



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**



**«Ο εσωτερικός τουρισμός ως παράγοντας τουριστικής  
ανάπτυξης της Κρήτης»**

**Επόπτης Καθηγητής: Δρ. Τερζάκης Δημήτριος**

**Σπουδάστρια: Σπάσιτς Άννα**

**Ηράκλειο 2013**

## Περιεχόμενα

Πρόλογος	3
Εισαγωγή	4
Κεφάλαιο 1 Η ιστορία του τουρισμού στην Κρήτη	6
1.1 Γενικές πληροφορίες για τον τουρισμό	6
1.2 Ορισμός του τουρισμού	7
1.3 Εννοιολογική οριοθέτηση του τουρισμού και εσωτερικού τουρισμού	9
1.4 Ιστορική αναδρομή	11
1.5 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού στην Κρήτη	13
Κεφάλαιο 2 Ανάλυση του κρητικού τουρισμού	16
2.1 Ο τουρισμός στην Κρήτη. Ανάλυση τουριστικής προβολής	16
2.2 Τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού	18
2.3 Τα αδύναμα σημεία του κρητικού τουρισμού	19
2.4 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη	21
Κεφάλαιο 3 Ο εσωτερικός τουρισμός	30
3.1 Γενικές πληροφορίες για τον εσωτερικό τουρισμό	30
3.2 Εσωτερικός τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη στην Κρήτη	32
3.3 Συγκριτικά στοιχεία εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη	36
3.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη	41
3.5 SWOT ANALYSIS για τον εσωτερικό τουρισμό στην περιφέρεια της Κρήτης	44
3.6 Επιπτώσεις/οφέλη για τον επισκέπτη του εναλλακτικού τουρισμού	61
Κεφάλαιο 4 Οικονομική κρίση και τουρισμός	63
4.1 Η οικονομική κρίση	63
4.2 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα	64
4.3 Η οικονομική κρίση και ο εσωτερικός τουρισμός	70
Συμπεράσματα	74
Βιβλιογραφία	77

## **Πρόλογος**

Η παρούσα εργασία αποτελεί μια απόπειρα καταγραφής και ανάλυσης της έννοιας του εσωτερικού τουρισμού ως μοχλός τουριστικής ανάπτυξης στην Κρήτη.

Στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο περιλαμβάνονται γενικές πληροφορίες και στοιχεία για τον τουρισμό, οι κατάλληλοι ορισμοί καθώς επίσης και μια ιστορική αναδρομή του τουρισμού τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Κρήτη ειδικότερα.

Στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο παρουσιάζεται μια ανάλυση της τουριστικής προβολής στα πλαίσια του τουρισμού στην Κρήτη. Επίσης, καταγράφονται και αναλύονται τα δυνατά και αδύνατα σημεία του Κρητικού τουρισμού ενώ ταυτόχρονα αναλύονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη.

Στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο καταγράφονται κάποιες γενικές πληροφορίες για τον εσωτερικό τουρισμό και την σημασία αυτού στην περιφερειακή ανάπτυξη στην Κρήτη. Εμφανίζονται στατιστικά συγκριτικά στοιχεία του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη αλλά και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού ενώ το κεφάλαιο κλείνει με την SWOT ANALYSIS του εσωτερικού τουρισμού στο νησί μας.

Το 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο αναλύει τον εσωτερικό τουρισμό και την πιθανή μείωση του στο καθεστώς οικονομικής ύφεσης που βιώνουμε ενώ η εργασία κλείνει με τα συμπεράσματά της βιβλιογραφικής μας έρευνας.

## 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.

Χωρίς αμφιβολία η ανάπτυξη του τουρισμού έχει σημαντικές θετικές και αρνητικές επιπτώσεις. Η σημασία του τουρισμού και ιδιαίτερα η οικονομική σημασία του είναι εμφανής από την πραγματοποίηση μεγάλων έργων τουριστικής υποδομής από το κράτος, τη δημιουργία υπουργείων τουρισμού, από τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών επιχειρήσεων κ.λ.π. Η ανάπτυξη του τουρισμού συνέβαλε στην δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας της περιφέρειας, στην πραγματοποίηση μεγάλων επενδύσεων σε έργα τουριστικής υποδομής, στην αντιμετώπιση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών, στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος.

Ειδικότερα ο τουρισμός επηρεάζει σημαντικά:

- Την κατανάλωση: δημιουργείται ζήτηση για τουριστικά προϊόντα που αποτελεί μέρος της συνολικής κατανάλωσης στη χώρα.

- Την παραγωγή: Η προσφορά τουριστικών προϊόντων προϋποθέτει αυτά να έχουν παραχθείς τη χώρα που τα προσφέρει.
- Την απασχόληση: Η παραγωγή τουριστικών προϊόντων ενισχύει άμεσα την απασχόληση. Η τόνωση της κατανάλωσης ενισχύει και αυτή με τη σειρά της την παραγωγή προϊόντων άρα και την απασχόληση.

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 (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.

# Κεφάλαιο 1 Η ιστορία του τουρισμού στην Κρήτη

## 1.1 Γενικές πληροφορίες για τον τουρισμό

Όπως αναφέρεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως ενώ το Συμβούλιο παγκόσμιου ταξιδιού και τουρισμού, το οποίο έχει ως έδρα τις Βρυξέλλες, αποτελεί μια οργάνωση η οποία απαρτίζεται από κορυφαία και ικανά στελέχη των πιο σημαντικών τουριστικών επιχειρήσεων από όλους τους τομείς του παγκόσμιου επιχειρηματικού πεδίου στον τουρισμό. Το εν λόγω συμβούλιο, χρηματοδότησε μια μελέτη η οποία συντάχθηκε από την ένωση οικονομικής πρόβλεψης Wharton, τα αποτελέσματα της οποίας έδειξαν ότι το σύνολο των ακαθάριστων εσόδων από τα ταξίδια και τον τουρισμό, για το 1993 υπολογίστηκε κατά προσέγγιση στα \$3,2 τρισεκατομμύρια, που είναι περίπου το 6 τοις εκατό του παγκόσμιου ακαθάριστου εθνικού προϊόντος (Α.Ε.Π.).

Η ίδια μελέτη αναφέρει ότι ο τουρισμός αυξάνεται σχεδόν δύο φορές γρηγορότερα από το Α.Ε.Π. ενώ 127 εκατομμύρια άνθρωποι απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία παγκοσμίως. Επιπλέον, 20.000 νέες θέσεις δημιουργούνται για κάθε 1 εκατομμύριο \$ από το εισόδημα που παράγεται από τη τουριστική βιομηχανία. Επίσης, στη Ευρωπαϊκή κοινότητα πραγματοποιείται το 31% των συνολικών παγκόσμιων εξόδων της βιομηχανίας ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά περίπου 30 % των συνολικών εξόδων.

Το οικονομικό αντίκτυπο του τουρισμού και οι σχετιζόμενες εκτιμήσεις που γίνονται διαφέρουν αναλόγως με την ερμηνεία που δίνεται στην λέξη τουρισμός. Έτσι, μια εκτίμηση του 1994 που έγινε από το αμερικάνικο τμήμα εμπορίου έδειξε ότι η βιομηχανία τουρισμού παράγει 13,4 τοις εκατό του ΑΕΠ του έθνους, απασχολεί 11

εκατομμύριο άτομα, και παράγει περισσότερα από \$50 δισεκατομμύρια στα φορολογικά έσοδα.

Τέλος, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, τα διεθνή ταξίδια, αναμένονταν να φθάσουν σε αριθμό ατόμων, τα 935 εκατομμύρια μέχρι το έτος 2010, σχεδόν δηλαδή οι διπλάσιοι που ταξίδεψαν στο εξωτερικό το 1993, και πολύ περισσότεροι από τους 25 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες το 1950.

(The WTTC Report, 1992).

## **1.2 Ορισμός του Τουρισμού**

Ο τουρισμός αποτελεί μια οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική δραστηριότητα που κινείται προκύπτει από την μετακίνηση πληθυσμών σε διεθνή επίπεδα. Σαν στόχο έχει την ικανοποίηση, της βασικής στις μέρες μας, ανάγκης του ανθρώπου, της ανάγκης για πρόσκαιρη φυγή από την καθημερινότητα ενώ απευθύνεται και καλύπτει σχεδόν όλες τις κοινωνικές και εισοδηματικές τάξεις.

Επιπλέον αποτελεί βασικό πυλώνα για την δημιουργία των προϋποθέσεων για την γνωριμία και συναδέλφωση των λαών, οδηγώντας έτσι σε ένα καλύτερο και ειρηνικό μέλλον για την ανθρωπότητα.

Ο τουρισμός, όπως προαναφέρθηκε αποτελεί μια πολύπλευρη έννοια, της οποίας η ιστορία χρονολογείται από το 1811, ίσως και παλαιότερα, και εξακολουθεί μέχρι σήμερα να διαμορφώνεται. Ο όρος τουρισμός προκύπτει από την αγγλική λέξη *touring* ή την γαλλική λέξη *tour*, που στη Ελληνική γλώσσα σημαίνει περιήγηση. Ο όρος όμως περιήγηση δεν κατάφερε να υιοθετηθεί και έτσι επικράτησε ο όρος τουρισμός, που χρησιμοποιείται έκτοτε και διεθνώς.

Πιθανότατα το 1933, έγινε η πρώτη χρήση και εξέταση στα αγγλικά της σημασίας του τουρισμού σε παγκόσμια βάση, σύμφωνα με τον John M. Bryden (Cambridge University Press, 1973). Επίσης, μια ιταλική μελέτη για τον τουρισμό εμφανίστηκε από 1899 ενώ το αμερικανικό τμήμα εμπορίου δημοσίευσε το άρθρο «Η προώθηση του τουριστικού ταξιδιού από ξένες χώρες» το 1931 (Trade Promotion Series No.113).

Ποία όμως είναι ακριβώς η σημασία του όρου τουρισμός στις μέρες μας;

Ως τουρισμός λοιπόν ορίζεται η μετακίνηση των ανθρώπων από έναν τόπο σε έναν άλλο και η ιστορική του πορεία ακολουθεί ανάλογη πορεία όπως και ο πολιτισμός του ανθρώπου. Η έννοια του τουρισμού χρίζει εξέτασης από δυο σκοπιές: την θεωρητική, οι οποία καλύπτει όλες τις πτυχές του φαινομένου όπως οικονομική, κοινωνική, ψυχολογική και την πρακτική σκοπία η οποία ρυθμίζει τις συναλλακτικές σχέσεις. Η έννοια του τουρισμού λοιπόν, από την πρακτική σκοπία έχει ως στόχο την εύρεση του καταλληλότερου τρόπου συνεννόησης και συνεργασίας όλων εκείνων των συνεκτικών κρίκων που ασχολούνται σε διεθνή κλίμακα με τις τουριστικές δραστηριότητες.

Επίσης, η έννοια του τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί ως η πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους σε έναν για λόγους κυρίως ψυχολογικούς και ψυχαγωγικούς, χωρίς να εμπεριέχει κερδοσκοπικό κίνητρο. Επίσης, αποτελεί οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων που επισκέπτονται ένα μέρος. Ο συγκεκριμένος τύπος τουρισμού έχει δυο πλευρές: η πρώτη, δηλαδή η μετακίνηση των ατόμων, αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση και η δεύτερη δηλαδή η υποδοχή και η εξυπηρέτηση των μετακινούμενων, αντιπροσωπεύει το παραγωγικό μέρος του τουρισμού που ταυτίζεται με την τουριστική προσφορά.

Επιπλέον, ο ορισμός του τουρισμού όπως διαμορφώθηκε από την Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού διαμορφώθηκε ως εξής: «Τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες (μετακινήσεις και δεξιότητες) προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο».

Τέλος, λεξικό του 10<sup>ου</sup> αιώνα που όριζε τους τουρίστες ως ανθρώπους που ταξιδεύουν για ευχαρίστηση και είναι παρακινούμενοι, από την περιέργεια και την χαρά που προσφέρει το ταξίδι.

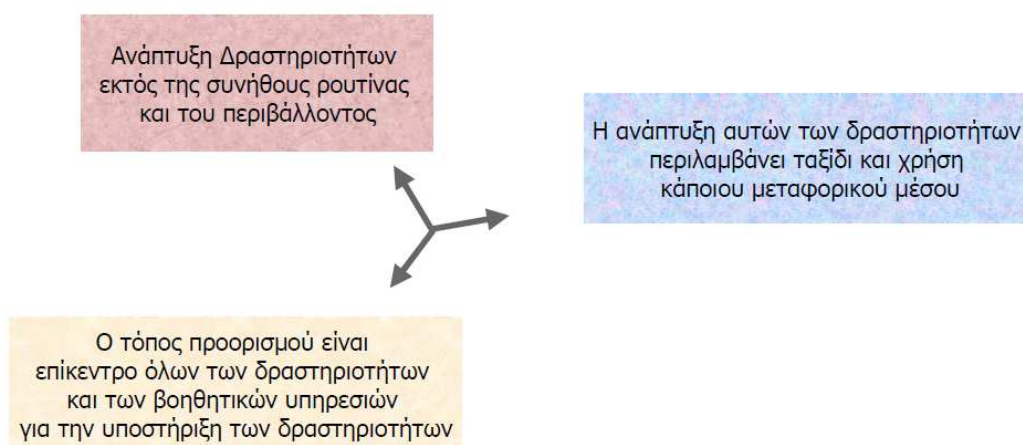
(Gilbert Sigaux, 1876)



### 1.3 Εννοιολογική οριοθέτηση του τουρισμού και εσωτερικού τουρισμού

Ως τουρισμός λοιπόν ορίζεται το σύνολο των δραστηριοτήτων των ατόμων που ταξιδεύουν ή/και παραμένουν εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους για όχι παραπάνω από 1 έτος και για λόγους αναψυχής ή εργασίας (Γούναρης, 2005)

Σχήμα 1.1: Ορίζοντας την έννοια του Τουρισμού



Πηγή: Γούναρης, 2005

(Γούναρης, 2005)

Επιπλέον κοινή πεποίθηση τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, αποτελεί το γεγονός ότι ο συνδυασμός του εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού κάνει την τουριστική βιομηχανία να είναι πρώτη μεταξύ όλων των βιομηχανιών. Στο 25% κατά μέσο όρο ανέρχεται τα τελευταία χρόνια το μερίδιο των εσωτερικών τουριστών στην χώρα μας και άρχισε να αυξάνεται λόγω του ότι ευρύτερες κατηγορίες πληθυσμού είχαν ικανοποιητικό επίπεδο εισοδήματιε αλλά και με την καθιέρωση του θεσμού του κοινωνικού τουρισμού.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του εσωτερικού τουρισμού συνοψίζονται στα εξής:

- Το μεγαλύτερο ποσοστό (69%) των εσωτερικών τουριστών κάνει διακοπές σε ιδιόκτητο κατάλυμα ή φιλοξενείται.
- Οι εσωτερικοί τουρίστες χρησιμοποιούν σε πολύ μικρό βαθμό τις υπηρεσίες των ταξιδιωτικών γραφείων. Έτσι, το 62,5% με του συνόλου των διανυκτερεύσεων είναι τα άτομα εκείνα που πραγματοποίησαν ένα τουριστικό ταξίδι χωρίς τη μεσολάβηση ταξιδιωτικού γραφείου.
- Σε αντιστοιχία με τον εισερχόμενο τουρισμό, ο εσωτερικός τουρισμός χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από έντονη εποχικότητα. Το 75% των διανυκτερεύσεων του εσωτερικού τουρισμού σημειώνεται κατά το δίμηνο Ιουλίου-Αυγούστου, έναντι 37% του εισερχόμενου τουρισμού.
- Ο εσωτερικός τουρίστας μετακινείται κυρίως με αυτοκίνητο ιδιωτικής χρήσεως. Πιο συγκεκριμένα το 53% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιούνται από άτομα που μετακινούνται με ιδιωτικής χρήσης αυτοκίνητα, ενώ το 27% μετακινείται με τα διαθέσιμα θαλάσσια μέσα.

