

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ -
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ανάλυση Τουρισμού
και
Προβλέψεις Τουριστικής Ζήτησης της Κρήτης

Διπλωματική Εργασία

Αικατερινίδης Ιωάννης

2009

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να απευθύνω τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Μ. Σφακιανάκη για την εμπιστοσύνη του κατά την περάτωση της εργασίας, οι οξυδερκείς παρατηρήσεις και οι υποδείξεις του ήταν σημαντικές, γιατί γνώριζε σε βάθος το αντικείμενο και ήταν πάντα πρόθυμος να με βοηθήσει σε κάθε δυσκολία. καθώς και για τη συμπαράστασή του.

Ευχαριστώ το συμφοιτητή μου Αποστόλη Σκότη για τις χρήσιμες συμβουλές και για την ειλικρινή τους συμπαράσταση.

Τέλος, ευχαριστώ τους γονείς μου για την πραγματική υποστήριξη και κατανόηση τους κατά την διάρκεια των σπουδών μου και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής μου. Τους ευχαριστώ πολύ που σταθήκαν δίπλα μου σε κάθε μου βήμα.

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα.....	3
Εισαγωγή.....	6
Συντομογραφίες.....	8
Κεφάλαιο 1: Γενικές έννοιες για τον τουρισμό.....	9
1.1 Εισαγωγή.....	9
1.2 Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά.....	10
1.3 Ορισμός του τουρισμού.....	13
1.4 Τα τρία επίπεδα του τουρισμού.....	14
1.5 Ο πολυεπιστημονικός Χαρακτήρας της μελέτης του τουρισμού ...	15
1.6 Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	17
1.6.1 Αυθορμητισμός.....	17
1.6.2 Αναμνήσεις.....	18
1.6.3 Τουριστική κληρονομιά.....	18
1.6.4 Δέσιμο.....	19
1.6.5 Φθορά και απώλεια.....	19
1.6.6 Φέρουσα ικανότητα.....	19
1.6.7 Αλλαγή.....	20
1.6.8 Ανταγωνισμός για το χώρο.....	20
1.6.9 Πάγιες λειτουργικές δαπάνες.....	20
1.6.10 Εποχικότητα της ζήτησης.....	21
1.7 Γιατί ταξιδεύουν οι άνθρωποι.....	21
1.8 Ο ορισμός του τουρίστα.....	22
1.9 Εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού και της κατηγορίας του τουρίστα.....	24
1.10 Η Εξέλιξη των Καταλυμάτων για την Ικανοποίηση των Μεταβαλλόμενων Τουριστικών Αναγκών.....	29
1.11 Ορισμός του Ξενοδοχείου.....	30
1.12 Οι φάσεις ανάπτυξης του τόπου υποδοχής των τουριστών.....	31
1.13 Παράγοντες που συντέλεσαν στην ανάπτυξη των ταξιδιών αναψυχής.....	32
1.13.1 Αλλαγές στον Τρόπο Ζωής.....	33
1.13.2 Διπλά Οικογενειακά Εισοδήματα.....	34
1.13.3 Προώθηση Ταξιδιών και Καλύτερη Τουριστική Γνώση.....	34
1.13.4 Δημογραφικές Αλλαγές.....	35
1.14 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του τουρισμού.....	35
1.15 Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό.....	36
1.16 Tour Operators.....	38
1.16.1 Ορισμός.....	38
1.16.2 Οι λειτουργίες των T.O.....	38
1.16.3 Ο ρόλος των T.O.....	38
1.17 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	40
1.18 Η δυναμική του παγκόσμιου και ευρωπαϊκού τουρισμού.....	41

1.19 Η πορεία του διεθνούς τουρισμού τα τελευταία χρόνια	42
Κεφάλαιο 2: Ο τουρισμός στην Ελλάδα	47
2.1 Εισαγωγή.....	47
2.2 Οι τάσεις και οι προοπτικές του τουρισμού τον 21ο αιώνα.....	47
2.3 Το τουριστικό ισοζύγιο.....	49
2.4 Τα χαρακτηριστικά του ευρωπαϊκού τουρισμού	49
2.5 Ο τουρισμός στην Ελλάδα.....	52
2.6 Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα.....	53
2.7 Η πορεία της ελληνικής ξενοδοχειακής βιομηχανίας	54
2.7.1 Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ).....	57
2.7.2 Ξενοδοχειακό επιμελητήριο της Ελλάδος.....	57
2.7.2.1 Τομείς Δραστηριοτήτων	57
2.7.3 Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης.....	57
2.8 Προέλευση τουριστών, τρόποι μεταφοράς και μορφές τουρισμού	58
2.9 Ο ελληνικός τουρισμός πριν και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004	59
2.9.1 Πλεονεκτήματα	59
2.9.2 Μειονεκτήματα.....	60
2.9.3 Ευκαιρίες.....	60
2.9.4 Απειλές.....	61
2.9.5 Οι συγκρίσεις.....	61
2.10 Προοπτικές εξέλιξης του κλάδου.....	64
2.10.1 Οι μεικτές και καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις.....	65
2.11 Εξέλιξη του κλάδου του Τουρισμού	66
2.12 Ο χάρτης του τουρισμού στην Ελλάδα.....	71
2.12.1 Οι κυριότερες αγορές.....	71
2.12.2 Χάρτης πληρότητας Κλινών στα τουριστικά καταλύματα	73
2.13 Ανάλυση ταξιδιωτικών ρευμάτων προς τη Μεσόγειο.	74
2.14 Τουριστικές Πολιτικές των Ανταγωνιστικών Χώρων	74
2.14.1 Ισπανία	75
2.14.2 Πορτογαλία	75
2.14.3 Τουρκία	75
2.14.4 Τυνησία	76
2.14.5 Αίγυπτος.....	76
2.14.6 Κύπρος.....	76
2.14.7 Ισραήλ.....	77
2.14.8 Κροατία.....	77
2.15 Η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας στον τουρισμό (2000).....	77
2.16 Σκέψεις για τον τουρισμό στην Ελλάδα.....	79
Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και Κρήτη	83
3.1 Παρουσίαση του Νησιού της Κρήτης	83
3.1.1 Κλίμα	84
3.1.2 Αρχιτεκτονική	84
3.1.3 Μυθολογία	85
3.1.4 Πληθυσμός.....	86
3.1.5 Απασχόληση.....	86

3.1.6 Επίπεδο εκπαίδευσης.....	86
3.1.7 Κάτοικοι και παραδοσιακά όργανα.....	86
3.1.8 Οικονομία.....	87
3.2 Τουρισμός	87
3.2.1 Τουριστικές υποδομές της Κρήτης.....	87
3.2.2 Η εξέλιξη του τουρισμού στην Κρήτη.....	89
3.2.3 Ποσοστιαία αναλογία τουριστών ανά χώρα προέλευσης.....	90
3.2.4 Δείκτες τουριστικής ανάπτυξης.....	90
3.2.5 Συνολικές διανυκτερεύσεις κατά νομό	90
3.2.6 Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο	91
3.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό και ενοικιαζόμενα δωμάτια	92
3.3.1 Υποδομές φιλοξενίας.....	92
3.3.2 Ποσοστά αύξησης των συνολικών διανυκτερεύσεων και των αριθμών των κλινών	93
3.4 Εθνογραφική περίληψη για την Κρήτη σε θέματα τουρισμού.....	93
3.4.1 Παραδοσιακή Κρητική κουλτούρα.....	93
3.4.2 Η αργή ενσωμάτωση των ελληνικών εθνικών στερεοτύπων στον παραδοσιακό κόσμο της Κρήτης.....	95
3.4.3 Σημερινή πραγματικότητα: ο ερχομός του διεθνούς μαζικού τουρισμού ..	95
3.4.4 Η ολοκλήρωση του τουρισμού: «πολιτική και τουρισμός».....	96
3.5 Ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτη	97
3.5.1 Ανάπτυξη και προγραμματισμός.....	98
3.5.2 Διάκριση της Περιφέρειας Κρήτης στην έκθεση “POLIS 2007”.....	98
3.6 Η μετάβασης της Κρήτης στα νέα τουριστικά δεδομένα.....	99
Κεφάλαιο 4: Τουριστική Ζήτηση της Κρήτης: Προβλέψεις	102
4.1 Ειδικές δυσκολίες στην πρόβλεψη.....	102
4.2 Πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης με τη μέθοδο των χρονοσειρών	103
4.2.1 Ανάλυση χρονοσειρών.....	103
4.2.1.1 Δείκτες σφάλματος	104
4.3 Μεθοδολογία στατιστικής ανάλυσης	105
4.4 Προβλέψεις αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα ΑΑ	106
4.5 Προβλέψεις αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα Α.....	110
4.5.1 Προτάσεις.....	113
4.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	113
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	115
Παράρτημα 1.....	118
Δεδομένα Αφίξεων	118
Παράρτημα 2.....	123
Έρευνες που έχουν γίνει για την Κρήτη.....	123
Παράρτημα 3.....	126
Ενδιαφέροντα στοιχεία για την Κρήτη.....	126

Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ένας πολύ διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας, ειδικά στον Δυτικό Κόσμο ενώ παράλληλα αποτελεί μια πολύ μεγάλη βιομηχανία και σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικά αναπτυγμένες χώρες όπως την Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία αλλά και την Ελλάδα.. Σκοποί της εν λόγω διατριβής είναι να κάνει μια ανάλυση του Ελληνικού τουρισμού με ιδιαίτερη έμφαση στον τουρισμό της Κρήτης. Για να το πετύχουμε αυτό έπρεπε να παραθέσουμε μερικές γενικές έννοιες για το για τον τουρισμό όπως εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού, παράγοντες που συντέλεσαν στην ανάπτυξη των ταξιδιών αναψυχής αλλά και την εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά.

Μέσα από της εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά ξεκινάμε την ανάλυση για τον ενχώριο τουρισμό εξετάζοντας την πορεία της Ελληνικής ξενοδοχειακής βιομηχανίας, την προέλευση των τουριστών που προτιμούν την χώρα μας για να περάσουν τις διακοπές του καθώς επίσης και το πώς επηρέασαν οι Ολυμπιακοί αγώνες που έγιναν στην χώρα μας το 2004 τον τουρισμό.

Είναι τοις πάσι γνωστό ότι ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί πραγματικά μια βαριά βιομηχανία. Ανοίγει δρόμους ανάπτυξης σε δεκάδες χιλιάδες μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, γεωγραφικά κατανομημένες σε ολόκληρη τη χώρα. Είναι ένας από τους πιο σημαντικούς μοχλούς περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, δημιουργεί θέσεις εργασίας και δίνει ζωή και πλούτο σε απομακρυσμένες περιοχές, σε νησιά και ορεινές ζώνες της πατρίδας μας που υστερούν σε άλλες παραγωγικές δυνατότητες.

Με άλλα λόγια, ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί εθνικό κεφάλαιο. Προσφέροντας πολύτιμα έσοδα αποτελεί καθοριστικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης και θεμέλιο για την περιφερειακή και κοινωνική συνοχή της χώρας μας. Έχει λοιπόν ιδιαίτερη σημασία να εξετάσουμε τις τουριστικές πολιτικές των Ανταγωνιστικών Χωρών όπως για παράδειγμα της Ισπανίας, της Πορτογαλίας κ.λ.π. Κλίνοντας το συγκεκριμένο κεφάλαιο θέλω να επισημάνω ότι η τουριστική βιομηχανία μας σήμερα βρίσκεται σε μια νέα πορεία, μια πορεία ανάδειξης της μεταολυμπιακής Ελλάδας ως προορισμού υψηλής ποιότητας. Η μεταολυμπιακή Ελλάδα έχει στη διάθεσή της τις υποδομές, την τεχνογνωσία και το κεφάλαιο της αναγνωρισιμότητας για να κάνει τα απαραίτητα αναπτυξιακά άλματα. Για αυτό παραθέτω κάποιες σκέψεις για το μέλλον του ενχώριου τουρισμού.

Ακολουθεί η παρουσίαση του Νησιού της Κρήτης με λεπτομερή αναφορά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού όπως : το κλίμα ,η αρχιτεκτονική, η μυθολογία, ο πληθυσμός κ.λ.π καθώς επίσης για τις τουριστικές υποδομές που υπάρχουν αυτή τη στιγμή αλλά και τις διανυκτερεύσεις ανά άτομο.Έχοντας λοιπόν μελετήσει αρκετά τον τουρισμό του νησιού καταλήγω στο συμπέρασμα ότι εδώ και αρκετό καιρό τα δεδομένα στον τομέα του τουρισμού έχουνε αλλάξει. Η Κρήτη λοιπόν έχοντας οικοδομηθεί και αναπτυχθεί με βάση τις ισχυρές αγορές της Αγγλίας και της Γερμανίας, αλλά και το κλασικό μοντέλο Ήλιος και Θάλασσα το οποίο αποτέλεσε τη «ραχοκοκαλιά» του κρητικού τουρισμού για δεκαετίες προσπαθεί να αναζητήσει νέες αγορές που θα της εξασφαλίσουν άνοδο του τουρισμού.

Στο Στατιστικό μέρος της διατριβής αναλύω τη πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης με τη μέθοδο της ανάλυσης των χρονοσειρών καθώς επίσης γίνεται πρόβλεψη για τις αφίξεις πελατών σε τουριστικά καταλύματα ΑΑ(****) και Α(****) κατηγορίας.

Στο Παράρτημα υπάρχουν τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν για την εν λόγω έρευνα καθώς κάποιες έρευνες που έχουν γίνει για την Κρήτη και διάφορα ενδιαφέροντα στοιχεία για το νησί.

Οι πηγές άντλησης στοιχείων ήταν :

- Ε.Σ.Υ.Ε
- Σ.Ε.Τ.Ε
- Ε.Ο.Τ
- Π.Ο.Τ
- Ξ.Ε.Ε
- Ο.Ξ.Κ
- Ι.Σ.Α.Ρ
- Ε.Ι.Υ
- Α.Σ.Ι
- JBR Hellas

Και η στατιστική ανάλυση των δεδομένων έγινε με το λογισμικό *Statgraphics*.

Δομή Διατριβής

Η παρούσα Διατριβή χωρίζεται σε τέσσερα Κεφάλαια και σε παράρτημα που αποτελείται από τρία μέρη:

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται εκτενής αναφορά σε γενικές έννοιες για τον τουρισμό.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται ο τουρισμός σε εθνικό επίπεδο

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση της Κρήτης και του τουρισμού του Νησιού.

Στο τέταρτο κεφάλαιο υπάρχει το στατιστικό μέρος της διατριβής με προβλέψεις για τις αφίξεις σε τουριστικά καταλύματα ΑΑ(*****) και Α(****) κατηγορίας.

Το πρώτο μέρος του παραρτήματος αποτελείται από τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα

Το δεύτερο μέρος του παραρτήματος αποτελείται από κάποιες έρευνες που έχουν γίνει για την Κρήτη

Και

Το τρίτο μέρος αποτελείται από ενδιαφέροντα στοιχεία για τη Κρήτη και την ιστορία του νησιού

Συντομογραφίες

Ε.Σ.Υ.Ε : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

Σ.Ε.Τ.Ε : Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

Ε.Ο.Τ : Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Π.Ο.Τ : Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Ξ.Ε.Ε : Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος

Ο.Ξ.Κ : Όμιλος Ξενοδόχων Κρήτης

W.T.O: World Tourism Organisation

A.C.I : Airports Council International

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

Κεφάλαιο 1: Γενικές έννοιες για τον τουρισμό

1.1 Εισαγωγή

Έχει διαπιστωθεί τα τελευταία χρόνια, ότι ένα από τα σημαντικότερα κεφάλαια στην οικονομία ενός τόπου είναι ο τουρισμός. Για αυτό παρατηρείται μια έντονη δραστηριότητα από την πλευρά πολλών κρατών για την τόνωσή του.

Η λέξη τουρισμός δεν έχει ελληνική αλλά γαλλική προέλευση. Σημαίνει τη μετακίνηση του ανθρώπου ή ομάδων, από τη μια περιοχή στην άλλη, με σκοπό την ενημέρωση, την ψυχαγωγία ή ακόμη και τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών. Η τάση και η επιθυμία του ανθρώπου να επισκέπτεται ξένους τόπους, υπήρχε και στην αρχαία εποχή. Αρκεί να θυμηθούμε τα ταξίδια του Σόλωνα, του Ηροδότου ή του Πausανία. Με τη σύγχρονη όμως έννοια ο τουρισμός αναπτύχθηκε κατά τους μεταγενέστερους χρόνους και ιδιαίτερα μετά το 18ο αιώνα που εκδηλώθηκε η βιομηχανική επανάσταση.

Πολλοί είναι οι λόγοι που κάνουν τον άνθρωπο να περιέρχεται χώρες ή και σημαντικούς για την ιστορία ή τη φυσική τους ομορφιά τόπους και να χρησιμοποιεί οποιοδήποτε μέσο για τη μετάβασή του από τόπο σε τόπο. Πρώτος και βασικότερος είναι η έμφυτη τάση του για γνώση, η επιθυμία να γνωρίσει πολιτισμούς, ήθη και έθιμα. Επίσης, τον οδηγεί η ανάγκη για ανανέωση του οργανισμού μετά από την πολυάριθμη και εντατική δραστηριότητά του, η ανάγκη να ξεφύγει από τη μονοτονία της καθημερινότητας. Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε και τους λόγους υγείας, που οδηγούν πολλούς σε άλλες χώρες ή ακόμα οι οικονομικοί λόγοι, δηλαδή τα ταξίδια που γίνονται για ανταλλαγή προϊόντων, εμπορικές συμφωνίες και αγορές. Για αυτούς τους λόγους, ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα του καταναλωτικού τρόπου ζωής. Αυτός προσφέρει τα μέσα, εξυπηρετεί αλλά και τονώνει το τουριστικό ρεύμα. Τα ποικίλα τεχνολογικά εφευρήματα, τα σύγχρονα μέσα συγκοινωνίας, μπορούν να μεταφέρουν οποιονδήποτε από μας και στο πιο μακρινό σημείο του πλανήτη και να μας βοηθήσουν να ανταποκριθούμε στην απαίτηση για ψυχαγωγία, ανανέωση και τόνωση του οργανισμού, για μάθηση, αγορές, επιμόρφωση. Και το τουριστικό ρεύμα είναι τόσο μεγαλύτερο, όσο αυξάνεται η παραγωγική δύναμη μιας χώρας και ο κόσμος ζει σε ευημερία.

Ακόμη, ο τουρισμός καταφέρνει να τονώσει την εθνική οικονομία και πολλές φορές οδηγεί οικονομικές δυνάμεις και οργανισμούς στο να αναλάβουν επιχειρησιακή δράση σε άλλους χώρους. Καταφέρνει να προσθέσει συνάλλαγμα στα ταμεία μιας χώρας και ιδιαίτερα για τις υπανάπτυκτες αποτελεί, όπως λέγεται, εθνικό κεφάλαιο. Εξαιτίας του επίσης, ζωντανεύουν ακόμη και καταδικασμένες περιοχές. Ο κόσμος εκπολιτίζεται, παύει να είναι συντηρητικός, αφομοιώνει στοιχεία του πολιτισμού μιας χώρας και ωφελείται, ιδιαίτερα αν αυτή η χώρα είναι τεχνολογικά και οικονομικά ανεπτυγμένη

1.2 Η εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού διαχρονικά

Το νεαρό της ηλικίας του όρου "τουρισμός", που χρονολογείται μόνον από τις αρχές του 19ου αιώνα, δεν πρέπει να σκιάζει το γεγονός ότι, το κοινωνικό φαινόμενο που σήμερα ονομάζουμε τουρισμό, λαμβάνει χώρα από πολύ ενωρίτερα στην ανθρώπινη ιστορία.

Στα χρόνια του πρωτόγονου ανθρώπου, η περιήγηση, συνδεδεμένη με την εύρεση νέων περιοχών με αποθέματα τροφής και δυνατότητες ασφαλέστερης κατοικίας, ήταν από σχετικώς σύνηθες φαινόμενο έως τρόπος ζωής, αναλόγως την δομή των εν λόγω κοινωνιών. Το φαινόμενο αυτό του πρωτόγονου "εξερευνητικού τουρισμού" ήταν συγγενές με αυτό του "εκστρατευτικού" και πρόδρομος των διαφόρων εν συνεχεία μορφών πολέμου. Βασισμένοι σ' αυτό το σκεπτικό, και αν μάλιστα δεχθούμε την αρχαία ελληνική ρήση "Πατήρ πάντων Πόλεμος" του Ηροδότου, θα μπορούσαμε να παραθέσουμε, με μια δόση υπερβολής, το "Πατήρ πάντων Τουρισμός", σε μια προσπάθεια να τονίσουμε το αρχέγονο περιηγητικό ένστικτο του ανθρώπου και τις ιστορικές, κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις στις οποίες αυτό οδήγησε.

Στα χρόνια της Αρχαίας Ελλάδας και της Αρχαίας Ρώμης ο τουρισμός ήταν περίπου τόσο διαδεδομένος, όσο και σήμερα. Ακούγεται ίσως εντυπωσιακό ή υπερβολικό, όμως συνοπτικά μπορούμε να αναφερθούμε στον τουρισμό λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, από το 776 π.Χ. και μετά, που υποστηριζόταν μάλιστα και από την "παγκόσμια εκχειρία", για τη διευκόλυνση όχι μόνο της συμμετοχής των αθλητών, αλλά κυρίως της τουριστικής ροής. Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό, αυτός άκμαζε στις διάφορες λουτροπόλεις και θέρμες, που στα ρωμαϊκά χρόνια γνώρισε μεγάλη άνθιση, με συμμετοχή κοινωνικών ελίτ και με κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά αντίστοιχα με τον ιαματικό τουρισμό των αρχών του 20ου αιώνα. Ο θρησκευτικός τουρισμός ήκμαζε σε όλη την αρχαία περίοδο, είτε ως επισκέψεις στα πολλά μαντεία της εποχής (Δελφών, Δωδώνης, κ.α.) είτε ως καθαρά θρησκευτικές επισκέψεις λατρευτικών τόπων, ή και θρησκευτικά / λατρευτικά φεστιβάλ π.χ. τα Ελευσίνια, σε διάφορες πόλεις, σε εξοχικές τοποθεσίες ή σε νησιά. Υπήρχε επίσης φιλοσοφικός / εκπαιδευτικός τουρισμός, προς την Αίγυπτο, τη Σάμο, τη Μίλητο, Συνεδριακός τουρισμός, στην Κόρινθο¹, τη Νεμέα αλλά και στη Δήλο, Πολιτιστικός τουρισμός, στα μεγάλα και παγκόσμια γνωστά (τότε, αλλά και σήμερα) θεατρικά φεστιβάλ, τους δραματικούς αγώνες στην Αθήνα, την Επίδαυρο, την Έφεσο, κλπ.

Τέλος υπήρχαν συγγραφείς με ταξιδιωτικό και γεωγραφικό προσανατολισμό, όπως ο Νέαρχος, πλοίαρχος του Μεγ. Αλεξάνδρου, ο Αρριανός, ιστορικός αλλά και ταξιδιωτικός συγγραφέας, αλλά και κατ' εξοχήν τουριστικοί, όπως ήταν ο Πausανίας², ο Στράβων³ και ο Πλούταρχος

¹ Το γνωστό "ου παντός πλείν εις Κόρινθον" δείχνει ότι όχι μόνο υπήρχε εμπορική κίνηση, αλλά και τουριστική και μάλιστα υψηλής κλάσης. Διότι το ρητό δεν ομιλεί για εμπορικό κώλυμα, ή για εμπόρους, αλλά για επισκέπτες από άλλες πόλεις, τους οποίους μάλιστα διαχωρίζει κοινωνικά ή και οικονομικά.

² Ο Πausανίας που γεννήθηκε στη Λυδία το 2ο μ.Χ. αιώνα ήταν ίσως ο πλέον διάσημος ταξιδιωτικός συγγραφέας και γεωγράφος της εποχής του. Ταξίδεψε και έγραψε για όλη τη λεκάνη της μεσογείου τα παράλια και την ενδοχώρα. Τα καταπληκτικά περιγραφικά του κείμενα και οι χρήση μοντέρνων τεχνικών και πρακτικών τον αναγορεύουν ως τον πρώτο ειδικό του τουριστικού marketing. Ακόμη και σήμερα προωθούν το τουριστικό marketing τα κατά τόπους "κλήματα", "ελιές" και σημεία ανάπαυσης του Πausανία .

³ Ο Στράβων ήταν ταξιδιωτικός συγγραφέας στα κλασσικά ρωμαϊκά χρόνια, γεννήθηκε στην Αμάσεια του Πόντου, το 63 π.Χ. και έζησε μέχρι το 24 μ.Χ.. Ταξίδεψε στη βόρεια Αφρική,

Στα χρόνια του μεσαίωνα, ο τουρισμός έγινε φαινόμενο που σταδιακά αφορούσε περισσότερο τις κοινωνικές ολιγαρχίες και λιγότερο το πλήθος των μικροαστών και καθόλου τους εργάτες της γης και τους δουλοπάροικους. Στον αγροτικό χώρο ο μεσαίωνας προσομοίαζε με τις αρχαίες κοινωνικές δομές και την ύπαρξη της δουλείας. Με τη διαφορά βέβαια ότι ενώ ορισμένοι δούλοι της αρχαίας εποχής ταξίδευαν μαζί με τους κυρίους τους, οι δουλοπάροικοι του μεσαίωνα ήταν προσδεμένοι με τη γη, πουλιόνταν, μεταβιβάζονταν, κλπ μαζί μ' αυτήν και ποτέ δεν την εγκατέλειπαν. Όσον αφορά τους κατοίκους των μικρότερων ή μεγαλύτερων πόλεων, υπήρχε έντονο το χαρακτηριστικό του αυστηρού θρησκευτικού ελέγχου της συμπεριφοράς, που αλληλεπιδρούσε με το προφανές έλλειμμα ελευθερίας και δημοκρατίας στις κοινωνικές δομές.

Στην κοινωνική δομή του μεσαίωνα, οι διακοπές και εν γένει ο τουρισμός ήταν συνδεδεμένες σχεδόν αποκλειστικά με θρησκευτικούς λόγους, εξ ου και το αγγλικό "holidays" = holy days, ή ιερές / άγιες μέρες. Απόηχος αυτού έφτασε σχεδόν μέχρι τις μέρες μας με κάποιους ηλικιωμένους που τα μόνα τους τουριστικά ταξίδια ήταν κάποια "τάματα". Επίσης δεν πρέπει να ξεχνάμε την έως και πρόσφατα καθαρά "θρησκευτική" πράξη της βάπτισης στον ποταμό Ιορδάνη και την απόκτηση του προσωνυμίου "Χατζής", (αραβικά Hajj= προσκυνητής) που έγινε θεσμός από τα ύστερα μεσαιωνικά χρόνια και σήμερα έχει μάλλον γίνει τουριστική ατραξιόν.

Όταν ο θρησκευτικός φανατισμός κόπασε, και επήλθε η αναγέννηση και ο διαφωτισμός, δηλαδή η ανάπτυξη των επιστημών και η εστίαση της προσοχής στον άνθρωπο και την παρούσα, μάλλον, παρά τη μετά θάνατον ζωή, σημαντικές κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές προέκυψαν, με αποκορύφωμα την αστική Γαλλική Επανάσταση και την Αγγλική Βιομηχανική Επανάσταση. Η επίδραση των κοσμοϊστορικών αυτών γεγονότων στο κοινωνικοοικονομικό γίνεσθαι ήταν καθοριστική και ανεπίστροφη, και φυσικά το φαινόμενο του τουρισμού δεν θα μπορούσε να μην επηρεαστεί θετικά. Αναφορικά μόνον θα υπογραμμίσουμε ότι το δικαίωμα (κοινωνικό ή και νομικό) για ταξίδι δεν είχαν πλέον μόνο οι ευγενείς και οι κάθε είδους απεσταλμένοι τους, όπου η τάξη αυτή συνέχισε να υφίσταται. Η νέα τάξη που δημιουργήθηκε, η αστική τάξη, των βιοτεχνών, των βιομηχάνων, των εμπόρων και των επιστημόνων, απελευθερωμένη από θρησκευτικούς ή φεουδαρχικούς δεσμούς και περιορισμούς είχε και τη διάθεση και την οικονομική άνεση να ταξιδέψει, οπότε άρχισε η ανάπτυξη του μοντέρνου τουρισμού, και προέκυψε και ο όρος "τουρισμός".

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις σε σχέση με τον "τουρισμό" είναι πλέον τόσο πολλές που αξίζει μια σύντομη κατηγοριοποίηση του φαινομένου ώστε να γίνει πλέον σαφής διεύθυνση του τουριστικού φαινομένου στην κοινωνία.

Από κοινωνιολογική άποψη το τουριστικό φαινόμενο, η μετακίνηση δηλαδή με σκοπό την συλλογή εμπειριών και την ικανοποίηση αναγκών του μετακινούμενου, εμφανίζεται και σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό χαρακτηρίζει όλες τις ελεύθερες κοινωνίες. Κοινωνίες δηλαδή που ξεπερνούν τη φάση της δουλείας ή δουλοπαροικίας, ή τη φάση της αυστηρά νομαδικής κοινωνικής δομής. Οι ελεύθερες λοιπόν κοινωνίες παρουσιάζουν φαινόμενα τουρισμού, ανεξάρτητα από την φάση κοινωνικής τους εξέλιξης, π.χ. ανεξάρτητα από τον μητριαρχικό ή πατριαρχικό τους χαρακτήρα, ανεξάρτητα από την ομαδικότητα ή τον ατομισμό, ανεξάρτητα από τη συσσώρευση επιστημονικής γνώσης και τον συσσωρευμένο πλούτο ή τις πρωτόγονες δοξασίες και την απόλυτη εξάρτηση από τη φύση.

Κοινωνίες στις οποίες το τουριστικό φαινόμενο καταπιέζεται ή δεν υπάρχει είναι κοινωνίες μη ελεύθερες, και είναι αυτό τόσο καθοριστικό, ώστε μπορεί να εισαχθεί ένα κριτήριο για το βαθμό ελευθερίας μιας κοινωνικής δομής με αντικείμενο την

κατά μήκος του Νείλου έως την άνω Αίγυπτο, στη μέση ανατολή και μέχρι το Πακιστάν. Κυριότερο έργο του είναι τα "Γεωγραφικά".

ύπαρξη και λειτουργία του τουριστικού φαινομένου. Για παράδειγμα, σε αυστηρά θεοκρατικές κοινωνίες και σε κοινωνίες με σκληρά δικτατορικά καθεστάτα, συχνά έχουμε περιορισμό, παρεμπόδιση ή ολική απαγόρευση του τουρισμού. Αυτό εκδηλώνεται είτε με περιορισμό ή αποκλεισμό του εισερχόμενου τουρισμού είτε με περιορισμούς ή και απαγόρευση στα μέλη των κοινωνιών αυτών να κάνουν τουρισμό.

Συνοψίζοντας λοιπόν μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι από κοινωνιολογική άποψη τουρισμός ίσον κοινωνική ελευθερία, και αντίστροφα κοινωνίες που παρεμποδίζουν τον τουρισμό είναι κοινωνικά ανελεύθερες.

Από άποψη πολιτισμική, το φαινόμενο του τουρισμού μπορεί να χαρακτηριστεί σαν η διάθεση για γνωριμία με, ή καλύτερα για "κοινωνία" άλλων πολιτισμών. Με βάση αυτό κοινωνίες και άτομα που έχουν πολιτιστική ωριμότητα είναι αυτά που δέχονται να γίνουν κοινωνοί, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, άλλων, παρεμφερών, ή και τελείως διαφορετικών πολιτισμικών, πρακτικών, εθίμων κλπ, που χαρακτηρίζουν ένα ανθρωπογενές περιβάλλον, κατά τεκμήριο διαφορετικό από το δικό τους.

Ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στο γεγονός ότι μόνο όταν υπάρχει πολιτιστική ωριμότητα δέχεται ένα άτομο ή μια κοινωνία να έλθει σε επαφή, να γίνει πολιτιστικός "κοινωνός" και να υπάρξει σε ανθρωπογενές περιβάλλον διάφορων - κατά τεκμήριο - πολιτιστικών πρακτικών από τις δικές του. Η πολιτιστική ανωριμότητα εκφράζεται με δύο κύρια χαρακτηριστικά, είτε τον πολιτιστικό φανατισμό και την πολιτιστική μυωπία, είτε με την παντελή έλλειψη πολιτιστικής παιδείας και συνειδητής πολιτιστικής συνισταμένης στην ψυχοσύνθεση ατόμων ή μικρο-κοινωνιών. Η προϋπόθεση της πολιτιστικής ωρίμανσης για την ανάπτυξη του φαινομένου του τουρισμού δεν αντικατοπτρίζει αναγκαστικά τις μοντέρνες πολυπολιτισμικές κοινωνίες, αλλά εκτείνεται και σε πολύ παλαιότερα χρόνια, όπως π.χ. της κλασικής αρχαιότητας, του Βυζαντίου, των αναγεννησιακών χρόνων, και φυσικά των μοντέρνων ελεύθερων κοινωνιών. Οι κοινωνικά ανελεύθερες κοινωνίες παλαιότερα, αλλά και στη σύγχρονη εποχή πολύ συχνά υποπίπτουν σε φάση κατευθυνόμενης πολιτιστικής ανωριμότητας με τη μορφή της πολιτιστικής μυωπίας, που εκφράζεται με απαγόρευση / καταδίωξη μορφών πολιτιστικής έκφρασης (εικαστικής, μουσικής, λογοτεχνικής, κλπ) που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τις ελεύθερες ή εν πάσει περιπτώσει πολιτικά αντίπαλες πολιτικές ή κοινωνικές ομάδες με προφανή επίδραση στον τουρισμό.

Ο τουρισμός επίσης είναι ένα καθαρά οικονομικό φαινόμενο. Όπως είδαμε παραπάνω, όσον αφορά τους τουρίστες, είναι άτομα ελεύθερα και προσθέτουμε εδώ, άτομα με οικονομική υπόσταση. Άτομα δηλαδή που είτε από ανελεύθερα καθεστάτα είτε από οικονομική ανέχεια είναι εξαναγκασμένα να παραμένουν προσηλωμένα σε μια περιοχή, δεν μετέχουν στο τουριστικό φαινόμενο. Επίσης άτομα που είναι εξαναγκασμένα να μετακινηθούν, από οικονομικούς ή πολιτικούς παράγοντες, όπως δηλαδή οι οικονομικοί πρόσφυγες και οι πολιτικοί πρόσφυγες, πάλι δεν θεωρούνται ότι μετέχουν του φαινομένου του τουρισμού. Γίνεται λοιπόν σαφές ότι αυτοί που μετέχουν στο τουριστικό φαινόμενο είναι μετακινούμενοι «οικεία βουλήσει», με τη δική τους θέληση δηλαδή και με αυτόνομη «οικονομική υπόσταση». Η προέλευση της οικονομικής αυτονομίας (ατομική, οικογενειακή, επιχειρηματικά ή κρατικά επιδοτούμενη, κ.α.) στη φάση αυτή της εννοιολογικής προσέγγισης δεν ενδιαφέρει.

Όσον δε αφορά τους παροχείς των τουριστικών υπηρεσιών και αυτοί είναι – προφανώς άλλωστε - εμπλεκόμενοι με ζητήματα οικονομικά, είτε άμεσα, ως τουριστικοί επιχειρηματίες κάθε μορφής (παροχείς καταλυμάτων, υπηρεσιών μεταφορών, εστίασης, διασκέδασης, διευκολύνσεων, πρακτορεύσεων, οργάνωσης, κλπ.) είτε έμμεσα, σχετιζόμενοι με το φαινόμενο του τουρισμού μέσα από το οικονομικό κύκλωμα (π.χ. κάθε μορφής προμηθευτές κάθε είδους τουριστικών επιχειρήσεων, καθώς και κάθε ειδικότητος απασχολούμενοι στο ευρύτερο αυτό κύκλωμα).

Στην μοντέρνα κοινωνική δομή του 21ου αιώνα βλέπουμε ότι ο τουρισμός είναι καθαρά οικονομικό φαινόμενο τεράστιας εμβέλειας και μεγέθους από όλες του τις πλευρές και σε όλες του τις διαστάσεις, και αναπτύσσεται σε όλο τον κόσμο, όπου υπάρχει κοινωνική ελευθερία, αλλά και στο διάστημα⁴. Παράλληλα εμπερικλείει τις ορισμένες φιλοσοφικές / πολιτιστικές αξίες των καιρών, όπως μια στροφή προς την προστασία του περιβάλλοντος και την προαγωγή μορφών ήπιου τουρισμού όπου αυτό είναι ακόμη εφικτό. Επίσης, παρατηρούμε, μια σαφή και συνεχή γεωγραφική επέκταση και ανάπτυξη των περιοχών που ασχολούνται με τον τουρισμό, σε όλον τον πλανήτη. Και όπως φαίνεται οι νέοι τουριστικοί προορισμοί αυξάνουν το μέγεθος της τουριστικής βιομηχανίας τους με ρυθμούς πολλαπλάσιους από τους κλασσικούς προορισμούς, ή τα παγκόσμια τουριστικά σταυροδρόμια. Και βέβαια, πρέπει να σημειωθεί ότι με όλα τα πωγυρίσματα από πολέμους, ταραχές και τρομοκρατικά επεισόδια, υπάρχει παγκοσμίως μια σαφής αυξητική τάση στον παγκόσμιο τουρισμό, με όποια μέθοδο και αν μετρηθεί (αριθμό αφίξεων τουριστών ή / και τουριστικών συναλλαγών), που επίσης σύμφωνα και με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (W.T.O.) φαίνεται ότι θα διατηρηθεί.

Πρέπει να σημειώσουμε τέλος ότι η βιομηχανία του τουρισμού ήταν και είναι συνδεδεμένη με την πιο προηγμένη τεχνολογία κάθε εποχής, την ονομαζόμενη τεχνολογία αιχμής, είτε στον τομέα των μεταφορών (πλοίο, αεροπλάνο, διαστημικό λεωφορείο και δορυφόρος..) είτε στις επικοινωνίες επιχειρήσεων αλλά και των επισκεπτών, στο management των επιχειρήσεων, (εφαρμογές η/υ και διαδικτύου στα συστήματα κρατήσεων, είτε στα υλικά και τη διαχείρισή τους (logistics), είτε στα οικονομικά (financial management, accounting) καθώς επίσης στο τουριστικό marketing κάθε μορφής, και γενικά σε όλες τις δραστηριότητες του τουριστικού φαινομένου, για να μην επεκταθούμε περαιτέρω. Η τεχνολογία παλαιότερα, αλλά και σήμερα οδηγεί τον τουρισμό, και ο τουρισμός βάζει συνεχώς προκλήσεις και στόχους στην τεχνολογία.

Κλείνοντας μπορούμε να πούμε ότι το φαινόμενο του τουρισμού είναι μια από τις αρχαιότερες και σημαντικότερες οικονομικές «βιομηχανίες» παγκοσμίως, και φυσικά με απεριόριστο μέλλον.

1.3 Ορισμός του τουρισμού

Τον Μάρτιο του 1993, η Στατιστική Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών υιοθέτησε μια σειρά συστάσεων που είχε προετοιμάσει ο WTO για τα στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον τουρισμό.

Ο τουρισμός περιλαμβάνει «τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και μένουν σε μέρη διαφορετικά από το σύνηθες περιβάλλον τους για όχι περισσότερο από ένα έτος, για αναψυχή, εργασία ή άλλους λόγους».

Ο ορισμός αυτός είναι περισσότερο προσανατολισμένος προς τη ζήτηση για ταξίδια. Γενικώς, οι ορισμοί για τον τουρισμό τείνουν να ευνοούν είτε την πλευρά της προσφοράς είτε την πλευρά της ζήτησης. Οι ορισμοί που επικεντρώνονται περισσότερο στην πλευρά της προσφοράς περιγράφουν το προϊόν που προσφέρεται στους τουρίστες - αυτό δηλαδή που απολαμβάνουν οι τουρίστες. Οι ορισμοί που επικεντρώνονται στην πλευρά της ζήτησης περιγράφουν τη συμπεριφορά των τουριστών, τις ανάγκες και τις απαιτήσεις τους.

Ο τουρισμός δεν είναι από μόνος του ένας τομέας - πρόκειται μάλλον για μια πολυτομεακή οικονομική δραστηριότητα. Γι' αυτό το λόγο άλλωστε, οι

⁴ Δύο διαστημικοί τουρίστες μέχρι στιγμής, και αναμένονται δεκάδες στα αμέσως προσεχή χρόνια.

οικονομολόγοι δεν μπορούν εύκολα να τον κατηγοριοποιήσουν, ενώ ο συντονισμός του αποτελεί περίπλοκο έργο για τις κυβερνήσεις. Δεν είναι καθόλου εύκολο να οριοθετήσουμε τον τουρισμό στο σύνολό του, αφού πρόκειται για δραστηριότητα που είναι δύσκολο τόσο να την ορίσουμε όσο και να τη διαχειριστούμε.

Θα πρέπει να δούμε τον τουρισμό ως αλληλεπίδραση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης - την ανάπτυξη ενός προϊόντος για να ανταποκριθεί σε μια ανάγκη. Αυτή η αλληλεπίδραση επιφέρει οικονομικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικο-πολιτισμικές και άλλες επιπτώσεις.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο στο ψήφισμα για το μέλλον του Ευρωπαϊκού Τουρισμού (The Council of the European Union, 2002) επισημαίνει ότι: «Ο τουρισμός ως ένας εκ των σπουδαιότερων τομέων της ευρωπαϊκής οικονομίας, λόγω της συμβολής του στα ΑΕΠ των κρατών-μελών, καθώς και λόγω των επιπέδων απασχόλησης τα οποία δημιουργεί, συμβάλλει τα μέγιστα στην επίτευξη των στόχων της διαδικασίας της Λισσαβόνας και του Κάρντιφ και στην πραγμάτωση αληθινής εσωτερικής αγοράς υπηρεσιών. Συντελεί στη δημιουργία υψηλών επιπέδων απασχόλησης και κοινωνικής ευημερίας, στην αειφόρο ανάπτυξη, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και στην ευρωπαϊκή ολοκλήρωση, καθώς και στην κοινωνική και οικονομική συνοχή, συμβάλλει δε σημαντικά στους στόχους σύγκλισης.»

Συνεισφέροντας σε μεγάλο βαθμό στη μείωση της ανεργίας, ο τουριστικός τομέας προσελκύει μεγάλες επενδύσεις σε υποδομές, που τελικά βελτιώνουν και τις βιοτικές συνθήκες των κατοίκων. Οι περισσότερες θέσεις εργασίας και νέες επιχειρήσεις στο χώρο του τουρισμού, δημιουργούνται στις αναπτυσσόμενες χώρες, βοηθώντας την εξίσωση των οικονομικών ευκαιριών και την τόνωση της περιφερειακής ανάπτυξης. Ήδη από το 1966, ένας από τους ειδήμονες της Παγκόσμιας Τράπεζας, ο M. D. Davis (Explore, 1982) εκτιμούσε ότι: «Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει για τις χώρες που βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης πραγματική κινητήρια δύναμη για να αναπτυχθούν, όπως υπήρξε η βιομηχανία για στην Ευρώπη το 19ο αιώνα. »

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να εξετάσουμε την τουριστική εμπειρία. Ο ένας είναι να τη διαιρέσουμε σε τρία επίπεδα.

- Τι συμβαίνει πριν φύγουμε από το σπίτι. Μελετάμε τη διαφήμιση. Επιλέγουμε προορισμό. Προβαίνουμε στην αγορά.
- Τι συμβαίνει όταν πηγαίνουμε και όταν επιστρέφουμε. Η διαδρομή. Αναχώρηση και άφιξη.
- Τι συμβαίνει στον προορισμό. Η ποιότητα της όλης εμπειρίας. Μνήμη και ικανοποίηση. Δυσανεμία.

1.4 Τα τρία επίπεδα του τουρισμού

Από την πλευρά της προσφοράς λοιπόν, ο τουριστικός τομέας απαρτίζεται από τις υπηρεσίες και τα στοιχεία που στο σύνολό τους συνθέτουν την εμπειρία που ζει ο τουρίστας. Όπως παρουσιάζεται στο Σχήμα 1.1, ο τουρισμός μπορεί να δομηθεί σε τρία επίπεδα.

Το πρώτο επίπεδο περιλαμβάνει το ρόλο της κυβέρνησης όσον αφορά την τουριστική πολιτική και τον τουριστικό σχεδιασμό, και τη δημιουργία του πλαισίου μέσα το οποίο θα πρέπει να λειτουργήσει ο τομέας. Καλύπτει τους οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς στόχους σε όλα τα επίπεδα της κυβέρνησης καθώς και το αντίστοιχο σύστημα ελέγχου. Πρόκειται δηλαδή για χωροταξικούς ελέγχους, άδειες, εργατικά θέματα, φορολογικούς ελέγχους και ελέγχους σε θέματα μεταφορών.

Στην ανάπτυξη και διαχείριση αυτού του πλαισίου εμπλέκεται και η κρατική διοίκηση τουρισμού (ΚΔΤ), μέσα από τα βασικά τμήματά της, Π.χ. το μάρκετινγκ, ανάπτυξη προϊόντων, διοικητικές ρυθμίσεις και έλεγχοι, ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων, ενημέρωση του κοινού και έρευνα.

Το δεύτερο επίπεδο καλύπτει τους φορείς που βρίσκονται στην πρώτη γραμμή της τουριστικής ανάπτυξης. Πρόκειται για τα ξενοδοχεία, άλλες εγκαταστάσεις διαμονής, εστίασης και συναφών υπηρεσιών, τα πολιτισμικά, ιστορικά και φυσικά αξιοθέατα, τα κέντρα αναψυχής και διασκέδασης. Επίσης περιλαμβάνει το τουριστικό εμπόριο και τις διάφορες υπηρεσίες του, καθώς και τις μεταφορές (εναέριας, οδικής, θαλάσσιας και σιδηροδρομικής).

Πρώτο επίπεδο	Πλαίσιο τουριστικής πολιτικής και στρατηγικής. Κρατική Διοίκηση Τουρισμού
Δεύτερο επίπεδο	Ξενοδοχεία, διαμονή, εστίαση, αξιοθέατα, μεταφορές
Τρίτο επίπεδο	Δίκτυο συνοδευτικών υπηρεσιών

Μηχανισμοί συντονισμού και παροχής συμβουλών

Σχήμα 1.1 Τα τρία επίπεδα του τουρισμού

Το τρίτο επίπεδο περιλαμβάνει ολόκληρο το εύρος των συνοδευτικών υπηρεσιών και φορέων, τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από τον δημόσιο τομέα. Περιλαμβάνει την αστυνομία, τα ταχυδρομεία, τα τελωνεία και τις υπηρεσίες μετανάστευσης, τις ενώσεις καταναλωτών, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, το λιανικό εμπόριο, τις τράπεζες, τις εκκλησίες, τα πανεπιστήμια, τις επαγγελματικές ενώσεις, και όλους τους θεσμούς που αναλαμβάνουν δραστηριότητες που έχουν σχέση με τον τουρισμό.

Οι μηχανισμοί συντονισμού και παροχής συμβουλών που ενώνουν αυτά τα τρία επίπεδα παρέχονται από επιτροπές, συμβούλια και ομάδες εργασίας που απαρτίζονται από όργανα και υπηρεσίες του δημόσιου τομέα ή από ενώσεις και επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα ή από συνδυασμό αυτών. Στόχος είναι να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες συνεργασίας και διαβούλευσης για την αρμονική ανάπτυξη και λειτουργία του τομέα.

1.5 Ο πολυεπιστημονικός Χαρακτήρας της μελέτης του τουρισμού

Το πολυσύνθετο φαινόμενο του τουρισμού έχει προσεγγισθεί από μια σειρά επιστημών: την ανθρωπολογία, την κοινωνιολογία, τη γεωγραφία, την κοινωνική ψυχολογία, την οικονομική, το μάρκετινγκ και τις σπουδές διοίκησης επιχειρήσεων. Αναμφίβολα, η συμβολή διαφορετικών επιστημονικών κλάδων, έχει οδηγήσει στον εμπλουτισμό και στην εξειδίκευση της μελέτης του τουρισμού από τη σκοπιά της ποικιλίας των θεμάτων που εξετάζονται, των ζητημάτων θεωρητικής και πρακτικής σημασίας που τίθενται, καθώς και των ερευνητικών μεθόδων που εφαρμόζονται. Η ίδρυση επιστημονικών περιοδικών όπως το *International Journal of Tourism Research*, *Annals of Tourism Research*, *Tourism Recreation Research*, *Tourism Management*, *The Journal of Tourism Studies*, *Journal of Travel Research*, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, *Journal of Sustainable Tourism* και το *Journal of Ecotourism* σηματοδοτεί την αναγνώριση του τουρισμού ως διακριτού, αυτόνομου αντικειμένου έρευνας και ανάλυσης. Αποκαλύπτει επίσης το γεγονός ότι, ιδιαίτερα τις

δύο τελευταίες δεκαετίες, όλο και περισσότεροι επιστήμονες συνειδητοποιούν τα πλεονεκτήματα μιας πολυεπιστημονικής προσέγγισης του τουρισμού. Για παράδειγμα, το κορυφαίο περιοδικό στον χώρο του τουρισμού, το *Annals of Tourism Research*, διακηρύττει, στο πλαίσιο της ιδρυτικής του φιλοσοφίας, την πρόθεσή του «να λειτουργήσει ως δίαυλος για την ανταλλαγή απόψεων και θέσεων προερχόμενων από διαφορετικές επιστήμες».

Ωστόσο, αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι κάποια επικοινωνία έχει επιτευχθεί μεταξύ διαφορετικών επιστημονικών κλάδων, ανάμεσά τους, δεν έχει πραγματοποιηθεί καμιά ουσιαστική σύνθεση των ποικίλων και συχνά αντιθετικών προσεγγίσεων. Το Ειδικό Τεύχος των *Annals* του 1991 (τόμος 18ος, αριθμός 1) καλύπτει τη θεματική ενότητα «Τουρισμός και Κοινωνικές Επιστήμες» βάσει δέκα άρθρων τα οποία πραγματεύονται τη σύζευξη του τουρισμού με την ανθρωπολογία, την οικολογία, την οικονομική επιστήμη, τη γεωγραφία, την ιστορία, τον ελεύθερο χρόνο, τη διοίκηση επιχειρήσεων, το μάρκετινγκ, την πολιτική επιστήμη, την ψυχολογία και την κοινωνιολογία. Η αξία του συγκεκριμένου εγχειρήματος εδράζεται στον τρόπο που ο κάθε συγγραφέας συνδέει το επιστημονικό του πεδίο με τον τουρισμό, κυρίως μέσω της εφαρμογής βασικών αναλυτικών εργαλείων και ευρύτερα αποδεκτών ζητημάτων έρευνας. Ωστόσο, θεωρώ ότι το Ειδικό αυτό Τεύχος προβάλλει περισσότερο την κατάτμηση του πεδίου, ενώ φωτίζει πολύ λίγο τη διεπιστημονική σκοπιά την οποία επιδιώκει να τεκμηριώσει' περισσότερο ίσως αναγνωρίσιμη είναι η πολυεπιστημονική προσέγγιση της μελέτης του τουρισμού, παρά μια διεπιστημονική σκοπιά.

Ορισμένοι συγγενικοί μεταξύ τους επιστημονικοί κλάδοι 'έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν κάποια μορφή διαλόγου στη βάση ορισμένων εστιακών σημείων, όπου ο τουρισμός διασταυρώνεται με άλλα ευρείας κλίμακας φαινόμενα ή διαδικασίες, η μελέτη των οποίων συχνά συνδέεται με την επεξεργασία εννοιών και την καθιέρωση νέων αναλυτικών μοντέλων. Για παράδειγμα, στη μελέτη του τουρισμού τέτοια σημεία εστίασης για την κοινωνιολογία, την ανθρωπολογία και την οικονομική επιστήμη είναι το ζήτημα της κατανάλωσης και οι διαδικασίες κοινωνικής και οικονομικής αλλαγής. Η συγκρότηση της ταυτότητας ενόψει της εμπειρίας της ετερότητας συνιστά ένα επιπλέον ερευνητικό ζήτημα σχετικά με το οποίο επιστημονικοί κλάδοι όπως η κοινωνική ανθρωπολογία, η γνωστική ψυχολογία και η ιστορία έχουν τη δυνατότητα να επεξεργαστούν και να εφαρμόσουν κοινές έννοιες. Ένα πρόσθετο αντικείμενο έρευνας, το οποίο έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον της κοινωνιολογίας, της κοινωνικής ανθρωπολογίας, της πολιτισμικής γεωγραφίας και του μάρκετινγκ, σχετίζεται με τη μελέτη των τουριστικών αναπαραστάσεων - των τρόπων με τους οποίους απεικονίζονται και παρουσιάζονται οι τόποι προορισμού και οι κάτοικοί τους από τη διαφήμιση και γενικά από τους τοπικούς, εθνικούς και διεθνείς πολιτισμικούς μεσολαβητές του τουρισμού. Βέβαια, η αναγνώριση ότι ορισμένες ερευνητικές περιοχές ή θέματα έρευνας προσελκύουν το ενδιαφέρον δύο ή και περισσότερων επιστημονικών κλάδων δεν μας λέει τίποτα για τις μεθόδους που εφαρμόζουν, τα ερωτήματα που θέτουν, τις μονάδες και τις στρατηγικές ανάλυσης που επιλέγουν, τους σκοπούς της ανάλυσης, και για το είδος των δεδομένων που συγκεντρώνουν.

Οι πιο διακεκριμένοι ανάμεσα στους σχετικά λιγοστούς αναλυτές του τουρισμού, η συμβολή των οποίων έχει ξεπεράσει τα όρια του επιστημονικού τους κλάδου, είναι ο Mac Cannell (1976, 1992) και ο Urry (1990, 1996). Επίσης ο Cohen (1972, 1974, 1988), έχει εμπνεύσει με το έργο του, το οποίο καλύπτει μια ευρεία γκάμα ερευνητικών ζητημάτων, πολλές και ποικίλες μελέτες και αναλύσεις εκτός κοινωνιολογίας. Μία τάση η οποία ενδεχομένως σηματοδοτεί πιθανές εστίες σύγκλισης και διεπιστημονικότητας ανάμεσα σε διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους αφορά στην αποδοχή και εφαρμογή ορισμένων πρωτοπόρων αναλυτικών προσεγγίσεων και επιστημολογικών απόψεων οι οποίες ωστόσο δεν έχουν κάποια ειδική σχέση με τον τουρισμό. Πρόκειται ουσιαστικά για το έργο του Turner (1969) για την τελετουργία και το προσκύνημα, το έργο του Clifford (1988, 1997) για τον

πολιτισμό, τον οποίο προσεγγίζει όχι από μια στατική σκοπιά σε σχέση με τον χώρο, αλλά δίνοντας έμφαση στο στοιχείο της ανθρώπινης μετακίνησης, τις ιδέες τις οποίες εισήγαγε ο Foucault (1973, 1980) για να φωτίσει ζητήματα εξουσίας και κυριαρχίας, καθώς και τη θεώρηση του Said (1978) αναφορικά με το ζήτημα της ετερότητας και της κατασκευής του "άλλου".

1.6 Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουρισμού

Τρία χαρακτηριστικά του τουρισμού που γίνονται άμεσα αντιληπτά είναι τα εξής:

- Τις περισσότερες φορές δεν βλέπουμε ούτε δοκιμάζουμε το προϊόν πριν το αγοράσουμε.
- Το καταναλώνουμε στον τόπο που παράγεται.
- Ο χώρος και οι άνθρωποι στον τόπο παραγωγής αποτελούν τμήμα του προϊόντος, άρα ο τουρισμός αφορά πολλούς τομείς της κοινωνίας.

Τα τρία αυτά χαρακτηριστικά προσδίδουν στον τουρισμό τον μοναδικό του χαρακτήρα. Οι άνθρωποι που ζουν και εργάζονται σε ένα συγκεκριμένο προορισμό δεν παράγουν απλώς ένα προϊόν - πολλοί από αυτούς αποτελούν τμήμα του προϊόντος.

Ο τουρισμός έχει και άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που συνδέονται είτε με την προσφορά είτε με τη ζήτηση, αν και ορισμένα φαίνεται να είναι κοινά μεταξύ διαφορετικών τομέων παροχής υπηρεσιών.

Συνολικά, δέκα είναι τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον τουρισμό.

- Αυθορμητισμός
- Αναμνήσεις
- Τουριστική κληρονομιά
- Δέσιμο - η αλληλεξάρτηση των συστατικών του προϊόντος
- Φθορά και απώλεια
- Φέρουσα ικανότητα
- Αλλαγή
- Ανταγωνισμός για το χώρο
- Πάγιες λειτουργικές δαπάνες
- Εποχικότητα της ζήτησης

1.6.1 Αυθορμητισμός

Το προϊόν αποκτά στοιχεία αυθορμητισμού λόγω των απροσδιόριστων πτυχών της υπηρεσίας. Είναι αδύνατο να βρούμε δύο επισκέπτες που να έχουν βιώσει την ίδια εμπειρία. Ακόμα και ο τρόπος καλωσορίσματος των επισκεπτών διαφέρει. Το ίδιο ισχύει και για τον τρόπο με τον οποίο εξυπηρετήθηκαν.

Το στοιχείο του αυθορμητισμού καθιστά δύσκολο τον έλεγχο ποιότητας. Στη μεταποίηση αντιθέτως, το προϊόν μπορεί εύκολα να τυποποιηθεί και να ελεγχθεί.

Ακόμα και στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, για παράδειγμα, μπορούμε να τυποποιήσουμε μια μπριζόλα. Μπορούμε να καθορίσουμε από ποιο κομμάτι του ζώου θα κοπεί, ότι θα πρέπει να ζυγίζει διακόσια γραμμάρια και να έχει πάχος τρία

εκατοστά. Ένα χαμόγελο όμως δεν μπορεί να τυποποιηθεί. Δεν μπορούμε να καθορίσουμε το πλάτος, το μήκος ή άλλα χαρακτηριστικά του.

Δεν μπορούμε να διατάξουμε τους άλλους να χαμογελούν. Οι άνθρωποι χαμογελούν όταν είναι χαρούμενοι, όταν διασκεδάζουν και όταν τους ικανοποιεί η δουλειά τους. Μια τουριστική επιχείρηση δεν μπορεί να είναι επιτυχής όταν το προσωπικό δείχνει δυσαρέσκεια.

Σε ένα ξενοδοχείο, η υπηρεσία αφύπνισης μπορεί να ξυπνήσει το πρωί δύο επισκέπτες. Είναι η πρώτη επαφή της ημέρας με το προσωπικό του ξενοδοχείου. Κατόπιν, οι πελάτες αυτοί θα ζητήσουν το ίδιο πρωινό από την υπηρεσία δωματίων, η δεύτερη επαφή. Αργότερα ζητούν να έρθει υπάλληλος για να πάρει από ένα πουκάμισο για πλύσιμο, η τρίτη επαφή. Ο υπάλληλος έρχεται και παίρνει τα άπλυτα ρούχα, η τέταρτη επαφή. Ο σερβιτόρος φέρνει το πρωινό, η πέμπτη επαφή. Άλλος υπάλληλος έρχεται για να ελέγξει το μίνι μπαρ του δωματίου, η έκτη επαφή. Οι επισκέπτες κατεβαίνουν από το δωμάτιο και αφήνουν τα κλειδιά τους στη ρεσεψιόν, η έβδομη επαφή. Αγοράζουν εφημερίδα, η όγδοη επαφή. Πηγαίνουν στο γραφείο πληροφοριών και ρωτούν ποιες θεατρικές παραστάσεις μπορούν να παρακολουθήσουν, η ένατη επαφή. Τέλος, φωνάζουν ταξί για να πάνε κάπου, η δέκατη επαφή.

Δέκα επαφές με το προσωπικό πριν ακόμα βγει ο επισκέπτης από το ξενοδοχείο. Εάν το συγκεκριμένο ξενοδοχείο έχει διακόσιους επισκέπτες που συμπεριφέρονται με τον ίδιο τρόπο, θα είχαμε δύο χιλιάδες επαφές μεταξύ του προσωπικού και των επισκεπτών πριν καλά καλά αρχίσει η μέρα.

Είναι εμφανές ότι είναι ανέφικτο να ελέγχουμε την ποιότητα και των δύο χιλιάδων αυτών επαφών. Το ίδιο το προσωπικό θα πρέπει να είναι υπεύθυνο για την ποιότητα των επαφών του με τους επισκέπτες. Μόνο το άρτια καταρτισμένο προσωπικό που ενδιαφέρεται σοβαρά για τη δουλειά του μπορεί να φέρει σε πέρας αυτό το έργο με συνέπεια και σταθερότητα. Προκύπτει λοιπόν ότι στον τουρισμό υπάρχουν ειδικές ανάγκες ως προς τη διαχείριση του προσωπικού, τις ανθρώπινες σχέσεις και την κατάρτιση.

1.6.2 Αναμνήσεις

Ο τουρισμός πλουτίζει τις ζωές των ανθρώπων. Ενώ ορισμένες περιόδους της ζωής ενός ατόμου φαντάζουν πιο θολές, οι διακοπές και οι εκδρομές ζουν πάντα στη μνήμη. Αν ζητήσουμε από κάποιον να μας μιλήσει για τη ζωή του, το πιο πιθανό είναι να μας πει για τις πιο ευτυχισμένες και τις πιο δυστυχισμένες του στιγμές. Οι διακοπές και τα ταξίδια είναι συνήθως μεταξύ των πιο ευτυχισμένων αναμνήσεων.

Όταν κάποιος πηγαίνει διακοπές, προσδοκά τη δημιουργία αναμνήσεων. Ο τουρισμός προσφέρει έναν τρόπο διαφυγής, ικανοποίηση των φαντασιώσεων και πραγματοποίηση των ονείρων. Οι υποσχέσεις των τουριστικών διαφημιστικών εντύπων συχνά γίνονται πραγματικότητα. Η ζωή ενός ανθρώπου μπορεί να αλλάξει ουσιαστικά όταν αυτός αποκτήσει ελεύθερο χρόνο και το απαραίτητο εισόδημα για να επωφεληθεί από τον τουρισμό.

1.6.3 Τουριστική κληρονομιά

Ορισμένα στοιχεία -τα βουνά, οι λίμνες, οι παραλίες κ.λπ., το ευχάριστο κλίμα, οι πόλεις και τα χωριά, η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά και οι περιοχές πολιτισμικού και ιστορικού ενδιαφέροντος- δημιουργούν τις απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη ενός επιτυχημένου τουριστικού προϊόντος. Αυτοί οι φυσικοί και πολιτισμικοί πόροι, σε συνδυασμό με το κλίμα, αποτελούν την τουριστική κληρονομιά της χώρας.

Εάν μια χώρα διαθέτει λίγους από αυτούς τους πόρους, τότε οι δυνατότητές της να αναπτύξει τουρισμό είναι περιορισμένες. Σε αυτήν την περίπτωση, είναι υποχρεωμένη να βασιστεί σε νέα στοιχεία.

Οι τουριστικές δυνατότητες μιας χώρας μοιάζουν με τις αντίστοιχες των γυναικών που συμμετέχουν σε διαγωνισμούς ομορφιάς. Εάν δεν έχουν τα απαραίτητα σωστά χαρακτηριστικά -δηλαδή αν δεν έχουν γεννηθεί με τον απαιτούμενο βαθμό φυσικής ομορφιάς- τότε μειώνονται οι πιθανότητες επιτυχίας τους.

1.6.4 Δέσιμο

Ο τουρισμός είναι δέσιμο. Η ανάπτυξη ενός επιτυχούς τουριστικού προϊόντος εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο συνδέονται τα επίπεδα ποιότητας και οι δυνατότητες προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες των διαφορετικών αγορών. Για παράδειγμα, οι διαθέσιμες θέσεις από τις αεροπορικές εταιρίες που εξυπηρετούν έναν προορισμό πρέπει να συνδυάζονται με τη χωρητικότητα των ξενοδοχείων. Ο αριθμός των αυτοκινήτων που κυκλοφορούν πρέπει να συνδυάζεται με το μέγεθος των δρόμων, τα λεωφορεία με τον αριθμό των αφίξεων στα αεροδρόμια ή πάλι τα λεωφορεία με τον αριθμό των ατόμων που επισκέπτονται τα αξιοθέατα, τα δωμάτια των ξενοδοχείων με τις θέσεις στα εστιατόρια, τα τετραγωνικά παραλίας με τους λουόμενους, οι παίκτες γκολφ με τα γήπεδα γκολφ, οι χορευτές με τις πίστες, οι θέσεις στα θέατρα με τους θεατρόφιλους.

Με τον τρόπο αυτό γίνεται κατανοητό ότι το δέσιμο μεταξύ των συμπληρωματικών δυνατοτήτων, της διατήρησης ισορροπίας και αρμονίας σε ολόκληρο το εύρος των προσφερόμενων υπηρεσιών και εγκαταστάσεων έχει εξέχουσα σημασία.

1.6.5 Φθορά και απώλεια

Το τουριστικό προϊόν «χάνεται» διότι δεν μπορεί να αποθηκευτεί. Εάν μια θέση σε ένα αεροσκάφος ή λεωφορείο ή ένα δωμάτιο ξενοδοχείου, ή μια θέση σε ένα εστιατόριο, ή ακόμα και μια ξαπλώστρα σε μία παραλία μείνουν άδειες μια συγκεκριμένη μέρα, τότε χάνονται. Μπορεί φυσικά να πωληθούν την επόμενη ημέρα, αλλά η δυνατότητα να πωληθούν εκείνη την ημέρα έχει πλέον χαθεί.

Αυτό ισχύει για κάθε μορφή χώρου. Το να μην πωληθεί σημαίνει και απώλεια εσόδων. Άλλα είδη μπορούν να αποθηκευτούν και να πωληθούν αργότερα, όχι όμως η χρήση χώρου.

Η πώληση τέτοιων προϊόντων δημιουργεί επιπρόσθετες πιέσεις. Για του λόγου το αληθές δεν έχουμε παρά να πάμε σε ένα σούπερ-μάρκετ λίγο πριν κλείσει το Σάββατο το απόγευμα. Θα δούμε ότι τα προϊόντα που λήγουν την Κυριακή διατίθενται σε πολύ χαμηλές τιμές. Η φθορά δημιουργεί ιδιαίτερες ανάγκες μάρκετινγκ και πώλησης.

1.6.6 Φέρουσα ικανότητα

Λέγεται ότι ένας ισπανός ειδικός σε θέματα τουρισμού, όταν ρωτήθηκε πώς μπορούμε να κρίνουμε τη φέρουσα ικανότητα ενός συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού, απάντησε: «Όταν δεν υπάρχει πλέον χώρος για κανέναν άλλο». Φυσικά αυτή η απάντηση είναι υπεραπλουστευμένη.

Η βέλτιστη φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής, ενός αξιοθέατου ή συγκεκριμένων εγκαταστάσεων είναι όταν επιπλέον επισκέπτες θα μπορούσαν να προκαλέσουν ζημία στο περιβάλλον ή να μειώσουν το βαθμό ευχαρίστησης όλων των υπολοίπων κάτω από ένα αποδεκτό επίπεδο.

Η έννοια της βέλτιστης φέρουσας ικανότητας είναι πολύ σημαντική και θα αναφερθούμε λεπτομερέστερα σε αυτή στα επόμενα κεφάλαια. Όσο αυξάνεται η

τουριστική κίνηση, τόσο αυξάνεται η πίεση που ασκείται στις τουριστικές εγκαταστάσεις και στα αξιοθέατα.

Οπότε πρόκειται για ζήτημα μέτρησης και κρίσης. Πόσο δηλαδή μπορεί να αντέξει το αξιοθέατο ή η περιοχή χωρίς να απειλείται ή να μειώνεται η αξία της; Και πόσα πλήθη και πόσες ουρές μπορεί να δεχθεί η αγορά;

1.6.7 Αλλαγή

Τα περισσότερα προϊόντα επινοούνται μια συγκεκριμένη στιγμή και παραμένουν κατά κύριο λόγο ίδια. Όμως, ένας νέος τουριστικός προορισμός χρειάζεται μερικά χρόνια για να αναπτυχθεί. Καθώς πετυχαίνει στην αγορά, επεκτείνεται και αναπτύσσεται περαιτέρω. Με αυτόν τον τρόπο

μπορεί να αλλάξει ριζικά. .

Ένας προορισμός μπορεί να διπλασιάσει, τριπλασιάσει ή ακόμα και να τετραπλασιάσει το μέγεθός του. Κατασκευάζονται νέες εγκαταστάσεις, δημιουργούνται νέες θέσεις απασχόλησης, αυξάνεται ο πληθυσμός και δημιουργούνται φαινόμενα αστικοποίησης. Όποιος έχει επισκεφτεί τον ίδιο νέο τουριστικό προορισμό πριν από πέντε ή δέκα χρόνια θα επιβεβαιώσει αυτή τη διαδικασία αλλαγής.

Μέχρι να επιτευχθεί η βέλτιστη δυναμικότητα, και δεν υπάρχει πλέον χώρος ή δυνατότητα περαιτέρω επέκτασης, ο προορισμός υπόκειται σε διαρκείς μεταβολές. Ο αυξανόμενος αριθμός των ατόμων που χρησιμοποιεί το προϊόν το αλλάζει. Η ανάπτυξη ενός προορισμού σε τέτοιο βαθμό μπορεί να πάρει είκοσι ή τριάντα χρόνια.

1.6.8 Ανταγωνισμός για το χώρο

Ο τουρισμός ανταγωνίζεται με τον τοπικό πληθυσμό για το χώρο. Για παράδειγμα, για το χώρο που θα χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή ξενοδοχείων και άλλων τουριστικών εγκαταστάσεων. Στις υπηρεσίες, ο χώρος μπορεί να λάβει τη μορφή του χώρου στα λεωφορεία, τα καταστήματα, τα ταχυδρομεία ή τα γήπεδα γκολφ.

Η χρήση της γης για τον τουρισμό μπορεί συχνά να ανταγωνίζεται με εναλλακτικές οικονομικές δυνατότητες. Στις περισσότερες όμως περιπτώσεις, ο τουρισμός μπορεί να αποτελεί την πιο ελκυστική προοπτική. Σε αρκετές χώρες της Λατινικής Αμερικής, ο τουρισμός αποκαλείται «βιομηχανία χωρίς φουγάρα», δίνοντας έμφαση στην καθαριότητα και το σεβασμό του περιβάλλοντος.

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις μπορεί να εποφθαλμιούν χώρο που είναι καλύτερο να μείνει ανεκμετάλλευτος, όπως ελεύθερος χώρος για αναψυχή.

