



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ανάλυση τουρισμού σε ξενοδοχεία πολυτελείας στην Κρήτη- Προβλέψεις

Διπλωματική εργασία

Αντύπας Παναγιώτης Χρήστος

Επιβλέπων καθηγητής: Σφακιανάκης Μιχαήλ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο: «Ανάλυση τουρισμού σε ξενοδοχεία πολυτελείας στην Κρήτη- Προβλέψεις» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο: Αντύπας Παναγιώτης Χρήστος

Ημερομηνία.....



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα είναι ένας από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, ένας πόλος έλξης για χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο. Ο τουριστικός τομέας αποτελεί, αδιαμφισβήτητα, έναν από τους κύριους παράγοντες της Ελληνικής οικονομικής δραστηριότητας, συμβάλλοντας σημαντικά στην τελική διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (18% κατά μέσο όρο ανά έτος), ενισχύοντας την περιφερειακή ανάπτυξη και δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας.

Η οποιαδήποτε μορφή ύφεσης την οποία είναι πιθανό να βιώσει ο τουριστικός τομέας, επηρεάζει άμεσα έναν ή και περισσότερους από τους προαναφερθέντες παράγοντες, μεταβάλλοντας τελικώς την συνολική οικονομική δραστηριότητα της χώρας. Εν μέσω της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης, οι εκτιμήσεις τόνιζαν την μείωση της συνολικής δραστηριότητας και του τουριστικού τομέα, καθώς η τουριστική δραστηριότητα συνδέεται άμεσα με το εισόδημα και τις αποταμιεύσεις των καταναλωτών. Συνεπώς, η παρούσα έρευνα εξετάζει την τουριστική δραστηριότητα επικεντρώνοντας στις προτιμήσεις των ημεδαπών και αλλοδαπών καταναλωτών- τουριστών στο σύνολο της Κρήτης.

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται μια γενική επισκόπηση της έννοιας του τουρισμού όπως επίσης και της διαχρονικής του εξέλιξης. Στη συνέχεια αναφέρονται μερικά από τα είδη του τουρισμού, που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και κυρίως στην Κρήτη, και οι παράγοντες που χαρακτηρίζουν τον τουρίστα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια εκτενής αναφορά για τα δεδομένα της τουριστικής ζήτησης σε διεθνές επίπεδο και κυρίως στην τρίτη ηλικία η οποία βάσει στατιστικών δεδομένων είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό στη χώρα μας.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται διεξοδική ανάλυση για το τουριστικό προφίλ της Κρήτης και των υποδομών για κάθε ένα από τους τέσσερις νομούς της. Στη συνέχεια του κεφαλαίου αυτού αναλύονται τα ξενοδοχειακά καταλύματα που υπάρχουν σε κάθε νομό αλλά και οι αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών σε αυτά.

Στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας, μέσω του προγράμματος στατιστικών προβλέψεων Statgraphics, αναλύονται και σχολιάζονται τα δεδομένα από το 2000 έως και το 2010 ώστε να εξέλθουν οι πιο πιθανές προσεγγιστικά προβλέψεις αφίξεων τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα 4 αστέρων και 5 αστέρων σε σύνολο όλων των νομών της Κρήτης για το 2011, 2012 και 2013 καθώς επίσης και τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας.



Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο θα γίνει μια σύντομη ανάλυση των συμπερασμάτων και θα δοθούν κάποιες προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Αντικείμενο και σκοπός της έρευνας

Το αντικείμενο της παρούσας ερευνητικής διπλωματικής εργασίας είναι να μελετήσει την κατάσταση του τουρισμού της Κρήτης σε γενικό επίπεδο με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής αυτής αλλά και κάθε νομού ξεχωριστά.

Σκοπός της έρευνας είναι η διεξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με τη φύση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, εξετάζοντας τις μορφές και τα είδη που υπάρχουν. Επιπλέον, σκοπός της εργασίας είναι μέσω του στατιστικού προγράμματος Statgraphics να αναλύσει τα δεδομένα των ξενοδοχειακών αφίξεων στους νομούς της Κρήτης ώστε να προάγει ένα σύνολο προβλέψεων και να υπάρχει η δυνατότητα στο μέλλον να συγκριθούν με τα πραγματικά δεδομένα αλλά και με τα δεδομένα του προηγούμενου έτους για την εξέλιξη και πρόοδο του πολυτελούς τουρισμού στην Κρήτη.

Μεθοδολογία της έρευνας, επιλογής και επεξεργασίας των δεδομένων

Για το εμπειρικό μέρος της διπλωματικής εργασίας πραγματοποιήθηκε δευτερογενής έρευνα χρησιμοποιώντας στατιστικά δεδομένα από την Ελληνική Στατιστική Αρχή τα οποία αφορούσαν τις ξενοδοχειακές αφίξεις των τουριστών σε κάθε έναν από τους νομούς της Κρήτης στα καταλύματα τεσσάρων και πέντε αστέρων για το διάστημα από το 2000 έως το 2010. Με την χρήση των μηνιαίων αφίξεων σε κάθε πολυτελές ξενοδοχείο της Κρήτης δημιουργείται μια χρονοσειρά η οποία θα δώσει την δυνατότητα στο στατιστικό πρόγραμμα να εξάγει προβλέψεις για το 2011, 2012 και 2013. Για την πραγματοποίηση αυτής της χρονοσειράς όπως προαναφέρθηκε στην εισαγωγή προστέθηκαν όλες οι μηνιαίες ξενοδοχειακές αφίξεις ανά νομό της Κρήτης και ανά κατηγορία καταλύματος (4* & 5*).

Η εργασία για την έρευνα αυτή διεξήχθη σε δύο φάσεις καθώς τα στοιχεία δεν ήταν όλα επαρκή για την εκπόνηση της εργασίας. Η πρώτη φάση ήταν το Μάιο του 2011 όπου και συλλέχθηκαν τα απαραίτητα δεδομένα έως και του 2009 και η δεύτερη φάση όταν αναρτήθηκαν από την ΕΛ.ΣΤΑΤ. τα δεδομένα για το 2010. Η επεξεργασία των στοιχείων καθώς και η δημιουργία των διαγραμμάτων έγινε με βάση το πρόγραμμα Microsoft Office Excel 2010 ενώ τα δεδομένα επεξεργαστήκαν τελικώς από το πρόγραμμα Centurion Statgraphics

XVII.



ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

<u>Πίνακας 1.2.1</u> Ο τουρισμός όπως ήταν και όπως είναι τώρα.....	17
<u>Πίνακας 1.5.4.1</u> Διεθνή και εθνικά συνέδρια με διεθνή συμμετοχή.....	30
<u>Πίνακας 1.6.4.2.1</u> Σύνολο προσκυνημάτων στους νομούς της Ελλάδας.....	38
<u>Πίνακας 3.4.1</u> Μορφωτικό επίπεδο των τουριστών ανά Νομό.....	92
<u>Πίνακας 3.4.2</u> Δημοφιλέστερες εθνικότητες ανά νομό.....	92
<u>Πίνακας 3.5.1</u> Μερίδια κλινών των νομών της Κρήτης.....	94
<u>Πίνακας 3.5.2</u> Ξενοδοχειακές μονάδες Κρήτης.....	98
<u>Πίνακας 3.5.4</u> Πληθυσμός Νομών Κρήτης.....	111
<u>Πίνακας 3.6.1</u> Τα ξενοδοχεία της Κρήτης.....	112
<u>Πίνακας 3.6.2</u> «Μη κύρια» ξενοδοχειακά καταλύματα.....	113
<u>Πίνακας 3.6.2.1</u> Συνοπτική Παρουσίαση Μεγεθών Τουρισμού (2001-2005).....	115
<u>Πίνακας 3.6.2.2</u> Χωροταξική Κατανομή Ξενοδοχειακού Δυναμικού το 2005.....	117
<u>Πίνακας 3.6.3.1</u> Ξενοδοχειακές μονάδες του νομού Ρεθύμνου ανά δήμο.....	118
<u>Πίνακας 3.6.4.1</u> Ξενοδοχειακά καταλύματα στο νομό Χανίων.....	119
<u>Πίνακας 3.6.4.2</u> Χωροταξικός πίνακας ξενοδοχειακού δυναμικού Χανίων.....	120
<u>Πίνακας 4.2.1</u> Παράμετροι μοντέλου Arima για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη (ARIMA Model Summary).....	123
<u>Πίνακας 4.2.2</u> Τιμή RMSE και δοκιμασίες μοντέλου ARIMA για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη (Model comparison).....	124
<u>Πίνακας 4.2.3</u> Σύγκριση αφίξεων 2010 με προβλεπόμενες αφίξεις 2011,2012 & 2013.....	126



ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<u>Διάγραμμα 1.5.3.1</u> Κίνητρα των επισκεπτών στην περιοχή του Βαρέζε.....	27
<u>Διάγραμμα 1.7.1</u> Οικονομικές επιδράσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού.....	45
<u>Διάγραμμα 1.8.1.1</u> Παράγοντες διαμόρφωσης συμπεριφοράς του τουρίστα.....	52
<u>Διάγραμμα 3.4.1</u> Ηλικιακές Ομάδες.....	92
<u>Διάγραμμα 3.4.2</u> Διαφορές νομών σε ηλικιακό επίπεδο τουριστών.....	92
<u>Διάγραμμα 3.4.3</u> Εισοδηματικό επίπεδο τουριστών.....	93
<u>Διάγραμμα 3.4.4</u> Εισοδηματικές διαφορές στους εισερχομένους τουρίστες κάθε νομού.....	93
<u>Διάγραμμα 3.4.5</u> Οικονομικό υπόβαθρο επισκεπτών Κρήτης βάσει των 7 δημοφιλέστερων χωρών.....	94
<u>Διάγραμμα 3.6.1.1</u> Αριθμός δωματίων ανάλογα με την κατηγορία (2004-2007).....	114
<u>Διάγραμμα 4.2.1</u> Κατάλοιπα αυτοσυσχετίσεων για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη.....	125
<u>Διάγραμμα 4.2.2</u> Κατάλοιπα μερικών αυτοσυσχετίσεων για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη.....	125
<u>Διάγραμμα 4.2.3</u> Διάγραμμα χρονικής ακολουθίας αφίξεων στα ξενοδοχεία της Κρήτης.....	126



ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΧΑΡΤΩΝ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

<u>Χάρτης 1.6.4.2.1</u> Η πυκνότητα των προσκυνημάτων στους νομούς της Ελλάδας.....	59
<u>Φωτογραφία 3.5.1.2.1</u> Λιμάνι Ηρακλείου.....	100
<u>Φωτογραφία 3.5.1.3.1</u> Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου Νικόλαος Καζαντζάκης.....	102
<u>Φωτογραφία 3.5.2.1.1</u> Λιμάνι Χανίων.....	104
<u>Φωτογραφία 3.5.3.1.1</u> Λιμάνι Ρεθύμνου.....	109

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>	2
<u>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</u>	4
<u>ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ</u>	5
<u>ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ</u>	6
<u>ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΧΑΡΤΩΝ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ</u>	7
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	12
1.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.2. ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΩΝ ΦΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	13
1.3. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	20
1.4. ΟΙ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ.....	21
1.5. ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	25
1.5.1. ΟΙ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΟΝ ΗΛΙΟ.....	25
1.5.2. ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ:.....	26
1.5.3. Η ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗ ΕΚΦΡΑΣΗ:.....	27
1.5.4. ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΧΩΡΟ.....	30
1.6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	34
1.6.1. Η ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ.....	34
1.6.2. Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ.....	35
1.6.3. ΤΑ ΥΔΑΤΙΝΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΚΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ.....	36
1.6.4. ΤΟ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟ ΑΙΣΘΗΜΑ.....	37



1.6.4.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	38
1.6.4.2. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	40
1.6.5. ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ.....	44
1.6.6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ.....	44
1.6.7. ΟΙ ΙΑΤΡΙΚΟΙ/ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ.....	45
1.6.8. Η «ΠΑΡΑΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ» ΤΥΠΟΥ ΑΝΑΨΥΧΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΣΕ ΜΝΗΜΕΙΑ/ΤΟΠΟΥΣ ΠΕΣΟΝΤΩΝ ΠΟΛΕΜΟΥ.....	46
1.6.9. ΟΙ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ.....	46
1.7. Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	47
1.8. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ.....	53
1.8.1. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ.....	53
1.8.1.1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	56
1.8.1.2. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	57
1.8.1.3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	58
1.8.1.4. ΘΕΣΜΙΚΟΙ - ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	60
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ.....	61
2.1. Η ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	61
2.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ.....	63
2.2.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	64
2.2.2. ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	67
2.2.3. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	68
2.2.4. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ- ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	68



2.2.5. ΦΥΣΙΚΟΙ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	69
2.3. ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ».....	70
2.4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	71
2.5. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ.....	73
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΡΗΤΗ.....	76
3.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	76
3.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	79
3.3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.....	88
3.3.1. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	92
3.4. ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΑ.....	94
3.5. ΒΑΣΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΡΗΤΗΣ.....	100
3.5.1. ΗΡΑΚΛΕΙΟ.....	101
3.5.1.1. ΛΙΜΑΝΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	103
3.5.1.2. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	104
3.5.2. ΧΑΝΙΑ.....	105
3.5.2.1. ΛΙΜΑΝΙ ΧΑΝΙΩΝ.....	106
3.5.2.2. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΧΑΝΙΩΝ.....	109
3.5.3. ΡΕΘΥΜΝΟ.....	110
3.5.3.1. ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ.....	112
3.5.4. ΛΑΣΙΘΙ.....	113
3.5.4.1. ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	115
3.6. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	115
3.6.1. ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.....	116



3.6.2.ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	118
3.6.3.ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΡΕΘΥΜΝΟΥ.....	120
3.6.4.ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΧΑΝΙΩΝ.....	121
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ STATGRAPHICS.....	123
4.1. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ 4 ΚΑΙ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ.....	125
4.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	129
5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΕΡΕΥΝΑ.....	130
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</u>	132
<u>ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</u>	132
<u>ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</u>	134
<u>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....</u>	138
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΜΕ ΤΑ ΑΚΡΙΒΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ STATGRAPHICS.....</u>	139



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Υπάρχει μια πληθώρα ορισμών που αφορούν τον τουρισμό, που ο καθένας διαθέτει θεωρητικά ή ερευνητικά χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, ο τουρισμός έχει πολλά κοινά θεωρητικά χαρακτηριστικά με τον τομέα της αναψυχής και του ελεύθερου χρόνου. Σύμφωνα με τους Jansen– Verbeke και Dietvost (1987), οι όροι: “αναψυχή, ελεύθερος χρόνος και τουρισμός αντιπροσωπεύουν τον Τύπο μιας χαλαρής και αρμονικής ομάδας, που εστιάζεται στα εμπειρικά και ενεργητικά χαρακτηριστικά και που τυποποιούν αυτούς τους όρους. Από την άλλη πλευρά, οι οικονομικοί και τεχνικοί στατιστικοί όροι παραγκωνίζουν το στοιχείο της ανθρώπινης εμπειρίας, που ενυπάρχει στην τουριστική δραστηριότητα, δίνοντας μεγαλύτερη σημασία στην μετακίνηση των ανθρώπων πάνω από σύνορα κρατών και στα ποσά που καταβάλλονται κατά τη μετακίνηση αυτή”. Η σχέση του τουρισμού με τις άλλες επιστήμες, όπως κοινωνιολογία, γεωγραφία, ψυχολογία και οικονομικά διαμόρφωσε και την περίπλοκη φύση του τουριστικού φαινομένου. Παρά την άμεση εξάρτηση από αυτές τις επιστήμες, Ορισμένοι μελετητές, όπως ο Leiper (1981) υποστηρίζουν τη διαμόρφωση μιας ξεχωριστής τουριστικής επιστήμης. Σύμφωνα με τον Leiper, ο τρόπος με τον οποίο θα πρέπει να προσεγγίσουμε την τουριστική επιστήμη χρειάζεται να επικεντρωθεί γύρω από τη δομή της βιομηχανίας, και η οποία θα αντιμετωπίζεται ως ένα ανοιχτό σύστημα πέντε βασικών στοιχείων, που δρουν μέσα στο ευρύτερο περιβάλλον:

1. το στοιχείο του ανθρώπινου δυναμικού
2. η περιοχή προέλευσης
3. μια ενδεχόμενη ενδιάμεση περιοχή
4. η περιοχή προορισμού ή περιοχή υποδοχής
5. η ίδια η τουριστική βιομηχανία.

Ο τουρισμός αποτελεί φαινόμενο των σύγχρονων κοινωνιών της μεταπολεμικής περιόδου εκφράζει την ανάγκη της μεταπολεμικής περιόδου. Εκφράζει την ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για ξεκούραση και ανανέωση των σωματικών και ψυχικών του δυνάμεων, για ψυχαγωγία και διασκέδαση, για αλλαγή του χώρου και των παραστάσεών του, για φυγή από



την καθημερινότητα και αναζήτηση του νέου, του διαφορετικού. Τα τελευταία χρόνια, σα σύγχρονο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο έχει πάρει πια μαζικό χαρακτήρα. Από προνόμιο των πλουσίων, έγινε δικαίωμα των εργαζομένων, των μη προνομιούχων, των πολλών. Οι παράγοντες που συνέβαλαν κυρίως στην αλματώδη ανάπτυξη του Τουρισμού μεταπολεμικά, ήταν η αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου στις ανεπτυγμένες χώρες, η μεγάλη ανάπτυξη των μεταφορών και τέλος η ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού και συνεπώς φθηνού τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί το είδος του τουρισμού που έχει επικρατήσει και αυτό οφείλεται κυρίως στο ιδιαίτερα χαμηλό κόστος μεταφοράς και διανομής που επιτυγχάνει.

Ο τουρισμός βρίσκεται σε στενή εξάρτηση από το φυσικό περιβάλλον και μάλιστα, σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, σε ποσοστό 90%. Αυτό σημαίνει ότι το φυσικό περιβάλλον αποτελεί βασική παράμετρο της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής, ή διαφορετικά, το “κεφάλαιο” της, το οποίο ο τουρισμός καλείται να αναδείξει και να αξιοποιήσει, με σκοπό να παραχθούν οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά και περιβαλλοντικά οφέλη. Κατά συνέπεια, αν αποσκοπούμε στην αιφορία των ωφελειών που προέρχονται από τον τουρισμό, τότε θα πρέπει πρωτίστως να εκμεταλλευτούμε αιφορικά το διαθέσιμο φυσικό “κεφάλαιο”, έτσι ώστε να είναι σε θέση να προσφέρει συνεχώς τις ίδιες τουλάχιστον υπηρεσίες. Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται όταν οι σχέσεις τουρισμού και φυσικού περιβάλλοντος είναι αρμονικές και έχει επιτευχθεί μεταξύ τους ισορροπία. Ο τουρισμός υιοθετήθηκε και αποκηρύχθηκε για την ικανότητά του να αναπτύσσει και να μεταμορφώνει διάφορες περιοχές σε τελείως διαφορετικούς χώρους. Στην πρώτη περίπτωση, ο τουρισμός θεωρείται ότι είναι το κίνητρο για τη συνεχόμενη ανάπτυξη ενός τόπου. Στην δεύτερη περίπτωση, οι οικολογικές και κοινωνιολογικές αλλαγές για τη μεταμορφωμένη περιοχή είναι πολύ μεγάλες. (Κοσμαδάκη Μ., 2006)

1.2 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΩΝ ΦΑΣΕΩΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η λέξη «τουρίστας» (tourist) εμφανίζεται για πρώτη φορά στο Ηνωμένο Βασίλειο, στις αρχές του 19ου αιώνα –προερχόμενη από τη γαλλική λέξη «tour» –και απεικόνιζε τους νεαρούς Άγγλους ευγενείς, οι όποιοι, για λόγους κοινωνικού status και αναψυχής, πραγματοποιούσαν τη «μεγάλη περιήγηση της Γαλλίας» (Grand tour).



Ο 19ος αιώνας εκτός από τις σποραδικές απόπειρες προσδιορισμού και οριοθέτησης των μικρής έντασης τουριστικών μετακινήσεων (αριστοκράτες και εισοδηματίες), συνέβαλε πάραυτα στον εκσυγχρονισμό του τουρισμού μέσω της ανάπτυξης ενός αριθμού τεχνολογικών και οργανωτικών παραγόντων όπως ο σιδηρόδρομος (το μήκος του σιδηροδρομικού δικτύου έφτανε τα 40.000 χμ. μόνο στη Ρωσία), τα ατμοπλοία («Queen Mary», «Queen Elisabeth», «Titanic», «Liberte» κλπ), οι Tour Operators (Thomas Cook), τα ξενοδοχεία πολυτελείας (Ritz, Carlton, Grand hotel κ.λπ.) και οι ταξιδιωτικοί οδηγοί (Baedeker).

Ωστόσο η τουριστική δραστηριότητα δεν αντιπροσωπεύει ένα νέο φαινόμενο, εφόσον το ταξίδι και μετακινήσεις των ατόμων αποτέλεσαν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες εξέλιξης στην ιστορία της ανθρωπότητας (αρχαιότητα, ρωμαϊκή περίοδος, μεσαίωνας, αναγέννηση). Η ανάγκη για μετακινήσεις, ανακαλύψεις, αναζήτηση της αλλαγής και της αναψυχής, δεν υπήρξε προνόμιο των σύγχρονων βιομηχανικών κοινωνιών, αλλά βαθύτερο και αρχέγονο κίνητρο των ατόμων.

Ο 20ος αιώνας με τις μεγάλες οικονομικές, κοινωνικές, τεχνολογικές και πολιτικές εξελίξεις που τον χαρακτηρίζουν, μετατρέπει τον τουρισμό της «ελίτ» του 19ου αιώνα σε φαινόμενο μαζικής κατανάλωσης.

Ο τουρισμός του 21ου αιώνα τείνει να χαρακτηριστεί από την ανάπτυξη του e-tourism, στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και της νέας οικονομίας του τουρισμού, επιφέροντας σημαντικές αναδιαρθρώσεις στην τουριστική βιομηχανία. Οι παράγοντες που συνέβαλλαν προοδευτικά στη διαμόρφωση των παραπάνω, βασίστηκαν ουσιαστικά στην ύπαρξη διαρκούς ειρήνης, την οποία η διακήρυξη της Μανίλας για τα ταξίδια και τον τουρισμό (W.T.O. 1980) διέβλεπε ως την απαραίτητη προϋπόθεση ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας την αύξηση της παραγωγής, της παραγωγικότητας, της αγοραστικής δύναμης των ατόμων, την επιμήκυνση της διάρκειας ζωής, τη μείωση των ορίων ηλικίας για συνταξιοδότηση, την ελάττωση του χρόνου εργασίας, την αύξηση της χρονικής διάρκειας των διακοπών μετ' αποδοχών, τον πολλαπλασιασμό των τουριστικών καταλυμάτων και των μεταφορικών μέσων, τη μεγέθυνση των tour operators, καθώς και άλλων παραγόντων, μικρότερης σημασίας.

Τα πρώτα ταξίδια αρχίζουν στους αρχαίους χρόνους και μαζί τους αρχίζει και μια πορεία στο χρόνο, οι συνεχείς μεταλλαγές της οποίας διαμορφώνουν το σύγχρονο τουρισμό με τη μορφή που τον γνωρίζουμε ιδιαίτερα μετά το 1950. Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν επιστήμονες και έμποροι που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους. Η ανάπτυξη των ταξιδιών στα αρχαία χρόνια συνδέεται άμεσα με την παράλληλη ανάπτυξη των μεταφορικών αρτηριών ώστε να



υπάρχει περισσότερη ασφάλεια των μεταφορικών μέσων, που εξασφάλιζαν άνεση και δυνατότητα περισσότερων μακρινών ταξιδιών και του χρήματος που έγινε η πρώτη «κοινή γλώσσα» ανάμεσα στους λαούς του αρχαίου κόσμου. Η ανάπτυξη των πρώτων μεγάλων πόλεων στη Μεσοποταμία οδηγεί και στην ανάγκη επαφών για εμπορικούς και πολιτικούς ή μορφωτικούς λόγους. Η εφεύρεση του χρήματος από τους Σουμέριους το 4000 Π.Χ. αλλά και της σφηνοειδούς γραφής καθώς και της ρόδας τούς δίνει αναμφίβολα τον τίτλο των ιδρυτών του τουρισμού!. Η βελτίωση των μεταφορικών μέσων (άμαξες, πλοία) συνοδεύτηκε από τη χάραξη μεγαλύτερων δρόμων και την ανάπτυξη των θαλάσσιων μεταφορών. Οι Φοίνικες αναλαμβάνουν τη μεταφορά των εμπορευμάτων και ταξιδιωτών σε όλες τις περιοχές του τότε γνωστού κόσμου, συνδέοντας αρχικά τις χώρες της Μεσογείου. Το εμπόριο γίνεται αιτία και για τα πρώτα ταξίδια στη μακρινή Κίνα και την Ινδία. Τα ταξίδια για σκοπούς θρησκευτικούς ήταν ουσιαστικά τα πρώτα ταξίδια αναψυχής που καταγράφονται κυρίως στην Αίγυπτο όπου υπάρχουν και πολλά σημάδια των πρώτων τουριστών χαραγμένα σε μνημεία και ναούς. Τα ταξίδια των μεγάλων φιλοσόφων, γεωγράφων και ιστορικών της αρχαιότητας (Ηρόδοτος, Θαλής, Πανσανίας, Στράβωνας κ.ά.) σε πολλές χώρες της Μεσογείου και της Μέσης Ανατολής αποτυπώνονται σε βιβλία και μας δίνουν τις πρώτες συστηματικές πληροφορίες τόσο για τις κοινωνικές δομές των περιοχών που επισκέπτονται όσο και για τα χαρακτηριστικά των ταξιδιών της εποχής. Οι πρώτοι λαοί που επεκτείνουν την επιρροή τους στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Μεσογείου (Αιγύπτιοι, Ασσύριοι, Πέρσες, Έλληνες κ.ά.) γίνονται και αιτία για την περαιτέρω βελτίωση των όρων και της ασφάλειας των ταξιδιών. Η ανάγκη να μένουν ανοικτοί οι δρόμοι για λόγους οικονομικούς, πολιτικούς και στρατιωτικούς, καθώς και η διαμόρφωση των πρώτων «σφαιρών επιρροής», όπου είναι αποδεκτό κάποιο κοινό νόμισμα, δίνουν μεγάλη ώθηση στα ταξίδια της εποχής. Η κοινή γλώσσα ήταν ένα επόμενο βήμα που επιτεύχθηκε κυρίως στην αρχαία Ελλάδα, ενώ την ίδια εποχή στις μεγάλες αυτοκρατορίες βελτιώνονται αισθητά οι υποδομές των τουριστικών υπηρεσιών (ξενοδοχεία, εστιατόρια, άμαξες κ.λπ.). Οι Ολυμπιακοί Αγώνες γίνονται η αιτία να αναπτυχθούν οι πρώτες οργανωμένες εκδηλώσεις με διεθνή συμμετοχή και ειδικό κίνητρο (αθλητισμός, γιορτή, φεστιβάλ κ.λπ.). Τα ταξίδια και οι κατακτήσεις του Μ. Αλεξάνδρου διαμορφώνουν έναν ενιαίο γεωγραφικά χώρο με κοινούς θεσμούς και συστηματική οργάνωση που οδηγούν στην εμπέδωση της ασφάλειας στους τουρίστες της εποχής. Οι Ρωμαίοι όμως είναι αυτοί που δίνουν μια νέα εντυπωσιακή ώθηση στον τουρισμό δημιουργώντας ένα τέλειο σύστημα δρόμων, όπως η Αππία οδός που είχε μήκος 350 μίλια (συνέδεε τη Ρώμη με το Μπρίντιζι), καθώς και πανδοχείων όπου για πρώτη φορά χρησιμοποιούνται τυποποιημένες πινακίδες που εξηγούν στον ταξιδιώτη ποιες υπηρεσίες προσφέρει το κάθε πανδοχείο. Οι πρώτες «τουριστικές περιοχές» με την έννοια της έλξης μεγάλου αριθμού τουριστών που ταξιδεύουν σε αυτές στην εποχή της Ρωμαϊκής



Αυτοκρατορίας για να επισκεφθούν ναούς και αξιοθέατα που γίνονται ευρύτερα γνωστά στον τότε κόσμο ήταν η Ελλάδα, η Αίγυπτος και η Μικρά Ασία. Η ανάπτυξη των πρώτων σταθερών ροών τουριστών προς αυτές τις περιοχές στηρίζεται στην εμπέδωση της ειρήνης και τη βελτίωση των θαλασσιών συγκοινωνιών. Τα πρώτα ταξίδια με πολλά κίνητρα (ψυχαγωγία, πολιτισμός, θρησκεία κ.λπ.) διαμορφώνονται αυτή την εποχή με την ανάπτυξη περιοχών που προσφέρουν ένα φάσμα τουριστικών υπηρεσιών αλλά και ποικιλία από αξιοθέατα για τους τουρίστες με πιο ενδιαφέρον παράδειγμα τα επτά θαύματα του αρχαίου κόσμου που αποτελούσαν και πόλους έλξης των τουριστών. Στη Ρωμαϊκή εποχή επίσης αναπτύσσονται συστηματικά τα ταξίδια τουρισμού υγείας με έμφαση κυρίως την παραμονή σε περιοχές με ιαματικές ραδιούχες πηγές, ενώ στην ίδια χρονική περίοδο αρχίζει και η συστηματική κατασκευή εξοχικών σπιτιών από τους πλούσιους Ρωμαίους. Η σταδιακή ανάπτυξη του τουρισμού μέχρι και την εποχή των Ρωμαίων χαρακτηρίζεται από τη διεύρυνση του φάσματος των προσφερομένων υπηρεσιών, τη διαρκή εξειδίκευση των τουριστικών ταξιδιών και την εμπέδωση της ασφάλειας στις μεταφορές.

Η άμεση σύνδεση του τουρισμού με την ασφάλεια και την ειρήνη αναδεικνύεται με την υποχώρηση που παρουσιάζουν τα ταξίδια σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα έως και το 1400. Τα ατομικά ταξίδια για λόγους ψυχαγωγίας και πολιτισμού μειώνονται δραστικά λόγω της ανασφάλειας που επικρατεί σε στεριά και θάλασσα. Στη Βυζαντινή Αυτοκρατορία η σημασία που αποκτάει ο Χριστιανισμός ως θρησκεία δυναμική και ανατρεπτική της έως τότε κρατούσας κατάστασης, εκφράζεται με τη σημασία που αποκτούν οι Άγιοι Τόποι και η Ιερουσαλήμ ως χώροι λατρείας για τους χριστιανούς που συρρέουν από όλη την Ευρώπη. Υπάρχουν όμως και τα ταξίδια των εξερευνήσεων και των πρώτων ανακαλύψεων που οδηγούν τους τολμηρούς στον τότε Νέο Κόσμο και στη μακρινή Ασία (Κίνα). Οι Βίκινγκς φτάνουν στην Αμερική στο τέλος του 10ου αιώνα, ενώ τα ταξίδια του Μάρκο Πόλο από τη Βενετία στην καρδιά της Ασίας γίνονται αιτία για την ανακάλυψη ενός νέου πολιτισμού ιδιαίτερα προηγμένου που προσφέρει πολύτιμες τεχνολογικές ανακαλύψεις και άγνωστα προϊόντα στην Ευρώπη. Οι σταυροφορίες που γίνονται κυρίως τον 12ο και 13ο αιώνα συνδέονται με την απόλυτη κυριαρχία της Εκκλησίας στον ευρωπαϊκό χώρο και χαρακτηρίζουν την αρχή μιας νέας εποχής για τα θρησκευτικά ταξίδια. Η μαζικοποίηση αυτών των ταξιδιών οδηγεί καταρχήν στην ανάγκη καλύτερης οργάνωσής τους που αναλαμβάνουν τα πρώτα «πρακτορεία μεταφοράς» που εμφανίζονται κυρίως στη Βενετία και την Αγγλία. Οι Ενετοί που είναι κυρίαρχοι των θαλασσών και του παγκόσμιου εμπορίου γίνονται ουσιαστικά οι πρώτοι που οργανώνουν ταξίδια προς τους Αγίους Τόπους με τη μορφή ενός «οργανωμένου πακέτου τουριστικών υπηρεσιών» στο οποίο περιλαμβάνεται: το ταξίδι, το φαγητό, οι μεταφορές, η διαμονή καθώς και εξυπηρετήσεις στην περιοχή. Στην περίοδο ανάμεσα στον 12ο και 15ο αιώνα έχουμε και μια αναζωογόνηση των ταξιδιών για



εμπορικούς λόγους που συνδέεται με την ανάπτυξη ορισμένων σημαντικών πόλεων στην Ευρώπη. Παράλληλα με τα εμπορικά ταξίδια υπάρχει και εντυπωσιακή ανάπτυξη των εκπαιδευτικών ταξιδιών που ξεκινούν από ορισμένες ονομαστές πανεπιστημιούπολεις της εποχής, όπως την Οξφόρδη, τη Σαλαμάνκα κ.λπ. Η εποχή της Αναγέννησης χαρακτηρίζεται από μια νέα ώθηση στα εμπορικά και εκπαιδευτικά ταξίδια δύο κυρίως τύπων: συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις και ταξίδια νεαρών Άγγλων ευγενών κυρίως στην Ευρώπη για να γνωρίσουν τον πολιτισμό στα μουσεία, τα πανεπιστήμια και τις πόλεις της. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ταξίδια που πήραν την ονομασία «Γκραντ Τουρ» (Μεγάλη Περιήγηση) και έφεραν χιλιάδες νεαρούς Άγγλους -και όχι μόνον- στην Ευρώπη της εποχής και ιδιαίτερα στην Ιταλία και τη Γερμανία. Το Γκραντ Τουρ αποτελεί ουσιαστικά μια πρώτη συστηματική ανάπτυξη τουριστικών ταξιδιών της ανερχόμενης μεσαιάς τάξης της εποχής με τη μορφή της πολιτιστικής περιήγησης. Παράλληλα με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών στην Ευρώπη η προσπάθεια για την ανακάλυψη νέων χωρών και αγορών από τις ευρωπαϊκές υπερδυνάμεις της εποχής οδηγεί και στη συστηματική χρηματοδότηση των εξερευνητικών που κορυφώνονται στον 15ο και 16ο αιώνα, οπότε και οι μεγάλοι εξερευνητές φτάνουν στην Αμερική, την Αφρική, την Αυστραλία, την Ωκεανία και την Ασία. Στις αρχές του 16ου αιώνα ο Μαγγελάνος πραγματοποιεί τον πρώτο περίπλου της Γης και ανοίγει νέους δρόμους στα ταξίδια. Οι λαοί της Ευρώπης διαπιστώνουν με την ανακάλυψη των νέων αυτών χωρών ότι ο ορίζοντας των ταξιδιών τους είναι όλο και μεγαλύτερος. Παρόμοιες αναζητήσεις οδηγούν και πολλούς ταξιδιώτες και περιηγητές ιδιαίτερα μεταξύ 14ου και 17ου αιώνα και στην Ελλάδα. Ο ρομαντισμός, η αρχαιολατρία και η ιστορική αναζήτηση διαμορφώνουν ένα ιδιόμορφο τύπο ταξιδιών με πολλές ομοιότητες με το Γκραντ Τουρ που αναπτύσσεται στην Ευρώπη περίπου την ίδια εποχή.

Ο 19ος αιώνας μπορεί να χαρακτηριστεί ο αιώνας-κλειδί για τη δυναμική ανάπτυξη του τουρισμού και τη διαμόρφωση των συνθηκών που θα οδηγήσουν στη μελλοντική μαζικοποίηση. Η αρχή γίνεται με τις εξελίξεις στο χώρο των μεταφορών και επικοινωνιών, συνεχίζεται με την οργανωτική και οικονομική επέκταση του τουρισμού στον παγκόσμιο χώρο και ολοκληρώνεται με τις θεσμικές, κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις που οδηγούν στη βιομηχανική επανάσταση. Μέχρι το τέλος του αιώνα ο σιδηρόδρομος γίνεται το δημοφιλέστερο μέσο μεταφοράς στην Ευρώπη και την Αμερική και παράλληλα η βάση, για την ανάπτυξη του τουρισμού. Τα ατμόπλοια που συνδέουν την Αμερική με την Ευρώπη από τα μέσα του αιώνα και έχουν όλα τα χαρακτηριστικά «πλωτών ξενοδοχείων» δίνουν μια νέα ώθηση στη μαζικοποίηση του τουρισμού αλλά και στη διεθνοποίηση των ταξιδιών. Από τα μέσα του 20ού αιώνα αρχίζει και η εντυπωσιακή ανάπτυξη αλυσίδων ξενοδοχείων σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, ενώ η εισαγωγή των ταξιδιωτικών επιταγών από την Αμερικαν Εξπρές στην παγκόσμια αγορά συμβάλλει στην περαιτέρω διεθνοποίηση των



τουριστικών ταξιδιών. Τα ταξίδια αναγκαστικά γίνονται πλέον για πρώτη φορά ίσως μετά τη Ρωμαϊκή εποχή ένα καταναλωτικό αγαθό που απευθύνεται σε πολλούς και έχει συγκεκριμένα και διακριτά χαρακτηριστικά. Οι εξελίξεις του 20ού αιώνα έως και τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο αποτελούν ουσιαστικά μια συνέχεια των κυρίαρχων τάσεων που διαμορφώνουν τον νέο «οργανωμένο» τουρισμό στον παγκόσμιο χώρο. Η εφεύρεση του αυτοκινήτου και η κατοπινή μαζική παραγωγή του δίνει μια εντυπωσιακή ώθηση στα ταξίδια ιδιαίτερα του εσωτερικού τουρισμού και ανοίγει το δρόμο για την αυτονόμηση των τουριστών που επιλέγουν και αποφασίζουν ευκολότερα ένα ταξίδι. Παράλληλα με τα ιδιωτικά αυτοκίνητα ένα εκτεταμένο δίκτυο λεωφορειακών γραμμών συνδέει τις μεγαλύτερες πόλεις και διευκολύνει την ανάπτυξη του τουρισμού. Τα αεροπλάνα αρχίζουν τις πρώτες οργανωμένες πτήσεις μεταφοράς εμπορευμάτων από τις πρώτες δεκαετίες του αιώνα, ενώ από την δεκαετία του '30 εγκαινιάζονται συστηματικές πτήσεις μικρού αριθμού επιβατών από εταιρείες που ιδρύονται στις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρώπη. Η σχετική σταθερότητα της παγκόσμιας οικονομίας και η εμπέδωση ενός σταθερού πολιτικού συστήματος στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες επιτρέπει την παροχή καλύτερων τιμών και την διοργάνωση ασφαλέστερων ταξιδιών στο διεθνή χώρο με αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών. Ο τουρισμός γίνεται πλέον μια διαρκώς και ευρύτερου φάσματος αναπτυξιακή δραστηριότητα που παράγει εισόδημα και διαμορφώνει νέες επαγγελματικές εξειδικεύσεις και μορφές απασχόλησης στον παγκόσμιο χώρο. Παράλληλα γίνεται ένας από τους κυριότερους δίαυλους επικοινωνίας ανάμεσα σε λαούς και περιοχές. Η δεκαετία του '30 στο κοινωνικό πεδίο ενισχύει ακόμη περισσότερο τη «θεσμοποίηση» της παρουσίας του τουρισμού στις σύγχρονες κοινωνίες με τη νομοθεσία που αφορούσε τις «πληρωμένες διακοπές». Με πρωτοπόρους, χώρες όπως η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο, και με την παράλληλη πίεση διεθνών οργανισμών, που εκπροσωπούν τους εργαζόμενους ψηφίζονται νομοθετήματα που κατοχυρώνουν τις άδειες μετ' αποδοχών και μαζικοποιούν τον τουρισμό ιδιαίτερα αυτόν της καλοκαιρινής περιόδου. Η βιομηχανία του ελεύθερου χρόνου έχει άλλωστε ήδη αρχίσει να γίνεται ένας υπολογίσιμος και πολυσχιδής κλάδος της οικονομίας των αναπτυγμένων χωρών ήδη από τη δεκαετία του '20 και ο τουρισμός έρχεται να προστεθεί σταδιακά στα θεματικά πεδία που καλύπτονται από αυτήν τη βιομηχανία. Με αυτόν τον τρόπο η δεκαετία του '30 μπορεί να θεωρηθεί ιστορική για την εξέλιξη του τουρισμού αφού σε αυτήν ολοκληρώνεται μια πορεία που άρχισε δειλά τον 19^ο αιώνα και χαρακτηρίζεται από την οργανωτική συγκρότηση του τουρισμού σε δυναμικό κλάδο της οικονομίας και την ανάδειξή του σε κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με την εξέλιξη των παραγωγικών σχέσεων και την άνοδο των μεσαίων στρωμάτων στις αναπτυγμένες χώρες. Στη μεταπολεμική περίοδο ο τουρισμός συνδέεται άμεσα με τις κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις της εποχής και αναδεικνύεται σε ένα από τα καθοριστικά κοινωνικά και οικονομικά



φαινόμενα των συγχρόνων κοινωνιών αλλά και σε ένα από τους δυναμικότερους κλάδους της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης.

Μετά το 1950 ο τουρισμός αρχίζει να αναπτύσσεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς που αποτυπώνονται τόσο στους δείκτες κίνησης των τουριστών (αφίξεις, διανυκτερεύσεις), όσο και στους οικονομικούς και αναπτυξιακούς δείκτες που τον χαρακτηρίζουν (τουριστική δαπάνη, απασχόληση, επενδύσεις, υποδομή). Πρόκειται πλέον για ένα ιδιόμορφο κοινωνικό φαινόμενο που αφενός σχετίζεται με τα νέα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα που επικρατούν στις αναπτυγμένες κοινωνίες και αποτυπώνονται κατά κύριο λόγο στους τρόπους χρήσης του ελεύθερου χρόνου, και αφετέρου δημιουργεί έναν ισχυρό οικονομικό τομέα ο οποίος επηρεάζει άμεσα τις επιλογές και τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξης περιοχών.

Ο τουρισμός όπως ήταν και... όπως είναι τώρα	
1 Μόνο για άτομα υψηλότερου οικονομικού επιπέδου	1 Για όλες τις κοινωνικοοικονομικές τάξεις
2 Μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές	2 Μικρότερης διάρκειας διακοπές
3 Καθορισμένοι προορισμοί	3 Νέοι και πρόσφατα αναπτυσσόμενοι προορισμοί
4 Τμηματοποιημένες τουριστικές υπηρεσίες	4 Ενισχυμένες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες πάνω στις ανάγκες του καταναλωτή
5 Κατακερματισμένος ο κλάδος	5 Συγκέντρωση του κλάδου για μεγαλύτερη οικονομική ανάπτυξη
6 Μεγάλη εξουσία του τουριστικού πράκτορα	6 Η εξουσία της κοινότητας που θα παρέχει τουριστικές υπηρεσίες
7 Ανύπαρκτες επενδύσεις	7 Νέες μορφές χρηματοδοτικών προγραμμάτων και επενδύσεων
8 Παθητικός τουρίστας	8 Ενεργά εμπλεκόμενος και απαιτητικός τουρίστας
9 Τεχνολογία μόνο για την εξυπηρέτηση του κλάδου	9 Τεχνολογίες περισσότερο για τη διαχείριση του πελάτη και πιο ολοκληρωμένες για την καλύτερη εξυπηρέτησή του
10 Μιαζικές αγορές	10 Ειδικές αγορές και ειδικά τμήματα της αγοράς
11 Μιαζικό μάρκετινγκ (μία καμπάνια για όλη τη χώρα)	11 Εξασφάλιση άμεσης επικοινωνίας με τους πελάτες (είτε πράκτορες είτε καταναλωτές)
12 Λιγότερα συχνά ταξίδια λόγω μεταφορών	12 Περισσότερα και συχνότερα ταξίδια λόγω βελτίωσης των μεταφορών
13 Πιο απόμακρη έννοια για τον καταναλωτή από άποψη χρόνου και χρήματος	13 Η παγκοσμιοποίηση έκανε τον τουρισμό μια πιο κοντινή έννοια για τον καταναλωτή από άποψη χρόνου και χρήματος



Πίνακας 1.2.1 (Γκανιά Βασιλική, 2007)



1.3 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η λέξη «τουρισμός» πρωτοεμφανίζεται στις αρχές του 19^{ου} αιώνα (Janquar 1981: 4-6), αλλά η δραστηριότητα που υποδηλώνει δεν είναι τόσο πρόσφατη. Αυτή εξελίχθηκε παράλληλα με τα στάδια που διαμόρφωσαν την ανθρωπότητα κατά τη διάρκεια των τελευταίων χιλιετηρίδων.

Σήμερα ο τουρισμός ορίζεται ως ένα αυτοδύναμο φαινόμενο συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου (Krapf 1964: 30-35). Παρουσίασε μια ταχυτάτη ανάπτυξη, μια χωρική εξάπλωση και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο ώστε τείνει να θεωρείται ένα κοινότοπο και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας.

Η εποχή του τουρισμού της μάζας διαδέχτηκε την εποχή των τουριστών εξερευνητών, των αριστοκρατών και των εισοδηματιών (Boyer 1982 : 133-148).

Η εξάπλωση της τουριστικής πρακτικής υπήρξε απόρροια των συσχετισμών μιας δέσμης μεταβλητών όπως η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των μεταφορικών μεσών, η βιομηχανοποίηση της τουριστικής παράγωγης και λοιπών άλλων παραγόντων. Ταυτόχρονα δημιούργησε σημαντικότερες και πολυεπίπεδες επιδράσεις στην οικονομία, την κοινωνία και το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον των χωρών υποδοχής. Κατά αυτόν τον τρόπο ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός χωρών αντιμετωπίζει πλέον, στο πλαίσιο επιστημονικών προσεγγίσεων, τις δυνατότητες και τις προοπτικές που εμπεριέχει μια δυναμική ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας (Τσάρτας 1996, 51-78).

Η ενσωμάτωση του τουρισμού στο κοινωνικοοικονομικό σύστημα, μέσα από τη διεθνοποίηση και μαζικοποίηση του, υπήρξε απόρροια της εξελικτικής του πορείας.

Η διεθνοποίηση του τουρισμού όπως και η δομή και σύνθεση της οργάνωσης των ταξιδιών οφείλουν τα βασικά τους χαρακτηριστικά στον Ευρωπαϊκό πολιτισμό. Αυτός ουσιαστικά διεύρυνε και πολλαπλασίασε τους ήδη υπάρχοντες από την αρχαιότητα κύριους άξονες μεταφοράς και επικοινωνίας ωθούμενος από μια φιλοσοφία πολιτιστικού, θρησκευτικού, οικονομικού και πολιτικού επεκτατισμού.



Στην ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν πολλοί ορισμοί της έννοιας του τουρισμού. Το κοινό χαρακτηριστικό της πλειοψηφίας των ορισμών είναι ότι χαρακτηρίζουν τον τουρισμό ως μια δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από κάποιον ταξιδιωτικό προορισμό. Στις ακόλουθες παραγράφους παρατίθενται δύο ορισμοί που αποδίδουν με σαφήνεια και πληρότητα την σημειολογική σημασία της λέξης αυτής. Ο πρώτος ορισμός δίνεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και χαρακτηρίζεται ως ιδιαίτερα πλήρης και ακριβής, περιγράφοντας την έννοια του τουρισμού ως μια σειρά δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Π.Ο.Τ., ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη διαφορετικά από το σύνηθες περιβάλλον τους, για λόγους αναψυχής, αποφυγής των προβλημάτων της καθημερινότητας, για άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων κ.α., και για χρονικό διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους. Ο όρος σύνηθες περιβάλλον χρησιμοποιείται για να εξαιρεθούν από τον εν λόγω ορισμό τα συχνά ή τακτικά ταξίδια εντός των περιοχών της συνηθισμένης διαμονής και της εργασίας ή άλλα ταξίδια ρουτίνας. Γενικά, ο τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και βιομηχανιών, όπως μεταφορικών μέσων, χώροι διαμονής, χώροι ψυχαγωγίας, χώροι αθλητισμού, εστιατόρια, εμπορικά μαγαζιά, και πληθώρα άλλων δραστηριοτήτων, που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην αύξηση των επενδύσεων και στη μεγέθυνση της οικονομίας. Ο δεύτερος ορισμός της έννοιας του τουρισμού είναι πιο συνοπτικός και περιεκτικός, και επικεντρώνεται περισσότερο στη δημιουργία των σχέσεων και δικτυακών φαινομένων που αναπτύσσονται κατά την άσκηση της τουριστικής δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον εν λόγω ορισμό, ο τουρισμός μπορεί να διατυπωθεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προέρχονται από την επικοινωνία των τουριστών, των προμηθευτών, των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων στις περιοχές υποδοχής, στη διαδικασία της έλξης και φιλοξενίας αυτών των τουριστών και άλλων επισκεπτών (Θεοδωροπούλου, 2006)

1.4 ΟΙ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Διάφορες προσεγγίσεις από τον περασμένο αιώνα έως σήμερα προσπάθησαν να «ορίσουν», αλλά και ταυτόχρονα να οριοθετήσουν την έννοια του τουρίστα. Αυτές πραγματοποιήθηκαν είτε από ειδικούς επιστήμονες είτε από διεθνείς οργανισμούς. Μετά την χρησιμοποίηση του όρου «tourist» το 1800 στην Αγγλία, το *παγκόσμιο λεξικό* του 19^{ου} αιώνα (1876) ορίζει τους



τουρίστες ως «τα άτομα που ταξιδεύουν από περίεργα και απραξία, για την ευχαρίστηση του ταξιδεύειν».

Ο 20^{ος} αιώνας όμως, μετατρέπει, σύμφωνα με την έκφραση του David-Herbert Lawrence (Sigaux, 1965), την ανθρωπότητα σε «touristy». Πολλοί επιστήμονες επιδίωξαν να ορίσουν την έννοια του τουρίστα και του τουρισμού. Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι (Αιγινήτης 1978) : Glueckmann (1929), Schwink (1929), De magistris (1933), Gilbert (1991), και Theobald (1994).

Ωστόσο η επεξεργασία ενός ορισμού του τουρισμού κρίνεται αρκετά ως επίπονη διαδικασία. Σε αυτό το πλαίσιο ο C.Daniel (1972) υπογραμμίζει ότι «ο τουρισμός συνθετότερος από έναν τομέα λόγω των πολυάριθμων τύπων που τον συνθέτουν, αποτελεί έναν ολόκληρο κόσμο» (Cuvelier et al. 1994: 19). Μία από τις πιο επιστημονικές προσεγγίσεις του τουρισμού, όπου η τουριστική παραγωγή τείνει να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες, δόθηκε από τους Hunziker και Krapf το (1942). Σύμφωνα με αυτούς: "Ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που δημιουργούνται κατά τη διάρκεια της μετακίνησης και της παραμονής των ατόμων εκτός του τόπου της συνήθους κατοικίας τους, υπό τον περιορισμό ότι τόσο η μετακίνηση όσο και η παραμονή δεν έχουν ως κίνητρο την άσκηση οποιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας".

Δύο κύριες έννοιες οριοθετούν "τρόπον τινά" τον πρώτο επιστημονικό ορισμό του τουρισμού, το "κίνητρο" και η "μετακίνηση". Ωστόσο, η δυνατότητα μίας ευρείας ερμηνείας τους οδήγησε στην αποδοχή διαφόρων ορισμών. Στο διεθνές Λεξικό του Τουρισμού, το οποίο εκδόθηκε το 1953 από τη Διεθνή Ακαδημία του Τουρισμού, ορίζεται η συνθετότητα του τουρισμού, καθώς και το ευρύ φάσμα των δυνατοτήτων του. Σύμφωνα μ' αυτό τουρισμός είναι: "Όρος χρησιμοποιούμενος στα ταξίδια αναψυχής. Σύνολο των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων ενεργοποιούμενων προκειμένου να πραγματοποιηθεί το ταξίδι. Βιομηχανία η οποία συμβάλλει στην ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα". Ο C. Kaspar το 1976 υιοθετεί τον επεξεργασμένο ορισμό της A.I.E.S.T. (Association Internationale d' Experts Scientifiques de Tourisme). Σύμφωνα μ' αυτόν ο τουρισμός είναι "το σύνολο των σχέσεων και των φαινομένων που απορρέουν από το ταξίδι και την παραμονή των ατόμων, για τα οποία ο τόπος παραμονής δεν είναι ούτε η αρχική και μόνιμη κατοικία ούτε ο συνήθης τόπος εργασίας".

Η ελλιπής θεώρηση του ορισμού του τουρισμού και των μεθόδων μέτρησής του (αφίξεις στα σύνορα) εκ μέρους ενός αριθμού κρατών που επιδίωκαν να αναλύσουν το διεθνή τουρισμό και να τον ερμηνεύσουν ως οικονομικό φαινόμενο ώθησαν πολλούς διεθνείς οργανισμούς (Π.Ο.Τ., Ο.Ο.Σ.Α., Ε.Ε.) να εμπλακούν σε μία διαδικασία ομογενοποίησης των στατιστικών



του τουρισμού, της επιστημονικής θεώρησής του και της βαθύτερης γνώσης του. Η Κοινωνία των Εθνών και τα Ηνωμένα Έθνη (40) επιδίωξαν στη συνέχεια να προτείνουν όρους και ορισμούς ευρείς και εύχρηστους, προκειμένου να γίνουν αποδεκτοί από τις διάφορες χώρες. Αυτή η αρκετά σύνθετη και επώδυνη προσπάθεια, παρ' όλη την αναμφισβήτητη επιτυχία της, συνεχίζεται μέχρι σήμερα, χωρίς ωστόσο να έχει επιτύχει ακόμα τους αρχικούς στόχους της παγκόσμιας εναρμόνισης των ορισμών και των στατιστικών'. Η χρονολογική παρουσίαση των σταδίων που διανύθηκαν παρατίθενται παρακάτω: Το 1937 η επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών προτείνει στα κράτη-μέλη της να υιοθετήσουν τον ακόλουθο ορισμό του τουρίστα: "4ς τουρίστας ορίζεται κάθε άτομο σε μετακίνηση, διάρκειας τουλάχιστον είκοσι τεσσάρων ωρών, εκτός του τόπου στον οποίο βρίσκεται η κύρια κατοικία του". Κατ' αυτό τον τρόπο θεωρεί τουρίστες:

- Τα άτομα που πραγματοποιούν ένα ταξίδι αναψυχής ή ταξιδεύουν για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας κ.λπ.
- Τα άτομα τα οποία συμμετέχουν σε συνέδρια ή αποστολές (επιστημονικές, διοικητικές, διπλωματικές, θρησκευτικές κ.λπ.).
- Τα άτομα που πραγματοποιούν επαγγελματικά ταξίδια.
- Τα άτομα που συμμετέχουν σε θαλάσσιες κρουαζιέρες, ακόμα και αν η διάρκεια παραμονής τους είναι μικρότερη των είκοσι τεσσάρων ωρών.