- Η διάρκεια των διακοπών της Ελληνικής οικογένειας περιορίζεται όλο και περισσότερο. Το 21% των οικογενειών κάνει διακοπές 7 ημερών, το 27% 10 ημερών, το 38% 15 ημερών, το 9% 20 ημερών και το 5% 30 ημερών. Η σύντμηση αυτή της διάρκειας των διακοπών οφείλεται κατα κύριο λόγο σε οικονομικούς παράγοντες όπως η οικονομική δυσπραγία σε συνδυασμό με πρόσθετη εργασία, σε κοινωνικούς παράγοντες λόγω χαλάρωσης των οικογενειακών δεσμών και στην κατάτμηση του χρόνου των διακοπών σε περισσότερες εποχές (Πατσουράτης Β.,2002).

## 1.4 Ιστορική αναδρομή

Τα πρώτα δείγματα της τουριστικής μετακίνησης είναι τοποθετούνται ουσιαστικά στη στιγμή που ο άνθρωπος ξεκίνησε να μετακινείται από το μόνιμο τόπο της κατοικίας του σε άλλα μέρη για διάφορους λόγους όπως είναι η εμπορία, η συμμετοχή σε θρησκευτικές γιορτές, οι αθλητικές εκδηλώσεις, η ικανοποίηση της έμφυτης περιέργειας του και πολλοί άλλοι.

Η Ελλάδα έχοντας από την αρχαιότητα, αναπτυγμένο το αίσθημα της φιλοξενίας , αποτελεί μια χώρα όπου τέτοιου είδους μετακινήσεις για πολλαπλούς σκοπούς, υπήρχαν από τότε. Μπόρει ο τουρισμός κατά τους αρχαίους χρόνους να είχε διαφορετική μορφή από την σημερινή, αλλά τα βασικά στοιχεία του ήταν σχεδόν ίδια. Έτσι, οι κύριοι λόγοι για τις μετακινήσεων των πολιτών ήταν θρησκευτικοί, αθλητικοί, υγείας όπως και εμπορικοί.

Η μεγάλη άνθηση του τουρισμού αρχίζει ουσιαστικά μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο και ιδιαιτέρως μετά τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο λόγω των μεγάλων κοινωνικών μεταβολών που επιτελέστηκαν και αποτέλεσαν την βασική τονωτική ένεση στον τουρισμό, για να φθάσουμε στη σημερινή του μορφή (Gartner, 2001).

Όπως είναι φυσικό, τα οικονομικά οφέλη από την καθιέρωση του τουριστικού προϊόντος σε όλο το κόσμο, είναι τεράστια και γι' αυτό τον λόγο τόσο οι ιδιωτικοί όσο και οι κρατικοί φορείς των εκάστοτε χωρών έχουν αναλάβει την προώθηση και

την οργάνωση διαφόρων δραστηριοτήτων τουριστικού περιεχομένου, για να ικανοποιήσουν τα πλήθος των τουριστών που διακινούνται καθημερινά σ' όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου.

Ο 19ος αιώνας αποτελεί κομβικό σημείο για τη μεταγενέστερη εξέλιξη του τουρισμού. Το πλήθος των ανακατατάξεων που επιτελέστηκαν όπως: θεσμικές, οικονομικές, κοινωνικές και τεχνολογικές, στα πλαίσια της βιομηχανικής επανάστασης προσδιόρισαν όχι μόνο τη μελλοντική μορφή του Τουρισμού, αλλά συνέβαλλαν επίσης στην εξαφάνιση των πρώτων τάσεων της μαζικοποίησης και της εμπορευματοποίησης του.

Μέχρι τα μέσα της 10ετίας του 1950 ο διεθνής τουρισμός περιοριζόταν κυρίως σε τρεις ευρωπαϊκές χώρες που ήταν η Ελβετία, η Ιταλία και η Αυστρία. Κατα την περίοδο εκείνη, είχε την μορφή του ατομικού τουρισμού. Στην 10ετία του 1960 η τουριστική αγορά άρχισε να διευρύνεται και να περιλαμβάνει και άλλες χώρες, μια εκ των οποίων ήταν και η Ελλάδα, που διέθετε ορισμένα συγκριτικά πλεονεκτήματα, έναντι των άλλων χωρών. Έτσι άρχισε να αυξάνεται ο αριθμός των επισκεπτών και να δημιουργούνται οι προϋποθέσεις μιας νέας προσοδοφόρας πηγής για την οικονομία μας (Gartner, 2001).

Σημαντικό στοιχείο για να επιτευχθεί μια σωστή ανάπτυξη του τουρισμού, ανεξάρτητα από τις αποφάσεις των διαφόρων αρμόδιων κέντρων, είναι τα άτομα, που εμπλέκονται και εργάζονται άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική αγορά να έχουν αναπτυγμένη την τουριστική συνείδηση. Για να γίνει πιο σαφές, με την χρήση του όρου τουριστική συνείδηση εννοείται το σύνολο των εργασιών που συμβάλλουν στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών, τη διευκόλυνσή τους και τη δημιουργία σ' αυτούς ευχάριστης και θετικής εντύπωσης κατά την πρόσκαιρη παραμονή τους στον επισκεπτόμενο τόπο.

Βασικό προσόν του λαού της χώρας υποδοχής τουριστών είναι η ύπαρξη της τουριστικής συνείδησης η οποία επιτυγχάνεται μέσα από την σωστή παιδεία και την τόνωση της σημασίας του τουρισμού τόσο από οικονομικοκοινωνική όσο και από πολιτιστική σκοπιά (Gartner, 2001).

Επιπλέον, στις αρχές του 20ου αιώνα, το τουριστικό φαινόμενο μεταβάλλεται. Οι λόγοι που συμβάλλουν είναι οι ακόλουθοι :

- Η οικονομική συγκυρία της περιόδου 1905 – 1914.
- Ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος (1914 – 1918).
- Οι πληθωριστικές τάσεις που αφανίζουν ολοκληρωτικά τους εισοδηματίες, που αποτελούσαν την *touristy society* του 19ου αιώνα.
- Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει οριστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19ου αιώνα (Gartner, 2001).

### **1.5 Ιστορική αναδρομή για την εξέλιξη του τουρισμού στην Κρήτη**

Η ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτης, ξεκινά στη δεκαετία του 1930 και πιο εντατικά το 1960, σαν οργανωμένος περιηγητικός τουρισμός, με αποκλειστικό σκοπό την επίσκεψη των σημαντικών αρχαιολογικών χώρων, ακολουθώντας σε γενικές γραμμές τις τάσεις ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού. Όπως είναι φυσικό, ο κύριος πόλος έλξης των τουριστών ήταν η Ακρόπολις των Αθηνών ενώ ανάλογα με το πρόγραμμα, συνήθως προβλέπονταν επισκέψεις σε περιοχές όπως το Σούνιο, οι Δελφοί, η Ελευσίνα, οι Μυκήνες, η Αρχαία Ολυμπία και άλλοι σημαντικοί αρχαιολογικοί προορισμοί, μεταξύ των οποίων ήταν και αυτός της Κνωσού, όπου οι επισκέπτες έφταναν μέσω του λιμένα του Ηρακλείου.

Είναι γεγονός ότι από τον περιορισμένο και επιλεκτικό περιηγητικό ή μορφωτικό – εκπαιδευτικό τουρισμό, εκείνης της εποχής, ο τουρισμός της Κρήτης μετεξελίχθηκε όπως συνέβει αλλού και στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας μας αλλά και σε ολόκληρη την περιοχή της Μεσογείου, σε μαζικό τουρισμό προσανατολισμένο, κυρίως στο να ικανοποιήσει τις θερινές διακοπές των κατοίκων της Βόρειας Ευρώπης, με κυρίαρχα στοιχεία την αναζήτηση του ήλιου, της θάλασσας, τη διασκέδαση, τη συντροφικότητα και την ανάπαυση.

Όπως ήταν φυσικό, η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών προορισμών, ανάμεσα τους και η Κρήτη, ακολούθησε αυτό το πρότυπο το οποίο, κατ' αρχήν απαιτούσε την ύπαρξη:

- Σημαντικών αρχαιολογικών χώρων (Κνωσός, Φαιστός)

- Ιδιαίτερων φυσικών ή αρχιτεκτονικών χαρακτηριστικών
- Ευκολία πρόσβασης, συνήθως από θαλάσσης.

Οι κυριότεροι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Κρήτη είναι:

- Το κλίμα: Ο καιρός της Κρήτης αποτελεί σημαντικό παράγοντα, για την ανάπτυξη μαζικού τουρισμού θερινών διακοπών και αυτό γιατί η Κρήτη διαθέτει ένα από τα ευνοϊκότερα κλίματα στην Ελλάδα. Κατα την διάρκεια του καλοκαιριού στην Κρήτη, το κλίμα είναι σχετικά δροσερό, χωρίς την ύπαρξη αφόρητης ζέστης, ενώ ο χειμώνας καθυστερεί να κάνει την εμφάνισή του, αλλά και όταν εμφανίζεται είναι αρκετά ήπιος σε σχέση με άλλες περιοχές .
- Αρχαιολογικοί χώροι & Μνημεία: Είναι κοινώς αποδεκτό ότι τα αρχαιολογικά αξιοθέατα του νησιού ήταν εκείνα που απετέλεσαν το εφαλτήριο της ανάπτυξης του τουρισμού, τουλάχιστον κατά την περιηγητική του φάση. Σήμερα στην Κρήτη υπάρχουν 24 κηρυγμένοι αρχαιολογικοί χώροι, 242 μνημεία διαφόρων ιστορικών εποχών και 88 χαρακτηρισμένοι παραδοσιακοί οικισμοί.
- Φυσική ομορφιά: Μοναδικά μνημεία της φύσης, όπως το Φαράγγι της Σαμαριάς, το Ελλαφονήσι, καθώς και το μοναδικό στην Ευρώπη παρθένο φοινικόδασος του Βαΐ είναι μερικά από τα πανέμορφα φυσικά τοπία που θα έχει την ευκαιρία να επισκεπτεί ο εκάστοτε ταξιδιώτης στην Κρήτη. Ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα της Κρήτης, για την προσέλευση των επισκεπτών του νησιού είναι, οι πεντακάθαρες και βραβευμένες παραλίες του, πολλές από τις οποίες έχουν διακριθεί με τη «γαλάζια σημαία», βραβείο που επιβεβαιώνει την καθαρότητα και την αρτιότητα τους όσο αφορά τις παρεχόμενες σε αυτές υπηρεσίες προς τους λουόμενους.
- Κρητική Φιλοξενία & Κρητική Διατροφή: Το νησί της Κρήτης έχει άρρηκτα συνδεθεί με το στοιχείο της φιλοξενίας των κατοίκων του όποιο σημείο της και αν επισκεφθεί κανείς. Ανεξάρτητα όμως από την κρητική φιλοξενία, η Κρήτη φημίζεται για τις διατροφικές συνήθειες των κατοίκων της. Συνήθειες για τις οποίες, η κρητική διατροφή έχει γίνει αντικείμενο μελέτης από πολλούς έλληνες και ξένους επιστήμονες και έχει πολλάκις συζητηθεί σε πολλά διεθνή συνέδρια μια και έχει

βρέθει ότι είναι ιδιαίτερα ευεργετικές για τους κατοίκους και συνβάλλουν στην πρόληψη πολλών ασθενειών (ΙΤΕΠ, 2005).

## Κεφάλαιο 2 Ανάλυση του Κρήτικου τουρισμού

### 2.1 Ο τουρισμός στην Κρήτη. ανάλυση τουριστικής προβολής

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, ο τουρισμός αποτελεί τον ισχυρότερο και πιο ανταγωνιστικό κλάδο της Ελληνικής οικονομίας ο οποίος σε καιρούς κρίσης παρουσιάζει έντονα σημάδια ανάπτυξης. Προκειμένου όμως ο Τουρισμός να καταφέρει να αποτελέσει κινητήριο μοχλό στην ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας και να συνεισφέρει στο εισόδημα και την απασχόληση ενισχύοντας παράλληλα και την ανταγωνιστικότητα της, πρέπει να τεθούν κάποιοι συγκεκριμένοι στόχοι οι οποίοι είναι οι εξής:

- Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.
- Την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.
- Την προώθηση και την προβολή της χώρας με σύγχρονους μεθόδους.
- Τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης και των μηχανισμών της τουριστικής πολιτικής.

Δυστυχώς όπως σε όλη την χώρα, έτσι και στην Κρήτη, μέχρι σήμερα, η τουριστική προβολή, παρά την σπουδαιότητά της για την ανάπτυξη, αποτέλεσε αντικείμενο περιστασιακής δραστηριότητας κυρίως των τοπικών φορέων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα οι οποίοι δραστηριοποιούνται ανεξάρτητα, χωρίς συνεργασία και προγραμματισμό. Για τον λόγο αυτό, οι ενέργειες προβολής δεν είχαν συνέργια και αποτελεσματικότητα αλλά ούτε και τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Η εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου για τον τουρισμό, προέκυψε τόσο από την ανάγκη συνεχούς προβολής και διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος όσο και προώθησης της Κρήτης ως ενιαίου τουριστικού προορισμού. Ως στόχο είχε αλλά και έχει την ανάδειξη ποιοτικών στοιχείων του τουριστικού της προϊόντος της Κρήτης που παραμένουν σε λανθάνουσα κατάσταση και δεν έχουν ακόμα αναδειχθεί. Με τις ενέργειες αυτές επιχειρείται η αντιστροφή της εικόνας που έχει επικρατήσει για την Κρήτη, η οποία ως τουριστικός προορισμός έχει καθιερωθεί ως ο προορισμός του ήλιου και της θάλασσας, ενώ διαθέτει και τόσους άλλους πόρους ικανούς να



στηρίζουν την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού που τόσο έχει ανάγκη προκειμένου:

- Να επεκτείνει την τουριστική περίοδο
- Να διαφοροποιήσει το υφιστάμενο μοντέλο του μαζικού τουρισμού
- Να αναβαθμίσει την ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος
- Να εμπλουτίσει την τουριστική προσφορά
- Να προσελκύσει υψηλότερου επιπέδου επισκέπτες

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι είναι αναγκαίο δηλαδή να προβάλλουμε ως Κρήτη, τις άγνωστες πλευρές και τα ποιοτικά στοιχεία που παραμένουν άγνωστα σε πολλούς από τους επισκέπτες του νησιού έτσι ώστε να προσελκίσουμε περισσότερους αλλά και « ποιοτικότερους » επισκέπτες.

Αν λάβουμε υπόψιν μας ότι άλλοι τουριστικοί προορισμοί, ανταγωνιστικοί ως προς την Κρήτη, έχουν σχεδιάσει και προωθούν με δυναμισμό και μεθοδικότητα μια συγκεκριμένη στρατηγική για την προβολή τους, αποτελεί στοιχείο ιδιαίτερης σημασίας αλλά παρουσιάζει εν μέρει και την απειλή αλλά και τον κίνδυνο να παραμείνει η Κρήτη εκτός των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών αν δεν ακολουθήσει ανάλογη πρακτική και φιλοσοφία.

Πέραν από την επιστημονική προσέγγιση, στην παρούσα εργασία, επιχειρήθηκε ο εντοπισμός και η αξιολόγηση προηγούμενων μελετών που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης, όπως και η συγκέντρωση στατιστικών δεδομένων και στοιχείων που θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε καλύτερα, την βάση πάνω στην οποία στηρίζεται ο τουρισμός στην Κρήτη, ώστε να μπορέσουμε να προτείνουμε και μέσα βελτιώσεις και αύξησης του εσωτερικού τουρισμού.