1.6.9 Πάγιες λειτουργικές δαπάνες

Όπως σε όλες τις επιχειρήσεις, έτσι και στις τουριστικές τα έσοδα πρέπει να προγραμματίζονται και οι δαπάνες να προϋπολογίζονται. Οι δαπάνες είναι συνήθως πάγιες, ημιπάγιες και μεταβλητές. Οι πάγιες δαπάνες δεν διαφέρουν ανάλογα με τον όγκο των εργασιών, για παράδειγμα έξοδα για την ενοικίαση εξοπλισμού. Οι ημιπάγιες δαπάνες διαφέρουν εν μέρει, για παράδειγμα έξοδα για την κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος. Τέλος, άλλες δαπάνες είναι εντελώς μεταβλητές, για παράδειγμα έξοδα για την αγορά τροφίμων και ποτών. Οι δαπάνες του τουριστικού προϊόντος είναι κατά κύριο λόγο πάγιες. Για παράδειγμα, οι δαπάνες ενός αεροσκάφους ή ενός ξενοδοχείου για το απαιτούμενο προσωπικό και εξοπλισμό καταβάλλονται άσχετα με το πόσοι τουρίστες θα έρθουν τελικά. Πολλές από τις δαπάνες παραμένουν ίδιες ακόμα κι αν έρθουν λιγότεροι τουρίστες.

Πάγιες δαπάνες έχουν επίσης τα μουσεία και άλλοι χώροι τουριστικού ενδιαφέροντος. Ακόμη και ένας δήμος έχει υψηλό επίπεδο παγίων δαπανών για τις

υπηρεσίες που προσφέρει. Οι πάγιες δαπάνες στον τουρισμό υποδηλώνουν την ανάγκη διατήρησης ενός ικανοποιητικά υψηλού αριθμού επισκεπτών.

1.6.10 Εποχικότητα της ζήτησης

Στις περισσότερες χώρες, ο τουριστικός τομέας ζει εποχικές διακυμάνσεις της ζήτησης. Αυτό σημαίνει ότι διακόπτεται η λειτουργία του. Για το λόγο αυτό είναι δύσκολο να επιτευχθεί συνέπεια ως προς την ποιότητα, ενώ ταυτόχρονα διακόπτεται η ροή μετρητών και εισοδημάτων.

Η εποχικότητα επηρεάζει πολλά στοιχεία, για παράδειγμα τη ροή των προμηθειών, την απασχόληση, την κατανάλωση ενέργειας και τις υπηρεσίες που παρέχει ο δήμος. Ορισμένα ξενοδοχεία και άλλες εγκαταστάσεις μπορεί να «μπουν στη ναφθαλίνη» και να κλείσουν για μερικούς μήνες.

Η εποχικότητα οφείλεται στην αλλαγή των κλιματικών συνθηκών, στις συνήθειες ως προς τις διακοπές, και σε θεσμικά στοιχεία, όπως οι αργίες ή οι περίοδοι που κλείνουν τα σχολεία και τα άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Όμως, οι προορισμοί που δέχονται τουρίστες από διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές μπορούν να επωφεληθούν από αλληλοσυμπληρούμενα πρότυπα διακοπών. Η Καραϊβική εκμεταλλεύεται τη χειμερινή αγορά της Βορείου Αμερικής αλλά προσελκύει και Ευρωπαίους κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών διακοπών. Με τον τρόπο αυτό κατάφερε να αναπτύξει και να διατηρήσει τη ζήτηση ολόκληρο το χρόνο.

Άλλοι τροπικοί προορισμοί, όπως η Νοτιοανατολική Ασία, έχουν καταφέρει να εκμεταλλευτούν τη ζήτηση από τα δύο ημισφαίρια. Το Μπαλί, για παράδειγμα, προσελκύει τουρίστες από τις αγορές της Ευρώπης, της Αυστραλίας και της Νέας Ζηλανδίας. Με τον τρόπο αυτό εκμεταλλεύεται τη χειμερινή και την καλοκαιρινή ζήτηση και από το βορρά και από το νότο.

1.7 Γιατί ταξιδεύουν οι άνθρωποι

Οι άνθρωποι ταξιδεύουν για δύο λόγους:

- Επειδή είναι υποχρεωμένοι

Επειδή πρέπει να πάνε κάπου για επαγγελματικούς λόγους, ή αισθάνονται υποχρέωση για θρησκευτικούς λόγους, ή για λόγους που σχετίζονται με την οικογένεια ή τους φίλους τους, ή για λόγους υγείας.

- Για αναψυχή

Επιλέγουν να εκδράμουν για αναψυχή - για να διασκεδάσουν, να ξεκουραστούν, να ζήσουν την περιπέτεια, να αποδράσουν από την καθημερινότητα, να ανακαλύψουν κάτι νέο, να ζήσουν συγκινήσεις, να αθληθούν, να ερωτευτούν, ή για οποιονδήποτε άλλο λόγο που μπορεί να τους προσφέρει ευχαρίστηση. Οι λόγοι αυτοί διαφέρουν από άτομο σε άτομο και όλοι μαζί συνθέτουν τον τουρισμό για αναψυχή.

Οι σκοποί του ταξιδιού, όπως κατατάσσονται σύμφωνα με τον WTO: αναψυχή, διασκέδαση και διακοπές, επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους, επαγγελματικοί λόγοι, λόγοι υγείας, θρησκευτικοί.

Τα ταξίδια αναψυχής παίζουν κεντρικό ρόλο στην κατανόηση του τουρισμού. Συνδέονται με την ανάπτυξη της έννοιας της «αναψυχής», η οποία είναι παράγωγο της κοινωνικής και οικονομικής προόδου. Αποτελεί σημαντικό συστατικό στοιχείο του σύγχρονου πολιτισμού, τμήμα κάθε σύγχρονης έννοιας της ελευθερίας έκφρασης του ατόμου και αντικείμενο έντονων και ανταγωνιστικών διεθνών δυνάμεων της αγοράς.

1.8 Ο ορισμός του τουρίστα

Διάφορες προσεγγίσεις από τον περασμένο αιώνα έως σήμερα προσπάθησαν να "ορίσουν", αλλά ταυτόχρονα και να οριοθετήσουν την έννοια του τουρίστα. Αυτές πραγματοποιήθηκαν είτε από ειδικούς επιστήμονες είτε από διεθνείς οργανισμούς. Μετά τη χρησιμοποίηση του όρου "tourist" το 1800 στην Αγγλία, το Παγκόσμιο Λεξικό του 19ου αιώνα (1876) ορίζει τους τουρίστες ως τα άτομα που ταξιδεύουν από περιέργεια και απραξία, για την ευχαρίστηση του ταξιδεύειν.

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 οιασδήποτε κερδοσκοπικής δραστηριότητας".

Δύο κύριες έννοιες οριοθετούν 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 φύση του τουρισμού ως πιο σύνθετη, καθώς και το ευρύ φάσμα των δυνατοτήτων του. Σύμφωνα με 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 με 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 μέτρησης του (αφίξεις στα σύνορα) εκ μέρους ενός αριθμού κρατών που επιδίωξαν 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 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 στατιστολόγων της Κοινωνίας των Εθνών προτείνει στα κράτη-μέλη της να υιοθετήσουν τον ακόλουθο ορισμό του τουρίστα: "Ως 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:

- α) αναψυχή, θρησκεία, σπορ, σπουδές, υγεία κ.λπ.
- β) 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.

Η ίδια φιλοσοφία των προηγούμενων ορισμών διέπει και σήμερα τον ορισμό που αποδέχεται και συνιστά ο π.στ., 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.

1.9 Εννοιολογικές προσεγγίσεις του τουρισμού και της κατηγορίας του τουρίστα

Στη συνέχεια θα παρουσιάσω ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα των βασικών αναλυτικών προσεγγίσεων που επιχειρούν να απαντήσουν σε ερωτήματα όπως ποια είναι τα χαρακτηριστικά ή οι ιδιότητες που καθιστούν κάποιον τουρίστα; Ποια κίνητρα βρίσκονται πίσω από το τουριστικό ταξίδι; Τι καθορίζει τα είδη των τόπων και των εμπειριών που αναζητούν οι τουρίστες;

Για τον Graburn (1983α), ο τουρισμός συνιστά πρωτίστως μια κοσμική τελετουργία η οποία σε πολλές σύγχρονες κοινωνίες επιτελεί λειτουργίες τις οποίες στο παρελθόν ικανοποιούσαν διάφορες τελετουργίες εμποτισμένες με το θρησκευτικό στοιχείο. Σύμφωνα με τον χαρακτηρισμό του Graburn (1989: 28), ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα είδος τελετουργικής διαδικασίας που αντανάκλα της βαθιά ριζωμένες αξίες της κοινωνίας για υγεία, ελευθερία, αγάπη για τη φύση και ολοκλήρωση. Γενικά, για όσους ακολουθούν μια ερμηνευτική προσέγγιση η οποία εμπνέεται από τη μελέτη των Turner και Turner (1978) για το προσκύνημα στον χριστιανικό κόσμο, καθώς και από τη γενικότερη ανάλυση του Turner (1969) για τη διαδικασία της τελετουργίας, το τουριστικό ταξίδι προσομοιάζει στο προσκύνημα, με την έννοια ότι επιτρέπει στους συμμετέχοντες να βρεθούν έξω από τις καθιερωμένες δομές της καθημερινής τους ζωής. Ο τουρισμός προσφέρει ελευθερία από την εργασία και τις κοινωνικές υποχρεώσεις, επιτρέπει την απόδραση από τους παραδοσιακούς κοινωνικούς ρόλους, και δίνει τη δυνατότητα στα υποκείμενα να χρησιμοποιήσουν τον χρόνο τους κατά βούληση. Ωστόσο, όπως υποστηρίζει ο Graburn (1983α), οι αντιστροφές τις οποίες αναζητούν οι τουρίστες -«υψηλή» ή λαϊκή κουλτούρα, απόδραση από τη ρουτίνα, το δικαίωμα στη σπατάλη ή στη σεξουαλική ελευθερία και συναντήσεις με διαφορετικούς ανθρώπους- φωτίζουν τους πολιτισμικά σημασιοδοτημένους περιορισμούς που υφίστανται στην καθημερινή τους ζωή.

Σύμφωνα με την εδραιωμένη στην παράδοση του Turner προβληματική, ο τουρισμός, ως διαβατήρια τελετή ή τελετουργική διαδικασία, δίνει τη δυνατότητα σε όσους συμμετέχουν σε τουριστικές δραστηριότητες να αποκτήσουν διαφορετικές εμπειρίες. Κατά βάση όμως συνιστά μια αντι-δομή (anti-structure)' όπως συμβαίνει με το προσκύνημα, ο τουρισμός οδηγεί στην απομάκρυνση του τουρίστα από τον τόπο εγκατάστασής του και από το κοινωνικό του περιβάλλον. Αυτή η διαδικασία διαμορφώνει τις προϋποθέσεις για να βιώσει ο τουρίστας μια *μεθοριακότητα* (liminality), καθώς βρίσκεται έξω από τον καθημερινό χωρόχρονο και εντοπίζει τον εαυτό του σε ένα χώρο όπου οι κανονικές κοινωνικές επιταγές ή οι κοινωνικές συμβάσεις αναστέλλονται. Σε αυτό το στάδιο, όπου τα άτομα βρίσκονται προσωρινά «εκτός» του κοινωνικού συστήματος, παρατηρείται μια ιδιόμορφη ταύτιση ή συνένωση των τουριστών μεταξύ τους ή με τους υποδοχείς τους, μια κατάσταση που έχει αποδοθεί με τον όρο *μέθεξη* (communitas), τον οποίο επίσης εισήγαγε ο Turner η δύναμη της *μέθεξης* εντοπίζεται στην ανώτερης στάθμης αλληλόδραση ανάμεσα στα συμμετέχοντα, ξένα μεταξύ τους, άτομα και είναι δημιουργήμα της δράσης τους. Υπό αυτή την έννοια, ο τουρισμός δίνει την ευκαιρία για ανανέωση και αναψυχή. Κατά τον Graburn (1989: 28), το γεγονός ότι το τουριστικό ταξίδι εντοπίζεται στη σφαίρα του μη-καθημερινού, συνεπάγεται ότι ο στόχος του είναι συμβολικά «ιερός», ενώ ηθικά ανήκει σ' ένα ανώτερο επίπεδο από τις ενασχολήσεις της κανονικής, καθημερινής ζωής. Σε τελική ανάλυση, το ενδιαφέρον του για τη συμβολική σημασία του τουρισμού οδηγεί τον Graburn να ανιχνεύσει τις δομικές ομοιότητες ανάμεσα σε

τουριστικές και σε θρησκευτικές εμπειρίες. Οι ανθρωπολόγοι που αποδέχονται την άποψη του Graburn, εφαρμόζουν, γενικά, στη μελέτη του τουρισμού τις έννοιες του παιχνιδιού, της τελετουργίας και της *μεθοριακότητας* (Lett 1983). Το πρόβλημα με την εμπνευσμένη από την ερμηνεία του Turner θεώρηση του τουρισμού είναι ότι αδυνατεί να φωτίσει το πριν και το μετά την προσωρινή κατάσταση της «οριακότητας». Τίθεται λοιπόν το ερώτημα κατά πόσο η τουριστική δραστηριότητα ως δύναμη *αντι-δομή* μπορεί να προάγει για τον τουρίστα τον αναστοχασμό, ή γενικότερα μια διαδικασία ενδοσκόπησης, ή ακόμα και αναθεώρησης των καθημερινών αξιών που μοιράζεται με άτομα και συλλογικότητες στην κοινωνία από την οποία προέρχεται και στην οποία επιστρέφει και επανεντάσσεται μετά την πραγμάτωση του τουριστικού ταξιδιού.

Γενικά, οι ερμηνείες που έχουν προταθεί για τα κίνητρα των τουριστών καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός επιτρέπει την απόδραση από μια υφιστάμενη κατάσταση ή την αναζήτηση μιας άλλης πραγματικότητας. Η επιθυμία του σύγχρονου τουρίστα να επανασυνδεθεί με «το γνήσιο, το πρωτόγονο, το φυσικό, εκείνο που δεν έχει επηρεαστεί από το πνεύμα της νεωτερικότητας» (Cohen 1988: 374) εκφράζεται μέσα από την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών. Βέβαια, σε πολλές περιπτώσεις, το ταξίδι του μοντέρνου τουρίστα προς την αυθεντικότητα δεν είναι παρά μία φενάκη. Σύμφωνα με τον MacCannell (1973: 594), στόχος των τουριστών είναι να βρεθούν πίσω από την «μπροστινή σκηνή» που προορίζεται γι' αυτούς, ώστε να ανακαλύψουν και να βιώσουν κάτι το πραγματικό. Ωστόσο, καθώς διασφαλίζεται για τους τουρίστες η πρόσβαση στις «πίσω» (μη-τουριστικές) περιοχές, οι ντόπιοι κάτοικοι και επιχειρηματίες κατασκευάζουν -για λόγους αυτοάμυνας και/ή προώθησης των συμφερόντων τους- επινοημένους «τουριστικούς χώρους». Οι χώροι αυτοί επενδύονται με πλαστά θέληγτρα τα οποία παρουσιάζονται στους τουρίστες ως «αληθινά». αποτέλεσμα της όλης διαδικασίας είναι η «σκηνοθέτηση της αυθεντικότητας» για τις ανάγκες της τουριστικής κατανάλωσης.

Από τη θεώρηση του MacCannell προκύπτει ότι η έλλειψη αυθεντικότητας στις εμπειρίες των τουριστών συνιστά προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και δομική της συνέπεια. Εάν δεχτούμε τη θεώρηση του MacCannell και άλλων μελετητών ότι οι τουρίστες αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η έννοια της «αυθεντικότητας», όπως χρησιμοποιείται, έχει δύο διαστάσεις: η μία παραπέμπει σε αισθήματα και η άλλη αφορά στη γνώση. Με άλλα λόγια, ο τουρίστας αναζητά τόσο τις αυθεντικές κοινωνικές σχέσεις και την κοινωνικότητα -κάτι που σίγουρα περιλαμβάνει την αληθινή ευχάριστη παραμονή στον τόπο που επισκέπτεται- όσο και κάποιας μορφής γνώση για τη φύση και την κοινωνία υποδοχής. Είναι χαρακτηριστικό ότι στη μελέτη του εκείνη όπου διατυπώνει την προβληματική του σχετικά με τη «σκηνοθέτηση της αυθεντικότητας», ο MacCannell (1973) χρησιμοποιεί τον όρο «αυθεντικότητα» για να αναφερθεί στην ποιότητα της γνώσης που προσπορίζει η τουριστική εμπειρία. Ωστόσο, η γνώση με αυτή την έννοια δεν αναιρεί την «αυθεντικότητα» της εμπειρίας η οποία νοείται κατά τον MacCannell ως μια αίσθηση υπερνίκησης της αλλοτρίωσης.

Αν και πολλές εμπειρικές μελέτες υιοθέτησαν την εννοιολογική προσέγγιση του MacCannell για την κατηγορία του τουρίστα, εντούτοις δέχτηκε επικρίσεις για τον τρόπο που προσδιορίζει την έννοια της «αυθεντικότητας». Στην αναθεώρηση της συγκεκριμένης έννοιας συνέβαλε εν μέρει η προβληματική του Greenwood (1982: 27) ότι η αυθεντικότητα δεν είναι κάτι το στατικό αλλά συνιστά ένα δυναμικό φαινόμενο ως εκ τούτου, η «αυθεντικότητα» δεν αποτελεί μια αμετάβλητη ουσία αλλά μια «διαπραγματεύσιμη» ιδιότητα των αντικειμένων ή των θέληγτρων. Αυτή η αναθεώρηση της έννοιας της «αυθεντικότητας» επέτρεψε, εν συνεχεία, τη μετάβαση από μια *ητική* (etic) προσέγγιση, η οποία προϋποθέτει μια ανάλυση βασισμένη σε «εξωτερικά», προς τον υπό μελέτη πολιτισμό, κριτήρια, σε μια *ημική* (emic) προσέγγιση, η οποία επιτρέπει μια ανάλυση σύμφωνα με τους ορισμούς και τις κατηγορίες ταξινόμησης των φορέων του πολιτισμού που εξετάζεται. Η εφαρμογή

μιας ημικής προσέγγισης σημαίνει ότι η «αυθεντικότητα» δεν συγκροτεί μια αναλυτική αλλά μια «ιθαγενή» κατηγορία, αποτελεί δηλαδή γνωστική κατηγορία των ίδιων των τουριστών.

Ο σχολιασμός των παραπάνω θεωριών υποδηλώνει τη δυσκολία προσέγγισης και ερμηνείας ενός τόσο σύνθετου φαινομένου, όπως είναι ο τουρισμός, στη βάση ορισμένων μοντέλων δομικής ανάλυσης. Η Smith (1989α: 11-13), κατασκευάζει μια τυπολογία διακρίνοντας τους σύγχρονους τουρίστες ανάλογα με τους αριθμούς τους και τη διάθεση ή δυνατότητα προσαρμογής τους στα κανονιστικά πρότυπα της κοινωνίας υποδοχής. Η τυπολογία αυτή ξεκινά από τον *εξερευνητή* (explorer), ο οποίος υποκινείται από την επιθυμία για εξερεύνηση και ταξιδεύει μόνος ή με μικρές ομάδες, και φθάνει έως τον ενταγμένο σε μεγαλύτερες ομάδες τουρίστα ο οποίος ταξιδεύει με *τσάρτερ* (charter τουρίστ) και δεν εκδηλώνει ιδιαίτερη επιθυμία να γνωρίσει τα μέρη που επισκέπτεται. Στο ένα άκρο του φάσματος, οι τέσσερις τύποι τουρίστα -ο *εξερευνητής*, ο *επιλεκτικός* (elite), ο *εκκεντρικός* (offbeat) και ο *ιδιοσυγκρασιακός* (unusual)-τείνουν να προσαρμόζονται στα κανονιστικά πρότυπα της τοπικής κοινωνίας υποδοχής. Στο άλλο άκρο του φάσματος, ο *δυνάμει μαζικός* (incipient mass), ο *μαζικός* (mass) και ο *τσάρτερ* (charter) τουρίστας όχι μόνο προσαρμόζονται λιγότερο καλά στην τοπική κανονιστική πραγματικότητα, αλλά τείνουν να αναζητούν εμπειρίες που τους επιτρέπουν να έχουν πρόσβαση στις δυτικές ανέσεις τις οποίες έχουν συνηθίσει να χρησιμοποιούν. Η Smith αξιολογεί τους διαφορετικούς αυτούς τύπους τουριστών σύμφωνα με τις συνέπειες της παρουσίας τους στην τοπική κοινωνία υποδοχής διατείνεται, επίσης, ότι ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται ένα τόπο και οι στάσεις τους απέναντι στις τοπικές κοινωνίες αναμφίβολα έχουν επιπτώσεις στις τελευταίες. Βέβαια, είναι πολύ πιθανόν -κάτι που δεν λαμβάνει υπόψη της η Smith- οι τοπικές κοινωνίες να διαλέγουν τους τουρίστες τους και να εκφράζουν διαφορετικές προτιμήσεις σχετικά με τους τύπους των τουριστών. Ακόμα, δεν είναι καθόλου βέβαιο ότι η προτεινόμενη από τη Smith συσχέτιση μεταξύ συγκεκριμένων επιπτώσεων και τύπων τουριστών ισχύει σε διαφορετικά συμφραζόμενα.

Μια άλλη τυπολογία, στην προκειμένη περίπτωση των εμπειριών των τουριστών, κατασκευάζει ο Cohen (1979) ο οποίος, αν και βρίσκει την έννοια της «αυθεντικότητας» χρήσιμοι, αναγνωρίζει την ανάγκη τροποποίησης της γενικευμένης εικόνας την οποία σκιαγραφεί για τον τουρίστα ο MacCannell. Βασιζόμενος στην υπόθεση ότι, εφόσον οι άνθρωποι της νεωτερικής εποχής δεν υφίστανται όλοι τον ίδιο βαθμό αλλοτρίωσης και, επομένως, δεν αναζητούν την αυθεντικότητα με τον ίδιο ζήλο, ο Cohen διακρίνει πέντε τύπους τουρίστα: τον *recreational* τουρίστα, ο οποίος ενδιαφέρεται για την ψυχαγωγία και ελάχιστα για την αυθεντικότητα, το αντίθετό του, τον *existential* τουρίστα, τον οποίο ενδιαφέρει πρωτίστως το ζήτημα της αυθεντικότητας των εμπειριών του, τον *experimental* τουρίστα, ο οποίος εντοπίζεται στο ενδιάμεσο των δύο πρώτων, και δύο επιπλέον ενδιάμεσους τύπους, τον *diversionary* τουρίστα ο οποίος, παρότι αλλοτριωμένος, δεν αναζητά την αυθεντικότητα, και τον *experimental* τουρίστα, ο οποίος εντοπίζεται ανάμεσα στον *experimental* και τον *existential* τύπο. Βέβαια, το ερώτημα που τίθεται είναι αν και σε ποιο βαθμό ένα θεωρητικό μοντέλο, όπως του MacCannell, μπορεί να επικριθεί ως μη-ανταποκρινόμενο στην πραγματικότητα και να αντικατασταθεί από ένα ταξινομικό σχήμα, όπως αυτό του Cohen, το οποίο επίσης έχει συγκροτηθεί σύμφωνα με *a priori* κριτήρια (Selwyn 1996: 6).

Άλλες μελέτες που πραγματεύονται το ζήτημα των δομικών αιτίων του τουρισμού, επιχειρούν να εξηγήσουν γιατί ορισμένες μορφές τουρισμού αναδύονται σε συγκεκριμένους τύπους κοινωνιών. Στην προκειμένη περίπτωση ο τουρισμός προσεγγίζεται ως φαινόμενο της υπερδομής, το οποίο εξαρτάται από μια σειρά υλικών παραγόντων (Nash 1996). Βάσει της προβληματικής ότι ο τουρισμός μπορεί να προσληφθεί ως υπερδομή, η ανθρωπολογική έρευνα αναζητά αιτιοκρατικές εξηγήσεις για διαφορετικές μορφές τουρισμού. Για παράδειγμα, ένα ερώτημα που

έχει διατυπωθεί αφορά τους Ιάπωνες και το γεγονός ότι τείνουν να προτιμούν μια περισσότερο συλλογική μορφή τουρισμού. Ο Nash (1996: 70-74), χρησιμοποιώντας εμπειρικά στοιχεία προερχόμενα από την εθνογραφική μελέτη του Graburn (1983β: 36-37), υποστηρίζει ότι στην περίπτωση των Ιαπώνων, ο συλλογικός προσανατολισμός στον τουρισμό μπορεί να ερμηνευθεί με όρους υποδομής της γιαπωνέζικης κοινωνίας, η οποία προωθεί τον συλλογικό (ομαδικό) τρόπο δράσης. Η ιδιαίτερα έντονη παρουσία του ομαδικού στοιχείου –των ομάδων συγγένειας, εργασίας, φιλίας, καθώς και σχολικών ομάδων- στην καθημερινή ζωή του ατόμου επηρεάζει τον τρόπο που οι Ιάπωνες ενεργούν ως τουρίστες και αντανακλάται στον ομαδικό προσανατολισμό του τουριστικού τους ταξιδιού. Ακολουθώντας την ίδια προβληματική, η έρευνα καταδεικνύει ότι τις τελευταίες δεκαετίες αναδύεται μια περισσότερο εξατομικευμένη μορφή γιαπωνέζικου τουρισμού, η οποία εντοπίζεται στα ατομικά ταξίδια και στα ταξίδια που οργανώνουν μικρές ομάδες η αναδυόμενη αυτή τάση ενδεχομένως να αποτελεί ένδειξη ενός ατομιστικού τρόπου δράσης που καθιερώνεται ολοένα και περισσότερο.

Κατά την άποψή μου, η παραπάνω ερμηνεία είναι ντετερμινιστική και έχει περιορισμένη ερμηνευτική αξία διότι αφήνει ελάχιστα περιθώρια για την ύπαρξη πολλαπλών και διαφορετικών επιλογών, προτιμήσεων και πρακτικών των υποκειμένων. Οι μόνες διαφορές που μπορεί να φωτίσει αυτό το τόσο τακτοποιημένο αιτιοκρατικό μοντέλο είναι ίσως κάποιες ταξικά εδραιωμένες διαφορές. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση, τα δρώντα υποκείμενα προσλαμβάνονται -αναφορικά με τις επιλογές τους- ως προϊόντα των κοινωνικών και οικονομικών σχέσεων στις οποίες συμμετέχουν, ενώ η δράση τους αποτελεί αντανάκλαση της ταξικά προσδιορισμένης θέσης τους. Η προσέγγιση του τουρισμού ως υπερδομή δεν μας επιτρέπει να κατανοήσουμε σε ποιο βαθμό οι τουρίστες ελέγχουν το είδος του τουρισμού που επιθυμούν να ακολουθήσουν. Ούτε όμως φωτίζει τον ρόλο εκείνων των κυρίαρχων οργανώσεων και φορέων -εθνικής και διεθνούς εμβέλειας- που διαμορφώνουν τις συνθήκες στις οποίες τόσο οι τουρίστες όσο και οι ντόπιοι κάτοικοι αναγκάζονται να προσαρμοστούν, αποδεχόμενοι το προσφερόμενο από τον τουρισμό προϊόν.

Μετά την κριτική παρουσίαση των παραπάνω δομικών και μαρξιστικών προσεγγίσεων δεν μένει παρά να εξετάσουμε τη μετάβαση από τη δομή στη διαδικασία. Η έμφαση στη διαδικασία μας επιτρέπει να αποφύγουμε τον αποσπασματικό τρόπο προσέγγισης του τουρισμού, αλλά και να αναθεωρήσουμε τη χρησιμότητα των ταξινομικών σχημάτων και κατηγοριοποιήσεων που τείνουν, σε τελική ανάλυση, να παραποιούν μια σύνθετη και συνεχώς μεταβαλλόμενη κοινωνική πραγματικότητα. Τα πλεονεκτήματα της διαδικαστικής προσέγγισης θα μπορούσε ίσως να φωτίσει το σενάριο που περιγράφω με τη μορφή παραδείγματος. Ένας κάτοικος του Μόντρεαλ επισκέπτεται ένα «απομονωμένο» χωριό σε ένα ελληνικό νησί και γοητεύεται από το γεγονός ότι βρίσκεται σ' ένα τόπο τόσο διαφορετικό και μυστηριώδη. Όμως, μετά από κάποιες στοιχειώδεις προσπάθειες επικοινωνίας με μερικούς κατοίκους, ανακαλύπτει ότι αρκετές ντόπιες οικογένειες ζουν στις Ηνωμένες Πολιτείες και στον Καναδά. Θα μπορούσαμε επίσης να υποθέσουμε ότι η ηλικιωμένη γυναίκα που του νοικιάζει δωμάτιο επέστρεψε μόλις πριν λίγους μήνες από τη Νέα Υόρκη, όπου πήγε να επισκεφθεί την κόρη της, και στο ταξίδι αυτό ήταν η ίδια τουρίστρια. Ας δεχθούμε επιπλέον το ενδεχόμενο ο ίδιος τουρίστας να συναντήσει στο χωριό που επισκέπτεται και άλλους σχετικά μόνιμα εγκατεστημένους αλλοδαπούς, οι οποίοι είναι διοκτίτες δεύτερης κατοικίας και διαμένουν στο νησί αρκετούς μήνες κάθε χρόνο. Ακόμη, μπορούμε να σκεφθούμε το ενδεχόμενο ο Καναδός τουρίστας να συναντηθεί με έναν επαναπαρισθέντα κάτοικο ο οποίος, έχοντας ζήσει και εργαστεί στο Τορόντο επί σειρά ετών, όταν συνταξιοδοτήθηκε, επέστρεψε και εγκαταστάθηκε στο χωριό του. Για τον ίδιο κάτοικο θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ότι κάθε χειμώνα επισκέπτεται τον παντρεμένο γιο του στο Τορόντο και μένει μαζί του για λίγους μήνες. Οι υποθετικές αυτές συναντήσεις, οι οποίες μπορούν κάλλιστα να πραγματοποιηθούν στην καθημερινή ζωή, δείχνουν ότι τα όρια μεταξύ «οικοδεσπότη» και «επισκέπτη»,

τα οποία χαράσσονται βάσει της υποτιθέμενης διαφοράς ανάμεσα σ' εκείνους που διαθέτουν τα μέσα και τον ελεύθερο χρόνο για να ταξιδεύουν και σ' εκείνους που, για διάφορους λόγους, είναι αναγκασμένοι να παραμένουν στον τόπο τους, συχνά γίνονται δυσδιάκριτα στο πλαίσιο μιας διαμορφωμένης κατάστασης όπου οι δεσμοί με τον τόπο υπόκεινται σε συνεχή ανασυγκρότηση καθώς η κινητικότητα αποτελεί πλέον σύνθηρες φαινόμενο.

Η δομική διάκριση ανάμεσα σε «οικοδεσπότες» και «επισκέπτες» δεν προσφέρεται για ανθρωπολογική ανάλυση διότι αποκρύπτει πολλές πρόσθετες διακρίσεις. Η χρήση του όρου «οικοδεσπότες» τείνει να ομαδοποιεί άτομα τα οποία διατηρούν διαφορετικές σχέσεις με και απέναντι στους τουρίστες πιο συγκεκριμένα, τείνει να εντάσσει στην ίδια κατηγορία άτομα που επικοινωνούν απευθείας με τους τουρίστες ή έχουν άμεσα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό με άτομα που δεν έχουν καμιά σχέση με τους τουρίστες. Επιπλέον, στον βαθμό που οι «οικοδεσπότες» είναι συχνά και «επισκέπτες» και αντιστρόφως, και οι δύο πλευρές θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως παραγωγοί και καταναλωτές τουριστικών υπηρεσιών- σε τελική ανάλυση, και οι μεν και οι δε ανήκουν σε κόσμους που είναι ταυτόχρονα παραδοσιακοί, μοντέρνοι και μεταμοντέρνοι. Με άλλα λόγια, ο πραγματικός κόσμος είναι πολύ πιο σύνθετος από ό,τι αφήνει να εννοηθεί ο τίτλος του βιβλίου, *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (1989), που επιμελείται η Smith. Κατανοώντας αυτή τη πολυπλοκότητα, η Kohn (1997) υποστηρίζει την ανάγκη μετάβασης από τη δομική ανάλυση του τουρισμού σε μια προσέγγιση η οποία προσλαμβάνει τον τουρισμό ως διαδικασία. Παράλληλα με αυτή τη μετατόπιση, θα αναφερθώ (αν και σκοπεύω να εξετάσω το ζήτημα λεπτομερώς σε άλλο σημείο του κεφαλαίου) σε μια άλλη αλλαγή ή διαφοροποίηση του τρόπου πρόσληψης της τουριστικής πραγματικότητας. Η αντίληψη ότι ο τουρισμός λειτουργεί ως μοχλός αλλαγής για την κοινωνία υποδοχής θα πρέπει να αναθεωρηθεί αφού προηγουμένως γίνει κατανοητό ότι οι τουριστικές συναντήσεις επηρεάζουν και τους τουρίστες με άλλα λόγια, οι τουριστικές ταυτότητες δεν είναι στατικές.

Κατά την Kohn (1997), η κατηγορία «τουρίστας» είναι εύκαμπτη και, συν τω χρόνο, οι επισκέπτες σ' ένα τουριστικό τόπο ενδέχεται να υπερβούν τα όρια της ταυτότητας του τουρίστα, μετατρέποντας τον τουριστικό τους προορισμό σε προσωρινό ή ακόμα και μόνιμο τόπο εγκατάστασης. Ένας τρόπος που επιτρέπει το άνοιγμα αυτών των αυστηρά οροθετημένων κατηγοριών, ώστε να γίνουν περισσότερο ελαστικές και διαπερατές, είναι η υιοθέτηση μιας διαχρονικής σκοπιάς. Βάσει της νέας αυτής αντίληψης καταδεικνύεται ότι οι προσπάθειες διαφόρων αναλυτών να ορίσουν τον τουρίστα και να αντιδιαστείλουν διαφορετικούς τύπους τουριστών είναι προβληματικές διότι εγκλωβίζουν τους τουρίστες σε θέσεις που ενδέχεται να μεταβάλλονται τόσο σχεσιακά όσο και καταστασιακά. Εάν, όπως αναφέρει η Smith (1989α: 1), «ο τουρίστας είναι κάποιος που χρησιμοποιεί τον ελεύθερο χρόνο που διαθέτει προσωρινά για να πραγματοποιήσει ένα εθελοντικό ταξίδι μακριά από το σπίτι του με την προοπτική να βιώσει την αλλαγή», κατά πόσο μπορούμε να συμπεριλάβουμε στην τυπολογία αυτή επιχειρηματίες που ταξιδεύουν ή επισκέπτες οι οποίοι επιλέγουν να εγκατασταθούν στον τόπο που επισκέπτονται; Με την ίδια λογική, εάν στραφούμε στον Urry (1990: 2) και τον ορισμό που δίνει για τον τουρισμό «ως δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου που προϋποθέτει το αντίθετό της, την οργανωμένη, μη-εθελοντική, καθημερινή εργασία», οδηγούμαστε σε μια εννοιολογική σύγχυση προσπαθώντας να εξηγήσουμε τον συνδυασμό ελεύθερου χρόνου-εργασίας που χαρακτηρίζει το είδος του ταξιδιού στις περιπτώσεις επιστημονικών συνεδρίων.

Η παρουσία των παραπάνω ζητημάτων καταδεικνύει ότι ο όρος *τουρισμός*, όπως χρησιμοποιείται, δεν μπορεί να αποδώσει όλες τις παραμέτρους του συγκεκριμένου φαινομένου. Μάλιστα, πρόκειται για φαινόμενο το οποίο συμπεριλαμβάνει διαφορετικές πρακτικές -μεταξύ των οποίων τα όρια δεν είναι πάντα σαφή- και δεν μπορεί να προσδιοριστεί σε σχέση με συγκεκριμένα *a priori* κριτήρια (Abram και

Waldren 1997:2). Επίσης, στον βαθμό που οι ταυτότητες υπόκεινται σε επαναδιαπραγμάτευση και ανασυγκρότηση, τα υποκείμενα δεν θα πρέπει να εγκλωβίζονται σε ή να περιορίζονται από την κατηγορία του «οικοδεσπότη» και του αντίθετού της, του «επισκέπτη». Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η διαμεσολάβηση του τουρισμού γίνεται από άτομα και θεσμικά όργανα που όχι μόνο δεν εμπλέκονται συχνά στη σχέση οικοδεσπότη-τουρίστα, αλλά ενδέχεται να εντοπίζονται σε τόπους διαφορετικούς από εκείνους όπου διεξάγεται ο τουρισμός. Η δε γκάμα των μεσολαβητών συμπεριλαμβάνει από διεθνείς τουριστικές εταιρείες, ταξιδιωτικούς πράκτορες, οδηγούς, κυβερνητικούς αξιωματούχους, σχεδιαστές, έως επενδυτές και εκπροσώπους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και της βιομηχανίας των μεταφορών. Πρόκειται για μεμονωμένα άτομα και φορείς που στοχεύουν στην παραγωγή τουριστικών δραστηριοτήτων -μέσω της πρόβλεψης και ανταπόκρισης στις ανάγκες των τουριστών στην ανακατασκευή τουριστικών τόπων, και στην ενστάλαξη στους δυνάμει τουρίστες νέων προσδοκιών. Τα δε κίνητρά τους δεν είναι μόνο καθαρά οικονομικά αλλά είναι συνάμα πολιτισμικά και ιδεολογικά.

1.10 Η Εξέλιξη των Καταλυμάτων για την Ικανοποίηση των Μεταβαλλόμενων Τουριστικών Αναγκών

Η ποικιλία των δωματίων, που προσφέρθηκαν στην ιστορία των ξενοδοχείων, αναπτύχθηκε σύμφωνα με τις ανάγκες των εκάστοτε πελατών. Καθώς οι κοινωνικές και επαγγελματικές ανάγκες αλλάζουν, το στυλ των ξενοδοχειακών δωματίων πρέπει επίσης να αλλάξει. Οι έμπειροι διευθυντές παραμένουν μπροστά από τον ανταγωνισμό, αναπτύσσοντας και δοκιμάζοντας νέες ιδέες στα δωμάτια, ώστε να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ιδιαίτερων τμημάτων της αγοράς. Η Hyatt Hotel, για παράδειγμα, έκανε δημοφιλή την έννοια του "ξενοδοχείου μέσα στο ξενοδοχείο". Πρόκειται για έναν όροφο για επιχειρηματικά στελέχη (executive floor) με ειδικές παροχές και "υπηρεσία μπάτλερ" που διαθέτει ξεχωριστό γραφείο αφίξεων αναχωρήσεων για τους πελάτες της. Παρόμοιες εγκαταστάσεις υπάρχουν σήμερα στο 20% των ξενοδοχείων των Ηνωμένων Πολιτειών.

Προσφάτως, αναπτύχθηκαν τα ξενοδοχεία με πλήρως εξοπλισμένα δωμάτια (all suite hotels) για την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών εκείνων που αναζητούν ένα περισσότερο οικείο περιβάλλον και ανώτερη αξία σε σχέση με το χώρο και τις παροχές. Η Marriott, για παράδειγμα, παρουσίασε το 1985 τα ξενοδοχεία της Courtyard, που προσφέρουν στους πελάτες τους μικρές σουίτες σε λογικές τιμές. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι νέες ιδέες απαιτούσαν σχεδιαστικές και τεχνικές μεταβολές. Σε άλλες περιπτώσεις, τα νέα δωμάτια απαιτούσαν μόνο την προσθήκη ή την αφαίρεση επίπλων και μία περιορισμένη ανακαίνιση.

Καθώς η σύνθεση του ταξιδιωτικού κοινού αλλάζει, οι επιχειρήσεις καταλυμάτων αναγνωρίζουν τις νέες ανάγκες και προσπαθούν να προσαρμοστούν σε αυτές. Τα τελευταία χρόνια, ο κλάδος προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες των πελατών που διαθέτουν περιορισμένο ή μέσου επιπέδου προϋπολογισμό εξόδων. Οι ταξιδιώτες αυτοί δίνουν σημασία στην επιβάρυνση, ενδιαφέρονται περισσότερο για την άνεση ενώ δεν τους ενδιαφέρει ιδιαίτερα ο χώρος. Τα σημαντικά στοιχεία για αυτούς είναι: τα μεγάλα κρεβάτια, τα άνετα γραφεία, οι μεγάλες μπανιέρες και τα ντους, οι ευρύχωρες ντουλάπες και οι κατάλληλες πρίζες για τους φορητούς υπολογιστές τους. Οι ειδικές ανάγκες, επίσης, ορισμένων τμημάτων της αγοράς αναγνωρίζονται από τα ξενοδοχεία. Οι ταξιδιώτες από την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο, για παράδειγμα, ζητούν συνήθως καφετιέρες και τσαγιέρες στα δωμάτιά τους. Πολλά ξενοδοχεία προσφέρουν την υπηρεσία αυτή δωρεάν, ως μέρος του mini-bar τους.

Η τεχνολογία έχει γίνει σημαντικό στοιχείο της καθημερινής ζωής, και όλοι ταξιδιώτες στο μέλλον θα προσδοκούν να βρουν την τεχνολογία αυτή στα δωμάτια τους. Τα επόμενα είναι μία λίστα των τεχνολογικών βελτιώσεων που ζητούν, παράδειγμα, οι διοργανωτές συνεδρίων, στα ξενοδοχεία:

- Τηλεφωνικές πρίζες πολλαπλών γραμμών.
- Θύρες modem.
- Κατάλληλες συνδέσεις για αποστολή fax.
- Κατάλληλες συνδέσεις για γρήγορη επικοινωνία μέσω Internet ή το World Wide Web.
- Αναμονή κλήσεων με προσωπικά μηνύματα. .
- Αυτόματα συστήματα μηνυμάτων.
- Δυνατότητα χρήσης τηλεφώνων με εικόνα. .
- Μονάδες βίντεο πολυμέσων.

Ο αυξανόμενος αριθμός των γυναικών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, προκάλεσε επίσης πολλές αλλαγές. Μια έρευνα ανάμεσα στους άντρες και τις γυναίκες που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους αποκάλυψε πως οι άντρες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στις επαγγελματικές υπηρεσίες και εγκαταστάσεις από ότι οι γυναίκες. Οι γυναίκες ενδιαφέρονται περισσότερο για την ασφάλεια, τις προσωπικές υπηρεσίες και τις χαμηλές τιμές. Οι μηχανές αποστολής fax και οι σουίτες είναι σημαντικότερες για τους άντρες. Οι γυναίκες έδωσαν μεγαλύτερη αξία στα σεσουάρ μαλλιών στα δωμάτια, στα σίδερα για σιδέρωμα και τις σιδερώστρες, στο room service και στις ρόμπες μπάνιου. Οι άντρες προτιμούν περισσότερο να έχουν τηλέφωνο στο μπάνιο. Και τα δύο φύλα θεώρησαν πως τα συστήματα πυρασφάλειας και οι ηλεκτρονικές κλειδαριές στις πόρτες έχουν μεγάλη σημασία. Οι συνεχιζόμενες έρευνες για τις προτιμήσεις των πελατών προσφέρουν ανεκτίμητη βοήθεια στον κλάδο, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις μεταβαλλόμενες ανάγκες και επιθυμίες των φιλοξενουμένων.

1.11 Ορισμός του Ξενοδοχείου

Υπάρχουν πολλοί όροι που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή των καταλυμάτων στις Ηνωμένες Πολιτείες και τις άλλες χώρες, αλλά η μεταξύ τους διάκριση δεν είναι πάντα σαφής. Πολλοί από τους κοινούς όρους που χρησιμοποιούνται είναι οι:

Ξενοδοχείο (hotel), "μοτέλ" (motel), "μότορ-ξενοδοχείο" (motor hotel), "motor lodge" και πανδοχείο (inn). Η Holiday Inns, tnc. κάποτε αναφέρθηκε στον εαυτό της ως πανδοχέα (innkeeper), αν και οι πελάτες της γνωρίζουν ότι πρόκειται για μία αλυσίδα ξενοδοχείων και μοτέλ. Από τότε, απέβαλε την λέξη Inn (πανδοχείο) από το εταιρικό της όνομα και παρέμεινε γνωστή ως Holiday Corporation. Ορισμένες φορές, αναφέρεται ότι τα μοτέλ δεν προσφέρουν υπηρεσία αχθοφόρων, όμως η αλήθεια είναι ότι τα περισσότερα μοτέλ προσφέρουν την εξυπηρέτηση αυτή. Αρχικά, το χαρακτηριστικό γνώρισμα των μοτέλ ήταν ο μεγάλος, δωρεάν χώρος που προσέφεραν για τη στάθμευση των αυτοκινήτων των πελατών. Αυτό εξακολουθεί γενικά να ισχύει, αν και τα περισσότερα ξενοδοχεία προσφέρουν πλέον μεγάλα γκαράζ παρόμοια με αυτά των μοτέλ, όπου οι πελάτες μπορούν να αφήνουν τα αυτοκίνητά τους έναντι κάποιας χρέωσης. Με λίγα λόγια, δεν υπάρχει μάλλον κάποιο μοναδικό χαρακτηριστικό, που να εξυπηρετεί πραγματικά ως παράγοντας διάκρισης για τους τύπους των καταλυμάτων.

Τα μέλη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας αναγνωρίζουν πως ένας ακριβής ορισμός κάθε όρου είναι λιγότερο σημαντικός από την εικόνα που αποδίδει. Αν μία αλυσίδα πιστεύει ότι ο όρος "πανδοχείο" εμπνέει μία αίσθηση ζεστασιάς και φιλικότητα

μπορεί να επιλέξει αυτή την ονομασία. Αν ο όρος "ξενοδοχείο" (η αγγλική λέξη hotel προέρχεται από την παλαιά λέξη της Γαλλικής που αντιστοιχούσε σ' αυτό που ονομάζουμε hostel - πανδοχείο (Inn)) αποδίδει την εικόνα της αποτελεσματικότητας της εξυπηρέτησης, των παροχών και της βολικής θέσης σε μία πόλη, θα χρησιμοποιηθεί από τις αλυσίδες εκείνες που επιθυμούν μία τέτοια εικόνα. Είναι επίσης πολύ πιθανό ορισμένοι νέοι όροι, όπως "airportel" (ξενοδοχείο σε αεροδρόμιο) και "condotel" (ξενοδοχειακά διαμερίσματα) να χρησιμοποιηθούν για να συμβάλλουν στις μελλοντικές εξελίξεις στον τουρισμό και τα ταξίδια.

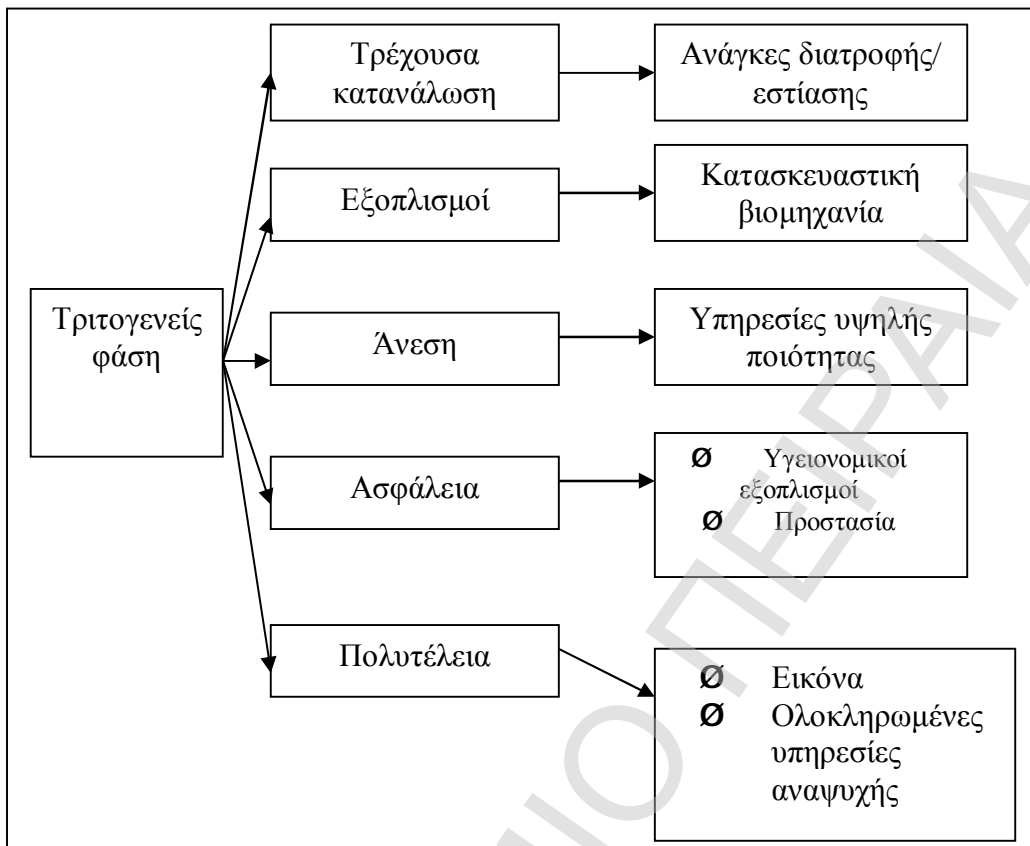
Σε άλλα μέρη του κόσμου, οι όροι που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή των καταλυμάτων μπορεί να έχουν άλλες έννοιες. Σε πολλά μέρη της Λατινικής Αμερικής ο όρος μοτέλ χρησιμοποιείται, για να περιγράψει τα ξενοδοχεία που φιλοξενούν ζευγάρια για λίγες ώρες, ενώ στην Ασία και την Άπω Ανατολή τα μοτέλ είναι κυριολεκτικά άγνωστα.

Ο όρος hotel garni, γνωστός και ως aparthotel, χρησιμοποιείται για να περιγράψει τα μικρότερα Ευρωπαϊκά ξενοδοχεία, που δε διαθέτουν σάλες γευμάτων, εκτός ίσως από μία αίθουσα για απλό πρωινό με ψωμάκια, καφέ και χυμό. Σε όλη την Ευρώπη, οι όροι πανδοχείο (Inn) και κατάλυμα (Inn) αντανακλούν, σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι αντίστοιχοι όροι στις Ηνωμένες Πολιτείες, τη ρομαντική αντίληψη για τις εγκαταστάσεις αυτές.

1.12 Οι φάσεις ανάπτυξης του τύπου υποδοχής των τουριστών

Η τουριστική ανάπτυξη του τύπου υποδοχής των τουριστών σύμφωνα με τον P. Deffert ακολουθεί μια σειρά από φάσεις τις οποίες μπορούμε με συνοπτικό τρόπο να ορίσουμε ως εξής:

Φάσεις τουριστικής ανάπτυξης του τύπου υποδοχής των τουριστών



- α) Η τριτογενής φάση της τρέχουσας κατανάλωσης (συνήθεις ανάγκες διατροφής).
- β) Η τριτογενής φάση των εξοπλισμών (κατασκευαστική βιομηχανία).
- γ) Η τριτογενής φάση της άνεσης (υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και μεγάλου κόστους, οι δήμοι και οι κοινότητες μετατρέπονται σε τόπο υποδοχής).
- δ) Η τριτογενής φάση της ασφάλειας (υγειονομικοί εξοπλισμοί , μέτρα προστασίας των τουριστών).
- ε) Η τριτογενής φάση της πολυτέλειας (τόποι υποδοχής με καθιερωμένο image, καζίνο κοσμηματοπωλείο κέντρα αναψυχής).

1.13 Παράγοντες που συντέλεσαν στην ανάπτυξη των ταξιδιών αναψυχής

Παρά το γεγονός ότι ο τουρισμός αναψυχής θεωρούνταν πάντα ως ένα διακριτικό (discretionary) στοιχείο του προϋπολογισμού δαπανών των καταναλωτών (ερχόταν, δηλαδή, πάντα δεύτερος σε σχέση με την κάλυψη των βασικών αναγκών διαβίωσης), η αγορά ενός ταξιδιού αναψυχής είναι πλέον σχεδόν δεδομένη για τις περισσότερες οικογένειες των αναπτυσσόμενων χωρών. Σήμερα, τα στατιστικά τουριστικά στοιχεία πολλών αναπτυσσόμενων χωρών δείχνουν μία υγιή ανάπτυξη του τουρισμού αναψυχής. Κατά το παρελθόν, οι οικονομίες αυτών των χωρών είχαν υποτιμηθεί. Μια πρόσφατη έρευνα του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, δείχνει ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες αντιστοιχεί το 34% των παγκόσμιων δαπανών καθώς και ένα ακόμα

μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδιωτικών δαπανών από αυτό που θα περίμενε κανείς. Για παράδειγμα, ο εγχώριος τουρισμός στην Κίνα υπερβαίνει σήμερα τους 400 εκατομμύρια επισκέπτες, με συνολικές δαπάνες ύψους 15 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Μέχρι πρόσφατα, ο διεθνής τουρισμός για τους Κινέζους πολίτες ήταν περιορισμένος στα επαγγελματικά και επίσημα ταξίδια. Το 1993, οι Κινέζοι πολίτες πραγματοποίησαν 3.7 εκατομμύρια διεθνή ταξίδια, που αντανakλούν μία αύξηση της τάξεως του 28% σε σχέση με το 1992. Έτσι, καθώς τα ταξίδια γίνονται μία παγκόσμια κοινωνική συνήθεια, ιδιαίτερα για τα μορφωμένα και οικονομικά άνετα τμήματα του πληθυσμού, εξελίσσονται και σε ένα βασικό στοιχείο της ζωής - μία σημαντική πλευρά των παραγόντων που σηματοδοτούν αυτό που λέμε "ποιότητα ζωής".

Οι παράγοντες που συντελούν στην αύξηση του τουρισμού αναψυχής, είναι:

- οι αλλαγές στον τρόπο ζωής.
- το διπλό εισόδημα των νοικοκυριών
- η προώθηση των ταξιδιών και οι καλύτερες τουριστικές γνώσεις
- οι δημογραφικές αλλαγές

Οι παράγοντες δεν περιορίζονται σε αυτόν τον σύντομο κατάλογο. Οι αλλαγές, όπως λ-χ. ο προγραμματισμός των διακοπών σε ετήσια βάση στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, είναι συνεχείς και δε θα ήταν εφικτό να συζητήσουμε όλους τους πιθανούς παράγοντες.

1.13.1 Αλλαγές στον Τρόπο Ζωής

Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής οδήγησαν σε νέες, διαφορετικές νοοτροπίες σχετικά με τον τουρισμό αναψυχής. Μία πρόσφατη εθνική έρευνα στις Ηνωμένες Πολιτείες έθετε στους Αμερικανούς το ερώτημα τι εννοούσαν με τον όρο "καλή ζωή". Τα ταξίδια έλαβαν την πρώτη θέση, καθώς το 60% των ερωτηθέντων απάντησαν πως τα ταξίδια αντικατοπτρίζουν "καλή ζωή". Η ιδιοκτησία ενός σπιτιού έλαβε τη δεύτερη θέση. Παρόμοιες έρευνες στην Ευρώπη κατέληξαν στα ίδια αποτελέσματα, με εξαίρεση ότι οι Ευρωπαίοι απολαμβάνουν διακοπές μεγαλύτερου χρονικού διαστήματος απ' ό,τι οι Αμερικανοί. Η προηγούμενη γενιά των Αμερικανών θα έμενε κατάπληκτη με τη σκέψη ότι κάποιος μπορεί να προτιμήσει τα ταξίδια από την ασφάλεια της ιδιοκτησίας ενός σπιτιού.

Η αλλαγή του τρόπου ζωής επηρέασε επίσης τη διάρκεια και τις επιλογές των διακοπών. Ένας αριθμός πρόσφατων ερευνών επιβεβαιώνει ότι οι Αμερικανοί προτιμούν τις συντομότερες και πιο συχνές διακοπές από το στάνταρ των διακοπών των δύο συνεχόμενων εβδομάδων της προηγούμενης δεκαετίας. Οι ταξιδιώτες αυτοί προτιμούν να παραμένουν σε ξενοδοχεία ή μοτέλ, σε αντίθεση με τους παλαιότερους ταξιδιώτες που έμεναν σε σπίτια συγγενών και φίλων. Η έρευνα της Marriott Corporation, για παράδειγμα, αποκάλυψε ότι το 50% των συμμετεχόντων στην έρευνα ταξίδευαν τα Σαββατοκύριακα, μένοντας συνήθως σε ξενοδοχεία ή μοτέλ. Επιπλέον, μία έρευνα του Αμερικανικού Κέντρου Τουριστικών Στοιχείων δείχνει ότι τα ταξίδια κατά τα Σαββατοκύριακα αναλογούσαν στο 54% των ταξιδιών, που πραγματοποίησαν οι Αμερικανοί το 1993, ενώ το 49% των ταξιδιών αυτών συμπεριλάμβαναν τη χρήση ενός ξενοδοχείου ή μοτέλ. Τα συντομότερα αυτά και πιο συχνά ταξίδια καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου ωφέλησαν τη βιομηχανία, αφού η ζήτηση καλύπτει τις αεροπορικές θέσεις και τα δωμάτια των ξενοδοχείων σε περιόδους όπου η κίνηση συνήθως είναι χαμηλή.

Κατά το παρελθόν, οι δεκαπενθήμερες 'διακοπές της "τυπικής οικογένειας" των τεσσάρων ατόμων μπορεί να περιορίζονταν σε κάποιες οικονομικές λύσεις με λίγες απαιτήσεις και έξοδα. Σήμερα, οι ταξιδιώτες αναψυχής αναζητούν τόσο την αξία όσο και την ποιότητα στις διακοπές και τα ξενοδοχεία που επιλέγουν. Ένα τετραήμερο πακέτο διακοπών για σκι στο Άσπεν ή το Κεμπέκ μπορεί να περιλαμβάνει ένα

πολυτελές κατάλυμα ή ένα λιγότερο ακριβό ξενοδοχείο. Με περιορισμένες τις ημέρες των διακοπών, οι ταξιδιώτες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν κάτι παραπάνω προκειμένου να μείνουν σε ένα καλό ξενοδοχείο, απολαμβάνοντας έτσι την "καλή ζωή".

Σε όλο το σύγχρονο κόσμο, οι καταναλωτές αποφασίζουν σταδιακά να παντρευτούν αργότερα στη ζωή τους, να διατηρήσουν μικρές οικογένειες ή και να παραμείνουν ανύπαντροι, γεγονός που επιτρέπει να δαπανηθεί ένα μεγαλύτερο ποσοστό του διαθέσιμου εισοδήματος σε προσωπικές ενασχολήσεις, όπως ο τουρισμός. Ορισμένοι άλλοι άνθρωποι αποφασίζουν ακόμα και να καθυστερήσουν την κολεγιακή τους μόρφωση ή και την επαγγελματική τους σταδιοδρομία, ταξιδεύοντας για ένα χρόνο σε όλο τον κόσμο.

Περιληπτικά, μπορούμε να πούμε ότι, δεδομένης μίας ισχυρής επιθυμίας για ταξίδια, οι άνθρωποι σήμερα είναι αποφασισμένοι να ταξιδέψουν, ακόμα και αν τα εισοδήματά τους είναι περιορισμένα. Οι δαπάνες σε άλλες, εναλλακτικές αγορές μπορεί να καθυστερήσουν, να ελαχιστοποιηθούν ή ακόμα και να θυσιαστούν, προκειμένου να είναι εφικτό το ταξίδι. Στην Ιαπωνία, για παράδειγμα, από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, ένα τυπικό νοικοκυριό δαπανά μέχρι και το 25% του ετήσιου εισοδήματός του στα ταξίδια.

1.13.2 Διπλά Οικογενειακά Εισοδήματα

Το σύγχρονο νοικοκυριό έγινε μάρτυρας δύο σημαντικών αλλαγών από τη δεκαετία του 1970 μέχρι σήμερα: μία μεγάλη αύξηση του ποσοστού των οικογενειών στις οποίες και οι δύο σύζυγοι εργάζονται και ανύπαντρα ζευγάρια που ζουν μαζί και στα οποία εργάζονται και τα δύο άτομα. Η τάση αυτή των δύο εισοδημάτων σε ένα νοικοκυριό σημαίνει ότι το συνολικό εισόδημα του νοικοκυριού αυτού είναι υψηλότερο. Από την άλλη πλευρά, τα διπλά εισοδήματα σημαίνουν και δυσκολίες στον προγραμματισμό του ελεύθερου χρόνου και για τα δύο εργαζόμενα άτομα. Το πιθανότερο αποτέλεσμα είναι η αύξηση των ξεχωριστών διακοπών ή των διακοπών μικρότερης διάρκειας.

1.13.3 Προώθηση Ταξιδιών και Καλύτερη Τουριστική Γνώση

Τα προγράμματα προώθησης έχουν μία ισχυρή επίδραση στον τουρισμό και τα ταξίδια. Το 1993, οι Αμερικανοί βομβαρδίστηκαν από μία σειρά διαφημίσεων συνολικής αξίας περίπου 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων που πρόβαλαν αεροπορικές εταιρίες, κρουαζιερόπλοια, πολιτείες και ξένες χώρες. Στον αριθμό αυτό δεν περιλαμβάνονται τα εκατομμύρια δολαρίων, που δαπανήθηκαν σε μέσα που δεν μπορούσαν να καταμετρηθούν, όπως τα φυλλάδια που μοίρασαν τα χειμερινά τουριστικά κέντρα ή τα σεμινάρια τουριστικής ενημέρωσης, που οργανώθηκαν από μεμονωμένους τουριστικούς προορισμούς.

Με την αύξηση που σημειώθηκε στην τουριστική κίνηση, οι τοπικές και κυβερνητικές αρχές καθιέρωσαν ειδικούς προϋπολογισμούς για ταξιδιωτικές διαφημίσεις και προωθήσεις. Πολλές χώρες και πολιτείες επέβαλαν φόρους στις τιμές των ξενοδοχειακών δωματίων, οι εισπράξεις των οποίων χρησιμοποιούνται για τη διαφήμιση των τουριστικών προορισμών τους. Οι κοινότητες που μέχρι πρότινος δεν έκαναν καμία δαπάνη για την τουριστική τους προώθηση, ξαφνικά εμφανίζουν διαφημιστικούς προϋπολογισμούς ύψους άνω των 500.000 δολαρίων. Η αυξημένη προβολή των προορισμών, των τουριστικών επιχειρήσεων και άλλων οδήγησε στην ανάπτυξη της τουριστικής γνώσης και επιθυμίας.

1.13.4 Δημογραφικές Αλλαγές

Με το πέρασμα του χρόνου, η γενιά των "baby boomers" εξελίσσεται σε μια καταναλωτική ομάδα σημαντική για την αγορά του τουρισμού, εξαιτίας της διαφορετικής στάσης και νοοτροπίας που τηρεί απέναντι στην ζωή, σε σχέση με τις παλαιότερες γενιές. Για όλους όσους εργάζονται και λειτουργούν στον κλάδο του τουρισμού αναψυχής, οι ηλικίες άνω των 50 ετών συνθέτουν μία σημαντική ομάδα καταναλωτών.

Η αγορά αυτή, των ατόμων άνω των 50 ετών, θα αυξηθεί σταδιακά σε αριθμό και σημασία στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά, τη Δυτική Ευρώπη, την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία, την Ιαπωνία και άλλες βιομηχανοποιημένες χώρες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το 30% των καταναλωτών αυτών ταξιδεύουν. Επιπλέον, παραμένουν για ένα μεγαλύτερο διάστημα στους προορισμούς τους και ταξιδεύουν πιο μακριά από ό,τι τα νεότερα (ηλικιακά) τμήματα της αγοράς, καθιστώντας αυτή την αγορά την πιο σημαντική των Αμερικανών ταξιδιωτών στο εξωτερικό. Οι Ηνωμένες Πολιτείες μπορούν επίσης να αναμένουν μια αύξηση των ώριμων ταξιδιωτών αναψυχής από το εξωτερικό, καθώς ο όγκος του τμήματος αυτού της τουριστικής αγοράς αναπτύσσεται διαρκώς.

Μέχρι το 2030, ο αριθμός των ατόμων άνω των 65 ετών θα φτάσει τα 65 εκατομμύρια, αναλογώντας στο 21% του συνολικού πληθυσμού των Ηνωμένων Πολιτειών. Με καλύτερη υγεία και υψηλότερο προσδόκιμο ζωής, οι ευκαιρίες για μία διευρυμένη τουριστική αγορά διαφαίνονται θετικές για την ομάδα αυτή.

1.14 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του τουρισμού

Οι σύγχρονες έρευνες σχετικά με τον τουρισμό αναφέρουν ότι βασικά στοιχεία για την επιτυχία ενός τουριστικού προορισμού είναι τα ακόλουθα:

1. Η πρόσβαση: Για να είναι βιώσιμος καταναλωτικά ένας προορισμός για τους τουρίστες, πρέπει να υπάρξει κάποιος τρόπος να φτάσουν σε αυτόν. Η πρόσβαση κατά γενικό κανόνα συσχετίζεται με τη μεταφορά

2. Η πολυμορφία στις Ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις: Είναι σημαντικό να προσφέρεται ποικίλη ποιότητα στέγασης σε ανάλογες ανταγωνιστικές τιμές. Μερικές φορές η στέγαση είναι ουσιαστικά ο κύριος παράγων στην επιλογή προορισμού

3. Η έλξη: Οι τουρίστες ταξιδεύουν σπάνια σε έναν προορισμό απλά χάριν του ή απλά για να μείνουν σε ένα ξενοδοχείο. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που προσελκύουν ένα πρόσωπο σε έναν ιδιαίτερο προορισμό είναι γνωστά ως «έλξη». Η έλξη μπορεί να οφείλεται σε ειδικά γεγονότα, πολιτιστικές ή ιστορικές περιοχές, αθλητισμός, μουσική ή χορός, ασυνήθιστη ή μοναδική χλωρίδα και πανίδα, νυχτερινή ζωή, ή ακόμα και ακριβώς η πιθανότητα χαλάρωσης. Επομένως όσο ευρύτερη είναι η προσφερόμενη ποικιλία, τόσο μεγαλύτερες οι πιθανότητες του προορισμού να επιλεγεί από μεγάλο αριθμό τουριστών.

4. Υποδομή και οργάνωση: Περιλαμβάνει ως στοιχεία όλους τους παράγοντες που εξασφαλίζουν μία ασφαλή παραμονή, όπως είναι η ηλεκτρική ενέργεια, το ασφαλές πόσιμο νερό, οι υγειονομικές εγκαταστάσεις, οι δρόμους, η αστυνομία, οι υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, οι ταχυδρομικές εγκαταστάσεις και οι εγκαταστάσεις τηλεπικοινωνιών, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση.

Οπότε στην περίπτωση που ο τουριστικός προορισμός διαθέτει και καλύπτει τα παραπάνω στοιχεία, σε συνδυασμό με τη σωστή στρατηγική και διαχείριση, μπορεί να επιτευχθεί σημαντική τουριστική ανάπτυξη.

1.15 Παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός επηρεάζεται από ένα σύνολο παραγόντων, όπου μεταβάλλονται πολλές φορές ανάλογα με την περιοχή, ενώ παράλληλα επηρεάζουν και διαμορφώνουν το είδος και τον τύπο τουρισμού. Για το λόγο αυτό επεξηγούνται οι ακόλουθοι παράγοντες:

Το κλίμα: Ο καιρός είναι πάντα ένας από τους κύριους παράγοντες στην επιλογή του προορισμού των τουριστών. Είναι επίσης ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο οι τουρίστες αποφασίζουν να αφήσουν την χώρα προέλευσής τους σε αναζήτηση άλλων προορισμών.

Υπάρχουν επίσης μερικές τοποθεσίες στον κόσμο όπου ο καιρός είναι ιδανικός για τον τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, όπως η Καραϊβική, το Μεξικό, και η Αίγυπτος. Το κλίμα είναι σημαντικό για δύο λόγους:

- 1) ο ήλιος και η θερμότητα το καλοκαίρι μπορούν να προσελκύσουν τους ανθρώπους για τις διακοπές τους,
- 2) το χιόνι προσελκύει επίσης τους επισκέπτες για τις διακοπές τους.

Τα ποσοστά οικονομικής ανάπτυξης: Ο ισχυρότερος περιοριστικός παράγοντας στην επιλογή τουριστικού προορισμού είναι, στις περισσότερες περιπτώσεις, τα χρήματα. Υπάρχει σαφής ένδειξη ότι τα στοιχεία της μακροπρόθεσμης σχέσης μεταξύ της οικονομικής ανάπτυξης και της απαίτησης για τον τουρισμό, είναι αλληλένδετα.

Η πολιτική σταθερότητα: Αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τον τουρισμό. Οι τουρίστες στις διακοπές τους αναζητούν την ευχαρίστηση και τη χαλάρωση. Οι κυβερνήσεις οφείλουν να βεβαιώνουν τους επισκέπτες τους για την ειρήνη και την ηρεμία των χωρών τους. Έχουν υπάρξει διάφορες σημαντικές κρίσεις τα τελευταία χρόνια, οι οποίες παρουσιάζουν ως αποτέλεσμα την αστάθεια στον τομέα του τουρισμού. Η πρώτη σημαντική κρίση αυτού του είδους εμφανίστηκε το 1986 μετά από τη σύγκρουση ΗΠΑ – Λιβύη με συνέπεια οι αφίξεις των αμερικανών πολιτών στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο να μειωθούν κατά 20% το 1986 έναντι του 1985 (από 6,5 σε 5,12 εκατομμύρια επισκέπτες). Ο πόλεμος του Κόλπου στις αρχές του 1991 άσκησε πολύ ξαφνική και σοβαρή επίδραση στον παγκόσμιο τουρισμό αφού οι κρατήσεις δωματίων στα ξενοδοχεία των κέντρων των πόλεων μειώθηκε κατά 50%. Επίσης, η τρομοκρατία σε μερικές χώρες, όπως την Αίγυπτο και την Τουρκία, είχε σοβαρή αρνητική επίδραση στον τομέα του τουρισμού.

Οι μεταφορές: Οι εξελίξεις στη τουριστική βιομηχανία είναι συχνά μια αντανάκλαση των εξελίξεων στον τομέα των μεταφορών, με κύρια τάση στα τελευταία χρόνια την αυξανόμενη χρήση των οδικών, θαλάσσιων και αεροπορικών μεταφορών από τους τουρίστες. Το δίκτυο μεταφορών αποτελείται από τις διαδρομές εδάφους, ύδατος και αέρα, συμπεριλαμβανομένου των κύριων σταθμών λεωφορείων και τρένων, των λιμένων, και των αερολιμένων. Μια χώρα για να είναι ικανή να λαμβάνει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών, χρειάζεται να έχει άριστο σύστημα αερομεταφορών με μεγάλους και σύγχρονους αερολιμένες καθώς επίσης και ένα οδικό δίκτυο υψηλών προδιαγραφών.