Το 1953 η επιτροπή των στατιστικολόγων των Ηνωμένων Εθνών ορίζει ως τουρίστα "τον μη κάτοικο, που έχει την πρόθεση να παραμείνει εντός της χώρας ένα έτος το πολύ, χωρίς να εξασκήσει αμειβόμενο επάγγελμα". Το 1954 η Σύνοδος των Ηνωμένων Εθνών σχετικά με τις τελωνειακές ρυθμίσεις προς όφελος των τουριστικών μετακινήσεων, ορίζει ως τουρίστα "κάθε άτομο το οποίο διαμένει από είκοσι τέσσερις ώρες μέχρι έξι μήνες σε μία ξένη χώρα και του οποίου το κίνητρο του ταξιδιού χαρακτηρίζεται "νόμιμο" και είναι διαφορετικό της μετανάστευσης". Το 1957 η Διεθνής Ένωση των Επισήμων Οργανισμών Τουρισμού (U.I.O.O.T.) επαναφέρει τον ορισμό του τουρίστα που είχε επεξεργαστεί η επιτροπή των στατιστικολόγων της Κοινωνίας των Εθνών το 1937 με μερικές τροποποιήσεις: "Οι ξένοι φοιτητές θεωρούνται τουρίστες, ενώ οι ταξιδιώτες σε transit με χρόνο παραμονής μικρότερο των είκοσι τεσσάρων ωρών καθώς και οι εκδρομείς δε θεωρούνται". Το 1963 η Συνδιάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον τουρισμό και τα διεθνή ταξίδια, η οποία πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη από τις 21 Αυγούστου έως τις 5 Σεπτέμβρη, ορίζει ως επισκέπτη "κάθε άτομο το οποίο μετακινείται σε μία άλλη χώρα, διαφορετική από εκείνη της μόνιμης κατοικίας του, για οποιονδήποτε λόγο εκτός από εκείνον της άσκησης αμειβόμενου επαγγέλματος". Ο ορισμός



καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών, τους τουρίστες και τους εκδρομείς, οι οποίοι ορίζονται με τον ακόλουθο τρόπο:

- Τουρίστες είναι οι προσωρινοί επισκέπτες, οι οποίοι παραμένουν τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα και των οποίων τα κίνητρα είναι:
 - Αναψυχή, θρησκεία, σπορ, σπουδές, υγεία κ.λπ.
 - Επαγγελματικά ταξίδια, αποστολές, οικογένεια κ.λπ.
- Εκδρομείς χαρακτηρίζονται οι προσωρινοί επισκέπτες των οποίων η παραμονή δεν υπερβαίνει τις είκοσι τέσσερις ώρες στην επισκεπτόμενη χώρα.

Το 1967 η ομάδα των στατιστικολόγων του διεθνούς τουρισμού της Επιτροπής Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών διακηρύσσει σε όλες τις χώρες-μέλη τη χρήση του ορισμού του "επισκέπτη" όπως αυτός είχε οριστεί τέσσερα έτη πριν στη Συνδιάσκεψη της Ρώμης. Κατ' αυτό τον τρόπο η επιτροπή τουρισμού του Ο.Ο.Σ.Α. θα αποφασίσει την υιοθέτηση του συγκεκριμένου ορισμού από το 1970, εφόσον ο U.I.O.O.T. τον είχε υιοθετήσει από το 1968. Το 1971 η C.N.U.C.E.D., σε συνεργασία με το γραφείο στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών και τον U.I.O.O.T., επεξεργάζεται μία σειρά "κατευθυντήριων γραμμών για την παρουσίαση των στατιστικών του τουρισμού", που είχε ήδη προετοιμάσει και εκδώσει με τη μορφή εγχειριδίου το 1968 ο U.I.O.O.T. Οι ακριβέστεροι και πλέον επεξεργασμένοι ορισμοί του τουρισμού, οι οποίοι αντανακλούν τον πολυσύνθετο και ταυτόχρονα ευρύ του χαρακτήρα, ο οποίος καλύπτει μία πληθώρα δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, την αναψυχή, την οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό κ.λπ., είναι εκείνος του U.I.O.O.T. (1957) και των Ηνωμένων Εθνών (1963). Η ίδια φιλοσοφία των προηγούμενων ορισμών διέπει και σήμερα τον ορισμό που αποδέχεται και συνιστά ο Π.Ο.Τ., ο οποίος υιοθετήθηκε από την Επιτροπή Στατιστικών Στοιχείων των Ηνωμένων Εθνών το Μάρτιο του 1993. Σύμφωνα μ' αυτόν, ως τουρίστας ορίζεται κάθε άτομο το οποίο ταξιδεύει σε μία χώρα εκτός εκείνης της μόνιμης διαμονής του, για χρονική περίοδο διάρκειας είκοσι τεσσάρων ωρών το ελάχιστο και ενός έτους το μέγιστο και ο σκοπός επίσκεψης του οποίου δεν έχει σχέση με την άσκηση οιασδήποτε αμειβόμενης δραστηριότητας στη χώρα επίσκεψης. Αυτός ο ορισμός περιλαμβάνει τα άτομα που ταξιδεύουν για αναψυχή, επισκέψεις φίλων και συγγενών, για επαγγελματικούς, θρησκευτικούς και άλλους λόγους. (Βαρβαρέσος, 2000)

Όμως με τον νεώτερο και τελευταίο ορισμό του WTO (2005) όπου : "Τουρίστας είναι οποιοδήποτε άτομο που πραγματοποιεί μια μετακίνηση πέραν του συνήθους περιβάλλοντος του, για λιγότερο από ένα χρόνο." (www.world-tourism.org 2005), καθορίζεται μόνο ο μέγιστος χρόνος παραμονής και δεν διευκρινίζεται ο ελάχιστος χρόνος παραμονής, με



αποτέλεσμα Τουρίστας να χαρακτηρίζεται ο οποιοσδήποτε μετακινηθεί από τον τόπο διαμονής του για μη επαγγελματικούς λόγους, χωρίς όμως να χρειάζεται να διανυκτερεύσει στον τόπο προορισμού (www.mtadigest.com.mt 2006). Δηλ. ο οποιοσδήποτε μετακινηθεί από τον τόπο διαμονής του για ορισμένες ώρες (π.χ. για μια ημερήσια εκδρομή) θεωρείται με τον τελευταίο ορισμό τουρίστας.

1.5 ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.5.1 ΟΙ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΟΝ ΗΛΙΟ

Η επιθυμία των αριστοκρατών και των αστών του 19^{ου} αιώνα να περνούν το χειμώνα, το καλοκαίρι ή μερικές μέρες διακοπών μακριά από τον τόπο κατοικίας τους, οφειλόταν όπως φαίνεται σε κοινωνικά και πολιτιστικά κίνητρα, που δεν είχαν τόσο μεγάλη σχέση με τους φυσικούς παράγοντες όσο σήμερα. Πράγματι, το σημαντικότερο πρόσφατο πολιτισμικό στοιχείο είναι η «ροπή» προς τον ήλιο και τις παραλίες. Σε κάθε περίπτωση η σύγχρονη μόδα είναι οι διακοπές στις ακτές τις οποίες οι αγγλοσάξονες συμπυκνώνουν επιγραμματικά με το «sun, sea, sand and sex», γνωστά και ως τέσσερα «s». Αυτό αποτελεί πραγματικότητα για τους πληθυσμούς που προέρχονται από βιομηχανοποιημένες και αστικοποιημένες χώρες και αναζητούν τις στερεότυπες διακοπές που προβάλλονται από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Γαλλίας (I.N.S.E.E.) περίπου οι μισοί Γάλλοι τουρίστες περνούν καλοκαιρινές διακοπές στη θάλασσα ή τουλάχιστον στις παρακτικές περιοχές. Σε διεθνές επίπεδο, δύο στους τρεις τουρίστες επιλέγουν παραθαλάσσιους τουριστικούς τόπους. Η ροπή προς τον ήλιο και την παραλία αποτελούν σημαντικά πολιτισμικά στοιχεία για την τουριστική κίνηση, η οποία ελέγχεται σήμερα ευρύτατα από τους κατοίκους κοινωνιών με υψηλό Α.Ε.Π. Ο ελκτικός ρόλος της θάλασσας και του ήλιου είναι ακόμα αρκετά ισχυρός για να εξηγήσει πολλά τουριστικά ρεύματα με κατεύθυνση προς τις προικισμένες από τη φύση ακτές της υψηλίου.

Η διαμονή στην εξοχή ή η διαμονή ανάπαυσης, που μερικές φορές κρατούσε πολλές εβδομάδες ή μήνες – ιδίως το χειμώνα – αποτελούσε την κυρίαρχη μορφή τουριστικής κίνησης. Στη συνέχεια και μέχρι τη δεκαετία του '80, ο ενεργός και αθλητικός τουρισμός μικρότερης διάρκειας αντιπροσώπευαν περισσότερο το άτομο που κάνει διακοπές, παρά το άτομο που διαμένει στην εξοχή. Τέλος, στο τέλος του 20^{ου} αιώνα οι παραθαλάσσιες δραστηριότητες που είναι λίγο πολύ αθλητικής φύσης, γνωρίζουν εμφανή επιβράδυνση προς



όφελος άλλων ηπιότερης μορφής, χωρίς αμφιβολία, εξαιτίας της γήρανσης της τουριστικής πελατείας. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.5.2 ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Η συνεχώς επαναλαμβανόμενη πρόταση του Γάλλου μουσικού Ζακ Σερές,(SERRES J.-1977) ενεργού υποστηρικτή του μουσικού τουρισμού που απευθύνεται σε όσο γίνεται μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, είναι η εξής: «Το πολιτιστικό στοιχείο πρέπει πάντοτε και με κάθε μέσο να αποτελεί μέρος κάθε τουριστικής δραστηριότητας». Η μεγαλύτερη μάζα τουριστών κάνει διακοπές στη θάλασσα ή στο βουνό. Παρ' όλα αυτά, ένα αυξανόμενο ποσοστό έλκεται από τα καλλιτεχνικά και πολιτιστικά μνημεία που μπορούν να αξιοποιηθούν τουριστικά (Lithôme), δηλαδή από τα μνημεία, τα μουσεία και τα φεστιβάλ. Εάν μόνο η γνώση του τρόπου ζωής των πληθυσμών του τόπου υποδοχής (anthropôme) δεν αρκεί για να προσελκύσει έναν κοινό τουρίστα (με εξαίρεση, για παράδειγμα, τους κοινωνιολόγους ή τους εθνολόγους), η ανάγκη για ανακάλυψη και θαυμασμό των παλαιότερων και των σύγχρονων πολιτισμών χρησιμοποιείται ως κίνητρο και βασικό στοιχείο για πολλές τουριστικές περιοχές.

Η συζήτηση για τα πολιτιστικά κίνητρα δεν αποτελεί κύριο θέμα της παρούσας μελέτης, αλλά μπορούμε να πούμε ότι η τέχνη και ο πολιτισμός προκαλούν τουριστικά ρεύματα σε μεγάλες αποστάσεις και κατά πολύ άνισο γεωγραφικό τρόπο:

- Οι μεγάλες «πολιτιστικές» τουριστικές περιοχές αντιστοιχούν στις μεγάλες πρωτεύουσες (Λονδίνο, Παρίσι, Ρώμη), στις πόλεις των «τεχνών» (Βενετία, Φλωρεντία, Πίζα, Γρενάδα, Μπριζ) και στις «πολιτιστικές κοιλάδες» παγκόσμιας φήμης (Νείλος, Λίγηρας).
- Οι μικρές «πολιτιστικές» τουριστικές περιοχές (με μικρότερη τουριστική κίνηση) παρουσιάζουν μεγαλύτερο βαθμό διασποράς στην υφήλιο, είναι περισσότερο σημειακές και καλύπτουν συνήθως μικρότερο χώρο (Μον-Σεν-Μισέλ, Βολουμπίλις στο Μαρόκο ή αγάλματα του Νησιού του Πάσχα). (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)



1.5.3 Η ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΗ ΕΚΦΡΑΣΗ

«Η ποιμενική είναι ήδη σήμερα και θα είναι ακόμη περισσότερο αύριο ποιμενική του τουρισμού με την ευρύτερη σημασία του όρου που περιλαμβάνει τη μετακίνηση του σύγχρονου ανθρώπου από ένα τόπο σε άλλο» (Πηγή 1). Η σύσταση το 1967 ενός γραφείου «χρήσης του ελεύθερου χρόνου» από το Οικουμενικό Συμβούλιο των Εκκλησιών βοήθησε να γίνει συνείδηση ότι ο τουρισμός αποτελεί κοινωνικό γεγονός που περιλαμβάνει επίσης πνευματική διάσταση θρησκευτικής προέλευσης. Όλα τα θρησκευτικά σωματεία συνεργάζονται με λαϊκά τουριστικά σωματεία, στο πλαίσιο της Διεθνούς Ένωσης των Επισήμων Οργανισμών Τουρισμού (U.I.O.O.T.), καθώς και με την Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού, με σκοπό να προσφέρουν ανθρώπινη διάσταση στις τουριστικές δραστηριότητες, ιδίως όταν σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τις ροές και τους εντοπισμούς που δημιουργήθηκαν από τη θρησκευτική έκφραση. Από την αρχαιότητα το προσκύνημα αποτελούσε μορφή τουριστικού ρεύματος εξαιτίας του ταξιδιού, της υποδοχής και της διαμονής. Ο Ηρόδοτος (5ο αιώνα π.Χ.) περιέγραψε στις Ιστορίες του την έντονη δραστηριότητα των χιλιάδων Αιγύπτιων προσκυνητών που ανέβαιναν τον Νείλο με τις φελούκες τους κατευθυνόμενοι προς το ναό της Μέμφιδος. Το Μεσαίωνα τα μεγάλα προσκυνήματα στον Άγιο Ιάκωβο της Κομποστέλ ή τη Μέκκα θεωρούνταν μεγάλα ταξίδια, στα οποία δεν ήταν εύκολη η διάκριση μεταξύ του τουρισμού και της θρησκευτικής έκφρασης. Σήμερα εκατομμύρια προσκυνητές συρρέουν κάθε χρόνο στη Λούρδη, τη Ρώμη, τη Φατίμα, τη Μέκκα και την Ιερουσαλήμ δημιουργώντας σημαντικές ροές οι οποίες παίρνουν τουριστικό χαρακτήρα όσον αφορά στο ταξίδι, την υποδοχή και το εμπόριο στους χώρους διαμονής. Το θρησκευτικό κίνητρο αποτελεί αντικείμενο κοινωνιολογικών ερμηνειών, αλλά η τουριστική κίνηση και οι χωρικές επιπτώσεις αποτελούν αντικείμενα της τουριστικής γεωγραφίας (στη Λούρδη για παράδειγμα, εκατοντάδες ξενοδόχοι και έμποροι εξαρτώνται σχεδόν αποκλειστικά από την πελατεία των διεθνών προσκυνημάτων). Εκτός από

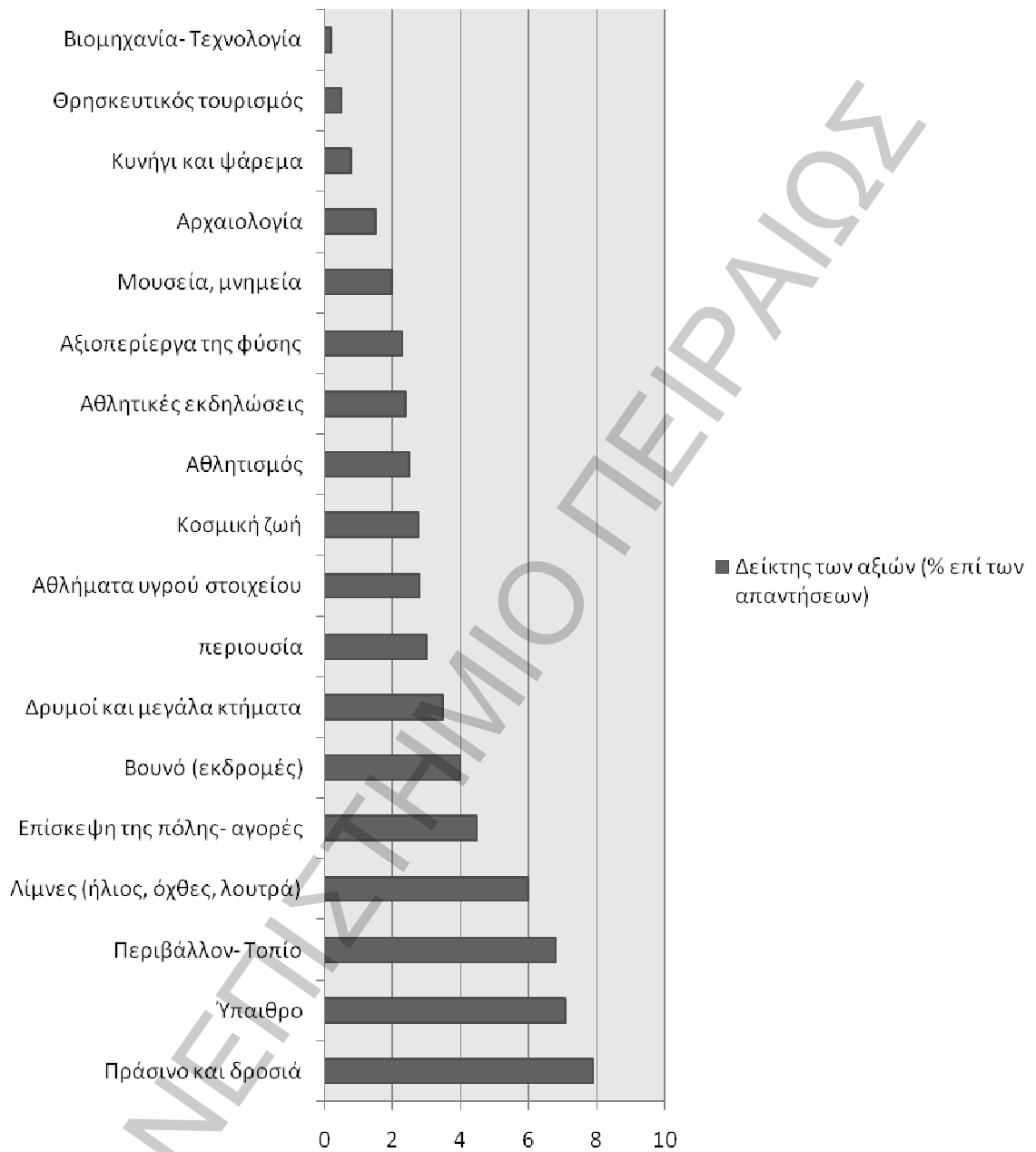


τους πολύ σημαντικούς τόπους προσκυνήματος, ορισμένοι τουριστικοί τόποι οφείλουν σε μεγάλο βαθμό τη φήμη τους στη θρησκευτική τους κληρονομία – η υποδειγματική περίπτωση του Μον-Σεν-Μισέλ δεν αποτελεί από τις πλέον χειροπιαστές εκδηλώσεις χριστιανικής πνευματικότητας της μεσαιωνικής Δύσης; Αλλά πώς να μη προσδώσουμε στη φυσική τοποθεσία του Μον-Σεν-Μισέλ αξία ανάλογη με αυτή της θρησκευτικής του διάστασης; Πρόκειται για ένα από τα ομορφότερα θαύματα του κόσμου, νησίδα κλεισμένη σε ένα κόλπο, όπου εκδηλώνεται ένα από τα ωραιότερα παλιρροϊκά φαινόμενα, την οποία η ΟΥΝΕΣΚΟ κατέταξε πρόσφατα στην πρώτη θέση των μνημείων διεθνούς κληρονομιάς που έχουν ανάγκη προστασίας. Αυτή τη δυσδιάκριτη σχέση κοσμικού και θρησκευτικού κινήτρου συναντάμε σε πολλούς τουριστικούς εντοπισμούς με τουριστικό υπόβαθρο. Το Βατικανό, ο καθεδρικός ναός της Σαρτρ ή πλήθος ναών της Κίνας και της Ιαπωνίας έχουν αναπτύξει τέτοια τουριστική κίνηση που ξεπερνά τα όρια της πολιτισμικής τουριστικής κίνησης. Όταν η θρησκευτική τέχνη εισδύει στον πολιτισμικό τουρισμό ή στον τουρισμό της περιέργειας μέσω των αρχαίων ερειπίων και των ιερών τόπων δεν είναι παρά ένας από τους κρίκους της τουριστικής αλυσίδας που ενώνει στον ίδιο χώρο ή στο ίδιο ταξίδι περισσότερα είδη τουρισμού ή τουριστικών τόπων. Η ένταξη της θρησκευτικής κληρονομιάς στις μεγάλες τουριστικές περιοχές αποτελεί τεράστιο γεωγραφικό πλεονέκτημα προς όφελος της τουριστικής αξιοποίησης. Μόνο οι τόποι οι συνδεδεμένοι με τα μεγάλα διεθνή τουριστικά προσκυνήματα αποτελούν εξαίρεση στον κανόνα της γεωγραφικής γειννίας (γεγονός που δικαιολογεί, για παράδειγμα, τη σχετικά δαπανηρή οργάνωση των προσκυνημάτων της Μέκκα για πολυάριθμους πιστούς που κατοικούν μακριά από τη Σαουδική Αραβία). Τελικά το θρησκευτικό κίνητρο είναι ουσιαστικής σημασίας και εξηγεί την επίσκεψη των περισσότερων μεγάλων θρησκευτικών κέντρων στο κόσμο. Κατά κάποιο τρόπο ο τουρισμός αποτελεί μέρος του προσκυνήματος (Boret A., 1986). Και για τους περισσότερους μη-πιστούς η καλλιτεχνική και πολιτισμική κληρονομία αποτελούν σημαντικό ελκτικό στοιχείο, γεγονός που εξηγεί τις μεγάλες μαζικές επισκέψεις του Βαφτιστηριού της Φλωρεντίας ή του τζαμιού της Καϊρουάν. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι πολύ μεγάλα τουριστικά ρεύματα οφείλονται είτε σε ένα μεγάλο θρησκευτικό συμβάν (θαύματα της Λούρδης και της Φατίμα) είτε σε ένα προνομιούχο τόπο, όπως υπογραμμίζει η κατανομή των τόπων προσκυνήματος της Γαλλίας. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

Διάγραμμα 1.5.3.1– Κίνητρα των επισκεπτών στην περιοχή του Βαρέζε. Πηγή Cinelli (A), 1985



Η σημασία των γεωγραφικών παραγόντων στον τουριστικό εντοπισμό





1.5.4 ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΧΩΡΟ

Η ανάπτυξη του πρωταθλητισμού ευνόησε ορισμένους τουριστικούς τόπους: Οι μεγάλοι αγώνες αυτοκίνητου (Λε Μαν, Ιμόλα, Ινδιανάπολις) και τα διεθνή ράλι (Μόντε Κάρλο) προκαλούν τη συγκέντρωση χιλιάδων θεατών-τουριστών. Πρόκειται όμως για παροδική τουριστική κίνηση που διαρκεί μόλις μερικές μέρες και εντοπίζεται είτε γύρω από ένα χώρο που έχει διευθετηθεί ειδικά (πίστες φόρμουλα 1) είτε κατά μήκος μιας διαδρομής που διασχίζει περισσότερες περιοχές (ράλι). Οι επιπτώσεις στον τουρισμό δεν μπορούν να εκτιμηθούν εύκολα και οι γεωγραφικές συνέπειες είναι εφήμερες (το ράλι Παρίσι-Ντακαρδεν έχει μέχρι σήμερα προκαλέσει τη δημιουργία νέων τουριστικών τόπων στις ενδιαφερόμενες αφρικανικές περιοχές). Απ' ότι φαίνεται ο αθλητισμός παίζει πραγματικό τουριστικό ρόλο μόνο στις περιπτώσεις που είναι ενταγμένος σε ήδη γνωστούς χώρους οργανωμένης αναψυχής, όπως κάνει εμφανές ο πολλαπλασιασμός των χωρών με εγκαταστάσεις αντισφαίρισης κοντά ή στο εσωτερικό παραθαλάσσιων, εξωστικών ή αστικών τουριστικών τύπων. Μόνο ίσως, τα ναυτικά αθλήματα δικαιολογούν από μόνα τους την ύπαρξη και τη διευθέτηση τουριστικών λιμενικών εγκαταστάσεων προορισμένων για τη ναυσιπλοΐα αναψυχής (η Τρινιτέ-Σιρ-Μερ στη νότιο Βρετάνη). Οι αθλητικές δραστηριότητες πρέπει επομένως να προωθούνται σε περιοχές που είναι ήδη λίγο πολύ ανεπτυγμένες τουριστικά για να έχουν ικανοποιητική πελατεία και να δικαιολογούν την παρουσία τους στο χώρο.

Το γκολφ αποκτά τον τελευταίο καιρό οπαδούς σε όλο τον κόσμο, οι οποίοι αυξάνουν διαρκώς. Η επέκταση των γηπέδων γκολφ είναι ιδιαίτερα σημαντική στις τουριστικές περιοχές. Από μόνο του το γκολφ αποτελεί ρόλο οργανωμένης ψυχαγωγίας και προσέλκυσης πελατών. Τα γήπεδα δεκαοκτώ οπών που καλύπτουν πολλές δεκάδες εκτάρια, συνδέονται με ξενοδοχειακά συγκροτήματα. Η Ισπανία, το Μαρόκο, η Γαλλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες όπως και οι Μπαχάμες, η Ινδία και άλλες χώρες αναπτύσσουν πολιτική προώθησης του γκολφ, αριστοκρατικό άθλημα που ταιριάζει σε όλες τις ηλικίες, απευθύνεται σε ευκατάστατες κοινωνικές τάξεις και αποτελεί επιλεκτικό στοιχείο ιδιαίτερου είδους τουρισμού, ο οποίος θυμίζει τον αριστοκρατικό τουρισμό των αρχών του 20ου αιώνα. Στις αρχές της δεκαετίας του '90 υπήρχαν περισσότεροι από 50 εκατομμύρια παίκτες γκολφ στον κόσμο. Επειδή αντιπροσώπευαν ένα καταπληκτικό απόθεμα πελατείας, δημιουργήθηκαν, στο πλαίσιο των αυτοδύναμων ξενοδοχειακών συγκροτημάτων, νέα γήπεδα γκολφ, για να προσελκύσουν παίκτες από παντού. Η διεθνής αγορά του γκολφ αποτελεί από τα πλέον πρόσφατα θέματα στις τουριστικές διευθετήσεις. Έτσι η Ιαπωνία (130 παίκτες ανά 1000 κατοίκους, έναντι 3



στη Γαλλία) αποτελεί δείγμα της εντυπωσιακής ανάπτυξης του τουρισμού για γκολφ στη Χαβάη:

- Το 1989 οι Ιάπωνες αγόρασαν με 197,5 εκατομμύρια δολάρια το τουριστικό συγκρότημα Βαϊλί στο Μαούι που διαθέτει γήπεδο γκολφ, από την παλιά χαβανέζικη εταιρία Alexander & Baldwin.
- Το 1993 οι Ιάπωνες θα ελέγχουν άμεσα 52 γήπεδα γκολφ, δηλαδή περισσότερα από τα δυο τρίτα των γηπέδων της Χαβάης από τα οποία τα 40 θα δημιουργηθούν σε 2000 εκτάρια αγροτικής γης. Η περίπτωση της Χαβάης είναι ενδεικτική της διεθνοποίησης του τουρισμού για γκολφ. (Huetz de Lemps, 1991)

Ο τουρισμός επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και συνεδρίων αποτελεί τουριστική δραστηριότητα, η πρόσφατη και εντυπωσιακή ανάπτυξη της οποίας αξίζει κάποια σχόλια γεωγραφικής φύσης. Πολύ σωστά γράφει ο Francois Servo in: «παρότι ο βαθύτερος σκοπός του συνεδρίου είναι σε γενικές γραμμές κερδοσκοπικός και βρίσκεται σε άμεση σχέση με την άσκηση ενός επαγγέλματος, μιας ειδικότητας, δεν μπορούμε να αρνηθούμε την ύπαρξη ορισμένων πτυχών καθαρά τουριστικών, που εκδηλώνονται κατά την επιλογή του τόπου υποδοχής και των υπολοίπων δραστηριοτήτων» (Servoin F., 1981). Πρέπει να τονίσουμε ότι πολλά συνέδρια, παρότι δεν σχετίζονται άμεσα με την επαγγελματική ιδιότητα των συνέδρων, δεν έχουν άμεσο κερδοσκοπικό σκοπό, όπως αυτά που συγκεντρώνουν διανοουμένους, σωματεία ή κατηγορίες επαγγελματιών και ανταλλάσσουν απόψεις για κάποιο θέμα. Το φαινόμενο δεν είναι νέο (αρκεί να θυμηθούμε τους έμπορους που επισκέπτονταν κατά διαστήματα τις κυριότερες εμποροπανηγύρεις της μεσαιωνικής Ευρώπης), αλλά το μέγεθος των τουριστικών επιπτώσεων στο περιβάλλον του τόπου υποδοχής είναι σύγχρονο φαινόμενο. Οι τουρίστες «επιχειρηματίες» ή «συνεδροί» παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον τουρισμό: πρώτα απ' όλα εξαιτίας της κινητικότητας και της προτίμησης τους για πόλεις ή περιοχές με σύγχρονη υποδομή υποδοχής (ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα). Στη συνέχεια εξαιτίας του υψηλού μέσου επίπεδου δαπανών, που είναι δυο έως τρεις φορές υψηλότερο ημερησίως από των συνηθισμένων τουριστών. Τέλος εξαιτίας της διαφημιστικής προβολής που προσφέρουν και οφείλεται στην ακτινοβολία των επιχειρηματιών ή των συνέδρων σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο. Τα πιο πάνω εξηγούν τη σύσταση, προ είκοσι ετών, της Διεθνούς Ένωσης Συνεδριακών Κέντρων, στην οποία συμμετέχουν πενήντα περίπου πόλεις διεθνούς φήμης από είκοσι περίπου χώρες από όλες τις ηπείρους.



1984		1985		1986		1987		1988	
Παρίσι	254	Παρίσι	274	Παρίσι	358	Παρίσι	356	Παρίσι	324
Λονδίνο	248	Λονδίνο	238	Λονδίνο	258	Λονδίνο	265	Λονδίνο	268
Βρυξέλλες	201	Βρυξέλλες	219	Γενεύη	180	Βρυξέλλες	160	Μαδρίτη	169
Γενεύη	175	Γενεύη	212	Βρυξέλλες	157	Γενεύη	150	Βρυξέλλες	159
Βιέννη	146	Βιέννη	127	Μαδρίτη	118	Μαδρίτη	146	Γενεύη	152
Ρώμη	85	Δ. Βερολίνο	94	Βιέννη	106	Δ. Βερολίνο	134	Βερολίνο	141
Νέα Υόρκη	84	Ρώμη	91	Δ. Βερολίνο	100	Ρώμη	97	Ρώμη	122
Δ. Βερολίνο	76	Νέα Υόρκη	90	Σιγκαπούρη	100	Άμστερνταμ	93	Σύδνεϋ	119
Στρασβούργο	74	Στρασβούργο	80	Βαρκελώνη	96	Βανκούβερ	91	Σιγκαπούρη	109
Σιγκαπούρη	68	Σιγκαπούρη	74	Άμστερνταμ	84	Σιγκαπούρη	91	Ουάσινγκτον	97
Ελσίνκι	65	Κοπεγχάγη	71	Σεούλ	84	Βιέννη	88		
Άμστερνταμ	64	Σεούλ	65	Ουάσινγκτον	75	Στρασβούργο	84		
Κοπεγχάγη	62	Βαρκελώνη	63	Νέα Υόρκη	72	Μπανγκόκ	83		
Τόκιο	54	Μόναχο	62	Ρώμη	69	Νέα Υόρκη	79		
Ουάσινγκτον	53	Στοκχόλμη	60	Στρασβούργο	67	Ουάσινγκτον	66		
Μανίλα	50	Ουάσινγκτον	54	Κοπεγχάγη	63	Τόκιο	65		
Μόναχο	47	Βουδαπέστη	53	Μόναχο	63	Βαρκελώνη	64		
Βουδαπέστη	46	Άμστερνταμ	47	Στοκχόλμη	63	Κοπεγχάγη	62		
Χονγκ-Κονγκ	45	Μόντρεαλ	45	Τόκιο	56	Ελσίνκι	61		
Στοκχόλμη	43	Χονγκ-Κονγκ	44	Χονγκ-Κονγκ	54	Βουδαπέστη	61		

Πίνακας 1.5.4.1 Διεθνή και εθνικά συνέδρια με διεθνή συμμετοχή

Πηγή: U.A.I (1990)

Από γεωγραφική άποψη δυο γεγονότα είναι χαρακτηριστικά:

- Εκτός από ορισμένες εξαιρέσεις ο επιχειρηματικός και ο συνεδριακός τουρισμός επιλέγουν τους πιο γνωστούς αστικούς τουριστικούς τόπους. Σύμφωνα με τον αριθμό των διεθνών συνεδρίων του 1988, στην πρώτη θέση βρίσκεται το Παρίσι (324), στη δεύτερη το Λονδίνο (268) και ακολούθου η Γενεύη, η Νίκαια (χάρη στο «Ακρόπολις» οι εγκαταστάσεις του οποίου εγκαινιάστηκαν το 1985), οι Βρυξέλλες, η Βιέννη, η Νέα Υόρκη, το Βερολίνο, η Ρώμη, η Μανίλα (σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Διεθνών Σωματίων του 1988).
- Εξάλλου, αυτή η ιδιαίτερη κατηγορία τουριστών είναι συγκεντρωμένη σε ένα οικοδομικό τετράγωνο, σε μια συγκεκριμένη περίμετρο (συνεδριακό κέντρο και γειτονικά ξενοδοχεία). Χρησιμοποιεί δηλαδή ελάχιστο χώρο και περιορίζεται, στις



ενδεχόμενες περιπτώσεις τουριστικών «δραπετεύσεων» προς την πολύ ή την περιοχή υποδοχής, στην υφιστάμενη υποδομή, κυρίως προς όφελος του γαστρονομικού και του πολιτιστικού τουρισμού.

Εδώ και δεκαπέντε χρόνια παρατηρούμε την εμφάνιση του επιχειρηματικού τουρισμού, ή συγκεντρώσεων που περιλαμβάνουν σεμινάρια, εκθέσεις, ταξίδια κινήτρων και επιστημονικά συνέδρια, ο οποίος προσελκύει ένα είδος, «νέας ελίτ» που συχνάζει στις πιο πολυτελείς τουριστικές περιοχές. Αυτή η πελατεία τείνει να καταστεί βασική για τη σωστή λειτουργία πολλών πολυτελών μονάδων, όπως στο Παρίσι και στο Λονδίνο, αλλά επίσης για το σύνολο μιας περιφερειακής οικονομίας (Chelma G., 1990). Η ελαστικότητα, δηλαδή η ικανότητα των τουριστών/ επιχειρηματιών να δαπανούν, είναι από τις υψηλότερες στο σύνολο των κοινωνικό-επαγγελματικών κατηγοριών. Ας τονίσουμε επίσης ότι θα έπρεπε να μιλάμε για επιχειρηματικό τουρισμό, εφόσον οι πελάτες βγαίνουν από το ξενοδοχείο ή το συνεδριακό κέντρο για να γευτούν το τουριστικό περιβάλλον του τόπου υποδοχής. Η πρόσφατη εμφάνιση, κυρίως στη δυτική Ευρώπη των κέντρων οργανωμένης αναψυχής, που δεν πρέπει να τα συγχέουμε με τους περαστικούς πυρήνες οργανωμένης αναψυχής, αποτελεί δείγμα της ποικιλίας του, «νέου τουρισμού». Πράγματι, πρόκειται για ξενοδοχειακά συγκροτήματα, στην πλειονότητα τους αυτοδύναμα (μια μόνο εταιρεία κατασκευάζει και διαχειρίζεται τις εγκαταστάσεις), τα οποία προσφέρουν ταυτόχρονα διαμονή και οργανωμένη ψυχαγωγία σε ένα ενιαίο χώρο μερικών δεκάδων εκταρίων. Το ενδιαφέρον αυτών των κέντρων οργανωμένης αναψυχής συνίσταται στο ότι απευθύνονται σε δυο είδη αστικής πελατείας: η μια ασχολείται με τον αθλητισμό και προέρχεται από περαστικές περιοχές και η άλλη αποτελείται από οικογένειες ή ηλικιωμένους που επιθυμούν να ασκηθούν (ιππασία, κολύμβηση). Αρχικά τα πρώτα κέντρα οργανωμένης αναψυχής εμφανιστήκαν σε πόλεις (Κλαμπ Μεντιτερανέ της Βιέννης) ή κοντά σε πόλεις που άνηκαν στους γειτονικούς χώρους ανάπαυσης και αναψυχής. Σήμερα οι νέες εγκαταστάσεις σε εξωστικό περιβάλλον, όπως στις Κάτω Χώρες και στη Γαλλία, έχουν καταστεί εστίες υποδοχής τουριστών όλο τον χρόνο χάρη στις υπό κάλυψη δραστηριότητες που γίνονται σε αυτές. Είναι αρκετά τολμηρό να ιεραρχήσουμε τα πολιτισμικά στοιχεία που παίζουν κάποιο ρόλο στις τουριστικές δραστηριότητες, περιοριζόμενοι στο επίπεδο των κινήτρων και της οικονομικής σημασίας τους. Παρόλα αυτά, εάν εξετάσουμε μόνο τις γεωγραφικές πτυχές (του επιπέδου της τουριστικής κίνησης στο χώρο που θαυμάζουμε, καταλαμβάνουμε και χρησιμοποιούμε), προκύπτει ότι οι μεγαλύτερες τουριστικές περιοχές στο κόσμο είναι συνδεδεμένες με τον παραθαλάσσιο και τον ιστορικοπολιτιστικό τουρισμό, γεγονός που ευνοεί περισσότερο τις χώρες που διαθέτουν μεγάλη ηλιοφάνεια και πλούσιο φυσικό και ανθρώπινο πλούτο. Ξαναβρίσκουμε την ταξινόμηση των τουριστικών ρευμάτων και περιοχών που αναδεικνύουν



την κυρίαρχη θέση των τριών «λεκανών» και της βόρειας Ευρώπης στη γεωγραφία του παγκοσμίου τουρισμού. (Πολίτης Μ., 1996)

1.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο η Ευρώπη σημείωσε μεγάλη οικονομική ανάπτυξη. Οι πόλεις άρχισαν να ανοικοδομούνται και μάλιστα τα περισσότερα κράτη αποπειράθηκαν και πέτυχαν να αναστηλώσουν και να διασώσουν, όσες από τις πόλεις και τα μνημεία τους υπέστησαν ζημιές από τον πόλεμο. Παράλληλα τα μεγάλα έργα τέχνης και πολιτισμού φυλάσσονται σε μουσεία, πινακοθήκες και αίθουσες τέχνης και προκαλούν το ενδιαφέρον εκατομμυρίων επισκεπτών.

Προκειμένου να γίνει ένας διαχωρισμός των ελκυστικών στοιχείων στην ευρωπαϊκή ήπειρο, μπορεί να θεωρηθεί ότι ελκυστικά στοιχεία για τον τουρισμό αποτελούν:

1.6.1 Η ΤΕΧΝΗ ΚΑΙ Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Αν και η μεγαλύτερη μάζα των τουριστών κάνει διακοπές στη θάλασσα ή στο βουνό, ένα σημαντικό ποσοστό, που συνεχώς αυξάνεται έλκεται από τα καλλιτεχνικά και πολιτιστικά μνημεία που μπορούν να αξιοποιηθούν τουριστικά, δηλαδή από μνημεία, μουσεία, φεστιβάλ και άλλες πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Η ανάγκη για ανακάλυψη και ο θαυμασμός για τους παλαιότερους και τους σύγχρονους πολιτισμούς χρησιμοποιείται ως κίνητρο και βασικό στοιχείο προσέλκυσης τουριστών για πολλές περιοχές. Η προσωπική επίσκεψη και προσέγγιση των μνημείων και του πολιτισμού των αρχαίων λαών που υπάρχουν σε αφθονία στην ευρωπαϊκή ήπειρο (π.χ. Κολοσσαίο της Ρώμης, Παρθενώνας) κ.λπ., αποτελεί το κίνητρο για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Η τέχνη και ο πολιτισμός προσκαλούν τουριστικά ρεύματα τα οποία δεν επηρεάζονται από το χώρο και το χρόνο. Τέτοια ρεύματα παρατηρούνται:

- Στις μεγάλες πολιτιστικές τουριστικές περιοχές που αντιστοιχούν στις μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες (Λονδίνο, Παρίσι, Ρώμη, Βιέννη), στις πόλεις των «τεχνών» (Βενετία, Φλωρεντία, Πίζα, Γρανάδα, Μπριζ) και στις «πολιτιστικές κοιλάδες» παγκόσμιας φήμης (Λίγηρας).



- Στις μικρές τουριστικές περιοχές (που παρουσιάζουν μικρότερη τουριστική κίνηση), όπως το Μον Σεν Μισέλ στη Γαλλία, το Τάλιν της Εσθονίας, και άλλες περιοχές όπου ο πολιτιστικός τουρισμός είναι περισσότερο εντοπισμένος σε κάποια σημεία.

Ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να εντοπισθεί σε πολλά σημεία, από περιοχές όπου υπάρχουν ιστορικά μνημεία, μέχρι περιοχές που φημίζονται για καλλιτεχνικά γεγονότα και δραστηριότητες, όπως τα φεστιβάλ κινηματογράφου στις Κάνες και στη Βενετία, θεατρικές παραστάσεις και παραστάσεις όπερας, όπως στη Σκάλα του Μιλάνου, τα μπαλέτα Μπολσόι κ.λπ.

Πρέπει όμως να επισημανθεί ότι η διάκριση και τα όρια του πολιτιστικού τουρισμού και του τουρισμού αναψυχής δεν είναι ευδιάκριτα και τούτο διότι οι τουρίστες συνεχώς αναζητούν «συμπληρωματικές» δραστηριότητες στο χώρο υποδοχής. Έτσι συχνά παρατηρούμε μια «ανάμειξη» των δυο ειδών π.χ. επισκέψεις στο Λούβρο αλλά και στην περιβόητη Eurodisney, συμμετοχή σ' ένα μεγάλο συνέδριο και παράλληλα επίσκεψη στα μνημεία της χώρας. (Ναταλί Δολόγλου, 2008)

1.6.2 Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΤΗ ΦΥΣΗ

Η φύση και η βλάστηση αποτελεί σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό παράγοντα που προσελκύει τον επισκέπτη. Καθώς στις μέρες μας, ο ελεύθερος χρόνος αυξάνεται, ενώ ο τρόπος ζωής στις πόλεις γίνεται συνεχώς πιο πολύπλοκος και πιεστικός για τον άνθρωπο, παρατηρείται μια αύξηση της τάσης για αναζήτηση νέων ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Ιδιαίτερα οι κάτοικοι των αστικών περιοχών αναζητούν στη φύση την ψυχαγωγία, την αναψυχή που τους λείπει. Στον ευρωπαϊκό χώρο όπου το φυσικό περιβάλλον έχει υποβαθμιστεί σημαντικά και λόγω της εκβιομηχάνισης, τα κράτη προσπαθούν να προφυλάξουν τις φυσικές περιοχές που έχουν παραμείνει μέσα από προγράμματα προστασίας, που συνδυάζουν την προστασία των φυσικών πόρων και την ψυχαγωγία, όπως τη δημιουργία εθνικών πάρκων, πάρκων διατήρησης της άγριας ζωής, βιοτόπων, καταφυγίων κ.λπ.

Η φύση και ιδιαίτερα οι φυτικοί πόροι αποτελούν ελκυστικό στοιχείο για τον τουρίστα. Θα πρέπει να επισημανθεί όμως ότι:

- Η βλάστηση και το φυσικό περιβάλλον ως αντικείμενο της αναζήτησης και σκοπός του τουρίστα αφορά μόνο σε ορισμένες τουριστικές δραστηριότητες, όπως:



- Η πεζοπορία σε δάση και δασικές εκτάσεις (π.χ. οι εθνικοί δρυμοί στη Γαλλία, στη Φιλανδία, στην Αυστρία κλπ)
- Η διαμονή σε δάση, δασικές, φυσικές περιοχές κ.λπ. από λάτρεις του οικολογικού τουρισμού.
- Η βλάστηση ως διάκοσμος ή τουριστικό συμπλήρωμα, αναφέρεται σε διαφορετικό σκοπό του ταξιδιού. Κλασικό παράδειγμα αυτής της περίπτωσης είναι οι πίστες του σκι στη Γαλλία και στην Ελβετία, που διασχίζουν δάση από κωνοφόρα, που στην περίπτωση αυτή αποτελούν το απαραίτητο συμπλήρωμα της διαδρομής, ή οι αμπελώνες που κοσμούν τους περίφημους γαλλικούς πύργους, οι οποίοι φημίζονται για τις κάβες τους, ή τα δάση των Σκανδιναβικών χωρών που συνδυάζονται μοναδικά με το απaráμιλλο τοπίο (λίμνες, φιόρδ, παγετώνες)

Οι ορεινές περιοχές ανά τον κόσμο αποτελούν το δεύτερο δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό μετά τις ακτές και τα νησιά. Αντιστοιχούν στο 15-20% του ετήσιου παγκόσμιου τουρισμού. Η πιο σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού για τη προστασία του περιβάλλοντος, είναι ο οικοτουρισμός. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση των φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό αλλά και των τουριστών έχει καταστήσει σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία τον οικοτουρισμό να είναι ο ταχύτερα εξελισσόμενος τομέας του τουριστικού κλάδου ο οποίος για παράδειγμα το 2004 αυξήθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο 3 φορές περισσότερο από ότι η τουριστική βιομηχανία στο σύνολο της (TIES, 2005). Η Αυστρία και η Ελλάδα αποτελούν τις ορεινότερες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ποσοστό των ορεινών και ημιορεινών δήμων και κοινοτήτων της Ελλάδας φτάνει το 60.2% και η έκτασή τους αντιστοιχεί σε ποσοστό 70.6% της χώρας (Ε.Σ.Υ.Ε, 2001). Ταυτόχρονα το 19,1 % των χερσαίων εκτάσεων της Ελλάδας έχει ενταχθεί στο Ευρωπαϊκό δίκτυο προστατευόμενων περιοχών ΦΥΣΗ (NATURA) 2000. Η Ελλάδα διαθέτει δηλαδή όχι μόνο αξιόλογες φυσικές περιοχές αλλά και πλήθος ορεινών περιοχών οι οποίες στο μεγαλύτερο τους βαθμό εμπεριέχουν αξιόλογα φυσικά οικοσυστήματα. Επομένως, για λόγους προστασίας των ευαίσθητων οικοσυστημάτων αλλά και για την Ολοκληρωμένη Αξιοβίωτη Ανάπτυξη τους οι ορεινές περιοχές αποτελούν πρόσφορο- κατά περίπτωση- έδαφος για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού. (Ναταλί Δολόγλου, 2008)

1.6.3 ΤΑ ΥΔΑΤΙΝΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ ΚΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ



Η θάλασσα αποτελεί το κυριότερο πόλο έλξης για τους τουρίστες, στοιχείο που αποτελεί και το βασικό χαρακτηριστικό των ευρωπαϊκών κρατών που έχουν διέξοδο στη θάλασσα και ιδιαίτερα των μεσογειακών κρατών. Ο «υδροτουρισμός» αποτελεί ένα σημαντικό τουριστικό ρεύμα που κατευθύνεται προς τις παραθαλάσσιες περιοχές των ευρωπαϊκών κρατών, τα οποία έχουν δημιουργήσει σημαντικούς παραθαλάσσιους σταθμούς/ κέντρα υποδοχής του τουρισμού. Στον ευρωπαϊκό χώρο συναντάμε μεγάλες τουριστικές περιοχές ή παράκτιους τουριστικού πόλους θαλάσσιων λουτρών, που υποδέχονται κάθε χρόνο περισσότερους από 15 εκατομμύρια τουρίστες (π.χ. Κυανή ακτή, Κόστα Μπράβα, Κόστα ντε Σολ, αλλά και νησιωτικές περιοχές των Ιονίων, των Κυκλάδων, της Κρήτης κ.λπ.).

Παράλληλα όμως τα υπόλοιπα υδάτινα διαθέσιμα (ποταμοί, έλη, λίμνες, κ.λπ.) της ευρωπαϊκής ηπείρου προσελκύουν το έντονο τουριστικό ενδιαφέρον. Το ποτάμιο και το λιμναίο περιβάλλον προσέλκυσε πάντα τον άνθρωπο τόσο για οικονομικούς λόγους (αλιεία, ναυσιπλοΐα, υδροδότηση, ενέργεια) όσο και για λόγους αναψυχής. Ιδιαίτερα στις εύκρατες περιοχές οι λίμνες αποτελούν σημαντικότερες τουριστικές περιοχές, γύρω από τις οποίες δημιουργούνται χώροι για διαμονή, αναψυχή και αθλητισμό.

Η τουριστική κίνηση των λιμνών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη γεωγραφική τους θέση (κοντά σε αστικά κέντρα, σε πλούσιες ευρωπαϊκές χώρες) όπως οι λίμνες της Γενεύης, Κόμο, Λουγκάνο, Μπαλατόν, ενώ η τουριστική κίνηση σε ελώδεις περιοχές συνδυάζεται με αθλήματα, όπως κινήγι, πεζοπορία κ.λπ. Ανάλογη σπουδαιότητα έχουν οι ποταμοί, όπου συνδυάζεται η διαμονή, η αναψυχή, ο τουρισμός, η άθληση κ.λπ. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.6.4 ΤΟ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟ ΑΙΣΘΗΜΑ

Ένα σημαντικό ρεύμα του τουρισμού κατευθύνεται σε περιοχές γνωστές για το θρησκευτικό τους ενδιαφέρον. Από την αρχαιότητα το προσκύνημα αποτελούσε αιτία δημιουργίας τουριστικού ρεύματος. Ο Ηρόδοτος περιέγραψε στις «Ιστορίες» του τη μετακίνηση χιλιάδων Αιγυπτίων, οι οποίοι έπλεαν στο Νείλο με τις φελούκες τους για να μεταβούν για προσκύνημα στο ναό της Μέμφιδος. Σήμερα εκατομμύρια προσκυνητές συρρέουν κάθε χρόνο για να προσκυνήσουν στο Βατικανό ή στη Παναγία της Λούρδης κ.λπ. δημιουργώντας ρεύματα τα οποία έχουν τουριστικό χαρακτήρα, όσον αφορά το ταξίδι, την υποδοχή και το εμπόριο που δημιουργείται στους χώρους υποδοχής και διαμονής των πιστών. Σε αρκετές



περιπτώσεις όμως υπάρχει μια σύνδεση του θρησκευτικού και του πολιτιστικού στοιχείου π.χ. Μον Σελ Μισέλ, που δύσκολα διαχωρίζονται. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.6.4.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ως «θρησκευτικός τουρισμός» (religious tourism) - ή «προσκυνηματικός τουρισμός» (pilgrimage tourism) - μπορεί να θεωρηθεί το σύνολο εκείνο των τουριστικών δραστηριοτήτων το οποίο σχετίζεται με τις επισκέψεις τουριστών σε μνημεία, χώρους θρησκευτικής σημασίας και ανάλογες εκδηλώσεις θρησκευτικού περιεχομένου. Ο όρος αυτός μπορεί να χαρακτηριστεί ως αδόκιμος, όταν κρίνεται με αυστηρά θεολογικά κριτήρια, εν τούτοις μπορεί να αποδώσει κατά ένα καλό τρόπο το βασικό κίνητρο που ωθεί τον τουρίστα να επισκεφθεί τους παραπάνω χώρους. Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι δυνατόν να περιλάβει:

- A. προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο και επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στο θρησκευτικό χώρο
- B. τουρίστες που ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες (Σφακιανάκης, 2000).

Οι ιεροί τόποι και οι επίσημες θρησκευτικές εορτές ή άλλες εκδηλώσεις για πολλούς αιώνες αποτελούσαν τουριστικούς προορισμούς, και δημιουργούσαν μια ιδιαίτερη «ελκυστικότητα» για ορισμένες περιοχές (Nolan and Nolan, 1992; Rinschede, 1992). Η πορεία της ιστορίας έχει αποδείξει ότι το «προσκύνημα» αποτελούσε πάντοτε κίνητρο μετακίνησης των ανθρώπων και κατ' επέκταση επηρέαζε τη δημιουργία «τουριστικού» ρεύματος, ενώ κατά πολλούς, η γέννηση του σύγχρονου τουρισμού οφείλει πολλά στην παράδοση του λατρευτικού ταξιδιού. Η παραπάνω ελκυστικότητα συνδέονταν με την θρησκευτική ή ιστορική αξία των ναών ή εκκλησιών, θρησκευτικές γιορτές, ιστορικά γεγονότα και σημαντικές θρησκευτικές ή άλλες εξελίξεις, τα χαρακτηριστικά του τοπίου, το μέγεθος και η αρχιτεκτονική του υπάρχοντος οικιστικού πλούτου κ.λπ.

Συνοπτικά, ο οικιστικός πλούτος ο οποίος επηρεάζει σημαντικά τις θρησκευτικές τουριστικές ροές είναι:

- κτίσματα που διατηρούν ή έχουν χάσει τη θρησκευτική τους λειτουργία



- κτίσματα με ιστορικό, θρησκευτικό ή αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον τα οποία τις περισσότερες φορές είναι χωροθετημένα σε ειδυλλιακά τοπία
- κτίρια με θρησκευτικό χαρακτήρα όπως μοναστήρια, ασκητήρια, θρησκευτικές σχολές, βιβλιοθήκες κ.λπ. όπου πολλές φορές πραγματοποιούνται συνέδρια με θρησκευτικό περιεχόμενο
- κτίρια που χρησιμοποιούνται ως μουσεία ή εκθεσιακοί χώροι όπου εκτίθενται θρησκευτικά αντικείμενα. Στις περισσότερες φορές, τα θρησκευτικά μνημεία φιλοξενούν θρησκευτικές ή άλλες συναφείς πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις με θρησκευτικές αναφορές που προσελκύουν το θρησκευτικό ή το γενικότερο ενδιαφέρον.

Σε πολλές περιπτώσεις περιοχές που κατέχουν ιερούς ναούς, θρησκευτικούς χώρους ή πραγματοποιούν θρησκευτικές εορτές και εκδηλώσεις έχουν αποβάλλει το πνευματικό στοιχείο του «προσκυνηματος» που κατέχουν και η τουριστική τους ελκυστικότητα συνδέεται με την πολιτιστική τους αξία. Αυτό, καθιστά τις περιοχές αυτές ελκυστικές για κάθε επισκέπτη ανεξαρτήτως θρησκείας και μεταβάλλει το θρησκευτικό σε πολιτισμικό αξιοθέατο. Με αυτό τον τρόπο δημιουργείται τουριστικό ρεύμα που αντιμετωπίζει τη θρησκεία ως στοιχείο πολιτισμού και εντάσσεται στον πολιτιστικό τουρισμό.

Σήμερα, ο θρησκευτικός τουρισμός, περισσότερο στις αναπτυγμένες και λιγότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες, συνδέεται ισχυρά με τις απλές διακοπές και τον πολιτιστικό τουρισμό. Ιστορικά, ο θρησκευτικός τουρισμός είχε πολυλειτουργική μορφή, ακόμα και στις περιπτώσεις που τα θρησκευτικά κίνητρα εμφανίζονταν ως κυρίαρχα (Rinschede 1992). Κατά συνέπεια, ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να ενισχυθεί περισσότερο, εφόσον οι περιοχές τουριστικού προορισμού εκτός από θρησκευτικά μνημεία διαθέτουν και άλλους τουριστικούς πόρους ή βρίσκονται στην ακτίνα επιρροής τουριστικών αξιοθέατων (Πολύζος 2002, Polyzos et al 2007).

Στις οικονομικά αναπτυγμένες χώρες τα θρησκευτικά κίνητρα εμφανίζονται ως λιγότερο σημαντικά σε σχέση με τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες ή τις αρχαίες κοινωνίες. Ως τα βασικά αίτια που ενθαρρύνουν τις επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία μπορούν να χαρακτηρισθούν: (α) το θρησκευτικό συναίσθημα που παρακινεί τους τουρίστες για μετάβαση σε τόπους των θρησκευτικών εκδηλώσεων, (β) η ημερολογιακή σύμπτωση των θρησκευτικών εορτών με ημέρες αργιών. (γ) η ελκυστικότητα των θρησκευτικών μνημείων και η συνολική τους αξία ως τόπων λατρείας και πολιτιστικών πόρων. Σε αυτά, μπορούν να προστεθούν η έμφυτη επιθυμία για επίσκεψη σε τόπους καταγωγής και οικογενειακής



προέλευσης, καθώς η ανάγκη για απομάκρυνση από τα αστικά κέντρα για μικρό χρονικό διάστημα.

