικές από τις ειδικές τουριστικές υποδομές σε Ελλάδα και Κρήτη σε σχέση με τις βασικές ανταγωνίστριες χώρες.

Πίνακας 8: Ειδικές τουριστικές υποδομές σε Ελλάδα και ανταγωνίστριες χώρες

Τουριστική υποστηρικτική υποδομή	Ελλάδα	Κρήτη	Ισπανία	Τουρκία	Κύπρος	Πορτογαλία	Αίγυπτος
Συνεδριακά Κέντρα	9	3	46	6	2	44	1
Γήπεδα Γκολφ	4	1	254	10	2	55	11
Κέντρα Θαλασ/πείας	5	3	89	31	5	42	2
Χιονοδρομικά κέντρα	19	0	28	17	1	1	
Καζίνο	8	0	29	29		11	18

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2002

Από το πίνακα 8 διαπιστώνεται μεγάλη υστέρηση της Ελλάδας αλλά και ειδικά της Κρήτης σε ότι αφορά τις ειδικές τουριστικές υποδομές συγκριτικά με τις κύριες ανταγωνίστριες χώρες. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει την Ελλάδα στην τελευταία θέση κατάταξης σε ότι αφορά τον τουρισμό εκτός σεζόν, όπως φαίνεται και στον πίνακα 9.

Πίνακας 9: Ποσοστό τουριστικών αφίξεων κατά το 5μηνο Νοεμβρίου 1999 Μαρτίου 2000

ΧΩΡΑ	% ΑΦΙΞΕΩΝ
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	28,95
ΙΣΠΑΝΙΑ	25,84
ΤΟΥΡΚΙΑ	20,54
ΚΥΠΡΟΣ	19,12
ΕΛΛΑΔΑ	10,03

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2001

Γίνεται επομένως, άμεσα αντιληπτό ότι η έλλειψη ειδικών υποδομών είναι αυτή που έχει οδηγήσει το 88% (πηγή: Euromonitor,2004) των αφίξεων στην Ελλάδα να πραγματοποιείται κατά το διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου ενώ, σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες με χειρότερες κλιματολογικές συνθήκες, όπως η Πορτογαλία, να έχουν αρκετά υψηλότερα ποσοστά σε περιόδους εκτός σεζόν.

Η Ελλάδα είναι από τους πιο σημαντικούς τουριστικούς προορισμούς διεθνώς. Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία και τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) το 2006 η Ελλάδα είχε 14.447.528 αφίξεις ξένων τουριστών, με μια αύξηση του 8,6% σε σχέση με το 2005 (13.287.266 αφίξεις ΕΣΥΕ, 2007). Ο μεγαλύτερος αριθμός των τουριστών επισκέπτεται τα ελληνικά νησιά όπως, Δωδεκάνησα, Κρήτη, Κυκλάδες και τα Ιόνια νησιά. Το εισόδημα από την τουριστική δραστηριότητα το 2006 έφθασε στα 11.236 εκατομμύρια ευρώ τα οποία αποτελούν το 16% του ΑΕΠ, έχοντας μια μικρή αύξηση του 5% το 2005 (10.935.000 ευρώ) σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της

Ελλάδας και της Τράπεζας της Ελλάδας. Όμως, η Ελλάδα φθάνει στην 11^η θέση βάσει εισοδήματος στον τουριστικό τομέα.

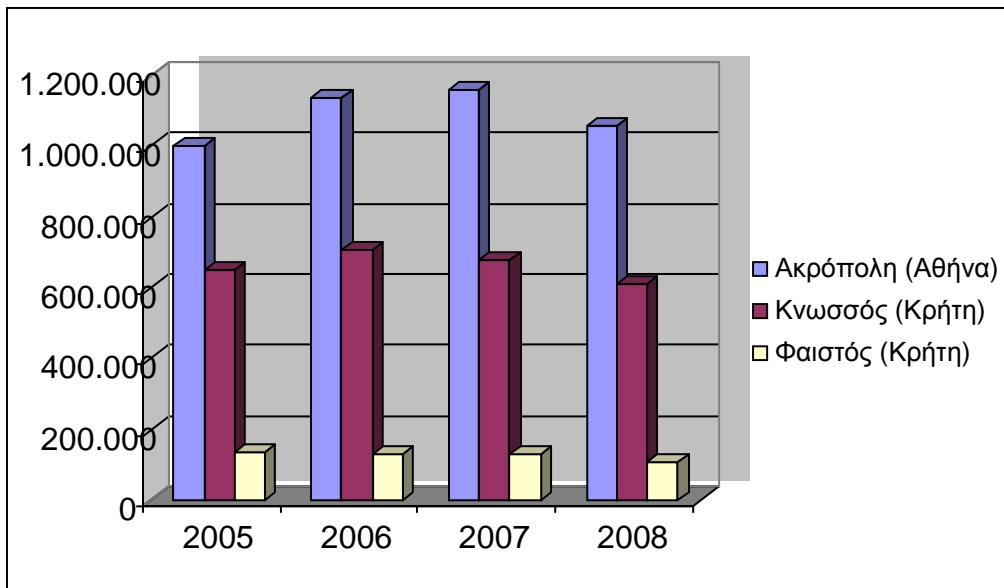
Παρά την αύξηση των τουριστών στην Ελλάδα, τα μουσεία και οι Αρχαιολογικοί χώροι δεν δείχνουν την ίδια αύξηση επισκεψιμότητας για την χρονική περίοδο 2007-2008. (Γράφημα 1.) Το γεγονός αυτό αποδεικνύεται από την συλλογή στοιχείων των αρχαιολογικών χώρων και μουσείων για την περίοδο αυτή. (9.800.000 επισκέπτες). Οι αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία όπως Αθήνας, Κρήτης, Ρόδους, Αρχαία Ολυμπία και Δελφοί συγκεντρώνουν το 73% του συνολικού εισοδήματος.

Πίνακας 10. Αριθμός επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους 2005-2008

Έτος	Ακρόπολη (Αθήνα)	Κνωσός (Κρήτη)	Φαιστός (Κρήτη)
2005	1.002.469	653.342	135.348
2006	1.138.597	705.305	131.475
2007	1.161.687	680.323	128.278
2008	1.056.725	609.191	105.200

Πηγή : ΕΣΥΕ

Γράφημα 1



Πηγή : ΕΣΥΕ

Όμως, ο πίνακας 2 μας δίνει πληροφορίες σχετικά με τα μουσεία της Ελλάδας. Δυστυχώς, τα στοιχεία δείχνουν ότι ο πολιτιστικός τουρισμός αντιμετωπίζει προβλήματα, εφόσον παρά την αύξηση των τουριστών δεν υπάρχει ανάλογη αύξηση στα έσοδα των μουσείων και αρχαιολογικών χώρων.

Πίνακας 11. Αριθμός επισκεπτών στα μουσεία 2005-2007

	<i>Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας</i>	<i>Μουσεία Ηρακλείου</i>	<i>Μουσεία Ρεθύμνου</i>	<i>Μουσεία Λασιθίου</i>	<i>Μουσεία Χανίων</i>
2005	362.866	232.740	20.655	57.605	33.170
2006	368.398	246.564	23.714	61.470	40.079
2007	411.564	74.013(Μουσείο Ηρακλείου, κλειστό Ιαν.- Ιουν.)	21.987	65.799	45.272

Πηγή : ΕΣΥΕ

Η Κρήτη, έχει την κληρονομιά και την πολιτιστική έλξη που λίγα άλλα νησιά μπορούν να ταιριάξουν (Πρινιανάκη - Τζωρακολευθεράκη 1997) και επομένως αυτό μπορεί να ελκύσει «νέους τουρίστες» σε έναν μεγαλύτερο βαθμό .

Σήμερα, το παλάτι της Κνωσού είναι ο δεύτερος σε επισκεψιμότητα αρχαιολογικός χώρος της Ελλάδας μετά την Ακρόπολη στην Αθήνα (ΕΣΥΕ, 2005).



Κατόπιν, Η Φαιστός (που βρίσκεται στη νότια Κρήτη) είναι λιγότερο δημοφιλείς περιοχές για τους τουρίστες.

Επιπλέον, αρχαιολογικές περιοχές όπως την πόλη Minoan Eleftherna (που είναι ακόμα κάτω από την ανασκαφή) στο νομαρχιακό διαμέρισμα Rethymno και την αρχαία κωμόπολη παραλιών Κομός (όπου οι ανασκαφές που ολοκληρώνονται στο τέλος δεκαετίας του '90) στο νομαρχιακό διαμέρισμα Ηρακλείου μπορούν να χρησιμοποιηθούν στο μέλλον

και να ωθήσουν τον τουρισμό κληρονομιάς της Κρήτης. Αξίζει ότι το 2005, 1.326.456 τα άτομα κατέβαλαν την αμοιβή εισόδων σε 12 αρχαιολογικές περιοχές του νησιού (Υπουργείο Οικονομικών, 2006). Επιπλέον, η Κρήτη έχει επίσης πολλά ρωμαϊκά και βυζαντινά κτήρια, μαζί με τα κάστρα της μεσαιωνικής ενετικής περιόδου που περιλαμβάνουν μια εξαιρετική ποικιλία ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος (Πρινιανάκη - Τζωρακολευθεράκη 1997, Καραϊάnnης και Τσουκάτος 2003). Οι 860 βυζαντινές εκκλησίες της Κρήτης (Ανδριώτης, 2003) μπορούν να είναι ένας μαγνήτης για τους θρησκευτικούς τουρίστες ειδικά από τις χώρες όπως η Ρωσία και η Ουκρανία με τα υψηλά ποσοστά του χριστιανικού ορθόδοξου πληθυσμού.

Όσοι ασχολούνται με τον Ελληνικό Τουρισμό, δεν παραλείπουν σε κάθε ευκαιρία να αναφέρονται στον πολιτιστικό τουρισμό στον οποίον αποδίδεται το μεγάλο συγκριτικό μας πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών που επίσης υποδέχονται τουριστικό ρεύμα. Ωστόσο το μέρος του τουριστικού μας ρεύματος που σχετίζεται λιγότερο ή περισσότερο με τον πολιτισμό μας δείχνει σημάδια κόπωσης και υποχώρησης σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ. Η άκρατη και εντατική εμπορική εκμετάλλευση των αρχαιολογικών χώρων, των μουσείων σχετικής κληρονομιάς ενέχει τον κίνδυνο της βλάβης στα μνημεία και την πολιτιστική μας κληρονομιά. Από την άλλη πλευρά οι πολιτιστικοί θησαυροί αποτελούν στοιχείο γνώσης και παιδείας για τους Έλληνες, αλλά και την ευρύτερη ανθρωπότητα.

Ως εκ τούτου η επισκεψιμότητα και η προσβασιμότητα στους χώρους αυτούς θα πρέπει να υποστηρίζεται και να διασφαλίζεται κάτω από συνθήκες προστασίας των θησαυρών. Η μη αξιοποίηση, ανάδειξη και συντήρηση των μνημείων συνιστά την χειρότερη εκδοχή που δικαιολογεί κάθε προβληματισμό. Ο λόγος, λοιπόν, γίνεται για ένα συγκεκριμένο και περιορισμένο όριο εκμετάλλευσης που κάθε χώρος μπορεί να αντέξει. Εκτός από την ένταση της εκμετάλλευσης και της ως εκ τούτου επιβάρυνσης των μνημείων, ζήτημα τίθεται και ως προς το ποιόν των δραστηριοτήτων, δεδομένου ότι οι χώροι θεωρούνται ιεροί. Με αυτό το γνώμονα οριοθετείτε κατά κάποιο τρόπο μία βέλτιστη συνισταμένη των διαφορετικών προσεγγίσεων.

Η Κνωσός, η Φαιστός και τόσοι άλλοι αρχαιολογικοί χώροι στην Κρήτη αποτελούν διαύλους μέσω των οποίων μπορεί και πρέπει να



προβληθεί η κλασική παιδεία και το πρότυπο του αρχαιοελληνικού πολιτισμού, διαχρονικά χρήσιμο και επίκαιρο, ιδίως στους ταραγμένους καιρούς μας. Μία τέτοια διάσταση που έχει πολλούς υποστηρικτές, υπερβαίνει την στενή οικονομική αντίληψη της «τουριστικής εκμετάλλευσης», πλην όμως δεν την απορρίπτει. Αντιθέτως η επίσκεψη των χώρων, η



ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση της ανθρωπότητας με την μέγιστη δυνατή διασπορά του Ελληνικού Μηνύματος κλασικής παιδείας αποτελεί βασικό στόχο.

Με τα δεδομένα αυτά η παρατηρούμενη υποχώρηση του περιηγητικού τουρισμού, των προγραμμάτων ενημέρωσης, κλπ δικαιολογεί κάθε ανησυχία. Επισημαίνονται :

- Ατέλειες και ανεπάρκειες στον τομέα διαφήμισης και προβολής του προϊόντος αυτού στις ξένες αγορές
- Αδυναμίες και λάθη στη στελέχωση των γραφείων ΕΟΤ στο εξωτερικό.
- Τα προγράμματα των πολιτιστικών δραστηριοτήτων δεν κυκλοφορούν, όπως θα έπρεπε, από την προηγούμενη σεζόν, προκειμένου να ενημερώνονται οι ενδιαφερόμενοι-τουρίστες.
- Οι ξένοι διοργανωτές των πολυήμερων περιηγητικών ταξιδιών στην Ελλάδα, επισημαίνουν, ακόμη την ποιοτική υστέρηση στις υποδομές, καταλύματα και μονάδες εστίασης.
- Η μόνιμη αγορά στην οποία κατά κύριο λόγο απευθυνόμαστε, δηλ. κεντρική και βορειοδυτική Ευρώπη, γνώρισε ήδη τις τελευταίες δεκαετίες το προϊόν αυτό και συνεπώς δεν μπορεί να αναμένεται μία ανάκαμψη και μάλιστα δραστική. Στα ίδια πλαίσια, οφείλουμε να αντιληφθούμε ότι νέο ρεύμα στον περιηγητικό μας τουρισμό μπορούμε να αναμένουμε από τις κεντρο-ανατολικοευρωπαϊκές χώρες που πορεύονται σε νέες κοινωνικοοικονομικές κατευθύνσεις που επιτρέπουν μία οικονομική βελτίωσή αυτών και ελευθερία μετακίνησής των.

Αρκετές από τις χώρες αυτές προβλέπεται να ενταχθούν στην ΕΕ. Αρκετές από τις χώρες αυτές διατηρούν πολιτιστική και θρησκευτική συγγένεια με την πατρίδα μας και ποθούν να έρθουν πιο κοντά στον Ελληνικό Πολιτισμό για τον οποίο έχουν λίγο - πολύ ενημερωθεί. Η σκέψη αυτή σηματοδοτεί ταυτόχρονα και τις αναγκαίες εκ μέρους μας κινήσεις, ώστε να διευκολυνθεί αυτό το ρεύμα προς την Ελλάδα. Στη μετεξέλιξη του τουριστικού φαινομένου διαπιστώνουμε στο πέρασμα των 2-3 τελευταίων δεκαετιών, ότι ο τουρισμός, είτε πρόκειται για ταξίδι διακοπών στη θάλασσα, είτε ταξίδι ενημέρωσης, όπως οι περιηγήσεις, υπήρξε μία μαζικοποίηση. Όλο και περισσότεροι, από τις περιοχές της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης κυρίως Ευρωπαίοι διεκδικούν το δικαίωμα στις διακοπές.

