



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

---

**ΕΡΕΥΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ,  
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΒΑΘΜΟΥ  
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΤΟΥ  
ΔΗΜΟΥ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ ΚΡΗΤΗΣ**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγητές: Γεώργιος Αγγελάκης 142 , Δέσποινα Μουτσάκη 1148

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©  
2017



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS**

**DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING**

---

**RESEARCH FOR THE  
CHARACTERISTICS, ATTITUDES AND  
THE DEGREE OF SATISFACTION OF  
VISITORS IN IERAPETRA CRETE**

---

**DIPLOMA THESIS**

---

Students: Georgios Angelakis 142 , Despoina Moutsaki 1148

Supervisor: Dr. Nikolaos Trihas

©  
**2017**

**Υπεύθυνη Δήλωση:** Βεβαιώνουμε ότι είμαστε συγγραφείς αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχαμε για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχουμε αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες κάναμε χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνουμε ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμάς προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή παρουσιάζει τις προτιμήσεις και τις γνώμες των επισκεπτών που έρχονται την Ιεράπετρα ως τουρίστες. Αρχικά γίνεται μια αναφορά στον Μεσογειακό τουρισμό, την ταχύτερη ανάπτυξή του και την προβληματική που αναπτύχθηκε, δίνοντας παράλληλα τις προτάσεις που θα οδηγήσουν σε μια βιώσιμη προσέγγιση του τουρισμού, αναλύοντας και τους παράγοντες που ρυθμίζουν την προσφορά και την ζήτηση. Έπειτα, δίνονται πληροφορίες για την Ιεράπετρα και εν συνεχεία παρουσιάζονται οι απαντήσεις των τουριστών της πόλης σχετικά με την ικανοποίησή τους ή μη από την διαμονή τους, τους χώρους και τα μνημεία της πόλης. Στο τέλος εξάγονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτή την έρευνα και γίνονται προτάσεις βελτίωσης και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της πόλης.

**Λέξεις Κλειδιά:** Τουρισμός, Τουριστικό Marketing, Έρευνα ικανοποίησης, Ιεράπετρα

## **ABSTRACT**

This paper presents the preferences and the attitudes of tourists visiting Ierapetra. Initially a reference is made to the Mediterranean tourism, its rapid growth and the debate that has arose, giving suggestions at the same time that will lead to a sustainable approach of tourism by analysing the factors that determine supply and demand. Information is then given regarding Ierapetra as well as answers of tourists about the degree of satisfaction during their stay in the wider area and visits to the landmarks. At the end, conclusions from this research are drawn and suggestions are made regarding the improvement and upgrade of the tourist product of the city.

**Keywords:** Tourism, Tourism marketing, Satisfaction research, Ierapetra

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
1.1 Τουρισμός: ορισμός και έννοιες.....	1
1.2 Παράγοντες επηρεασμού του παγκόσμιου τουρισμού .....	2
1.3 Μεσογειακός Τουρισμός.....	8
1.4 Κύρια Χαρακτηριστικά του Τουρισμού στη Μεσόγειο .....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	11
2. Η πόλη και η περιοχή της Ιεράπετρας.....	11
2.1 Γενικά Στοιχεία .....	11
2.2 Η Ιεράπετρα Σήμερα .....	12
2.3 Η τουριστική ζήτηση στην Ιεράπετρα .....	13
2.4 Τουριστική Προσφορά.....	14
2.4.1. Οι υποδομές.....	14
2.4.2. Αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι.....	18
2.4.3 Οι παραλίες.....	20
2.4.4 Φαράγγια .....	23
2.4.5. Λοιπά αξιοθέατα.....	25
2.4.6 Τοπική κουζίνα.....	27
2.4.7 Πολιτιστικές εκδηλώσεις.....	31
2.5 Η τουριστική ανάπτυξη στην Ιεράπετρα και προοπτικές .....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	36
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	39
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	39
4.1 Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας.....	39
4.2 Ανάλυση Ποιοτικών χαρακτηριστικών έρευνας.....	50
4.3 SWOT Analysis της Ιεράπετρας ως τουριστικός προορισμός.....	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	61
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ .....	61
Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ .....	62

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας Α	17
Πίνακας Β	18
Πίνακας Γ	18
Πίνακας 1 Δημογραφικά στοιχεία	38
Πίνακας 2 Λόγοι επιλογής διακοπών	39
Πίνακας 3 Από πού ενημερώθηκαν για την Ιεράπετρα σαν τουριστικό προορισμό	40
Πίνακας 4 Επιλογή καταλύματος	41
Πίνακας 5 Επιλογή μεταφορικού μέσου	42
Πίνακας 6 Αξιοθέατα που επισκέφθηκαν	43
Πίνακας 7 Κύρια πηγή αναζήτησης πληροφοριών για την Ιεράπετρα	44
Πίνακας 8 Στατιστική σημαντικότητα παραγόντων ικανοποίησης τουριστών από διαμονή στην Ιεράπετρα	45
Πίνακας 9 Στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ικανοποίησης τουριστών από τον τόπο διαμονής τους	46
Πίνακας 10 Στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ικανοποίησης τουριστών από την διατροφή τους στην Ιεράπετρα	47
Πίνακας 11 Πιθανότητα επίσκεψης στο μέλλον και συστάσεις	48

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Οι συγγραφείς θέλουν να εκφράσουν πολλές εγκάρδιες ευχαριστίες στον καθηγητή και επιβλέποντά τους Κο Τριχά Νικόλαο για την αμέριστη συμπαράσταση και κατανόησή του στη πορεία συγγραφής της παρούσης.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία θα επιχειρηθεί να ερευνηθούν οι θετικές και αρνητικές γνώμες των τουριστών, Ελλήνων και ξένων, αναφορικά με την επιλογή τους να επιλέξουν ως χώρο διακοπών τους την Ιεράπετρα. Η εργασία περιλαμβάνει δυο μέρη. Στο πρώτο γίνεται μια σύντομη παρουσίαση του θεωρητικού πλαισίου του τουρισμού με προβληματισμούς που αναπτύσσονται γενικότερα για τις αρνητικές επιδράσεις του και στους τρόπους προσπέλασης αυτών των κινδύνων, ενώ παράλληλα δίδεται και μια σύντομη κατατοπιστική εικόνα της Ιεράπετρας, καθώς η έρευνα αφορά αποκλειστικά αυτή την περιοχή. Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων που κλήθηκαν να απαντήσουν οι τουρίστες σχετικά με τα σημεία που τους ενθουσίασαν και αυτά που τους απογοήτευσαν και θα επιχειρηθεί να γίνει μια καταγραφή συμπερασμάτων από αυτές τις απαντήσεις. Ευελπιστούμε τα συμπεράσματα της έρευνας να μελετηθούν από τους αρμόδιους φορείς και έτσι να γίνει μια ακόμα προσπάθεια ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η Ιεράπετρα.

### ***1.1 Τουρισμός: ορισμός και έννοιες***

Η λέξη τουρισμός στην ελληνική γλώσσα προέρχεται από την γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει «γύρος» δηλαδή πορεία όπου ο περιηγητής επιστρέφει στο σημείο αφετηρίας του. Η λέξη εκφράζει αυτό που κάνει και εκείνος που σήμερα αποκαλείται «τουρίστας»: Ταξιδεύει και διαμένει προσωρινά σε ένα τόπο, ασχολείται με δραστηριότητες κυρίως αναψυχής και επιστρέφει μετά από ένα σύντομο συνήθως χρονικό διάστημα στον τόπο της μόνιμης κατοικίας του. Κατά βάση, αυτό είναι το νόημα που έχει αποδοθεί στην έννοια «τουρισμός» και στους ορισμούς που έχουν δοθεί από διάφορους ειδικούς κατά καιρούς.

Ο πρώτος καταγεγραμμένος ορισμός του τουρισμού δόθηκε το 1942 και ανήκει στους Hunziker και Krapf: *«ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφ' όσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δεν λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία - εκδήλωση στην περιοχή»*. Δώδεκα χρόνια αργότερα, ο Joshke προσεγγίζει πρώτος τον

τουρισμό ως καταναλωτική ανάγκη, ενώ το 1974 ο Walterspiel τον ορίζει ως «μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης» και αναλύει τις οικονομικές του επιπτώσεις. Ο Kaspar προσέγγισε την έννοια του τουρισμού ως σύστημα, λέγοντας ότι αποτελεί «το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο, ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας». Σήμερα, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO) : «Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά.». Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.) ορίζει ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993), ενώ κατά την Κοινωνία των Εθνών (1937) «τουρίστας αποκαλείται κάθε άτομο που ταξιδεύει για μια περίοδο μεγαλύτερη από 24 ώρες σε τόπο διαφορετικό από αυτό που έχει τη μόνιμη κατοικία του».

Οποιοδήποτε πάντως από τους ορισμούς του τουρισμού κι αν ασπαστεί κανείς, ένα είναι το δεδομένο σήμερα: αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες οικονομικές βιομηχανίες παγκόσμια και είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς κλάδους που αφορούν το συνάλλαγμα και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ταυτόχρονα, προωθεί με αποτελεσματικό τρόπο την κοινωνική και πολιτιστική προσέγγιση των λαών και συμβάλλει στη διατήρηση της παγκόσμιας ειρήνης.

## **1.2 Παράγοντες επηρεασμού του παγκόσμιου τουρισμού**

Ένας βασικός παράγοντας εξέλιξης του παγκόσμιου τουρισμού είναι η επιστημονική και τεχνολογική πρόοδος. Η πρόοδος αυτή έχει οδηγήσει σε αύξηση του μέσου όρου ζωής και οι εκτιμήσεις τουλάχιστον για τις ανεπτυγμένες χώρες της Δύσης είναι ιδιαίτερα αισιόδοξες. Έτσι αυτή η αύξηση του μέσου όρου ζωής δημιουργεί ένα μεγαλύτερο πλήθος ανθρώπων έτοιμο να ταξιδέψουν. Και αυτό συμβαίνει γιατί τα άτομα αυτά σε αντίθεση με το παρελθόν επιθυμούν να συνεχίσουν δραστηριότητες της ζωής τους τις οποίες έκαναν και παλαιότερα όπως τα ταξίδια. Άλλωστε το μορφωτικό επίπεδο έχει αυξηθεί και η ευζωία

προβάλλεται όλο και περισσότερο ως ιδανικό που πρέπει ο άνθρωπος να υπηρετεί. Η τεχνολογική βέβαια εξέλιξη επηρέασε άμεσα και την τουριστική βιομηχανία. Οι ξενοδοχειακές μονάδες ακολουθώντας τους ρυθμούς της εποχής χρησιμοποιούν κατά κόρον το διαδίκτυο και την εικονική πραγματικότητα για να προσελκύσουν πελάτες αφενός και να διευκολύνουν την οργάνωση τους αφετέρου.

Ο ελεύθερος χρόνος αποτελεί επίσης έναν βασικό παράγοντα που θα επηρεάσει το μέλλον του τουρισμού. Αναμφισβήτητα ο ελεύθερος χρόνος στην εποχή μας έχει αυξηθεί σε σύγκριση με παλαιότερες εποχές. Η καθιέρωση του οκτάωρου, της υποχρεωτικής άδειας των εργαζομένων και η τεχνολογική εξέλιξη που βοήθησε την επικοινωνία, την πληροφόρηση και την τελειοποίηση των μέσων μεταφοράς οπωσδήποτε αύξησαν τον ελεύθερο χρόνο των ανθρώπων. Από την άλλη όμως πλευρά η τεχνολογία στέρησε τον ελεύθερο χρόνο του ανθρώπου. Είναι αυτό που έχει λεχθεί ότι με το ένα χέρι δίνει και με το άλλο τον παίρνει. Μέσα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε η πίεση της αύξησης της παραγωγικότητας, οι αυθαιρεσίες και οι καταπατήσεις της εργατικής νομοθεσίας και η φυσική και ψυχολογική εξάντληση του ανθρώπου μέσα στις σύγχρονες μεγαλουπόλεις στερούν κάθε δυνατότητα εξοικονόμησης ελεύθερου χρόνου και ορθής αξιοποίησής του.

Από τα παραπάνω όμως προκύπτει ότι ο διαθέσιμος χρόνος του ανθρώπου κατά ένα μεγάλο ποσοστό θα χρησιμοποιηθεί για διακοπές. Πλέον μέσα στο περιβάλλον που σε αδρές γραμμές περιγράψαμε οι διακοπές δεν αποτελούν μια πολυτέλεια όπως σε προηγούμενες ιστορικές περιόδους, αλλά μια αναγκαιότητα των ανθρώπων προκειμένου να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της σύγχρονης κοινωνίας. Η επιλογή τώρα του τόπου διακοπών πέρα από τα οικονομικά δεδομένα σχετίζεται με τις συνθήκες ζωής που ζουν. Οι περισσότεροι που διαβιούν σε μεγάλα αστικά κέντρα, με όλα τα προβλήματα που τα συνοδεύουν, όπως περιβαλλοντικά, κυκλοφοριακό και άλλα, θα επιλέξουν σίγουρα περιοχές οι οποίες θα διακρίνονται για το φυσικό τους περιβάλλον, τη θάλασσα και τις παραλίες, και τον πιο παραδοσιακό τρόπο ζωής.

Επομένως οι ειδικοί που ασχολούνται με την τουριστική επιστήμη έχοντας υπόψη τους όλα τα παραπάνω σχεδιάζουν μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη κινούμενη σε πολλούς άξονες όπως τον οικονομικό, τον κοινωνικό, αλλά και τον περιβαλλοντικό. Αυτή λοιπόν η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη είναι αναγκαίο να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί κεντρικά και περιφερειακά. Ξεκινώντας από το διεθνές επίπεδο και καταλήγοντας στο περιφερειακό. Κεντρικός άξονας της βιώσιμης ανάπτυξης είναι η στόχευση στον ποιοτικό τουρισμό και όχι

στην ποσότητα. Έχει παρατηρηθεί σε αρκετές περιπτώσεις ότι η μεγάλη εισροή τουριστών οδηγεί σε μια ποιοτική υποβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται και σε μια περιβαλλοντική κρίση. Το αποτέλεσμα επομένως για τις περιοχές, αλλά και για τους ίδιους τους επισκέπτες δεν είναι ικανοποιητικό.

Γι' αυτό τον λόγο προτείνεται η κατάργηση της «τουριστικής μονοκαλλιέργειας». Πρέπει να καλλιεργηθούν σύγχρονες μορφές τουρισμού που να συνάδουν περισσότερο με τις σύγχρονες ανάγκες όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, η θαλασσοθεραπεία, ακόμα και ο ιατρικός τουρισμός. Η στόχευση αυτή θα αφορά όχι τόσο στην ποσότητα αλλά στην ποιότητα των τουριστών και στην αύξηση των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων που μπορούν να πραγματοποιήσουν ώστε να αποκομίσουν τα μεγαλύτερα οφέλη τόσο οι επιχειρηματίες του τουρισμού, και οι τουριστικές περιοχές κατ' επέκταση, όσο και οι ίδιοι οι τουρίστες-επισκέπτες. Ακόμα γίνονται προσπάθειες να διευρυνθεί ο χρόνος της τουριστικής περιόδου καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Πρέπει να επισημανθεί ότι ο εποχικός τουρισμός δημιουργεί αρκετά κοινωνικά προβλήματα στις περιοχές αφού παρουσιάζεται το φαινόμενο της ανεργίας ιδιαίτερος έντονο και έτσι οδηγείται η περιοχή αυτή σε μια «ερήμωση» την περίοδο της νεκρής τουριστικής περιόδου. Η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου μπορεί να γίνει με την πραγματοποίηση συνεδρίων και εκδηλώσεων και στη συνέχεια να γίνει προσπάθεια για επίτευξη τουρισμού δωδεκάμηνης διάρκειας. Τα κονδύλια για την επίτευξη αυτού του στόχου μπορούν να συλλεχθούν είτε από τα προγράμματα αναπτυξιακών δράσεων διεθνών οργανισμών (π.χ. Ευρωπαϊκή Ένωση), είτε από το κεντρικό κράτος, είτε κυρίως από τον ιδιωτικό τομέα της περιοχής που επί της ουσίας θα είναι αυτός που θα ευεργετηθεί περισσότερο από τις συγκεκριμένες αλλαγές.

Παράλληλα πρέπει να δοθεί έμφαση στη στήριξη και ανάπτυξη και των δυο άλλων τομέων παραγωγής, του πρωτογενούς και του δευτερογενούς. Ο τελικός στόχος αυτής της πολιτικής εστιάζεται στη μείωση της τουριστικής μονοκαλλιέργειας και των παρενεργειών που έχει στο σύνολο της τοπικής οικονομίας. Επίσης, πρέπει να βελτιωθούν οι πολιτικές ενθάρρυνσης της απασχόλησης (τόσο από το κράτος, όσο και από τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην περιοχή). Η μείωση της ανεργίας και της εποχικότητας της εργασίας μπορεί να φέρει μεγαλύτερη τοπική κατανάλωση και οικονομική άνθιση των τοπικών εμπορικών επιχειρήσεων των τουριστικών προορισμών.

Παρατηρείται λοιπόν η προσπάθεια δημιουργίας ενός μακροπρόθεσμου σχεδίου δράσης σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο σχετικά με τον τουρισμό. Η πολιτική αυτή

πρέπει να διέπεται από συγκεκριμένες αρχές. Ο στόχος είναι να εξισορροπηθούν αυτές οι αρχές και συγκεκριμένα να συνδεθούν αρμονικά η οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής με τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, αλλά και με την εξυπηρέτηση των τοπικών συμφερόντων. Πολύ συχνά οι τρεις αυτοί άξονες δεν λειτουργούν αρμονικά. Τότε ελλοχεύει ο κίνδυνος δημιουργίας κοινωνικών εντάσεων όταν τα τουριστικά οφέλη δεν έχουν άμεση επίδραση στο σύνολο ή έστω στο μεγαλύτερο κομμάτι της τοπικής κοινωνίας.

Το ερώτημα λοιπόν που τίθεται αυτομάτως είναι πως θα γίνει αυτή η εξισορρόπηση των σύγχρονων αξόνων πολιτικής ανάπτυξης του τουρισμού ώστε να επιτευχθεί η μεγαλύτερη κατά το δυνατόν ωφέλεια στο μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού μιας τοπικής κοινωνίας. Αρχικά θα πρέπει να υπάρξει μια βιώσιμη κοινωνική προσέγγιση του τουρισμού. Στόχος είναι η ενδυνάμωση των ιδιαίτερων πολιτιστικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών της τοπικής οικονομίας που μπορεί να επιτευχθεί με την ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών και του τρόπου της κοινωνικής δραστηριοποίησης των ντόπιων. Με αυτό τον τρόπο δίδεται η δυνατότητα να μειωθεί η άκριτη αφομοίωση ξενόφερτων προτύπων και να ισχυροποιηθούν οι τοπικοί δεσμοί και οι προσπάθειες ανάδειξης της τοπικής κληρονομιάς. Μια τέτοια προσπάθεια θα οδηγήσει σε μια αναθέρμανση της τοπικής κοινωνίας και ιδιαίτερα των νέων με την παράδοση. Χοροί, τραγούδια συνήθειες τοπικές ή εθνικές διανθισμένες με ξεχωριστά και ιδιαίτερα έθιμα των τοπικών περιοχών θα κάνουν τους πολίτες να ενδιαφερθούν γι' αυτά, να τα διατηρήσουν και να τα κρατήσουν αναλλοίωτα, αφού αφενός αποτελούν το στοιχείο διαφοροποίησης τους από τους υπολοίπους πληθυσμούς, όχι μόνο άλλων χωρών, αλλά και άλλων περιοχών της κάθε χώρας, αφετέρου κερδίζει η τοπική κοινωνία είτε σε επίπεδο οικονομικό, είτε σε επίπεδο κύρους αφού πάντοτε τα ιδιαίτερα έθιμα τοπικών περιοχών προσελκύουν το μεγαλύτερο κομμάτι των τουριστών ξένων ή από την ίδια την χώρα. Έτσι συνδυάζεται η τουριστική ανάπτυξη, με την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και η διατήρηση της παραδοσιακής φυσιογνωμίας, κουλτούρας και εθνικής/τοπικής ταυτότητας των περιοχών αυτών.

Μια ακόμα σημαντική παράμετρος στην βιώσιμη κοινωνική προσέγγιση του τουρισμού είναι η συμμετοχή της τοπικής κοινότητας στη λήψη των αποφάσεων όσον αφορά την τουριστική πολιτική. Μ' αυτόν τον τρόπο τα αποτελέσματα θα είναι πιο επιτυχημένα, ενώ παράλληλα κάμπτονται οι όποιες αντιρρήσεις ή εναντιώσεις των πολιτών και οι συγκρούσεις, καθώς η πολιτική αυτή θα είναι αποτέλεσμα και της βούλησης των ίδιων των πολιτών.

Κάτι άλλο που θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα σε κοινωνικό επίπεδο είναι η προσπάθεια επίτευξης της όσο το δυνατόν μεγαλύτερης κοινωνικής συνοχής. Παρ' όλο που στις περισσότερες τουριστικές περιοχές αρκετές γυναίκες εργάζονται στις τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, η αναλογία με τους άντρες είναι πολύ μικρή σε σχέση με αυτές που έχουν καταφέρει να ανελιχθούν σε διευθυντικές θέσεις (Παππάς, 2006). Η προώθηση του δικαιώματος της εργασίας μεταξύ των ανδρών και γυναικών μπορεί να μειώσει τις προστριβές που παρουσιάζονται στα φύλα και να αυξήσει τις πιθανότητες εξεύρεσης καλύτερου προσωπικού στις επιχειρήσεις αφού θα υπάρχει ισονομία εργασιακών ευκαιριών. Περαιτέρω προσπάθειες επιβάλλεται να υπάρξουν αναφορικά με την ενίσχυση της απασχόλησης ώστε να υπάρξει μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή. Οι εν λόγω πολιτικές πρέπει να ελέγχονται και να υποστηρίζονται από το κράτος ώστε να μπορέσει να δημιουργηθεί ένα «δίχτυ κοινωνικής προστασίας» για τους οικονομικά και κοινωνικά ασθενέστερους.

Θα πρέπει ακόμα να υπάρξει μια στοχευμένη προσπάθεια ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και πειθούς του ντόπιου πληθυσμού, σε σχέση με τους τουρίστες. Πολλοί κάτοικοι οι οποίοι θεωρούν ότι ο τουρισμός δεν τους επηρεάζει στην οικονομική τους ζωή είναι αρνητικοί απέναντι στους τουρίστες, συχνά αγενείς, ενώ όχι σπάνια αναπτύσσουν ρατσιστικές απόψεις ή υιοθετούν συμπεριφορές που δεν συνάδουν με το επίπεδο πολιτισμού μας. Ακόμα χειρότερο είναι όταν οι συμπεριφορές αυτές αναπτύσσονται από επιχειρηματίες ή από άτομα που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό. Η ενημέρωση σίγουρα μπορεί να προσφέρει πολλά και να καταφέρει να απομακρύνει πολλά αρνητικά φαινόμενα στον χώρο του τουρισμού. Έτσι θα μπορέσει να υπάρξει μια άμβλυνση των φαινομένων κοινωνικής παθογένειας και μια γενικότερη κατανόηση των θετικών επιδράσεων του τουρισμού σ' όλα τα επίπεδα της κοινωνίας και όχι μόνο στο οικονομικό. Η ορθή στάση των ατόμων απέναντι σ' άλλους συνανθρώπους ανεξαρτήτως καταγωγής, χρώματος ή θρησκείας συμβάλλει στην εδραίωση των ανθρωπιστικών ιδανικών και στην παγίωση ενός δημοκρατικού ήθους το οποίο ξεπερνά τα στενά όρια του τουριστικού ενδιαφέροντος και απευθύνεται σε ένα επίκαιρο αίτημα της σύγχρονης κοινωνίας αυτό της προσέγγισης των ανθρώπων και της αποφυγής ρατσιστικών φαινομένων ή άλλων διαδικασιών που φαλκιδεύουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και περιθωριοποιούν τους ανθρώπους. Γι' αυτό άλλωστε λέγεται ότι ο καλύτερος τρόπος αποφυγής του ρατσισμού μετά την παροχή ανθρωπιστικής παιδείας είναι τα ταξίδια.