Η αύξηση της συμπληρωματικότητας του θρησκευτικού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού κυρίως στις αναπτυγμένες χώρες, θα έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια της τουριστικής ελκυστικότητας τουριστικά «απομονωμένων» περιοχών. Συνεπώς, η εγγύτητα των θρησκευτικών μνημείων με μεγάλες αστικές συγκεντρώσεις και τουριστικούς πόρους άλλης κατηγορίας ή με περιοχές με υπερτοπικές, εθνικές και διεθνείς ακτίνες επιρροής τουριστών, καθώς η ύπαρξη ικανοποιητικού μεταφορικού δικτύου αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για τη μελλοντική διασφάλιση της «ελκυστικότητας» των θρησκευτικών και πολιτιστικών πόρων. (Σεραφείμ Πολύζος, 2010)

1.6.4.2 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πριν γίνει μια συνοπτική ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα, αναφέρουμε ότι δεν υπάρχει επίσημη στατιστική καταγραφή και πληροφόρηση για στοιχειώδη θέματα που αφορούν αυτή τη μορφή του τουριστικού φαινομένου. Έτσι, δεν υπάρχουν επίσημα και έγκυρα στατιστικά στοιχεία για την επισκεψιμότητα των θρησκευτικών χώρων, την προέλευση των επισκεπτών και τις αποστάσεις που διανύουν, τη χρονική περίοδο επίσκεψης, τα ηλικιακά, μορφωτικά και άλλα χαρακτηριστικά των επισκεπτών που θα βοηθούσαν για την ανάλυση του φαινομένου. Το μοναδικό αξιόλογο στατιστικό στοιχείο που διατίθεται αφορά την καταγραφή των προσκυνημάτων ανά νομό και τη γεωγραφική τους θέση.

Στον Πίνακα 1.6.4.2.1 εμφανίζεται η κατανομή των προσκυνημάτων στους νομούς της χώρας, ενώ στο Χάρτη 1.6.4.2.1, η κατανομή αυτή εμφανίζεται πιο εποπτικά. Καταρχήν παρατηρούμε μια ενδιαφέρουσα χωρική κατανομή των θρησκευτικών μνημείων σε όλη τη χώρα. Όλοι οι νομοί κατέχουν θρησκευτικούς πόρους, γεγονός που τους καθιστά ελκτικούς για θρησκευτικές τουριστικές ροές και δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τη συμβολή του θρησκευτικού τουρισμού στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών. Οι νομοί με τα περισσότερα προσκυνηματα είναι οι νομοί Αττικής, Δωδεκανήσου Κορινθίας και Κυκλάδων, ενώ ο μικρότερος αριθμός εμφανίζεται στους νομούς Ροδόπης, Γρεβενών, Δράμας και Κιλκίς. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο αριθμός δεν καθορίζει κατ' ανάγκη και τη συνολική ελκυστικότητα του νομού, αφού υπάρχουν διάφορα στοιχεία όπως η παλαιότητα, το μέγεθος,



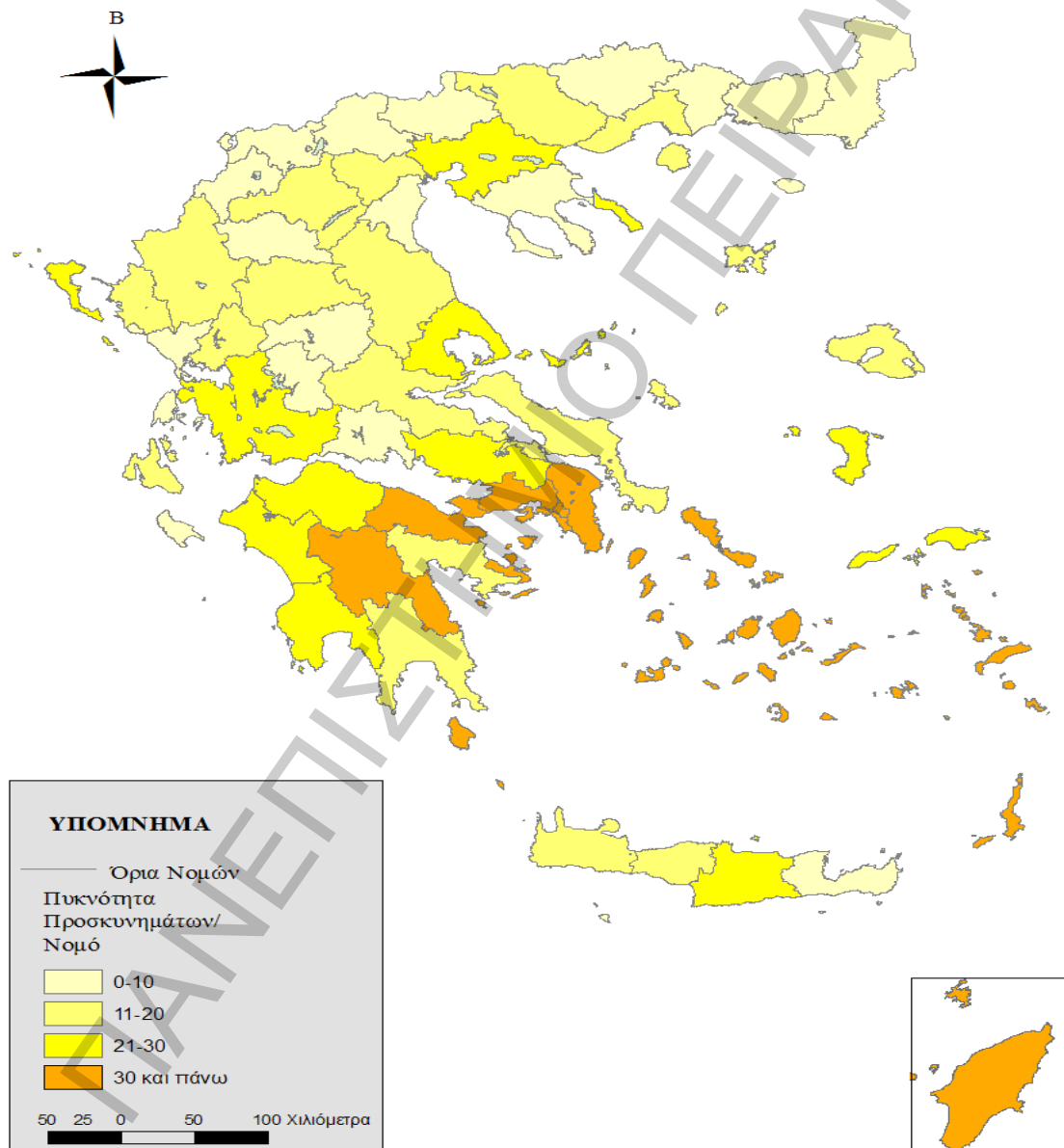
η ιστορική και θρησκευτική αναφορά κ.α. μιας μονής που επηρεάζουν το συνολικό αριθμό των επισκεπτών.

Νομός	Σύνολο προσκυνημάτων	Νομός	Σύνολο προσκυνημάτων	Νομός	Σύνολο προσκυνημάτων
Αιτ/νανίας	25	Θεσπρωτίας	11	Μαγνησίας	25
Αργολίδας	14	Θεσ/νίκης	25	Μεσσηνίας	20
Αρκαδίας	33	Ιωαννίνων	17	Ξάνθης	4
Άρτος	17	Καβάλας	12	Πέλλας	8
Αττικής	69	Καρδίτσας	8	Πιερίας	6
Αχαΐας	28	Καστοριάς	5	Πρεβέζης	5
Βοιωτίας	26	Κέρκυρας	24	Ρεθύμνης	13
Γρεβενών	2	Κεφαλονιάς	14	Ροδόπης	1
Δράμας	2	Κιλκίς	3	Σάμου	30
Δωδ/νήσου	67	Κοζάνης	11	Σερρών	17
Έβρου	7	Κορινθίας	43	Τρικάλων	14
Ευβοίας	18	Κυκλάδων	41	Φθιώτιδας	19
Ευρυτανίας	8	Λακωνίας	16	Φλωρίνης	5
Ζακύνθου	9	Λαρίσης	19	Φωκίδος	7
Ηλείας	29	Λασιθίου	10	Χαλκιδικής	8
Ημαθίας	13	Λέσβου	14	Χανίων	11
Ηρακλείου	27	Λευκάδος	7	Χίου	22

Πίνακας 1.6.4.2.1 Σύνολο προσκυνημάτων στους νομούς της Ελλάδας Πηγή: ΕΟΤ (2005)



Χάρτης 1.6.4.2.1 Η πυκνότητα των προσκυνημάτων στους νομούς της Ελλάδας



Ένα χαρακτηριστικό του θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι ότι, η πλειονότητα των επισκεπτών προέρχεται από το εσωτερικό, ενώ τα τελευταία χρόνια αυξάνονται οι επισκέπτες από τις χώρες του εξωτερικού, κυρίως από τις ορθόδοξες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Η



κατανομή των επισκεπτών στη διάρκεια του έτους δεν είναι ομαλή, αλλά αυξάνεται τη θερινή περίοδο και τις ημέρες των θρησκευτικών εορτών. Η κατανομή μερικών από τις θρησκευτικές δραστηριότητες, όπως εορτές, πανηγύρεις, κ.λπ. σε όλη τη διάρκεια του έτους αποτελεί πλεονέκτημα, δεδομένου ότι ευνοεί την ανάπτυξη του θρησκευτικού τουρισμού όλο το έτος και όχι μόνο τη θερινή ή τουριστική περίοδο. Οι θρησκευτικές εορτές και πανηγύρεις υπάρχουν σε όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ τα προσκυνήματα που δεν σχετίζονται με συγκεκριμένες εορτές, επίσης είναι διαθέσιμα για επίσκεψη σε όλη τη διάρκεια του χρόνου. Η πολιτιστική θρησκευτική έκφραση μπορεί να ασκείται όλες τις εποχές, εντός και εκτός τουριστικής περιόδου.

Συνοπτικά, τα βασικά χαρακτηριστικά του θρησκευτικού τουρισμού της Ελλάδας, όπως προκύπτει από έρευνα στη σχετική βιβλιογραφία, αφού όπως προαναφέρθηκε δεν υπάρχει επίσημη στατιστική πληροφόρηση, είναι τα εξής:

- Υπάρχει ομαλή κατανομή των τουριστικών επισκέψεων με θρησκευτικά κίνητρα σε όλη τη διάρκεια του έτους, όμως εμφανίζεται μια σχετική αύξηση τους θερινούς μήνες, προφανώς λόγω «συμπληρωματικής» λειτουργίας των άλλων μορφών τουρισμού.
- Τα επισκέψιμα «θρησκευτικά αξιοθέατα» βρίσκονται σε όλες περιοχές της χώρας, η χωρική τους κατανομή είναι πολύ καλή και συνεπώς ο θρησκευτικός τουρισμός, εφόσον αξιοποιηθεί επαρκώς, μπορεί να ενισχύει σημαντικά το περιφερειακό εισόδημα και την περιφερειακή ανάπτυξη.
- Η διάρκεια παραμονής των τουριστών στην περιοχή προορισμού είναι σχετικά μικρή (short break holidays), ειδικότερα αν δεν συνδυάζεται με άλλες μορφές τουρισμού.
- Υπάρχει θετική ανταπόκριση των τοπικών κοινωνιών σε αυτή τη μορφή τουρισμού, γεγονός που δημιουργεί ένα επί πλέον πλεονέκτημα για την περαιτέρω ανάπτυξή του. Η γενικότερη αίσθηση που υπάρχει είναι ότι δεν υπάρχει επαρκής αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς με αναφορά στη θρησκεία και ειδικά των θρησκευτικών μνημείων με διεθνή εμβέλεια και αναγνωρισιμότητα, όπως τα Μετέωρα, Πάτμος, κ.α.
- Οι επισκέπτες των θρησκευτικών μνημείων έχουν διαφορετική ηλικιακή σύνθεση από εκείνη των άλλων μορφών του γενικού ή του εναλλακτικού τουρισμού, ενώ υπερτερούν στα ποσοστά οι σχετικά μεγάλες ηλικίες. (Σεραφείμ Πολύζος, 2010)



1.6.5 ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ

Η ανάπτυξη του πρωταθλητισμού ενόησε ορισμένες περιοχές της Ευρώπης, όπως οι περιοχές που γίνονται οι μεγάλοι αγώνες αυτοκινήτου (Λε Μαν, Τιμόλα) ή διεθνή ράλι (Μόντε Κάρλο) ή αγώνες σκι (Άλπεις) κ.λπ. όπου συρρέουν εκατοντάδες χιλιάδες τουρίστες. Η τουριστική αυτή κίνηση είναι παροδική διαρκεί μόλις λίγες μέρες και εντοπίζεται είτε γύρω από ένα χώρο που έχει διαμορφωθεί ειδικά (πίστες) είτε κατά μήκος μιας διαδρομής όπου διασχίζει περισσότερες περιοχές.

Εκτός όμως από αυτά στις ευρωπαϊκές χώρες διοργανώνονται συχνότατα και διεθνείς συναντήσεις και άλλων αθλητικών γεγονότων, όπως ποδοσφαίρου, μπάσκετ, γκολφ, (Ισπανία, Γαλλία), χειμερινοί ολυμπιακοί αγώνες, πρωταθλήματα παγοδρομίας που προκαλούν το αυξημένο τουριστικό ενδιαφέρον. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.6.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια νέα μορφή τουρισμού που αναπτύχθηκε σχετικά πρόσφατα και παρουσιάζει εντυπωσιακή ανάπτυξη, ιδιαίτερα στις ευρωπαϊκές πρωτεύουσες.

Η διεθνοποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, που παρατηρείται στις μέρες μας, οδηγεί στελέχη επιχειρήσεων να μετακινούνται συνεχώς, άλλοτε για να συνεργαστούν με τοπικά ή περιφερειακά στελέχη, υποκαταστημάτων, θυγατρικών εταιρειών κ.λπ. είτε για να συμμετάσχουν σε συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις, διασκέψεις κ.λπ.

Παράλληλα η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας που είναι ιδιαίτερα αυξημένη στις μέρες μας οδηγεί στην οργάνωση συναντήσεων, συνεδρίων, συσκέψεων, κ.λπ. μεταξύ ανθρώπων που προέρχονται από διαφορετικούς γεωγραφικούς χώρους. Σήμερα ο αριθμός των ατόμων



που ταξιδεύουν προκειμένου να συμμετάσχουν σε συνέδρια είναι ιδιαίτερα αυξημένος. Συχνότατα δε τα άτομα που συμμετέχουν σε αυτά συνοδεύονται από μέλη της οικογένειάς τους, που βρίσκουν μια ευκαιρία για διακοπές. Αποτέλεσμα να παρατηρείται σημαντική τουριστική κίνηση προς τη χώρα ή την περιοχή διοργανώνεται το συνέδριο.

Δεδομένου δε ότι οι διοργανωτές των συνεδρίων δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στον τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του συνεδρίου, την ύπαρξη υλικοτεχνικής υποδομής, την εύκολη πρόσβαση, την απόσταση, την υποδομή, την γενικότερη εικόνα που έχει προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος κ.λπ. η ευρωπαϊκή ήπειρος και κυρίως οι ανεπτυγμένες χώρες της κεντρικής Ευρώπης, λόγω ότι συγκεντρώνουν όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, δέχονται το 60,5% των συνεδρίων. Είναι μάλιστα ενδεικτικό ότι ανάμεσα στις ένδεκα πρώτες πόλεις στον κόσμο, που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αριθμό συνεδρίων, οι εννέα ήταν ευρωπαϊκές (Παρίσι, Λονδίνο, Βρυξέλες, Βιέννη, Βερολίνο, Γενεύη, Μαδρίτη, Άμστερνταμ, Στρασβούργο).

1.6.7 ΟΙ ΙΑΤΡΙΚΟΙ/ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ

Ένας σημαντικός αριθμός ανθρώπων μετακινείται για θεραπευτικούς λόγους. Μπορούμε να διακρίνουμε το θεραπευτικό τουρισμό ανάλογα με το είδος του σε:

- **Θερμαλισμό:** Υπάρχουν πολλές πηγές φυσικών μεταλλικών υδάτων σε ολόκληρη την ευρωπαϊκή ήπειρο. Από την αρχαιότητα οι άνθρωποι συνειδητοποίησαν τη σπουδαιότητα των θεραπευτικών αυτών πηγών. Πρώτοι μάλιστα οι ρωμαίοι αυτοκράτορες και μετά ευρωπαίοι ευγενείς και βασιλείς που κατασκεύασαν σε διάφορες περιοχές της ευρωπαϊκής ηπείρου εγκαταστάσεις για να απολαμβάνουν ιαματικά λουτρά. Σήμερα οι άνθρωποι συνεχίζουν να ταξιδεύουν προς τις περιοχές που διαθέτουν ιαματικές πηγές, για θεραπευτικούς λόγους.
- **Θαλασσοθεραπεία:** έχει αποδειχθεί ότι το θαλασσίνο νερό, μερικά θαλασσινά φύκια και το θαλασσίνο κλίμα βελτιώνουν την κατάσταση ασθενών που πάσχουν από ορισμένες παθήσεις όπως π.χ. οι ρευματισμοί. Έτσι παρατηρείται μια ιδιαίτερη κίνηση προς τόπους όπου έχουν διαμορφωθεί κέντρα που εφαρμόζουν αυτή τη μέθοδο θεραπείας. Ο τουρισμός αυτός αναφέρεται συχνά και ως παραϊατρικός. Συχνά η μορφή αυτού του τουρισμού συνδυάζεται και με άλλες δραστηριότητες και αποτελεί συμπλήρωμα τους (π.χ. Μαρμπέλα στην Κόστα ντε Σόλ) (Μοίρα-Μυλωνοπούλου, 1999)



1.6.8 Η «ΠΑΡΑΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ» ΤΥΠΟΥ ΑΝΑΨΥΧΗ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΣΚΥΝΗΜΑ ΣΕ ΜΝΗΜΕΙΑ/ ΤΟΠΟΥΣ ΠΕΣΟΝΤΩΝ ΠΟΛΕΜΟΥ

Η ύπαρξη σημαντικών τουριστικών ρευμάτων εξηγείται και μόνο από τα υπάρχοντα πολιτισμικά στοιχεία, αλλά υπάρχουν και περιοχές, όπου υποδέχονται κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες (ημεδαπούς και αλλοδαπούς) λόγω των οργανωμένων χώρων ψυχαγωγίας, όπως η Eurodisney και το Πάρκο του Αστεριζ στο Παρίσι, το Πράτερ στη Βιέννη, οι κήποι του Τίβολι στην Κοπεγχάγη κ.λπ.

Σημαντικό τουριστικό ρεύμα κατευθύνεται και σε περιοχές τουριστικού κάλλους (π.χ. περιοχές προστασίας πανίδας, εθνικά πάρκα, «τουριστικοί κήποι»)

Επίσης στην Ευρώπη υπάρχουν τόποι που σημειώθηκαν σημαντικές μάχες ή στήθηκε ένα μνημείο για τους πεσόντες στον πόλεμο. Στις περιοχές αυτές παρατηρείται ετησίως σημαντική κίνηση επισκεπτών. Τέτοιες περιοχές είναι η περιοχή στο Βερντέν και στις ακτές της Νορμανδίας, όπου κάθε χρόνο μεταβαίνουν ομάδες παλαιών πολεμιστών ή συγγενείς πεσόντων, για να τιμήσουν τις μεγάλες μάχες του Πρώτου και του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.6.9 ΟΙ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ

Οι κρουαζιέρες είναι επίσης δημοφιλείς. Ο συνδυασμός αναψυχής με την επίσκεψη σε περιοχές και χώρους με μακρόχρονο πολιτισμό, προσελκύει τουρισμό. Οι περισσότερες κρουαζιέρες παρατηρούνται στη Μεσόγειο, στη Βαλτική, στη Βόρεια θάλασσα, είναι η Γένοβα, το Μονακό, η Νίκαια, η Βαρκελώνη, η Μαγιόρκα, ο Πειραιάς, η Ρόδος, η Βενετία, η Νάπολη κ.λπ. Το Αμβούργο, η Κοπεγχάγη, το Ελσίνκι, το Μπέργκεν, το Σταβάνγκερ είναι



ορισμένα από τα λιμάνια της Βόρειας Ευρώπης που υποδέχονται κρουαζιερόπλοια (κρουαζιέρες προς Νορβηγία, Φιλανδία, Σουηδία και Ρωσία).

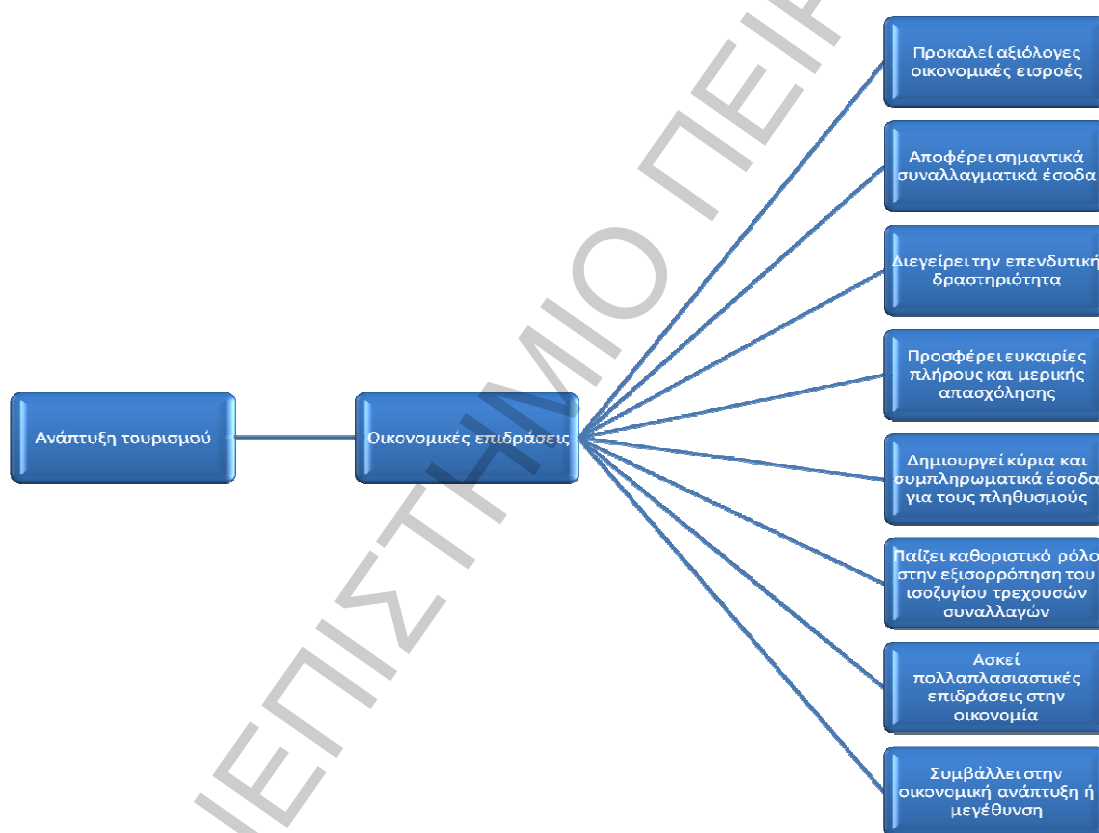
Εξίσου δημοφιλείς είναι και οι ποτάμιες κρουαζιέρες. Σημαντικοί πλωτοί ποταμοί είναι ο Ρήνος μεγάλα λιμάνια του οποίου είναι το Ρότερνταμ, το Ντίσελντορφ, η Κολωνία, το Στρασβούργο και η Βασιλεία, ο Δούναβης (Ουλμ, Ρένγκενσμπουργκ, Πασσάου, Βουδαπέστη, Βελιγράδι), ο Βόλγας και ο Τάγος. (Μοίρα- Μυλωνοπούλου, 1999)

1.7 Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει σημαντικότατο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης (Διάγραμμα 1.7.1) Κατά συνέπεια, η συμβολή του στη γενικότερη προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση πρέπει να θεωρείται χωρίς άλλο θετική. Στα περισσότερα κράτη του πλανήτη μας και κυρίως στα αναπτυσσόμενα, οι πολιτικές εξουσίες τους, από τα πρώτα κιόλας στάδια ανάπτυξης του τουρισμού, προσέδωσαν σε αυτόν ένα μονόπλευρο οικονομικό προσανατολισμό. Το γεγονός αυτό είχε σαν συνέπεια να αποτελέσει ο τουρισμός αντικείμενο σπέκουλας και απροκάλυπτης εκμετάλλευσης, εκ μέρους μερίδας επιχειρηματιών, που σε πολλές περιπτώσεις όχι μόνο άγγιζε, αλλά και ξεπερνούσε τα όρια της αισχροκέρδειας, καθώς επίσης να εμφανίζεται η τουριστική προσφορά ασύνδετη και αποκομμένη από τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Επιπλέον η αλόγιστη και αγυχολόγητη αυτή πολιτική είχε σαν συνέπεια, από τη μια πλευρά, να παραβλεφθούν οι κοινωνικές και πολιτιστικές πτυχές του τουριστικού φαινομένου και από την άλλη να αγνοηθεί σκόπιμα η ανθρώπινη του πτυχή. Έτσι, λοιπόν, ο τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις αποτέλεσε μέσο στυγνής εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του φυσικού του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής του κληρονομιάς, ενώ παράλληλα συνέβαλε στο να αλλοιωθεί σημαντικά η τουριστική εικόνα πολλών κρατών.



Διάγραμμα 1.7.1 Οικονομικές επιδράσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού (Ηγουμενάκης Ν.Γ., 1999)



Όλα αυτά, αλλά και πολλά άλλα, ανάγκασαν, όπως ήταν φυσικό, τις πολιτικές εξουσίες των διάφορων κρατών να συνειδητοποιήσουν την επιτακτική ανάγκη χάραξης και εφαρμογής μιας αποτελεσματικότερης τουριστικής πολιτικής, η οποία στη φιλοσοφία της, στις βασικές της αρχές και στους στόχους της να είναι διαμετρικά αντίθετη από αυτήν που εξακολουθεί να εφαρμόζεται σήμερα σε πολλά κράτη του δυτικού κόσμου. Στο πλαίσιο της νέας αυτής αντίληψης, θα χρειαστεί να επανεκτιμηθούν και επαναπροσδιοριστούν πολλοί τουριστικοί στόχοι και ακόμα να αναθεωρηθούν μεμονωμένα προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, ενώ το ουσιαστικό περιεχόμενο του τουρισμού θα πρέπει να τεθεί το ταχύτερο



δυνατό σε εντελώς νέες βάσεις, για να πάψει οριστικά κάποτε να αποτελεί αυτός, έστω και μερικά, κλειστή οικονομική δραστηριότητα, που αποσκοπεί στην παραγωγή και διάθεση τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών για την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών των λίγων και όχι των πολλών. Η τουριστική πολιτική πρέπει στο εξής να έχει στο επίκεντρο της τον άνθρωπο και συγκεκριμένα τόσο αυτόν που παράγει τουριστικά προϊόντα, όσο και αυτόν που τα καταναλώνει ή κάνει χρήση τους, χωρίς καμιά απόλυτα διάκριση. Με άλλα λόγια, δεν πρέπει να αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση μόνο ξένων τουριστών ή έστω και μιας ντόπιας προνομιούχας μειοψηφίας, αλλά γενικά όλων εκείνων που έχουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και θέλουν να τις ικανοποιήσουν, άσχετα αν μπορούν ή όχι. Ακόμα θα πρέπει να ειπωθεί ότι η τουριστική πολιτική στο εξής είναι απαραίτητο να επιδιώκει την αρμονική και ισόρροπη σύνδεση της τουριστικής προσφοράς με την πραγματική και διαρκώς διαφοροποιούμενη τουριστική ζήτηση. Γι' αυτό ένας από τους βασικούς στόχους πρέπει να είναι η καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των θετικών οικονομικών επιδράσεων που ασκεί ο τουρισμός τόσο στα μέλη ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση, όσο και στον ίδιο. Μόνο με αυτόν τον τρόπο θα πάψει πια ο τουρισμός να αποτελεί μια ξεχωριστή οικονομική οντότητα και θα συνδεθεί με τους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι για πολλά κράτη και ιδιαίτερα για τα αναπτυσσόμενα, ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί αν όχι την αξιολογότερη, σίγουρα μια από τις αξιολογότερες συναλλαγματοφόρες πηγές τους. Το συνάλλαγμα που εισρέει σε αυτά κάθε χρόνο από τον τουρισμό καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του παθητικού του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τους. Πέρα από αυτό, όμως, ο τουρισμός συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη πολλών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας. Όπως είναι γνωστό, τα χρήματα που δαπανούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες διοχετεύονται μέσα από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά αγροτικών, βιομηχανικών κλπ. προϊόντων, καθώς επίσης διάφορων υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια οικονομική και εμπορική δραστηριότητα σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Ο τουρισμός, εκτός από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, είναι ταυτόχρονα και σημαντικός εργοδότης. Η ανάπτυξη του, όπως είναι γνωστό, είναι στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ικανοποιητικού αριθμού νέων θέσεων εργασίας, έστω και αν αυτές τις περισσότερες φορές έχουν εποχιακό, κατά κύριο λόγο, χαρακτήρα. Χάρη σε αυτόν βρίσκουν απασχόληση πολλοί άνεργοι και κυρίως υποαπασχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο, ίσως, απ' όλα είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία κλπ., για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του



τόπου στον οποίο επιχειρείται η ανάπτυξη του, αδυνατούν να δημιουργήσουν. Έτσι, λοιπόν, με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιοχές ενός κράτους όπου άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας έχουν περιορισμένες ή και καθόλου πιθανότητες να αναπτυχθούν, δεν επιτυχαίνονται μόνο οικονομικοί στόχοι, αλλά παράλληλα και κοινωνικοί, που απορρέουν από τον περιορισμό της μετανάστευσης και κυρίως της μαζικής μετατόπισης των πληθυσμών τους στα μεγάλα, κυρίως, αστικά κέντρα προς αναζήτηση καλύτερης τύχης.

Πέρα από θέσεις εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες μικρομεσαίων επιτηδευματιών, ενώ παράλληλα συμβάλλει αποφασιστικά και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας. Εκτός, όμως, από τη δημιουργία εσόδων για τους πληθυσμούς της περιφέρειας και την εξομάλυνση του προσωπικού τους εισοδήματος, ο τουρισμός συμβάλλει επίσης στην περιφερειακή εξομάλυνση του εισοδήματος, ιδιαίτερα δε σε περιοχές με χαμηλό δείκτη οικονομικής δραστηριότητας και χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των πληθυσμών τους. Η ανάπτυξη του τουρισμού σε αυτές τις περιοχές προκαλεί αξιόλογες οικονομικές εισροές. Μεταξύ άλλων φέρνει άφθονα χρήματα στους τόπους όπου πραγματοποιείται αυτή, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, δημιουργώντας έτσι πρόσθετο εισόδημα για τους κατοίκους τους, καθώς επίσης έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα για το κράτος. Οι άμεσες και εμφανείς επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία ενός κράτους που εκδηλώνονται, όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, με τη θετική συμβολή του στην προσπάθεια εξισορρόπησης του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης, οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, γενικά, και ειδικότερα της περιφέρειας. Εκτός από αυτές, όμως, υπάρχουν και άλλες που χαρακτηρίζονται σαν πολλαπλασιαστικές επιδράσεις. Οι επιδράσεις αυτές εκτός του ότι διευρύνουν τον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο του τουρισμού, διευρύνουν παράλληλα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται θετικά από το φαινόμενο.

Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού που εκδηλώνονται από μια σειρά συναλλακτικών πράξεων, προκαλούν, κατά κανόνα, ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα. Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται στο τουριστικό κύκλωμα. Οι συναλλακτικές αυτές πράξεις, σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει, μπορούν να φτάνουν μέχρι τις 15 και να διαμορφώνουν στο πενταπλάσιο την αρχική τουριστική δαπάνη, που αντιπροσωπεύει, έτσι, το τουριστικό εισόδημα.



Εξάλλου ο μεγάλος αριθμός των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται, δίνει τις ποιοτικές διαστάσεις του φαινομένου που αποτελούν, δηλαδή του τουρισμού, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Από την επιχείρηση μεταφορών, τον ξενοδόχο, τον τουριστικό πράκτορα, τον ξεναγό, τον έμπορο προϊόντων του τουριστικού κυκλώματος, τους υπαλλήλους και τα στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων, το βιομήχανο, το βιοτέχνη, τον αγρότη που τροφοδοτεί άμεσα ή έμμεσα ξενοδοχεία και εστιατόρια με αγροτικά προϊόντα, τον τραγουδιστή, τον ηθοποιό, το γιατρό, τον αρχιτέκτονα, τον οικοδόμο και το μικροπωλητή που πουλά τα εμπορεύματα του στους δρόμους κλπ., όλοι αυτοί οι επιτηδευματίες που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τουρισμό, αλλά και άλλοι που ενδεχόμενα δεν αναφέρθηκαν, δέχονται λίγο - πολύ τις επιδράσεις του τουρισμού, ενώ πολλές από αυτές ζουν αποκλειστικά από αυτόν.

Πέρα απ' όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω σχετικά με τις άμεσες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, θα πρέπει, έστω και συνοπτικά, να γίνει αναφορά και στις άλλες προεκτάσεις που έχουν αυτές στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο, δηλαδή στο βαθμό που το δημόσιο και η τοπική αυτοδιοίκηση επαναφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, με τη μορφή των κοινωνικών επενδύσεων, ένα μέρος από τα έσοδα τους από τον τουρισμό.

Η ανάπτυξη του τουρισμού ούτε από τη μια στιγμή στην άλλη μπορεί να επιτευχθεί, αλλά ούτε και από μόνη της. Όπως είναι γνωστό, αυτή εκτός των άλλων είναι στενά συνυφασμένη και με την πραγματοποίηση σοβαρών επενδύσεων από πλευράς κράτους, τοπικής αυτοδιοίκησης και κυρίως της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Οι επενδύσεις αυτές πραγματοποιούνται, κατά κύριο λόγο, για την κατασκευή, επέκταση και συντήρηση των έργων τουριστικής υποδομής και αναδομής, πλην όμως συνοδεύονται και από άλλες δαπάνες, όπως π.χ. για φορολογικά και επενδυτικά κίνητρα, για τουριστική διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις, για καθαριότητα, για φωτισμό και ύδρευση, για προστασία του περιβάλλοντος κλπ. των τουριστικών τόπων. Όπως ήδη ειπώθηκε, δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των κρατών του πλανήτη μας, εντελώς ιδιαίτερα δε αυτών που για οποιουσδήποτε λόγους δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας τους. Αυτό, όμως, δεν σημαίνει ότι ο τουρισμός αποτελεί πανάκεια για την επίλυση των οικονομικών προβλημάτων τόσο των αναπτυγμένων, όσο και των αναπτυσσομένων κρατών ή περιοχών.

Οι θετικές επιδράσεις από τον τουρισμό σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη ή μεγέθυνση του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερή έλεγχο σε κάθε αναπτυξιακή / μεγεθυντική φάση, πολύ περισσότερο δε, όταν αυτή συνοδεύεται από παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των τομέων της πρωτογενούς και



δευτερογενούς παραγωγής. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού, και αυτό γιατί:

- 1) Αποφεύγεται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού τόπου από έναν και μόνο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα τον τουρισμό
- 2) Αμβλύνεται η εποχιακή απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού του τόπου υποδοχής τουριστών
- 3) Αυξάνεται η χρονική διάρκεια εκμετάλλευσης των τουριστικών εγκαταστάσεων
- 4) Μετριάζεται η αντιμετώπιση του ντόπιου τουρίστα σαν ανεπιθύμητου πελάτη
- 5) Περιστεύεται η υποβάθμιση και πολύ περισσότερο η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς επίσης της πολιτιστικής κληρονομιάς
- 6) Μειώνεται σημαντικά η ποιοτική υποβάθμιση των προσφερομένων τουριστικών προϊόντων, και
- 7) Παύει βαθμιαία να θυσιάζεται η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού χάρη στο εύκολο πρόσκαιρο κέρδος και στα τεράστια οικονομικά συμφέροντα των μεσαζόντων του τουρισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, τμήμα του παραγωγικού μηχανισμού μιας οικονομίας και σαν τέτοιο θα πρέπει η αποδοτικότητα του να ερευνάται όχι μόνο με κριτήρια επίτευξης στόχων σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, μέσα στο στενό πλαίσιο του κλάδου της τουριστικής οικονομίας, αλλά και με μακροχρόνιες προοπτικές της ουσιαστικής συμβολής του στην επίτευξη των γενικότερων οικονομικών και κοινωνικών στόχων του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης ενός κράτους. Με αυτήν την έννοια, διάφορες απόψεις που έχουν αναπτυχθεί κατά καιρούς για τη θέση του τουρισμού στις οικονομίες, θα εξεταστούν κάτω από το πρίσμα της αναζήτησης του βαθμού αποδοτικότητας του τουρισμού σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται.

Η αξιολόγηση της οικονομικής θέσης του τουρισμού, που είναι συνυφασμένη με το κόστος και την αποδοτικότητα του Κλάδου γενικότερα, δεν θα πρέπει να γίνεται μόνο με βάση την καθαρή συναλλαγματική θέση που διαμορφώνει κάθε χρόνο το τουριστικό ισοζύγιο πληρωμών, διαφορετικά κάθε άλλο παρά σαν αντικειμενική θα μπορούσε να χαρακτηριστεί. Έτσι, λοιπόν, μπορεί να γίνει αυτή θετικά με τη μέτρηση των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία σε ορισμένο τόπο και χρόνο και αρνητικά με



τον προσδιορισμό των δυσμενών επιπτώσεων, που προκαλούνται σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, εξαιτίας μιας υπερβολικής ή και μονόπλευρης προώθησης της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του τουρισμού. Τις αρνητικές αυτές επιπτώσεις επικαλούνται, μάλιστα, πολλοί επιχειρηματικοί φορείς της μεταποιητικής δραστηριότητας για να θεμελιώσουν την άποψη που διατυπώνουν, σύμφωνα με την οποία το κόστος του τουριστικού συναλλάγματος ισούται, περίπου, με τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν και τις θυσίες που έγιναν για την απόκτηση του. Αναμφίβολα η άποψη αυτή αγγίζει τα όρια της υπερβολής, γιατί ανεξάρτητα από το γεγονός ότι η ανάπτυξη του τουρισμού προκαλεί σε ορισμένες περιπτώσεις αρνητικές επιδράσεις, η συμβολή του κλάδου στην οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση κάθε άλλο παρά να παραγνωριστεί μπορεί και πολύ περισσότερο να αποσιωπηθεί. Ανεξάρτητα από αυτό, όμως, τόσο οι θετικές, όσο και οι αρνητικές επιδράσεις του θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και των αποτελεσμάτων των τουριστικών επενδύσεων, ώστε να αποφεύγεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων υποδομής και αναδομής στην τουριστική οικονομία, κατ' επέκταση δε και οι αρνητικές τους επιδράσεις σε αυτήν. Αυτό μπορεί εύκολα να επιτευχθεί αν η επιλογή των τουριστικών επενδύσεων γίνει με ορθολογιστικά κριτήρια και κυρίως, αν προκαταβολικά διαπιστωθεί ότι αυτές πραγματικά προωθούν στη διάρκεια του χρόνου την υπόθεση της ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του κλάδου και γενικότερα της οικονομίας.

Χωρίς να έχουν γίνει σχετικές μετρήσεις για να διαπιστωθεί εκ των προτέρων στο μέτρο του εφικτού η αποδοτικότητα των τουριστικών επενδύσεων αποδεικνύεται απολογιστικά ότι ορισμένες από αυτές ήταν αντιοικονομικές, όχι γιατί κόστισαν περισσότερο από άλλες παραγωγικές επενδύσεις, αλλά κυρίως γιατί τα αποτελέσματά τους υπήρξαν ανάξια λόγου, δηλαδή εντελώς ασήμαντα. Όλα όσα αναπτύχθηκαν πιο πάνω είναι επιδεκτικά ποσοτικού προσδιορισμού, που σημαίνει ότι μπορεί κανείς σχετικά εύκολα να προσδιορίσει τόσο το κόστος, όσο και το όφελος των τουριστικών επενδύσεων. (Ηγουμενάκης Ν.Γ., 1999)

1.8 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

1.8.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η εξέλιξη του τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο χαρακτηρίζεται τόσο από την ανάπτυξη των υποδομών του κλάδου όσο και από την αύξηση των ατόμων που συμμετέχουν σε κάθε μορφής ή τύπου τουριστική δραστηριότητα. Η προπολεμική εικόνα του τουρίστα ταχύτατα

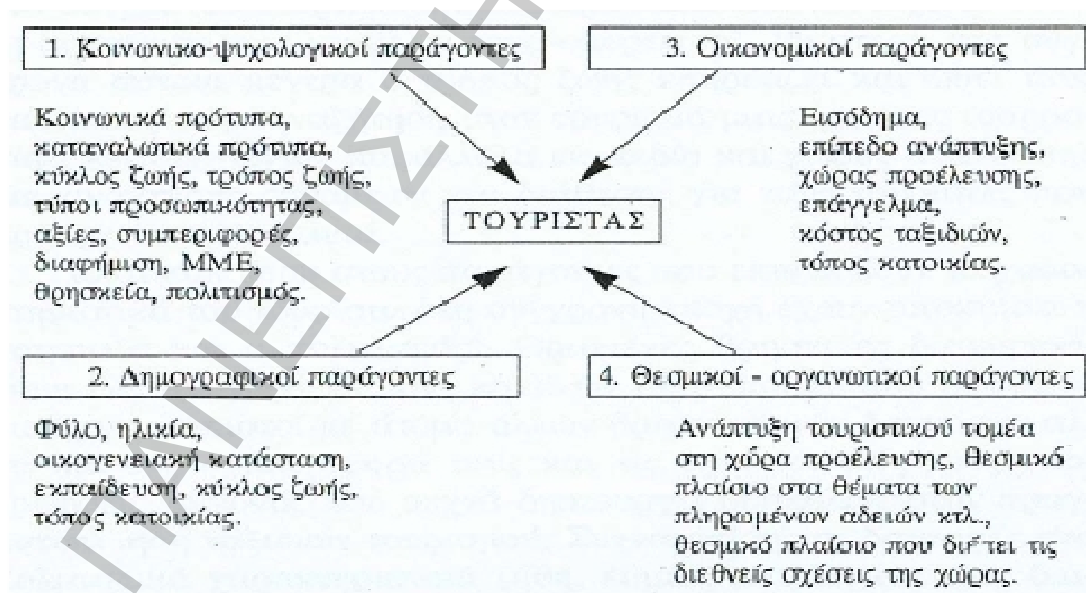


αλλάζει και δεν αναφερόμαστε πλέον μόνον σε άτομα των υψηλών κοινωνικών τάξεων που ταξιδεύουν για διακοπές ή εργασία, αλλά σε μια διαρκώς διευρυνόμενη ομάδα καταναλωτών που χαρακτηρίζεται από ένα πλήθος μεταβλητών κοινωνικού, δημογραφικού, ψυχολογικού, οικονομικού τύπου στην τελική επιλογή του τουριστικού ταξιδιού ή των τουριστικών ταξιδιών. Ο τουρίστας συσχετίζεται συστηματικά με τα χαρακτηριστικά του τουρισμού που επιλέγει να κάνει, ενώ και αυτά με την σειρά τους επηρεάζουν τα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα άλλων υποψηφίων τουριστών μέσα από τη λειτουργία της διαφήμισης αλλά και τη διάχυση των ΜΜΕ που παρατηρείται στο σύγχρονο κόσμο. Ο τουρισμός είναι άλλωστε κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με τη διαμόρφωση των κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων των συγχρόνων μεσοαστικών στρωμάτων των αναπτυγμένων χωρών. Εξελίσσεται με αυτόν τον τρόπο διαφοροποιούμενος συστηματικά αλλά και διαφοροποιώντας παράλληλα τις καταναλωτικές επιλογές των τουριστών, εφόσον ο ίδιος ο κλάδος εξειδικεύεται και τμηματοποιείται όσον αφορά στις προσφερόμενες υπηρεσίες και υποδομές του. Η μονοσήμαντη άρα προσέγγιση στην ανάλυση της έννοιας του τουρίστα που τον ταύτιζε μέχρι το 1950 με το άτομο που ανήκε σε υψηλή κοινωνική τάξη, ήταν άντρας και ταξίδευε για επαγγελματικούς ή επιστημονικούς λόγους (περιηγητές κ.λπ.) δεν επαρκεί για την ανάλυση της ίδιας έννοιας στη μεταπολεμική περίοδο. Ο τουρίστας πλέον συγκεντρώνει μια πληθώρα χαρακτηριστικών και διαφοροποιείται από μία ποικιλία μεταβλητών που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με τις καταλυτικές κοινωνικοοικονομικές αλλαγές στη μεταπολεμική κοινωνική δομή των αναπτυγμένων χωρών. Ο τουρίστας γίνεται εκφραστής όχι ενός συγκροτημένου χαρακτηριστιολογικού τύπου ατόμου με συγκεκριμένα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά, αλλά μιας ομάδας διαφορετικών χαρακτηριστιολογικών τύπων με διαφοροποιημένα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά. Η εξέλιξη αυτή σηματοδοτεί μια νέα εποχή για τον τουρισμό όπου το άτομο-τουρίστας αυξάνει τις δυνατότητές του για τουριστικά ταξίδια αλλά παράλληλα διαφοροποιεί τα κίνητρα που τον οδηγούν σε αυτά, με αποτέλεσμα μια σταδιακή τμηματοποίηση του τουριστικού προϊόντος. Συνακόλουθα οι τουρίστες συναρθρώνουν καταναλωτικές επιλογές που με τη σειρά τους διαμορφώνουν πρότυπα και συμπεριφορές κοινωνικές οι οποίες επηρεάζουν τους κατοίκους των χωρών που επισκέπτονται. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτής της πορείας από τον τουρισμό προς τους «τουρισμούς» της σύγχρονης κοινωνίας αποτελεί το γεγονός ότι ο ίδιος τουρίστας μπορεί να κάνει τουριστικά ταξίδια εντελώς διαφορετικού τύπου αλλά και ότι στα πλαίσια του ίδιου ταξιδιού επιζητά συχνά την κατανάλωση διαφορετικού είδους τουριστικών υπηρεσιών. Οι εξειδικευμένες τυπολογίες τουριστών που διαμορφώθηκαν τα τελευταία χρόνια, εκφράζουν περισσότερο ένα εννοιολογικό πλαίσιο τυπολογιών τουριστικής κατανάλωσης των σύγχρονων τουριστών.



Οι παράγοντες που επηρεάζουν και διαμορφώνουν αυτές τις καταναλωτικές συμπεριφορές των τουριστών οδηγούν σε ένα επόμενο στάδιο στην οριοθέτηση των κοινών χαρακτηριστικών και μεταβλητών τους, γεγονός που επιτρέπει την ανάπτυξη δόκιμων τυπολογιών τουριστών (Πίνακας 1.8.1.1). Αυτές οι τυπολογίες εκφράζουν την κοινή συνισταμένη διαφορετικών κοινωνικών και οικονομικών προτύπων κατανάλωσης των τουριστών και παράλληλα λειτουργούν ως αναλυτική κατηγορία που επιτρέπει τη συσχέτιση της διαμορφούμενης τουριστικής ζήτησης με τον τύπο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθεί η περιοχή υποδοχής τουριστών. Το χαρακτηριστικό πλαίσιο της έννοιας του τουρίστα μπορεί να θεωρηθεί άρα η βάση της ανάπτυξης των διαφορετικών συντελεστών που συναπαρτίζουν το παγκόσμιο τουριστικό σύστημα. Ας σημειωθεί ότι πρόκειται για μια δυναμική αναλυτική κατηγορία αφού σε αυτή συνυπάρχουν επιρροές από μία ποικιλία κοινωνικών, δημογραφικών, ψυχολογικών και οικονομικών παραγόντων που συχνά ενεργοποιούνται συγκρουσιακά μεταξύ τους. Αυτό το χαρακτηριστικό προσδιορίζει καταλυτικά το πεδίο κοινωνιολογικής ανάλυσης του σύγχρονου τουρισμού, αναγάγοντας το άτομο-τουρίστα σε κοινωνική κατηγορία με ιδιαίτερα κοινωνικά χαρακτηριστικά και συμπεριφορές. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι ομάδες παραγόντων που διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα.

Διάγραμμα 1.8.1.1 Παράγοντες διαμόρφωσης συμπεριφοράς του τουρίστα (Γκανιά Βασιλική, 2007)



Είναι προφανές ότι οι επιλογές των τουριστών διαμορφώνονται μέσα από την επιρροή μιας ποικιλίας πολλές φορές αλληλοσυγκρουόμενων παραγόντων, καθώς και ότι συχνά και ανάλογα με τον τουρίστα μια ομάδα παραγόντων ή και ένας μικρός αριθμός τους επιδρά καθοριστικά στις επιλογές του. Μια τέτοια περίπτωση μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι π.χ. ο



φτωχός αγρότης που κατοικεί σε αναπτυσσόμενη χώρα του Τρίτου Κόσμου όπου οι οικονομικοί παράγοντες λειτουργούν καταλυτικά αποτρέποντας συνήθως και την ίδια τη διαμόρφωση της πρόθεσης για τουριστικό ταξίδι. Επιπλέον το ειδικό βάρος που ορισμένοι παράγοντες έχουν είναι συχνά δυσανάλογα μεγάλο σε σχέση με άλλους, γεγονός που σχετίζεται" συνήθως με την προεξάρχουσα θέση που έχουν στη ζωή μεγάλων ομάδων τουριστών. Μια τέτοια περίπτωση είναι ο ρόλος της θρησκείας για τουρίστες, που προέρχονται από ισλαμικές χώρες. Συνηθέστερα όμως οι επιρροές είναι πολυεπίπεδες και η συσχέτισή τους ώστε να εκτιμηθεί ο παράγοντας που παίζει τον κυριότερο ρόλο δεν είναι εύκολη, αφού συχνά η απομόνωση κάποιου από τους παράγοντες αποδεικνύεται ανέφικτη. Αυτό άλλωστε προκύπτει και από τη διαμόρφωση στις περισσότερες περιπτώσεις μιας ομάδας σύνθετων επιλογών από πλευράς των τουριστών σε ό,τι αφορά το ταξίδι ή τα ταξίδια που θα πραγματοποιήσουν. Οι παράγοντες που διαμορφώνουν και μορφοποιούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστών είναι οι ακόλουθοι:

1.8.1.1 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Οι αναπτυγμένες κοινωνίες της Ευρώπης και της Αμερικής χαρακτηρίζονται στη μεταπολεμική περίοδο από την επικράτηση κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων που διαμορφώνουν το πλαίσιο μιας κοινωνίας «καταναλωτικής», στην οποία η αγορά και η χρήση συγκεκριμένων αγαθών αποκτάει μια σημασία συμβολική και τονίζει την προσπάθεια του ατόμου να προβάλλει την κοινωνική του άνοδο. Το τουριστικό ταξίδι καταγράφηκε ως ένα από αυτά τα αγαθά, όπως π.χ. το ιδιόκτητο σπίτι ή το αυτοκίνητο που αποτελούν ασφαλείς δείκτες της ανοδικής κοινωνικής κινητικότητας των μεσοαστικών στρωμάτων των αναπτυγμένων χωρών του κόσμου στις δεκαετίες του '60 και του '70. Ο τουρίστας γίνεται έτσι και το σύμβολο των νέων αξιών που επικρατούν σε αυτές τις κοινωνίες και ενισχύουν ακόμη περισσότερο τον καταναλωτισμό και την προβολή μιας πραγματικής ή μη κοινωνικής ανόδου, φυσική και πνευματική υγεία, εμπειρίες, πολλές και διαφορετικές, κοινωνική θέση που αναδεικνύεται μέσα από την κατανάλωση κτλ. Ενισχύεται με αυτόν τον τρόπο και με τη βοήθεια της διαφήμισης, αλλά και των ΜΜΕ, η σταδιακή επιβολή των προτύπων αυτών ως αναπόσπαστου στοιχείου της σύγχρονης κοινωνικής ζωής, αλλά και ως ένδειξη όλων όσων συνιστούν το «μοντέρνο» τρόπο ζωής, ιδιαίτερα στα αστικά κέντρα. Το άτομο ταξιδεύει γιατί αυτό επιβάλλουν τα νέα κοινωνικά πρότυπα, αλλά παράλληλα ωθείται σε αυτή την επιλογή και από την ανάγκη να ξεφύγει από έναν τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας και από αλλοτρίωση και μονοτονία στην κοινωνική σφαίρα. Το ταξίδι



αποτελεί τη διέξοδο και συνακόλουθα μια «προγραμματισμένη» φυγή προς την ξεκούραση, την ηρεμία, το διαφορετικό, το εξωτικό κτλ. που αποτελούν τα κυρίαρχα στοιχεία του σύγχρονου τουρισμού, όπως προβάλλονται τουλάχιστον από τη διαφήμιση των μεγάλων τουρ-οπερέιτορ. Ιδιαίτερα στα σύγχρονα αστικά κέντρα ο τρόπος ζωής επηρεάζει και ωθεί τους κατοίκους στην αναζήτηση στον τουρισμό μιας χαμένης ισορροπίας, λειτουργώντας παράλληλα ως πεδίο και χώρος ανανέωσης και ανάκτησης δυνάμεων και διάθεσης για τους τουρίστες που προέρχονται από αυτά.

