



Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Ηράκλειο)

ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**ΕΡΕΥΝΑ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΣΤΟΥΣ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ ΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ ΓΙΑ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

**INCENTIVES THAT CAN LEAD RESIDENTS OF ATHENS TO VISIT
THE CITY OF HERAKLION AS TOURISTS**

**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΝΙΚΟΛΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΥ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
(ΔΣ4522)**

Περίληψη

Το Ηράκλειο είναι η 4^η μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας και γνωστός τουριστικός προορισμός που πρόσφατα προσελκύει τουρίστες που αναζητούν τα υψηλότερα στάνταρ σε έναν προορισμό. Η παρούσα έρευνα σκόπευε να καταγράψει τις απόψεις ταξιδιωτών από την Αθήνα που έχουν επισκεφτεί έστω και μία φορά το Ηράκλειο στο παρελθόν με σκοπό να τονιστούν εκείνα τα χαρακτηριστικά που βρήκαν ελκυστικά όπως και να δοθεί η ευκαιρία να προτείνουν βελτιώσεις οι οποίες θα μπορούσαν να κάνουν το Ηράκλειο ελκυστικότερο χειμερινό προορισμό. Τα κύρια ευρήματα αποδεικνύουν ότι το Ηράκλειο θεωρείται μία πόλη με πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά και όμορφο φυσικό περιβάλλον, όπου κάθε επισκέπτης αισθάνεται ευπρόσδεκτος, αλλά θεωρείται παράλληλα κυρίως καλοκαιρινός προορισμός. Η πόλη φαίνεται αδύναμη να συνεργαστεί με δομές και αξιοθέατα της ενδοχώρας και δε χρησιμοποιεί στο έπακρο τις δυνατότητες της τεχνολογίας ώστε να αναπτυχθεί τουριστικά

Λέξεις κλειδιά: Ηράκλειο, αξιοθέατα, τουρισμός, προορισμός, ταξίδια

Abstract

Heraklion is the fourth largest city of Greece and a well-known tourist destination that recently attracts tourists of the highest standards. The present study was aiming to record the opinions of travelers from Athens that have at least visited the city of Heraklion in the past in order to point those characteristics that they found attractive and offer them a chance to suggest improvements that could increase the quantity and quality of tourist demand and simultaneously make Heraklion an attractive winter destination. Main findings prove that Heraklion is a city with rich historical and cultural legacy, with a beautiful natural environment that every tourist feels welcome but mainly for summer vacation. It seems that the city is unable to cooperate with what the inland has to offer and hasn't exploited fully today's technology opportunities

Keywords: Heraklion, sightseeing's, tourism, travel, destination

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ	7
1.1 Έννοια του τουρισμού.....	7
1.2 Τα είδη του τουρισμού	10
1.3 Διεθνείς τάσεις στον τουρισμό σήμερα.....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	15
ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	15
2.1 Η εξέλιξη της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα.....	15
2.2 Εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα.....	17
2.3 Είδη τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στη χώρα μας	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	21
ΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ	21
3.1 Η πόλη του Ηρακλείου: Τοποθεσία & Ιστορική αναδρομή	21
3.2 Το Ηράκλειο σήμερα: Αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος.....	25
3.3 Η εξέλιξη του τουρισμού στο Ηράκλειο τα τελευταία χρόνια: Τουριστική προσφορά και τουριστική ζήτηση στην πόλη του Ηρακλείου	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	41
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ	41
4.1 Ορισμός του Πελάτη	41
4.2 Παράγοντες που επιδρούν στην αγοραστική συμπεριφορά	41
4.3 Ικανοποίηση / μη-ικανοποίηση πελατών	43
4.4 Ικανοποίηση πελατών στον τομέα των υπηρεσιών	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	46
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	46
5.1.Μεθοδολογία της έρευνας	46
5.2. Σκοπός της έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα	47
5.3. Σχεδιασμός της έρευνας και δειγματοληψία	48
5.4. Δειγματοληψία	48

5.5. Διεξαγωγή της έρευνας.....	48
5.6. Ερωτηματολόγιο	49
5.7. Περιορισμοί της έρευνας.....	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	51
ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	51
6.1. Ταξιδιωτικές συνήθειες ερωτηθέντων	51
6.2. Προσωπική άποψη για το Ηράκλειο.....	54
6.3. Δημογραφικά στοιχεία.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	74
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	74
7.1 Συμπεράσματα.....	74
7.2. Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	76
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Ερωτηματολόγιο	80

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι προορισμοί εξυπηρετούν διαφορετικούς ρόλους για τους τουρίστες (McKercher, et. al., 2006: 647). Αυτοί οι ρόλοι ποικίλλουν σημαντικά λόγω των διαφορών στις ανάγκες και τις επιθυμίες των τουριστών, οπότε και οι τουρίστες επιλέγουν διαφορετικούς προορισμούς που ο καθένας έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Πολλές μελέτες έχουν περιγράψει τις πτυχές των επιλογών των τουριστών σε αστικές, αγροτικές και παράκτιες περιοχές. Σύμφωνα με αυτές τις μελέτες, οι τουρίστες επισκέπτονται τις πόλεις επειδή εξυπηρετούν πολλαπλές λειτουργίες (Andriotis et. al., 2007).

Κατά τη μελέτη των προτιμήσεων και της συμπεριφοράς των τουριστών, οι ερευνητές χρησιμοποίησαν ευρέως ποικίλες κοινωνικοδημογραφικές, γεωγραφικές και ταξιδιωτικές μεταβλητές. Παρόλο που η συγκριτική έρευνα σχετικά με τις παραλλαγές του τύπου των προορισμών και τη συμπεριφορά των τουριστών μπορεί να κατευθύνει τους διαχειριστές προορισμού σε λανθασμένες αποφάσεις μάρκετινγκ και σχεδιασμού, μια ανασκόπηση των παρελθουσών ερευνών παρέχει περιορισμένη κατανόηση του γιατί τα διαφορετικά τμήματα τουριστών επιλέγουν συγκεκριμένους προορισμούς και ανταποκρίνονται σε κάθε διαφορετικό προορισμό όπως θέλουν.

Παρόλο που ο μαζικός τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις οικονομίες των περισσότερων νησιωτικών προορισμών (Andriotis, 2004), έχουν προκύψει νέες τάσεις της αγοράς που μειώνουν τη σημασία αυτού του τμήματος της αγοράς. Συγκεκριμένα, οι αλλαγές στις αξίες και στα συμφέροντα των σύγχρονων τουριστών είχαν ως αποτέλεσμα την εμφάνιση «νέων» τύπων τουριστών, οι οποίοι αντιστέκονται στην ομογενοποίηση των παραθαλάσσιων θέρετρων και απορρίπτουν μη αυθεντικά προϊόντα που αναπτύσσονται απλά για μαζικό οργανωμένο τουρισμό. Σύμφωνα με διάφορες μελέτες (Bardolet και Sheldon, 2008, Sedmak και Mihalic (2008), οι σύγχρονοι τουρίστες είναι πιο έμπειροι και εκφράζουν αυξημένο

ενδιαφέρον για αγροτικούς και αστικούς προορισμούς που δεν είναι τόσο δημοφιλείς.

Μεταξύ των νησιωτικών προορισμών, πολλά ελληνικά νησιά προσελκύουν κάθε καλοκαίρι χιλιάδες τουρίστες, κυρίως από τη Δυτική Ευρώπη. Η Κρήτη είναι ένα από αυτά τα νησιά που προσελκύει ετησίως περίπου 2,8 εκατομμύρια τουρίστες, πάνω από το 35% του εθνικού συνόλου. Το νησί έχει αξιοσημείωτους φυσικούς, πολιτιστικούς και ιστορικούς πόρους. Παρόλο που στο παρελθόν αυτοί οι τουρίστες συνδύαζαν την επίσκεψή τους με τον πολιτισμό και τη φύση, η σημερινή εμπειρία των πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων του νησιού δεν είναι πάντα προτεραιότητα. Η Κρήτη προσελκύει κυρίως πακέτα τουριστών που αναζητούν τον ήλιο και τη θάλασσα (Ανδριώτης, 2005:59).

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να ερευνήσει τα κίνητρα των Αθηναίων που τους οδηγούν να προτιμήσουν τον τουρισμό στο Δήμο Ηρακλείου της Κρήτης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

1.1 Έννοια του τουρισμού

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) ορίζει ότι «ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντος τους για όχι περισσότερο από ένα διαδοχικό έτος για ψυχαγωγικούς, επιχειρηματικούς και άλλους σκοπούς που δε σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας που αμείβεται από τον τόπο στον οποίο έχουν επισκεφθεί».

Ο ορισμός αυτός περιστρέφεται γύρω από τρεις κύριες διαστάσεις στις οποίες πρέπει να ορίζεται και να διακρίνεται ο τουρισμός από τις άλλες μορφές μετακίνησης: (1) η κίνηση, δηλαδή, πού ταξιδεύει ο τουρίστας; (2) ο χρόνος, δηλαδή, για πόσο καιρό ταξιδεύει ο τουρίστας, (3) το κίνητρο, δηλαδή γιατί ταξιδεύει ο τουρίστας (Ανδριώτης, 2005:21).

(α) Όσον αφορά την κίνηση, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τον τουρισμό ως τη δραστηριότητα του να ταξιδέψει κανείς εκτός του συνήθους περιβάλλοντος που ζει. Ως εκ τούτου, ο τουρισμός δεν περιλαμβάνει (π.χ. φοιτητές ή εργαζομένους) που ταξιδεύουν τακτικά για τις καθημερινές δραστηριότητες. Μπορεί κανείς να δώσει έναν αρνητικό και όχι θετικό ορισμό, αναφέροντας τι δεν είναι ο τουρισμός: οποιαδήποτε κίνηση μέσα στην περιοχή στην οποία ζει το άτομο, οι καθημερινές διαδρομές που κάνει για να σπουδάσει, να εργαστεί, για την οικογένεια ή τις αγορές, οποιαδήποτε προσωρινή ή μόνιμη αλλαγή της κατοικίας του ατόμου,

κάθε προσωρινή ή μόνιμη κίνηση που αποσκοπεί στην παραγωγή εισοδήματος, κάθε μετακίνηση διπλωματών, στρατιωτικού προσωπικού, πολιτικών προσφύγων κ.ά.. Ο βασικός περιορισμός της αξιοποίησης του αρνητικού ορισμού του τουρισμού είναι ότι δεν παρέχει πληροφορίες σχετικά με τους λόγους που φέρνουν ένα άτομο να αλλάξει την ρουτίνα της συμπεριφοράς του υπέρ της πραγματοποίησης ενός ταξιδιού. Την ίδια στιγμή, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το πρόσωπο που, για παράδειγμα, αποφασίζει να περιοδεύσει στην πόλη της κατοικίας του σίγουρα υποβάλλεται σε μια ψυχολογική εμπειρία ως ένας τουρίστας αλλά χωρίς να θεωρείται τουρίστας. Αυτό εμποδίζει την αποτελεσματική ανάλυση των οικονομικών αποτελεσμάτων μιας τέτοιας εμπειρίας (Ανδριώτης, 2005:23).

(β) Όσον αφορά το χρόνο, ορίζεται η μέγιστη διάρκεια διαμονής που είναι ένα έτος. Πέρα από το όριο αυτό το ταξίδι δε θεωρείται τουριστικό. Είναι ενδιαφέρον ότι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει ως επισκέπτη κάθε άτομο που ταξιδεύει, ανεξάρτητα σχετικά με το κατά πόσον μένει στη διάρκεια της νύχτας στον προορισμό. Τότε, τουρίστες (ή διανυκτερεύοντες επισκέπτες) ορίζονται ως το υποσύνολο των επισκεπτών που διανυκτερεύουν, ενώ οι επισκέπτες της ίδιας ημέρας (ή οι εκδρομείς) δεν μένουν εν μία νυκτί (Ανδριώτης, 2005:25).

(γ) Όσον αφορά τα κίνητρα, ο σκοπός της επίσκεψης μπορεί να είναι ο χρόνος που διατίθεται για αναψυχή έως την επίσκεψη με φίλους και συγγενείς σε προορισμούς πολιτιστικού ενδιαφέροντος και κληρονομιάς και πολλούς άλλους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να κατανοηθεί ότι ο ορισμός του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τον τουρισμό δεν περιλαμβάνει σκοπούς επίσκεψης που σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας, η οποία παρέχει αμοιβή στον τόπο επισκέψεως (Holden, 2006: 129).

Σύμφωνα με τους Mathieson και Wall (1982) ο τουρισμός αποτελεί «τη μετακίνηση ανθρώπων σε προορισμούς εκτός των συνήθων τόπων εργασίας και

κατοικίας τους, οι δραστηριότητες που έχουν αναληφθεί κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε αυτούς τους προορισμούς και οι εγκαταστάσεις που δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες τους».

«Ο τουρισμός είναι μια συλλογή δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών που προσφέρουν ταξιδιωτική εμπειρία, συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών, των καταλυμάτων, των εγκαταστάσεων φαγητού και ποτών, των καταστημάτων λιανικής πώλησης, των επιχειρήσεων ψυχαγωγίας, των εγκαταστάσεων δραστηριοτήτων και άλλων υπηρεσιών φιλοξενίας που παρέχονται σε άτομα ή ομάδες που ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι» (Hall & Zeppel, 1990).

Σύμφωνα με τους Macintosh and Goeldner (1986) ο τουρισμός είναι «το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση τουριστών, επιχειρηματιών, κυβερνήσεων υποδοχής και κοινοτήτων υποδοχής στη διαδικασία προσέλκυσης και φιλοξενίας αυτών των τουριστών και άλλων επισκεπτών».

Σύμφωνα με τον Αιγινήτη με τον όρο τουρισμός εννοείται ότι «ένα άτομο μεταφέρεται σε μια χώρα από μια άλλη είτε μόνο του είτε με άλλα άτομα- ομάδες έτσι ώστε να μείνει στο νέο μέρος όχι για να μείνει μόνιμα αλλά για μικρό ή πιο μεγάλο χρονικό διάστημα και για λόγους πέρα από το επάγγελμά του» (Κολτσιδόπουλος 2005:12).

Ο Λαγός (2005) ορίζει τον τουρισμό ως «ένα πολυ-πρισματικό φαινόμενο με οικονομικές και κοινωνικές πτυχές και υφίσταται από τη στιγμή που ένα άτομο αλλάξει φυσικό περιβάλλον από την ώρα που θα φύγει από τον τόπο κατοικίας του και θα μετακινηθεί πρόσκαιρα σε κάποιον ξένο γεωγραφικό τόπο και θα παραμείνει σε αυτόν μέχρι ένα έτος και εκεί θα ακολουθεί κάποιες δραστηριότητες που του προσφέρουν αναψυχή».

Ο τουρισμός είναι διαφορετικός από το ταξίδι. Προκειμένου ο τουρισμός να συμβεί, πρέπει να υπάρξει μετατόπιση: ένας άνθρωπος πρέπει να ταξιδέψει, χρησιμοποιώντας οποιοδήποτε είδος μεταφορικού μέσου (μπορεί να ταξιδεύει ακόμη και με τα πόδια: σήμερα είναι συχνά η περίπτωση των φτωχότερων κοινωνιών και συμβαίνει ακόμη και σε περισσότερα ανεπτυγμένες και αφορά τους προσκυνητές, τους πεζοπόρους ...). Αλλά όλα τα ταξίδια δεν είναι τουρισμός (Holden, 2006: 44).

Χρησιμοποιούνται ταυτόχρονα τρία κριτήρια για να χαρακτηριστεί ένα ταξίδι ως τουριστικό. Η μετατόπιση πρέπει να είναι τέτοια ώστε (Λαγός, 2005: 135):

- Να περιλαμβάνει μετατόπιση εκτός από το συνηθισμένο περιβάλλον: αυτός ο όρος είναι ύψιστης σημασίας.
- Είδος του σκοπού: τα ταξίδια πρέπει να πραγματοποιούνται για οποιονδήποτε άλλο σκοπό εκτός από την αμοιβή στον τόπο επισκέψεως: τα προηγούμενα όρια, όπου ο τουρισμός περιοριζόταν στην αναψυχή και την επίσκεψη στην οικογένεια και τους φίλους, έχουν πλέον επεκταθεί ώστε να περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα σκοπών.
- Διάρκεια: αναφέρεται μόνο μια μέγιστη διάρκεια, όχι μια ελάχιστη. Ο τουρισμός μπορεί να είναι με ή χωρίς διανυκτέρευση.

1.2 Τα είδη του τουρισμού

Τα είδη του τουρισμού είναι δυναμικά με το χρόνο. Τα είδη του τουρισμού που παρουσιάζονται σε μια δεδομένη περίοδο, παράγονται από τις ανάγκες των τουριστών, το επίπεδο των πολιτιστικών και κοινωνικών εγκαταστάσεων που προσφέρονται στους τουριστικούς προορισμούς και τα υπάρχοντα μέσα μεταφοράς. Σύμφωνα με τους σκοπούς, κάθε τύπος τουρισμού εξαρτάται από τις περιοχές που

επισκέπτεται ο τουρίστας, τι αναμένει και για ποιο λόγο τις επισκέπτεται (Κολτσιδόπουλος 2005:34).

Ανάλογα με τα κίνητρα και τους σκοπούς του τουρισμού, τα είδη του τουρισμού μπορούν να διακριθούν σε τρεις μεγάλες κατηγορίες:

1.Τουρισμός αναψυχής

Σήμερα, ο τουρισμός αναψυχής (διακοπές) κυριαρχεί περισσότερο από την άποψη της συμμετοχής και θεωρείται ο πιο σημαντικός τύπος τουρισμού. Αυτό το είδος τουρισμού συναντάται κυρίως στον πληθυσμό που βρίσκεται στα αστικά κέντρα – ειδικά εκείνου στα μεγάλα οικονομικά κέντρα – οι οποίοι έχουν ανάγκη για λίγες μέρες διακοπών. Ο τουρισμός αναψυχής μπορεί να συνίστανται είτε σε μια περίοδο σχεδόν ολικής ανάπαυσης (που πραγματοποιήθηκε σε μια περιοχή πολύ ήσυχη, με λίγα αξιοθέατα στη γύρω περιοχή), είτε ως ενεργούς ανάπαυσης περιόδος κατά την οποία οι καθημερινές δραστηριότητες αντικαθίστανται από άλλες, συνήθως συμπληρωματικές (άτομα που παρέχουν πνευματική εργασία συνήθως επιλέγουν αθλήματα, περιπάτους, εκδρομές κ.λπ.). Οι κατηγορίες αυτού του είδους τουρισμού είναι (Ανδριώτης, 2005:86):

- Τουρισμός αναζωογόνησης και ανάπαυσης
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Γαστρονομικός τουρισμός
- Κυνηγετικός τουρισμός
- Οικογενειακές επισκέψεις
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός φεστιβάλ, κλπ.

2. Επαγγελματικός τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις μετακινήσεις εργαζομένων που διοργανώνονται από διοικητικές, επιστημονικές, πολιτιστικές, εμπορικές, οικονομικές επιχειρήσεις κλπ. Ως εκ τούτου, αυτός ο τύπος τουρισμού πραγματοποιείται μεταξύ διαφορετικών διοικητικών κέντρων, πολιτιστικών, οικονομικών κ.λπ. ανάλογα με τον αριθμό αυτών των επιχειρήσεων. Σε αυτό τον τύπο τουρισμού μπορεί να προστεθεί ο επιστημονικός και ο τεχνικός τουρισμός και τα επιστημονικά συνέδρια που γίνονται σε διάφορα μέρη, δεδομένου ότι οι τύποι είναι ανεξάρτητοι. Όσον αφορά την τουριστική προέλευση και τον προορισμό, τα μεγάλα οικονομικά κέντρα παρέχουν και υποδέχονται τουρίστες (Βαρβαρέσος, 2005: 78).

Είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις να εξασφαλίσουν για τα στελέχη τους το καλύτερο, επιδιώκοντας να προσφέρουν μια γρήγορη μεταφορά χωρίς απώλεια χρόνου και ταυτόχρονα άνετες και κατάλληλες συνθήκες διαμονής. Αυτό οδηγεί σε σημαντικές δαπάνες για τα έξοδα ταξιδιού και διαμονής που επιβαρύνουν την επιχείρηση. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι πολύ αποτελεσματικός για τις διάφορες τουριστικές εγκαταστάσεις, ειδικά για τη διαμονή. Ο επαγγελματικός τουρισμός χρησιμοποιεί όλη την γκάμα των υπηρεσιών τουρισμού όπως τη στέγαση, την αναψυχή, τον αθλητισμό κ.ά. (Βαρβαρέσος, 2005: 83).

3. Ο ιατρικός τουρισμός

Ο ιατρικός τουρισμός σχετίζεται με την ευρύτερη έννοια του υγειονομικού τουρισμού, ο οποίος σε ορισμένες χώρες έχει μακρά ιστορική προέλευση από τις ιαματικές πηγές και τις παράκτιες περιοχές καθώς και άλλα θεραπευτικά τοπία. Οι Carrera και Bridges (2006:447), για παράδειγμα, ορίζουν τον τουρισμό υγείας ως «οργανωμένο ταξίδι έξω από το τοπικό περιβάλλον για τη διατήρηση, ενίσχυση ή

αποκατάσταση της ευημερίας και του σώματος ενός ατόμου». Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει τον ιατρικό τουρισμό ο οποίος οριοθετείται σε οργανωμένο ταξίδι μακριά από τον τόπο κατοικίας του ατόμου για τη βελτίωση ή την αποκατάσταση της υγείας του ατόμου μέσω ιατρικής επέμβασης. Οι επιμέρους κατηγορίες αυτού του είδους τουρισμού είναι (Βαρβαρέσος, 2005: 85):

- Τουρισμός ανάπαυσης
- Ιαματικός-θεραπευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγιεινής και φυσικής διαβίωσης
- Τουρισμός θαλασσοθεραπείας
- Τουρισμός για άτομα με ειδικές ανάγκες, κλπ (Βαρβαρέσος, 2005: 87).

1.3 Διεθνείς τάσεις στον τουρισμό σήμερα

Με βάση τα στοιχεία που αναφέρουν οι προορισμοί σε όλο τον κόσμο, εκτιμάται ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις (διανυκτέρευση) παγκοσμίως αυξήθηκαν κατά 7% το 2017. Αυτό είναι πολύ πάνω από τη σταθερή και συνεπή τάση αύξησης 4% ή μεγαλύτερη από το 2010 και αντιπροσωπεύει τα ισχυρότερα αποτελέσματα σε επτά χρόνια.

Η Ευρώπη, με επικεφαλής τους προορισμούς της Μεσογείου, σημείωσε έκτακτα αποτελέσματα για μια τόσο μεγάλη και μάλλον ώριμη περιοχή, με 8% περισσότερες διεθνείς αφίξεις από ό, τι το 2016. Η Αφρική ενοποίησε την ανάκαμψη του 2016 με αύξηση 8%. Η Ασία και ο Ειρηνικός κατέγραψαν αύξηση 6%, τη Μέση Ανατολή 5% και την Αμερική 3%.