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις: είναι πολύ σημαντικές στην επιτυχία των διακοπών. Τα ξενοδοχεία μπορούν να διαιρεθούν κατά προσέγγιση σε μικρού μεγέθους 10 δωματίων ή και λιγότερο, μεσαίου μέγεθος με 11-50 δωμάτια, και

μεγάλου μεγέθους με περισσότερα από 50 δωμάτια. Εάν ο προορισμός μπορεί να προσφέρει νεόδμητα ξενοδοχεία με ιδιαίτερα εξελιγμένες υπηρεσίες, εγκαταστάσεις, νέα τεχνολογία και επομένως με βελτιωμένη αποδοτικότητα λειτουργίας τους, και μια ομάδα επαγγελματιών να εποπτεύει την εργασία όλων των μελών του προσωπικού προκειμένου να λειτουργήσει το ξενοδοχείο ομαλά, είναι βέβαιο ότι θα υπάρξει μια αύξηση του τουρισμού σε αυτόν τον προορισμό. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαδικασία επιλογής της διαμονής είναι οι ακόλουθοι: η διαμονή πρέπει να παρέχεται όπου υπάρχει η απαίτηση. Πρέπει να είναι κοντά σε σημαντικές διαδρομές μεταφορών και κοντά στα σημαντικότερα κέντρα της δραστηριότητας των τουριστών.

Η τροφοδοσία: Δυο βασικές ανάγκες για τον τουρισμό είναι η παροχή τροφίμων και ποτών. Για πολλούς ταξιδιώτες η κατανάλωση τροφίμων και ποτών συνιστά ένα σημαντικό μέρος της εμπειρίας του ταξιδιού και δεν είναι ασυνήθιστη η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών των ταξιδιωτών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Τα υψηλά πρότυπα του γαλλικού μαγειρέματος, γνωστά σε όλο τον κόσμο, είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους η Γαλλία είναι ένας δημοφιλής προορισμός τουριστών, μια κατάσταση που εμφανίζεται επίσης σε μερικές άλλες χώρες όπως τη Μεγάλη Βρετανία και την Ελλάδα.

Οι χώροι ενδιαίτησης: Τα εστιατόρια και οι καφετέριες, είναι επίσης σημαντικοί παράγοντες επιλογής της περιοχής υποδοχής για τους τουρίστες, επειδή τους παρέχουν εκτός των άλλων, και μια ευκαιρία να αναμιχθούν με το τοπικό πληθυσμό ενώ λαμβάνουν ένα γεύμα. Στους δημοφιλείς διεθνείς τουριστικούς προορισμούς οι επιλογές είναι συχνά τυπωμένες στη γλώσσα των κύριων ομάδων τουριστών. Οι ανάγκες των τουριστών ποικίλλουν: μερικοί επιθυμούν να δοκιμάσουν τα τοπικά πιάτα, άλλοι μπορεί να προτιμήσουν κάτι γνώσιμο σε αυτούς και μερικοί άλλοι μπορεί να έχουν μια ειδική απαίτηση, όπως την χορτοφαγία.

Οι χώροι νυκτερινής διασκέδασης: Οι περισσότεροι τουρίστες στις διακοπές τους επιθυμούν συχνά να χαλαρώσουν με ένα ποτό και να ακούν μουσική. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τους νέους. Επομένως ο προορισμός τους πρέπει να παρέχει χώρους νυκτερινής διασκέδασης.

Το φυσικό περιβάλλον: τα φυτά και τα ζώα αλλά και το προκαλούμενο από τον άνθρωπο περιβάλλον που περιλαμβάνει τα κτίρια και τις οδούς είναι καθοριστικά για την επιλογή του τουριστικού προορισμού. Οποιαδήποτε κωμόπολη ή πόλη που ελπίζει να προσελκύσει τους επισκέπτες θα πρέπει να λάβει μέτρα να βελτιώσει την εικόνα της.

Η τοπική κουλτούρα: είναι συχνά ένας σημαντικός παράγοντας στην έλξη των τουριστών. Πολλοί τουρίστες ενδιαφέρονται να γνωρίσουν έναν πολιτισμό που διαφέρει σημαντικά από τον δικό τους. Αυτό αφορά τις τέχνες, τους τοπικούς χώρους, τα χειροποίητα αντικείμενα, τα κοστούμια και άλλες δραστηριότητες κάθε ημέρας όπως τα φεστιβάλ κλπ.

Οπότε, παρατηρείται ότι η ύπαρξη και η ποιότητα των εκάστοτε παραγόντων, μετατρέπεται σε κριτήρια επιλογής τουριστικών προορισμών.

1.16 Tour Operators

1.16.1 Ορισμός

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), ο Τ.Ο. είναι «μια επιχείρηση υπηρεσιών η οποία προετοιμάζει, πριν εκδηλωθεί η ζήτηση, τα ταξίδια και την παραμονή των τουριστών, οργανώνοντας τα μεταφορικά μέσα, πραγματοποιώντας τις κρατήσεις στα διάφορα καταλύματα και φροντίζοντας για όλες τις άλλες υπηρεσίες που απαιτούνται στον τουριστικό προορισμό (εκδρομές, αναψυχή). Αυτή η επιχείρηση προσφέρει μια σειρά υπηρεσιών (πακέτο) προορισμένων να πωληθούν ως ένα σύνολο, είτε άμεσα από τα ίδια της τα ταξιδιωτικά πρακτορεία είτε έμμεσα με τη μεσολάβηση ανεξάρτητων ταξιδιωτικών πρακτορείων, σε ομάδες ή μεμονωμένα άτομα σε μια προκαθορισμένη τιμή και με ημερομηνίες αναχώρησης και επιστροφής καθορισμένες εκ των προτέρων.» (Ο.Μ.Τ 1977).

Οι Τ.Ο. είναι λοιπόν επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της τουριστικής βιομηχανίας. Λειτουργούν μεταξύ των παραγωγών τουριστικών υπηρεσιών και των τελικών καταναλωτών σαν κρίκος στην αλυσίδα διάθεσης του τουριστικού προϊόντος. Οι επιχειρήσεις αυτές ασχολούνται αποκλειστικά με την κατάρτιση προγραμμάτων διακοπών, την προβολή και την πώλησή τους και γενικά τη διακίνηση μεγάλων ομάδων ατόμων με ιδιότητα ή / και μισθωμένα μέσα.

1.16.2 Οι λειτουργίες των Τ.Ο.

Το προϊόν των Τ.Ο. είναι το πακέτο διακοπών, το οποίο είναι ένα σύνολο υπηρεσιών που περιλαμβάνει τη μεταφορά, διαμονή, διατροφή και άλλες υπηρεσίες για ένα ολοκληρωμένο τουριστικό ταξίδι

Οι βασικές λειτουργίες / δραστηριότητες του Τ.Ο. είναι:

- § Σχεδιασμός και προγραμματισμός των προγραμμάτων διακοπών.
- § Προβολή-προώθηση.
- § Πώληση.

Μετά από μια μεγάλη εξελικτική περίοδο, οι μικρές επιχειρήσεις παραγωγής ταξιδιών περιθωριοποιήθηκαν από τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς επίσης και από την είσοδο εξωγενών επιχειρήσεων, απόρροια κυρίως της κάθετης συγκέντρωσης: τράπεζες, αεροπορικές εταιρείες, εμπορικές επιχειρήσεις, ξενοδοχειακές αλυσίδες, επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων κ.λπ.. Στα παραπάνω χαρακτηριστικά των Τ.Ο. θα πρέπει να προστεθεί και ο πολυεθνικός τους χαρακτήρας ως προς τον τρόπο λειτουργίας τους και τις στρατηγικές τους στην παραγωγή και εμπορία του τουριστικού προϊόντος.

1.16.3 Ο ρόλος των Τ.Ο.

Ο ρόλος των Τ.Ο. εντάσσεται στα πλαίσια μιας πολιτικής εμπορίας του τουριστικού προϊόντος στη διεθνή τουριστική αγορά, η οποία αποσκοπεί στην πληροφόρηση, την παροχή συμβουλών, τη διευκόλυνση και την υποβοήθηση του τουρίστα πριν και κατά τη διάρκεια της ταξιδιωτικής του μετακίνησης. Αποτελούν τους πιο συνηθισμένους ενδιάμεσους μεταξύ της τουριστικής ζήτησης (χώρες προέλευσης τουριστών) και της τουριστικής προσφοράς (χώρες υποδοχής τουριστών)

και βρίσκονται εγκατεστημένοι στις κύριες χώρες προέλευσης των τουριστών. Η ταχεία ανάπτυξή τους προσδιορίζεται χρονικά κατά τις δεκαετίες 1960 και 1970 και συμπίπτει με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και την εξάπλωση των πτήσεων charters. Βασικά, η ανάπτυξη των Τ.Ο. μπορεί να ερμηνευθεί με το πέρασμα του τουρισμού

- § από την «παραγωγή» στην «κατανάλωση», όπου η κατανάλωση και η αγορά ζήτησης προσδιορίζουν την παραγωγή, και
- § στη βιομηχανοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων.

Οι Τ.Ο. αποτελούν ένα σημαντικό συντελεστή της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας. Είναι οι επιχειρήσεις που συντέλεσαν τα τελευταία σαράντα έτη να περάσει ο τουρισμός από μια αριστοκρατική και βιοτεχνική μορφή σε πλήρη εκδημοκρατισμό και βιομηχανοποίηση των τουριστικών μετακινήσεων. Σημειώνουμε ότι το 70% περίπου των συνολικών αφίξεων ξένων τουριστών στην Ελλάδα διακινείται οργανωμένα μέσω των Τ.Ο. (E.I.U. 2001). Σε ορισμένους ελληνικούς προορισμούς, όπως η Κρήτη και η Ρόδος, οι διακινούμενοι μέσω Τ.Ο. τουρίστες ανέρχονται στο 90% του συνολικού αριθμού των αλλοδαπών επισκεπτών.

Οι Τ.Ο. είναι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται καθετοποιημένα στον οργανωμένο τουρισμό διακινώντας εκατομμύρια τουριστών ετησίως. Ως προς τον ελληνικό τουρισμό, πάνω από το 50% των διεθνών τουριστικών εισπράξεων που διενεργούνται από την χώρα μας σχετίζονται με την επιχειρηματική δραστηριότητα των Τ.Ο. Σαράντα μεγάλοι Τ.Ο. ελέγχουν τη διακίνηση του 64% των αλλοδαπών επισκεπτών που έρχονται στην Ελλάδα, οι δε Τ.Ο. που δραστηριοποιούνται στη Μ. Βρετανία και Γερμανία έλεγξαν το 48% του συνόλου των αλλοδαπών επισκεπτών της Ελλάδας κατά το 2000 (E.I.U. 2001).

Ο παρακάτω πίνακας παρέχει μια εικόνα του ρόλου των Τ.Ο. στον ελληνικό τουρισμό.

Πίνακας 1. Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα μέσω Τ.Ο. και πτήσεων charters (2000)

Χώρα	% επί συνόλου αεροπορικών αφίξεων
Αγγλία	62,38
Γερμανία	63,74
Ιταλία	35,22
Γαλλία	55,65
Ολλανδία	58,34
Σουηδία	72,52
Αυστρία	85,38
Δανία	66,45
Βέλγιο / Λουξεμβούργο	48,78
Ελβετία	88,23

(Πηγή: E.O.T., 2001 και E.I.U., 2001)

1.17 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός υπόσχεται στους τουρίστες διαφορετικές δραστηριότητες – μια κοινωνική εμπειρία, μια ανακούφιση από τα πλήθη των κοσμικών θερέτρων, και για μερικούς μια ευκαιρία να μάθουν από πρώτο χέρι τρόπους ζωής διαφορετικούς από τους δικούς τους.

Οι τουρίστες που επιλέγουν τον εναλλακτικό τρόπο ταξιδιού προσπαθούν να αποφύγουν τη στερεότυπη τουριστική εγκατάσταση και μεταφορά και προτιμούν να μοιραστούν αυτές τις μεθόδους τον τρόπο ζωής και τις παραδοσιακές μεθόδους μετακινήσεων που χρησιμοποιούνται από το πληθυσμό των χωρών που επισκέπτονται. Κατ' αυτό τον τρόπο, ελπίζουν να καθιερώσουν την επαφή με τον τοπικό πληθυσμό των χωρών που επισκέπτονται.

Οι σημαντικότεροι τύποι εναλλακτικού τουρισμού είναι οι ακόλουθοι:

- ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
- ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ
- ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ
- ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ
- ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ
- ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΙΚΟΣ
- ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ
- ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ – EXECUTIVE
- ΚΙΝΗΤΡΩΝ
- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ
- ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ
- ΠΑΡΑΧΕΙΜΑΣΗΣ
- ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ/ ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ

1.18 Η δυναμική του παγκόσμιου και ευρωπαϊκού τουρισμού

Η αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού, από την άποψη των διεθνών αφίξεων τουριστών και των διεθνών τουριστικών εσόδων, έχει επεκταθεί σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό. Οι αφίξεις τουριστών παγκοσμίως και ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης έχουν παρουσιάσει ακόμα μεγαλύτερη αύξηση. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2001), το 2000 ο τουρισμός παρήγαγε περίπου 74 εκατομμύρια εργασίες άμεσες και έμμεσες (αερογραμμές, ξενοδοχεία, υπηρεσίες ταξιδιού, και διαφήμιση).

Η αύξηση και η έκταση της τουριστικής δραστηριότητας στο διεθνές επίπεδο, παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Η αύξηση του Παγκόσμιου τουρισμού και των εσόδων (1950- 2000)

ΕΤΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ (ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ)	ΑΥΞΗΣΗ (%)	ΔΑΠΑΝΕΣ (ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ USD)	ΑΥΞΗΣΗ (%)
1950	25,3		2,1	
1960	69,3	173,9	6,9	229
1970	158,7	145	17,9	159
1980	204,8	29	102,4	472
1990	425	107,5	230	125
2000	664	56,2	454,8	97,7

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

Η αύξηση του τουρισμού ως κοινωνικό φαινόμενο και της τουριστικής βιομηχανίας ως οικονομικής επιχείρησης, έχουν πάρει ιδιαίτερα μεγάλες διαστάσεις κατά τη διάρκεια του τελευταίου μισού του εικοστού αιώνα. Ο τουρισμός έχει γίνει μια σημαντική οικονομική δύναμη σε πολλές χώρες σε όλο τον κόσμο, που αλλάζει τα σχέδια εργασίας, το βιοτικό επίπεδο, και τις εισοδηματικές διανομές.

Η παράλληλη με τον τουρισμό, διεθνής χρήση των αεροπορικών μεταφορών συνεχίζει την σταθερή αυξητική της πορεία αφού τα στατιστικά αποτελέσματα του 2000 στο δείγμα των 660 μεγαλύτερων αερολιμένων του κόσμου, όσον αφορά την κυκλοφορία επιβατών, παρουσιάζουν παγκοσμίως αυξανόμενη κυκλοφορία στους επιβάτες 6%, κατά τη διάρκεια του έτους. Η κυκλοφορία επιβατών του Δεκεμβρίου του 2000 αυξήθηκε 6% έναντι του Δεκεμβρίου του 1999. Η κυκλοφορία των επιβατών στην Ασία και τον Ειρηνικό, καθώς και στην Ευρώπη ήταν εντυπωσιακή: αύξηση των επιβατών κατά 8%. Οι περιοχές της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής κατέγραψαν αυξήσεις 7% και 6% αντίστοιχα. Η Λατινική Αμερική και η Καραϊβική κατέγραψαν αύξηση των επιβατών κατά 6% και 2%, αντίστοιχα. Η Βόρεια Αμερική παρουσίασε μια αύξηση των επιβατών κατά 4%.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η διεθνής εξέλιξη χρήσης των Αερομεταφορών (1999-2000).

Εξέλιξη αερομεταφορών

Περιοχή	Σύνολο Επιβατών	Μεταβολή % Ετών 1999- 2000
ΑΦΡΙΚΗ	81 043 335	6.0
ΑΣΙΑ/ ΕΙΡΗΝΙΚΟΣ	526 696 072	8.2
ΕΥΡΩΠΗ	997 293 907	7.9
ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ/ ΚΑΡΑΪΒΙΚΗ	139 671 496	1.9
ΜΕΣΗ ΑΝΑΤΟΛΗ	66 800 107	6.9
Β. ΑΜΕΡΙΚΗ	1 434 522 041	3.9
ΣΥΝΟΛΟ	3 246 026 958	5.8

Πηγή: Airports Council International

Η αγορά μαζικών διακοπών στην Ευρώπη, ειδικά στην βόρεια Ευρώπη, βασίζεται παραδοσιακά στα οργανωμένα ταξίδια που προσφέρουν φτηνές διακοπές σε ηλιόλουστα μέρη.

Ενώ η βόρεια Ευρώπη ως τουριστικός προορισμός έχει κορεστεί, χώρες όπως η Ελλάδα, η Γαλλία, η Ισπανία και η Ιταλία, όπου η παροχή ήλιου και θάλασσας είναι σαφώς ισχυρότερη, έχουν ακόμα την ουσιαστική δυνατότητα για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού.

Η Ευρώπη είναι ο δημοφιλέστερος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως. Αυτό ισχύει λόγω διαφόρων παραγόντων όπως οι παραλίες και τα δημοφιλή θέρετρα της Μεσογείου, η πλούσια ιστορία και ο πολιτισμός των ευρωπαϊκών πόλεων από τη Ρώμη και τη Βιέννη ως την Αθήνα, τα ανεπτυγμένα επιχειρηματικά κέντρα της Γενεύης και του Λονδίνου κλπ.

Η Ευρώπη είναι όχι μόνο ο προορισμός για τους περισσότερους από τους τουρίστες, αλλά και η περιοχή προέλευσης των περισσότερων διεθνών ταξιδιωτών.

1.19 Η πορεία του διεθνούς τουρισμού τα τελευταία χρόνια

Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί το μεγαλύτερο εξαγωγικό τομέα και συνεισφέρει σημαντικά στο ισοζύγιο πληρωμών των περισσότερων εθνών. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, εκτιμάται ότι άμεσα ή έμμεσα συνεισφέρει περισσότερο από 10% του ακαθάριστου παγκόσμιου προϊόντος, του πιο κατανοητού μέτρου της συνολικής αξίας των αγαθών και υπηρεσιών που παράγουν οι οικονομίες. Τουρισμός σημαίνει θέσεις εργασίας. Μια παγκόσμια κοινότητα 250 εκατομμυρίων ανθρώπων απασχολείται στον τουριστικό τομέα, με προοπτικές αύξησης του αριθμού αυτού στο μέλλον. (World Travel & Tourism Council). Εκτός από θέσεις εργασίας τουρισμός σημαίνει: την παροχή υπηρεσιών στους πελάτες, μια πύλη στην οικονομική πρόοδο σε εθνικό και τοπικό επίπεδο και προοπτική για βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων σε όλο τον κόσμο.

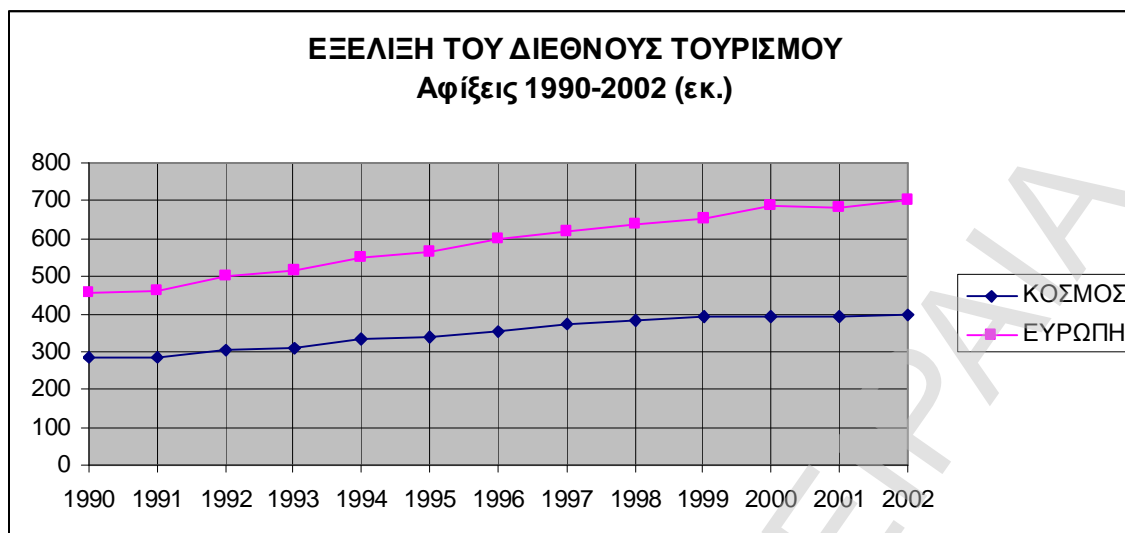
Σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1994, p.5): “Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε ένα μέρος έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον για όχι πάνω από ένα χρόνο για ανάπαυση, επιχειρήσεις και άλλους λόγους.” Στους τελευταίους περιλαμβάνονται δραστηριότητες, όπως επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους (friends and relatives-VFR), θεραπείες υγείας και θρησκευτικά προσκυνήματα. Ο Διεθνής Οργανισμός Τουρισμού (WTO) εκτιμά ότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις έφτασαν τα 760 εκατομμύρια το 2004, μια αύξηση κατά 10% συγκρινόμενη με το 2003. (WTO, 2005). Αυτό είναι ένα ενθαρρυντικό σημάδι δεδομένης της σταθερότητας που επικράτησε τα προηγούμενα χρόνια λόγω του τρομοκρατικού χτυπήματος της 11ης Σεπτεμβρίου, του πολέμου στο Ιράκ και του ιού SARS. Οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις έφτασαν το 2003 τα 460 τρισεκατομμύρια € (WTO, 2004) και αναμένεται να παρουσιάσουν σημαντική αύξηση τα επόμενα χρόνια καθώς η Κίνα βαθμιαία καθίσταται κυρίαρχος παίκτης σε όρους εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού. Η καταστροφή του Ασιατικού Τσουνάμι είναι πιθανό πως είχε αρνητική επίδραση σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο, αλλά σε μακροπρόθεσμο ακόμα φαίνεται πολλά-υποσχόμενη, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη και ο εσωτερικός τουρισμός.

Αναλυτικότερα, μετά την πρωτοφανή, μετά το 1982, αντιστροφή της τάσης εξέλιξης της πορείας του διεθνούς τουρισμού, εξαιτίας κυρίως των εξαιρετικών διεθνών συγκυριών του 2001 (ύφεση της παγκόσμιας οικονομίας, επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου), έγιναν φανερά κατά το 2002 τα σημάδια της ανάκαμψης και της επαναφοράς σε ανοδική τροχιά. Πράγματι, σύμφωνα με στοιχεία καταγραφής που συγκέντρωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) από τις περισσότερες χώρες προορισμούς το 2002, σημειώθηκε μια συνολική αύξηση των διεθνών αφίξεων διεθνών τουριστών κατά 2,7% έναντι του 2001 (702,6 εκ. έναντι 684,1 εκ.), ύστερα από τη μείωση κατά 0,5% του 2001.

Οι περισσότεροι προορισμοί ξεκίνησαν τη χρονιά 2002 αρνητικά, αλλά σταδιακά άρχισαν να εμφανίζονται σημάδια βελτίωσης, μολονότι η αβεβαιότητα εξακολουθούσε να διαδραματίζει μείζονα ρόλο στις αγορές, κάτω από την απειλή νέων τρομοκρατικών κτυπημάτων και την κυοφορούμενη σύγκρουση στο Ιράκ. Μία επιπρόσθετη επιβαρυντική συγκυρία αποτέλεσε το γεγονός ότι η αναμενόμενη οικονομική ανάκαμψη δεν επήλθε όσο γρήγορα αναμενόταν, θίγοντας ιδιαίτερα ορισμένες από τις σημαντικότερες αγορές εξερχόμενου τουρισμού.

Οι δυσμενείς αυτές συγκυρίες δεν οδήγησαν σε μείωση του συνολικού όγκου, αλλά κυρίως, σε ενίσχυση της μεταστροφής της ζήτησης προς εσωτερικούς και οικείους προορισμούς που βρίσκονταν πλησιέστερα στις χώρες προέλευσης, και προς ταξίδια με αυτοκίνητο, πούλμαν ή τρένο, αντί για αεροπλάνο. Η στάση αναμονής των καταναλωτών επέφερε πίεση στις τιμές και καθυστερημένες κρατήσεις (late bookings). Ιδιαίτερα επλήγησαν, και πλήττονται ακόμη, οι αερομεταφορές καθώς και όλοι οι τομείς που εξαρτώνται περισσότερο από τις μεταφορές μακρινών αποστάσεων. Η ανάπτυξη αερομεταφορέων χαμηλού κόστους και η διευρυνόμενη χρήση του διαδικτύου, όχι μόνο ως μέσου πληροφόρησης και ως μέσου οργάνωσης ταξιδιών και κρατήσεων, ήταν δύο μείζονες μεταβολές που επιταχύνθηκαν λόγω της κρίσης. Οι εξελίξεις αυτές συνοδεύτηκαν και από ενίσχυση των ανεξάρτητων ταξιδιών σε βάρος των οργανωμένων, εξαιτίας ακριβώς των δυνατοτήτων που παρέχουν οι χαμηλού κόστους αερογραμμές και το διαδίκτυο.

Οι σημαντικότερες αυξήσεις αφίξεων τουριστών στα σύνορα των κυριότερων χωρών υποδοχής κατά το 2002 σημειώθηκαν στην Κίνα (+11%) και στο Ηνωμένο Βασίλειο (+5,9%), ενώ μείωση ή στασιμότητα παρουσίασαν οι ΗΠΑ (-6,7%), η Ιταλία (0,6%) και η Γερμανία (0,6%). Η Γαλλία διατήρησε τη θέση της ως πρώτος τουριστικός προορισμός με 77 εκ. αφίξεις (11% της παγκόσμιας αγοράς), με δεύτερη την Ισπανία (51,7 εκ. αφίξεις και μερίδιο 7,4%) και στην τρίτη θέση βρίσκονται οι ΗΠΑ με 41,9 εκ. αφίξεις και μερίδιο 6,0%.



Γράφημα 1: Εξελίξεις του Διεθνούς Τουρισμού

	2002	Μεταβολή % 2002/2001	Μερίδιο %
Κόσμος	703,0	2,7	100,0
1. Γαλλία	77,0	2,4	11,0
2. Ισπανία	51,7	3,3	7,4
3. ΗΠΑ	41,9	-6,7	6,0
4. Ιταλία	39,8	0,6	5,7
5. Κίνα	36,8	11,0	5,2
6. Η.Β.	24,2	5,9	3,4
7. Καναδάς	20,1	1,9	2,9
8. Μεξικό	19,7	-0,7	2,8
9. Αυστρία	18,6	2,4	2,6
10. Γερμανία	18,0	0,6	2,6

Πίνακας 1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (εκατομμύρια)

Στις εισπράξεις από τον τουρισμό στην πρώτη θέση της παγκόσμιας κατάταξης βρίσκονται οι ΗΠΑ με 66,5 δισ. δολάρια (-7,4% ως προς το 2001), και ακολουθούν κατά σειρά η Ισπανία, η Γαλλία και η Ιταλία. Η χώρα μας καταλαμβάνει και το 2002 τη 10η θέση στην παγκόσμια κατάταξη με 9,7 δισ. δολάρια (ή 10,3 δισ. ευρώ όπως φαίνεται στον πίνακα 2)

Ειδικότερα στην Ευρώπη καταγράφηκαν 399,8 εκ. αφίξεις (αύξηση +2,3% ως προς το 2001) και εισπράξεις 240 δισ. δολαρίων, που αντιστοιχούν σε 600 δολάρια ανά διεθνή τουριστική άφιξη. Στις εισπράξεις έρχεται πρώτη η Ισπανία (+7,1% ως προς το 2001) με 33,6 δισ. δολάρια και ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία.

	2002	Μεταβολή % 2002/2001	Μερίδιο %
Κόσμος	474,0	3,2	100,0
1.ΗΠΑ	66,5	-7,4	14,0
2.Ισπανία	33,6	2,2	7,1
3.Γαλλία	32,3	7,8	6,8
4.Ιταλία	26,9	4,3	5,7
5.Κίνα	20,4	14,6	4,3
6.Γερμανία	19,2	4,0	4,0
7.Η.Β.	17,8	9,5	3,8
8.Αυστρία	11,2	11,1	2,4
9.Χογκ-Κογκ(Κίνα)	10,1	22,2	2,1
10.Ελλάδα	9,7	3,1	2,1

Πίνακας 2: Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (δισ. USD)

Τα αποτελέσματα αυτά για την Ευρώπη είναι σχεδόν ικανοποιητικά, αν ληφθεί υπόψη η συνολικά ασθενής οικονομία της περιοχής, και ειδικότερα εκείνη της Γερμανίας. Αύξηση σημείωσαν η Ισπανία και η Γαλλία, αλλά τη μεγαλύτερη σημείωσε η Τουρκία (+18,5%), που όμως δεν συνοδεύτηκε από αντίστοιχη αύξηση ως προς τις εισπράξεις. Θετική πορεία το 2002 είχε επίσης η Κροατία (+6,1%) καθώς και η Ρωσία με τις λοιπές χώρες της Κ.Α.Χ. Σε ορισμένους άλλους μεσογειακούς προορισμούς σημειώθηκαν μειώσεις στις αφίξεις, όπως στην Τυνησία (-6,0%) και στο Μαρόκο (-0,7%), ενώ η Αίγυπτος παρά τη σχετικά χαμηλή της επίδοση, εμφάνισε ανάκαμψη (+12,6%), σε σχέση με το 2001, οπότε είχε σημειώσει αισθητή κάμψη (-14,8%).

Κύριοι προορισμοί	(x1000)	Μεταβολή (%) 2002/2001	Μερίδιο (%)
1. Γαλλία	77.012	2,4	19,3
2. Ισπανία	51.748	3,3	12,9
3. Ιταλία	39.799	0,6	10,0
4. Η.Β.	24.180	5,9	6,0
5. Αυστρία	18.611	2,4	4,7
6. Γερμανία	17.969	0,6	4,5
7. Ουγγαρία	15.870	3,5	4,0
8. Ελλάδα	14.180	0,9	3,5
9. Πολωνία	13.980	-6,8	3,5
10. Τουρκία	12.782	18,5	3,2
11. Ελβετία	10.000	-7,4	2,5
12. Ολλανδία	9.595	1,0	2,4
13. Ρωσία	7.943	7,3	2,0
14. Κροατία	6.944	6,1	1,7
15. Βέλγιο	6.724	4,2	1,7

Πίνακας 3: Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις στην Ευρώπη- 2002

Σημαντικές αυξήσεις σε σχέση με το 2001 σημειώθηκαν στις χώρες της Άπω Ανατολής, κυρίως λόγω της ενδο-περιφερειακής ζήτησης, χωρίς να έχει διαπιστωθεί η επίδραση από την ασθενή οικονομία της Ιαπωνίας. Μεγαλύτερες αυξήσεις καταγράφηκαν στην Κίνα (+11,0%), το Χογκ-Κογκ (+20,7%) και το Μακάο (+12,4%), καθώς και στην Ιαπωνία (+9,8%), στις Φιλιππίνες (+7,6%), την Ταϊλάνδη (+7,3%). Αντίθετα, η Αυστραλία παρουσίασε μείωση (-0,3%).

Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2003, η πορεία του διεθνούς τουρισμού επηρεάστηκε από δυο μείζονα γεγονότα: τον πόλεμο στο Ιράκ και την επιδημία του SARS, τα οποία προστέθηκαν στην καθυστέρηση της ανάκαμψης της διεθνούς οικονομίας. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό τουρισμού συνεχίστηκε το σενάριο του 2002, όπου η αναμενόμενη οικονομική ανάκαμψη καθυστέρησε λόγω της αβεβαιότητας από τη σύγκρουση στο Ιράκ. Ωστόσο, ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί, όπως η Καραϊβική, το Ηνωμένο Βασίλειο, Η Νότια Αφρική, η Ασία παρουσίασαν στην αρχή του έτους σημαντική αύξηση, αυτό όμως οφείλεται στις χαμηλές επιδόσεις των πρώτων μηνών του 2002.

Η έναρξη του πολέμου στο Ιράκ προκάλεσε άμεση καταβύθιση της ζήτησης, ιδιαίτερα στις αερομεταφορές, τα δια-περιφερειακά ταξίδια και τα ταξίδια σε προορισμούς που θεωρήθηκε ότι γειτνιάζουν με τη ζώνη των συγκρούσεων. Ελάχιστοι προορισμοί έμειναν άθικτοι από αυτή τη νέα οπισθοδρόμηση. Η απρόοπτη εμφάνιση του SARS αναστάτωσε τις αγορές και καθυστέρησε την ανάκαμψη της κίνησης μετά τη λήξη του πολέμου στο Ιράκ. Σε ορισμένες περιοχές του κόσμου (Καραϊβική, Νότια Αμερική και Νότια Ασία) εμφανίστηκε, ωστόσο ραγδαία μεταβολή της εξέλιξης της τουριστικής κίνησης μετά τη λήξη της επίθεσης στο Ιράκ και την υποχώρηση του SARS.

Κεφάλαιο 2: Ο τουρισμός στην Ελλάδα

2.1 Εισαγωγή

Ο τουρισμός σε σχέση με μια δεδομένη χώρα διακρίνεται σε:

- Ο εγχώριος τουρισμός που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας, αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.
- Ο εισερχόμενος τουρισμός που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των μη μόνιμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας, αλλά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.
- Ο εξερχόμενος τουρισμός που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μόνιμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εξωτερικό της χώρας και έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.

Παρόμοιοι ορισμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν για άλλες περιοχές, περιφέρειες ή ομάδες χωρών αντικαθιστώντας τη «χώρα» με την περιοχή αναφοράς. Οι τρεις βασικές μορφές του τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν με τρεις τρόπους έτσι ώστε να προκύψουν οι ακόλουθες κατηγορίες τουρισμού:

- Εσωτερικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εισερχόμενο τουρισμό».
- Εθνικός τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο τουρισμό».
- Διεθνής τουρισμός, που περιλαμβάνει τον «εισερχόμενο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο τουρισμό».

2.2 Οι τάσεις και οι προοπτικές του τουρισμού τον 21ο αιώνα

Η πορεία του διεθνούς τουρισμού, παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις, δείχνει αξιοσημείωτη αντοχή και παρουσιάζει μια σταθερή ανοδική μέση τάση, όπως δείχνουν τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού τουρισμού (WTO), με μέσο ρυθμό ετήσιας αύξησης κατά 4,3% (1990-2005). Ας υπενθυμίσουμε ότι τη χαμηλή αύξηση του 1991, λόγω του πολέμου στον Κόλπο, κατά 1,2%, ακολούθησε αύξηση του διεθνούς τουρισμού το 1992 κατά 8,2%. Εκτιμάται ότι η μακροπρόθεσμη αυτή τάση δεν πρόκειται να μεταβληθεί, και ο τουρισμός θα εξακολουθήσει και αυτόν τον αιώνα να αναπτύσσεται και να συμβάλλει στην επικοινωνία και την κατανόηση των κοινωνιών και των πολιτισμών.

Με το ξεκίνημα του 21ου αιώνα, διαπιστώνεται ήδη η εμφάνιση ορισμένων νέων βασικών τάσεων στον τουρισμό:

- Αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ασφάλεια.
- Συντομότερα και συχνότερα ταξίδια διακοπών, αλλά λιγότερα ολιγοήμερα διαλείμματα σαββατοκύριακου.
- Μεταστροφή από τα μακρινά και υπερπόντια ταξίδια προς τα εσωτερικά και ενδοπεριφερειακά ταξίδια.

- Μεταστροφή από τις εναέριες στις επίγειες μεταφορές, παρά την παράλληλη αύξηση της ζήτησης για χαμηλού κόστους αερομεταφορές.
- Συνεχιζόμενη τάση προς όψιμες κρατήσεις και αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου για αγορές ταξιδιών.
- Αυξανόμενη ζήτηση για μερικώς “πακετοποιημένες” ή ανεξάρτητα και ατομικά διαμορφωμένες διακοπές, σε βάρος των παραδοσιακών συνολικών πακέτων.
- Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για διακοπές που προσφέρουν εμπειρίες που περιλαμβάνουν τοπικό πολιτισμό και επαφή με τη φύση.
- Επικράτηση και αναμονή προσφορών και ευκαιριών τελευταίας στιγμής.

Σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα οι τάσεις αυτές, αν συγκριθούν με τα χαρακτηριστικά που είχε ο τουρισμός κατά τις προηγούμενες δεκαετίες, θα προσδιορίζονται από τρεις καθοριστικούς πόλους:

- Την τεχνολογία
- Τη σχέση εργασίας- ελευθέρου χρόνου
- Την ασφάλεια (safety and security)

Οι εντυπωσιακές και ποικίλες εξελίξεις στην τεχνολογία έχουν εφαρμογή σε πολλά πεδία που αφορούν στον τουρισμό. Ταχύτερα και ανετότερα μέσα μεταφοράς, που παρέχουν ανεπτυγμένη δέσμη υπηρεσιών:

- Νέα μέσα επικοινωνίας όπως κινητή τηλεφωνία, υπολογιστές παλάμης, συνδυασμένες συσκευές, αμφίδρομη τηλεόραση, κτλ. θα συνδέουν ευκολότερα και ταχύτερα τους τουρίστες με τις υπηρεσίες των προορισμών.
- Νέες υποδομές, σε ελεγχόμενα περιβάλλοντα, mega-κατασκευές για mega-εκδηλώσεις (mega-events).
- Και βέβαια, ο παγκόσμιος ιστός του διαδικτύου.

Οι εξελίξεις αυτές θα παρέχουν ολοένα πλουσιότερες δυνατότητες πληροφόρησης και παροχής υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και θα ανακαταναείμουν και θα αναδιαρθρώσουν το σύστημα κρατήσεων και το συνολικό δίκτυο πωλήσεων των ταξιδιών και του τουρισμού.

Σε μεγάλο μέρος του πλανήτη, η μείωση του χρόνου εργασίας και ο ελεύθερος χρόνος (leisure) αποτελούν πλέον δικαίωμα και οι κοινωνίες επιδιώκουν να κατοχυρώνουν και να διευρύνουν το δικαίωμα αυτό. Στο μέτρο που θα πραγματοποιείται η βιώσιμη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη σε ολοένα μεγαλύτερο αριθμό χωρών, θα διευρύνονται και τα στρώματα του πληθυσμού που θα απαιτούν μερίδιο στον ελεύθερο χρόνο και τις διακοπές. Αναδύονται νέες μορφές αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, με διαρκή ανανέωση και διαφοροποίηση: ταξίδια για απόκτηση εμπειριών στις διακοπές, δραστηριότητες υπαίθρου, πολιτιστική ενημέρωση, επιμόρφωση και ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων, εθελοντισμός κτλ. Ο τουρισμός θα είναι ασφαλώς ο μεγάλος ωφελημένος από την τάση αυτή. Θα πρέπει όμως να αναδειχτούν αντίστοιχα και νέες μορφές τουριστικών προϊόντων με πολλή φαντασία και επινοητικότητα, που θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις καινούριες απαιτήσεις της ζήτησης, δίνοντας έμφαση στην εξατομίκευση και την εξειδίκευση αντί στη μαζική προσφορά και την τυποποίηση.

Σημαντικό ρόλο στη διερεύνηση των κοινωνικών ομάδων, που θα διαθέσουν ελεύθερο χρόνο και θα συμμετέχουν στην τουριστική ζήτηση θα παίξει η γήρανση του πληθυσμού των χωρών προέλευσης, η αύξηση των τουριστών της λεγόμενης “τρίτης ηλικίας”, που θα εξασφαλίζει σχετικά μεγαλύτερα εισοδήματα και μεγαλύτερη υγεία, σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες.

Νέες δυνατότητες για συνδυασμένες δραστηριότητες τουρισμού και αναψυχής θα προσφέρει η ανάπτυξη της τηλε-εργασίας, οπότε και οι προορισμοί θα αρχίσουν να αποκτούν νέο περιεχόμενο και νέες λειτουργίες.

Τέλος η αναζήτηση συνθηκών ασφαλείας για τη ζωή και την υγεία θα καταλάβει ίσως την πρώτη θέση στις προτεραιότητες των τουριστών. Οι απειλές από ένοπλες συρράξεις αλλά και από “ασύμμετρα” κτυπήματα, οι κίνδυνοι φυσικών καταστροφών και μάλιστα εκείνων που ενδέχεται να προκληθούν από τις κλιματολογικές μεταβολές, οι επιδημίες και οι “άγνωστοι” ιοί, θα προκαλούν αίσθημα ανησυχίας και αβεβαιότητας και θα αποτελέσουν εμπόδια για τον τουρισμό για τον αιώνα που διανύουμε. Χρέος όλων των κρατών είναι να κάνουν ό,τι μπορούν ώστε να εξαλείψουν, με την ανάπτυξη της διεθνούς συνεργασίας, κάθε απειλή για την ειρήνη και την επιβίωση της ανθρωπότητας για το καλό όχι μόνο του τουρισμού, αλλά βέβαια και των επόμενων γενεών.

Η αναθεωρημένη μελέτη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που φέρει τον τίτλο Tourism Vision 2020 αναμένει εξαιρετικά αισιόδοξες τάσεις για τον τουρισμό τα επόμενα 15 χρόνια.

2.3 Το τουριστικό ισοζύγιο

Τα έσοδα μιας χώρας από τον διεθνή τουρισμό αντιπροσωπεύουν άδηλες εξαγωγές. Προκύπτουν από την πώληση του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας σε τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό. Οι δαπάνες που γίνονται για τον τουρισμό είναι το αντίθετο. Αντιπροσωπεύουν άδηλες εισαγωγές, όπου οι κάτοικοι μιας χώρας αγοράζουν το τουριστικό προϊόν σε άλλες χώρες.

Τα έσοδα και οι δαπάνες εντάσσονται στο τουριστικό ισοζύγιο. Οι χώρες του βορρά συνήθως παρουσιάζουν έλλειμμα, ενώ οι χώρες του νότου που είναι προς βάσιμες από τις μεγάλες αγορές είναι πιθανόν να έχουν πλεόνασμα.

Δεν είναι απόλυτα δίκαιο να συγκρίνουμε τα τουριστικά έσοδα και δαπάνες κατ' αυτόν τον τρόπο. Εάν μια χώρα εμφανίσει έλλειμμα, μπορεί να φανεί ότι δεν διαχειρίζεται σωστά τον τουρισμό της. Αλλά μπορεί να ισχύει και το αντίθετο - μπορεί να τα καταφέρνει τέλεια, αλλά να έχει ελάχιστους μόνο πόρους.

2.4 Τα χαρακτηριστικά του ευρωπαϊκού τουρισμού

Ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας έχουν η διάρθρωση και τα χαρακτηριστικά του τουρισμού των Ευρωπαίων, δεδομένου ότι αυτοί αποτελούν πάνω από το 90% των επισκεπτών της χώρας μας. Πρόσφατη έρευνα, που έγινε το 2004 για λογαριασμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού (ETC) σε 35 ευρωπαϊκές χώρες πηγές και προορισμούς εξερχόμενου τουρισμού, παρουσιάζει ενδιαφέροντα αποτελέσματα ως προς τα ταξίδια των κατοίκων των Ευρωπαϊκών χωρών. Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας είναι συνοπτικά τα ακόλουθα:

Όγκος ταξιδιών: Υπολογίζεται πως το 2004 οι Ευρωπαίοι πραγματοποίησαν συνολικά 337 εκατομμύρια εξερχόμενα ταξίδια, από τα οποία τα δυο τρίτα (68%) ήταν ταξίδια διακοπών. Ειδικότερα όμως τα ταξίδια διακοπών από χώρες της Δυτικής

Ευρώπης αντιπροσώπευαν το 89%. Το 2004 εμφανίζεται ελαφριά ανάκαμψη των εξερχομένων ταξιδιών από τις ευρωπαϊκές χώρες, με αύξηση +1,3% ως προς το 2003, οπότε όμως τα ταξίδια από χώρες της Δυτικής Ευρώπης παρουσίαζαν στασιμότητα, ενώ τα ταξίδια από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, και ιδιαίτερα τα ταξίδια διακοπών σημείωσαν αύξηση κατά +10%.

Εξερχόμενη Τουριστική κίνηση: Η Γερμανία επιβεβαίωσε τη θέση της ως πρωτεύουσα πηγή εξερχομένων ταξιδιών και το 2004 με το 22% του συνόλου. Ειδικότερα ως προς τα ταξίδια διακοπών, το μερίδιο της Γερμανίας είναι 24% του συνόλου. Στη δεύτερη θέση έρχεται το Ην. Βασίλειο με μερίδιο 16% και 14% του συνόλου των ταξιδιών διακοπών, και ακολούθησαν η Γαλλία με 7% και 8% αντίστοιχα, η Ιταλία με 6% και 7% και η Ολλανδία με 6% και 7%.

Σε σύγκριση με το 2003, η Γερμανία σημείωσε σημαντική μείωση (-6,0%) στα ταξίδια διακοπών και η Σουηδία ακόμη μεγαλύτερη (-18,7%). Αύξηση παρουσίασαν η Γαλλία (+8,5%), η Ιταλία (+8,0%), η Ολλανδία (+7,6%) το Βέλγιο (+11,6%) και η Αυστρία (+11%). Αύξηση εμφανίστηκε επίσης και σε χώρες της Ανατολικής Ευρώπης: Ρωσία +7,2%, Πολωνία +11,9%, Τσεχία +20,5%.

Προορισμοί: Στην πρώτη θέση βρίσκεται η Ισπανία, υποδεχόμενη το 13% του συνόλου των ταξιδιών των Ευρωπαίων, ακολουθούμενη από τη Γαλλία με 13%, την Ιταλία με 9% και τη Γερμανία με 8%. Ως προς τα ταξίδια διακοπών, η Ισπανία είναι ο αδιαμφισβήτητος πρώτος προορισμός με το 15% του συνόλου και ακολουθεί η Γαλλία με 13%, η Ιταλία με 10%, η Γερμανία και η Αυστρία με 6%. Η Ελλάδα σύμφωνα με την έρευνα, καταλαμβάνει την 7η θέση μεταξύ των ευρωπαϊκών προορισμών, με μερίδιο 4% του συνόλου των ταξιδιών των Ευρωπαίων, ενώ η Τουρκία έρχεται ένατη, με μερίδιο 3%. Ιδιαίτερα σημαντική αύξηση ως προορισμοί σημείωσαν το 2003 το Ην. Βασίλειο, η Κροατία και η Ολλανδία.

Τα ενδο-ευρωπαϊκά ταξίδια αποτέλεσαν το 88% των ταξιδιών διακοπών το 2003. Οι χώρες της νότιας Ευρώπης υποδέχτηκαν πάνω από το 50% του συνόλου των ταξιδιών διακοπών.

Ειδικότερα ως προς τα ταξίδια πολυήμερων διακοπών (4 και άνω διανυκτερεύσεις), η Ισπανία απέσπασε το 17%, η Γαλλία το 12%, η Ιταλία το 10%, ενώ η Ελλάδα υποδέχτηκε το 5%. Είναι ωστόσο αξιοσημείωτο ότι ένα ποσοστό 12% των ευρωπαίων κατευθύνθηκε προς υπερπόντιους προορισμούς για πολυήμερες διακοπές αν και το ποσοστό αυτό είναι μειωμένο σε σύγκριση με το 2003.

Οι προορισμοί ολιγοήμερων διακοπών (1 έως 3 διανυκτερεύσεις) παρουσιάζουν διαφορετική κατανομή. Προηγείται η Γαλλία αποσπώντας το 17% του συνόλου των ταξιδιών, και ακολουθεί η Γερμανία με 9%, η Αυστρία με 9%, η Ιταλία με 7%, το Ην. Βασίλειο με 7%, ενώ η Ισπανία εμφάνισε απώλεια του μεριδίου της ως προς το 2003.

Διάρκεια ταξιδιού: Η μέση διάρκεια όλων των εξερχομένων ταξιδιών από τις ευρωπαϊκές χώρες το 2004 ήταν 9,6 διανυκτερεύσεις. Το 75% των συνολικών ταξιδιών των ευρωπαίων το 2004 είχαν διάρκεια 4 διανυκτερεύσεων και άνω. Η δημοφιλέστερη διάρκεια ταξιδιού παραμένει το φάσμα 4-7 διανυκτερεύσεων με το 33% του συνόλου και ακολουθούν 1-3 με 25%, 12-15 διανυκτερεύσεις με 17%, και 8-11 με 12%.

Ειδικότερα ως προς τα ταξίδια διακοπών, το φάσμα των 4-7 διανυκτερεύσεων αποτέλεσε το 35% του συνόλου, το 12-15 το 22%, το 1-3 με 17%, ενώ το 12% ήταν το φάσμα των 16 και πλέον διανυκτερεύσεων. Τα στοιχεία αυτά καταδεικνύουν τη σημασία που αποδίδουν οι Ευρωπαίοι για διακοπές διάρκειας μιας ή δυο εβδομάδων.

Σκοπός ταξιδιού: Το 85% των ταξιδιών ήταν συνδεδεμένα με κάποιας μορφής αναψυχή (το 68% καθαρά για διακοπές), ενώ το υπόλοιπο 15% έγιναν για επιχειρηματικούς σκοπούς. Το 8% επιδίωκαν καθαρά επίσκεψη συγγενών και φίλων (VFR), χωρίς να συνδυάζονται με διακοπές. Τα ταξίδια αναψυχής για θρησκευτικούς λόγους ήταν το 2%, όσο και τα ταξίδια για λόγους υγείας. Συνεχίστηκε και το 2004, όπως και το 2002, η γενική τάση για μείωση του μεριδίου των επιχειρηματικών ταξιδιών.

Τύπος διακοπών: Ο δεσπόζων τύπος διακοπών ήταν και το 2004 ο τύπος «ήλιος και παραλία», με μερίδιο 33% στο σύνολο των ταξιδιών διακοπών. Στη δεύτερη θέση ήταν οι διακοπές περιήγησης με μερίδιο 20% και ακολούθησαν οι σύντομες διακοπές σε πόλεις με 14%, οι διακοπές στην ύπαιθρο και τις ορεινές περιοχές με 11%, οι διακοπές στα χιόνια το 4%, οι κρουαζιέρες και γιώτικ με 3% και οι διακοπές για αθλητισμό (όχι χιονοδρομία) με 2%.

Οργάνωση ταξιδιού: Οι Ευρωπαίοι εξακολουθούν να δείχνουν προτίμηση προς τις προκρατήσεις (pre-bookings). Επτά στους δέκα ταξιδιώτες έκαναν κάποιου είδους προηγούμενη συμφωνία πριν ταξιδέψουν (75% για ταξίδια διακοπών). Το 45% του συνόλου των ταξιδιών έγιναν με κρατήσεις μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων. Το 23% ήταν κρατήσεις ολοκληρωμένων υπηρεσιών (inclusive). Το υπόλοιπο 22% των κρατήσεων έγιναν στη βάση κρατήσεων που δεν αποτελούσαν πακέτα αλλά ήταν χωριστές κρατήσεις μέσω καταλόγων τουριστικών οργανισμών ή άλλου τρόπου. Το 26% έγιναν με κρατήσεις απευθείας από τους προμηθευτές και το υπόλοιπο 29% ήταν ταξίδια χωρίς προκράτηση.

Οι απευθείας κρατήσεις καταλυμάτων αφορούσαν το 10% του συνόλου των ταξιδιών. Η γενική διαπίστωση είναι ότι οι αυτο-οργανωμένες κρατήσεις γίνονται ολοένα δημοφιλέστερες.

Καταλύματα: Τρία στα τέσσερα ταξίδια χρησιμοποίησαν πληρωμένα καταλύματα. Για τα ταξίδια διακοπών, τα πληρωμένα καταλύματα χρησιμοποιήθηκαν από τέσσερα στα πέντε ταξίδια. Τα ξενοδοχεία προτιμήθηκαν από το 51% όλων των εξερχομένων ταξιδιών των Ευρωπαίων και το ίδιο ποσοστό ισχύει και για τα ταξίδια διακοπών. Ένας στους τέσσερις Ευρωπαίους έδειξαν ιδιαίτερη προτίμηση προς ξενοδοχεία Α' κατηγορίας. Οι παραθεριστικές κατοικίες απέσπασαν το 14% των ταξιδιών διακοπών, 6% κατέλυσαν σε κάμπινγκ και 3% σε πληρωμένα δωμάτια ιδιωτών. Σημειώθηκε ελαφρά αύξηση (2%) των μη πληρωμένων καταλυμάτων, σε βάρος του μεριδίου των ξενοδοχείων.

Μεταφορές: Το αεροπλάνο εξακολούθησε να είναι το δημοφιλέστερο μέσο για του Ευρωπαίους ταξιδιώτες (43% του συνόλου), παρά τη σχετική μείωση του μεριδίου του, μετά τα τρομοκρατικά χτυπήματα. Το ατομικό αυτοκίνητο έχει μερίδιο το 36% του συνόλου των ταξιδιών διακοπών, τα πούλμαν 10%, το τρένο 6% ενώ οι κρουαζιέρες και τα οχηματαγωγά 3%.

Περίοδος διακοπών: Το 54% των ταξιδιών και το 57% των διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκαν την περίοδο Μαΐου-Αυγούστου. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 1ο τετράμηνο του 2002 σημειώθηκε μείωση του αριθμού των διανυκτερεύσεων κατά -7%.

Ταξιδιωτική δαπάνη: Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι υπολογίζεται σε 903 ευρώ (μείωση -4,2% ως προς το 2001) και ανά διανυκτέρευση 94 ευρώ. Ειδικότερα, η μέση δαπάνη ανά ταξίδι διακοπών εκτιμάται ότι ήταν 943 ευρώ (και ανά διανυκτέρευση 94 ευρώ, μειωμένη κατά -4,1% ως προς το 2001). Ελαφρά μείωση (-2%) σημείωσε η ομάδα δαπάνης μεταξύ 750 και 999 ευρώ.

Κοινωνικό-δημογραφικό προφίλ: Οι άνδρες ταξιδεύουν περισσότερο από τις γυναίκες (53% έναντι 47%), κυρίως λόγω των επιχειρηματικών ταξιδιών. Το 54% των Ευρωπαίων ταξιδιωτών προέρχονται από μεγάλες πόλεις, το 24% από μικρές πόλεις και το 22% από περιοχές της υπαίθρου. Η μέση ηλικία το 2004 ήταν 41,8 (42,0 για τους ταξιδιώτες διακοπών).

Κύριες πηγές εξερχόμενων ταξιδιών: Πρώτη ευρωπαϊκή δύναμη εξερχόμενων ταξιδιών εξακολουθεί να είναι η Γερμανία με 75 εκ. ταξίδια, από τα οποία τα 54,4 εκ. είναι ταξίδια διακοπών. Ωστόσο, σε σύγκριση με το 2003, ο αριθμός των ταξιδιών διακοπών ήταν μειωμένος κατά 6%. Πρώτος προορισμός των Γερμανών ήταν η Γαλλία (μερίδιο 14%) και ακολούθησε η Αυστρία, ενώ ως προς τα ταξίδια διακοπών δεύτερη ήταν η Ισπανία προσελκύνοντας 8,2 εκ. ταξίδια (μερίδιο 15%), τρίτη η Αυστρία και τέταρτη η Γαλλία.

Η Μεγάλη Βρετανία, δεύτερη ευρωπαϊκή δύναμη, παρήγαγε 54 εκ. ταξίδια το 2004, ελαφρώς περισσότερα (+1,3%) ως προς το 2003. Κύριος προορισμός ήταν η Ισπανία (23% του συνόλου και 26% του συνόλου των ταξιδιών διακοπών), με δεύτερο προορισμό τη Γαλλία και τρίτο τις ΗΠΑ για όλα τα ταξίδια, αλλά με την Ελλάδα τρίτη ως προς τα ταξίδια διακοπών.

Οι Γάλλοι, τρίτη δύναμη εξερχόμενων ταξιδιών, προτιμούν τις γειτονικές τους χώρες. Πρώτος προορισμός τους το 2004 ήταν η Ισπανία, (28% του συνόλου των ταξιδιών, 30% των ταξιδιών διακοπών) και ακολουθούν η Μεγάλη Βρετανία και η Ιταλία, ενώ τέταρτη ως προς τα ταξίδια διακοπών ήταν η Τυνησία.

Οι Ιταλοί πραγματοποίησαν συνολικά 19 εκ. ταξίδια, με κύριους προορισμούς τη Γαλλία και την Ισπανία. Στην τρίτη θέση ως προς τα ταξίδια διακοπών ήρθε η Κροατία και τέταρτη η Αυστρία.

Οι Ολλανδοί, πέμπτοι στην Ευρώπη, με το 6% του συνόλου των ταξιδιών και το 7% των ταξιδιών διακοπών. Προτιμώμενοι προορισμοί κατά σειρά ήταν η Γαλλία, η Γερμανία και η Ισπανία.

Η Σουηδία παρήγαγε συνολικά 9,3 εκ. ταξίδια, με πρώτο προορισμό τη Γερμανία. Ως προς τα ταξίδια διακοπών, πρώτος προορισμός ήταν η Ισπανία, δεύτερη η Γερμανία, τρίτη η Ελλάδα και τέταρτη η Νορβηγία.

2.5 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελληνική τουριστική βιομηχανία έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία 30 χρόνια. Σύμφωνα με την εθνική στατιστική υπηρεσία της Ελλάδας, έχει υπάρξει μια άνοδος των τουριστικών αφίξεων στην Ελλάδα από το 1985 σε πάνω από 7 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως. Οι δύο μεγαλύτερες αγορές ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο και η Δυτική Γερμανία. Αυτές οι δύο χώρες στέλνουν τώρα (εκάστη) περισσότερους από 2 εκατομμύρια επισκέπτες στην Ελλάδα κάθε έτος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού τουρισμού για τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών κατά το έτος 1999, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής. Η αύξηση του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών κατά το διάστημα Ιανουάριος –Δεκέμβριος 1999, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 1998, έφθασε το + 11,43%, με 12.164.088 αφίξεις, όπως προκύπτει από τα διαθέσιμα στοιχεία.

Οι αφίξεις αλλοδαπών με πτήσεις charter κατά το 1999 αυξήθηκαν κατά 16,41% έναντι του 1998, ενώ το 2000, με βάση τα μέχρι τώρα στοιχεία, ο αριθμός των αφίξεων ξεπέρασε τα 12,5 εκατομμύρια.

Στις ξενοδοχειακές μονάδες το 1999 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 60.256.902 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών. Οι Έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης δεδομένου ότι το 1999 πραγματοποίησαν 14.453.542 διανυκτερεύσεις (αύξηση 3,35% ως προς το 1998). Από την άλλη, η αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων αλλοδαπών το 1999 (Ιανουάριος – Δεκέμβριος) σε σχέση με το 1998 είναι +7,61%.

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 1999 έφθασαν τα 8,784 δισεκατομμύρια δολάρια, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 41,96% έναντι του 1998. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων στην παγκόσμια κατάταξη.

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας είναι σήμερα 592.400 κλίνες σε 8.100 ξενοδοχειακές μονάδες. Υπάρχουν ακόμη 30.354 θέσεις κατασκήνωσης σε 329 κάμπινγκ, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 95.953 άτομα.

2.6 Ανάπτυξη τουρισμού στην Ελλάδα

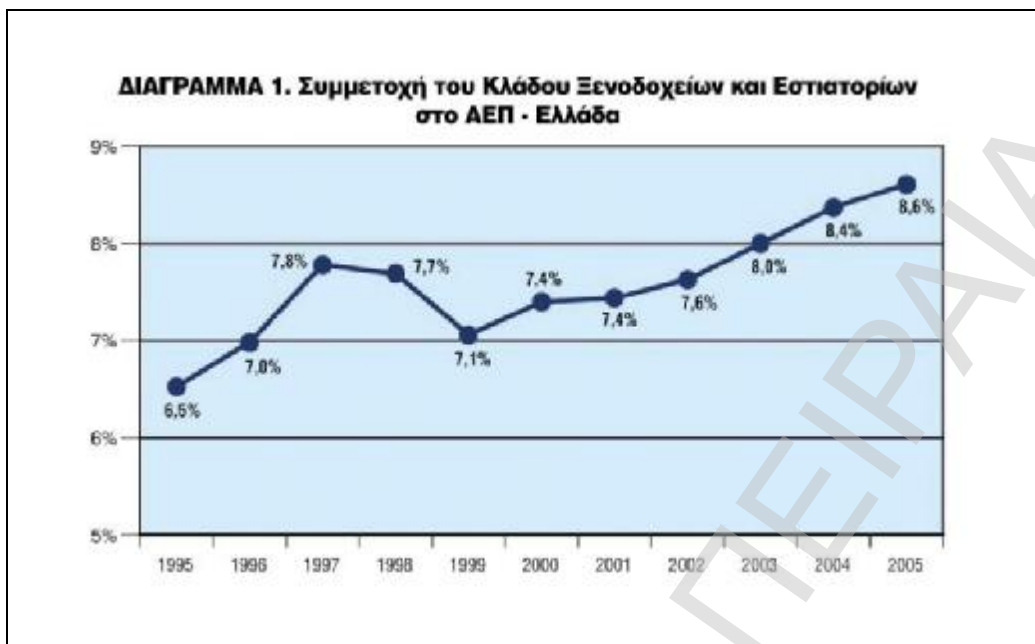
Η Ελλάδα προσφέρεται ως τόπος διακοπών για καλοκαιρινό, χειμερινό, καθώς και οικολογικό τουρισμό υψηλής ποιότητας. Τα φυσικά πλεονεκτήματα της χώρας προσδιορίζονται από το εντυπωσιακό μεσογειακό της τοπίο και τις ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που παρέχουν μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη του τουρισμού σε όλη τη διάρκεια του έτους. Τα παγκοσμίως γνωστά θερινά θέρετρα διακοπών της Ελλάδας των 13.700 χλμ. βραβευμένων κρυστάλλινων ακτών γοητεύουν τον επισκέπτη με την ηρεμία του τοπίου, και την χαλάρωση που προσφέρει αυτή, ενώ ταυτόχρονα αποτελούν πόλο έλξης για πάνω από 14.000.000 τουρίστες κάθε χρόνο.

Τα πολυάριθμα νησιωτικά της συμπλέγματα και οι τεράστιες σε μήκος και ποικιλία πεντακάθαρες ακτές (το 2006 η Ελλάδα είχε 404 παραλίες βραβευμένες με «Γαλάζια Σημαία», καταλαμβάνοντας τη 2η θέση ανάμεσα σε 40 χώρες από όλο τον κόσμο) συμπληρώνονται με ιδανικό τρόπο από αναρίθμητα ηπειρωτικά φυσικά συγκροτήματα, τουριστικά θέρετρα και καταφύγια. Αυτά, συνδυάζονται ιδανικά με την πλούσια πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά της Ελλάδος, που αποτελεί από μόνη της πόλο έλξης ενός μεγάλου αριθμού επισκεπτών. Επιπλέον, η αναβάθμιση της οικονομικής-τουριστικής και κοινωνικής υποδομής της χώρας λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 και ο υψηλός βαθμός ασφαλείας, σε συνδυασμό με την παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία, την παιδεία και τον τρόπο ζωής, έχουν αναβαθμίσει ουσιαστικά την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

Ο επισκέπτης μπορεί να κινηθεί σε διάφορα επίπεδα δραστηριοτήτων όπως επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, θαλασσινά μπάνια, επισκέψεις σε παρθένα ορεινά τοπία, παρατήρηση άγριας φύσης στα Εθνικά Πάρκα της χώρας, όπως επίσης και κάθε είδους ορεινές και θαλάσσιες δραστηριότητες (σπορ). Διαθέτει σε αφθονία σημαντικές φυσικές και ιστορικές-πολιτιστικές πλουτοπαραγωγικές πηγές, των οποίων η αξία αυξάνει με την πάροδο του χρόνου. Οι πηγές αυτές δίδουν τη δυνατότητα προσφοράς ενός σημαντικά διαφοροποιημένου-ελκυστικού τουριστικού προϊόντος υψηλής ποιότητας σε δωδεκάμηνη βάση και σε πολύ ανταγωνιστικούς συνδυασμούς ποιότητας-τιμής έναντι άλλων χωρών.

Τα Χιονοδρομικά Κέντρα της Ελλάδος και το πλούσιο σε βλάστηση ορεινό τοπίο αποτελούν πόλο έλξης για χιλιάδες αθλητές, ορειβάτες και επισκέπτες, κάθε χρόνο.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο ήταν εντυπωσιακή και μπορεί να εξηγηθεί από την ύπαρξη των αναμφισβήτητων συγκριτικών πλεονεκτημάτων που προαναφέρθηκαν.



Πηγή: ΕΣΥΕ

2.7 Η πορεία της ελληνικής ξενοδοχειακής βιομηχανίας

Τόσο η αύξηση του διεθνούς καταμερισμού της εργασίας, όσο και η εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, αναμένεται να αναδείξουν ακόμη περισσότερο τη στρατηγική σημασία του τουρισμού για τη χώρα μας, η οποία λόγω κλίματος, φυσικών καλλονών, πολιτισμικής κληρονομιάς και παράδοσης, διαθέτει στον τομέα αυτό σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων χωρών. Ο τουριστικός κλάδος διαθέτει ακόμη σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης, καθότι εκτός από το κριτήριο του αριθμού των αφίξεων, σημαντικό ρόλο παίζει ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα, καθώς επίσης η μέση διάρκεια παραμονής τους και το μέσο ύψος της δαπάνης που πραγματοποιούν. Επίσης, δεν πρέπει να παραγνωρίζεται η σημασία και οι δυνατότητες ανάπτυξης του εσωτερικού τουρισμού, ο οποίος αυξάνει τη συνολική τουριστική δαπάνη και ο οποίος είναι λιγότερο ευάλωτος σε πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις άλλων χωρών.

Κατά γενική ομολογία, η ελληνική ξενοδοχειακή βιομηχανία βρίσκεται τα τελευταία κυρίως χρόνια σε τροχιά ανάπτυξης, καθώς μια σειρά από καθοριστικούς παράγοντες ευνοούν την ανάπτυξη σημαντικών επιχειρηματικών σχεδίων. Οι παράγοντες αυτοί συνοψίζονται στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, στην υλοποίηση μεγάλου αριθμού έργων υποδομής (μετρό, αεροδρόμιο Σπάτων, οδικό δίκτυο, μαρίνες, συνεδριακό κέντρο κ.λπ.), στον εκσυγχρονισμό του δημόσιου τομέα, στη θεσμοθέτηση νέων χρηματοδοτικών μηχανισμών (ΧΑΑ, ΚΠΣ, Ν. 2601/98), στην αξιοποίηση της περιουσίας του ΕΟΤ (εταιρία ΕΤΑ ΑΕ), στην άρση του ξενοδοχειακού κορεσμού στην Αττική και πιθανόν και στη Θεσσαλονίκη, καθώς επίσης στην είσοδο της χώρας στην ΟΝΕ με τη συνεπακόλουθη οικονομική σταθερότητα που αυτή συνεπάγεται.

Όλοι οι παραπάνω παράγοντες ενισχύουν αφενός τη δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων (τόσο από επιχειρηματίες του χώρου όσο και από επιχειρηματίες και φορείς άλλων κλάδων) και αφετέρου τον εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων και τη δημιουργία νέων τουριστικών

προϊόντων που ενισχύουν και συμπληρώνουν τις ξενοδοχειακές επενδύσεις. Σε εξέλιξη βρίσκεται η εξέταση των φακέλων που έχουν κατατεθεί στον ΕΟΤ για τη δημιουργία 28 νέων ξενοδοχείων ΑΑ' και Α' κατηγορίας στην Αττική συνολικής δυναμικότητας 6.768 κλινών.

Οι προτάσεις αυτές είναι μεταξύ των 70 αιτήσεων που έχουν υποβληθεί στον ΕΟΤ για τη δημιουργία 15.091 νέων ξενοδοχειακών κλινών καθώς και για την ανέγερση ξενοδοχείων πολυτελείας στην Αττική. Πολλές από αυτές έχουν λάβει τις σχετικές εγκρίσεις και προωθείται η υλοποίηση των επενδυτικών σχεδίων. Στο νέο επιχειρηματικό σκηνικό που διαμορφώνεται ιδιαίτερα γύρω από την αθηναϊκή φιλοξενία, κυρίαρχο ρόλο φαίνεται να διαδραματίζουν όχι μόνο οι παραδοσιακοί Αθηναίοι ξενοδόχοι αλλά και τουριστικοί επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται σε άλλες περιοχές της χώρας, εταιρίες και όμιλοι άλλων κλάδων καθώς και ξένες ξενοδοχειακές αλυσίδες.

Σημαντική θέση στο νέο επιχειρηματικό τοπίο θα κατέχουν πλέον και τα μικρά ξενοδοχεία πολυτελείας τα οποία αποτελούν ελκυστική πρόταση για τους επενδυτές. Στη δημιουργία ξενοδοχείων τέτοιου τύπου προσανατολίζονται ο Όμιλος Μαμιδάκη στην περιοχή της Εκάλης, ο Κύπριος επιχειρηματίας κ. Ιωάννου στα βόρεια προάστια, αλλά και άλλοι επιχειρηματίες, όπως η οικογένεια Καψή η οποία υπέβαλε αίτηση για 3 ξενοδοχεία στο Μαρούσι δυναμικότητας 1.200 κλινών.

Σημαντικά ξενοδοχειακά projects εξακολουθούν να αφορούν περιοχές της Αθήνας εκτός κορεσμού και ειδικά στο βόρειο άξονα της Λεωφ. Κηφισίας, από το ύψος του Παράδεισου έως το Μαρούσι, όπου αναμένεται να δημιουργηθούν τουλάχιστον 1.500 κλίνες. Συγκεκριμένα, η γενικότερη εικόνα του ξενοδοχειακού χάρτη της Αθήνας κατά την επόμενη τριετία θα διαμορφωθεί από τις κινήσεις των εξής ομίλων και επιχειρήσεων:

- Ø Η Ledra Marriott που σκοπεύει να επεκτείνει την υπάρχουσα μονάδα στη Λεωφ. Συγγρού σε όμορο γειτονικό οικόπεδο.
- Ø Ο Όμιλος Δασκαλαντωνάκη που σχεδιάζει να επαναλειτουργήσει το γνωστό ξενοδοχείο King George, ιδιοκτησίας του Ομίλου Λάτση.
- Ø Ο Όμιλος Electra που επιδιώκει να επεκτείνει το υφιστάμενο ξενοδοχείο στην περιοχή της Πλάκας σε γειτονικό οικόπεδο.
- Ø Η αλυσίδα Amalia που σχεδιάζει να ανεγείρει ξενοδοχείο σε ιδιόκτητη έκταση επί της Λεωφ. Συγγρού.
- Ø Οι Όμιλοι Βαρδινογιάννη και Δασκαλαντωνάκη προωθούν κοινό σχέδιο δημιουργίας ξενοδοχείου 250 κλινών στο Μαρούσι, ιδιοκτησίας Βαρδινογιάννη (κτίμα Καρέλια).
- Ø Ο Όμιλος Αλλαμανή (Εστρέλια ΑΕ) ξεκινά μετά από πολλές αναβολές επένδυση αξίας 18 δισ. δρχ., η οποία περιλαμβάνει τη δημιουργία ξενοδοχειακού συγκροτήματος, θεματικού πάρκου, αθλητικών εγκαταστάσεων και πολυκινηματογράφων στη Γλυφάδα.