Τέλος πρέπει να γίνει και μια αναφορά στην περιβαλλοντική προσέγγιση του τουρισμού. Είναι αυταπόδεικτο το γεγονός ότι η μαζική εισροή πληθυσμών μια

συγκεκριμένη χρονική περίοδο, σε ένα συγκεκριμένο τόπο δημιουργεί από μόνο του περιβαλλοντικά ζητήματα. Ταυτόχρονα η οικιστική ανάπτυξη αλλά και η συνακόλουθη βιομηχανική και εμπορική κίνηση έχει το ανάλογο οικολογικό τίμημα, όπως για παράδειγμα στα δάση, τις παραλίες και στον υδροφόρο ορίζοντα της περιοχής. Σ' αυτό μπορεί να προστεθεί η επιβαρυσμένη κυκλοφοριακή κίνηση και η ανάγκη περισσότερης ενέργειας για την ικανοποίηση των αναγκών του αυξημένου πληθυσμού. Όλα αυτά υποδεικνύουν και την ανάγκη πολιτικών στόχευσης της αντιμετώπισης αυτών των οικολογικών προβλημάτων, στην προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού (οικοτουρισμός, ορειβατικός τουρισμός, κλπ) σε μη τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές. Επίσης κρίνεται αναγκαία η προστασία των φυσικών πόρων, με τη δυνατόν μεγαλύτερη ισομερή κατανομή του τουριστικού ρεύματος. Τουριστικά κορεσμένες περιοχές μπαίνουν στο στόχαστρο ώστε τουριστικά - πληθυσμιακά να αποδυναμωθούν και να πραγματοποιηθούν σοβαρές παρεμβάσεις για την αποκατάσταση των περιβαλλοντικών καταστροφών που παρουσιάζουν (εδαφική διάβρωση, αποψίλωση των δασών κλπ).

Ιδιαίτερη βαρύτητα πρέπει να δοθεί στη διαχείριση των υδάτινων και ενεργειακών πόρων. Αναφορικά με τους υδάτινους πόρους, πολλές περιοχές αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα λόγω του ότι είναι περιορισμένοι, ενώ κάποιες άλλες (π.χ. Ρόδος) το πρόβλημα δεν είναι η έλλειψη αλλά η αλόγιστη χρήση τους που έχει επιφέρει αλλοιώσεις στην ποιότητα του πόσιμου ύδατος (Παππάς, 2006). Απαιτείται λοιπόν μια πιο ορθολογική χρήση και διαχείρισή τους. Ενεργειακά κρίνεται αναγκαίο να αναπτυχθούν οι εναλλακτικές πηγές ενέργειας (αιολική, ηλιακή) ενώ παράλληλα πρέπει να συντελεστούν προσπάθειες ελέγχου της ενεργειακής κατανάλωσης ιδιαίτερα κατά την περίοδο της τουριστικής αιχμής. Μεγαλύτερες προσπάθειες πρέπει να υπάρξουν στη διαχείριση και απόθεση των απορριμμάτων και αποβλήτων και την περαιτέρω ανάπτυξη βιολογικών καθαρισμών. Επιπρόσθετα κρίνεται αναγκαία η περιβαλλοντική εκπαίδευση της τοπικής κοινωνίας, και η κατανόηση της σημαντικότητας της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος. Επίσης, πρέπει συνεχώς να δημιουργούνται περαιτέρω ελεγκτικοί μηχανισμοί και να αναβαθμίζονται οι ήδη υπάρχοντες, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία των τουριστικών και ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Τέλος κρίνεται αναγκαία η αρτιότερη ενημέρωση για τις προοπτικές αναβάθμισης της ποιότητας του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος μέσω των πλαισίων της περιβαλλοντικής προστασίας.

### **1.3 Μεσογειακός Τουρισμός**

Λέγοντας «Μεσογειακό τουρισμό» εννοούμε τον τουρισμό ο οποίος αναπτύχθηκε στις παραλιακές και νησιωτικές περιοχές της Μεσογείου σε μαζικό επίπεδο κυρίως μετά την περίοδο του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου (από το 1945 και εξής).

Η Μεσόγειος αποτελεί τον πιο διάσημο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Ο διεθνής μαζικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές της λεκάνης της Μεσογείου ύστερα από το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Τη δεκαετία του '50 ο τουρισμός αναπτύχθηκε σε πολλές περιοχές της Ισπανίας και της Ιταλίας. Τη δεκαετία του '60 η τουριστική ανάπτυξη άρχισε να εμφανίζεται σε περιφέρειες της Ελλάδας, της Μάλτας, της Κύπρου και των χωρών της πρώην Γιουγκοσλαβίας, ενώ παράλληλα αυξήθηκε ραγδαία και ο αριθμός των τουριστών. Από τη δεκαετία του '70 ο μαζικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται νοτιότερα σε χώρες όπως το Μαρόκο και η Τυνησία (Bramwell, 2003). Έτσι η περιοχή της Μεσογείου έγινε παγκοσμίως το πιο δημοφιλές κέντρο μαζικού τουρισμού. Αυτή η τουριστική ανάπτυξη στο Μεσογειακό χώρο επέφερε πολλές αλλαγές στην τουριστική πρακτική και πολιτική. Οι εν λόγω αλλαγές αποτέλεσαν θεματικές σημαντικού ενδιαφέροντος για την τουριστική ανάπτυξη των παράκτιων και νησιωτικών περιοχών σε όλο τον κόσμο.

Η πολύ μεγάλη άνθηση του τουρισμού στην περιοχή της Μεσογείου έφερε και μια σειρά ανακατατάξεων, οικονομικών και κοινωνικών στις περιοχές αυτές. Οι επιπτώσεις του τουρισμού ήταν καταλυτικές και επηρέασαν άμεσα τις κοινωνικοοικονομικές δομές. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτές οι αλλαγές δεν οφείλονταν μόνο στην τουριστική ανάπτυξη, αλλά ήταν και αποτέλεσμα και άλλων παραγόντων. Για παράδειγμα, οι μεταβολές που πραγματοποιήθηκαν και οδήγησαν στη μετάβαση από τις παραδοσιακές μεθόδους καλλιέργειας σε πιο σύγχρονες, αξιοποιώντας την επιστημονική και τεχνολογική πρόοδο. Επίσης αναπτύχθηκε η οικοδομική δραστηριότητα σε πολύ μεγάλο βαθμό, αν και αυτό δεν μπορεί να θεωρηθεί άσχετο με την ανάπτυξη του τουρισμού την ίδια ακριβώς περίοδο. Ακόμα είχαμε και μια γενικότερη περιφερειακή ανάπτυξη, απόρροια πολιτικών επιλογών που και πάλι όμως δεν μπορεί να αποσυνδεθεί από την τουριστική ανάπτυξη. Έτσι περιοχές που πριν την δεκαετία του '50 ήταν υποανάπτυκτες ή αναπτυσσόμενες, σε σύντομο χρονικό διάστημα μπήκαν στο χώρο των ανεπτυγμένων περιοχών. Μεγάλο μερίδιο ευθύνης, ίσως και το μεγαλύτερο φέρει η τουριστική ανάπτυξη των περιοχών αυτών. Ωστόσο, αυτή η ανάπτυξη



και οι συνακόλουθες επιδράσεις της οδήγησαν σε αφύπνιση μια μερίδα του πληθυσμού και στην εναντίωσή τους απέναντι στην νέα αυτή κατάσταση. Οι αμφισβητήσεις τους σχετίζοντας κυρίως με τα περιβαλλοντικά και οικολογικά προβλήματα που δημιουργούνται στις περιοχές αυτές, στις κοινωνικές αλλαγές που πραγματοποιούνται, αφού προβάλλουν έντονα τον κίνδυνο αλλοίωσης της εθνικής ταυτότητας με την εισαγωγή ξένων τρόπων ζωής, ηθών και εθίμων. Υπήρξε έτσι μια πίεση σε τοπικό και εν συνεχεία σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο να ληφθούν μέτρα για να προλάβουν τις αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στις περιοχές αυτές.

#### ***1.4 Κύρια Χαρακτηριστικά του Τουρισμού στη Μεσόγειο***

Χρησιμοποιώντας η Μεσόγειος την πλεονεκτική της θέση σε σχέση με τη γεωγραφία και τις μεταφορές, το ήπιο κλίμα της, τη φυσική της ομορφιά και την πολιτιστική της κληρονομιά, η εν λόγω περιοχή έγινε ο κυριότερος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως, προσελκύοντας περίπου το 30% των παγκόσμιων αφίξεων (Fokiali, 2002) και κατέχοντας το 28% των παγκόσμιων τουριστικών εσόδων (MAP, 1997). Τρία κράτη της περιοχής, η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία, είναι μέσα στους δέκα ισχυρότερους τουριστικούς προορισμούς του πλανήτη, όντας οι χώρες που έχουν το μεγαλύτερο καθαρό εισόδημα που προέρχεται από το διεθνή τουρισμό. Η Γαλλία, η Ιταλία και πιο πρόσφατα η Ισπανία είναι κράτη που παράγουν σημαντικό τουρισμό και έχουν πολλούς εσωτερικούς τουρίστες. Σε αυτές τις άκρως ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες, παρατηρείται μία μέτρια πληθυσμιακή τουριστική αύξηση της τάξης του 2,4%, λόγω της ολοένα εντονότερης τάσης για πιο ποιοτικό τουρισμό (MAP, 1997). Τις δεκαετίες του '60 και '70 αυτή η αύξηση ήταν σαφώς μεγαλύτερη λόγω των κατάλληλων οικονομικών και πολιτικών συνθηκών που επικρατούσαν σ' αυτά τα κράτη και εξαιτίας του ότι η κορύφωση του διεθνούς τουρισμού αποτέλεσε ένα πολύ πιο πρόσφατο φαινόμενο που βασίστηκε σε πολιτικοοικονομικές αλλαγές που συντελέστηκαν σε μια περιοχή πολύ ευρύτερη από αυτή της Μεσογείου.

Αν μπορεί σήμερα να εξαχθεί ένα συμπέρασμα είναι ότι δεν αναμένονται σημαντικές αλλαγές στη Μεσογειακή τουριστική αγορά. Η τουριστική κίνηση της περιοχής δείχνει ότι περίπου το 90% των τουριστών πηγαίνει στις Ευρωπαϊκές ακτές της Μεσογείου, ενώ αυτό το ποσοστό συνεχώς αυξάνεται. Μόνο ένας μικρός πληθυσμιακός όγκος των τουριστών κινείται

προς τα Αφρικανικά (6,4%) και τα Ασιατικά (1,3%) παράκτια τμήματα της Μεσογείου. Οι Ευρωπαϊκές λοιπόν χώρες της Μεσογείου θα συνεχίσουν να διαδραματίζουν τον κυρίαρχο ρόλο στη Μεσογειακή τουριστική ανάπτυξη.

Η ανάλυση της τουριστικής κίνησης στη Μεσόγειο δεν μπορεί να είναι πλήρης αν παράλληλα δεν αναδειχθεί και η σημασία μερικών χωρών που παράγουν τουρισμό γι' αυτή την περιοχή. Με εξαίρεση τη Γαλλία, οι κύριες χώρες παραγωγής τουρισμού (Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και Ιαπωνία) δεν τοποθετούνται στη Μεσόγειο. Οι τουριστικές ροές αυτών των κρατών δείχνουν ότι η κίνηση στις Μεσογειακές χώρες όχι μόνο παραμένει σε υψηλά επίπεδα, αλλά, σε απόλυτους αριθμούς, παρουσιάζει και αυξητικές τάσεις. Επιπρόσθετα, η διασυνοριακή και διαπολιτειακή κίνηση (εκδρομές και τουρισμός transit) κατέχουν ένα μεγάλο μέρος του Μεσογειακού τουρισμού. Ο όγκος των εισροών συναλλάγματος εξαρτάται από την ένταση της τουριστικής κίνησης και τη σύνθεση των επισκεπτών ανά εθνικότητα. Η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία κατέχουν το μεγαλύτερο όγκο εσόδων από το διεθνή τουρισμό της Μεσογείου που φτάνει το 82% (MAP, 1997). Από την άλλη η μεγαλύτερη αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό παρατηρείται στις χώρες της νοτιοανατολικής Μεσογείου. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι μετά την είσοδο του Ευρώ (€) το 2002 ως Εθνικού Νομίσματος στην πλειοψηφία των Μεσογειακών Ευρωπαϊκών χωρών, η εισροή συναλλάγματος μειώθηκε αφού πολλοί τουρίστες από Ευρωπαϊκές, μη Μεσογειακές, χώρες χρησιμοποιούν την ίδια νομισματική μονάδα ως εθνικό νόμισμα, χωρίς αυτό να επηρεάσει τα τελικά τουριστικά έσοδα.

Οι προβλέψεις για τις παγκόσμιες τουριστικές ροές δείχνουν ότι ανεξάρτητα από κάποιες δομικές αλλαγές (κυρίως στην ποιότητα της τουριστικής προσφοράς και την περαιτέρω τμηματοποίηση των τουριστικών αγορών) οι υπάρχουσες τάσεις θα συνεχιστούν. Αυτό που χρειάζεται είναι η συνεχής αναπροσαρμογή των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών στη μεταβαλλόμενη ζήτηση και η αναδιαμόρφωση της τουριστικής διαφήμισης. Η Μεσόγειος ως σύνολο δεν έχει ακόμα κορεστεί τουριστικά και θα συνεχίσει να αποτελεί κορυφαίο προορισμό για το διεθνή τουρισμό ο οποίος θα συνεχίσει να εξαρτάται από τις συνθήκες πολιτικής και οικονομικής σταθερότητας, αφού οι επισκέπτες επιλέγουν τις δυνατόν πιο ασφαλείς περιοχές και τις καλύτερα περιβαλλοντικά διατηρημένες.

Ειδικότερα για τον Ελλαδικό χώρο, «...ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα εκτιμάται ότι θα διατηρήσει τη δυναμική του και ίσως παρουσιάσει αύξηση. Η άνοδος, όμως, αυτή δεν θα είναι ομοιόμορφη στους επιμέρους προορισμούς της χώρας, καθώς υπάρχει το

έντονο πρόβλημα των προσφύγων και μεταναστών που έχουν φτάσει στη χώρα μας. Είναι δηλαδή πολύ πιθανόν τα νησιά του βορείου Αιγαίου να δουν τις τουριστικές τους ροές να μειώνονται το 2016», αναφέρει μελέτη του ΙΤΕΠ και συμπεραίνει ότι: «από τις πρώτες ενδείξεις του έτους, προβλέπεται ότι οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2016 θα κυμανθούν μεταξύ 25 και 27 εκατομμυρίων. Παράλληλα, όμως, δεν πρέπει να παραγνωριστεί το γεγονός, ότι από το 2015 έχει αρχίσει να εμφανίζεται μια επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης τόσο των τουριστικών αφίξεων όσο και των εισπράξεων. Αυτό, σε συνδυασμό με το μεταναστευτικό/προσφυγικό πρόβλημα είναι πολύ πιθανό να επιβραδύνει ακόμα περισσότερο την ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού».

Σύμφωνα με τα οριστικά στοιχεία της Έρευνας Συνόρων για το 2015 που διεξάγει η Τράπεζα της Ελλάδας, η μέση δαπάνη ανά ταξίδι στην Ελλάδα μη κατοίκων μειώθηκε κατά 2% το 2015 σε σχέση με το 2014 και διαμορφώθηκε στα 541 ευρώ. Παράλληλα, η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 4,9% και διαμορφώθηκε στα 75 ευρώ από 72 ευρώ που ήταν το 2014, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής για 4η συνεχή χρονιά κατέγραψε μείωση (μείον 6,5%) και περιορίστηκε στις 7,2 διανυκτερεύσεις. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στη σημαντική αύξηση των αφίξεων ταξιδιωτών από ορισμένες χώρες εκτός ευρωζώνης, αλλά και από όμορες χώρες, των οποίων η μέση διάρκεια παραμονής είναι σημαντικά μικρότερη από το μέσο όρο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΠΟΛΗ ΚΑΙ Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ

#### *2.1 Γενικά Στοιχεία*

##### Γεωγραφία της Πόλης :

Η Ιεράπετρα είναι η νοτιότερη πόλη της Ελλάδας και της Ευρώπης. Βρίσκεται στον ανατολικότερο Νομό της Κρήτης, τον Νομό Λασιθίου, είναι η τέταρτη μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης και η μεγαλύτερη σε πληθυσμό από όλο το νομό. Βρέχεται από το Λιβυκό (Νότιο Κρητικό) πέλαγος και οι ακτές της σε μήκος εκτείνονται 10 χλμ. ανατολικά και δυτικά. Η συνολική της έκταση είναι 40.052 τετ. χλμ. ενώ απέχει μόλις 368 χλμ. από την Αφρική. Ο πληθυσμός της είναι 12.500 κάτοικοι. Απέχει 36 χλμ. από τον Άγιο Νικόλαο που είναι η πρωτεύουσα του Νομού και 100 χλμ. από το Ηράκλειο. Ήταν έδρα της ομώνυμης επαρχίας η οποία επανασυστάθηκε μερικώς ως Δήμος Ιεράπετρας (<http://www.ierapetra.net/gr/iergeo.html>).

Η Ιεράπετρα κλιματολογικά είναι η πόλη με το ηπιότερο κλίμα στην Ευρώπη με υψηλές θερμοκρασίες, αφού σπάνια το θερμομέτρο πέφτει κάτω από τους 12 βαθμούς και με χαμηλές βροχοπτώσεις. Είναι μια περιοχή με απέραντες γραφικές παραλίες, αρκετές από αυτές μάλιστα βραβευμένες με το 2ο Ευρωπαϊκό Βραβείο παραλιών. Η παρθένα φυσική ομορφιά σε συνδυασμό με την έντονη νυχτερινή ζωή η οποία ξεκινάει από νωρίς στα “ρακάδικα” και τις ταβέρνες της περιοχής και συνεχίζει στα μπαρ της παραλίας και των στενών της παλιάς πόλης κάνει την περιοχή μοναδική για ευχάριστες και άνετες διακοπές. Ταυτόχρονα οι καλοκαιρινές πολιτιστικές εκδηλώσεις των “Κυρβείων” που περιλαμβάνουν εκτός από συναυλίες και εκθέσεις και διάφορες βραδιές με παραδοσιακή μουσική από κρητικούς καλλιτέχνες δίνουν στον επισκέπτη τη δυνατότητα να γνωρίσει από κοντά την κρητική παράδοση, μέσα από την κρητική μουσική και τους παραδοσιακούς χορούς ενώ ταυτόχρονα μπορεί να γνωρίσει την κρητική κουζίνα και γενικότερα να διασκεδάσει συμμετέχοντας στα πανηγύρια της περιοχής τα οποία κρατούν μέχρι τις πρώτες πρωινές ώρες. Την τελευταία δεκαετία μάλιστα η Ιεράπετρα αποτελεί έναν αρκετά δημοφιλή προορισμό της Κρήτης καθώς προσελκύει Έλληνες, Ρώσους, Ιταλούς και Γερμανούς τουρίστες.

## ***2.2 Η Ιεράπετρα Σήμερα***

Η οικονομία της Ιεράπετρας βασίζεται κατά το μεγαλύτερο ποσοστό της στον αγροτικό τομέα αφού με την παραγωγή των πρώιμων κηπευτικών, λουλουδιών και ελαιόλαδου προμηθεύει αρκετές χώρες της Ευρώπης αποτελώντας βασικό οικονομικό κέντρο του Νομού Λασιθίου. Άλλη πηγή εισοδήματος για την Ιεράπετρα αποτελεί η αλιεία όπου καθημερινά έρχεται φρέσκο ψάρι από τους ψαράδες της. Συμπληρωματικά την οικονομία της στηρίζουν πληθώρα καταστημάτων όπως καφετέριες, μπαρ, ταβέρνες, καφενεία, καταστήματα ρούχων και πολλά άλλα και υπηρεσίες όπως ΔΕΗ, ΟΤΕ, λιμεναρχείο, ταξιδιωτικά γραφεία, γραφεία ενοικίασεως αυτοκινήτων, τράπεζες, ξενοδοχειακά καταλύματα, τουριστικά καταστήματα κ.λ.π. Συνεπώς στο κομμάτι των υπηρεσιών εντάσσεται και ο τομέας του τουρισμού.

## ***2.3 Η τουριστική ζήτηση στην Ιεράπετρα***

Η ζήτηση των αγαθών και υπηρεσιών αποτελεί έκφραση των αναγκών των καταναλωτών σε κάθε μορφή αγοράς. Συνεπώς και η τουριστική ζήτηση είναι το αποτέλεσμα της συμπεριφοράς των καταναλωτών-τουριστών στην προσπάθειά τους να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες.

Από την άλλη μεριά το τουριστικό προϊόν που είναι και το ζητούμενο της διαδικασίας αυτής είναι δύσκολο να προσδιοριστεί από τη μια γιατί αποτελείται από ένα σύνολο διαφορετικών συμπληρωματικών υποπροϊόντων – υπηρεσιών και από την άλλη γιατί θα πρέπει να είναι ευέλικτο και να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις του κάθε τουρίστα-καταναλωτή.

Το τουριστικό πακέτο μπορεί να εξεταστεί είτε ως «ένα σύνολο συμπληρωματικών προϊόντων που ο αγοραστής βλέπει ως μία ενιαία αγορά για τις ονειρεμένες του διακοπές, στο οποίο θα σκέφτεται με βάση την καθολική τιμή για ολόκληρο το ταξίδι» είτε ως «ξεχωριστά προϊόντα, που ασφαλώς είναι συμπληρωματικά, αλλά εξετάζονται ξεχωριστά από τους τουρίστες όταν παίρνουν τις αγοραστικές αποφάσεις τους» (Καραγιάννη, 2004). Η μεν πρώτη άποψη εκφράζει ουσιαστικά την επιλογή συνολικά ενός τουριστικού πακέτου, δηλαδή σαν το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που αποτελεί μια ενιαία αγορά, ενώ η δεύτερη άποψη διαχωρίζει τις υπηρεσίες αυτές σε επιμέρους αγορές για παράδειγμα επιλογή καταλύματος, αγορά ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων κ.λ.π. Και στις δύο θεωρίες καθοριστικό

ρόλο παίζει η τιμή του προϊόντος, η οποία ακολουθεί το Νόμο της Ζήτησης στον οποίο υπακούν όλα τα αγαθά και οι υπηρεσίες δηλαδή στην αντίθετα μεταβαλλόμενη σχέση τιμής και ποσότητας. Γι' αυτό τον λόγο ο καταναλωτής επιλέγει ένα πακέτο διακοπών που του ικανοποιεί τις ανάγκες του αλλά έχει και μια συμφέρουσα- επιτρεπτή για τον ίδιο τιμή. Σε περίπτωση αύξησης της τιμής του τουριστικού πακέτου μειώνεται αντίστοιχα και η ζητούμενη ποσότητα. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ελαστικότητα ζήτησης των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών είναι μεγάλη αφού μια μικρή μεταβολή σε κάποια από τις τιμές των συμπληρωματικών τουριστικών υπηρεσιών θα έχει ως αποτέλεσμα σχετικά μεγάλη μείωση στην ζητούμενη ποσότητα δεδομένου ότι οι διακοπές δεν αποτελούν την πρώτη κατηγορία αναγκών που ενδιαφέρεται να ικανοποιήσει ο καταναλωτής.

Τα κίνητρα τώρα του κάθε καταναλωτή- τουρίστα είναι διαφορετικά. Κάποιος για παράδειγμα μπορεί να ταξιδεύει για να ξεκουραστεί και να ψυχαγωγηθεί. Άλλος μπορεί να ενδιαφέρεται να έρθει σε επαφή με ήθη, έθιμα, συνήθειες, ιστορία, άλλων ανθρώπων και κοινωνιών. Άλλος πάλι μπορεί να ταξιδεύει για να παρευρεθεί σε θρησκευτικές τελετές, αγώνες ή για να συνδυάσει τις διακοπές με τη δουλειά ή την εκπαίδευσή του.

