



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ~ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή εργασία με θέμα:

**Προγράμματα ειδικού & εναλλακτικού
τουρισμού στην Κρήτη. Υφιστάμενο μοντέλο
τουριστικής ανάπτυξης και εκτίμηση της
προοπτικής ανάπτυξης των προγραμμάτων
αυτών.**



*Επιβλέπουσα εκπαιδευτικός: Κα. Γεωργοπούλου Γεωργία
Σπουδαστής: Κουτελιδάκης Κωνσταντίνος*

ΠΑΤΡΑ 2010

Προγράμματα ειδικού και
εναλλακτικού τουρισμού στην
Κρήτη.

Πάτρα 2010

Αγαπητοί αναγνώστες,

Βρίσκομαι στην ευτυχή θέση να κρατάτε στα χέρια σας το καρπό μιας προσπάθειας μηνών που σηματοδοτεί το τέλος του πρώτου βήματος της ακαδημαϊκής μου πορείας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και ταυτόχρονα αποτελεί ίσως το έναυσμα της ουσιαστικής μου ενασχόλησης με τον τουρισμό.

Μεγάλες ευχαριστίες οφείλω να δώσω στην καθηγήτρια μου κυρία Γ. Γεωργοπούλου που από την αρχή έδωσε τις σωστές βάσεις σ' αυτήν την εργασία και στη συνέχεια προσέφερε τις πολύτιμες γνώσεις της χωρίς να δημιουργηθεί ούτε για μια στιγμή το παραμικρό εμπόδιο στη συνεργασία μας. Νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω και όλους τους καθηγητές μου, που καθένας ξεχωριστά συνέβαλε στο να αποκτήσω τις απαραίτητες γνώσεις για να ολοκληρωθεί η πτυχιακή μου εργασία.

Ελπίζω μέσα από την ανάγνωση του συγκεκριμένου συγγράμματος να βγουν τα προσδοκώμενα συμπεράσματα για το θέμα που αναλύεται και να εκπληρωθεί έτσι ο σκοπός του.

Σας ευχαριστώ πολύ.

Ο σπουδαστής
Κωνσταντίνος Γ. Κουτελιδάκης

Περιεχόμενα

	σελ
Κεφάλαιο 1 - Εισαγωγή	6
1.1 Ιστορική αναδρομή του τουριστικού κλάδου	7
1.2 Αναφορά στο μαζικό	10
1.2.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα μαζικού τουρισμού	10
1.2.2 Ανάγκη αποστασιοποίησης από το μαζικό τουρισμό	15
Κεφάλαιο 2 – Ο τουρισμός ως αναπτυξιακός κλάδος και η εμπλοκή του στον οικονομικό ιστό της Ελλάδας	18
2.1 Η σπουδαιότητα του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία	19
2.2 Τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα	20
2.3 Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2000-2009	22
2.3.1 Συμμετοχή στο ΑΕΠ της Ελλάδας	22
2.3.2 Τουρισμός και απασχόληση	23
2.3.3 Έσοδα από τον τουρισμό, αφίξεις αλλοδαπών και μέση κατά κεφαλήν δαπάνη	25
2.3.4 Οι κυριότερες αγορές προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού	26
2.4 Διαρθρωτικά προβλήματα του κλάδου	27
Κεφάλαιο 3 – Ειδικός – Εναλλακτικός τουρισμός	34
3.1 Ορισμός ειδικού – εναλλακτικού τουρισμού	35
3.2 Είδη ειδικού – εναλλακτικού τουρισμού	37
3.2.1 Αγροτουρισμός	37
3.2.2 Θεραπευτικός τουρισμός / Τουρισμός υγείας	39
3.2.3 Συνεδριακός τουρισμός	41
3.2.4 Θρησκευτικός τουρισμός	42
3.2.5 Οικοτουρισμός – Ήπιος τουρισμός	45
3.2.6 Γεωτουρισμός	49
3.2.7 Τουρισμός περιπέτειας	49
3.2.8 Αθλητικός τουρισμός	50
3.2.9 Πολιτιστικός τουρισμός	51
3.2.10 Αρχαιολογικός τουρισμός	51
3.2.11 Θαλάσσιος τουρισμός	52
3.3 Βασικές διαφοροποιήσεις μαζικού – εναλλακτικού τουρισμού	55
3.4 Αειφορία – Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη	67
3.4.1 Ανάγκη για ήπια μορφή τουρισμού	64
3.4.2 Οι πολιτικές της ευρωπαϊκής ένωσης και το νομοθετικό πλαίσιο της Ελλάδας	66

	σελ
Κεφάλαιο 4 – Εναλλακτικός τουρισμός στην Κρήτη	71
4.1 Η Κρήτη ως ένας ιδιαίτερος τουριστικός προορισμός	72
4.1.1 Στοιχεία που χαρακτηρίζουν το κρητικό τουριστικό προϊόν	72
4.1.2 S.W.O.T. analysis	75
4.2 Πλαίσιο ανάπτυξης	85
4.2.1 Ρυθμίσεις – Νόμοι	85
4.2.2 Υποδομές	90
4.2.3 Ανωδομές	99
4.3 Καθοριστικοί παράγοντες που επιβάλλουν τη στροφή στον ήπιο τουρισμό	101
4.3.1 Ανάγκη για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου	101
4.3.2 Προστασία του περιβάλλοντος – Αειφόρος ανάπτυξη	102
4.3.3 Έντονη ανάγκη του ανθρώπου για επαφή με τη φύση	102
4.3.4 Διατήρηση πολιτιστικών στοιχείων τοπικού χαρακτήρα	102
4.3.5 Ενίσχυση των απομακρυσμένων - αγροτικών περιοχών	103
4.4 Τοπικοί φορείς τουριστικού ενδιαφέροντος στο νησί της Κρήτης	103
Κεφάλαιο 5 - Έρευνα	107
5.1 Υφιστάμενες μονάδες εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη	108
5.2 Ερωτηματολόγιο	117
Συμπεράσματα -Προτάσεις	136
Παράρτημα	140
Όμιλος Grecotel – Ένα μεγάλο κεφάλαιο στον κρητικό τουρισμό, μια οικολογική συνείδηση που πρέπει να καθιερωθεί ως πρότυπο	141
Βιβλιογραφία	144

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Ιστορική αναδρομή του τουρισμού

Πρόδρομοι του σημερινού τουρισμού είναι τα ταξίδια που έκανε ο άνθρωπος για διάφορες αιτίες από τα πολύ παλιά χρόνια, όπως οι εξερευνήσεις των αρχαίων και τα ταξίδια που έκαναν για διάφορους λόγους.

Τα εμπορικά ταξίδια βοηθήθηκαν πολύ από την εφεύρεση του χρήματος και της ρόδας από τους Σουμέριους. Οι Φοίνικες θεωρούνται οι πρώτοι πραγματικοί έμποροι-ταξιδευτές αφού με τα πλοία τους καταφέρνουν να φτάσουν σε όλες τις χώρες του τότε γνωστού κόσμου.¹

Σημαντική ήταν και η συμβολή του Μ. Αλέξανδρου, που άνοιξε το δρόμο προς τις άγνωστες μέχρι τότε χώρες της Ασίας. Οι Ρωμαίοι θεωρούνται οι πρώτοι που ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής, αν και θεωρείται ότι την ίδια περίπου εποχή, παρόμοια ταξίδια επιχειρούσαν οι κινέζοι και οι Ιάπωνες.

Στο Μεσαίωνα, η απειλή των ληστών στους δρόμους της υπαίθρου, μειώνει τα ταξίδια για λόγους αναψυχής.

Το Ταξίδι του Marco Polo στην Ασία (1271-1295) ανοίγει τη μεγάλη εποχή των εξερευνήσεων, ενώ ο Μαγγελάνος πραγματοποιεί τον πρώτο περίπλου της γης μεταξύ 1519-1522.

Κατά την διάρκεια της τουρκικής επικυριαρχίας στον ελλαδικό χώρο, τον 14^ο έως τον 19^ο αιώνα, ένας μεγάλος αριθμός ξένων επισκέφθηκε την χώρα μας. Οι περισσότεροι ήταν επιστήμονες ή στρατιωτικοί και οι οποίοι έγραψαν ενδιαφέροντα βιβλία με τις εντυπώσεις τους. Οι κυριότεροι ήταν οι Μπλόν, Κουρμεβέν, Μπάλντι, Μποσκίνι, Μπαρτόλντι, Ρος κ.α.

Ο τουρισμός αρχίζει να παίρνει τη σημερινή του μορφή στην Αγγλία του δέκατου έκτου αιώνα. Τότε αρχίζει η συνήθεια οι πλούσιοι αριστοκράτες να στέλνουν τους γιους τους στην Ευρώπη, για να ολοκληρώσουν τη μόρφωση τους και να διευρύνουν τον ορίζοντα των γνώσεων τους. Η Ιταλία και η Γαλλία ήταν ο κύριος προορισμός των νεαρών Άγγλων, στα ταξίδια αυτά που διαρκούσαν από έξι μήνες έως δύο χρόνια. Υπολογίζεται ότι κάπου 4000 νεαροί Άγγλοι ζούσαν ή ταξίδευαν στην Ευρώπη, στο τέλος του 18^{ου} αιώνα,²

Έτσι φτάνουμε στο σημείο της ιστορίας όπου τα ταξίδια γίνονται με μορφωτικά και πολιτιστικά κίνητρα αντί εξερευνητικούς λόγους.

Βέβαια καταλυτικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, ούτως ώστε να πάρει τη σημερινή του μορφή ανά τους αιώνες, είχε και η τεχνολογική πρόοδος, με πρώτο σταθμό την Ουγγαρία, όπου τον 15^ο αιώνα εφευρέθηκε η άμαξα, συμβάλλοντας πολύ στην αύξηση των ταξιδιών.

Νέα ώθηση στις μετακινήσεις και κατ' επέκταση στα ταξίδια, τόσο στην Ευρώπη, όσο και στην Αμερική, η εφεύρεση και η γρήγορη επέκταση του σιδηροδρόμου κατά τον 19^ο αιώνα.

Τα ταξίδια αρχίζουν σιγά σιγά να μην είναι προνόμιο μόνο των πλουσίων, Η εμφάνιση του ποταμόπλοιου αμέσως μετά τον σιδηρόδρομο έρχεται να δώσει μια νέα προοπτική στα ταξίδια.

¹ Graburn: Tourism: The sacred Journey

² Περικλής Λύτρας: Τουρίστες Ταξίδια Τόποι

Το 1840 αρχίζει η τακτική σύνδεση Αμερικής και Ευρώπης, Η διάρκεια του ταξιδιού από 8 μέρες το 1870, μειώνεται σε 6 μέρες το 1907.

Τον 19^ο αιώνα στην Αγγλία εμφανίζεται και ο πρώτος ταξιδιωτικός πράκτορας. Είναι ο Thomas Cook, που τον Ιούλιο του 1841 οργανώνει μια εκδρομή από το Λέστερ στο Λώφμποροου, στην οποία συμμετέχουν 570 άτομα, με τιμή συμμετοχής 1 σελίνι, για μια απόσταση 12 μιλίων.³ Ο Thomas Cook γρήγορα επεκτείνει τις δραστηριότητες του, και το 1851 μεταφέρει 165.000 επιβάτες στη Μεγάλη Έκθεση του Λονδίνου, ενώ το 1872 οργανώνει και τον πρώτο γύρο του κόσμου. Εν τω μεταξύ πολλοί τον μιμούνται και σε πολλές χώρες εμφανίζονται πρακτορεία ταξιδιών.

Τον ίδιο αιώνα εκδίδονται και οι πρώτοι ταξιδιωτικοί οδηγοί από τον Γερμανό Καρλ Μπέντεκερ. Τον 19^ο αιώνα επίσης δημιουργούνται τα πρώτα φημισμένα θαλάσσια θέρετρα της μεσογείου και της Αδριατικής.

Μια νέα εποχή στον τουρισμό ανέτειλε, στην αυγή του 20^{ου} αιώνα. Η εφεύρεση και αργότερα η τελειοποίηση δύο νέων μεταφορικών μέσων, συνέβαλλαν στο να γίνει ο τουρισμός προσιτός στα ευρύτερα στρώματα, καθώς επίσης και να γίνει μαζικότερος.

Η πρώτη εφεύρεση είναι το αυτοκίνητο, που σε συνδυασμό και με τη βελτίωση και επέκταση του οδικού δικτύου συμβάλλει στον πολλαπλασιασμό των ταξιδιών αναψυχής.

Ωστόσο, την πραγματική επανάσταση στην τουριστική βιομηχανία θα φέρει το αεροπλάνο μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, δίνοντας την δυνατότητα σε εκατομμύρια κατοίκους του πλανήτη να ταξιδέψουν σε όποιο σημείο του επιθυμούν.

Η κοινωνική και τεχνολογική ανάπτυξη της βιομηχανικής επανάστασης συνέβαλε στο να δημιουργηθεί μια μεσαία τάξη που να έχει την δυνατότητα να ταξιδέψει, έστω φθηνά, για ευχαρίστηση.⁴

Η υποβάθμιση της ποιότητας ζωής και εργασίας και η ανάπτυξη του κοινωνικού κράτους στις ανεπτυγμένες χώρες, η αντίστοιχη αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου καθώς και δημογραφικοί παράγοντες συνέβαλαν στη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού και την μετατροπή σε καταναλωτικό προϊόν.⁵

Εφευρέθηκε λοιπόν ως αντίβαρο το σύστημα των διακοπών μια ή δύο φορές το χρόνο, μακριά από τους τόπους μόνιμης διαμονής και βεβαίως οργανώθηκε και η οικονομική του εκμετάλλευση. Παραμένει μάλιστα προνόμιο των κατοίκων των ανεπτυγμένων αυτών χωρών καθώς το 80% των τουριστών από μόλις 20 χώρες

³ R.W. McIntosh ' Tourism: Principles, Practices and Philosophies

⁴ Ceballos-Lascarain H. 'Tourism Ecotourism and protected areas' – The state of nature

⁵Τσαρτα Π. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στο τουρισμό

Παρακάτω δίνονται ορισμένοι ορισμοί για τον τουρισμό:

Ο Jean Medecin ορίζει τον τουρισμό ως «Μια δραστηριότητα ευκαιρίας η οποία συνίσταται στο να ταξιδεύει κάποιος μακριά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, για διασκέδαση, ανάπαυση, εμπλουτισμού της εμπειρίας του, ανύψωση του μορφωτικού επιπέδου του από την παρουσία νέων μορφών της ανθρώπινης δράσης και από τις εικόνες μιας άγνωστης φύσης»

Μια άλλη προσέγγιση δόθηκε από τους Hunziker και Krapf το 1942: «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση, όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας»

Η Διεθνής Ακαδημία τουρισμού ⁶ ορίζει τον τουρισμό σαν «το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες μετακινήσεις και δραστηριότητες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου που έχει κάθε άτομο για απόδραση και ο οποίος πόθος εκδηλώνεται σε διάφορους βαθμούς και κατά διαφορετική ένταση σε κάθε άτομο.»

Σε γενικές γραμμές λοιπόν, ο τουρισμός ορίζεται σαν την μετακίνηση των ανθρώπων από έναν τόπο σε έναν άλλο.

1.2 Αναφορά στο Μαζικό τουρισμό

Όταν μιλάμε για τον τουρισμό έχουμε, συνήθως, στο μυαλό μας τον ήλιο και τη θάλασσα. Και θεωρούμε αυτονόητο πως, επιπλέον, πολλοί ενδιαφέρονται να δουν τα αξιοθέατα της περιοχής, κάποιους αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία που υπάρχουν εκεί κοντά.

Αυτή η έννοια του τουρισμού, που βρίσκεται στο μυαλό των περισσότερων, έχει προέλθει από τις εξής κυρίως αιτίες:

-Το μεγάλο ρεύμα τουριστών που ήρθε στη χώρα μας τις δεκαετίες του '70 και του '80 προερχόταν από τη Βόρεια Ευρώπη. Ήταν άνθρωποι που ανακάλυπταν τον ζεστό ήλιο και τη γαλάζια θάλασσα, δηλαδή αυτά που έλειπαν από τις χώρες τους. Όταν, λοιπόν, η Ευρώπη άρχισε να συνέρχεται από τις καταστροφές του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και οι πολίτες είχαν τη χρονική και οικονομική δυνατότητα των διακοπών, άρχισαν να κατεβαίνουν στις χώρες του Νότου - χώρες με πολύ χαμηλή ανάπτυξη και υποδομή, σχεδόν πρωτόγονες. Ήξεραν πως δεν μπορούσαν να έχουν άλλες απαιτήσεις από ένα χαμόγελο, μια ζεστή φιλοξενία, μια χωριάτικη σαλάτα και μια φέτα καρπούζι - και αυτά τα έβρισκαν (και μάλιστα σε πολύ χαμηλές τιμές, ιδιαίτερα με τη συναλλαγματική ισοτιμία των νομισμάτων τους).

-Η μακραίωνη πολιτιστική ιστορία της χώρας μας έχει αφήσει παντού τα ίχνη της. Δεν υπάρχει τόπος που να μην έχει κάτι σημαντικό να αναδείξει - από την προϊστορία μέχρι τον μεσαίωνα, καθώς και τον λαϊκό πολιτισμό των νεώτερων χρόνων. Μας φαίνεται αυτονόητο το γεγονός ότι όπου κι αν γυρίσεις θα δεις στοιχεία παλιότερων πολιτισμών κι αυτό δεν μας κάνει καμιά εντύπωση. (Μερικές φορές απορούμε κιόλας για το ενδιαφέρον των τουριστών σε μερικές «πέτρες»).

-Η ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού, με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων, προσανατολίστηκε (σε πολύ μεγάλο βαθμό) σε μη πολιτιστικά στοιχεία: στο μπάνιο στη θάλασσα, στην ηλιοθεραπεία και στο φαγητό (παράλληλα με την αυθαίρετη δόμηση των «εξοχικών» και την καταστροφή ή μόλυνση του περιβάλλοντος).

1.2.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα μαζικού τουρισμού

Αποτελεί πια κοινή παραδοχή ότι ο τουρισμός «ήλιου και θάλασσας», ως μοντέλου ανάπτυξης, είναι ξεπερασμένος και μη βιώσιμος. Παρόλα αυτά εδώ θα κάνουμε αναφορά και στα μειονεκτήματα αλλά και στα πλεονεκτήματα που συνεχίζει να έχει ο μαζικός τουρισμός, ιδιαίτερα σε περιόδους χρηματικής δυστοκίας που η δημιουργία οικονομικών κλίμακας είναι η μόνη σίγουρη στρατηγική που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση για να συνεχίσει να αναπτύσσεται.

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ-ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ο τομέας που κατά κύριο λόγο ωφελείται από τον τουριστική ανάπτυξη είναι η απασχόληση και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, κάτι που σχετίζεται με την οργάνωση του τουριστικού κλάδου που αναμφίβολα θεωρείται έντασης εργασίας.

Η απασχόληση που δημιουργεί ο τουριστικός τομέας είναι πολύπλευρη. Μπορεί να είναι άμεση απασχόληση, που περιλαμβάνει άτομα που απασχολούνται στα τουριστικά καταλύματα, τα μεταφορικά μέσα, τις επισιτιστικές επιχειρήσεις, τα κέντρα αναψυχής, την τουριστική εκπαίδευση, τα τουριστικά γραφεία, κ.α. Μπορεί να είναι έμμεση απασχόληση και περιλαμβάνει άτομα που απασχολούνται σε επιχειρήσεις που η λειτουργία τους εξαρτάται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό και μπορεί να είναι συμπληρωματική απασχόληση με διάφορες μορφές, όπως άτυπη και περιστασιακή στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Σημαντική είναι και η απορρέουσα απασχόληση που δημιουργεί η τουριστική δραστηριότητα του τόπου υποδοχής, αυτή προέρχεται από τις δαπάνες των τουριστών οι οποίες δημιουργούν πρόσθετα εισοδήματα στον τοπικό πληθυσμό που εμπλέκεται άμεσα σε αυτήν την δραστηριότητα. Κατά συνέπεια δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας οι οποίες αποσκοπούν να ικανοποιήσουν τις νέες ανάγκες που εμφανίστηκαν λόγω του τουρισμού και έτσι ενισχύεται η αυτοαπασχόληση.

Καλύπτονται όμως αυτές οι θέσεις εργασίας με «τοπικό έμψυχο δυναμικό» ούτως ώστε να συμβάλουν τα μέγιστα στις τοπικές κοινωνίες ή οι θέσεις καλύπτονται από νεαρούς μαθητευόμενους για παράδειγμα που οι απολαβές τους εκτός του ότι είναι πενιχρές δεν μένουν και στον τόπο υποδοχής; Επίσης, ο εποχικός χαρακτήρας της απασχόλησης στον τουρισμό επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης, η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό ανειδίκευτη και περιστασιακή.⁷

Όσο αφορά λοιπόν την απασχόληση ο μαζικός τουρισμός να μην δημιουργεί θέσεις εργασίας αλλά από την άλλη για να καταφέρουν οι επιχειρήσεις να έχουν μεγαλύτερο κέρδος στρέφονται σε φθηνότερες λύσεις που όχι ευεργετικές είναι για την οικονομία αλλά καταστροφικές (χωρίς αυτό να σημαίνει ότι όλες οι επιχειρήσεις δρουν με τον ίδιο τρόπο), επίσης η εποχικότητα του κλάδου που έχει περιοριστεί μετά βίας σε 6 μήνες δεν βοηθά στην ανάπτυξη σωστών στελεχών και υπαλλήλων αφού αναγκαστικά θα καταφεύγουν σε εύρεση δεύτερης εργασίας για συμπληρωματικό εισόδημα ή ακόμα χειρότερα η απασχόληση στον τουριστικό τομέα θα έχει το ρόλο συμπληρωματικού εισοδήματος.

⁷ Χ.Κοκκώσης – Π.Τσάρτας «Τουριστικός τομέας – Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό»

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Πολλές είναι οι περιπτώσεις όπου ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση και τις επενδύσεις ενώ διέυρυνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το βιοτικό επίπεδο και η ποιότητα ζωής.⁸

Αυτό δυστυχώς δεν σταμάτησε εκεί, η ανάπτυξη του τουρισμού έγινε υπεράναπτυξη σε βάρος κυρίως του περιβάλλοντος, της φυσικής ομορφιάς (τους ειδικούς φυσικούς πόρους όπως παραλίες κοραλλιογενείς υφάλους ή ιστορικά μνημεία), της τοπικής φυσιολογίας και της παραδοσιακής ρυμοτομίας. Η παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας διευρύνθηκε έως ότου δεν μπορούσε να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες των μεγάλων μονάδων που ως ήταν φυσικό στράφηκαν σε εξωγενείς πηγές τροφοδότησης των αναγκών αυτών. Το βιοτικό επίπεδο και η ποιότητα ζωής άρχιζαν να φθίνουν όταν ο συνωστισμός, η κυκλοφοριακή συμφόρηση έγιναν καθημερινότητα έστω και για 6-7 μήνες, όταν ο τρόπος ζωής και η συμπεριφορά των επισκεπτών ερχόταν σε σύγκρουση με την κοινότητα και επιπρόσθετα όταν άρχισε να υπάρχει απώλεια παραδοσιακών αξιών και πολιτισμού λόγω μίμησης.⁹

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΗΣ ΓΗΣ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ¹⁰

Έχει παρατηρηθεί ότι ο τουρισμός συχνά δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής σε τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική και οργανωμένη. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης, εμφανίζεται υπερβολική αύξηση των τιμών της γης, γεγονός που σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ – ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ¹¹

Με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, μεταβάλλονται τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ. ορεινές κοινότητες ή νησιά), σε περιοχές αγροτικές. Οι περισσότερες αλλαγές σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό και άμεσα ή έμμεσα οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου

⁸ Χ.Κοκκώσης – Π.Τσάρτας «Τουριστικός τομέας – Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό»

⁹ Barcelona Field Studies Centre – geographyfieldwork.com

¹⁰⁺¹¹ Χ.Κοκκώσης – Π.Τσάρτας «Τουριστικός τομέας – Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό»

κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, παραγωγική δομή, απασχόληση, λειτουργίες κ.λπ.

Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή όσων εξασκούν τουριστικά επαγγέλματα οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα, με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές). Η πρώτη επίπτωση αυτής της τάσης είναι η διάχυση των εισοδημάτων από τον τουρισμό σε ευρύτερα στρώματα του πληθυσμού, ενώ η δεύτερη είναι η σταδιακή, άμεση ή έμμεση, εγκατάλειψη κλάδων όπως η γεωργοκτηνοτροφία. Η κινητικότητα αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής στους νέους και τις γυναίκες.

Η επικοινωνία με τους τουρίστες είναι ένας σημαντικός παράγοντας των επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Σε ότι αφορά τα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο ανάπτυξης και άρα μαζικοποίησης του τουρισμού, π.χ. στο υψηλότερο στάδιο, όπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός, αυτή η επικοινωνία «εμπορευματοποιείται», με αποτέλεσμα τόσο οι ντόπιοι όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν απλώς σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής, όπου ο ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει.

Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών, όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός, σε παραγωγικές δομές και τρόπους ζωής με χαρακτηριστικά «αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού» επιφέρει τελικά σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δύο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας κ.λπ. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές που αναπτύσσονται στις τουριστικές περιοχές.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η τουριστική ανάπτυξη, είτε με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου είτε με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών, καταλήγει να επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πολύ πιο δραστικές σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά «ευαίσθητες», όπως παραθαλάσσιες, ορεινές, υγροβιότοποι κ.λπ. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν, εδώ και αρκετά χρόνια, αντικείμενο ειδικών μελετών που επισήμαναν την ανάγκη σχεδιασμού, προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης αυτό που σήμερα πιο σύντομα θα λέγαμε προσδιορισμό της «φέρουσας ικανότητας»¹² ενός τόπου.

¹² Με τον όρο «φέρουσα ικανότητα» κάποιας τουριστικής περιοχής εννοούμε τις δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της περιοχής να «απορροφήσουν» συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμού τουριστών. Εκτενέστερα θα αναφερθούμε στο τρίτο κεφάλαιο.

Ο τουρισμός επεκτείνεται όλο και περισσότερο στο χώρο, με αποτέλεσμα να προκαλεί συχνά συγκρούσεις για τη χρήση της γης, που παρατηρούνται σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή και σε παραθαλάσσιες περιοχές. Και στις δύο περιπτώσεις παρατηρούνται συχνά φαινόμενα οικοπεδοποίησης, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να απορροφά, τη γη, το νερό και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα

Το ζήτημα της επέκτασης των τουριστικών υποδομών εντείνεται ακόμα περισσότερο κυρίως στους παραδοσιακούς οικισμούς και στις περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους (χωρικές ενότητες με λίμνες, ποτάμια, φαράγγια, υγροβιότοπους, εθνικούς δρυμούς κλπ.). Στις περιπτώσεις αυτές το δομημένο και το φυσικό περιβάλλον διαμορφώνουν έναν ιδιότυπο τουριστικό πόρο, αφού γίνονται πόλος έλξης τουριστών. Πρόκειται για εξέλιξη που επιβάλλει την αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείρισης παρόμοιων περιοχών.

Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες θα πρέπει να είναι η αναζήτηση προτύπων που συνδέονται με την έννοια της «αειφορικής» τουριστικής ανάπτυξης. Με αυτόν τον όρο περιγράφεται ο τύπος της τουριστικής ανάπτυξης που δεν ανατρέπει την ισορροπία στην τοπική, κοινωνική, οικονομική, πολιτισμική και περιβαλλοντική δομή της κάθε περιοχής, διαμορφώνοντας παράλληλα όρους (υπηρεσίες, υποδομές, τεχνογνωσία) για την συνεχή ανατροφοδότηση της.¹³

Αναλύοντας τα υπέρ και τα κατά καταλήγουμε σε 6 βασικούς λόγους που κάνουν το μαζικό τουρισμό ξεπερασμένο και χωρίς περιθώρια παραπάνω εξέλιξης:

- Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός από φθηνότερους προορισμούς (Τουρκία, Κροατία, Αίγυπτος κλπ.), από περιοχές που βρίσκονται ακόμα σε χαμηλή οικονομική ανάπτυξη.
- Η καταστροφή του περιβάλλοντος και η εκτεταμένη αστικοποίηση.
- Οι κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές που γεννούν την ανάγκη για νέα τουριστικά προϊόντα.
- Οι αδύνατες και μάλλον δύσκαμπτες τοπικές οικονομίες εξαιτίας της τουριστικής «μονοκαλλιέργειας».
- Η περιορισμένη εποχικότητα και η πτώση του μέσου όρου των χρημάτων που δαπανούν οι τουρίστες.
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας που απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά σε άτομα με χαμηλή εκπαίδευση.

¹³ Χ.Κοκκώσης – Π.Τσάρτας «Τουριστικός τομέας – Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό

1.2.2 Ανάγκη αποστασιοποίησης από το μαζικό τουρισμό *

*Ελένη Σβορώνου «Μαζικός τουρισμός και εναλλακτικές μορφές – Πόσο τουρισμό αντέχει η φύση;»

Στη Μεσόγειο (και μάλιστα σε Ισπανία, Ιταλία, πρώην Γιουγκοσλαβία, Ελλάδα, Τουρκία, Κύπρο, Μάλτα, Τυνησία και Μαρόκο που αποτελούν τους κύριους, προορισμούς της Μεσογειακής λεκάνης), όπου προσέρχονται περί τα 220 εκατομμύρια επισκέπτες κάθε χρόνο, ο μαζικός τουρισμός συνδέεται με ορισμένα ειδικότερα χαρακτηριστικά. Βασισμένος στην προβολή των περιφημών τριών "S" (Sea, Sun, Sand) αλλά και της πολιτιστικής της κληρονομιάς, ο τουρισμός αναπτύσσεται κυρίως στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές και κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Η έντονη συγκέντρωση στο χώρο και το χρόνο επέφερε σημαντικές επιπτώσεις στην ποιότητα του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος καθώς και στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες. Πρόκειται για την άλλη όψη της τουριστικής ανάπτυξης.

Πέρα από τη συμβολή στην οικονομία και την απασχόληση, άρχισε να γίνεται αισθητή, ήδη από τη δεκαετία του '70, η υποβάθμιση που μπορεί να επιφέρει ο μαζικός τουρισμός στο περιβάλλον και οι κίνδυνοι που συνεπάγεται η υπερβολική εξάρτηση ενός τόπου από τον τουρισμό. Η εγκατάλειψη του πρωτογενούς τομέα για χάρη μιας «μονοκαλλιέργειας» του τουρισμού καθιστά έναν τόπο ευάλωτο στις περιόδους κρίσης του κλάδου που οφείλονται στις διεθνείς συγκυρίες και τον ανταγωνισμό από άλλους τουριστικούς προορισμούς.

Η εμπειρία από το 2004 είναι χαρακτηριστική:

- Μείωση κατά 5% της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα (ΣΕΤΕ)
- Μείωση εσόδων κατά 15% (ΣΕΤΕ)
- Απώλεια 20.000 θέσεων εργασίας (ΣΕΤΕ)
- Κρήτη: μια από τις χειρότερες χρονιές της τελευταίας 5ετίας, πτώση αφίξεων κατά 10%, μείωση εσόδων των τουριστικών επιχειρήσεων κατά 20% (στοιχεία του προέδρου του Συνδέσμου Ξενοδόχων Κρήτης, κ. Κ. Καλουτσάκη)

Οι πιέσεις που υφίσταται το περιβάλλον στις τουριστικές περιοχές της Ελλάδας έχουν ήδη γίνει έντονα αισθητές. **Αναρχη οικιστική ανάπτυξη, παράνομη δόμηση, καταπάτηση βιοτόπων, θαλάσσια ρύπανση, ρύπανση των υπόγειων υδάτων, διάβρωση του εδάφους και αισθητική υποβάθμιση** είναι τα συνηθέστερα περιβαλλοντικά προβλήματα. Όσον αφορά τις κοινωνικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, **την αλλαγή ηθών και αξιών, την**

εγκατάλειψη παραδοσιακών δομών κοινωνικής ζωής και την κυριαρχία ξένων προς τον τόπο προτύπων συμπεριφοράς, είναι αλήθεια ότι αυτές υπήρξαν έντονες κατά τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες, όταν η ύπαιθρος διατηρούσε ακόμη στοιχεία παραδοσιακής ζωής. Σήμερα, που έχει συντελεστεί πια η μετάβαση από τον παραδοσιακό στον αστικό πολιτισμό στις περισσότερες αγροτικές περιοχές του ανεπτυγμένου κόσμου, και που παράγοντες όπως η τηλεόραση και τα ΜΜΕ, γενικότερα, παίζουν καταλυτικό ρόλο στην εισαγωγή προτύπων και ηθών, ο τουρισμός φαίνεται να αποτελεί λιγότερο σημαντικό παράγοντα αλλαγής.

Η ακαδημαϊκή έρευνα στον κλάδο του τουρισμού έχει προσδιορίσει τα διαφορετικά εξελικτικά στάδια που ακολουθεί ένας προορισμός μαζικού τουρισμού, από το αρχικό στάδιο της ανακάλυψης του τόπου, στο στάδιο της ενεργού συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας στον επιχειρηματικό κλάδο και της προσέλκυσης περισσότερων τουριστών ως το τελικό στάδιο της μεγάλης ανάπτυξης, με την κύρια επιχειρηματική δραστηριότητα να ασκείται από ξένους επιχειρηματίες και τη διαφυγή των εσόδων από τον τουρισμό έξω από τον συγκεκριμένο τόπο. Τα στάδια αυτά που κάποτε περιγράφονται με όρους ποιότητας του τουριστικού προορισμού, όπου στο τελικό στάδιο επέρχεται η πλήρης υποβάθμιση του περιβάλλοντος και η συνακόλουθη πτώση των τιμών προσδιορίζονται και ως «κύκλος ζωής του τουριστικού προορισμού». Με άλλα λόγια, έχει γίνει κατανοητό ότι η ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη, με την οποία έχει συνδεθεί ο μαζικός τουρισμός στη Μεσόγειο (και όχι μόνο), μπορεί να υπονομεύσει τη βιωσιμότητα του ίδιου του τουριστικού «προϊόντος». Στα πλαίσια αυτού του σκεπτικού, το περιβάλλον πρέπει να διασωθεί όχι μόνον για την αξία που έχει αυτό καθαυτό αλλά, κυρίως, γιατί έχει οικονομική αξία. Είναι το κεφάλαιο πάνω στο οποίο επενδύει ο τουρισμός. Αν καταστραφεί, καταστρέφεται και το τουριστικό «προϊόν». Είναι, όπως συνηθίζεται να λέγεται, «η χήνα που γεννά τα χρυσά αυγά». Ενδεικτικά ενώ το μοντέλο μαζικού τουρισμού περνάει βαθιά κρίση, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ανθούν...

Ενδεικτικά της δυναμικότητας των σχετικά νέων αυτών μορφών τουρισμού είναι τα στοιχεία για τον τουρισμό στη φύση. Υπολογίζεται ότι ο τουρισμός στη φύση αντιπροσωπεύει το 7% του παγκόσμιου τουρισμού, ενώ σε απόλυτους αριθμούς, οι διεθνείς αφίξεις με κύριο στόχο την απόλαυση της φύσης ανήλθαν, το 1998, σε 45 εκατομμύρια και υπολογίζεται να φτάσουν το 2010 στα 75 εκατομμύρια. Οι προστατευόμενες περιοχές και τα Εθνικά Πάρκα φαίνεται να λειτουργούν ως μαγνήτης για τους τουρίστες. Με 20 εκατομμύρια επισκέπτες τον χρόνο, τα Εθνικά Πάρκα της Αγγλίας αναζητούν τρόπους τήρησης της φέρουσας ικανότητας.

Μια έννοια που αναπτύχθηκε τις τελευταίες δεκαετίες με την ελπίδα να αποτελέσει μέσο ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης και αποφυγής των αρνητικών επιπτώσεων, είναι αυτή της τουριστικής φέρουσας ικανότητας που αναφέρεται στην «χωρητικότητα» ενός τόπου, στον αριθμό δηλαδή των επισκεπτών που μπορεί να δεχτεί ο τόπος πριν υποστεί σημαντική υποβάθμιση. Πέρα από τις δυσκολίες που υπάρχουν να μετρηθεί η φέρουσα ικανότητα, η

χρησιμότητα της έννοιας έγκειται στην αναγνώριση της ανάγκης να τεθούν όρια και μηχανισμοί ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης. Εύκολα διαπιστώνεται εμπειρικά η υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές νησιών όπως είναι η Κρήτη, η Ρόδος, η Κέρκυρα και η Ζάκυνθος. Εκτός από την υποβάθμιση της εμπειρίας του επισκέπτη (αισθητική και ηχητική ρύπανση, συνωστισμός κ.λπ.) γίνονται αισθητά και άλλα προβλήματα, όπως η ανεπάρκεια νερού και οι ελλείψεις στη διαχείριση των στερεών και υγρών αποβλήτων, που υποψιάζονται για υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας.

Κεφάλαιο 2

Ο τουρισμός σαν αναπτυξιακός κλάδος και η
εμπλοκή του στον οικονομικό ιστό της
Ελλάδας

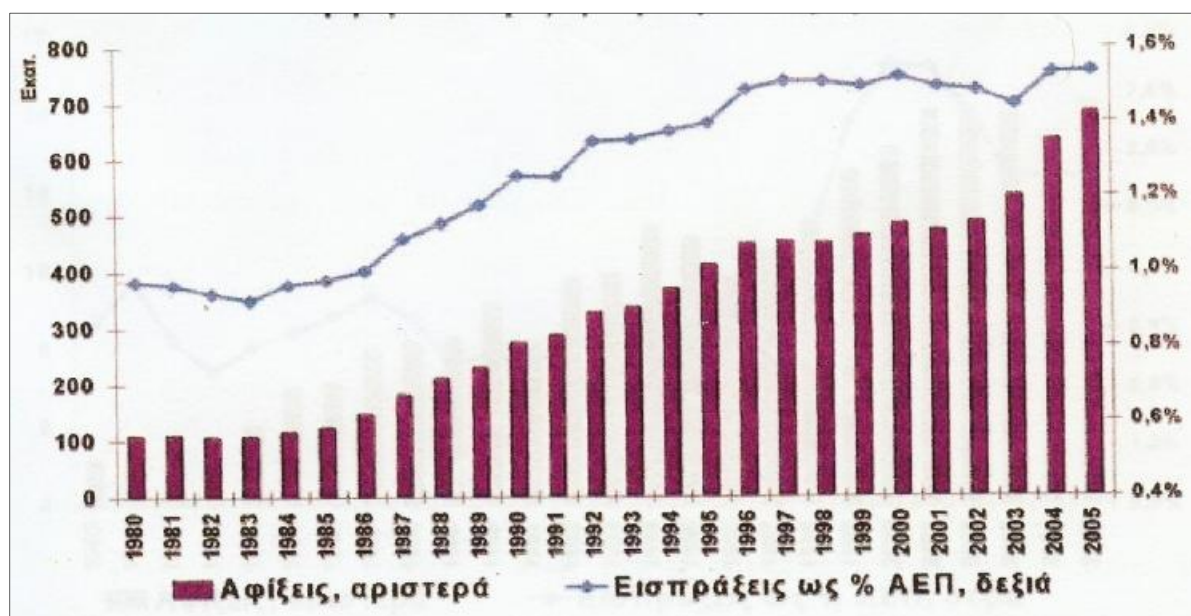
2.1 Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την παγκόσμια οικονομία

Ο τουρισμός έχει εξελιχθεί παγκοσμίως σε μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και πηγή απασχόλησης. Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία είναι μεγαλύτερη από ότι για το σύνολο της παγκόσμιας οικονομίας.

Η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση δεν έχει αυξήσει δραματικά μόνο τις διασυνοριακές κινήσεις αγαθών και κεφαλαίων, αλλά και τις μετακινήσεις ανθρώπων, είτε αυτοί ταξιδεύουν για λόγους επαγγελματικούς είτε αναψυχής. Το 2005 οι διεθνείς αφίξεις έφτασαν τον αριθμό ρεκόρ των 681,5 εκατομμύρια έπειτα από μια συνεχή άνοδο 21 ετών, με εξαίρεση το 2001 (τρομοκρατικές επιθέσεις 11/9) και το 1998 (Ασιατική κρίση του 1997 και Ρωσική κρίση). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού – United Nation World Tourism Organization (UNWTO) προβλέπει ότι έως το 2020 οι αφίξεις θα ξεπεράσουν το 1,5 δισεκατομμύρια.

Τα οφέλη για την παγκόσμια οικονομία από τον τουρισμό ήταν και εξακολουθούν να είναι σημαντικά. Είναι όμως δύσκολο να εκτιμηθούν ποσοτικά λόγω έλλειψης στοιχείων. Οι τουριστικές εισπράξεις ανέρχονται στο 1,5% του παγκοσμίου ΑΕΠ με σχεδόν 700 εκατομμύρια αφίξεις το 2005 (βλέπε διάγραμμα 1).

Διάγραμμα 1: Αφίξεις και εισπράξεις Παγκόσμιου τουρισμού



Πηγή: UNWTO

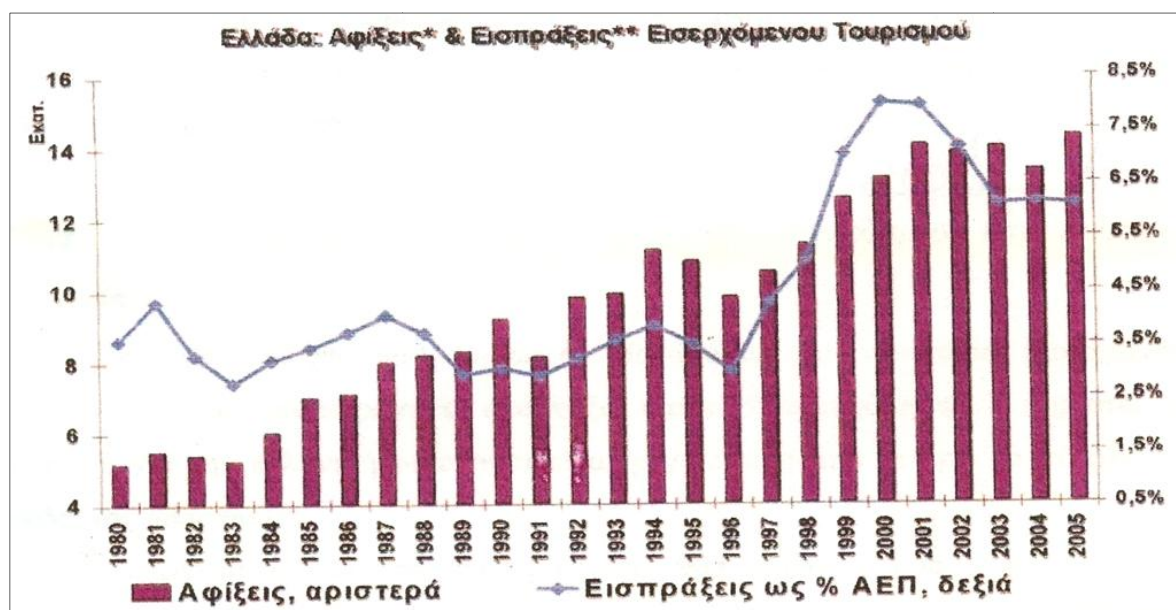
2.2 Τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα

Η Ελλάδα από τη δεκαετία του 1980 έχει μετατραπεί σε ένα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Οι αφίξεις αλλοδαπών σημείωσαν αλματώδη αύξηση τις δεκαετίες του 1980 και του 1990. (βλ. Διάγραμμα 2)

Μέχρι και το 1990 η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα ήταν ταχύτερη από ότι στην Ευρώπη και στο κόσμο. Όμως, στη δεκαετία 1990-2000 παρατηρούμε ότι η μείωση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων είναι μεγαλύτερη στην Ελλάδα από την αντίστοιχη ευρωπαϊκή και παγκόσμια. (βλ. Πίνακα 1, Διάγραμμα 3)

Αυτό σηματοδοτεί το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι πλέον ένας «ώριμος» - με την έννοια του κύκλου ζωής προϊόντος - τουριστικός προορισμός, ο οποίος κινδυνεύει να εισέλθει σε περίοδο στασιμότητας που φυσικά θα ακολουθηθεί από πτωτική περίοδο, άγνωστης διάρκειας, εκτός και αν αντιδράσει δυναμικά.

Διάγραμμα 2: Αφίξεις και Εισπράξεις Εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα



Πηγή: ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

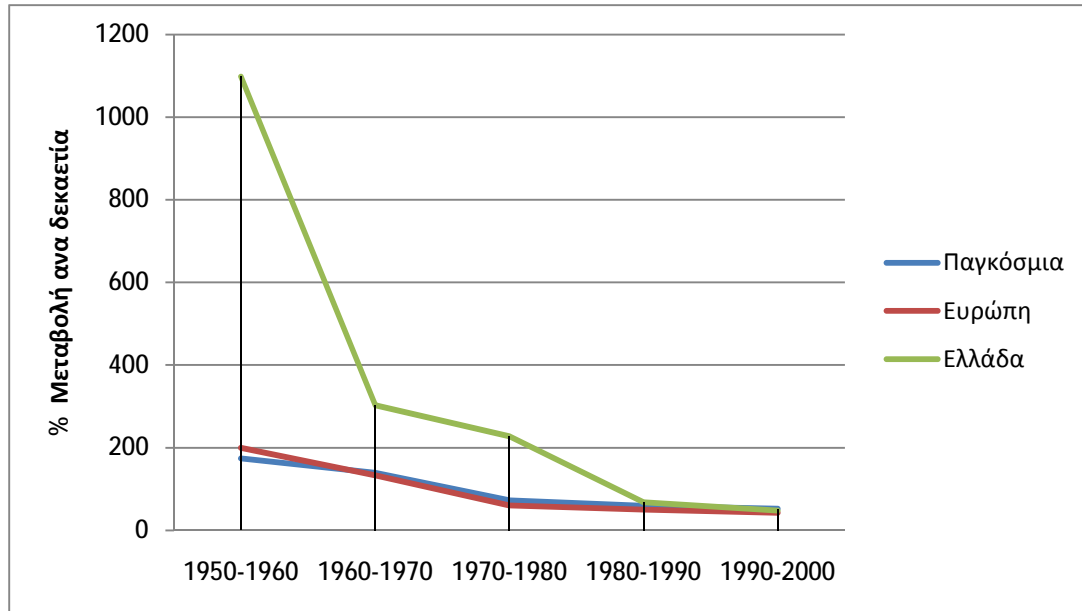
Πίνακας 1: Αφίξεις σε Ελλάδα, Ευρώπη, Παγκόσμια, 1950-2000

	Παγκόσμια (εκατ.)	Μεταβολή %	Ευρώπη (εκατ.)	Μεταβολή %	Ελλάδα (χιλ.)	Μεταβολή %
1950	25,3		16,8		33,3	
1960	69,3	174,11	50,4	199,7	399,4	1098,33
1970	15,8	139,25	117,3	133,01	1609,2	302,87

1980	286	72,50	188,3	60,5	5271,1	227,56
1990	457,2	59,86	282,7	50,13	8873	68,33
2000	696,8	52,41	402,5	42,38	13095,55	47,59

Πηγές: WTO (2002), ΕΟΤ (2003)

Διάγραμμα 3: Ποσοστιαία μεταβολή αφίξεων ανά δεκαετία, Ελλάδα, Ευρώπη, Παγκόσμια 1950-2000



Από τα παραπάνω στοιχεία συμπεραίνουμε ότι το τουριστικό προϊόν έχει επέλθει σε φάση κορεσμού και σίγουρα η τουριστική βιομηχανία χρειάζεται αν όχι αναδιάρθρωση τουλάχιστον ανανέωση.

Παρόλα αυτά ο τουρισμός αποτελεί τον κλάδο όπου η χώρα μας διαθέτει αδιαμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα (πολιτισμός, φυσικό περιβάλλον, κλίμα) και από τον οποίο παράγεται (άμεσα και έμμεσα) το 16,2% περίπου του ΑΕΠ της χώρας μας (€35,3 δισ.) απασχολώντας άμεσα και έμμεσα το 19,6% του εργατικού δυναμικού (894.000 θέσεις εργασίας).¹

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών (WTTC) ο κλάδος του Ελληνικού τουρισμού την επόμενη δεκαετία αναμένεται να εμφανίσει μέση ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 3,5% και να διαμορφωθεί στο 16,6% του ΑΕΠ ή €63,4 δισ. το 2019 απασχολώντας 1.203.000 άμεσες και έμμεσες θέσεις εργασίας.²

¹⁺² Απόσπασμα από την ομιλία του Αντιπροέδρου & Αναπληρωτή CEO Ομίλου Τράπεζας Πειραιώς, κ. Θεόδωρου Πανταλάκη (8^ο Συνέδριο ΣΕΤΕ 19-20/10/2009 «Τουρισμός και ανάπτυξη»)

2.3 Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού 2000-2009

«Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2009 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 15,2%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (774.200 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,5% των απασχολουμένων. Μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2009.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2009 ήταν 16η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 15η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2009, η χώρα μας καταλαμβάνει την 24η θέση μεταξύ 133 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 71η. Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο.» (ΣΕΤΕ «Η σημασία του τουρισμού, 2009»)

2.3.1 Συμμετοχή στο ΑΕΠ της Ελλάδας

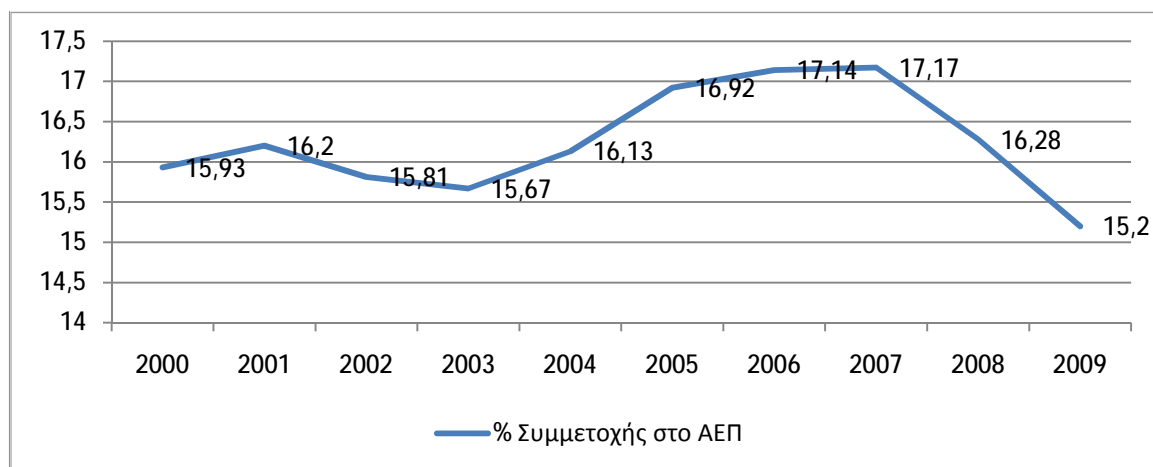
Πινάκας 2: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας

Έτος	% Συμμετοχής στο ΑΕΠ
2000	15,93
2001	16,2
2002	15,81
2003	15,67
2004	16,13
2005	16,92
2006	17,14
2007	17,17
2008	16,28
2009	15,2

Δεν είναι τυχαίο ότι ο τουρισμός συνεισφέρει πάνω από το 15% του ΑΕΠ τα τελευταία 10 χρόνια. Το σύνολο των εσόδων της χώρας μας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη δυναμική θα πρέπει να αναπτυχτούν και άλλες μορφές τουρισμού που θα δώσουν ώθηση στην περιφέρεια και την οικονομία γενικά.

Πηγή: ΣΕΤΕ Ιούνιος 2010 (Επεξεργασία στοιχείων Τ.Ε. & WTTC)

Διάγραμμα 4: Ποσοστό συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας



2.3.2 Τουρισμός και απασχόληση

Πινάκας 3: Άμεση, Έμμεση, Συνολική απασχόληση και Συντελεστής απασχόλησης

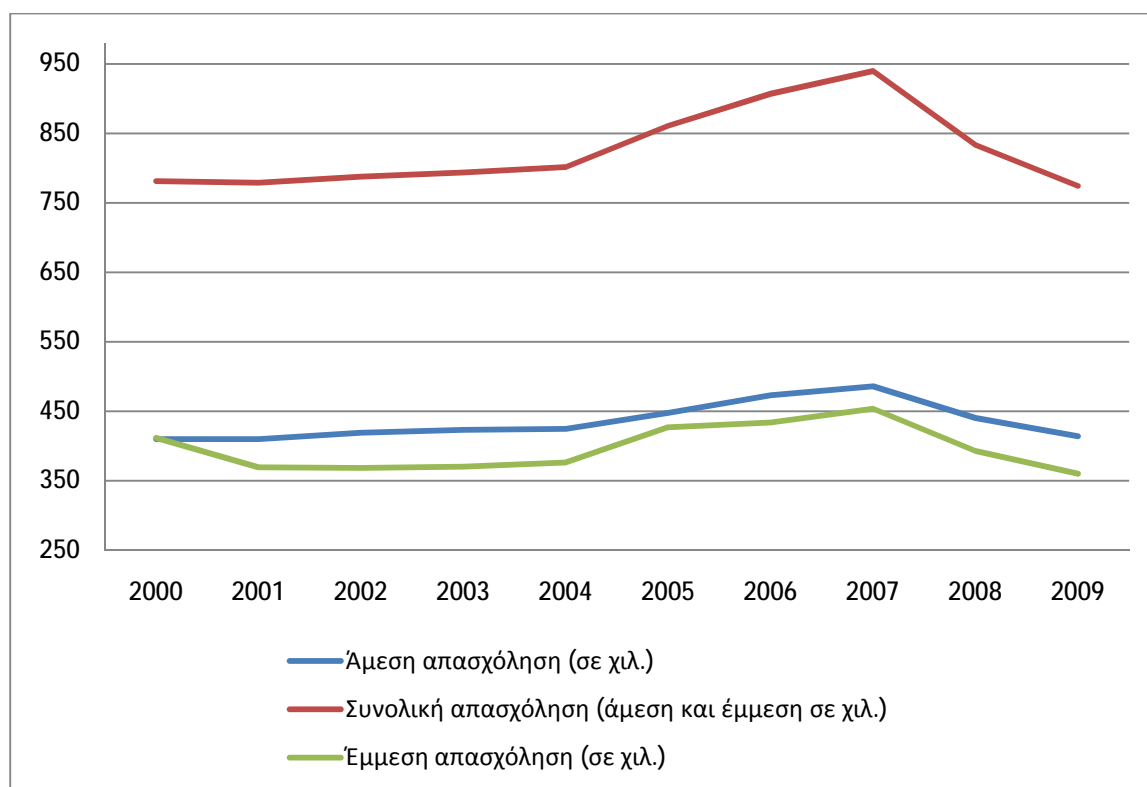
Έτος	Άμεση απασχόληση (σε χιλ.)*	Συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση σε χιλ.)	Έμμεση απασχόληση (σε χιλ.)**	Συντελεστής απασχόλησης ***
2000	410,15	781,05	411,82	1,904
2001	409,92	779,15	369,23	1,901
2002	419,23	787,78	368,55	1,879
2003	423,49	793,78	370,29	1,874
2004	424,83	801,39	376,56	1,886
2005	447,89	860,76	427,06	1,922
2006	473,29	906,99	433,7	1,916
2007	486,11	939,82	453,71	1,933
2008	440,4	833,2	392,8	1,892
2009	414	774,2	360,2	1,87

* Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση με αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

** Η έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται για την παραγωγή ενδιάμεσων/υποστηρικτικών της τουριστικής κατανάλωσης προϊόντων από επιχειρήσεις.

