



Technical
University
of Crete

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ,
ΜΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ**

***ALTERNATIVE FORMS OF TOURISM, A QUANTITATIVE AND
QUALITATIVE APPROACH***

Ονοματεπώνυμο:

Κλάδου Κυριακή

Α.Μ.: 2014019036

Επιβλέπων Καθηγητής:

Ζοπουνίδης Κωνσταντίνος

ΙΟΥΛΙΟΣ 2016

ΧΑΝΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα γενικότερα και η Κρήτη ειδικότερα, είναι γνωστό σε όλους ότι επενδύουν σε πολύ μεγάλο βαθμό στον τουριστικό τομέα ο οποίος αποτελεί τον πλέον ισχυρό αναπτυξιακό μοχλό για την Χώρα αλλά και για το νησί συγκεκριμένα, επιφέροντας σημαντικά οικονομικά οφέλη. Μέχρι πριν κάποιες δεκαετίες το δεδομένο συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας και κατά συνέπεια και της Κρήτης, το μοντέλο Ήλιος-Θάλασσα, ήταν επαρκές δέλεαρ για τους τουρίστες. Τα πράγματα όμως τα τελευταία χρόνια δείχνουν να αλλάζουν, καθώς οι επισκέπτες δεν αρκούνται σε αυτό το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, αλλά πλέον αναζητούν νέες βιωματικές εμπειρίες που συνδυάζουν το φυσικό περιβάλλον, την κουλτούρα και τον πολιτισμό. Πρόκειται για τις λεγόμενες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Έπειτα από σχετικές έρευνες που έχουν γίνει, διαπιστώνεται ότι οι μισοί ταξιδιώτες ανά τον κόσμο επιλέγουν κάποια μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Έτσι λοιπόν, κρίθηκε σκόπιμο να γίνει μία περαιτέρω μελέτη σχετικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού της Κρήτης, αλλά και των τουριστών που επιλέγουν την Κρήτη ως προορισμό των διακοπών τους. Στην παρούσα εργασία, στόχος ήταν η ποιοτική και ποσοτική διερεύνηση των εναλλακτικών αυτών μορφών τουρισμού, καθώς και η συγκριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων για τα έτη 2013, 2014 και 2015, ώστε να έχουμε μια πιο ξεκάθαρη εικόνα σχετικά με το τι γίνεται διαχρονικά και ποιοι άξονες χρήζουν βελτίωση ώστε να αναπτυχθούν κάποιες μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη. Σημειώνεται ότι η μελέτη και η διαχρονική συγκριτική ανάλυση των αποτελεσμάτων, στηρίχτηκε στις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν τα έτη 2013, 2014 και 2015 από το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (Δρ. Μπαουράκης; Δ/ντής Μ.Α.Ι.Χ., Καθ. Κ. Ζοπουνίδης; Ακαδημαϊκός, Δ/ντής Εργ. Συστημάτων Χρημ. Διοίκησης και Ανάλυσης Δεδομένων του Πολυτεχνείου Κρήτης; Audencia Nantes School of Management, France, Γ. Ατσαλάκης; Επίκουρος καθηγητής Πολυτεχνείο Κρήτης, Γ. Μανθούλης; Υπ. Δρ. Πολυτεχνείου Κρήτης, Δράκος; ΕΔΙΠ Παν/μιο Κρήτης, Αγγελάκης και Σταματάκης; Ερευνητές Μ.Α.Ι.Χ.).

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας παρουσιάζονται οι έννοιες του τουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού, αναφέρονται οι θετικές και οι αρνητικές επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού, αναλύονται οι διάφορες μορφές, και στη συνέχεια αναλύεται το φαινόμενο του Ιατρικού τουρισμού, του Συνεδριακού και του Αγροτουρισμού, στην Κρήτη. Τέλος, γίνεται σύντομη αναφορά των υποδομών της Περιφέρειας Κρήτης και των αφίξεων των τελευταίων ετών.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση από σχετικές δημοσιεύσεις και άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά, σχετικά με έρευνες που έχουν γίνει στον τομέα του τουρισμού.

Στο τρίτο κεφάλαιο αφότου γίνει ανάλυση της μεθοδολογίας της έρευνας, γίνεται αποτίμηση και σχολιασμός των αποτελεσμάτων των ερευνών που πραγματοποιήθηκαν για τα έτη 2013, 2014 και 2015, καθώς αναλύονται και συγκρίνονται διαχρονικά τα αποτελέσματα.

Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται κάποια συμπεράσματα και μελλοντικές προοπτικές σχετικά με την πορεία του εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη και γενικότερα στην Ελλάδα, καθώς και τα σημεία που χρήζουν βελτίωση ώστε να αναπτυχθεί το φαινόμενο του εναλλακτικού τουρισμού.

Πίνακας περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο Εισαγωγικά στοιχεία για τον τουρισμό	5
Τουρισμός	5
Επενδύοντας στην ελληνική αγορά τουρισμού	6
Εναλλακτικός τουρισμός	8
Επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού	9
Είδη του εναλλακτικού τουρισμού	10
Ιατρικός τουρισμός στην Κρήτη	14
Συνεδριακός τουρισμός στην Κρήτη	18
Αγροτουρισμός στην Κρήτη	20
Υποδομές στην περιφέρεια Κρήτης	22
Αφίξεις στα αεροδρόμια της Κρήτης	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	26
Βιβλιογραφικές Ανασκόπηση.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	30
Μεθοδολογία της έρευνας	30
Ανάλυση των αποτελεσμάτων	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	90
Συμπεράσματα - Προτάσεις	90
Βιβλιογραφία	92

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Τουρισμός

Ο τουρισμός είναι μια πολυσύνθετη ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα με οικονομικούς, πολιτιστικούς, κοινωνικούς, και φυσικούς παράγοντες. Ο όρος τουρισμός έχει την προέλευση του από τον αγγλικό όρο «touring» που προέρχεται από τη γαλλική λέξη «tour» που σημαίνει γύρος, περιοδεία, ταξίδι. Στην ελληνική γλώσσα η εξήγηση του όρου τουρίστας είναι «ο ταξιδιώτης χάριν ψυχαγωγίας» και για τον τουρισμό «μετακίνηση χάρη της ψυχαγωγίας» (Ηγουμενάκης, 1997).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των εικοσιτεσσέρων ωρών που όμως δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.α. Είναι λοιπόν, το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σε έναν προορισμό, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή στον προορισμό.

Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν ονομάζονται επισκέπτες και διακρίνονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με την χρονική διάρκεια της επίσκεψης τους, η πρώτη κατηγορία είναι οι τουρίστες (tourists) και η δεύτερη κατηγορία είναι οι εκδρομείς (excursionists). Τουρίστες ονομάζονται οι επισκέπτες (ημεδαποί ή αλλοδαποί) οι οποίοι το ταξίδι τους περιλαμβάνει διανυκτέρευση. Εκδρομείς ή ημερήσιοι επισκέπτες ονομάζονται οι άνθρωποι (ημεδαποί ή αλλοδαποί) που δεν

πραγματοποιούν καμία διανυκτέρευση στην χώρα ή περιοχή που επισκέπτονται και παραμένουν σε αυτήν λιγότερο από 24 ώρες.

Επενδύοντας στην Ελληνική Αγορά Τουρισμού

Με περισσότερα από 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά, και με εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, η Ελλάδα παρουσιάζει εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, αλλά προσφέρει επίσης ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της, όπως η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία προσελκύουν τα τελευταία χρόνια σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας αφενός ως τουριστικού προορισμού παγκόσμιου βεληνεκούς, και αφετέρου ως τουριστική αγορά με εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες.

(πηγή: Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και Περιβάλλον, Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2010)

Ακόμα και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός στην Ελλάδα υπήρξε από τους βασικούς πυλώνες ανάπτυξης, με σημαντική συμβολή στην αγορά εργασίας, παρουσιάζοντας συνεχή αύξηση στα έσοδα και στις αφίξεις επισκεπτών, καθοδηγούμενη από:

- Τη συνεχή προσπάθεια της ελληνικής κυβέρνησης και των τουριστικών επιχειρήσεων να αναβαθμίσουν τα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα.

- Την ανάπτυξη νέων και σημαντικών αγορών για την Ελλάδα όπως η Ρωσία, το Ισραήλ, η Τουρκία και η Κίνα

Την παρούσα χρονική στιγμή, ο τουριστικός κλάδος στο πλαίσιο μιας νέας πρωτοβουλίας στρατηγικής αναβάθμισης, εστιάζει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, και στην προσέλκυση υψηλότερης αξίας τουριστικών ομάδων (επισκέπτες με υψηλά εισοδήματα, επισκέπτες High-net-worth), στην αύξηση του μέσου εσόδου ανά επισκέπτη και στο άνοιγμα της Ελλάδας σε νέες αγορές.

(πηγή: Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και Περιβάλλον, Χάρης Κοκκώσης, Πάρις Τσάρτας, 2010)

Μέσα στα επόμενα χρόνια, η Ελλάδα έχει δεσμευτεί να προβεί σε σημαντικές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, εστιάζοντας τόσο στην αναβάθμιση, όσο και στον εμπλουτισμό του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» με έναν σημαντικό αριθμό περισσότερο εστιασμένων τουριστικών προϊόντων υψηλότερης αξίας, όπως:

- **Εμπλουτισμός του κλασσικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα»**, με έννοιες και υπηρεσίες όπως: ευεξία, πολυτέλεια, τοπική γαστρονομία, με σκοπό την αναβάθμιση και επέκταση των κλασσικών καλοκαιρινών διακοπών.

- **Θαλάσσιος τουρισμός**, όπου γίνονται προσπάθειες αφενός για την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού κρουαζιερόπλοιων, αφετέρου για την αναβάθμιση και την ενίσχυση της προσφοράς των διακοπών με σκάφος αναψυχής/ιστιοπλοϊκό.

- **Τουρισμός πόλεων**, εστιασμένος κυρίως στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη.

- **Πολιτισμικός και Θρησκευτικός Τουρισμός**, ο οποίος έχει ως στόχο την αναβάθμιση και την εκμετάλλευση ορισμένων ιστορικών, πολιτισμικών και θρησκευτικών μνημείων και μουσείων της Ελλάδας.

- **Ιατρικός τουρισμός**, ο οποίος αποτελεί μία εξαιρετικά ενδιαφέρουσα ευκαιρία ανάπτυξης, υπό την προϋπόθεση ότι το εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό θα συνδυαστεί με επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και υποδομές.

- **Συνεδριακός τουρισμός**, με στόχο την εδραίωση της θέσης της Ελλάδας και την καθιέρωση της χώρας ως επίκεντρο του συνεδριακού τουρισμού για τους διεθνείς οργανισμούς και τις εταιρίες.

- **Σύνθετα τουριστικά καταλύματα** με εξοχικές κατοικίες αναπτύσσονται σε παραδοσιακούς και νέους προορισμούς αξιοποιώντας τον νέο σχετικό νόμο και την νέα άδεια διαμονής σε κατοίκους τρίτων χωρών που επενδύουν σε ακίνητα.

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, www.incrediblecrete.gr, ΣΕΤΕ)

Η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος υποστηρίζεται από σημαντικές πρωτοβουλίες της Ελληνικής Κυβέρνησης, του Ελληνικού

Οργανισμού Τουρισμού, καθώς και από τις Περιφερειακές Αρχές και τους Δήμους, και θεωρείται ένας από τους πιο στρατηγικούς μοχλούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

Εναλλακτικός τουρισμός

Εναλλακτικός τουρισμός είναι μία σχετικά νέα φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές του, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά χαρακτηριστικά και ενδιαφέροντα. Σύνηθες τάσεις που παρατηρούνται στο προφίλ ενός εναλλακτικού τουρίστα είναι: η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, η διατήρηση των οικοσυστημάτων, η αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία, η γνωριμία με την τοπική παράδοση, η περιήγηση, οι αθλητικές δραστηριότητες, την αποφυγή των κλασικών τουριστικών προσφορών, την στήριξη αγροτικών περιοχών και το κυριότερο, την επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού. Στόχος του εναλλακτικού τουρισμού σαφώς είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε δώδεκα μήνες το χρόνο, αντί για πέντε που είναι στο κλασικό μοντέλο τουρισμού, “Ήλιος & Θάλασσα”.

Ο εναλλακτικός τουρίστας ξεκινάει το ταξίδι του για κάτι άγνωστο, πρωτότυπο και είναι πρόθυμος να μάθει οτιδήποτε , να λάβει μέρος σε οποιαδήποτε δραστηριότητα καθώς διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης. Σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό όπου το κάθε άτομο συμμορφώνεται με ορισμένες συμπεριφορές, ομάδες, δραστηριότητες και κανόνες, ανεξάρτητα αν ταυτίζεται μαζί τους ή όχι, στον εναλλακτικό τουρισμό δεν συμβαίνει το ίδιο. Σύμφωνα με έρευνες, οι επισκέπτες που επιλέγουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ξοδεύουν περισσότερα χρήματα, κατά μέσο όρο 3.000 ευρώ, ενώ η μέση διάρκεια διαμονής τους ξεπερνά τη μία εβδομάδα (κ. Ζούνη Γ., Δρ. Πανεπιστημίου Πειραιώς, Open tourism; 2016). Μπορούμε λοιπόν να αναφέρουμε μερικές από τις διαφορές του μαζικού και του εναλλακτικού τουρισμού ώστε να γίνει πιο σαφής η έννοια του εναλλακτικού τουρίστα.

Σύμφωνα με τον Butler (1990), τα χαρακτηριστικά όπου διαφοροποιείται ο μαζικός με τον εναλλακτικό τουρισμό είναι ως προς την τουριστική συμπεριφορά, τις βασικές αξιώσεις, τις στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης και ως προς τα γενικά χαρακτηριστικά.

Όσον αφορά την *τουριστική συμπεριφορά*, στο μαζικό τουρισμό η συμμετοχή είναι συνήθως από μεγάλες ομάδες τουριστών έχοντας κάνει

μικρή ή και καθόλου έρευνα για τον τόπο προορισμού καθώς υπάρχει ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα από κάποιον tour-operator . Αντίθετα, η τουριστική συμπεριφορά σε μια εναλλακτική μορφή τουρισμού χαρακτηρίζεται από μικρότερες ομάδες είτε είναι ατομικά, είτε με φίλους είτε με οικογένεια, με μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής σε κάθε περιοχή, και έχοντας κάνει εμπειριστατωμένη έρευνα για τον τόπο προορισμού.

Ως προς τις *βασικές αξιώσεις*, συνήθως ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από εποχιακές διακυμάνσεις. Για την αύξηση της ζήτησης χρησιμοποιούνται εκτενή προγράμματα προώθησης και διαφήμισης. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εμφανίζονται σε κάθε εποχή με ιδιαίτερα δημοφιλείς τις μη τουριστικές περιόδους όπου υπάρχουν λιγότεροι τουρίστες στην περιοχή. Με αυτό τον τρόπο ενθαρρύνεται η τοπική αγορά και δίνεται το δικαίωμα στην τοπική κοινότητα να αναδείξει τους πόρους, την κουλτούρα και τις υποδομές που διαθέτει.

Όσον αφορά τις στρατηγικές τουριστικής ανάπτυξης, στην περίπτωση της εναλλακτικής μορφής, δίνεται μεγάλη έμφαση στις τοπικές πηγές κεφαλαίου και στις τοπικές πηγές εργασίας σε συμφωνία με τους τοπικούς κανονισμούς, δίνοντας έτσι συνέχεια στον παραδοσιακό τρόπο ζωής χωρίς να αλλοιώνεται στην προσπάθεια να ανταποκριθεί σε έναν τουρίστα. Σε αυτή την περίπτωση ο τουρισμός παίζει έναν συμπληρωματικό ρόλο στην βιομηχανία, και όχι τον κυρίαρχο όπως συμβαίνει στην περίπτωση του μαζικού τουρισμού όπου συχνά αλλάζει ο χαρακτήρας της περιοχής προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του τουρίστα.

Τέλος, ως προς τα *γενικά χαρακτηριστικά*, ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από ταχεία ανάπτυξη, με μεγάλη έμφαση στις οικονομικές αποδόσεις και λιγότερη ευαισθησία στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Ιστορικά, ο μαζικός τουρισμός οδηγεί σε απρογραμματίστη και ανεξέλεγκτη ανάπτυξη και αύξηση. Εστιάζει στην ταχεία αύξηση παρά στη σωστή και ανθεκτική ανάπτυξη. Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει μια πιο αργή ανάπτυξη εξαιτίας του έντονου σχεδιασμού που απαιτείται για μια σωστή και ανθεκτική αύξηση.

Επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού

Όπως και ο μαζικός τουρισμός έτσι και ο εναλλακτικός, έχει κάποιες αρνητικές και θετικές συνέπειες σε μία κοινωνία και στην οικονομία. Είναι γνωστό ότι η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού αναπτύχθηκε με κύριο σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε περισσότερους μήνες

ανά έτος, και αυτό συμβάλει καθοριστικά στην ανάπτυξη της οικονομίας. Έτσι λοιπόν, από τα μεγαλύτερα οφέλη που επιφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός είναι η οικονομική ανάπτυξη, καθώς συντελεί στην καταπολέμηση της ανεργίας δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, αυξάνοντας τα φορολογικά έσοδα για το κράτος, αναπτύσσοντας την επιχειρηματικότητα και τέλος, ενισχύοντας την αυτοαπασχόληση. Όσον αφορά μία κοινωνία, ο εναλλακτικός τουρισμός συμβάλει στην ποιοτική αναβάθμιση των περιοχών μιας περιφέρειας βελτιώνοντας και την ποιότητα του περιβάλλοντος καθώς πραγματοποιούνται κατάλληλοι έλεγχοι, βοηθάει στην ισοκατανομή του πληθυσμού καθώς αποφεύγεται η αστικοποίηση, λαμβάνονται μέτρα κοινωνικής πρόνοιας, και τέλος, επιφέρει σημαντικά οφέλη στον πολιτισμό μιας κοινωνίας προστατεύοντας και διατηρώντας την πολιτιστική κληρονομιά και την παραδοσιακή αρχιτεκτονική. («Επιπτώσεις από την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού: Ελληνική πραγματικότητα και ξένες αναφορές» Διαλιάμος Γ. Αθήνα 2004). Οι αρνητικές επιπτώσεις που προκαλεί ο εναλλακτικός τουρισμός παρατηρούνται σε μεγαλύτερο βαθμό στην κοινωνία και στον πολιτισμό καθώς σε πολλές περιπτώσεις συγκρούονται ήθη, υποβαθμίζεται η εθνική γλώσσα και αναμειγνύεται με ξένες, βιομηχανοποιείται η εξυπηρέτηση του τουρίστα και πολλές φορές τυποποιούνται οι τοπικές παραδόσεις, διαταράσσεται ο ρυθμός της ζωής των ντόπιων και υπάρχει έλλειψη προσωπικής επικοινωνίας μεταξύ ντόπιων και τουριστών. Το περιβάλλον αντιμετωπίζει όντως προβλήματα λόγω της τουριστικής ανάπτυξης, ωστόσο αυτό δεν οφείλεται στην τουριστική δραστηριότητα, αλλά στον άναρχο και απρογραμματίστο τρόπο ανάπτυξής της. (Πηγή: ΙΤΕΠ, 2006 (Σωτηριάδης, 1995) (Ζοπουνίδης, Σίσκος, 2006)). Συνοψίζοντας, μπορούμε να πούμε ότι με κατάλληλες στρατηγικές ανάπτυξης τουρισμού οι αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να εξαλειφθούν στο μεγαλύτερο μέρος τους.

Είδη εναλλακτικού τουρισμού

Αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μπορούμε να διακρίνουμε αρκετές μορφές. Ο τουρισμός μπορεί να συνδυάσει το επάγγελμα, τον πολιτισμό, την ψυχαγωγία, τον αθλητισμό, την ψυχική και σωματική υγεία, την γαστρονομία και άλλα. Όπως θα δούμε και παρακάτω, οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που προσελκύουν περισσότερο τους

τουρίστες στην Κρήτη, είναι ο Γαστρονομικός Τουρισμός και ο Αγροτουρισμός. Παρακάτω παρουσιάζονται περιληπτικά κάποιες από τις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού.

- **Πολιτιστικός τουρισμός:** Σε αυτή την μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ο άνθρωπος έχει ως κίνητρο την συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις του τόπου όπου επισκέπτεται, όπως είναι για παράδειγμα η παρακολούθηση μιας θεατρικής παράστασης, επισκέψεις σε εκθέσεις τέχνης, ιστορικών και αρχαιολογικών χώρων κ.α. Ο τουρίστας μαθαίνει για την ιστορία και τον πολιτισμό του μέρους που επισκέπτεται και γίνεται σημαντικός κρίκος της διάδοσης του πολιτισμού αυτής της χώρας. Ο πολιτιστικός τουρισμός ξεκίνησε να αναγνωρίζεται ως ξεχωριστή κατηγορία τουριστών στα τέλη της δεκαετίας του '70, όταν οι ειδικοί στην τουριστική αγορά κατανόησαν ότι ορισμένοι άνθρωποι ταξιδεύουν για την βαθύτερη κατανόηση της κουλτούρας και της κληρονομιάς του ταξιδιωτικού τους προορισμού. (Λιναρδάτου Χ. Επιστημονική ευθύνη: Τσαούση, Ά.Α., Δρ. Κοινωνιολογίας, Επίκ. Καθηγήτρια ALBA. "Πολιτιστικός Τουρισμός-Εναλλακτικές μορφές τουρισμού".)
- **Αγροτουρισμός:** Ο αγροτουρισμός είναι μορφή ήπιου τουρισμού κατά την οποία οι επισκέπτες μένουν σε αγρόκτημα και συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες. Σημείο αναφοράς των διακοπών σε ένα αγρόκτημα-ξενώνα είναι η άμεση επαφή του επισκέπτη με την αγροτική ζωή, τις καλλιέργειες, με την φύση, τη χλωρίδα και την πανίδα, κάτι το ιδιαίτερο για το μεγαλύτερο ποσοστό του σύγχρονου Ευρωπαϊκού πολίτη, κατοίκου αστικής περιοχής. Πέρα από την υποδοχή και τη φιλοξενία του επισκέπτη σε ένα περιβάλλον λιτό με τοπικό χαρακτήρα και όλες τις απαραίτητες ανέσεις, προβλέπεται και η ενεργή συμμετοχή του τουρίστα σε ένα σύνολο δραστηριοτήτων. (Kizos, T. & Iosifides, T. (2007), "The Contradictions of Agrotourism Development in Greece: Evidence from Case Studies", South European Society & Politics, p 59-77, www.minagric.gr)
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Ο Θρησκευτικός τουρισμός αφορά τα άτομα εκείνα που έχουν ως κύριο σκοπό την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους όπως μοναστήρια και εκκλησίες για προσκύνημα, τελετές, παρατήρηση των μνημείων, εικόνων, ψηφιδωτών κ.λπ. Η χώρα μας,

έχοντας μια τεράστια κληρονομιά από ιστορία και ποικιλία σε θρησκευτικά μνημεία (π.χ. Άγιο Όρος, Μετέωρα), αποτελεί ένα σημαντικό προορισμό για τους θρησκευτικούς τουρίστες. Συνήθως, η διάρκεια ενός τέτοιου ταξιδιού είναι μικρή και δεν χρειάζονται σημαντικές υποδομές. (Σεραφεΐμ Πολύζος, Επίκουρος καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, 2014, http://www.pr.d.uth.gr/research/DP/2010/uth-prd-dp-2010-9_gr.pdf)

- **Συνεδριακός τουρισμός:** Στον Συνεδριακό τουρισμό, ο επισκέπτης έχει αφήσει τον τόπο διαμονής του για να συναντήσει μια ομάδα ατόμων με σκοπό την εξέταση κάποιου θέματος ή την ανταλλαγή απόψεων, που τον αφορά επαγγελματικά. (Αθανασίου ; 2002, Ν., Κραβαρίτης, Κ.και Παπαγεωργίου 2012, Λύτρας, Π., 2009)
- **Επαγγελματικός τουρισμός:** Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια που γίνονται για επαγγελματικούς λόγους και ωφελούν την επισκέψιμη περιοχή με τις τουριστικές δραστηριότητες τους. Συγκεκριμένα, ο επισκέπτης συνδυάζει την επαγγελματική επίσκεψή του με κάποια μορφή τουρισμού όπως π.χ. τον πολιτιστικό τουρισμό. (Κραβίτης Ν. Κώστας, Παπαγεωργίου Ν. Αθήνα, Επαγγελματικός Τουρισμός, Οργάνωση Συνεδρίου ;2012)
- **Αθλητικός τουρισμός:** Κάθε ταξίδι που πραγματοποιείται, με στόχο την παρακολούθηση ή συμμετοχή σε αθλήματα για επαγγελματικούς ή μη λόγους, αποτελούν τον αθλητικό τουρισμό. Είτε είναι απλοί τουρίστες που επέλεξαν μια συγκεκριμένη περιοχή λόγω των αθλητικών εγκαταστάσεων, είτε είναι επαγγελματίες αθλητές που έχουν αφήσει τον τόπο διαμονής τους για να συμμετάσχουν σε μια αθλητική δραστηριότητα, είναι αθλητικοί τουρίστες. Η εκτέλεση αθλητικών γεγονότων συντελεί στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού σε μια χώρα. Για παράδειγμα, ποδοσφαιρικοί αγώνες, Ολυμπιακοί Αγώνες, Μαραθώνιοι κ.λπ. (Κ. Αλεξανδρής, PhD, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσ/κης, μέλος ΔΕΠ, University of Illinois USA, 2013)

- Περιπατητικός τουρισμός:** Ο περιπατητικός τουρισμός, απευθύνεται σε αυτούς που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Όπως έχει καταγραφεί σε έρευνες αρκετά εκατομμύρια τουριστών κάνουν πεζοπορία ξοδεύοντας για αυτό το χόμπι παραπάνω από 10 δις ευρώ το χρόνο. Σημαντικό ποσοστό των ενδιαφερομένων κάνουν πεζοπορία στις διακοπές τους στο εξωτερικό. Από αυτούς μόνον ένα πολύ μικρό ποσοστό επισκέπτεται την Ελλάδα και την Κρήτη.
- Οικοτουρισμός – Φυσιολατρικός τουρισμός:** Γενικά, ο οικοτουρισμός ορίζεται ως μια περιβαλλοντικά υπεύθυνη ταξιδιωτική δραστηριότητα, σε σχετικά άθικτες φυσικές περιοχές, με στόχο την απόλαυση και γνωριμία των φυσικών αλλά και ενταγμένων στο φυσικό περιβάλλον, αγαθών. Όντας μια περιορισμένων περιβαλλοντικών επιπτώσεων δραστηριότητα ή μη καταναλωτική, ο οικοτουρισμός εκτός του ότι προσφέρει ευχαρίστηση / απόλαυση και γνώσεις / εμπειρίες στον επισκέπτη, διατηρεί και ενισχύει την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων, που θεωρούνται αναπόσπαστο τμήμα μιας τέτοιας δραστηριότητας και αναπτυξιακής διαδικασίας. Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή η οποία έχει άμεση σχέση με το αγροτικό περιβάλλον και είναι συνυφασμένος και με δραστηριότητες σε αγροτικούς χώρους, οι οποίες προωθούν την προστασία του περιβάλλοντος και προσφέρει στους τουρίστες θετικές εμπειρίες και ευκαιρίες για γνωριμία με το περιβάλλον και γενικότερα με την ύπαιθρο. *“Οικοτουρισμός είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα της περιοχής, προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος σύμφωνα με νομικά ή άλλου τύπου αποτελεσματικά μέτρα, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τη συνοχή του κοινωνικού ιστού.”* (Πηγή: Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού, 2009, David A. Fennell, εκδόσεις «Ελλήν», Αθήνα 2010).
- Ιατρικός τουρισμός:** Ο τουρισμός Υγείας και Ευεξίας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες με κύριο στόχο την ανάρρωση, θεραπεία, χαλάρωση

και πρόληψη ή αποκατάσταση ασθενειών των τουριστών. Η συμμετοχή σε ιατρικά προγράμματα φροντίδας, προγράμματα χαλάρωσης και ενημέρωσης ιατρικών θεμάτων είναι μερικές από αυτές τις δραστηριότητες. (<http://pmjournal.gr/iatrikos-tourismos-marketing/> , Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ.και Παπαγεωργίου ; 2012)

Ιατρικός Τουρισμός στην Κρήτη

Το ήπιο μεσογειακό κλίμα της Κρήτης, οι σύγχρονες υποδομές υγείας και οι πρωτοποριακές υπηρεσίες που προσφέρονται, καθιστούν το νησί ένα ανταγωνιστικό προορισμό που συνδυάζει αρμονικά τις διακοπές με τη θεραπεία. Ο ιατρικός τουρισμός αποτελεί μια ανερχόμενη δύναμη τα τελευταία χρόνια. Το κλίμα, η φύση, η θάλασσα, το περπάτημα, η περιπέτεια, ο αθλητισμός, ο ασκητισμός, η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, η ανακάλυψη, η ευεξία, η κρουαζιέρα, η διατροφή, η συμμετοχή, η αλλαγή περιβάλλοντος συντελούν στην ψυχική υγεία. Η Κρήτη αποτελεί ιδανικό προορισμό που συνδυάζει όλα αυτά τα χαρακτηριστικά. Επιπλέον, ασθενείς που μέχρι σήμερα δε μπορούσαν να κάνουν διακοπές σε άλλη πόλη, άλλη χώρα από αυτή που τους στηρίζει ιατρικά μπορούν πλέον στην Κρήτη να απολαύσουν τα αγαθά που όλοι οι άλλοι απολαμβάνουν απλόχερα, ενώ παράλληλα να κάνουν χρήση των υπηρεσιών υγείας που προσφέρονται σε ολόκληρη την Κρήτη. Επίσης, το κλίμα στην Κρήτη χαρακτηρίζεται από μεγάλη ηλιοφάνεια με αναζωογονητικές ιδιότητες, συμβάλλοντας κατά πολύ ώστε τα ελληνικά κέντρα θαλασσοθεραπείας και spa που διαθέτουν τα ξενοδοχεία πολυτελείας να είναι εφάμιλλα των καλύτερων ανά τον κόσμο και να καθιστούν το νησί ένα μοναδικό προορισμό για spa hotels, wellness spa hotels, θεραπευτικό και τουρισμό υγείας γενικότερα. (πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, www.incrediblecrete.gr)

Ιατρικές Υποδομές στην Κρήτη

Προηγμένα ερευνητικά και θεραπευτικά κέντρα σύγχρονης ιατρικής που βρίσκονται σε όλη την Κρήτη παρέχουν, καθημερινά ιατρική φροντίδα σε ανθρώπους με προβλήματα υγείας με σκοπό την πρόληψη, τη διάγνωση, τη θεραπεία και τη διατήρηση της υγείας. Σε όλες τις μεγάλες πόλεις και

ιδιαίτερα στο Ηράκλειο λειτουργούν νοσοκομεία και κλινικές που καλύπτουν τις ανάγκες όλης της νότιας νησιωτικής Ελλάδας. Αντίστοιχα σε κάθε κωμόπολη του νησιού υπάρχουν κέντρα υγείας και αγροτικά ιατρεία που καλύπτουν τις βασικές ανάγκες υγειονομικής περίθαλψης.

Η ύπαρξη κατάλληλων ιατρικών υποδομών, η διαθεσιμότητα εξειδικευμένου ιατρικού και νοσηλευτικού προσωπικού, οι υποδομές φιλοξενίας για τους ασθενείς και τα συνωδά μέλη (ξενοδοχεία με παροχές υψηλής ποιότητας) καθώς και το πολύ ανταγωνιστικό κόστος των παρεχόμενων ιατρικών και νοσηλευτικών υπηρεσιών, σε σχέση με άλλες χώρες του δυτικού κόσμου, κάνουν την Κρήτη ένα ταχύτατα αναπτυσσόμενο προορισμό για ταξιδιώτες υγείας.

Στα Χανιά και στο Ηράκλειο λειτουργούν προηγμένα κέντρα τεχνητής γονιμοποίησης που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και σε επισκέπτες από το εξωτερικό. Το παρόν νομικό πλαίσιο της Ελλάδας για την υποβοηθούμενη αναπαραγωγή είναι ευνοϊκότερο για ζευγάρια και μόνες μητέρες σε σχέση με εκείνο άλλων χωρών. Επίσης λειτουργούν υπερσύγχρονα κέντρα φυσικής & ψυχικής αποκατάστασης και Κέντρα Ψυχικής Υγείας, στα οποία ασθενείς από όλο τον κόσμο μπορούν να απολαμβάνουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.

Στις μεγάλες πόλεις λειτουργούν δημόσιες Μονάδες Τεχνητού Νεφρού, ενώ υπάρχουν και ιδιωτικές κλινικές που δίνουν τη δυνατότητα σε Έλληνες και αλλοδαπούς νεφροπαθείς να κάνουν διακοπές μακριά από το σπίτι τους, χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η ζωή τους. Καταπράσινοι κήποι με πισίνες και άρτια εξοπλισμένοι χώροι αιμοκάθαρσης που θυμίζουν περισσότερο πολυτελή ξενοδοχεία, παρά κλινικές, εξασφαλίζουν ένα ευχάριστο και πολιτισμένο περιβάλλον για τους ασθενείς, που μπορούν να χαρούν τις διακοπές τους στην Κρήτη.

Επίσης, η Κρήτη έχει τεράστια παράδοση στις επεμβατικές μεθόδους διόρθωσης οφθαλμολογικών παθήσεων. Δεκάδες άνθρωποι από όλη την Ελλάδα και την Ευρώπη έρχονται στο Ηράκλειο για να εξαλείψουν παθήσεις όπως η μυωπία, ο αστιγματισμός, η υπερμετρωπία και άλλες. Τα οφθαλμολογικά κέντρα της Κρήτης σε συνεργασία με τις Ιατρικές Σχολές του νησιού και της Ελλάδας, δίνουν στους επισκέπτες τη δυνατότητα στην Κρήτη να δουν τη ζωή με «άλλο μάτι».

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, www.incrediblecrete.gr)

Παραϊατρικές Υπηρεσίες

Στην Κρήτη παρέχονται υπηρεσίες υψηλού επιπέδου σε όλους τους τομείς των παραϊατρικών επαγγελματιών, που έχουν σαν αντικείμενο τον άνθρωπο και την παροχή υπηρεσιών προς αυτόν μέσα από μεθόδους χειροπρακτικής, φυσικοθεραπείας, βελονισμού, εργοθεραπείας, λογοθεραπείας και διαιτολογίας. Τα Κρητικά κέντρα που ασχολούνται με τις παραϊατρικές επιστήμες αναβαθμίζουν συνεχώς τις γνώσεις του εξειδικευμένου προσωπικού τους με στόχο να εδραιώσουν την παρουσία τους στην τοπική κοινωνία, αλλά και στους επισκέπτες από άλλα μέρη της Ελλάδας και της Ευρώπης. Έμπειροι και καλά εκπαιδευμένοι λογοθεραπευτές κυρίως στις μεγάλες πόλεις του νησιού βοηθούν παιδιά από όλη τη χώρα με προβλήματα στην εκφορά λόγου. Με προχωρημένες τεχνικές, τα παιδιά μπορούν να ενισχυθούν και να ενταχθούν επιτυχώς στο κοινωνικό και σχολικό τους περιβάλλον. Παράλληλα, εργοθεραπευτές διευκολύνουν την καθημερινότητα των νέων ανθρώπων με νοητική υστέρηση, αξιοποιώντας πρωτοποριακές μεθόδους και διεργασίες.