Έντονο είναι το ενδιαφέρον των επιχειρηματιών για τα ακίνητα της Εθνικής Τράπεζας τα οποία βρίσκονται σε κεντρικά σημεία της Αθήνας και στεγάζουν σήμερα υπηρεσίες Υπουργείων και Ενώσεων. Το ένα από αυτά είναι το κτίριο που στεγάζει το Υπουργείο Ανάπτυξης στην οδό Μιχαλακοπούλου και το οποίο αποκτήθηκε από τη ΓΕΚ - ΤΕΡΝΑ, ενώ το άλλο ακίνητο βρίσκεται επί της οδού Πανεπιστημίου και στεγάζει το Ταμείο Σύνταξης Υπαλλήλων της Εθνικής το οποίο και έχει καταθέσει πρόταση στον ΕΟΤ για τη δημιουργία ξενοδοχείου. Σχέδια περαιτέρω επέκτασής του στην Αττική προωθεί και ο γαλλικός ξενοδοχειακός Όμιλος Accor, ο οποίος ετοιμάζεται ήδη για την έναρξη λειτουργίας του νέου ξενοδοχείου στο αεροδρόμιο των Σπάτων. Παράλληλα, η Accor συζητεί με τη διοίκηση του ΟΛΠ για ξενοδοχείο στο λιμάνι του Πειραιά δυναμικότητας 300

κλινών, ενώ προωθεί και σχέδιο δημιουργίας ξενοδοχείου στην οδό Πειραιώς δυναμικότητας 500 κλινών.

Ωστόσο, τον τελευταίο κυρίως καιρό, στο χώρο των ξενοδοχείων εισέρχονται και επιχειρήσεις άλλων κλάδων, καθώς και φορείς εκτός του τουριστικού χώρου, προσβλέποντας σε κέρδη ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων. Συγκεκριμένα, ενδεικτικά, αναφέρονται ο Όμιλος Sanyo, ο οποίος πρόκειται να ανεγείρει 2 ξενοδοχειακές μονάδες 5 αστέρων επί της Λεωφ. Κηφισίας και σε περιοχή πλησίον της Αττικής Οδού, εταιρία του εκδοτικού Ομίλου Τερζόπουλου, που σχεδιάζει την αξιοποίηση ιδιόκτητης έκτασης στον Παράδεισο Αμαρουσίου μέσω της ανέγερσης ξενοδοχείου πολυτελείας 600 κλινών μαζί με συνεδριακό κέντρο και κέντρο θαλασσοθεραπείας, και ο Όμιλος εταιριών Τουρνικιώτη με μία μονάδα στην Αθήνα. Επίσης, ο Όμιλος Βιοχάλκο, ο οποίος σχεδιάζει την υλοποίηση επενδυτικού προγράμματος ανέγερσης ξενοδοχειακής μονάδας 280 δωματίων στην πλατεία Καραϊσκάκη.

Η εταιρία Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα ΑΕ έχει καταθέσει σειρά προτάσεων για ξενοδοχεία σε όλη τη γραμμή της παραλιακής (στον Αλιμο με 200 κλίνες, στην Ανάβυσσο με 1.500 κλίνες, στη Βάρκιζα με 200 κλίνες, στη Βούλα με 70 κλίνες, στη Βουλιαγμένη με 120 κλίνες, στη Ζέα με 200 κλίνες, στο Φλοίσβο με 200 κλίνες), ενώ η Εκκλησία της Ελλάδος κατέθεσε πρόταση για 3 ξενοδοχεία (στην Αθήνα 750 κλινών, στη Βουλιαγμένη 300 κλινών και στο Καβούρι 350 κλινών). Κινήσεις μικρότερης εμβέλειας πραγματοποιούν και άλλες μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων του εξωτερικού. Οι κινήσεις αυτές έχουν επίκεντρο τόσο την Αθήνα όσο και τουριστικές περιοχές της χώρας (Κρήτη και Ρόδος). Συγκεκριμένα, στην περιοχή της Αθήνας κινούνται επιχειρηματικά οι εταιρίες Austin Intl και Starwood (προγραμματίζουν την ανέγερση ξενοδοχείων στο κέντρο της Αθήνας και στη Λεωφ. Κηφισίας), ενώ τρόπο εισόδου στην ξενοδοχειακή αγορά της Αθήνας διερευνά και η Sol Melia, η οποία αναζητεί παραδοσιακά οικήματα και πύργους με σκοπό τη δημιουργία σειράς ξενοδοχείων «boutique».

Σταθερά αυξανόμενο είναι και το ενδιαφέρον των Κυπρίων επιχειρηματιών όπου, εκτός από τον Όμιλο Louis με 14 ξενοδοχεία στην Ελλάδα, ο Όμιλος Aqua Sol Hotels εξαγόρασε πρόσφατα 3 ξενοδοχεία σε Ρόδο και Κρήτη, ενώ στην ελληνική αγορά εισήλθαν και ο Όμιλος των εταιριών Λανίτη με 1 ξενοδοχειακή μονάδα στη Ρόδο καθώς και ο Όμιλος επιχειρήσεων Λεπού με την εξαγορά μονάδας στην Κρήτη.

Επενδύσεις που ξεχωρίζουν στη Θεσσαλονίκη αφορούν μονάδα πολυτελείας δυναμικότητας 188 κλινών από τον κ. Α. Καλιακάτσο, ξενοδοχεία Α' κατηγορίας από τις εταιρίες City (178 κλίνες) και Κίνηση (110 κλίνες) καθώς επίσης και η επέκταση του Ηλέκτρα Παλλάς.

Επενδυτικά σχέδια στον τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων εκτός Αττικής και Θεσσαλονίκης, τα οποία έχουν εγκριθεί και ξεχωρίζουν, είναι τα εξής: στην Ηλεία 1.086 νέες κλίνες από την Aldemar, στο Καρπενήσι 100 κλίνες πολυτελείας από την εταιρία Χόνδρος Κ. ΑΕΤΕΕ, στη Μύκονο 227 κλίνες πολυτελείας από την εταιρία Ατλαντίδα ΑΕ, στη Μεσσηνία 613 κλίνες Β' κατηγορίας από την εταιρία Ακτή Αγίου Αυγουστίνου, στη Ζάκυνθο όπου έχουν εγκριθεί πολλά επενδυτικά σχέδια συνολικά άνω των 1.000 κλινών, στην Κω 279 κλίνες Β' κατηγορίας από τον κ. Κ. Νομικό, στην Κέρκυρα όπου ξεχωρίζει η δημιουργία 486 κλινών πολυτελείας από τον κ. Α. Μπρακατσούλια, στη Θάσο 194 κλίνες Α' κατηγορίας από την εταιρία Marei ΑΕ, στη Χαλκιδική όπου έχουν εγκριθεί συνολικά πάνω από 1.500 νέες κλίνες και στη Ρόδο πάνω από 1.400 κλίνες και στα Χανιά 226 κλίνες Α' κατηγορίας από την εταιρία Happy Days.

Τέλος, από την πλευρά των εισηγμένων στο ΧΑΑ ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, σημαντικό ρόλο αναμένεται να διαδραματίσουν η ΑΞΕ Αστήρ η οποία σε συνεργασία με την Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα ΑΕ σχεδιάζει τη δημιουργία μονάδων στην παραλιακή ζώνη, η Ιονική Ξενοδοχειακή ΑΕ η οποία προχωρά σε

ρίζικη ανακαίνιση και επέκταση του Hilton της Αθήνας και η Hyatt η οποία προχωρά σε ευρεία ανακαίνιση του ξενοδοχείου Μεγάλη Βρετανία.

2.7.1 Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)

Ο ΕΟΤ είναι ο ελληνικός οργανισμός τουρισμού. Ιδρύθηκε το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50 που κυρώθηκε με τον Ν.1624/51 και έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Σύμφωνα με τον ν.3270/04 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004), ο ΕΟΤ διαρθρώνεται σε Κεντρική Υπηρεσία, με έδρα την Αθήνα και σε Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού. Διοικητικά, υπάγεται στο Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.

Ρόλος του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού είναι να επιβλέπει, να προωθεί και να ρυθμίζει την τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας ενώ διαθέτει υπηρεσίες πληροφόρησης στους επισκέπτες της χώρας. Για την αποτελεσματικότερη διεκπεραίωση των αρμοδιοτήτων του, ο ΕΟΤ διαθέτει γραφεία σε όλες τις πρεσβείες και προξενεία της Ελλάδος, σε όλο τον κόσμο. Ως εκ' τούτου, τα πρακτορεία διαθέτουν γραφεία πληροφόρησης και περίπτερα του ΕΟΤ σε κάθε χώρα και στους κυριότερους αλλά και στους δευτερεύοντες τουριστικούς προορισμούς.

2.7.2 Ξενοδοχειακό επιμελητήριο της Ελλάδος

Το ξενοδοχειακό επιμελητήριο της Ελλάδας λειτουργεί από το 1935 ως Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου είναι νομοθετημένος σύμβουλος της Πολιτείας σε θέματα τουρισμού έχει εκ του νόμου ως μέλη όλα τα ξενοδοχειακά καταλύματα και τις οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις της χώρας διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο αιρετών αντιπροσώπων των ξενοδοχείων και των οργανωμένων τουριστικών κατασκηνώσεων όλης της χώρας και εκπροσώπων του κράτους είναι μέλος της Συνομοσπονδίας των Εθνικών Ενώσεων Ξενοδόχων Εστίασης και Αναψυχής των κρατών- μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Hotrec).

2.7.2.1 Τομείς Δραστηριοτήτων

- Μελέτη, υπόδειξη και εφαρμογή κάθε μέτρου που συντελεί στην ανάπτυξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας της χώρας
- συμβουλευτική στήριξη όλων των μελών του σε θέματα οικονομικά, νομικά και εργασιακά
- εκπόνηση μελετών
- παροχή πληροφοριών και στατιστικών δελτίων
- χορήγηση συντάξεων
- έκδοση και δωρεάν διανομή σε όλα τα μέλη του μηνιαίου ενημερωτικού δελτίου «ΞΕΝΙΑ»
- έκδοση του ετήσιου Οδηγού των Ελληνικών Ξενοδοχείων
- συμμετοχή σε διεθνείς τουριστικές εκθέσεις
- πληροφορίες για ξενοδοχεία ανά την Ελλάδα

2.7.3 Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης

Ο Οργανισμός Τουριστικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης αποτελεί τον εξειδικευμένο κρατικό φορέα παροχής τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα . Έχει τη μορφή του Ν.Π.Δ.Δ και εποπτεύεται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης .

Από το 1937 που ιδρύθηκε μέχρι σήμερα έχει στελεχώσει την αγορά εργασίας με 200.000 επαγγελματίες του τουρισμού . Ο Ο.Τ.Ε.Κ. περιλαμβάνει σήμερα την πρώην Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών και τις Σχολές Ξεναγών .

Η νέα μορφή των Σχολών σηματοδοτεί και το σύγχρονο ρόλο τους για την αναδιοργάνωση και τον εκσυγχρονισμό της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης στη χώρα μας και τη δημιουργία ενός σύγχρονου συστήματος πιστοποίησης των επαγγελματικών προσόντων στον τουριστικό τομέα .

Σήμερα λειτουργούν :

- 20 σύγχρονες εκπαιδευτικές μονάδες σε 17 πόλεις της Ελλάδας
- 2 ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν κατά τη θερινή περίοδο
- Σύγχρονα εργαστήρια για πρακτική άσκηση - Εργαστήρια πληροφορικής – Δανειστική βιβλιοθήκη .
- Γραφείο Διασύνδεσης - Σταδιοδρομίας σε άμεση επαφή με την αγορά εργασίας για την προώθηση της απασχόλησης των αποφοίτων .

Ο Ο . Τ . Ε . Κ . παρέχει :

- Δωρεάν φοίτηση στους Έλληνες μαθητές και στους αλλοδαπούς υπήκοους χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- Δυνατότητα διαμονής και σίτισης στα οικοτροφεία του
- Αμειβόμενη πρακτική άσκηση
- Υποτροφίες για σπουδές στο εξωτερικό

2.8 Προέλευση τουριστών, τρόποι μεταφοράς και μορφές τουρισμού

Η πλειοψηφία των επισκεπτών στην Ελλάδα προέρχεται από τις ευρωπαϊκές χώρες, των οποίων η εγγύτητα κάνει την Ελλάδα έναν κατάλληλο προορισμό. Την τελευταία εικοσαετία, οι σκανδιναβικές χώρες, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, και η Γαλλία είναι οι κύριοι Ευρωπαίοι τουρίστες την τελευταία εικοσαετία, σε αντίθεση με τη Βόρεια Αμερική που μείωσε το μερίδιό της στο σύνολο των ξένων τουριστών.

Τρόποι μεταφοράς τουριστών στην Ελλάδα

Μεταφορική μέθοδος	1996	1997	1998	1999
Αεροπορικώς	7.883.859	8.147.921	8.845.841	9.961.836
Σιδηροδρομικώς	28.383	38.752	31.706	38.808
Ακτοπλοϊκώς	578.044	565.708	834.516	797.106
Οδικώς	943.209	1.319.946	1.403.983	1.366.338
Κρουαζιέρες	548.766	518.164	447.776	441.840

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Ε.Ο.Τ.

Η πλειοψηφία των τουριστών ταξιδεύουν στην Ελλάδα αεροπορικώς και η αναλογία με τα λοιπά μεταφορικά μέσα έχει αυξηθεί σταθερά υπέρ των αερομεταφορών. Τη δεκαετία του '70 περισσότερο από το 60% των τουριστών ταξίδευαν αεροπορικώς. Αυτό το ποσοστό έχει αυξηθεί σημαντικά σήμερα σε σχέση και με την επέκταση των αεροπορικών μεταφορών. Στον πίνακα παρουσιάζεται ο συνολικός αριθμός τουριστών ανά μέσο μεταφοράς την τετραετία 1996 – 1999 .

Οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν ως τουριστικό προορισμό την Ελλάδα για διακοπές και χαλάρωση, αν και η ευκαιρία μιας επίσκεψης στα μνημεία ενός αρχαίου ευρωπαϊκού πολιτισμού θεωρείται προστιθέμενο πλεονέκτημα. Περισσότερες από τις μισές αφίξεις με πτήσεις τσάρτερ (ναύλωσης) έχουν ως περιοχή προορισμού τα νησιά Κω, Ρόδο, Κέρκυρα και Κρήτη.

2.9 Ο ελληνικός τουρισμός πριν και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004

Σπουδαιότητα των Ο.Α. ως μείζονος εκδήλωσης (mega-event) για τον τουρισμό

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας αποτελούν πρωτοφανές γεγονός για τη χώρα από άποψη προσέλκυσης ξένων επισκεπτών, που όμοιό του δεν έχει πραγματοποιηθεί κατά τον 20ό αιώνα. Πρόκειται για εκδήλωση διεθνούς απήχησης ή μάλλον για έναν αστερισμό εκδηλώσεων διάρκειας 20 ημερών, με τεράστια συμπύκνωση της εισροής τουριστών σε χρόνο και χώρο. Οι προηγούμενες μεγάλες εκδηλώσεις με τουριστική σημασία που έχουν γίνει στη χώρα μας παλιότερα είναι:

- Αθλητικές (παγκόσμιο πρωτάθλημα στίβου, τελικός ευρωπαϊκού ποδοσφαιρικού κυπέλλου πρωταθλητριών),
- Πολιτιστικές (Φεστιβάλ Αθηνών και Επιδαύρου), που είναι όμως σχετικά περιορισμένης μαζικότητας,
- Επιχειρηματικές (ΔΕΘ)

Πολύ απέχουν, όμως, από την εμβέλεια των Ο.Α. ιδιαίτερα ως προς τις επιπτώσεις τους στον τομέα του τουρισμού. Αναφερόμαστε, μεταξύ άλλων, στις υποδομές και τις τουριστικές εγκαταστάσεις, τις λειτουργίες για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών, την απασχόληση και τους ανθρώπινους πόρους.

Βασικός μοχλός της ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας τα προσεχή χρόνια θεωρείται από πολλούς ότι ήταν η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα (καθώς και ορισμένες άλλες πόλεις και τοποθεσίες: Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο, Βόλος, Αρχαία Ολυμπία).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν για τον τουρισμό μας μια σπουδαία ευκαιρία, για την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων μας, με σωστό προγραμματισμό και αποτελεσματική οργάνωση.

2.9.1 Πλεονεκτήματα

- Η χώρα (και η Αθήνα) ήταν ήδη καθιερωμένος τουριστικός προορισμός. Υπήρχε σχετικά ανεπτυγμένη συνείδηση υποδοχής και φιλοξενίας, σχετικής γλωσσομάθειας και γενικής εξωστρέφειας του πληθυσμού και εξοικείωσης με τον «ξένο»
- Υπήρχε ήδη εγκατεστημένο μεγάλο μέρος της αναγκαίας αθλητικής, συγκοινωνιακής και της ξενοδοχειακής υποδομής.

- Υπήρχε σχετική εμπειρία από οργάνωση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων.
- Υπήρχαν τουριστικά αξιοθέατα και θέρετρα για παροχή υπηρεσιών αναψυχής και παραθερισμού σε σχετικά προσιτές αποστάσεις από την Αθήνα («κλασικοί» γύροι, νησιά Αργολοσαρωνικού και Κυκλάδες).

2.9.2 Μειονεκτήματα

- Το μέγεθος της χώρας (όχι μόνο ως προς τον πληθυσμό και την έκταση, αλλά και ως προς το διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό και τους χρηματοοικονομικούς πόρους), σε σχέση με το μέγεθος του εγχειρήματος. Η χώρα είναι η μικρότερη χώρα που έχει ποτέ οργανώσει Ο.Α.
- Η σχετικά μεγάλη απόσταση από σημαντικές αγορές για τέτοιου είδους εκδηλώσεις (ΗΠΑ και Καναδάς, Ιαπωνία, Αυστραλία).
- Οι εγγενείς και ιστορικά διαμορφωμένες αδυναμίες σε ό,τι αφορά την οργανωτική αποτελεσματικότητα.
- Η αμφισβητούμενη αποτελεσματικότητα σε ορισμένα τμήματα τομέων δημόσιας αρμοδιότητας.
- Η περιορισμένη παράδοση στην ανάπτυξη εθελοντικού κινήματος, τουλάχιστον στη σύγχρονες μορφές αξιοποίησης και διοχέτευσης του πνεύματος του εθελοντισμού.

2.9.3 Ευκαιρίες

- Δυνατότητα να αναβαθμιστεί το συνολικό τουριστικό προϊόν της Αθήνας και της Αττικής, χάρη στα μεγάλα έργα συγκοινωνιακής υποδομής (μετρό, προαστιακός, Αττική Οδός), τα νέα καταλύματα και τον εκσυγχρονισμό του ξενοδοχειακού δυναμικού, τις καινούριες εγκαταστάσεις άθλησης και ναυταθλητισμού, τα έργα αστικής ανάπλασης.
- Διάχυση των ωφελειών στην περιφέρεια, με πόλους τις τέσσερις «ολυμπιακές» πόλεις (Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο, Βόλος).
- Η μείζονος επικοινωνιακής εμβέλειας εκστρατεία βρήκε απήχηση και είχε αυξημένη αποτελεσματικότητα, υποστηριζόμενη από το δεδομένο ότι το προβαλλόμενο γεγονός δεν έχει «εθνική» προέλευση, όπως συμβαίνει με τις τρέχουσες εκστρατείες τουριστικής προβολής, αλλά αποτέλεσε διεθνή εκδήλωση προερχόμενη από διεθνούς κύρους οργανισμό (την Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή).
- Εκτεταμένος εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών καταλυμάτων, μέσω διευρυσμένων δυνατοτήτων χρηματοδότησης (αναπτυξιακός νόμος, ΕΠΑΝ, δανειοδοτήσεις).
- Δημιουργία συμπληρωματικών αστικών υποδομών στην Αθήνα και τις άλλες τέσσερις «ολυμπιακές» πόλεις (αθλητικές εγκαταστάσεις, πολιτιστικοί χώροι, ψυχαγωγικά πολυ-κέντρα κτλ.)
- Επιτάχυνση της κατασκευής μεγάλων έργων υποδομής, όπως συγκοινωνιακά έργα (μετρό, τραμ, προαστιακός, Αττική Οδός, λιμάνια και αεροδρόμια), που παραμένουν και εξυπηρετούν και τους μελλοντικούς τουρίστες
- Απόκτηση τουριστικής τεχνογνωσίας, στους τομείς διοργάνωσης μείζονων εκδηλώσεων, ομαδικής διακίνησης-μεταφοράς τουριστών, δυνατότητας φιλοξενίας επισκεπτών από καινούργιες αγορές, δημιουργίας νέων πακέτων διακοπών.
- Άνοιγμα νέων αγορών και διεύρυνση υφιστάμενων (π.χ. Ανατολική Ευρώπη, Ασία, Κίνα, ισπανόφωνος κόσμος), μέσω νέων επιχειρηματικών συνεργασιών.
- Καθιέρωση νέων δορυφορικών τουριστικών προορισμών (π.χ. Εύβοια, Κορινθία, Ανατολική Αττική), ή ανάπτυξη «παλαιών» (π.χ. Ηλεία, κ.α.)

2.9.4 Απειλές

- Μπορεί προήλθαν από τις συνήθεις πηγές των απειλών που διατρέχουν τον σύγχρονο κόσμο (ένοπλες συρράξεις, τρομοκρατικά κτυπήματα, κτλ), αλλά και από φανερούς και «κρυφούς» αντιπάλους ή ανταγωνιστές μας (εκστρατείες δυσφήμισης, διαβολής ή εκμετάλλευσης τυχόν αρνητικών γεγονότων).
- Κίνδυνος να υπερίσχυαν οι αδυναμίες και να δίνονταν λύσεις «της τελευταίας στιγμής», με ό,τι θα συνεπαγόταν για την ποιότητα υπηρεσιών και τη γενικότερη εικόνα του προορισμού και της χώρας.
- Οι ενδεχόμενες αδυναμίες και ατέλειες σε έξω-τουριστικούς τομείς (π.χ. συγκοινωνίες, ασφάλεια, περιθαλψη, περιβάλλον, κτλ.) μπορεί να είχαν δυσμενείς επιπτώσεις στην ποιότητα της συνολικής εξυπηρέτησης των τουριστών και στην τελική εικόνα του τουριστικού προορισμού.
- Δυσχέρεια στον περιορισμό, μέσω συστημάτων ελέγχου, των φαινομένων κακής επιχειρηματικής πρακτικής (υπερκρατήσεις, υπερτιμολογήσεις, άγρα πελατών, κτλ) με επίπτωση στην εικόνα του τουριστικού προορισμού.
- Αδυναμία πλήρους και ορθολογικής αξιοποίησης, κατά τα μετά-ολυμπιακά χρόνια, των θετικών επιδράσεων από του Ο.Α. και δυσχέρειες ή καθυστερήσεις στην επούλωση των τυχόν πληγών κάθε είδους.

2.9.5 Οι συγκρίσεις

Είναι αρκετά συνήθης η γραμμική σύγκριση των Αγώνων της Αθήνας με το Σίδνεϋ ή τη Βαρκελώνη και την Ατλάντα. Προβάλλεται μάλιστα απαιτητικά η προσδοκία, κάθε διοργανώτρια χώρα να ξεπερνά σε επιτυχία όλες τις προηγούμενες διοργανώτριες πόλεις και χώρες, τουλάχιστον στον τουριστικό τομέα. Ωστόσο οι διαφορές είναι αρκετές και σημαντικές, ιδίως σε ό,τι αφορά:

- Στην κατάσταση της αφετηρίας, ως προς τις υποδομές και τις εγκαταστάσεις,
- Το ευρύτερο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης του κάθε συγκεκριμένου ολυμπιακού προορισμού,
- Τις κλιματολογικές συνθήκες του τόπου και την ιστορική πολιτική συγκυρία της διεξαγωγής των αγώνων
- Την τοποθέτηση (positioning) του κάθε προορισμού στη διεθνή αγορά πριν και μετά τους αγώνες

Οι αλυσιτελείς συγκρίσεις, ωστόσο, θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες της κάθε διοργανώτριας χώρας μαζί με τα δεδομένα, τις πρακτικές, τις επιτυχίες και τις αποτυχίες των άλλων.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα διαφορών: Ένα χρόνο πριν τους αγώνες το 1999 η Αυστραλία υποδέχτηκε συνολικά 4.459.510 επισκέπτες από το εξωτερικό (περίπου το 30% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα). Το 2000 ο συνολικός αριθμός των εισερχόμενων τουριστών στην Αυστραλία αυξήθηκε κατά 10,9% σε σχέση με το 1999, και μόνο για τον ολυμπιακό μήνα Σεπτέμβρη, η αύξηση ήταν 15,1%, με 406.500 συνολικές αφίξεις επισκεπτών. Σημειώνεται ότι οι προβλέψεις ήταν για 111.000 διεθνείς επισκέπτες στην περιοχή του Σίδνεϋ και άλλους 362.000 Αυστραλούς μετακινούμενους ενδοπεριφερειακά ή διαπεριφερειακά.

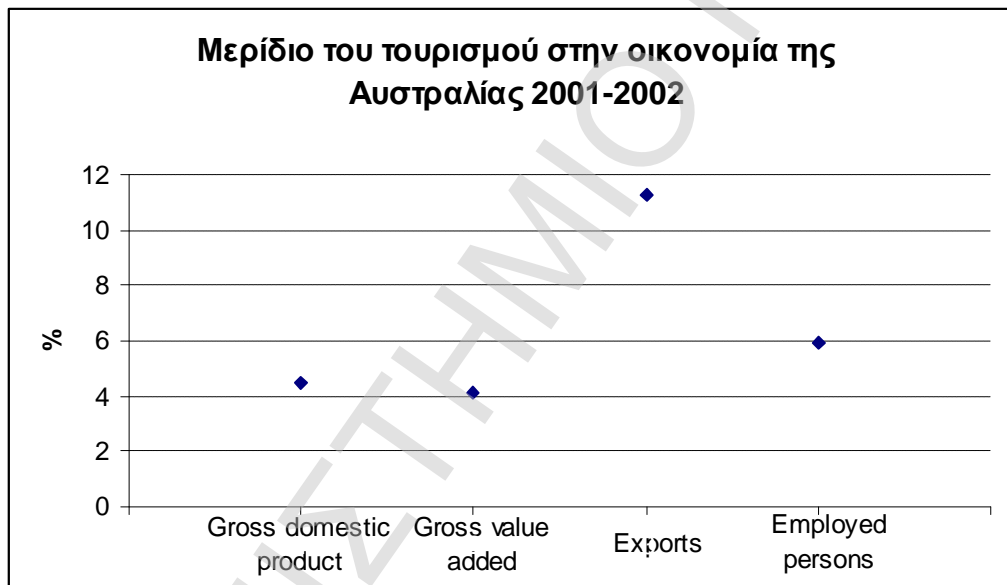
Οι πληρότητες των ξενοδοχείων στο Σίδνεϋ, σύμφωνα με σχετική έρευνα της “PriceWaterhouse Coopers” ήταν:

	1999	2000	μεταβολή
Αύγουστος	79,6%	70,9%	-10,6%
Σεπτέμβριος	79,0%	86,6%	10,6%
Οκτώβριος	81,5%	77,9%	-3,9%

Πίνακας: Πληρότητες ξενοδοχείων στο Σίδνεϋ

Το επίπεδο της συνολικής ετήσιας πληρότητας το ημερολογιακό έτος 2000 έφθασε το 73,5%, οριακά χαμηλότερο ως προς το προηγούμενο έτος.

Τα διατιθέμενα εισιτήρια για τους Αγώνες ήταν 3.127.429, για 555 αγωνιστικές εκδηλώσεις, με μέσο όρο 5.797 εισιτήρια ανά εκδήλωση (στην Αθήνα υπολογίζεται ότι υπήρξαν 600 εκδηλώσεις, για 28 αθλήματα.)



Γράφημα: Μερίδιο τουρισμού στην οικονομία της Αυστραλίας

Η τουριστική κατανάλωση στην Αυστραλία στην περίοδο 2000-2001, σύμφωνα με τον Δορυφορικό Λογαριασμό της Αυστραλίας, έφτασε τα 71,2 δισ. δολάρια, προερχόμενη κατά 76% από τους Αυστραλούς και κατά 24% από αλλοδαπούς επισκέπτες. Η συνιστώσα των αλλοδαπών επισκεπτών ήταν αυξημένη κατά 17% χάρη στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ωστόσο, την επόμενη περίοδο (2001-2002), η τουριστική κατανάλωση μειώθηκε ελαφρά (70.8 δισ. δολάρια) για πρώτη φορά μάλιστα μετά το 1997. Οι υπερπόντιοι αλλοδαποί επισκέπτες συνέβαλαν κατά 17,1 δισ. δολάρια. Η μείωση οφείλεται βέβαια και στον αντίκτυπο της 11/09/2001 αλλά και στο κλείσιμο της αεροπορικής εταιρείας Ansett Airlines.

Ως προς τα καταλύματα: Σύμφωνα με στοιχεία της υπηρεσίας στατιστικής της Αυστραλίας (Australian Bureau of Statistics), τον Σεπτέμβριο του 2000 υπήρχαν στη μείζονα περιοχή του Σίδνεϋ 295 ξενοδοχειακές μονάδες με 33.171 διαθέσιμα δωμάτια. Σημειώνεται ότι στην περιοχή της Αθήνας (έως 175 χλμ. από το κέντρο), τα διαθέσιμα δωμάτια το 2001 είναι 47.286.

Στη Βαρκελώνη, το 1990 υπήρχαν μόλις 18.569 κλίνες ξενοδοχείων, ενώ το 1992 το δυναμικό αυτό έως το 1995 αυξήθηκε στις 27.988 κλίνες.

Οι κυριότερες χώρες προέλευσης τουριστών στην Αυστραλία το 2001 ήταν, κατά σειρά, η Νέα Ζηλανδία (το 15%), η Ιαπωνία (14%), το Η.Β. (13%) και οι Η.Π.Α. (9%). Συνολικά παρουσιάστηκε μείωση των αφίξεων έναντι του 2000 κατά 2,6%. Σε σχέση με το 2000, παρουσιάστηκε μείωση του αριθμού των αφίξεων από τη Νέα Ζηλανδία κατά 11%, από την Ιαπωνία κατά 5%, ενώ από το Η.Β. σημειώθηκε αύξηση κατά 6%.

Οι ανάγκες για τη φιλοξενία των επισκεπτών της Αθήνας κάλυψαν το συνδυασμένο άθροισμα αθλητών, παραγόντων, δημοσιογράφων, θεατών και συνοδών τους. Όπως είναι γνωστό, οι αθλητές θα διέμεναν στο Ολυμπιακό Χωριό ενώ οι δημοσιογράφοι φιλοξενήθηκαν στα λεγόμενα “χωριά τύπου”, δηλαδή σε μη τουριστικά καταλύματα.

Για τις απαιτήσεις της φιλοξενίας της λεγόμενης “ολυμπιακής οικογένειας”, η οργανωτική επιτροπή 2004 σύναψε συμφωνίες με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Αττικής. Στην Αττική, τα διαθέσιμα δωμάτια ξενοδοχείων το 2001 ήταν συνολικά 33.009, αλλά σε απόσταση έως 100 χλμ. από το κέντρο της Αθήνας, υπήρχαν συνολικά 39.370 δωμάτια σε ξενοδοχεία όλων των τάξεων και έως 175 χλμ. Στην περίοδο των αγώνων υπήρχαν 47.286 από τα οποία τα 13.664 είναι Α' τάξης και τα 12.263 είναι Β' τάξης. Προκειμένου να καλυφθούν οι συνολικές απαιτήσεις, με υπουργική απόφαση μεταβλήθηκε το καθεστώς κορεσμού που υπήρχε για την Αττική και έτσι εγκαθιδρύθηκε η δημιουργία 4.636 νέων κλινών σε 37 νέες ή επαναλειτούργουσες ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών κατηγοριών.

Εξασφαλίστηκε η χρησιμοποίηση 11 κρουαζιερόπλοιων, που ελλιμενίστηκαν στον Πειραιά με δυνατότητα φιλοξενίας συνολικά 13.000 ατόμων και κάλυψαν σημαντικό μερίδιο της ολυμπιακής ζήτησης ιδιαίτερα από το υψηλότερο εισοδηματικό στρώμα. Παράλληλα προωθήθηκε συστηματικά η οργάνωση της φιλοξενίας των απλών θεατών και των συνοδών τους.

Η πρόσθετη τουριστική ζήτηση στη διάρκεια των αγώνων, δηλαδή πέραν των συνήθων τουριστών που έρχονται στην Ελλάδα για διακοπές παραθερισμού, προήλθε από 7 κύριες ομάδες:

1. θεατές και φίλαθλοι
2. αθλητές, παράγοντες, προπονητές, συνοδοί, κριτές
3. δημοσιογράφοι και τεχνικοί των μέσων ενημέρωσης
4. επιχειρηματίες και επαγγελματίες
5. συγγενείς θεατών
6. συγγενείς αθλητών
7. αλλοδαποί εθελοντές

Ο αυξημένος αριθμός των διανυκτερεύσεων πραγματοποιήθηκε εκτός από τα κρουαζιερόπλοια και σε ιδιωτικές κατοικίες. Οι πρόσθετοι επισκέπτες παρέτειναν το χρόνο παραμονής τους, επισκεπτόμενοι προορισμούς που βρίσκονται και σε μη ολυμπιακές περιοχές της χώρας.

Οι θετικές επιπτώσεις των Ο.Α. στον τουρισμό (αύξηση του αριθμού αφίξεων και του αριθμού διανυκτερεύσεων τουριστών, άνοδος του επαγγελματικού και συνεδριακού τουρισμού, αναβάθμιση και εκσυγχρονισμός των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων) δημιούργησε πιθανόν υπερπροσδοκίες ως προς τη συνεχή αύξηση του κύκλου εργασιών ή της κερδοφορίας του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων. Ωστόσο, η Αθήνα και η Ελλάδα, βρίσκονταν ήδη ψηλά στις προτιμήσεις των δυνητικών τουριστών, όπως καταδεικνυαν οι περισσότερες έρευνες για τις προθέσεις διακοπών. Η Ελλάδα ήταν ήδη ένας καθιερωμένος, επιθυμητός, ασφαλής, ευρωπαϊκός προορισμός.

Εκείνο που αποτέλεσε την πραγματική “προστιθέμενη αξία” των Ο.Α. στον τουρισμό ήταν η διαφοροποίηση και η αναβάθμιση της εικόνας της χώρας και του τουριστικού προϊόντος της πρωτεύουσας. Η διάχυση των ωφελειών των ολυμπιακών αγώνων στο σύνολο των περιφερειών της χώρας ήταν το κρίσιμο μέγεθος για την επιτυχία του εγχειρήματος στο πεδίο της τουριστικής ανάπτυξης.

2.10 Προοπτικές εξέλιξης του κλάδου

Το τρομοκρατικό κτύπημα στις ΗΠΑ το Σεπτέμβριο του 2001 και η κλιμακούμενη διεθνής ένταση που το ακολουθεί, καθώς επίσης και η κρίση στον τομέα των αερομεταφορών, επισκίασαν τη συγκεκριμένη χρονιά, κατά τη διάρκεια της οποίας μέχρι και την 11η Σεπτεμβρίου ο παγκόσμιος τουρισμός συνέχιζε την ανοδική του πορεία.

Οποιαδήποτε πρόβλεψη όσον αφορά τον ετήσιο ρυθμό μεταβολής του μεγέθους της αγοράς των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων για την προσεχή (σ.σ. τρέχουσα) διετία (2002-2003) θα ήταν παρακινδυνευμένη, καθώς η ρευστότητα της κατάστασης - προς το παρόν τουλάχιστον - δεν επιτρέπει τη διεξαγωγή προβλέψεων και εκτιμήσεων. Είναι βέβαιο ότι οι επιπτώσεις της κρίσης, οι οποίες είναι διεθνείς όσον αφορά τον τουριστικό τομέα και όχι μόνο, δεν πρόκειται να αφήσουν ανεπηρέαστη και την Ελλάδα ως έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς παγκοσμίως. Σε επίπεδο εισερχόμενου τουρισμού, ο οποίος αποτελεί τον τροφοδότη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η διάρκεια της κρίσης θα καθορίσει σε αποφασιστικό βαθμό εάν θα μειωθούν ή τουλάχιστον θα διατηρηθούν στα ίδια επίπεδα οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στη χώρα μας κατά την προσεχή τουριστική περίοδο που ξεκινά (σ.σ. ξεκίνησε) τον Απρίλιο του 2002. Ωστόσο, υπάρχουν και οι πιο αισιόδοξες προβλέψεις οι οποίες μιλούν για αύξηση της τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας, καθώς οι μεγάλοι tour operators, κυρίως της Βρετανίας και της Γερμανίας, προσανατολίζονται στο να αυξήσουν τη χωρητικότητά τους (διαθέσιμες αεροπορικές θέσεις και «πακέτα») προς τους μεσογειακούς προορισμούς της Ευρώπης συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας, σε αντίθεση με τους προορισμούς αυξημένου κινδύνου, όπως η Τουρκία, η Κύπρος, το Ισραήλ, η Αίγυπτος, η Τυνησία και το Μαρόκο, προς τις οποίες θα περιορίσουν σημαντικά τις διαθέσιμες θέσεις.

Το αρνητικό κλίμα που επικρατεί σε επίπεδο εισερχόμενου τουρισμού ενισχύεται αφενός μεν με την επέκταση της κρίσης και στον τομέα των αερομεταφορών (πτώχευση Sabena και της ελληνικής Axon, αναβολή πτώχευσης Swissair, περικοπή αεροπορικών πτήσεων), αφετέρου δε με την απόφαση κάποιων tour operators του εξωτερικού να παγώσουν τις προκαταβολές τους για τα πακέτα του 2002 προς κάποιους κύριους προορισμούς, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Το πρόβλημα επιτείνεται ακόμη περισσότερο από την καθυστέρηση στη λήψη αποφάσεων για την ιδιωτικοποίηση του εθνικού μας αερομεταφορέα, καθώς επίσης και από τα υψηλά τέλη χρήσης του διεθνούς αεροδρομίου των Σπάτων, όπως και από την πρόσφατα ληφθείσα από πλευράς των αεροπορικών εταιριών για μείωση της προμήθειας που αποδίδουν στα τουριστικά γραφεία.

Ο θαλάσσιος τουρισμός και συγκεκριμένα οι κρουαζιέρες και το γιότινγκ, τα οποία στηρίζονται σχεδόν κατά αποκλειστικότητα στους Αμερικανούς τουρίστες, ακυρώθηκαν σε σημαντικό ποσοστό μετά το Σεπτέμβριο του 2001, ενώ αβέβαιη διαγράφεται η πορεία τους για την προσεχή τουριστική περίοδο.

Επίσης, μείωση παρουσιάζουν και τα επαγγελματικά ταξίδια, καθώς επίσης και τα ταξίδια κινήτρων τα οποία ήταν τα πρώτα που περικόπηκαν. Σύμφωνα με παράγοντες του διεθνούς τουρισμού, το μέγεθος της τουριστικής κίνησης για το 2002 θα εξαρτηθεί άμεσα από το βαθμό αποκατάστασης της δημόσιας εμπιστοσύνης στα ταξίδια, ενώ το μόνο βέβαιο είναι ότι το έτος 2002 θα είναι μια χρονιά όπου θα κυριαρχήσουν οι κρατήσεις της τελευταίας στιγμής (late bookings) μαζί με ό,τι αυτό συνεπάγεται (πίεση για χαμηλότερες τιμές), ενώ ο Ιανουάριος αναμένεται (σ.σ. αναμενόταν) να είναι ο καθοριστικός μήνας για όλες τις τουριστικές αγορές.

Από πλευράς εσωτερικού τουρισμού, ο συνεδριακός τουρισμός υπέστη σημαντικότερη μείωση τους μήνες Σεπτέμβριο και Οκτώβριο του 2001, ενώ πολλοί διοργανωτές συνεδρίων επανεξετάζουν το πρόγραμμά τους για το 2002. Μια περισσότερο αισιόδοξη πρόβλεψη αναφέρει ότι η κάμψη του εξερχόμενου τουρισμού θα αναθερμάνει ακόμα πιο πολύ το ενδιαφέρον για τον εσωτερικό τουρισμό, όχι μόνο για όσο θα διαρκεί η κρίση αλλά και για αρκετό χρόνο αργότερα. Προς την κατεύθυνση αυτή ενδέχεται να στραφούν αρκετές τουριστικές επιχειρήσεις εξαγγέλλοντας προσφορές και εκπτώσεις.

Γενικά, σε μια περίοδο έντονου αρνητικού κλίματος για τον τουριστικό τομέα σε παγκόσμιο επίπεδο, η χώρα μας είναι σε θέση να ελαχιστοποιήσει τις απώλειες εντός των συνόρων της εφόσον προβάλει και εκμεταλλευτεί κατάλληλα τα παρακάτω σημεία:

- Ø Διασφάλιση ασφάλειας.
- Ø Παροχή πολιτικής σταθερότητας.
- Ø Διατήρηση φιλικών δεσμών τόσο με τα μουσουλμανικά κράτη όσο και με το δυτικό πολιτισμό.
- Ø Προετοιμασία της Ολυμπιάδας του 2004.

Αξίζει να μνημονευτεί στο σημείο αυτό ότι η Ελλάδα ξεπέρασε την κρίση του 1999 στη γειτονική Γιουγκοσλαβία επιτυχώς και με τις λιγότερες απώλειες.

2.10.1 Οι μεικτές και καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις

Οι τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις ορίζονται ως οι εισπράξεις που προέρχονται από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους διεθνείς τουρίστες κατά την διάρκεια παραμονής εντός της χώρας υποδοχής. Αυτές αντιπροσωπεύουν τις μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις για την εκτίμηση των οποίων χρησιμοποιούνται δύο κύριες μέθοδοι

- Η άμεση μέθοδος. Βασίζεται στις πληροφορίες που προέρχονται από τους τουρίστες, μέσω της μετατροπής των ξένων τραπεζογραμματίων στο νόμισμα της χώρας υποδοχής.
- Η έμμεση μέθοδος. Επιδιώκει να υπολογίσει τις συνολικές τουριστικές δαπάνες, πολλαπλασιάζοντας τον αριθμό των διανυκτερεύσεων, με την μέση ημερήσια τουριστική δαπάνη.

Οι καθαρές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις, ισούνται με τις μεικτές τουριστικές συναλλαγματικές εισπράξεις, μείον τις συναλλαγματικές δαπάνες που απαιτήθηκαν για την πραγματοποίησή τους.

Συνεπώς οι συναλλαγματικές εισπράξεις του τουρισμού αποτελούν μια οικονομική δραστηριότητα η οποία συμβάλλει στην εθνική παραγωγή. Οι δαπάνες των τουριστών αποτελούν εισόδημα σε όλους εκείνους που εμπλέκονται στην λειτουργία του τουριστικού τομέα. Ωστόσο οι τουριστικές δαπάνες τις οποίες πραγματοποιούν στο εσωτερικό της χώρας οι διεθνείς τουρίστες, δεν μπορούν να θεωρηθούν ως καθαρή συνεισφορά του τουριστικού τομέα στο εθνικό προϊόν.

Η εκτίμηση της καθαρής συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στο εθνικό προϊόν της χώρας, προϋποθέτει ότι γνωρίζουμε τόσο την διάθρωση, όσο και το περιεχόμενο των εισαγωγών του. Δηλαδή τίθεται πλέον θέμα εκτίμησης της προστιθέμενης αξίας του τουρισμού της χώρας.

Σύμφωνα με έρευνα του W.T.T.C (World Travel and Tourism Council) η προστιθέμενη αξία που δημιουργεί ο τουρισμός στην ελληνική οικονομία αντιστοιχεί στο 14,48 % του Α.Ε.Π.

2.11 Εξέλιξη του κλάδου του Τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένας από τους περισσότερο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Αποτελεί βασικό συντελεστή οικονομικής ανάπτυξης και έχει μεγάλη συνεισφορά στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. Τα τελευταία χρόνια, ο συνολικός αριθμός των αφίξεων ξένων επισκεπτών υπερβαίνει το συνολικό πληθυσμό της χώρας. Το 2005, σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις σημειώθηκε σημαντική αύξηση της δραστηριότητας του τομέα, ο οποίος ωφελήθηκε από την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Τουρισμού και Ταξιδιών εκτιμά την συνεισφορά του τομέα στο ΑΕΠ σε 7,2% και στην συνολική απασχόληση σε 18,2%.

Παρά το γεγονός ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, εντούτοις παρουσιάζει προβλήματα ιδιαίτερης διαρθρωτικής φύσης (συγκέντρωση προσφοράς, εποχικότητα, ανεπάρκεια ειδικών υποδομών κλπ.). Ωστόσο, οι προτεραιότητες της εθνικής τουριστικής πολιτικής για το μέλλον επικεντρώνονται στην αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και στον εμπλουτισμό αυτού, στην περιφερειακή ανάπτυξη, σε ζητήματα χωροταξικού ενδιαφέροντος, αλλά και στην ενίσχυση του ρόλου της τοπικής αυτοδιοίκησης στην υποστήριξη και προστασία της τουριστικής δραστηριότητας.

Μια νέα αναπτυξιακή δυναμική στον κλάδο αναμένεται να προσδώσει ο αρμονικός συνδυασμός του real estate με την ξενοδοχειακή βιομηχανία. Πρόκειται για σύνθετα αναπτυξιακά προγράμματα, τα οποία θα αποτελέσουν το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης για την ερχόμενη 20ετία. Στην ουσία, πρόκειται για επιχειρηματικά σχέδια άρρηκτα συνδεδεμένα με την ανέγερση πολυτελών ξενοδοχείων, παραθεριστικών κατοικιών και εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής. Επίσης, οι προοπτικές που ανοίγονται για την ελληνική τουριστική αγορά, φαίνεται να αναθερμαίνουν το ενδιαφέρον για επενδύσεις στην Ελλάδα αρκετών ξένων ισχυρών ξενοδοχειακών ομίλων.

Το έτος 2004 υπήρξε ορόσημο για τον ξενοδοχειακό κλάδο της χώρας, καθώς, εν όψει των Ολυμπιακών Αγώνων, ολοκληρώθηκαν σημαντικά επενδυτικά σχέδια. Αυτά όχι μόνο αναβάθμισαν την υπάρχουσα ξενοδοχειακή υποδομή, αλλά και δημιούργησαν και νέες μονάδες υψηλού επιπέδου.

Με βάση τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, οι μονάδες που λειτούργησαν σε ολόκληρη τη χώρα το 2004 ανήλθαν σε 8.899 έναντι 6.423 το 1990 (2.476 νέα ξενοδοχεία σε διάστημα 15 ετών). Σχετικά δε με την κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας κατά κατηγορία, τα περισσότερα σε αριθμό είναι τα ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας τα οποία και ανήλθαν το 2004 σε 4.473 (μερίδιο 50,3% επί του συνόλου). Ακολούθησαν τα ξενοδοχεία Δ' & Ε' κατηγορίας με 1.731

μονάδες (μερίδιο 19,5%) και τα ξενοδοχεία Β' κατηγορίας με 1.660 μονάδες (μερίδιο 18,7%). Τα ξενοδοχεία Α' κατηγορίας ήταν αρκετά λιγότερα το 2004 (896 μονάδες), ενώ ακόμη λιγότερα είναι τα Πολυτελείας (139 μονάδες). Αναφορικά με τη γεωγραφική κατανομή του συνόλου των ξενοδοχειακών κλινών της χώρας, σύμφωνα με στοιχεία του 2004 επί συνόλου 668.271 κλινών, στην περιφέρεια της Κρήτης λειτουργούσαν 140.502 κλίνες (μερίδιο 21%). Ακολουθούν οι περιφέρειες της Δωδεκανήσου με 112.990 κλίνες (μερίδιο 16,9%) και της Στερεάς Ελλάδας με 93.654 κλίνες (μερίδιο 14,%).

Πίνακας 1: Εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας

Έτος	ΑΑ'	Α'	Β'	Γ'	Δ' & Ε'	Σύνολο
1990	45	470	1.571	2.722	1.615	6.423
1991	46	515	1.674	2.840	1.572	6.647
1992	46	560	1.773	2.910	1.567	6.856
1993	51	629	1.896	2.923	1.636	7.135
1994	52	595	1.294	3.592	1.637	7.170
1995	60	621	1.328	3.719	1.659	7.387
1996	62	656	1.362	3.750	1.647	7.477
1997	65	681	1.405	3.615	1.628	7.394
1998	72	728	1.449	3.870	1.666	7.785
1999	77	745	1.456	3.907	1.671	7.856
2000	79	766	1.474	3.967	1.650	7.936
2001	90	816	1.543	4.189	1.646	8.284
2002	97	847	1.579	4.329	1.658	8.510
2003	104	870	1.613	4.403	1.699	8.689
2004	139	896	1.660	4.473	1.731	8.899

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Πίνακας 2: Γεωγραφική κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού Ελλάδας (2004)

Περιφέρεια	Μονάδες	Κλίνες
Στερεά	1.260	93.654
Πελοπόννησος	688	44.871
Ιόνιο	853	80.157
Ήπειρος	244	10.797
Αιγαίο	404	21.858
Κρήτη	1.492	140.502
Δωδεκάνησα	988	112.990
Κυκλάδες	888	39.458
Θεσσαλία	553	26.706
Μακεδονία	1.439	91.797
Θράκη	90	5.481
Σύνολο	8.899	668.271

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο

Όσον αφορά την κατανομή κατά κατηγορία-τάξη, στην περιφέρεια της Κρήτης βρίσκονται οι περισσότερες κλίνες Πολυτελείας για το 2004 (15.833 - μερίδιο 30,5% επί του συνόλου των κλινών Πολυτελείας), ενώ τα Δωδεκάνησα συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αριθμό των ξενοδοχειακών κλινών Α' κατηγορίας με 47.591 κλίνες (μερίδιο 28,2% επί του συνόλου των κλινών Α' κατηγορίας). Όσον αφορά στις κατηγορίες Β' και Γ', οι περισσότερες κλίνες βρίσκονται συγκεντρωμένες στην Κρήτη με 30.410 και 43.613 κλίνες αντίστοιχα (μερίδιο 19,3% επί του συνόλου των κλινών

Β' κατηγορίας και μερίδιο 18,9% επί του συνόλου των κλινών Γ' κατηγορίας), ενώ η Μακεδονία παρουσιάζει τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε κλίνες Δ' και Ε' κατηγορίας με 19.080 κλίνες και μερίδιο 32%. Τέλος, σύμφωνα με τις αποφάσεις υπαγωγής των επενδυτικών σχεδίων στο Ν.2601/98, κατά την περίοδο 1998-2004, στο συγκεκριμένο αναπτυξιακό νόμο υπήχθησαν συνολικά 912 επενδυτικά σχέδια από όλη την επικράτεια, συνολικού προϋπολογισμού 981 εκατ. συνολικής επιχορήγησης 277,6 εκατ. (ποσοστό 28,3%) και συνολικών ιδίων κεφαλαίων 504 εκατ. Ειδικότερα κατά κατηγορία επένδυσης, τα επενδυτικά σχέδια που αφορούν τον εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων είναι και τα περισσότερα σε αριθμό (602).

Πίνακας 3: Τουριστικές επενδύσεις υπαγθείσες στο Ν. 2601/98 (1998-2004)

Κατηγορία επένδυσης	Αριθμός επενδύσεων	Προϋπολογισμός σε €
Εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων	602	516.731.943
Μετατροπή διατηρητέων - παραδοσιακών κτιρίων σε κύρια καταλύματα	194	122.833.030
Ανέγερση - επέκταση ξενοδοχείων	67	129.376.600
Λοιπές τουριστικές επενδύσεις	49	212.110.143
Σύνολο επενδύσεων	912	981.024.720

Πηγή: Προσωρινά στοιχεία Ε.Ο.Τ./ Δ/ση Μελετών & Επενδύσεων

Η εξέλιξη της ξενοδοχειακής υποδομής στην Ελλάδα θα πρέπει να εξετασθεί παράλληλα με το ρυθμό εξέλιξης της τουριστικής κίνησης στη χώρα. Με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ, το 2003 το οποίο είναι το τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν τελικά στοιχεία, καταγράφηκαν 14,8 εκ. αφίξεις αλλοδαπών, έναντι 14,9 εκατ. αφίξεων το προηγούμενο έτος. Οι δύο σημαντικότερες αγορές για το ελληνικό τουριστικό προϊόν, είναι η Βρετανία και η Γερμανία. Συγκεκριμένα, το 2003 στη χώρα μας αφίχθησαν 3 εκατ. Βρετανοί και 2,3 εκατ. Γερμανοί με μερίδια επί του συνόλου των αφίξεων 20,3% και 15,3% αντίστοιχα. Ακολούθησαν οι Ιταλία (5,9%), Γαλλία (4,8%) και Ολλανδία (4,3%), ενώ από την ΕΕ προήλθε το 63,1% των συνολικών αφίξεων στη χώρα. Επίσης, η πλειοψηφία των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας επιλέγει ως μέσο μεταφοράς το αεροπλάνο καθώς με βάση τα στοιχεία του 2003 το 70,5% του συνολικού αριθμού των αφιχθέντων ταξίδεψε αεροπορικώς.

Πίνακας 4: Αφίξεις και Κλίνες ανά Έτος

Έτος	Αφίξεις	Κλίνες	Αφίξεις/κλίμη
1960	400.000	55.000	7,3
1970	1.455.000	119.000	12,2
1980	5.271.000	278.000	19,0
1990	9.310.000	423.660	22,0
1995	10.712.145	533.818	20,1
1996	9.782.061	548.785	17,8
1997	10.588.489	561.068	18,9
1998	11.363.822	576.876	19,7
1999	12.605.928	853.814	21,6
2000	13.567.453	586.372	23,1
2001	14.678.688	608.140	24,1
2002	14.918.177	625.155	23,9
2003	14.784.560	644.898	22,9

Πηγή: ΕΟΤ /ΕΣΥΕ/ΕΕΕ

Όσον αφορά τον αριθμό των συνολικών διανυκτερεύσεων στα διάφορα καταλύματα της χώρας, μείωση κατά 2,4% εμφανίζουν οι διανυκτερεύσεις το 2003 σε σχέση με το 2002 (ποσοστό μείωσης 2,4%) έναντι ακόμη μεγαλύτερης μείωσης το 2002 σε σχέση με το 2001 (5,1%). Οι αλλοδαποί τουρίστες αποτελούν τη βασικότερη κατηγορία πελατών για τα ξενοδοχεία της χώρας καθώς αντιπροσωπεύουν το 74,1% του συνόλου των διανυκτερεύσεων για το 2003, ενώ έντονος είναι ο παράγων της εποχικότητας καθώς οι μήνες Ιούλιος, Αύγουστος και Σεπτέμβριος συγκεντρώνουν το 52,8% του συνόλου των διανυκτερεύσεων κατά το 2003.

Πίνακας 5: Διανυκτερεύσεις και πληρότητες ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Έτος	Διανυκτερεύσεις	Πληρότητα (%)
1994	52.891.918	60,6
1995	51.294.196	56,3
1996	47.294.196	54,4
1997	53.364.507	58,4
1998	56.549.442	61,1
1999	60.256.902	63,5
2000	61.302.903	65,0
2001	58.832.656	62,7
2002	55.840.611	61,7
2003	54.502.104	51,7

ΜΔ: μη διαθέσιμο Πηγή: ΕΣΥΕ

Αναφορικά με την κατανομή των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών τουριστών κατά γεωγραφική περιφέρεια για το 2003, η περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου (Δωδεκάνησα και Κυκλάδες) συγκέντρωσε το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων με μερίδιο 33,5% επί του συνόλου και ακολουθούν οι περιφέρειες Κρήτης (27,6%), Ιονίων Νήσων (13,2%) και Αττικής (8,5%). Από την πλευρά των διανυκτερεύσεων των ημεδαπών τουριστών, η περιφέρεια Αττικής συγκέντρωσε το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων με μερίδιο 16,8% επί του συνόλου για το 2003 και ακολούθησαν η Κεντρική Μακεδονία (13,2%) και το Νότιο Αιγαίο (10,3%).

Σημαντική πτώση εμφανίζει η μέση ετήσια πληρότητα των ξενοδοχείων της χώρας το 2003 (51,7%) σε σχέση με το 2002 (61,7%), ενώ την υψηλότερη μέση ετήσια πληρότητα παρουσίασαν το 2002 τα ξενοδοχειακά καταλύματα του Ιονίου (82,6%), του Νοτίου Αιγαίου (77,4%) και της Κρήτης (76,6%), ενώ τη χαμηλότερη μέση ετήσια πληρότητα παρουσίασαν τα καταλύματα στην περιφέρεια της Δυτικής Μακεδονίας (31,3%).

Αύξηση κατά 12,5% καταγράφεται με βάση τα στοιχεία για το πρώτο τρίμηνο του 2004 σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2003, στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στη χώρα. Ωστόσο για ολόκληρο το 2004 σημαντικά μειωμένη υπήρξε η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας, σε αντίθεση με το 2005 κατά τη διάρκεια του οποίου υπολογίζεται αύξηση της τάξης του 10%.

Εξετάζοντας τέλος τη μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη, μείωση παρατηρείται τα τελευταία τρία χρόνια καθώς από το ύψος των 720,8 εκατ. το 2001 διαμορφώθηκε σε 639,9 εκατ. το 2003.

Πίνακας 6: Μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη (ΜΚΔ)

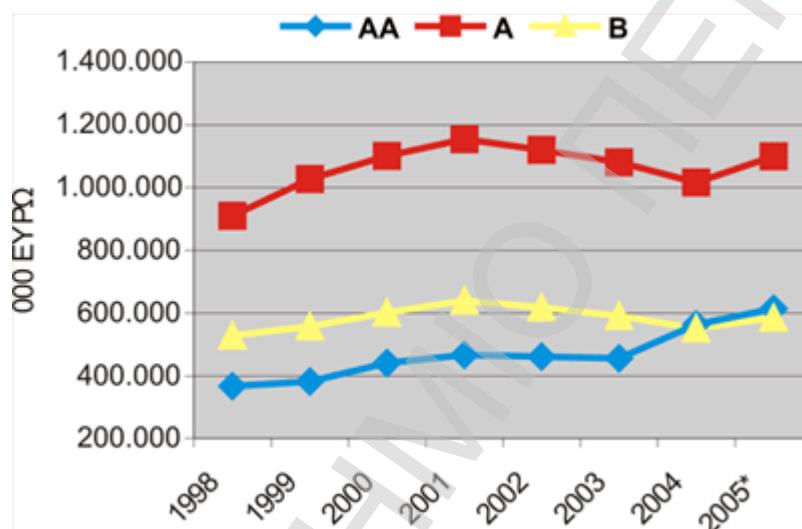
Έτος	Αφίξεις	Έσοδα (εκ. €)	ΜΚΔ (€)
2001	14.678.688	10.580	720,8
2002	14.918.177	10.285	689,4
2003	14.784.560	9.460	639,9

Πηγή: ΕΟΤ, ΕΣΥΕ, Τράπεζα της Ελλάδος

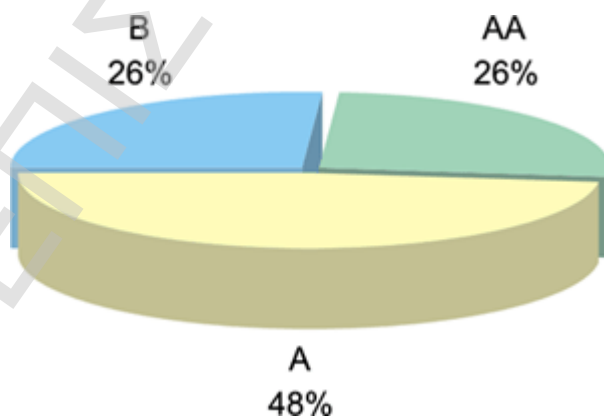
Διαχρονική αύξηση παρουσιάζουν τα έσοδα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων Πολυτελείας, Α' και Β' κατηγορίας κατά την περίοδο 1998-2001 με μέσο ετήσιο ρυθμό 7,8%. Αντίθετα, μείωση καταγράφηκε το 2002 και 2003, ενώ σταθεροποίηση υπήρξε το 2004. Αναφορικά με την ποσοστιαία συμμετοχή της κάθε κατηγορίας ξενοδοχείων στο σύνολο της υπό εξέταση αγοράς, το 2004 οι μονάδες Α' κατηγορίας αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μερίδιο (περίπου 50%) το δε υπόλοιπο της αγοράς κατανέμεται σχεδόν εξίσου μεταξύ των μονάδων Β' κατηγορίας και Πολυτελείας.

Η Αγορά των Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (ΑΑ', Α', και Β')

α. Εξέλιξη του μεγέθους αγοράς (1998-2004)



β. Κατανομή του μεγέθους αγοράς (2004)



Πηγή: ICAP, Εκτιμήσεις της αγοράς

2.12 Ο χάρτης του τουρισμού στην Ελλάδα

Η ύφεση των κύριων παραδοσιακών αγορών για τον ελληνικό τουρισμό και η ανάπτυξη νέων τουριστικών αγορών αποτελούν τα βασικά χαρακτηριστικά του νέου τοπίου που διαμορφώνεται στον ελληνικό τουρισμό. Γερμανία και Βρετανία διατηρούν τα πρωτεία ως χώρες προέλευσης τουριστών (περίπου το 35% της συνολική τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας), ωστόσο άγνωστο είναι πώς τελικά θα διαμορφωθεί το «χαρτοφυλάκιο» του ελληνικού τουρισμού από πλευράς εθνικοτήτων σε λίγα χρόνια υπό την πίεση νέων ανερχόμενων αγορών όπως η Ρωσία.

Το 2005 οι πέντε σημαντικότερες χώρες προέλευσης τουριστών -Βρετανία, Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία και Ολλανδία- είχαν το 52% της συνολικής κίνησης προς την Ελλάδα και όλες οι υπόλοιπες εθνικότητες συγκέντρωναν το 48% της κίνησης.

Ο τουρισμός αποτελεί για τις περισσότερες χώρες κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα και ο ανταγωνισμός μεταξύ των προορισμών είναι ιδιαίτερα έντονος για την προσέλκυση τουριστών. Νέα τουριστικά προϊόντα και νέες υπηρεσίες στα πρότυπα των νέων καταναλωτικών αγαθών και σε συνδυασμό με την εφαρμογή μιας ευέλικτης τιμολογιακής πολιτικής, εμφανίζονται καθημερινά με απώτερο σκοπό την επιλογή τους από τους πελάτες.

2.12.1 Οι κυριότερες αγορές

Ρωσία

Η ανερχόμενη αγορά με διψήφιο ποσοστό αύξησης ετησίως. Αφίχθηκαν 182.334 Ρώσοι τουρίστες με 1.107.415 διανυκτερεύσεις και δαπάνησαν 132 εκατ. ευρώ. Προτίμησαν Θεσσαλονίκη, Αθήνα και Ηράκλειο.

ΗΠΑ

Ενδιαφέρουσα αγορά. Οι αφίξεις έφθασαν το 2005 τα 205.656 άτομα και οι δαπάνες τους τα 689 εκατ. ευρώ. Οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία ανήλθαν στο 1,248.399 ενώ η Αθήνα αποτελεί τον κύριο προορισμό τους.

Γαλλία

Αποτελεί την 4η σημαντικότερη αγορά με 676.658 επισκέπτες. Οι διανυκτερεύσεις ανήλθαν στα 2.687.697. Οι δαπάνες τους έφθασαν τα 639 εκατ. ευρώ, ενώ Αθήνα και Ηράκλειο είναι οι πιο δημοφιλείς προορισμοί.

Γερμανία

Η δεύτερη μεγαλύτερη αγορά. Αφίχθηκαν 2.241.942 Γερμανοί, που πραγματοποίησαν 9.114.835 διανυκτερεύσεις. Δαπάνησαν 2,3 δισ. ευρώ ενώ ως κύριοι προορισμοί είναι η Αθήνα, το Ηράκλειο, η Θεσσαλονίκη και η Ρόδος.

Βρετανία

Οι αφίξεις έφθασαν τα 2.716.721 τουρίστες, οι οποίοι πραγματοποίησαν 7.634.167 διανυκτερεύσεις, οι δε δαπάνες τους έφθασαν τα 1,992 δισ. ευρώ. Κύριοι προορισμοί: Αθήνα, Κέρκυρα, Ηράκλειο, Ζάκυνθος και Ρόδος.

Ιταλία

Είναι η τρίτη με βάση τον αριθμό των αφίξεων αγορά με 1.128.506 άτομα, τα οποία πραγματοποίησαν 2.914.474 διανυκτερεύσεις. Δαπάνησαν 875 εκατ. ευρώ. Αθήνα και Ρόδος αποτελούν τους πιο δημοφιλείς προορισμούς τους.

Σουηδία

Με 316.042 τουρίστες πραγματοποίησαν 1.162.058 διανυκτερεύσεις και δαπάνησαν 184 εκατ. ευρώ. Χανιά, η Ρόδος και Ηράκλειο αποτελούν οι δημοφιλέστεροι προορισμοί.

Ολλανδία

Το 2005 οι αφίξεις των Ολλανδών έφτασαν τις 666.287 άτομα. Οι συνολικές δαπάνες τους έφτασαν τα 477 εκατ. ευρώ.

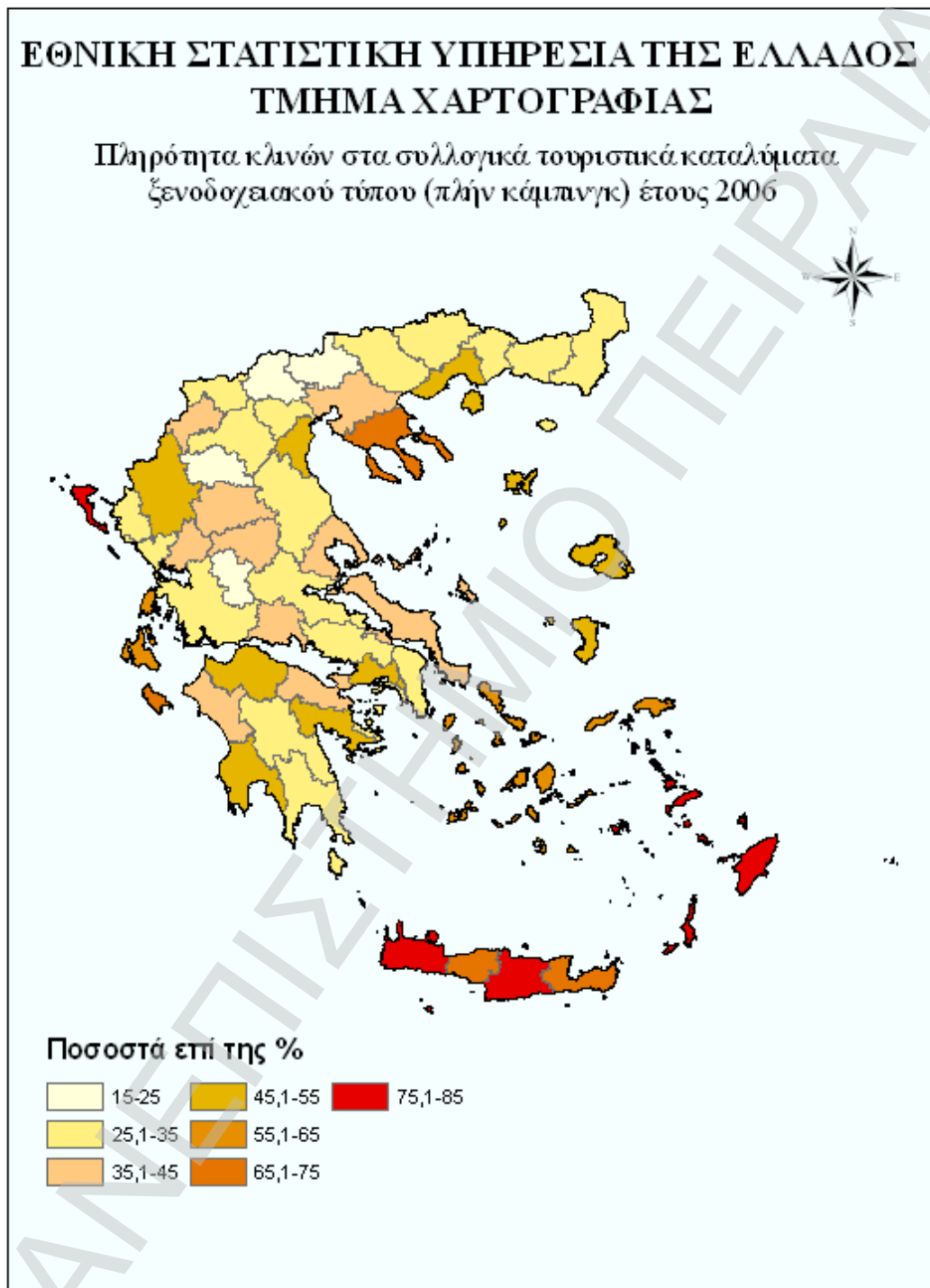
Βέλγιο – Λουξεμβούργο

Οι αφίξεις στην Ελλάδα το 2005 ήταν 371.790 άτομα και δαπάνησαν 287 εκατ. ευρώ.

Αυστρία

Στην Ελλάδα ήρθαν το 2005 464.470 Αυστριακοί τουρίστες, δαπανώντας 344 εκατ. ευρώ.

2.12.2 Χάρτης πληρότητας Κλινών στα τουριστικά καταλύματα



2.13 Ανάλυση ταξιδιωτικών ρευμάτων προς τη Μεσόγειο.

Κυριότερη περιοχή προορισμών για το σύνολο των ευρωπαϊκών εξερχόμενων ταξιδιών ήταν η Ν.Δ. Μεσόγειος. Η Ισπανία και η Ιταλία εξακολούθησαν να προηγούνται ως προορισμοί, και μάλιστα με αυξανόμενους ρυθμούς μεταξύ 1995-2004. Το σύνολο των ταξιδιών που πραγματοποιήσαν οι Ευρωπαίοι προς την Ισπανία από 28,2 εκ. το 1995 αυξήθηκε σε 43,8 εκ. το 2004, ενώ στην Ιταλία από 19,4 εκ. αυξήθηκε στα 29,2 εκ.