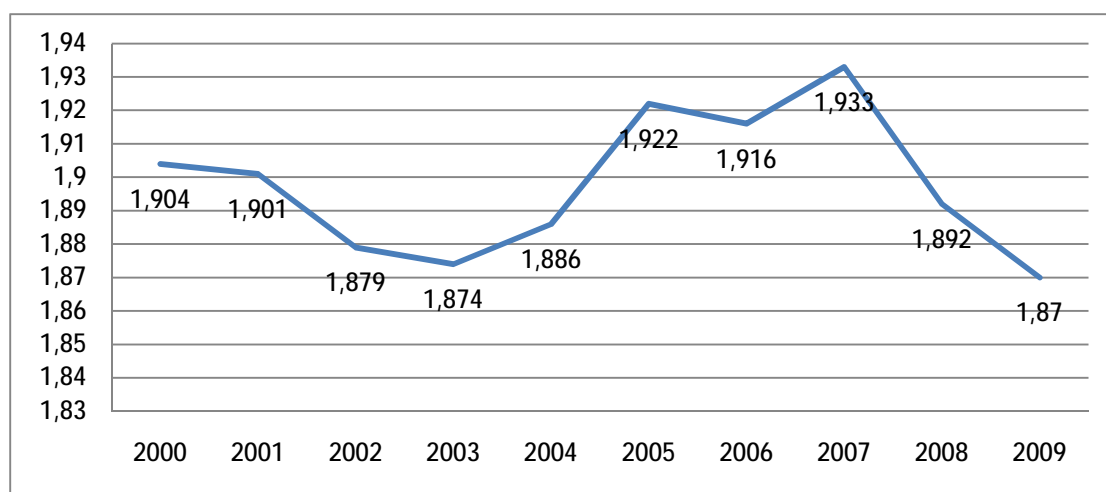
*** Ο συντελεστής απασχόλησης αναφέρεται σε πόσες θέσεις απασχόλησης (έμμεσης) δημιουργούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία από κάθε θέση άμεσης απασχόλησης.

Διάγραμμα 5: Άμεση, Έμμεση και Συνολική απασχόληση



Πηγή: ΣΕΤΕ Ιούνιος 2010 (Επεξεργασία στοιχείων WTTC)

Διάγραμμα 6: Συντελεστής απασχόλησης



Πηγή: ΣΕΤΕ Ιούνιος 2010 (Επεξεργασία στοιχείων WTTC)

Σαν κλάδος έντασης εργασίας ο τουρισμός συμβάλει τα μέγιστα στην καταπολέμηση της ανεργίας είτε άμεσα είτε έμμεσα. Δυστυχώς με το μοντέλου του μαζικού τουρισμού οι ωφέλειες αυτές περιορίζονται σε έξι με επτά μήνες το χρόνο λόγω της υψηλής εποχικότητας. Αυτό μπορεί να καταπολεμηθεί μόνο με την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού που επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και δημιουργούν πρόσθετα οφέλη από την εκμετάλλευση πόρων που μέχρι σήμερα δεν αξιοποιούσαμε.

Ιδιαίτερα στις μέρες μας που η οικονομία της Ελλάδας δέχεται πιέσεις και η ανεργία έχει αυξηθεί κατακόρυφα, η επένδυση σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού μοιάζει σωτήρια λύση, μιας που η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος έχει περάσει στη συνείδηση του καταναλωτή και η ζήτηση για τέτοιου είδους διακοπές έχει αυξηθεί αρκετά τα τελευταία χρόνια.

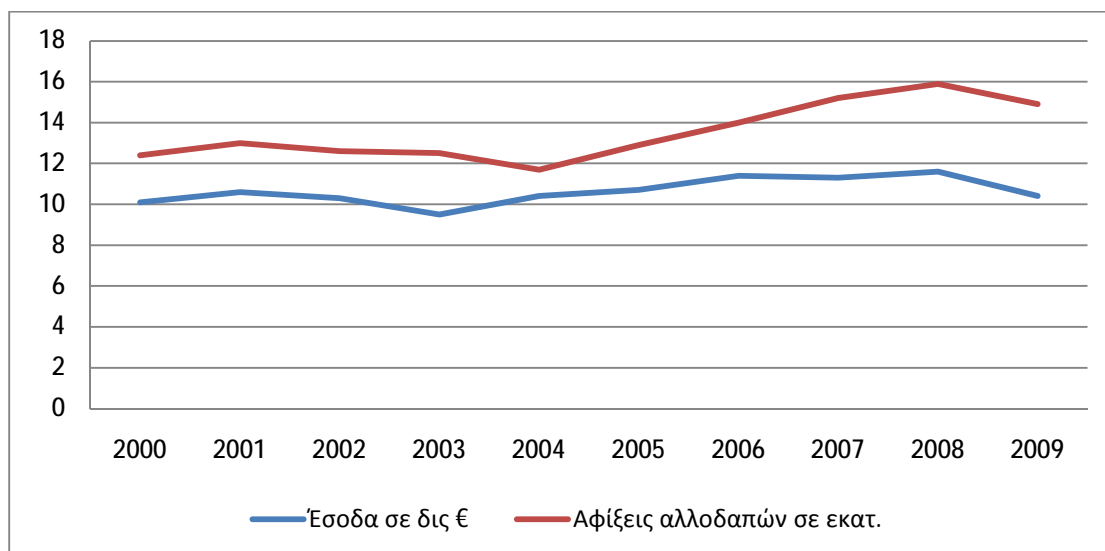
2.3.3 Έσοδα από τον τουρισμό, αφίξεις αλλοδαπών και Μέση Κ.Κ. Δαπάνη

Πινάκας 4: Έσοδα από τον τουρισμό, Αφίξεις αλλοδαπών και Μέση κκ Δαπάνη

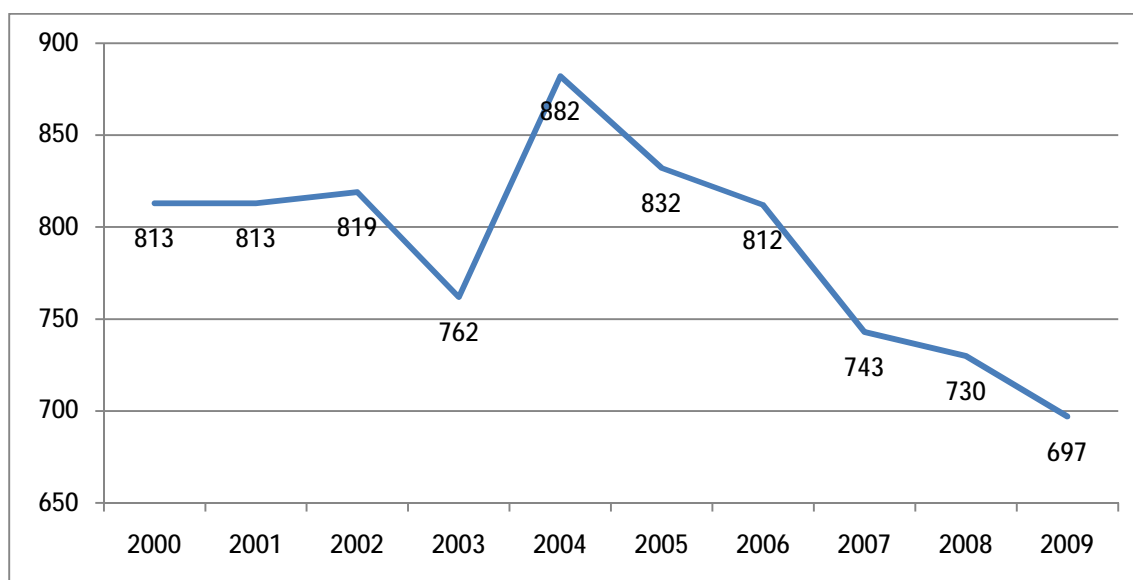
Έτος	Έσοδα σε δις €	Αφίξεις αλλοδαπών σε εκατ.	Μέση Κατά Κεφαλήν Δαπάνη
2000	10,1	12,4	813
2001	10,6	13	813
2002	10,3	12,6	819
2003	9,5	12,5	762
2004	10,4	11,7	882
2005	10,7	12,9	832
2006	11,4	14	812
2007	11,3	15,2	743
2008	11,6	15,9	730
2009	10,4	14,9	697

Πηγή: Τουριστικά έσοδα: ΤτΕ - αφίξεις αλλοδαπών Κ.Κ Δαπάνη: ΣΕΤΕ.

Διάγραμμα 7: Σύγκριση αφίξεων αλλοδαπών και εσόδων από τον τουρισμό



Διάγραμμα 8: Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη τουριστών σε €



Ως αποτέλεσμα της εισροής στη χώρα μας, τα τελευταία χρόνια, τουριστών χαμηλότερης εισοδηματικής κλίμακας, και λόγω της αύξησης των τιμών των αγαθών λόγω πληθωριστικών πιέσεων η κατανάλωση του μέσου τουρίστα έχει μειωθεί αισθητά. Μεγάλη πληγή αποτελεί και η εφαρμογή του μοντέλου «All inclusive» ολοένα και πιο συχνά τα τελευταία χρόνια από τους επιχειρηματίες του κλάδου, θέλοντας έτσι να χτυπήσουν τον ανταγωνισμό δημιουργώντας οικονομίες κλίμακας, αποτρέποντας τους τουρίστες να δώσουν χρήματα στη τοπική αγορά και ενισχύοντας περισσότερο του τουριστικούς πράκτορες και όχι τα τουριστικά καταλύματα.

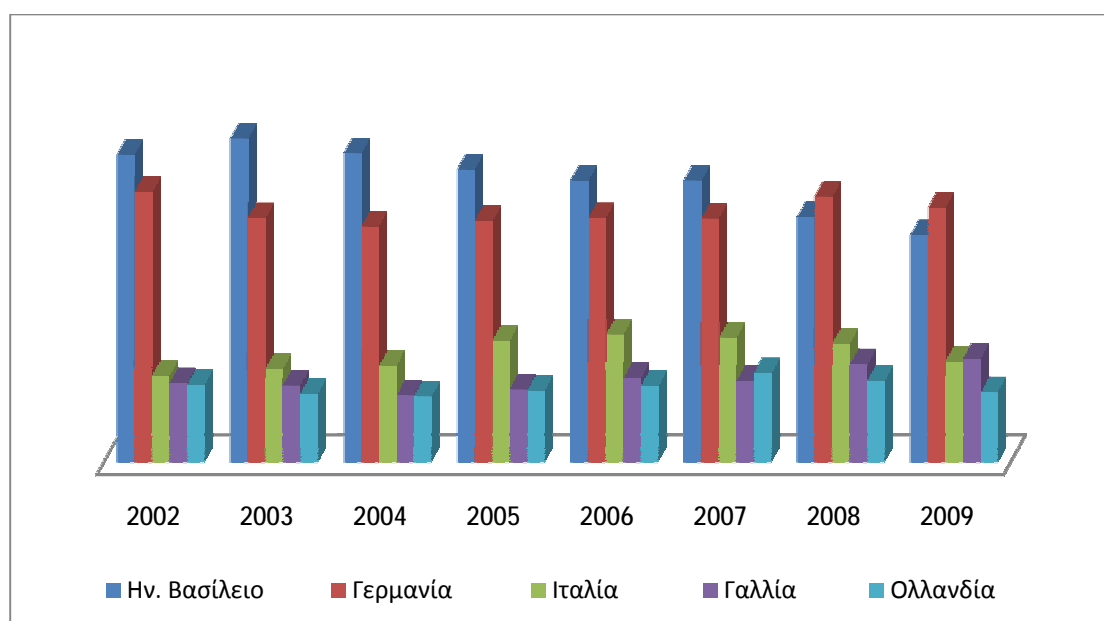
Μεγάλη σημασία έπαιξε και το άνοιγμα των αγορών του λεγόμενου «Ανατολικού μπλοκ» που έφερε ένα κύμα τουριστών χαμηλότερης εισοδηματικής τάξης, που δεν ξεδεύουν όσο ο μέσος ευρωπαίος.

2.3.4 Οι κυριότερες αγορές προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού

Πινάκας 5: Top5 αγορές εισερχόμενου τουρισμού

Πηγή: ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 9: Top5 αγορές εισερχόμενου τουρισμού



Με μικρές διαφορές, οι ισχυρές τουριστικές αγορές για την Ελλάδα συνεχίζουν να είναι ίδιες τα τελευταία χρόνια αυξομειώνοντας ανάλογα τα ποσοστά τους χωρίς διαφορές στην κατάταξη τους. Η μεγάλη αλήθεια είναι ότι μετά την είσοδο μας στην ζώνη του ευρώ η Γερμανία η πρώτη δύναμη μέχρι τότε στον τουρισμό άρχισε να φθίνει λόγω ασύμφορης

Έτος	Hv. Βασίλειο	Γερμανία	Ιταλία	Γαλλία	Ολλανδία
2002	2858360	2510849	805008	735568	721413
2003	3008381	2267063	865730	714821	635882
2004	2869737	2189222	898208	621407	611990
2005	2718721	2241942	1128506	676658	666287
2006	2615836	2267961	1187598	782154	712131
2007	2618542	2264332	1157081	756105	828185
2008	2278014	2469151	1099983	910021	756940
2009	2110149	2364486	935011	962435	651440

συναλλαγματικής ισοτιμίας (που στην ουσία δεν υπήρχε λόγω κοινού νομίσματος). Το ίδιο

βλέπουμε να συμβαίνει τα δύο τελευταία χρόνια με την Αγγλία, που λόγω μείωσης της συναλλαγματικής διαφοράς μεταξύ ευρώ και στερλίνας όχι μόνο μειώθηκε η δαπάνη του μέσου Άγγλου τουρίστα αλλά ακόμα χειρότερα προτιμά να μην έρθει στην Ελλάδα για διακοπές.

2.4 Διαρθρωτικά προβλήματα του κλάδου

Το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσιάζει προβλήματα διαρθρωτικής φύσης όπως **εξάρτηση από τους Tour Operators, χαμηλή εξειδίκευση του προσωπικού, προσέλκυση τουριστών χαμηλής και μεσαίας εισοδηματικής τάξης, κορεσμό των δημοφιλών προορισμών (αυξημένη ζήτηση σε τρεις μόνο περιφέρειες), αδυναμίες στο χωροταξικό πλαίσιο, έντονη εποχικότητα κατά τους θερινούς μήνες.** Στα προβλήματα του κλάδου συγκαταλέγονται επίσης: **η άναρχη εξάπλωση μικρών επιχειρήσεων παροχής καταλύματος και το φαινόμενο της παράνομης λειτουργίας μέρους αυτών που δυσφημεί το ελληνικό τουριστικό προϊόν, το υψηλό κόστος παροχής υπηρεσιών εκτός ξενοδοχείου, οι ανεπαρκείς υποδομές εκτός των δημοφιλών προορισμών, ο εντεινόμενος ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες.**

ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ TOUR OPERATORS

Η εξάρτηση από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες είναι συνέπεια α) της κακής στρατηγικής που ανέπτυξαν οι άνθρωποι του κλάδου β) γενικότερα των ελληνικών κυβερνήσεων ανά τα χρόνια που έδιναν το δικαίωμα σε ξένες επιχειρήσεις να έχουν τα ηνία του ελληνικού τουρισμού και γ) του τεράστιου ανταγωνισμού που υπάρχει στη περιοχή της μεσογείου σε συνάρτηση με την υπερπροσφορά.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Ισπανίας που για να βελτιώσει τη ποιότητα του προϊόντος που προσέφερε αλλά και για να δώσει μια ανάσα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου που ήταν έρμαια των τουριστικών πρακτόρων κατήργησε δια νόμου το γνωστό σε όλους «All inclusive».

Φυσικά τον καθοριστικότερο ρόλο παίζει ο ανταγωνισμός που έχει δημιουργηθεί στην λεκάνη της μεσογείου (και όχι μόνο λόγω παγκοσμιοποίησης) δίνοντας το δικαίωμα στους Tour Operators να πιέζουν για χαμηλότερες τιμές, πράγμα που «γονατίζει» τον τουριστικό κλάδο αν λάβει κανείς υπόψη του ότι στις περισσότερες ανταγωνίστριες χώρες υπάρχουν τρομερά μεγάλες συναλλαγματικές διαφορές έναντι του ευρώ και συγχρόνως στη χώρα μας υπάρχει πολύ μεγάλη προσφορά για τη δεδομένη ζήτηση.

ΧΑΜΗΛΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο το γεγονός ότι οι απασχολούμενοι στο τουριστικό τομέα είναι επί των πλείστων περιστασιακοί υπάλληλοι δημιουργεί το τεράστιο πρόβλημα της ανειδίκευτης εργασίας. Αυτό φυσικά συμβάλει στην

υποβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουμε στους επισκέπτες μας και σαν επακόλουθο την μη επαρκή κάλυψη των αναγκών τους.

Η υποβάθμιση αυτή του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, βοηθάει του τουριστικούς πράκτορες να πιέσουν ακόμα περισσότερο για χαμηλές τιμές, δημιουργεί την εικόνα αναπτυσσόμενης και όχι ανεπτυγμένης χώρας στους τουρίστες, δημιουργεί αντισταθμιστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη της οικονομίας αφού επωφελεί την παράνομη εργασία, την εκμετάλλευση αδύναμων κοινωνικά ομάδων (π.χ. ανήλικους) κ.τ.λ. και ως αποτέλεσμα όλων αυτών η Ελλάδα χάνει έδαφος στη μάχη του παγκόσμιου ανταγωνισμού.

ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

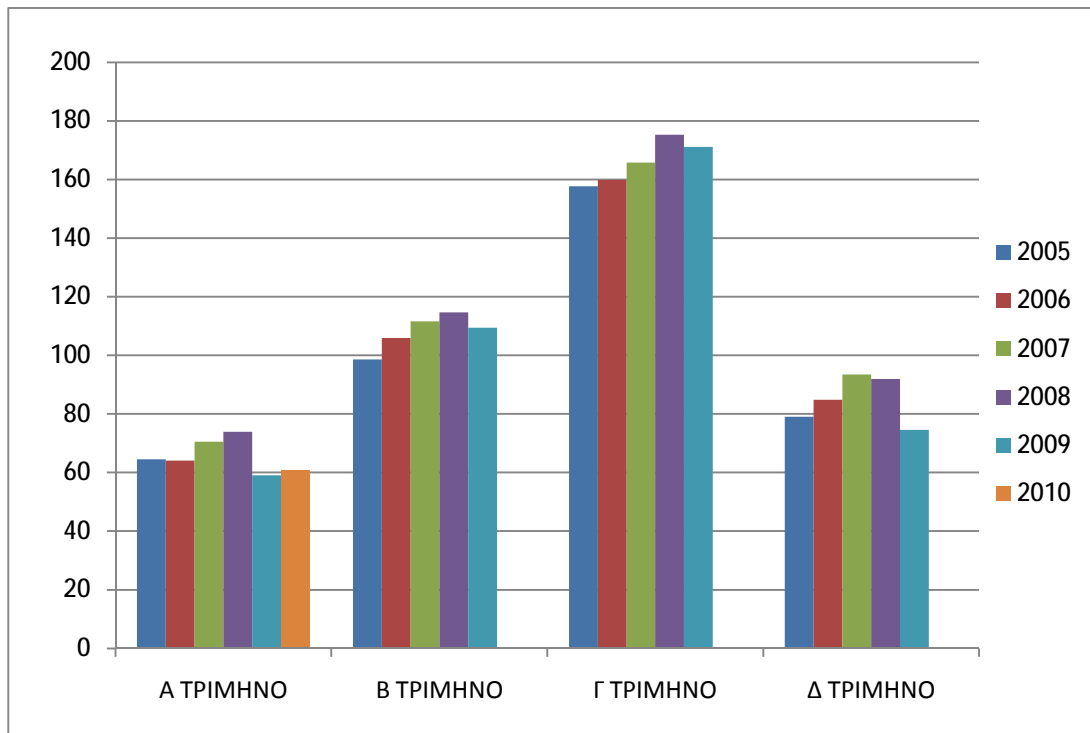
Χαρακτηριστικό της εποχικότητας του επαγγέλματος είναι η αναφορά του ΣΕΤΕ ότι περίπου το 50% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών πραγματοποιείται Ιουλίου - Αύγουστο – Σεπτέμβριο. Όπως παρατηρούμε και στο πίνακα 6 υπάρχει μεγάλη αύξηση στο τζίρο των τουριστικών επιχειρήσεων την περίοδο του καλοκαιριού.

Πίνακας 6: Εξέλιξη του δείκτη κύκλου εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης

	Α ΤΡΙΜΗΝΟ	Β ΤΡΙΜΗΝΟ	Γ ΤΡΙΜΗΝΟ	Δ ΤΡΙΜΗΝΟ
2005	64,5	98,6	157,7	79,1
2006	64,1	105,9	159,9	84,9
2007	70,5	111,6	165,8	93,5
2008	73,9	114,7	175,3	91,9
2009	59,1	109,4	171,2	74,6
2010	60,8			

Πηγή: Ελληνική Στατιστική αρχή-Δ/νση Στατιστικών Τομέα Εμπορίου και Υπηρεσιών-Τμήμα Τουρισμού, 10 Ιουνίου 2010

Διάγραμμα 10: Εξέλιξη του δείκτη κύκλου εργασιών στον τομέα Υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης



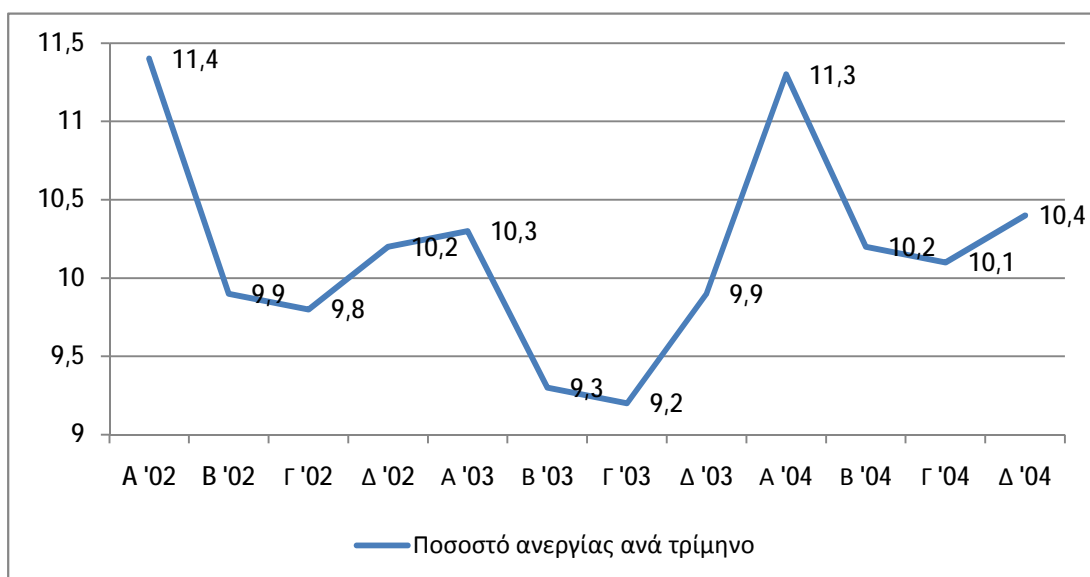
Άλλος ένας τρόπος να παρατηρήσουμε την εποχικότητα του τουριστικού τομέα είναι η ανεργία που δημιουργείται κατά του χειμερινούς μήνες. Παρατηρούμε στον πίνακα 7 ότι η το ποσοστό ανεργίας αυξάνετε κάθε πρώτο τρίμηνο (μια περίοδος που ο τουρισμός είναι σχεδόν ανύπαρκτος) και αυξάνει ξανά με τον ερχομό του καλοκαιριού. Αυτό είναι εμφανές και στο διάγραμμα 11 από την ημιτονοειδή καμπύλη που σχηματίζει το γράφημα πράγμα που μαρτυρά την συνεχή αυξομείωση της ανεργίας.

Πίνακας 7: Ποσοστό ανεργίας ανά τρίμηνο

	Α '02	Β '02	Γ '02	Δ '02	Α '03	Β '03	Γ '03	Δ '03	Α '04	Β '04	Γ '04	Δ '04
Ποσοστό ανεργίας ανά τρίμηνο	11,4	9,9	9,8	10,2	10,3	9,3	9,2	9,9	11,3	10,2	10,1	10,4

Πηγή: ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 11: Ποσοστό ανεργίας ανά τρίμηνο



Το πρόβλημα της εποχικότητας έχει δημιουργηθεί με τα χρόνια, κυρίως γιατί υπήρξε μονοδιάστατη προβολή του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας. Το μόνο που «πουλούσαμε» προς τα έξω ήταν «ήλιος και θάλασσα» και επενδύαμε πάνω σε μοντέλα που εξυπηρετούσαν αυτό το σκοπό. Μόνο τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να κατανοείται από τους φορείς και την πολιτεία η ανάγκη για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω εναλλακτικών μορφών τουρισμού (όχι μαζικού) και η δημιουργία με αυτόν τον τρόπο νέων ευκαιριών για τον ελληνικό τουρισμό και την οικονομία γενικότερα.

Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και μείωση της εποχικότητας δεν μπορεί να επιτευχθεί με το ξεπερασμένο μοντέλο του μαζικού τουρισμού που δεν αφήνει περιθώρια παρά μόνο για διακοπές παραθεριστικού χαρακτήρα το καλοκαίρι.

ΚΟΡΕΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΦΙΛΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχει υπερπροσφορά τα τελευταία χρόνια στους κατά κόρον τουριστικούς προορισμούς της χώρας όπως είναι η Κρήτη, η Ρόδος, η Χαλκιδική και τα νησιά του Ιονίου, αυτό είναι σημάδι κορεσμού των προορισμών αυτών. Όταν οι πληρότητες αγγίζουν το 100% μόνο τον μήνα Αύγουστο τα τελευταία δύο χρόνια σύμφωνα με στοιχεία του ΞΕΕ σε πάνω από τα μισά ξενοδοχεία του κλάδου αυτό σηματοδοτεί το τέλος μιας εποχής και την αρχή μιας άλλης.

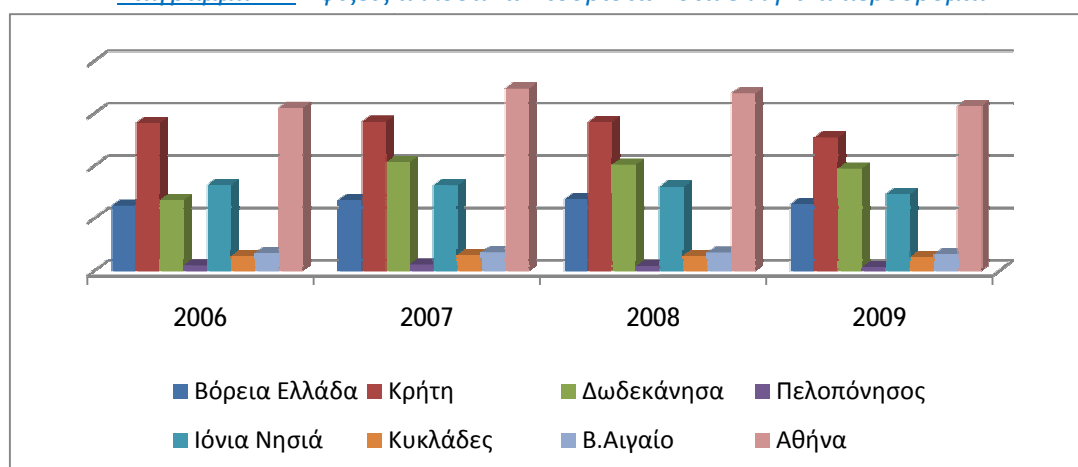
Η Ελλάδα από την 12^η θέση που κατείχε παγκοσμίως σε Διεθνείς αφίξεις το 2000, έφτασε στην 16^η θέση το 2009. (ΣΕΤΕ: βασικά μεγέθη 2000-2009) Αυτό δείχνει ότι όχι μόνο υπάρχει κορεσμός στο των δημοφιλών προορισμών αλλά και γενικότερη μείωση της ζήτησης πράγμα που απαιτεί στροφή σε άλλες μορφές τουρισμού που θα προσελκύσουν ξανά τουρίστες, αναδιαρθρώνοντας όμως τον τουριστικό χάρτη της Ελλάδας, συμβάλλοντας έτσι στην ομοιόμορφη κατανομή των τουριστών ανά την Ελλάδα και βοηθώντας μικρές οικονομίες που δεν έχουν άλλη διέξοδο για να αναπτυχθούν οικονομικά.

Πίνακας 8: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στα ελληνικά αεροδρόμια

	2006	2007	2008	2009
Βόρεια Ελλάδα	1244321	1350593	1364985	1273386
Κρήτη	2820356	2846438	2840730	2547067
Δωδεκάνησα	1997780	2076156	2026336	1952996
Πελοπόννησος	104023	121459	87622	71864
Ιόνια Νησιά	1638258	1632593	1609395	1465635
Κυκλάδες	278690	296943	287536	259159
Β. Αιγαίο	338014	349673	347302	315014
Αθήνα	3111799	3479519	3385172	3143238
Σύνολο	11533241	12153374	11949078	11028359

Πηγή: ΥΠΑ και περιφερειακά αεροδρόμια

Διάγραμμα 12: Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στα ελληνικά αεροδρόμια

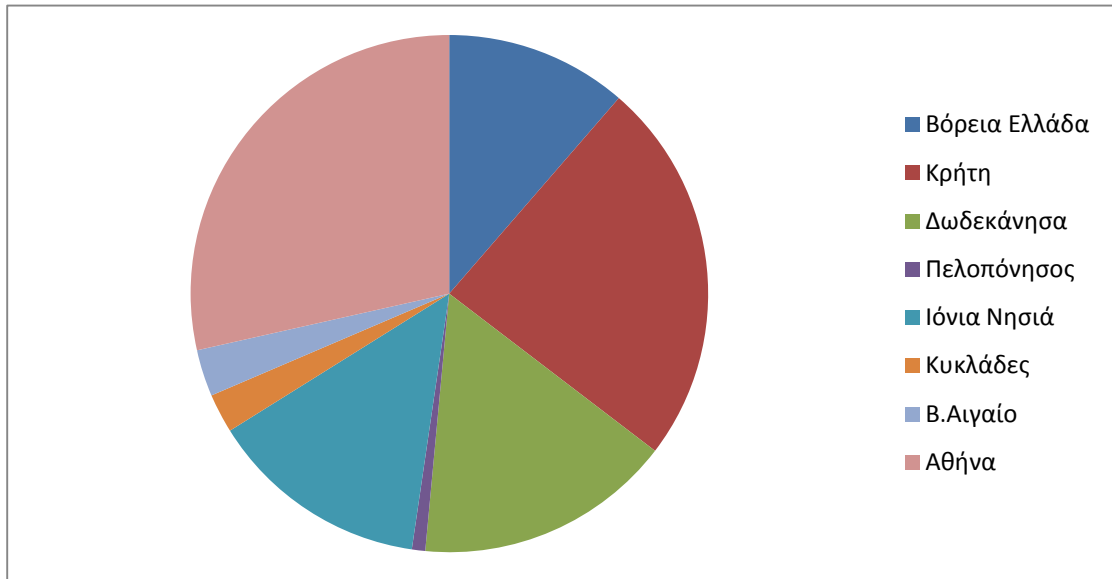


Πίνακας 9: Μερίδιο αφίξεων ανά ελληνική περιφέρεια '06-'09

	Μ.Ο Αφίξεων '06-'09	Ποσοστό επί του συνόλου (%)
Βόρεια Ελλάδα	1308321	11,37
Κρήτη	2763648	24,02
Δωδεκάνησα	1852762	16,10
Πελοπόννησος	96242	0,84
Ιόνια Νησιά	1586470	13,79
Κυκλάδες	280582	2,44
Β. Αιγαίο	337501	2,93
Αθήνα	3279932	28,51
Σύνολο	11505458	100

Πηγή: ΥΠΑ και περιφερειακά αεροδρόμια

Διάγραμμα 13: Μερίδιο αφίξεων ανά ελληνική περιφέρεια '06-'09



Κεφάλαιο 3

Ειδικός και εναλλακτικός τουρισμός

Ο «άλλος» τουρισμός

3.1 Ορισμός ειδικού - εναλλακτικού τουρισμού*

Στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα, το οικολογικό κίνημα άρχισε να αποκτά σημαντικές διαστάσεις. Αυτό έγινε εμφανές από τις διάφορες κινήσεις διαμαρτυρίας, την ίδρυση μεγάλου αριθμού οικολογικών οργανώσεων, το περιεχόμενο συνεδρίων και την καταναλωτική συμπεριφορά. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια άρχισε να αποκτά και σημαντική πολιτική δύναμη. Το σύνθημα δεν ήταν μόνο η προστασία του περιβάλλοντος, αλλά ταυτόχρονα και η επιστροφή του ανθρώπου στη φύση και το πράσινο (Λογοθέτης Μ., Αγροτικός Τουρισμός: Μια εναλλακτική λύση σ. 18-19).

Οι εξελίξεις αυτές άρχισαν να επηρεάζουν και τον τουριστικό τομέα, πράγμα που εκδηλώθηκε με δύο κυρίως τάσεις. Αφενός με την προτίμηση των τουριστών σε ιδιαίτερες μορφές τουριστικής δραστηριότητας και αφετέρου με την ευαισθητοποίηση τους σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. Η ευαισθητοποίηση αφορούσε κυρίως θέματα μόλυνσης του περιβάλλοντος, προστασίας από την ηλιακή ακτινοβολία, προστασίας της χλωρίδας και πανίδας, καθαριότητας, ατμοσφαιρικής ρύπανσης κ.λπ.

Η απομάκρυνση των τουριστών από τα συνηθισμένα τουριστικά πρότυπα του μαζικού τουρισμού άρχισε να καθρεφτίζεται σε συγκεκριμένες προτιμήσεις. Τέτοιες ήταν η ξεκούραση κοντά στη φύση, η ζήτηση φτηνών και ανεξάρτητων καταλυμάτων στην ύπαιθρο, η ανάγκη για περισσότερο ενεργητική αναψυχή, η επαφή με τον τόπο διακοπών και τους ντόπιους. Συνέπεια των νέων τάσεων και προτιμήσεων των τουριστών ήταν η εμφάνιση μορφών τουριστικής δραστηριότητας με νέα ονόματα και περιεχόμενο, όπως:

- § Ενσωματωμένος τουρισμός, ο οποίος επιδιώκει την ενσωμάτωση μικρών ομάδων τουριστών στη ζωή του χωριού για ορισμένο χρονικό διάστημα, με την ενεργή συμμετοχή τους στις καθημερινές ασχολίες και δραστηριότητες των κατοίκων.
- § Τουρισμός με σύνεση είναι ο τουρισμός που διαφυλάσσει όχι μόνο το φυσικό περιβάλλον, αλλά και το γενικότερο κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον.
- § Ήπιος τουρισμός είναι ο τουρισμός που έρχεται σε αντίθεση με τον σκληρό τουρισμό και ειδικότερα με τα χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού, όπως τον τόπο διακοπών (περισσότερη φύση), τον αριθμό των τουριστών (περιορισμένος), το είδος των καταλυμάτων (μικρά και κοντά στη φύση), το πρόγραμμα κατά τη διάρκεια παραμονής (όχι τυποποιημένα, παθητικά) κλπ.
- § Εναλλακτικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που διαφοροποιείται από τις συνηθισμένες σκληρές μορφές τουρισμού. Ο όρος αυτός έκανε την εμφάνιση του στις αρχές της δεκαετίας του '80 και χρησιμοποιήθηκε σε διαφημιστικά φυλλάδια ταξιδιωτικών πρακτορείων, σε εκδόσεις βιβλίων, σε διεθνείς εκθέσεις και συνέδρια, προβάλλοντας ένα νέο προϊόν και μια νέα μορφή τουριστικών διακοπών. Ο όρος αυτός έχει επικρατήσει κυρίως στην Ελλάδα, ενώ στο εξωτερικό χρησιμοποιείται περισσότερο ο όρος «ήπιος τουρισμός».

Ο επικρατέστερος ορισμός για τον ήπιο τουρισμό είναι ο ακόλουθος (Mose I., 1988):

«Ήπιος τουρισμός είναι ένας ποιοτικά αναβαθμισμένος και ιδιαίτερα φιλόξενος τουρισμός, που με διακριτική ενσωμάτωση των φιλοξενουμένων αποφέρει οικονομικά οφέλη για τους ημεδαπούς και δημιουργεί κλίμα αμοιβαιότητας μεταξύ ημεδαπών και επισκεπτών, ενώ ταυτόχρονα δεν επηρεάζει ούτε το οικολογικό περιβάλλον ούτε και τον κοινωνικοπολιτιστικό χαρακτήρα της περιοχής».

Οι **εναλλακτικές μορφές** τουρισμού βρίσκονται στον αντίποδα του μαζικού τουρισμού και ειδικότερα του διεθνούς τουριστικού προτύπου της αγοράς που χαρακτηρίζεται από τη μαζικότητα, την επιβάρυνση του περιβάλλοντος, τη μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και αποσκοπεί στη μεγιστοποίηση του κέρδους σε βάρος των τοπικών κοινωνιών, της τοπικής οικονομίας και του περιβάλλοντος.

Ως **ειδικές μορφές** τουρισμού μπορούν να χαρακτηριστούν γενικά αυτές που απευθύνονται σε ορισμένη κατηγορία τουριστών και δεν είναι ιδιαίτερα μαζικές. Κάθε ειδική μορφή τουρισμού έχει ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό, το οποίο, λειτουργώντας ως κίνητρο, γίνεται αναπόσπαστο συστατικό στοιχείο κατά τη διάρκεια παραμονής των τουριστών και δίνει το όνομα του στην ειδική αυτή μορφή.

Επίσης, στις ειδικές μορφές τουρισμού, εκτός από το προσδιοριστικό κίνητρο, μπορούν να διακριθούν και άλλα χαρακτηριστικά, όπως ο τρόπος οργάνωσης και λειτουργίας του και η απαιτούμενη υποδομή, που αποσκοπούν στην ικανοποίηση των ειδικών αναγκών των τουριστών-επισκεπτών.

Τα τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν τις ειδικές μορφές τουρισμού

- § ΚΙΝΗΤΡΟ ΠΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΕΙ ΤΗ ΜΟΡΦΗ
- § ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΤΜΗΜΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
- § ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΣΤΙΣ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ
- § ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΥΠΟΔΟΜΗ ΓΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

Ωστόσο, δεν θα πρέπει να συγχέεται η έννοια των ειδικών μορφών τουρισμού με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ο όρος ειδικές μορφές τουρισμού είναι ευρύτερος και περιλαμβάνει και τις εναλλακτικές (ήπιες) μορφές τουρισμού, οι οποίες διέπονται από τα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω σχετικά με τον ήπιο χαρακτήρα των μορφών.

Ολοκληρώνοντας την αναφορά στο περιεχόμενο των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, θα πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι το βασικό στοιχείο που διαφοροποιεί τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού από τις άλλες μορφές τουριστικής ζήτησης, δεν είναι τόσο η αιτία του κινήτρου, αλλά κυρίως η μορφή της οργάνωσης και λειτουργίας των μορφών αυτών.

* Ευστάθιου Βελισσάριου «Μάνατζμεντ ειδικών μορφών τουρισμού», Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα 2000

3.2 Είδη ειδικού -εναλλακτικού τουρισμού

3.2.1 Αγροτουρισμός

Ιστορικά η πρώτη εμφάνιση του τουρισμού υπαίθρου και του αγροτουρισμού τοποθετείται το 19ο αιώνα, όταν ο τότε αστικός πληθυσμός πραγματοποιούσε εκδρομές με τους ατμοκίνητους σιδηρόδρομους. Το είδος αυτό του τουρισμού ίσως είναι γνωστό σε πολλούς από εμάς από τα μυθιστορήματα της ρομαντικής περιόδου και τις αντίστοιχες ταινίες.

Όμως ο αγροτουρισμός ως συγκροτημένη ειδική μορφή τουρισμού, εμφανίζεται για πρώτη φορά τη δεκαετία του '60 στις Η.Π.Α. (Farm/Ranch tourism). Στη χώρα μας, οι πρώτες μορφές αγροτουριστικής δραστηριότητας έλαβαν χώρα το 1984, με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών.

Αγροτουρισμός ονομάζεται η ειδική εκείνη μορφή τουρισμού η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους φιλοξενούμενους των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες.

Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κατοίκους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι:

- Η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και η γνωριμία με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, τα τοπία φυσικού κάλλους την πανίδα και τη χλωρίδα των εκάστοτε περιοχών. Αγροτικές περιοχές που περιλαμβάνουν υγροβιότοπους μπορούν να συνδυάσουν την αγροτουριστική δραστηριότητα με το λεγόμενο "τουρισμό των υγροβιότοπων" (παρατήρηση χλωρίδας και πανίδας, δημιουργία κέντρων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης κτλ.).
- Η επαφή και η γνωριμία με την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων, η συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.
- Η προσφορά διαφοροποιημένων, υψηλής ποιότητας τουριστικών προϊόντων (π.χ. προσφορά βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων, προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης).
- Η παρατήρηση των γεωργικών δραστηριοτήτων και πιθανώς η συμμετοχή σε αυτές.
- Η άσκηση παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (ορειβασία, πεζοπορία, ανεμόπτερο πλαγιάς κτλ.).

Είδη αγροτουριστικών καταλυμάτων

Τα είδη αγροτουριστικών καταλυμάτων είναι τα εξής:

- Μικρές ξενοδοχειακές μονάδες - ξενώνες
- Ενοικιαζόμενα δωμάτια στα σπίτια αγροτικών οικογενειών
- Ανεξάρτητες αγροτικές κατοικίες παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (που εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον).
- Κάμπινγκ σε αγροκτήματα, τα οποία δεν είναι διαδεδομένα στην Ελλάδα σε αντίθεση με ορισμένες περιοχές της Ευρώπης.

Όπως είναι φανερό, η απαιτούμενη υποδομή του αγροτουρισμού είναι μικρής κλίμακας, συγκρινόμενη με εκείνη του μαζικού τουρισμού. Ο αγροτουρισμός δεν απαιτεί εξελιγμένη τουριστική υποδομή, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης του. Παράλληλα, η προσφορά των αγροτικών προϊόντων είναι άφθονη, καθώς αυτά είναι κατά κύριο λόγο ελεύθερα αγαθά (αέρας, νερό, φύση).

Πλεονεκτήματα του αγροτουρισμού

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει ο αγροτουρισμός στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των αγροτικών περιοχών, συνοψίζονται στα εξής:

- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο. Το πλεονέκτημα αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις περιοχές που αντιμετωπίζουν σημαντική πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Η δημιουργία των θέσεων αυτών εργασίας είναι καθοριστική για τις ευαίσθητες, από άποψη εργασίας, κοινωνικές ομάδες των νέων και των γυναικών.
- Η δημιουργία υποδομών ήπιας κλίμακας, οι οποίες εναρμονίζονται με το φυσικό περιβάλλον και συμβάλλουν στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων.
- Η προώθηση των γεωργικών παραδοσιακών προϊόντων στην αγορά και η αύξηση των εσόδων των ατόμων που ασχολούνται με το γεωργικό τομέα
- Ο αγροτουρισμός αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της δυνατότητας συνδυασμού της περιφερειακής ανάπτυξης και της προστασίας και ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος. Είναι μια τουριστική δραστηριότητα που δεν δρα ανταγωνιστικά προς τους φυσικούς πόρους. Αντίθετα, συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση τόσο των μόνιμων κατοίκων όσο και των επισκεπτών στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Ο αγροτουρισμός, ως δραστηριότητα, αναπτύσσεται όλες τις εποχές του χρόνου, αμβλύνοντας έτσι το πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας, που ως γνωστόν, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού.

3.2.2 Θεραπευτικός τουρισμός / Τουρισμός υγείας

Ο Θεραπευτικός Τουρισμός είναι μία ειδική μορφή τουρισμού με σημαντικά οικονομικά πλεονεκτήματα. Είναι η μορφή τουρισμού που υφίσταται τις λιγότερες αρνητικές επιδράσεις από τυχόν δυσμενείς συγκυρίες και μπορεί να δώσει δωδεκάμηνη τουριστική περίοδο.

Πολλά κέντρα τουρισμού υγείας λειτουργούν σήμερα στην Κεντρική Ευρώπη και συγκεκριμένα στην Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία και λιγότερο στο Βέλγιο, Ισπανία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Ολλανδία, Φιλανδία, Σουηδία.

Επίσης λειτουργούν πολλά τέτοια κέντρα στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης όπου ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομίας τους π.χ. Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Ρωσία, Γιουγκοσλαβία, Βουλγαρία.

Στο χώρο της Μεσογείου εκτός της Ιταλίας, Ισπανίας, Ελλάδας και Πορτογαλίας ιαματικό τουρισμό και τουρισμό υγείας έχουν επίσης αναπτύξει το Ισραήλ, η Τουρκία, η Τυνησία, το Μαρόκο και η Κύπρος.

Τα πακέτα διακοπών προορισμού σε αυτά τα κέντρα συνδυάζονται τις περισσότερες φορές και με προσφορά άλλων τουριστικών υπηρεσιών αναψυχής, αναζωογόνησης, σπορ (όπως σκι, ιστιοπλοΐα, ιππασία, τένις, κλπ.) και πολιτιστικών δραστηριοτήτων της υψηλής κοινωνικής ζωής (όπως κινηματογράφο, θέατρο, φεστιβάλ μουσικής κλπ.) γιατί απευθύνονται όχι μόνο σε ασθενείς αλλά και στους συνοδούς των ασθενών, καθώς και σε άλλους επισκέπτες συνήθως ανωτέρου εισοδηματικού επιπέδου. Εξάλλου, απαιτείται η μακρά παραμονή των ατόμων σε αυτά τα θέρετρα, προκειμένου να φανούν τα αποτελέσματα μιας ορισμένης θεραπείας στην οποία υποβάλλονται, ιδίως αν πρόκειται για ειδικές θεραπείες (όπως αντικαπνική θεραπεία, θεραπεία του άγχους, ψυχοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, χαλάρωση, διαιτητική, εκμάθηση ύπνου, έρευνα της σωστής γραμμής-στάσης του σώματος, αισθητικής κλπ.). Επομένως η αναγκαστική παραμονή των επισκεπτών για ένα ορισμένο-χρονικό διάστημα στα κέντρα του τουρισμού υγείας, απαιτεί να δημιουργηθεί όχι μόνο η κατάλληλη ατμόσφαιρα για την χαλάρωση και την αναζωογόνηση του οργανισμού αλλά και η δημιουργία και άλλων δραστηριοτήτων και τόπων έλξης των τουριστών που θα τους απασχολούν κατά τις ελεύθερες ώρες.

Έτσι δημιουργούνται συγκροτήματα που διαθέτουν όλη τη γενική και ειδική υποδομή και το κατάλληλο περιβάλλον που απαιτείται για τον τουρισμό μακράς παραμονής όπως πάρκα πρασίνου, κήποι, ποταμοί, λίμνες, κλινικές, κέντρα θεραπείας, κατάλληλος εξοπλισμός, ειδικευμένοι γιατροί, στέγαση σχετική με τη θεραπεία, ελεγχόμενη διαίτα κλπ. που βοηθά στην αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης θεραπείας.

Η περίπτωση της Ελλάδας

Η Ελλάδα είναι πλούσια σε ιαματικές πηγές με νερά που έχουν ποικίλη φυσικοχημική σύσταση και ενδείκνυνται για εφαρμογή στη σύγχρονη φυσική υδροθεραπεία. Σε όλες τις ιαματικές πηγές που λειτουργούν στην Ελλάδα συναντάται μόνο η μορφή της θεραπείας και όχι η προσφορά υπηρεσιών που έχουν σχέση με την

αναζωογόνηση του οργανισμού. Δηλ. Τα κέντρα που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι κέντρα ιαματικού τουρισμού και όχι κέντρα τουρισμού υγείας.

Μορφές υδροθεραπείας που εφαρμόζονται στην Ελλάδα είναι α.) η λουτροθεραπεία και η πηλοθεραπεία, β) η ποσιθεραπεία και γ) η εισπνοθεραπεία. Η υδροθεραπεία μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική. Σε ορισμένες από τις ιαματικές πηγές στην Ελλάδα, που έχουν σύγχρονο εξοπλισμό εφαρμόζονται και οι νέες μέθοδοι της λουτροθεραπείας όπως καταιονήσεις, υδρομαλάξεις, υδροκινησιοθεραπεία, ασκήσεις γυμναστικής, φυσιοθεραπεία κλπ.

Οι θεραπευτικές ιδιότητες ορισμένων πηγών ήταν γνωστές από την αρχαιότητα και μάλιστα συνδεδεμένες με την ιστορία του τόπου όπου βρίσκονται (όπως της Αιδηψού, των Θερμοπυλών, Ικαρίας, Τραιανούπολης κλπ.) η αξιοποίηση και η βαθμιαία οργάνωση των ιαματικών πηγών της χώρας άρχισε από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Οι πρώτες πηγές που αναπτύχθηκαν ήταν της Υπάτης, της Αιδηψού, της Κύθνου, Κυλλήνης, Λουτρακίου Καϊάφα και ακολούθησαν οι υπόλοιπες πηγές, οι περισσότερες από τις οποίες ήταν πηγές Τουριστικής Σημασίας. Οι περιοχές πολλών από τις πηγές αυτές λόγω κυρίως της γειτνίασης τους με την θάλασσα εξελίχθηκαν σε μεγάλες λουτροπόλεις, οι οποίες δέχονται επιπλέον των λουομένων στις ιαματικές πηγές και μεγάλο αριθμό παραθεριστών.

Οικονομικά οφέλη από τον θεραπευτικό τουρισμό

Τα οικονομικά οφέλη θα είναι πολλά για την Τοπική Κοινωνία και εφόσον ,με την ανάπτυξη των πηγών θα υπάρξει τόνωση της οικονομίας. Ενδεικτικά αναφέρονται,

- εισροή περισσότερου συναλλάγματος εφόσον θα έχουμε τουρισμό μακράς παραμονής,
- νέες θέσεις απασχόλησης με την τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας λόγω της ανάπτυξης των ιαματικών πηγών αλλά και λόγω κατασκευής αρχικής υποδομής όπως είναι η υποδομή υγείας και αθλητικών εγκαταστάσεων (νοσοκομείων, γηπέδων κλπ.),
- ζήτηση για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς (τράπεζες, καταστήματα, εστιατόρια κλπ.).
- ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο και εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών,
- φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές,
- βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών (αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις κλπ.)
- ζήτηση για εγκαταστάσεις και ειδική υποδομή (ιατρική) υψηλού επιπέδου για τον εξοπλισμό των υδροθεραπευτηρίων και των ιατρικών μονάδων.

3.2.3 Συνεδριακός τουρισμός

Είναι γεγονός ότι η έννοια του "συνέρχεσθαι" είναι ήδη γνωστή από την Αρχαιότητα. Οι Έλληνες, ιδιαίτερα από τον 5ο αιώνα, κάνουν ευρεία χρήση της στην πράξη, με ανοικτές συναθροίσεις και ανοικτά θέματα πολιτικής, επιστημονικής ή φιλοσοφικής χροιάς. Έκτοτε τέτοιου είδους ανάγκες επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων σε διάφορα πεδία επιστημονικών ή κοινωνικών πεδίων πολλαπλασιάστηκαν. Στο μέλλον δε, οι Συνεδριακές δραστηριότητες κάθε είδους θα συνεχίσουν την αυξανόμενη πορεία. Μπορεί οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας, όπως το τηλεδιάσκεψη, η ηλεκτρονική πληροφόρηση κ.λπ., να αλλάζουν σημαντικά τον τρόπο των καθημερινών μας συναλλαγών, αλλά πολύ λίγο θα επηρεάσουν την ανάγκη του "συνέρχεσθαι" και της ανθρώπινης επαφής. Η αμεσότητα της ανθρώπινης επαφής δεν είναι δυνατόν να υποκατασταθεί με την ψυχρή ηλεκτρονική τεχνολογία.

Αντίθετα, όσο η τεχνολογία απομονώνει τον άνθρωπο από την καθημερινή του επαφή με τον συνάνθρωπο, όπως θα συμβεί ενδεχομένως τα επόμενα χρόνια με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο θα αυξηθούν οι ανάγκες για παραδοσιακές και ανθρώπινες εκφράσεις του συνέρχεσθαι.

Όλες αυτές οι διαπιστώσεις, από τουριστικής πλευράς, σημαίνουν ότι ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός και οι ανάγκες για σχετική οργάνωση και υποδομή είναι και πρέπει να είναι στο στόχαστρο κάθε Πολιτείας, που φιλοδοξεί να αναπτύξει αξιόλογη τουριστική βιομηχανία.

Ο συνεδριακός τουρισμός διεθνώς και στην Ελλάδα

Από τα αποσπασματικά στοιχεία που υπάρχουν, συνάγεται ότι ο συνεδριακός τουρισμός καλύπτει το 3-4% του αριθμού των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος. Σε αρκετές όμως από τις μικρότερες βόρειο-ευρωπαϊκές και σε ορισμένες κεντροευρωπαϊκές χώρες καθώς και σε πολλές από τις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, η οικονομική σημασία του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με τον τουριστικό τομέα ως σύνολο φαίνεται να υπερβαίνει αρκετά τους διεθνείς μέσους όρους που προαναφέρθηκαν.

Από άποψη εξειδίκευσης στο συνεδριακό τουρισμό, η χώρα μας φαίνεται να κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη (2-4% του συνολικού αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την International Meeting Association (IMA) τα πρόσφατα χρόνια. Γενικά μπορεί να λεχθεί ότι ο βαθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα είναι μέτριος.

Η Πρωτεύουσα φαίνεται να συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια ενώ σημαντικά είναι και τα μερίδια της Κρήτης, της Δωδεκανήσου και της Μακεδονίας.

Οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι δύο, τα διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών, κ.ά.) από τη μια μεριά, που καλύπτουν περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής κίνησης και οι μεγάλες κυρίως επιχειρήσεις από την άλλη, που καλύπτουν μεν μικρότερο μέρος της κίνησης σε αριθμούς αλλά αρκετά

μεγαλύτερο μέρος του οικονομικού αντικειμένου, λόγω υψηλότερης κατά κεφαλήν δαπάνης.

Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικά μικρότερο βαθμό εποχικότητας από το τουρισμό συνολικά καθώς και εποχική συμπληρωματικότητα με τη μεγάλη μάζα του μαζικού τουρισμού.

Περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15 % περίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του μαζικού τουρισμού.

Η μέση ημερήσια δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εμφανίζεται πολλαπλάσια του αντίστοιχου μεγέθους για το μαζικό τουρισμό (έως και δεκαπλάσια). Επειδή όμως η μέση διάρκεια παραμονής των συνεδριακών επισκεπτών τοποθετείται μεταξύ 4 και 5 ημερών και είναι γενικά βραχύτερη απ' ό τι συμβαίνει με τον μαζικό τουρισμό, η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη εξακολουθεί μεν να είναι υψηλότερη, σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό αλλά σε μικρότερο βαθμό (διπλάσια έως τετραπλάσια).

Για τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις, το μέσο μέγεθος των συνεδριακών εκδηλώσεων από άποψη αριθμού συνέδρων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 ατόμων. Συνολικά όμως το μέσο μέγεθος είναι αρκετά μικρότερο. Το μέσο μέγεθος των συνεδρίων στην Ελλάδα υπολείπεται κατά πολύ του διεθνούς μέσου όρου και δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 170 άτομα. Αυτό φαίνεται να συνδέεται και με την σχετικά περιορισμένη προσφορά συνεδριακών χώρων μεγάλης χωρητικότητας καθώς επίσης και με τον γενικά χαμηλό βαθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα.

Σε κάθε όμως περίπτωση, από την άποψη της χωρητικότητας της συνεδριακής υποδομής, οι δυνατότητες υποδοχής υπερβαίνουν κατά πολύ τη ζήτηση. Από την πλευρά της προσφοράς στενότητες παρουσιάζονται μόνο στις μεγάλης χωρητικότητας σύγχρονες εγκαταστάσεις ενώ άλλες αδυναμίες εντοπίζονται κύρια στην ποιότητα μέρους της ειδικής υποδομής και των υπηρεσιών. Η ύπαρξη και η ικανοποιητική λειτουργία τόσο της γενικής υποδομής όσο και της ειδικής υποδομής και του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού - που συναρτώνται και με το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιοχής - διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού.

3.2.4 Θρησκευτικός τουρισμός

Θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί το σύνολο εκείνο των τουριστικών δραστηριοτήτων το οποίο επικεντρώνεται γύρω από μνημεία και χώρους θρησκευτικής σημασίας.

Τα μνημεία της ελληνικής ορθοδοξίας είναι αναπόσπαστο τμήμα της εθνικής κληρονομιάς και αποτελούν αξιόλογο πόλο έλξης επισκεπτών. Οι βυζαντινές και οι μεταβυζαντινές εκκλησίες, στις πόλεις και στα χωριά, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί,

τα ξωκλήσια και τα προσκυνήματα της υπαίθρου, τα μοναστήρια, τα μετόχια και οι σκήτες, η μοναδική μοναστική πολιτεία του Αγίου Όρους, με την αξιόλογη εικονογράφηση τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση στις παραδόσεις και την στενή και μακραίωνη διασύνδεση της τέχνης με την θρησκευτική λατρεία.

Σε πολλές περιοχές θα συναντήσει κανείς κτίσματα και μνημεία λατρείας διαφορετικών δογμάτων και θρησκειών να συνυπάρχουν σε ένα διαρκή διάλογο, αποδεικνύοντας την πολύ-πολιτισμικότητα του ελληνικού χώρου. Δύσκολα θα βρούμε άλλη ανθρώπινη συνήθεια τόσο διαδεδομένη στο χώρο και τόσο ανθεκτική στο χρόνο όσο το ταξίδι σε τόπους ιερούς με στόχο το προσκύνημα. Από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, παραμένει σταθερή η πεποίθηση ότι η δέηση ή η τέλεση των θρησκευτικών καθηκόντων είναι αποτελεσματικότερη σε κάποιους συγκεκριμένους τόπους. Στους τόπους όπου γεννήθηκαν, πέθαναν, θαυματούργησαν, μαρτύρησαν ή απλώς εμφανίστηκαν θεοί και άγιοι, στα σημεία όπου υπήρχαν αγάλματα, ναοί, εκκλησίες, λείψανα αγίων ή θαυματουργές εικόνες, στα μέρη όπου διαδραματίστηκαν τα σημαντικότερα γεγονότα της ιστορίας κάθε θρησκείας.

Διαπερνώντας εποχές και πολιτισμούς, η κοινή πίστη στη σημασία του προσκυνήματος συνδέει μεταξύ τους και τις πιο διαφορετικές θρησκείες. Κι αν σήμερα έχουν εκλείψει πια τα κίνητρα που κατά την αρχαιότητα οδηγούσαν τα βήματα των προσκυνητών στους ναούς, ο πυρήνας του «θρησκευτικού τουρισμού» παραμένει ο ίδιος.

Η μετακίνηση για λόγους θρησκευτικούς συνεχίζει να υπόσχεται στον ταξιδιώτη κάτι πολυτιμότερο από τη γνωριμία ενός ξένου τόπου, έναν ελκυστικό συνδυασμό του τερπνού μετά του ωφελίμου. Εξάλλου, κατά πολλούς, η γέννηση του σύγχρονου τουρισμού οφείλει πολλά στην παράδοση του λατρευτικού ταξιδιού.

Η εκμηδένιση των αποστάσεων έχει μετατρέψει το επικίνδυνο ταξίδι σε ανώδυνη μετακίνηση. Η μαζικότητα είναι ένα από τα αποτελέσματα της αλλαγής των συνθηκών. Περί τα δύο εκατομμύρια είναι σήμερα οι μουσουλμάνοι που επισκέπτονται κάθε χρόνο τη Μέκκα, ενώ το 1939 δεν ξεπερνούσαν ακόμη τις 60 χιλιάδες. Όσο για τους καθολικούς, στα 20-30 εκατομμύρια υπολογίζονται οι προσκυνητές που συρρέουν στο Βατικανό για εορτές. Κοινό το ταξίδι, αλλά διαφορετικοί οι τόποι προορισμού. Με την εξαίρεση των προτεσταντών που από νωρίς κατήγγειλαν την εμπορευματοποίηση (υλική και πνευματική) των προσκυνημάτων, οι υπόλοιποι χριστιανοί συνεχίζουν να δίνουν ιδιαίτερη σημασία στα ταξίδια στους ιερούς τους τόπους, μια συνήθεια που τη διατηρούν από τον 4ο αιώνα. Βασικό προσκύνημα τους η Ιερουσαλήμ, αλλά όχι το μοναδικό.

Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα

Η Παναγία της Τήνου, τα λείψανα του Αγίου Σπυρίδωνα στην Κέρκυρα, του Αγίου Γεράσιμου στην Κεφαλονιά και του Αγίου Διονυσίου στη Ζάκυνθο, αποτελούν μερικά από τα σπουδαιότερα προσκυνήματα για τους ορθοδόξους. Δεν χρειάζεται να περιμένουμε το Πάσχα για να αντιληφθούμε ότι και στη χώρα μας, όπως σ' όλο τον κόσμο, ο προσκυνητής αποτελεί έναν ειδικό στόχο της τουριστικής βιομηχανίας.

Αργή αλλά σταθερή ανάπτυξη παρουσιάζει ο θρησκευτικός τουρισμός. Με κέντρο τις Μητροπόλεις, τις μεγάλες ενορίες της πρωτεύουσας αλλά και διάφορες θρησκευτικές οργανώσεις, διοργανώνονται επισκέψεις σε θρησκευτικούς τόπους, είτε με αφορμή κάποια θρησκευτική εορτή, εκδήλωση ή τελετή, είτε όχι. Μόνο στο εσωτερικό της χώρας διακινούνται, προς τα πάσης φύσεως Μοναστήρια, περισσότερα από 300.000 άτομα, κάθε χρόνο. Η Εκκλησία έχει τους δικούς της λόγους να τα ενθαρρύνει. Πέρα από το πλήθος των «προσκυνηματικών οδηγών», των «οδοιπορικών», και του υπόλοιπου σχετικού καθοδηγητικού υλικού που διαθέτει στους πιστούς, η Εκκλησία παρεμβαίνει ακόμα πιο δυναμικά. Σε διάφορες ενορίες του λεκανοπεδίου βλέπουμε φυλλάδια εξειδικευμένων ταξιδιωτικών γραφείων.

Το Άγιο Όρος έχει τους πιο πλούσιους «Κειμηλιακούς Θησαυρούς». Είναι η πιο πλούσια σε ποιότητα και ποσότητα ελληνική περιοχή με έργα βυζαντινής και μεταβυζαντινής τέχνης. Η πολιτιστική κληρονομιά του Αγίου Όρους δεν περιορίζεται μόνο στα θαυμάσια αρχιτεκτονήματα και τα μοναδικά κειμήλια των Ναών, Ιερών Μονών, Σκητών και Κελιών, αλλά εκτείνεται και στο απaráμιλλο και επίσης μοναδικό φυσικό περιβάλλον, το τοπίο που τα περιβάλλει.

3.2.5 Οικοτουρισμός – Ήπιος τουρισμός

Ο τουρισμός βρίσκεται σε στενή εξάρτηση από το φυσικό περιβάλλον και μάλιστα σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις σε ποσοστό 90%. Αυτό σημαίνει ότι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, ή διαφορετικά το «κεφάλαιο» της, το οποίο ο τουρισμός καλείται να αναδείξει και να αξιοποιήσει, με σκοπό να παραχθούν οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Κατά συνέπεια, αν αποσκοπούμε στην συνέχιση των ωφελειών που προέρχονται από τον τουρισμό και στο μέλλον, τότε θα πρέπει πρωτίστως να εκμεταλλευτούμε αειφορικά το διαθέσιμο φυσικό «κεφάλαιο» έτσι, ώστε να είναι σε θέση να προσφέρει αενάως τις ίδιες τουλάχιστον υπηρεσίες. Η αειφορικότητα στις ανωτέρω περιπτώσεις επιτυγχάνεται όταν οι σχέσεις Τουρισμού και Φυσικού Περιβάλλοντος είναι αρμονικές και έχει επιτευχθεί μεταξύ τους ισορροπία.

Στη χώρα μας, η επιθυμητή ισορροπία δεν επιτεύχθηκε μέχρι σήμερα, ίσως και να μην επιδιώχθηκε. Είναι χαρακτηριστική η υπερσυγκέντρωση τουριστών και η σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση ορισμένων περιοχών, οι οποίες αναπτύχθηκαν επιλεκτικά και μονομερώς, σε αντίθεση με άλλες περιοχές εξίσου αξιόλογες που παρέμειναν αναξιοποίητες και περιβαλλοντικά «άθικτες». Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι η Ρόδος το 1999 δέχτηκε διπλάσια τουριστική ένταση σε σχέση με την αντίστοιχη μέση ένταση της χώρας. Η εικόνα, με κάποιες αποκλίσεις, είναι παρόμοια και στις λοιπές παραθαλάσσιες περιοχές, αν λάβουμε υπόψη ότι το 90% του τουρισμού στη χώρα μας έχει σαν κύριους προορισμούς τα νησιά και τον παράκτιο χώρο. Η υπερσυγκέντρωση τουριστών σε ορισμένες περιοχές και η κάλυψη των αυξανόμενων αναγκών της ζήτησης συνοδεύτηκε με αύξηση των επεμβάσεων στο φυσικό περιβάλλον με αποτέλεσμα την εμφάνιση σοβαρών περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων και απωλειών.

Οι περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις επέδρασαν αρνητικά στον τουρισμό, καθόσον επηρέασαν την ποσότητα και ποιότητα του τουριστικού «κεφαλαίου», το οποίο άρχισε να μην ανταποκρίνεται πλέον στα συνεχώς ανερχόμενα standards των

τουριστών. Αποτέλεσμα αυτής της διάστασης μεταξύ «πραγματικού» και «επιθυμητού» ήταν η εμφάνιση στη 10ετία του '90 σημείων «κόπωσης» των τουριστών, που συνοδεύτηκε με σταδιακή «εγκατάλειψη» παραδοσιακών τουριστικών κέντρων και αναζήτηση άλλων περιοχών με «περισσότερο» φυσικό περιβάλλον, για να επαληθευθεί ο γενικός διευθυντής του Αυστριακού Οργανισμού Τουρισμού, Δρ. Κλάους, ο οποίος πριν 20 περίπου χρόνια είχε υποστηρίξει, ότι "η επιστροφή στο φυσικό και άθικτο περιβάλλον θα είναι πρωταρχικός παράγοντας στις τάσεις και τις επιθυμίες των τουριστών στο εγγύς μέλλον". Η τάση αυτή εξελίσσεται αυξητικά μέχρι τις μέρες μας.

Η συνειδητοποίηση της κατάστασης αυτής και η ανάγκη προσαρμογής στις απαιτήσεις της ζήτησης συνέβαλαν στην εμφάνιση νέων όρων στην τουριστική ορολογία: ήπιος, εναλλακτικός, πράσινος, αειφορικός τουρισμός, οικοτουρισμός, κ.λπ. Όροι, που χρησιμοποιούνται κατά κόρον τα τελευταία χρόνια για να υποδηλώσουν την εναλλακτική πρόταση τουρισμού, σε αντιδιαστολή προς τον μαζικό τουρισμό, η οποία θεωρείται «πανάκεια» για την επίλυση των δημιουργηθέντων προβλημάτων, χωρίς πολλές φορές να συνειδητοποιούνται ούτε το περιεχόμενο, ούτε τα πλαίσια δράσης που υπαγορεύονται από τις νέες αυτές μορφές. Η άγνοια αυτή, εκούσια ή ακούσια, οδηγεί πολλές φορές στην ανάληψη πρωτοβουλιών, οι οποίες στην ουσία δεν είναι νέες, αλλά παλιές, γνωστές πρακτικές που περιβλήθηκαν με περιβαλλοντικό «μανδύα». Κατά συνέπεια αποτελεί κομβικό σημείο η διασαφήνιση των πλαισίων των νέων αυτών μορφών τουρισμού για να συνειδητοποιηθούν οι βασικές προϋποθέσεις ανάπτυξης τους και σε συνδυασμό με τις υπάρχουσες δυνατότητες να καταδειχθούν οι διαγραφόμενες προοπτικές τους.

Οικοτουρισμός προϋποθέσεις και γενικά χαρακτηριστικά

Ο Οικοτουρισμός αποτελεί μια ειδική κατηγορία ειδικού-εναλλακτικού τουρισμού, που αναπτύχθηκε στις αρχές τις 10ετίας του '90. Λόγω του «νεαρού» της ηλικίας αλλά και της φύσης του δεν έχει ακόμη διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός, σε αντίθεση με τα γενικά χαρακτηριστικά του, τα οποία θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα εξής:

1. Περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού που βασίζονται στη φύση, στις οποίες το κύριο κίνητρο των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς επίσης και οι παραδοσιακοί πολιτισμοί που κυριαρχούν στις φυσικές περιοχές.
2. Περιέχει επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά χαρακτηριστικά.
3. Είναι συνήθως οργανωμένος σε μικρές ομάδες από εξειδικευμένες και μικρές τοπικές επιχειρήσεις.
4. Ελαχιστοποιεί τις αρνητικές επιδράσεις πάνω στο φυσικό και κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον.
5. Υποστηρίζει την προστασία των φυσικών περιοχών

- παράγοντας οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, τους οργανισμούς και τους φορείς διαχείρισης φυσικών περιοχών,
- παρέχοντας εναλλακτική απασχόληση και ευκαιρίες εισοδήματος για τις τοπικές κοινότητες,
- αυξάνοντας την ευαισθησία των τοπικών κοινωνιών και των τουριστών για τη διατήρηση των φυσικών και πολιτιστικών στοιχείων

Από τα χαρακτηριστικά αυτά γίνεται σαφές ότι ο οικότουρισμός εμφανίζεται μεν ως τουρισμός φύσης αλλά με στοιχεία ρυθμιστικά ή αειφορικότητας. Διότι θα πρέπει να τονιστεί ότι οικότουρισμός και τουρισμός φύσης δεν είναι κατ' ανάγκην όροι ταυτόσημοι. Ο τουρισμός φύσης, θα μπορούσε να εξισωθεί με τον οικότουρισμό, μόνο εάν παρήγαγε καλύτερη προστασία.

Η IUCN (International Union for Conservation of Nature) στην προσπάθεια της να οριοθετήσει την έννοια του οικότουρισμού, τον ορίζει ως "το περιβαλλοντικά υπεύθυνο ταξίδι και η επίσκεψη σε σχετικά «ανενόχλητες» φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης (και των πολιτισμικών στοιχείων - του παρόντος και παρελθόντος) και το οποίο προάγει τη διατήρησή τους, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμα ενεργή κοινωνικό-οικονομική ανάμιξη του ντόπιου πληθυσμού".

Επομένως ο οικότουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται και διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε όλη η τουριστική δραστηριότητα - η οποία επικεντρώνεται κατά κάποιο τρόπο σε ένα πόρο φυσικής ή πολιτισμικής κληρονομιάς - να μπορεί να συνεχιστεί στο διηνεκές. Αναζητεί να στηρίζει διαχρονικά την ποιότητα, την ποσότητα και την παραγωγικότητα των συστημάτων των ανθρωπίνων και φυσικών πόρων, ενώ σέβεται και διευκολύνει τις δυναμικές τέτοιων συστημάτων. Είναι φιλικός με τη φύση που περιβάλλει τον άνθρωπο και συμβατός με τοπικά περιβάλλοντα και τοπικές κοινωνίες. Η αειφορικότητα, που εμπεριέχεται στον οικότουρισμό, υποδηλώνει τη συμβιωτική σχέση ανάμεσα στην ανθρώπινη και στην περιβάλλουσα φύση κατά τη διάρκεια της χωρικής μετακίνησης και συνιστά μια υπέρβαση των κυρίαρχων μορφών ταξιδιωτικής αναψυχής. Ειδικότερα μια δραστηριότητα για να αξιολογηθεί σαν οικότουριστική πρέπει:

1. Να προάγει θετικές περιβαλλοντικές ηθικές και να καλλιεργεί την ενδεικνυόμενη συμπεριφορά στους συμμετέχοντες
2. Να μην υποβαθμίζει το φυσικό πόρο
3. Να επικεντρώνεται περισσότερο στις εγγενείς παρά στις επίκτητες αξίες
4. Να προσανατολίζεται γύρω από το περιβάλλον και όχι γύρω από τον άνθρωπο
5. Να ωφελεί την άγρια ζωή και το περιβάλλον
6. Να παρέχει άμεση επαφή με το φυσικό περιβάλλον
7. Να συμπεριλαμβάνει ενεργά την τοπική κοινωνία στην τουριστική διαδικασία
8. Το επίπεδο ικανοποίησης να μετράται σε κλίμακες εκπαίδευσης και/ή εκτίμησης
9. Να συνεπάγεται σημαντική προετοιμασία και απαιτήσεις γνώσεων σε βάθος από μέρους των ξεναγών και συμμετεχόντων.

Από τις ανωτέρω παραθέσεις θα μπορούσαμε να συνοψίσουμε τα κύρια χαρακτηριστικά του οικότουρισμού στα εξής:

- ▶ Βασίζεται στη φύση και σε περιοχές με σχετικά άνοθευτα στοιχεία φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς, όπου τα κύρια κίνητρα των τουριστών είναι η παρατήρηση και η εκτίμηση της φύσης, καθώς και τα επιστημονικά, εκπαιδευτικά και διερευνητικά τους ενδιαφέροντα.
- ▶ Έχει σαφώς φυσιοκεντρικό χαρακτήρα και έντονο το στοιχείο προστασίας του περιβάλλοντος. Τούτο έχει ιδιαίτερη σημασία, αν λάβει κανείς υπόψη ότι οι πρώτες περιοχές στις οποίες απευθύνεται ο οικότουρισμός είναι προφανώς περιοχές με τεράστιο οικότουριστικό

δυναμικό, όπως: οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές και οι περιοχές παγκόσμιας κληρονομιάς.

- ▶ Ενισχύει τη γηγενή πολιτιστική ταυτότητα, προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε όλο το φάσμα της τουριστικής διαδικασίας και συμβάλλει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική της εξύψωση.
- ▶ Απαιτεί τέλος την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά όλων των εμπλεκόμενων στο τουριστικό «κύκλωμα»: Διαχειριστές φυσικών περιοχών και βοηθητικό προσωπικό, φύλακες, κρατικές υπηρεσίες, πολιτικοί, τουριστικοί πράκτορες, ξεναγοί, τουριστικά πρακτορεία, ιδιοκτήτες και υπαλληλικό προσωπικό ξενοδοχείων και εστιατορίων και τοπική κοινωνία, γεγονός που προϋποθέτει την περιβαλλοντική αγωγή όλων των εμπλεκόμενων.

Τα χαρακτηριστικά αυτά υπογραμμίζουν τις ιδιαιτερότητες και διαγράφουν τις προϋποθέσεις κάθε οικοτουριστικής προσπάθειας. Διότι δεν νοείται οικοτουρισμός χωρίς σημείο αναφοράς το φυσικό περιβάλλον και κέντρο βάρους την προστασία του, χωρίς την ενεργό συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, χωρίς την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των εμπλεκόμενων. Ειδικότερα το τελευταίο θεωρείται καθοριστικής σημασίας και πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα σε όλες τις φάσεις της εκπαιδευτικής διαδικασίας και κυρίως στις Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών. Διότι μέσω αυτής παρέχονται γνώσεις, διαμορφώνονται θέσεις, απόψεις και σφυρηλατούνται στάσεις και συμπεριφορές περιβαλλοντικά φιλικές, οι οποίες στοιχειοθετούν μια διαφορετική αντίληψη για τον τουρισμό και το περιβάλλον, αυτήν της αγαστής συνύπαρξης.

Δυνατότητες και προοπτικές ανάπτυξης του οικοτουρισμού

Αν οι σκιαγραφηθείσες προϋποθέσεις αποτελούν το ένα σκέλος του οικοτουριστικού προβλήματος, το άλλο αναφέρεται στις δυνατότητες που υπάρχουν για μια τέτοια δραστηριότητα, δηλαδή στη διαθεσιμότητα φυσικών και πολιτιστικών πόρων, οι οποίοι θα αποτελέσουν αντικείμενο της εν λόγω δραστηριότητας.

Αναφερόμενοι στους πολιτιστικούς πόρους περιορίζομαστε συνήθως στα κλασικά μνημεία, πάνω στα οποία στηρίχθηκε και η τουριστική ανάπτυξη της χώρας στα πρώτα της βήματα, όταν ο αρχαιολογικός τουρισμός ήταν στις άμεσες προτεραιότητες της ζήτησης. Όμως δεν είναι μόνο αυτά. Είναι τα μνημεία των νεωτέρων χρόνων, οι παραδοσιακοί οικισμοί, τα γραφικά χωριά των ορεινών κυρίως περιοχών, τα ήθη και έθιμα του τόπου μας, οι παραδοσιακές ενασχολήσεις, ο πληθυσμός της υπαίθρου με τις ιδιομορφίες του, την αγνότητα και το άδολο του χαρακτήρα του, την φιλοξενία και την αμεσότητα του. Είναι όλα αυτά, όπως διαμορφώθηκαν στην πορεία της ελληνικής φυλής μέσα στο χρόνο και μας χαρακτηρίζουν. Είναι αυτά τα οποία για ένα μεγάλο διάστημα στο παρελθόν τα απαρνήθηκαμε ή τα υποτιμήσαμε για να «θεοποιήσουμε» και να οικειοποιηθούμε αλλότρια πρότυπα στην προσπάθεια μας να «εκσυγχρονιστούμε». Τα ανακαλύψαμε όμως και τα προβάλλουμε δειλά-δειλά τα τελευταία χρόνια επιδιώκοντας να αναδείξουμε, να διατηρήσουμε και να προβάλλουμε τον πολιτισμό μας, την ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα μας, να δείξουμε αυτό που είμαστε, χωρίς αισθήματα κατωτερότητας. Είναι άλλωστε αυτό που αποζητά ο σύγχρονος τουρίστας και ειδικότερα ο οικοτουρίστας, τη γνωριμία και επαφή με την παράδοση, το αγνό και άδολο, την εμπειρία της γόνιμης όσμωσης του ξένου με το εγχώριο στοιχείο στην φυσική του κατάσταση, χωρίς εξωραϊσμούς και προσποιήσεις, την εμπειρία να ανακαλύπτει νέες αξίες και να επιβεβαιώνει παλιές.

Αν οι πολιτιστικοί πόροι και ειδικότερα οι αρχαιολογικοί θησαυροί αναδειχθήκαν και αξιοποιήθηκαν, λιγότερο ή περισσότερο, σε όλη την έκταση της χώρας, οι φυσικοί πόροι αντίθετα αγνοήθηκαν, δεν αξιοποιήθηκαν ισότιμα, επιβεβαιώνοντας έτσι το ανισόρροπο της τουριστικής ανάπτυξης. Η συσσώρευση των τουριστών στις παράκτιες περιοχές και η αποκλειστική αξιοποίηση των φυσικών τους πόρων, άφησαν κατά μέρος τους αντίστοιχους της ενδοχώρας. Η εξέλιξη αυτή είχε και τη θετική της πλευρά, αφού παραμένοντας ανεκμετάλλευτοι δεν υποβαθμίστηκαν, όπως σε άλλες περιπτώσεις. Όμως, όταν η χώρα μας αποζητά την ανάπτυξη και δη την ισόρροπη ανάπτυξη της, αποτελεί πολυτέλεια να παραμένουν ανεκμετάλλευτοι φυσικοί πόροι.

Το έντονο ανάγλυφο, οι γεωμορφολογικοί σχηματισμοί, το πολύμορφο του τοπίου και το ευρύ φάσμα υψομετρικών διαφορών διαμορφώνουν αναρίθμητες οπτικές εικόνες και μεγάλη ποικιλία βιοτόπων σπάνιας ομορφιάς. Σε συνδυασμό δε με τη γεωγραφική θέση και το κλιματικό περιβάλλον, δημιουργούνται ευνοϊκές συνθήκες όπου αναπτύσσεται πολυποίκιλη και μοναδική χλωρίδα, πλούσια και σπάνια πανίδα αμφιβίων, ερπετών, πτηνών, μικρών και μεγάλων θηλαστικών. Όλα αυτά παρέχουν πολυάριθμες ευκαιρίες παρατήρησης, θαυμασμού και απόλαυσης του τοπίου και της άγριας ζωής, ενσταλάζοντας στον επισκέπτη ανεπανάληπτες εμπειρίες.

Η δασική βλάστηση, έτσι καθώς ξεδιπλώνεται από τις παραλιακές περιοχές μέχρι την αλπική ζώνη και από την Κρήτη ως τη Ροδόπη, με το πολυάριθμο των ειδών της και το πολυποίκιλο των μορφών, δομών και εναλλαγών των χρωματισμών της αποτελούν αντικείμενα μελέτης, παρατήρησης, θαυμασμού και αναψυχής.

Η ποικιλία της χλωρίδας της χώρας μας είναι πλούσια. Αριθμεί περισσότερα από 6.000 είδη, το 1/10 των οποίων είναι ενδημικά, και κατατάσσει τη χώρα μας στη δεύτερη θέση από άποψη βιοποικιλότητας σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Πρόκειται για ένα πολύτιμο φυσικό κεφάλαιο, μια ανεκτίμητη φυσική κληρονομιά, όχι μόνο για την Ελλάδα αλλά και για ολόκληρη την Ευρώπη. Μεταξύ των βιοτόπων ξεχωριστή θέση κατέχουν οι υγροβιότοποι. Πάνω από 400 λίμνες, λιμνοθάλασσες, έλη, υγρολίβαδα, εκβολές ποταμών και κάθε είδους υγροτοπικές εκτάσεις, πρόσκαιρες ή μόνιμες, φυσικές ή ανθρωπογενείς, δημιουργούν ένα ιστό μοναδικής οικολογικής και αισθητικής αξίας. Τα πολυάριθμα είδη χλωρίδας και πανίδας ιδιαίτερα δε της πτηνόπανίδας, οι παραδοσιακές ασχολίες των κατοίκων (ψάρεμα, κτηνοτροφία, κ.λπ.) σε συνδυασμό με το πανέμορφο τοπίο τους μπορούν να αποτελέσουν μοχλό οικοτουριστικής ανάπτυξης για αρκετές περιοχές.

Ειδικού οικοτουριστικού ενδιαφέροντος είναι επίσης οι προστατευόμενες φυσικές περιοχές, οι οποίες χαρακτηρίζονται για τη μοναδικότητα της χλωρίδας, της πανίδας, των γεωμορφολογικών χαρακτηριστικών και των υδάτων που περιέχουν. Η χώρα μας διαθέτει ένα σχετικά μεγάλο φάσμα τέτοιων περιοχών: 10 εθνικούς δρυμούς, 19 αισθητικά δάση (όπως το Φοινικόδασος Βαί στην Κρήτη, η Κοιλιάδα των Τεμπών, τα δάση της Σκιάθου, τα στενά του ποταμού Νέστου, κ.ά.), τα ανεπηρέαστα από ανθρώπινες επεμβάσεις παρθένα δάση στη Ροδόπη, καθώς και 51 διατηρητέα μνημεία της φύσης (το δάσος Χαϊντού Ξάνθης, το απολιθωμένο δάσος της Λέσβου, το δάσος δενδρωδών αείφυλλων πλατύφυλλων στη νήσο Σαπιέντζα κ.ά.). Αυτό το δίκτυο των προστατευόμενων φυσικών περιοχών, με τη μοναδικότητα των φυσικών χαρακτηριστικών, παρέχει θαυμάσιες ευκαιρίες για οικοτουρίστες και μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς της οικοτουριστικής ανάπτυξης.

Όλα τα ανωτέρω αποτελούν στοιχεία παρατήρησης, ανεξάντλητη πηγή έμπνευσης και στοχασμού, αλλά και επιστημονικής, ιστορικής και λαογραφικής ομορφιάς και αξίας. Συνιστούν ένα μοναδικό κεφάλαιο για τη χώρα μας και συγχρόνως το συγκριτικό της πλεονέκτημα, που παραμένει «ανέγγιχτο», παρά το ότι αυτό είναι το

επιζητούμενο στην οικοτουριστική αγορά. Κατά συνέπεια η χώρα μας διαθέτει ένα ευρύ φάσμα αξιόλογων οικοτουριστικών αντικειμένων και προορισμών και μπορεί να ικανοποιήσει ποικιλία ενδιαφερόντων των οικοτουριστών είτε αυτοί ανήκουν σε φανατικούς λάτρεις της φύσης και της παράδοσης των τόπων, είτε είναι ομάδες επιστημόνων που αποζητούν τον εμπλουτισμό των παραστάσεων και των γνώσεων τους, είτε είναι απλοί επισκέπτες με κίνητρα την παρατήρηση, την εκτίμηση της φύσης και την απόκτηση εμπειριών.

3.2.6 Γεωτουρισμός

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή ποτιστικού-περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος. Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του.

Μεμονωμένες περιπτώσεις ανάδειξης και αξιοποίησης γεωλογικών μνημείων υπάρχουν σε ολόκληρη την Ευρώπη. Κυριότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής (εκπαιδευτικές δραστηριότητες, διοργάνωση εκδηλώσεων και διεθνών συνεδρίων κ.τ.λ.). Το παράδειγμα αυτό αποδεικνύει τις θετικές επιδράσεις του γεωτουρισμού στην περιφερειακή αναπτυξιακή διαδικασία (αύξηση εισοδημάτων, δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συγκράτηση του πληθυσμού, προσέλκυση επιστημονικού ενδιαφέροντος).

Η ανάπτυξη του γεωτουρισμού απαιτεί τη δημιουργία των απαραίτητων υποδομών (ενημερωτικά περίπτερα, σήμανση διαδρομών, δημιουργία κέντρων περιβαλλοντικής ενημέρωσης-εκπαίδευσης κ.τ.λ.) καθώς και παραγωγή γεωτουριστικών προϊόντων (ενημερωτικοί οδηγοί, αναμνηστικά είδη κτλ.). Για την ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων σχετικά με το θέμα αυτό και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών συστάθηκε το δίκτυο ευρωπαϊκών γεωπάρκων, στο οποίο συμμετέχει και η Ελλάδα.

Ενδεικτικά, αναφέρονται άλλα παραδείγματα περιοχών αξιόλογου γεωτουριστικού δυναμικού:

- Το φαράγγι της Σαμαριάς Κρήτης
- Τα Μετέωρα
- Το ηφαίστειο της Σαντορίνης.

3.2.7 Τουρισμός περιπέτειας

Είναι το σύνολο εκείνων των δραστηριοτήτων που χαρακτηρίζονται από έντονο το στοιχείο της περιπέτειας και στηρίζεται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα του φυσικού

περιβάλλοντος στο οποίο βρίσκεται η τουριστική υποδομή. Μεταξύ των δραστηριοτήτων αυτών, συγκαταλέγονται και οι ακόλουθες:

Trekking: είναι η πεζοπορία μέσα σε μονοπάτια και διαδρομές στο βουνό με συνοδεία επαγγελματιών οδηγών βουνού.

Trekking ποταμού: Πεζοπορία στις όχθες και σε ορισμένα σημεία μέσα στα ποτάμια.

Kayak ποταμού: Κατάβαση ποταμού με καγιάκ και συνοδεία επαγγελματία οδηγού.

Rafting: Κατάβαση ποταμού με φουσκωτές βάρκες. Το πλήρωμα αποτελείται από 6-8 κωπηλάτες και έναν επαγγελματία οδηγό ποταμού.

Monocraft: Κατάβαση ποταμού με μονοθέσιες φουσκωτές βάρκες. Επαγγελματίας οδηγός συνοδεύει 5-6 βάρκες.

Canoe-Kayak: Περιήγηση σε λίμνη σε διθέσια canoe-kayak με την συνοδεία επαγγελματία οδηγού.

Αναρρίχηση – Canyoning: Ανάβαση σε βράχους και αναρριχητικά πεδία με καθοδήγηση έμπειρων συνοδών.

Mountain bike: Ποδηλασία σε δασικές περιοχές με ποδήλατα 28 ταχυτήτων, δισκόφρενα, και πλήρη ανάρτηση με συνοδεία επαγγελματία οδηγού.

Ski: Κατάβαση με ειδικό εξοπλισμό σε χιονισμένες πλαγιές.

Ιππασία: ιππασία με ειδικευμένα άλογα ακολουθώντας προκαθορισμένες διαδρομές με την συνοδεία επαγγελματιών εκπαιδευτών.

Καταδύσεις: υποβρύχιες εξερευνήσεις με τον απαραίτητο καταδυτικό εξοπλισμό και την συνοδεία έμπειρου εκπαιδευτή – δύτη.

3.2.8 Αθλητικός τουρισμός

Μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου αθλητικός τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα.

Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας, αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα.

Συνδυάζοντας δυο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες, ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας, οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους, διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις.

Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.

«Ο αθλητικός τουρισμός ορίζεται ως όλες οι μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας».

Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένες υψηλής ποιότητας υποδομές σε διάφορους τομείς υποστήριξης οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί κτλ.

3.2.9 Πολιτιστικός τουρισμός

Οι πολιτισμικές διακοπές είναι η πραγματοποίηση μιας διαφορετικής αντίληψης για τις διακοπές, για εκείνους που αποζητούν ψυχαγωγία και χαλάρωση, αλλά επίσης πρόκληση και γνώσεις και θέλουν ταυτόχρονα να ανακαλύψουν την αληθινή κουλτούρα της Ελλάδας.

Η φιλοσοφία που ακολουθείται είναι ενεργή συμμετοχή σε σεμινάρια και εργαστήρια κάτω από την επίβλεψη τοπικών ειδικών και επαγγελματιών που με χαρά μοιράζονται τα μυστικά της δουλειάς τους.

Και όλα αυτά λαμβάνουν χώρα σε ένα μοναδικό περιβάλλον, σε τοποθεσίες, όπως αναπαλαιωμένα σπίτια και κήπους, παλιές βίλλες ή γραφικούς ελαιώνες. Εκεί ο επισκέπτης θα μπορέσει με όλες τις αισθήσεις να ζήσει μια αξέχαστη εμπειρία και να έλθει σε επαφή με πλευρές της Ελληνικής κουλτούρας και παράδοσης, όπως βυζαντινή αγιογραφία, φωτογραφία, κεραμική, γλυπτική, τοιχογραφία, κατασκευή μουσικών οργάνων, εκμάθηση παραδοσιακών μουσικών οργάνων και μουσικές συναντήσεις με παραδοσιακούς μουσικούς/οργανοπαίκτες.

Αυτές οι πρωτοβουλίες στηρίζονται από τις τοπικές κοινωνίες και οργανισμούς, που θέλουν να προωθήσουν τον ποιοτικό τουρισμό. Στοχεύουν δε σε ανθρώπους με υψηλό ενδιαφέρον στην κουλτούρα και το περιβάλλον. Η Ελλάδα έχει πανέμορφη φύση και πολύ ενδιαφέρουσα κουλτούρα. Οι πολιτιστικές διακοπές ενσωματώνουν την ψυχαγωγία, τη χαλάρωση και τη μόρφωση, ταυτόχρονα φέρνοντας πιο κοντά ενδιαφέροντες ανθρώπους από κάθε γωνιά της γης.

3.2.10 Αρχαιολογικός τουρισμός

Με μια ιστορία 4000 ετών, η Ελλάδα είναι η κοιτίδα του Ευρωπαϊκού πολιτισμού. Είναι η χώρα που γέννησε μοναδικούς φιλοσόφους, όπως ο Σωκράτης και ο Πλάτων, ηγέτες όπως ο Περικλής, ο Αριστείδης και ο Θεμιστοκλής, στρατηλάτες όπως ο Φίλιππος ο Μακεδών και ο γιος του Μέγας Αλέξανδρος. Είναι η χώρα όπου αναπτύχθηκαν και μεγαλούργησαν πολιτισμοί όπως ο Κυκλαδικός, ο Μυκηναϊκός, ο Μινωικός, ο Σπαρτιατικός, ο Μακεδονικός, ο Αθηναϊκός και ο Κορινθιακός. Είναι η πατρίδα της Μυθολογίας, του Παρθενώνα, των Δελφών, (όπου βασιλιάδες και άρχοντες από όλο τον κόσμο της αρχαιότητας προσέρχονταν στο

μαντείο για να συμβουλευτούν την Πυθία), της Αρχαίας Ολυμπίας όπου διεξήχθησαν οι πρώτοι ολυμπιακοί αγώνες και της Κρήτης.

Πολλά τουριστικά γραφεία οργανώνουν θαυμάσιες περιηγήσεις με αρχαιολογικό ενδιαφέρον, ομιλίες από διακεκριμένους ανθρώπους των γραμμάτων, επισκέψεις σε χώρους ανασκαφών και συναντήσεις με κατοίκους για συμμετοχή των επισκεπτών σε κοινές πολιτιστικές εκδηλώσεις.

3.2.11 Θαλάσσιος τουρισμός

Το ενδιαφέρον για τον Θαλάσσιο Τουρισμό με μικρά σκάφη αναψυχής, παρουσιάζεται σημαντικά αυξημένο τα τελευταία χρόνια, ακολουθώντας την οικονομική ανάπτυξη και τις κοινωνικές τάσεις και συνήθειες. Τα ιστιοπλοικά, μηχανοκίνητα ή συνδυασμένης πρόωσης, ιδιόκτητα ή ενοικιαζόμενα, έχουν αυξηθεί θεαματικά τις τρεις τελευταίες δεκαετίες στην Ευρώπη, στις Η.Π.Α. και στις λοιπές αναπτυγμένες χώρες.

Δεκάδες εκατομμύρια σκάφη έχουν ναυπηγηθεί και πωληθεί κατά το αντίστοιχο πρότυπο των αυτοκινήτων, πολλά απ' αυτά έχουν νηολογηθεί ενώ ένας ικανός αριθμός δεν έχει καταχωρηθεί επίσημα. Τα σκάφη αυτά, κατά τους θερινούς μήνες κυρίως, μεμονωμένα ή και σε μικρές ή μεγάλες ομάδες πραγματοποιούν θαλάσσιες περιηγήσεις σε κοντινές αποστάσεις ή ταξίδια σε γειτονικές χώρες σε μικρές ή μεγάλες αποστάσεις. Διαχειμάζουν παραβλημένα στη θάλασσα ή εναποθετιμένα στην ξηρά (Dry Storage) σε Μαρίνες στα λιμάνια νηολόγησης ή σε τόπους που παρουσιάζουν ιδιαίτερα τουριστικά, ναυταθλητικά, κοσμικά κ.λ.π. ενδιαφέροντα, όταν τους παρέχονται υψηλής στάθμης διευκολύνσεις, παραβολής, ανέλκυσης, επιθεώρησης, επισκευών, συντήρησης, ανεφοδιασμού, ασφάλειας και φύλαξης κατά την παραμονή.

Σημαντική επιρροή ασκούν εν προκειμένω η εύκολη προσέγγιση με αεροπλάνο και η παροχή ναυτιλιακών και τουριστικών υπηρεσιών για ναυτολόγηση των πληρωμάτων, αγορά εφοδίων, εμπορικές δραστηριότητες, επιχειρήσεις ενοικίασεως αυτοκινήτων, αγοραπωλησίας και ενοικίαση σκαφών κλπ. Η ανάπτυξη του εξειδικευμένου αυτού τουριστικού τομέα λόγω των ειδικών συνθηκών λειτουργίας και της κινητικότητας που παρουσιάζει, δε μπορεί να στηρίζεται σε σημειακά στατικά στοιχεία, αλλά σε οργανωμένα Συστήματα Μαρίνων περιφερειακού και εθνικού επιπέδου συνδεδεμένα με αντίστοιχα Διεθνή Συστήματα και καθιερωμένους θαλάσσιους διαδρόμους.

Η οργάνωση βασίζεται στα υφιστάμενα λιμενικά και λοιπά έργα υποδομής, συμπληρωμένα με πρόσθετες ειδικευμένες και σύγχρονες εγκαταστάσεις και σκάφη αναψυχής, εξοπλισμό καθώς και με αναπτυγμένα δίκτυα συγκοινωνιών και επικοινωνιών σε ανταγωνιστικό επίπεδο χωρών.

Παράλληλα με τις υποδομές, είναι απαραίτητη η εξασφάλιση γενικών τουριστικών παροχών και υπηρεσιών όπως:

- Û Η προσωπική προστασία και ασφάλεια και γενικότερα η Δημόσια Τάξη στη θάλασσα στις παραλίες στους οικισμούς και στην ενδοχώρα, η τήρηση αυστηρών κανόνων υγιεινής, αγρονομικών ελέγχων κλπ.
- Û Οι τραπεζικές εξυπηρετήσεις, οι χρηματοοικονομικές συναλλαγές και η παροχή σωστών πληροφοριών και συμβουλών.
- Û Η ευγένεια και η φιλική συμπεριφορά, το τοπικό χρώμα και οι παραδόσεις.
- Û Οι καλά οργανωμένες περιηγήσεις και εκδρομές σε επιλεγμένες ευχάριστες διαδρομές (Tours).
- Û Τα καθαρά και καλά εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης και πάσης φύσεως πλούσια καταστήματα, οι φτηνές τιμές αγοράς (shopping), τα αφορολόγητα είδη κ.λ.π.
- Û Οι αθλητικές και ναυτιλιακές εγκαταστάσεις και εκδηλώσεις ατομικών και ομαδικών σπορ.
- Û Τα Μουσεία, οι Αρχαιολογικοί χώροι, οι Πολιτιστικές Εκδηλώσεις, οι Συναυλίες, οι Εκθέσεις κ.λ.π., που υπάρχουν στην περιοχή.
- Û Τέλος η ευχάριστη και άνετη διαμονή, χωρίς θορύβους, πάσης φύσεως ενοχλήσεις ή δυσάρεστες καταστάσεις.

Οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του Τουρισμού Μαρίνων, όσον αφορά την Κρήτη συνηγορούν για αυτό, αφού όπως βλέπουμε παρακάτω πληρούνται κατά κανόνα ή μπορούν εύκολα να εξασφαλισθούν:

1. Η γεωγραφική θέση της Κρήτης που βρίσκεται στο κέντρο της Ανατολικής λεκάνης της Μεσογείου και έχει το βασικό πλεονέκτημα διάταξης ίσων αποστάσεων μεταξύ των ακτών της Ευρώπης και της Αφρικής, πάνω στον διαμήκη άξονα Γιβραλτάρ-Σουέζ.
2. Σε εθνικό επίπεδο η τοποθέτηση της στο Νότιο Ισόριο του Αιγαίου πελάγους, της παρέχει την δυνατότητα γενικής στήριξης της ευρύτερης κλίμακας συστήματος Μαρίνων της χώρας.
3. Η γενική τουριστική ανάπτυξη και οι υπάρχουσες σχετικές υποδομές, παροχές και διευκολύνσεις όπως αναπτύχθηκαν πιο πάνω.
4. Οι κλιματολογικές συνθήκες που επειδή σχετίζονται αρμονικά με τις εποχές του έτους τις καθιερωμένες περιόδους των διακοπών, προσφέρονται ιδιαίτερα για τον Θαλάσσιο Τουρισμό.
5. Η έλλειψη βροχοπτώσεων κατά την Άνοιξη, το Καλοκαίρι και το Φθινόπωρο. Οι αυξημένες μέσες θερμοκρασίες σε σχέση με τη Βόρεια Ευρώπη με απόλυτα ανεκτά όρια των ανωτάτων τιμών.
6. Οι πνέοντες άνεμοι μικρής σχετικά έντασης κατά την τουριστική περίοδο με παντελή έλλειψη τυφώνων κλπ. Οι επικρατούντες σταθεροί άνεμοι, εντάσεως 2-4 Μποφόρ, ρυθμίζουν τη θερμοκρασία και συμβάλλουν στην δημιουργία συνθηκών φυσικού κλιματισμού τους μήνες της υψηλής τουριστικής περιόδου, από Ιούνιο μέχρι και Σεπτέμβριο, καθημερινά και τις ώρες αυξημένης θερμοκρασίας 9π.μ. έως 9μ.μ.

7. Τα θαλάσσια ρεύματα που κυκλοφορούν αδιάκοπα και σταθερά περιμετρικά των ακτών της Κρήτης ακολουθώντας τη φορά των δεικτών του ρολογιού με ταχύτητα 8-30 εκατοστά το δευτερόλεπτο. Τα ρεύματα αυτά συντηρούν κατάσταση αυτό-καθαρισμού, διαλύοντας και απομακρύνοντας προς το πέλαγος, στα μεγάλα βάθη, τα πάσης φύσεως υγρά απόβλητα και ρύπους. Τα ρεύματα αυτά με κατεύθυνση στις βόρειες ακτές από Δυτικά προς Ανατολικά και στις Νότιες από Ανατολικά προς Δυτικά σε συνδυασμό με το γεγονός ότι στην Κρήτη δεν υπάρχουν οχληρά βιομηχανικά απόβλητα, καθιστά δικαιολογημένη την πρόβλεψη διατηρήσεως καθαρού του φυσικού περιβάλλοντος.

Το μεγάλο τουριστικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει ο περίπλους της Κρήτης λόγω του μεγέθους των ακτών της (400 Ναυτικά Μίλια) και εξαιτίας των εναλλαγών του τοπίου που προσφέρονται για την πραγματοποίηση, τουριστικών ταξιδιών για ομάδες τουριστικών σκαφών, συνδυασμένων περιηγήσεων, αθλητικών αγώνων, ιστιοπλοΐας, υποβρύχιων καταδύσεων κλπ.

Παρά τη φθίνουσα πορεία (εξαγορές, πτωχεύσεις, συγχωνεύσεις) των ελληνικών κρουαζιερόπλοιων παραμένει αδιαμφισβήτητη τόσο η εξαιρετικά καλή φήμη σε διεθνές επίπεδο, όσο και η ουσιαστική συνεισφορά τους στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην ελληνική επικράτεια και πιο συγκεκριμένα στην Κρήτη.

Η επιβίωση των ελληνικών εταιρειών θα εξαρτηθεί από την ποσότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν στους πελάτες τους (υψηλή παροχή υπηρεσιών και νέα προϊόντα σε νέα υπερσύγχρονα κρουαζιερόπλοια). Παράλληλα, από τον εκσυγχρονισμό της υπάρχουσας λιμενικής υποδομής, τη δημιουργία προτύπων σταθμών υποδοχής και εξυπηρέτησης επιβατών και τη σύνδεση των λιμανιών με τα οδικά δίκτυα της περιφέρειας (λιμάνια ευρωπαϊκών χωρών).

3.3 Βασικές διαφοροποιήσεις Μαζικού – Εναλλακτικού τουρισμού

Σίγουρα κατανοούμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως διαμετρικά αντίθετος του μαζικού, με τον εναλλακτικό να εμφανίζεται ως καλός και ο μαζικός ως κακός (Lane, 1989,1993, Pearce 1992). Όπως έχουν αποκαλύψει πολλοί μελετητές, (πχ Romeril 1985, Vanhove 1997) η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτει από το μαζικό τουρισμό, για το λόγο ότι συγκεντρώνει μεγάλο αριθμό τουριστών, απαιτεί επενδύσεις μεγάλης κλίμακας και λιγότερη συμμετοχή της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία. Οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού είναι πιο έκδηλες για τους τουριστικούς προορισμούς, γιατί ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση υποδομής και τουριστών στο χρόνο και στον τόπο, εμφανιζόμενοι με λιγότερη ευαισθησία στους εγχώριους πλουτοπαραγωγικούς πόρους εξ' αιτίας του εντατικού τύπου τουριστικής ανάπτυξης και της συμπεριφοράς των τουριστών που προσελκύνονται από φθηνές αγοραστικές επιλογές (Pearce 1989).

Οι πίνακες παρακάτω επιχειρούν μία συνοπτική παρουσίαση των διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών του μαζικού (ή με άλλα λόγια σκληρού) τουρισμού και του εναλλακτικού (ήπιου) τουρισμού, αναφορικά με τις γενικές του έννοιες, τις τουριστικές αναπτυξιακές στρατηγικές που υιοθετούνται, το πλαίσιο λογικής που ακολουθείται και τις διαθέσεις του τουρίστα.¹

Πίνακας 1: Διαφορές σκληρών έναντι ήπιων τουριστών

Σκληρός τουρισμός	Ήπιος τουρισμός
Απερίσκεπτος	Συνετός
Απεχθής	Αμυντικός
Επιθετικός	Επιφυλακτικός
Γρήγορος/Ορμητικός	Αργός/Στοχαστικός
Υψηλών ρυθμών	Χαμηλών ρυθμών
Ανεξέλεγκτος	Ελεγχόμενος
Ασυντόνιστος	Συντονισμένος
Υπερβολικός	Μετριοπαθής
Βραχυπρόθεσμος	Μακροπρόθεσμος
Ειδικού ενδιαφέροντος	Γενικού ενδιαφέροντος
Εξωτερικά ελεγχόμενος	Ελεγχόμενος από τους ντόπιους
Μικρής αντοχής	Μεγάλης αντοχής
Ευαίσθητος στην τιμή	Ευαίσθητος στην αξία
Ποσοτικός	Ποιοτικός
Αυξανόμενος	Αναπτυσσόμενος

Πηγή: Knippendorf (1982)

¹Κωνσταντίνος Ανδριώτης, «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του»

Πίνακας 2: Διαφορές σκληρών έναντι ήπιων αναπτυξιακών στρατηγικών

Σκληρός τουρισμός	Ήπιος τουρισμός
Ανάπτυξη χωρίς σχεδιασμό	Σχεδιασμός πριν από την ανάπτυξη
Θεώρηση στις αναπτυξιακές μελέτες	Θεώρηση στην νοοτροπία
Κάθε κοινότητα σχεδιάζει για τον εαυτό της	Κεντρικός σχεδιασμός για μεγάλες περιοχές
Αναρχη ανάπτυξη	Συγκέντρωση της ανάπτυξης σε ορισμένες περιοχές
Τυχαία και διάσπαρτη ανέγερση οικοδομημάτων	Συντήρηση του εδάφους, συγκεντρωτική ανέγερση οικοδομών, διατήρηση ελεύθερου χώρου
Εντατική εκμετάλλευση της ιδιαίτερης αξίας των τοποθεσιών	Σεβασμός στην ιδιαίτερη αξία της κάθε τοποθεσίας
Ανέγερση αυξανόμενου αριθμού κτιρίων	Εκμετάλλευση και βελτίωση των κτιρίων που ήδη υπάρχουν
Κατασκευές για αόριστη ζήτηση	Καθορισμός ορίων για εξάπλωση
Ανάπτυξη τουρισμού σε όλες τις περιοχές	Ανάπτυξη τουρισμού μόνο σε κατάλληλες περιοχές και όπου υπάρχει διαθέσιμος ντόπιος πληθυσμός
Ανάθεση της τουριστικής ανάπτυξης σε εξωγενείς παράγοντες	Ευκαιρίες για λήψη αποφάσεων και συμμετοχή του τοπικού πληθυσμού
Χρησιμοποίηση όλου του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού	Ανάπτυξη σχεδιασμένη σύμφωνα με τις δυνατότητες της περιοχής για τουρισμό τοπικά ελεγχόμενο
Θεώρηση στα οικονομικά προτερήματα	Αποτίμηση όλων των οικονομικών, οικολογικών και κοινωνικών προτερημάτων και μειονεκτημάτων
Θεώρηση του αγροτικού πληθυσμού μόνο ως κτηματίες και εργατικό δυναμικό	Διατήρηση και ενθάρρυνση της γεωργίας
Εγκατάλειψη των ζημιών στην κοινωνία	Οι ζημιές πληρώνονται από τον δράστη
Ευμενή αντιμετώπιση στην ιδιωτική μεταφορά	Ενθάρρυνση της ντόπιας μεταφοράς
Διασφάλιση ευκολιών για την μεγιστοποίηση της ζήτησης	Διασφάλιση ευκολιών για μεσαίου μεγέθους ζήτηση
Απομάκρυνση φυσικών φραγμών	Διατήρηση φυσικών φραγμάτων
Αστική αρχιτεκτονική	Ντόπια αρχιτεκτονική (σχέδιο και υλικά)
Γενικός αυτοματισμός	Επιλεκτική τεχνητή ανάπτυξη, ενθάρρυνση μη τεχνιτών τουριστικών προορισμών

Πηγή: Knippendorf (1982)

Πίνακας 3: Διαφορές σκληρών έναντι ήπιων πλαισίων ανάπτυξης

Σκληρός τουρισμός	Ήπιος τουρισμός
Εξασφάλιση συγκεντρωτικών αφίξεων	Εναλλασσόμενες διακοπές
Πρόσληψη προσωπικού μη αποδεδειγμένων δυνατοτήτων	Βελτίωση εκπαίδευσης των ατόμων με υπεύθυνες θέσεις στον τουρισμό
Πώληση μετά δυσκολίας	Πώληση «εκ καρδιάς»
Θεωρεί τον τουρισμό ως οικονομική πανάκεια	Ψάχνει νέες επιλογές και τουριστικές εναλλαγές

Πίνακας 4: Διαφορές σκληρών έναντι ήπιων διαθέσεων του τουρίστα

Σκληρός τουρισμός	Ήπιος τουρισμός
Μαζικός τουρισμός	Μοναχικό ταξίδι, με φίλους ή οικογένεια
Έλλειψη χρόνου	Αφθονία χρόνου
Ταχύτατα μέσα μεταφοράς	Κατάλληλα (ή ακόμα και αργά) μέσα μεταφοράς
Προσχεδιασμένο δρομολόγιο	Αυθόρμητο δρομολόγιο
Εισαγόμενος τρόπος ζωής	Εγχώριος τρόπος ζωής
«Θεάματα»	Βιώματα
Άνετο και παθητικό	Δραστήριο και ενεργητικό
Μικρή ή καθόλου νοητική προετοιμασία	Προ- έρευνα για τον προορισμό
Δεν επιθυμεί να μάθει την γλώσσα	Μαθαίνει να μιλάει τη γλώσσα
Αίσθηση ανωτερότητας	Θέληση και μάθηση
Ποικίλες αγορές	Αγορές δώρων
Αναμνηστικά	Μνήμες, ημερολόγια, νέες προοπτικές
Στιγμιαίες φωτογραφίες	Φωτογραφία, σχεδίαση, ζωγραφική
Περιέργεια	Φινέτσα
Θορυβώδης	Ήσυχος

Πηγή: Knippendorf (1982)

Από την παραπάνω ανασκόπηση φαίνεται ότι ο εναλλακτικός τουρισμός έχει πολλά διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά σε σύγκριση με το μαζικό τα οποία και αναλύονται στις παρακάτω ενότητες.

Τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρίστα

Το πρώτο διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού αποδίδεται στον τουρίστα ως άτομο και το κυρίαρχο κίνητρο ή ομάδα κινήτρων που τον οδηγεί στην επιλογή κάποιου ταξιδιού. Το κίνητρο για διακοπές γεννιέται από την ύπαρξη κάποιας ανάγκης. Συνεπώς, το κίνητρο αποτελεί την κινητήρια δύναμη που ωθεί κάποιο άτομο στην εκπλήρωση αυτής της ανάγκης.

Η ομάδα των κινήτρων που οδηγούν σε εναλλακτικό τουρισμό συνδέεται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης τα οποία διαφέρουν ριζικά από αυτά που έχει επιβάλλει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Συγκεκριμένα τα κίνητρα που ωθούν κάποιο άτομο σε «εναλλακτικό τύπο» ταξιδιού είναι διαφορετικά από τα κίνητρα του συνηθισμένου μαζικού τουρίστα που θεωρείται «απαθής», «λιγόνυχος», «νεοαποικιστής» και «άξεστος» (Cazes 1989). Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει διαφορετικής μορφής κίνητρα που μπορούν να νοηθούν ως αυτά του λεγόμενου ενεργητικού τύπου τουρισμού (περιπλάνηση, περίπατος, αναρρίχηση, τουρισμός περιπέτειας), εξερευνητικού χαρακτήρα και συνάντησης (ιστορικοί και αρχαιολογικοί χώροι, συναναστροφή με τους ντόπιους κατοίκους, τον αυτόχθον πολιτισμό και τα ήθη και έθιμα) και δεσμευτικό χαρακτήρα (εθελοντικές υπηρεσίες σε κράτη του εξωτερικού, προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εργασιακές κατασκηνώσεις, κλπ) (Cazes 1989).

Συνεπώς, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού οι διακοπές δεν πραγματοποιούνται σαν μια μεμονωμένη προσπάθεια φυγής από την καθημερινότητα αλλά το ταξίδι αποκτάει κάποιο νόημα με κοινωνικές, πολιτιστικές,

περιβαλλοντολογικές και εκπαιδευτικές προεκτάσεις. Συνοπτικά, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι» (Τσάρτας 1996).

Ο εναλλακτικός τουρίστας

Ο εναλλακτικός τουρίστας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «πελάτης» ή «καταναλωτής» αφού διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού, ενώ είναι γεγονός ότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που αναφέρει ο Cohen (1973,1979) σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές» και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, χίπις, τουρίστες του σακιδίου, γύφτο-τουρίστες, κλπ.

Οι εναλλακτικοί τουρίστες αποτελούν ένα τμήμα της αγοράς με διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τους ωθούν σε τουριστική μετακίνηση, τις δραστηριότητες τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους κλπ. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τους απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μια απ' αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Σύμφωνα με τους Laarman & Durst (1987) ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.

Ο τουριστικός προορισμός

Διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι επίσης και η τοποθεσία που επισκέπτεται. Ο εναλλακτικός τουρισμός προωθεί επιθυμητές διαφορές μεταξύ προορισμών. Οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί επικρίνονται για την αποστέρωση από τον τουρίστα της αυθεντικότητας του ταξιδιού με την επίδειξη πλαστών θέλγητρων που έχουν κατασκευαστεί με μοναδικό σκοπό την τουριστική χρήση. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό, ελκυστικά στοιχεία είναι το «νέο, πρωτοποριακό, παρθένο ή ανεξερεύνητο» του προορισμού που τον διαφοροποιούν από άλλες κορεσμένες τουριστικές περιοχές. Αξιοσημείωτο είναι ότι ο εναλλακτικός τουρίστας ελκύεται από ένα ιδανικά ονειρεμένο και ήσυχο

περιβάλλον και από την ιδέα της συνάντησης με τον ντόπιο πληθυσμό, γεγονός που δεν συμβαδίζει με την αστικοποίηση του «μαζικού» τουριστικού προορισμού. Συνεπώς, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση των διακοπών του και την προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να παρουσιάζουν μια σειρά ψεύτικων γεγονότων ως αυτοχθόνων.

Το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων

Οι περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί προσελκύουν τουρίστες σε επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, συνήθως ξενοδοχεία που προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες, τις λεγόμενες «πακεταρισμένες» διακοπές που οργανώνονται από τους οργανωτές ταξιδιών. Στον εναλλακτικό τουρισμό κυριαρχεί η ρήση του Schumacher (1974) «το μικρό είναι πανέμορφο (small is beautiful) αναφορικά με το μέγεθος των επενδύσεων. Οι εναλλακτικοί τουρίστες διαλέγουν ως επί το πλείστον μικρές μονάδες διαμονής και ντόπιες επιχειρήσεις.

Συγκεκριμένα, διαφορετικής κλίμακας ανάπτυξη έχει διαφορετικές επιπτώσεις στις κοινότητες που επισκέπτονται οι τουρίστες. Για παράδειγμα, ο Rodenburg (1989) πραγματοποίησε μια μελέτη στο νησί του Μπαλί και ομαδοποίησε τις τουριστικές επιχειρήσεις σε τρεις κατηγορίες: μεγάλες, μικρές και επιχειρήσεις χειροτεχνίας. Από την έρευνα φάνηκε, ότι το κάθε είδος τουριστικής εκμετάλλευσης συναντάει διαφορετικούς στόχους οικονομικής ανάπτυξης. Ο Rodenburg κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η ίδρυση μικρών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων χειροτεχνίας ωφελεί περισσότερο το νησί του Μπαλί και στους κατοίκους του.

Μια άλλη μελέτη από τον κ. Ανδριώτη (2002), ερεύνησε 52 επιχειρήσεις διαμονής τουριστών στο νησί της Κρήτης κατατάσσοντας τις ανάλογα με τον αριθμό των δωματίων τους σε τρεις κατηγορίες: τις μικρές (αυτές που έχουν 40 ή λιγότερα δωμάτια), τις μεσαίες (αυτές που έχουν 41-100 δωμάτια) και τις μεγάλες (αυτές που έχουν πάνω από 100 δωμάτια). Από τα αποτελέσματα της έρευνας αποδεικνύεται μέσω της χρήσης στατιστικών τεχνικών ότι η συνεισφορά των επιχειρήσεων διαμονής στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού δεν είναι ομοιόμορφη. Συγκεκριμένα, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερο ξένο διευθυντικό προσωπικό σε σύγκριση με τις μικρές και τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Επίσης, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις αγοράζουν λιγότερο από ντόπιους λιανοπωλητές και χονδρέμπορους σε σύγκριση με τις μικρομεσαίες, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα άτομα από τα μέλη της οικογένειας του ιδιοκτήτη. Ως εκ τούτου όσο μικρότερη είναι η επιχείρηση τόσο μεγαλύτερη η συνεισφορά της στην τοπική ανάπτυξη.

Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη και συμμετοχή της κοινότητας στην αναπτυξιακή διαδικασία

Ο κάθε τουριστικός προορισμός αναπτύσσεται στην αρχή προσελκύνοντας μη οργανωμένους τύπους τουριστών, τους λεγόμενους εξερευνητές και περιηγητές, γεγονός που επιδρά θετικά στην οικονομία αυτών των προορισμών μια και δεν

υπάρχουν μεσάζοντες που να εκμεταλλεύονται τις πλουτοπαραγωγικές πηγές και να κρατούν για λογαριασμό τους την πίτα του λέοντος από τα τουριστικά έσοδα.

Γενικότερα όμως η εξάπλωση του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες από τις δυτικού τύπου οικονομίες στις υποανάπτυκτες περιοχές της περιφέρειας έχει προκαλέσει δομικές αλλαγές, που έχουν τη μορφή του εκσυγχρονισμού της οικονομικής δομής. Εμφανίζεται κυρίως με τη διείσδυση ξένων κεφαλαίων και εξωτερικού ελέγχου των πλουτοπαραγωγικών πηγών, όπως επίσης και την ενίσχυση μιας ομάδας ελίτ που λειτουργεί ως καθοριστικός παράγοντας αλλαγής, Εξαιτίας της αδυναμίας ανάπτυξης του τουρισμού από τα έσω, διάφορες μορφές «εξαρτημένης ανάπτυξης» έχουν εκδηλωθεί σε πολλά αναπτυσσόμενα κράτη.

Η έλλειψη επαρκών κεφαλαίων και η επακόλουθη χαμηλή δυνατότητα επενδύσεων και παραγωγικότητας, έχουν ως αποτέλεσμα η περιφέρεια να είναι παγιδευμένη σε ένα φαύλο κύκλο φτώχειας, με τον περιφερειακό τουρισμό να ελέγχεται από τις βιομηχανικές μητροπολιτικές χώρες, οι οποίες αποτελούν τον πυρήνα της οργάνωσης του τουριστικού. Ως αποτέλεσμα, η εξέλιξη του τουρισμού σε πολλές, κυρίως νησιωτικές περιοχές και κράτη του τρίτου κόσμου λειτουργεί σύμφωνα με τα πρότυπα της νεοαποικιοκρατίας και της πλήρους οικονομικής εξάρτησης, όπου «οι πλούσιες μητροπολιτικές κοινωνίες δυτικού τύπου» κυριαρχούν αποφασιστικά στην τουριστική βιομηχανία των υποανάπτυκτων και αναπτυσσόμενων οικονομιών μέσω της εκμετάλλευσης των πλουτοπαραγωγικών τους πόρων (Ανδριώτης 2003).

Πολλοί μελετητές έχουν επισημάνει τις καταστροφικές συνέπειες της εξωγενούς τουριστικής ανάπτυξης στην οικονομική και κοινωνική δομή του κάθε προορισμού υποδοχής τουριστών, αντιμετωπίζοντας τον τουρισμό ως μια νέα μορφή αποικιοκρατίας. Υποστηρίζουν ότι η εξωγενής τουριστική ανάπτυξη προσφέρει περισσότερα οφέλη στις καπιταλιστικές χώρες από όπου προέρχονται οι περισσότεροι τουρίστες χωρίς να συνεισφέρει ικανοποιητικά στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών υποδοχής τουριστών (Khan 1997). Συνεπώς, η εξωγενής ανάπτυξη ενός προορισμού μπορεί να κατηγορηθεί για χαμηλά πολλαπλασιαστικά φαινόμενα, για χρήση εισερχόμενου (μη ντόπιου) εργατικού δυναμικού, για αυξανόμενη ξένη κυριαρχία καθώς και εξωτερικού ελέγχου της τουριστικής βιομηχανίας.

Για να αποφευχθούν οι παραπάνω αρνητικές συνέπειες πολλοί επενδυτές και φορείς ανάπτυξης αναζητούν διέξοδο σε ενδογενή πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική ανάπτυξη είναι μια από τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού.

Αυτή η συμμετοχή μπορεί να διερευνηθεί από δύο σκοπιές:

- συμμετοχή στα οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη και
- συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων αναφορικά με την αναπτυξιακή διαδικασία και το σχεδιασμό του προσφερόμενου προϊόντος.

Για να μπορέσουν οι κάτοικοι μιας τουριστικής περιοχής να ωφεληθούν από την τουριστική ανάπτυξη πρέπει να τους δοθεί η ευκαιρία για κάτι τέτοιο. Πολλές φορές όμως τα οφέλη από την τουριστική ανάπτυξη, συγκεντρώνονται στα χέρια ενός

περιορισμένου αριθμού ατόμων, που αυτά έχουν τα απαραίτητα κεφάλαια να επενδύσουν στον τουρισμό σε αντίθεση με άλλες ομάδες της κοινότητας (π.χ. χαμηλής κοινωνικής τάξης, ανεκπαιδευτα και φτωχά άτομα). Τα τουριστικά οφέλη και οι ζημιές πρέπει να διανέμονται πιο ισομερώς μέσα στην τοπική κοινωνία, επιτρέποντας έτσι ένα μεγαλύτερο μέρος του ντόπιου πληθυσμού να ωφελείται από την εξάπλωση του τουρισμού, αντί να λαμβάνει μόνο το φορτίο των ζημιών.

Οι κοινότητες είναι οι προορισμοί των περισσότερων ταξιδιωτών και επομένως η ανάπτυξη και η διαχείριση της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να είναι αποτελεσματική για να μπορέσει να καρποφορήσει. Η συμμετοχή των κατοίκων στην αναπτυξιακή διαδικασία είναι μια μορφή σχεδιασμού από κάτω προς τα πάνω (bottom-up), που δίνει έμφαση στην τοπικά ελεγχόμενη ανάπτυξη αντί για την ανάπτυξη της ίδιας της κοινότητας.

κοινότητας και επομένως η ίδια η κοινότητα αποτελεί ένα είδος εμπορεύματος. Στην πραγματικότητα μερικές κοινότητες σκόπιμα κατασκευάζονται ή/και τροποποιούνται για κατανάλωση από τους τουρίστες.

Παρόλο που η γνώμη των ντόπιων κατοίκων προς τον τουρισμό εύλογα διευρύνεται, η ενσωμάτωση αυτών των ιδεών στη διαδικασία του σχεδιασμού είναι κάπως ασυνήθιστη. Υπάρχουν περιπτώσεις που η κυβέρνηση (που τις περισσότερες φορές αναλαμβάνει το ρόλο του αξιοποιητή) είναι απρόθυμη να διαπραγματευτεί ορισμένα προβλήματα εξαιτίας του πολιτικού κόστους ή γιατί τα ενδιαφέροντα της στοχεύουν προς άλλες κατευθύνσεις).

Μόνο με το να έχουν τους ντόπιους κατοίκους στο πλευρό τους μπορούν οι τουρίστες να συνυπάρξουν ειρηνικά και μόνο τότε η κοινότητα υποδοχής τουριστών μπορεί να διαβεβαιώσει ότι το περιβάλλον στο οποίο οι τουρίστες ελκύστηκαν αρχικά θα διασφαλιστεί, για τη μακροχρόνια ευημερία των ντόπιων και την απόλαυση της συνεχής ροής τουριστών (Dogart 1996).

Παρόλα αυτά αρκετοί επενδυτές και φορείς ανάπτυξης αποφεύγουν την ενεργή εμπλοκή της κοινωνίας με τη σκέψη ότι μπορεί να λειτουργήσει ως σπατάλη χρόνου στη λήψη αποφάσεων και ως εκ τούτου αρκετές φορές θεωρείται ανώφελη και δύσχρηστη. Οι δαπάνες για μια τέτοια πολιτική «δεν είναι μόνο οικονομικής φύσεως αλλά επίσης και διοικητικής επιβάρυνσης, όπως η πιθανότητα διάλυσης της εξουσίας, η έλλειψη χρόνου αλληλεπίδρασης με τους πολίτες, η έλλειψη υπομονής να εκπαιδευθούν άλλοι, η απαγόρευση να εκπαιδευτούν από αλλογενείς, η ελλιπής αποφασιστικότητα να βελτιωθούν οι διαπραγματευτικές δεξιότητες, η διακινδύνευση της απώλειας του ελέγχου σε διάφορα ζητήματα της βιομηχανίας και τελικά ο κίνδυνος αποτυχίας και αρνητικής δημοσιότητας.

Η συνεισφορά του εναλλακτικού τουρισμού στην τοπική ανάπτυξη

Τα τελευταία χρόνια εξαιτίας των αρνητικών σχολίων που αποδίδονται στο μαζικό τουρισμό, πολλά κράτη διαμορφώνουν την πολιτική τους προς την ενθάρρυνση πιο ήπιων (εναλλακτικών) μορφών τουρισμού, αναζητώντας έτσι μια λύση για τα μακροχρόνια προβλήματα που έχουν προκληθεί από την ανεξέλεγκτη τουριστική ανάπτυξη. Τα κίνητρα του εναλλακτικού τουρίστα και τα καταναλωτικά

του πρότυπα, που κατευθύνονται στην αναζήτηση της αυθεντικότητας και στην συναναστροφή του με την παρθένα φύση και τον αυτόχθονα πολιτισμό, περικλείουν ιδιαίτερη σημασία στην προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής τουριστών, συνεισφέροντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη και στη μακροβιότητα των υπαρχόντων πόρων. Ως εκ τούτου, ο εναλλακτικός τουρισμός υποδεικνύει περιορισμούς αναφορικά με τη φέρουσα ικανότητα μιας τουριστικής περιοχής και μπορεί να θεωρηθεί ως τουρισμός μειωμένων αρνητικών επιπτώσεων.

Αυξημένη είναι μέσω του εναλλακτικού τουρισμού η διασύνδεση του τουριστικού τομέα με άλλους τομείς της οικονομίας, π.χ. γεωργία, κτηνοτροφία και χειροτεχνία. Απ' την άλλη, υπάρχει μειωμένη διαρροή χρημάτων από την τοπική οικονομία για λόγους όπως αγορά εισαγόμενων προϊόντων, εξάρτηση από ξένους οργανωτές ταξιδιών και απασχόληση αλλοδαπών στην ντόπια βιομηχανία, δημιουργώντας έτσι υψηλούς οικονομικούς δεσμούς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Ντόπιοι επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων μπορούν, με μέτριες δαπάνες, να συνεισφέρουν αξιοσημείωτα στην οικονομική ανάπτυξη γιατί προμηθεύουν μικρότερες αγορές, αξιώνουν σχετικά μικρά κεφάλαια, χρησιμοποιούν ντόπιους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και ακατέργαστα υλικά και δεν απαιτούν δαπανηρή και εξεζητημένη υποδομή. Οι επενδύσεις μικρής κλίμακας που προωθούνται διαμέσου του εναλλακτικού τουρισμού διατηρούν τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης από τους ντόπιους κατοίκους και εξασφαλίζουν αυξημένα οικονομικά οφέλη.

Ταυτόχρονα, οι μικρής κλίμακας επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματωθούν με μεγαλύτερη ευκολία στο υπάρχον κοινωνικό-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον της κοινότητας, βοηθώντας πιο αποτελεσματικά την αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού.

Επιτυγχάνοντας ενδογενή τουριστική ανάπτυξη μέσω της συμμετοχής του ντόπιου κοινωνικού συνόλου στην αναπτυξιακή διαδικασία, οι κάτοικοι μιας περιοχής έχουν τη δυνατότητα να προσδιορίσουν τη ζωή τους, σε μια κοινωνία που θέλουν να ζήσουν, διαμορφώνοντας τον τρόπο που θέλουν να την «πωλήσουν». Η αποδοχή από τους ντόπιους κατοίκους της τουριστικής ανάπτυξης θεωρείται σημαντική για την μακροχρόνια επιτυχία του τουρισμού, γιατί εάν οι τουρίστες δεν είναι ευπρόσδεκτοι και υπάρχει ένα είδος εχθρικότητας απέναντι τους οι αφίξεις τους θα μειωθούν. Συνεπώς, η συμπεριφορά των ντόπιων κατοίκων προς τους εισερχόμενους τουρίστες αποτελεί ένα από τους καθοριστικούς παράγοντες στην επιτυχία της τουριστικής βιομηχανίας μιας περιοχής.

Παρόλο που πολλές φορές ο τουρισμός κατηγορείται για υπανάπτυξη και ερήμωση ορισμένων περιοχών της περιφέρειας λόγω της μετανάστευσης του οικονομικά ενεργού πληθυσμού τους στα αστικά κέντρα, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να μειώσει αισθητά το πρόβλημα αυτό, αφού προσελκύει τουρίστες σε αγροτικές και απομονωμένες περιοχές, αποτρέποντας, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, τη μετανάστευση των ντόπιων κατοίκων, και ιδιαίτερα της νέας γενιάς, στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Τέλος, διαμέσου της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού τα τουριστικά οφέλη και οι ζημιές διανέμονται πιο ισάξια μέσα στην τοπική κοινωνία, επιτρέποντας

έτσι ένα μεγαλύτερο μέρος του ντόπιου πληθυσμού να ωφελείται από την αναπτυξιακή διαδικασία, αντί να λαμβάνει μόνο το φορτίο των ζημιών. Όμως γεννάται το ερώτημα: *Μπορεί η ανάπτυξη μιας τουριστικής περιοχής να ξεκινήσει και να ολοκληρωθεί εσωτερικά της κοινότητας υποδοχής τουριστών, όπως επιτάσσει ο εναλλακτικός τουρισμός ή κάτι τέτοιο δεν είναι εφικτό;* Η απάντηση σ' αυτό το ερώτημα είναι διφορούμενη. Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, π.χ. κράτη της Αφρικής και νησιά της Καραϊβικής, η απάντηση φαίνεται να είναι αρνητική, λόγω του χαμηλού δείκτη συμμετοχής του ντόπιου πληθυσμού σε επιχειρηματικές δραστηριότητες, τις μειωμένες δυνατότητες παραγωγής καταναλωτικών αγαθών, των ανεπαρκών κεφαλαίων για επενδύσεις και την έλλειψη ντόπιου εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Επομένως, στις περιπτώσεις που η ενδογενής τουριστική ανάπτυξη δεν είναι δυνατή, οι κυβερνήσεις πρέπει να καταβάλλουν προσπάθειες για να διατηρηθεί ο μεγαλύτερος έλεγχος της ανάπτυξης από τον ντόπιο πληθυσμό, επιχειρώντας να αυξήσουν τη συμμετοχή της ντόπιας κοινωνίας στην αναπτυξιακή διαδικασία, π.χ. με τη χορήγηση κινήτρων για επενδύσεις σε τοπικούς επιχειρηματίες και με νομοθεσία που να αυξάνει τις ευκαιρίες για εργασία των ντόπιων κατοίκων.

Εναλλακτικά, εάν ο προορισμός έχει τη δυνατότητα και τους οικονομικούς πόρους για ενδογενή ανάπτυξη, η κυβέρνηση πρέπει να ενθαρρύνει τους ντόπιους κατοίκους να επενδύσουν στην τουριστική βιομηχανία και να προσπαθήσουν να αξιοποιήσουν λογικά τους διαθέσιμους κοινωνικό-πολιτιστικούς και περιβαλλοντολογικούς πόρους.

3.4 Αειφορία – Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Τα τελευταία χρόνια, αντικείμενο συζητήσεων αλλά και πρακτικής έχει γίνει η αειφόρος ανάπτυξη. Συμφωνά με τον ορισμό που έδωσε η Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, αειφόρος είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος, χωρίς να παρεμποδίζει τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες (World Commission on Environment and Development “Our common future” Oxford University Press, 1987).

Αποτέλεσμα αυτής της ερμηνείας της αειφόρου ανάπτυξης είναι η διατύπωση αρχών και οδηγιών για την αντίστοιχη πρακτική. Για παράδειγμα, το 1992, στην Παγκόσμια Διάσκεψη για το Περιβάλλον που πραγματοποιήθηκε στο Ρίο της Βραζιλίας (Rio Earth Summit), τέθηκαν δώδεκα αρχές για την αειφόρο ανάπτυξη, ενώ η Ατζέντα 21 έθεσε εννέα στόχους για τις κυβερνήσεις και δέκα στόχους για τον ιδιωτικό τομέα (WTTC, WTO and the Earth Council, 1995).

Ανάλογη ευαισθητοποίηση υπήρξε στον τομέα του τουρισμού και για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, καθώς πολλοί οργανισμοί και φορείς επικεντρώθηκαν σε αυτή και στον ήπιο τουρισμό με εκδόσεις και συγγράμματα. Μέχρι σήμερα έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί του αειφόρου τουρισμού.

«Αειφόρος τουρισμός είναι μια θετική προσέγγιση με την πρόθεση της μείωσης των εντάσεων και τριβών που δημιουργούνται από τις σύνθετες αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στην τουριστική βιομηχανία, τους επισκέπτες, το περιβάλλον και τις κοινότητες οι οποίες φιλοξενούν άτομα που κάνουν διακοπές... μία προσέγγιση η οποία εμπλέκει εργασία για τη μακρά διατήρηση της ζωής και της ποιότητας και των δύο πόρων, φυσικών και ανθρωπίνων» (Mc Kercher, Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impacts,1993).

3.4.1 Ανάγκη για ήπια μορφή τουρισμού

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν είναι απλή επινόηση κάποιων συγγραφέων ούτε απλή προσπάθεια για τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος. Κυρίως και προπάντων αποτελούν απάντηση στην κρίση του υπαρκτού τουρισμού.

Τα στοιχεία που πιστοποιούν αυτή την κρίση γίνονται αντιληπτά από την ευρύτερη κοινωνία, έστω και με ατελείς ή αποσπασματικές μορφές. Σε αντίθεση με τον περιηγητισμό προηγούμενων εποχών, ο κατεστημένος τουρισμός αποστασιοποιείται από τις τοπικές κοινωνίες, εγκλωβίζεται σε θύλακες «ολοκληρωμένης ανάπτυξης», απομακρύνεται από γνωστικές διαδικασίες και περιορίζεται σε επιπόλαιες προσλήψεις θεάματος και πληροφοριών. Η τουριστική βιομηχανία επιχειρεί να μεγιστοποιήσει τις προσλήψεις θεάματος μέσα στη μονάδα του χρόνου, όμως έτσι οδηγεί στην υπέρβαση της «φέρουσας ικανότητας του τουρίστα» και στην αποδυνάμωση των συγκινησιακών και βιωματικών του δεσμών με το χώρο. Η διεκδίκηση της ασφάλειας και της αδιατάρακτης χρήσης του τουριστικού χρόνου, η φοβική στάση έναντι του τυχαίου και του απρόοπτου, περιορίζει τον τουρίστα σε ειδικά οργανωμένα δίκτυα, μακριά από την αυθεντική πραγματικότητα.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εισάγουν τη μορφωτική εμπειρία στη θέση της επιδερμικής επαφής με το «ξένο» στοιχείο, λαμβάνουν υπόψη τη «φέρουσα ικανότητα» του επισκέπτη εξατομικεύοντας τις ταξιδιωτικές προτάσεις, αρνούνται τη δημιουργία μηχανισμών περιφρούρησης του τουρίστα μέσω της διαμόρφωσης «γυάλινων πύργων». Ο περιβαλλοντικός, αγροτικός, αθλητικός, θρησκευτικός, πολιτιστικός κτλ. τουρισμός, επιχειρούν την επαναπροσέγγιση και ζεύξη της τουριστικής εμπειρίας με άλλες, παραγωγικές ή πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μετατρέπει τον χρόνο αναψυχής σε χρόνο σεμιναρίων, όμως αρνείται την κατάσταση της «υπνοβασίας» στην οποία καταδικάζεται ο συμβατικός τουρίστας (Εντγκάρ Μορέν). Δεν υποτάσσεται σε στενά πελατειακές λογικές αλλά προτάσσει την ιδιαιτερότητα του τοπικού χώρου και μέσω αυτής της ιδιαιτερότητας διαφοροποιεί το τουριστικό προϊόν και το κάνει μοναδικό και ελκυστικό. Ο εναλλακτικός τουρισμός θέλει να κάνει τον καθένα να «αισθάνεται σαν στο σπίτι του», οικειώνοντας τον με τις τοπικές αρετές, τα τοπία, τις τροφές, τα τραγούδια, το χορό, τη ζωγραφική, την οδοιπορία.

Η διάχυση των τουριστικών υποδομών στον ευρύτερο χώρο - αντί της δημιουργίας υπερπολυτελών θυλάκων σε ειδικές περιοχές - καθώς επίσης και η χώρο-χρονική αποκέντρωση του τουρισμού, μπορούν να μετατρέψουν μια χώρα συμβατικών απολαύσεων σε πεδίο εκπλήξεων και ανακαλύψεων.²

Αν οι δυνατότητες και οι προοπτικές εγγυώνται την ανάπτυξη του ήπιου τουρισμού, οι ανάγκες τις οποίες επιδιώκει να ικανοποιήσει επιβάλλουν την πραγμάτωση του. Διότι ο ήπιος τουρισμός, εκτός των άλλων, φιλοδοξεί: να αναδείξει και να προστατεύσει τον πλούτο και την αυθεντικότητα των περιοχών, παρέχοντας την δυνατότητα στους επισκέπτες να θαυμάσουν τις φυσικές περιοχές και την πλούσια πολιτιστική μας ιστορία, να ικανοποιήσει επί μέρους ανάγκες και επιθυμίες ειδικών ομάδων ή κατηγοριών επισκεπτών π.χ. εκείνων που ενδιαφέρονται για τη φυσική ιστορία, τη γλώσσα, ή την πολιτισμική κληρονομιά, να συμπληρώσει τα εισοδήματα των κατοίκων των αγροτικών και ορεινών περιοχών μέσα από επιχειρήσεις αγροτουρισμού, ξενάγησης, χειροτεχνίας, ύπνου-πρωινού κ.λπ. να επιτρέψει την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της χώρας μας ή τη μερική τουριστική ανάπτυξη περιοχών με περιορισμένα περιβαλλοντικά και/ή κοινωνικά όρια χωρητικότητας, να συμβάλλει στη διατήρηση της δομής και του μεγέθους του τοπικού πληθυσμού μέσω της αύξησης του εισοδήματος και της συνεπαγόμενης βελτίωσης του επιπέδου ζωής επιτυγχάνοντας έτσι, την αναστροφή της ερήμωσης της υπαίθρου, να προάγει τη συμμετοχή του ντόπιου πληθυσμού στις ενέργειες και αποφάσεις που αφορούν το μέλλον των περιφερειών της χώρας, να αποτελέσει ένα ισχυρό μοχλό καταπολέμησης της ανεργίας στις ιδιαίτερα προβληματικές περιοχές και να προάγει την ενσωμάτωση συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων, όπως οι γυναίκες, να αναδείξει, να αξιοποιήσει και να διασώσει την πολιτιστική μας κληρονομιά και παράδοση, να δώσει τη δυνατότητα για περιβαλλοντική και πολιτιστική ευαισθητοποίηση των επισκεπτών μέσα από τις επισκέψεις σε τοπία εξαιρετικής οικολογικής, αισθητικής, αρχιτεκτονικής και ιστορικής αξίας, να αυξήσει τα συναλλαγματικά αποθέματα της χώρας μέσω του εισαγόμενου τουρισμού και να συγκρατήσει παράλληλα τους "δυσσχετημένους" του μαζικού τουρισμού παρέχοντας τους την επιζητούμενη εναλλακτική λύση, και τέλος να μειώσει την εκροή συναλλάγματος, μέσα από τη συγκράτηση των ημεδαπών τουριστών, οι οποίοι αναζητούν τις φυσικές ομορφιές στην αλλοδαπή.

² Γιάννης Σχίζας, «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: η προοπτική μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης» 2005

3.4.2 Οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το νομοθετικό πλαίσιο της Ελλάδας

Η ανάδειξη της τοπικής ταυτότητας μέσω ενός ορθολογικού σχεδιασμού, με την ενεργό συμμετοχή του πληθυσμού στο πλαίσιο της τοπικής ανάπτυξης, αποτελεί βασική παράμετρο για τη συμμετρική κατανομή των τουριστών στο χώρο και το χρόνο. Στο πλαίσιο αυτό, ο τοπικός πληθυσμός μπορεί να ευαισθητοποιηθεί μέσα από σωστή ενημέρωση και κατάρτιση και να λάβει ουσιαστικό και ενεργό ρόλο στην προώθηση της Τοπικής ανάπτυξης σε εθνική και ευρωπαϊκή διάσταση.

Αρκεί, βέβαια, η ανάπτυξη του τουρισμού να γίνει υπό προϋποθέσεις και όχι ανεξέλεγκτα. Τις προϋποθέσεις αυτές βάζει η πολιτική και ειδικότερα ο πολεοδομικός και χωροταξικός σχεδιασμός και η πολιτική περιβάλλοντος διαχείρισης. Βασικά στοιχεία μιας στρατηγικής που αναγνωρίζει τις διαστάσεις αυτές και τις εντάσσει σ' ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο διαχείρισης είναι:

- Η θέσπιση αυστηρών κανόνων και ο έλεγχος του τρόπου δόμησης και στις τουριστικές περιοχές, η προώθηση με κίνητρα κατασκευών ήπιων μορφών ενέργειας.
- Η αυστηρή εφαρμογή και τήρηση περιβαλλοντικών προτύπων.
- Η δημιουργία προστατευτικών ζωνών γύρω από ευαίσθητες περιβαλλοντικά περιοχές.
- Η ευαισθητοποίηση των τουριστικών και του τοπικού πληθυσμού, αλλά και όσων ασχολούνται με τον τουρισμό, σε περιβαλλοντικά θέματα.

✓ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σε εθνικό επίπεδο υπάρχει ένα μεγαλύτερο φάσμα δυνατοτήτων ρύθμισης και παρέμβασης για την ανάπτυξη του τουρισμού. Το κύριο πρόβλημα όμως παραμένει η δυνατότητα και αποτελεσματικότητα της εφαρμογής μιας πολιτικής για τον τουρισμό, καθώς η δυναμική του φαινομένου (προσφορά - ζήτηση) αναπτύσσεται σε ευρύτερο επίπεδο, ενώ οι εμπλεκόμενοι είναι πολλοί.

Η πολιτική για τον τουρισμό εστιάζεται στη ανάγκη ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος της χώρας, με στόχους την επιμήκυνση της εποχικότητας, τη μεγιστοποίηση των ωφελειών από πλευράς συναλλάγματος, τη ανανέωση του τουριστικού προϊόντος κτλ.

Η ανάπτυξη και διεύρυνση του τουρισμού προς διάφορες μορφές του μπορεί να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις για:

- Ø Ποιοτική αναβάθμιση των προσφερομένων τουριστικών προϊόντων.
- Ø Διατήρηση της ιδιαίτερης τοπικής φυσιογνωμίας και κουλτούρας.
- Ø Καθοδήγηση της ανάπτυξης και των επενδύσεων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα σε έναν ήπιο τουρισμό που να σέβεται το περιβάλλον.
- Ø Δυνατότητα ανάπτυξης του τουρισμού σε περιοχές που μέχρι σήμερα δεν έχουν αξιοποιήσει πλήρως τις δυνατότητες τους.

Νόμοι - Ειδικές διατάξεις για την προστασία της φύσης

Ο Νόμος «περί αρχαιοτήτων»³

Ο Νόμος «περί αρχαιοτήτων» (Νόμος 5351/1932), ισχύει και σήμερα, προβλέπει την ισορροπία κάθε είδους αρχαιολογικών μνημείων και ιστορικών τόπων, απαγορεύοντας αυστηρά οποιαδήποτε φθορά ή αλλοίωση των ίδιων των μνημείων, καθώς και μιας έκτασης σε ακτίνα 500 μέτρων από αυτά, όπου δεν επιτρέπονται έργα ή δραστηριότητες που μπορεί να βλάψουν άμεσα ή έμμεσα τις αρχαιότητες. Ο αρχαιολογικός νόμος συνέβαλε στη διαφύλαξη της φυσικής κληρονομιάς ιδίως με την επέκταση του αργότερα και στα «μνημεία της σύγχρονης εποχής» (με το συμπληρωματικό Νόμο 1465/1950), και τη δυνατότητα ανακήρυξης ορισμένων περιοχών ως «Τοπίων Φυσικού Κάλλους». Μέχρι σήμερα όμως, πέρα από κάποιες απαγορεύσεις συγκεκριμένων αναπτυξιακών έργων ή δραστηριοτήτων σε ορισμένες μεμονωμένες περιπτώσεις, δεν έχουν ληφθεί ειδικά μέτρα για την προστασία ή την ανάδειξη των πάνω από 300 περιοχών που κηρύχθηκαν «τοπία φυσικού κάλλους».

Ο Νόμος «περί Εθνικών Δρυμών»⁴

Η σημαντικότερη καμπή στα θέματα Προστασίας της Φυσικής μας κληρονομιάς, γίνεται στα 1937 με την έκδοση του Α.Ν. 856/1937. Ο Νόμος αυτός προέβλεπε την ίδρυση σ' ολόκληρη τη χώρα μέχρι πέντε «Εθνικών Δρυμών», ως περιοχών με ειδικό καθεστώς προστασίας που αποσκοπούν στην «προστασία της χλωρίδας, βελτίωση και αύξηση της πανίδας, διατήρηση των γεωμορφολογικών σχηματισμών, προστασία των φυσικών καλλόνων, ανάπτυξη του τουρισμού και διενέργεια επιστημονικών και δασικών ερευνών». Είναι φυσικές περιοχές οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον από πλευράς της άγριας πανίδας και χλωρίδας που υπάρχει, καθώς και των ιδιαίτερων γεωγραφικών σχηματισμών, του υπεδάφους, της ατμόσφαιρας, των υδάτων και γενικά του φυσικού περιβάλλοντος. Εφαρμόζεται και στη χώρα μας ο θεσμός των «προστατευόμενων περιοχών» που αποτελεί από τότε το σπουδαιότερο μέτρο για την προστασία και διατήρηση της φυσικής μας κληρονομιάς. Χρησιμοποιήθηκε ο όρος «εθνικός δρυμός» αντί του όρου «εθνικό πάρκο» που είχε επικρατήσει σε άλλες χώρες. Και αυτό γιατί θεωρήθηκε ότι οι αξίες της φύσης που έχουν ανάγκη ιδιαίτερης προστασίας βρίσκονται κυρίως στον ορεινό χώρο, σε απομονωμένες περιοχές «παρθένας φύσης». Ο όρος «δρυμός» που παρέχει εκτός από την κύρια έννοια -δάσος δρυών- και την έννοια «σύδενδρος τόπος» (περιοχή με άγρια βλάστηση), περιέβαλε τις εκτάσεις αυτές με την απαραίτητη αίγλη και μεγαλοπρέπεια που τόνιζαν περισσότερο την ανάγκη ιδιαίτερης προστασίας τους.

³⁺⁴ Δρ, Κασούμης Κων., Γεωτεχνικά Επιστημονικά Θέματα, «Η προστασία της φύσης στην Ελλάδα-Θεσμικό πλαίσιο, προστατευόμενες περιοχές και αρμοδιότητες προστασίας»,(σελ.60)

Η Συνταγματική κατοχύρωση της Προστασίας του Φυσικού Περιβάλλοντος

Με την ψήφιση του Συντάγματος του 1975 επέρχεται μια θεμελιώδης τομή στα θέματα προστασίας της φύσης στην Ελλάδα προβλέπεται για πρώτη φορά συνταγματική διάταξη για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Το άρθρο 24 του Συντάγματος αναφέρει ότι: «Η προστασία του φυσικού και πολιτισμικού περιβάλλοντος αποτελεί υποχρέωση του κράτους... ». Η διατήρηση του συνδυάζεται με την προστασία των δασών και των δασικών εκτάσεων της χώρας.

Αρχίζει έκτοτε μια νέα περίοδος για την προστασία της φύσης στην Ελλάδα. Η ύπαρξη της παραπάνω συνταγματικής επιταγής, ενεργοποιεί την προώθηση κάποιων μέτρων οργάνωσης και εκσυγχρονισμού. Παράλληλα όμως επέρχεται μια αυξανόμενη πολυπλοκότητα της σχετικής νομοθεσίας και δημιουργείται κάποια ασάφεια σε πολλές περιπτώσεις.

Ο Νόμος «περί χωροταξίας και Περιβάλλοντος»

Ένας σημαντικός Νόμος μετά το Σύνταγμα του 1975 που αναφέρεται σε θέματα προστασίας της φύσης είναι ο Ν. 363/19/6 «Περί Χωροταξίας και Περιβάλλοντος». Με το Νόμο αυτό δίνεται ο ορισμός του «Φυσικού Περιβάλλοντος» και θεσμοθετείται η σύσταση του Εθνικού Συμβουλίου Χωροταξίας και Περιβάλλοντος (ΕΣΧΠ) και αντίστοιχης Γραμματείας. Καθορίζεται η διαδικασία διαμόρφωσης και εφαρμογής ειδικής πολιτικής για τα θέματα αυτά, με την σύνταξη Εθνικών, Περιφερειακών και Ειδικών Χωροταξικών Σχεδίων και Προγραμμάτων.

Σε τρεις σημαντικές αποφάσεις που λήφθηκαν από το ΕΣΧΠ το 1980 και 1981 (ΦΕΚ 486B/1 980 και 551 B/I 981), αναγνωρίζονται 23 περιοχές που έχουν ανάγκη ειδικής προστασίας. Ανατίθεται στους αρμόδιους Υπουργούς η λήψη των αναγκαίων μέτρων για την προστασία και διατήρησή τους.

✓ ΣΕ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Η Ε.Ε. αναγνωρίζει στο Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Δράσης «Προς την αειφορία» ότι ο τουρισμός και οι μεταφορές αποτελούν τομείς με σημαντική επίπτωση στο περιβάλλον και πρέπει να αναπτυχθούν κατά προτεραιότητα δράσεις για την ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής πολιτικής στο σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης.

- ü Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προχωρήσει από το 1996 στη δημιουργία του Δικτύου ΕΣΟΝΕΤ, που είναι το Δίκτυο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον τουρισμό και το περιβάλλον. Το δίκτυο παρέχει πληροφορίες σε θέματα που αφορούν στον τουρισμό και στο περιβάλλον, περιέχει πάνω από 250 αναφορές που περιλαμβάνουν οδηγούς καλής πρακτικής, αλλά βιβλία και εκθέσεις.
- ü Η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσω διαφόρων άλλων προγραμμάτων και πρωτοβουλιών όπως το Thermie (στόχος η αύξηση της ενεργειακής απόδοσης των συστημάτων και η ενθάρρυνση των ήπιων μορφών ενέργειας) ή το Life (στόχος η προστασία του περιβάλλοντος), επιδιώκει τη βελτίωση και τον

εξορθολογισμό της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων και γενικότερα την ενθάρρυνση δράσεων προς την κατεύθυνση του βιώσιμου τουρισμού.⁵

Ü Την 19^η Οκτωβρίου 2007 η Ευρωπαϊκή Ένωση ανακοίνωσε την «Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό» Η ανακοίνωση σηματοδοτεί την επίσημη έναρξη και έκδοση ατζέντας για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό τουρισμό. Οικονομική ευημερία, κοινωνική δικαιοσύνη και συνοχή, προστασία του περιβάλλοντος και του πολιτισμού αυτοί είναι οι στόχοι της παρούσας ατζέντας. Οι εν λόγω στόχοι συνεπάγονται πολλές προκλήσεις για τον τομέα, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται οι ακόλουθες:

1. εγγυήσεις όσον αφορά την ασφάλεια των τουριστών και των τοπικών κοινοτήτων.
2. προστασία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων των τουριστικών προορισμών.
3. μείωση της χρήσης των πόρων και της ρύπανσης στους τουριστικούς προορισμούς.
4. διαχείριση της αλλαγής υπέρ της ευημερίας της τοπικής κοινότητας.
5. μείωση του εποχικού χαρακτήρα της ζήτησης.
6. αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού αντίκτυπου των μεταφορών που συνδέονται με τον τουρισμό.
7. να καταστεί ο τουρισμός προσβάσιμος από όλους, χωρίς διακρίσεις.
8. βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών επαγγελματιών.

Η υλοποίηση των στόχων της ατζέντας θα πραγματοποιηθεί βάσει των κατάλληλων πολιτικών, όπως η αειφόρος διαχείριση των τουριστικών προορισμών (για παράδειγμα, μέσω της κατάλληλης χωροταξίας ή μέσω της λήψης αποφάσεων για την πραγματοποίηση επενδύσεων σε υποδομές και υπηρεσίες), η συνεκτίμηση των θεμάτων της αειφορίας από τις επιχειρήσεις και η ευαισθητοποίηση των τουριστών σε θέματα αειφορίας.⁶

▼ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σε διεθνές επίπεδο παρατηρείται μια κινητικότητα, η οποία έχει εκφραστεί μέσω της διατύπωσης μιας πληθώρας συστάσεων. Πιο μεγάλη επίδραση φαίνεται να έχουν οι διάφορες θεσμικές ρυθμίσεις σε εθνικό επίπεδο, οι οποίες όμως σε αρκετές περιπτώσεις αποδεικνύονται επίσης αναποτελεσματικές λόγω της μη ικανοποιητικής εφαρμογής τους και της απουσίας επαρκών μηχανισμών ελέγχου και παρακολούθησης.

Η Συνθήκη για τη βιοποικιλότητα και η Agenda 21 (Βέρνη) ενθαρρύνουν σημαντικά πρωτοβουλίες για την επίτευξη μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Ειδικότερα:

⁵ Κοκκώσης Χ. – Τσάρτας Π. «Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον» Αθήνα 2001

⁶ www.europa.eu Σύνοψη της νομοθεσίας της Ε.Ε. «Περιβάλλον»

1. Η ανάγκη προώθησης του βιώσιμου τουρισμού έχει αναγνωριστεί σε διεθνές επίπεδο (Agenda 21).
2. Στο διεθνές Συνέδριο για το περιβάλλον και τη Βιοποικιλότητα (Βερολίνο, Μάρτιος 1997), οι Υπουργοί για τον τουρισμό και άλλοι συμμετέχοντες υπουργοί οδηγήθηκαν στην πρώτη διεθνή συμφωνία σχετικά με τις αρχές του βιώσιμου τουρισμού.
3. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, με αποστολή την ανάπτυξη του τουρισμού ως μέσο προώθησης της διεθνούς ειρήνης και κατανόησης, της οικονομικής ανάπτυξης και του διεθνούς εμπορίου, προχωρά σε πρωτοβουλίες για το βιώσιμο τουρισμό και το πλαίσιο αυτό εξέδωσε Οδηγό για τους ανθρώπους που σχεδιάζουν την τουριστική ανάπτυξη σε τοπικό επίπεδο. Επιπλέον:

- σε συνεργασία με το UNEP ([United Nations Environment Programme](#)) και το UNDP ([United Nations Development Programme](#)) προχώρησε σε κανονισμούς για τις περιοχές που χρήζουν προστασία (WTO, UNEP 1992).
- εξέδωσε οδηγό με τίτλο «Δέκα εντολές για την Προστασία των Τόπων Παγκόσμιας Κληρονομιάς».
- διατύπωσε «Αρχές για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη» (WTO, 1993).
- διατύπωσε «Συστάσεις για σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο» (WTO, 1993).
- Ο WTTC (World Travel and Tourism Council) είναι μια διεθνής ένωση με εκπροσώπους από όλους τους τομείς της βιομηχανίας τουρισμού και ταξιδιών. Πρωταρχικός στόχος είναι η προώθηση της ανάπτυξης που είναι συμβατή με το περιβάλλον αυτό επιδιώκεται μέσω της διαμόρφωσης του κατάλληλου πλαισίου πολιτικής.

Κεφάλαιο 4

Εναλλακτικός / ήπιος τουρισμός στην Κρήτη

4.1 Η Κρήτη ως ένας ιδιαίτερος τουριστικός προορισμός

Η γεωγραφική θέση του νησιού , σε συνδυασμό με την απόσταση που το χωρίζει από τις κύριες αγορές πρώτων υλών και προϊόντων, καθιστούν τις μαζικές μεταφορές δυσχερείς και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων μαζικής παραγωγής σχεδόν αδύνατη. Ωστόσο η μεγαλόνησος λόγω του φυσικού κάλλους της, την πολιτιστικής της κληρονομιάς και των φιλόξενων ανθρώπων της αποτελεί ιδανικό περιβάλλον για ταχεία τουριστική ανάπτυξη. Επομένως, οι οικονομικές προοπτικές και το μέλλον των κατοίκων της Κρήτης, είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με την πορεία τα τουριστικής βιομηχανίας. Η συμβολή του τουρισμού στην αναπτυξιακή διαδρομή της Κρήτης τα τελευταία 20-25 χρονιά, καθίσταται αναμφισβήτητα πολύ σημαντική.

Αυτή η «άνθιση» του τουρισμού στην Κρήτη αποτέλεσε κίνητρο παραμονής των κατοίκων, που θα αναζητούσαν ενδεχομένως πρόσφορο έδαφος για να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Οι εξελίξεις που σημειώθηκαν στον τουριστικό τομέα επηρέασαν σημαντικά την κατανομή των δημόσιων και ιδιωτικών επενδύσεων. Η ανάγκη ανανέωσης ,αν όχι αναδόμησης, έργων υποδομής ήταν επιτακτική. Παρόλα αυτά , η Κρήτη συνεχίζει ακόμα και σήμερα εν έτη 2010, να ποντάρει στη μοναδικότητα του φυσικού της τοπίου και στο κλίμα της.

Βέβαια, οποιεσδήποτε υποδομές περατώνονται διευκολύνουν τη ζωή και των μόνιμων κατοίκων-όχι μόνο των τουριστών- καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Τρανταχτό παράδειγμα αποτελούν τα έργα που υλοποιήθηκαν στην πόλη του Ηρακλείου για τις ανάγκες των ολυμπιακών αγώνων. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις , οι πολιτιστικοί χώροι, η βελτίωση τα συγκοινωνίας, τα τακτικότερα δρομολόγια των μέσων μαζικής μεταφοράς εξυπηρετούν και το τοπικό πληθυσμό.

Εκτός από τα άμεσες και εμφανείς επιδράσεις του τουρισμού, θα πρέπει να συνεκτιμηθεί και ο πολλαπλασιαστικός χαρακτήρας της αρχικής εισροής τουριστικού εισοδήματος, στο σύστημα τα τοπικής οικονομίας. Τα έσοδα από την άμεση πώληση των τουριστικών υπηρεσιών, εξελίσσονται σε επιπρόσθετα εισοδήματα.

4.1.1 Στοιχεία που χαρακτηρίζουν το κρητικό τουριστικό προϊόν*

Μορφολογία Εδάφους

Το έδαφος της Κρήτης είναι επί των πλείστων ορεινό. Διασχίζεται από τη μία άκρη στην άλλη από βουνά. Ανάμεσα τους υπάρχουν βαθιές κοιλάδες, εκτεταμένα οροπέδια, μεγάλα φαράγγια και απότομες χαράδρες. Δεσπόζουν τρεις μεγάλες οροσειρές: τα Λευκά Όρη ή Μαδάρες υψώνονται στο Δυτικό τμήμα της Κρήτης. Έχουν μήκος 40 χιλιόμετρα, πλάτος έως 16 χιλιόμετρα και υψηλότερη κορυφή τις Πάχνες (2.453 μέτρα). Προς Βορρά πέφτουν ομαλά στις χαμηλές περιοχές του Αποκόρωνα και της Κυδωνίας, ενώ προς Νότο πέφτουν απότομα στο Λιβυκό πέλαγος. Στα όρη αυτά βρίσκονται τα μεγάλα φαράγγια της Σαμαριάς, της Ίμπρου και του Λαγοκατρέ. Κοντά στο φαράγγι της Σαμαριάς, βρίσκεται το οροπέδιο του Ομαλού. Ανατολικά και πέρα από το φαράγγι της Ίμπρου τα Λευκά Όρη συνεχίζονται με χαμηλότερες οροσειρές και συνδέονται με τον Ψηλορείτη.

* Πηγή πληροφόρησης αποτέλεσε ο διαδικτυακός τόπος www.explore-crete.gr

Ο Ψηλορείτης ή Ίδη κατέχει το κεντρικό τμήμα της Μεγαλονήσου και είναι το ψηλότερο βουνό της με κορυφή ύψους 2.456 μέτρα.

Οι Βορειοανατολικές πλαγιές της Ίδης σχηματίζουν το οροπέδιο της Νίδας κοντά στο χωριό Ανώγεια όπου βρίσκεται το Ιδαίον Άντρον. Ανατολικά του Ψηλορείτη εκτείνεται λοφώδης περιοχή που κλείνεται προς Νότο από τα Αστερούσια Όρη τα οποία συνδέουν τον Ψηλορείτη με την τρίτη μεγάλη οροσειρά, τη Δίκτυ ή Λασιθιώτικα βουνά.

Τα Λασιθιώτικα βουνά με υψηλότερη κορυφή 2.148 μέτρα με τις προεκτάσεις τους, Βιργιωμένο όρος, Τούμπα Μούτσουνας, Σελένα, Μαχαίρας, Καθαρό Τσιβί και άλλα, κατέχουν το Ανατολικό τμήμα της Κρήτης. Στη βόρεια πλευρά της Δίκτυς, κοντά στο χωριό Ψυχρό, βρίσκεται το σπήλαιο Δικταίων Άντρον. Ανατολικά η Δίκτυ χαμηλώνει με τα βουνά Πλατιά Κορφή και Μεγάλη Κορφή για να καταλήξει στην επαρχία Ιεράπετρας. Ανατολικά από την επαρχία Ιεράπετρας υψώνονται τα βουνά της Θρύπτης με προέκταση το βουνό Όρνο και άλλα που καταλήγουν στην ανατολική άκρη της Κρήτης.

