

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ: ΖΑΧΑΡΙΑΚΗ ΑΝΤΙΓΟΝΗ
Α.Μ. 5372**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Δρ. ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2014

Αφιερώνεται στην οικογένειά μου

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
1. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	8
1.1 Η φύση του τουριστικού φαινομένου και η ιστορική του εξέλιξη	8
1.2 Οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού-προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων	10
2. Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ	13
2.1 Η ιστορική διαδικασία γέννησης της ζήτησης του κρητικού τουριστικού προϊόντος στις κοινωνίες αποστολής τουριστών	13
2.2 Η συγκρότηση του τουρισμού στην Κρήτη, αναγκαίες δομές και υποδομές	15
3. Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ	20
3.1 Βασικά μεγέθη της τουριστικής κίνησης στο νησί	20
4. ΘΕΛΓΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ	23
4.1 Θεσμικό πλαίσιο, φυσικοί και ιστορικοί πόροι της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού	23
4.2 Σύγχρονοι πόροι της τουριστικής ανάπτυξης της Κρήτης	27
5. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΚΟΡΕΣΜΟΥ	32
5.1 Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο φυσικό και το δομημένο περιβάλλον-Η απαξίωση του τουριστικού προϊόντος	32
5.2 Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις	35
6. ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ (SUSTAINABLE DEVELOPMENT)	43
6.1 Η συνειδητοποίηση των οικολογικών προβλημάτων του σύγχρονου κόσμου	43
6.2 Η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης	45
7. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ	52
7.1 Θεσμικές και πολιτικές προϋποθέσεις	52
7.2 Η δυναμική της τοπικής κοινωνίας	58
7.3 Προτάσεις αειφόρων εφαρμογών στον κλάδο του τουρισμού	60
7.4 Οι νέες μορφές τουρισμού	62
7.5 Συμπεράσματα και προτάσεις	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	77
Ελληνική βιβλιογραφία	77
Ξένη βιβλιογραφία	82

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 2.1.	Πορεία τουριστικής ανάπτυξης κάθε τύπου (Τσάρτας, 1996:263)	13
Πίνακας 3.1.	Σύγχρονο ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης («Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2012. Σύνολο χώρας»)	22
Πίνακας 4.1.	Κίνηση των δύο μεγάλων αεροδρομίων του νησιού με τις αφίξεις τουριστών κατά τα έτη 2010 – 2012. (Αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, χ.χ.)	24
Πίνακας 4.2.	Ανάγκες των τουριστών και την ανταπόκριση του μάρκετινγκ (Holloway & Robinson, 2007:106)	30
Πίνακας 4.3.	Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, στη Περιφέρεια Κρήτης (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος {ΕΛ.ΣΤΑΤ.})	30
Πίνακας 4.4.	Τουριστικά γραφεία στη Περιφέρεια Κρήτης. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος {ΕΛ.ΣΤΑΤ.})	31

ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 6.1.	Διασυνδέσεις και αρθρώσεις της έννοιας της αειφόρου Ανάπτυξης	45
Εικόνα 6.2.	Γενική έννοια του αειφόρου τουρισμού	47
ΦΩΤΟ 1.	Κακόγουστο σουβλατζίδικο με τη χρήση παράταιρων υλικών και την κυριαρχία των γύψινων αρχαιοελληνικών στύλων	41
ΦΩΤΟ 2.	Διάβρωση της ακτής στην Κρήτη	41
ΦΩΤΟ 3.	Το τουριστικό συνεχές δομημένο περιβάλλον στον Πλατανιά Χανίων	42
ΦΩΤΟ 4.	Εργοστάσιο ΑΗΣ Λινοπεραμάτων	42

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τόσο η χώρα μας γενικά όσο και η Κρήτη ειδικότερα, που θα προσεγγίσουμε την τουριστική της πραγματικότητα στην εργασίας μας, χαρακτηρίζονται από υψηλή τουριστική ανάπτυξη και συγκαταλέγονται στους διάσημους τουριστικούς προορισμούς. Ο τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό κομμάτι της οικονομίας και προσφέρει σημαντικό αριθμό θέσεων εργασίας, που αφορούν τόσο τον τουριστικό κλάδο με τη στενή έννοια, όσο και άλλους κλάδους της οικονομίας όπως για παράδειγμα τις μεταφορές και τον κατασκευαστικό. Ο τουρισμός άλλωστε προσθέτει στη χώρα μας το 18 - 20% του Α.Ε.Π., βελτιώνει την κατανομή του περιφερειακού εισοδήματος, ενώ την περίοδο 1980 - 1997, συνεισέφερε το 53% στην αύξηση του Α.Ε.Π., έναντι μόνο του 4,6% που συνεισέφερε η βιομηχανία (Παυλόπουλος, 1999: 50 - 63). Πολλά μέρη της χώρας μας, όπως και η Κρήτη βρήκαν το δρόμο προς την οικονομική ανάπτυξη μέσα από την εμφάνιση και εδραίωση της τουριστικής βιομηχανίας. Στις τοπικές κοινωνίες, ο τουρισμός προσέφερε τη δυνατότητα για την αντιστροφή του ρεύματος της μετανάστευσης και για την εμφάνιση νέων παραγωγικών δραστηριοτήτων, πέρα από τις παραδοσιακές όπως την αγροτική και κτηνοτροφική δραστηριότητα ή την αλιεία. Η ανάδειξη ενός τόπου ως τουριστικού προορισμού επέτρεψε την εμφάνιση μιας ευρείας κατηγορίας οικονομικών δραστηριοτήτων και επιχειρήσεων, όπως είναι οι ξενοδοχειακές μονάδες και τα λοιπά τουριστικά καταλύματα, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης, εμπορικά καταστήματα, τουριστικά γραφεία, οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής κτλ.

Αν και η ανάδειξη ενός τόπου σε τουριστικό προορισμό συνεπάγεται με νέες οικονομικές δυνατότητες και ανάπτυξη, σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, ωστόσο, αυτό δε σημαίνει ότι δεν παρουσιάζονται και πλήθος προβλημάτων. Συχνά οι τουριστικοί τόποι απαξιώνονται από την άναρχη δόμηση, την κατασπατάληση των φυσικών πόρων, την ανισόροπη ανάπτυξη, την αποσπασματική κρατική παρέμβαση σε επίπεδο νομοθεσίας, εκπαίδευσης του κατάλληλου εργατικού δυναμικού, την παραμέληση των δυνατοτήτων ανάπτυξης άλλων επικερδών κλάδων της οικονομίας, την παραβατικότητα κτλ. Συχνά αν και η ανάπτυξη ενός τόπου σε τουριστικό προορισμό σχετίζεται με το ειδυλλιακό περιβάλλον, τις καθαρές θάλασσες, την γραφικότητα των οικισμών και των πόλεων και λειτουργούν ως μέρη προσωρινής έστω φυγής των τουριστών από την καθημερινότητά τους, ωστόσο η ανάπτυξη από ένα σημείο και μετά (όταν μάλιστα γίνεται με τρόπο επιπόλαιο και χωρίς σχεδιασμένες παρεμβάσεις) καταλήγει στην πλήρη απαξίωση του τουριστικού τόπου έτσι ώστε να εξαφανιστούν όλα εκείνα τα στοιχεία, που βοήθησαν στην αξιολόγησή του στις χώρες αποστολής των τουριστών.

Στην εποχή μας, που η χώρα μας διέρχεται μια οξεία οικονομική κρίση και η ανεργία τόσο γενικά, όσο και ειδικά των νέων αυξάνεται δραματικά, ο ελληνικός τουρισμός συνεχίζει να αποτελεί μια σημαντική οικονομική και κερδοφόρα δραστηριότητα, που μπορεί να συμβάλει στην ανάσχεση ή και την υπέρβαση της κρίσης τόσο σε τοπικό επίπεδο (καθώς προσφέρει θέσεις εργασίας και επενδύσεις), όσο και εθνικό επίπεδο τονώνοντας την οικονομία και βοηθώντας άλλους κλάδους παραγωγής.

Είναι λοιπόν σημαντικό να μελετήσουμε και να προβληματιστούμε πάνω σε όλους εκείνους τους παράγοντες οι οποίοι βοηθούν στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή αγορά και μειώνουν τις αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού, προωθώντας τη βάση για μια υγιή και ισορροπημένη ανάπτυξη. Σε αυτό το πλαίσιο, η μελέτη του τουριστικού φαινομένου στην Κρήτη παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς το νησί αυτό παρουσιάζει μια μεγάλη τουριστική ανάπτυξη, που αφορά

τόσο τον εσωτερικό τουρισμό, αλλά και τον εξωτερικό τουρισμό και τις παραγωγικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό και αποτελούν ένα δυναμικό κομμάτι (ποσοτικά και ποιοτικά) της οικονομίας και της αγοράς εργασίας. Σχεδόν όλες οι κρητικές πόλεις και πολλές αγροτικές παραθαλάσσιες ή ακόμα και ορεινές περιοχές (για παράδειγμα τα Ανώγεια ή το Σπήλι), αναπτύχθηκαν τουριστικά και παράλληλα εμφάνισαν όλες τις απαραίτητες δομές για την τουριστική τους αξιοποίηση (λιμάνια, δρόμους, αεροδρόμια, κτλ). Έτσι, η περίπτωση της Κρήτης παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον από τη σκοπιά της διατήρησης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, αλλά και του σχεδιασμού της ανάπτυξης και της ανανέωσης του τουριστικού προϊόντος και της διεύρυνσης των αγορών για το προϊόν αυτό. Ο δυναμισμός του τουρισμού στη Κρήτη, αλλά και στην Ελλάδα συνολικά φαίνεται από το γεγονός ότι διατηρεί τόσο τις παραδοσιακές του αγορές στην δυτική Ευρώπη, αλλά παράλληλα ανοίγεται και σε νέες αγορές, όπως τη ρωσική, που τα τελευταία χρόνια αποκτά ένα σημαντικό κομμάτι της τουριστικής κίνησης και των διανυκτερεύσεων.

Μέχρι τώρα αναφέραμε τη σημασία του τουρισμού και τις θετικές του επιπτώσεις πάνω στην εθνική και την τοπική οικονομία. Ο τουρισμός, όμως, δεν σημαίνει ότι δεν έχει και αρνητικές επιπτώσεις, ή εκφάνσεις και τρόπους εφαρμογής, που προκαλούν κοινωνικά, πολιτιστικά, οικονομικά και οικολογικά προβλήματα. Στην εργασία μας θα θίξουμε τη θεματική των προβλημάτων αυτών, τόσο γενικά όσο και ειδικά στην περίπτωση της Κρήτης. Η επίτευξη μιας ισορροπίας μεταξύ της ανάπτυξης και της μείωσης των αρνητικών επιπτώσεων είναι το ζητούμενο για την διατήρηση και την εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού γενικά, αλλά και του τουρισμού της Κρήτης ειδικότερα. Άλλωστε το οξύμωρο σχήμα που υπάρχει μέσα στην τουριστική ανάπτυξη είναι ότι κάποιες φορές τείνει να απαξιώσει εκείνα τα φυσικά χαρακτηριστικά που έκαναν διάσημο έναν τόπο στις χώρες αποστολής τουριστών. Για παράδειγμα, οι όμορφες παραλίες απαξιώνονται με την μόλυνση από τις διογκωμένες πόλεις και τις μεγάλες τουριστικές μονάδες, το τοπίο αλλοιώνεται από άσχημες οικιστικές παρεμβάσεις, μορφές ζωής απειλούνται από την ανθρώπινη υπερεκμετάλλευση.

Στην εργασία μας στο πρώτο μέρος θα κάνουμε μια σύντομη αναδρομή στην τουριστική εξέλιξη του νησιού για να καταλήξουμε στη σύγχρονη πραγματικότητα με το πλήθος των τουριστικών επιχειρήσεων (μεγάλων και μικρών) και των δραστηριοτήτων, αλλά και των ειδών τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί. Παράλληλα, θα αναφερθούμε στο «πρωτογενές υλικό» που βοήθησε στην εδραίωση της Κρήτης σαν ένα διεθνές τουριστικό προορισμό (θάλασσες, κλίμα, φυσικές ομορφιές, ιστορικά μνημεία, πολιτισμός κτλ), καθώς και στον τρόπο που αυτά μπορούν περαιτέρω να αξιοποιηθούν και να στηρίξουν το τουριστικό προϊόν του νησιού. Στη συνέχεια θα δούμε τα ποικίλα προβλήματα που συνόδευαν στην Κρήτη την τουριστική ανάπτυξη και εξαπλώνονται σε πολλούς τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής, αλλά και της οικολογίας.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας μας θα αναφερθούμε στην έννοια της αιφόρου τουριστικής ανάπτυξης και των εφαρμογών που αυτή μπορεί να λάβει στην περίπτωση της Κρήτης. Τι ακριβώς περιγράφει αυτή η έννοια και τι σημαίνει για μια οικονομία στο σύνολο της αλλά και για τους διάφορους κλάδους της παραγωγής; Κατά πόσο μπορεί η αιφόρος ανάπτυξη να βοηθήσει στη διατήρηση και τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης και κατά πόσο μπορεί να αντιμετωπίσει τα όποια προβλήματα έχουν εμφανιστεί από τη διόγκωση των τουριστικών δραστηριοτήτων, συμβάλλοντας παράλληλα στην αντιμετώπιση και των προβλημάτων της τοπικής κοινωνίας, που ούτως ή άλλως συνδέονται και με την ευρύτερη οικονομική κρίση της χώρας μας; Επίσης η έννοια της αιφόρου ανάπτυξης αποτελεί ένα ακριβώς ορισμένο πεδίο, ή περίξ της έννοιας αυτής αρθρώνονται διαφορετικές προσεγγίσεις και συμφέροντα;

Οφείλουμε σε αυτό το σημείο να κάνουμε και μια αναφορά στο υλικό που έχουμε σκοπό να μελετήσουμε και τη σχετική βιβλιογραφία την οποία θα προσεγγίσουμε. Καθώς ο τουρισμός στην χώρα μας αποτελεί ένα δυναμικό κομμάτι της οικονομίας πολλοί φορείς

διατυπώνουν απόψεις και διεξάγουν μελέτες για την τουριστική ανάπτυξη, την πορεία του τουρισμού και τις προοπτικές του. Σε επίπεδο Κρήτης, το υλικό της Περιφέρειας είναι αρκετά σημαντικό, καθώς αποτυπώνει προβληματισμούς και υλοποιήσεις έργων, καταγράφει τα προβλήματα και καλείται να στηρίξει την τουριστική ανάπτυξη. Δίπλα σε αυτά, οι δικτυακοί τόποι του κάθε δήμου της νήσου, επίσης μας παρέχουν υλικό και περιλαμβάνουν πλήθος τουριστικών πληροφοριών, αλλά και διαφημιστικό υλικό, προβάλλοντας την ομορφιά του τόπου τους. Σημαντική πηγή για όποιον προσεγγίζει τα θέματα του τουρισμού είναι και το υλικό του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, που μας παρέχει πλήθος στατιστικών στοιχείων, αλλά και ηλεκτρονικές εκδόσεις αξιολογών ερευνών για τον τουρισμό. Για ζητήματα πολεοδομίας και βασικών υποδομών του νησιού σκοπεύουμε να προσεγγίσουμε το υλικό των Τεχνικών Επιμελητηρίων. Δίπλα σε αυτά, διαπιστώνουμε ότι υπάρχουν αρκετές επιστημονικές έρευνες από Έλληνες και ξένους ερευνητές, οι οποίες αφορούν τον τουρισμό. Αρκεί να αναφέρουμε μέσα στο πλήθος των ερευνητών τον Δρ. Κωνσταντίνο Ανδριώτη, ο οποίος ασχολείται ειδικά με το θέμα της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και έχει σημαντικό επιστημονικό έργο. Επίσης οι εφημερίδες του νησιού μας παρέχουν σημαντικά κείμενα και πληροφοριακό υλικό, καθώς ο τουρισμός είναι στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος της τοπικής κοινωνίας. Το αναρτημένο στο διαδίκτυο υλικό των τοπικών, εθνικών και διεθνών οργανισμών, που αφορούν την προστασία της φύσης και τους διεθνείς στόχους της περιβαλλοντικής πολιτικής επίσης είναι πολύ σημαντικό. Τέτοιο υλικό παράγεται από οργανισμούς όπως τον Ο.Η.Ε., το Συμβούλιο της Γης, τις διακηρύξεις των οργάνων της Ε.Ε., την Greenpeace κτλ.

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή μου κ. Στεργίου Δημήτριο για την αμέριστη βοήθεια που μου παρείχε, σ' ό,τι ήταν απαραίτητο για την διεκπεραίωση της εργασίας μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία μας θα δούμε τα βασικά μεγέθη του κρητικού τουρισμού και τα προβλήματα που έχει δημιουργήσει στο νησί η τουριστική ανάπτυξη. Ακολούθως θα προσεγγίσουμε την έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης και τις εφαρμογές που αυτή μπορεί να λάβει τόσο στις δομές του μαζικού τουρισμού, όσο και στις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, που αναπτύσσεται ως μια σύγχρονη τάση του σύγχρονου τουρισμού. Το ενδιαφέρον για τη βιωσιμότητα και το μέλλον του κρητικού τουρισμού πρέπει να αποτελεί βασικό καθήκον τόσο του τομέα της δημόσιας διοίκησης και της τοπικής αυτοδιοίκησης, όσο και των πολιτών της περιφέρειας Κρήτης, των εργαζόμενων, των επιχειρήσεων, αλλά και του επιστημονικού δυναμικού. Έτσι η διερεύνηση πιθανών λύσεων και η εξεύρεση μιας ισορροπίας μεταξύ φυσικού περιβάλλοντος, οικονομικής ανάπτυξης και τουρισμού, αποτελεί το κύριο αντικείμενο της έρευνας μας. Οι πιθανές λύσεις και τα μέτρα που προτείνονται απαρτίζουν ένα ευρύ φάσμα παρεμβάσεων, τροποποιήσεων και αλλαγών, που αφορούν τόσο τεχνικά θέματα και εφαρμογές της τεχνολογίας, όσο και θεσμικές, πολιτικές και κοινωνικές προϋποθέσεις και καταλύτες για την εφαρμογή πολιτικών της αειφόρου ανάπτυξης. Στην εργασία μας θα προσπαθήσουμε να ανιχνεύσουμε όλο αυτό το φάσμα λύσεων και προτάσεων επί της αειφόρου ανάπτυξης στον τουριστικό κλάδο με ταυτόχρονη αναφορά στην υπάρχουσα κατάσταση του κρητικού τουρισμού.

Λέξεις κλειδιά: Τουριστικοί πόροι, ανωδομές και υποδομές του τουρισμού, μαζικός τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, αειφόρος τουριστική ανάπτυξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1. Η φύση του τουριστικού φαινομένου και η ιστορική του εξέλιξη

Η εικόνα των διακοπών και του τουρισμού, που ο καθένας έχει στο μυαλό του, συνδέεται με την εικόνα της χαλάρωσης, της ανάπαυσης, των θερινών μπάνιων και της ηλιοθεραπείας, της φυγής από την καθημερινότητα και τις έγνοιες της ζωής. Πίσω από αυτή την εικόνα όμως, ο τουρισμός αποτελεί μια δραστήρια, εργώδη, πολυσχιδή και διεθνή οικονομική δραστηριότητα, με πλήθος εμπλεκόμενους φορείς και δίκτυα ανταλλαγών, που συγκροτούν τη λεγόμενη τουριστική βιομηχανία. Έτσι, ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις, οι οποίες δεν μπορούν να αγνοηθούν (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999:80). Ο κλάδος του τουρισμού συμμετέχει με 10,4% (4,3 τρις δολάρια) στο παγκόσμιο Α.Ε.Π. και προσφέρει 214.697.000 θέσεις απασχόλησης (Κουγιουμουτζής, 2006:25). Άλλωστε η μεταφορά, η διαμονή, η σίτιση και η διασκέδαση εκατομμυρίων τουριστών σημαίνουν βαθιές κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές, μεγάλες επενδύσεις σε μέσα μεταφοράς και διαμονής τόσο για τις χώρες αποστολής τουριστών, όσο και για τις χώρες υποδοχής. Στο κομμάτι αυτό της εργασίας μας θα προσεγγίσουμε ορισμένες βασικές έννοιες του τουριστικού φαινομένου, ώστε να είναι κατανοητό και ορισμένο το αντικείμενο για το οποίο κάνουμε λόγο.

Αν και οι διάφορες μελέτες του τουρισμού αναφέρονται στις τρεις ιστορικές περιόδους του φαινομένου από τη αρχαιότητα ως σήμερα, εμείς στην εργασία μας θα επικεντρωθούμε στις έννοιες και το περιεχόμενο του τουρισμού, όπως αυτός αναπτύχθηκε στον σύγχρονο κόσμο μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Εδώ αρκεί να αναφέρουμε ότι ταξίδια για διάφορους λόγους (πολιτικούς, οικονομικούς, θρησκευτικούς), έκαναν οι άνθρωποι από την αρχαία εποχή. Τα σύγχρονα μέσα μεταφοράς και οι κοινωνικές αλλαγές της σύγχρονης εποχής, όμως, έφεραν στο προσκήνιο μια χωρίς προηγούμενο ευκολία μετακίνησης εκατομμυρίων ανθρώπων για λόγους ψυχαγωγίας και ανάπαυσης (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 158 – 203).

Ο τουρισμός με τη σύγχρονη μορφή του θα μπορούσε να οριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλον εκτός αυτού, με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, καθώς και την οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων. Ο παραπάνω ορισμός περιλαμβάνει τόσο τη ζήτηση τουριστικών προϊόντων, όσο και την προσφορά των προϊόντων αυτών. Το τουριστικό προϊόν έχει, έτσι, τρία βασικά στοιχεία τα οποία και το συνθέτουν: το άτομο που πραγματοποιεί το ταξίδι για λόγους αναψυχής, ή άλλους λόγους, τον χώρο, που αποτελεί το απαραίτητο στοιχείο για την πραγματοποίηση του ταξιδιού και το χρόνο ως το προσωρινό στοιχείο που αναλώνεται στο ταξίδι και τη διάρκεια της παραμονής (Κραβαρίτης, 1996: iii). Τα τουριστικά προϊόντα μπορεί να είναι υλικά ή άυλα (αγαθά ή υπηρεσίες και ακόμα απλά ή σύνθετα). Στην περίπτωση που τα προϊόντα αυτά προσφέρονται συνδυασμένα, ως ένα σύνολο, τότε μιλάμε για τουριστικά πακέτα. Έτσι ένα τουριστικό πακέτο μπορεί να περιλαμβάνει: πακέτο = τράνσφερ (μεταφορά από και προς το σημείο διαμονής τους από το σημείο άφιξης) + πρόγευμα + κατάλυμα + μεταφορικό μέσο + τουριστικό προϊόν (εδώ ο πελάτης καταναλώνει τα αγαθά που δεν μπορούν να μεταφερθούν στο τόπο κατοικίας του: θάλασσα, μνημεία, παραλίες κτλ) (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 80 – 83). Το προϊόν από εκεί και πέρα μπορεί να κλιμακώνεται και να παρέχει ακριβότερες ή φθηνότερες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, το ξενοδοχείο μπορεί να είναι 4 ή 5 αστέρων. Το πακέτο να περιλαμβάνει μόνο

πρωινό ή και μεσημεριανό και βραδινό. Επίσης μπορεί να περιλαμβάνονται εκδρομές, επισκέψεις σε μουσεία κτλ. Ο κάθε εμπλεκόμενος στον τουρισμό έχει τις δικές του επιδιώξεις: ο τουρίστας να αποκομίσει θετικές εμπειρίες από τη χώρα προορισμού του, οι τουριστικές επιχειρήσεις να σημειώσουν κέρδη. Η τοπική κοινωνία να μειώσει την ανεργία της, η πολιτική διοίκηση της χώρα υποδοχής τουριστών να αυξήσει τα έσοδα από τις ροές συναλλάγματος (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 85 – 86).

Η φύση των τουριστικών υπηρεσιών διαφέρει από τη φύση των υλικών αγαθών που κάποιος αγοράζει από ένα κατάστημα ηλεκτρικών ειδών για παράδειγμα. Εδώ το αγαθό περιλαμβάνει τους παράγοντες της άυλης φύσης, της ετερογένειας, της ευπάθειας και της αδιαιρετότητας. Οι άυλες υπηρεσίες δεν καταναλώνονται παρά μόνο αφού αγοραστούν. Το στοιχείο αυτό αν και ευκολύνει τους τουριστικούς πράκτορες να διαμορφώσουν ένα προϊόν που οι ίδιοι δεν φυλάσσουν κάπου, δεν αποθηκεύουν, ωστόσο για τους αγοραστές ο κίνδυνος εξαπάτησης και άρα και η ανασφάλεια που νιώθουν είναι πολύ μεγαλύτερη. Επίσης το τουριστικό προϊόν είναι ετερογενές και εξαρτάται η επιτυχία του από πολλούς παράγοντες. Κάθε κομμάτι της πραγματοποίησης του ταξιδιού «ενέχει κινδύνους» δυσαρέσκειας του αγοραστή, που θίγουν όλη την αλυσίδα των τουριστικών παροχών. Για παράδειγμα, μπορεί ένα τουριστικό πακέτο να είναι πράγματι ικανοποιητικό σε όλα τα στάδια του, αλλά οι πτήσεις που περιλαμβάνει να έχουν καθυστερήσεις, απεργίες κτλ, που τελικά μειώνουν την ποιότητα των παροχών και την ικανοποίηση του πελάτη. Ο κάθε κρίκος λοιπόν της αλυσίδας του τουρισμού δεν μπορεί να ελέγξει εύκολα τον άλλο. Επίσης το τουριστικό προϊόν είναι ευπαθές. Μια τηλεόραση μπορεί να πωληθεί άνετα σε βάθος χρόνου. Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από ζήτηση μεταβλητή στο χρόνο, συγκεντρωμένη τους θερινούς μήνες για τις καλοκαιρινές διακοπές, ή τα σαββατοκύριακα για τις εβδομαδιαίες αποδράσεις. Τέλος, η αδιαιρετότητα σημαίνει για το τουριστικό προϊόν ότι ο κάθε εργαζόμενος στον τουρισμό διαμορφώνει και την ποιότητα του τελικού προϊόντος. Ένα πολύ καλό δωμάτιο ξενοδοχείου με την καλύτερη σχέση τιμής/παροχών, χάνει την αξία του από έναν ανεπαρκή ή αγενή υπάλληλο, που θα δημιουργήσει μια αρνητική εικόνα ή εμπειρία στον τουρίστα, εκεί ακριβώς που αυτός ταξιδεύει για την αποκόμιση θετικών εμπειριών (Holloway & Robinson, 2007: 26 – 28).

Επίσης πρέπει να σημειώσουμε ότι το τουριστικό προϊόν στην αγορά υπόκειται σε κύκλους δημοτικότητας, καθώς η μόδα, τα ερεθίσματα και η δίψα του κοινού για νέες εμπειρίες και απείραχτους προορισμούς υπόκειται σε αλλαγές. Μπορεί η γενική κατάταξη των τουριστικών προορισμών να μην αλλάζει δραματικά (για παράδειγμα η Ελλάδα ως κορυφαίος τουριστικός προορισμός μπορεί να είναι μέσα στους 40 πρώτους σε διάφορες θέσεις, αλλά δεν θα εμφανιστεί ξαφνικά και από το πουθενά ένας άγνωστος προορισμός για να την υποσκελίσει), αλλά σταδιακά κάποιοι τουριστικοί προορισμοί μπορεί να σβήσουν εντελώς. Οι Holloway και Robinson (2007: 35) φέρνουν σαν παράδειγμα την ιταλική Ριβιέρα, που ενώ στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ήταν κορυφαίος προορισμός, σήμερα δεν αναφέρεται πουθενά.

Δύο ακόμα πράγματα πρέπει να προσθέσουμε για να κατανοήσουμε τη φύση του τουριστικού προϊόντος. Το ένα είναι ο παράγοντας της σταυροειδής ελαστικότητας της ζήτησης, της πιθανότητας δηλαδή το προϊόν διακοπές να αντικατασταθεί τελείως στις προτιμήσεις των καταναλωτών από ένα άλλο είδος προϊόντος (για παράδειγμα αντί για διακοπές, αγορά τηλεόρασης ή ηλεκτρονικού υπολογιστή κτλ). Παράλληλα, το τουριστικό προϊόν και όλη η αλυσίδα της τουριστικής βιομηχανίας χαρακτηρίζεται από ευπάθεια. Ειδικά οι τοπικές κοινωνίες και οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στον τόπο υποδοχής τουριστών, εύκολα μπορούν να πάθουν μια ζημιά από έναν αστάθμητο παράγοντα. Αρκεί να αναφέρουμε την περίπτωση της Αιγύπτου, ή μια απλή απεργία στα αεροδρόμια ή τις αεροπορικές εταιρίες (Holloway & Robinson, 2007: 36 – 37).

1.2 Οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού - προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων.

Λέγοντας βιομηχανία του τουρισμού εννοούμε ένα σύνολο επιχειρήσεων και αγαθών, που περιλαμβάνουν: 1. Τα τουριστικά γραφεία, που πωλούν τουριστικά πακέτα. 2. Τις διάφορες μορφές καταλυμάτων. 3. Τις διάφορες επισιτιστικές επιχειρήσεις. 4. Τις επιχειρήσεις μεταφοράς (αεροπορικές εταιρίες, τρένα, λεωφορεία, αλλά επίσης και τις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων). 5. Τις εγκαταστάσεις αναψυχής (επιχειρήσεις διοργάνωσης εκδρομών, γήπεδα γκολφ κτλ). 6. Διάφορες άλλες επιχειρήσεις που ικανοποιούν δευτερεύουσες ανάγκες των τουριστών (φωτογραφεία, καταστήματα με αναμνηστικά δώρα, κτλ) (Κουγιουμουτζής, 2006: 8 – 10). Ενώ, δίπλα σε αυτά, η έννοια της τουριστικής ανάπτυξης συγκροτείται από τους παράγοντες: 1. της διεθνούς και εθνικής τουριστικής πολιτικής, 2. του χαρακτήρα της τουριστικής ζήτησης, 3. τους τουριστικούς πόρους της περιοχής, 4. τους φορείς και οργανισμούς που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης και 5. την επιρροή της τουριστικής προσφοράς από τα υπαρκτά πρότυπα της τουριστικής ανάπτυξης (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 21 - 24).

Το στοιχείο της ανάπτυξης είναι ουσιαστικό για την κατανόηση του τουρισμού, καθώς μας βοηθά να φωτίσουμε τη δυναμική διάσταση του φαινομένου, τη συνεχώς μεταβαλλόμενη εικόνα κάθε τουριστικού τόπου σε σχέση με το παρελθόν του, αλλά και σε σχέση με τους άλλους τουριστικούς προορισμούς. Αυτό το σύνολο των επιχειρήσεων που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό, άλλες είναι εγκατεστημένες στις χώρες αποστολής τουριστών (τουριστικά γραφεία, αεροπορικές εταιρίες) και άλλες βρίσκονται στις χώρες υποδοχής τουριστών (καταλύματα, κέντρα διασκέδασης κτλ). Γίνεται φανερό από τα παραπάνω ότι ο τουρισμός είναι ένα οικονομικό φαινόμενο που συνεγείρει οικονομικές δραστηριότητες, τόσο στη χώρα αποστολής τουριστών, όσο και στη χώρα υποδοχής. Σχηματίζεται έτσι μια αλυσίδα αλληλοεξαρτώμενων επιχειρήσεων, που διαχειρίζονται τη μετακίνηση και τη διαμονή των τουριστών και αναπτύσσουν μια δυναμική τροχιά ανάπτυξης, που έχει τα δικά της χαρακτηριστικά.

Αν και αναφερόμαστε στον τουρισμό χρησιμοποιώντας τον όρο βιομηχανία, πρέπει να σημειώσουμε ότι ο ορισμός αυτός μάλλον δεν είναι τόσο κατάλληλος για τον τουρισμό. Η δυσκολία στο να ορίσουμε τον τουρισμό ως βιομηχανία έγκειται στο γεγονός ότι δεν έχει τις συνήθεις παραγωγικές δραστηριότητες ούτε παραγόμενα, τα οποία μπορούν να μετρηθούν φυσικά (Holden, 2008: 5). Τελικά «τουριστική βιομηχανία» είναι ένας όρος που παρουσιάζει διαφοροποιήσεις από τις άλλες βιομηχανίες, καθώς δεν παράγει ένα συγκεκριμένο αναγνωρίσιμο αγαθό, αλλά αποτελεί μάλλον ένα αμάλγαμα από διαφορετικές επιχειρήσεις και οργανισμούς, που συνδέονται από το γεγονός ότι παράγουν υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό (Ο.π.: 7). Μια διαφορετική πρόσληψη και προσπάθεια κατανόησης του τουρισμού είναι ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σύστημα το οποίο περικλείει όχι μόνο τις επιχειρήσεις και τους τουρίστες, αλλά επίσης κοινωνίες και περιβάλλοντα. Η έννοια του συστήματος τονίζει και το γεγονός της αλληλεξάρτησης του κάθε κομματιού του τουρισμού με το άλλο. Τελικά, με αυτό τον τρόπο, μπορούμε να αναπαραστήσουμε τις συνδέσεις και το δίκτυο το οποίο δημιουργείται από το σύνολο των τουριστικών επιχειρήσεων, των τουριστών, του περιβάλλοντος και των τοπικών κοινοτήτων, μαζί με άλλους κλάδους της παραγωγής. Όπως κάθε σύστημα, έτσι και ο τουρισμός μας δίνει παράγωγα. Ως παράγωγα του συστήματος θεωρούνται εδώ τα εισοδήματα, αλλά και οι κοινωνικές και περιβαλλοντικές αλλαγές, τις οποίες επιφέρει ο τουρισμός (Ο.π.: 7 - 10).

Στη χώρα μας, όπως και άλλες ανεπτυγμένες τουριστικά χώρες, ένα μεγάλο κομμάτι των πελατών των ξενοδοχείων είναι αλλοδαποί που έχουν αγοράσει ένα τουριστικό πακέτο από τους τουριστικούς πράκτορες της χώρας τους (tour operators). Τέτοιοι μεγάλοι τουριστικοί πράκτορες που έχουν διεθνή παρουσία είναι TUI, η Neckerman, η Karavel, η Le Grand κτλ. Η συνεργασία με τα μεγάλα πρακτορεία βασίζεται σε δύο είδη συμβολαίων τα

commitment/guarantee contracts, με τα οποία ο τουριστικός πράκτορας προαγοράζει ένα συγκεκριμένο αριθμό δωματίων και υποχρεούται να καταβάλει τη τιμή του συμβολαίου άσχετα αν τα χρησιμοποιήσει ή όχι και allotment contracts βάσει των οποίων παρακρατείται ένας αριθμός δωματίων με συγκεκριμένη ημερομηνία αποδέσμευσης και ο τουριστικός πράκτορας πληρώνει μόνο εάν χρησιμοποιήσει τα δωμάτια (Κουγιουμουτζής, 2006: 42). Οι επιχειρήσεις των τουριστικών πρακτόρων αποτελούν μεγάλες μονάδες, οι οποίες απασχολούν εξειδικευμένο προσωπικό και αναπτύσσουν τη δράση τους με βάση το τουριστικό marketing.

Ο άλλος σημαντικός πόλος του τουριστικού φαινομένου, είναι ο τουρίστας. Οπότε είναι αναγκαίο, να κάνουμε μια γενική αναφορά στους τουρίστες και τον τρόπο που επιλέγουν να καταναλώσουν ένα τουριστικό προϊόν. Η αγορά του τουρισμού συγκροτείται από το σύνολο των καταναλωτών που ζητούν ένα συγκεκριμένο αγαθό ή μια σειρά προϊόντων. Οι τουρίστες είναι καταναλωτές που αγοράζουν ανομοιογενή προϊόντα του ταξιδιού τους και του τουριστικού κλάδου. Το πιο κεντρικό ερώτημα στην έρευνα και την ανάπτυξη της τουριστικής αγοράς είναι το γιατί κάποιος επιλέγει να κάνει διακοπές και γιατί επιλέγει έναν τουριστικό προορισμό. Οι άνθρωποι εκφράζουν ανάγκες και επιθυμίες, που μπορεί σύμφωνα με την κλίμακα του Abraham Maslow (Holloway & Robinson, 2007: 92 – 93) να τοποθετηθούν ιεραρχικά ξεκινώντας από τις βιολογικές ανάγκες, και προχωρώντας στις ανάγκες ασφάλειας, τις κοινωνικές ανάγκες, τις ανάγκες του εγώ και τέλος την αυτοολοκλήρωση. Κάθε τέτοια κλίμακα τοποθετείται στο πολιτιστικό περιβάλλον των κοινωνιών μέσα στο οποίο κατοικούν οι άνθρωποι. Η επιθυμία για να επισκεφτούμε έναν τόπο και το είδος του τόπου που θέλουμε να επισκεφτούμε αποτελεί πολιτιστική επιθυμία. Αυτό σχετίζεται με τα μεταβαλλόμενα πολιτιστικά χαρακτηριστικά των κοινωνιών αποστολής τουριστών. Συχνά οι άνθρωποι των ανεπτυγμένων κοινωνιών συγκινούνται από το «άγριο» και αξιολογούν τα ανέπαφα μέρη ότι έχουν μεγαλύτερη σημασία και μοναδικότητα (Holden, 2008: 24 – 27). Μέσα σε αυτά τα πλαίσια το περιβάλλον λειτουργεί ως τουριστική ατραξιόν και γίνεται αντικείμενο διαφήμισης. Από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, οι εικόνες του άγριου τοπίου και των ξένων πολιτισμών είχαν γίνει κεντρικές στην ανάπτυξη του τουρισμού (Ο.π.: 29).

Είναι φανερό ότι η ανάγκη του ταξιδιού κυρίως προκύπτει σε κοινωνίες που έχουν ένα συγκεκριμένο επίπεδο διαβίωσης, καλύπτουν τις χαμηλότερες ιεραρχικά ανάγκες τους και έχουν το χρηματικό πλεόνασμα για να καταναλώσουν πακέτα διακοπών και άλλα αγαθά. Έτσι χώρες αποστολής τουριστών είναι κυρίως οι ανεπτυγμένες οικονομικά χώρες και όχι οι φτωχές αφρικανικές ή ασιατικές χώρες (για παράδειγμα ο κρητικός τουρισμός περιλαμβάνει Σκανδιναβούς, Γερμανούς, Βρετανούς, Γάλλους, Ρώσους και Πολωνούς, αλλά όχι Πακιστανούς και Αφγανούς για να φέρουμε ένα ακραίο παράδειγμα).

Συναφείς με τον τουρίστα πρέπει να είναι η αναφορά και στο ντόπιο, ειδικά για τις κοινωνικές επιπτώσεις που έχει η παρουσία του στις κοινωνικές και ιδεολογικές αλλαγές, που λαμβάνουν χώρα στην κοινωνία υποδοχής. Ο τουρίστας και ο ντόπιος αποτελούν λοιπόν κοινωνικές ομάδες με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η συνάντησή τους επηρεάζεται από τις ιδιαιτερότητες των τουριστικών δραστηριοτήτων. Οι κοινωνικές αλλαγές που επέρχονται αφορούν και τις δύο ομάδες με διαφορετικό όμως τρόπο. Η τουριστική δραστηριότητα ενεργοποιούμενη οδηγεί στη διαμόρφωση ενός ειδικού περιβάλλοντος (φυσικού, δομημένου, πολιτισμικού, κοινωνικού). Μέσα σε αυτό ο τουρίστας, εκπροσωπώντας διαφορετικά συνήθως συστήματα αξιών από τους ντόπιους, λειτουργεί ως φορέας κοινωνικών αλλαγών (Μανώλογλου, Τσάρτας, Μάρκου & Παπαηλιάκη, 1998: 25). Έτσι, ο τουρισμός και το δίπολο τουρίστας - ντόπιος αποτελούν δυναμικά φαινόμενα, που επιφέρουν αλλαγές σε όλες τις σφαίρες της ζωής και της τοπικής κοινωνίας και τελικά αλλάζουν και την υφή του τουριστικού προϊόντος. Περισσότερα πάνω σε αυτό το ζήτημα θα αναφέρουμε όταν μιλήσουμε για τις κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού.

Όσον αφορά την τουριστική αγορά, οι μεταβλητές που επηρεάζουν τις ανάγκες και την αντίστοιχη ζήτηση μπορούν να χωριστούν σε δημογραφικές μεταβλητές, οι οποίες αφορούν στατιστικές του πληθυσμού και ψυχογραφικές μεταβλητές οι οποίες αφορούν τα μοντέλα του τρόπου ζωής και την προσωπικότητα. Η πρώτη κατηγορία των μεταβλητών μπορεί να επηρεάσει τον τουρισμό, καθώς για παράδειγμα η γενική γήρανση του πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών μπορεί να σημάνει τη διεύρυνση της αγοράς για πακέτα και υπηρεσίες που απευθύνονται σε ηλικιωμένους και συνταξιούχους. Οι ψυχογραφικές μεταβλητές έχουν να κάνουν με τις κοινωνικές και ηθικές αξίες, τα γούστα και τις κλίσεις που εμφανίζονται σε κάθε χώρα αποστολής τουριστών και επιβάλλουν αναγκαίες ρυθμίσεις στη φιλοξενία των τουριστών και την ικανοποίηση των ιδιαίτερων γούστων τους. Παράλληλα, καθώς οι σύγχρονες κοινωνίες είναι ταξικά στρωματοποιημένες, περιλαμβάνουν ανθρώπους με διαφορετικά εισοδήματα, γούστα και δυνατότητες διακοπών (εργάτες, διευθυντές, αυτοαπασχολούμενοι, ελεύθεροι επαγγελματίες, επιχειρηματίες, εισοδηματίες κτλ), οι οποίοι αποτελούν ιδιαίτερες κατηγορίες σε μια εθνική αγορά. Σημαντική για την αγοραστική συμπεριφορά είναι επίσης και το τι πράττει η ομότιμη ομάδα (η ομάδα που έχει πολύ στενή σχέση με τη ζωή ενός ατόμου, για παράδειγμα οι συνάδελφοι στη δουλειά), καθώς και οι ομάδες αναφοράς, οι ομάδες δηλαδή που επιβάλλουν γούστα και μόδες, τα οποία ταυτόχρονα από είδη πολυτελείας και επιβολής κοινωνικού γοήτρου τείνουν να υιοθετηθούν από μια μεγάλη πλειοψηφία. Για παράδειγμα, το St. Tropez με τα χρόνια έχει μετατραπεί από κέντρο πολυτελών διακοπών σε θέρετρο του μαζικού τουρισμού (Holden, 2008: 21). Επίσης πρέπει να σημειώσουμε ότι συνεχώς επεκτείνονται, με τη βοήθεια της τεχνολογίας και την αλλαγή των γούστων των τουριστών, οι προορισμοί που επιλέγονται για διακοπές. Νέοι προορισμοί τείνουν να εμφανιστούν, όπως η Κίνα, η Αρκτική, οι κοραλλιογενείς ύφαλοι, αλλά ακόμα και το διάστημα.

Παράλληλα, ως καταναλωτής ο άνθρωπος διαλέγει τα προϊόντα που έχουν αυξημένες δυνατότητες ικανοποίησης των αναγκών του. Η επιλογή αυτή γίνεται κάτω από την επίδραση των διαφημίσεων, των απόψεων του κοινωνικού μας κύκλου, της κοινωνικής μας θέσης, της πολιτισμικής μας συγκρότησης, των οικονομικών μας μέσων, αλλά και των προκαταλήψεων που έχουμε (Holloway & Robinson, 2007: 94 – 99). Ένα παράδειγμα των παραπάνω μπορεί να είναι ο εξής συλλογισμός κάποιου πιθανού τουρίστα: θα ήθελα να ταξιδέψω στη Φλόριντα, μα το κόστος των αεροπορικών εισιτηρίων είναι απαγορευτικό, οπότε μάλλον θα επιλέξω κάποιο πακέτο διακοπών στην Ιταλία ή τη νότια Γαλλία. Επίσης ο συλλογισμός: θα ήθελα να πάω στην Ίμπιζα ή τη Μύκονο αν ήμουν ελεύθερος ή αν δεν είχα παιδιά, αλλά τώρα θα επιλέξω έναν οικογενειακό προορισμό, όπως το Ρέθυμνο ή την Χαλκιδική. Ή όπως αναφέραμε παραπάνω, θα ήθελα να πάω διακοπές, αλλά τελικά θα δαπανήσω φέτος τα χρήματά μου για την αγορά καινούργιου αυτοκινήτου. Έτσι κάθε εθνική αγορά μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί ένα σύνολο που είναι τμηματοποιημένο και αναλόγως το μάρκετινγκ και η τουριστική προβολή πρέπει και αυτό να είναι τμηματοποιημένα, στοχεύοντας στις ειδικές κατηγορίες του πληθυσμού και τα εξελισσόμενα γούστα της κάθε υποομάδας. Ο τόπος υποδοχής των τουριστών μπορεί να οργανωθεί έτσι ώστε να καλύπτει μια όσο το δυνατόν ευρύτερη γκάμα γούστων ή σε κάθε περίπτωση να παρακολουθεί τις εξελίξεις και τις τάσεις της αγοράς ώστε να προσαρμόζεται καλύτερα και να αποσπά το καλύτερο δυνατό μέρος. Η επιλογή του ταξιδιού δεν καλύπτει μια ανάγκη αλλά περισσότερο ένα σωρό αναγκών μέσα σε ένα τμήμα της αγοράς: «Δεν είναι τα ειδικά προσόντα ενός προορισμού και οι πόλοι έλξης του που υποκινούν, αλλά η γενική καταλληλότητα του προορισμού να ικανοποιεί συγκεκριμένες ψυχολογικές ανάγκες» (Holloway & Robinson, 2007: 105). Φυσικά, δίπλα σε αυτά τα παραπάνω σημεία, αυτονόητο είναι ότι απαιτείται η επένδυση σε ένα σύνολο κατασκευών οι οποίες θα κάνουν δυνατή την έλευση, την διαμονή και την ψυχαγωγία των τουριστών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

2.1. Η ιστορική διαδικασία γέννησης της ζήτησης του κρητικού τουριστικού προϊόντος στις κοινωνίες αποστολής τουριστών

Για όποιον κατάγεται από την Κρήτη και ακούει αφηγήσεις των γονέων του ή των παππούδων του ή μεγαλύτερων σε ηλικία Κρητικών, θα διαπιστώσει την τρομερή αλλαγή σε όλους τους τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής, που έχει επέλθει στο νησί τις τελευταίες δεκαετίες. Οι μεταφορές και το οδικό δίκτυο ήταν υπερβολικά φτωχά. Κυριαρχεί η αγροτική οικονομία με πρωτόγονα μέσα παραγωγής, υπάρχει μια ανάπτυξη της βιοτεχνικής παραγωγής (σαπυνοποιίες του Ρεθύμνου, βυρσοδεψία, μύλοι κτλ), ενώ παράλληλα υπάρχει έλλειψη σε όλους τους τομείς (υγεία περίθαλψη, εκπαίδευση)¹. Τη μεταπολεμική εποχή αρχίζει σταδιακά η ανάπτυξη κι η τουριστική αξιοποίηση του νησιού. Το έργο αυτό απαιτούσε και σημαντικά έργα υποδομής, τα οποία θα έκαναν δυνατή τη μετακίνηση των ανθρώπων, τη διαμονή και τη διασκέδασή τους (λιμάνια, δρόμοι, αεροδρόμια, κλίνες). Διπλά σε αυτά, απαιτείται και το κατάλληλο εργατικό δυναμικό για να στελεχώσει και να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες. Τελικά η Κρήτη μεταμορφώνεται από μια φτωχή αγροτική περιφέρεια και κοινωνία αποστολής μεταναστών, σε ανεπτυγμένη και ισχυρή οικονομία, που δέχεται μάλιστα οικονομικούς μετανάστες.

Γενικά κάθε τουριστικός τόπος ακολουθεί κάποια στάδια, μπορούμε να πούμε, ανάπτυξης του τουριστικού τομέα και εδραίωσης της τουριστικής βιομηχανίας. Η χρήση των σταδίων αυτών για τη μελέτη του τουρισμού, δε σημαίνει μια κατά γράμμα εφαρμογή τους, καθώς ο κάθε τουριστικός τόπος έχει τη δική του ιστορία και τα δικά του χαρακτηριστικά, ενώ ταυτόχρονα δέχεται και τα διαφορετικά είδη τουρισμού. Για να φέρουμε ένα παράδειγμα δυο πολύ ανεπτυγμένων τουριστικά προορισμών, από την άποψη της ζήτησης, ο τουρισμός στο Ρέθυμνο επηρέασε όλους τους κοινωνικούς τομείς και τη δομή της οικονομίας, όπως και τα ήθη και έθιμα του τόπου, αλλά δεν επηρέασε καθόλου την τουριστικά επίσης ανεπτυγμένη Νέα Υόρκη, που εκτός από τουριστικός προορισμός είναι μια μεγάλη εμπορική πόλη με βιομηχανική παραγωγή, αστική κουλτούρα και πλήθος άλλων σύγχρονων δραστηριοτήτων, εκτός του τουρισμού.