Ιδιαίτερη θέση στους παράγοντες που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά του τουρίστα στη σύγχρονη εποχή έχουν αποκτήσει η θρησκεία και ο πολιτισμός. Ορισμένες θρησκείες διαμορφώνουν ένα αυστηρό πλαίσιο κανόνων στις επαφές που οφείλουν να έχουν οι πιστοί με άτομα άλλων θρησκευτικών δογμάτων αλλά και στη συμπεριφορά τους και τις θρησκευτικές τους υποχρεώσεις, γεγονός που συχνά δημιουργεί δυσκολίες στην πραγματοποίηση ταξιδιών τουρισμού. Συχνά επίσης οι διαφορές στα πολιτισμικά χαρακτηριστικά (ήθη, έθιμα) καταλήγουν στη διαμόρφωση στερεότυπων για τους τουρίστες που οδηγούν στην εμπέδωση ενός εχθρικού κλίματος απέναντί τους. Αυτό, όπως είναι φανερό, επηρεάζει και τις επιλογές των τουριστών που δυνητικά θα μπορούσαν να κατευθυνθούν σε περιοχές με παρόμοια χαρακτηριστικά αλλά το αποφεύγουν. Η ψυχολογία επίσης και ιδιαίτερα η κοινωνική ψυχολογία ανέδειξε μια σειρά πολύ ενδιαφέροντα ζητήματα που επηρεάζουν τα χαρακτηριστικά του τουρίστα. Ένα πρώτο θέμα που αναλύθηκε ήταν οι ψυχολογικές καταστάσεις από τις οποίες διέρχεται ένα άτομο τόσο στη διαδικασία λήψης της απόφασης να ταξιδέψει, όσο και στο ίδιο το ταξίδι. Ιδιαίτερη σημασία έχει σε αυτή την ανάλυση η τελική αποτίμηση που το κάθε άτομο κάνει για τον τόπο που επισκέπτεται, όσο και οι επιρροές της διαφήμισης που ενεργοποιούνται μέσα από το υλικό το οποίο οι ίδιοι συλλέγουν. Παράγοντες όπως τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, αλλά και συλλογικές συμπεριφορές που σχετίζονται με συγκεκριμένα τυπολογικά χαρακτηριστικά ταξιδιών (π.χ. οργανωμένος τουρισμός ή αυτόνομο ταξίδι), συσχετίζονται με παράγοντες κοινωνικούς ή δημογραφικούς (π.χ. κοινωνικά πρότυπα ή οικογενειακή κατάσταση) με στόχο την ανάδειξη ερμηνευτικών μεταβλητών των κινήτρων που οδηγούν στο τουριστικό ταξίδι. Μια τέτοια περίπτωση είναι ο κύκλος ζωής και οι επιρροές που τα διαφορετικά στάδιά του ασκούν στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών των τουριστών: κοινωνικοί, ψυχολογικοί και δημογραφικοί παράγοντες ερμηνεύουν από διαφορετική επιστημονική αφετηρία το θέμα καταλήγοντας όμως σε συμπεράσματα ή εκτιμήσεις που συναρθρώνουν το σύνολο σχεδόν των ερμηνειών αυτών. (Γκανιά Βασιλική, 2007)

1.8.1.2 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ



Οι ανάγκες για γνωριμία με νέους τόπους και η απόκτηση εμπειριών και πληροφόρησης επηρεάζουν ιδιαίτερα τους νέους στην επιλογή τουριστικών ταξιδιών. Συχνά δε αυτοί είναι που «ανακαλύπτουν» νέες τουριστικές περιοχές ή δημιουργούν τη μόδα για κάποιο τύπο τουρισμού (π.χ. οικολογικός). Οι μεσήλικες και οι ηλικιωμένοι επηρεάζονται πολύ περισσότερο από τα μηνύματα και τις προτροπές του οργανωμένου μαζικού τουρισμού που τους προσφέρει χαρακτηριστικά ταξιδιών που προσιδιάζουν περισσότερο στα κοινωνικά πρότυπα των δύο αυτών ηλικιακών ομάδων: προβολή της κοινωνικής ανόδου, οργανωμένο και ασφαλές ταξίδι με παροχή ικανοποιητικών υπηρεσιών, κατανάλωση προϊόντων που είναι στη μόδα κτλ. Η συσχέτιση σε κάθε περίπτωση με άλλους δημογραφικούς παράγοντες, όπως π.χ. ο κύκλος ζωής και η οικογενειακή κατάσταση, δίνουν περισσότερο σύνθετες ερμηνείες του ρόλου των δημογραφικών παραγόντων στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών του σύγχρονου τουρίστα. Η ύπαρξη παιδιών για παράδειγμα μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων ταξιδιών περιορίζοντας με αυτόν τον τρόπο τις δυνατότητες των τουριστών π.χ. για μακρινά ταξίδια ή περιπετειώδη. Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία κάποιων τύπων ταξιδιών αλλά και κάποιων αντίστοιχων τουριστικών υποδομών που θα εξυπηρετούν αποκλειστικά την ομάδα των τουριστών που διαθέτουν οικογένειες με παιδιά. Εξίσου σημαντική είναι στο ζήτημα αυτό και η επιρροή των σταδίων του κύκλου ζωής που διαφοροποιούν τόσο τις επιλογές όσο και την ικανοποίηση από τη χρήση του ελεύθερου χρόνου για. τουρισμό. Και στον κύκλο ζωής καθοριστική είναι η επιρροή στις επιλογές των τουριστών από σύνθετες κοινωνικοδημογραφικές κατηγορίες, όπως π.χ. νέα άτομα με μικρά παιδιά ή ηλικιωμένα ζευγάρια. που ζουν μόνα. Το γεγονός επίσης ότι οι άντρες ταξιδεύουν περισσότερο από τις γυναίκες δεν αρκεί από μόνο του για την ερμηνεία του γεγονότος και πρέπει να συνδυασθεί με άλλες κοινωνιολογικές συνιστώσες, όπως π.χ. τη θέση της γυναίκας στη σύγχρονη κοινωνία ή την ενισχυμένη παρουσία των ανδρών στον επαγγελματικό χώρο άρα και στα ταξίδια επαγγελματικού τουρισμού. Το ίδιο ισχύει και για άλλους δημογραφικούς παράγοντες, όπως για παράδειγμα το εκπαιδευτικό επίπεδο που, ενώ διαφοροποιεί χαρακτηριστικά τους τουρίστες, π.χ. οι μορφωμένοι έχουν καλύτερη πληροφόρηση αλλά και αιτίες για ταξίδια, δεν αρκεί για να ερμηνεύσει πλήρως τις διαφορετικές επιλογές τους εάν δεν συνδυασθεί με άλλους παράγοντες, όπως π.χ. τα καταναλωτικά πρότυπα, το επάγγελμα, το εισόδημα κ.λπ. (Γκανιά Βασιλική, 2007)

1.8.1.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ



Το ύψος των εισοδημάτων είναι αναμφίβολα ένας αρχικός ασφαλής δείκτης της δυνατότητας κάποιου ατόμου να ταξιδέψει αλλά και της ευρύτητας των επιλογών που αυτό το άτομο έχει όσον αφορά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ταξιδιού π.χ. οργανωμένα ταξίδια, εξωτικά και μακρινά ταξίδια, επαγγελματικά ταξίδια, αλλά και τον αριθμό των ταξιδιών που αυτό πραγματοποιεί σε ετήσια συνήθως βάση. Στις αναπτυγμένες όμως χώρες η σταθερή μεταπολεμική ανάπτυξη αλλά και η διεύρυνση των στρωμάτων που συναπαρτίζουν τη μεσαία τάξη επέτρεψε σε πολύ μεγάλα ποσοστά του, πληθυσμού τους να διαθέτουν περισευούμενο εισόδημα για ταξίδια. Διαμορφώθηκε έτσι μία κατάσταση όπου το εισόδημα επηρεάζει, ανάλογα με το ύψος του, διαφορετικά τα χαρακτηριστικά των τουριστών, αλλά δεν αποτελεί για τις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών καθοριστικό παράγοντα στην ευρύτερη ανάπτυξη του τουρισμού αφού, όπως διαφαίνεται, ο αριθμός των ταξιδιών συνολικά αυξάνει, ακόμη και σε περιόδους οικονομικής κρίσης. Αυτό σηματοδοτεί τη σχετική και όχι καθοριστική σημασία που αποκτάει το κόστος του ταξιδιού στην επιρροή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν την ατομική τουριστική δαπάνη. Όσο μεγαλώνει ο αριθμός αυτών που μπορούν να ταξιδέψουν, το κόστος γίνεται καθοριστικός παράγοντας του αριθμού αλλά και του τύπου των ταξιδιών που πραγματοποιούνται, αλλά δεν αρκεί για να ερμηνεύσει τη διαμόρφωση των σύνθετων χαρακτηριστικών του τουρίστα. Αντίθετα στις αναπτυσσόμενες χώρες παράγοντες όπως το εισόδημα ή το επάγγελμα επιτρέπουν τη διαμόρφωση χαρακτηριστικών τύπων τουριστών, εφόσον το μικρό ποσοστό του πληθυσμού που ταξιδεύει προέρχεται συνήθως από τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα ή ασκεί επαγγέλματα που βρίσκονται στις υψηλές κλίμακες της κοινωνικής ιεραρχίας των χωρών αυτών π.χ. επιστήμονες ή κυβερνητικοί αξιωματούχοι. Το γενικότερο άρα επίπεδο ανάπτυξης της χώρας τόσο στην οικονομική σφαίρα όσο και στην κοινωνική ή την πολιτιστική γίνεται παράγοντας επιρροής των τουριστών, εφόσον στην περίπτωση π.χ. των αναπτυγμένων χωρών επιτρέπει τη διαμόρφωση ενός ευρύτερου πλαισίου δυνητικών επιλογών των κατοίκων τους για διάφορους τύπους τουριστικής κατανάλωσης. Σημαντική είναι επίσης η επιρροή της αστικότητας στα χαρακτηριστικά των τουριστών εφόσον οι περισσότεροι από αυτούς προέρχονται από αστικά κέντρα. Ο παράγοντας όμως αυτός δεν μπορεί να θεωρηθεί αμιγώς οικονομικός εφόσον συνδέει με τις ευρύτερες κυρίως δημογραφικές αλλά και κοινωνικές μεταβολές που έγιναν κατά τη μεταπολεμική περίοδο στις αναπτυγμένες χώρες αποστολής τουριστών και διαμόρφωσαν μια διευρυμένη μεσαία τάξη που είναι και ο κύριος αγοραστής καταναλωτικών αγαθών, όπως ο τουρισμός. Αγαθών που τονίζουν και προβάλλουν τη δυναμική τους καταναλωτική δαπάνη και αντανakλούν τα κοινωνικά πρότυπα της εποχής. Η σταθερή όμως σύγκλιση των καταναλωτικών προτύπων του αστικού και του αγροτικού χώρου θα ανατρέψει σταδιακά την επιρροή αυτού του



παράγοντα που θα παραμείνει ισχυρός κατά κύριο λόγο στις αναπτυσσόμενες χώρες. (Γκανιά Βασιλική, 2007)

1.8.1.4 ΘΕΣΜΙΚΟΙ - ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Η ανάπτυξη των εταιρειών τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο σηματοδότησε τη δημιουργία ενός εκτεταμένου δικτύου υπηρεσιών πληροφόρησης, αγοράς, διάθεσης και διαφήμισης τουριστικών προϊόντων στις αναπτυγμένες χώρες. Η ευκολία πρόσβασης των κατοίκων των χωρών αυτών σε αυτό το δίκτυο επηρεάζει τη διαμόρφωση των επιλογών τους που συχνά διαμορφώνονται από τη δυναμική πολιτική πωλήσεων και διαφήμισης των εταιρειών αυτών που ελέγχουν την παγκόσμια αγορά. Η ποικιλία επίσης των προσφερομένων τουριστικών προϊόντων από τις εταιρείες αυτές, διαμορφώνει ανάλογα και το εύρος των καταναλωτικών επιλογών του τουρίστα που προέρχεται από τις αναπτυγμένες χώρες. Το αποτέλεσμα είναι να συμβάλλει αυτή η εξέλιξη στην ανάδειξη του σύγχρονου τουρίστα-καταναλωτή, ο οποίος αγοράζει ένα ταξίδι όπως αγοράζει το οποιοδήποτε άλλο καταναλωτικό αγαθό που διαφημίζεται και πωλείται στις αναπτυγμένες χώρες. Αυτός ο τουρίστας-καταναλωτής διαμορφώνει με βάση μεσοπρόθεσμες στρατηγικές τις επιλογές του στον τουρισμό αλλά και τη συνολική κατανάλωσή του για την απόκτηση τουριστικών προϊόντων. Οριοθετείται παράλληλα ως ιδιαίτερη κοινωνική κατηγορία που χαρακτηρίζεται από σύνθετα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λειτουργεί καταλυτικά για τη συνεχή, ανάπτυξη, του οργανωμένου τουρισμού. Ο ιδιαίτερος κοινωνικός ρόλος που διαδραματίζουν αυτοί οι τουρίστες-καταναλωτές ενισχύεται και από το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις χώρες από τις οποίες προέρχονται σε θέματα σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη, όπως για παράδειγμα την ελευθερία διακίνησης ή τη νομοθεσία που σχετίζεται με το κοινωνικό κράτος (πληρωμένες διακοπές, χορήγηση συντάξεων κ.ά.). Συγκροτείται άρα αυτή η κοινωνική κατηγορία στο πλαίσιο μιας συγκεκριμένης οργανωτικής και θεσμικής δομής της τουριστικής βιομηχανίας και λειτουργεί ως ο βασικός χρήστης των προϊόντων της αλλά και τροφοδότης



της επέκτασής της. Η ανάλυση των διαφορετικών ομάδων παραγόντων διαμόρφωσης των χαρακτηριστικών του τουρίστα αναδεικνύει τη λειτουργική συσχέτισή τους και οδηγεί στην καταγραφή των τυπολογιών τουριστών που λειτουργούν σαν ευρύτερα εννοιολογικά πλαίσια της δυαδικής σχέσης τουρίστας - ταξίδι. (Γκανιά Βασιλική, 2007)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

2.1 Η ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ρόλος της ζήτησης στη διερεύνηση της μεγέθυνσης του διεθνούς τουρισμού μπορεί να μετρηθεί ποσοτικά με τη βοήθεια των στατιστικών μετρήσεων και ποιοτικά με την ανάλυση των κινήτρων που προσδιορίζουν τη συγκεκριμένη ζήτηση. Η τουριστική ζήτηση αποτελείται από τρεις κύριες συνθετικές μεταβλητές, οι οποίες διαδραματίζουν μεγαλύτερο ή μικρότερο ρόλο, ανάλογα με την κατηγορία των χώρων. Η συσχέτιση αυτών των μεταβλητών επιτρέπει σε μεγάλο βαθμό να ερμηνευτούν οι παρατηρούμενες διαφορές στις διεθνείς τουριστικές ροές μεταξύ των διαφόρων χωρών.

Η ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Το μέγεθος της εσωτερικής τουριστικής ζήτησης κρίνεται σημαντικό για τη διαβάθμιση του εθνικού και του διεθνούς τουρισμού σε μια χώρα. Σύμφωνα με τη θεωρία του S.B. Linder μια αξιόλογη εσωτερική τουριστική ζήτηση δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες ως προς τη διαμόρφωση ευνοϊκού κλίματος για τουριστική ανάπτυξη. Οι υποδομές που σχετίζονται με τα μέσα μεταφοράς και τα τουριστικά καταλύματα δημιουργούνται για να ικανοποιήσουν τον συγκεκριμένο τύπο ζήτησης. Το ίδιο συμβαίνει και με την αξιοποίηση των φυσικών, ιστορικών και πολιτιστικών πόρων που παρουσιάζουν τουριστικό ενδιαφέρον. Κατά αυτόν



τον τρόπο, μια χώρα που διαθέτει μεγάλη εσωτερική τουριστική ζήτηση φαίνεται έτοιμη να ικανοποιήσει, υπό κανονικές συνθήκες, μια διεθνή τουριστική ζήτηση. Οι ΗΠΑ, Γαλλία, Ιταλία και η Κίνα είναι χώρες στις οποίες η εσωτερική τουριστική ζήτηση θεωρείται από τις πιο υψηλές. Αντίθετα στις αναπτυσσόμενες χώρες η εσωτερική τουριστική ζήτηση κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί ένας μεγάλος αριθμός χωρών σε Ασία και Αφρική.

Η ΕΝΔΟΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η ενδοπεριφερειακή τουριστική ζήτηση μπορεί να οριστεί ως ενεργοποιούμενη ζήτηση από τους τουρίστες που προέρχονται από άλλες χώρες της ίδιας γεωγραφικής ενότητας ή της ίδιας ηπείρου. Οι τουριστικές αφίξεις που αποτελούν την απόληξη των τουριστικών ροών διακρίνονται σε δυο κατηγορίες.

- Αφίξεις τουριστών που διαμένουν σε άλλες χώρες της γεωγραφικής ενότητας, οι οποίοι μπορεί να είναι είτε μόνιμοι κάτοικοι αυτών των χωρών, είτε αλλοδαποί που διαμένουν σε αυτές.
- Οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών που προέρχονται από άλλες χώρες της γεωγραφικής ενότητας εντός της οποίας πραγματοποιούν ταξίδια.

Ο ενδοπεριφερειακός τουρισμός περιορίζεται κυρίως στην πρώτη κατηγορία, δηλαδή στον τουρισμό των κατοίκων της ίδιας γεωγραφικής ζώνης. Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΠΟΤ (ΟΜΤ, 1997), ο ενδοπεριφερειακός τουρισμός θα προσεγγίσει τα 790 εκατομμύρια αφίξεις το 2010. Ωστόσο το ποσοστό αύξησης παραμένει ελαφρά κατώτερο από εκείνο του διαπεριφερειακού τουρισμού. Κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου 1995-2020, η προβλεπόμενη από τον ΠΟΤ αύξηση ανέρχεται σε 3,8% ετησίως για τον ενδοπεριφερειακό τουρισμό και σε 5,4% για τον διαπεριφερειακό. Όσον αφορά στον ενδοπεριφερειακό

τουρισμό, θα μειωθεί το ποσοστό του στις συνολικές διεθνείς τουριστικές αφίξεις από 82,1% το 1995 σε 75,8% το 2020, το οποίο αντιπροσωπεύει, το μεγαλύτερο τμήμα των τουριστικών ροών σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο διαπεριφερειακός τουρισμός, σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΠΟΤ, θα αυξηθεί προοδευτικά από 17,9% του συνόλου των διεθνών τουριστικών αφίξεων το 1995 σε 24,2% το 2020. Όμως η τουριστική ζήτηση ανά γεωγραφική ζώνη φαίνεται να αναδεικνύει και ταυτόχρονα να απεικονίζει τις μεγάλες διαφορές που διακρίνουν τις βιομηχανικές από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Εδώ, πρέπει να υπογραμμιστεί ότι το μεγαλύτερο μέρος του διεθνούς τουρισμού είναι χωρικά συγκεντρωμένο στην Ευρώπη και στην Βόρεια Αμερική με την μορφή του ενδοπεριφερειακού τουρισμού, που υπερισχύει του



διαπεριφερειακού. Από τα παραπάνω απορρέει ότι η ενδοπεριφερειακή ζήτηση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού και ως εκ τούτου αρκετές αναπτυσσόμενες χώρες ,κυρίως της Αφρικής και της Ασίας , φαίνεται να βρίσκονται σε αρκετά μειονεκτική θέση.

Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Αυτή αντιπροσωπεύει τη ζήτηση που ενεργοποιεί ο διεθνής τουρισμός και χαρακτηρίζεται ως ενδοπεριφερειακή και διαπεριφερειακή. Αυτή η διεθνής τουριστική ζήτηση απευθύνεται κυρίως προς τις χώρες που διαθέτουν μια αξιόλογη εθνική/εσωτερική τουριστική ζήτηση. Τέτοια παραδείγματα αντιπροσωπεύουν οι ΗΠΑ, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία. Αντίθετα οι αναπτυσσόμενες χώρες , όπου η εθνική ζήτηση είναι σχεδόν ανύπαρκτη παρουσιάζουν μια αρκετά μικρή διεθνή τουριστική ζήτηση. Ως εκ τούτου προκύπτει ότι οι θεωρίες της ζήτησης επαληθεύονται σε μεγάλο βαθμό με την βοήθεια της ανάλυσης των τουριστικών ροών. Ωστόσο, κάποιες χώρες γνώρισαν μια τουριστική ανάπτυξη χάρη στη διεθνή τουριστική ζήτηση, χωρίς να διαθέτουν , τουλάχιστον αρχικά , μια προηγούμενη εθνική/ εσωτερική ζήτηση. Τέτοιες περιπτώσεις αντιπροσωπεύουν σε προγενέστερες χρονικές περιόδους οι χώρες της Ισπανίας και της Ελλάδας, όπου στη συνέχεια ο ημεδαπός τουρισμός παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη. Οι οικονομικές θεωρίες της ζήτησης εκτός από την ερμηνεία των τουριστικών ροών και τις διακρίσεις των τουριστικών χωρών, σε μεγάλο βαθμό επεξηγούν και τα πρότυπα/ μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης που αναπτύχθηκαν στις χώρες υποδοχής των τουριστών. Ο J. Viard (1998:26) αναφερόμενος στον διεθνή τουρισμό και στη χωρική διασπορά του μεταξύ πλούσιων και φτωχών χωρών, διαπιστώνει τα ακόλουθα: «Οι βιομηχανικές χώρες είναι οι πραγματικοί κερδισμένοι από την τουριστική δραστηριότητα, τόσο όσον αφορά στις τουριστικές αφίξεις όσο και στις τουριστικές εισπράξεις». (Βαρβαρέσος, 2008)

2.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η κατανόηση της διεθνής ζήτησης τουρισμού κρίνεται ως μεγάλης σημασίας. Ως εμπορική και οικονομική δραστηριότητα ο τουρισμός έχει προσελκύσει αυξανόμενη προσοχή. Τα θέματα του ισοζυγίου πληρωμών, ο στρατηγικός προγραμματισμός, ο προγραμματισμός προβλέψεων και τα προγράμματα Μάρκετινγκ των διεθνών τουριστικών γραφείων βασίζονται στην κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη διεθνή ζήτηση τουρισμού.



Είναι προφανές ότι οι επιλογές των τουριστών διαμορφώνονται μέσα από την επιρροή μιας ποικιλίας παραγόντων. Σύμφωνα με τη λογοτεχνία η θεωρία που εξηγεί τις τουριστικές ροές μεταξύ της χώρας προέλευσης και προορισμού βασίζεται στην συνάρτηση ζήτησης. Το προϊόν που προκύπτει από τη ζήτηση τουρισμού είναι η επιθυμία των ανθρώπων να ταξιδέψουν σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Από την πλευρά των χωρών υποδοχής, η τουριστική ζήτηση αντιπροσωπεύει το σύνολο των αγαθών και υπηρεσιών που οι επισκέπτες αποκτούν κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου της παραμονής του. Οι Song and Witt ορίζουν την τουριστική ζήτηση ως την ποσότητα του συνόλου των τουριστικών προϊόντων που οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να αποκτήσουν κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου και υπό ορισμένες προϋποθέσεις που ελέγχονται από τους επεξηγηματικούς παράγοντες που χρησιμοποιούνται στην τουριστική ζήτηση (Proenga and Soukiazis, 2005). Τα τελευταία χρόνια ένας μεγάλος αριθμός εμπειρικών μελετών για την τουριστική ζήτηση και των παραγόντων που την καθορίζουν έχει πραγματοποιηθεί. Κάθε μια από τις μελέτες αυτές παρέχει μια πολύτιμη συμβολή στον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν σε διαφορετικούς βαθμούς τη ζήτηση τουρισμού. Μια πληθώρα καθοριστικών παραγόντων έχουν εξεταστεί και τα συμπεράσματα που προέκυψαν διαφέρουν αρκετά από τη μία μελέτη στην άλλη (Crouch, 1992). Η κλασική οικονομική θεωρία υποδηλώνει πως οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής ζήτησης είναι οι οικονομικοί παράγοντες όπως το εισόδημα των τουριστών και οι τιμές των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, οι οποίοι λειτουργούν καταλυτικά αποτρέποντας συνήθως την πρόθεση για τουριστικό ταξίδι, αλλά και άλλοι μη ποσοτικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις προτιμήσεις των τουριστών. Κάθε ένας από τους παράγοντες αυτούς επηρεάζει διαφορετικούς ανθρώπους και με διαφορετικούς τρόπους και ένταση, οι οποίοι μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

2.2.1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Ο ρόλος του εισοδήματος

Η ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου είναι απόρροια του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων των χωρών προέλευσης των τουριστών. Μάλιστα το ποσοστό αναχώρησης για διακοπές σχετίζεται άμεσα με το επίπεδο του εισοδήματος και αυξάνεται παράλληλα με τις αυξήσεις του (Βαρβαρέσος, 1997). Από πολλούς μελετητές το εισόδημα έχει προσδιοριστεί ως ο σημαντικότερος προσδιοριστικός παράγοντας της τουριστικής ζήτησης (Kwack, 1972, Proenga and Soukiazis, 2005). Οι αλλαγές στο εισόδημα των καταναλωτών μπορεί να



προκαλέσουν αλλαγές στη ζήτηση των προϊόντων, καθώς αυξάνεται η αγοραστική τους δύναμη. Όσο μεγαλύτερο είναι το κατά κεφαλήν εισόδημα μια χώρας, τόσο πιο πιθανόν είναι οι πολίτες της να μπορούν να αγοράζουν ταξιδιωτικές υπηρεσίες στο εξωτερικό. Επομένως, η αγοραστική δύναμη των εν δυνάμει ταξιδιωτών συνδέεται άμεσα και αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα των τουριστικών εισροών, ενώ η αιτιακή τους σχέση αναμένεται να είναι ισχυρή. Αν η αύξηση των δαπανών για ένα προϊόν υπερέχει της αύξησης του εισοδήματος, το προϊόν αυτό θεωρείται ως προϊόν πολυτελείας. Ένα τέτοιο προϊόν είναι και ο τουρισμός. Η εισοδηματική ελαστικότητα της ζήτησης μας βοηθά να διακρίνουμε μεταξύ διαφορετικών τύπων προϊόντων. Η εισοδηματική ελαστικότητα ορίζεται ως τη ποσοστιαία αλλαγή της ζήτησης δια το ποσοστό της αλλαγής του εισοδήματος. Οι κατώτεροι τόποι προορισμού παρουσιάζουν αρνητική εισοδηματική ελαστικότητα. Η παρουσία, αντίθετα, θετικής εισοδηματικής ελαστικότητας υποδηλώνει "κανονικούς" τουριστικούς προορισμούς, οι οποίοι μπορεί να θεωρηθούν ως προορισμοί πολυτελείας, αν η εισοδηματική τους ελαστικότητα υπερβαίνει τη μονάδα. Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του διεθνούς τουρισμού, ο οποίος θεωρείται προϊόν πολυτελείας, αναμένεται μια πλειοψηφία των θετικών εισοδηματικών ελαστικοτήτων που υπερβαίνουν τη μονάδα (Crouch, 1992). Οι αποφάσεις όμως σχετικά με την πραγματοποίηση των διακοπών λαμβάνονται στην αρχή του χρόνου ή και νωρίτερα. Επομένως, είναι εύλογο μία μεγάλη αύξηση στα εισοδήματα σε ένα έτος, να ακολουθηθεί από μια εντυπωσιακή αύξηση στη ζήτηση του τουρισμού στον επόμενο χρόνο. Επομένως, η τουριστική ζήτηση αναμένεται να επηρεάζεται όχι μόνο από τις τρέχουσες τιμές του εισοδήματος, αλλά και από το εισόδημα προηγούμενων περιόδων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως οι αλλαγές στο εισόδημα μπορεί να απαιτούν κάποιο χρόνο μέχρι να επηρεάσουν τη ζήτηση του τουρισμού (Lim, 1997).

Ο ρόλος της τιμής

Η τουριστική αγορά, όπως οποιαδήποτε άλλη αγορά, παρουσιάζεται ιδιαίτερα ευαίσθητη στις τιμές και τις διακυμάνσεις τους, οι οποίες αποτελούν τον δεύτερο κατά σειρά σημαντικότητας προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης μετά το εισόδημα. Για ένα προϊόν όπως ο διεθνής τουρισμός, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύπλοκη και πολύ δύσκολη να προσδιοριστεί αφού είναι συνάρτηση του συνολικού μείγματος των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τον κάθε τουρίστα. Το κόστος των αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζονται στον προορισμό, το κόστος μεταφοράς από την χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού, οι τιμές των υποκατάστατων και συμπληρωματικών προϊόντων (προορισμών) και οι αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει (Crouch, 1992):



Εγγώριες τιμές

Ο τουρισμός ως αγαθό κατανάλωσης έχει τη δική του τιμή, η οποία είναι το κόστος των αγαθών και υπηρεσιών στη χώρα προορισμού όπως το κόστος διαμονής, η τοπική μεταφορά, η σίτιση, η διασκέδαση κ.α. Μία αύξηση στο επίπεδο τιμών της χώρας προορισμού, αποθαρρύνει τους τουρίστες να κινηθούν προς αυτήν την κατεύθυνση (Proenga and Soukiazis, 2005). Η εξειδίκευση της μεταβλητής αυτής έχει προσελκύσει επανειλημμένα το ενδιαφέρον των ερευνητών. Η καλύτερη μεταβλητή για το κόστος ζωής τουριστών θα ήταν ένας δείκτης τιμών τουριστών (tourist price index TPI) βασισμένος στο "καλάθι" των αγαθών και υπηρεσιών που αγοράζονται από τους τουρίστες. Σύμφωνα όμως με τους Gonzalez and Moral (1995) αυτή η μεταβλητή δεν είναι διαθέσιμη για όλες τις χώρες και ο καθορισμός ενός συνολικού δείκτη θα ήταν πολύ δύσκολος, επειδή κάθε εθνική στατιστική υπηρεσία θα ακολουθούσε διαφορετικά κριτήρια και εναλλακτικές προτάσεις προσέγγισης μετρήσεών της. Επομένως ο δείκτης τιμών καταναλωτή της χώρας προορισμού, προσαρμοσμένος ή όχι από την κατάλληλη συναλλαγματική ισοτιμία έχει χρησιμοποιηθεί ως κατάλληλη μεταβλητή για την τιμή του τουρισμού (Loeb, 1982, Martin and Witt, 1987, Morley, 1994). Η χρήση της συναλλαγματικής ισοτιμίας μόνο ως μεταβλητή κόστους ζωής μπορεί να είναι παραπλανητική επειδή μια ευνοϊκή συναλλαγματική ισοτιμία μπορεί να αντισταθμιστεί από ένα σχετικά υψηλό ποσοστό πληθωρισμού (Witt and Witt, 1995). Αν και μερικοί οικονομολόγοι υποστήριξαν ότι ο δείκτης τιμών καταναλωτή δεν είναι αντιπροσωπευτικός των τιμών που αντιμετωπίζουν οι τουρίστες, παρατηρείται ότι η σημαντικότητα και το μέγεθος των συντελεστών στο δείκτη τιμών καταναλωτή (Paratheodorou, 1999) καθώς το μίγμα των αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες δεν είναι πάρα πολύ διαφορετικό από το μίγμα από το οποίο απαρτίζεται ο ΔΤΚ και οι αλλαγές του απεικονίζουν αρκετά τις αλλαγές στις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών που καταναλώνουν οι τουρίστες. Δεν είναι όμως σημαντικές μόνο οι τιμές του τουρισμού στον προορισμό αλλά και οι σχετικές τιμολογιακές διαφορές μεταξύ της χώρας προορισμού και προέλευσης καθώς θεωρείται πως ο μεγαλύτερος ανταγωνιστής μια χώρας προορισμού είναι η ίδια η χώρα προέλευσης. Αν οι τιμές στον προορισμό αυξηθούν κατά μεγαλύτερο ποσοστό από τις αντίστοιχες στην χώρα προέλευσης και η αύξηση αυτή δεν αντισταθμίζεται από τις αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τότε το σχετικό κόστος του ταξιδιού έχει σαφώς αυξηθεί. Αν όμως οι δύο επιρροές αντισταθμίζουν ακριβώς η μία την άλλη, τότε οι σχετικές τιμές παραμένουν αμετάβλητες (Walsh, 1996). Επομένως, οι τουρίστες είναι ευαίσθητοι και αντιδρούν στις αλλαγές των τιμών στη χώρα προορισμού, με μία πτώση στις τιμές να συνεπάγεται αύξηση της ζήτησης του τουρισμού για τη χώρα αυτή.



Κόστος μεταφοράς

Ένα συστατικό της τελικής τιμής που οι καταναλωτές πρέπει να πληρώσουν για το προϊόν του τουρισμού είναι το κόστος μεταφοράς και αναφέρεται στις δαπάνες του μετά επιστροφής ταξιδιού μεταξύ της χώρας προέλευσης και των χωρών προορισμού. Σε αντίθεση με τα άλλα προϊόντα, ο καταναλωτής (τουρίστας) πρέπει να μεταφερθεί στο προϊόν (προορισμό) και όχι το αντίστροφο. Αλλαγές στο κόστος ταξιδιού μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές μεταβολές στη ζήτηση τουρισμού. Επομένως, μια αύξηση του κόστους μεταφοράς αναμένεται να προκαλέσει μείωση του διεθνούς τουρισμού (Uysal and Crompton, 1984).

Τιμές Υποκατάστατων και Συμπληρωματικών

Σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, οι τιμές των υποκατάστατων είναι καθοριστικοί παράγοντες της ζήτησης. Για παράδειγμα, μια αύξηση των τιμών στην Ισπανία μπορεί να αυξήσει τη ζήτηση για διακοπές στην Ελλάδα, καθώς η αύξηση του επιπέδου τιμών σε έναν προορισμό (Ισπανία), αναδιανέμει τη ζήτηση των τουριστών για άλλους φθηνότερους ανταγωνιστικούς προορισμούς (Ελλάδα) (Proenca and Soukiazis, 2005). Κάποιοι διεθνείς προορισμοί όμως μπορεί να είναι συμπληρωματικά προϊόντα και όχι υποκατάστατα. Για παράδειγμα, οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ιταλία μπορεί να επισκεφτούν και τη Γαλλία στο ίδιο ταξίδι. Μια μείωση στις εγχώριες τιμές της Ιταλίας μπορεί να αυξήσει τον τουρισμό και στη Γαλλία, παρά να προσελκύσει τουρίστες από τη Γαλλία στην Ιταλία (Crouch, 1992).

2.2.2 ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Διάφοροι πολιτικοί και διεθνείς παράγοντες επηρεάζουν το διεθνή τουρισμό, ασκώντας άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Τα τρομοκρατικά χτυπήματα, η πολιτική αστάθεια στο εσωτερικό μιας χώρας, οι δραστηριότητες βίας και πολέμου κ.α. αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει προς ένα συγκεκριμένο προορισμό, στρέφοντας τον στην αναζήτηση άλλων ασφαλέστερων περιοχών. Οι δυσμενείς επιπτώσεις της γενικότερης πολιτικής αστάθειας προκαλούν μείωση του τουρισμού σε έναν προορισμό ή και ακόμα την εξαφάνισή του από το τουριστικό χάρτη, δημιουργώντας νέες χωρικές ανακατατάξεις των διεθνών τουριστικών ροών (Seddighi et al. 2001). Οι πετρελαϊκές κρίσεις επηρεάζουν τις τιμές του τουρισμού αυξάνοντας το κόστος ταξιδιού, ενώ οι περίοδοι αστάθειας της παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης έχουν ψυχολογικό αντίκτυπο στους



τουρίστες, μειώνοντας τη διεθνή ζήτηση τουρισμού. Παραδείγματα αποτελούν η σημαντική μείωση των Αμερικανών τουριστών στην Ευρώπη το 1986 λόγω καταστροφής του Τσερνομπίλ αλλά και ο πόλεμος στην πρώην Γιουγκοσλαβία, ο οποίος δημιούργησε σημαντικά προβλήματα όχι μόνο στην τουριστική δραστηριότητα αυτής της χώρας αλλά και της Ελλάδος επίσης (Βαρβαρέσος, 1997). Από την άλλη πλευρά, αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις αυξάνουν την αναγνωρισιμότητα των περιοχών αυτών με φυσικό επακόλουθο το αυξημένο τουριστικό ρεύμα προς τις συγκεκριμένες χώρες.

2.2.3. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Οι παράγοντες αυτοί απεικονίζουν τις προσωπικές προτιμήσεις και τον τρόπο ζωής των δυνητικών τουριστών. Το ταξίδι αποτελεί μια διέξοδο από την ρουτίνα και φυγή προς την ξεκούραση, την ηρεμία και το διαφορετικό περιβάλλον. Οι τουρίστες ωθούνται σε αυτή την επιλογή από την ψυχολογική ανάγκη τους να ξεφύγουν από ένα τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας και από μονοτονία (Τσάρτας, 1996). Για τον λόγο αυτόν έχει αποδειχθεί ότι είναι πολύ λίγοι οι τουρίστες εκείνοι που επισκέπτονται μακρινούς τουριστικούς προορισμούς για δεύτερη φορά, εκτός αν υπάρχουν συναισθηματικοί λόγοι ή ισχυρά οικονομικά κίνητρα (Ηγουμενάκης, 1997). Σύμφωνα με τους Song et al.(2000), η απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει επηρεάζεται και από τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της ψυχοσύνθεσής του, τις επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του, το πολιτιστικό του υπόβαθρο και τα ιδιαίτερα γεωγραφικά χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού. Ο διαχωρισμός του τουρισμού σύμφωνα με τον Gray, σε αυτόν της "αγάπης για τα ταξίδια" (wanderlust) και της "αγάπης για τον ήλιο" (sunlust), υποδηλώνει ακριβώς αυτήν την ύπαρξη των διαφορετικών ψυχολογικών κινήτρων και προτιμήσεων των τουριστών και της ικανοποίησής τους από τα διαφορετικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά της κάθε χώρας προορισμού. Ο πρώτος ορισμός αναφέρεται στους τουρίστες οι οποίοι ελκύονται από τους φυσικούς πόρους και το κλίμα και επισκέπτονται συνήθως μία χώρα σε κάθε ταξίδι, ενώ ο δεύτερος σε εκείνους που επιθυμούν να ικανοποιήσουν την ανάγκη τους για ανύψωση του πνευματικού τους επιπέδου και επισκέπτονται περισσότερες από μία χώρα τη φορά (Summary, 1987).



2.2.4. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ- ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Σύμφωνα με την Walsh (1996), παράγοντες όπως η ηλικία, το επάγγελμα, η αστικοποίηση και το επίπεδο μόρφωσης των χωρών προέλευσης προκαλούν σημαντικές μεταβολές στη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών. Μερικά παραδείγματα που υποδηλώνουν το διαφορετικό βαθμό επίδρασης των παραγόντων αυτών στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει είναι πως οι νέοι και τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο να ταξιδέψουν, τα ανώτερα στελέχη και οι επαγγελματίες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά αναχώρησης για διακοπές, ενώ οι έντονοι ρυθμοί της σύγχρονης αστικής κοινωνίας γεννούν την ανάγκη του ανθρώπου για απόδρασή του από αυτήν. Σημαντικό κρίνεται και το επίπεδο μόρφωσης καθώς τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση και διαφορετικά κίνητρα για να ταξιδέψουν. Δεν θα μπορούσε να παραληφθεί και η επιρροή της οικογενειακής κατάστασης καθώς η ύπαρξη π.χ. παιδιών μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων ταξιδιών, όπως μακρινά ταξίδια ή περιπετειώδη (Τσάρτας, 1996). Αλλά και ο πληθυσμός επηρεάζει την τουριστική ζήτηση, καθώς όσο μεγαλύτερος είναι ο πληθυσμός της χώρας προέλευσης τόσο μεγαλύτερη θα είναι και η ζήτηση για τουρισμό (Munoz and Amaral, 2000). Τέλος, το ποσοστό της μετανάστευσης της χώρας προορισμού συμμετέχει και αυτό στη διαμόρφωση της ζήτησης τουρισμού. Οι μετανάστες μιας χώρας και οι απόγονοί τους προσελκύονται περισσότερο από τη χώρα από την οποία προέρχονται, σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη χώρα, ως άμεση επίδραση της εθνικής κληρονομιάς τους. Ο μετανάστης επίσης μεταφέρει και γνωστοποιεί πληροφορίες της χώρας καταγωγής του στους κατοίκους της μόνιμης διανομής του, με αποτέλεσμα οι τελευταίοι να είναι πιθανόν να συμπεριλάβουν τη χώρα αυτή στο ταξίδι τους. Επομένως, η ζήτηση του τουρισμού για έναν προορισμό αυξάνεται αναλογικά με τη μετανάστευση προηγούμενων ετών (Guthrie, 1961).

2.2.5. ΦΥΣΙΚΟΙ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Αυτοί αποτελούν τα ιδιαίτερα κλιματολογικά και φυσικά στοιχεία της κάθε χώρας προορισμού, όπως η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κ.α. τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός χειμερινών σπορ, ορεινός τουρισμός κτλ) και



ανταποκρίνονται σε διαφορετικό βαθμό στις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε ατόμου (Ηγουμενάκης, 1997).

2.3 ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ»

Οι παραπάνω παράγοντες είναι γενικής φύσεως. Όμως τα άτομα παρουσιάζουν ιδιαιτερότητες ώστε άτομα με τα ίδια χαρακτηριστικά να μπορούν να σχηματίσουν ένα σύνολο, μια ιδιαίτερη τουριστική αγορά η οποία μπορεί να ενδιαφέρει τη χώρα προορισμού. Η ψυχογραφική, για παράδειγμα, προσέγγιση αποκαλύπτει ότι οι τουρίστες, μπορούν να ταξινομηθούν σε ομάδες ανάλογα με τα βασικά ψυχογραφικά χαρακτηριστικά τους όπως είναι: η προδιάθεσή τους για περιπέτεια, η ροπή τους προς την αναψυχή (είναι κατά τον Bull η «elite» των τουριστών που ζητούν κατά κανόνα, υψηλής ποιότητας τουριστικό προϊόν), οι δογματικοί (στις ιδέες τους), οι διανοούμενοι, από τους οποίους προκύπτει κυρίως ο «πολιτισμικός τουρισμός» και ο «συνεδριακός τουρισμός», οι ευμετάβολοι χαρακτήρες και, τέλος, οι νοσταλγοί του παρελθόντος (Bull 1995). Η παραπάνω τυπολογία δεν έχει μεγάλη πρακτική σημασία αν δεν κατανοηθεί ιδιαίτερα από τις τουριστικές επιχειρήσεις και εθνικούς Οργανισμούς που ασχολούνται με τον τουρισμό. Μια πρακτικότερη τυπολογία παρέχεται από το Westvlaams Ekonomisch Studiebureau (1986). Πρόκειται για τυπολογία που χρησιμοποιήθηκε σε έρευνα 3000 Βέλγων τουριστών με σκοπό να φανούν τα κίνητρα που τους ωθούν να κάνουν τουρισμό. Σύμφωνα με αυτήν την τυπολογία, οι συγγραφείς Swarebrooke-Horner διακρίνουν τους τουρίστες σε:

- Λάτρεις της θάλασσας που είναι δραστήριοι και επιθυμούν να κάνουν τις διακοπές τους στις αμμώδεις ακτές αξιοποιώντας όλες τις δυνατότητες που τους προσφέρει η θάλασσα, οι ακτές και το κλίμα.



- Άτομα που τους αρέσει να παρατηρούν τις φυσικές καλλονές της χώρας που επισκέπτονται και ταυτόχρονα να είναι καλοδεχούμενοι από τους ντόπιους κατοίκους.
- Άτομα που επιθυμούν να έχουν επαφές με άλλους ανθρώπους αλλά να είναι και καλοδεχούμενοι από τους ντόπιους.
- Άτομα που επιδιώκουν την ξεκούραση (ανάπαυλα) κατά τις διακοπές τους. Πάνω σε αυτή τη βάση αναπτύσσεται σήμερα ο «τουρισμός antistress».
- Άτομα που επιθυμούν να κάνουν «πολιτισμικές» διακοπές (έχουν ενδιαφέρον στη μελέτη του πολιτισμού) αλλά ταυτόχρονα επιθυμούν και κάποια περιπέτεια.
- Λάτρεις του ήλιου και της θάλασσας που επιθυμούν να κάνουν διακοπές με την οικογένειά τους. Αρέσκονται να κάνουν ό,τι ευχαριστεί τα παιδιά.
- Άτομα που επιθυμούν να κρατούν τις παραδόσεις (traditionalists). Επιθυμούν την ασφάλεια γενικώς, αποφεύγουν τις εκπλήξεις και ξαναγυρίζουν στους τόπους που αισθάνονται ασφάλεια και οικειότητα (Swarebrooke-Horner, 1999).

Η τυπολογία των τουριστών μπορεί να διαφέρει από χώρα σε χώρα και από τη μια χρονική περίοδο στην άλλη. Οι άνθρωποι έχουν διαφορετικά ήθη, έθιμα και άλλα χαρακτηριστικά (διατροφή, κ.τ.λ.) που δεν επιτρέπουν την εμφάνιση μιας ενιαίας τυπολογίας και όπως παρατηρούν οι Swarebrooke-Horner (1999) «..αγνοείται συνήθως το γεγονός ότι οι άνθρωποι μπορεί να ωριμάσουν ως τουρίστες καθώς αποκτούν περισσότερες εμπειρίες ως ταξιδιώτες». Επίσης αγνοείται το γεγονός των ραγδαίων εξελίξεων στην τεχνολογία που επηρεάζει τις δυνατότητες αλλά και τη συμπεριφορά των ατόμων (Roop, 1993).

2.4 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η τουριστική ζήτηση, ως αποτέλεσμα των ειδικότερων κινήτρων των τουριστικών ταξιδιών, επηρεάζει άμεσα την πορεία της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή προκάλεσε την ανάπτυξη των πρώτων παραθαλάσσιων και ορεινών θέρετρων, καθώς και των ιαματικών λουτροπόλεων. Σε σημαντικό βαθμό, αναδεικνύεται η δυναμική τάση εξειδίκευσης της τουριστικής ζήτησης, που οδηγεί στην ανάγκη για εξειδίκευση των υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρουν οι περιοχές με τουριστική ανάπτυξη. Διαμορφώνονται σε αυτό το Πλαίσιο περιοχές είτε με έναν κυρίαρχο τύπο ζήτησης είτε με έναν αριθμό, συχνά μεγάλο, διαφορετικών τύπων ζήτησης.



- Τουριστικοί Πόροι της χώρας ή της Περιοχής.

Η ύπαρξη τουριστικών Πόρων αποτελεί σημαντικό παράγοντα και πλεονέκτημα για τις χώρες ή περιοχές που επιδιώκουν να αναπτυχθούν τουριστικά. Στους τουριστικούς πόρους, εκτός από τους φυσικούς (κλίμα, φυσικό περιβάλλον κ.λ.π.) και τους πολιτιστικούς (παράδοση, πολιτιστικές εκδηλώσεις, τοπικά ήθη και έθιμα κ.λ.π.) περιλαμβάνουμε τις υποδομές και υπηρεσίες που άμεσα ή έμμεσα συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη (ξενοδοχεία, πρακτορεία, μεταφορικά και επικοινωνιακά δίκτυα κ.λ.π.). η συνεχής αύξηση των τουριστικών χωρών και Περιοχών σε παγκόσμιο επίπεδο επιβάλλει την παράλληλη ανάπτυξη, προβολή και διαχείριση όλων των τύπων τουριστικών πόρων.

- Επιρροή των υπαρκτών προτύπων τουριστικής ανάπτυξης στην προσφορά

Τα στάδια που πέρασε η τουριστική ανάπτυξη βοήθησαν στη δημιουργία ορισμένων προτύπων ανάπτυξης του τουρισμού, που θεωρούνται σημαντικά εμπορικά και αναπτυξιακά. Όσοι φορείς παίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των υποδομών και υπηρεσιών που συγκροτούν την τουριστική προσφορά μιας χώρας, επηρεάζονται από τα πρότυπα αυτά. Τα Πρότυπα αυτά, όπως τα παραθαλάσσια θέρετρα μαζικού οργανωμένου τουρισμού διακοπών, γίνονται παράδειγμα προς μίμηση και τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξης τους προωθούνται σε διάφορες περιοχές του κόσμου.

- Φορείς, οργανισμοί και κοινωνικό-επαγγελματικές ομάδες που εμπλέκονται στη διαδικασία της τουριστικής ανάπτυξης

Η συνεχής ανάπτυξη του τουρισμού και οι επιπτώσεις της σε τομείς όπως οικονομία, Κοινωνία και περιβάλλον των τουριστικών χωρών δημιούργησε πολλούς φορείς και οργανισμούς, οι οποίοι ασχολούνται με την πολιτική, την έρευνα, τον προγραμματισμό και τη διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο.



- Τουριστικές επιχειρήσεις

Η διεθνοποίηση του τουρισμού και η συνεχής γεωγραφική του επέκταση στις αγορές αναπτυσσόμενων χωρών τοποθέτησε σε προνομακή θέση τις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις. Κατά μεγάλο ποσοστό είναι αυτές που επηρεάζουν άμεσα την τουριστική ζήτηση (ιδιαίτερα στα επαγγελματικά ταξίδια και τα ταξίδια διακοπών), τους επιτρέπει να επηρεάζουν και τη διαμόρφωση συγκεκριμένων προτύπων ανάπτυξης από την πλευρά της προσφοράς.

- Τουριστική πολιτική (διεθνής, Τοπική, εθνική)

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια εντυπωσιακή αύξηση των πολιτικών προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Πολλές από τις πολιτικές αυτές προέρχονται από διεθνείς οργανισμούς (Ευρωπαϊκή Ένωση, ΟΗΕ κ.λ.π.), ενώ άλλες από αναπτυγμένες “τουριστικές” χώρες και αφορούν διαφορετικές πτυχές της τουριστικής ανάπτυξης. (Κοσμαδάκη Μ., 2006)

2.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΤΗΣ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την τουριστική ζήτηση ισχύουν και για τα άτομα της τρίτης ηλικίας. Όμως ορισμένοι από αυτούς έχουν ιδιαίτερη σημασία για τα παραπάνω άτομα, όπως για παράδειγμα ο χρόνος του ταξιδιού, η ασφάλεια, η δυνατότητα ιατρικής περίθαλψης (εάν υπάρξει ανάγκη) και η ύπαρξη ειδικής αθλητικής υποδομής για τους ηλικιωμένους. Ως προς το χρόνο του ταξιδιού παρατηρούμε ότι ακόμη και το πλέον άνετο ταξίδι είναι δυνατόν να δημιουργήσει προβλήματα υγείας ή αυξημένο αίσθημα δυσφορίας στο ηλικιωμένο άτομο και ιδιαίτερα σε εκείνα που ξεπερνούν κάποιο όριο ηλικίας. Επιδρά λοιπόν ο χρόνος του ταξιδιού πολύ αρνητικά στην τουριστική ζήτηση των ηλικιωμένων καθώς αυτή η κατηγορία τουριστών είναι ιδιαίτερα ευαίσθητη σε αυτόν τον παράγοντα Ένας επίσης σημαντικός παράγοντας προώθησης του τουρισμού είναι ο ελεύθερος χρόνος του που διαθέτει ένα άτομο. Στην περίπτωση των ηλικιωμένων αυτός ο



παράγοντας επιδρά πολύ θετικά στην τουριστική ζήτηση των ατόμων αυτών, διότι, συγκριτικά με τις νεότερες ηλικίες, υπάρχει σε περισσότερη αφθονία.

Επίσης το εισόδημα που απομένει στα άτομα της τρίτης ηλικίας όταν δεν έχουν εμφανιστεί σημαντικά προβλήματα υγείας, είναι κατά κανόνα μεγαλύτερο από εκείνο των υπολοίπων ηλικιακών κλιμακίων, καθώς πέραν της σύνταξης συμβάλλουν και οι συσσωρευμένες αποταμιεύσεις που αποσκοπούσαν στην υποστήριξη του ατόμου όταν γεράσει. Πέραν των ανωτέρω, οι ανάγκες των ηλικιωμένων τουριστών πρέπει να θεωρηθούν μέσα στο πλαίσιο του λεγομένου «Οικογενειακού Κύκλου», τον οποίο με πολλή σαφήνεια παρουσιάζουν οι Swarbrooke-S.Horner και τον οποίο παρουσιάζουμε εδώ με όσες προσθήκες θεωρήσαμε αναγκαίες. Οι συγγραφείς αυτοί επιχειρούν μια οικογενειακής φύσεως τυπολογία της ζωής του ανθρώπου, την οποία διαχωρίζουν σε οκτώ στάδια, κατάλληλη για να φανεί η ζήτηση και οι αντίστοιχες απαιτήσεις του ατόμου κατά τη διάρκεια της τουριστικής του δραστηριότητας. Επικεντρώνουν τη μελέτη του στο θέμα κυρίως της ζήτησης για αξιοθέατα. Δεν επεκτείνονται σε όλη τη γκάμα των αναγκών. Στη συνέχεια προσδιορίζονται οι πιθανές προτιμήσεις και ανάγκες των ατόμων, πέραν από τις βασικές (που είχαν και προ των διακοπών τους) οι οποίες είναι σχετικές με τα Αξιοθέατα. Ο διαχωρισμός γίνεται ανάλογα με το στάδιο του οικογενειακού κύκλου στο οποίο τα άτομα ευρίσκονται. Έτσι:

Το παιδί, έχει ανάγκη κατά το στάδιο των διακοπών του να κάνει παρέα με άλλα παιδιά, να αποκτήσει νέες εμπειρίες, αλλά ταυτόχρονα πρέπει να ευρίσκεται υπό την άμεση επίβλεψη και φροντίδα των γονιών του. Ο έφηβος, έχει και αυτός ανάγκη από νέες εμπειρίες, κάπως διαφορετικές βέβαια από εκείνες του παιδιού, ζητεί τις δραστηριότητες που τον ενθουσιάζουν ως νέο, θέλει να φαίνεται, να ξεχωρίζει (status), να είναι περισσότερο ανεξάρτητος από τους γονείς, να έχει ελευθερία δράσης. Ζητεί ευκαιρίες για ενεργητική συμμετοχή, και τέλος, θέλει να έχει κοινωνικές σχέσεις με άλλους εφήβους. Ο νέος ενήλικος, ζητεί και αυτός νέες εμπειρίες που χαρακτηρίζονται από υπευθυνότητα και ελευθερία δράσης. Ζητεί ευκαιρίες για ενεργό συμμετοχή και παρέα με άλλους νέους της ηλικίας του. Το νέο ζευγάρι (χωρίς παιδιά), ζητεί και αυτό να έχει νέες εμπειρίες και ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για ρομαντισμό. Το νέο ζευγάρι με παιδί, επιθυμεί να υπάρχουν διευκολύνσεις σχετικές με το μωρό και οικονομία στον προϋπολογισμό των διακοπών. Για την οικογένεια με μεγάλα παιδιά, κατά τους παραπάνω συγγραφείς, βασικό στοιχείο των διακοπών της αποτελεί η οικονομία και η ζήτηση για «κάτι» κατάλληλο για όλη την οικογένεια. Το ζευγάρι που είναι τώρα ανεξάρτητο από τα παιδιά-empty nesters, όπως τους αποκαλεί, επιθυμεί να γνωρίσει κάτι νέο και χαρακτηρίζεται από μάλλον παθητική συμμετοχή στα δρώμενα κατά τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του. Τέλος, οι αρκετά ηλικιωμένοι, ουσιαστικά επιθυμούν κατά τον να βλέπουν (να παρακολουθούν) μάλλον παρά να δρουν, να έχουν παρέα με άλλους



ηλικιωμένους και ευκολίες κατά τις μετακινήσεις τους (Swarbrooke-Horner 1999, σελ.96). Η παραπάνω τυπολογία των Swarbrooke-Horner, αν και προσαρμοσμένη περισσότερο στις απαιτήσεις των τουριστών για αξιοθέατα, αποτελεί μια αξιοσημείωτη συνεισφορά στην ταξινόμηση των αναγκών και γενικότερων απαιτήσεων των τουριστών ανάλογα με το στάδιο της ηλικίας τους. Είναι δε χρήσιμη διότι επιχειρεί να προσδιορίσει από, μια άποψη, και τις ανάγκες των ατόμων της τρίτης ηλικίας. Γενικότερα, οι ανάγκες, επιθυμίες και ιδιαιτερότητες των ατόμων της τρίτης ηλικίας ως τουριστών, και όχι μόνο για αξιοθέατα, όπως από εμπειρική έρευνα τις έχει προσδιορίσει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Δεύτερη Διεθνής Σύνοδος για τον Τουρισμό Ηλικιωμένων (Senior Tourism) (WTO, 1997), αλλά και σύμφωνα με τις απόψεις και άλλων ερευνητών, εκτείνονται σε ένα μεγαλύτερο ορίζοντα.