Οι διακοπές στη Μεσόγειο ή σε άλλες χώρες υποδοχής τουρισμού κατέστησαν προϊόν πλατιάς λαϊκής κατανάλωσης, υπαγόμενο, ως εκ τούτου στους αντίστοιχους κανόνες πίεσης στην τιμή μαζί με την δικαιολογημένη αξίωση του καταναλωτή – τουρίστα να πιάσουν τόπο τα χρήματά του. Η ίδια αυτή εξέλιξη μας δείχνει την αλλαγή στη σύνθεση των επισκεπτών. Μιλάμε για ανθρώπους μιας κάπως κατώτερης κοινωνικής και οικονομικής στάθμης που ωθούνται κυρίως από κλιματολογικούς λόγους να περάσουν ένα διάστημα σε ήπιο κλίμα και να απολαύσουν τη θάλασσα, κάτι που τους λείπει. Στις ομάδες αυτές δεν πρωτεύει η έρευνα, οι βαθύτεροι προβληματισμοί και ανησυχία των πλέον καλλιεργημένων ανθρώπων, αυτών δηλ. που αποτελούν την πελατεία του πολιτιστικού τουρισμού. Αν στο σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού και στο συνολικό «πακέτο» περιλαμβάνεται όχι μόνον το κατάλυμα, αλλά ό,τι βλέπει, ό,τι ακούει και ό,τι βιώνει ο επισκέπτης από τη στιγμή που πατάει το πόδι του στο ελληνικό έδαφος μέχρι και την αναχώρησή του, δηλ. είσοδοι της χώρας, δρόμοι, δημόσιοι χώροι, άνθρωποι και υπηρεσίες διάφορες, τούτο ανάγεται σε μείζον ζήτημα, αν μιλάμε για περιηγητικό τουρισμό. Σε ευρεία έκταση, δυστυχώς, η ποιότητα του οδικού μας δικτύου στο οδόστρωμα, τη σήμανση και τις άναρχες πινακίδες που μπερδεύουν κάμποσες φορές, αντί να διευκολύνουν, τα πεζοδρόμια και οι δημόσιοι χώροι, η ελλιπής καθαριότητα με τα πολλά σκουπίδια δεξιά και αριστερά, η κακογουστιά στις κτιριοδομικές επεμβάσεις, η έλλειψη αισθητικής και αρχιτεκτονικού στυλ πληγώνουν το μάτι του επισκέπτη. Μπορεί, λοιπόν, να εκστασιάζεται ο επισκέπτης από το μεγαλείο της Κνωσού, Φαιστού κτλ. αλλά στη συνέχεια πορευόμενος από την μία περιοχή στην άλλη, σίγουρα θα διερωτάται τι συνδέει τους αρχαίους Έλληνες με την σύγχρονη Ελλάδα.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού τομέα βρίσκεται αντιμέτωπη με μεγάλες απειλές, οι οποίες πηγάζουν κυρίως από

αυξανόμενες διεθνείς ανταγωνιστικές πιέσεις. Η ικανότητα της ελληνικής οικονομίας να διαφοροποιήσει και να αναβαθμίσει τη θέση της στην παγκόσμια αγορά, εξαρτάται από την εκμετάλλευση των συγκριτικών της πλεονεκτημάτων, της πολιτιστικής της κληρονομιάς και του υψηλής ποιότητας φυσικού της περιβάλλοντος.

Με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ, το 2008 ήρθαν στην Κρήτη 300.000 περίπου επισκέπτες όλων των ειδικών μορφών τουρισμού (Πολιτιστικού, Φυσιολατρικού, Επιστημονικού, Ορειβατικού, Θαλάσσιου κ.λπ.). Όπως όμως εκτιμά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO), η Κρήτη χάνει ετησίως 900.000 περίπου επισκέπτες θεματικών μορφών τουρισμού λόγω έλλειψης αντίστοιχης υποδομής (από καταλύματα, ειδικά τουριστικά γραφεία και ειδικευμένα στελέχη) αλλά κυρίως λόγω ελλιπούς προώθησης αυτών των μορφών τουρισμού (απουσία από ειδικές εκθέσεις και αναζήτηση νέων αγορών). Έτσι, ενώ ετησίως οι αφίξεις των τουριστών αυξάνονται, δυστυχώς τα έσοδα της χώρας από τον τουρισμό κάθε χρόνο μειώνονται.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΣΕ 12 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

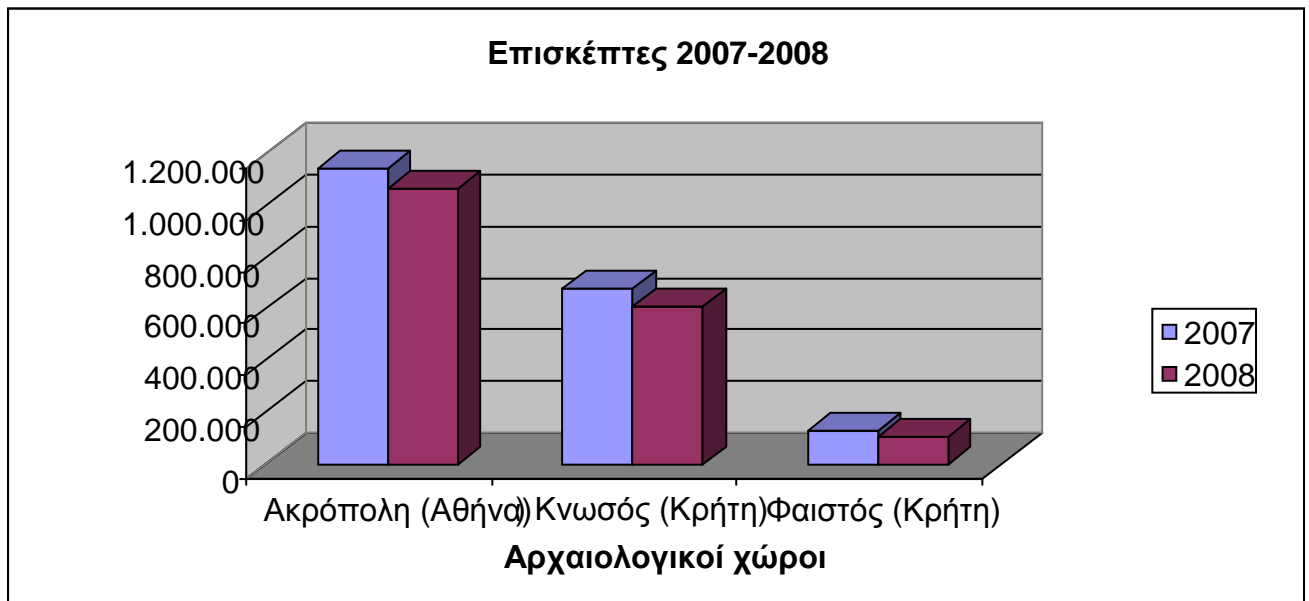
Έτος / Αφίξεις / Έσοδα (εκατ. ευρώ) / Διαφορά

2000,	12.378.282,	10.061,20	
2001,	13.019.202,	10.579,90,	5,16%
2002,	12.924.261,	10.284,70,	-2,79%
2003,	12.850.835,	9.495,30,	-7,68%
2004,	12.118.693,	10.347,80,	8,98%
2005,	12.798.268,	11.036,50,	6,66%
2006,	13.694.147,	11.633,00,	5,47%

Πηγή: ΕΣΥΕ Τα στοιχεία του 2006 αποτελούν εκτίμηση βάσει των διεθνών αφίξεων για την περίοδο Ιαν. - Νοε. 2006. Δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από την Αλβανία και οι αφίξεις με κρουαζιέρα.

Το καλοκαίρι του 2008 αλλά και το προηγούμενο του 2007 «χτύπησαν τα καμπανάκια» όχι μόνον σε επίπεδο τουριστικής κίνησης, αλλά κυρίως σε επίπεδο ουσιαστικής ανάγκης επανακαθορισμού της τουριστικής στρατηγικής του νησιού. (Γράφημα 2.)

Γράφημα 2



Πηγή : ΕΣΥΕ (www.statistics.gr)

Λιγότεροι επισκέπτες σε μουσείο, Φαιστό, Κνωσό

Σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας



Σύμφωνα με την τοπική εφημερίδα «ΠΑΤΡΙΣ» (15/02/2011) έχει παρατηρηθεί μείωση των επισκεπτών των μουσείων τον Οκτώβριο του 2010 κατά 17,6%, καθώς και μείωση των εισπράξεων κατά 18%, σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2009, δείχνουν τα στοιχεία της

Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Παρόμοια εικόνα διαμορφώνεται και στους αρχαιολογικούς χώρους με μείωση των επισκεπτών κατά 11,8% και των αντίστοιχων εισπράξεων σε 19,6% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2009.

Ανάλογα είναι και τα στοιχεία για την Κρήτη όπου στο Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου είχαμε μείωση της τάξης του 27,3%. Συγκεκριμένα τον Οκτώβρη του 2010 είχαμε 8.849 επισκέπτες ενώ τον αντίστοιχο μήνα του 2009 είχαν φθάσει τους 12.175.

Τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού τον Οκτώβριο του 2010 επισκέφθηκαν 54.824 άτομα ενώ το αντίστοιχο διάστημα πέρσι οι επισκέπτες ήταν 61.339. Η μείωση που σημειώθηκε στους επισκέπτες της Κνωσού ήταν 10,6%.

Αρκετά μικρότερη ήταν η μείωση στους επισκέπτες της Φαιστού που έφθασε το 3,4%. Συγκεκριμένα τον Οκτώβρη του 2010 την Φαιστό επισκέφθηκαν 10.751 άτομα έναντι 11.129 τον αντίστοιχο μήνα του 2009.

Οι επισκέπτες του Εθνικού Αρχαιολογικού Μουσείου μειώθηκαν κατά 27,5%, του μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας κατά 36,5%, ενώ η μεγαλύτερη μείωση παρατηρείται στο μουσείο των Δελφών (64,2%).

Ωστόσο, το Μουσείο Ακρόπολης εμφανίζει αύξηση επισκεψιμότητας κατά 1,67% τον Οκτώβριο του 2010 (126.425 επισκέπτες) σε σύγκριση με τον μήνα Σεπτέμβριο 2010, αλλά μείωση των εισπράξεων κατά 13,27%.

Όσον αφορά στους αρχαιολογικούς χώρους, οι επισκέπτες της Επιδαύρου ήταν κατά 14% λιγότεροι σε σχέση με τον Οκτώβριο του 2009, ενώ στην Ακρόπολη ο αριθμός των επισκεπτών μειώθηκε κατά 34,4%.

Επίσης σύμφωνα με σχετικό άρθρο της εφημερίδα «ΠΑΤΡΙΣ» (15/02/11)

Μικτή εταιρεία για να μπουν τα αγροτικά προϊόντα στα ξενοδοχεία της Κρήτης

«Μέχρι τις 30 Απριλίου προγραμματίζεται να ξεκινήσει η λειτουργία της μικτής εταιρείας μεταξύ αγροτικών οργανώσεων και ξενοδοχείων, με σκοπό την προώθηση των προϊόντων του πρωτογενούς τομέα στο χώρο του τουρισμού.

Τις διαβεβαιώσεις αυτές έδωσαν ο περιφερειάρχης Σταύρος Αρναουτάκης και η αρμόδια αντιπεριφερειάρχης Θεανώ Βρέντζου κατά τη διάρκεια συνάντησης με τους επικεφαλής των Ομοσπονδιών Αγροτικών Συλλόγων από τους τέσσερις νομούς της Κρήτης.

Όπως ειπώθηκε, στόχος είναι να αξιοποιηθεί η φετινή τουριστική περίοδος για τη διακίνηση των τοπικών προϊόντων φυτικής και ζωικής προέλευσης στο χώρο του τουρισμού, κίνηση που αν πετύχει θα αυξήσει τα εισοδήματα των γεωργών και των κτηνοτρόφων και θα αναβαθμίσει τις παρεχόμενες από τα ξενοδοχεία υπηρεσίες.»

Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη

Οικονομικοί Παράγοντες

Ενώ η πολιτική κατάσταση είναι σταθερή, η οικονομική κατάσταση δεν είναι και τόσο σταθερή. Ο πληθωρισμός και η ανεργία χρόνο με το χρόνο αυξάνονται και η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώνεται. Δυστυχώς, η οικονομία της Κρήτης και όλης της Ελλάδας βρίσκεται σε τραγικό επίπεδο.

Το τουριστικό προϊόν της Κρήτης έχει πλέον κορεστεί και υπάρχει ανάγκη για οικονομική άνθηση. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο με την στροφή από το μαζικό στον εναλλακτικό τουρισμό, προσφέροντας ένα διαφορετικό τουριστικό προϊόν.

Αρνητικό οικονομικό παράγοντα αποτελεί η διαρροή του εισοδήματος. Οι επιχειρήσεις μπορεί να έχουν έδρα την Κρήτη και να παράγουν τα προϊόντα τους εδώ αλλά ένα ποσοστό από τα εισοδήματα που δημιουργούνται είτε ως επιχειρηματικά κέρδη είτε ως αμοιβές εργασίας διαφεύγουν στο εξωτερικό και συνεπώς έχουν περιορισμένη συμβολή στη τοπική ανάπτυξη.

Η παραγωγική διάρθρωση της Κρήτης επηρεάζει σημαντικά τις προοπτικές ανάπτυξης του. Όσον αφορά την οικονομική δομή της Περιφέρειας, στον πρωτογενή τομέα της οικονομίας παρατηρούμε ενέργειες εκσυγχρονισμού και έντονης εξειδίκευσης (π.χ. στην παραγωγή ελαιόλαδου). Στον δευτερογενή τομέα έχουμε κάνει σημαντικά βήματα προόδου και τέλος, ο τριτογενής τομέας παραγωγής εξειδικεύεται κυρίως στον τουρισμό.

Από την άλλη πλευρά, η ποιότητα του ανθρώπινου δυναμικού σε όρους εκπαίδευσης και εξειδίκευσης αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα στην προσέλκυση και ανάπτυξη παραγωγικών δραστηριοτήτων και στην ταχύτερη προσαρμογή στα μεταβαλλόμενα δεδομένα της οικονομίας.

Τέλος, σημαντικό οικονομικό παράγοντα αποτελούν και οι οικονομικοί πόροι που δίνονται για την ανάδειξη και προστασία των αρχαιολογικών πόρων. Συγκεκριμένα το Γ' ΚΠΣ είχε συνολικό προϋπολογισμό 68 εκατομμύρια ευρώ και ο συνολικός αριθμός έργων ήταν 47. Τα έργα αυτά αφορούσαν προστασία και ανάδειξη αρχαιολογικών χώρων όπως είναι η Κνωσός, ανάδειξη νέων χώρων όπως είναι η Γόρτυνα, αναβάθμιση κτιριακών υποδομών

και επανεκθέσεων αρχαιολογικών μουσείων κ.α. Ακόμα, το Δ' ΚΠΣ αφορά στην αποκατάσταση του Αρχαιολογικού μουσείου Ηρακλείου και στην έκθεση των ευρημάτων του, καίρια σωστικά έργα σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους ώστε να αναδειχθούν, αποκατάσταση του Κούλε και των Νεωρίων, διάσωση και προβολή των ενετικών τειχών, στερεωτικές εργασίες στο Φρούριο Τεμένους και στο Βυζαντινό Φρούριο Γόρτυνας κ.α.

Κοινωνικοί παράγοντες

Οι κοινωνικοί παράγοντες αφορούν τη κοινωνική δομή της Κρήτης, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, την εκπαίδευση, τη νοοτροπία κ.α.

Βασικός κοινωνικός παράγοντας αποτελεί η ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό επιτυγχάνεται με την εκπαίδευση – κατάρτιση του ντόπιου πληθυσμού. Περιοχές που συγκεντρώνουν σημαντικά μεγέθη επιστημονικού δυναμικού και καταρτισμένου εργατικού δυναμικού καθώς και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα διαθέτουν συγκριτικό πλεονέκτημα στην ανάπτυξη του τουρισμού. Η Κρήτη, εκτός από τις τουριστικές σχολές που διαθέτει, έχει και πολλούς καταρτισμένους ξεναγούς, γεγονός που βοηθάει στην ανάπτυξη του αρχαιολογικού τουρισμού.

Ο τουρισμός έχει ανοίξει καινούριους δρόμους, έχει δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας με αποτέλεσμα αρκετά μεγάλος αριθμός των κατοίκων των υπαίθριων περιοχών να έχει μαζευτεί στις πόλεις της Κρήτης.

Οι ανθρώπινες αξίες και αντιλήψεις αλλάζουν χρόνο με το χρόνο. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις διαφορετικές κουλτούρες οδηγεί σε μετατόπιση από τον τουρισμό “πακέτων” σε πιο ευαίσθητους τύπους τουρισμού και αναψυχής. Ο τουρισμός αποτελεί ένα μέσο διάδοσης πληροφοριών σχετικών με τα ήθη, τα έθιμα και τον τρόπο ζωής των διαφορετικών πολιτισμών και συνεισφέρει θετικά στην γνωριμία των λαών και την ειρηνική συνύπαρξή τους.

Ο δυτικός τρόπος ζωής όμως και τα έντονα καταναλωτικά πρότυπα που συχνά προβάλλουν οι τουρίστες, επηρεάζουν, φέρνουν αλλαγές και σύγχυση στις συνήθειες και τους ρυθμούς των τοπικών κοινωνιών, υποβαθμίζοντας ή καταστρέφοντας τη σημασία της τοπικής κουλτούρας (αλλαγές σε ήθη, έθιμα και αξίες ύστερα από τουριστικοποίηση των περιοχών – εμπορευματοποίηση).

Τέλος, ένας άλλος κοινωνικός παράγοντας είναι η αντιμετώπιση των ντόπιων κατοίκων ως προς τους τουρίστες. Στην Κρήτη, η τοπική κοινωνία είναι πολύ φιλική και φιλόξενη ως προς τους επισκέπτες της. Το ποσοστό που αντιμετωπίζει τον τουρισμό εχθρικά είναι πολύ μικρό.