Πίνακας 2.1. Πορεία τουριστικής ανάπτυξης κάθε τόπου (Τσάρτας, 1996:263)

1 ^ο Στάδιο: Ανακάλυψη	Η περιοχή ανακαλύπτεται από τους τουρίστες ή τους επενδυτές
2 ^ο Στάδιο: Ανταπόκριση	Οι ντόπιοι ανταποκρίνονται στην πρόκληση της τουριστικής ανάπτυξης και επενδύουν στον τουρισμό.
3 ^ο Στάδιο: Θεσμοποίηση τουρισμού	Αναπτύσσεται και εμπεδώνεται θεσμικά ο τουρισμός στην περιοχή που αποκτάει τα χαρακτηριστικά ενός θέρετρου.

Στο πρώτο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης ο τουρίστας λειτουργεί ως επισκέπτης και χρησιμοποιεί τις όποιες υποδομές τυγχάνει να υπάρχουν. Στο δεύτερο στάδιο, αρχίζουν οι επενδύσεις σε υποδομές στον τόπο υποδοχής τουριστών, τόσο από ιδιωτικά κεφάλαια, όσο και με κρατική ενίσχυση, ενώ ταυτόχρονα αρχίζουν να αλλάζουν και τα χαρακτηριστικά της κοινωνικοεπαγγελματικής δομής. Στο τρίτο στάδιο, ο τουρισμός εισέρχεται μαζικά πλέον στην περιοχή. Η κοινωνικοεπαγγελματική δομή προσαρμόζεται πλέον στις ανάγκες της

¹ Ως το 1923 το μόνο γυμνάσιο του νομού Λασιθίου ήταν αυτό της Νεάπολης (Σπανάκης, 1991: 412).

τουριστικής ζήτησης, ενώ ο έλεγχος της ανάπτυξης του τουρισμού περνάει σε παράγοντες ή θεσμικούς φορείς που είναι εγκατεστημένοι εκτός της περιοχής (Τσάρτας, 1996: 264).

Πριν δούμε την Κρήτη ως κοινωνία υποδοχής τουριστών και τον τρόπο που αναπτύχθηκε ο τουριστικός της κλάδος, πρέπει να στρέψουμε την προσοχή μας στις κοινωνίες αποστολής τουριστών, εκεί δηλαδή που κατά βάση γεννήθηκε η δυνατότητα του ταξιδιού στο εξωτερικό και η ζήτηση για διακοπές. Μετά τις καταστροφές του Δεύτερου Παγκόσμιου Πολέμου, οι χώρες της Ευρώπης μπαίνουν σε μια πρωτόγνωρη φάση ανάπτυξης και ανοικοδόμησης. Η αμερικάνικη βοήθεια τα χρόνια μετά το πόλεμο έπαιξε ουσιαστικό ρόλο στην αναθέρμανση των οικονομιών των ταλαιπωρημένων ευρωπαϊκών χωρών. Η οικονομική ανάπτυξη προκάλεσε με τη σειρά της μια δημογραφική έκρηξη που ευνοεί την προσφορά εργατικών χεριών. Δίπλα σε αυτά, οι απαιτήσεις για εργατικά χέρια καλύπτονται στις ανεπτυγμένες χώρες (ΗΠΑ, Δυτική Ευρώπη) με την εισροή πολλών μεταναστών από τις χώρες του μεσογειακού νότου (τις πρώτες μεταπολεμικές δεκαετίες τόσο η Ελλάδα γενικά όσο και η Κρήτη) είναι κοινωνίες αποστολής μεταναστών (Berstein & Milza: 195 – 197).

Παράλληλα, η μεγάλη βιομηχανική ανάπτυξη, που ευνοήθηκε από τις τεχνολογικές καινοτομίες του πολέμου, έκανε δυνατή τη μαζική ανάπτυξη νέων τρόπων μεταφοράς και επικοινωνίας (εμπορικές πτήσεις, επιβατηγά αυτοκίνητα κτλ) και τη διεύρυνση του πληθυσμού, που απολαμβάνουν τα νέα τεχνολογικά αγαθά². Τα αεροσκάφη είχαν καθοριστική συμβολή στην εξέλιξη του τουρισμού, παραγκωνίζοντας ταυτόχρονα τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Τα επιβατικά αεροσκάφη Douglas DC 4 και DC 6, του 1946 και 1947 αντίστοιχα, χρησιμοποιούνται από πολλές αεροπορικές εταιρίες. Μεταφέρουν 50 ή 60 επιβάτες και χρησιμοποιούν έλικες. Σταδιακά τα αεροσκάφη των αερογραμμών γίνονται μεγαλύτερα και γρηγορότερα, με τη χρήση τουρμπίνων, έτσι ώστε μερικοί σύγχρονοι τύποι να έχουν δυναμικότητα δωδεκαπλάσια των πρώτων εκείνων μεταπολεμικών επιβατικών (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας (1999: 190 – 191). Παράλληλα, το αυτοκίνητο που έδωσε στο μεταπολεμικό άνθρωπο το αίσθημα της αποδέσμευσης και της μικρής φυγής, αποτελεί σήμερα ένα σημαντικό πόρο του τουρισμού, τόσο με το λανσάρισμα των τροχόσπιτων, όσο και με τη μείωση των χρονοαποστάσεων (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 187 – 188).

Σήμερα μια από τις βασικότερες τουριστικές επιχειρήσεις στις κοινωνίες υποδοχής τουριστών είναι οι επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων, που παρέχουν τη δυνατότητα στον τουρίστα να χρησιμοποιήσει ένα επιβατηγό αυτοκίνητο και να κινηθεί μόνος του στη χώρα του προορισμού του. Τα 30 χρόνια μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, γνωστά ως «χρυσή τριακονταετία», σήμαιναν τη γενική ευημερία του πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών. Δίπλα σε αυτά, αναπτύσσεται και το κράτος πρόνοιας, που μεριμνά για την ελάχιστη εξασφάλιση όλου του πληθυσμού και παρέχει δωρεάν συστήματα υγείας, συντάξεις, εκπαίδευση κτλ. Έτσι τη μεταπολεμική εποχή η κατανάλωση στις ανεπτυγμένες χώρες ενισχύεται και μεγάλες κατηγορίες του πληθυσμού μπορούν να ξοδέψουν χρήματα μέσα σε ένα ασφαλές οικονομικό περιβάλλον για να βελτιώσουν την ποιότητα της ζωής τους (Berstein & Milza: 196 – 203).

Έτσι στις ανεπτυγμένες κοινωνίες εδραιώθηκε το πρότυπο της καταναλωτικής κοινωνίας και της μαζικής κατανάλωσης, που περιλαμβάνει τεράστιους αριθμούς παραγωγής και πωλήσεων. Όπως θα δούμε παρακάτω, οι αριθμοί αφίξεων στην Ελλάδα μπορεί να φτάνουν τα 9 ή 10 εκατομμύρια σε μια σεζόν. Οι αριθμοί παραγωγής ενός αυτοκινήτου ή

² Από τη δεκαετία του 1960 στη Μεγάλη Βρετανία διαδίδεται η πρακτική των διακοπών στο εξωτερικό. Ο Holloway και ο Robinson (2007: 19 - 20) κάνουν μια αναφορά στα πρώτα δειλά βήματα των εμπορικών μαζικών αερογραμμών στη Βρετανία, που δεν ήταν καθόλου ενθαρρυντικές για τους ταξιδιώτες. Έτσι οι αεροπορικές εταιρίες ξεκίνησαν με παλιά αεροσκάφη στη Βρετανία, και οι θέσεις των επιβατών ήταν τοποθετημένες προς τα πίσω, για λόγους παραπάνω ασφάλειας, πράγμα που τρομοκρατούσε τους επιβάτες και αύξανε την ανασφάλεια τους.

μιας οικιακής συσκευής αγγίζουν τα πέντε, τα δέκα ή τα δεκαπέντε εκατομμύρια μονάδες. Το ποσοστό των εξόδων για βασικές ανάγκες του νοικοκυριού μειώνεται και αυξάνεται το ποσοστό των εξόδων για κατοικία, μεταφορές, υγεία και ψυχαγωγία (Ανδριώτης, 2008: 22). Το ποσοστό των ανθρώπων που κάνουν διακοπές αυξάνεται και δραστηριότητες, που παλαιότερα ήταν αποκλειστικότητα των κυρίαρχων ελίτ, τώρα είναι προσιτές στους πολλούς (σκι, ιππασία, γκολφ, ιστιοπλοΐα) (Berstein & Milza: 303). Παράλληλα, στις ανεπτυγμένες χώρες ο χρόνος της πληρωμένης άδειας υπερβαίνει τις τέσσερις εβδομάδες, ενώ η πενήντημερη εβδομάδα δίνει τη δυνατότητα για μικρές εκδρομές, ο ελεύθερος χρόνος επεκτείνεται δημιουργώντας νέες ανάγκες και ζήτηση για όλες τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, μεταξύ των οποίων και διακοπές (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 186 – 187). Για πρώτη φορά στην ιστορία η κατανάλωση ομοιόμορφων βιομηχανικών προϊόντων κάθε είδους έλαβε τεράστιες διαστάσεις και αφορά τόσο υλικά αγαθά όσο και άυλες υπηρεσίες. Παράλληλα, υπογραμμίστηκε ο ατομικισμός, η επιδίωξη της προσωπικής ευτυχίας και η λατρεία του σώματος μέσα από διάφορες αθλητικές δραστηριότητες. Τα σημεία αυτά έδωσαν τεράστια ώθηση στην επέκταση και διεύρυνση των αγορών, μεταξύ των οποίων και της τουριστικής αγοράς (Berstein & Milza: 303 – 314).

Δίπλα σε αυτά σημαντική εξέλιξη στην Ευρώπη είναι και το κύμα αμφισβήτησης και νέων κοινωνικών κινημάτων που εμφανίζονται. Αν και στην εργασία μας δεν μπορούμε να επεκταθούμε στις μεγάλες πολιτιστικές αλλαγές που έρχονται στο προσκήνιο της Ευρώπης τα μεταπολεμικά χρόνια, ωστόσο, μια πτυχή τους φαίνεται να ευνοεί την τουριστική ανάπτυξη (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: σελ 24 - 25). Τα νέα κοινωνικά κινήματα στην Ευρώπη και τις ΗΠΑ έβαζαν στοιχεία αμφισβήτησης του τεχνοκρατικού πολιτισμού και της καταναλωτικής κοινωνίας και διακήρυσσαν την αντίθεσή τους, όχι μόνο στον καπιταλισμό και τον ιμπεριαλισμό, αλλά και την τεχνοκρατία, και την αλλοτρίωση στα πλαίσια μιας «μονοδιάστατης» κοινωνίας (Berstein & Milza: 226). Τα όμορφα και ανέπαφα μέρη του κόσμου, που δεν έχουν στιγματιστεί από τη βιομηχανική επέλαση απέκτησαν ένα παραπάνω πλεονέκτημα για την τουριστική τους αξιοποίηση. Μορφές νεανικής διαμαρτυρίας έκαναν την εμφάνισή τους, όπως ο κίνημα των Hippies, που διακήρυσσε τη φυσιολατρία, την επιστροφή στη φύση κτλ. Στην Κρήτη, τα Μάταλα χαρακτηρίστηκαν από την εγκατάσταση των Hippies στα σπήλαια της περιοχής και ο τουρισμός της περιοχής έχει ακόμα ένα άρωμα από εκείνη την εποχή.

2.2. Η συγκρότηση του τουρισμού στην Κρήτη: Αναγκαίες δομές και υποδομές

Αν στρέψουμε τώρα την προσοχή μας στην Ελλάδα και την Κρήτη ειδικότερα, θα δούμε ότι γενικά ο κλάδος του τουρισμού προσέφερε πολλές ευκαιρίες στην οικονομική ανάπτυξη συνολικά, αλλά και σε πολλές τοπικές κοινωνίες (Ανδριώτης, 2008: 22). Πολλοί τόποι «καταραμένοι», τόποι εξορίας και θανάτου την εποχή του μεσοπολέμου (Ανάφη, Γαύδος κτλ) μετατρέπονται (χάρη και στα νέα μέσα μεταφοράς και την τεχνολογική υποστήριξη) σε τόπους διακοπών και χαλάρωσης³. Πολλές τοπικές κοινωνίες, που ήταν τόποι αποστολής μεταναστών τόσο εσωτερικών όσο και εξωτερικών, γίνονται ισχυρές τοπικές κοινωνίες που δέχονται μάλιστα και ξένα εργατικά χέρια⁴. Το λιμάνι των Χανίων, το μεσοπόλεμο περιγράφεται έξοχα από τον Μπέρλτς, έναν Αυστραλό δημοσιογράφο που

³ Για τους τόπους εξορίας και το κλίμα των ελληνικών νησιών, τη φτώχεια και τις περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες, ενδεικτικά αναφέρουμε τις εντυπώσεις ενός Αυστραλού δημοσιογράφου την εποχή του μεσοπολέμου. Μπερτς Μπ. (2002). *Εξόριστοι στο Αιγαίο*, μτφ. Γ. Καστανάρας, Αθήνα: Φιλίστωρ.

⁴ Χαρακτηριστικό της μετανάστευσης που σημάδεψε τον τόπο είναι και η ύπαρξη συλλόγων αποδήμων. Για παράδειγμα, η Παγκρητική ομοσπονδία Ευρώπης με συλλόγους σε πολλές δυτικοευρωπαϊκές πόλεις (Στουτγάρδη, Κολωνία, Ντίσελντορφ, κτλ). (*Χαιρετισμός του Δ.Σ. της Παγκρήτιας Ομοσπονδίας Ευρώπης, χ.χ.*).

ταξιδέψε την δεκαετία του 1930 σε διάφορα μέρη της χώρας, και έφτασε για την κηδεία του Βενιζέλου στο νησί με ατμόπλοιο και αποβιβάστηκε όχι άμεσα στο λιμάνι, αλλά μέσω μιας βάρκας που τον οδήγησε στο ντεκ του λιμανιού (Μπερτζ, 2002: 271). Ενώ το ταξίδι από τα Χανιά στο Ηράκλειο διήρκησε για το δημοσιογράφο 9 ώρες και υπήρχαν διαθέσιμα στην πόλη του Ηρακλείου δύο ξενοδοχεία μόνο και ένα εστιατόριο με την επιγραφή «ομιλούνται αγγλικά» (Μπερτζ, 2002: 275). Η Γαύδος αναφέρεται ως το νησί του θανάτου, καθώς εκεί στέλλονταν πολιτικοί εξόριστοι και η ζωή δεν ήταν καθόλου εύκολη, χωρίς καμία άνεση (Μπερτζ, 2002: 364). Η αστυνομία τον κοιτά περίεργα, που θέλει να επισκεφτεί τη Γαύδο και του κάνει διερευνητικές ερωτήσεις (Μπερτζ, 2002: 371 – 372). Ο Μπερτζ μας δίνει μια εικόνα της Κρήτης και της φτώχειας της πριν το νησί αναπτυχθεί τουριστικά και είναι χαρακτηριστικές οι περιγραφές του.

Γενικά στην Ελλάδα υιοθετήθηκε το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, που συνδύαζε την κεντρική διοίκηση του τουρισμού (Υπουργεία, Ε.Ο.Τ.) και την αποκέντρωση αρμοδιοτήτων (μέσω των Νομαρχιών παλαιότερα και των Περιφερειών σήμερα). Το μοντέλο αυτό συνδύαζε τη δράση τόσο του κεντρικού κράτους, όσο και των οργάνων τοπικής αυτοδιοίκησης (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 27).

Ο μαζικός τουρισμός στην Κρήτη ξεκίνησε τη δεκαετία του 1960. Η μεγάλη τουριστική ανάπτυξη συγκεντρώνεται και ξεκινά από το βόρειο τμήμα του νησιού, εκεί που είναι και τα περισσότερα αστικά κέντρα. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό του τουρισμού αυτού είναι το τρίπτυχο θάλασσα, ήλιος και έρωτας (Sea, Sun and Sex, γνωστό ως «τα τρία S» (Ανδριώτης, 2008: 73). Ο τουρισμός επεκτάθηκε και στο νότιο τμήμα του νησιού και έτσι σήμερα υπάρχουν κάποια τουριστικά κέντρα (Αγία Γαλήνη, Μάταλα, Παλαιόχωρα). Θα προσπαθήσουμε σύντομα να δώσουμε κάποια στοιχεία για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Αναφέρουμε και πάλι ότι η κάθε τουριστική περιοχή απαιτεί ειδικές μελέτες, καθώς έχει τη δική της ιστορία τουριστικής ανάπτυξης και αξιοποίησης, τη δική της κυρίαρχη αστική τάξη που ανέπτυξε τις επενδύσεις στον τουρισμό και τη δική της αγορά εργασίας. Άλλωστε, παρά τις ομοιότητες στο νησί αρκεί να σκεφτούμε τις διαφορές μεταξύ της αγροτικής καλλιέργειας στη Μεσαρά και της κτηνοτροφίας του Ρεθύμνου για να καταλάβουμε τις διαφοροποιήσεις και τις διαφορετικές συναρμογές της αγοράς εργασίας με τον τουρισμό. Όπως έχουμε αναφέρει, για να αναπτυχθεί ο τουρισμός απαιτούνται κάποιες υποδομές, οι οποίες επιτρέπουν τη μετακίνηση και την επίσκεψη των τουριστών.

Βασικά αναπτυξιακά έργα στο νησί είναι το οδικό δίκτυο, τα λιμάνια και τα αεροδρόμια. Ο κύριος οδικός άξονας του ανεπτυγμένου βορά, ο Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης, σχεδιάστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1960 με στόχο και την τουριστική ανάπτυξη του νησιού. Η κατασκευή του άρχισε το 1968 και συνεχίστηκε τις δεκαετίες του 1970 και 1980, με συνεχείς βελτιώσεις έως σήμερα. Η όλη κατασκευή ενισχύθηκε και με το Β' και Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης. Στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης εντάχθηκαν μεγάλα έργα, όπως η γέφυρα Αγκαθιά -Χαμέζι και η σήραγγα Άγιος Νικόλαος - Καλό Χωριό Λασιθίου (Αγαπάκης, Κλάδος & Τσιρίτα, 2008: 2 - 6). Ακόμα και σήμερα πάντως γίνονται προσπάθειες για τη βελτίωση και επέκταση του οδικού δικτύου της νήσου, όπως για παράδειγμα οι εργασίες για το Νότιο Οδικό Άξονα (Νότιος Οδικός άξονας, χ.χ.)

. Το ιστορικό των αεροδρομίων της Κρήτης έχει συνοπτικά ως εξής: Αεροδρόμιο Ηρακλείου Ν. Καζαντζάκης

- 1947: Πρώτος επιβατικός αεροσταθμός αεροδρομίου,
- 1968: Έναρξη κατασκευής νέου αεροσταθμού,
- 1972: Ολοκλήρωση και εγκαίνια νέου αεροσταθμού 7.370 m² (21.05.1972),
- 1973-75: Κατασκευή καταφυγίων αεροσκαφών, τροχοδρόμων,
- 1988: Εγκαίνια νέας αίθουσας αφίξεων - αναχωρήσεων εξωτερικού 900 m²,
- 1992: Ολοκλήρωση νέας αίθουσας αφίξεων εξωτερικού,
- 1994: Λειτουργία νέας αίθουσας αναχωρήσεων εξωτερικού 2.000 m²,

- 1996: Ολοκλήρωση επέκτασης αεροσταθμού κατά 11.700 m²,
- 1997: Απόδοση σε χρήση νέας αίθουσας αναχωρήσεων εξωτερικού 5.000 m²,
- 2005: Ολοκλήρωση επέκτασης αεροσταθμού κατά 18.985 m² (Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου «Νίκος Καζαντζάκης»,χ.χ.).

Αεροδρόμιο Χανίων Ιωάννης Δασκαλογιάννης

- 1954: Κατασκευάζεται το αεροδρόμιο Χανίων στο Μάλεμε και ως το 1959 εξυπηρετούσε μόνο πτήσεις εσωτερικού
- 1959: Μεταφέρεται στη χερσόνησο Ακρωτήρι
- 1967: Κατασκευάστηκε ο πρώτος αεροσταθμός με δύο θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών
- 1974: Πραγματοποιείται η πρώτη διεθνής πτήση προς το αεροδρόμιο, η αύξηση του τουρισμού στα Χανιά δημιούργησε την ανάγκη για δημιουργία ενός νέου κτηρίου καθώς οι πτήσεις προς τον αερολιμένα αυξάνονται.
- 1996: Ολοκληρώθηκε η κατασκευή του νέου αεροσταθμού σε διαφορετική θέση με 6 θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών
- 2005: Έγινε η ολοκλήρωση επέκτασης του αεροδρομίου που έλαβε την ονομασία "Κρατικός Αερολιμένας Χανίων Ιωάννης Δασκαλογιάννης". (Κρατικός Αερολιμένας Χανίων «Ιωάννης Δασκαλογιάννης», χ.χ.).

Αεροδρόμιο Σητείας:

- Στις 7 Ιουνίου 1984 προσγειώθηκε η πρώτη πτήση των Ολυμπιακών Αερογραμμών, η οποία ήταν δοκιμαστική και επέβαινε επιτελείο της Ο.Α.,
- Στις 9 Ιουνίου 1984 γίνονται τα εγκαίνια του Δημοτικού Αερολιμένα Σητείας,
- Την ίδια μέρα, 10.30 π.μ. πραγματοποιήθηκε η πρώτη επίσημη πτήση,
- Στις 13 Ιουνίου 1984 προσγειώθηκε πτήση από τη Ρόδο,
- Στις 14 Ιουνίου 1984 προσγειώθηκε πτήση από την Κάρπαθο,
- Στις 6 Σεπτεμβρίου 1986 τέλειωσε η αποπεράτωση των εργασιών ασφαλτόστρωσης των διαδρόμων,
- Στις 20 Μαΐου 1993 γίνεται η μεταστέγαση των υπηρεσιών ΔΑΣΤ,
- Την 1η Μαΐου 2003 λειτουργεί ο νέος διάδρομος απογειώσεων / απογειώσεων
- Την 1η Μαΐου 2005 έγινε ξανά μεταστέγαση των υπηρεσιών ΔΑΣΤ σε προσωρινά κτήρια εμβαδού 1000τ.μ. (Αεροδρόμιο Σητείας, χ.χ.).

Έτσι βλέπουμε ότι σταδιακά τα αεροδρόμια του νησιού αυξάνονται και εμπλουτίζονται, ώστε να είναι σε θέση να δέχονται και να εξυπηρετούν τον αυξημένο αριθμό πτήσεων. Πρώτα γίνεται η επέκταση των αεροδρομίων των δύο μεγάλων αστικών κέντρων της Κρήτης (Ηράκλειο, Χανιά) και κατόπιν από τη δεκαετία του 1980, ξεκινά και η λειτουργία του αεροδρομίου της Σητείας.

Δίπλα σε αυτά, βελτιώνονται και οι λιμενικές εγκαταστάσεις του νησιού, που ως την εποχή του μεσοπολέμου περιορίζονταν κατ' ουσία στα βενετσιάνικα έργα και λιμενοβραχίονες. Το λιμάνι του Ηρακλείου για παράδειγμα επεκτείνεται υπό την καθοδήγηση του γνωστού μηχανικού και διανοούμενου Νίκου Κιτσίκη, ενώ νέοι λιμενοβραχίονες και έργα πραγματοποιούνται σταδιακά σε όλα τα λιμάνια του νησιού. Τις δεκαετίες του 1960 και 1970, άλλωστε βελτιώνεται γενικά στη χώρα μας η λιμενική υποδομή (Παρδάλη & Γκιζιάκης, 1995: 31). Πρέπει να αναφέρουμε ότι ο Νίκος Κιτσίκης, όπως και ο οικονομολόγος Δημήτρης Μπάσης υπήρξαν στις αρχές της δεκαετίας του 1950 μέλη της οργάνωσης ΕΠ.ΑΝ (Επιστήμη Ανοικοδόμηση), η οποία διατύπωσε ένα από τα πρώτα προγράμματα για τη βιομηχανική ανάπτυξη της Ελλάδας, προσβλέποντας στην αξιοποίηση του λιγνίτη και των υδατοπτώσεων της χώρας (Νούτσος, 1994: 82 - 93· Τσουκαλάς, 1987). Η επικράτηση αντιδημοκρατικών κυβερνήσεων μετά το 1950 ακύρωσε τους σχεδιασμούς αυτούς ακολουθώντας την

πεπατημένη των ξένων επενδύσεων και τη μονοδιάστατη διόγκωση του τριτογενούς τομέα στην χώρα μας. Για τον τουρισμό αυτό σημαίνει ότι βασικός κεφαλαιουχικός εξοπλισμός εισάγεται από το εξωτερικό, επιφέροντας αρνητικό πρόσημο στο ισοζύγιο συναλλάγματος, που προέρχεται από τα τουριστικά κέρδη.

Στη γενική μεταπολεμική ανάπτυξη του τουρισμού, κεντρικό ρόλο κατέχει και το ξενοδοχείο. Το ξενοδοχείο αποκτά έναν νέο ρόλο, ενώ η πολυμορφία των διακοπών δημιούργησε πολλούς τύπους και μορφές καταλυμάτων. Η δημιουργία ενός ξενοδοχείου του τύπου «resort hotel» (ξενοδοχείου κέντρου διακοπών) σε μια παρθένα τουριστικά περιοχή μπορεί να συμβάλει στην τουριστική της ανάπτυξη. Η κατασκευή ενός σύγχρονου ξενοδοχείου αποτελεί ένα σημαντικό επενδυτικό κόστος και (όπως και στην ελληνική περίπτωση) μπορεί να ενισχυθεί με κρατικά κονδύλια. Παράλληλα, η αποδοτικότερη λειτουργία των ξενοδοχείων συχνά επιβάλλει την ανάπτυξη ξενοδοχειακών ομίλων και ξενοδοχειακών αλυσίδων. Τέτοιες αλυσίδες, που λειτουργούν και στη χώρα μας είναι η Hilton, Holiday Inn, Grecotel κτλ (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 197 - 201).

Γενικά μπορούμε να κατηγοριοποιήσουμε τις μορφές των τουριστικών καταλυμάτων στις παρακάτω κατηγορίες: Κύρια τουριστικά καταλύματα: Ξενοδοχεία, μοτέλ, επιπλωμένα διαμερίσματα, μικτού τύπου, που περιλαμβάνουν τόσο ξενοδοχεία κλασικού τύπου όσο και επιπλωμένα διαμερίσματα (π.χ. bungalows). Συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα: Περιλαμβάνουν και μη κύρια τουριστικά καταλύματα ή βοηθητικά ή παραξενοδοχειακά καταλύματα, όπως τουριστικές επαύλεις, ενοικιαζόμενες κατοικίες, ανοιχτοί χώροι οργανωμένης κατασκήνωσης. Ξενώνες νεότητας, οικοτροφεία, υδροθεραπευτήρια, κέντρα διακοπών και παραθερισμού αλλοδαπών και κέντρα παραθερισμού γυμνιστών (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 201 – 202). Έτσι οι διάφορες παραθαλάσσιες περιοχές του νησιού και με τη συμβολή του Β.Ο.Α.Κ. και των αεροδρομίων άρχισαν να αναπτύσσονται τουριστικά.

Η εξέλιξη του τουρισμού στη Κρήτη ακολουθεί κατά βάση την εξέλιξη του τουρισμού συνολικά στην Ελλάδα. Η χώρα μας άρχισε να αναπτύσσεται τουριστικά ιδιαίτερα μέσα στη δεκαετία του 1970. Αυτή η περίοδος είναι περίοδος εκκίνησης και διαμόρφωσης χαρακτήρα της τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα, με κυρίαρχο στοιχείο τον παραθεριστικό τουρισμό. Τη δεκαετία 1980-1990, γίνεται η γρήγορη τουριστική ανάπτυξη στις ίδιες περιοχές και με τις ίδιες μορφές που διαμορφώθηκαν την προηγούμενη περίοδο. Μετά το 1990 παρουσιάζεται κάμψη της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά εμφανίζονται νέες περιοχές και νέες μορφές τουρισμού (Κουγιουμουτζής, 2006: 13).

Το 1964 κατασκευάζεται στον Άγιο Νικόλαο το πρώτο ξενοδοχειακό συγκρότημα (Κουγιουμουτζής, 2006: 60). Τα Μάλια, για παράδειγμα 3,7 χιλιόμετρα από το Ηράκλειο άρχισαν να αναπτύσσονται από το 1960, οπότε κτίστηκαν οι ξενοδοχειακές μονάδες. Ο σχεδιασμός που έγινε τότε για την τουριστική ανάπτυξη του νησιού προέβλεπε διάφορους αριθμούς κλινών σε περιοχές της Κρήτης. Έτσι για τον Πλακιά, το Ρυθμιστικό σχέδιο του 1967 προέβλεπε 1500 κλίνες (Σπανάκης, 1964: 302). Για το Καστέλι Κισσάμου, η μελέτη τουριστικής ανάπτυξης προέβλεπε 1500 κλίνες (Σπανάκης, 1964: 209). Ο Στέργιος Σπανάκης (1991: 366) στο έργο του σημειώνει την μεταστροφή που παρατηρεί στα Μάλια, όπου οι κάτοικοι αφήνουν τις αγροτικές ασχολίες τους και στρέφονται προς τον τουρισμό. Τη δεκαετία του 1970 επεκτάθηκαν νέες μονάδες, αλλά και πλήθος άναρχα δομημένων ενοικιαζόμενων δωματίων, που υπερβαίνουν τον όποιο χωροταξικό σχεδιασμό («Το τοπίο του μαζικού τουρισμού στα Μάλια της Κρήτης», χ.χ.). Στην Πλατανιά Ρεθύμνου, όπου συγκεντρώνονται το 1 στα 5 ξενοδοχεία του νομού και μία στις τρεις κλίνες, η τουριστική ανάπτυξη άρχισε στα τέλη της δεκαετίας του 1970. Μέχρι τότε κυριαρχεί στην ύπαιθρο η αγροτική και κτηνοτροφική παραγωγή, ενώ στην πόλη υπάρχουν κάποιες μεταποιητικές εταιρίες που ασχολούνται με τη σαπωνοποιεία και τη βυρσοδεψία. Η φτώχεια και η αδυναμία απορρόφησης της τοπικής αγοράς εργασίας οδηγεί πολλούς κατοίκους στην εσωτερική και

εξωτερική μετανάστευση. Οι «τοπικοί λαδέμποροι» διαβλέποντας τις νέες οικονομικές δυνατότητες του τουρισμού και ευνοημένοι από το οικονομικό υπόστρωμα της περιοχής (φτηνά και χέρσα παραθαλάσσια χωράφια), αλλά και τους ευνοϊκούς όρους κρατικής χρηματοδότησης τη δεκαετία του 1970 για μεγάλες μονάδες, προβαίνουν στις τουριστικές επενδύσεις (Παπαδάκη - Τζεδάκη Στέλλα, 1999).

Ας αναφέρουμε και την ιστορία των χίπηδων των Ματάλων, χαρακτηριστική του πως η ελληνική κοινωνία της εποχής στάθηκε έναντι σε διάφορες τουριστικές εκφάνσεις. Στάσεις και πρακτικές, που πέρα από την ηθική κρίση του καθενός, σίγουρα θα ήταν ανεπίτρεπτες από την άποψη του τουριστικού μάρκετινγκ. Άλλωστε οι hippies, παρά την ιδιορρυθμία τους, ήταν από τους ένθερμους υπερασπιστές του φυσικού περιβάλλοντος και των αξιών, που εκφράζονται και από την αειφόρο ανάπτυξη. Οι αντιδράσεις της τοπικής κοινωνίας έναντι των χίπηδων, που φτάνουν ως τον Επίσκοπο της περιοχής (μετέπειτα αρχιεπίσκοπο Κρήτης Τιμόθεο) έχουν ως αποτέλεσμα ένα άρθρο αφιέρωμα στο περιοδικό Life. Έτσι τα Μάταλα αποκτούν διεθνή φήμη. Η συγκέντρωση των νεαρών βορειοαμερικανικών και Ευρωπαϊών αυξάνεται, αλλά ταυτόχρονα και οι αντιδράσεις της επίσημης πολιτείας. Τελικά, το 1970 η περιοχή εκκενώνεται και η αστυνομία συλλαμβάνει και παραδίδει στους αμερικανούς όλους τους φυγόστρατους χίπηδες (καθώς είναι η εποχή του πολέμου στο Βιετνάμ) («Μάταλα: Η Πραγματική Ιστορία», χ.χ.). Οι χίπηδες των Ματάλων εκπροσωπούσαν λοιπόν έναν αλλοκεντρικό τύπο τουρίστα, προσανατολισμένο σε εναλλακτικές και δραστήριες διακοπές ή τον τύπο του τουρίστα που κατηγοριοποιείται ως εκκεντρικός, και λειτουργεί ως προπομπός της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής (Ανδριώτης, 2008:80 - 82). Μπορούμε να πούμε ότι στην Ελλάδα τότε δεν υπάρχει άλλη μορφή τουριστικής ανάπτυξης, που θα επέτρεπε την αξιολόγηση και αξιοποίηση της παρουσίας αυτών των περιέργων τουριστών. Το κυρίαρχο μοντέλο είναι αυτό του μαζικού τουρισμού, που δεν επιτρέπει άλλες αναγνώσεις του τουριστικού φαινομένου και άλλες πιθανές διεξόδους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

3.1 Βασικά μεγέθη της τουριστικής κίνησης στο νησί

Σήμερα ο κλάδος του τουρισμού στην Κρήτη αποτελεί ένα δυναμικό κομμάτι της οικονομίας του νησιού, που απασχολεί πολλές χιλιάδες εργαζόμενους και περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό ξενοδοχειακών μονάδων κάθε μεγέθους, όπως και πλήθος λοιπών τουριστικών καταλυμάτων, αλλά και άλλων επιχειρήσεων που εξυπηρετούν και σχετίζονται με το τελικό τουριστικό προϊόν (καφετέριες, εστιατόρια, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, δραστηριότητες ξενάγησης και περιήγησης, εταιρείες προθυμιών ξενοδοχειακού υλικού κτλ). Αν και στο κομμάτι αυτό της εργασίας μας θα προσπαθήσουμε να δώσουμε μια γενική εικόνα του τουριστικού φαινομένου στην Κρήτη, ωστόσο, πρέπει να σημειώσουμε ότι απαιτείται ιδιαίτερη μελέτη της τουριστικής ανάπτυξης της κάθε περιοχής του νησιού, που παρουσιάζει τα δικά της ιδιαίτερα γνωρίσματα και έχει τη δική της ιστορία τουριστικής ανάπτυξης. Παράλληλα, η κάθε περιοχή έχει διαμορφώσει το δικό της τουριστικό χαρακτήρα. Το παραπάνω σημείο δεν σημαίνει φυσικά ότι δεν υπάρχουν κοινά σημεία στην τουριστική εξέλιξη του νησιού και στον χαρακτήρα του τουρισμού του. Ωστόσο, τόσο και στη βιβλιογραφία βλέπουμε σημαντικούς μελετητές του τουριστικού φαινομένου να τείνουν να επικεντρωθούν σε ορισμένες τουριστικές περιοχές και να αναλύουν την τουριστική τους πραγματικότητα.

Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας μας θα επικεντρωθούμε στην παράθεση κάποιων στοιχείων που αφορούν τα μεγέθη του τουρισμού στη Κρήτη: Αριθμός επισκεπτών, διανυκτερεύσεων, αριθμός καταλυμάτων και ξενοδοχείων, καθώς και στο μέγεθος και το χαρακτήρα των τουριστικών επιχειρήσεων. Όλα αυτά τα στοιχεία δεν έχουν να κάνουν μόνο με την επιστημονική έρευνα του τουριστικού φαινομένου, αλλά και με τον στρατηγικό σχεδιασμό και το marketing του τουριστικού κλάδου και χρησιμοποιούνται εκτεταμένα από τις τουριστικές επιχειρήσεις. Επίσης, θα κάνουμε μια αναφορά σε όλους εκείνους τους βασικούς παράγοντες που παίζουν ρόλο στην οργάνωση και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, καθώς και στη διαμόρφωση του τελικού τουριστικού προϊόντος.

Η Κρήτη σήμερα συνδέεται με την Αθήνα και το λιμάνι του Πειραιά μέσω τακτικών και καθημερινών δρομολογίων, τόσο ακτοπλοϊκών όσο και αεροπορικών, μέσω του μεγάλου και σύγχρονου αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος». Η Κρήτη έχει τη δεύτερη θέση ως ποσοστό της κίνησης επιβατών ανά γραμμή (στο 12% περίπου κυμαίνεται το ποσοστό της στις εγχώριες ακτογραμμές) (Παρδάλη & Γκιζιάκης, 1995: 24). Στο νησί υπάρχουν δύο διεθνείς αερολιμένες, ο αερολιμένας Ν. Καζαντζάκης στο Ηράκλειο, και ο αερολιμένας Ιωάννης Δασκαλογιάννης στα Χανιά, που δέχονται πτήσεις από και προς το εξωτερικό, καθώς και πλήθος πτήσεων charter. Επίσης υπάρχει το αεροδρόμιο της Σητείας, από το οποίο εκτελούνται κάποιες πτήσεις εσωτερικού. Τα δρομολόγια των πλοίων είναι καθημερινά μέσω του λιμανιού των Χανίων στη Σούδα και του λιμανιού του Ηρακλείου, ενώ δεν εκτελούνται δρομολόγια της γραμμής μέσω Ρεθύμνου. Η πλειοψηφία των πλοίων της γραμμής είναι σύγχρονα και μεγάλα σκάφη, που εκτελούν το δρομολόγιο σε περίπου 6 ώρες. Τα αεροπορικά ταξίδια διαρκούν περίπου 1 ή 1,5 ώρες. Καθώς ο κρητικός τουρισμός είναι τουρισμός της θερινής περιόδου κυρίαρχα, δεν σημειώνονται ιδιαίτερα προβλήματα στην κίνηση των πλοίων και των αεροπλάνων. Κύριος οδικός άξονας για την μετακίνηση ανθρώπων και εμπορευμάτων είναι ο βόρειος οδικός άξονας που συνδέει τα μεγάλα αστικά κέντρα των βόρειων ακτών του νησιού. Ο Β.Ο.Α.Κ εκτείνεται από το Καστέλι Κισσάμου ως τη Σητεία με συνολικό μήκος 312 χιλιόμετρα και μαζί με τμήμα του νότιου οδικού άξονα Κρήτης και τους κάθετους άξονες ανήκει στο Διερωπαϊκό δίκτυο της χώρας (Αγαπάκης, Κλάδος & Τσιρίτα, 2008: 2). Το οδικό δίκτυο καλύπτει σχεδόν κάθε γωνιά της Κρήτης και

παρά την παλαιότητα του στο σύνολο του και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και για τα οποία θα κάνουμε λόγο παρακάτω, είναι ουσιαστικός παράγοντας για την τουριστική ανάπτυξη και την διαμόρφωση του τελικού τουριστικού προϊόντος (Αγαπάκης, Κλάδος & Τσιρίτα, 2008: 4).

Το μέγεθος της τουριστικής ανάπτυξης ενός τόπου φανερώνεται από τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, καθώς και από το πλήθος των διαθέσιμων τουριστικών καταλυμάτων. Φυσικά υπάρχει μια πληθώρα μετρήσιμων μεγεθών, που αφορούν τον τουρισμό, αλλά βασική προϋπόθεση για την κατανάλωση του τουριστικού προϊόντος ειδικά για τον εξωτερικό τουρισμό, είναι η διαμονή. Έτσι τα ξενοδοχεία αποτελούν βασικό συστατικό της τουριστικής ανάπτυξης.

Σήμερα η Κρήτη διαθέτει πληθώρα καταλυμάτων τα οποία αφορούν κάθε κατηγορία ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων⁵. Μεγάλα και πολυτελή ξενοδοχεία με εκατοντάδες κλίνες βρίσκονται στην Ελούντα, το Ηράκλειο, το Ρέθυμνο και τα Χανιά. Μπορούμε να διακρίνουμε τα ξενοδοχεία, σε αυτά που δουλεύουν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (για παράδειγμα τα 5 αστέρων ξενοδοχεία Galaxy και Μέγαρο στο Ηράκλειο), καθώς και αυτά που λειτουργούν μόνο κατά την τουριστική σεζόν (για παράδειγμα το Avra Imperial Beach Resost & Spa ξενοδοχείο 5 αστέρων, στο Κολυμβάρι Χανίων, το Iolida Beach Hotel, ξενοδοχείο 5 αστέρων στην Αγία Μαρίνα Χανίων, το Porto Platanias beach Resort & Spa, ξενοδοχείο 5 αστέρων στη Πλατανιά Χανίων καθώς και πολλά άλλα ξενοδοχεία σε όλο το νησί, αλλά και λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις) (Gtr. Greek Travel Pages, 2013: 99 – 101). Η βασική διάρκεια της τουριστικής σεζόν στην Κρήτη, λόγω του ζεστού κλίματος είναι αρκετά μεγάλη και εκτείνεται από τα μέσα Απριλίου ως τον Οκτώβριο - αρχές Νοεμβρίου.

Τα μεγάλα ξενοδοχεία του νησιού, κυρίως στις βόρειες ακτές βρίσκονται σε τουριστικές ζώνες σε μικρή σχετικά απόσταση από τα μεγάλα αστικά κέντρα του νησιού: στο Πλατανιά Χανίων, στο Πλατανιά Ρεθύμνου και την Γεωργιούπολη, στην Αγία Πελαγία στο Ηράκλειο, στην Ελούντα κοντά στον Άγιο Νικόλαο. Το μέγεθος τους, που φτάνει να συγκρίνεται με ένα χωριό έχουν γίνει χαρακτηριστικό του τοπίου των ακτών της Κρήτης⁶. Μπορεί να φτάνουν να περιλαμβάνουν διαφόρους τύπους δωματίων, πολλές πισίνες, εστιατόρια, εγκαταστάσεις αθλητισμού, όπως γήπεδα τένις, μπάσκετ κτλ, εγκαταστάσεις μασάζ, spa και σάουνας, μπαρ, αίθουσες συνεδρίων, καθώς και πολλές δραστηριότητες όπως προγράμματα διασκέδασης (animation program) γυμναστές, προγράμματα μασάζ και κοσμετολογίας κτλ, ενώ ταυτόχρονα απασχολούν μια ποικιλία προσωπικού διαφόρων ειδικοτήτων (διευθυντές, μαγείρους, υπαλλήλους υποδοχής, συντηρητές, καμαριέρες, υπαλλήλους κρατήσεων, σερβιτόρους, ναυαγοσώστες, προσωπικό διασκέδασης, γυμναστές, μασέρ κτλ). Ο τομέας του animation, ας σημειώσουμε εδώ, μπορεί να επεκταθεί περιλαμβάνοντας ένα πλήθος δραστηριοτήτων: πλαστικές τέχνες, φωτογραφία, μουσική, χορό, θέατρο, θέαμα, ξαφνιάσματα (happenings), παιχνίδια, διαγωνισμούς, αθλητικές ασκήσεις και αγωνίσματα, αθλητικά παιχνίδια (Λαλούμης, 1996: 82 - 84). Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειώσουμε ότι οι υπάρχουσες ενδείξεις ενισχύουν την άποψη ότι συντελείται διαχρονικά αλλαγή των προτιμήσεων των τουριστών, λόγω εισοδηματικής ανόδου, οι οποίες ωθούν ολοένα υψηλότερα ποσοστά τουριστών σε καταλύματα που παρέχουν περισσότερες ανέσεις και μεγαλύτερη ποικιλία υπηρεσιών. Τα καταλύματα αυτά είναι σε υψηλότερο ποσοστό τα ανήκοντα σε υψηλές κατηγορίες ξενοδοχείων και σε μεγαλύτερο μέσο μέγεθος μονάδων.

⁵ Η κατάταξη των ξενοδοχείων σε κατηγορίες αστέρων και των ενοικιαζόμενων δωματίων σε κατηγορίες κλειδιών, παρουσιάζει διαφοροποίηση από χώρα σε χώρα και από ήπειρο σε ήπειρο, καθώς υπάρχουν νομοθετικές και περιβαλλοντικές παράμετροι.

⁶ Για να γίνει κατανοητό το μέγεθος, αναφέρουμε ενδεικτικά κάποιους αριθμούς. Για παράδειγμα, το Iberostar Creta Marine Hotel, ξενοδοχείο 4 αστέρων στην περιοχή του Πανόρμου Ρεθύμνου, διαθέτει 359 δωμάτια ποικίλων κατηγοριών (απλά δωμάτια, πολυτελής και υπερπολυτελείς σουίτες και μαγακαλούς (Gtr. Greek Travel Pages, 2013: 122).

Στην Ελλάδα, όμως σημειώνεται μεγάλο ποσοστό μονάδων των 2 και 3 αστέρων, που θέτει την Ελλάδα σε μειονεκτική θέση έναντι των ανταγωνιστών της. Ας σημειώσουμε ότι από τις Μεσογειακές χώρες, η Τουρκία είναι αυτή με τα μεγαλύτερα ποσοστά ξενοδοχείων τεσσάρων και πέντε αστέρων (Παυλόπουλος, 2007).

Δίπλα σε αυτές τις μονάδες, υπάρχει και πλήθος μικρότερων συγκροτημάτων με ξενοδοχεία 1-4 αστέρων, που βρίσκονται σε ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές και μέσα στα αστικά κέντρα ή σε αγροτικές περιοχές, καθώς και πλήθος ενοικιαζόμενων δωματίων, πανσιόν κτλ (βλ. ενδεικτικά: Gtp. Greek Travel Pages, 2013). Στην Κρήτη υπάρχουν επίσης οργανωμένα κάμπινγκ σε διάφορες περιοχές του νησιού. Αν και το ελεύθερο κάμπινγκ απαγορεύεται από τον ελληνικό νόμο, ωστόσο παρατηρείται και αυτό το φαινόμενο σε διάφορες περιοχές του νησιού. Ενδεικτικά αναφέρουμε ως οργανωμένα κάμπινγκ το Campsite Mithimna, το Campsite Norigia, το Campsite Elizambeth, το campsite Agia Galini “no problem”, το camping Caravan, το Campsite Koutsounari, το Campsite Apollonian, το Camping Heronissos-Anissaras, το Campsite Hania, το Komos Camping, που προσφέρουν ποικίλες το καθένα παροχές, όπως ύδρευση, εγκαταστάσεις υγιεινής κτλ (Επίκαιρα σχετικά με το θέμα κάμπινγκ Κρήτη, χ.χ.). Συνολικά στην Κρήτη (στοιχεία του 2012) υπάρχουν 15 camping με 747 θέσεις και 1 οικισμό («Δυναμικό Camping 2012»).

Πίνακας 3.1. Σύγχρονο ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης («Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2012. Σύνολο χώρας»).