Η Κρήτη διατηρεί παράδοση και σε υπηρεσίες φυσικοθεραπείας και βελονισμού. Έμπειροι χειρονακτικοί βοηθούν στην αποκατάσταση κινητικών δυσλειτουργιών, ενώ επιστημονικά καταρτισμένοι βελονιστές βασισμένοι σε σύγχρονες τεχνικές βοηθούν τους ασθενείς να ανακουφιστούν.

Η Κρήτη επίσης αποτελεί ένα βοτανολογικό παράδεισο, γνωστό από την αρχαιότητα. Ο αέρας, ο ήλιος και η θάλασσα βοηθούν τα φυτά να είναι υγιή και με μεγάλες ποσότητες αιθέριων ελαίων. Τα βότανα φυτρώνουν παντού στα βουνά, τις καλλιεργούμενες εκτάσεις και τις παραθαλάσσιες περιοχές και αρκετά από αυτά είναι γνωστά για τις φαρμακευτικές τους ιδιότητες.

Το νησί έχει ένα από τα πιο πλούσια και πιο ενδιαφέροντα οικοσυστήματα της Ευρώπης, με μεγάλο αριθμό ενδημικών αρωματικών φυτών, δηλαδή φυτών που υπάρχουν αυτοφυή μόνο στην Κρήτη, με διασημότερα τη μαλοτήρα και το δίκταμο, γνωστός από την αρχαιότητα για την αντισηπτική του ιδιότητα. Ο επισκέπτης μπορεί να αναζητήσει τα πολυάριθμα καταστήματα πώλησης βοτάνων και να γνωρίσει ποια βότανα ενδείκνυνται για την ασθένεια του, την τόνωση της υγείας και της ψυχικής διάθεσης. Διάφοροι σύλλογοι, σωματεία και ιδιωτικές επιχειρήσεις συχνά διοργανώνουν βοτανολογικές εκδρομές και σεμινάρια στα ορεινά μέρη της

Κρήτης. Επίσης στο νησί τα τελευταία χρόνια καλλιεργείται η θαυματουργή αλόη και πολλές εταιρείες ασχολούνται με την παραγωγή καλλυντικών και φαρμακευτικών προϊόντων βασισμένα σε αλόη.

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, www.incrediblecrete.gr)

Κρητική Διατροφή

Η Κρητική διατροφή απασχόλησε τους επιστήμονες ανά τον κόσμο, ξαφνιάζοντας θετικά, με τα αποτελέσματα των ερευνών να δείχνουν εξαιρετικά θετικές επιπτώσεις στην υγεία των Κρητικών και χαμηλά ποσοστά εμφάνισης διαφόρων νόσων, σε σχέση με άλλες περιοχές του πλανήτη. Η Κρήτη, με τη μοναδική βιοποικιλότητα και τις ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες, είναι ένας τόπος που επιτρέπει την ανάπτυξη εξαιρετικών ενδημικών βοτάνων και άγριων χόρτων όπως και μιας ήπιας κτηνοτροφίας με πολλά υποπροϊόντα, τα οποία επί αιώνες διαμόρφωσαν τις διατροφικές συνήθειες των Κρητικών και απέδωσαν την φήμη της Κρητικής διατροφής ως την πιο υγιεινή διατροφή ανάμεσα σε άλλες Μεσογειακές διατροφές.

Για αυτό και η Κρητική διατροφή αποτελεί σήμερα την βάση της «Μεσογειακής Διατροφής», όρος που χαρακτηρίζει ένα διατροφικό πρότυπο το οποίο στηρίζεται κυρίως στην κατανάλωση ελαιόλαδου, άφθονων λαχανικών, και λιγότερο στην κατανάλωση κρέατος. Οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν σεμινάρια Κρητικής γαστρονομίας και να γνωρίσουν ποιες τροφές είναι ιδανικές για μια ισορροπημένη διατροφή, για τη βελτίωση της υγείας και για μακροζωία.

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, www.incrediblecrete.gr)

Συνεδριακός Τουρισμός στην Κρήτη

Το μεσογειακό κλίμα, η εύκολη πρόσβαση στο νησί και η ύπαρξη πολλών εκθεσιακών χώρων και ξενοδοχειακών μονάδων με συνεδριακά κέντρα, καθιστούν την Κρήτη δημοφιλή προορισμό για διοργάνωση εκθέσεων και συνεδριακό τουρισμό. Επίσης πολλοί είναι αυτοί που έρχονται στην Κρήτη για να εργαστούν το καλοκαίρι, κυρίως σε τουριστικές επιχειρήσεις, συνδυάζοντας τη δουλειά με μια ευχάριστη και απολαυστική εμπειρία στο νησί (Priporas 2005; Athanasiou 2002; Baourakis George, Mediterranean Agronomic Institute of Crete).

Στην Κρήτη κάθε χρόνο φιλοξενούνται εκατοντάδες συνέδρια και σεμινάρια υψηλών προδιαγραφών με συμμετέχοντες από όλη την Ελλάδα και τον κόσμο. Τα συνέδρια πραγματοποιούνται συνήθως σε πολυτελή ξενοδοχεία ή μεγάλα συνεδριακά κέντρα του νησιού, στα οποία παρέχονται όλες οι απαραίτητες υπηρεσίες και εξοπλισμός για την ομαλή και επιτυχημένη διεξαγωγή τους. Οι συμμετέχοντες, παράλληλα με τις εργασίες τους, μπορούν να απολαύσουν τις δυνατότητες ψυχαγωγίας και ξεκούρασης που προσφέρει η Κρήτη (Athanasiou 2006; , Baourakis George, Mediterranean Agronomic Institute of Crete).

Οι περισσότεροι χώροι είναι άριστα διαμορφωμένοι και εξοπλισμένοι με σύγχρονα μηχανήματα για την επιτυχή οπτικοακουστική και διαδικτυακή κάλυψη. Επίσης η στελέχωση με άριστα εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό, όπως διερμηνείς, τεχνικοί, προσωπικό γραμματειακής υποστήριξης, αποτελεί σημαντική παράμετρο για την ομαλή πορεία των εργασιών του συνεδρίου. Όσοι ταξιδεύουν για εργασία, για κάποιο συνέδριο ή σεμινάριο στην Κρήτη μπορούν να απολαύσουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες φιλοξενίας και διαμονής σε άριστα οργανωμένους ξενοδοχειακούς χώρους. Πολλά από τα ξενοδοχεία του νησιού είναι πολυβραβευμένα και βρίσκονται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως. Περισσότερο από το 40% των ξενοδοχείων της Ελλάδας που ανήκουν στην κατηγορία Green Hotel βρίσκονται στην Κρήτη. Στο νησί υπάρχει περίπου το 30% των κλινών ξενοδοχείων 5 αστέρων, γεγονός που επιβεβαιώνει τη νευραλγική θέση που κατέχει το νησί στην ανάπτυξη πολύ υψηλού επιπέδου και απαιτήσεων τουρισμού, όπως ο συνεδριακός (Baourakis, G., Zopounidis, C., Angelakis, G., Drakos, P., (2011) "Employment and Perfectures" Scientific Marketing, Management in Greek).

Η Κρήτη φιλοξενεί αρκετούς Ερευνητικούς και Πανεπιστημιακούς Οργανισμούς, οι οποίοι έχουν ξεχωρίσει στην Ελληνική Επικράτεια και ανήκουν στους κορυφαίους στην Ευρώπη. Εκατοντάδες φοιτητές, καθηγητές και ερευνητές από όλον τον κόσμο έρχονται στην Κρήτη για να σπουδάσουν ή να εργαστούν, απολαμβάνοντας παράλληλα την μοναδική ζωή στο νησί.

Το Πανεπιστήμιο Κρήτης αποτελεί ένα από τα καλύτερα πανεπιστημιακά ιδρύματα στην Ελλάδα και στεγάζεται στο Ηράκλειο και στο Ρέθυμνο. Αντίστοιχα, το Πολυτεχνείο Κρήτης στεγάζεται στα Χανιά, ενώ το Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης εδρεύει στο Ηράκλειο και έχει παραρτήματα στα Χανιά, στο Ρέθυμνο, στον Άγιο Νικόλαο και στη Σητεία. Επίσης παραρτήματα του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου και της Ανώτατης Σχολής Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης λειτουργούν στις Αρχάνες. Το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ), το καλύτερο ερευνητικό κέντρο στην Ελλάδα, εδρεύει στο Ηράκλειο, όπου συστεγάζεται με το Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο της Κρήτης (ΕΤΕΠ-Κ) και τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό για την Ασφάλεια των Δικτύων και της Πληροφορίας (ENISA). Στις Γούρνες Ηρακλείου λειτουργεί το Ελληνικό Κέντρο Θαλασσιών Ερευνών (ΕΛΚΕΘΕ), το οποίο συντηρεί το σπουδαίο Ενυδρείο Κρήτης και παράγει σημαντικό ερευνητικό κέντρο για τη θαλάσσια Βιολογία της Μεσογείου. Στα Χανιά επίσης φιλοξενείται το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (ΜΑΙΧ) και η Ορθόδοξη Ακαδημία.

Επαγγελματικές Εκθέσεις

Η Κρήτη που βρίσκεται στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων έχει τις υποδομές και την εμπειρία για να φιλοξενήσει επαγγελματικές εκθέσεις στα μεγάλα εκθεσιακά κέντρα του νησιού. Από τις θερινές υπαίθριες εκθέσεις τοπικών προϊόντων που διοργανώνουν οι διάφορες πόλεις και τα χωριά του νησιού ως και τις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις σε σημαντικά Εκθεσιακά κέντρα, όπως το Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Κρήτης, οι διοργανωτές μπορούν να έχουν μια επιτυχή διοργάνωση και προβολή των εμπορικών πελατών τους. Μεγάλη συνεισφορά στις περισσότερες από αυτές τις δράσεις έχουν οι φορείς του νησιού, όπως οι δήμοι και η Περιφέρεια Κρήτης, οι οποίοι τις χρηματοδοτούν και τις προβάλλουν με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τοπικών επιχειρήσεων (Περιφέρεια Κρήτης, www.incrediblecrete.gr).

Αγροτουρισμός στην Κρήτη

Η Κρήτη χαρακτηρίζεται από μια εξαιρετική ποικιλομορφία τοπίων που, σε συνδυασμό με την απομονωμένη γεωγραφική της θέση, συγκεντρώνει έναν πολύ μεγάλο αριθμό ειδών χλωρίδας. Ενδεικτικό στοιχείο για την ποικιλία των ειδών που διαθέτει είναι ότι η χλωρίδα της Μεγάλης Βρετανίας, η οποία είναι 40 φορές μεγαλύτερη σε έκταση από την Κρήτη, περιέχει σχεδόν τον ίδιο αριθμό ειδών. Στην Κρήτη έχουν ως τώρα καταγραφεί περίπου 1700 είδη φυτών, πολλά από τα οποία είναι ενδημικά. Σε κάποιες απομονωμένες περιοχές του νησιού, κυρίως στα Λευκά Όρη και σε νησίδες, ζουν πολλά στενοενδημικά είδη και υποείδη, δηλαδή φυτά, που έχουν εντοπιστεί μόνο στη συγκεκριμένη περιοχή.

Η Κρήτη είναι απομονωμένη από τις υπόλοιπες ηπειρωτικές περιοχές της Ευρώπης, της Ασίας και της Αφρικής, γεγονός που αποτυπώνεται έντονα στη γενετική διαφορετικότητα της πανίδας του νησιού. Από τον περήφανο κρητικό αίγαγρο, τον αγριόγατο και την κρητική μυγαλή, ως τα στενοενδημικά αρθρόποδα και τις νυχτερίδες, η πανίδα της Κρήτης κρύβει πολλά μυστικά για την εξέλιξη των ειδών. Στο νησί δεν υπάρχουν ζώα που θα μπορούσαν να βλάψουν τον άνθρωπο, γεγονός που οι πρόγονοι των Κρητικών το απέδιδαν σε άθλο του Ηρακλή για να τιμήσει τη γενέτειρα του Δία, που τον προστάτευσε από τον Κρόνο και στις ευλογίες του Αποστόλου Παύλου, που έμεινε για δύο χρόνια στην Κρήτη. Η ορνιθοπανίδα της Κρήτης, θεωρείται μια από τις πλουσιότερες της Ευρώπης, καθώς φιλοξενεί περισσότερα από 350 είδη πτηνών. Στα κρητικά βουνά παρατηρείται ο μεγαλύτερος νησιωτικός πληθυσμός από γύπες στον κόσμο, ενώ, μαζί με την Κορσική, φιλοξενούν τα τελευταία ζευγάρια γυπαετών των Βαλκανίων.

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, site: www.incrediblecrete.gr)

Αγροτικά περάσματα

Οι γεωλογικές ανακατατάξεις στη διάρκεια εκατομμυρίων χρόνων αποτυπώνονται έντονα στο ανάγλυφο του νησιού. Η ανύψωση των τεράστιων ορεινών όγκων, είναι η αιτία της δημιουργίας πολλών φαράγγιων στην Κρήτη. Με περισσότερα από 400 φαράγγια, συγκεντρώνει το μεγαλύτερο αριθμό, από ολόκληρη την υπόλοιπη Ελλάδα συνολικά.

Η επαρχία των Σφακίων, στους πρόποδες των Λευκών Ορέων, φιλοξενεί το διασημότερο περιπατητικό φαράγγι της Ευρώπης, το Φαράγγι της Σαμαριάς. Το μονοπάτι που περπατούν χιλιάδες επισκέπτες το καλοκαίρι, ξεκινάει από το οροπέδιο του Ομαλού και μέσω μιας πορείας σε πυκνό δάσος από κυπαρίσσια και πεύκα, περνάει ανάμεσα από πολύ στενά περάσματα με κατακόρυφα τοιχώματα ύψους 500μ., πριν καταλήξει στον παραλιακό οικισμό της Αγίας Ρουμέλης. Άλλα γνωστά πεζοπορικά φαράγγια της περιοχής είναι το φαράγγι της Ίμβρου που ξεκινάει κοντά στο Οροπέδιο του Ασκύφου, το άγριο φαράγγι της Αράδαινας, το καταπράσινο Σφακιανό Φαράγγι, το Φαράγγι του Καλλικράτη και ανατολικότερα το δύσβατο φαράγγι της Τρυπητής και το διάσημο φαράγγι της Αγίας Ειρήνης, που καταλήγει στην παραλία της Σούγιας. Μερικά καταπράσινα πεζοπορικά φαράγγια βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή της Ζούρβας και στα Καράνου, ενώ ακόμη εντυπωσιακά είναι τα φαράγγια του Δίκταμου, της Λισού, το Τοπολιανό, του Ασφένδου, του Κάμπου, το Σηρικαριανό, του Σάσσαλου και πολλά άλλα.

Στο Ρέθυμνο υπάρχουν αρκετά προσβάσιμα όμορφα φαράγγια. Το πιο γνωστό είναι το Κουρταλιώτικο Φαράγγι, μέσα από το οποίο περνάει ο Μεγάλος Ποταμός που καταλήγει στην πανέμορφη λίμνη του Πρέβελι με το ονειρικό φοινικόδασος. Η πορεία μέσα από την κοίτη του φαράγγιού, το οποίο έχει τη μεγαλύτερη ποσότητα νερού από όλα τα φαράγγια της Κρήτης, ως την έξοδό του είναι μια μοναδική εμπειρία. Άλλα γνωστά φαράγγια που προσφέρονται για πεζοπορία είναι τα Κολλητά στην περιοχή της Αργυρούπολης, του Κοτσυφού που καταλήγει στον Πλακιά, του Αγίου Αντωνίου στην Πατσό και το Πρασανό, των Πλατανιών ενώ κοντά στην πόλη του Ρεθύμνου βρίσκονται τα καταπράσινα φαράγγια των Μύλων, των Βεδέρων και του Γάλλου.

Πολλά φαράγγια υπάρχουν και στο Ηράκλειο, με τα περισσότερα από αυτά να διασχίζουν τους όγκους του Ψηλορείτη και των Αστερουσίων Ορέων. Τα Αστερούσια διαθέτουν υπέροχα πεζοπορικά φαράγγια, με πιο σημαντικά του Αγιοφάραγγου, του Μάρτσαλου και του Τράφουλα. Ωστόσο, το διασημότερο φαράγγι είναι του Γάφαρη στον Ψηλορείτη, που διασχίζει το μαγευτικό δάσος του Ρούβα. Άλλα φαράγγια του Ψηλορείτη είναι του Κρουσώνα, μέσα από το οποίο διερχόταν το Μινωικό μονοπάτι για το Ιδαίον Άντρον, του Βρωμονερού, το Βοριζανό και τα δύο μικρά φαράγγια των Ασιτών. Κοντά στην πόλη, υπάρχουν τα καταπράσινα φαράγγια του Καρτερού, το Κουναβιανό, το Συλλαμιανό, του Αλμυρού και του Βενεράτου.

Στις δυτικές υπερώιες των Λασιθιώτικων βουνών υπάρχουν επίσης τα φαράγγια της Ρόζας, της Αμπέλου, της Αποτύπωσης και κοντά στη Χερσόνησο το φαράγγι του ποταμού Αποσελέμη.

Στην Ανατολική Κρήτη τα περισσότερα φαράγγια είναι συνήθως ξηρά κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, χωρίς ωστόσο να λείπουν μερικές καταπράσινες οάσεις, όπως το φαράγγι του Ρίχτη. Το όρος Δίκτη έχει μερικά εντυπωσιακά φαράγγια, με πιο γνωστά της Σαρακίνας κοντά στους Μύθους Ιεράπετρας, της Κριτσάς, του Αδριανού, της Καλαμαύκας και του Χαυγά στο Οροπέδιο Λασιθίου. Εξίσου εντυπωσιακά φαράγγια, περιτριγυρισμένα κυρίως από πεύκα, βρίσκονται στο όρος Θρυπτή. Ανάμεσα τους ξεχωρίζουν τα φαράγγια των Πεύκων, του Ορεινού, των Αχλιών και του Μυλωνά. Στην περιοχή γύρω από τη Ζάκρο, κυριαρχεί το απόκοσμο φαράγγι των Νεκρών, που παίρνει το όνομά του από τους μινωικούς τάφους που βρέθηκαν στις σπηλιές των τοιχωμάτων του, ενώ κοντά, υπάρχουν κι άλλα ξηρά φαράγγια όπως το Κατσουνάκι, του Λαμνωνίου, της Αγίας Ειρήνης και των Περβολακίων. Λιγότερο γνωστά φαράγγια για εύκολη πεζοπορία υπάρχουν και στο ορεινό Μιραμπέλο, όπως του Κουρούκουλου, του Χαυγά πάνω από την Πλάκα και της Σκοτεινής.

(πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2013), Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας Κρήτης, site: www.incrediblecrete.gr)

Υποδομές στην Περιφέρεια Κρήτης

Αεροδρόμια :

Η Κρήτη διαθέτει δύο διεθνή αεροδρόμια, αυτά των Χανίων και του Ηρακλείου, το «Ι. Δασκαλογιάννης» και το «Νίκος Καζαντζάκης» αντίστοιχα, από τα οποία εκτελούνται τακτικές πτήσεις προς την υπόλοιπη Ελλάδα και προς τις Ευρωπαϊκές χώρες. Επίσης υπάρχει και το αεροδρόμιο της Σητείας, από το οποίο εκτελούνται πτήσεις σε επιλεγμένες περιοχές της Ελλάδας. Κατά την θερινή περίοδο πραγματοποιούνται από τα Χανιά και το Ηράκλειο αρκετές πτήσεις charter από και προς αρκετές πόλεις της Ευρώπης.

Λιμάνια :

Η Περιφέρεια Κρήτης διαθέτει αξιόλογα λιμάνια σε όλο το μήκος της, συνδέοντάς την έτσι με την υπόλοιπη Ελλάδα και την υπόλοιπη Ευρώπη, και σε εμπορικό επίπεδο.

Το μεγαλύτερο λιμάνι της περιφέρειας το διαθέτει ο νομός Ηρακλείου. Το λιμάνι της Σούδας στο νομό Χανίων, το δεύτερο σε μέγεθος λιμάνι, είναι ένα από τα ασφαλέστερα φυσικά λιμάνια της Μεσογείου, και εξαιρετικής σπουδαιότητας για το νησί της Κρήτης λόγω της στρατηγικής του θέσης στο δυτικό τμήμα του νησιού. Το Ρέθυμνο και η Σητεία διαθέτουν δύο μικρά λιμάνια αντίστοιχα, τα οποία εξυπηρετούν κυρίως μικρά πλοία, ιστιοπλοϊκά και κρουαζιερόπλοια .

Ξενοδοχειακό δυναμικό της Κρήτης:

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται στοιχεία για το ξενοδοχειακό δυναμικό του νησιού ανά νομό, σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέχθηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το έτος 2015.

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΧΑΝΙΑ	ΡΕΘΥΜΝΟ	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	544	320	489	205	1.558

(πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

Αφίξεις στα αεροδρόμια της Κρήτης

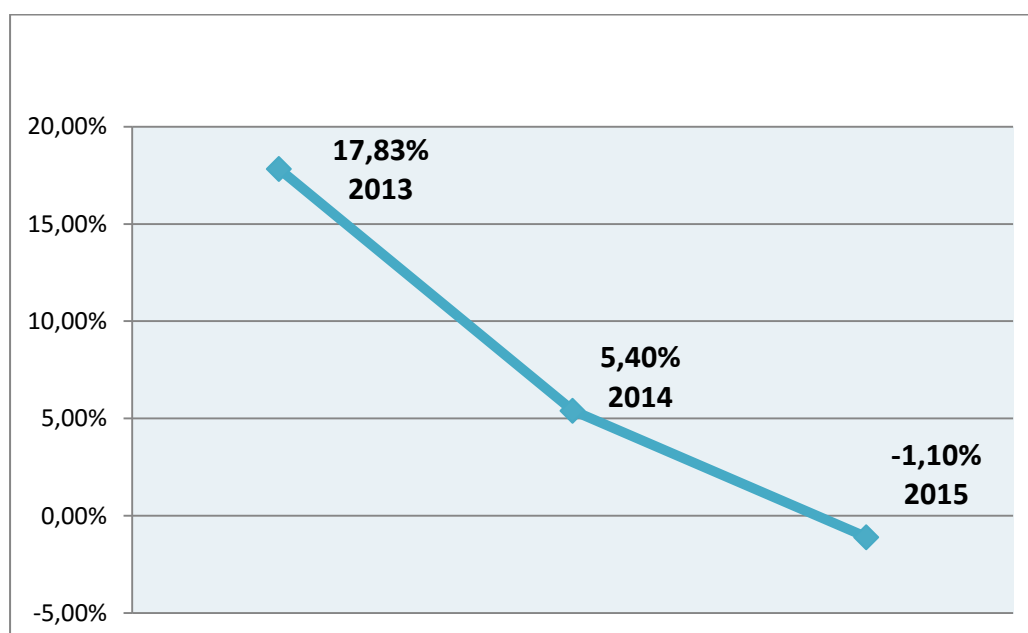
Παρακάτω παρουσιάζονται οι αφίξεις στα αεροδρόμια Χανίων και Ηρακλείου τα τελευταία τρία χρόνια 2013, 2014 και 2015.

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	2013	% MET 2012- 2013	2014	%MET. 2013- 2014	2015	%MET. 2014- 2015
ΧΑΝΙΑ	859.580	19,84%	924.871	7,6%	939.792	1,6%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	2.475.927	17,15%	2.590.367	4,6%	2.537.197	-2,1%
ΣΥΝΟΛΟ	3.335.507	17,83%	3.515.238	5,4%	3.476.989	-1,1%

(πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ΣΕΤΕ)

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία των τουριστικών αφίξεων στα κυριότερα αεροδρόμια της Κρήτης, που ανακοίνωσε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), τα τρία τελευταία έτη παρατηρείται μία διαχρονική μείωση των αφίξεων από το 2013 έως το 2015. Για αυτό το γεγονός μπορούμε να επισημάνουμε πολλούς παράγοντες που έπαιξαν ουσιαστικό ρόλο στη μείωση αυτή, όπως είναι η πολιτική αστάθεια που αντιμετώπισε η Ελλάδα.

Γράφημα ποσοστιαίας μεταβολής τουριστικών αφίξεων στην Κρήτη.



(πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων ΣΕΤΕ)

Πιο συγκεκριμένα, το έτος 2013 η ποσοστιαία αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος όσον αφορά τις αφίξεις στο αεροδρόμιο των Χανίων, αγγίζει το 20%. Το ίδιο έτος οι αφίξεις στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου αυξάνονται κατά 17% σε σχέση με το 2012. Έτσι το 2013, έχουμε μία συνολική αύξηση των τουριστικών αφίξεων στην Κρήτη, της τάξεως του 18% σχεδόν.

Όσον αφορά το έτος 2014, παρατηρείται και πάλι μία συνολική αύξηση των τουριστικών αφίξεων στο νησί αλλά μικρότερου μεγέθους, με ποσοστό 5,4. Στο αεροδρόμιο των Χανίων έχουμε μία ποσοστιαία αύξηση της τάξεως του 7,6%, ενώ στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου μεγέθους 4,6%.

Το έτος 2015 είχαμε μία μικρή μείωση των τουριστικών αφίξεων στην Κρήτη σε σχέση με το προηγούμενο έτος, γύρω στο 1%. Συγκεκριμένα, στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 2% ενώ αντίθετα στο αεροδρόμιο των Χανίων είχαμε μία μικρή αύξηση της τάξεως του 1,6%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Αρκετές είναι οι δημοσιεύσεις που έχουν γίνει σχετικά με τον επιχειρηματικό τουρισμό σε παγκόσμια κλίμακα, καθώς και να η αξιολόγηση των χωρών σχετικά με την ικανότητά τους να φιλοξενήσουν αυτό το είδος τουρισμού. Τα αποτελέσματα αποκαλύπτουν ότι η ανάπτυξη πολιτικών που αποσκοπούν στην τόνωση του επιχειρηματικού τουρισμού, προϋποθέτει, οι χώρες να αναπτύξουν μέτρα που θα ενθαρρύνουν επίσης τις επενδύσεις κεφαλαίων στον τομέα του τουρισμού, την τόνωση του τουρισμού αναψυχής και τέλος, το εμπόριο (Bradley, Hall and Harrison, 2002; Crouch and Louviere, 2004; Guizzardi, 2005; Haven-Tang, Jones and Webb, 2007; Bernini, 2009). Ο επιχειρηματικός τουρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο είναι μία πολύ σημαντική μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Σύμφωνα με κάποιους ερευνητές (Wootton and Stevens, 1995, Crouch and Louviere, 2004; Guizzardi, 2005, Bernini, 2009), ο επιχειρηματικός τουρισμός προσδίδει πολλά περαιτέρω οφέλη στην οικονομία μιας χώρας, στην κοινωνία αλλά και στην κουλτούρα της. Λόγω της σημαντικότητας του επιχειρηματικού τουρισμού, έχουν γίνει πολλές μελέτες από πολλούς ερευνητές προκειμένου να εντοπιστούν οι παράγοντες και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει μία χώρα ώστε να κερδίσει έδαφος σε αυτό το είδος τουρισμού. Αρκετές μελέτες έχουν επικεντρωθεί στην ανάλυση του επιχειρηματικού τουρισμού, χρησιμοποιώντας ειδικά χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την καταναλωτική συμπεριφορά, και άλλες μελέτες χρησιμοποιώντας μακροοικονομικούς παράγοντες και τον τρόπο λήψης αποφάσεων όσον αφορά τον τουριστικό προορισμό (Var, Cesarino and Mauser, 1985; Kulendran and Witt, 2003). Ο τουρίστας που πραγματοποιεί κάποιο ταξίδι για επαγγελματικούς λόγους, ταυτόχρονα αξιοποιεί τον ελεύθερο του χρόνο στο τόπο διαμονής σε πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες (Cunha, 1997). Για αυτό τον λόγο ο επιχειρηματικός τουρισμός θεωρείται από πολλούς ένα ποικίλο είδος τουρισμού. Παρόλο αυτά, υπάρχει και εκείνη η κοινότητα που υποστηρίζει ότι η έννοια των ταξιδιών που γίνονται για επαγγελματικούς λόγους είναι διαφορετική από εκείνη του επιχειρηματικού τουρισμού. Πως λοιπόν διαχωρίζονται αυτές οι δύο έννοιες; Σύμφωνα με

τους ερευνητές Davidson και Cope (2003), τα επαγγελματικά ταξίδια αποτελούν για τον καθένα χωριστά που τα πραγματοποιεί, επαγγελματικό τουρισμό, ενώ από την άλλη πλευρά ο επιχειρηματικός τουρισμός μπορεί να κατανοηθεί καλύτερα ως τα ταξίδια που γίνονται με την παρουσία πολλών ανθρώπων προκειμένου να συμμετάσχουν σε επιλεγμένα επαγγελματικά συνέδρια και εκθέσεις είτε σε κάποιο άλλο επαγγελματικό συμβάν. Έτσι λοιπόν, τα επαγγελματικά ταξίδια αποτελούνται από τους παρακάτω τύπους ταξιδιών (Davidson και Cope , 2003) :

- Μεμονωμένα – ατομικά ταξίδια που πραγματοποιούνται από άτομα των οποίων το επάγγελμα απαιτεί ταξίδια κατά την διάρκεια της εργασίας τους.
- Συνεδριάσεις και επαγγελματικές συναντήσεις όπου μπορεί να είναι είτε κάποιο εκπαιδευτικό σεμινάριο, είτε για λανάρισμα κάποιου νέου προϊόντος, είτε κάποια συνάντηση που απαιτείται από την εταιρεία για τον απολογισμό του έτους.
- Εκθέσεις που πραγματοποιούνται αποκλειστικά για επαγγελματίες είτε και για το ευρύ κοινό.
- Ταξίδια με κάποιο κίνητρο, όπως για παράδειγμα τα ταξίδια που πραγματοποιούνται από τους εργαζομένους που τους τα παρέχει σαν μπόνους η εκάστοτε εταιρεία.
- Εταιρική φιλοξενία – ψυχαγωγία που κάποιες εταιρείες χορηγούν σε υφιστάμενους ή πιθανούς πελάτες.

Συνοψίζοντας λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι ο επιχειρηματικός τουρισμός αποτελείται από την λέξη MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions, Davidson και Cope , 2003).

Ποιοι είναι όμως οι καθοριστικοί παράγοντες που σχετίζονται με την επιλογή του ιδανικού προορισμού για επιχειρηματικό τουρισμό, από τις εταιρείες και τους οργανισμούς? Το 1985 τρεις αμερικανοί ερευνητές (Var, Cesario and Mauser), ανέπτυξαν μία έρευνα σε 52 πόλεις της Νότιας Αμερικής με σκοπό την αναζήτηση των παραγόντων που καθορίζουν την επιλογή μίας πόλης για την διεξαγωγή κάποιου επαγγελματικού συνεδρίου. Σύμφωνα λοιπόν με τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε, τρεις ήταν οι μεταβλητές που επηρεάζουν το ενδιαφέρον αυτό : προσβασιμότητα, κάποια

χαρακτηριστικά που ενδεχομένων διαφοροποιούν την πόλη όπως είναι εισόδημα και πληθυσμός, και τέλος, η ελκυστικότητα της πόλης όπως για παράδειγμα εγκαταστάσεις που έχει, το κλίμα της, και δραστηριότητες που διαθέτει (Cesario and Mauser, 1985). Σύμφωνα με τον Oppermann (1996) οι παράγοντες που επηρεάζουν τις εκάστοτε εταιρείες ώστε να επιλέξουν έναν τόπο για να διεξαχθεί κάποιο επαγγελματικό συνέδριο, είναι : η εξυπηρέτηση που διαθέτουν, το κόστος, η εικόνα, η τοποθεσία, και οι εγκαταστάσεις. Σύμφωνα με τους Bradley Hall και Harrison (2002), οχτώ είναι οι καθοριστικοί παράγοντες για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου : η κουλτούρα και ο πολιτισμός, κοινωνικοί παράγοντες, περιβαλλοντολογικοί, πολιτικοί, παράγοντες οικονομικής ανάπτυξης, διαθέσιμοι χώροι διεξαγωγής κάποιας συνεδρίασης, εγκαταστάσεις όπως ξενοδοχεία κοντά στον χώρο συνεδριάσεων, και τέλος η προσβασιμότητα. Οι ερευνητές Park et al (2014) υπέδειξαν πέντε κατηγορίες παραγόντων που καθορίζουν την επιλογή του προορισμού για επαγγελματικό – συνεδριακό τουρισμό : χαρακτηριστικά προορισμού, κατάλληλες συνεδριακές εγκαταστάσεις και ευκαιρίες συνεργασίας, εμπειρία και εξυπηρέτηση, η κυβέρνηση και οι πολιτικές που ασκεί, και τα επίπεδα τιμών. Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Κίνα, λαμβάνοντας την άποψη πολλών σοβαρών επαγγελματιών που πραγματοποιούν ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους (Journal of Convention & Event Tourism Park et al 2014).

Σχετικά με τα κίνητρα που έχουν οι τουρίστες ώστε να διαλέξουν ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού, αρκετές δημοσιεύσεις έχουν γίνει τα προηγούμενα χρόνια. Αν και προηγούμενες έρευνες έχουν δείξει ότι οι άνθρωποι προτιμούν να θεωρούν τους εαυτούς τους ως ξεχωριστούς ταξιδιώτες, έχουν υπάρξει λίγες μελέτες που συμφωνούν με αυτόν τον ισχυρισμό (MacCannell, 1976; Culler, 1981; Crick, 1989). Ευρήματα ερευνών δείχνουν ότι οι άνθρωποι καθορίζουν τα προσωπικά τους ταξιδιωτικά κίνητρα έτσι ώστε να διαφέρουν από τους μαζικούς τουρίστες, και αυτές οι τάσεις και κίνητρα διαφοροποιούνται μεταξύ των τουριστών ανάλογα με τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού που συμμετέχουν (Jacobsen, 2000). Τα πιο σημαντικά ταξιδιωτικά κίνητρα για έναν τουρίστα είναι η προσωπική αναζήτηση και η προσωπική διαφυγή. Με δεδομένη την υπόθεση ότι οι τουρίστες δεν αποτελούν μία ομοιογενή ομάδα, έχουν γίνει προσπάθειες από τους μελετητές να ταξινομηθούν σε διακριτές κατηγορίες. Για παράδειγμα, μία διάκριση έχει γίνει μεταξύ των τουριστών που συμμετέχουν σε κάποια

θεσμοθετημένη μορφή τουρισμού, και σε αυτούς που δεν συμμετέχουν σε κάποια θεσμοθετημένη εναλλακτική μορφή τουρισμού (Uriely et al, 2002; Maoz, 2007; Reichel et al, 2009). Η διαπίστωση ότι οι συμμετέχοντες διακρίθηκαν από τους τυπικούς – μαζικούς τουρίστες από την άποψη των ταξιδιωτικών κινήτρων, προσέφεραν σημαντικές συνέπειες στους ερευνητές τουρισμού, καθώς και στον τρόπο διαχείρισης του προορισμού.