([www.sete.gr](http://www.sete.gr))

## 2.2 Τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού

Επιγραμματικά, προκύπτει ότι τα ισχυρά σημεία του κρητικού τουρισμού συνοπτικά είναι τα εξής:

- ✓ Είναι ο μεγαλύτερος και σημαντικότερος τουριστικός προορισμός της Ελλάδος.
- ✓ Είναι το μεγαλύτερο σε έκταση και πληθυσμό νησί της Ελλάδος, διαθέτοντας την μεγαλύτερη νησιωτική ακτογραμμή.
- ✓ Διαθέτει κάποιους από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους με σημαντικά μεγάλο αριθμό επισκεπτών κάθε χρόνο.
- ✓ Διαθέτει σημαντικά μνημεία της φύσης.
- ✓ Διαθέτει ευρύτατη παραγωγή προϊόντων πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα
- ✓ Έχει εξαιρετικά εύκρατο και ευνοϊκό για την ανάπτυξη του τουρισμού κλίμα καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου.
- ✓ Φημίζεται για την ιδιαίτερη πολιτισμική και ιστορική παράδοση και συμβολή στην παγκόσμια ιστορία και στον πολιτισμό.
- ✓ Διαθέτει δύο από τα μεγαλύτερα διεθνή αεροδρόμια και λιμάνια της χώρας (Ηρακλείου, Χανίων ), και πυκνό οδικό δίκτυο .
- ✓ Είναι εκπνερασμένη η ικανοποίηση των τουριστών από τις διακοπές τους στην Κρήτη.
- ✓ Είναι υψηλές οι επαναληπτικές επιλογές των προορισμών του νησιού, οι οποίες δηλώνουν την υψηλή πίστη (customer loyalty) των τουριστών στους προορισμούς αυτούς, με 41% να έχουν ξανά επισκεφθεί το νησί στο παρελθόν, 3,5 φορές κατά μέσο όρο, και με 21 % να την έχουν επισκεφθεί, πάλι, τον προηγούμενο χρόνο.
- ✓ Υψηλό ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών (86%), υψηλή πρόθεση για επαναληπτική επίσκεψη στο μέλλον (83%), πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο (22%) και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς (76%).

- ✓ Αναλογικά υψηλό ποσοστό, το 23%, θεωρεί την Κρήτη το καλύτερο μέρος που έκανε διακοπές συγκρινόμενο με άλλους προορισμούς της Ελλάδος (11%).
- ✓ Διαθέτει τους χαμηλότερους δείκτες τουριστικού κορεσμού, απλούς και σύνθετους, με μεγάλη διαφορά, μέχρι και 1/7 για κάποιους δείκτες, από όλους τους κύριους νησιωτικούς προορισμούς, όπως της Ρόδου, της Κω και της Κέρκυρας.
- ✓ Υψηλή κινητικότητα των τουριστών, με το 55% να διανύει κατά μέσο όρο 500χλμ, κατά την παραμονή του στο νησί, και με το σύνολο των τουριστών να έχει μετακινηθεί, κατά 1 ½ με 2 ώρες, κατά μέσο όρο, για να φθάσει σε κάποιο αξιοθέατο.
- ✓ Δείκτη ποιότητας ξενοδοχειακής υποδομής εξισορροπημένο ως προς την υπόλοιπη Ελλάδα, που είναι σημαντικά υψηλότερο στους νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου, όπου βρίσκεται και η μεγαλύτερη συγκέντρωση πολυτελών ξενοδοχείων της χώρας.

[www.icap.gr](http://www.icap.gr)

### **2.3 Τα αδύναμα σημεία του κρητικού τουρισμού**

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

- \* Παρουσιάζεται πολύ μεγάλη συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας, δηλαδή περίπου τα 4/5 του συνόλου, στο Βόρειο τμήμα του νησιού.
- \* Μεγάλη συγκέντρωση των μεταφορικών μέσων και των ξενοδοχειακών υποδομών στο Βόρειο τμήμα του νησιού επίσης.
- \* Ανάλογη συγκέντρωση των χρηματοδοτήσεων των οδικών δικτύων στο Βόρειο Άξονα, οι οποίες παρ'όλαυτα κρίνονται απαραίτητες για ένα τμήμα του νησιού που αντιπροσωπεύει τα 4/5 του τουρισμού και τα 3/4 του πληθυσμού. Όμως, οι δαπάνες για τους κάθετους και το νότιο άξονα δεν είναι επαρκείς στα πλαίσια μιας μεγαλύτερης διασποράς της τουριστικής ανάπτυξης.
- \* Υπάρχει επίσης, δυσανάλογα μεγάλη επιβάρυνση του αεροδρομίου του Ηρακλείου με τα 3/4 του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων τουριστών να

πραγματοποιούνται εκεί, γεγονός που σημαίνει ότι εξυπηρετεί και τους όμορους νομούς, ενώ το αεροδρόμιο των Χανίων εξυπηρετεί κυρίως τους τουρίστες του ίδιου του νομού.

\* Η μέση ικανοποίηση όμως των τουριστών, όσον αφορά τα αεροδρόμια και το οδικό δίκτυο είναι μειωμένη, κατά 20% - 35%, σε σχέση με την ικανοποίηση για τα ξενοδοχεία, την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη φιλοξενία το φυσικό περιβάλλον και τον καιρό.

\* Η μικρότερη ικανοποίηση παρουσιάζεται αναφορικά με τα σήματα και τις κατευθύνσεις στους δρόμους. Επιπλέον αναλογικά πολύ χαμηλότερη ικανοποίηση υπάρχει όσον αφορά τις τουριστικές πληροφορίες που παρέχονται στους επισκέπτες του νησιού.

\* Αναδύκνούνται επίσης ελλείψεις σε κοινωνικές υποδομές, εξοπλισμό και συναφείς υπηρεσίες

\* Ως το πιο αδύνατο σημείο αναφορικά με την περιβαλλοντική φροντίδα, είναι το ζήτημα της παρουσίας απορριμμάτων και σκουπιδιών στους κοινόχρηστους χώρους.

\* Αδυναμίες οργάνωσης και λειτουργίας επιμέρους τουριστικών κλάδων που οδηγούν σε χαμηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν.

\* Περιορισμένη διεύρυνση τουριστικού προϊόντος σε νέες κατηγορίες και νέες αγορές.

\* Χαμηλή ημερήσια δαπάνη και μικρή διάρκεια παραμονής του εσωτερικού τουρισμού.

\* Χαμηλή ανταγωνιστικότητα τουριστικού προϊόντος.

\* Εξάρτηση από μεγάλα πρακτορεία διεθνούς τουρισμού.

\* Έλλειψη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού, σε αριθμό αλλά και σε σύνθεση.

([www.icap.gr](http://www.icap.gr))

## **2.4 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ως μοχλός ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη**

Στη Κρήτη ο τουρισμός αποτελεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα η οποία κατέχει την κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός αποδείχθηκε μια αξιόλογη περιοχή υποδοχής του τουριστικού ρεύματος η οποία γρήγορα καθιερώθηκε ως παραδοσιακός προορισμός οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Με τα μέσα που διαθέτει η Κρήτη είναι σε θέση να αναπτύξει ποιοτικό τουρισμό και ν' ανταποκριθεί στην αναπτυσσόμενη ζήτηση και να αυξήσει την προσέλευση εσωτερικών τουριστών.

Στα πλαίσια αυτά θα μπορούσαν ν' αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού, όπως:

- ❖ Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής. Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται αρμονικά στον αγροτικό χώρο . Ο αγροτουρισμός ό οποίος θα μπορούσε να συμβάλει ώστε ο επισκέπτης να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων της Κρητικής υπαίθρου καθώς και να φέρει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και τις δραστηριότητες που επιτελούνται εκεί. Ο σωστά σχεδιασμένος και καλά οργανωμένος αγροτουρισμός έχει αποδειχθεί ότι αποτελεί ένα από τα αποτελεσματικότερα εργαλεία για τη μακροπρόθεσμη διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι σε αυτής της μορφής την τουριστική ανάπτυξη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας περιοχής αποτελούν πλέον τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά που στηρίζονται στην διατήρηση και ανάδειξη των τοπικών ιδιαιτεροτήτων της.

Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

1. Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία επισκεπτών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές

δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή σαν διακοπές αγροικιών.

2. Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυννοικισμούς, όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα “κλίνη και πρόγευμα”. Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε οποιαδήποτε αγροτική περιοχή και αν αθτή επιχειρηθεί, προϋποθέτει τη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα εσωτερική διαμόρφωση και εξοπλισμός δωματίων που προορίζονται για ενοικίαση, διάνοιξη δρόμων ή βελτίωση του ήδη υφιστάμενου οδικού δικτύου, δημιουργία χώρων εστίασης και αναψυχής, αξιοποίηση των τουριστικών φυσικών πόρων της περιοχής.

(Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999)

❖ Ο πολιτιστικός τουρισμός ο οποίος είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού που έχει σαν κύρια τουριστική δραστηριότητα την επαφή, γνωριμία, γνώση και απόλαυση του πολιτιστικού πλούτου της Κρήτης και τη συμμετοχή ή την παρακολούθηση πολιτιστικών εκδηλώσεων όπως:

- Επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, ιστορικά μνημεία, πινακοθήκες, βιβλιοθήκες, παραδοσιακούς οικισμούς, κτήρια με ιδιαίτερη αρχιτεκτονική,
- Παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, παραδοσιακών χορών και τραγουδιών, αναπαραστάσεων ιστορικών γεγονότων και τοπικών εθίμων,
- Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις όπως πανηγύρια, φεστιβάλ, κοινωνικές και πνευματικές δραστηριότητες, εκδρομές, μαθήματα που αναφέρονται στον πολιτισμό, ανασκαφές, χορούς, κα.

Η Κρήτη όντας ένας τόπος με τεράστια πολιτιστική κληρονομιά θα μπορούσε να αποτελέσει ένα από τα ισχυρότερα τουριστικά θέλγητρα προβάλλοντας την κρητική φιλοξενία, τους κρητικούς χορούς, την κρητική φορεσιά, τον κρητικό γάμο και πολλά άλλα ήθη και έθιμα που υπάρχουν στην Κρήτη και οι ρίζες τους χάνονται στα βάθη του χρόνου.

- ❖ Ο περιπατητικός τουρισμός, θα μπορούσε να αποτελέσει μιαεναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των επισκεπτών είναι η πεζοπορία στο φυσικό περιβάλλον και ηδυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών που βρίσκονται κοντά σε μονοπάτια της πεζοπορίας με την παράλληλη δυνατότητα άσκησης άλλων μορφών τουρισμού όπως του αγροτουρισμού, φυσιογνωστικού και ορειβατικού.
- ❖ Ο γαστρονομικός τουρισμός, παρουσιάζοντας την κρητική κουζίνα αλλά και το κρητικό ελαιόλαδο που αποτελούν μια γαστρονομική παράδοση του νησιού που διατηρείται απαράλλαχτη μέσα στο χρόνο και έχει ταξιδέψει αλλά και προβάλλει την Κρήτη σε όλο τον κόσμο για τα ευεργετικά της αποτελέσματα την ανθρώπινη υγεία.
- ❖ Ο σπηλαιολογικός τουρισμός. Η Κρήτη προσφέρεται για αυτού του είδους τον τουρισμό μια και μέχρι σήμερα έχουν ανακαλυφθεί περισσότερα από 3.500 σπήλαια στο νησί. Τα σπήλαια της Κρήτης, εκτός από μνημεία της φύσης με εκπληκτικό λιθωματικό διάκοσμο, είναι και σπουδαιότατα μνημεία πολιτισμού που θα μπορούσαν να προσελκύσουν τους λάτρεις αυτού του είδους τουρισμού.
- ❖ Ο τουρισμός υγείας ο οποίος εξελίσσεται σε μία από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, όπου άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν σαν κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας του, τη θεραπεία και ανάρωση τους από διάφορες ασθένειες. Η Κρήτη δεδομένου ότι διαθέτει Ιατρική σχολή αλλά και ένα πανεπιστημιακό νοσοκομείο με διακεκριμένους ανα τον κόσμο επιστήμονες θα μπορούσε να αναπτύξει στο μέγιστο αυτό το είδος του τουρισμού
- ❖ Ο συνεδριακός τουρισμός όπου υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικτό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Απαραίτητη όμως προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνολογικά εξοπλισμένων.
- ❖ Ο τουρισμός αναπήρων ή ατόμων με ειδικές ανάγκες. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού, η ανάπτυξη της οποίας προωθείται τελευταία ολοένα και

περισσότερο σε ορισμένες χώρες. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων, που θα διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες. Απαραίτητη επίσης προϋπόθεση για την ανάδειξη αυτού του είδους τουρισμού είναι η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία και θα ικανοποιεί τις δικές τους τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες. Επίσης θα πρέπει περιοχή υποδοχής και φιλοξενίας εσωτερικών και όχι μόνο τουριστών, που επιθυμούν να αναπτύξει την ειδική αυτή μορφή τουρισμού, εφόσον από την πολιτεία θεσπίσουν ειδικές τεχνικές προδιαγραφές που θα είναι απαραίτητο να τηρούν τα τουριστικά καταλύματα και οι άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις που θα κατασκευάζονται ειδικά για την εξυπηρέτηση των τουριστών με ειδικές ανάγκες. Τέτοιου είδους προδιαγραφές είναι για παράδειγμα ράμπες, ανελκυστήρες, ειδικός εξοπλισμός στα δωμάτια και τους λοιπούς χώρους των τουριστικών καταλυμάτων κλπ., ώστε να μπορεί να γίνεται χρήση του εκ μέρους των τουριστών με ειδικές ανάγκες χωρίς προβλήματα ή τουλάχιστον με όσο το δυνατό λιγότερα γίνεται.

(Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999)

❖ Κοσμοπολίτικος τουρισμός. Οι άνθρωποι στους οποίους απευθύνεται ο κοσμοπολίτικος τουρισμός είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου, οι οποίοι συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Είναι αυτονόητο ότι τα άτομα αυτά ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά την τουριστική μετακίνηση τους όσο και κατά τη διαμονή τους τον τουριστικό προορισμό που επισκέπτονται, για τον λόγο αυτό όμως οι απαιτήσεις τους είναι πάρα πολύ μεγάλες. Τα άτομα τα οποία αφορά ο κοσμοπολίτικος τουρισμός, μετακινούνται συνήθως με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, όπως ιδιότητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κλπ. Στον τουριστικό προορισμό τους διαμένουν είτε σε ξενοδοχεία πολυτελείας είτε σε ιδιόκτητες ή ενοικιασμένες πολυτελείς επαύλεις είτε σε ιδιόκτητες πολυτελείς θαλαμηγούς. Επίπλεον ο τρόπος ζωής των ανθρώπων αυτών στα διάφορα κοσμοπολίτικα κέντρα που επισκέπτονται είναι πάρα πολύ κοσμική, κάτι άλλωστε που είναι φυσικό και απόλυτα



συνυφασμένο με τη μορφή τουρισμού για την οποία γίνεται λόγος. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, αν και θα την επιθυμούσαν πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουρισμού για καθαρά οικονομικούς λόγους, είναι οπωσδήποτε δύσκολη και αυτό γιατί εκτός από την κατάλληλη υποδομή απαιτείται και η καταξίωση του τουριστικού προορισμού στη συνείδηση της αριστοκρατίας και των μεγιστάνων του πλούτου σαν τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού. Αυτό όμως απαιτεί συνεχή και έντονη προσπάθεια, μα πάνω απ' όλα μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής.

❖ Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, που απευθύνεται κυρίως σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης που ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα αυτοκινούμενα τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες κλπ. Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά ωφέλη από αυτήν τη μορφή τουρισμού δεν είναι και παρά πολύ σημαντικά, όλες χωρίς εξαίρεση οι χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών έχουν λίγο πολύ αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή για την εξυπηρέτηση τουριστών αυτής της κατηγορίας. Πιο συγκεκριμένα έχουν κατασκευάσει κάμπινγκ, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό υπηρεσίες φιλοξενίας, που κάνουν τη διαμονή τους όσο το δυνατό πιο άνετη. Ας σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι συγκριτικά με αυτή σε άλλα τουριστικά καταλύματα αισθητά φθηνότερη. Το γεγονός αυτό εκτιμάται πάρα πολύ από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και κυρίως από αυτούς που συνοδεύονται στις τουριστικές τους μετακινήσεις από τις οικογένειές τους (Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999).