Κατηγορία	5 αστέρων	4 αστέρων	3 αστέρων	2 αστέρων	1 αστέρα	Γενικό σύνολο
Μονάδες	84	233	329	673	210	1529
Δωμάτια	16.950	24.701	15.486	24.232	5.739	87.103
Κλίνες	34.209	47.776	29.236	43.616	10.538	165.375

Πηγή: <http://www.gr.hotels.gr>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΘΕΛΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ

4.1 Θεσμικό πλαίσιο, φυσικοί και ιστορικοί πόροι της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού

Η ανάπτυξη ενός τόπου ως τουριστικού προορισμού συνδέεται με κάποιες προϋποθέσεις και απαιτεί την πραγματοποίηση κάποιων έργων υποδομών, ώστε να είναι δυνατή η πρόσβαση και η διαμονή των κατοίκων. Στους τουριστικούς πόρους περιλαμβάνονται τα φυσικά χαρακτηριστικά, τα πολιτιστικά στοιχεία, οι υποδομές και οι υπηρεσίες της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά (ως πιο πρόσφατη τάση) οι τεχνολογικά κατασκευασμένοι τουριστικοί πόροι (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 25). Ας αναφέρουμε για παράδειγμα την EuroDisney στο Παρίσι. Εδώ πρέπει να σημειώσουμε ότι η τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου μπορεί να έχει ως αφετηρία ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του τόπου αυτού (π.χ. οι θάλασσες και το ζεστό καλοκαίρι των ελληνικών νησιών, οι καταρράκτες του Νιαγάρα, οι σπουδαίες αιγυπτιακές αρχαιότητες κτλ), αλλά μπορεί επίσης με το πέρασμα του χρόνου να εκσυγχρονίζεται, για να παραμένει ανταγωνιστικό, αλλά και να εμπλουτίζεται (ή αντίθετα να μαραζώνει και να απαξιώνεται). Επίσης η τουριστική ανάπτυξη μπορεί να ενισχυθεί με την προβολή ενός τόπου μέσω μιας ταινίας, όπως έγινε με την περίπτωση του Nottingham, με την ευκαιρία των γυρισμάτων της ταινίας του 1991 (Ρομπέν των Δασών - Ο Πρίγκιπας των Θηβών, με πρωταγωνιστή τον Kevin Costner, που έδωσε ώθηση στις τουριστικές εκδηλώσεις της περιοχής) (Holloway & Robinson, 2007: 404 - 414). Από την άλλη πλευρά διάσημα τουριστικά μέρη, όπως η Μαγιόρκα, δείχνουν σημάδια παρακμής αφού προηγουμένως έφτασαν σε ένα σημείο ωριμότητας σαν τουριστικό προϊόν, άρχισαν να ταυτίζεται με αρνητικές εικόνες (Holloway & Robinson, 2007: 420). Τα παραπάνω σημεία σημαίνουν ότι αναφερόμενοι στα θέλητρα της Κρήτης και τις πηγές, που μπορούν να βοηθήσουν την τουριστική βιομηχανία του νησιού, μπορεί να εντάσσονται στοιχεία που συνεχώς εξελίσσονται και εμπλουτίζονται. Αυτό βέβαια μπορεί να εξαρτάται και από την εξέλιξη του γούστου των χωρών αποστολής τουριστών, που μπορεί να εμφανίζονται νέες δραστηριότητες ή να σβήνουν άλλες.

Ο τουρισμός σαν φαινόμενο μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη. Το κίνητρο για ταξίδι και τουρισμό μπορεί να ανήκει σε μια από τις έξι κατηγορίες: Ταξίδι αναψυχής, επαγγελματικό ταξίδι, ταξίδι για λόγους υγείας, επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς, ταξίδι για θρησκευτικούς λόγους, ταξίδι για οικονομικό όφελος, (π.χ. αγορές), ταξίδι για εκπαιδευτικούς λόγους, ταξίδι για αθλητικές και γενικές δραστηριότητες (συμμετοχή ή θέαση) (Holloway & Robinson, 2007: 104). Έτσι, μπορούμε να κάνουμε λόγο για το μαζικό τουρισμό, το συνεδριακό τουρισμό, το θρησκευτικό τουρισμό, τον ιατρικό τουρισμό, τον αγροτουρισμό, τον εναλλακτικό τουρισμό ή ακόμα και τον σεξοτουρισμό, που αντιπροσωπεύει μια μορφή απαξίωσης για τον τόπο υποδοχής τουριστών (Μπίτσικα, 2013).

Για την περίπτωση λοιπόν της Κρήτης, σε αυτό το κεφάλαιο της εργασίας μας, θα κάνουμε μια αναφορά σε όλους εκείνους τους παράγοντες οι οποίοι μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για τους τουρίστες, όχι μόνο του μαζικού τουρισμού, αλλά και των άλλων μορφών τουρισμού. Έτσι, ο φυσικός, ο ιστορικός αλλά και ο σύγχρονος πολιτιστικός, επιστημονικός, καλλιτεχνικός πλούτος της ζωής του νησιού, μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού και την προσέλκυση επισκεπτών για τη διεξαγωγή συνεδρίων, για λόγους σπορ, για φυσιοδιφικές και παλαιοντολογικές έρευνες, για θαλάσσια ή ορεινά σπορ, για την επίσκεψη σε σπουδαία θρησκευτικά μνημεία κτλ.

Η ελληνική πολιτεία παρέχει μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, το πλαίσιο του κοινωνικού μάρκετινγκ, που αγκαλιάζει τη συνολική προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό. Τέτοιοι οργανισμοί κοινωνικού μάρκετινγκ δεν έχουν ως στόχο το κέρδος, αλλά την προβολή ενός θέματος και την απόκτηση ωφελημάτων από όλους τους ενδιαφερόμενους.

Έτσι, ο Ε.Ο.Τ. έχει ως στόχο 1) να παράγει τουρισμό στην Ελλάδα και 2) να διεγείρει την οικονομία, 3) την απασχόληση και 4) τα κέρδη των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων (Holloway & Robinson, 2007: 24). Οι στόχοι του Ε.Ο.Τ., όπως περιγράφονται από τον ίδιο, είναι «να ενισχύσει την αξία του Ελληνικού Τουρισμού, σε συνεργασία με την τουριστική βιομηχανία και όλους τους εμπλεκόμενους φορείς με στόχο την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού και ταυτόχρονα τουριστικών εσόδων. Ο Ε.Ο.Τ. λειτουργεί με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού, του σημαντικότερου πυλώνα οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης της χώρας, έχοντας πλήρη συνείδηση ότι το παραγόμενο προϊόν του διαχέεται σε όλες τις κοινωνικές ομάδες της χώρας επηρεάζει άμεσα την ποιότητα ζωής των Ελλήνων πολιτών, ανταποκρινόμενος με επιτυχία σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον» («Αποστολή». Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, χ.χ.). Έτσι ο Ε.Ο.Τ. αποτελεί βασικό αρωγό και υπηρεσία, που μπορούμε να τον εντάξουμε στους τουριστικούς πόρους της χώρας και της Κρήτης, καθώς εξυπηρετεί και διαφημίζει τον τουρισμό μας.

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο ελληνικό νησί και πέμπτο σε μέγεθος στην Μεσόγειο Θάλασσα (Κουγιουμουτζής, 2006: 75). Το μέγεθός της δημιουργεί μια ποικιλία επιλογών εκ των πραγμάτων, καθώς δεν είναι δυνατό ένα μικρό νησί, με έναν ή δύο οικισμούς να προσφέρει αυτή την ποικιλία φυσικών και πολιτισμικών πόρων. Βρίσκεται στο νότιο τμήμα του Αιγαίου και χωρίζει το Αιγαίο Πέλαγος από το Λιβυκό Πέλαγος. Ο πληθυσμός της φτάνει σήμερα τις 600.000 κατοίκους περίπου. Καλύπτει έκταση 8.336 τετραγωνικά χιλιόμετρα και έχει μήκος ακτογραμμών 1.046 χιλιόμετρα. Είναι κατά βάση ορεινή και μεγάλα βουνά τη διασχίζουν από δυτικά προς ανατολικά. Τα βουνά δημιουργούν εύφορα οροπέδια, όπως αυτό στο Λασιθί και τον Ομαλό, καθώς και γνωστά από την μυθολογία σπήλαια, όπως το Ιδαίον ή μεγάλα φαράγγια όπως αυτό της Σαμαριάς, το Κουρταλιώτικο, το φαράγγι του Κοτσουφού κτλ (Σπανάκης, 1964: 301). Πέριξ της νήσου Κρήτης, υπάρχει ένας αριθμός μικρών κατοικημένων ή ακατοίκητων νησιών, όπως η Γραμβούσα, το Ελαφονήσι, η Χρυσή, τα Παξιμάδια, η Σπιναλόγκα, που πρόσφατα απόκτησε διεθνή φήμη, οι Διονυσάδες και η Γαύδος, που είναι το νοτιότερο άκρο της Ευρώπης. Το κλίμα του νησιού είναι μεσογειακό, με ήπιους και υγρούς χειμώνες και θερμά καλοκαίρια, που φτάνουν σε θερμοκρασίες τους 30 ή τους 40 βαθμούς Κελσίου. Χιονοπτώσεις σημειώνονται κυρίως στα ορεινά, όπου οι κορυφές των βουνών μπορεί να παραμένουν καλυμμένες από χιόνι το μεγαλύτερο διάστημα του έτους. Κύριες πόλεις του νησιού είναι το Ηράκλειο, τα Χανιά, το Ρέθυμνο, η Ιεράπετρα ο Άγιος Νικόλαος και η Σητεία (Crete, χ.χ.). Η Κρήτη σήμερα συνδέεται πολλαπλά με την ηπειρωτική Ελλάδα, τόσο με αεροδρόμια, όσο και τακτικά ακτοπλοϊκά δρομολόγια, τα οποία εκτελούνται με σύγχρονα πλοία της γραμμής και αντιπροσωπεύουν μεγάλες ναυτιλιακές εταιρίες, όπως για παράδειγμα την ANEK και τις Μινωικές γραμμές. Επίσης υπάρχουν δρομολόγια προς τη Σαντορίνη και άλλα νησιά του Αιγαίου, ενώ στα λιμάνια του νησιού συχνά δένουν και μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Άλλωστε, η απόσταση της Κρήτης από μεγάλες τουριστικές αγορές του εξωτερικού (Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Αγγλία, Ρωσία, Πολωνία κτλ) είναι σχετικά μικρή με τη χρήση των σύγχρονων αεροπορικών συγκοινωνιών και όχι μεγάλου κόστους. Το στοιχείο αυτό κάνει ακόμα πιο ελκυστικό τουριστικό τόπο το νησί.

Πίνακας 4.1. Κίνηση των δύο μεγάλων αεροδρομίων του νησιού με τις αφίξεις τουριστών κατά τα έτη 2010 – 2012. (Αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, χ.χ.).

Αεροδρόμια	2010	2011	2012
Ηράκλειο	1.930.989	2.169.643	2.111.081
Χανιά	592.992	656.852	714.733
Κρητη	2.523.981	2.826.495	2.825.814

Πηγή: <http://www.gr.hotels.gr>

Η μακραίωνη ιστορία του νησιού έχει αφήσει στα μεγάλα αστικά κέντρα και την ύπαιθρο, πλήθος ιστορικών μνημείων και τόπων αρχαιολογικής αξίας, από την αρχαιότητα ως και τις μέρες μας, ενώ πάνω στο νησί εμφανίστηκε ο μυκηναϊκός πολιτισμός, με αξιόλογα πολιτιστικά δημιουργήματα και αρχαιολογικά ευρήματα⁷. Ας αναφέρουμε μάλιστα ότι ένας από τους πρώτους ξενώνες, που κατασκευάστηκε γύρω στο 1500 π.Χ., έχει ανασκαφεί στην περιοχή της Κνωσού (Ανδριώτης, 2008: 21). Έτσι, από παλιά η Κρήτη τράβηξε το αρχαιολογικό ενδιαφέρον. Από την εποχή της ενετοκρατίας διάφοροι περιηγητές αναφέρονται στις αρχαιότητες του νησιού. Το 19^ο αιώνα, ο ιταλός αρχαιολόγος Φρειδερίκος Αλπέρ εγκαινίασε τη συστηματική και επιστημονική αρχαιολογική έρευνα. Το έργο του το συνέχισαν ο Αρθούρος Έβανς στη Κνωσό, η Ιταλική Αρχαιολογική Σχολή στη Φαιστό, στην Αγία Τριάδα, η Γαλλική Αρχαιολογική Σχολή στα Μάλια, ο Ιωσήφ Χατζηδάκης στη Τύλισο, ο Στ. Ξανθουδίδης στη Μεσαρά, ο Σπ. Μαρινάτος στην Αμνισό, στο Βαθύπετρο, ο Ν. Πλάτων και ο Στ. Αλεξίου στη Σητεία, στο Ζάκρο, στο Σέλινο, στη Κυδωνιά, στο Βιάνο κλπ (Σπανάκης, 1991: 27). Έτσι, το αρχαιολογικό ενδιαφέρον και τα σπουδαία ευρήματα τόνωσαν το ενδιαφέρον για το νησί και το διαφήμισαν.

Παράλληλα, σημαντικό στοιχείο του νησιού είναι ότι σε αυτό αναπτύχθηκε η νεοελληνική λογοτεχνία και η ποίηση σε γλώσσα δημώδη κατά τη διάρκεια της ενετοκρατίας και μεγάλοι λογοτέχνες προσέφεραν αξιόλογα μνημεία της ελληνικής γλώσσας, όπως ο Ερωτόκριτος (Μαστροδημήτρης, 1996: 89 - 119). Προς την κατεύθυνση της ευρύτερης διαφήμισης και γνωριμίας με ξένες χώρες της Κρήτης, σημαντικό ρόλο έπαιξε και το έργο πνευματικών ανθρώπων, που μέσα από το έργο τους πρόβαλαν το νησί. Αρκεί να αναφέρουμε το Ν. Καζαντζάκη και κυρίως το έργο του «Βιος και πολιτεία του Αλέξη Ζορμπά», το οποίο έχει μεταφερθεί και στον κινηματογράφο, ή το πρόσφατο έργο «Το νησί» της Victoria Hislop, που πραγματεύεται τη ζωή και τα βάσανα των λεπρών τροφίμων της Σπιναλόγκας, που έχει διεθνή επιτυχία.

Μνημεία μυκηναϊκά, κλασικά, ελληνιστικά, και ελληνορωμαϊκά, βυζαντινά, βενετσιάνικα και ισλαμικά μπορεί να συναντήσει κανείς σε κάθε τόπο του νησιού. Σήμερα πλήθος τουριστικών οδηγών σε πολλές γλώσσες σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή διαφημίζουν τα μνημεία αυτά και τα προβάλλουν. Αρκεί να αναφέρουμε τις μινωικές πόλεις της Κνωσού και της Φαιστού, την αρχαία πόλη της Ελεύθερας, τις πρωτοχριστιανικές εκκλησίες όπως για παράδειγμα στη Γόρτυνα, τα βενετσιάνικα οχυρωματικά έργα των μεγάλων πόλεων (φρούριο του Ρεθύμνου, κάστρα του Ηρακλείου), αξιόλογες εκκλησίες, όπως τον Άγιο Μηνά, τον Άγιο Τίτο, μεγάλα μοναστηριακά συγκροτήματα, όπως το Αρκάδι, τη Μονή Γουβερνέτου, την Πρέβελη, ισλαμικά τεμένη όπως το Νερατζέ τζαμί, το τζαμί της Μεγάλης Πόρτας και το τζαμί του Μασταμπά του Ρεθύμνου (Σπανάκης, 1964: 316), κρήνες τουρκικές και βενετσιάνικες, όπως τα διάσημα «λιονταράκια» στο κέντρο του Ηρακλείου⁸, φρούρια όπως το Φραγκοκάστελο κτλ. Δίπλα σε αυτά, υπάρχουν και αξιοθέατα της σύγχρονης εποχής, όπως οι τάφοι των Βενιζέλων στο ακρωτήριο Χανίων, ή το cretaquarium, που περιλαμβάνει πολλά θαλάσσια πλάσματα της Μεσογείου. Άλλωστε, το ιστορικό παρελθόν διασώζεται και στην αρχιτεκτονική πολλών οικισμών, χωριών και αστικών κέντρων. Έτσι, ένα σημαντικό κομμάτι της πόλης των Χανίων, της παλιάς πόλης του Ρεθύμνου και της περιοχής της Αγίας Τριάδας στο Ηράκλειο, περιλαμβάνει κτήρια, κατοικίες και στοιχεία από την εποχή της ενετοκρατίας και της τουρκοκρατίας, που δημιουργούν μια ειδυλλιακή ατμόσφαιρά και αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες.

Ωστόσο πρέπει να σημειώσουμε ότι κατά τη παραγμένη ιστορία του νησιού, τόσο στα παλαιότερα χρόνια, όσο και στη νεότερη εποχή, δυστυχώς πολλά μνημεία καταστράφηκαν. Συχνά η καταστροφή έγινε με την εφαρμογή ενός αναπτυξιακού μοντέλου, που δεν έδειχνε να

⁷ Μια αξιόλογη παράθεση των εκθεμάτων του αρχαιολογικού μουσείου Ηρακλείου και της σημασίας τους μας δίνει ο Σ. Σπανάκης (1991: 240 - 261).

⁸ Η κρήνη που κατασκεύασε ο Μοροζίνη για να υδρεύσει το Ηράκλειο (Σπανάκης, 1991: 217).

εκτιμά και τόσο τους πολιτιστικούς πόρους και την αξία των μνημείων. Αρκεί να αναφέρουμε την καταστροφή της Πύλης Λαζαρέτου στο Ηράκλειο, η οποία κατεδαφίστηκε (Σπανάκης, 1991: 236). Στο Λέντα, το Ασκληπιείο διασωζόταν και καταστράφηκε από αγρότες τυμβωρύχους και γερμανικούς βομβαρδισμούς (Σπανάκης, 1991: 254), ενώ η όμορφη Ρεθυμνιώτικη Πόρτα των Χανίων κατεδαφίστηκε (Σπανάκης, 1964: 399). Σημαντικές αλλοιώσεις και κατεδαφίσεις έγιναν και στο λιμάνι του Ηρακλείου, με στόχο τον εκσυγχρονισμό του (Σπανάκης, 1991: 220).

Τόσο ο πλούτος της ιστορίας και της λαογραφίας του νησιού, όσο και ο φυσικός πλούτος αποτυπώνονται και προβάλλονται μέσα από αξιόλογα μουσεία, που βρίσκονται σε πολλά μέρη της Κρήτης και περιλαμβάνουν εκθέματα παγκόσμιας σημασίας και αξίας. Αρκεί να αναφέρουμε ενδεικτικά το μουσείο φυσικής ιστορίας, το ιστορικό μουσείο, το αρχαιολογικό μουσείο, το δημοτικό μουσείο της Μάχης της Κρήτης και της Εθνικής Αντίστασης στο Ηράκλειο, το ναυτικό μουσείο, το λαογραφικό κρητικό σπίτι στα Χανιά, το Παπαγεωργοπούλειο λαογραφικό μουσείο και το αρχαιολογικό μουσείο στο Ρέθυμνο. Πολλά από αυτά τα μουσεία, χαρακτηρίζονται από την άρτια οργάνωσή τους και τη μεγάλη τουριστική τους προβολή, μέσα από οδηγούς και ηλεκτρονικές διευθύνσεις, καθώς και εκδηλώσεις που τα ίδια οργανώνουν. Άλλωστε, ο τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να δράσει σα δύναμη ενθάρρυνσης ή και αναβίωσης της εγγενούς τέχνης με τις ποικίλες μορφές της και των παραδόσεων του τόπου (Ανδριώτης, 2008: 117). Αυτό το τελευταίο σημείο αποτελεί και μια από τις θετικές επιπτώσεις του τουριστικού φαινομένου πάνω στην κοινωνία υποδοχής.

Το μεγάλο μήκος των ακτογραμμών δημιουργεί όμορφες παραλίες και τοπία, ενώ τα φαράγγια και τα βουνά είναι σημαντικά αξιοθέατα, με υπέροχες ορεινές διαδρομές και ιδιαίτερη και πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Άλλωστε μέσα από τα κρητικά βουνά, διέρχεται το ευρωπαϊκό μονοπάτι E4, που ξεκινά από την Ιβηρική Χερσόνησο και φτάνει ως την Κύπρο (Ανδριώτης, 2008: 182). Η Κρήτη έχει μια από τις πιο ενδιαφέρουσες χλωρίδες του κόσμου με περίπου 1.800 είδη και υποείδη φυτών, που περιλαμβάνουν και πλήθος θεραπευτικών βοτάνων καθώς και 102 είδη βρώσιμων φυτών. Παράλληλα, υπάρχουν στο νησί πλήθος βιότοπων με διαφορετικά μικροκλίματα (παραθαλάσσια ζώνη, πεδινή ζώνη, ημιορεινή ζώνη, ορεινή ζώνη, φαράγγια και υδροβιότοποι) (Σταυριδάκης, 2008). Στην πέριξ θάλασσα, υπάρχει μια πλούσια ποικιλία θαλάσσιων όντων, όπως οι χελώνες καρέτα-καρέτα, οι οποίες μάλιστα έχουν ως τόπο γέννησης των αυγών τους πολλές παραλίες του νησιού (Ρέθυμνο, κόλπος Χανίων και κόλπος Μεσσαράς κυρίως) («Περιοχές Δράσης. Προστασία της αναπαραγωγικής δραστηριότητας στην Κρήτη»). Παράλληλα, υπάρχουν και μοναδικά είδη στο νησί, όπως το κρι-κρι και ο κρητικός ιχνηλάτης, ή προϊστορικά πλάσματα, που συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον της διεθνούς επιστημονικής κοινότητας, όπως το κρητικό μαμούθ νάνος («Στην Κρήτη ζούσε το πιο μικρό μαμούθ που έχει βρεθεί», *Πατρίς*). Ας αναφέρουμε ότι στην Κρήτη υπάρχουν 285.775 εκτάρια γης που έχουν ενταχθεί στο ευρωπαϊκό δίκτυο Natura, αποτελώντας 9% της συνολικής ελληνικής έκτασης των περιοχών Natura (Ανδριώτης, 2008: 34).

Όλα τα παραπάνω, και με κυρίαρχο στοιχείο τις όμορφες ακτές, αναπτύχθηκε ο τουρισμός στο νησί και φυσικά συμπεριέλαβε τόσο την προβολή της ιστορίας και του πολιτισμού, όσο και την προβολή της ιδιαίτερης κρητικής χλωρίδας και πανίδας. Πρέπει επίσης να αναφέρουμε ότι σήμερα μπορεί κανείς να βρει στην Κρήτη, τόσο οργανωμένες παραλίες που έχουν πολλές δραστηριότητες και γεινιάζουν με πλήθος τουριστικών επιχειρήσεων, που προσφέρουν κάθε δυνατή παροχή, όσο και απόμερες και ήσυχες παραλίες, που βρίσκονται κυρίως στις νότιες ακτές του νησιού (Κομός, Ροδάκινο, Άγιος Παύλος κτλ).

4.2. Σύγχρονοι πόροι της τουριστικής ανάπτυξης της Κρήτης

Δίπλα στην τουριστική ανάπτυξη, σήμερα το νησί έχει αξιόλογες πνευματικές και πολιτιστικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν εκδηλώσεις, δρώμενα και θεσμούς. Αρκεί να αναφέρουμε για παράδειγμα το ρεθυμνιώτικο καρναβάλι, το αναγεννησιακό φεστιβάλ του Ρεθύμνου, τη γιορτή του κρασιού στο Ρέθυμνο κτλ (Σπανάκης, 1991: 361).

Το πανεπιστήμιο Κρήτης, το πολυτεχνείο, το ΤΕΙ Κρήτης αποτελούν παράλληλα μεγάλα και αξιόλογα ιδρύματα, που έχουν πανελλαδική σημασία και πανευρωπαϊκή αναφορά, καθώς συγκεντρώνουν φοιτητές από όλα τα μέρη της χώρας, αλλά και το εξωτερικό. Δεν είναι άσχετο και το ερευνητικό έργο που γίνεται σε πολλά από αυτά τα ιδρύματα, τις διπλωματικές ή τα διδακτορικά που εκπονούνται και θίγουν όψεις της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού. Το υλικό αυτό αποτελεί ένα σπουδαίο κεφάλαιο και πηγή γνώσης για τον τουρισμό της νήσου. Δίπλα σε αυτά τα ιδρύματα λειτουργούν επίσης η Ανωτάτη Τουριστική Σχολή στον Άγιο Νικόλαο και η Ανώτερη Σχολή Τουριστικών Επαγγελμάτων στο Ηράκλειο. Πάνω στην τουριστική εκπαίδευση διδάσκονται τα επαγγέλματα των στελεχών και των υπαλλήλων τουριστικών γραφείων, ξενοδοχοϋπάλληλοι, ξεναγοί κ.α. Ειδική εκπαίδευση πάνω στο τουριστικό κλάδο παρέχει και η σχολή ξεναγών. Δεν είναι χωρίς νόημα να αναφέρουμε και το ερευνητικό έργο των ιδρυμάτων αυτών, που αφορά τόσο τομείς των θετικών επιστημών, όσο και τομείς των ανθρωπιστικών επιστημών και συχνά αναδεικνύουν θέματα της ιστορίας, της κοινωνιολογίας, της ανθρωπογεωγραφίας, της ανθρωπολογίας και της οικονομίας του νησιού. Δίπλα σε αυτά, τόσο σε πανελλαδικό επίπεδο, όσο και στην Κρήτη ειδικά λειτουργούν αρκετές σχολές (διαφόρων επιπέδων) οι οποίες στόχο έχουν την εκπαίδευση των νέων σε τομείς απασχόλησης του τουρισμού (οικονομικά, υποδοχή, επισιτιστικά κτλ). Η σημασία των ιδρυμάτων αυτών πάνω στην ανάπτυξη του κρητικού συνεδριακού τουρισμού μπορεί να είναι πολύ σημαντική. Έτσι στο νησί υπάρχουν οι προϋποθέσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, ο οποίος μεταξύ των άλλων αποτελεί και μια στρατηγική επέκτασης της σεζόν.

Οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, όπως αυτές σημειώνονται είναι: η ασφάλεια του τόπου προορισμού, η κατάλληλη υλικοτεχνική υποδομή (αίθουσες, μικροφωνικές κτλ), τα υψηλών προδιαγραφών ξενοδοχεία που να γειτνιάζουν με τουριστικά αξιοθέατα, η ευκολία πρόσβασης και η ευκολία ταξιδιού από τη χώρα προέλευσης, η γενική ποιότητα των υποδομών της χώρας υποδοχής, το ευνοϊκό κλίμα, η εικόνα του τόπου υποδοχής (πριμοδοτούνται τόποι γραφικοί ή εμπορικής δραστηριότητας με πολλά μαγαζιά, τόποι επίσης που φημίζονται για την επιστημονική τους έρευνα), ο χώρος προορισμού να είναι γνωστός τουριστικά και να θεωρείται ως διάσημος και επίκαιρος (Κραβαρίτης, 1996: 102 - 106). Είναι φανερό ότι η Κρήτη συγκεντρώνει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού και μάλιστα σε υπερθετικό βαθμό. Το επιστημονικό δυναμικό των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων της έχει ένα μεγάλο εύρος (ιατροί, φιλόλογοι, οικονομολόγοι, φυσικοί, μηχανικοί, κοινωνιολόγοι, ψυχολόγοι κτλ), οι οποίοι ασκούν τα επιστημονικά τους καθήκοντα και προβαίνουν σε πολλές δημοσιεύσεις κτλ.

Σε όλα τα παραπάνω πρέπει να αναφέρουμε και τη σημασία της κρητικής διατροφής, που εντάσσεται στη μεσογειακή διατροφή και προβάλλει την αξία, τόσο της τοπικής κουζίνας (μια σημαντική αγορά που αφορά τον τουρισμό και τις εξαγωγές), όσο και της αγροτικής παραγωγής με τα τοπικά προϊόντα, με κυρίαρχο φυσικά το κρητικό ελαιόλαδο. Η μεσογειακή διατροφή προβάλλεται σήμερα ως παράδειγμα για την μακροζωία και την υγεία του ανθρώπου, πράγμα που αποτελεί ένα ισχυρό παράγοντα προώθησης και προβολής των κρητικών προϊόντων και της κρητικής κουζίνας. Πρέπει να αναφέρουμε επίσης ότι πολλά

τοπικά προϊόντα σήμερα τυγχάνουν τυποποίησης και διατίθενται στην αγορά⁹. Αναφέρουμε για παράδειγμα το κρητικό παξιμάδι, το ελαιόλαδο, το ξεροτήγανο, τους ανθούς κολοκυθιών, το χαρούπι, το καπνιστό κρέας που ονομάζεται απάκι, φυσικούς χυμούς, ζυμαρικά, τυροκομικά προϊόντα, τα σαλιγκάρια¹⁰ κτλ¹¹. Άλλωστε, ο πρωτογενής τομέας της Κρήτης συνεχίζει να είναι ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας, καθώς παράγει το 8,1% της πρωτογενούς παραγωγής της χώρας, το οποίο αποτελείται από το 41% της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου, το 11% της συνολικής παραγωγής πατάτας και το 10% της συνολικής παραγωγής εσπεριδοειδών (Κουγιουμουτζής, 2006: 73). Αξίζει να αναφέρουμε ότι σε σχέση με το ελαιόδεντρο προβάλλεται σήμερα και ο πλούτος των αρχαίων φυτών που έχουν ηλικία πάνω από 2000 χρόνια και παραμένουν ζωντανά. Τέτοια δέντρα ελαιόδεντρα σήμερα καταγράφονται και προβάλλονται. Για παράδειγμα, το ευρωπαϊκό κανάλι Arte/ZDF πραγματοποίησε αφιέρωμα σε αυτά τα δέντρα («Παραγωγή του ZDF για τα μνημειακά ελαιόδεντρα της Κρήτης», Πατρίς).

Τέλος πρέπει να αναφέρουμε και την ίδια την ιδιοσυγκρασία των κατοίκων του νησιού, που διακρίνονται για τον εύθυμο χαρακτήρα τους, την φιλοξενία τους και τον πολιτισμό τους¹². Η πραγματικότητα αυτή δεν είναι χωρίς νόημα για τον τουριστικό τομέα, καθώς ο τουρισμός είναι ένας ανθρώπινος κλάδος στον οποίο το προϊόν δεν ξεχωρίζει από το προσωπικό που το διανέμει, έστω και αν αυτοί είναι σερβιτόροι, ξεναγοί, ταξιδιωτικοί πράκτορες ή οδηγοί τουριστικών λεωφορείων. Κάθε μέλος του κλάδου παίζει μεταξύ των άλλων και ένα ρόλο μάρκετινγκ στις συναλλαγές του με το κοινό (Holloway & Robinson, 2007: 10). Τουριστική αξιοποίηση γίνεται και των πολιτιστικών εκδηλώσεων και εκφάνσεων της ζωής των κατοίκων, όπως των πλούσιων μουσικών και χορευτικών παραδόσεων του νησιού, των τοπικών πανηγυριών, των σύγχρονων καλλιτεχνικών δρώμενων κτλ.

Σημαντικό και κύριο ζήτημα για την τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου δεν είναι μόνο οι φυσικές και ιστορικές ομορφιές, ο χαρακτήρας των κατοίκων και οι υποδομές, η προσβασιμότητα και τα μέσα μεταφοράς, αλλά και ο ευρύτερος πολιτικός χαρακτήρας και το αίσθημα ασφάλειας των επισκεπτών. Καθώς η Ελλάδα εντάσσεται στο σύνολο των χωρών του πρώτου κόσμου και δεν χαρακτηρίζεται από έντονες κοινωνικές ταραχές και ανωμαλίες, που μπορεί να δημιουργήσουν το αίσθημα της ανασφάλειας, μπορούμε να πούμε ότι αυτό το σημείο αποτελεί τον κύριο παράγοντα που κάνει δυνατή την τουριστική αξιοποίηση του νησιού, δημιουργώντας υψηλό αίσθημα ασφάλειας στους επισκέπτες τόσο σε ζητήματα εγκληματικότητας, όσο και υγείας¹³. Η ασφάλεια, όμως, σαν έννοια που αφορά τον τουρισμό, συνδέεται και με ένα άλλο μέγεθος: την ικανοποίηση του τουρίστα από το προϊόν που έχει αγοράσει. Αυτό, το τόσο στενά δεμένο με τον τουρισμό και τη βιωσιμότητα ενός τουριστικού

⁹ Βλέπε για παράδειγμα το ενδιαφέρον για τον τουρισμό και τα τοπικά προϊόντα στη Πολωνία. («Έντονο ενδιαφέρον πολωνών επιχειρηματιών για τα κρητικά προϊόντα». *Η Καθημερινή*).

¹⁰ Πρόσφατα στο Ρέθυμνο άρχισε να λειτουργεί η πρωτοπόρα εταιρία παραγωγής και συσκευασίας σαλιγκαριών «Χοχλιοί Κρήτης ΕΠΕ», που άρχισε να κάνει και εξαγωγές στο εξωτερικό και προωθεί την ψίχα των σαλιγκαριών φυλαγμένη μέσα σε ελαιόλαδο. («Παγκόσμιες καινοτομίες από την πρωτοπόρα εταιρεία εκτροφής και τυποποίησης σαλιγκαριών στην Κρήτη»).

¹¹ Βλέπε για παράδειγμα την ηλεκτρονική διεύθυνση της εταιρίας «Κρητική Διατροφή»: <http://www.kritikidiatrofi.gr/>

¹² Η σημασία του χαρακτήρα των ντόπιων για την ανάπτυξη του τουρισμού δεν είναι χωρίς νόημα, καθώς μια αρχική αναστολή για το ταξίδι είναι η φοβία για τους ξένους (Holloway & Robinson, 2007: 20 – 21). Αξίζει να αναφέρουμε ότι από την εποχή του μεσοπολέμου, για να πούμε μια μόνο περίπτωση, ο αυστραλός δημοσιογράφος Μπερλτς σημειώνει τον ευθυτενή, περήφανο και φιλόξενο χαρακτήρα των κατοίκων της Κρήτης (Μπερτς, 2002).

¹³ Η Κρήτη διαθέτει σήμερα σημαντικές υπηρεσίες υγείας. Στο νησί σήμερα λειτουργούν τα παρακάτω δημόσια νοσοκομεία: Γενικό Νοσοκομείο Χανίων, Γενικό Νοσοκομείο-Κ.Υ Ιεράπετρας, Γενικό Νοσοκομείο Αγίου Νικολάου, Γενικό Νοσοκομείο - Κ.Υ Νεαπόλεως, Περιφερικό Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου, Βενιζέλειο - Παννάνειο Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου, Γενικό Νοσοκομείο - Κ.Υ Σητείας, Γενικό Νοσοκομείο Ρεθύμνου. Εκτός από τα παραπάνω υπάρχει και πλήθος ιδιωτικών ιατρείων και κλινικών.

τόπου, είναι ζήτημα κεντρικής σημασίας. Περαιτέρω αναφορά σε αυτό το ζήτημα θα κάνουμε όμως όταν θίξουμε τα προβλήματα της τουριστικής ανάπτυξης. Το παραπάνω σημείο, για την ασφάλεια θα ήταν περιττό να το τονίσουμε και θα αποτελούσε κάτι το αυτονόητο ίσως, αλλά πρόσφατα είδαμε πως οι πολιτικές ανωμαλίες, οι τρομοκρατικές επιθέσεις και η κοινωνική αστάθεια επέφερε ένα ισχυρό πλήγμα στον πολύ ανεπτυγμένο αιγυπτιακό τουρισμό. Παράλληλα, η κρίση αυτή ευνόησε τον ελληνικό τουρισμό, καθώς πλήθος τουριστών ακύρωσαν τις διακοπές τους στην Αίγυπτο και στράφηκαν προς την Ελλάδα (Κουσουνής, 2014). Παράλληλα, το «B.E.M.M.O.» (Βαρδινογιάννειο κέντρο Μεταμόσχευσης Οφθαλμού) και το κέντρο αιμοκάθαρσης «ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ», παρέχουν τις δυνατότητες ιατρικού τουρισμού ή και συνδυασμού της ιατρικής επίσκεψης με άλλου τύπου διακοπές (Κουγιουμουτζής, 2006: 84).

Σαν παράδειγμα θα αναφέρουμε τους λόγους που κάνουν τους Ρώσους τουρίστες να προτιμούν την χώρα μας. Οι Ρώσοι τουρίστες αξιολογούν: α) τη βεβαιότητα ασφάλειας, καθώς η χώρα μας θεωρείται ασφαλής τουριστικός προορισμός. β) Τη σχετική καθαρότητα της θάλασσας. Η Ελλάδα αξιολογείται πολύ θετικά σε αυτό το τομέα. γ) Αξιολόγηση της διαμονής δίπλα στη θάλασσα. Είδαμε ότι τόσο στη χώρα γενικά, όσο και στην Κρήτη ειδικότερα, ο τουρισμός έχει το χαρακτήρα του παραθερισμού σε παραθαλάσσια θέρετρα. δ) Τις τιμές των πακέτων. ε) Τους φυσικούς πόρους. στ) Το σχετικό πολιτισμικό πλούτο της χώρας. ζ) Τη γεωγραφική απόσταση, καθώς οι Ρώσοι τουρίστες επιβαρύνονται αρκετά μέχρι από το εσωτερικό της χώρας τους να φτάσουν σε ένα μεγάλο διεθνές αεροδρόμιο, λόγω της απεραντοσύνης της Ρωσίας. η) Το φημολογούμενο πνεύμα φιλοξενίας. θ) Το ομόδοξο των δύο χωρών, καθώς οι Ρώσοι θα αναζητήσουν μεγάλα μνημεία της ορθοδοξίας (εικόνες, μοναστήρια κτλ) (Κάτσος, 2005: 73 - 75). Έτσι βλέπουμε, με όσα αναφέραμε παραπάνω, ότι πολλά από αυτά τα σημεία είναι παρόντα στην Κρήτη και παίζουν ένα ρόλο στην ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος.

Με όλα τα παραπάνω κάναμε μια σύντομη αναφορά σε διάφορες δραστηριότητες της ζωής του νησιού, τα φυσικά χαρακτηριστικά του, τον πλούτο των ιστορικών μνημείων και τις ομορφιές του φυσικού περιβάλλοντος, όπου μπορούν να παίξουν ή παίζουν ήδη σημαντικό ρόλο στην τουριστική βιομηχανία του νησιού και συγκροτούν όλα μαζί έναν ελκυστικό προορισμό για τους τουρίστες, που μπορεί να καλύψει κάθε σχεδόν απαίτησή τους και αναζήτηση κατά την περίοδο των διακοπών τους. Επίσης όλα τα παραπάνω συγκροτούν μια πραγματική αξία του τουριστικού προορισμού Κρήτη (γιατί χωρίς πραγματική αξία, τίποτε τελικά δεν μπορεί να έχει επιτυχία στην αγορά) και δίνουν τη δυνατότητα στο μάρκετινγκ και τις τουριστικές εταιρίες να ανταποκριθούν στις αλλαγές που συμβαίνουν στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των ανθρώπων (Holloway & Robinson, 2007: 18 – 19), αξιοποιώντας τους πόρους και τα χαρακτηριστικά της Κρήτης. Η ανάπτυξη όμως των ποικίλων μορφών τουρισμού, όπως και η προσέλευση τουριστών ειδικών κατηγοριών (σύνεδροι, προσκυνητές, ορειβάτες κτλ), απαιτεί και τις ανάλογες υποδομές και άρα επενδύσεις, ώστε να κάνει δυνατή την προσέλευση, τη διαμονή, την άνεση και τη φιλοξενία των τουριστών αυτών¹⁴. Οι Holloway και Robinson παραθέτουν έναν ενδιαφέρον κατάλογο που είναι ενδεικτικός για την γκάμα των απαιτήσεων και τον τρόπο που μπορεί να οργανωθεί η ανταπόκριση στις απαιτήσεις αυτές.

¹⁴ Πρόσφατα το Υπουργείο Τουρισμού και η εκκλησία της Κρήτης ανέπτυξαν πρωτοβουλία για την ανάδειξη του θρησκευτικού τουρισμού στο νησί. Στόχος είναι να αποτελέσουν πεδίο προσέλκυσης επισκεπτών, και να συμβάλλουν στην ενίσχυση του τουριστικού ρεύματος, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και ταυτόχρονα και στον εμπλουτισμό και βελτίωση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. («Πρωτόκολλο συνεργασίας Υπουργείου Τουρισμού και Εκκλησίας της Κρήτης»).

Πίνακας 4.2. Ανάγκες των τουριστών και την ανταπόκριση του μάρκετινγκ (Holloway & Robinson, 2007:106)

Φυσικές ανάγκες	Ανταπόκριση στις ανάγκες
Ξεκούραση και χαλάρωση	Διακοπές στην παραλία, λίμνες και βουνά
Περιπέτεια	Κανό, ιστιοπλοΐα
Υγεία	Πεζοπορία, Φάρμες υγιεινής διαβίωσης
Πολιτιστικές ανάγκες	Πολιτιστικά δρώμενα, συνέδρια
Εκπαίδευση	Κρουαζιέρες διαλέξεων, εκδρομές μελέτης
Ιστορικές και αρχαιολογικές	Εκδρομές σε μουσεία, αρχαιολογικούς τόπους
Τέχνες	Φεστιβάλ Μουσικής, παραστάσεις παραδοσιακών χορών.

Ο παραπάνω πίνακας είναι ενδεικτικός του πως μπορεί να οργανωθεί η ζήτηση για μια ποικιλία δραστηριοτήτων και αναγκών σε ένα τουριστικό προορισμό, ούτως ώστε να γίνεται περισσότερο ελκυστικός στην τουριστική αγορά (Holloway & Robinson, 2007: 106). Είναι φανερό ότι στην περίπτωση της Κρήτης είναι δυνατό να αναπτυχθεί μια μεγάλη γκάμα δραστηριοτήτων, πράγμα που ευνοείται και από το μέγεθος και την βιοποικιλότητα του νησιού. Οι επενδύσεις αυτές σημαίνουν όχι μόνο την οργάνωση και την προβολή, την προετοιμασία της διαμονής και όλων των αναγκαίων παραγόντων για τη φιλοξενία και την εξυπηρέτηση των τουριστών, αλλά και την κατάλληλη εκπαίδευση του εργατικού δυναμικού του κλάδου του τουρισμού, ώστε να είναι σε θέση να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των πελατών. Σε όλα τα παραπάνω, μπορούμε να προσθέσουμε τις ενέργειες και τον στοχασμό (συνέδρια, διαλέξεις, πρωτοβουλίες, έρευνες κτλ), που θέτει ως ζήτημα την αιεφόρο τουριστική ανάπτυξη του νησιού, καθώς αυτή η προοπτική θα ενισχύσει το τουριστικό προϊόν της Κρήτης, θα διασφαλίσει τη βιωσιμότητα και την ποιότητά του, αλλά θα μειώσει και τις όποιες αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης. Αφορά δηλαδή, τόσο τις υπάρχουσες δομές, όσο και την πορεία που στοχεύουμε να λάβει η αναπτυξιακή στρατηγική του ελληνικού και του κρητικού τουρισμού.

Πίνακας 4.3. Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, στη Περιφέρεια Κρήτης. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος {ΕΛ.ΣΤΑΤ.})

Π. Κρήτης	Μονάδες	Κλίνες	Μον.%	Κλίν.%	P value
N. Ηρακλείου	524	62880	33,63	42,24	<0,001
N. Λασιθίου	231	21725	14,83	14,59	
N. Ρεθύμνου	309	29330	19,83	19,70	
N. Χανίων	494	34940	31,71	23,47	
ΣΥΝΟΛΟ	1558	148875	100,00	100,00	

Πίνακας 4.4. Τουριστικά γραφεία στη Περιφέρεια Κρήτης. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος {ΕΛ.ΣΤΑΤ.})

Π. Κρήτης	Γενικού Τουρισμού	Εσωτερικού Τουρισμού	Τουριστικά Τρένα	TEOM	P value
N. Ηρακλείου	231	16	5	76	<0,001
N. Λασιθίου	56	7	2	9	
N. Ρεθύμνου	73	6	5	12	
N. Χανίων	108	10	7	27	
ΣΥΝΟΛΟ	468	39	19	124	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΚΟΡΕΣΜΟΥ

5.1. Οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο φυσικό και το δομημένο περιβάλλον - Η απαξίωση του τουριστικού προϊόντος.

Στα προηγούμενα κομμάτια της εργασίας μας παρουσιάσαμε μια εν πολλοίς ειδυλλιακή εικόνα του κρητικού τουρισμού, με το ξενοδοχειακό του δυναμικό, τις υποδομές του, τους πλούσιους φυσικούς και τους πολιτισμικούς πόρους κτλ. Δυστυχώς οι υποδομές, οι πόροι και οι ανωδομές του κρητικού τουρισμού παρουσιάζουν προβλήματα, τα οποία προέρχονται από την ίδια τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης στην Κρήτη και την Ελλάδα, αλλά και την ίδια την επέκταση και εφαρμογή των τουριστικών δραστηριοτήτων. Τελικά το ερώτημα που ανακύπτει είναι η εφαρμογή και η ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων, μήπως τελικά ενέχει κινδύνους για το τουριστικό προϊόν; Πώς μπορούμε να διασφαλίσουμε την ανταγωνιστικότητα και την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης, μειώνοντας και απαλείφοντας τις αρνητικές συνέπειες του τουρισμού; Πώς μπορεί να διασφαλιστεί η προοπτική της ανάπτυξης και της οικονομικής σταθερότητας του κλάδου; Γιατί η καταστροφή του ελληνικού τουρισμού, σημαίνει και τη στέρηση εσόδων, που μπορούν να στηρίξουν μια περιβαλλοντική πολιτική ή μια άλλη στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού.

Όπως έχουμε αναφέρει και σε άλλα κομμάτια της εργασίας μας, η τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου επιφέρει δραματικές αλλαγές στην οικονομία, το περιβάλλον, τη χωροταξία και την κοινωνία. Πολλές από αυτές τις αλλαγές είναι θετικές, καθώς προκύπτουν εισοδήματα για τους κατοίκους της περιοχής, αντιστρέφεται ένα ρεύμα μετανάστευσης, που ήταν χαρακτηριστικό των άγονων και υπανάπτυκτων περιοχών του ευρωπαϊκού νότου, αναπτύσσεται η έρευνα και η γνώση, επαναξιολογείται ο φυσικός και ιστορικός πλούτος του τόπου υποδοχής τουριστών. Ωστόσο δεν λείπουν και πολλές αρνητικές συνέπειες από την τουριστική ανάπτυξη¹⁵. Εδώ στην εργασία μας θα κάνουμε μια σύντομη αναφορά στο σύνολο των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης και κατόπιν θα επικεντρωθούμε σε εκείνα τα σημεία, που αποτελούν αιτίες απαξίωσης του τουριστικού προϊόντος και μείωσης της ανταγωνιστικότητας του προϊόντος αυτού. Ο τουρισμός είναι από τους λίγους παραγωγικούς τομείς που χρησιμοποιεί την ίδια την κοινωνία ως εμπόρευμα και επιφέρει στη ζωή των ντόπιων μεγάλες αλλαγές (Ανδριώτης, 2008: 246). Η διαδεδομένη αντίληψη ότι ο τουρισμός είναι «μια βιομηχανία χωρίς καμινάδες» και άρα φιλική προς το περιβάλλον, έχει σήμερα ξεπεραστεί και υπάρχει προβληματισμός στην επιστημονική κοινότητα για τις απειλές που δημιουργεί ο τουρισμός στην κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον (Ανδριώτης, 2008: 29). Έτσι, κάνουμε λόγο για τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης. Ο όρος επιπτώσεις χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις αλλαγές που επέρχονται στην οικονομία, στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στο περιβάλλον των περιοχών ή των χωρών, που αναπτύσσεται ο τουρισμός και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της λειτουργίας του τουριστικού τομέα. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 28). Γενικά μπορούμε να μιλάμε για θετικές και αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού πάνω στο περιβάλλον (Holloway & Robinson, 2007: 69). Εδώ θα δείξουμε κυρίως τις αρνητικές όψεις της τουριστικής ανάπτυξης.

¹⁵ Αλλωστε από το τέλος της δεκαετίας του 1970 διεθνώς επικράτησε η πρακτική της συνεξέτασης του περιβαλλοντικού κόστους και των οικονομικών επιπτώσεων (Αθανασίου, 2007: 43).

Στις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης συγκαταλέγονται οι συνέπειες του τουρισμού στη μόλυνση και υπερκατανάλωση του νερού, την ηχορύπανση, την μόλυνση του αέρα (όπως π.χ. από τα αεροπλάνα) και την αισθητική μόλυνση (Αθανασίου, 2007: 75, 93). Η ανθρώπινη δραστηριότητα προκαλεί αλλαγές στο περιβάλλον και αντλεί αγαθά από τη φύση για να τα μετατρέψει σε χρήσιμα αντικείμενα. Οι άνθρωποι αλλάζουν το τοπίο που τους περιβάλλει φτιάχνοντας τις πόλεις τους, τους δρόμους τους, τα λιμάνια και τα αεροδρόμιά τους, παράγοντας ενέργεια και απόβλητα. Ο τουρισμός στην Κρήτη σήμαινε, όπως αναφέραμε, μεγάλα κατασκευαστικά έργα και επέκταση όλων των αστικών κέντρων. Παράλληλα, την περίοδο της σεζόν, ο πληθυσμός που κατοικεί στο νησί και οι ανάγκες κάλυψης του αυξάνονται κατακόρυφα, επιβαρύνοντας κατακόρυφα τα δίκτυα παροχών κάθε είδους. Έτσι, η πρώτη θεματική (φυσικά σε αλληλεξάρτηση και με τις υπόλοιπες) επιπτώσεων του τουρισμού είναι το περιβάλλον.