Έχει διαπιστωθεί ότι η πλειοψηφία των τουριστικών πρακτόρων έχουν ως στόχο να μειώνουν συνεχώς τις τιμές τους, προκειμένου να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικοί και να κερδίζουν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, ταυτόχρονα όμως πιέζουν τις ελληνικές τοπικές αρχές να μειώσουν και αυτοί τα περιθώρια κέρδους ώστε να γίνουν ανταγωνιστικές οι τιμές τους (John Wiley & Sons, Ltd 2009) . Παρά την ασύγκριτη ομορφιά των ελληνικών νησιών και την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, τα ελληνικά νησιά αποτυγχάνουν να προσελκύσουν το επιθυμητό «πακέτο» τουριστών , δηλαδή τουρίστες καλής ποιότητας και υψηλού εισοδήματος. Η υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εικόνας, οδηγεί σε απροθυμία των επισκεπτών να ξοδέψουν χρήματα κατά την παραμονή τους στα ελληνικά νησιά, όσο οι τουριστικοί πράκτορες προσπαθούν να προσελκύσουν τουρίστες με χαμηλότερες τιμές (Dimitrios Buhalis, Department of Tourism, University of Westminster, John Wiley & Sons, Ltd 2009). Η τουριστική κληρονομιά συμβάλλει στην ταχύτατα αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία (Ashworth & Tunbridge, [2000](#); Timothy, [2011](#)). Έχει παρατηρηθεί ότι συχνά οι τοπικές αρχές, οι κυβερνήσεις, και διάφοροι τουριστικοί οργανισμοί, αναδεικνύουν την πολιτιστική κληρονομιά των πόλεων τους, ώστε να φέρουν οικονομικά οφέλη και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων πόλεων ή νησιών (Green, [2001](#); Timothy, [2011](#)).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στόχος ήταν η συστηματική καταγραφή, ανάλυση και σύγκριση των χαρακτηριστικών των αλλοδαπών τουριστών ώστε να γίνει μία ουσιαστική διερεύνηση σχετικά με τις προοπτικές τουρισμού στην Κρήτη. Οι έρευνες για τα έτη 2013, 2014 και 2015 πραγματοποιήθηκαν από το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (Δρ. Μπαουράκης; Δ/ντής Μ.Α.Ι.Χ., Καθ. Κ. Ζοπουνίδης; Ακαδημαϊκός, Δ/ντής Εργ. Συστημάτων Χρημ. Διοίκησης και Ανάλυσης Δεδομένων του Πολυτεχνείου Κρήτης; Audencia Nantes School of Management, France, Γ. Ατσαλάκης; Επίκουρος καθηγητής Πολυτεχνείο Κρήτης, Γ. Μανθούλης; Υπ. Δρ. Πολυτεχνείου Κρήτης, Δράκος; ΕΔΙΠ Παν/μιο Κρήτης, Αγγελάκης και Σταματάκης; Ερευνητές Μ.Α.Ι.Χ.). Οι μελέτες και τα τρία έτη πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση ερωτηματολογίων και προσωπικών συνεντεύξεων στο Αεροδρόμιο Χανίων, τους μήνες Ιούνιο μέχρι και Σεπτέμβριο. Στο κάθε έτος συλλέχτηκαν περίπου 4.000 ερωτηματολόγια συμπληρωμένα από επιβάτες προερχόμενους από 20 διαφορετικές χώρες.

Έπειτα την συλλογή των δεδομένων ακολουθεί η επεξεργασία τους με το στατιστικό πακέτο SPSS 21.0. Τα ερωτηματολόγια κωδικοποιήθηκαν και ταξινομήθηκαν σε κατηγορίες. Εν συνεχεία αναλύθηκαν και εξήχθησαν τα συμπεράσματα βάσει των δυνατοτήτων που προσφέρει το στατιστικό πακέτο.

Στόχος λοιπόν αυτής της εργασίας είναι να γίνει μία συγκριτική διαχρονική ανάλυση των αποτελεσμάτων αυτών για τα έτη 2013, 2014 και 2015 ώστε να εντοπιστούν οι αδυναμίες και τα δυνατά σημεία προκειμένου να αναπτυχθούν περαιτέρω οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού στο νησί.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

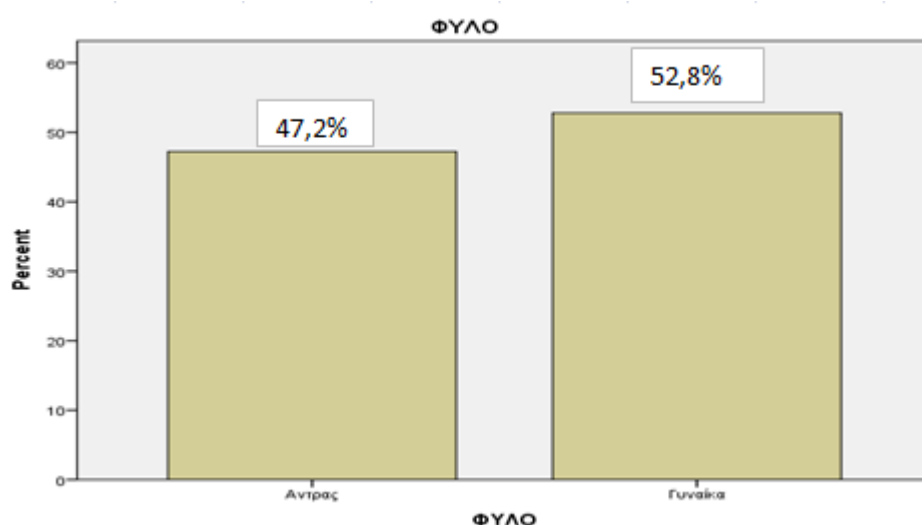
Δημογραφικά Στοιχεία

Αρχικά προκύπτουν τα δημογραφικά στοιχεία που συλλέχθηκαν από τις απαντήσεις των ερωτώμενων. Θα αναφερθούμε λοιπόν, σε κάποια βασικά δημογραφικά στοιχεία που συνθέτουν το προφίλ του αλλοδαπού τουρίστα που επιλέγει την Κρήτη για προορισμό των διακοπών του. Συγκεκριμένα, θα γίνει παράθεση στοιχείων που αφορούν το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση και την επαγγελματική δραστηριότητα.

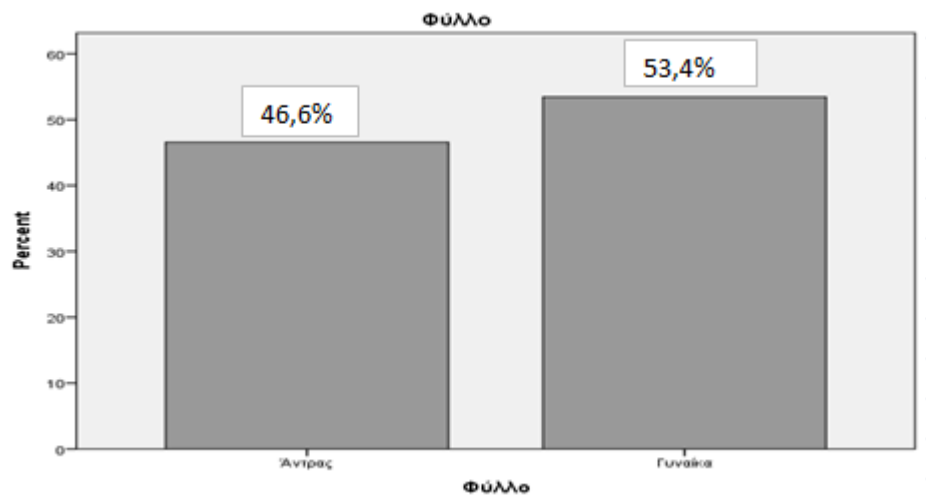
Φύλο

Αναφορικά με την κατανομή των επισκεπτών ανά φύλο, παρατηρούμε ότι οι άνδρες και οι γυναίκες που συμμετείχαν στο δείγμα της έρευνας έχουν περίπου τα ίδια ποσοστά, με τις γυναίκες να υπερτερούν κατά ένα μικρό ποσοστό κάθε χρόνο, έναντι των αντρών.

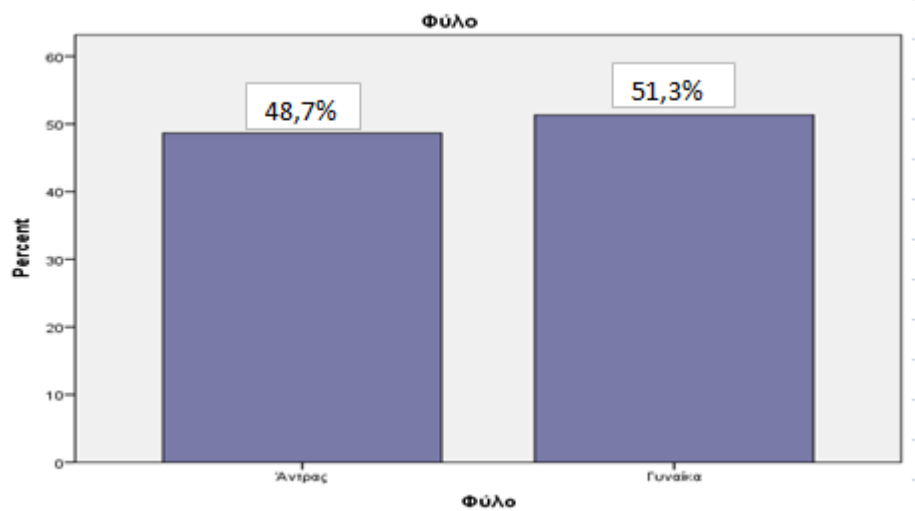
Πιο συγκεκριμένα, το έτος 2013 οι άντρες αποτελούσαν το 47,2% του δείγματος, ενώ οι γυναίκες το υπόλοιπο 52,8%.



Το έτος 2014 οι γυναίκες υπερτερούν και πάλι έναντι των αντρών με ποσοστό 53,4% και 46,6% αντιστοίχως.



Σε παρόμοια επίπεδα με τα προηγούμενα έτη ήταν και το έτος 2015, η κατανομή των επισκεπτών ανά φύλο. Συγκεκριμένα, το 51,3% του δείγματος ήταν γυναίκες, και το 48,7% άντρες.

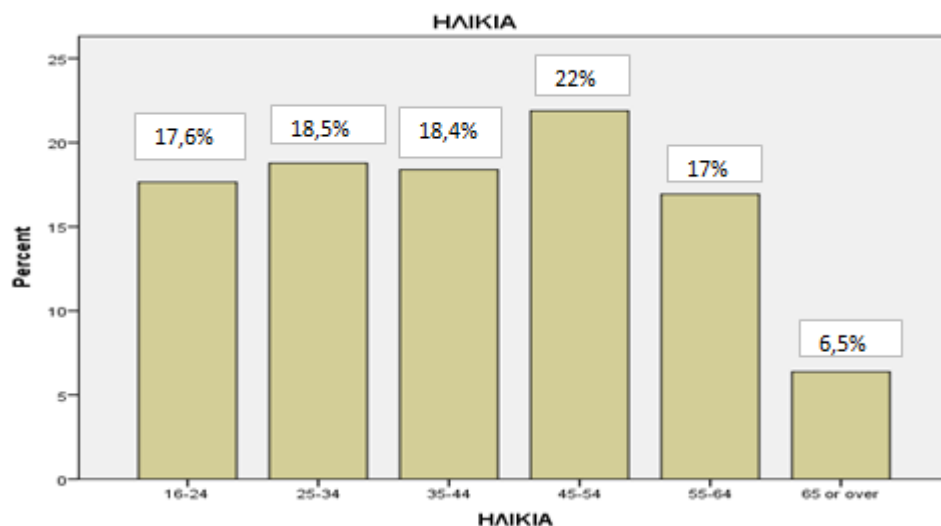


Ηλικία

Αναφορικά με την ανάλυση των ηλικιών, σημειώνεται ότι η κατανομή χωρίστηκε σε διαστήματα. Συγκεκριμένα, [16-24), [25-34), [35-44), [45-54), [55-64) και [65-65+), όπως φαίνεται και στα παρακάτω διαγράμματα.

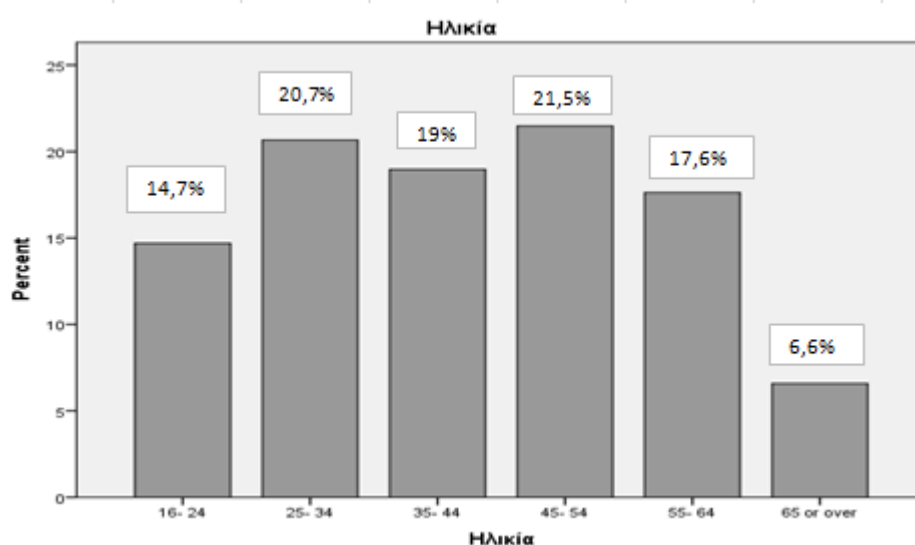
Παρατηρείται ότι και στα τρία έτη 2013, 2014 και 2015, τα ποσοστά είναι σχεδόν μοιρασμένα σε όλα τα διαστήματα. Παρακάτω γίνεται περεταίρω ανάλυση που αφορά και τα τρία έτη.

2013:



Όσον αφορά το έτος 2013, σχεδόν ισόποσα ποσοστά εμφανίζονται στις ηλικίες μεταξύ των 25 έως 34 ετών, και μεταξύ των 35 έως 44 ετών, της τάξεως του 18,5%. Το 17,6% που επισκέφτηκε την Κρήτη εκείνη την χρονιά ήταν από 16 έως 24 ετών. Μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζει το διάστημα των ηλικιών από 45 έως 54 ετών της τάξεως του 22%, ενώ το 17% είναι ηλικίας 55 έως 64 ετών. Ένα αρκετά μικρότερο ποσοστό 6,5% ήταν πάνω από 65 ετών.

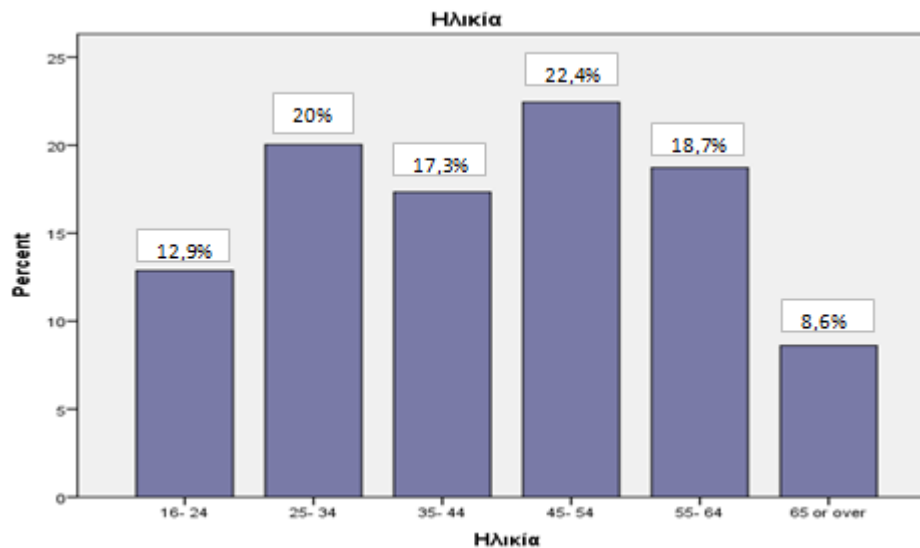
2014:



Παρομοίως με το προηγούμενο έτος, το έτος 2014, το μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζεται στο διάστημα των ηλικιών από 45 έως 54 ετών, με

ποσοστό 21,5%. Μικρότερο ήταν το ποσοστό των μικρότερων ηλικιών, που αφορούν το διάστημα 16 έως 24 ετών, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, με ποσοστό 14,7%. Το 20,7% που επισκέφτηκε την Κρήτη το 2014 ήταν ηλικίας από 25 έως 34 ετών, το 19% 35 έως 44 ετών, το 17,6% 55 έως 64 ετών, και τέλος, το μικρότερο ποσοστό και πάλι εμφανίζεται στο διάστημα των μεγαλύτερων ηλικιών που αφορά εκείνους που είναι πάνω από 65 ετών, και ισούται με το 6,6%.

2015:

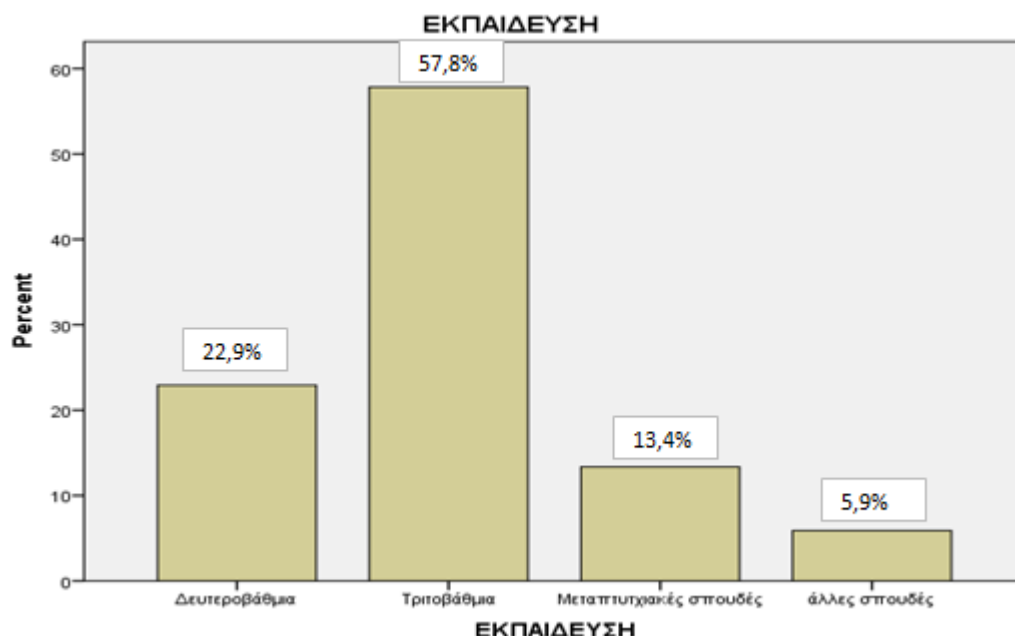


Αναφορικά με το έτος 2015, παρατηρείται και πάλι μία μείωση των επισκεπτών μικρότερης ηλικίας, δηλαδή του διαστήματος 16 έως 24 ετών, συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, σε ποσοστό 12,9%. Παραμένει το μεγαλύτερο ποσοστό στο διάστημα μεταξύ των 45 και 54 ετών, με ποσοστό 22,4%. Το 20% των τουριστών είναι ηλικίας 25 έως 34 ετών, το 17,3% είναι 35 έως 44 ετών, το 18,7% είναι ηλικίας 55 έως 64 ετών, και τέλος, το μικρότερο ποσοστό της τάξεως του 8,6% είναι ηλικίας μεγαλύτερης των 65 ετών.

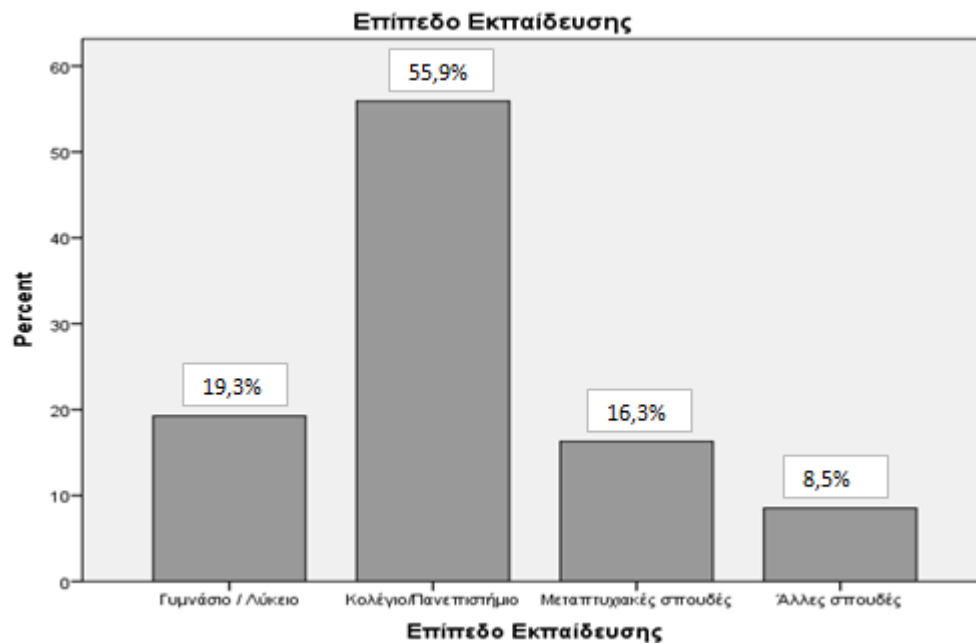
Μορφωτικό επίπεδο

Όσον αφορά την εκπαιδευτική βαθμίδα παρατηρούμε ότι και τα τρία έτη η πλειοψηφία των τουριστών που επισκέφτηκε την Κρήτη, είναι πανεπιστημιακής (τριτοβάθμιας) εκπαίδευσης. Το μικρότερο ποσοστό εμφανίζεται σε αυτούς που έχουν άλλες σπουδές, εκτός τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

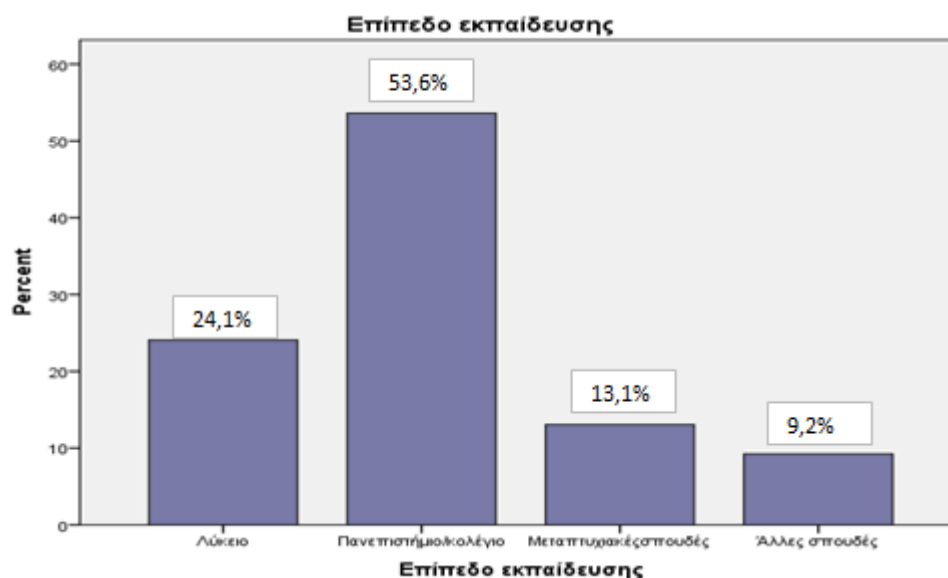
Πιο συγκεκριμένα, το έτος 2013 περισσότεροι από τους μισούς, δηλαδή το 57,8% είναι απόφοιτη κάποιου πανεπιστημιακού ιδρύματος, ενώ το 13,4% είναι και κάτοχοι μεταπτυχιακού. Το 22,9% είναι απόφοιτοι λυκείου, και ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 5,9% έχει κάποιες άλλες σπουδές. Παρακάτω απεικονίζεται και τον σχετικό διάγραμμα για το 2013.



Αναφορικά με το έτος 2014, σε παρόμοια επίπεδα κυμάνθηκαν τα ποσοστά ανά εκπαιδευτική βαθμίδα, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Περισσότεροι από τους μισούς και πάλι, με ποσοστό 55,9%, έχουν τριτοβάθμια εκπαίδευση, το 16,3% έχει κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, το 19,3% είναι απόφοιτοι λυκείου είτε απόφοιτοι γυμνασίου, και τέλος το 8,5% έχει άλλες σπουδές.



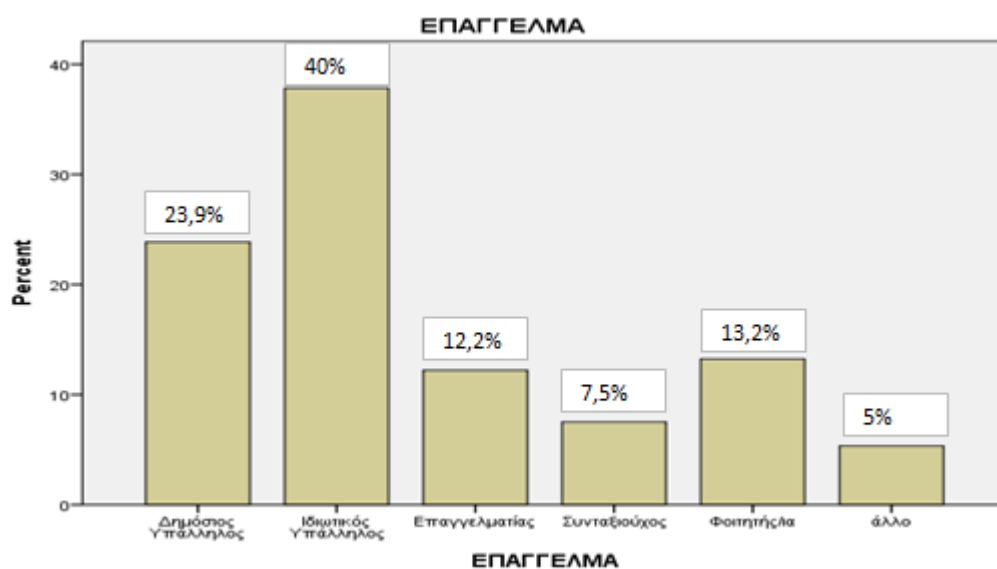
Το έτος 2015, παρατηρείται μία αύξηση του ποσοστού των επισκεπτών που είναι απόφοιτοι λυκείου, σε 24,1%. Και πάλι η πλειοψηφία των επισκεπτών είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης με ποσοστό 53,6%, το 13,1% έχει μεταπτυχιακές σπουδές, και τέλος το 9,2% άλλες.



Επάγγελμα

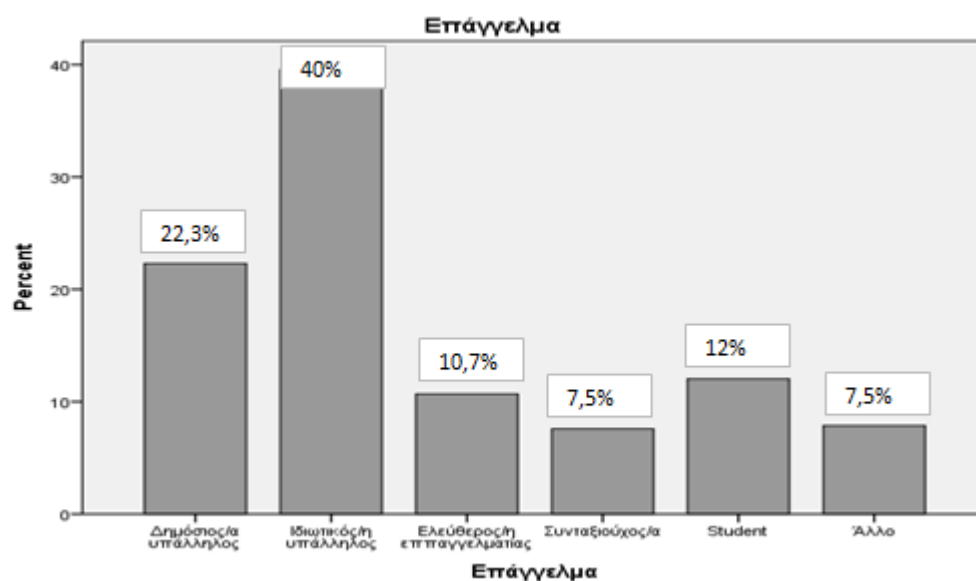
Όσον αφορά το επάγγελμα των ερωτώμενων της έρευνας, οι κατηγορίες που είναι χωρισμένοι είναι, Δημόσιοι υπάλληλοι, Ιδιωτικοί υπάλληλοι, Επαγγελματίες, Συνταξιούχοι, Φοιτητές και Άλλο επάγγελμα. Και τις τρεις χρονιές, φαίνεται ότι τέσσερις στους δέκα περίπου, είναι ιδιωτικός υπάλληλος. Αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζεται στους Δημόσιους υπαλλήλους. Παρακάτω αναλύονται τα αποτελέσματα για τα έτη 2013, 2014 και 2015.

2013:



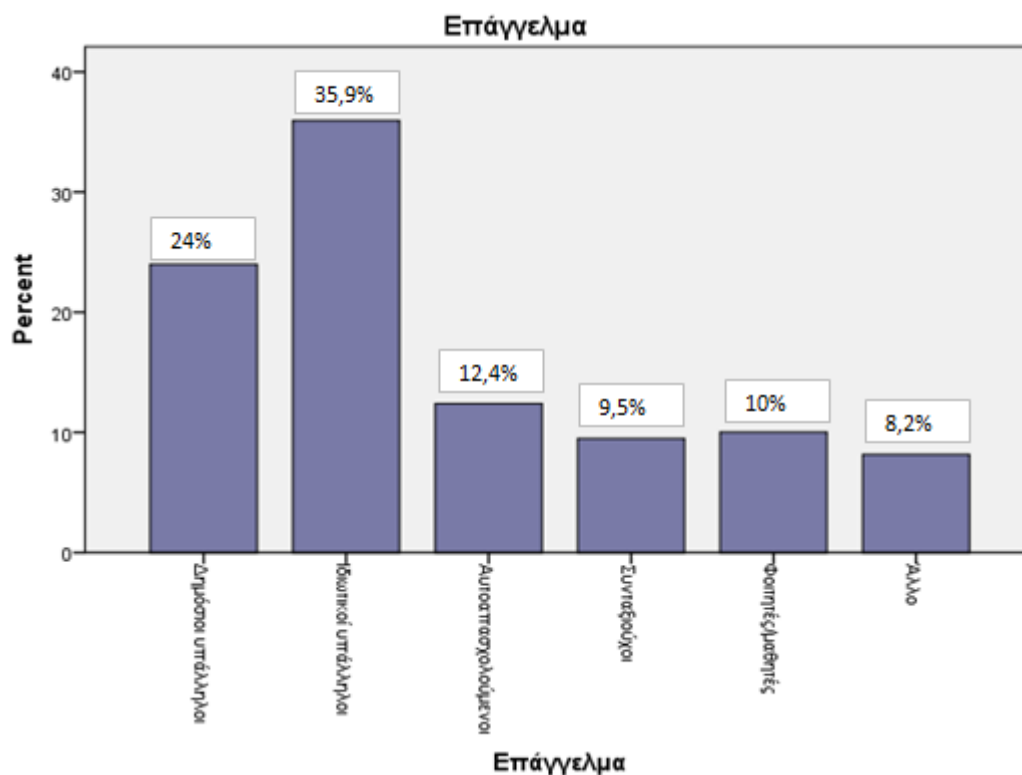
Αναφορικά με το 2013, το 23,9% είναι Δημόσιοι υπάλληλοι, τέσσερις στους δέκα είναι Ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 12,2% αυτοαπασχολούμενοι επαγγελματίες, το 7,5% είναι Συνταξιούχοι, το 13,2% είναι Φοιτητές, και τέλος, το 5% δηλώνουν άλλο επάγγελμα.

2014:



Στα ίδια σχεδόν επίπεδα κυμάνθηκαν το 2014, τα ποσοστά ανά κατηγορία επαγγέλματος. Και πάλι τέσσερις στους δέκα είναι Ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 22,3% Δημόσιοι υπάλληλοι, το 10,7% ελεύθεροι επαγγελματίες, το ίδιο ποσοστό με το προηγούμενο έτος της τάξεως του 7,5% είναι Συνταξιούχοι, το 12% φοιτητές, και τέλος το 7,5% δηλώνουν κάποιο άλλο επάγγελμα.

2015:

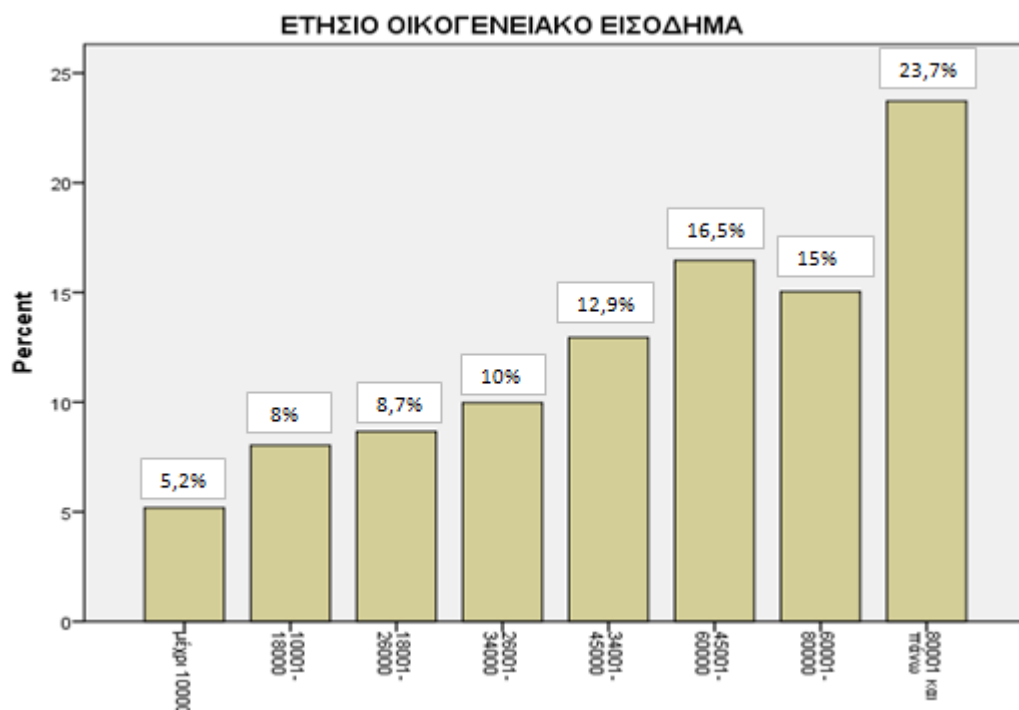


Όσον αφορά το έτος 2015, και πάλι το μεγαλύτερο ποσοστό αλλά με μία μικρή μείωση από τα δύο προηγούμενα έτη, εμφανίζεται στους Ιδιωτικούς υπαλλήλους, της τάξεως του 35,9%. Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζεται στους Δημόσιους υπαλλήλους με ποσοστό 24%, το 12,4% είναι αυτοαπασχολούμενοι, το 9,5% Συνταξιούχοι, ένας στους δέκα είναι φοιτητές, και τέλος, το 8,2% δηλώνει κάποιο άλλο επάγγελμα.

Οικογενειακό ετήσιο εισόδημα

Στις έρευνες που διεξήχθησαν τα έτη 2013, 2014 και 2015, μελετήθηκε και η ετήσια εισοδηματική κατάσταση των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη. Κάθε τουριστικός προορισμός φυσικά επιζητά τουρίστες με τα μεγαλύτερα εισοδήματα καθώς ευελπιστούν ότι αυτοί οι τουρίστες θα ενισχύσουν την τοπική οικονομία. Όσον αφορά την Κρήτη, παρακάτω απεικονίζονται τα αποτελέσματα για κάθε έτος χωριστά.