Το 2017 χαρακτηρίστηκε από σταθερή ανάπτυξη σε πολλούς προορισμούς και από σταθερή ανάκαμψη σε όσους υπέστησαν μειώσεις κατά τα προηγούμενα έτη. Τα αποτελέσματα διαμορφώθηκαν εν μέρει από την παγκόσμια οικονομική ανάκαμψη και τη δυναμική εξερχόμενη ζήτηση από πολλές παραδοσιακές και αναδυόμενες αγορές πηγών, ιδίως από την ανάκαμψη των δαπανών τουρισμού από τη Βραζιλία και τη Ρωσία μετά από μερικά χρόνια πτώσης.

Τα διεθνή ταξίδια συνεχίζουν να αυξάνονται έντονα, εδραιώνοντας τον τουριστικό τομέα ως βασική κινητήρια δύναμη στην οικονομική ανάπτυξη. Ως ο τρίτος τομέας εξαγωγών στον κόσμο, ο τουρισμός είναι απαραίτητος για τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την ευημερία των κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο. Ωστόσο, θα πρέπει να υπάρχει στενότερη συνεργασία για να εξασφαλιστεί ότι αυτή η ανάπτυξη θα ωφελήσει κάθε μέλος κάθε κοινότητας υποδοχής και θα είναι σύμφωνη με τους στόχους της αειφόρου ανάπτυξης.

Η σημερινή ισχυρή δυναμική αναμένεται να συνεχιστεί το 2018, αν και με πιο βιώσιμο ρυθμό μετά από οκτώ χρόνια σταθερής επέκτασης μετά την οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση του 2009. Με βάση τις τρέχουσες τάσεις, τις οικονομικές προοπτικές και τις προοπτικές της Ομάδας Εμπειρογνομών του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ο οργανισμός προβλέπει ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως θα αυξηθούν σε ποσοστό 4% -5% το 2018. Η Ευρώπη και η Αμερική αναμένεται να αυξηθούν κατά 3,5% -4,5%, την Ασία και τον Ειρηνικό κατά 5% -6%, την Αφρική κατά 5% -7% και τη Μέση Ανατολή κατά 4% -6%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Η εξέλιξη της τουριστικής προσφοράς στην Ελλάδα

Η Ελλάδα έχει μια μακρά παράδοση στον τομέα του τουρισμού και τη φιλοξενία, που οφείλεται κυρίως στην ιστορία της και τον αρχαίο πολιτισμό. Ήδη στην αρχαία Ελλάδα, οι επισκέπτες θεωρούνταν ιεροί (Μπούχαλης, 2001:440). Ο σύγχρονος τουρισμός στην Ελλάδα άρχισε τη δεκαετία του 1950 για να ανταποκριθεί στην αυξανόμενη τουριστική ζήτηση. Σύμφωνα με τον Μπούχαλη (2001:449), το ελληνικό τουριστικό προϊόν είναι ένα μείγμα από φυσικά, πολιτιστικά και ιστορικά αξιοθέατα που εξαπλώνεται σε όλη τη χώρα, καθώς και από μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών που προσφέρονται κυρίως από μικρές και μεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις.

Τα κύρια φυσικά αξιοθέατα της Ελλάδας αντιπροσωπεύουν περίπου 24.000 χλμ ακτογραμμής και 2.500 νησιά, κατά μέσο όρο 300 ηλιόλουστες ημέρες το χρόνο, μοναδική χλωρίδα και πανίδα και κλίμα με ήπιους χειμώνες και ζεστά καλοκαίρια. Τα κύρια πολιτιστικά αξιοθέατα είναι η κληρονομιά του ελληνικού πολιτισμού με περίπου 25.000 ονομαστικά και προστατευόμενα μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και περίπου 500 τυπικά παραδοσιακά χωριά (Μπούχαλης, 2001).

Έχουν γίνει μεγάλης κλίμακας κατασκευαστικά έργα για ξενοδοχεία και άλλες παρόμοιες εγκαταστάσεις και η χώρα είδε αύξηση στον εισερχόμενο τουρισμό κατά τη διάρκεια των ετών (Βαρβαρέσος, 2005: 132). Ο βασικός ρόλος του τουρισμού στην ελληνική οικονομία έχει επισημανθεί από το ΣΕΤΕ (2014): συμβάλλει 16,2% στο ΑΕΠ,

καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, απασχολεί 1 στους 5 κατοίκους και παράγει € 34 δισεκατομμύρια συνολική ζήτηση.

Η τουριστική βιομηχανία υπήρξε και είναι ακόμη ένας από τους βασικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας σε μια περίοδο πάνω από σαράντα χρόνια. Έχει αποδειχθεί ότι η τουριστική βιομηχανία έχει υποστηρίξει και, εξακολουθεί να το κάνει, την οικονομική ανάπτυξη, επειδή συνδέεται με πολλές άλλες βιομηχανίες και τα οφέλη της είναι ευρέως καταναμημένα στο πλαίσιο των εθνικών οικονομιών.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 έχει αρχίσει να αναπτύσσεται η τουριστική βιομηχανία για να καλύψει τη ζήτηση για εισερχόμενο τουρισμό. Η ελληνική τουριστική προσφορά είναι ένα αμάλγαμα φυσικών και πολιτιστικών αξιοθέατων και αξιοθέατων κληρονομιάς που εξαπλώνονται σε όλη τη χώρα, καθώς και μια ευρεία ποικιλία υπηρεσιών που προσφέρονται κυρίως από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ο ελληνικός πολιτισμός περισσότερο από 3500 χρόνια παρέχει επίσης άφθονη πολιτιστική κληρονομιά σε όλη τη χώρα. Ιστορικά μνημεία και αρχαιολογικοί χώροι, πολλά μουσεία και παραδοσιακοί οικισμοί προσφέρουν ένα μοναδικό μείγμα από τουριστικά αξιοθέατα (Πατσουράτης, 2002: 74).

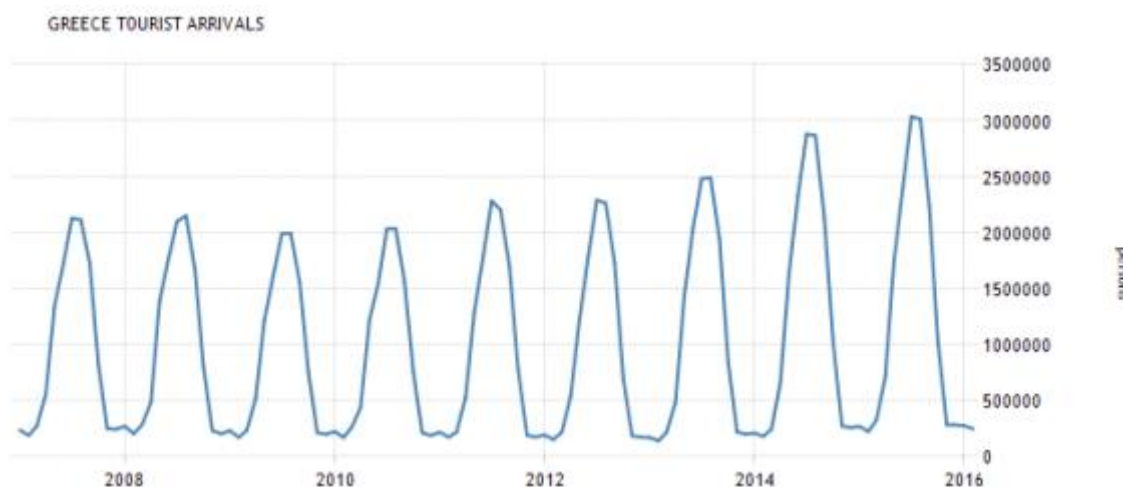
Όσον αφορά τις μεταφορές, η πρόσβαση διευκολύνεται μέσω τριάντα δύο αεροδρομίων, τα περισσότερα από τα οποία μπορούν να λάβουν άμεσες διεθνείς πτήσεις charter. Ένα εκτεταμένο δίκτυο εγχώριων τυπικών πτήσεων, ένα σύνθετο δίκτυο των θαλάσσιων, οδικών και σιδηροδρομικών μεταφορών επιτρέπει τη μεταφορά επιβατών σε όλη τη χώρα (Βαρβαρέσος, 2008). Τουριστικές επιχειρήσεις / παροχές: μια πληθώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων παρέχουν όλη την ποικιλία των υπηρεσιών. Το Δεκέμβριο του 2016, συνολικά 9.670 επίσημα καταλύματα προσφέρονταν με συνολική χωρητικότητα άνω των 771.000 κρεβατιών. Επιπρόσθετα, 500.000 κρεβάτια παρέχονται από περίπου 30.000 μονάδες με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων στα καταλύματα, 16.000 κρεβάτια σε κρουαζιερόπλοια και

13.200 σε σκάφη αναψυχής, καθώς και 314 κάμπινγκ (86.958 θέσεις κατασκήνωσης) εξυπηρετούν όλους τους τύπους ζήτησης (Eurostat, 2016). Όσο για τους άλλους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα, περίπου 26.500 εστιατόρια, 3.855 ταξιδιωτικά γραφεία και ενοικιάσεις πούλμαν και 4.560 επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων εκτιμάται ότι λειτουργούν σε όλη τη χώρα (Eurostat, 2016). Όσον αφορά στην υποδομή, δυστυχώς, οι Έλληνες γενικά κατασκευαστές δεν ήταν σε θέση να υποστηρίξουν την ανάπτυξη του τουρισμού με την υπερκατασκευή των τελευταίων δεκαετιών, και ως εκ τούτου, οι τηλεπικοινωνίες, οι μεταφορές, οι υπηρεσίες υγείας, ύδρευσης και αποχέτευσης βρίσκονται κάτω από ακραίες πιέσεις κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής για να ικανοποιήσουν την πυκνότητα της ζήτησης. Παρόλα αυτά κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας πολλά σημαντικά έργα έχουν ήδη ξεκινήσει για τη βελτίωση κυρίως των συστημάτων μεταφοράς. Οι εξελίξεις αυτές έχουν βελτιώσει τις υποδομές της χώρας. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν προβλήματα.

2.2 Εξέλιξη της τουριστικής ζήτησης στην Ελλάδα

Η συνεχιζόμενη παγκόσμια οικονομική κρίση του 2007 και η επακόλουθη κρίση χρέους είχαν σημαντικό αντίκτυπο στην ελληνική οικονομία και επηρέασαν τον τουριστικό τομέα. Τόσο ο αριθμός των αφίξεων τουριστών όσο και οι τουριστικές εισπράξεις μειώθηκαν μετά το 2007, καταγράφοντας τις συνέπειες του ανώμαλου οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της χώρας. Ωστόσο, το 2011 οι κύριοι τουριστικοί δείκτες σημείωσαν σημαντική βελτίωση που επέτρεψε στους διαμορφωτές πολιτικής να είναι πιο αισιόδοξοι και πιστεύουν ότι ο τουρισμός θα μπορούσε να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο για την άμβλυση των οικονομικών προβλημάτων, των προβλημάτων του χρέους και για την ενίσχυση της οικονομικής ανάκαμψης της Ελλάδας.

Διάγραμμα 1- Διαχρονική εξέλιξη αφίξεων τουριστών στη Ελλάδα 2008-2016



Πηγή: ΕΟΤ (2016)

Η συντριπτική πλειονότητα των διεθνών τουριστών στη χώρα είναι από την Ευρώπη, κυρίως από κράτη της Ε.Ε. και ακολουθείται από εκείνους που είναι από την Ασία και την Αμερική. Οι κύριες αγορές προέλευσης για την Ελλάδα είναι η ευρωπαϊκή, δηλαδή η Αγγλία, η Γερμανία, η ΠΓΔΜ (Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας), η Γαλλία και η Ρωσία (ΣΕΤΕ, 2014). Ο ελληνικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από τα ακόλουθα: (i) εποχικότητα των διεθνών τουριστικών αφίξεων. Οι τέσσερις μήνες (δηλαδή Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος) αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 70% συνολικά. Φαίνεται ότι τα κύρια στοιχεία της ελκυστικότητας είναι η μεγάλη ηλιοφάνεια και οι ζεστές και καθαρές παραλίες, (ii) η εξάρτηση από τις αερομεταφορές αντιπροσωπεύουν το 75% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού.

Η ρωσική και η νορβηγική αγορά συνέχισε να αναπτύσσεται αν και είχε υψηλή αύξηση και το προηγούμενο έτος. Οι τουρίστες από τη Ρωσία αυξήθηκαν κατά 18,4%,

το 2016 μετά την αύξηση 63,8% το 2011. Ανέβηκαν στην τέταρτη θέση της κατάταξης το 2012 με 875.000 αφίξεις. Οι αφίξεις από τη Νορβηγία αυξήθηκαν το 2016 29,8% σε σχέση με το 2011. Η ανοδική τάση συνεχίστηκε και από την τουρκική αγορά που αυξήθηκε κατά 9,1%. Η δεύτερη μεγαλύτερη ασιατική αγορά μετά την Τουρκία είναι το Ισραήλ. Μείωση υπήρξε από τις αφίξεις από την Άπω Ανατολή και τις ΗΠΑ κατά 22,9% και τον Καναδά κατά 27,8%.

Εν συντομία, συνολικά οι αφίξεις από την Ε.Ε. και τις ΗΠΑ μειώθηκαν. Οι αφίξεις από την Κίνα και την Ιαπωνία μειώθηκαν, επίσης, μιας και συνδυάζονται από τους τουρίστες τα ταξίδια μαζί με επαγγελματικούς σκοπούς που έχουν να κάνουν κυρίως με το εμπόριο.

2.3 Είδη τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί στη χώρα μας

Στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία σε επίπεδο προγραμματισμού έχουν γίνει σημαντικά βήματα για να αναπτυχθούν βασικές δομές εναλλακτικού τουρισμού. Οι ποιοτικοί στόχοι του Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010 είναι «η προώθηση των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής και των οργανωτικών υποδομών για την περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ως «τμημάτων» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος... (π.χ. θαλάσσιος τουρισμός, θαλασσοθεραπεία, οικοτουρισμός κλπ. και ιδίως πολιτιστικός τουρισμός).

Με το Ν. 3299/2004 δόθηκαν επενδυτικά κίνητρα για να αναπτυχθεί ο εναλλακτικός τουρισμός και να δημιουργηθούν εγκαταστάσεις προπονητικού-αθλητικού τουρισμού, ξενοδοχείων καθώς και αναπαλαίωση και διαμόρφωση παραδοσιακών κτιρίων σε ξενοδοχεία. Με το νέο νόμο του 2007 η επιδότηση αυτή ανέρχεται σε 60%. Με τις νέες αυτές επενδύσεις δημιουργήθηκαν 23.441 νέες θέσεις εργασίας. Στο Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού, όπως διαμορφώθηκε το

2007, προβλέφθηκαν να γίνουν δράσεις σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας καθώς και περιθώρια ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών της νησιωτικής χώρας και της ηπειρωτικής και κατευθύνσεις που δόθηκαν και είχαν να κάνουν με:

1. Την ενίσχυση του εναλλακτικού τουρισμού με την προώθηση σχετικών προγραμμάτων και την αξιοποίηση των πόρων για να αναπτυχθούν ήπιες μορφές τουρισμού.

2. Τον προσανατολισμό των επενδύσεων της εστίασης και της φιλοξενίας που έχουν να κάνουν με τον ηπειρωτικό χώρο εντός των οικισμών.

3. Τη διατήρηση, την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντός τους.

Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι ανεξάρτητος από την αειφόρο ανάπτυξη. Μάλιστα υπάρχουν πηγές χρηματοδότησης για την ανάπτυξη του βιώσιμου-εναλλακτικού τουρισμού (Κολτσιδόπουλος, 2005: 156).

Παραδείγματα διαφόρων εναλλακτικών μορφών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί και συνεχίζουν να αναπτύσσονται στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είναι οι ειδικές τουριστικές υποδομές και ο ιαματικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, αγροτουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο ορειβατικός και περιπατητικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο τουρισμός χρήσης αθλητικών κέντρων, ο τουρισμός ψυχαγωγικών θεματικών πάρκων (Κοκκώσης και Τσάρτας, 2005).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ

3.1 Η πόλη του Ηρακλείου: Τοποθεσία & Ιστορική αναδρομή

Σήμερα το Ηράκλειο κατέχει εξέχουσα θέση στο νομό Ηρακλείου όχι μόνο ως πρωτεύουσα αλλά και ως έδρα της περιοχής της Κρήτης. Το Ηράκλειο βρίσκεται στο κέντρο της βόρειας ακτής της Κρήτης. Αποτελεί κεντρικό συγκοινωνιακό κόμβο με το διεθνές αεροδρόμιο «Νίκος Καζαντζάκης», στις πτήσεις charter και στο εμπορικό λιμάνι. Συνεπώς, το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής κίνησης περνά από το Ηράκλειο τουλάχιστον δύο φορές κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Επιπλέον, το λιμάνι της πόλης αποτελεί το κύριο κέντρο διαμετακόμισης, εμπορίου και μεταφοράς για τους επιβάτες και τα τοπικά προϊόντα (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>).

Το Ηράκλειο είναι η πρωτεύουσα του νησιού - η μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης και η 4η μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας. Πρόκειται για μια σύγχρονη πόλη που συνδυάζει τα χαρακτηριστικά μιας μεγάλης πόλης και όπου το ιστορικό κέντρο συγκεντρώνει πολλούς κατοίκους και σχεδόν όλες τις διοικητικές υπηρεσίες. Επιπλέον, στο κέντρο της πόλης υπάρχουν αρκετές υποδομές διασκέδασης, πολλές από τις οποίες φιλοξενούνται είτε σε ιστορικά κτίρια που διατηρούνται στο κέντρο της πόλης είτε στην παλιά αγορά του Ηρακλείου, η οποία στεγάζεται σε τοπικά καταστήματα προϊόντων, μικρές καφετέριες και εστιατόρια. Ακόμη και σήμερα, η παλιά αγορά παραμένει ένα πολύ ιδιαίτερο τμήμα του Ηρακλείου, με τα μικρά καταστήματα της, πάντα γεμάτα ζωή και τόσο όμορφα ντεμοντέ. Η κεντρική «παλιά» αγορά βρίσκεται στην καρδιά της πόλης, όπου ανάμεσα ή μέσα στα καταστήματα

κάποιος μπορεί πάντα να ανακαλύψει κρυμμένα υπολείμματα της παλιάς πόλης του Ηρακλείου (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>).

Χτισμένη δίπλα στη θάλασσα, η πόλη αποτελεί το σημαντικότερο εμπορικό λιμάνι του νησιού, προσφέροντας στους τουρίστες μια πολύ καλή νυχτερινή ζωή και πολλά ενδιαφέροντα αξιοθέατα όπως το αρχαιολογικό μουσείο, το περίφημο μινωικό ανάκτορο στην Κνωσό, ένα κάστρο, τα βενετσιάνικα κτίρια και τις βυζαντινές εκκλησίες. Το διεθνές αεροδρόμιο της πόλης δέχεται τη συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών που φτάνουν στο νησί (σχεδόν 80%). Συνολικά, η πόλη διαθέτει 28 ξενοδοχεία χωρητικότητας 2.652 κλινών. Αν και η πόλη είναι το μεγαλύτερο επιχειρηματικό και εμπορικό κέντρο του νησιού και προσελκύει μεγάλο αριθμό επιχειρηματιών, η πλειοψηφία των κλινών (45%) απευθύνεται στον τομέα χαμηλού προϋπολογισμού (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>).

Τα τελευταία χρόνια η πόλη έχει αλλάξει ριζικά το προφίλ της, δίδοντας μεγαλύτερη έμφαση στα ζητήματα ποιότητας ζωής για τον κάτοικο και τον επισκέπτη του ιστορικού κέντρου της πόλης. Η αγορά φαίνεται να είναι πολύ ικανοποιητική όσον αφορά την ποιότητα και την επάρκεια των αγαθών (τοπικά, εγχώρια ή εισαγόμενα). Επιπλέον, το Ηράκλειο φιλοξενεί υψηλού επιπέδου ακαδημαϊκά, τεχνολογικά και ερευνητικά ιδρύματα σημαντικών και πολύτιμων ερευνητικών εργασιών με διεθνή αναγνώριση. Τα Τμήματα του Πανεπιστημίου Κρήτης, το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης, το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, το Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο της Κρήτης διαθέτουν μεγάλο αριθμό φοιτητών. Τα διάφορα μουσεία (Αρχαιολογικό, Ιστορικό, Μάχης της Κρήτης και Φυσικής Ιστορίας) και ο αρχαιολογικός χώρος του Μινωικού ανακτόρου της Κνωσού προσελκύουν σε ετήσια βάση χιλιάδες επισκέπτες, εγχώριους και ξένους (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>)

Ιστορική αναδρομή

Μινωικοί χρόνοι

Η αρχαία ιστορία του Ηρακλείου συνδέεται στενά με το Μινωικό Παλάτι της Κνωσού. Αρχαίοι ιστορικοί, όπως ο Στράβωνας, αναφέρονται στο Ηράκλειο ως το λιμάνι της Κνωσού, το κέντρο του μινωικού πολιτισμού. Αυτή η περίοδος έφτασε στο αποκορύφωμά της από τον 16ο έως τον 14ο αιώνα π.Χ. και οι ανασκαφές αποκάλυψαν μια κοινωνία πλούτου που βασίζει την οικονομία της στη γεωργία και το εμπόριο (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>).

Οι Μινωίτες είχαν αναπτύξει ένα σημαντικό σύστημα πλοήγησης, είχαν κατασκευάσει πλοία και εμπορεύονταν συνήθως ελαιόλαδο, δημητριακά και κρασί. Ήταν μια ειρηνική κοινωνία, όπως πιστεύουν οι αρχαιολόγοι, αφού δεν υπήρχαν οχυρώσεις στις πόλεις. Ο χωροταξικός σχεδιασμός της εποχής είναι εντυπωσιακός και οι τοιχογραφίες που ανακαλύφθηκαν στο ανάκτορο της Κνωσού. Ο πολιτισμός αυτός καταστράφηκε γύρω στα 1.500 π.Χ. μετά την ηφαιστειακή έκρηξη της Σαντορίνης (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>).

Μεσαιωνική Εποχή

Οι αιώνες που ακολούθησαν δεν ήταν πολύ ευημερούντες για την Κρήτη. Μόνο κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους υπήρξε κάποια εξέλιξη, όταν ιδρύθηκε το Αρχαίο Γόρτυνο στο νότιο Ηράκλειο. Στη συνέχεια, η Κρήτη έγινε μέρος της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας, αλλά δέχθηκε συχνά από πειρατές και εχθρούς (<http://www.destinationcrete.gr/el/irakleio-history-city>).