Η τουριστική ζήτηση στην Κρήτη και ειδικότερα στην Ιεράπετρα αποτελείται τόσο από ημεδαπούς όσο και από αλλοδαπούς τουρίστες. Οι αλλοδαποί είναι στο μεγαλύτερο μέρος τους Ευρωπαίοι δηλαδή Ολλανδοί, Δανοί, Γερμανοί, Άγγλοι, Σκανδιναβοί αλλά και Ρώσοι. Η Ιεράπετρα αποτελεί προορισμό κυρίως για μαζικό τουρισμό τουλάχιστον μέχρι σήμερα, ενώ θα μπορούσε κάλλιστα να αποτελέσει προορισμό και για άλλα είδη τουρισμού όπως ορειβατικό, φυσιολατρικό, αθλητικό, πολιτισμικό, θρησκευτικό, εκπαιδευτικό, αγροτουρισμό, περιηγητικό, γαστρονομικό, θαλάσσιο ώστε να ικανοποιεί ευρύτερο φάσμα αναγκών των τουριστών άρα και άνοιγμα της αγοράς και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

## ***2.4 Τουριστική Προσφορά***

### **2.4.1. Οι υποδομές**

Η πόλη της Ιεράπετρας, ως η μεγαλύτερη πόλη του νομού και ως πρωτεύουσα της ομώνυμης επαρχίας, αλλά και λόγω του υψηλού βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της, παρέχει πλήθος δημόσιων και ιδιωτικών υποδομών στην διάθεση του κάθε επισκέπτη της. Διαθέτει Αστυνομική Υποδιεύθυνση, στεγασμένη κεντρικά σε Δημόσιο κτήριο, με τμήμα

Ασφαλείας, τμήμα Τροχαίας και εξοπλισμένη με οχήματα και μηχανολογικό εξοπλισμό, ενώ υπό την αιγίδα του Δήμου Ιεράπετρας λειτουργούν Δημοτική Αστυνομία, και Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών. Στην πόλη υπάρχει Νοσοκομείο – Κέντρο υγείας, επανδρωμένο με ιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων και εξοπλισμένο με ασθενοφόρα και την αντίστοιχη υλικοτεχνική υποδομή για παροχή θεραπείας και νοσηλείας. Επίσης, στην πόλη υπάρχει πλήθος ιδιωτικών Ιατρείων διαφόρων ειδικοτήτων: Ακτινολογικά, Παιδιατρικά, Γυναικολογικά, Παθολογικά-Γενικής Ιατρικής, Ορθοπεδικά, Δερματολογικά, Ωτορινολαρυγγολογικά, Μικροβιολογικά και Οδοντιατρεία. Επικουρικό έργο στον τομέα της υγείας στην πόλη, παρέχει και ο μεγάλος αριθμός των ιδιωτικών Φαρμακείων που λειτουργούν με συνεχές ωράριο και προγραμματισμένες εικοσιτετράωρες εφημερίες.

Λίγο έξω από την πόλη υπάρχει Υποσταθμός Πυροσβεστικής Υπηρεσίας, στεγασμένος σε δημόσιο κτήριο, εξοπλισμένος με οχήματα και αντίστοιχο μηχανολογικό εξοπλισμό. Στο κέντρο της πόλης στεγάζεται το Δημόσιο Λιμεναρχείο, εξοπλισμένο με οχήματα και μεγάλο ταχύπλοο περιπολικό σκάφος, ενώ υπάρχει και δημόσιο Λιμάνι για στάθμευση ιδιωτικών σκαφών. Στο κέντρο της πόλης, λειτουργεί υποκατάστημα των Ελληνικών Ταχυδρομείων (ΕΛΤΑ) με δυνατότητα παροχής κάθε είδους ταχυδρομικής υπηρεσίας, ενώ σε κοντινές αποστάσεις υπάρχουν και τρία (3) ιδιωτικά πρακτορεία υπηρεσιών courier. Τέσσερα (4) υποκαταστήματα μεγάλων εταιρειών κινητής τηλεφωνίας βρίσκονται διασκορπισμένα μέσα στην πόλη, παρέχοντας όλα τα αντίστοιχα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Για ανταλλαγή συναλλάγματος και άλλου είδους οικονομικές υπηρεσίες, ο επισκέπτης θα βρει στην Ιεράπετρα επτά (7) υποκαταστήματα μεγάλων Ελληνικών και Κρητικών Τραπεζών, αρκετές αυτόματες ταμειακές μηχανές (ΑΤΜ), καθώς και ιδιωτικά πρακτορεία ανταλλαγής συναλλάγματος και μεταφοράς χρημάτων από το εξωτερικό.

Στον τομέα των μεταφορών, οι τουρίστες έχουν στη διάθεσή τους ένα σταθμό Υπεραστικών Λεωφορείων (Κ.Τ.Ε.Λ.) με πυκνό πρόγραμμα δρομολογίων ανά την Κρήτη και συνεργαζόμενο με άλλα ΚΤΕΛ παρέχει όχι μόνο πανελλαδική κάλυψη, αλλά εξυπηρετεί και μεταφορές σε συγκεκριμένες πόλεις της Βαλκανικής χερσονήσου. Στην πόλη υπάρχει και σταθμός του ιδιωτικού σωματίου οδηγών Ταξί ο οποίος παρέχει και εικοσιτετράωρη τηλεφωνική εξυπηρέτηση, ενώ λειτουργούν και τέσσερα (4) ιδιωτικά ταξιδιωτικά γραφεία και πρακτορεία έκδοσης αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων καθώς και αρκετά γραφεία ενοικιάσεων αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών.

Όσον αφορά στις καλοκαιρινές θαλάσσιες μεταφορές αναψυχής των τουριστών, υπάρχουν δύο (2) ιδιωτικά φέριμποτ που εκτελούν καθημερινά δρομολόγια προς το νησί της Χρυσής, καθώς και τρία ιδιωτικά σκάφη που μπορούν να μισθωθούν από ιδιώτες για θαλάσσιες περιηγήσεις.

Για τις ανάγκες εστίασής του, ο τουρίστας της Ιεράπετρας έχει στη διάθεσή του πολλές και ποικίλες επιλογές ανάμεσα στα βραβευμένα παραδοσιακά εστιατόρια και ταβέρνες που τιμούν επάξια την τοπική κουζίνα, τα σύγχρονα νεανικά «ρακάδικα» και τα παραδοσιακά καφενεία, καθώς και τα λεγόμενα «σουβλατζίδικα» και «πιτσαρίες» που εξυπηρετούν και τηλεφωνικές παραγγελίες κατ' οίκον από το μεσημέρι έως αργά το βράδυ. Όλα τα παραπάνω στεγάζονται όχι μόνο κατά μήκος του παραλιακού μετώπου της πόλης πλαισιωμένα από ένα όμορφο πεζόδρομο δίπλα στη θάλασσα, αλλά και διασκορπισμένα σε ορεινές και παραθαλάσσιες περιοχές και οικισμούς σε όλη την έκταση του δήμου Ιεράπετρας κατά την καλοκαιρινή περίοδο.

Στο παραλιακό μέτωπο κατά μήκος του παραπάνω πεζόδρομου, και σε άλλα κεντρικά σημεία, βρίσκονται επίσης διάσπαρτα πολλά σύγχρονα καφέ με παροχές Internet και μεγάλη ποικιλία γλυκών και αλμυρών σνακ και ροφημάτων. Αξιοσημείωτος επίσης για την έκταση και τον πληθυσμό της πόλης, είναι ο αριθμός των καταστημάτων αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής. Πολλά από αυτά έχουν εξειδικευτεί στην παρασκευή χειροποίητων γλυκών εδεσμάτων της τοπικής παραδοσιακής κουζίνας (όπως τα «Ξεροτήγανα» και τα «Καλιτσούνια») με χρήση τοπικών πρώτων υλών. Τα προϊόντα αυτά τυγχάνουν ιδιαίτερης εκτίμησης από τους τουρίστες της πόλης και αποτελούν ένα από τα αγαπημένα είδη αγοράς – ειδικά από Έλληνες τουρίστες – για να τα προσφέρουν ως δώρο σε φίλους και συγγενείς στην ιδιαίτερη πατρίδα τους.

Για τις μικρές, βασικές καταναλωτικές ανάγκες των επισκεπτών, υπάρχουν διάσπαρτα μέσα στην πόλη καταστήματα όπως μικρά οπωροπωλεία, κομμωτήρια, καταστήματα υπηρεσιών και ειδών αισθητικής, καταστήματα ένδυσης και υπόδησης, βιβλιοπωλεία (μερικά εκ των οποίων πωλούν και διεθνή έντυπα), κοσμηματοπωλεία και αρκετά καταστήματα ειδών σουβενίρ και λαϊκής τέχνης. Για τις μεγαλύτερες καταναλωτικές ανάγκες του, ο επισκέπτης θα βρει μέσα στην πόλη της Ιεράπετρας έξι (6) καταστήματα Super Market που στεγάζονται σε ιδιόκτητα κτήρια, παρέχουν δωρεάν παρκινγκ και αποτελούν υποκαταστήματα μεγάλων πανκρήτιων και πανελλαδικών αλυσίδων. Μικρότερα υποκαταστήματα των ίδιων εμπορικών αλυσίδων υπάρχουν σε αρκετά χωριά του Δήμου



Ιεράπετρας. Επίσης ο επισκέπτης έχει στη διάθεσή του δύο (2) καταστήματα ηλεκτρονικών και ηλεκτρικών ειδών που αποτελούν υποκαταστήματα μεγάλων πανελλαδικών ομίλων καθώς και αρκετά μικρότερα καταστήματα παρόμοιων προϊόντων.

Αξίζει τέλος να σημειώσουμε πως αρκετά μεγάλο αριθμό επισκεπτών κατά τους καλοκαιρινούς μήνες προσελκύει η «Λαϊκή Αγορά» που λαμβάνει χώρα κάθε Σάββατο σε συνοικιακό δρόμο της πόλης. Σε αυτή μπορεί κανείς να διαλέξει και να δοκιμάσει από μια μεγάλη ποικιλία φρέσκων αυθεντικών Κρητικών αγροτικών και κτηνοτροφικών προϊόντων σε χαμηλές τιμές, να ψωνίσει φτηνά είδη ένδυσης και υπόδησης ή να απολαύσει ένα καφέ, ένα γλυκό, μια ρακή ή ένα σουβλάκι στα δύο (2) αντίστοιχα καταστήματα που βρίσκονται στο γύρω χώρο, να ενσωματωθεί με το πολύβουο πλήθος και να μετέχει για λίγο ως επισκέπτης στην αυθεντική τοπική κουλτούρα.

Στις υποδομές θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθούν τα τουριστικά καταλύματα - σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2013) – τα οποία αποτυπώνονται στους παρακάτω πίνακες :

#### ΠΙΝΑΚΑΣ Α

<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ</b>	<b>ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	<b>ΚΛΙΝΕΣ</b>
Ξενοδοχεία 5 *****	2	891
Ξενοδοχεία 4 *****	7	1728
Ξενοδοχεία 3 ***	9	1102
Ξενοδοχεία 2 **	12	902
Ξενοδοχεία 1 *	5	97
Επιπλωμένα Διαμερίσματα	17	1027
Παραδοσιακά	3	55
<b>Σ Υ Ν Ο Λ Ο</b>	<b>55</b>	<b>5802</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ Β**

<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ</b>	<b>ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	<b>ΔΩΜΑΤΙΑ</b>	<b>ΚΛΙΝΕΣ</b>
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	179	179	406
Ενοικιαζόμενα Διαμερίσματα	717	793	1.547
<b>Σ Υ Ν Ο Λ Ο</b>	<b>896</b>	<b>972</b>	<b>1.953</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ Γ**

<b>Camping</b>	<b>ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	<b>ΚΛΙΝΕΣ</b>
Τουριστικά Κάμπινγκ	1	198
<b>Σ Υ Ν Ο Λ Ο</b>	<b>1</b>	<b>198</b>

**2.4.2. Αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι**

Οι σπουδαιότεροι επισκέψιμοι ιστορικοί - αρχαιολογικοί χώροι στην Ιεράπετρα σύμφωνα και με όσα δημοσιεύονται στο Destination Crete – Premium travel portal (<http://www.destinationcrete.gr/>) και στο tripadvisor (<https://www.tripadvisor.com.gr/>) είναι οι παρακάτω:

## 1. Τουρκικό Τζαμί και Ενετικό φρούριο

Από τα μεταχριστιανικά χρόνια, τα σημαντικότερα μνημεία που διασώζονται στην Ιεράπετρα και παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι δύο: α) το Τουρκικό Τζαμί στο κέντρο της παλιάς πόλης με την αντίστοιχη εξωτερική βρύση που υδροδοτούσε τους κατοίκους μέχρι και τη δεκαετία του '50 και β) το Ενετικό Φρούριο στη νοτιοανατολική άκρη του σημερινού λιμανιού της πόλης που ονομάζεται από τους ντόπιους «Καλές» (παράφραση του παλιότερου Τουρκικού ονόματος «Κούλες» που σημαίνει πύργος). Το φρούριο θεμελιώθηκε από τον Πεσκατόρε (πειρατή από την Γένοβα) το έτος 1212 και παρά τις ζημιές που προκλήθηκαν σ' αυτό τόσο από τις μετέπειτα επιδρομές των Τούρκων, όσο

και από το σεισμό του 1508, διατηρείται ως σήμερα σε καλή κατάσταση και αποτελεί το πιο αναγνωρίσιμο σημείο και το «σήμα κατατεθέν» της Ιεράπετρας.

## 2. Αρχαιολογικό μουσείο Ιεράπετρας

Στο κέντρο της πόλης βρίσκεται το μουσείο που φιλοξενεί την μικρή αλλά αξιόλογη αρχαιολογική συλλογή του δήμου Ιεράπετρας. Στεγάζεται σε κτίριο του 1899 που λειτούργησε αρχικά ως Οθωμανική σχολή και μετέπειτα, στα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια ως Εμπορική-Λογιστική σχολή. Η συλλογή αποτελείται από ευρήματα της γύρω περιοχής που καλύπτουν χρονολογικά από την Μινωική εποχή έως και τα Ρωμαϊκά χρόνια. Τα πιο αξιοσημείωτα εκθέματά του είναι οι Μινωικές Λάρνακες και η συλλογή των γλυπτών που αποτελούν αντίγραφα έργων της κλασικής περιόδου τα οποία φιλοτεχνήθηκαν σε τοπικά εργαστήρια γλυπτικής κατά τα Ρωμαϊκά χρόνια.

## 3. Αρχαιολογικός χώρος «Αζοριά»

Βορειοανατολικά της Ιεράπετρας και σε απόσταση ενός (1) χιλιομέτρου από το χωριό Καβούσι συναντάμε τον υστερομινωικό οικισμό του Αζοριά κατοικούμενο ήδη από την νεολιθική εποχή έως και 5ο αιώνα π.χ. Αποκαλύφθηκε από τις ανασκαφές της Αμερικανίδας Harriet Boyd το 1900. Μόλις πρόσφατα, το 2002, ξεκίνησαν νέες έρευνες από την Αμερική αρχαιολογική σχολή που συνεχίζονται έως σήμερα, ενώ οικοδομήθηκε και σχετικό κτήριο στο κοντινό χωριό της Παχειάς Άμμου, όπου ταυτοποιούνται και συντηρούνται τα νέα ευρήματα. Στον ίδιο χώρο συλλέγονται και τα ευρήματα από τις νέες έρευνες στην θαλάσσια περιοχή του γειτονικού νησιού της «Ψείρας», όπου από τον Γάλλο φυσιολάτρη και ερευνητή Ζακ Υβ Κουστώ, είχε ανακαλυφτεί το μοναδικό γνωστό μέχρι σήμερα Μινωικό ναυάγιο.

## 4. Αρχαιολογικός χώρος Γουρνιών

Βόρεια της Ιεράπετρας, κοντά στο χωριό της Παχειάς Άμμου, ανακαλύφθηκε στις αρχές του 20ού αιώνα επίσης από την Αμερικανίδα αρχαιολόγο Harriet Boyd, ο υστερομινωικός οικισμός των Γουρνιών. Ονομάστηκε έτσι από τις πολλές χαρακτηριστικές «γούρνες» (πέτρινες λεκάνες) που βρέθηκαν κατά την ανασκαφή, ενώ το αρχαίο της όνομα αγνοείται. Στον οικισμό υπάρχουν τα ερείπια όλων των χαρακτηριστικά μικρών κατοικιών της πόλης και των μικρών λιθόστρωτων δρόμων της, ενώ τα πολλά και σημαντικά ευρήματα στο χώρο

αυτό, βοήθησαν στην αποκρυπτογράφηση πολλών παραμέτρων της καθημερινής ζωής στις Μινωικές πόλεις.

#### 5. Το Μινωικό μονοπάτι

Λίγα χιλιόμετρα Δυτικά της Ιεράπετρας κοντά στο χωριό Μύρτος, έχουν βρεθεί επίσης δύο αξιοσημείωτα αρχαιολογικά ευρήματα: Τα ερείπια ενός προμινωικού οικισμού του 3ου π.χ. αιώνα στην θέση «Φούρνου Κορυφή» καθώς και τα ερείπια Ρωμαϊκής πόλης που διέθετε μεγάλο λιμάνι και θερμαινόμενα λουτρά σε θέση κοντά στην εκκλησία του Αγίου Αντωνίου. Στις περιοχές αυτές, βρέθηκαν και μεγάλα τμήματα από το χαρακτηριστικό λιθόστρωτο «Μινωικό μονοπάτι». Είναι ο δρόμος που κατά τις ιστορικές μαρτυρίες χρησιμοποιούσε ο Μίνωας με την ακολουθία του για να μεταβεί από το ανάκτορο της Κνωσού στις θερινές κατοικίες κοντά στο σημερινό Μύρτος. Το Μινωικό μονοπάτι συντηρήθηκε και σηματοδοτήθηκε πριν λίγα χρόνια με ιδιωτική δωρεά και μαζί με το φαράγγι των Μύθων, αποτελεί γνωστό και ευπρόσιτο πόλο έλξης για τους λάτρεις του ορειβατικού τουρισμού.

### 2.4.3 Οι παραλίες

#### 1. Η «Κάτω Παραλία»

Η «Κάτω παραλία» ή «Αποβάθρα» όπως την αποκαλούν οι ντόπιοι κάτοικοι βρίσκεται μόλις λίγες δεκάδες μέτρα νοτιοδυτικά από το κέντρο της πόλης. Είναι καλά οργανωμένη και σχετικά ρηχή με χοντρή άμμο και ήρεμα νερά. Διατηρείται καθαρή από τον Δήμο και τους ιδιώτες και στα μεγάλα πλεονεκτήματά της, συγκαταλέγονται η εγγύτητά της τόσο με το μεγάλο δημοτικό πάρκινγκ όσο και τα οργανωμένα καφέ και τις αναγνωρισμένες παραδοσιακές ταβέρνες που βρίσκονται ακριβώς δίπλα της και λειτουργούν σε καθημερινή βάση έως αργά το βράδυ. Η παραλία, οριοθετείται δυτικά από το ενετικό φρούριο του Καλέ και τον παλιό φάρο που φωτίζονται ειδυλλιακά τις βραδινές ώρες και ανατολικά από το μικρό μόλο απ' όπου αναχωρούν καθημερινά 2-3 μικρά φεριμπότ και ιδιωτικά σκάφη, για τις ημερήσιες αποδράσεις στο πανέμορφο νησάκι «Χρυσή» ή «Γαϊδουρονήσι» που βρίσκεται σε απόσταση μόλις 8,5 ναυτικών μιλίων. Η παραλία αποτελεί προσιτό και αγαπημένο καλοκαιρινό σημείο συνάντησης όχι μόνο των ντόπιων, αλλά και των Ελλήνων και των αλλοδαπών τουριστών που διαμένουν εντός της πόλεως. Η επισκεψιμότητά της

διαρκεί πολλές φορές έως και τις μεταμεσονύκτιες ώρες, από τις νεανικές παρέες που κάνουν το νυχτερινό τους μπάνιο. Για τη βραδινή ψυχαγωγία των επισκεπτών της παραλίας, φροντίζουν τα beach bar (στα οποία «μεταμορφώνονται» τα πρωινά καφέ μόλις βραδιάσει) και τα πολλά καφενεία – μεζεδοπωλεία που βρίσκονται εκεί και σερβίρουν το τοπικό ποτό της ρακής με θαλασσινούς μεζέδες και παραδοσιακά πιάτα και παραμένουν ανοιχτά ως αργά τη νύχτα.

## 2. Παραλία «Αγίου Ανδρέα»

Η παραλία του Αγίου Ανδρέα Βρίσκεται στο Νοτιοανατολικό άκρο της πόλης της Ιεράπετρας και πήρε το όνομά της από την ομώνυμη μικρή εκκλησία που βρίσκεται εκεί. Το μήκος της είναι περίπου πέντε (5) χιλιόμετρα, και έχει χονδρή άμμο, ψιλό βότσαλο και αρκετούς μικρούς βραχώδεις σχηματισμούς που την κάνουν προσφιλή τόπο για τους πεζούς περιηγητές του καλοκαιριού. Κατά μήκος της υπάρχουν δύο ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν οργανώσει σε κάποια τμήματά της, beach bar και θαλάσσια σπορ προσιτά για όλους τους επισκέπτες της παραλίας. Η παραλία οροθετείται Ανατολικά από τους μεγάλους βραχώδεις σχηματισμούς της περιοχής του «Περιστερά».

## 3. Η «Μεγάλη Παραλία»

Μετά από μια σύντομη διαδρομή επτά (7) χιλιομέτρων ανατολικά της Ιεράπετρας ο επισκέπτης συναντά μια από τις καθαρότερες μεγάλες παραλίες στην Ελλάδα: την επονομαζόμενη «μεγάλη παραλία». Το συνολικό μήκος της φτάνει τα 12 χιλιόμετρα, αποτελείται ως επί το πλείστο από χονδρή μαύρη άμμο και ψιλό βότσαλο και στα περισσότερα τμήματά της κυματίζουν οι γαλάζιες σημαίες με τις οποίες βραβεύεται κάθε χρόνο από τους επίσημους κρατικούς φορείς. Μικρό μειονέκτημα για τους κολυμβητές αποτελούν τα μελτέμια (οι τοπικοί βόρειοι άνεμοι) που πνέουν έντονα κάποιες φορές κατά τον Ιούλιο και τον Αύγουστο αλλά τότε η παραλία γίνεται πλεονεκτική για τους λάτρεις του wind και του kite surf. Σε όλο το μήκος της παραλίας υπάρχουν μεγάλες και οργανωμένες ξενοδοχειακές μονάδες με παροχές all inclusive, αρκετά ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και βίλες, ένα μεγάλο οργανωμένο camping και αρκετές παραθαλάσσιες παραδοσιακές ταβέρνες που τιμούν εδώ και χρόνια την τοπική κουζίνα. Ένα άλλο μεγάλο πλεονέκτημα της παραλίας είναι ότι αποτελείται από διάσπαρτους μικρούς και μεγάλους κόλπους, που είτε είναι

οργανωμένοι και πολυσύχναστοι, είτε απόλυτα απομονωμένοι και ήρεμοι, καλύπτοντας έτσι όλες τις προτιμήσεις όχι μόνο αυτών που απολαμβάνουν το κολύμπι και την ηλιοθεραπεία, αλλά και όσων θέλουν να ασχοληθούν με το ερασιτεχνικό ψάρεμα και το scuba diving. Μερικοί από τους δημοφιλέστερους τέτοιους κόλπους που σχηματίζουν μέσα τους τις ομώνυμες μικρές παραλίες είναι η «Ψαροπούλα» η «Βίλα του Δεσπότη», ο «Κάκκος», η «Κακιά Σκάλα» τα «Αχλιά» και η «Αγιά Φωτιά». Όλες οι παραπάνω παραλίες έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά που τις καθιστούν ισχυρούς πόλους έλξης για τους τουρίστες της πόλης. Είναι φυσικά προστατευμένες από τους βόρειους ανέμους και διαθέτουν νερά με κρυστάλλινη καθαρότητα και βαθύ γαλάζιο χρώμα. Έχουν καθαρή χονδρή άμμο, όμορφους μικρούς βραχώδεις σχηματισμούς στα άκρα τους και ιδιαίτερο φυσικό τοπίο να τις αγκαλιάζει με διάσπαρτα τα δέντρα αλμυρικών πάνω στην άμμο τους και μικρούς λόφους στη βόρεια πλευρά τους. Στην δε παραλία του Κάκκου ο επισκέπτης θα βρει λαξευμένο στους βράχους το χαρακτηριστικό παλιό (ακαθόριστης ακόμα ηλικίας) ενυδρείο, ενώ στην Κακιά Σκάλα θα βρει την έξοδο όπου εκβάλλει ο μικρός χείμαρρος από το φαράγγι του Μυλωνά. Οι παραπάνω παραλίες είναι επίσης εξαιρετικά οργανωμένες από τους τοπικούς επαγγελματίες του τουρισμού γι' αυτό και αποτελούν δημοφιλή σημεία τόσο για τη διαμονή όσο και για την εστίαση των περισσότερων καλοκαιρινών επισκεπτών της Ιεράπετρας.