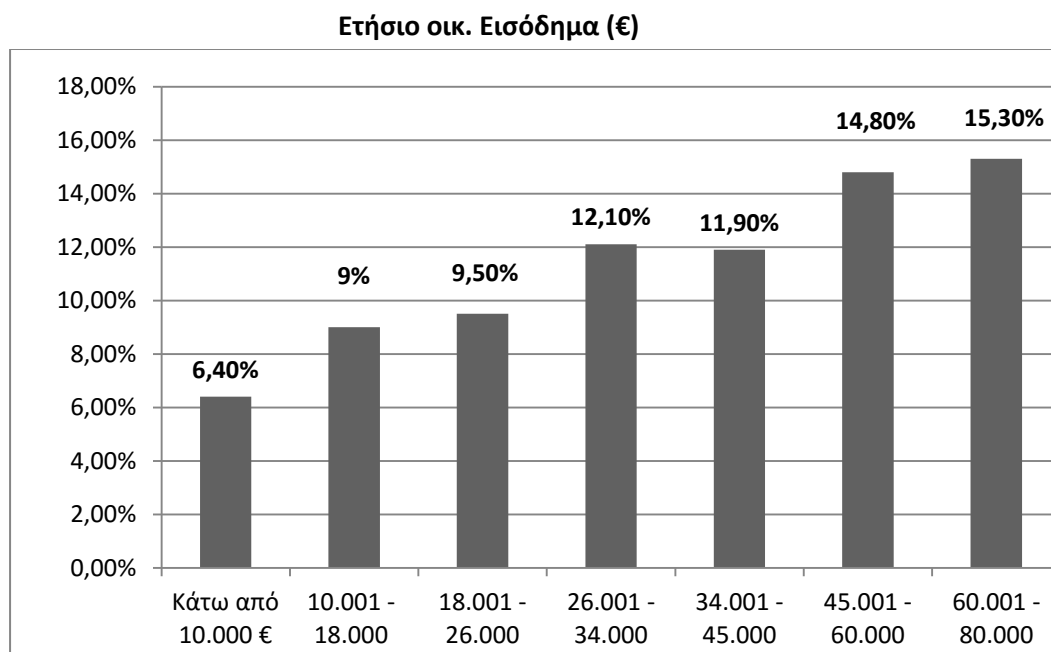
2013:



Το έτος 2013 φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα πάνω από 80.000, δηλαδή το 23,7%. Το 15% ανήκει στην εισοδηματική κλίμακα 60.001-80.000, το 16,5% στην κλίμακα 45.001-60.000, το 12,9% είχε ετήσιο οικογενειακό εισόδημα από

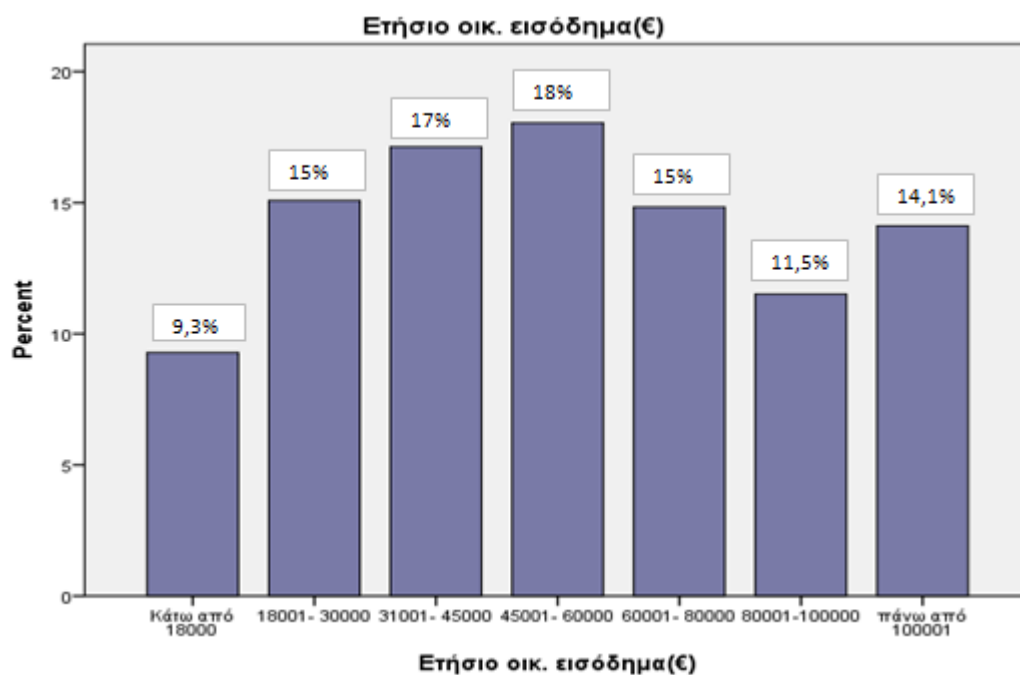
34.001 έως 45.000, ένας στους δέκα 26.001-34.000, το 8,7% των επισκεπτών ανήκει στην κλίμακα 18.001- 26.000, και τέλος το 8% και 5,2% ανήκει στην κλίμακα του 10.001-18.000 και κάτω από 10.000 αντίστοιχα.

2014:



Αναφορικά με το έτος 2014, στα ίδια σχεδόν επίπεδα κυμάνθηκαν τα ποσοστά των επισκεπτών που κατανεμήθηκαν στις εισοδηματικές κλίμακες όπως φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα, με πολύ μικρές διαφορές.

2015:

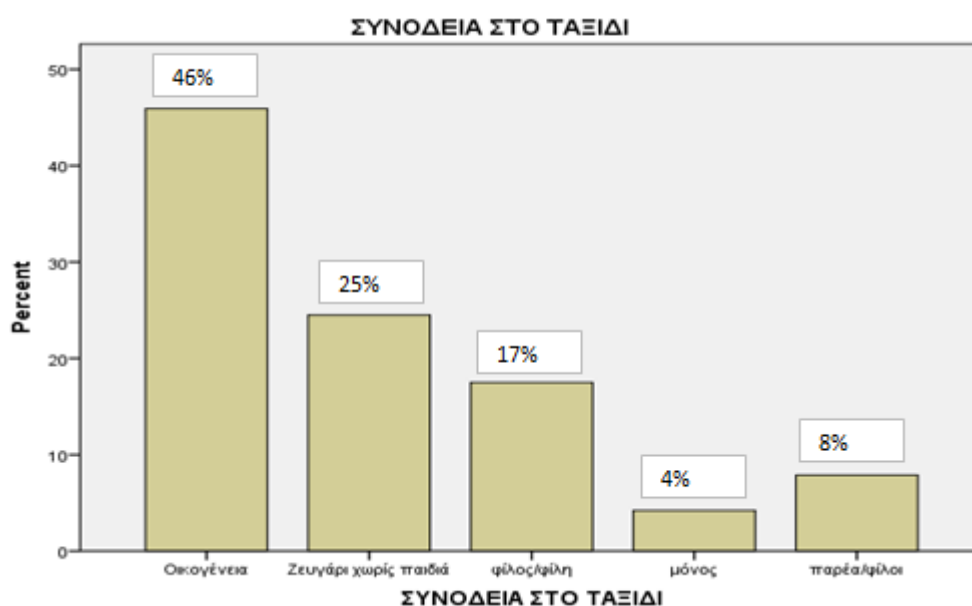


Το έτος 2015 οι εισοδηματικές κλίμακες διαμορφώθηκαν διαφορετικά σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη. Συγκεκριμένα, το 9,3% έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα κάτω από 18.000, το 15% άνηκε στην κλίμακα 18.001-30.000, το 17% ήταν στην κλίμακα του 31.0101-45.000, το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως του 18% ήταν στην εισοδηματική κλίμακα του 45.001-60.000, το 15% ήταν 60.001-80.000, το 11,5% άνηκε στην κλίμακα 80.001-100.000 και τέλος, το 14,1% είχε ετήσιο οικογενειακό εισόδημα πάνω από 100.000.

Αποτελέσματα για το κριτήριο «Συνοδεία στο ταξίδι»

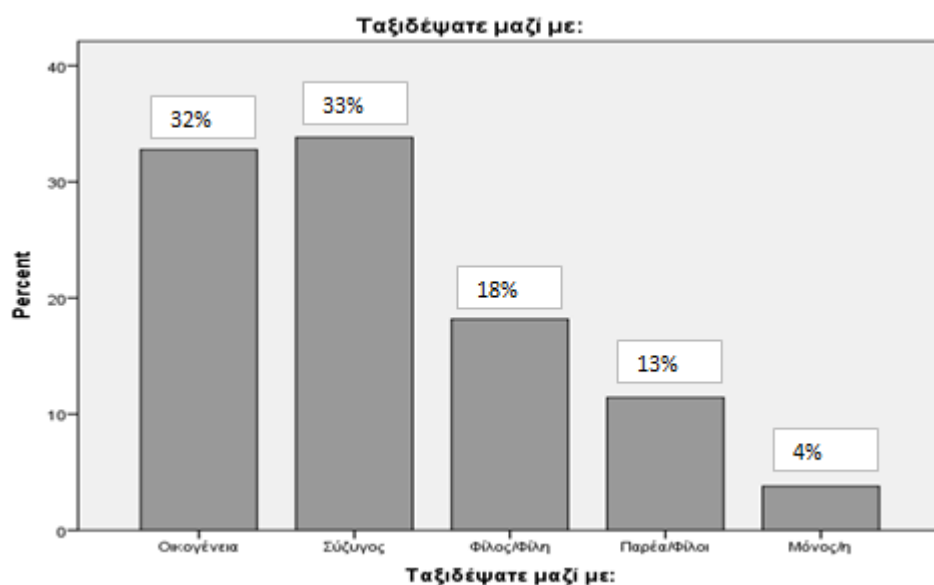
Σύμφωνα με τα στατιστικά αποτελέσματα που παρουσιάζονται παραπάνω, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που επισκέπτεται την Κρήτη έρχεται με συνοδεία την οικογένεια του. Εν συνεχεία, με τον/την σύζυγό του χωρίς παιδιά, με φίλους και τέλος μόνοι.

Πιο συγκεκριμένα, για το **2013** :



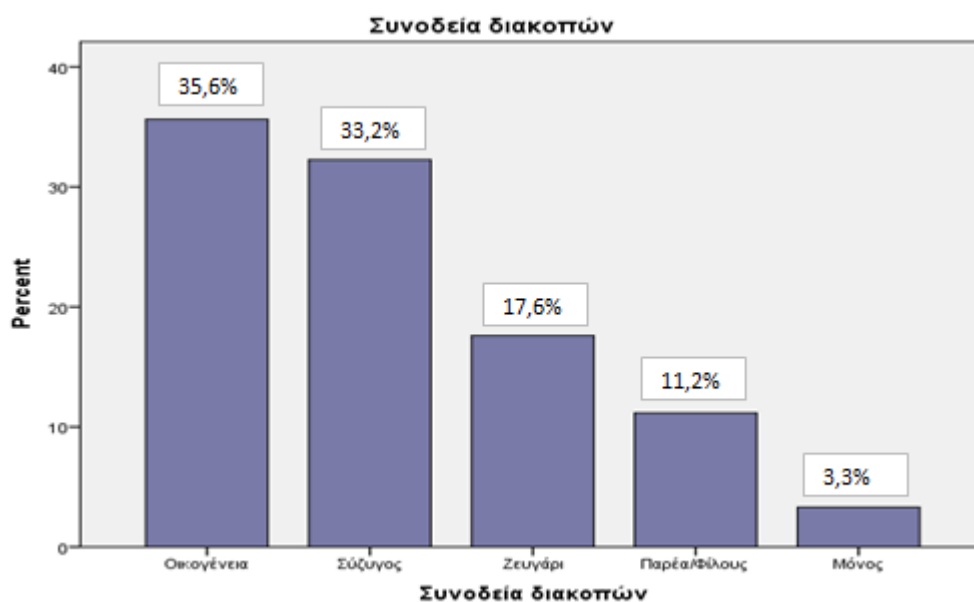
Το 46% των τουριστών, δηλαδή περίπου οι μισοί, έρχεται με την οικογένεια του, το 25% με τον/την σύζυγο χωρίς παιδιά, το 17% με τον/την φίλη τους, το 8% με παρέα και μόνο το 4% χωρίς κανέναν.

Για το **2014:**



Το 32% των τουριστών ήρθαν διακοπές στο νησί με την οικογένεια τους και το 33% με τον/την σύζυγό τους χωρίς παιδιά. Αυτοί που ήρθαν με τους φίλους τους ήταν στο ίδιο ποσοστό περίπου που ήταν και την προηγούμενη χρονιά, δηλαδή το 18%. Το 13% ταξίδεψε με την παρέα του και μόνο του το ίδιο ακριβώς ποσοστό με το 2013, δηλαδή το 4%.

Για το **2015:**

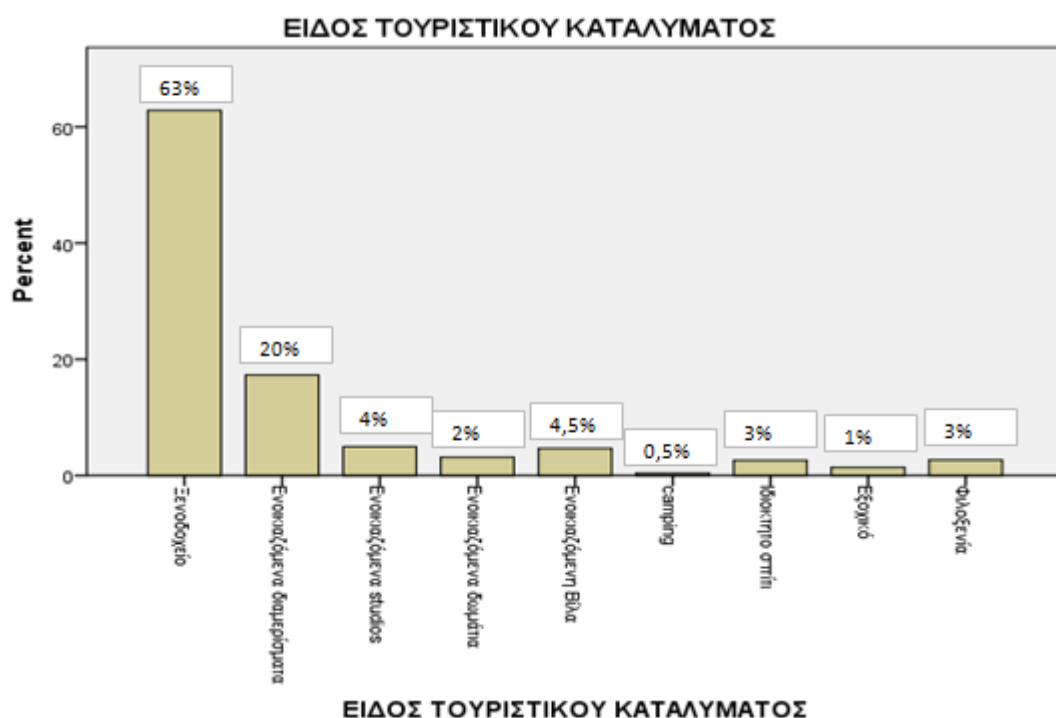


Η πλειοψηφία και πάλι των τουριστών, ήρθαν διακοπές με την οικογένειά τους, που αφορά το 35,6%. Με τον/την σύζυγο ταξίδεψε το 32,3%, ζευγάρι αλλά χωρίς παιδιά το 17,6%, το 11,2% με φίλους και τέλος το 3,3% χωρίς κανέναν.

Αποτελέσματα για το κριτήριο «Είδος τουριστικού καταλύματος»

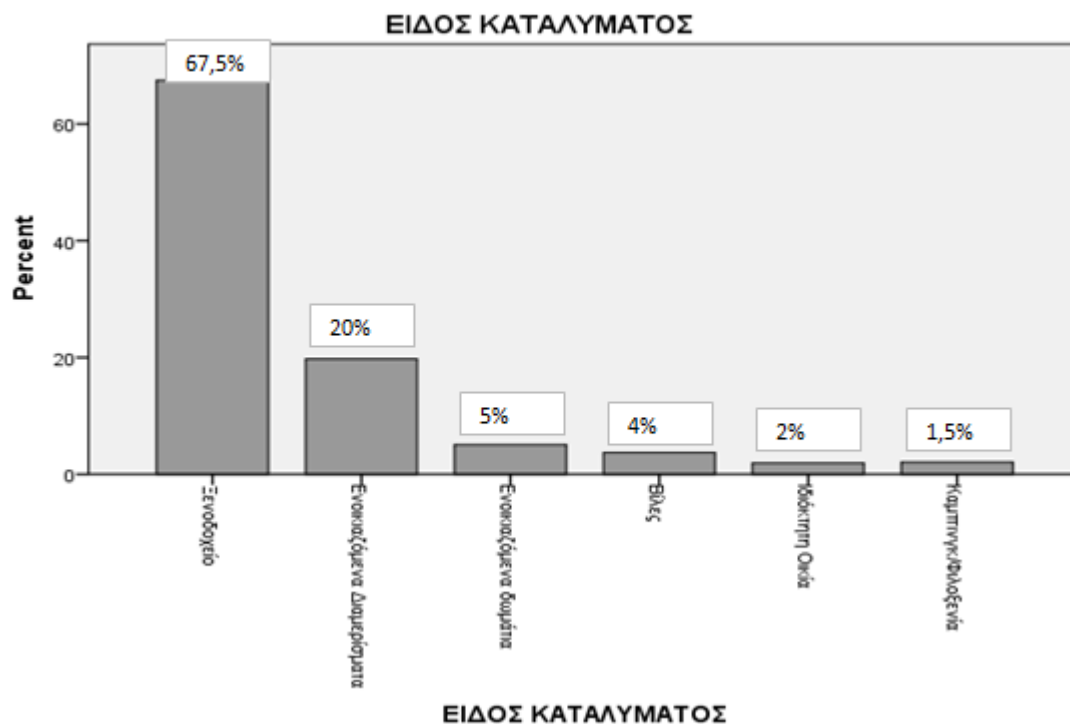
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών και τα τρία έτη, διαμένει σε ξενοδοχείο. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι περαιτέρω έρευνες έχουν δείξει ότι ο τουρίστας επιθυμεί να κλείσει κατάλυμα σε ξενοδοχείο για να μείνει στις διακοπές του, ώστε να έχει τη δυνατότητα να επωφεληθεί από τα πακέτα all-inclusive που προσφέρουν τα ξενοδοχεία. Είναι ένα θέμα που έχει απασχολήσει πολύ τα τελευταία χρόνια τις τοπικές κοινωνίες, καθώς έχει διαπιστωθεί ότι τα πακέτα all-inclusive προκαλούν οικονομικά προβλήματα σε αμέτρητες επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα στα εστιατόρια. Ένα επίσης σημαντικό ποσοστό μένει σε ενοικιαζόμενα δωμάτια-διαμερίσματα κατά την διάρκεια των διακοπών του, ενώ λίγοι είναι αυτοί που τους παρέχετε φιλοξενία.

Πιο συγκεκριμένα, για το έτος **2013** έχουμε τα εξής:



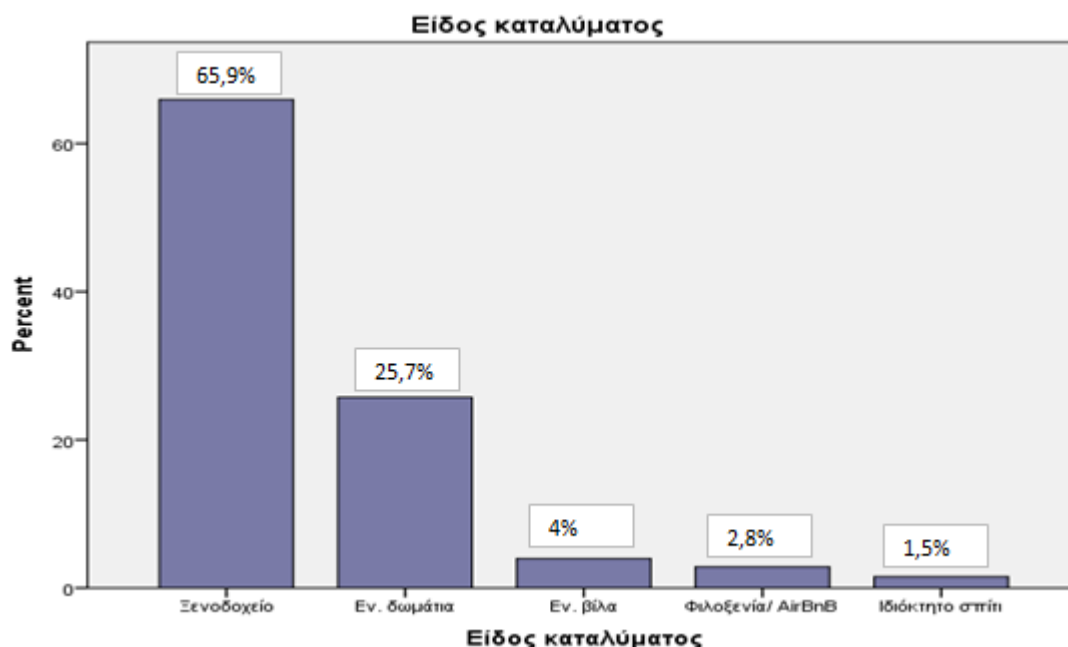
Το 63% έμεινε σε ξενοδοχείο κατά τη διάρκεια των διακοπών του, το 26% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια και studios, το 4,5% σε ενοικιαζόμενη βίλα, το 6% είτε είχε ιδιόκτητη κατοικία είτε φιλοξενήθηκε, και τέλος μόνο το 0,5% έκανε camping.

Για το **2014** έχουμε:



Το 67,5% έμεινε σε ξενοδοχείο, το 25% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια-studios, το 4% ενοικίασε μία βίλα για να περάσει τις διακοπές του, το 2% είχε ιδιόκτητη κατοικία και μόνο το 1,5% έμεινε σε camping.

Για το **2015** έχουμε:



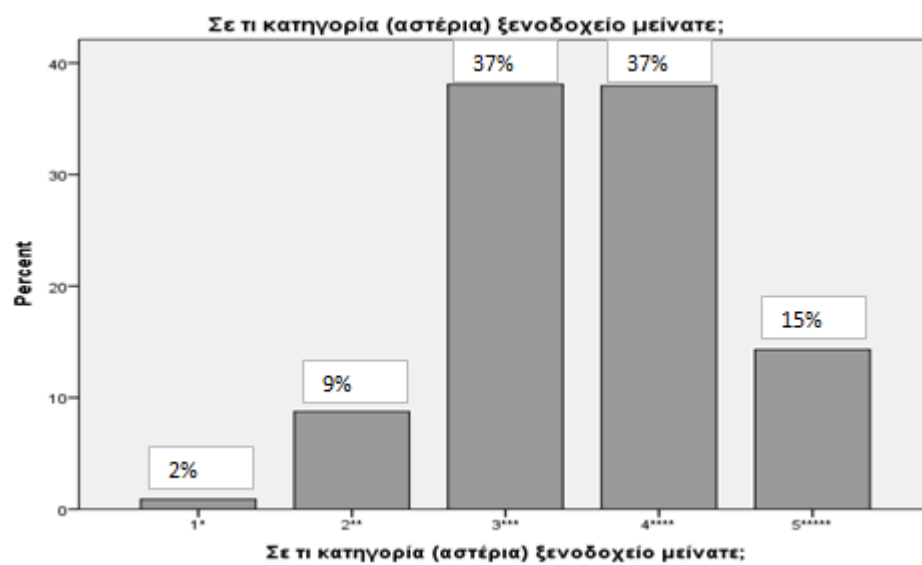
Και σε αυτό το έτος τα ποσοστά κυμάνθηκαν περίπου στα ίδια επίπεδα. Η πλειοψηφία των τουριστών, δηλαδή το 65,9%, επέλεξε κάποιο ξενοδοχείο να διαμείνει στις διακοπές του, το 25,7% επέλεξε κάποιο ενοικιαζόμενο δωμάτιο, το 4% μόνο ενοικίασαν κάποια βίλα, το 2,8% φιλοξενήθηκε, και τέλος, μόλις το 1,5% είχε ιδιόκτητη κατοικία.

Μετά την ερώτηση σχετικά με το κατάλυμα που επιλέχθηκε, ερωτήθηκε σε αυτούς που διαμένουν σε ξενοδοχείο, ποια κατηγορία (αστέρια) επιλέγει. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πλειοψηφία των τουριστών που επιλέγει να μείνει σε ξενοδοχείο, επιλέγει ένα ξενοδοχείο τριών ή τεσσάρων αστέρων. Το αμέσως επόμενο μεγάλο ποσοστό επέλεξε πέντε αστέρων ξενοδοχείο, και μόνο λίγοι επέλεξαν μικρότερης κατηγορίας ξενοδοχείο δηλαδή ένα ή δύο αστέρια.

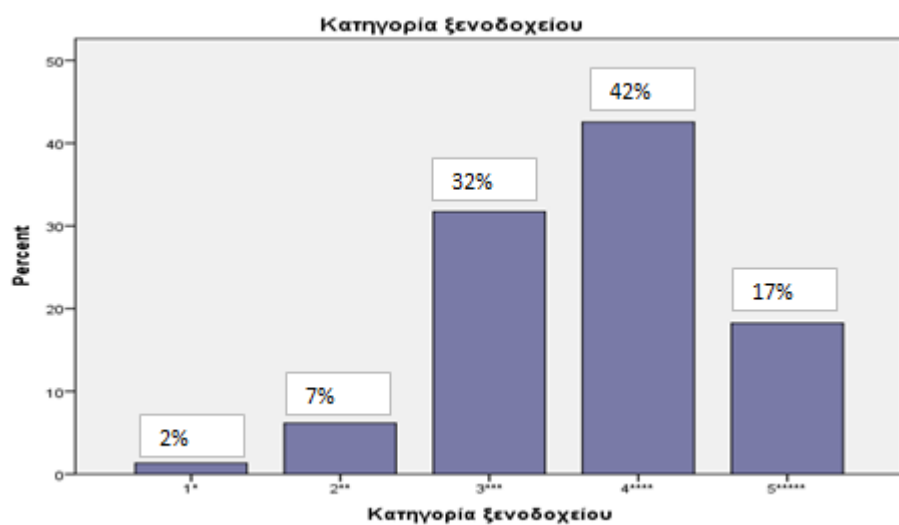
2013:



2014:



2015:



Αποτελέσματα για το κριτήριο «Περιοχή διακοπών»

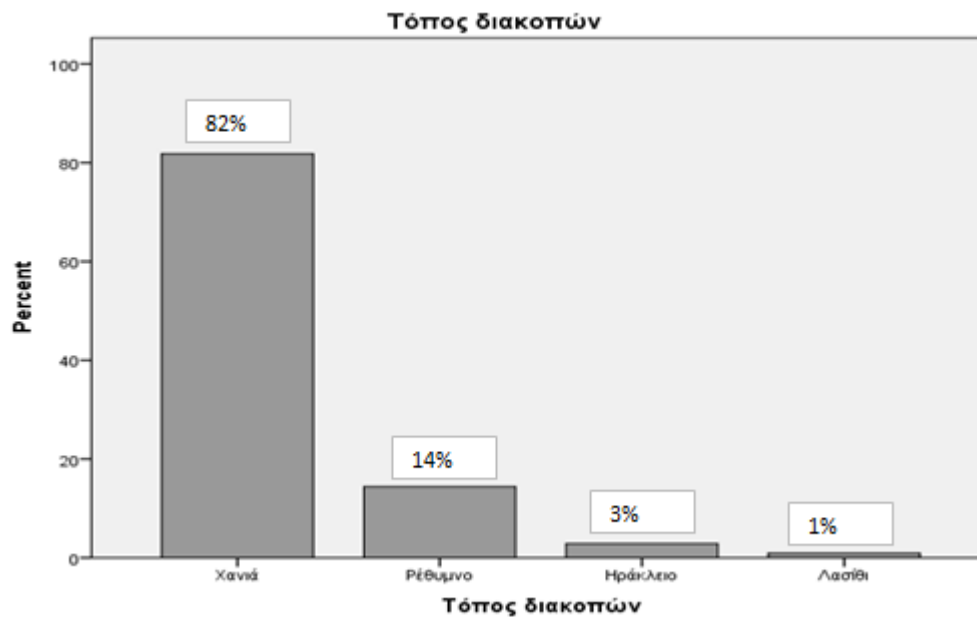
Και τα τρία έτη φαίνεται ότι οι τουρίστες που φτάνουν στο αεροδρόμιο των Χανίων επιλέγουν να μείνουν στα Χανιά, ενώ ένα μικρό ποσοστό επιλέγει να μεταβεί στο Ρέθυμνο και έπειτα στο Ηράκλειο. Αυτό εν μέρει είναι λογικό, διότι η πλειοψηφία των τουριστών που θέλει να μείνει είτε στο Ρέθυμνο είτε στο Ηράκλειο είτε στο Λασιίθι, θα επιλέξει να μεταβεί από τον αερολιμένα του Ηρακλείου.

Το έτος **2013:**



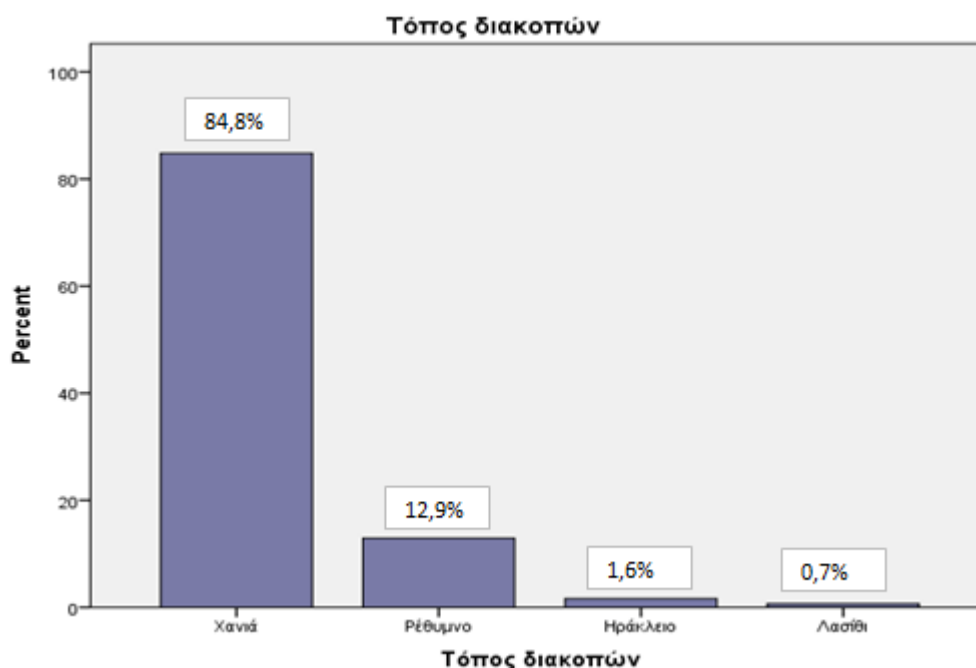
Το 2013 το 83% των τουριστών που αφίχθη στο αεροδρόμιο των Χανίων, έμεινε στα Χανιά για να περάσει τις διακοπές του. Το 13% επισκέφτηκε το Ρέθυμνο, το 3,5% πήγε στο Ηράκλειο και μόνο το 0,5% πήγε στο νομό Λασιθίου.

Για το **2014** έχουμε:



Περίπου στα ίδια επίπεδα όπως το 2013 κυμάνθηκαν τα ποσοστά των τουριστών και το 2014. Συγκεκριμένα, το 82% έμεινε στα Χανιά, το 14% στο Ρέθυμνο, το 3% στο ηράκλειο και μόνο το 1% στο Λασιθί.

Για το **2015** έχουμε:



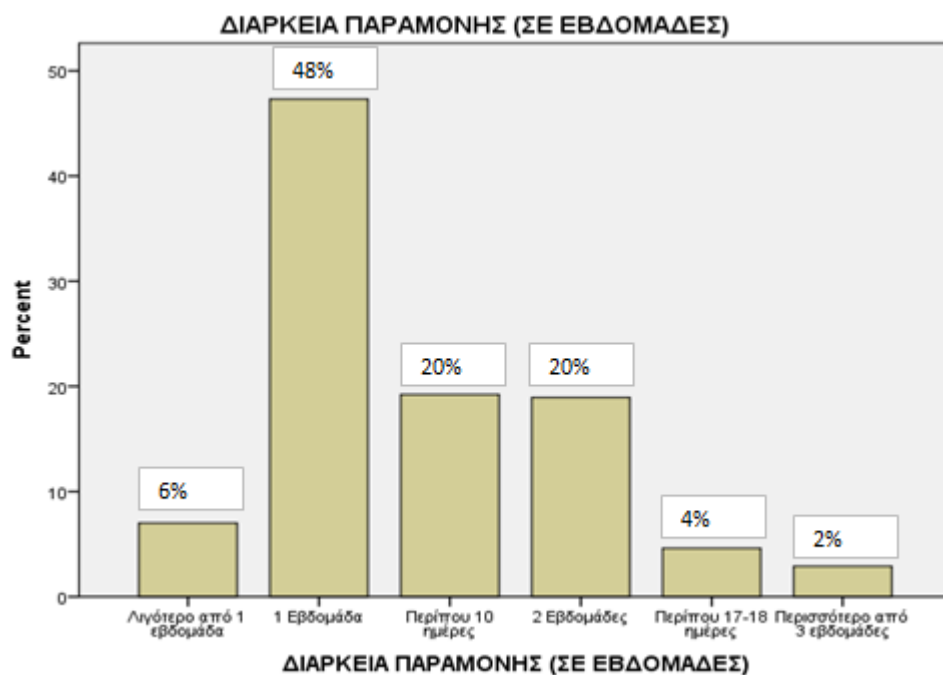
Το 84,8% των τουριστών επέλεξαν και πάλι το Νομό Χανίων για να περάσει τις διακοπές του, το 12,9% το Νομό Ρεθύμνης, και μόνο το 1,6% και 0,7%, το Ηράκλειο και το Νομό Λασιθίου αντίστοιχα.

Αποτελέσματα για το κριτήριο «**Διάρκεια παραμονής**»

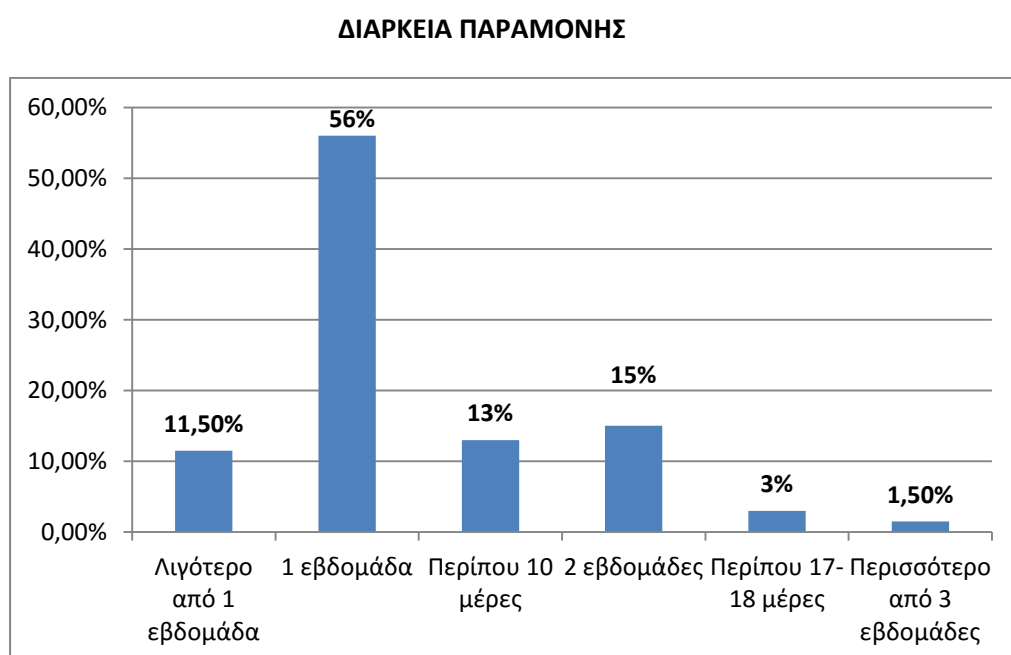
Παρατηρείται ότι περίπου οι μισοί από τους τουρίστες που επισκέπτονται κάθε χρόνο την περιφέρεια της Κρήτης, διαμένουν μία εβδομάδα. Γύρω στο 20% μένει για δέκα ημέρες, άλλο ένα 20% δύο εβδομάδες, και το μικρότερο ποσοστό των τουριστών μένει λιγότερο από μία εβδομάδα. Αυτό είναι ένα θετικό πρόσημο για την ποιότητα του τουρισμού της Κρήτης, καθώς όσο μεγαλύτερο διάστημα διαμένει ένας επισκέπτης, τόσο περισσότερα θετικά αποτελέσματα αποδίδει.