Τεχνολογικοί παράγοντες

Οι τεχνολογικοί παράγοντες αφορούν το διαδίκτυο, τη γρήγορη μετάδοση της πληροφορίας, νέες ανακαλύψεις – καινοτομίες κ.α.

Στον τομέα των επικοινωνιών η Περιφέρεια Κρήτης έχει συγκριτικό πλεονέκτημα θέσης και υφιστάμενης τεχνολογικής υποστήριξης για να παίζει σημαντικό ρόλο σαν τηλεπικοινωνιακό κέντρο, διασυνδέοντας την Ευρωπαϊκή Ένωση με την ΝΑ Μεσόγειο. Επιπλέον, η σημαντική συγκέντρωση ερευνητικών, ακαδημαϊκών και τεχνολογικών ιδρυμάτων αποτελεί ισχυρό σημείο για την ανάδειξη της Κρήτης σε κέντρο Τηλεματικών Εφαρμογών και Υπηρεσιών.

Στον τομέα του τουρισμού, η διασφάλιση κρίσιμου βιώσιμου μεγέθους και δικτυώσεων αποτελεί προϋπόθεση. Έτσι λοιπόν χρειάζεται βελτίωση των πυλών εισόδου-εξόδου, επιλεκτική ανάδειξη του φυσικού, πολιτιστικού και ιστορικού περιβάλλοντος καθώς και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών για την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Αναγκαία είναι η ύπαρξη προηγμένων υπηρεσιών, στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, στις επικοινωνιακές τεχνολογίες και τη βιοτεχνολογία και στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Η Κρήτη θα μπορούσε να χρησιμεύσει ως «πilotική» περιφέρεια, κέντρο ανταλλαγής εμπειριών και μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας για εκτεταμένες εφαρμογές Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας στην Ευρώπη και την Μεσόγειο.

Τέλος, οι νέες τεχνολογίες μπορούν να διασφαλίσουν τη λειτουργία συνδυασμένων μεταφορών επιβατών και φορτίων σε ένα ολοκληρωμένο και λειτουργικό δίκτυο λιμανιών, αεροδρομίων και οδικών αξόνων του νησιού.

Swot Analysis στον πολιτιστικό τουρισμό της Κρήτης

Σ' ένα πρόγραμμα της δεκαετίας του 1960 του Πανεπιστημίου του Στάνφορντ (Καλιφόρνια ΗΠΑ) οφείλουμε μια μέθοδο στρατηγικού σχεδιασμού, που περιλαμβάνει την αξιολόγηση των δυνατοτήτων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών, γνωστή και ως «swot analysis».

Σύμφωνα με την ανάλυση αυτή το εφικτό ενός σχεδίου, ή μιας αναπτυξιακής πρότασης μπορεί να αναγνωρισθεί εφόσον προσδιορισθούν και αναλυθούν οι εξωτερικοί και οι εσωτερικοί παράγοντες, που προτείνουν, ή αποκλίνουν στην ευόδωση του.

Αυτό που ουσιαστικά επιχειρείται στην παρούσα μελέτη είναι αρχικά ο εντοπισμός των πλεονεκτημάτων και αδυναμιών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και κατόπιν η ανάδειξη των ευκαιριών και απειλών που απορρέουν από το εξωτερικό περιβάλλον (μακροπεριβάλλον).

Η σπουδαιότητα της SWOT Analysis έγκειται λοιπόν στο ότι τα πορίσματά της λαμβάνονται σοβαρά υπόψη στη φάση της χάραξης της στρατηγικής για την τελική διαμόρφωση του προγράμματος της τουριστικής προβολής.

A. Δυνατά Σημεία (Strengths) : Εκφράζονται σαν εγγενή πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης σε σχέση με ανταγωνίστριες τουριστικές περιοχές. Τα πλεονεκτήματα αυτά αναφέρονται σε πόρους, στη διάρθρωση του κοινωνικο-οικονομικού ιστού και σε άλλους παράγοντες που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Τα δυνατά σημεία έχουν ιδιαίτερη σημασία καθώς είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν το τουριστικό προϊόν της Κρήτης από τους ανταγωνιστές της. Συνεπώς μόλις αναγνωριστούν εντάσσονται αμέσως στο σχέδιο μάρκετινγκ προκειμένου να προβληθούν και να αποτελέσουν κίνητρο για τους δυνητικούς τουρίστες ώστε να επιλέξουν το νησί ως τον προορισμό των διακοπών τους.

B. Αδύνατα Σημεία (Weaknesses): Σε αντίθεση με τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα αποτελούν μειονεκτήματα που πιθανά δρουν περιοριστικά στην τουριστική ανάπτυξη. Πρόκειται για παράγοντες που με την αρνητική τους επιρροή, μειώνουν την απόδοση και

αποτελεσματικότητα είτε ορισμένων, είτε όλων των παραμέτρων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη και ταυτόχρονα καταγράφονται ως προβλήματα.

Κρίνεται λοιπόν σκόπιμο μόλις εντοπιστούν τα αδύνατα σημεία του τουριστικού προϊόντος να τύχουν αποτελεσματικής αντιμετώπισης ώστε να περιοριστούν στο ελάχιστο δυνατό οι αρνητικές τους επιδράσεις ή ακόμα και να απαλειφθούν εάν αυτό είναι εφικτό.

Γ. Ευκαιρίες (Opportunities): Πρόκειται για τις τρέχουσες καθώς και μελλοντικές συνθήκες της τουριστικής αγοράς, αλλά και του «γενικού περιβάλλοντος» στο οποίο εντάσσεται το νησί, συνθήκες που έχουν ή τείνουν να έχουν θετική επιρροή στην ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος και βοηθούν τις προσπάθειες εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος και ενίσχυσης της τουριστικής προσφοράς και ανταγωνιστικότητας.

Δ. Απειλές (Threats): Πρόκειται σε αντίθεση με την προηγούμενη ομάδα, για τις τρέχουσες ή μελλοντικές συνθήκες του «γενικού περιβάλλοντος» που ασκούν αρνητική επιρροή στις προσπάθειες ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Επιπλέον, απειλούν την βιώσιμη ανάπτυξη της με την έννοια ότι, άλλοτε δημιουργούν νέες μορφές προβλημάτων στην μέχρι σήμερα οργάνωση και λειτουργία των οικονομικών δραστηριοτήτων, και άλλοτε δυσκολεύουν τις προσπάθειες για μελλοντική βελτίωση τους.

Στη συνέχεια προσδιορίζονται αναλυτικά τα πλεονεκτήματα, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης.

Δυνατότητες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη

Άριστο κλίμα: Το κλίμα αποτελεί βασικό θετικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τουρισμού και η Κρήτη εμφανίζει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα καθώς διαθέτει άριστο κλίμα με κύρια χαρακτηριστικά το πολύ υψηλό ποσοστό ηλιοφάνειας, το μεγάλης διάρκειας καλοκαίρι, που ξεκινά τον Απρίλιο και διαρκεί έως τον Οκτώβριο, και ταυτόχρονα τον πολύ ήπιο χειμώνα.

Ισχυρή γεωγραφική θέση – Νησιωτικός χαρακτήρας: Η χωροθέτηση της Κρήτης στη μέση της Μεσογειακής λεκάνης, σε συνάρτηση με το μεγάλο μήκος της ακτογραμμής, συνιστούν σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι πολλών τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Το νησί της Κρήτης είναι το μεγαλύτερο σε έκταση νησί στην Ελλάδα. Πολλοί το χαρακτηρίζουν ως το πιο πρόσφορο έδαφος για ανάπτυξη στην περιοχή όχι μόνο της

Ελλάδος αλλά και της Ευρώπης γενικότερα. Αυτή η ανάπτυξη μπορεί να προέλθει με την εκμετάλλευση των ισχυρών σημείων της νήσου, με αποτέλεσμα την προσέλκυση διαφορετικών πηγών επενδυτικού χαρακτήρα. Ως ισχυρό σημείο μπορεί να θεωρηθεί η γεωγραφική θέση της Κρήτης που μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη του εμπορίου των Νομών της π.χ με καταλληλότερες υποδομές όπως μεγαλύτερο διεθνές αεροδρόμιο και λιμάνι το οποίο θα αποτελέσει τη νότια πύλη της Ευρώπης.

Υψηλό επίπεδο και επάρκεια φυσικών και ανθρωπογενών πόρων: Η Κρήτη, έχει να επιδείξει ένα μοναδικό και υψηλής οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον (προστατευμένες περιοχές και περιοχές φυσικού κάλλους, ενδημική πανίδα και χλωρίδα, σπάνια οικοσυστήματα, όμορφες και εξαιρετικά καθαρές παραλίες, άθικτα φυσικά τοπία (εθνικός δρυμός Σαμαριά), καθώς και μεγάλο πλούτο ανθρωπογενών πόρων (παγκόσμιας φήμης και σπουδαιότητας αρχαιολογικά μνημεία (Κνωσός, Φαιστός κτλ.), παραδοσιακοί οικισμοί και σύνολα, μοναδικότητα ηθών, εθίμων και φιλόξενη ατμόσφαιρα), στοιχεία που συνθέτουν ένα μείγμα δυνατών πόρων έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

Ικανοποιητική παραγωγική δομή: Το νησί είναι ιδιαίτερα γνωστό για την παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων³ και την γαστρονομία του που μπορούν είτε να διατεθούν στην τουριστική αγορά είτε να αποτελέσουν αυτόνομο τουριστικό προϊόν. Σημειώνεται ότι η κρητική κουζίνα⁴ απολαμβάνει ιδιαίτερης αναγνώρισης διεθνώς και αποτελεί σημαντικό αλλά ανεκμετάλλευτο έως σήμερα τουριστικό πόρο.

Επαρκείς τουριστικές υποδομές διαμονής: Η Κρήτη διαθέτει υψηλής ποιότητας και ποικιλίας ξενοδοχεία και καταλύματα αλλά και εστιατόρια, κέντρα εστίασης και καφενεία, γνωστά για τις άριστες υπηρεσίες που προσφέρουν στην πλειοψηφία τους. Σημειώνεται ότι ενώ για την Ελλάδα το ποσοστό ξενοδοχειακού δυναμικού στις κατηγορίες Α' και Πολυτελείας είναι 31% το αντίστοιχο ποσοστό της Κρήτης είναι υψηλότερο της τάξης περίπου του 40%, ενώ στην Ανατολική Κρήτη (Ν. Ηρακλείου – Ν. Λασιθίου) φθάνει κοντά το 50% (48,68%, 1999). Επίσης, υπάρχει μίγμα κατηγοριών ξενοδοχείων, συμπεριλαμβανομένων των ενοικιαζόμενων δωματίων, το οποίο αντιστοιχεί με το μίγμα

³ Ορισμένα εκ των οποίων είναι χαρακτηρισμένα ως ΠΟΠ με ιδιαίτερη φήμη όπως το ελαιόλαδο Θραψανού, Αρχανών, Βιάννου, η γραβιέρα Κρήτης, το κρασί Πεζών, Αρχανών κλπ.

⁴ Σύμφωνα με έρευνα της ICAP (2001) η αυθεντική τοπική κουζίνα κατατάσσεται μεταξύ των βασικών κριτηρίων επίσκεψης. Μάλιστα με βαθμολογία από το 1 έως το 3 παίρνει την τιμή 2,2.

κοινωνικοοικονομικής διαστρωμάτωσης των πληθυσμών των ανεπτυγμένων χωρών, απ' όπου προέρχεται η συντριπτική πλειοψηφία τουριστών.

Υψηλή φήμη : Το νησί αποτελεί έναν κλασσικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίου φήμης με τους επισκέπτες να έχουν διαμορφώσει την εικόνα ενός ασφαλούς και φιλικού προορισμού. Η εικόνα αυτή μεταφέρεται και μεταδίδεται στη χώρα προέλευσής τους γεγονός που συνιστά έμμεση, αλλά ουσιαστική και αποτελεσματική διαφήμιση.

Ικανοποιητικό επίπεδο επαναλαμβανόμενου τουρισμού: Η επαναληψιμότητα της επίσκεψης των τουριστών ξεπερνά το 40%⁵. Ο μέσος όρος προηγούμενων επισκέψεων ανέρχεται σε 3,5 φορές και αφορά κυρίως Σκανδιναβούς και Βέλγους. Διαπιστώνεται συνεπώς ένας πυρήνας τακτικών επισκεπτών που παραδοσιακά προτιμούν το νησί μας για τις καλοκαιρινές διακοπές τους. 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%.

Υψηλή τουριστική ζήτηση: Το Κρητικό νησί εμφανίζει πολύ υψηλή τουριστική ζήτηση με αύξηση της τάξης του 10% ανά δεκαετία, με κυριότερες χώρες προέλευσης τις Ευρωπαϊκές. Επιπλέον αποτελεί τον πρώτο τουριστικό προορισμό της Ελληνικής Τουριστικής Αγοράς σε ότι αφορά τις διανυκτερεύσεις, με την πληρότητα να κυμαίνεται από 75% έως και 110% κατά την τουριστική περίοδο Απριλίου-Οκτωβρίου. Υψηλό είναι επίσης το ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών⁴ (86%) που επισκέπτονται το Ηράκλειο, καθώς και εκείνων που είναι πρόθυμοι (76%) να συστήσουν το Ηράκλειο σε γνωστούς και φίλους ως ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

Καταξιωμένος τουριστικός προορισμός: Η Κρήτη γενικότερα κατέχει πρωτεύουσα θέση ως μαζικός τουριστικός προορισμός, ιδιαίτερα δημοφιλής για τον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες, μεταξύ άλλων περιοχών με κοινά χαρακτηριστικά στη Μεσογειακή λεκάνη. Η μεγάλη πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως ένα αξιόλογο συγκριτικό πλεονέκτημα. Η κατάλληλη εκμετάλλευση των ήδη υπαρχόντων ιστορικών, αρχαιολογικών και θρησκευτικών μνημείων (με την Κνωσό να αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο σε αριθμό επισκεπτών αρχαιολογικό χώρο της Ελλάδος) μπορεί να επιφέρει ευνοϊκότερο κλίμα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Επίσης η δημιουργία νέων αλλά και η

⁵
4

□ : Στρατηγική Ανάλυση Προοπτικών Τουρισμού Κρήτης, ICAP 2001

αναστύλωση παλαιών μνημείων μπορεί να συμβάλλει στην διαμόρφωση ενός διαφορετικού χαρακτήρα του νησιού. Δηλαδή δίνοντας ζωή στην ιστορία και κατασκευάζοντας καινούρια μνημεία με βάση την ήδη υπάρχουσα πολιτιστική κληρονομιά δημιουργείται διαφορετικό κλίμα τουριστικής ανάπτυξης και υψηλότερης ποιότητας τουριστικό προϊόν.

Κατεξοχήν προορισμός πτήσεων Charters: Ένα μεγάλο μέρος των αλλοδαπών τουριστών έρχονται με πτήσεις Charter, οι οποίες προσδιορίζονται από χαμηλότερο κόστος συγκριτικά με τις κανονικές, γεγονός το οποίο συνιστά σημαντικό πλεονέκτημα για το Κρητικό τουριστικό προϊόν.

Αδύνατα σημεία του πολιτιστικού τουρισμού της Κρήτης

Χαμηλή ποιότητα δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών: Το νησί εμφανίζει χαμηλό επίπεδο σε ορισμένες βασικές υποδομές οι οποίες επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ανάπτυξη και τον βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών. Τέτοιου είδους αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στον τομέα των μεταφορών και αφορούν:

- την κακή οργάνωση των αεροδρομίων και των λιμανιών,
- τις καθυστερήσεις των πτήσεων,
- το χαμηλό επίπεδο ποιότητας των μέσων μαζικής μεταφοράς,
- την κυκλοφοριακή συμφόρηση,
- την ανεπαρκή σήμανση του οδικού δικτύου.

Είναι γεγονός ότι οι διαδικασίες και η λειτουργία της Δημόσιας Διοίκησης χαρακτηρίζονται από γενικά αργούς ρυθμούς, στοιχείο που επιφέρει αρνητικές συνέπειες στην ανάπτυξη του τόπου. Η γραφειοκρατία είναι αποτέλεσμα της ελλιπούς οργάνωσης και της έλλειψης σύγχρονων μεθόδων διοίκησης που δρα ως ανασταλτικός παράγοντας στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους πολίτες και τις επιχειρήσεις.

Προβλήματα καταγράφονται επίσης στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος με την ανεξέλεγκτη απόθεση απορριμμάτων σε κοινόχρηστους χώρους και παραλίες και την κακή εικόνα σε ότι αφορά την καθαριότητα, στοιχεία που προκαλούν αρνητική εικόνα στους επισκέπτες.