#### 4. Παραλία «Μύρτος»

Δυτικά της Ιεράπετρας σε απόσταση 10 περίπου χιλιομέτρων συναντάμε το χωριό του Μύρτους με την ομώνυμη παραλία του. Πρόκειται για αμμώδη παραλία με κύριο χαρακτηριστικό την ήρεμη θάλασσα τις περισσότερες μέρες του χρόνου, αφού η γεωγραφική μορφολογία της περιοχής την καθιστά απρόσβλητη από τους βόρειους ανέμους. Η παραλία είναι σχετικά οργανωμένη και καθαρή ενώ υπάρχουν πολλά παραθαλάσσια καφενεία και ταβέρνες που εναρμονίζονται πολύ καλά με το φυσικό περιβάλλον. Στο χωριό λειτουργούν επίσης αρκετά ιδιόκτητα ξενοδοχεία μικρής χωρητικότητας και ενοικιαζόμενα διαμερίσματα. Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που αναζητούν οι εκεί επισκέπτες είναι η απόλυτη ηρεμία και η χαλάρωση που τους προσφέρει η περιοχή σε συνδυασμό με την οικονομική διαμονή και εστίαση σε μικρή απόσταση από την Ιεράπετρα. Προχωρώντας δυτικά περίπου 3 χιλιομέτρα μετά το Μύρτος βρίσκουμε το χωριό Τέρτσα με την ομώνυμη παραλία του. Εκτός από το σχετικά πολυσύχναστο τμήμα της παραλίας με τις 2-3 τοπικές ταβέρνες, όλο το υπόλοιπο

κομμάτι της προσφέρεται για ατομικό camping, απομόνωση, χαλάρωση και ψάρεμα στα καθαρά νερά του Λιβυκού πελάγους.

#### 5. Το νησί «Χρυσή» ή «Γαϊδουρονήσι»

Πρόκειται για το δημοφιλέστερο φυσικό αξιοθέατο για τους τουρίστες της περιοχής τα τελευταία 10 χρόνια. Είναι ένα μικρό και σχεδόν επίπεδο σύμπλεγμα δύο νησιών (το «μεγάλο» και το «μικρό» νησί) με συνολική έκταση 4173 τετραγωνικών χιλιομέτρων που βρίσκεται σε απόσταση μόλις 8,5 ναυτικών μιλίων από την Ιεράπετρα και διαθέτει έντονα χαρακτηριστικά σπάνιας-εξωτικής- ομορφιάς που το έκαναν να ενταχθεί στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα NATURA 2000. Πάνω στο νησί υπάρχει δάσος έκτασης 350 στρεμμάτων από σπάνιους στη Μεσόγειο αιωνόβιους κέδρους που φτάνουν μέχρι τη θάλασσα και οι αμμώδεις παραλίες έχουν ένα χαρακτηριστικό χρυσαφένιο χρώμα στο οποίο οφείλει το νησί την ονομασία του. Το νησί περιβάλλεται από νερά πλούσια σε θαλάσσια πανίδα με κρυστάλλινη διαύγεια τα οποία σε πολλά σημεία παίρνουν μια ιδιαίτερη τουρκουάζ απόχρωση. Υπάρχουν επίσης περιοχές στις παραλίες πλούσιες σε ποικιλόχρωμα κοχύλια, ενώ έχουν καταγραφεί επίσημα και 49 είδη απολιθωμάτων που βρέθηκαν στο νησί. Στη νότια πλευρά υπάρχει η πολύβουη και οργανωμένη «Νότια παραλία» όπου λειτουργεί και ταβέρνα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Τα εμφανή και σύντομα μονοπάτια θα οδηγήσουν τον επισκέπτη ανάμεσα από τα δέντρα των κέδρων και στις υπόλοιπες όμορφες και λίγο πιο πέρα στις απομονωμένες παραλίες της Χρυσής: Την «Μπελεγρίνα» ή «Χρυσή Άμμος» στην βόρεια πλευρά του νησιού, την παραλία «Καταπρόσωπο» που βρίσκεται ανατολικά της «Μπελεγρίνας» και την παραλία «Χατζηβόλακας» που βρίσκεται Δυτικά της «Μπελεγρίνας». Οι πολλοί, αλλοδαποί κυρίως καλοκαιρινοί επισκέπτες, καταφθάνουν σε μορφή οργανωμένων γκρουπ με ιδιωτικά φερμπότ. Υπάρχουν καθημερινά δρομολόγια από την Ιεράπετρα διάρκειας 45 λεπτών που ξεκινούν από τα μέσα Μαΐου έως και φτάνουν έως το τέλος Σεπτεμβρίου. Η αποχώρηση των επισκεπτών από το νησί γίνεται τις απογευματινές ώρες, αφού μετά την ένταξη της περιοχής στο πρόγραμμα NATURA 2000 απαγορεύεται η κατασκήνωση.

### 2.4.4 Φαράγγια

#### 1. Το φαράγγι του «Μέσωνα»

Το χαμηλότερο σε υψόμετρο σημείο του φαράγγιού - από όπου συνήθως ξεκινούν οι περιπατητές την διάσχισή του -, βρίσκεται στο όμορφο παραδοσιακό χωριό του Καβουσίου κοντά σε δύο άλλα χαρακτηριστικά φυσικά αξιοθέατα της περιοχής: Τον αρχαιολογικό χώρο του Αζοριά και την «Αρχαία Ελιά». Η επονομαζόμενη «Αρχαία Ελιά» είναι δέντρο επίσημα αναγνωρισμένο ως φυσικό μνημείο, ηλικίας περίπου 3300 ετών που τα κλαδιά της στεφάνωσαν τους Ολυμπιονίκες το 2004. Η πρόσβαση στο φαράγγι του Μέσωνα είναι εύκολη και η διαδρομή βαθιά και πανέμορφη με διάρκεια περίπου 6 ωρών. Η διαδρομή περιλαμβάνει πλακόστρωτα και χωμάτινα μονοπάτια, δίπλα σε χειροποίητα αρδευτικά έργα («κάραβους» ή «καταπότες» όπως λέγονται στην τοπική διάλεκτο) γεμάτα με γάργαρο νερό τους περισσότερους μήνες του χρόνου. Κατά τη διάρκεια της σηματοδοτημένη διαδρομής, ο περιπατητής μπορεί να θαυμάσει όχι μόνο την ποικιλία της τοπικής χλωρίδας αλλά την άπλετη θέα σε κάποια σημεία, προς το Κρητικό πέλαγος και τις μικρές βραχονησίδες του. Το μονοπάτι καταλήγει στον παραδοσιακό οικισμό της Θρυπτής σε υψόμετρο 950 μέτρων, όπου μπορεί κανείς να ξεκουραστεί και να δοκιμάσει την πλούσια τοπική κουζίνα στο μικρό καφενείο-εστιατόριο του οικισμού.

## 2. Το φαράγγι της Σαρακίνας (Μύθων)

Δυτικά της Ιεράπετρας, σε απόσταση μόλις 14 χιλιομέτρων από το κέντρο της και δίπλα στο χωριό των Μύθων, βρίσκεται η είσοδος του φαράγγιού της Σαρακίνας. Ένα φαράγγι ιδιαίτερης ομορφιάς με μοναδικά πέτρινα τοιχώματα που λαξεύτηκαν από το κρύο νερό που το διασχίζει σε όλη τη διάρκεια του έτους, εδώ και χιλιάδες χρόνια. Το φαράγγι αν και μικρό, με διάρκεια διαδρομής 2 με 3 ώρες και μέτριας δυσκολίας, αποτελεί αγαπημένο θέμα φωτογράφισης για τους περιπατητές του. Είναι γεμάτο με τους μικρούς καταρράκτες και ορμητικά ρυάκια και πλαισιώνεται με χαρακτηριστικά ψηλά τοιχώματα με αρνητική κλίση, τα οποία σε κάποια σημεία αφήνουν μονοπάτι πλάτους μόλις 2 μέτρων κάνοντας έτσι το φαράγγι να μοιάζει με μικρογραφία του περίφημου φαράγγιού της Σαμαριάς.

## 3. Το φαράγγι του «Χά»

Οι έμπειροι ορειβάτες που αναζητούν διαδρομές ιδιαίτερης δυσκολίας θα βρουν σε απόσταση αναπνοής από το κέντρο της Ιεράπετρας (μόλις 9,5 χιλιόμετρα από την πόλη και δίπλα στον οικισμό Μοναστηράκι) ένα από τα δυσκολότερα φαράγγια της Ελλάδας που



σχηματίστηκε από τεκτονικό ρήγμα και είναι ορατό από μεγάλη απόσταση: το Φαράγγι του «Χα» ή «Χαυγά». Ευπρόσιτο, αλλά εξαιρετικά δύσβατο, φιλοξενεί σπάνια ποικιλομορφία μεσογειακής μικροχλωρίδας και μικροπανίδας που διατηρήθηκε ανέγγιχτη από τον άνθρωπο. Στις περιόδους των έντονων βροχοπτώσεων σχηματίζονται στο εσωτερικό του περίπου 25 καταρράκτες και το ύψος πολλών απ' αυτών ξεπερνά τα 40 μέτρα. Χαρακτηριστικές είναι και οι πολλές μικρές λίμνες που σχηματίζονται μέσα στις πέτρινες λεκάνες που λαξεύτηκαν από τα ορμητικά νερά στο εσωτερικό του φαραγγιού και παραμένουν γεμάτες μέχρι και τον Ιούλιο συνθέτοντας ένα μοναδικό θέαμα.

#### 4. Το φαράγγι του «Μυλωνά»

Το φαράγγι του Μυλωνά με τον ομώνυμο καταρράκτη του, είναι ίσως το πιο γνωστό φυσικό αξιοθέατο στους αλλοδαπούς επισκέπτες-περιηγητές των ξενοδοχειακών συγκροτημάτων γύρω από την Ιεράπετρα, αφού εκτός από κοντινό (7 χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης) είναι ευπρόσιτο και ένα μεγάλο τμήμα του διασχίζεται εύκολα ακόμα από οικογένειες με μικρά παιδιά. Σε τέλος του μονοπατιού, οι επισκέπτες που θα φτάσουν μέχρι τις αρχές του Ιουλίου, θα αποζημιωθούν με ένα δροσερό λουτρό στη βάση του εντυπωσιακού 20μετρου καταρράκτη που θα συναντήσουν εκεί. Όλη δε η διαδρομή είναι κατάφυτη με κωνοφόρα δέντρα και πολύ καλά σηματοδοτημένη και συντηρημένη από τους τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους.

### **2.4.5. Λοιπά αξιοθέατα**

#### 1. Καβούσι

Ένας κοντινός στην πόλη και όμορφος παραδοσιακός οικισμός με 600 περίπου κατοίκους (απογραφή 2011). Απέχει 19 χιλιόμετρα από την Ιεράπετρα και 26 χιλιόμετρα από την πρωτεύουσα του Νομού τον Άγιο Νικόλαο. Βόρεια από το κέντρο του Καβουσίου και σε απόσταση τριών (3) χιλιομέτρων βρίσκεται η μικρή, πολυσύχναστη παραλία «Θόλος», ενώ στο χωριό ο επισκέπτης θα βρει 2 εξαιρετικά εργαστήρια παραδοσιακής ζαχαροπλαστικής (βραβευμένα από τουριστικούς οδηγούς όπως το AlfaGuide και το TripAdvisor) αλλά και μερικά καφενεία και ταβέρνες γύρω από το χωριό που τιμούν την κρητική παραδοσιακή κουζίνα με τον καλύτερο τρόπο. Εκτός από τους πεζόδρομους με τις όμορφες παραδοσιακές

γειτονιές και τις πολλές ιστορικές εκκλησίες μέσα στο Καβούσι, ο περιηγητής θα βρει σε απόσταση ελάχιστων χιλιομέτρων, τους μικρούς παραδοσιακούς οικισμούς «Άβγος», «Τσαμάντι» και «Θρυπτή». Εκεί η περιοχή προσφέρει υπέροχη θέα στο ορεινό τοπίο και το Κρητικό πέλαγος και αποτελεί δημοφιλή τόπο διαδρομών για οχήματα 4x4, mountain bike αλλά και canyoning (στο φαράγγι του Μέσωνα). Οι διαδρομές αυτές συνδυάζονται με επισκέψεις στο δέντρο της «Αρχαία Ελιάς» και τον Μινωικό οικισμό του «Αζοριά».

## 2. Ανατολή και Μάλλες

Βορειοδυτικά της Ιεράπετρας βρίσκονται οι παραδοσιακοί οικισμοί της Ανατολής (σε απόσταση 16 χιλιομέτρων) και Μαλλών (σε απόσταση 26 χιλιομέτρων). Οι οικισμοί προσφέρονται για χαλάρωση και ηρεμία σε ορεινό περιβάλλον που έχει μέσο υψόμετρο 800 μέτρων και εκστατική θέα στο Λυβικό πέλαγος. Εκτός από τα 2-3 παραδοσιακά καφενεία και ταβέρνες που υπάρχουν στην Ανατολή, στις Μάλλες και στο γειτονικό χωριό της Καλαμαύκας, και μία μικρή επιχείρηση ιππασίας – ονηλασίας στην Ανατολή, οικοδομήθηκαν μετά το έτος 2000 και δύο (2) πολύ καλά οργανωμένα αγροτουριστικά καταλύματα στο χωριό της Ανατολής και άλλο ένα (1) στο χωριό των Μαλλών τα οποία παραμένουν ανοικτά σε όλη τη διάρκεια του έτους. Ο επισκέπτες μπορούν να κάνουν περιήγηση στους πλακόστρωτους πεζόδρομους με τις εγκαταλειμμένες ιστορικές γειτονιές και τις εκκλησίες μέσα στα χωριά ή να εκδράμουν στη γύρω περιοχή όπου υπάρχουν σηματοδοτημένες διαδρομές για οχήματα 4x4, να κάνουν ιππασία ή πεζοπορία και να ανακαλύψουν την ιδιαίτερη ποικιλία της βρώσιμης τοπικής χλωρίδας ή να δροσιστούν από τα παγωμένα νερά των αιωνόβιων πηγών που ρέουν εκεί.

## 3. Σελάκανο

Βορειοδυτικά της Ιεράπετρας σε απόσταση 35 χιλιομέτρων και μετά την Ανατολή και τις Μάλλες συναντάμε το χωριό Σελάκανο. Γύρω από τον παραδοσιακό αυτό οικισμό απλώνεται το ομώνυμο πευκοδάσος, που αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα στο είδος του διασωζόμενο οικοσύστημα στη Μεσόγειο γι αυτό και είναι ενταγμένο στο πρόγραμμα NATURA 2000. Και σε αυτή την περιοχή υπάρχουν σηματοδοτημένα ορειβατικά μονοπάτια που προσφέρονται για πεζοπορία και mountain bike αλλά και ένα πυκνό δίκτυο δασικών δρόμων ιδανικό για διαδρομές οχημάτων 4x4 κάτω από τη σκιά των πανύψηλων αιωνόβιων

πεύκων, που ευδοκιμούν στο βραχώδες περιβάλλον της περιοχής. Για τη φιλοξενία των φυσιολατρών επισκεπτών φροντίζουν δύο παραδοσιακά καφενεία – ταβέρνες αλλά και ένα άρτια οργανωμένο αγροτουριστικό κατάλυμα που παραμένει ανοικτό σε όλη τη διάρκεια του έτους. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λειτουργεί δίπλα στο παραπάνω κατάλυμα και αγροτουριστική παιδική κατασκήνωση. Η διαδρομή από Ιεράπετρα προς Σελάκανο μπορεί να συνδυαστεί με επίσκεψη στο κοντινή Ιερά Μονή της «Παναγίας Εξακουστής» που λειτουργεί ως γυναικείο μοναστήρι. Εκτός από το εκστατική – ευλαβική ατμόσφαιρα και την όμορφη θέα στη γύρω περιοχή, ο επισκέπτης θα βρει μέσα στο μοναστήρι εργαστήριο υφαντουργίας και εκθετήριο τοπικών εργόχειρων. Επίσης τέσσερα χιλιόμετρα μετά το μοναστήρι, στο δρόμο προ Σελάκανο, ο επισκέπτης αξίζει να κάνει μια στάση στο μικρό εκκλησάκι της Αγίας Παρασκευής για να δροσιστεί από τα παγωμένα νερά των πηγών, να ξαποστάσει κάτω από τη σκιά των αιωνόβιων πλατάνων και να δοκιμάσει τη νόστιμη τοπική κουζίνα στη μικρή παραδοσιακή ταβέρνα που υπάρχει δίπλα στην εκκλησία.

#### **2.4.6 Τοπική κουζίνα**

Ο όρος «κρητική διατροφή» είναι σήμερα γνωστός σε όλο τον κόσμο. Ο κόσμος άρχισε να εστιάζει σ' αυτήν από το 1948, όταν το Ίδρυμα Ροκφέλλερ διεξήγαγε στην Κρήτη έρευνες για τη τοπική διατροφή η οποία θεωρήθηκε το πρότυπο της Μεσογειακής κουζίνας. Το ενδιαφέρον του κόσμου κορυφώθηκε το 2012 όταν η UNESCO αναγνώρισε επίσημα τη Μεσογειακή κουζίνα ως πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας. Τότε η Κρήτη άρχισε να ενισχύει τη φήμη της ως τουριστικός προορισμός όχι μόνο για τις κλιματικές συνθήκες, τις φυσικές ομορφιές της και τον αρχαίο πολιτισμό της, αλλά και για τις επιστημονικά αναγνωρισμένες υγιεινές διατροφικές επιλογές που θα μπορούσε να προσφέρει στον επισκέπτη της. Κι αυτό γιατί η Κρήτη -και σε μεγάλο βαθμό η Ιεράπετρα-, εξακολουθεί να διατηρεί έναν σημαντικό παραγωγικό πληθυσμό, ο οποίος ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα, κυρίως με το λάδι, το αμπέλι, τα πρώιμα κηπευτικά, και την κτηνοτροφία. Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η Κρήτη είναι η περιφέρεια που έχει τον μεγαλύτερο αριθμό προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ στον Ελλαδικό χώρο (18 από τα 101 προϊόντα σε όλη τη χώρα), ενώ η χλωρίδα της Κρήτης περιλαμβάνει πάνω από 1700 είδη βοτάνων, από τα οποία τα 159 είναι ενδημικά. Ενδεικτικό των παραπάνω είναι και η αύξηση τα τελευταία χρόνια των αγροτουριστικών καταλυμάτων στη μεγαλόνησο, καθώς και των ξενοδοχειακών μονάδων

και των εστιατορίων που διαφημίζουν την πιστοποίησή τους στη χρήση του ελαιόλαδου ή στην εφαρμογή συνταγών της Κρητικής κουζίνας.

Τα πιο δημοφιλή προϊόντα της κρητικής γης που θα βρει ο επισκέπτης στην Ιεράπετρα είναι:

1. Το ελαιόλαδο αποτελεί αναμφίβολα το κορυφαίο σε διατροφική αξία και φήμη συστατικό της Κρητικής κουζίνας. Καλλιεργείται από την αρχαιότητα και σήμερα εξακολουθεί να βραβεύεται σε διεθνείς διαγωνισμούς για την ποιότητά του. Μετά τα πρώιμα κηπευτικά αποτελεί το δεύτερο σε ποσότητα παραγωγής αγροτικό προϊόν στο δήμο Ιεράπετρας. Λόγω της χαμηλής του οξύτητας και της ελαφριάς γεύσης του, τυγχάνει ιδιαίτερης προτίμησης από τους επισκέπτες της πόλης γι αυτό και χρησιμοποιείται στις κουζίνες αρκετών τοπικών εστιατορίων και διαφημίζεται ανάλογα, ενώ η φήμη του προωθείται και μέσω της χρήσης του ως ωμό πάνω σε γνωστά τοπικά εδέσματα όπως η κρητική σαλάτα ή ο «ντάκος» (Κρητικό παξιμάδι από κριθάρι). Το Κρητικό ελαιόλαδο μαζί με τις παστεριωμένες βρώσιμες ελιές τυγχάνουν ιδιαίτερης προτίμησης αγοράς στα τοπικά super market από τους Ευρωπαίους τουρίστες, λόγω και της ιδιαίτερα χαμηλής τιμής που μπορούν να τα αγοράσουν εδώ στον τόπο παραγωγής τους.
2. Από τα Μινωικά χρόνια η μεγαλόνησος φημίζονταν μεταξύ άλλων και για την ποιότητα των σταφυλιών και των κρασιών που παρήγαγε. Η οινοπαραγωγή συνεχίζεται μέχρι και σήμερα και λόγω των ιδιαίτερων κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στις ορεινές περιοχές της η Κρητική γη συνεχίζει να δίνει κρασιά εξαιρετικής ποιότητας που βραβεύονται τακτικά σε Ευρωπαϊκούς διαγωνισμούς. Ειδικά στην Ιεράπετρα, ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής σταφυλιών καταλήγει στην παραγωγή τσικουδιάς (ρακής). Τα «ρακοκάζανα» όπως αποκαλούνται τα αντίστοιχα αποστακτήρια, αποτελούν κομμάτι της τοπικής παράδοσης και κουλτούρας. Η απόσταξη της ρακής υπάρχει στις δραστηριότητες όλων των αγροτουριστικών καταλυμάτων, ενώ η κατανάλωση αυτού του αυθεντικού ποτού αρχίζει να παίρνει τη μορφή μόδας που ενστερνίζονται όλοι οι τουρίστες στα νεανικά «ρακάδικα» που ολοένα και αυξάνονται στην Ιεράπετρα.
3. Τα κρητικά γαλακτοκομικά προϊόντα κατέχουν εξέχουσα θέση στο τραπέζι των ντόπιων κατοίκων και ημεδαπών επισκεπτών της Ιεράπετρας. Η μυζήθρα, και τα μαλακά τυριά (όπως ο ανθότυρος και το κεφολοτύρι) σερβίρονται σαν ορεκτικό, ή συνοδευτικό λαχανικών (τομάτας), ή σαν επιδόρπιο με μέλι ή συνηθέστερα με τη μορφή της γνωστής

«νεράτης μυζηθρόπιτας», ενώ κορυφαία θέση στις προτιμήσεις των γλυκών έχει το «γεραπετρίτικο καλιτσούνι» που αποτελείται κυρίως από γλυκιά μυζήθρα. Επίσης από ξινισμένο γάλα και σιτάρι παρασκευάζεται ο ξινόχοντρος (κρητικός τραχανάς) που διατίθεται και συσκευασμένος από βιοτεχνία που δραστηριοποιείται στον οικισμό του Καβουσίου. Γενικά το τυρί στην Κρήτη σεβίρεται όλες τις ώρες της μέρας από το πρωί ως αργά τη νύχτα, ως συνοδευτικό, κύριος μεζές ή επιδόρπιο, ενώ υψηλού επιπέδου γαστρονομικοί συνδυασμοί όπως το καρπούζι με φέτα, η γραβιέρα με πεπόνι, ή η μυζήθρα με μέλι και κανέλα, αποτελούν πόλο έλξης για τους αλλοδαπούς τουρίστες στα μπουφέ των all inclusive ξενοδοχειακών μονάδων που διαθέτει η πόλη.