Κατά την έρευνα, η Ελλάδα, με βραδύτερους ρυθμούς αύξησης, το 2003 ήρθε τρίτη προσελκύοντας 11,8 εκ. ταξίδια, από τα οποία τα 10 εκ. ήταν ταξίδια διακοπών. Ακολούθησε η Τουρκία, η οποία, καλύπτοντας τις απώλειές της, με 9,2 εκ. ταξίδια (από τα οποία τα 7,5 εκ. ήταν ταξίδια διακοπών), πλησίασε τα επίπεδα του 1995, οπότε είχε προσελκύσει 9,9 εκ. ταξίδια.

Αυξητική τάση παρουσίασε η Πορτογαλία φτάνοντας το 2003 τα 6,7 εκ. ταξίδια έναντι 4,1 εκ. το 1995. Κύρια πηγή ταξιδιών προς την περιοχή παρέμεινε η Γερμανία, τόσο ως προς το σύνολο των ταξιδιών, όσο και ως προς τις διακοπές. Το Ηνωμένο Βασίλειο ήταν όμως πρώτο στην Ελλάδα (μερίδιο 23%) και την Κύπρο (47%).

2.14 Τουριστικές Πολιτικές των Ανταγωνιστικών Χώρων

Αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός, ότι καμιά προβολή και διαφήμιση, όσο αποτελεσματική και αν είναι, δεν μπορεί να αποτελέσει υποκατάστατο της καλής ποιότητας των υπηρεσιών που μπορεί να διαθέσει μια τουριστική μονάδα. Είναι, όμως, εξίσου αναμφισβήτητο, ότι ο τρόπος οργάνωσης της διακίνησης των τουριστικών ρευμάτων επιτρέπει, ακόμη και για οριακές διαφορές σε ποιότητα-τιμή μεταξύ ανταγωνιστριών χωρών, επηρεάζει σε υψηλό βαθμό της κατευθύνσεως των τουριστικών ροών προς προορισμούς που εξυπηρετούν σε μέγιστο βαθμό τα συμφέροντα των διακινητών. Πέρα των ανωτέρω, η τουριστική Ελλάδα, παρά τις πολλές ανεπιθύμητες καταστάσεις που μειώνουν την ποιότητα του συνολικού τουριστικού προϊόντος, καταστάσεις που βρίσκονται κυρίως στο εξωτερικό περιβάλλον, διαθέτει μοναδικότητες φυσικές και πολιτισμικές ομορφίες, ικανές να ασκούν έλξη σε πάρα πολλές ομάδες τουριστών. Η έλξη, όμως, αυτή προαπαιτεί γνώση και υποκίνηση, η γνώση δε αυτή και υποκίνηση μπορεί να προκληθεί, τουλάχιστον όσον αφορά στο νέο επισκέπτη, από το σύνολο των ενεργειών που χαρακτηρίζονται ως προβολή και διαφήμιση.

Βεβαίως, η ελκυστικότητα του τουριστικού προϊόντος αυξάνεται και από το γενικότερο κλίμα σε μια τουριστική χώρα που επιστρατεύει ένα σύνολο πολιτικών προκειμένου να επιτύχει αναβάθμιση και ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της σ' όλες αυτού τις εκφάνσεις. Για αυτό το λόγο επιχειρείται, μια παρουσίαση του φάσματος των τουριστικών πολιτικών που εφαρμόζονται στις ανταγωνίστριες χώρες ώστε να έχουμε μια περιεκτική συγκριτική εικόνα αυτών των προσπαθειών.

2.14.1 Ισπανία

1. Επενδυτικά Κίνητρα. Παρέχει επενδυτικά κίνητρα στις τουριστικές της επιχειρήσεις, τα οποία χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερα αποτελεσματικά. Το ποσοστό της κρατικής συμμετοχής στη χρηματοδότηση των τουριστικών επενδύσεων ανέρχεται κατά μέσον όρο στο 30%. Όλες οι επενδύσεις χρηματοδοτούνται με ποσοστό που κυμαίνεται από 10% έως 50% ανάλογα με την περιοχή. Ελάχιστες είναι οι περιοχές στις οποίες δεν επιδοτούνται οι τουριστικές επενδύσεις.

2. Αναβαθμίζει τον τουρισμό της εναρμονιζόμενη με τα ευρωπαϊκά και διεθνή πρότυπα (ISO και EMAS). Σκοπός είναι να δημιουργήσει περιβαλλοντικά αναβαθμισμένες επιχειρήσεις και περιοχές ώστε να ενισχύσει περαιτέρω την προτίμηση του ισπανικού τουριστικού προϊόντος από τους Οργανωτές Ταξιδιών (Tour operators).

3. Προωθεί τη δημιουργία νέων μορφών τουρισμού αλλά και την αναβάθμιση του ήδη υπάρχοντος προϊόντος μέσα από προγράμματα καινοτομιών και εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού.

4. Προωθεί τη «διεθνοποίηση» των επιχειρήσεων της τόσο με ενθάρρυνση των συνεργασιών (εγχώριων με ξένες επιχειρήσεις) όσο και με στρατηγικές Marketing και Διαφήμισης,

5. Ανάθεσε στην ιδιωτική πρωτοβουλία τη διαχείριση του τουρισμού σε ένα νησιωτικό σύμπλεγμα (Κανάριοι Νήσοι) και στη συνέχεια διαφημίζει αυτό το προϊόν μέσα από ιδιαίτερο τηλεοπτικό σταθμό που δημιουργήθηκε ειδικά γι' αυτό το σκοπό.

2.14.2 Πορτογαλία

1. Η τουριστική πολιτική υλοποιείται βασικά μέσα από το Σύνδεσμο Εμπορικών και Τουριστικών Επιχειρήσεων (ICEP), το Ινστιτούτο Τουριστικής Χρηματοδότησης (IFT), τον ENA TOUR και το Εθνικό Ινστιτούτο Εκπαίδευσης για τον Τουρισμό με σκοπό την προώθηση της εκπαίδευσης στον τουρισμό ως μέσου ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.

2. Έχει δημιουργηθεί Οργανισμός που υποδέχεται τις ξένες επενδύσεις στον Τουρισμό και υποβοηθάει την εγκατάσταση και λειτουργία τους στη χώρα.

3. Όσον αφορά στα επενδυτικά κίνητρα, επιδοτούνται οι άνω των 50 εκ. ευρώ επενδύσεις, με το σκεπτικό ότι η μεγάλη μονάδα συμβάλλει περισσότερο στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

4. Επιδίδεται στην προώθηση του προϊόντος και τη «δημιουργία τουριστικής εικόνας», είτε οργανώνοντας επισκέψεις στην Πορτογαλία ξένων επιχειρηματιών (ξενοδόχων και Tour Operators), είτε διαφημίζοντας έντονα το προϊόν της στο εξωτερικό.

5. Προσπαθεί να προσελκύσει τους ομογενείς του εξωτερικού και προωθεί τον τουρισμό πόλεων δημιουργώντας πολιτιστικά δρώμενα, «πράσινες πόλεις-Green Cities», «πολιτιστικές πόλεις-Cultural Cities», δημιουργία Golfs. Τέλος, ενθαρρύνει τη δημιουργία σχέσεων των εγχώριων επιχειρήσεων με Golf Tour Operators του εξωτερικού.

2.14.3 Τουρκία

1. Η Τουρκία έχοντας αναγνωρίσει ότι ο ιδιωτικός τομέας είναι πιο αποτελεσματικός από το δημόσιο προωθεί με γοργό ρυθμό την αποκρατικοποίηση και στον τουρισμό.

2. Επίσης επιδίδεται στην καταπολέμηση της τρομοκρατίας με κάθε πρόσφορο τρόπο.

3. Προσπαθεί να αξιοποιήσει τα ιστορικά μνημεία και τοπία και να προωθήσει τον ορεινό και ιαματικό τουρισμό.

4. Λόγω της δυσχερούς οικονομικής κατάστασης στην οποία έχει ήδη περιέλθει, μείωσε μετά το 1992, τα επενδυτικά της κίνητρα στο ελάχιστο. Το μόνο σημαντικό κίνητρο που έχει απομείνει για τις τουριστικές επιχειρήσεις είναι η παραχώρηση με ευνοϊκούς όρους δημοσίων εκτάσεων στις ιδιωτικές επιχειρήσεις, αδιακρίτως εθνικότητας, επί 49 χρόνια για τη δημιουργία τουριστικών μονάδων.

5. Δίνει ιδιαίτερη έμφαση στις πολιτικές προώθησης και διαφήμισης, και ιδιαίτερος στις σχέσεις της με τους Tour Operators του τουριστικού τομέα και ειδικότερα της τουριστικής της υποδομής. Προβαίνει σε οργάνωση εκδηλώσεων και προωθεί δημοσιεύματα στον τύπο.

6. Τέλος, προωθεί τις ειδικές μορφές τουρισμού (θρησκευτικό τουρισμό, τουρισμό υγείας, κ.τ.λ.), με σκοπό τόσο την αύξηση του τουριστικού ρεύματος όσο και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

2.14.4 Τυνησία

Η χώρα αυτή:

1. Έχει δημιουργήσει ένα συλλογικό όργανο, εκπρόσωπο των ευρωπαϊών Tour Operators (T-O), που συνδέει τις εγχώριες τουριστικές μονάδες με τους T-O της Ευρώπης.

2. Έχει δημιουργήσει Παρατηρητήριο Τουρισμού (Tourism Observatory) για παρακολούθηση και μελέτη του τομέα και υποβοήθηση της διαμόρφωσης πολιτικής για τον τουρισμό.

3. Έχει προωθήσει τη δημιουργία μαρινών, καθώς και το θαλάσσιο τουρισμό (θαλασσοθεραπεία, καταδύσεις, οργάνωση αγώνων γιώτινγκ (TransMediterranean Ragatas), καθώς και τον πολιτιστικό τουρισμό.

2.14.5 Αίγυπτος

1. Βασικά στοιχεία της ασκούμενης τουριστικής πολιτικής αποτελούν η μείωση του κρατισμού και η προστασία του περιβάλλοντος και των μνημείων από τη ρύπανση του περιβάλλοντος αλλά και τη φυσική φθορά.

2. Καθώς έχει καταταγεί στις χώρες υψηλού κινδύνου στον τομέα της τρομοκρατίας, πήρε μέτρα πάταξης της τρομοκρατίας αλλά και αποζημίωσης των επιχειρήσεων που βλάπτονται από αυτόν τον παράγοντα.

3. Προωθεί τον θρησκευτικό τουρισμό με ενέργειες, όπως είναι η δημιουργία της ειδικής τουριστικής διαδρομής: «Αναβίωση του Οδοιπορικού της Ιερής Οικογένειας της Αιγύπτου», και άλλες.

4. Παρέχει επενδυτικά κίνητρα που αναφέρονται σε μη φορολόγηση των νέων τουριστικών μονάδων για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα (περί τα 10 έτη) ώστε οι επιχειρήσεις να ανακτήσουν εύκολα τα κεφάλαια που έχουν επενδύσει.

2.14.6 Κύπρος

1. Η κυπριακή τουριστική πολιτική σχεδιάζεται και υλοποιείται από τον Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού. Η σχετική πολιτική περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό δράσεων (προβολή μέσω συμμετοχών σε Εκθέσεις και ισχυρών διαφημιστικών εκστρατειών, δημιουργία και προώθηση νέων μορφών τουρισμού, δημιουργία σύγχρονων μαρινών, αναβάθμιση ποιότητας μέσα από προγράμματα κατάρτισης των εργαζομένων, κ.τ.λ.).

Η τουριστική εκπαίδευση σχεδιάζεται και υλοποιείται τόσο από το Υπ. Παιδείας όσο και από το Ξενοδοχειακό Ινστιτούτο Κύπρου με πολύ αποτελεσματικό τρόπο, καθώς υπάρχει συνεργασία μεταξύ των δύο αυτών φορέων.

2. Επενδυτικά κίνητρα στον Τουρισμό: Το κράτος ενισχύει τουριστικές επενδύσεις εφόσον το ύψος της επένδυσης υπερβαίνει το \$1εκ. Σκοπός είναι η δημιουργία νέων, σύγχρονων επενδύσεων με σκοπό την αναβάθμιση του προϊόντος. Το σχετικό κίνητρο αναφέρεται σε απαλλαγή από τη φορολογία εισοδήματος για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα (10 χρόνια) και θεωρείται ως ιδιαίτερα σημαντικό. Επίσης το κράτος επιδοτεί και τις σχετικές μελέτες (Feasibility Studies).

3. Μεγάλη σημασία δίνει η Κύπρος στην Προώθηση και Διαφήμιση του τουρισμού.

4. Τελευταία προωθείται έντονα ο χειμερινός τουρισμός αλλά και ο συνεδριακός.

2.14.7 Ισραήλ

1. Το Ισραήλ επικεντρώνει την τουριστική πολιτική του στη δημιουργία σχέσεων με Tour Operators και αεροπορικές εταιρείες.
2. Προωθεί το θρησκευτικό τουρισμό.
3. Παρέχει σημαντικά επενδυτικά κίνητρα στον τουρισμό.

2.14.8 Κροατία

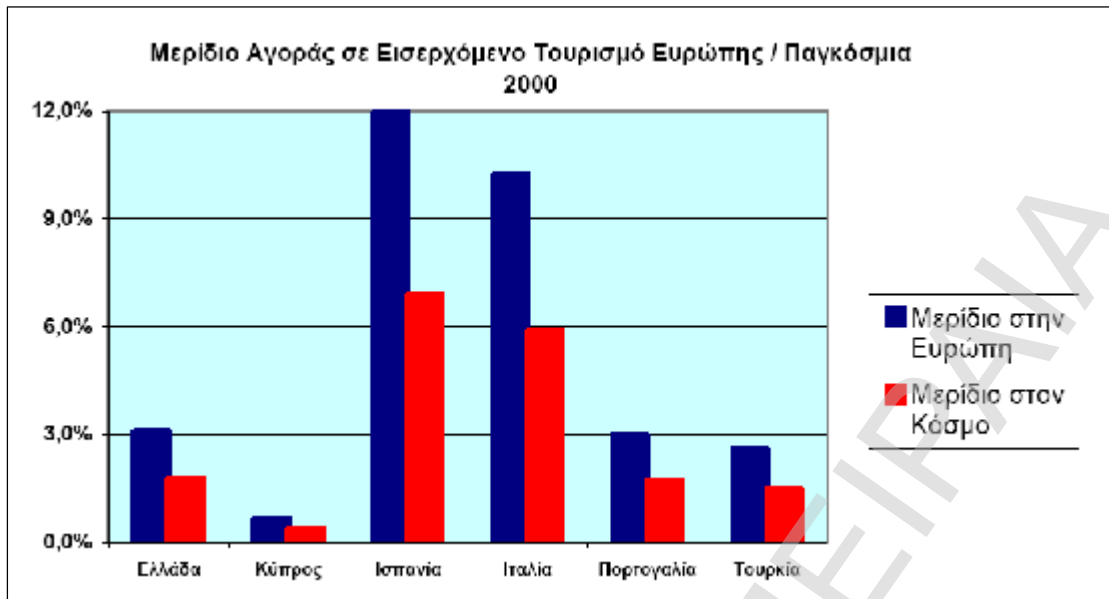
1. Η Κροατία για να προσελκύσει τουρίστες που έχουν απαιτήσεις και θέλουν να γνωρίζουν ποιες υπηρεσίες θα λάβουν με τα χρήματα που πληρώνουν για αυτές, εφαρμόζει ήδη το σύστημα του Star rating στα ξενοδοχεία της.

2. Προωθεί τη δημιουργία γενικότερων υποδομών αλλά και ειδικότερων υποδομών για τον τουρισμό.

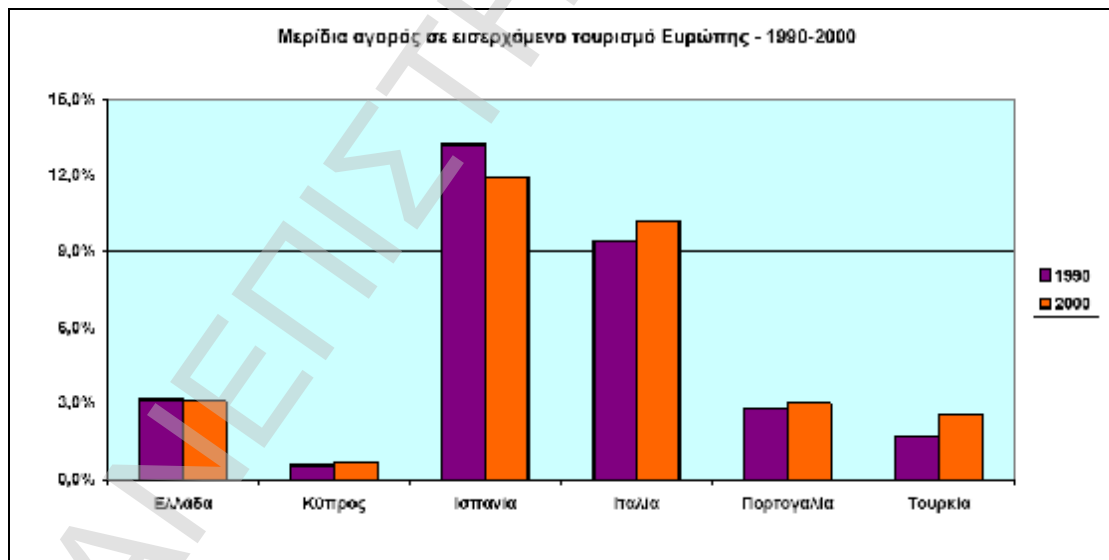
3. Πάντως, προωθεί παραλλήλως την ανάπτυξη οικογενειακού τύπου ξενοδοχειακής υποδομής, η οποία δεν συμπορεύεται κατά βάση με την αναβάθμιση της ποιότητας.

2.15 Η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας στον τουρισμό (2000)

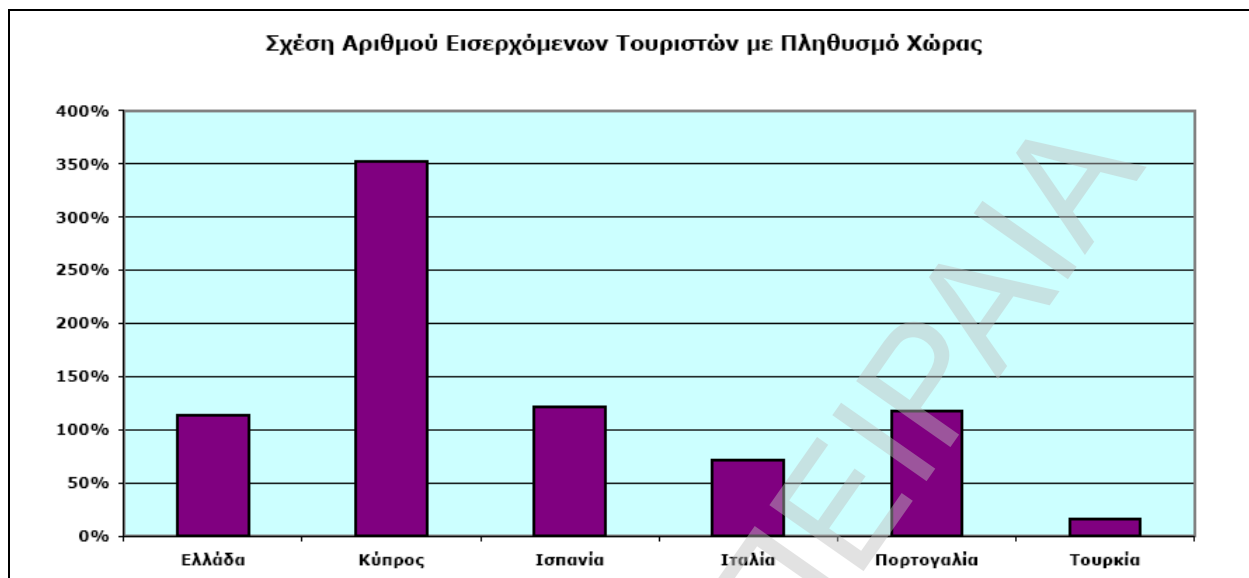
Το μερίδιο της Ελλάδας στον εισερχόμενο τουρισμό της Ευρώπης κυμαίνονταν για το έτος 2000 στο 3%, στα ίδια επίπεδα με την Πορτογαλία και την Τουρκία (πάντα με βάση τα στοιχεία που έχουμε). Αντίθετα η Ισπανία και η Ιταλία έχουν πολύ μεγαλύτερα μερίδια 12% και 10% αντίστοιχα. Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζει και το μερίδιο εισερχόμενου τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο όπου το μερίδιο της Ελλάδας της Πορτογαλίας και της Τουρκίας είναι στο 2% ενώ της Ισπανίας και της Ιταλίας 7% και 6% αντίστοιχα.



Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε το μερίδιο αγοράς σε εισερχόμενο τουρισμό και όσον αφορά το μερίδιο στην Ευρώπη αλλά και όσον αφορά το μερίδιο σε όλο τον κόσμο. Εκτός βέβαια από τα επίπεδα στα οποία κυμαίνεται το μερίδιο αγοράς κάθε χώρας σημασία έχει και η εξέλιξη του μεριδίου αυτού διαχρονικά. Μεταξύ 1990 και 2000 το μερίδιο της Ελλάδας στον εισερχόμενο Ευρωπαϊκό τουρισμό έχει παραμείνει σταθερό ενώ έχει αυξηθεί το μερίδιο όλων των άλλων ανταγωνιστικών χωρών πλην της Ισπανίας η εξέλιξη αυτή είναι ιδιαίτερα αρνητική για την Ελλάδα καθώς σημαίνει ότι δεν μπόρεσε να προσελκύσει κάποιον από τους τουρίστες που επέλεξαν τελικά ανταγωνιστικούς προορισμούς



Από την άλλη πλευρά ενδιαφέρον παρουσιάζει και η συσχέτιση του εισερχόμενου τουρισμού της κάθε χώρας με τον πληθυσμό της ως ένας έμμεσος δείκτης της δυνατότητας της χώρας να απορροφήσει πρόσθετους τουρίστες



Πηγή : JBR Hellas

Με εξαίρεση την Κύπρο που δέχεται τουρίστες που ισοδυναμούν με 3,5 φορές περίπου τον πληθυσμό της, στις υπόλοιπες Μεσογειακές χώρες παρατηρείται ότι σε Ελλάδα Ισπανία και Πορτογαλία το % των εισερχόμενων τουριστών σε σχέση με τον

Πληθυσμό της χώρας είναι περίπου στο 110% ενώ στην Ιταλία και ιδιαίτερα στην Τουρκία είναι σημαντικά χαμηλότερο. Δεν θα πρέπει όμως να παραβλεφθεί ότι σε όλες τις περιπτώσεις υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση του εισερχόμενου τουρισμού σε ορισμένες περιοχές

Το συμπέρασμα που προκύπτει εξετάζοντας τη θέση της Ελλάδας μέσα στον Ευρωπαϊκό τουριστικό κλάδο είναι ότι διαθέτει ακόμα σημαντικά περιθώρια βελτίωσης της θέσης της με γνώμονα 2 βασικούς αλληλένδετους στόχους : την μεγιστοποίηση των εσόδων και την άμβλυνση της εποχικότητας. Η Ελλάδα πρέπει να ξεφύγει από το μοντέλο μαζικού και- κατά συνέπεια – του φτηνού τουρισμού , ο οποίος χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα.

2.16 Σκέψεις για τον τουρισμό στην Ελλάδα

Είναι τοις πάσι γνωστό ότι ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί πραγματικά μια βαριά βιομηχανία. Ανοίγει δρόμους ανάπτυξης σε δεκάδες χιλιάδες μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, γεωγραφικά κατανομημένες σε ολόκληρη τη χώρα. Είναι ένας από τους πιο σημαντικούς μοχλούς περιφερειακής και τοπικής ανάπτυξης, δημιουργεί θέσεις εργασίας και δίνει ζωή και πλούτο σε απομακρυσμένες περιοχές, σε νησιά και ορεινές ζώνες της πατρίδας μας που υστερούν σε άλλες παραγωγικές δυνατότητες.

Απασχολεί το 16,5% του ενεργού δυναμικού της χώρας και μπορεί να δημιουργήσει, όπως πολλοί λένε, μέχρι το 2010 επιπλέον 150.000 νέες θέσεις εργασίας και να απορροφήσει, ύστερα από κατάλληλη δουλειά, μετεκπαίδευση και επιμόρφωση το 1/3 της σημερινής ανεργίας.

Κατέχει νευραλγική θέση στην αναπτυξιακή διαδικασία του τόπου μας, καθώς αποτελεί πεδίο σύνδεσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα με τον τομέα των υπηρεσιών. Αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 15% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, είναι τομέας εξωστρέφειας της οικονομίας μας και πολύτιμη πηγή

συναλλάγματος. Είναι μαζί με τη ναυτιλία ένα από τα πιο μεγάλα και παραδοσιακά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας.

Με άλλα λόγια, ο τουρισμός για τη χώρα μας αποτελεί εθνικό κεφάλαιο. Προσφέροντας πολύτιμα έσοδα αποτελεί καθοριστικό πυλώνα της οικονομικής ανάπτυξης και θεμέλιο για την περιφερειακή και κοινωνική συνοχή της χώρας μας.

Όραμα και στόχος μας πρέπει να είναι η ανάδειξη ενός νέου τουριστικού προϊόντος το οποίο να βασίζεται στην ανταγωνιστικότητα και στην ποιότητα των υπηρεσιών. Πρέπει να δημιουργήσουμε μία διευρυμένη δομή εσόδων και έναν ανοδικό οικονομικό κύκλο για τον ελληνικό τουρισμό. Να σπάσουμε τα στενά όρια της εποχικότητας και να διευρύνουμε το χρόνο της τουριστικής παραμονής της χώρας μας.

Να δημιουργήσουμε νέα προϊόντα και υπηρεσίες σύμφωνα με τις μελλοντικές τάσεις της παγκόσμιας οικονομίας του τουρισμού. Να προσφέρουμε κίνητρα και ευκαιρίες για την αύξηση των τουριστικών επενδύσεων στην Ελλάδα, μεγιστοποιώντας την αξία των περιουσιακών στοιχείων της εθνικής μας τουριστικής οικονομίας. Να δημιουργήσουμε περισσότερες και καλύτερες θέσεις απασχόλησης στην τουριστική βιομηχανία απελευθερώνοντας την αναπτυξιακή δυναμική των Δήμων, των Νομαρχιών και των Περιφερειών της χώρας μας.

Πρέπει να αυξηθούν οι πόροι για την επικοινωνιακή πολιτική τουρισμού. Να μεγιστοποιήσουμε το πλεόνασμα που προέκυψε από τη θετική εικόνα που πέτυχε να δημιουργήσει η χώρα μας με την εκπληκτική διοργάνωση των Ολυμπιακών και Παραολυμπιακών Αγώνων.

Η τουριστική βιομηχανία μας σήμερα βρίσκεται σε μια νέα πορεία, μια πορεία ανάδειξης της μεταολυμπιακής Ελλάδας ως προορισμού υψηλής ποιότητας. Η μεταολυμπιακή Ελλάδα έχει στη διάθεσή της τις υποδομές, την τεχνογνωσία και το κεφάλαιο της αναγνωρισιμότητας για να κάνει τα απαραίτητα αναπτυξιακά άλματα.

Δημιουργήθηκαν μεταφορικές, αθλητικές, συνεδριακές και τεχνολογικές υποδομές. Αποκτήθηκε πολύτιμη γνώση και τεχνογνωσία στην οργάνωση παγκόσμιων γεγονότων, στη διαχείριση και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, στην επικοινωνία και τη διαφήμιση. Η Ελλάδα απέδειξε ότι μπορεί να αναλάβει με ασφάλεια την επιτυχή διοργάνωση και των πιο πολυσύνθετων οργανωτικών εγχειρημάτων.

Ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα, όπως εκθέσεις επιστημονικές ή επιχειρηματικές συναντήσεις, και ο οποίος αναπτύσσεται διεθνώς με ταχύτατο ρυθμό, επιμηκύνει την τουριστική περίοδο και παρέχει τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές, ενώ ταυτόχρονα εμπλουτίζει το παραδοσιακό μας προϊόν «ήλιος και θάλασσα».

Παρόλα αυτά, δεν πρέπει να εφησυχάζουμε. Χρειάζεται εγρήγορση και διαρκής προσπάθεια σε όλα τα επίπεδα για να διατηρήσουμε τη θετική αυτή τάση και να πετύχουμε ακόμα μεγαλύτερες επιδόσεις. Σίγουρα υπάρχουν δυσκολίες. Δυσκολίες που οφείλονται κυρίως σε ελλείψεις, όπως η ανυπαρξία ειδικού χωροταξικού σχεδίου, στο έλλειμμα υποδομών στην ελληνική περιφέρεια, στη διεθνή οικονομική επιβράδυνση, στην πρωτοφανή αύξηση των τιμών του πετρελαίου που επιβαρύνει ιδιαίτερα το κόστος των κρίσιμων για τον ελληνικό τουρισμό ακτοπολικών και αεροπορικών μεταφορών.

Υπάρχουν όμως σήμερα και νέες ευκαιρίες. Ευκαιρίες που δεν μπορούμε να τις ξεπεράσουμε και δεν πρέπει να τις προσπεράσουμε και δεν πρέπει να χαθούν. Η Ελλάδα είναι χώρα του πολιτισμού και της ιστορίας. Διακρίνεται για τον πολιτισμικό και μνημειακό πλούτο της, την απaráμιλλη φυσική ομορφιά της, τη μοναδικότητα των νησιών της, τις ιαματικές πηγές, το ήπιο κλίμα της, τον ήλιο και τη θάλασσα, που της δίνει τη δυνατότητα να ξεχωρίζει ως τουριστικός προορισμός.

Όμως ο παραδοσιακός τουρισμός δεν αρκεί πλέον. Η επέκταση της τουριστικής ζήτησης και ο εντεινόμενος ανταγωνισμός απαιτούν τη δημιουργία νέων διαφοροποιημένων τουριστικών προϊόντων, σύγχρονων αλλά και σε ανταγωνιστικές τιμές, που θα απευθύνονται πλέον σε νέες αγορές.

Απαιτείται η αναδιάρθρωση της τουριστικής βιομηχανίας και η συνεχής προσαρμογή στα νέα δεδομένα. Επιβάλλεται η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών της πληροφορικής και της επικοινωνίας, ώστε να απευθύνεται άμεσα σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς. Να παρέχει στους ενδιαφερόμενους σε όλο τον κόσμο τη δυνατότητα να επικοινωνούν και να συναλλάσσονται απευθείας με τους προμηθευτές των τουριστικών προϊόντων. Η βελτίωση του επιπέδου των τηλεπικοινωνιών και των υποδομών πληροφορικής αποτελεί σημαντικό παράγοντα ποιότητας και ελκυστικότητας των παρεχόντων από τον τουρισμό υπηρεσιών.

Οδηγός της τουριστικής μας στρατηγικής πρέπει να είναι η δημιουργία μιας νέας τουριστικής ταυτότητας που να κατοχυρώνει τη μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών, να εξασφαλίζει τη διεθνή αναγνωρισιμότητα του τουριστικού προϊόντος μας ανοίγοντας δρόμους για νέες αγορές. Να συνδυάζει την παράδοση με τις σύγχρονες απαιτήσεις.

Γι' αυτό λοιπόν απαιτούνται συγκεκριμένες προϋποθέσεις αξιοποίησης του τουριστικού προϊόντος, που θα ανταποκρίνονται στη φράση «value for money» (αξία για το χρήμα), διατηρώντας ταυτόχρονα την ηθική και εθνική μας υπόσταση, προσφέροντας μαζί με τη ζεστασιά του ελληνικού ήλιου και του γαλάζιου ουρανού και την ανοιχτή αγκαλιά της ελληνικής φιλοξενίας με νέες πρωτοποριακές τουριστικές υπηρεσίες.

Στόχος αποτελεί η διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, η καταπολέμηση της εποχικότητας, η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού τουρισμού. Εκτός των μορφών τουρισμού που προαναφέρθηκαν και που ευνοούνται ιδιαίτερα στη μεταολυμπιακή Ελλάδα, όπως ο συνεδριακός, ο εκθεσιακός, ο αθλητικός, ο πολιτιστικός τουρισμός, θα πρέπει να προωθηθούν –και ακούστηκε και χθες από εδώ πολύ έντονα- και άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο χειμερινός, ο εκπαιδευτικός, ο ορεινός, ο ιαματικός.

Η επιτυχία της προσπάθειας απαιτεί συνεργασία κράτους, τουριστικών επιχειρήσεων, εργαζομένων και τοπικών κοινωνιών. Η νέα εποχή επιβάλλει νέες συνεργασίες και κοινές δράσεις με τις γειτονικές χώρες της ευρωπαϊκής προκειμένου να προσελκύσουμε επισκέπτες από ξένες μέχρι τώρα αγορές.

Ο ελληνικός τουρισμός δεν θα πρέπει να προσφέρει το ίδιο απλοϊκό προϊόν με αυτό που πωλούν πολύ φθηνότερα οι εκτός ευρωζώνης ανταγωνιστές μας, που είναι πολλοί και βέβαιο είναι ότι θα πληθύνουν ακόμα περισσότερο στο άμεσο μέλλον. Ας ξεχάσουμε λοιπόν τον ανταγωνισμό σε επίπεδο τιμών, φθηνού προϊόντος, και ας διαφοροποιήσουμε την προσφορά μας.

Για να προωθήσουμε το τουριστικό μας προϊόν πρέπει να καταγράψουμε τις μεταβαλλόμενες ανάγκες ζήτησης των διεθνών αγορών και των συνεχώς ανοιγμένων νέων αγορών όπως οι ανατολικές και οι ασιατικές. Απαιτείται η όσο το δυνατόν καλύτερη ποιότητα σε μια λογική τιμή, αυτό που προσδιορίζουμε ως «value for money».

Πώς όμως επιτυγχάνεται η στοχευμένη διαφοροποίηση; Πώς είναι το ζητούμενο για όλες τις εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών; Η απάντηση είναι απλή στη θεωρία αλλά στην πράξη έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα δύσκολη. Η απάντηση με μία λέξη περιλαμβάνεται στον όρο επενδύσεις. Επενδύσεις σε υποδομές, γενικές και ειδικές. Επενδύσεις σε δομές οργανωτικές και λειτουργικές, τόσο στο δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα και παράλληλα επενδύσεις σε θέματα παιδείας και επαγγελματικής κατάρτισης.

Η αναβάθμιση και η επέκταση τουριστικού προϊόντος αλλά και η οικονομική και επιχειρησιακή συνεργασία της Ελλάδος με τις ανατολικές χώρες θα προσελκύσει επισκέπτες από χώρες προέλευσης που ως σήμερα συμμετέχουν με ιδιαίτερα χαμηλά

ποσοστά στην τουριστική κίνηση της χώρας μας, όπως είναι η Κίνα και η Ιαπωνία, καθώς και τουρίστες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.

Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον λοιπόν απαιτούνται υψηλής ποιότητας τουριστικές υπηρεσίες, σύγχρονες και κατάλληλα εξοπλισμένες υποδομές, εξειδικευμένο προσωπικό, ευαισθητοποιημένες τοπικές κοινωνίες.

Στο πλαίσιο ανάδειξης των νέων μορφών τουρισμού ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Η Αυτοδιοίκηση είναι σε θέση καλύτερα από κάθε άλλο θεσμό να διαγνώσει τα πλεονεκτήματα και τους πόρους της κάθε περιοχής. Μπορεί να ανιχνεύσει την ειδοποιό διαφορά που εκτός από τον ήλιο και τη θάλασσα μπορεί να προσελκύσει τον επισκέπτη και τον τουρίστα (ιστορία, πολιτισμός, ήθη και έθιμα, μουσική, τέχνες, φυσικοί πόροι), αυτά οφείλει να αναδείξει. Γνωρίζει όμως και τα μειονεκτήματα, τις αδυναμίες και τις ελλείψεις του κάθε τύπου (υποδομές, ανθρώπινο δυναμικό, προβολή, τεχνογνωσία) και αυτά οφείλει να βελτιώσει.

Με συστηματική συνεργασία και επικοινωνία τόσο με τους εκπροσώπους των τοπικών ιδιωτικών, κοινωνικών και λοιπών φορέων, όσο και με τους κρατικούς αρμόδιους φορείς, μπορεί να διαμορφώσει ολοκληρωμένα σχέδια νέων μορφών τοπικής τουριστικής ανάπτυξης, αναδεικνύοντας την τοπική ιδιαιτερότητα, τις φυσικές, γεωγραφικές, περιβαλλοντολογικές, πολιτισμικές και πολιτιστικές παραμέτρους, αξιοποιώντας ένα θετικό επενδυτικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από σταθερή οικονομική ανάπτυξη, άρση γραφειοκρατικών εμποδίων και κίνητρα για τοπικούς προορισμούς με έμφαση σε νησιώτικες και ορεινές περιοχές, καθώς και τα υφιστάμενα και υπό διαμόρφωση χρηματοδοτικά εργαλεία, προωθώντας συνεργασίες ανάμεσα στο δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα και εφαρμόζοντας από κοινού δράσεις της κεντρικής διοίκησης, των Περιφερειών και της Αυτοδιοίκησης Α' και Β' βαθμού.

Η Αυτοδιοίκηση συμβάλλει στον εθνικό στόχο ο τουρισμός να αποκτήσει και να αποτελέσει τον κυρίαρχο βασικό μοχλό ανάπτυξης της χώρας μας. Παράλληλα όμως στηρίζει τις τοπικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις και την τοπική επιχειρηματικότητα, βοηθά ουσιαστικά την ενίσχυση της πληθυσμιακής βάσης και της απασχόλησης και κατά συνέπεια στη συγκράτηση των νέων στην περιοχή, συμμετέχει δυναμικά στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.

Συμπερασματικά λοιπόν, αποδεικνύεται καθημερινά η χρησιμότητα της όσο το δυνατόν μεγαλύτερης συμμετοχής της Αυτοδιοίκησης στην κοινή προσπάθεια για αύξηση της τουριστικής ανάπτυξης του τόπου μας. Η γνώση των τοπικών μειονεκτημάτων αλλά και των πλεονεκτημάτων μπορεί να μεγιστοποιήσει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της κάθε περιοχής δημιουργώντας νέα τουριστικά προϊόντα και διεισδύοντας σε νέες αγορές.

Η ανάληψη πρωτοβουλιών από την Αυτοδιοίκηση με επισκέψεις σε νέες δημιουργούμενες τουριστικές αγορές ή σε υφιστάμενες με τη συμμετοχή σε εκθέσεις, ή με τη δημιουργία οικονομικών, πολιτιστικών, εμπορικών σχέσεων μεταξύ Περιφερειών, Νομαρχιών και Δήμων με τα αντίστοιχα αυτοδιοικητικά επίπεδα άλλων χωρών, ισχυροποιούν την προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

Ειδικά στις δύο πολυνησιακές Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις, των Κυκλάδων και της Δωδεκανήσου, που η διασπορά πολλών μικρών νησιών δημιουργεί επιμέρους προβλήματα, η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση επιβάλλεται να γίνει ο συντονιστής της προώθησης του τουριστικού προϊόντος των νησιών μας.

Κεφάλαιο 3: Τουρισμός και Κρήτη

3.1 Παρουσίαση του Νησιού της Κρήτης

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί της Ελλάδος έχει μήκος 250 χλμ και το πλάτος του φτάνει μέχρι και τα 50 χλμ, στο ευρύτερο σημείο του και το 5ο μεγαλύτερο στη Μεσόγειο. Είναι επίσης το νοτιότερο τμήμα της Ευρώπης. Βρίσκεται δε μεταξύ τριών ηπείρων : Ευρώπη, Ασία και Αφρική. Περιβρέχεται Β από το Κρητικό Πέλαγος, Ν από το Λιβυκό Πέλαγος, Δ από το Νότιο Ιόνιο Πέλαγος και τη Μεσόγειο και Α από το Καρπάθιο Πέλαγος. Προσαρτήθηκε στην Ελλάδα το 1913, ενώ ουσιαστικά η Ένωση είχε πραγματοποιηθεί από το 1908 με την Κρητική Επανάσταση.

Έχει έκταση 8.338 τ. χλμ. και πληθυσμό 536.980 κατοίκους. Διαιρείται σε τέσσερις νομούς : Χανίων με πρωτεύουσα τα Χανιά, Ρεθύμνου με πρωτεύουσα το Ρέθυμνο, Ηρακλείου με πρωτεύουσα το Ηράκλειο και Λασιθίου με πρωτεύουσα τον Άγιο Νικόλαο. Η Κρήτη περιβάλλεται από μικρές νησίδες ή νησάκια που όλα είναι ακατοίκητα. Το μόνο κατοικήσιμο νησί είναι η Γαύδος, που βρίσκεται στα νότια. Το έδαφος της Κρήτης είναι στη μεγαλύτερή του έκταση ορεινό. Σε πολλά δε σημεία είναι βραχώδες. Αναλυτικά η κατανομή του σε κατηγορίες έχει ως εξής : 33% πεδινό, 26% ημιορεινό και 41% ορεινό.

Τρεις είναι οι κύριες οροσειρές της Κρήτης: τα Λευκά Όρη, η Ίδη και η Δίκτη. Τα Λευκά Όρη ή Μαδάρες βρίσκονται στο δυτικό τμήμα της και έχουν ψηλότερη κορυφή τις Πάχνες (2.452 μ.). Η Ίδη ή Ψηλορείτης καταλαμβάνει το κέντρο του νησιού και έχει ψηλότερη κορυφή τον Τίμιο Σταυρό (2.456 μ.). Η λέξη Ψηλορείτης παραπέμπει σε προσωποποίηση του επιβλητικού ορεινού όγκου. Δεν είναι δύσκολο να καταλάβει κανείς την σημασία που έχουν για τους Κρητικούς τα βουνά τους. Οι πλαγιές τους υψώνονται τόσο ψηλά και τόσο κοντά στις ακτές που κυριαρχούν απόλυτα στο τοπίο του νησιού. Ανάμεσα στο Ηράκλειο και το Λασιθί υψώνεται η Δίκτη, με ψηλότερη κορυφή τον Εντίχη (2.148 μ.).

Στο ανατολικό άκρο του νησιού εκτείνονται τα Όρη της Σητείας, με ψηλότερη κορυφή τον Αφέντη (1.475 μ.). Στα νότια του Ηρακλείου απλώνεται η χαμηλή οροσειρά Αστερούσια (1.231 μ.) Δύο μόνο είναι οι πεδιάδες της Κρήτης: των Χανίων και της Μεσαράς. Τα βουνά της Κρήτης είναι στο μεγαλύτερο μέρος τους σκεπασμένα από δάση. Τα τελευταία χρόνια έχουν προκληθεί μεγάλες καταστροφές από τις πυρκαγιές και την εντατική εκμετάλλευση της ξυλείας με αποτέλεσμα η πυκνότητα τους να έχει σημαντικά μειωθεί. Ωστόσο διατηρούνται τα δάση της Ρούβας, στο όρος Ίδη και το δάσος Σελακάνο, στη Δίκτη. Σίγουρα όμως, το πιο όμορφο δάσος του νησιού είναι το περίφημο φοινικόδασος του Βάι, όπου τα φοινικόδεντρα φτάνουν μέχρι τη παραλία προσδίνοντας στο τοπίο μια μοναδική φυσική ομορφιά. Ανάμεσα στους ορεινούς όγκους της Κρήτης σχηματίζονται πολλά οροπέδια. Κάποια από αυτά συγκεντρώνουν μεγάλες ποσότητες νερού και καλλιεργούνται συστηματικά για την παραγωγή κηπευτικών και οπωροφόρων, ενώ κάποια άλλα χρησιμοποιούνται για βοσκές. Ανάμεσά τους, ξεχωρίζει το καταπράσινο οροπέδιο του Λασιθίου, στο όρος Δίκτη σε υψόμετρο 900 μ., το οροπέδιο του Ομαλού, στα Λευκά Όρη σε ύψος 700 μ., το οροπέδιο Ασκύφου και η Νίδα στο Ψηλορείτη με υψόμετρο 1.400 μ.

Μια από τις πιο χαρακτηριστικές φυσικές ομορφιές του Κρητικού τοπίου αποτελούν τα περίφημα κρητικά φαράγγια, που ξεκινούν από τους ορεινούς όγκους του νησιού και καταλήγουν στη θάλασσα. Στα καταπράσινα φαράγγια διατηρείται μεγάλη ποικιλία από σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας που προστατεύονται με αυστηρούς κανόνες, καθώς είναι μοναδικά για όλη την Ελλάδα. Ανάμεσά τους ξεχωρίζουν σπάνια είδη από κυπαρίσσια, πεύκα, πλατάνια και αγριολούλουδα. Το πιο

γνωστό και αξιόλογο φαράγγι της Κρήτης είναι το περίφημο φαράγγι της Σαμαριάς, που εντυπωσιάζει τον επισκέπτη με το μέγεθος και την μοναδική του ομορφιά, ενώ στις πλαγιές του μπορεί κανείς να δει το περίφημο κρι-κρι, ένα μοναδικό στην Ελλάδα είδος αίγαγρου. Άλλα σημαντικά φαράγγια του νησιού είναι το Κουρταλιώτικο φαράγγι, το φαράγγι του Νίμπρου και το Τοπολιανό.

Λόγω του μικρού της πλάτους της η Κρήτη έχει λίγα ποτάμια, που ξεκινούν από τους ορεινούς όγκους του νησιού στο κεντρικό του κομμάτι και καταλήγουν στο Λιβυκό και το Κρητικό Πέλαγος. Κυριότεροι ποταμοί της Κρήτης είναι ο Αναποδιάρης, ο Γεροπόταμος, ο Πλατύς, ο Κουρταλιώτης, ο Καρτερός, ο Μυλοπόταμος και ο Ταυρονίτης. Στην Κρήτη υπάρχουν τρεις μικρές λίμνες. Η μεγαλύτερη είναι του Κουρνά, η δεύτερη είναι αυτή που βρίσκεται μέσα στην πόλη του Αγίου Νικολάου και η Τρίτη στην επαρχία Κισσάμου. Οι ακτές της Κρήτης είναι πολυσχιδείς, με μικρούς και μεγάλους όρμους. Ξεχωρίζουν τέσσερις μεγάλες χερσόνησοι : της Γραμπύσας, της Ροδωπού, το Ακρωτήρι και της Σητείας. Κατά μήκος των ακτών σχηματίζονται οι κόλποι : Κισσάμου, Χανίων, Ηρακλείου και Μιραμπέλλου. Το νησί έχει τρεις σημαντικούς αερολιμένες, τον αερολιμένα Νίκος Καζαντζάκης στο Ηράκλειο, τον αερολιμένα Δασκαλογιάννης στα Χανιά και ένα νέο αερολιμένα στη Σητεία.

3.1.1 Κλίμα

Το κλίμα της Κρήτης είναι σε γενικές γραμμές ήπιο και υγιεινό και χαρακτηρίζεται ως εύκρατο μεσογειακό. Το καλοκαίρι είναι ζεστό και ξηρό με ελάχιστες νεφώσεις και μεγάλη ηλιοφάνεια, ενώ ο χειμώνας είναι ήπιος. Ωστόσο σε ορισμένες ορεινές περιοχές ο χειμώνας είναι κρύος και μπορεί να σημειωθούν χιονοπτώσεις, ενώ η θερμοκρασία δεν αποκλείεται να φτάσει σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

3.1.2 Αρχιτεκτονική

Η πολυτάραχη ιστορία της Κρήτης και η συνεχής εναλλαγή κατακτητών επηρέασε αποφασιστικά την αρχιτεκτονική των πόλεων και των χωριών της, όπου διατηρούνται πολλά στοιχεία από την περίοδο της Αραβοκρατίας, της Ενετοκρατίας και της Τουρκοκρατίας συνδεδεμένα αρμονικά με την ντόπια αρχιτεκτονική παράδοση. Βενετσιάνικα κάστρα και εντυπωσιακά δημόσια κτίρια της Ενετοκρατίας, πύργοι πλούσιων φεουδαρχών και ευγενών, αναγεννησιακά μοναστήρια και βυζαντινές εκκλησίες, τούρκικα τζαμιά βρίσκονται, μεταξύ άλλων, διάσπαρτα σε όλο το νησί. Στους ορεινούς οικισμούς της Κρήτης τα σπίτια χτίζονται αμφιθεατρικά, γύρω από την εκκλησία και την κεντρική πλατεία του χωριού, κοντά το ένα στο άλλο, για να σχηματίζεται οχυρό προστασίας από τις πειρατικές επιδρομές. Από τον 19ο αι. και μετά, όταν περιορίστηκε ο πειρατικός κίνδυνος, άρχισαν να χτίζονται και οι πρώτοι παραλιακοί οικισμοί, που σήμερα έχουν σημαντικά αυξηθεί λόγω της ανάπτυξης του τουρισμού. Τα παραδοσιακά σπίτια των αστικών κέντρων αποτελούνται από το ισόγειο "κατώγι", που χρησιμοποιείται για την αποθήκευση των αγαθών, τον πρώτο όροφο ή "μετζάο" που λειτουργεί σαν επαγγελματικός χώρος και το "άνωγι", όπου μένει η οικογένεια. Το αγροτικό σπίτι, αντίθετα, είναι πιο απλό ως προς την κατασκευή του. Προσαρμοσμένο στις ανάγκες της αγροτικής ζωής είναι λιτό και άνετο με όμορφους περιποιημένους κήπους και αυλές. Χαρακτηριστικό της κρητικής αρχιτεκτονικής είναι το περίφημο "καμαρόσπιτο" με μια καμάρα να το χωρίζει σε δυο ξεχωριστά δωμάτια. Αυτός ο τύπος του σπιτιού, με προσθήκες από καινούργια δωμάτια, αυλές και αποθήκες, είναι κυρίαρχος στη κρητική ύπαιθρο.

3.1.3 Μυθολογία

Είναι γνωστή η σχέση της Ελλάδας με την μυθολογία. Έτσι και η Κρήτη έχει μια ιδιαίτερη σχέση αφού σύμφωνα με τον μύθο είναι ο τόπος που γεννήθηκε ο Δίας. Ο βασιλιάς ουρανού και γης Κρόνος φοβούμενος ότι θα χάσει τον θρόνο, κατάπινε τα παιδιά του. Γι' αυτό τον λόγο η γυναίκα του Ρέα κατέφυγε στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο Δικταίο Άνδρο για να γεννήσει το παιδί της κρυφά και στην συνέχεια έκρυψε το παιδί στο Ιδαίο Άνδρο. Έτσι γεννήθηκε και ανατράφηκε ο Δίας που ονομάστηκε Κρηταγενής Δίας, όπου στην συνέχεια πήρε τον θρόνο από τον πατέρα του και έγινε ο βασιλιάς των θεών. Κάποια από τα ονόματα της Κρήτης κατά την μυθολογία είναι : Αερία, για το εύκρατο κλίμα της. Δολιχή, από το στενόμακρο σχήμα της. Ιδαίο, από το όνομα της νύμφης Ιδαίας ή από το όνομα του Ψηλορείτη Ίδη. Κουρήτης, ως χώρα των Κουρητών. Μακαρόνησος, ως χώρα ευτυχισμένων ανθρώπων.

Τελχινία, από τους δαίμονες της μεταλλουργίας Τελχίνες αφού οι κάτοικοι ήταν άριστοι στην τέχνη του μετάλλου. Το όνομα Κρήτη οφείλεται στην νύμφη Κρήτη ή στον γιο του Δία και πανάρχαιο βασιλιά του νησιού Κρήτα, από τον Όμηρο Ένα άλλο στοιχείο της μυθολογίας που μπλέκεται με την πραγματικότητα είναι ο Μίνωας, όπου σύμφωνα με την μυθολογία είναι γιος του Δία. Ο Δίας ερωτεύθηκε την κόρη του βασιλιά Φοινίκης Αγήνορα, Ευρώπη. Για να την πλησιάσει μεταμορφώθηκε σε λευκό ταύρο και με την γοητεία του σαγήνεψε την Ευρώπη που έκατσε πάνω του. Τότε ο Δίας την απήγαγε και την πήγε στην Κρήτη όπου έκανε τον γάμο κάτω από ένα πλάτανο στην Γόρτυνα.

Από τον γάμο αυτό γεννήθηκαν οι Μίνωας, Ραδάμανθς και Σαρπηδόνας. Ο Μίνωας έγινε βασιλιάς την Κνωσού όπου κάθε εννιά χρόνια μιλούσε με τον πατέρα του Δία για νέους νόμους. Από αυτό το σημείο και έπειτα ο μύθος μπλέκεται με τα ιστορικά στοιχεία. Ο βασιλιάς Μίνωας ζούσε στο ανάκτορο της Κνωσού και ήταν άρχοντας όλης της Κρήτης. Ήταν ακόμα διοικητής, αρχηγός στρατού, δικαστής και αρχιερέας. Πολλοί βασιλιάδες του νησιού είχαν το όνομά του όπου σήμαινε τίτλο όπως οι Φαραώ στην Αίγυπτο. Ο γιος του Ανδρόγεως δολοφονήθηκε στην Αθήνα και έτσι ύστερα από πολιορκία ο Μίνωας επέβαλε στους Αθηναίους κεφαλικό φόρο. Έπρεπε δηλαδή η Αθήνα να στέλνει επτά νέες και επτά νέους για τον Μινώταυρο.

Ο Μινώταυρος ήταν ένα τέρας που ήταν μισός άνθρωπος και μισός ταύρος, ενώ ζούσε μέσα σε έναν λαβύρινθο. Η πραγματικότητα είναι ότι πολλοί νέοι αθλητές σκοτώνονταν κατά την διάρκεια ενός αγωνίσματος με ταύρους που γινόταν στην Κνωσό. Ο λαβύρινθος ήταν το παλάτι της Κνωσού που η αναπτυγμένη αρχιτεκτονική το είχε κάνει τόσο πολύπλοκο που έμοιαζε με λαβύρινθο. Ο θάνατος του Μινώταυρου προήλθε από τον Θησέα, γιο του βασιλιά της Αθήνας Αιγέα. Η κόρη του Μίνωα Αριάδνη ερωτεύτηκε τον Θησέα και προμηθεύοντάς τον με ένα σπάγκο (μίτος της Αριάδνης) τον βοήθησε να θανατώσει τον Μινώταυρο και να μπορέσει να βγει από τον λαβύρινθο.

Ο Δαίδαλος ήταν αυτός που κατασκεύασε τα ανάκτορα και ο Μίνωας τον φυλάκισε για να μην μπορεί να κατασκευάσει άλλο τέτοιο αριστούργημα. Ο πολυμήχανος και εφευρέτης Δαίδαλος κατασκεύασε από κερί φτερά και μαζί με τον γιο του Ίκαρο κατάφεραν να πετάξουν και να φύγουν από το νησί. Ο Ίκαρος όμως από την χαρά του που πέταγε πήγε πολύ ψηλά και κοντά στον ήλιο όπου η ζέστη έλιωσε τα φτερά του και έπεσε. Στην συνέχεια ο Δαίδαλος κατέφυγε στην Σικελία κοντά στον βασιλιά του Καμικίου Κώκαλο.

Ο Μίνωας άρχισε να ψάχνει τον Δαίδαλο και όταν έφτασε στην Σικελία ζήτησε από τον βασιλιά Κώκαλο να του βρει έναν τεχνίτη που να μπορεί να περάσει μια κλωστή από ένα κοχύλι που κρατούσε. Ο βασιλιάς Κώκαλος έδωσε το κοχύλι στον Δαίδαλο όπου πέρασε την κλωστή. Ο Μίνωας κατάλαβε όμως ότι μόνο ο Δαίδαλος ήταν ικανός για κάτι τέτοιο και ζήτησε να του παραδοθεί αμέσως. Ο Κώκαλος υποσχέθηκε ότι θα του παραδώσει τον Δαίδαλο, όμως ο βασιλιάς δολοφόνησε τον Μίνωα προσφέροντάς του ένα μάνιο όπου το νερό ήταν καυτό.

3.1.4 Πληθυσμός

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.

3.1.5 Απασχόληση

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 εργαζόταν στον πρωτογενή τομέα, το 12,5% στον δευτερογενή τομέα 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 στο δευτερογενή τομέα παρατηρείται σχετική κάμψη.

3.1.6 Επίπεδο εκπαίδευσης

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%).

3.1.7 Κάτοικοι και παραδοσιακά όργανα

Οι κάτοικοι της Κρήτης είναι γνωστοί για τον ιδιόμορφο χαρακτήρα τους. Αγαπούν τους ξένους, είναι άνθρωποι ευχάριστοι, πρόσχαροι και φιλόξενοι. Όπως μαρτυρά και η ένδοξη πολυτάραχη ιστορία τους, διακατέχονται από μια έντονη επιθυμία για ελευθερία και ανεξαρτησία που αντανακλάται σε όλες τις εκδηλώσεις της καθημερινής τους ζωής. Ο έντονος χαρακτήρας τους σε συνδυασμό με τους στενούς συγγενικούς δεσμούς, που διατηρούν αναλλοίωτους, τους οδηγεί πολλές φορές σε υπερβολικές ίσως εκδηλώσεις με αποκορύφωμα τη περίφημη "βεντέτα", όπου η αντιδικία μεταξύ διαφορετικών οικογενειών μπορεί να μεταφερθεί από γενιά σε γενιά σφραγίζοντας με μίσος τις μεταξύ τους σχέσεις. Οι κρητικοί διατηρούν τα

τοπικά έθιμα και τις παραδόσεις τους και πολλοί από αυτούς φορούν ακόμα τις παραδοσιακές ενδυμασίες, τραγουδούν παραδοσιακά κρητικά τραγούδια και χορεύουν λεβέντικους τοπικούς χορούς. Χαρακτηριστικό όργανο της κρητικής μουσικής παράδοσης, αντιπροσωπευτικό της Κρήτης, είναι η λύρα. Πρόκειται για έγχορδο όργανο με τρεις χορδές που πάλλονται με τη βοήθεια ενός μικρού κυρτού δοξαριού, παρόμοιου με αυτού του βιολιού. Ο κρητικός λυράρης, τις περισσότερες φορές αυτοδίδαχτος, αυτοσχεδιάζει και τραγουδάει τις κρητικές μαντινάδες, προσαρμόζοντας κάθε φορά τους στίχους στις ανάγκες των περιστάσεων. Η κρητική λύρα συνοδεύεται από το γνωστό λαγούτο. Είναι και αυτό έγχορδο όργανο με οχτώ όμως χορδές και παίζεται με πένα ή με τα δάχτυλα. Άλλα μουσικά παραδοσιακά όργανα ήταν το "ούτι", η "ασκομπαντούρα", που θυμίζει τη σκοτσέζικη γκάιντα και το "χαμπόλι", ένα πνευστό των βοσκών, που παίζεται μόνο του ή ενσωματώνεται στην ασκομπαντούρα. Τα όργανα αυτά μεταφέρονται από γενιά σε γενιά και ο κρητικός λαϊκός μουσικός μαθαίνει από τους μεγαλύτερους του τη τεχνική της κατασκευής τους και τη τέχνη να παίζει μουσική, που συνοδεύει κάθε εκδήλωση της καθημερινής ζωής.

3.1.8 Οικονομία

Η οικονομία της Κρήτης, η οποία βασιζόταν κυρίως στη γεωργία, άρχισε να αλλάζει ορατά κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70. Ενώ υπάρχει ακόμα μια έμφαση στην γεωργία και την κτηνοτροφία, λόγω του κλίματος και της έκτασης του νησιού, υπάρχει μια πτώση στις κατασκευές και μια μεγάλη αύξηση στην παροχή υπηρεσιών (κυρίως σχετική με τον τουρισμό). Και οι τρεις τομείς της κρητικής οικονομίας (γεωργία, επεξεργασία-συσκευασία, υπηρεσίες), συνδέονται άμεσα και είναι αλληλοεξαρτώμενοι. Η Κρήτη έχει ένα μέσο κατά κεφαλήν εισόδημα που είναι κοντά στο 100% του ελληνικού μέσου όρου και η ανεργία κυμαίνεται περίπου στο 4%.

3.2 Τουρισμός

Η Κρήτη είναι ένας από τους δημοφιλέστερους προορισμούς διακοπών στην Ελλάδα. 15% όλων των αφίξεων στην Ελλάδα έρχονται μέσω της πόλης του Ηρακλείου (λιμένας και αερολιμένας), ενώ οι ναυλωμένες πτήσεις στο Ηράκλειο ήταν πέρυσι 20% του συνόλου των πτήσεων ναύλωσης στην Ελλάδα. Στο σύνολο, περισσότερα από δύο εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Κρήτη πέρυσι. Αυτή η αύξηση στον τουρισμό απεικονίζεται στον αριθμό κλινών των ξενοδοχείων, ο οποίος αυξήθηκε στην Κρήτη κατά 53% από το 1986 ως το 1991 ενώ στο υπόλοιπο της Ελλάδας η αύξηση ήταν 25%. Σήμερα η υποδομή τουρισμού στην Κρήτη ικανοποιεί όλες τις προτιμήσεις. Υπάρχει στέγαση κάθε πιθανής κατηγορίας, από μεγάλα ξενοδοχεία πολυτέλειας με όλες τις εγκαταστάσεις (πισίνες εγκαταστάσεις αθλητισμού και αναψυχής κ.λπ...), μικρότερα ιδιόκτητα οικογένεια διαμερίσματα, μέχρι εγκαταστάσεις κατασκήνωσης. Οι επισκέπτες μπορούν να φθάσουν στο νησί μέσω δύο διεθνών αερολιμένων σε Ηράκλειο και Χανιά ή με τη πλοίο στους λιμένες Ηρακλείου, Χανίων, Ρεθύμνου και Αγίου Νικολάου.

3.2.1 Τουριστικές υποδομές της Κρήτης

Από το νομό Χανίων ξεκινά ο οδικός άξονας που διατρέχει το βόρειο τμήμα της Κρήτης μέχρι το νομό Λασιθίου. Επίσης ο νομός διαθέτει οδικό δίκτυο που καταλήγει στις νότιες περιοχές του.

Έχει καθημερινή ακτοπλοϊκή σύνδεση με τον Πειραιά από το λιμάνι της Σούδας. Το λιμάνι της Σούδας είναι από τα μεγαλύτερα της χώρας και δέχεται κρουαζιερόπλοια. Επίσης για την εξυπηρέτηση σκαφών αναγυχής υπάρχουν μικρότερα λιμάνια στην Κίσσαμο, στην Παλαιόχωρα, στη Χώρα Σφακίων και στα Χανιά.

Η επιβατική κίνηση του νομού εξυπηρετείται και από τον «Κρατικό Αερολιμένα Χανίων Κ. Δασκαλογιάννης», ο οποίος δέχεται και πτήσεις charter.

Στο νομό υπάρχουν τουριστικά καταλύματα όλων των ειδών και κατηγοριών (ξενοδοχεία, ξενώνες, ενοικιαζόμενα δωμάτια και καταλύματα, campings) για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών.

Η πόλη του Ρεθύμνου βρίσκεται στον κύριο οδικό άξονα που συνδέει την ανατολική με τη δυτική Κρήτη. Επίσης το Ρέθυμνο είναι η αφετηρία του οδικού δικτύου που καταλήγει στις νότιες περιοχές στο Λιβικό πέλαγος.

Ο νομός συνδέεται ακτοπλοϊκά σε καθημερινή βάση με τον Πειραιά από το λιμάνι του Ρεθύμνου. Η ξενοδοχειακή υποδομή του νομού συγκεντρώνεται κυρίως στη βόρεια ακτογραμμή. Εκτός όμως από τις κλασικές ξενοδοχειακές μονάδες, και τα συνήθη τουριστικά καταλύματα και τα campings, σε όλο το νομό Ρεθύμνου υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός από αγροτουριστικά καταλύματα που εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν της περιοχής.

Ο νομός διαθέτει πολύ καλή τουριστική υποδομή. Το λιμάνι του Ηρακλείου αποτελεί σημαντικό επιβατικό σταθμό. Υπάρχει καθημερινή ακτοπλοϊκή σύνδεση με τον Πειραιά και τους θερινούς μήνες με άλλα λιμάνια της χώρας με υπερσύγχρονα επιβατηγά πλοία που μειώνουν το χρόνο ταξιδιού. Στο λιμάνι λειτουργεί σύγχρονος σταθμός υποδοχής επιβατών κρουαζιερόπλοιων. Επίσης κατασκευάζεται μαρίνα με δυνατότητα ελλιμενισμού 72 σκαφών.

Ο νομός Ηρακλείου έχει τακτική αεροπορική σύνδεση με την Αθήνα και άλλες πόλεις της Ελλάδας αλλά και με ευρωπαϊκές πόλεις. Ο Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου «Ν. Καζαντζάκης» είναι το δεύτερο σε μέγεθος διεθνές αεροδρόμιο της χώρας και το πρώτο σε ναυλωμένες πτήσεις charter.

Το οδικό δίκτυο είναι ικανοποιητικό. Η εθνική οδός συνδέει την πόλη με τις υπόλοιπες τρεις πόλεις – πρωτεύουσες των νομών της Κρήτης. Αρκετά ικανοποιητικό είναι και το επαρχιακό οδικό δίκτυο.

Για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών σε όλο το νομό λειτουργούν ξενοδοχειακές μονάδες, τουριστικά καταλύματα όλων των τύπων και κατηγοριών και campings. Η τουριστική ζώνη στα βόρεια παράλια συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό των κλινών του νομού με ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών (π.χ. Λιμένας Χερσονήσου).

Στις υποδομές του νομού έχουν προστεθεί τελευταία σημαντικές εγκαταστάσεις για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού, (π.χ. η κατασκευή και λειτουργία ενός κέντρου διακοπών για άτομα που χρήζουν αιμοκάθαρσης στην Καλέσσα της θαλασσοθεραπείας), με την δημιουργία σημαντικών μονάδων και για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, π.χ. η διοργάνωση του αγώνα Μινώα Κέλευθος (διάσχιση ορεινής Κρήτης από το δυτικό προς το ανατολικό άκρο), ο ποδηλατικός γύρος της Κρήτης, ο Μαραθώνιος «Βαρδινογιάννεις» κ.α.

Η πόλη του Αγίου Νικολάου θεωρείται σήμερα η πιο ανεπτυγμένη τουριστικά περιοχή του νομού. Η Ελούντα, σε απόσταση 11 χλμ., είναι τουριστικός προορισμός για σημαντικές προσωπικότητες της παγκόσμιας οικονομικής, κοινωνικής και πολιτικής ζωής. Η περιοχή διακρίνεται για τις υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακές και τουριστικές υποδομές της.

Η άρτια ξενοδοχειακή υποδομή σε συνδυασμό με την ελκυστικότητα του φυσικού τοπίου (ορεινού και παράκτιου) και την πολιτιστική κληρονομιά αποτελούν παράγοντες που ενισχύουν την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Η λιμενική υποδομή του νομού εξυπηρετεί την ακτοπλοϊκή σύνδεση με τον Πειραιά και τα Δωδεκάνησα και την τουριστική κίνηση των κρουαζιερόπλοιων.

Επίσης στον Άγιο Νικόλαο λειτουργεί μαρίνα με δυνατότητα ελλιμενισμού 250 σκαφών αναψυχής.

Η επιβατική κίνηση του νομού εξυπηρετείται από το Δημοτικό Αεροδρόμιο της Σητείας. Στο Άγιο Νικόλαο καταλήγει ο κύριος οδικός άξονας της Κρήτης που συνδέει τις πρωτεύουσες των τεσσάρων νομών της Κρήτης (Μοίρα, 2005)."

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ - 2003								
ΝΟΜΟΣ		ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	ΣΥΝΟΛΟ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	11	103	94	206	39	20	473
	ΔΩΜΑΤΙΑ	3.399	12.017	5.624	6.373	884	416	28.713
	ΚΛΙΝΕΣ	6.824	22.705	10.833	11.951	1.689	807	54.809
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	9	39	41	119	24	13	245
	ΔΩΜΑΤΙΑ	1.540	3.503	1.978	3.411	342	109	10.881
	ΚΛΙΝΕΣ	2.904	6.809	3.788	6.200	615	212	20.508
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	ΜΟΝΑΔΕΣ	1	24	67	148	18	2	260
	ΔΩΜΑΤΙΑ	151	4.239	4.300	4.476	360	16	13.542
	ΚΛΙΝΕΣ	318	8.010	8.134	8.192	651	38	25.343
ΧΑΝΙΩΝ	ΜΟΝΑΔΕΣ	0	22	88	255	24	14	403
	ΔΩΜΑΤΙΑ	0	1.495	3.534	7.638	413	195	13.275
	ΚΛΙΝΕΣ	0	2.859	6.513	13.630	724	400	24.126
ΣΥΝΟΛΟ	ΜΟΝΑΔΕΣ	21	188	290	728	105	49	1.381
	ΔΩΜΑΤΙΑ	5.090	21.254	15.434	21.898	1.999	736	66.411
	ΚΛΙΝΕΣ	10.046	40.383	29.246	39.973	3.679	1.457	124.784

Πηγή: ΣΕΤΕ

3.2.2 Η εξέλιξη του τουρισμού στην Κρήτη

Δεν είναι τυχαίο ότι από την Κρήτη ξεκίνησε η πρώτη μεταπολεμική μορφή του τουρισμού σε όλη την Ελλάδα, όταν το 1964 κατασκευάστηκε στον Άγιο Νικόλαο Λασιθίου το πρώτο ξενοδοχειακό συγκρότημα. Επίσης δεν είναι τυχαίο ότι η Κρήτη εξακολουθεί να καταλαμβάνει μια από τις υψηλότερες 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, λόφοι, βουνά, οροπέδια, φαράγγια, χείμαρροι,

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 τουριστών, βοηθώντας τους να εξουδετερώσουν την ένταση του σύγχρονου τρόπου ζωής.

Οι παράγοντες αυτοί επέδρασαν στην ιδιαίτερη αύξηση του τουρισμού, με αποτέλεσμα ο τουρισμός να αποτελεί πλέον μια από τις βασικότερες δραστηριότητες του νησιού. Η τουριστική ζήτηση εκτινάχτηκε από 8.500 επισκέπτες το 1950 σε 1,9 εκ. επισκέπτες το 1997.

Τη συγκεκριμένη χρονιά το ποσοστό των αφίξεων στο Ηράκλειο έφτασε το 50,3%, στα Χανιά το 16,9%, το ίδιο ποσοστό στο Ρέθυμνο και στο Λασιθί το 15,9%.