Η τουριστική ανάπτυξη επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις είναι πιο σημαντικές σε περιοχές που θεωρούνται οικολογικά ευαίσθητες (παραθαλάσσιες περιοχές, υδροβιότοποι κτλ) (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 33-34). Η ανάπτυξη του τουρισμού επιφέρει καταρχήν δραματική αύξηση των αναγκών σε νερό. Η χρήση νερού είναι κατά μέσο όρο 450 λίτρα ανά τουρίστα στα ξενοδοχεία πολυτελείας και 280 στα περισσότερα άλλα. Τα στοιχεία για την αναψυχή και τη διακόσμηση των ξενοδοχείων (πισίνες, γκαζόν) απαιτούν μεγάλες ποσότητες νερού, σε περιοχές μάλιστα όπου τα καλοκαίρια είναι ξηρά και θερμά. Η Κρήτη, σαν νησιωτική περιοχή (σε αντίθεση με τις ηπειρωτικές περιοχές, όπου υπάρχουν μεγάλα ποτάμια), επωφελείται μόνο από τα νερά που φτάνουν σε αυτήν με τη μορφή κατακρημνισμάτων (βροχή, χαλάζι, χιόνι). Η γεωγραφική της όμως θέση (νοτιότερο άκρο της Ευρώπης) και το γεωφυσικό της περιβάλλον, δεν ευνοούν τη συγκέντρωση μεγάλου όγκου νερού. Ο μεγαλύτερος χρήστης νερού ήταν η γεωργία που κατανάλωνε 302 εκατομμύρια κυβικά (ποσοστό ~85%), ακολούθησε η ύδρευση και ο τουρισμός με 60 εκατομμύρια (ποσοστό ~13%), η κτηνοτροφία με 6 εκατομμύρια κυβικά (ποσοστό ~1%) και οι υπόλοιποι χρήστες 4 εκατομμύρια κυβικά (ποσοστό ~1%) (*Κατάσταση υπόγειων υδροφορέων Κρήτης. Παρατηρήσεις για το τρέχον υδρολογικό έτος* (1η Μαΐου 2009 έως 30η Σεπτεμβρίου 2009). Περιφέρεια Κρήτης).

Το πρόβλημα αντιμετωπίζεται με γεωτρήσεις, που όμως αποδυναμώνουν το υδροφόρο ορίζοντα και έτσι μειώνονται τα αποθέματα νερού, ενώ πλήττονται τόσο η γεωργία, όσο και τα ποικίλα οικοσυστήματα. Η αποδυνάμωση του υδροφόρου ορίζοντα συχνά προκαλεί το φαινόμενο της υφαλμύρωσης, το οποίο είναι και μη αναστρέψιμο (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 149-150).

Η έντονη οικοδομική δραστηριότητα και η παρεμπόδιση του φυσικού υδρογραφικού δικτύου (και με τις μπαζώσεις ρεμάτων) μειώνουν τη μεταφορά στερεοπαροχών στο θαλάσσιο αποδέκτη. Αυτό οδηγεί σε φαινόμενα διάβρωσης των ακτών. Το φαινόμενο αυτό έχει γίνει ιδιαίτερα έντονο στην περιοχή των Χανίων, δυτικά της πόλης και ως τον κόλπο του Κισσάμου, ενώ η τοπική αυτοδιοίκηση καταβάλλει ενέργειες για την αντιμετώπισή του («Στο ΕΛΚΕΘΕ η μελέτη για τη διάβρωση των ακτών στα Χανιά», *Πατρίς*).

Παράλληλα στις τουριστικές περιοχές οι ακτές επιβαρύνονται από υπερβολικές ποσότητες σκουπιδιών που πετιούνται ανεξέλεγκτα (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 150 - 151). Η υπερδραστηριότητα στις ακτές μπορεί να επηρεάσει διάφορες μορφές ζωής, όπως τις χελώνες καρέτα-καρέτα, που χρησιμοποιούν την ακτή για την εκκόλαψη των αυγών τους. Συχνά αντί για την θάλασσα, οι μικρές χελώνες ακολουθούν τα φώτα των παρακείμενων οικοδομών (φαινόμενο της φωτορύπανσης) και πεθαίνουν («Κρήτη: Η φωτορύπανση απειλεί την καρέτα – καρέτα»). Δίπλα σε αυτά οι ακτές, κύριος τουριστικός πόρος, γίνονται το επίδοκο μεταξύ δημόσιου συμφέροντος και επιμέρους ιδιωτικών συμφερόντων. Ο ελληνικός νόμος που αφορά την προστασία της φύσης έχει ως κύρια αντικείμενα τα δάση και τις ακτές. Οι ακτές, αν και θεωρούνται κοινόχρηστες, ωστόσο: 1) δέχονται μεγάλες πιέσεις που

υπερβαίνουν την φέρουσα ικανότητα της ακτής και 2) καταπατάται ο δημόσιος χαρακτήρας τους από επιχειρηματικά συμφέροντα. Συχνά άλλωστε γίνεται εφαρμογή μιας διασταλτικής ερμηνείας του νόμου, που καταπατά το δημόσιο χαρακτήρα των ακτών (Αθανασίου, 2007: 133 – 135).

Ο τουρισμός επιβαρύνει επίσης την κατάσταση και της ατμόσφαιρας. Η εκτεταμένη χρήση οχημάτων εσωτερικής καύσης για την μετακίνηση των τουριστών, (τράνσφερ, εκδρομές, ενοικιαζόμενα οχήματα, αεροσκάφη κτλ) επηρεάζει τόσο τη γενική μόλυνση του περιβάλλοντος, όσο και το μικροκλίμα της περιοχής (Κοκκώσης & Τράρτας, 2001: 151 - 152). Επιβαρυντικά για την ατμόσφαιρα είναι και τα αεροπορικά δρομολόγια και ειδικά η κατακόρυφη αύξηση των πτήσεων τους θερινούς μήνες. Πολλές πηγές φαίνεται να στρέφονται κατά της σχεδιαζόμενης κατασκευής του αεροδρομίου στο Καστέλι, που φαίνεται ότι θα επιβαρύνει τόσο τη γη και το νερό, όσο και τον αέρα.

Ο κ. Τσάρτας Π. καταθέτει την άποψη ότι η πορεία ανάπτυξης του τουρισμού έχει μια κρίσιμη φάση η οποία είναι η μετάβαση από το δεύτερο στάδιο τουριστικής ανάπτυξης προς τον μαζικό τουρισμό. Αν δεν ληφθούν ορισμένα κρίσιμα μέτρα, τότε οι επιδράσεις σε μια τοπική κοινωνία, που ο τουρισμός δρα ως ολιστικό κοινωνικό φαινόμενο, θα έχουν αρνητική διάσταση. Αυτά τα μέτρα είναι: 1. Προγραμματισμός της τουριστική πολιτικής σε εθνικό και περιφερικό επίπεδο. 2. Ενίσχυση θεσμική και οικονομική των τοπικών φορέων και υπηρεσιών που ασχολούνται με τον πολιτισμό και την παράδοση. 3. Θεσμοί ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης σε εθνικό επίπεδο. 4. Ενίσχυση των άλλων παραγωγικών κλάδων της τοπικής οικονομίας από τα εισοδήματα του τουρισμού και αναδιάρθρωση του παραγωγικού ιστού. 5. Διαμόρφωση ενός πλαισίου υποδομών τουριστικής προσφοράς το οποίο να αποβλέπει στην προσέλκυση διαφορετικών τύπων και εθνοκοτήτων τουριστών. 6. Η ύπαρξη ή μη άλλων δυναμικών κλάδων στην τοπική οικονομία. 7. Η δημιουργία από πλευράς τοπικής κοινωνίας θεσμών και φορέων για την δυναμική προβολή του τοπικού πολιτισμού και την προστασία του κοινωνικού ιστού και του περιβάλλοντος, αλλά και τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης. 8. Εκπαίδευση και επιμόρφωση των κατοίκων σε θέματα που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη (Τσάρτας, 1996: 280).

Έτσι ο κίνδυνος της τουριστικής ανάπτυξης βρίσκεται στο γεγονός ότι οι επενδύσεις προσανατολίζονται αποκλειστικά στον τουριστικό κλάδο και ταυτόχρονα δεν διευρύνουν την παραγωγική βάση της τοπικής κοινωνίας. Έτσι οι επενδύσεις στρέφονται στην κερδοσκοπία της γης, την αγορά καταναλωτικών αγαθών και στον τομέα του εμπορίου και των υπηρεσιών, που άμεσα ή έμμεσα συνδέονται με τον τουρισμό. Με αυτό τον τρόπο το μέλλον του τουριστικού προορισμού γίνεται επισφαλές, καθώς η τοπική κοινωνία δεν διαφοροποιεί ούτε εκσυγχρονίζει την τοπική οικονομία. Δεν είναι μικρής σημασίας και το γεγονός ότι ειδικά στις αναπτυσσόμενες μονοδιάστατα τουριστικές περιοχές, που η προηγούμενη κατάσταση τους χαρακτηριζόταν από τη φτώχη και παραδοσιακή οικονομία, διαδίδεται το ήθος του εύκολου κέρδους και της αισχροκέρδειας (Τσάρτας, 1996: 281 – 282).

Πολλά από τα παραπάνω σημεία φαίνεται να χαρακτήρισαν πολλές όψεις της τουριστικής ανάπτυξης της Κρήτης. Αναφέραμε ότι ο χωροταξικός σχεδιασμός υπήρξε ελλείψεις και περιορισμένος, χωρίς να αγκαλιάζει τα μεγέθη της οικιστικής επέκτασης των πόλεων και της υπαίθρου. Στην Κρήτη επίσης, παρά το γεγονός ότι σήμερα έχει μια σημαντική πρωτογενή και δευτερογενή παραγωγή, ωστόσο δεν έχουν αξιοποιηθεί πλήρως οι παραγωγικές δυνατότητες του τόπου και ο τουρισμός μονοδιάστατα λειτούργησε ως κύριος μοχλός ανάπτυξης.

Η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί, όπως αναφέραμε και παραπάνω μεγάλες επενδύσεις, υποδομές και ανωδομές, κινητοποίηση εργατικού δυναμικού και ανάπτυξη πολλών άλλων υπηρεσιών. Όλα αυτά επιφέρουν μεγάλες αλλαγές σε μια τοπική κοινωνία που εξελίσσεται σε τόπο υποδοχής τουριστών. Ειδικά αν ο τουριστικός προορισμός είναι ένα μικρό αγροτικό, φτωχό μέρος, με περιορισμένη παραγωγική βάση (όπως η Κρήτη πριν την τουριστική της

ανάπτυξη), ο τουρισμός δρα σαν ένα ολιστικό κοινωνικό φαινόμενο (Τσάρτας, Μανώλογλου & Μάρκου, 1998: 51). Έτσι, οι αλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στην Κρήτη λόγω της τουριστικής ανάπτυξης υπήρξαν δραματικές. Οι πόλεις μεγεθύνθηκαν, το τοπίο άλλαξε δραματικά, οι βόρειες ακτές απέκτησαν ένα τουριστικό συνεχές δομημένο περιβάλλον, που χαρακτηρίζεται αποκλειστικά από τουριστικές ανωδομές (ξενοδοχεία, πισίνες, μαρίνες, τουριστικά μαγαζιά κτλ)¹⁶. Ας σημειώσουμε ότι η σύγχρονη μαζική οικοδομική δραστηριότητα με τη χρήση μπετόν (κυρίαρχη και στην Κρήτη), αποτελεί μη αντιστρέψιμη περιβαλλοντική καταστροφή, καθώς η εκσκαφή καταστρέφει το γόνιμο έδαφος, γιατί απαιτεί βαθύ σκάψιμο και οι δαπάνες κατεδάφισης είναι πολύ μεγάλες και συχνά απαγορευτικές (Γκρουλ, 1982: 139). Στη χώρα μας, ο συντελεστής δόμησης για τουριστικές εγκαταστάσεις εκτός σχεδίου πόλεως δεν μπορεί να υπερβαίνει το 20% και το ύψος των κατασκευών τα 13,5 μέτρα με αυστηρότερες ρυθμίσεις για τη ζώνη ως και 200 μέτρα από τη γραμμή αιγιαλού καθώς και για εδάφη με κλίση 15% και άνω. Άλλωστε οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες κατατάσσονται για τη μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων μαζί με τις βαριές βιομηχανίες. Το ίδιο ισχύει και για μεσαίου μεγέθους μονάδες που βρίσκονται σε ευαίσθητες οικιστικά περιοχές (Αθανασίου, 2007: 87 – 98). Αξίζει να αναφέρουμε ότι αν και η σχετική βιβλιογραφία κάνει λόγο για την αυστηρότητα των ελληνικών νόμων που αφορούν την εκτός σχεδίου πόλεως οικοδόμηση ξενοδοχειακών μονάδων, ωστόσο στη χώρα μας το πρόβλημα είναι η πλημμελής εφαρμογή του νόμου και η καταστρατήγησή του από τους εμπλεκόμενους φορείς (Αθανασίου, 2007: 99). Είναι φανερό λοιπόν το πλήγμα που έχει επέλθει στο νησί με την άναρχη δόμηση και τις μεγάλες ανωδομές του τουρισμού, καθώς εξαφανίζουν το ούτως ή άλλως περιορισμένο γόνιμο έδαφος. Το τοπίο αλλοιώθηκε και οι παρεμβάσεις συχνά φέρουν το στοιχείο της ακαλαισθησίας. Η αξία χρήσης κτηρίων και χωραφιών άλλαξε και προσανατολίστηκε αποκλειστικά στην τουριστική αξιοποίηση.

5.2 Οι κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις

Σημαντική από την άποψη αυτή και πολύ ενδιαφέρουσα πτυχή του θέματος μας είναι το γεγονός ότι τελικά σε τουριστικούς τόπους όπως η Κρήτη επήλθε μια νέα «τουριστική» παραγωγική δομή που επηρέασε πρώτα από όλα τον αγροτικό τομέα. Η εμπλοκή των αγροτών στον τουρισμό, έχει τη μορφή της δεύτερης απασχόλησης. Έτσι ενώ η αγροτική γη αποτελούσε ανέκαθεν αναγκαίο πόρο για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη ενός τόπου, σήμερα, ειδικά υπό την επίδραση του τουρισμού, οι παραθαλάσσιες εκτάσεις αλλάζουν αξία χρήσης και οικοπεδοποιούνται (Τσάρτας, 1996: 171 – 172). Η δυνατότητα κέρδους, όμως, από τον τουρισμό οδηγεί σε μια όλο και πιο ενεργητική εμπλοκή των αγροτών στην τουριστική ανάπτυξη μέσω μικρών επενδύσεων (εστιατόρια, μικρά καταλύματα κτλ), με αποτέλεσμα την εγκατάλειψη ή στασιμότητα του αγροτικού τομέα. Έτσι επηρεάζεται ο δυναμισμός της αγροτικής παραγωγής. Σε πολλές τουριστικές περιοχές η εξέλιξη αυτή οδηγεί σε μια γεωργοκτηνοτροφική βιτρίνα και ο αγροτικός κλήρος διατηρείται μόνο για λόγους παράδοσης ή γιατί η περίοδος συγκομιδής δεν συμπίπτει με την τουριστική σεζόν (όπως π.χ. το ελαιόλαδο στην Κρήτη).

Τα παραπάνω ισχύουν και για άλλες επαγγελματικές κατηγορίες, οι οποίες προσεγγίζουν τον τουρισμό ως δεύτερη απασχόληση την περίοδο της σεζόν (Τσάρτας, 1996: 284 – 287). Η παραπάνω εξέλιξη έχει μια αρνητική διάσταση και για τον ίδιο τον τουρισμό, καθώς δεν παράγονται εργαζόμενοι με ξεκάθαρη επαγγελματική συνείδηση και εκπαίδευση, όπως αυτά απαιτούνται από τις σύγχρονες ανάγκες του τουρισμού και γενικά της οικονομίας,

¹⁶ Το Χαροκόπειο πανεπιστήμιο ανέπτυξε μια έρευνα με αεροφωτογραφίες, στις οποίες θίγονται τα προβλήματα της χωροταξίας και της τουριστικής αξιοποίησης των παραθαλάσσιων περιοχών και τονίζεται η υποβάθμιση των τουριστικών περιοχών και ακτών με πλήθος από εγκαταστάσεις πάνω στην ακτή (πισίνες ξενοδοχεία, ομπρέλες, ξαπλώστρες, κτλ).

ενώ ταυτόχρονα κυριαρχούν άτυπα και παράνομα δίκτυα και τρόποι απασχόλησης, οι οποίοι φοροδιαφεύγουν και είναι ανεξέλεγκτοι (Βαΐου & Χατζημιχάλης, 1997). Άλλωστε στην Ελλάδα, όπως σημειώνεται για όλη την μεταπολεμική εποχή, οι εκπαιδευτικές διαδικασίες στους επιμέρους κλάδους συντήρησαν την αναπαραγωγή των υφιστάμενων κοινωνικών και οικονομικών σχέσεων και δεν βοήθησαν καμιά διαφοροποίηση ή ποιοτικό άλμα (Πεσμαζόγλου, 1999: (445-459). Αναφέραμε όμως ότι ο τουρισμός είναι ένας κλάδος όπου η επικοινωνία και η διαχείριση των απαιτήσεων των πελατών παίζει σημαντικό ρόλο στο τελικό προϊόν και απαιτείται η αναγκαία εκπαίδευση και συνειδητοποίηση από όλους του εμπλεκόμενου, αλλά και ο υψηλός επαγγελματισμός, που προσθέτει ενδιαφέρον και κίνητρα για εργασία.

Συχνά οι τοπικές κοινωνίες προσπαθούν επίσης να παρουσιάσουν μια σειρά κατασκευασμένων θεαμάτων ως αυθεντικών. Το ίδιο ισχύει και για την παραγωγή αντικειμένων από την τοπική παράδοση, όπου κάτω από την επίδραση της εμπορευματοποίησης του τουρισμού, χάνουν το αρχικό νόημά τους και την αυθεντικότητά τους και συγκροτούν πλέον ένα κομμάτι του σύγχρονου τουρισμού γνωστό ως «τέχνη του αεροδρομίου» (Τσάρτας, 1996: 315 - 321). Σήμερα μπορεί κανείς να δει πλήθος αντικειμένων, που δεν κατασκευάζονται καν στο νησί ή την Ελλάδα και πωλούνται από καταστήματα δώρων και συχνά χαρακτηρίζονται από την ακαλαισθησία. Αυτό καταλήγει σε μια απαξίωση και μια χαμηλού επιπέδου παρουσίαση, που απαξιώνει τις πολιτιστικές δραστηριότητες του τόπου υποδοχής, αλλά και το δομημένο περιβάλλον (Ανδριώτης, 2008: 23). Οι ζώνες τουριστικής αξιοποίησης, συνήθως άναρχα δομημένες, με πλήθος καταλύματα κάθε είδους και πολλές άλλες επιχειρήσεις σχετικές με τον τουρισμό, είναι τοπία που χαρακτηρίζονται από τη χαμηλή αισθητική, τον αποκλειστικό προσανατολισμό προς τις εμπορικές δραστηριότητες και πολύ συχνά υπόκεινται σε αυτό που μπορούμε να χαρακτηρίσουμε κιτς: φωτεινές επιγραφές, πρόχειρες κατασκευές, αυθαίρετες επεκτάσεις, πληθώρα εκπομπής μηνυμάτων, κατασκευές αναπαράστασης παραδοσιακών στοιχείων με μοντέρνα και παράταιρα υλικά κτλ. Πολλά μέρη της Κρήτης όπως π.χ. τα Μάλια, η Πλατανιά Χανίων και η Πλατανιά Ρεθύμνου είναι τόποι που παρουσιάζουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Έτσι, η τοπική κοινωνία μπήκε σε μια φάση τουριστικοποίησης, μια διαδικασία δηλαδή σταδιακή και επιταχυνόμενη, που αφορά τη χρήση της γης, τα ήθη και τα έθιμα, τον τομέα της απασχόλησης, τα αναπτυξιακά σχέδια, τη δόμηση του περιβάλλοντος (Τσάρτας, Μανώλογλου & Μάρκου, 1998: 63 - 66). Η μαζική μετακίνηση τους θερινούς μήνες και η συμφόρηση σε όλα τα δίκτυα παροχών του νησιού έχει ως αρνητικές συνέπειες τη μόλυνση του νερού, την ηχορύπανση και τη μόλυνση του αέρα, όπως αναφέραμε, αλλά και την αισθητική μόλυνση (Holloway & Robinson, 2007: 75, 93).

Παράλληλα, οι τουρίστες φαίνεται να διαχέουν στο τοπικό πληθυσμό τα καταναλωτικά τους πρότυπα και έτσι (μαζί με την αύξηση των εισοδημάτων λόγω τουρισμού), οι ντόπιοι υιοθετούν συνήθειες και τρόπους ζωής, δανεισμένους από τους ξένους. Με δεδομένο ότι το κυρίαρχο μοντέλο ανάπτυξης έχει δεχτεί κριτικές στις ανεπτυγμένες χώρες και ήδη έχει δείξει το τεράστιο οικολογικό του κόστος, είναι φανερό ότι οι τοπικές κοινωνίες επιβαρύνονται υιοθετώντας αυτά τα καταναλωτικά πρότυπα και ο φυσικός πλούτος, η γραφικότητα και η ομορφιά του τόπου υποβαθμίζονται. Ειδικά η τουριστική ανάπτυξη σε ένα φτωχό μέρος, όταν μάλιστα απουσιάζει ο σχεδιασμός, έχει ως συνέπεια στα πρώτα στάδιά της οι φτωχοί κάτοικοι να σπεύσουν να καλύψουν τα κενά των βασικών αναγκών τους, χωρίς περεταίρω προβληματισμό. Οι σύγχρονοι προβληματισμοί και ανησυχίες για την ποιότητα της ζωής θα προκύψουν σε ένα επόμενο στάδιο.

Οι σύγχρονες κρητικές πόλεις, όπως και όλες οι ελληνικές πόλεις μαστίζονται από την άναρχη δόμηση (Παυλόπουλος Π. 1998: 64), τα κυκλοφοριακά προβλήματα, το προβληματικό οδικό δίκτυο, πράγματα τα οποία απέχουν πολύ από την ειδυλλιακή εικόνα των ήρεμων και παραθαλάσσιων διακοπών, που προβάλλει το μάρκετινγκ του ελληνικού

τουριστικού προϊόντος. Ακόμα και η είσοδος του λιμανιού του Ηρακλείου παρουσιάζει αυτή την αρνητική εικόνα¹⁷. Ενώ η ανάπτυξη των αναγκαίων δομών της σύγχρονης ζωής επιφέρει επιπλέον προβλήματα¹⁸. Έτσι ενώ σήμερα η εικόνα της πόλης αποτελεί σημαντικό εργαλείο στρατηγικού χαρακτήρα για την προώθηση της πόλης (city marketing), οι ελληνικές πόλεις γενικά αλλά και οι κρητικές πόλεις παρουσιάζουν μια αρνητική εικόνα. (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 173). Τελικά ίσως για πολλούς τουρίστες η κίνηση στο Ηράκλειο ή το Ρέθυμνο είναι περισσότερο κοπιώδης από ότι η κίνηση στις χώρες από όπου προέρχονται οι τουρίστες αυτοί. Άλλωστε στα πλαίσια της Ε.Ε. το 80% των κατοίκων κατοικεί σε πόλεις και κωμοπόλεις, οπότε η επιθυμία της φυγής προς κάτι το διαφορετικό ακυρώνεται εκ των πραγμάτων. Οι πιέσεις στον αστικό χώρο αυξάνονται συνεχώς.

Οι μεταφορές, η ενέργεια, η βιομηχανία και ο τουρισμός είναι δραστηριότητες που επιβαρύνουν το αστικό περιβάλλον και την ποιότητα της ζωής των κατοίκων των περιοχών αυτών (Τσάλτας & Γρηγορίου, 1994: 86). Οι τουρίστες είναι πολύ πιο ευαίσθητοποιημένοι οικολογικά από ότι ήταν στο παρελθόν και φαίνεται ότι η τάση αυτή θα αυξηθεί, επιβάλλοντας γούστα και προορισμούς οικολογικά φιλικούς (Holloway & Robinson, 2007: 66). Δυστυχώς πάνω σε αυτό το ζήτημα είναι χαρακτηριστικό ότι υπάρχει πλήθος καταγγελιών από Έλληνες και ξένους τουρίστες, οι οποίοι βλέπουν την κακομεταχείριση ζώων και είναι μια πολύ αρνητική διαφήμιση, που απαξιώνει και δυσφημεί τον κρητικό τουρισμό¹⁹.

Τα παραπάνω σημαίνουν ότι στα μάτια του τουρίστα η Κρήτη ως φυσικό και δομημένο περιβάλλον δεν ανήκει πλέον στο «ανέπαφο» και το «παρθένο». Ζήτημα λοιπόν είναι να αναπτυχθούν εκείνες οι πολιτικές και εκείνες οι παρεμβάσεις οι οποίες φέρουν αρμονία και δημιουργούν ποιότητα ζωής. Άλλωστε αναφέραμε σε άλλο κομμάτι της εργασίας μας ότι οι τουρίστες χαρακτηρίζονται από μεταϋλικές ανάγκες, ψάχνοντας την ποιότητα της ζωής και αξιολογώντας πράγματα όπως η οικολογία, η αισθητική κτλ. Δίπλα σε αυτά, όπως αναφέραμε συχνά οι καταναλωτές ενός τουριστικού προϊόντος ψάχνουν το πρωτότυπο, το ανέπαφο από την τουριστική δραστηριότητα, το παρθένο μέρος που δεν έχει υποστεί τις δραματικές αλλαγές της καταναλωτικής κοινωνίας. Έτσι οι τουριστικοί προορισμοί ακριβώς λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, της συνακόλουθης αλλαγής των καταναλωτικών προτύπων της τοπικής κοινωνίας και της απόδοσης των εισοδημάτων, απαξιώνονται χάνοντας εκείνα τα

¹⁷ Μια αλάνα γεμάτη σκουπίδια που έχει μετατραπεί και σε καταυλισμό Τσιγγάνων, στο οικόπεδο που προορίζεται για την ανέγερση του Δικαστικού Μεγάρου Ηρακλείου, αντικρίζουν καθημερινά Έλληνες και ξένοι επισκέπτες από την κύρια έξοδο του λιμανιού («Σκουπιδότοπος στην είσοδο του λιμανιού. Ο Σύνδεσμος Τουριστικών Πρακτόρων Κρήτης ζητά την περίφραξή του», *Πατρίς*).

¹⁸ Για παράδειγμα, για την παραγωγή της ηλεκτρικής ενέργειας στο νησί σημειώνεται ότι: «Η παραγωγή, μεταφορά και κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας από πετρελαϊκούς σταθμούς καθώς και η μεταφορά πετρελαίου στην Κρήτη, είναι άμεσα συνδεδεμένα με την υποβάθμιση του περιβάλλοντος του νησιού. Η ρύπανση που προκαλείται με τον τρόπο αυτό παραγωγής ενέργειας έχει πολλές μορφές: Ατμοσφαιρική (χιλιάδες τόνοι εκπομπών CO₂, NO_x, SO₂, CH₄, σωματιδίων καπνού κτλ, που υπερβαίνουν τα θεσμοθετημένα όρια), τα οποία εκτός των επιπτώσεων στην υγεία των κατοίκων γειτονικών περιοχών, όπως είναι τα Λινοπεράματα, το Δήμο Γαζίου, το Δήμο Ηρακλείου και την ευρύτερη περιοχή της Ξηλοκαμάρας του Ν. Χανίων, συνεισφέρουν και στο φαινόμενο του θερμοκηπίου. Χημική (επικίνδυνα και τοξικά απόβλητα, χρησιμοποιημένα ορυκτέλαια, βαρέα μέταλλα κτλ), θερμική (αυξάνει τη θερμοκρασία της θάλασσας όπου αποβάλλονται τα νερά ψύξης με επικίνδυνες επιπτώσεις για τα θαλάσσια οικοσυστήματα), ηλεκτρομαγνητική (γύρω από τις γραμμές υψηλής τάσης δημιουργούνται ηλεκτρομαγνητικά πεδία), οπτική (με την καταπάτηση του αιγιαλού και την αντικατάσταση της ηλεκτρικής ενέργειας υπέργεια μ' ένα απαρχαιωμένο και κακό -συντηρημένο δίκτυο), υπερκατανάλωση φυσικών πόρων (π.χ. πετρέλαιο, νερά ψύξης κτλ), αλλά και η δέσμευση χρήσεων γης κατά μήκος των γραμμών μεταφοράς και γύρω από τα εργοστάσια παραγωγής, δημιουργεί πολλαπλάσια περιβαλλοντικά προβλήματα» (Βουτυράκη, 2004).

¹⁹ Σε διαδικτυακό τόπο, που συντηρεί ο φιλοζωικός σύλλογος Χανίων «Η προστασία των ζώων» μπορεί κανείς να βρει πλήθος καταγγελιών, που γίνονται από Έλληνες και ξένους τουρίστες για περιπτώσεις κακοποίησης ζώων στη Κρήτη: <http://www.animalscare.gr/action/complaints.html>.

χαρακτηριστικά τα οποία τους βοήθησαν να καθιερωθούν στην τουριστική αγορά. Οι τουρίστες θα αναζητήσουν αλλού το «ανέπαφο», και τον «παρθένο» προορισμό.

Η τουριστική παρουσία στο νησί, ακόμα και στα σχετικά παρθένα μέρη, είναι παράλληλα τόσο μαζική, που προκαλεί επιπλέον προβλήματα. Συχνά εκδηλώνεται λοιπόν η αντίθεση μεταξύ της εμπορικής επιτυχίας (άνοδος ζήτησης) και της διατήρησης της ποιότητας, καθώς είναι φανερό ότι η προτίμηση ενός «ανέπαφου» προορισμού ακυρώνει το ανέπαφο όταν τον επιλέξουν 100.000, 200.000 και 500.000 άνθρωποι. Πολλά μέρη της Κρήτης κατά την τουριστική σεζόν μαστίζονται από την υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας. Το δάσος του Βάι, δέχεται 200.000 επισκέπτες το χρόνο, πράγμα που υπερβαίνει τις δυνατότητές του και παράλληλα φθείρει τη δυνατότητα του σπάνιου δάσους να αναπτυχθεί (Ανδριώτης, 2008: 104).

Παράλληλα, στην κρητική περίπτωση οι υποδομές της τουριστικής ανάπτυξης παρουσιάζουν προβλήματα. Παρά τα σημαντικά έργα που υλοποιούνται και τις προσπάθειες της κεντρικής εξουσίας και της τοπικής αυτοδιοίκησης, παρουσιάζονται πολλά προβλήματα. Ο Β.Ο.Α.Κ., κύριος άξονας συγκοινωνιών (ας σκεφτούμε πόσα ξενοδοχεία εξυπηρετεί για το τράνσφερ των τουριστών, πόσα εκδρομικά λεωφορεία και πόσους πελάτες εταιριών ενοικίασης αυτοκινήτων) είναι κατά βάση κατασκευασμένος με τις προδιαγραφές και τις ανάγκες της δεκαετίας του 1960, ενώ κατέχει θλιβερή πρωτιά στην Ευρώπη από άποψη ατυχημάτων (Αγαπάκης, Κλάδος & Τσιρίτα, 2008). Έτσι η ανασφάλεια του οδικού δικτύου γίνεται μια δυσάρεστη εμπειρία για τους τουρίστες και επίσης μπορεί να εξελιχτεί σε μια τραγική εμπειρία λόγω ατυχήματος. Επίσης ακόμα και σήμερα (και κατά την τουριστική σεζόν 2013) ένας από τους βασικότερους τουριστικούς προορισμούς του νησιού, το Ρέθυμνο, έμεινε χωρίς ακτοπλοϊκή σύνδεση με τον Πειραιά, καθώς τόσο η ANEK ακύρωσε τα δρομολόγια της, όσο και η τοπική εταιρία που είχε συγκροτηθεί (Κρητικές Θαλάσσιες Γραμμές), ανέστειλε τα δρομολόγια που εκτελούσε. Η διακοπή των δρομολογίων είχε προκαλέσει αλγεινή εντύπωση στους κατοίκους του Ρεθύμνου και είχε συσταθεί μάλιστα και «Κίνηση Πολιτών για την ακτοπλοϊκή σύνδεση του Ρεθύμνου» (βλ.: <http://karavistorethymno.wordpress.com/>).

Ήδη από τη δεκαετία του 1980 και του 1990 οι ερευνητές διαπίστωναν τα σημάδια κόπωσης κάποιων τουριστικών ελληνικών προορισμών. Η Ελλάδα, που περιγράφονταν ως «the darling of the market» το 1970, έπαψε να ανταποκρίνεται την επόμενη δεκαετία σε αυτό το χαρακτηρισμό. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Αθήνας, όπου η γιγάντωση της πόλης, το κυκλοφοριακό, το νέφος και τα λοιπά οικολογικά προβλήματα την απαξίωσαν ως τουριστικό προορισμό (Κραβαρίτης, 1996: 106 – 108).

Άλλωστε το τουριστικό μάρκετινγκ και ο κλάδος του μάρκετινγκ γενικά σημειώνουν ότι τα προϊόντα υπόκεινται σε έναν κύκλο ζωής. Τα διάφορα προϊόντα εισάγονται στην αγορά, αυξάνονται οι πωλήσεις τους (αναπτύσσονται), η αγορά φτάνει σε ένα επίπεδο κορεσμού (ωριμάζουν) και τέλος οι πωλήσεις τους φθίνουν (πτώση, παρακμή). Τα προϊόντα λοιπόν διαγράφουν έναν κύκλο ζωής (product life cycle), ο οποίος χωρίζεται σε ευδιάκριτα στάδια. Τα ποικίλα προϊόντα δεν διαγράφουν την ίδια καμπύλη ζωής, αλλά διαφοροποιούνται και έχει διαφορετική ταχύτητα η είσοδος του κάθε προϊόντος σε κάθε ένα στάδιο, που εξαρτάται από το είδος του προϊόντος, τα χαρακτηριστικά της αγοράς και τον ανταγωνισμό (Σιώμοκος, 2004: 241 - 242).

Όπως θα δούμε παρακάτω γίνονται συχνά μελέτες οι οποίες αφορούν την δυναμική του τουρισμού των κύριων ανταγωνιστικών μεσογειακών προορισμών και συγκρίνονται με τον ελληνικό τουρισμό. Οι τουριστικοί προορισμοί υπόκεινται επίσης (ακόμα και όταν είναι και παραμένουν κυρίαρχοι προορισμοί) σε κύκλους δημοτικότητας. Έτσι η Κύπρος το 1992 ήταν το μέρος για να πας, το 1993 ήταν η χρονιά της Τουρκίας και το 1994 της Ισπανίας (Holloway & Robinson, 2007: 35). Ως στάδια της ζωής ενός προϊόντος αναγνωρίζονται τα εξής: 1) Εισαγωγή (introduction). 2) Ανάπτυξη (growth). 3) Ωριμότητα/Κορεσμός (Maturity).

4) Παρακμή (Decline), που το προϊόν μπορεί τελικά να αποσυρθεί από την αγορά. Στο κάθε στάδιο της ζωής του προϊόντος οι επιχειρήσεις πρέπει να λάβουν αποφάσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με την ανάπτυξη των πωλήσεων, τη γνωριμία του κοινού με το προϊόν, τη σωστή κοστολόγηση, την αντιμετώπιση των ανταγωνιστών. Στο στάδιο του κορεσμού, οι καταναλωτές είναι περισσότερο ενημερωμένοι για τα ποικίλα ομοειδή προϊόντα, τα χαρακτηριστικά και τις διαφορές τους. Τα βασικά θέματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις σε αυτό το στάδιο είναι ο εντοπισμός των παραγόντων κλειδιών για την επιτυχία (key success factors), η πρόβλεψη των επόμενων κινήσεων των ανταγωνιστών και η μετατόπιση των τμημάτων της αγοράς. Έτσι τελικός στόχος σε αυτό το στάδιο είναι το πώς θα καταφέρει να επιζήσει το προϊόν τους. Αναφέρεται επίσης ότι ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προϊόντος είναι περίπου στα 25 έτη, πράγμα που σημαίνει ότι η ανανέωση και ο στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και τη βελτίωσή του είναι ήδη μια πολύ αναγκαία προτεραιότητα για τον κρητικό τουρισμό (Κραβαρίτης, 1996: 106).

Έτσι αν και η ίδια η έννοια του τουρισμού ήταν άγνωστη στις περισσότερες τουριστικές περιοχές πριν από την έλευση και την εγκατάσταση στις περιοχές αυτές των τουριστών, τώρα αποτελεί ένα κεντρικό ζήτημα της τοπικής κοινωνίας. Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας, τη σημασία του οποίου πρέπει να τονίσουμε, είναι και το δίπολο της σχέσης τουρίστα - ντόπιου. Παρά τη γενική ομολογία για το φιλόξενο των κατοίκων είναι αναγκαίο να σημειώσουμε τα προβλήματα που επέρχονται από την ωρίμανση του τουριστικού φαινομένου. Η επικοινωνία μεταξύ ντόπιων και τουριστών αρχίζει όταν εγκαθίστανται στην κοινωνία υποδοχής τουριστών οι τουρίστες. Η επικοινωνία μεταξύ ντόπιου και τουρίστα τελικά εξελίσσεται σε επικοινωνία πωλητή - αγοραστή, η σχέση γίνεται μια εμπορική συναλλαγή. Η εμπορικοποίηση κάνει τους ντόπιους να αντιμετωπίζουν τους τουρίστες ως αριθμούς ή προϊόντα. Η συνάντηση των δύο πόλων γίνεται πλέον σε ένα πλαίσιο της τουριστικής βιομηχανίας που χαρακτηρίζεται από τον ταχύτατο εκχρηματισμό και τις κοινωνικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στην κοινωνία υποδοχής. Η πλήρης τουριστική ανάπτυξη, έρχεται λοιπόν να αντικαταστήσει την πρώτη φάση της σχέσης ντόπιου τουρίστα, που χαρακτηρίζεται από την ειλικρίνεια, με την αποκλειστική διαδικασία της εμπορικής συναλλαγής, γεννώντας τη δυσπιστία και την αδιαφορία. Τόσο οι ντόπιοι, όσο και οι τουρίστες επηρεάζονται από τη νέα τουριστική δομή του μαζικού τουρισμού, που υπονομεύει τη δυνατότητα να συνυπάρξει ο ντόπιος με τον ξένο μέσω της πραγματικής επικοινωνίας (Τσάρτας, 1996: 247 – 251). Όλα τα παραπάνω με τη διάδοση του ήθους του εύκολου κέρδους, συχνά προκαλεί τη δυσαρέσκεια των τουριστών και την υποβάθμιση της επικοινωνίας και των εντυπώσεων που αποκομίζουν οι τουρίστες από την επίσκεψή τους στο νησί. Αναφέραμε άλλωστε ότι ο τουρισμός χρησιμοποιεί κατά μια έννοια ως εμπόρευμα ολόκληρη την τοπική κοινωνία, οπότε το θέμα των στάσεων, αντιλήψεων και των συμπεριφορών είναι πολύ σημαντικό για τη συνολική αξιολόγηση του τόπου υποδοχής τουριστών.

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειώσουμε ότι, ενώ για τους tour operators (που όπως αναφέραμε είναι από τις επιχειρήσεις του τουρισμού που δραστηριοποιούνται στη χώρα αποστολής τουριστών και αποτελούν το δυναμικότερο κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τουρισμό (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 50-51) είναι σχετικά περισσότερο εύκολο να επεκταθούν σε νέους προορισμούς και να διαμορφώσουν τουριστικά πακέτα σε ποικίλες κυρίαρχες ή αναδυόμενες αγορές για ποικίλους κυρίαρχους ή αναδυόμενους προορισμούς, ο τόπος υποδοχής τουριστών, που υφίσταται μάλιστα τις τόσο έντονες επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, δεν μπορεί να αντιδράσει με την τόση ευκολία. Τα ξενοδοχεία, η κατανομή του ενεργού πληθυσμού στους κλάδους απασχόλησης, οι υποδομές, το πλήθος των επιχειρήσεων κτλ. δεν αλλάζουν μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα ούτε μπορούν να αλλάξουν χωρίς κοινωνικό και οικονομικό κόστος. Έτσι οι tour operators μπορούν, κατά την ανάλυση BCG, ανάλογα με τις πωλήσεις και τις έρευνες αγοράς

που διεξάγουν να πριμοδοτήσουν ένα τόπο ως «αστέρι», «αγελάδα» ή ακόμα και «σκύλο». Απλά για να διατηρήσουν με τον τελευταίο χαρακτηρισμό μια γκάμα προϊόντων, ο τόπος υποδοχής τουριστών αν απαξιωθεί είναι δύσκολο να οικοδομήσει πάλι τη θετική του εικόνα (Σιώμκος, 2004: 247 - 251). Αυτό δε σημαίνει ότι οι τουριστικοί πράκτορες στοχεύουν ή συνειδητά απαξιώνουν έναν τουριστικό προορισμό, αλλά ότι ο τουριστικός προορισμός και ο επιχειρηματικός του κόσμος πρέπει όχι απλά να ΕΠ.ΑΝαπαύονται σε μια «καλή σεζόν», αλλά να σκέφτονται, να προβληματίζονται και να λαμβάνουν ουσιαστικές αποφάσεις πάνω στο ζήτημα της διατήρησης της ανταγωνιστικότητάς τους, τη διάγνωση των τάσεων της αγοράς και του τρόπου που αυτή διαρθρώνεται, καθώς και στην ανανέωση των προϊόντων τους σε βάθος χρόνου.

Η σχέση λοιπόν τουρισμού, τοπικής κοινωνίας και περιβάλλοντος δεν είναι ειδυλλιακή. Η τουριστική ανάπτυξη σε όλο τον πλανήτη μπορεί να οδηγήσει σε μια ή περισσότερες παρενέργειες. Μερικές από αυτές είναι: α) η απαίτηση ολοένα και νέων χώρων συχνά δασικών λόγω τουριστικών εγκαταστάσεων. β) Η ρύπανση της θάλασσα εξαιτίας αποβλήτων τουριστικών μονάδων και της συνεχώς αυξανόμενης μετακίνησης τουριστών. γ) Η εναέρια μόλυνση λόγω της επέκτασης των αεροπορικών μεταφορών και του συγχρωτισμού των αιθέρων τα τελευταία χρόνια. δ) Η ρύπανση και η μόλυνση του περιβάλλοντος από τη μαζική χρήση χώρων που απευθύνονται αποκλειστικά στα δεδομένα της τουριστική ζήτησης. ε) Η καταστροφή θρησκευτικών και αρχαιολογικών μνημείων (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 306 – 307).



ΦΩΤΟ 1. Κακόγουστο σουβλατζίδικο με τη χρήση παράταιρων υλικών και την κυριαρχία των γύψινων αρχαιοελληνικών στύλων.

(Ανασύρθηκε από: <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=36083>)



ΦΩΤΟ 2. Διάβρωση της ακτής στην Κρήτη.

(Ανασύρθηκε από: <http://www.econews.gr/2012/02/15/diavrwsī-aktes-xania/>).



ΦΩΤΟ 3. Το τουριστικό συνεχές δομημένο περιβάλλον στην Πλατανιά Χανίων.
(Ανασύρθηκε από: <http://www.experttravel.gr/hotels/231/overview/el.html>).



ΦΩΤΟ 4. Εργοστάσιο ΑΗΣ Λινοπεραμάτων.
(Ανασύρθηκε από: <http://www.amak.tee.gr/Deltio/deltio170.htm>)

Την αναμενόμενη καταδίκη του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου για τη λειτουργία του ΑΗΣ Λινοπεραμάτων «εισέπραξε» η Ελλάδα, καθώς θεωρήθηκε ότι το εργοστάσιο με τη λειτουργία του ρυπαίνει το περιβάλλον, παραβιάζοντας τις κοινοτικές οδηγίες. Η καταδίκη ήλθε μετά την προσφυγή της Κομισιόν και με τα συντριπτικά στοιχεία που είχε καταθέσει ο δήμος Γαζίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ (SUSTAINABLE DEVELOPMENT).

6.1 Η συνειδητοποίηση των οικολογικών προβλημάτων του σύγχρονου κόσμου.

Ο μεταπολεμικός κόσμος με το καταναλωτικό κοινωνικό μοντέλο, το οποίο προώθησε, επιβάρυνε το φυσικό περιβάλλον και επέφερε δραματικές αλλαγές στο πλανήτη. Οι άνθρωποι ακολούθησαν ένα μοντέλο που έδειχνε ότι δεν κατανοούν ότι οι πόροι είναι εξαντλήσιμα μεγέθη (Ανδριώτης, 2008: 31). Ό,τι δημιουργήθηκε σε διάρκεια εκατομμυρίων χρόνων η σύγχρονη ανθρωπότητα τα μετατρέπει σε δύναμη και ύλη (έργο). Έτσι η σημερινή τεχνική είναι από τη μια πλευρά δημιουργική, αφού παράγει μεγάλα και χρήσιμα έργα, αλλά από την άλλη πλευρά καταστροφική, αφού ξοδεύει αλόγιστα τους φυσικούς πόρους που δημιουργήθηκαν σε διάρκεια πολλών χιλιάδων χρόνων (Γκρούλ, 1982: 105 - 106). Έτσι, η ανάπτυξη παρουσίασε παρενέργειες. Ο «άγριος εξαστισμός» προκάλεσε στις ανεπτυγμένες χώρες μια δραματική υποβάθμιση των πόλεων και της ποιότητας ζωής. Δίπλα σε αυτά, η μόλυνση του αέρα και του νερού, προκαλεί γενική πτώση της κατάστασης της υγείας του πληθυσμού (Ο.π.: 133 και 137). Η ρύπανση παράλληλα προκαλεί ως και ανΕΠ.ΑΝόρθωτα πλήγματα στο φυσικό περιβάλλον. Έτσι μπορούμε να μιλάμε για μη αντιστρέψιμη μόλυνση του περιβάλλοντος και για αντιστρέψιμη μόλυνση. Μη αντιστρέψιμη είναι η εξολόθρευση μορφών ζωής, η οικοδόμηση με μπετόν, η δηλητηρίαση των υδάτων, η χημική και ραδιενεργή μόλυνση (Ο.π.: 139-140). Τα φαινόμενα της «μαύρης παλίρροιας» και της «κόκκινης λάσπης», της τρύπας του όζοντος εντάθηκαν στις ανεπτυγμένες χώρες. Ο μόλυβδος από τα καύσιμα των αυτοκινήτων έπληξαν το Μέλανα Δρυμό, η ρύπανση των υδάτων από τον κορεσμό της γης από τα χημικά λιπάσματα και η διασπορά τοξικών βιομηχανικών προϊόντων οδηγεί ακόμα και στην εξαφάνιση της υδρόβιας πανίδας. Οι κλειστοί θαλάσσιοι χώροι, όπως η Μεσόγειος, υποβαθμίζονται ακόμα από τη διαρροή πετρελαίου που ευθύνεται σε ναυάγια πετρελαιοφόρων και άλλων σκαφών. Πέρα από τις οικολογικές συνέπειες των παραπάνω οι καταστροφές στην ισορροπία του περιβάλλοντος υποβαθμίζουν μακροπρόθεσμα όλες τις κύριες ασχολίες του ανθρώπου (εργασία, μετακίνησης, διαμονή και ψυχαγωγία) (Berstein & Milza, 1997: 307).

Ενώ παράλληλα εντείνεται και το φαινόμενο της ερημοποίησης, της καταστροφής των εδαφών λόγω κυρίως της ανθρώπινης δραστηριότητας, η Ελλάδα ανήκει στις Μεσογειακές χώρες της Ε.Ε., οι οποίες αντιμετωπίζουν σοβαρό κίνδυνο από την ερημοποίηση. Η αλόγιστη και μη αειφόρος διαχείριση των φυσικών πόρων της χώρας την κατατάσσουν στις Ευρωπαϊκές εκείνες χώρες που αντιμετωπίζουν μεγάλο κίνδυνο ερημοποίησης. Υπολογίζεται ότι μεγάλο μέρος (σχεδόν το 35%) του ελληνικού εδάφους, κυρίως στη ζώνη εξάπλωσης της ελιάς, αντιμετωπίζει υψηλό κίνδυνο ερημοποίησης, ενώ μεγάλες εκτάσεις αντιμετωπίζουν μέτριο κίνδυνο, ενώ η αντιμετώπιση του φαινομένου δεν ευνοείται από τη μορφολογία του εδάφους καθώς το 50% περίπου του ελλαδικού χώρου αποτελείται από λοφώδεις περιοχές με κλίσεις

μεγαλύτερες του 10%. Στις περιοχές "υψηλού κινδύνου" συγκαταλέγονται τμήμα της Θεσσαλίας, η Ανατολική Στερεά Ελλάδα, η Ανατολική Πελοπόννησος, η Νότιο-ανατολική Κρήτη αλλά και τα νησιά του Αιγαίου που απειλούνται από την αιολική διάβρωση των εδαφών (Ντούλα, χ.χ., 15).