4. Τα πρώιμα κηπευτικά αλλά και τα λαχανικά όπως οι αγκινάρες, τα κουκιά, οι ασκολύμπροι, αποτελούν βασικά συστατικά πολλών αγαπημένων τοπικών συνταγών για τους Έλληνες τουρίστες, ενώ η κρητική σαλάτα με φρέσκα κηπευτικά αποτελεί το συνηθέστερο αγαπημένο φαγητό των βορειοευρωπαϊών τουριστών που μπορούν να την απολαύσουν σε τιμές πολύ χαμηλότερες απ' ότι στη χώρα τους.
5. Τα πολλά ενδημικά άγρια χόρτα όπως τα «τσιγαριστά», το «λαγουδοφάϊ», οι «αβρονιές», το «γυαλοράδικο», οι «γρύλοι», οι «ασκορδουλάκοι» τα μανιτάρια κ.ά. χρησιμοποιούνται για να παρασκευαστούν κάποια τοπικά εδέσματα, αγαπημένα στους μεσήλικες κυρίως τουρίστες που έρχονται κατ' επανάληψη στην Ιεράπετρα. Το γνωστότερο τέτοιο έδεσμα είναι τα «χορτοπιτάκια» που ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει όχι μόνο στις παραδοσιακές ταβέρνες, αλλά και να τα προμηθευτεί τυποποιημένα από στις δύο (2) τοπικές βιοτεχνίες που εδρεύουν στους οικισμούς Κουτσουνάρι και Καβούσι και τροφοδοτούν όλα τα τοπικά super market.
6. Τα βότανα και τα αρωματικά φυτά, όπως το Δίκταμο ή Έρωντας (*Origanum dictamnus*), το Φασκόμηλο (*Salvia fruticosa*), η Μαντζουράνα (*Origanum microphyllum*), η Μαλοτήρα (*Sideritis syriaca*), το Θυμάρι (*Coridothymus capitatus*), η άγρια Ρίγανη (*Origanum vulgare ssp hirtum*), η Θρούμπα (*Satureja thymbra*), το Χαμομήλι (*Marticaria chamomila*), η Λαδανιά ή αγριοφασκόμηλο (*cistus creticus*), το δεντρολίβανο κ.ά. φύονται σε όλη την ορεινή Κρήτη. Ο επισκέπτης της πόλης μπορεί να τα απολαύσει στα ροφήματα που προσφέρονται στις παραδοσιακές ταβέρνες αλλά και να τα προμηθευτεί είτε από τη Λαϊκή αγορά της πόλης είτε σε εύχρηστες συσκευασίες που παρέχουν στα τοπικά super market οι μικρές κρητικές βιοτεχνίες που τα συλλέγουν από τους ντόπιους και τα τυποποιούν.

7. Η παραπάνω ποικιλία αρωματικών φυτών συμβάλει και στην παραγωγή ενός ακόμα γνωστού προϊόντος: το κρητικό μέλι. Παράγεται με βάση το θυμάρι, το φασκόμηλο, το πεύκο και άλλα ενδημικά κωνοφόρα των γύρω οικισμών (κυρίως στο Σελάκανο), τα άνθη των οποίων παρέχουν την τροφή των μελισσών. Το ιδιαίτερο πλούσιο άρωμα και τη γεύση του κρητικού μελιού, το καθιστούν αγαπημένο έδεσμα κυρίως των Ελλήνων τουριστών που το προμηθεύονται από τη λαϊκή αγορά της πόλης, τυποποιημένο από τους τοπικούς παραγωγούς.
8. Στην Ιεράπετρα παραδοσιακά ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού ασχολείται επαγγελματικά ή ερασιτεχνικά με την αλιεία. Γι' αυτό και τα ψάρια κατέχουν κυρίαρχο ρόλο στη τοπική κουζίνα σε αντίθεση με πολλές περιοχές στην υπόλοιπη Κρήτη. Η παραγωγή των μικρών ντόπιων ψαριών και μαλακίων με την ιδιαίτερη γεύση από το Λιβυκό πέλαγος τυγχάνει ιδιαίτερης προτίμησης στις παραλιακές ταβέρνες της πόλης.

Από τα υπόλοιπα φαγητά της τοπικής κουζίνας τρία είναι αυτά που ξεχωρίζουν στις προτιμήσεις των τουριστών που επιζητούν ιδιαίτερες γαστρονομικές απολαύσεις:

9. Τα σαλιγκάρια («χοχλιοί» στη τοπική διάλεκτο) που μαγειρεύονται κυρίως «μπουρμπουριστοί» στο τηγάνι με ελαιόλαδο, ξύδι και δεντρολίβανο, αλλά και στιφάδο, ή με αγκινάρες, με άγρια χόρτα, με κουκιά κ.α. Τα σαλιγκάρια μπορεί όχι μόνο να τα γευτεί ο επισκέπτης στις περισσότερες παραδοσιακές ταβέρνες και τα «ρακάδικα» της πόλης, αλλά και να τα αγοράσει από τα τοπικά super market όπου τα προμηθεύει μια πιστοποιημένη τοπική επιχείρηση “χοχλιδοτροφείου” που δραστηριοποιείται στην Ιεράπετρα.
10. Οι παραδοσιακές «ομαθιές» είναι επίσης ένα ιδιαίτερο έδεσμα της «Γεραπετρίτικης» κουζίνας που παρασκευάζεται από χοιρινό έντερο και ξινόχοντρο ή ρύζι.
11. Τέλος τα «σκιουφιχτά» μακαρόνια και οι «χυλοπίτες» είναι τα παραδοσιακά ζυμαρικά που φτιάχνονταν στη Κρήτη με αλεύρι ολικής άλεσης από σιτάρι και κριθάρι. Με την αναβίωση της παραδοσιακής Κρητικής διατροφής επανήλθαν και προτιμώνται από μεγάλη μερίδα ντόπιων αλλά και Ελλήνων τουριστών. Στην Ιεράπετρα μπορεί κανείς να τα βρει σε όλα σχεδόν τα εστιατόρια, χάρη και στην πιστοποιημένη τοπική βιοτεχνία που τα παρασκευάζει με έδρα τον οικισμό του Καβουσιού.
12. Ως αναφορά τα γλυκά της τοπικής κουζίνας εκείνα που ξεχωρίζουν στις προτιμήσεις των τουριστών είναι το «γεραπετρίτικο καλιτσούνι» και το «ξεροτήγανο». Το πρώτο που παρασκευάζεται με κύριο συστατικό την γλυκιά μυζήθρα, ξεκίνησε ως παραδοσιακό

πασχαλινό γλυκό, αλλά εξαιτίας της μεγάλης του ζήτησης είναι πια διαθέσιμο καθημερινά σε όλα τα ζαχαροπλαστεία της πόλης. Το ξεροτήγανο ξεκίνησε ως παραδοσιακό γλυκό των Χριστουγέννων και γλυκό που προσφέρονταν σε παραδοσιακούς γάμους και παρασκευάζεται με αλεύρι θυμαρίσιο μέλι και ελαιόλαδο. Τώρα όχι μόνο αποτελεί καθιερωμένο γλυκό που προσφέρεται σε όλες τις γαμήλιες τελετές, αλλά αποτελεί και το αγαπημένο ξεχωριστό τοπικό έδεσμα που επιλέγουν να πάρουν μαζί τους οι ημεδαποί κυρίως τουρίστες όταν αναχωρούν από την Ιεράπετρα. Εκτός από τα τοπικά ζαχαροπλαστεία, μπορεί να το προμηθευτεί κανείς και από την εξειδικευμένη και πιστοποιημένη βιοτεχνία που το παράγει χρησιμοποιώντας τοπικές πρώτες ύλες, στον οικισμό Καβούσι.

13. Στον οικισμό του Καβουσιού επίσης εδρεύει από το 2015 άλλη μία πιστοποιημένη βιοτεχνία παραγωγής και τυποποίησης παραδοσιακών γλυκών εδεσμάτων που έχουν αρχίσει τα τελευταία χρόνια να κερδίζουν την προτίμηση των κατοίκων και τουριστών: τα «σταφιδωτά», η «μουσταλευριά» τα «μουστοκούλουρα» και διάφορα άλλα προϊόντα μούστου.

#### **2.4.7 Πολιτιστικές εκδηλώσεις**

Από το 1983 ο κυριότερος πολιτιστικός θεσμός στην Ιεράπετρα είναι τα «Κύρβεια». Πρόκειται για σειρά πολιτιστικών εκδηλώσεων με καλλιτεχνικά σχήματα απ' όλη την Ελλάδα: θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες Ελληνικής και ξένης μουσικής, χορευτικές παραστάσεις κυρίως από τοπικές σχολές χορού και μπαλέτου, εκθέσεις φωτογραφίας, κινηματογραφικές προβολές, παραδοσιακά μουσικοχορευτικά πανηγύρια, beach party κ.α. Οι συναυλίες και οι θεατρικές παραστάσεις των παραπάνω εκδηλώσεων, είναι πολλές φορές μεταφορά μεγάλων και επιτυχημένων παραστάσεων που λάμβαναν χώρα κατά τη διάρκεια της προηγούμενης χειμερινής περιόδου στην Αθήνα και σε άλλες μεγαλουπόλεις της Ελλάδας. Οι εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα όχι μόνο εντός της πόλεως, αλλά και στους γύρω οικισμούς και χωριά και τυγχάνουν ιδιαίτερης προτίμησης από αλλοδαπούς αλλά κυρίως από Έλληνες τουρίστες.

Επίσης, στο Δήμο Ιεράπετρας έχουν θεσμοθετηθεί από τους τοπικούς φορείς και διάφορες άλλες εκδηλώσεις που τυγχάνουν ιδιαίτερης προτίμησης κατά τους καλοκαιρινούς μήνες από τους επισκέπτες. Η «Γιορτή σαρδέλας» λαμβάνει χώρα στο μικρό λιμάνι του

χωριού «Μακρύ Γιαλός» με ψήσιμο σαρδέλας από τους ντόπιους ψαράδες και μουσικοχορευτικές εκδηλώσεις από τοπικά συγκροτήματα. Οι εκδηλώσεις αναβίωσης Μινωϊκών συνταγών λαμβάνουν χώρα είτε εντός πόλεως (ταβέρνα «Κλειώ») είτε σε τοπικούς οικισμούς («Καβούσι» ή «Μόχλος»). Οργανώνονται σε συνεργασία με τοπικά εστιατόρια και τοπικούς πολιτιστικούς συλλόγους, υπό την αιγίδα της αμερικανικής αρχαιολογικής σχολής και με συμμετοχή Ελλήνων αρχαιολόγων και διακεκριμένων μαγείρων και πλαισιώνονται από ποικίλες επιμορφωτικές εκδηλώσεις (ομιλίες, συναυλίες, μικρές εκθέσεις κ.α.).

Η «Γιορτή Τουρισμού» λαμβάνει χώρα κάθε Σεπτέμβριο στην Ιεράπετρα με έκθεση – μπουφέ και δωρεάν παροχή τοπικών παραδοσιακών εδεσμάτων και ποτών, ενώ πλαισιώνεται με συναυλίες τοπικών μουσικών συγκροτημάτων.

Το τοπικό Φεστιβάλ Θεάτρου οργανώνεται κάθε χρόνο από το δήμο Ιεράπετρας και αποτελεί το κυρίαρχο πολιτιστικό γεγονός κατά τη Χειμερινή περίοδο. Κατά τη διάρκειά του, προσκαλούνται ερασιτεχνικά θεατρικά σχήματα από όλη την Ελληνική επικράτεια να παρουσιάσουν τα έργα τους και βραβεύονται όχι από τους ειδικούς θεάτρου που φιλοξενούνται εκείνη την περίοδο στην πόλη αλλά και από το κοινό που παρακολουθεί τις παραστάσεις.

Εκτός από τα παραπάνω, μεγάλο πλήθος -κυρίως Ελλήνων τουριστών-, προσελκύουν τα διάφορα τοπικά «πανηγύρια» και εκδηλώσεις με συνοδεία καλλιτεχνών μουσικής παράδοσης, που λαμβάνουν χώρα σε όλη την έκταση του Δήμου, είτε λόγω τοπικών θρησκευτικών εορτών, είτε οργανωμένα από πολιτιστικούς εξωραϊστικούς συλλόγους εθελοντών και σχολές χορού. Πιο αξιοσημείωτες είναι οι τοπικές καλοκαιρινές εορτές στις ιδιαίτερης ομορφιάς ορθόδοξες μονές της «Παναγίας Φανερωμένης» κοντά στο χωριό της «Παχειάς Άμμου» και της «Παναγίας της Εξακουστής» κοντά στο χωριό «Μάλλες». Εκτός από το όμορφο φυσικό τοπίο που απολαμβάνει ο επισκέπτης τόσο κατά τη διάρκεια της διαδρομής, όσο και κατά την επίσκεψή του στις παραπάνω Μονές, μπορεί να λάβει μέρος σε εκδηλώσεις που περιλαμβάνουν συμμετοχή σε νυχτερινές πεζοπορίες κάτω από το φως του φεγγαριού, μέσα από σηματοδοτημένα μονοπάτια στην περιοχή γύρω από τη «Μονή της Φανερωμένης», ή στην παρακολούθηση των Λειτουργιών που λαμβάνουν χώρα στις Μονές με Ιερατικές χορωδίες. Ο επισκέπτης μπορεί επίσης να διανυκτερεύσει μετά την Λειτουργία του Εσπερινού σε κοινόχρηστα δωμάτια (Κελιά) που παραχωρεί η Μονή της Φανερωμένης, ή να κατασκηνώσει σε χώρο δίπλα στη Μονή, να συνεργαστεί με τους



ντόπιους κατοίκους κατά την παρασκευή νησιτίσιμων εδεσμάτων στην κοινόχρηστη κουζίνα και να απολαύσει την παρέα και τη φιλοξενία τους.

## **2.5 Η τουριστική ανάπτυξη στην Ιεράπετρα και προοπτικές**

Τόσο η Κρήτη όσο και η Ιεράπετρα αποτελούν ιδιαίτερα ελκυστικό τουριστικό προορισμό με αυξανόμενο αριθμό τουριστών τα τελευταία χρόνια. Η αύξηση αυτή έχει αρκετές συνέπειες τόσο θετικές όσο και αρνητικές. Οι θετικές βέβαια είναι περισσότερες αφού αύξηση του τουρισμού συνεπάγεται αύξηση του εισοδήματος της οικονομίας, των επενδύσεων και ταυτόχρονα άνοιγμα θέσεων απασχόλησης. Στις αρνητικές περιλαμβάνονται η υπερεκμετάλλευση φυσικών πόρων, η ρύπανση του περιβάλλοντος η μείωση της βιοποικιλότητας, η εξαφάνιση διαφόρων φυτών και ζώων, η έλλειψη υδάτινων και ενεργειακών πόρων, η αύξηση της μόλυνσης και της ρύπανσης των τουριστικών προορισμών, η κυκλοφοριακή συμφόρηση στις παράκτιες περιοχές και η αλλαγή του παραδοσιακού τρόπου ζωής των ντόπιων (Καραγιάννη, 2004:17). Όμως οι θετικές υπερσχύουν σε αυτό το στάδιο της ανάπτυξης, των αρνητικών.

Η Ιεράπετρα ανήκει στις περιοχές με αναξιποίητη λανθάνουσα τουριστική δυναμικότητα γεγονός που σημαίνει ότι βρίσκεται σε αρχικά στάδια σε επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης ενώ διαθέτει αρκετές αναξιποίητες δυνατότητες οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν και κυρίως προβληθούν κατάλληλα να οδηγήσουν σε παραπέρα τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα πάντα την τόνωση της τοπικής οικονομίας από τη μία αλλά και παράλληλα με σεβασμό στο περιβάλλον και τους φυσικούς πόρους ώστε να μην τεθεί σε κίνδυνο η ίδια η τουριστική ανάπτυξη. Σύμφωνα και με μελέτη τουριστικής ανάπτυξης για την ευρύτερη περιφέρεια Κρήτης συνεπώς και για την Ιεράπετρα ([http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files\\_basic\\_pages/perilipsi\\_kriti.pdf](http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/perilipsi_kriti.pdf)) οι

στρατηγικοί στόχοι που προβλέπονται αφορούν :

- 1) Στην βελτίωση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος μέσω βελτίωσης των υποδομών των υπηρεσιών, διαφοροποίησης της τουριστικής προσφοράς και ενδυνάμωση της τοπικής ταυτότητας.
- 2) Προβολή των ποικίλων δραστηριοτήτων της περιοχής κάθε εποχή του χρόνου και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- 3) Διατήρηση των φυσικών πόρων μέσω ορθολογικής χρήσης των διαθέσιμων πόρων.

- 4) Σύνδεση του τουριστικού τομέα με τους άλλους δύο παραγωγικούς τομείς (πρωτογενή και δευτερογενή)
- 5) Αναβάθμιση του τοπικού οδικού δικτύου ώστε να κάνει την περιοχή εύκολα προσβάσιμη

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων μπορούν να προταθούν αρκετά μέτρα για εφαρμογή πολιτικών όπως για παράδειγμα έλεγχος της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών, στήριξη του ημεδαπού τουρισμού, ο οποίος αποτελεί αρκετά σημαντικό ποσοστό στο σύνολο των τουριστών, ενδυνάμωση κινήτρων για εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, βελτίωση τουριστικών υποδομών και επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο, δημιουργία τοπικής ταυτότητας και κατοχύρωση σήματος τοπικής κουζίνας, υλοποίηση μείγματος marketing για την προώθηση του τουριστικού πακέτου που αφορά στην Ιεράπετρα και σωστή προβολή του από τα ΜΜΕ με αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και του διαδικτύου και γενικότερα μια σειρά άλλα μέτρα τα οποία για να υλοποιηθούν απαιτείται η συνεργασία όλων των τοπικών φορέων. Συγκεκριμένα ο σύλλογος ξενοδόχων Ιεράπετρας ο οποίος μπορεί να διοργανώνει ημερίδες σεμινάρια και άλλες παρόμοιου τύπου δράσεις σε συνεργασία με τα ΚΕΚ και το ΙΕΚ Ιεράπετρας με σκοπό την επιμόρφωση και εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού που απασχολείται στον τουρισμό και κατάλληλη προβολή αυτών μέσα από τα ΜΜΕ, διοργάνωση έκθεσης για τον τουρισμό στο οποίο να μπορούν να πάρουν μέρος όσες τοπικές και μη τουριστικές επιχειρήσεις το επιθυμούν σε συνεργασία με το Δήμο Ιεράπετρας, τον ΟΤΑ και όλους τους εμπλεκόμενους φορείς με σκοπό την προβολή των τοπικών προϊόντων της Ιεράπετρας, των παραδοσιακών κρητικών χορών της τοπικής κουζίνας των πολιτιστικών δράσεων και εκδηλώσεων που περιλαμβάνονται στα “Κύρβεια” και γενικότερα την προβολή των τουριστικών δυνατοτήτων της. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι μια τέτοια προσπάθεια είχε γίνει τον Ιούνιο του 2015 από τον Δήμο Ιεράπετρας, με ένα τριήμερο αφιερωμένο στον τουρισμό.

Στην παραπάνω εν λόγω μελέτη για την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης για την περιοχή της Ιεράπετρας προβλέπονταν: α) η αποκατάσταση του καταφυγίου Αφέντη, η κατασκευή γηπέδου γκολφ στην περιοχή Απηγανιά και η κατασκευή παρατηρητηρίου στο χωριό Ορεινό από το Δήμο Μακρύ Γιαλού, β) Η κατασκευή κατάλληλων εγκαταστάσεων για προπονητικό τουρισμό, παρατηρητηρίου στην περιοχή Χα και Μπραμιανών από το Δήμο Ιεράπετρας, και γ) οικοτουριστική ανάπτυξη του οικισμού Πέπονας από ιδιώτες.

Όλες οι παραπάνω δράσεις θα οδηγήσουν εκτός των ήδη προαναφερόμενων θετικών συνεπειών στην τοπική οικονομία, σε τόνωση του εισοδήματος της απασχόλησης και των επενδύσεων, θα συμβάλλουν στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου ζωής, στην αναβάθμιση του ανθρώπινου κεφαλαίου αλλά και περιβάλλοντος τονίζοντας την τοπική αρχιτεκτονική, θα αναδείξουν τους πολιτιστικούς πόρους της περιοχής, θα επιτελέσουν στην διάχυση της τουριστικής ανάπτυξης και προβολή και διατήρηση της τοπικής ταυτότητας. Γενικότερα θα συμβάλλουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η διερεύνηση της ικανοποίησης των τουριστών από την περιοχή της Ιεράπετρας πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο της ποσοτικής ανάλυσης εξαιτίας της φύσης της έρευνας αλλά και της διερεύνησης των παραγόντων που καλείται να απαντήσει. Έτσι σύμφωνα και με τις αρχές του Creswell (2011) συντάχθηκαν ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού κυρίως τύπου, πολλαπλής επιλογής και δύο συνολικά ανοικτού τύπου.

Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις μπορούν να συνοψιστούν σε ομάδες. Η πρώτη ομάδα αποτελείται από ερωτήσεις γενικής φύσεως όπως: «Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί την Ιεράπετρα;», «Πώς συνηθίζετε να κάνετε διακοπές; Με παρέα φίλων, με την οικογένεια κ.λ.π.», «Πόσες ημέρες διήρκεσαν οι διακοπές σας;». Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων αφορά την περιοχή της Ιεράπετρας και κυρίως τους λόγους που την επέλεξαν σαν προορισμό για διακοπές. Συνεπώς ακολουθούν ερωτήσεις όπως: α) «Για ποιους λόγους επιλέξατε την περιοχή μας για διακοπές;» με πιθανές απαντήσεις επιλογής: Κλίμα-παραλίες-φύση, πολιτισμός-ιστορία, τιμή, β) «Από πού αντλήσατε τις πληροφορίες σας για την περιοχή μας;» με πιθανές απαντήσεις: Tour Operators, Διαδίκτυο, Προσωπική εμπειρία, Εκθέσεις τουρισμού, Εφημερίδες-περιοδικά-TV, γ) Τι καταλύματα επιλέξατε για τη διαμονή σας; Όπως για παράδειγμα, ξενοδοχείο All-inclusive, Ξενοδοχείο (HB/BB), Διαμέρισμα-στούντιο, Βίλα, Σπίτι φίλων, Κάμπινγκ, δ) Από πού επιλέξατε το κατάλυμα που μείνατε; με πιθανές απαντήσεις: από Internet, από Tour Operator, από Σύσταση φίλων, από Φυλλάδια, από παλαιότερη διαμονή, ε) Ποιο σημείο επιλέξατε για την διατροφή σας; Με επιλεγόμενες απαντήσεις: Εστιατόριο ξενοδοχείου, Εστιατόριο εκτός ξενοδοχείου, Αγορές από super market, στ) Κατά τη παραμονή σας στην Ιεράπετρα ποια από τα παρακάτω μέσα χρησιμοποιήσατε; Με πιθανές απαντήσεις: Αυτοκίνητο, Δημόσια συγκοινωνία, Μηχανή, Ταξί, και επίσης: ζ) Ποια από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά την παραμονή σας στην περιοχή μας; Με επιλεγόμενες απαντήσεις τα αξιοθέατα της περιοχής της Ιεράπετρας δηλαδή: Νήσος Χρυσή, Χωριά στη γύρω περιοχή, Καταρράκτες Αγ. Ιωάννη, Ενετικό φρούριο, «Σπίτι Ναπολέοντα», Καταρράκτες Σαρακίνας, Αρχαιολογικό Μουσείο, Αρχαιολογικός χώρος Γουρνιών, Φαράγγι του Χα.

Στη συνέχεια ακολουθούν ερωτήσεις των οποίων οι απαντήσεις τους ακολουθούν την κλίμακα Likert και συγκεκριμένα: Καθόλου, Λίγο, Σχετικά, Αρκετά, Πολύ. Η πρώτη ερώτηση αυτής της κατηγορίας αφορά γενικότερα τις εντυπώσεις από την περιοχή της Ιεράπετρας. Συγκεκριμένα: «Κατά τη παραμονή σας στην Ιεράπετρα πόσο ικανοποιημένοι μείνατε από τα παρακάτω»: Παραλίες-φύση, Χώρο διαμονής, Διατροφή, Αγορές, Νυχτερινή διασκέδαση, Τιμές, Καθαριότητα, Διαθεσιμότητα πληροφοριών, Αίσθημα ασφάλειας, Υποδομές, Κλίμα, Μνημεία, Θρησκευτικά μνημεία, Μέσα μεταφοράς, Αρχιτεκτονική, Οδικό δίκτυο, Φιλικότητα ντόπιων, Ψυχαγωγία - άθληση. Η επόμενη ερώτηση μετράει τον βαθμό ικανοποίησης των τουριστών σε σχέση με τον τόπο διαμονής τους. Συγκεκριμένα τίθεται η εξής ερώτηση: «Ειδικά από το χώρο διαμονής σας (ξενοδοχείο, διαμέρισμα κλπ), πόσο ικανοποιημένοι μείνατε από»: Τοποθεσία, Δωμάτιο, Προσωπικό, Σχέση τιμής-αξίας, Υπηρεσίες, Καθαριότητα, Αρχιτεκτονική. Η επόμενη ερώτηση μετράει την ικανοποίηση των τουριστών της Ιεράπετρας αναφορικά με την διατροφή τους. Συγκεκριμένα: «Ειδικά για τη διατροφή σας, πόσο ικανοποιημένοι μείνατε από τα παρακάτω;» Τοπική κουζίνα, Ποιότητα φαγητού, Ποικιλία πιάτων, Σχέση τιμής-αξίας, Καθαριότητα, Περιβάλλον, Εξυπηρέτηση.