Οι σημαντικότερες πεδινές εκτάσεις που αποτελούν και τις γονικές πεδιάδες για καλλιέργεια βρίσκονται στη Βόρεια Κρήτη και από Δύση προς Ανατολή είναι: η πεδιάδα Καστελίου - Κίσσαμου, ο κάμπος της Αγιάς, η πεδιάδα Χανίων, οι παράκτιες περιοχές Γεωργιούπολης, η πεδιάδα Ρεθύμνου, οι ψηλές πεδιάδες Μονοφατσίου και Καστελίου Ηρακλείου, η παράκτια πεδιάδα Χερσονήσου – Μαλίων και η χαμηλή περιοχή της Σητείας. Ανάμεσα στον Ψηλορείτη και στα Αστερούσια Όρη (στο νότιο τμήμα) βρίσκεται η μεγάλη πεδιάδα της Μεσσαράς.

Από την μεγάλη καρστική διεργασία του νερού πάνω στα ασβεστολιθικά πετρώματα έχουν σχηματιστεί σπήλαια στην Κρήτη που είναι γνωστά από προϊστορικούς ακόμη χρόνους:

- Δικταίων Άντρον: βρίσκεται στο όρος Δίκτυ κοντά στο χωριό Ψυχρό. Σύμφωνα με τη μυθολογία, σε αυτό γεννήθηκε ο Δίας.
- Ιδαίον Άντρον: βρίσκεται στο όρος Ίδη κοντά στο χωριό Ανώγεια.
- Σπήλαιο Μελιδονίου Αποκορώνου : βρίσκεται κοντά στο ομώνυμο χωριό. Σε αυτό βρέθηκε διπλός πέλεκυς μινωικής εποχής και άλλα αρχαιολογικά ευρήματα. Έχει επιφάνεια 3.000 τετραγωνικά μέτρα.
- Σπήλαιο Ομαλού Χανίων: το μήκος των διαδρομών που εξερευνήθηκαν φτάνει τα 2.520 μέτρα και είναι το μεγαλύτερο σε βάθος σπήλαιο της Ελλάδος (280 μέτρα). Είναι γνωστό ως σπηλαιοβάραθρο του Τζανή.
- Σπήλαιο Σεντόνι Ρεθύμνης: το σπήλαιο Σεντόνι έχει έκταση 3.000 τετραγωνικά μέτρα όπως και το σπήλαιο Μελιδονίου.

Κλίμα

Το κλίμα της Κρήτης είναι εύκρατο και πλησιάζει προς το θαλασσινό, εκτός από τις ορεινές περιοχές όπου είναι ψυχρότερο. Ο χειμώνας στις χαμηλές παράκτιες περιοχές είναι ήπιος. Η Ιεράπετρα θεωρείται η θερμότερη από τις ελληνικές πόλεις και. Οι βροχοπτώσεις γίνονται εντονότερες το χειμώνα και μεγαλύτερες όσο προχωρούμε από τις Ανατολικές προς τις Δυτικές ακτές. Το χιόνι είναι συχνό στους

τρεις μεγάλους ορεινούς της όγκους: τα Λευκά Όρη, τον Ψηλορείτη και το όρος Δίκτυ.

Η κρητική διατροφή

Η Κρήτη έχει μια από τις αρχαιότερες και πιο εύγευστες γαστριμαργικές παραδόσεις στον κόσμο, μια παράδοση γεύσεων, αρωμάτων, υλικών και τεχνοτροπιών που ξεκινά από τα προϊστορικά χρόνια και φθάνει μέχρι σήμερα.

Στη διεθνή επιστημονική κοινότητα γίνεται όλο και περισσότερη συζήτηση στην αναζήτηση της ιδανικής διαίτας για την προαγωγή της υγείας. Μέσα από αυτές τις αναζητήσεις ολοένα και περισσότερο γίνεται λόγος για την περίφημη υπεροχή της σε σχέση με άλλες γαστρονομικές παραδόσεις. Το 1994 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, η Σχολή Δημόσιας Υγείας του Harvard, και ο Οργανισμός Υγείας Oldways παρουσίασαν την λεγόμενη Πυραμίδα της Μεσογειακής Δίαιτας αποδεικνύοντας επιστημονικά ότι η διατροφή των λαών της Μεσογείου, πλούσια σε λαχανικά, όσπρια, φρούτα, δημητριακά και με βασική πηγή λίπους το ελαιόλαδο, συντελεί στην διατήρηση της καλής υγείας και τη μακροζωία.

Η πλειοψηφία των ερευνών αναδεικνύουν την κρητική κουζίνα ως το πιο χαρακτηριστικό και ποιοτικά υψηλό παράδειγμα μεσογειακής διατροφής. Διαπιστώθηκε ότι οι κάτοικοι της Κρήτης έχουν τους χαμηλότερους δείκτες θνησιμότητας και τα πιο μικρά αναλογικά και σε παγκόσμια κλίμακα ποσοστά θνητότητας από καρδιαγγειακά νοσήματα και καρκίνους.

Το λάδι αποτελεί τη βάση της κρητικής και ελληνικής διατροφής, και χρησιμοποιείται στα περισσότερα πιάτα εκτοπίζοντας το βούτυρο ή άλλα είδη λαδιού που χρησιμοποιούνται σε άλλες περιοχές του κόσμου. Η θρεπτική αξία του λαδιού είναι τεράστια καθώς αποτελεί το πιο ισχυρό αντιοξειδωτικό της φύσης, προστατεύοντας δηλαδή τον οργανισμό από την οξείδωση και την ανάπτυξη των ελεύθερων ριζών που προκαλούν σοβαρές παθήσεις. Η Κρήτη με το μεσογειακό της κλίμα και τη καλή σύσταση του εδάφους της επιτρέπει στο ελαιόδεντρο όχι μόνο να ευδοκιμεί παντού, τόσο σε πεδινές όσο και σε ορεινές περιοχές, αλλά και να αποδίδει στο λάδι την καλύτερη δυνατή ποιότητά του, με χαμηλή οξύτητα και υπέροχο άρωμα. Το γεγονός ότι οι Κρητικοί ζουν περισσότερο και έχουν τους χαμηλότερους δείκτες στην εμφάνιση ασθενειών φαίνεται να συνδέεται άμεσα με το ότι είναι οι μεγαλύτεροι καταναλωτές λαδιού παγκοσμίως.

Γράμματα και Τέχνες

Η Κρήτη είναι πατρίδα εξαιρετικών εκπροσώπων των Ελληνικών γραμμάτων και τεχνών. Από τον καιρό ακόμη της Βενετσιάνικης κυριαρχίας το νησί ανέδειξε ποιητικές μορφές όπως ο Βιτσέντζος Κορνάρος, ο Γεώργιος Χορτάτζης και άλλοι. Στην Αναγέννηση εκπροσωπήθηκε από το Δομνίκο Θεοτοκόπουλο (Ελ Γκρέκο) και στους νεότερους χρόνους από τον Γιάννη Κονδυλάκη, τον Νίκο Καζαντζάκη και πολλούς άλλους.

Αρχαιολογικά Μνημεία και Ευρήματα

Η Κρήτη κρύβει στα σπλάχνα της πολλούς αρχαιολογικούς θησαυρούς. Οι πρώτες ανασκαφές έγιναν το 1878 από τον Ηρακλειώτη Μίνωα Καλοκαιρινό, στο χώρο όπου αργότερα αποκαλύφθηκε το ανάκτορο της Κνωσού. Το 1894 άρχισε την περιήγηση της Κρήτης ο Άγγλος Αρθούρος Έβανς ο οποίος τελικά ανάλαβε το 1900 την ανασκαφή της Κνωσού το 1930-31.

Η Ιταλική Αρχαιολογική Σχολή αποκάλυψε το μινωικό ανάκτορο της Φαιστού, την έπαυλη της Αγίας Τριάδας και έκανε ανασκαφές στην Αζό και στο Αρκάδι. Ο Δίσκος της Φαιστού, μαρτυρεί τον πολιτισμό των Κρητών και προβληματίζει ακόμα τους μελετητές. Το κείμενο δεν αποκρυπτογραφήθηκε και γίνονται ειδικές μελέτες για την ανάγνωσή του.

Η Κρήτη είναι κατάσπαρτη από Μινωικής κυρίως περιόδου αρχαιολογικούς χώρους. Εκτός από τις αρχαιότητες της Κνωσού, Φαιστού, Μαλίων και Γόρτυνας υπάρχουν αρχαιολογικοί χώροι στην Δυτική Κρήτη (Άπτερα), στην περιοχή του Νομού Ηρακλείου, στην Ανατολική άκρη του νησιού (Πραισός, Ιτανός), κοντά στην κωμόπολη Νεάπολη (Δρηρός), στο νησί Ψείρα, στην επαρχία Σητείας και κοντά στο χωριό Ζάκρος (Νομός Λασιθίου). Το ανάκτορο που αποκαλύφθηκε εκεί τοποθετήσει τον αρχαιολογικό χώρο της Ζάκρου σε ίση μοίρα με την Κνωσό και την Φαιστό. Τα πλούσια ευρήματά του φυλάσσονται σε ειδική αίθουσα του αρχαιολογικού μουσείου Ηρακλείου.

Στο νησί υπάρχουν επίσης βυζαντινοί ναοί με αξιόλογες τοιχογραφίες και μεσαιωνικά κτίσματα. Από τα κτίσματα αξιολογότερα είναι τα τείχη του Ηρακλείου, μνημειακό για την εποχή του αμυντικό έργο που επέτρεψε την αντίσταση της πόλης στις επιθέσεις των Τούρκων πολιορκητών για 23 χρόνια.

4.1.2 S.W.O.T. Analysis

Η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης προσδιορίζεται από τον συσχετισμό μεταξύ των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του. Στην παράγραφο αυτή επιχειρείται είναι αρχικά ο εντοπισμός των πλεονεκτημάτων και αδυναμιών του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και κατόπιν η ανάδειξη των ευκαιριών και απειλών που απορρέουν από το εξωτερικό περιβάλλον.

Πίνακας 1: S.W.O.T. Analysis

Strengths - Δυνατά Σημεία	Weaknesses - Αδύνατα Σημεία
<p>Εκφράζονται σαν εγγενή πλεονεκτήματα του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης σε σχέση με ανταγωνίστριες τουριστικές περιοχές. Τα πλεονεκτήματα αυτά αναφέρονται σε πόρους, στη διάρθρωση του κοινωνικό-οικονομικού ιστού και σε άλλους παράγοντες που καθορίζουν την αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα των τουριστικών δραστηριοτήτων.</p> <p>Τα δυνατά σημεία έχουν ιδιαίτερη σημασία καθώς είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν το τουριστικό προϊόν της Κρήτης από τους ανταγωνιστές της. Συνεπώς μόλις αναγνωριστούν εντάσσονται αμέσως στο σχέδιο μάρκετινγκ προκειμένου να προβληθούν και να αποτελέσουν κίνητρο για τους δυνητικούς τουρίστες ώστε να επιλέξουν το νησί ως τον προορισμό των διακοπών τους.</p>	<p>Σε αντίθεση με τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα αποτελούν μειονεκτήματα που πιθανά δρουν περιοριστικά στην τουριστική ανάπτυξη. Πρόκειται για παράγοντες που με την αρνητική τους επιρροή, μειώνουν την απόδοση και αποτελεσματικότητα είτε ορισμένων, είτε όλων των παραμέτρων που συνδέονται με την τουριστική ανάπτυξη και ταυτόχρονα καταγράφονται ως προβλήματα.</p> <p>Κρίνεται λοιπόν σκόπιμο μόλις εντοπιστούν τα αδύνατα σημεία του τουριστικού προϊόντος να τύχουν αποτελεσματικής αντιμετώπισης ώστε να περιοριστούν στο ελάχιστο οι αρνητικές τους επιδράσεις ή ακόμα και να απαλειφθούν εάν αυτό είναι εφικτό.</p>

<p>Opportunities - Ευκαιρίες</p> <p>Πρόκειται για τις τρέχουσες καθώς και μελλοντικές συνθήκες της τουριστικής αγοράς, αλλά και του «γενικού περιβάλλοντος» στο οποίο εντάσσεται η περιφέρεια Κρήτης, συνθήκες που έχουν ή τείνουν να έχουν θετική επιρροή στην ανάπτυξη του τουριστικού ρεύματος και βοηθούν τις προσπάθειες εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος και ενίσχυσης της τουριστικής προσφοράς και ανταγωνιστικότητας.</p>	<p>Threats - Απειλές</p> <p>Πρόκειται, σε αντίθεση με την προηγούμενη ομάδα, για τις τρέχουσες ή μελλοντικές συνθήκες του «γενικού περιβάλλοντος» που ασκούν αρνητική επιρροή στις προσπάθειες ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος της περιφέρειας. Επιπλέον, απειλούν την βιώσιμη ανάπτυξή της με την έννοια ότι, άλλοτε δημιουργούν νέες μορφές προβλημάτων στη μέχρι σήμερα οργάνωση και λειτουργία των οικονομικών δραστηριοτήτων, και άλλοτε δυσκολεύουν τις προσπάθειες για μελλοντική βελτίωση τους.</p>
---	--

Strengths - Δυνατά Σημεία

- Άριστο κλίμα: το κλίμα αποτελεί βασικό θετικό παράγοντα στην ανάπτυξη του τουρισμού και η Κρήτη εμφανίζει ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα καθώς διαθέτει άριστο κλίμα με κύρια χαρακτηριστικά το πολύ υψηλό ποσοστό ηλιοφάνειας, το μεγάλης διάρκειας καλοκαίρι, που ξεκινά τον Απρίλιο και διαρκεί έως τον Οκτώβριο, και ταυτόχρονα τον ήπιο χειμώνα που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να θαυμάσουν τη φύση 12 μήνες το χρόνο χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες.
- Ισχυρή γεωγραφική θέση – ποικιλόμορφος χαρακτήρας: η χωροθέτηση της Κρήτης στη μέση της μεσογειακής λεκάνης, σε συνάρτηση με το μεγάλο μήκος της ακτογραμμής, συνιστούν σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι πολλών τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Επίσης η Κρήτη συνδυάζει βουνό και θάλασσα και μπορεί να υποστηρίξει πολλές και διαφορετικές μορφές τουρισμού. Πέρα από τη πραγματικά μεγάλη ακτογραμμή η Κρήτη διαθέτει μια ιδιαίτερα σπάνια σε ομορφιά ενδοχώρα που σε κάποια σημεία μοιάζει σχεδόν ανεξερεύνητη.
- Υψηλό επίπεδο και επάρκεια φυσικών και ανθρωπογενών πόρων: η Κρήτη έχει να επιδείξει ένα μοναδικό και υψηλής οικολογικής αξίας φυσικό περιβάλλον (εθνικός δρυμός Σαμαριάς, Φοινικόδασος του Βάι, μεγάλος αριθμός προστατευόμενων περιοχών και περιοχών φυσικού κάλους, ενδημική χλωρίδα και πανίδα, σπάνια οικοσυστήματα, όμορφες και εξαιρετικά καθαρές παραλίες, άθικτα φυσικά τοπία, γνωστά μικρά νησάκια: (Σπιναλόγκα, Ελαφονήσι κλπ.) καθώς και μεγάλο πλούτο ανθρωπογενών πόρων (παγκόσμιας φήμης και σπουδαιότητας αρχαιολογικά μνημεία, παραδοσιακοί οικισμοί και σύνολα μοναδικών, ηθών και εθίμων και φιλόξενη ατμόσφαιρα),

στοιχεία που συνθέτουν ένα μείγμα δυνατών πόλων έλξης επισκεπτών από όλο τον κόσμο.

- Παραγωγική δομή: η Κρήτη είναι ιδιαίτερα γνώστη για την παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων και την γαστρονομία της που μπορούν είτε να διατεθούν στην τουριστική αγορά είτε να αποτελέσουν αυτόνομο τουριστικό προϊόν. Σημειώνεται ότι η Κρητική κουζίνα απολαμβάνει ιδιαίτερης αναγνώρισης διεθνώς και αποτελεί σημαντικό αλλά σχεδόν ανεκμετάλλευτο έως σήμερα τουριστικό πόρο.
- Επαρκείς τουριστικές υποδομές διαμονής: η Κρήτη διαθέτει υψηλής ποιότητας και ποικιλίας ξενοδοχεία και καταλύματα αλλά και εστιατόρια, κέντρα εστίασης και καφεενεία, γνωστά για τις άριστες υπηρεσίες που προσφέρουν στην πλειοψηφία τους. Σημειώνεται ότι ενώ για την Ελλάδα το ποσοστό ξενοδοχειακού δυναμικού στις κατηγορίες Α και Πολυτελείας είναι 31% το αντίστοιχο ποσοστό της Κρήτης είναι υψηλότερο της τάξης περίπου του 40% (Ξ.Ε.Ε.). Αυτό δίνει την απαραίτητη εμπειρία και την δυνατότητα στους απασχολούμενους στον τουρισμό για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στα υψηλά επίπεδα εξυπηρέτησης που πρέπει να προσφέρεις στην μονάδες ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.
- Δυνατότητες ανάπτυξης θεματικού τουρισμού (θεματικά πάρκα): η Κρήτη διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όπως πλούσιο και σε πολλές περιπτώσεις άθικτο φυσικό περιβάλλον, άριστο κλίμα, αξιόλογους πολιτιστικούς και ανθρωπογενείς πόρους, ποιοτικά τοπικά προϊόντα, τοπική παράδοση κλπ, τα οποία αποτελούν το θεμέλιο λίθο και τα απαιτούμενα συστατικά στοιχεία για την ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού (αθλητικός, φυσιολατρικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός κ. α) ο οποίος διεθνώς σημειώνει έντονη ζήτηση. Η προώθηση του θεματικού τουρισμού πρέπει να αποτελέσει πρώτη προτεραιότητα αφού θα συμβάλλει στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του, στην ανάδειξη και ανάπτυξη αναξιοποίητων αλλά με λανθάνουσα (τουριστική) δυναμική περιοχών της κρητικής ενδοχώρας, λειτουργώντας ανασχετικά στις τάσεις εγκατάλειψής της και συμβάλλοντας στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Υψηλή φήμη: η Κρήτη αποτελεί ένα κλασικό τουριστικό προορισμό παγκοσμίου φήμης με τους επισκέπτες να έχουν διαμορφώσει την εικόνα ενός πολύ καλά δομημένου προορισμού. Η εικόνα αυτή μεταφέρεται και μεταδίδεται στη χώρα προέλευσής τους γεγονός που συνιστά έμμεση, αλλά ουσιαστική και αποτελεσματική διαφήμιση. Εάν κι όποτε η πολιτεία θελήσει να δημιουργήσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη, η διάδοση του και η διασπορά του στο εκάστοτε

target group θα είναι σχετικά εύκολη κι αυτό λόγω της μεγάλης φήμης που έχει αποκτήσει με το χρόνο το νησί. Αλλιώς είναι να μιλάς γιατί κάτι άγνωστο κι αλλιώς για κάτι που ξέρουν οι περισσότεροι ενδιαφερόμενοι. Η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός κυρίως για την ιστορία, τα μνημεία, τον πολιτισμό, τη θάλασσα και τις ακρογιαλιές της. Η εικόνα που έχει διαμορφωθεί για το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας είναι ιδιαίτερος θετική και αυτό υπογραμμίζεται από διάφορα στοιχεία όπως: α) θεωρείται ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός, β) χαρακτηρίζεται από υψηλό αίσθημα φιλοξενίας και γ) θεωρείται ότι έχει «ταυτότητα» και είναι «ξεχωριστή». Αυτό συνεπώς που πρέπει να αποδείξουμε είναι η ποιοτική διάσταση και η διαφορετικότητα του τουρισμού της και να προβάλλουμε εκείνο το προϊόν το οποίο έχουμε έτοιμο και μπορούμε να προσφέρουμε σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.

- Ικανοποιητικό επίπεδο επαναλαμβανόμενου τουρισμού: η επανάληψη της επίσκεψης των τουριστών ξεπερνά το 40%. Ο μέσος όρος προηγούμενων επισκέψεων ανέρχεται σε 3.5 και αφορά κυρίως Σκανδιναβούς και Βέλγους. Διαπιστώνεται συνεπώς ένας πυρήνας τακτικών επισκεπτών που παραδοσιακά προτιμούν την Κρήτη για τις διακοπές τους. Εάν προσπαθήσουμε να «τραβήξουμε» τους επαναλαμβανόμενους τουρίστες σε άλλες μορφές τουρισμού που θα τους ευχαριστούν εξίσου με το μοντέλο «ήλιος – θάλασσα» τότε σίγουρα θα καταφέρουμε να αμβλύνουμε το πρόβλημα της εποχικότητας έστω και σε μικρό βαθμό για αρχή.
- Υψηλή τουριστική ζήτηση: η Κρήτη εμφανίζει πολύ υψηλή τουριστική ζήτηση με αύξηση της τάξης του 10% ανά δεκαετία, με κυριότερες χώρες προέλευσης τις Ευρωπαϊκές. Επιπλέον αποτελεί τον πρώτο τουριστικό προορισμό της ελληνικής τουριστικής αγοράς κατά την τουριστική περίοδο Απριλίου-Οκτωβρίου. Υψηλό είναι επίσης το ποσοστό εκπλήρωσης των προσδοκιών των τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη καθώς και εκείνων που είναι πρόθυμοι να συστήσουν την Κρήτη σε γνωστούς και φίλους ως ελκυστικό τουριστικό προορισμό. Σε μία τόσο αυξημένη ζήτηση σίγουρα θα υπάρχουν και ευκαιρίες αύξησης της ζήτησης για εναλλακτικές μορφές τουρισμού μέσω μεθοδευμένων ενεργειών που θα οδηγούν τους επισκέπτες σε μία διαφορετική λύση πέραν του μαζικού τουρισμού.
- Κατεχογήν προορισμός πτήσεων Charter: ένα μεγάλο μέρος των αλλοδαπών τουριστών έρχονται με πτήσεις charter, οι οποίες προσδιορίζονται από χαμηλότερο κόστος συγκριτικά με τις κανονικές, γεγονός το οποίο συνιστά σημαντικό πλεονέκτημα για το κρητικό τουριστικό προϊόν. Αυτό θα μπορούσε να συμβαίνει και τους 12 μήνες του χρόνου και όχι για 6-7 που συμβαίνει τώρα. Εάν αυτό γινόταν πράξη τότε το τουριστικό προϊόν της Κρήτης θα

γινόταν πραγματικά ανταγωνιστικό, πολύπλευρο και γενικότερα πιο ολοκληρωμένο.

Weaknesses - Αδύνατα Σημεία

- Χαμηλή ποιότητα δημόσιων υποδομών: η Κρήτη εμφανίζει χαμηλό επίπεδο σε ορισμένες βασικές υποδομές οι οποίες επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ανάπτυξη και το βαθμό ικανοποίησης των επισκεπτών. Τέτοιου είδους αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στον τομέα των μεταφορών και αφορούν:
 - την κακή οργάνωση των αεροδρομίων και των λιμανιών,
 - τις καθυστερήσεις των πτήσεων,
 - το χαμηλό επίπεδο ποιότητας των μέσων μαζικής μεταφοράς,
 - την κυκλοφοριακή συμφόρηση,
 - την ανεπαρκή σήμανση του οδικού δικτύου και το κακό οδικό δίκτυο γενικότερα.Προβλήματα καταγράφονται επίσης στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος με την ανεξέλεγκτη απόθεση απορριμμάτων σε κοινόχρηστους χώρους και παραλίες και την κακή εικόνα σε ότι αφορά την καθαριότητα, στοιχεία που προκαλούν αρνητική εικόνα στους επισκέπτες.
- Έλλειψη υποστηρικτικών υποδομών: ουσιαστικό ρόλο στην εύρυθμη και προσοδοφόρα λειτουργία των τουριστικών μηχανισμών κάθε τουριστικής περιοχής διαδραματίζουν μια σειρά από υποστηρικτικές υποδομές, όπως τα συνεδριακά κέντρα, οι εγκαταστάσεις γκολφ, οι μαρίνες κλπ. που αφενός διαφοροποιούν και εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν και αφετέρου συντελούν στην επέκταση της τουριστικής σαιζόν αμβλύνοντας το πρόβλημα της εποχικότητας. Η Κρήτη εμφανίζεται να υστερεί σημαντικά σε αυτόν τον τομέα την ίδια στιγμή που ανταγωνίστριες περιοχές και χώρες έχουν σημειώσει πολύ μεγάλη πρόοδο διεκδικώντας έτσι σημαντικό μερίδιο στην τουριστική αγορά.
- Εποχικότητα: συνέπεια του μαζικού τουρισμού που περιορίζεται χρονικά σε 6-7 μήνες και της μη επαρκούς αξιοποίησης και ανάδειξης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Κρήτης, τα οποία είναι ικανά να στηρίζουν έναν τουρισμό 12 μηνών (αγροτουρισμός, οικοτουρισμός κτλ.) και της έλλειψης υποδομών θεματικού τουρισμού, είναι η αδυναμία επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.
- Χαμηλή ποιότητα στελεχειακού δυναμικού: ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει σημαντικό ρόλο στην προσφορά του τουριστικού προϊόντος τόσο από πλευράς παραγωγικότητας, όσο και από πλευράς ποιότητας. Συνεπώς για την επίτευξη των παραπάνω είναι αναγκαίο οι απασχολούμενοι στον τουρισμό να

χαρακτηρίζονται από επαγγελματική ευσυνειδησία, υψηλή ειδίκευση και επικοινωνιακή ευχέρεια. Δυστυχώς όμως ένα σημαντικό τμήμα του στελεχιακού δυναμικού που απασχολείται στον ευρύτερο τουριστικό κλάδο στην Κρήτη αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα στερείται αυτών των προσόντων θέτοντας έτσι το νησί και τη χώρα μας σε μειονεκτική θέση έναντι των άλλων χωρών.

- Απουσία τουριστικού μάρκετινγκ: οι προσπάθειες προβολής του κρητικού τουριστικού προϊόντος κρίνονται ανεπαρκείς και αναποτελεσματικές. Αυτό αποδίδεται κατά κύριο λόγο, στην έλλειψη ενός ολοκληρωμένου και μακροπρόθεσμου σχεδίου μάρκετινγκ το οποίο θα εφαρμόζεται σε βάθος χρόνου μεθοδικά, συντονισμένα και αποτελεσματικά. Συνέπεια αυτού είναι ότι μέχρι σήμερα πραγματοποιούνταν αποσπασματικές και μεμονωμένες πρωτοβουλίες τουριστικής προβολής από διάφορους φορείς όπως ΕΟΤ, δήμοι, ιδιωτικοί φορείς χωρίς συνεργασία και προηγούμενη συμφωνία μεταξύ τους ως προς τις προτεραιότητες και τους στόχους ώστε να επιτυγχάνεται συμπληρωματικότητα και όχι επικάλυψη.
- Δυσκολία διείσδυσης σε μεγάλες αγορές του εξωτερικού: πρόκειται για αδυναμία του κρητικού και γενικότερα του ελληνικού προϊόντος να αυξήσει το μερίδιο αγοράς σε χώρες που αποτελούν κατ' εξοχήν πηγή προσέλκυσης τουριστών όπως η Γερμανία και η Μ. Βρετανία. Επιπλέον καταγράφεται αδυναμία διείσδυσης σε νέες αγορές (χώρες Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης). Η εν λόγω αδυναμία αποδίδεται στην ανεπαρκή μεθοδολογία προβολής του τουριστικού προϊόντος, καθώς και στους μη ανταγωνιστικούς όρους προσφοράς του.
- Έντονη εξάρτηση από μεγάλους τουριστικούς πράκτορες του εξωτερικού: το τουριστικό προϊόν της Κρήτης είναι ιδιαίτερα ευάλωτο σε εξωτερικές επιδράσεις και εξαρτάται απόλυτα από τις εκάστοτε αποφάσεις των μεγάλων τουριστικών γραφείων της Ευρώπης, λόγω (α) έλλειψης κεντρικού-στρατηγικού σχεδιασμού και προγραμματισμού, (β) έλλειψης συστηματικής κεντρικής τουριστικής πολιτικής και (γ) εξάρτησης από την πρακτική των πτήσεων charters που ελέγχουν κατ' αποκλειστικότητα οι Tour operators.
- Χωρική συγκέντρωση υποδομών περιβάλλοντος και τουρισμού και δυσκολία διάχυσης στην ενδοχώρα: καταγράφεται συγκέντρωση τουριστικών υποδομών και εξυπηρετήσεων σε παραθαλάσσιες κυρίως περιοχές του βόρειου άξονα και σε ορισμένους θύλακες των νότιων παραλίων (εξαιρέσεις αποτελούν ελάχιστες περιοχές της ενδοχώρας που μόλις αρχίζουν να αναπτύσσονται τουριστικά). Παρατηρείται παράλληλα δημιουργία-λειτουργία τεχνικών (υποστηρικτικών) υποδομών στις ίδιες περιοχές (καθώς εδώ υπάρχουν οι περισσότερες χρήσεις-ανάγκες) ενώ αντίθετα καταγράφονται περιορισμοί

ανάπτυξης της ενδοχώρας, λόγω ανεπάρκειας βασικών υποδομών και δυσκολίας διάχυσης της τουριστικής ανάπτυξης από τις τουριστικές περιοχές προς αυτήν, λόγω εγγενών αδυναμιών.

- Απουσία τουριστικής δραστηριότητας κατά τη χειμερινή περίοδο: στοιχείο το οποίο αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα για το τουριστικό προϊόν καθώς πέραν της τουριστικής περιόδου αιχμής, τα πάντα νεκρώνουν (εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων), έτσι ώστε και να θέλει κάποιος επισκέπτης να διαμείνει σε έναν τέτοιο προορισμό δεν έχει επιλογές για ενασχόληση, διασκέδαση κλπ. Σίγουρα η σημερινή κατάσταση δεν επιτρέπει την ανάπτυξη μονάδων που θα στηρίζονται κατά κύριο λόγο στον χειμερινό τουρισμό γιατί προς τον παρόν δεν είναι αυτό που πουλάμε προς τα έξω. Εάν όμως υπάρξει μια στροφή και όσο αφορά το προβαλλόμενο τουριστικό προϊόν αλλά και την υποστήριξη ανάπτυξης μονάδων –όχι- μαζικού τουρισμού τότε ίσως αρχίσει να υπάρχει μια κινητικότητα την χειμερινή περίοδο, καλύπτοντας έτσι ανάγκες επισκεπτών που μένουν ανεκπλήρωτες.
- Απότομη διόγκωση ιδιωτικής επενδυτικής δραστηριότητας: στην περίοδο που Κρήτη αναδείχθηκε ως σημαντικός τουριστικός προορισμός η ανταπόκριση του ιδιωτικού τομέα ήταν άμεση μεν, ανεξέλεγκτη και άναρχη δε. Συνέπεια αυτού ήταν ότι μέσα σε δυο δεκαετίες η ανεκμετάλλευτες παραλιακές εκτάσεις φιλοξένησαν ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα, καθώς και κάθε άλλου είδους τουριστικές υποδομές, αλλοιώνοντας το κρητικό τοπίο και προξενώντας ανεπανόρθωτες κατά τόπους βλάβες στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον. Σημαντικό επίσης είναι ότι πολλές παραθαλάσσιες περιοχές υπέστησαν κορεσμό δημιουργώντας στις μέρες μας φαινόμενα υπερπροσφοράς, αφού η ζήτηση έχει υποστεί μείωση τα τελευταία χρόνια.
- Έλλειψη θεσμικού πλαισίου ρύθμισης των χρήσεων γης: η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού (μόλις πρόσφατα εκπονήθηκε χωροταξική μελέτη) ευνόησε σε πολλές περιπτώσεις την αυθαιρεσία και την αισθητική υποβάθμιση που συνθέτουν κατά κανόνα την υφισταμένη εικόνα του οικιστικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος.

Opportunities – Ευκαιρίες

- Χρηματοδοτικές ευκαιρίες για τον τουρισμό: στα πλαίσια της τρέχουσας προγραμματικής περιόδου (Γ' ΚΠΣ) σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο προβλέπεται ενίσχυση δράσεων του τουριστικού τομέα με στόχο τη μείωση της εποχικότητας, την αναβάθμιση της ποιότητας, τη διασύνδεση με τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα, τη διασύνδεση με τον πολιτισμό και την παράδοση και την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών.

- Αυξανόμενη σημασία των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό: πάγιο αίτημα της εθνικής και κοινοτικής πολιτικής και στρατηγικής η υλοποίηση καινοτόμων δράσεων που βρίσκει απάντηση , εκτός των άλλων , στη διασύνδεση του τουρισμού με τις νέες τεχνολογίες. Η περιφέρεια Κρήτης διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα λόγω της ύπαρξης σπουδαίων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και υποδομών (Ι.Τ.Ε, τεχνολογικό πάρκο, Πανεπιστήμιο, Πολυτεχνείο, Τ.Ε.Ι), τα οποία ήδη έχουν να επιδείξουν σπουδαίο έργο στον τομέα του τουρισμού : πληροφοριακά συστήματα για τον τουρισμό, ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων, πρωτοποριακές δράσεις στον τομέα της υγείας που συνδέονται με τον τουρισμό, ηλεκτρονική προβολή κλπ.
- Τάσεις αύξησης του εγχώριου τουρισμού: αποτελεί σημαντική εξέλιξη διότι, εκτός των άλλων, ο εγχώριος τουρισμός (μαθητικός , εκπαιδευτικός, τρίτης ηλικίας, οικογενειακός) καταναλώνει περισσότερο κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Ο εγχώριος τουρισμός στην Κρήτη έχει τα περιθώρια ν' αυξηθεί τα επόμενα χρόνια.
- Αξιοποίηση Ειδικών Τουριστικών Υποδομών: από την εποχή ακόμα των ΜΟΠ έως και το Γ' ΚΠΣ χρηματοδοτήθηκαν υποδομές για την ενίσχυση εκτός των άλλων και του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης. Χρηματοδοτήθηκε για παράδειγμα η δημιουργία πολιτιστικών και φυσιολατρικών διαδρομών σε πάρα πολλά μέρη του νησιού χωρίς μέχρι σήμερα να έχουν αξιοποιηθεί, ενώ σε πολλές περιπτώσεις έμειναν ημιτελείς ή εγκαταλείφθηκαν.
- Αξιοποίηση αναδυόμενων αγορών: τα ανεκμετάλλευτα τμήματα της ευρωπαϊκής και αμερικανικής αγοράς , αλλά και νέες αγορές όπως της Κίνας και των χωρών της Ανατολικής Ευρώπης, όπως έχει ήδη αναφερθεί, μπορούν ν' αποδώσουν σημαντική πρόσθετη τουριστική κίνηση. Προς την κατεύθυνση αυτή είναι αναγκαία η ανάπτυξη μιας συνεχούς και σοβαρής προσπάθειας μέσω ενός αποτελεσματικού μέσο-μακροπρόθεσμου προγράμματος Μάρκετινγκ. Αρωγός σε αυτήν την προσπάθεια είναι διάφορα ευνοϊκά για το νησί στοιχεία όπως: η γεωγραφική θέση, η οικονομική ανάπτυξη των χωρών αυτών καθώς και το γεγονός ότι γενικότερα η Ελλάδα φαίνεται να εξασκεί μια μέσου επιπέδου έλξη στα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα αυτών των αγορών.
- Εισχώρηση πολλών χωρών στην Ε.Ε.: το περαιτέρω άνοιγμα των συνόρων και η ευκολία πλέον να ταξιδεύουν οι ενδιαφερόμενοι από τις χώρες του λεγόμενου ανατολικού μπλοκ και όχι μόνο, δίνουν μια νέα πρόωση στο τουριστικό προϊόν της Κρήτης και της Ελλάδας γενικότερα. Αυτό γιατί η χώρα μας αποτελούσε ένα ανεκπλήρωτο όνειρο για τους περισσότερους από αυτούς

τους λαούς λόγω της μεγάλης γραφειοκρατίας (έκδοση βίζας κτλ.) που αύξανε και το συνολικό κόστος των διακοπών.

- Ολοκλήρωση βασικών έργων τεχνικής υποδομής: τεράστιας σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού είναι η ολοκλήρωση βασικών υποδομών, όπως η επίλυση του θέματος των αερομεταφορών (στην ανατολική Κρήτη). Από την προηγούμενη επίσης προγραμματική περίοδο εκκρεμεί η ολοκλήρωση σημαντικών τεχνικών έργων (βιολογικών, ΧΥΤΑ, έργων ύδρευσης) τα οποία θα αυξήσουν τη φέρουσα ικανότητα των περιοχών που θα εξυπηρετήσουν.
- Προώθηση διατροφής και γαστρονομίας ως «νέο τουριστικό προϊόν»: τουριστικό προϊόν με υψηλή προστιθέμενη αξία, η γαστρονομία αποκτάει ολοένα και μεγαλύτερη θέση στη διεθνή τουριστική αγορά. Τα κρητικά προϊόντα και η κρητική κουζίνα διεκδικούν σημαντικό μερίδιο σ' αυτήν, λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής τους ποιότητας και των ευεργετικών επιδράσεων στην ανθρώπινη υγεία. Προϊόντα όπως το λάδι, το κρασί, το μέλι, τα γαλακτοκομικά κ.τ.λ. αλλά και οι μοναδικές γεύσεις της κρητικής κουζίνας ανταποκρίνονται στο συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον της διεθνούς κοινότητας που αναζητά εκτός των άλλων την ποιότητα των τροφίμων και την ιδιαιτερότητα την τοπικής γαστρονομίας. Έτσι ο συνδυασμός αυτός μπορεί ν' αποτελέσει ένα νέο προϊόν για την Κρήτη με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα τόσο για τον τουρισμό, όσο και για την τοπική παραγωγή.
- Αύξηση της περιβαλλοντικής συνείδησης: το περιβάλλον στις μέρες μας αποτελεί ένα από τους παράγοντες που πρέπει να λάβει υπόψη της μια επιχείρηση κατά την λειτουργία της αλλά και πριν τη δημιουργία της φυσικά. Σε αυτό το ευνοϊκό πλαίσιο δίνεται η ευκαιρία να αναπτυχθούν ήπιες μορφές τουρισμού που θα προωθηθούν κυρίως ως περιβαλλοντικά ευσυνείδητα τουριστικά προϊόντα που δίνουν πρώτο ρόλο στην προστασία της φύσης, δημιουργώντας έτσι επιπρόσθετες ωφέλειες από την αυξημένη ζήτηση που θα απολάβουν λόγω της γενικότερης συμπεριφοράς του καταναλωτικού κοινού που δείχνει να επιλέγει τον τελευταίο καιρό προϊόντα που συν της άλλης έχουν και περιβαλλοντικό χαρακτήρα.

Threats – Απειλές

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

- Τις ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες (Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος) που προσφέρουν πολύ υψηλό επίπεδο τουριστικού προϊόντος, στο οποίο η Κρήτη καλείται να «απαντήσει» με αναβάθμιση των υποδομών, αναδομών και υπηρεσιών της.
 - Τους ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς (Κροατία, Βουλγαρία, Μαρόκο, Τυνησία, Μάλτα κτλ.) που διαθέτουν παρθένο φυσικό και ανθρωπογενές περιβάλλον και προσελκύουν ολοένα αυξανόμενη μερίδα των τουριστών που αναζητούν τη «διαφορετικότητα» στον τόπο που επισκέπτονται. Αποτελεί σημαντική απειλή για την Κρήτη, η οποία οφείλει την τουριστική της ανάπτυξη σε μεγάλο βαθμό στη «διαφορετικότητά της» σε σύγκριση με τους προορισμούς των ανεπτυγμένων δυτικών κρατών.
 - Το σύμπλεγμα των προορισμών της Μεσογείου, οι οποίοι διαθέτουν παρόμοιο τουριστικό «προφίλ», αλλά με υψηλότερη ποιότητα υποδομών και υπηρεσιών και μεγαλύτερη διείσδυση στην αγορά.
- Υστέρηση σε επίπεδο προβολής: ο ανταγωνισμός που υφίσταται η Κρήτη ως τουριστικός προορισμός από άλλες περιοχές όπως είναι π.χ. η Τουρκία δεν είναι απόρροια μόνο των καλύτερων και πληρέστερων βασικών και υποστηρικτικών τουριστικών υποδομών που διαθέτει αλλά κυρίως είναι αποτέλεσμα της θεαματικής βελτίωσης που παρουσιάζει ως προς τη δαπάνη, τον τρόπο και τις ενέργειες τουριστικής προβολής.
 - Εξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες: κατά ένα μεγάλο ποσοστό το τουριστικό προϊόν της Κρήτης εξαρτάται από τους Tour Operators που έχουν σχεδόν τον πλήρη έλεγχο της διακίνησης τουριστών, κυρίως με αεροπλάνα. Σε περίπτωση που το κρητικό τουριστικό προϊόν αλλά και το ελληνικό γενικότερα πάντως να είναι ανταγωνιστικά, η στροφή σε άλλους πιο προσοδοφόρους προορισμούς δεν θα είναι δύσκολη αφού έχουν την δύναμη να ελέγχουν την ζήτηση σε πολύ ικανοποιητικό επίπεδο. Δεν θα σκεφτούν ούτε ευσυνειδήτητα ούτε με στοργή προς την ελληνική και κρητική οικονομία παρά με μόνο γνώμονα το κέρδος τους.
 - Οικονομική κρίση: η σημερινή κατάσταση της οικονομίας ίσως λειτουργεί ανασταλτικά στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού που απαιτούν μεγάλους κεφαλαιακούς πόρους για την δημιουργία τους και έχουν υψηλό κόστος λειτουργίας σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό. Επίσης πρέπει να ληφθεί υπόψη και η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών ανά τον κόσμο που σίγουρα έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια, καθότι οι επισκέπτες που προτιμούν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού πρέπει να πληρώσουν περισσότερο για να απολάβουν και τις άριστες υπηρεσίες που οφείλει να του προσφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός. Σε αυτό το οικονομικό περιβάλλον είναι δύσκολη η απόφαση για επενδύσεις γενικότερα αλλά ακόμα περισσότερο σε τέτοιου είδους τουριστικές δομές.

4.2 Πλαίσιο ανάπτυξης

Είναι σημαντικό να αναλύσουμε κάτω από ποιο πλαίσιο και με τι προοπτικές προσφέρουμε στον επισκέπτη τον τουριστικό μας προϊόν. Η ιδιωτική επένδυση όσο μεγάλη και αν είναι δεν φτάνει για να καλύψει τις αυξημένες ανάγκες των τουριστών που επισκέπτονται το νησί και την χώρα γενικότερα, αν δεν υπάρχουν οι κατάλληλες δομές και οι απαραίτητες βελτιώσεις στις ήδη υπάρχουσες λειτουργίες είναι άωφο για τον ιδιώτη να προσπαθεί να δημιουργήσει κάτι ιδιαίτερο που πληρεί υψηλές προδιαγραφές και που θα του κοστίζει πολύ. Επίσης είναι δεδομένο ότι ο επισκέπτης που θα έρθει θα απαιτήσει να δει τις δομές που θα χαρακτήριζαν μια ευρωπαϊκή χώρα όπως είναι η Ελλάδα, και σίγουρα θα τον αποτρέψει μια κακή δημόσια εικόνα (π.χ. ανεπαρκές αεροδρόμιο, κακό οδικό δίκτυο κτλ.)

4.2.1 Ρυθμίσεις – Νόμοι

Τα Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα (ΜΟΠ)

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

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

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

Το Β κοινοτικό πλαίσιο στήριξης (ΚΠΣ)

Το Β ΚΠΣ (1994 - 1999) περιέλαβε στον προγραμματισμό του μεγαλύτερα ποσά για τον τουρισμό. Από το ΠΕΠ 2 η πλειοψηφία των πόρων για τον τουρισμό (53,8 %) διατέθηκαν σε ειδικές τουριστικές υποδομές. Για παρεμβάσεις σε ιστορικά κέντρα πόλεων , αναδείξεις μνημείων και περιοχών με αξιόλογα στοιχεία φυσικού περιβάλλοντος διατέθηκαν 25 εκ. ευρώ. (38,9 %) , ενώ 4,5 εκ. ευρώ αφορούσε υποστηρικτικές υπηρεσίες (διεθνείς εκδηλώσεις, φορέας τουρισμού και κατάρτιση).

Πίνακας 2: Κατανομή ΄B ΚΠΣ

Τομέας	ΠΕΠ 1994-1999		Εθνική συμμετοχή Ταμείο συνοχής		Σύνολο ΄B ΚΠΣ	
	εκ. ευρώ	%	εκ. ευρώ	%	εκ. ευρώ	%
Τουρισμός- Πολιτισμός	61	64,4	34	35,6	95	100

Πηγή: Ο.Α.ΔΥ.Κ

Το ΄Γ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (ΚΠΣ) : Το Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΠΕΠ) Κρήτης.

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

Το μέτρο θα χρηματοδοτήσει τις ακόλουθες κατηγορίες πράξεων :

1. Ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων μέσω του Αναπτυξιακού νόμου 2601/98.
2. Παροχή υπηρεσιών υποστήριξης των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, με στόχο την αναδιοργάνωση των υπηρεσιών τους, την προσέλκυση νέων αγορών και την προσφορά αναβαθμισμένων υπηρεσιών. Προβλέπεται να ενισχυθούν επιχειρηματικά σχέδια ΜΜΕ, που θα περιλαμβάνουν συνδυασμένες οργανωτικές δράσεις (συνενώσεις και συνεργασίες, διείσδυση νέων τεχνολογιών, κ.α.)
3. Ιδιωτικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού όπου η Κρήτη παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα. Το μέτρο θα δράσει συμπληρωματικά με τη δράση 5.1.1 του ΕΠΑΝ που στοχεύει στην ανάπτυξη 14 ειδικών επενδύσεων στη χώρα.
4. Έργα ανάδειξης, προστασίας και ένταξης στο τουριστικό προϊόν αξιόλογων στοιχείων της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς μέσω της χάραξης διαδρομών περιφερειακής εμβέλειας(χάραξη διαδρόμων, ήπιες υποδομές διαχείρισης επισκεπτών, φορείς διαχείρισης κλπ.), καθώς και ήπιες δράσεις διαχείρισης επισκεπτών και αποκατάστασης του τοπίου σε φυσικούς πόρους υψηλής αξίας που δέχονται πιέσεις από το μεγάλο αριθμό τουριστών.
5. Δράσεις προστασίας, ανάδειξης και προβολής της κρητικής κουζίνας με το διττό στόχο προσέλκυσης “γαστρονομικού ημεδαπού τουρισμού Σαββατοκύριακου” και

λειτουργίας ως οχήματος προώθησης των κρητικών διατροφικών προϊόντων στις κύριες χώρες προσέλκυσης επισκεπτών.

6. Εκστρατείες ενημέρωσης των κατοίκων με σκοπό τη δημιουργία συλλογικής συνείδησης ελέγχου – αυτοπροστασίας από συμπεριφορές που δεν επιτρέπουν την αναβάθμιση του σημερινού προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

7. Τουριστική προβολή ενός νέου ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος, παράλληλου του βασικού τουριστικού προϊόντος της Κρήτης με στόχο την ανάδειξη ιδιαιτεροτήτων που προσελκύουν συγκεκριμένες ομάδες επισκεπτών υψηλών απαιτήσεων.

Ο Αναπτυξιακός νόμος 2601/98 “Ενισχύσεις ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας” (Πηγή: www.domiki.gr και www.ependyseis.gr)

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

✓ Είδη παρεχόμενων ενισχύσεων.

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

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

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

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

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

(ε) Ειδικά κίνητρα, πέραν των ανωτέρω, για ιδιαίζοντως σημαντικές βιομηχανικές, μεταλλευτικές και τουριστικές επενδύσεις, ύψους άνω των είκοσι πέντε (25) δισ. δρχ., που προέβλεπαν οι διατάξεις των παραγράφων 1,2,3,4 του άρθρου 3 και της παρ.6

του άρθρου 4 του καταργηθέντος νόμου 4171/1961 “Περί λήψεως γενικών μέτρων για την υποβοήθηση των αναπτύξεων της οικονομίας της χώρας” (ΦΕΚ 93/Α/1961).

✓ Υπαγόμενες επιχειρηματικές δραστηριότητες

- ο Ίδρυση ή επέκταση Ξενοδοχειακών μονάδων, τουλάχιστον Β΄ τάξης.
- ο Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων, τουλάχιστον Γ΄ τάξης.
- ο Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings), τουλάχιστον Γ΄ τάξης.
- ο Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός, έργων ειδικής τουριστικής υποδομής :
 - a) ΛΙΜΕΝΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ (ΜΑΡΙΝΩΝ)
 - b) ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
 - c) ΓΗΠΕΔΩΝ ΓΚΟΛΦ
 - d) ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ
 - e) ΚΕΝΤΡΩΝ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ
 - f) ΚΕΝΤΡΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ
 - g) ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
 - h) ΚΕΝΤΡΩΝ ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΟΥ - ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
- ο Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον Γ΄ τάξης.

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

Σύμφωνα με την ανάλυση στοιχείων από τη Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης (ΔΙΣΑ), σχετικά με την εφαρμογή του αναπτυξιακού νόμου 2601/98 στη Περιφέρεια Κρήτης κατά τη περίοδο 15/4/1998 – 15/8/2000, προκύπτει ότι συνολικά έχουν υπαχθεί 161 επενδυτικά σχέδια. Από τα σχέδια αυτά, 70 (43,49%) αφορούν επενδύσεις στη μεταποίηση, 3 (1,86%) επενδύσεις στη παροχή υπηρεσιών, 3 (1,86%) επενδύσεις στο πρωτογενή τομέα και τέλος τα υπόλοιπα 85 (52,79%) επενδύσεις στο τομέα του τουρισμού. Από το Ν. Ηρακλείου υπήχθησαν συνολικά 68 επενδυτικά σχέδια (42%) και ακολουθούν ο Ν. Ρεθύμνου με 41 (25%), ο Ν. Χανίων με 38 (24%) και τέλος ο Ν. Λασιθίου με 14 (9%). Όσον αφορά το τομέα του τουρισμού, οι περισσότερες επενδύσεις προήλθαν από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του Ν. Ρεθύμνου 32 (38%) και ακολουθούν με διαφορά ο Ν. Χανίων με 23 επενδυτικά σχέδια 27 (27%), ο Ν. Ηρακλείου με 20 (24%) και τέλος ο Ν. Λασιθίου με μόλις 10 επενδυτικά σχέδια (12%).

Ο επενδυτικός νόμος 3299/04 « Κίνητρα ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική ανάπτυξη και την περιφερειακή σύγκλιση» (Πηγή: www.pbs.gr)

Ο Επενδυτικός Νόμος 3299/2004 χορηγεί ελκυστικά κίνητρα για επενδύσεις άνω των 100.000 € σε όλους τους τομείς της οικονομίας, που υλοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας από επιχειρήσεις ανεξάρτητα μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας.

Έχει σκοπό την ενδυνάμωση της ισόρροπης ανάπτυξης, την αύξηση της απασχόλησης, την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την προώθηση της τεχνολογικής αλλαγής και της καινοτομίας, την προστασία του περιβάλλοντος, την εξοικονόμηση ενέργειας και την επίτευξη της περιφερειακής σύγκλισης.

Στον εν λόγω νόμο γίνεται ξεχωριστή αναφορά για τον τουριστικό τομέα που προσδιορίζει τα παρακάτω επενδυτικά σχέδια τα οποία χρηματοδοτεί:

1. Ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον τριών αστέρων (3*), πρώην Β' τάξης.
2. Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης ή ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει προσωρινά τη λειτουργία τους μέχρι πέντε έτη κατ' ανώτατο όριο, χωρίς στο διάστημα αυτό να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου και υπό τον όρο ότι κατά το χρόνο της προσωρινής διακοπής της λειτουργίας τους ήταν τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
3. Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων κατώτερης κατηγορίας των δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης, σε κτίρια που χαρακτηρίζονται διατηρητέα ή παραδοσιακά, εφόσον με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
4. Επίσης εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει προσωρινά τη λειτουργία τους για πέντε έτη κατ' ανώτατο όριο, χωρίς στο διάστημα αυτό να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου και υπό τον όρο ότι με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης - ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ
5. Εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων που αφορά τη δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων με την προσθήκη νέων κοινόχρηστων χώρων, νέων χρήσεων επί κοινοχρήστων χώρων, πισινών και αθλητικών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης, με σκοπό την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.
6. Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
7. Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings) τουλάχιστον Γ' τάξης.
8. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός συνεδριακών κέντρων.
9. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός χιονοδρομικών κέντρων.
10. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός αξιοποίησης ιαματικών πηγών.
11. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός τουριστικών λιμένων σκαφών αναψυχής (μαρίνες) για επενδυτικά σχέδια που γίνονται με πρωτοβουλία οποιουδήποτε φυσικού ή νομικού προσώπου ιδιωτικού δικαίου σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 31 του Ν.2160/1993 (ΦΕΚ 118 Α')4.
12. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός γηπέδων γκολφ.

13. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων θαλασσοθεραπείας.
14. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων τουρισμού υγείας.
15. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων προπονητικού-αθλητικού τουρισμού.
16. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός θεματικών πάρκων που αποτελούν οργανωμένες μορφές τουρισμού οι οποίες διαφοροποιούν ή διευρύνουν το τουριστικό προϊόν και παρέχουν ολοκληρωμένης μορφής υποδομές και υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένων κατ'ελάχιστον των υπηρεσιών στέγασης σίτισης, στέγασης ψυχαγωγίας και κοινωνικής μέριμνας.
17. Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός αυτοκινητοδρομιών απαραίτητων για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας.

Ο Αναπτυξιακός Νόμος παρέχει εναλλακτικά (όχι ταυτόχρονα) στα επενδυτικά σχέδια τις παρακάτω ενισχύσεις:

- Παροχή επιχορήγησης από το ελληνικό Δημόσιο ή επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (Leasing).
- Φορολογική απαλλαγή από την καταβολή του φόρου εισοδήματος μη διανεμομένων κερδών.
- Επιδότηση κόστους δημιουργουμένων θέσεων εργασίας για 2 χρόνια.

Ο αναπτυξιακός νόμος παρέχει τη δυνατότητα συνδυασμού των παραπάνω ειδών ενισχύσεων, υπαγόμενα σε ειδικά καθεστώτα ενισχύσεων.