Κατά τον 9ο αιώνα, οι Άραβες κατέλαβαν την Κρήτη και ίδρυσαν στο χώρο του Ηρακλείου μια νέα πόλη που ονομάζεται Κάστρο Χάνδακα. Τον επόμενο αιώνα, οι Βυζαντινοί κατέλαβαν το νησί και παρέμειναν εκεί μέχρι τον 13ο αιώνα. Το 14ο αιώνα, η πόλη του Ηρακλείου παραδόθηκε στους Βενετούς, οι οποίοι κυβέρνησαν την

Κρήτη για τέσσερις αιώνες. Αυτή ήταν η πιο ευημερούσα περίοδος για το Ηράκλειο με μεγάλη εξέλιξη στις τέχνες, το εμπόριο, την αρχιτεκτονική και τη λογοτεχνία. Πολλοί διανοούμενοι και καλλιτέχνες βρήκαν καταφύγιο εκεί μετά την πτώση της Κωνσταντινούπολης το 1453 (<http://www.destinationcrete.gr/el/irakleio-history-city0>).

Η κατασκευή των αμυντικών τειχών διήρκεσε για έναν ολόκληρο αιώνα και η στρατηγική σημασία αυτών των οχυρώσεων αποκαλύφθηκε στη μάχη μεταξύ των Οθωμανών και των Βενετών, η οποία διήρκεσε πολλά χρόνια (<http://www.destinationcrete.gr/el/irakleio-history-city>).

Τα τελευταία χρόνια

Μετά την πολιορκία των Τούρκων για 25 χρόνια, οι Βενετοί αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν την πόλη. Οι Κρήτες πολέμησαν εναντίον των Τούρκων για αρκετούς αιώνες που ακολούθησαν και το 1898 το νησί απέκτησε την αυτονομία του. Ήταν τελικά ενωμένη με την υπόλοιπη Ελλάδα το 1913.

Και πάλι, λόγω της στρατηγικής του θέσης, το Ηράκλειο δέχτηκε επίθεση από τις γερμανικές δυνάμεις το 1941. Ο πόλεμος προκάλεσε πολλές καταστροφές και η πόλη υπέστη μεγάλες ζημιές. Σήμερα, στην πόλη υπάρχουν πολλά βενετσιάνικα μνημεία, όπως τα παλιά αμυντικά τείχη που είναι χτισμένα γύρω από το Ηράκλειο, το εμβληματικό φρούριο, τις βρύσες και άλλα έργα τέχνης ευρωπαϊκού χαρακτήρα.

Στην κορυφή ενός λόφου έξω από τους τοίχους, υπάρχει ο τάφος του Νίκου Καζαντζάκη, του διάσημου συγγραφέα από την Κρήτη και κοντά στη Νέα Πύλη, υπάρχει επίσης θέατρο προς τιμήν του.

3.2 Το Ηράκλειο σήμερα: Αξιοθέατα και σημεία ενδιαφέροντος

Η περιοχή του Ηρακλείου στην ανατολική πλευρά της Κρήτης έχει πολλά ανεπτυγμένα τουριστικά θέρετρα, όπως τα Μάταλα, τα Μάλια και η Χερσόνησος. Η πόλη του Ηρακλείου είναι στην πραγματικότητα η μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης και χρησιμεύει ως ο κύριος κόμβος μεταφοράς του νησιού, με πολυσύχναστο λιμάνι και διεθνές αεροδρόμιο. Η περιοχή του Ηρακλείου έχει πολλά ενδιαφέροντα αξιοθέατα για να επισκεφθεί κανείς στα οποία περιλαμβάνονται μουσεία, κτίρια και πλατείες.

Μουσεία

1. Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου είναι μια ειδική περιφερειακή υπηρεσία του Υπουργείου Πολιτισμού - Γενική Διεύθυνση Αρχαιοτήτων. Είναι ένα από τα πιο μεγάλα μουσεία της Ελλάδας και τα πιο σημαντικά στην Ευρώπη. Σκοπός του είναι να αποκτήσει, να προστατεύσει, να συντηρήσει, να καταγράψει, να μελετήσει, να δημοσιεύσει, να προβάλλει και να προωθήσει τα κρητικά αντικείμενα από τις Προϊστορικές έως τις Ύστερες Ρωμαϊκές περιόδους. Τα εκθέματά του μουσείου καλύπτουν μια προϊστορία και ιστορία της Κρήτης εδώ και 5.500 έτη, από τη νεολιθική έως τη ρωμαϊκή εποχή. Τα περισσότερα εκθέματα ανήκουν στη μινωική τέχνη. Διοργανώνει, επίσης, προσωρινές εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, συνεργάζεται με επιστημονικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα και φιλοξενεί ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/μουσεία-και-συλλογές/αρχαιολογικά-μουσεία-και-συλλογές/αρχαιολογικό-μουσείο-ηρακλείου>)

2. Ιστορικό Μουσείο Κρήτης



Το Ιστορικό Μουσείο της Κρήτης παρουσιάζει μια ολοκληρωμένη εικόνα της κρητικής ιστορίας από τους πρώτους χριστιανικούς χρόνους μέχρι σήμερα. Ιδρύθηκε το 1953 από την Εταιρεία Κρητικών Ιστορικών Μελετών, η οποία ιδρύθηκε δύο χρόνια νωρίτερα. Το μουσείο στεγάζεται σε διώροφο νεοκλασικό κτίριο, το οποίο κατασκευάστηκε το 1903 στην τοποθεσία παλαιότερου αρχοντικού που ανήκε στην οικογένεια Καλοκαιρινού. Το δεύτερο κτίριο, σχεδιασμένο από τον Κ. Τσαντηράκη, επηρεάστηκε σαφώς από τα μορφολογικά χαρακτηριστικά του προηγούμενου και αργότερα αναφέρθηκε ως ιστορικό μνημείο. Η νέα επέκταση μουσείου προς τα δυτικά αποτελούσε μια προσπάθεια συνδυασμού παραδοσιακής και σύγχρονης αρχιτεκτονικής (<https://www.historical-museum.gr/>).

Ο αρχικός στόχος των ιδρυτών του Ιστορικού Μουσείου της Κρήτης ήταν η συλλογή και διατήρηση πολύτιμου αρχαιολογικού, εθνογραφικού και ιστορικού υλικού που προέρχεται από τις μεσαιωνικές και σύγχρονες περιόδους της ιστορίας της Κρήτης. Η διαδικασία εμπλουτισμού των συλλογών, η επέκταση του εκθεσιακού χώρου και ο επαναπροσδιορισμός των στόχων του μουσείου δεν έχει σταματήσει ποτέ. Η παραγωγική έρευνα και εκδοτική δραστηριότητα, η οργάνωση προσωρινών εκθέσεων, τα εκπαιδευτικά προγράμματα και η χρήση οπτικοακουστικών μέσων αποτελούν μέρος του σύγχρονου εκπαιδευτικού ρόλου που υιοθέτησε το Ιστορικό Μουσείο της Κρήτης με την πάροδο του χρόνου. Η ίδια προσέγγιση περιλαμβάνει επίσης τη σταδιακή αναδιοργάνωση των συλλογών που εκτίθενται, ώστε να προσελκύουν ένα ευρύτερο φάσμα επισκεπτών, προσφέροντάς τους έτσι την ευκαιρία να κατανοήσουν τις πολλές πτυχές της ιστορικής εξέλιξης της Κρήτης από τους πρώιμους Βυζαντινούς χρόνους μέχρι σήμερα. Το μουσείο έχει τις ακόλουθες

μόνιμες εκθέσεις (<https://www.historical-museum.gr/gr/museum/view/museum-history>):

- Συλλογές από κεραμικά και γλυπτά που ανήκουν στην Α΄ Βυζαντινή περίοδο.
- Συλλογή από νομίσματα.
- Πίνακες ζωγραφικής του Δομήνικου Θεοτοκόπουλου και άλλες συλλογές από τη Βυζαντινή και Μεταβυζαντινή περίοδο.
- Διάφορα αντικείμενα από την καθημερινή ζωή και τη θρησκευτική ζωή του Ηρακλείου κατά τη διάρκεια της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας.
- Διάφορα αντικείμενα από την περίοδο της επανάστασης του 1821 και έως την απελευθέρωση της Κρήτης και την επανένωσή της με την Ελλάδα.
- Προσωπογραφίες αγωνιστών της Κρήτης
- Διάφορα αντικείμενα από την εποχή του μεσοπολέμου
- Προσωπικά αντικείμενα, χειρόγραφα και πρώτες εκδόσεις βιβλίων του Ν. Καζαντζάκη καθώς και το γραφείο και η βιβλιοθήκη του στο σπίτι του στην Αντίμπ της Γαλλίας.
- Εθνογραφική συλλογή.

3. Μουσείο Φυσικής Ιστορίας

Το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Κρήτης λειτουργεί στο Πανεπιστήμιο της Κρήτης και καλύπτει όλες τις δραστηριότητες ενός πλήρους και σύγχρονου μουσείου: διατηρεί και αναπτύσσει συλλογές, ερευνά το φυσικό περιβάλλον, συμβάλλει στην εκπαιδευτική διαδικασία όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης και

εκθέτει τη ζωή της φύσης της Κρήτης και της Μεσογείου. Τα επιμέρους τμήματα του μουσείου είναι (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/μουσεία-και-συλλογές/μουσεία-φυσικής-ιστορίας-χώροι-επιστημών/μουσείο-φυσικής-ιστορίας-κρήτης>):

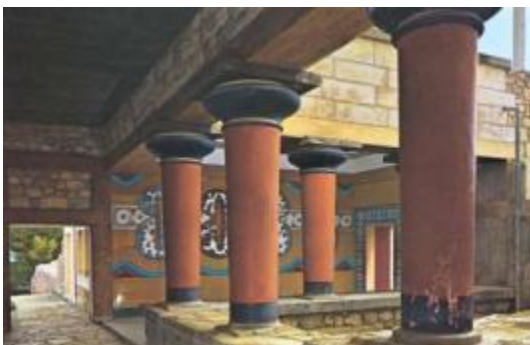
- Ζωολογικό τμήμα
- Βοτανολογικό τμήμα
- Παλαιοντολογικό και γεωλογικό τμήμα
- Ορυκτολογικό τμήμα.

Το Μουσείο αρχικά στεγαζόταν το 1994 στο ενετικό φρούριο του Κούλε στο Ηράκλειο και σήμερα στεγάζεται στο κτίριο της παλιάς ηλεκτρικής Ηρακλείου στη λεωφόρο Σοφοκλή Βενιζέλου. Το 2012 το Μουσείο βραβεύτηκε από την Ακαδημία Αθηνών για το ότι συμβάλλει στην προώθηση της επιστημονικής γνώσης και της ευαισθητοποίησης του κοινού σε θέματα προστασίας περιβάλλοντος (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/μουσεία-και-συλλογές/μουσεία-φυσικής-ιστορίας-χώροι-επιστημών/μουσείο-φυσικής-ιστορίας-κρήτης>).

4. Μουσείο της Μάχης της Κρήτης και της Εθνικής Αντίστασης

Το Μουσείο αυτό λειτουργεί στο Δήμο Ηρακλείου από το Μάιο του 1994 με σκοπό να συγκεντρώσει, να διαφυλάξει και να εκθέτει κατάλληλα τα κειμήλια της περιόδου 1941-1945 στην Κρήτη και να προβάλλει τους αγώνες των Κρητών ενάντια στους Γερμανούς (<https://www.heraklion.gr/ourplace/battle-of-crete/battle-of-crete.html>).

5. Αρχαιολογικός χώρος της Κνωσού



Η Κνωσός είναι ο μεγαλύτερος αρχαιολογικός χώρος της Εποχής του Χαλκού στην Κρήτη, ίσως το τελετουργικό και πολιτικό κέντρο του μινωικού πολιτισμού. Έχει ουσιαστικά και φανταστικά «ανοικοδομηθεί», καθιστώντας την περιοχή προσβάλαμε

στον περιστασιακό επισκέπτη. Το Παλάτι της Κνωσού είναι το μεγαλύτερο και πιο εντυπωσιακό από όλα τα μινωικά κτίρια, που καλύπτουν έκταση 20 στρεμμάτων. Το παλάτι είχε πολλούς ορόφους, χτίστηκε από τετράγωνα και τα τείχη του ήταν διακοσμημένα με υπέροχες τοιχογραφίες, οι οποίες αντιπροσωπεύουν κυρίως θρησκευτικές τελετές (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

Τα ερείπια της Κνωσού ανακαλύφθηκαν το 1878 από τον Μίνωα Καλοκαιρινό. Διεξήγαγε τις πρώτες ανασκαφές, οι οποίες έφεραν στο φως μέρος των μέσων αποθήκευσης στη δυτική πτέρυγα και τμήμα της δυτικής πρόσοψης (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

Μετά τον Καλοκαιρινό, αρκετοί προσπάθησαν να συνεχίσουν τις ανασκαφές, αλλά μέχρι τις 16 Μαρτίου 1900 ο αρχαιολόγος Arthur Evans, κατάφερε να αγοράσει ολόκληρο τον τόπο και να πραγματοποιήσει μαζικές ανασκαφές. Η ανασκαφή και η αποκατάσταση της Κνωσού και η ανακάλυψη του πολιτισμού που ονομάζεται Μινωικός είναι αδιαχώριστη από τον Evans. Ο Evans απασχολούσε μεγάλο αριθμό τοπικών εργατών ως εκσκαφείς και μέσα σε λίγους μήνες είχε αποκαλύψει ένα

σημαντικό μέρος αυτού που ονόμασε το Ανάκτορο του Μίνωα (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).



Η Κνωσός ήταν μια πολύπλοκη συλλογή από πάνω από 1000 αλληλοσυνδεόμενες αίθουσες, μερικές από τις οποίες λειτουργούσαν ως εργαστήρια χειροτεχνίας και κέντρα επεξεργασίας τροφίμων (π.χ. πιεστήρια κρασιών). Χρησίμευσε ως κεντρικό σημείο αποθήκευσης και ως θρησκευτικό και διοικητικό κέντρο. Η τοποθεσία είχε μια πολύ μεγάλη ιστορία ανθρώπινης κατοίκησης, αρχίζοντας από την ίδρυση του πρώτου νεολιθικού οικισμού γύρω στο 7000 π.Χ (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

Με την πάροδο του χρόνου και κατά τη διάρκεια αρκετών διαφορετικών φάσεων που είχαν τη δική τους κοινωνική δυναμική, η Κνωσός μεγάλωσε μέχρι τον 19ο έως τον 16ο αιώνα π.Χ. (κατά τη διάρκεια του «Παλαιού Παλατιού» και των επόμενων «νεοανακτορικών» περιόδων), ο οικισμός δεν είχε μόνο μνημειώδη διοικητικό και θρησκευτικό κέντρο (δηλ. το παλάτι), αλλά και πληθυσμό περίπου 5000-8000 ατόμων (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

Το ανάκτορο είναι περίπου 130 μέτρα σε μια πλευρά του και από τότε που η ρωμαϊκή περίοδος έχει προταθεί ως πηγή του μύθου του Λαβύρινθου, μια περίτεχνη δομή λαβύρινθου κατασκευάστηκε για τον βασιλιά Μίνωα της Κρήτης και

σχεδιάστηκε από το θρυλικό τεχνίτη Δαίδαλο για να κρατήσει τον Μινώταυρο, ένα πλάσμα που ήταν μισός άνθρωπος και μισός ταύρος και τελικά σκοτώθηκε από τον Αθηναίο ήρωα Θησέα (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

Το μεγάλο παλάτι χτίστηκε σταδιακά μεταξύ του 1700 και του 1400 π.Χ., με περιοδική ανακατασκευή μετά την καταστροφή. Έχουν προηγηθεί δομές στο λόφο Κεφαλά. Τα χαρακτηριστικά που είναι σήμερα πιο ορατά κυριαρχούν κυρίως στην τελευταία περίοδο κατοίκησης που ο Evans ονόμασε ύστερη μινωική. Το παλάτι έχει μια ενδιαφέρουσα διάταξη - το αρχικό σχέδιο δεν μπορεί πλέον να φανεί λόγω των μεταγενέστερων τροποποιήσεων. Επίσης, δεν υπάρχουν αρκετοί κύριοι διάδρομοι. Αντ' αυτού, 1300 δωμάτια συνδέονται με διαδρόμους διαφόρων μεγεθών και κατεύθυνσης. Τα έξι στρέμματα του παλατιού περιλάμβαναν ένα θέατρο, μια κύρια είσοδο σε καθένα από τα τέσσερα βασικά πρόσωπά του, καθώς και εκτεταμένες αποθήκες (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>).

6. Μουσείο Εικαστικών Τεχνών

Το Μουσείο αυτό αποσκοπεί στο να στηρίξει την πολιτιστική και καλλιτεχνική δραστηριότητα και ιδιαίτερα να προάγει και να ενδυναμώσει τις εικαστικές τέχνες και να προβάλλει το έργο των καλλιτεχνών της Κρήτης. Πρόκειται για ένα χώρο στον οποίο συγκεντρώνονται και συνδιαλέγονται δημιουργοί, φιλότεχνοι και φίλοι και αναπτύσσεται μια συνεργασία και αλληλεγγύη για την επιμόρφωση και την ψυχαγωγία. Το μουσείο διοργανώνει σεμινάρια εκπαιδευτικά και επιμορφωτικά, συναυλίες, εκδόσεις, ανταλλαγές συλλογών κ.ά. (<https://www.heraklion.gr/visitor/visual-arts/visual-arts.html>)

7. Μουσείο Αγίας Αικατερίνης

Ο ναός της Αγίας Αικατερίνης βρίσκεται βορειοανατολικά της μητρόπολης του Αγίου Μηνά και ιδρύθηκε τη Β΄ Βυζαντινή περίοδο. Λειτουργεί ως εκθεσιακός χώρος της Ιεράς Αρχιεπισκοπής Κρήτης και έχει έργα από την Κρητική Αναγέννηση με κύριες τις φορητές εικόνες του Μιχαήλ Δαμασκηνού (<http://iakm.gr/agia/Page?name=index&lang=gr>).

Κτίρια

1.Ενετικό φρούριο Κούλες στο λιμάνι του Ηρακλείου



Το ενετικό φρούριο Κούλες (Castello del Molo) είναι ένα εντυπωσιακό δώροφο κάστρο που προστατεύει το λιμάνι του Ηρακλείου στο νησί της Κρήτης. Αυτό το κάστρο στεφανώνεται με το εντυπωσιακό Λιοντάρι του Αγίου Μάρκου πάνω από την είσοδο. Προηγήθηκε το δεύτερο Βενετσιάνικο οχυρό γύρω από την πόλη και χτίστηκε έτσι ώστε να προστατεύεται η περιοχή που περικλείεται από το μόλο. Το Ενετικό Καστέλο απέκτησε την τελική του μορφή κατά την περίοδο 1523-1540, σε αντικατάσταση ενός παλαιότερου φρουρίου που καταστράφηκε από σεισμούς και άλλα φαινόμενα. Το φρούριο επιβεβαιώνεται για πρώτη φορά στις αρχές του 13ου αιώνα, η παλαιότερη απεικόνιση που έχουμε είναι από τον Φλωρεντινό μοναχό Κριστόφορο Μπουμοντελμόντι το 1429. Η καταστροφική δύναμη της θάλασσας ήταν τέτοια που οι τοίχοι και τα θεμέλια ήταν σε συνεχή ανάγκη επισκευής (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/φρούρια-και-κάστρα-στην-κρήτη/ενετικό-φρούριο-κούλες-στο-λιμάνι-του-ηρακλείου>).

Χτισμένο από τεράστιους όγκους πέτρας που κρέμονται σε βραχώδη εξοχή, το φρούριο έχει ύψος δύο ορόφων. Η συνολική επιφάνεια δαπέδου είναι 3600 τετραγωνικά μέτρα. Το ισόγειο διαθέτει θολωτή οροφή με μεγάλα φωτεινά πηγάδια. Εικοσιπέντε από τους θαλάμους χρησίμευσαν ως χώρος για τους συμβούλους και αποθηκευτικοί χώροι για το νερό, τα τρόφιμα και τα όπλα. Η ταλαιπωρημένη φυλακή στον ίδιο όροφο χρησιμοποιήθηκε τόσο στην Βενετσιάνικη όσο και στην Οθωμανική εποχή για να κρατήσει και να βασανίσει τους κρητικούς επαναστάτες. Ο φάρος βρισκόταν στη βόρεια πλευρά του ανώτερου επιπέδου (<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/φρούρια-και-κάστρα-στην-κρήτη/ενετικό-φρούριο-κούλες-στο-λιμάνι-του-ηρακλείου>).

2. Ο ναός του Αγίου Τίτου επί της 25^{ης} Αυγούστου



Με θέα στην ομώνυμη πλατεία, ο Ναός του Αγίου Τίτου είναι αφιερωμένος στον πρώτο επίσκοπο του νησιού, του οποίου το κρανίο κρατήθηκε κάποτε στο ναό. Αρχικά χτίστηκε ως ορθόδοξη εκκλησία από έναν βυζαντινό αυτοκράτορα του 10ου αιώνα, ο οποίος απελευθέρωσε το νησί από τους Άραβες, ο ναός μετατράπηκε πρώτα σε καθολικό ναό από τους Βενετούς και στη συνέχεια σε τζαμί από τους Οθωμανούς. Το παρόν κτήριο οφείλει την εκλεκτική του εμφάνιση στον οθωμανικό αρχιτέκτονα Αθανάσιο Μούση, ο οποίος τον ξαναχτίστηκε μετά τον σεισμό του 1856 (<https://www.cretanbeaches.com/el/πόλεις-της-κρήτης/πόλη-ηρακλείου/θρησκευτικά-μνημεία-ηρακλείου/ναός-αγίου-τίτου>).

Από το 1925, 5 χρόνια μετά την κατεδάφιση του μιναρέ, μέχρι σήμερα είναι μια ορθόδοξη εκκλησία αφιερωμένη στον Άγιο Τίτο τον Απόστολο. Σε ένα μικρό

εκκλησιάκι μέσα στην εκκλησία διατηρείται το ιερό κρανίο του Αγίου Τίτου (<https://www.cretanbeaches.com/el/> πόλεις-της-κρήτης/πόλη-ηρακλείου/θρησκευτικά-μνημεία-ηρακλείου/ναός-αγίου-τίτου).

3. Η ενετική Λότζια, το σημερινό Δημαρχείο

Η ενετική Λοτζία του Ηρακλείου Κρήτης: Στο κέντρο της πόλης του Ηρακλείου, στην πλατεία του Αγίου Τίτου και κατά μήκος της οδού 25 Αυγούστου συναντά κανείς ένα εντυπωσιακό κτίσμα των Βενετσιάνικων χρόνων που έχει επιβιώσει και λειτουργεί μέχρι σήμερα: η βενετσιάνικη Λότζια, η κατασκευή της βενετσιάνικης κυριαρχίας, έχει ανακαινιστεί και φιλοξενεί σήμερα το Δημαρχείο του Ηρακλείου.



Η Λότζια που σώζεται σήμερα στο Ηράκλειο χτίστηκε το 1620 από τον Βενετσιάνικο Μοροζίνι, αρχιτέκτονα που είχε κατασκευάσει επίσης πολλά άλλα δημόσια έργα στην πόλη. Σύμφωνα με ιστορικούς λογαριασμούς, υπήρχαν άλλες τρεις προηγούμενες loggias πριν από αυτή, αλλά για διάφορες περιπτώσεις, δε λειτουργούσαν μέχρι να κατασκευαστεί η τελευταία (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR12-Heraklion-loggia.html>).