❖ Ο τουρισμός κινήτρων είναι επί της ουσίας μια νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και που υπόσχεται σημαντικά οικονομικά ωφέλη για τις περιοχές εκείνες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που θέλουν, αλλά και που έχουν τις προϋποθέσεις να τον αναπτύξουν. Η μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος αποτελεί αναμφίβολα ένα αποτελεσματικό μέσο του σύγχρονου μανάτζμεντ, που χρησιμοποιούν ολοένα και

περισσότερο οι μεγάλες βιομηχανίες, εμπορικές και παροχής υπηρεσιών επιχειρήσεις στην προσπάθεια τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων που απασχολούν και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Προκειμένου λοιπόν να επιτευχθούν οι σκοποί των επιχειρήσεων, προσφέρονται διάφορα κίνητρα στους εργαζόμενους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (group inclusive tours) συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος υποκίνησης των εργαζόμενων εκ μέρους των επιχειρήσεων αποδείχτηκε στην πράξη αρκετά αποτελεσματική, γι' αυτό και έχει εξαπλωθεί σε πολλές χώρες. Ο τουρισμός κινήτρων έχει όπως είναι φυσικό περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις ως τέσσερις ημέρες συνήθως. Σκοπός του τουρ οπερέιτορ που καλείται να αναλαμβάνει για λογαριασμό της επιχείρησης να φτιάξει το σχετικό τουριστικό πακέτο – κίνητρο, είναι να δώσει στο χρήστη του, στο ολιγόημερο αυτό διάστημα την ευκαιρία να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δεν είχε ο ίδιος τη δυνατότητα να ζήσει, αν έπρεπε να αγοράσει με δικά του χρήματα το τουριστικό αυτό πακέτο. Ετσι λοιπόν για την ανάπτυξη του τουρισμού κινήτρων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προσφέρεται ένας τουριστικός προορισμός που κατά προτίμηση να ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους. Σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού, ο τουρισμός κινήτρων δεν δίνει έμφαση στις πολυσύχναστες μεγαλουπόλεις, αλλά στην άνεση και την πολυτέλεια που προσφέρουν τα ξενοδοχεία του κατά κύριο λόγο και οι άλλες συμπληρωματικές εγκαταστάσεις. Αν αναλογιστεί κανείς το ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης με μια ανάλογη συνεργασία με έλληνες επιχειρηματίες, η Κρήτη θα μπορούσε να στηρίξει αυτό το είδος του τουρισμού.

❖ Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας περιοχής υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Αναμφίβολα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις δυναμικότερες μορφές του τουρισμού, αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις όσο και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν είναι κυριολεκτικά μεγάλη. Η πιο παραγωγική δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι σαφώς εκείνης της

ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων και ταχύπλοων σκαφών. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες ή επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί, είναι κατά το πλείστο τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

(Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999)

❖ Επίσης προσοδοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι και αυτή των κρουαζιέρων, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία είναι ίκανα να εξασφαλίσουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους, που κατά κύριο λόγο αποτελούν τουρίστες μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής τάξης. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας κάθε άλλο παρά χαμηλό είναι, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στην κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, των επιβατών και πληρωμάτων.

❖ Τουρισμός τρίτης ηλικίας. Η Τρίτη ηλικία είναι ένα είδος ταξιδιώτη που διαθέτει ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, υψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, αλλά και μεγάλη επιθυμία για ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό. Σύμφωνα με εκτιμήσεις των ειδικών, έχει προκύψει ότι το ποσοστό συμμετοχής της τρίτης ηλικίας στο συνολικό πληθυσμό της γης θα αυξηθεί αισθητά στο μέλλον πόσο μάλλον στην χώρα μας, δημιουργώντας έτσι ένα νέο ανθρώπινο δυναμικό, που σε μεγάλο ποσοστό θα επηρεαστεί από το σύγχρονο τρόπο ζωής και αποτελεί μεγάλο δείκτη ροπής για τουρισμό. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι η τρίτη ηλικία αποτελεί το σημαντικότερο τμήμα του τουριστικού δυναμικού μιας χώρας, που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της. Τα συγκοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιεί γι' αυτόν το σκοπό είναι κατά κύριο λόγο το ιδιωτικό αυτοκίνητο και το λεωφορείο και κατά τρίτο λόγο το αεροπλάνο ή το πλοίο. Για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας δεν απαιτείται ειδική υποδομή και ανωδομή εκ μέρους των περιοχών που επιθυμούν να τον αναπτύξουν.

❖ Ο τουρισμός άθλησης. Το βασικό κίνητρο του τουρισμού άθλησης όπως είναι φυσικό είναι η άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τέννις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κλπ. Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας, μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων. Η βασικότερη προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης από την μερία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων κλπ. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης, ανεβάζει σημαντικά το επίπεδο αξίας και απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης, βελτιώνει την πληρότητά της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

❖ Ο ορεινός τουρισμός, αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, που λαμβάνουν χώρα αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των περιοχών υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό. Επιπλέον, δεν υπάρχουν χρονικοί περιορισμοί ενώ μοναδική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατό περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής κλπ. Επίσης θα πρέπει οι ορεινές αυτές περιοχές, στις οποίες αναπτύσσονται κάθε είδους δραστηριότητες να εξυπηρετούνται κοινωνικώς όσο το δυνατό πληρέστερα και καλύτερα γίνεται.

❖ Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, που αφορά αποκλειστικά άτομα τα οποία επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους, που βρίσκονται στο εσωτερικό της χώρας της μόνιμης διαμονής τους είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να εκπληρώσουν κάποιο τάμα που είχαν κάνει κλπ. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι παρόλαυτα περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μια ως τρεις ημέρες. Επίσης τα

τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φτηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού, επειδή είναι οπωσδήποτε λιτότερα, ενώ τα οικονομικά ωφελή για τους θρησκευτικούς τόπους στις οποίες βρίσκονται αυτοί σημαντικά. Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού δεν χρειάζεται ειδική υποδομή ανωδομή, αλλά μόνο βασική.





❖ Οικογενειακός τουρισμός. Όπως είναι φυσικό, η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές. Έτσι λοιπόν η επιλογή του τόπου διακοπών της Ελληνικής οικογένειας θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένη στις ανάγκες και επιθυμίες όλων των μελών της αλλά και να είναι προσιτός για τον οικογενειακό προϋπολογισμό προσφέροντας ειδικές εκπώσεις για τα παιδιά. Διάφορες εκπώσεις θα έπρεπε να προσφέρονται επίσης και για τα παιδιά των οικογενειών που κάνουν ατομικό και όχι μαζικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για την μετακίνησή τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τόπο του τουριστικού τους προορισμού. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα αίθουσες παιχνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, παιδικοί σταθμοί κλπ. και ακόμα ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό για να προσέχει και να συντροφεύει μικρά κυρίως παιδιά (Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999).

Απο όλα τα παραπάνω προκύπτει ότι η Κρήτη, ως τουριστικός προορισμός έχει μεγάλες δυνατότητες να προσελκύσει, εκτός από την ξένη αγορά, αλλά και τους Έλληνες και να τονώσει τον εσωτερικό τουρισμό και με εναλλακτικές μορφές τουρισμού που είναι ανάγκη να προωθηθούν, παρατείνοντας έτσι την τουριστική περίοδο.






## Κεφάλαιο 3 Ο εσωτερικός τουρισμός

### 3.1 Γενικές πληροφορίες για τον εσωτερικό τουρισμό

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας, ειδικά στον Δυτικό Κόσμο ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες όπως:

-  Γαλλία,
-  Ισπανία,
-  Ιταλία και την
-  Ελλάδα.

Πρόσφατα χάρη στην μεγάλη μείωση του κόστους ταξιδιού και της πτώσης του Τείχους, υπάρχουν ανερχόμενοι τουριστικοί προορισμοί όπως:

-  Τσεχία,
-  Ουγγαρία,
-  Κροατία,
-  Τουρκία,
-  Αίγυπτος,

που προσελκύουν κάθε χρόνο και περισσότερους τουρίστες με όπλο τις χαμηλές τιμές και την καλή εξυπηρέτηση. Πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να δοθεί ένας επακριβής ορισμός του Τουρισμού. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

- Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών. (Λαγός, 2005)

- Οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής.
- Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους. (Λαγός, 2005)
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1941 οι καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης υποστήριξαν την άποψη πως ο τουρισμός πρέπει να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε έναν προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν μη μόνιμων κατοίκων του. (Τσάρτας, 2001)

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. (Λαγός, 2005)

Δύομιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτό καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών:

- Τους τουρίστες: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.
- Τους εκδρομείς: άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιεροπλοίων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κλπ. (Λαγός, 2005)

Κανένας από αυτούς τους ορισμούς δεν λαμβάνει υπόψη τον εσωτερικό τουρισμό. Τελευταία φορά, το θέμα της υιοθέτησης ενός ορισμού για τον εσωτερικό τουρισμό τέθηκε στην Παγκόσμια Διάσκεψη για τον Τουρισμό που συγκλήθηκε το 1980 στην Μανίλα των Φιλιππινών από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, χωρίς όμως θετικό αποτέλεσμα. Σήμερα, κάποιες χώρες έχουν δώσει έναν ορισμό για τον ντόπιο τουρίστα. Οι ΗΠΑ π.χ. ορίζουν σαν τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό οποιοδήποτε άτομο φεύγει από το σπίτι του με σκοπό να επισκευτεί κάποιο μέρος που απέχει τουλάχιστον 50 μίλια (80,48 χιλιόμετρα) από αυτό για οποιοδήποτε λόγο εκτός της καθημερινής του μετάβασης στην εργασία. (Τσάρτας, 2001)

### **3.2 Εσωτερικός τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη στην Κρήτη**

Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα, πάντα, στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της. Αν και η συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού κάθε άλλο, παπά σαν συναλλαγματαγορά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί, όμως παρουσιάζει σημαντικές οικονομικές και άλλες ωφέλειες για τη χώρα στην οποία αναπτύσσονται. Μία από αυτές είναι, οπωσδήποτε και η συγκράτηση της εκροής συναλλάγματος εξαιτίας της μη πραγματοποίησης εξωτερικού τουρισμού εκ μέρους του ντόπιου πληθυσμού. (Τσάρτας, 2001) Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού είναι η ύπαρξη ορισμένων άλλων προϋποθέσεων . Και πρώτα από όλα θα πρέπει να δημιουργηθούν



τα κατάλληλα και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτά στους ντόπιους τουρίστες μέσα φιλοξενίας, η ανυπαρξία και η ανεπάρκεια των οποίων αποτελεί αν όχι τον κυριότερο τουλάχιστον έναν από τους κυριότερους ανασταλτικούς παράγοντες ανάπτυξης της κατηγορίας τουρισμού για την οποία ο λόγος, δηλαδή του εσωτερικού τουρισμού. Όπως είναι γνωστό, η τουριστική πολιτική ορισμένων αναπτυγμένων χωρών, και του συνόλου των αναπτυσσόμενων έχει σαν κύριο σκοπό την εξηπυρέτηση του εξωτερικού συναλλαγματοφόρου τουρισμού.(Κόνσολας, 1985)

Βασικό συστατικό της επιτυχίας της ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού σε μια περιφερειακή περιοχή είναι η συμβολή όλων των εμπλεκόμενων στην εν λόγω δραστηριότητα, κατά τη λήψη αποφάσεων για την αναπτυξιακή διαδικασία αλλά και κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής του τουριστικού προϊόντος, με στόχο την παράταση του σταδίου της ανάπτυξης(Λαγός, 1985). Σε μια περιοχή – τουριστικό προορισμό, οι εμπλεκόμενοι στην τουριστική δραστηριότητα είναι οι μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής, οι τουρίστες, οι επιχειρήσεις που επωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό, ο δημόσιος τομέας (τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο) και κοινωνικές ομάδες που ασκούν πιέσεις (περιβαλλοντικές οργανώσεις κλπ.).

Ο εσωτερικός τουρισμός, όπως και ο τουρισμός στο σύνολο του, ως εργαλείο και οι εμπλεκόμενοι φορείς ως εκτελεστές της αναπτυξιακής διαδικασίας μπορούν να καταλήξουν σε μια αποδοτική και ποιοτική οικονομική δραστηριότητα που ενισχύει την περιφερειακή περιοχή τόσο σε οικονομικό επίπεδο(κεφάλαιο, επενδύσεις, επιχειρηματικότητα, αύξηση εισοδήματος), όσο και σε κοινωνικό, αποτρέποντας τον ενεργό πληθυσμό από την μετανάστευση στο κέντρο, δημιουργώντας θέσεις απασχόλησης, είτε άμεσα σε τουριστικές επιχειρήσεις, είτε έμμεσα ενισχύοντας τις επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα που καταναλώνει ο τουρισμός. (Λαγός, 1985)

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, παρατηρούμε ότι οι περιφέρειες με έντονη τουριστική δραστηριότητα, όπως Κρήτη, Νότιο Αιγαίο και Ιόνιοι Νήσοι έχουν υψηλούς δείκτες ευημερίας, ενώ συμμετέχουν σε καλό ποσοστό στα συνολικά μεγέθη της χώρας. Τα ποσοστά ανεργίας είναι χαμηλότερα συγκριτικά με περιοχές όπου η τουριστική δραστηριότητα είναι αδύναμη ή και ανύπαρκτη, όπως η Δυτική Μακεδονία και το Βόρειο Αιγαίο. Εξαίρεση βέβαια στις παραπάνω συγκρίσεις αποτελούν η περιφέρεια

της Αττικής αλλά και της Κεντρικής Μακεδονίας, που περιλαμβάνουν την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη όπου γενικότερα συγκεντρώνεται το πλείστον των οικονομικών δραστηριοτήτων της χώρας. (Λαγός, 1985)

Η πρώτη φορά που χρησιμοποιήθηκε ο όρος «πόλος ανάπτυξης» ήταν από το Γάλλο οικονομολόγο F.Perroux, το 1955, ο οποίος έδωσε την εξής ερμηνεία: «κάθε ομάδα κλάδων που είναι ικανές να παράγουν οικονομική μεγέθυνση, συνδέονται μεταξύ τους μέσω εισροών και εκροών γύρω από ένα κινητήριο κλάδο». Ο πόλος αυτός μπορεί να αναπτύσσεται ταχύτερα από τις υπόλοιπες περιφέρειες λόγω τοπικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει (Λαγός, Οικονομάκης, Καλιγιαννάκης, Μιχαηλίδης, 2004, Καζάκος, 1984).

Εν συντομία, οι θετικές επιδράσεις του πόλου είναι: (α) η αύξηση της παραγωγής πρώτων υλών, βιομηχανιών, εξοπλισμού και εργαλείων, (β) η ανάπτυξη των βιομηχανιών επεξεργασίας, αξιοποίησης των ημικατεργασμένων και καταναλωτικών προϊόντων, (γ) η ανάπτυξη του τριτογενούς τομέα και ιδιαίτερα του εμπορίου, των υπηρεσιών και των επενδύσεων. (Λαγός, 1985)

Από την άλλη μεριά, οι αρνητικές επιδράσεις είναι:

(α) τα επενδυτικά κεφάλαια συγκεντρώνονται στον πόλο ανάπτυξης, τη στιγμή που τα έχει ιδιαίτερη ανάγκη η περιφέρεια

(β) ο πληθυσμός, ειδικά ο ενεργός, όπως οι νέοι, μεταφέρεται στον πόλο λόγω των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται και του φαινομενικά ελκυστικότερου συστήματος αμοιβών

(γ) οι δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα εγκαταλείπουν τον ευρύτερο χώρο της περιφέρειας και αναπτύσσονται γύρω από τον πόλο ανάπτυξης αποδυναμώνοντας την επαρχία.

Βέβαια, οι αρνητικές επιπτώσεις που προκαλούνται από τον πόλο, έχουν ως άμεσο αποτέλεσμα τη μεγέθυνση των περιφερειακών ανισοτήτων και την υποβάθμιση των γύρω περιοχών. Στο ίδιο πλαίσιο, επισημαίνεται ότι η αποψίλωση της υπαίθρου, που πλησιάζει τα όρια της ερήμωσης, και ο γιγαντισμός της πρωτεύουσας αποτελούν τον πυρήνα του περιφερειακού προβλήματος και γι' αυτό η ενίσχυση των δυνάμεων διασποράς δεν επιβάλλεται μόνο σαν αναγκαία οικονομική και χωροταξική επιλογή,

αλλά και σαν άμεση εθνική επιταγή (Λαγός, Οικονομάκης, Καλιγιαννάκης, Μιχαηλίδης, 2004, Κόνσολας, 1985).

Σύμφωνα με όσα εξετάστηκαν παραπάνω, διαπιστώνει κανείς ότι υπάρχουν περιφέρειες που «μονοκαλλιεργούν» τον τουρισμό και άλλες οι οποίες υστερούν σε τουριστική ανάπτυξη.