Έλλειψη υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών: Ουσιαστικό ρόλο στην εύρυθμη και προσοδοφόρα λειτουργία των τουριστικών μηχανισμών κάθε τουριστικής περιοχής

διαδραματίζουν μια σειρά από υποστηρικτικές υποδομές, όπως τα συνεδριακά κέντρα, οι εγκαταστάσεις γκολφ, οι μαρίνες κλπ. που αφενός διαφοροποιούν και εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν και αφετέρου συντελούν στην επέκταση της τουριστικής σεζόν αμβλύνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας. Η Κρήτη εμφανίζεται να υστερεί σημαντικά σε αυτόν τον τομέα την ίδια στιγμή που ανταγωνίστριες περιοχές και χώρες έχουν σημειώσει πολύ μεγάλη πρόοδο διεκδικώντας έτσι σημαντικό μερίδιο στην τουριστική αγορά.

Εποχικότητα: Συνέπεια :

(α) του μαζικού τουρισμού του ήλιου και της θάλασσας που περιορίζεται χρονικά το μέγιστο σε 8 μήνες

(β) της μη επαρκούς αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού, τα οποία είναι ικανά να στηρίζουν έναν τουρισμό 12 μηνών (π.χ. ορεινός τουρισμός, οικοτουρισμός) και

(γ) της έλλειψης υποδομών θεματικού τουρισμού, είναι η αδυναμία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και συνεπώς η έντονη εποχικότητα που δημιουργεί προβλήματα οριακής βιωσιμότητας σε τουριστικές περιοχές.

Χαμηλή ποιότητα στελεχιακού δυναμικού: Ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας, όσο και από πλευράς ποιότητας. Συνεπώς για την επίτευξη των παραπάνω είναι αναγκαίο οι απασχολούμενοι στον τουρισμό να χαρακτηρίζονται από επαγγελματική ευσυνειδησία, υψηλή ειδίκευση και επικοινωνιακή ευχέρεια. Δυστυχώς όμως ένα σημαντικό τμήμα του στελεχιακού δυναμικού που απασχολείται στον ευρύτερο τουριστικό κλάδο στην Κρήτη αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα στερείται αυτών των προσόντων θέτοντας έτσι το νησί και τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών.

Απουσία Τουριστικού Μάρκετινγκ: Οι προσπάθειες προβολής του Κρητικού τουριστικού προϊόντος κρίνονται ανεπαρκείς και αναποτελεσματικές. Αυτό αποδίδεται κατά κύριο λόγο, στην έλλειψη ενός ολοκληρωμένου και μακροπρόθεσμου Σχεδίου Μάρκετινγκ το οποίο θα εφαρμόζεται σε βάθος χρόνου μεθοδικά, συντονισμένα και αποτελεσματικά. Συνέπεια αυτού είναι ότι μέχρι σήμερα πραγματοποιούνταν αποσπασματικές και μεμονωμένες πρωτοβουλίες τουριστικής προβολής από διάφορους φορείς όπως ΕΟΤ, Δήμοι,

ιδιωτικοί φορείς χωρίς συνεργασία και προηγούμενη συμφωνία μεταξύ τους ως προς τις προτεραιότητες και τους στόχους ώστε να επιτυγχάνεται συμπληρωματικότητα και όχι επικάλυψη.

Δυσκολία διείσδυσης σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού: Πρόκειται για αδυναμία του κρητικού και γενικότερα του ελληνικού προϊόντος να αυξήσει το μερίδιο αγοράς σε χώρες που αποτελούν κατεξοχήν πηγή προσέλκυσης τουριστών όπως είναι η Γερμανία και η Μ. Βρετανία. Επιπλέον καταγράφεται αδυναμία διείσδυσης σε νέες αγορές (Χώρες Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης). Η εν λόγω αδυναμία αποδίδεται στην ανεπαρκή μεθοδολογία προβολής του τουριστικού προϊόντος, καθώς και στους μη ανταγωνιστικούς όρους προσφοράς του.

Μειωμένη ανταγωνιστικότητα έναντι νέων τουριστικών προορισμών: Το ελληνικό τουριστικό προϊόν υφίσταται έντονο ανταγωνισμό από νέους τουριστικούς προορισμούς με παρόμοιο προϊόν αλλά με χαμηλότερο κόστος παραγωγής όπως η Τουρκία, η Κροατία, η Βουλγαρία, η Τυνησία, το Μαρόκο κλπ.(Πίνακας 12.)

Πίνακας 12: Ποσοστά Αφίξεων Ανταγωνιστριών Χωρών 2004

Ισπανία (αφίξεις)	+3,4% (2004)
Πορτογαλία (διανυκτερεύσεις)	+4,5% (Ιαν. □ Σεπτ.)
Κροατία (αφίξεις)	+17,4% (Ιαν. □ Νοεμ.)
Τουρκία (αφίξεις)	+25,7% (2004)
Αίγυπτος (αφίξεις)	+43,4% (2004)
Κύπρος (αφίξεις)	+ 2,3% (Ιαν. □ Νοεμ.)
Ιταλία (αφίξεις)	+2,24 (Ιαν. □ Σεπτ.)

Πηγή: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (2005)

Έντονη εξάρτηση από αποφάσεις, επιλογές και πολιτικές μεγάλων τουριστικών πρακτορείων του εξωτερικού: Το τουριστικό προϊόν της Κρήτης είναι ιδιαίτερα ευάλωτο σε εξωτερικές επιδράσεις και εξαρτάται απόλυτα από τις εκάστοτε αποφάσεις των μεγάλων τουριστικών γραφείων της Ευρώπης, λόγω (α) έλλειψης κεντρικού-στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού, (β) έλλειψης συστηματικής κεντρικής τουριστικής πολιτικής και (γ) εξάρτησης από την πρακτική των πτήσεων charters που ελέγχουν κατ' αποκλειστικότητα οι Tour Operators.

Χωρική συγκέντρωση υποδομών περιβάλλοντος και τουρισμού και δυσκολία διάχυσης στην ενδοχώρα: Καταγράφεται συγκέντρωση τουριστικών υποδομών και

εξυπηρετήσεων σε παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές του βόρειου άξονα και σε ορισμένους θύλακες των νοτίων παραλίων (εξαιρέσεις αποτελούν ελάχιστες περιοχές της ενδοχώρας που μόλις τώρα αρχίζουν να αναπτύσσονται τουριστικά). Παρατηρείται παράλληλα δημιουργία - λειτουργία τεχνικών (υποστηρικτικών) υποδομών στις ίδιες περιοχές (καθώς εδώ υπάρχουν οι περισσότερες χρήσεις-ανάγκες) ενώ αντίθετα καταγράφονται περιορισμοί ανάπτυξης της ενδοχώρας, λόγω ανεπάρκειας βασικών υποδομών και δυσκολίας διάχυσης της τουριστικής ανάπτυξης από τις τουριστικές περιοχές προς αυτήν, λόγω εγγενών αδυναμιών.

Απουσία τουριστικής δραστηριότητας κατά τη χειμερινή περίοδο: Στοιχείο το οποίο αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα για το τουριστικό προϊόν καθώς πέραν της τουριστικής περιόδου αιχμής, τα πάντα νεκρώνουν (εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων), έτσι ώστε και να θέλει κάποιος επισκέπτης να διαμείνει σε έναν τέτοιο προορισμό δεν έχει επιλογές για ενασχόληση, διασκέδαση κλπ.

Απότομη διόγκωση ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας: Στην περίοδο που το νησί αναδείχθηκε ως σημαντικός τουριστικός προορισμός η ανταπόκριση του ιδιωτικού τομέα ήταν άμεση μεν, ανεξέλεγκτη και άναρχη δε. Συνέπεια αυτού ήταν ότι μέσα σε δύο δεκαετίες οι ανεκμετάλλευτες παραλιακές εκτάσεις φιλοξένησαν ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα, καθώς και κάθε άλλου είδους τουριστικές υποδομές, αλλοιώνοντας το κρητικό τοπίο και προξενώντας ανεπανόρθωτες κατά τόπους βλάβες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον.

Έλλειψη θεσμικού πλαισίου ρύθμισης των χρήσεων γης: Η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού (μόλις πρόσφατα εκπονήθηκε χωροταξική μελέτη) ευνόησε σε πολλές περιπτώσεις την αυθαιρεσία και την αισθητική υποβάθμιση που συνθέτουν κατά κανόνα την υφιστάμενη εικόνα του οικιστικού περιβάλλοντος.

Μη ένταξης της Κνωσού στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO. Με αφορμή το πρόσφατο δημοσίευμα «“Ρουκέτα” από το υπουργείο για τις αυθαιρεσίες στην Κνωσό» (ΠΑΤΡΙΣ, 12/12/2009). «Τα κριτήρια της UNESCO είναι λογικά. Ζητούν τα αυτονόητα και αναγκαία, για σωστή διατήρηση των πόρων και τηρούνται από πολλούς πολιτιστικούς προορισμούς ανά την υφήλιο. Όσοι τα τηρούν, κι αυτοί δεν είναι μόνο οι ενταγμένοι στους καταλόγους της UNESCO, απολαμβάνουν τα οφέλη που προσφέρει ένα υψηλής αξίας καλοδιατηρημένο πολιτιστικό προϊόν: διαρκή τοπική ανάπτυξη ακόμα και εν μέσω κρίσεων – διαρκή και σταθερή ζήτηση, υψηλά έσοδα, πλήρη απασχόληση πολλών

επιστημονικών και τεχνικών ειδικοτήτων, μεγάλο κύρος, διατήρηση της πολιτισμικής συνέχειας και της τοπικής ταυτότητας. Στην Κνωσό, άρχοντες και αρχόμενοι επί δεκαετίες αποφασίζουν χωρίς σχέδιο αλλά κυρίως χωρίς συναίσθηση της κλιμάκωσης των πιέσεων και των αδιέξοδων που δημιουργούνται. Φυσικά, ενόσω έρχονται επισκέπτες δεν ανησυχούν. Μόνο που οι επισκέπτες έρχονται, παίρνουν αρνητικές εντυπώσεις και δεν επιστρέφουν. Δεν διανοούνται οι άρχοντες ότι οι επισκέπτες θα μπορούσαν να ήταν περισσότεροι, τα έσοδα μεγαλύτερα και η διαφήμιση δωρεάν (η καλή φήμη αρκεί).

Γι' αυτό έχει βαρύνουσα σημασία η παιδεία και η διαρκής επιμόρφωση του τοπικού πληθυσμού και των εμπλεκόμενων φορέων σε δραστηριότητες που αξιοποιούν την πολιτιστική κληρονομιά και παράγουν πολιτισμό Μόνο έτσι θα λειτουργήσει σωστά και ουσιαστικά η προϋπόθεση που αναφέρει η UNESCO: Προϋπόθεση επίσης αποτελεί η συμμετοχή των τοπικών φορέων και της τοπικής κοινωνίας στη χρηστή και βιώσιμη χρήση των μνημείων» (στο δημοσίευμα της 12/12/2009, Ελένη Καπετανάκη-Μπριασούλη, καθηγήτρια, Τμήμα Γεωγραφίας Πανεπιστήμιο Αιγαίου).

Μη ένταξης της Σπιναλόγκας στον κατάλογο μνημείων παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO. Εξαιτίας της συστηματικής *κυβερνητικής αδιαφορίας* και υπονόμησης δεν εγκρίθηκε τελικά η *υποψηφιότητα* ένταξης της Σπιναλόγκα στα μνημεία της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ουνέσκο. Σύμφωνα με δημοσιεύματα τοπικών εφημερίδων κανένα μνημείο της Κρήτης δεν έχει περιληφθεί στο χάρτη της UNESCO για τα μνημεία της παγκόσμιας κληρονομιάς, γεγονός που ουσιαστικά υπονομεύει κάθε προσπάθεια τουριστικής προώθησης και προβολής των πολιτιστικών θησαυρών του νησιού.

Πρόκειται για μια προσπάθεια που είχε ξεκινήσει από τον Απρίλιο του 2002, δεν έτυχε όμως της αποτελεσματικής υποστήριξης που δικαιούται από το κράτος, το συγκεκριμένο πολιτιστικό μνημείο, ένα θαυμάσιο δείγμα επιθαλάσσιου οχυρού της Βενετοκρατίας στην Κρήτη.

Η μεσογειακή διατροφή εξόριστη από την Ελλάδα. Τα ελληνικά εστιατόρια αλλά και τα τοπικά είναι σαν να ντρέπονται να αναδείξουν γεύσεις, αρώματα και φρεσκάδες της γης και της θάλασσας, ενώ οι εξαιρέσεις είναι ελάχιστες. Πολύ περισσότερο οι εστιατορές και οι σεφ τους δημιουργούν αυτό το κλίμα που επικρατεί στα σημερινά εστιατόρια. Θα πρέπει να ξεκινήσει μια σημαντική προσπάθεια προκειμένου αυτό που λέγεται Κρητική γαστρονομία να περάσει πρώτα από όλα στις κουζίνες των ξενοδοχείων, των εστιατορίων και

των καταστημάτων εστίασης. Μια γαστρονομία που θα έχει βάση τις Κρητικές παραδοσιακές συνταγές, αλλά και τα Κρητικά προϊόντα και θα αποτελεί συνέχεια της Κρητικής διατροφής.

"Ο γαστρονομικός τουρισμός που μεσουρανά στην τουριστική αγορά και επιφέρει τεράστια οικονομικά οφέλη στις γείτονες μεσογειακές χώρες, ελάχιστα έχει απασχολήσει τους επιχειρηματίες ανεξαρτήτως μεγέθους παρ' ότι η Κρητική διατροφή αποτελεί μόδα και επικρατεί ως σύγχρονο μοντέλο υγιεινής διατροφής", επισήμανε μιλώντας στα «Χανιώτικα Νέα» (12/01/2009) ο κ. Αποστολάκης (μέλος Δ.Σ. της Λέσχης Κρητικής Γαστρονομίας) συμπληρώνοντας μάλιστα πως στη Γαλλία αυτή τη στιγμή υπάρχουν στην αγορά δισκία (nutri-Crete) Κρητικής διατροφής.

Επίσης, στη Γερμανία υπάρχουν διατροφικά κέντρα ευεξίας με πρότυπο την Κρητική διατροφή και σίγουρα θα υπάρχουν αντίστοιχα και σε άλλες χώρες. Σήμερα, δεν έχουμε αναδείξει την Κρήτη ως κοιτίδα του συγκεκριμένου τρόπου διατροφής και δεν την εκμεταλλευόμαστε ως θησαυρό ανάπτυξης και ως μοντέλο αξέχαστων γευστικών εμπειριών, όπως έχουν κάνει άλλες χώρες.

Υπάρχουν όμως πραγματικές δυνατότητες ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού ή αποτελεί και αυτό άλλη μια "φωτοβολίδα" σε μια εποχή που όλα δείχνουν ότι η οικονομική κρίση θα πλήξει σημαντικά και αυτόν τον τομέα;

Ο κ. Αποστολάκης εκτιμά ότι οι δυνατότητες είναι πραγματικές. "Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 44% των ταξιδιωτών ανά τον κόσμο, θεωρούν το φαγητό ως κύρια επιλογή του τόπου που θα επισκεφτούν. Ωστόσο, ο γαστρονομικός τουρισμός του τόπου μας ελάχιστα έχει αναπτυχθεί, παρ' ότι έχουμε όλα τα εχέγγυα της υγιεινής διατροφής με την άριστη ποιότητα πρώτης ύλης από πλευράς φρεσκάδας αρωμάτων, τοπικές φυλές αρνιών - αιγών, τυροκομικών προϊόντων, με τα μελισσοσμήνη μας να μαζεύουν τη γύρη και το νέκταρ από το θυμάρι, θρούμπη, ρίγανη και τα χόρτα μας".

Όπως επισημαίνει το μέλος της Λέσχης Κρητικής Γαστρονομίας, "οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τοπικές πρώτες ύλες είναι λίγες. Για παράδειγμα, μερικοί αρτοποιοί χρησιμοποιούν ευρέως σπορέλαια ή υποβαθμισμένες μαργαρίνες, με αποτέλεσμα τα παξιμάδια τους να έχουν μια γεύση ταγγή καθώς και τα κουλουράκια επίσης, ενώ αν χρησιμοποιούσαν ελαιόλαδο παρθένο, τα αρτοποιήματά τους θα είχαν μια υπέροχη γεύση.

Σε μερικά εστιατόρια - ταβέρνες συναντάται κάτι παρόμοιο μαγειρεύοντας ή τηγανίζοντας με σπορέλαιο. Παράλληλα η ανάπτυξη της Κρητικής γαστρονομίας θα έδινε μεγαλύτερη οικονομική άνθηση στον παραγωγό, στον τυποποιητή καθώς και μια γευστική απόλαυση στον καταναλωτή. Εταιρείες τροφίμων, αρτοποιεία, ταβέρνες - εστιατόρια που κάνουν χρήση των τοπικών πρώτων υλών, βρίσκονται πρώτες στις προτιμήσεις των καταναλωτών".