Τέσσερα μεγάλα προβλήματα απασχολούν με αυξανόμενη ένταση τη διεθνή κοινή γνώμη. Το πρώτο από αυτά είναι η μεταβολή του κλίματος. Οι εκπομπές από πολλές διαφορετικές δραστηριότητες αυξάνουν δραματικά τις ατμοσφαιρικές συγκεντρώσεις που προκαλούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Έτσι αυξάνεται η θερμοκρασία του πλανήτη,

φαινόμενο που μπορεί να έχει φοβερές συνέπειες στο άμεσο μέλλον. Το δεύτερο σημαντικό πρόβλημα είναι η εξάντληση του στρώματος του όζοντος. Έτσι πολλές από τις ανθρωπογενείς χημικές ουσίες, ιδιαίτερα οι χλωροφθοράνθρακες, είναι υπεύθυνες για την καταστροφή του στρώματος του στρατοσφαιρικού όζοντος, το οποίο προστατεύει την επιφάνεια της γης από τις υπερϊώδης ακτινοβολίες. Τρίτο μεγάλο πρόβλημα είναι η απώλεια της ποικιλίας των βιολογικών ειδών. Η διαταραχή των οικοσυστημάτων και η καταστροφή των οικοτόπων προκαλεί την εξαφάνιση πολλών ειδών. Πέρα από τις όποιες άλλες συνέπειες με αυτό τον τρόπο υποσκάπτεται η δυνατότητα παραγωγής τροφίμων και φαρμάκων. Τέταρτο μεγάλο πρόβλημα είναι η αποψίλωση δασών. Ο ρυθμός καταστροφής των δασών είναι τόσο υψηλός που θα επιδεινώσει άλλα προβλήματα του πλανήτη, όπως την εκπομπή του διοξειδίου του άνθρακα (Τσάλτας & Γρηγορίου, 1994: 142 - 144). Ενώ μόνο μετά το 1950 οι ρυθμοί καταστροφής έχουν επιταχυνθεί με δραματικό τρόπο.

Έτσι μπορούμε να σημειώσουμε επιγραμματικά τις αλλαγές που σχετίζονται με την ανάπτυξη και το περιβάλλον τον 20^ο αιώνα: ο παγκόσμιος πληθυσμός έχει αυξηθεί από 1,6 δισεκατομμύρια κατοίκους περίπου το 1900 σε 6 δισεκατομμύρια στις αρχές του 21^{ου} αιώνα. Περίπου το 50% των δασών της βροχής έχουν καταστραφεί μετά το 1950. Η χρήση των χλωροφθοροκαρμών που ευθύνονται για την καταστροφή του όζοντος κυρίαρχα, έχει αυξηθεί από 100 τόνους το 1931 σε 650.000 τόνους τη δεκαετία του 1980. Πάνω από το 50% της αύξησης των επιπέδων διοξίνης μεταξύ 1750 και 1990 έγινε μετά το 1950. Πάνω από 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι υποφέρουν από υποσιτισμό. Το προσδόκιμο ζωής στις ανεπτυγμένες χώρες έχει μεγαλώσει από 25 χρόνια το 1900, σε 61 το 2000 (Holden, 2000: 163). Ας σημειώσουμε ότι και οι μεταφορές που συνδέονται σήμερα με τον τουρισμό καταναλώνουν το 3% της συνολικής ενέργειας της Ευρώπης, σε έναν κλάδο μάλιστα όπου οι εναλλακτικές πηγές ενέργειας είναι σε στάδιο ανάπτυξης ακόμα (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 151).

Ουσιαστικό χρέος των πολιτικών, των κυβερνήσεων και των οργανισμών στις ανεπτυγμένες χώρες είναι να επιτύχουν μια σημαντική αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών των χωρών τους, καθώς και να μειώσουν το μερίδιό τους στη χρήση των παγκοσμίων φυσικών πόρων (Τσάλτας & Γρηγορίου, 1994: 145). Τα προβλήματα αυτά οδήγησαν σταδιακά στη συνειδητοποίηση της ανάγκης η ανάπτυξη να λάβει νέες κατευθύνσεις και να συνυπολογίσει το οικολογικό κόστος της κάθε ενέργειας και της κάθε επένδυσης. Σήμερα αποτελεί προτεραιότητα των ανεπτυγμένων χωρών και των διεθνών οργανώσεων η μέριμνα για μια ισορροπημένη ανάπτυξη και για την επίτευξη της οικονομικής προόδου με ταυτόχρονη διαφύλαξη των φυσικών πόρων και φροντίδα για την εξεύρεση νέων πηγών ενέργειας. Η εφαρμογή ενός μοντέλου ανάπτυξης, που θεωρούσε τη φύση και τους πόρους ως μεγέθη εκτός κόστους και ανεξάντλητα, πρέπει να θεωρείται ξεπερασμένη και επικίνδυνη πλέον για τον πλανήτη και το μέλλον της ανθρωπότητας.

6.2 Η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης

Η αειφόρος ανάπτυξη συχνά παριστάνεται με το παρακάτω σχήμα, που αποτελείται από τεμνόμενους κύκλους, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν διάφορες ανθρώπινες δραστηριότητες και αξίες, καθώς και το φυσικό περιβάλλον. Είναι φανερό από το σχήμα ότι η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης αντιπροσωπεύει μια ισορροπία, μια σύμπτωση, μεταξύ τριών πραγμάτων: της κοινωνίας, της οικονομίας και του περιβάλλοντος. Αν αυτοί οι παράγοντες, με όλο το σύνθετο περιεχόμενό τους, ταυτίζονται, τότε αναπτύσσονται όλες οι βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης. Πρέπει λοιπόν να επιτευχθεί ανεκτικότητα μεταξύ της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, βιωσιμότητα μεταξύ οικονομίας και περιβάλλοντος, δικαιοσύνη μεταξύ οικονομίας και κοινωνίας και τελικά αειφορία ως σύμπτωση και συμφωνία όλων των παραπάνω. Το αίτημα για αειφορία αποτελεί προϊόν της σύγχρονης κοινωνίας, η οποία διαπιστώνει ότι το μοντέλο κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης, που ισχύει διεθνώς, παρουσιάζει προβλήματα και επιβαρύνει το περιβάλλον, εξαντλώνοντας ασυλλόγιστα τους φυσικούς πόρους, εξοντώνοντας μορφές ζωής, μολύνοντας τη γη και τις θάλασσες, προκαλώντας το φαινόμενο του θερμοκηπίου και της τήξης των πάγων στους δύο παγωμένους πόλους του πλανήτη, καθώς και τη διαδικασία ερημοποίησης μεγάλων εκτάσεων γης.

Η αειφόρος ανάπτυξη έγινε σημαντικό αντικείμενο δημόσιου διαλόγου μετά την έκδοση της έκθεσης Brundland «Το κοινό μας μέλλον» το 1987. Ωστόσο σε διεθνές επίπεδο, η καταστροφή του περιβάλλοντος έγινε θέμα για πρώτη φορά στη συνδιάσκεψη του Ο.Η.Ε. στη Στοκχόλμη το 1972. Μια πολιτική όμως που στοχεύει στην υπεράσπιση του περιβάλλοντος υιοθετήθηκε μόλις το 1992 με τη συνδιάσκεψη του Ο.Η.Ε. στο Rio de Janeiro. Στα πλαίσια της Ε.Ε. η συνθήκη του Μάαστριχτ εισήγαγε ως βασικό στόχο την αειφόρο ανάπτυξη (Ανδριώτης, 2008: 33). Κύριο ζήτημα είναι η επίτευξη μιας ανάπτυξης που καλύπτει τις παραγωγικές ανάγκες χωρίς να υποθηκευτεί η δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες. Άλλες σημαντικές αποφάσεις παρθήκαν στις συναντήσεις κορυφής του Κάρντιφ (1998), της Λισαβόνας (1999), της Νίκαιας (2000), του Γκέτεμποργκ (2001), του Λάακεν (2001). Ειδικά για την αειφόρο ανάπτυξη δημοσιεύτηκε το Νοέμβριο του 2003 από την Ευρωπαϊκή Ένωση το έγγραφο «Βασικός Προσανατολισμός για την Αειφορία του Ευρωπαϊκού Τουρισμού» (Ανδριώτης, 2008: 37). Άλλωστε, η Ε.Ε. έχει επιλέξει τομείς παρέμβασης για την προστασία του περιβάλλοντος.

Τέτοιοι τομείς είναι: α) της βιομηχανίας, β) της ενέργειας, γ) των μεταφορών, δ) της γεωργίας, ε) του τουρισμού. Είναι φανερό ότι ο τουρισμός με τρόπο άμεσο εμπερικλείει ως θεματική τόσο τον τομέα των μεταφορών, όσο και τον τομέα της ενέργειας, χωρίς να σημαίνει φυσικά ότι δεν βρίσκεται σε διαπλοκή και με τους υπόλοιπους τομείς.



Εικόνα 6.1. Διασυνδέσεις και αρθρώσεις της έννοιας της αειφόρου Ανάπτυξης. Πηγή http://thesustainableleader.org/wpcontent/uploads/2013/02/sustainable_development.jpg

Στα πλαίσια της Ε.Ε., η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί μια σημαντική εισοδηματική πηγή για πολλές περιοχές και πόλεις. Ταυτόχρονα, η τουριστική ανάπτυξη των χωρών μελών δεν είναι ομοίμορφη. Ενώ γενικά από το 1980 ως το 1990 η αύξηση των διανυκτερεύσεων στην Ε.Ε. αυξήθηκε κατά 14%, στις τουριστικές χώρες του Νότου, η αύξηση ήταν κατά πολύ μεγαλύτερη. Έτσι η Ε.Ε., ειδικά για τις χώρες του νότου υπολογίζει ότι η συνεχώς αυξανόμενη τουριστική κίνηση θα ασκήσει φοβερές πιέσεις στους οικότοπους, τα μεταφορικά μέσα, τα παράκτια και ορεινά εδάφη, τους ενεργειακούς και υδάτινους πόρους. Στόχος της Ε.Ε. είναι η σύνδεση της τουριστικής ανάπτυξης με την περιβαλλοντική προστασία. Στόχος σε γενικές γραμμές είναι: 1) η απογραφή των τουριστικών πόρων στα κράτη μέλη. 2) Η βελτιωμένη κλιμάκωση των διακοπών / εποχιακή κατανομή του τουρισμού. 3) Η εισαγωγή πρακτικών οδηγιών για τον τουριστικό κλάδο και η πραγματοποίηση πρότυπων έργων στο τομέα του τουρισμού. 4) Η ανάπτυξη κώδικα καλής συμπεριφοράς για τους τουρίστες. 5) Η ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών σε θέματα υποδοχής επισκεπτών. 6) Η θέσπιση περιβαλλοντικών βραβείων (Τσάλτας & Γρηγορίου, 1994: 73 - 77).

Προς την κατεύθυνση αυτή πρέπει να αναφέρουμε την Agenda 21, που αποτέλεσε ένα παγκόσμιο πρόγραμμα δράσης για την ενεργοποίηση των τοπικών κοινωνιών προς την κατεύθυνση της αειφόρου ανάπτυξης. Ο τίτλος του εγχειρήματος είναι «Agenda 21 για την ταξιδιωτική τουριστική βιομηχανία: Προς μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη». Το σχέδιο τέθηκε από τρεις διεθνείς οργανισμούς. Το Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC) και το Συμβούλιο της Γης (Earth Council). Το πρόγραμμα, χωρίς να είναι δεσμευτικό για κάποια εθνική κυβέρνηση διακήρυξε δώδεκα αρχές για την επίτευξη της αειφόρου ανάπτυξης:

1. Τα ταξίδια και τουρισμός πρέπει να οδηγούν τους ανθρώπους σε υγιείς και παραγωγικές ζωές που να βρίσκονται σε αρμονία με τη φύση.
2. Τα ταξίδια και ο τουρισμός πρέπει να συμβάλλουν στη διατήρηση και την προστασία και την αποκατάσταση των οικοσυστημάτων.
3. Τα ταξίδια και ο τουρισμός πρέπει να βασίζονται σε αειφορικά παραγωγικά και καταναλωτικά πρότυπα.
4. Τα διάφορα έθνη πρέπει να συνεργάζονται για να προωθήσουν ένα ελεύθερο οικονομικό σύστημα, στο οποίο το διεθνές ταξιδιωτικό και τουριστικό εμπόριο θα είναι σε θέση να μετεξελιχτεί με μια αειφόρο βάση.
5. Ο προστατευτισμός στο εμπόριο και τις τουριστικές υπηρεσίες πρέπει να σταματήσει ή να αντιστραφεί.
6. Πρέπει να υπάρχει αλληλεξάρτηση μεταξύ του τουρισμού, της ειρήνης, της ανάπτυξης και της περιβαλλοντικής προστασίας.
7. Προκειμένου να επιτευχθεί αειφόρος ανάπτυξη, η προστασία του περιβάλλοντος πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της τουριστικής ανάπτυξης.
8. Τα θέματα της τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να αντιμετωπίζονται με τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων πολιτών και με αποφάσεις για το σχεδιασμό που θα μπορούν να υιοθετηθούν και να εφαρμοστούν σε τοπικό επίπεδο.
9. Τα έθνη πρέπει να προειδοποιούν το ένα το άλλο για τις φυσικές καταστροφές που μπορούν να επηρεάσουν τους τουρίστες και τους προορισμούς υποδοχής τουριστών.
10. Δεδομένου ότι η πλήρης συμμετοχή των γυναικών είναι αναγκαία για την επίτευξη αειφόρου ανάπτυξης, πρέπει να ληφθούν μέτρα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας στην ταξιδιωτική και την τουριστική βιομηχανία για τις γυναίκες.
11. Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να αναγνωρίζει και να υποστηρίζει την ταυτότητα, τον πολιτισμό και τα ενδιαφέροντα του γηγενή πληθυσμού.
12. Οι διεθνείς νόμοι που προστατεύουν το περιβάλλον πρέπει να γίνονται σεβαστοί από την παγκόσμια ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία (Ανδριώτης, 2008: 36 -37).

Οι παραπάνω θέσεις είναι φανερό ότι δημιουργούν ένα πλέγμα προταγμάτων, τα οποία συγκροτούν την έννοια της αειφορίας. Θίγονται θεματικές που αφορούν το τουριστικό φαινόμενο τόσο στην κοινωνία αποστολής τουριστών όσο και στην κοινωνία υποδοχής τουριστών. Θίγονται επίσης θέματα που αφορούν όλες τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος από τις αεροπορικές εταιρίες ως τα διάφορα καταλύματα. Επίσης θίγονται θέματα, τα οποία αφορούν την εσωτερική συνοχή, την κοινωνική δικαιοσύνη και τη δημοκρατικότητα της τοπικής κοινωνίας. Είναι φανερό ότι η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης (παρά το γεγονός, που αναφέραμε, ότι μπορεί να εστιάσει σε διαφορετικά σημεία, ανάλογα με τον κοινωνικό της φορέα), παρ' όλ' αυτά είναι δημιούργημα των σύγχρονων ανεπτυγμένων κοινωνιών και εκφράζει τις σύγχρονες πλουραλιστικές και δημοκρατικές αρχές των κοινωνιών αυτών. Δίπλα σε αυτά, τονίζεται και ο ρόλος των γυναικών, που όπως θα δούμε παρακάτω, βρίσκει μια έξοχη εφαρμογή με τους αγροτικούς συλλόγους γυναικών, που ασχολούνται με τη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων ή την κατασκευή χρήσιμων αντικειμένων.

Όπως χρησιμοποιήσαμε το παραπάνω σχήμα για να δείξουμε τις διασυνδέσεις και τις αρθρώσεις της έννοιας της αειφόρου ανάπτυξης, έτσι μπορούμε να παραστήσουμε με ένα σχήμα για τη γενική έννοια του αειφόρου τουρισμού (Swarbrooke, 2002: 14).



Εικόνα 6.2. Γενική έννοια του αειφόρου τουρισμού (Swarbrooke, 2002:14).

Οι ορισμοί που έχουν δοθεί στον αειφόρο τουρισμό είναι ότι πρόκειται για μορφές τουρισμού, οι οποίες ανταποκρίνονται στις ανάγκες των τουριστών, της τουριστικής βιομηχανίας και των τοπικών κοινωνιών σήμερα, χωρίς να υποθηκεύουν την ικανότητα των επόμενων γενεών να ανταποκριθούν στις δικές τους ανάγκες. Επίσης ο αειφόρος τουρισμός έχει οριστεί ως τον τουρισμό, ο οποίος είναι οικονομικά βιώσιμος, αλλά δεν καταστρέφει τις πηγές στις οποίες βασίζεται το μέλλον του τουρισμού και ειδικά το φυσικό περιβάλλον και την κοινωνική παραγωγή της τοπικής κοινωνίας (Swarbrooke, 2002: 13). Έτσι μπορούμε να πούμε ότι παρά τις δυσκολίες και τα λάθη που έχουν γίνει κατά τη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης, υπάρχει ένα ισχυρό κίνητρο για την ανάπτυξη αειφορικών πολιτικών στις τουριστικές κοινωνίες. Καθώς η οικονομική επιτυχία εξαρτάται από την ικανοποίηση των αναγκών των τουριστών και αυτή η τελευταία εξαρτάται από την ποιότητα του περιβάλλοντος (Holden, 2000: 97). Με αυτόν τον τρόπο, μπορούμε να πούμε ότι κάθε δύναμη της τοπικής κοινωνίας ή της ευρύτερης κοινωνίας υποδοχής τουριστών έχει ένα ισχυρό επιχείρημα για να προωθήσει και να επιβάλει αειφορικές πολιτικές. Παράλληλα, όλο

το πλέγμα των επιχειρήσεων του μαζικού τουρισμού πρέπει να λάβει υπόψη τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές ανησυχίες και ενστάσεις, που θέτει η έννοια της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, με τρόπο ώστε να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητα του τοπικού τουριστικού προϊόντος και να αποκτήσει προσβάσεις στην αγορά του πράσινου τουρισμού.

Καθώς το εύρος των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων και το εύρος του τουριστικού φαινομένου είναι αρκετά μεγάλο, θίγοντας πολλές όψεις της κοινωνικής και οικονομικής κίνησης είναι φανερό ότι η αειφόρος ανάπτυξη δεν συνεπάγεται ένα ορισμένο μέγεθος, αλλά μια δυναμική που αγκαλιάζει τις προοπτικές, τις τάσεις και τις πολιτικές που ακολουθούνται. Παράλληλα, σημειώνεται ότι ένας ακριβής ορισμός του αειφόρου τουρισμού μπορεί να δώσει την εντύπωση της απλότητας της έννοιας και να περιορίσει το εύρος των εφαρμογών (Swarbrooke, 2000: 13). Μπορούμε λοιπόν να μιλήσουμε για δείκτες της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης. Τέτοιοι δείκτες είναι: 1) αειφορική διαχείριση των ανθρωπίνων και φυσικών πόρων και περιορισμός της υπερκατανάλωσης και των απορριμμάτων. 2) Διατήρηση της ποικιλότητας (βιολογικής και κοινωνικοπολιτιστικής). 3) Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας (θέσεις εργασίας, επενδύσεις). 4) Εμπλοκή και συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και όλων των ενδιαφερομένων στην τουριστική ανάπτυξη. 5) Εκπαίδευση των εργαζόμενων στον τουρισμό και των κατοίκων για την υιοθέτηση αειφορικών προτύπων. 6) Εκπόνηση μελετών για τις προτιμήσεις των τουριστών, τις αντιλήψεις των ντόπιων κατοίκων για τον τουρισμό και τις επιπτώσεις του τουρισμού (Ανδριώτης, 2008: 52). Είναι φανερό ότι οι παραπάνω ορισμοί προσεγγίζουν τους ορισμούς της αειφόρου ανάπτυξης γενικά, αλλά ταυτόχρονα φωτίζουν την έννοια του αειφόρου τουρισμού μέσα από τα βασικά δομικά στοιχεία του τουρισμού γενικά: την κοινωνία υποδοχής, τις πηγές της τουριστικής ανάπτυξης, τον τουρίστα και όλο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Έτσι η έννοια της αειφορίας ενοποιεί την κοινωνική ευημερία με την περιβαλλοντική ακεραιότητα, με τρόπο που προάγει την κοινωνική ισονομία και διαφυλάσσει τον πολιτισμό. Έτσι μπαίνει ως απαιτούμενο το τριπλό-τελικό-κριτήριο (the triple-bottom-line) που τονίζει την αλληλεξάρτηση του φυσικού περιβάλλοντος με την οικονομία και την κοινωνία. Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη είναι λοιπόν όλες οι μορφές τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύσσονται και λειτουργούν με βάση αυτό το τριπλό κριτήριο (Ανδριώτης, 2008: 226). Γενική θέση της αειφορίας είναι λοιπόν ότι η οικονομική ανάπτυξη έχει νόημα μόνο αν 1) εξασφαλίζει τη διατήρηση της συνολικής ποιότητας της ζωής. 2) Εξασφαλίζει τη διαρκή αξιοποίηση των φυσικών πόρων. 3) Αποφεύγει την πρόκληση μόνιμων περιβαλλοντικών ζημιών (Τσάλας & Γρηγορίου, 1994: 29). Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κομμάτι της εργασίας μας, η τουριστική δραστηριότητα στην Κρήτη, έχει επιβαρύνει τόσο την κοινωνία όσο και το περιβάλλον, απειλώντας ταυτόχρονα και την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Οπότε είναι επιτακτική η ανάγκη για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης και της πράσινης πολιτικής, ώστε να αντιμετωπιστούν τα περίπλοκα κοινωνικοοικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα που έχει επιφέρει η τουριστική βιομηχανία στο νησί.

Οι πολιτικές της αειφόρου ανάπτυξης βασίζονται στην καθιέρωση πράσινων προτύπων (green standards) και στο σχεδιασμό συστημάτων ελαχιστοποίησης της ρύπανσης και κυμαίνονται από απλές μεθόδους, όπως πράσινες παραγωγικές δραστηριότητες ως την παραγωγή καθαρών μορφών ενέργειας (αιολική ενέργεια, ηλιακή ενέργεια) (Ανδριώτης, 2008: 53).

Παράλληλα σημαντικός παράγοντας της αειφόρου ανάπτυξης είναι ο βιολογικός καθαρισμός, και η ανακύκλωση κάθε είδους υλικού. Η ανακύκλωση, άλλωστε, θεωρείται ένας από τους επιτυχέστερους δρόμους για την εξοικονόμηση πρώτων υλών και έρχεται να αντικαταστήσει την παραφροσύνη και τη σπατάλη πρώτων υλών, που οδήγησε σε κατασκευές όπως τη «φιάλη μιας χρήσης» κτλ (Γκρουλ, 1982: 127). Με τις παραπάνω μεθόδους γίνεται προσπάθεια να επιλυθούν ορισμένα από τα βασικά προβλήματα της ανθρώπινης δραστηριότητας και της αυξημένης κίνησης των τουριστικών τόπων την περίοδο

της σεζόν, αλλά παράλληλα να επέλθει ένας εξορθολογισμός της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών. Οι ξενοδοχειακές μονάδες για παράδειγμα, ειδικά στις περιοχές της Μεσογείου με την έντονη ηλιοφάνεια, μπορούν να αξιοποιήσουν τους ηλιακούς θερμοσυσσωρευτές. Η τοπική κοινωνία μπορεί να παρακινηθεί στη χρήση τη ηλιακής και αιολικής ενέργειας για την παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος. Η τοπική αυτοδιοίκηση και οι επιχειρήσεις μπορεί να ενισχύσουν με την πολιτική τους την τάση για ανακύκλωση.

Η τοπική κοινότητα είναι από τα βασικότερα ζητήματα που τίγονται βιβλιογραφικά από τη θεματική του αειφόρου τουρισμού. Οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν ότι μια από τις βασικές κατευθύνσεις της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης είναι η προστασία της τοπικής κοινότητας και του περιβάλλοντός της. Έτσι, η τοπική κοινωνία πρέπει να ελέγχει την πορεία και τις δραστηριότητες της τοπικής τουριστικής βιομηχανίας.

Ωστόσο υπάρχουν δυσκολίες να ορίσουμε την έννοια της τοπικής κοινότητας και να ορίσουμε τον ρόλο της στην τουριστική ανάπτυξη. Σίγουρα το κύριο αντικείμενο που εμπλέκει την έννοια της τοπικής κοινότητας είναι η τοπική αυτοδιοίκηση και η πολιτική επικύρωση των όποιων αποφάσεων. Αν και θα μπορούσαμε να πούμε ότι η τοπική κοινότητα είναι το σύνολο των κατοίκων μιας τουριστικής περιοχής είναι φανερό ότι κατ' ουσία η τοπική κοινότητα αποτελεί μια αφαίρεση, καθώς είναι κομμάτι ευρύτερων διοικητικών και γεωγραφικών διαμερισμάτων, είναι η ίδια στρωματοποιημένη, περιλαμβάνει ποικίλες ομάδες κοινωνικών συμφερόντων, περιλαμβάνει πολιτιστικές, θρησκευτικές, εθνοτικές μειονότητες, περιλαμβάνει ανθρώπους που κατοικούν σε άλλη περιοχή ή χώρα, αλλά έχουν οικονομικά συμφέροντα και επενδύσεις στη συγκεκριμένη περιοχή. Όλα αυτά μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι μάλλον δεν πρέπει να μιλάμε για τοπική κοινότητα, αλλά μάλλον για τοπικές κοινότητες, οι οποίες μάλιστα μπορεί να έχουν αντικρουόμενα συμφέροντα. Επίσης κάθε κοινότητα αποτελείται από τοπικούς αρχηγούς, που μπορεί να εκπροσωπούν κομμάτι μόνο από το σύνολο των ανθρώπων που μπορεί ή θεωρείται ότι ανήκουν σε μια κοινότητα. Παρά τις όποιες δυσκολίες ορισμού και με δεδομένο ότι τελικά η τοπική κοινωνία αποτελείται από αλληλοσυγκρουόμενες ομάδες και περιλαμβάνει επίσης μη καθολικά αποδεκτούς εκπροσώπους, η έννοια της τοπικής κοινότητας σε σχέση με το σχεδιασμό στον κλάδο του τουρισμού αφορά: τη σύνδεση με την έννοια της δημοκρατίας, το δικαίωμα να έχουν άποψη και θέση όλων αυτών των οποίων το περιβάλλον επηρεάζεται από τον τουρισμό, την αξιοποίηση των γνώσεων της τοπικής κοινωνίας, ώστε οι τελικές αποφάσεις να είναι καλά ενημερωμένες, την απαλοιφή των αντιθέσεων μεταξύ τουριστών - ντόπιων με την εμπλοκή των τελευταίων στη μορφή που θα λάβει ο τουρισμός. Ο τρόπος που μπορούν να εμπλακούν οι τοπικές κοινωνίες στη χάραξη της τουριστικής πολιτικής και ο χρόνος της εμπλοκής τους είναι ζητήματα που άπτονται των τοπικών ιδιαιτεροτήτων, των πολιτικών θεσμών, της χρονικής συγκυρίας κτλ.

Ως βασικό ελάττωμα της εμπλοκής της τοπικής κοινωνίας στη χάραξη της τουριστικής πολιτικής σημειώνεται η καθυστέρηση που μπορεί να επιφέρουν οι τυχόν ενστάσεις στη σχεδιαζόμενη επένδυση. Επίσης η πιθανότητα να καταπιεστούν ομάδες του τοπικού πληθυσμού από άλλες ομάδες (αυτή η παρατήρηση, αν και δεν είναι χωρίς νόημα και για τη χώρα μας, ωστόσο κυρίως αφορά τις αναπτυσσόμενες χώρες, που παρουσιάζουν ταυτόχρονα και μεγάλες αποκλείσεις από τη σύγχρονη αστική δημοκρατία). Η δράση της τοπικής κοινωνίας μπορεί να αφορά όχι μόνο την σφαίρα της πολιτικής αλλά και τη σφαίρα της οικονομικής πρωτοβουλίας, καθώς είναι δυνατό να δημιουργηθούν δίκτυα τοπικών παραγωγών και εμπόρων, συνεταιρισμοί και γενικά να εξελιχτούν σε ενεργούς παίκτες της τουριστικής αγοράς (Swarbrooke, 2000: 123 - 129).

Δύο σημαντικά εργαλεία για την εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης είναι η μέτρηση της φέρουσας ικανότητας ενός τουριστικού προορισμού και η εκπόνηση μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων πριν από κάθε μεγάλο αναπτυξιακό έργο. Η μέτρηση της φέρουσας ικανότητας αναπτύχθηκε ως στρατηγική «περιορισμού» και ελέγχου της

τουριστικής ανάπτυξης με πρώτες εφαρμογές τα εθνικά πάρκα και την ζωοπαραγωγή ενός τόπου. Στη σφαίρα της τουριστικής της εφαρμογής, η έννοια έχει τόσο περιβαλλοντικό περιεχόμενο όσο και κοινωνικό, οικονομικό και ψυχολογικό.

Σήμερα κάνουμε λόγο για:

- κοινωνική φέρουσα ικανότητα: Ο αριθμός των επισκεπτών δηλαδή, που μπορεί να δεχθεί η τοπική κοινωνία, χωρίς να αλλοιωθούν οι κοινωνικές δομές και ο πολιτισμός.
- Οικονομική φέρουσα ικανότητα: Οι τουριστικές επενδύσεις και οι επισκέψεις των τουριστών δεν πρέπει να βλάπτουν το φυσικό και το δομημένο περιβάλλον.
- Ψυχολογική φέρουσα ικανότητα: Ο αριθμός των επισκεπτών που μπορούν να συμβιώσουν σε μια περιοχή, χωρίς να υποβαθμιστεί η ποιότητα της εμπειρίας και να επηρεαστεί αρνητικά η ψυχολογία του επισκέπτη (Ανδριώτης, 2008: 54 - 55).

Έτσι, η συμβατική έμφαση της τουριστικής ανάπτυξης στις ανάγκες της αγοράς πρέπει να αντικατασταθεί από μια έμφαση στις ανάγκες των κοινοτήτων υποδοχής τουριστών. Σημείο εστίασης των στρατηγικών της αειφόρου ανάπτυξης πρέπει να είναι η δικαιοσύνη, η περιορισμένη κατανάλωση, η μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και η διαφύλαξη του περιβάλλοντος. Η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης, ακόμα ανοιχτή και σε στάδιο διαμόρφωσης μπορεί να έχει διαφορετικά κέντρα εστίασης. Έτσι κέντρο μπορεί να είναι η προστασία της φύσης ή η οικονομική ανάπτυξη. Παρ' όλα αυτά σήμερα η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης προσφέρει ένα κέντρο εστίασης, στο οποίο οι συγκρουόμενες αξίες διαφορετικών ομάδων μπορούν να συμβιβαστούν (Ανδριώτης, 2008: 230).

Στην εργασία μας τονίσαμε αρκετά το τουριστικό προϊόν από την άποψη του τουριστικού μάρκετινγκ και της ανταγωνιστικότητας κάθε τουριστικού προϊόντος. Εντούτοις αυτά ακόμα και αυτή η στενά οικονομική οπτική, πιστεύουμε ότι αναδεικνύει το γεγονός ότι μακροπρόθεσμα, χωρίς συνεπή περιβαλλοντική πολιτική, η ανταγωνιστικότητα του κρητικού τουρισμού υποσκάπτεται. Ωστόσο, η περιβαλλοντική προστασία, για να μπορεί να λειτουργήσει σημαίνει ότι μπορεί να συμβαδίσει με την οικονομική ανάπτυξη και οι αρχές της αειφορίας να μεταβάλλονται σε πραγματοποιήσιμες εφαρμογές, που να αφορούν τόσο τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, όσο και το στρατηγικό σχεδιασμό της οικονομικής ανάπτυξης στο μέλλον (Αθανασίου, 2007: 75 - 80).

Σήμερα κυβερνητικοί και ιδιωτικοί φορείς, όπως και διεθνείς οργανώσεις έχουν ως κύριο στόχο δράσης, την προστασία του περιβάλλοντος και την προώθηση μοντέλων της αειφόρου ανάπτυξης. Στη χώρα μας το σύνταγμα του 2001 στο άρθρο 24 προβλέπει ότι: «Η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος αποτελεί υποχρέωση του κράτους και δικαίωμα του καθενός. Για τη διαφύλαξή του το κράτος έχει υποχρέωση να παίρνει ιδιαίτερα προληπτικά ή κατασταλτικά μέτρα στο πλαίσιο της αειφορίας. Απαγορεύεται για παράδειγμα η μεταβολή του προορισμού των δασών και των δασικών εκτάσεων εκτός αν προέχει για την εθνική οικονομία η αγροτική εκμετάλλευση ή άλλη τους χρήση που την επιβάλλει το δημόσιο συμφέρον (Αθανασίου, 2007: 80).

Στη χώρα μας το επιχειρηματικό πρόγραμμα που ενισχύεται από το Ε.Σ.Π.Α. με συνολικό προϋπολογισμό 2.250.000.000 ευρώ προωθούσε για την περίοδο 2006-2013 τους παρακάτω στόχους: 1) Προστασία ατμοσφαιρικού περιβάλλοντος και ενίσχυση των πράσινων μεταφορών. 2) Προστασία και διαχείριση υδάτινων πόρων. 3) Πρόληψη και διαχείριση περιβαλλοντικών κινδύνων. 4) Προστασία εδαφικού συστήματος και διαχείρισης στερεών αποβλήτων. 5) Προστασία της φύσης και της βιοποικιλότητας. 6) Ανάπτυξη θεσμών και μηχανισμών για αποτελεσματική άσκηση περιβαλλοντικής πολιτικής και ευαισθητοποίηση των πολιτών. 7) Τεχνική βοήθεια («ΕΠ Περιβάλλον - Αειφόρος Ανάπτυξη»).

Αν μια επιχείρηση λάβει την απόφαση να ρίξει την ποιότητα του προϊόντος της - παράδειγμα ότι κατασκευάζει πλυντήρια - τότε μπορεί να υποθέσουμε ότι η ποιότητα θα πέσει επίσης και ο χρόνος ζωής του προϊόντος θα μειωθεί. Στην περίπτωση του τουριστικού

προϊόντος όμως, η ποιότητα αποτελεί σε πολλά από τα συμφραζόμενά της και ποιότητα ζωής για τους ντόπιους κατοίκους. Καθώς ο τουρίστας αξιολογεί τις καθαρές θάλασσες, την ευκολία και την ασφάλεια των μετακινήσεων, το φυσικό κάλος, τη γραφικότητα του τοπίου, την καλαισθησία των πόλεων, τον καθαρό αέρα και την ησυχία, είναι φανερό ότι όλα τα παραπάνω αποτελούν και ουσιαστικές πλευρές μιας ποιοτικής ζωής και ενός ποιοτικού κοινωνικού και φυσικού περιγυρου για τους ντόπιους κατοίκους. Καταλαβαίνουμε λοιπόν ότι ποιοτικός τουρισμός και ποιότητα ζωής αποτελούν τις δύο όψεις του ίδιου νομίσματος. Η απαξίωση και η σταδιακή φθορά μιας κοινωνίας υποδοχής τουριστών, μπορεί να οδηγήσει, όπως αναφέραμε παραπάνω, στην πτώση της ζήτησης, την πριμοδότηση από τους τουριστικούς πράκτορες ενός άλλου προορισμού, στην απομάκρυνση των τουριστών τελικά. Για τους ντόπιους, όμως, ποιοτική πτώση του τουριστικού προϊόντος σημαίνει ότι θα αναγκαστούν να ζήσουν με τις συνέπειες όλης της προηγούμενης τουριστικής και αναπτυξιακής δραστηριότητας, η οποία τελικά οδήγησε σε αναπτυξιακά, κοινωνικά, χωροταξικά και περιβαλλοντικά αδιέξοδα.

Από όσα αναφέραμε παραπάνω και από τη βιβλιογραφική αναφορά μας στους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους της Κρήτης, καθώς και στο συνολικό τουριστικό προϊόν, με όλο το πλέγμα των εμπλεκόμενων δραστηριοτήτων, είναι φανερό ότι η αειφόρος ανάπτυξη αφορά τόσο τις βασικές υποδομές, όσο και τις ανωδομές του τουρισμού. Τώρα θα στρέψουμε την προσοχή μας στις υπάρχουσες αναπτυξιακές κατευθύνσεις και τις υπηρεσίες, οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν στην εφαρμογή μιας αειφόρου ανάπτυξης και αποτελούν καθοδηγητικά νήματα για την επίτευξη μιας φιλικής προς το περιβάλλον και κοινωνικά δίκαιης τουριστικής ανάπτυξης. Είναι πολύ σημαντικό πάντως το γεγονός ότι στις μέρες μας τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και σε εθνικό, αλλά και τοπικό, η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και η μελέτη μορφών ανάπτυξης, που να είναι φιλικές προς το περιβάλλον έχουν γίνει συνειδητή προσπάθεια και απασχολούν τόσο τις εθνικές κυβερνήσεις και τις τοπικές κοινότητες, όσο και τις επιχειρήσεις και τους διεθνείς οργανισμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

7.1. Θεσμικές και πολιτικές προϋποθέσεις

Από όσα έχουμε αναφέρει στα προηγούμενα κεφάλαια γίνεται φανερό ότι η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης αφορά διάφορες σφαίρες της παραγωγικής δραστηριότητας των ανθρώπων. Δίπλα σε αυτά, η αειφόρος ανάπτυξη προβάλλεται ως ένα σύνολο που προϋποθέτει όχι μόνο τη βιώσιμη ανάπτυξη και την προστασία των φυσικών πόρων της παραγωγής, αλλά και την κοινωνική δικαιοσύνη, την τεχνολογική καινοτομία, το σεβασμό των ποικίλων πολιτιστικών χαρακτηριστικών των λαών της γης, την κοινωνική συναίνεση και τη μέριμνα για τις επερχόμενες γενεές. Παρά τα όποια προβλήματα, που σημειώσαμε σχετικά με τον τουρισμό στο νησί, είναι αλήθεια ότι οι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι του δίνουν τη δυνατότητα να πούμε ότι το τουριστικό προϊόν του νησιού έχει το αναγκαίο βάθος και την ικανότητα της ανανέωσης. Στον τουριστικό τομέα, η έννοια της αειφορίας συνδέεται με όλη την αλυσίδα των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών. Από τη χώρα προορισμού των τουριστών ως και τη χώρα υποδοχής τουριστών. Στην εποχή μας άλλωστε, τα ποικίλα οικολογικά κινήματα ασκούν πιέσεις προς κάθε κατεύθυνση για την υιοθέτηση πολιτικών που σέβονται το περιβάλλον: από τα υλικά που χρησιμοποιούνται σε ένα γραφείο, την οικονομία και την ανακύκλωση του χαρτιού ως τα αεροπορικά δρομολόγια, την παραγωγή ενέργειας κτλ. Στην εργασία μας φυσικά μας ενδιαφέρει κυρίως η αειφορία από την άποψη της κοινωνίας υποδοχής των τουριστών, αλλά η εφαρμογή του αειφόρου τουρισμού πρέπει να γίνει θέμα συζήτησης τόσο στις κοινωνίες υποδοχής όσο και στις κοινωνίες αποστολής τουριστών. Υποστηρίζεται μάλιστα ως μέτρο στις χώρες αποστολής τουριστών, η ενημέρωση των υποψήφιων τουριστών για την οικολογική κατάσταση και την πολιτική που ασκείται στον κάθε τουριστικό προορισμό (Swarbrooke, 2000: 20).

Από αυτή τη σκοπιά πρέπει να δούμε ποιες είναι οι πολιτικές που μπορούν να εφαρμοστούν ή εφαρμόζονται και σε ποιους τομείς της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας μπορούν να εφαρμοστούν αειφόρα μοντέλα ανάπτυξης. Καθώς αναφέραμε ότι στην Κρήτη ο τουρισμός έδρασε ως ένα ολιστικό κοινωνικό φαινόμενο, που έθιξε ολόκληρη τη δομή και τη συγκρότηση της τοπικής κοινωνίας και οικονομίας και έλαβε μεγάλες διαστάσεις, είναι φανερό ότι η αειφορία αφορά τόσο τις υποδομές του τουρισμού, όσο και τις ανωδομές του τουρισμού, αλλά και την κοινωνική και παραγωγική σύνθεση και κατανομή του πληθυσμού. Επίσης το παραπάνω σημείο και η παρουσία του τουρισμού στη Κρήτη εδώ και σαράντα σχεδόν χρόνια, σημαίνουν ότι οι συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης είναι βαθιές και η αντιμετώπιση των αρνητικών χαρακτηριστικών του τουρισμού απαιτούν διορθωτικές κινήσεις με βάθος χρόνου και επισταμένη μελέτη των στοιχείων. Άλλωστε και παρά τη σχετική παλαιότητά τους, πιστεύουμε ότι τα λόγια του Γκρουλ είναι επίκαιρα και σήμερα όταν σημειώνει ότι: «Η επιτυχής προστασία του περιβάλλοντος έγκειται άλλωστε μόνο στην αποφυγή βλαβών. Όταν κάποιος μιλά για άρση των βλαβών στο περιβάλλον' αποδεικνύει, πως δεν έχει καταλάβει τίποτα από το πρόβλημα. Ή σκέφτεται μήπως να φιλτράρει κάποτε όλη την ατμόσφαιρα και να περάσει όλους τους ωκεανούς από εγκαταστάσεις καθαρισμού;» (Γκρουλ, 1982: 58). Αυτά μας δείχνουν μεταξύ άλλων και το μέγεθος των οικολογικών προβλημάτων, αλλά και την ανάγκη για πραγματική και ειλικρινή προσπάθεια προς την κατεύθυνση των αειφορικών μοντέλων.

Με αυτόν τον τρόπο μερικές μεγάλες θεματικές και τομείς παρέμβασης, στις οποίες μπορούν να γίνουν παρεμβάσεις είναι οι εξής: 1) Παραγωγή ενέργειας. 2) Διαχείριση υδάτινων πόρων. 3) Διαχείριση και προστασία του φυσικού πλούτου και πολιτιστικού

πλούτου του νησιού. 4) Μέτρηση της γενικής φέρουσας ικανότητας της Κρήτης ως τουριστικού προορισμού. 5) Εισαγωγή εφαρμογών στις υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες που τις κάνουν περισσότερο φιλικές προς το περιβάλλον²⁰. 6) Ανάπτυξη εναλλακτικών προς τον μαζικό τουρισμό μορφών τουρισμού. 7) Κοινωνική ευαισθητοποίηση και παράλληλα κινητοποίηση του επιστημονικού δυναμικού του νησιού για την κατάθεση προτάσεων. 8) Κοινωνικός έλεγχος και κινητοποίηση των τοπικών κοινοτήτων πάνω στα ζητήματα επιχειρηματικότητας, διαχείρισης των πηγών και γενικής τουριστικής ανάπτυξης. 9) Ουσιαστική εφαρμογή περιβαλλοντικών ερευνών για οποιαδήποτε μεγάλη επένδυση. Άλλωστε ο τουρισμός αποτελεί κομμάτι της ευρύτερης παραγωγικής δραστηριότητας του ανθρώπου και αποτελεί απλώς μέρος της κουβέντας που γίνεται περί αειφορίας (Swarbrooke, 2002: 40).

Μπορούμε να πούμε λοιπόν ότι η εφαρμογή προτάσεων για την αειφορία, το πρώτο ζήτημα που θέτει είναι αυτό του χαρακτήρα της δημόσιας διοίκησης, της δημοκρατικότητάς του και της αποτελεσματικότητάς του. Άλλωστε το εθνικό κράτος αποτελεί τη μοναδική σε επαρκή βαθμό εκτεταμένη πολιτική μονάδα στην οποία μπορεί να επιβληθούν πολιτικές λύσεις (Γκρουλ, 1982: 302). Στην περίπτωση τόσο της χώρας μας όσο και της Ε.Ε. γενικότερα, αλλά και κάθε άλλης ανεπτυγμένης κοινωνίας φαίνεται ότι δρουν αντίρροπες δυνάμεις και πρέπει να συνδυάσουν τα αντιτιθέμενα συμφέροντα επιχειρήσεων - επενδύσεων - τοπικών κοινοτικών - περιβαλλοντικών οργανώσεων. Ο δημόσιος τομέας τόσο σε επίπεδο κεντρικής εξουσίας όσο και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, μπορεί να παρέχει το αναγκαίο πλαίσιο για την έκφραση, το συγκερασμό και την αρμονική διευθέτηση τόσο των απαιτήσεων για οικονομική ανάπτυξη και επενδύσεις, όσο και για αειφορία, βιωσιμότητα και περιβαλλοντική προστασία. Άλλωστε είδαμε ότι και κάθε εθνικός τουρισμός καθοδηγείται και προωθείται από τις εθνικές κυβερνήσεις. Έτσι μεγάλοι κρατικοί φορείς εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης. Αναφέραμε για την Ελλάδα για παράδειγμα τον Ε.Ο.Τ..

Η λειτουργία των ποικίλων επιχειρήσεων συχνά προκαλεί εξωτερικές αρνητικές οικονομίες (πρόκληση κοινωνικού κόστους, χωρίς αντίστοιχη οικονομική επιβάρυνση των επιχειρήσεων) ή (βέβαια) και θετικές εξωτερικές οικονομίες όταν παράγονται οικονομική ωφέλεια, χωρίς το αντίστοιχο ιδιωτικοοικονομικό όφελος. Έτσι, το κράτος αποτελεί τον μόνο εξισορροπητή των αντιφάσεων της αγοράς και μπορεί να επιφέρει μια ισορροπία μεταξύ των θετικών και των αρνητικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης. Προς αυτή την κατεύθυνση, ένα από τα εργαλεία που μπορεί να χρησιμοποιήσει η δημόσια διοίκηση είναι η κανονιστική κρατική παρέμβαση, π.χ. με την επιβολή δια νόμου τεχνικών όρων και περιορισμών (Αθανασίου, 2007: 44 – 45). Περισσότερο αποτελεσματική, ειδικά για περιπτώσεις επιχειρήσεων που δεν προκαλούν άμεση και μεγάλη οικολογική επιβάρυνση (όπως π.χ. τα ξενοδοχεία) πολύ σημαντική και ίσως πλεονεκτικότερη από την πρακτική της θέσπισης περιορισμών είναι η εισαγωγή κινήτρων και αντικινήτρων, που επιβραβεύουν ή αποθαρρύνουν τις πρακτικές των επιχειρήσεων, ανάλογα με το αν έχουν περιβαλλοντικές επιπτώσεις ή όχι. Απαλλαγές φόρων, μείωση φορολογικού συντελεστή, επιδοτήσεις για πράσινες τεχνολογίες, μπορεί να φανούν μέτρα περισσότερο εποικοδομητικά και αποτελεσματικά για την περιβαλλοντική προστασία (Ο.π.: 45 - 50).

Έχουμε αναφέρει ότι τόσο σε επίπεδο Ε.Ε. όσο και σε εθνικό επίπεδο και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, λαμβάνονται αποφάσεις και διακηρύσσεται ως στόχος η προστασία του περιβάλλοντος και η εφαρμογή πολιτικών αειφόρου ανάπτυξης. Ωστόσο μια ουσιαστική και ειλικρινής προσπάθεια για την αειφόρο ανάπτυξη πρέπει να δει κατά πόσο όλες αυτές οι πολιτικές και διακηρύξεις έχουν ένα ουσιαστικό αντίκρυσμα και παράγουν πραγματικά αποτελέσματα στον τουρισμό. Έτσι προκύπτει το ερώτημα της ποιοτικής και ποσοτικής

²⁰ Στόχος της αειφορίας δεν είναι μόνο να αναπτύξει νέες μορφές, αλλά να κάνει και το υπάρχον, δηλαδή το μαζικό τουρισμό βιώσιμο για το περιβάλλον (Ανδριώτης, 2008: 230).

μέτρησης των πραγματικών αποτελεσμάτων πάνω στα ζητήματα της αειφορίας. Οι επιχειρήσεις του κλάδου του τουρισμού, ειδικά οι μεγάλες σε μέγεθος, δεν είναι άσχετες με τις ποσοτικές και ποιοτικές έρευνες, τις οποίες διεξάγουν για τη διερεύνηση των τάσεων της αγοράς, την κερδοφορία τους, την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς τους και την εσωτερική τους οργάνωση²¹. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι ο κλάδος του τουρισμού είναι ήδη εξοικειωμένος με τα αναγκαία εργαλεία μετρήσεων και ελέγχου των αποτελεσμάτων. Παρ' όλα αυτά το ζήτημα είναι κατά πόσο μπορούν να συνεργαστούν επιχειρήσεις, κυβέρνηση, τοπική αυτοδιοίκηση και τοπικές κοινωνίες για να παράγουν αποτελέσματα.