Δεδομένου ότι ο εσωτερικός τουρισμός ως ένα από τα πιο αποδοτικά κομμάτια του τουρισμού ενισχύει σημαντικά την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη η μονοκαλλιέργεια της όποιας οικονομικής δραστηριότητας δεν είναι καλός οιωνός για το μέλλον μιας περιοχής, καλό είναι να αναπτύσσεται ο τουρισμός στο σύνολό του και σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες, με στόχο την οικονομική και κοινωνική ευημερία των περιφερειών της χώρας μας. Άλλωστε, έχει μελετηθεί και αποδειχθεί ότι η σύνδεση του εσωτερικού τουρισμού με άλλους οικονομικούς κλάδους, είτε σε επίπεδο κατανάλωσης προϊόντων, είτε σε επίπεδο συνεργασίας, με στόχο την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο στο σχεδιασμό τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής ούτως ώστε να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση της οικονομικής απόδοσης του τουρισμού στην περιοχή αυτή. (Λαγός, Οικονομάκης, Καλιγιαννάκης, Μιχαηλίδης, 2004)

Θα πρέπει, τέλος, να τονιστεί ότι η υπερσυγκέντρωση (δηλαδή η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας τουριστικής ανάπτυξης) δημιουργεί προβλήματα στο περιβάλλον και την οικονομία. Επιπλέον εντείνει την άνιση ανάπτυξη μέσω της δημιουργίας πόλων τουριστικής ανάπτυξης. Από την άλλη, η αποεπένδυση που παρατηρείται συχνά στον πρωτογενή τομέα της οικονομίας σε αρκετούς τουριστικούς προορισμούς (π.χ. Ρόδος) δημιουργεί εμπόδια στην τροφοδοσία της τουριστικής δραστηριότητας με εγχώρια προϊόντα που καταναλώνουν οι τουρίστες. Κατά συνέπεια, γίνονται εισαγωγές αγροτικών και άλλων προϊόντων, γεγονός που οδηγεί στη μείωση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας από τον τουρισμό και στην εκροή συναλλάγματος. Γι αυτό το λόγο και η μετάβαση από την αγροτική στην τουριστική οικονομία θα πρέπει να γίνεται μέσα από τη δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για ανάπτυξη και συμπληρωματικών προς τις αγροτικές (ως προς τη χρήση γης) τουριστικών δραστηριοτήτων.

Ενδεικτικά αναφέρεται η περίπτωση του αγροτουρισμού ο οποίος στο μεγαλύτερο ποσοστό του εμπεριέχει ημεδαπούς τουρίστες καθώς και συναφών εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού που λαμβάνουν υπ' όψιν τους τα φυσικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής.

Στόχος, λοιπόν, μιας πολιτικής βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης θα πρέπει να είναι η μετατροπή του συγκριτικού σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με σκοπό την προσέλκυση εσωτερικού (domestic), αλλά κυρίως εισερχόμενου (inbound) τουρισμού δεδομένων των μεγαλύτερων πολλαπλασιαστικών επιδράσεων που μπορεί να επιφέρει ο τελευταίος στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. (Λαγός, Οικονομάκης, Καλιγιαννάκης, Μιχαηλίδης, 2004)

### **3.3 Συγκριτικά στοιχεία εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη**

Η Κρήτη είναι ένας από τους δημοφιλέστερους ελληνικούς προορισμούς διακοπών. Το 15% των συνολικών αφίξεων, λιμένα και αερολιμένα, στη χώρα γίνονται μέσω της πόλης του Ηρακλείου. Το 2006 οι ναυλωμένες πτήσεις στο Ηράκλειο αριθμούσαν το 20% του συνόλου των πτήσεων ναύλωσης στη χώρα και συνολικά, περισσότεροι από δύο εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Κρήτη κατά το έτος αυτό. Η αύξηση αυτή στον τουρισμό απεικονίζεται στον αριθμό κλινών των ξενοδοχείων, ο οποίος αυξήθηκε στην Κρήτη κατά 53% από το 1986 ως το 1991, ενώ το υπόλοιπο της Ελλάδας παρουσίαζε αύξηση των 25%. Η σημερινή τουριστική υποδομή στην Κρήτη εξυπηρετεί μεγάλο εύρος προτιμήσεων, από μεγάλα, πολυτελή ξενοδοχεία, με όλες τις προδιαγεγραμμένες εγκαταστάσεις (πισίνες, εγκαταστάσεις αθλητισμού και αναψυχής κλπ), έως μικρότερα ιδιόκτητα οικογένεια διαμερίσματα ή οργανωμένες κατασκηνώσεις. (Τσάρτας, 1996) Η πρόσβαση των επισκεπτών στο νησί γίνεται αεροπορικώς μέσω του διεθνούς αερολιμένα στο Ηράκλειο και των κρατικών αερολιμένων στα Χανιά και στη Σητεία, ή ακτοπλοϊκώς στους λιμένες Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Σητείας και Καστελίου Κισσάμου.

Γεμάτη συγκλονιστικά τοπία και συνεχείς εναλλαγές του φυσικού μοτίβου, η ανακάλυψη της Κρήτης των τεσσάρων εποχών ποτέ δεν γίνεται βαρετή. Οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν τη φύση, την ιστορία και τον πολιτιστικό πλούτο του νησιού, ενώ παράλληλα μπορούν να απολαύσουν διαμονή

τους στα καλύτερα ξενοδοχεία στην Κρήτη και τις τουριστικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

Οι επισκέπτες του νησιού μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε πάρα πολλές δραστηριότητες, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα τους. Ειδικά για τους φυσιολάτρεις, αυτός ο τόπος είναι ένας πραγματικός παράδεισος. Πεζοπορία σε φαράγγια, canyoning, αναρρίχηση, καταδύσεις, ιπασία, περπάτημα στο χιόνι και ανάβαση βουνών, αλεξίπτωτο, ιστιοσανίδα, kite surf και πάρα πολλά άλλα κρατούν και τον πλέον απαιτητικό σε εγρήγορση. Κι όλα αυτά συνδυασμένα με τις καλύτερες τουριστικές υποδομές, από τις μικρές οικογενειακές ξενοδοχειακές μονάδες, τα αγροτουριστικά καταλύματα έως και τα πολυτελή all inclusive ξενοδοχεία.

Παρακάτω παρουσιάζονται μερικοί πίνακες στους οποίους διαφαίνονται αριθμητικά οι αφίξεις, οι διανυκτερεύσεις καθώς και οι ημέρες παραμονής μεταξύ αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών.

Πίνακας 1: Αφίξεις Κρήτης 2002-2006

Πίνακας 5.2 Αφίξεις Κρήτης				
ΕΤΗ	Αφίξεις ημεδαπών	Αφίξεις αλλοδαπών	Αφίξεις ημεδαπών / συνόλου	Σύνολο
2002	259.906	1.213.767	17,64%	1.473.674
2003	262.842	1.339.259	16,41%	1.602.101
2004	323.921	1.553.133	17,26%	1.877.054
2005	316.501	1.412.968	18,30%	1.729.469
2006	305.352	1.544.793	16,50%	1.850.145
Ετήσια Μεταβολή	4,11%	6,21%		5,85%
Συνολική Μεταβολή	17,49%	27,27%		25,55%

Πηγή: ΕΣΥΕ

Πηγή : ΕΣΥΕ, 2006

Στον παραπάνω πίνακα παρουσιάζονται οι αφίξεις τουριστών στην Κρήτη κατά την περίοδο 2002 έως 2006. Όπως παρατηρούμε οι αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών

τουριστών κατα το 2006 ανήλθε συνολικά στους 1.850.145 επισκέπτες σημειώνοντας αύξηση κατα 25.55%.

**Πίνακας 2 : Διανυκτερεύσεις τουριστών σε επίπεδο Κρήτης 2002-2006**

Πίνακας 5.5 Διανυκτερεύσεις Κρήτης				
ΕΤΗ	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	Διανυκτερεύσεις ημεδαπών / συνόλου	Σύνολο
2002	805.098	10.480.289	7,13%	11.285.387
2003	836.455	11.165.154	6,97%	12.001.609
2004	977.844	12.175.266	7,43%	13.153.110
2005	960.879	11.529.448	7,69%	12.490.327
2006	906.788	12.552.750	6,74%	13.459.538
Ετήσια Μεταβολή	3,02%	4,61%		4,50%
Συνολική Μεταβολή	12,63%	19,77%		19,27%
Πηγή: ΕΣΥΕ				

Πηγή: ΕΣΥΕ 2007

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, οι διανυκτερεύσεις των τουριστών αυξήθηκαν από 12.490.327 που ήταν το 2005 με το ποσοστό των ημεδαπών τουριστών να ανέρχεται σε 7,69% σε 13.459.538 το 2006 με τους ημεδαπούς τουρίστες να καταλαμβάνουν μόλις το 6,74%.

**Πίνακας 3 : Ημέρες παραμονής επισκεπτών 2002-2006**

Πίνακας 5.8 Ημέρες παραμονής τουριστών Κρήτης				
ΕΤΗ	Ημέρες παραμονής ημεδαπών	Ημέρες παραμονής αλλοδαπών	Ημέρες παραμονής ημεδαπών / αλλοδαπών	Σύνολο
2002	3,10	8,63	35,88%	7,66
2003	3,18	8,34	38,17%	7,49
2004	3,02	7,84	38,51%	7,01
2005	3,04	8,16	37,21%	7,22
2006	2,97	8,13	36,55%	7,27
Ετήσια Μεταβολή	-1,05%	-1,51%		-1,27%
Συνολική Μεταβολή	-4,13%	-5,89%		-5,00%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Πηγή: ΕΣΥΕ 2007

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 31 οι ημέρες παραμονής τουριστών στα ξενοδοχεία το έτος 2006 ανήλθαν σε 7,27 σε σχέση με 7,66 το 2002, δηλαδή παρουσιάζουν μείωση την 5ετία 2002-2006 της τάξης του 5%. Μείωση των ημερών παραμονής σημειώνεται και από τους ημεδαπούς αλλά και τους αλλόδαπους επισκέπτες.

#### Πίνακας 4: Διανυκτερεύσεις ανα περιφέρεια 2006-2007

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13: ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΑ ΣΥΛΛΟΓΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ									
	Ιανουάριος - Σεπτέμβριος 2006				Ιανουάριος - Σεπτέμβριος 2007 (Προσωρινά στοιχεία)				
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ Κλινών	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ Κλινών	% Μεταβολή 2007/2006 Συνολικό Διανυκτερεύσεων
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	11.248.325	88.930.343	51.178.668	64,10%	13.550.129	41.650.726	55.200.855	61,50%	7,86%
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	833.916	493.440	1.327.356	42,70%	843.289	504.194	1.347.483	44,20%	1,52%
Κεντρική Μακεδονία	2.010.773	8.165.297	5.176.070	57,10%	2.195.853	8.549.798	5.745.651	56,30%	11,00%
Δυτική Μακεδονία	243.768	27.497	271.265	81,40%	236.547	29.221	265.768	82,30%	-2,03%
Θεσσαλία	973.968	583.928	1.557.896	42,40%	996.053	598.663	1.594.716	42,10%	2,36%
Ηπειρος	475.483	173.609	649.092	41,70%	541.549	217.693	759.242	41,30%	16,97%
Ιόνια Νησιά	882.339	5.660.783	6.543.122	80,50%	1.016.663	5.677.436	6.694.099	74,30%	2,31%
Δυτική Ελλάδα	766.179	514.211	1.280.390	44,50%	822.531	831.276	1.653.807	47,80%	29,16%
Στερά Ελλάδα	765.141	448.830	1.213.971	38,10%	907.830	473.398	1.381.228	40,70%	13,78%
Πελοπόννησος	1.168.046	879.804	2.047.850	41,10%	1.318.549	983.112	2.301.661	41,50%	12,39%
Αττική	1.719.237	5.621.117	5.340.354	49,20%	1.991.102	3.912.547	5.903.649	52,30%	10,55%
Βόρειο Αιγαίο	474.233	1.042.123	1.516.356	57,40%	496.489	990.066	1.486.555	55,90%	-1,97%
Νότιο Αιγαίο	1.144.644	10.939.943	12.084.587	81,70%	1.255.039	11.675.900	12.930.939	73,10%	7,00%
<b>Κρήτη</b>	790.598	11.379.761	<b>12.170.359</b>	<b>82,90%</b>	928.635	12.207.422	<b>13.136.057</b>	<b>75,30%</b>	7,93%

Πηγή: ΕΣΥΕ 2007

Στον παραπάνω πίνακα επιβεβαιώνεται και με αριθμούς η υπεροχή της περιφέρειας Κρήτης στις διανυκτερεύσεις. Κατα το 2006 ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων στην Κρήτη ήταν 12.170.359 έναντι 2.047.850 για την περίοδο από τον Ιανουάριο μέχρι τον Σεπτέμβριο.

Επίσης για το 2007, τα αντίστοιχα νούμερα της αναμενόμενης πληρότητας είναι 13.136.057 για την Κρήτη και η πληρότητα 75.30% για Κρήτη.



### **3.4 Παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού στην Κρήτη**

#### ***Οικονομικοί Παράγοντες***

Ενώ η πολιτική και η οικονομική αστάθεια της χώρας μας κλιμακώνεται ο πληθωρισμός και η ανεργία χρόνο με το χρόνο αυξάνονται και η αγοραστική δύναμη των ημεδαπών καταναλωτών μειώνεται.

Το τουριστικό προϊόν της Κρήτης έχει πλέον κορεστεί και υπάρχει ανάγκη για οικονομική άνθηση αλλά και μια άνθιση του εσωτερικού τουρισμού. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο με την στροφή από το μαζικό στον εναλλακτικό τουρισμό, προσφέροντας ένα διαφορετικό τουριστικό προϊόν για τον ντόπιο τουρίστα.

Αρνητικό οικονομικό παράγοντα αποτελεί η διαρροή αλλά και η κάθετη μείωση του εισοδήματος του Έλληνα τουρίστα. (Λαγός, Οικονομάκης, Καλιγιαννάκης, Μιχαηλίδης, 2004)

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(Τσάρτας, 1996).

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 Γ' 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 (Τσάρτας, 1995). Η Κρήτη, εκτός από τις τουριστικές σχολές που διαθέτει, έχει και πολλούς καταρτισμένους ξεναγούς, γεγονός που βοηθάει στην ανάπτυξη του αρχαιολογικού τουρισμού.

Ο εσωτερικός 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 μιας και αποδεικνύεται εξαιρετικά κερδοφόρο.

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 εσωτερικός τουρισμός αποτελεί ένα μέσο διάδοσης πληροφοριών σχετικών με τα ήθη, τα έθιμα και τον τρόπο ζωής των διαφορετικών τόπων της Ελλάδας και συνεισφέρει θετικά στην γνωριμία των Ελλήνων και την αρμονική συνύπαρξή τους .

Ο δυτικός τρόπος ζωής όμως και τα έντονα καταναλωτικά πρότυπα που συχνά

προβάλουν οι τουρίστες από διάφορα μέρη της Ελλάδας, 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).

Τέλος, ένας άλλος κοινωνικός παράγοντας είναι η αντιμετώπιση των ντόπιων κατοίκων ως προς τους Ελληνες τουρίστες. Στην Κρήτη, η τοπική κοινωνία είναι πολύ φιλική και φιλόξενη ως προς τους επισκέπτες της. Το ποσοστό που αντιμετωπίζει τον εσωτερικό τουρισμό εχθρικά είναι πολύ μικρό. (Τσάρτας, 1996)

### **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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

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 εσωτερικού τουρισμού, η διασφάλιση κρίσιμου βιώσιμου μεγέθους και δικτύσεων 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 στον ημεδαπό τουρίστα.

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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

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.(Τσάρτας, 1995)

### **3.5 SWOT ANALYSIS για τον εσωτερικό τουρισμό στην Περιφέρεια της Κρήτης**

**A. Δυνατά Σημεία (Strengths) :** Τα δυνατά σημεία εκφράζουν τα εγγενή πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης σε σχέση με ανταγωνίστριες τουριστικές περιοχές της υπόλοιπης Ελλάδας. Τα πλεονεκτήματα αυτά αφορούν τους πόρους, τις δυνατότητες, τις παροχές και τουριστικές επιλογές καθώς άλλους παράγοντες που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των τουριστικών επιλογών που προσφέρει η Κρήτη συγκρινόμενη με πληθώρα άλλων εσωτερικών προορισμών.