Όσον αφορά τον τόπο καταγωγής των τουριστών, το 99% των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη προέρχονται από την Ευρώπη. Ο επόμενος πίνακας παρουσιάζει την αναλογία των τουριστών ανά χώρα προέλευσης.

3.2.3 Ποσοστιαία αναλογία τουριστών ανά χώρα προέλευσης

Χώρα Προέλευσης	Ποσοστό (%)
Γερμανία	31%
Σκανδιναβία	20%
Μεγάλη Βρετανία	14%
Ολλανδία	7,5%
Γαλλία	6%
Ανατολική Ευρώπη	5%
Αυστρία	4,5%
Ελβετία	4%
Βέλγιο/Λουξεμβούργο	4%
Ιταλία	2,5%
Λοιπές Χώρες	2,5%
Σύνολο	100%

Πηγή: Ομοσπονδία Ξενοδόχων Κρήτης, 1996

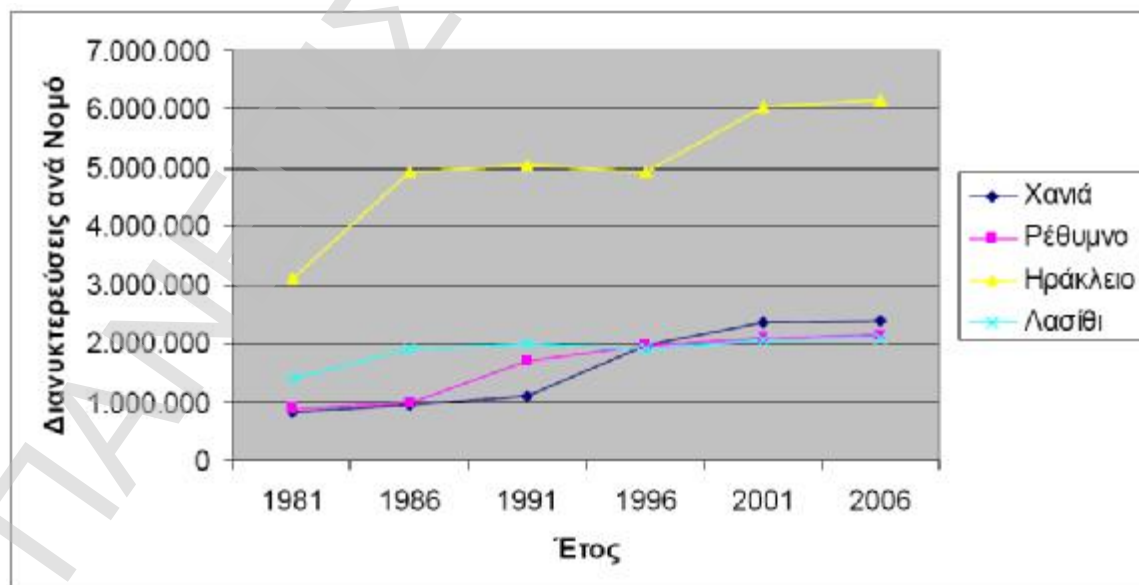
Ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών προέρχεται από την Γερμανία και τη Σκανδιναβία. Ετησίως, η τουριστική περίοδος διαρκεί από το Μάρτιο έως το Νοέμβριο, με τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο να αποτελούν τους μήνες αιχμής.

3.2.4 Δείκτες τουριστικής ανάπτυξης

Για την μελέτη της τουριστικής ανάπτυξης εξετάζονται δύο δείκτες:

- Δείκτης συνολικών διανυκτερεύσεων και
- Δείκτης ξενοδοχειακού δυναμικού και ενοικιαζόμενων δωματίων

3.2.5 Συνολικές διανυκτερεύσεις κατά νομό

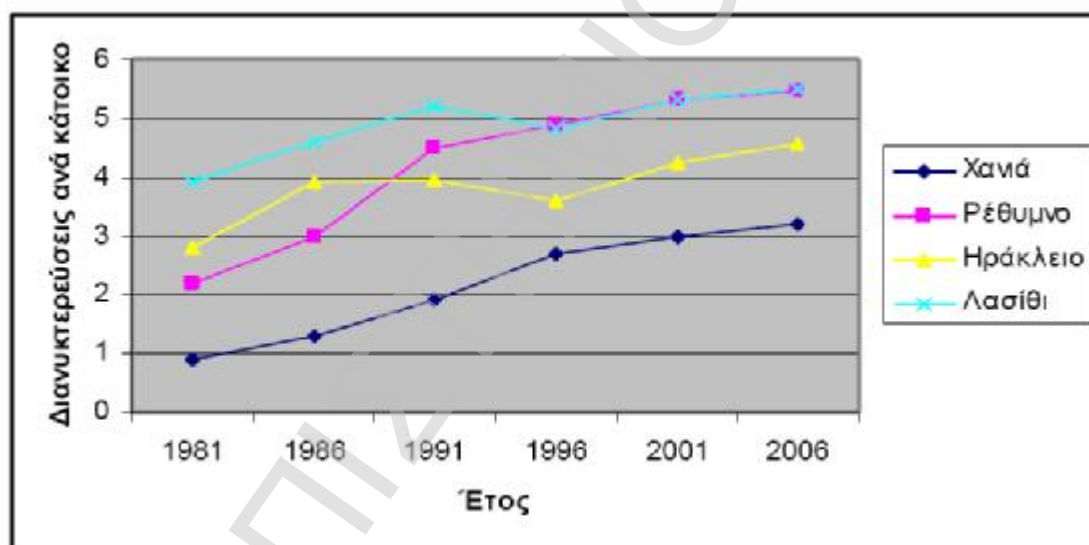


Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Κατά τη περίοδο 1981- 2006 παρατηρήθηκε, ιδιαίτερη αυξητική τάση του δείκτη διανυκτερεύσεων και στους τέσσερις νομούς της Κρήτης, γεγονός που επιβεβαιώνει την αλματώδη αύξηση του τουριστικού τομέα στο νησί. Η πλειοψηφία των τουριστών κατευθύνεται στο νομό Ηρακλείου με το ποσοστό των διανυκτερεύσεων για το έτος 2001 να φτάνει το 48,5%, ακολουθεί ο νομός Χανίων με 18,2%, ο νομός Ρεθύμνης με 17,3% και ο νομός Λασιθίου με 16,0%. Ενώ κατά την περίοδο της τελευταίας πενταετίας έως και το 2006, διαφαίνεται μια μικρού μεγέθους αύξηση των ποσοστών, με μόνη εξαίρεση του νομού Ηρακλείου, όπου οι διανυκτερεύσεις έχουν μια μικρή αλλά σταθερή ανοδική τάση με το ποσοστό διανυκτερεύσεων να φτάνει 50,3%. Το γεγονός αυτό οφείλεται εκτός των άλλων παραγόντων που έχουν διατυπωθεί και περιγραφεί, και στην αύξηση των έργων υποδομής και εγκαταστάσεων του νησιού καθώς και στη δημιουργία σύγχρονων οδικών δικτύων.

Παρότι ο Νομός Ηρακλείου υποδέχεται το μεγαλύτερο αριθμό τουριστών, φαινόμενο δικαιολογημένο χάρη στο πλούσιο πολιτιστικό προϊόν που παρέχει (Κνωσός, Φαιστός), η μεγαλύτερη αυξητική τάση παρουσιάζεται στο νομό Χανίων. Συγκεκριμένα, ο Νομός Χανίων παρουσίασε εντυπωσιακή αύξηση (με αύξοντα ρυθμό) 36,5% κατά τα έτη 1981-2006 στις διανυκτερεύσεις. Από την άλλη, ο νομός Λασιθίου παρουσιάζει την μικρότερη αύξηση (με φθίνοντα ρυθμό), συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, με 47%.

3.2.6 Διανυκτερεύσεις ανά κάτοικο



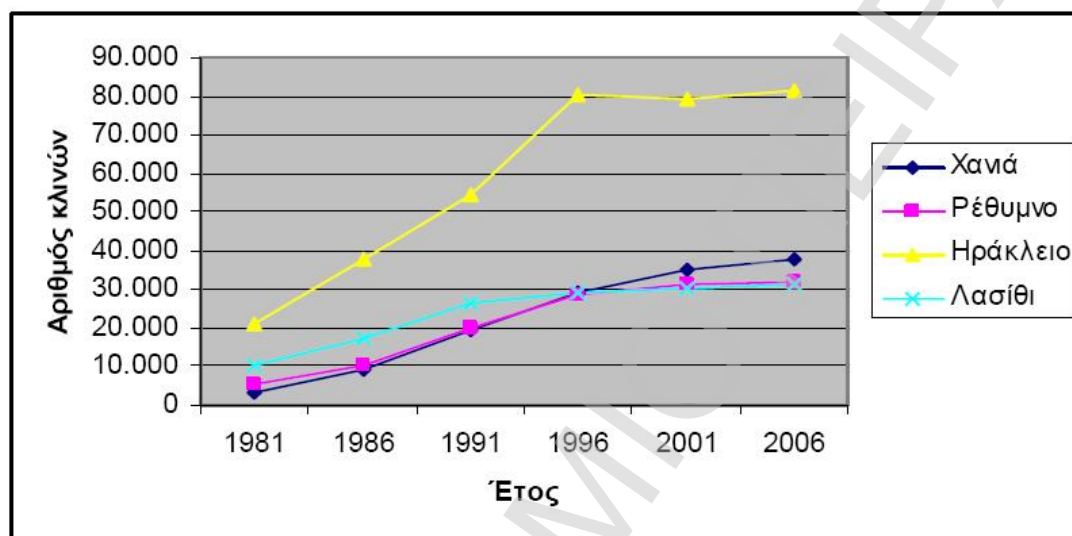
Πηγή: Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού

Από το διάγραμμα 2 καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η αύξηση της τουριστικής ζήτησης είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την αύξηση του πληθυσμού. Συνεπώς ο τουρισμός έχει μια συνεχώς αυξανόμενη επίδραση στην τοπική κοινωνία εφόσον η αναλογία τουριστών/ μόνιμων κατοίκων συνεχώς αυξάνεται. Με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ για το 2001 εκτιμάται ότι κατά το μήνα Αύγουστο η μέση ημερήσια αναλογία τουριστών/ μόνιμων κατοίκων συνεχώς αυξάνεται, αφού με βάση την ημερήσια αναλογία τουριστών/ μόνιμων κατοίκων ήταν 13,19% για το Ηράκλειο 16,59% για το Λασιθί 16,81% για το Ρέθυμνο και 9,56% για τα Χανιά.

3.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό και ενοικιαζόμενα δωμάτια

Ο δεύτερος δείκτης που εξετάστηκε αφορά το ξενοδοχειακό δυναμικό καθώς και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια που διαθέτει κάθε νομός γιατί ταυτόχρονα με την αύξηση της τουριστικής ζήτησης είναι λογικό να αναπτύσσεται και ο κλάδος των τουριστικών επιχειρήσεων. Το μέγεθος που εξετάζουμε είναι ο συνολικός αριθμός κλινών. Στην Κρήτη έγιναν πολλές επενδύσεις σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Η διακύμανση του δείκτη παρουσιάζεται στο διάγραμμα που ακολουθεί

3.3.1 Υποδομές φιλοξενίας



Πηγή: Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού

Παρατηρείται εντυπωσιακή, ίσως και υπερβολική αύξηση του αριθμού των κλινών που διαθέτει κάθε νομός. Ένα σημείο που πρέπει να προσέξουμε είναι ότι ενώ στο Ν. Χανίων και Ρεθύμνης η αύξηση είναι συνεχής, στο Ν. Λασιθίου υπάρχει στασιμότητα τη περίοδο 1996- 2001 ενώ κατά την ίδια περίοδο στο Ν. Ηρακλείου εμφανίζεται μείωση του συνολικού δυναμικού. Το φαινόμενο αυτό εξηγείται αν εξηγήσουμε το διάγραμμα συγκριτικά με την εξέλιξη του δείκτη των διανυκτερεύσεων. Το γεγονός ότι κατά την περίοδο 91-96 παρουσιάστηκε μείωση των διανυκτερεύσεων στο Ν. Ηρακλείου και ταυτόχρονα η μεγαλύτερη αύξηση του συνολικού δυναμικού (ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια) προφανώς δημιούργησε υπερπροσφορά κλινών σε σχέση με τη ζήτηση. Η κατάσταση αυτή ανάγκασε τους υπεύθυνους για την τουριστική ανάπτυξη στο Ν. Ηρακλείου να παύσουν για λίγο την, μέχρι το 1996, συνεχόμενη αύξηση των υποδομών. Το ίδιο φαινόμενο παρουσιάστηκε κατά την ίδια περίοδο στο Ν. Λασιθίου.

Η προσεκτική εξέταση της διακύμανσης των δύο δεικτών μπορεί να δώσει χρήσιμα συμπεράσματα για την τουριστική ανάπτυξη στην Κρήτη. Πολλοί ξενοδόχοι και ιδιοκτήτες ενοικιαζόμενων δωματίων παραπονιούνται για την πτώση της πληρότητας στις επιχειρήσεις τους, αποδίδοντας την κατάσταση αυτή σε γενικότερη πτώση της τουριστικής ζήτησης. Η πραγματική αιτία για την πτώση της πληρότητας, είναι η αναντιστοιχία του αριθμού των κλινών σε σχέση με την αύξηση των διανυκτερεύσεων.

Η τελευταία πενταετία έως και το έτος 2006, χαρακτηρίζεται από μία σταθερή, μικρού μεγέθους αυξητική πορεία στις υποδομές φιλοξενίας των νομών Χανίων –

Ρεθύμνου-Λασιθίου, ενώ για το νομό Ηρακλείου παρατηρείται αύξηση μικρού μεγέθους.

Με βάση τις υποδομές και διανυκτερεύσεις, η πληρότητα στο νομό Ηρακλείου τα τελευταία έτη διατηρείται κατά μέσο όρο στο 82,7%. Στους υπόλοιπους νομούς υπάρχει ασταθή διακύμανση, με όχι πολύ σημαντική απόκλιση.

Η μικρή ανοδική πλέον τάση στο νομό Ηρακλείου οφείλεται επιπλέον και στη δημιουργία και επέκταση πολλών έργων και εγκαταστάσεων στο νομό καθώς και την πραγματοποίηση νέων οδικών δικτύων. Οπότε εκτός των άλλων παραγόντων συνεπάγεται ότι έχουμε αύξηση και του εσωτερικού τουρισμού διαφόρων κατηγοριών όπως του συνεδριακού, επαγγελματικού, εκπαιδευτικού κ.α.

Η πληρότητα για τους υπόλοιπους νομούς το έτος 2006 είναι 72,1% για το νομό Λασιθίου, 74,2% για το νομό Ρεθύμνης και τέλος 76,2% για το νομό Χανίων.

Στον παρακάτω πίνακα δίνεται ο ρυθμός αύξησης και των δύο δεικτών.

3.3.2 Ποσοστά αύξησης των συνολικών διανυκτερεύσεων και των αριθμών των κλινών

Αύξηση %	1981- 1986		1986- 1991		1991- 1996		1996- 2001		2001-2006	
	διανυκτ.	κλίνες	διανυκτ.	κλίνες	διανυκτ.	κλίνες	διανυκτ.	κλίνες	διανυκτ.	κλίνες
Ηράκλειο	49,96	62,23	6,27	52,36	-7,43	47,25	27,59	-2,96	30,67	2,5
Λασιθί	16,64	53,96	16,59	51,12	-11,68	16	21,66	1,4	22,35	1,46
Ρέθυμνο	45,85	68,4	44,96	102	18,73	37,97	17,75	17,82	18,03	21,13
Χανιά	58,67	160,28	40,66	124,87	59,78	48,54	28,24	22,36	28,98	23,09

Πηγή: EOT

3.4 Εθνογραφική περίληψη για την Κρήτη σε θέματα τουρισμού.

3.4.1 Παραδοσιακή Κρητική κουλτούρα.

Στο πρώτο μισό του 20ού αιώνα περισσότερο από 80% των κρητικών ζούσαν στις μικρές και συχνά απομονωμένες κοινότητες στις κοιλάδες και οροπέδια των δυνατών κρητικών βουνών (υψηλότερες περίπου 2,500m). Ο μεσογειακός αυτός πολιτισμός πατριαρχικός στη πλειοψηφία του και με κύρια ενασχόληση την γεωργία κυριαρχεί στα χωριά που η ζωή είναι ιδιαίτερα σκληρή. Η κοινωνική ζωή οργανώνεται γύρω από την εκτεταμένη οικογένεια και αναπτύσσεται σε ένα ιεραρχικό, πολύπλευρο σύστημα των προστασίας από τα δυνατότερα μέλη της οικογένειας. Οι κοινωνικές και τεχνικές καινοτομίες είναι σπάνιες. Η βαθιά αίσθηση «της τιμής» διαμορφώνει το στοιχείο της πολιτιστικής ιδεολογίας, με το οποίο άνδρες και γυναίκες, καθοδηγούνται από ιδιαίτερους κώδικες τιμής πολλές φορές εις βάρος των νόμων που όριζε το ελληνικό κράτος. Αυτή η αίσθηση «της τιμής» η οποία υπήρχε σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό στην Κρήτη οδηγούσε τους κατοίκους του νησιού να θέτουν σαν πρώτη προτεραιότητα τους να μην ντροπιαστούν από κανέναν και για τίποτα. Η καθημερινή ζωή ακόμα και σήμερα πηγάζει από τους κανόνες του ορθόδοξου χριστιανισμού και είναι από πολλές απόψεις εφάμιλλη πολιτιστικού συστήματος. Κάθε χωριό έχει τον Άγιο προστάτη του, ενώ ο τοπικός ιερέας καταλαμβάνει μια ισχυρή θέση στην κοινωνία, μαζί με μερικούς προνομιούχους και ιδιοκτήτες, υπεύθυνους για την ευημερία ολόκληρου του χωριού. Οι νόμοι του ελληνικού κράτους είναι ίσως γνωστοί αλλά σπάνια ισχύουν πλήρως. Το καφενείο είναι το

μικρό Κοινοβούλιο όπου τα μεγάλα και μικρά θέματα συζητούνται ευρέως από τα μαζεμένα άτομα κάθε βράδυ.

Η τοπική διάλεκτος της Κρήτης παρουσιάζει πολύ μεγάλο γλωσσολογικό ενδιαφέρον γιατί θεωρείται η μακροβιότερη στον Ελλαδικό χώρο. Ομιλείται εκτός από την Κρήτη στο χωριό Χαμιδέ της Συρίας και στα παράλια της Μικράς Ασίας όπου εγκαταστάθηκαν μουσουλμάνοι κρητικοί το 1923. Χαρακτηριστικά της είναι, μεταξύ άλλων, η διατήρηση αρχαϊσμών, καθώς και η αποφυγή ορισμένων συμφωνικών συμπλεγμάτων.

Χαρακτηριστικό είδος έκφρασης στην κρητική διάλεκτο αποτελεί η μαντινάδα. Οι Μαντινάδες είναι η πιο συνηθισμένη μορφή λαϊκού τραγουδιού και αποτελούν ποιητικό είδος διαδεδομένο σε ολόκληρη την Κρήτη. Ο όρος μαντινάδα προέρχεται από τη βενετσιάνικη λέξη *matinada* που μεταφράζεται «πρωινή καντάδα» και σημαίνει το ερωτικό τραγούδι που τραγουδιόταν τις πρωινές ώρες κάτω από το παράθυρο της αγαπημένης. Είναι δίστιχα τραγούδια που αποτελούνται από δεκαπεντασύλλαβους ομοιοκατάληκτους στίχους. Η σύνθεσή τους είναι πραγματικά αξιοθαύμαστη, αφού μέσα σε ένα αυτοσχέδιο δίστιχο κάθε μαντινάδα περικλείει ένα πλήρες νόημα. Τραγουδιούνται με ή χωρίς συνοδεία μουσικών οργάνων πάνω στις μελωδίες των παραδοσιακών κρητικών χορών. Οι περισσότερες μαντινάδες αναφέρονται στον έρωτα και την αγάπη.

Όλα αυτά υπογραμμίζουν την τοπική ανωτερότητα με μια ισχυρή ανάγκη για αυθεντικότητα, δημιουργώντας ταυτόχρονα μια θερμά πολιτιστική άρνηση οποιασδήποτε καινοτομίας.

Σε μια ευρύτερη έννοια, όλο αυτό οδηγεί σε μια μεγάλη παραγωγή εικόνων στα μάτια των ανθρώπων που δεν κατάγονται από την Κρήτη και αυτές οι εικόνες δεν είναι άλλες από τις εικόνες των παλικαριών (από την τουρκική λέξη: *palikar*, «μαχητής»). Βλέπουμε λοιπόν έναν πολιτισμό που ένας νεαρός άνδρας μεγαλώνει για να φθάσει στο ιδανικό «ενός αληθινού καπετάνιου», ενός απτόητου ατόμου με μια ισχυρή αίσθηση της τιμής και με βαθύτερο στόχο να επιτύχει τη πραγματική ελευθερία για αυτόν, την οικογένειά του, το χωριού του και «τη Κρήτη του».

Το ιστορικό πλαίσιο διαμορφώνεται από το μακροχρόνιο κρητικό αγώνα κατά της οθωμανικής κυριαρχίας του νησιού (1669-1898/1913). Οι Κρητικοί μετά την επιστροφή της Κρήτης από την ιδιοκτησία της Αιγύπτου στην Οθωμανική Αυτοκρατορία εξεγείρονταν συνεχώς με εθνικά, κοινωνικά και οικονομικά αιτήματα. Το 1841 ξέσπασε το Κίνημα του Χαιρέτη και το 1858 το Κίνημα του Μαυρογένη, με το οποίο οι Κρήτες πέτυχαν να κατέχουν ελεύθερα όπλα, να ασκούν τη λατρεία και να γίνεται σεβαστή η θρησκεία τους, καθώς και τη σύσταση Χριστιανικών δημογεροντιών που είχαν αρμοδιότητα σε θέματα παιδείας, κοινωνικής πρόνοιας, κληρονομικού και οικογενειακού δικαίου. Στις 3 Σεπτεμβρίου 1895 ξέσπασε νέα επανάσταση αλλά οι σφαγές των Οθωμανών δεν σταμάτησαν και στις 11 Μαΐου 1896 ο χριστιανικός πληθυσμός των Χανίων, ο οποίος αποτελούσε μειονότητα στην πόλη, υπέστη μεγάλη σφαγή, όπως και τον επόμενο χρόνο 1897, οπότε και πυρπολήθηκαν και τα κοινοτικά καταστήματα απέναντι από τον καθεδρικό ναό, που περιλάμβαναν το επισκοπικό μέγαρο και το παρθεναγωγείο. Ατελείωτες ιστορίες ανδρείας και αυτοθυσίας για το κρητικό ιδεώδες των κρητικών καπετάνιων και μαχητών ακούγονται ακόμα και σήμερα σε κάθε γωνία του νησιού. Όλη αυτή η έντονη παρουσία της παράδοσης, της υπερηφάνειας αλλά και της διαφορετικότητας είναι κάτι που συνάρπαζε συναρπάζει και θα συναρπάζει τον επισκέπτη στο νησί.

3.4.2 Η αργή ενσωμάτωση των ελληνικών εθνικών στερεοτύπων στον παραδοσιακό κόσμο της Κρήτης.

Μέχρι σήμερα η πλειοψηφία των κρητικών δεν έχει κανένα ενδιαφέρον για μια ανεξάρτητη Κρήτη, αν και είναι κατά πολύ το μεγαλύτερο ελληνικό νησί (μήκος: 260km πλάτος: 12km 56km). Οι κρητικοί αισθάνονται ακόμα περισσότερο Έλληνες από τους Έλληνες υποστηρίζοντας γενικά ότι είναι «οι γενναιότεροι Έλληνες». Μετά από μια μικρή χρονική περίοδο κάποιας αυτονομίας κάτω από τις ευρωπαϊκές δυνάμεις (1898) η Κρήτη είναι «ενωμένη» με την Ελλάδα από το 1913. Ο κρητικός πολιτικός Ελευθέριος Βενιζέλος είναι ο πρωταγωνιστής αυτής της ένωσης. Το αξιοπρόσεκτο βέβαια είναι ότι ο ελληνικός βασιλιάς για πολλούς κρητικούς δεν αντιπροσωπεύει το αληθινό σύμβολο εξουσίας όπως γινόταν με τους περισσότερους Έλληνες αλλά ο Βενιζέλος και βεβαίως ο πατριάρχης Κωνσταντινούπολης.

Από τη δεκαετία του '50 και μετά το έντονα κατευθυνόμενο ιεραρχικό ελληνικό κράτος, που προσδοκά τον ελληνικό τοπικισμό, ενισχύει επίσης τη δύναμή του στην Κρήτη. Στα καθημερινότητα βέβαια, η Αθήνα είναι ακόμα μακρινή. Αλλά στις πόλεις Χανιά και Ηράκλειο το εθνικό ελληνικό στερεότυπο κερδίζει έδαφος. Η ελληνική διάσταση αναφέρεται στο λαμπρό παρελθόν του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού. Ο αρχαίος ελληνικός πολιτισμός θεωρείται έπειτα ως «λίκνο του ευρωπαϊκού πολιτισμού». Αυτή η άποψη κάνει τους κατοίκους του νησιού να δουν με διαφορεικό μάτι κάποια πράγματα.

Οι ελληνικές εικόνες και τρόπος ζωής γίνονται σιγά σιγά αποδεκτές από τους κατοίκους των κρητικών χωρικών. Είναι πράγματι ο πολιτισμός του Μίνωα απλουστευμένος ως «λίκνο του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού», για τον οποίος οι κρητικοί ισχυρίζονται ότι είναι όχι μόνο «οι γενναιότεροι» αλλά και «πρώτοι Έλληνες». Τα ελληνικά και ξένα αρχαιολογικά προγράμματα υποστηρίζουν αυτήν την άποψη. Ένα χωριό με μια αρχαιολογική περιοχή κερδίζει περισσότερο γόητρο παρά τις προσπάθειες της ορθόδοξης ιεροσύνης (βεβαίως στην αρχή) για να αντιμετωπίσει «αυτήν την ειδωλολατρική αδράνεια». Οι φανταστικές εικόνες για τον πολιτισμό του Μίνωα φημολογούνται πέρα από ολόκληρο το νησί.

Στις αρχές της δεκαετίας του '60 ο ταξιδιώτης Δαβίδ MacNeil Doren (1981) γρήγορα ανακαλύπτει ότι οι χωρικοί δεν έχουν κανένα ενδιαφέρον για τις ιστορικές αλήθειες σχετικά με το κρητικό γένος όπως ότι το νησί ήταν κάτω αραβική υποδούλωση (824-961) και ότι η Κρήτη έγινε τότε μια διάσημη αγορά σκλάβων. Κατά τη διάρκεια της δεύτερης βυζαντινής περιόδου (961-1204) και κατά τη διάρκεια της βενετοκρατίας (1204-1669), πολλές ομάδες μεταναστών έρχονται στην Κρήτη (π.χ. Αρμένιοι). Τα περισσότερα κρητικά χωριά βρίσκουν τη γέννησή τους κατά τη διάρκεια της φεουδαρχίας σύμφωνα με τον κανόνα της Βενετίας και δεν είναι σίγουρα Μινωικά ή αρχαίες ελληνικές δημιουργίες.

Αυτό όμως καθόλου δεν πτοεί το φρόνιμα των Κρητικών και κάπου εδώ θέλω να αναφέρω λίγες λέξεις του καπετάνιου Παύλου Βικούβαρη: «Ο κόσμος, ο οποίος είναι Ευρώπη Ευρώπη, η οποία είναι Ελλάδα Ελλάδα, η οποία είναι Κρήτη Κρήτη, η οποία είναι Χανιά Χανιά, τα οποία είναι Σφακιά. Για πολλούς, η Κρήτη είναι «λίγο Σικελία», και επίσης αυτή η ετικέτα ταΐζει στην κρητική παραδοσιακή εθνική διαδικασία «για να είναι οι γενναιότεροι (και οι πρώτοι) Έλληνες».

3.4.3 Σημερινή πραγματικότητα: ο ερχομός του διεθνούς μαζικού τουρισμού

Στη δεκαετία του '60 η άρχισε να απογειώνεται η μετακινήσει από τα μικρά χωριά της Κρήτης στις μεγάλες πόλεις του Ηρακλείου και των Χανίων. Η μετακίνηση των κρητικών δεν γίνεται μόνο εντός της Κρήτης αλλά και στην Αθήνα και συχνά στο εξωτερικό. Οι μελέτες υπολογίζουν ότι περίπου ο ένας στους έξι κρητικούς αφήνει το αγαπημένο του νησί. Ο κύριος λόγος είναι οικονομικός.

Αυτή η διαδικασία ενισχύει τους κρητικούς εκείνοι που παραμένουν στα χωριά τους ενώ σε Χανιά, Ηράκλειο και Ρέθυμνο ο ελληνικός τρόπος ζωής αρχίζει να ευημερεί, λόγω της εθνικιστικής εκπαίδευσης στα σχολεία. Η κρητική αστική τάξη «ανακαλύπτει πάλι» τον Ερωτόκριτο. Ο Ερωτόκριτος είναι ένα έμμετρο μυθιστορία που συντέθηκε από τον Βιτσέντζο Κορνάρο (Σητεία) στην Κρήτη τον 17ο αιώνα. Αποτελείται από 10.012 (Οι τελευταίοι 12 αναφέρονται στον ποιητή) δεκαπεντασύλλαβους ομοιοκατάληκτους στίχους στην Κρητική διάλεκτο. Κεντρικό θέμα του είναι ο έρωτας ανάμεσα σε δύο νέους, τον Ερωτόκριτο (που στο έργο αναφέρεται μόνο ως Ρωτόκριτος ή Ρώκριτος) και την Αρετούσα, και γύρω από αυτό περιστρέφονται και άλλα θέματα όπως η τιμή, η φιλία, η γενναιότητα και το κουράγιο. Μαζί με την Ερωφίλη του Γεώργιου Χορτάτση είναι τα σημαντικότερα έργα της κρητικής λογοτεχνίας. Ο Ερωτόκριτος πέρασε στην λαϊκή παράδοση και παραμένει δημοφιλές κλασικό έργο, χάρη και στην μουσική με την οποία έχει μελοποιηθεί. Ένα μεγάλο μέρος των 10.000 στίχων επιζεί στην κρητική προφορική παράδοση, που εφαρμόζεται ως ισχυρό σύμβολο της αντίστασης ενάντια στο οθωμανικό ζυγό. Μερικές οικογένειες αναφέρονται ακόμη στη βυζαντινή προέλευσή τους, τονίζοντας συχνά την Ορθόδοξη πίστη τους.

Αργότερα η Ελλάδα εισάγεται στην αγορά του διεθνούς μαζικού τουρισμού. «Η Ελλάδα πρέπει να γίνει η Ισπανία της ανατολικής Μεσογείου.» Στη δεκαετία του '60 είναι κοινή πρακτική για τις ακραίες κυβερνήσεις να επιτύχουν τις οικονομικές επιτυχίες που χρειάζονταν η χώρα βραχυπρόθεσμα με την προσφορά των πολυτελών προνομίων στους ξένους επενδυτές (δείτε π.χ. τη Λατινική Αμερική). Αργότερα, κάθε ελληνική κυβέρνηση προωθεί τον ερχομό του μαζικού τουρισμού. Η διάσημη ελληνίδα ηθοποιός και Υπουργός πολιτισμού Μελίνα Μερκούρη επιδίδεται σε τέτοιες προσπάθειες και χρησιμοποιεί την προώθηση της τέχνης και του πολιτισμού («ο πολιτισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία μας»). Το 1985, η Αθήνα είναι η πρώτη πολιτιστική πόλη της Ευρώπης. Από την πρόσφατη δεκαετία του '80 το Υπουργείο τουρισμού και η ελληνική εθνική οργάνωση τουρισμού (GNTO) είναι ζωτικής σημασίας στην ελληνική πολιτική και την οικονομία. Στην Κρήτη, ο πολιτιστικός τουρισμός (Μινωικές και αρχαίες ελληνικές αρχαιολογικές περιοχές) δίνει τη θέση σε ένα ρεύμα των διεθνών τουριστικών προτύπων ήλιος-θάλασσα-άμμου. Προς το τέλος της δεκαετίας του '90 δύο εκατομμύρια τουριστών ετησίως πηγαίνουν στην Κρήτη. Σε μερικές δεκαετίες το νησί αλλάζει δραστικά από «μια ξεχασμένη θέση στο νοτιοανατολικό σημείο της Ευρώπης» σε έναν αναπτυσσόμενο διεθνή προορισμό διακοπών όπου επίσης οι έλληνες τουρίστες ξοδεύουν τις διακοπές τους με έναν αυξανόμενο ρυθμό. Σήμερα η Κρήτη ανήκει, μαζί με την Αθήνα και τα νησιά της Κέρκυρας και της Ρόδου, στα κορυφαία θέρετρα τουριστών στην Ελλάδα.

3.4.4 Η ολοκλήρωση του τουρισμού: «πολιτική και τουρισμός»

Ο τουρισμός έχει ενσωματωθεί γρήγορα στην ελληνική κοινωνία. Οι διάφορες πτυχές του τουρισμού συζητούνται καθημερινά από τα μέσα. Στο πανεπιστήμιο της Κρήτης, καθιερώνονται στη δεκαετία του '70, όλο και περισσότερες ερευνητικές ομάδες πάνω στο φαινόμενο του τουρισμού. Η ελληνική κυβέρνηση διαδραματίζει έναν κρίσιμο ρόλο σε αυτήν την γρήγορη εξέλιξη, που παράγει τις συχνά δομικές κοινωνικές αλλαγές. Στη δεκαετία του '90 η πολιτική «μιας ελεγχόμενης ποσότητας και μιας βελτιωμένης ποιότητας» προωθείται, η οποία οδηγεί στις τεράστιες επενδύσεις στις μαρίνες και τα ελικοδρόμια πολυτέλειας. Μια πρόσθετη αστυνομική δύναμη εγκαθίσταται η αποκαλούμενη «τουριστική αστυνομία».

Στις αρχές του 1990 η Ελλάδα αναμένει να οργανώσει τους ολυμπιακούς αγώνες του 1996, ένας αιώνας μετά από την πρώτη «επανεγκατάσταση» των παιχνιδιών στην Αθήνα. Όταν η ολυμπιακή Επιτροπή επιλέγει την αμερικανική πόλη της Ατλάντας, που ήταν η έδρα της επιχείρησης κόκα κόλα, οι τουρίστες στην Ελλάδα ενημερώνεται με κάθε τρόπο για «το σκάνδαλο των παιχνιδιών κόκα κόλα». Ένας κρητικός

πολιτικός προτείνει ακόμη και στον αποκλεισμό της κόκα κόλα και της αντικατάστασης της από τον ανταγωνιστή PEPSI .

Η Κρήτη τουριστικά αλλάζει μέρα με την μέρα .Η προσπάθεια στοχεύει στην πιο ισόρροπη γεωγραφικά και εποχιακά, κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, η ανάπτυξη σχετικών υποδομών και η ανάδειξη του πολιτιστικού στοιχείου. Δημιουργήθηκαν μαρίνες (Αγ. Νικόλαος, Αγ. Γαλήνη, Χανιά) ενώ προγραμματίζονται στο Ρέθυμνο και τα Μάλλια, καθώς και τουριστική αξιοποίηση του λιμένα Αγ. Νικολάου. Κατασκευάστηκαν Συνεδριακά Κέντρα (Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων- Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης - Ακαδημαϊκό Χωριό Ανωγείων). Πραγματοποιήθηκαν ή προβλέπονται αναπλάσεις των παλαιών πόλεων Ρεθύμνης, Χανίων και Αρχανών. Ενισχύθηκαν αναστηλώσεις βυζαντινών μοναστηριών, αναγεννησιακών μνημείων και παραδοσιακών οικισμών και αναδείχθηκε η Ιερά Μονή Αρκαδίου ως πανευρωπαϊκό σύμβολο ελευθερίας. Δημιουργήθηκε τράπεζα πληροφοριών για την τουριστική οικονομία της Κρήτης και σύστημα προβολής με πολλαπλά μέσα πληροφόρησης (ηλεκτρονικός χάρτης), ενώ πρόκειται να δημιουργηθεί φορέας τουρισμού και περιβάλλοντος. Προωθούνται δράσεις ανάπτυξης του αγροτουρισμού από το πρόγραμμα LEADER, ένα πρόγραμμα επέκτασης της τουριστικής περιόδου και η δημιουργία πολιτιστικών διαδρομών.

3.5 Ανάπτυξη του τουρισμού της Κρήτη

Από τη δεκαετία του '70 και μετά, πολλά ελληνικά νησιά έχουν υποστεί δραματικές αλλαγές όσον αφορά τη οικονομική βάση τους. Ιστορικά, οι οικονομίες τους είχαν σαν βάση τη γεωργία, την αλιεία και τη ναυσιπλοΐα. Εντούτοις, δυτικοευρωπαϊκή απαίτηση για τις διακοπές έχει γυρίσει τις οικονομίες τους προς τον τουρισμό, ως στρατηγική που στοχεύει στο ξέσπασμα από τον κύκλο της στέρησης. Μεταξύ αυτών των νησιών, ο απολογισμός της Κρήτης είναι περίπου 25% των ξένων αφίξεων τουριστών, αν και το μερίδιό του εθνικού συνόλου τα κρεβάτια ξενοδοχείων είναι λιγότερο από 20% (HNTO, 1998). Η ύπαρξη της βασικής υποδομής, η Κρητική φυσική ομορφιά, ο καθαρός ουρανός η θάλασσα και πλούσιος πολιτισμός είναι τα κύρια συστατικά της τουριστικής επιτυχίας της Κρήτης. Αν και οι πλούσιοι πολιτιστικοί και περιβαλλοντικοί πόροι αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις για τον τουρισμό οι τουρίστες της Κρήτη πριν από το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο ήταν μόνο μερικές χιλιάδες. Ο λόγος ήταν η ανεπάρκειες δυνατότητας πρόσβασης και οι χαμηλού επίπεδο υποδομή του νησιού επίσης η Κρήτη υστερούσε πάρα πολύ και επικοινωνιακά σε σχέση με τους άλλους δημοφιλείς προορισμούς . Από τότε ο αριθμός των τουριστών έχει αυξηθεί παρά πολύ. Στις μέρες μας ο ξένος τουρισμός έχει μετασχηματιστεί σε μια σημαντική πηγή εισόδημα και απασχόληση για το νησί. Από το 1980 ως το 1997, ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων στο νησί της Κρήτης είναι σχεδόν ο διπλάσιος (HNTO, 1998). Το 1997, γύρω 2.5 εκατομμύριο τουρίστες επισκέφτηκαν το νησί, δημιουργώντας τα εισοδήματα περίπου 500 δισεκατομμύρια ελληνικές δραχμές (GRD) (HNTO, 1998).

Σήμερα ο τουρισμός είναι η σημαντικότερη οικονομική δραστηριότητα του νησιού. Έχει υπολογιστεί ότι περίπου 40% του τοπικός πληθυσμός έχει άμεση ή έμμεση σχέση με τις δραστηριότητες του τουρισμού (περιοχή της Κρήτης, 1995). Το 1997, λόγω της ευκαιρίας απασχόλησης στη βιομηχανία του τουρισμού, το ποσοστό ανεργίας για το νησί ήταν μόνο 4.8%, έναντι 10.3% στο σύνολο τις υπόλοιπες Ελλάδας (NSSG, 1999). Αναπόφευκτα θετικές και αρνητικές οι συνέπειες του τουρισμού και για την οικονομία, το περιβάλλον και την κοινωνία του νησιού. Στα θετικά στοιχεία συγκαταλέγονται , ότι ο τουρισμός υπήρξε ένα σημαντικό εργαλείο της οικονομικής ανάκαμψης , της δημιουργίας υποδομής, και της πολιτιστικής επικοινωνίας. Σε αντίθεση με αυτό, είναι δεδομένο ότι το τουριστικό φαινόμενο

επειδή καταναλώνεται στον τόπο παραγωγής του, η ανάπτυξη του τουρισμού έχει έρθει σε αντιπαράθεση και σε δυσμενή κριτική για διάφορα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, όπως η περιβαλλοντική υποβάθμιση, πολιτιστική ρύπανση και η εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων. Για να λυθούν τα προβλήματα και να αποφευχθεί την πτώση του τουρισμού την τελευταία δεκαετία έχει ξεκινήσει μια τουριστική πολιτική που στοχεύει σε πιο οικολογικά σχέδια ανάπτυξης και στην επέκταση του εποχιακού τουρισμού. Παρακάτω θα επιχειρήσουμε μια προσέγγιση για την τουριστική ανάπτυξη και τον προγραμματισμό του τουρισμού στην Κρήτη.

3.5.1 Ανάπτυξη και προγραμματισμός

Κατά τη διάρκεια των αρχικών σταδίων της κρητικής εξέλιξης του τουρισμού, ο ιδιωτικός τομέας προσπάθησε να ενεργοποιηθεί, αν και αγνοήθηκε από την κυβέρνηση. Συνεπώς, δεν έγινε καμία σχεδιασμένη δραστηριότητα για την συντήρηση του φυσικού πλούτου, τον προγραμματισμό του εδάφους, όπως επίσης δεν έγινε και καμία έρευνα πάνω στον τουρισμό και στους πελάτες που θα μπορεί η Κρήτη να αποτελεί πόλο έλξης. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70, άρχισε το ενδιαφέρον των τουριστών να αυξάνεται. Από τότε, η ελληνική κυβέρνηση έχει θεωρήσει την Κρήτη ως πρώτη προτεραιότητα για τη συστηματική ανάπτυξη του τουρισμού, προσέφερε διάφορα κίνητρα και ιδιαίτερα φιλικά προγράμματα επένδυσης για να μπορέσουν να αρχίσουν να κατασκευάζονται οι απαραίτητες υποδομές. Τzouvelekas and Mattas (1995) υπολόγισαν ότι αυτό κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '90, το ένα τέταρτο των ιδιωτικών αλλά και δημόσιων επενδύσεων πήγανε στην Κρήτη και το υψηλότερο μερίδιο (57.8%) πήγε στη βιομηχανία του τουρισμού.

Στο παρελθόν, η πολιτική του τουρισμού στην Κρήτη στόχευε αποκλειστικά στην αύξηση του τουρισμού χωρίς καμία σκέψη για το φυσικό περιβάλλον και τις ανάγκες της τοπικής κοινότητας. Επομένως, υπήρχαν αρνητικά αποτελέσματα στην ποιότητα των υπηρεσιών και στη ζωή της κοινότητας του νησιού, με συνέπεια την παροχή χαμηλής ποιότητας υπηρεσιών προς τον τουρίστα. Οι καταναλωτές- τουρίστες σήμερα είναι όλο και περισσότερο στραμμένη προς τους περιβάλλον. Για να ανταποκριθεί η Κρήτη σε αυτές τις απαιτήσεις και για να αποβάλουν τα προβλήματα που προέκυψαν από τη μη σχεδιασμένη και ατίθαση ανάπτυξη, η περιφερειακή πολιτική τουρισμού έχει εστιάσει στους ακόλουθους στόχους

- μεγιστοποίηση της συμβολής του τουρισμού στην οικονομία
- συντήρηση των περιβαλλοντικών και πολιτιστικών πόρων
- αναβάθμιση και διαφοροποίηση του προϊόντος και
- καλύτερη εποχιακή και γεωγραφική διανομή της δραστηριότητας του τουρισμού.

3.5.2 Διάκριση της Περιφέρειας Κρήτης στην έκθεση “POLIS 2007”

Μια διάκριση που αντανάκλα τον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται το σύγχρονο πρόσωπο της Κρήτης, απέσπασε η Περιφέρεια Κρήτης, με την απονομή της Αργυρής κάρτας κατά την διάρκεια της Διεθνούς Έκθεσης φορέων της Αυτοδιοίκησης “POLIS 2007”, που ολοκληρώθηκε στη Θεσσαλονίκη. Στην έκθεση, συμμετείχαν 852 εκθέτες από 21 χώρες και διηρκησε ως την Κυριακή, 25 Νοεμβρίου, ενώ τα εγκαίνια της έγιναν από τον υπουργό Εσωτερικών κ. Προκόπη Παυλόπουλο οποίος ανήγγειλε την εντατικοποίηση της υλοποίησης της Ψηφιακής Στρατηγικής του υπουργείου Εσωτερικών για τη μετάβαση στην «Ψηφιακή Κοινωνία».

Το Περίπτερο της Περιφέρειας Κρήτης και των 4 Νομαρχιών, άρτια οργανωμένο παρουσίασε δραστηριότητες της Κρήτης σε πολυεπίπεδους τομείς προβάλλοντας το σύγχρονο πρόσωπο και τους αναπτυξιακούς προσανατολισμούς της Περιφέρειας.

Το περίπτερο της Κρήτης επισκέφθηκαν ο υφυπουργός Εσωτερικών κ. Αθ. Νάκος, Γενικοί Γραμματείς υπουργείων και Περιφερειών καθώς και εκατοντάδες επισκέπτες. Κατά τη διάρκεια της έκθεσης τα ειδικά διαμορφωμένα stand του περιπτέρου της Περιφέρειας, παρείχαν πληροφορίες για τα επιτεύγματα και τις επιμέρους προτεραιότητες, που καθιστούν την Κρήτη δύναμη εξωστρεφούς ανάπτυξης, κομβικό σημείο της Ενωμένης Ευρώπης στον κρίσιμο γι' αυτήν χώρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου.

Την διάκριση της Περιφέρειας Κρήτης παρέλαβε από την Διοίκηση της HELEXPO ο σύμβουλος του Γενικού Γραμματέα της Περιφέρειας κ. Σεραφείμ Τσόκα -που λόγω ανειλημμένων υποχρεώσεων δεν μπόρεσε να παρευρεθεί- κ. Νίκος Μακράκης ο οποίος ευχαρίστησε για την διάκριση και αναφέρθηκε στην πρωτοπορία της Κρήτης με μια σειρά σημαντικών θεμάτων.

3.6 Η μετάβασης της Κρήτης στα νέα τουριστικά δεδομένα

Εδώ και αρκετό καιρό τα δεδομένα στον τομέα του τουρισμού έχουν αλλάξει. Η Κρήτη λοιπόν έχοντας οικοδομηθεί και αναπτχθεί με βάση τις ισχυρές αγορές της Αγγλίας και της Γερμανίας, αλλά και το κλασικό μοντέλο Ήλιος και Θάλασσα το οποίο αποτέλεσε τη «ραχοκοκαλιά» του κρητικού τουρισμού για δεκαετίες προσπαθεί να αναζητήσει νέες αγορές.

Κάθε χρόνο, οι ξενοδόχοι των μονάδων του νησιού – κυρίως σε Ρέθυμνο και Ηράκλειο - που απευθύνονται στο μέσο τουρίστα παρακολουθούν τις αφίξεις να ακολουθούν φθίνουσα πορεία που ιδιαίτερα στην περίπτωση της γερμανικής αγοράς έχει καταλήξει σε μείωση πάνω από 40% στο διάστημα 1999-2006. Φθίνουσα τάση, διαπιστώνουν επίσης και στη διάρκεια της σεζόν, με τους το πάλαι ποτέ ισχυρούς μήνες Απρίλιο και Μάιο να παρουσιάζουν για φέτος, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, μείωση από 10 έως 30%, ανάλογα με την περιοχή και τη μονάδα. Τέλος, στο όνομα της πολυπόθητης πληρότητας, βλέπουν τα περιθώρια κέρδους τους να εξατμίζονται ολοένα και περισσότερο κάτω από την πίεση των πανίσχυρων πλέον touroperators, με ορατό το ενδεχόμενο οι εκπτώσεις να επεκταθούν και στην ποιότητα...

Στους κερδισμένους της κρητικής τουριστικής αγοράς φαίνεται να συγκαταλέγονται οι επιχειρήσεις που πόνταραν στη διαφοροποίηση, στοχεύοντας στους πελάτες που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για τις προτιμήσεις του. Χαρακτηριστική περίπτωση τέτοιου είδους πελατών είναι οι γκόλφερς, με στόχο τους οποίους δημιουργήθηκε το μεγάλο γήπεδο γκολφ σε μια έκταση 720 στρεμμάτων στην περιοχή της Χερσονήσου, σε μια απόσταση περίπου 30 λεπτών από το Ηράκλειο. Πρόκειται για το πρώτο γήπεδο γκολφ με 18 τρύπες στη Κρήτη, τύπου desert-style (δηλαδή σε φυσικό περιβάλλον) και με μήκος 6.015 μέτρα. Το γκολφ της Χερσονήσου εξυπηρετεί σήμερα τους πελάτες περισσότερων από 60 συνεργαζόμενων ξενοδοχείων, ενώ φιλοξενεί και τη διοργάνωση του διεθνούς τουρνουά γκολφ “Aegean Airlines Pro-Am” που πραγματοποιείται για δεύτερη χρονιά φέτος στις αρχές Ιουνίου.

Σήμερα, τα περισσότερα από τα 5άστερα ξενοδοχεία έχουν δημιουργήσει κέντρα wellness και spa, με βάση τη διαπίστωση ότι αρκετοί από τους τουρίστες υψηλού εισοδήματος αναζητούν τη χαλάρωση στις καλοκαιρινές διακοπές τους. Στο χώρο της θαλασσοθεραπείας, στα πολλά κέντρα που κοσμούν τον τουριστικό χάρτη της Κρήτης, όπως τα Maris και το Royal Mare, προστέθηκαν φέτος το ανανεωμένο Blue Bay και το Porto Elounda Delux, ενώ στις αρχές Ιουνίου ανοίγει στους επισκέπτες το νέο απόκτημα της Grecotel, Amirandes, στην περιοχή του Ηρακλείου. Αναζητώντας το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην τέχνη, ξενοδοχεία στον τύπο του Art Hotel, όπως το Μίνως Beach και το St.Nicolas Bay στην περιοχή του Αγ. Νικολάου, προσφέρουν όχι μόνον ένα περιβάλλον με υψηλά εικαστικά standards αλλά και τη διοργάνωση εκθέσεων, μόνιμων ή έκτακτων, προς όφελος των φιλότεχνων επισκεπτών τους.

Σε μια κίνηση που αξιοποιεί τις πλέον σύγχρονες διατροφικές τάσεις, η αλυσίδα ξενοδοχείων Grecotel τροφοδοτεί με βιολογικά λαχανικά τις 4 μονάδες της στην περιοχή του Ρεθύμνου, τα οποία παράγονται σε συνεργασία με παραγωγούς βιολογικών προϊόντων της περιοχής, ενώ εξετάζει το ενδεχόμενο να επεκτείνει τη χρήση των βιολογικών προϊόντων και σε ξενοδοχεία της σε άλλες περιοχές της Ελλάδας. Για όσους επισκέπτες ενδιαφέρονται για μια περισσότερο ενεργή συμμετοχή, η οικογένεια Ν. Δασκαλαντωνάκη έχει δημιουργήσει και το αγρόκτημα Agreco στην περιοχή του Άδελε. Μέσα σε σαράντα στρέμματα, ελιές, αμπέλια, οπωροφόρα δέντρα, κηπευτικά και στάρι καλλιεργούνται αποκλειστικά με βιολογικές μεθόδους, ενώ εκτρέφονται ζώα για το κρέας και υπάρχουν και μελίσσια. Ο επισκέπτης μπορεί να δει και να συμμετέχει στη συγκομιδή των καρπών αλλά και στη λειτουργία των παραδοσιακών εργαστηρίων που υπάρχουν στο χώρο, όπως παραδοσιακό αλώνι, αλευρόμυλο, ελαιοτριβείο, πατητήρι, τυροκομείο και ρακοκάζανο.

Δύο αγροτουριστικές μονάδες που προσφέρουν ένα διαφορετικό είδος ζωής και διατροφής έχει δημιουργήσει και η αλυσίδα Maris Hotels, το Villa Arhanes στην περιοχή των Αρχανών και το Ανδου Villas, στην περιοχή της Λαγκάδας στους πρόποδες του οροπεδίου του Λασιθίου. Η φιλοσοφία των δύο μονάδων είναι όχι μόνον η διαβίωση μέσα σε ένα φυσικό περιβάλλον και η διατροφή με βιολογικά ήδη αλλά και η αντιμετώπιση των επισκεπτών σαν να είναι φιλοξενούμενοι και όχι πελάτες, ενώ υπάρχει η δυνατότητα να συμμετέχουν στις αγροτικές δραστηριότητες, ανάλογα με την εποχή.

Γενικότερα, το αγροτουριστικό μοντέλο φαίνεται να έχει ιδιαίτερη επιτυχία στην Κρήτη, αφού ο αριθμός των πιστοποιημένων από την Αγροτουριστική μονάδων αγγίζει τις 70, με Ρέθυμνο, Ηράκλειο και Χανιά να διαθέτουν κατά σειρά 21, 20 και 19 μονάδες και το Λασιθί 8 μονάδες.

«Η υστέρηση στις βασικές τουριστικές πιάτσες φαίνεται να αναπληρώνεται σε κάποιο βαθμό με τουριστικές εισροές από νέες αγορές, όπως οι χώρες Visegrad», δηλώνει ο πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ηρακλείου Νικηφόρος Λαμπρινός. Συγκεκριμένα, σημειώνει ότι καταγράφεται αύξηση των αφίξεων από τη Γαλλία, την Ιταλία, τις Σκανδιναβικές χώρες και τη Ρωσία, υπογραμμίζοντας πάντως ότι το κενό δύσκολα θα αναπληρωθεί τουλάχιστον στο βραχυπρόθεσμο μέλλον. Επιπλέον, τονίζει ότι θα χρειαστούν και μέτρα που θα διευκολύνουν τις αφίξεις, διευρύνοντας την πελατεία αλλά και τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. «Πρέπει να αξιοποιήσουμε τις μεγάλες δυνατότητες που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές κρατήσεις, μια προσπάθεια που φαίνεται ότι προχωρεί ικανοποιητικά αφού οι ξενοδόχοι δείχνουν να αντιλαμβάνονται τις ευκαιρίες που προσφέρει». Σύμφωνα και με τα στοιχεία της Expedia, από τις συνολικές πωλήσεις ύψους 16 εκατ. ευρώ που πραγματοποίησε το 2006 η εταιρία στην Ελλάδα, το 18% αφορούσε ξενοδοχεία στην Κρήτη.

Ένα άλλο μέτρο που οι ξενοδόχοι θεωρούν απαραίτητο είναι να διευκολυνθεί η δραστηριοποίηση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στο νησί. «Έχουμε προτείνει να αξιοποιηθούν ορισμένα στρατιωτικά αεροδρόμια προς αυτή την κατεύθυνση, μια πρόταση που εξετάζεται και από το υπουργείο Μεταφορών. Μεγάλο κίνητρο θα ήταν και η επέκταση το low landing cost στα αεροδρόμια και κατά την περίοδο της τουριστικής αιχμής, έτσι ώστε να μειωθεί αποτελεσματικά το κόστος της μεταφοράς και να τονωθεί η κίνηση». Με στόχο την καταγραφή της ζήτησης και αξιολόγησης του τουριστικού προϊόντος, προωθείται έρευνα ανάμεσα στους ξένους επισκέπτες στην Κρήτη, στον τύπο παρόμοιας έρευνας που πραγματοποιήθηκε από την Αναπτυξιακή Εταιρία του Επιμελητηρίου Δωδεκανήσου στα Δωδεκάνησα. Η έρευνα που θα προσφέρει πολύτιμα στοιχεία για την παρακολούθηση των εξελίξεων και των τάσεων στην τουριστική αγορά θα πραγματοποιηθεί με ερωτηματολόγια που θα συμπληρώνουν οι επισκέπτες στο αεροδρόμιο Ηρακλείου, ενώ ενδέχεται να επεκταθεί και στο αεροδρόμιο Χανίων.

Κεφάλαιο 4: Τουριστική Ζήτηση της

Κρήτης: Προβλέψεις

Η τουριστική ζήτηση είναι το θεμέλιο πάνω στο οποίο βασίζονται τελικά όλες οι αποφάσεις των τουριστικά-σχετιζομένων επιχειρήσεων. Εταιρίες όπως εταιρίες αερογραμμών, tour operators, ξενοδοχεία, ναυτιλιακές γραμμές και πάροχοι δραστηριοτήτων αναψυχής ενδιαφέρονται για την ζήτηση των προϊόντων τους από τουρίστες. Η επιτυχία πολλών επιχειρήσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό ή εντελώς από την κατάσταση της τουριστικής ζήτησης και τελικά η αποτυχία του management οφείλεται συχνά στην αδυναμία του να καλύψει τη ζήτηση της αγοράς. Εξαιτίας του ρόλου-κλειδί της ζήτησης σαν καθοριστικού παράγοντα της επιχειρηματικής κερδοφορίας, οι εκτιμήσεις της προσδοκώμενης μελλοντικής ζήτησης συνιστούν ένα πολύ σημαντικό στοιχείο σε όλες τις δραστηριότητες σχεδιασμού. Είναι σαφές πως ακριβείς προβλέψεις της τουριστικής ζήτησης είναι ουσιώδους σημασίας για αποτελεσματικό σχεδιασμό από τις τουριστικά σχετιζόμενες επιχειρήσεις, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη τη φθαρτή φύση του τουριστικού προϊόντος. Η τουριστική επένδυση, ιδιαίτερα η επένδυση στις υποδομές του προορισμού, όπως αερογραμμές, σιδηρόδρομους, απαιτούν μακροχρόνιες οικονομικές δεσμεύσεις και το κόστος σε περίπτωση «ναυαγίου» μπορεί να είναι πολύ υψηλό, αν τα έργα επενδύσεων αποτύχουν να εκπληρώσουν τις δυνατότητες σχεδιασμού τους. Όμως, η πρόβλεψη για τουριστικά σχετιζόμενη υποδομή συχνά αποτελεί ένα σημαντικό μέρος του έργου αποτίμησης. Και τέλος οι κυβερνητικές μακροοικονομικές πολιτικές εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την σχετική σπουδαιότητα των ανεξάρτητων τομέων μέσα στον προορισμό. Έτσι, ακριβείς προβλέψεις της ζήτησης του τουριστικού τομέα της οικονομίας θα βοηθήσει τις κυβερνήσεις των προορισμών στην διαμόρφωση και εφαρμογή κατάλληλων μεσοπρόθεσμων τουριστικών στρατηγικών.

4.1 Ειδικές δυσκολίες στην πρόβλεψη

Η ανάγκη για ακριβείς προβλέψεις στον τομέα της τουριστικής ζήτησης, ως βοηθητικό εργαλείο διαχείρισης στην λήψη αποφάσεων, είναι λοιπόν εύκολα αναγνωρίσιμη. Ο Archer επισημαίνει πως : «Στην τουριστική βιομηχανία...η ανάγκη για προβλέψεις ακριβείας είναι ιδιαίτερα έντονη εξαιτίας της «φθαρτής» (αλλοιούμενης με το χρόνο) φύσης του προϊόντος. Μη κρατημένες αεροπορικές θέσεις και αχρησιμοποίητα δωμάτια ξενοδοχείων δεν μπορούν να συσσωρευτούν σε αποθήκες» . Προφανώς ανάλογες θεωρήσεις ισχύουν και για κενές θέσεις σε λεωφορεία, για μη κατειλημμένα διαμερίσματα, αχρησιμοποίητα αυτοκίνητα προς ενοικίαση κτλ. Όμως, παρόλο που τα οφέλη από τις ακριβείς προβλέψεις για αεροπορικές εταιρίες, αλυσίδες ξενοδοχείων κτλ είναι προφανή, δεν υπάρχουν σταθεροί προμηθευτές προβλέσεων στην τουριστική βιομηχανία. Κύριοι εμπορικοί οργανισμοί έχουν παράγει διεθνείς προβλέψεις της τουριστικής ζήτησης στο παρελθόν σε ένα επίπεδο χώρα-προς-χώρα (π.χ. από Η.Π.Α. προς Ισπανία). Ο Edwards δημοσιεύει περισσότερο συνολικές (ολοκληρωμένες) προβλέψεις (π.χ. από Η.Π.Α προς γειτονικές χώρες, από Η.Π.Α. σε άλλους μικρής /μεσαίας απόστασης προορισμούς, από Η.Π.Α. σε μεγάλης απόστασης προορισμούς) κατά διαστήματα περίπου πέντε ετών. Οι μεγαλύτερες εταιρίες στην τουριστική βιομηχανία (όπως οι κυρίαρχες αεροπορικές βιομηχανίες) παράγουν προβλέψεις εσωτερικά, αλλά αυτές παραμένουν εμπιστευτικές.

Ποικίλοι χρονικοί ορίζοντες και επίπεδα ολοκλήρωσης (καθολικότητας) σχετίζονται με τη λήψη αποφάσεων. Για παράδειγμα, βραχυχρόνιες προβλέψεις αποκτώνται για σχεδιασμό και στελέχωση προσωπικού, μεσαίου-ορίζοντα προβλέψεις για σχεδιασμό των τουριστικών διαφημιστικών φυλλαδίων και μακροχρόνιες προβλέψεις για επενδύσεις σε αεροσκάφη, ξενοδοχεία και λοιπές υποδομές. Οι κυβερνήσεις ενδιαφέρονται για τις συνολικές διεθνείς αποστολές επιβίβασης και αποβίβασης σε επίπεδο κρατών, τα ξενοδοχεία για την τουριστική ζήτηση ανά περιοχή ή πόλη και οι αεροπορικές εταιρίες για την τουριστική ζήτηση ανά διαδρομή αντίστοιχα. Όμως ο κύριος όγκος των δημοσιευμένων μελετών πάνω στην τουριστική ζήτηση συγκεντρώνεται σε βραχύ- και μέσο-πρόθεσμες προβλέψεις σε υψηλά ολοκληρωμένο επίπεδο (από χώρα σε χώρα).

Συμπερασματικά λοιπόν οι ειδικές δυσκολίες συγκεντρώνονται στα ακόλουθα:

- Ευμετάβλητη και πολύπλοκη φύση της τουριστικής συμπεριφοράς
- Ευαισθησία της τουριστικής ζήτησης στις κρίσεις ή τις φυσικές καταστροφές
- Περιορισμένη διαθεσιμότητα δεδομένων

4.2 Πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης με τη μέθοδο των χρονοσειρών

Η πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης έχει πραγματοποιήσει πολυάριθμες αλλαγές στην κατεύθυνσή της όσο αφορά τη μεθοδολογία τα τελευταία είκοσι χρόνια. Στην ιστορία αυτής της ανάπτυξης, οι μέθοδοι έχουν ποικιλοτρόπως αξιολογηθεί, συγκριθεί και χρησιμοποιηθεί σε διαφορετικά περιεχόμενα. Στην εν λόγω έρευνα αποφασίσαμε να χρησιμοποιούμε τη μέθοδο της ανάλυσης χρονοσειρών για να μπορέσουμε να μελετήσουμε την συμπεριφορά των αφίξεων σε Ξενοδοχεία ΑΑ και Ξενοδοχεία Α την περίοδο 2007 στην περιοχή της Κρήτης.

4.2.1 Ανάλυση χρονοσειρών

Γενικά στη σχετική βιβλιογραφία συναντώνται ματαξύ άλλων τα ακόλουθα μοντέλα χρονοσειρών:

- Σταθερό μοντέλο (naïve 1)
- Μοντέλο Σταθερής μεταβολής (naïve 2)
- Μοντέλα Τάσης (trend curve analysis)
- Μοντέλα εκθετικής εξομάλυνσης (exponential smoothing)
- Αυτοπαλινδρομικά μοντέλα κινητού μέσου όρου (Autoregressive Integrated Moving Average-ARIMA)

Τα Αυτοπαλινδρομούμενα μοντέλα κινητού μέσου όρου (Autoregressive Integrated Moving Average-ARIMA) είναι ευέλικτα και χρησιμοποιούνται ευρέως στην ανάλυση χρονοσειρών.

Συνδυάζουν τρεις τύπους διαδικασιών: το αυτοπαλινδρομούμενο μοντέλο (autoregressive AR), τη διαδικασία της διαφορίσης-ολοκλήρωσης (integrated ή I) και τα μοντέλα κινητού μέσου όρου (moving average-MA).

Ειδικότερα οι εποχικές χρονοσειρές μπορεί να στάσιμες ή μη στάσιμες.

Τα μοντέλα ARIMA συναντώνται στις παρακάτω μορφές:

- SARIMA, που ενσωματώνουν τον στοχαστικό, μη στάσιμο, εποχικό χαρακτήρα των χρονοσειρών.
- MARIMA, που λαμβάνουν υπόψη την πολλαπλή εποχικότητα (multiply seasonality).

Παρακάτω φαίνεται ένας δοκιμαστικός αλγόριθμος υπολογισμού των παραμέτρων του μοντέλου.

```
For p, d, q, sp, sd, and sq each = 0 to 2
Do
    Execute ARIMA with the set parameters.
    Record the parameters and corresponding fitting error.
Until all possible combinations are tried.
Report the parameters that produce the least fitting error.
```

Αλγόριθμος Εύρεσης Παραμέτρων ARIMA

4.2.1.1 Δείκτες σφάλματος

Οι δείκτες σφάλματος που έχουν χρησιμοποιηθεί εκτενώς για την αποτίμηση της ακρίβειας και τη σύγκριση των μεθοδολογιών πρόβλεψης είναι οι ακόλουθοι:

- Theil's U

$$\frac{\sqrt{\sum (A_t - F_t)^2}}{\sqrt{\sum (A_t - A_{t-1})^2}}$$

- Mean absolute percentage error (MAPE) – Μέσο Απόλυτο Ποσοστιαίο

Σφάλμα

$$\frac{\sum |(A_t - F_t) / A_t|}{n}$$

- Mean square error (MSE) – Μέσο Τετραγωνικό Σφάλμα

$$\frac{\sum (A_t - F_t)^2}{n}$$

- Root Mean Square Percentage Error (RMSPE) – Ποσοστιαία Ρίζα Μέσου Τετραγώνου Σφάλματος

$$\sqrt{\frac{\sum (A_t - F_t)^2 / F_t}{n}}$$

- Root Mean Squared Error (RMSE) - Ρίζα Μέσου Τετραγώνου Σφάλματος

$$\sqrt{\frac{\sum (A_t - F_t)^2}{n}}$$

- Mean absolute deviation (MAD) – Μέση Απόλυτη Απόκλιση

$$\frac{\sum |A_t - F_t|}{n}$$

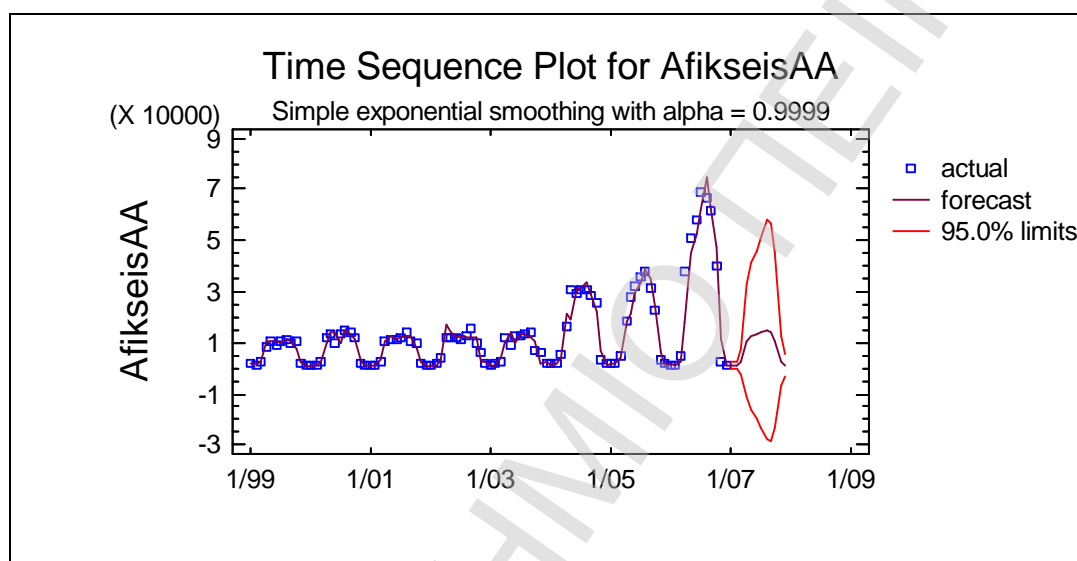
Παλιότερες μελέτες στην τουριστική πρόβλεψη, συχνά ανέφεραν προβλέψεις, παραγόμενες από την εφαρμογή τεχνικών προβλέψεων σε τουριστικά δεδομένα και πολλές φορές επίσης ανέφεραν μια ανάλυση της ακρίβειας των προβλέψεων. Η μέθοδος Univariate Box-Jenkins-ARIMA είναι αρκετά δημοφιλής στον τομέα αυτό. Για παράδειγμα, ο Geurts (1976) χρησιμοποίησε την τεχνική αυτή για να προβλέψει τις τουριστικές επισκέψεις στη Χαβάη χρησιμοποιώντας μηνιαία δεδομένα και προσδιόρισε την ακρίβεια 24 μηνών σε όρους ποσοστιαίου σφάλματος. Κατέληξαν ότι «η τεχνική Box-Jenkins παρήγαγε μια πολύ ακριβή πρόβλεψη των τουριστών που θα έρχονταν στη Χαβάη με μέσο σφάλμα πρόβλεψης 3,50%» (Όμως το μέσο απόλυτο ποσοστιαίο σφάλμα MAPE της πρόβλεψης ήταν στην πραγματικότητα 8,3%). Ανάλογα., το Καναδικό Κυβερνητικό Γραφείο τουρισμού (1977) χρησιμοποίησε την μέθοδο Box-Jenkins για να προβλέψει τις διεθνείς καναδικές τουριστικές εισπράξεις και αποστολές (τριμηνιαία δεδομένα) και τις επισκέψεις προς τον Καναδά από τις Η.Π.Α. (μηνιαία δεδομένα).

4.3 Μεθοδολογία στατιστικής ανάλυσης

Για την στατιστική ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν παρατηρήσεις που αφορούσαν τις αφίξεις σε Ξενοδοχεία ΑΑ και Α κατηγορίας από το Ιανουάριο του 1999 έως και το Δεκέμβριο του 2006. Τα δεδομένα προέρχονται από την (Ε.Σ.Υ.Ε). Η Στατιστική Υπηρεσία συλλέγει στατιστικά στοιχεία που αφορούν τον πληθυσμό (είναι υπεύθυνη για την διεξαγωγή απογραφής πληθυσμού κάθε 10 χρόνια), την υγεία και την κοινωνική ασφάλιση, την απασχόληση και την ανεργία, την εκπαίδευση, κλπ. Χρήση των στατιστικών στοιχείων που συλλέγει η Ε.Σ.Υ.Ε. κάνουν τόσο το ελληνικό

κράτος, όσο και διεθνείς οργανισμοί, όπως η ΟΥΝΕΣΚΟ, ο Ο.Η.Ε., ο Ο.Ο.Σ.Α., αλλά και επιχειρήσεις, επιστήμονες και απλοί πολίτες. Η Ε.Σ.Υ.Ε. απασχολεί 1.118 εργαζόμενους, 800 από τους οποίους εργάζονται στην κεντρική υπηρεσία. Οι άλλοι 318 εργάζονται στις αποκεντρωμένες υπηρεσίες, σε διάφορες περιφέρειες και νομούς της Ελλάδας. Για τις προβλέψεις χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος ανάλυσης και επεξεργασίας χρονοσειρών λαμβάνοντας υπόψη την περιοδικότητα τις τουριστικής βιομηχανίας με την χρήση του στατιστικού πακέτου Statgraphics.