Οι ερωτήσεις που ακολουθούν αφορούν την γενικότερη εμπειρία των τουριστών σε σχέση με τις προσδοκίες τους, αν θα επέλεγαν να επισκεφθούν ξανά την Ιεράπετρα. Συγκεκριμένα: «Πως θα χαρακτηρίζατε την εμπειρία σας στην Ιεράπετρα σε σχέση με τις προσδοκίες που είχατε πριν το ταξίδι;», «Πόσο πιθανό είναι να επισκεφτείτε ξανά στο άμεσο μέλλον την Ιεράπετρα για διακοπές;», «Πόσο πιθανό είναι να συστήσετε σε φίλους ή συγγενείς σας να επισκεφτούν την Ιεράπετρα για διακοπές;»

Στη συνέχεια ακολουθούν ερωτήσεις από τις οποίες γίνεται προσπάθεια να μελετηθεί το πόσο γνωστή είναι η Ιεράπετρα στους τουρίστες και στα Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης όπως για παράδειγμα Facebook, Twitter κ.λ.π. και γι αυτό το σκοπό ετέθησαν ερωτήσεις όπως: «Γνωρίζετε ότι η Ιεράπετρα είναι η νοτιότερη πόλη της Ευρώπης;», «Σε ποιους από τους παρακάτω ιστότοπους αναζητάτε πληροφορίες για τουριστικούς προορισμούς;»

Τέλος, ακολουθούν ερωτήσεις που αφορούν κυρίως δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, που αφορούν το φύλο την ηλικία την οικογενειακή κατάσταση, το επίπεδο εκπαίδευσης και την εθνικότητά τους.

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στις ρεσεψιόν των ξενοδοχείων “Ostria beach hotel”, “Blue Sky”, “Eden Rock”, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια (apartments) “Filoxenia” στο

Κουτσουνάρι, τα οποία βρίσκονται έξω από την πόλη της Ιεράπετρας καθώς και τα ξενοδοχεία “Astron” και “Petra-Mare” που βρίσκονται εντός της πόλης της Ιεράπετρας και ζητήθηκε από τους υπαλλήλους τους να τα αφήσουν μέσα στα δωμάτια. Η επιλογή αυτών των ξενοδοχειακών μονάδων έγινε ώστε να καλυφθεί και η πόλη της Ιεράπετρας αλλά και ξενοδοχεία που βρίσκονται στην περιοχή γύρω από αυτήν. Επίσης τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε θέσεις κλειδιά όπως τα εστιατόρια «Κλειώ» και «Ναπολέων» και στα μεζεδοπωλεία («ρακάδικα») «Όξω» και «Φωλιά». Με αυτό τον τρόπο έγινε προσπάθεια ώστε το δείγμα να είναι όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό και η δειγματοληψία αμερόληπτη.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε χρονικό διάστημα περίπου ενός μήνα και συγκεκριμένα από 15 Ιουλίου μέχρι 15 Αυγούστου 2016. Το διάστημα αυτό δεν επιλέχτηκε τυχαία αλλά εξαιτίας του ότι αποτελεί διάστημα κατά το οποίο οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν την μεγαλύτερη πληρότητα. Μαζεύτηκαν ογδόντα (80) συμπληρωμένα ερωτηματολόγια τα οποία διαχωρίστηκαν ανάλογα με την γλώσσα σε ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά και γαλλικά, περάστηκαν οι απαντήσεις στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS, ομαδοποιήθηκαν σε πίνακες και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο επόμενο κεφάλαιο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 4.1 Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας

Μετά τη βασική στατιστική επεξεργασία που έγινε παρουσιάζονται παρακάτω συνοπτικά τα ευρήματα

**Πίνακας 1. Δημογραφικά στοιχεία**

		N (Συχνότητα)	Ποσοστό (%)
Φύλο	Ανδρας	42	51,2
	Γυναίκα	38	47,5
Ηλικία	Κάτω από 18		
	Από 18-24	7	8,8
	Από 25-34	20	25
	Από 35-44	24	30
	Από 45-60	21	26,3
	Μεγαλύτερη από 60	8	10
Οικογενειακή κατάσταση	Παντρεμένος/η	32	40
	Ανύπαντρος/η	32	40
	Διαζευγμένος/η	15	16,3
	Χήρος/α	1	1,3
Επίπεδο εκπαίδευσης	Βασική	25	30
	Πανεπιστημιακή	38	47,5
	Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	17	21,3
Εθνικότητα	Έλληνας	21	26,3
	Γάλλος	19	23,8
	Άγγλος	20	25
	Γερμανός	20	25

Στον παραπάνω πίνακα (Πίνακας 1) παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος. Όπως είναι φανερό τα ερωτηματολόγια για κάθε εθνικότητα είναι περίπου ίσα, ώστε να είναι όσο το δυνατόν αμερόληπτη η δειγματοληψία. Έτσι έχουμε εικοσιένα (21) ερωτηματολόγια ελληνικά, δεκαεννέα (19) γαλλικά, είκοσι (20) αγγλικά και είκοσι (20) γερμανικά, δηλαδή συνολικά ογδόντα (80). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών της Ιεράπετρας ήταν ηλικίας 35-44 ετών δηλαδή νεαρής

σχετικά ηλικίας, ενώ με βάση την οικογενειακή κατάσταση η έρευνα έδειξε ότι προτιμάται τόσο από οικογένειες, αφού το ποσοστό των τουριστών που ταξίδευαν μαζί με την οικογένειά τους φτάνει το 40% και είναι ίσο με το ποσοστό των νεαρών ελεύθερων τουριστών, γεγονός που σημαίνει ότι η Ιεράπετρα σαν τουριστικός προορισμός ικανοποιεί και τις δύο κατηγορίες. Συνεπώς ένα πρώτο συμπέρασμα το οποίο μπορεί να διεξαχθεί από τα παραπάνω δεδομένα είναι ότι η Ιεράπετρα αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό που ικανοποιεί ένα ευρύ φάσμα ηλικιών αφού και οι πιο μικρές και οι πιο μεγάλες ηλικίες καταλαμβάνουν αρκετά μεγάλα ποσοστά. Για παράδειγμα η ηλικία 45- 60 καταλαμβάνει την αμέσως επόμενη θέση με 26,3%, ενώ η αμέσως επόμενη ηλικιακή κλάση είναι από 25-34 ετών.

Αμέσως παρακάτω στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται συνοπτικά οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτώμενοι τουρίστες επέλεξαν την Ιεράπετρα για τις διακοπές τους.

**Πίνακας 2. Λόγοι επιλογής διακοπών**

		Κλίμα- Παραλίες-Φύση	Τιμή	Πολιτισμός- Ιστορία	Εξυπηρέτηση- Υπηρεσίες	Τυχαία
Φύλο	Άνδρας	32	8	4	2	6
	Γυναίκα	29	8	5	5	2
Ηλικία	Κάτω από 18					
	18-24	4	1	2		2
	25-34	17	4	1	1	2
	35-44	18	4		1	2
	45-60	15	7	6	5	2
	Μεγαλύτερη από 60	7		1		
Εθνικότητα	Έλληνες	19	3	2	3	1
	Γάλλοι	14	5			
	Άγγλοι	14	5	2	2	2
	Γερμανοί	14	3	6	2	5

Σύμφωνα με τα παραπάνω δεδομένα παρατηρούμε ότι άντρες και γυναίκες σε μεγαλύτερο από όλα ποσοστό (61.5% και 59.1% επί του συνόλου τους αντίστοιχα), όλα τα ηλικιακά επίπεδα (44.4% από 18-24 ετών, 68% από 25-34 ετών, 72% από 35-44 ετών 42.8% από 45-60 ετών και 87.5% για ηλικία μεγαλύτερη από 60 ετών) αλλά και όλες οι εθνικότητες που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα (67.8% οι Έλληνες, 73.6% οι Γάλλοι, 56% οι Άγγλοι και



46.67% οι Γερμανοί), δηλαδή όποιο δημογραφικό κριτήριο και αν θέσουμε προς εξέταση η επικρατέστερη απάντηση είναι ότι ο λόγος για τον οποίο κυρίως επέλεξαν για διακοπές την περιοχή της Ιεράπετρας είναι οι παραλίες της και το περιβάλλον - φύση της γενικότερα. Ένα πρώτο συμπέρασμα λοιπόν το οποίο είναι εμφανές και θα πρέπει να ληφθεί απαραίτητα υπόψιν για την ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού της Ιεράπετρας είναι οι όμορφες και καθαρές παραλίες της και οι εναλλαγές του φυσικού τοπίου που διαθέτει.

**Πίνακας 3 Από πού ενημερώθηκαν για την Ιεράπετρα σαν τουριστικό προορισμό**

		Πρακτορείο ταξιδίων	Διαδίκτυο	Προσωπική Εμπειρία	Εκθέσεις τουρισμού	Εφημερίδες περιοδικά-TV	Φίλους-γνωστούς
Φύλο	Ανδρας	20	13	7		1	12
	Γυναίκα	16	14	12		1	7
Ηλικία	Κάτω από 18						
	18-24	2	4	3			2
	25-34	8	8	6			4
	35-44	13	5	4			7
	45-60	11	7	4		2	4
	Μεγαλύτερη από 60	2	3	3			2
Εθνικότητα	Έλληνες	2	3	12		1	6
	Γάλλοι	14	5				
	Άγγλοι	14	12	1			6
	Γερμανοί	6	7	7		1	7

Η επικρατέστερη πηγή πληροφοριών για την Ιεράπετρα ως τουριστικό προορισμό σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων, για όλες τις εθνικότητες και όλες τις ηλικίες, αποτελούν κυρίως τα πρακτορεία ταξιδίων, ενώ στην αμέσως επόμενη θέση αποτελεί το διαδίκτυο με ποσοστό 33,75%. Συγκεκριμένα σε ποσοστό 45% στο σύνολο, ενώ από αυτούς το μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι Γάλλοι και Άγγλοι (38,8% για τον καθένα) ενώ αναφορικά με το διαδίκτυο ως πηγή πληροφοριών για την Ιεράπετρα οι Άγγλοι καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεκριμένα 44,4%. Επιπλέον ένα στοιχείο που θα πρέπει να σχολιαστεί εδώ είναι ότι οι περισσότεροι από τους Έλληνες, δηλαδή σε ποσοστό 57%, δήλωσαν ότι από προσωπική εμπειρία προτίμησαν την Ιεράπετρα, γεγονός που σημαίνει ότι την είχαν επισκεφθεί ξανά στον παρελθόν. Το παραπάνω δεδομένο οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η Ιεράπετρα προτιμάται από τους Έλληνες τουρίστες για τις διακοπές τους, δηλαδή ότι η Ιεράπετρα αποτελεί τουριστικό προορισμό και για εγχώριο τουρισμό.

**Πίνακας 4. Επιλογή καταλύματος**

		Ξενοδοχείο all- inclusive	Ξενοδοχείο (HB/BB)	Διαμέρισμα/ στούντιο	Βίλα	Σπίτι φίλων	Κάμπινγκ
Φύλο	Άνδρας	20	6	10	1	3	2
	Γυναίκα	17	7	7	1	3	1
Ηλικία	Κάτω από 18						
	18-24	4	1				
	25-34	9	5	2	2	2	1
	35-44	13	4	3		2	2
	45-60	9	2	9		1	
	Μεγαλύτερη από 60	2	1	4		1	
Εθνικότητα	Έλληνες	0	9	2		6	3
	Γάλλοι	18					
	Άγγλοι	18	2				
	Γερμανοί	1	2	15	2		

Για την επιλογή καταλύματος αρκετοί από τους τουρίστες επέλεξαν το ξενοδοχείο all-inclusive σε ποσοστό 46,25%, το διαμέρισμα ή στούντιο σε ποσοστό 21,25%, το ξενοδοχείο με ημιδιατροφή ή μόνο πρωινό 16,25%, το 7,5% το σπίτι κάποιου φιλικού προσώπου και τέλος το 3,75% το κάμπινγκ. Από τους τουρίστες που επέλεξαν το ξενοδοχείο all-inclusive, το μεγαλύτερο ποσοστό είναι κυρίως Άγγλοι και Γάλλοι σε ποσοστό 48,6 % ο καθένας, οι Γερμανοί σε πολύ λιγότερο ποσοστό μόλις 2,7% ενώ κανένας Έλληνας δεν προτίμησε αυτού του είδους τις διακοπές. Αναφορικά με το ξενοδοχείο με ημιδιατροφή ή μόνο πρωινό προτιμάται κατά μεγαλύτερο ποσοστό (69%) από τους Έλληνες τουρίστες ενώ η διαμονή σε διαμέρισμα ή στούντιο προτιμάται κυρίως από τους Γερμανούς τουρίστες σε ποσοστό 88,2%. Τέλος, σε σπίτια φίλων προτιμούν τη διαμονή οι Έλληνες, γεγονός απολύτως λογικό.

**Πίνακας 5. Επιλογή μεταφορικού μέσου**

		Αυτοκίνητο	Μηχανή	Δημόσια Συγκοινωνία	Ταξί
Φύλο	Άνδρας	19	12	7	6
	Γυναίκα	20	7	10	2
Ηλικία	Κάτω από 18				
	18-24	3		4	
	25-34	7	8	4	2
	35-44	8	7	4	3
	45-60	15	3	4	3
	Μεγαλύτερη από 60	7	1	1	
Εθνικότητα	Έλληνες	15	3	3	2
	Γάλλοι		12	3	4
	Άγγλοι	6	3	9	2
	Γερμανοί	19	1	2	

Για την επιλογή μεταφορικού μέσου οι περισσότεροι τουρίστες προτιμούν το αυτοκίνητο ή την μηχανή σε ποσοστό 48,75% και 23,75% αντίστοιχα. Το γεγονός αυτό δικαιολογείται πιθανότατα λόγω έλλειψης συχνής συγκοινωνίας, λόγω μεγέθους του νησιού αλλά και λόγω του ότι για καλύτερη και πιο ελεύθερη μετακίνηση και κυρίως σε μέρη που δεν μπορεί να φτάσει η συγκοινωνία, προτιμότερο μεταφορικό μέσο είναι το αυτοκίνητο και η μηχανή. Από την άλλη μεριά αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό που χρησιμοποίησε τη δημόσια συγκοινωνία ενώ με ταξί μετακινήθηκε μόλις το 10% των τουριστών οι οποίοι ήταν κυρίως αλλοεθνείς.

**Πίνακας 6 Αξιοθέατα που επισκέφθηκαν**

		Χρυσή	Καλές	Αρχ. Μουσείο	Γύρω Χωριά	Σπίτι Ναπολέοντα	Γουρνιά	Καταρράκτες Μυλωνά	Τζαμί	Φαράγγι Χα
Φύλο	Άνδρας	24	20	16	16	10	14	4	15	8
	Γυναίκα	23	21	18	15	12	14	3	17	5
Ηλικία	Κάτω από 18									
	18-24	7	5		7	3	1	3	5	
	25-34	15	13		8	5	6	1	8	2

	35-44	12	12		11	8	10	2	8	5
	45-60	9	11		5	5	8	1	9	5
	Μεγαλύτερη από 60	4				1	3		2	1
Εθνικότητα	Έλληνες	11	3	3	10	2	1	1	2	2
	Γάλλοι	10	16	13	4	11	11	3	7	6
	Άγγλοι	20	15	15		5	13		20	2
	Γερμανοί	6	7	3	17	4	3	3	3	3

Υψηλή επισκεψιμότητα παρουσιάζουν τα περισσότερα αξιοθέατα της Ιεράπετρας ανάμεσα σ' αυτά το περισσότερο δημοφιλή είναι η «Νήσος Χρυσή», με ποσοστό 58,75% επί του συνόλου ενώ προτιμάται περισσότερο από τους Άγγλους σε ποσοστό 42,5% και τους Έλληνες με ποσοστό 23,4%, ενώ ακολουθούν οι Γάλλοι σε ποσοστό 21,2% και τέλος οι Γερμανοί με ποσοστό 12,7%. Αμέσως μετά ακολουθεί το φρούριο του «Καλέ» το οποίο βρίσκεται στην κάτω παραλία της Ιεράπετρας με επισκεψιμότητα 39% από τους Γάλλους, 36,5% από τους Άγγλους, 17% από τους Γερμανούς και 7,3% από τους Έλληνες. Από την άλλη μεριά τη μικρότερη επισκεψιμότητα έχουν τα «Φαράγγι του Χα» και «Καταρράκτες του Μυλωνά» με ποσοστό μόλις 16,25% και 8,75% επί του συνόλου αντίστοιχα. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πρώτον πρόκειται για δύσκολα προσβάσιμα μέρη, δεύτερον ότι πρόκειται για μέρη τα οποία δεν έχουν προβληθεί σωστά και επιπλέον δεν υπάρχει οργάνωση από τουριστικό οργανισμό ή πρακτορείο που να διαθέτει κάποιο έμπειρο άτομο-ορειβάτη ώστε να μπορέσει να ξεναγήσει-οδηγήσει τους τουρίστες σε αυτά τα μέρη.

### Πίνακας 7 Κύρια πηγή αναζήτησης πληροφοριών για την Ιεράπετρα

		Facebook	Trip Advisor	Wikipedia	Twitter	Zoover	YouTube	Flickr	TripWolf	Foursquare
Φύλο	Άνδρας	9	27	9	2		13			
	Γυναίκα	5	19	13	2		14			
Ηλικία	Κάτω από 18									
	18-24	2	3	2	3		4			
	25-34	6	11	8			7			
	35-44	3	17	4			7			
	45-60	2	11	7	1		8			

	Μεγαλύτερη από 60	1	5	2		2
Εθνικότητα	Έλληνες	8	8	9	2	1
	Γάλλοι		15	1		10
	Άγγλοι	6	18	4	2	11
	Γερμανοί		6	9		6

Από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης το δημοφιλέστερο είναι το TripAdvisor το οποίο θεωρείται η δημοφιλέστερη και πιο έγκυρη πηγή πληροφόρησης, σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι τουρίστες, για τους τουριστικούς προορισμούς με ποσοστό 57,5% και συγκεκριμένα οι περισσότεροι από αυτούς ήταν Άγγλοι σε ποσοστό 38,29%. Δεύτερο στη σειρά έρχεται το YouTube με ποσοστό 33,75%, το οποίο περιέχει βίντεο που έχουν ανεβάσει τουρίστες οι οποίοι έχουν επισκεφθεί την Ιεράπετρα και μεταφέρουν τις εμπειρίες τους, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει την καλύτερη διαφήμιση για έναν τουριστικό προορισμό.

Παρακάτω παρουσιάζονται ομαδοποιημένες οι απαντήσεις των ερωτήσεων με κλίμακα Likert αφού έγιναν στο SPSS οι απαραίτητοι έλεγχοι t-test και oneway ANOVA για τη στατιστική σημαντικότητα των παραγόντων.

**Πίνακας 8 Στατιστική σημαντικότητα παραγόντων ικανοποίησης τουριστών από διαμονή στην Ιεράπετρα**

	Παράλιες / φύση	Χώρο διαμονής	Διατροφή	Αγορές	Νυχτερινή διασκέδαση	Τιμές	Καθαριότητα	Διαθεσιμότητα Πληροφοριών	Αίσθημα ασφαλείας	Υποδομές	Κλίμα	Μνημεία	Θρησκευτικά Μνημεία	Μέσα Μεταφορών	Αρχιτεκτονική	Οδικό Δίκτυο	Φιλικότητα	Ψυχαγωγία/άλλη	
Mean	4.75	4	4.45	3.36	4.15	3.26	2.83	2.93	4.85	2.67	4.43	2.26	2.69	3.31	2.32	3	4.45	0.36	
SD	0.52	0.72	0.55	0.73	0.76	1.07	1.19	1.11	0.4	0.96	0.73	1.06	0.82	0.71	0.94	0.75	0.66	0.58	
Φύλο	Άνδρας	4.68	3.93	4.45	3.32	3.97	3.25	2.75	2.89	4.83	2.6	4.46	2.23	2.68	3.29	2.24	2.97	4.38	3.53
	Γυναίκα	4.82	4.08	4.45	3.5	4.34	3.26	2.92	2.97	4.87	2.74	4.39	2.3	2.71	3.33	2.39	3.03	4.53	3.59
Mean	4.74	4	4.44	3.37	0.41	3.27	2.85	2.75	4.84	2.68	4.42	2.29	2.71	3.33	2.34	3.01	4.44	3.57	
SD	0.52	0.72	0.55	0.73	0.77	1.07	1.19	1.11	0.4.6	0.97	0.73	1.07	0.83	0.71	0.95	0.76	0.66	0.58	
ANOVA																			
F	1.28	1.36	0.84	1.03	3.37	2.06	6.04	2.62	0.91	1.63	1.16	2.88	4.61	2	4.37	5.07	2.98	1.53	
Si	0.29	0.26	0.51	0.4	0.02	0.1	0	0	0.47	0.18	0.33	0.03	0	0.13	0	0	0.02	0.2	

		Παραλίες / φύση	Χώρο διαμονής	Διατροφή	Αγορές	Νυχτερινή διασκέδαση	Τιμές	Καθαριότητα	Διαθεσιμότητα Πληροφοριών	Αίσθημα ασφάλειας	Υποδομές	Κλίμα	Μηνιαία	Θρησκευτικά Μνημεία	Μέσα Μεταφορών	Αρχιτεκτονική	Οδικό Δίκτυο	Φιλικότητα ντόπιων	Ψυχαγωγία/άθληση
Ηλικία	Κάτω από 18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	18-24	4.86	3.86	4.57	3.57	5	3.71	2.57	2.86	5	2.43	4	1.71	2	3.2	1.43	2.43	4.14	4
	25-34	4.55	3.9	4.5	3.1	4.11	3.2	2.35	2.5	4.75	2.5	4.35	1.94	2.33	3.71	2.15	2.61	4.1	3.59
	35-44	4.88	3.83	4.43	3.43	4.09	2.83	2.43	2.74	4.91	2.5	4.42	2.14	2.77	2.89	2.22	3.09	4.67	3.45
	45-60	4.76	4.24	4.48	3.42	3.81	3.5	3.43	3.53	4.76	2.95	4.52	2.83	3.11	3.5	2.9	3.25	4.57	3.58
	Μεγαλύτερη από 60	4.63	4.25	4.13	3.57	4.25	3.75	4	3.29	4.88	3.25	4.75	2.83	3.14	4	2.57	3.63	4.57	3.25
Mean		4.74	4	4.44	3.37	4.13	3.27	2.85	2.95	4.84	2.68	4.42	2.29	2.71	3.33	2.34	3.01	4.44	3.57
SD		0.52	0.72	0.55	0.73	0.77	1.07	1.19	1.11	0.41	0.97	0.73	1.07	0.83	0.71	0.95	0.76	0.66	0.58
ANOVA																			
	F	4.38	15.5	0.59	1.35	7.79	27.25	20.55	16.38	5.81	34.61	1.42	30.91	31.45	3.54	10.3	24.89	12.7	2.02
	Si	0.01	0	0.63	0.27	0	0	0	0	0	0	0.25	0	0	0.03	0	0	0	0.12
Εθνικότητα	Έλληνες	4.9	3.67	4.57	3.6	4.43	2.57	2.9	2.57	4.95	3.1	4.33	2.74	2.19	3	1.95	3	4.48	3.81
	Γάλλοι	4.79	3.47	4.42	3.32	4.05	2.47	1.79	2.05	4.95	1.89	4.26	1.68	3	2.86	2.05	2.84	4.89	3.47
	Άγγλοι	4.85	4.35	4.35	3.15	4.3	4.25	2.65	3.55	4.9	2.05	4.4	1.6	2.25	3.55	2.2	2.4	3.85	3.4
	Γερμανοί	4.4	4.53	4.42	3.41	3.13	3.79	4.05	3.86	4.53	3.68	4.7	3.82	3.85	3.83	3.29	3.89	4.58	3.56
T-ratio		-1.14	-0.94	0.21	-1.62	-2.04	-0.05	-0.63	-0.34	-0.48	-0.63	-0.42	-0.29	-0.2	-0.18	-0.73	-0.31	-1.02	-0.41
Sig.		0.3	0.27	0.98	0.83	0.89	0.1	0.67	0.27	0.31	0.88	0.5	0.94	0.86	0.94	0.71	0.9	0.35	0.46

Ο παραπάνω πίνακας αναφέρεται στην σημαντικότητα των παραγόντων που αφορούν την ικανοποίηση των τουριστών από την διαμονή τους στην Ιεράπετρα. Σύμφωνα λοιπόν με τις απαντήσεις που δόθηκαν σημαντικοί παράγοντες ικανοποίησης των τουριστών στην Ιεράπετρα είναι οι παραλίες, η φύση, η διατροφή, το αίσθημα ασφαλείας που αισθάνονται κατά τη διαμονή τους αφού πρόκειται για μια ήσυχη περιοχή με σχεδόν καθόλου εγκληματικότητα, το κλίμα της περιοχής που είναι ιδιαίτερα ζεστό και τις περισσότερες ημέρες του χρόνου επικρατεί ηλιοφάνεια, η νυχτερινή διασκέδαση και επίσης η φιλικότητα των ντόπιων οι οποίοι αποτελούν άξιους εκπροσώπους της κρητικής φιλοξενίας. Μάλιστα δεν φαίνεται να έχουν ιδιαίτερες διαφορές στις απαντήσεις τους οι τουρίστες σε σχέση με το φύλο ή με την ηλικία, ή την εθνικότητα.