Παρακάτω απεικονίζονται και τα σχετικά διαγράμματα.

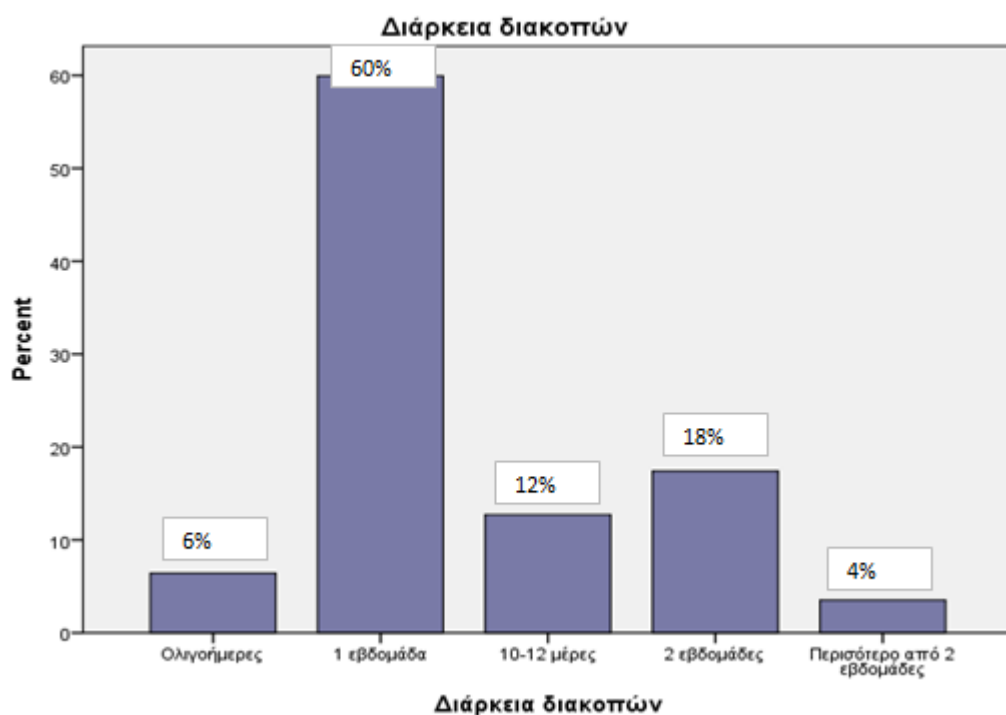
2013:



2014:



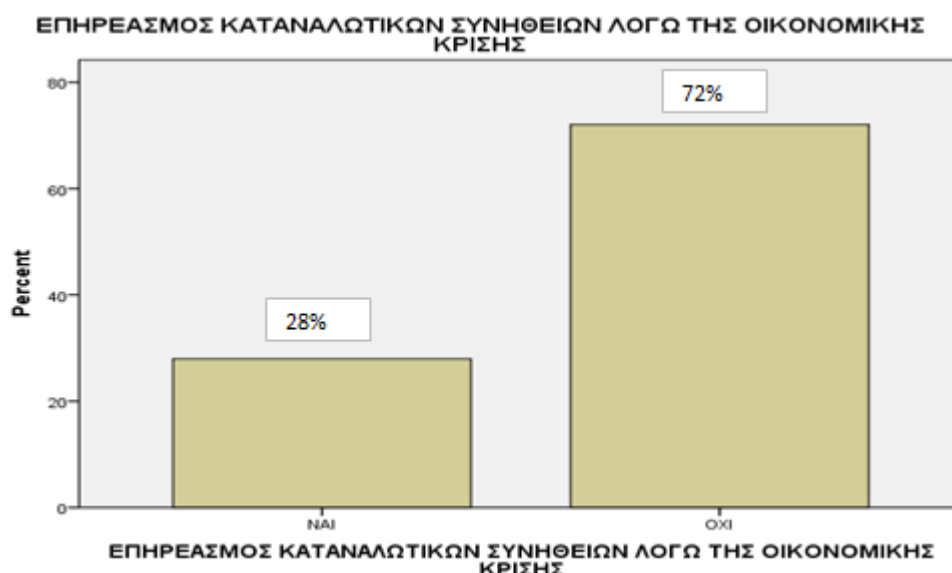
2015:



Επηρεασμός από την οικονομική κρίση

Τα τελευταία χρόνια, οι επιπτώσεις από την οικονομική κρίση είναι το φλέγον θέμα σε ολόκληρη τη Χώρα. Κρίθηκε λοιπόν σκόπιμο να ερευνηθεί κατά πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση, τον τομέα του τουρισμού στην Κρήτη. Παρατηρήθηκε λοιπόν, ότι παρά το γενικότερο αρνητικό κλίμα οι καταναλωτικές συνήθειες των τουριστών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, δεν επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό. Σχετικά λίγοι ήταν αυτοί που επηρεάστηκαν σημαντικά. Αυτό είναι ένα αισιόδοξο μήνυμα, ότι παρά τις άσχημες επικρατούσες συνθήκες σε όλη την Ελλάδα, και την πολιτική αστάθεια, ο τομέας του τουρισμού αποδεικνύεται ανθεκτικός.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά το **έτος 2013** στην ερώτηση «Αν επηρεάστηκαν οι καταναλωτικές συνήθειες λόγω της οικονομικής κρίσης», τα αποτελέσματα ήταν τα εξής:

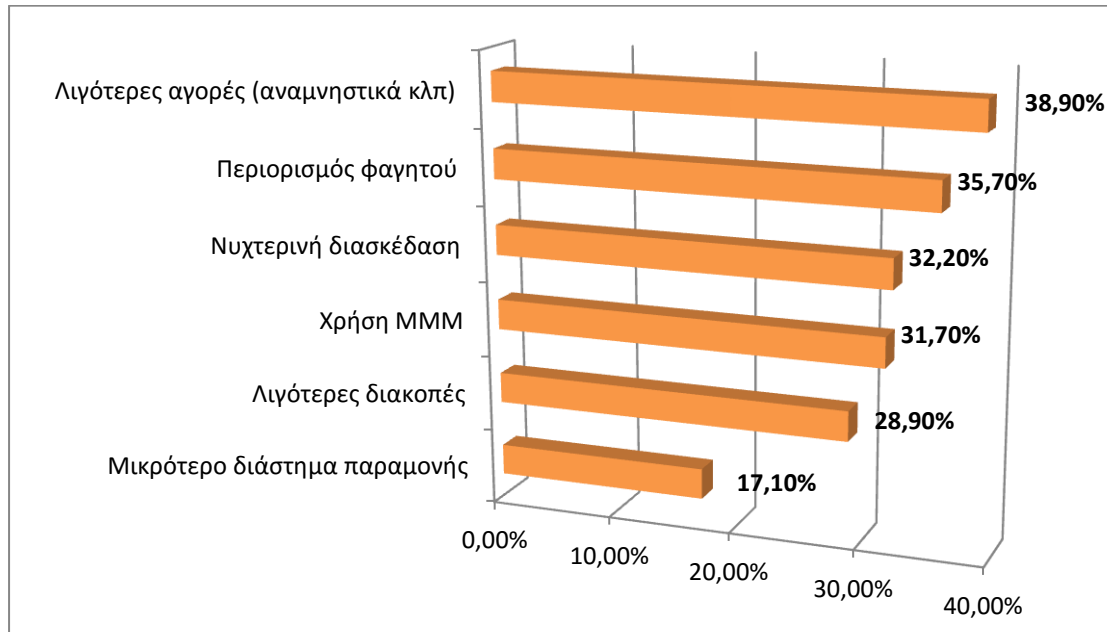


Το 72% των επισκεπτών απάντησαν ότι δεν επηρεάστηκαν από την επικρατούσα κατάσταση, ενώ το 28% δείχνει ότι επηρεάστηκε.

Από το 28% των τουριστών που επηρεάστηκε από την οικονομική κρίση, το 17,1% μείωσε τις ημέρες παραμονής του στην Κρήτη.

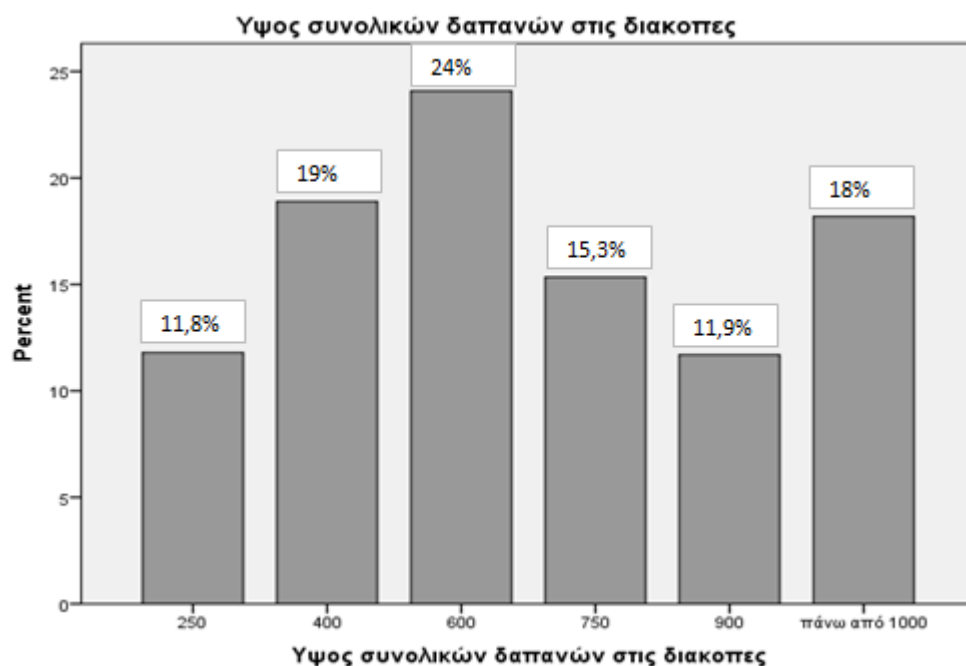
Το 38,9% που επηρεάστηκε από την οικονομική κρίση κατά τη διάρκεια των διακοπών του, φαίνεται πως περιόρισε τις αγορές του (σε αναμνηστικά, δώρα κλπ), το 35,7% περιόρισε το φαγητό σε εστιατόρια εκτός του χώρου διαμονής, το 32,2% αφιέρωσε λιγότερο από τον χρόνο του στη νυχτερινή διασκέδαση, το 31,7% χρησιμοποίησε περισσότερο τα μέσα μαζικής μεταφοράς αντί του αυτοκινήτου και το 28,9% περιόρισε τις εκδρομές του εντός του νησιού.

Επηρεασμός καταναλωτικών συνηθειών λόγω οικονομικής κρίσης



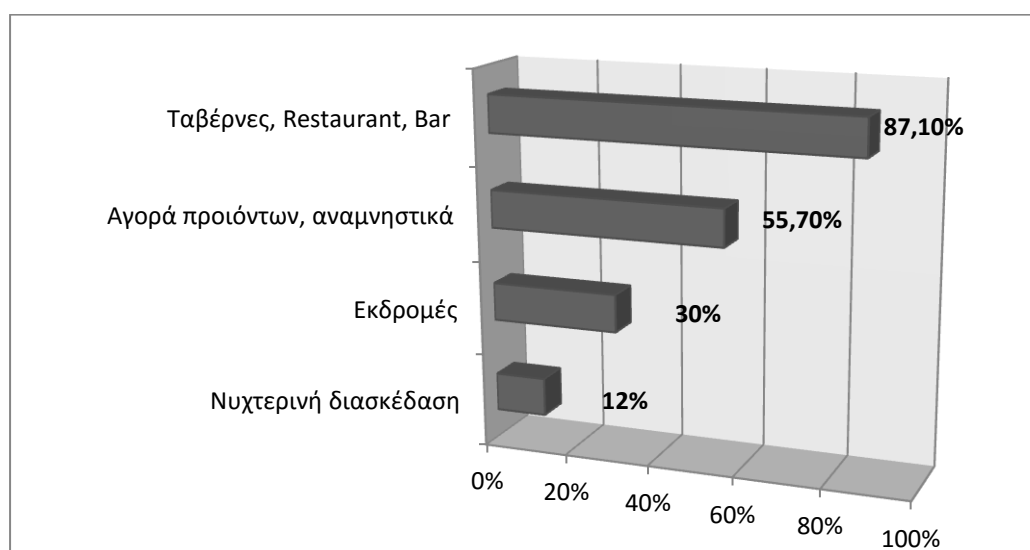
Σχετικά με το **έτος 2014**, οι ερωτήσεις που απαντήθηκαν αφορούσαν το ύψος των συνολικών δαπανών των τουριστών κατά το διάστημα παραμονής τους στην Κρήτη, καθώς και σε ποιες δραστηριότητες τα δαπάνησαν.

Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως του 24%, το ύψος των συνολικών δαπανών του ανήλθε στα 600€. Στη συνέχεια, το 11,8% δαπάνησαν 250€ και ισόποσοι ήταν αυτοί που δαπάνησαν 900€, το 19% των επισκεπτών 400€, το 15,3% δαπάνησε 750€, και τέλος το 18,1% ξόδεψε στο σύνολο πάνω από 1000€.



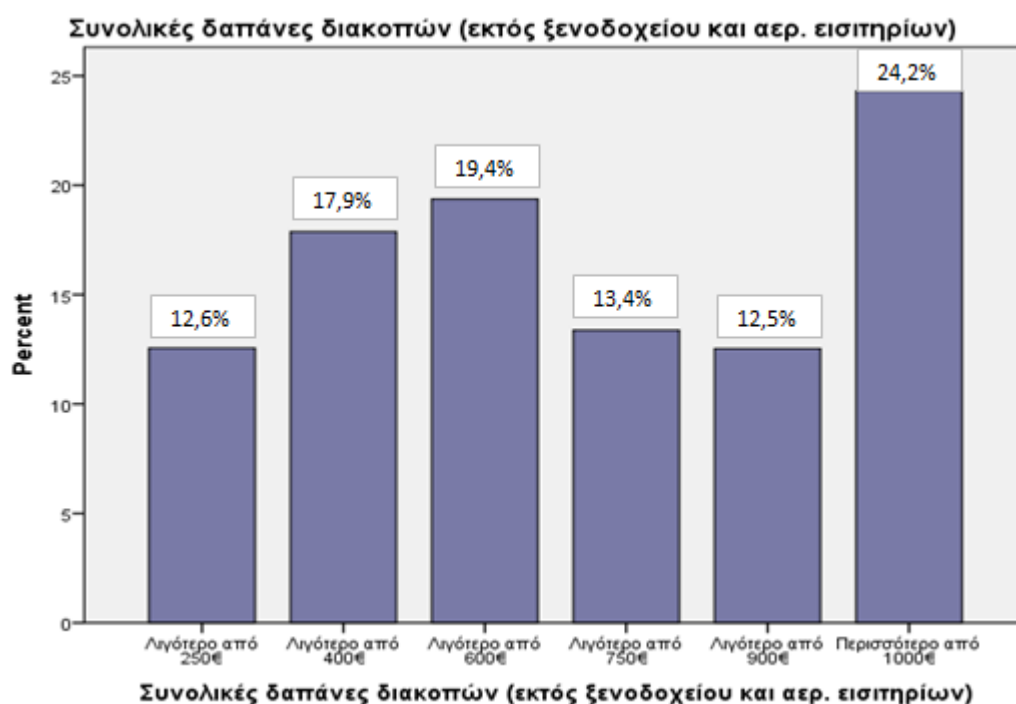
Το 55,7% των επισκεπτών απάντησε ότι δαπάνησε μέρος των χρημάτων του στην αγορά προϊόντων, δώρων, αναμνηστικών κλπ. Το μεγαλύτερο ποσοστό, της τάξεως του 87,1% απάντησε ότι δαπάνησε μέρος των χρημάτων του σε εστιατόρια, ταβέρνες και καφέ, το 30% σε εκδρομές και το 12% μόνο σε νυχτερινή διασκέδαση (club, bars κλπ).

Καταναλωτικές συνήθειες



Όσον αφορά το έτος **2015**, στις ερωτήσεις που αφορούσαν τις συνολικές τους δαπάνες, χωρίς τα χρήματα για τα εισιτήρια τους και τη διαμονή τους, καθώς και που επέλεξαν να ξοδέψουν τα χρήματά τους, τα αποτελέσματα είναι τα εξής.

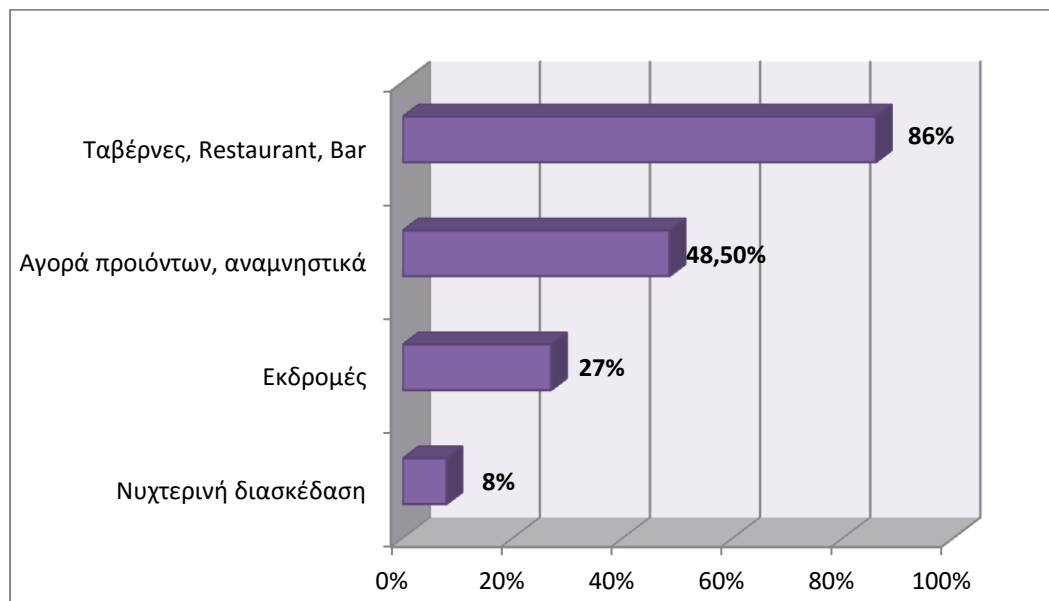
Η πλειοψηφία των επισκεπτών, δηλαδή το 24,2% δαπάνησε στο σύνολο περισσότερο από το ποσό των 1000€. Το 12,6% δαπάνησε λιγότερο από 250€, το 17,9% λιγότερο από 400€, το 19,4% λιγότερο από 600, το 13,4% κάτω από 750€ και το 12,5% κάτω από 900€ . στο σύνολο φαίνεται να δαπάνησαν οι επισκέπτες του 2015 περισσότερα χρήματα από τα προηγούμενα έτη.



Τα αποτελέσματα σχετικά με το που δαπάνησαν μέρος των χρημάτων τους οι τουρίστες το έτος 2015, έδειξαν ότι το 86% των επισκεπτών αποφάσισαν να ξοδέψουν το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων τους σε χώρους εστίασης όπως εστιατόρια και ταβέρνες εκτός του χώρου διαμονής τους, το 48,5% ξόδεψε μεγάλο μέρος των χρημάτων του στην αγορά προϊόντων, αναμνηστικών κλπ, το 27% επέλεξε να τα δαπανήσει σε εκδρομές εντός και εκτός του νησιού, και τέλος το 8% μόνο στη νυχτερινή διασκέδαση. Παρατηρείται μία διαχρονική μείωση των τουριστών αυτών που επιλέγουν να δαπανήσουν τα χρήματά τους σε νυχτερινή διασκέδαση, καθώς όπως έχουμε προαναφέρει λίγοι είναι οι τουρίστες που επιλέγουν την Κρήτη για

προορισμό των διακοπών τους, εξαιτίας της νυχτερινής διασκέδασης. Αυτό επίσης δικαιολογεί και το ότι η πλειοψηφία των τουριστών που επισκέπτονται το νησί έρχονται με την οικογένεια τους, και δεν αποτελούν συνήθως άτομα νεαρής ηλικίας.

Καταναλωτικές συνήθειες



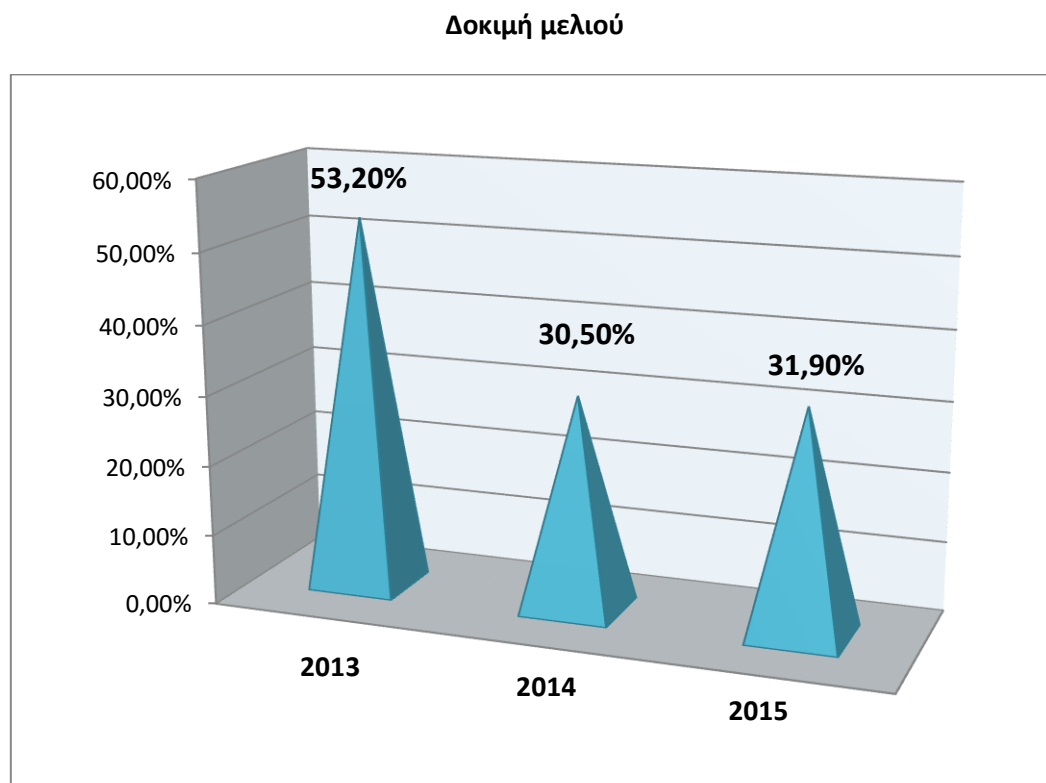
Δοκιμή τοπικών προϊόντων

Η γαστρονομία υπεισέρχεται με διττό τρόπο στη συζήτηση για τον τουρισμό αφού το φαγητό και τα τοπικά προϊόντα επηρεάζουν την ταξιδιωτική εμπειρία του τουρίστα με διάφορους τρόπους. Η προσφορά των καλών τοπικών προϊόντων αλλά και της καλής τοπικής κουζίνας αποτελεί τμήμα της πολιτιστικής ταυτότητας ενός τόπου και συνεπώς, μία σημαντική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα ανεξάρτητα με το αν έχει ή όχι κάποιο ειδικό ενδιαφέρον για τον γαστρονομικό τουρισμό, αν και έχουμε διαρκείς αύξηση των τουριστών που επιθυμούν να μάθουν περισσότερα για την τοπική γαστρονομία της Κρήτης.

Θετικό είναι το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών της Κρήτης κάθε χρόνο δοκιμάζουν τα τοπικά προϊόντα, τόσο για τους τοπικούς παραγωγούς, τόσο και για ολόκληρη την τοπική κοινωνία.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν τα έτη 2013, 2014 και 2015 σχετικά με τα πιο γνωστά προϊόντα που παράγονται στην Κρήτη, όπως είναι το μέλι, το κρασί, η ρακί-τσικουδιά, τα τοπικά κρητικά τυριά και το κρητικό ελαιόλαδο.

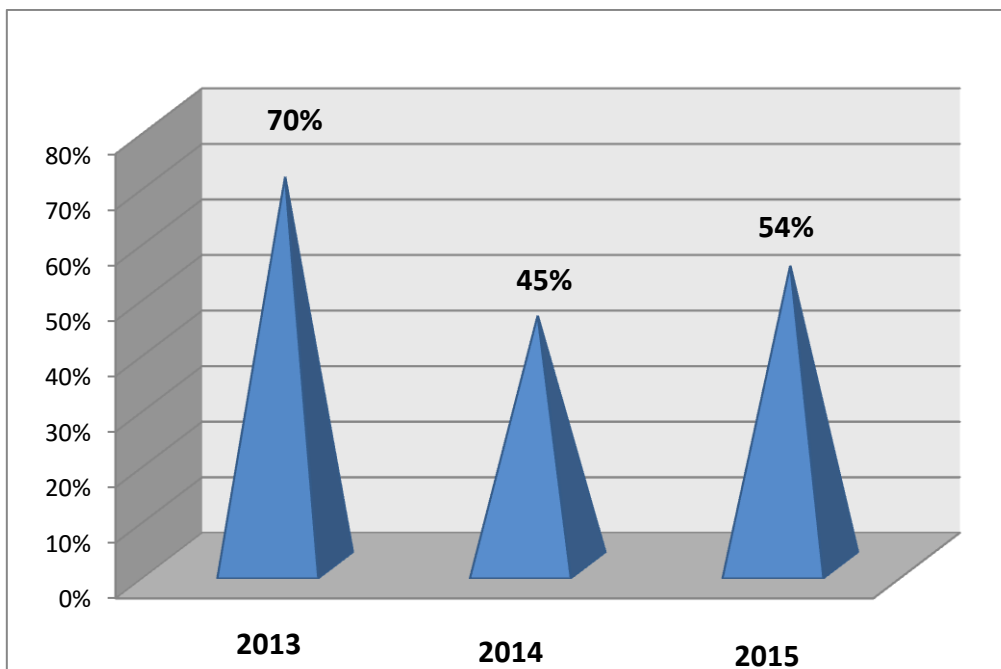
Τα αποτελέσματα για το κριτήριο «**Δοκιμή μελιού**» τα έτη 2013, 2014 και 2014 ήταν τα εξής:



Το έτος 2013 το 53,2% των τουριστών απάντησαν ότι δοκίμασαν το τοπικό μέλι κατά την διάρκεια των διακοπών τους ενώ το 46,8% όχι. Το 2014 το ποσοστό από αυτούς που το δοκίμασαν έπεσε στο 30,5%, ενώ το άλλο 69,5% απάντησε ότι δεν το δοκίμασε. Όσον αφορά το έτος 2015, το 31,9% των επισκεπτών δοκίμασε και αγόρασε κρητικό μέλι.

Τα αποτελέσματα για το κριτήριο «**Δοκιμή κρασιού**» τα έτη 2013, 2014 και 2014 ήταν τα εξής:

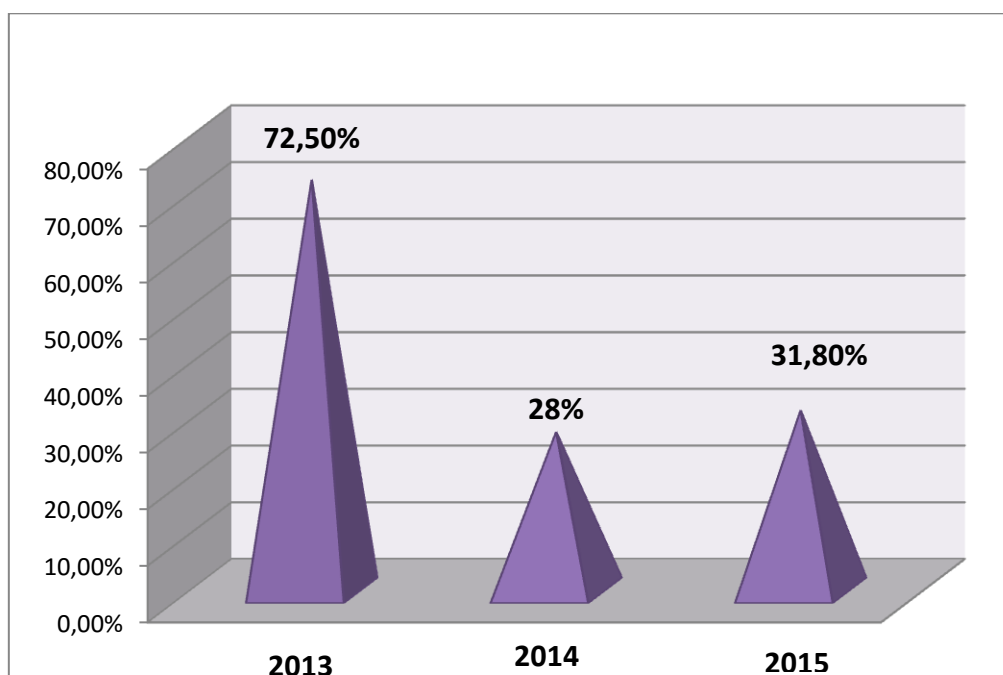
Δοκιμή κρασιού



Το έτος 2013 σχεδόν το 70% των τουριστών δοκίμασαν τοπικό κρασί κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Κρήτη, ενώ μόνο το 30% δεν είχε ανάλογη εμπειρία. Το 2014 το ποσοστό που δοκίμασε το τοπικό κρασί μειώθηκε στο 45%, ενώ το υπόλοιπο 55% δεν δοκίμασε καθόλου κρασί. Το έτος 2015 υπήρχε μία αύξηση των επισκεπτών που δοκίμασαν και αγόρασαν τοπικό κρητικό κρασί.

Τα αποτελέσματα για το κριτήριο «**Δοκιμή ρακής/τσικουδιάς**» τα έτη 2013, 2014 και 2014 είναι τα εξής:

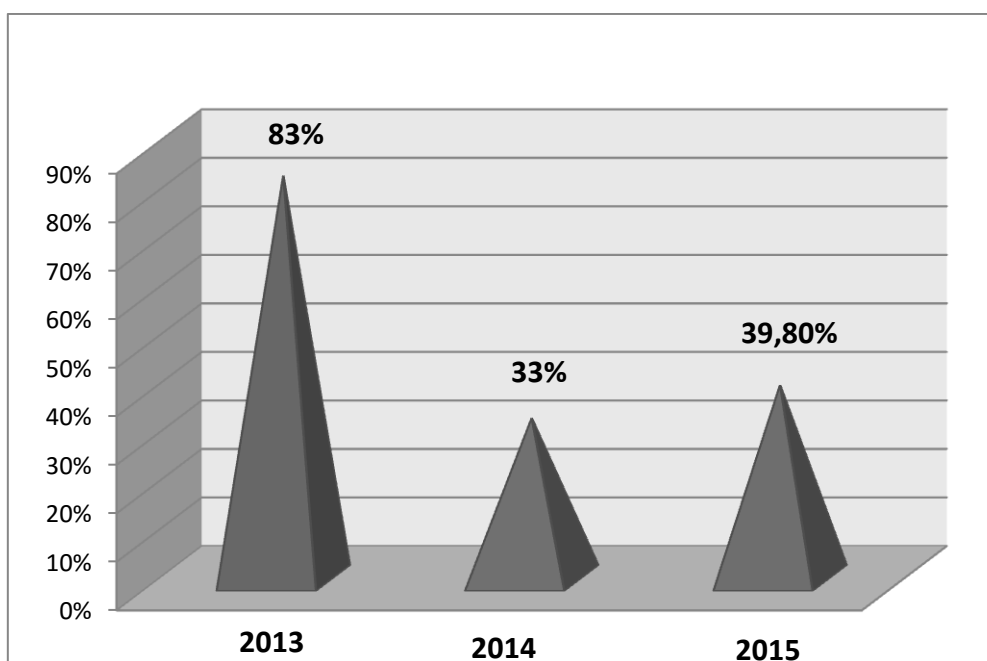
Δοκιμή ρακής/τσικουδιάς



Το έτος 2013 το ποσοστό των τουριστών που δοκίμασαν το κρητικό προϊόν που ονομάζουμε ρακί αλλά είναι γνωστό και ως τσικουδιά, ανήλθε στο 72,5% του συνόλου, ενώ μόνο το 27,5% δεν την δοκίμασαν. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το έτος 2014 τα ποσοστά αυτών που δοκίμασαν την τσικουδιά και αυτών που δεν την δοκίμασαν, αντιστρέφονται σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Πιο συγκεκριμένα, το 72% των επισκεπτών δεν την δοκίμασαν ενώ μόνο το 28% την δοκίμασαν. Το έτος 2015 το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που δοκίμασαν και αγόρασαν τοπική τσικουδιά.

Τα αποτελέσματα για το κριτήριο «**Δοκιμή τοπικών τυριών**» τα έτη 2013, 2014 και 2014 είναι τα εξής:

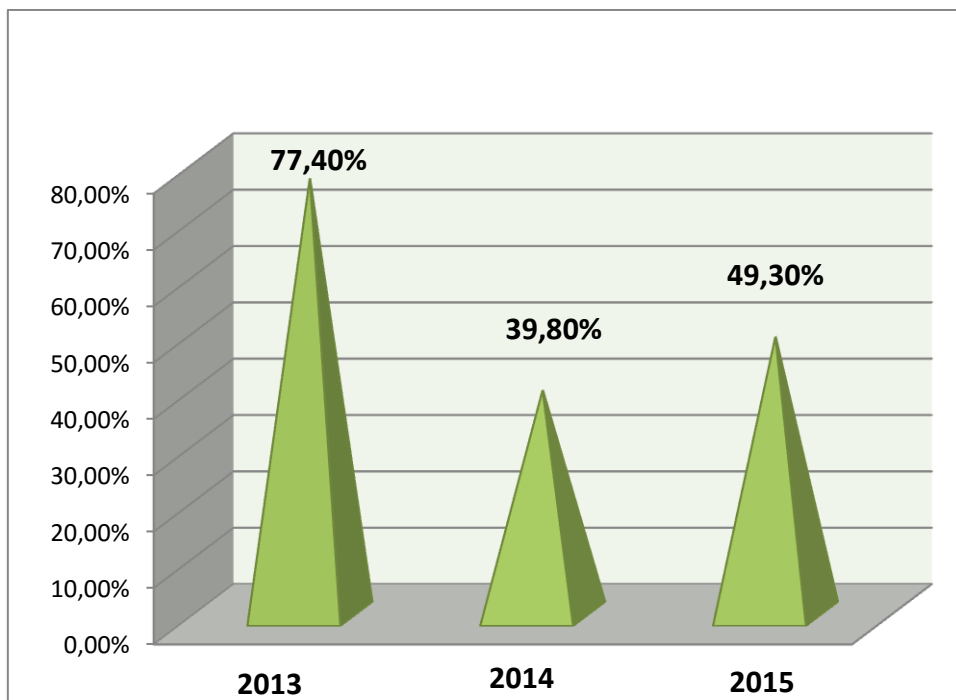
Δοκιμή τοπικών τυριών



Η πλειοψηφία των τουριστών φαίνεται πως δοκίμασαν κάποιο από τα τοπικά κρητικά τυριά, είτε ήταν φέτα, είτε γραβιέρα, είτε μυζήθρα. Συγκεκριμένα το 83% δοκίμασαν ένα ή περισσότερα από αυτά, και το 17% μόνο κανένα από τα τοπικά τυριά της Κρήτης. Το 2014 και πάλι παρατηρείται σημαντική μείωση και σε αυτούς που δοκίμασαν τα τοπικά κρητικά τυριά, σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Μόνο το 33% δοκίμασαν κάποιο από τα τοπικά τυριά, ενώ το 67% κανένα. Το έτος 2015 παρουσιάζεται μία αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος, των επισκεπτών που δοκίμασαν και αγόρασαν κάποιο από τα κρητικά τυριά, της τάξεως του 39,8%.