Η Κρητική διατροφή έχει αποδειχθεί από γιατρούς παγκοσμίου φήμης ότι παρέχει υγεία και ευεξία. Δυστυχώς όμως, τα τελευταία χρόνια έχει παραμεληθεί με όλα τα γνωστά αποτελέσματα που έχει μια διατροφή με αυξημένα λιπαρά και αμφιβόλου ποιότητας σπορέλαια, αναμεμειγμένα ως συνήθως με ορυκτέλαια και μαργαρίνες". Επιπλέον περισσεύει η ξιπασιά, η μεγαλομανία και η ξενομανία τα οποία δικαίως μπορεί κανείς να χαρακτηρίσει και ως άξια τέκνα της ημιμάθειας. Πολλοί είναι οι χώροι εστίασης του νησιού όπου επιλέγουν κουζίνα άλλων χωρών ενώ αρνούνται να αναδείξουν την κρητική θεωρώντας ότι δεν ελκύει τον ξένο τουρίστα, οπότε στην προσπάθεια τους αυτή πολλές φορές αποτυγχάνουν το στόχο τους.

Η γνήσια κρητική μουσική παράδοση έχει εκλείψει. Δεν υπάρχουν εξειδικευμένα άτομα πάνω στην κρητική μουσική !Αυτή η μουσική δεν ανήκει ούτε στους μουσικούς ούτε στους λαογράφους ούτε στη δισκογραφία ούτε στα χορευτικά μπαλέτα ούτε σε κανένα από αυτούς. Ανήκει στον κόσμο που τη γέννησε και τη συνέχιζε μέχρι πρόσφατα. Γιατί μιλάμε για μια λαϊκή παράδοση. Δεν πρέπει να δεχόμαστε να ονομάζεται κρητική λαϊκή μουσική παράδοση ο μουσικός που παίζει πάνω στο πάλκο και τραγουδάει μόνο αυτός σαν συναυλία κι εμείς από κάτω το πολύ πολύ να χορέψουμε (αυτό άλλωστε γίνεται και σ' όλες τις συναυλίες ροκ ποπ κτλ) και μάλιστα οι περισσότεροι από μας θα πορέψουμε όπως μάθαμε από το χορευτικό κι όχι από τον πατέρα η παππού τους. Παράδοση είναι να βάζουμε ειδικούς να μας διδάσκουν, να ακούμε cd και να μαθαίνουμε και ταυτόχρονα να μας περνάει η ατομική αισθητική του κάθε ενός μουσικού όπου κάποιες φορές μπορεί να μην έχει κρητική καταγωγή. Δεν μιλάμε για ένα είδος μουσικής που γεννήθηκε στους δίσκους. Μιλάμε για μουσική που υπήρχε στην καθημερινότητα των ανθρώπων και όλων των ανθρώπων όχι μόνο των μουσικών. Και εμείς πήραμε αυτή τη μουσική από τη ζωή και την βάλουμε στους δίσκους και στο πάλκο γιατί από τη μέρα που γεννηθήκαμε ο ορισμός της μουσικής για εμάς είναι άλλος. Αν θέλουμε να σβήσουμε ένα κομμάτι από το παρελθόν σβήνουμε κι ένα αντίστοιχο από το μέλλον και φυσικά έχουμε το θράσος να χρησιμοποιούμε τη φράση λαϊκή παράδοση

για να χαρακτηρίσουμε αυτό που έχουμε φτιάξει σήμερα το οποίο απέχει πάρα πολύ από τον ίδιο της τον ορισμό. Δυστυχώς όμως οι ξένοι που έρχονται για να δουν όλα αυτά τα στοιχεία που συνθέτουν την κρητική μας παράδοση, διαπιστώνουν ότι ξενόφερτα στοιχεία έχουν αρχίσει να αλλοιώνουν αυτόν τον ορισμό. Οπότε η αίγλη της τότε ποιοτικής κρητικής μουσικής παράδοσης παύει να υπάρχει, καθώς δεν είναι ένα μέσο με το οποίο ο πολιτιστικός τουρισμός της Κρήτης μπορεί να αναδειχθεί διεθνώς.

Ευκαιρίες του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη

Διοργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων 2004: Οι Ολυμπιακοί αγώνες έχουν ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα που τους διοργανώνει και για τον τουρισμό ειδικότερα, καθώς η Ολυμπιάδα δεν αποτελεί μόνο ένα ιδιαίτερο αθλητικό γεγονός, που συνιστά κίνητρο επίσκεψης, αλλά κυρίως μια ευκαιρία που ο απόηχός της διαρκεί περίπου δέκα χρόνια, όσο και το διάστημα που ασχολείται η κοινή γνώμη με τη διοργανώτρια χώρα. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν λοιπόν ορόσημο για την περαιτέρω εξέλιξη του τουρισμού. Η Κρήτη επωφελήθηκε από το γεγονός αυτό καθώς το Ηράκλειο ήταν μία από τις Ολυμπιακές πόλεις στην Ελλάδα το 2004. Το κυριότερο όφελος βρίσκεται αρχικά στο επικοινωνιακό επίπεδο με ζητούμενο τη μετεξέλιξη της δημοσιότητας σε ενεργή ζήτηση για προϊόντα, υπηρεσίες και διαμονή. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την Ολυμπιάδα είναι:

- Η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού προφίλ και η δημιουργία μιας μόνιμης τουριστικής πελατείας,
- Η διαμόρφωση ευνοϊκής εικόνας για την χώρα και τις ολυμπιακές πόλεις,
- Η δημιουργία και ο εκσυγχρονισμός βασικών αλλά και τουριστικών υποδομών,
- Η χρησιμοποίηση των διεθνών μέσων επικοινωνίας για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα για τη μετάδοση διαφόρων μηνυμάτων.

Δυνατότητες ανάπτυξης θεματικού τουρισμού: Η Κρήτη διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όπως πλούσιο και σε πολλές περιπτώσεις άθικτο φυσικό περιβάλλον, άριστο κλίμα, αξιόλογους πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους, ποιοτικά τοπικά προϊόντα, τοπική παράδοση κλπ, τα οποία αποτελούν το θεμέλιο λίθο και τα απαιτούμενα συστατικά στοιχεία για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού (αθλητικός, φυσιολατρικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός κ.α.), ο οποίος διεθνώς σημειώνει έντονη ζήτηση. Η προώθηση του θεματικού τουρισμού πρέπει να αποτελέσει πρώτη προτεραιότητα, αφού θα συμβάλλει

στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του, στην ανάδειξη και ανάπτυξη αναξιοποίητων αλλά με λανθάνουσα (τουριστική) δυναμική των περιοχών, λειτουργώντας ανασχετικά στις τάσεις εγκατάλειψής της και συμβάλλοντας στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Με βάση την πρόταση του κυρίου Κυπριωτάκη (2005)⁶ « η Μεσόγειος παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες περαιτέρω ανάπτυξης και θα πρέπει να υπερβούμε το παραδοσιακό πρότυπο Τουρισμού “Ήλιος και Θάλασσα” και να προσανατολιστούμε σε εναλλακτικές μορφές Τουρισμού που θα σηματοδοτήσουν μια νέα περίοδο Τουριστικής Ανάπτυξης και Τουριστικής Πολιτικής για τον Ευρωπαϊκό και Μεσογειακό χώρο».

Προώθηση διατροφής και γαστρονομίας ως “νέο τουριστικό προϊόν”: Τουριστικό προϊόν με υψηλή προστιθέμενη αξία, η γαστρονομία αποκτάει ολοένα και μεγαλύτερη θέση στη διεθνή τουριστική αγορά. Τα κρητικά προϊόντα και η κρητική κουζίνα διεκδικούν σημαντικό μερίδιο σε αυτήν, λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής τους ποιότητας και των ευεργετικών επιδράσεων στην ανθρώπινη υγεία. Προϊόντα όπως το λάδι, το κρασί, το μέλι, τα γαλακτοκομικά κλπ. αλλά και οι μοναδικές γεύσεις της Κρητικής Κουζίνας ανταποκρίνονται στο συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον της διεθνούς Κοινότητας που αναζητά εκτός των άλλων την ποιότητα των τροφίμων και την ιδιαιτερότητα της τοπικής γαστρονομίας. Έτσι ο συνδυασμός αυτός μπορεί να αποτελέσει ένα νέο προϊόν για το νησί με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα τόσο για τον τουρισμό, όσο και για την τοπική παραγωγή.

Χρηματοδοτικές Ευκαιρίες για τον τουρισμό: Στα πλαίσια της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου (Δ’ ΚΠΣ) σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο προβλέπεται ενίσχυση δράσεων του τουριστικού τομέα με στόχο τη μείωση της εποχικότητας, την αναβάθμιση της ποιότητας, τη διασύνδεση με τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, τη διασύνδεση με τον πολιτισμό και την παράδοση και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών. Συγκεκριμένα χρηματοδοτικά κίνητρα δίδονται μέσω των Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Αγροτικών Περιοχών και Ειδικών Αγροτικών Περιοχών μέσω του Ε.Π. Αγροτικής Ανάπτυξης και Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου 2007-2013 και του ΠΕΠ Κρήτης αντίστοιχα καθώς και μέσω της Κ.Π. Leader+ και του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα.

⁶ Γ. Κυπριωτάκης (2005) «Πρόταση για την εκπόνηση Master Plan για την ανάπτυξη του Τουρισμού στην Μεσόγειο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου»

Αυξανόμενη σημασία των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό: Πάγιο αίτημα της εθνικής και κοινοτικής πολιτικής και στρατηγικής η υλοποίηση καινοτόμων δράσεων που βρίσκει απάντηση, εκτός των άλλων, στη διασύνδεση του τουρισμού με τις νέες τεχνολογίες. Η Κρήτη διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω της ύπαρξης σπουδαίων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων και υποδομών (π.χ. στο Ηράκλειο, ΙΤΕ, Τεχνολογικό Πάρκο, Πανεπιστήμιο, ΤΕΙ), τα οποία ήδη έχουν να επιδείξουν σπουδαίο έργο στον τομέα του τουρισμού: πληροφοριακά συστήματα για τον τουρισμό, ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων, πρωτοποριακές δράσεις στον τομέα της υγείας που συνδέονται με τον τουρισμό, ηλεκτρονική προβολή κ.λπ.

Ολοκλήρωση βασικών έργων τεχνικής υποδομής: Τεράστιας σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού είναι η ολοκλήρωση βασικών υποδομών, όπως η επίλυση του θέματος των αερομεταφορών (στην Ανατολική Κρήτη). Εκκρεμεί η ολοκλήρωση σημαντικών τεχνικών έργων (βιολογικών, ΧΥΤΑ, έργων ύδρευσης) τα οποία θα αυξήσουν τη φέρουσα ικανότητα των περιοχών που θα εξυπηρετήσουν.

Τάσεις αύξησης του εγχώριου τουρισμού: Αποτελεί σημαντική εξέλιξη διότι, εκτός των άλλων, ο εγχώριος τουρισμός (μαθητικός, εκπαιδευτικός, Τρίτης Ηλικίας, οικογενειακός) καταναλώνει περισσότερο κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Ο εγχώριος τουρισμός της Κρήτης έχει τα περιθώρια να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια διότι: (α) το 95,5% των Ελλήνων παραμένει στη χώρα μας για διακοπές (β) 8 στους 10 Έλληνες προτιμούν διακοπές του ήλιου και της θάλασσας, (γ) το έτος 2000 το 15,2% των αφίξεων στην Κρήτη ήταν ημεδαποί ενώ στην Ελλάδα 1 στους 4 είναι Έλληνες επισκέπτες.

Αξιοποίηση Ειδικών Τουριστικών Υποδομών: Από την εποχή ακόμα των ΜΟΠ έως και το Γ' ΚΠΣ χρηματοδοτήθηκαν υποδομές για την ενίσχυση εκτός των άλλων και του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Χρηματοδοτήθηκε για παράδειγμα η δημιουργία πολιτιστικών και φυσιολατρικών διαδρομών σε πάρα πολλά μέρη του νησιού χωρίς μέχρι σήμερα να έχουν αξιοποιηθεί, ενώ σε πολλές περιπτώσεις έμειναν ημιτελείς ή εγκαταλείφθηκαν.

Αξιοποίηση αναδυόμενων αγορών: Τα ανεκμετάλλευτα τμήματα της ευρωπαϊκής και αμερικανικής αγοράς, αλλά και νέες αγορές όπως της Κίνας και των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης, όπως έχει ήδη αναφερθεί, μπορούν να αποδώσουν σημαντική πρόσθετη τουριστική κίνηση. Προς την κατεύθυνση αυτή είναι αναγκαία η ανάπτυξη μιας συνεχούς και σοβαρής προσπάθειας μέσω ενός αποτελεσματικού μεσο-μακροπρόθεσμου

Σχεδίου Μάρκετινγκ. Αρωγός σε αυτή την προσπάθεια είναι διάφορα ευνοϊκά για το νησί στοιχεία όπως: η γεωγραφική θέση, η οικονομική ανάπτυξη των χωρών αυτών καθώς και το γεγονός ότι γενικότερα η Ελλάδα φαίνεται να εξασκεί μια μέσου επιπέδου έλξη στα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα αυτών των αγορών.

Θετική εικόνα του κρητικού τουριστικού προϊόντος: Η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός κυρίως για την ιστορία, τα μνημεία, τον πολιτισμό, τη θάλασσα και τις ακρογιαλιές της. Η εικόνα που έχει διαμορφωθεί για το τουριστικό προϊόν του νησιού είναι ιδιαίτερος θετική και αυτό υπογραμμίζεται από διάφορα στοιχεία όπως:

α) θεωρείται ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός

β) χαρακτηρίζεται από υψηλό αίσθημα φιλοξενίας και

γ) θεωρείται ότι έχει “ταυτότητα” και είναι “Ξεχωριστή”.

Αυτό συνεπώς που πρέπει να αποδείξουμε είναι η ποιοτική διάσταση και η διαφορετικότητα του τουρισμού της και να προβάλουμε εκείνο το προϊόν το οποίο έχουμε έτοιμο και μπορούμε να προσφέρουμε σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.

Απειλές του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη

Ισχυρός ανταγωνισμός σε διεθνές επίπεδο: Αποτελεί απειλή, αλλά ταυτόχρονα κίνητρο (πρόκληση) για την διαφοροποίηση και ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού στο νησί, ο διεθνής ανταγωνισμός που ολοένα μεγεθύνεται και προέρχεται από:

τις αναπτυσσόμενες τουριστικά χώρες (Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος) που προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος, στο οποίο το νησί της Κρήτης καλείται να «απαντήσει» με αναβάθμιση των υποδομών και των υπηρεσιών της.

τους ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς (Κροατία, Βουλγαρία, Μαρόκο, Τυνησία κλπ.) που διαθέτουν παρθένο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και προσελκύουν ολοένα αυξανόμενη μερίδα των τουριστών που αναζητούν τη «διαφορετικότητα» στον τόπο που επισκέπτονται. Αποτελεί σημαντική απειλή για την Κρήτη, η οποία οφείλει την τουριστική της ανάπτυξη σε μεγάλο βαθμό στη

«διαφορετικότητά της» σε σύγκριση με τους προορισμούς των αναπτυγμένων δυτικών κρατών.

το σύμπλεγμα των προορισμών της Μεσογείου, οι οποίοι διαθέτουν παρόμοιο τουριστικό «προφίλ», αλλά με υψηλότερη ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών και μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά.

Υστέρηση σε επίπεδο προβολής: Ο ανταγωνισμός που υφίσταται η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός από άλλες περιοχές όπως είναι π.χ. η Τουρκία δεν είναι απόρροια μόνο των καλύτερων και πληθέστερων βασικών και υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που διαθέτει αλλά κυρίως είναι αποτέλεσμα της θεαματικής βελτίωσης που παρουσιάζει ως προς τη δαπάνη, τον τρόπο και τις ενέργειες τουριστικής προβολής.

Μειωμένη τουριστική συνείδηση: Καθώς αυξάνεται ο ανταγωνισμός ολοένα και περισσότερο καθίσταται φανερή η ανάγκη επίτευξης υψηλότερου επιπέδου επαγγελματισμού και συνέπειας, τόσο από τους επιχειρηματίες όσο και από στελέχη του δημοσίου τομέα και τους εισαγόμενους που δραστηριοποιούνται στον χώρο του τουρισμού. Πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι η επιβίωση και η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού εξαρτάται από την οργάνωση, τη σοβαρότητα, την ευσυνειδησία, τον επαγγελματισμό, την ευγένεια, την ταχύτητα αντίδρασης, την ύπαρξη και πιστή εφαρμογή προγραμμάτων Μάρκετινγκ και κυρίως την έγκαιρη και έγκυρη διαφημιστική προβολή του τουριστικού προϊόντος στο εσωτερικό και εξωτερικό.