4.4 Προβλέψεις αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα ΑΑ



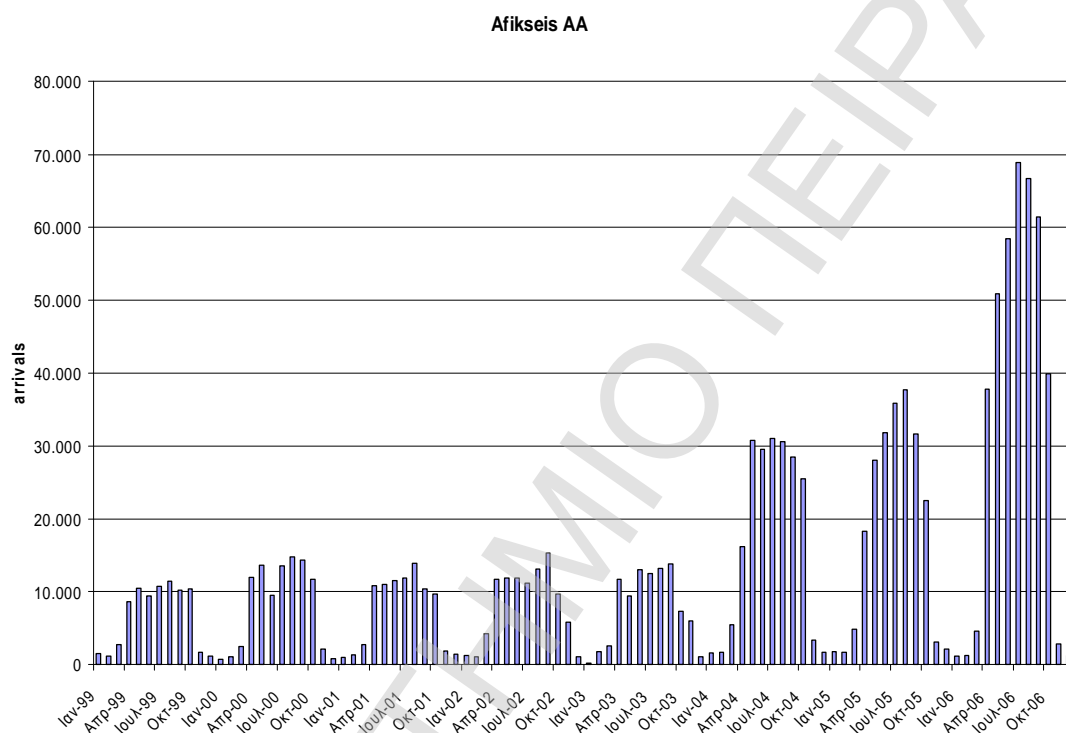
γράφημα 1

Στο παραπάνω γράφημα (γράφημα 1) βλέπουμε το περιθώριο μέσα στο οποίο θα κινηθούν οι αφίξεις των Ξενοδοχείων ΑΑ το έτος 2007. Αυτή η διαδικασία θα προβλέψει τις μελλοντικές τιμές AfikseisAA. Τα στοιχεία καλύπτουν 96 μήνες. Δεδομένου ότι 8 μηνιαία στοιχεία δεν υπήρχαν θεωρήθηκαν Missing Values, Το πρότυπο Simple exponential smoothing with alpha = 0.9999 θεωρούμε με βάση το πρόγραμμα ότι δίνει τις καλύτερες προβλέψεις για τα μελλοντικά στοιχεία.

Η μέση τιμή των προβλέψεων για το έτος 2007 είναι η παρακάτω:

Period	Forecast
1/07	1197.68
2/07	1232.85
3/07	2756.02
4/07	10798.9
5/07	12801.1
6/07	13232.4
7/07	13894.5
8/07	14986.8
9/07	13966.8
10/07	10761.1
11/07	2950.93
12/07	1265.99

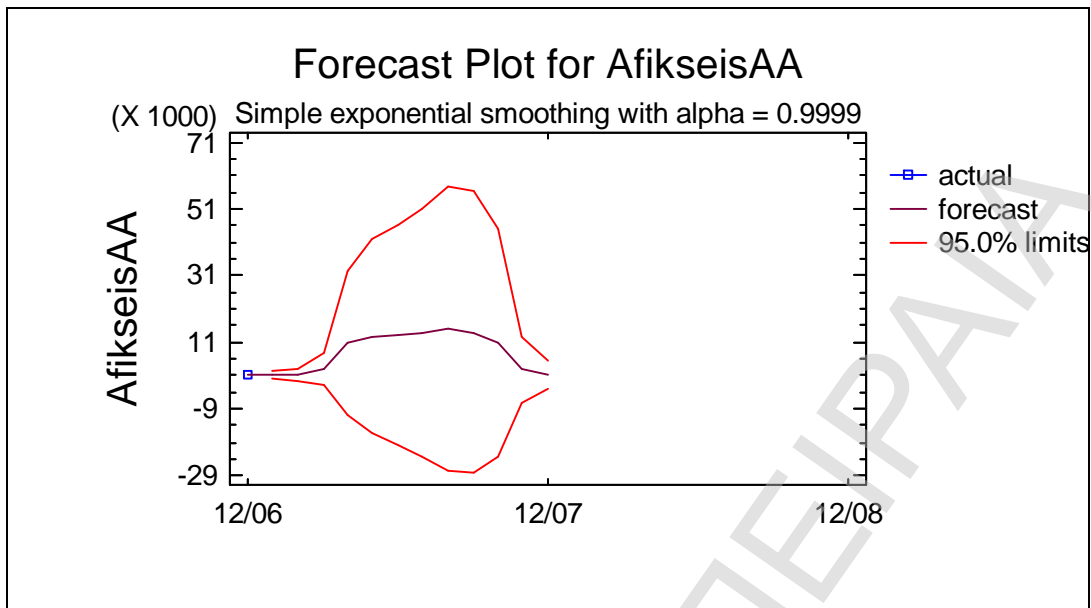
Στα καταλύματα ΑΑ η αυξητική τάση των αφίξεων τους θερινούς μήνες τα 3 τελευταία χρόνια σε συσχετισμό με τις σταθερές αφίξεις από έτος σε έτος όλες τις προηγούμενες χρονιές αρχής γενομένης από το 1999 οδηγούν σε πολύ συντηρητικές προβλέψεις για το έτος 2007 με μικρή αυξητική τάση. Προσωπική εκτίμηση είναι ότι για καταλύματα ΑΑ θα συνεχιστεί η αύξηση αφίξεων τους θερινούς μήνες ενδεχομένως και εκθετικά, δεδομένου ότι στο νησί παρατηρείται συγκέντρωση τουρισμού στα καταλύματα κατηγορίας ΑΑ, εις βάρος των άλλων κατηγοριών, λόγω ειδικών προνομίων και υψηλής ποιότητας που παρέχονται στους πελάτες, καθώς και εξειδικευμένου προσωπικού.



γράφημα 2

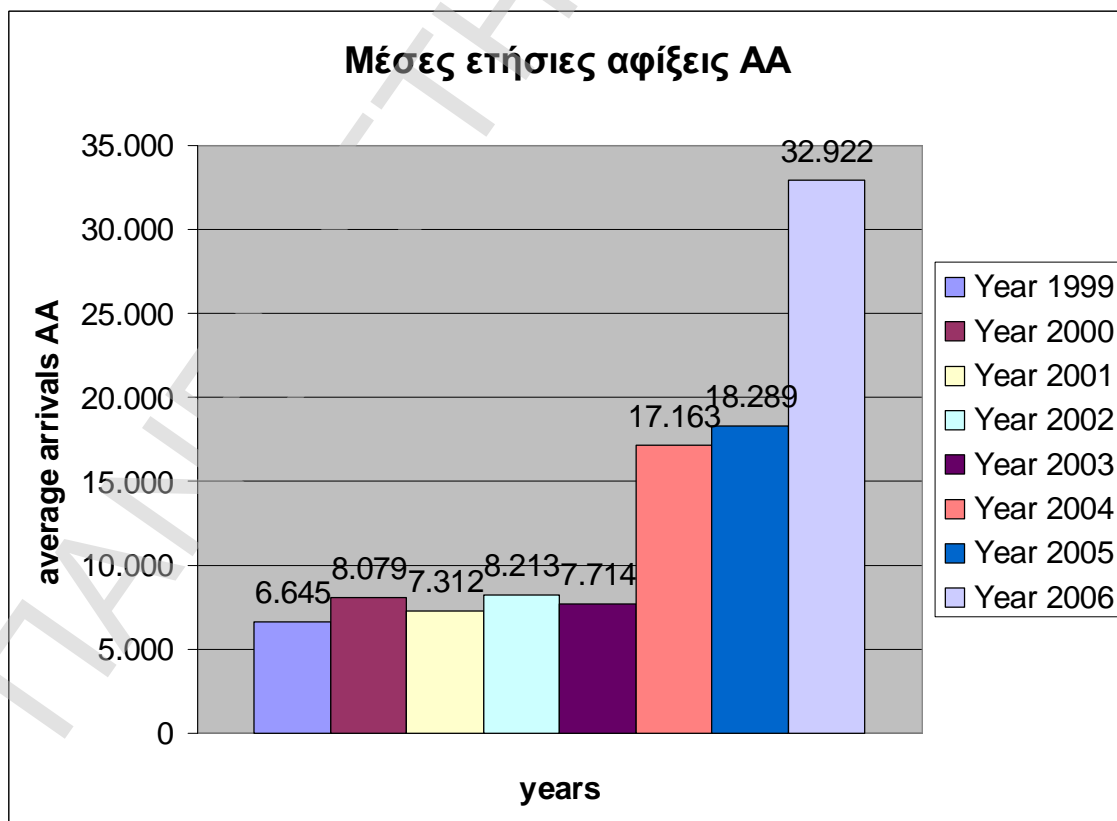
Σημαντικό είναι ότι στα καταλύματα ΑΑ η περίοδος υψηλού αριθμού αφίξεων είναι ευρύτερη των καταλυμάτων Α με εκτιμώμενοι σχεδόν ομοιομορφία αριθμού αφίξεων ήδη από του ανοιξιάτικους μήνες έως το φθινόπωρο (γράφημα 2).

Εντούτοις τους χειμερινούς μήνες φαίνεται σημαντική πτώση αφίξεων που σημαίνει ότι δεν υπάρχει εκμετάλλευση των ιδιομορφιών του νησιού αναφορικά με το κλίμα και την ηλιοφάνεια που θα οδηγούσε σε πλεονεκτικό χειμερινό τουρισμό.



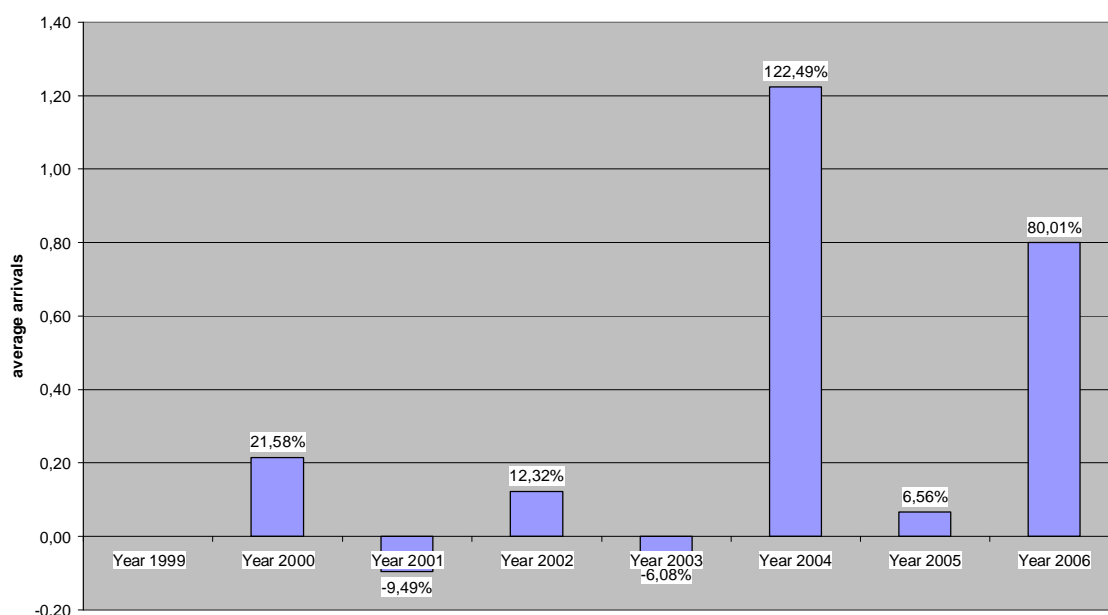
γράφημα 3

Αυτό το γράφημα (γράφημα 3) παρουσιάζει τις τιμές που προκύπτουν από την πρόβλεψη που κάναμε για τις αφίξεις ξενοδοχείων κατηγορίας AA. Ο πίνακας δείχνει τις τιμές από το Δεκέμβριο του 2006 έως το Δεκέμβριο του 2007 όπου είναι και ο τελευταίος μήνας που κάνουμε πρόβλεψη. Τα νούμερα που θα κινηθούν οι προβλέψεις βρίσκονται μέσα στις κόκκινε καμπύλες ενώ η μέση τιμή των προβλέψεων παρουσιάζεται με καφέ χρώμα. Στη μέση τιμή των προβλέψεων είναι εμφανέστατη η τάση σχεδόν σταθερής κατανομής αφίξεων ανά μήνα για σχεδόν όλο το έτος, εξερευμένης της χειμερινής περιόδου, όπως αναλύθηκε και προηγουμένως.



γράφημα 4

Μέση ποσοστιαία ετήσια μεταβολή αφίξεων ΑΑ



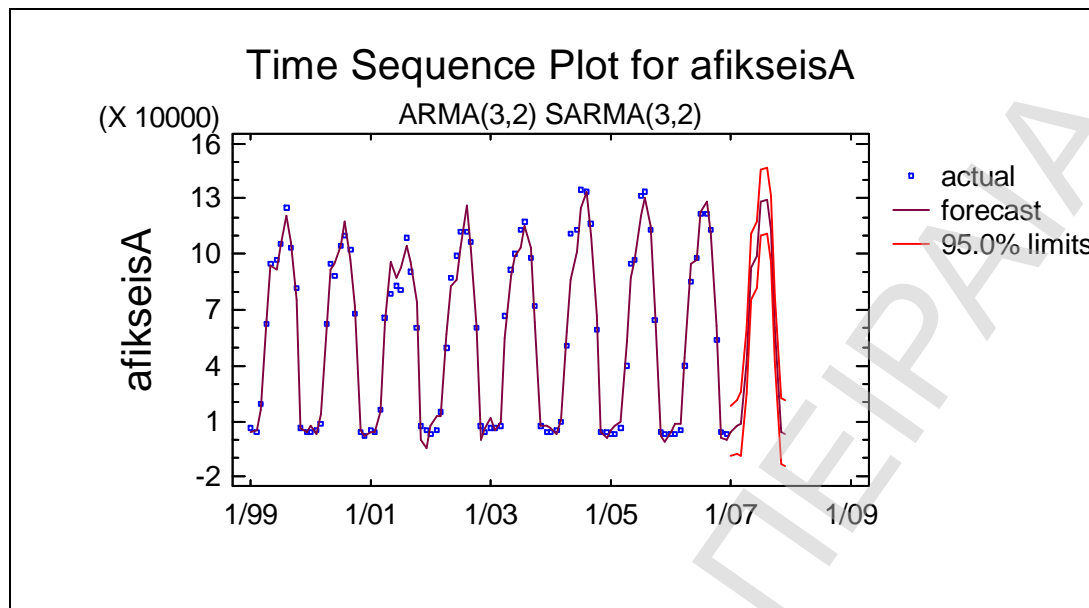
γράφημα 5

Στα γραφήματα 4 και 5 φαίνεται ο μέσος όρος των αφίξεων και η ποσοστιαία μεταβολή αφίξεων από έτος σε έτος, αντίστοιχα, για τα καταλύματα ΑΑ, για πραγματικές τιμές.

Φαίνεται μια κατά μέσο όρο σταθερότητα αφίξεων τα πρώτα τέσσερα έτη, και μια ραγδαία αύξηση το 2004, που αιτιολογείται κυρίως από το γεγονός της Ολυμπιάδας και τις συσχετιζόμενες επενδύσεις. Επίσης έκτοτε και μετά, λόγω των πλεονεκτημάτων που προσέφεραν τα καταλύματα ΑΑ σε ανταγωνιστικές τιμές, έναντι των οικονομικότερων, και ειδικές παροχές, όπως “all inclusive” μοντέλα και συνεδριακό τουρισμό, διατήρησαν τα επίπεδα αυξήσεων και μετά, με μια πρόσθετη αύξηση το 2006.

Επίσης από τα διαγράμματα αυτά φαίνεται ότι δεν υπάρχει μια σταθερή αυξητική πορεία από χρονιά σε χρονιά, που θα ήταν ιδιαίτερα ευοίωνα για το νησί, αλλά αυξομειώσεις από χρόνο σε χρόνο, και ειδικές συνθήκες που οδηγούν σε άλματα.

4.5 Προβλέψεις αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα Α



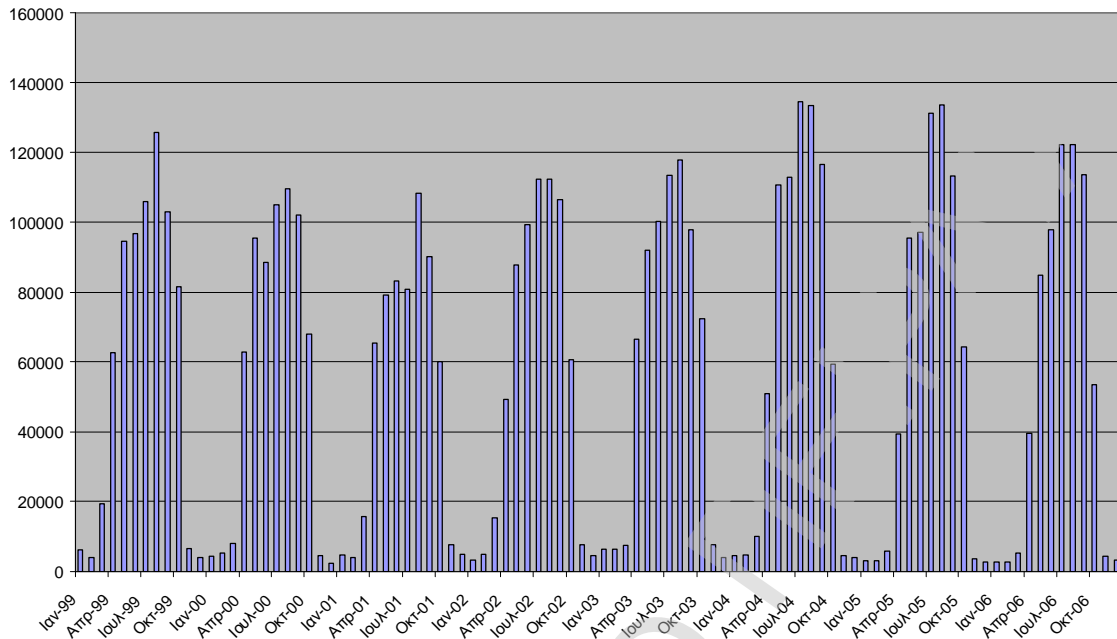
γράφημα 6

Όπως φαίνεται στα γραφήματα 6 και 7, η ελαφρά αυξητική τάση αφίξεων τους θερινούς μήνες στα καταλύματα Α οδηγεί στην πρόβλεψη ότι στους θερινούς μήνες της υψηλής τουριστικής περιόδου του 2007 θα υπάρξει ελαφριά αύξηση των αφίξεων συγκριτικά με το 2006. Η τάση όμως σταδιακής μείωσης αφίξεων τους υπόλοιπους μήνες οδηγεί στην πρόβλεψη μείωσης, κατά μέσο όρο, των αφίξεων στους μήνες της χαμηλής τουριστικής περιόδου άρα και μείωση κατά μέσο όρο της λειτουργικής περιόδου του ξενοδοχείου. Αυτό οδηγεί στην αναγκαιότητα ελαφριάς αύξησης των κλινών των καταλυμάτων Α κατηγορίας, όμως το καταλύματα αυτά θα είναι ενεργά για μικρότερο χρονικό διάστημα μέσα στο έτος.

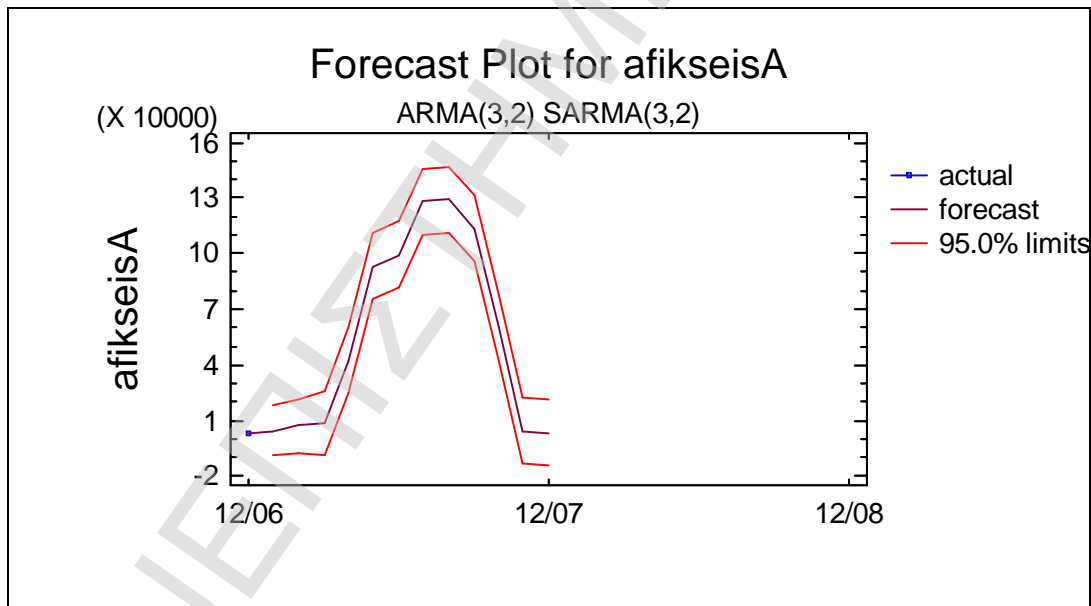
Η μέση τιμή των προβλέψεων για το έτος 2007 είναι η παρακάτω:

Period	Forecast
1/07	4259.26
2/07	7110.91
3/07	8655.03
4/07	42053.9
5/07	92952.4
6/07	99658.9
7/07	128064.0
8/07	129146.0
9/07	113316.0
10/07	59846.0
11/07	4288.34
12/07	3336.37

afikseis A



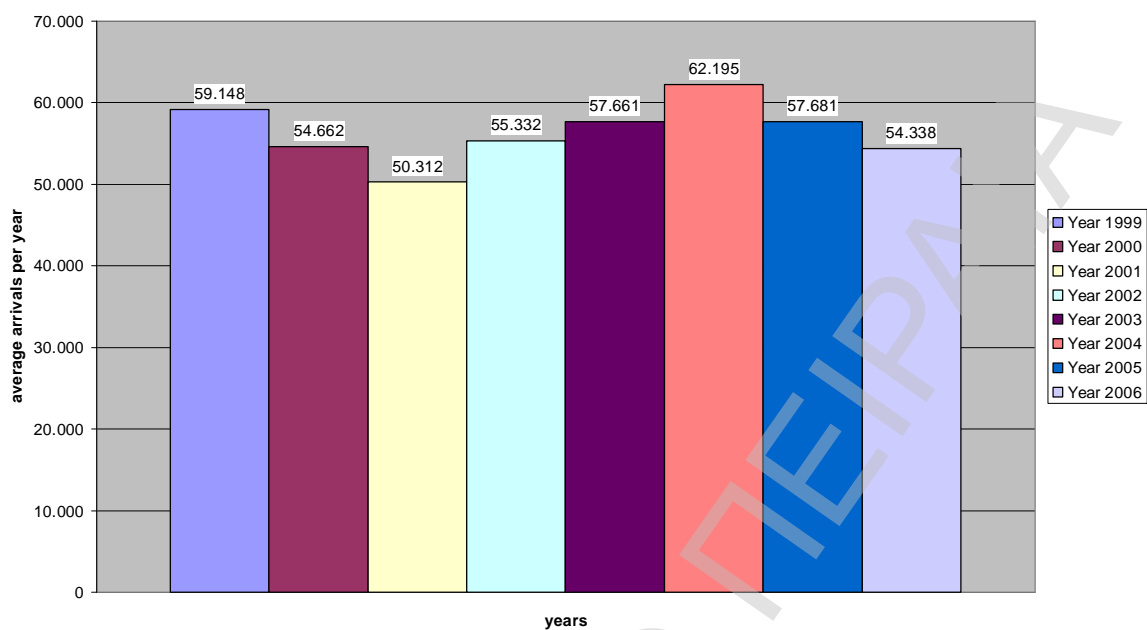
γράφημα 7



γράφημα 8

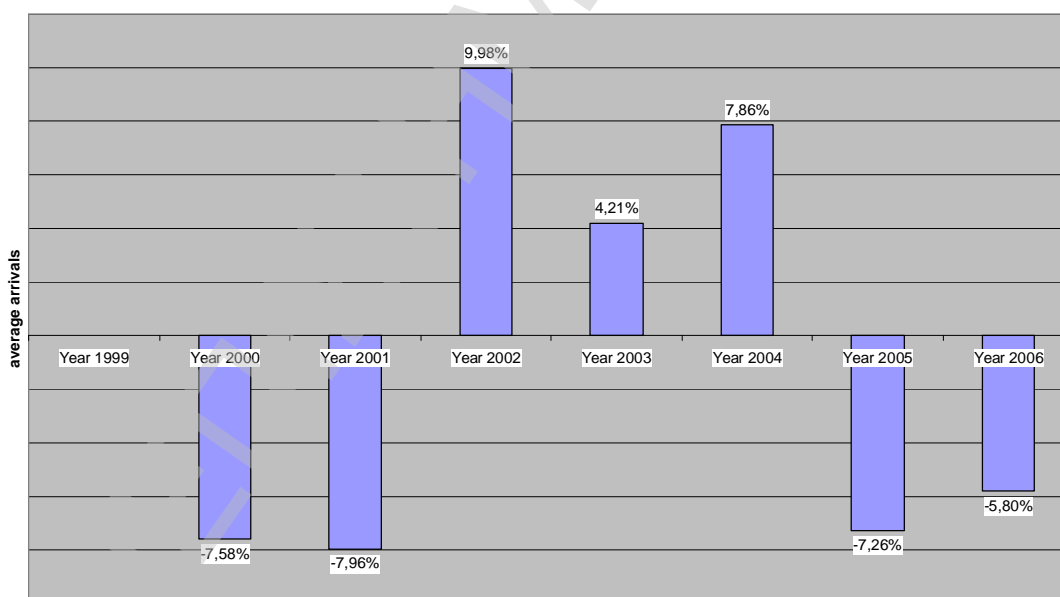
Εντυπωσιακό είναι πόσο χαμηλός διαφαίνεται να είναι ο χειμερινός τουρισμός παρ όλες τις ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες. Όπως επίσης χαμηλός φαίνεται ότι θα είναι και ο τουρισμός τον Μάιο τον Απρίλιο τον Οκτώβριο και τον Νοέμβριο του 2007 κάτι το οποίο δείχνει ότι το φαινόμενο του εποχικού τουρισμού που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στην Κρήτη θα είναι πιο έντονο το 2007, δυσχεραίνοντας ακόμη περισσότερο τις συνθήκες για τους ασχολούμενους με τον κλάδο και δείχνοντας πως η χώρα μας δεν εκμεταλλεύεται τις ευνοϊκές ιδιαιτερότητες που έχει (κλίμα, ηλιοφάνεια).

Μέσες ετήσιες αφίξεις Α



γράφημα 9

Μέση ποσοστιαία ετήσια μεταβολή αφίξεων Α



γράφημα 10

Στα γραφήματα 9 και 10 παρουσιάζονται οι μέσες τιμές αφίξεων ανά έτος, και οι αποκλίσεις του μέσου όρου των αφίξεων από έτος σε έτος, για τα έτη 1999 έως 2006. Φαίνεται ελαφριά αυξητική τάση στο σύνολο των ετών, αλλά αυξομειώσεις έως και 10% από χρονιά σε χρονιά, που δείχνουν την δυσκολία του κλάδου, αλλά και την αναγκαιότητα λήψης μέτρων για σταθεροποίηση της κατάστασης.

4.5.1 Προτάσεις

1. Η Κρήτη έχει αρκετές αναξιοποίητες μορφές του τουρισμού. Το ήπιο κλίμα και η μεγάλη ηλιοφάνεια κατά τους φθινοπωρινούς –χειμερινούς και ανοιξιάτικους μήνες σε συνδυασμό με την ομορφιά του τόπου και την Κρητική- Μεσογειακή κουζίνα την καθιστούν ιδιαίτερα κατάλληλη για τουρισμό ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας και ειδικών ομάδων πελατών (εναλλακτικός τουρισμός). Η προσφορά πακέτων σε χαμηλότερες τιμές τις χρονικές αυτές περιόδους θα βελτιώναν τον αριθμό των αφίξεων και τις συνθήκες βιωσιμότητας των ξενοδοχείων, κυρίως Α κατηγορίας και χαμηλότερα οι οποίες βάλονται ιδιαίτερα και από τον εποχιακό τουρισμό αλλά και από την τάση επικέντρωσης του τουρισμού σε καταλύματα της μορφής ΑΑ

2. Τα αναφερόμενα στην προηγούμενη πρόταση μπορούν να αντιμετωπιστούν κεντρικά βάσει του κρατικού μηχανισμού Όμως η ιδιωτική πρωτοβουλία, ιδίως στον τουρισμό, ο οποίος εντάσσεται στην παροχή υπηρεσιών, είναι εξίσου ή και περισσότερο βαρυσήμαντη. Ικανά στελέχη στις ξενοδοχειακές – τουριστικές επιχειρήσεις ή και σε σχετικούς οργανισμούς μπορούν να δώσουν την αναγκαία ώθηση. Για αυτό απαιτείται δραστηριοποίηση για προσέγγιση πελατών σε διεθνές επίπεδο, εξειδικευμένες ικανότητες διοίκησης, εξειδικευμένο προσωπικό και κινητοποίηση καθ' όλο το έτος. Στην Κρήτη και ιδιαίτερα σε καταλύματα που δεν εντάσσονται στην κατηγορία ΑΑ δεν υπάρχουν σε ικανοποιητικό βαθμό τα προσόντα αυτά. Αυτό οφείλεται και στο ότι ο τουρισμός στη νήσο στα συγκεκριμένα καταλύματα εξελίχθηκε άδομα, προσθέτοντας αρχικά έσοδα στους κατοίκους, συχνά παράλληλα με τις κύριες ασχολίες τους. Μια τέτοια βάση για την κύρια βιομηχανία της Ελλάδος είναι ολέθρια. Δεν μπορεί να θεωρείται η βιομηχανία αυτή πάρεργο. Αυτό μπορεί να έχει δυσμενές αντίκτυπο και στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών χαλώντας την εικόνα της χώρας εν γένει. Η διαφορά της αποτελεσματικότητας φαίνεται σε σύγκριση με τα καταλύματα ΑΑ όπου υπάρχει εξειδίκευση προσωπικού και στόχευση σε ποιότητα υπηρεσιών. Στην κατηγορία αυτή (ΑΑ) παρατηρείται αύξηση / επικέντρωση του τουρισμού τα τελευταία χρόνια και βελτίωση των καμπυλών κατανομής αφίξεων σε ετήσια βάση. πράγμα που εκτιμάται ότι θα επιβεβαιωθεί το 2007.

4.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο διεθνής και ο εσωτερικός τουρισμός έχουν σημειώσει εκπληκτική άνοδο τα τελευταία χρόνια, ενώ παρουσιάζουν εξαιρετικές προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης τον 21ο αιώνα. Σύμφωνα πάντα και με τις διεθνείς έρευνες για το συγκεκριμένο ζήτημα, η περιφερειακή ανάπτυξη μέσω κοινωνικοοικονομικού πλαισίου που εξετάζεται για μια περιοχή, δεν μπορεί, παρά να εξεταστεί κατά τους διαφορετικούς αλλά αλληλένδετους τομείς της ανθρώπινης δράσης. Το παραπάνω συμπέρασμα επαληθεύεται και από τις θεωρίες των θεωρητικών και των οικονομολόγων για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη.

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να δώσει μια εικόνα στον αναγνώστη για για κάποιες θεωρητικές έννοιες που αφορούν το τουριστικό πακέτο καθώς επίσης και να γίνει μια πρόβλεψη αφίξεων για το έτος 2007 σε τουριστικά καταλύματα ΑΑ και Α κατηγορίας για τη νήσο Κρήτη μέσω της μεθόδου των χρονοσειρών. Τα αποτελέσματα που βρέθηκαν συγκρίθηκαν με τα πραγματικά δεδομένα το έτος 2007 και οι προβλέψεις μας απέιχαν ελάχιστα από την πραγματικότητα ενώ σε αρκετούς μήνες όπως του καλοκαιρινούς οι κεντρικές τιμές που βρήκαμε συμπίπτανε απόλυτα.

Μελετώντας λοιπόν τα προτερήματα και τα μειονεκτήματα του Ελλαδικού χώρου σαν τουριστικό προορισμό και ιδιαίτερα της Κρήτης καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα: Η Κρήτη σαν μέρος παρέχει στον τουρίστα ένα πολύ δελεαστικό πακέτο για να περάσει ευχάριστες μέρες στο νησί. Ο συνδυασμός της φύσης και των

σύγχρονων τουριστικών μονάδων μαζί με την Μεσογειακή διατροφή του θερμούς και φιλόξενους κατοίκους, την πλούσια Ιστορία και τον ήπιο καιρό αποτελούν μοναδικό προορισμό για όλες τις ηλικίες και όλα τα γούστα. Υπάρχουν όμως πολλά κενά που πρέπει να καλυφθούν για να μπορέσει η Κρήτη να γίνει ένας από τους πρώτους σε αφίξεις και διανυκτερεύσεις προορισμούς σε διεθνές επίπεδο. Δυστυχώς η διαφήμιση του τόπου σχετικά με αυτά που προσφέρει είναι πολύ μικρή και σε ορισμένες περιπτώσεις εκτός από κάποιες ιδιωτικές πρωτοβουλίες ανύπαρκτη. Το οδικό δίκτυο της Κρήτης έχει πάρα πολλά προβλήματα εδώ και αρκετά χρόνια, κάτι που κάνει τις μετακινήσεις εντός του νησιού χρονοβόρες και δυσκολίες και ακόμη δυσκολότερες για αρκετούς τουρίστες που δεν μπορούν να διαθέσουν αυτοκίνητο στις διακοπές τους. Η πρόσβαση λοιπόν σε κάποια από τα ομορφότερα μέρη του νησιού θα πρέπει να γίνει ευκολότερη.

Στους κερδισμένους της κρητικής τουριστικής αγοράς φαίνεται να συγκαταλέγονται οι επιχειρήσεις που πόνταραν στη διαφοροποίηση, στοχεύοντας στους πελάτες που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για τις προτιμήσεις τους. Το παράδειγμα λοιπόν αυτών των επιχειρήσεων πρέπει να ακολουθήσουν και οι υπόλοιποι επιχειρηματίες του νησιού που πολλοί από αυτούς είτε λόγω παιδείας είτε λόγω πεποίθησης νομίζουν ότι ο τουρισμός του νησιού μπορεί να ανέβει με την πεπατημένη λογική την οποία ακολουθούσαν την δεκαετία του 1980 αρνούμενοι να προσαρμοστούν στις σύγχρονες τάσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη του τουρισμού σε έναν τόπο.

Η Κρήτη τουριστικά αλλάζει μέρα με την μέρα. Η πιο ισόρροπη γεωγραφικά και εποχιακά, κατανομή της τουριστικής δραστηριότητας, η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, η ανάπτυξη σχετικών υποδομών και η ανάδειξη του πολιτιστικού στοιχείου πρέπει να είναι τα στοιχεία στα οποία θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα ούτως ώστε να μπορέσει το νησί να βαδίζει με σταθερά βήματα στην τουριστική ανάπτυξη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Βαρβαρέσος Σ. (2000), *«Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, η Ελληνική πραγματικότητα»*, Β' έκδοση, Αθήνα: Προπομπός
- Βαρβαρέσος Σ (1999), *«Τουρισμός, οικονομικές προσεγγίσεις»*, Αθήνα: Προπομπός.
- Ε.Σ.Υ.Ε. Τουριστική Κίνηση. Ειδική Ενημερωτική Έκδοση. Αθήνα, 2002
- Ι.Τ.Ε.Π., *«Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός»*, διάφορα τεύχη
- Ζοπουνίδης Κ.(2003), *«Στατιστικά στοιχεία του Τουρισμού στην Κρήτη»* Πολυτεχνείο Κρήτης
- Κουζέλης Α.Κ., Παυλόπουλος Π.Γ., *Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός*, Αθήνα: Ι.Τ.Ε.Π.
- Roger Doswell (2002), *«Τουρισμός Ο ρόλος του αποτελεσματικού μανατζμεντ»*, Α' έκδοση, Αθήνα: Κριτική Α.Ε
- Βασιλάκη Γαλάνη-Μουτάφη (2002), *«Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο»*, Α' έκδοση, Αθήνα: Προπομπός
- Μοίρα Π.(2005), *«Τουριστική γεωγραφία της Ελλάδας»*, Αθήνα: Interbooks,
- Πατσουράτης Β.(2002), *«Η ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού τουριστικού τομέα»*, Αθήνα: Επτάλοφος
- Παυλόπουλος Παναγιώτης Γ (1999), *«Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα»*, Αθήνα: Ι.Τ.Ε.Π.
- Φαρσάρη Γ., Πραστάκος Π.(2001), *«Δείκτες, ένα εργαλείο για την αιφώρο τουριστική ανάπτυξη. Πιλοτική εφαρμογή στον Δήμο Χερσονήσου Κρήτης»*, Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, Ηράκλειο
- Andriotis, K., *Tourism Planning and Development in Crete: Recent Tourism Policies and their Efficacy*
- Δρ. Νικόλαος Βαγιονής *Ημερίδα Σ.Τ.Ε., , 20 Απριλίου 2000, «Στόχοι, Πολιτικές και Μέσα Προώθησης του Τουρισμού στην Ελλάδα»*, Ρόδος,
- Γιάννη Βρούση Θεματικό Συνέδριο «Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις-Τουριστική Προοπτική» Πάρος , Σάββατο 1 Ιουνίου 2006, Ομιλία

- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Εξέλιξη Τουριστικής Κίνησης 2003.
- Κλαδική Μελέτη : Τουρισμός 16-01-2006 Εφημερίδα Καθημερινή
- Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση, 2004, Τεύχος Νο 2
- Διπλωματική Εργασία: Ανάλυση της τουριστικής προσέλευσης στην Ελλάδα, Δάβης Γεώργιος Υποβληθείσα για το Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας
- Διπλωματική Εργασία: Τεχνικές Προβλέψεων στην Τουριστική Ζήτηση- Σύγκριση Μεθόδων για την Πρόβλεψη της Ολυμπιακής Ζήτησης , Αικατερίνη Δ. Καραφλού
- Υποβληθείσα για το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Υπολογιστών

Internet

- <http://www.gnto.gr/pages.php?pageID=11&langID=1>
- <http://www.otek.edu.gr/gr/who.htm>
- <http://www.grhotels.gr/index.asp?p=7&LG=2>
- <http://greece.kiev.ua/page613.html>
- http://www.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_mc1_100005_16/01/2006_1285_272
- www.statistics.gr
- <http://www.philoxenous.gr/detail.php?id=5546>
- www.crete.gov.gr/contents.asp?category=114 - 17k -
- www.epp.teiher.gr/odigos%20spoudwn/kriti_gen.asp - 27k -
- <http://www.hri.org/infoxenios/greek/crete/history.html>
- http://www.medregio.org/links/greek_regions/kriti_el.html
- <http://www.xpeditions.be/publication/crete/crete.html>
- http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws_home/30472/description#description

- <http://www.tourismandproperty.gr/presentations/presentation/113>
- <http://www.gbrconsulting.gr/greek/articles/articles.html>
- <http://www.icap.gr/>
- <http://www.sete.gr/>
- <http://www.krassanakis.gr/minoan.htm>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

Παράρτημα 1

Δεδομένα Αφίξεων

ΠΕΛΑΤΕΣ – ΑΦΙΞΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΑΑ

ΥΠΑ ΚΡΗΤΗ

ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 1999	ΑΦΙΞΕΙΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		1565
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		1152
ΜΑΡΤΙΟΣ		2748
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		8680
ΜΑΙΟΣ		10459
ΙΟΥΝΙΟΣ		9412
ΙΟΥΛΙΟΣ		10710
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		11492
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		10180
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		10405
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		1740
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		1198
	ΕΤΟΣ 2000	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		1079
ΜΑΡΤΙΟΣ		2478
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		11954
ΜΑΙΟΣ		13660
ΙΟΥΝΙΟΣ		9509
ΙΟΥΛΙΟΣ		13619
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		14785
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		14357
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		11733
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		2083
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		
	ΕΤΟΣ 2001	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		1345
ΜΑΡΤΙΟΣ		2753
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		10861
ΜΑΙΟΣ		11017
ΙΟΥΝΙΟΣ		11529
ΙΟΥΛΙΟΣ		11936
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		13954
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		10354
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		9692
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		1829
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		1468

ΕΤΟΣ 2002

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1295
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1085
ΜΑΡΤΙΟΣ	4260
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	11743
ΜΑΙΟΣ	11916
ΙΟΥΝΙΟΣ	11927
ΙΟΥΛΙΟΣ	11264
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13058
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	15332
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	9695
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	5884
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	

ΕΤΟΣ 2003

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1799
ΜΑΡΤΙΟΣ	2522
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	11754
ΜΑΙΟΣ	9411
ΙΟΥΝΙΟΣ	12968
ΙΟΥΛΙΟΣ	12483
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	13146
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	13894
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	7290
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	6033
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	

ΕΤΟΣ 2004

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1624
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1696
ΜΑΡΤΙΟΣ	5446
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	16133
ΜΑΙΟΣ	30761
ΙΟΥΝΙΟΣ	29620
ΙΟΥΛΙΟΣ	31005
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	30622
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	28470
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	25503
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	3374
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1699

ΕΤΟΣ 2005

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1817
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1710
ΜΑΡΤΙΟΣ	4804
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	18269
ΜΑΙΟΣ	28067
ΙΟΥΝΙΟΣ	31831
ΙΟΥΛΙΟΣ	35873
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	37723
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	31634
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	22528
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	3105
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	2101

	ΕΤΟΣ 2006
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	1196
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1268
ΜΑΡΤΙΟΣ	4591
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	37812
ΜΑΙΟΣ	50947
ΙΟΥΝΙΟΣ	58422
ΙΟΥΛΙΟΣ	68879
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	66640
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	61385
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	39858
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2801
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	1266

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Α

ΥΠΑ ΚΡΗΤΗ

ΜΗΝΑΣ	ΕΤΟΣ 1999	ΑΦΙΞΕΙΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		6062
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		3844
ΜΑΡΤΙΟΣ		19321
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		62555
ΜΑΙΟΣ		94605
ΙΟΥΝΙΟΣ		96821
ΙΟΥΛΙΟΣ		105884
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		125597
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		103092
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		81635
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		6448
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		3909
	ΕΤΟΣ 2000	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		4304
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		5352
ΜΑΡΤΙΟΣ		8044
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		62837
ΜΑΙΟΣ		95355
ΙΟΥΝΙΟΣ		88563
ΙΟΥΛΙΟΣ		104963
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		109698
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		102038
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		67929
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		4531
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		2329
	ΕΤΟΣ 2001	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		4803
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		3967
ΜΑΡΤΙΟΣ		15667
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		65485
ΜΑΙΟΣ		78992
ΙΟΥΝΙΟΣ		83137

	ΕΤΟΣ 2001	
ΙΟΥΛΙΟΣ		80693
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		108393
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		90047
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		59983
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		7611
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		4961
	ΕΤΟΣ 2002	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		3279
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		4886
ΜΑΡΤΙΟΣ		15323
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		49365
ΜΑΙΟΣ		87744
ΙΟΥΝΙΟΣ		99345
ΙΟΥΛΙΟΣ		112391
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		112416
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		106359
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		60691
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		7585
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		4603
	ΕΤΟΣ 2003	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		6285
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		6350
ΜΑΡΤΙΟΣ		7506
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		66418
ΜΑΙΟΣ		92011
ΙΟΥΝΙΟΣ		100140
ΙΟΥΛΙΟΣ		113476
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		117911
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		97962
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		72463
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		7585
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		3827
	ΕΤΟΣ 2004	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		4518
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		4741
ΜΑΡΤΙΟΣ		9977
ΑΠΡΙΛΙΟΣ		50842
ΜΑΙΟΣ		110675
ΙΟΥΝΙΟΣ		112940
ΙΟΥΛΙΟΣ		134538
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ		133494
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ		116686
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ		59404
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ		4549
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ		3974
	ΕΤΟΣ 2005	
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ		3025
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ		2983
ΜΑΡΤΙΟΣ		5769

ΕΤΟΣ 2005

ΑΠΡΙΛΙΟΣ	39230
ΜΑΙΟΣ	95315
ΙΟΥΝΙΟΣ	97046
ΙΟΥΛΙΟΣ	131253
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	133638
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	113294
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	64197
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	3634
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	2789

ΕΤΟΣ 2006

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2676
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2760
ΜΑΡΤΙΟΣ	5233
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	39656
ΜΑΙΟΣ	84863
ΙΟΥΝΙΟΣ	97708
ΙΟΥΛΙΟΣ	122337
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	122256
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	113559
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	53311
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	4427
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	3267

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

Παράρτημα 2

Έρευνες που έχουν γίνει για την Κρήτη

Andriotis, Konstantinos, 2000, "Scale of hospitality firms and local Economic Development - evidence from Crete", *Tourism Management* 23 (4), σσ. 333-341.

Ο συγγραφέας, αναφερόμενος στην περίπτωση της Κρήτης, εξετάζει πώς οι επιπτώσεις του τουρισμού στην τοπική οικονομία διαφοροποιούνται ανάλογα με το μέγεθος των τουριστικών επιχειρήσεων. Τα δεδομένα της έρευνάς του προήλθαν από απαντήσεις σε ερωτηματολόγια τα οποία συμπλήρωσαν ιδιοκτήτες ή διευθυντές τουριστικών επιχειρήσεων. Βάσει της ανάλυσης των εμπειρικών του δεδομένων, ο συγγραφέας συμπεραίνει ότι οι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις τείνουν να απασχολούν έναν μεγαλύτερο αριθμό μελών της οικογένειας ενώ, παράλληλα, προμηθεύονται τα υλικά που χρειάζονται από την τοπική αγορά οι μεγάλες επιχειρήσεις, αντιθέτως, τείνουν να εισάγουν διευθυντικά στελέχη και να κάνουν περιορισμένη χρήση των τοπικών προϊόντων. Ο συγγραφέας αναγνωρίζει την ανάγκη υποστήριξης των μικρών επιχειρήσεων δεδομένου ότι τέτοιες επιχειρήσεις συμβάλλουν πολύ περισσότερο στην τοπική οικονομική ανάπτυξη.

Παπαδάκη-Τζεδάκη, Στέλλα, 1999, *Ενδογενής Τουριστική Ανάπτυξη: Διαρθρωμένη ή Αποδιαρθρωμένη Τοπική Ανάπτυξη; Η Περίπτωση του Ρεθύμνου Κρήτης*. Αθήνα: Παπαζήση.

Αντικείμενο της μελέτης της Παπαδάκη-Τζεδάκη, η οποία συνδυάζει την ιστορική διερεύνηση με τη δειγματοληπτική έρευνα, είναι η ανάλυση μιας περίπτωσης ενδογενούς τοπικής ανάπτυξης του νομού Ρεθύμνου που προσανατολίζεται στον τουρισμό. Η συγγραφέας καταδεικνύει ότι στην περίπτωση του Ρεθύμνου, η τοπική ανάπτυξη παρουσιάζει χαμηλό βαθμό τομεακής αποδιάθρωσης, και αυτό οφείλεται στη δυναμική παρουσία του ενδογενούς κεφαλαίου. Για την τοπική οικονομία του Ρεθύμνου, η διαδικασία ενδογενούς τουριστικής ανάπτυξης αποτέλεσε μια βιώσιμη στρατηγική ανάπτυξης που επέδρασε καθοριστικά στη διάρθρωση και στα χαρακτηριστικά της αγοράς εργασίας και στην κινητικότητα διαφορετικών κοινωνικοοικονομικών ομάδων. Η συγγραφέας συμπεραίνει ότι ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής που επικράτησε στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δεν κατέστρεψε τους προ-καπιταλιστικούς τρόπους, όπως είναι η μικρή εμπορευματική παραγωγή που κυριαρχεί στη γεωργία' ωστόσο, δεν δημιούργησε οργανικές διασυνδέσεις με τις μικρές επιχειρήσεις του γεωργικού τομέα, και αυτή η αδυναμία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια αιτία της υπανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, έμμεσα, ο καπιταλιστικός τρόπος παραγωγής ενσωμάτωσε θετικά την απλή εμπορευματική παραγωγή της βιοτεχνίας και άλλων κλάδων του δευτερογενούς τομέα, οι οποίοι εξακολούθησαν να αναπτύσσονται και, μάλιστα, με ταχύτερους ρυθμούς από την προτουριστική περίοδο.

Τσάρτας, Π., 1995, «Χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ανάπτυξης στον Ελλαδικό Χώρο και Ιδιαίτερα στους Νομούς Κερκύρας και Λασιθίου», στο Π. Τσάρτας - Κ. Θεοδωρόπουλος κ.ά. (επιμ.), *Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στους Νομούς Κερκύρας και Λασιθίου*. Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, σσ. 29-46.

Στην εργασία αυτή εξετάζονται τα χαρακτηριστικά της τουριστικής ανάπτυξης - πιο συγκεκριμένα οι συσχετίσεις της προσφοράς και της ζήτησης-και οι συνέπειές της στους νομούς Κερκύρας και Λασιθίου. Καταδεικνύεται ότι το μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που ακολουθήθηκε στην Κέρκυρα δημιούργησε μια προβληματική κατάσταση, εξαιτίας της ραγδαίας ανάπτυξης της νόμιμης και παράνομης υποδομής για τον τουρισμό. Επίσης, η σχεδόν αποκλειστική απασχόληση του μεγαλύτερου μέρους του πληθυσμού στον τουρισμό οδήγησε σε εγκατάλειψη τους άλλους κλάδους της οικονομίας και ευνόησε την αύξηση της παραοικονομίας. Στο Λασιθί, αντιθέτως, η έρευνα αποκάλυψε ένα τύπο ανάπτυξης που δεν επιβάρυνε καθοριστικά την τοπική οικονομική και κοινωνική δομή με την παρουσία του μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, στον νομό Λασιθίου η παράλληλη ανάπτυξη του τουρισμού και της γεωργίας αποτέλεσε ένα εξίσου σημαντικό εξισορροπιστικό στοιχείο.

Terkenli, Theano, 2001, "Local Perceptions of Tourism Impacts on Place Identity: The Case of Northern Crete", *Tourism* 49 (3), σσ. 229-240.

Η συγγραφέας υιοθετεί ένα μοντέλο ανάλυσης της γεωγραφίας για να εξετάσει τις τοπικές αντιλήψεις σχετικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού στην ταυτότητα του τόπου. Αντλώντας στοιχεία από έρευνα ερωτηματολογίου την οποία πραγματοποίησε στη Χερσόνησο, της Κρήτης, η Terkenli εστιάζει στον τόπο ως *location*, ως *locale* και ως *home*. Τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυσή της είναι: α) προϋπάρχοντα χαρακτηριστικά της ταυτότητας του τόπου διαπλέκονται με καινούργια, που αναδύονται σε τουριστικούς προορισμούς οι οποίοι υφίστανται τις δυνάμεις της παγκοσμιοποίησης β) ταυτόχρονα, καταγράφονται διάφορες διαδικασίες μετασχηματισμού -όπως η μετακίνηση στο χώρο τοπικών κοινοτήτων ή η ανάπλαση τοπίων- οι οποίες οδηγούν στην εκτόπιση του τόπου/ τοπικού. Από τη σκοπιά των ντόπιων, ωστόσο, η ταυτότητα του τόπου -και όχι το ζήτημα της αειφόρου ανάπτυξης- συνιστά κρίσιμη παράμετρο αναφορικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού' μια άλλη κρίσιμη παράμετρος είναι ο στόχος της μεγιστοποίησης των εσόδων από τον τουρισμό.

Τ.Ε.Ι. Ηρακλείου, 1998, *Δαπάνη των αλλοδαπών επισκεπτών -ύψος και διάρθρωση αυτής- στην Περιφέρεια Κρήτης*, έκδ. Τ.Ε.Ι Κρήτης.

Το έργο παρουσιάζει τα πορίσματα μιας έρευνας πεδίου, βασισμένης σε προσωπικές συνεντεύξεις και στοιχεία ερωτηματολογίου, την οποία επόπτευσε ο Μ. Σωτηριάδης. Αντικείμενο της έρευνας ήταν ο προσδιορισμός της δαπάνης των αλλοδαπών τουριστών και κατ' επέκταση του συνολικού εισοδήματος που προκύπτει από την τουριστική δραστηριότητα για την Περιφέρεια Κρήτης. Η ανάλυση των πρωτογενών στοιχείων, με τη μορφή πινάκων, καταδεικνύει την κατανομή της μέσης συνολικής τουριστικής δαπάνης (πακέτο συν λοιπές δαπάνες) ως προς την διάρκεια παραμονής και την ηλικία των επισκεπτών, την περίοδο επίσκεψης, την εθνικότητα, τον τύπο καταλύματος και τους όρους διαμονής των ερωτηθέντων. Ποσοτικά στοιχεία αντλήθηκαν επίσης από ερωτηματολόγια επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην τουριστική δραστηριότητα. Σκοπός της συλλογής αυτών των στοιχείων ήταν κατά βάση η επιβεβαίωση των στοιχείων δαπάνης που προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια των τουριστών.

Prinianaki- Tzorakoleftheraki, E., 1997, "Local Environmental Protection Initiatives in Crete", στο M. J. Stabler (επιμ.), *Tourism and Sustainability: Principles to Practice*. Γουέλλινφορντ, Ηνωμένο Βασίλειο: Cab International, σσ. 335-345.

Η εργασία εξετάζει τη σχέση τουρισμού και περιβάλλοντος στην Κρήτη, και σχολιάζει διάφορες τάσεις που έχουν οδηγήσει στην αύξηση και εντατικοποίηση της τουριστικής ανάπτυξης. Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στη σχετικά πρόσφατη μετατόπιση του ενδιαφέροντος από τη διαχείριση στον σχεδιασμό ενός περιβαλλοντικά-πολιτισμικά εδραιωμένου προϊόντος. Ένας από τους βασικούς συντελεστές στη μετατόπιση αυτή θεωρείται το Σχέδιο Περιφερειακής Τουριστικής Ανάπτυξης της Κρήτης. Η συνεχώς αυξανόμενη συνειδητοποίηση της ανάγκης για ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη είναι απόρροια ορισμένων κρίσιμων για την τουριστική βιομηχανία της Κρήτης προβλημάτων, τα οποία αποτελούν συνάρτηση της ανισομερούς γεωγραφικής κατανομής της τουριστικής δραστηριότητας, της υψηλής εποχικότητας, της υπερεκμετάλλευσης των φυσικών πόρων και του χαμηλού ανταγωνισμού. Αναφέρεται ότι όχι μόνο η κεντρική και η τοπική κυβέρνηση αλλά και οι ιδιωτικές επιχειρήσεις και μεμονωμένα άτομα αναγνωρίζουν, συν τω χρόνo, ότι η αειφορία πρέπει να αποτελεί τον βασικό γνώμονα για τον σχεδιασμό του τουρισμού.

Παράρτημα 3

Ενδιαφέροντα στοιχεία για την Κρήτη

Η καταγωγή και το όνομα των Κρητών

ΑΠΑΡΧΕΣ ΚΡΗΤΗΣ - ΚΑΤΑΓΩΓΗ ΚΡΗΤΩΝ

Ανατρέχοντας στους αρχαίους συγγραφείς βλέπουμε ότι οι κάτοικοι της Κρήτης πριν από το Μίνωα ήταν δυο λογίων. Από τη μια ήταν οι αυτόχθονες Κρήτες και από την άλλη οι επήλυδες Κρήτες. Οι αυτόχθονες Κρήτες ήσαν οι πρώτοι κάτοικοι που πήγαν και έκαναν τη γη της Κρήτης δική τους, οι καλούμενοι Κύδωνες και Ετεοκρήτες. Η λέξη «αυτόχθονες» σημαίνει στην κυριολεξία «αυτός,η,ο + χθων (= η γη), άρα οι γηγενείς, και νομικά, σύμφωνα με τον Ισοκράτη, αυτοί που πάνε πρώτοι σε ένα μέρος και κάνουν δική τους τη γη. Από τους αυτόχθονες Κρήτες οι Κύδωνες είχαν πάει στην Κρήτη από την Αρκαδία – Γορτυνία της Πελοποννήσου, εξ ου και η Γόρτυνα της Κρήτης και οι Ετεοκρήτες, που λέγονταν και Ιδαίοι Δάκτυλοι ή Κουρήτες, είχαν πάει στην Κρήτη από τη Φρυγία (= η Τρωάδα της Μ. Ασίας) ή έγινε το αντίθετο, δηλαδή μερικοί Ετεοκρήτες έφυγαν από την Κρήτη και πήγαν και κατοίκησαν στη Φρυγία και γι αυτό υπάρχουν λέει «Ίδη ή Ιδαία όρη» και στην Κρήτη και στη Φρυγία. Φρύγες ήσαν και αυτοί που πήγαν και κατέλαβαν λίγο πριν από τον Τρωικό πόλεμο την Πελοπόννησο με αρχηγό τον Πέλοπα, εξ ου και η ονομασία «Πελοπόννησος», εγγονός του οποίου ήταν ο Αγαμέμνονας.

Οι επήλυδες (από το: επι + έρχομαι, ήλθον) Κρήτες ήσαν οι έποικοι, δηλαδή οι μετανάστες, αυτοί που πήγαν και κατοίκησαν στο νησί της Κρήτης μετά από τους αυτόχθονες και συγκεκριμένα όταν ήταν βασιλιάς των Ετεοκρητών ο Κρηθέας, οι καλούμενοι Αχαιοί, Πελασγοί και Δωριείς της Κρήτης. Είχαν πάει στην Κρήτη με αρχηγό τον Τέκταμο, εγγονός του οποίου ήταν ο Μίνωας, από τη Θεσσαλία τρεις γενιές πριν από το Μίνωα, όταν συνέβηκε μερική ερήμωση της Κρήτης.

Τους αυτόχθονες και επήλυδες Κρήτες, καθώς και ένα μικρό συνονθύλευμα βαρβάρων που είχε πάει στην Κρήτη και με τα χρόνια εξομοιώθηκε με τους Έλληνες ένωσε σε ενιαίο σύνολο ο Μίνωας, όταν έγινε βασιλιάς, και μάλιστα σε μια πρωτόγνωρη σε θεσμούς και ναυτική δύναμη για την εποχή πολιτεία με έδρα την Κνωσό. (Περισσότερα και πηγές για όλα αυτά βλέπε στα παρακάτω.)

Ανατρέχοντας στον Όμηρο βλέπουμε να αναφέρει από τη μια ότι στον πόλεμο της Τροίας οι Κρήτες ήσαν με το μέρος των Αχαιών ή άλλως Αργείων ή Δαναών ή ΠανΕλλήνων και από την άλλη ότι ο αρχηγός όλων των αντρών των Κρητικών πόλεων (όλων των αντρών της Κνωσού, της Γόρτυνας κ.τ.λ.) ή ο αρχηγός όλων των εθνών που κατοικούσαν στην Κρήτη (των Ετεοκρητών, Κυδώνων, Αχαιών, Πελασγών και Δωριέων) ήταν ο Ιδομενέας, που ήταν αφενός εγγονός του Μίνωα και αφετέρου ένας από τους Γενικούς αρχηγούς όλων των Αχαιών. Άρα ο Μίνωας και οι αρχαίοι κάτοικοι της Κρήτης (= οι Κύδωνες, οι Ετεοκρήτες, οι Αχαιοί, οι Δωριείς και οι Πελασγοί της Κρήτης) ήταν φύλα Ελληνικά, φύλα των Αργείων ή άλλως Δαναών ή Αχαιών ή ΠανΕλλήνων, όπως λέγονταν τότε οι Έλληνες, πρβ (σε νέα Ελληνική από τις εκδόσεις «Κάκτος»:

«Ο βασιλιάς-αρχιστράτηγος Αγαμέμνονας θυσίασε ένα παχύ πεντάχρονο βόδι στον παντοδύναμο γιο του Κρόνου και κάλεσε να παρευρεθούν οι Γενικοί αρχηγοί (πρωτάρχοντες) των όλων Αχαιών, πρώτο απ'όλους το Νέστωρα, το βασιλιά Ιδομενέα, τους δυο Αίαντες, το γιο του Τυδέα και έκτο τον Οδυσσέα, που 'ναι ισότιμος στη σοφία του Δία. = σε αρχαία Ελληνική: **«γέροντας αριστίας Παναχαιών, Νέστορα μεν πρότιστα και Ιδομενέα άνακτα» (Ιλιάδα, Β 402 – 405)**

«Υπάρχει κάποια χώρα Κρήτη, στη μέση του γυαλιστερού Πόντου, ωραία και γόνιμη, που βρέχεται από θάλασσα,. Σ' αυτή υπάρχουν πολλοί άνθρωποι, αναρίθμητοι και ενενήντα πόλεις. Μιλούνε ανάμεικτη γλώσσα. Σ' αυτή τη χώρα κατοικούν Αχαιοί, οι Κύδωνες, οι Ετεοκρήτες οι μεγαλόκαρδοι, κάποιοι από τους μακροτρίχηδες ή στα τρία χωρισμένους Δωριείς και οι θεϊκοί Πελασγοί. Σ' αυτούς πρωτεύουσα είναι η Κνωσός, μεγάλη πόλη, όπου βασίλευε ο Μίνωας, ο ισχυρός, αγαπητός φίλος του Δία, ο πατέρας του δικού μου πατέρα, του μεγαλόψυχου Δευκαλίωνα, ο Δευκαλίωνας είναι αυτός που γέννησε εμένα (τον Αίθωνα) και το βασιλιά Ιδομενέα. Αλλά αυτός με τα κοίλα (πολεμικά) πλοία στην Τροία αναχώρησε μαζί με τους Ατρείδες, κι εγώ ονομάζομαι Αίθων, μικρότερος στην ηλικία.» (Οδύσσεια, ραψωδία τ 178 – 183)

Απλώς, λέει ο Όμηρος, οι κάτοικοι της Κρήτης μιλούσαν «μεμειγμένη» γλώσσα (δηλ. με λέξεις από πολλές ελληνικές διαλέκτους), επειδή, εννοείται, οι Κρήτες ήσαν άλλοι αυτόχθονες (= οι Ετεοκρήτες και οι Κύδωνες) και άλλοι επήλυδες (= οι Δωριείς, οι Πελασγοί και οι Αχαιοί), όπως επεξηγούν οι άλλοι αρχαίοι συγγραφείς ή που σχετικά με αυτό:

α) Ο Στράβωνας (I, IV 6 – 7), που επικαλείται παλιότερους του ιστορικούς, λέει: «Η γλώσσα (των Κρητών) είναι ανακατεμένη και κατά τον ποιητή (Όμηρο): «εν δ' Ετεοκρήτες μεγαλήτορες, εν δ' Κύδωνες, Δωριέες τε τριχαϊκες δίοι τε Πελασγοί». Κατά τον Στάφυλο, ανατολικά της Κρήτης ζούνε οι Δωριείς, στα δυτικά οι Κύδωνες και στα νότια οι Ετεοκρήτες, με οικισμό τους τον Πράσο, όπου βρίσκεται το ιερό του Δικταίου Δία. Οι υπόλοιποι είναι πιο δυνατοί και κατέχουν τις πεδιάδες. Είναι εμφανές ότι Ετεοκρήτες και Κύδωνες είναι αυτόχθονες, ενώ οι άλλοι Επήλυδες (μετανάστες). Ο Άνδρων λέει ότι οι Επήλυδες Κρήτες ήρθαν από τη Θεσσαλία, από την περιοχή που παλιά λεγόταν Δωρίδα και σήμερα Εσταιώτιδα. (Στράβων, I, IV 6 – 7)

β) Ο Διόδωρος (Βίβλος 5, 60- 80) αναφέρει: «Ότι οι πρώτοι κάτοικοι του νησιού ήταν οι ονομαζόμενοι Ετεοκρήτες, που θεωρούνται αυτόχθονες, το είπαμε πιο πριν. Μετά από αυτούς και πολλές γενιές αργότερα, Πελασγοί, που περιπλανιόνταν ένεκα συνεχών εκστρατειών και μεταναστεύσεων, έφτασαν στην Κρήτη και εγκαταστάθηκαν σε ένα μέρος του νησιού. Τρίτο ήταν, λένε, το γένος των Δωριέων που έφτασε στο νησί με αρχηγό τον Τέκταμο, το γιο του Δώρου. το μεγαλύτερο μέρος ετούτου του λαού συγκεντρώθηκε, λένε, από την περιοχή του Ολύμπου, αλλά ένα μέρος του ήταν από τους Αχαιούς της Λακωνίας, επειδή ο Δώρος είχε τη βάση εξόρμησης στην περιοχή του Μαλέα. Τέταρτο γένος που ανακατεύθηκε με τους κατοίκους της Κρήτης ήταν, λένε, ένα συνονθύλευμα βαρβάρων που με τα χρόνια εξομοιώθηκαν στη γλώσσα με τους Έλληνες κατοίκους. Μετά απ'αυτά, επικράτησαν ο Μίνωας και ο Ραδάμανθους και συνένωσαν τα έθνη του νησιού σε ενιαίο σύνολο. Τέλος, μετά την κάθοδο των Ηρακλειδών, Αργείοι και Λακεδαιμόνιοι στέλνοντας αποίκους, ίδρυσαν αποικίες σε κάποια άλλα νησιά και, αφού κατέκτησαν και τούτο το νησί οίκησαν πόλεις σ' αυτά..» (Διόδωρος, Βίβλος 5, 80) «Ο Τέκταμος του Δώρου, του γιου του Έλληνα που ήταν γιος του Δευκαλίωνα, κατέπλευσε στην

Κρήτη μαζί με Αιολείς και Πελασγούς κι έγινε βασιλιάς του νησιού, παντρεύτηκε την κόρη του Κρηθέα κι απέκτησε τον Αστέριο...». (Διόδωρος, βίβλος 4, 60)

γ) Ο Στέφανος Βυζάντιος λέει: «Δώρων: και οι Κρήτες Δωριείς εκαλούντο. «Δωριέες τε τριχάικες, δίοι τε Πελασγοί (od. XIX,177). Περί ων ιστορεί Ανδρων, Κρητός εν τη νήσω βασιλεύοντος, Τέκταφον τον Δώρου του Έλληνος, ορμήσαντα εκ της εν Θετταλία τότε μεν Δωρίδος, νυν δε Ιστιαιώτιδα καλουμένης, αφίκεσθαι εις Κρήτην μετά Δωριέων τε και Αχαιών και Πελασγών, των ουκ απαράντων εις Τυρρηνίαν»

Επομένως τα έθνη που κατοικούσαν στην Κρήτη (= οι Ετεοκρήτες, οι Κύδωνες, οι Αχαιοί, οι Δωριείς και οι Πελασγοί της Κρήτης) ήσαν όλα Ελληνικά, φύλα των ΠανΕλλήνων. Απλώς οι μεν Ετεοκρήτες και Κύδωνες ήσαν αυτόχθονες (= οι πρώτοι Έλληνες που πήγαν και κατοίκησαν στο νησί, άρα οι γηγενείς) και οι άλλοι (= οι Αχαιοί, οι Δωριείς και οι Πελασγοί που ζούσαν στην Κρήτη) επήλυδες (= οι έποικοι, μετανάστες από τη Θεσσαλία που πήγαν μετά από τους Ετεοκρήτες και κατοίκησαν στο νησί).

Αν δεν ήταν έτσι, δηλαδή αν π.χ. οι Ετεοκρήτες και οι Κύδωνες δεν ήσαν Έλληνες, αφενός οι αρχαίοι συγγραφείς θα τους αποκαλούσαν βάρβαρους (ή π.χ. ο Όμηρος θα τους αποκαλούσε βαρβαρόφωνους, κάτι ως κάνει π.χ. για τους Κάρες) και συνάμα ο Διόδωρος δε θα έκανε ξεχωρη μνεία για τους βάρβαρους που ένωσε ο Μίνωας σε ενιαίο σύνολο μαζί με τους Ετεοκρήτες κ.τ.λ.