Τα αποτελέσματα για το κριτήριο «**Δοκιμή ελαιολάδου**» τα έτη 2013, 2014 και 2014 είναι τα εξής:

Δοκιμή ελαιολάδου



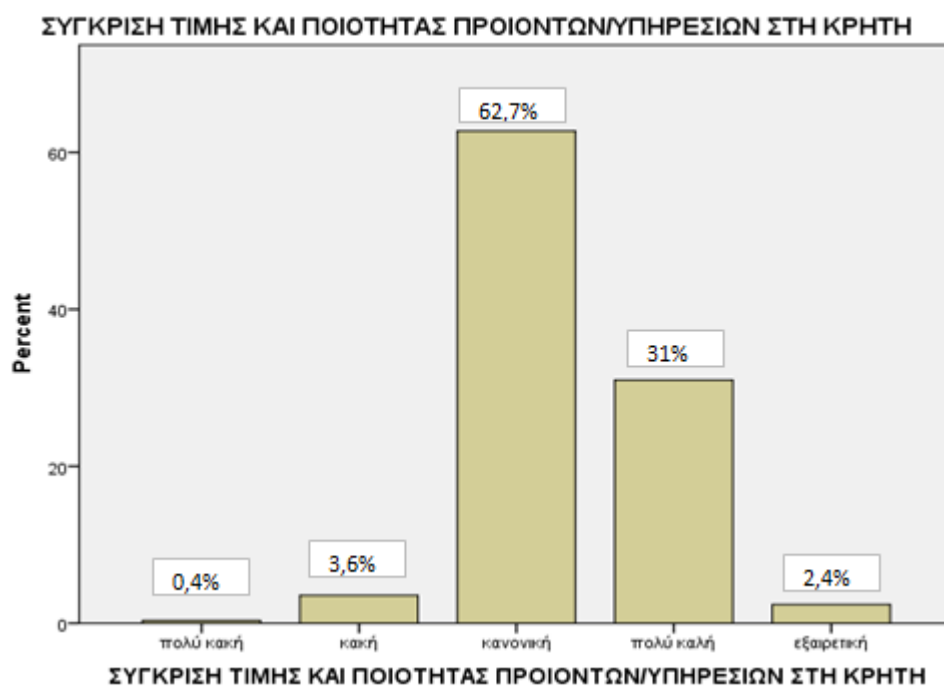
Αρκετά μεγάλο ήταν το ποσοστό των τουριστών που προτίμησαν το κρητικό ελαιόλαδο κατά τη διάρκεια των διακοπών τους της τάξεως του 77,4% ενώ μόνο το 22,6% δεν το δοκίμασε. Αναφορικά με το έτος 2014, όπως σε όλα τα τοπικά προϊόντα, έτσι και στο ελαιόλαδο, το ποσοστό των τουριστών που το δοκίμασαν μειώθηκε στο 49,8%, δηλαδή σχεδόν στους μισούς. Το τελευταίο έτος και πάλι μία ανοδική τάση, και έτσι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που δοκίμασε και αγόρασε κρητικό ελαιόλαδο, ανέρχεται στο 49,3%.

Συμπερασματικά μπορούμε να αναφέρουμε σχετικά με την δοκιμή των τοπικών προϊόντων, ότι το έτος 2013 η κατανάλωσή και δοκιμή όλων των τοπικών προϊόντων ήταν σε υψηλά επίπεδα, ενώ παρατηρείται σημαντική μείωση το έτος 2014. Ικανοποιητικά ήταν τα αποτελέσματα το τελευταίο έτος, καθώς υπάρχει σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων σημαντική αύξηση, σε μικρότερα επίπεδα και πάλι από το έτος 2013, αλλά σε πολύ καλύτερα από το 2014. Παράγοντας που έπαιξε ρόλο στη μείωση αυτή, ήταν η οικονομική κρίση.

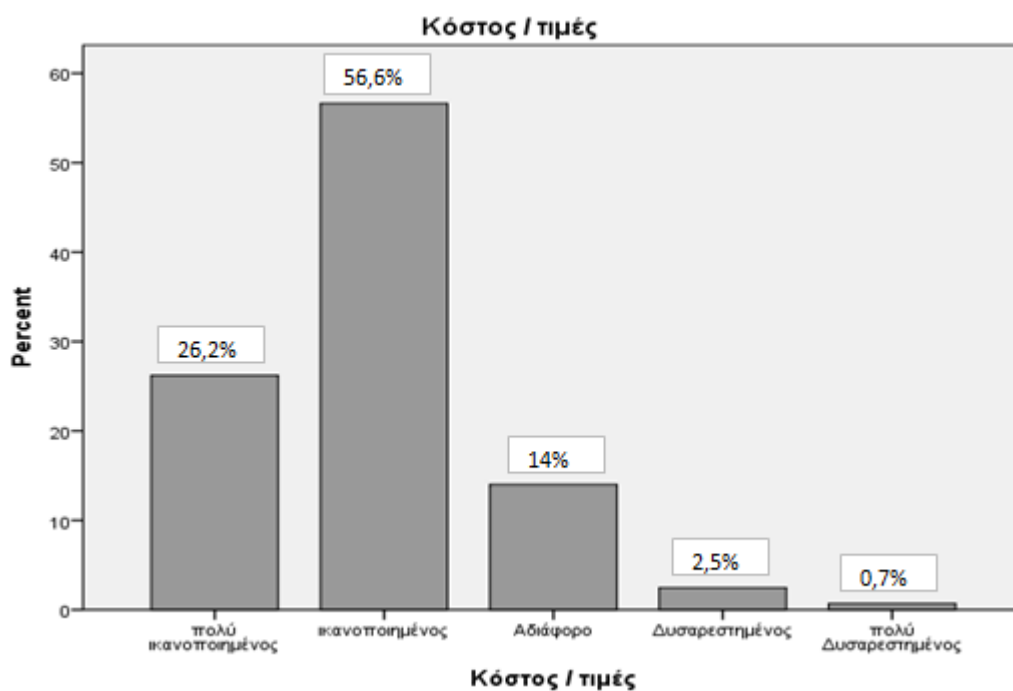
Σύγκριση τιμών στην Κρήτη σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη.

Σε γενικές γραμμές, η Κρήτη θεωρείται ένας από τους πιο οικονομικούς προορισμούς για να περάσει κάποιος τις διακοπές του, και αυτό προσδίδει ένα ακόμα συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο νησί.

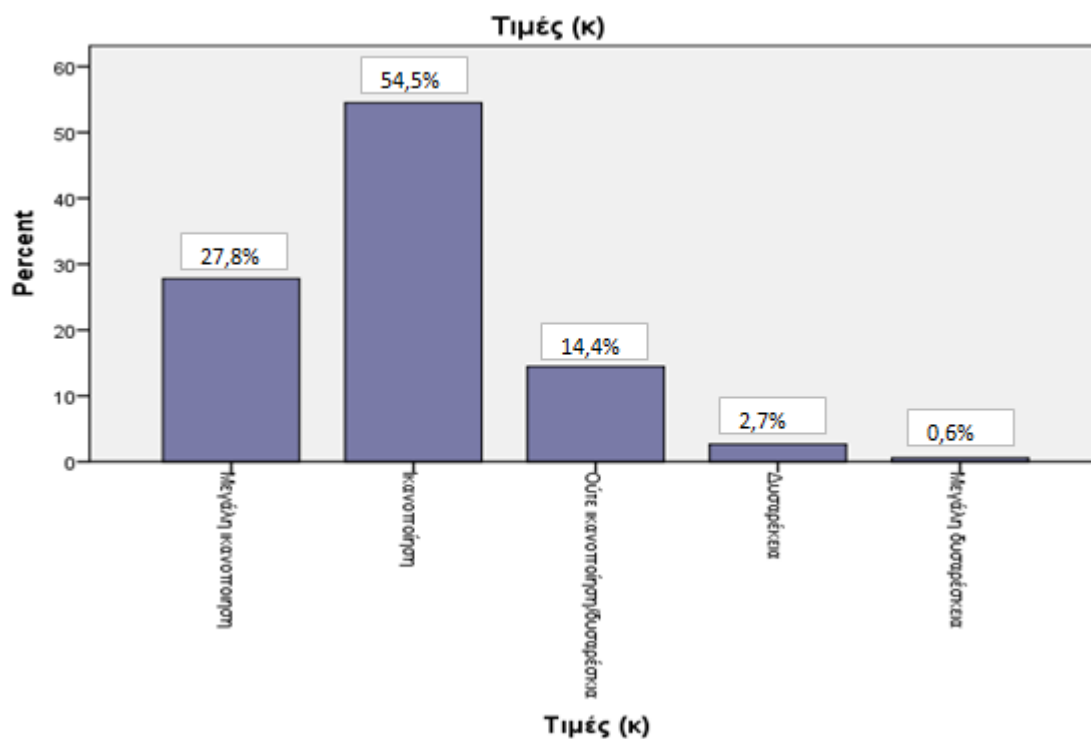
Τα παρακάτω γραφήματα απεικονίζουν την σχέση τιμής και ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών της Κρήτης για τα έτη 2013, 2014 και 2015.



Για το έτος 2013 παρατηρούμε λοιπόν, ότι η πλειοψηφία των τουριστών θεωρούν ότι η Κρήτη έχει πολύ καλή έως και εξαιρετική σχέση ποιότητας και τιμής των προϊόντων και των υπηρεσιών της. Συγκεκριμένα, το 62,7% θεωρεί ότι είναι καλή η σχέση τιμής-ποιότητας, το 31% πολύ καλή, το 2,4% εξαιρετική, και μόνο αμελητέα ποσοστά της τάξεως του 3,6% και 0,4% τη θεωρούν κακή και πολύ κακή αντίστοιχα.



Το έτος 2014 επίσης η πλειοψηφία των επισκεπτών θεωρεί ότι η σχέση τιμής και ποιότητας είναι ικανοποιητική και πολύ ικανοποιητική με ποσοστά 56,6% και 26,2% αντίστοιχα. Το 14% δήλωσε αδιάφορο, ενώ το 2,5% και το 0,7% δήλωσαν δυσανεστημένοι και πολύ δυσανεστημένοι αντίστοιχα.



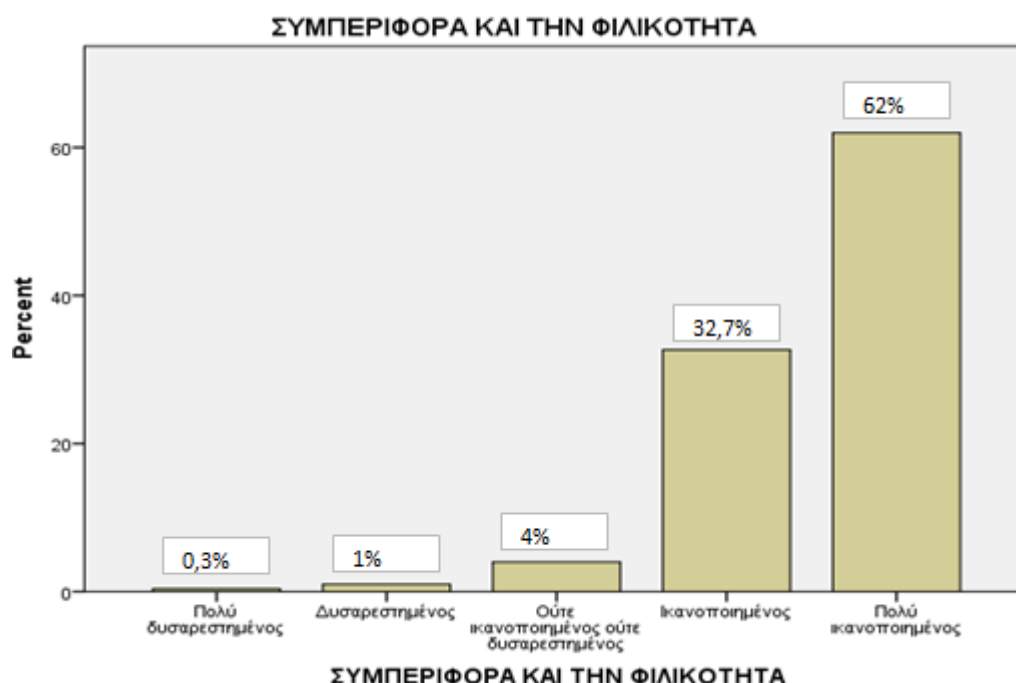
Στα ίδια περίπου επίπεδα, όπως τα προηγούμενα έτη, κυμάνθηκαν και τα ποσοστά ικανοποίησης των τιμών, και το έτος 2015. Συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξεως του 54,5%, ήταν ικανοποιημένο σχετικά με

τις τιμές στην Κρήτη, το 27,8% έμεινε πολύ ικανοποιημένο, το 14,4% ήταν αδιάφορο, και μόνο το 2,7% και 0,6% έμειναν δυσαρεστημένοι και πολύ δυσαρεστημένοι αντίστοιχα.

Ικανοποίηση των τουριστών από την συμπεριφορά των ανθρώπων στην Κρήτη.

Κρίνεται σκόπιμο και ιδιαίτερα σημαντικό να εξεταστεί εάν οι τουρίστες που επισκέπτονται την Κρήτη, είναι ικανοποιημένοι από την συμπεριφορά και την φιλικότητα των ντόπιων, καθώς επηρεάζει άμεσα την αντίληψή τους για το νησί. Κατ' επέκταση, ένας ευχαριστημένος τουρίστας ή ένας δυσαρεστημένος, θα μεταφέρει την ευχαρίστησή του ή την δυσαρέστηση του αντίστοιχα, σε κάποιον άλλον φίλο του. Είναι πολύ θετικό το γεγονός ότι η Κρήτη έχει πολύ υψηλά ποσοστά φιλικότητας και άφογης συμπεριφοράς. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο ότι η Κρήτη φημίζεται για την φιλοξενία της.

Έτος **2013**:



Το 62% δηλώνει πολύ ικανοποιημένο από την συμπεριφορά και τη φιλικότητα των ντόπιων, το 32,7% ικανοποιημένο, το 4% είναι αδιάφορο, και

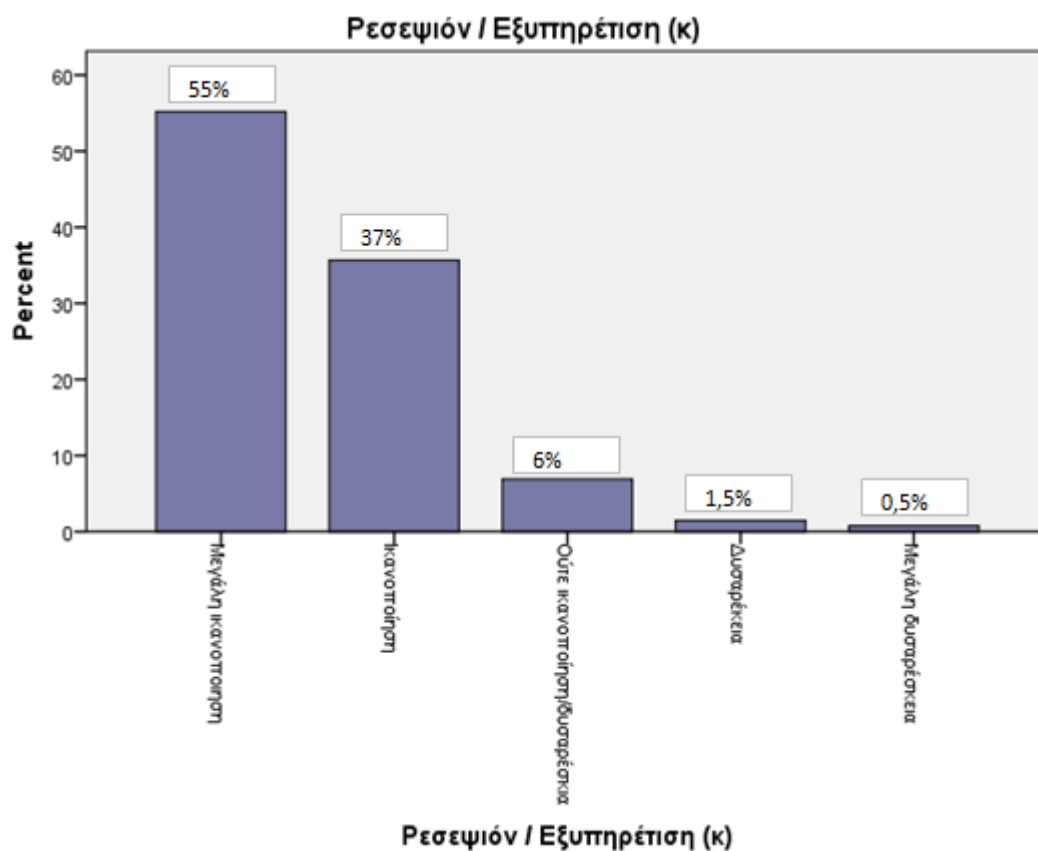
μόνο το 1% και 0,3% δηλώνουν δυσαρεστημένοι και πολύ δυσαρεστημένοι αντίστοιχα.

Έτος **2014**:



Το έτος 2014 το 51,1% φαίνεται να έμεινε πολύ ικανοποιημένο από την συμπεριφορά και την φιλικότητα των ανθρώπων στην Κρήτη, το 41,2% ικανοποιημένο απλά, το 6,1% δήλωσε ότι του ήταν αδιάφορο, και τα αμελητέα ποσοστά της τάξεως του 1,3% και 0,4% δυσαρεστημένα και πολύ δυσαρεστημένα αντίστοιχα.

Έτος **2015**:



Το έτος 2015 η ερώτηση που τέθηκε στην έρευνα που διεξήχθη, αφορούσε την ικανοποίηση σχετικά με την συμπεριφορά και την εξυπηρέτηση των ανθρώπων που ήταν στη reception.

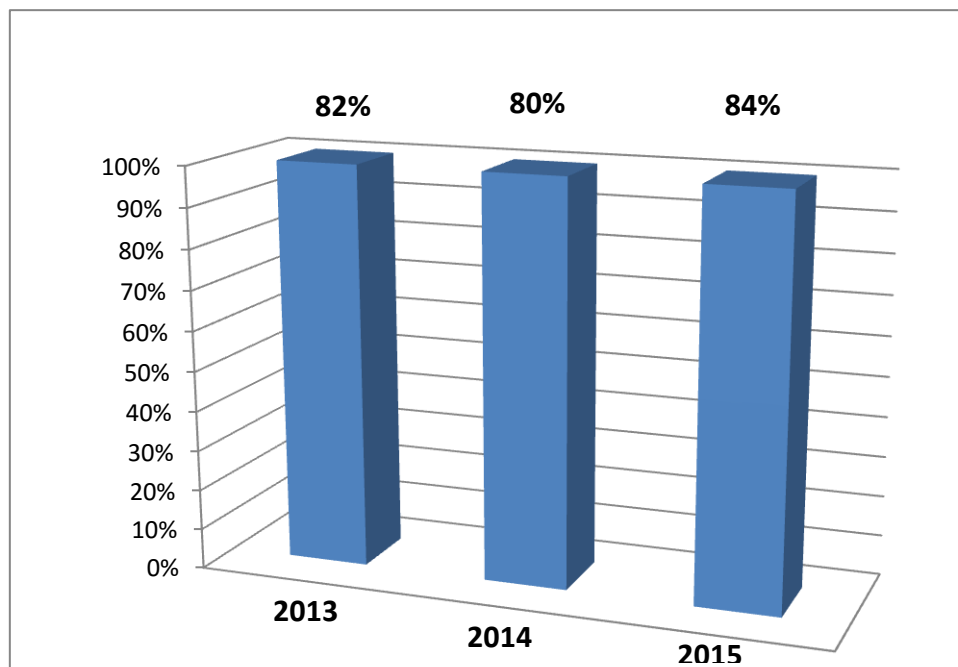
Αίσθηση ασφάλειας κατά την παραμονή τους στην Κρήτη.

Το γενικό αίσθημα ασφαλείας που υπάρχει στην Κρήτη αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την επιλογή της ως τουριστικό προορισμό. Τα πολύ χαμηλά ποσοστά εγκληματικότητας και παραβατικής συμπεριφοράς συνεισφέρουν στη θετική εντύπωση των επισκεπτών, ενώ στην επιτυχία συμβάλει και η φιλοξενία των Κρητικών και η έμφυτή τους διάθεση για βοήθεια και διευκόλυνση των ξένων επισκεπτών του νησιού. Το αίσθημα ασφαλείας ενισχύεται κι από το γεγονός ότι στην Κρήτη υπάρχουν πολύ οργανωμένες και εξαιρετικά καταρτισμένες μονάδες υγείας που προσφέρουν

τις υπηρεσίες τους σε 24ωρη βάση. Σε όλες τις μεγάλες πόλεις και ιδιαίτερα στο Ηράκλειο λειτουργούν νοσοκομεία και κλινικές που καλύπτουν τις ανάγκες όλης της νότιας νησιωτικής Ελλάδας. Αντίστοιχα σε κάθε κωμόπολη του νησιού υπάρχουν κέντρα υγείας και αγροτικά ιατρεία που καλύπτουν τις βασικές ανάγκες υγειονομικής περίθαλψης.

Φαίνεται ότι και στα τρία έτη τα ποσοστά των ικανοποιημένων ανέρχονται περίπου στα ίδια επίπεδα. Συγκεκριμένα, το έτος 2013 το ποσοστό ικανοποίησης των επισκεπτών, από την αίσθηση ασφάλειας στην Κρήτη, ανέρχεται στο 82%, το έτος 2014 στο 80% και το τελευταίο έτος στο 84%.

Ικανοποίηση τουριστών από αίσθημα ασφάλειας

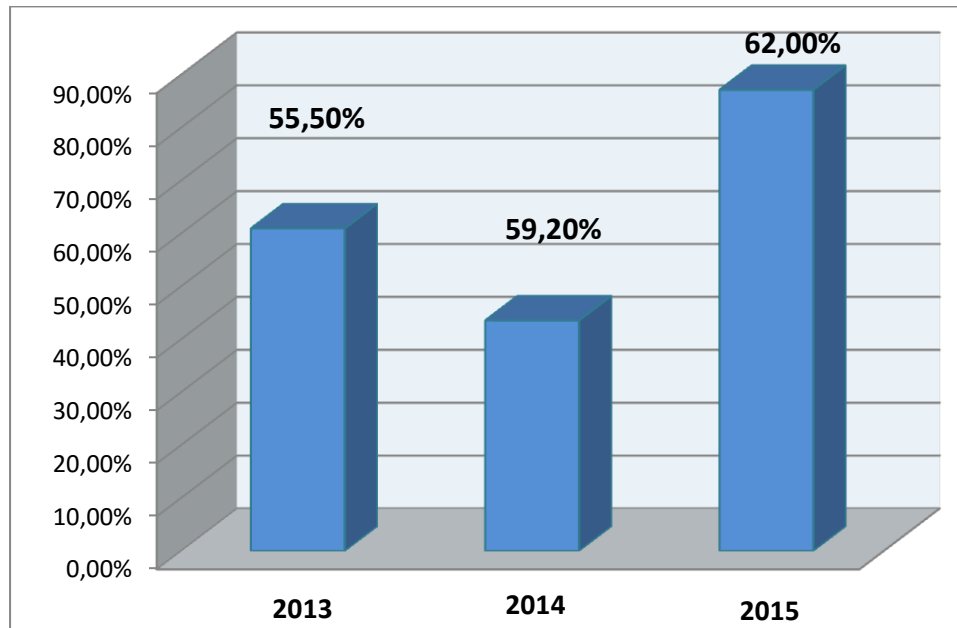


Ικανοποίηση από τις εσωτερικές δραστηριότητες του ξενοδοχείου.

Και τα τρία έτη οι τουρίστες φαίνεται να είναι αρκετά ικανοποιημένοι από τις εσωτερικές δραστηριότητες του ξενοδοχείου που επέλεξαν να μείνουν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στην Κρήτη. Αρκετά χαμηλά

είναι τα ποσοστά των δυσαρεστημένων τουριστών, από 5% και κάτω. Η πλειοψηφία εμφανίζονται ικανοποιημένοι με ποσοστό γύρω στο 55-62%. Και περίπου 35%-40% δεν εξέφρασαν ούτε ικανοποίηση αλλά ούτε και δυσαρέστηση. Παρακάτω απεικονίζονται και τα σχετικά γραφήματα για τα έτη 2013, 2014 και 2015.

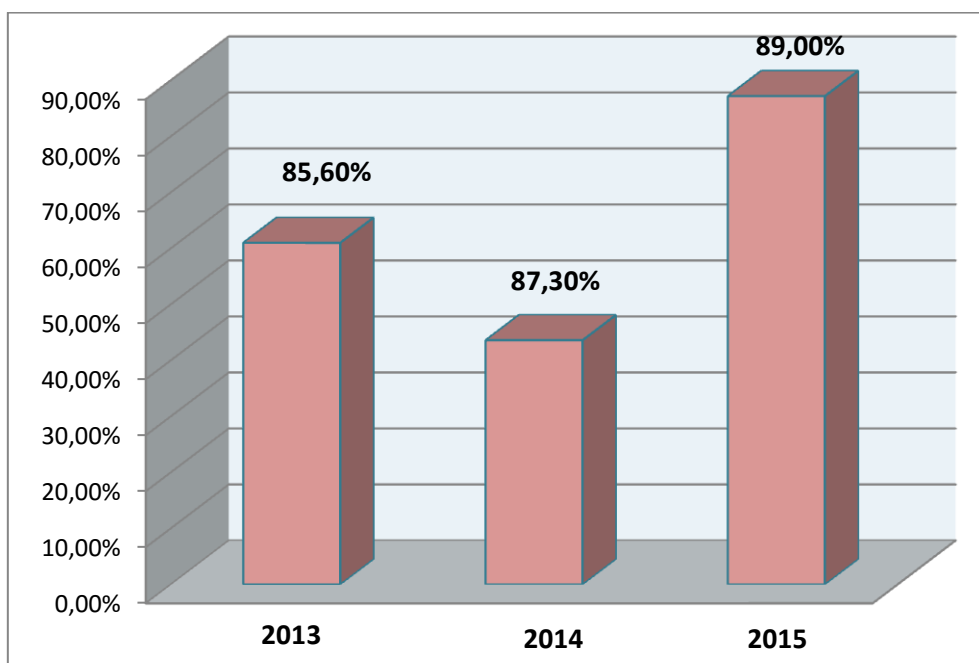
Ικανοποίηση από τις εσωτερικές δραστηριότητες του ξενοδοχείου



Ικανοποίηση από το επίπεδο καθαριότητας του ξενοδοχείου.

Στην ερώτηση αν οι επισκέπτες έμειναν ικανοποιημένοι από το επίπεδο καθαριότητας όχι μόνο των καταλυμάτων, αλλά και των υπολοίπων χώρων όπως είναι τα εστιατόρια κλπ., οι απαντήσεις τους ήταν αρκετά ικανοποιητικές και τα τρία συνεχόμενα έτη, καθώς η πλειοψηφία των τουριστών ήτανε αρκετά ικανοποιημένοι.

Ικανοποίηση από το επίπεδο καθαριότητας του ξενοδοχείου

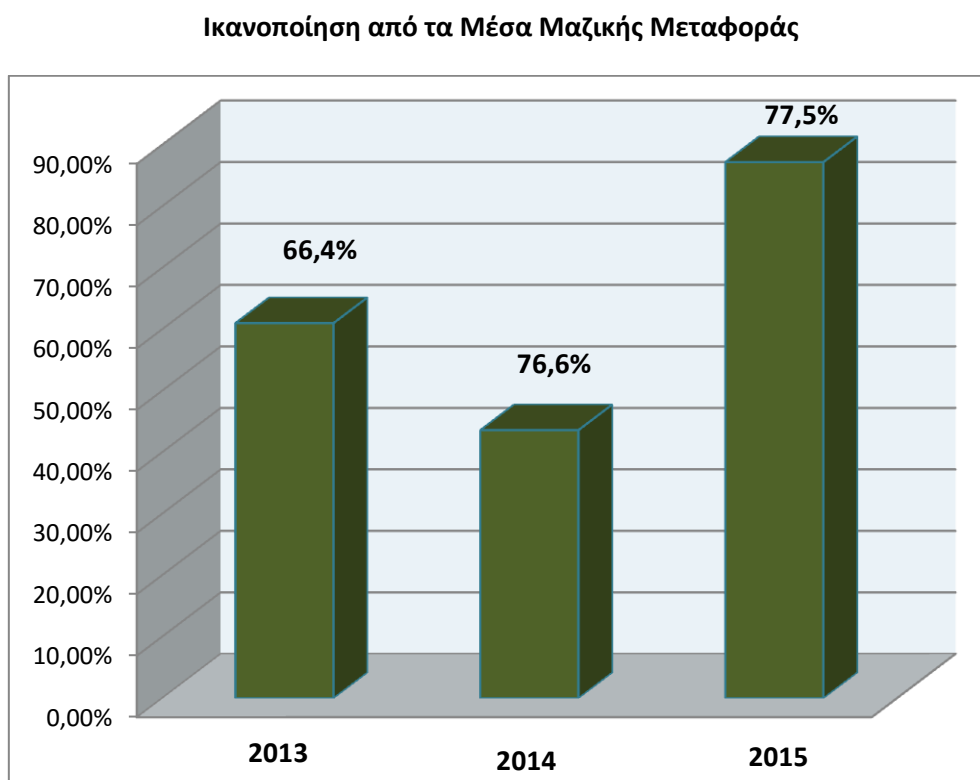


Πιο συγκεκριμένα, το έτος 2013 οι δυσαρεστημένοι τουρίστες ήταν απειροελάχιστοι, καθώς μόνο το 0,8% δήλωσαν πολύ δυσαρεστημένοι και 3,2% δυσαρεστημένοι. Το 10,3% ήταν αδιάφορο, ενώ το 85,6% δήλωσε ικανοποιημένο. Όσον αφορά το έτος 2014, το 87,3% δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι. Ένα 8,8% ήταν αδιάφορο, και τέλος ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξεως του 3,8% ήταν δυσαρεστημένο. Το 2015, το 89% δήλωσε πολύ ικανοποιημένο από την καθαριότητα του ξενοδοχείου, το 7,1% αδιάφορο και μόνο 2,5% και το 0,9% δήλωσαν δυσαρέσκεια.

Ικανοποίηση από τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς του νησιού.

Συνολικά οι τουρίστες φαίνονται ικανοποιημένοι από τα μέσα μαζικής μεταφοράς του νησιού, συγκεκριμένα από τα λεωφορεία. Ελάχιστοι είναι

αυτοί που δήλωσαν δυσαρέσκεια με ποσοστό κάτω από το 5%. Παρατηρείται μία διαχρονικά αύξηση των ικανοποιημένων τουριστών, από τα έτη 2013 έως 2015, και αυτό υποδηλώνει ευχάριστα νέα καθώς υπήρξε βελτίωση όσον αφορά τις δημόσιες συγκοινωνίες. Παρακάτω απεικονίζονται τα γραφήματα και για τα τρία έτη.

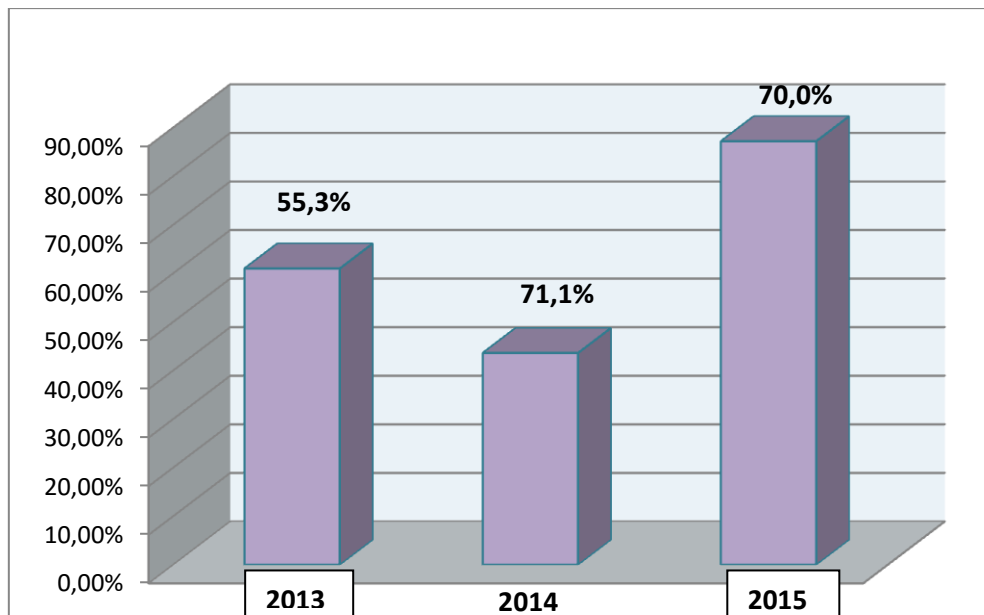


Ικανοποίηση από το επίπεδο υπηρεσιών των Ταξί.

Όσον αφορά την ικανοποίηση των τουριστών από το επίπεδο υπηρεσιών των ταξί, φαίνεται ότι το 2013 είχαμε το μικρότερο ποσοστό ικανοποίησης, ύψους 55,3%. Το 2014 το επίπεδο των υπηρεσιών των ταξί φαίνεται πως βελτιώθηκε, καθώς αυξήθηκε κατά ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 15,8%, το επίπεδο των ικανοποιημένων επισκεπτών. Έτσι λοιπόν μειώθηκε και το ποσοστό που δήλωνε

αδιάφορο σε 22,5%. Οι δυσαρεστημένοι τουρίστες ήταν σχεδόν στα ίδια επίπεδα, δηλαδή ελάχιστοι. Το έτος 2015 διατηρήθηκε το ποσοστό των ικανοποιημένων αλλοδαπών τουριστών στο 70%.