Η Λότζια ήταν ένας τόπος για τους Βενετούς ευγενείς να συγκεντρώσουν και να συζητήσουν τα τοπικά οικονομικά και κοινωνικά ζητήματα. Λειτουργούσε επίσης ως λέσχη, με σύγχρονους όρους. Πρόκειται για ένα ορθογώνιο κτίριο με ανοιχτό χώρο στο ισόγειο. Το ισόγειο χτίστηκε σύμφωνα με το δωρικό στυλ, που είναι αυστηρό και σοβαρό, και οι επάνω όροφοι είχαν περισσότερο ιωνικό ύφος, με στολίδια και ωραίες διακοσμήσεις (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR12-Heraklion-loggia.html>).

Όταν οι Τούρκοι κατέκτησαν την Κρήτη, έκαναν τη Λότζια διοικητικό κέντρο τους. Όταν η Κρήτη έγινε αυτόνομη το 1898, η Λοτζία ήταν σε κακή κατάσταση και θα αντιμετώπιζε τον κίνδυνο να καταρρεύσει. Τα έργα ανακαίνισής του ξεκίνησαν το 1915 αλλά διακόπτονταν από τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο το 1940. Σήμερα η Λότζια του Ηρακλείου έχει ανακαινιστεί πλήρως και στεγάζει το Δημαρχείο. Στην πραγματικότητα, θεωρείται το πιο κομψό βενετσιάνικο κτίριο στην Κρήτη και το 1987 έλαβε το βραβείο Europa Nostra ως το καλύτερο ανακαινισμένο μνημείο της χώρας (<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR12-Heraklion-loggia.html>).

4. Η Βασιλική του Αγίου Μάρκου, η οποία στεγάζει τη Δημοτική Πινακοθήκη

Η Βασιλική του Αγίου Μάρκου είναι ένα από τα σημαντικότερα βενετσιάνικα μνημεία στο Ηράκλειο. Σήμερα φιλοξενεί τη Δημοτική Πινακοθήκη της πόλης. Οι Βενετοί, που επιθυμούν να εδραιώσουν την κυριαρχία τους στη νέα τους αποικία (Ηράκλειο) και να εκφράσουν την ευγνωμοσύνη τους και την αγάπη τους για τη μητρική τους χώρα, έχτισαν μια εκκλησία στο κέντρο της πόλης αφιερωμένη στον Άγιο Μάρκο, πολιούχο της Βενετίας. Η Βασιλική κατάφερε να επιβιώσει από διάφορους σεισμούς που έπληξαν το Ηράκλειο κατά τη διάρκεια των αιώνων με μικρές επισκευές. Κατά την τουρκική κυριαρχία μετατράπηκε σε τζαμί, το Τζαμί Defterdar, το οποίο ονομάστηκε από τον Defterdar Ahmet Pasha, επικεφαλής του οικονομικού τμήματος. Οι Οθωμανοί κατεδάφισαν τον καμπαναριό της Βασιλικής και έφτιαξαν μιναρέ στη θέση του, ο οποίος με τη σειρά του κατελήφθη από τους κατοίκους του Ηρακλείου μετά την απελευθέρωση του νησιού στην προσπάθειά τους να σβήσουν τις δυσάρεστες υπενθυμίσεις και σύμβολα της τουρκικής κατοχής (<https://cretazine.com/heraklion/city-guide/what-to-see/item/79-vassiliki-agiou-markou>).

5.0 μητροπολιτικός ναός του Αγίου Μηνά



Ο καθεδρικός ναός του Αγίου Μηνά: Η μικρή εκκλησία του Αγίου Μηνά δεν ανταποκρινόταν στις θρησκευτικές ανάγκες της συνεχώς αναπτυσσόμενης χριστιανικής κοινότητας, οπότε προέκυψε η ζήτηση για την ανέγερση νέου καθεδρικού ναού. Το οικοπέδο για τη νέα εκκλησία ήταν ένας

κήπος που ανήκε σε έναν Τούρκο από τον οποίο αγοράστηκε. Ο αρχιτέκτονας ήταν ο Αθανάσιος Μούσης και το 1862 τοποθετήθηκε ο θεμέλιος λίθος μιας από τις πιο εντυπωσιακές και εντυπωσιακές ελληνικές εκκλησίες. Το ξέσπασμα της κρητικής επανάστασης του 1866 απαίτησε την παύση του οικοδομικού έργου που θα συνεχιστεί το 1883 για να ολοκληρωθεί το 1895, όταν έλαβαν χώρα τα εγκαίνια του εξαιρετικού ναού. Η εκκλησία είναι σταυροειδούς τύπου με θόλο, ενώ εσωτερικά υπάρχουν και στοιχεία βασιλικής τριών διαδρόμων. Έχει δύο καμπαναριά, ένα στη βορειοανατολική γωνία και το άλλο στη νοτιοανατολική. Ο δεξιός διάδρομος είναι αφιερωμένος στον Απόστολο Τίτο και ο αριστερός στους Αγ. Δέκα Μαρτύρους της Κρήτης. Το εσωτερικό της εκκλησίας έχει περάσει από πολλές αλλαγές με νέες προσθήκες. Με σχέδια του αρχιτέκτονα Αναστάσιο Ορλάνδου, η ξυλογλυπτική εικόνα αντικαταστάθηκε από ένα άλλο από μάρμαρο, το ίδιο συνέβη με το κάθισμα του επισκόπου. Η θρησκευτική ζωγραφική του ναού ανατέθηκε στον Άγιο Καρτάκη, ο οποίος ακολούθησε πιστά τις αρχές και τα μοντέλα της βυζαντινής ζωγραφικής. Η εκατονταετηρίδα από τα εγκαίνια της εκκλησίας του Καθεδρικού Ναού του Αγίου Μηνά (1995) γιορτάστηκε με κάθε επίσημη διάκριση και συγκεκριμένα σε μία από τις πιο ένδοξες και επιβλητικές ελληνικές εκκλησίες (<https://www.cretanbeaches.com/el/πόλεις-της-κρήτης/πόλη-ηρακλείου/θρησκευτικά-μνημεία-ηρακλείου/μητροπολιτικός-ναός-αγίου-μηνά>).

6. Το μοναστήρι των Αγίων Πέτρου και Παύλου



Βρίσκεται περίπου στη μέση του παραθαλάσσιου τοίχου. Κατασκευάστηκε από τα πρώτα χρόνια της βενετσιάνικης κυριαρχίας και ανήκε στη μοναστική τάξη των Δομινικανών (Domenicani Predicatori). Ήταν ένα από τα σημαντικότερα και μεγαλύτερα καθολικά μοναστήρια της πόλης. Ο σεισμός του 1508 προκάλεσε πολλές ζημιές στο ναό. Αποτελείται από ένα μακρύ κλίτος, το οποίο στεγάζεται από μια οροφή δύο πλαγιών και καταλήγει σε ένα ιερό που στεγάζεται από δύο θόλους. Στο βόρειο και νότιο τοίχο του ναού υπάρχουν παράθυρα διαφόρων τύπων που άνοιξαν είτε κατά την τουρκική περίοδο είτε ακόμη και νωρίτερα.

Άλλα αξιοθέατα της πόλης

- η αγορά στην οδό 1866
- η πεζοδρομημένη οδός 25ης Αυγούστου με τα πολλά διατηρημένα νεοκλασικά κτίρια
- η πλατεία Λιονταριών με την κρήνη Μοροζίνι
- τα Ενετικά τείχη Ηρακλείου
- η πλατεία Κορνάρου, όπου βρίσκεται η ενετική κρήνη Μπέμπο και η οθωμανική κρήνη Χατζή Ιμπραήμ Αγά ή Σεμπίλ
- ο τάφος του Νίκου Καζαντζάκη στο προμαχώνα Μαρτινέγκο
- η πλατεία Ελευθερίας
- οι πεζοδρομημένες οδοί Κοραή και Χάνδακος με τις καφετέριες
- το Μνημείο Μικρασιατών και το άγαλμα του Ηρόδοτου στη Νέα Αλικαρνασσό (www.heraklion.gr).

3.3 Η εξέλιξη του τουρισμού στο Ηράκλειο τα τελευταία χρόνια: Τουριστική προσφορά και τουριστική ζήτηση στην πόλη του Ηρακλείου

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη συνολική τουριστική ζήτηση είναι η τιμή του τουριστικού προϊόντος, οι τιμές όλων των άλλων προϊόντων, το διαθέσιμο εισόδημα των τουριστών και οι επιθυμίες και οι προτιμήσεις τους. Η τουριστική προσφορά περιλαμβάνει τον τομέα των καταλυμάτων, των μεσαζόντων, των επιχειρήσεων παροχής ψυχαγωγίας και των επιχειρήσεων παροχής λοιπών υπηρεσιών.

Η τουριστική κίνηση στο Ηράκλειο ξεκινά από τον Απρίλιο συνήθως και κορυφώνεται τους καλοκαιρινούς μήνες έως τα τέλη Οκτωβρίου. Οι περισσότεροι επισκέπτες είναι Άγγλοι, Γερμανοί, Ιρλανδοί και Σκανδιναβοί. Οι λόγοι για τους οποίους προσελκύονται οι τουρίστες στο Ηράκλειο είναι πολιτισμικοί, προκειμένου να γνωρίσουν από κοντά τα παραπάνω αξιοθέατα της πόλης που αναφέρθηκαν. Κάποιοι άλλοι επιλέγουν το Ηράκλειο για καλοκαιρινό προορισμό, επειδή φημίζεται για τις παραλίες και τα θέρετρα. Το 15% των ξένων τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα προτιμά την πόλη του Ηρακλείου, αφού φτάνουν συνεχώς με πτήσεις charter. Υπάρχουν και τουρίστες Έλληνες που επισκέπτονται το Ηράκλειο σε όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Επειδή φιλοξενείται ένας μεγάλος αριθμός τουριστικών γκρουπ και άλλων ταξιδιωτών, ιδίως κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, διοργανώνονται διάφορες δραστηριότητες στην περιοχή έτσι ώστε να ψυχαγωγηθούν, όπως είναι το ετήσιο φεστιβάλ στα Μάταλα και το κυνήγι της παραλίας του δήμου Ηρακλείου.

Όσον αφορά το ξενοδοχειακό δυναμικό για το τελευταίο έτος 2017 στο Ηράκλειο φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό

Επιμελητήριο Ελλάδος. Στο Ηράκλειο βρίσκεται ο μεγαλύτερος αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων που αποτελούν το 41,37% του συνόλου των ξενοδοχείων σε όλο το νησί. Μετά το 2008 άρχισαν να αναπτύσσονται πάλι τα δευτερεύοντα τουριστικά καταλύματα στην πόλη του Ηρακλείου, που από το 2003 έως το 2007 παρουσίαζαν καθοδική πορεία.

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ							
2017							
		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
	Μονάδες	33	112	99	157	95	496
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	Δωμάτια	8.737	13.882	5.184	5.519	3.216	36.538
	Κλίνες	17.772	27.001	9.902	10.278	5.947	70.900

Πηγή: ΞΕΕ (2018)

Τα camping αποτελούν το είδος του καταλύματος που παρέμεινε σχεδόν στάσιμο τα τελευταία έτη, ενώ αυτά που βρίσκονται στο Νομό Ηρακλείου είναι και εκείνα που μπορούν να φιλοξενούν τους πιο πολλούς επισκέπτες.

Όσον αφορά τις αφίξεις των τουριστών στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου, το 65% αποτελείται από Γερμανούς, Βρετανούς, Γάλλους και Ρώσους για το 2016, ενώ αυξήθηκαν οι αφίξεις από αλλοδαπούς τουρίστες κατά 11% το πρώτο εξάμηνο εν συγκρίσει με την ίδια περίοδο το 2015, λόγω του ότι όλες οι κύριες εθνικότητες τουριστών προτιμούν το αεροδρόμιο του Ηρακλείου για να φτάσουν στην Κρήτη και ιδίως οι Ρώσοι τουρίστες. Η αύξηση των αφίξεων των Ρώσων τουριστών το 2016 έφτασε το 42%.

Αναφορικά με τα γραφεία γενικού τουρισμού τα περισσότερα βρίσκονται στο Ηράκλειο και υπάρχει ανάπτυξη έως το 2007, αν και υπάρχει μια μικρή μείωση από το

2005 αλλά μετά το 2007 υπήρξε σταθεροποίηση. Για τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού και αυτά παρουσιάζουν μια μικρή μείωση από το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης το 2009 (www.gnto.gov.gr).

Με τον τουρισμό συνδέονται και οι επιχειρήσεις εκμίσθωσης αυτοκινήτων και μοτοσικλετών, τα οποία παρουσιάζουν μείωση μετά το 2009 σε σχέση με το 2006, σχεδόν κατά το ήμισυ. Ωστόσο, ανάμεσα στη βόρεια και τη νότια πλευρά υπάρχει διαφορετική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, στο νομό Ηρακλείου οι πιο ανεπτυγμένοι δήμοι τουριστικά είναι του Γαζιού, Ηρακλείου, Χερσονήσου και Μαλίων (www.gnto.gov.gr).

Τέλος, αναφορικά με τις δαπάνες των τουριστών αναφέρεται πως οι τουρίστες της πόλης του Ηρακλείου δαπανούν διαφορετικά ποσά ανάλογα με την εθνικότητά τους. Η καθημερινή δαπάνη είναι διαφορετική, αφού η διαφορά από τη μέγιστη και ελάχιστη τιμή είναι περίπου 20 ευρώ όσον αφορά τα ημερήσια έξοδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

4.1 Ορισμός του Πελάτη

Ένας πελάτης είναι ένα άτομο ή μια επιχείρηση που αγοράζει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που παράγει μια επιχείρηση. Η προσέλκυση πελατών είναι ο πρωταρχικός στόχος των περισσότερων επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν δημόσια προβλήματα, επειδή ο πελάτης δημιουργεί ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις συχνά ανταγωνίζονται μέσω διαφημίσεων ή μειώνουν τις τιμές για να προσελκύσουν μια ολοένα και μεγαλύτερη πελατειακή βάση (Μάλλιαρης, 2008: 188).

Οι πελάτες είναι επίσης πιθανό να κάνουν αγορές με δικά τους χρήματα ή τα χρήματα που τους δίνουν άλλοι που τους γνωρίζουν προσωπικά. Οι αληθινοί πελάτες είναι σχεδόν πάντα ιδιώτες που αγοράζουν προϊόντα με μετρητά ή πίστωση που ανήκουν σε αυτούς και όχι σε εταιρική οντότητα που τους απασχολεί.

4.2 Παράγοντες που επιδρούν στην αγοραστική συμπεριφορά

Η συμπεριφορά των καταναλωτών μπορεί να ταξινομηθεί ευρέως ως αποφάσεις και ενέργειες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά ενός καταναλωτή. Αυτό που οδηγεί τους καταναλωτές να επιλέγουν ένα συγκεκριμένο προϊόν σε σχέση με άλλα είναι ένα ζήτημα το οποίο συχνά αναλύεται και μελετάται από τους μάρκετερς. Το μεγαλύτερο μέρος της διαδικασίας επιλογής που αφορά την αγορά βασίζεται σε συναισθήματα και συλλογιστική (Μάλλιαρης, 2008: 199).

Η μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς όχι μόνο συμβάλλει στην κατανόηση του παρελθόντος, αλλά και στην πρόβλεψη του μέλλοντος. Οι παρακάτω παράγοντες που σχετίζονται με τις τάσεις, τη στάση και τις προτεραιότητες των καταναλωτών πρέπει να έχουν τη δέουσα σημασία, προκειμένου να υπάρξει αρκετά καλή κατανόηση των προτύπων αγορών των καταναλωτών.

1. Αγοραστική συμπεριφορά

Η αγοραστική δύναμη ενός καταναλωτή διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επίδραση της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Οι καταναλωτές αναλύουν γενικά την αγοραστική τους ικανότητα πριν αποφασίσουν να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Το προϊόν μπορεί να είναι εξαιρετικό, αλλά αν δεν ικανοποιήσει την αγοραστική ικανότητα του αγοραστή, θα έχει μεγάλο αντίκτυπο στις πωλήσεις του. Η τμηματοποίηση των καταναλωτών με βάση την αγοραστική τους ικανότητα θα βοηθούσε στον προσδιορισμό των επιλέξιμων καταναλωτών για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων (Μάλλιαρης, 2008: 205).

2. Επιρροή από ομάδες

Η επιρροή των ομάδων φαίνεται επίσης να επηρεάζει τις αποφάσεις που λαμβάνει ένας καταναλωτής. Η πρωταρχική ομάδα επιρροής αποτελείται από τα μέλη της οικογένειας, τους συμμαθητές, τους άμεσους συγγενείς και η δευτερεύουσα ομάδα επιρροής αποτελείται από γείτονες και γνωστούς, φαίνεται να έχει μεγαλύτερη επιρροή στις αποφάσεις αγοράς ενός καταναλωτή (Μάλλιαρης, 2008: 212).

3. Προσωπικές προτιμήσεις

Σε προσωπικό επίπεδο, η συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζεται από διάφορες προτιμήσεις, προτεραιότητες, ήθη και αξίες. Σε ορισμένους τομείς, όπως και ο τουρισμός, η προσωπική άποψη και η γνώμη του καταναλωτή σχετικά με το στυλ και τη διασκέδαση μπορούν να αποτελέσουν τον κυρίαρχο παράγοντα επηρεασμού.

Παρόλο που η διαφήμιση μπορεί να βοηθήσει να επηρεάσει αυτούς τους παράγοντες σε κάποιο βαθμό, ο καταναλωτής ασκεί μεγαλύτερη επιρροή στην τελική αγορά που πραγματοποιήσει (Μάλλιαρης, 2008: 226).

4. Οικονομικές συνθήκες

Οι αποφάσεις για τις καταναλωτικές δαπάνες είναι γνωστό ότι επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κατάσταση που επικρατεί στην αγορά. Ένα θετικό οικονομικό περιβάλλον είναι γνωστό ότι καθιστά τους καταναλωτές πιο σίγουρους και πρόθυμους να επιδοθούν σε αγορές ανεξάρτητα από τις προσωπικές τους οικονομικές υποχρεώσεις (Μάλλιαρης, 2008: 227).

5. Καμπάνιες μάρκετινγκ

Η διαφήμιση διαδραματίζει μεγαλύτερο ρόλο στην επίδραση των αποφάσεων αγοράς των καταναλωτών. Είναι ακόμη γνωστό ότι επιφέρουν μεγάλη μεταβολή στα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών επηρεάζοντας τις αποφάσεις αγοράς καταναλωτών. Οι εκστρατείες μάρκετινγκ που γίνονται σε τακτική βάση μπορούν να επηρεάσουν την απόφαση αγοράς καταναλωτών σε τέτοιο βαθμό ώστε να μπορούν να επιλέξουν ένα εμπορικό σήμα έναντι άλλου ή να επιδοθούν σε επιμελείς ή επιτόλαιες αγορές (Μάλλιαρης, 2008: 229).

4.3 Ικανοποίηση / μη-ικανοποίηση πελατών

Οι επιχειρήσεις παρακολουθούν την ικανοποίηση του πελάτη προκειμένου να καθορίσουν τον τρόπο με τον οποίο θα αυξήσουν την πελατειακή βάση, την αφοσίωση των πελατών, τα έσοδα, τα κέρδη, το μερίδιο αγοράς και την επιβίωση. Αν και τα μεγαλύτερα κέρδη είναι ο κύριος οδηγός, οι υποδειγματικές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στον πελάτη και την εμπειρία του / της. Δουλεύουν για να κάνουν

τους πελάτες τους ευτυχείς και βλέπουν την ικανοποίηση του πελάτη ως το κλειδί για την επιβίωση και το κέρδος. Η ικανοποίηση των πελατών με τη σειρά τους εξαρτάται από την ποιότητα και τις επιπτώσεις των εμπειριών τους και των αγαθών ή υπηρεσιών.

Η ικανοποίηση του πελάτη μπορεί να βιωθεί σε μια ποικιλία καταστάσεων και συνδέεται τόσο με αγαθά όσο και με υπηρεσίες. Είναι μια πολύ προσωπική εκτίμηση που επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις προσδοκίες των πελατών. Η ικανοποίηση βασίζεται επίσης στην εμπειρία του πελάτη τόσο από την επαφή με τον οργανισμό και τα προσωπικά αποτελέσματα. Η ικανοποίηση του πελάτη είναι μια πολύ προσωπική εκτίμηση που επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις ατομικές προσδοκίες. Ορισμένοι ορισμοί βασίζονται στην παρατήρηση ότι η ικανοποίηση ή η δυσαρέσκεια του πελάτη απορρέουν είτε από την επιβεβαίωση είτε από την αποθάρρυνση των ατομικών προσδοκιών σχετικά με μια υπηρεσία ή ένα προϊόν.

4.4 Ικανοποίηση πελατών στον τομέα των υπηρεσιών

Οι οργανισμοί που προσφέρουν υπηρεσίες πρέπει να ανταποκρίνονται σε τρεις βασικές ανάγκες των πελατών για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών: της ασφάλειας, της εκτίμησης και της δικαιοσύνης. Υπάρχουν μια σειρά παραγόντων ποιότητας υπηρεσιών που είναι σημαντικοί για τους πελάτες, όπως: η επικαιρότητα και η ευκολία, η προσωπική προσοχή, η αξιοπιστία, η ικανότητα των εργαζομένων και ο επαγγελματισμός τους, η ενσυναίσθηση, η ασφάλεια, η διαθεσιμότητα της υπηρεσίας, οι υλικές εγκαταστάσεις, ο εξοπλισμός και η εμφάνιση του προσωπικού. Αυτά τα χαρακτηριστικά ισχύουν και για την ικανοποίηση των πελατών από την ποιότητα των υπηρεσιών. Η έγκαιρη εξυπηρέτηση είναι ένας ιδιαίτερα ισχυρός

καθοριστικός παράγοντας ποιότητας σε όλη την έκταση διαφορετικών τύπων υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1.Μεθοδολογία της έρευνας

Οι ποσοτικές μέθοδοι υπογραμμίζουν τις αντικειμενικές μετρήσεις και τη στατιστική, μαθηματική ή αριθμητική ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται μέσω δημοσκοπήσεων, ερωτηματολογίων και ερευνών ή με το χειρισμό παλαιών στατιστικών δεδομένων χρησιμοποιώντας υπολογιστικές τεχνικές. Η ποσοτική έρευνα επικεντρώνεται στη συλλογή αριθμητικών δεδομένων και τη γενίκευσή τους σε ομάδες ανθρώπων ή στην εξήγηση ενός συγκεκριμένου φαινομένου.

Ο στόχος στη διεξαγωγή ποσοτικής ερευνητικής μελέτης είναι να προσδιοριστεί η σχέση μεταξύ ενός πράγματος [ανεξάρτητη μεταβλητή] και άλλης [εξαρτώμενης ή τελικής μεταβλητής] εντός ενός πληθυσμού. Τα ποσοτικά ερευνητικά σχέδια είναι είτε περιγραφικά [υποκείμενα συνήθως μετριοούνται μία φορά] είτε πειραματικά. Μια περιγραφική μελέτη καθορίζει μόνο τις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για να ολοκληρωθεί η έρευνα στηρίχθηκε σε πρωτογενή και δευτερογενή δεδομένα, καθώς διερευνήθηκε η άποψη των κατοίκων των Αθηνών για το Ηράκλειο της Κρήτης, ως τουριστικό προορισμό.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της ποσοτικής έρευνας που ακολουθήθηκε είναι:

- Τα δεδομένα συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας δομημένα ερευνητικά μέσα.
- Τα αποτελέσματα βασίζονται σε μεγαλύτερα μεγέθη δειγμάτων που είναι αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού.