Σίγουρα υπάρχουν αντικρουόμενα συμφέροντα και αντιφάσεις εντός της παραγωγικής δραστηριότητας, που πρέπει να συναρμοστούν και να συμβιβαστούν: Η κερδοφορία και η διασφάλιση της ποιότητας, η αξιοποίηση των πόρων και η μέριμνα για τη διατήρηση αυτών των πόρων. Το ιδιωτικό συμφέρον και η επιχειρηματική ελευθερία, που παράγει πλούτο και ιδέες, με το δημόσιο συμφέρον και τις αναγκαίες δημόσιες επενδύσεις που γίνονται για το καλό ολόκληρης της κοινωνίας. Οπότε βασικό ερώτημα για την αειφόρο ανάπτυξη είναι: Πέρα από τις διακηρύξεις και την παράθεση αριθμών, υπάρχει το αναγκαίο πλαίσιο δημοκρατικής συγκρότησης και έκφρασης σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο για την ουσιαστική λειτουργία των διακηρύξεων ή υπάρχει η πιθανότητα να υποσκάπτονται και να αλλοιώνονται οι όποιες πολιτικές εφαρμόζονται, επιτρέποντας τη διατήρηση και αναπαραγωγή των υπαρχόντων σχημάτων, τα οποία δεν είναι συμβατά με μια περιβαλλοντική πολιτική. Μια άλλη διάσταση που θίγεται βιβλιογραφικά είναι το γεγονός ότι η αειφόρος ανάπτυξη μπορεί να λειτουργήσει ως ένας παραπλανητικός τίτλος των ποικίλων κρατικών - επενδυτικών σχεδιασμών, καθώς έχει επιβληθεί ως έννοια και είναι, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο κ. Ανδριώτης Κ., ένας όρος «in» στην εποχή μας και μπορεί να χρησιμοποιείται από πολιτικά πρόσωπα και πολιτικές δυνάμεις για λόγους διαφήμισης και πολιτικού αγώνα και όχι με ουσιαστικό περιεχόμενο (Ανδριώτης, 2008: 54).

Έτσι, για να μεταφέρουμε ένα παράδειγμα και από τη σχετική βιβλιογραφία, ας αναφέρουμε το γεγονός ότι για την προστασία των εκτάσεων της ελληνικής επικράτειας, που έχουν ενταχθεί στο δίκτυο Natura, η ελληνική κυβέρνηση έχει ιδρύσει 27 φορείς διαχείρισης. Συχνά όμως σημειώνονται παραβιάσεις και προσπάθειες καταστρατήγησης των περιοχών αυτών. Έτσι το ειδικό χωροταξικό σχέδιο, που παρουσιάστηκε για τον τουρισμό το καλοκαίρι του 2007, καταδικάστηκε από πολλές πλευρές ως δασοκτόνο και κατ' ουσία καταστροφικό για το περιβάλλον (Ανδριώτης, 2008: 35). Το ίδιο μοντέλο ανάπτυξης, δυστυχώς, φαίνεται να εφαρμόστηκε και στην περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Παρά το γεγονός ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες είχε θετική επίδραση στον τουρισμό και την διαφήμιση της χώρας, ωστόσο τα έργα που πραγματοποιήθηκαν για τις ανάγκες των αγώνων αυτών, δε φαίνεται ότι έλαβαν υπόψη τους τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και τη σημασία των ήδη επιβαρυσμένων βιότοπων της Αττικής (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 177 - 180). Το παραπάνω σημείο πρέπει να μας κάνει ιδιαίτερα προσεκτικούς πάνω στο ζήτημα των επίσημων διακηρύξεων και των υποτιθέμενων περιβαλλοντικών ευαισθησιών του νομοθέτη, της τοπικής και κεντρικής εξουσίας και των πραγματικών αυθαιρεσιών, εσκεμμένων παραλείψεων και αποσιωπήσεων, που μπορεί να προωθεί όλο το πλέγμα της δημόσιας διοίκησης. Αδυναμίες επίσης σημειώνονται στην ελληνική περίπτωση από την εφαρμογή των ερευνών περιβαλλοντικών επιπτώσεων των μεγάλων έργων, καθώς οι ίδιες εταιρίες ανάδοχοι πραγματοποιούν και τις έρευνες αυτές και υπάρχει μεγάλο περιθώριο παράβλεψης των πραγματικών μεγεθών και των πραγματικών προβλημάτων (Ανδριώτης, 2008: 65 - 70).

Θα έπρεπε να βγούμε τελειώς από το θέμα μας για να απαριθμήσουμε και να μελετήσουμε αυτήν τη διάσταση του προβλήματος. Δυστυχώς πολλοί ερευνητές σημειώνουν τη στρεβλή ανάπτυξη και την κακοδιοίκηση στην ελληνική περίπτωση (Ραμματά, 2011: 31).

²¹ Για παράδειγμα, οι Holloway και Robinson απαριθμούν εργαλεία για την πραγματοποίηση ερευνών, τόσο ποιοτικά, όσο και ποσοτικά (Holloway & Robinson, 2007: 56 - 78).

Έτσι σημειώνονται καθυστερήσεις, δυσκίνητη και περίπλοκη γραφειοκρατική δομή, κατάτμηση των υπηρεσιών, καθυστερήσεις στην έκδοση αποφάσεων κτλ (Ραμματά, 2011: 253-264). Χαρακτηριστικό της σύγχυσης και της αοριστίας είναι και το γεγονός που ανέφερε η κ. Σφακιανάκη στο Πρώτο Συνέδριο του ΣΕΑΕ, με επιδοτήσεις για τον αγροτουρισμό που καταλήγουν σε μεγάλες κλασικές μονάδες του μαζικού τουρισμού που δεν έχουν καμιά σχέση με το μοντέλο της αγροτουριστικής ανάπτυξης («Πρακτικά 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτουρισμού 2012»). (Το ό,τι λέμε με επιτυχία ψέματα ο ένας στον άλλο είναι φυσικό. Το ό,τι λέμε με επιτυχία ψέματα στον ίδιο τον εαυτό μας αποτελεί ένα θαύμα της φύσης) (Γκρουλ, 1982: 337). Συχνά η Ε.Ε. καταδικάζει τη χώρα μας για μια σειρά ζητημάτων τα οποία αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα και τα περιβαλλοντικά θέματα. Έτσι μπορούμε καταρχήν να σημειώσουμε ότι η εφαρμογή πολιτικών της αειφόρου ανάπτυξης θα ενισχυθεί ουσιαστικά πρώτα με τη βελτίωση του τομέα της δημόσιας διοίκησης και τη διεύρυνση των δυνατοτήτων δημοκρατικής έκφρασης των τοπικών κοινοτήτων. Η πρόσφατη περίπτωση των εγκαταστάσεων χρυσού στη Χαλκιδική, είναι χαρακτηριστική, πιστεύουμε, του τρόπου με τον οποίο αρθρώθηκαν οι σχέσεις κεντρικής κυβέρνησης και τοπικής κοινωνίας και πέρα από την ορθότητα της κάθε θέσης, φανερώνει ένα έλλειμμα δημοκρατικής συνεννόησης.

Τα παραπάνω δε σημαίνουν ότι και στην Ελλάδα δε γίνονται προσπάθειες για τη βελτίωση των διοικητικών υπηρεσιών, πράγμα που είναι αναγκαία τόσο για τη δημοκρατία, όσο και για την επιχειρηματική πρωτοβουλία. Σήμερα ο πολίτης κρίνει τη δημόσια διοίκηση τόσο απαιτητικά σαν να επρόκειτο για τον ιδιωτικό τομέα στον οποίο πληρώνει και απαιτεί την αποτελεσματικότητα. Τα κείμενα που προσπαθούν να εκσυγχρονίσουν τη δημόσια διοίκηση, όπως το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Διοικητική μεταρρύθμιση 2007-2013», όπως και το προγενέστερο «Πολιτεία 2005-2007» κάνουν εμφανή την ανάγκη ο πολίτης να είναι ο βασικός πρωταγωνιστής και κριτής της δημόσιας διοίκησης (Ραμματά, 2011: 27). Ταυτόχρονα το μοντέλο της νέας δημόσιας διοίκησης, το οποίο ονομάζεται «Νέο Δημόσιο μάνατζμεντ» θέτει το ζήτημα της εξωστρέφειας και της αποδοχής των προτάσεων - κριτικών της ευρύτερης κοινωνίας (Ραμματά, 2011: 61 - 68).

Οι παραπάνω εξελίξεις και μεταρρυθμιστικές προτάσεις είναι σημαντικές στο βαθμό που θα επιτρέψουν την εύκολη και απρόσκοπτη επικοινωνία των πολιτών με το δημόσιο τομέα, αν διευκολύνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα και αν επιτρέψουν στην κοινωνία στο σύνολό της, αλλά και στις τοπικές κοινότητες να ελέγχουν και να έχουν λόγο πάνω στα όποια αναπτυξιακά σχέδια και πλάνα. Μέχρι σήμερα άλλωστε, στην Ελλάδα, σε όλη σχεδόν τη μεταπολεμική περίοδο, ο σχεδιασμός παρέμενε υπόθεση του κεντρικού κράτους και λιγότερο των οργάνων τοπικής αυτοδιοίκησης και σε ό,τι αφορά τους εταίρους που αποφασίζουν την τουριστική πολιτική, αυτοί ήταν αποκλειστικά σχεδόν το κράτος και ο ιδιωτικός τομέας (Τσάρτας, 2004). Έτσι μπορούμε να πούμε ότι ο σχεδιασμός μιας αειφόρου τουριστικής πολιτικής πρέπει να γίνεται σε συνεργασία με τις τοπικές κοινότητες, ώστε να έχουν λόγο για τις εξελίξεις, να συμμετέχουν ενεργά, να συνειδητοποιούν ότι ο τουρισμός εμπερικλείει τόσο καλές, όσο και κακές επιπτώσεις και να αξιοποιούν τον τομέα της δημόσιας διοίκησης ως παράγοντα ανάπτυξης και όχι ως λαβύρινθο και αναποτελεσματικό - αντιδημοκρατικό γραφειοκρατικό οργανισμό.

Στενά δεμένη με το ρόλο της επίσημης πολιτείας είναι και η ανάγκη για ειδικές χωροταξικές μελέτες, που ορίζουν το μέγεθος της επέκτασης των πόλεων και την αξία χρήσης της γης. Η ανάπτυξη επιφέρει αλλαγές τόσο στην οικονομία όσο και στο περιβάλλον με αποτέλεσμα να κριθεί από μέρους της πολιτείας επιτακτική η ανάγκη για τη δημιουργία ειδικού χωροταξικού πλαισίου για τον τουρισμό στο οποίο δίνονται οι κατάλληλες προδιαγραφές για την ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών. Μέσω του Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου παρέχονται οι κατευθύνσεις, οι κανόνες και τα κριτήρια για τη χωρική διάρθρωση των επιχειρήσεων που σχετίζονται ιδιαίτερα με τη διεύρυνση των τουριστικών επιχειρήσεων, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού προϊόντος

για την βελτίωση του συνολικού, άμεσα ή έμμεσα, του οικονομικού αποτελέσματος της τουριστικής δραστηριότητας σύμφωνα με τις συνθήκες φυσικές και οικονομικές πολιτικές, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη την ποιοτική και περιβαλλοντική αναβάθμιση της περιφέρειας. Οι αλλαγές έχουν άμεσα αποτελέσματα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος το οποίο εν συνεχεία έχει άμεσες συνέπειες στο περιβάλλον (Ζούμπου, 2009: 14). Κατά την υλοποίηση ενός έργου για θαλάσσιο τουρισμό, αλλά και άλλων επεμβάσεων σε παράκτια ζώνη είτε για λόγους οικιστικής ανάπτυξης που επιχειρούνται στις ακτές, η υλοποίησή τους συνεπάγεται την εκτεταμένη και πολλές φορές σοβαρή αλλοίωση της μορφής της ακτής και την προσβολή της αισθητικής του τοπίου της, αλλά και τη βαθιά διατάραξη των αντιστοίχων χερσαίων και θαλάσσιων οικοσυστημάτων. Η υλοποίηση ενός έργου τείνει να έχει και θετικές επιπτώσεις στο ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον της περιοχής ιδιαίτερα όταν αναφερόμαστε σε ένα έργο το οποίο θα συμβάλει στην οργάνωση και αναβάθμιση της υποδομής για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Οπότε πολύ σημαντικός παράγοντας για την όποια αναπτυξιακή πολιτική, που θέλει να ανταποκρίνεται στην αειφορία είναι η εφαρμογή και ο σεβασμός των διατάξεων που επιβάλλει η πολιτεία γύρω από το ζήτημα της χρήσης των παραθαλάσσιων εκτάσεων και της επέκτασης των ανθρώπινων κατασκευών, που σχετίζονται με τον τουρισμό (Ζούμπου, 2009: 20).

Πέρα από τον τρόπο ρύθμισης και ελεύθερης έκφρασης των πολιτών και των ομάδων μιας οργανωμένης πολιτείας, σήμερα η αειφορία και η βιωσιμότητα περνούν μέσα από την τεχνολογική καινοτομία και την ανάπτυξη μηχανών φιλικών προς το περιβάλλον. Σε αυτά τα πλαίσια δεν μπορούμε να μην αναφέρουμε και τη σημαντική τάση διεύρυνσης της χρήσης των ηλεκτροκίνητων οχημάτων, που λαμβάνει χώρα διεθνώς και συνδέεται με την ακολουθούμενη κρατική πολιτική, αλλά και τις τοπικές πρωτοβουλίες. Το ζήτημα αυτό δεν συνδέεται μόνο με τον τουρισμό, αλλά με τη συνολική ποιότητα της ζωής των κατοίκων του νησιού. Απασχολεί όμως τον τουρισμό άμεσα από δύο ζητήματα: 1) τη μεγάλη αύξηση των μετακινήσεων, που γίνεται εξαιτίας του τουρισμού, όπως αναφέραμε παραπάνω και 2) την ύπαρξη του κλάδου των ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων, που αποτελεί μια δυναμική συνιστώσα κάθε τουριστικής αγοράς. Έτσι, υπάρχουν προτάσεις τόσο για τα μέσα μαζικής μεταφοράς, με τη χρήση εναλλακτικών κινητήρων για λεωφορεία κτλ, όσο και τα μικρά επιβατηγά αυτοκίνητα.

Σύμφωνα με σχέδια της Κομισιόν προβλέπεται ότι μέχρι το 2020 θα πρέπει να υπάρχουν 13.000 σημεία παροχής εναλλακτικών καυσίμων στη χώρα μας («Ηλεκτρικά αυτοκίνητα: 13.000 σταθμοί φόρτισης στην Ελλάδα ως το 2020 – Τα σχέδια της Κομισιόν»). Παράλληλα και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης προωθούνται προγράμματα αντικατάστασης των οχημάτων κινητήρα εσωτερικής καύσης με νέα οικολογικά οχήματα, όπως έγινε στο δήμο Συκεών - Νεάπολης («“Πράσινη” μετακίνηση με ηλεκτροκίνητα στο Δήμο Νεάπολης – Συκεών»). Αξίζει να αναφέρουμε ότι την κατασκευή ηλεκτροκίνητων μικρών οχημάτων εισηγήθηκε και ένας εφευρέτης από το Ηράκλειο Κρήτης (Ζωράκης, 2013). Το Sunnyclist, όπως ονομάζεται το όχημα αυτό, είναι ιδανικό για τα ελληνικά νησιά, όπου οι αποστάσεις είναι μικρές και οι δρόμοι χαμηλής ταχύτητας καθώς και στους μικρούς και παραδοσιακούς οικισμούς. Τα οχήματα αυτά προβλέπονται για χρήση από τουρίστες και εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και πρόθεση είναι να μπουν σε διαδικασία παραγωγής. Τέτοιες ενέργειες, εκτός των άλλων, ενισχύουν και άλλους εγχώριους κλάδους παραγωγής και επιτρέπουν τη χρήση κεφαλαιουχικού εξοπλισμού για τον τουρισμό από εγχώριες βιομηχανίες. Η εισαγωγή τέτοιων μέσων μεταφοράς για τους τουρίστες έρχεται σε πλήρη αντίθεση με την έως τώρα πρακτική, που επικρατεί στο νησί και μπορεί να φτάνει ως το σημείο των εσωτερικών συγκρούσεων, από τα προβλήματα που δημιουργούν ενοικιαζόμενα οχήματα, όπως, για παράδειγμα η υπόθεση με το πλαίσιο κυκλοφορίας των τετράτροχων οχημάτων (“γουρούνες”) που κάθε καλοκαίρι αναστατώνουν τα Μάλια και τη Χερσόνησο

και έγινε προσπάθεια να περιοριστεί η κυκλοφορία τους, λόγω των προβλημάτων που προκαλούν (Μπογδανίδης, 2013).

Το στοιχείο αυτό είναι σημαντικό από την άποψη του ισοζυγίου πληρωμών που προσφέρει τελικά ο τουρισμός στη χώρα. Ενώ είναι φανερό ότι γενικά στον τομέα των μεταφορών γίνεται προσπάθεια για την εξεύρεση περισσότερο πράσινων τεχνολογιών, που θέτουν τα θεμέλια μιας βιώσιμης ανάπτυξης. Ας αναφέρουμε και το σχετικό με την Κρήτη και τον τουρισμό γεγονός, ότι το Ηράκλειο και συγκεκριμένα το αεροδρόμιο «Νίκος Καζαντζάκης» επέλεξε για το πρώτο δρομολόγιο της στην Ελλάδα η Thomson του Ομίλου Tuι με το νέο αεροσκάφος της Dreamliner Boeing 787, γνωστό και ως ενεργειακά οικονομικό αεροσκάφος («Αύριο στο Ηράκλειο το πρώτο δρομολόγιο του Boeing 787»).

Ο ρόλος της κεντρικής εξουσίας είναι σημαντικός και από μια άλλη διάσταση: την περιβαλλοντική αγωγή, που φροντίζει να οργανώσει στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού της συστήματος. Τόσο η Ε.Ε. όσο και η ελληνική κυβέρνηση τα τελευταία χρόνια προωθεί και οργανώνει το μάθημα της περιβαλλοντικής αγωγής στα σχολεία με στόχο την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των μικρών μαθητών πάνω στο ζήτημα της προστασίας του περιβάλλοντος και της αρμονικής συνύπαρξης ανθρώπου - φύσης. Με το Νόμο 1982/90 άρθρο 11 παρ. 13, η Περιβαλλοντική Εκπαίδευση αποτελεί τμήμα των προγραμμάτων των σχολείων της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης. Ένα χρόνο αργότερα, ο νόμος επεκτείνεται και στην Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση. Σκοπός της Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης είναι να συνειδητοποιήσουν οι μαθητές/τριες τη σχέση του ανθρώπου με το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον, να ευαισθητοποιηθούν για τα προβλήματα που συνδέονται με αυτό και να δραστηριοποιηθούν με ειδικά προγράμματα, ώστε να συμβάλουν στη γενικότερη προσπάθεια αντιμετώπισής τους.

Στον ίδιο νόμο, προβλέπεται η λειτουργία του θεσμού των Υπευθύνων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης και η ίδρυση των Κέντρων Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης («Περιβαλλοντική εκπαίδευση»). Ωστόσο, για να εμβαθύνουμε τη συζήτηση πάνω στο ζήτημα των πραγματικών αποτελεσμάτων των ποικίλων πολιτικών, πρέπει να πούμε ότι η περιβαλλοντική συνείδηση των κατοίκων του νησιού μπορεί να μετρηθεί με ποικίλα ερευνητικά εργαλεία, να συσχετιστεί με τις τάσεις και τις νοοτροπίες που γεννά ο τουρισμός (καθώς είπαμε ότι έχει διαδώσει ένα πνεύμα αισχροκέρδειας) και επίσης να αναρωτηθούμε για τον αριθμό της μαθητικής διαρροής από τα κρητικά σχολεία. Τούτο το τελευταίο θέτει τον απλό παράγοντα ότι τελικά το όποιο μάθημα περιβαλλοντικής αγωγής δεν παρακολουθείται καν από τους μαθητές. Τελευταία έρευνα του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου, το 2010, έδωσε ανησυχητικά στοιχεία για την Κρήτη σε σχέση με τα παιδιά που εγκαταλείπουν το σχολείο, καθώς θέλει ποσοστό 50,3% να έχει εκπαίδευση μέχρι το δημοτικό, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στη χώρα φτάνει μόλις το 38,1%, ενώ από τη σύγκριση σε επίπεδο γεωγραφικής Περιφέρειας της μαθητικής διαρροής των σχολείων γενικής δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Γυμνάσιο, Ενιαίο Λύκειο) διαπιστώθηκε ότι η δυσμενέστερη κατάσταση παρουσιάζεται στην Κρήτη, στην Αττική και στα Ιόνια Νησιά, όπου και στο Γυμνάσιο και στο Ενιαίο Λύκειο καταγράφονται ποσοστά υψηλότερα από τους αντίστοιχους εθνικούς μέσους όρους («Στο επίκεντρο εισαγγελέως η μαθητική διαρροή στην Κρήτη»).

Γενικά στη χώρα μας τα ποσοστά και τα μεγέθη της μαθητικής διαρροής παραμένουν υψηλά διαχρονικά. Από το 1985 ως το 2003, 300.000 παιδιά δεν ολοκλήρωσαν την υποχρεωτική εκπαίδευση (Κάτσικας & Θεριανός, 2007: 352 - 353). Το φαινόμενο αυτό φαίνεται να συνδέεται και με τον τουρισμό, καθώς πολλά παιδιά εγκαταλείπουν το σχολείο για να εργαστούν στις οικογενειακές επιχειρήσεις. Είναι φανερό ότι τα υψηλά ποσοστά μαθητικής διαρροής δημιουργούν άτομα τα οποία σε σχέση με τον τουρισμό είναι: α) λειτουργικά αμόρφωτοι και άρα δύσκολο να αναπτύξουν εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα, β) στερημένα από αισθητικές αντιλήψεις και άρα περισσότερο επιρρεπείς στο να αποδεχτούν την κυρίαρχη τουριστική οπτική που συνδέεται μονοδιάστατα με το κέρδος, γ)

αδιάφοροι με τα κοινά και τα κινήματα της κοινωνίας των πολιτών, που ούτως ή άλλως συνδέονται με την ανάπτυξη ενδιαφερόντων και ευαισθησιών, δ) αδυνατούν να αναπτύξουν μια ποιότητα ζωής και την αναγκαία κριτική σκέψη, που προχωρά στις αναγκαίες ρίζες και τομές με τα υπάρχοντα μοντέλα. Η εκπαίδευση άλλωστε, για μεγάλο διάστημα θεωρήθηκε ως βασικός παράγοντας της οικονομικής ανάπτυξης και όλες οι χώρες του κόσμου θεώρησαν καθήκον να αυξήσουν τις δαπάνες για την εκπαίδευση (Κάτσικας & Θεριανός, 2007:200–204).

7.2. Η δυναμική της τοπικής κοινωνίας

Μια πολύ σημαντική πηγή για την εφαρμογή των πολιτικών της αειφόρου ανάπτυξης είναι και ο βαθμός συνειδητοποίησης της τοπικής κοινωνίας πάνω σε ζητήματα περιβαλλοντικής αγωγής. Σήμερα, αν και μιλήσαμε για τις αρνητικές επιπτώσεις της διάχυσης των καταναλωτικών προτύπων στη τοπική κοινωνία, μια θετική πλευρά είναι ότι ο τοπικός πληθυσμός αποκτά αυξημένες οικολογικές ανησυχίες. Έτσι υπάρχουν σήμερα πλήθος φιλοζωικών και οικολογικών οργανώσεων στο νησί, οι οποίες ευαισθητοποιούν την κοινωνία των πολιτών και οργανώνουν την προάσπιση των φυσικών πόρων του νησιού. Η σύγχρονη λειτουργία της δημοκρατίας, όπως και κάθε δημοκρατικού πολιτεύματος προϋποθέτει την ενεργή συμμετοχή των πολιτών και τον έλεγχο της κεντρικής εξουσίας. Έτσι οι ποικίλες οργανώσεις των πολιτών δεν μένουν απαθείς έναντι των όποιων αυθαιρεσιών και παραλείψεων της τοπικής, περιφερικής και κεντρικής εξουσίας. Η οικολογική έκφραση των πολιτών φτάνει τόσο στην Ελλάδα, όσο και στις ανεπτυγμένες δημοκρατίες ως την οργάνωση «πράσινων» κομμάτων τα οποία προωθούν τα οικολογικά αιτήματα και ταυτόχρονα ευαισθητοποιούν και τα λοιπά πολιτικά κόμματα. Οι οικολογικού ενδιαφέροντος οργανισμοί μπορεί να είναι τοπικού, εθνικού ή διεθνούς επιπέδου. Οργανισμοί που σχετίζονται με την αειφορία είναι: το Δίκτυο Μεσόγειο SOS, η Ελληνική Εταιρία για την προστασία του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, η Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρία, η Ελληνική φιλοζωική Εταιρία, το Ελληνικό Κέντρο Περιθαλψής Άγριων Ζώων, το Ελληνικό Κέντρο Υγροτόπων-Βιοτόπων, το Επιμελητήριο Περιβάλλοντος και Βιωσιμότητας (Ανδριώτης, 2008: 247).

Οι τοπικοί αναπτυξιακοί, περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί σύλλογοι, αποτελούν ομάδες συμφερόντων στις τουριστικές περιοχές. Είναι η συλλογική έκφραση συμφερόντων και απόψεων που διαμορφώνονται στο τοπικό επίπεδο για την τουριστική ανάπτυξη και τις επιπτώσεις της πάνω στην τοπική κοινωνία. Οι θεματικές που μπορεί να απασχολήσουν τις οργανώσεις αυτές και είναι μεγάλης σημασίας για τον τουρισμό. Τέτοιες θεματικές είναι η ανάπτυξη εκτεταμένων τουριστικών υποδομών, τα χωροταξικά και πολεοδομικά προβλήματα, η διατήρηση της τοπικής παράδοσης, οι κοινωνικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης, ο έλεγχος της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων. Πολλές από αυτές τις οργανώσεις γεννήθηκαν ως αποτέλεσμα ακριβώς των κοινωνικοοικονομικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού (Τσάρτας, 1996: 159 - 162). Ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός και η συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων ατόμων στην ανάπτυξη, θεωρούνται ουσιώδη ζητήματα, τα οποία εστιάζουν στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου εθνικού δικτύου πολιτικής προστασίας, εκτιμώντας ότι η προστασία, η αναβάθμιση και η αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος, αποτελεί το υπόβαθρο για την προστασία της δημόσιας υγείας, την άνοδο της ποιότητας ζωής των πολιτών καθώς και το βασικό παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας (Ζούμπου, 2009: 6).

Με τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι η τοπική κοινωνία, παρά τα προβλήματα στον ορισμό του περιεχομένου της, μπορεί να ενεργήσει και να εκφραστεί τόσο μέσα από τα τοπικά όργανα αυτοδιοίκησης, όσο και καθαρά στον οικονομικό τομέα. Ειδικά η περίπτωση μορφών του εναλλακτικού τουρισμού θέτει τη δυνατότητα η τοπική κοινωνία να αναπτύξει

παραγωγικά δίκτυα και επιχειρήσεις, που να αλληλοϋποστηρίζονται και να προωθούν μια μεγάλη γκάμα τοπικών προϊόντων. Έτσι αγροτικά προϊόντα, προϊόντα της τοπικής χειροτεχνικής παράδοσης, μεταποιημένα προϊόντα, μπορούν να προωθούνται τόσο για τις ανάγκες των καταλυμάτων, όσο και για άμεση πώληση στους τουρίστες. Άλλωστε σημειώνεται ότι παρά το γεγονός ότι οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες έχουν τεράστιες και πολλαπλάσιες ανάγκες από τις μικρές, ωστόσο μπορεί να απευθύνονται σε πολύ μικρότερο ποσοστό στην αγορά των τοπικών προϊόντων και να επιλέγουν προμηθευτές του εξωτερικού κατά βάση (τροφοδοσία, εξοπλισμός κτλ) (Ανδριώτης, 2008: 89 - 97).

Τα παραπάνω σημεία θέτουν και ένα διαφορετικό πλαίσιο αισθητικής και αξιολόγησης της τέχνης και από την πλευρά της τοπικής κοινωνίας. Η παραγωγή και η ενίσχυση της παραγωγής γνήσιων προϊόντων της κρητικής τέχνης (τόσο της παραδοσιακής, υφαντά π.χ., όσο και της σύγχρονης) μπορεί να θέσουν ένα υψηλότερο στάνταρ ποιότητας στην αγορά τουριστικών αντικειμένων, βοηθώντας τον τουρισμό να ξεφύγει από το επίπεδο της «τέχνης του αεροδρομίου». Ένα έξοχο παράδειγμα συνεργασίας τουρισμού - τοπικής κοινωνίας, που μάλιστα αφορά μια μεγάλη ξενοδοχειακή αλυσίδα, είναι η απόφαση της Grecotel, να πωλεί στα ξενοδοχεία της αντικείμενα κατασκευασμένα από τις μοναχές της Ι. Μ. Αγίας Άννας, ενώ ταυτόχρονα οι πελάτες του ξενοδοχείου έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν το Μοναστήρι και να παρακολουθήσουν τις Ακολουθίες (Ανδριώτης, 2008: 56).

Ένας σημαντικός πόρος, που μπορεί να ενισχύσει την ανάπτυξη του αγροτουρισμού στην Κρήτη, είναι ο χαρακτήρας της υπαίθρου και των χωριών. Τα κρητικά χωριά στην πλειοψηφία τους δεν έχουν ερημώσει και βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις από μεγάλα αστικά κέντρα. Παράλληλα, οι κάτοικοι έχουν αυξημένο το αίσθημα της αγάπης για τον τόπο τους και το χωριό τους, ενώ, όπως αναφέραμε και παραπάνω όλη η ύπαιθρος, εκτός από τις φυσικές ομορφιές, είναι και διάσπαρτη με ποικίλα ιστορικά μνημεία και αξιοθέατα. Δίπλα σε αυτά, λαμβάνουν χώρα πολλά παραδοσιακά δρώμενα και δραστηριότητες, που χωρίς να λειτουργούν απλά και μόνο σαν τουριστικές «ατραξιόν», μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης των τουριστών και συμμετοχή τους με ενεργητικό τρόπο. Η κουρά των προβάτων, ο τρύγος, τα τοπικά πανηγύρια, οι δένδροφυτεύσεις κτλ, μπορούν να βοηθήσουν ποικίλες μορφές αγροτουρισμού και να προσελκύσουν ενεργητικούς τουρίστες, που επιθυμούν μια ουσιαστική γνωριμία με την τοπική κουλτούρα και τη ζωή του νησιού. Τα ίδια τα χωριά συχνά διασώζουν ενδιαφέροντα αρχιτεκτονικά στοιχεία από το παρελθόν και κοσμούνται από όμορφες και ιστορικές εκκλησίες. Ας αναφέρουμε για παράδειγμα τα εξάισια χειροποίητα τέμπλα των ναών διαφόρων χωριών, τα οποία δεν έχουν προβληθεί αρκετά.

Η εφαρμογή και ο σχεδιασμός της αιεφόρου ανάπτυξης στο νησί μπορεί να ενισχυθεί πολλαπλά με την αξιοποίηση και την προσέλκυση ενδιαφέροντος της επιστημονικής κοινότητας των ιδρυμάτων του νησιού. Αναφέραμε το πλήθος και την ποιότητα των πανεπιστημιακών και τεχνολογικών ιδρυμάτων, που βρίσκονται στην Κρήτη σήμερα. Πολλοί ερευνητές διεξάγουν έρευνες που μπορούν να αξιοποιηθούν τόσο άμεσα, όσο και έμμεσα στον τουριστικό κλάδο και στην εφαρμογή αιεφορικών πολιτικών. Περιττό να τονίσουμε ότι το επιστημονικό δυναμικό συνήθως δραστηριοποιείται σε κοινωνικό επίπεδο μέσα από συλλόγους και φορείς, οι οποίοι ενδιαφέρονται για περιβαλλοντικά, οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Το γεγονός ότι υπάρχει μια τόσο μεγάλη επιστημονική κοινότητα στο νησί, με μεγάλο εύρος ενδιαφερόντων, κάνει δυνατή τόσο την καλύτερη ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας, όσο και την ανάληψη πρωτοβουλιών, που θα στοχεύουν στην ανάπτυξη μοντέλων του αιεφόρου τουρισμού. Πολύ σημαντική πλευρά, βέβαια είναι και η διαπίστωση, από μέρους των επιστημόνων των όποιων προβλημάτων εμφανίζονται στο υπάρχοντα τρόπο λειτουργίας του κρητικού τουρισμού. Σε κάθε περίπτωση το πλαίσιο συνεργασίας και ανταλλαγής απόψεων μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και ακαδημαϊκής κοινότητας μπορεί να διευρυνθεί, ώστε οι προτάσεις που κατατίθενται να επικοινωνούν με τους άμεσα ενδιαφερόμενους.

7.3. Προτάσεις αιεφόρων εφαρμογών στον κλάδο του τουρισμού

Από την άποψη του μαζικού τουρισμού το ζητούμενο βρίσκεται στην αναζήτηση μιας συμβιωτικής σχέσης μεταξύ του τουρισμού και του περιβάλλοντος, παρά τις όποιες αντινομίες, που φαίνεται ότι περικλείονται στη σχέση αυτή. Αναφέραμε άλλωστε ότι η έννοια του αιεφόρου τουρισμού δεν περιορίζεται μόνο σε κάποια εναλλακτική μορφή τουρισμού, αλλά αφορά όλες τις μορφές τουρισμού. Σε σχέση με το νησί και τον κλάδο των ξενοδοχείων, που αποτελεί μια από τις σημαντικότερες διαστάσεις του τουρισμού στην Κρήτη, πρέπει να κατανοήσουμε: τα λειτουργικά χαρακτηριστικά της μονάδας και τα χαρακτηριστικά των πελατών, τα σημεία εκκίνησης, καθώς μερικές μονάδες έχουν λάβει ήδη κάποια μέτρα, τη νομοθεσία και τις τοπικές και περιφερειακές προτεραιότητες (για παράδειγμα αναφέραμε τη διάβρωση των ακτών ως κύριο πρόβλημα των ακτών δυτικά της πόλης των Χανίων) (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 241).

Έτσι μια πολύ σημαντική διάσταση του αιεφόρου τουρισμού είναι η εισαγωγή εκείνων των εργαλείων που κάνουν με τρόπο άμεσο συμβιωτική τη σχέση μαζικού τουρισμού - αιεφορίας. Στο βαθμό που πραγματικά τηρούνται οι εθνικές νομοθεσίες και οι διεθνείς αποφάσεις, η προστασία και η διάσωση του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς από την επιχειρηματική δραστηριότητα είναι εφικτή. Σήμερα προβάλλεται ως πρότυπο του τουρισμού το σχήμα: Τουρισμός + περιβάλλον + πολιτισμός = Πολιτισμικός - Περιβαλλοντικός - Τουρισμός (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης & Λύτρας, 1999: 307). Παράλληλα, υψηλότερα κέρδη μπορούν να επιτευχθούν μέσω αιεφορικών επιχειρησιακών πρακτικών που μειώνουν τα κόστη και αυξάνουν τα έσοδα με ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ηλιακοί θερμοσυσσωρευτές, φωτοβολταϊκά, λάμπες οικονομίας, ανακύκλωση υλικών και απορριμμάτων κτλ) (Ανδριώτης, 2008: 230).

Ορισμένοι ενδεικτικοί τρόποι για την εξοικονόμηση ενέργειας σε ήδη υπάρχοντες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι: ηλεκτρικές συσκευές με υψηλή ενεργειακή απόδοση, ηλεκτρονικές συσκευές με πιστοποιημένη χαμηλή ενεργειακή κατανάλωση, βελτίωση της λειτουργίας των κλιματιστικών και των καυστήρων, ρύθμιση του θερμοσίφωνα στους 50oC, του κλιματιστικού στους 26oC βαθμούς το καλοκαίρι και στους 20oC βαθμούς το χειμώνα, ηλιακός θερμοσίφοντας, ανεμιστήρες οροφής, λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, κατάλληλη θερμομόνωση (που είναι η βασική προϋπόθεση για την προστασία κάθε κτιρίου από το κρύο και τη ζέση), σκίαστρα, τέντες ή περσίδες τη θερινή περίοδο - κυρίως σε νότιο και δυτικό προσανατολισμό -, φύτευμα στο δώμα ή στην ταράτσα φυτών (που προσφέρουν οξυγόνο, άριστη θερμομόνωση, ενώ βελτιώνουν και την αισθητική του χώρου), σύνδεση πλυντηρίου ρούχων και πιάτων με τον ηλιακό θερμοσίφωνα για την παροχή ζεστού νερού, εναλλακτικές μορφές ενέργειας όπως φωτοβολταϊκά, ανεμογεννήτριες, γεωθερμική ενέργεια και βιομάζα. Έτσι υπάρχουν πολλές και σχετικά απλές εφαρμογές που μπορούν να εξοικονομήσουν ενέργεια στις μεγάλες τουριστικές μονάδες, ενώ ταυτόχρονα είναι ιδιαίτερα κερδοφόρες και για τους ιδιοκτήτες των ξενοδοχείων.

Άλλωστε η αυξημένη ζήτηση ηλεκτρικού ρεύματος μέσα στην τουριστική σεζόν έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση του φαινομένου της διακοπής ρεύματος μέσα στη σεζόν, όπως αναφέρουν το 37,5% των διευθυντών ξενοδοχείων στη Κρήτη τα τελευταία χρόνια. Οι διακοπές του ηλεκτρικού ρεύματος λόγω υπερφόρτωσης του δικτύου έχουν αρνητικές συνέπειες στις δραστηριότητες των ξενοδοχείων, ειδικά το καλοκαίρι (Donatos, 1991).

Δίπλα σε αυτά, φυσικά κεντρικός είναι ο ρόλος του κράτους για την εφαρμογή μιας πολιτικής που θα αυξάνει το ποσοστό της παραγόμενης ενέργειας της χώρας από εναλλακτικές πηγές. Η Ελλάδα έχει έξοχο κλίμα για την εκμετάλλευση της αιολικής και ηλιακής ενέργειας. Ωστόσο δεν απουσιάζουν και εδώ τα προβλήματα και ο κίνδυνος οι εφαρμογές να μην έχουν κατ' ουσία πράσινο περιεχόμενο. Τα κολοσσιαία αιολικά πάρκα θα προκαλέσουν μεγάλες και μη αναστρέψιμες αλλοιώσεις στο φυσικό περιβάλλον της Κρήτης,

με πολλαπλές παράπλευρες οικονομικά, οικολογικά και κοινωνικά δυσμενείς επιπτώσεις. Οι χωματουργικές παρεμβάσεις θα βοηθήσουν στη διάβρωση του εδάφους με κίνδυνο να απομακρυνθεί το αβαθές ωφέλιμο επιφανειακό εδαφόστρωμα και στην εξαφάνιση της φτωχής λόγω υψομέτρου φυτικής εδαφοκάλυψης. Το γεγονός αυτό διαχρονικά θα αλλοιώσει τη φυσιογνωμία της φυτοκοινωνίας και θα επιδεινώσει το φαινόμενο της ερημοποίησης, που απειλεί σε έντονο βαθμό τα βουνά της Κρήτης.

Επιπλέον η απογύμνωση της επιφάνειας του τοπίου θα περιορίσει ακόμα περισσότερο την υποβαθμισμένη βοσκοϊκανότητά του (Μπούρμπος, 2012). Έτσι, η διάδοση των εναλλακτικών πηγών ενέργειας πρέπει να αποτελεί μια εφαρμογή με ουσιαστικό περιεχόμενο, πράγμα που σημαίνει: 1) να είναι πραγματικά φιλική προς το περιβάλλον, 2) να έχει τη στήριξη της τοπικής κοινωνία, 3) να εντάσσεται αρμονικά στον παραγωγικό ιστό κάθε τοπικής κοινωνίας και όχι επιβαρυντικά προς τους άλλους κλάδους παραγωγής. Στο τομέα κάθε τουριστικής επιχείρησης, τόσο μικρής όσο και μεγάλης, υπάρχουν πλήθος απλών και χωρίς σημαντικό κόστος εφαρμογών, οι οποίες μπορούν να εξοικονομήσουν ενέργεια και νερό.

Τέτοιες απλές μεθόδους αναφέρουμε παρακάτω. Ενδεικτικοί μέθοδοι εξοικονόμησης νερού: αισθητήρες σε όλες τις βρύσες για αυτόματο κλείσιμο, μετρητές κατανάλωσης νερού σε όλο το κτίριο, καζανάκια με μηχανισμό διπλής ροής νερού, καζανάκια χαμηλής ροής, συσκευές μετατοπίσεως νερού στα καζανάκια, τηλέφωνα ντους χαμηλής ροής νερού και τηλέφωνα ντους νερού με ποσοστά αέρα, βιολογικός καθαρισμός και ΕΠ.ΑΝάχρηση νερού, συλλογή βρόχινου νερού και συστήματα βιολογικού καθαρισμού. Ενδεικτικοί μέθοδοι εξοικονόμησης πόρων: ανακύκλωση σε γυαλί, μαγειρικό λάδι, χαρτί, πλαστικά, μπαταρίες κ.α. (Ποράβου, χ.χ.).

Τα «Πράσινα ξενοδοχεία» εκτός του ότι εξοικονομούν χρήματα στον ιδιοκτήτη, εξοικονομούν φυσικούς πόρους στον πλανήτη, ενισχύοντας τη βιωσιμότητα, ενώ παράλληλα προωθούν την περιβαλλοντική συνείδηση στους φιλοξενούμενους. Τέλος, υπάρχουν τουρίστες που είναι "περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένοι" εφαρμόζοντας απλές πρακτικές εξοικονόμησης στην καθημερινότητα και που θέλουν όταν ταξιδεύουν να τους δίνεται η ίδια δυνατότητα εφαρμογής των πιστεύω τους. Στο πλαίσιο της λειτουργίας των ξενοδοχείων μια σημαντική κίνηση, που προσπαθεί να ευαισθητοποιήσει τόσο τους εργαζόμενους στον τουρισμό, όσο και τους τουρίστες και την τοπική κοινωνία είναι ο θεσμός του «Green Key». Τα βραβεία αυτά, που οι ξενοδοχειακές μονάδες μπορούν να αναρτήσουν και σε εμφανές σημείο των κοινόχρηστων χώρων τους έχουν και το ρόλο της διαφήμισης και της προβολής των ευαισθησιών της κάθε ξενοδοχειακής μονάδας. Τα κριτήρια για τη βράβευση μιας επιχείρησης με το οικολογικό σήμα ποιότητας "the Green Key" χωρίζονται στις παρακάτω 12 κατηγορίες:

1. Περιβαλλοντική διαχείριση
2. Συμμετοχή του προσωπικού
3. Πληροφόρηση των πελατών
4. Διαχείριση νερού
5. Πλύσιμο και καθαρισμός
6. Διαχείριση απορριμμάτων
7. Ενέργεια
8. Τρόφιμα και ποτά
9. Εσωτερικό περιβάλλον
10. Κήποι και χώροι στάθμευσης
11. Πράσινες δραστηριότητες
12. Διοίκηση («Κριτήρια»).

Τόσο από την εφαρμογή του θεσμού του Green Key, όσο και από την άποψη του σύγχρονου μάνατζμεντ, στις κάθε είδους ξενοδοχειακές μονάδες, γίνεται φανερό ότι μια

σημαντική δυνατότητα εφαρμογής αειφορικών προτύπων είναι η κινητοποίηση και η συνειδητοποίηση των εργαζόμενων στο τουρισμό, ώστε να εφαρμόζουν την ανακύκλωση, την εξοικονόμηση ενέργειας, να αναπτύσσουν πράσινες δραστηριότητες μέσα στο ξενοδοχείο, αλλά να δραστηριοποιούνται σαν ενεργοί πολίτες για ζητήματα ανάπτυξης και περιβάλλοντος. Άλλωστε, οι σύγχρονες μορφές μανάτζμεντ δίνουν έμφαση στην υιοθέτηση από την πλευρά των εργαζομένων των στόχων της εταιρίας και την ομαδική εργασία (Ραμματά, 2011: 286 - 311). Ακόμα και «τολμηρές» προσπάθειες χαρακτηρίζουν το σύγχρονο κλάδο των ξενοδοχείων, όπως στην περίπτωση του ενός από τα πολυτελέστερα ξενοδοχεία της Κοπεγχάγης, το Crowne Plaza, που προτείνει στους πελάτες του να κάνουν ποδήλατο για να ηλεκτροδοτήσουν το κτήριο του με «πράσινη» ενέργεια. Κάθε πελάτης που θα ανέβει στο ποδήλατο, το οποίο είναι συνδεδεμένο με μια γεννήτρια, και θα παράγει τουλάχιστον 100 βατ την ώρα θα αποζημιωθεί με ένα γεύμα αξίας 200 κορόνων (περίπου 27 ευρώ) («Δανία: Ξενοδοχείο προτείνει σε πελάτες να κάνουν ποδήλατο για ηλεκτρική ενέργεια»). Το παραπάνω παράδειγμα μας δείχνει όχι μόνο τη φαντασία της επιχείρησης, που δείχνει έτσι τις οικολογικές της ευαισθησίες, αλλά και το βαθμό, που τα οικολογικά θέματα συγκινούν την κοινή γνώμη και τους τουρίστες.

Παράλληλα το πράσινο μανάτζμεντ έχει θετικές επιπτώσεις πάνω στις προσπάθειες διαφήμισης και προβολής της επιχείρησης (Ανδριώτης, 2008: 230). Αναφέραμε ότι: 1) οι τουρίστες σήμερα αναπτύσσουν ευαισθησίες σε σχέση με το περιβάλλον, 2) η ανανέωση του τουριστικού προϊόντος περνά μέσα από την προσέλκυση ενεργητικών τουριστών και όχι παθητικών καταναλωτών, 3) η δημόσια εικόνα των ξενοδοχειακών μονάδων λειτουργεί ως διαφήμιση για το τουριστικό προϊόν και αποδεικνύει τις ευαισθησίες της κοινωνίας υποδοχής πάνω σε διάφορα ζητήματα, 4) η περιβαλλοντική πολιτική των καταλυματικών μονάδων προσθέτει βάθος στο τουριστικό προϊόν της Κρήτης και παράλληλα μπορεί να συνδυαστεί με ποικίλες δράσεις και εκφάνσεις της τοπικής κοινωνίας, που δείχνουν στα μάτια του ξένου το σύγχρονο πολιτιστικό πλούτο και την κουλτούρα των ντόπιων, ενώ προσφέρουν ένα άλλο πλαίσιο οικοδόμησης της σχέσης τουρίστα - ντόπιου, που ξεφεύγει από την καχυποψία και τα στενά οικονομικά όρια. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι πέρα από τους άλλους παράγοντες, που κάνουν τόσο αναγκαία την εφαρμογή αειφορικών πολιτικών, το θέμα είναι ότι η παγκόσμια τουριστική αγορά τείνει να αναπτύξει οικολογικές ευαισθησίες, που ίσως στο μέλλον κάνουν τελείως ανεπιθύμητο έναν τουριστικό τόπο λόγω της μη συμμόρφωσης με αειφορικά πρότυπα.

Το ζήτημα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι, βέβαια, κατά πόσο οι θετικές ενέργειες των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων έχουν ένα ουσιαστικό περιεχόμενο ή μπορούν να ξεπέσουν σε απλές προσπάθειες διαφήμισης, χωρίς να αποτελούν κομμάτι μιας αειφορικής πολιτικής. Ένα παράδειγμα που μπορούμε να αναφέρουμε είναι ότι το Δασαρχείο Αμαλιάδας προχώρησε σε υποβολή ποινικής δίωξης κατά της ξενοδοχειακής μονάδας της Grecotel στα Λουτρά της Κυλλήνης, καθώς η εν λόγω μονάδα είχε κόψει παράνομα κάποια δέντρα από το παρακείμενο δάσος («Δίωξη δασαρχείου στη Grecotel για κοπή δέντρων»). Το γεγονός ότι το περιστατικό αυτό αφορά μια από τις μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων, που διαφημίζει κιόλας τις περιβαλλοντικές της ανησυχίες, θέτει ερωτήματα, τόσο για το πραγματικό αντίκρισμα των διακηρύξεων, όσο και για την πρακτική (σε κάθε σφαίρα που αφορά το περιβάλλον) κάθε άλλης μικρότερης ξενοδοχειακής μονάδας.