Από την άλλη μεριά παράγοντες οι οποίοι δεν θεωρήθηκαν ιδιαίτερα σημαντικοί, άρα δεν ένιωσαν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι οι τουρίστες από αυτούς, γεγονός που φάνηκε και από

τα αποτελέσματα των στατιστικών ελέγχων, είναι οι αγορές, μια και η αγορά της Ιεράπετρας δεν είναι ιδιαίτερα φθηνή, η καθαριότητα και η διαθεσιμότητα των πληροφοριών, τα μνημεία, η αρχιτεκτονική και το οδικό δίκτυο.

Ο επόμενος πίνακας δείχνει τον βαθμό ικανοποίησης των τουριστών σε σχέση με το κατάλυμα που επέλεξαν για την διαμονή τους.

**Πίνακας 9 Στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ικανοποίησης τουριστών από τον τόπο διαμονής τους**

		Τοποθεσία	Δωμάτιο	Προσωπικό	Σχέση τιμής/αξίας	Υπηρεσίες	Καθαριότητα	Αρχιτεκτονική
Mean		4.16	3.91	4.19	3.89	4.03	4.31	3.07
SD		0.74	0.74	0.67	0.75	0.99	0.7	1.02
Φύλο	Άνδρας	4.13	3.85	4.23	3.9	4.03	4.37	3.05
	Γυναίκα	4.19	3.97	4.14	3.89	4.03	4.25	3.09
Mean		4.16	3.91	4.18	3.89	4.03	4.31	3.08
SD		0.73	0.73	0.67	0.74	0.98	0.7	1.02
ANOVA	F	2.53	0.46	3.44	0.57	1.25	1.02	3.76
	Si	0.05	0.76	0.01	0.69	0.3	0.4	0.01
Ηλικία	Κάτω από 18	-	-	-	-	-	-	-
	18-24	3.8	3.8	3.8	3.6	3.8	4	2
	25-34	3.9	3.85	4.15	3.8	4.25	4.16	2.7
	35-44	4.09	3.83	3.91	3.87	4.09	4.26	3.17
	45-60	4.4	4.1	4.55	4	4.05	4.5	3.5
	Μεγαλύτερη από 60	4.63	3.88	4.38	4.13	3.38	4.5	3.5
Mean		4.16	3.91	4.18	3.89	4.03	4.31	3.08
SD		0.73	0.73	0.67	7.41	0.98	0.7	1.02
ANOVA	F	0.48	6.83	3.3	3.09	4.61	2.98	56.72
	Si	0.7	0	0.03	0.03	0.01	0.04	0
Εθνικότητα	Έλληνες	4.28	3.56	4	3.56	3.94	4.44	2.88
	Γάλλοι	4	3.74	4.05	3.89	4.11	4	3
	Άγγλοι	4.15	3.85	4.1	3.85	3.5	4.2	2.1
	Γερμανοί	4.21	4.47	4.58	4.26	4.58	4.61	4.44
T-ratio		-0.39	-0.74	0.59	0.05	-0.01	0.72	-0.14
Sig.		1	0.78	0.45	0.67	0.99	0.73	0.52

Για τους τουρίστες της Ιεράπετρας ιδιαίτερα ικανοποιημένοι έμειναν από την τοποθεσία του καταλύματος, την εξυπηρέτηση του προσωπικού και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, και τέλος από την καθαριότητα του δωματίου και του καταλύματος γενικότερα. Δεν ικανοποιήθηκαν τόσο από την αρχιτεκτονική του χώρου του καταλύματος γεγονός που φαίνεται από τις απαντήσεις τους αφού ο συγκεκριμένος παράγοντας δεν κρίθηκε στατιστικά σημαντικός. Επίσης και εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι απαντήσεις δεν διέφεραν πολύ ούτε με βάση το φύλο τους την ηλικία ή την εθνικότητά τους.

Αμέσως παρακάτω παρουσιάζονται οι παράγοντες ικανοποίησης των τουριστών από την διατροφή τους.

**Πίνακας 10 Στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ικανοποίησης τουριστών από την διατροφή τους στην Ιεράπετρα**

		Τοπική Κουζίνα	Ποιότητα Φαγητού	Ποικιλία πιάτων	Σχέση τιμής/Αξίας	Καθαριότητα	Περιβάλλον	Εξυπηρέτηση
Mean		4.49	4.49	4.44	3.86	4.34	4.3	4.39
SD		0.53	0.5	0.5	0.78	0.64	0.52	0.54
Φύλο	Άνδρας	4.45	4.53	4.45	3.85	4.43	4.38	4.35
	Γυναίκα	4.54	4.46	4.43	3.86	4.24	4.22	4.43
Mean		4.49	4.49	4.44	3.86	4.33	4.29	4.38
SD		0.53	0.5	0.5	0.77	0.64	0.51	0.54
ANOVA	F	3.35	2.6	5.56	0.35	2.49	0.88	0.33
	Si	0.01	0.04	0	0.85	0.05	0.48	0.86
Ηλικία	Κάτω από 18	-	-	-	-	-	-	-
	18-24	4.86	4.86	5	4.14	4.57	4.14	4.43
	25-34	4.7	4.65	4.65	3.08	4.55	4.15	4.3
	35-44	4.26	4.43	4.26	3.82	4.39	4.35	4.39
	45-60	4.48	4.29	4.29	3.9	4	4.38	4.38
	Μεγαλύτερη από 60	4.29	4.43	4.29	3.71	4.29	4.43	4.57
Mean		4.49	4.49	4.44	3.86	4.33	4.29	4.38
SD		0.53	0.5	0.5	0.77	0.64	0.51	0.54
ANOVA	F	3.61	4.48	4.4	4.05	8.38	2.08	4.34
	Si	0.02	0.01	0.01	0.01	0	0.11	0.01
Εθνικότητα	Έλληνες	4.57	4.67	4.62	4.05	4.62	4.52	4.67
	Γάλλοι	4.16	4.16	4.16	3.47	3.84	4.21	4.11
	Άγγλοι	4.6	4.6	4.6	3.7	4.6	4.25	4.3



	Γερμανοί	4.61	4.5	4.33	4.24	4.22	4.17	4.44
T-ratio		-0.75	-0.57	0.15	-0.1	1.25	1.37	-0.67
Sig.		0.34	0.79	0.76	0.97	0.85	0.03	0.48

Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι έμειναν οι τουρίστες της Ιεράπετρας από την τοπική κουζίνα, την ποιότητα φαγητού, την ποικιλία των πιάτων, την καθαριότητα, το περιβάλλον και την εξυπηρέτηση γεγονός που επιβεβαιώνει την φήμη της περίφημης Κρητικής κουζίνας που αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της Μεσογειακής διατροφής. Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες, κάθε ηλικίας και ανεξαρτήτως εθνικότητας δήλωσαν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από την ποικιλία των πιάτων και την ποιότητα του φαγητού σε συνδυασμό με την άψογη εξυπηρέτηση του προσωπικού.

Τέλος, ο παρακάτω πίνακας δείχνει συγκεντρωτικά την εμπειρία σε σχέση με τις προσδοκίες, την πιθανότητα επίσκεψης στο εγγύς μέλλον καθώς επίσης και το πόσο πιθανό είναι να συστήσουν σε φίλους επίσκεψη στην Ιεράπετρα.

**Πίνακας 11 Πιθανότητα επίσκεψης στο μέλλον και συστάσεις**

		Εμπειρία σε σχέση με προσδοκίες	Πιθανή επίσκεψη στο εγγύς μέλλον	Σύσταση σε φίλους για επίσκεψη της Ιεράπετρας
Mean		3.4	3.23	3.93
SD		0.54	0.9	0.87
Φύλο	Άνδρας	3.35	3.2	3.89
	Γυναίκα	3.46	3.27	3.97
Mean		3.4	3.24	3.93
SD		0.54	0.9	0.86
ANOVA	F	1.51	1.23	1.44
	Si	0.21	0.31	0.23
Ηλικία	Κάτω από 18	-	-	-
	18-24	3.86	3.86	4.43
	25-34	3.35	3.2	3.63
	35-44	3.36	3.09	3.86
	45-60	3.38	3.35	4.05
	Μεγαλύτερη από 60	3.25	3	4.17
Mean		3.4	3.24	3.93
SD		0.54	0.9	0.86
ANOVA	F	1.91	8.21	1.66

	Si	0.14	0	0.18
Εθνικότητα	Έλληνες	3.62	3.81	4.14
	Γάλλοι	3.28	2.68	3.58
	Άγγλοι	3.4	2.95	4.05
	Γερμανοί	3.26	3.5	3.93
T-ratio		-0.88	-0.34	-0.4
Sig.		0.86	0.76	0.18

Και άντρες και γυναίκες ανεξαρτήτως ηλικίας σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα πιθανότατα θα συνιστούσαν τους φίλους τους να επισκεφθούν την Ιεράπετρα. Επίσης η εμπειρία τους ήταν αντίστοιχη των προσδοκιών τους ενώ δεν υπήρχε σημαντική διαφορά στις απαντήσεις τους με κριτήριο το φύλο, την ηλικία ή την εθνικότητα, ως προς το αν θα επισκέπτονταν ξανά την Ιεράπετρα στο εγγύς μέλλον.

#### **4.2 Ανάλυση ποιοτικών χαρακτηριστικών έρευνας**

Από την συλλογή των ερωτηματολογίων και συγκεκριμένα από την ανάλυση των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων “17. Τι είναι αυτό που θα θυμάστε με μεγαλύτερη ευχαρίστηση;” και “18. Τι είναι αυτό που σας δυσαρέστησε περισσότερο;” η ομαδοποίηση των αποτελεσμάτων έδειξε τα εξής:

Στο ερώτημα που τέθηκε αναφορικά με το τι είναι αυτό το οποίο θα θυμούνται με μεγαλύτερη ευχαρίστηση οι Έλληνες τουρίστες απάντησαν την Κρητική φιλοξενία. Οι Γάλλοι απάντησαν για την τοπική παραδοσιακή κουζίνα, οι Άγγλοι από την άλλη μεριά, για το ήπιο κλίμα και την ηλιοφάνεια ενώ τέλος οι Γερμανοί ανέφεραν ότι θα θυμούνται περισσότερο τις απέραντες παραλίες και τα καθαρά νερά της περιοχής.

Οι απαντήσεις δεν ξενίζουν τον αναγνώστη, καθώς η Ιεράπετρα ως μια μικρή επαρχιακή πόλη με αξιόλογη τουριστική κίνηση, έχει διατηρήσει πολλά από τα πλεονεκτήματα της υπαίθρου, όπως ο σεβασμός και η διατήρηση των παραδοσιακών αξιών, ηθών και εθίμων με αποτέλεσμα αυτό να διαφαίνεται τόσο στην πατροπαράδοτη φιλοξενία, όσο και στον τρόπο παρασκευής του φαγητού που διατηρεί ακόμα -σχεδόν αναλλοίωτα- τα στοιχεία της μεσογειακής διατροφής. Η απάντηση για το κλίμα είναι δεδομένη καθώς η Ιεράπετρα έχει το προνόμιο να βρίσκεται στο νοτιότερο άκρο της χώρας και έτσι η θερμοκρασία της κινείται σε υψηλότερα επίπεδα από ότι οι άλλες ελληνικές πόλεις. Άλλωστε το γεγονός ότι αυτή ήταν η απάντηση των Άγγλων εξηγείται αφού το Ηνωμένο Βασίλειο

γεωγραφικά βρίσκεται αρκετά ψηλά οπότε το κλίμα είναι ψυχρότερο. Έτσι διαφαίνεται η ανάγκη των Άγγλων τουριστών να επισκεφτούν τόπους με θερμότερο κλίμα. Τέλος, οι παραλίες της Ιεράπετρας έκαναν ιδιαίτερη εντύπωση στους Γερμανούς και αυτό επίσης δεν είναι απορίας άξιο, καθώς κάθε χρόνο οι περισσότερες παραλίες της Ιεράπετρας κερδίζουν γαλάζιες σημαίες, διεθνές σήμα καθαρότητας και καταλληλόλητας των νερών για χρήση από τους λουόμενους.

Αναφορικά τώρα με αυτό που τους δυσαρέστησε περισσότερο οι Έλληνες ερωτώμενοι επεσήμαναν το δυσπρόσιτο οδικό δίκτυο, κάτι για το οποίο συμφώνησαν και οι Γάλλοι οι οποίοι μάλιστα συμπλήρωσαν το γεγονός ότι σε πολλά σημεία είναι και επικίνδυνο, τους Άγγλους δυσαρέστησαν περισσότερο οι ελλειπείς χώροι στάθμευσης, ενώ τους Γερμανούς ενόχλησε η ελλιπής σήμανση των δρόμων, όπως και η έλλειψη των ενημερωτικών πινακίδων για τη διαδρομή που θα ακολουθήσουν μέχρι να φτάσουν στην Ιεράπετρα. Πρόκειται επομένως για παράπονα που σχετίζονται με τις υποδομές και την αδιαφορία ή αδυναμία της οργανωμένης πολιτείας να σχεδιάσει και να υλοποιήσει προγράμματα και έργα που βελτιώνουν, όχι μόνο το τουριστικό επίπεδο της περιοχής, αλλά αναβαθμίζουν και το επίπεδο ζωής γενικότερα.

Εκτός όμως από τα παραπάνω πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τα οποία οι ερωτώμενοι τουρίστες απάντησαν από την έρευνα αναδύθηκαν και άλλα στοιχεία, τόσο θετικά, όσο και αρνητικά. Κατ' αρχήν, θα πρέπει στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι κατά κοινή ομολογία όλοι οι τουρίστες αναφέρθηκαν στο ζεστό κλίμα της περιοχής, στις όμορφες παραλίες στην γευστικότερη τοπική κουζίνα καθώς επίσης και στην ζεστή κρητική φιλοξενία που η παράδοση επιβάλλει.

Από την άλλη μεριά όμως, δεν παρέλειψαν να αναφέρουν και αρκετά μειονεκτήματα της περιοχής της Ιεράπετρας τα οποία θα πρέπει οι υπεύθυνοι και οι λαμβάνοντες τις αποφάσεις να λάβουν σοβαρά υπόψιν τους ώστε να διαμορφώσουν ανάλογες πολιτικές με σκοπό τη βελτίωση και ανάπτυξη της περιοχής. Ένα από αυτά τα εν λόγω μειονεκτήματα αποτελεί το δυσπρόσιτο και σε κάποια σημεία λόγω κλίσης ή ολισθηρότητας, επικίνδυνο οδικό δίκτυο. Το προαναφερόμενο σε συνδυασμό με την ανύπαρκτη σε ορισμένα σημεία πληροφόρηση για την κατεύθυνση που πρέπει να κινηθούν ώστε να φτάσουν στον προορισμό τους καθιστά την περιοχή δύσκολα προσβάσιμη. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που τίγουν όλοι οι ερωτώμενοι καθώς είναι ένα ζήτημα που δεν άπτεται της αισθητικής ή των προσδοκιών και επιθυμιών των διαφόρων τουριστών,

αλλά σχετίζεται με το σημαντικότερο αγαθό, αυτό της ζωής και της σωματικής ακεραιότητας.

Επιπλέον μειονέκτημα το οποίο αναφέρθηκε σε αρκετά ερωτηματολόγια είναι η ύπαρξη αδέσποτων ζώων είτε επειδή βρωμίζουν με τις ακαθαρσίες τους δρόμους της πόλης είτε επειδή κάποιες φορές επιτίθενται ακόμα και σε περαστικούς, ή τέλος επειδή δεν ταιριάζει με την αισθητική τους και το θεωρούν δείγμα έλλειψης πολιτισμού και μη σεβασμού προς τα ζώα. Επιπλέον, κάποια ερωτηματολόγια αναφέρονταν στην ελλιπή συλλογή των σκουπιδιών σε ορισμένα σημεία της πόλης. Τέλος αρκετά ερωτηματολόγια - κατά βάση όχι ελληνικά- ανέφεραν την περιορισμένη, έως ανύπαρκτη, προβολή της πόλης της Ιεράπετρας από τα μέσα ενημέρωσης, το διαδίκτυο, τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και κυρίως τους υπευθύνους των τουριστικών πακέτων (tour operators) με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν αρκετά τουριστικά πακέτα που να αφορούν αποκλειστικά την περιοχή της Ιεράπετρας.

#### **4.3 SWOT Analysis της Ιεράπετρας ως τουριστικός προορισμός**

Σ' αυτό το σημείο κρίνεται απαραίτητο να αναλυθούν τα δυνατά, αδύναμα σημεία καθώς και οι ευκαιρίες και απειλές της περιοχής της Ιεράπετρας.

##### **ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ (strengths):**

Αρχικά θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ευρύτερη περιοχή της Ιεράπετρας διαθέτει ένα πλήθος εναλλαγών φυσικού περιβάλλοντος, γεγονός που συνεπάγεται και μια ποικιλία διακοπών. Δηλαδή περιλαμβάνει παρθένες φυσικές περιοχές, δηλαδή περιοχές οι οποίες είναι ακόμα ανέγγιχτες από τον τεχνολογικό πολιτισμό και την ανθρώπινη δραστηριότητα-ή έστω έχουν επηρεαστεί ελάχιστα- για παράδειγμα περιοχές λίγο έξω από την πόλη χωρίς κατοικίες με φυσικούς όρους και βλάστηση. Επιπλέον περιλαμβάνει ορεινές και παραθαλάσσιες περιοχές καθώς η τοποθεσία που βρίσκεται η πόλη την ευνοεί σημαντικά. Είναι μια παραθαλάσσια περιοχή η οποία περιβάλλεται ολόγυρα από ορεινούς όγκους, έτσι οι ορεινές τοποθεσίες προσφέρονται για ορειβατικό τουρισμό, τουρισμό υπαίθρου, χειμερινό τουρισμό και γενικότερα φυσιολατρικό τουρισμό. Αναμφισβήτητα ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα μιας πόλης είναι ο φυσικός συνδυασμός βουνού και θάλασσας καθώς έτσι καλύπτονται σχεδόν όλα τα γούστα και κάποιος πολύ πιο εύκολα θα αποφασίσει να

επισκεφτεί έναν τόπο ο οποίος προσφέρει περισσότερες επιλογές απ' ότι έναν αποκλειστικά θαλάσσιο ή ορεινό.

Ακόμα ένα «δυνατό σημείο» είναι οι μεγάλες και εύκολα προσβάσιμες παραλίες. Η Ιεράπετρα ως παραθαλάσσια περιοχή έχει ένα μεγάλο μήκος ακτογραμμών και διαθέτει φυσικές παραλίες τόσο εντός όσο και εκτός των ορίων της πόλης. Οι παραλίες ακόμα και μέσα στην πόλη είναι καθαρές και γι' αυτό το λόγο κερδίζουν κάθε χρόνο γαλάζιες σημαίες, σημάδι καθαρότητας των νερών και εγγύησης για την ασφαλή χρήση τους από τους λούμενους. Άλλες έχουν βότσαλα, άλλες αμμουδιά, άλλες είναι τελείως απόμακρες και άλλες πολυσύχναστες. Σε κάποιες περιπτώσεις πρέπει να κατέβει κανείς απότομα σκαλοπάτια και σ' άλλες περιπτώσεις είναι ακριβώς δίπλα από τον επισκέπτη. Έτσι λοιπόν αυτή η επιλογή τόσων διαφορετικών παραλιών μπορεί να ικανοποιήσει και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη.

Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της περιοχής βοηθάει στην προσέλκυση τουριστών όλο το χρόνο. Η Ιεράπετρα έχει ένα από τα ηπιότερα κλίματα στην Ελλάδα καθώς αποτελεί την νοτιότερη πόλη της χώρας μας και έτσι το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου έχει ηλιοφάνεια, ενώ και το χειμώνα η μέση θερμοκρασία διαφέρει πάρα πολύ απ' αυτή τον υπολοίπων περιοχών της Ελλάδας. Το καλοκαίρι μάλιστα οι πολύ υψηλές θερμοκρασίες βοηθούν στην προέλκυση τουριστών κυρίως από βόρειες χώρες, όπου η ηλιοφάνεια δεν είναι συχνό φαινόμενο, να επισκεφτούν την πόλη μας για να απολαύσουν αυτό που τους λείπει περισσότερο δηλαδή τον ήλιο.

Συμπληρωματικά η περιοχή της Νήσου Χρυσή η οποία προστατεύεται από το πρόγραμμα Natura 2000, ως περιοχή έντονου φυσικού κάλους ([http://www.chrissi.gr/index\\_el.php](http://www.chrissi.gr/index_el.php)) και η οποία αποτελεί ισχυρό brand name για την περιοχή της Ιεράπετρας. Το νησάκι αυτό με το εξωτικό του τοπίο και τα κρυστάλλινα νερά των παραλιών του, την παραλία με τα κοχύλια, το δάσος με τους κέδρους και κυρίως με τον αναλλοίωτο φυσικό του χαρακτήρα χωρίς τις τεχνολογικές ανέσεις της σύγχρονης εποχής, μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης πολλών τουριστών.

Ακόμη η Ιεράπετρα διαθέτει πολύ σημαντικούς ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους όπως το αρχαιολογικό μουσείο της όπου φιλοξενούνται ευρήματα ακόμα και της περίφημης Μινωικής περιόδου, το ενετικό φρούριο «Καλές», το σπίτι του Ναπολέοντα, το οθωμανικό τέμενος (τζαμί), αλλά και μικρά αγροτικά τεχνικά έργα στην ενδοχώρα (επιχειρησιακό

πρόγραμμα Δήμου Ιεράπετρας 2014-2019). Όλοι αυτοί οι χώροι μπορούν να αποτελέσουν αφετηρία «Θεματικών Δράσεων, Ιστορικών και Αρχαιολογικών χώρων».

Τέλος η περιοχή της Ιεράπετρας διαθέτει ποικιλία τουριστικών καταλυμάτων που ικανοποιούν όλες τις τουριστικές προτιμήσεις συμπεριλαμβανομένων ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις υψηλών προδιαγραφών, μεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που διαθέτουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις αυτές βρίσκονται, είτε μέσα στην πόλη, είτε έξω απ' αυτήν με διαφορετική φυσιογνωμία η κάθε μια απ' αυτές και με διαφορετικές οικονομικές απαιτήσεις καλύπτουν όλες σχεδόν τις πιθανές επιθυμίες του πελάτη.

Όλα τα παραπάνω σε συνδυασμό με την πλούσια παραδοσιακή κουζίνα και τα ιδιαίτερα τοπικά προϊόντα τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της κρητικής γαστρονομίας και της μεσογειακής κουζίνας μπορούν να κατατάξουν την Ιεράπετρα σε υψηλή θέση στη ζήτηση τουριστικών προορισμών, δημιουργώντας έτσι προσδοκίες για ακόμα μεγαλύτερη άφιξη τουριστών στο μέλλον αφού υπάρχουν όλα εκείνα τα στοιχεία που μπορούν να επηρεάσουν τον οποιοδήποτε επισκέπτη, Έλληνα ή ξένο να θελήσει να την επισκεφτεί.

#### **ΑΔΥΝΑΜΑ ΣΗΜΕΙΑ (WEAKNESSES):**

Παρά το γεγονός όμως, και από τα παραπάνω στοιχεία που παρατέθηκαν ότι η Ιεράπετρα θα έπρεπε να αποτελεί έναν από τους πιο διάσημους ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς, η πραγματικότητα διαψεύδει αυτές τις προσδοκίες. Η Ιεράπετρα δεν αποτελεί πόλο έλξης για μαζικό τουρισμό αφού δεν υπάρχει τουριστικό πακέτο το οποίο να αφορά μόνο στην Ιεράπετρα, ούτε προωθούνται ιδιαίτερα από τους Tour Operators οι μεγάλες ξενοδοχειακές της μονάδες για τουρισμό “All Inclusive”. Έτσι μπορούν να εντοπιστούν τα αδύναμα σημεία της που αποτελούν και την τροχοπέδη στην τουριστική της ανάπτυξη.