4.2.2 Υποδομές (Πηγές: www.crete.tournet.gr, www.explorecrete.gr, www.heraklion.gr, www.lasithinet.gr, www.rethymno.gr, www.chania.gr)

Πολιτιστικές υποδομές

A) Μουσεία

Το πιο σημαντικό μουσείο, όσον αφορά τον πλούτο, τη μοναδικότητα και την εξέλιξη της τουριστικής πορείας της Κρήτης είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου το οποίο μαζί με τα ανάκτορα της Κνωσού αποτελεί τον κεντρικό τουριστικό πόλο σε επίπεδο Κρήτης και από τους σημαντικούς πόλους έλξης σε επίπεδο Ελλάδας. Σταδιακά, και παράλληλα με την εξέλιξη των ανασκαφών στο νησί ιδρύθηκαν αρχαιολογικά μουσεία κοντά σε όλα τα αστικά κέντρα (Αρχαιολογικό Μουσείο Χανίων, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Ιεράπετρας, Σητείας). Ταυτόχρονα, η νεότερη ιστορία του νησιού αποδίδεται μέσα από εκθέματα των ιστορικών και λαογραφικών μουσείων με σημαντικότερο το Ιστορικό Μουσείο Κρήτης, η λειτουργία του οποίου εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο δράσης της Εταιρείας Ιστορικών Μελετών Κρήτης. Τα μουσεία με υψηλότερη επισκεψιμότητα είναι :

1. Μουσείο Ηρακλείου
2. Μουσείο Αγίου Νικολάου
3. Μουσείο Παναγιάς Κεράς
4. Μουσείο Σητείας

5. Μουσείο Ρεθύμνης
6. Μουσείο Χανίων
7. Βυζαντινό Μουσείο
8. Ιστορικό Μουσείο Κρήτης

Εκτός των παραπάνω έχουν δημιουργηθεί νέα μουσεία κατά κύριο λόγο σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές σε μια προσπάθεια διάσωσης και διατήρησης των παραδόσεων και των τοπικών συνηθειών :

1. Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Ρεθύμνου
2. Λαογραφική Συλλογή του Λυκείου Ελληνίδων
3. Μουσείο Λυχνοστάτης στην Χερσόνησο
4. Μουσεία Αγροτικής Ιστορίας στον Αρόλιθο
5. Μουσείο Κρητικής Εθνολογίας και Παράδοσης στους Βώρους
6. Μουσείο Νίκου Καζαντζάκη
7. Λαογραφικό Μουσείο Σητείας
8. Λαογραφικό Μουσείο Γαβαλοχωρίου κ.α.

Τα μουσεία σε συνδυασμό με τα ιστορικά κέντρα πόλεων και τους παραδοσιακούς οικισμούς συνθέτουν πράγματι μια κρίσιμη μάζα για την περαιτέρω ανάπτυξη του πολιτιστικού και όχι μόνο τουρισμού.

Β) Πολιτιστικές Εκδηλώσεις

Σε πολλά χωριά της Κρήτης με πρωτοβουλία των πολιτιστικών συλλόγων ή των Δήμων διοργανώνονται εκδηλώσεις, κυρίως πανηγύρια, τα οποία αποτελούν αφορμή συνεύρεσης του τοπικού πληθυσμού, ενώ παράλληλα συμβάλλουν στην διατήρηση των εθίμων και των παραδόσεων του τόπου. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις στα αστικά κέντρα διαφέρουν αισθητά από εκείνες της υπαίθρου. Κατά κανόνα πρόκειται για πολύ-θεματικές εκδηλώσεις (θέατρο ,μουσική, χώρος, εκθέσεις)στις οποίες συμμετέχουν ντόπιοι και ξένοι καλλιτέχνες και συνήθως διαρκούν περισσότερες μέρες ή εβδομάδες. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα Κύρβεια (Δήμος Ιεράπετρας), τα Κορνάρεια (Δήμος Σητείας), τα Υιακύνθεια (Δήμος Ανωγείων), ο Μουσικός Αύγουστος (Δήμος Ηρακλείου), το Αναγεννησιακό Φεστιβάλ του Ρεθύμνου (Δήμος Ρεθύμνου) κ.α.

Γ) Πολιτιστικές Διαδρομές

Οι πολιτιστικές διαδρομές σαν ιδέα ξεκίνησαν από την ανάγκη της διασύνδεσης του τουρισμού με τον πολιτισμό και το περιβάλλον της Κρήτης, μέσα από μια σχέση ισορροπίας, διατήρησης και αξιοποίησης. Τα μονοπάτια ή διαδρομές λειτουργούν ως σύνδεσμος μεταξύ στοιχείων από τον πολιτισμό, την κοινωνική δομή, το φυσικό περιβάλλον και τις συνήθειες του τόπου (π.χ. «οι δρόμοι της Παραδοσιακής Υφαντικής» στο Νομό Ρεθύμνου, «οι δρόμοι του κρασιού» στις Αρχάνες, οι πολιτιστικές διαδρομές του Νομού Ηρακλείου, και της επαρχίας Σητείας,

οι υπό διαμόρφωση «Δρόμοι του λαδιού» κ.α.). Οι πολιτιστικές ή θεματικές αυτές διαδρομές είναι ένα βασικό «συστατικό» του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης, το οποίο βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης και παραμένει πάντα πολύτιμο και μέχρι σήμερα αναξιοποίητο.

Δ) Λαογραφία

Η τοπική λαογραφία και παράδοση, τα οποία ποικίλουν ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή, αποτελούν ένα σημαντικό συστατικό του τουριστικού δυναμικού της Κρήτης. Πλούσια σε πολιτισμική παράδοση η Κρήτη, διατηρεί στο πέρασμα των αιώνων σημαντικά λαογραφικά στοιχεία του πρόσφατου ή και του πιο μακρινού παρελθόντος έχοντας σχηματίσει έναν ξεχωριστό λαογραφικό πλούτο με μεγάλη διαχρονικότητα και πολύ-πολιτισμικότητα αλλά και μια δυναμική σχέση με το σημερινό ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον.

Σημειώνεται επίσης ότι ο πολιτισμικός πλούτος της Κρήτης εκφράζεται μέσα από την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα ήθη και τα έθιμά τους, τα παραδοσιακά επαγγέλματα (υφαντική, αγγειοπλαστική, κεραμική), τους χορούς και τα τραγούδια, τις γαστρονομικές τους συνήθειες και γενικά την ταυτότητα της σημερινής (ζωντανής) Κρήτης που της έχουν προσδώσει υπεροπτική φήμη.

Τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες

Στην παράγραφο αυτή γίνεται καταγραφή και αξιολόγηση από άποψη ποιότητας και επάρκειας των τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών που λειτουργούν σήμερα σε ολόκληρη την Κρήτη και που συνδέονται με τη διαμονή, την εξυπηρέτηση και την ψυχαγωγία των τουριστών.

Α) Τουριστικά Καταλύματα

Σε σύνολο Ελλάδας, η Κρήτη κατατάσσεται δεύτερη σε αριθμό ξενοδοχείων (1.278 μονάδες λειτουργούσαν το 2000, ήτοι το 15,1% του συνόλου των ελληνικών ξενοδοχείων) και πρώτη σε αριθμό ξενοδοχείων πολυτελείας και Α΄ κατηγορίας (συγκεντρώνει το 25% του συνολικού αριθμού των ξενοδοχείων πολυτελείας της χώρας και το 20.5% των καταλυμάτων Α΄ κατηγορίας). Σε επίπεδο Νομών διαπιστώνεται ότι οι Νομοί Λασιθίου και Ηρακλείου διαθέτουν ξενοδοχειακές μονάδες υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών δεδομένου ότι συγκεντρώνουν το 95% των μονάδων πολυτελείας (40% ο Νομός Λασιθίου και 55% ο Νομός Ηρακλείου) της Κρήτη. Το ίδιο ισχύει και για τις μονάδες Α΄ κατηγορίας. Το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών στις κατηγορίες LUX, Α΄ αλλά και Β΄ είναι αρκετά ικανοποιητικό. Μεγάλος αριθμός καταλυμάτων διαθέτει εκτός από υψηλού επιπέδου υπηρεσίες δωματίου, και αθλητικές υποδομές εντός του χώρου του ξενοδοχείου, υποδομές για αθλήματα νερού, προγράμματα ψυχαγωγίας κ.α. Εντούτοις, το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά των καταλυμάτων της νήσου, καταλαμβάνουν τα επιπλωμένα διαμερίσματα (28,8% επί του συνόλου των καταλυμάτων) τα Γ (27,3%) και τα Β (18,3%) κατηγορίας ξενοδοχειακά συγκροτήματα. Ως προς τη χωρική

κατανομή των καταλυμάτων και των κλινών στο νησί, διαπιστώνεται ότι ο Νομός Ηρακλείου συγκεντρώνει το 33,89% των ξενοδοχειακών μονάδων και το 43,58% των κλινών. Το υπόλοιπο 56,42% των κλινών μοιράζεται σχεδόν ισόποσα στους υπόλοιπους τρεις νομούς (19,64% στο Ν. Χανίων, 20,32% στο Ν. Ρεθύμνου και 16,46% στο Ν. Λασιθίου).Κύριο χαρακτηριστικό των καταλυμάτων της Κρήτης είναι το μικρό μέγεθος και ο οικογενειακός χαρακτήρας τους. Ελάχιστες είναι οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Όσον αφορά τον τύπο των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, η Κρήτη εμφανίζει το χαμηλότερο ποσοστό, σε σχέση με τη υπόλοιπη χώρα, ξενοδοχείων κλασσικού τύπου ενώ αντίθετα χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία επιπλωμένων διαμερισμάτων / studios. Ως προς τον τρόπο διάθεσης των δωματίων, η Κρήτη και τα Δωδεκάνησα εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά των ξενοδοχείων που συνεργάζονται με οργανωτές ταξιδιών με το σύστημα της δέσμευσης.

B) Λοιπές Τουριστικές Επιχειρήσεις

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται τα εξής :

1. Τουριστικά γραφεία – πρακτορεία
2. Εταιρίες μεταφορών (αεροπορικές, ακτοπλοϊκές, οδικών μεταφορών)
3. Επιχειρήσεις ενοικιάσεως οχημάτων και δίτροχων
4. Κέντρα παροχής τουριστικών πληροφοριών και υπηρεσιών
5. Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις

Αναλογικά με την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης και κάθε νομού χωριστά, ο αριθμός των τουριστικών γραφείων και πρακτορείων που λειτουργούν κρίνεται αρκετά ικανοποιητικός : 85 επιχειρήσεις λειτουργούν στο Νομό Ηρακλείου, 35 στο Νομό Χανίων, 21 στο Νομό Ρεθύμνης και 11 στο Νομό Λασιθίου. Τα διαρθρωτικά προβλήματα και η ανεπάρκεια των οδικών συγκοινωνιών καθώς και το μικρό σχετικά μέγεθος της Κρήτης έχουν σαν αποτέλεσμα την ολοένα και μεγαλύτερη χρήση (από τουρίστες) ενοικιαζόμενων μέσων μετακίνησης. Έτσι σήμερα στο νησί λειτουργούν 544 γραφεία ενοικίασης επιβατικών αυτοκινήτων και 137 γραφεία ενοικίασης δίτροχων. Αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι πουθενά στην Κρήτη σήμερα δεν λειτουργούν επίσημα από τον ΕΟΤ γραφεία παροχής πληροφόρησης και υπηρεσιών. Τα τρία κέντρα πληροφόρησης που λειτουργούσαν παλαιότερα, (2 στο Ηράκλειο και 1 στον Άγιο Νικόλαο) έχουν κλείσει. Τα μόνα που λειτουργούν είναι με πρωτοβουλία των κατά τόπους τοπικών αρχών (Δήμοι, νομαρχίες και δημοτικές επιχειρήσεις με σχετικό αντικείμενο).Αναφέρονται χαρακτηριστικά τα κέντρα πληροφόρησης :

- Σητείας(Δήμος Σητείας)
- Ελούντας (Κοινοτική επιχείρηση ανάπτυξης Ελούντας)
- Αγίου Νικολάου (Δημοτική επιχείρησης τουριστικής ανάπτυξης Δήμου Αγίου Νικολάου)
- Παλαιόχωρας (Δήμος Πελεκάνου)
- Χερσονήσου (Δήμος Χερσονήσου)

Κλείνοντας την ενότητα Τουριστικές δομές και υπηρεσίες, θα αναφερθούμε στον μεγάλο κλάδο που αποτελούν οι επιχειρήσεις πώλησης τουριστικών ειδών και οι

επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής. Αυτό που, κατά κοινή παραδοχή, ισχύει για τις κατηγορίες αυτές των τουριστικών επιχειρήσεων είναι τα εξής :

- Καταστήματα τουριστικών ειδών, εστιατόρια, παντοπωλεία, κέντρα διασκέδασης συγκεντρώνονται στα μεγάλα αστικά κέντρα και στους περιαστικούς τουριστικούς οικισμούς .
- Σε όλους τους οικισμούς που καταγράφεται τουριστική κίνηση λειτουργούν κατά την καλοκαιρινή περίοδο καταστήματα πώλησης τουριστικών ειδών (χάρτες, κάρτες, είδη ρουχισμού) ή και τοπικά προϊόντα (υφαντά, πήλινα, τρόφιμα)
- Στους τουριστικά αναπτυγμένους οικισμούς των βορείων παραλίων που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από τις έδρες των νομών, καθώς επίσης και σε ορισμένους νότιους παραλιακούς οικισμούς παρατηρείται συγκέντρωση κέντρων νυχτερινής διασκέδασης (σήμα κατατεθέν των οικισμών). Αναφέρονται χαρακτηριστικά:
 - Η Χερσόνησος, τα Μάλια, η Σταλίδα και τα Μάταλα στο Νομό Ηρακλείου
 - Ο Πλατανιάς και η Παλαιόχωρα στο Νομό Χανίων και
 - Ο Πλακιάς και η Αγία Γαλήνη στο Νομό Ρεθύμνου.

Γ) Ειδικές τουριστικές υποδομές

Στην εν λόγω κατηγορία περιλαμβάνονται οι υποδομές:

1. Θαλάσσιου τουρισμού
2. Συνεδριακού τουρισμού.
3. Ορεινού τουρισμού
4. Ειδικών μορφών τουρισμού / Τουρισμός περιπέτειας
5. Αθλητικού τουρισμού
6. Τουρισμού υγείας

Ειδικότερα:

Υποδομές Θαλάσσιου Τουρισμού

Η Κρήτη αποτελεί μια γεωγραφική ενότητα με ιδιαίτερα περιθώρια ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού. Το μεγάλο μήκος των ακτών, η πλούσια γεωμορφολογία της, οι εναλλαγές τοπίου, η ποικιλία φυσικών, πολιτιστικών και αρχαιολογικών πόρων, αλλά και οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες ευνοούν ιδιαίτερα την ανάπτυξη του τουρισμού σκαφών. Σε όλη την Κρήτη υπάρχουν αρκετά λιμάνια μικρού και μεσαίου μεγέθους. Ορισμένα είναι αξιόλογα και λειτουργικά και άλλα χρειάζονται επεκτάσεις, προσθήκες ή βελτιώσεις για να μπορέσουν να τεθούν σε λειτουργία. Πιο συγκεκριμένα:

- Υπάρχουν επτά εμπορικά και επιβατικά λιμάνια : δύο βρίσκονται στο Νομό Χανίων (Σούδα και Κίσσαμο) τρία στο Νομό Λασιθίου (Άγιο Νικόλαο, Σητεία και Ιεράπετρα) και από ένα στις έδρες των νομών Ηρακλείου και Ρεθύμνου. Όλα πληρούν τις προϋποθέσεις ασφαλούς προσέγγισης, παραβολής και εξυπηρέτησης. Ωστόσο, από τη σκοπιά της εξυπηρέτησης της τουριστικής

κίνηση χρειάζονται αναδιάταξη στην οργάνωση και τη χρήση ώστε να αξιοποιηθούν και να καταστούν παραγωγικά και λειτουργικά.

- Ø Μαρίνες υπάρχουν συνολικά δέκα: τρεις στο Νομό Χανίων (Χανιά, Κίσσαμος και Παλαιόχωρα), δύο στο Νομό Ρεθύμνου (Ρέθυμνο, Αγία Γαλήνη), δύο στο Νομό Ηρακλείου (Ηράκλειο και Μάλια) και τρεις στο Νομό Λασιθίου (Άγιο Νικόλαο, Σητεία, και Ιεράπετρα). Σε αυτές πρέπει να προστεθούν οι ιδιωτικές μαρίνες του ξενοδοχείου Creta Panorama στο Πέραμα Ρεθύμνου και Porto Gouves στις Γούβες Νομού Ηρακλείου.
- Ø Λιμενικά καταφύγια λειτουργούν συνολικά δεκαέξι : πέντε στο Νομό Λασιθίου, τρία στο Νομό Ρεθύμνου και από τέσσερα στους νομούς Χανίων και Ηρακλείου. Τα τουριστικά καταφύγια εκτός από το γενικό έλλειμμα λειτουργίας και οργάνωσης, παρουσιάζουν προβλήματα εξοπλισμού, ελλείψεις κτιριακών εγκαταστάσεων, επισκευής, συντήρησης και διαχείρισης των σκαφών.
- Ø Τέλος, λειτουργούν πολλά (εικοσιτέσσερα σε αριθμό) λιμενικά έργα μικρής κλίμακας ενώ υπάρχουν δεκαοκτώ επιπλέον φυσικά λιμάνια που χρησιμοποιούνται για την εξυπηρέτηση μικρών τουριστικών και αλιευτικών πλοίων.

Όπως προαναφέρθηκε, όλες οι παραπάνω υποδομές χρειάζονται βελτιώσεις, προσθήκες, επεκτάσεις για να μπορέσουν να είναι απόλυτα λειτουργικές και ασφαλείς αλλά και για να διατηρήσουν και να προβάλουν τη θέση τους μέσα στο δίκτυο των λιμένων της Μεσογείου, που δημιουργεί πολλές και σημαντικές προοπτικές για θαλάσσιο τουρισμό.

Υποδομές Συνεδριακού Τουρισμού

Στην Κρήτη, το σύνολο σχεδόν των συνεδριακών κέντρων βρίσκονται σε μεγάλες μονάδες κατηγορίας LUX, Α΄ και Β΄ κατηγορίας και διαθέτουν μια ή περισσότερες πλήρως εξοπλισμένες συνεδριακές αίθουσες, τηλεπικοινωνιακά μέσα και σύγχρονες εγκαταστάσεις, τηλεφωνικό κέντρο, συστήματα διερμηνείας και μετάφρασης. Συνολικά, τα συνεδριακά κέντρα της Κρήτης καταλαμβάνουν το 37,1% σε εθνικό επίπεδο και συγκεντρώνονται στα αστικά κέντρα και τις πολύ τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές του νησιού, όπου υπάρχουν και οι υποστηρικτικές – συμπληρωματικές υποδομές και υπηρεσίες.

Πίνακας 3: Συνεδριακά κέντρα στην Κρήτη

ΝΟΜΟΙ	ΕΠΟΧΙΑΚΑ	ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	26	7	33
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	12	3	15
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	15	2	17
ΧΑΝΙΩΝ	9	4	13
ΣΥΝΟΛΟ	62	16	78

Είναι βέβαιο ότι η δημιουργία συνεδριακών κέντρων πολλαπλού προσανατολισμού τα οποία θα λειτουργούν σε στενή συνεργασία με πανεπιστημιακά ιδρύματα, περιφερειακά εκθεσιακά κέντρα, καθώς και περιφερειακούς ή και τοπικούς φορείς, έχουν άριστες προοπτικές και θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Υποδομές Τουρισμού Περιπέτειας – Ορειβασία-Αναρρίχηση-Trekking

- ο Πεζοπορικές / ορειβατικές διαδρομές : το νησί διαθέτει μεγάλο αριθμό, πολλές εκ των οποίων είναι απλές διαδρομές και επίσημα (Ευρωπαϊκό Μονοπάτι E4) από τοπικές πρωτοβουλίες πολιτιστικών συλλόγων δήμων, αναπτυξιακών φορέων κλπ. Στην πλειοψηφία τους περνάνε μέσα από μοναδικής ομορφιάς τοπία, ωστόσο δεν διαθέτουν ενιαίο σύστημα σήμανσης (πολλές περιπτώσεις δεν διαθέτουν καμία σήμανση) με αποτέλεσμα να μένουν αναξιοποίητες (με την εξαίρεση του Ευρωπαϊκού ορειβατικού μονοπατιού E4 το οποίο ολοένα και περισσότεροι ντόπιοι και ξένοι ορειβάτες χρησιμοποιούν).
- ο Ορειβατικά καταφύγια : Είναι οι μόνες αμιγείς ορειβατικές υποδομές στην Κρήτη. Συνολικά είναι οκτώ και βρίσκονται συγκεντρωμένα κυρίως στην κεντρική και δυτική Κρήτη (Λευκά Όρη και Ψηλορείτη). Στην ανατολική Κρήτη υπάρχει ένα μόνο, στο όρος Δίκτη. Τα αναφέρουμε συνοπτικά :

1. Καλλέργη στα Λευκά Όρη (ανοιχτό από Απρίλιο έως Οκτώβριο).
2. Κατσιβέλη-Σβουριχτής, στο κέντρο των Λευκών Ορών.
3. Βόλικά στα Λευκά Όρη : το πρώτο ορειβατικό καταφύγιο Κρήτης.
4. Ταύρης στα Λευκά Όρη.
5. Τουμπωτός Πρίνος στον Ψηλορείτη.
6. Πρίνος στις Ασίτες- Κουδούνι.
7. Λαζάρου στο Όρος Δίκτη.
8. Ζαρού στη Θέση Σαμάρι.

Η δυναμικότητα τους σε θέσεις φιλοξενίας ορειβατών κυμαίνεται από 15 ορειβάτες στο καταφύγιο του Λαζάρου έως 50 ορειβάτες στου «Καλλέργη» του Ομαλού.

- Χιονοδρομικό κέντρο : Το 1987 εκπονήθηκε ειδική μελέτη για τη δημιουργία χιονοδρομικού κέντρου στον ορεινό όγκο του Ψηλορείτη στην περιοχή της Νίδας. Ωστόσο ο λανθασμένος σχεδιασμός και η έλλειψη συντονισμένων ενεργειών, είχαν σαν αποτέλεσμα οι υποδομές που δημιουργήθηκαν τότε (πίστα χιονοδρομική, ξενοδοχείο, εστιατόριο) να μένουν εξ' αρχής ανενεργές. Σήμερα εμφανίζουν εικόνα πλήρους εγκατάλειψης.
- Αναρριχητικές πίστες : Οι περιοχές στην Κρήτη όπου έχουν επιλεγεί για την συγκεκριμένη δραστηριότητα είναι οι παρακάτω :
 - Καλαθάς Νομού Χανίων: πρόκειται για μια αναρριχητική πίστα, δίπλα στην θάλασσα, στην περιοχή του Καλαθά στο Ακρωτήρι Χανίων.
 - Σταυρός στο Ακρωτήρι Νομού Χανίων, 14 χιλιόμετρα από τα Χανιά πλησίον της παραλίας του Σταυρού.
 - Γκίγκιλος, στον Ομαλό Νομού Χανίων. Πρόκειται για την πιο εντυπωσιακή ορθοπλαγιά στην Κρήτη. Βρίσκεται ακριβώς πάνω από το φαράγγι της Σαμαριάς και η πρόσβαση απαιτεί πεζοπορία περίπου μιας ώρας, από το μονοπάτι ή από το Ξυλόσκαλο.
 - Θέρισσος νομού Χανίων, 14 χιλιόμετρα νοτιοδυτικά από την πόλη των Χανίων μέσα στο φαράγγι του Θερίσο.
 - Παλαιόκαστρο Νομού Ηρακλείου, κάτω από τη γέφυρα της εθνικής οδού Ηρακλείου – Ρεθύμνου και πλησίον της ομώνυμης παραλίας.
 - Αγιοφάραγγο στα νότια του Νομού Ηρακλείου.
 - Κόφινα, στα Αστερούσια Όρη του Νομού Ηρακλείου κοντά στο χωριό Καπετανιανά.
 - Αλμυρός Νομού Ηρακλείου, στην είσοδο του φαράγγιου.
 - Ορθοπλαγιά του Σπαθιού στο οροπέδιο Λιμνάκαρο, Όρος Δίκη Νομού Λασιθίου, η δεύτερη εντυπωσιακή ορθοπλαγιά της Κρήτης μετά τον Γκίγκιλο.
 - Στενό φαράγγι Νομού Ηρακλείου, κοντά στο χωριό Λέντας.
 - Θέση Δύο Πρίνοι, Ζαρός Νομού Ηρακλείου (πολύ κοντά στο καταφύγιο).

Εν κατακλείδι, και σε ότι αφορά τον ορεινό τουρισμό στην Κρήτη, παρά το ιδιαίτερο ανάγλυφο, τις μοναδικές εναλλαγές του τοπίου και τους αξιόλογους ορεινούς όγκους που διαθέτει, οι υποδομές που υπάρχουν (ορειβατικά καταφύγια, πίστες αναρρίχησης) εξυπηρετούν αποκλειστικά τους τοπικούς φυσιολατρικούς-ορειβατικούς συλλόγους και τα μέλη τους. Τα καταφύγια δεν έχουν κανένα τουριστικό <<προσανατολισμό>>, από τη σκοπιά της δυναμικής χρήσης τους και από τους τουρίστες- ορειβάτες. Για να μπορέσει κάποιος επισκέπτης να διανείμει σε αυτά πρέπει να έρθει σε επαφή με τους κατά τόπους ορειβατικούς συλλόγους. Δεν γίνεται από κανένα φορέα συστηματική αξιοποίησης και κατά συνέπεια συντονισμένη προβολή και διαφήμισή τους.

Υποδομές Τουρισμού Υγείας

Οι υφιστάμενες υποδομές στο νησί είναι:

1. Το Μεσογειακό Κέντρο Διακοπών Αιμοκάθαρσης ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ Α.Ε. Λειτουργεί από το 2001 στα Καλέσα Ηρακλείου και αποτελεί πρότυπο κέντρο υγείας και θεραπευτικής αγωγής ατόμων με νεφρική ανεπάρκεια.
2. Τα κέντρα θαλασσοθεραπείας. Υπάρχουν μόνο τρία κέντρα θαλασσοθεραπείας στη Κρήτη, σε ιδιωτικά ξενοδοχεία. Στο Creta Maris, στο Royal Mare της Aldemar και στο Blue Palace στην Πλάκα Λασιθίου.
3. Το κέντρο ΒΕΜΜΟ για τη θεραπεία οφθαλμολογικών προβλημάτων, το οποίο λειτουργεί στο ΠΕ.ΠΑ.Γ.Ν.Η. (Νομού Ηρακλείου) και πραγματοποιεί εξειδικευμένες επεμβάσεις μείωσης της μυωπίας και άλλων παθήσεων της όρασης με την βοήθεια λέιζερ. Ιδιαίτερα πρωτοποριακή είναι η πρωτοβουλία ίδρυσης του << Κέντρο Αθλητικής όρασης >>.

Υποδομές Αθλητικού Τουρισμού

Αμιγής αθλητικός τουρισμός στην Κρήτη δεν υπάρχει ακόμα. Οι υφιστάμενες υποδομές έχουν δημόσιο χαρακτήρα, δημιουργήθηκαν και εξυπηρετούν τις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού. Μικρής εμβέλειας υποδομές για την καθημερινή άσκηση των επισκεπτών διαθέτουν όλα τα μεγάλα ξενοδοχεία.

Οι υποδομές που με τις κατάλληλες βελτιώσεις και επεκτάσεις μπορούν να φιλοξενήσουν “υπερτοπικού” χαρακτήρα εκδηλώσεις ή προπονητικό τουρισμό είναι:

1. Το ναυταθλητικό κέντρο Σούδας Νομού Χανίων, το οποίο είναι το μοναδικό στη νότια Ελλάδα, και ένα από τα καλύτερα σε Βαλκανικό επίπεδο.
2. Το ναυταθλητικό κέντρο Γαζίου στο Νομό Ηρακλείου το οποίο διαθέτει προπονητήριο, πληρότητας 80 ατόμων.
3. Οι λιμενικές εγκαταστάσεις Ηρακλείου και Αγίου Νικολάου όπου μπορούν να φιλοξενηθούν διοργανώσεις θαλάσσιων αθλημάτων (ιστιοπλοΐα, αγώνες ταχύπλων σκαφών, κωπηλασία).
4. Το Παγκρήτιο Στάδιο Ηρακλείου (περιοχή Λίντο), ολυμπιακών προδιαγραφών, το οποίο κατασκευάστηκε για τις ανάγκες τις Ολυμπιάδας του 2004.
5. Οι εγκαταστάσεις γηπέδων ποδοσφαίρου της περιοχής Ανάπολης Γουβών Νομού Ηρακλείου (ιδιωτική πρωτοβουλία) οι οποίες είναι κατάλληλες για προπονητικό τουρισμό.
6. Το πρωτότυπο αγροτουριστικό κέντρο στο Οροπέδιο Ασκύφου Νομού Χανίων (ιδιωτική πρωτοβουλία), το οποίο, εκτός των άλλων, διαθέτει υψηλών προδιαγραφών υποδομές προπονητικού τουρισμού για το άθλημα της σκοποβολής (αθλητικές εγκαταστάσεις ολυμπιακών διαστάσεων, κατάλληλοι χώροι φιλοξενίας, ήρεμο περιβάλλον).
7. Το υπό κατασκευή αθλητικό κέντρο του Οροπεδίου Λασιθίου, το οποίο θα φιλοξενήσει μεγάλο αριθμό αθλητικών εγκαταστάσεων (γήπεδα ποδοσφαίρου, στίβος, γήπεδα καλαθοσφαίρισης και πετοσφαίρισης κ.α.) καθώς και άλλων εξειδικευμένων όπως γήπεδο χόκεϊ και ποδοσφαίρου ολυμπιακών

προδιαγραφών, γήπεδο baseball / softball επίσης ολυμπιακών προδιαγραφών, ποδηλατοδρόμιο, γήπεδο για mini-soccer και εγκαταστάσεις badmington.

8. Οι εγκαταστάσεις golf στη Χερσόνησο Ηρακλείου.
9. Το υπό κατασκευή «Νέο Κλειστό Γυμναστήριο Ηρακλείου» χωρητικότητας 5000 θεατών στη θέση «Δύο Αοράκια» του Δήμου Νέας Αλικαρνασσοῦ (Νομός Ηρακλείου).

Υποδομές Άλλων Μορφών Τουρισμού

Ανεμοπτερισμός

Ο ανεμοπτερισμός, μέσω της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, προωθείται ως εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν για τους λάτρεις του αθλήματος. Επίσημος φορέας εκπροσώπησης όλων των αεραθλημάτων είναι η Αερολέσχη, η οποία έχει παράρτημα στο Ηράκλειο και στα Χανιά.

Οι βασικές πίστες ανεμοπτερισμού στην Κρήτη είναι :

1. Στο Νομό Χανίων: ο Αμμόλοφος Νέας Χώρας, 2 χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης των Χανίων, το Οροπέδιο Ομαλού 45 χιλιόμετρα από την πόλη των Χανίων, τα Φαλάσαρνα, το Οροπέδιο Ασκύφου, η Λίμνη Κουρνά και το Ελαφονήσι.
2. Στο Νομό Ηρακλείου: το Βαρύπετρο, το Αβδού Πεδιάδος, η Σταλίδα, τα Μάλια, η Ψαρή Φοράδα.
3. Στον Νομό Λασιθίου: η Ιεράπετρα, το Καμινάκι, το Σίσι, η Θρυφή.

Κυνηγετικός Τουρισμός

Μεγάλης δυναμικότητας και υψηλών προδιαγραφών μονάδα παραδοσιακών-αγροτουριστικών καταλυμάτων υπάρχει στο Οροπέδιο Ασκύφου Νομού Χανίων, στο πλαίσιο της οποίας λειτουργεί εκτροφείο θηραμάτων που υποστηρίζει την ανάπτυξη του κυνηγετικού τουρισμού με ιδιαίτερη μάλιστα επιτυχία.

Ιππικός Τουρισμός

Επιχειρήσεις ιππικού τουρισμού λειτουργούν σήμερα στο Νομό Ηρακλείου (περιοχή Καρτερού και Αβδού Πεδιάδος) αλλά και στο Νομό Χανίων (Ντερές). Οι περιπτώσεις αυτές έχουν αναπτύξει μεθοδικά τη συγκεκριμένη δραστηριότητα και καταγράφουν μικρή αλλά σταθερή αύξηση της τουριστικής τους ζήτησης ετησίως. Μικρές σχολές ιππασίας λειτουργούν και στο νομό Ρεθύμνου που έχουν την δυνατότητα και την προοπτική να μετατραπούν σε αγροτουριστικά καταλύματα με αθλητικές λειτουργίες.

4.2.3 Ανοδομές

Α) Υποδομές Μεταφορών

Θέμα μείζονος σημασίας για την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης, είναι οι υποδομές και οι υπηρεσίες μεταφοράς από τη σκοπιά της προσπελασιμότητας. Σε

γενικές γραμμές, κρίνονται ικανοποιητικές, τόσο από άποψη επάρκειας όσο και ποιότητας, γεγονός που έχει συμβάλει αποφασιστικά στη διαμόρφωση του σημερινού επιπέδου τουριστικής ανάπτυξης του νησιού. Ειδικότερα:

Οδικό δίκτυο

Το οδικό δίκτυο, για τις ανάγκες του τουρισμού, κρίνεται σχετικά ικανοποιητικό ενώ δεν ισχύει το ίδιο σε ό,τι αφορά τις οδικές συγκοινωνίες και μεταφορές που χαρακτηρίζονται εξαιρετικά ανεπαρκείς για την κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών. Το επαρχιακό δίκτυο της Κρήτης παρ' όλα αυτά χαρακτηρίζεται από υψηλή επικινδυνότητα λόγω κυρίως των απότομων στροφών και απόκρημνων γκρεμών που διαμορφώθηκαν λόγω μορφολογίας εδάφους. Το μεγαλύτερο πρόβλημα στο οδικό δίκτυο της Κρήτης αποτελεί ο Βόρειος Οδικός Άξονας, που ενώνει τους τέσσερις νομούς και αποτελεί τον πιο πολυσύχναστο δρόμο της Κρήτης. Σε μεγάλα κομμάτια του ΒΟΑ δεν υπάρχει επαρκής φωτισμός ούτε διαχωριστικό διάζωμα όπως επιβάλλεται.

Ακτοπλοϊκές μεταφορές

Η Κρήτη συνδέεται ακτοπλοϊκά με την υπόλοιπη Ελλάδα (Πειραιάς, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα και Πελοπόννησος) με επτά εμπορικά και επιβατικά λιμάνια (Ηρακλείου, Σούδας, Ρεθύμνου, Αγίου Νικολάου, Σητείας, Κισσάμου). Οι ανάγκες των επισκεπτών καλύπτονται επαρκώς καθώς κατά τους καλοκαιρινούς μήνες πραγματοποιούνται δύο φορές καθημερινά δρομολόγια από και προς τον Πειραιά ενώ αυξάνονται οι διασυνδέσεις με μικρότερα νησιά του Αιγαίου και άλλους προορισμούς στην Πελοπόννησο.

Αναφέρεται ότι εκτός από τις μεγάλης δυναμικότητας εταιρείες, σε κάθε νομό λειτουργούν και άλλες μικρότερες, τοπικές εταιρείες θαλάσσιου τουρισμού και μεμονωμένα σκάφη που πραγματοποιούν δρομολόγια μόνο κατά τους τουριστικούς μήνες από τουριστικά λιμάνια της Κρήτης προς γειτονικές παραλίες και νησιά της Κρήτης.

Αεροπορικές μεταφορές

Οι εναέρια μετακινήσεις των επισκεπτών καλύπτονται από τα τρία αεροδρόμια που λειτουργούν στο νησί: του Ηρακλείου, του Ακρωτηρίου Χανίων, και της Σητείας. Το αεροδρόμιο Ηρακλείου αποτελεί διεθνή αερολιμένα που εξυπηρετεί επιβατική κίνηση της τάξης των 3,5 εκατομμυρίων επιβατών ετησίως. Σε εθνικό επίπεδο κατατάσσεται δεύτερο σε κίνηση και πρώτο σε κίνηση επιβατών με πτήσεις charter. Τόσο το αεροδρόμιο του Ηρακλείου όσο και των Χανίων που εξυπηρετούν το σύνολο σχεδόν των επισκεπτών, εμφανίζουν προβλήματα εξυπηρέτησης κατά τους τουριστικούς μήνες όπου οι αφίξεις και αναχωρήσεις πτήσεων charter είναι συνεχείς με συνέπεια να παρουσιάζεται συνωστισμός και δυσκολία στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Τα προβλήματα καταγράφονται εντονότερα στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου καθώς εξυπηρετεί την εναέρια πρόσβαση στην Κρήτη των τουριστών των τριών από τους τέσσερις Νομούς (Ηρακλείου, Λασιθίου και Ρεθύμνου). Το

αεροδρόμιο της Σητείας είναι μικρότερης εμβέλειας καθώς προς το παρόν δέχεται μόνο πτήσεις εσωτερικού και άρα δεν θεωρείται πύλη εισόδου.

B) Υγεία

Η παροχή υπηρεσιών υγείας στην Κρήτη βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο, αφού οι ανάγκες καλύπτονται από το Πανεπιστημιακό νοσοκομείο, τα Νομαρχιακά νοσοκομεία, τα Κέντρα Υγείας και τα Περιφερειακά Ιατρεία. Σε κάθε μεγάλη πόλη (Χανιά, Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Άγιος Νικόλαος, Νεάπολη, Σητεία και Ιεράπετρα) εδρεύει από ένα Νομαρχιακό Νοσοκομείο και καλύπτει τις ανάγκες των κατοίκων και των επισκεπτών σε επίπεδο νομού. Οι ανάγκες σε τοπικό επίπεδο καλύπτονται από τα Κέντρα Υγείας και τα Περιφερειακά Ιατρεία όπου όμως καταγράφονται αρκετά προβλήματα όπως παροχή σύγχρονων ιατρικών υπηρεσιών, λόγω έλλειψης αναγκαίου προσωπικού και της στοιχειώδους κτιριακής και υλικοτεχνικής υποδομής.

Γ) Εκπαιδευτικά και Ερευνητικά Ιδρύματα

Η Κρήτη διαθέτει σήμερα υψηλότερου επιπέδου εκπαιδευτικά ιδρύματα (Πανεπιστήμιο Κρήτης, Πολυτεχνείο, Τ.Ε.Ι., Μ.Α.Ι.Χ.) διεθνούς αναγνώρισης και ερευνητικά ιδρύματα όπως το Ι.Τ.Ε. με επιτυχίες μοναδικές σε παγκόσμιο επίπεδο. Το έργο και τα αποτελέσματα των ιδρυμάτων αυτών είναι τέτοια που δικαιολογούν την άποψη ότι η Κρήτη αποτελεί πλέον ένα παγκόσμιο ερευνητικό κέντρο.

Τα ιδρύματα αυτά προσελκύουν το ενδιαφέρον της πανεπιστημιακής κοινότητας και φιλοξενούν κάθε χρόνο πλήθος επιστημονικών συναντήσεων και συνεδρίων αλλά και μεταπτυχιακών φοιτητών ενώ υποστηρίζουν επιστημονικά πλήθος κλάδων της τοπικής οικονομίας μεταξύ των οποίων και τον τουρισμό.

4.3 Καθοριστικοί παράγοντες που επιβάλλουν τη στροφή στον ήπιο τουρισμό.

4.3.1 Ανάγκη για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Η ανάγκη αυτή δυστυχώς δεν μπορεί να καλυφθεί από τις ήδη υπάρχουσες μονάδες οι οποίες έχουν καθαρά προσανατολισμό προς το μαζικό τουρισμό και στηρίζονται αποκλειστικά στο μοντέλο « ήλιος & θάλασσα». Η μετατροπή τέτοιων μονάδων σε οικοτουριστικές ή και σε οποιαδήποτε μορφή ειδικού τουρισμού θα ήταν από ασύμφορη έως και αδύνατη. Οι ανάγκη αυτή μπορεί να καλυφθεί μόνο από μονάδες νέες που έχουν δημιουργηθεί εξ' αρχής για να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές και να εξυπηρετούν προκαθορισμένους στόχους (π.χ. προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς, ενίσχυση της αγροτικής οικονομίας κτλ.)

Οι μονάδες αυτές θα απορροφήσουν αρκετούς εποχικά απασχολούμενους στον μαζικό τουρισμό, με την μεγάλη διαφορά ότι η απασχόληση θα είναι 12 μήνες το χρόνο συμβάλλοντας έτσι στην μείωση της τοπικής ανεργίας.

Το τουριστικό προϊόν της Κρήτης έχει φτάσει σίγουρα σε σημείο κορεσμού και η ανάγκη για διαφοροποίηση ούτως ώστε να προκληθεί το ενδιαφέρον του επισκέπτη είναι επιτακτική. Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέσω των ειδικών μορφών τουρισμού μοιάζει να είναι μονόδρομος.

4.3.2 Προστασία του περιβάλλοντος – Αειφόρος Ανάπτυξη

Αν και στην Κρήτη δεν είναι εμφανή τα σημάδια της περιβαλλοντικής φθοράς όσο σε άλλα μέρη της Ελλάδας εντούτοις σίγουρα οι διαφορές με τα προηγούμενα χρόνια είναι μεγάλες. Η φέρουσα ικανότητα του νησιού έχει αρχίσει ξεπερνιέται σαν απόρροια της άναρχης δόμησης, της υπερσυγκέντρωσης τουριστικών υποδομών και τουριστών στα δημοφιλή θέρετρα και στην υπερσπατάληση των φυσικών πόρων κυρίως τους θερινούς μήνες.

Η απορρόφηση μέρους της τουριστικής ζήτησης από μονάδες εναλλακτικού – ειδικού τουρισμού θα συνεισφέρει στην διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος καθώς και στον περιορισμό της σπατάλης των πόρων.

4.3.3 Έντονη η ανάγκη του ανθρώπου για επαφή με τη φύση

Είναι αποτέλεσμα πολλών ερευνών τα τελευταία χρόνια ότι το αστικό πρότυπο ανθρώπου έχει αρχίσει να εκδηλώνει την ανάγκη για επαφή με το φυσικό περιβάλλον. Ακόμα περισσότερη ζήτηση έχουν μέρη που χαρακτηρίζονται από αγνότητα και μία «άγρια» ομορφιά που φαίνεται ότι ελκύει το σημερινό άνθρωπο της πόλης ο οποίος έχει αποκοπεί εντελώς από τον αγροτικό/επαρχιακό τρόπο ζωής.

Η ανάγκη αυτή της επιστροφής στη φύση θεωρείται από πολλούς ερευνητές γενετήσια και όχι απλά ένας από τους τρόπους που διαλέγει κάποιος να περάσει τις διακοπές του ευχάριστα, σαν αποτέλεσμα η ζήτηση για τέτοιου είδους «εξορμήσεις» αναμένεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια, καθώς η αστικοποίηση εντείνεται και η αποκέντρωση δεν δείχνει σημάδια αύξησης κυρίως λόγω της αυξημένης ανεργίας.

4.3.4 Διατήρηση πολιτιστικών στοιχείων τοπικού χαρακτήρα

Στην Κρήτη που χαρακτηρίζεται από πλούσια αλλά προπάντων ιδιαίτερη πολιτιστική κληρονομιά είναι ανάγκη να δημιουργηθούν τα κατάλληλα σταθμά και μέτρα για να διατηρηθεί ένας πολιτισμός που χαρακτηρίζει τον Κρητικό λαό εδώ και εκατοντάδες χρόνια.

Ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός είναι κατά κύριο λόγο δύο μορφές τουρισμού που μπορούν κάλλιστα να βοηθήσουν στην περάτωση αυτού του στόχου, καθώς από την φύση τους έχουν σκοπό την διατήρηση και εξύψωση της τοπικής πολιτιστικής κουλτούρας. Φαινόμενα μιμητισμού λόγω κοινωνικής συμβίωσης με

τους επισκέπτες του νησιού και ο ασπασμός διαφορετικών συνηθειών ίσως είναι η αρχή για τον αφανισμό μιας κουλτούρας μοναδικής, όπως είναι η κρητική.

4.3.5 Ενίσχυση των απομακρυσμένων – αγροτικών περιοχών

Η Κρήτη χαρακτηρίζεται εκτός από το θαλάσσιο πλούτο της και από τον ορεινό της όγκο, ο οποίος έχει δημιουργήσει απομακρυσμένες και δυσπρόσιτες περιοχές που έχουν αποκοπεί σιγά-σιγά από τα αστικά κέντρα. Οι κάτοικοι τους στηρίζονται κυρίως σε αγροτοκτηνοτροφικές εργασίες για την διαβίωση τους και έχουν λίγες επαφές με την ζωή της πόλης. Λόγω έλλειψης οδικών υποδομών και όχι μόνο οι περιοχές αυτές μένουν αποκλεισμένες σχετικά συχνά κατά τους χειμερινούς μήνες λόγω των έντονων χιονοπτώσεων.

Σε περίπτωση ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού στις περιοχές αυτές θα τους προσδοθεί ένας άλλος χαρακτήρας, η ανάπτυξη τους δεν θα στηρίζεται μονόπλευρα από την αγροτική και κτηνοτροφική οικονομία και επίσης θα προσελκύσει και νέους οι οποίοι απομακρύνονται από την επαρχία λόγω της δυσκολίας των αγροτοκτηνοτροφικών επαγγελματιών.

4.4 Τοπικοί φορείς ειδικού τουριστικού ενδιαφέροντος στο νησί της Κρήτης.

Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας¹

Το Κρητικό Σύμφωνο Ποιότητας είναι μια αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία που ιδρύθηκε από τις τέσσερις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις της Κρήτης με σκοπό την διάσωση, προβολή και διάδοση του προτύπου της Κρητικής Διατροφής αλλά και την πιστοποίηση χώρων εστίασης που προσφέρουν Κρητική Κουζίνα. Η δημιουργία της εταιρείας έρχεται να καλύψει την ανάγκη για συντονισμένη προβολή και προώθηση της Κρητικής Διατροφής και την προαγωγή των τοπικών προϊόντων, τόσο σε επίπεδο νησιού, όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα και διεθνώς.



Ο στρατηγικός στόχος του Κρητικού Συμφώνου Ποιότητας είναι η ισόρροπη και αειφόρος ανάπτυξη της Κρήτης μέσω της συνεργασίας με τους τοπικούς φορείς, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία των πολιτών. Οι βασικοί άξονες πάνω στους οποίους θα κινηθεί η εταιρεία για την επίτευξη του στόχου της είναι οι ακόλουθοι:

- Η τοπική γαστρονομική παράδοση: θα γίνει προώθηση της Κρητικής Διατροφής ως τρόπος ζωής
- Η υγεία: θα προβληθεί η συμβολή της Κρητικής Διατροφής στην βελτίωση του επιπέδου υγείας, ως μέσο θεραπείας αλλά και πρόληψης

¹ www.cretan-nutrition.gr

Τα τοπικά προϊόντα: θα γίνει προσπάθεια για την βελτίωση της ποιότητας των κρητικών προϊόντων μέσω της στήριξης για τον εκσυγχρονισμό των διαδικασιών παραγωγής (σε παραγωγή, μεταποίηση, διανομή)

- Το περιβάλλον: θα προωθηθεί η «πράσινη ανάπτυξη» του νησιού, προβάλλοντας την Κρήτη ως έναν τόπο με καθαρό περιβάλλον και μεγάλη βιοποικιλότητα, όπου παράγονται μοναδικά, ασφαλή και υγιεινά προϊόντα
- Ο πολιτισμός: θα προωθηθεί η Κρητική Διατροφή ως αναπόσπαστο κομμάτι του κρητικού πολιτισμού και θα συνδεθεί με τις τοπικές αξίες
- Ο τουρισμός: θα προωθηθεί ο γαστρονομικός τουρισμός στο νησί, βασισμένος στα εκλεκτά τοπικά προϊόντα και την Κρητική Κουζίνα

Δίκτυο κρητικού ελαιολάδου²

Το Δίκτυο αυτό αντιπροσωπεύει την παραγωγή, μεταποίηση ή/και εμπορία των προϊόντων της ελιάς και του ελαιολάδου, καθώς επίσης και τον τομέα του τουρισμού και της γαστρονομίας στην Κρήτη. Εννέα φορείς που συνεργάστηκαν για τη δημιουργία του, θα μπορούν να συνεπικουρούνται στην επίτευξη των σκοπών του δικτύου από Πανεπιστημιακά, Ερευνητικά και Τεχνολογικά Ινστιτούτα, Ιδρύματα και Κέντρα εντός και εκτός της ελληνικής επικράτειας.

Το Δίκτυο, έχει ως βασικό και κύριο στόχο του την ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και των θεσμών ώστε να ενδυναμωθεί η κατανάλωση ελαιολάδου εντός και εκτός Ελλάδος. Επίσης οι βασικοί στόχοι του δικτύου εστιάζονται:

- στην ανάδειξη της οικονομικής, κοινωνικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής σπουδαιότητας των προϊόντων της ελιάς και του ελαιολάδου
- στην ανάδειξη της συνεισφοράς τους στο πρότυπο της Κρητικής Διατροφής
- στην προώθηση της χρήσης του ελαιολάδου ως βασικού συστατικού στα κρητικά εστιατόρια / ταβέρνες και στα κάθε είδους τουριστικά καταλύματα τα οποία προσφέρουν υπηρεσίες εστίασης σε Έλληνες και ξένους τουρίστες.

Στο σημείο αυτό θα είναι καθοριστική η συνεισφορά και η υποστήριξη των φορέων που εμπλέκονται και σχετίζονται με τον κλάδο και τις υπηρεσίες του τουρισμού.

Παγκρήτιος Σύνδεσμος Εναλλακτικού Τουρισμού³

Με φιλοδοξία την ανάπτυξη και προώθηση διαφορετικών όψεων της Κρήτης, καθώς και τη διαφύλαξη του φυσικού της περιβάλλοντος, ιδρύθηκε ο Παγκρήτιος Σύνδεσμος Εναλλακτικού Τουρισμού.

Αν και η Κρήτη αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς



² www.chm.gr

³ www.europolis.gr

μαζικού τουρισμού στην Ευρώπη και τη ναυαρχίδα του ελληνικού τουρισμού, ωστόσο δεν έχει προωθηθεί όσο θα έπρεπε σε επίπεδο εναλλακτικού τουρισμού και γι' αυτό το λόγο όσοι επιχειρούν σ' αυτόν τον τομέα, πραγματοποιούν τώρα μια προσπάθεια ανάδειξης και αυτής της μορφής, που συνδέεται με παρεχόμενες υπηρεσίες ανώτερης ποιότητας.

Στόχοι

Από την μία πλευρά, ο Σύνδεσμος θέτει ως στόχο το “να αναδείξει την Κρήτη ως ιδανικό προορισμό εναλλακτικού τουρισμού, να προβάλλει όχι πια το κλασικό δίπτυχο «ήλιος – θάλασσα», αλλά το φυσικό περιβάλλον, τον πολιτισμό, την ιστορία του τόπου μας, τα πλεονεκτήματα της διατροφής των κατοίκων του, τα αγροτικά προϊόντα, την ποιότητα της ζωής”. Από την άλλη πλευρά ο σύνδεσμος, γνωρίζοντας ότι η επιβίωση των επιχειρήσεων που μετέχουν σε αυτόν συνδέεται με το περιβάλλον, θέτει ως “βασικό στόχο του την προστασία του περιβάλλοντος, φυσικού και κοινωνικού, την υπεράσπιση της ταυτότητας της Κρήτης και την αναβάθμιση της”.

Δράσεις

Ο Σύνδεσμος, αναγνωρίζει πως υπάρχει μία σύγχυση αναφορικά με το τι ακριβώς ορίζεται ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, όχι μόνο από την πλευρά των αρμόδιων φορέων, αλλά και από την πλευρά του ισχύοντος νομικού πλαισίου. Για το λόγο αυτό κυρίως, ο Σύνδεσμος σε μια προσπάθεια αποσαφήνισης του πεδίου, δηλώνει ότι έχει ξεκινήσει ήδη, όπως αναφέρουν οι εκπρόσωποι του, μια μελέτη και καταγραφή των επιχειρήσεων και των δράσεων που αναπτύσσονται στην Κρήτη, δημιουργώντας έναν χάρτη ποιότητας και επιδιώκοντας τη συνεργασία όλων, αλλά κυρίως της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και της Περιφέρειας. Στόχος αυτής της χαρτογράφησης είναι η ενημέρωση τόσο του τουριστικού κόσμου, όσο και των υποψηφίων πελατών σχετικά με τον εναλλακτικό τουρισμό στην Κρήτη.

Ο Σύνδεσμος παράλληλα, δηλώνει ότι θα επιδιώξει μια μόνιμη και σταθερή συνεργασία με τους Δήμους και τις Νομαρχίες για τη δημιουργία των αναγκαίων υποδομών που θα συμβάλουν στην εύρυθμη λειτουργία των δομών εναλλακτικού τουρισμού.

CONCRED

Το πρόγραμμα CONCRED αποσκοπεί στην προστασία της καλής φήμης του κρητικού διατροφικού προτύπου και στην αξιοποίηση της προβολής προς όφελος του τουρισμού, των παραδοσιακών προϊόντων και του πολιτισμού μας.



Για πρώτη φορά στην Ελλάδα χορηγείται σε ξενοδοχεία και εστιατόρια ειδικό σήμα που πιστοποιεί ότι οι συγκεκριμένοι χώροι εστίασης προσφέρουν ποιοτική παραδοσιακή κρητική κουζίνα και ότι χρησιμοποιούν για την παρασκευή των παραδοσιακών εδεσμάτων αποκλειστικά και μόνο ελαιόλαδο.

Το «σήμα κρητικής κουζίνας» προϋποθέτει όχι μόνο καλή και νόστιμη κουζίνα αλλά και σεβασμό των αρχών της κρητικής παραδοσιακής διατροφής. Οι αρχές αυτές διασφαλίζουν τον υγιεινό χαρακτήρα της - κατανάλωση φρέσκων υλικών εξαιρετικής ποιότητας, χόρτων, λαχανικών, οσπρίων και φρούτων - την απόλυτη καθαριότητα, την φιλοξενία του επισκέπτη και τη χρήση και διάθεση στα εστιατόρια εκλεκτών τοπικών πρώτων υλών και προϊόντων (π.χ. ελαιόλαδο, κρασί, ελιές, τυριά Κρήτης, μέλι κ.α.)

Με το CONCRED ξεκίνησε η εφαρμογή ενός προγράμματος με συμμετοχή 35 πρωτοπόρων και φιλόξενων σημείων, που φιλοδοξούν να αναβαθμίσουν την εστίασης της Κρήτης και να συμβάλουν ουσιαστικά στην ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού μας.

Το πρόγραμμα «Διατηρώντας την Κρητική Διατροφή – CONCRED» υλοποιήθηκε από την Ελληνική Ακαδημία Γεύσης, που έχει και την ευθύνη των ελέγχων και της διαδικασίας χορήγησης των σημάτων, τις τέσσερις Ενώσεις Ξενοδόχων της Κρήτης (Χανίων, Ρεθύμνου, Ηρακλείου και Λασιθίου), τον Οργανισμό Ανάπτυξης Σητείας και τη συνδρομή της Γενικής Γραμματείας της Περιφέρειας Κρήτης.