Σημειώνεται επίσης ότι:

1) Ο Ηρόδοτος λέει επίσης, σχετικά με τις γενιές των Κρητών, τα εξής (μτφ από τις εκδόσεις «Κάκτος»): «Σύμφωνα με την ιστορία των Πραισίων, όταν ερημώθηκε η Κρήτη, άνθρωποι διαφόρων εθνικοτήτων, αλλά κυρίως Έλληνες ήρθαν και εγκαταστάθηκαν στην Κρήτη. Έπειτα στην Τρίτη γενιά μετά το θάνατο του Μίνωα, ξέσπασε ο Τρωικός πόλεμος, στον οποίο οι Κρήτες αποδείχτηκαν από τους καλύτερους πολεμιστές που είχε στη διάθεσή του ο Μενέλαος. Επιστρέφοντας, όμως, στην πατρίδα τους, η ανταμοιβή τους για τις υπηρεσίες που πρόσφεραν ήταν πείνα και πανούκλα που έπληξε ανθρώπους και ζώα, σε τέτοιο βαθμό, ώστε η Κρήτη ερημώθηκε για δεύτερη φορά από τον πληθυσμό της. Έτσι, οι σημερινοί Κρήτες, μαζί με όσους απέμειναν από τους προηγούμενους κατοίκους της, είναι η Τρίτη γενιά που ζει στο νησί...» (Ηροδότου Ιστορία Ζ, 169 - 171)

Επομένως η Κρήτη παλιά πλήχθηκε από ερήμωση δυο φορές. Η πρώτη έγινε πριν από το Μίνωα, και τότε πήγαν στο νησί πολλοί άνθρωποι και κυρίως Έλληνες (εννοεί τους επήλυδες Αχαιούς, Δωριείς και Πελασγούς της Κρήτης, όπως λένε οι άλλοι αρχαίοι συγγραφείς) και η δεύτερη μετά από τον Τρωικό πόλεμο, η οποία έγινε λέει λόγω πείνας και πανούκλας. Την εθνικότητα των πρώτων κατοίκων της Κρήτης και την αιτία της πρώτης ερήμωσης της Κρήτης δεν τα αναφέρει ο Ηρόδοτος. Ωστόσο από το Πάριο χρονικό και τους άλλους αρχαίους συγγραφείς μαθαίνουμε ότι οι πρώτοι κάτοικοι της Κρήτης, οι καλούμενοι Ετεοκρήτες (ή άλλως Ιδαίοι Δάκτυλοι ή Κουρήτες) και Κύδωνες, ήσαν της αυτής εθνικότητας με τους επήλυδες, δηλαδή Πανέλληνες, και η αιτία της πρώτης ερήμωσης ήταν ο κατακλυσμός που έγινε επί Δευκαλίωνα, αφού μόνο αυτό το καταστρεπτικό γεγονός έγινε λίγα χρόνια πριν από το Μίνωα. (Περισσότερα βλέπε στα πιο κάτω)

2) Ο Διόδωρος Σικελιώτης, όπως είδαμε πιο πριν, αναφέρει ότι «μετά την κάθοδο των Ηρακλειδών, Αργείοι και Λακεδαιμόνιοι στέλνοντας αποίκους, ίδρυσαν αποικίες σε κάποια άλλα νησιά και, αφού κατέκτησαν και τούτο το νησί οίκησαν πόλεις σ' αυτά». Κάτι που δεν είναι έτσι επακριβώς. Η αλήθεια είναι, όπως θα δούμε σε άλλο μέρος πιο κάτω, ότι στην Κρήτη πήγαν δυο φορές Δωριείς. Η πρώτη ήταν λίγο πριν

από το Μίνωα (ο Μίνωας βασίλευε το 1470 π.Χ.,) και τότε Δωριείς έφυγαν από τη Θεσσαλία με αρχηγό τον Τέκταμο (= παππούς του Μίνωα) και πήγαν στην Κρήτη. Η δεύτερη φορά ήταν μετά από τα Τρωικά, όταν έγινε η κάθοδος των Δωριέων με τους Ηρακλείδες (έγινε το 1120 π.Χ.) και τότε έφυγαν Δωριείς από τη Λακωνία και ελευθέρωσαν τη Λύκτο της Κρήτης από την κηδεμονία των Κνωσίων και έκτοτε η Λύκτος έγινε οικιοθελώς αποικία των Λακεδαιμονίων (Σπαρτιατών).

Οι Κύδωνες και οι Ετεοκρήτες

Οι Κύδωνες, καθώς αναφέρει ο Πausανίας, ήσαν οι απόγονοι των πόλεων Κυδωνίας, Γορτυνίας και Κατρέας (για την πόλη αυτή δεν υπάρχει σήμερα καμιά πληροφορία), που έκτισαν οι γιοι του Τεγεάτη Λυκάονα από την Αρκαδία – Γορτυνία της Πελοποννήσου, εξ ου και η Γόρτυνα της Κρήτης, πρβ: «Λέγουσι δε και όσοι Τεγεάτου των παιδων ελείποντο μετοικήσαι σφας εκουσίως ες Κρήτην, Κύδωνα και Αρχήδιον και Γόρτυνα' και τούτων φασιν ονομασθήναι τας πόλεις Κυδωνίαν και Γόρτυνά τε και Κατρέα. Κρήτες δε ουχ ομολογούντες τω Τεγεατών λόγω Κύδωνα μεν Ακακαλλίδος θυγατρός Μίνω και Ερμού, Κατρέα δε φασιν είναι Μίνω, τον δε Γόρτυνα Ραδάμανθος. ες δε αυτόν Ραδάμανθον Ομήρου μεν εστιν εν Πρωτέως προς Μενέλαον λόγοις ως ες τὸ πεδῖον ἥξι Μενέλαος τὸ Ηλυσιον, πρότερον δε ετι Ραδάμανθον ενταυθα ηκειν: Κιναίθων δε εν τοις έπεσιν εποίησεν <ως> Ραδάμανθος μεν Ηφαιστου, Ηφαιστος δε είη Ταλω, Ταλων δε είναι Κρητος παιδα. οι μεν δη Ελλήνων λόγοι διάφοροι τα πλέονα και ουχ ήκιστα επι τοις γενεσίν εισι..» (Pausanias Arcaδικά, VIII, 53, 4 - 6).

Οι Ετεοκρητες, σύμφωνα με τους Διόδωρο, Στράβωνα κ.α., λέγονταν και Ιδαίοι Δάκτυλοι ή Κουρήτες και είχαν πάει στην Κρήτη πριν από τους επήλυδες. Κατ' άλλους είχαν πάει στην Κρήτη από τη Φρυγία όταν γεννήθηκε ο Δίας (προκειμένου να βοηθήσουν στην ανατροφή του Δία) και στη συνέχεια παρέμειναν εκεί και κατ' άλλους, όταν ανδρώθηκε ο Δίας έφυγαν κάποιοι από τους Ιδαίους Δακτύλους και πήγαν στη Φρυγία και γι αυτό υπάρχουν Ίδη ή Ιδαία όρη και στην Κρήτη και στη Φρυγία.

Σημειώνεται ότι:

1) Ο Ηρόδοτος, σχετικά με μια πόλη της Κρήτης με τα όνομα Κυδωνία (μιλά για πόλη και όχι για τους αρχαίους Κύδωνες), αναφέρει και τα εξής: «Αυτοί δε οι Σάμιοι την Κυδωνία στην Κρήτη έκτισαν, όχι γι αυτό το σκοπό πηγαίνοντας στην Κρήτη, αλλά, διώχοντας του Ζακυνθινούς από το νησί. Έμειναν δε εκεί και ευδαιμόνησαν επί πέντε έτη, και έφτιαξαν τα ευρισκόμενα στην Κυδωνία ιερά και το ναό της Δίκτυνας. Τον έκτο όμως χρόνο οι Αιγινήτες σε ναυμαχία τους νίκησαν μαζί με άλλους Κρήτες. (Ηρόδοτος, Γ, 44 και 59).

2) Τα αναφερόμενα από τον Pausanias πρέπει να είναι αληθή αφού στα νομίσματα της Κυδωνίας εμφανίζουν τον Λύκο, σύμβολο των Αρκαδων.

3) Ορισμένοι λένε ότι ο Δίας γεννήθηκε κάπου το 1515 π.χ., αφού το Πάριο χρονικό αναφέρει ότι ο Μίνωας, ο οποίος φέρεται και ως γιος του Δία, βασίλευε κάπου το 1547. Ωστόσο αυτό δεν είναι σίγουρο, γιατί ο Μίνωας φέρεται ως γιος του Δία και όχι ως πραγματικός γιος του Δία. Δηλαδή εδώ έχουμε κάτι ως και ο Λυκούργος, ο Μ. Αλέξανδρος κ.α. που και αυτοί φέρονται ως γιοί του Δία λόγω εξαίρετων πράξεων. (Περισσότερα βλέπε πιο κάτω)

Ta onόματα CRETA, CRETE KAI CANDIA

Οι Λατίνοι (Ρωμαίοι κ.α.) ονόμαζαν την Κρήτη, όπως και οι Έλληνες, δηλαδή: **Creta,ae** ή **Crete,es** = **Κρήτη,ης** απ' όπου και στα αγγλικά **Crete, cretan** = **Κρήτη, Κρητικός**. Στα λατινικά επίσης: **Cress,etis** και **Cressa,ae**, = Κρής και Κρήσσα, **cretaeus,a,um** = **Cresssius,a,um** = Κρητικός, **ιά,ό**. **Cretensis,e** = Κρητικός, **cretis,idis** = Κρήσσα,.. Η Κρήτη από τους Βενετούς ονομάζονταν **candia**, που ετυμολογία σχετίζεται με τα: **candeo,ui,ere** = λευκανθίζω, λευκαίνω, λευκός, λευκαυγής....., **canditus marmor** = λευκό μάρμαρο, **candido, candidezza, candore**.... κ.α. Αυτό επειδή η ονομασία **Candia** είναι συνώνυμη της ονομασίας **creta,ae** = η κρητίς (ή κρηπίς), δηλαδή ο γύψος, η λευκή γη, το ψιμύθιον, κεραμική γη....., πρβ και: **Cressius nota** = σημείωση δια κρητίδος, **cretosus** = κρητικώδης, αργιλώδης, ο λευκός, **cretula**= το λευκό χρώμα. ... Το λατινικό «**creta**» και το βενετσιάνικο «**candia**»= η νήσος Κρήτη ή η κρητίς (άργιλος ή γύψος) προήλθε από το Κρήτη, κάτι ως και τα Μαγνησία > μαγνήτης, Κίμωλος > κιμωλία... Παράβαλε και «Λευκά όρη = η δυτική οροσειρά της Κρήτης.

Οι πόλεις της αρχαίας Κρήτης

Η περιγραφή της Κρήτης από τον Όμηρο

Ο Όμηρος (σε νέα Ελληνική από τις εκδόσεις «Κάκτος») στην Ιλιάδα λέει ότι όσους απέστειλε η **Κνωσός** και η πυργωμένη **Γόρτυς** και η λευκόγειος **Λύκαστος** και η **Μίλητος** και η **Λύκτος**. **το Ρύτιον** και η **Φαιστός**, χώρες λαμπρές και άλλοι οπού την εκατόμπολιν εκατοικούσαν Κρήτην. Όλων αυτών ήταν αρχηγός ο Ιδομενεύς ο ανδρείος, και ο Μηριόνης όμοιος του ανθρωποφόνου Άρη. Κι είχαν ογδόντα ολόμαυρα κατόπι τους καράβια.

«Κρητών δε Ιδομενεύς δουρί κλυτός ηγεμόνευεν,
οι Κνωσόν τ' εσχον Γόρτυνα τε τειχιόεσσαν,
Λύκτον, Μίλητον τε και αργινόεντα Λύκαστον
Φαιστόν τε Ρύτιον τε, πόλεις εύ ναιετοώσας,
άλλοι θ' οί Κρήτην εκατόμπολιν αμφενέμοντο.
Τον μεν άρ' Ιδομενεύς δουρί κλυτός ηγεμόνευε,
Μηριόνης τ' ατάλαντος Ενυαλίω Ανδρειφόντη·
τοίσι δ' άμ' ογδώκοντα μέλαινα νήες έποντο.
(Ιλιάδα Β. 645 – 652)

Στην Οδύσσεια, ο Όμηρος λέει ότι η Κρήτη είχε όχι εκατό, αλλά ενενήντα πόλεις με κόσμο αναρίθμητο, και εκεί κατοικούν Αχαιοί, Κύδωνες, Ετεοκρήτες, Κύδωνες, Δωριείς και Πελασγοί, εκεί είναι και η μεγάλη πόλη Κνωσός, έδρα του βασιλιά Μίνωα κ.τ.λ . Αναφέρει επίσης τις πόλεις **Κυδωνία**, όπου κατοικούν οι Κύδωνες, **τη Γόρτυνα** και τη **Φαιστό**.

Κρήτη τις γαι' έστι, μέσω ενί οίνοπι πόντω,
καλή και πείρα, περίρρυτος· εν δ' άνθρωποι
πολλοί, απειρέσιοι, και εννήκοντα πόλεις
άλλη δ' άλλων Γλώσσα μεμιγμένη· εν μεν **Αχαιοί**,
εν δ' **Ετεοκρήτες** μεγαλήτορες, εν δ' **Κύδωνες**,

Δωριέες τε τριχαΐκες δίοι τε **Πελασγοί**.
τησι δ' ἐνὶ Κνωσός, μεγάλη πόλις, ἐνθα τε **Μίνως**
εννέωρος βασίλευε Διός μεγάλου οαριστής...
πατρός εμοίο πατήρ, μεγαθύμου **Δευκαλίωνος**
Δευκαλίων δ' ἐμέ τίκτε και Ἰδομενῆα ἀνακτα.....
(Οδύσσεια, ραψωδία τ 178– 183)

«Εκεί, αφού χώρισαν τα πλοία, κάποια από αυτά πήγαν στην Κρήτη, όπου κατοικούσαν οι Κύδωνες στις όχθες του Ιάρδανου. Εκεί υψώνεται στη θάλασσα ένας βράχος γλιστερός και απόκρημνος, στην άκρη της Γόρτυνας, στη μέση του σκοτεινού Πελάγους, όπου ο Νοτιάς φέρνει φουσκωμένα κύματα προς τη Φαιστό, το δυτικό ακρωτήριο, και μικρός βράχος εμποδίζει το μεγάλο κύμα»
(Οδύσσεια 290– 295)

Η περιγραφή της Κρήτης από το Στράβωνα

«:Από τα ακρωτήρια, το δυτικότερο είναι στα **Φαλάσαρνα**, ενώ το ανατολικό είναι το Σαμώνιο..... οικισμός στη βόρεια πλευρά **η Αμφίμαλα** και προς το νότο ο **Φοίνικας**, οικισμός των **Λαμπέων**. Παραπέρα, στο στενότερο μέρος (ισθμό) της Κρήτης **η Μινώα των ΛΥττίων** και **η Ιεράπυτνα**....

Τα δυτικά βουνά της Κρήτης λέγονται **Λευκά όρη**. Στο μέσο είναι το πιο φαρδύ από τα βουνά, το **Ιδαίο**, το πιο ψηλό απ' όλα με περίμετρο εξακοσίων σταδίων. Γύρω του υπάρχουν οι πιο καλές πόλεις..... Η γλώσσα των κρητών είναι μεμιγμένη κατά τον ποιητή «εν δε Αχαιοί, εν δε Ετεοκρήτες, εν δε Κύδωνες, Δωριέες τε τριχαΐκες δίοι τε Πελασγοί». Κατά το Στάφυλο ανατολικά ζούνε οι Δωριείς, δυτικά οι Κύδωνες, στα νότια οι Ετεοκρήτες, με οικισμό τους τον Πράσο, όπου βρίσκεται το ιερό του Δικταίου Δία. Οι υπόλοιποι είναι πιο δυνατοί και κατέχουν τις πεδιάδες. Είναι εμφανές ότι οι Ετεοκρήτες και Κύδωνες είναι γηγενείς, ενώ οι άλλοι επήλυδες. Ο Ανδρων λέει πως ήρθαν από τη Θεσσαλία, από την περιοχή που παλιά λεγόταν Δωρίδα και σήμερα Εστιώτισα.....» (Στράβων Ι, C 475 – 476)

«... Ο ποιητής (Ομηρος) μια φορά αναφέρει την Κρήτη με εκατό και μια με ενενήντα πόλεις. Ο Έφορος υποστηρίζει πως οι δέκα χτίστηκαν μετά τα Τρωικά από τους Δωριείς υπό τον Αλθαμένη τον Αργείο. Πάντως ο Οδυσέας την ονομάζει νησί με ενενήντα πόλεις. Ο λόγος που παραθέτει είναι πιθανώς σωστός. Άλλοι λένε πως οι δέκα καταστράφηκαν από τους εχθρούς του Ιδομενέα. Πάντως ο ποιητής δεν μιλάει για Κρήτη με εκατό πόλεις κατά τα Τρωικά, αλλά κατά τα χρόνια του (επειδή μιλάει ο ίδιος).... (Στράβων Ι, c 480, 15)

Οι σπουδαιότερες πόλεις της Αρχαίας Κρήτης

1. Η Κνωσός

Η Κνωσός (που γράφεται και «Κνωσσός» και λεγόταν και «Καίρατος») ήταν η περιφημότερη πόλη όχι μόνο της αρχαίας Κρήτης, αλλά και όλου του αρχαίου κόσμου μέχρι την ανάπτυξη των Μυκηνών. Ήταν πρώτη θαλασσοκράτειρα και η πρώτη πολιτισμένη πόλη, αφού εκεί γεννήθηκαν οι θεσμοί, τα γράμματα, η φιλοσοφία και οι τέχνες, ο Μινωικός πολιτισμός - από τους αδελφούς Μίνωα και Ραδάμανθη, καθώς λέει όχι μόνο ο Όμηρος, αλλά και οι Πλάτωνας (Νόμοι 625-631, Μίνως 320 β, Πρωταγόρας 342 α-γ), Ισοκράτης (Παναθηναϊκός 205), Στράβων (Γ', C 476 - 478) κ.α. Είχε δυο επίνεια, την Αμνισό και το Ηράκλειο και από τότε που την ίδρυσε ο Μίνωας (= ο άνθρωπος που ύμνησε όσο κανένα άλλο ο Όμηρος ή ο άνθρωπος που ανακηρύχθηκε από τους Έλληνες μέγας νομοθέτης και θαλασσοκράτορας και μετά το θάνατό του κριτής στον Άδη) μέχρι που την κατέλαβαν και κατέστρεψαν οι Ρωμαίοι συνεχώς έπαιξε πρωταγωνιστικό ρόλο, άλλοτε τον πρώτο και άλλοτε από τους πρώτους, όχι μόνο στην Κρήτη, αλλά και σε όλο τον τότε αρχαίο γνωστό κόσμο. Σήμερα σώζονται κάπως μερικά μόνο τα ανάκτορά της. Παραδίπλα όμως ανθεί το επίνειό της, το Ηράκλειο, που είναι και η μεγαλύτερη πόλη σήμερα της Κρήτης και μια από τις μεγαλύτερες (Αθήνα - Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Πάτρα και Ηράκλειο) της Ελλάδας.

Σύμφωνα με τους Διόδωρο, Στράβωνα κ.α., η Κνωσός κτίστηκε από το Μίνωα μετά που κατόρθωσε να ενώσει τα Ελληνικά φύλα που κατοικούσαν στην Κρήτη, δηλαδή τους αυτόχθονες Ετεοκρήτες και Κύδωνες με τους επήλυδες Αχαιούς, Πελασγούς και Δωριείς της Κρήτης, καθώς και ένα συνονθύλευμα βαρβάρων σε ενιαίο σύνολο. Επομένως η Κνωσός είναι αφενός νεώτερη πόλη από τις άλλες σπουδαίες κρητικές πόλεις Γόρτυνα και Κυδωνία, τις πόλεις των Ετεοκρήτων και αφετέρου πόλη που οι κάτοικοί της ήσαν όχι μόνο από ένα γένος, αλλά από πολλά, βασικά όμως από τους Αχαιούς, γιατί οι αυτόχθονες Ετεοκρήτες και Κύδωνες κατάγονταν και αυτοί από τους Αχαιούς, είχαν έρθει εκεί από την Πελοπόννησο. Παράβαλε και ότι ο Ιδομενέας, ο εγγονός του Μίνωα ήταν ένα από τους πρωτάρχοντες όλων των Αχαιών στον πόλεμο της Τροίας.

Σύμφωνα επίσης με τους μύθους, τα παλάτια του Μίνωα κτίστηκαν από τον περίφημο Αθηναίο μηχανικό και αρχιτέκτονα Δαίδαλο

Ο Στράβωνας (Στρ.Ι,476) λέει: Υπάρχουν πολλές πόλεις στην Κρήτη. Οι μεγαλύτερες είναι η Κνωσός, η Γόρτυνα και η Κυδωνία. Ο Όμηρος υμνεί ιδιαίτερα την Κνωσό. Την αποκαλεί βασιλείο του Μίνωα, το ίδιο και οι μεταγενέστεροι. Οντως συνέχισε να έχει τα πρωτεία επί μεγάλο χρονικό διάστημα. Αργότερα παρήκμασε κι έχασε πολλά δικαιώματα της και η πρωτιά πήγε σε Γόρτυνα και Λύττο. Αργότερα ξαναπήρε το αξίωμα της μητρόπολης. Βρίσκεται σε πεδιάδα, έχοντας περίμετρο παλιά 30 στάδια, ανάμεσα σε Λυκτία και Γορτυνία. Απέχει 200 στάδια από τη Γορτυνία και 120 από τη Λύττο, που ο ποιητής γνωρίζει ως Λύκτο. Από τη θάλασσα στα βόρεια, η Κνωσός απέχει 25 στάδια, ενώ η Γόρτυνα από τη Λυβική 90 και η Λύττος από τη Λυβική 80. Επίνειο της Κνωσού είναι το Ηράκλειο. Ο Μίνωας λέγεται πως είχε επίνειο τη Αμνισό, όπου το της Ευλειθίας ιερών. Παλιά έλεγαν την Κνωσό Καίρατος, ομώνυμη με τον ποταμό που κυλούσε κοντά. (<<Εκαλείτο δε η Κνωσός Καίρατος πρότερον, ομωνύμως τω παραρέοντι ποταμώ>>.) Στην ιστορία έχει γραφτεί πως ο Μίνωας, έξοχος νομοθέτης, πρώτος που κυριάρχησε στις θάλασσες. Χώρισε το νησί στα τρία και σε κάθε μια έκτισε πόλη, την Κνωσό, απέναντι από την Πελοπόννησο. (Στράβων Ι, C 476)

Από την Κνωσό είχαν βγει επίσης και πάρα πολλοί άλλοι αξιόλογοι άντρες, όπως π.χ.: ο Ραδάμανθης, ο γνωστός νομοθέτης και αδελφός του Μίνωα, ο Ιδομενέας, ο αρχηγός των Κρητών στην εκστρατεία της Τροίας, ο Θάλης, περίφημος αρχαίος μελωποιός, ο Ολυμπιονίκης Εργοτέλης (ο επικαλούμενος Ιμέριος, επειδή οι Κνώσιοι τον απέλασαν στην Ιμέρα λόγω του ότι έλαβε μέρος σε κάποια επανάσταση, όπως μας πληροφορεί ο Πausanίας, Ηλιακά Β) κ.α.

2. Η Γόρτυνα

Ο Όμηρος αναφέρει ότι η Γόρτυνα της Κρήτης ήταν πόλη υποδεέστερη της Κνωσού (αφού η Κνωσός ήταν η έδρα του βασιλιά της Κρήτης) και αφετέρου πόλη που υπάγονταν στο βασίλειο του Κνωσού (αφού και η Γόρτυνα ήταν κάτω από τις διαταγές του Ιδομενέα, εγγονού του Μίνωα, στον πόλεμο της Τροίας). Αναφέρει επίσης ότι η Γόρτυνα ήταν η μόνη πόλη της Κρήτης που έφερε τείχη «εσχον Γόρτυνα τε τειχιόεσσαν» (Ιλιάδα Β. 645 – 652)

Ο Πλάτωνας αναφέρει ότι οι αρχαίοι Κρήτες ήταν Έλληνες και η πόλη της Κρήτης Γόρτυνα κτίστηκε από Αργείους της Γορτυνίας της Πελοποννήσου, πρβ: «Νομίζω απ' όλη τη Κρήτη. Όσο για τους υπόλοιπους Έλληνες, φαντάζομαι οι Πελοποννήσιοι θα γίνουν πρόθυμα δεκτοί. Όπως είπες πριν από λίγο υπάρχουν ανάμεσά μας πολλοί Αργίτες, αλλά και οι Γορτύνιοι, η πιο φημισμένη φυλή, αφού είναι μετανάστες από την ονομαστή Γόρτυνα της Πελοποννήσου...» (Πλάτων Νόμοι Δ, 708)

Ομοίως ο Πausanίας αναφέρει ότι οι πόλεις της Κρήτης Κυδωνία, Κατρέα και Γόρτυνα ιδρύθηκαν από τα αδέρφια «Γόρτυνα, Αρχέδιο και Κύδωνα», παιδιά του Τεγεάτη Λυκάονα από την Αρκαδία, όμως κατ' άλλους ο Γόρτυς φέρεται λέει και ως γιος του Ραδάμανθου, γιου της Ευρώπης και ο Κύδωνας γιος είτε του Ερμή και της Ακακάλης, κόρης του Μίνωα, πρβ: «Λέγουσι δε και όσοι Τεγεάτου των παιδών ελείποντο μετοικήσαι σφας εκουσίως εις Κρήτην, Κύδωνα και Αρχέδιον και Γόρτυνα' και τούτων φαίην ονομασθήναι τας πόλεις Κυδωνίαν και Γόρτυνά τε και Κατρέα...» (Πausanίας VIII, 53, 3-4).

Σε πολλά νομίσματα της Γόρτυνας βλέπουμε τον οικιστή Γόρτυ που σημαίνει ότι η πόλη Γόρτυνα πράγματι σχετιζόταν με την περιοχή Γόρτυνα της Αρκαδίας, τους γιους του Τεγεάτη Λυκάονα. Επίσης σε πάρα πολλά νομίσματα της Γόρτυνας βλέπουμε και την Ευρώπη, τη μάνα του Μίνωα, του πρώτου κοινού βασιλιά της Κρήτης και ιδρυτή της Κνωσού. Και όλα αυτά σημαίνουν ότι η Γόρτυνα ήταν μια πόλη με κατοίκους που κατάγονταν καθαρά από τους Αχαιούς της Πελοποννήσου. Η Κνωσός ήταν κράμα Αχαιών και Ετεοκρητών.

Ο Στέφανος Βυζάντιος λέει για τη Γόρτυνα: «Η Γόρτυνα πόλη της Κρήτης που ονομάστηκε έτσι από το όνομα του ήρωα Γόρτυος. Παλαιότερα λεγόταν Ελλωτίς, έπειτα την έλεγαν Λάρισα, αργότερα Κρημνία και στο τέλος Γόρτυς ή Γόρτυν ή Γόρτυνα».

Ο Στράβωνας (Στρ. Ι, C 478,11), σχετικά με τη Γόρτυνα, λέει τα εξής: «Μετά την Κνωσό, δεύτερη σε δύναμη φαίνεται να ήταν η πόλη των Γορτυνίων. Όσο είχαν μεταξύ τους συμμαχία κρατούσαν υποτελείς τις υπόλοιπες πόλεις του νησιού. Ήρθαν όμως σε διάσταση και μοιράστηκε το νησί στα δυο. Η **Κυδωνία** αποτελούσε τη μεγαλύτερη προσθήκη πηγαίνοντας με το μέρος της μια από τις δυο πόλεις. Η πόλη των Γορτυνίων βρίσκεται σε πεδιάδα. Στα αρχαία χρόνια ήταν ίσως τειχισμένη και γι αυτό ο Όμηρος μιλά για «Γόρτυνα με τα τείχη της» (Γόρτυνα τε τειχιόεσσαν). Αργότερα έχασε το τείχος εκ θεμελίων και όλο το διάστημα παρέμεινε ατείχιστη. Ο Πτολεμαίος Φιλοπάτωρ, που άρχισε να την τειχίζει, έφτασε το έργο μόνο στα 80

στάδια. Η πόλη είχε αξιόλογη περίμετρο, κάπου 50 στάδια. Απέχει από τη Λιβυκή θάλασσα, στον **Λεβήνα**, τον εμπορικό της σταθμό, 90 στάδια. Έχει και άλλο επίγειο, **το Μάταλο**, που απέχει 130 στάδια. Την περιοχή διαρρέει ο ποταμός Ληθαίος. Από το Λεβήνα ήταν η καταγωγή του Λευκοκόμα και του εραστή του, του Ευξύνθετου, που την ιστορία τους γράφει ο Θεόφραστος στην Περί Έρωτος πραγματεία». (Στρ. Ι, C 478, 11)

Ο Διόδωρος λέει ότι η Κνωσός, η Γόρτυνα και η Φαιστός κτίστηκαν από το Μίνωα (ωστόσο αυτό δεν είναι αληθές για τη πόλη Γόρτυνα, καθώς λένε οι άλλοι αρχαίοι συγγραφείς): «Ο Μίνωας, που ήταν ο μεγαλύτερος των αδελφών, έγινε βασιλιάς του νησιού και ίδρυσε σ' αυτό αρκετές πόλεις, με γνωστότερες την Κνωσό, Φαιστό και Κυδωνία» (Διόδωρος Σικελιώτης, 5, 60 - 78).

Σημειώνεται επίσης ότι:

A) Η Γόρτυνα μετά την καταστροφή της Κνωσού από τους Ρωμαίους έγινε πρωτεύουσα της Κρήτης. Η Γόρτυνα δεν καταστράφηκε από τους Ρωμαίους, επειδή συμμάχησε μαζί τους.

B) Στη Γόρτυνα χτίστηκαν και οι πρώτοι χριστιανικοί ναοί της Κρήτης, ανάμεσα στους οποίους η μητρόπολη του Αγίου Τίτου.

Δ) Σύμφωνα με τη παράδοση των Γορτυνίων, ο Δίας έσμιξε με την Ευρώπη κάτω από ένα Πλάτανο στην περιοχή τους, που από τότε έμεινε αιθαλής. Σύμφωνα με το Λουκιανό, η Ευρώπη έσμιξε για πρώτη φορά (τρία παιδιά έκανε η Ευρώπη, οπότε εκεί έγινε τεκνοποίηση του Μίνωα) στο Δικταίο άντρο.

3. Η Μίλητος

Η Μίλητος (σημερινή Μίλατος Μιραμβέλου) είναι γνωστή από τον Όμηρο (Ιλ. Β 647), ο οποίος την αναφέρει μεταξύ των επτά πόλεων, οι οποίες πήραν μέρος στην εκστρατεία της Τροίας με τους Ιδομενέα και Μηριόνη. Εκτός της Κρητικής υπήρχε και η ασιατική Μίλητος, αδελφή πόλη.

Η Κρητική Μίλητος ήκμασε από τους κλασικούς ως τους ελληνιστικούς χρόνους, όποτε καταστράφηκε από τους Λυκτίους το 200 περίπου π.Χ. (Στράβων β', 10, σελ. 479) και ήταν πατρίδα του Πινδάρεω, ο οποίος, κατά τη μυθολογία, έκλεψε το σκύλο του Δία και τον παρέδωσε στον Τάνταλο.

Ο Δίας σκότωσε τον Πινδάρεω και τη γυναίκα του και άφησε ορφανές τις τρεις κόρες τους, την **Αηδόνα**, την **Κλεοθήρα** και τη **Μερόπη**, αγάμους, τις οποίες ανάθρεψε η **Αφροδίτη**. Η Ήρα τους έδωσε τη φρόνηση και το κάλλος, η Αρτεμις το ανάστημα του σώματος και η Αθηνά δίδαξε σε αυτές τα γυναικεία έργα. Όταν η Αφροδίτη πήγε στον ουρανό να ζητήσει από το Δία ευτυχισμένο γάμο για τις προστατευόμενες της, οι Αρπύιες άρπαζαν τις παρθένους κόρες του Πινδάρεω και τις παρέδωσαν στις Ερινύες για να τις έχουν σκλάβες.

Η ασιατική Μίλητος, σύμφωνα με τον Ηρόδοτο (Α 173), κτίστηκε από Κρήτες αποίκους με επικεφής τον Σαρπηδόνα. Ο Σαρπηδόνας ήταν λέει αφενός αδελφός του Μίνωα και αφετέρου παιδιά της πριγκίπισσας της Φοινίκης Ευρώπης και ενός Έλληνα βασιλιά, μάλλον Κρητικού (δε λέει του Δία, αλλά ενός Έλληνα Κρητικού βασιλιά), τα οποία, όταν πέθανε ο πατέρας τους συνεπλάκησαν για το ποιος θα γίνει βασιλιάς της Κρήτης. Ηττηθείς ο Σαρπηδόνας, πήρε τους στασιαστές του και πήγε στη Μ. Ασία, στη Μίλητο. Η ασιατική Μίλητος, σύμφωνα με τον Απολλόδωρο (Γ 1,2) και τον Στράβωνα (14,1 και 12.8) ήταν αφενός πατρίδα του Θαλή, του

Αναξίμανδρου κ.α. και αφετέρου κτίστηκε από αποίκους εκ της Κρητικής Μιλήτου με αρχηγό το Σαρπηδόνα.

«Ευρώπην δε γήμας Αστέριος ο Κρητών δυνάστης τους εκ ταύτης παίδαυς έτρεφεν. οι δε ως ετελειώθησαν, προς αλλήλους εστασίασαν· ίσχουσι γαρ έρωτα παιδός ος εκαλείτο Μίλητος, Απόλλωνος δε ην και Αρείας της Κλεόχου. του δε παιδός προς Σαρπηδόνα μάλλον οικείως έχοντος πολεμήσας Μίνως επροτέρησεν. οι δε φεύγουσι, και Μίλητος μεν Καρία προσσχών εκεί πόλιν αφ εαυτού έκτισε Μίλητον... (Απολλόδωρος, βιβλιοθήκη Γ, 1,2)

«προσλαβόντων Κρητών, οι και την Μίλητον έκτισαν εκ της Κρητικής Μιλήτου. Σαρπηδόνα λαβόντες κτίστην και τους Τερμίλας κατώκισαν εν τη...» (Στράβων 12,8)

4. Η Φαιστός

Η Φαιστός είχε επίνειο το Μάταλο (σημερινά Μάταλα), κάτι που ήταν αιτία κάποτε να καταστραφεί από τη Γόρτυνα, επειδή το ήθελε και αυτή. Ο Πausανίας και ο Στ. Βυζάντιος λένε ότι τη Φαιστό την ίδρυσε ο **Φαιστός, γιος του Ηρακλή** ή γιος του Ρόπαλου. Την άποψη αυτή πρέπει να πιστευαν και οι κάτοικοι της πόλης αυτής, αφού τα περισσότερα νομίσματα της πόλης αυτής φέρουν τον Ηρακλή. Ο Στράβωνας λέει επακριβώς τα εξής για τη Φαιστό: «Την τελευταία από τις πόλεις που ίδρυσε ο Μίνωας, τη Φαιστό, την κατέσκαψαν οι Γορτύνιοι. Απέιχε από τη Γόρτυνα 60 στάδια, από τη θάλασσα 20, από τη Μάταλο, το επίνειο, 40. Τη χώρα κατοικούν οι καταστροφείς της πόλης. Στους Γορτύνιους ανήκει και το Ρύτιο, μαζί με τη Φαιστό. Λένε πως από τη Φαιστό κατάγεται ο **Επιμενίδης**, που με τα έπη του παρουσιάζει σε ποίηση καθαρμούς. Στην περιοχή της Φαιστου βρίσκεται και ο **Λισσών**. (Στρ Χ 479, 14). Ο θεοσοφιστής και μάντης Επιμενίδης ήταν σύγχρονος του Σόλωνα των Αθηνών (Πλουτάρχου Σόλων 12).

5. Η Λύκτος ή Λύττος

Ο Όμηρος αναφέρει ότι η πόλη Λύκτος πήρε μέρος στον Τρωικό πόλεμο με αρχηγό του στρατού τον Κοίρανο, το σύντροφο και αμαξηλάτη του Μηριόνη που έσωσε τον Ιδομενέα από το κοντάρι του Έκτορα θυσιάζοντας τον εαυτό του.

Ο Ησίοδος αναφέρει ότι η Ρέα ήρθε στη Λύκτο, για να γεννήσει το Δία εκεί σε μια σπηλιά της Δίκτης: «Πέμψαν δ'ες Λύκτον Κρήτης, ες πίονα δήμον οππότ'αρ απλότατον παίδων τεκέσθαι, έμελλε, Ζήνα μέγαν ... Δίκτον εν όρει». (Θεογονία ΣΤ' 477 - 480).

Ο Στράβωνας λέει ότι η πόλη Λύττος επί Ομήρου λεγόταν Λύκτος, είχε επίνειο της τη Χερσόνησο και καταστράφηκε από τους Κνώσιους πρβ: «την δε Λύττον, ην ο ποιητής Λύκτον ωνόμασεν» (Στράβων 10, 476, 7)... Επίνειο της Λύττου είναι η λεγόμενη Χερσόνησος. Εκεί υπήρχε ιερό της Βριτόμαρτης. Οι πόλεις Μίλητος και Λύκαστος, που βρίσκονται μαζί στον κατάλογο, σήμερα δεν υπάρχουν. Την περιοχή της Λύττου, εν μέρει κράτησαν οι παλαιοί κάτοικοι και την υπόλοιποι έχουν οι Κνώσιοι που κατέστρεψαν την πόλη». (Στρβ 10, 479, 14).

Η Λύκτος λεγόταν και **Καρνησόπολις**, ονομασία που πήρε από τη λατρεία του Καρνείου Απόλλωνος, προς τιμήν του οποίου τελούνταν εορτές και αγώνες.

Ο Πολύβιος λέει οι Λύττιοι ήσαν αποικία των Λακεδαιμονίων και συγγενείς με τους Αθηναίους, πρβ» «Λύττος δε Λακεδαιμονίων μεν άποικος ούσα και συγγενής Αθηναίων, αρχαιοτάτη δε των κατά Κρήτην πόλεων, άνδρας δ' ομολογουμένως άρίστους αεί τρέφουσα Κρηταιέονα». (Πολύβιος 4, 54, ΙΦ.56.)

Ο Αριστοτέλης (Πολιτικά Β 1271b) λέει ότι σύμφωνα με την παράδοση, όταν ο Λυκούργος άφησε την επιτροπεία του βασιλιά Χαρίλ(α)ου και έφυγε, έμεινε το μεγαλύτερο διάστημα στην Κρήτη λόγω της μεταξύ τους συγγένειας, γιατί οι Λύκτιοι ήταν Λάκωνες άποικοι κι όταν πήγαν στη Λύκτο και την έκαναν αποικία, διατήρησαν τη νομοθεσία των κατοίκων της πόλης. Γι αυτό και τώρα οι περίοικοι έχουν τους ίδιους νόμους, επειδή πρώτος θέσπισε τη νομοθεσία ο Μίνωας».

Από τα ως άνω λεγόμενα και αυτά του Στέφανου Βυζάντιου, που λέει: «Η Λύκτος είναι πόλη της Κρήτης, η οποία πήρε το όνομά της από το Λύκτο, το Λυκάονα. Μερικοί πιστεύουν ότι πήρε αυτό το όνομα επειδή βρίσκεται σε υψηλό τόπο. Το εθνικό είναι Λύκτιος και το θηλυκό Λυκτηίς» και από τα λεγόμενα του Ησιόδου γίνεται φανερό ότι η πόλη Λύκτος ή Λύττος αφενός βρισκόταν πάνω στο βουνό Δίκτη, καθώς και ότι ήταν πόλη με πρώτους κατοίκους από την Πελοπόννησο, όπως και η Γόρτυνα και η Κυδωνία, μόνο που αυτοί δεν κατάγονταν από την Αρκαδία, αλλά τη Λακωνία, ο λόγος και για τον οποίο μετά, όταν έγινε η κάθοδος των Ηρακλειδών, έγινε αποικία των Σπαρτιατών.

Ο Διόδωρος Σικελιώτης (βίβλος 16, 62) αναφέρει ότι επί εποχής Φιλίππου (μετά τον καλούμενο Φωκικό πόλεμο , 361 – 338 π.Χ.) κάποιοι Κνώσιοι πήγαν στη Λακωνική Μαλέα και βρήκαν μισθοφόρους με αρχηγό το Φάλαικο και εξ εφόδου κατέλαβαν τη Λύκτο. Κατόπιν αυτού οι Λύκτιοι ζήτησαν την βοήθεια των Σπαρτιατών. Οι Σπαρτιάτες με στρατηγό τον Αρχίδαμο ήταν τότε έτοιμοι με στρατιωτικές και ναυτικές δυνάμεις να πάνε στην Ιταλία προκειμένου να βοηθήσουν τους Ταραντίνους που ήταν σε πόλεμο με τους Λευκαντούς, αντί αυτού προτίμησαν να πάνε να βοηθήσουν λέει τους Λύκτιους ως συγγενείς, κάτι που έκαναν. Ο Φάλαικος και οι μισθοφόροι του ήταν από τη Φωκίδα-Λοκρίδα και είχαν πάει στην Πελοπόννησο, γιατί είχαν κάνει συμφωνία με το Φίλιππο να φύγουν από εκεί για να μη τους σκοτώσει, επειδή ληλάτησαν το μαντείο των Δελφών. Ωστόσο ο Φάλαικος μετά σκοτώθηκε στην Κυδωνία, όταν πήγε να την καταλάβει και δεν το κατόρθωσε.

Σημειώνεται ότι:

Α) Στους χάρτες της Κρήτης της μεσαιωνικής περιόδου, η Λύκτος τοποθετείται στα νότια της Δίκτης και σήμερα δίπλα από το χωριό Ξυδάς

Β) Σύμφωνα με ορισμένους ερευνητές η ονομασία «Λυκτος» πιθανόν να είναι παραφορά της ονομασίας «Δύκτον ή Δίκτον», κάτι ως τα Οδύσσεια > Ulysses, δάκρυα > lachrymal, Δάφνη > Laura...

6. Η Λύκαστος

Ο Στέφανος Βυζάντιος για την πόλη αυτή λέει τα εξής: «<< Η Λύκαστος είναι πόλης της Κρήτης. Ο Όμηρος τοποθετεί την πόλη αυτή μεταξύ Λύκτου και Μίλητου Κρήτης. Πήρε το όνομά της από το Λύκαστο, γιο του Μίνωα. Οι κάτοικοι λέγονται Λυκάστιος, Λυκάστιοι>>. Η πόλη αυτή σήμερα δεν υπάρχει (τοποθετείται στο χωριό Βασιλιές), όμως και η πόλη αυτή θα πρέπει να ήταν πάρα πολύ σπουδαία, αφού σύμφωνα με τον Όμηρο ήταν μια από τις Κρητικές πόλεις που πήραν μέρος στον Τρωικό πόλεμο. Στους ιστορικούς χρόνους, η Κνωσός κατάρτησε την πόλη αυτή, όμως αργότερα την ανοικοδόμησαν οι Γορτύνιοι.

Ο Στράβωνας (Στρβ Χ). λέει ότι επί εποχής του, οι πόλεις Μίλητος και Λύκαστος, που βρίσκονται μαζί με τη Λύκτο στον «κατάλογο των νηών», σήμερα δεν υπάρχουν.

7. Το Ρύτιον

Ο Στ. Βυζάντιος για την πόλη αυτή λέει: << Ρύτιον, πόλη της Κρήτης. Ο Κάτοικος Ρύτιος και από το Ρυτίασος το Ρυτιασεύς ως Αλικαρνασεύς>>. Ο Στράβωνας λέει ότι το Ρύτιο υπαγόταν στην Γόρτυνα κατά τη Ρωμαϊκή περίοδο. Αναφέρεται και από τον Πλίνιο, Κλαύδο Αιλιανό κ.α. Η πόλη αυτή σήμερα δεν υπάρχει (τοποθετείται στο χωριό Ροτάσι Μονοφατσίου), όμως θα πρέπει να ήταν μια πάρα πολύ σπουδαία πόλη, αφού ο Όμηρος λέει ότι ήταν μια από τις 7 πόλεις της Κρήτης που έλαβαν μέρος στον Τρωικό πόλεμο. Δεν έχουν βρεθεί νομίσματά της, άρα πρέπει ήδη από τον 5 π.Χ. αι. ή να είχε διαλυθεί ή να αποτελούσε μέρος άλλης μεγάλης πόλης.

8. Η Κυδωνία

Η Κυδωνία είναι τα σημερινά **Χανιά**, η πρωτεύουσα Κρήτης στα νεώτερα χρόνια. Ο Όμηρος στην Οδύσσεια αναφέρει γι αυτήν:

«Εκεί, αφού χώρισαν τα πλοία, κάποια από αυτά πήγαν στην Κρήτη, όπου κατοικούσαν οι Κύδωνες στις όχθες του Ιάρδανου.

Εκεί υψώνεται στη θάλασσα ένας βράχος γλιστερός και απόκρημνος, στην άκρη της Γόρτυνας, στη μέση του σκοτεινού Πελάγους, όπου ο Νοτιάς φέρνει φουσκωμένα κύματα προς τη Φαιστό, το δυτικό ακρωτήρι, και μικρός βράχος εμποδίζει το μεγάλο κύμα» (Οδύσσεια 290 – 295)

Ο Στράβωνας αναφέρει: «Η Κυδωνία είναι χτισμένη βλέποντας θάλασσα, προς τη Λακωνία, κι απέχει τόσο από την Κνωσό όσο και από τη Γόρτυνα κάπου 800 στάδια. Από την **Απτερα** απέχει 80 στάδια και άλλα 40 από τη θάλασσα. Το επίνειο της **Απτερος** είναι η **Κίσαμος**. Στα δυτικά, γείτονες με τους Κυδωνιάτες είναι οι **Πολυρρήνιοι**. Στα μέρη τους είναι το ιερό της Δίκτυνας. Απέχουν κάπου 30 στάδια από τη θάλασσα κι από τη **Φαλάσαρνα** 60. παλιά κατοίκησαν εδώ Αχαιοί και Λάκωνες. Τείχισαν ένα οχυρό μέρος». (Στρ I, C 479, 13).

Ο Ηρόδοτος λέει ότι η Κυδωνία ιδρύθηκε από τους Σάμιους, μόνο που εκεί έμειναν μόνο πέντε χρόνια, γιατί μετά διώχθηκαν από τους Κρήτες : «Αυτοί δε οι Σάμιοι την Κυδωνία στην Κρήτη έκτισαν, όχι γι αυτό το σκοπό πηγαίνοντας στην Κρήτη, αλλά, διώχοντας του Ζακυνθινούς από το νησί. Έμειναν δε εκεί και ευδαιμόνησαν επί πέντε έτη, και έφτιαξαν τα εβρισκόμενα στην Κυδωνία ιερά και το ναό της Δίκτυνας. Τον έκτο όμως χρόνο οι Αιγινήτες σε ναυμαχία τους νίκησαν μαζί με άλλους Κρήτες. (Ηροδότος, Γ, 44 και 59). Τα γεγονός υπολογίζεται στα 520 π.Χ.

Ο Πausανίας αναφέρει ότι η Κυδωνία κρίστηκε από Αρκάδες-Γορτυνίους: <<Λέγουσι δε και όσοι Τεγεάτου των παιδών ελείποντο μετοικήσαι σφας εκουσίως εις Κρήτην, Κύδωνα και Αρχέδιον και Γόρτυνα' και τούτων φαίην ονομασθήναι τας πόλεις Κυδωνίαν και Γόρτυνά τε και Κατρέα>> (Pausanias VIII, 53, 3-4). Μάλιστα σε πάρα πολλά νομίσματα της Κυδωνίας βλέπουμε τον οικιστή Κύδωνα και λύκο που σημαίνει ότι η πόλη αυτή πράγματι ιδρύθηκε από τον Κύδωνα, το γιο του Τεγεάτη Λυκάονα από την Αρκαδία. Ο Pausanias (Ηλιακά Β, 7,6) λέει επίσης ότι ο Κλύμενος, ο απόγονος του ιδιαίου Ηρακλή που ίδρυσε τους Ολυμπιακούς αγώνες στην Ολυμπία, ήρθε στην Ολυμπία από την Κυδωνία της Κρήτης και ίδρυσε το ιερό της Κυδωνίας Αθηνάς.

Αντίθετα ο Διόδωρος Σικελιώτης (Βίβλος 5, 78) λέει ότι η Κνωσός, η Φαιστός και η Κυδωνία κτίστηκαν από το Μίνωα και ο Στέφανος Βυζάντιος: Η Κυδωνία πήρε το όνομά της από τον Κύδωνα το γιο του Απόλλωνα και της Ακακαλλίδας της

θυγατέρας του Μίνωα». «Η Κυδωνία είναι πόλη της Κρήτης, ονομαζόταν παλαιότερα Απολλωνία..

Ξενίων: <<Τη Ακακαλλίδι συνελθείν φησί τον Ερμήν και τον Απόλλωνα. Και εκ μεν Απόλλωνος γενέσθαι Νάξον, εκ δε Ερμού Κύδωνα, αφ'ού η πόλις Κυδωνία καλείται>>

Άλλες αρχαίες πόλεις της Κρήτης

Η Αξος ή Όαξος βρισκόταν, σύμφωνα με τους ερευνητές, στο Μυλοπόταμο Ρεθύμνης και μεταφέρθηκε κατά την ενετική περίοδο στα ΑΝΩΓΕΙΑ. Κατά τον Ξενίωνα και το Φιλοσθένη, η Αξός, πήρε το όνομά της από τον Όαξο ή Νάξο ή Αξό, γιο της θυγατέρας του Μίνωα Ακακαλλίδας και του Απόλλωνα. <<Τη Ακακαλλίδι συνελθείν φησί τον Ερμήν και τον Απόλλωνα. Και εκ μεν Απόλλωνος γενέσθαι Νάξον, εκ δε Ερμού Κύδωνα, αφ'ού η πόλις Κυδωνία καλείται>> (Ξενίων). Ο Στ. Βυζάντιος λέει ότι το όνομα της πόλης αυτής οφείλεται στην αρχαία Κρητική λέξη άξος = απόκρημνος βράχος, αγμός, δικαιώνει η απόκρημνη τοποθεσία που ήταν κτισμένη η πόλης (Προφανώς από το: Ακίς > άκρα, ακσίνα > αξίνα, Ακσός > Αξός). Καταστράφηκε, κατά πολλές μαρτυρίες, από τους Βενετούς. Η αρχαία πόλης Οαξος αναφέρεται και από τον Ηρόδοτος (Δ 154). Λέει ότι εκεί βασιλεύε ο Ετέαρχος, πατέρας της Φρονίμης, που παντρεύτηκε με περιπετειώδη τρόπο το Πολύμνηστο, ένα από τους προεστούς της Θήρας και γέννησε το Βάτο, που μετά έγινε βασιλιάς της Λιβύης, έκανε αποικία στην Λιβύη με Κρήτες και Θηραίους κ.α.

Η **Απτερα ή Απταρα** ήταν μία από τις σημαντικότερες πόλεις στη βόρεια ακτή της Δυτικής Κρήτης, Παλαιόκαστρο Αποκορώνου. Σύμφωνα με το Στέφανο Βυζάντιο: Η Απτερα είναι πόλη της Κρήτης, η οποία πείρε το όνομα της μετά τη νίκη των μουσών επί των Σειρήνων σε μουσικό αγώνα ο οποίος έγινε μεταξύ της πόλης και της θάλασσας, τον οποίο κέρδισαν οι Μούσες. Οι Σειρήνες απέβαλαν τα πτερά τους και έγιναν λευκές. Έτσι η πόλη πείρε το όνομα Απτερα και τα πλησίον νησάκια το όνομα Λευκέ. Ο πολίτης ονομαζόταν Απτεραίος. Σύμφωνα με άλλη εκδοχή, η πόλη πήρε την ονομασία της από τον Πτεράν ή Απτεράν, μυθικό κήτορα του ναού στους Δελφούς. Με την ονομασία Απτερος παραδίδεται και επώνυμος ήρωας της πόλης

Η **Ελεύθερνα**, σύμφωνα με το Στέφανο Βυζάντιο, λεγόταν πριν Σάτρα: Σάτρα, πόλις της Κρήτης, η μετονομασθείσα Ελεύθερνα, ο πολίτης Σατραίος. Η ονομασία Σάτρα προέρχεται από της νύμφης Σαώρης και Ελεύθερνα από Ελευθήρος, ενός των Κουρήτων. Ελευθέρνα, Λίνου πατρίς, εκ ταύτης ο φυσικός Διογένης.. (Στ. Βυζ.). Η Ελεύθερνα ήταν μια από τις σπουδαιότερες πόλεις της αρχαίας Κρήτης, ΒΔ του χωριού Πρινές της επαρχίας Μυλοποτάμου, χτισμένη πάνω σε λόφο που ονομάζεται <<Λεύτερνα>>. Απαντά και με τις ονομασίες Ελεύθερνα, Ελευθέρα, Ελευθεραί. Αναφέρονται και τις ονομασίες: Σάντρα (Σάτρα), αναγόμενη στην εποχή των Πελασγών, Αωρος από τη νύμφη Αώρα και Απολλωνία από τον πολιούχο θεό της πόλης Απόλλωνα. Επικράτησε όμως η ονομασία Ελεύθερνα, επίθετο μάλλον της Δήμητρας Ελευθούς. Τον 3^ο αι. π.Χ. η Ελεύθερνα συμμάχησε με τη Μίλητο της Μ. Ασίας μαζί με άλλες 18 πόλεις. Είχε συνεργασία με την Αίγυπτο και τήμησε με ανδριάντα τον Πτολεμαίο Γ' τον Ευεργέτη (247-221 π.Χ.). Το 201 π.Χ. η πόλη, όπως και άλλες πόλεις του νησιού, ψήφισαν ασυλία του ιωνικού ιερού του Διονύσου στην Τέω. Το 144 π.Χ. συμμετείχαν Ελευθερναίοι στις τελετές για τον Απόλλωνα στη Δήλο. Το 183 π.Χ. η Ελεύθερνα συγκαταλέγεται μεταξύ των τριάντα κρητικών πόλεων που συμμάχησαν με τον Ευμένη Β' της Περγάμου. Κατά τη ρωμαϊκή κατάκτηση της Κρήτης από τον Καικίλιο Μέτελλο, οι κάτοικοι, βασιζόμενοι στην

οχυρότητα της θέσης τους, αντιστάθηκαν σθεναρά στις ρωμαϊκές λεγεώνες. Από την Ελεύθερνα καταγόταν ο Διογένης Απολλωνιάτης, ο επικαλούμενος φυσικός. Φιλόσοφος που έζησε τον 5ο π.Χ. αιώνα και ήταν μαθητής του Αναξιμένη. Επίσης ο Αμήτωρ, πρώτος κιθαριστής ερωτικών ωδών, του οποίου οι οπαδοί ονομάστηκαν Αμητορίδαι, ο αρχαίος ποιητής Λίννος και ο γλύπτης Τιμοχάρης. Επίσης ο μουσικός (ύδραυλος) Αντίπατρος, που τιμήθηκε στους Δελφούς. Ως ανεξάρτητη πόλη η Ελεύθερνα, έκοψε δικά της νομίσματα, τα οποία στη μια πλευρά απεικόνιζαν τον Απόλλωνα Στυρακίτη, καθισμένο σε βράχο με μια σφαίρα στο δεξί χέρι και το τόξο στο αριστερό, ενώ στην άλλη πλευρά είχαν την Αρτεμη ως κυνηγό, με φαρέτρα και τόξο και συνοδευόμενη από το σκύλο της. Νομίσματα έκοψε η πόλη και κατά τη ρωμαϊκή περίοδο.

Η **Έλυρος** βρισκόταν, σύμφωνα με τους ερευνητές, στη σημερινή επαρχία Σελίνου, κι είχε για επίνειά της τη Συία (τώρα Σούγια) και τη Λισσό, στο σημερινό κόλπο του Αγίου Κύρκου. Εκεί τιμούσαν ιδιαίτερα τον Απόλλωνα και τους ήρωες Φυλακίδη και Φίλανδρο, γιο του Απόλλωνα και της νύμφης Ακα(κα)λλίδας. Οι Ελύριοι έστειλαν στους Δελφούς, ανάθημα, ένα χάλκινο σύμπλεγμα, που παρίστανε μία κασίκα να θηλάζει τους δυο αυτούς ήρωες, όταν ήταν νήπια.

Η **Ιεράπυτνα** βρισκόταν στα νότια παραλία της ανατολικής Κρήτης, στο στενότερο σημείο του νησιού, στη θέση της σημερινής Ιεράπετρας. Κατά την παράδοση, ονομαζόταν αρχικά Κύρβα, από το όνομα του ιδρυτή της, του Κύρβαντα, ενός από τους Κορύβαντες. Κατόπιν ονομάστηκε Κάμιρος, Πύτνα και τελικά Ιεράπυτνα. Ο Στράβωνας (Γεωγραφικά Γ' = 10, IV 4 c 475) λέει αφενός ότι στην Κρήτη υπάρχουν δυο όρη τα «Λευκά όρη» στη δυτική Κρήτη και το «Ιδαίον όρος» στο μέσο της Κρήτης που καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της νήσου και είναι και το υψηλότερο και σ' αυτό βρίσκεται και ο λόφος Πύτνα όπου βρίσκεται η πόλη Ιεράπυτνα. Ο στέφανος Βυζάντιος λέει: «Η Ιεράπυτνα είναι πόλη της Κρήτης, παλαιότερα την έλεγαν Κύρβα έπειτα Πύτνα, έπειτα Κάμιρο και μετά Ιεράπυτνα. Το εθνικό όνομα είναι Ιεραπύτνιος». Η Ιεράπετρα το 1508 μ.Χ. καταστράφηκε από σεισμό και έχασαν τη ζωή τους 30 χιλιάδες άνθρωποι. Δούκας της Κρήτης ήταν τότε ο Ιερόνυμος Δονάτος. Επίσης στο σεισμό του 1780 μ.Χ. καταστράφηκε το κάστρο της Ιεράπετρας και σκοτώθηκαν 300 Τούρκοι.

Η **Ίτανος** βρισκόταν στο άκρον της ανατολικής Κρήτης (σημ. Ερημούπολη Σητείας). << Η Ίτανος είναι πόλη στην Κρήτη, η οποία πήρε το όνομά της από τον Ίτανο Φοίνικα ή από ένα Κουρήτα μιγάδα. Οι πολίτες λέγονται Ιτάνιοι. Υπάρχει και ακρωτήρι με αυτό το όνομα>> (Στ.Βυζ.). Προστάτιδα θεά της Ιτάνου, μαζί με θαλασσινές θεότητες και το Δικταίο Δία, ήταν η Αθηνά. Ναός της υπήρχε τόσο μέσα στην πόλη, όσο και στην άκρη του Σαμώνιου ακρωτηρίου, όπου παλαιότερα υπήρχε <<ξακουστός ναός της μεγάλης μητέρας. Ο Ηρόδοτος (Δ, 151 - 161) λέει ότι οι κάτοικοι της Θήρας, επειδή έπεσε στο νησί τους ξηρασία και καταστράφηκαν τα δέντρα πλην ενός, θέλησαν (τους το πρότεινε η πυθία του Μαντείου Δελφών) να πάνε στη Λιβύη (= η Αφρική), για να κτίσουν εκεί αποικία, όμως επειδή δεν ήξεραν να πάνε χρησιμοποίησαν τον Ιτάνιο ψαρά Κορώβιο. Και αφού πήγαν εκεί οι Θηραίοι, έκτισαν την Κυρήνη, που τελικά είχε κατοίκους Κρητικούς, θηραίους και Πελοποννησίους.

Η **Λάππα**, σημερινή Αργυρούπολη και μετέπειτα Λάππη ή Λάμπη, από κάποιο Ταρραίο Λάμπο, ιδρύθηκε από τον Αγαμέμνονα (Δίων Κασ. 36, 1. Πτολ. 3, 17, 10).

Η **Λισός** βρισκόταν στη σημερινή επαρχία Σελίνου. Είχε συμμαχία με την Υρτακίνα και έκαναν τις συναλλαγές των με κοινό νόμισμα, που είχε από το ένα μέρος δελφίни ή περιστέρι με ανοικτά φτερά και από το άλλο άστρο με 8 ακτίνες και τη λέξη Λ/Ι/Σ/Ι/Ω/Ν. Μόνο η **Λισός και η Υρτακίνα είχαν κόψει χρυσά νομίσματα.**

Με τον εμπορικό και το ψαράδικο στόλο της η Λισός είχε γίνει γνωστή στα παράλια της Αφρικής.

Η **Ολούς** βρισκόταν, σύμφωνα με τους ερευνητές, στη βόρεια ακτή της Κρήτης, στον Κόλλο του Αγίου Νικολάου, η **σημερινή Ελούντα**. Η ιστορία της είναι γνωστή κυρίως από τις επιγραφές και τα νομίσματα που κόπηκαν μεταξύ 330 και 280 π.Χ. Γύρω στο 260 π.Χ. υπήχθη στην Κνωσό και αργότερα δεν πήρε μέρος στο Κοινό των Κρηταίων. Το 201 π.Χ. συμάχησε με τη Ρόδο, άλλα στη συνέχεια υποτάχθηκε στη Λατώ, την οποία ανταγωνιζόταν ήδη από τον 5ο αιώνα. Στην Ολούντα λατρεύονταν ο Δίας ο Ταλλαίος, ο Άρης και η Άρτεμις Βριτομάρτις. Ο Πausανίας αναφέρει (IX, 40,3-4) ότι στην εποχή του, η Ολούς είχε ένα από τα έργα του Δαίδαλου, τη Βρυτομάρτη: Δαίδαλου δε των έργων δύο μεν ταύτα έστιν εν Βοιωτοίς, Ηρακλής τε εν Θήβαις και παρά Λεβαδαύσιν ο Τροφώνιος, τσαύτα δε ετέρα εν Κρήτη, Βριτομάρτις εν Ολούντι και Αθηνά παρά Κνωσσίσις (Πausανίας IX, 40,3-4)

Η **Πολίχνα ή Πολίχνη** ήταν πόλη γειτονική της Κυδωνίας, όπως φαίνεται από το εξής χωρίο του Θουκυδίδου <<Πολυχνίταις χαριζόμενος ομόροις Κυδωνιατών>>. Ο Ηρόδοτος αναφέρει (βιβλ.7,170) ότι όλοι οι Κρητικοί πήραν μέρος στην εκστρατεία κατά της Σικελίας για να εκδικηθούν το θάνατο του Μίνωα πλην Πολιχνιτέων και Πρασιών. Ο Θουκυδίδης (βιβλ.2,85) αναφέρει ότι οι Αθηναίοι προσπάθησαν να καταλάβουν την Κυδωνία το 429 π.Χ. στέλνοντας 20 πλοία στους Πολιχνίτες, που βρισκόταν σε πόλεμο με τους Κυδωνιάτες, αλλά δεν το κατόρθωσαν

Η **Πολυρρηνία** βρισκόταν στη θέση του σημερινού χωριού Πολυρρήνια Κισάμου, 6 χιλ. νοτίως από το Καστέλι Κυσάμου, όπου ήταν το λιμάνι της. <<Η Πολυρρηνία είναι πόλη της Κρήτης και λέγεται έτσι επειδή έχει πολλά ρήνεα, δηλαδή πρόβατα>>. (Στ.Βυζ.). Ιδρύθηκε από Αχαιούς και Λάκωνες άποικους. Οι κάτοικοι της περιοχής ώκουν κωμηδόν, όπως αναφέρει ο Στράβων (Β, 10), δηλαδή σε μικρές κώμες-οικισμούς. <<Κωμηδόν δ'ώκουν πρότερον. Είτ'Αχαιοί και Λάκωνες συνώκησαν τειχίσαντες ερυμνόν χωρίον βλέπον προς μεσημβρίαν>> (Στράβων, Χ, 479). Σύμφωνα με το Στράβωνα (I, c 478 – 480) υπήρχε ιερό της Δίκτυνας.

Η **Πράσος ή Πραισός**. Μνεία της Πραισού κάνει πρώτος ο Ηρόδοτος (Ζ 169 – 171). Ο Στράβωνας (Στρβ Χ 479, 12) λέει τα εξής (κάτι που γεωγραφικά είναι σωστό μόνο χοντρικά) για την πόλη αυτή: <<Οι Πράσιοι είναι γείτονες (με τους κατοίκους της Λεβήνας). Απέχουν από τη θάλασσα 70 στάδια και από τη Γόρτυνα 180. Είπα πριν πως η Πράσος ανήκε στους Ετεοκρήτες και εδώ ήταν ιερό του Δικταίου Δία. Και η **Δίκητη** βρίσκεται κοντά, όχι βέβαια, καθώς λέει ο Αρατος πλησίον της Ίδης. Η Δίκητη από την Ίδη απέχει 1000 στάδια. Βρίσκεται ανατολικά της Ίδης. Κι απέχει 100 στάδια από το Σαμώνιο. Ανάμεσα στο Σαμώνιο και Χερσόνησο ήταν κτισμένη η Πράσος, πάνω από τη θάλασσα, στα 60 στάδια. Την κατέστρεψαν οι Ιεραπύτνιοι.>>Η Πραισός βρισκόταν κοντά στη Σητεία, στο χωριό Βάβελι – Νέα Πραισός, σύμφωνα με μαρτυρία του αρχαίου γεωγράφου Σκύλακα του Καρυανδέα (Περίπλους 47).

Η **Πριανσός** βρισκόταν εκεί που βρίσκονται σήμερα τα Καστελλιανιά Μονοφατσίου. Αναφέρεται από το Στράβωνα, (Χ, 478): Όμοροι δ'εισίν αυτοίς (τοίς Γορτυνίοις) οι Πράσιοι, της μεν θαλάττης, εβδομήκοντα, Γόρτυνος δε διέχοντες εκατόν και ογδοήκοντα (σταδίους).

Η **Ραύκος** βρισκόταν στη θέση του σημερινού χωριού Άγιος Μύρων, επαρχίας Μαλεβιζίου νομού Ηρακλείου, 18,8 χιλμ. Νοτιοδυτικά του Ηρακλείου. Η ύπαρξή της μαρτυριέται και από το βίο του Αγίου Μύρωνα, ο οποίος γεννήθηκε εκεί. <<Η Ραύκος είναι μεσόγεια πόλη της Κρήτης, το εθνικό όνομα είναι Ραύκιος και Ραυκία>> (Στ. Βυζ.). Κατά το Σκύλακα (Περίπλους 47), βρισκόταν στα νότια της Κνωσού, κοντά στη Γόρτυνα. <<Προς βορέαν Όαξος και Κνωσός, προς δε νότον Γόρτυνα, Ραύκος.>>. Σύμφωνα με την παράδοση (Αιλιανός, περί ζώων, ΧΦΙΙ, 35), η

Ραύκος βρισκόταν αρχικά σε άλλο μέρος, αλλά οι πρώτοι κάτοικοί της αναγκάστηκαν να την εγκαταλείψουν γιατί σε εκείνο το μέρος υπήρχαν πολλές μέλισσες, και ίδρυσαν μια νέα πόλη, ανάμεσα στην Κνωσό και στη Γόρτυνα. Το χωριό από τα <<Κρητικά>> του Αντίνορα, για την ίδρυση της Ραύκου, που διέσωσε ο Αιλιανός, έχει ως εξής: Εν λόγοις Κρητικούς Αντήνωρ λέγει τη των καλουμένων Ραυκίων πόλει εκ τινός δαιμονίου προσβολής επιφοιτήσα μελιττών σμήνος, αίπερ ουν άδονται χαλκοειδείς, εγριμπτούσας δε άρα αυτοίς τα κέντρα είτα μέντοι πικρότατα λιπείν. Ωνπερ ούν εκείνους την προσβολήν ου φέροντας αναστήναι της πατρίδος και μέντοι και ες χώρον ελθείν άλλον και οικίσαι φιλία της μητρίδος, ίνα Κρητικώς είπω, Ραύκον... Και ο Βυζαντινός Γραμματικός Τζέτζης την αναφέρει Δραύκη.

Η **Σύβριτος ή Σίβυρτος ή Σούβριτος** βρισκόταν στα νότια της Ελεύθερας και της Ρίθυμας. Στην κεντρική οδό που ένωνε τη βόρεια ακτή με την πεδιάδα της Μεσαράς και τη νότια ακτή. Θρόνος Αμαρίου. Έκοψε νομίσματα με τη μορφή του Ερμή και Διονύσου, που κρατά στο ένα χέρι ένα κάνθαρο και από το άλλο το θύρσο, μια ράβδο με φύλα αμπελιού, έμβλημα του Διονύσου. Αλλά είχαν το κεφάλι του Δία στεφανωμένο με δάφνη, άλλα κεφαλή αίγας και σταφύλι, άλλα τρίαινα και δελφίνι, άλλα τη μορφή του Απόλλωνα κλπ

Η **Τύλισσος** ήταν κτισμένη σε ένα από τα πρώτα χαμηλά πρόβουνα της Ίδης (Ψηλορείτης), η οποία υψώνεται αμέσως δυτικά της. Βρέθηκαν επίσης νομίσματα που δείχνουν μια γυναίκα (η Ήρα) με ανθοστόλιστο στέμμα (με Φοίνικες) και πίσω ο Απόλλων με τη λέξη ΤΥΛΙΣΙΩΝ. Αλλά παριστάνουν νέο κυνηγό, που κρατά κεφαλή αίγαγρου και τόξο, με την επιγραφή ΤΥΛΙΣΙΩΝ.

Η **Υρτακίνα** ήταν πόλη της Δυτικής Κρήτης, γνωστή και ως Αρτακίνα (Πτολεμαίος ΙΙΙ, 17, 10) και Υρτακός (Στ. Βυζ.). Βρισκόταν στα δυτικά της Ελύρου και της Λισσού, κόντα στο σημερινό χωριό Παπαδιανά, στα νότια του σημερινού χωριού Τεμένια, πάνω στο απότομο και απρόσιτο ύψωμα που ακούεται σήμερα Καστρί, όπου σώζονται αρχαία ερείπια. Η Έλυρος, η Λισός, η Τάρρα και η Υρτακίνα είχαν συνάψει νομισματική ένωση και είχαν τα ίδια νομίσματα, όπως ήταν μέλη στο κοινό των Κρηταίων, μέσα 3ου π.Χ. αιώνα

Η **Φαλάσαρνα** βρισκόταν στο ακρωτήριο Κούτρι Κισάμου και ήταν η δυτικότερη πόλη της Κρήτης, με σημαντικό λιμάνι, που συχνά χρησίμευε και ως επίνειο της Πολυρρήνιας.

Η **Χερρόνησος ή Χερσονήσος** (σημερινή Χερσόνησος Πεδιάδος) ήταν επίνειο της Λύκτου. Ο Πλούταρχος αναφέρει ότι ιδρύθηκε από τα παιδιά των κατοίκων της Ίμβρου και της Λέσβου οι οποίοι τα απόκτησαν με Αθηναίες (από τη Βραυρώνη) τις οποίες είχαν απαγάγει και τα οποία με τη σειρά τους παντρεύτηκαν Σπαρτιάτισσες. Τα έδωξαν από τη Σπάρτη με τις γυναίκες τους, με χρήματα και πλοία και μάλιστα με αρχηγούς των τους Λακεδαιμονίους Πόλλιν, Δέλφον και Κραταΐδαν. Ο Στράβων αναφέρει ένα ναό της Βριτομάρτεως, της Κρητικής θεάς που απεικόνισαν οι Χερσονήσιοι στα νομίσματά τους. από τη Χερσόνησο ήταν ο **Ολυμπιονίκης Φιλωνίδης**, γιος του Ζώτου, ο οποίος ήταν και ταχυδόμος του Αλέξανδρου, γιου του Φιλίππου, σύμφωνα με τον Πausανία (Ηλιακά Β. 16,5)