Έτσι, τα άτομα της τρίτης ηλικίας:

- Έχουν αναβλημένη τουριστική ζήτηση, διότι όταν ήταν εξαρτημένοι από τα παιδιά και την εργασία δεν μπορούσαν να ταξιδέψουν όσο, όπου και όπως θα επιθυμούσαν.
- Ταξιδεύουν συχνότερα από τις άλλες ηλικίες και κάνουν ταξίδια μικρότερης διάρκειας.
- Έχουν αυξημένο ενδιαφέρον για πολιτισμικά θέματα
- Επιθυμούν να φροντίζουν άλλοι τα του ταξιδιού τους για λογαριασμό τους.
- Είναι περισσότερο «ευαίσθητοι» στο κοστολόγιο του ταξιδιού διότι (ως συνταξιούχοι κυρίως) επιθυμούν να (και πρέπει να) προγραμματίζουν με μεγαλύτερη ακρίβεια τόσο τα έξοδα του ταξιδιού τους όσο και τις γενικότερες δαπάνες τους.
- Ταξιδεύουν και εκτός της συνήθους τουριστικής περιόδου.
- Η πολυπληθέστερη κατηγορία (μεταξύ των 55 και 80 ετών) αισθάνονται τον εαυτό τους να είναι κατάλληλος για δράση (fit) ή επιθυμούν να «αποδείξουν ότι δεν γέρασαν» και η ζωή τους έχει ακόμη πολλά να τους προσφέρει. Επιθυμούν τα άτομα αυτά να ταξιδεύουν συχνά, πράγμα που φανερώνει ότι ευρίσκουν τα ταξίδια ως μια σοβαρή διέξοδο στη μοναξιά τους και γι' αυτό παρατηρείται ότι ταξιδεύουν και εκτός της συνήθους τουριστικής περιόδου. Όπως αναφέρθηκε, αν και επιθυμούν να φροντίζουν άλλοι τα του ταξιδιού τους, επιζητούν παρά ταύτα και κάποια ανεξαρτησία.
- Θέλουν να έχουν ασφάλεια στο ταξίδι τους και εάν είναι δυνατόν να έχουν οδηγό (guided tours) χωρίς όμως να χάνουν την ανεξαρτησία τους.



- Θέλουν ευγένεια στις σχέσεις και κατανόηση των αναγκών τους από τις τουριστικές επιχειρήσεις και Οργανισμούς χωρίς να αισθάνονται ότι διαχωρίζονται από τις νεότερες ηλικίες.
- Ενδιαφέρονται για θέματα υγείας περισσότερο από ότι οι νεότερες ηλικίες.
- Απαιτούν την ποιότητα αλλά λόγω εμπειρίας από τη ζωή, έχουν σαφέστερη αντίληψη του τι σημαίνει ποιότητα. Σχετίζουν την ποιότητα με τις ανάγκες τους και όχι κατ' ανάγκη με τεχνικές βελτιώσεις. Έτσι, θέλουν να λαμβάνεται υπόψη η ιδιαιτερότητα των αναγκών τους και να παίρνουν αυτό για το οποίο έχουν πληρώσει. Τελικά, ως πλέον ρεαλιστές, εμφανίζονται μετά το ταξίδι περισσότερο ικανοποιημένοι συγκριτικά με τις νεότερες ηλικίες.
- Ως προς την τροφή, επιθυμούν να δοκιμάζουν την ξένη κουζίνα και πολλοί από αυτούς το θεωρούν τμήμα των ταξιδιωτικών τους εμπειριών.
- Επιθυμούν το καθαρό και αθόρυβο περιβάλλον αλλά ταυτόχρονα θέλουν και να συμμετέχουν στις κόσμιες δραστηριότητες των νεοτέρων. (ΙΤΕΠ, 2004)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΡΗΤΗ

3.1 ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Σ' ένα ποικίλο αλλά υπέροχο κλίμα, η γέφυρα που συνδέει την Ευρώπη με την Αφρική, το σταυροδρόμι τριών ηπείρων, έχει κρατήσει μέσα σε καταπράσινα δάση και απότομα



φαράγγια τα καλύτερα αγαθά της φύσης. Νησί της Μεσογείου, περίπου 100 χλμ. ΝΑ της Πελοποννήσου. Έχει πληθυσμό 540.054 κατοίκους και επιφάνεια 8,336 τ. χλμ είναι το μεγαλύτερο σε έκταση νησί της Ελλάδας, το πέμπτο της Μεσογείου και το ενδέκατο της Ευρώπης, της οποίας αποτελεί το νότιο όριο. Βρέχεται στα Βόρεια από το Κρητικό Πέλαγος, στα ανατολικά απ' το Καρπάθιο, στα νότια απ' το Λιβυκό και στα δυτικά απ' το Ιόνιο. Ο επιμήκης άξονας της από τα δυτικά προς τα ανατολικά έχει μέγιστο μήκος 260 χλμ. Ενώ ο κάθετος προς αυτόν κυμαίνεται μεταξύ 60 και 12 χλμ. Στην Κρήτη ανήκουν επίσης τα μικρά νησιά Γαύδος, Δία, Κουφονήσι, Γαιδουρονήσι, Διονυσιάδες και Παξιμάδι. Το ορεινό τμήμα καταλαμβάνει το 48% του συνολικού εδάφους της, ενώ το υπόλοιπο 23% αποτελείται από εύφορες πεδιάδες. Η γεωργία, που είναι ιδιαίτερα αποδοτική για τα Ελληνικά δεδομένα, παίζει κυρίαρχο ρόλο στην οικονομία του νησιού. Τα κυριότερα αγροτικά προϊόντα είναι το ελαιόλαδο, το κρασί, τα σταφύλια, τα εσπεριδοειδή, τα χαρούπια, τα κηπευτικά κ.α. Αξιόλογο συγκριτικό πλεονέκτημα στην Κρήτη αποτελούν οι καλλιέργειες κηπευτικών χάρη στο ευνοϊκό κλίμα της. Η βιομηχανική δραστηριότητα παρουσιάζει στασιμότητα, αν όχι τάση συρρίκνωσης, κυριαρχούν δε σε αυτήν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τις βασικότερες δραστηριότητες του δευτερογενούς τομέα αποτελούν η μεταποίηση αγροτικών προϊόντων και οι κατασκευές. Ο δυναμικότερος τομέας ανάπτυξης στην Κρήτη είναι ο τουρισμός, κυρίως κοντά στα μεγάλα αστικά κέντρα κατά μήκος της βόρειας ακτής, όπου το ξενοδοχειακό δυναμικό συνεχώς εκσυγχρονίζεται και εμπλουτίζεται με νέες μονάδες. Η Κρήτη διαθέτει πολλές και όμορφες παραλίες (το 9% των συνολικών παραλιών της χώρας) που προσελκύουν κάθε χρόνο πολλούς τουρίστες. Η Κρήτη είναι το δεύτερο δημοφιλέστερο γεωγραφικό διαμέρισμα στην Ελλάδα. Μόνο στο Ηράκλειο οι αφίξεις ξένων τουριστών υπερβαίνουν το 15% των συνολικών αφίξεων στη χώρα. Διοικητικά η Κρήτη διαιρείται σε τέσσερις νομούς : Χανίων, Ρεθύμνης, Ηρακλείου και Λασιθίου.

Τα Χανιά είναι ο δεύτερος σε πληθυσμό νομός της Κρήτης, με 133,774 κατοίκους. Ο χώρος των Χανίων κατοικήθηκε στα υστερονεολιθικά χρόνια. Μια άποψη συνδέει το όνομα Χανιά με την αρχαία Αλχανία, ενώ σύμφωνα με άλλη προέρχεται από την αραβική ονομασία Αλ Χανίμ. Τα σημερινά Χανιά χωρίζονται σε δυο τμήματα : την παλιά και η νέα πόλη. Η παλιά πόλη μέσα στο χωριό των ενετικών τειχών, διατηρεί ένα εντελώς δικό της χρώμα με τα πολυάριθμα μνημεία. Είναι η γενέτειρα του Ελευθέριου Βενιζέλου, το σπίτι του οποίου σώζεται στη συνοικία Χαλέπα. Οικονομικό, εμπορικό, πνευματικό και συγκοινωνιακό κέντρο της δυτικής Κρήτης, η πόλη διαθέτει πολυτεχνείο και αεροδρόμιο. Ο νομός Χανίων είναι ο πιο ανεπτυγμένος οικονομικά και πλουσιότερος νομός της Κρήτης μετά το νομό

Ηρακλείου. Η οικονομία του νομού στηρίζεται ιδιαίτερα στη γεωργία, κυριότερα προϊόντα της οποίας είναι το λάδι, τα εσπεριδοειδή και το κρασί. Ανεπτυγμένη είναι η κτηνοτροφία,



ενώ ο βιομηχανικός τομέας εστιάζεται στην επεξεργασία αγροτικών προϊόντων. Στο νομό που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος οικονομικά υπάρχουν περίπου 307 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα.

Το Ρέθυμνο είναι ο μικρότερος σε πληθυσμό νομός της νήσου με 70,095 κατοίκους. Η πόλη πρωτοκατοικήθηκε στα προϊστορικά χρόνια. Αποτελεί συνέχεια της Μινωικής Ρίθυμνας. Το Ρέθυμνο υπήρξε σπουδαίο πνευματικό κέντρο, κυρίως κατά την περίοδο της Ενετοκρατίας. Είναι η μόνη πόλη της Κρήτης που διατηρεί σχεδόν αμετάβλητο το μεσαιωνικό χαρακτήρα έχοντας πλήθος ενετικών οικημάτων, γραφικά στενά, επιγραφές και διάφορα μνημεία. Το Ρέθυμνο βρίσκεται στη βόρεια ακτή του νησιού και αποτελεί το διοικητικό, συγκοινωνιακό και εμπορικό κέντρο του νομού, η οικονομία του οποίου βασίζεται στον τουρισμό, τη γεωργία και την κτηνοτροφία. Από τη σχολική περίοδο 1977 λειτουργεί πανεπιστημιακή φιλοσοφική σχολή. Η μισή περίπου καλλιεργούμενη έκταση του νομού καλύπτεται από ελαιόδεντρα. Στο νομό, που είναι αρκετά ανεπτυγμένος τουριστικά, υπάρχουν περίπου 223 ξενοδοχειακά καταλύματα.

Το Ηράκλειο με πληθυσμό 126,907 κατοίκους, είναι η μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης, στο μέσο περίπου της βόρειας ακτής της, η τέταρτη σε μέγεθος και απ' τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες πόλεις της Ελλάδος. Το Ηράκλειο διαθέτει το μοναδικό μουσείο στον κόσμο που εκθέτει δείγματα του Κρητικού πολιτισμού. Παρ' όλο που το Ηράκλειο στα τέλη του 20^ο αιώνα παρουσίαζε το χαμηλότερο δυναμικό στην Ελλάδα, από άποψη φυσικών πόρων, θεωρήθηκε ο ποιο ανεπτυγμένος στην Κρήτη χάρη στις υποδομές, την οικονομική ευημερία και τον παραγωγικό δυναμισμό. Η τουριστική δραστηριότητα είναι περισσότερο ανεπτυγμένη από κάθε άλλο νομό της Κρήτης. Στο νομό του Ηρακλείου υπάρχουν περίπου 461 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα.

Ο Άγιος Νικόλαος είναι η πρωτεύουσα του νομού Λασιθίου στην ανατολική Κρήτη με περίπου 8,500 κατοίκους και έχει χτιστεί στο νοτιοδυτικό τμήμα του κόλπου Μιραμπέλλου. Μια διώρυγα, με αφετηρία το καινούριο λιμάνι εισχωρεί στην πόλη, τη χωρίζει σε δυο μέρη και ενώνει το λιμάνι με μια μικρή αλλά βαθιά λίμνη. Χαρακτηριστικό της πόλης και της περιοχής που την περιβάλλει είναι οι συνεχείς και κατηφορικοί λόφοι. Η γραφικότητα του τοπίου, το ωραίο κλίμα, τα αρχαιολογικά ενδιαφέροντα και οι σύγχρονες εγκαταστάσεις έχουν αναδείξει τον Άγιο Νικόλαο σε τουριστικό κέντρο διεθνούς προβολής. Στην τουριστική και οικονομική κίνηση έχουν συμβάλει επίσης η εγκατάσταση κοντά στην πόλη σταθμού που ανεφοδιάζονται τα πλοία υπερπόντιων γραμμών. Πέραν της ελαιοκαλλιέργειας που κυριαρχεί, όπως άλλωστε και στην υπόλοιπη Κρήτη, είναι η ντομάτα, η σουλτανίνα, τα αγγούρια και τα χαρούπια. Η βιομηχανική δραστηριότητα είναι σχεδόν μηδαμινή, αντίθετα, ιδιαίτερα ανεπτυγμένος είναι ο τουρισμός. Η περιοχή του Αγίου Νικολάου εξαρτάται σχεδόν



αποκλειστικά από τον τουρισμό, ενώ στις περιοχές Σητεία και Ιεράπετρα παρατηρείται ισορροπία τουριστικών και αγροτικών δραστηριοτήτων. Στο νομό υπάρχουν περίπου 280 νόμιμα ξενοδοχειακά καταλύματα. Στο Λασιθί βρίσκονται οι περισσότερες ίσως από κάθε άλλο νομό της χώρας ξενοδοχειακές μονάδες πολυτελείας, συγκεντρωμένες κυρίως στην περιοχή της Ελούντας. Μεταξύ των κυριότερων αξιοθέατων περιλαμβάνονται το φοινικόδασος στο Βάι, το κάστρο και ο πρώην οικισμός των λεπρών στη νήσο Σπιναλόγκα, το φαράγγι του Χαυγά, οι Μινωικοί οικισμοί κ.α.

Η Κρήτη κουβαλάει, επίσης, μια μακριά ιστορία που φτάνει μέχρι την 7^η χιλιετηρίδα π.Χ.. Είναι το νησί που μας έφερε το μινωικό πολιτισμό με τα κτίρια της τέλειας αρχιτεκτονικής και όπου αργότερα ήρθαν τα θρησκευτικά χρόνια του Βυζαντίου από τα οποία έχουν διατηρηθεί ως σήμερα πολλά μοναστήρια. Η Κρήτη καλλιέργησε, επίσης, μια πλούσια κουλτούρα που δημιούργησε μοναδικά έθιμα, χορούς και μουσική η οποία δίνει το στίγμα της ακόμα και στη σημερινή μοντέρνα ζωή.

Η Κρήτη είναι ένα μείγμα από θαυμάσιους πολιτισμούς και κουλτούρες του παρελθόντος, αλλά είναι επίσης και ένας κόσμος που ζει και δημιουργεί συνεχώς νέες παραδόσεις. (Τεκίδου Χ., 2010)

3.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Νεολιθική εποχή (6500 – 2800 π.Χ.)

Πέρα από την μυθολογία οι ανασκαφές που έγιναν και γίνονται στο νησί είναι αυτές που μας πληροφορούν για την ιστορία στα αρχαία χρόνια. Τα παλαιότερα στοιχεία των πρώτων κατοίκων είναι της Κνωσού, όπου ο Άγγλος αρχαιολόγος Έβανς το 1900 ανακάλυψε ολόκληρο νεολιθικό συνοικισμό κάτω από τις αυλές του Μινωικού ανακτόρου. Από τον



Έβανς βρέθηκε παλαιότατος προκεραμικός οικισμός που χρονολογείται στο τέλος της 7^{ης} χιλιετίας. Τα ευρήματα γίνονται ολοένα και πιο εμφανή και έχουμε την Αρχαιότερη Νεολιθική της Κνωσού. Οι πρώτοι κάτοικοι του νησιού πιστεύεται ότι προήλθαν από την ηπειρωτική Ελλάδα. Ο άνθρωπος εκείνης της εποχής ζούσε σε πέτρινες καλύβες και η τροφή του προερχόταν από το κυνήγι, το ψάρεμα και κάποιου είδους γεωργία. Στη νεολιθική εποχή παρουσιάζεται και η πρώτη μορφή τέχνης όπου με τα κόκαλα από τα ζώα που έτρωγε ο άνθρωπος κατασκεύαζε εργαλεία και στολίδια. Ακόμη έχουμε την επεξεργασία του πλού χωρίς όμως την χρησιμοποίηση του κεραμικού τροχού. Προ-ανακτορική εποχή – εποχή χαλκού (2800 – 1900 π.Χ.) Το 3000 π.χ. έληξε ο νεολιθικός πολιτισμός και έρχεται η εποχή του χαλκού. Την εποχή αυτή υπάρχει εξέλιξη του πολιτισμού με δημιουργία πόλεων όχι μόνο στα παράλια αλλά και στα άγωνα βουνά. Την εποχή αυτή αρχίζει η επεξεργασία των πολύτιμων λίθων και του ελεφαντόδοντου. Η Μινωική Κρήτη ήταν ισχυρή στο ναυτικό και συγχρόνως στο εμπόριο όπου είχε συναλλαγές με την Κύπρο, την Αίγυπτο και την Μέση Ανατολή. Αυτό αποδεικνύεται απ' τα ευρήματα της Ζάκρου που είναι Κυπριακά χάλκινα τάλαντα και Συριακά ελεφαντόδοντα. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Προ-ανακτορική εποχή – εποχή χαλκού (2800 – 1900 π.Χ.)

Το 3000 π.χ. έληξε ο νεολιθικός πολιτισμός και έρχεται η εποχή του χαλκού. Την εποχή αυτή υπάρχει εξέλιξη του πολιτισμού με δημιουργία πόλεων όχι μόνο στα παράλια αλλά και στα άγωνα βουνά. Την εποχή αυτή αρχίζει η επεξεργασία των πολύτιμων λίθων και του ελεφαντόδοντου. Η Μινωική Κρήτη ήταν ισχυρή στο ναυτικό και συγχρόνως στο εμπόριο όπου είχε συναλλαγές με την Κύπρο, την Αίγυπτο και την Μέση Ανατολή. Αυτό αποδεικνύεται απ' τα ευρήματα της Ζάκρου που είναι Κυπριακά χάλκινα τάλαντα και Συριακά ελεφαντόδοντα.

Παλαιο-ανακτορική εποχή (1900 – 1700 π.Χ.)

Την εποχή αυτή έχουμε το κτίσιμο των Μινωικών παλατιών. Ο πολιτισμός την εποχή αυτή ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένος σε όλους τους τομείς, ενώ πρέπει να αναφερθεί η ισότητα της γυναίκας όπου συμμετείχε στα κοινά. Από τα ευρήματα της Κνωσού μπορούμε να δούμε την ανάπτυξη της ζωγραφικής, γλυπτικής, κεραμικής, μεταλλοτεχνία. Τα μινωικά κέντρα της Κρήτης ήταν τέσσερα : Η Κνωσός, η Φαιστός, τα Μάλλια και η Ζάκρος. Υπήρχαν όμως και πολλές άλλες πόλεις κυρίως στο κέντρο και στα ανατολικά του νησιού. Στην Κρήτη δεν



παρουσιάζεται το φαινόμενο της υπόλοιπης Ελλάδας όπου κάθε πόλη ήταν ξεχωριστό κράτος, το νησί ήταν ενωμένο με βασιλιά τον Μίνωα. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Νέο-ανακτορική εποχή (1700 – 1400 π.Χ.)

Μετά από σεισμό το 1700 π.χ. τα ανάκτορα ξαναχτίζονται ενώ παράλληλα χτίζονται και άλλα παλάτια όπως στις Αρχάνες, τα Χανιά και την Κυδωνία. Παράλληλα ο πολιτισμός ολοένα και αναπτύσσεται ενώ τα ευρήματα εκείνης της εποχής είναι πολλά και μπορούμε να γνωρίζουμε την ζωή εκείνη την εποχή. Απομεινάρια εκείνης της εποχής βλέπουμε σήμερα στους περισσότερους αρχαιολογικούς χώρους. Ιδιαίτερη ανάπτυξη είχε και η τέχνη όπως η μικροπλαστική, ζωγραφική, λιθοτεχνία, χρυσοχοΐα. Μετά-ανακτορική εποχή (1400 – 1100 π.Χ.) Όμως όλος αυτός ο λαμπρός πολιτισμός χάνεται ξαφνικά από αίτια που δεν γνωρίζουμε. Τρεις είναι οι κυριότερες εκδοχές :

- 1) Ξένοι κατακτητές
- 2) Επανάσταση των Κρητών εναντίον των Αχαιών και η πιο πιθανή εξήγηση
- 3) Έκρηξη του ηφαιστείου της Σαντορίνης. Ο Μινωικός πολιτισμός συνεχίζεται σαν τμήμα του Μυκηναϊκού πολιτισμού. Οι Αχαιοί εκμεταλλεύτηκαν την καταστροφή αυτή και ισχυροποίησαν την θέση τους στο νησί. Οι ανασκαφές μας δείχνουν την επιρροή των δύο πολιτισμών, ενώ το εμπόριο συνεχίζει να υπάρχει. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Εποχή του σιδήρου – Δωριείς (1100 – 67 π.Χ.)

Τον 10ο αιώνα π.χ. το νησί αποικήθηκε από Δωριείς όπου μετέφεραν στην Κρήτη τον πολιτισμό τους. Οι κάτοικοι του νησιού κατέφυγαν στα βουνά και σε απόκρημνες περιοχές. Οι Δωριείς εγκαταστάθηκαν στις σημαντικότερες πόλεις όπως Κνωσό, Φαιστό, Γόρτυνα, Τύλισο, Χερσόνησο, Κυδωνία, Σητεία. Η τέχνη παίρνει νέα μορφή με την χρησιμοποίηση του σιδήρου. Ο πολιτισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του με περισσότερο Δωρικές και ανατολικές επιρροές. Το νησί συνεχίζει να είναι εμπορικό κέντρο. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Ρωμαϊκή περίοδος (67 π.χ. – 330 μ.Χ)



Δεν γλίτωσε ούτε η Κρήτη από την Ρωμαϊκή αυτοκρατορία όπου λόγω της γεωγραφικής της θέσης έγινε “πόθος” της Ρώμης από πολύ νωρίς. Πολλά οικοδομήματα, ωδεία, ναούς, στάδια, λουτρά χτίστηκαν σε πολλές πόλεις του νησιού με πρωτεύουσα την Γόρτυνα. Εκείνη την εποχή ήρθε και ο χριστιανισμός στην Κρήτη από εμπόρους που παραβρέθηκαν στα Ιεροσόλυμα την πεντηκοστή στο κήρυγμα του Πέτρου. Ο Απόστολος Παύλος ήταν αυτός που δίδαξε τον Χριστιανισμό στο νησί και ο μαθητής του Τίτος συνέχισε το έργο του. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Βυζαντινή περίοδος (330 – 1204 μ.Χ)

Η Κρήτη από τα μέσα του 4^{ου} αιώνα μ.Χ. έως τις αρχές του 13^{ου} ήταν θέμα (επαρχία) της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας. Με την ένταξη της Κρήτης στο ανατολικό Βυζάντιο και μέχρι την κατάκτηση από τους Άραβες, δεν υπήρχαν σημαντικά γεγονότα, αν εξαιρέσουμε κάποιες επιδρομές που έγιναν. Την εποχή αυτή ο Χριστιανισμός μπήκε στη ζωή των κατοίκων του νησιού και τους στήριξε στους αγώνες που έγιναν στο μέλλον. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Αραβοκρατία (824 – 961 μ.Χ.)

Τον 9^ο αιώνα περίπου οι Άραβες κατέκτησαν το νησί και το χρησιμοποιούσαν ως ορμητήριο για την πειρατεία που έκαναν στα νησιά του Αιγαίου. Οχύρωσαν την πόλη του Ηρακλείου και έσκαψαν μια μεγάλη τάφρο, έτσι ώστε πήρε την ονομασία Χάνδακας. Παρόλη τη δύναμη του κατακτητή ο Κρητικός λαός δεν έχασε την παράδοση. Συμπεραίνουμε ότι ο πολιτισμός δεν επηρεάστηκε από τον Αραβικό κόσμο αφού ελάχιστες είναι οι Αραβικές λέξεις που χρησιμοποιούνται μέχρι σήμερα. Από της ληστρικές επιδρομές οι Άραβες συγκέντρωσαν μεγάλο αριθμό αγαθών, και δούλων όπου στην πλατεία Ελ. Βενιζέλου υπήρχε διεθνές δουλεμπόριο. Πολλές ήταν οι προσπάθειες του Βυζαντίου για την απελευθέρωση της Κρήτης. Το 961 μ.Χ. ο Νικηφόρος Φωκάς ξεκίνησε με πολυάριθμα στρατεύματα για την απελευθέρωση του νησιού. Η πολιορκία κράτησε 9 μήνες και ήταν πολύ σκληρή, ώσπου οι Βυζαντινοί έσκαψαν τούνελ κάτω από τα τείχη και το ανατίναξαν. Το αποτέλεσμα ήταν να καταρρεύσουν δύο πύργοι και το μεταπύργιό τους. Οι θησαυροί που υπήρχαν στάλθηκαν στο Βυζάντιο ενώ μερικοί υπάρχουν στο Α. Όρος. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Ενετοκρατία (1204 – 1669 μ.Χ.)



Από τον 10ο αιώνα άρχισε η παρακμή του Βυζαντίου και κορυφώθηκε τον 12^ο αιώνα. Έτσι και η Κρήτη σαν επαρχία του Βυζαντίου “προσφέρθηκε” από τον Αλέξιο σαν δώρο στον Βονιφάτιο τον Μομφερρατικό. Η κατάκτησή της από τον Βονιφάτιο ήταν αδύνατη, έτσι ο Βονιφάτιος με σημαντικά ανταλλάγματα παραχώρησε την Κρήτη στη Δημοκρατία της Βενετίας. Από το 1212 έως το 1669 η Κρήτη υποδουλώθηκε στην Βενετία, εκτός από τα Σφακιά που δεν υποτάχθηκαν ολοκληρωτικά. Στο νησί έφθασαν Ενετοί ευγενείς όπου τους είχαν προσφερθεί κομμάτια γης. Το νησί διαιρέθηκε σε 6 τμήματα :

1. Των Αγίων Αποστόλων
2. του Αγίου Μάρκου
3. του Σταυρού
4. του Καστέλου
5. του Αγίου Παύλου
6. του Dorsoduro

Η παρουσία των Ελλήνων στο πλαίσιο του γαιοκτητικού συστήματος που εφάρμοσε η Βενετία στην Κρήτη είναι αδιαμφισβήτητη σχεδόν από την έναρξη της βενετικής κυριαρχίας στο νησί (Πηγή 2). (Γασπαρης Χ., 2008)

Επειδή ο Χάνδακας συνεχώς μεγάλωνε χτίστηκαν νέα τείχη και είναι αυτά που εμείς γνωρίζουμε. Τα τείχη αυτά ήταν τα καλύτερα της εποχής και άντεξαν 21 χρόνια πολιορκίας από τους Τούρκους. Παρόλο που η Κρήτη ήταν υποδουλωμένη, οι τέχνες και τα γράμματα δεν έπαψαν να ανθίζουν, μέχρι την κατάκτηση από τους Τούρκους τουλάχιστον. Οι Βυζαντινές και οι Ενετικές επιρροές ανέπτυξαν τις τέχνες και τα γράμματα. Πολλοί ήταν οι Βυζαντινοί λόγιοι που κατέφυγαν στην Κρήτη. Ακόμα οι κάτοικοι της Κρήτης είχαν την δυνατότητα να ταξιδέψουν στην Ιταλία όπου ευρύτερες σπουδές, που στη συνέχεια επέστρεφαν πίσω για να μεταφέρουν τα νέα επιστημονικά ρεύματα ή έμεναν στην δύση όπου διέπρεπαν. Πολλοί ήταν οι λογοτέχνες εκείνης της εποχής με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον Βιτσέντζο Κορνάρο με το έργο “Ερωτόκριτος”. Σημαντική άνθιση γνώρισε και η ζωγραφική με επιρροές από τους αγιογράφους του Βυζαντίου, ο Δομήνικος Θεοτοκόπουλος ή Ελ Γκρέκο γεννήθηκε και μαθήτευσε την εποχή αυτή. Ακόμα πολλά είναι τα κτίσματα που έχουν σωθεί μέχρι τις μέρες μας και είναι αριστουργήματα. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Τουρκοκρατία



Τον 17 αιώνα η ιστορία της Κρήτης παίρνει την πιο δραματική της τροπή. Οι Τούρκοι είναι οι νέοι κατακτητές του νησιού. Δεν έχουν καμία σχέση με τους ως τώρα κατακτητές που πολλές φορές αφομοιώθηκαν από τον Κρητικό λαό (Ενετοί). Από το 1333 οι Τούρκοι προσπαθούσαν να καταλάβουν το νησί. Ωστόσο δεν μπόρεσαν να καταλάβουν το νησί εκτός από το Ρέθυμνο και κάποια χωριά που λεηλάτησαν το 1538. Η γεωγραφική θέση και τα άφθονα προϊόντα που παράγει η Κρήτη έκαναν τους Τούρκους να την θέλουν όλο και περισσότερο, έτσι το 1645 αποφασίστηκε η κατάληψή της. Στις 23 Ιουνίου 1645 έφθαναν στην Κρήτη 100 πολεμικά πλοία, 350 μεταγωγικά, 50.000 στρατιώτες με αρχηγό τον Γιουσούφ πασά και τον Μουράτ αγά. Αποβιβάστηκαν χωρίς ουσιαστική αντίσταση στα Χανιά, εκεί που σήμερα βρίσκεται η Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης, όπου έκαψαν και λεηλάτησαν την μονή. Στην συνέχεια συγκρούστηκαν με τους Ενετούς στο νησάκι Θωδωρού όπου μετά από 4 ώρες σκληρής μάχης οι Ενετοί ανατινάχτηκαν παίρνοντας μαζί τους πολλούς Τούρκους όπως στην μονή Αρκαδίου μετέπειτα. Οι Τούρκοι προχώρησαν και πολιόρκησαν το φρούριο των Χανίων από στεριά και θάλασσα. Οι πολιορκημένοι ζητούσαν βοήθεια από τον Ενετικό στόλο που βρισκόταν στην Σούδα, αλλά μάταια. Η πόλη παραδόθηκε στις 22 Αυγούστου 1645 με όρους που οι Τούρκοι δεν τήρησαν. Σιγά σιγά όλος ο νομός κατακτήθηκε εκτός από τα Σφακιά. Οι κατακτητές προχώρησαν στο Ρέθυμνο. Πολλοί από τους κάτοικους πήγαν στον Χάνδακα για προστασία, όπου δεν έγιναν δεκτοί από τους Ενετούς. Στις 13 Νοεμβρίου έπεσε και το Ρέθυμνο. Γνωρίζοντας ότι το φρούριο του Χάνδακα ήταν το πιο ισχυρό κατέλαβαν πρώτα όλο το νησί και έπειτα, στις 29 Μαΐου 1648 άρχισε την πολιορκία. Οι Τούρκοι δεν κατάφεραν να πολιορκήσουν από την θάλασσα όπου τροφοδοτούνταν το φρούριο με τρόφιμα και στρατιώτες αφού είχε πανευρωπαϊκό ενδιαφέρον. Οι πολιορκητές δωροδοκούσαν τους λιποτάκτες Ενετούς και έτσι ο Ενετός συνταγματάρχης Ανδρέας Μπαρότσης έδειξε τα αδύνατα σημεία του οχυρού. Το φρούριο σιγά σιγά άρχισε να χάνει την δύναμή του και στις 16 Σεπτεμβρίου 1669 παραδόθηκε με ήπιους όρους. Οι απώλειες για όλο το νησί ήταν τρομακτικές. Από 500.000 κατοίκους που είχε το νησί πριν τον πόλεμο, μετά τα όσα πέρασε έφθασε τους 50.000. Οι πόλεις καταστράφηκαν και οι κάτοικοι εκδιώχτηκαν στα βουνά. Κάθε είδος πολιτισμού χάθηκε, ενώ η ορθοδοξία ήταν η μόνη που στήριξε τους Κρητικούς παρόλο που οι Τούρκοι κατέστρεφαν τις εκκλησίες ή τις έκαναν τζαμιά. Η κτηνοτροφία χάθηκε ενώ η γεωργία ήταν για τους κατοίκους ένα είδος δουλείας αφού η βαριά φορολογία έπαιρνε σχεδόν όλη την σοδειά. Στον αποδεκατισμό του λαού συνέβαλε το παιδομάζωμα όπου κάθε παιδί από 8– 13 ετών πήγαινε με την βία και εξισλαμιζόταν ώστε να γίνει δυνάστης του λαού του. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Οι πρώτες επαναστατικές δραστηριότητες



Όμως ο Κρητικός λαός αν και εξουθενωμένος παρουσίασε σημάδια αναζήτησης της ελευθερίας. Αρχικά με τους χαϊνηδες που ήταν αντάρτες και ζούσαν κρυμμένοι στα βουνά. Η πρώτη επαναστατική δραστηριότητα έγινε 23 χρόνια μετά από την κατάκτηση της Κρήτης με την επανάσταση του Μοτσενίγου στις 17 Ιουλίου 1692 που όμως καταπνίγηκε. Η επανάσταση του Δασκαλογιάννη που ξεκίνησε στα Σφακιά το 1770 είχε και αυτή ατυχής κατάληξη. Όμως οι Κρητική φλόγα για την ελευθερία ολοένα και φούντωνε παρόλο που η δύναμη του νησιού ήταν μικρή και η απόσταση από την ηπειρωτική Ελλάδα ήταν μεγάλη. Ακόμα δεν υπήρχε ένας αρχηγός που θα οργάνωνε την επανάσταση. Η είδηση του Μεγάλου Ξεσηκωμού του Γένους έφτασε αργά στην Κρήτη από έμπορους Σφακιανούς. Στις 21 Μαΐου 1821 έγινε συνέλευση στα Σφακιά όπου αποφασίστηκε και οργανώθηκε η επανάσταση. Οι μάχες που γίνονταν ήταν τρομερές. Οι Έλληνες ολοένα και κέρδιζαν έδαφος, με τους Τούρκους όμως για αντίποινα να σφάζουν γυναικόπαιδα. Πρώτα ελευθερώθηκε το δυτικό μέρος και σιγά σιγά οι επαναστάτες προχωρούσαν προς το κέντρο. Η έλλειψη συντονισμού και ηγέτη της επανάστασης ήταν αισθητή. Οι Κρητικοί ζήτησαν από τον Υψηλάντη να ορίσει έναν αρχηγό, μετά από κάποιες προτάσεις και αρνήσεις ορίστηκε αρχηγός ο Μιχ. Κομνηνός Αφεντούλιεφ, που αποδείχθηκε άπειρος για την Κρητική επανάσταση. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Κατάπνιξη της επανάστασης. Μωχαμέτη Αλή

Βλέποντας οι Τούρκοι ότι δεν μπορούσαν να υποτάξουν τους επαναστάτες ζήτησαν βοήθεια από την Αίγυπτο. Έτσι στις 28 Μαΐου 1822 ο Μωχαμέτη Αλή μαζί με πολυάριθμο στρατό και στόλο αποβιβάστηκε ανενόχλητος στην Σούδα. Οι μάχες που γίνονταν ήταν σκληρές μιας και ο αριθμός των κατακτητών ήταν πολύ μεγάλος, όμως οι Κρητικοί δεν έπαψαν να πολεμούν γενναία. Παρά τις παρακλήσεις για βοήθεια από την υπόλοιπη Ελλάδα δεν υπάρχει καμία απάντηση. Τον Νοέμβριο του 1822 αποφασίστηκε η αντικατάσταση του Αφεντούλιεφ από τον Εμμ. Τομπάζη που έφτασε στην Κρήτη 20 Μαΐου. Ο νέος αρμοστής όμως αποδείχθηκε μοιραίος για την εξέλιξη της επανάστασης. Ενώ οι κατακτητές δυνάμωναν από τις Αιγύπτειες δυνάμεις, η λάθος στρατηγική του Τομπάζη σιγά σιγά κατέπνιγε την επανάσταση. Στις 12 Απριλίου 1824 ο Τομπάζης έφυγε από την Κρήτη και μαζί μ' αυτόν έσβηνε η επανάσταση. Οι μόνοι που αντιστέκονταν ήταν οι “καλησπέριδες”, οι χαϊνηδες δηλαδή που ήταν κρυμμένοι στα βουνά και έκαναν κλεφτοπόλεμο προκαλώντας σημαντικές ζημιές στα Τούρκικα στρατεύματα. Η προσφορά της Κρήτης στην εδραίωση της Ελληνικής επανάστασης ήταν μεγάλη. Για 3 χρόνια η Κρήτη κράταγε απασχολημένο τον στρατό του Μωχαμέτη Αλή στο νησί χωρίς να μπορεί να επιτεθεί στην υπόλοιπη Ελλάδα. Ακόμα πολλοί ήταν οι εκπατρισμένοι Κρητικοί που βοήθησαν στην ηπειρωτική Ελλάδα. Παρόλα αυτά όμως



οι εγκέφαλοι της Ελληνικής Επανάστασης δεν το αναγνώρισαν, όπως και πολλοί ιστορικοί μετέπειτα. Γραμβούσα. Στις 2 Αυγούστου 1824, 15 Σφακιανοί καταλαμβάνουν την Γραμβούσα που έγινε κέντρο των επαναστατικών επιχειρήσεων των επόμενων ετών. Η φλόγα της επανάστασης άρχισε να φουντώνει ξανά παρά τα όσα οι Κρητικοί έχουν περάσει. Πολλές ήταν οι μάχες που έγιναν όπως και οι προσπάθειες για την αναζωπύρωση της επανάστασης σε όλο το νησί. Ο κλεφτοπόλεμος, οι νυχτερινές ενέδρες και το ταμπούρωμα στα βουνά ήταν η κύρια στρατηγική των Κρητικών. Η έλλειψη ενός ηγέτη της επανάστασης ήταν το πρόβλημα της οργάνωσης. Έτσι στις 5 Ιανουαρίου 1828 ο Χατζημιχάλης Νταλιάνης αποβιβάστηκε στην Γραμβούσα ως ο νέος αρμοστής. Κατά το ταξίδι του προς την Κρήτη συναντήθηκε με τον Ιωάννη Καποδίστρια όπου η στάση του ως προς την Κρητική επανάσταση ήταν ψυχρή. Οι μάχες που έγιναν με αποκορύφωση την πολιορκία στο Φραγκοκάστελο ήταν σκληρές και άνισες μπροστά στον πολυάριθμο Τούρκικο στρατό ενώ ο Νταλιάνης σκοτώθηκε ηρωικά. Νέος αρμοστής ορίστηκε ο Γερμανός βαρόνος Ρέινεκ που έμεινε ως τον Μάρτιο του 1829 και πήρε την θέση του ο φιλοπόλεμος Χάιν. Τα χρόνια 1828 και 1829 ο αγώνας δυναμώθηκε και οι Κρητικοί απελευθέρωναν όλο και περισσότερα χωριά. Όμως το μέλλον της Κρήτης δεν διαγραφόταν από τις νίκες των Κρητικών αλλά από τους διπλωμάτες Ευρωπαίους. Στο οριστικό πρωτόκολλο του Λονδίνου στις 30 Φεβρουαρίου 1830 όπου αποφασίστηκαν τα οριστικά σύνορα του Ελληνικού κράτους η Κρήτη δεν ήταν μέσα, με αποτέλεσμα την απογοήτευση των Κρητικών αφού ο πολυετής αγώνας δεν δικαιώθηκε. Με την παρέμβαση των Μ. Δυνάμεων έγινε ανακωχή που όμως οι Τούρκοι ποτέ δεν κράτησαν. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Αίγυπτος - Νέα διοίκηση

Στις 22 Ιανουαρίου 1831 η Κρήτη πέρασε στα χέρια των Αιγυπτίων σαν προσφορά του σουλτάνου στον Μοχάμεντ Αλή για τις υπηρεσίες του. Η νέα διοίκηση του νησιού προσπάθησε να φέρει γαλήνη και ηρεμία. Όμως η βαριά φορολογία και οι αδικίες σε βάρος των Κρητικών τους έφεραν στην απόφαση για νέο ξεσηκωμό. Με την συνθήκη των Παρισίων το 1856 οι Κρητικοί κατείχαν κάποια προνόμια που όμως πολλές φορές παραβιάζονταν. Στις 21 Αυγούστου 1866 αποφασίστηκε νέα επαναστατική δράση που βρήκε τους Κρητικούς με παλαιό οπλισμό και λιγότερους σε αριθμό από τους κατακτητές που ήταν εκπαιδευμένοι και με σύγχρονο οπλισμό. Οι Κρητικοί όμως ήξεραν τον τόπο τους πολύ καλά και μπόρεσαν να αμυνθούν και να οργανωθούν στα βουνά και στα στενά περάσματα. Στην Αθήνα ιδρύθηκε η “Κεντρική υπέρ των Κρητών Επιτροπή” όπου βοήθησε πολύ την επανάσταση με όπλα και τρόφιμα που μεταφέρονταν με πλοία στο νησί. Στην Μονή Αρκαδίου έγινε μία από τις σημαντικότερες μάχες του Κρητικού αγώνα εκεί οι πολιορκημένοι ανατινάχτηκαν όταν οι



Τούρκοι μπήκαν στην Μονή. Η μάχη αυτή μαθεύτηκε σε όλη την Ευρώπη και πολλοί βοήθησαν στην επανάσταση με κάθε τρόπο. Τον Ιανουάριο του 1869 οι Μ. Δυνάμεις ανάγκασαν την Ελλάδα να μην στέλνει βοήθεια στο νησί. Την Άνοιξη του 1877 ξέσπασε πόλεμος ανάμεσα στην Ρωσία και την Τουρκία με αποτέλεσμα την οργάνωση των Κρητών όπου τον Οκτώβριο του 1878 υπογράφηκε η σύμβαση της Χαλέπας που έδινε κάποια σημαντικά προνόμια στους Κρητικούς όχι όμως την πολυπόθητη ένωση με την Ελλάδα. Τότε μεταξύ των Κρητικών ξέσπασε διχόνοια και χωρίστηκαν σε δύο κόμματα των Φιλελευθέρων και των Συντηρητικών. Οι Τούρκοι εκμεταλλεζόμενοι την κατάσταση εξέδωσαν φερμάνι όπου καταργούσαν πολλά από τα προνόμια. Η παρέμβαση των Μ. Δυνάμεων ήταν ανθελληνική, αφού με τα κανόνια τους χτύπησαν τους Έλληνες στο Επαναστατικό Στρατόπεδο του Ακρωτηρίου και πρόσφεραν βοήθεια στους πολιορκημένους Τούρκους. Έτσι οι Κρητικοί δέχτηκαν την αυτονομία. Ηρωική ήταν η πράξη του Σπύρου Καγιαλέ όπου όταν οι Ευρωπαίοι έσπασαν τον ιστό της σημαίας, αυτός έκανε το σώμα του ιστό για να κρατηθεί η σημαία ψηλά. Στις 2 Νοεμβρίου 1898 ο τελευταίος Τούρκος στρατιώτης εγκαταλείπει το νησί. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Αγώνας για την ένωση

Η άφιξη του πρίγκιπα Γεωργίου ως ύπατου αρμοστή των Μεγάλων δυνάμεων άνοιξε τον δρόμο προς την δικαίωση του πολυετή Κρητικού αγώνα. Ο νέος αρμοστής εγκαταστάθηκε στο προάστιο Χαλέπα των Χανίων και είχε κύριο μέλημα την σωστή λειτουργία της Κρήτης μετά την αυτονομία. Έτσι σχηματίστηκε κυβέρνηση και σύνταγμα με τον Ελ. Βενιζέλο ως υπουργό δικαιοσύνης. Η παρουσία των μεγάλων δυνάμεων ήταν έντονη αφού κατείχαν τις κυριότερες πόλεις. Ακόμα η ένωση του νησιού με την υπόλοιπη Ελλάδα δεν φαινόταν, ενώ κάθε μια από τις μεγάλες δυνάμεις είχε συμφέροντα στο νησί. Έτσι επήλθε ρήξη μεταξύ του νέου αρμοστή και του Ελ. Βενιζέλου όπου υποχώρησε μετά τα συκοφαντικά δημοσιεύματα στον Αθηναϊκό τύπο που ήταν έργο του πρίγκιπα. Ο Ελ. Βενιζέλος όμως οργανώθηκε και με την υποστήριξη σημαντικών προσωπικοτήτων της Κρήτης κήρυξε στο Θέρισο επανάσταση. Εκεί οργανώθηκε “Προσωρινήν Κυβέρνησιν Κρήτης” η οποία τύπωσε εφημερίδα, γραμματόσημα και έκανε εσωτερικό δάνειο 100.000 δρχ. Οι μικροσυρράξεις ήταν αναπόφευκτες και τον Νοέμβριο του 1905 υπεγράφη στις Μουρνιές πρωτόκολλο τερματισμού της επανάστασης με θρίαμβο του Βενιζέλου. Νέος αρμοστής ορίστηκε ο Αλεξ. Ζαΐμης τον Δεκέμβριο 1906. Στις 24 Σεπτεμβρίου η κυβέρνηση της Κρητικής Πολιτείας εξέδωσε ψήφισμα όπου υπήρχε η ένωση της Κρήτης με την Ελλάδα, όμως δεν αναγνωρίστηκε από την Ελληνική κυβέρνηση. Ο πόθος για την ένωση ήταν μεγάλος και όταν υψώθηκε Ελληνική σημαία στο φρούριο Φιρκά οι μεγάλες δυνάμεις ενοχλήθηκαν και τον



Αύγουστο του 1909 αποβιβάστηκαν 250 άνδρες και έκοψαν τον ιστό της σημαίας που υπήρχε πάντα όμως στις καρδιές των Κρητικών. Η ανάληψη της διακυβερνήσεως της Ελλάδας από τον Ελ. Βενιζέλο έδωσε ελπίδες για την ένωση. Όμως ο Βενιζέλος σαν σωστός πολιτικός περίμενε την κατάλληλη στιγμή που θα ενεργούσε αφού γνώριζε ότι η θέση του ήταν λεπτή. Έτσι την 1η Οκτωβρίου 1912 και ύστερα από την κήρυξη πολέμου της Ιταλίας στην Τουρκία ο Ελ. Βενιζέλος κάλεσε τους Κρήτες βουλευτές να λάβουν μέρος στη συνεδρίαση της Ελληνικής βουλής όπου ανακοινώθηκε το ένα κοινοβούλιο για Ελλάδα και Κρήτη. Όμως η αυτονομία συνέχιζε μέχρι την νίκη των βαλκανικών πολέμων όπου άνοιξε ο δρόμος για την ένωση. Η επίσημη ένωση της Κρήτης με την Ελλάδα έγινε την 1^η Δεκεμβρίου 1913 όπου υψώθηκε στον Φιρκά η Ελληνική σημαία. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

Η συμβολή της Κρήτης στην Ελλάδα

Πριν ακόμη η Κρήτη ενωθεί με την Ελλάδα, συνέβαλε ουσιαστικά στην ιστορία της. Πολλοί ήταν οι Κρήτες Μακεδονομάχοι όπου κατά τα χρόνια 1902 – 1908 του πολέμου αυτού έδωσαν σκληρές μάχες. Σε 3.000 υπολογίζονται οι Κρητικοί που εθελοντικά πολέμησαν. Όμως η σημαντικότερη ίσως βοήθεια της Κρήτης στην Ελλάδα ήταν με τον Ελευθέριο Βενιζέλο. Στις σελίδες που αναφέρονται στις βιογραφίες υπάρχουν περισσότερα στοιχεία για την δράση του Ελ. Βενιζέλου. Κατά τη δικτατορία του Μεταξά και όταν τον Νοέμβριο του 1936 επισκέφτηκε την Κρήτη μαζί με τον βασιλιά Γεώργιο, στα Χανιά ο δήμαρχος της πόλης Μουντάκης ευθαρσώς ζήτησε από τον βασιλιά να διώξει τον δικτάτορα ενώ παράλληλα οπλισμένοι Κρήτες στο Βαρύπετρο ήταν έτοιμοι να συλλάβουν τους επισκέπτες και να τους μεταφέρουν στο Θέρισο. Όμως αυτό δεν έγινε αφού τα λόγια του βασιλιά αποπροσανατόλισαν τους επαναστάτες. Το 1938 όμως στα Χανιά ξέσπασε κίνημα κατά του Μεταξά που είχε άδοξο τέλος αφού δεν υπήρξε υποστήριξη από την υπόλοιπη Ελλάδα. Στην αποτυχία συνέβαλε και η απουσία του Ελ. Βενιζέλου που είχε πεθάνει 2 χρόνια νωρίτερα.

Ο πόλεμος του 1940

Σημαντική ήταν η συμβολή της Κρήτης κατά το Έπος του 1940. Η 5^η μεραρχία πολέμησε θαρραλέα και σχηματίστηκε ένας θρύλος γύρο από το όνομά της. Η γεωγραφική θέση του νησιού ήταν από χρόνια πόθος των κατακτητών, έτσι και τώρα οι Γερμανοί ήθελαν την Κρήτη ως βάση ανεφοδιασμού για την μάχη που έδιναν στην Αφρική. Καταστρώθηκε το σχέδιο Mercur (Ερμής) που αν και το γνώριζαν οι Άγγλοι δεν έκαναν τίποτα για την οχύρωση του νησιού. Το σχέδιο αυτό πρόβλεπε επίθεση από αέρα στο νησί. Πρώτος στόχος ήταν το



αεροδρόμιο των Χανίων Μάλεμε όπου θα προσγειώνονταν τα μεταγωγικά. Στις 20 Μαΐου 1941 άρχισε η επίθεση στα Χανιά, το Ρέθυμνο και το Ηράκλειο με αεροπλάνα καθέτου εφορμήσεως Στούκας και με αλεξιπτωτιστές. Η δύναμη των κατακτητών ήταν η αεροκίνητη μεραρχία με 16.000 αλεξιπτωτιστές, η 5^η μεραρχία πεζικού, 350 μεταγωγικά και 750 βομβαρδιστικά. Οι Κρητικοί ήταν άοπλοι, αφού ο Μεταξάς πήρε τα κυνηγετικά όπλα και αρνήθηκε τον εξοπλισμό των Κρητικών από τους Άγγλους. Με μοναδική βοήθεια τα γεωργικά τους εργαλεία, οικιακά σκεύη και λίγα όπλα που είχαν κρύψει, αλλά κυρίως την γενναία ψυχή και την θέληση για λευτεριά αντιστάθηκαν για 10 μέρες. Ο Χίτλερ δεν είχε υπολογίσει σωστά τον Κρητικό λαό και έτσι ματαιώθηκαν λόγω της μάχης της Κρήτης επιθέσεις ενάντια στη Μάλτα, την Κύπρο και την Μ. Ανατολή. Ακόμη καθυστέρησε για 10 πολύτιμες μέρες η επίθεση κατά της Ρωσίας. Τα αντίποινα από τους Γερμανούς ήταν φρικτά. Σκότωναν αδιακρίτως παιδιά, γυναίκες και γέρους ενώ έκαψαν πολλά χωριά, ένα από αυτά ήταν και η Κάνδανος η οποία καταστράφηκε ολοσχερώς. Όμως οι Κρητικοί δεν έπαψαν να αγωνίζονται σε Ελλάδα και εξωτερικό ενώ με την βοήθεια Άγγλων κομάντος έκαναν σαμποτάζ και απασχολούσαν τον κατακτητή μη μπορώντας να ασχοληθεί με άλλες μάχες και κατακτήσεις. Σημαντική ήταν η απαγωγή του Γερμανού στρατηγού Κράιπε από τα Σπήλια Ηρακλείου στις 13 Αυγούστου 1944 από Κρητικούς και Άγγλους κομάντος. Η Κρήτη συνεχίζει να παίζει σημαντικό ρόλο όχι μόνο για την Ελλάδα αλλά και ολόκληρη την Ευρώπη μιας και κατέχει μια πολύ σημαντική γεωγραφική θέση που για αιώνες ήταν πόθος των κατακτητών της. (<http://cretanhistory.tripod.com>)

3.3. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Η περιοχή της Κρήτης είναι έκτη κατά σειρά τουριστική ζώνη της Ελλάδας, με συμμετοχή 6% περίπου στη συνολική της κίνηση. Εκείνο που πρέπει να σημειωθεί είναι ότι από πλευράς αλλοδαπού τουρισμού βρίσκεται σε καλύτερη θέση από την Κέρκυρα και τρίτη στη σειρά ύστερα από την Αθήνα και τη Ρόδο. Η Κρήτη σαν διεθνές τουριστικό κέντρο ήταν γνωστή από την προπολεμική περίοδο, χάρη κυρίως στους αρχαιολογικούς της θησαυρούς, που την έκαναν γνωστή σ' όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα στους λαούς που είχαν έφεση να γνωρίσουν τον ελληνικό πολιτισμό. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο ότι και σήμερα το 50% του ξένου τουρισμού της Κρήτης προέρχεται από την Αγγλία και τη Γερμανία. Πρόσφατα η Κρήτη «ανακαλύφθηκε» και από Σκανδιναβούς.

Η γεωγραφική της θέση που την τοποθετεί σε ίση απόσταση μεταξύ Ευρώπης, Ασίας και Αφρικής, αποτελεί ευνοϊκό παράγοντα για την προσέλαση της απ' όλες τις αγορές -



προελεύσεις τουριστών. Άλλωστε η ίδια θέση της στον 35ο παράλληλο δημιουργεί γι' αυτή και ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες οι όποιες της επιτρέπουν ν' αναπτύσσει τουρισμό και κατά τους ακραίους μήνες.

Παράλληλα το νησί είναι πλούσιο σε φυσικές ομορφιές (Λευκά Όρη, Ίδη, φαράγγι της Σαμαριάς, παραλίες Ηρακλείου και Αγ. Νικολάου, Αρχαιολογικά σπήλαια, Μάταλα, τοπίο με εναλλαγές βουνού - κάμπου, δενδροφυτευμένων πλαγιών και γαλάζιου ουρανού). Από άποψη πολιτιστικών στοιχείων η Κρήτη παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον με την ιστορία της των 4.000 χρόνων, πού καλύπτει όλες τις εποχές. Από τ' ανάκτορα του Μίνωα στην Κνωσό και Φαιστό, τα Ρωμαϊκά ευρήματα στη Γόρτυνα, τα βενετσιάνικα κάστρα σ' όλο το νησί, τα μεσαιωνικά τείχη μέχρι και τους τούρκικους μιναρέδες, παρελαύνει όλη η πολιτιστική κληρονομιά της, που έλκει τόσο πολύ το τουριστικό κοινό. Ακόμα το Ιστορικό και Αρχαιολογικό Μουσείο του Ηρακλείου με τα πλούσια εκθέματα και τη μοναδική συλλογή χρυσών κοσμημάτων, συμπληρώνει τον πολιτιστικό της θησαυρό.

Η Κρήτη σκιερά διαθέτει δύο διεθνή τουριστικά κέντρα, το Ηράκλειο και τον Αγ. Νικόλαο, που συγκεντρώνουν το 90% περίπου των ξένων επισκεπτών του νησιού. Ένα ποσοστό πού πλησιάζει το 80% της ξένης πελατείας της «μπαίνει» στο νησί με αεροπλάνα ναυλωμένων πτήσεων (charters) μέσω του διεθνούς αεροδρομίου του Ηρακλείου. Από άποψη μέσω φιλοξενίας η Κρήτη σαν νέος προορισμός διαθέτει, συγκριτικά με άλλες ζώνες το «νεώτερο» ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας και ακόμα παρουσιάζει την πιο δυναμική εξέλιξη. Το δυναμικό της είναι διάσπαρτο σε διάφορες τουριστικές εστίες του νησιού, που συγκεντρώνουν κυρίως εσωτερικό τουρισμό. Θα πρέπει να σημειώσουμε ακόμα ότι η Κρήτη μαζί με την Ρόδο και την Κύπρο, αποτελούν το δυναμικό τρίγωνο του τουρισμού των κρουαζιέρων στην ανατολική λεκάνη της Μεσογείου. Είναι ο δρόμος πού ακολούθησαν οι «σταυροφόροι» από την Ευρώπη για να πάνε στους Άγιους Τόπους. Αναλυτικότερα, τώρα σε ότι αφορά τα γεωγραφικά – μορφολογικά στοιχεία η Περιφέρεια Κρήτης έχει συνολική έκταση 8.335 χμ² και καλύπτει το 6,3% της συνολικής έκτασης της χώρας. Ο πληθυσμός της περιφέρειας Κρήτης ανέρχεται σε 562.276 κατοίκους σύμφωνα με την εκτίμηση της ΕΣΥΕ για το 1998, που είναι το 5,3% του συνολικού πληθυσμού της χώρας. Ο ρυθμός αύξησης του πληθυσμού της περιφέρειας είναι σχεδόν διπλάσιος από τον ρυθμό αύξησης του πληθυσμού της χώρας στην εξαετία '93-'98 (2,58% έναντι 1,56%). Η πληθυσμιακή πυκνότητα της περιφέρειας Κρήτης είναι μικρότερη της αντίστοιχης εθνικής (67,5 έναντι 79,7 κατοίκων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο).