Εξάρτηση από το μέλλον των αερομεταφορών: Στοιχείο αποτύπωσης της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος αποτελεί ο τρόπος έλευσης των επισκεπτών. Η Κρήτη αποτελεί κατεξοχήν προορισμό αεροπορικών αφίξεων. Ιδιαίτερα αυξημένο είναι το ποσοστό των πτήσεων τύπου Charter. Είναι γεγονός ότι απαραίτητη προϋπόθεση της ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού είναι η ύπαρξη σύγχρονου διεθνούς αεροδρομίου. Τα προβλήματα που καταγράφονται τόσο στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου, όσο και στις αεροπορικές εταιρείες συνιστούν κίνδυνο και επηρεάζουν άμεσα το δυνητικό ενδιαφέρον διεθνών και εγχώριων επενδυτών και επισκεπτών. Σύμφωνα με τον ΥΠΕΧΩΔΕ, δρομολογείται το αεροδρόμιο Καστελίου Κρήτης, το νέο αεροδρόμιο θα αντικαταστήσει το υφιστάμενο αεροδρόμιο «Ν. Καζαντζάκης», εξασφαλίζοντας άνετη εξυπηρέτηση σε περισσότερους από 5,5 εκατ. επιβάτες τον χρόνο.

Αλλοίωση της οικιστικής ταυτότητας: Συνέπεια εκτός των άλλων και της τουριστικής ανάπτυξης, η απρογραμματίστη ή και αυθαίρετη πολλές φορές δόμηση τουριστικών υποδομών και εγκαταστάσεων στη λογική του εύκολου και γρήγορου κέρδους, σε συνδυασμό με την έλλειψη κεντρικού σχεδιασμού και νομοθετικού πλαισίου που να ρυθμίζει χρήσεις γης και προδιαγραφές δόμησης, έχει προκαλέσει τη μερική και, σε πολλές περιπτώσεις, πλήρη αλλοίωση του δομημένου περιβάλλοντος. Οι συνέπειες βαρύνουν τόσο τον ντόπιο πληθυσμό (υποβάθμιση της ποιότητας ζωής) όσο και τον ίδιο τον τουρισμό, δεδομένου ότι υποβαθμίζεται ένας από τους ισχυρότερους τουριστικούς πόρους, το οικιστικό περιβάλλον.

Υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος: Η αλόγιστη τουριστική ανάπτυξη δημιουργεί υψηλό κίνδυνο πρόκλησης μη αναστρέψιμων συνεπειών στο φυσικό περιβάλλον εάν δε ληφθεί μέριμνα σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για τον έλεγχο και περιορισμό των τουριστικών δραστηριοτήτων. Η δημιουργία σημαντικών φορέων διαχείρισης σε προορισμούς οικολογικού ενδιαφέροντος με σκοπό την προστασία και ελεγχόμενη τουριστική αξιοποίηση τους καθώς επίσης και η πρόβλεψη μέτρων από τους ΟΤΑ για την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος είναι ενέργειες που δεν επιδέχονται αναβολή ή διαφορετική προσέγγιση. Η χώρα μας διαθέτει τεράστιο φυτικό και ζωικό πλούτο που χρήζει κρατικής μέριμνας και εντατικής προστασίας. Για παράδειγμα, ο εθνικός δρυμός Σαμαριάς δεν αρκεί χρειάζεται η δημιουργία νέων ώστε να διασωθεί η σπάνια πανίδα και χλωρίδα του νησιού μας. Επίσης, στους περισσότερους από τους αναγνωρισμένους εθνικούς μας δρυμούς δεν έχει αναγνωριστεί η περιφερειακή ζώνη, με αποτέλεσμα οι καταπατήσεις εδαφών και οι αυθαιρεσίες να γίνονται ανεξέλεγκτα. Παράλληλα ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα είναι η ελλιπής φύλαξη, καθώς οι τεράστιες εκτάσεις σε συνδυασμό με το δύσβατο των περιοχών σε πολλές περιπτώσεις καθιστούν πολύ δύσκολη την περιφρούρησή τους. Λόγω της ελλιπούς φύλαξης οι κυριότερες συνέπειες είναι το παράνομο κυνήγι άγριων ζώων, και η αλιεία με αθέμιτα μέσα, η παράνομη ξύλευση σπάνιων ειδών δέντρων, αλλά και η παράνομη βόσκηση κοπαδιών σε προστατευόμενες εκτάσεις. (www.traveldailynews.gr)

Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να δοθεί άμεση και ιδιαίτερη σημασία στον αποτελεσματικό καθαρισμό κοινόχρηστων χώρων και την αποτελεσματική αποκομιδή των απορριμμάτων. Θα πρέπει να δημιουργηθεί φορέας καθαρισμού των ακτών και των παράκτιων περιοχών σε επίπεδο νησιού. Θα πρέπει επίσης να θεσμοθετηθούν αυστηροί κανόνες αρχιτεκτονικής τόσο των τουριστικών καταλυμάτων, όσο και άλλων

οικοδομημάτων. Προς τον σκοπό αυτό θα πρέπει να εξετασθεί η περίπτωση φορέα προστασίας φυσικού τοπίου. Ο φορέας θα ασχολείται κυρίως με την αρχιτεκτονική μορφή και το ύψος των οικοδομημάτων και όχι με άλλα θέματα πολεοδομικής έγκρισης

Χαμηλό επίπεδο συνεργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα: Η αδυναμία αποδοτικής συνεργασίας του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, επιδρά αρνητικά ως προς την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης. Συνέπεια της απουσίας μιας τέτοιας συνεργασίας είναι να μην έχει γίνει μέχρι σήμερα πράξη, η συντονισμένη και συνολική προβολή του τουριστικού προϊόντος του νησιού, αντίθετα, οι μεμονωμένες ενέργειες που συνεπάγονται κατακερματισμό των πόρων χωρίς αποτελεσματικότητα, είναι εκείνες που κυριαρχούν. Επίσης αρνητικό στοιχείο της έλλειψης συνεργασίας είναι η μεμονωμένη και πολλές φορές στρεβλή αντιμετώπιση σοβαρών θεμάτων ειδικά σε περιόδους ύφεσης ή κρίσεων με τελικό αποτέλεσμα την υποβάθμιση της εικόνας του νησιού.

Σύμφωνα με το περιοδικό Χρήμα & Τουρισμός (Μηνιαίο Οικονομικό και Επιχειρηματικό Περιοδικό, Οκτώβριος 2009), διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα βρίσκεται στην 11^η θέση παγκοσμίως ανάμεσα στους πιο δημοφιλείς προορισμούς των αναγνωστών του Conte Nast Traveler για το 2009 έναντι της 9^{ης} θέσης που κατείχε το 2008. Ενώ αντίθετα η γειτονική Τουρκία κατάφερε να σκαρφαλώσει στην 3^η θέση από την 15^η που κατείχε το 2008. Αποτελέσματα τα οποία θα πρέπει να κινητοποιήσουν τους ιθύνοντες ώστε να βρεθούν άμεσες λύσεις στην βελτίωση της εικόνας της χώρας μας και κατ' επέκταση της Κρήτης ως τουριστικού προορισμού.

Η αλλοίωση του προφίλ της Κρήτης⁷

Το τοπίο της Κρήτης διαμορφώθηκε από την έντονη δραστηριότητα του ανθρώπου στο νησί τα τελευταία 8.000 χρόνια, από τότε δηλαδή που φαίνεται ότι έφτασαν οι πρώτοι άνθρωποι στο νησί. Η δραστηριότητα αυτή γεωργική- κτηνοτροφική- οικιστική, επιδρώντας στο φυσικό περιβάλλον του νησιού, διαμόρφωσε την εικόνα της Κρήτης, που, μέχρι πριν μερικές δεκαετίες, ήταν σχεδόν η ίδια για 5.000 χρόνια.

Η συνύπαρξη και εναλλαγή, μέσα σε μικρό γεωγραφικό χώρο, της πλούσιας ποικιλομορφίας του φυσικού περιβάλλοντος της Κρήτης με τα ανθρωπογενή τοπία (ελαιώνες, μικροί αγροί με δημητριακά, αμπέλια, λίγα εσπεριδοειδή ή κηπευτικά, σοφή διαμόρφωση του εδάφους σε πεζούλες με ξερολιθιές, μονοπάτια και παλιοί δρόμοι που χρησιμοποιήθηκαν για χιλιετηρίδες, αλώνια, οικισμοί μικροί και συμπαγείς, μιτάτα, νερόμυλοι, ξωκλήσσια και διάφορα άλλα κτίσματα, όλα μικρού μεγέθους με απλή και ιδιαίτερα καλαίσθητη αρχιτεκτονική φυσιογνωμία, διακριτικά ενταγμένα μέσα στο φυσικό περιβάλλον, βοσκοτόπια με λογική και όχι ληστρική χρήση) έδιναν μια συνολική εικόνα μοναδικής ομορφιάς.

Το πανέμορφο αυτό τοπίο της Κρήτης -και όχι μόνο ο ήλιος, η θάλασσα και το ήπιο κλίμα της- απετέλεσε πολύ σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης του τουρισμού, ο οποίος όπως όλοι γνωρίζουμε, είναι σήμερα η κινητήρια δύναμη της οικονομίας του νησιού.

Αυτό όμως το πανέμορφο κρητικό τοπίο, μέσα σε λίγες δεκαετίες έχει αλλοιωθεί και συνεχίζει να καταστρέφεται με ξέφρενο ρυθμό. Η καλπάζουσα "ανάπτυξη" δεν έχει αφήσει καμιά γωνιά της Κρήτης ανέπαφη. Δημόσια και ιδιωτικά έργα, νόμιμα και παράνομα, συναγωνίζονται πως θα καταστρέψουν όσον το δυνατόν περισσότερο και γρηγορότερα το κάποτε πανέμορφο κρητικό τοπίο. Τα ίδια συμβαίνουν και στα Κυκλαδονήσια, και γενικότερα σε ολόκληρη την Ελλάδα, με διαφορετική ένταση σε κάθε τόπο. Παρακάτω θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε τις κυριότερες μικρές καταστροφές που συνθέτουν την συνολική καταστροφή του τοπίου:

7

Εισήγηση στην 5η Παγκρήτια Συνάντηση Οικολογικών Οργανώσεων (Ηράκλειο 9-12-2006), Μαρκάκης Βαγγέλης

- ***Η άναρχη και διάσπαρτη δόμηση (νόμιμη και παράνομη).***

Χιλιάδες οικοδομές, στην συντριπτική πλειοψηφία τους ακαλαίσθητες, ξεφυτρώνουν σαν μανιτάρια παντού: μέσα και έξω από τις πόλεις και τα χωριά, μέσα στα όρια των οικισμών, στις παραλίες αλλά και στους λόφους (κατά προτίμηση επί της κορυφογραμμής) και στα βουνά, στη μέση του πουθενά. Πρώτης ή παραθεριστικής κατοικίας, ενοικιαζόμενες βίλλες, καινούργια χωριά-μαϊμούδες αποτελούμενα από σπιτάκια όμοια μεταξύ τους (για μείωση του μελετητικού και κατασκευαστικού κόστους) που πωλούνται σε συνταξιούχους βορειοευρωπαίους, (πολλά απ' αυτά μάλιστα έχουν το θράσος να ισχυρίζονται ότι είναι δήθεν παραδοσιακού τύπου επειδή είναι πέτρινα), ογκώδη βιομηχανικά κτίρια τσιμεντένια ή μεταλλικά, ποιμνιοστάσια μήκους μέχρι και 100 μέτρων , με δεύτερο όροφο, ζωσμένα γύρω-γύρω με μαρκίζες και μπαλκόνια και πολλά άλλα.

Είναι καταστροφικό για το τοπίο της Κρήτης να ξεφυτρώνουν κτίσματα διάσπαρτα σε όλη την ύπαιθρο, σε περιοχές μακριά από οικισμούς. Πρόκειται δε, για καταστροφή μη αντιστρεπτή. Μπροστάρηδες σ' αυτόν τον βάρβαρο βιασμό του τοπίου είναι η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού και η πρωτοφανής σε διεθνή κλίμακα Ελληνική εφεύρεση της εκτός σχεδίου δόμησης .

- ***Η ασύδοτη χάραξη και διάνοιξη των δρόμων (οδικών αξόνων, αγροτικών, κτηνοτροφικών, ρουσφετολογικών, αναπτυξιακών, δρόμων για κεραίες κλπ).***

Η χάραξη γινόταν και γίνεται με πλήρη περιφρόνηση του τοπίου. Τα βουνά αδειάζουν ανενδοίαστα και τα μπάζα σπρώχνονται στα φαράγγια για να θαυμάσουμε, από χιλιόμετρα μακριά και για εκατοντάδες χρόνια, τα κατορθώματα της "ανάπτυξης".

Κατά την χάραξη και κατασκευή των αγροτικών δρόμων καταστράφηκαν παλιά καλντερίμια, παλιοί δρόμοι-μνημεία που χρησιμοποιούνταν για εκατοντάδες ή χιλιάδες χρόνια. Οι δρόμοι αυτοί, πλαισιωμένοι με ξερολιθιές δεξιά κι αριστερά και σκιασμένοι με δένδρα, ήταν πολύτιμο στοιχείο της πολιτιστικής μας κληρονομιάς, στολίδι της κρητικής υπαίθρου και, επομένως και κεφάλαιο για τον τουρισμό.

Ακόμα και σήμερα το κράτος λάμπει δια της απουσίας του από τον σχεδιασμό και έλεγχο τέτοιων έργων, ο οποίος επαφίεται στις εμπνεύσεις και στα συμφέροντα των τοπικών αρχόντων.

- ***Η καταστροφή της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής***

- Ακόμα και στους κηρυγμένους διατηρητέους οικισμούς υπάρχει πλήρης ασυδοσία.
- Ο αγροτουρισμός, έτσι όπως εφαρμόστηκε, έγινε αιτία να ξεφυτρώσουν αρχιτεκτονικά τερατουργήματα, ακόμα και στα πιο απομακρυσμένα χωριά, εκεί που λόγω φτώχειας διασωζόταν ακόμα η παραδοσιακή αρχιτεκτονική. Κι όλα αυτά με τις ευλογίες του Ελληνικού κράτους και χρήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Οι περισσότερες εκκλησίες και ξωκκλήσια έχουν υποστεί βάρβαρες αλλοιώσεις στην προσπάθεια των αρμοδίων εκκλησιαστικών συμβουλίων να τα "αναβαθμίσουν"- "εξωραΐσουν" (πέργκολες-στέγαστρα, ημικυλινδρικές στέγες με κεραμίδια, τσιμεντένια καμπαναριά, εξωτερικές τσιμεντένιες κολώνες, τοιχία, βοηθητικά κτίρια, αντικατάσταση των πέτρινων πλακοστρώσεων με μοντέρνα κεραμικά πλακάκια μάνιου κλπ)
- Ακόμα και οι προσπάθειες ανασύλωσης (ή "αναπαλαίωσης") παραδοσιακών κτισμάτων πολλές φορές καταλήγουν σε απαράδεκτα αποτελέσματα.

- ***Η ανυπαρξία της έννοιας "προστασία του τοπίου" στα δημόσια έργα***

Για παράδειγμα ο νέος Αμαριώτικος δρόμος που κόστισε πάρα πολλά χρήματα, αλλοίωσε το φαράγγι της Τζιβέρας και το μετέτρεψε σε γιγαντιαία τσουλήθρα μάζων. Θα μπορούσε με ένα τούνελ να είχε αποτραπεί η καταστροφή του τοπίου.

- ***Η ανυπαρξία καλαισθησίας σχεδόν σε όλα τα δημόσια και τα ιδιωτικά έργα.***

Όλα ξεκινούν από την έλλειψη παιδείας. Πρόσφατα εκπρόσωπος του Συλλόγου Αρχιτεκτόνων Ρεθύμνου σε ομιλία του είπε ότι είμαστε η μόνη χώρα της Ευρώπης όπου δεν διδάσκεται στα σχολεία το μάθημα της Ιστορίας της Τέχνης. Ακόμα κι αν (σπάνια) υπάρξουν κάποιοι προβληματισμοί περί καλαισθησίας, αυτοί καταβροχθίζονται από την αδήριτη ανάγκη της εξοικονόμησης ή απορρόφησης των κονδυλίων, της συντομίας και του πολιτικού κόστους.

- ***Οι παράνομες και νόμιμες εκχερσώσεις***

Όσες γίνονται με σκοπό την αύξηση της γεωργικής γης έχουν λιγοστέψει αλλά δεν έχουν εξαλειφθεί. Αντίθετα, όσες γίνονται με σκοπό την οικοπεδοποίηση έχουν αυξηθεί.