Τα δυνατά σημεία κάθε περιφέρειας έχουν ιδιαίτερη σημασία και ρόλο καθώς είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν το τουριστικό προϊόν της Κρήτης από τις ανταγωνιστές περιοχές της και την κάνουν πιο ελκυστική ως προορισμό. Συνεπώς μόλις αναγνωριστούν εντάσσονται αμέσως στο σχέδιο μάρκετινγκ που ακολουθεί η περιφέρεια Κρήτης, προκειμένου να προβληθούν και να αποτελέσουν κίνητρο για τους δυνητικούς τουρίστες από άλλες περιοχές της Ελλάδας ώστε να επιλέξουν το νησί ως τον προορισμό των διακοπών τους. 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. 4ς 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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

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. ([www.eot.gr](http://www.eot.gr))

Ικανοποιητική παραγωγική δομή: Το νησί είναι ιδιαίτερα γνωστό για την παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων<sup>3</sup> και την γαστρονομία του που μπορούν είτε να διατεθούν στην τουριστική αγορά είτε να αποτελέσουν αυτόνομο τουριστικό προϊόν.

Σημειώνεται ότι η κρητική κουζίνα<sup>4</sup> 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 καφεενεία, 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 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. (www.crete.gov.gr)

**Ικανοποιητικό επίπεδο επαναλαμβανόμενου τουρισμού:** Η επαναληψιμότητα της επίσκεψης των τουριστών ξεπερνά το 40%. 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%.(www.eot.gr)

**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 τουριστών<sup>4</sup> (86%) που επισκέπτονται το Ηράκλειο, καθώς και εκείνων που είναι πρόθυμοι (76%) να συστήσουν το Ηράκλειο σε γνωστούς και φίλους ως ελκυστικό τουριστικό προορισμό.(www.eot.gr)

**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 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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

**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.

**B. Αδύνατα Σημεία (Weaknesses):** Σε αντίθεση με τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα σημεία της Κρήτης ως προορισμό, αποτελούν μειονεκτήματα που πιθανά δρουν περιοριστικά και ανασταλτικά στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού ως προς την εσωτερική τουριστική αγορά . Πρόκειται για όλους εκείνους τους παράγοντες που με την αρνητική τους επιρροή, μειώνουν την απόδοση και αποτελεσματικότητα είτε ορισμένων, είτε όλων των παραμέτρων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς και ταυτόχρονα καταγράφονται ως προβλήματα.

Κρίνεται λοιπόν σκόπιμο και απολύτως αναγκαίο να εντοπιστούν τα αδύνατα σημεία του τουριστικού προϊόντος όπως αυτά προκύπτουν έτσι ώστε να τύχουν αποτελεσματικής αντιμετώπισης και να περιοριστούν στο ελάχιστο οι αρνητικές τους επιδράσεις ή ακόμα και να απαλειφθούν εάν αυτό είναι εφικτό ώστε να μην αποτελούν τροχοπέδη στην αύξηση της εγχώριας επισκεψιμότητας του τουρισμού στο νήσι αλλά να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην αύξηση της τουριστικής επισκεψιμότητας από τους Έλληνες που επιθυμούν να ταξιδέψουν σε κάποιο άλλο μέρος του τόπου μας .

**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:

1) την κακή οργάνωση των αεροδρομίων και των λιμανιών,

- 2) τις καθυστερήσεις των πτήσεων,
- 3) το χαμηλό επίπεδο ποιότητας των μέσων μαζικής μεταφοράς,
- 4) την κυκλοφοριακή συμφόρηση,
- 5) την ανεπαρκή σήμανση του οδικού δικτύου.

Είναι γεγονός ότι οι διαδικασίες και η λειτουργία της .ημόσιας .ιοίκησης 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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

**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 σαιζόν 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 στηρίξουν 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 οιασπασχολούμενοι στον τουρισμό να χαρακτηρίζονται από επαγγελματική ευσυνειδησία, υψηλή ειδίκευση και επικοινωνιακή ευχέρεια. .υστυχώς 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, .ήμοι, ιδιωτικοί φορείς χωρίς συνεργασία και προηγούμενη συμφωνία μεταξύ τους ως προς τις προτεραιότητες και τους στόχους ώστε να επιτυγχάνεται συμπληρωματικότητα και όχι επικάλυψη.(www.in.gr)

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.

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

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».

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.

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;

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.

Η Κρητική διατροφή έχει αποδειχθεί από γιατρούς παγκοσμίου φήμης ότι παρέχει υγεία και ευεξία. .υστυχώς όμως, τα τελευταία χρόνια έχει παραμεληθεί με όλα τα γνωστά αποτελέσματα που έχει μια διατροφή με αυξημένα λιπαρά και αμφιβόλου ποιότητας σπορέλαια, αναμειγμένα 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. .εν 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. .εν 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 παράδοσηγια να χαρακτηρίσουμε αυτό που έχουμε φτιάξει σήμερα το οποίο απέχει πάρα πολύ από τον ίδιο της τον ορισμό. .υστυχώς όμως οι ξένοι που έρχονται για να δουν όλα αυτά το 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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

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

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 επωφεληθήκε 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.

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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

Χρηματοδοτικές Ευκαιρίες για τον τουρισμό: Στα πλαίσια της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου (· 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.

**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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

**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 μεσομακροπρόθεσμου 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.(www.icap.gr)

**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 προβάλλουμε εκείνο το προϊόν το οποίο έχουμε έτοιμο και μπορούμε να προσφέρουμε σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.

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

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 αναπτυγμένες 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.

**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. ([www.icap.gr](http://www.icap.gr))

**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.

**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. ([www.crete.gov.gr](http://www.crete.gov.gr))

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 περιφρούρηση

τους. Λόγω της ελλειπούς 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](http://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 ύφος 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 11η θέση παγκοσμίως ανάμεσα στους πιο δημοφιλείς προορισμούς των αναγνώστών του Conte Nast Traveler για το 2009 έναντι της 9ης θέσης που κατείχε το 2008. Ενώ αντίθετα η γειτονική Τουρκία κατάφερενα σκαρφαλώσει στην 3η θέση από την 15η 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.

### **3.6 Επιπτώσεις / οφέλη για τον επισκέπτη του εναλλακτικού τουρισμού**

Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο είδος τουρισμού στην Ελλάδα και ασκεί μεγάλη γοητεία ιδιαίτερα στους κατοίκους των μεγαλουπόλεων. Οι δύσκολες συνθήκες ζωής των μεγάλων πόλεων δημιουργούν στους ανθρώπους έντονη επιθυμία να βρεθούν κοντά στην φύση για να απολαύσουν την γαλήνη, την ησυχία αλλά και το διαφορετικό τρόπο ζωής που τους. Ο επισκέπτης αποφεύγει τον συνωστισμό, το θόρυβο, την αισχροκέρδεια των ανεπτυγμένων και ήδη κορεσμένων τουριστικών περιοχών με στόχο την ψυχολογική του ικανοποίηση και να περάσει ένα ευχάριστο «διάλειμμα» από το άγχος, το στρες και τους έντονους και γρήγορους ρυθμούς της πόλης.

Κυρίως όμως μπορεί να χαρεί τη ζεστή ανθρώπινη «φιλοξενία» και την αυθόρμητη καλοσυνάτη συμπεριφορά των κατοίκων του τόπου προορισμού. Έρχεται σε γνωριμία με τα τοπικά ήθη και έθιμα, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του τόπου που επισκέπτεται. Ο τουρίστας έρχεται σε στενή επαφή με το περιβάλλον και με δραστηριότητες, στις οποίες μπορεί να συμμετέχει, να ψυχαγωγηθεί, να αθληθεί και νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Τέτοιες δραστηριότητες μπορεί να είναι:

- Αγροτικές δραστηριότητες, όπως μάζεμα ελιάς, μανιταριών
- Οικοτουρισμό, όπως παρατήρηση φυτών και ζώων, υγροβιότοπων
- Αθλητικές δραστηριότητες, όπως ποδηλασία, ιππασία, τένις
- Πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως παρακολούθηση φεστιβάλ, επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστήρια
- Μαθήματα, όπως αργαλειού, παραδοσιακής μαγειρικής

Ο εναλλακτικός τουρισμός απευθύνεται και σε άτομα, τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στον εαυτό τους τις διακοπές που επιθυμούν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί τόσο ο κοινωνικός τουρισμός όσο και ο τουρισμός υγείας. Άτομα που ανήκουν σε χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα, άτομα με ειδικές ανάγκες καθώς και άτομα της τρίτης ηλικίας μπορούν να απολαύσουν ένα τουριστικό πακέτο διακοπών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Οικονομική κρίση και τουρισμός

### 4.1 Η οικονομική κρίση

Στις 9 Αυγούστου 2007, όταν η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα είχε υποχρεωθεί να παράσχει στις χρηματαγορές ρευστότητα 95 δισεκατομμυρίων δολαρίων, οι αγορές έπεφταν προμηνύοντας μαύρες μέρες. Κανείς όμως δεν προέβλεπε ότι αυτό θα κρατήσει πολύ, αφού είχαν πίστη στους σύγχρονους μηχανισμούς αποτροπής και κυρίως αυτών των ΗΠΑ.

Η κρίση αν και πρωτοπαρουσιάστηκε στις αγορές των ΗΠΑ σε σύντομο χρονικό διάστημα άρχισε να επηρεάζει όλες τις παγκόσμιες αγορές. Αυτό δείχνει το πόσο στενά συνδεδεμένες είναι οι παγκόσμιες αγορές. Έτσι η κρίση από περιφερειακό πρόβλημα έγινε παγκόσμιο. Αν και οι χώρες που επηρεάστηκαν έλαβαν μέτρα σε σύντομο χρονικό διάστημα έγινε φανερό ότι όλες οι χώρες πρέπει να ενεργήσουν από κοινού.

Πριν από την κρίση επικρατούσε μία θετική ατμόσφαιρα στις αγορές. Οι κτηματομεσιτικές αγορές κέρδιζαν αξία. Οι τιμές πετρελαίου με τις αυξανόμενες προοπτικές ζήτησης είχαν ανοδική πορεία. Οι τράπεζες έβλεπαν υψηλά κέρδη από τις πιστώσεις που σχεδίαζαν να χορηγήσουν στο κτηματομεσιτικό τομέα λόγω της ανοδικής πορείας της αγοράς αυτής. Από τις πιστώσεις μπορούσαν να επωφεληθούν και οι πελάτες με χαμηλό εισόδημα.([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

Όταν αυξήθηκαν οι αξίες των κατοικιών, οι ιδιοκτήτες που απέκτησαν κατοικίες με στεγαστικά δάνεια, δανειοδοτήθηκαν περαιτέρω υποθηκεύοντας την επιπρόσθετη αξία. Οι τράπεζες χωρίς να περιμένουν την πληρωμή των δάνειων, δείχνοντας την αξία των υποθηκευμένων κατοικιών, προωθούσαν ομόλογα στην αγορά τα οποία τους αποφέρανε νέες πηγές και τα οποία ξανά δανειοδοτούσαν. Οι αγοραστές ομολόγων τα πουλούσαν στην αγορά στους επενδυτές ως ομόλογα και μετοχές.

## 4.2 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα

Είναι πλέον αναμφισβήτητο γεγονός, ότι η Ελληνική οικονομία ταλανίζεται από μια σειρά παραγόντων τόσο εσωτερικών όσο και διεθνών. Κάθε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης βιώνει την οικονομική κρίση με διαφορετικό τρόπο, σε διαφορετική έκταση και ένταση, ανάλογα με τη δομή της οικονομικής της διάρθρωσης. Διαφορετικά βιώνει η Γαλλία και η Γερμανία την κρίση και διαφορετικά οι χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου όπως η Πορτογαλία, η Ισπανία και η Ελλάδα.

Έτσι, κάθε χώρα δρα στο πλαίσιο των κατευθύνσεων της, στο μέτρο των αναγκών και των προβλημάτων της καθώς και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της. Η προσέγγιση, λοιπόν, ότι η κρίση είναι διεθνής και ότι τα προβλήματα της οικονομίας είναι απόρροια αυτής, έχει χαρακτηριστεί από πολλούς οικονομολόγους ως αναποτελεσματική, ότι συσκοτίζει τις ευθύνες των κυρίαρχων δυνάμεων, οδηγεί σε λαθεμένες επιλογές και αδιέξοδα και τελικά δεν βοηθά στην ανασυγκρότηση της οικονομίας, στην άμβλυνση των ανισοροπιών και των κοινωνικών προβλημάτων συνοχής που αυτή δημιουργεί.

Οι αρνητικές επιδόσεις της ελληνικής οικονομίας επιβάλλουν να εντοπίσουμε και να κατανοήσουμε τα αίτια που οδηγούν στη σημερινή πραγματικότητα για να ασκηθούν κατάλληλες και αποτελεσματικές πολιτικές για την αντιμετώπισή τους. Τα αίτια της κρίσης πρέπει να αναζητηθούν αφενός στα χρόνια διαρθρωτικά προβλήματα και τις πολιτικές που εφαρμόστηκαν, αφετέρου δε, στη διεθνή συγκυρία της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης που τα ανέδειξε με ιδιαίτερα έντονο και οξύ τρόπο. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό της οικονομίας είναι η ύπαρξη διαρθρωτικών προβλημάτων πολύ πριν την εμφάνιση της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης, τα οποία διογκώθηκαν τα τελευταία χρόνια με την εμμονή στην άσκηση πολιτικών προς τη κατεύθυνση των αυτορυθμιζόμενων αγορών.

Η κρίση στην Ελλάδα αναμένεται να έχει μεγαλύτερο βάθος και διάρκεια από ότι σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακριβώς γιατί η δομή και τα διαρθρωτικά προβλήματα όχι μόνο είναι διαφορετικά, αλλά διατηρούνται και καθημερινά, κάτω από τις συνθήκες της διεθνούς κρίσης, γίνονται μεγαλύτερα και οξύτερα αντί να



αμβλύνονται. Οι μακροοικονομικές ανισορροπίες της ελληνικής οικονομίας αποτυπώνονται κυρίως στη συνεχή επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης, στα διατηρούμενα και συνεχώς διογκούμενα Ελλείμματα του δημοσίου και του Ισοζυγίου Τρεχουσών Συναλλαγών καθώς και στο ύψος του Δημοσίου Χρέους. Όλα τα παραπάνω έχουν εκτραπεί σε επίπεδα εκτός ελέγχου, γεγονός που καθιστά την οικονομία ακόμη πιο ευάλωτη στους εξωτερικούς παράγοντες της διεθνούς οικονομικής κρίσης, λειτουργούν αποσταθεροποιητικά και περιορίζουν τα αποθέματα ανάπτυξης της χώρας. Η παραγωγική βάση της Ελληνικής Οικονομίας είναι ισχνή καθώς στηρίχτηκε, σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, σε τομείς όπως ο τουρισμός, η ναυτιλία και η υποδομή, κλάδοι οι οποίοι επλήγησαν πρώτοι και με ιδιαίτερη ένταση από την κρίση. ([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

Επιπλέον οι τράπεζες, το πιο ισχυρό τμήμα του ελληνικού κεφαλαίου, λειτούργησαν με πρωτόγνωρους ρυθμούς πιστωτικής επέκτασης, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, με πιο έντονη την επέκταση τους στα Βαλκάνια και τη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Το γεγονός αυτό δείχνει να καθιστά όχι μόνο αυτές αλλά και άλλες μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις ιδιαίτερα εκτεθειμένες στην διεθνή κρίση όσον αφορά κυρίως την ανάληψη υψηλών κινδύνων, καθώς η κρίση αυτή πλήττει με ιδιαίτερη σφοδρότητα τις χώρες αυτές.