Ο αστικός πληθυσμός ανέρχεται στο 42% του συνολικού πληθυσμού (1991) και παρουσιάζει τάση αύξησης σε σχέση με το 1981. Ο αγροτικός πληθυσμός ανέρχεται στο 46% του



συνολικού και παρουσιάζει μείωση, ενώ ο ημιαστικός πληθυσμός παραμένει σταθερός και ανέρχεται στο 12% του συνόλου.

Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Περιφέρειας Κρήτης είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο μέσο κατά κεφαλήν ΑΕΠ, της χώρας. Συγκεκριμένα ανέρχεται στο 105,7% του μέσου κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας για το έτος 1994, παρουσιάζοντας μία ελαφρά βελτίωση σε σχέση με το έτος 1989 που ήταν 104,7%.

Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Περιφέρειας αντιστοιχεί στο 75% του μέσου κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 1996 και κατατάσσεται στις φτωχές Περιφέρειες της Ε.Ε., βελτιώνοντας όμως τη θέση της σε σχέση με το έτος 1986, που ανερχόταν στο 57% του μέσου κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Ένωσης και βρισκόταν στην 21η θέση μεταξύ των Περιφερειών με το χαμηλότερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Η Περιφέρεια παράγει το 5,7% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας. Στον πρωτογενή τομέα παράγεται το 31%, στον δευτερογενή το 13% και στον τριτογενή τομέα το 56% του περιφερειακού Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τη χώρα είναι 15% για τον πρωτογενή τομέα, 25% για τον δευτερογενή και 60% για τον τριτογενή. Το μεγαλύτερο μέρος του ΑΕΠ της Περιφέρειας παράγεται στο Ν. Ηρακλείου (51,1%), ενώ ακολουθούν οι νομοί Χανίων (23,4%), Λασιθίου (13,7%) και Ρεθύμνης (11,8%).

Όσον αφορά την παραγωγικότητα, η Περιφέρεια βρίσκεται στο ίδιο ακριβώς επίπεδο με τη χώρα, ενώ υστερεί σε σχέση με την παραγωγικότητα της Ε.Ε. Συγκεκριμένα, το έτος 1996 η παραγωγικότητα της Κρήτης καλύπτει το 72% του Μ.Ο. της Ε.Ε. (Μ.Ο. Ελλάδας = 72%), παρουσιάζοντας όμως συνεχή βελτίωση τα τελευταία χρόνια, (το 1993 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 69%, ενώ το 1988 ήταν 64%).

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της Περιφέρειας Κρήτης ανέρχεται σε 229,6 χιλ., ενώ οι απασχολούμενοι σε 219,1 χιλ. (1997). Η διαχρονική εξέλιξη του ενεργού πληθυσμού και της απασχόλησης τα τελευταία χρόνια (1993-97) παρουσιάζει αύξηση, γεγονός που συμβαδίζει με τη διαχρονική αύξηση του συνολικού πληθυσμού της Περιφέρειας.

Το 37,8% των απασχολούμενων εργάζονταν στον πρωτογενή τομέα, το 12,5% στον δευτερογενή και το 49,7% στον τριτογενή τομέα, ενώ τα αντίστοιχα εθνικά ποσοστά είναι 19,8%, 22,5% και 57,7% (1997).

Όσον αφορά τη διαχρονική εξέλιξη της τομεακής σύνθεσης της απασχόλησης, κατά διάρκεια της περιόδου 1993-1997 παρατηρείται μια τάση ενίσχυσης του τριτογενή και του πρωτογενή τομέα, ενώ στον δευτερογενή τομέα παρατηρείται σχετική κάμψη.



Το ποσοστό ανεργίας στην Περιφέρεια το έτος 1997 φθάνει το 4,6% και βρίσκεται σε σημαντικά χαμηλότερο επίπεδο από το αντίστοιχο εθνικό που ανέρχεται στο 10,3%. Η διαχρονική εξέλιξη της ανεργίας της Περιφέρειας Κρήτης τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μικρή αύξηση. Συγκεκριμένα, το ποσοστό ανεργίας το έτος 1993 ήταν 4,2%, ενώ το 1997 έφθασε στο 4,6% (τα αντίστοιχα εθνικά ποσοστά ανεργίας είναι 9,7% και 10,3%). Η κατάσταση είναι καλύτερη στην Περιφέρεια από ό,τι στη χώρα, όσον αφορά τις ειδικές κατηγορίες ανέργων. Το ποσοστό ανεργίας για τις γυναίκες είναι 7,3%, ενώ οι νέοι άνεργοι καταλαμβάνουν το 20,7% των ανέργων, σε αντιστοιχία με τη χώρα όπου τα ποσοστά είναι 15,9% και 32,3%. Το ποσοστό μακροχρόνιας ανεργίας για την Κρήτη ανέρχεται στο 49,7%, ενώ για τη χώρα στο 57,1%. Η έντονη κυκλικότητα και εποχικότητα των βασικών δραστηριοτήτων της τοπικής οικονομίας απαιτούν αυξημένη πολυειδίκευση με στόχο την αύξηση της κινητικότητας του εργατικού δυναμικού.

Το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων της Περιφέρειας Κρήτης εμφανίζει αποκλίσεις, σε σχέση με το σύνολο της χώρας. Παρουσιάζεται υστέρηση σε πτυχιούχους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και σε αποφοίτους μέσης εκπαίδευσης, ενώ η εξειδίκευση της οικονομίας στον πρωτογενή τομέα και τον τουρισμό δημιουργεί υψηλές απαιτήσεις σε δεξιότητες και ειδικεύσεις. Σύμφωνα με στοιχεία της έρευνας εργατικού δυναμικού της ΕΣΥΕ για το 1997, ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 50,3% του ενεργού πληθυσμού έχει εκπαίδευση μέχρι και το Δημοτικό (έναντι του 38,1% της χώρας). Το 32,3% έχει απολυτήριο γυμνασίου ή λυκείου, ενώ το υπόλοιπο 16,5% έχει ανώτερες και ανώτατες σπουδές (ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά σε εθνικό επίπεδο είναι 39% και 22,9%). Ο τουρισμός στην Κρήτη είναι ο πιο δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος. Το ΑΕΠ του τομέα σημειώνει συνεχή αύξηση από 8.844 εκ. δρχ. το 1981 σε 13.863 εκ. δρχ. το 1991 και 15.933 εκ. δρχ. το 1994. Σημειώνεται ότι για το διάστημα 1991-94 η αύξηση του ΑΕΠ του τουρισμού για την Κρήτη είναι μεγαλύτερη από εκείνη της χώρας. Αυξημένη είναι και η απασχόληση στον τουρισμό (στα ξενοδοχεία και εστιατόρια της Κρήτης απασχολείται το 8,5% του ενεργού πληθυσμού) με ποσοστό διπλάσιο σχεδόν του αντίστοιχου της χώρας. Η αυξημένη ζήτηση των τελευταίων χρόνων οδήγησε σε σημαντικές επενδύσεις σε ξενοδοχειακές μονάδες, με αποτέλεσμα την ποσοτική και ποιοτική αναβάθμιση της ξενοδοχειακής υποδομής. Ο κλάδος, ωστόσο, παρά τη δυναμικότητα του, αντιμετωπίζει προβλήματα. Η εποχικότητα οδηγεί σε αδράνεια το κεφαλαιουχικό και ανθρώπινο δυναμικό από Νοέμβριο μέχρι τις αρχές Απριλίου, παρά τις μέχρι σήμερα υλοποιημένες δράσεις για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Σχετικά με τις μεταφορές, τα λιμάνια και τα αεροδρόμια της Κρήτης αποτελούν καθοριστική παράμετρο τόσο στον τομέα του τουρισμού και της διακίνησης των παραγόμενων προϊόντων, όσο και στην κάλυψη αναγκών μετακίνησης του πληθυσμού. Μέσω του Βορείου Οδικού



Άξονα εξυπηρετείται όλη η βόρεια παραλιακή ζώνη όπου παράγεται το 79% του ακαθάριστου εισοδήματος από τουρισμό στην Κρήτη και εξυπηρετείται το 74% του συνολικού πληθυσμού της Περιφέρειας. Σημαντικές είναι οι ανάγκες για βελτίωση και ολοκλήρωση του Νοτίου Οδικού Άξονα που συνδέει τις σημειακές τουριστικές αναπτύξεις και τις περιοχές εντατικών καλλιεργειών με τους εγκάρσιους κάθετους άξονες. (Καρδαμάκη Ε. και Μανουσάκη Α. 2002)

3.3.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς της οικονομίας της Κρήτης και συγκεντρώνει το 25% των ιδιωτικών τουριστικών υποδομών της χώρας. Γενικό παρουσιάζει μια ικανοποιητική απόδοση τα τελευταία χρόνια παρά το γεγονός ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν παρουσιάζουν πάντα το απαιτούμενο επίπεδο ποιότητας. Τα τουριστικά προϊόντα της Κρήτης εξακολουθούν να κινούνται σε αγορές υψηλού ανταγωνισμού.

Η Κρήτη παραμένει ένας "παραδοσιακός" προορισμός αναψυχής που προσφέρει ήλιο, θάλασσα, παραλίες και πολιτιστικά μνημεία. Η ζήτηση τουριστικών πακέτων, που στηρίζονται στα παραπάνω εξακολουθεί να αυξάνεται με χαμηλούς ρυθμούς ενώ παράλληλα μεταβάλλονται με ταχύτατους ρυθμούς οι απαιτήσεις των καταναλωτών, για προορισμούς που διαθέτουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας όσον αφορά τη διαμονή, διατροφή, το φυσικό περιβάλλον και τις παρεχόμενες εναλλακτικές λύσεις ψυχαγωγίας. Ενώ οι κανόνες του παιχνιδιού που διαμορφώνουν οι δραστικές μεταβολές στο εξωτερικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικοί και απαιτητικοί, η βασική σύνθεση των τουριστικών προϊόντων της Κρήτης μεταβάλλεται με αργούς ρυθμούς. Οι ρυθμοί αυτοί δεν μπορούν να εγγυηθούν τη διατήρηση του περιφερειακού εισοδήματος από τον τουρισμό και το μερίδιο της Κρήτης στην τουριστική αγορά, εάν δεν αναληφθούν δράσεις αναβάθμισης των υπηρεσιών και εμπλουτισμού των τουριστικών προϊόντων της. Σ' αυτήν την κατεύθυνση δομείται η στρατηγική για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Κρήτης.

Υπό το πρίσμα αυτό οι βασικές επιδιώξεις του προγράμματος, οι οποίες εναρμονίζονται με τις αντίστοιχες του Εθνικού προγράμματος Ανταγωνιστικότητας είναι οι παρακάτω:

- Η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε όλους τους τομείς που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν και η διατήρηση του επιπέδου της ποιότητας αυτής μέσω του ολοκληρωμένου εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων και των



επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα θα χρηματοδοτήσει την αναβάθμιση 5.000 κλινών περίπου, ποσό το οποίο αποτελείτο 10% των επιλέξιμων βάσει του 2601/98 και του κανόνα *deminimis* για ενίσχυση κλινών.

- Ο εμπλουτισμός της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος,
- με την ανάπτυξη ειδικών υποδομών που μπορούν να διαφοροποιήσουν την ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας που στηρίζονται στην αξιοποίηση καινοτομιών και τεχνολογιών που έχουν ήδη αναπτυχθεί στην Περιφέρεια Κρήτης, με τη συμβολή και των ερευνητικών ιδρυμάτων της Κρήτης (ιατρικός τουρισμός, θαλάσσια πάρκα, τηλεργασία κ.λπ.),
- με τη δημιουργία νέων καταλυμάτων ειδικής μορφής (αγροτουριστικά καταλύματα, κ.λπ.).
- Η δημιουργία προϋποθέσεων για την ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος μέσω της αξιοποίησης και ανάδειξης του πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης (χρηματοδότηση των χώρων υποδοχής επισκεπτών στα μνημεία, της διαχείρισης επισκεπτών, της οργάνωσης παρεχόμενων υπηρεσιών στους επισκέπτες, της οργάνωσης παράλληλων δραστηριοτήτων υψηλής προστιθέμενης αξίας, δράσεων προβολής κ.λπ.)
- Η προβολή των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της Κρήτης και των τουριστικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, που θα δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις προσέλκυσης ομάδων τουρισμού υψηλών απαιτήσεων (εξειδικευμένη προβολή).
- Η μείωση της εποχικότητας (υπό τη διττή έννοια της μείωσης της διακύμανσης της πληρότητας και της επέκτασης της τουριστικής περιόδου) σε περιοχές όπου είναι δυνατόν να προσφερθούν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα θα υλοποιηθούν με δράσεις που θα προσδιορισθούν από την υπό εκπόνηση στρατηγική, η οποία ολοκληρώνεται στα τέλη του 2000, σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο Εθνικό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας.

Η συνολική δημόσια δαπάνη που διατίθεται σε άμεσες παρεμβάσεις στον τομέα του τουρισμού ανέρχεται σε 16.993 KEURO που εμπεριέχεται στα εξής μέτρα:

- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού (8.498 KEURO).
- Εκτακτική ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού (8.495 KEURO).



Πρέπει να επισημανθεί ότι το ποσό των 16.993 ΚΕΥΡΟ που διατίθεται σε άμεσες παρεμβάσεις για τον τομέα του τουρισμού, θα συμπληρωθεί από χρηματοδοτικές παρεμβάσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα, στην Περιφέρεια Κρήτης, οι οποίες θα προσδιοριστούν κατά τη σύνταξη του συμπληρώματος προγραμματισμού του ΕΠ και θα αφορούν τους παρακάτω τομείς:

- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής τουριστικών καταλυμάτων.
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στις τουριστικές ΜΜΕ.
- Δημιουργία περιφερειακών δομών στήριξης τουριστικών επιχειρήσεων.
- Δράσεις προβολής.
- Ολοκληρωμένα προγράμματα επέκτασης της τουριστικής περιόδου (μείωση της εποχικότητας).
- Κατάρτιση - επιμόρφωση προσωπικού.
- Δράσεις διασύνδεσης με τον πολιτισμό.
- Δημιουργία ειδικών υποδομών.

(Καρδαμάκη Ε. και Μανουσάκη Α. 2002)

3.4 ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Βάσει μιας έρευνας που πραγματοποιήθηκε, στο Πολυτεχνείο Κρήτης στο Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης για την Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού στην Κρήτη το 2008, στόχος της ήταν μέσω της τυχαίας δειγματοληψίας να εκτιμηθεί ο βαθμός ανομοιογένειας που χαρακτηρίζει τους επισκέπτες της Κρήτης. Ένα πρώτο σημάδι που συνηγορεί στο συμπέρασμα αυτό είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών που παρουσιάζονται στην παρούσα ενότητα. Αρχικά και σχετικά με την ηλικία των τουριστών, χρησιμοποιήθηκαν 5 ηλικιακές ομάδες:

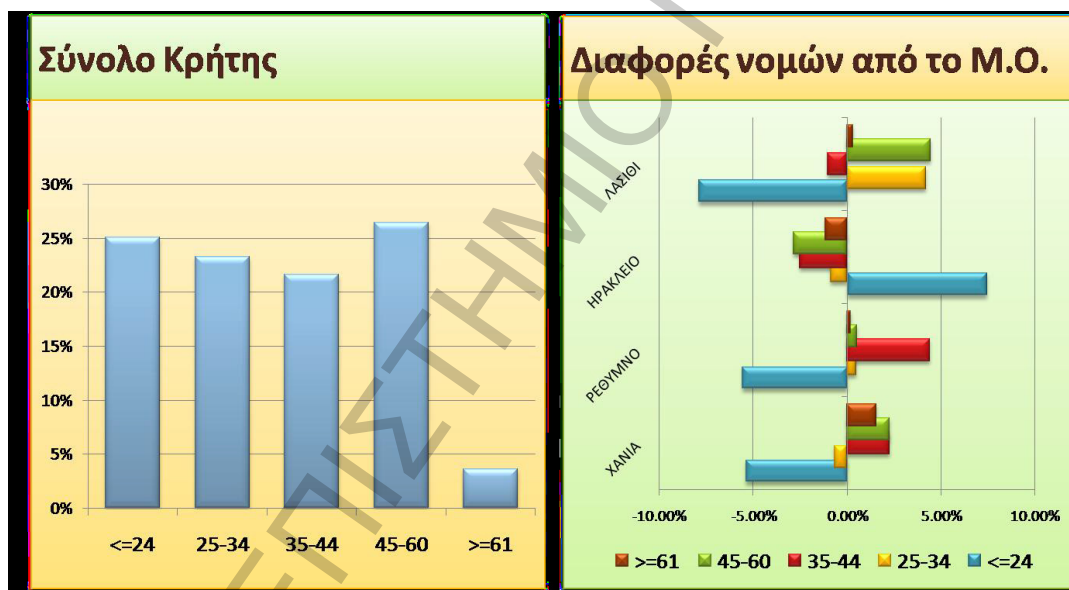
1. Μικρότεροι από 24 ετών
2. 25- 34 ετών
3. 35- 44 ετών



4. 45- 60 ετών
5. 61 ετών και άνω

Οι πρώτες τέσσερις ηλικιακές ομάδες εμφανίζονται σχετικά ισοπληθείς στο σύνολο της Κρήτης, ενώ η τελευταία είναι σημαντικά μικρότερη. (Βλ. διάγραμμα 3.4.1 και 3.4.2). στην κατανομή όμως των ηλικιών παρουσιάζονται σημαντικές διαφορές ανά νομό. Οι διαφορές αυτές απεικονίζονται στο διάγραμμα 3.4.2 όπου στο κέντρο (0%) βρίσκεται ο Μέσος Όρος (Μ.Ο) της Κρήτης και δεξιά αυτού τα θετικά ποσοστά (δηλ. τα ποσοστά ανά νομό που είναι μεγαλύτερα από το μέσο όρο) και αριστερά αυτού τα ποσοστά που είναι μικρότερα από τον αντίστοιχο Μ.Ο. Για παράδειγμα, στον Ν. Ηρακλείου, η ηλικιακή ομάδα των νεαρών τουριστών (μικρότεροι από 24 ετών- ράβδος με μπλε χρώμα) είχε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό σε σχέση με το ποσοστό της ομάδας στο σύνολο της Κρήτης.

Διάγραμμα 3.4.1 Ηλικιακές Ομάδες και 3.4.2 Διαφορές νομών σε ηλικιακό επίπεδο τουριστών



Όσο αφορά στο μορφωτικό επίπεδο των τουριστών διακρίθηκαν τρεις βαθμίδες εκπαίδευσης (Βασική, Δευτεροβάθμια και Ανώτερη/ Ανώτατη εκπαίδευση) με την κατηγορία «Ανώτερη/ Ανώτατη» να παρουσιάζει τα υψηλότερα ποσοστά σε όλους τους νομούς. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικότερα τα ποσοστά για το μορφωτικό επίπεδο των επισκεπτών.

	Βασική	Δευτεροβάθμια	Ανώτερη/ Ανώτατη
ΧΑΝΙΑ	9.13%	44.72%	46.15%
ΡΕΘΥΜΝΟ	6.30%	37.78%	55.92%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	6.13%	44.77%	49.10%

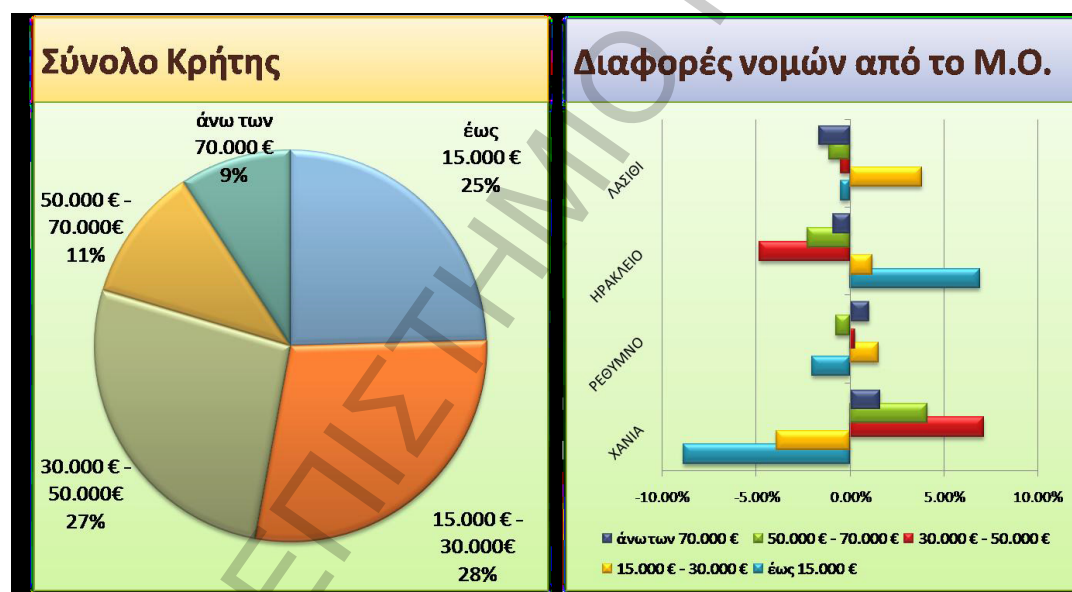


ΛΑΣΙΟΙ	5.32%	35.85%	58.83%
ΣΥΝΟΛΟ ΚΡΗΤΗΣ	6.96%	42.73%	50.31%

Πίνακας 3.4.1 Μορφωτικό επίπεδο των τουριστών ανά Νομό

Για την εκτίμηση του εισοδήματος των επισκεπτών, τους ζητήθηκε να ταξινομήσουν το ετήσιο τους εισόδημα σε μια από τις κατηγορίες «έως 15.000€», «15.000 € - 30.000 €», «30.000 € - 50.000 €», «50.000 € - 70.000 €», και «άνω των 70.000 €». Αξίζει να σημειωθεί πως όλες οι κατηγορίες έχουν σημαντικό ποσοστό στο σύνολο των επισκεπτών, όπως φαίνεται στο σχετικό γράφημα, (διάγραμμα 3.4.3 και 3.4.4) ωστόσο σημαντικές είναι διαφορές ανά νομό. Έτσι ο Ν. Χανίων εμφανίζει πολύ μικρότερα ποσοστά στα χαμηλά εισοδήματα και μεγαλύτερα ποσοστά στα εισοδήματα «30.000 €- 50.000 €» σε αντίθεση με το Ν. Ηρακλείου που εμφανίζει αντίστροφα αποτελέσματα.

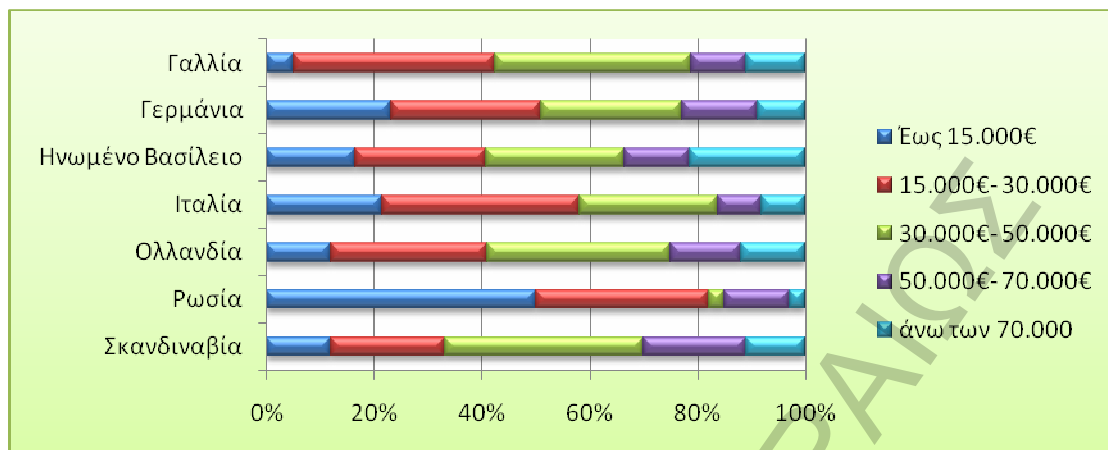
Διάγραμμα 3.4.3 Εισοδηματικό επίπεδο τουριστών και 3.4.4 Εισοδηματικές διαφορές στους εισερχομένους τουρίστες κάθε νομού



Οι κατανομές των εισοδημάτων ανά νομό, φαίνεται να επηρεάζονται από την εθνική σύνθεση των επισκεπτών τους. Για το λόγο αυτό παρατίθεται και η κατανομή του ετησίου εισοδήματος για κάθε μια από τις 7 βασικές εθνικότητες των επισκεπτών (ως Σκανδιναβία ομαδοποιούνται οι χώρες Νορβηγία, Σουηδία και Δανία, ενώ η Ρωσία περιλαμβάνει και τις χώρες της Βαλτικής Εσθονία και Λετονία). Σημειώνεται πως τα συγκεκριμένα αποτελέσματα αφορούν στην απάντηση που δηλώνουν οι ίδιοι οι επισκέπτες και δεν αντιστοιχούν κατ' ανάγκη στις δαπάνες που πραγματοποιούν, όπως παρουσιάζεται αργότερα.



Διάγραμμα 3.4.5 Οικονομικό υπόβαθρο επισκεπτών Κρήτης βάσει των 7 δημοφιλέστερων χωρών



Για την εκτίμηση της εθνικής σύνθεσης των επισκεπτών ανά νομό, παρουσιάζονται οι 5 δημοφιλέστερες εθνικότητες ανά νομό, ως ποσοστό των συνολικών επισκεπτών του κάθε νομού. (Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού για την Κρήτη, Πολυτεχνείο Κρήτης, 2008)

ΧΑΝΙΑ	
ΣΟΥΗΔΙΑ	17.87%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	16.27%
ΔΑΝΙΑ	16.07%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	11.20%
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	10.60%

ΡΕΘΥΜΝΟ	
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	18.49%
ΓΑΛΛΙΑ	11.50%
ΡΩΣΣΙΑ	9.46%
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	7.57%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	7.42%

ΗΡΑΚΛΕΙΟ	
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	18.32%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	17.97%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	12.91%
ΓΑΛΛΙΑ	9.20%
ΙΤΑΛΙΑ	7.54%

ΛΑΣΙΘΙ	
ΓΑΛΛΙΑ	29.06%
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	19.69%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	14.53%
ΙΤΑΛΙΑ	8.44%
ΛΟΠΙΕΣ	5.78%

ΠΙΝΑΚΕΣ 3.4.2 Δημοφιλέστερες εθνικότητες ανά νομό

Όπως προκύπτει από μελέτη της Leo Burnett οι τουρίστες θέλουν να κάνουν περισσότερα ταξίδια «σφηνάκια» (δύο ή τριών ημερών) και να πετάνε με αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους, αναχωρώντας από μικρά αεροδρόμια που βρίσκονται δίπλα στην πόλη τους.



Πέρα από τους μύθους που κυριαρχούν στο ευρωπαϊκό και παγκόσμιο τουριστικό στερέωμα, υπάρχουν και κάποιες αλήθειες, όπως τουλάχιστον αποτυπώνονται σε εξειδικευμένες έρευνες και μελέτες. Αλήθειες που δείχνουν ότι τα ελληνικά ξενοδοχεία έχουν περάσει διεθνώς στο «ακριβό» κομμάτι της αγοράς, ενώ άλλοι, εξίσου ακριβοί, προορισμοί -όπως εμφανίζεται η Τουρκία στο σκέλος των διακοπών πολυτελείας- περιβάλλονται ακόμη με το μύθο της φθηνίας.

Όπως προκύπτει από μελέτη της Leo Burnett οι τουρίστες θέλουν να κάνουν περισσότερα ταξίδια «σφηνάκια» (δύο ή τριών ημερών) και να πετάνε με αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους, αναχωρώντας από μικρά αεροδρόμια που βρίσκονται δίπλα στην πόλη τους. Παίρνουν πληροφορίες και κάνουν κρατήσεις μέσω Ιντερνέτ, θέλουν να βρίσκονται σε καθαρό και όχι υποβαθμισμένο περιβάλλον και δεν δίνουν δεκάρα τσακιστή για τις λεγόμενες «οργανωμένες» παραλίες που έγιναν της μόδας στην Ελλάδα.

Πιο αναλυτικά:

- Οι Βρετανοί προτιμούν τους μακρινούς και μεσαίας απόστασης προορισμούς και ψάχνουν επίμονα το καλύτερο στη χαμηλότερη τιμή. Αν δεν καταφέρουν να το βρουν μόνοι τους μέσω Ιντερνέτ, αγοράζουν πακέτα «all inclusive» (με πληρωμένα τα γεύματα και τα ποτά).
- Οι Γερμανοί αφοσιωμένοι στην προστασία του περιβάλλοντος, διαλέγουν τις διακοπές τους με βάση την τιμή. Αγοράζουν κυρίως «ήλιο και θάλασσα» και η Κροατία γίνεται σταδιακά ο δημοφιλέστερος προορισμός τους. Τους αρέσει να επισκέπτονται πόλεις σε Ιταλία, Γαλλία, Βρετανία και Κεντρική Ευρώπη.
- Οι Άραβες προτιμούν τις πολυήμερες διακοπές μαζί με τις πολυπληθείς οικογένειές τους και ξεοδεύουν. Προτιμούν τα μέρη με πάρκα αναψυχής ώστε να περνούν καλά τα παιδιά τους.
- Οι Ρώσοι έχουν μεγάλο εμπόδιο τη βίζα προκειμένου να έλθουν στην Ελλάδα. Έτσι, όσοι αναζητούν ήλιο και θάλασσα προτιμούν την Τουρκία και την Αίγυπτο.

Από πρόσφατη έρευνα μεταξύ των τουρ οπερέιτορς που δραστηριοποιούνται στη γερμανική αγορά (TUI, Neckermann, Thomas Cook, Attika reisen κ.ά.) προκύπτει ότι:

Στα πολυτελή ξενοδοχεία 5 αστέρων την υψηλότερη τιμή, για πακέτα διακοπών μιας εβδομάδας κατά την υψηλή τουριστική περίοδο του Ιουλίου, εμφανίζουν τα ξενοδοχεία της Πορτογαλίας με μέσο όρο τα 1.297 ευρώ. Ακολουθεί κατά πόδας η «φτηνή» Τουρκία με τιμή



εβδομαδιαίας διαμονής στα καλύτερα, εννοείται, ξενοδοχεία της Κωνσταντινούπολης και των τουρκικών ακτών τα 1.229 ευρώ.

Η Ελλάδα είναι στην τρίτη θέση με 972 ευρώ μέσο όρο τιμής για το εβδομαδιαίο πακέτο διακοπών. Ακολουθεί η Ισπανία με 904 ευρώ, ενώ φτηνότερος προορισμός στους πίνακες του συγκεκριμένου ταξιδιωτικού οργανισμού εμφανίζεται η Αίγυπτος με 709 ευρώ. Στα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων η Ελλάδα βρίσκεται στην τρίτη θέση με μέση τιμή (εβδομαδιαίου) πακέτου τα 767 ευρώ. Πρώτη στον πίνακα ακριβότερων προορισμών του γερμανικού οργανισμού είναι η Πορτογαλία (838 ευρώ) και αμέσως μετά ακολουθεί η Κύπρος με 825 ευρώ. Η Ισπανία είναι φτηνότερη από την Ελλάδα στις προσφορές (722 ευρώ), με ακόμη φτηνότερες την Τυνησία (554) και τη Βουλγαρία (589 ευρώ).

Τέλος, για τα ξενοδοχεία «all inclusive», που αποσπών την προτίμηση ολόενα και μεγαλύτερου μέρους τουριστών, ακριβότερος προορισμός εμφανίζεται το Μαρόκο (1.028 ευρώ) και ακολουθούν Πορτογαλία (924 ευρώ) και η Τουρκία με 917 ευρώ για τη διαμονή μίας εβδομάδας, ενώ η Ελλάδα κοστίζει κατά μέσο όρο 872 ευρώ.

Το all inclusive (όλες οι υπηρεσίες, από διανυκτέρευση ως διατροφή και ψυχαγωγία σε τιμή πακέτου) έχει ιδιαίτερη ζήτηση από ευρύτατα στρώματα καταναλωτών αυτές τις εποχές της οικονομικής ύφεσης. Το φαινόμενο έχει υποστηρικτές αλλά και πολέμιους, που εκτιμούν ότι το «βραχιολάκι» απαξιώνει την ποιότητα του ελληνικού τουρισμού, καθώς επαναφέρει τον «τουρισμό του σακιδίου», έστω σε μοντέρνα εκδοχή. Οι μη υποστηρικτές της all inclusive αγοράς υπογραμμίζουν ότι οι πελάτες, διαμένοντας καθ' όλη τη διάρκεια των διακοπών τους στο ξενοδοχείο, δεν ξοδεύουν έξω από αυτό, επομένως δεν αφήνουν τίποτε στις τοπικές οικονομίες.

Κορυφαίοι προορισμοί διακοπών για τους Γερμανούς -για τους καλύτερους πελάτες της Ελλάδος, που μαζί με τους Βρετανούς αποτελούν το 50% του συνολικού τουριστικού εκτοπίσματος της χώρας μας - παρέμειναν και πέρυσι η Ιταλία, η Τουρκία και η Ισπανία. Πολλοί ήταν και οι Γερμανοί που «πετάχτηκαν» μέχρι τη γειτονική τους Τσεχία. Άλλωστε, έκθεση του Ομοσπονδιακού Συνδέσμου Γερμανικών Τραπεζών, επισημαίνει ότι το κάθε ευρώ των Γερμανών αποκτά στην Τσεχία 26% μεγαλύτερη αγοραστική αξία από αυτή που έχει στη χώρα τους. Όσο για την Ελλάδα, οι τιμές που βρίσκουν εδώ οι Γερμανοί ελάχιστα διαφέρουν από τις δικές τους.

Με αυτά τα δεδομένα, χώρες όπως οι Πολωνία, Ουγγαρία, Τσεχία και Σλοβακία αποκτούν περισσότερους θιασώτες καλοκαίρι-χειμώνα, καθώς βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις με το αεροπλάνο ή το Ι.Χ., προσφέροντας ταυτόχρονα φτηνά προϊόντα και υπηρεσίες.



«Το 2005 ήταν μια θετική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό, η επιτυχία αυτή όμως ανέδειξε τα σοβαρά προβλήματα στις υποδομές, ιδιαίτερα της περιφέρειας, τα οποία άμεσα οφείλει να επιλύσει η πολιτεία». Η δήλωση ανήκει στον κ. Γερ. Καλλίγερο, γενικό γραμματέα της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, ο οποίος τονίζει ότι «δεν πρέπει να επαναπαυθούμε στη θετική εξέλιξη της πορείας του ελληνικού τουρισμού, αλλά να κινηθούμε γρήγορα και να βελτιώσουμε δρόμους, λιμάνια, αεροδρόμια, περιβάλλοντες χώρους ώστε να ενισχυθεί σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα η τουριστική οικονομία».

Ένα δεύτερο σημαντικό ζήτημα που αναδείχθηκε στη διάρκεια της περασμένης τουριστικής περιόδου είναι το μεγάλο πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Το τελευταίο αποδείχθηκε όχι μόνον ακριβότερο αλλά σε αρκετές περιπτώσεις και υποδεέστερο από το αντίστοιχο προϊόν ανταγωνιστριών χωρών.

«Ενώ το εγχώριο τουριστικό προϊόν επιβαρύνεται με ΦΠΑ 19%, οι ανταγωνίστριες χώρες επωφελούνται από μια διαφορά ως και 12 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερα» λέει ο κ. Γερ. Καλλίγερος, προσθέτοντας την ίδια στιγμή ότι «οι μισθοί των εργαζομένων στον τουρισμό είναι εξαιρετικά χαμηλοί. Πρέπει λοιπόν η πολιτεία να αποφασίσει αν θέλει να στηρίξει ή όχι την τουριστική οικονομία. Συμπληρωματικό προς όλα αυτά είναι και το θέμα της τουριστικής εκπαίδευσης η οποία πλέον πρέπει να αποκτήσει τρίτοβάθμιο επίπεδο και βεβαίως συγκέντρωση κάτω από έναν ενιαίο φορέα». (<http://www.asxetos.gr>)

3.5 ΒΑΣΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΡΗΤΗΣ

Δεν είναι τυχαίο ότι από την Κρήτη ξεκίνησε η μεταπολεμική μορφή του τουρισμού σε όλη την Ελλάδα, όταν το 1964 κατασκευάστηκε στον Άγιο Νικόλαο Λασιθίου το πρώτο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Όπως, δεν είναι τυχαίο ότι η Κρήτη καταλαμβάνει μια από τις δημοφιλέστερες θέσεις στις προτιμήσεις των ξένων επισκεπτών. Βασικός παράγοντας της έως τώρα τουριστικής ανάπτυξης της Μεγαλονήσου θεωρείται η γεωμορφολογία της. Η εξαιρετικά πλούσια εναλλαγή τοπίων (πεδιάδες, λόφους, βουνά, οροπέδια, φαράγγια, χείμαρρους, σπήλαια, αμμουδιές, ακρωτήρια, όρμους, φυσικά λιμάνια κ.α.) τα οποία συνδυάζοντας ιδανικά βουνό και θάλασσα, αποτελούν σαφείς πόλους έλξης, επιδρώντας άμεσα και θετικά στην ψυχολογία των υποψηφίων τουριστών, βοηθώντας τους να εξουδετερώσουν την ένταση του σύγχρονου τρόπου ζωής. Δεν είναι όμως, μόνο η γεωμορφολογία που της δίνει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων προορισμών, αλλά και η συνύπαρξη αρχαιολογικών μνημείων που το πέρασμα διαφορετικών πολιτισμών άφησε



να κείτονται στην κρητική γη. Η Κνωσός, η Φαιστός, η Γόρτυνα, η Ζάκρος κ.α. αποτελούν αδιάψευστους μάρτυρες της προϊστορικής, κλασικής, ελληνιστικής, ρωμαϊκής, βυζαντινής, φράγκικης και τουρκικής περιόδου κατοχής. Σε όλα τα παραπάνω έρχεται να προστεθεί το σημαντικότερο ίσως πλεονέκτημα, αυτό του φιλόξενου και ανυπότακτου κρητικού πνεύματος που καθιστά την Κρήτη ως την "ναυαρχίδα του Ελληνικού τουρισμού". Η Κρήτη σήμερα διαθέτει σημαντικές, μεγάλες, υψηλών τάξεων ξενοδοχειακές μονάδες, όπως φαίνεται από τον πίνακα 3.5.2. Το μερίδιο των μονάδων πολυτελείας και Α τάξης στο σύνολο των ξενοδοχείων ήταν 14,5% το 2006, αλλά το αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο των κλινών ήταν 39,1%, γεγονός που δείχνει ότι το μέσο μέγεθος των μονάδων αυτών είναι μεγαλύτερο από το σύνολο των ξενοδοχείων της Κρήτης. Το 2005 τα μερίδια κλινών των τεσσάρων Νομών είχαν διαμορφωθεί ως ακολούθως:

Ν. Ηρακλείου	46%
Ν. Λασιθίου	17%
Ν. Ρεθύμνης	19%
Ν. Χανίων	17,8%

Πίνακας 3.5.1 Μερίδια κλινών των νομών της Κρήτης

Χαρακτηριστικό επίσης είναι ότι το 2006 το 68% των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών πραγματοποιούνται σε ξενοδοχεία πολυτελείας (13,92%) και Α τάξης (54,31%). (Παπουδάρη Ε., 2010)

Τάξη	Μονάδες	Κλίνες	Μέσο μέγεθος*
ΑΑ	21	10.247	488
Α	177	36.947	209
Β	284	27.880	98
Γ	728	40.492	56
Δ&Ε	156	5.100	33
ΣΥΝΟΛΟ	1.366	120.666	88

Πίνακας 3.5.2 Ξενοδοχειακές μονάδες Κρήτης

Πηγή: Περιφέρεια Κρήτης, 2003

(*Κλίνες ανά μονάδα)

3.5.1 ΗΡΑΚΛΕΙΟ

Ο νομός Ηρακλείου είναι χωρίς αμφιβολία από τους πιο δυναμικούς νομούς σε ολόκληρη την χώρα και κυρίαρχος στην Κρήτη. Πρόκειται για έναν από τους 5 πλουσιότερους και



μεγαλύτερους νομούς της χώρας. Η πρωτεύουσά του, το Ηράκλειο, είναι ταυτόχρονα και πρωτεύουσα ολόκληρης της Κρήτης συγκεντρώνοντας το σύνολο σχεδόν των υπηρεσιών του νησιού.

Ο νομός με 264.906 κατοίκους στην απογραφή του 1991 εκτιμάται ότι έχει σήμερα 278.304 κατοίκους και συγκεντρώνει το 2,7% του πληθυσμού της χώρας. Πρόκειται όμως για ένα νομό, από τους λίγους της Ελλάδας, που εμφανίζει τόσο δυναμική φυσική αύξηση του πληθυσμού του. Είναι ο τρίτος νομός μετά τα Δωδεκάνησα και την Ξάνθη με υπεροχή γεννήσεων 3,7/1000 κατοίκους την στιγμή που ο μέσος δείκτης της Ελλάδας είναι αρνητικός (-0,17).

Ταυτόχρονα έχει την 5η υψηλότερη αναλογία μαθητών Δημοτικού ανά 1000 κατοίκους και την 3η υψηλότερη αναλογία μαθητών Γυμνασίου Λυκείου ανά 1000 κατοίκους. Στο νομό είναι 71 και 78 αντίστοιχα, ενώ ο δείκτης για όλη την Ελλάδα είναι 61 και 69. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι δεν υπάρχει πρόβλημα υπογεννητικότητας και στο Ηράκλειο. Το δημογραφικό είναι ένα εθνικό πρόβλημα που δεν έχει σύνορα νομών. Ωστόσο στο νομό Ηρακλείου η κατάσταση είναι πολύ καλύτερη σε σχέση με άλλες περιοχές της χώρας.

Το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ) κατά κεφαλήν είναι για το νομό Ηρακλείου με στοιχεία του 1999 3,57 εκατομμύρια έναντι 3,64 εκατομμύρια που είναι ο μέσος όρος της χώρας και είμαστε 17οι σε σχέση με την κατάταξη όλων των νομών.

Ο κάθε κάτοικος του νομού Ηρακλείου αποταμίευε το 1998 κατά μέσο όρο 1,27 εκατ., ενώ ο αντίστοιχος δείκτης για την χώρα είναι 1,57 εκατ. (25οι). Ανάλογο είναι περίπου και το δηλωθέν εισόδημα ανά κάτοικο, ενώ υψηλότερο είναι στο σύνολο της Ελλάδας (13οι).

Εκεί που ο νομός Ηρακλείου όμως εμφανίζεται πολύ υψηλά είναι η φορολογία. Οι άμεσοι φόροι που αντιστοιχούν ανά κάτοικο ανέρχονταν σε 130 χιλιάδες το 1997 γεγονός που φέρνει το Ηράκλειο μέσα στους έξι πιο υψηλά φορολογούμενους νομούς της Ελλάδας. Οι Ηρακλειώτες φορολογούμενοι συμμετέχουν στο ΑΕΠ της χώρας κατά 2,6%, κατά 2,3% στη φορολογία, κατά 2% στο συνολικό δηλωθέν εισόδημα και είναι μεταξύ των πρώτων νομών της χώρας. Αυτά τα στοιχεία δείχνουν μια σχετικά δίκαιη κατανομή αναφορικά και με το πληθυσμιακό μέγεθος του νομού έναντι της χώρας.

Οι τουριστικές υπηρεσίες είναι ίσως το πιο σημαντικό κομμάτι και για το νομό Ηρακλείου αφού υπολογίζονται ότι είναι εκείνες που βασικά διαμορφώνουν τη συμμετοχή κατά 76% στο ΑΕΠ του νομού από τον τριτογενή τομέα.

Από τις 36 χιλιάδες κλίνες το 1990 φτάσαμε να έχουμε το 1998 58 χιλιάδες κλίνες, ενώ οι διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών έφτασαν 5.451.353 από τις 4.711.737 που είχαμε στις



αρχές της δεκαετίας του '90. Ο νομός Ηρακλείου είναι δεύτερος στις διανυκτερεύσεις μετά το νομό Δωδεκανήσου και κατέχει το 13,1 του συνόλου. Συνολικά αντιστοιχούν 19,1 διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο ενώ ο μέσος όρος της χώρας είναι 4,1. (Καρδαμάκη Ε. και Μανουσάκη Α., 2002)

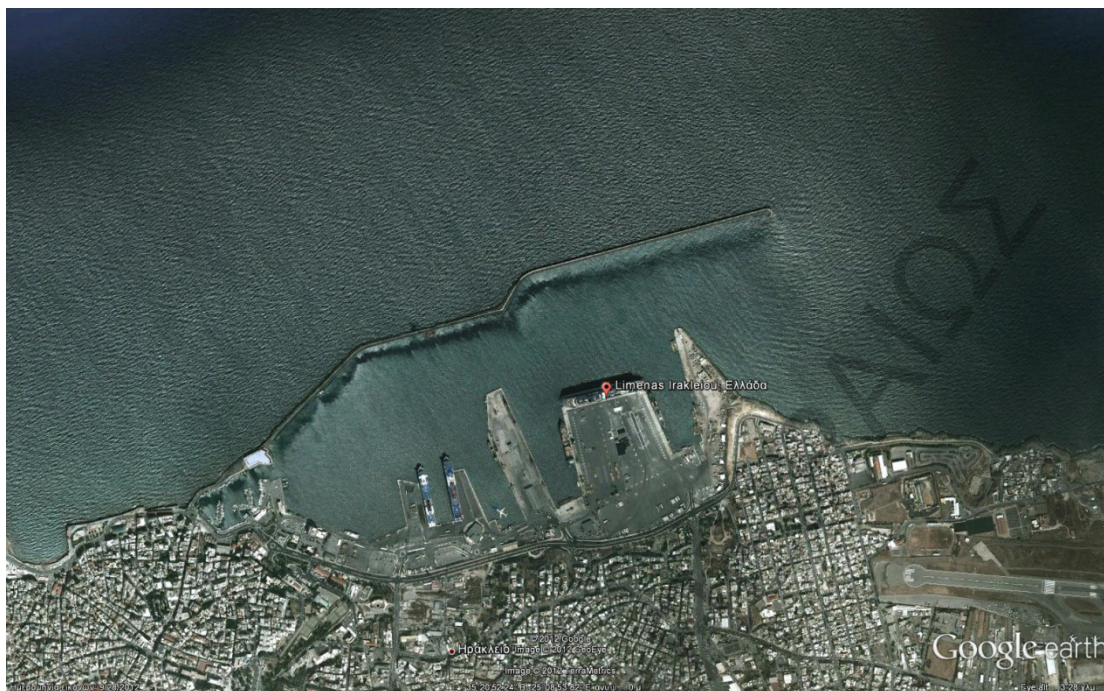
3.5.1.1 ΛΙΜΑΝΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Στο νέο λιμάνι Ηρακλείου, υπάρχει ο επιβατικός σταθμός και οι προβλήτες για τα φέρρυ προς και από Πειραιά. Υπάρχουν καθημερινά δρομολόγια όπου τα πλοία αναχωρούν τη νύχτα και φτάνουν νωρίς το πρωί, ενώ το καλοκαίρι εκτελούνται και ημερήσια δρομολόγια. Τα τελευταία χρόνια γίνεται ιδιαίτερη προσπάθεια ώστε το λιμάνι Ηρακλείου να προσφέρει σύγχρονες υπηρεσίες στους ταξιδιώτες. Σημαντική βελτίωση αποτελεί ο νέος επιβατικός σταθμός που κάνει την παραμονή των επιβατών ευχάριστη στις καινούριες εγκαταστάσεις με εμβαδόν 2.500 τ.μ. Στον επιβατικό σταθμό του λιμανιού έχετε επίσης τη δυνατότητα να κάνετε το Check-in ή Check-out για την πτήση σας από το αεροδρόμιο Ηρακλείου. Επίσης στον επιβατικό σταθμό μπορείτε να φυλάξετε τις αποσκευές σας προσωρινά ή να συνδεθείτε στο Ιντερνέτ ασύρματα με το φορητό σας υπολογιστή. Το νέο λιμάνι Ηρακλείου δέχεται 2 εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο, τόσο από τα καθημερινά δρομολόγια από Πειραιά, τη Σαντορίνη και άλλα νησιά, αλλά και από κρουαζιερόπλοια που σταματούν στο Ηράκλειο για μια επίσκεψη στην Κνωσό και την πόλη του Ηρακλείου. (Τεκίδου Χ., 2010)



Φωτογραφία 3..5.1.2.1 Λιμάνι Ηρακλείου
Earth)

(Πηγή: Google



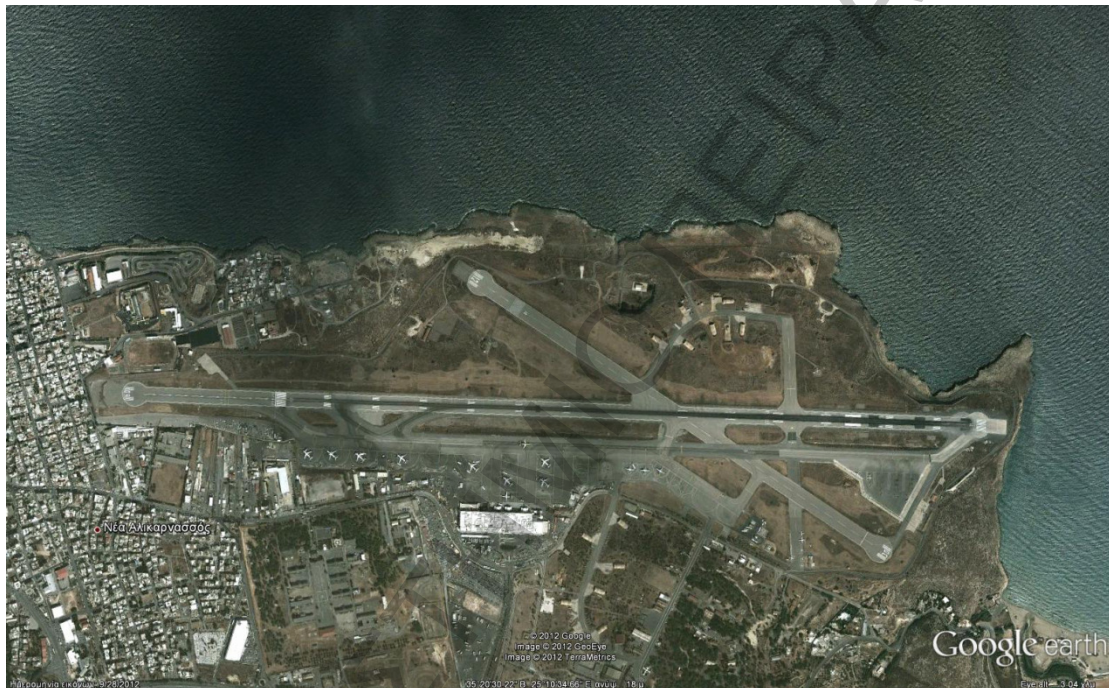
3.5.1.2 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Το αεροδρόμιο Ηρακλείου βρίσκεται 5 χιλιόμετρα ανατολικά από το κέντρο του Ηράκλειου στην περιοχή Νέα Αλικαρνασός, και ονομάζεται επίσημα Διεθνές Αεροδρόμιο Ηρακλείου "Νίκος Καζαντζάκης", προς τιμή του διάσημου Κρητικού συγγραφέα. Το Διεθνές Αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι το δεύτερο μεγαλύτερο σε κίνηση αεροδρόμιο στην Ελλάδα. Τους καλοκαιρινούς μήνες δέχεται εκατοντάδες πτήσεις εσωτερικού καθώς επίσης και πτήσεις τσάρτερ από το εξωτερικό. Στο χώρο του αεροδρομίου υπάρχει ειδικός χώρος στάθμευσης ο οποίος προσφέρεται δωρεάν στους επισκέπτες τις ώρες που είναι σε λειτουργία το αεροδρόμιο. Απέναντι από το αεροδρόμιο και σε πολύ κοντινή απόσταση υπάρχουν και ιδιωτικοί χώροι στάθμευσης οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε περίπτωση που κάποιος θελήσει να αφήσει εκεί το αμάξι του με ασφάλεια για περισσότερες μέρες. Από το αεροδρόμιο Ηρακλείου μπορεί εύκολα ο επισκέπτης να οδηγηθεί σε οποιοδήποτε μέρος της Κρήτης καθώς σε μικρή απόσταση υπάρχει είσοδος για την εθνική οδό και προς τις δύο κατευθύνσεις. Η μικρή απόσταση από το κέντρο του Ηρακλείου αποτελεί επιπλέον θετικό στοιχείο καθώς εύκολα κανείς μπορεί να φτάσει στο χώρο διαμονής του στη πόλη του Ηρακλείου. Εξίσου εύκολη, όπως γίνεται αντιληπτό, είναι και η πρόσβαση στο αεροδρόμιο Ηρακλείου για όσους επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν το αεροδρόμιο για την αποχώρησή τους από την πόλη του Ηρακλείου. Αεροπορικές εταιρίες που εκτελούν πτήσεις εσωτερικού



από και προς το αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι η Olympic Airways, η Aegean Airways και η Sky Express. Πτήσεις εσωτερικού γίνονται από και προς τα νησιά Μύκονο, Σαντορίνη, Πάρο και Ρόδο, και φυσικά προς τα αεροδρόμια των μεγάλων πόλεων Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Το αεροδρόμιο Ηρακλείου φιλοξενεί και πτήσεις charter από πολλές ευρωπαϊκές χώρες κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Ρωσία και τη Ρουμανία. (Τεκίδου Χ., 2010)

Φωτογραφία 3.5.1.3.1 Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου Νικόλαος Καζαντζάκης (Πηγή: Google Earth)



3.5.2 ΧΑΝΙΑ

Τα Χανιά είναι παραλιακή πόλη της βορειοδυτικής Κρήτης, ένας από τους σημαντικότερους λιμένες της Κρήτης και πρωτεύουσα του νομού Χανίων. Καταλαμβάνει έκταση περίπου 11 τετραγωνικών χιλιομέτρων και, σύμφωνα με την απογραφή του 2001, έχει πληθυσμό 55.838 κατοίκων και αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη του νησιού μετά το Ηράκλειο. Υπήρξε σημαντική μινωική πόλη και έχει ταυτισθεί με την αρχαία Κυδωνία. (<http://el.wikipedia.org>)



3.5.2.1 ΛΙΜΑΝΙ ΧΑΝΙΩΝ

Το λιμάνι των Χανίων, γνωστό και ως λιμάνι της Σούδας ή απλά Σούδα, βρίσκεται στην νότια πλευρά του κόλπου της Σούδας, κοντά στο Αεροδρόμιο των Χανίων και 8 χλμ. από την πόλη. Είναι ένα από τα ασφαλέστερα φυσικά λιμάνια της Μεσογείου. Το λιμάνι ήταν πάντα εξαιρετικής σπουδαιότητας για το νησί της Κρήτης, λόγω της στρατηγικής του θέσης στο δυτικό τμήμα του νησιού, στο θαλάσσιο δρόμο προς το Γιβραλτάρ και τη διώρυγα του Σουέζ, στο μονοπάτι που συνδέει τον Ατλαντικό ωκεανό με την Ερυθρά Θάλασσα. Είναι το δεύτερο μεγαλύτερο λιμάνι της Κρήτης, μετά το Ηράκλειο, και εξυπηρετεί πλοία εσωτερικού και εξωτερικού, κυρίως από την Αίγυπτο και την Κύπρο. Ο κόλπος της Σούδας είναι γνωστός για την ασφάλεια και το καταφύγιο που παρέχει στα φεριμπότ και στα κρουαζιερόπλοια, καθώς είναι πολύ κλειστός και προσφέρει εξαιρετική ασφάλεια από τις καιρικές συνθήκες. Το λιμάνι μπορεί να εξυπηρετεί εμπορικά πλοία, τουριστικά πλοία και φέριμποτ, ενώ στον κόλπο της Σούδας βρίσκεται και ο Ναύσταθμος της Σούδας και οι εγκαταστάσεις του Αμερικανικού Ναυτικού. Το λιμάνι στη Σούδα έχει καθημερινή σύνδεση με το λιμάνι του Πειραιά και άλλα λιμάνια των ελληνικών νησιών και εξυπηρετεί πολλά κρουαζιερόπλοια που μεταφέρουν επισκέπτες και τουρίστες στα ελληνικά νησιά. Το λιμάνι των Χανίων έχει όλες τις απαραίτητες εγκαταστάσεις και προσφέρει όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες. Τα μικρά γιοτ και τα ιστιοπλοϊκά μπορούν να ανεφοδιαστούν νερό και πετρέλαιο, και τα μεγάλα πλοία να κάνουν και επισκευές αν χρειαστεί. Τη νύχτα, η είσοδος στο λιμάνι απαγορεύεται και όλες οι δραστηριότητες ξεκινούν εκ νέου το πρωί. Τα πλοία απαγορεύεται να προσεγγίσουν το βόρειο τμήμα του όρμου, λόγω των ναυτικών και στρατιωτικών βάσεων. (Τεκίδου Χ., 2010)

Η κατασκευή του λιμανιού των Χανίων πραγματοποιήθηκε ανάμεσα στα 1320 και 1356 από τους ενετούς με σκοπό την προστασία της πόλης των Χανίων. Τα προβλήματα του λιμανιού ήταν οι βόρειοι άνεμοι και οι προσχώσεις της λεκάνης από τα νερά της βροχής και των υπονόμων. Για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων έκτισαν λιμενοβραχίονα στον



οποίο υπήρχε άνοιγμα για την ανανέωση του νερού. (<http://www.crete.gr/el/pages/port-chania.php>).