- Η ερευνητική μελέτη μπορεί να επαναληφθεί, δεδομένης της υψηλής αξιοπιστίας της.
- Η ερευνήτρια είχε σαφώς καθορισμένες ερευνητικές ερωτήσεις, στις οποίες ζητούνται αντικειμενικές απαντήσεις.
- Όλες οι πτυχές της μελέτης σχεδιάστηκαν προσεκτικά πριν συλλεχθούν τα δεδομένα.
- Η ερευνήτρια χρησιμοποίησε εργαλεία, όπως ερωτηματολόγιο και το κατάλληλο λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών, για τη συλλογή των δεδομένων για την έρευνα και την επεξεργασία τους.

5.2. Σκοπός της έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα

Ο σκοπός της έρευνας είναι να διερευνηθεί η άποψη που έχουν διαμορφώσει οι κάτοικοι των Αθηνών για το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό από τη μέχρι τώρα εμπειρία τους ή έμμεσα από πληροφόρηση που έχουν σχετικά με την πόλη του Ηρακλείου από άλλες πηγές. Ο στόχος είναι να αναπτυχθεί το Ηράκλειο ως τουριστικός προορισμός προκειμένου οι επισκέπτες της πόλης να αποκομίσουν μια εμπειρία μοναδική από την παραμονή τους σε αυτή.

Τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας είναι:

1. Ποια είναι η άποψη των κατοίκων των Αθηνών από την προσωπική τους εμπειρία ή από τη γνώμη που έχουν σχηματίσει από άλλες πηγές;

2. Ποιος είναι ο βαθμός αξιολόγησης της εμπειρίας των κατοίκων των Αθηνών από τις επισκέψεις στο Ηράκλειο;

3. Ποιες τουριστικές δραστηριότητες θα καθιστούσαν πιο ελκυστικό προορισμό το Ηράκλειο και κατά τη χειμερινή περίοδο;

5.3. Σχεδιασμός της έρευνας και δειγματοληψία

Λόγω του ότι οι κάτοικοι των Αθηνών που επισκέφθηκαν ή θα επισκεφθούν το Ηράκλειο ως προορισμό είναι ένας μεγάλος αριθμός, επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο για την παρούσα έρευνα. Ακόμη, η έρευνα απλά αφορά μια καταγραφή στα γεγονότα και δεν αναζητά τα βαθύτερα αίτια αλλά και τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει ένα γεγονός για να χρειαστεί η ποιοτική έρευνα. Λόγω του ότι ο αριθμός των ερωτήσεων ήταν σχετικά μεγάλος, θα υπήρχε πιο μεγάλο πρόβλημα χρόνου για να διεξαχθεί η έρευνα μέσω των συνεντεύξεων, εκτός του ότι θα περιοριζόταν το δείγμα, ενώ τα ερωτηματολόγια περιορίζουν τη μεροληψία που μπορεί να υπάρχει εύκολα στις συνεντεύξεις, στις οποίες υπάρχει προσωπικός παράγοντας.

5.4. Δειγματοληψία

Ο πληθυσμός στον οποίο απευθύνθηκε η έρευνα αποτελείται από το σύνολο των κατοίκων των Αθηνών. Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 132 άτομα στα οποία διανεμήθηκαν τα ερωτηματολόγια. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν.....

5.5. Διεξαγωγή της έρευνας

Η έρευνα διενεργήθηκε για το χρονικό διάστημα από τα Μέσα Δεκεμβρίου 2017 έως τα μέσα Ιανουαρίου 2018.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε με τη χρήση του προγράμματος Microsoft Excel 2010 και έγινε στατιστική ανάλυση και διαγραμματική απεικόνιση των απαντήσεων με το συγκεκριμένο πρόγραμμα. Χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική στατιστική, η οποία προσφέρει πλήθος από ενδεδειγμένους δείκτες για να ερμηνευθούν τα αποτελέσματα της έρευνας. Χρησιμοποιήθηκαν κυρίως απαντήσεις επιλογής που στηρίζονται στην κλίμακα Likert.

5.6. Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:

α) Στην πρώτη ενότητα ερευνώνται γενικά οι ταξιδιωτικές συνήθειες των ερωτηθέντων.

β) Στη δεύτερη ενότητα ερευνάται η προσωπική άποψη των ερωτηθέντων για το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό.

γ) Στην τρίτη ενότητα ερευνώνται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων.

Συνολικά μοιράστηκαν 150 ερωτηματολόγια με 24 ερωτήσεις κλειστού τύλου, κυρίως με ερωτήσεις διαβαθμισμένης απάντησης τύπου Likert, από τα οποία συμπληρώθηκαν τα 132, ποσοστό 88%.

5.7. Περιορισμοί της έρευνας

Υπήρξαν κάποιοι περιορισμοί στην έρευνα, καθώς κάποιοι που δέχθηκαν να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο αποχώρησαν από τη μέση, μιας και το θεώρησαν μεγάλο και δεν είχαν υπομονή για να το συμπληρώσουν ολόκληρο. Ακόμη, έγινε προσπάθεια συλλογής ερωτηματολογίων μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αλλά δεν αντλήθηκαν ερωτηματολόγια με αυτό τον τρόπο.

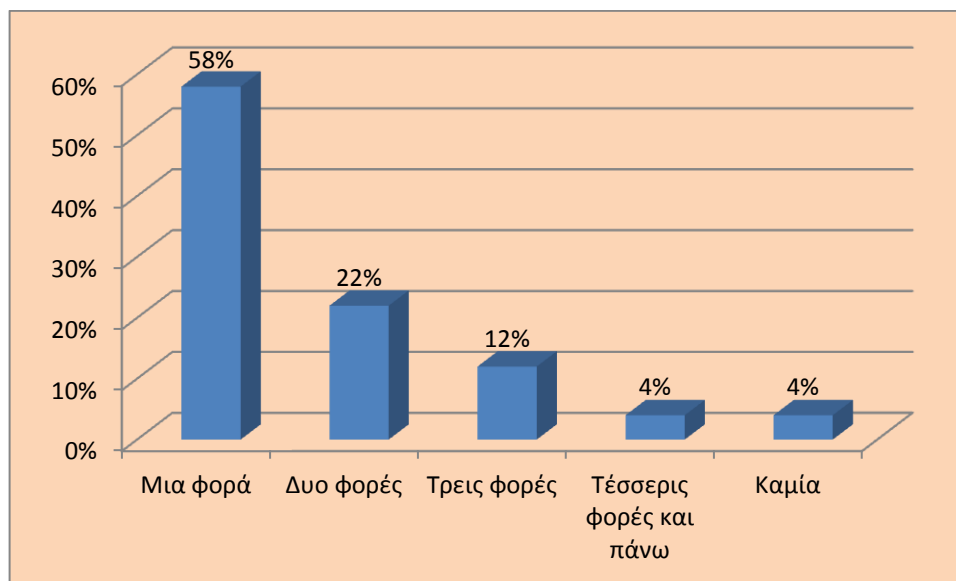
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

6.1. Ταξιδιωτικές συνήθειες ερωτηθέντων

Στην ερώτηση πόσες φορές ταξιδεύετε για διακοπές το χρόνο το 58% απάντησε μία φορά, το 22% απάντησε δυο φορές, το 12% απάντησε τρεις φορές, το 4% απάντησε τέσσερις φορές και πάνω και το 4% καμία φορά. Αυτό δείχνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ταξιδεύει πλέον μια φορά για διακοπές ετησίως, κάτι που είναι λογικό, δεδομένης και της οικονομικής κρίσης που έχει μειώσει τα εισοδήματα των Αθηναίων.

Διάγραμμα 1- Φορές που ταξιδεύετε για διακοπές ετησίως

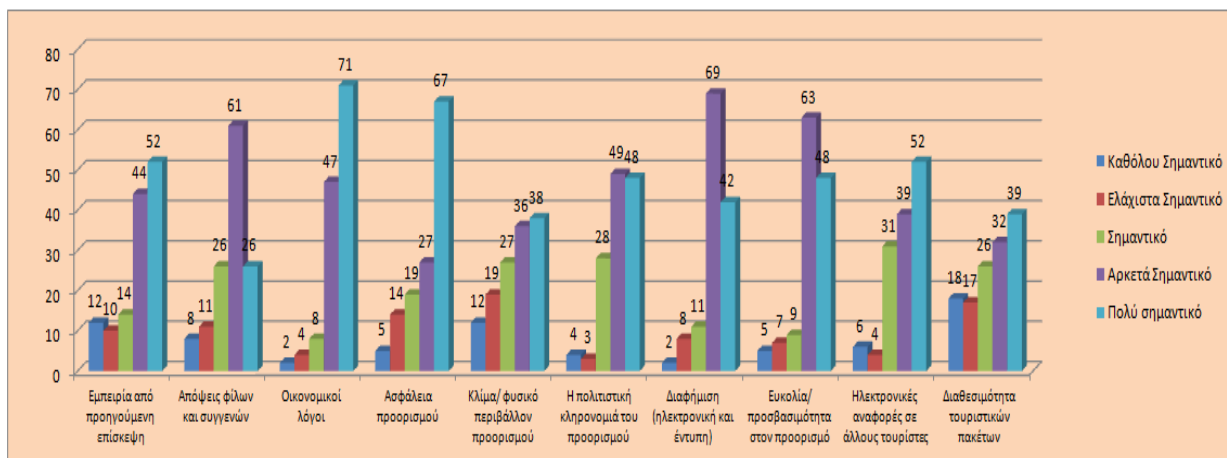


Αναφορικά με το πόσο επηρεάζουν κάποιοι παράγοντες στην επιλογή του τουριστικού προορισμού οι απαντήσεις των ερωτηθέντων φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1- Παράγοντες επιλογής τουριστικού προορισμού

	1	2	3	4	5
Εμπειρία από προηγούμενη επίσκεψη	12	10	14	44	52
Απόψεις φίλων και συγγενών	8	11	26	61	26
Οικονομικοί λόγοι	2	4	8	47	71
Ασφάλεια προορισμού	5	14	19	27	67
Κλίμα/ φυσικό περιβάλλον προορισμού	12	19	27	36	38
Η πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού	4	3	28	49	48
Διαφήμιση (ηλεκτρονική και έντυπη)	2	8	11	69	42
Ευκολία/ προσβασιμότητα στον προορισμό	5	7	9	63	48
Ηλεκτρονικές αναφορές σε άλλους τουρίστες	6	4	31	39	52
Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων	18	17	26	32	39
Άλλο					

Διάγραμμα 2- Παράγοντες επιλογής τουριστικού προορισμού



Από τις απαντήσεις φαίνεται πως η εμπειρία από προηγούμενη επίσκεψη, οικονομικοί λόγοι, οι ηλεκτρονικές αναφορές σε άλλους τουρίστες και η πολιτιστική

κληρονομιά του προορισμού είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τουριστικού προορισμού.

Σε σχετική ερώτηση σχετικά με τον πιο σημαντικό παράγοντα επιλογής οι πιο πολλοί ερωτηθέντες θεωρούν την προηγούμενη επίσκεψη στον προορισμό.

Στην ερώτηση πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις παρακάτω πηγές πληροφοριών όταν επιλέγετε ένα τουριστικό προορισμό, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις του πίνακα 2, οι περισσότεροι ενημερώνονται από τις ηλεκτρονικές μηχανές αναζήτησης, τις διαδικτυακές τουριστικές πύλες, τις ενημερωτικές πύλες προορισμού και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ακολουθούν τα ταξιδιωτικά γραφεία, οι οικογένειά και οι φίλοι, η έντυπη διαφήμιση και η τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

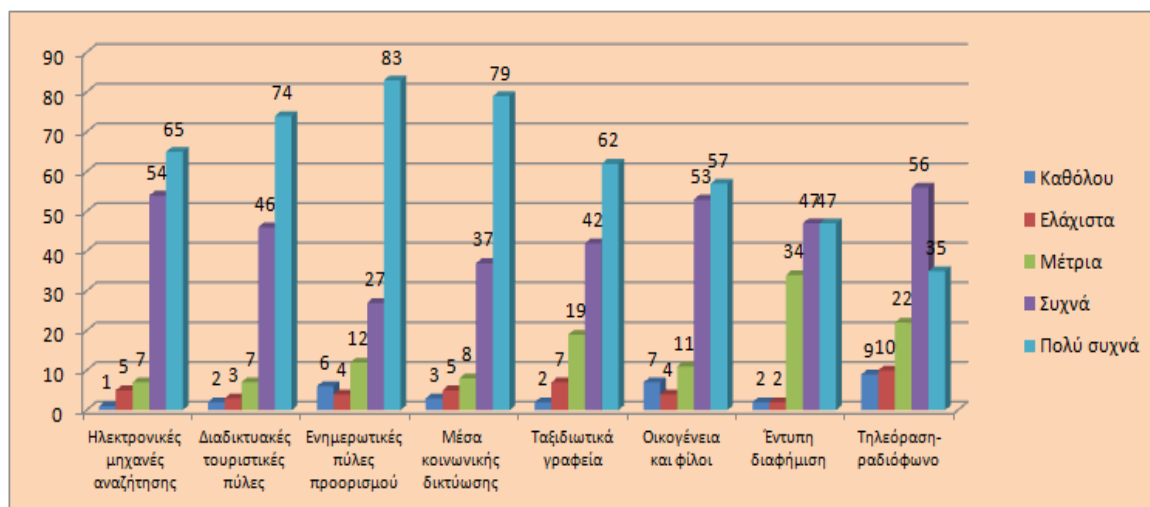
Πίνακας 2- Πηγές πληροφοριών για επιλογή τουριστικού προορισμού

	Καθόλου	Ελάχιστα	Μέτρια	Συχνά	Πολύ συχνά
Ηλεκτρονικές μηχανές αναζήτησης	1	5	7	54	65
Διαδικτυακές τουριστικές πύλες	2	3	7	46	74
Ενημερωτικές πύλες προορισμού	6	4	12	27	83
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	3	5	8	37	79
Ταξιδιωτικά γραφεία	2	7	19	42	62
Οικογένεια και φίλοι	7	4	11	53	57
Έντυπη διαφήμιση	2	2	34	47	47
Τηλεόραση- ραδιόφωνο	9	10	22	56	35
Άλλο					

Όσον αφορά την ερώτηση από τους παραπάνω παράγοντες ποιον θεωρούν πιο σημαντικό οι περισσότερες απαντήσεις δόθηκαν για τις ηλεκτρονικές μηχανές αναζήτησης, οι ενημερωτικές πύλες προορισμού, οι διαδικτυακές τουριστικές πύλες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συμπεραίνεται, λοιπόν, πως οι ερωτηθέντες

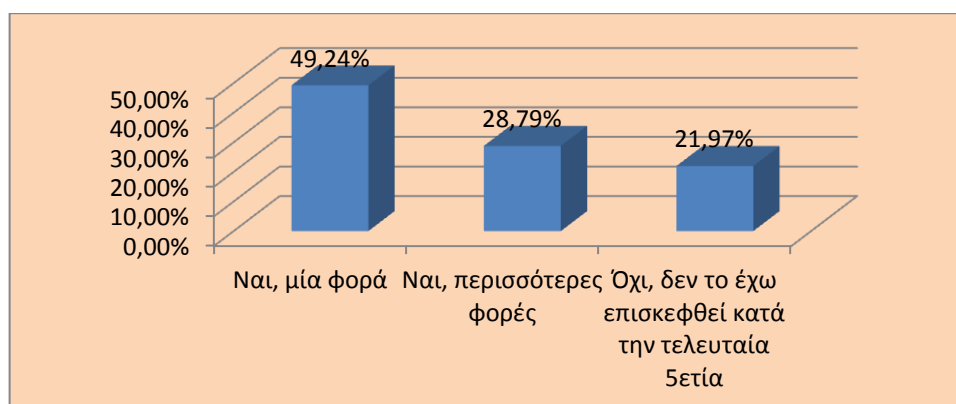
χρησιμοποιούν περισσότερο το διαδίκτυο για να επιλέγουν τουριστικούς προορισμούς παρά τα ταξιδιωτικά γραφεία, την οικογένεια και τους φίλους και την τηλεόραση.

Διάγραμμα 3- Πηγές πληροφοριών για επιλογή τουριστικού προορισμού



6.2. Προσωπική άποψη για το Ηράκλειο

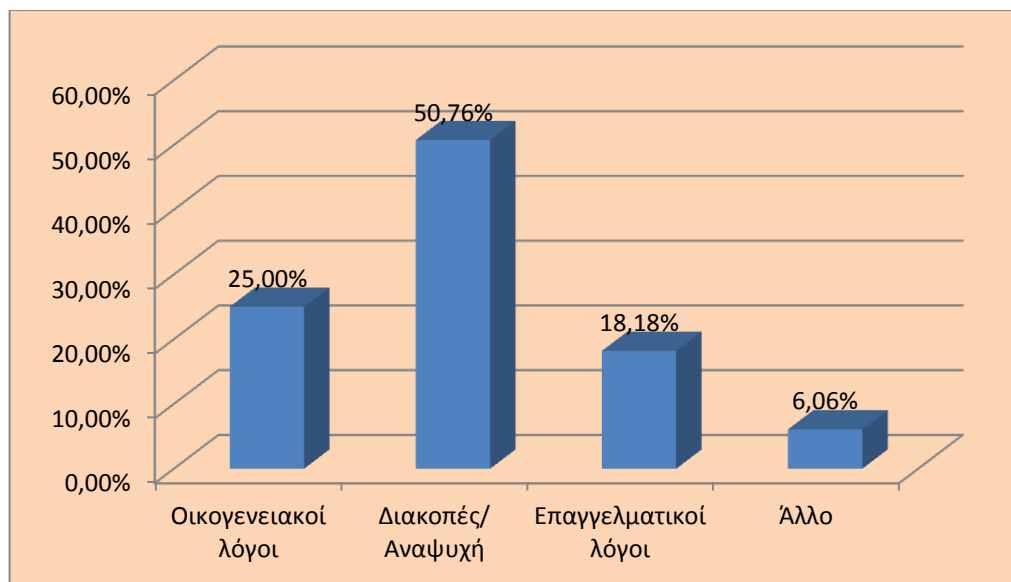
Διάγραμμα 4- Φορές επίσκεψης στο Ηράκλειο τα τελευταία 5 έτη



Στην ερώτηση αναφορικά με το πόσες φορές οι ερωτηθέντες έχουν επισκεφθεί το Ηράκλειο το 49,24% απάντησε μια φορά, το 28,79% απάντησε περισσότερες φορές και το 21,97% απάντησε πως δεν το έχει επισκεφθεί την τελευταία πενταετία. Αυτό δείχνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έχει επισκεφθεί μια φορά το Ηράκλειο.

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να προσδιορίσουν ποιος είναι ο κύριος λόγος των επισκέψεών τους στο Ηράκλειο τα τελευταία 5 χρόνια. Το 25% απάντησε για οικογενειακούς λόγους, το 50,75% για διακοπές και το 18,18% για επαγγελματικούς λόγους, ενώ υπάρχει και ένα ποσοστό 6,06% που απάντησε για άλλους λόγους. Επομένως, οι περισσότεροι ερωτηθέντες επιλέγουν το Ηράκλειο περισσότερο ως τουριστικό προορισμό παρά για οποιονδήποτε άλλο λόγο.

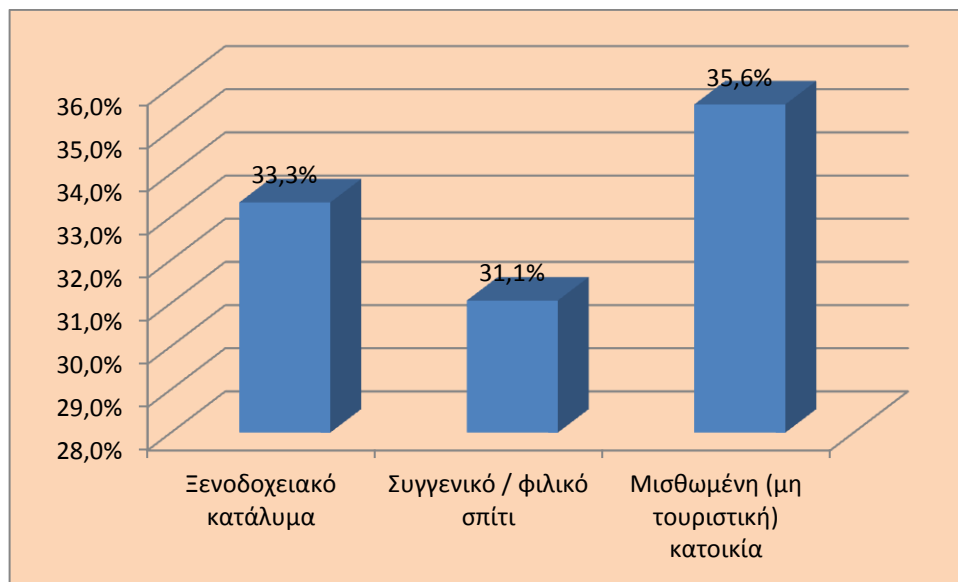
Διάγραμμα 5- Κύριος λόγος επίσκεψης στο Ηράκλειο τα τελευταία 5 έτη



Ακολούθησε η ερώτηση αναφορικά με το που μένουν οι ερωτηθέντες όταν διανυκτερεύουν στο Ηράκλειο. Το 33,3% μένει σε ξενοδοχειακό κατάλυμα, το 31,1%

σε συγγενικό / φιλικό σπίτι και το 35,6% σε μισθωμένη κατοικία. Οι περισσότεροι επιλέγουν μια μισθωμένη κατοικία και μετά ένα ξενοδοχείο κάτι που δικαιολογείται από το ότι αναζητούν πιο φθηνό κατάλυμα, αφού το εισόδημά τους λόγω της κρίσης, έχει μειωθεί αισθητά.