Η κρίση στη χώρα μας αποτυπώνεται ενδεικτικά σε παράγοντες όπως:

- Ο δείκτης οικονομικής δραστηριότητας με συνεχή και επιταχυνόμενη επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης του ΑΕΠ. Από 5,6% το 2003 μετατράπηκε σε 4,9% το 2004, 4,5% το 2006, 4% το 2007, 2,9% το 2008 ενώ υπήρχε πρόβλεψη για μηδενικό ή και αρνητικό ρυθμό ανάπτυξης το 2009, σύμφωνα με εκτιμήσεις της ΕΕ. Αντίστοιχα, οι προβλέψεις για το ρυθμό ανάπτυξης της ΕΕ των 27 προβλέπεται να είναι ακόμη χαμηλότερος, και μόλις το 2010 αφήνει να διαφανεί ότι αναμένεται ανάκαμψη, γεγονός που επιδρά θετικά, ως εξωτερικός παράγοντας, στο ρυθμό ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. ([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

ΕΤΟΣ	ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
2003	5,6%
2004	4,9%
2005	2,9%
2006	4,5%
2007	4%
2008	2,9%
2009	- 0,9%
2010	0,1%

Πηγή: European Commission, Statistical Annex και επεξεργασία των συγγραφέων

- Η αύξηση των τιμών και της ακρίβειας, η οποία έχει οδηγήσει ακόμη περισσότερα νοικοκυριά κάτω από τα όρια της φτώχειας. Ο πληθωρισμός για τα φτωχά νοικοκυριά είναι μεγαλύτερος από τα επίσημα στοιχεία, ενώ η πραγματική αμοιβή των εργαζομένων αυξήθηκε κατά μέσο όρο 2% την περίοδο 2005 – 2008 με αποτέλεσμα το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα να περιοριστεί ακόμη περισσότερο.
- Η υπερχρέωση των νοικοκυριών και ιδιαίτερα των ασθενέστερων εισοδηματικών ομάδων επιδεινώνεται. Τα χρέη των νοικοκυριών ως ποσοστό του ΑΕΠ έχουν διπλασιαστεί από 34,7% στο τέλος του 2005 σε 45,3% στο τέλος του 2007 και συνεχίζουν να αυξάνονται με ταχύτερους ρυθμούς (Υπερχρέωση Νοικοκυριών, Οικονομικό Επιμελητήριο).
- Η συνεχής και άνιση φορολογική επιβάρυνση των εισοδημάτων των εργαζομένων καθώς και των συνταξιούχων είναι το βασικό χαρακτηριστικό του φορολογικού συστήματος, το οποίο παραμένει γραφειοκρατικό και αναποτελεσματικό. Επιπλέον η σχέση άμεσων και έμμεσων φόρων χειροτερεύει από χρόνο σε χρόνο (ΟΕΕ, Προτάσεις για το Φορολογικό σύστημα).
- Παρά τη μείωση των \_ημοσίων επενδύσεων έχουμε δημοσιονομική εκτροπή, με το Έλλειμμα του Κρατικού Προϋπολογισμού (της Γενικής Κυβέρνησης) από το 2,8% του ΑΕΠ το 2006 μετατράπηκε σε 3,6% το 2007 σε 5% του ΑΕΠ το 2008 και με πρόβλεψη της ΕΕ για το 2009 σε 5,1% του ΑΕΠ. Αναφορικά, ο επίσημος στόχος που έχει τεθεί είναι 3,7% του ΑΕΠ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή Μάιος 2009).

- Το χρέος της Γενικής Κυβέρνησης αυξάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια. Από 98,6% του ΑΕΠ το 2004 αυξήθηκε σε 95,9% το 2006, 94,8% το 2007, 97,6% το 2008 και για όσο αφορά το 2009 οι προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Μάιος 2009) ήταν αρνητικές, (103,4% δηλαδή επάνοδο στο επίπεδο του 1999), αν λάβουμε υπόψη μας τις υψηλές δανειακές ανάγκες για το τρέχον έτος και το κόστος δανεισμού του κράτους από τις διεθνείς κεφαλαιαγορές με την αύξηση των περιθωρίων των επιτοκίων για τη χώρα μας συγκριτικά με άλλες χώρες της ΕΕ (European Commission, Statistical Annex και Τράπεζα της Ελλάδος, Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας, Τεύχος, 110).

Τα ελλείμματα, το δημόσιο χρέος, η άνιση κατανομή των φορολογικών βαρών και του παραγόμενου πλούτου, καθώς και τα άλλα διαρθρωτικά προβλήματα της χώρας δεν είναι μονοσήμαντα. Αποτελούν τα αίτια της κρίσης ως αποτέλεσμα των χρόνιων διαρθρωτικών αδυναμιών και των πολιτικών που εφαρμόστηκαν, τα οποία και την αναπαράγουν. Έτσι, βασικό χαρακτηριστικό της κρίσης είναι η ανατροφοδότησή της, η οποία δημιουργεί νέα προβλήματα και ανισότητες, σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Σε ότι αφορά τη διεθνή κρίση, αυτή δεν οφείλεται σε συγκυριακούς λόγους. Είναι μια κρίση περισσότερο συστημική παρά κυκλική κρίση, που θίγει τα όρια του προτύπου παραγωγής και διανομής του πλούτου και γενικότερα το σύστημα αξιών. Αμφισβητείται δηλαδή η δομή και οι λειτουργίες των επιμέρους συστημάτων και αγορών.

Η κρίση, λοιπόν, παράχθηκε από το ίδιο το σύστημα, είναι το αποκορύφωμα της τριακονταετούς κυριαρχίας, σε παγκόσμιο επίπεδο, μιας οικονομικής θεώρησης και πολιτικής που βασίζεται στις πλήρως απελευθερωμένες και αυτορυθμιζόμενες αγορές με τη σταδιακή απομάκρυνση του κοινωνικού κράτους και των πολιτών από τις οικονομικές λειτουργίες. Βασισμένη στη λογική ότι η κυβερνητική δραστηριότητα πρέπει να περιοριστεί και να αντικατασταθεί από τις δυνάμεις της αγοράς οι οποίες και ξέρουν να αυτορυθμίζονται ώστε να δημιουργείται το καλύτερο αποτέλεσμα. Διότι όταν οι δυνάμεις της αγοράς λειτουργούν ανεξέλεγκτα, χωρίς αποτελεσματική ρύθμιση και εποπτεία δύνεται η δυνατότητα μεγαλύτερης ανάπτυξης των μεγάλων συμφερόντων, δημιουργώντας ανισότητες με αποτέλεσμα αντί να διασπείρουν τους κινδύνους αυτές τους αυξάνουν.

Οι ακολουθούμενες πολιτικές επιπλέον, οδήγησαν στην οικονομική κρίση, της οποίας ως μοναδική λύση πλέον διαφαίνεται η υιοθέτηση μιας κεϋνσιανής θεώρησης της οικονομίας και η άσκηση όλων εκείνων των ιδεών που την στοιχειοθετούν. (European Commission, Statistical Annex και Τράπεζα της Ελλάδος, Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας, Τεύχος, 110)

Είναι γνωστό ότι τα μέσα επεκτατικής δημοσιονομικής πολιτικής είναι λιγότερα από αυτά του παρελθόντος, λόγω των ελλειμμάτων και του χρέους, ενώ δεν υπάρχουν περιθώρια άσκησης μιας αυτόνομης νομισματικής πολιτικής καθώς αυτή ασκείται από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα στην οποία συμμετέχει και η Ελλάδα. Ο κρατικός παρεμβατισμός στην προσπάθεια του να ανακόψει την ανατροφοδότηση της κρίσης και την όξυνση των διαρθρωτικών ανισορροπιών με παραγωγικές δημόσιες δαπάνες, μπορεί πρόσκαιρα να οδηγήσει σε αύξηση του δημοσιονομικού ελλείμματος. Η ύπαρξη ελλειμμάτων σε περιόδους κρίσεων με μειωμένη συνολική ζήτηση δεν είναι κατά ανάγκη λανθασμένη αλλά επιβάλλεται για την σταθερότητα και την ανάκαμψη της οικονομίας.

Στην Ελλάδα, η χρηματοπιστωτική κρίση έφερε στην επιφάνεια χρόνιες παθογένειες του ελληνικού συστήματος που αγγίζουν τόσο το δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα. Η συμμετοχή της Ελλάδας στην ευρωζώνη και ο σχετικά εσωστρεφής χαρακτήρας της ελληνικής οικονομίας έχουν μειώσει μέχρι τώρα τις συνέπειες της κρίσης, που όμως προβλέπεται να γίνουν εντονότερες μέσα στο 2009. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα σχετίζονται κυρίως με την ποιότητα των δανείων που έχουν χορηγηθεί, συμπεριλαμβανομένων ειδικά των πιστωτικών και συναλλαγματικών κινδύνων στις βαλκανικές χώρες. Σε περίπτωση υποτίμησης των συναλλαγματικών ισοτιμιών στα Βαλκάνια, τα κεφάλαια των ελληνικών τραπεζών κινδυνεύουν να απομειωθούν σημαντικά.

Η ελληνική οικονομία είναι μέρος της ευρωπαϊκής και της παγκόσμιας οικονομίας και ταυτόχρονα είναι ελλειμματική. Η κυβέρνηση δανείζεται κάθε χρόνο δεκάδες δισεκατομμύρια ευρώ (44 εφέτος) για να καλύψει τις ανάγκες του δημοσίου αλλά και τους τόκους του εξωτερικού μας χρέους, που φτάνει τα 250δισ. ευρώ. Σε μια περίοδο όπου οι πιστώσεις έχουν σταματήσει, είναι δύσκολο να βρούμε δανεικά. Στο μεταξύ οι ελληνικές τράπεζες επίσης δεν βρίσκουν εύκολα δανεικά από το διεθνές

σύστημα και έτσι κόβουν τα δάνεια και δημιουργούν προβλήματα σε όλες τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες δανειολήπτες. Το υψηλό δημόσιο χρέος και το έλλειμμα των συναλλαγών μας με το εξωτερικό, το οποίο πλησιάζει τα 40 δισ. Ευρώ το 2009, είναι δύο από τα πολλά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Γενικότερα έχουμε πρόβλημα εσόδων. Η ελληνική οικονομία στηρίζεται κατά 50% στο δημόσιο (που έχει έλλειμμα και χρέος) και σε τέσσερις βασικούς κλάδους: στις τράπεζες που έχουν πρόβλημα, στη ναυτιλία που έχει καταρρεύσει παγκοσμίως, στην οικοδομή που έχει παγώσει και στον τουρισμό που αναμένεται ότι θα μειωθεί

σημαντικά. Όλοι οι άλλοι κλάδοι στηρίζονται σε αυτούς τους τέσσερις και στο δημόσιο και κανένας αυτή τη στιγμή δεν παράγει έσοδα. Ταυτόχρονα, η φοροδιαφυγή, η διαφθορά και η γραφειοκρατία έχουν καταδικάσει τον δημόσιο τομέα, που δυσκολεύεται να βοηθήσει σε περιόδους κρίσεως. ([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

Το κλείσιμο επιχειρήσεων, η μείωση της κατανάλωσης, η αύξηση της ανεργίας είναι τα άμεσα επακόλουθα της οικονομικής κρίσης για τα ελληνικά νοικοκυριά. Με εξαίρεση τους δημοσίους υπαλλήλους, οι υπόλοιποι δεν μπορούμε να θεωρούμε δεδομένη την επιβίωση της εταιρείας στην οποία δουλεύουμε ούτε τη δική μας παραμονή στην εργασία μας. Ακόμη και οι ελεύθεροι επαγγελματίες κινδυνεύουν από τη μείωση της κατανάλωσης, ενώ τα επιτόκια των δανείων αυξάνονται για όλους, δυσκολεύοντας την κατάσταση. Από την άλλη πλευρά, μικρή ανακούφιση προσφέρει η μείωση των τιμών και του πληθωρισμού λόγω χαμηλής ζήτησης. Αν πάντως η κυβέρνηση αποφασίσει να αυξήσει τους φόρους για να αντιμετωπίσει την κρίση, πρακτική που θα αποδειχθεί τραγικά λανθασμένη, τα νοικοκυριά θα υποφέρουν πολύ περισσότερο.

Η κυβέρνηση έχει ανακοινώσει μέτρα ενίσχυσης της ρευστότητας και των κεφαλαίων των τραπεζών με 28δισ. ευρώ, μέτρα μείωσης των δαπανών και αύξησης των φορολογικών εσόδων. Έβαλε επίσης πλαφόν στις αμοιβές των προέδρων των ΔΕΚΟ και ελέγχους στις αμοιβές των τραπεζικών στελεχών όσων τραπεζών χρησιμοποιούν την κρατική βοήθεια. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αμφισβητεί την αποτελεσματικότητα των μέτρων της ελληνικής κυβέρνησης και ενδέχεται να πιέσει και για τη λήψη επιπλέον μέτρων. Στο συρτάρι του υπουργού Οικονομίας υπάρχουν εισηγήσεις για την αύξηση των φόρων παρότι η παγκόσμια κοινότητα κινείται στην αντίθετη

κατεύθυνση. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέχρι στιγμής παραμένει προσηλωμένη στον στόχο της μείωσης του ελλείμματος κάτω από το 3% του ΑΕΠ.

Η λογική αυτή βεβαίως δεν λαμβάνει υπόψη τις τρέχουσες συγκυρίες. Αναμένεται όμως ότι οι ευρωπαίοι ηγέτες θα λάβουν μέτρα υποστήριξης των ευρωπαϊκών χωρών και θα αφήσουν για αργότερα τον στόχο μείωσης του ελλείμματος. Υπάρχει λοιπόν η εκτίμηση ότι η Επιτροπή τελικά θα χαλαρώσει ελαφρώς τις απαιτήσεις της για το ελληνικό έλλειμμα. Η κυβέρνηση έχει εγγυηθεί τις καταθέσεις ως 100.000 ευρώ ανά καταθέτη και ανά τράπεζα. Εξάλλου οι ίδιες οι τράπεζες εγγυώνται τις καταθέσεις ως τραπεζικό σύστημα συνολικά. Συνεπώς, ακόμη και αν κατέρρευε μια ελληνική τράπεζα, το τραπεζικό σύστημα συνολικά θα ανελάμβανε τις υποχρεώσεις της μέσω και των κρατικών τραπεζών.

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα μειώνει το επιτόκιο του ευρώ σε μια προσπάθεια στήριξης των τραπεζικών συστημάτων των χωρών – μελών. Αλλά οι τράπεζες συνεχίζουν να δανείζουν με υψηλά επιτόκια τους δανειολήπτες για να στηρίξουν τα έσοδά τους και να καλύψουν τις ζημιές που έχουν από επισφαλή δάνεια και τοξικές επενδύσεις. Βεβαίως αυτή η πρακτική θίγει το σύνολο της οικονομίας και δεν εξυπηρετεί τους σκοπούς για τους οποίους η κεντρική τράπεζα μειώνει τα επιτόκια, δηλαδή τη διευκόλυνση της χρηματοδότησης της οικονομίας. (European Commission, Statistical Annex και Τράπεζα της Ελλάδος, Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας, Τεύχος, 110)

### **4.3 Η οικονομική κρίση και ο εσωτερικός τουρισμός**

Στα μεγάλα αστικά κέντρα φαίνεται ότι παρέμειναν το φετινό καλοκαίρι το 69% των Ελλήνων, που λόγω της κρίσης δεν είχαν τη δυνατότητα να φύγουν έστω και για ολιγοήμερες διακοπές. Ακόμη και όσοι «ξέκλειψαν» κάποιες μέρες, η εξόρμησή τους ήταν λίγων ημερών, ενώ η μεγάλη πλειοψηφία επέλεξε την ασφαλή και οικονομική οδό κάποιου φιλικού ή συγγενικού εξοχικού, γλιτώνοντας έτσι τα έξοδα διαμονής.

Σε έρευνα του INKA, που δημοσιεύει η εφημερίδα «Ελεύθερος Τύπος», οι 7 στους 10 Έλληνες δεν έχουν κανονίσει και δεν πρόκειται να κανονίσουν διακοπές για φέτος. Το 69% εξ αυτών επικαλείται την οικονομική στενότητα, το 21% την

οικονομική αστάθεια και το 10% αναφέρει ότι δεν θα πάει διακοπές για επαγγελματικούς λόγους. ([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

Από αυτούς που έφυγαν για διακοπές, ένα 31% έλλειψε μέχρι 4 ημέρες, επειδή τα οικονομικά τους δεν τους επέτρεπαν περισσότερο. Ένα 25% πήγε διακοπές μίας εβδομάδας, ενώ μόλις το 15% είχε την πολυτέλεια διακοπών δύο εβδομάδων.