7.4. Οι νέες μορφές τουρισμού

Ένας σημαντικός παράγοντας που μπορεί να εξωθήσει σε πολιτικές αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, είναι η ανάδυση του λεγόμενου «πράσινου τουρίστα» (green tourist). Σήμερα με αφετηρία τις αρχές της δεκαετίας του 1990 εμφανίζεται ένα νέο είδος τουρίστα διαφορετικό από τον παλιό. Θέλει περισσότερες εμπειρίες, είναι πράσινος, είναι πιο

ευέλικτος, πιο ποιοτικός και περισσότερο ανεξάρτητος (Holden, 2008: 47). Η στάση του τουρίστα έναντι του περιβάλλοντος αντανακλάται στην συμπεριφορά του (Ο.π.: 48). Οπότε, είναι δυνατό, δίνοντας τα κατάλληλα πρότυπα και διαφημίζοντας την οικοδόμηση ενός πράσινου τουρισμού, να οικοδομηθεί μια προνομιακή σχέση με εκείνο το κομμάτι της τουριστικής αγοράς, που παρουσιάζει αυξημένες οικολογικές ευαισθησίες (Ο.π.: 51). Αν και φαίνεται ακόμα να μην έχει κυρίαρχη θέση στην τουριστική αγορά, ο πράσινος τουρίστας, ως κομμάτι του κινήματος των καταναλωτών, κερδίζει έδαφος και είναι αυτός που διεκδικεί στη χώρα προορισμού να ακολουθούνται πολιτικές φιλικές προς το περιβάλλον και πρακτικές τέτοιες, που ευνοούν την αειφορία. Για παράδειγμα, ο πράσινος τουρίστας προτιμά τα μέσα μαζικής μεταφοράς και όχι τα ιδιωτικά αυτοκίνητα, ενώ ίσως εμφανιστεί και ο τύπος του αειφόρου τουρίστα, που θα ενδιαφέρεται για τη διατήρηση της τοπικής κοινότητας και του περιβάλλοντος της χώρας προορισμού του (Swarbrooke, 2002: 26).

Παράλληλα προβάλλεται σήμερα το πρότυπο του ενεργητικού τουρίστα, που έχει ως αυτοσκοπό την περιήγηση, τη γνωριμία με το περιβάλλον και τον ντόπιο πληθυσμό (Ανδριώτης, 2008: 73). Η εδραίωση τέτοιων τύπων τουριστών συμβάλει θετικά στην υιοθέτηση αειφορικών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, καθώς οι κοινωνίες υποδοχής τουριστών, ακόμα και αν δεν έχουν γνήσιο ενδιαφέρον για την αειφορία, ωστόσο οι εμπλεκόμενοι τοπικοί φορείς θα παρακινηθούν να αναλάβουν ανάλογα πρότυπα. Η ανάπτυξη αυτών των νέων ευαισθησιών και ενδιαφερόντων των τουριστών, θέτει την ικανότητα της υπέρβασης του παθητικού καταναλωτή τουρίστα, που επικεντρωνόταν στα 3S: (Sea, Sun and Sex). Επίσης μπορούμε να πούμε ότι ο μαζικός τουρισμός την εποχή της ανάπτυξης του διέδωσε στον τοπικό πληθυσμό τα καταναλωτικά πρότυπα. Αντίστοιχα, ο «πράσινος τουρίστας» μπορεί να διαδώσει στην τοπική κοινωνία τα πρότυπα της οικολογίας και της αειφορίας. Προς αυτή την κατεύθυνση, μπορούμε να είμαστε αισιόδοξοι, καθώς σταδιακά βλέπουμε ότι αξίες και αρχές σεβασμού του περιβάλλοντος να διαχέονται σταδιακά στην κοινωνία μας και μπορεί στο μέλλον να φαντάζει εντελώς βάρβαρο και πρωτόγονο γεγονός η χρήση βενζινοκινητήρων ή πισίνες ή γκαζόν και οι αρχές της αειφορίας να αποτελούν στάνταρτ κάθε είδους τουριστικής κίνησης.

Αν και η αειφορία αναφέραμε ότι αφορά πολλές μορφές τουρισμού, ωστόσο πρέπει να σημειώσουμε ότι προνομιακά η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης βρίσκει εφαρμογή στον τομέα του αγροτουρισμού καθώς: α) προσφέρει έναν τουρισμό μικρής κλίμακας, β) δρα συμβιωτικά και υποστηρικτικά με την ύπαιθρο και τις δραστηριότητες της, γ) είναι εφαρμόσιμος με ήπιες και μικρές επενδύσεις, δ) συνδέεται στενά με τη ζωή της τοπικής κοινότητας, ε) προσφέρει ενεργητικές δραστηριότητες στον τουρίστα, ζ) οικοδομείται σε ένα πλαίσιο εκτός των 3S's (Sun, See & Sex) και επιτρέπει τη γνωριμία του ξένου με την πλούσια τοπική παράδοση²², αλλά και ένα άλλο πλαίσιο επικοινωνίας μεταξύ ντόπιου και ξένου.

Με βάση τους τοπικούς παράγοντες κάθε περιοχής είναι δυνατό να καθοριστεί για την ύπαιθρο το σύνολο των υφιστάμενων ή δυνητικών πόρων. Έτσι πρέπει να καθοριστούν: 1) Το ευρύτερο πλαίσιο για το πρόγραμμα τουριστικής ανάπτυξης. 2) Η μορφή οι δυνατότητες και η τοποθεσία για την ανάπτυξη του τουριστικού έργου. 3) Το είδος των δραστηριοτήτων που θα αναπτυχθούν 4). Τα επιθυμητά όρια για τον τουρισμό με βάση τη φέρουσα ικανότητα. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια πρέπει να ληφθεί υπόψη το ελάχιστο όριο, κάτω από το οποίο θα είναι ανεπαρκείς οι προσπάθειες για τουριστική ανάπτυξη και ένα μέγιστο όριο που δεν θα πρέπει να ξεπεραστεί ώστε να μην επιφέρει ο τουρισμός υποβάθμιση της περιοχής (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001: 205). Ας σημειώσουμε ότι η πρόθεση για την ανάπτυξη τέτοιων ειδών τουρισμού, που να συνδέονται με την τοπική κοινωνία, έρχεται κατά κάποια έννοια να φέρει στο φως και να διορθώσει το γεγονός ότι η βιομηχανική παραγωγή (και ο

²² Ο Κωνσταντίνος Ανδριώτης αξιολογεί πολύ θετικά τον αγροτουρισμό σε σχέση με την αειφόρα ανάπτυξη, βρίσκοντας ότι οι βασικές θέσεις περί αειφορίας στο τουρισμό πραγματοποιούνται σε αυτή την περίπτωση (Ανδριώτης, 2008).

μαζικός τουρισμός) έχουν κόστος το οποίο δεν υπεισέρχεται στην τελική τιμή του προϊόντος και το βάρος του το φέρει το σύνολο της κοινωνίας και του περιβάλλοντος και όχι ο ιδιώτης αγοραστής (Γκρουλ, 1982: 134 - 136).

Ένα πρόβλημα που σημειώνεται σε σχέση με τον αγροτουρισμό είναι και η οργάνωση της προώθησης του (Clarke, 2004). Το μάρκετινγκ αποτελεί τον αδύνατο κρίκο του αγροτουρισμού. Παράγοντες όπως ο περιορισμένος προϋπολογισμός, η ποικιλία των ενδιαφερόντων των ιδιοκτητών και η μη ξεκάθαρη εννοιολόγηση του κλάδου αποτελούν αδυναμίες στην προσπάθεια προώθησης του αγροτουρισμού. Ουσιαστική βοήθεια στον αγροτουρισμό μπορεί να δοθεί από την συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού φορέα. Έτσι, από τη φύση του ο αγροτουρισμός είναι αντικείμενο ευθύνης από το εθνικό επίπεδο ως την τοπική κοινωνία. Το μάρκετινγκ στον αγροτουρισμό υπάρχει τόσο στο επίπεδο της εθνικής πολιτικής, όσο και σε περιφερειακό και τοπικό. Παράλληλα, συνδέεται όχι μόνο με προορισμούς, αλλά και με διαφορετικούς τομείς της οικονομίας, όπως τη γεωργική και κτηνοτροφική παραγωγή, ενώ παράλληλα, όπως και σε κάθε άλλο είδος τουρισμού, ο αγροτουρισμός πρέπει να περιλαμβάνει πόλους έλξης, δραστηριότητες, παροχές και δομές, καθώς και ανταγωνιστικές προσφορές προς τους τουρίστες (Clarke, 2004: 87 – 91, 98).

Στη χώρα μας δραστηριοποιείται ο Σ.Ε.ΑΓ.Ε. (Σύνδεσμος Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδος), που στοχεύει στη διαμόρφωση ταυτότητας στο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας καθώς και στην προβολή του σε ένα ευρύτερο κοινό, στη χώρα μας και στο εξωτερικό. Επιδιώκει τη δικτύωση των Ενώσεων Αγροτουρισμού και των επιχειρήσεων - μελών τους, τη διασφάλιση και αναβάθμιση της ποιότητας τοπικά παραγόμενων αγροτουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, τη διευκόλυνση της προώθησης αυτών στις τοπικές αλλά και ευρύτερες αγορές και τέλος στην προσέλκυση και τη διευκόλυνση επισκεπτών από τον ευρύτερο ελλαδικό αλλά και το διεθνή χώρο («Παρουσίαση του Σ.Ε.ΑΓ.Ε.»).

Έτσι μπορούμε να πούμε ότι αν και στη χώρα μας σημειώνεται το γεγονός ότι κυριαρχούν οι μικρές μονάδες και ότι εκ των πραγμάτων αυτές οι μονάδες έχουν περιορισμένες δυνατότητες προσφορών έναντι των μεγάλων μονάδων, ο αγροτουρισμός στην Κρήτη, όπου τα μεγέθη και των αστικών κέντρων παραμένουν σχετικά μικρά, μπορεί να προσφέρει μια βάση για την ανανέωση του τουριστικού προϊόντος. Το 2012 πραγματοποιήθηκε μάλιστα στα Χανιά, το Ρέθυμνο και τα Πεζά (3 – 4 – 5 Απριλίου αντίστοιχα) το πρώτο Πανελλήνιο Συνέδριο του Σ.Ε.ΑΓ.Ε. με τίτλο «Τουρισμός Υπαίθρου-Αγροτουρισμός», όπου διαπιστώθηκαν το περιεχόμενο, οι προοπτικές και οι ανάγκες του τομέα των αγροτουριστικών μονάδων. Μεταξύ άλλων τονίστηκε από την κ. Μιλαράκη, ότι στη χώρα μας υπάρχει κενό της επίσημης πολιτείας και παντελής έλλειψη κριτηρίων βάσει των οποίων θα έπρεπε να χαρακτηριστεί η κάθε μονάδα. Επίσης ανέφερε ότι στόχος είναι ένα μοντέλο που περιορίζει την ανισότητα μεταξύ πόλης - χωριού και προσφέρεται για την ανασυγκρότηση και διάσωση της υπαίθρου. Τόνισε επίσης ότι ο αγροτουρισμός ενισχύει τον κοινωνικό ιστό με τη συνεργασία πολλών μικρών διαφορετικών επιχειρήσεων στην ύπαιθρο που όλες μαζί δημιουργούν μια ενότητα και εκφράζουν μια ήπια εναλλακτική μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολύδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με κινητοποίηση των παραγωγικών και πολιτιστικών δομών του τόπου και με αειφορικά αποτελέσματα («Πρακτικά 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτουρισμού 2012»: 2 - 3).

Έτσι βλέπουμε ότι αυτή η διάσταση του τουρισμού προσφέρει κάποιες δυνατότητες διαφορετικής προσέγγισης τουρίστα - ντόπιου και παράλληλα την δυνατότητα να επαναπροσδιοριστεί ο αγροτικός τομέας, όχι σαν συμπληρωματική απασχόληση, αλλά σαν δυναμικός τομέας της οικονομίας, που παράγει και μεταποιεί τα αγαθά του, ενώ ταυτόχρονα τα διαφημίζει (αφού τα πουλά σε τουρίστες, που προέρχονται από πολλά μέρη του κόσμου). Τη διάσταση αυτή τόνισε και ο κ. Δανέλης στο συνέδριο, καθώς με την μεταρρύθμιση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής, οι γεωργοί θα εξωθηθούν περισσότερο ακόμα στην αγορά και θα πρέπει μέσα στις νέες συνθήκες να αναπτύξουν στρατηγικές διαφοροποίησης των

εισοδημάτων τους, πράγμα που μπορεί να γίνει μέσα από τον αγροτουρισμό («Πρακτικά 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτουρισμού 2012»: 27). Άλλωστε οι ποικίλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εντός του αγροτουρισμού λειτουργούν συνεργατικά και όχι ανταγωνιστικά στο εσωτερικό τους (Clarke, 2004: 92 - 93). Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει το πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ των κατοίκων της κοινότητας, ώστε να προωθήσουν τα προϊόντα τους και τις υπηρεσίες τους αντλώντας όφελος σαν ομάδα.

Σήμερα στην Κρήτη λειτουργούν αρκετές αγροτουριστικές μονάδες, κάποιες από τις οποίες, μάλιστα αποτελούν πρωτοποριακές εφαρμογές, που αναφέρονται στη σχετική επιστημονική βιβλιογραφία (Ανδριώτης, 2008: 281 – 284). Στον ιστότοπο του Σ.Ε.ΑΓ.Ε. αναφέρονται στην Κρήτη οι παρακάτω μονάδες. Στο Ηράκλειο: Country Hotel Velani, Ξα σου, Εαρινό, Βίλα Κεράσια, Αρόλιθος, Αγιόκλημα. Στα Χανιά: Natalias Houses, Μετόχι Κινδελή, Ευτραπελία, Βίλα Φιλίτσα, Βίλα Πρινόλιθος, Μηλιά, Βάμος. Στο Ρέθυμνο: Ξενώνας Ηδύλη, Θημωνιές, Δαλαμπέλος, Βίλα Αλλαρία, Βίλα Κύνθια. Στο Λασιθί: Ξενώνας Βιλαέτι, Δωροβίνης Μικρόσπιτα Διακοπών, Βίλες Μόχλος.

Είναι φανερό ότι στο νησί μπορεί να επεκταθεί ο θεσμός του αγροτουρισμού, αφού μάλιστα συνδυαστεί με τον υπολογισμό της φέρουσας ικανότητας. Ωστόσο, πρέπει να σημειώσουμε ότι οι υπάρχουσες μονάδες της Κρήτης, δεν έχουν πάντα ένα ξεκάθαρο αγροτουριστικό χαρακτήρα και αναπτύσσουν δομές και δραστηριότητες (πισίνες, κήπους με γκαζόν κτλ), οι οποίες έχουν περισσότερη συνάφεια με το μαζικό τουρισμό μάλλον, παρά με ένα εναλλακτικό εγχείρημα. Επίσης, στις συνθήκες κρίσης ο θεσμός του αγροτουρισμού προσφέρει τη δυνατότητα ενίσχυσης των τοπικών αγροτικών προϊόντων, αλλά ταυτόχρονα και την προστασία της φύσης, με την εισαγωγή μεθόδων παραγωγής περισσότερο φιλικών και την αξιολόγηση από τον τοπικό πληθυσμό των μεθόδων αυτών. Προς αυτή την κατεύθυνση είναι ενδιαφέρουσα η περίπτωση της Τήλου, όπου η ολοκληρωτική απαγόρευση του κυνηγιού, έφερε τουριστική ανάπτυξη και τόνωσε τον τουρισμό, καθώς το νησί έτυχε διαφήμισης, αλλά και αξιολογήθηκε θετικά από πολλούς τουρίστες (Ανδριώτης, 2008: 60). Έτσι έχουμε ένα παράδειγμα του πως ο τουρισμός μπορεί να έχει θετικές επιδράσεις στο περιβάλλον, καθώς δρα ως καταλύτης ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινωνίας πάνω σε θέματα οικολογίας, προστασίας των βιότοπων και ανάπτυξης περισσότερο φιλικών προς το περιβάλλον μεθόδων αγροτικής καλλιέργειας. Ειδικά αυτό το τελευταίο σημείο μπορεί να στηριχθεί στα δίκτυα του αγροτουρισμού, καθώς η χρήση βιολογικών προϊόντων είναι δυνατό να λειτουργήσει σαν ένα παραπάνω κριτήριο της αξιολόγησης του τουριστικού προϊόντος από τους τουρίστες.

Ωστόσο ένας μεγάλος κίνδυνος, που ελλοχεύει σε κάθε αγροτουριστική προσπάθεια ή άλλη μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι ο κίνδυνος τελικά ο αγροτουρισμός να καταλήξει να γίνει όπως ο μαζικός τουρισμός (Holden, 2000: 201). Η αύξηση της ζήτησης ενός τουριστικού προϊόντος πάντα ενέχει τον κίνδυνο αυτό. Αναφέραμε την ιδιόρρυθμη φύση του τουριστικού προϊόντος, που διαφέρει τόσο από τα άυλα αγαθά όσο και από τα υλικά. Έτσι η παραγωγή ενός πλυντηρίου μπορεί να έχει τα ίδια στάνταρ ποιότητας ανεξάρτητα από τη ζήτηση. Η ίδια συσκευή μπορεί να παραχθεί σε 100.000, σε 1.000.000 σε 5.000.000 μονάδες χωρίς αυτό να σημαίνει κάτι κακό για την επιχείρηση. Το ίδιο συμβαίνει και με πολλές άυλες υπηρεσίες. Ένας τουριστικός πράκτορας όσα περισσότερα τουριστικά πακέτα πωλεί, αξιοποιώντας κάθε τουριστικό προορισμό, από την Ασία ως την Μεσόγειο, τόσο το καλύτερο. Ο τουριστικός τόπος υποδοχής, όμως, έχει, ένα μέγιστο όριο δυνατότητας φιλοξενίας, καθώς αναφέραμε ότι κατ' ουσία το εμπόρευμα στον τουρισμό είναι η ίδια η κοινωνία. Αυτό το όριο αφορά τόσο τους φυσικούς πόρους και τις τουριστικές υποδομές, όσο και την ίδια την ευχαρίστηση των τουριστών. Έτσι η οικοδόμηση ενός αειφορικού τουρισμού στην Κρήτη περνά μέσα από την όσο το δυνατό εφαρμογή της μέτρησης της φέρουσας ικανότητας του τόπου. Αν και η έννοια αυτή παρουσιάζει προβλήματα στην εφαρμογή της, καθώς είναι δύσκολο να οριστεί ένας αριθμός επισκεπτών και να αποκλειστεί ένας άλλος

αριθμός, ωστόσο στην περίπτωση των αγροτουριστικών και εναλλακτικών μονάδων, εκ των πραγμάτων η κλίμακα των επενδύσεων και των υποδομών είναι περιορισμένη, θέτοντας ως όριο μικρότερους αριθμούς επισκεπτών. Έτσι η εφαρμογή μιας σχετικής νομοθεσίας, που όπως είδαμε είναι ζητούμενο από τον ελληνικό κλάδο του αγροτουρισμού, ο βαθμός συνειδητοποίησης της τοπικής κοινωνίας και των άλλων εμπλεκόμενων είναι ουσιαστικοί παράγοντες για να διατηρήσει κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού την πραγματική της ταυτότητα.

Σημαντικό κομμάτι για την εφαρμογή της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης, που αφορά τόσο το μαζικό τουρισμό, όσο και τον εναλλακτικό τουρισμό είναι το κομμάτι της διασκέδασης και των δραστηριοτήτων που οργανώνονται για την ψυχαγωγία των τουριστών. Αναφέραμε σε προηγούμενο κομμάτι της εργασίας μας το εύρος και την ποιότητα των δραστηριοτήτων αυτών, από το χορό και το τραγούδι, μέχρι τον περιηγητισμό και τις χειροτεχνικές κατασκευές. Το κομμάτι αυτό της φιλοξενίας των τουριστών, αποδεικνύεται ότι προσφέρει όλα τα υλικά για την οικολογική ευαισθητοποίηση, τη διάχυση πράσινων προτύπων, την προώθηση τάσεων στο τουρισμό και τις δραστηριότητες της ψυχαγωγίας των τουριστών, που να εφάπτονται μιας αειφορικής πολιτικής.

Παράλληλα, αποδεικνύεται ότι ο κλάδος αυτού του τουρισμού απαιτεί εκπαιδευμένο και καταρτισμένο προσωπικό υψηλών προδιαγραφών, που να μπορεί να ανταπεξέλθει στις ανάγκες των πελατών, αλλά και να κάνει ελκυστικές τις δραστηριότητες εκείνες που έχουν μια ποιότητα και αποτελούν εφαρμογή αειφορικών πολιτικών (αντί για χρήση ιδιωτικού αυτοκινήτου, περίπατος και χρήση ποδηλάτου). Εφαρμογή χειροτεχνικών κατασκευών με αναφορές στην ντόπια κουλτούρα ή το περιβάλλον. Δρώμενα με αναφορές σε οικολογικά θέματα. Προώθηση και διαφήμιση των αειφορικών πολιτικών τόσο των επιχειρήσεων, όσο και της τοπικής κοινωνίας.

Όμως στην Ελλάδα ο κλάδος του εμπυχωτή παρουσιάζει πολλαπλά προβλήματα που σχετίζονται με την εποχικότητα του επαγγέλματος και την έλλειψη δημόσιου ενδιαφέροντος για τη σωστή επαγγελματική κατάρτιση των εμπυχωτών. Δίπλα σε αυτά, κυριαρχούν στην αγορά των ξενοδοχείων οι ξένοι εποχικοί υπάλληλοι στον κλάδο του animation, που είναι ανειδίκευτοι και δεν έχουν κανένα σχετικό τίτλο σπουδών. Αυτό το υλικό είναι φανερό ότι όχι μόνο δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της εφαρμογής μιας αειφορικής πολιτικής και διαφήμισης των επιχειρήσεων, αλλά ούτε και σε μια ποιοτική διασκέδαση των πελατών (Γλυνιά & Κώστα, χ.χ.). Από την άλλη πλευρά αναφέραμε ότι σε αγροτουριστικές μονάδες και δίκτυα, ο τοπικός πληθυσμός, είναι κύριος παράγοντας της τουριστικής εικόνας και δεν μπορεί να εισέλθει στον κλάδο της εξυπηρέτησης πελατών χωρίς την αναγκαία κατάρτιση και επιμόρφωση (Ανδριώτης, 2008: 32). Πρόσθετο αρνητικό παράδειγμα και συνάμα ακραίο της ποιότητας του κλάδου animation του κρητικού τουρισμού, είναι η δολοφονία ενός νεαρού πελάτη από ξένο υπάλληλο εμπύχωσης, στην αρχή της σεζόν 2013 στην Κρήτη («Προφυλακίστηκε ο Ολλανδός ανιματέρ για την επίθεση σε 11χρονο Ρώσο»).

Αναφέραμε επίσης την ανάγκη να αναπτύξει ο κρητικός τουρισμός τόσο τον συνεδριακό τουρισμό, όσο και τον θρησκευτικό. Προς αυτή την κατεύθυνση είπαμε ότι το πλήθος των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και η αξιοσύνη του επιστημονικού τους δυναμικού θέτει στέρεες βάσεις για την ανάπτυξη του συνεδριακού δυναμικού, αλλά και του ιατρικού. Ήδη τα διάφορα ιδρύματα του νησιού οργανώνουν ποικίλα συνέδρια, διεθνή ή πανελλαδικά, που δίνουν την ευκαιρία της φιλοξενίας και της γνωριμίας σε ξένους επισκέπτες, αλλά παράλληλα αποτελούν μια εφαρμογή και του συνεδριακού τουρισμού («Διαλέξεις – Συνέδρια - Αρχείο 2012»). Δίπλα σε αυτά, πρέπει να αναφέρουμε και τις πρωτοβουλίες της Εκκλησίας της Κρήτης για την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού, μέσω της υπογραφής πρωτοκόλλου συνεργασίας με το Υπουργείο Τουρισμού. Έτσι η ανάπτυξη αυτών των ειδών τουρισμού θα προσφέρει μια διέξοδο από το πάγιο και πεπαλαιωμένο σχήμα του μαζικού τουρίστα, που όπως είπαμε είναι ενεργοβόρος, παθητικός και προσανατολισμένος μόνο στην

κατανάλωση. Γενικά θεωρούμε ως θετική κάθε κίνηση η οποία τείνει να προσελκύσει νέα είδη τουριστών, που είναι περισσότερο ενεργητικοί και επιθυμούν να έλθουν σε επαφή με την πραγματική πολιτιστική παραγωγή του νησιού τόσο την παλαιότερη, όσο και την νεότερη. Η προσέλκυση τέτοιου είδους τουριστών θα τονώσει παράλληλα τις τοπικές εκείνες δυνάμεις και τους πόρους του κρητικού τουρισμού, που προσανατολίζονται σε ποιοτικότερες μορφές τουρισμού. Η επιτυχία τέτοιων επιχειρηματικών εγχειρημάτων είναι δυνατό να δημιουργήσει το αναγκαίο παράδειγμα και το εναλλακτικό μοντέλο τουρισμού, που θα στρέψει τις νέες επενδύσεις και το ενδιαφέρον των επενδυτών σε ανάλογες εφαρμογές.

7.5. Συμπεράσματα και προτάσεις.

Από όσα έχουμε αναφέρει παραπάνω είναι φανερό ότι τόσο ο τουρισμός γενικά, όσο και ο αιεφόρος τουρισμός είναι σε άμεση διαπλοκή με ένα πλήθος παραγόντων και φορέων τόσο εγχώριων, όσο και διεθνών, τόσο δημόσιων όσο και ιδιωτικών, τόσο προσανατολισμένων στο κέρδος όσο και μη κερδοσκοπικών φορέων. Εθνικά κράτη που αποτελούν χώρες αποστολής ή χώρες υποδοχής τουριστών, παγκόσμιοι οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, ο Ο.Η.Ε., το Συμβούλιο της Γης κτλ, υπερεθνικές ενώσεις όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση, επιχειρήσεις όπως οι tour-operators, οι καταλυματικές μονάδες, οι αεροπορικές επιχειρήσεις, τα κέντρα αναψυχής, περιβαλλοντικές οργανώσεις σε τοπικό εθνικό, και διεθνές επίπεδο. Παράλληλα το ζήτημα του αιεφόρου τουρισμού είδαμε ότι εμπλέκει την επιστημονική κοινότητα, που μελετά τις όψεις και τις προοπτικές του φαινομένου από άποψη οικονομική, ψυχολογική, κοινωνιολογική, εθνολογική, περιβαλλοντική κτλ. Έτσι η ανάπτυξη των μορφών του αιεφορικού τουρισμού εμπλέκει το σύνολο της επιστημονικής κοινότητας, που ερευνά και μελετά το ζήτημα της ανάπτυξης σε συνδυασμό με την οικονομία, το περιβάλλον, την κοινωνία και την τεχνολογία. Είδαμε στην εργασία μας ότι η εφαρμογή των μοντέλων του αιεφορικού τουρισμού δεν περιορίζεται από άποψη σκέψης μόνο στον κλάδο των τουριστικών ερευνών, αλλά αγκαλιάζει το σύνολο των επιστημών του ανθρώπου και τη μελέτη των κοινωνικών φαινομένων τόσο στη χώρα υποδοχής, όσο και στην κοινωνία αποστολής τουριστών.

Σίγουρα κεντρικό ρόλο στην εφαρμογή των εθνικών τουριστικών πολιτικών παίζει το πολιτικό σύστημα της κάθε χώρας και η ικανότητά του να παράγει δημοκρατικές και αναπτυξιακές πολιτικές που έχουν πραγματικό αντίκρισμα. Πρέπει να σημειώσουμε όμως στο σημείο αυτό ότι ενώ οι επιχειρήσεις διεξάγουν επιστημονικές έρευνες για τη σφυγμομέτρηση της αγοράς, την εσωτερική τους οργάνωση και την αποτελεσματικότητα των οργανωτικών τους σχημάτων, με στόχο την πραγματοποίηση του κέρδους, που είναι η βασική τους επιδίωξη, ο δημόσιος τομέας παρουσιάζει εμπλοκές με συμφέροντα και δυνάμεις, οι οποίες δημιουργούν στρεβλώσεις και καθυστερήσεις στις όποιες πολιτικές αποφάσεις. Έτσι, ο δημόσιος τομέας στην Ελλάδα, παρά τα όποια θετικά βήματα έχουν γίνει για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητάς του και την υπέρβαση των γραφειοκρατικών του χαρακτηριστικών, πρέπει να βελτιωθεί ουσιαστικά και να μετρηθεί η ικανότητά του να παράγονται αποτελέσματα από τις όποιες αποφάσεις του. Οι συνθήκες οικονομικής κρίσης φαίνεται ότι εμποδίζουν το όποιο πρόγραμμα επενδύσεων, βελτιώσεων και εφαρμογών, που μπορεί να ακολουθήσει ο δημόσιος τομέας για να ενισχύσει τον τουρισμό και να οργανώσει την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και την αναπαραγωγή των βασικών οικονομικών μεγεθών του (υποδομές, ανθρώπινο δυναμικό κτλ). Έτσι σημαντικό είναι να δούμε όχι μόνο τι διακηρύσσεται από επίσημους πολιτικούς παράγοντες και τι αποφάσεις παίρνονται, αλλά αν πραγματικά αυτές οι αποφάσεις υλοποιούνται και αν υλοποιούνται προς τη σωστή κατεύθυνση.

Αν και η Ε.Ε. φροντίζει να παρέχει θεσμικές πλατφόρμες και μέσα για την ανανέωση των δομών και την ανάπτυξη της αειφορίας, πρέπει να σημειώσουμε ότι οι κανόνες αυτοί δεν εφαρμόζονται πάντα. Άλλωστε η απλή εισαγωγή κάποιων αρχών δε σημαίνει αναγκαστικά ότι και στη χώρα μέλος της Ε.Ε. έχουν προκύψει ενδογενώς οι ίδιοι προβληματισμοί. Στη χώρα μας σημειώσαμε ότι γίνονται πολλές παρατυπίες σε σχέση με την εφαρμογή των κοινοτικών οδηγιών. Πολλές σφαίρες της κοινωνικής ζωής καταδεικνύουν το γεγονός ότι η απλή εισαγωγή κανόνων δεν παράγει από μόνη της αποτελέσματα, αν δεν συνοδεύεται από την κινητοποίηση και το ενδιαφέρον των κοινωνικών δυνάμεων του τόπου.

Επίσης αναφέραμε ότι η έννοια της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης εμπλέκει σε σημαντικό βαθμό την τοπική κοινωνία. Έτσι, δεν πρέπει να μιλάμε μόνο γενικά για αειφόρο ανάπτυξη, αλλά πρέπει να διαγνώσουμε σε περιφερειακό, αλλά πολύ περισσότερο τοπικό επίπεδο, τους όρους συγκρότησης του τουριστικού φαινομένου και τις δυνατότητες εφαρμογής αειφορικών πολιτικών. Τα παραπάνω σημαίνουν σε επίπεδο Κρήτης ότι φυσικά το νησί αποτελεί μια ενότητα με το δικό της χαρακτήρα του τουριστικού τομέα, αλλά και ότι η εφαρμογή συγκεκριμένων αειφορικών πολιτικών, καθώς εμπλέκονται πάντα με την τοπική ιδιαιτερότητα και την τοπική κοινωνία, απαιτεί τη μελέτη και την προσέγγιση της κάθε περιοχής χωριστά. Τα δικά του χαρακτηριστικά και προβλήματα έχει ο τουρισμός του Ρεθύμνου, ή των Μαλίων, ή της Ελούντας, ή της Αγίας Γαλήνης.

Παράλληλα στο νησί η διάκριση μεταξύ ανεπτυγμένου βορά και περισσότερο ήσυχου νότου, δημιουργεί άλλες ανάγκες και προτεραιότητες, καθώς οι περισσότερες μεγάλες μονάδες και δομές του μαζικού τουρισμού βρίσκονται στις βόρειες ακτές του νησιού και όχι στο νότιο τμήμα. Παρά τις όποιες αντινομίες της έννοιας της τοπικής κοινωνίας, υπάρχουν έμπρακτες μορφές τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίες κατ' ουσία στηρίζουν τον τοπικό πληθυσμό, παράγουν εισοδήματα, στηρίζουν τον αγροτικό κλάδο παραγωγής και αναπτύσσονται σε κλίμακες, που δεν υπερβαίνουν τη φέρουσα ικανότητα ενός τόπου. Ειδικά ο τομέας της αγροτικής παραγωγής, μπορεί να συνυπάρξει αρμονικά και δημιουργικά με τον αγροτουρισμό και η σχέση αυτή να βοηθήσει τον αγροτικό τομέα να λειτουργήσει ποιοτικά, φιλικά προς το περιβάλλον και δυναμικά και να μην αποτελεί απλώς ένα συμπληρωματικό εισόδημα των νοικοκυριών των αγροτικών περιοχών, χωρίς άλλη αναπτυξιακή δυναμική και προοπτική.

Ωστόσο η εφαρμογή αειφορικών μοντέλων, όπως έχουμε αναφέρει περνά μέσα από την έννοια της κοινωνικής δικαιοσύνης και του σεβασμού των πολιτιστικών ιδιαιτεροτήτων της κοινωνίας. Στη χώρα μας σήμερα είναι αδιαμφισβήτητο ότι η οικονομική κρίση δημιουργεί τόσο το φαινόμενο της κοινωνικής ανισότητας, όσο και τη ραγδαία επιδείνωση της φτώχειας, που είναι αντίθετα με βασικές αρχές της αειφορίας. Η οικονομική κρίση εξελίσσεται έτσι σε κρίση του δημοκρατικού πολιτεύματος, στην άνοδο ακραίων πολιτικών απόψεων, αλλά και στη μετανάστευση πολλών νέων Ελλήνων στο εξωτερικό, που αποστερούν από τη χώρα εργατικό και επιστημονικό δυναμικό. Τα παραπάνω σημεία κάνουν δυσκολότερη την εφαρμογή πολιτικών σε τοπικό επίπεδο και την επένδυση από την πλευρά των νέων, σε επιχειρήσεις και επιχειρηματική καινοτομία, που μπορεί να φέρει θετικά αποτελέσματα. Από την άλλη η κρίση φαίνεται ότι απαξιώνει στα μάτια των πολιτών την έως τώρα ακολουθούμενη πολιτική ανάπτυξης και μπορεί να νομιμοποιήσει ή να εξωθήσει στα μάτια της κοινωνίας, την ανάγκη εξεύρεσης και αξιοποίησης νέων μορφών επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης.

Έτσι κάθε μορφή εναλλακτικού τουρισμού, συνήθως ήπια και προσαρμοσμένη σε μικρότερες κλίμακες και διαστάσεις, μπορεί να αναπτυχθεί και να ευνοηθεί από το σύνολο του συστήματος και των υποσυστημάτων που αποτελούν τον τουρισμό (κράτος, τοπική κοινωνία, τουριστικοί πράκτορες, επιχειρήσεις, επενδυτές κτλ). Η προώθηση όμως αειφορικών προτύπων αφορά και την υπάρχουσα τουριστική δομή, το μαζικό τουρισμό και τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις. Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών, η ανάπτυξη του

πράσινου μάνατζμεντ και ο αυστηρός έλεγχος από την πλευρά της πολιτείας του τρόπου λειτουργίας και ανάπτυξης των τουριστικών περιοχών μπορεί να επιφέρει σημαντικές βελτιώσεις και μείωση του περιβαλλοντικού κόστους των επιχειρήσεων. Αναφέραμε για παράδειγμα την απλή εφαρμογή του ηλιακού θερμοσίφωνου που παρουσιάζει μεγάλα οικονομικά και περιβαλλοντικά πλεονεκτήματα. Ακόμα αναφέραμε την τολμηρή απόφαση κάποιου ξενοδοχείου να προτείνει στους πελάτες του να κάνουν ποδήλατο, ώστε να παράγεται ηλεκτρική ενέργεια. Όλα τα παραπάνω μας δείχνουν όχι μόνο τη σημασία των συγκεκριμένων εφαρμογών, αλλά και τη σημασία που έχει ένα εταιρικό μοντέλο και μια κοινωνική πραγματικότητα, που ευνοούν την καινοτομία, την ευελιξία, την πρωτοτυπία.

Επίσης αναφέραμε ότι η πράσινη πολιτική όταν εφαρμόζεται από μια επιχείρηση ή από μια χώρα ή μια τοπική κοινωνία, τότε λειτουργεί σα διαφήμιση και ως πόλος έλξης τουριστών. Τα παλιά και τετριμμένα πια σχήματα του ελληνικού τουρισμού μάλλον οδεύουν προς το χρονοντούλαπο της ιστορίας χωρίς να μπορούν να δράσουν δυναμικά στο χώρο του μάρκετινγκ. Η Ελλάδα έπαψε από χρόνια να είναι «παρθένος» και «ανέπαφος» τουριστικός προορισμός, ενώ νέα γούστα και νέες τεχνολογικές δυνατότητες βοηθούν ώστε να αναπτυχθούν νέοι τουριστικοί προορισμοί. Το 1950 η χώρα μας ευνοήθηκε από τα τότε αεροπλάνα, που έκαναν την Ελλάδα και την Κρήτη προσιτές στις ανεπτυγμένες τουριστικές αγορές. Σήμερα ή αύριο, μπορεί το αεροπορικό ταξίδι να είναι προσιτό και εύκολο για ακόμα πιο απομακρυσμένες χώρες και τόπους, όπως η Ν. Ασία και η Κίνα, πράγμα που σημαίνει ότι το κρητικό τουριστικό προϊόν θα αντιμετωπίσει και νέους ανταγωνιστές. Έτσι, η ανανέωση του κρητικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί αναγκαία διαδικασία για τη βιωσιμότητα του ελληνικού τουρισμού. Η αειφόρος ανάπτυξη σημαίνει ότι η τουριστική ανάπτυξη του νησιού δεν θα είναι επιζήμια για το περιβάλλον και ταυτόχρονα θα προσφέρει θεματικές και μέσα, ώστε το κρητικό τουριστικό προϊόν να αποκτήσει νέες διαστάσεις και νέες κατευθύνσεις.

Αναφέραμε επίσης την ανάγκη να αναπτύξει ο κρητικός τουρισμός τόσο το συνεδριακό τουρισμό, όσο και το θρησκευτικό. Προς αυτή την κατεύθυνση είπαμε ότι το πλήθος των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και η αξιосύνη του επιστημονικού τους δυναμικού θέτει στέρεες βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη αυτής της ποιοτικής μορφής τουρισμού, που εκτός των άλλων, είναι και ένα μέσο επέκτασης της σεζόν. Οι πρωτοβουλίες της εκκλησίας της Κρήτης επίσης δείχνουν τον τρόπο της δημιουργικής συνεργασίας του τουριστικού κλάδου με φορείς της τοπικής κοινωνίας, προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού. Συνεργασίες τέτοιου τύπου, με κοινότητες, συνεταιρισμούς, πολιτιστικούς συλλόγους και άλλους φορείς της τοπικής κοινωνίας, δημιουργούν τις αναγκαίες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ενός τουρισμού φιλικότερου προς το περιβάλλον, καθώς θα προσελκύει τουρίστες που δε ψάχνουν τις δομές και τις λειτουργίες του μαζικού τουρισμού.

Μέσα στην εργασία μας παρουσιάσαμε την αειφόρο ανάπτυξη ως μια σύμπτωση, μια συνάντηση ορισμένων αναπτυξιακών προοπτικών και κοινωνικοοικονομικών παραγόντων, μια ισορροπία μεταξύ του περιβάλλοντος, της βιωσιμότητας της ανάπτυξης και της κοινωνικής δικαιοσύνης. Το παραπάνω σχήμα, όπως και κάθε ισορροπία εκπροσωπούν μια σχέση δυναμική, μια σχέση που πρέπει να αναπαράγεται και να εξελίσσεται. Αυτό σημαίνει ότι η αειφορική ανάπτυξη τόσο γενικά, όσο και στον τουρισμό αποτελεί μια δυναμική διαδικασία και όχι ένα σχήμα στατικό. Αποτελεί κάτι το οποίο συνεχώς πρέπει να εξελίσσεται και άρα να υπάρχει ΕΠ.ΑΝαδιαπραγμάτευση των στοιχείων της σχέσης, αλλά και εμπάθυνση των δεσμών τους. Μια απλή διακήρυξη, ότι αξιοποιείται η αιολική ενέργεια στον κλάδο της ενέργειας δε σημαίνει και πολλά πράγματα, αν δεν βρίσκεται σε σύμπτωση, τόσο με την οικονομική ανάπτυξη, όσο και με το γνήσιο ενδιαφέρον για τα περιβαλλοντικά προβλήματα και τις ανησυχίες και ιδιαιτερότητες της τοπικής κοινωνίας.

Παράλληλα, με δεδομένο ότι η κατάσταση του πλανήτη συνεχώς επιδεινώνεται και το περιβαλλοντικό κόστος από τις ανθρώπινες δραστηριότητες αυξάνεται δραματικά, δεν

υπάρχουν περιθώρια εφησυχασμού και πανηγυρικών διακηρύξεων. Τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν πρέπει να είναι άμεσα και αποτελεσματικά και ταυτόχρονα να επιδιώκεται το μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα. Δίπλα σε αυτά και καθώς το περιβάλλον και τα οικοσυστήματα και οι βιότοποι που το συναποτελούν βρίσκονται σε στενή εξάρτηση, η βελτίωση των περιβαλλοντικών όρων της ανθρώπινης δραστηριότητας πρέπει να είναι συνολική και όχι αποσπασματική. Αν έχουμε ουσιαστική εφαρμογή αειφορικών μοντέλων ανάπτυξης σε έναν κλάδο παραγωγής και συγκείμενες παραγωγικές δραστηριότητες δε λαμβάνουν υπόψη τους περιβαλλοντικούς κινδύνους, τότε παραμένει ένα αρνητικό πρόσημο στις σχέσεις τοπικής κοινωνίας, τουρισμού και περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, στην Κρήτη ακόμα και αν οι ξενοδοχειακές μονάδες εφαρμόσουν αειφορικές πολιτικές, αν δε γίνει το ίδιο στις σφαίρες της τοπικής αυτοδιοίκησης, της παραγωγής ενέργειας και του αγροτικού κλάδου, τότε θα έχουμε και πάλι υψηλή επιβάρυνση των ακτών και του υπεδάφους της νήσου.

Στην Κρήτη η τουριστική ανάπτυξη έχει μεταβάλει την κοινωνική και οικονομική ζωή και παράλληλα έχει επηρεάσει το περιβάλλον με τρόπους κάποιες φορές μη επανορθώσιμους. Η επίτευξη της εφαρμογής μιας αειφόρου ανάπτυξης για το νησί περνά μέσα από φορείς και μηχανισμούς τόσο τοπικούς όσο και εθνικούς και υπερεθνικούς. Για παράδειγμα, η τοπική αυτοδιοίκηση πρέπει να είναι αρκετά δραστήρια ώστε να προτείνει σχέδια και δράσεις που θα απορροφήσουν κρατικά και κοινοτικά κονδύλια για την προώθηση αειφορικών πολιτικών. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών τουρισμών απαιτεί σχεδιασμό, κοινωνική υποστήριξη και ωριμότητα από την πλευρά των τοπικών κοινοτήτων. Πρόσφατες εξαγγελίες επενδύσεων και έργων στο νησί δε φαίνεται από την άλλη πλευρά να ανταποκρίνονται στους όρους μιας αειφορικής πολιτικής, αλλά και γενικά στην ευαισθησία του τουριστικού προϊόντος. Σαν παραδείγματα αναφέρουμε την πρόθεση κατασκευής αεροδρομίου στο Καστέλι, την πρόθεση κατασκευής εμπορικού λιμένα στην Ιεράπετρα και στην πρόθεση κατασκευής υπερπολυτελούς ξενοδοχειακής μονάδας στην περιοχή του Κάβο Σίδερο και σε εκτάσεις της μονής Τοπλού («Μονή Τοπλού: Χωρίς φάκελο το έργο»). Τα έργα αυτά δείχνουν ότι μάλλον εφαρμόζεται ένα πεπερασμένο και ενεργοβόρο μοντέλο ανάπτυξης, που δε βοηθά στη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας του κρητικού τουριστικού προϊόντος, που ούτως ή άλλως, οι τάσεις της διεθνής αγοράς δείχνουν ότι πρέπει να έχει το χαρακτηριστικό της αειφορίας.

Η εφαρμογή αειφορικών πολιτικών στον κλάδο του τουρισμού, μπορούμε να πούμε, ότι αγκαλιάζει το σύνολο της κοινωνίας υποδοχής και των αναπτυξιακών επιλογών της κοινωνίας αυτής. Επίσης αφορά τη σχέση της ανθρώπινης κοινωνίας και του περιβάλλοντος και της υιοθέτησης πολιτικών, οι οποίες δεν επιβαρύνουν το φυσικό περιβάλλον και τα ποικίλα οικοσυστήματα. Είναι φανερό, καθώς είπαμε ότι το τουριστικό προϊόν αφορά το σύνολο της κοινωνίας υποδοχής τουριστών ότι η υιοθέτηση αειφορικών μοντέλων στον τουρισμό, αφορά όχι μόνο τον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων, με την στενή έννοια του όρου, αλλά όλες τις δραστηριότητες που εμπλέκουν την τοπική κοινωνία και γενικότερα τη χώρα υποδοχής τουριστών. Αυτό είναι φανερό, καθώς το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει τη συνολική παρουσίαση του τόπου υποδοχής τουριστών στα μάτια των επισκεπτών.

Άλλωστε, όπως κατηγοριοποιούνται οι αιτίες της περιβαλλοντικής μόλυνσης, περιλαμβάνουν: 1) Βιομηχανίες που μολύνουν με αέρια, υγρά και στερεά απόβλητα. 2) Αστικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν αστικά λύματα και στερεά απορρίμματα. 3) Συγκοινωνίες - κεντρική θέρμανση, που προκαλούν ρύπανση με τις εκπομπές αερίων. 4) Γεωργία, που η χρήση λιπασμάτων και παρασιτοκτόνων μολύνουν τον αέρα και τα ύδατα. 5) Ατυχήματα σε βιομηχανικές μονάδες κτλ. Είναι φανερό ότι η τουριστική ανάπτυξη στην Κρήτη έχει συμβάλει στην περιβαλλοντική επιβάρυνση όλων των παραπάνω κατηγοριών, με εξαίρεση ίσως τα ατυχήματα. (Τριαντάφυλλος, 2009: 6).

Αποφάσεις που αφορούν το σύνολο της χώρας, όπως η παραγωγή ενέργειας και οι πηγές της, οι κανόνες και η εφαρμογή τους για τις μεταφορές, η νομοθεσία για τα δάση και

την παράκτια ζώνη, η φροντίδα για την ορθή ανάπτυξη του αγροτικού τομέα, το εργατικό δίκαιο, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και η ικανότητα του εκπαιδευτικού συστήματος να γεννά προοδευτικά, οικολογικά ευαίσθητα και καινοτόμα άτομα, είναι βασικοί παράγοντες για την εφαρμογή αειφορικών πολιτικών στο ευρύτερο πλαίσιο των χωρών υποδοχής τουριστών.

Τελικά αειφορικός και ποιοτικός τουρισμός σημαίνει ότι στην κοινωνία υποδοχής τουριστών υπάρχουν οι ανάλογες πολιτικές, ευαισθησίες, θεσμοθετήσεις και επιχειρήσεις, οι οποίες λαμβάνουν υπόψη τους την προστασία του περιβάλλοντος, την κοινωνική δικαιοσύνη και την ανάγκη δημοκρατικών διαδικασιών στη λήψη αποφάσεων και τελικά προάγουν συνολικά το πρόσταγμα μιας ποιοτικής ζωής του ανθρώπου και μιας ισορροπημένης σχέσης της κοινωνίας με το φυσικό περιβάλλον. Από την άλλη πλευρά, όπως έχουμε αναφέρει, η ύπαρξη και η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου μέσα στο περιβάλλον του διεθνούς ανταγωνισμού, επιβάλλει την ανάγκη για επιχειρηματικότητα, καινοτομία και εκσυγχρονισμό των δομών και των υπηρεσιών, που σχετίζονται τόσο άμεσα, όσο και έμμεσα με το τουριστικό προϊόν. Η απαξίωση του τουριστικού προϊόντος και του τόπου υποδοχής τουριστών σημαίνει ότι τίθενται σε αμφισβήτηση και κίνδυνο οι αναγκαίες επενδύσεις για την ανανέωση του τουριστικού προϊόντος. Αυτό σημαίνει ότι τόσο σε τοπικό, όσο και σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο πρέπει να γίνεται ο κατάλληλος σχεδιασμός τουριστικής ανάπτυξης, ο οποίος θα ισορροπήσει στις επιταγές της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος, από τη μια πλευρά, αλλά επίσης θα είναι πραγματικά καταλύτης για την οικονομική ανάπτυξη κάθε περιοχής.