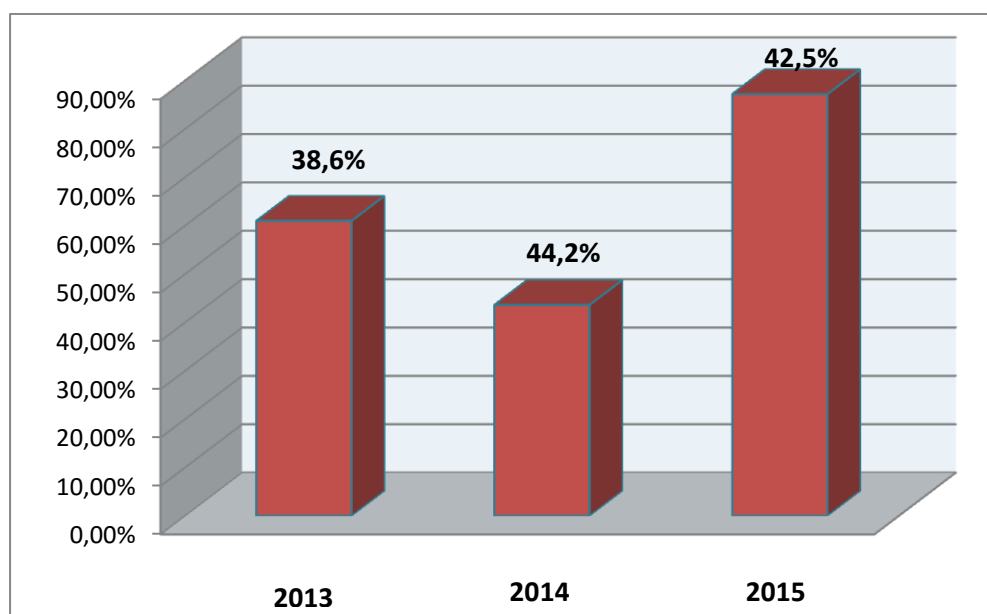
Ικανοποίηση από το επίπεδο υπηρεσιών των Ταξί



Ικανοποίηση από την οδική σήμανση του νησιού.

Όσον αφορά την ικανοποίηση για την οδική σήμανση και το οδικό δίκτυο γενικότερα της Κρήτης, αξίζει να σημειωθεί ότι επιδέχεται βελτίωση καθώς παραμένουν αρκετοί οι δυσαρεστημένοι τουρίστες.

Ικανοποίηση από την οδική σήμανση

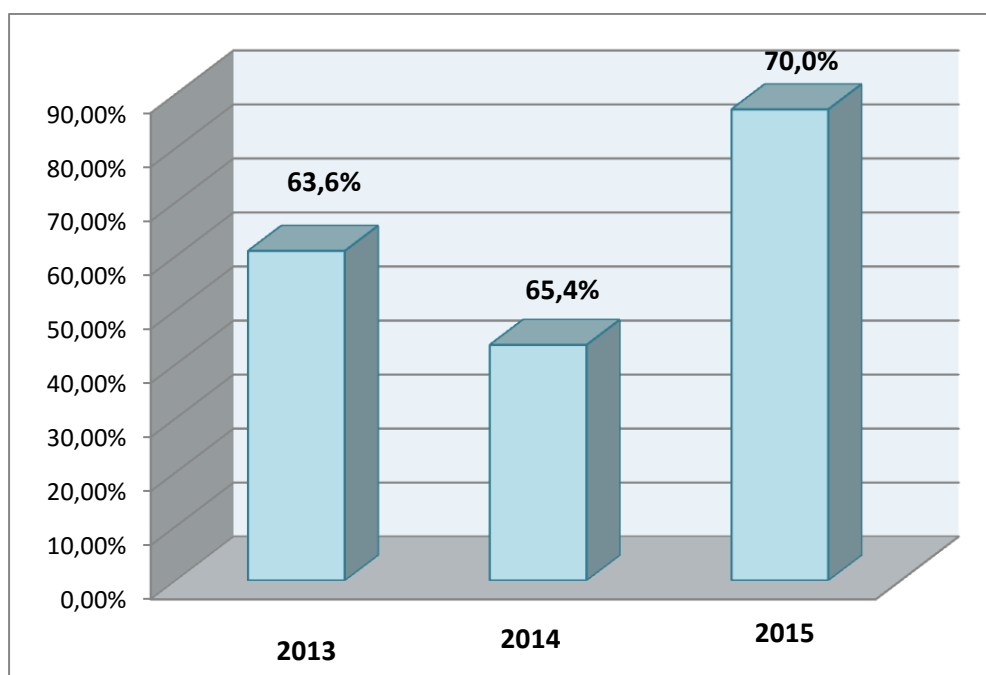


Παρατηρούμε λοιπόν ότι οι ικανοποιημένοι αλλοδαποί τουρίστες είναι λιγότεροι από τους μισούς, καθώς το υψηλότερο ποσοστό παρουσιάζεται το έτος 2014 και είναι μόνο 44,2%. Θετικό είναι ότι από το έτος 2013 υπάρχει μία μικρή διαχρονική βελτίωση.

Επίπεδο ικανοποίησης από την καθαριότητα του νησιού.

Όταν λέμε επίπεδο ικανοποίησης από την καθαριότητα του νησιού, εννοούμε την καθαριότητα των δρόμων, των πόλεων καθώς και των παραλιών της Κρήτης. Οι απαντήσεις και για τα έτη 2013 και 2014 κυμάνθηκαν στα ίδια περίπου επίπεδα καθώς το 2015 παρατηρείται μία διαχρονική αύξηση στους ικανοποιημένους επισκέπτες σε 70%. Παρακάτω παρουσιάζονται και τα αντίστοιχα γραφήματα για τα έτη 2013, 2014 και 2015.

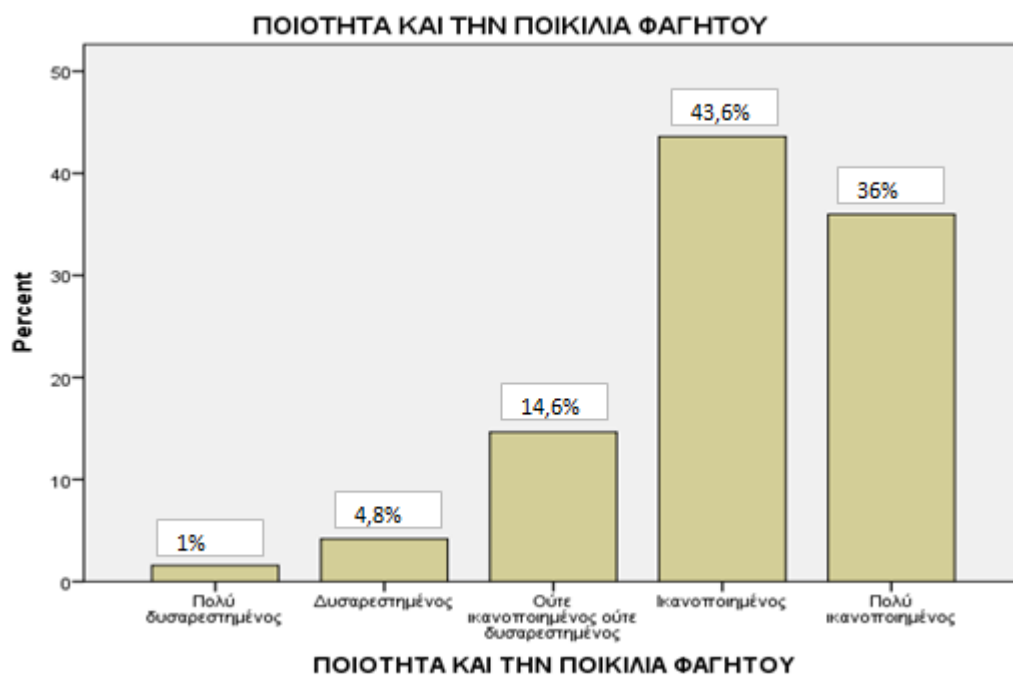
Επίπεδο ικανοποίησης από την καθαριότητα



Επίπεδο ικανοποίησης από την ποικιλία και την ποιότητα του φαγητού.

Τα αποτελέσματα που πήραμε από τις απαντήσεις των τουριστών για πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποιότητα και την ποικιλία του φαγητού στην Κρήτη, ήταν σε πολύ καλά επίπεδα. Και τα τρία έτη το 80% των τουριστών εμφανίζεται είτε ικανοποιημένο είτε πολύ ικανοποιημένο, και πολύ λίγοι είναι αυτοί που έμειναν δυσαρεστημένοι. Τα αποτελέσματα ήταν φυσικά αναμενόμενα καθώς η Κρήτη φημίζεται για την ποιότητα και την ποικιλία του φαγητού που προσφέρει.

Συγκεκριμένα το 2013 το 43,6% και το 36% έμειναν ικανοποιημένοι και πολύ ικανοποιημένοι αντίστοιχα. Το 14,6% εμφανίζεται αδιάφορο, και το 5,8% είτε δυσαρεστημένο είτε πολύ δυσαρεστημένο.

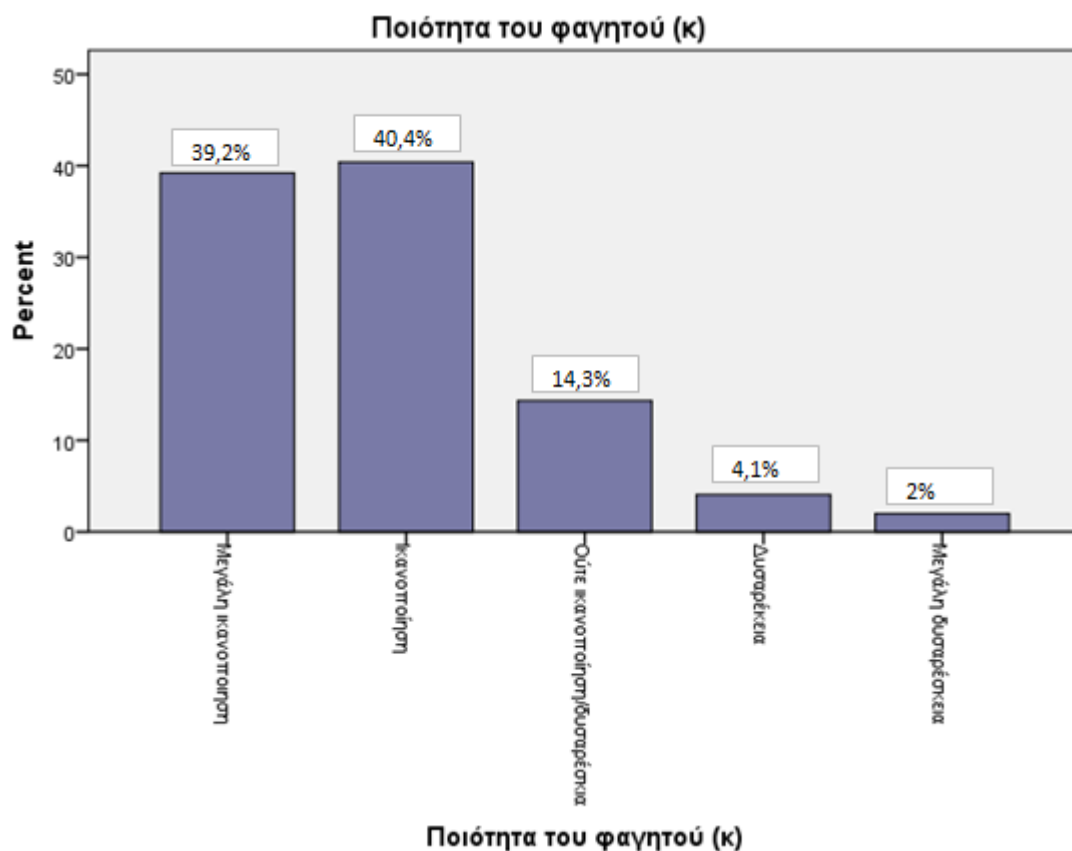


Το 2014 τα ποσοστά ικανοποίησης κυμάνθηκαν στα ίδια επίπεδα με το 2013, σημειώνοντας απειροελάχιστες διαφορές.



Τέλος, και στο έτος 2015 τα επίπεδα ικανοποίησης σχετικά με την ποιότητα του φαγητού, είναι αρκετά καλά. Το 39,2% δήλωσε πολύ

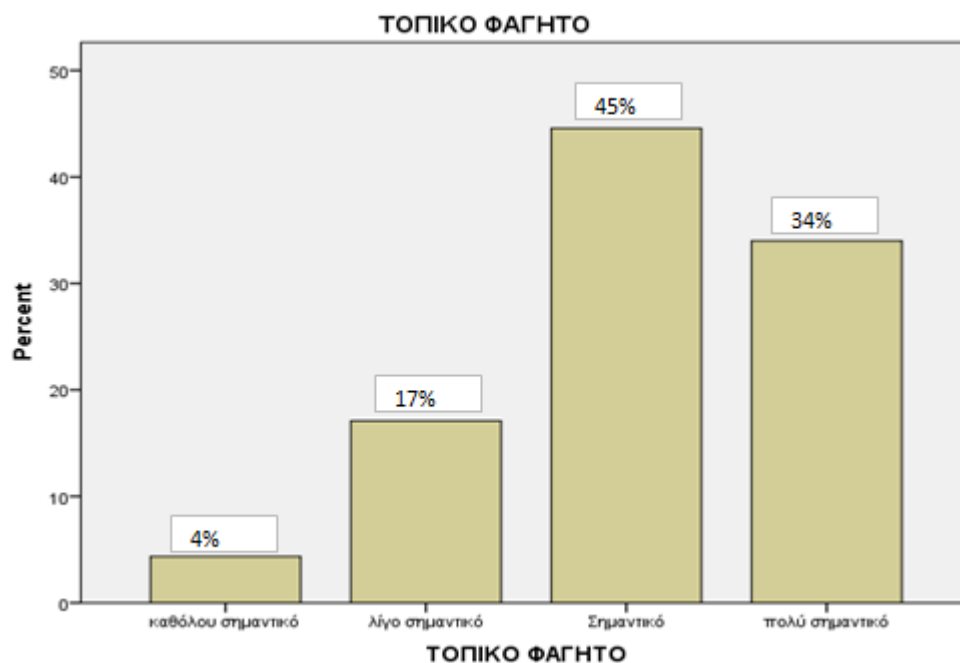
ικανοποιημένο με την ποιότητα του φαγητού στην Κρήτη, το 40,4% ικανοποιημένο, το 14,3% αδιάφορο, και το 6,1% εξέφρασαν κάποια δυσaréσκεια.



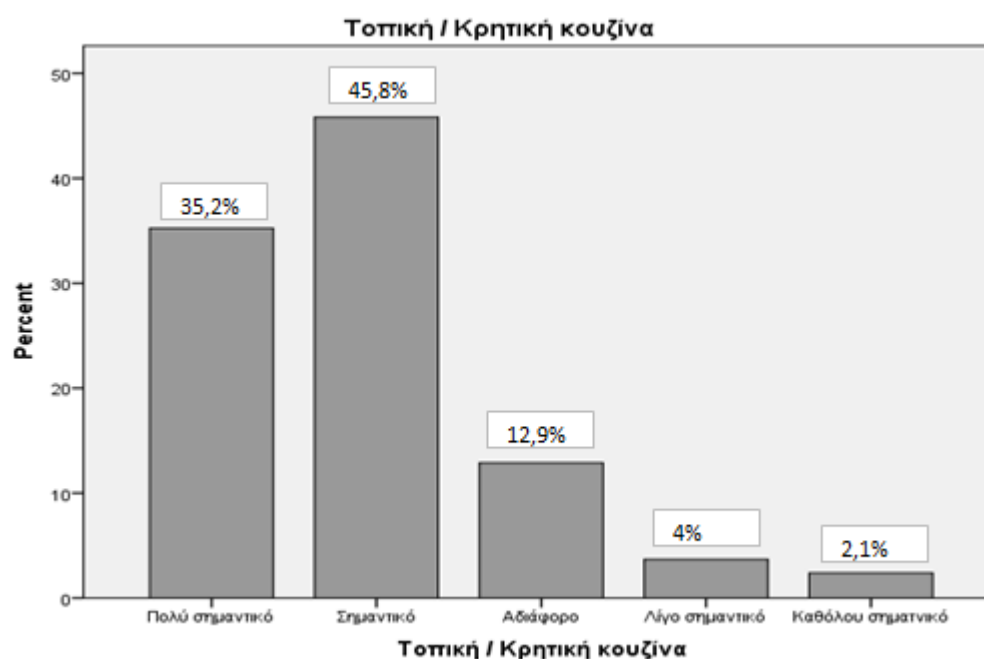
Αποτελέσματα για το κριτήριο που αφορά τη σημαντικότητα της κρητικής – ντόπιας κουζίνας.

Η Κρήτη όπως προαναφέραμε φημίζεται για το φαγητό της, καθώς υπάρχει και μεγάλο ποσοστό τουριστών, που διαλέγει την Κρήτη για προορισμό των διακοπών του, εξαιτίας της γαστρονομίας της. Από εκεί και ο γαστρονομικός τουρισμός, μία μορφή από τις σημαντικότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού που έχει αναλυθεί διεξοδικά. Έτσι λοιπόν στην ερώτηση για το πόσο σημαντικό θεωρούν οι τουρίστες το τοπικό φαγητό, η πλειοψηφία των επισκεπτών απάντησε πολύ σημαντικό.

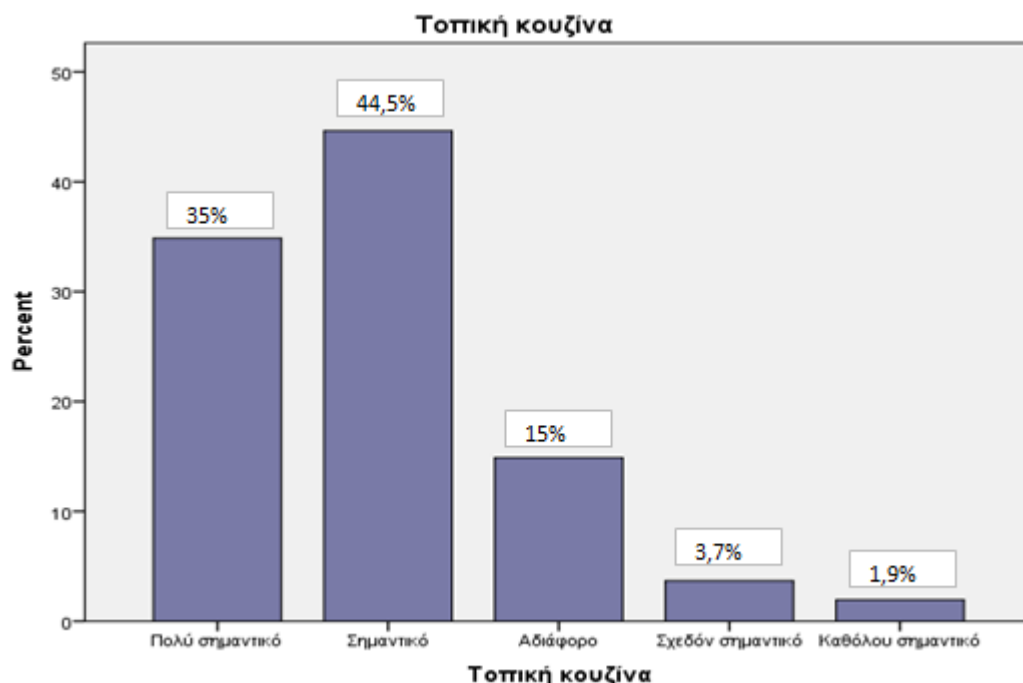
Για το 2013 τα αποτελέσματα είναι τα εξής. Το 34% απάντησε ότι το είναι πολύ σημαντικό, το 45% το θεώρησε σημαντικό, το 17% λιγότερο σημαντικό και τέλος, μόνο το 4% το θεώρησε ασήμαντο.



Το 2014 τα ποσοστά ήταν περίπου στα ίδια επίπεδα με το προηγούμενο έτος. Για το 45,8% των τουριστών, η κριτική κουζίνα κρίθηκε σημαντικός παράγοντας, το 35,2% πολύ σημαντικός, το 12,9% αδιαφόρησε για το φαγητό, και τέλος το 6,1% δεν το θεώρησαν και τόσο σημαντικό.



Ικανοποιητικά σημειώθηκαν και τα αντίστοιχα ποσοστά και το 2015. Το 35% θεώρησε την τοπική κρητική κουζίνα πολύ σημαντική, το 44,5% την θεώρησε σημαντική, για το 15% ήταν αδιάφορη, και τέλος, για το 3,7% και 1,9% ήταν λίγο σημαντική και καθόλου σημαντική αντίστοιχα.



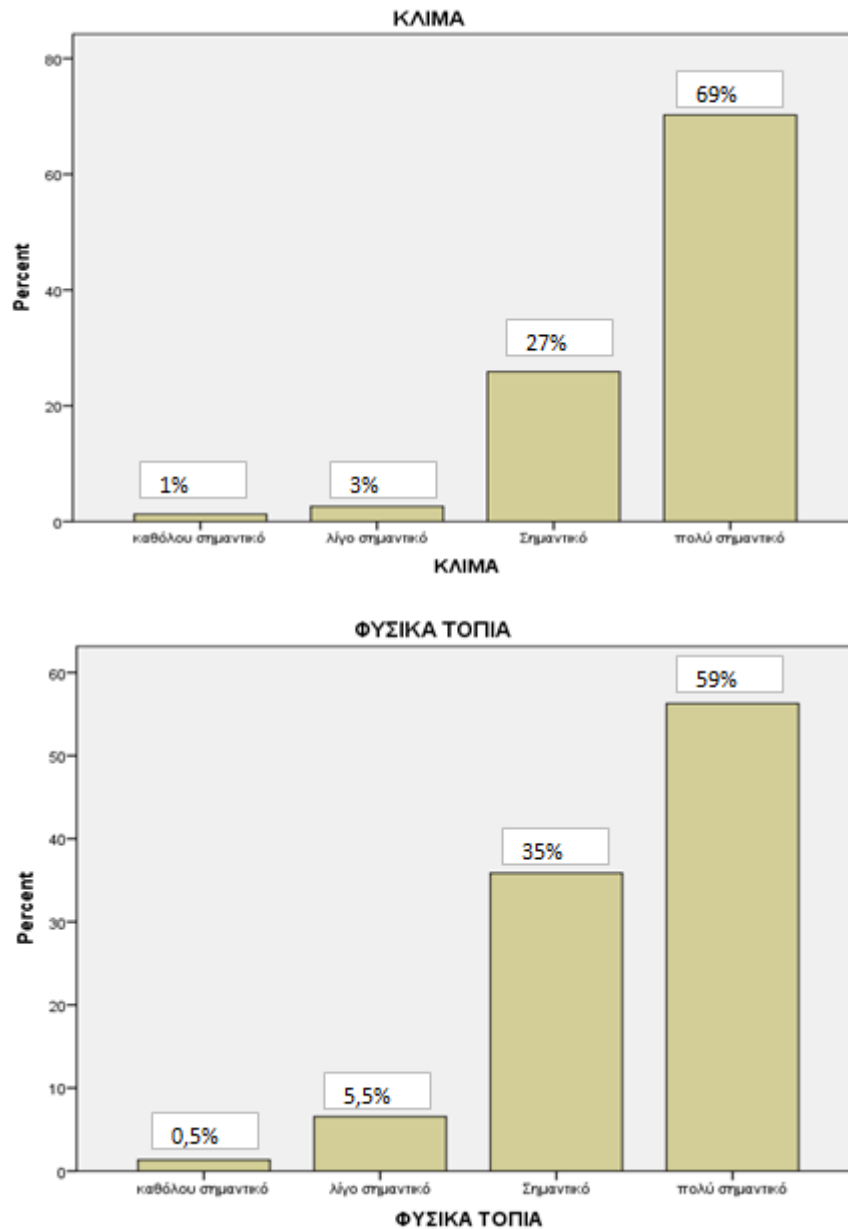
Η σημασία του κλίματος και των φυσικών τοπίων για τους τουρίστες που επισκέπτονται την Κρήτη.

Το παράλιο φυσικό περιβάλλον αποτελεί άξιο σημείο αναφοράς για όσους επισκέπτονται την Κρήτη. Η προστασία του εν μέσω της αυξανόμενης τουριστικής ανάπτυξης αποτελεί σημαντικότερο στοίχημα των φορέων του νησιού. Η Κρήτη είναι ένα νησί με φανταστικά τοπία, εξωτικές παραλίες και εκπληκτικό κλίμα. Το κλίμα της Κρήτης θεωρείται ως ένα από τα ωραιότερα, πιο υγιή και ηπιότερα της Ευρώπης. Ένας παράγοντας ο οποίος παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση του κλίματος είναι η θάλασσα που περιβάλλει το νησί και περιορίζει τη θερμική ένταση του ήλιου το καλοκαίρι.

Θεωρήθηκε σκόπιμο λοιπόν, να αναλυθούν τα αποτελέσματα από τα ερωτηματολόγια που αφορούν τη σημασία του κλίματος και των φυσικών τοπίων της Κρήτης, για τους επισκέπτες. Και για τα τρία έτη τα αποτελέσματα ήταν τα αναμενόμενα, καθώς είναι γνωστό ότι ένας λόγος που ο τουρίστας

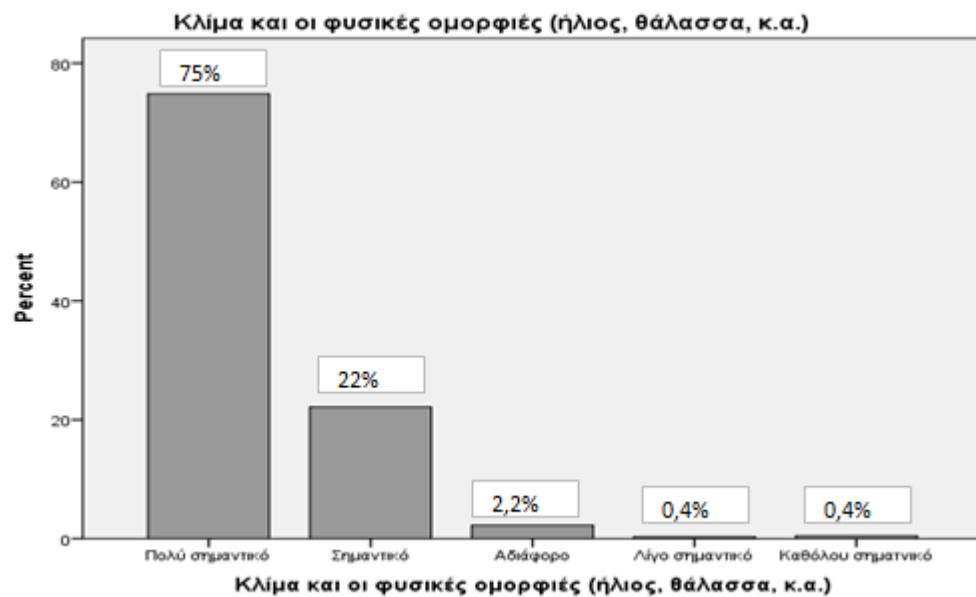
επιλέγει την Κρήτη για να περάσει τις διακοπές του, είναι το κλίμα και οι φυσικές ομορφιές του νησιού.

2013:



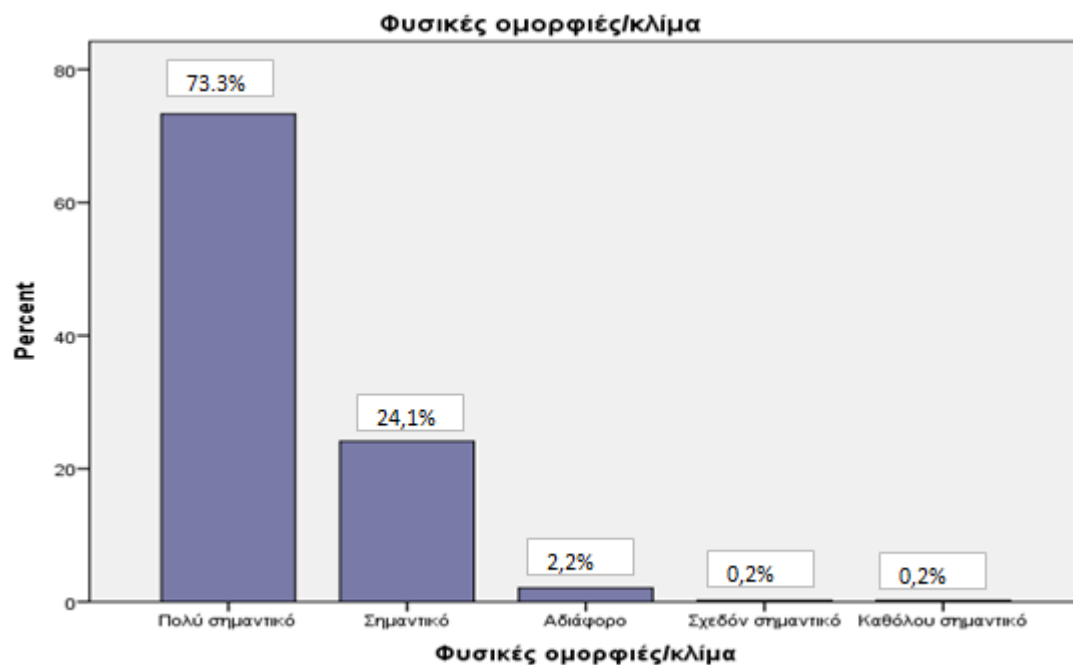
Από τα παραπάνω διαγράμματα φαίνεται ότι πλειοψηφία των τουριστών, συνολικά το 94% θεωρεί το κλίμα και τα φυσικά τοπία σημαντικά έως και πολύ σημαντικά. Μόνο το 6% δεν τα θεωρεί σημαντικά.

2014:



Το 75% των επισκεπτών θεώρησε τα κλίμα και τις φυσικές ομορφιές πολύ σημαντικά, το 22% σημαντικά, και ένα μηδαμινό ποσοστό της τάξεως του 2,2% δήλωσε αδιάφορο. Τα ποσοστά των τουριστών που δεν τα θεώρησε σημαντικά, προσεγγίζει μόνο το 1%.

2015:

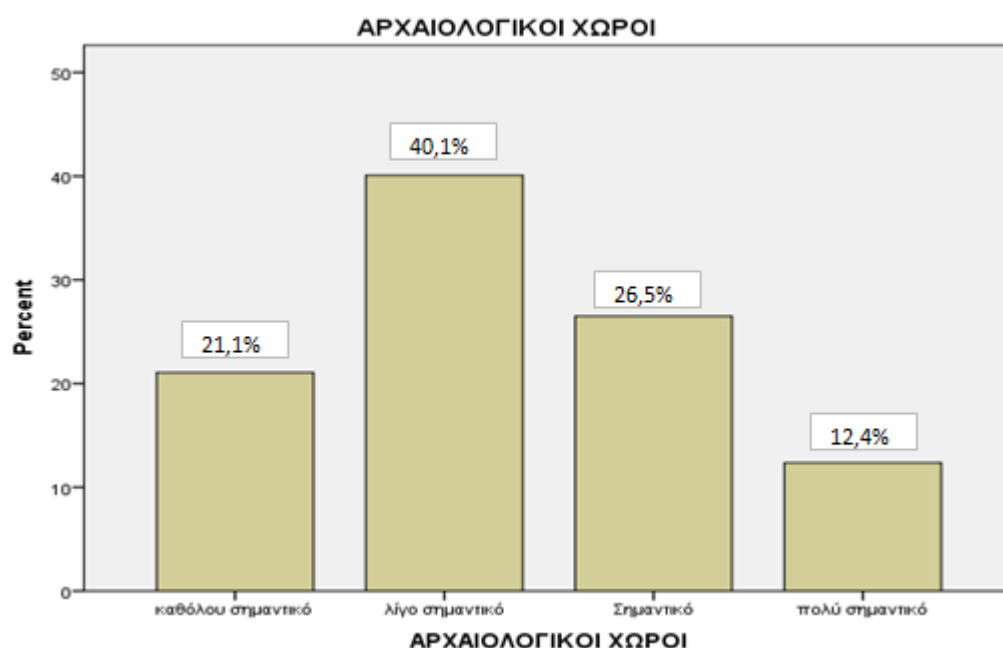


Παρόμοια είναι τα αποτελέσματα με το προηγούμενο έτος, και για το έτος 2015. Το 73,3% δήλωσε ότι θεωρούν το κλίμα και τις φυσικές ομορφιές του νησιού πολύ σημαντικά, το 24,1% σημαντικά, και μόνο το 2,2% δήλωσαν αδιάφορα.

Η σημασία των αρχαιολογικών χώρων για τον αλλοδαπό τουρίστα που επισκέπτεται την Κρήτη.

Η Κρήτη πέρα από τις φυσικές της ομορφιές και τα φυσικά τοπία, διαθέτει και αρκετούς αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία που μπορεί να επισκεφτεί ένας τουρίστας, και στους τέσσερις νομούς της. Περίπου το 40% των τουριστών που επισκέφτηκαν την Κρήτη από το 2013 έως και το 2015, θεώρησαν αυτούς τους αρχαιολογικούς χώρους σημαντικό κριτήριο. Για το υπόλοιπο 60% ήταν αδιάφορο και λίγο ή και καθόλου σημαντικό.

Συγκεκριμένα το 2013, το 12,4% το θεώρησαν πολύ σημαντικό, το 26,5% σημαντικό και τέλος το 40,1% και 21,1%, λιγότερο σημαντικό και καθόλου σημαντικό αντίστοιχα. Παρακάτω απεικονίζεται και το σχετικό γράφημα.

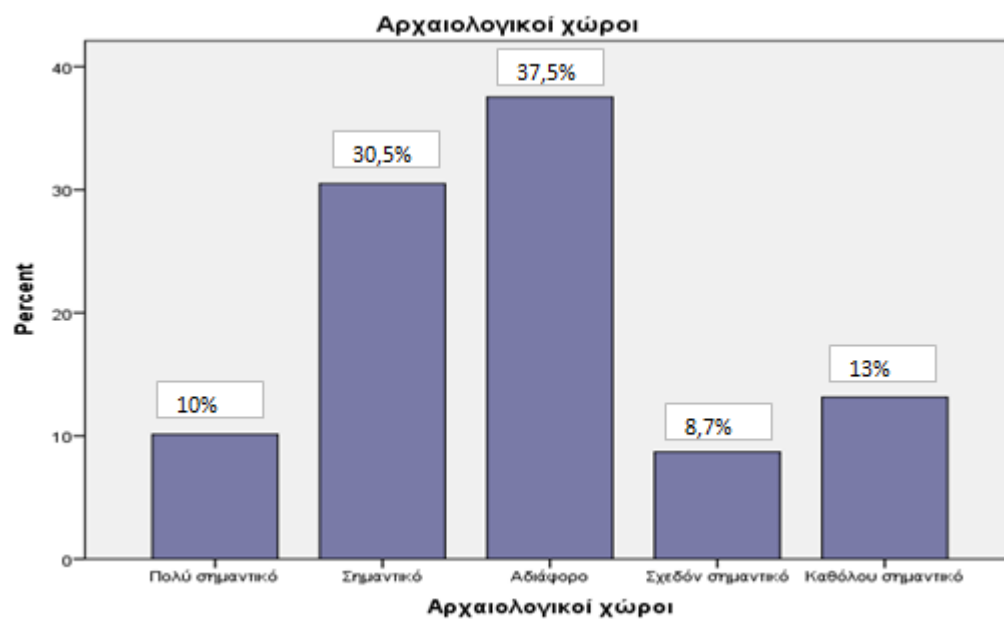


Παρόμοια είναι τα αποτελέσματα και για το 2014. Το 11% θεωρεί τους αρχαιολογικούς χώρους του νησιού πολύ σημαντικό κριτήριο, το 31,5%

σημαντικό, το 34,2% εμφανίζεται αδιάφορο, το 10,8% και το 12,5% το θεωρούν λίγο και καθόλου σημαντικό αντίστοιχα.