Φωτογραφία 3.5.2.1.1 Λιμάνι Χανίων
Earth)

(Πηγή: Google



ΤΟ ΕΝΕΤΙΚΟ ΛΙΜΑΝΙ

Τα Χανιά κατά την Ενετοκρατία και την Τουρκοκρατία είχαν αρκετά ανεπτυγμένο εμπόριο και ναυτιλία. Όχι μόνον η εισαγωγή, αλλά και η εξαγωγή προϊόντων και διαφόρων ειδών ήταν αξιοσημείωτη. Ανάλογη με την κίνηση του εμπορίου ήταν και της ναυτιλίας, αν και διακινούνταν σχετικά λίγα πλοία λόγω της έλλειψης ευρέως και ασφαλούς λιμένος. Ήταν από τότε κοινά παραδεκτό το γεγονός πως ο ανοιχτός κόλπος των Χανίων, εκτεθειμένος στις καιρικές συνθήκες, δεν ήταν ιδιαίτερα κατάλληλος για λιμάνι. Το φυσικό λιμάνι της Σούδας μάλιστα εξυπηρετούσε αρκετά ικανοποιητικά σχετικές ανάγκες. Με την κατάληψη της πόλης από τους Γενουάτες, επιβεβαιώθηκε για άλλη μια φορά η ανάγκη δημιουργίας λιμανιού κι έτσι οι τοπικές αρχές υποχρεώθηκαν να ξεκινήσουν ενέργειες για την κατασκευή του. Επί Ενετοκρατίας, το 1302, το θέμα τέθηκε στην κυβέρνηση από τον Ρέκτορα Marino Gradenigo η οποία και δέχτηκε την πρόταση.

Όταν άρχισαν τα αιτήματα για επισκευές από τους φορείς της πόλης, κατασκευάστηκε για πρώτη φορά το λιμάνι μεταξύ του 1320 και του 1356. Μεγάλο πρόβλημα ήταν το γεγονός ότι το λιμάνι ήταν ακατάλληλο και ότι η ανατολική του λεκάνη υπέφερε από τις προσχώσεις, που



δημιουργούσαν τα νερά της βροχής ή των υπονόμων. Τα πλοία έρχονταν κι έφευγαν σ' ένα λιμάνι που όμως ήταν μικρό και σχετικά αβαθές και ευπρόσβλητο στους βόρειους και δυτικούς ανέμους. Έτσι συχνά στις εκθέσεις των αξιωματούχων αναφέρονται οι εργασίες που εκτελούνται, αλλά και η ανάγκη καθαρισμού και εκβάθυνσης της κυρίως ανατολικής λεκάνης. Μετά από την επανάσταση του Αγίου Τίτου το 1363/64 το λιμάνι εγκαταλείπεται και χρησιμοποιείται εκείνο του Ηρακλείου, μια και του Ρεθύμνου είχε και αυτό ανάλογα προβλήματα. Επί Ενετοκρατίας, το 1551, γίνεται αναφορά για την εκβάθυνση της λεκάνης στο Χανιώτικο λιμάνι και η κατασκευή τοίχου με επάλξεις κατά μήκος του λιμενοβραχίονα, ο οποίος είναι θεμελιωμένος πάνω σε μια σειρά υφάλους που έκαναν το λιμάνι απροσπέλαστο στα πλοία. Αλλά το 1645 η πόλη πέφτει στα χέρια των Τούρκων μετά από πολιορκία. Όπως είναι γνωστό, η κατάκτηση της Κρήτης ολοκληρώθηκε το 1669, μετά από 25ετή πόλεμο, με την κατάληψη του Χάνδακα, το Ηράκλειο. Οι νέοι κατακτητές δεν έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την συντήρηση του Χανιώτικου λιμανιού, το οποίο αφέθηκε σε πλήρη εγκατάλειψη. Δεν έγινε καμιά επισκευή ή συντήρησή του, με την ανατολική λεκάνη του λιμένα να παραμένει ουσιαστικά άχρηστη σε όλη τη διάρκεια της Τουρκοκρατίας. Κατά τα χρόνια 1831 - 1841, η Κρήτη παραχωρήθηκε στον Αντιβασιλέα της Αιγύπτου Μεχμέτ Αλή ως αντάλλαγμα των υπηρεσιών που προσέφερε στο Σουλτάνο κατά τη διάρκεια της Επανάστασης του 1821 στην Κρήτη και την Πελοπόννησο. Τότε αναγνωρίζεται και η αξία του λιμανιού και το πόσο μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της οικονομίας του τόπου. Λέγεται ότι ο Μεχμέτ Αλή έδωσε εντολή στον Μουσταφά Πασά να καθαρίσει τη λεκάνη του λιμανιού των Χανίων, να επισκευάσει το λιμενοβραχίονα και να κατασκευάσει το Φάρο. Και όντως πραγματοποιήθηκαν επισκευές στο λιμενοβραχίονα και εκβαθύνσεις στη λεκάνη του, εργασίες που κόστισαν (το 1838) 1.146.000 γρόσια. Από τα χρόνια της Κρητικής Πολιτείας επεκτείνεται σταδιακά η κρηπίδωση του λιμανιού, η οποία ολοκληρώνεται τα τελευταία χρόνια. Σε παλιά έκδοση περί της πόλεως Χανίων την εποχή αυτή αναφέρεται ότι «...Η πόλις έχει το πλείστον λιθοστρώτους και στενάς οδούς, μικράν πλατείαν των Μαυροβουνίων καλουμένην (πρότερον Σανδριβάνι) και πλακόστρωτον προκυμαίαν. Ο λιμήν των Χανίων είναι μικρός και σχετικώς αβαθύς δεχόμενος εν τοις ύδασιν αυτού μικράς χωρητικότητος ατμόπλοια, λίαν δε επισφαλής άτε προσβαλλόμενος υπό βορείων και δυτικών ανέμων. Εις την είσοδον αυτού αριστερά ως προς τον εισπλέοντα υπάρχει φάρος με ακίνητον λευκόν φως ορατόν εξ αποστάσεως 12 μιλίων...». Και ο περιηγητής Ρολλαίν σημειώνει: «Η πόλις των Χανίων έχει λιμένα τεχνητόν, τον μεγαλείτερον των τεχνητών λιμένων των τριών μεγάλων Κρητικών πόλεων. Ο λιμήν είναι κλειστός από το μέρος του πελάγους δι' ενός συγκροτήματος εκ βράχων οίτινες υπερέχουν ολίγον της θαλάσσης και επ' αυτών διά μολώσεως εκτείνεται εις κυματοθραύστης μήκους 377 μέτρων με ένα εν τω μέσω προμαχώνα και με ένα εις το άκρον Πύργον όστις χρησιμεύει ως φάρος. Ο λιμήν ούτος δεν δύναται να



δεχθή περισσότερα των 40 πλοίων των 300 τόνων..». Η προσέγγιση βέβαια των μεγάλων πλοίων κατά το παρελθόν, γινόταν έξω από το λιμάνι. Σταματούσαν «αρόδω» όταν οι καιρικές συνθήκες το επέτρεπαν, και οι επιβάτες και τα φορτία μεταφέρονταν με βάρκες στο χώρο μπροστά από το τέμενος Κιουτσούκ Χασάν, το γνωστό μας Γιαλί Τζαμισί. Σήμερα το γραφικό Ενετικό λιμάνι των Χανίων συγκεντρώνει πλήθος επισκεπτών και Χανιωτών, κυρίως τους θερινούς μήνες. Πολλά εστιατόρια, ταβέρνες, καφετέριες, μπαρ κατά μήκος της παραλίας προσφέρονται για χαλαρές ώρες αναψυχής και ψυχαγωγίας. (Raulin V., 1869)

3.5.2.2 ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΧΑΝΙΩΝ

Το αεροδρόμιο των Χανίων έχει κωδικό CHQ και επίσημα ονομάζεται διεθνές αεροδρόμιο «Ιωάννης Δασκαλογιάννης», προς τιμή του Κρητικού επαναστάτη Ιωάννη Δασκαλογιάννη που πολέμησε ενάντια στην Οθωμανική αυτοκρατορία τον 18ο αιώνα. Το αεροδρόμιο Χανίων βρίσκεται στη χερσόνησο του Ακρωτηρίου (ή Σούδα), περίπου 20 λεπτά (14 χιλιόμετρα) από τα Χανιά. Στο αεροδρόμιο των Χανίων πραγματοποιούνται πτήσεις εσωτερικού από και προς το αεροδρόμιο Αθηνών, το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης και άλλα αεροδρόμια στην Ελλάδα. Από τον Απρίλιο μέχρι τις αρχές Νοεμβρίου του 2010, υπάρχουν πολλές απευθείας πτήσεις charter για το αεροδρόμιο των Χανίων από τη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Σκανδιναβία και άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η κίνηση των επιβατών στο αεροδρόμιο Χανίων είναι περίπου 2.500.000 επιβάτες το χρόνο. Η επιβατική κίνηση προς τα Χανιά είναι τέτοια που χρειάζεται να βελτιωθούν ακόμα περισσότερο οι υποδομές στο αεροδρόμιο Γιάννης Δασκαλογιάννης. Πρέπει να σημειωθεί ότι το αεροδρόμιο μπορεί να εξυπηρετεί 1100 επιβάτες την ώρα, ενώ οι πραγματικές ανάγκες τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο φτάνουν τους 2500 επιβάτες την ώρα. Σήμερα έχουν ολοκληρωθεί οι μελέτες για τον εκσυγχρονισμό του αεροδρομίου "Ιωάννης Δασκαλογιάννης" στα Χανιά και πλέον είναι θέμα χρόνου να προχωρήσει ο σχεδιασμός του νέου κτιρίου για τους επιβάτες και η κατασκευή νέου Πύργου Ελέγχου. Το αεροδρόμιο των Χανίων κατασκευάστηκε το 1954 στο Μάλεμε και ως το 1959 εξυπηρετούσε πτήσεις εσωτερικού. Το 1959 μεταφέρθηκε στη χερσόνησο Ακρωτήρι ή Σούδα στο υπάρχον στρατιωτικό αεροδρόμιο της Σούδας, που άρχισε να χρησιμοποιείται και για επιβατικές πτήσεις. Το 1967 κατασκευάστηκε ο πρώτος αεροσταθμός με δύο θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών. Το 1974 πραγματοποιείται η πρώτη διεθνής πτήση προς το αεροδρόμιο των Χανίων. Η αύξηση του τουρισμού στα Χανιά δημιούργησε την ανάγκη για την κατασκευή ενός νέου κτηρίου καθώς οι πτήσεις προς το αεροδρόμιο Χανίων συνεχώς αυξάνονταν. Το 1996 ολοκληρώθηκε η κατασκευή νέου



αεροσταθμού σε διαφορετική θέση με 6 θέσεις στάθμευσης αεροσκαφών. Το 2005 έγινε η ολοκλήρωση επέκτασης του αεροδρομίου που έλαβε επίσημα την ονομασία Κρατικός Αερολιμένας Χανίων " Ιωάννης Δασκαλογιάννης". Ο νέος αεροσταθμός έχει συνολική επιφάνεια 14,650 m², και έξι χώρους στάθμευσης αεροσκαφών.

3.5.3 ΡΕΘΥΜΝΟ

Το Ρέθυμνο είναι έδρα του ομώνυμου δήμου και πρωτεύουσα του νομού Ρεθύμνης (κάτοικοι 27.868 2001). Βρίσκεται στη βόρεια ακτή της Κρήτης, στην ανατολική πλευρά του Κόλπου του Αλμυρού (σε υψόμετρο μέσο 10). Πρόκειται για το τρίτο σε πληθυσμό αστικό κέντρο της Κρήτης μετά το Ηράκλειο και τα Χανιά. Είναι το διοικητικό εμπορικό και συγκοινωνιακό κέντρο του νομού Ρεθύμνης.

Η πόλη του Ρεθύμνου είναι ένας πολύ ενδιαφέρων τουριστικός προορισμός. Η γραφική και καλά οργανωμένη πόλη αποτελεί έναν παράδεισο για τον επισκέπτη που θέλει να περάσει ήρεμες διακοπές, κάνοντας περιπάτους στα γραφικά σοκάκια ή απολαμβάνοντας τις διαδρομές ανάμεσα στα ιστορικά και φυσικά μνημεία της περιοχής. Η παλιά πόλη του Ρεθύμνου διατηρεί σε μεγάλο βαθμό τον πολεοδομικό της ιστό, όπως αυτός διαμορφώθηκε κατά τη διάρκεια της ενετοκρατίας, με τις μεταβολές που επέφερε η τουρκική κατάκτηση και η συνεχής κατοίκηση έως τις μέρες μας. Έχει κηρυχθεί ιστορικό διατηρητέο μνημείο και παραδοσιακός οικισμός.

Ο Δήμος συνεισφέρει ενεργά στη διάσωση της ιστορικής κληρονομιάς όλων των ιστορικών περιόδων της παλιάς πόλης, την ανάδειξη και την προβολή του πολιτιστικού της χαρακτήρα, την τουριστική της ανάπτυξη, την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της και την ορθή ανάπτυξη των κοινωνικοοικονομικών δραστηριοτήτων. Έχει προβλεφτεί και κατά μεγάλο μέρος, υλοποιηθεί ένα σύνολο έργων, που καλύπτουν όλα τα αντικείμενα που συνιστούν τη φυσιογνωμία της πόλης και είναι συνδεδεμένα με την ιστορία και την πολιτιστική και αρχιτεκτονική της παράδοσης. Η πόλη του Ρεθύμνου είναι ένας πολύ ενδιαφέρων τουριστικός προορισμός. Η γραφική και καλά οργανωμένη πόλη αποτελεί έναν παράδεισο για τον επισκέπτη που θέλει να περάσει ήρεμες διακοπές, κάνοντας περιπάτους στα γραφικά σοκάκια ή απολαμβάνοντας τις διαδρομές ανάμεσα στα ιστορικά και φυσικά μνημεία της περιοχής. Η παλιά πόλη του Ρεθύμνου διατηρεί σε μεγάλο βαθμό τον πολεοδομικό της ιστό, όπως αυτός διαμορφώθηκε κατά τη διάρκεια της ενετοκρατίας, με τις



μεταβολές που επέφερε η τουρκική κατάκτηση και η συνεχής κατοίκηση έως τις μέρες μας. Έχει κηρυχθεί ιστορικό διατηρητέο μνημείο και παραδοσιακός οικισμός.

Το Ρέθυμνο είναι πλούσιο σε μνημεία μοναδικής ομορφιάς όπως ναοί, μοναστήρια, βενετσιάνικα χωριά και κάστρα. Οι σμαραγδένιες θάλασσες και τα γραφικά τοπία προσφέρουν πολλές δυνατότητες περιήγησης και αθλημάτων όπως κατάδυση, ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κ.α. Στο Ρέθυμνο υπάρχουν δεκάδες παραδοσιακά καφενεία και ταβερνούλες που προσφέρουν λιχουδιές της ξακουστής τοπικής κουζίνας.

Ο τουρισμός κατέχει νευραλγική θέση στην οικονομία του Δήμου Ρεθύμνης καθώς το 19% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού του απασχολείται σε δραστηριότητες που σχετίζονται άμεσα με αυτόν (ξενοδοχεία- εστιατόρια).

Η ενιαία τουριστική ζώνη του Ρεθύμνου εκτείνεται από την πόλη του Ρεθύμνου έως την περιοχή της Σκαλέτας, και απευθύνεται κατά κανόνα στους επισκέπτες ιδίως τους βορειοευρωπαίους, υπό τη μορφή του μαζικού ξενοδοχειακού τουρισμού. Το ξενοδοχειακό δυναμικό του Δήμου είναι ιδιαίτερα σημαντικό και εντοπίζεται κυρίως στο βόρειο, παραλιακό του τμήμα. Περιλαμβάνει, συνολικά, 138 ξενοδοχειακές μονάδες (όλων των κατηγοριών), που αντιστοιχούν στο 75% του συνολικού δυναμικού της τουριστικής ζώνης και στο 50% του συνολικού δυναμικού του Νομού. Όσον αφορά στις κατηγορίες των ξενοδοχειακών μονάδων: το 12% εντάσσεται στην κατηγορία Α', το 31% στην κατηγορία Β', το 51% στην κατηγορία Γ' και το 7% στην κατηγορία Δ'.

Η δυναμική του Δήμου, όσον αφορά στα τουριστικά καταλύματα, συμπληρώνεται από ενοικιαζόμενα δωμάτια - διαμερίσματα - ξενώνες, που περιλαμβάνει 143 μονάδες συνολικής χωρητικότητας 2.812 κλινών.

Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, λαμβάνοντας υπόψη τις κατηγορίες των τουριστικών καταλυμάτων, είναι αρκετά υψηλή. Η τουριστική κίνηση (αφίξεις-διανυκτερεύσεις) του Δήμου, παραμένει θετική, παρά τις σημαντικές αυξομειώσεις των τελευταίων ετών. Στη συνολική τουριστική κίνηση του Δήμου τη μεγαλύτερη ποσοστιαία συμμετοχή, διαχρονικά, κατέχει ο ξένος τουρισμός, με ποσοστό που ξεπερνά το 80%. Παρόλα αυτά, η εξέλιξη των τελευταίων ετών, όσον αφορά στις αφίξεις και στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών και των Ελλήνων τουριστών, δείχνει σαφή τάση ανόδου του εγχώριου τουρισμού και μείωσης του ξένου. Παράλληλα ο Δήμος Ρεθύμνης είναι ιδανικός προορισμός και παρουσιάζει δυναμική και για άλλες μορφές τουρισμού όπως πολιτιστικός, αθλητικός, αγροτουρισμός, συνεδριακός και μαθητικός. (<http://www.rethymno.gr>)



3.5.3.1 ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

Το πρόβλημα του λιμανιού είχε από τη Βενετοκρατία ως τις μέρες μας μεγάλη σημασία για την ανάπτυξη της πόλης του Ρεθύμνου. Το Βενετσιάνικο λιμάνι κατασκευάστηκε γύρω στα 1300 και για αρκετά χρόνια αργότερα γίνονταν εργασίες επισκευής και συντήρησης. Η στενότητα της λεκάνης του, οι συνεχείς προσαμμώσεις και η γνώμη αρκετών Βενετών αξιωματούχων που πίστευαν ότι ένα ακόμα ισχυρό λιμάνι διασπούσε τον στόλο της Κρήτης, οδήγησαν σε μια ατέλειωτη σειρά αναδιατάξεων. Τον μεγαλύτερο, πάντως, ανασταλτικό παράγοντα αποτέλεσε η αδύνατη οχύρωση της πόλης. Η σημερινή όψη του λιμανιού βρίσκεται αρκετά κοντά σ' αυτήν των σχεδιαγραμμάτων της Βενετοκρατίας. Ο μεγάλος λιμενοβραχίονας στα αριστερά είναι σύγχρονο έργο που ακόμα συνεχίζεται, χωρίς κι αυτός να μπορεί να λύσει το πρόβλημα ελλιμενισμού σκαφών κάποιου μεγέθους. Σήμερα το Βενετσιάνικο λιμάνι αποτελεί τουριστικό σημείο της πόλης. Ο πλακόστρωτος δρόμος, με υπέροχα νεοκλασικά κτίρια να ορθώνονται στη μια πλευρά του και τη θάλασσα στην άλλη πλευρά δείχνει την τέχνη και το γούστο των Βενετών. Επίσης υπάρχουν οι ταβέρνες, τα εστιατόρια, τα μπαράκια δίνοντας την ευκαιρία στον κόσμο να αφήνεται στη γοητεία και την ειδυλλιακή ατμόσφαιρα του λιμανιού. (Τεκίδου Χ., 2010)



Φωτογραφία 3.5.3.1.1 Λιμάνι Ρεθύμνου
(Earth)

(Πηγή: Google



3.5.4 ΛΑΣΙΘΙΟΙ

Ο νομός Λασιθίου είναι ο ανατολικότερος νομός της Κρήτης. Είναι ένας τόπος γεμάτος αντιθέσεις. Συνδυάζει την άγρια ομορφιά των βουνών του με τις καταπράσινες εύφορες πεδιάδες και την γραφικότητα των χωριών του με τις σύγχρονες υποδομές των πόλεων. Ο πληθυντικός δεν είναι σχήμα λόγου. Είναι άλλη μια ιδιαιτερότητα του Λασιθίου, καθώς στον νομό συναντάμε τρεις μεγάλες πόλεις. Τον Άγιο Νικόλαο, την πρωτεύουσα του νομού, που συγκεντρώνει όλα τα στοιχεία μιας σύγχρονης πόλης διατηρώντας όμως και τη παραδοσιακή του ταυτότητα. Την Ιεράπετρα, την νύμφη του Λιβυκού, όπως την αποκαλούν και την Σητεία, με τις ανέγγιχτες - από τον χρόνο και κυρίως από τις ανθρώπινες παρεμβάσεις - ομορφιές. Το Λασιθί έχει πολύ καλές τουριστικές υποδομές, ενώ τα παραθεριστικά θέρετρα του νομού έχουν αποκτήσει παγκόσμια φήμη. Όπως η Ελούντα, το επίνειο του Αγίου Νικολάου, η Ιεράπετρα, η νοτιότερη πόλη της Ευρώπης με την ιδιαίτερη φυσιογνωμία και η Σητεία με το μαγευτικό Φοινικόδασος του Βάι, το μοναδικό στο είδος του σε όλη την Ευρώπη. Η ιστορία του Λασιθίου αποτυπώνεται στους αρχαιολογικούς χώρους και σε όλα τα αξιόλογα μνημεία που συναντάει κανείς κατά την περιήγησή του στο νομό. Τα ερείπια της αρχαίας πόλης



Λατώ, το ανάκτορο της Ζάκρου, ο μινωικός οικισμός στο Παλαίικαστρο, το ιερό του Δικταίου Δία, το φρούριο Καλές, η Σπιναλόγκα και τα βυζαντινά μοναστήρια σκιαγραφούν μια διαδρομή πολυσήμαντη. Η φυσική ομορφιά του τόπου συγκινεί κάθε φυσιολάτρη. Από τα εύφορα εδάφη του νομού παράγοντες οι μεγαλύτερες ποσότητες φρούτων και λαχανικών της Κρήτης. Επίσης, το Λασιθί φημίζεται για το εξαιρετικής ποιότητας λάδι που παράγει και για τη σταφίδα του. Εκτός, όμως, από εύφορες πεδιάδες και καταπράσινα τοπία στο Λασιθί συναντάμε και πολλές άγριες ομορφιές. Τα Λασιθιώτικα όρη με τους επιβλητικούς ορεινούς όγκους που κόβουν την ανάσα, υπήρξαν ασφαλές κρησφύγετο των επαναστατών. Σήμερα, ο νομός Λασιθίου, αν και δεν παρουσιάζει την ίδια τουριστική κίνηση με τους υπόλοιπους νομούς της Κρήτης, θεωρείται ένας από τους δημοφιλείς προορισμούς της Ελλάδας καθώς προσφέρει πληθώρα επιλογών στους επισκέπτες του. Ενδείκνυται για φυσιολατρικές διαδρομές, για θρησκευτικό τουρισμό, για ιστορικές και αρχαιολογικές αναζητήσεις. Ενώ οι ονειρεμένες παραλίες του αποτελούν τον επίγειο παράδεισο για κάθε λάτρη της κολύμβησης και των θαλάσσιων σπορ. (http://www.holiday.gr/gr/place5.php?place_id=211)

Η απογραφή του 2001 κατέγραψε 75.736 μόνιμους κατοίκους στον Νομό Λασιθίου (12,74% του πληθυσμού της Κρήτης) έναντι 70.253 της απογραφής του 1991. Παρατηρήθηκε δηλαδή, σε μια δεκαετία, αύξηση του μόνιμου πληθυσμού κατά 5.483 κατοίκους ή ποσοστό 7,8%. Σήμερα (2005) ο μόνιμος πληθυσμός του Νομού ανέρχεται σε 75.522 κατοίκους παρουσιάζοντας οριακή μείωση 0,3% έναντι της απογραφής του 2001. Τα παραπάνω στοιχεία παρουσιάζονται συνοπτικά, και για λόγους σύγκρισης σε συνδυασμό με τα αντίστοιχα στοιχεία των υπόλοιπων Νομών της Κρήτης, στον Πίνακα 3.5.4.

Πίνακας 3.5.4 Πληθυσμός Νομών Κρήτης

Νομός	Απογραφή 2001	% Πληθυσμού Κρήτης	Απογραφή 1991	Διαφορά % 2001/1991	Πληθυσμός 2005	Διαφορά % 2005/2001
Χανίων	148.450	24,98%	131.939	12,51%	149.906	1,0%
Ρεθύμνης	78.957	13,28%	68.905	14,59%	80.026	1,4%
Ηρακλείου	291.225	49,00%	265.336	9,76%	295.809	1,6%
Λασιθίου	75.736	12,74%	70.253	7,80%	75.522	-0,3%

Παρά τη σχετική υστέρηση της δυναμικής αύξησης του πληθυσμού μεταξύ των ετών 1991 και 2001 έναντι των υπόλοιπων Νομών της Κρήτης, ο Νομός Λασιθίου παρουσίασε αύξηση μεγαλύτερη από το μέσο όρο της χώρας, που ήταν 6,95%, γεγονός που δείχνει τη δυναμική ανάπτυξης που υπάρχει στον τόπο. Ιδιαίτερα ενθαρρυντικές είναι η συνεχώς αυξανόμενη



αναλογία μαθητών πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης που, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Παιδείας, ανέρχονταν το 2004 σε 64,93 μαθητές ανά χίλιους κατοίκους.

Επίσημη καταγραφή των αλλοδαπών μόνιμων κατοίκων έγινε για πρώτη φορά στην Ελλάδα με την απογραφή του 2001. Στο Νομό Λασιθίου απογράφηκαν 7.255 μόνιμοι κάτοικοι με ξένη υπηκοότητα, ποσοστό δηλαδή 9,6% του συνολικού πληθυσμού ένα-ντι 9% περίπου για τους νομούς Χανίων και Ρεθύμνης και 6% για το νομό Ηρακλείου. Παρόλο που δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία για τον αλλοδαπό πληθυσμό κατά την απογραφή του 1991, αξίζει να σημειωθεί ότι για τον Νομό Λασιθίου η πληθυσμιακή αύξηση μεταξύ των ετών 1991 και 2001 υπερκαλύπτεται κατά 130% από τους αλλοδαπούς κατοίκους.

Το 76% των αλλοδαπών που ζουν και εργάζονται στο Νομό Λασιθίου είναι οικονομικοί μετανάστες από τις χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης και της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Το υπόλοιπο 24% αποτελείται, πλην εξαιρέσεων, από πολίτες Ευρωπαϊκών χωρών που κυρίως απασχολούνται στην Τουριστική Βιομηχανία. (Τσουκάτος Ε.Κ., 2006)

3.5.4.1 ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Το λιμάνι της Σητείας εξυπηρετεί κυρίως μικρά πλοία αλιείας και ιστιοπλοϊκά, αλλά είναι -δυναμικά- σε θέση να εξυπηρετήσει μεγαλύτερα επιβατηγά. Η Σητεία συνδέεται με τον Πειραιά ακτοπλοϊκώς με τα επιβατηγά «Βιτσέντζος Κορνάρος» και «Ιεράπετρα» της Λ.Α.Ν.Ε. Παράλληλα, η Σητεία συνδέεται με νησιά των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων. Το Διοικητικό Συμβούλιο του Σωματείου «Σύλλογος Μετόχων ΛΑΝΕ» σε δελτίο τύπου που εξέδωσε στα ΜΜΕ ζητάει από το πρόεδρο της ΑΝΕΚ τα πλοία της ΛΑΝΕ να εκπληρώσουν το σκοπό του που είναι η θαλάσσια συγκοινωνία Πειραιά- Νομού Λασιθίου και η εξυπηρέτηση των κατοίκων του Νομού και όχι η τυπική και μόνον σύνδεση του Νομού Λασιθίου με το λιμάνι του Πειραιά. Τα τελευταία χρόνια γίνονται μελέτες για νέο λιμάνι και μαρίνα στην περιοχή της Ιεράπετρας. (Τεκίδου Χ., 2010)

3.6 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Στον Πίνακα 3.6.1 παραθέτονται τα ξενοδοχεία της Κρήτης. Ο νομός Ηρακλείου καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό ξενοδοχείων και κλινών 34,57% και 42,76% αντίστοιχα. Δεύτερος έρχεται ο νομός Χανίων με ποσοστά 30,64% και 22,17% ενώ ακολουθούν ο νομός Ρεθύμνου και ο νομός Λασιθίου.

Πίνακας 3.6.1 Τα ξενοδοχεία της Κρήτης

	Μονάδες	Κλίνες	Μον. %	Κλιν. %
Ν. Ηρακλείου	517	59438	34,57	42,76
Ν. Λασιθίου	236	21274	15,79	15,30
Ν. Ρεθύμνου	284	27479	19,00	19,77
Ν. Χανίων	458	30810	30,64	22,17
	1495	139001	100	100

Στον Πίνακα 3.6.2 παρουσιάζονται τα λεγόμενα «μη κύρια» ξενοδοχειακά καταλύματα, στα οποία περιλαμβάνονται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ή διαμερίσματα, τα campings, και οι τουριστικές κατοικίες και επαύλεις. Το σύνολο των ενοικιαζόμενων δωματίων και διαμερισμάτων στο νησί είναι 3.116 με συνολικό αριθμό κλινών 53.980. Ο νομός Ηρακλείου καταλαμβάνει κ σ' αυτή την κατηγορία τα περισσότερα καταλύματα με 517 μονάδες και 59438 κλίνες ενώ ακολουθούν ο νομός Χανίων, Ρεθύμνης και Λασιθίου. Στο νησί λειτουργούν συνολικά 16 campings και 131 τουριστικές κατοικίες-επαύλεις.

Πίνακας 3.6.2 «Μη κύρια» ξενοδοχειακά καταλύματα (Τεκίδου Χ., 2010)

	<u>Ενοικ.Δωμ διαμερίσματα</u>		<u>Campings</u>		<u>Τουρ. Κατοικ.- Επαύλεις</u>	
	<u>Μονάδες</u>	<u>Κλίνες</u>	<u>Μονάδες</u>	<u>Κλίνες</u>	<u>Μονάδες</u>	<u>Κλίνες</u>
Ν. Ηρακλείου	965	20273	4	978	27	367
Ν. Λασιθίου	541	7734	3	483	12	1057
Ν. Ρεθύμνου	603	9301	3	498	56	495
Ν. Χανίων	1007	16672	6	836	36	376
	3116	53980	16	2795	131	2295

3.6.1 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



Τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται σε 4 μεγάλες κατηγορίες, οι οποίες είναι οι εξής:

- Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Τους χώρους οργανωμένης κατασκήνωσης με ή χωρίς οικισμούς
- Τους ξενώνες νεότητας

Οι δύο όμως πρώτες κατηγορίες διακρίνονται σε επιμέρους λειτουργικές μορφές ή λειτουργικούς τύπους με κριτήρια το είδος και τον προορισμό των χώρων που εκμισθώνουν και τις βασικές υπηρεσίες ή εξυπηρετήσεις που προσφέρουν. Έτσι, τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα έχουν τις ακόλουθες λειτουργικές μορφές:

- Ξενοδοχείο Κλασσικού τύπου
- Ξενοδοχείο τύπου Motel
- Ξενοδοχείο Τύπου Επιπλωμένων διαμερισμάτων
- Ξενοδοχείο Κλασσικού Τύπου και Επιπλωμένων διαμερισμάτων (Ξενοδοχείο Μικτού Τύπου).

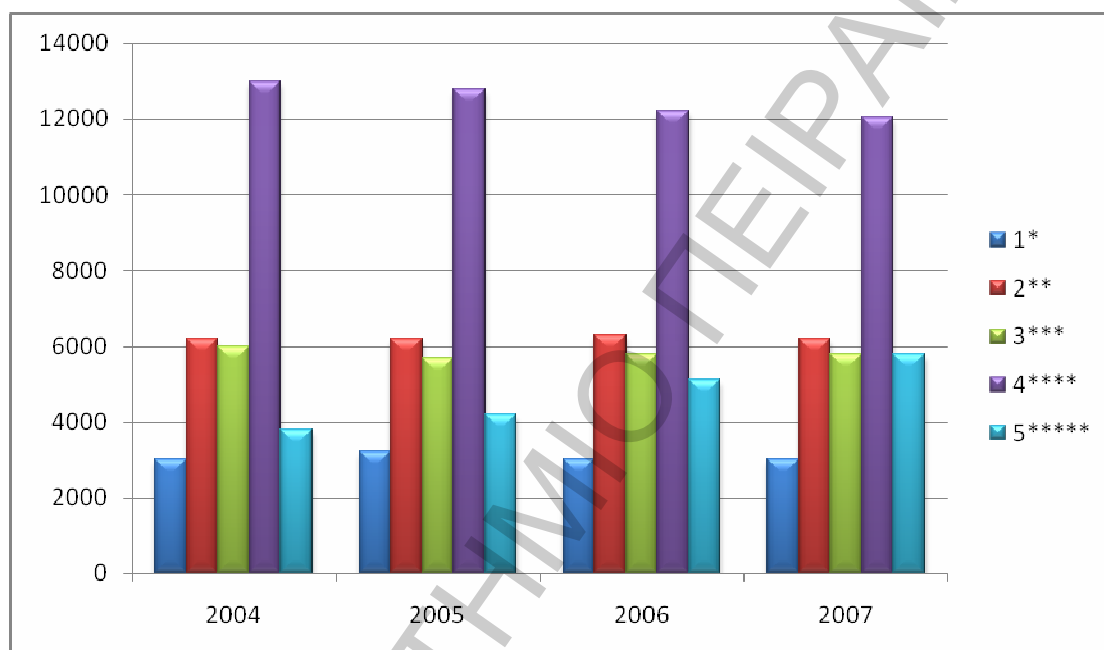
Στην Ελλάδα, μέχρι πρότινος, τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα κατατάσσονταν μεταξύ έξι διαφορετικών κατηγοριών, με κριτήρια που είχαν σχέση περισσότερο με την κατασκευή τους και λιγότερο με την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Επρόκειτο για τις κατηγορίες Πολυτελείας (Lux), Α' τάξης, Β' τάξης, Γ' τάξης, *' τάξης και Ε' τάξης. Ενώ σήμερα τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα κατατάσσονται σε κατηγορίες με το σύστημα των αστερών (5*, 4*, 3*, 2*, 1*), σύμφωνα με το Π* 43/02 περί κατάταξης των ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Η νέα κατάταξη είναι σε συνάρτηση όχι μόνο με παράγοντες που έχουν σχέση με την κατασκευή, αλλά και με το επίπεδο και την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Παράλληλα, στα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα ανήκουν οι εξής λειτουργικοί τύποι:

- Τα αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα (Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις και τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες)
- Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια
- Τα ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα (Κερούλη Μ., 2010)



Σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία της ΕΣΥΕ για το είδος των τουριστικών καταλυμάτων, για τα έτη 2004-2007, προκύπτει ότι στο Νομό Ηρακλείου το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχουν τα ξενοδοχεία δύο αστέρων (2**), ενώ το μικρότερο αντίστοιχα τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων (5*****). Στα διαγράμματα που ακολουθούν φαίνονται τα στοιχεία για τον αριθμό των δωματίων, των κλινών και των ξενοδοχείων για την περίοδο 2004-2007 στο Νομό Ηρακλείου. (Στεφανάκη Κ, 2011)

Διάγραμμα 3.6.1.1 Αριθμός δωματίων ανάλογα με την κατηγορία (ΕΣΥΕ 2004-2007)



Επιπλέον για το Νομό Ηρακλείου παρατηρείται και μια μικρή αύξηση των ξενοδοχείων πέντε αστέρων (5*****) κατά την περίοδο 2004-2007. (ΕΣΥΕ)

3.6.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Τα βασικά στοιχεία του Τουρισμού στο Νομό Λασιθίου για την τελευταία πενταετία 2001-2005 παρατίθενται συνοπτικά στον Πίνακα 3.6.2.1. Παρατηρείται μια ελαφρά αύξηση σε κλίνες κατά 6% περίπου η οποία όμως συνοδεύεται από μία εμφανή αναζήτηση ποιοτικότερου τουρισμού.

Συγκεκριμένα παρατηρείται μια αύξηση κατά 60% περίπου των διαθέσιμων κλινών σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων που συνοδεύεται από αύξηση του αριθμού των ξενοδοχειακών



μονάδων αυτής της κατηγορίας από 9 το 2001 σε 13 το 2005. Η τάση αυτή συνοδεύεται από αντίστοιχη τάση μείωσης των ξενοδοχειακών μονάδων, και των κλινών, τεσσάρων αστερών.

Σήμερα ο Νομός Λασιθίου διαθέτει το 11% των ξενοδοχειακών μονάδων πέντε αστερών της Χώρας και το 35% της Κρήτης ενώ οι αναλογίες σε κλίνες πέντε αστερών εί-ναι 8% και 25% αντίστοιχα. Τα ξενοδοχεία πέντε αστερών στο Νομό Λασιθίου παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας είναι μικρότερα σε αριθμό κλινών από τα αντίστοιχα ξενοδοχεία άλλων περιοχών και για τον λόγο αυτό πιο “exclusive”, προσελκύουν δε τουρίστες υψηλής οικονομικής στάθμης.

Πίνακας 3.6.2.1 Συνοπτική Παρουσίαση Μεγεθών Τουρισμού (2001-2005)*					
	Έτος				
	2001	2002	2003	2004	2005
Κλίνες σε ξενοδοχειακά καταλύματα	20.471	20.329	20.642	21.422	21.614(21.338)
Κλίνες σε ξενοδοχεία 5 αστερών	2.904	2.904	2.904	3.356	4.637
Κλίνες σε ξενοδοχεία 4 αστερών	6.775	6.715	6.946	7.028	5.980(5676)
Ξενοδοχεία	245	243	245	243	237
Ξενοδοχεία 5 αστερών	9	9	9	10	13
Ξενοδοχεία 4 αστερών	39	38	40	36	30
Αφίξεις Αλλοδαπών			186.973	205.261	204.839
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών	1.773.343	1.811.409	1.534.958	1.625.250	1.573.059
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχεία	1.771.283	1.808.635	1.532.934	1.624.687	1.571.885
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε κάμπινγκ	2.060	2.774	2.024	563	1.174
Διανυκτερεύσεις ανά άφιξη αλλοδαπών			8,21	7,92	7,68
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών	137.717	146.151	144.084	173.206	176.328
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών σε ξενοδοχεία	136.209	142.857	141.726	172.908	172.801
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών σε κάμπινγκ	1.508	3.294	2.358	298	3.527
Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών ανά κάτοικο	23,41	23,93	20,29	21,55	20,82
Διανυκτερεύσεις ημεδαπών ανά κάτοικο	1,82	1,93	1,91	2,30	2,33
* Στοιχεία της ΕΣΥΕ, Για το 2005 μέσα σε παρένθεση στοιχεία από το Ξεν. Επιμελητήριο					

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών, από 186.973 το 2003 σε 204.839 το 2005. Η αυξητική όμως αυτή τάση δεν συνοδεύεται από αντίστοιχη αύξηση των διανυκτερεύσεων που αυξήθηκαν αισθητά λιγότερο αφού, ακολουθώντας τη διεθνή συγκυρία, ο αριθμός διανυκτερεύσεων ανά άφιξη μειώθηκε από 8,21 το 2003 σε 7,68 το 2005. Ταυτόχρονα παρατηρείται ότι ο Νομός Λασιθίου, σιγά αλλά σταθερά, γίνεται αγαπημένος προορισμός και για ημεδαπούς τουρίστες οι διανυκτερεύσεις των οποίων σε καταλύματα του Νομού αυξήθηκαν σημαντικά, από 137.717 το 2001 σε 176.328 το 2005



παρουσιάζοντας ποσοστό αύξησης 28%. Συνολικά το 2005 αναλογούν 23,15 διανυκτερεύσεις τουριστών ανά κάτοικο.

Η ξενοδοχειακή Υποδομή του Νομού είναι κατά κύριο λόγο συγκεντρωμένη στις περιοχές Αγίου Νικολάου με 6.939 κλίνες όλων των κατηγοριών το 2005 και Ελούντας με 4.189 κλίνες όλων των κατηγοριών εκ των οποίων 65% περίπου σε ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων. Ακολουθούν οι περιοχές Ιεράπετρας με 3.277 κλίνες, Σίσι - Μίλατος με 2.569 κλίνες, Νότιας Ακτογραμμής με 1.800 περίπου κλίνες και Σητείας με 1.477 κλίνες. Στον Πίνακα 3.6.2.2 δίδεται μια συνοπτική παρουσίαση της ξενοδοχειακής δυναμικότητας των διάφορων περιοχών σε δωμάτια και κλίνες ανά ξενοδοχειακή κατηγορία.

Είναι προφανής ο προσανατολισμός της περιοχής της Ελούντας προς τον τουρισμό υψηλής κατηγορίας. Η περιοχή διαθέτει 7 από τις συνολικά 13 ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων του Νομού με 58% των διαθέσιμων δωματίων και κλινών της κατηγορίας ενώ η περιοχή Αγίου Νικολάου διαθέτει 4 μονάδες με 21% των δωματίων και 20% των κλινών, το Σίσι 1 μονάδα με 16% των δωματίων και 17% των κλινών και το Καλό Χωρίο 1 μονάδα με 5% των δωματίων και κλινών της κατηγορίας. (Τεκίδου Χ., 2010)

	Κατηγορία											
	5*****		4****		3***		2**		1*		Σύνολα	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
Άγιος Νικόλαος	504	947	912	1695	760	1.456	1.272	2.355	264	486	3.712	6.939
Ελόυντα	1402	2708	351	668	164	333	237	438	26	42	2.180	4.189
Ιεράπετρα			1031	2067	163	327	400	796	43	87	1.637	3.277
Σίσι - Μίλατος	393	767	324	609	145	270	484	861	34	62	1.380	2.569
Σητεία			175	331	70	133	492	926	47	87	784	1.477



Πίνακας 3.6.2.2 Χωροταξική Κατανομή Ξενοδοχειακού Δυναμικού το 2005 (Στοιχεία του Ξεν. Επιμελητηρίου)												
	Κατηγορία											
	5****		4****		3***		2**		1*		Σύνολα	
	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες	Δωμάτια	Κλίνες
Καλό Χωριό	117	215			76	144	145	272	29	58	367	689
Κουτσουράς - Μακρύ Γιαλός			146	285	101	191	72	131	9	16	328	623
Κουτσουνάρι - Φέρμα					241	545	32	66	33	55	306	666
Μόχλος					138	262			14	27	152	289
Παλαίκαστρο							98	177	26	42	124	219
Μύρτος							74	193			74	193
Οροπέδιο Λασιθίου			14	21			21	36	20	40	55	97
Ζάκρος							24	42			24	42
Παχειά Άμμος							12	22	9	20	21	42
Νεάπολη					3	6	12	21			15	27
Σύνολο	2416	4637	2953	5676	1861	3667	3.375	6.336	554	1.022	11.159	21.338

3.6.3 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

Στον Πίνακα 3.6.3.1 παρουσιάζονται αναλυτικά οι ξενοδοχειακές μονάδες του νομού Ρεθύμνου ανά δήμο. Και στον νομό Ρεθύμνου παρατηρείται το γενικότερο φαινόμενο της συγκέντρωσης των ξενοδοχειακών μονάδων στους νομούς που στους οποίους ανήκουν οι παράκτιες περιοχές του βόριου άξονα του νομού. Στην προκειμένη περίπτωση, οι δήμοι Ρεθύμνου, Αρκαδίου και Γεροποτάμου είναι αυτοί που συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά επί του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων του νομού. Ακολουθούν οι δήμοι Λάμπης, Φοίνικα, Ανωγείων και Νικηφόρου Φωκά, με μικρότερα ποσοστά, ενώ μηδενική παρουσία ξενοδοχειακών μονάδων φαίνεται να έχουν οι δήμοι Κυλούκωνα, Κουρητών, και Συβρίτου. Δύο εκ των δήμων που παρουσιάζουν μεσαία τουριστική δραστηριότητα, είναι δήμοι του νότιου άξονα (Λάμπης και Φοίνικα). Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι στο νομό Ρεθύμνου το νότιο τμήμα του έχει ήδη αναπτυχθεί και γίνονται προσπάθειες για περαιτέρω πρόοδο. (Τεκίδου Χ., 2010)

ΔΗΜΟΣ/ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ	Η(L)		Η(A)		Η(B)		Η(C)		Η(D)		Η(E)		ΕΠΠ. Δ/ΤΙΑ		ΞΕΝ Δ & ΕΠΛ/ ΤΙΑ		ΠΑΡΑΛΟ- ΣΙΑΚΑ	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
ΑΝΩΓΕΙΩΝ													1	32				
ΑΡΚΑΔΙΟΥ	3	1606	6	1940	14	2395	8	769					21	970				



ΓΕΡΟΠΟΤΑΜΟ Υ			4	2673	4	462	5	365					17	925			3	39
ΚΟΥΛΟΥΚΩΝΑ																		
ΚΟΥΡΗΤΩΝ																		
ΛΑΜΠΗΣ					2	123	22	991	6	174	1	20	4	73				
ΛΑΠΠΑΙΩΝ													1	8				
ΝΙΚΙΦΟΡΟΥ ΦΩΚΑ					2	144							2	155			1	7
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	2	1085	8	1419	18	2693	13	793	3	104			87	5583			5	10 9
ΣΥΒΡΙΤΟΥ																		
ΦΟΙΝΙΚΑ			1	204	2	248	14	694					4	676				
ΣΥΝΟΛΟ	5	2691	19	6236	42	6065	62	3612	9	278	1	20	137	8422	0	0	9	155

Πίνακας 3.6.3.1 Ξενοδοχειακές μονάδες του νομού Ρεθύμνου ανά δήμο (ΕΣΥΕ 2005)

3.6.4 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΧΑΝΙΩΝ

Η πόλη των Χανίων αποτελεί έναν παράδεισο για όσους αναζητούν την περιπέτεια και την ξεκούραση. Ο επισκέπτης των Χανίων έχει την ευκαιρία να διασκεδάσει και να μοιραστεί με τους ντόπιους κάθε είδους εκδήλωση, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Πλήθος ξενοδοχείων πολυτελείας, και ενοικιαζόμενων δωματίων, φιλοξενούν τους επισκέπτες, ενώ ο μεγάλος αριθμός Τουριστικών Γραφείων και Γραφείων Ενοικίασεως Αυτοκινήτων εξυπηρετούν τους ταξιδιώτες. (Μυλωνάκη Κ., 2007)

Πίνακας 3.6.4.1 Ξενοδοχειακά καταλύματα στο νομό Χανίων

ΧΑΝΙΑ	5*****	4****	3***	2**	1*	Ε	Γενικό άθροισμα
ΜΟΝΑΔΕΣ	5	15	41	83	22	3	471
ΔΩΜΑΤΙΑ	830	1870	2329	2649	468	59	17.804
ΚΛΙΝΕΣ	1717	3641	4517	5096	924	122	32.547

Πίνακας 3.6.4.2 Χωροταξικός πίνακας ξενοδοχειακού δυναμικού Χανίων (ΕΣΥΕ 2004)

5***** 4**** 3*** 2** 1* Ε ΕΠ/ΔΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ



ΔΗΜΟΣ/ΚΟΙΝΟΤ.	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
ΑΚΡΩΤΗΡΙΟΥ	1	264			1	59	3	133					13	601	1	5
ΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΣΕΛΙΝΟΥ							1	19								
ΑΡΜΕΝΩΝ			1	59	1	115	1	63					2	99		
ΑΣΗ ΓΩΝΙΑΣ																
ΒΑΜΟΥ					2	223	1	178					4	81	1	21
ΒΟΥΚΟΛΙΩΝ													1	63		
ΓΑΥΔΟΥ																
ΓΕΩΡΓΙΟΥΠΟΛΗ	1	497	6	1827	4	718	14	1256	3	183			14	622		
ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ																
ΘΕΡΙΣΣΟΥ							1	56					1	7		
ΙΝΝΑΧΩΡΙΟΥ																
ΚΑΝΤΑΝΟΥ													2	68		
ΚΕΡΑΜΙΩΝ																
ΚΙΣΣΑΜΟΥ					2	133	4	183	2	95			13	481		
ΚΟΛΥΜΒΑΡΙΟΥ			1	48	5	492	3	223	1	48			14	748	2	31
ΚΡΥΟΝΕΡΙΔΑΣ			1	15												
ΜΟΥΣΟΥΡΩΝ							1	46	1	49					1	6
ΜΥΘΗΜΝΗΣ																
Ν. ΚΥΔΩΝΙΑΣ	1	394	1	244	9	1397	19	1051	2	89			120	7538		
ΠΕΛΕΚΑΝΟΥ							9	376	3	83			6	148		
ΠΛΑΤΑΝΙΑ	2	562	3	1235	3	268	3	346	2	108			73	5244		
ΣΟΥΔΑΣ									2	41			1	49		
ΣΦΑΚΙΩΝ					1	161	4	123					1	24		
ΦΡΕ																
ΧΑΝΙΩΝ			2	213	13	951	19	1043	6	228	3	122	19	553	16	226
ΣΥΝΟΛΟ	5	1717	15	3641	41	4517	83	5096	22	924	3	122	284	16326	21	329

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ STATGRAPHICS



Για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα προβλέψεων Statgraphics. Το Statgraphics ανήκει στην κατηγορία των αλληλεπιδραστικών στατιστικών πακέτων, τα οποία είναι εύκολα στη χρήση ιδιαίτερα κατανοητά στη λειτουργία, ενώ περιορίζονται όσον αφορά τον όγκο των δεδομένων που μπορούν να επεξεργαστούν. Είναι διεθνώς γνωστό λογισμικό και αποτελεί σύστημα ολοκληρωμένης στατιστικής ανάλυσης με κύρια χαρακτηριστικά την πληρότητα, την απλότητα και την ευελιξία. Περιλαμβάνει χειρισμό διαχείρισης δεδομένων ευρείας κλίμακας και υποστηρίζει αναλύσεις της κλασικής και της σύγχρονης στατιστικής μεθοδολογίας.

Η ανάλυση και η επεξεργασία των χρονοσειρών θα γίνει με τη χρήση της Box and Jenkins ARIMA modeling μεθοδολογίας. Η προσέγγιση Box και Jenkins στην ανάλυση και πρόβλεψη χρονολογικών σειρών αναπτύχθηκε τη δεκαετία του 1960 και πήρε την τελική της μορφή τη δεκαετία του 1970. Η τεχνική ARIMA δίνει μορφή γενικευμένου υποδείγματος σε μια διακριτή χρονοσειρά. Η μορφή του μοντέλου για εποχικές χρονοσειρές είναι:

$$\text{ARIMA}(p,d,q)(P,D,Q)_s$$

Όπου:

p: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του μη εποχικού παράγοντα

d: η τάξη των προς τα πίσω διαφορών του μη εποχικού παράγοντα

q: η τάξη κινούμενου μέσου του μη εποχικού παράγοντα

P: η τάξη αυτοπαλινδρόμησης του εποχικού παράγοντα

D: η τάξη των προς τα πίσω διαφορών του εποχικού παράγοντα

Q: η τάξη κινούμενου μέσου του εποχικού παράγοντα

s: η εποχικότητα της χρονοσειράς

Για να προσαρμόζεται σωστά ένα μοντέλο Arima στις παρατηρήσεις που μελετώνται θα πρέπει το μοντέλο να τηρεί κάποιες προϋποθέσεις. Αρχικά θα πρέπει η στατιστική σημαντικότητα (p-value) των παραμέτρων (AR, MA, SAR, SMA) να είναι μικρότερη του 10%. Αυτό σημαίνει ότι οι παράμετροι του μοντέλου που επιλέχθηκαν να είναι κατά το λιγότερο κατά 90% πραγματικές.



Το κάθε μοντέλο, μέσω του στατιστικού πακέτου Statgraphics, υποβάλλεται σε πάντα δοκιμασίες τις οποίες θα πρέπει να περνάει επιτυχώς. Αυτές είναι:

- **RUNS**→ Δοκιμασία για υπερβολικές ακολουθίες πάνω και κάτω
- **RUNM**→ Δοκιμασία για υπερβολικές ακολουθίες πάνω και κάτω από τη διάμεσο
- **AUTO**→ Δοκιμασία Box-Pierce για υπερβολική αυτοσυσχέτιση
- **MEAN**→ Δοκιμασία για διαφορά στο μέσο του πρώτου μισού και του δεύτερου μισού
- **VAR**→ Δοκιμασία για διαφορά στη διασπορά του πρώτου μισού και του δεύτερου μισού

Οι δοκιμασίες αυτές ελέγχονται στο Statgraphics και αν το μοντέλο περνάει τη δοκιμασία το πρόγραμμα επιστρέφει σε αυτές **OK**. Αν επιστρέφει ένα * τότε σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%. Αν επιστρέφει δυο * σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99%. Τέλος, αν επιστέφει τρία * σημαίνει ότι η δοκιμασία αποτυγχάνει σε επίπεδο εμπιστοσύνης 99,9%. Επιπλέον θα πρέπει να γίνει έλεγχος στη τετραγωνική ρίζα του μέσου τετραγωνικού σφάλματος (RMSE) του μοντέλου σε σχέση με άλλα μοντέλα του στατιστικού πακέτου και θα πρέπει να έχει τη μικρότερη.