Έτσι αναγκαίο πρώτα από όλα είναι η καλλιέργεια περιβαλλοντικής συνείδησης, η οποία, σύμφωνα με τη Χάρτα του Βελιγραδίου είναι η διαδικασία αναγνώρισης αξιών και αποσαφήνισης εννοιών, η ανάπτυξη δεξιοτήτων και στάσεων για κατανόηση και εκτίμηση των σχέσεων ανθρώπου και πολιτισμού με το βιοφυσικό περιβάλλον, η άσκηση στη λήψη αποφάσεων και η διαμόρφωση κώδικα συμπεριφοράς για το περιβάλλον. Η καλλιέργεια αυτών των στάσεων στον τοπικό πληθυσμό θα αποτελέσει και ένα ανάχωμα έναντι της διάδοσης του ήθους του εύκολου πλουτισμού, που όπως αναφέραμε επικρατεί στις κοινωνίες όπου ο τουρισμός έδρασε σαν ολιστικό κοινωνικό φαινόμενο.

Η UNESCO θέτει ως στόχο της περιβαλλοντικής συνείδησης τη διάπλαση ενός παγκόσμιου πληθυσμού με συνείδηση κι ενδιαφέρον για το περιβάλλον και τα προβλήματά του, ο οποίος διαθέτει τα κίνητρα και τη διάθεση να αγωνιστεί ατομικά και συλλογικά με σκοπό να λύσει τα σύγχρονα προβλήματα και να εμποδίσει την εμφάνιση νέων. Αν και το ζήτημα της ανάπτυξης της περιβαλλοντικής συνείδησης μπορεί να αφορά το εκπαιδευτικό σύστημα, (όπως φυσικά και τους διανοούμενους, τα ΜΜΕ κτλ), το σχολείο σε σχέση με την εφαρμογή αειφορικών μοντέλων, πιστεύουμε ότι έχει κομβικό ρόλο και στην αισθητική αγωγή των ανθρώπων. Ειδικά για τον τουρισμό, όπου σημειώσαμε την αισθητική μόλυνση και την κακογουστιά που συχνά τον συνοδεύει, η αισθητική αγωγή θα συμβάλει ώστε ο καθένας να λαμβάνει υπόψη του τις ανάγκες του τουριστικού προϊόντος από την άποψη της ποιοτικής παρουσίασης και της καλαισθησίας. Καθώς ο τουρισμός αφορά πλήθος μικρών επιχειρήσεων και πλήθος επιχειρηματιών, αλλά και την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, ως συνιστώσας της αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, είναι φανερό ότι μόνο με την πλατιά ευαισθητοποίηση του πληθυσμού πάνω στα θέματα της αισθητικής, μπορεί να προκύψει ένα αποτέλεσμα, που θα ξεφεύγει από κακή παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος. Τα παραπάνω, πιστεύουμε ότι είναι σημαντικά από την άποψη των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών, που όπως σημειώσαμε αποτελούν ένα τουριστικό συνεχές που υποβαθμίζει την ποιότητα του αρχικού τοπίου. Αφού πλέον το «ανέπαφο» του τουριστικού τόπου παύει με την έλευση της τουριστικής ανάπτυξης, το ζήτημα είναι το δομημένο ανθρώπινο περιβάλλον να χαρακτηρίζεται από ποιότητα. Πρέπει να αναφέρουμε ότι πόλος έλξης επισκεπτών, μπορεί να αποτελέσει και ο χαρακτήρας του δομημένου περιβάλλοντος και τεχνολογικά επιτεύγματα.

Έτσι το κρητικό τουριστικό προϊόν μπορεί να διαφημιστεί με την υιοθέτηση «πράσινων» και αειφορικών μοντέλων και εφαρμογών, που θα το καθιστούν παράδειγμα και σημείο αναφοράς για την επίτευξη της αειφορίας.

Έτσι με δεδομένο ότι κάθε ανθρώπινη κοινωνία πρέπει να επιτύχει στόχους ανάπτυξης και βελτίωσης της κοινωνικής και οικονομικής της ζωής, η ανάπτυξη δεν μπορεί να είναι αποκλειστικό πεδίο της οικονομικής επιστήμης, ούτε αποκλειστικό καθήκον μιας μειοψηφίας, όπως οι τεχνοκράτες, η κυβέρνηση ή οι πολιτικοί, αλλά υπόθεση όλων. Η ανάπτυξη είναι υπόθεση όλων, με στόχο μια αλλαγή που είναι επιθυμητή από όλους (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 3).

Αυτό το σημείο είναι βασικό από την άποψη της οργάνωσης και της δημοκρατικότητας του τρόπου λήψης των αποφάσεων και αφορά μια βασική διάσταση της αειφορικής ανάπτυξης. Αναφέραμε ότι η κοινωνική δικαιοσύνη είναι βασικό συστατικό της επίτευξης της αειφορίας. Οι τοπικές κοινωνίες πρέπει τόσο μέσα από τις υπάρχουσες δομές τοπικής αυτοδιοίκησης όσο και μέσα από τις ενώσεις και τις πρωτοβουλίες πολιτών, να επεξεργάζονται και να έχουν λόγο για τα προτεινόμενα αναπτυξιακά σχέδια.

Πέρα από τις άλλες όψεις αυτού του θέματος και τις ανάγκες και τον προβληματισμό που γεννά, στη σύγχρονη πολιτική, πρέπει να αναφέρουμε, ότι τα περιβαλλοντικά προβλήματα και η προστασία της φύσης συχνά γίνονται πολιτικό επίδικο και οδηγούν στη συγκρότηση ομάδων πίεσης. Οι ομάδες πίεσης είναι κοινωνικά αθροίσματα τα οποία διαθέτουν ένα βαθμό συνοχής και κάποιους κοινούς στόχους και τα οποία επιχειρούν να ασκήσουν επιρροή στη διαδικασία λήψης πολιτικών αποφάσεων.

Τέτοιες ομάδες μπορούν να σχηματιστούν για ποικίλους λόγους. Συχνά οι τοπικές κοινωνίες, που αντιτίθενται σε κάποιο έργο σχηματίζουν μονιμότερες ή προσωρινές ομάδες πίεσης. (Παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση των κατοίκων της Χαλκιδικής για τα ορυχεία χρυσού). Σήμερα οι ομάδες πίεσης προσεγγίζονται από τους πολιτικούς επιστήμονες ως συστατικά στοιχεία δικτύων πολιτικής. Σε αρκετούς τομείς πολιτικής οι άμεσα ενδιαφερόμενοι έχουν αυξηθεί σε αριθμό, ενώ παράλληλα οι κυβερνήσεις δυσκολεύονται ολοένα και περισσότερο να περιορίσουν την πρόσβαση στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, αλλά και στα πεδία επηρεασμού των αποφάσεων (π.χ. τα ΜΜΕ). Με αυτόν τον τρόπο, συγκροτούνται δίκτυα ή κοινότητες που αποτελούνται από ποικίλες οργανώσεις που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τις θεματικές που αφορούν το κάθε τομέα (για παράδειγμα οικολογικές οργανώσεις, κάτοικοι μιας περιοχής, πολιτικά κόμματα, εφημερίδες, οργανώσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων κτλ). Με τον τρόπο αυτό, αυξάνεται η συνθετότητα της διαδικασίας λήψης αποφάσεων, αλλά ενδέχεται να βελτιώνεται τόσο το συμμετοχικό εύρος της, όσο και η ποιότητα των αποφάσεων (Ball & Peters, 2000: 193 – 199). Με αυτά είναι φανερό ότι η ανάπτυξη ευαισθητοποιημένων πολιτών, με την ανάλογη παιδεία, και το πρότυπο του ενεργού πολίτη αποτελεί αναγκαίο συστατικό για την εφαρμογή αειφορικών πολιτικών και τον έλεγχο από την κοινωνία των πραγματικών προθέσεων της κάθε προτεινόμενης πολιτικής.

Βασική ανάγκη των σύγχρονων κοινωνιών είναι η παραγωγή μεγάλων ποσοτήτων ενέργειας, οι οποίες χρειάζονται για φωτισμό, κίνηση, κτλ. Αναφέραμε ότι η τουριστική ανάπτυξη απαιτεί την αύξηση της παραγόμενης ενέργειας στην κοινωνία υποδοχής τουριστών, ώστε να καλύπτονται οι αυξημένες ανάγκες της σεζόν. Η χρήση εναλλακτικών μορφών ενέργειας αποτελεί μια βασική στρατηγική εφαρμογή, η οποία μπορεί, ειδικά στις χώρες του μεσογειακού νότου με τη μεγάλη ηλιοφάνεια, να δώσει κάποιες σημαντικές λύσεις.

Στην εποχή μας το ενεργειακό πρόβλημα τίθεται με τρεις τρόπους. α) Την επάρκεια της διαρκώς αυξανόμενης ζήτησης σε ενέργεια. β) Το εύλογο κόστος παραγωγής. γ) Την περιβαλλοντικά αποδεκτή παραγωγή και κατανάλωση της ενέργειας. Για την αντιμετώπιση του ενεργειακού ζητήματος προτείνονται οι εξής λύσεις: 1) η αναζήτηση ανεκμετάλλευτων αποθεμάτων ορυκτών καυσίμων, 2) η εκμετάλλευση της πυρηνικής ενέργειας και 3) η

χρησιμοποίηση εναλλακτικών μορφών ενέργειας που μπορούν να αντληθούν από ανανεώσιμες πηγές.

Οι δύο πρώτες λύσεις φαίνονται προσωρινές και δεν αντιμετωπίζουν σε βάθος την ανάγκη για περιβαλλοντική προστασία. Έτσι γενικά η ανθρωπότητα στρέφεται προς την τρίτη λύση της αξιοποίησης εναλλακτικών μορφών ενέργειας. Τέτοιες είναι η φυσική κίνηση του νερού, (ποτάμια, θαλάσσια κύματα, παλίρροια), η ηλιακή ακτινοβολία, (που έχει μεγάλη σημασία στις χώρες της Μεσογείου, που έχουν μεγάλη ηλιοφάνεια), ο άνεμος, η χημική ενέργεια της βιομάζας και η γεωθερμία. Βασικά πλεονεκτήματα αυτών των μορφών ενέργειας είναι ότι είναι ανεξάντλητα και επίσης η εκμετάλλευσή τους δεν έχει επιπτώσεις στο περιβάλλον. Επίσης μπορεί να γίνεται αποκεντρωμένα, με μικρής κλίμακας και σχετικά απλές εγκαταστάσεις (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 37 – 38). Το στοιχείο αυτό τις καθιστά προσιτές από την άποψη των τοπικών κοινωνιών, και του συνδυασμού τους με άλλες παραγωγικές δραστηριότητες, όπως τον αγροτικό τομέα, ή τα ξενοδοχεία ή τον αγροτουρισμό.

Η εκμετάλλευση της ηλιακής ενέργειας πραγματοποιείται με τη μετατροπή της σε θερμότητα ή ηλεκτρική ενέργεια. Έτσι, έχουμε την εφαρμογή των ηλιακών θερμοσιφώνων, για τους οποίους μιλήσαμε και την παραγωγή ενέργειας με τα φωτοβολταϊκά κύτταρα. Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν κάνει την εμφάνισή τους και τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα, τα οποία, όπως αναφέραμε, μπορούν να αξιοποιηθούν για ποικίλες ανάγκες μεταφοράς και στον τουριστικό τομέα.

Ανανεώσιμη πηγή ενέργειας, που μπορεί να έχει εφαρμογή και στην Κρήτη που βρέχεται από θάλασσα είναι και τα θαλάσσια κύματα. Τα κύματα οφείλονται στη πίεση που ασκεί ο άνεμος στην επιφάνεια της θάλασσας. Η εκμετάλλευση των κυμάτων για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας βρίσκεται ακόμα στα πρώτα στάδια της, αλλά στη Σκωτία ήδη έχει κατασκευαστεί ένα εργοστάσιο ηλεκτρισμού που εκμεταλλεύεται αυτή την ενέργεια.

Οι άνεμοι είναι το αποτέλεσμα της κίνησης της αέριας μάζας που μας περιβάλλει και οφείλεται στην άνιση κατανομή πίεσης και θερμοκρασίας των αέριων μαζών. Η αιολική ενέργεια μπορεί να αξιοποιηθεί με τη χρήση της ανεμογεννήτριας και να αναπαράγει μηχανική ή ηλεκτρική ενέργεια και να καλύψει ποικίλες ανάγκες.

Μια σημαντική πηγή ενέργειας, που μπορεί να αξιοποιηθεί στο νησί και ήδη γίνονται βήματα αξιοποίησης της είναι και η βιομάζα. Με τον όρο αυτό, δηλώνονται τα παραπροϊόντα και τα κατάλοιπα της φυτικής, ζωικής και δασικής παραγωγής, που αποτελούν μια από τις ανερχόμενες και ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Με την ευρύτερη έννοια, η βιομάζα περιλαμβάνει όλα τα φυτικά υλικά που προέρχονται από πρωτογενείς πηγές και από κατεργασμένες φυτικές ύλες, όπως τα γεωργικά απορρίμματα και η κοπριά, στα οποία υπάρχει αποθηκευμένη ενέργεια από τη διαδικασία της φωτοσύνθεσης. Ο πιο απλός τρόπος παραγωγής ενέργειας από τη βιομάζα είναι με την καύση της. Χρησιμοποιούνται όμως και άλλες μέθοδοι, όπως η πυρόλυση, κατά την οποία η πρώτη ύλη πυρώνεται σε περιβάλλον απουσίας οξυγόνου και παράγονται στερεά, υγρά και αέρια (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 37 – 43).

Όσον αφορά τη ρύπανση του αέρα, αυτή κυρίως λαμβάνει τις διαστάσεις της αιθαλομίχλης και της φωτοχημικής ρύπανσης, που δημιουργούν το νέφος. Τα μέτρα για την αντιμετώπιση αυτών των φαινομένων είναι: 1) η χωροταξική κατανομή των ρυπογόνων βιομηχανιών (αναφέραμε και είδαμε ότι οι σύγχρονες κρητικές πόλεις παρουσιάζουν αναρχία στη δόμηση, ενώ εγκαταστάσεις της ΔΕΗ, με βαριές παραγωγικές δραστηριότητες βρίσκονται πολύ κοντά στην πόλη του Ηρακλείου και σε τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές). 2) Η ρύθμιση της κυκλοφορίας των οχημάτων. 3) Η καλή ποιότητα των καυσίμων. 4) Η καλή κατάσταση των κινητήρων των αυτοκινήτων. 5) Η καλή κατάσταση των λεβήτων των κεντρικών θερμάνσεων (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 77).

Πολύ σημαντική από την άποψη της εφαρμογής αειφορικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης στην κοινωνία υποδοχής τουριστών, είναι και η διαχείριση των παραγόμενων απορριμμάτων, ο όγκος των οποίων αυξάνεται κατά τους μήνες της τουριστικής σεζόν στις κοινωνίες υποδοχής. Τα στερεά απόβλητα είναι ουσίες ή αντικείμενα από τα οποία ο κάτοχός τους θέλει ή είναι υποχρεωμένος να απαλλαγεί σύμφωνα με την υπάρχουσα νομοθεσία. Το σύνολο των ενεργειών που αφορούν τη συλλογή, μεταφορά, επεξεργασία και διάθεση των στερεών αποβλήτων ονομάζεται διαχείριση. Τα απορρίμματα μπορούν να μεταδώσουν διάφορες ασθένειες στον άνθρωπο. Αυτό μπορεί να γίνει όταν περιέχουν παθογόνους μικροοργανισμούς, μικρόβια, βακτήρια, μύκητες, παράσιτα. Η συλλογή των απορριμμάτων γίνεται με πλαστικές σακούλες, ενώ εφαρμόζεται από πλευράς ΟΤΑ, η χρήση πλαστικών ή μεταλλικών κάδων, που είναι τοποθετημένοι στο πεζοδρόμιο. Συχνότητα συλλογής είναι μεταξύ 1 και 3 φορές της εβδομάδα ανάλογα με τον πληθυσμό της περιοχής. Η μεταφορά των απορριμμάτων γίνεται με κλειστά απορριμματοφόρα οχήματα, από τα οποία κάποια διαθέτουν συστήματα αλέσεως ή πρέσας και ανυψωτικό μηχανισμό για τους κάδους και σε ένα ποσοστό με ανοικτά απορριμματοφόρα ή άλλα μικρότερα οχήματα.

Ο τρόπος διάθεσης των απορριμμάτων προκαλεί σήμερα στη χώρα μας σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Σε πολλές περιπτώσεις μιλάμε για ανεξέλεγκτη απόρριψη σε ανοικτούς χώρους και ρέματα. Οι χρησιμοποιούμενες μέθοδοι διάθεσης των απορριμμάτων είναι τρεις. Η υγειονομική ταφή, η βιοσταθεροποίηση (λιπασματοποίηση) και η θερμική επεξεργασία (καύση, πυρόλυση).

Η υγειονομική ταφή είναι μέθοδος οργανωμένης και ελεγχόμενης διάθεσης των αποβλήτων στο έδαφος, κάτω από συγκεκριμένες προδιαγραφές. Η διαμόρφωση του χώρου πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην τραυματίζεται το τοπίο. Επίσης αναγκαίο είναι η επιλογή του χώρου να λαμβάνει υπόψη της την καταλληλότητά του από υδρογεωλογική σκοπιά. Στη διάρκεια λειτουργίας του χώρου, πρέπει να γίνεται έλεγχος των στραγγισμάτων, των όμβριων και των υπογείων νερών, έτσι ώστε οι επιδράσεις να ελαχιστοποιούνται.

Η βιοσταθεροποίηση είναι μια μέθοδος διαχείρισης των απορριμμάτων, όπου παράγεται ένα προϊόν, που χρησιμοποιείται σαν βελτιωτικό του εδάφους. Με τη βιοσταθεροποίηση μιμούμαστε ουσιαστικά τη φύση στην αποσύνθεση νεκρών και ζωικών ουσιών, με τεχνικά μέσα, όπου επιταχύνονται οι βιολογικές διαδικασίες. Το τελικό προϊόν πρέπει να ελέγχεται αν περιέχει επικίνδυνες ουσίες για να μη περιορίζεται η ζήτησή του. Στην περίπτωση της Κρήτης, ο όγκος των απορριμμάτων που προέρχονται από κατάλοιπα εστιατορίων και ξενοδοχείων, είναι άριστο πρώτο υλικό για την παραγωγή λιπασμάτων, που μπορούν να ανατροφοδοτήσουν τον αγροτικό τομέα. Σήμερα επεξεργασία φυτικών παραπροϊόντων γίνεται στην Κρήτη στον τομέα της παραγωγής καυσίμων από ποικίλες μικρές ή μεγάλες επιχειρήσεις.

Η θερμική επεξεργασία αποτελεί μέθοδο επεξεργασίας αποβλήτων σε υψηλές θερμοκρασίες παρουσία οξυγόνου, κατά την οποία τα χημικά οργανικά συστατικά των αποβλήτων καταστρέφονται, διασπώνται ή μετατρέπονται σε άλλες ενώσεις. Με τη μέθοδο αυτή, επιτυγχάνεται μια σημαντική μείωση του όγκου των απορριμμάτων, μείωση του βάρους και ανάκτηση και αξιοποίηση της παραγόμενης θερμότητας. Η μέθοδος αυτή απαιτεί πολύπλοκη τεχνολογία και έχει υψηλό κόστος επένδυσης για την αγορά του εξοπλισμού (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 98 – 102).

Στενά συνδεδεμένη με το ζήτημα της διαχείρισης των απορριμμάτων είναι και η ανακύκλωση. Η ανακύκλωση είναι η μέθοδος χωρισμού στη συλλογή των υλικών και περιλαμβάνει το διαχωρισμό τους, την επεξεργασία τους και τη χρησιμοποίησή τους για προϊόντα αποδεκτά από την αγορά. Οι δύο τρόποι διαλογής των απορριμμάτων, ώστε να ξεχωριστούν τα ανακυκλώσιμα υλικά και να χωριστούν είναι η διαλογή στη πηγή και η μηχανική διαλογή (Πολυδωρόπουλος & Σταυρουλοπούλου, 2004: 105). Από την άποψη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού, το σημαντικό είναι να

συγκεντρώνονται και να στρατολογούνται σχολαστικά οι διαδικασίες για την αξιοποίηση των απορριμμάτων. Η χρήση από τους ΟΤΑ ποικίλων κάδων για τη συλλογή διαφορετικών υλικών, είναι ένα θετικό βήμα για την ορθή διαχείριση των σκουπιδιών, που όπως έχουμε αναφέρει ο όγκος τους αυξάνεται κατά τους μήνες της τουριστικής περιόδου.

Επιπλέον, αναγκαία είναι και η εισαγωγή και ανάπτυξη εκείνης της τεχνολογίας, που αφορά το φιλτράρισμα και τον καθαρισμό όλων των υγρών, στερεών και αέριων αποβλήτων της ανθρώπινης δραστηριότητας. Οι τεχνολογίες αυτές αφορούν τόσο τις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και όλη την υπόλοιπη παραγωγική δομή της κοινωνίας υποδοχής τουριστών. Έτσι, μπορούμε να πούμε ότι υπάρχουν ειδικές διαδικασίες και μέθοδοι για το καθαρισμό των υγρών, των στερεών και των αέριων αποβλήτων, που περιλαμβάνουν φίλτρα, δεξαμενές καθαρισμού, χωνευτήρες, απολυμάνσεις κτλ (Τριαντάφυλλος, 2009: 111 – 285, 347 - 371). Ειδικά στον τομέα των μεταφορών, από τη δεκαετία του 1970 έγινε συνείδηση ότι ο κινητήρας εσωτερικής καύσης (βενζινοκινητήρας ή πετρελαιοκινητήρας) είναι ιδιαίτερα επιβαρυντικός για το περιβάλλον. Η υιοθέτηση ποικίλων μορφών καταλυτών στα οχήματα βελτίωσε την κατάσταση από άποψη ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Σήμερα, όπως αναφέραμε, νέες τεχνολογίες, όπως τα ηλεκτροκίνητα και ηλιακά αυτοκίνητα, ίσως θα οδηγήσουν σε ακόμα μικρότερη περιβαλλοντική επιβάρυνση. Από την άποψη της αύξησης και του όγκου των μεταφορών, που εκπροσωπεί ο τουριστικός κλάδος, αυτές οι τεχνολογίες είναι πολύ σημαντικές για την επίτευξη αιεφορικών αναπτυξιακών πολιτικών.

Τέλος δεν μπορούμε να μην αναφέρουμε το γεγονός της αισθητικής μόλυνσης που αντιπροσωπεύει ο τουρισμός στην Κρήτη και την υποβάθμιση του τοπίου, των ακτών και του εδάφους. Αν και στη χώρα μας ο κλάδος των κατασκευών και ειδικά της οικοδόμησης ξενοδοχειακών μονάδων έλαβε μεγάλες διαστάσεις, ωστόσο δεν υπήρξε η αναγκαία μέριμνα και δραστηριότητα, που θα έθετε το ζήτημα της αισθητικής και του σεβασμού των χαρακτηριστικών κάθε τόπου, στον οποίο αναπτύχθηκαν ξενοδοχειακές μονάδες και ο τουρισμός γενικά. Στη χώρα μας ελάχιστες ξενοδοχειακές μονάδες απέτελεσαν άξια λόγω από αρχιτεκτονική πλευρά κτήρια. Σε αυτό το σημείο, πρέπει να αναφέρουμε ορισμένα από τα Ξενία (αρχιτέκτονες: Άρης Κωνσταντινίδης, Φίλιππος Βώκος, Ιωάννης Τριανταφυλλίδης, Γιώργος Νικολετόπουλος κτλ), των δεκαετιών του 1950 και 1960, δείγματα του ελληνικού μεταπολεμικού μοντερνισμού, που επιδίωκαν να εναρμονιστούν με το εκάστοτε τοπίο και να εκφράσουν παράλληλα τις τάσεις της σύγχρονης αρχιτεκτονικής. Ο συνολικός τους σχεδιασμός βασίζεται κυρίως στην επιλογή του κατάλληλου χώρου και του σωστού προσανατολισμού, αλλά και στην ιδιαίτερη έμφαση που δόθηκε ώστε να εναρμονιστούν με το τοπίο. Κοινό χαρακτηριστικό τους είναι η λιτότητα της μορφής και η σχέση του εσωτερικού με τον εξωτερικό χώρο, που αξιοποιεί στο έπακρο τα κλιματολογικά πλεονεκτήματα της χώρας μας. Κατασκευάστηκαν με παραδοσιακά υλικά, όπως η πέτρα, που συνδυάστηκαν με μοναδικό τρόπο με τα πιο σύγχρονα, όπως είναι το μπετόν και ο σίδηρος. Τα συγκεκριμένα κτήρια μάλιστα εντάσσονται στο πρόγραμμα μελέτης ελληνικών και αλλοδαπών αρχιτεκτονικών σχολών. Δυστυχώς, χαρακτηριστικό της ελληνικής αδιαφορίας τόσο έναντι του φυσικού, όσο και του δομημένου περιβάλλοντος είναι ότι μερικά από αυτά τα κτήρια κατεδαφίστηκαν ή βρίσκονται σήμερα παραμελημένα (Τζαναβάρα, 2005).

Με όλα τα παραπάνω πιστεύουμε ότι μπορούμε να φτάσουμε στο συμπέρασμα ότι η αιεφορική τουριστική ανάπτυξη αφορά ευρύτερα τις δομές και τους θεσμούς της κοινωνίας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο με τη στενή έννοια τον τουριστικό κλάδο και τις επιχειρήσεις του. Επίσης η αιεφορία αφορά τόσο την τεχνολογική καινοτομία και τον εκσυγχρονισμό των ποικίλων μηχανών, όσο και το θεσμικό εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη μοντέλων της κεντρικής εξουσίας και της τοπικής αυτοδιοίκησης, που να επιτρέπουν και να λαμβάνουν υπόψη τη βούληση των τοπικών κοινωνιών και τις ιδιαιτερότητες του κάθε τουριστικού τόπου.

Αναφέραμε στην εργασία μας ότι η αειφορία είναι σύμπτωση πολλών παραγόντων, πράγμα που σημαίνει ότι απαιτεί την επίτευξη μιας ισορροπίας μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης, της κοινωνικής δικαιοσύνης, της προστασίας του περιβάλλοντος και των αναγκών της τοπικής κοινωνίας. Η επίτευξη ισορροπίας θέτει ως δεδομένο ότι μιλάμε για μια δυναμική κατάσταση που αγκαλιάζει όλες τις σφαίρες της ανθρώπινης ζωής. Αναφέραμε ότι η περιβαλλοντική προστασία δεν μπορεί να επιτευχθεί αν εφαρμόζονται πολιτικές σε έναν τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας και όχι σε άλλον (για παράδειγμα, να έχουμε φιλικά προς το περιβάλλον ξενοδοχεία σε έναν τόπο και δίπλα οι βιομηχανίες να μην λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα αποκατάστασης των ζημιών που προκαλούν). Επίσης αφορά τη συνεργασία μεταξύ των χωρών του κόσμου και την ανάπτυξη πρωτοβουλιών σε διεθνή κλίμακα. Επιπλέον, πιστεύουμε ότι η αειφορία εκπροσωπεί μια εφαρμογή, όχι στατική αλλά δυναμική, με την έννοια ότι πρέπει συνεχώς να βελτιώνεται και να βαθύνεται η δημοκρατικότητα των θεσμών και να εφαρμόζονται οι νέες και εξελισσόμενες τεχνολογίες, οι οποίες συνεχώς μειώνουν την επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων από την ανθρώπινη δραστηριότητα.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αγαπάκης, Γ., Κλάδος, Αλ. και Τσιρίτα, Γ. (2008), *Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης (Β.Ο.Α.Κ.)*, Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδας, Τμήμα Ανατολικής Κρήτης. Ανασύρθηκε από: http://www.teetak.gr/files/ekdiloseis/synedria/koinisiskepsi_DE_TEE/boak.pdf.
- Αεροδρόμιο Σητείας*. Ανασύρθηκε από:
<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%B4%CF%81%CF%8C%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CE%A3%CE%B7%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82>
- «Αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών». Ανασύρθηκε από:
http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/ITEP_Air-Arrivals_Jan-Oct.pdf
- Αθανασίου, Λ. (2007), *Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Προστασία*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- Ανδριώτης, Κ. (2008), *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*, Αθήνα: Σταμούλη.
- «Αποστολή». Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Ανασύρθηκε από:
<http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%91%CE%A0%CE%9F%CE%A3%CE%A4%CE%9F%CE%9B%CE%97>
- «Αύριο στο Ηράκλειο το πρώτο δρομολόγιο του Boeing 787», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:
<http://www.patris.gr/articles/244231#.UuIs1bSxXIV>
- Βαΐου, Κ. και Χατζημιχάλης, Κ. (1997), *Με τη ραπτομηχανή στην κουζίνα και τους Πολωνούς στους αγρούς. Πόλεις, περιφέρειες και άτυπη εργασία*, Αθήνα: Εξάντας.
- Βουτυράκη, Μ. (2004), «Περιβαλλοντικά προβλήματα της Κρήτης. Αφιέρωμα στην Παγκόσμια Ημέρα Προστασίας Περιβάλλοντος», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:
<http://www.patris.gr/articles/36116/8219#.UtwOZ7SxXIV>
- Γκρουλ, Χ. (1982), *Ένας πλανήτης λεηλατείται. Οικονομική εξάντληση και οικολογική καταστροφή*, Αθήνα: Νότος.
- Γλυνιά, Ελ. και Κώστα, Γ. (χ.χ.), «Η απασχόληση στο τομέα της ξενοδοχειακής animation στην Ελλάδα», *Περιοδικό Διοίκησης Αθλητισμού και Αναψυχής*, 1(2), 25 – 36.
- «Δανία: Ξενοδοχείο προτείνει σε πελάτες να κάνουν ποδήλατο για ηλεκτρική ενέργεια». Ανασύρθηκε από:
<http://www.hotelink.org/%CE%B4%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1-%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B5%CE%B9-%CF%83%CE%B5-%CF%80%CE%B5%CE%BB%CE%AC%CF%84%CE%B5/>
- «Διαλέξεις – Συνέδρια - Αρχείο 2012». Ανασύρθηκε από: <http://www.uoc.gr/announce/file-2012>
- «Δίωξη δασαρχείου στη Grecotel για κοπή δέντρων». Ανασύρθηκε από:
<http://dasarxeio.com/2013/10/27/%CE%B4%CE%AF%CF%89%CE%BE%CE%B7-%CE%B4%CE%B1%CF%83%CE%B1%CF%81%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CF%83%CF%84%CE%B7-grecotel-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%BF%CF%80%CE%AE-%CE%B4%CE%AD%CE%BD%CF%84%CF%81%CF%89/>
- «Δυναμικό Camping 2012». Ανασύρθηκε από:
http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2012_CAMPINGS_TOTAL.pdf
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία (ΕΛ.ΣΤΑΤ).

- «Έντονο ενδιαφέρον πολωνών επιχειρηματιών για τα κρητικά προϊόντα», Η Καθημερινή, 21.10.2013. Ανασύρθηκε από:
http://www.kathimerini.gr/4dcgi/w/articles/kathremote_1_21/10/2013_524088
- «ΕΠ Περιβάλλον - Αειφόρος Ανάπτυξη». Ανασύρθηκε από:
<http://www.espa.gr/el/pages/staticOPEEnvironment.aspx>
- Επίκαιρα σχετικά με το θέμα κάμπινγκ Κρήτη. Ανασύρθηκε από:
<http://el.camping.info/%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1/%CE%BA%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7>
- Ζούμπου, Αντ. (2009), *Ειδικό χωροταξικό πλαίσιο Τουρισμού. Μια κριτική Τεχνοοικονομική Προσέγγιση*. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανασύρθηκε από:
http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/3042/3/zoumbos_environmentalanalysis.pdf
- Ζωράκης, Γ.(2013), «Το πρώτο ελληνικό τριθέσιο ηλιακό μοτοποδήλατο. Από τον Ηρακλειώτη μηχανικό Μανώλη Τσικανδουλάκη», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:
<http://www.patris.gr/articles/249117/165941#.Ut-72rSxXIV>
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας Π. (1999), *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Αθήνα: Interbooks.
- «Ηλεκτρικά αυτοκίνητα: 13.000 σταθμοί φόρτισης στην Ελλάδα ως το 2020 – Τα σχέδια της Κομισιόν». Ανασύρθηκε από: <http://www.econews.gr/2013/02/04/ilektrika-autokinita-ellada-95450/>
- Κατάσταση υπόγειων υδροφορέων Κρήτης. Παρατηρήσεις για το τρέχον υδρολογικό έτος (1η Μαΐου 2009 έως 30η Σεπτεμβρίου 2009)*. Περιφέρεια Κρήτης. Ανασύρθηκε από:
http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.apdkritis.gov.gr%2FPortals%2F0%2F%25CE%2594%25CE%2595%25CE%259B%25CE%25A4%25CE%2599%25CE%2591%2F%25CE%25A3%25CE%25A5%25CE%259C%25CE%25A0%25CE%2595%25CE%25A1%25CE%2599%25CE%25A6%25CE%259F%25CE%25A1%25CE%2591%2520%25CE%25A5%25CE%25A0%25CE%259F%25CE%2593%25CE%2595%25CE%2599%25CE%25A9%25CE%259D%2520%25CE%25A5%25CE%2594%25CE%25A1%25CE%259F%25CE%25A6%25CE%259F%25CE%25A1%25CE%2595%25CE%25A9%25CE%259D%2520%25CE%259A%25CE%25A1%25CE%2597%25CE%25A4%25CE%2597%25CE%25A3%25CE%25BF%2009.doc&ei=ekKfUpnSNuXOygOSn4DIAQ&usq=AFQjCNGb-mtJVMhChymuX-NB9E0wf_R7Sg&sig2=Ddtb-C_CzNTq6Xb61eIAWw&bvm=bv.57155469,d.bGQ
- Κάτσος, Γ. (2005), *Ρωσικός Εξερχόμενος Τουρισμός*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- Κάτσικας, Χρ. & Θεριανός, Κ. (2007), *Ιστορία της νεοελληνικής εκπαίδευσης: από την ίδρυση του ελληνικού κράτους μέχρι το 2007*, Αθήνα: Σαββάλας.
- Κοκκώσης, Χ. και Τσάρτας, Π. (2001), *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, Αθήνα: Κριτική.
- Κοκκώσης, Χ. & Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*, Αθήνα: Κριτική Ντούλα Μ. (χ.χ.). «Ερημοποίηση». Ινστιτούτο εδαφολογίας Αθηνών Εθνικό ίδρυμα Αγροτικής Έρευνας. Ανασύρθηκε από:
<http://www.prosodol.gr/sites/prosodol.gr/files/Desertification,%20EAP2.pdf>
- Κουγιουμουτζής, Δ. (2006), *Ανάλυση του κλάδου των ξενοδοχείων: «Η περίπτωση της Κρήτης»*, αδημοσίευτη Διπλωματική εργασία στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πειραιά. Ανασύρθηκε από:
<http://digilib.lib.unipi.gr/dspace/bitstream/unipi/1304/1/Kougioumtzis.pdf>

- Κουσουνης, Στ. (2014), «Ενεση στον τουρισμό από την κρίση στην Αίγυπτο», *Η Καθημερινή*. Ανασύρθηκε από:
http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_2_28/08/2013_531339
- Κραβαρίτης, Κ. (1996). *Ελληνικός Τουρισμός, μύθοι & πραγματικότητες, συλλογή κειμένων που παρουσιάζει ανάγλυφα τις προοπτικές και τις ιδιομορφίες της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας*, Αθήνα: Anubis.
- Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου «Νίκος Καζαντζάκης». Ανασύρθηκε από:
http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CE%91%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B1%CF%82_%CE%97%CF%81%CE%B1%CE%BA%CE%BB%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85_%C2%AB%CE%9D%CE%AF%CE%BA%CE%BF%CF%82_%CE%9A%CE%B1%CE%B6%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B6%CE%AC%CE%BA%CE%B7%CF%82%CE%B2%BB
- Κρατικός Αερολιμένας Χανίων «Ιωάννης Δασκαλογιάννης». Ανασύρθηκε από:
http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CE%91%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B1%CF%82_%CE%A7%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CF%89%CE%BD_%C2%AB%CE%99%CF%89%CE%AC%CE%BD%CE%BD%CE%B7%CF%82_%CE%94%CE%B1%CF%83%CE%BA%CE%B1%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%AC%CE%BD%CE%BD%CE%B7%CF%82%CE%B2%BB
- «Κρήτη: Η φωτορύπανση απειλεί την καρέτα – καρέτα». Ανασύρθηκε από:
<http://www.econews.gr/2011/07/30/careta-kriti-fwtorupansi/>
- «Κριτήρια», Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης. Ανασύρθηκε από:
<http://www.eepf.gr/thegreenkey/criteria>
- Λαλούμης, Δ. (1996), «Ψυχαγωγία και άθληση, ο ρόλος τους στην ανάπτυξη του τουρισμού». Στο: Κραβαρίτης, Κ. *Ελληνικός Τουρισμός, μύθοι & πραγματικότητες, συλλογή κειμένων που παρουσιάζει ανάγλυφα τις προοπτικές και τις ιδιομορφίες της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας*, Αθήνα: Anubis.
- Μανώλογλου, Ε., Τσαρτας, Π., Μάρκου, Α. και Παπλιάκη, Β. (1998), *Ο τουρισμός ως παράγοντας κοινωνικής αλλαγής*, Αθήνα Εξάντας – ΕΚΚΕ.
- Μαστροδημήτρης, Π. (1996), *Εισαγωγή στη Νεοελληνική Φιλολογία*, Αθήνα: Δόμος.
- «Μάταλα: Η Πραγματική Ιστορία». Ανασύρθηκε από:
http://freedomgreece.blogspot.gr/2013/07/blog-post_3357.html
- «Μονή Τοπλού: Χωρίς φάκελο το έργο». Ανασύρθηκε από:
<http://www.neakriti.gr/?page=newsdetail&DocID=1018490&srv=266>
- Μπερτζ, Μπ. (2002), *Εξόριστοι στο Αιγαίο*, μτφ. Γ. Καστανάρας, Αθήνα: Φιλίστωρ.
- Μπίτσικα, Π. (2013), «Ο μπαμπάς λείπει σε ταξίδι για... σεξ», *Το Βήμα*. Ανασύρθηκε από:
<http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=103132>
- Μπογδανίδης, Κ. (2013), «‘Ράβε ξήλωνε’ για τα τετράτροχα! Ακύρωσε ο Δεικτάκης τη δική του απόφαση», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:
<http://www.patris.gr/articles/238200#.UuIrnR5xXIV>
- Μπούρμπος, Β. (2012), «Η αιολική ενέργεια και το περιβάλλον στην Κρήτη». Ανασύρθηκε από:
<http://www.voreioaigaios.gr/crete-wind-power/>
- Νότιος Οδικός άξονας, Περιφέρεια Κρήτης. Ανασύρθηκε από:
<http://www.paratiritiriokritis.gr/index.php?r=action/view&id=17>
- Νούτσος, Π. (1994), *Η σοσιαλιστική σκέψη στην Ελλάδα από το 1875 ως το 1974. Τα ρήγματα της τριτοδιεθνιστικής “ορθοδοξίας” και οι νεωτερικές συλλήψεις της σοσιαλιστικής θεωρίας (1956 - 1974)*, Δ’, Αθήνα: Γνώση.

- Ντούλα, Μ. (χ.χ.), «Ερημοποίηση», Ινστιτούτο εδαφολογίας Αθηνών Εθνικό ίδρυμα Αγροτικής Έρευνας. Ανασύρθηκε από: <http://www.prosodol.gr/sites/prosodol.gr/files/Desertification,%20EAP2.pdf>
- «Ξενοδοχειακό Δυναμικό 2012. Σύνολο χώρας». Ανασύρθηκε από: http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/2012_HOTELS_TOTAL.pdf
- «Παγκόσμιες καινοτομίες από την πρωτοπόρα εταιρεία εκτροφής και τυποποίησης σαλιγκαριών στην Κρήτη». Ανασύρθηκε από: <http://rethemnos.gr/pagkosmies-kenotomies-apo-tin-protopora-eteria-ektrofis-ke-tipopiisis-saligkarion-stin-kriti/>
- Παπαδάκη – Τζεδάκη, Στέλλα (1999), *Ενδογενής τουριστική ανάπτυξη: Διαρθρωμένη ή αποδιαρθρωμένη τοπική ανάπτυξη*, Αθήνα: Παπαζήση.
- «Παραγωγή του ZDF για τα μνημειακά ελαιόδεντρα της Κρήτης», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από: <http://www.patris.gr/articles/221631#.UtvxorSxXIV>
- Παρδάλη, Α. και Γκιζιάκης, Κ. (1995), «Το ελληνικό ακτοπλοϊκό σύστημα και η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών». Στο: Κραβαρίτης Κ. *Ελληνικός Τουρισμός, μύθοι & πραγματικότητες, συλλογή κειμένων που παρουσιάζει ανάγλυφα τις προοπτικές και τις ιδιομορφίες της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας*, Αθήνα: Anubis.
- «Παρουσίαση του ΣΕΑΓΕ». Ανασύρθηκε από: <http://agrozenia.net/page/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CF%83%CE%B5%CE%B1%CE%B3%CE%B5>
- Παυλόπουλος, Π. (1998). *Το Πανόραμα του Παγκόσμιου Τουρισμού*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- Παυλόπουλος, Π. (1999), *Το μέγεθος και η δυναμική του τουριστικού τομέα*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- Παυλόπουλος, Π. (2007). *Τουριστικά καταλύματα μικρού και μεσαίου μεγέθους. Ρόλος, προοπτικές, μέτρα*, Αθήνα: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
- «Περιβαλλοντική εκπαίδευση». Παιδαγωγικό Ινστιτούτο. Ανασύρθηκε από: <http://www.pi-schools.gr/perivalontiki/>
- «Περιοχές Δράσης. Προστασία της αναπαραγωγικής δραστηριότητας στην Κρήτη». Ανασύρθηκε από: http://www.archelon.gr/contents/pedio_crete.php?row=row3
- Πεσμαζόγλου, Στ. (1999), *Εκπαίδευση και ανάπτυξη στην Ελλάδα 1948-1985. Το σύμπτωτο μιας σχέσης*, Αθήνα: Θεμέλιο.
- Πολυδωρόπουλος, Π. και Σταυρουλοπούλου, Ό. (2004), *Γνώση και διαχείριση του περιβάλλοντος*, Αθήνα: Β. Γκιούρδας Εκδοτική.
- Ποράβου, Αλ. (χ.χ.), «Πράσινα ξενοδοχεία». Ανασύρθηκε από: <http://www.buildings.gr/greek/aiforos/indexprasinaxenodoxeia.htm>
- «Πρακτικά 1ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτουρισμού 2012». Ανασύρθηκε από: http://agrozenia.net/sites/default/files/2012-Transcription_SYNEDRIO%20AGROTURISMOU.pdf
- «“Πράσινη” μετακίνηση με ηλεκτροκίνητα στο Δήμο Νεάπολης – Συκεών». Ανασύρθηκε από: <http://www.econews.gr/2012/09/27/prasini-metakinisi-neapoli-sykees/>
- «Προφυλακίστηκε ο Ολλανδός ανιματέρ για την επίθεση σε 11χρονο Ρώσο», *Το Βήμα*. Ανασύρθηκε από: <http://www.tovima.gr/society/article/?aid=513515>
- «Πρωτόκολλο συνεργασίας Υπουργείου Τουρισμού και Εκκλησίας της Κρήτης». Υπουργείο Τουρισμού. Ανασύρθηκε από: <http://www.gnto.gov.gr/el/07112013-%CF%80%CF%81%CF%89%CF%84%CF%8C%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%BB%CE%BF-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%>

BF%CF%85-

%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-

%CE%B5%CE%BA%CE%BA%CE%BB%CE%B7%CF%83%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-

%CE%BA%CF%81%CE%AE%CF%84%CE%B7%CF%82

Ραμματά, Μ. (2011), *Σύγχρονη ελληνική δημόσια διοίκηση*, Αθήνα: Κριτική.

Σιώμος, Γ. (2004), *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*, Αθήνα: Σταμούλης.

«Σκουπιδότοπος στην είσοδο του λιμανιού. Ο Σύνδεσμος Τουριστικών Πρακτόρων Κρήτης ζητά την περιφραξή του», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:

<http://www.patris.gr/articles/241817#.UtwNQ7SxXIV>

Σπανάκης, Στ. (1964), *Κρήτη, Τουρισμός, Ιστορία, Αρχαιολογία*, Β', Ηράκλειο: Σφακιανός.

Σπανάκης, Στ. (1991), *Κρήτη, Τουρισμός, Ιστορία, Αρχαιολογία*, Α', Ηράκλειο: Σφακιανός.

Σταυριδάκης, Κ. (2008), «Η άγρια βρώσιμη χλωρίδα της Κρήτης». Ανασύρθηκε από:

http://www.geoperi.gr/documents/agria_viosimh_xlwrida_krhths.pdf

«Στην Κρήτη ζούσε το πιο μικρό μαμούθ που έχει βρεθεί», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:

<http://www.patris.gr/articles/222002#.Utv0rSxXIV>

«Στο ΕΛΚΕΘΕ η μελέτη για τη διάβρωση των ακτών στα Χανιά», *Πατρίς*. Ανασύρθηκε από:

<http://www.patris.gr/articles/235642?PHPSESSID=f3u8n0c5h5736n6d0cdeurm8q6#.Utv-57SxXIV>

«Στο επίκεντρο εισαγγελέως η μαθητική διαρροή στην Κρήτη», *AlfaVita*. Ανασύρθηκε από:

<http://www.alfavita.gr/old/32458>

Τζαναβάρα, Χ. (2005). «Άξενη πολιτεία για 44 'Ξενία'», *Ελευθεροτυπία*. Ανασύρθηκε από:

http://archive.is/20130217185449/archive.enet.gr/online/online_text?c=112&id=22376432

«Το τοπίο του μαζικού τουρισμού στα Μάλια της Κρήτης». Ανασύρθηκε από:

<http://galaxy.hua.gr/~landscapesatlas/index.php/2010-01-21-16-47-29/landscapescat/52-2009-07-31-09-41-49/250-malia.html>

Τριαντάφυλλος, Α. (2009), *Ρύπανση και τεχνολογίες προστασίας περιβάλλοντος*, Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα.

Τσάλτας, Γρ. και Γρηγορίου, Π. (1994), *Κοινοτικές στρατηγικές για το περιβάλλον*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Τσάρτας, Π. (1996), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Αθήνα: Εξάντας.

Τσάρτας, Π. (2004), «Επτά βασικές προϋποθέσεις για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη», *Η Καθημερινή*. Ανασύρθηκε από:

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_economy_17_14.10.2004_119774

Τσάρτας, Π., Μανώλογλου, Ε. και Μάρκου, Α. (1998), *Ο τουρισμός ως παράγοντας κοινωνικής αλλαγής*, Αθήνα: Εξάντας.

Τσουκαλάς, Κ. (1987), *Κράτος, κοινωνία, εργασία στη μεταπολεμική Ελλάδα*, Αθήνα: Θεμέλιο.

Χαιρετισμός του Δ.Σ. της Παγκρήτιας Ομοσπονδίας Ευρώπης. Ανασύρθηκε από:

<http://www.pankritiki.eu/index.html>

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Berstein, S. and Milza, P. (1997), *Ιστορία της Ευρώπης*, 3, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Clarke, J. (2004), «Effective Marketing for Rural Tourism», στο: D. Hall, I. Kirkpatrick & M. Mitchell, *Rural Tourism and sustainable business*, Toronto: Channel View Publications.
- Crete. Ανασύρθηκε από: <http://en.wikipedia.org/wiki/Crete>
Gtp. Greek Travel Pages, May – June 2013.
- Donatos, G. (1991), «Seasonality of foreign tourism in the Greek island of Crete». *Annals of Tourism Research*, 18(3), 515 - 519.
- Holden, A. (2008), *Environment and Tourism*, New York: Routledge.
- Holloway, J. C. and Robinson, C. (2007), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*, μτφ. Χ. Τόλιου – Α. Σοκόδημος, Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Swarbrooke, J. (2002), *Sustainable Tourism Management*, New York: CABI.
- Ball, A. and Peters, G. (2000), *Σύγχρονη πολιτική και διακυβέρνηση. Εισαγωγή στην πολιτική επιστήμη*, μτφ. Κ. Λάβδας, Αθήνα: Παπαζήσης.