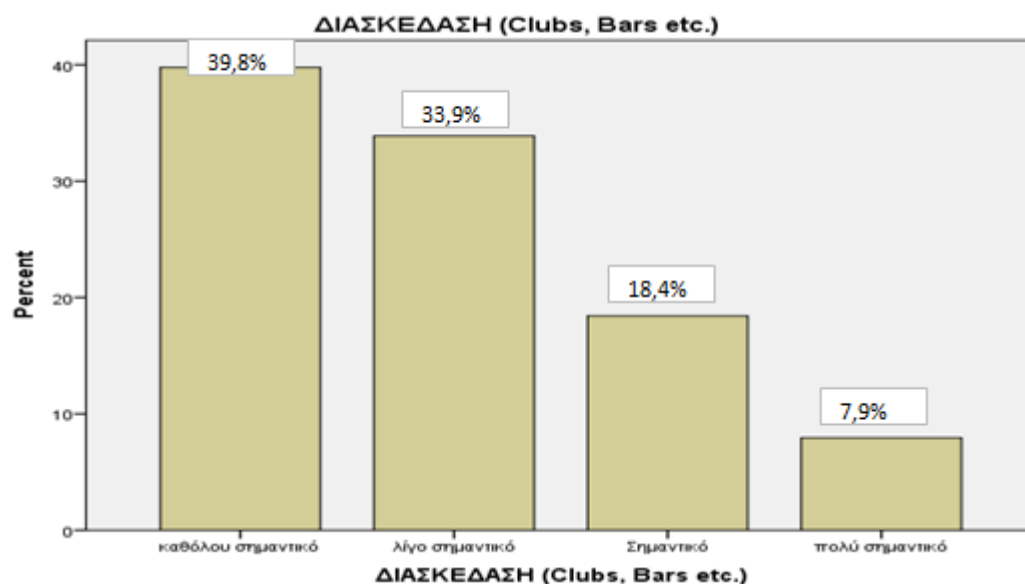
Η πλειοψηφία των επισκεπτών και το έτος 2015 θεωρούν το κριτήριο των αρχαιολογικών χώρων του νησιού αδιάφορο. Το 10% το θεωρεί πολύ σημαντικό, το 30,5% σημαντικό, το 37,5% αδιάφορο, και τέλος το 8,7% και 13% λίγο και καθόλου σημαντικό αντίστοιχα.



Η σημασία της νυχτερινής διασκέδασης στην Κρήτη για τους επισκέπτες της Κρήτης.

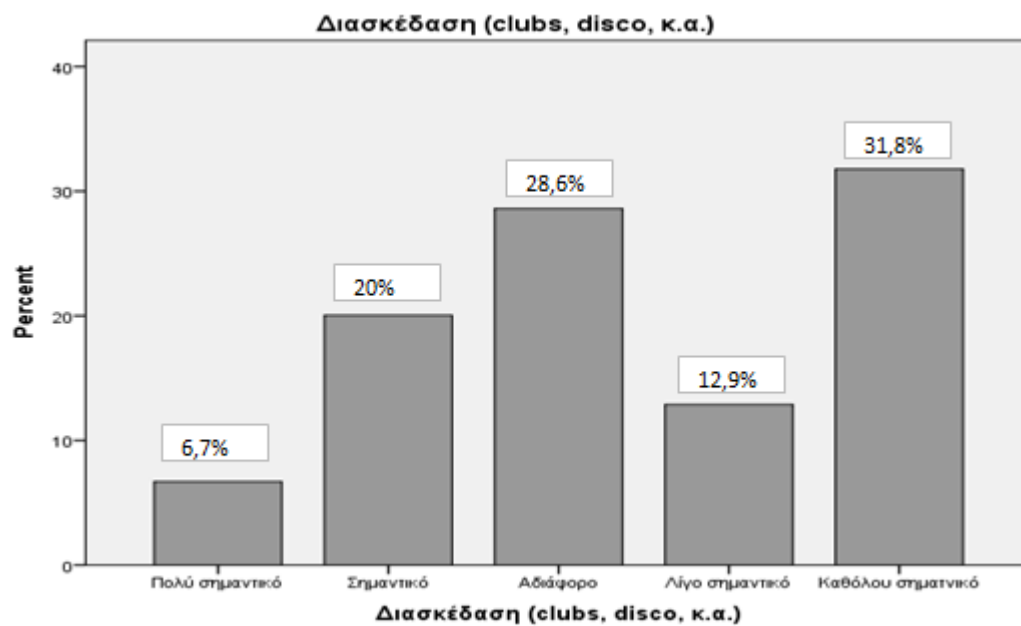
Η νυχτερινή διασκέδαση, δεν θα λέγαμε ότι παίζει καταλυτικό ρόλο ώστε να επιλέξει κάποιος τουρίστας την Κρήτη για προορισμό των διακοπών του. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι και λογικό, αν συλλογιστεί κανείς ότι το μεγαλύτερο ποσοστό που επισκέπτεται την Κρήτη είναι οικογένειες, με ή χωρίς παιδιά. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα και για τα τρία χρόνια.

2013:



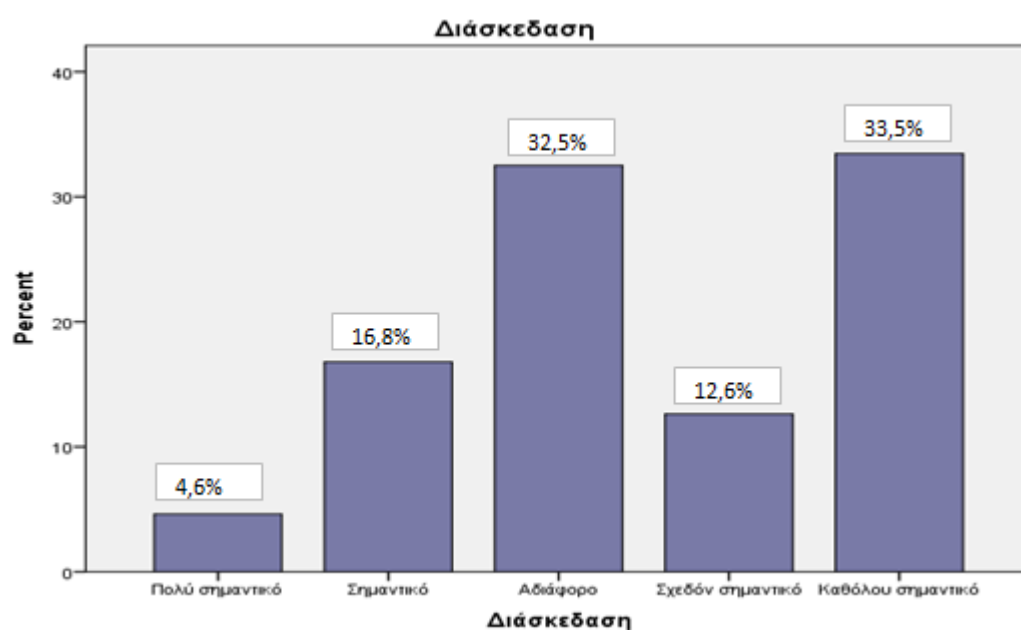
Για το έτος 2013, μόλις το 7,9% θεώρησε την νυχτερινή διασκέδαση καθοριστικό παράγοντα ώστε να επιλέξει την Κρήτη για προορισμό των διακοπών του. Το 18,4% δήλωσε ότι ήταν απλά σημαντικό κριτήριο για αυτούς, το 33,9% λίγο σημαντικό και τέλος, η πλειοψηφία δηλαδή το 39,8% δεν το θεώρησε καθόλου σημαντικό.

2014:



Η πλειοψηφία των τουριστών και το έτος 2014, δηλαδή το 31,8% θεώρησε καθόλου σημαντικό κριτήριο την διασκέδαση στην Κρήτη κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Το 6,7% μόνο το θεώρησε πολύ σημαντικό κριτήριο, το 20% απλά σημαντικό, το 28,6% ήταν αδιάφορο και τέλος το 12,9% ελάχιστα σημαντικό

2015:



Παρόμοια με τα δύο προηγούμενα έτη εμφανίζονται και τα αποτελέσματα του 2015. Μόνο το 4,6% δήλωσε ότι θεωρεί πολύ σημαντικό το κριτήριο της νυχτερινής διασκέδασης στην Κρήτη, το 16,8% σημαντικό, για το 32,5% των επισκεπτών ήταν αδιάφορο, το 12,6% λίγο σημαντικό και η πλειοψηφία που αντιστοιχεί στο 33,5% θεωρεί την διασκέδαση καθόλου σημαντικό κριτήριο.

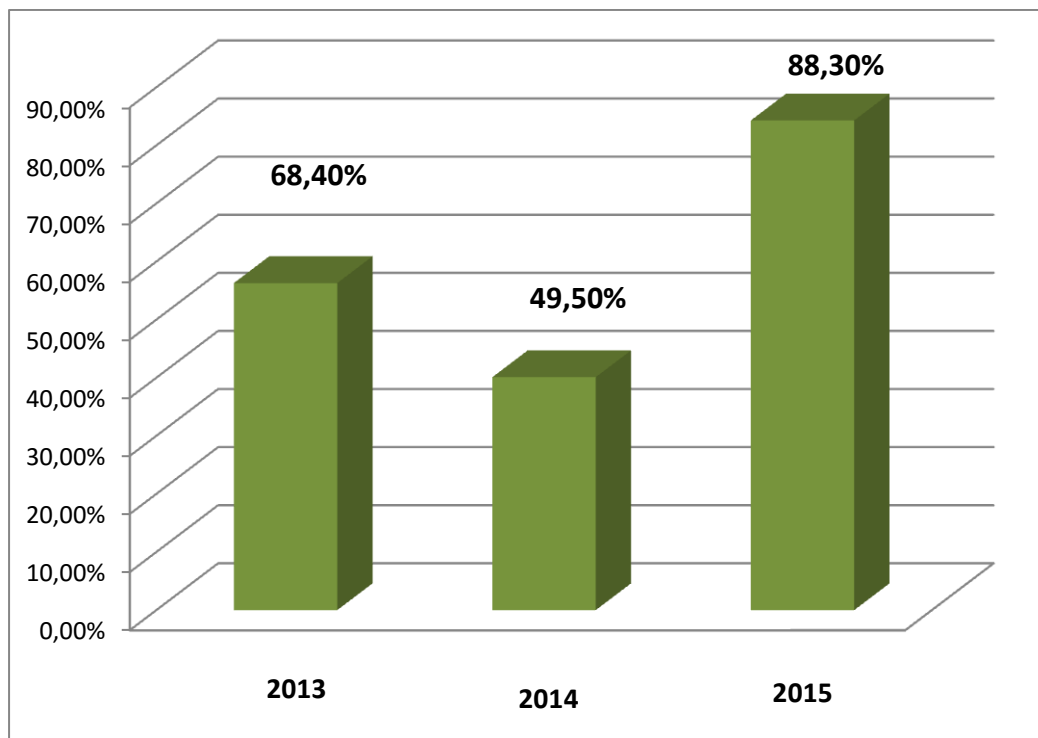
Ενδιαφέρον των επισκεπτών για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Κρήτη.

Αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μπορούμε να διακρίνουμε αρκετές μορφές. Στις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν τα έτη 2013, 2014 και 2015, ερευνήθηκε το ενδιαφέρον που έχουν οι τουρίστες για κάποιες από τις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη. παρατηρείται υψηλή προτίμηση για Γαστρονομικό Τουρισμό και Αγροτουρισμό, καθώς περίπου οι μισοί αλλοδαποί τουρίστες εξέφρασαν έντονο το ενδιαφέρον τους. Λιγότεροι είναι αυτοί που προτίμησαν κάποια άλλη μορφή εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι ο Φυσιολατρικός τουρισμός.

Γαστρονομικός Τουρισμός

Ο Γαστρονομικός τουρισμός όπως προαναφέραμε, είναι αυτή η μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με την υψηλότερο ενδιαφέρον και περισσότερος προτιμητέος. Παρακάτω παρουσιάζονται τα σχετικά γραφήματα όπου απεικονίζουν το ενδιαφέρον των τουριστών για τον Γαστρονομικό τουρισμό, για τα έτη 2013, 2014 και 2015.

Ενδιαφέρον για Γαστρονομικό τουρισμό



Σχετικά με το 2013, διαπιστώνεται ένα έντονο ενδιαφέρον από το 68,4% των αλλοδαπών τουριστών και καθόλου ενδιαφέρον από το 31,6% των τουριστών που επισκέφτηκαν την Κρήτη αυτό το έτος.

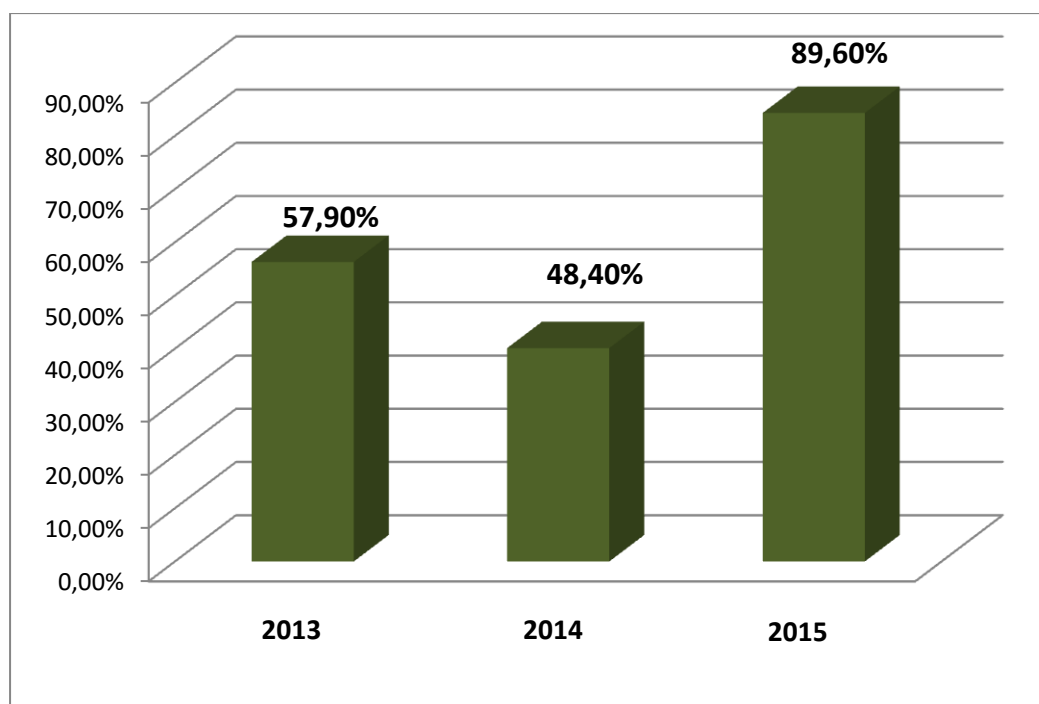
Αναφορικά με το έτος 2014 υπάρχει έντονο ενδιαφέρον από περισσότερους τουρίστες, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Συγκεκριμένα, σχεδόν οι μισοί από τους τουρίστες εξέφρασαν έντονο ενδιαφέρον, με ποσοστό 49,5%. Το υπόλοιπο 50,5% δεν εξέφρασε κάποιο ενδιαφέρον.

Όπως διαπιστώνεται και από το παραπάνω γράφημα που αφορά το έτος 2015, το ποσοστό των τουριστών που ενδιαφέρεται για τον Γαστρονομικό τουρισμό είναι πολύ μεγαλύτερο από τα δύο προηγούμενα έτη. Συγκεκριμένα, φαίνεται ότι το 88,3% εκφράζει ενδιαφέρον, ενώ το 11,7% δεν το ενδιαφέρει.

Αγροτουρισμός

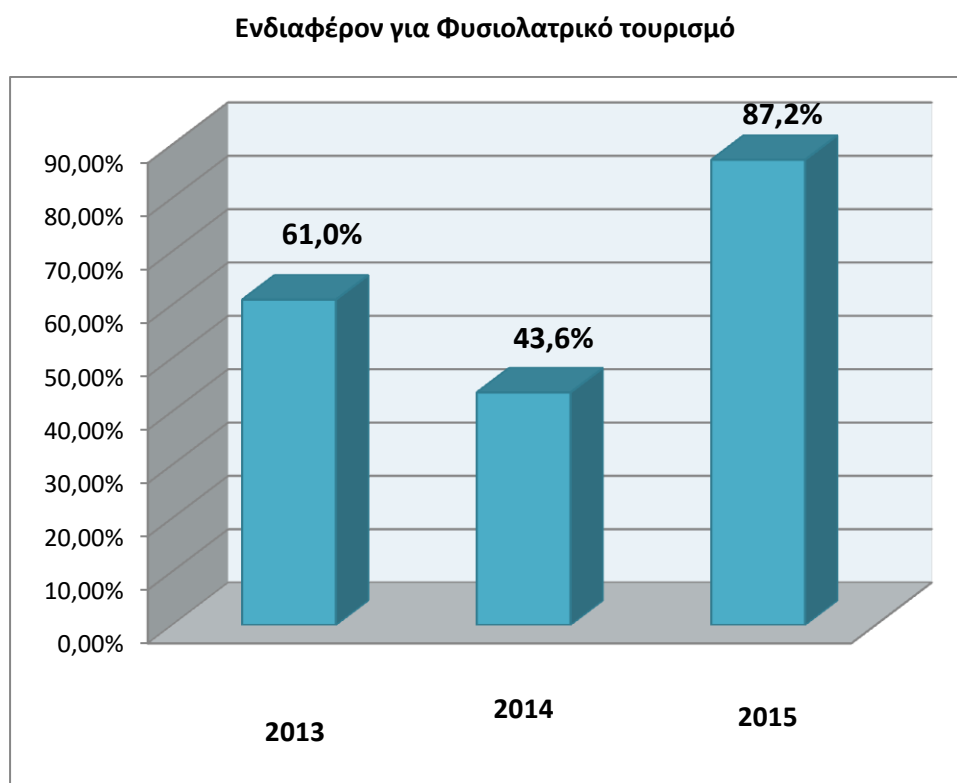
Όσον αφορά το έτος 2013, ο Αγροτουρισμός για το 42,1% των τουριστών δεν εμφανίζει κάποιο ενδιαφέρον ενώ το 57,9% δηλώνει ενδιαφέρον. Για το έτος 2014, ο Αγροτουρισμός παρουσιάζει περισσότερο ενδιαφέρον από τους τουρίστες που επισκέφτηκαν την Κρήτη, σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Συγκεκριμένα, το 48,4% εκφράζει πολύ ενδιαφέρον, το 51,6% καθόλου ενδιαφέρον. Το έτος 2015 οι τουρίστες που εξέφρασαν μεγάλο ενδιαφέρον για τον Αγροτουρισμό, ήταν ακόμα περισσότεροι από τα δύο προηγούμενα έτη. Το 89,6% των επισκεπτών έδειξε ενδιαφέρον, ενώ μόνο το 10,4% όχι.

Ενδιαφέρον για Αγροτουρισμό



Φυσιολατρικός Τουρισμός

Ο Φυσιολατρικός τουρισμός έρχεται τρίτος με τη σειρά ενδιαφέροντος από τους τουρίστες που επισκέφτηκαν την Κρήτη τα τρία τελευταία χρόνια. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε, παρατηρείται μία διαχρονική αύξηση του ενδιαφέροντος των επισκεπτών από το έτος 2013 έως και 2015. Αναλυτικά παρουσιάζονται παρακάτω τα αποτελέσματα για το κάθε έτος χωριστά.



Το έτος 2013 οι έξι στους δέκα εξέφρασαν το ενδιαφέρον τους για Φυσιολατρικό τουρισμό στην Κρήτη. Συγκεκριμένα, το 61% δήλωσε μεγάλο ενδιαφέρον και για το 39% ήταν αδιάφορος ο Φυσιολατρικός τουρισμός.

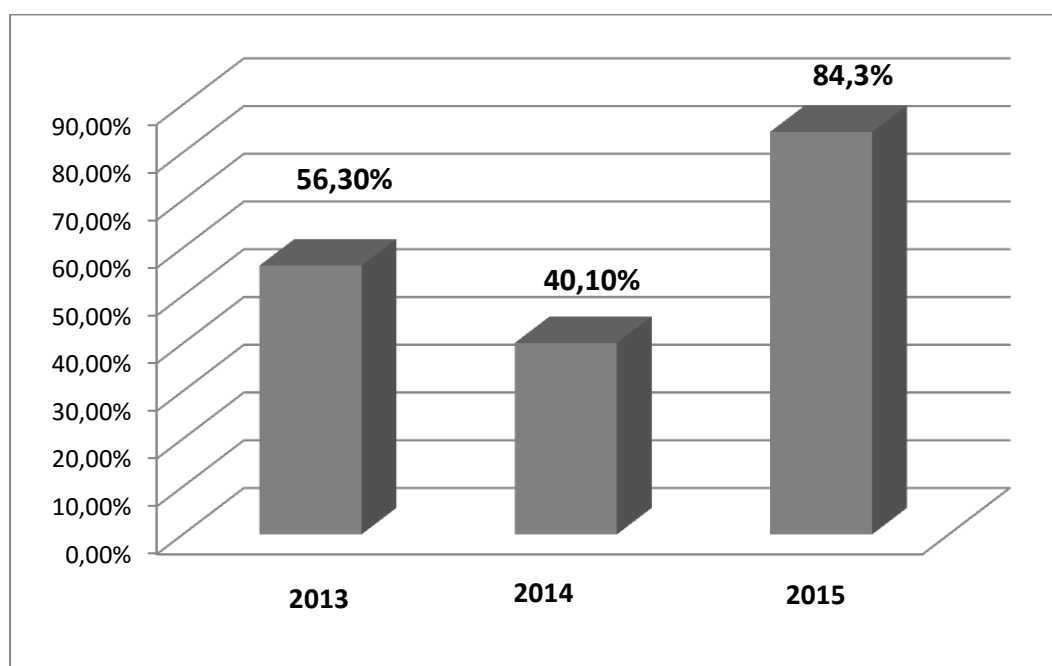
Οι αλλοδαποί τουρίστες το έτος 2014 απάντησαν το 43,6% ότι τους ενδιαφέρει πολύ ο Φυσιολατρικός τουρισμός στην Κρήτη, και το 56,4% δήλωσε αδιάφορο.

Όσον αφορά το έτος 2015 παρατηρείται μία σημαντική αύξηση των τουριστών που ενδιαφέρονται για τον Φυσιολατρικό τουρισμό στο νησί της Κρήτης. Συγκεκριμένα, το 87,2% των επισκεπτών εξέφρασε μεγάλο ενδιαφέρον, και μόνο το 12,8% δήλωσε αδιάφορο.

Μουσειακός Τουρισμός

Ο Μουσειακός τουρισμός είναι μία άλλη μορφή εναλλακτικού τουρισμού της Κρήτης, όπου εξετάστηκε το ενδιαφέρον των τουριστών κατά τα έτη 2013, 2014 και 2015. Παρακάτω απεικονίζονται τα σχετικά γραφήματα και για τα τρία έτη.

Ενδιαφέρον για Μουσειακό τουρισμό



Το έτος 2013 μπορούμε να πούμε ότι παρουσιάστηκε ενδιαφέρον από τους τουρίστες που επισκέφτηκαν την Κρήτη, για Μουσειακό τουρισμό. Συγκεκριμένα, το 56,3% εξέφρασε το ενδιαφέρον του και το 43,7% δήλωσε ότι δεν θα το ενδιέφερε καθόλου.

Αναφορικά με το έτος 2014 οι τουρίστες που ενδιαφέρονται για το Μουσειακό τουρισμό μειώθηκαν στο ποσοστό της τάξεως του 40,1%. Το υπόλοιπο 59,9% φάνηκε αδιάφορο σε αυτή τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Αντιθέτως με το έτος 2014, το έτος 2015 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αλλοδαπών τουριστών που ενδιαφέρονται για Μουσειακό τουρισμό. Συγκεκριμένα, το 84,3% εξέφρασε ενδιαφέρον, και μόνο το 15,7% δήλωσε αδιάφορο.

Συμπερασματικά όσον αφορά τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, παρατηρείται ότι το έτος 2013 το ενδιαφέρον των τουριστών είναι σε υψηλά επίπεδα, ενώ το έτος 2014 το ενδιαφέρον για κάποια από τις προαναφερθείσες μορφές τουρισμού μειώνεται κατά ένα μεγάλο ποσοστό. Το έτος 2015 φαίνεται ότι το ενδιαφέρον των αλλοδαπών τουριστών επανέρχεται σε υψηλότερα επίπεδα, ακόμα και από το έτος 2013. Αυτό σημαίνει ότι ο σύγχρονος επισκέπτης, προκειμένου να επιλέξει τον προορισμό των διακοπών του, αρχίζει και αναζητά βιωματικές εμπειρίες που συνδυάζουν τη φύση, την κουλτούρα, την παράδοση και τον πολιτισμό ενός τόπου. Από την έρευνα προκύπτει ότι ο Γαστρονομικός τουρισμός και ο Αγροτουρισμός είναι οι δύο μορφές εναλλακτικού τουρισμού που βρίσκουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον οι τουρίστες που επισκέπτονται την Κρήτη τα τρία τελευταία χρόνια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Όπως γίνεται αντιληπτό, η Κρήτη είναι ένα νησί που διαθέτει δύο μεγάλα συγκριτικά πλεονεκτήματα που είναι το κλίμα και το φυσικό της τοπίο. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτούμενων που συμμετείχαν στις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν τα τρία τελευταία έτη, θεώρησαν το κλίμα της Κρήτης και τις φυσικές ομορφιές που διαθέτει, τους πιο σημαντικούς λόγους ώστε να επιλέξουν την Κρήτη για προορισμό των διακοπών τους. Όπως διαπιστώθηκε, η ποιότητα και η ποικιλία του φαγητού, η φιλοξενία, και η συμπεριφορά των ανθρώπων, αποτελούν επίσης μεγάλα πλεονεκτήματα για το νησί, καθώς οι τουρίστες που επισκέφτηκαν την Κρήτη και τα τρία έτη, δήλωσαν μεγάλη ικανοποίηση και ευχαρίστηση. Η τάση για δοκιμή διαφόρων τοπικών προϊόντων, φαίνεται ότι το έτος 2013 ήταν σε αρκετά υψηλά επίπεδα, ενώ το έτος 2014 παρατηρείται μία μεγάλη μείωση του ποσοστού των τουριστών που δοκίμασαν και αγόρασαν τα τοπικά προϊόντα της Κρήτης. Ευχάριστο είναι το γεγονός ότι το 2015 υπάρχει μία ανοδική τάση όσον αφορά την δοκιμή και την αγορά των τοπικών προϊόντων, χωρίς όμως τα νούμερα να πλησιάζουν το έτος 2013. Είναι ένα θέμα λοιπόν που χρήζει άμεσης αντιμετώπισης, καθώς επηρεάζει την τοπική οικονομία. Όσον αφορά την ικανοποίηση των τουριστών από τις υπηρεσίες που προσφέρει η Κρήτη, παρατηρείται μία διαχρονική αύξηση του επιπέδου ικανοποίησης και αυτό σηματοδοτεί ότι το νησί βελτιώνει την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν επιδέχονται βελτίωση. Σημειώνεται μεγάλη δυσανεμία για την οδική σήμανση και τις υποδομές της Κρήτης, όπως για παράδειγμα το οδικό δίκτυο, και αυτή η δυσανεμία φαίνεται να αυξάνεται το τελευταίο έτος. Αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, φαίνεται να εντείνεται το ενδιαφέρον των τουριστών το έτος 2015 σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, ειδικότερα για τον Γαστρονομικό τουρισμό, τον Αγροτουρισμό, και τον Φυσιολατρικό. Σε γενικές γραμμές, η Κρήτη είναι ένα νησί που διαθέτει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα ώστε να μπορέσει να εκμεταλλευτεί αυτές τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπου θα συμβάλλει και στην επιμήκυνση της τουριστικής

περιόδου. Η έλλειψη υποδομών αποτελεί σημαντικό εμπόδιο το οποίο ωστόσο μπορεί να προσπεραστεί εφόσον υπάρξει συνεργασία όλων των φορέων του νησιού. Η έλλειψη υποδομών όπως προαναφέραμε για παράδειγμα το οδικό δίκτυο και την οδική σήμανση, αποτελεί σημαντικό εμπόδιο το οποίο βεβαίως μπορεί να ξεπεραστεί εφόσον υπάρξει συνεργασία των φορέων. Αναφορικά με την παγκόσμια τάση τουρισμού, σύμφωνα με έρευνες, ένας στους δύο επισκέπτες θα επιλέγει κάποια από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού ώστε να πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι, αναζητώντας γνήσιες βιωματικές, εναλλακτικές εμπειρίες (κ. Ζούνη Γ., Δρ. Πανεπιστημίου Πειραιώς, Open tourism; 2016). Αναμένεται λοιπόν ραγδαία αύξηση των εναλλακτικών τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη, τα επόμενα χρόνια.

Αναμφισβήτητα λοιπόν, είναι αναγκαίο να γίνουν οι κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες όσον αφορά στον τουρισμό σαν σύνολο, αλλά και μεμονωμένες ενέργειες όπως για παράδειγμα βελτίωση των υποδομών και των υπηρεσιών του νησιού, καθώς και να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, αφού ο μαζικός τουρισμός φαίνεται να πλησιάζει στο σημείο κορεσμού. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι πια εναλλακτικός, αλλά κεντρικός.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - REFERENCES:

- Ελληνική Στατιστική Αρχή,
http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGEthemes?p_param=A2001
- Τράπεζα της Ελλάδος,
<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/travelling.aspx>
- Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, <http://www.hcaa.gr/profile/statistics/>
- Baourakis, G., Zopounidis, C., Angelakis, G., Drakos, P., (2011) “Employment and Perfictures” Scientific Marketing, Management in Greek.
- Baourakis, G., Zopounidis, C., Angelakis, G., Drakos, P., Mother from heaven for the tourism of Crete.
- ΚΕΠΕ (2014), Οικονομικές Εξελίξεις, Τεύχος 24, Ιούνιος 2014
- www.novapublishers.com/catalog/product_info.php?products_id=38223
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/ecotourism/>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/gastronomy/>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/athletic-tourism/>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/medical-tourism/>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/conferences/>
- http://www.crete.gov.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=6034&Itemid=844&lang=el#.V357VxLlzcs

- <http://www.crete.gov.gr/index.php?lang=el#.V357BBLIzcs>
- IOBE (2014), Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία
- <http://www.enikonomia.gr/tourism/33268,Oi-14-megales-ependyseis-poy-8a-anava8misoy-n-ton-ellhniko-toyrismo.html>
- http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/pentasteres_ependyseis_ston_tourismo-64284369/
- <http://www.cnn.gr/travel/ellada/story/34801/telegraph-h-ellada-idanikos-proorismos-kai-gia-single>
- Cruise Line Industry Association (2014), Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2014 Edition
- sete.gr/fei_modules/ajaxplorer/data/public/728aa1.php?dl=true
- www.minagric.gr
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2011). *Travel & Tourism Economic Impact 2011 – World*. Retrieved from <http://www.foresightfordevelopment.org/sobipro/55/840-world-travel-and-tourism-economic-impact-2011>
- Kizos, T. & Iosifides, T. (2007), "The Contradictions of Agrotourism Development in Greece: Evidence from Case Studies", *South European Society & Politics*,
- «Οικοτουρισμός», David A. Fennell, εκδόσεις «Ελλήν», Αθήνα 2010
- «Επιπτώσεις από την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού: Ελληνική πραγματικότητα και ξένες αναφορές» Λιαλιάμος Γ. Αθήνα 2004
- <http://www.discovergreece.com/el/medical>

- <http://pmjournal.gr/iatrikos-tourismos-marketing/>
- κ. Ζούνη Γ., Δρ. Πανεπιστημίου Πειραιώς, Open tourism; 2016
- Ahmed ZU. 1991. The Influence of the Components of a State's Tourist Image on Product Positioning Strategy. *Tourism Management*.
- Babin LA, Burns AC. 1997. Effects of Print Ad Pictures and Copy Containing Instructions to Imagine on Mental Imagery that Mediates Attitudes. *Journal of Advertising* 26(3): 33–44.
- Baker S, Green H. 2005. Blogs Will Change your Business. *Business Week*.
- Bone PF, Ellen PS. 1992. Generation and Consequences of Communication Evoked Imagery. *Journal of Consumer Research*..
- Cadotte ER, Woodruff RB, Jenkins RL. 1987. Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*.
- Dickinger A. 2011. The Trustworthiness of Online Channels for Experience- and Goal-directed Search Tasks. *Journal of Travel Research*.
- Echtner CM, Ritchie JRB. 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*.
- Fornell C, Larcker D. 1981. Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*.
- Goodrich JN. 1978. The Relationship between Preferences for and Perceptions of Vacation Destinations: Application of a Choice Model. *Journal of Travel Research* .
- Hunt JD. 1975. Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research* .

- Puhringer S, Taylor A. 2008. A Practitioner's Report on Blogs as a Potential Source of Destination Marketing Intelligence. *Journal of Vacation Marketing* 14(2): 177–187.
- Yuksel A, Akgul O. 2007. Postcards as Affective Image Makers: An Idle Agent in Destination Marketing. *Tourism Management*.
- Pan S. 2011. The Role of TV Commercial Visuals in Forming Memorable and Impressive Destination Images. *Journal of Travel Research*.
- AZMAN-SAINI, W.N.W, BAHARUMSHAH, A. Z. and LAW, S. H. (2010). Foreign Direct Investment, Economic Freedom and Economic Growth: International Evidence. *Economic Modelling*, 27, 1079 – 1089.
- DAVIDSON, R. and COPE, B. (2003). *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Essex: Pearson Education.
- DIPIETRO, R. B., BREITNER, D., ROMPF, P. and GODLEWSKA, M. (2008). An Exploratory Study of Differences among Meeting and Exhibition Planners in their Destination Selection Criteria. *Journal of Convention & Event Tourism*.
- FENICH, G., SCOTT-HALSELL, S., OGBEIDE, G.-C. and HASHIMOTO, K. (2014). What the Millennial Generation from Around the World Prefers in Their Meetings, Conventions and Events. *Journal of Conventions and Event Tourism*,.
- JUDITH, M. and THOMPSON, K. (2009). The UK Association Conference Attendance Decision-Making Process. *Tourism Management*.
- OPPERMANN, M. (1996 b). Convention Cities – Images and Changing Fortunes. *The Journal of Tourism Studies*.
- OPPERMANN, M. and CHON, K.-S. (1997). Convention Participation Decision-Making Process. *Annals of Tourism Research*.

- WOOTTON, G. and STEVENS, T. (1995). Business Tourism: A Study of the Market for Hotel-Based Meetings and its Contribution to Wales's Tourism. *Tourism Management*, 16(4), 305 – 313. Doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00020-O](http://dx.doi.org/10.1016/0261-5177(95)00020-O)
- LEE, T. H. and Park, J.-Y. (2002). Study on the Degree of Importance of Convention Service Factors: Focusing on the Differences in Perception Between Convention Planners and Participants. *Journal of Convention & Exhibition Management*.
- DAVIDSON, R. and COPE, B. (2003). *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Essex: Pearson Education.
- Dann G. 1977. Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*
- Gnoth J, Zins AH. 2010. Cultural Dimensions and the International Tourist Role Scale: Validation in Asian Destinations? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*
- Loring J. 2013. Creating the Tourist Product in the Opposition Between Self-Actualization and Collective Consumption: The Case of Charter Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*
- Loker-Murphy L. 1996. Backpackers in Australia: A Motivation- Based Segmentation Study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*
- Wickens E. 2002. The Sacred and the Profane. *Annals of Tourism Research*
- Loker-Murphy L. 1996. Backpackers in Australia: A Motivation- Based Segmentation Study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*

- Li M, Cai LA, Lehto XY, Huang J (Zhuowei). 2010. A Missing Link in Understanding Revisit Intention – The Role of Motivation and Image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*
- Pearce PL, Lee U-I. 2005. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*
- Week L. 2012. I Am Not a Tourist: Aims and Implications of “Traveling”. *Tourist Studies*