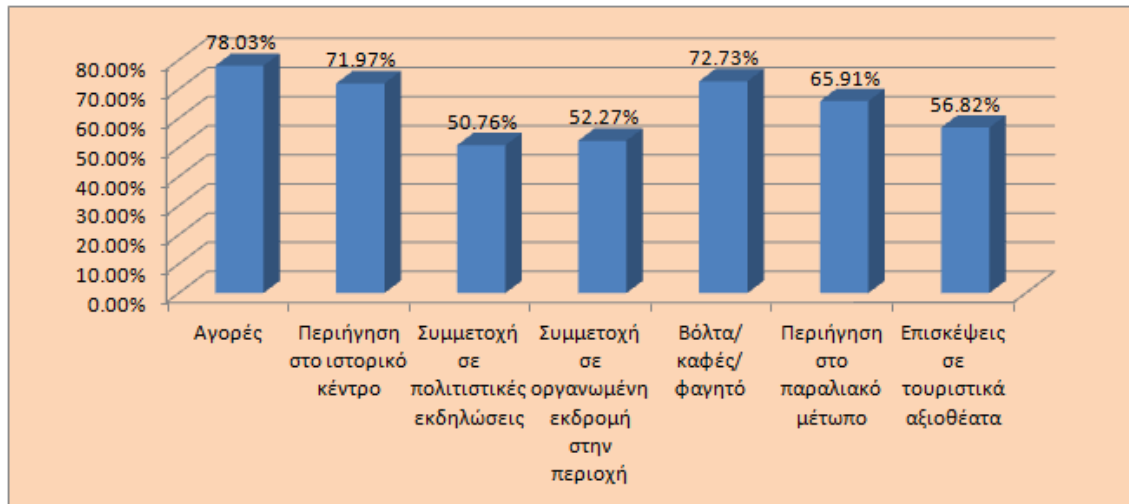
Διάγραμμα 6- Τόπος διανυκτέρευσης στο Ηράκλειο



Ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να προσδιορίσουν τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετείχαν κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στο Ηράκλειο. Το 78,03% απάντησε ότι έχει κάνει αγορές στην πόλη, το 71,97% ότι έχει περιηγηθεί στο ιστορικό κέντρο, το 50,76% ότι έχει συμμετάσχει σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, το 52,27% ότι έχει συμμετάσχει σε οργανωμένη εκδρομή στην περιοχή, το 72,73% ότι έχει κάνει βόλτες, έχει καθίσει για καφέ ή φαγητό, το 65,91% ότι έχει περιηγηθεί στο παραλιακό μέτωπο και το 56,82% ότι έχει επισκεφθεί τουριστικά αξιοθέατα. Από τα αποτελέσματα φαίνεται πως οι περισσότεροι τουρίστες κάνουν βόλτες στην παραλία

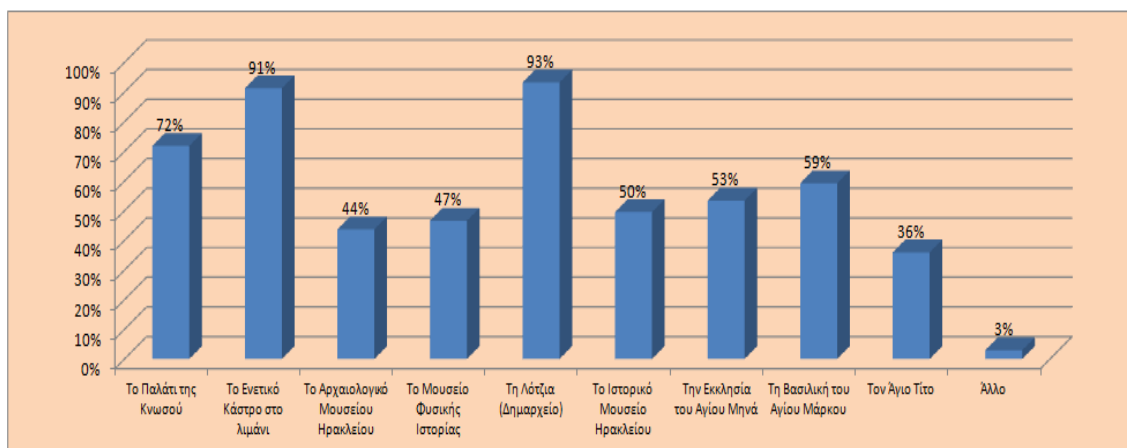
και για ψώνια, καθώς και απολαμβάνουν τον καφέ τους ή το φαγητό τους στα μαγαζιά.

Διάγραμμα 7- Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια παραμονής στο Ηράκλειο



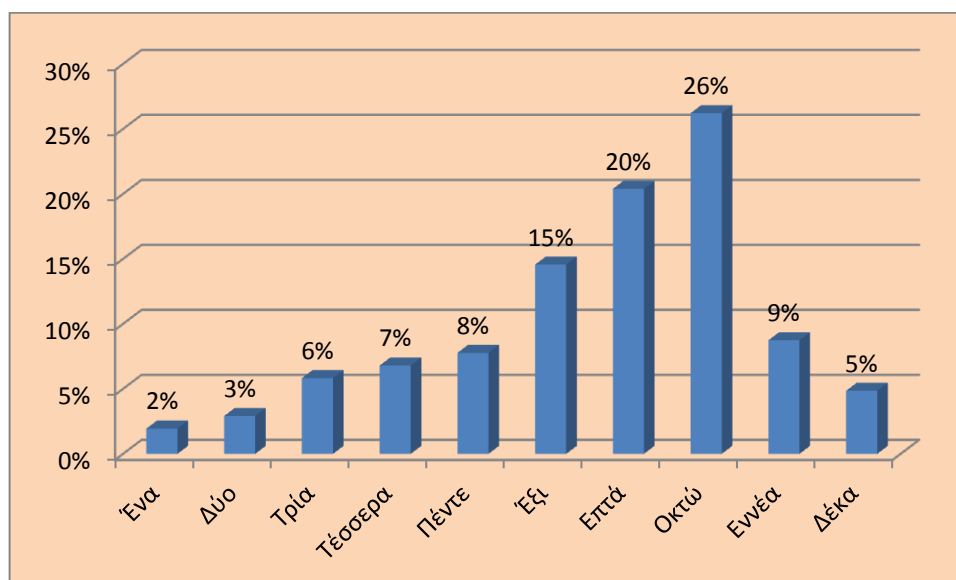
Όσον αφορά τα αξιοθέατα που επισκέφθηκαν στο Ηράκλειο τα πέντε τελευταία χρόνια από το δείγμα το 72% απάντησε το Παλάτι της Κνωσού, το 91% απάντησε το Ενετικό Κάστρο στο λιμάνι, το 44% το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου, το 47% το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, το 93% τη Πότιζα, το 50% επισκέφθηκε το Ιστορικό Μουσείο Ηρακλείου, το 53% επισκέφτηκε την Εκκλησία του Αγίου Μηνά, το 36% τον Άγιο Τίτο και το 3% κάτι άλλο. Από τα αποτελέσματα φαίνεται πως περισσότερο προτιμούν να επισκέπτονται τα ιστορικά μνημεία της περιοχής του Ηρακλείου και λιγότερο τα μουσεία.

Διάγραμμα 8- Επισκέψεις σε αξιοθέατα στο Ηράκλειο



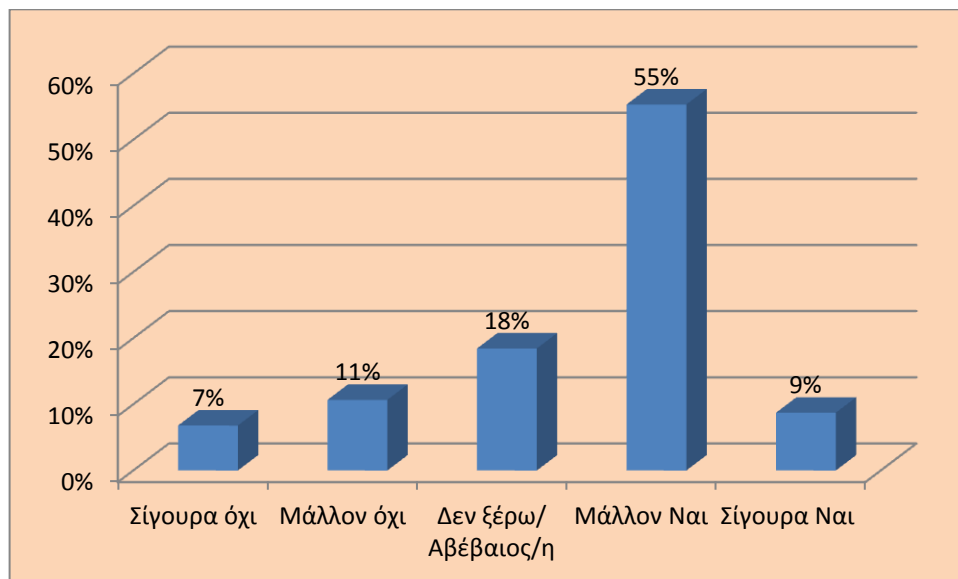
Κατά τη διάρκεια της έρευνας ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν με βαθμολογία από το 1 έως το 10 την εμπειρία που είχαν από την επίσκεψή τους στο Ηράκλειο.

Διάγραμμα 9- Αξιολόγηση εμπειρίας από τις επισκέψεις στο Ηράκλειο



Βάσει των αποτελεσμάτων πάνω από τους μισούς αξιολόγησαν την εμπειρία από την επίσκεψή τους στο Ηράκλειο με 7 και 8 με 20% και 26% αντίστοιχα, ακολουθεί το 15% του δείγματος που βαθμολόγησε με έξι το Ηράκλειο, το 9% με εννέα, το 8% με πέντε, το 7% με τέσσερα, το 6% με τρία, το 5% με δέκα, το 3% με δύο και το 2% με ένα. Αυτό δείχνει πως έχουν καλή εμπειρία οι περισσότεροι, ωστόσο θα μπορούσε να βελτιωθεί μιας και άριστη εμπειρία είχε ένα πολύ μικρό ποσοστό. Βέβαια εξαρτάται η απάντηση και από το τι έκανε κατά τη διαμονή του ο κάθε τουρίστας στο Ηράκλειο.

Διάγραμμα 10- Πρόταση του Ηρακλείου ως τουριστικός προορισμός σε άλλους

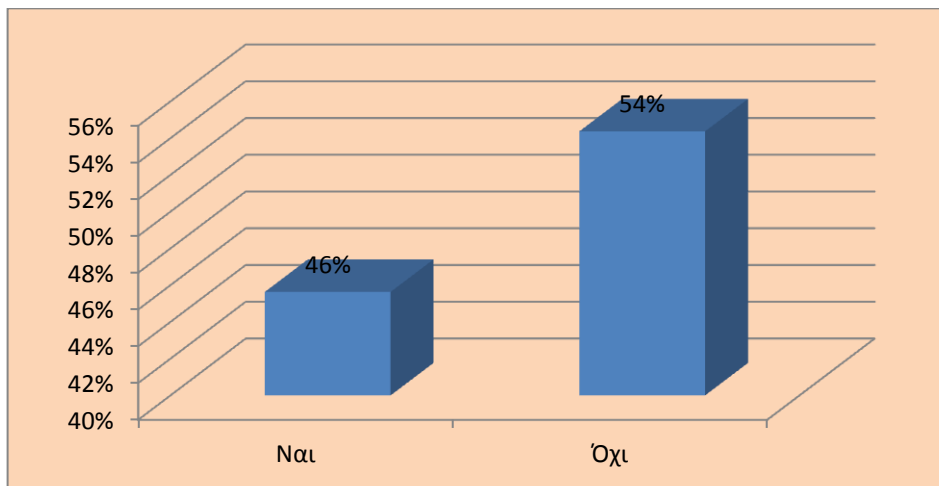


Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται πως το 55% των επισκεπτών θα πρότεινε το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό στους άλλους και το 9% του δείγματος θα το πρότεινε σίγουρα, ενώ το 18% δε γνωρίζει και δεν είναι βέβαιο αν θα το πρότεινε.

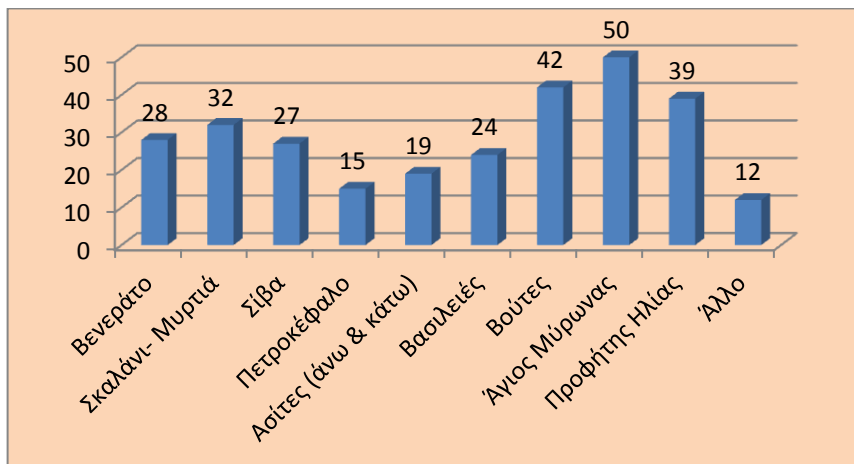
Τέλος, το 11% του δείγματος μάλλον δε θα πρότεινε το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό και το 7% σίγουρα δε θα το πρότεινε. Οπότε οι περισσότεροι ερωτηθέντες έχοντας μια θετική εμπειρία από το Ηράκλειο θα το πρότειναν ως τουριστικό προορισμό και σε άλλους.

Κατά την παραμονή των επισκεπτών στο Ηράκλειο το 54% δεν επισκέφθηκε την ενδοχώρα, ενώ το 46% την επισκέφθηκε.

Διάγραμμα 11- Επίσκεψη στην ενδοχώρα

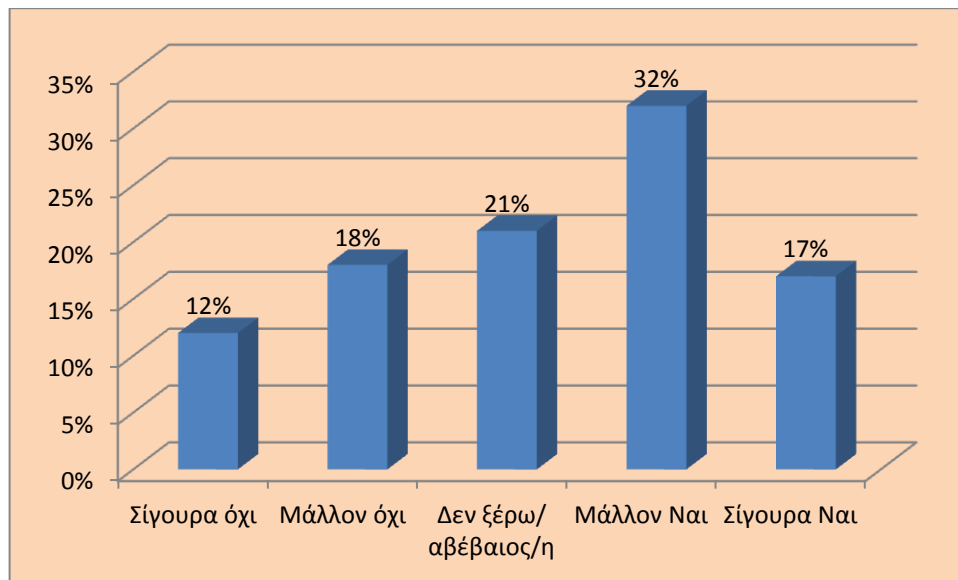


Διάγραμμα 12- Επίσκεψη σε χωριά του Ν. Ηρακλείου



Από αυτούς που επισκέφθηκαν την ενδοχώρα κατά την παραμονή τους στο Ηράκλειο, οι περισσότεροι (42) επισκέφθηκαν το χωριό Βούτες, 39 επισκέφθηκαν τον Προφήτη Ηλία, 32 το Σκαλάκι- Μυρτιά, 28 το Βενεράτο, 27 τη Σίβα, 24 τις Βασιλειές, 19 τους Ασίτες, 15 το Πετροκέφαλο και 12 άλλα χωριά. Γενικότερα, τα πιο υψηλά ποσοστά εμφανίζονται στα χωριά που είναι και τα πιο τουριστικά.

Διάγραμμα 13- Πρόταση για επίσκεψη στην ενδοχώρα



Από όσους επισκέφθηκαν την ενδοχώρα το 32% μάλλον θα πρότεινε την ενδοχώρα ως προορισμό, το 21% δεν είναι βέβαιο, το 17% θα την πρότεινε σίγουρα, το 18% μάλλον όχι και το 12% σίγουρα όχι. Οι απαντήσεις δείχνουν πως δεν είναι και τόσο σίγουροι οι πιο πολλοί ερωτηθέντες αν θα συνέστηναν μια επίσκεψη στην ενδοχώρα, οπότε αυτό δείχνει πως προτιμούν την πόλη του Ηρακλείου και κάποιους παραλιακούς προορισμούς σε σχέση με την ενδοχώρα για να συστήσουν.

Στον Πίνακα 3 παρουσιάζονται αναλυτικά οι απαντήσεις των συμμετεχόντων αναφορικά με κάποιες ερωτήσεις για την άποψή τους για το Ηράκλειο.

Πίνακας 3- Απόψεις των επισκεπτών για το Ηράκλειο

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Το Ηράκλειο είναι ένας οικογενειακός προορισμός	1	5	12	45	40
Οι ντόπιοι κάτοικοι είναι φιλικοί	2	8	17	38	38
Το Ηράκλειο έχει πολύ θόρυβο	0	4	18	56	25
Το Ηράκλειο είναι βρώμικο	1	2	22	74	4
Το Ηράκλειο είναι ακριβός προορισμός	2	2	19	39	41
Υπάρχουν πολλά εστιατόρια και καφέ	2	6	26	49	20
Υπάρχει ποικιλία τουριστικών αξιοθεάτων	1	4	24	44	30
Το Ηράκλειο έχει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά	1	7	17	36	42
Είναι εύκολο να περιηγηθείς μέσα στην πόλη	1	5	21	45	31
Το Ηράκλειο είναι εύκολα προσβάσιμος ως προορισμός	6	6	16	58	17
Το Ηράκλειο έχει καλό κλίμα	4	4	24	49	22
Το Ηράκλειο προσφέρεται για αγορές/ψώνια	5	3	19	56	20
Το Ηράκλειο έχει ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον	14	7	34	28	20
Υπάρχουν αρκετές προτάσεις εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων	1	5	27	46	24

Με βάση τα αποτελέσματα η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων έδωσε θετική απάντηση με το αν το Ηράκλειο είναι ένας οικογενειακός προορισμός, ενώ λίγοι είναι εκείνοι που διαφώνησαν ότι είναι ένα οικογενειακός προορισμός και τέλος το ένας διαφώνησε απόλυτα.

Στη συνέχεια οι περισσότεροι είναι θετικοί στην άποψη ότι οι ντόπιοι κάτοικοι είναι φιλικοί, 17 συμμετέχοντες ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 8 διαφωνούν και ένας διαφωνεί απόλυτα.

Ως θορυβώδη πόλη θεωρεί το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων το Ηράκλειο, ενώ 18 άτομα ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν και 4 διαφωνούν.

Ακόμη, οι περισσότεροι ερωτηθέντες βρίσκουν το Ηράκλειο βρώμικο, 22 ούτε συμφωνούν και ούτε διαφωνούν, 2 διαφωνούν και ένας διαφωνεί απόλυτα.

Ως ακριβό προορισμό βρίσκουν το Ηράκλειο οι περισσότεροι συμμετέχοντες, ενώ λίγοι είναι όσοι δεν το βρίσκουν ως ακριβό προορισμό.

Από τους ερωτηθέντες οι περισσότεροι έχουν θετική άποψη πως το Ηράκλειο ως πόλη έχει πολλά εστιατόρια και καφέ, ενώ λιγότεροι είναι όσοι δεν το πιστεύουν αυτό.

Σχετικά με τα τουριστικά αξιοθέατα που υπάρχουν οι περισσότεροι απάντησαν πως υπάρχει μια ποικιλία σε αυτά και 24 ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 4 διαφωνούν και ένας διαφωνεί απόλυτα.

Όσον αφορά το αν το Ηράκλειο διαθέτει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά οι περισσότεροι ερωτηθέντες συμφωνούν και ακολουθούν 17 που ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 7 διαφωνούν και ένας διαφωνεί απόλυτα.

Από τους συμμετέχοντες οι περισσότεροι ερωτηθέντες πιστεύουν πως είναι εύκολο να περιηγηθεί κανείς στην πόλη και λιγότεροι ότι αυτό δεν είναι τόσο εύκολο.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες θεωρούν πως το Ηράκλειο είναι εύκολα προσβάσιμο ως προορισμός ενώ λιγότεροι είναι όσοι δεν το θεωρούν εύκολα προσβάσιμο.

Σχετικά με το κλίμα που έχει το Ηράκλειο, οι περισσότεροι συμφωνούν πως έχει καλό κλίμα και 24 ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 4 διαφωνούν και 4 διαφωνούν απόλυτα.

Όσον αφορά αν το Ηράκλειο προσφέρεται για αγορές και ψώνια οι περισσότεροι συμμετέχοντες συμφωνούν και λιγότεροι ούτε συμφωνούν και διαφωνούν και ελάχιστοι διαφωνούν.

Το Ηράκλειο έχει ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον σχεδόν για τους μισούς ερωτηθέντες, ενώ οι υπόλοιποι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 7 διαφωνούν και 14 διαφωνούν απόλυτα.

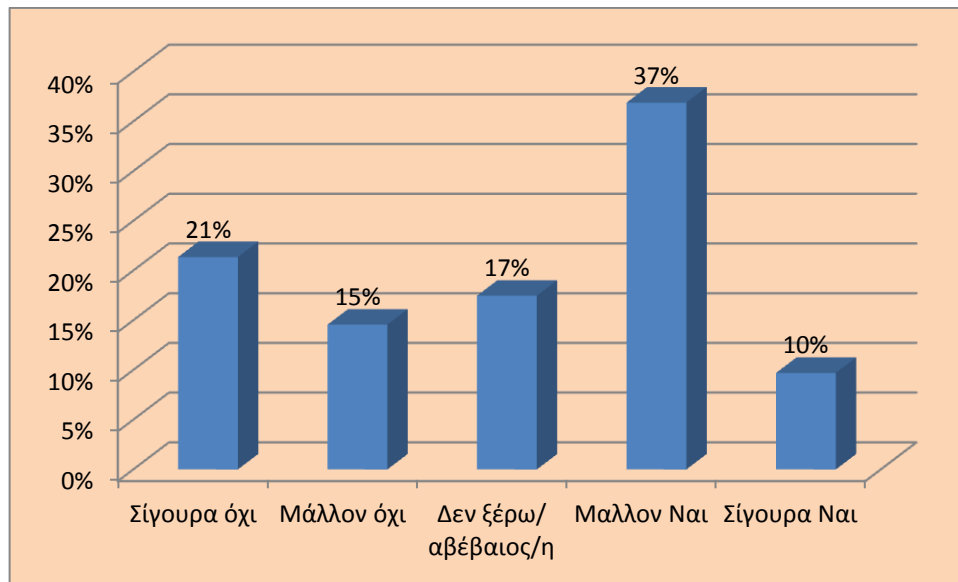
Τέλος, σχετικά με το αν υπάρχουν αρκετές προτάσεις εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα είχαν θετική άποψη, 27 ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν και ελάχιστοι είχαν αρνητική άποψη.