Συνεργοί είναι και τα Δασαρχεία και οι σχετικές επιτροπές που αποχαρακτηρίζουν δασικές εκτάσεις.

- **Οι κεραίες κινητής τηλεφωνίας**

Μαζικά ξεφυτρώνουν τα τελευταία χρόνια στις κορυφές των βουνών. Για χάρη τους, γίνονται κι άλλοι ορεινοί δρόμοι που κι αυτοί τραυματίζουν το τοπίο. Σε άλλα μέρη του κόσμου το κράτος υποχρεώνει τις εταιρείες να έχουν από κοινού μία και μόνο κεραία.

- **Επιδοτούμενες καταστροφές**

Μερικά παραδείγματα:

- Η επιδοτούμενη εκρίζωση ελαιοδένδρων χοντρολιάς ηλικίας εκατοντάδων ετών. Μαζί καταστράφηκαν και οι παλιές ξερολιθιές (Τώρα η μόδα είναι, όποιος φτιάχνει ένα καινούργιο χωράφι, πχ για να φυτέψει ελιές, να σπρώχνει με την μπουλντόζα τους βράχους σε μια άκρη, δημιουργώντας έτσι ένα ακαλαίσθητο «λόφο» ή πρανές.).

- Η προαναφερθείσα περίπτωση του αγροτουρισμού.

- Η επιδοτούμενη καταστροφή παραδοσιακών ψαροκάϊκων που ομόρφαιναν τα λιμάνια της Κρήτης (κι όλου του Αιγαίου) και η αντικατάστασή τους από σύγχρονα, πλην όμως ακαλαίσθητα σκάφη.

Συμπεράσματα

Σίγουρα δεν είναι δυνατό να ταριχεύσουμε το κρητικό τοπίο για να μην αλλοιωθεί ποτέ. Μπορούμε όμως και πρέπει (έχομε χρέος απέναντι στους εαυτούς μας και απέναντι στις επόμενες γενιές) να προσπαθήσουμε να περιορίσουμε όσο μπορούμε την καταστροφή, αντί να καθόμαστε να την παρακολουθούμε μοιρολατρικά. Μερικές προτάσεις:

- Πρώτα απ' όλα πρέπει να **συνειδητοποιήσουμε εμείς οι ίδιοι το πρόβλημα** . Θα μπορούσε να γίνει μια ομάδα εργασίας από άτομα που θέλουν να ασχοληθούν με αυτό το θέμα. Στην ομάδα θα πρέπει να συμμετέχουν και άτομα με γνώσεις πχ μηχανικοί, αρχιτέκτονες, καλλιτέχνες, κλπ Όσο αφορά την υποκειμενικότητα της έννοιας καλαισθησία, αυτό ναι, είναι ένα μεγάλο ζήτημα. Όμως, υπάρχουν αρκετά στοιχειώδη πράγματα στα οποία μπορούμε να συμφωνήσουμε για το τι είναι όμορφο και το τι είναι άσχημο, για το τι χαλάει

το τοπίο και το ποιά στοιχεία του αξίζει να διατηρηθούν (πχ κανείς δεν θα διαφωνήσει ότι τα παλιά μονοπάτια ή τα παλιά παραδοσιακά ψαράδικα καΐκια ομόρφαιναν το τοπίο και έπρεπε να μην καταστραφούν και μάλιστα με λεφτά του κράτους και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.).

- Επειδή υπάρχουν ήδη κάποιες φωνές, ειδικά για τις Κυκλάδες, θα πρέπει να υπάρξει συνεργασία με αυτά τα άτομα και τις οργανώσεις. Ένας από τους βασικούς στόχους θα πρέπει να γίνει η πανελλαδική συνεργασία με σκοπό την παρέμβαση του Οικολογικού κινήματος για κατάργηση της εκτός σχεδίου δόμησης . Όσο κι αν φαντάζει αδύνατο , είναι κάτι που οφείλει το Οικολογικό κίνημα να το θέσει σαν στόχο του και να αρχίσει να αγωνίζεται γι αυτό. Γιατί η εκτός σχεδίου δόμηση είναι ο κυριώτερος παράγων που καταστρέφει το Κρητικό και γενικότερα το Ελληνικό τοπίο (και έπονται η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού και η ανυπαρξία καλαισθησίας στα ιδιωτικά και δημόσια έργα). Σίγουρα θα είναι μια προσπάθεια πολύ δύσκολη. Πρώτα και κύρια γιατί θα συγκρουστούμε με αμέτρητα μικρά και μεγάλα συμφέροντα, κοντολογίς με την πλειοψηφία του πληθυσμού, αφού με το υπάρχον στην Ελλάδα νομικό καθεστώς περί δόμησης, όλη η Κρήτη είναι εν δυνάμει ένα οικόπεδο. Έτσι, πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού, πλατειά λαϊκά στρώματα μη προνομιούχων (ιδίως οι αγρότες) είδαν και βλέπουν το ξεπούλημα και την οικοπεδοποίηση της γης τους σαν μάννα εξ ουρανού για βελτίωση της οικονομικής τους κατάστασης. Όμως, ταυτόχρονα όλοι πρέπει να παραδεχτούν ότι η ατμομηχανή της οικονομίας του νησιού είναι ο τουρισμός (αυτός τροφοδοτεί άμεσα ή έμμεσα σχεδόν όλα τα επαγγέλματα) και, καταστρέφοντας το τοπίο της Κρήτης, σιγά-σιγά το νησί γίνεται όλο και λιγότερο ελκυστικό για τους επισκέπτες. Έτσι, πριονίζουμε το κλαδί πάνω στο οποίο καθόμαστε.

Προτάσεις

Προτάσεις και μέτρα για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού

Για να αναπτυχθεί σωστά ο πολιτιστικός τουρισμός του νησιού οι ιδιωτικοί φορείς, όπως είναι τα τουριστικά γραφεία, και οι δημόσιοι φορείς όπως είναι η τοπική αυτοδιοίκηση και η νομαρχία θα πρέπει να λάβουν κάποια μέτρα και να προβούν σε κάποιες ενέργειες.

Προτάσεις

Εφαρμόζοντας την ανάλυση SWOT διαπιστώσαμε πως η Κρήτη έχει απεριόριστες δυνατότητες να αναπτύξει τον πολιτιστικό τουρισμό. Η Κρήτη, όπως και οι περισσότερες

περιοχές στόχευαν πολλά χρόνια στο μαζικό τουρισμό προσφέροντας ‘‘Ήλιο – Θάλασσα’’, όμως το μοντέλο του Μαζικού Τουρισμού έχει πλέον κορεστεί, ενώ μαζί του έχει ξεφτίσει και η εικόνα ενός παραδοσιακού ξενοδοχείου δίπλα στη θάλασσα ή μια πισίνα με λίγους φοίνικες και το πλαστικοποιημένο φαγητό.

Σήμερα, ο ανταγωνισμός με τις άλλες περιοχές ή ακόμα και με τις άλλες χώρες, είναι τεράστιος. Υπάρχουν πολλοί προορισμοί που προσφέρουν το δίπτυχο ‘‘ Ήλιος – Θάλασσα’’ και μάλιστα με χαμηλότερες τιμές.

Έτσι, λοιπόν, γεννιέται η ανάγκη να δημιουργηθούν και να αναπτυχθούν εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο αρχαιολογικός τουρισμός, προσφέροντας στους επισκέπτες κάτι πιο ουσιώδες από το προκαθορισμένο: τη γνήσια φιλοξενία, ιστορία, πολιτισμό, αυθεντική ελληνική διατροφή και ξεχωριστές δραστηριότητες, που τους δένουν με το τόπο μας.

Στις προηγούμενες ενότητες διαπιστώσαμε ότι η Κρήτη διαθέτει τις περισσότερες από τις προϋποθέσεις που χρειάζονται για την ανάπτυξη του αρχαιολογικού τουρισμού. Έτσι, οι παρακάτω προτάσεις θα εστιάζονται σε δύο βασικά σημεία: α) στη δημιουργία ή βελτίωση των παραπάνω προϋποθέσεων και β) στη διαφήμιση και προβολή τους.

- ο Βελτίωση των υποδομών που καθορίζουν την τελική ποιότητα του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες, σύγχρονοι οδικοί άξονες. Υποδομές που υστερούμε σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού αλλά και έναντι των σύγχρονων απαιτήσεων της κοινωνίας.

- ο Να ενταθεί η διαφημιστική καμπάνια της χώρας μας στο εξωτερικό και να αυξήσει η πολιτεία τις απαραίτητες σχετικές δαπάνες, τόσο για την ευρύτερη τουριστική αγορά όσο και για τον αρχαιολογικό τουρισμό. Το βασικό στοιχείο της διαφήμισης θα πρέπει να είναι η ανάδειξη της σπάνιας σε παγκόσμιο επίπεδο πολιτιστικής περιουσίας του λαού της Κρήτης, που διαφοροποιεί αισθητά το προϊόν της από τις άλλες ανταγωνίστριες περιοχές.

- ο Συμμετοχή και προβολή των αρχαιολογικών χώρων της Κρήτης στις ειδικές εκθέσεις που διοργανώνονται στην Ευρώπη και αφορούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού τις οποίες επισκέπτονται εκατομμύρια υποψήφιοι τουρίστες θεματικού τουρισμού κάθε χρόνο.

- ο Διοργάνωση συνεδρίων με θέμα αρχαιολογικός τουρισμός στο νησί.

ο Βελτίωση της έντυπης ή άλλης μορφής παρουσίασης και περιγραφής των αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων ώστε ο επισκέπτης να έχει εύκολη πρόσβαση και πιο ολοκληρωμένη εικόνα της ιστορίας του νησιού.

- ο Υλοποίηση στοχευόμενου πλάνου δημοσιότητας σε διεθνή ΜΜΕ.
 - ο Στελέχωση αρχαιολογικών χώρων και αρχαιολογικών υπηρεσιών.
 - ο Οικονομική ενίσχυση των εφορειών αρχαιοτήτων.
 - ο Εξασφάλιση της προσβασιμότητας, επισκεψιμότητας και οργάνωσης των αρχαιολογικών χώρων.
- ✓ Εξωραϊσμός του περιβάλλοντα χώρου όσον αφορά τους αρχαιολογικούς χώρους.
 - ✓ Επίλυση του προβλήματος της διαχείρισης των στερεών απορριμμάτων και της άναρχης οικιστικής ανάπτυξης.
 - ✓ Βελτίωση στις οικονομικές προσφορές, το value format δεν ισχύει πολλές φορές.
 - ✓ Έλεγχος χρήσεων και της εγκατάστασης δικτύων υποδομής ώστε να διασφαλίζεται η βέλτιστη ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων.
 - ✓ Πτήσεις charter και κατά την διάρκεια του χειμώνα.
 - ✓ Υιοθέτηση ενός ολοκληρωμένου πλαισίου χωρικής ανάπτυξης του τουρισμού και άσκηση πολιτικών τουριστικής ανάπτυξης.

Μέτρα για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού:

Η σημασία του πολιτιστικού χώρου είναι πολλαπλή και αυτονόητη. Αυτό που δεν έχει γίνει ακόμα αυτονόητο είναι η ανάγκη προστασίας, ανάδειξης και προβολής του. Είναι κάτι που οι κατά τόπους Εφορείες Αρχαιοτήτων, ως τελευταίοι φύλακες του πολιτισμού μας, πασχίζουν, μέσα σε δύσκολες εποχές να πετύχουν με την πενιχρή στήριξη τόσο της πολιτείας, όσο και των πολιτών.

Διότι δε νοείται πολιτιστικός τουρισμός χωρίς σημείο αναφοράς το πολιτισμικό περιβάλλον και κέντρο βάρους την προστασία των μνημείων, χωρίς την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, χωρίς την πολιτισμική και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των εμπλεκομένων. Ειδικότερα, το τελευταίο θεωρείται καθοριστικής σημασίας και πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα σε όλες τις φάσεις της εκπαιδευτικής διαδικασίας. Είναι ανάγκη να γίνει βίωμα σε όλους η αξία της πολιτισμικής μας κληρονομιάς, κάτι που, επιτέλους, πρέπει να ξεκινήσει από την πρωτοβάθμια εκπαίδευση και να συνεχιστεί στην δευτεροβάθμια, όχι μόνο με διδασκαλία από έδρας αλλά και με επιτόπιες επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και γενικότερα μνημεία πολιτισμού. Μόνον έτσι ο νέο-Έλληνας θα μπορέσει να

γνωρίσει και να εκτιμήσει τον πολιτισμικό του πλούτο. Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει κυρίως να δοθεί στις Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών, οι απόφοιτοι των οποίων καλούνται να εκπροσωπήσουν πάρα πολλές φορές τον τόπο ενόπιον των ξένων επισκεπτών. Ευτυχώς για μας σήμερα υπάρχουν ακόμη –και πρέπει να διατηρηθούν- οι Σχολές Ξεναγών. Γιατί μόνο μέσω της εκπαίδευσης παρέχονται γνώσεις, διαμορφώνονται θέσεις, απόψεις και σφυρηλατούνται στάσεις και συμπεριφορές, οι οποίες στοιχειοθετούν μια διαφορετική αντίληψη για τον τουρισμό, τον πολιτισμό και το περιβάλλον, αυτής της αγαστής συνύπαρξης.

Είναι γνωστό ότι η Ελληνική κοινωνία βασίζεται σε ένα πολύ μεγάλο μέρος της στον τουρισμό οποίος με τη σειρά του βρίσκεται σε στενή εξάρτηση από το φυσικό περιβάλλον και τον πολιτισμικό-αρχαιολογικό πλούτο της χώρας. Με άλλα λόγια το φυσικό περιβάλλον και οι ελληνικές αρχαιότητες αποτελούν βασική παράμετρο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, ή, διαφορετικά, το «κεφάλαιο» της, το οποίο μέσω του τουρισμού οι αρμόδιοι φορείς καλούνται να αναδείξουν και να αξιοποιήσουν, με σκοπό να παραχθούν οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Κατά συνέπεια, αν αποσκοπούμε στη διατήρηση των ωφελειών που προέρχονται από τον τουρισμό σε βάθος χρόνου, θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε το διαθέσιμο αυτό «κεφάλαιο» με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σε θέση να προσφέρει αενάως τις ίδιες, τουλάχιστον υπηρεσίες. Είναι άλλωστε γνωστό ότι η αειφορικότητα επιτυγχάνεται μόνον όταν οι σχέσεις τουρισμού και διαθέσιμου –τουριστικά αξιοποιήσιμου- πλούτου είναι αρμονικές και έχει επιτευχθεί μία ισορροπία μεταξύ τους.

Στη χώρα μας, η επιθυμητή ισορροπία δεν επιτεύχθηκε μέχρι σήμερα, για πολλούς και διάφορους λόγους, που δεν είναι του παρόντος να αναπτυχθούν. Αυτή ωστόσο η «ανισορροπία» είχε ως αποτέλεσμα την υπερσυγκέντρωση τουριστών και επακόλουθα τη σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση ορισμένων περιοχών, οι οποίες αναπτύχθηκαν επιλεκτικά και μονομερώς.

Καθώς η Κρήτη διαθέτει αυτό το μοναδικό αρχαιολογικό «προϊόν», που στοιχειοθετεί και το συγκριτικό της πλεονέκτημα, θεωρούμε ότι ο αρχαιολογικός τουρισμός είναι δυνατός, αναγκαίος, έχει προοπτικές και επιβάλλεται η περαιτέρω ανάπτυξή της.