Τέλος θα πρέπει τα κατάλοιπα στα διαγράμματα αυτοσυσχετίσεων (Residual Partial Autocorrelations) να είναι εντός ορίων. (Παπαδογιωργάκης Γ., 2011)

4.1 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ 4 ΚΑΙ 5 ΑΣΤΕΡΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



Για την παρακάτω πρόβλεψη χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα του ξενοδοχειακών αφίξεων ανά νομό, ανά μήνα και ανά κατηγορία καταλύματος από το 2000 έως το 2010. Στη συνέχεια προστέθηκαν στις μηνιαίες αφίξεις των τουριστών στα 4* μαζί με τα 5* ξενοδοχεία και τέλος προστέθηκαν τα αποτελέσματα από κάθε νομό για να δημιουργηθεί μια χρονοσειρά αποτελούμενη από 132 δεδομένα.

Αρχικά αφού τοποθετήσουμε στο πρόγραμμα όλες τις μηνιαίες αφίξεις των τουριστών συνεχίζουμε κάνοντας ένα Forecasting σε User-Specified model ώστε να μπορούμε να προσαρμόσουμε τις παραμέτρους (AR, MA, SAR, SMA) για να έχουμε όσο το δυνατόν πιο πραγματικά αποτελέσματα.

Μετά από πολλούς συνδυασμούς στις παραμέτρους (AR=2, MA=0, SAR=2, SMA=2) τα δεδομένα που μας εξήγαγε το Statgraphics είχαν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Στον πίνακα 4.2.1 παρατηρούμε πως το p-value είναι κάτω του 10% οπότε το μοντέλο μας πέρασε το πρώτο τεστ.

Parameter	Estimate	Std. Error	t	P-value
AR(1)	0,287014	0,0887299	3,2347	0,001558
AR(2)	0,250128	0,0873196	2,86452	0,004901
SAR(1)	1,48543	0,162952	9,11576	0,000000
SAR(2)	-0,461346	0,171015	-2,69769	0,007947
SMA(1)	0,570239	0,123548	4,61552	0,000010
SMA(2)	-0,310245	0,0584789	-5,30525	0,000001
Mean	4167,94	53607,6	0,0777491	0,938152
Constant	-46,4661			

Πίνακας 4.2.1 Παράμετροι μοντέλου Arima για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη (ARIMA Model Summary)

Στον πίνακα 4.2.2 παρουσιάζεται η τιμή του RMSE του μοντέλου το οποίο προτιμήθηκε από τα υπόλοιπα μοντέλα βάσει όσων έχουν προαναφερθεί για αυτά.



Για την σύγκριση αυτή χρησιμοποιήθηκαν τα παρακάτω μοντέλα σε αλφαβητική αντιστοιχία με τον πίνακα:

- A. ARIMA Model
- B. Brown's linear exp. Smoothing
- C. Holt's linear exp. Smoothing
- D. Brown's quadratic exp. Smoothing
- E. Winter's exp. smoothing

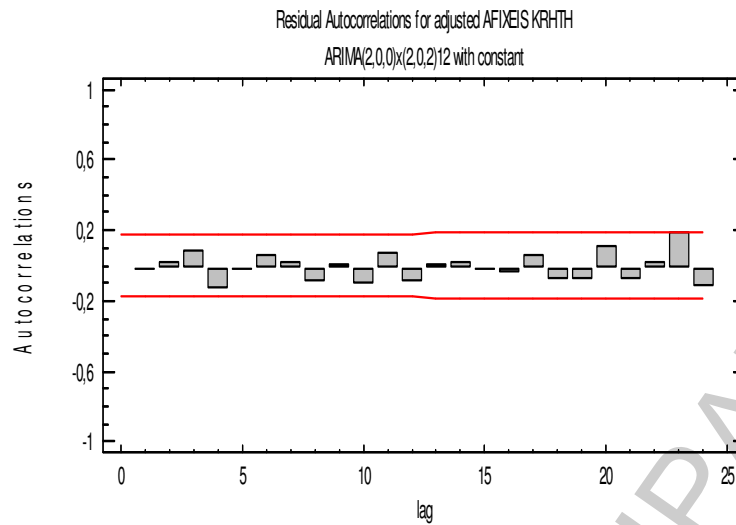
Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	9907,51	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	40006,5	OK	*	***	OK	*
(C)	21638,4	*	***	***	OK	OK
(D)	20413,6	*	***	***	OK	OK
(E)	43833,6	***	***	***	OK	**

Πίνακας 4.2.2 Τιμή RMSE και δοκιμασίες μοντέλου ARIMA για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη (Model comparison)

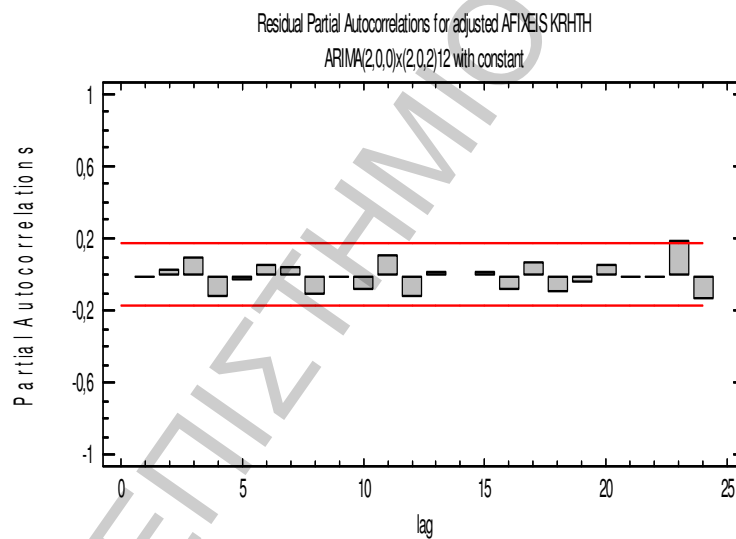
Παρατηρείται ότι προτεινόμενο μοντέλο το οποίο πέρασε και τα 5 τεστ με OK είναι το (A).

Στα διαγράμματα αυτοσυσχέτισης και μερικής αυτοσυσχέτισης που ακολουθούν θα πρέπει να παρατηρηθεί αν τα κατάλοιπα του είναι εντός ορίων.

Διάγραμμα 4.2.1 Κατάλοιπα αυτοσυσχετίσεων για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη



Διάγραμμα 4.2.2 Κατάλοιπα μερικών αυτοσυσχετίσεων για τις ξενοδοχειακές αφίξεις στην Κρήτη



Παρατηρούμε ότι εκτός χοάνης υπάρχει μόνο ένα κατάλοιπο στο διάγραμμα 4.2.2 αλλά επειδή το ποσοστό είναι χαμηλό, είναι και αποδεκτό.

Στον πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να συγκρίνουμε τις παρατηρήσεις από τα δεδομένα μας, δηλαδή τις αφίξεις των τουριστών για το έτος 2010, με τις προβλέψεις που εξάγει το Statgraphics με το μοντέλο $ARIMA(2,0,0) \times (2,0,2)_{12}$.

Περίοδος	Δεδομένα	Περίοδος	Προβλέψεις	Περίοδος	Προβλέψεις	Περίοδος	Προβλέψεις
----------	----------	----------	------------	----------	------------	----------	------------



1/10	4634,0	1/11	2267,05	1/12	2173,26	1/13	1390,1
2/10	5480,0	2/11	4283,42	2/12	4133,58	2/13	3630,5
3/10	14591,0	3/11	12223,3	3/12	12875,6	3/13	13088,9
4/10	69360,0	4/11	74389,0	4/12	74262,5	4/13	75698,7
5/10	182032,	5/11	192350,	5/12	199097,	5/13	206775,
6/10	209668,	6/11	219365,	6/12	223883,	6/13	231174,
7/10	262024,	7/11	273731,	7/12	288317,	7/13	301833,
8/10	276165,	8/11	291425,	8/12	304327,	8/13	317471,
9/10	212092,	9/11	221554,	9/12	231491,	9/13	241526,
10/10	109927,	10/11	113731,	10/12	122134,	10/13	128836,
11/10	3912,0	11/11	4227,31	11/12	2684,28	11/13	1925,59
12/10	4016,0	12/11	4388,51	12/12	3627,94	12/13	3256,69

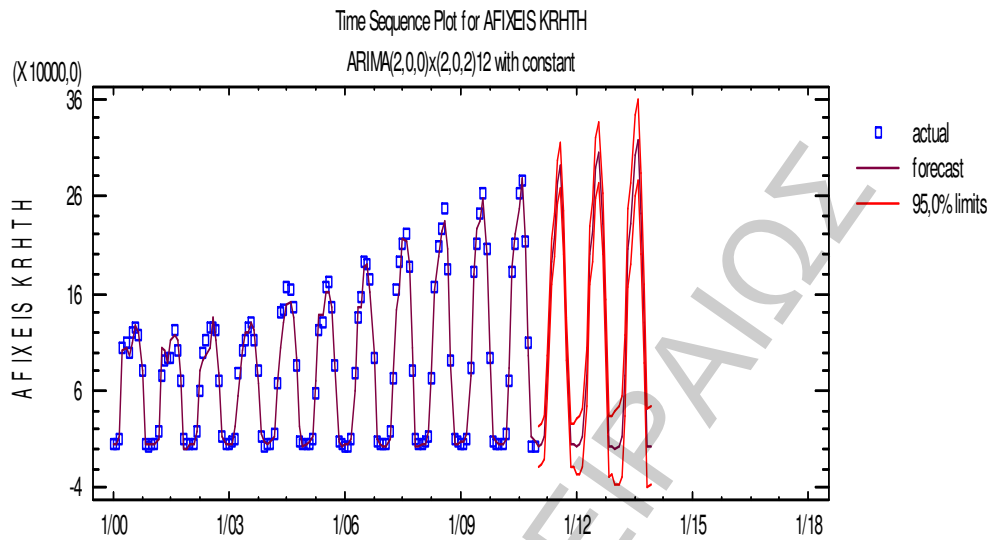
Πίνακας 4.2.3 Σύγκριση αφίξεων 2010 με προβλεπόμενες αφίξεις 2011,2012,2013

Στη σύγκριση των αποτελεσμάτων παρατηρούμε μείωση μόνο στους μήνες Ιανουάριο, και Φεβρουάριο της τάξεως των 2000 αφίξεων. Στους μήνες Νοέμβριο και Δεκέμβριο υπάρχει μια μικρή αύξηση το 2011 αλλά στα έτη 2012 και 2013 παρατηρείται μείωση κατά περίπου 1000 αφίξεις. Σε όλους τους υπόλοιπους μήνες η αύξηση των αφίξεων των τουριστών είναι ραγδαία με διαφορές των δυο ετών να φτάνουν έως και τις 15260 αφίξεις τον μήνα Αύγουστο.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η χρονική ακολουθία των δεδομένων που έχουμε εισάγει στο Statgraphics (μπλε χρώμα) αλλά και οι προβλέψεις (κόκκινο χρώμα). Επίσης παρατηρείται και η εποχικότητα των δεδομένων μας από τις καμπύλες ανά έτος.



Διάγραμμα 4.2.3 Διάγραμμα χρονικής ακολουθίας αφίξεων στα ξενοδοχεία της Κρήτης



4.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εικόνα της Ελλάδας έχει απήγηση ακόμη σε εκατομμύρια ταξιδιώτες μαζικού τουρισμού, η μερίδα, όμως, απαιτητικών επισκεπτών που μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη για την εκτόξευση του ελληνικού τουρισμού, ψάχνει το μη προφανές. Είναι άνθρωποι ανώτερου μορφωτικού, κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου. Διαμορφώνουν την κοινή γνώμη. Ξοδεύουν πολλά χρήματα, ενδιαφέρονται για τις εξελίξεις στην πολιτική, την οικονομία, την γαστρονομία, τις τέχνες. Γνωρίζουν καλά τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό και δεν ικανοποιούνται με μια τυπική ξενάγηση στην Ακρόπολη. Για την προσέλκυση αυτών των ταξιδιωτών ο πολιτισμός σε συνδυασμό με την προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, μπορεί να αποτελέσει την αιχμή του δόρατος. Το «ευ ζην» κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος, καθιστώντας απαραίτητο τον συνδυασμό της πολυτελούς διαμονής με υπηρεσίες Spa, αθλητικών εγκαταστάσεων (πισίνα, γυμναστήριο, γήπεδο γκολφ) και εξεζητημένων εστιατορίων. Η Ελλάδα δεν είναι γνωστή διεθνώς ως προορισμός πολυτελείας. Μόνο κάποιες συγκεκριμένες περιοχές, όπως η Ελούντα, η Μύκονος και η Σαντορίνη αναγνωρίζονται ως προορισμοί πολυτελείας.

Η Ελλάδα, με εξαίρεση κάποιες περιοχές, δεν αποτελεί προορισμό πολυτελείας. Η χώρα μας δεν διαθέτει πολλά πραγματικά πεντάστερα ξενοδοχεία, προσφέρει χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες έξω από τα ξενοδοχεία, έχει περιφερειακά αεροδρόμια χαμηλών standards, ανεπάρκεια σε πολυτελή μέσα μεταφοράς και μικρή διεισδυτικότητα στα κανάλια διανομής



όπου και αυτοί είναι οι βασικότεροι παράγοντες για την εισαγωγή μιας χώρας σε μια τουριστική αγορά και να θεωρηθεί μια ανταγωνίστρια απέναντι σε χώρες όπως Τουρκία, Κροατία και Κύπρος οι οποίες ανταγωνίζονται για το ίδιο κοινό – στόχο (target group) στην αγορά πολυτελείας.

Σύμφωνα με απόψεις επαγγελματιών, ο τουρίστας πολυτελείας που επισκέπτεται την Ελλάδα την επιλέγει, ως επί το πλείστον, για καλοκαιρινές διακοπές διάρκειας 7- 14 ημερών και λιγότερο για πολυτελή city breaks και σύντομες διακοπές 2- 4 ημερών. Διαμένει σε πολυτελή ξενοδοχεία και θέρετρα, σε boutique ξενοδοχεία, σε ιδιωτικές βίλες αλλά δεν σπανίζουν οι περιπτώσεις που επιλέγει να μείνει σε πολυτελή yachts. Η μέση ταξιδιωτική του δαπάνη κυμαίνεται από 500 έως 1.000 ευρώ, ενώ οι κρατήσεις γίνονται μέσω εξειδικευμένων T.Os και τουριστικών γραφείων και συνήθως λιγότερο από ένα μήνα πριν το ταξίδι. (XENIA 2008).

Αν και η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών στα ξενοδοχεία της Κρήτης είναι πολύ χαμηλή σε σχέση με τα επίπεδα της πολυτέλειας που αναζητεί ο τουρίστας ή και έχει συνηθίσει από άλλους πολυτελείς προορισμούς, στα παραπάνω εξαγόμενα αποτελέσματα, παρατηρείται μια άνοδος των ξενοδοχειακών αφίξεων κυρίως στις υψηλές περιόδους, δηλαδή τους καλοκαιρινούς μήνες, όπου και κυριαρχεί ο τουρισμός των 4S.

Για να θεωρηθεί η Ελλάδα ως προορισμός πολυτελείας, θα πρέπει στρατηγικά να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά της στην αγορά αυτή. Από πλευράς ιδιωτικού τομέα υπάρχουν ουκ ολίγες αξιόλογες προσπάθειες, οι οποίες όμως, ακυρώνονται μερικώς από την ανεπάρκεια των γενικότερων υποδομών της χώρας και την έλλειψη παιδείας- κουλτούρας για προσφορά υπηρεσιών υψηλού επιπέδου.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΕΤΑΙΡΩ ΕΡΕΥΝΑ

Αδιαμφισβήτητα, τα μέτρα και οι κανονισμοί που μπορεί να προταθούν για την βελτίωση των υπηρεσιών στα πολυτελή ξενοδοχεία στην Κρήτη δεν έχουν καμία αξία αν δεν υπάρχει προσωπικό κατάλληλα εκπαιδευμένο ώστε να είναι ενήμερο για το πώς πρέπει να συμπεριφερθεί και να εξυπηρετήσει με τον καλύτερο τρόπο πελάτες με μια ιδιαίτερη οικονομική επιφάνεια. Σχετικά με τα καταλύματα, θα πρέπει να διαθέτουν ένα ασφαλές περιβάλλον, όπως οφείλουν σε κάθε περίπτωση, να παρέχουν κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους, για να αποφεύγουν οι πελάτες θορύβους, φωνές ή οτιδήποτε αναπάντεχο που θα τους ενοχλήσει και θα τους αναστατώσει καθώς επίσης πολυτελή εστιατόρια και χώρους ψυχαγωγίας.

Συνοψίζοντας, όπως διαπιστώνεται από την έρευνα, η πολυτελής αγορά κινητοποιεί όλους τομείς της οικονομίας προσφέροντας ένα ικανοποιητικό οικονομικό όφελος, αντίστοιχο με εκείνο των υπόλοιπων αγορών. Ακόμη, η συγκεκριμένη αγορά στόχος, ενεργοποιεί σε μεγαλύτερο βαθμό τις υπηρεσίες υψηλού επιπέδου και αυτό που χρήζει άμεσης προσοχής και ανάγκης, για τους συγκεκριμένους πελάτες, είναι η ύπαρξη ευαισθητοποιημένων και πλήρως ειδικευμένων ανθρώπων σε κάθε τομέα τουριστικών υπηρεσιών και ακόμα πιο πολυτελή ξενοδοχειακά καταλύματα.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι αυτή η μελέτη ήταν μια πρώτη και χρήσιμη προσέγγιση του θέματος «πολυτελές τουριστικό προϊόν». Μεγάλο ενδιαφέρον στο μέλλον θα είχε η μελέτη του πολυτελούς τουρισμού στους νέους με κύριους αποδέκτες, των πολυτελών υπηρεσιών των ξενοδοχείων της Κρήτης, νεόπλουτους ή τους γόνους πλούσιων οικογενειών. Επίσης ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η μελέτη διαδικασιών μάρκετινγκ, από την πλευρά των επιχειρήσεων, για την προσέγγιση τέτοιου είδους αγορών, δηλαδή ποιό θα ήταν το κατάλληλο μείγμα μάρκετινγκ για να προσεγγιστεί με επιτυχία μια αγορά-στόχος όπως αυτή που προαναφέρθηκε.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

U.A.I., Ένωση Διεθνών Σωματείων

Αιγινίτης (Ν.), Τουριστική ψυχολογία, Εκδ. Interbooks, Αθήνα, σελ. 21-25, 1978

Βαρβαρέσος (Στ.), Τουρισμός, Οικονομικές Προσεγγίσεις, Προπομπός, Αθήνα, 1997

Βαρβαρέσος. (Στ), Οικονομική του τουρισμού. Ενωτολογικές, θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις από τον 19^ο έως τον 21^ο αιώνα, Εκδ. Προπομπός, σελ.107-109, 2008

Βαρβαρέσος. (Στ), Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις , Προπομπός: Αθήνα, σελ. 13-22, 2000

Γάσπαρης (Χ.), «Έλληνες φεουδάρχες στο σεξτέριο του dorsoduro» Στοιχεία για την ελληνική γαιοκτησία στη μεσαιωνική Κρήτη, 2008

Γκανιά (Β.), Διπλωματική εργασία «Επιλογή Τουριστικών Προορισμών από τους Καταναλωτές», σελ.8-13, 23-30, 2007

Δολόγλου (Ν.), Ερευνητική εργασία, «Τουρισμός στις ορεινές περιοχές. Προβλήματα-Ανάγκες, 2008

ΕΟΤ, Θρησκευτικά μνημεία στην Ελλάδα, Αθήνα, 2005

Ηγουμενάκης (Ν. Γ.), Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α', Interbooks, Αθήνα, 1997

Ηγουμενάκης (Ν. Γ.), Τουριστική Πολιτική, Εκδ. Interbooks, σελ. 22

Θεοδοροπούλου, (Ε.), Σημειώσεις για το μάθημα: Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον, Αθήνα, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, 2006

ΙΤΕΠ, Τουρισμός Ατόμων Τρίτης Ηλικίας, σελ. 63-66 2004

Καρδαμάκη (Ε.) και Μανουσάκη (Α.), Διπλωματική εργασία: «Τουρισμός- νοσηλευτική: καταγραφή των απόψεων των εργαζομένων σε ξενοδοχεία για τις γνώσεις σε θέματα παροχής πρώτων βοηθειών», 2002

Κερούλη (Μ.), Διπλωματική εργασία: «Διερεύνηση των διαδικασιών, των επιλογών και των προβλημάτων υλοποίησης επένδυσης για ξενοδοχειακή εγκατάσταση στον Αγ. Νικόλαο Κρήτης», 2010



- Κοσμαδάκη (Μ.),** Πτυχιακή Εργασία: Τουρισμός και Ανάπτυξη, , σελ. 10-12, 2006
- Μοίρα-Μυλωνοπούλου (Π.),** Τουριστική Γεωγραφία Ευρώπη, Εκδόσεις: Σταμούλης Αθ., σελ. 47-55,232-236, 1999
- Μυλωνάκη (Κ.),** Πτυχιακή εργασία: «Αθλητικός τουρισμός στο νομό Χανίων», , 2007
- Παπά (Α.),** Διπλωματική Εργασία: «Η Ζήτηση του τουρισμού στην Ελλάδα: Μια Εμπειρική Έρευνα», Θεσσαλονίκη, 2010
- Παπαδογιωργάκης (Γ.),** Διπλωματική Εργασία: «Ανάλυση εσόδων και αφίξεων από τον τουρισμό στην Ελλάδα -Προβλέψεις» σελ.71-73, 2011
- Παπουδάρη (Ε.),** Πτυχιακή εργασία: «Οργάνωση, διοίκηση και λειτουργία ξενοδοχείων στην Ελλάδα», 2010
- Γάσπαρης (Χ.),** «Η γη και οι αγρότες στη μεσαιωνική Κρήτη. 13ος - 14ος αι., Αθήνα 1997, 17-53- Ο ίδιος, Τα αστικά φέουδα (burgessie). Η ακίνητη ιδιοκτησία των φεουδαρχών στο Χάνδακα, Πεπραγμένα Η' Διεθνούς Κρητολογικού Συνεδρίου, τόμ. Β1, ,σελ. 137-150 Ηράκλειο 2000»
- Πολίτης (Μ.),** Τουριστική Γεωγραφία, Εκδ. Interbooks, Αθήνα, σελ.60-73, 1996 (Μετάφραση από την 4^η έκδοση των J.-P. Lozato-Giotart)
- Πολύζος (Σ.),** Επιστημονικό άρθρο, «Ανάλυση Παραγόντων Επιρροής και Εμπειρική Διερεύνηση των Εσωτερικών Τουριστικών Ροών στην Ελλάδα», ΤΟΠΟΣ, τεύχος 18-19, σελ. 87-108, 2002
- Πολύζος (Σ.),** Ερευνητική εργασία, «Θρησκευτικός Τουρισμός στην Ελλάδα: Χωρική ανάλυση και συμβολή στην ανάπτυξη μειονεκτικών περιοχών», σελ 216-219, 2010
- Πολυτεχνείο Κρήτης,** Ποιοτική Έρευνα Τουρισμού για την Κρήτη, 2008
- Στεφανάκη (Κ.),** «Επιχειρησιακός προγραμματισμός- οργάνωση εκδηλώσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες της Κρήτης», 2011
- Σφακιανάκης (Μ.),** Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ, Αθήνα, 2000
- Τεκίδου (Χ.),** Διπλωματική Εργασία: «Η διαχρονική εξέλιξη της τουριστικής δραστηριότητας στην Κρήτη. Επιπτώσεις στο ανθρωπογενές και φυσικό περιβάλλον.» ,2010
- Τσάρτας (Π.),** Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό. Εκδ. Εξάντας, Αθήνα, 1996



Τσουκάτος (Ε.Κ.), Πτυχιακή εργασία: «Οικονομία του Νομού Λασιθίου, με σύντομη Περιγραφή της Αθλητικής Δραστηριότητας», 2006

Ετήσια Μελέτη της **XENIA**, «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ. Οι τάσεις παγκόσμια- οι προοπτικές στην Ελλάδα», 2008

Όλα τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στο Statgraphics πάρθηκαν από τη ΕΛ.ΣΤΑΤ. (Ελληνική Στατιστική Αρχή)

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Boret (A.), “Tourisme et pelerinage”, Revue de l’institut Catholique de Paris, Ιανουάριος- Μάρτιος, 1986, σελ. 95-110.

Boyer (M.), Le tourisme. Ed. Seuil, Peuple et Culture, Paris, 1972/1982

Bull (A.), THE ECONOMICS OF TRAVEL AND TOURISM, Longman. Cartwright R., C. Baird the Development and Growth of the Cruise Industry, Butterworth, 1999

Chelma (G.), «Hotellerie de luxe et tourisme d’ affaires a Paris» Cahiers du C.R.E.P.I.F., αρ. 30, σελ. 79-114, Παρίσι, Απρίλιος 1990

Crouch (G. I.), Effect of income and price on international tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 19, σελ. 643-664, 1992

Dumazedier (J.) και Ripert (A.), Loisir et culture, Εκδόσεις Le seuil, Παρίσι, 1966 σελ. 398
«Τα πολιτιστικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την επαφή των τουριστών με το περιβάλλον υποδοχής, τα οποία ενδιαφέρουν περισσότερο την κοινωνιολογία, δεν αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης σ’ αυτό το κεφάλαιο, όπου η τουριστική κίνηση εξετάζεται μόνο από γεωγραφική άποψη. Οι χωρικές επιπτώσεις κοινωνικοπολιτιστικών πτυχών αναπτύσσονται στο τρίτο μέρος. Επίσης η συζήτηση για τον ορισμό του πολιτιστικού τουρισμού παραμένει ανοικτή. Η Suzanne Chase, πρόεδρος της Association Technique du Tourisme του Κεμπέκ, γράφει: «ο πολιτιστικός τουρισμός είναι αυτός που προσδίδει τη μεγαλύτερη σημασία στη γνώση και την προστασία της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς»

Gonzalez (P.) and Moral (P.), An analysis of the international tourism demand in Spain, International Journal of Forecasting, 11, σελ. 233- 251, 1995



Guthrie (H. W.), Demand for tourists' goods and services in a world market, papers and proceedings of the regional science association, 7, 159-175, 1961

Huetz De Lemps (Ch.), «Hommes et capitaux a travers le Pacifique: Vers la “japonisation” des Hawaï?», Les Cahiers d’outre Mer, Μπορντό, αρ. 173, Ιανουάριος- Μάρτιος 1991, σελ. 61-75.

Jansen–Verbeke (M.) και Dietvorst, (A.), “Leisure, recreation, tourism”: a geographic view on integration, Annals of Tourism Research, [14 (3): 361-375], 1987

Krapf (K.), La consommation touristique. CET, Col. Les Cahiers du Tourisme, Etudes et Memoires, no 2, Aix-en-Provence, 1964

Kwack (S. Y.), Effects of Income and Prices on Travel Spending Abroad 1960 III- 1967IV, International Economic Review, Vol. 13, No. 2, σελ. 245-256, 1972

Lanquar (R.), Le tourisme international. Ed. PUF, Col. Que sais-je? Paris, 1981

Leiper (N.), “Towards a cohesive curriculum in tourism: The case for a distinct discipline”, Annals of Tourism Research, [8 (1): 69-84], 1981

Lim (C.), Review of international tourism demand models, Annals of Tourism Research, Vol. 24, No. 4, 835-849, 1997

Linder (S.B), Trade and trade policy for development, New York, 1967

Loeb (P. D.), International travel to the United States, An econometric evaluation, Annals of Tourism Research, Vol. 9. σελ. 7-20, 1982

Martin (C. A.) and Witt (S. F.), Tourism demand forecasting models: choice of appropriate variable to represent tourists' cost of living, Tourism Management, 8, σελ. 233-46, 1987

Morley (C. L.), The use of CPI for tourism prices in demand modeling, Tourism Management, 15 (5), σελ. 342-346, 1994

Munoz (T. G.) and Amaral (T. P.), An econometric model for international tourism flows to Spain, Applied Economics Letters, 7, σελ. 525-529, 2000

Nolan (M.), Nolan (S.), Religious sites as tourism attractions in Europe, Annals of Tourism Research, vol. 19, σελ. 68-78, 1992

OMT, Tourisme: Horizon 2020. Nouvelles previsions de l’ Organisation Mondiale du Tourisme. (Resume executive), Madrid, 1997



Papatheodorou (A.), The demand for international tourism in the Mediterranean region, *Applied Economic*, 31, σελ. 619-630, 1999

Polyzos (S.), Arabatzis (G.), Tsiantikoudis (S.), The Attractiveness of Archaeological Sites in Greece: A Spatial Analysis, *International Journal of Tourism Policy and Research*, vol. 1(3), σελ. 246-266, 2007

Poon (A.), TOURISM, TECHNOLOGY AND COMPETITIVE STRATEGIES, *Cab International*, 1993

Proenga (S.) and Soukiazis, (E.), Demand for tourism in Portugal. A panel data approach, *CEUNEUROPE*, Discussion Paper, N° 29, February, 2005

Raulin (V.), Description physique de l' ile de Crete, I-II Paris 1869

Rinschede (G.), Forms of Religious Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 19, σελ. 51-67, 1992

Seddighi (H. R.), Nuttall (M. W.) and Theocharous (A. L.), Does cultural background of tourists influence the destination choice? an empirical study with special reference to political instability, *Tourism Management*, 22, σελ. 181-191, 2001

Serres (J.), «Les vacances musicales» στο Συνέδριο *Tourisme et Cooperation internationales*, Σεπτέμβριος του 1977, Εκδόσεις Delta, σελ. 349-358, Πανεπιστήμιο της Νικαίας 1979

Servoin (F.), *Institution touristiques et droit du tourisme*, Εκδόσεις Masson, Παρίσι, σελ. 10 1981

Sigaux (G.), *Histoire du Tourisme et des Vacances*, σελ.92, 1965

Song (H.), Romilly (P.), and Liu (X.), An empirical study of outbound tourism demand in the UK, *Applied Economics*, 32, σελ. 611- 624, 2000

Summary (R.), Estimation of tourism demand by multivariable regression analysis: Evidence from Kenya, *Tourism Management*, 8(4), σελ. 317-322, 1987

Swarbrooke (J.) και Horner (L.S.), *Consumer Behavior in Tourism*, Butterworth, σελ. 96, 1999

Uysal (M.) and Crompton (J. L.), Determinants of demand for international tourist flows to Turkey, *Tourism management*, 5, σελ. 24-39, 1984



Viard (J.), Reinventer les vacances. La nouvelle galaxie du Tourisme. La Documentation Francaise, Paris, 1998

Walsh (M.), Demand Analysis in Irish Tourism, Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland, Vol. XXVII, Part IV, 1996

Witt (S. F.) and Witt (C. A.), Forecasting tourism demand: A review of empirical research, International Journal of Forecasting, 11, σελ. 447-475, 1995

WTO, Second International Conference on Senior Tourism (που έλαβε χώρα στη Recife/Olinda της Βραζιλίας το Σεπτέμβριο του 1996 υπό την αιγίδα του Βραζιλιανού Επιμελητηρίου Τουρισμού-EMBRATUR), Madrid, May 1997, σελ.23-40.

Πηγή 1 «Απόσπασμα από το κείμενο που υιοθέτησε το Καθολικό συνέδριο της Ρώμης, το 1967, περί των πνευματικών αξιών του τουρισμού, άρθρο 8. Η ανάπτυξη του τουρισμού και οι επιπτώσεις στη θρησκευτική έκφραση αποτελούν αντικείμενο αναλύσεων στην ποιμενική του τουρισμού, υπό την διεύθυνση του πατέρα Κολών, στο Καθολικό ινστιτούτο του Παρισιού.»

Πηγή 2 «Το ζήτημα της γαιοκτησίας στην Κρήτη παραμένει ακόμη ανοικτό για πολλά επιμέρους θέματα, μεταξύ των οποίων και η ελληνική γαιοκτησία. Ωστόσο, έχει επαρκώς αναπτυχθεί το γενικό πλαίσιο που έθεσε η Βενετία και το οποίο ρύθμιζε το ζήτημα της ιδιοκτησίας και της εκμετάλλευσης της γης, καθώς και τη σχέση κατόχου γης και βενετικού δημοσίου. Βλ. σχετικά, S. BORSARI, // dominio veneziano a Creta nel XIII secolo, Νάπολη 1963, 74-87, ειδικά 76-77' Elisabeth SANTSCHI, La notion de «feudum» en Crète vénitienne. (XIIIe-XVe siècles), Montreux 1976 S. COSENTINO, Aspetti e problemi del feudo veneto-cretese (sec. XIII-XIV), Μπολόνια 1987 [Quaderni della Rivista di Studi Bizantini e Slavi 3], Για τους Έλληνες γαιοκτήμονες και τη θέση τους στο νέο πολιτικό και κοινωνικό καθεστώς της βενετικής Κρήτης, βλ. D. JACOBY, Les états latins en Roumanie: phénomènes sociaux et économiques (1204-1350 environ), XVe Congrès International d'Études Byzantines. Rapports et co-rapports, Αθήνα 1976 (= ο ίδιος, Recherches sur la Méditerranée orientale du XIe au XVe siècles, Λονδίνο 1979, αρ. 1), 26-34.



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%AC>
- http://greecelands.blogspot.com/2011/07/blog-post_16.html
- http://money-tourism.blogspot.gr/2011/04/blog-post_2133.htmlhttp://greecelands.blogspot.com/2011/07/blog-post_16.html
- <http://www.asxetos.gr/articles/travel/to-profil-ton-allodapon-toyriston.html#axzz2Dwg3RmaB>
- <http://www.crete.gr/el/pages/port-kania.php>
- http://www.holiday.gr/gr/place5.php?place_id=211
- http://www.neatv.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=29055:--10---&catid=27:2010-03-23-18-38-22&Itemid=108
- <http://www.rethymno.gr>
- www.mtadigest.com 2006
- www.world-tourism.org 2005
- <http://cretanhistory.tripod.com>
- Google earth



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΜΕ ΤΑ ΑΚΡΙΒΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ STATGRAPHICS

Forecasting - AFIXEIS KRHTH

Data variable: AFIXEIS KRHTH

Number of observations = 132
Start index = 1/00
Sampling interval = 1,0 month(s)
Length of seasonality = 12

Forecast Summary

Forecast model selected: ARIMA(2,0,0)x(2,0,2)12 with constant
Number of forecasts generated: 36
Number of periods withheld for validation: 0

	<i>Estimation</i>	<i>Validation</i>
<i>Statistic</i>	<i>Period</i>	<i>Period</i>
RMSE	9907,51	
MAE	6787,68	
MAPE	21,1906	
ME	601,833	
MPE	-5,32717	

ARIMA Model Summary

<i>Parameter</i>	<i>Estimate</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t</i>	<i>P-value</i>
AR(1)	0,287014	0,0887299	3,2347	0,001558
AR(2)	0,250128	0,0873196	2,86452	0,004901
SAR(1)	1,48543	0,162952	9,11576	0,000000
SAR(2)	-0,461346	0,171015	-2,69769	0,007947
SMA(1)	0,570239	0,123548	4,61552	0,000010
SMA(2)	-0,310245	0,0584789	-5,30525	0,000001
Mean	4167,94	53607,6	0,0777491	0,938152
Constant	-46,4661			

Backforecasting: yes

Estimated white noise variance = 1,02267E8 with 125 degrees of freedom

Estimated white noise standard deviation = 10112,7

Number of iterations: 13

The StatAdvisor

This procedure will forecast future values of AFIXEIS KRHTH. The data cover 132 time periods. Currently, an autoregressive integrated moving average (ARIMA) model has been selected. This model assumes that the best forecast for future data is given by a parametric model relating the most recent data value to previous data values and previous noise. Each value of AFIXEIS KRHTH has been adjusted in the following way before the model was fit:

You can select a different forecasting model by pressing the alternate mouse button and selecting Analysis Options.

The output summarizes the statistical significance of the terms in the forecasting model. Terms with P-values less than 0,05 are statistically significantly different from zero at the 95,0% confidence level. The P-value for the AR(2) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the SAR(2) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the SMA(2) term is less than 0,05, so it is significantly different from 0. The P-value for the constant term is greater than or equal to 0,05, so it is not statistically

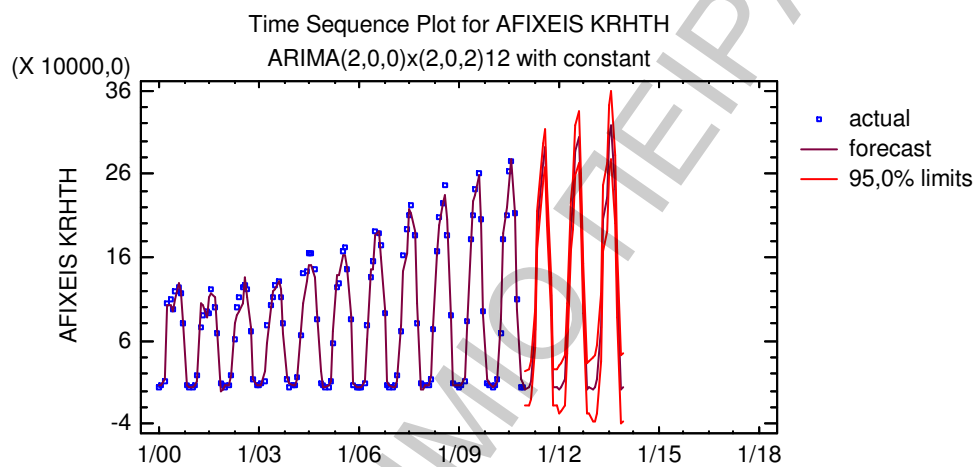


significant. You should therefore consider removing the constant term from the model. The estimated standard deviation of the input white noise equals 10112,7.

The table also summarizes the performance of the currently selected model in fitting the historical data. It displays:

- (1) the root mean squared error (RMSE)
- (2) the mean absolute error (MAE)
- (3) the mean absolute percentage error (MAPE)
- (4) the mean error (ME)
- (5) the mean percentage error (MPE)

Each of the statistics is based on the one-ahead forecast errors, which are the differences between the data value at time t and the forecast of that value made at time $t-1$. The first three statistics measure the magnitude of the errors. A better model will give a smaller value. The last two statistics measure bias. A better model will give a value close to 0.



Forecast Table for AFIXEIS KRHTH
Model: ARIMA(2,0,0)x(2,0,2)₁₂ with constant

Period	Data	Forecast	Residual
1/00	5110,0	5344,49	-234,488
2/00	6431,0	6015,67	415,327
3/00	10522,0	13190,1	-2668,12
4/00	104791,	102411,	2380,13
5/00	109015,	103439,	5575,64
6/00	98072,0	96091,8	1980,21
7/00	118582,	110612,	7969,97
8/00	124483,	127646,	-3162,65
9/00	116395,	118887,	-2491,83
10/00	79662,0	80406,4	-744,444
11/00	6614,0	6494,05	119,952
12/00	3172,0	4364,1	-1192,1
1/01	4803,0	4733,13	69,8704
2/01	5312,0	5987,05	-675,053
3/01	18420,0	11224,1	7195,95
4/01	76346,0	104931,	-28585,4
5/01	90009,0	102669,	-12659,7
6/01	94666,0	87531,6	7134,42
7/01	92629,0	112117,	-19488,1
8/01	122347,	117424,	4922,57
9/01	100401,	111329,	-10927,9
10/01	69675,0	74770,2	-5095,18
11/01	9440,0	-636,02	10076,0



12/01	6429,0	1328,37	5100,63
1/02	4574,0	6343,74	-1769,74
2/02	5971,0	6275,18	-304,18
3/02	19583,0	17779,5	1803,47
4/02	61108,0	81477,0	-20369,0
5/02	99660,0	90444,7	9215,28
6/02	111272,	95549,8	15722,2
7/02	123655,	105053,	18601,6
8/02	125474,	136151,	-10677,2
9/02	121691,	111384,	10306,7
10/02	70386,0	77199,6	-6813,6
11/02	13469,0	12827,0	642,049
12/02	5695,0	6389,02	-694,022
1/03	6436,0	5501,31	934,69
2/03	8149,0	6271,36	1877,64
3/03	10028,0	22710,0	-12682,0
4/03	78178,0	55651,1	22526,9
5/03	101422,	101136,	285,659
6/03	113108,	119014,	-5905,54
7/03	125959,	120533,	5426,27
8/03	131057,	131079,	-21,8795
9/03	111856,	121702,	-9846,04
10/03	79753,0	68464,1	11288,9
11/03	13618,0	14823,4	-1205,43
12/03	3827,0	8678,3	-4851,3
1/04	6142,0	5334,4	807,598
2/04	6437,0	7346,27	-909,27
3/04	15423,0	12442,9	2980,06
4/04	66975,0	70740,3	-3765,29
5/04	141436,	103703,	37733,1
6/04	142560,	130185,	12374,6
7/04	165543,	149309,	16234,5
8/04	164116,	150102,	14014,3
9/04	145156,	135498,	9657,93
10/04	84907,0	94319,4	-9412,4
11/04	7923,0	23332,8	-15409,8
12/04	5673,0	3541,35	2131,65
1/05	4842,0	5164,3	-322,295
2/05	4693,0	7134,37	-2441,37
3/05	10573,0	11956,5	-1383,48
4/05	57499,0	70018,8	-12519,8
5/05	123382,	138200,	-14818,3
6/05	128877,	137707,	-8830,34
7/05	167126,	161374,	5752,24
8/05	171361,	161664,	9696,73
9/05	144928,	146805,	-1876,82
10/05	86725,0	89683,4	-2958,35
11/05	6739,0	8331,42	-1592,42
12/05	4890,0	3602,12	1287,88
1/06	3872,0	4551,66	-679,657
2/06	4028,0	4482,26	-454,263
3/06	9824,0	10143,0	-318,972
4/06	77468,0	60797,6	16670,4
5/06	135810,	145032,	-9221,94
6/06	156130,	145343,	10786,8
7/06	191216,	186783,	4432,72
8/06	188896,	190771,	-1875,34
9/06	174944,	160059,	14885,4
10/06	93169,0	98533,8	-5364,84
11/06	7228,0	10106,2	-2878,15
12/06	4533,0	5657,11	-1124,11
1/07	5130,0	3944,62	1185,38



2/07	5220,0	3707,71	1512,29
3/07	17542,0	10226,9	7315,12
4/07	72020,0	77706,8	-5686,84
5/07	163345,	142644,	20700,9
6/07	193230,	164711,	28518,8
7/07	211559,	216741,	-5182,11
8/07	221255,	212088,	9166,95
9/07	187122,	190705,	-3582,76
10/07	81574,0	103725,	-22150,7
11/07	9688,0	2431,5	7256,5
12/07	5443,0	1857,76	3585,24
1/08	6421,0	5693,12	727,883
2/08	7077,0	5255,89	1821,11
3/08	13433,0	17694,3	-4261,3
4/08	72424,0	77582,5	-5158,48
5/08	166062,	163586,	2476,1
6/08	207255,	198338,	8916,86
7/08	225337,	224619,	718,261
8/08	246399,	233518,	12880,7
9/08	185821,	205089,	-19267,6
10/08	89957,0	87052,5	2904,55
11/08	9569,0	6498,32	3070,68
12/08	7204,0	6070,79	1133,21
1/09	4555,0	7052,78	-2497,78
2/09	5768,0	7040,19	-1272,19
3/09	10326,0	15188,9	-4862,94
4/09	82436,0	74460,7	7975,29
5/09	181613,	178215,	3398,29
6/09	209654,	227411,	-17756,9
7/09	241309,	235032,	6277,4
8/09	261930,	258321,	3608,63
9/09	205208,	199998,	5209,94
10/09	94871,0	91367,1	3503,93
11/09	8457,0	13756,7	-5299,74
12/09	6311,0	7959,84	-1648,84
1/10	4634,0	4546,18	87,8155
2/10	5480,0	6315,3	-835,296
3/10	14591,0	10804,3	3786,73
4/10	69360,0	84454,3	-15094,3
5/10	182032,	187660,	-5628,17
6/10	209668,	220539,	-10871,1
7/10	262024,	246540,	15484,3
8/10	276165,	277922,	-1756,99
9/10	212092,	212203,	-110,644
10/10	109927,	96460,1	13466,9
11/10	3912,0	13339,2	-9427,16
12/10	4016,0	8707,98	-4691,98

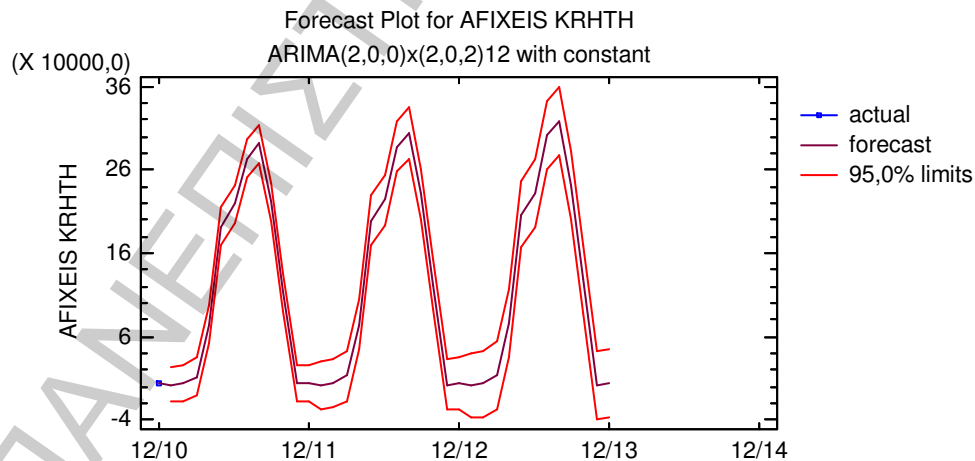
		Lower 95,0%	Upper 95,0%
Period	Forecast	Limit	Limit
1/11	2267,05	-17747,3	22281,4
2/11	4283,42	-16539,0	25105,8
3/11	12223,3	-9636,67	34083,3
4/11	74389,0	52274,3	96503,7
5/11	192350,	170080,	214620,
6/11	219365,	197038,	241691,
7/11	273731,	251376,	296085,
8/11	291425,	269059,	313791,
9/11	221554,	199183,	243926,
10/11	113731,	91357,3	136104,
11/11	4227,31	-18147,2	26601,8



12/11	4388,51	-17986,4	26763,4
1/12	2173,26	-26802,3	31148,8
2/12	4133,58	-25326,2	33593,4
3/12	12875,6	-17215,5	42966,7
4/12	74262,5	44013,1	104512,
5/12	199097,	168751,	229443,
6/12	223883,	193501,	254265,
7/12	288317,	257918,	318716,
8/12	304327,	273921,	334733,
9/12	231491,	201082,	261901,
10/12	122134,	91723,5	152545,
11/12	2684,28	-27727,2	33095,7
12/12	3627,94	-26783,8	34039,7
1/13	1390,1	-37519,3	40299,5
2/13	3630,5	-35903,3	43164,3
3/13	13088,9	-27262,1	53439,9
4/13	75698,7	35143,1	116254,
5/13	206775,	166094,	247455,
6/13	231174,	190447,	271901,
7/13	301833,	261084,	342582,
8/13	317471,	276712,	358229,
9/13	241526,	200763,	282289,
10/13	128836,	88071,4	169601,
11/13	1925,59	-38839,8	42691,0
12/13	3256,69	-37509,1	44022,5

The StatAdvisor

This table shows the forecasted values for AFIXEIS KRHTH. During the period where actual data is available, it also displays the predicted values from the fitted model and the residuals (data-forecast). For time periods beyond the end of the series, it shows 95,0% prediction limits for the forecasts. These limits show where the true data value at a selected future time is likely to be with 95,0% confidence, assuming the fitted model is appropriate for the data. You can plot the forecasts by selecting Forecast Plot from the list of graphical options. You can change the confidence level while viewing the plot if you press the alternate mouse button and select Pane Options. To test whether the model fits the data adequately, select Model Comparisons from the list of Tabular Options.



Model Comparison

Data variable: AFIXEIS KRHTH
Number of observations = 132
Start index = 1/00
Sampling interval = 1,0 month(s)
Length of seasonality = 12

Models



- (A) ARIMA(2,0,0)x(2,0,2)12 with constant
- (B) Winter's exp. smoothing with $\alpha = 0,246$, $\beta = 0,0001$, $\gamma = 0,2438$
- (C) Brown's quadratic exp. smoothing with $\alpha = 0,0283$
Seasonal adjustment: Multiplicative
- (D) Holt's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,0686$ and $\beta = 0,0252$
Seasonal adjustment: Multiplicative
- (E) Brown's linear exp. smoothing with $\alpha = 0,9935$

Estimation Period

Model	RMSE	MAE	MAPE	ME	MPE
(A)	9907,51	6787,68	21,1906	601,833	-5,32717
(B)	16221,9	11120,1	25,0516	-16,2336	-16,576
(C)	20413,6	12727,6	19,8791	3769,09	-3,88425
(D)	21411,8	13153,4	19,809	3885,38	-3,89413
(E)	40006,5	29706,0	175,958	0,749405	124,971

Model	RMSE	RUNS	RUNM	AUTO	MEAN	VAR
(A)	9907,51	OK	OK	OK	OK	OK
(B)	16221,9	**	OK	***	***	OK
(C)	20413,6	*	***	***	OK	OK
(D)	21411,8	*	***	***	OK	OK
(E)	40006,5	OK	*	***	OK	*

Key:

RMSE = Root Mean Squared Error

RUNS = Test for excessive runs up and down

RUNM = Test for excessive runs above and below median

AUTO = Box-Pierce test for excessive autocorrelation

MEAN = Test for difference in mean 1st half to 2nd half

VAR = Test for difference in variance 1st half to 2nd half

OK = not significant ($p \geq 0,05$)

* = marginally significant ($0,01 < p \leq 0,05$)

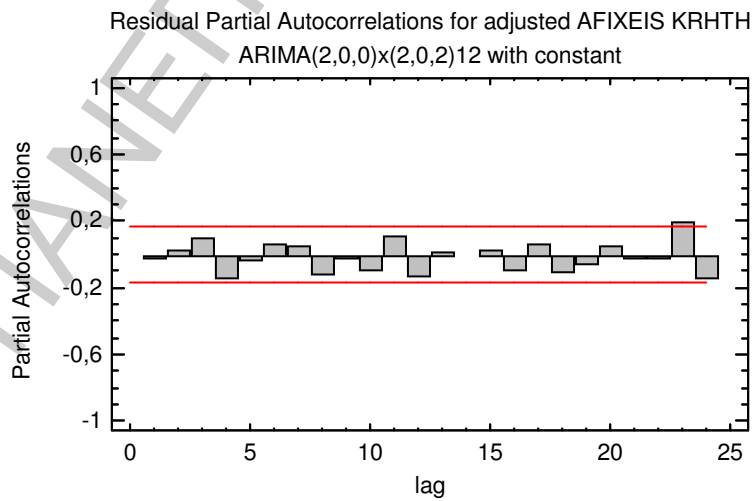
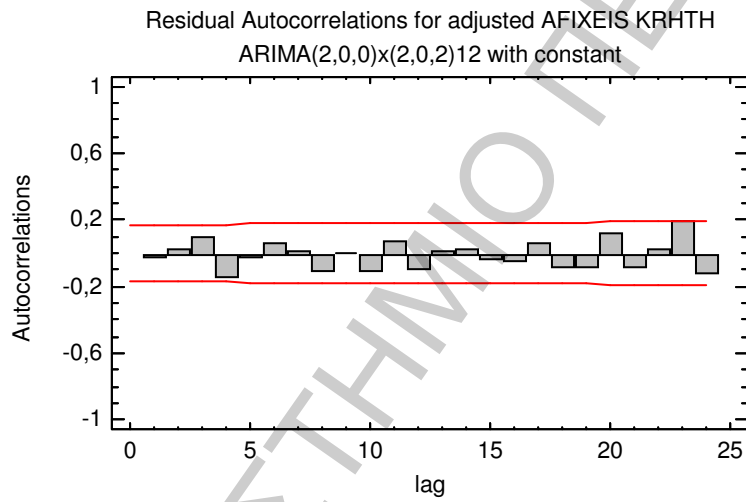
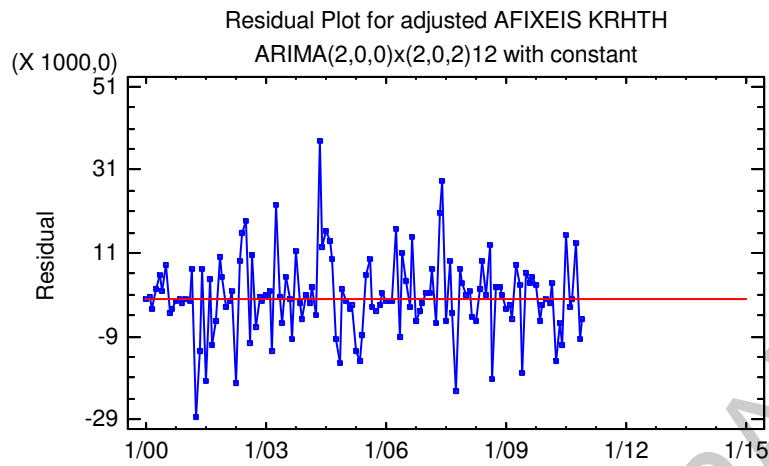
** = significant ($0,001 < p \leq 0,01$)

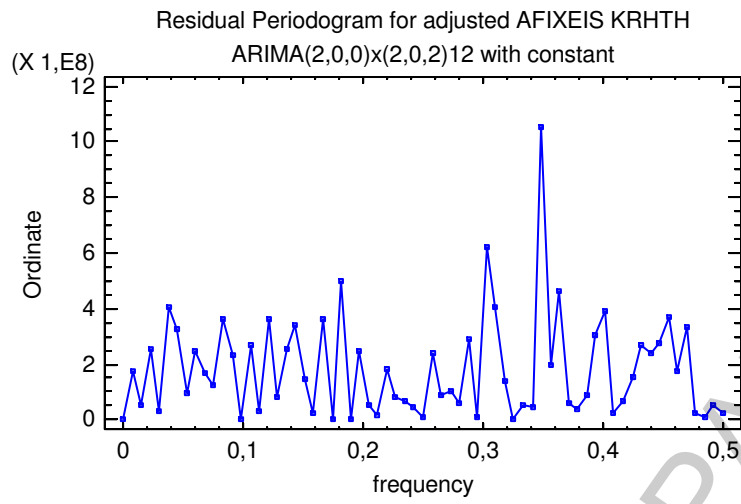
*** = highly significant ($p \leq 0,001$)

The StatAdvisor

This table compares the results of five different forecasting models. You can change any of the models by pressing the alternate mouse button and selecting Analysis Options. Looking at the error statistics, the model with the smallest root mean squared error (RMSE) during the estimation period is model A. The model with the smallest mean absolute error (MAE) is model A. The model with the smallest mean absolute percentage error (MAPE) is model D. You can use these results to select the most appropriate model for your needs.

The table also summarizes the results of five tests run on the residuals to determine whether each model is adequate for the data. An OK means that the model passes the test. One * means that it fails at the 95% confidence level. Two *'s means that it fails at the 99% confidence level. Three *'s means that it fails at the 99,9% confidence level. Note that the currently selected model, model A, passes 5 tests. Since no tests are statistically significant at the 95% or higher confidence level, the current model is probably adequate for the data.





ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