Κεφάλαιο 5

Έρευνα

5.1 Υφιστάμενες μονάδες εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη

δ Agreco Farm

Σημαντικότερο γεγονός της οικολογικής τουριστικής προσπάθειας στην περιφέρεια της Κρήτης, η φάρμα Agreco στο χωριό Άδελε, στο Ρέθυμνο. Αποτελεί υπόδειγμα παραδοσιακής και σύγχρονης καλλιέργειας οπωροκηπευτικών και εκτροφής ζώων με φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους.

Η φάρμα Agreco, ιδιοκτησίας Δασκαλαντωνάκη (όμιλος Grecotel), λειτουργεί από το 1995 σε μια τοποθεσία 40 στρεμμάτων με σκοπό την ανάδειξη παραδοσιακών, μικρής κλίμακας, γεωργικών δραστηριοτήτων, την δοκιμασία αγροτικών τεχνικών όπου δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον και την εκμάθηση αυτών σε αγρότες της περιοχής και στην επίδειξη τρόπων παραγωγής βιολογικών αγροτικών προϊόντων.

Στο χώρο αυτό βρίσκει κανείς 150 διαφορετικά είδη λαχανικών και φρούτων τα οποία καλλιεργούνται με οικολογικές μεθόδους και τα οποία τροφοδοτούν κατά ένα μεγάλο ποσοστό τα ξενοδοχεία του ομίλου αλλά και άλλες ξενοδοχειακές μονάδες. Ακόμα ο μεγάλος σε έκταση χώρος επιτρέπει την εκτροφή μεγάλης ποικιλίας ζώων τα οποία επίσης τροφοδοτούν τις ξενοδοχειακές μονάδες.

Γύρω από μια αγροικία έχει διαμορφωθεί ένα μικρό παραδοσιακό κρητικό χωριό, με εκκλησία, καφενείο, μπακάλικο, ταβέρνα, τυροκομείο, κουζίνα και ξυλόφουρνο. Γύρω τους το κελάρι, το πατητήρι, το ρακοκάζανο, το μελίσσι, το ελαιοτριβείο, το αλώνι, ο νερόμυλος. Όλα λειτουργούν κανονικά και παράγουν ή προσφέρουν υπηρεσίες σε ανθρώπους που επιθυμούν να γνωρίσουν τη φύση και τις ομορφιές της. .

Θα πρέπει να αναφερθεί επίσης, ότι υπάρχει συνεργασία ανάμεσα στη φάρμα και τοπικούς παραγωγούς, στους οποίους γίνονται σεμινάρια προκειμένου να παράγουν τα προϊόντα τους με βιολογικό τρόπο. Τα προϊόντα αυτά απορροφούν οι ξενοδοχειακές μονάδες του ομίλου Grecotel ώστε ο γεωργικός πληθυσμός να είναι σε θέση να ευημερήσει λαβαίνοντας ταυτόχρονα μέρος στην προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου του. Ακόμα σε συνεργασία με την Νομαρχία Ρεθύμνου, η Agreco διοργανώνει σεμινάρια αγροτουρισμού και υποδοχής πελατών σε θεματικούς χώρους αναψυχής για όσους ενδιαφέρονται για τη φύση και την παράδοση.

Η ύπαρξη αυτής της φάρμας συνδυάζει την οικολογική, πολιτιστική και κοινωνική προσπάθεια της ξενοδοχειακής αλυσίδας Grecotel, παράλληλα με τις όποιες άλλες πραγματοποιούνται ταυτόχρονα από τον όμιλο. Οικολογικές, διότι όλα παράγονται με μεθόδους παραδοσιακές και οι πρώτες ύλες καλλιεργούνται ή εκτρέφονται με απαλλαγμένα από χημικές ουσίες λιπάσματα και τροφές αντίστοιχα. Πολιτιστικές, διότι η χρήση των παραδοσιακών μεθόδων βοηθούν στη διατήρηση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς αλλά και στη μετάδοση αυτής στις επόμενες γενιές. Κοινωνικές, διότι η όλη προσπάθεια συμβάλει στην ανάπτυξη δεσμών της τοπικής κοινωνίας με το περιβάλλον και στην παροχή γνώσεων σε θέματα περιβαλλοντολογικά, αναπτυξιακά και οικονομικά.

δ Άσιον λίθος.

Πρόκειται για πετρόκτιστες μεζονέτες, με κυρίαρχη την παρουσία του ξύλου, πλήρως επιπλωμένες. Βρίσκεται στην περιοχή Ασίτες στο Νομό Ηρακλείου. Οι Ασίτες θεωρούνται από τους πλέον παραδοσιακούς οικισμούς του Νομού Ηρακλείου με αξιόλογα δείγματα λαϊκής αρχιτεκτονικής. Το χωριό είναι κτισμένο σε υψόμετρο 450μ., στους πρόποδες του όρους Κουδούνι (1.860μ.), της δεύτερης υψηλότερης κορυφής της οροσειράς του Ψηλορείτη. Ο τόπος λέγεται ότι κατοικείται από τη μινωική εποχή, ενώ το όνομα Ασίτες προέρχεται από την εγκατάσταση μισθοφόρων του Νικηφόρου Φωκά το 961 μΧ, των οποίων η καταγωγή ήταν από τη μικρασιατική πόλη Άσσο φημισμένη για την εξαιρετικής ποιότητας πέτρα. Στις Ασίτες υπάρχουν βυζαντινές και νεότερες εκκλησίες, καθώς και τα υπολείμματα ρωμαϊκών θερμών λουτρών.

Οι κατοικίες βρίσκονται στο χωριό Κάτω Ασίτες, στους ανατολικούς πρόποδες του Ψηλορείτη και απέχουν από το Ηράκλειο 20 χμ. Τα στοιχεία που συνθέτουν την τοποθεσία κατασκευής τους είναι: πανοραμική θέα, πλούσιο φυσικό περιβάλλον, όπου δεσπόζει ένας αιωνόβιος δρυς, η ιδιαιτερότητα του χώρου και η γαλήνη του τοπίου αφού βρίσκονται στις παρυφές του οικισμού.

Μέρη που αξίζει να επισκεφτείς.

Το Μοναστήρι του Αγίου Γεωργίου του Γοργοελεήμων κοντά στο χωριό έχει ένα Βενετικό σιντριβάνι του 1617 μ' ένα μαρμάρινο λιοντάρι. Το μοναστήρι πιθανότατα κτίστηκε κατά τα τελευταία χρόνια της Βενετοκρατίας στην Κρήτη. Οι Τούρκοι το κατέστρεψαν τρεις φορές και κάθε φορά ξαναχτιζόταν. Το μοναστήρι αυτό έπαιξε πολύ σημαντικό ρόλο στις επαναστάσεις λόγω της θέσης του στα βουνά. Η εκκλησία του μοναστηριού είναι δίκλιτη βασιλική κι αφιερωμένη στον Άγιο Γεώργιο και στον Άγιο Νικόλαο.

Ο δίκωχος ναός του Αγίου Αντωνίου και της Παναγίας εντυπωσιάζει με τα μνημειακά πλαίσια στα παράθυρα. Στα τελευταία χρόνια της Ενετοκρατίας φαίνεται να λειτούργησε εδώ το μικρό μοναστήρι. Σήμερα σώζονται μόνο μερικά τμήματα του ναού. Στο υπέρυθρο του κλίτους της Παναγίας σώθηκε το οικοσημο της οικογένειας των Φαλιέρων.

Τα φαράγγια του Αγίου Χαραλάμπους και του Αγίου Αντωνίου προσφέρονται για φυσιολατρικούς περιπάτους και εκδρομές αναψυχής. Το φαράγγι του Αγίου Αντωνίου βρίσκεται ανατολικά του χωριού Άνω Ασίτες. Στην είσοδο του θα δείτε το εκκλησάκι που χάρισε το όνομα στο κατάφυτο τοπίο, τον Άγιο Αντώνιο. Οι μελέτες έδειξαν πως στο φαράγγι αυτό υπάρχουν 80 είδη χλωρίδας, από τα οποία τα 4 είναι προστατευμένα, σύμφωνα με κοινοτική οδηγία. Έχουν καταμετρηθεί επίσης 24 είδη πανίδας, από τα οποία τα 11 είναι προστατευμένα!!!

δ Απειράθες παραδοσιακοί ξενώνες

Σε υψόμετρο 570μ βρίσκεται η Ζούρβα, ένας μικρός ορεινός οικισμός του δήμου Μουσούρων στο νομό Χανίων. Ξενώνες σε παραδοσιακή αρχιτεκτονική με χρώματα και υλικά απόλυτα εναρμονισμένα με το περιβάλλον και τη φύση αλλά και προσαρμοσμένα και στις σύγχρονες απαιτήσεις.

Ένα πετρόκτιστο κτίριο διαμορφωμένο σε τρία διαφορετικά επίπεδα, δημιουργεί τρεις ανεξάρτητες μεζονέτες, σε πλήρη αρμονία με το υπέροχο φυσικό τοπίο. Οι ξενώνες βρίσκονται μέσα στον οικισμό.

Το χωριό Ζούρβα αποτελεί έναν από τους πιο όμορφους και παρθένους παράλληλα, ορεινούς προορισμούς του νομού Χανίων. Διοικητικά ανήκει σε έναν κατεξοχήν ιστορικό δήμο της Κρήτης, των Μουσούρων. Απέχει 25 χιλιόμετρα από την πόλη των Χανίων, νότια στην ενδοχώρα του νησιού και σε υψόμετρο 570μ.

Δραστηριότητες

Έχοντας ως ορμητήριο τον ξενώνα Απειραθές ο επισκέπτης μπορεί να ξεκινήσει τις εξορμήσεις στη γύρω περιοχή, στο φαράγγι της Τρομάρισας, του Θερίσου και της Σαμαριάς αλλά και να ανεβεί στο ορεινό καταφύγιο του Καλλέργη στα 1.680 με μοναδικά μονοπάτια που ξεκινούν μέσα από τον οικισμό και τον οδηγούν να γνωρίσει την άγρια ομορφιά της Κρητικής γης.

Δυνατότητα οργάνωσης ημερήσιας εκδρομής με οδηγό βουνού στο φαράγγι της Τρομάρισας για ομάδες από 4 έως 10 άτομα. Διάρκεια πεζοπορίας περίπου 5 ώρες. Για τους λάτρεις της ποδηλασίας ενοικιάζονται mountain bikes. Με αυτοκίνητο 4x4 μπορείτε να περιηγηθείτε σε μοναδικές χωμάτινες διαδρομές και να φθάσετε στο στρατηγείο του Ελ. Βενιζέλου ή συνεχίζοντας ακόμα πιο ψηλά στο αλπικό τοπίο των Λευκών ορέων και να θαυμάσετε εάν οι καιρικές συνθήκες το επιτρέπουν ολόκληρο το βόρειο τμήμα του Ν. Χανίων έως την θάλασσα. Για μεγαλύτερες διαδρομές, φθάνοντας στο οροπέδιο του Ομαλού και διαμέσου του Σεληνιώτικου γύρου κατευθύνεστε νότια μέχρι να φθάσετε στο παραθαλάσσιο χωριό Σούγια.

δ Εαρινό, παραδοσιακοί ξενώνες

Το εαρινό είναι ένας μικρός παραδοσιακός πετρόκτιστος οικισμός σε απόσταση ενός χιλιομέτρου από το χωριό κάτω Ασίτες και πάνω στο βουνό με πανοραμική θέα ολόκληρο το χωριό, τον κάμπο του Μαλεβυζίου και ολόκληρη την πόλη του Ηρακλείου. Για την κατασκευή των ξενώνων έχει χρησιμοποιηθεί πέτρα και ξύλο. Σε ένα ειδικά διαμορφωμένο χώρο βρίσκεται η παραδοσιακή Κρητική ταβέρνα «ΕΑΡΙΝΟ» φτιαγμένη από πέτρα και ξύλο επίσης.

Δραστηριότητές

Γύρω στον Οκτώβρη, μπορεί κανείς να παρακολουθήσει τη διαδικασία παραγωγής της ρακής σε κάποιο καζάνι (αποστακτήριο).

Την Άνοιξη, μπορεί να παρακολουθήσει το κούρεμα των προβάτων από τους βοσκούς ή τις «κουρές» όπως αλλιώς λέγονται στην τοπική διάλεκτο.

Τον μήνα Ιούλιο οργανώνεται δεκαήμερο πολιτιστικών εκδηλώσεων για τον εορτασμό της Αγ. Παρασκευής στις 26 Ιουλίου που είναι και η πολιούχος του χωριού.

Θέατρο, μουσικές βραδιές, περίπατοι σε καταφύγια και φαράγγια, διαγωνισμοί ιππασίας, διαγωνισμός πρέφας, παιδικοί αγώνες δρόμου, έκθεση μαγειρικής παραδοσιακών ασιτιανών φαγητών είναι κάποιες από τις δραστηριότητες που μπορεί να παρακολουθήσει ή και να συμμετάσχει κανείς.

Ο τρύγος των σταφυλιών μοιάζει επίσης με μικρό πανηγύρι. Όλες οι οικογένειες σύσσωμες τρυγούν τα αμπέλια τους κατά τα τέλη του Καλοκαιριού.

Η μελισσοκομία είναι μια άλλη δραστηριότητα που αναπτύσσεται στην ευρύτερη περιοχή. Αυτό συμβαίνει γιατί η περιοχή είναι πλούσια σε θυμάρι και άλλα φυτά κατάλληλα για την παραγωγή μελιού. Οι κυψέλες και ο τρόπος συγκομιδής του μελιού, είναι κάτι που μπορεί να απολαύσει ο επισκέπτης.

δ Mountain Vista Resort

Υπάρχουν 12 δίκλινα δωμάτια και πέντε τύπου «μπαγκαλου» (1-4 άτομα) διαμερίσματα χτισμένα και επιπλωμένα με παραδοσιακό στυλ. Το ξύλο και η πέτρα είναι τα υλικά που έχουν χρησιμοποιηθεί. Επίσης υπάρχουν δώδεκα διαμερίσματα (2 υπνοδωματίων).

Το φαγητό που σερβίρεται στο εστιατόριο είναι παραδοσιακό. Τα λαχανικά είναι φρέσκα και καλλιεργούνται στο μεγάλο κήπο του συγκροτήματος, το ελαιόλαδο, που χρησιμοποιείται προέρχεται από τα δέντρα του θέρετρου και το κρασί προέρχεται από τα αμπέλια του ιδιοκτήτη. Πολλά από τα πιάτα που σερβίρονται, καθώς επίσης και το ψωμί, είναι ψημένα ή μαγειρεμένα σε παραδοσιακούς φούρνους με ξύλα.

Η αίθουσα συνεδρίων, αποτελείται από ένα καλά διαμορφωμένο χώρο για συνεδριάσεις, παρουσιάσεις ή συζητήσεις. Υπάρχει η δυνατότητα, να χρησιμοποιηθεί οπτικοακουστικό υλικό.

Δραστηριότητες

Στο θέρετρό οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να δημιουργήσουν και να εκτελέσουν ορισμένες πολύ ενδιαφέρουσες εργασίες που θα εμπνεύσει τη δημιουργικότητά τους και θα ενισχύσει τις γνώσεις τους. Κατά καιρούς έχουν υλοποιηθεί προγράμματα Καλών Τεχνών, Κρητικού χορού, Κρητικής Κουζίνας, Πεζοπορίας και άλλες.

δ Δαλαμπέλος – Αγροτουριστικά διαμερίσματα

Ο Δαλαμπέλος είναι μία πρότυπη μονάδα αγροτουρισμού, που βρίσκεται στο νομό Ρεθύμνου, στα Αγγελιανά. Η θέση της είναι βόρεια του οικισμού Αγγελιανών και νότια του Πανόρμου στο κέντρο της νήσου, κοντά στο βόρειο οδικό άξονα. Είναι ένας πανέμορφος τόπος που προσφέρεται για ξεχωριστές διακοπές στην Κρήτη.

Δέκα δωμάτια, με όλες τις σύγχρονες ανέσεις, ενταγμένα αρμονικά με το φυσικό τοπίο, χτίστηκαν μέσα σε μία έκταση 30 στρεμμάτων με κάθε φροντίδα για να εκπληρώσουν και τις πιο υψηλές απαιτήσεις.

Οι ξενώνες του Δαλαμπέλου στα Αγγελιανά τοποθετημένοι αμφιθεατρικά ανάμεσα σε ελιές και πολλά αρωματικά φυτά έχουν θέα την εύφορη κρητική γη και το κρητικό πέλαγος. Αξίζει να αναφερθεί ότι η συγκεκριμένη μονάδα προσφέρεται και για Άτομα Μειωμένης Κινητικότητας (ΑΜΚ).

Εγκαταστάσεις

Εστιατόριο - Καφέ

Στο εστιατόριο του Δαλαμπέλου, σερβίρονται κρητικά παραδοσιακά εδέσματα, από αγνά υλικά με βάση το ελαιόλαδο και ξεχωριστή γεύση.

Οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν και να συμμετέχουν στην παραγωγή ή συλλογή της ελιάς, του σταφυλιού, της τσικουδιάς, των χόρτων και να μάθουν να παρασκευάζουν με πατροπαράδοτες συνταγές φαγητά, γλυκά, ψωμί κ.λπ. χρησιμοποιώντας κυρίως βιολογικά προϊόντα ιδιωτικής παραγωγής της μονάδας.

Εργαστήριο κεραμικής

Το εργαστήριο κεραμικής είναι μια από τις εγκαταστάσεις που εισάγει τον επισκέπτη στην ιστορία και τον πολισμό του τόπου. Υπάρχει η δυνατότητα παρακολούθησης επιδείξεων κεραμικής τέχνης ή/ και συμμετοχής σε σεμινάρια δοκιμάζοντας τις ικανότητές σας με τον πηλό στον τροχό και την πηλοπλαστική.

Θέατρο

Η μουσική δεν λείπει από τη ζωή των επισκεπτών του Δαλαμπέλου. Μαθαίνουν από τις παρουσιάσεις των λαϊκών μουσικών οργάνων και συμμετέχουν σε μοναδικές βραδιές στο θέατρο και στην αυλή.

Πατητήρι

Στο χώρο αυτό γίνεται η παραγωγή του μούστου με το πάτημα των σταφυλιών. Τα σταφύλια μαζεύονται συνήθως προς τα τέλη Αυγούστου έως 15-20 Σεπτέμβρη ανάλογα πάντα με τον καιρό. Ο τρύγος είναι ίσως η πιο ευχάριστη από τις αγροτικές εργασίες.

Η συμμετοχή στην διαδικασία αυτή βοηθάει να νιώσει ο επισκέπτης την προσφορά της γης. Μαθαίνει πως γίνεται η παρασκευή του παραδοσιακού γλυκού μουσταλευριά και παρακολουθεί την προετοιμασία παραγωγής του κρασιού με την τοποθέτηση του μούστου στα βαρέλια και της τσικουδιάς με την τοποθέτηση των τσίκουδων ή στραφύλων (πατημένα σταφύλια) στα κουρούπια (δοχεία). Ένα μήνα αργότερα (15 Οκτώβρη – 30 Νοέμβρη) θα μπορούν να παραστούν στην διαδικασία παραγωγής της τσικουδιάς που πραγματοποιείται με απόσταξη των τσίκουδων.

Δραστηριότητες

Το κούρεμα (οι κουρές) των προβάτων ελάμβανε χώρα το Μάιο μήνα δηλαδή πριν αρχίσουν οι μεγάλες ζέστες, τα φυτέματα των κηπευτικών γινόντουσαν Απρίλιο και Μάιο και έδιναν καρπό ένα-ενάμιση μήνα μετά. Η συλλογή της ελιάς, η πιο σημαντική δραστηριότητα του πρωτογενή τομέα στην περιοχή, πραγματοποιείται τέλη του φθινοπώρου αρχές του χειμώνα. Προϋπόθεση για την παραγωγή αυτού του πολύτιμου καρπού είναι η κατάλληλη φροντίδα όλη τη διάρκεια του χρόνου (καθαρισμοί, σκαγίματα, κλαδέματα, λίπανση κ.λπ.).

Στις αγροτικές περιοχές της Κρήτης ευδοκιμούν πάρα πολλά αγριόχορτα. Τα περισσότερα παρουσιάζονται με τις βροχές του φθινοπώρου και μέχρι την άνοιξη. Αποτελώντας ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της Κρητικής διατροφής.

δ Έναγρον

Στο χωριό Αξός, που κατοικείτε συνεχώς εδώ και 4000 χρόνια, σε ένα κτήμα 60 στρεμμάτων δημιουργήθηκε το Έναγρον. Στο κτήμα καλλιεργούνται ελιές, σταφύλια, οπωροφόρα και καρποφόρα δένδρα, όλων των ειδών τα οπωροκηπευτικά και λαχανικά και δεκάδες αρωματικά φυτά και βότανα, με μεθόδους ήπιες, φυσικές οργανικές, χωρίς λιπάσματα και χημικά, υπάρχει επίσης η φάρμα, έχει πολλά ζώα και πουλερικά, για αυγά, γάλα και κρέας . Οι άνθρωποι πού τα φροντίζουν, αγρότες γεννημένοι και μεγαλωμένοι στη περιοχή και χρησιμοποιούν πρακτικές που έρχονται από παλιά.

Παρέχει υψηλού επιπέδου Κρητική παραδοσιακή γαστρονομία, αλλά δεν είναι μόνο εστιατόριο , αφού επιλογή των πρώτων υλών γίνεται με αυστηρά ποιοτικά κριτήρια, η προετοιμασία και παρασκευή των εδεσμάτων είναι ανοικτή και η συμμετοχή ελεύθερη που τις περισσότερες φορές μπροστά στις αναμμένες φωτιές καταλήγει σε μια καλή παρέα και ένα μάθημα παραδοσιακής μαγειρικής.

Δραστηριότητες

- . Πεζοπορίες στη φύση σε χαραγμένα μονοπάτια.
- . Διαδρομές με γαϊδουράκια.
- . Συμμετοχή ή απλά παρακολούθηση γεωργικών εργασιών.
- . Συμμετοχή ή παρακολούθηση κοινωνικών, πολιτιστικών, θρησκευτικών εκδηλώσεων, που γίνονται στα χωριά της περιοχής.
- . Μαθήματα Κρητικής παραδοσιακής κουζίνας .
- . Τυροκομική από τον συνεργάτη βοσκό
- . Ζύμωμα και ψήσιμο ψωμιού στο ξυλόφουρνο.
- . Τρύγος κρασί και ρακοκάζανο.
- . Βοτανικός περίπατος, αναγνώριση και συλλογή βοτάνων που στην επιστροφή απολαμβάνουμε ένα θεσπέσιο ρόφημα από αυτά.
- . Παρακολούθηση των άγριων πουλιών.

δ Ελαιώνας

Ο Ελαιώνας συνδυάζει την ηρεμία της φύσης ,την άνετη διαμονή με το καλό παραδοσιακό φαγητό, 20 ξενώνες είναι χτισμένοι στους πρόποδες του βουνού Ψηλορείτη στο χωριό Ζαρός, με παραδοσιακή διακόσμηση και αρχιτεκτονική που είναι πλήρως εναρμονισμένη με το φυσικό περιβάλλον.

Στην περιοχή υπάρχουν πολλά μέρη για πεζοπορία (το φαράγγι, η λίμνη και πολλά μονοπάτια στο βουνό). Η τοποθεσία του "Ελαιώνα" είναι μοναδική, καθώς σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι και πανέμορφες παραλίες βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις.

Δραστηριότητες

- . Βόλτες με πόνι και άλογο για παιδιά. Στον χώρο υπάρχουν αλόγα και πόνι για μικρές βόλτες.
- . Τοξοβολία, διατίθεται πλήρης εξοπλισμός για όποιον θέλει να δοκιμάσει την τοξοβολία.
- . Ποδήλατα βουνού, υπάρχουν 20 ποδήλατα βουνού.
- . Παρατήρηση πουλιών.
- . Παρατήρηση έναστρου ουρανού, στην περιοχή λόγω περιορισμένου φωτισμού μπορείτε να παρατηρήσετε πολύ καθαρά τα αστέρια.
- . Διαδρομές με τζιπ στο βουνό. Μπορούν να γίνουν μετακινήσεις στα διαφορά βουνά της περιοχής με τζιπ όπου η πρόσβαση με επιβατικό αυτοκίνητο είναι δύσκολη.
- . Μαθήματα μαγειρικής Κρητικής Κουζίνας – γλυκών κουταλιού.
- . Τυροκομική. Μαθήματα και συμμετοχή στην τυροκόμηση μιας ποικιλίας τυριών που φτιάχνεται από γάλα παραγωγής της μονάδας.
- . Συμμετοχή στο τάϊσμα των ζώων της φάρμας.
- . Συμμετοχή στη καλλιέργεια του κήπου με τα λαχανικά και συγκομιδή.
- . Πεζοπορία στα μονοπάτια της περιοχής.
- . Αναρρίχηση σε διάφορες πίστες της περιοχής με οδηγό.
- . Επισκέψιμο Οινοποιείο. Στα 6 χιλιόμετρα υπάρχει επισκέψιμο οινοποιείο που μπορείτε να ξεναγηθείτε στον χώρο του αμπελώνα και του οινοποιείου.
- . Τρύγος. Την εποχή του τρύγου οργανώνουμε μικρά γκρουπ και συμμετέχουμε στην κοπή των σταφυλιών.

δ Κτήμα Καρές

Έξω από το Ηράκλειο, μέσα σε ένα μοναδικό τοπίο, όπου η φύση συναντά την πολυτέλεια, και μόλις λίγα χιλιόμετρα μακριά από τη θάλασσα, έχει χτιστεί το κτήμα Καρές.

Το κτήμα Καρές αποτελεί την πρότασή μας για εναλλακτικές διακοπές και για τις τέσσερις εποχές του χρόνου. Με περιβάλλον φιλικό προς τον επισκέπτη και με ποικίλες δραστηριότητες προσφέρει μια απολαυστική διαμονή και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

Παροχές

- . Ταβέρνα με παραδοσιακούς κρητικούς μεζέδες
- . Καφενείο
- . Ξυλόφουρνο και Β.Β.Ο
- . Θερμαινόμενη πισίνα
- . Γυμναστήριο
- . Πινγκ Πονγκ
- . Ποδήλατα βουνού και χαρτογραφημένες διαδρομές
- . Ιδιωτικό παρκινγκ
- . Υπαίθριο υδρομασάζ

δ Αγροικίες

Ξενώνες σε παραδοσιακή αρχιτεκτονική, με χρώματα και υλικά εναρμονισμένα απόλυτα με το περιβάλλον και τη φύση αλλά και προσαρμοσμένα στις σύγχρονες απαιτήσεις.

Αποτελείται από τρεις μεζονέτες, η κάθε μεζονέτα φιλοξενεί 2-6 άτομα επίσης υπάρχουν και δύο πετρόχιστα σπίτια 28τμ το καθένα από φιλοξενούν από 2 άτομα το καθένα.

Δραστηριότητες

Για δραστήριους, εκτός από τα επιτραπέζια παιχνίδια γύρω από το τζάκι, υπάρχουν πολλές δραστηριότητες για διασκέδαση και άσκηση.

Υπάρχει ένα πάρκο περιπέτειας κάτω από τη σκιά αιωνόβιων δέντρων που περιλαμβάνει: Τοίχο αναρρίχησης - Θιβετιανή Γέφυρα - Παράλληλες Γέφυρες - Flying Fox - Εναέρια περάσματα με λάστιχα - Τοξοβολία. Υπάρχουν ακόμα ποδήλατα βουνού, χαρτογραφημένα μονοπάτια για τρέξιμο ή περίπατο με στάσεις στα ξωκλήσια και στα λαξευτά πατητήρια της περιοχής. Ακόμα μπορείτε να παίξετε μπάσκετ ή τένις.

δ Καταλαγάρι

Το κατάλυμά έχει ιδιαίτερη κρητική αναγεννησιακή αρχιτεκτονική και απόλυτη αρμονία με τη φύση, απλώνεται σε λοφοπλαγιά, περιτριγυρισμένο από αμπελώνες και ελαιώνες. Με θέα στην καταπράσινη πεδιάδα των Πεζών, την «Καταλαγαριανή Κεφάλα» και τα Λασιθιώτικα βουνά. Βρίσκεται στα βορειοδυτικά όρια του Δήμου «Νίκος Καζαντζάκης», στο νομό Ηρακλείου, στην Κρήτη. Αποτελείται από 4 κτίρια, μία εξωτερική πισίνα, καταπράσινους κήπους και περιβόλια.

Δραστηριότητες - Υπηρεσίες

- . Μάθετε να μαγειρεύετε φαγητά της Κρητικής κουζίνας.
- . Γνωρίστε πως να χρησιμοποιείτε τα Κρητικά βότανα.
- . Δοκιμάστε τοπικά προϊόντα (κρασί, τυρί, ελαιόλαδο, μέλι).
- . Συμμετέχετε σε μικρά Κρητικά γλέντια με φαγητό, μουσική και χορό.
- . Μάθετε για τα ήθη και έθιμα του τόπου αναβιώνοντας τα.
- . Συμμετέχετε στο μάθημα Yoga ή Aqua aerobic.
- . Διασκεδάστε σε βραδιές BBQ.
- . Παρατηρήστε την νύχτα τα αστέρια από τηλεσκόπιο του καταλύματος
- . Παίξτε επιτραπέζια παιχνίδια

δ Λάσινθος

Στον Λάσινθο ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με την φύση, με την καλλιέργεια της γης, την συλλογή του καρπού και τη δυνατότητα να γνωρίσει ζώα της κρητικής υπαίθρου. Ο επισκέπτης μαθαίνει τα μυστικά της κρητικής κουζίνας ενώ μπορεί να παρακολουθήσει τη διαδικασία παρασκευής γλυκών του κουταλιού,

μελιού, κρασιού, ρακής καθώς και τη διαδικασία αποξήρανσης και τυποποίησης αρωματικών φυτών. Μαθαίνει να κατασκευάζει κεραμικά και να χρησιμοποιεί τον αργαλειό. Επίσης στον επισκέπτη προσφέρεται πλήθος αγροτικών και αθλητικών δραστηριοτήτων και τον ξεναγούν σε παλιές εκκλησίες και αρχαιολογικά ευρήματα.

Η φιλοσοφία των δημιουργών του Λάσινθος δεν είναι άλλος από την αναβίωση της παράδοσης και του πολιτισμού, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου μας, τη διάσωση και την ανάδειξη της σπάνιας χλωρίδας και πανίδας της κρητικής φύσης, την προβολή της κρητικής κουζίνας καθώς και του τρόπου κατασκευής και παραγωγής των διαφόρων κρητικών παραδοσιακών προϊόντων.

Στο Λάσινθο κυριαρχεί η κρητική παραδοσιακή αρχιτεκτονική καθώς και η φυσική ομορφιά των παραδοσιακών υλικών (πέτρα, λαξευτό μάρμαρο, κεραμίδι και ξύλο). Στα 200 στρέμματα του Πάρκου, καλλιεργούνται οπωροφόρα, κηπευτικά, αμπέλια, βότανα και αρωματικά φυτά που ταιριάζουν στις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής.

Για την φιλοξενία των επισκεπτών, στο Λάσινθος, υπάρχει μονάδα τεσσάρων αστέρων όπου κυριαρχεί η κρητική παραδοσιακή αρχιτεκτονική με υλικά όπως μάρμαρο, πέτρα και ξύλο και με διαφόρους τύπους διαμερισμάτων, όπως μεζονέτες, δίχωρα και μονόχωρα διαμερίσματα, ανάλογα τις ανάγκες των φιλοξενουμένων. Επίσης, υπάρχει ξενώνας ειδικά διαμορφωμένος για την άνετη πρόσβαση και ευχάριστη διαμονή των ατόμων με ειδικές ανάγκες και των συνοδών τους.

Εγκαταστάσεις – Δραστηριότητες

- . Εργαστήριο Ξυλογλυπτικής
- . Τυποποίηση Αρωματικών Φυτών
- . Αποστακτήριο Ρακής
- . Τυποποίηση Μελιού
- . Εργαστήριο Υφαντικής Τέχνης
- . Εργαστήριο Κηροπλαστικής
- . Εργαστήριο Κεραμικής Τέχνης
- . Φάρμα με διάφορα ζώα
- . Εστιατόριο με παραδοσιακές κρητικές γεύσεις
- . Παντοπωλείο με παραδοσιακά βιολογικά προϊόντα
- . Καφενείο με αρωματικά ροφήματα από τον κήπο του Λάσινθος
- . Συνεδριακό κέντρο, αίθουσα 50 ατόμων με σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα.
- . Εκκλησία, που μπορούν να τελεστούν γάμοι, βαφτίσεις κτλ.

5.2 Ερωτηματολόγιο

1. Ο σεβασμός προς το περιβάλλον υπήρξε βασικός παράγοντας κατά τη δημιουργία της τουριστικής μονάδας και έπειτα κατά την λειτουργία της; (Ναι/Όχι)
2. Πόσα δωμάτια έχει η μονάδα σας και πόσα άτομα μπορεί να φιλοξενήσει επίσης ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων;
3. Συνεργάζεστε με κάποιο δίκτυο προώθησης/πώλησης εναλλακτικού τουρισμού; (Ναι/Όχι)
4. Οι πελάτες σας μένουν «παθητικοί» κατά τη διαμονή τους ή υπάρχουν κάποιες δραστηριότητες που εσείς έχετε προβλέψει;
5. Αν υπάρχουν ποιες είναι αυτές;
6. Εκτός από τα δωμάτια ποιά άλλη υποδομή διαθέτει η μονάδα σας; (αίθουσα σεμιναρίων, εστιατόριο, αποστακτήριο, πατητήρι, στάβλο με ζώα κτλ)
7. Το προσωπικό σας προέρχεται από την τοπική κοινωνία ; (Ναι/Όχι)
8. Αγοράζετε τοπικά προϊόντα; (Ναι/Όχι)
9. Η δημιουργία της μονάδας ήταν καθαρά επαγγελματική κίνηση ή και επιλογή τρόπου ζωής;
10. Θεωρείται ότι η Κρήτη μπορεί να στηρίξει μονάδες εναλλακτικού τουρισμού με επάρκεια ή υστερεί σε σχέση με άλλους προορισμούς στην Ελλάδα; (Ναι/Όχι)
11. Έχετε λάβει κάποια ενίσχυση μέσω χρηματοδοτήσεων της Ε.Ε. ;(Ναι/ Όχι)
12. Πόσα χρόνια λειτουργεί η μονάδα σας;
13. Εμφανίζει η τουριστική μονάδα εποχικότητα στη ζήτηση; (Ναι/ Όχι)
Αν, ναι ποια περίοδο την υψηλότερη, μεσαία και χαμηλότερη;
14. Χρησιμοποιείται νέες τεχνολογίες;
15. Έχετε σύστημα on-line κρατήσεων;
16. Ποια πιστεύετε ότι είναι τα οφέλη από τη χρήση νέων τεχνολογιών; (1 επιλογή)
Α)Παροχή ευκολιών στον πελάτη Β)Πρόσβαση στην παγκόσμια αγορά
Γ)Δημιουργία οικονομιών κλίμακας (περισσότερη παραγωγικότητα με λιγότερο κόστος)
17. Είναι εύκολη η είσοδος επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού στον κλάδο; (Ναι/Όχι) Γιατί;

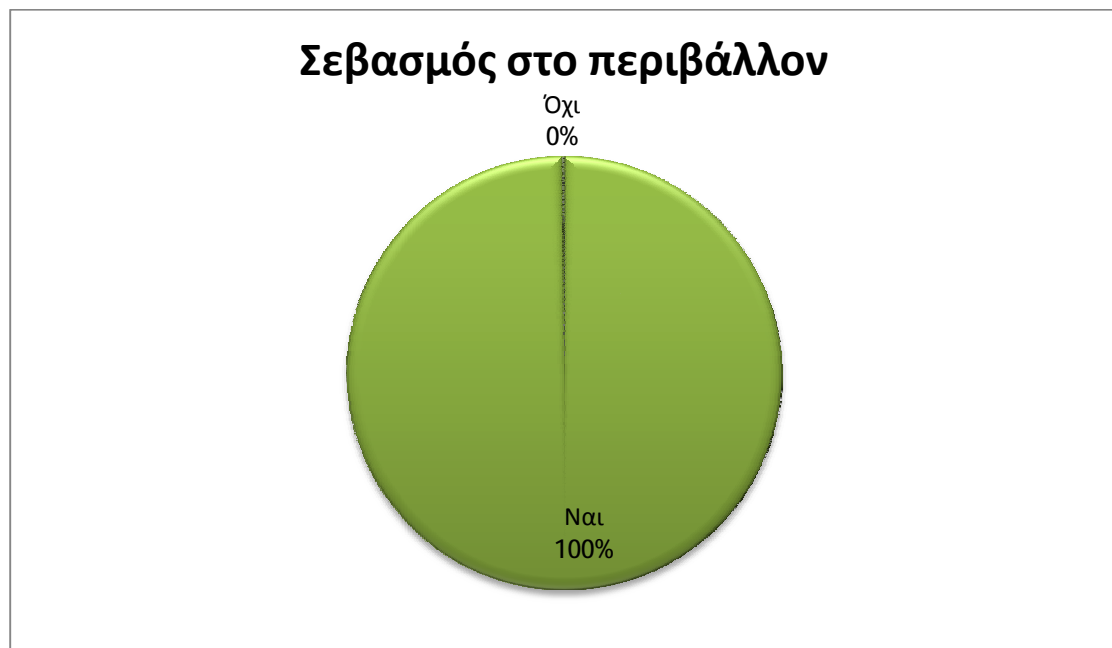
Από τις δώδεκα επιχειρήσεις που προαναφέρθηκαν ερωτήθηκαν οι εκπρόσωποι τους και δόθηκαν απάντηση από οκτώ.

Αυτές είναι: Απειραθές, Εαρινό, Mountain Vista Resort, Δαλάμπελος, Έναγρον, Ελαιώνας, Αγροικίες, Λάσινθος.

* Η μονάδα Agresco δεν ρωτήθηκε καθότι δεν θεωρείται καθαρά μονάδα εναλλακτικού τουρισμού εφόσον δεν προσφέρει φιλοξενία.

Ερώτηση 1η: Ο σεβασμός προς το περιβάλλον υπήρξε βασικός παράγοντας κατά τη δημιουργία της τουριστικής μονάδας και έπειτα κατά την λειτουργία της; (Ναι/Όχι)

Ναι	Όχι
8	0



Η απάντηση αυτή δείχνει ότι οι μονάδες εναλλακτικού τουρισμού έχουν αυτοκαθοριστεί ως περιβαλλοντικά ευσυνειδητες επιχειρήσεις. Δεν είναι τυχαίο ότι δεν υπάρχει καμία αρνητική απάντηση αφού πλέον στις μέρες μας θεωρείται ότι εναλλακτικός τουρισμός σημαίνει σεβασμός στο περιβάλλον. Ακόμη και στην περίπτωση που δεν έχουν τηρηθεί όλες οι απαραίτητες προϋποθέσεις για τον χαρακτηρισμό των μονάδων αυτών ως εναλλακτικής/ ήπιας μορφής το γεγονός και μόνο ότι υπάρχει περιβαλλοντική ανησυχία είναι ένα θετικό βήμα για την αλλαγή σελίδας στον κρητικό τουρισμό.

Ερώτηση 2η: Πόσα δωμάτια έχει η μονάδα σας και πόσα άτομα μπορεί να φιλοξενήσει επίσης ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων;

Δωμάτια - Ξενώνες	Δυναμικότητα σε κλίνες	Απασχολούμενοι	Επισκέπτες προς Απασχολούμενους
3	12	4	3
3	12	2	6
31	92	7	13
12	30	4	7
32	96	8	12
20	60	5	12
5	22	2	11
8	32	5	6
M.O. =14	M.O. =44	M.O. =5	M.O.=9

* Η δυναμικότητα υπολογίζεται συμπεριλαμβανομένων και των παιδιών που μπορούν να φιλοξενηθούν και αναφέρεται στο μέγιστο αριθμό φιλοξενουμένων.

Η δυναμικότητα των μονάδων μπορεί να χαρακτηριστεί μικρή παρόλο που ο ΜΟ είναι ικανοποιητικός και αυτό γιατί υπάρχει μεγάλη απόκλιση από μονάδα σε μονάδα. Όπως είχε αναφερθεί και στην θεωρητική ανάπτυξη του συγγράμματος μια μονάδα εναλλακτικού τουρισμού πρέπει να είναι βιώσιμη με δύο έννοιες. Η μία έννοια περιλαμβάνει τη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος ή αλλιώς την φέρουσα ικανότητα που δεν πρέπει να υπερβούμε. Η άλλη έννοια περιλαμβάνει την βιωσιμότητα της ίδια της μονάδας, που δεν μπορεί να επιτευχθεί αν η μονάδα είναι υπερβολικά μικρή.

Είχε αναφερθεί ως ιδανική δυναμικότητα τα 50 με 55 άτομα, δηλαδή όσα άτομα χωρά ένα τουριστικό λεωφορείο, βλέπουμε ότι ενώ ο ΜΟ πλησιάζει σε ικανοποιητικό βαθμό αυτό το νούμερο στην ουσία καμία μονάδα δεν είναι κοντά σε αυτό τον αριθμό. Αυτό πάνω και πρώτα από όλα δείχνει έλλειψη σχεδιασμού και στην περίπτωση των πολύ μεγάλων μονάδων ακόμα και καταπάτηση της φέρουσας ικανότητας του τόπου.

Οι απασχολούμενοι αναφέρονται στο μόνιμο προσωπικό που απασχολείται 12 μήνες το χρόνο. Αναφέρθηκε ότι του μήνες αιχμής προσλαμβάνεται επιπλέον προσωπικό. Σαν δείκτης το κλάσμα επισκέπτης προς προσωπικό δείχνει σε τι επίπεδο κινείται η εξυπηρέτηση, αξίζει να σημειωθεί ότι ο αντίστοιχος δείκτης στον μαζικό τουρισμό είναι 11,5 κάτι που επισημαίνει την ανώτερη ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρονται στις μονάδες εναλλακτικού τουρισμού. Αν λάβουμε υπόψη ότι το προσωπικό αυξάνεται όταν η δυναμικότητα φτάνει στο μέγιστο βαθμό ευνόητο είναι ότι ο δείκτης μειώνεται ακόμα περισσότερο.

Ερώτηση 3η: Συνεργάζεστε με κάποιο δίκτυο προώθησης/πώλησης εναλλακτικού τουρισμού; (Ναι/Όχι)

Ναι	Όχι
3	5



Εδώ βλέπουμε ότι ο εναλλακτικός τουρισμός στην Κρήτη προς το παρόν κινείται κατά ένα μεγάλο βαθμό αυτόνομα χωρίς την διαμεσολάβηση τρίτων στην προώθηση του. Παρόλα αυτά υπάρχει ένα αξιοσημείωτο ποσοστό μονάδων που έχει βρει διέξοδο στα τουριστικά πρακτορεία. Μετά από ανάλυση διαπιστώθηκε ότι οι μονάδες που έχουν συνεργασίες με τουριστικά πρακτορεία είναι σχετικά κοντά στα αστικά κέντρα και πιθανόν λειτουργούν επικουρικά ως προς τη ζήτηση, τους καλοκαιρινούς μήνες.

Η αυτονομία των επιχειρήσεων δεν μπορεί παρά να χαρακτηριστεί θετική και σημάδι μιας υγιούς οικονομίας που η ζήτηση εξαρτάται από την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας/προϊόντος. Πρέπει να αναφερθεί βέβαια ότι η μη συνεργασία με τουριστικά γραφεία μπορεί να οφείλεται στη μη ύπαρξη δικτύου προώθησης εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη, καθότι έχει προσδιοριστεί καθαρά ως ένας προορισμός για καλοκαιρινές διακοπές.

Εδώ φαίνεται και η ανάγκη για συγκεκριμένη δυναμικότητα των επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού, δίνοντας έτσι την δυνατότητα σε ένα γκρουπ να επισκεφτεί το θέρετρο δημιουργώντας έτσι καλύτερους οικονομικούς όρους και για τις δύο πλευρές.

Ερώτηση 4η: Οι πελάτες σας μένουν «παθητικοί» κατά τη διαμονή τους ή υπάρχουν κάποιες δραστηριότητες που εσείς έχετε προβλέψει;

Υπάρχουν δραστηριότητες	Δεν υπάρχουν δραστηριότητες
5	3

Παθητικότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών



Σ' αυτή την ερώτηση θα περιμέναμε να δούμε ένα ποσοστό κοντά στο 100% αφού οι μονάδες εναλλακτικού τουρισμού χαρακτηρίζονται κυρίως από την ενεργητική στάση των επισκεπτών τους. Το αποτέλεσμα των απαντήσεων δείχνει την έλλειψη σχεδιασμού, την άγνοια των εμπλεκόμενων για την ουσιαστική έννοια του εναλλακτικού τουρισμού και τη έλλειψη θεσμοθέτησης από την πολιτεία στο τομέα του εναλλακτικού τουρισμού, κάτι που θα απέτρεπε την ανοργάνωτη και δίχως σχεδιασμό δημιουργία εναλλακτικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Ερώτηση 5η: Αν υπάρχουν ποιες είναι αυτές;

	Μονάδες
• Συμμετοχή και παρακολούθηση αγροτικών δραστηριοτήτων	4/5 (80%)
• Περιποίηση – επαφή με τα ζώα της φάρμας	2/5 (40%)
• Συμμετοχή ή παρακολούθηση στην παραγωγή παραδοσιακών τοπικών προϊόντων	5/5 (100%)
• Κατασκευή κεραμικών	2/5 (40%)
• Αθλητικές δραστηριότητες	4/5 (80%)
• Ξενάγηση στην ύπαιθρο με οδηγό ή με χαρτογραφημένες διαδρομές	5/5 (100%)
• Μελισσοκομία	1/5 (20%)
• Μαθήματα – Σεμινάρια μαγειρικής	3/5 (60%)
• Επισκέψεις σε μνημεία	2/5 (40%)
• Πολιτιστικές εκδηλώσεις, συναυλίες, εκθέσεις	3/5 (60%)

Βλέπουμε ότι οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες είναι η συμμετοχή ή παρακολούθηση παραγωγής τοπικών προϊόντων, η ξενάγηση στην ύπαιθρο, η συμμετοχή ή παρακολούθηση αγροτικών εργασιών, οι αθλητικές δραστηριότητες, τα μαθήματα μαγειρικής και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Διαπιστώνουμε ότι οι δημοφιλέστερες δραστηριότητες κινούνται γύρω από το κομμάτι της διατροφής και του πολιτισμού. Αυτό φυσικά δεν είναι τυχαίο καθώς αν το κρητικό τουριστικό προϊόν είχε να διαλέξει σε δύο δυνατά του σημεία αυτά θα ήταν ο πολιτισμός και πασίγνωστη κρητική διατροφή.

Σημαντική είναι και η δημιουργία στάβλων με ζώα που ικανοποιεί την ανάγκη του ανθρώπου για επαφή με την φύση με ένα τρόπο διαφορετικό και ίσως πρωτόγνωρο για ανθρώπους που έχουν μεγαλώσει στα στενά όρια μιας μεγαλούπολης.

Ερώτηση 6η: Εκτός από τα δωμάτια ποιά άλλη υποδομή διαθέτει η μονάδα σας; (αίθουσα σεμιναρίων, εστιατόριο, αποστακτήριο, πατητήρι, φάρμα με ζώα κτλ)

	Μονάδες
Εργαστήριο Ξυλογλυπτικής	1
Αποστακτήριο Ρακής	2
Εργαστήριο Υφαντικής Τέχνης	1
Εργαστήριο Κηροπλαστικής	1
Εργαστήριο Κεραμικής Τέχνης	2
Φάρμα με ζώα	2
Εστιατόριο	6
Παντοπωλείο	2
Καφενείο	6
Συνεδριακό κέντρο	3
Εκκλησία	1
Παρατηρητήριο πουλιών, έναστρου ουρανού.	3
Τυροκομείο	2
Θεματική πίστα ή αθλητικές εγκαταστάσεις	3
Θέατρο	1

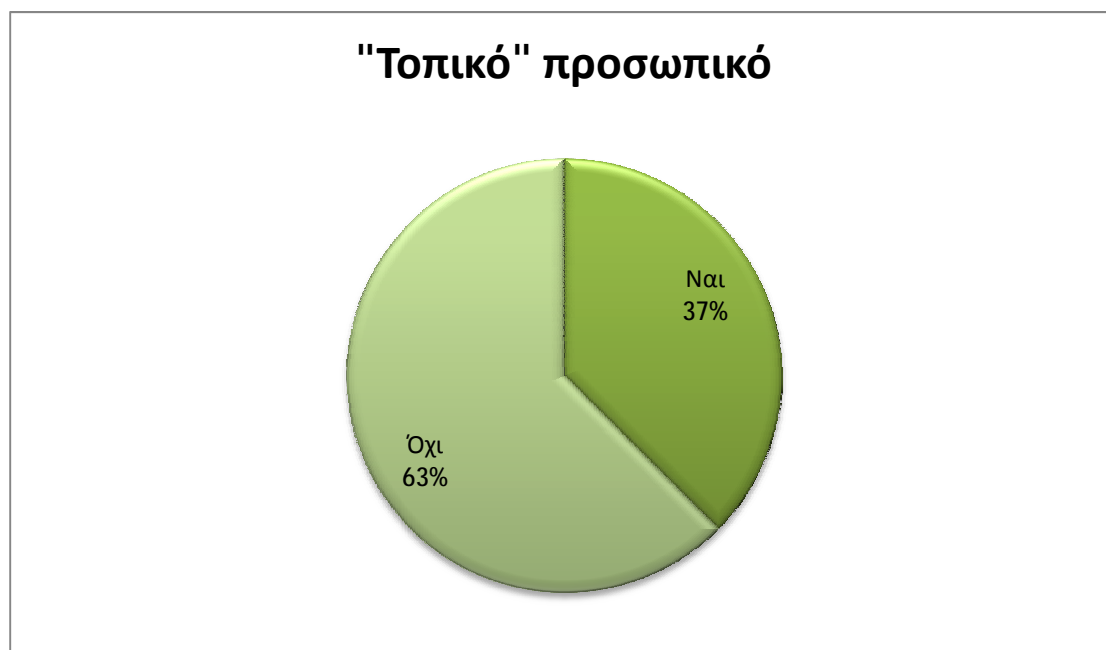
Η ποικιλία των υποδομών είναι αυτό που χαρακτηρίζει τις απαντήσεις. Είναι πολύ θετικό και απόλυτα συνυφασμένο με την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού το ότι δαπανήθηκε χρόνος και χρήμα, για να δημιουργηθούν υποδομές που διατηρούν ζωντανές εργασίες και συνήθειες που θεωρούνταν «νεκρές» στις μέρες μας όπως για παράδειγμα είναι η ύφανση στον παραδοσιακό αργαλειό.

Χαρακτηριστικό της δύναμης που έχει η παραδοσιακή κρητική διατροφή είναι ότι σε ποσοστό 75% οι επιχειρηματίες επέλεξαν να δημιουργήσουν εστιατόρια στις μονάδες τους, που σερβίρουν τοπικά κρητικά πιάτα και σε πολλές περιπτώσεις με βιολογικά προϊόντα ίδιας παραγωγής.

Σημαντική επίσης είναι και η επένδυση σε συνεδριακά κέντρα, που συμβάλουν πρόσθετα σ' ένα άλλο κομμάτι του ειδικού τουρισμού, τον Συνεδριακό τουρισμό.

Ερώτηση 7η: Το προσωπικό σας προέρχεται εξολοκλήρου από την τοπική κοινωνία ;
(Ναι/Όχι)

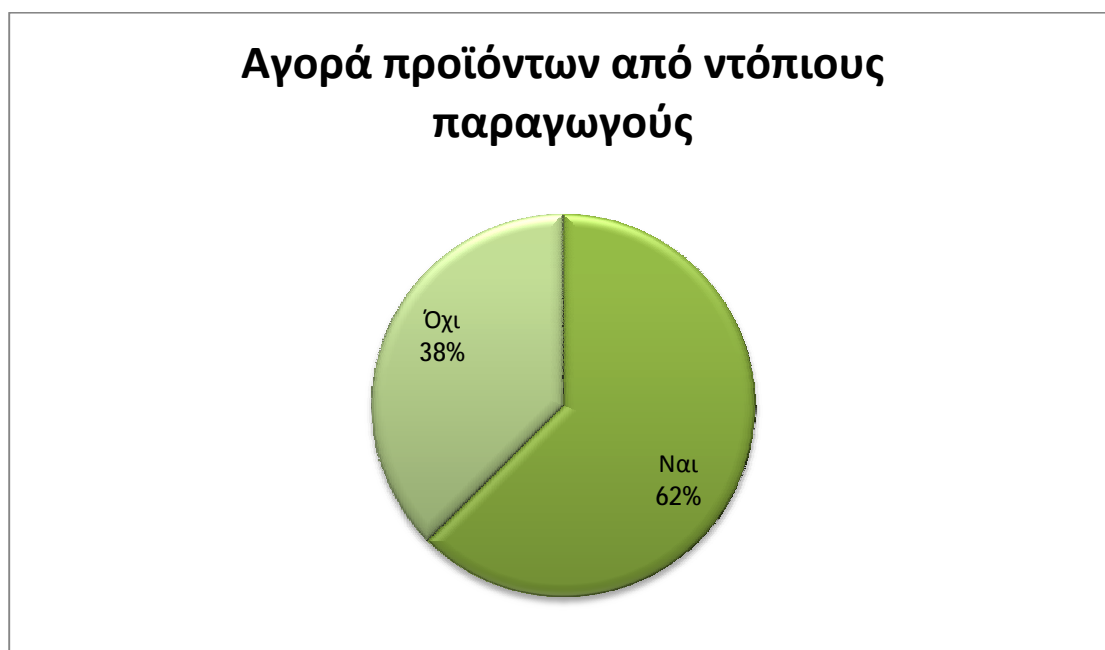
Ναι	Όχι
3	5



Άλλη μία αντίφαση ως προς τις δομές που χαρακτηρίζουν τον εναλλακτικό τουρισμό είναι αυτή της μη απασχόλησης ντόπιων ανθρώπων στις λειτουργικές διαδικασίες των μονάδων. Αυτό βέβαια δεν μπορεί να συγκριθεί με τον μαζικό τουρισμό που χρησιμοποιούνται κατά κόρον αλλοδαποί για λόγους οικονομικών κλίμακας, και αυτό γιατί πιθανόν εδώ γίνεται αναφορά σε μεμονωμένες θέσεις, που καλύπτουν οικονομικοί μετανάστες, οι οποίες χαρακτηρίζονται από δυσκολία και χαμηλά σχετικά εισοδήματα, όπως είναι αυτές του συντηρητή, της καμαριέρας ή της λαντζιέρας, δουλείες που κατά κανόνα καλύπτονται δύσκολα από ντόπιο προσωπικό.