Αρχικά η έλλειψη ολοκληρωμένου σχεδίου ανάπτυξης από τη μια, σε συνδυασμό με την ελλιπή προώθηση της από τα μέσα προβολής και διαφήμισης από την άλλη, ώστε να αναδειχθούν τα πανέμορφα φυσικά τοπία της, τα ιστορικά-αρχαιολογικά της μουσεία και γενικότερα οτιδήποτε θετικό έχει να δείξει στον επισκέπτη της, καθιστούν την περιοχή σαν προορισμό με αδύναμο Brand name. Επιπρόσθετα το γεγονός της μη συμμετοχής σε εγχώριες & διεθνείς εκθέσεις σε συνδυασμό με το γεγονός ότι βρίσκεται μακριά από δημόσιες υποδομές και οδικούς άξονες την καθιστούν σχετικά πιο δυσπρόσιτη περιοχή σε σχέση με άλλες περιοχές περισσότερο τουριστικές. Πρόκειται επομένως για αδυναμίες που

σχετίζονται με την πολιτεία είτε ως κεντρική κυβέρνηση (υπουργεία) είτε σε περιφερειακό επίπεδο (Περιφέρεια Κρήτης), είτε σε τοπικό επίπεδο (Δήμος Ιεράπετρας), αλλά και με λόγους γεωγραφικούς αφού το απόμακρο της περιοχής αποτελεί οπωσδήποτε έναν ανασταλτικό παράγοντα όταν μάλιστα αυτός συνδυάζεται με έλλειψη οδικών δικτύων ή κακή κατάστασή του κάτι που επιβαρύνει όχι μόνο τον χρόνο έλευσης στην περιοχή, αλλά κυρίως την προσωπική ασφάλεια των επισκεπτών.

### **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES):**

Στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος 2014-2019 του Δήμου Ιεράπετρας προβλέπεται η δημιουργία μιας νέας κατεύθυνσης όσον αφορά στον τουρισμό αρχικά με τη δημιουργία μιας Επιτροπής τουρισμού η οποία σκοπό έχει την “επεξεργασία και εισήγηση στο Δημοτικό Συμβούλιο θεμάτων τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του Δήμου” σύμφωνα και με την με αριθμ. 256/2014 απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου Ιεράπετρας (επιχειρησιακό πρόγραμμα Δήμου Ιεράπετρας 2014-2019). Συγκεκριμένα στα πλαίσια δημιουργίας μιας νέας αναπτυξιακής πολιτικής για τον Δήμο της Ιεράπετρας και στο κομμάτι του στρατηγικού σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης προβλέπεται αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών και γενικότερα των γεωγραφικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών της περιοχής.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την κατάλληλη προώθηση, προβολή και διαφήμιση της Ιεράπετρας ως τουριστικός προορισμός, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό. Η δημιουργία δηλαδή μιας ομάδας εξειδικευμένων ανθρώπων που θα μπορέσουν να εντοπίσουν τα «δυνατά» στοιχεία της Ιεράπετρας και να τα διαφημίσουν κατάλληλα κυρίως στο διαδίκτυο, το οποίο αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα μέσα επικοινωνίας και διαφήμισης στη σύγχρονη εποχή, με σκοπό τον επηρεασμό και προσέλκυση επισκεπτών που θα τονώσουν την τοπική αγορά, θα δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας και περισσότερα έσοδα για την δημοτική αρχή. Η εποχή μας όσο ποτέ άλλοτε είναι μια εποχή που συνδέεται με την εξειδίκευση γι’ αυτό και η ομάδα αυτή θα πρέπει να δημιουργηθεί όσο το δυνατόν γρηγορότερα καθώς σε ερασιτεχνικό επίπεδο τα αποτελέσματα δεν είναι πάντοτε τόσο θεαματικά χωρίς βέβαια να υποβαθμίζεται η σημασία τους.

Επίσης το πρόγραμμα αυτό έχει στόχο την σύνδεση του τουριστικού τομέα με τον αγροτικό και την προβολή της περιοχής σαν προορισμό για εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα ορειβατικό τουρισμό, περιπατητικό τουρισμό, αγροτουρισμό κ.ά. Σε

μια εποχή με φρενήρης ρυθμούς ανάπτυξης και πνευματικής μονομέρειας ο άνθρωπος έχει ανάγκη για εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως οι παραπάνω, κάτι που τα παλαιότερα χρόνια δεν ήταν καθόλου δημοφιλές.

Μπορεί ακόμα να επιτευχθεί η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου ή ακόμη και η διατήρησή της όλο το έτος εάν βέβαια υιοθετηθούν από την πλευρά της πολιτείας οι ανάλογες πολιτικές. Τέλος, θα επιδιωχθεί η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας, καθώς επίσης και η αύξηση των επισκεπτών μέσω πολιτιστικών και άλλων μορφών δράσεων. Οι στόχοι οι οποίοι προβλέπονται στον επιχειρησιακό στρατηγικό σχεδιασμό του Δήμου για το 2014-2019, αποτελούν ευκαιρίες οι οποίες, αν αξιοποιηθούν με τον κατάλληλο δυνατό τρόπο, μπορούν να κατοχυρώσουν την τουριστική “ταυτότητα” της Ιεράπετρας ως τουριστικού προορισμού, με πολλαπλά οφέλη τόσο για την τοπική κοινωνία, όσο και για την δημοτική αρχή.

#### **ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS) :**

Από τη μια μεριά όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι ευκαιρίες για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη στην Ιεράπετρα είναι πολλές και αρκετά αισιόδοξες, δεν θα έπρεπε όμως να αγνοηθούν οι ενδεχόμενες απειλές τις οποίες και καλείται να αντιμετωπίσει. Συγκεκριμένα η ύπαρξη κοντινών ισχυρών ανταγωνιστών και μάλιστα αρκετές από αυτές του ίδιου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα η περιοχή του Αγίου Νικολάου, της Χερσονήσου, των Μαλίων, του Ρεθύμνου και των Χανίων, οι οποίες αποτελούν ήδη επί πολλά χρόνια ιδιαίτερα ελκυστικούς προορισμούς, αλλά και άλλες περιοχές της Ελλάδας εξίσου αρκετά τουριστικές.

Θα μπορούσε λοιπόν αρχικά να συμπεριληφθεί η Ιεράπετρα σαν επισκέψιμο μέρος σ' ένα τουριστικό πακέτο που αφορά στην Κρήτη ή συγκεκριμένα στην Ανατολική Κρήτη, ή σαν ένα μέρος για ολιγοήμερες διακοπές και το οποίο σε συνδυασμό με τις οργανωμένες αναπτυξιακές δράσεις της περιοχής μπορεί αργότερα να αποτελέσει και αυτόνομο τουριστικό προορισμό (υπό την προϋπόθεση ότι θα υιοθετηθούν οι δράσεις που προαναφέρθηκαν) . Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί ότι η μέχρι τώρα ελλιπής τουριστική στρατηγική της προώθησης της Ιεράπετρας, αλλά και η μέχρι τώρα εσωτερική οργάνωση και ανάπτυξη της δεν ήταν στο βαθμό που η ανταγωνιστική τουριστική αγορά επιτάσσει.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η χώρα μας την τελευταία επταετία βιώνει μια πρωτοφανή οικονομική κρίση, απόρροια πλήθους παραγόντων που σχετίζονται με οικονομικο-κοινωνικές παθογένειες που επικρατούν στη χώρα μας. Μια βασική παθογένεια αποτελεί και η έλλειψη βιομηχανικών μονάδων οι οποίες παράγουν πλούτο και απασχολούν εργατικό δυναμικό. Την έλλειψη τέτοιων μονάδων έρχεται να καλύψει ο τουρισμός ο οποίος με την σειρά του δημιουργεί και αυτός θέσεις εργασίας και πλούτο. Η Ελλάδα, χώρα με κατάλληλες προϋποθέσεις, ανέπτυξε τον τουριστικό κλάδο και έτσι κάλυψε ένα σημαντικό κομμάτι των ελλειμμάτων και της οικονομικής επιβράδυνσης στους άλλους κλάδους παραγωγής και κυρίως στον δευτερογενή τομέα. Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να βελτιώσει ακόμα περισσότερο το τουριστικό της προϊόν με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων τουριστών. Η εργασία αυτή έχει λοιπόν σκοπό, μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, να εντοπίσει τα πλεονεκτήματα της Ιεράπετρας, αλλά και τα μειονεκτήματα που σχετίζονται με τον τουρισμό στην περιοχή μας και έτσι να δοθεί η απαραίτητη προσοχή για την διατήρηση των πλεονεκτημάτων, αλλά και στην βελτίωση των μειονεκτημάτων της.

Ένα πρώτο συμπέρασμα αποτελεί το γεγονός ότι η Ιεράπετρα είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός και μάλιστα για όλες τις ηλικίες. Οποσδήποτε αυτό αποτελεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες πόλεις, είτε της Κρήτης, είτε της υπόλοιπης Ελλάδας καθώς με εξαίρεση την πρωτεύουσα, συνήθως κάθε πόλη αποτελεί προτίμηση για μια συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα (για παράδειγμα γνωρίζουμε ότι τα Μάλια προσελκύουν έναν πολύ μεγάλο αριθμό νεαρών τουριστών και έναν πολύ μικρό ποσοστό τουριστών μεγαλύτερης ηλικίας). Το στοιχείο λοιπόν αυτό δημιουργεί άριστες προοπτικές για το μέλλον του τουρισμού στην Ιεράπετρα καθώς αποτελεί ένα εχέγγυο για την περαιτέρω εξέλιξη του και ταυτόχρονα δίνει την δυνατότητα ποικίλων επενδύσεων στο χώρο όχι μόνο των τουριστικών μονάδων, αλλά και του εμπορίου.

Ένα δεύτερο πολύ βασικό πλεονέκτημα της Ιεράπετρας, όπως δείχνει η έρευνα, σχετίζεται με τα στοιχεία εκείνα που εντυπωσιάζουν τους τουρίστες στην περιοχή μας και αποτελούν τον βασικό λόγο που επισκέπτονται την πόλη μας. Η θάλασσα με τις παραλίες της είναι ο πρώτος λόγος και μάλιστα με καθολική αποδοχή τόσο από τους ξένους επισκέπτες, όσο και από τους Έλληνες. Οι παραλίες της περιοχής μας βραβευμένες με γαλάζιες σημαίες

αποτελούν πόλο έλξης τουριστών. Αυτό δημιουργεί και τεράστιες ευθύνες τόσο από την πλευρά της δημοτικής αρχής, όσο και του κάθε πολίτη μεμονωμένα να προσπαθήσει να τις διατηρήσει καθαρές αφού αυτό ωφελεί όχι μόνο την πόλη αλλά και τους ίδιους προσωπικά. Αξίζει να αναφέρουμε βέβαια το γεγονός πως οι παραλίες είτε οργανωμένες είτε όχι ικανοποιούν το σύνολο σχεδόν των επισκεπτών και μάλιστα χωρίς πληρωμή (όσον αφορά την είσοδο στην παραλία) κάτι που συμβαίνει κατά κόρον σε παραλίες άλλων περιοχών της χώρας.

Ιδιαίτερη αναφορά θα πρέπει να γίνει στη νήσο Χρυσή ή Γαϊδουρονήσι, όπως αποκαλείται από τους ντόπιους. Ένα νησάκι με πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα χάρει στις ξεχωριστές παραλίες με την χρυσή αμμουδιά και τα κοχύλια, τα ρηχά γαλαζοπράσινα νερά, το δάσος με τους κέδρους, και τις δυνατές ακτίνες του ήλιου που επιτρέπουν το γρήγορο μαύρισμα. Οφείλει πρωτίστως η πολιτεία και εν συνεχεία οι πολίτες να προστατεύσουν το μοναδικό αυτό μέρος που είναι τελείως αλώβητο από τον σύγχρονο πολιτισμό, καθώς δεν έχει ούτε ηλεκτρικό ρεύμα. Θα πρέπει οι νόμοι που διέπουν το καθεστώς του νησιού να γίνουν απολύτως σεβαστοί και να πραγματοποιούνται συνεχείς έλεγχοι από τα αρμόδια όργανα του κράτους ώστε να προστατευτεί το οικοσύστημα αφού είναι μέρος του προγράμματος NATURA της UNESCO. Η νήσος Χρυσή είναι ένα από τα μοναδικά σημεία ξεχωριστής ομορφιάς της χώρας μας και δίνει εργασία σε πολλά άτομα αφού ένα πλήθος ανθρώπων εργάζονται στα караβάκια της γραμμής. Η αύξηση των τουριστών στην Ιεράπετρα και στην νήσο χρυσή θα βοηθήσει επομένως και στην αύξηση των θέσεων απασχόλησης και στον ναυτιλιακό κλάδο.

Από την άλλη πλευρά θα πρέπει να γίνει και μια αναφορά στα στοιχεία εκείνα που δημιουργούν προσκόμματα στην τουριστική ανάπτυξη της πόλης μας. Από την έρευνα γίνεται κατανοητό ότι υπάρχει μια σχετική ικανοποίηση όσον αφορά τα τουριστικά καταλύματα της πόλης. Υπάρχουν και ενοικιαζόμενα δωμάτια, και ξενοδοχεία που ικανοποιούν τόσο τις απαιτήσεις των διαφόρων επισκεπτών όσο και τα οικονομικά τους δεδομένα. Ωστόσο από τα ερωτηματολόγια προκύπτει ότι δεν έμειναν και τόσο ικανοποιημένοι από την αρχιτεκτονική των καταλυμάτων γεγονός που οφείλεται στο ότι οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες είναι κατασκευασμένες παλαιότερα και δεν είναι τόσο σύγχρονες άρα και λειτουργικές. Ίσως ευρωπαϊκά προγράμματα που σχετίζονται με μετατροπές χώρων και τον εκσυγχρονισμό τους να αποτελέσουν μιας πρώτης τάξεως ευκαιρία για αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών της Ιεράπετρας.

Θα πρέπει να σημειωθεί κάτι ακόμα σε σχέση με τις τουριστικές υπηρεσίες. Η αναβάθμιση των υπηρεσιών είναι ένα επιπλέον στοιχείο που δεν πρέπει να αγνοηθεί. Τα τελευταία χρόνια με τα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης από τον ΟΑΕΔ και τις τουριστικές σχολές έχει δημιουργηθεί μια ομάδα ανθρώπων καταρτισμένη και εκπαιδευμένη να στελεχώσει τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ωστόσο υπάρχουν και περιπτώσεις ανθρώπων που υποβαθμίζουν το τουριστικό προϊόν της Ιεράπετρας. Κύριος λόγος γι' αυτό μπορεί να είναι η υπερεργασία του προσωπικού κατά παράβαση των κανόνων εργασίας πολλές φορές. Αυτό θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί με ελέγχους των αρμοδίων υπηρεσιών από το υπουργείο εργασίας. Άλλος λόγος υποβάθμισης αποτελεί και το μεγάλο ποσοστό προσωπικού που προέρχεται από χώρες βαλκανικές και έρχονται για να κάνουν την πρακτική τους άσκηση με ελάχιστη πληρωμή. Αυτό οπωσδήποτε συμφέρει τους επιχειρηματίες όμως σε επίπεδο υπηρεσιών η απασχόληση πολλών τέτοιων ατόμων οδηγεί απαρέγκλιτα σε ένα χαμηλότερο επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Πάλι η λύση ίσως να είναι η θεσμοθέτηση από την πολιτεία ενός ποσοστού ατόμων που θα μπορούν να κάνουν μαθητεία σε ξενοδοχειακές μονάδες και όχι να αφήνεται στους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερη προσοχή χρήζει και η στόχευση της διαφήμισης. Η δημοτική αρχή της Ιεράπετρας είναι χρήσιμο να οργανωθεί πάνω στον τομέα αυτό. Οι περισσότεροι τουρίστες επισημαίνουν ότι έρχονται στην πόλη μας αφού έχουν ενημερωθεί από τα τουριστικά πρακτορεία, αλλά και από το διαδίκτυο. Στο δεύτερο αυτό στοιχείο της έρευνας οφείλει να στοχεύσει ο δήμος οργανωμένα με μια ομάδα που θα έχει στόχο της την τουριστική προσέλκυση. Το διαδίκτυο και το youtube, όπως δηλώνουν και οι ίδιοι οι τουρίστες αποτελούν στοιχεία που τους παρακινούν ώστε να επισκεφτούν την Ιεράπετρα. Μια οργανωμένη λοιπόν ομάδα από ειδικούς θα βοηθήσει αποτελεσματικά και επικουρικά θα λειτουργήσουν και οι ανεπίσημες ομάδες διαφόρων ιστοσελίδων του διαδικτύου και των καναλιών του youtube.

Μάλιστα η προσέγγιση των Γερμανών τουριστών είναι ιδιαίτερα επωφελής για την περιοχή μας. Το γεγονός ότι οι Γερμανοί έρχονται τελευταίοι στην επιλογή του all inclusive είναι άξιο προσοχής. Οι τουρίστες που έρχονται χωρίς το all inclusive είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για την τοπική οικονομία αφού το φαγητό και η διασκέδαση τους είναι προσωπική τους επιλογή και στηρίζουν έτσι τις τοπικές επιχειρήσεις και τα μαγαζιά της Ιεράπετρας. Όσο περισσότεροι τουρίστες έρχονται χωρίς να τους παρέχονται όλες οι υπηρεσίες μέσα στα ξενοδοχεία τόσο καλύτερο είναι για την τοπική οικονομία. Άλλωστε και

οι μεμονωμένοι επισκέπτες που φιλοξενούνται σε σπίτια φίλων (κυρίως Έλληνες βάσει έρευνας) αφήνουν ένα σημαντικό ποσό χρημάτων στην τοπική αγορά.

Τέλος πρέπει να βελτιωθούν οι υποδομές της πόλης μας. Όπως προκύπτει από την έρευνα που έγινε το σημαντικότερο πρόβλημα σχετίζεται με τις υποδομές. Το οδικό δίκτυο όπως ο δρόμος Ιεράπετρας- Αγίου Νικολάου και Ιεράπετρας- Σητείας είναι απαράδεκτος , σε πολλά δε σημεία είναι και επικίνδυνος. Η πρόσβαση σε ένα μέρος είναι ιδιαίτερος σημαντική για τον επισκέπτη κυρίως όταν έχει να κάνει με την προσωπική του ασφάλεια. Η βελτίωση των υποδομών είναι απαραίτητη όχι μόνο για την αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών, αλλά και για την συνολική βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των πολιτών της Ιεράπετρας. Έτσι η οργανωμένη πολιτεία όπως η κεντρική διοίκηση, η περιφερειακή διοίκηση όπως η περιφέρεια Κρήτης και η τοπική αρχή (ο δήμος της Ιεράπετρας) οφείλουν αξιοποιώντας και τα κοινωνικά πακέτα στήριξης της Ε.Ε. να επιχειρήσουν παρεμβάσεις όχι μόνο στο τοπικό οδικό δίκτυο αλλά και σε άλλα θέματα, όπως η στείρωση των αδέσποτων ζώων και η συγκέντρωσή τους σε ειδικούς χώρους, ώστε να αποφεύγονται αρνητικά φαινόμενα. Επίσης θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερος η καθαριότητα της πόλης και η προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της πόλης μας, αλλά και των χώρων πολιτισμού. Θα μπορούσε για παράδειγμα το σπίτι του Ναπολέοντα να αναπαλαιωθεί και να αποτελέσει έναν προορισμό για τον επισκέπτη της Ιεράπετρας, κάτι που δεν συμβαίνει σήμερα όπως φαίνεται από την έρευνα.

Επομένως η Ιεράπετρα αποτελεί σίγουρα έναν δημοφιλή τουριστικό προορισμό για την Κρήτη ωστόσο έχει ακόμα πολλά περιθώρια βελτίωσης των τουριστικών πακέτων που προσφέρει. Γι' αυτό τον λόγο πρέπει όλοι οι φορείς της πόλης μας επίσημοι και ανεπίσημοι, όπως και οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο , αλλά και οι πολίτες που διαβιούν στην περιοχή να προσπαθήσουν να στοχεύσουν στην βελτίωση των αρνητικών στοιχείων που αναφέρθηκαν ή στην προστασία των θετικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει η πόλη μας ώστε να πετύχουμε μια ακόμα μεγαλύτερη επισκεψιμότητα τόσο σε επίπεδο αριθμών ,όσο και στην ποιοτική αναβάθμιση των τουριστών.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### ***A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ***

Bramwell, B. (2003) Mediterranean Tourism: Impacts and Policy Responses. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2), 95 – 96.

Creswell J., 2011. Η έρευνα στην εκπαίδευση. Αθήνα, εκδόσεις Ίων.

Fokiali, P. (2002) Tourism and Sustainable Development in the Mediterranean. The Case of Rhodes: Too Late for Research in Carrying Capacity? Πηγή από το Διαδίκτυο: [http://www.fundp.ac.be/prelude/publications/bulletins/Bull45\\_3.pdf](http://www.fundp.ac.be/prelude/publications/bulletins/Bull45_3.pdf) [Πρόσβαση 14-6-2017]

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre [Outline of the general theory of tourism]. Zurich: Polygraphischer Verlag AG.

Kaspar, Claude (1991a), Die Tourismuslehre im Grundriß, 4. Auflage (Bern & Stuttgart: Verlag Paul Haupt)

MAP (1997). Guidelines for Carrying Capacity Assessment for Tourism in Mediterranean Coastal Areas. Priority Actions Program, Regional Activity Centre, Split: Mediterranean Action Plan.

Walterspiel, Georg (1974), Fremdenverkehr (λήμμα). In: Tietz, Bruno (Hrsg.), Handwörterbuch der Absatzwirtschaft (Stuttgart: C.E. Poeschel Verlag)

World Tourism Organization Evaluating and Improving Websites The Tourism Destination Web Watch 2005 - ISBN 92-844-0917-9.

## **B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

Παππάς Ν., (χ.χ.). Τουρισμός. ΥΠΕΠΘ, ΓΓ εκπαίδευσης ενηλίκων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Περιβάλλον – Πολιτισμός – Τουρισμός – Περιφερειακή Ανάπτυξη, Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων. Πηγή από το διαδίκτυο:  
<https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3483/1046.pdf> [Πρόσβαση 14-6-2017].

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΗΜΟΥ ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ 2014-2019. Α' ΣΤΑΔΙΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ (χ.χ.) Πηγή από το διαδίκτυο: [www.ierapetra.gov.gr/wp-content/.../epixeirisiako-dimoy-ierapetras-2014-2019.pdf](http://www.ierapetra.gov.gr/wp-content/.../epixeirisiako-dimoy-ierapetras-2014-2019.pdf)

Ρούπας Β. (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.

Έρευνα ΙΤΕΠ (χ.χ.) <http://money-tourism.gr/ιτεπ-άνοδος-και-το-2016-αλλά-με-επιβράδυνσ/#ixzz4jaIPzElh>

Σ. Καραγιάννη, (2004) Τουριστική Διαφήμιση, Εκδόσεις Έλλην, σελ. 17

Κοινωνία των Εθνών (1937) Ορισμός του Τουρίστα. Στο: Β. Ρούπας (1993) Αρχές Τουρισμού. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων.

Παππάς, 2006 Παππάς, Ν., Τσάρτας, Π., Παπαθεοδώρου, Α. & Χρήστου, Ε. (2006) Υποδράση 3.2: Δυνατότητες Ενσωμάτωσης των Νέων Τεχνολογιών Επικοινωνίας στην Παραγωγική Διαδικασία. Πρόγραμμα EQUAL: Always Tourism.

Ιστοσελίδα Δήμου Ιεράπετρας: <http://www.ierapetra.net/gr/iergeo.html>

Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης περιφέρειας Κρήτης (2002). Πηγή από το διαδίκτυο [http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files\\_basic\\_pages/perilipsi\\_kriti.pdf](http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/perilipsi_kriti.pdf) [Πρόσβαση 6-6-2017]

Ιστοσελίδα νήσου χρυσής: [http://www.chrissi.gr/index\\_el.php](http://www.chrissi.gr/index_el.php)