Η ευόδωση, όμως, μιας τέτοιας προσπάθειας προϋποθέτει τη λήψη μέτρων, τα οποία επιγραμματικά θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής:

- Εφαρμογή μιας πολιτικής, με σεβασμό στη φυσική και στην πολιτισμική μας κληρονομιά, η οποία να ενισχύει τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη,

- Συμμετοχή στη διαμόρφωση πολιτικής, στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση προτάσεων για εναλλακτικό αρχαιολογικό τουρισμό όλων των εμπλεκόμενων φορέων (ΥΠ.ΠΟ, Υπουργείο Τουρισμού, επιστημονικοί, επιχειρηματικοί, μη κυβερνητικές οργανώσεις, τοπικοί παράγοντες, κ.λπ.),

- Καταγραφή και ταξινόμηση του αρχαιολογικού προϊόντος κατά αντικείμενο, βαθμό ευαισθησίας και φυσική χωρητικότητα,

1 •Ιεράρχηση των αρχαιολογικών προορισμών και περιβαλλοντικός-χωροταξικός σχεδιασμός των δράσεων,

- Σύνταξη αυστηρών προδιαγραφών σχετικά με τα έργα υποδομής-ανωδομής και τουριστικής χρήσης,

- Παροχή κινήτρων για τη δραστηριοποίηση των τοπικών κοινωνιών,

- Συγκρότηση επιτροπής, με εξειδικευμένα στελέχη, παρακολούθησης και ελέγχου της εκτέλεσης των έργων και μετέπειτα της τουριστικής χρήσης των αρχαιολογικών χώρων,

- Ενεργοποίηση και ευαισθητοποίηση των επιχειρηματιών και των τοπικών κοινωνιών σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος και γενικότερα πολιτισμικής παιδείας και συμπεριφοράς,

- Ενεργοποίηση των αρμοδίων δημοσίων, περιφερειακών και νομαρχιακών υπηρεσιών, οι οποίες διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό και πολυετή εμπειρία, και

- Ετήσιος απολογισμός της συνολικής πορείας του αρχαιολογικού τουρισμού (έργα, τουρίστες, θετικά ή αρνητικά σημεία), με σκοπό να υπάρχει σαφής εικόνα της εξέλιξης, να προωθούνται ενδεχόμενες βελτιώσεις ή να γίνονται έγκαιρα οι απαραίτητες διορθώσεις.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν είναι εύκολη υπόθεση. Τα συμφέροντα, οι στάσεις, οι συμπεριφορές και οι νοοτροπίες, που κυριάρχησαν για δεκαετίες, αντιστέκονται και πρέπει να μεταλλαχθούν. Πέρα από αυτά, όμως, και πάνω απ' όλα, πρέπει να αναγνωρίσουμε και να πιστέψουμε στη δυναμική του αρχαιολογικού προϊόντος και στη

συνέχεια να μετασηματίσουμε αυτό το «πιστεύω» σε κάθε κύριο εθνικό στόχο. Στόχος, ο οποίος θα ακολουθείται πιστά, θα ελέγχεται αυστηρά και θα υλοποιείται με συνέπεια, φαντασία και θάρρος. Οι «φυσικές» προϋποθέσεις υπάρχουν, αλλά απαιτούνται επιπλέον οι πνευματικές και οι ψυχικές: ευρύτητα αντίληψης, διεπιστημονική προσέγγιση, διορατικότητα, ευαισθησία, τόλμη και πολιτική βούληση.

Χρειάζεται τέλος να απευθυνθούμε σε επισκέπτες ανώτερου βιοτικού και πνευματικού επιπέδου. Ο επισκέπτης που έρχεται στο νησί για να απολαύσει το ποτό του σε μία πλαστική σεζ-λονγκ, δίπλα στη πισίνα ενός all-inclusive ξενοδοχείου, σίγουρα δεν είναι εκείνος που θα μπορεί να εκτιμήσει, να απολαύσει και φυσικά να ξοδέψει χάριν της γνώσης και του πολιτισμού.

Συμπεράσματα

Η Κρήτη είναι ένας τόπος ιδιαίτερα ευνοημένος από τις φυσικές καλλονές και τον πλούτο των μνημείων και αρχαιολογικών χώρων που προσφέρεται για τουρισμό όλες τις εποχές του χρόνου. Έτσι λοιπόν έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει σχεδόν όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αμβλύνοντας τα προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός και επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

Ο πολιτιστικός τουρισμός υπάρχει από τα αρχαία χρόνια, τότε που οι αρχαίοι μας φιλόσοφοι, σαν περιηγητές, επισκέπτονταν τις πόλεις του τότε γνωστού κόσμου. Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στο νησί δεν είναι εύκολη υπόθεση, αφού χρόνια τώρα στηρίζει την οικονομία του στο μαζικό τουρισμό. Τα τουριστικά γραφεία του νησιού έχουν κάνει κάποιες ενέργειες προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς του, διοργανώνοντας εκδρομές από όλη την Κρήτη στους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους του τόπου.

Αυτό όμως δεν είναι αρκετό για την ανάπτυξη του τουρισμού. Χρειάζονται πιο δραστικά μέτρα και πάνω απ' όλα χρειάζεται ανάπτυξη του νησιού και βελτίωση των υποδομών που διαθέτει καθώς και αλλαγή της διεθνής προβολής που έχει. Η Κρήτη στο εξωτερικό είναι περισσότερο γνωστή σαν ένας τόπος με υπέροχες παραλίες και κλίμα και λιγότερο σαν τόπος με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά.

Οι εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού, που απευθύνονται σε ειδικό κοινό, δεν αξιοποιήθηκαν για πάρα πολλά χρόνια, ή αν αξιοποιήθηκαν κατά περίπτωση, είχαν

εντελώς αποσπασματικό χαρακτήρα και δεν εντάσσονταν σε καμιά γενικότερη στρατηγική, η οποία θα έφερνε την ανάδειξη και την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος.

Αν θέλουμε, ο ανταγωνισμός να μην μας επηρεάσει, θα πρέπει ο πολιτιστικός τουρισμός να αξιοποιηθεί σε ένα μεγάλο βαθμό, όχι αποσπασματικά, αλλά να μπει σε μία οργανωμένη βάση και να υπάρξει και μία συνεργασία και μέσα στη Βουλή. Σε τελική ανάλυση θα πρέπει να αποτελεί κομμάτι γενικότερης ανάδειξης των πλεονεκτημάτων που είναι μοναδικά σε όλη την Ευρώπη, αν λάβουμε υπόψη μας ότι υπάρχουν πολλές ανταγωνιστικές πόλεις με υπέροχες παραλίες και καλό κλίμα, αλλά είναι λίγες αυτές με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και τόσα αρχαιολογικά μνημεία. Σε αυτό το σημείο το νησί μπορεί να έχει το πλεονέκτημα έναντι άλλων περιοχών και να κερδίσει τους μελλοντικούς επισκέπτες του.

Θα πρέπει να επενδυθεί ένα μεγάλο κεφάλαιο για την ανάπτυξη του νησιού και κυρίως για την βελτίωση του λιμένα και του αεροδρομίου, γιατί αυτή είναι η πρώτη εικόνα που βγαίνει προς τα έξω και να διαφοροποιηθεί η διαφημιστική καμπάνια στο εξωτερικό. Να σταματήσει δηλαδή να βγαίνει προς τα έξω ότι η Κρήτη προσφέρει μόνο ήλιο, θάλασσα και ψυχαγωγία.

Ο μαζικά διακινούμενος τουρισμός αναφέρεται σε άτομα που προσφέρουν στον εαυτό τους την πολυτέλεια των διακοπών που δεν ανταποκρίνεται στο επίπεδο της καθημερινής τους ζωής. Εδώ έρχεται να κάνει την εμφάνισή του ο πολιτιστικός τουρισμός, προσπαθώντας να εξισορροπήσει τα πράγματα σε έναν τόπο και να προσφέρει ένα άλλο είδος τουριστικού προϊόντος. Ο πολιτιστικός τουρισμός, για να το καταφέρει αυτό θέτει κάποιους βασικούς στόχους οι οποίοι είναι:

- Προστασία και ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων
- Εμπλουτισμός και διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς
- Προσέλκυση πιο ποιοτικού τουρισμού
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Απόκτηση πολιτιστικής συνείδησης

- Άμβλυνση των επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού
- Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας
- Προσφορά μεγαλύτερου αριθμού εξειδικευμένων υπηρεσιών που καλύπτουν τη ζήτηση ειδικών ομάδων τουριστών
- Τη συγκρότηση ενός προτύπου ανάπτυξης που εντάσσεται ισόρροπα στην υπάρχουσα δομή αυτό επιτυγχάνεται είτε βελτιώνοντας την υπάρχουσα κατάσταση, π.χ. στις περιοχές με οργανωμένο τουρισμό, είτε διαμορφώνοντας μία νέα παραγωγική δομή στον τουριστικό τομέα όπου κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες των ειδικών και εναλλακτικών μορφών.

Προτάσεις για την ανάπτυξη του Κρητικού πολιτιστικού τουρισμού

Οι ανάλυση του τουρισμού μέσω του SWOT analysis ((Strengthen-Weakness-Opportunities- Threats), (Δυνάμεις- Αδυναμίες- Ευκαιρίες- Απειλές)) έδειξε ότι τα σημαντικά πλεονεκτήματα της Κρήτης υπερκαλύπτουν οποιεσδήποτε αδυναμίες τις οποίες έχει. Με την κατάλληλη εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που παρέχει το νησί, καθώς και με την χάραξη ιδιαίτερου στρατηγικού σχεδιασμού οι περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της Κρήτης είναι από τις πλέον αισιόδοξες του ελληνικού χώρου.

Τα στοιχεία που θα πρέπει να περιλαμβάνει μια στρατηγικής ανάδειξης του πολιτισμού του νησιού μας προκειμένου να προσελκύει τουρίστες είναι :

- Διαφύλαξη και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς των μνημείων και των κειμηλίων.
- Προβολή και ανάδειξη της εθνικής και τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Μέριμνα για να γίνει εφικτός ο παράλληλος σεβασμός του φυσικού περιβάλλοντος, των μνημείων και των πνευματικών αξιών της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Η διαπαιδαγώγηση του γηγενούς πληθυσμού και των επισκεπτών στο τρίπτυχο της πολιτιστικής κληρονομιάς : περιβάλλον, μνημεία, πνευματικότητα.
- Δημιουργία σύγχρονων μέσων πληροφόρησης και εκπαιδευτικών συστημάτων για τη διδασκαλία, ενημέρωση και προβολή σημαντικών θεμάτων της πολιτιστικής κληρονομιάς.

- Παρουσίαση και γνωριμία της ορθοδοξίας και του εορταστικού της κύκλου (έκδοση ενημερωτικού οδηγού κτλ.).

- Οργάνωση τμημάτων για αλλοδαπούς μαθητές στις διακοπές, όπου θα συνδυάζεται η επίσκεψη των μνημείων και η διδασκαλία της ιστορίας, π.χ. μινωικός πολιτισμός, Βυζάντιο και ορθοδοξία κτλ.

Ακόμα μπορούν να διοργανώνονται επιμορφωτικά προγράμματα (π.χ. επαφές με πανεπιστήμια, σεμινάρια, οργάνωση δικτύων και πολιτιστικών ανταλλαγών επιστημών, πρόσκληση αρχαιολόγων για ανασκαφές κτλ.) με τη μορφή θεματικών κύκλων σχετικών με διάφορες ιστορικές περιοχές.

Μια άλλη πρόταση για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Κρήτη είναι να ιδρυθούν νέα μουσεία, όπως νέο αφιερωμένο στον Μίκη Θεοδωράκη, κατάλληλα σχεδιασμένο ώστε να προσελκύσει μεγάλο αριθμό επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

Μια επιλογή θα ήταν η δημιουργία ενός συμβατικού μουσείου, στο οποίο θα εκτίθενται αντικείμενα και ντοκουμέντα που συνδέονται με το έργο και τη ζωή του συνθέτη. Εντούτοις, τα τελευταία χρόνια μειώνεται σταθερά το ενδιαφέρον του κοινού για συμβατικά μουσεία, όπως προκύπτει από τις φθίνουσες πωλήσεις εισιτηρίων. Αυτό διαπιστώνεται τόσο στην Ελλάδα όσο και στον υπόλοιπο κόσμο.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του Αρχαιολογικού Μουσείου Ηρακλείου, όπου την τελευταία πενταετία μειώθηκαν οι πωλήσεις εισιτηρίων κατά 43% από τα 377.000 εισιτήρια ετησίως στα 215.000. (www.scribd.com)

Αντιθέτως, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον του κοινού για εκθεσιακούς χώρους νέας αντίληψης, οι οποίοι:

- δεν παρουσιάζουν άψυχα εκθέματα αλλά αφηγούνται μια ιστορία ή αναπαριστούν με πειστικό τρόπο σκηνές από το παρελθόν
- αξιοποιούν την τεχνολογία για αφήγηση και αναπαράσταση (από κέρινα ομοιώματα μέχρι τρισδιάστατες προσομοιώσεις)
- προσφέρουν μια ενδιαφέρουσα εμπειρία μέσω της διέγερσης τριών ή και τεσσάρων αισθήσεων, ώστε να «νιώσει» ο επισκέπτης το παρουσιαζόμενο θέμα

- δεν είναι αποστειρωμένοι και περιοριστικοί αλλά επιτρέπουν στον επισκέπτη να αγγίξει και να περιεργαστεί τα εκθέματα
- δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να προσαρμόσει την εμπειρία που του παρέχει ο χώρος στα δικά του προσωπικά ενδιαφέροντα
- κάνουν ενδιαφέρουσα και συναρπαστική την πρόσληψη γνώσης.

Η παθητική προσέγγιση μνημείων και έργων τέχνης δεν είναι πια ικανοποιητική. Ο πολιτιστικός τουρίστας δεν ικανοποιείται από αυτό που μέχρι σήμερα έχει συνηθίσει στην Ελλάδα. Δεν είναι αυτός που θα επισκεφθεί ένα μουσείο για να δει έργα τέχνης, διαβάζοντας απλά κάποιες λεζάντες. Δεν είναι αυτός που θα επισκεφθεί ένα αρχαιολογικό χώρο μαζί με ένα γκρουπ, ακούγοντας στα πεταχτά κάποιες κοινότυπες κουβέντες από ένα ξεναγό. Δεν είναι αυτός που αρκείτε σε μερικά ονόματα που συνοδεύονται από αντίστοιχες χρονολογίες. Οι περισσότεροι ξέρουν ήδη πολύ περισσότερα πριν έρθουν.

Η ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού δεν μπορεί να γίνει απλώς με πρωτοβουλία κάποιων τουριστικών επιχειρηματιών που σχεδιάζουν μεμονωμένες δραστηριότητες. Απαιτεί την συνεργασία του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα σε τοπική βάση, απαιτεί ενεργοποίηση όλων των παραγόντων. Ο σχεδιασμός αυτός όμως, μπορεί και πρέπει να ενισχυθεί κεντρικά με κύριους φορείς τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Πολιτισμού, ιδιαίτερα στην παραγωγή πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων.

Βασικά εργαλεία για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού είναι οι νέες τεχνολογίες. Με σχετικά μικρό κόστος μπορούν να χρησιμοποιηθούν πολύ αποτελεσματικά σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού : από την προβολή του τόπου για την προσέλκυση τουριστών μέχρι την παρουσίαση της πολιτιστικής κληρονομιάς και μέχρι την κατασκευή πολιτιστικών τουριστικών προϊόντων.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- ✓ Ανδριώτης Κωνσταντίνος, *Αειφορία-Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, Ηράκλειο 2006
- ✓ Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω, (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού»
- ✓ Γ. Κυπριωτάκης (2005) «Πρόταση για την εκπόνηση Master Plan για την ανάπτυξη του Τουρισμού στην Μεσόγειο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου»
- ✓ Εφημερίδα Πατρис, (δημοσίευμα 12/12/09, Ελένη Καπετανάκη-Μπριασούλη, καθηγήτρια, Τμήμα Γεωγραφίας Πανεπιστήμιο Αιγαίου)
- ✓ Ζοπουνίδης Κ., Σίσκος Γ., (2006), «Τουριστικό Μάνατζμεντ»
- ✓ Χρήμα & Τουρισμός, Μηνιαίο Τουριστικό Οικονομικό και Επιχειρηματικό Περιοδικό, (Οκτώβριος, 2009)

Ξένη

- ✓ Andriotis K., (2006), “Researching the development gap between the hinterland and the coast: Evidence from the island of Crete”, *Tourism Management*
- ✓ Andriotis K., (2003), “Scale of hospitality firms and local economic development. Evidence from Crete, *Tourism Management* 23
- ✓ Andriotis K., (2003), “The tourism life cycle: an overview of the Cretan case”
- ✓ Andriotis K., (2002), “Local authorities in Crete and the development of tourism”, *Tourism Studies* 13
- ✓ Andriotis K., (2001), “Tourism planning and development in Crete: Recent tourism and policies and their efficacy”, *Journal of Sustainable Tourism*
- ✓ Apostolakis A., (2003), “The convergence process in heritage tourism”, *Great Britain*
- ✓ Apostolakis A. and Jaffry S., (2005), “A Choice Modeling Application for Greek Heritage Attractions”, *Journal of Travel Research*, Vol.43
- ✓ Briassoulis H., (2003), “Crete : Endowed by Nature, Privileged by Geography, Threatened by Tourism?”, *Journal of Sustainable Tourism*, London

- ✓ Coccossis H., (2008), “Cultural heritage, local resources and sustainable tourism, Greece
- ✓ Cooper, C. and Buhalis, D., (1991), “Strategic planning issues in the tourism industry: An Aegean case study”

Ιστότοποι :

www.cna.gr

www.dir.icap.gr

www.espa.gr

www.gnto.gr

www.nah.gr

www.patris.gr

www.scribd.com

www.statistics.gr

www.traveldailynews.gr

www.unesco.org

www.104fm.gr