Ερώτηση 8η: Αγοράζετε τοπικά προϊόντα; (Ναι/Όχι)

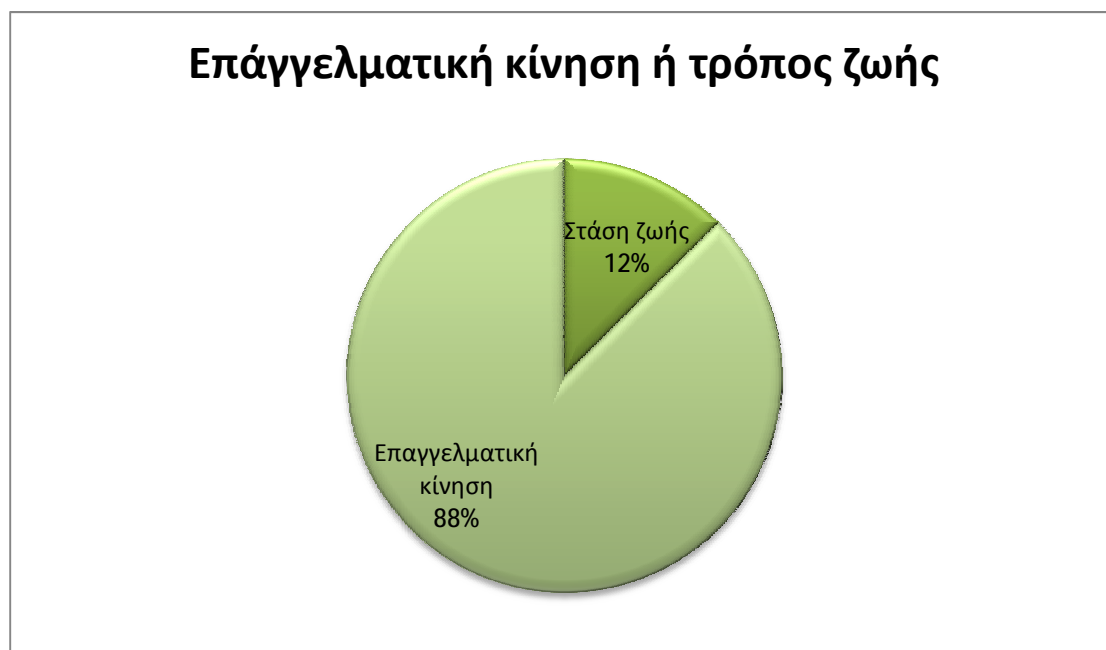
Ναι	Όχι
5	3



Παρόλο που απαντήσεις δεν ικανοποιούν τα κριτήρια του εναλλακτικού τουρισμού, δικαιολογημένα κάποιες μονάδες απάντησαν αρνητικά. Δύο από αυτές δεν διαθέτουν επισιτιστικές δραστηριότητες οπότε και δεν αγοράζουν προϊόντα της τοπικής αγροτικής οικονομίας. Η τρίτη μονάδα (Λάσινθος) είναι εξαιρετικό παράδειγμα αυτοσυντηρούμενης κοινωνίας η οποία καταναλώνει ό,τι παράγει μέσα στο κλειστό κύκλωμα της. Παρόλο που δεν συνεισφέρει άμεσα αγοράζοντας τοπικά προϊόντα συμβάλει μέσω της απασχόλησης που προσφέρει στους ντόπιους και της εξαιρετικής ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρει στους επισκέπτες.

Ερώτηση 9η: Η δημιουργία της μονάδας ήταν καθαρά επαγγελματική κίνηση ή και επιλογή τρόπου ζωής;

Επαγγελματική κίνηση	Στάση ζωής
6	2



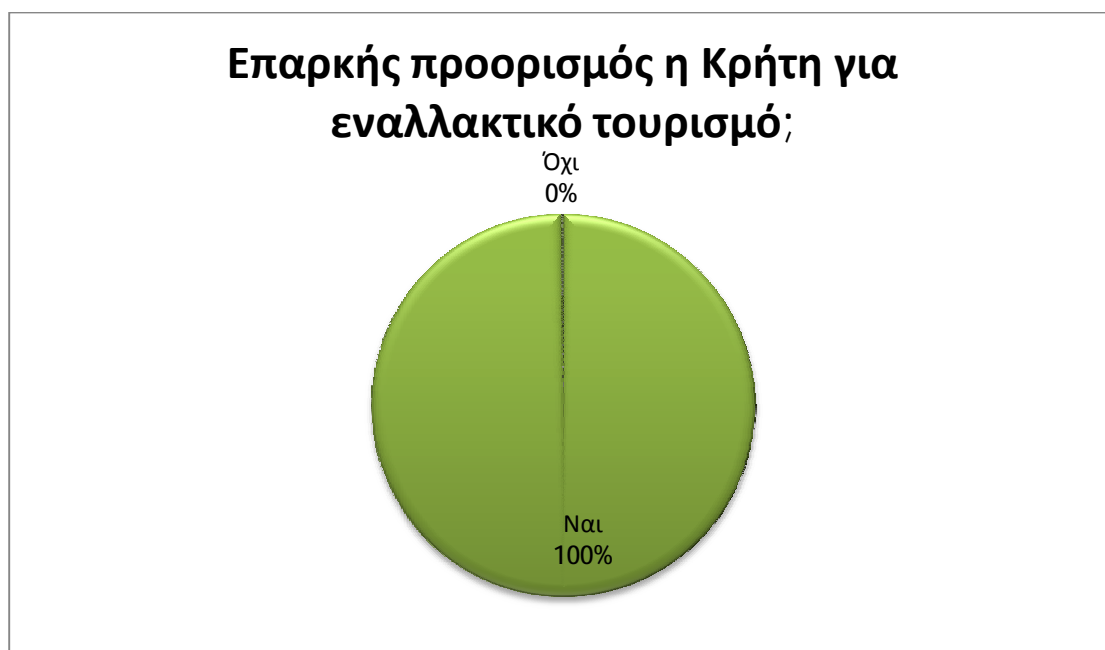
Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα ίσως προδιαθέσει κάποιους να βγάλουν κακοπροαίρετα συμπεράσματα, συμπεραίνοντας ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες ασχολούνται με τον εναλλακτικό τουρισμού για λόγους μεγαλύτερου κέρδους.

Όμως στην πραγματικότητα η επαγγελματική κουλτούρα και η σοβαρή αντιμετώπιση του τουρισμού που απορρέει από αυτήν, είναι αυτό που πραγματικά χρειάζεται ο εναλλακτικός τουρισμός τώρα που είναι ακόμα σε αρχικό στάδιο, για να μπουν έτσι οι σωστές βάσεις.

Φυσικά δεν μπορεί να κατηγορηθεί κάποιος που σαν στάση ζωής δημιούργησε κάτι που αγαπά, ο λόγος που έφτιαξε μια επιχείρηση μπορεί να διαφέρει αυτό όμως που ουσιαστικά έχει σημασία είναι να κινούνται όλοι στα πλαίσια της αιφροδικής ανάπτυξης.

Ερώτηση 10η: Θεωρείται ότι η Κρήτη μπορεί να στηρίξει μονάδες εναλλακτικού τουρισμού με επάρκεια ή υστερεί σε σχέση με άλλους προορισμούς στην Ελλάδα; (Ναι/Όχι)

Ναι, μπορεί	Όχι δεν μπορεί
8	0

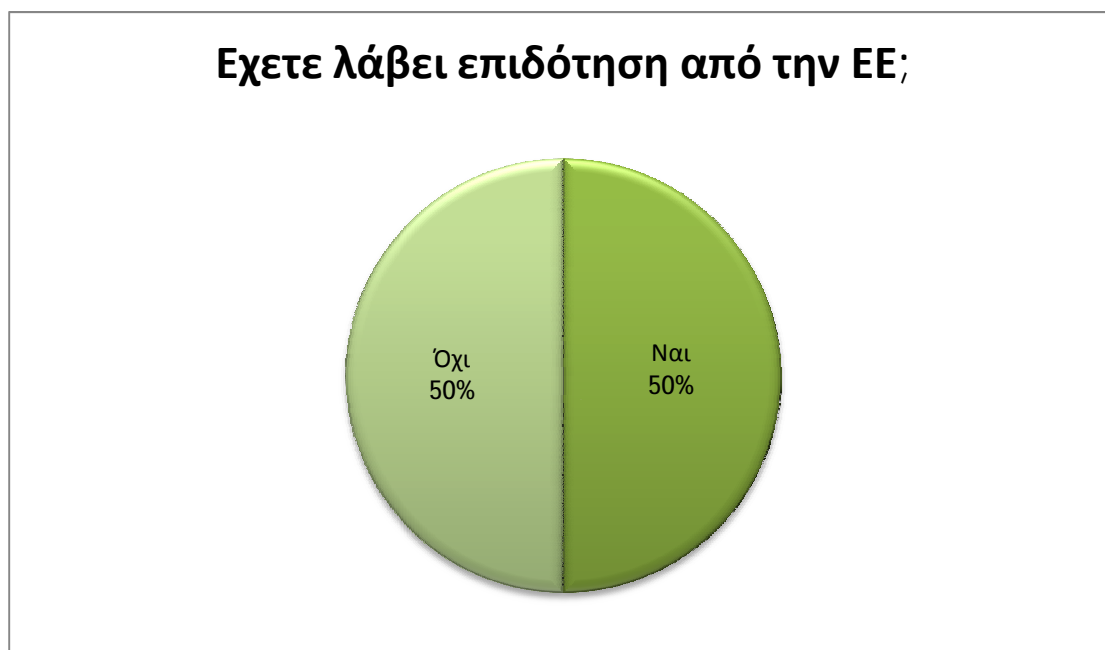


Εδώ θέλαμε να διαπιστώσουμε κατά πόσο συνειδητοποιημένοι είναι οι επιχειρηματίες για την κίνηση που έκαναν. Το απόλυτο αυτό αποτέλεσμα δείχνει τη σιγουριά τους για αυτό που προωθούν και την πίστη τους στην δυναμική του κρητικού τουριστικού προϊόντος.

Μέσα από την συνεχή ανατροφοδότηση που έχουν από τους πελάτες τους έχουν συνειδητοποιήσει ότι η Κρήτη είναι ένας εναλλακτικός προορισμός που καλύπτει απόλυτα τον επισκέπτη και δεν του αφήνει κενά σε σχέση με τις προσδοκίες του πριν την επίσκεψη.

Ερώτηση 11η: Έχετε λάβει κάποια ενίσχυση μέσω χρηματοδοτήσεων της Ε.Ε. ;(Ναι/Όχι)

Ναι	Όχι
4	4



Σημαντική είναι βοήθεια από την ΕΕ καθώς το κόστος κατασκευής ολοκληρωμένων εναλλακτικών μονάδων είναι πολλές φορές ασύμφορο. Οι μισές από τις επιχειρήσεις που απάντησαν έχουν λάβει ενίσχυση από την ΕΕ, αυτό δείχνει ότι σαν επιχειρηματική κίνηση ο δημιουργία εναλλακτικών μονάδων τουρισμού απαιτεί μεγάλα κεφάλαια που δεν μπορούν εύκολα να καλυφτούν από ιδιωτικές πρωτοβουλίες.

Το γεγονός ότι υπάρχει τόσο μεγάλη ανταπόκριση από την ΕΕ δείχνει ότι αναγνωρίζει την ανάγκη για στροφή στον εναλλακτικό τουρισμό και την προστασία της φύσης από όλους τους κλάδους της οικονομίας, ακόμα και από τον τριτογενή τομέα.

Ερώτηση 12η: Πόσα χρόνια λειτουργεί η μονάδα σας;

Μονάδα	Έτη λειτουργίας
Απειραθές	5
Εαρινό	11
Mountain Vista Resort	9
Δαλάμπελος	5
Έναγρον	9
Ελαιώνας	4
Αγροικίες	9
Λάσινθος	12
	M.O. =8

Δεν είναι περίεργο που βλέπουμε ότι όλες οι μονάδες δημιουργήθηκαν την τελευταία δεκαετία. Η αναγνώριση του εναλλακτικού τουρισμού και η κατανόηση των ωφελειών του καθώς και ο κορεσμός που άρχισε να υφίσταται στο μαζικό τουρισμό συμπίπτει χρονικά με την δημιουργία των πρώτων μονάδων.

Κατανοούμε επίσης ότι ο κύκλος ζωής του εναλλακτικού τουριστικού προϊόντος της Κρήτης είναι ακόμα σε φάση ανάπτυξης πράγμα που φαίνεται επίσης από την συνεχή αύξηση της ζήτησης ακόμα και στις μέρες μας που χαρακτηρίζονται από οικονομική δυσκολία. Η φάση ανάπτυξης στην οποία βρίσκεται «αποκαλύπτει» ότι υπάρχει ένα ακόμα καλύτερο μέλλον για τον εναλλακτικό τουρισμό στην Κρήτη.

*Ερώτηση 13η: Εμφανίζει η τουριστική μονάδα εποχικότητα στη ζήτηση; (Ναι/Όχι)
 Αν ναι, ποια περίοδο την υψηλότερη, μεσαία και χαμηλότερη;*

Ναι	Όχι
8	0

Υψηλή ζήτηση	Μεσαία ζήτηση	Χαμηλή ζήτηση
Αύγουστος – Δεκέμβριος - Ιούλιος	Ιούνιος – Μάιος - Σεπτέμβριος	Ιανουάριος – Απρίλιος - Οκτώμβριος

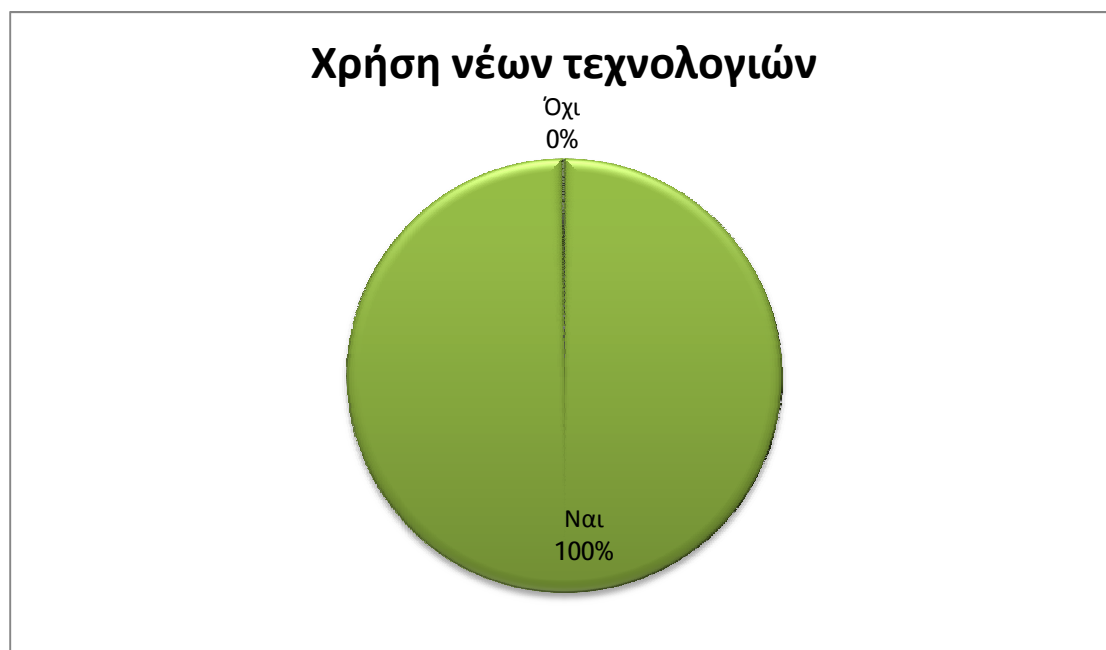
Η εποχικότητα από ότι φαίνεται είναι κάτι αναπόφευκτο. Είναι απόρροια της νεότητας του εναλλακτικού τουρισμού που δεν έχει ακόμα καθιερωθεί ως 12μηνη τουριστική επιλογή. Είναι φυσικό ο επισκέπτης που έχει στο μυαλό του την Κρήτη σαν ένα καλοκαιρινό παράδεισο και μη έχοντας επαρκή ενημέρωση για το τι πραγματικά και ολοκληρωτικά μπορεί να του προσφέρει να επιλέγει καλοκαιρινούς μήνες ακόμα και για τις εναλλακτικές του διακοπές.

Είναι ενθαρρυντικό ότι ο εσωτερικός τουρισμός κατά τη διάρκεια των Χριστουγεννιάτικων διακοπών κατατάσσει το μήνα Δεκέμβριο στην υψηλή ζήτηση. Σ' αυτό βέβαια συμβάλει και το ορεινό τοπίο, που σε πολλές περιπτώσεις είναι και χιονισμένο κατά τους χειμερινούς μήνες.

Σημαντική παρατήρηση αποτελεί ότι η ζήτηση αυξάνεται κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και για το λόγο ότι ορισμένες μονάδες συνεργάζονται με τουριστικά πρακτορεία που κατά παράδοση λειτουργούν μόνο το καλοκαίρι.

Ερώτηση 14η: Χρησιμοποιείται νέες τεχνολογίες; (Ναι/Όχι)

Ναι	Όχι
8	0



Είναι χαρακτηριστικό ότι όλες οι μονάδες χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες. Όλες μάλιστα διαθέτουν ένα αρκετά οργανωμένο δικτυακό τόπο που σίγουρα βοηθάει στην προώθηση τους.

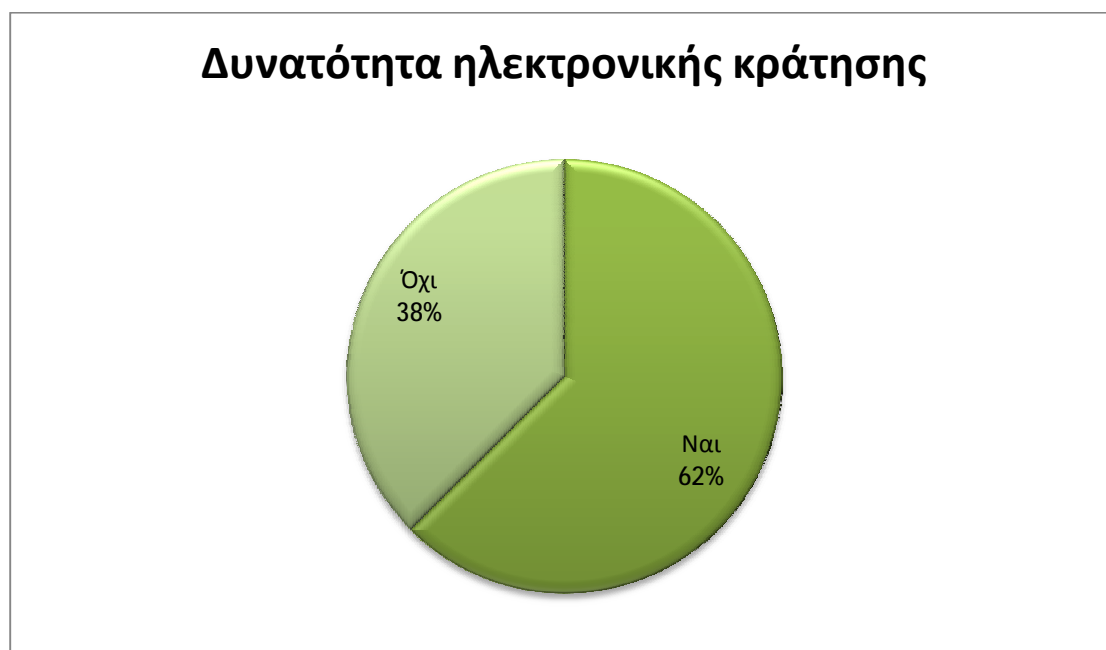
Σημαντικός πλαίσιο ανάπτυξης εναλλακτικών μονάδων είναι η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρουν σε κάθε πτυχή της ζωής μέσα στην μονάδα. Αναπόσπαστο κομμάτι αυτών των υψηλών προδιαγραφών φυσικά αποτελούν και οι νέες τεχνολογίες που πάντα με περιβαλλοντικά αναπτύσσονται για να κάνουν τη διαμονή του επισκέπτη ευχάριστη, χωρίς να νιώσει στιγμή ότι κάτι του λείπει.

Μερικές από τις ανέσεις που αναφέρονται στις ιστοσελίδες είναι:

- Δορυφορική Τηλεόραση
- Τηλέφωνο
- Χρηματοκιβώτιο
- Ασύρματη πρόσβαση στο Ιντερνέτ
- Ατομική 24ωρη θέρμανση
- Πληρωμή με πιστωτική κάρτα
- Κλιματισμός
- Στεγνωτήρας μαλλιών

Ερώτηση 15η: Έχετε σύστημα on-line κρατήσεων; (Ναι/Όχι)

Ναι	Όχι
5	3



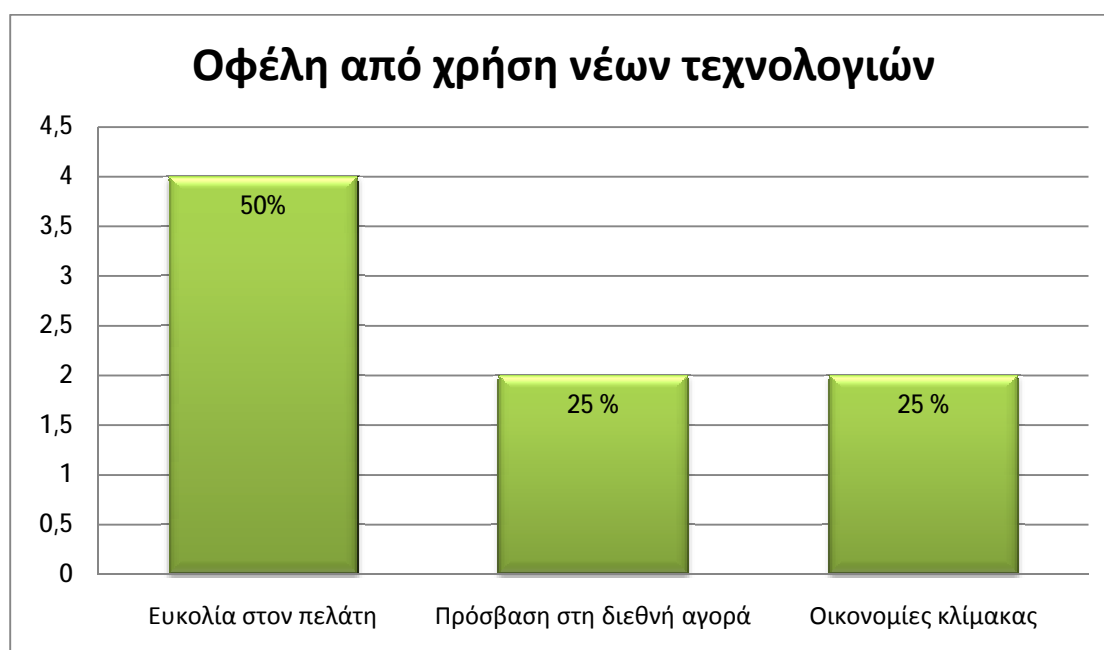
Αυτό δείχνει ακόμα περισσότερο ότι οι νέες τεχνολογίες συμβαδίζουν με τον εναλλακτικό τουρισμό. Βγάζουμε επίσης το συμπέρασμα ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις προτιμούν την αυτόνομη προώθηση τους και την άμεση επαφή με τον πελάτη. Αυτό μπορεί να χαρακτηριστεί εκτός από οικονομικής φύσεως ενέργεια και ως μέθοδος για την ακόμα καλύτερη εξυπηρέτηση των επισκεπτών καθορίζοντας εύκολα τις ανάγκες τους, μέσα από την άμεση επικοινωνία μαζί τους.

Αναμφισβήτητα θεωρείται πολύ θετική η πρωτοβουλία των επιχειρηματιών να εντάξουν και ένα on-line σύστημα στις υπηρεσίες τους, όμως ας μην ξεχνάμε ότι είναι και ένας μονόδρομος για κάθε σύγχρονη επιχείρηση.

Ερώτηση 16η: Ποια πιστεύετε ότι είναι τα οφέλη από τη χρήση νέων τεχνολογιών; (μία επιλογή)

- 1) Παροχή ευκολιών στους πελάτες
- 2) Πρόσβαση στη παγκόσμια αγορά
- 3) Δημιουργία οικονομιών κλίμακας (περισσότερη παραγωγικότητα με λιγότερο κόστος)

Ευκολία στον πελάτη	Πρόσβαση στη παγκόσμια αγορά	Οικονομίες κλίμακας
4	2	2

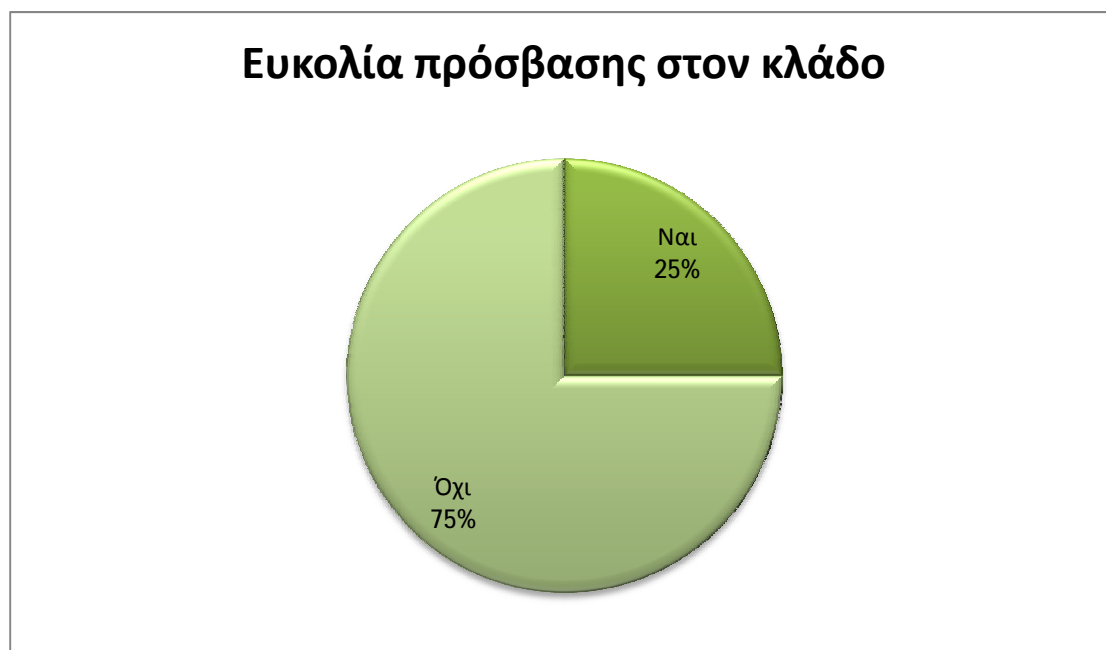


Κατά ποσοστό 50 % υπάρχει η άποψη ότι οι νέες τεχνολογίες συμβάλουν στην συνολική υψηλή εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Κατά 25% οι νέες τεχνολογίες συνδέθηκαν με το διαδίκτυο και με τη δυνατότητα να προβληθεί η μονάδα σε όλο τον κόσμο και κατά ένα ίσο ποσοστό συνδέθηκαν με τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας.

Παρόλα αυτά, το μεγαλύτερο ποσοστό που αναφέρεται στην εξυπηρέτηση των πελατών δείχνει τον πελατοκεντρικό χαρακτήρα που επικρατεί στις μονάδες, που μαζί με την προστασία του περιβάλλοντος αποτελούν τους δύο θεμέλιους λίθους του μη μαζικού τουρισμού.

Ερώτηση 17η: Είναι εύκολη η είσοδος επιχειρήσεων εναλλακτικού τουρισμού στον κλάδο; (Ναι/Όχι) Γιατί;

Ναι	Όχι
2	6



Παρατίθενται οι απαντήσεις όπως δόθηκαν:

ΝΑΙ – Η είσοδος μιας τουριστικής επιχείρησης σε ένα τομέα που έχει αυξανόμενη ζήτηση τα τελευταία χρόνια και φυσικά σε συνδυασμό με στοχευμένες ενέργειες και σωστό πρόγραμμα δεν είναι τόσο δύσκολη όσο φαντάζει.

ΝΑΙ – Με ένα δανεισμό από τράπεζα και επίσης αν η επένδυση χρηματοδοτηθεί από την ΕΕ καλύπτονται κάποια βασικά έξοδα τον πρώτο καιρό, μέχρι να ορθοποδήσει. Η ζήτηση της μονάδας βέβαια πρέπει να έχει προβλεφθεί εκ των προτέρων έστω κατά προσέγγιση. Η πιο σίγουρη λύση είναι η στήριξη από ένα μεγάλο τουριστικό γραφείο.

ΟΧΙ – Δεν υπάρχουν τα κατάλληλα πολιτικά και κοινωνικά πλαίσια στην Ελλάδα.

ΟΧΙ – Σε ένα περιβάλλον ανταγωνιστικό και σε ένα μέρος που έχει καθιερωθεί ως καλοκαιρινός προορισμός δεν πιστεύω ότι είναι εύκολη η είσοδος εναλλακτικών μονάδων τουρισμού.

ΟΧΙ – Η ζήτηση κινείται ακόμα σε πολύ χαμηλά επίπεδα και τον πρώτο καιρό λογικό είναι τα πράγματα να μην είναι εύκολα.

ΟΧΙ – Ο αριθμός των επισκεπτών που επιλέγουν εναλλακτικούς προορισμούς δεν είναι ικανός να δημιουργήσει τη σιγουριά για την επιτυχία μιας τέτοιας προσπάθειας, καθοριστικό ρόλο παίζει και το κράτος που δεν συμβάλει στην προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού.

ΟΧΙ – Η γραφειοκρατία, η μη επαρκής προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού από την πολιτεία, η καθιέρωση του νησιού ως τόπο για καλοκαιρινές διακοπές είναι οι λόγοι που δεν είναι εύκολη η είσοδος μιας επιχείρησης στον κλάδο.

ΟΧΙ – Δεν δόθηκε αιτιολογία.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Συμπεράσματα

Παρόλο το σχετικά μικρό δείγμα επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα θα μπορούσα να πω ότι τα αποτελέσματα είναι αρκετά ικανοποιητικά και κινούνται, σε γενικά πλαίσια, σε ένα άξονα ο οποίος είναι αντιπροσωπευτικός της υφιστάμενης κατάστασης, όσο αφορά τις μονάδες εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη.

Όπως προανέφερα και σε προηγούμενο κεφάλαιο η ανάπτυξη του εναλλακτικού - οικολογικού μοντέλου τουρισμού στην Κρήτη βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο και σίγουρα λάθη είναι απολύτως λογικό να έχουν συμβεί. Όσο αφορά το σεβασμό στο περιβάλλον οι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται από σύγχυση αφού για να καταφέρουν να κινηθούν σε υψηλά επίπεδα ποιότητας, αμελούν κάποια από τα βασικά κριτήρια που χαρακτηρίζουν μια μονάδα ως εναλλακτική. Κύριο χαρακτηριστικό το μονάδων στην πλειοψηφία τους είναι η προσφορά υψηλής στάθμης υπηρεσιών και όχι η ήπια ανάπτυξη τους όπως θα έπρεπε να είναι.

Το υπερβολικά μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, η απουσία σχεδιασμού που διαπιστώνεται από τον τρόπο λειτουργίας ορισμένων μονάδων και η άγνοια που χαρακτηρίζει τους επιχειρηματίες σε πολλές περιπτώσεις, μας προϊδεάζει δυσάρεστα για το μέλλον ορισμένων εκ των επιχειρήσεων αυτών, καθώς διαπιστώνουμε ότι δεν κινούνται σε βιώσιμα και μακροπρόθεσμα σχεδιασμένα προγράμματα αλλά σε πρόχειρες λύσεις.

Πολύ θετικό στοιχείο παρόλα αυτά είναι το γεγονός ότι χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες σε πολύ υψηλό ποσοστό, πράγμα που ομολογεί την τάση των νέων επιχειρηματιών για αυτονόμηση τους, την επιθυμία τους για άμεση επαφή με τον εν δυνάμει πελάτη τους και την δημιουργία ενός περιβάλλοντος άνεσης στις μονάδες τους που τους χαρακτηρίζει ως πελατο-κεντρικά σκεπτόμενους επιχειρηματίες.

Χαρακτηριστικό στοιχείο των απαντήσεων που έδωσαν είναι η στάση που έχουν ως προς το εθνικό δίκτυο υποδομών που υπάρχει στην Ελλάδα, που μέσω της γραφειοκρατίας, της ελλιπούς ανάπτυξης προωθητικών προγραμμάτων και της έλλειψης νομοθετικών πλαισίων που προστατεύουν και βοηθούν τα νέα εναλλακτικά προγράμματα, δεν συντελεί παρά στο ελάχιστο στην ανάπτυξη του ιδιαίτερου αυτού κλάδου του τουρισμού. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί επίσης το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν ότι η Κρήτη μέχρι τώρα ήταν ένας κατ' εξοχήν

καλοκαιρινός προορισμός και διαβλέπουν την δυσκολία αλλαγής της τάσης αυτής, που θα μπορούσε όμως να συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε 12μηνη βάση με την προσφορά εναλλακτικών μορφών τουριστικών προϊόντων.

Εν κατακλείδι το εναλλακτικό τουριστικό προϊόν της Κρήτης έχει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης κυρίως λόγω της νεότητας και φυσικά της αύξησης της ζήτησης που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στον τομέα αυτό. Αν η πολιτεία πάνω από όλα βάλει τις σωστές βάσεις και δευτερευόντως αν οι επιχειρηματίες θελήσουν να επενδύσουν στη γνώση και την αξία του περιβάλλοντος τότε σίγουρα τα αποτελέσματα θα είναι θεαματικά και μακροπρόθεσμα από οικονομικής αλλά και περιβαλλοντικής άποψης.

Προτάσεις

- Û Επενδύσεις της πολιτείας που θα αποσκοπούν στην δημιουργία ή βελτίωση υποδομών στο νησί. (ανθρωπογενών και φυσικών)
- Û Εκμετάλλευση ευρωπαϊκών προγραμμάτων που έχουν ως στόχο την εκπαίδευση και την βελτίωση των ικανοτήτων των πολιτών της Ε.Ε.
- Û Οικονομική στήριξη των ειδικών τουριστικών μονάδων που έχουν στόχο την 12μηνη λειτουργία (π.χ. επίδομα εργασίας) καταπολεμώντας την εποχικότητα.
- Û Δημιουργία ενιαίου προγράμματος τουριστικού μάρκετινγκ, που θα προωθεί την Κρήτη σαν τουριστικό προορισμό και όχι κάθε νομό ξεχωριστά.
- Û Δημιουργία ενός δημόσιου φορέα μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (ή εντατικοποίηση των δραστηριοτήτων των μη κυβερνητικών οργανισμών), που σκοπό θα έχει το συντονισμό, την οργάνωση, την προώθηση και την θέσπιση κανόνων λειτουργίας εναλλακτικών μονάδων τουρισμού και με ελεγκτικό χαρακτήρα.
- Û Ενθάρρυνση για αποκεντροποίηση των τουριστικών επενδύσεων σε τουριστικές περιοχές με χαμηλή φέρουσα ικανότητα.
- Û Απεξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες με πρωτοβουλία της πολιτείας.
- Û Δημιουργία παγκόσμιας τουριστικής καμπάνιας εναλλακτικού τουρισμού. (Συμμετοχή σε τουριστικά φόρουμ)
- Û Δημιουργία θεσμικού πλαισίου για την ελαχιστοποίηση στην χρήση γης σε κορεσμένες τουριστικά περιοχές, δημιουργία κριτηρίων ανάλογα με την φέρουσα ικανότητα.
- Û Αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και άμεση συνεργασία με τις εκπαιδευτικές και τεχνολογικές υποδομές του νησιού, διασύνδεση εκπαίδευσης και τουριστικής αγοράς για την εξασφάλιση πληροφορίας και γνώσης.
- Û Προώθηση της διατροφής και της γαστρονομίας ως νέου τουριστικού προϊόντος. (Γαστρονομικός τουρισμός)

Παράρτημα

Όμιλος Grecotel – Ένα μεγάλο κεφάλαιο στον κρητικό τουρισμό, μια οικολογική συνείδηση που πρέπει να καθιερωθεί ως πρότυπο

Στην Κρήτη, που υποδέχεται χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο και που ένα σημαντικό μέρος της ανάπτυξης και οικονομικής του ευημερίας οφείλεται στον τουρισμό, δυστυχώς ελάχιστα είναι τα ξενοδοχειακά οικοδομήματα που έχουν εξ' ολοκλήρου κατασκευαστεί με οικολογικά υλικά κι έχουν γίνει βιοκλιματικές αρχιτεκτονικές μελέτες για την ανοικοδόμησή τους.

Τα περισσότερα απ' αυτά αρκούνται μόνο στο να πράττουν τα απαραίτητα και κυρίως αυτά που επιβάλλονται από τους νόμους, για την προστασία του περιβάλλοντος, κατά τη λειτουργία τους. Άλλες πάλι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν εμβαθύνει λίγο περισσότερο κι έχουν μετατρέψει την κουλτούρα των δραστηριοτήτων τους προς την προστασία των οικοσυστημάτων του νησιού. Μια τέτοια ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι ο όμιλος **Grecotel**.

Η ξενοδοχειακή αλυσίδα **Grecotel** η σημαντικότερη για το Νομό Ρεθύμνου, (αν όχι για ολόκληρη την Ελλάδα), είναι κι αυτή που έφερε τον τουρισμό στο νησί. Με πρώτο το Rithimna Beach και τα El Greco, Creta Palace, Porto Rethimno και Creta Marine να ακολουθούν, ενώ πολλά άλλα είναι διάσπαρτα τόσο σε ολόκληρο το νησί όσο και ανά την Ελλάδα, παίζει αναμφίβολα μεγάλο ρόλο στην τουριστική ανάπτυξη της πόλης του Ρεθύμνου.

Ιδρύθηκε το 1981 από την οικογένεια Δασκαλαντωνάκη και το διεθνή τουριστικό κολοσσό TUI GROUP. Σήμερα ο όμιλος διαθέτει 28 ξενοδοχειακές μονάδες με συνολική δυναμικότητα κλινών 16.000, ενώ πάνω από 4.500 άτομα εργάζονται στα ξενοδοχεία και τα γραφεία του, κάνοντας τον έτσι τον πιο ισχυρό αγωγό παροχής εργασίας στην τουριστική αγορά. Υπήρξε η πρώτη ξενοδοχειακή αλυσίδα της Μεσογείου που δημιούργησε, δικό της Τμήμα Περιβάλλοντος και Πολιτισμού το 1991. Ευθύνη του τμήματος είναι η ενημέρωση και εκπαίδευση των ατόμων που εργάζονται στα ξενοδοχεία της **Grecotel** για σεβασμό στο περιβάλλον αλλά και η προτροπή όλων των εμπλεκόμενων μερών, από πελάτες μέχρι προμηθευτές, για χρήση ηπιότερων για την υγεία και το περιβάλλον προϊόντων.

Οικολογικές δραστηριότητες.

Από τη δημιουργία του Τμήματος Περιβάλλοντος και Πολιτισμού, η σημαντικότερη μέριμνα του ομίλου είναι, η το δυνατό σωστότερη και υπεύθυνη λειτουργία του, απέναντι στο περιβάλλον. Επηρεάστηκαν έτσι ο τρόπος λήψης αποφάσεων, τα ισχύοντα λειτουργικά πρότυπα, τα διαθέσιμα τεχνολογικά μέσα, η παρασκευή τροφίμων και ποτών, η προώθηση πωλήσεων και το διαφημιστικό υλικό. Επηρεάστηκε ακόμα και το πρόγραμμα ψυχαγωγίας των ίδιων των πελατών.

Ο τουρισμός και η γεωργία είναι οι δύο σημαντικότεροι τροφοδότες εισοδήματος για την Ελλάδα γενικότερα αλλά και για το Ρέθυμνο ειδικότερα. Για την **Grecotel** αυτό αποτέλεσε κύριο στόχο παράλληλης υποστηρικτικής ανάπτυξης και των δύο τομέων. Έχοντας λοιπόν αυτό στη σκέψη τους, οι υπεύθυνοι του τμήματος αποφάσισαν να συνδυάσουν γεωργικά προϊόντα και οικολογική συνείδηση. Έτσι το 1994 ανατέθηκε σε ένα γεωπόνο, ειδικό σε θέματα οικολογικής γεωργικής παραγωγής, η οργάνωση και τεχνολογική υποστήριξη των γνωστών «πράσινων» γεωργικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Διαχείριση οργανικών αποβλήτων.

Από το 1995, η **Greccotel** λιπαίνει τους κήπους των ξενοδοχείων της στο Ρέθυμνο, με λίπασμα που προέρχεται από τα παραγόμενα στις κουζίνες τους οργανικά απόβλητα. Τόσο οι κηπουροί όσο και το προσωπικό στις κουζίνες των ξενοδοχείων, έχουν εκπαιδευτεί να μπορούν να ξεχωρίζουν και να συλλέγουν τα κατάλληλα οργανικά απόβλητα. Αυτά στη συνέχεια μεταφέρονται σε ειδικό δοχείο εγκατεστημένο σε ένα από τα ξενοδοχεία της αλυσίδας και αναμειγνύονται με φύκια που έχουν συλλεχθεί από τις παραλίες των ίδιων ξενοδοχείων κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου, όπως και με φύλλα που έμειναν από τις ελιές μετά την παραγωγή του λαδιού. Περίπου 800 κυβικά μέτρα καλής ποιότητας λιπάσματος έχει παραχθεί μέχρι σήμερα, επιτρέποντας έτσι στην αλυσίδα να μειώσει την παραγωγή οργανικών αποβλήτων, και να αποφύγει εντελώς τη χρήση χημικών ή άλλων επιβλαβών ουσιών για την λίπανση των κήπων. Πρόγραμμα με το οποίο η επιχείρηση έχει εξοικονομήσει περίπου 80.000\$, αλλά έχει βοηθήσει και ώστε το περιβάλλον να επιβαρυνθεί λιγότερα απόβλητα.

Έχει ακόμα συνεργαστεί σε ένα ανάλογο πρόγραμμα με το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας Γουλανδρή στην Αθήνα και το Silsoe Research Institute στην Αγγλία, εγκαθιστώντας ένα πιλοτικό σύστημα παραγωγής λιπάσματος. Σ' αυτό αναμειγνύονται το γρασίδι που συλλέγεται από τον καθαρισμό των κήπων με γαιοσκώληκες και περιττώματα γουρουνιών. Το τελικό προϊόν αποτελεί υψηλής ποιότητας λίπασμα που χρησιμοποιείται για τα φυτά και τα γεωργικά προϊόντα.

Διαχείριση λυμάτων.

Εκτός όμως από τα οργανικά, ο όμιλος έχει καταφέρει να διαχειριστεί σωστά και τα υγρά απόβλητα που παράγονται από τις τουαλέτες και τα μπάνια των δωματίων αλλά και από τους υπόλοιπους κοινόχρηστους χώρους και χώρους παραγωγής. Εδώ και μερικά χρόνια σε όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας λειτουργούν βιολογικοί επεξεργαστές λυμάτων. Αυτά περνούν από διάφορα στάδια βιολογικής επεξεργασίας για να καταλήξουν να γίνουν νερό με το οποίο ποτίζονται οι κήποι και οι γεωργικές καλλιέργειες. Παράλληλα οι ίδιοι βιολογικοί δέχονται και λύματα άλλων, κοντινών στα ξενοδοχεία επιχειρήσεων ή σπιτιών ώστε το ποσοστό λυμάτων που καταλήγουν στο περιβάλλον να μικραίνει όλο και περισσότερο, καλυτερεύοντας ταυτόχρονα την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος.

Χρήση οικολογικών ή φιλικών επίσης το περιβάλλον προϊόντων.

Σε όλα τα ξενοδοχεία επίσης αλυσίδας έγιναν αλλαγές στα προϊόντα που χρησιμοποιούνταν μέχρι πριν από λίγα χρόνια. Έτσι λοιπόν σήμερα όλοι οι υπάλληλοι επίσης **Greccotel** είναι καλά ενημερωμένοι και ξέρουν ότι όχι μόνο δεν πρέπει να χρησιμοποιούν επιβλαβή για το περιβάλλον χημικά, αλλά ότι είναι και επίσης όφελος να περάσουν αυτό το μήνυμα ακόμα και στους πελάτες των ξενοδοχείων. Για το λόγο αυτό δεν χρησιμοποιούν πλέον πλαστικά μπουκάλια νερού στα επισιτιστικά τμήματα αλλά γυάλινα τα οποία μάλιστα καθαρίζονται με διάφορες οικολογικές διαδικασίες και ανακυκλώνονται. Οι χαρτοπετσέτες είναι επίσης ανύπαρκτες κι έχουν αντικατασταθεί από υφασμάτινες πετσέτες καλής ποιότητας λινού. Τα πλαστικά διακοσμητικά των cocktails έχουν αντικατασταθεί από φυσικά παράγωγα φρούτων!!! (φλούδες, φέτες φρούτων κ.α). Όλα τα χημικά προϊόντα καθαρισμού έχουν αντικατασταθεί από άλλα, οικολογικά, ενώ στα μπάνια των δωματίων δεν υπάρχουν πια συσκευασίες σαπουνιών παρά μόνιμα εγκατεστημένα

δοχεία υγρού σαπουνιού, (dispensers), στα οποία ανανεώνεται η ποσότητα που λείπει χωρίς να δημιουργούνται απορρίμματα.

Θαλάσσια χελώνα *Caretta Caretta*.

Τα τέσσερα από τα πέντε ξενοδοχεία της αλυσίδας στο Ρέθυμνο βρίσκονται σε σημεία της παραλίας όπου η θαλάσσια χελώνα *Caretta Caretta*, ψάχνει για να γεννήσει τα αυγά της. Η διαδικασία αυτή διαρκεί από το Μάιο μέχρι και τον Αύγουστο, συμπίπτει δηλαδή με την περίοδο λειτουργίας όλων των ξενοδοχειακών μονάδων στο Ρέθυμνο. Ο όμιλος ***Grecotel*** σε συνεργασία με τον Οργανισμό Προστασίας της Θαλάσσιας Χελώνας, έχει πάρει μέτρα ώστε το περιβάλλον να είναι το ιδανικό και καλά προστατευμένο για την διαδικασία αυτή της αναπαραγωγής της Χελώνας. Τέτοια σύμφωνα με το EcoNet είναι:

- § Περιορισμένος αριθμός ομπρελών στην παραλία.
- § Μάζεμα των ξαπλώστρων κατά τη διάρκεια της νύχτας
- § Τοποθέτηση περισσότερων καλαθιών απορριμμάτων.
- § Χρήση μηχανημάτων για τον καθαρισμό της παραλίας σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- § Τοποθέτηση σκιάστρων στα φώτα των κήπων κατά τη διάρκεια της εκκόλαψης.
- § Υιοθέτηση φωλιών χελωνών και νεοσσών.
- § Παρουσίαση slides σε εβδομαδιαία βάση, ενημερώνοντας πελάτες και προσωπικό.

Φυσικό πάρκο στον αρχαιολογικό χώρο Ελεύθερνας.

Σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης και την Κοινότητα της Αρχαίας Ελεύθερνας δημιουργήθηκε στην περιοχή ένα αρχαιολογικό πάρκο. Καθηγητές και σπουδαστές του τμήματος Γεωγραφίας του Πανεπιστημίου του Cambridge, και κάτω από την εποπτεία της ***Grecotel***, ολοκλήρωσαν μια τοπογραφική μελέτη των μονοπατιών της περιοχής χωρίς να μπει σε κίνδυνο η ισορροπία της περιοχής. Η εξαιρετική γλωρίδα και πανίδα της περιοχής, τα σπουδαία αρχαιολογικά ευρήματα και η πραγματικότητα ότι η τοποθεσία είναι νομικά προστατευμένη από τη δημιουργία παράνομων κατασκευών, προϋποθέτει τους απαραίτητους όρους για τη δημιουργία ενός τέτοιου πάρκου που τελικά προστατεύει το φυσικό περιβάλλον της περιοχής.

Το μοναστήρι της Αγίας Ειρήνης.

Το μοναστήρι βρίσκεται στην κορυφή ενός λόφου, περίπου 5 χιλιόμετρα νότια του Ρεθύμνου. Η επισκευή του κόστισε περίπου 350.000 Ευρώ, από τα οποία πολύ λίγα συγκεντρώθηκαν από την Αρχιεπισκοπή Ρεθύμνου, την Νομαρχία και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Μεγάλο ποσό συγκεντρώθηκε από τα ξενοδοχεία του ομίλου, όπου εκεί πωλούνταν εργόχειρα φτιαγμένα από τις καλόγριες του μοναστηριού, όπως κι από έσοδα εκδρομών προς το μοναστήρι από πελάτες των ιδίων ξενοδοχείων. Να σημειωθεί ότι μόνο πελάτες των ξενοδοχείων της ***Grecotel*** είναι ενημερωμένοι για αυτά τα προϊόντα μιας και οι καλόγριες του μοναστηριού δεν επιθυμούν την μετατροπή του σε εμπορικό κατάστημα.

Βιβλιογραφία

Ελληνική βιβλιογραφία

- *Ακριώτης, Τ. (1995)*. «Η εκδίκηση της Φύσης, η θεωρία της Φυσικής Επιλογής και η αναγκαιότητα του Φυσικού Περιβάλλοντος», Οικολογία και περιβάλλον στην Ελλάδα του 2000. Φιλιππότη: Αθήνα
- *Ανδριώτης, Κ. (2003)*. Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του.
- *Διαλυνάς Ν, Ειδικός Σύμβουλος Περιφερειακής Ανάπτυξης, 'Marketing Plan Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας Κρήτης', Περιφέρεια Κρήτης.*
- *Ηγουμενάκης, Ν. (1991)*. Τουριστική Οικονομία, τόμος Α'. INTERBOOKS: Αθήνα. ΚΕΠΕ 1991. Εκθέσεις 21. Ενέργεια Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών. Αθήνα.
- *Ηγουμενάκης Ν: Προϋποθέσεις για τη χάραξη και εφαρμογή μιας ρεαλιστικής πολιτικής τουριστικής ανάπτυξης, ΥΠ.Ε.Π.Θ./Ι.Τ.Ε, Εκδόσεις Λύχνος, Αθήνα 2000*
- *Κοκκόσης, Χ.(2001)*. Τουριστική ανάπτυξη και φέρουσα ικανότητα στα νησιά, στο Τσάρτας, Π. (επιμ.). Τουριστική Ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, Εξάντας: Αθήνα.
- *Κοκκόσης, Χ. & Τσάρτας Π. (2001)*. Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον. Κριτική: Αθήνα.
- *Μπιμπίτσος, Χ. (1995)*. «Η γέννηση και η διαίωξη των περιβαλλοντικών προβλημάτων», Οικολογία και περιβάλλον στην Ελλάδα του 2000. Φιλιππότη: Αθήνα
- *Παπαδάκη – Τζεδάκη, Σ. (1997)*. Ενδογενείς Τουριστική Ανάπτυξη στο Ρέθυμνο: Ανάπτυξη ή Υπό-ανάπτυξη; Μια κοινωνικό-οικονομική και Ιστορική Προσέγγιση. Διδακτορική Διατριβή. Πανεπιστήμιο Ρεθύμνου-Ρέθυμνο.
- *Ρομπογιαννάκης Γ, 'Αναπτυξη του θαλάσσιου Τουρισμού στην Κρήτη', Απρίλιος 1999*
- *Πετρέας Χ, 'Τουριστικό Marketing', Εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα (1989)*
- *Λύτρας Π, 'Τουριστική Ανάπτυξη, Θεωρία και Πράξη', Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα (1983)*
- *Σπιλάνης, Γ. (2000)*. Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη. Η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου, στο Τσάρτας, Π. (επιμ.). Τουριστική Ανάπτυξη. Πολυεπιστημονικές Προσεγγίσεις, (σς. 149-187). Εξάντας: Αθήνα.
- *Τσουκαλάς Γ. και συνεργάτες 'Μεταβολή του προτύπου του μαζικού τουρισμού : νέες μορφές τουρισμού ' , ΕΤΒΑ , Αθήνα , 1991.*

Ξένη βιβλιογραφία

- Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry. Towards Environmentally Sustainable Development.
- Cazes, G.H. (1989). Alternative Tourism: Reflections on an ambiguous concept. In: Singh, T.V., Theus, H.L. & Go, F.M. (eds). Towards Appropriate Tourism: The case of Developing Countries. Frankfurt, Peter Lang.
- Doggart, C. & Doggart, N. (1996). Environmental impacts of tourism in developing countries. Travel and Tourism Analyst. 2.
- Faulkner, B. (1998). Tourism development options in Indonesia and the case of agro-tourism central Java. In: Laws, E., Faulkner, B. & Moscardo, G. (eds). Embracing and Managing Change in Tourism: International Case Studies. London: Routledge, .
- Inskip, E. (1991). Tourism Planning and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mader, V. (1998). Tourism and Environment. Annals of Tourism Research.
- Vaughan, D.R. , Jolley, A. & Mehrer, P. (1999). Local authorities in England and Wales and the development of tourism Internet sites. Information Technology and Tourism.
- Vaughan, R., Andriotis, K. & Wilkes, K. (2000). Characteristics of tourism employment: The case of Crete. Paper Presented in the 7th Atlas International Conference. North-South: Contracts and Connections in Global Tourism. June 18-21, 2000. Savonlinna, Finland.
- Weaver, D.B. (1991). Alternative to mass tourism in Dominica. Annals of Tourism Research.
- Werner-Schmidt, H. (2002). Tourism and the environment. THEME 4-40/2002.

Άλλες πηγές

- Περιφερειακό επιχειρηματικό πρόγραμμα (Π.Ε.Π) Κρήτης , Γ Κ.Π.Σ
- Ελληνική στατιστική αρχή
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων
- Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος
- ICAP
- Παγκρήτιος Σύνδεσμος Εναλλακτικού Τουρισμού
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Κρήτης
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
- Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία»
- Εφημερίδα «Το Βήμα»
- Εφημερίδα «Δημοκρατική της Ρόδου»
- Alpha bank
- Eurobank

Ιστοσελίδες

- www.heraklion-city.gr
- www.rethymno.gr
- www.culture.gr
- www.tourcrete.gr
- www.asion.gr
- www.apirathes-zourva.gr
- www.earino.gr
- www.mountainvista-resort.com
- www.dalabelos.gr
- www.hania.gr
- www.enagron.gr
- www.ntelina.gr
- www.eleonas.gr
- www.ktimakares.gr
- www.agroikies.gr
- www.katalagarisuites.gr
- www.lasinthos.gr
- www.axiaplus.gr
- www.europa.eu
- www.visitgreece.gr
- www.hatta.gr
- www.unwto.org
- www.crete-region.gr
- www.statistics.gr
- www.sete.gr
- www.grhotels.gr