Διάγραμμα 14- Άποψη των επισκεπτών για το Ηράκλειο



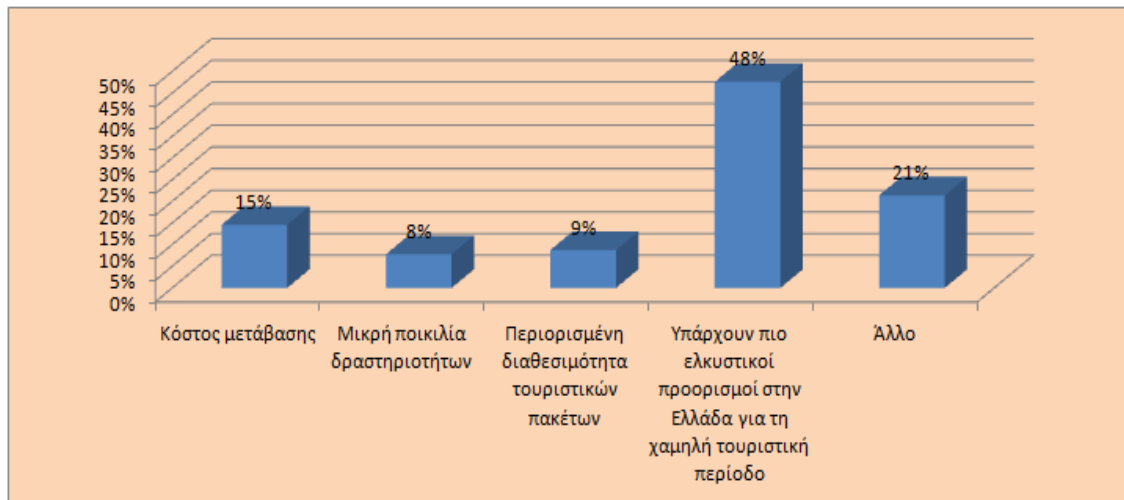
Οι ερωτηθέντες ρωτήθηκαν αν θα πραγματοποιούσαν κάποια επίσκεψη στο Ηράκλειο κατά τη χειμερινή περίοδο (Νοέμβριο- Μάρτιο) και οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν πως θα το επισκέπτονταν, ενώ οι υπόλοιποι πως δε θα το επισκεπτόταν καθόλου ή δεν το γνωρίζουν.

Διάγραμμα 15- Πρόθεση επίσκεψης κατά τη χειμερινή περίοδο



Όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους δε θα επέλεγαν οι συμμετέχοντες το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό κατά τη χειμερινή περίοδο, το 48% δήλωσε πως υπάρχουν πιο ελκυστικοί προορισμοί στην Ελλάδα κατά τη χειμερινή περίοδο, το 21% για κάποιο άλλο λόγο, το 15% λόγω του κόστους μετάβασης, το 8% λόγω της μικρής ποικιλίας δραστηριοτήτων και το 9% λόγω της περιορισμένης διαθεσιμότητας των τουριστικών πακέτων. Επομένως, συμπεραίνεται πως ως χειμερινό προορισμό οι περισσότεροι ερωτηθέντες θα προτιμούσαν κάποιο άλλο προορισμό και όχι το Ηράκλειο μιας και θεωρούν πως για το χειμώνα άλλοι προορισμοί είναι πιο ελκυστικοί.

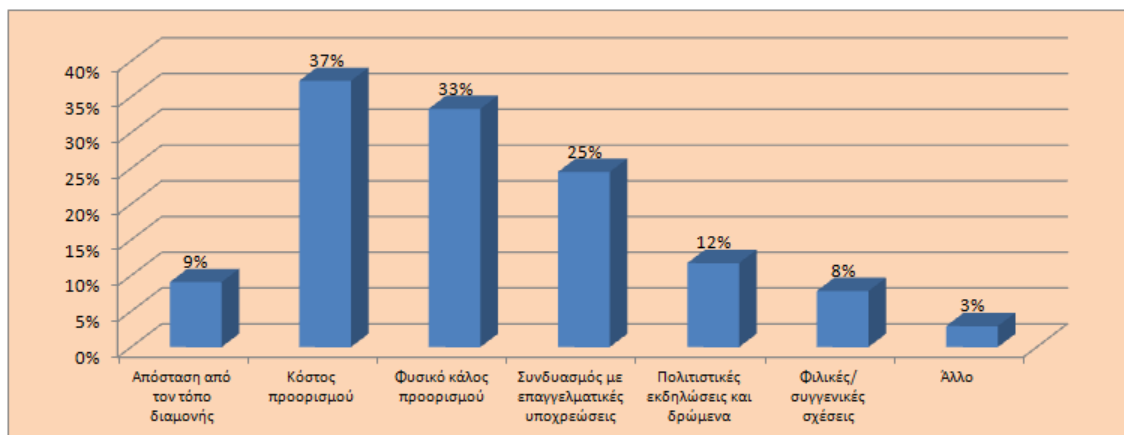
Διάγραμμα 16- Λόγοι μη επιλογής του Ηρακλείου ως τουριστικό προορισμό τη χειμερινή περίοδο



Κατόπιν, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να αναφέρουν ποιες τουριστικές δραστηριότητες, κατά την άποψή τους, θα αναδείκνυαν το Ηράκλειο ως ελκυστικό προορισμό κατά τη χειμερινή περίοδο.

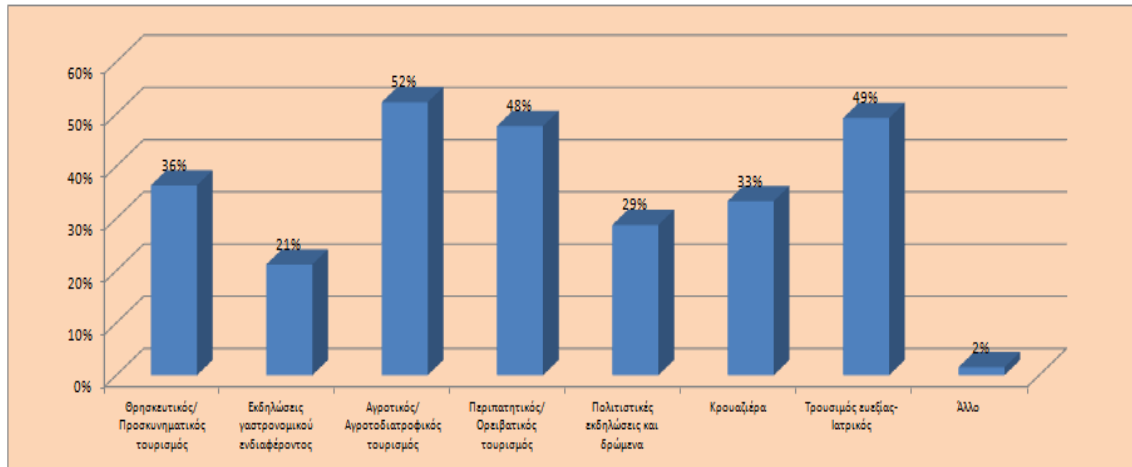
Από τις απαντήσεις που δόθηκαν το 37% θεωρεί ως πιο σημαντικό κριτήριο το κόστος του προορισμού, το 33% το φυσικό του κάλος, το 25% το συνδυασμό με τις επαγγελματικές υποχρεώσεις, το 12% τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα δρώμενα, το 9% την απόσταση από τον τόπο διαμονής, το 8% τις φιλικές/ συγγενικές σχέσεις και το 3% κάποιο άλλο κριτήριο.

Διάγραμμα 17- Κριτήρια επιλογής του Ηρακλείου ως χειμερινού προορισμού



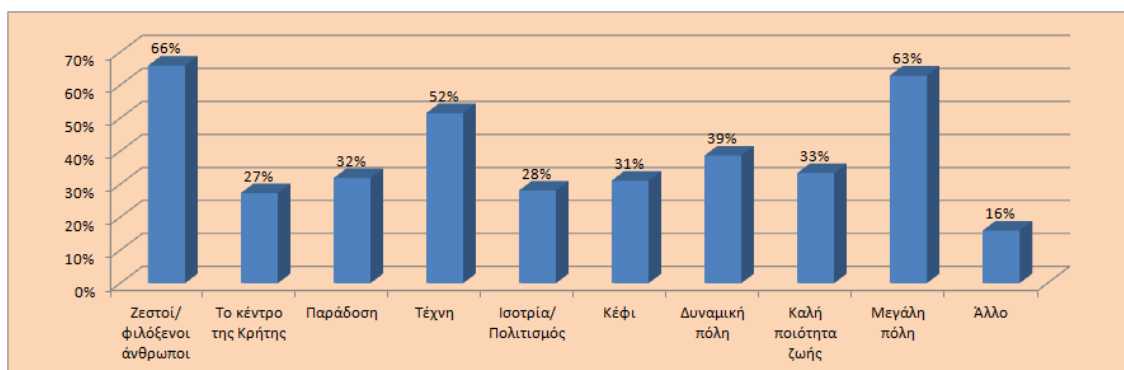
Ο αγροτικός- αγροτοδιατροφικός τουρισμός θεωρείται από τους περισσότερους (52%) ως είδος τουριστικής δραστηριότητας που θα τους προσέλκυε περισσότερο στο Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό. Ακολουθεί με 49% ο τουρισμός ευεξίας/ ιατρικός με 49%, με 48% ο περιπατητικός/ ορειβατικός τουρισμός, με 33% η κρουαζιέρα, με 36% ο θρησκευτικός/ προσκυνηματικός τουρισμός, με 29% ο τουρισμός για πολιτιστικές εκδηλώσεις και δρώμενα, με 21% ο τουρισμός για εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος και με 2% άλλα είδη τουρισμού. Επομένως, για να επιλεγθεί το Ηράκλειο ως χειμερινός τουριστικός προορισμός υπάρχουν διαφορετικά κριτήρια με πιο βασικό το κόστος του προορισμού, μιας και για τους Αθηναίους τουρίστες που επισκέπτονται το Ηράκλειο το κόστος του καραβιού είναι σημαντικό μέρος του συνολικού κόστους των διακοπών τους.

Διάγραμμα 18- Είδος τουριστικής δραστηριότητας που θα αναδείκνυε το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό



Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να απαντήσουν ποιες είναι οι λέξεις/ εκφράσεις που περιγράφουν πιο σωστά το χαρακτήρα της πόλης του Ηρακλείου το 66% απάντησε ότι οι κάτοικοι της πόλης του Ηρακλείου είναι ζεστοί και φιλόξενοι, το 63% ότι είναι μια μεγάλη πόλη, το 52% ότι η τέχνη ενισχύει την τουριστική δραστηριότητα της πόλης, το 39% το γεγονός ότι αποτελεί μια δυναμική πόλη, το 33% ότι το Ηράκλειο προσφέρει μια καλή ποιότητα ζωής, το 32% ότι η παράδοση μπορεί να προσελκύσει τουρίστες, το 28% για την ιστορία και τον πολιτισμό, το 27% επειδή το Ηράκλειο αποτελεί κέντρο της Κρήτης και το 16% για κάποιο άλλο λόγο. Επομένως, μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στο ότι υπάρχει φιλοξενία και ζεστασιά από τους κατοίκους του Ηρακλείου και λιγότερο ότι προσφέρει καλή ποιότητα ζωής και ότι αποτελεί το κέντρο της Κρήτης.

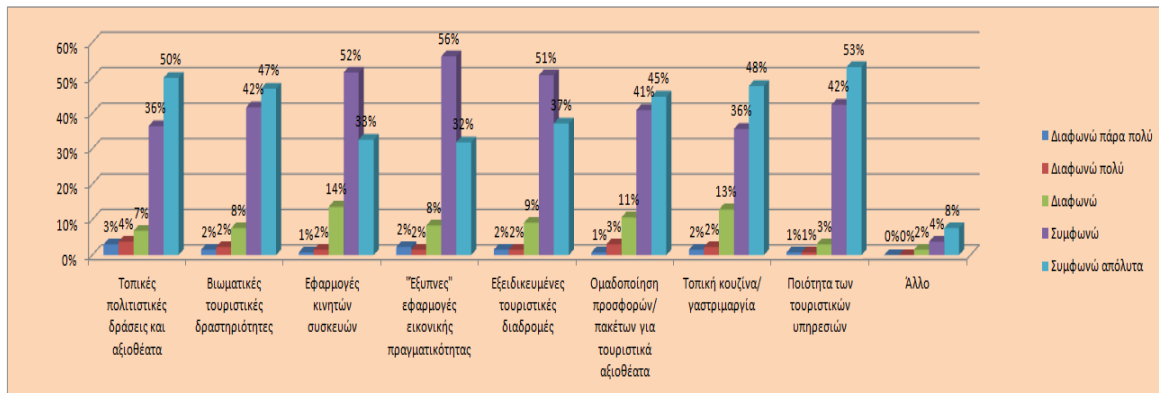
Διάγραμμα 19- Άποψη για το χαρακτήρα της πόλης του Ηρακλείου



Πίνακας 4- Άποψη των επισκεπτών για την ενίσχυση της τουριστικής ταυτότητας του Ηρακλείου

	Διαφωνώ πάρα πολύ	Διαφωνώ πολύ	Διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Τοπικές πολιτιστικές δράσεις και αξιοθέατα	3%	4%	7%	36%	50%
Βιωματικές τουριστικές δραστηριότητες	2%	2%	8%	42%	47%
Εφαρμογές κινητών συσκευών	1%	2%	14%	52%	33%
"Εξυπνες" εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας	2%	2%	8%	56%	32%
Εξειδικευμένες τουριστικές διαδρομές	2%	2%	9%	51%	37%
Ομαδοποίηση προσφορών/ πακέτων για τουριστικά αξιοθέατα	1%	3%	11%	41%	45%
Τοπική κουζίνα/ γαστρομαργία	2%	2%	13%	36%	48%
Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών	1%	1%	3%	42%	53%
Άλλο	0%	0%	2%	4%	8%

Διάγραμμα 20- Άποψη των επισκεπτών για την ενίσχυση της τουριστικής ταυτότητας του Ηρακλείου

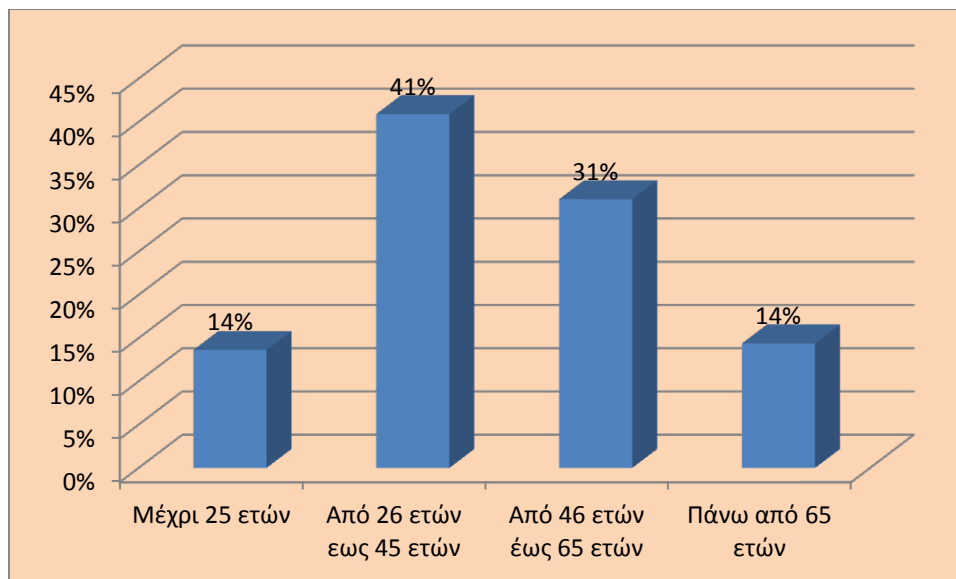


Από τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους συμμετέχοντες το 53% αναφέρει πως η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών ενισχύουν την τουριστική ταυτότητα του Ηρακλείου, το 50% συμφωνεί απόλυτα πως οι τοπικές και πολιτιστικές δράσεις και τα αξιοθέατα ενισχύουν την τουριστική ταυτότητα του Ηρακλείου, το 48% συμφωνεί απόλυτα με την τοπική κουζίνα/ γαστριμαργία, το 47% οι βιωματικές τουριστικές δραστηριότητες, το 33% με τις εφαρμογές των κινητών συσκευών, το 32% με τις «έξυπνες» εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας.

6.3. Δημογραφικά στοιχεία

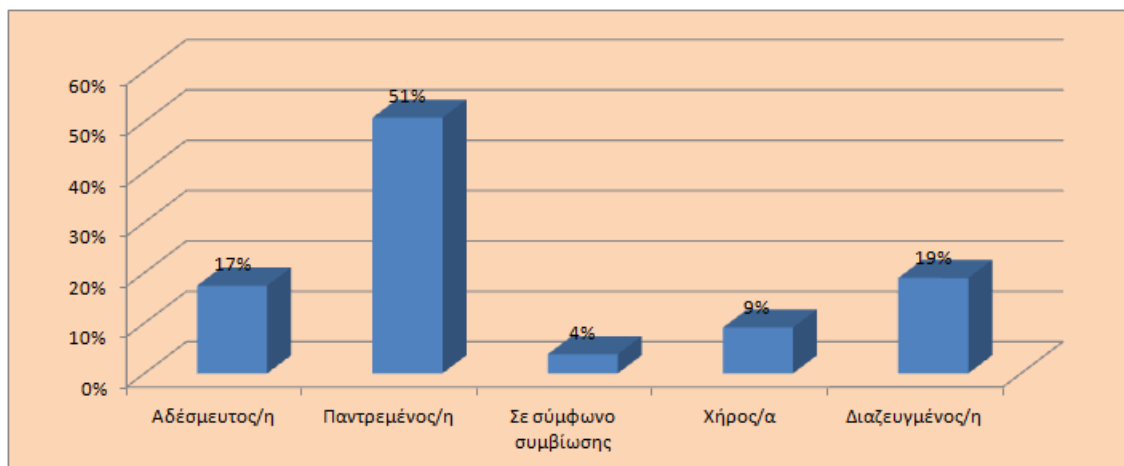
Όσον αφορά την ηλικία των ερωτηθέντων στην έρευνα, το 14% είναι έως 25 ετών, το 41% βρίσκεται μεταξύ 26 έως 45 ετών, το 31% είναι μεταξύ 46 έως 65 ετών και το 14% είναι πάνω από 65 ετών.

Διάγραμμα 21- Ηλικία ερωτηθέντων



Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων το 51% είναι παντρεμένοι, 19% είναι διαζευγμένοι, το 17% είναι αδέσμευτοι, το 9% είναι χήροι και το 4% έχει κάνει σύμφωνο συμβίωσης.

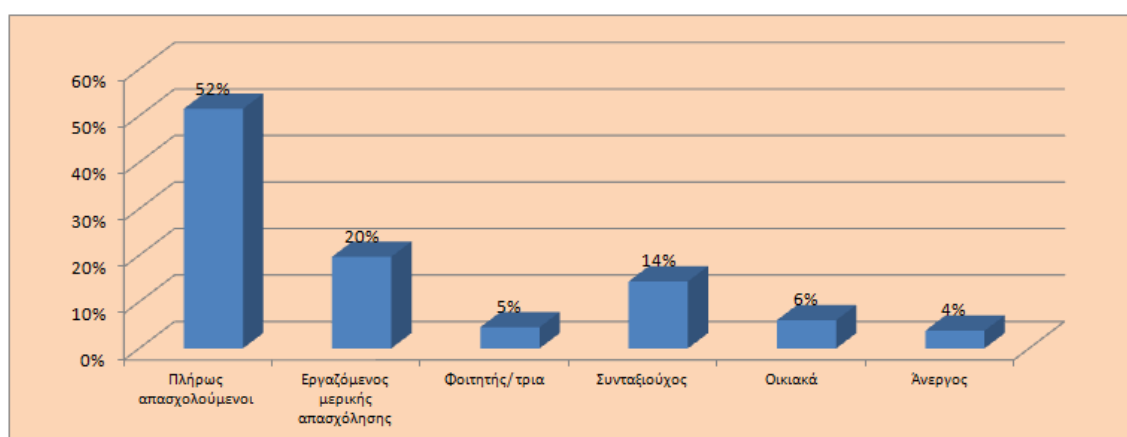
Διάγραμμα 22- Οικογενειακή κατάσταση



Σχετικά με το φύλο των ερωτηθέντων το 58% είναι άντρες και το 42% είναι γυναίκες.

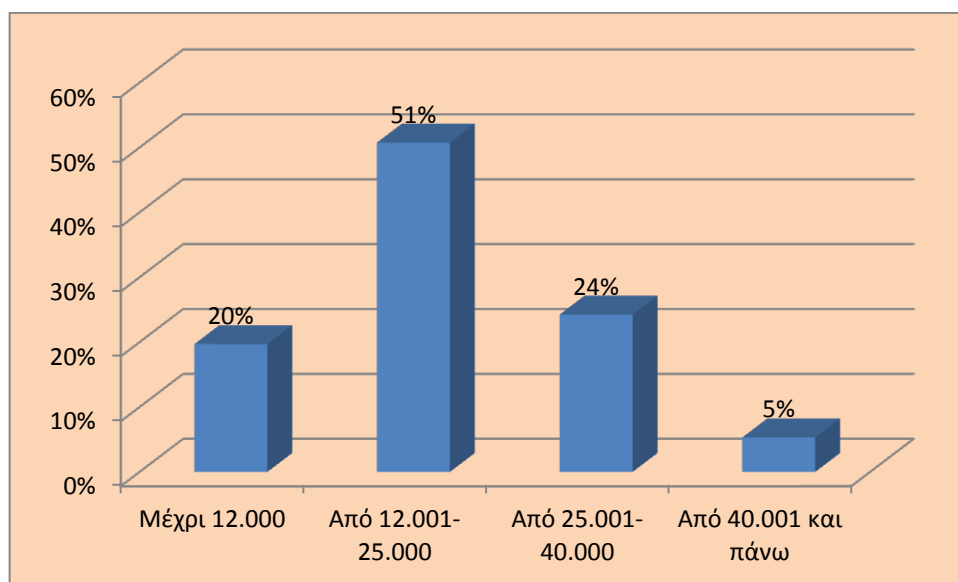
Όσον αφορά την απασχόληση των ερωτηθέντων το 52% είναι πλήρως απασχολούμενοι, το 20% είναι μερικής απασχόλησης, το 14% είναι συνταξιούχοι, το 6% ασχολείται με οικιακά, το 5% είναι φοιτητές/-τριες και το 4% είναι άνεργοι.

Διάγραμμα 23- Απασχόληση ερωτηθέντων



Η τελευταία ερώτηση αφορά το εισόδημα των ερωτηθέντων και πιο συγκεκριμένα το 51% έχει εισόδημα μεταξύ 12.001-25.000 ευρώ, το 24% έχει εισόδημα 25.001-40.000 ευρώ και το 8% έχει εισόδημα έως 12.000 ευρώ.

Διάγραμμα 24- Απασχόληση ερωτηθέντων



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7.1 Συμπεράσματα

Στην παρούσα μελέτη έγινε έρευνα σχετικά με την άποψη των κατοίκων των Αθηνών για την πόλη του Ηρακλείου ως τουριστικού προορισμού και την εμπειρία που έχουν έχω σήμερα αλλά και την πληροφόρηση από την πόλη του Ηρακλείου. Ο σκοπός είναι να διαμορφωθούν προτάσεις που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της πόλης του Ηρακλείου ως τουριστικός προορισμός.