Οι περισσότεροι επέλεξαν ως τόπο διακοπών το χωριό τους ή εξοχικά σπίτια φίλων και συγγενών, «γλιτώνοντας» τα έξοδα διαμονής. Το 55% διέμεινε σε φιλικό ιδιόκτητο σπίτι και το 25% σε συγγενικό σπίτι. Ένα 20% δήλωσε ότι έκλεισε ξενοδοχείο. ([www.inka.gr](http://www.inka.gr))

Σύμφωνα με το INKA, το κόστος διαμονής και διατροφής 15 ημερών μιας τετραμελούς οικογένειας κοστίζει 3.000 ευρώ. Το ημερήσιο κόστος ξεκινά από 120 ευρώ για το ξενοδοχείο, ενώ τα μεταφορικά και γενικά έξοδα ξεκινούν από 120 ευρώ.

Δεν είναι λίγοι οι τουριστικοί επιχειρηματίες της Κρήτης που κάνουν λόγο για «ελεύθερη πτώση» του τζίρου τους, ενώ οι πιο μετριοπαθείς μιλούν για μείωση που αγγίζει το 15% με 20%. Σ' αυτές τις εκτιμήσεις πρέπει να προστεθεί και η αύξηση του ΦΠΑ στις υπηρεσίες εστίασης. Αύξηση, την οποία επωμίστηκαν κυρίως οι επιχειρηματίες μιας και η περιορισμένη κίνηση της αγοράς τους υποχρέωσε να «παγώσουν» τις τιμές τους στα περσινά επίπεδα.

Τις διαπιστώσεις των επιχειρηματιών, για τη φθίνουσα πορεία που διαγράφει ο τουρισμός, έρχεται να επιβεβαιώσει το Ινστιτούτο Καταναλωτών Ελλάδος (INKA). Σύμφωνα με πανελλαδική έρευνα που διεξήγαγε, προέκυψε ότι περισσότεροι από 62 στους 100 Έλληνες καταναλωτές δεν προγραμματίζουν, ούτε πιστεύουν ότι θα πραγματοποιήσουν διακοπές το φετινό καλοκαίρι.

Σ' αυτό το ποσοστό, αν συνυπολογιστεί το σχεδόν ένα εκατομμύριο άνεργοι που συνεχώς αυξάνονται, αλλά και οι «φωνές» διαμαρτυρίας εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα που έρχονται αντιμέτωποι με την «περικοπή διακοπών», ενδεχομένως ο

πραγματικός αριθμός των Ελλήνων που δε θα κάνει φέτος διακοπές στην Κρήτη αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα να είναι κατά τι μεγαλύτερος.

Οι αιτίες που κρατούν τους Έλληνες στα σπίτια τους αυτό το καλοκαίρι, εντοπίζονται πρωτίστως στην οικονομική και επαγγελματική αστάθεια που ταλανίζει τα ελληνικά νοικοκυριά, όπως αναφέρει το 82% των ερωτηθέντων, ενώ υπάρχει και ένα 10% που επικαλείται επαγγελματικές υποχρεώσεις.(www.inka.gr)

Η αλήθεια είναι, ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εργαζομένων, μέσα σε διάστημα δεκατεσσάρων μηνών σκληρής οικονομικής πολιτικής και απανωτών μέτρων λιτότητας είδαν το εισόδημα τους να περιορίζεται σε ποσοστό που αγγίζει το 25% σε ετήσια βάση. Μείωση η οποία όχι μόνο περιορίσε σημαντικά την αγοραστική δύναμη των Ελλήνων, αλλά τους δημιούργησε αυτομάτως και κλίμα αρνητικής ψυχολογίας.

Επιπλέον, σύμφωνα με τη μέτρηση του INKA, ένα ακόμα σημαντικό «χτύπημα» στον τουρισμό είναι η μείωση της χρονικής διάρκειας των διακοπών. Αναλυτικότερα, το 46% των τυχερών που θα παραθερίσουν το φετινό καλοκαίρι δε θα παραμείνουν στον τόπο που επισκέφτηκαν πάνω από μία εβδομάδα, ενώ μόλις το 25% θα επεκτείνει για τρεις ακόμα ημέρες τη διαμονή του στον τουριστικό του προορισμό.

Εντύπωση ακόμα προκαλεί, ότι μόνο το 1% θα πραγματοποιήσει διακοπές χρονικής διάρκειας που θα πλησιάσει τις τριάντα ημέρες. Στα παραπάνω απογοητευτικά στοιχεία, έρχεται να προστεθεί ένα ακόμα δεδομένο - πλήγμα για την οικονομία των τουριστικών περιοχών. Εφτά στους δέκα Έλληνες, είτε θα μείνουν σε ιδιόκτητο σπίτι, είτε θα φιλοξενηθούν σε οικία φίλων αφού όπως δηλώνουν «δεν υπάρχει η δυνατότητα ξενοδοχείου ή ενοικιαζόμενου δωματίου».(www.inka.gr)

Σχεδόν τρεις βασικούς μισθούς θα χρειαστεί μία οικογένεια σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας του INKA, για να κάνει διακοπές μίας μόλις εβδομάδας σε ένα νησί των Κυκλάδων. Το ποσό των 1750 ευρώ το οποίο μπορεί να φτάσει και τα 1900 ευρώ (με συντηρητικούς υπολογισμούς), περιλαμβάνει μεταφορικά έξοδα, διαμονή, σίτιση και ψυχαγωγία.

Ειδικότερα, μία τετραμελής οικογένεια με δύο ανήλικα παιδιά και αυτοκίνητο θα χρειαστεί να δαπανήσει 450 ευρώ για ακτοπλοϊκά εισιτήρια, ενώ για να γευματίσει σε μία ταβέρνα σε ένα κυκλαδίτικο νησί θα ξοδέψει περίπου 60 ευρώ.



Συγκριτικά με άλλους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, τα μεταφορικά έξοδα για τις Κυκλάδες αποτελούν μία μέση λύση. Καθώς για να ταξιδέψει μία οικογένεια στα Δωδεκάνησα θα χρειαστεί να ξοδέψει 550 ευρώ, ενώ πιο οικονομικός προορισμός αποδεικνύεται η Κρήτη, με το κόστος των ακτοπλοϊκών εισιτηρίων να ανέρχεται στα 400 ευρώ.

Μάλιστα τα φαινόμενα αυτά ενισχύθηκαν μετά τη ψήφιση του Νόμου 2070/2011, που «εξουσιοδότησε» τους ξενοδόχους να διαπραγματεύονται ελεύθερα τις τιμές των καταλυμάτων χωρίς το κράτος να είναι υποχρεωμένο να καθορίζει κατώτερες τιμές.

Χαρακτηριστικές είναι οι αναφορές Ελλήνων τουριστών οι οποίοι καταγγέλλουν ότι πλήρωσαν ακόμα και πέντε φορές παραπάνω για ένα δωμάτιο, σε δημοφιλείς προορισμούς, σε σχέση με τους ξένους τουρίστες.

Οι διαπιστώσεις των ντόπιων επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο, ότι η περιορισμένη τουριστική κίνηση τους «πνίγει» οικονομικά μπορεί εύκολα να επαληθευθεί και να εξακριβωθεί.

Εκείνο όμως που ακόμα είναι δυσδιάκριτο και δύσκολα αντιληπτό είναι οι ευρύτερες επιπτώσεις που θα έχει στο νησί μία παρατεταμένη «τουριστική ανομβρία». Η οικονομία του νησιού, είναι δομημένη τα τελευταία χρόνια, σχεδόν αποκλειστικά και μόνο στον τουρισμό. Οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν είναι οι μόνες που πλήττονται, ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματιών, που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως παρεμφερή επαγγέλματα, αφού αντιλαμβάνονται ότι οι συνέπειες της κρίσης στον τουρισμό θα αποκτήσουν χαρακτηριστικά αλυσιδωτής αντίδρασης.(www.inka.gr)

Αποδεικνύοντας τελικά, πως η βιομηχανία του τουρισμού, η ναυαρχίδα της ελληνικής οικονομίας όπως έχει χαρακτηριστεί από αρκετούς αναλυτές, σε αυτές τις δύσκολες στιγμές της ελληνικής οικονομίας μετατράπηκε σε τελευταία σανίδα σωτηρίας. Μία σανίδα σωτηρίας όμως, η οποία αδυνατεί όπως φαίνεται να αντέξει το βάρος μιας καταρρέουσας οικονομίας που απειλεί να παρασύρει μαζί της πολλά περισσότερα απ' όσα υπολογίσαμε.

## Συμπεράσματα

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

Αν θέλουμε, ο ανταγωνισμός να μην μας επηρεάσει, θα πρέπει ο εσωτερικός 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 της Περιφέρειας Κρήτης σε όλη την Ελλάδα. Να σταματήσει δηλαδή να βγαίνει προς τα έξω ότι η Κρήτη προσφέρει μόνο ήλιο, θάλασσα και ψυχαγωγία.

Ο εσωτερικός 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 της η πολιτιστική κληρονομιά του νησιού μας, προσπαθώντας να εξισορροπήσει τα πράγματα σε έναν τόπο και να προσφέρει ένα άλλο είδος τουριστικού προϊόντος. Ο πολιτιστικός τουρισμός από Έλληνες, για να το καταφέρει αυτό θέτει κάποιους βασικούς στόχους οι οποίοι είναι:

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

- Αμβλυνση 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.

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

Δεν έχει ακόμα ξεκαθαρίσει στη συνείδηση των τουριστικών επιχειρηματιών αν θέλουν μαζικό τουρισμό χαμηλής ποιότητας ή τουρισμό ανώτερου επιπέδου, ο οποίος προϋποθέτει όμως και αναβάθμιση του προσφερομένου τουριστικού προϊόντος. Με δεδομένη, βέβαια, και την κρίση που υπάρχει στις διεθνείς αγορές και η οποία δεν αφήνει ανεπηρέαστο και το τουριστικό προϊόν, θα πρέπει γίνουν πολλές παραχωρήσεις και εκ νέου σχεδιασμός της τουριστικής πολιτικής, προκειμένου να επιτευχθεί αυτό.

Η συμμετοχή και η προβολή του τουριστικού προϊόντος σε σημαντικές εκθέσεις του εξωτερικού είναι μια πρόταση. Ακόμα περισσότερο η αναζήτηση νέων αγορών που δεν έχουν εμφανίσει σημάδια κορεσμού όπως οι αγορές των ανατολικών χωρών θα ενίσχυαν σημαντικά τη ζήτηση του. Όμως, όλες οι ενέργειες που θα γίνονται θα πρέπει να κινούνται σε ορισμένους άξονες και κάτω από ένα κοινό πλαίσιο.

Δεν θα πρέπει για παράδειγμα οι επιχειρηματίες του τουρισμού, είτε αυτοί είναι ξενοδόχοι, είτε είναι εστιατόρες ή οτιδήποτε άλλο, να αναλώνονται σε αυτό το

ανελέητο κυνήγι τιμών που μόνο ζημιιά τους προσφέρει και υποβάθμιση στο τουριστικό προϊόν.

Οι αρμόδιες υπηρεσίες που έχουν συσταθεί για τον έλεγχο του τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να παρεμβαίνουν όποτε και όταν κρίνεται σκόπιμο, και έχοντας περισσότερο το χαρακτήρα συμβούλου για τις επιχειρήσεις. Θα πρέπει να τεθούν κάποια κριτήρια που θα αφορούν την ποιότητα, και των οποίων η εφαρμογή θα πρέπει να αποτελεί πρώτη προτεραιότητα για αυτές τις υπηρεσίες. Η ελαστική συμπεριφορά και η αδυναμία ελέγχου των επιχειρήσεων από πλευράς τους κράτους είναι ένας από τους λόγους που το τουριστικό προϊόν στην Κρήτη αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα είναι υποβαθμισμένο. Τέλος, θα πρέπει να γίνει συνείδηση σε όλους τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό, ότι ο τουρισμός με την παραδοσιακή του μορφή δεν είναι η μόνη πηγή εσόδων για αυτούς. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στα πλαίσια του εσωτερικού τουρισμού έχουν ήδη αρχίσει να εμφανίζονται, και μάλιστα σε τόπους όπως η Κρήτη που ενδείκνυται για τέτοιες μορφές, η πιθανότητα να προσελκυστούν και τέτοιοι επισκέπτες είναι πολύ μεγάλη.

Συμπερασματικά, η περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας οφείλεται στην απουσία ουσιαστικής τουριστικής πολιτικής για τον Έλληνα ταξιδιώτη.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Λαγός Δ., Καλιγιαννάκης Ι., Οικονομάκης Γ., Μιχαηλίδης Π., 2004, Περιφερειακή Διάρθρωση της Απασχόλησης στην Ελλάδα (1991-2001): Μια Εμπειρική Διερεύνηση, από το 2ο Διεθνές Συνέδριο «Διευρυμένη Ευρώπη και Περιφερειακές Ανισότητες», εκδόσεις: ΤΕΙ Ηπείρου, Πρέβεζα, σελ.: 491-514.
- Κούτουλας Δημήτρης και Μαρία Τασιούλα, (2003) Έρευνα Φορέων Τουριστικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης στο πλαίσιο του έργου, «Μελέτη για την αναδιάρθρωση και αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης». Αθήνα: ΕΕΟ Group & Kantor
- Λαγός Δ (2005), «*Τουριστική Οικονομική*». Εκδόσεις Κριτική . Αθήνα.
- Κομίλης Π. (1986). *Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού*, Αθήνα: ΚΕΠΕ
- Σταύρου, Σ. (1984), Η ανάπτυξη του Τουρισμού στην Ελλάδα την περίοδο 1969-80, ΕΟΤ, Αθήνα.
- Τσάρτας, Π. (1989), Κοινωνικές και Οικονομικές επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στο Νομό των Κυκλάδων και ιδιαίτερα στα νησιά Ίος και Σέριφος, κατά την περίοδο 1950-1980, ΕΚΚΕ, Αθήνα
- Τσάρτας Π. (1996). *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*. Αθήνα: Εξάντας
- Τσάρτας, Π, Θεοδωρόπουλος, Κ, Καλοκάρδου – Κραντονέλλη, Ρ, Μανώλογλου, Ε, Μαρούντας, Κ, Παππάς, Π., Φακιολάς, Ν. (1995), *Οι Κοινωνικές επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου*, ΕΚΚΕ, ΕΟΤ
- Υπερχρέωση Νοικοκυριών, Οικονομικό Επιμελητήριο
- ΟΕΕ, Προτάσεις για το Φορολογικό σύστημα
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή Μάιος 2009
- European Commission, Statistical Annex και Τράπεζα της Ελλάδος, Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας, Τεύχος, 110

- Ζοπουνίδης Κ., Σίσκος Γ., (2006), «Τουριστικό Μάνατζμεντ»
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή Μάιος 2009
- Γούναρης, Σ (2005). Πανεπιστημιακές Σημειώσεις στο μάθημα «Τουριστικό Μάρκετινγκ»
- (Πατσουράτης Β.,2002). Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα, Ινστιτούτο τουριστικών ερευνών και προβλέψεων. Αθήνα, 2002
- Gartner C. W., τουριστική ανάπτυξη. αρχες, Διαδικασίες και πολιτικές, εκδόσεις «ελλην», αθηνα 2001.
- Γρηγόρης Θ. Παπανίκος, Οι Ελληνικές Τουριστικές Εισπράξεις, Αθήνα,
- Ι.Τ.Ε.Π., 2005
- Ηγουμενακης,Λυτρας,Κραβαριτης,1999/εισαγωγή στον τουρισμο/σελ..111-129

### **Ξένη βιβλιογραφία**

- The WTTC Report-1992 complete edition: Travel & Tourism, London, United Kingdom, 1992
- Tourism & Development, Cambridge University Press, 1973
- Trade Promotion Series No.113
- Gilbert Sigaux, "The History of Tourism," Dictionnaire Universel du XIXE Siecle, Geneva, Switzerland: Edito service Ltd., 1876

### **Διαδίκτυο**

- [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
- [www.yahoo.gr](http://www.yahoo.gr)
- [www.inka.gr](http://www.inka.gr)
- <http://www.crete.gov.gr>
- [www.eot.gr](http://www.eot.gr)
- [www.in.gr](http://www.in.gr)

- [www.icap.gr](http://www.icap.gr)
- [www.sete.gr](http://www.sete.gr)