Το βασικό προφίλ των Αθηναίων τουριστών στην πόλη του Ηρακλείου προσδιορίζεται από το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή και επαγγελματική τους κατάσταση και το εισόδημα που έχουν ετησίως. Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες ταξιδεύουν μια φορά και έπειτα δυο φορές το χρόνο. Όσον αφορά τους παράγοντες που θεωρούν ως σημαντικούς για την επιλογή τουριστικού προορισμού οι περισσότεροι θεωρούν τους οικονομικούς λόγους και την εμπειρία από προηγούμενη επίσκεψη.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες βρίσκουν πληροφορίες από τις διαδικτυακές τουριστικές πύλες και τις ενημερωτικές πύλες προορισμού για να επιλέξουν τον προορισμό που θα επισκεφθούν στις διακοπές τους καθώς και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ακολουθούν τα ταξιδιωτικά γραφεία και η οικογένεια και οι φίλοι.

Στην πορεία της έρευνας γίνεται καταγραφή της άποψης των συμμετεχόντων από την εμπειρία επίσκεψης τους στην πόλη του Ηρακλείου. Πιο συγκεκριμένα, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν την εμπειρία τους από τις

επισκέψεις τους στο Ηράκλειο και το 55% θα σύστηνε το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό για τις διακοπές του.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δεν έχουν επισκεφθεί την ενδοχώρα αλλά όσοι την έχουν επισκεφθεί έχουν πάει σε περισσότερα από ένα χωριά στη γύρω περιοχή. Σχετικά με την πόλη του Ηρακλείου ένα σημαντικό ποσοστό ερωτηθέντων θεωρεί πως έχει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, μπορεί κανείς να το περιηγηθεί εύκολα μέσα στην πόλη, είναι σχετικά εύκολος προσβάσιμος ως προορισμός, έχει ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον και διαθέτει πολλά εστιατόρια και καφέ.

Ωστόσο, οι περισσότεροι (48%) δε θα επέλεγαν το Ηράκλειο τη χειμερινή περίοδο ως τουριστικό προορισμό καθώς θεωρούν πως υπάρχουν άλλοι πιο ελκυστικοί προορισμοί στην Ελλάδα για τη χειμερινή περίοδο. Το κόστος προορισμού και το φυσικό κάλος του προορισμού είναι δυο σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον τόπο τουριστικού προορισμού των τουριστών.

Οι ερωτηθέντες θεωρούν πως αν αναπτυχθεί ο αγροτικός/ αγροτοδιατροφικός τουρισμός, ο περιπατητικός / ορειβατικός τουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας/ ιατρικός τουρισμός, το Ηράκλειο θα μπορούσε να τραβήξει περισσότερους τουρίστες. Ακόμη, οι τοπικές πολιτιστικές δράσεις και τα αξιοθέατα, οι εφαρμογές κινητών συσκευών, οι «έξυπνες» εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας, καθώς και η ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών θα βοηθήσουν το Ηράκλειο αν αναπτυχθεί περαιτέρω ως τουριστικός προορισμός.

Όσον αφορά το Ηράκλειο ως πόλη τουριστικού προορισμού οι περισσότεροι θεωρούν πως οι κάτοικοι του Ηρακλείου είναι ζεστοί/ φιλόξενοι άνθρωποι, προωθεί την τέχνη και είναι μια μεγάλη πόλη, η οποία είναι το κέντρο της Κρήτης και έχει μεγάλη ιστορία.

7.2. Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Οι κάτοικοι των Αθηνών έχουν γενικά θετική άποψη για το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό. Ωστόσο, μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να γίνει αναφορικά με τις κατηγορίες των τουριστικών δραστηριοτήτων που θα αναδείκνυαν ως πιο ελκυστικό τουριστικό προορισμό το Ηράκλειο. Ακόμη, θα μπορούσε να μελετηθεί κατά πόσο η τεχνολογία θα μπορούσε να ενισχύσει την προώθηση της τουριστικής ταυτότητας του Ηρακλείου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Ανδριώτης, Κ. (2005). *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη
2. Βαρβαρέσος, Στ., (2005). *Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές*, Αθήνα: Εκδόσεις Σάκουλα
3. Ηγουμενάκης, Ν.Γ. (2000). *Τουρισμός και Ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
4. Κολτσιδόπουλος, Γ. (2005). *Τουρισμός, θεωρητική προσέγγιση*, Αθήνα: εκδόσεις Έλλην
5. Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
6. Λαγός, Δ. (2005). *Τουριστική οικονομική*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική
7. Μάλλιαρης, Π. (2008). *Αρχές μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks
8. Μπούχαλης, Δ., (2001). Τουρισμός στην Ελλάδα: Στρατηγική Ανάλυση και προκλήσεις, *Τρέχοντα θέματα στον τουρισμό*, 4(5), σ. 440-480
9. Πατσουράτης, Β. (2002). *Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

ΞΕΝΗ

1. Carrera, P. M., Bridges, F. P. (2006). Globalization and healthcare: Understanding health care and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research*, 6, 447-454.

2. Hall, M., Zeppel, H. (1990). Cultural and heritage tourism: The new grand tour?. *Historic Environment*, 7(3&4), 86-98.
3. Holden, A. (2006). *Tourism studies and the social sciences*. Abingdon; Routledge
4. McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, 5th ed. John Wiley & Sons, New York.
5. Mathieson, A., Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.
6. McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, 5th ed. John Wiley & Sons, New York.

ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR-Heraklion-history.html>

<http://www.destinationcrete.gr/el/irakleio-history-city>

<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/μουσεία-και-συλλογές/αρχαιολογικά-μουσεία-και-συλλογές/αρχαιολογικό-μουσείο-ηρακλείου>

<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/αρχαιολογικοί-χώροι/η-μινωική-εποχή-στην-κρήτη/μινωικό-ανάκτορο-κνωσού>

<https://www.cretanbeaches.com/el/ιστορία-της-κρήτης/φρούρια-και-κάστρα-στην-κρήτη/ενετικό-φρούριο-κούλες-στο-λιμάνι-του-ηρακλείου>

<https://www.cretanbeaches.com/el/πόλεις-της-κρήτης/πόλη-ηρακλείου/θρησκευτικά-μνημεία-ηρακλείου/μητροπολιτικός-ναός-αγίου-μηνά>

<https://www.cretanbeaches.com/el/πόλεις-της-κρήτης/πόλη-ηρακλείου/θρησκευτικά-μνημεία-ηρακλείου/ναός-αγίου-τίτου>

<http://www.explorecrete.com/Heraklion/GR12-Heraklion-loggia.html>

<https://cretazine.com/heraklion/city-guide/what-to-see/item/79-vassiliki-agiou-markou>

<http://iakm.gr/agia/Page?name=index&lang=gr>

<https://www.heraklion.gr/visitor/visual-arts/visual-arts.html>

<https://www.heraklion.gr/ourplace/battle-of-crete/battle-of-crete.html>

<https://www.historical-museum.gr/gr/museum/view/museum-history>

www.gnto.gov.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – Ερωτηματολόγιο

Το Ηράκλειο ως Τουριστικός Προορισμός

Ποιος είναι ο Σκοπός της Έρευνας

Η παρούσα έρευνα εστιάζει στην ανάπτυξη μιας μοναδικής ταυτότητας προορισμού για το δήμο Ηρακλείου. Θα θέλαμε τη γνώμη σας για το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό, από τη μέχρι τώρα εμπειρία σας ή άποψη που έχετε σχηματίσει για την πόλη ακόμα κι αν δεν την έχετε επισκεφθεί προσωπικά, με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη του Ηρακλείου ως τουριστικού προορισμού προκειμένου οι επισκέπτες μας να αποκομίζουν μια αξέχαστη εμπειρία από την παραμονή τους στην περιοχή.

Σημείωση: Ο σκοπός της έρευνας είναι καθαρά ακαδημαϊκός. Οι απαντήσεις σας θα αντιμετωπιστούν με εμπιστευτικότητα και σε καμία περίπτωση δεν θα χρησιμοποιηθούν για εμπορικούς σκοπούς ή με την πρόθεση να δημιουργήσουν κέρδος οι συντάκτες της έρευνας.

Ποιος πραγματοποιεί την έρευνα;

Η παρούσα έρευνα γίνεται στα πλαίσια εκπόνησης πτυχιακής εργασίας και αποτελεί μέρος ευρύτερης έρευνας που διεξάγεται από το Εργαστήριο Τουρισμού και Επιχειρηματικότητας (Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης) και υποστηρίζεται οικονομικά από το Δήμο Ηρακλείου. Εάν επιθυμείτε να μάθετε περισσότερα για την παρούσα έρευνα, παρακαλούμε να απευθύνετε οποιαδήποτε ερώτηση στον Δρ. Αλέξανδρο Αποστολάκη (aapostolakis@staff.teicrete.gr).

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας σε αυτή την έρευνα. Η συνεργασία σας είναι πολύτιμη για την ολοκλήρωση αυτής της έρευνας.

Οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν ανώνυμες και εμπιστευτικές



Ενότητα 1η: Γενικά για τις Ταξιδιωτικές σας Συνήθειες

1. Παρακαλώ αναφέρετε πόσο φορές περίπου ταξιδεύετε για διακοπές κάθε χρόνο; (✓ 1 επιλογή μόνο)

- a. Μία φορά b. Δύο φορές c. Μέχρι 3 φορές d. Από 4 φορές και πάνω e. Καμία

2. Γενικά, πόσο επηρεάζουν οι παρακάτω παράγοντες την επιλογή του τουριστικού σας προορισμού (1 είναι 'Καθόλου Σημαντικό', 5 είναι 'Εξαιρετικά Σημαντικό')

	①	②	③	④	⑤
a. Εμπειρία από προηγούμενη επίσκεψη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Απόψεις φίλων και συγγενών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Οικονομικοί λόγοι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Ασφάλεια προορισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Κλίμα / Φυσικό περιβάλλον προορισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Η πολιτιστική κληρονομιά του προορισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Διαφήμιση (ηλεκτρονική και έντυπη)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Ευκολία / προσβασιμότητα στο προορισμό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Ηλεκτρονικές αναφορές από άλλους τουρίστες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Άλλο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2a. Παρακαλώ επισημάνετε το ΠΙΟ σημαντικό παράγοντα επιλογής τουριστικού προορισμού (✓ 1 επιλογή μόνο)

↓

3. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις παρακάτω πηγές πληροφοριών όταν επιλέγετε ένα τουριστικό προορισμό; (1 = "Καθόλου", 5 = "Πολύ Συχνά")

	①	②	③	④	⑤
a. Ηλεκτρονικές μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Διαδικτυακές τουριστικές πύλες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Ενημερωτικές πύλες του προορισμού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ., facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Ταξιδιωτικά γραφεία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Οικογένεια και φίλοι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Έντυπη διαφήμιση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Τηλεόραση - ραδιόφωνο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Άλλο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3a. Παρακαλώ αναφέρετε την ΠΙΟ σημαντική πηγή πληροφορίας όταν επιλέγετε τουριστικό προορισμό (✓ 1 επιλογή μόνο)

↓

Ενότητα 2^η: Η προσωπική σας άποψη για το Ηράκλειο

4. Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί το Ηράκλειο τα τελευταία 5 χρόνια

- a. Ναι μια φορά
- b. Ναι, περισσότερες από μια φορές
- c. Όχι, Δεν το έχω επισκεφθεί κατά την τελευταία 5ετία

} Αν ναι προχωρήστε
στην επόμενη ερώτηση
 προχωρήστε στην ερώτηση 14

5. Ποιος από τους παρακάτω είναι ο κύριος λόγος των επισκέψεών σας στο Ηράκλειο τα τελευταία 5 χρόνια;

- a. Οικογενειακοί λόγοι
- b. Διακοπές / Αναψυχή
- c. Επαγγελματικοί λόγοι
- d. Άλλο.....

6. Σε περιπτώσεις διανυκτέρευσης στο Ηράκλειο, συνήθως μένετε σε:

- a. Ξενοδοχειακό κατάλυμα
- b. Συγγενικό / φιλικό σπίτι
- c. Μισθωμένη (μη τουριστική) κατοικία

7. Σε ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες έχετε συμμετάσχει κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στο Ηράκλειο (τα τελευταία πέντε χρόνια); (πολλαπλές επιλογές)

- a. Αγορές
- b. Περιήγηση στο ιστορικό κέντρο
- c. Συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις
- d. Συμμετοχή σε οργανωμένη εκδρομή στην περιοχή
- e. Βόλτα / καφέ / φαγητό
- f. Περιήγηση στο παραλιακό μέτωπο
- g. Επισκέψεις σε τουριστικά αξιοθέατα
- h. Άλλο.....

8. Ποια από τα παρακάτω αξιοθέατα έχετε επισκεφθεί στο Ηράκλειο τα τελευταία πέντε χρόνια; (πολλαπλές επιλογές)

- a. Το Παλάτι της Κνωσού
- b. Το Ενετικό Κάστρο στο λιμάνι
- c. Το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου
- d. Το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας
- e. Τη Λότζια (Δημαρχείο)
- f. Το Ιστορικό Μουσείο Ηρακλείου
- g. Την Εκκλησία του Αγίου Μηνά
- h. Τα Ενετικά Τείχη
- i. Τη Βασιλική του Αγίου Μάρκου
- j. Τον Άγιο Τίτο
- k. Άλλο.....

9. Με 1 να είναι η μικρότερη βαθμολογία και 10 να είναι η υψηλότερη, παρακαλώ αξιολογήστε την μέχρι σήμερα εμπειρία σας από τις επισκέψεις σας στο Ηράκλειο (✓ 1 επιλογή μόνο)

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

10. Θα προτείνατε το Ηράκλειο ως τουριστικό προορισμό σε άλλους; (✓ 1 επιλογή μόνο)

- a. Σίγουρα Όχι b. Μάλλον Όχι c. Δεν ξέρω / Αβέβαιος/η d. Μάλλον Ναι e. Σίγουρα Ναι

11. Κατά τη διάρκεια παραμονής σας στο Ηράκλειο, επισκεφτήκατε την ενδοχώρα (χωρία του Δήμου Ηρακλείου);
 Ναι [παρακαλώ προχωρήστε στην επόμενη ερώτηση] b Όχι [παρακαλώ προχωρήστε στην ερώτηση 14]

12. Ποια από τα παρακάτω χωριά επισκεφτήκατε κατά τη διάρκεια παραμονής σας στο Ηράκλειο; (πολλαπλές επιλογές)

a. Βενεράτο	<input type="checkbox"/>	f. Βασιλειές	<input type="checkbox"/>
b. Σκαλάνι - Μυρτιά	<input type="checkbox"/>	g. Βούτες	<input type="checkbox"/>
c. Σίβα (η)	<input type="checkbox"/>	h. Άγιο Μύρωνα	<input type="checkbox"/>
d. Πετροκέφαλο	<input type="checkbox"/>	i. Προφήτης Ηλίας	<input type="checkbox"/>
e. Ασίτες (άνω & κάτω)	<input type="checkbox"/>	j. Άλλο.....	<input type="checkbox"/>

13. Θα προτείνατε μια επίσκεψη στην ενδοχώρα σε άλλους;
 a. Σίγουρα Όχι b. Μάλλον Όχι c. Δεν ξέρω / Αβέβαιος/η d. Μάλλον Ναι Σίγουρα Ναι

14. Παρακαλώ αναφέρετε πόσο συμφωνείτε, ή διαφωνείτε με τα παρακάτω:

	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα
a. Το Ηράκλειο είναι ένας οικογενειακός προορισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Οι ντόπιοι κάτοικοι είναι φιλικοί	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Το Ηράκλειο έχει πολύ θόρυβο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Το Ηράκλειο είναι βρώμικο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Το Ηράκλειο είναι ακριβός προορισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Υπάρχουν πολλά εστιατόρια και καφέ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Υπάρχει ποικιλία τουριστικών αξιοθέατων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Το Ηράκλειο έχει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Είναι εύκολο να περιηγηθείς μέσα στη πόλη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Το Ηράκλειο είναι εύκολα προσβάσιμος ως προορισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Το Ηράκλειο έχει καλό κλίμα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Το Ηράκλειο προσφέρεται για αγορές/ψώνια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Το Ηράκλειο έχει ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Υπάρχουν αρκετές προτάσεις εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Θα επισκεπτόσασταν το Ηράκλειο για τουριστικούς λόγους, κατά τη χειμερινή περίοδο (Νοέμβριο – Μάρτιο); (✓1 επιλογή μόνο)

a. Σίγουρα Όχι	<input type="checkbox"/>	} <i>Εάν Όχι, Μάλλον Όχι, ή Δεν Ξέρω προχωρήστε στην επόμενη ερώτηση</i>
b. Μάλλον Όχι	<input type="checkbox"/>	
c. Δεν ξέρω / Αβέβαιος/η	<input type="checkbox"/>	
d. Μάλλον Ναι	<input type="checkbox"/>	} <i>Διαφορετικά, προχωρήστε στην ερώτηση 17</i>
e. Σίγουρα Ναι	<input type="checkbox"/>	

16. Για ποιο λόγο ΔΕΝ θα επιλέγατε να επισκεφτείτε το Ηράκλειο κατά τη χειμερινή περίοδο

a. Κόστος μετάβασης	<input type="checkbox"/>
b. Μικρή ποικιλία δραστηριοτήτων	<input type="checkbox"/>
c. Περιορισμένη διαθεσιμότητα τουριστικών πακέτων	<input type="checkbox"/>
d. Υπάρχουν πιο ελκυστικοί προορισμοί στην Ελλάδα για τη χαμηλή τουριστική περίοδο	<input type="checkbox"/>
e. Άλλο.....	<input type="checkbox"/>

17. Με ποια κριτήρια επιλέγετε τουριστικό προορισμό για τη χειμερινή περίοδο (Νοέμβριο – Μάρτιο);

a. Απόσταση από τον τόπο διαμονής	<input type="checkbox"/>	e. Πολιτιστικές εκδηλώσεις και δρώμενα	<input type="checkbox"/>
b. Κόστος προορισμού	<input type="checkbox"/>	f. Φιλικές / συγγενικές σχέσεις	<input type="checkbox"/>
c. Φυσικό κάλλος προορισμού	<input type="checkbox"/>	g. Άλλο.....	<input type="checkbox"/>
d. Συνδυασμός με επαγγελματικές υποχρεώσεις	<input type="checkbox"/>		

18. Τι είδους τουριστική δραστηριότητα θεωρείτε ότι θα αναδείκνυε το Ηράκλειο σε ελκυστικό προορισμό κατά τη χειμερινή περίοδο (Νοέμβριο – Μάρτιο);

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| a. Θρησκευτικός/Προσκυνηματικός τουρισμός | <input type="checkbox"/> | e. Πολιτιστικές εκδηλώσεις και δρώμενα | <input type="checkbox"/> |
| b. Εκδηλώσεις γαστρονομικού ενδιαφέροντος | <input type="checkbox"/> | f. Κρουαζιέρα | <input type="checkbox"/> |
| c. Αγροτικός/αγροτοδιατροφικός τουρισμός | <input type="checkbox"/> | g. Τουρισμός Ευεξίας – Ιατρικός | <input type="checkbox"/> |
| d. Περιπατητικός/Όρειβατικός Τουρισμός | <input type="checkbox"/> | h. Άλλο..... | |

19. Κατά τη γνώμη σας, ποια από τις παρακάτω λέξεις/εκφράσεις περιγράφει πιο σωστά το χαρακτήρα της πόλης του Ηρακλείου; (✓ πολλαπλές επιλογές)

- | | | | |
|------------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| a. Ζεστοί/Φιλόξενοι Άνθρωποι | <input type="checkbox"/> | f. Κέφι | <input type="checkbox"/> |
| b. Το κέντρο της Κρήτης | <input type="checkbox"/> | g. Δυναμική πόλη | <input type="checkbox"/> |
| c. Παράδοση | <input type="checkbox"/> | h. Καλή ποιότητα ζωής | <input type="checkbox"/> |
| d. Τέχνη | <input type="checkbox"/> | i. Μεγάλη πόλη | <input type="checkbox"/> |
| e. Ιστορία/Πολιτισμός | <input type="checkbox"/> | j. Άλλο..... | <input type="checkbox"/> |

20. Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε ότι θα ενίσχυε συνολικά την τουριστική ταυτότητα μιας πόλης όπως το Ηράκλειο; 1 = Διαφωνώ Πάρα Πολύ 5 = Συμφωνώ Απόλυτα

- | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Τοπικές πολιτιστικές δράσεις & αξιοθέατα | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Βιωματικές τουριστικές δραστηριότητες | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Εφαρμογές κινητών συσκευών (mobile apps) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. «Έξυπνες» εφαρμογές εικονικής πραγματικότητας | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e. Εξειδικευμένες τουριστικές διαδρομές | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f. Ομαδοποίηση προσφορών/ πακέτων για τουριστικά αξιοθέατα | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h. Τοπική κουζίνα / γαστρομαργαία | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i. Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j. Άλλο..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

20a. Παρακαλώ επιλέξτε το ΠΙΟ σημαντικό χαρακτηριστικό (✓1 επιλογή μόνο)

↓

Ενότητα 3^η: Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

21. Παρακαλώ αναφέρετε την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκετε (✓1 επιλογή μόνο)

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| a. Μέχρι 25 ετών | <input type="checkbox"/> |
| b. Από 26 έως 45 ετών | <input type="checkbox"/> |
| c. Από 46 έως 65 ετών | <input type="checkbox"/> |
| d. Πάνω από 65 ετών | <input type="checkbox"/> |

22. Παρακαλώ αναφέρετε την οικογενειακή σας κατάσταση (✓1 επιλογή μόνο)

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| a. Αδέσμευτος/η | <input type="checkbox"/> |
| b. Παντρεμένος/η | <input type="checkbox"/> |
| c. Σε σύμφωνο συμβίωσης | <input type="checkbox"/> |
| d. Χήρος/α | <input type="checkbox"/> |
| e. Διαζευγμένος/η | <input type="checkbox"/> |
| f. Άλλο..... | <input type="checkbox"/> |

23. Είστε:

- | | |
|------------|--------------------------|
| a. Άνδρας | <input type="checkbox"/> |
| b. Γυναίκα | <input type="checkbox"/> |

24. Παρακαλώ αναφέρετε την επαγγελματική σας κατάσταση (✓1 επιλογή μόνο)

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| a. Πλήρως απασχολούμενοι | <input type="checkbox"/> |
| b. Εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης | <input type="checkbox"/> |
| c. Φοιτητής / τρια | <input type="checkbox"/> |
| d. Συνταξιούχος | <input type="checkbox"/> |
| e. Οικιακά | <input type="checkbox"/> |
| f. Άνεργος | <input type="checkbox"/> |

25. Μπορείτε παρακαλώ να αναφέρετε το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα; (✓1 επιλογή μόνο)

- | |
|---------------------------|
| a. Μέχρι 12,000 € |
| b. Από 12,001€ – 25,000 € |
| c. Από 25,001€ – 40,000 € |
| d. Από 40,001 € και πάνω |