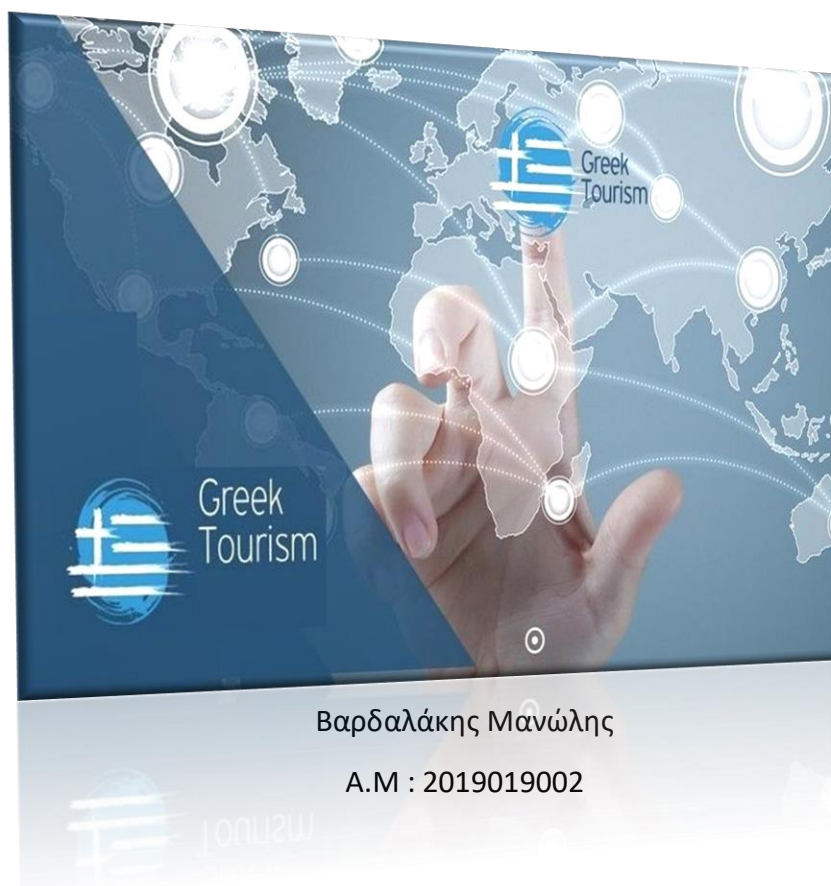


Διοίκηση Επιχειρήσεων - Master in Business Administration (MBA)

Ειδίκευση: Στελέχη Δημόσιας Διοίκησης

### **Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία:**

*Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στη βιώσιμη Τουριστική  
Ανάπτυξη και Προβολή: Η περίπτωση του Δήμου Χανίων*



Επιβλέπων Καθηγητής: Μουστάκης Β.

Χανιά, Μάιος 2022

Μεταπτυχιακή Εργασία

*Ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης στη βιώσιμη Τουριστική  
Ανάπτυξη και Προβολή: Η περίπτωση του Δήμου Χανίων*

*The role of Local Government in Sustainable Tourism  
Development and Promotion: the case of the Chania municipality*

Εξεταστική Επιτροπή

Β. Μουστάκης (Επιβλέπων Καθηγητής)

Ν. Ματσατσίνης, Καθηγητής

Στ. Τσαφάρáκης, Αναπληρωτής Καθηγητής

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Βασίλη Μουστάκη για την αμέριστη καθοδήγηση και στήριξη σε όλη την διάρκεια της εκπόνησης της έρευνας.

Επιπλέον θερμές ευχαριστίες σε όλους τους εκπροσώπους των φορέων και των επιχειρήσεων που το δίχως άλλο ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμά μου και συμμετείχαν στο εγχείρημα αυτό. Χωρίς αυτούς, η προσπάθεια αυτή δεν θα είχε κανένα αποτέλεσμα.

Εγκάρδιες ευχαριστίες θέλω να δώσω στους ανθρώπους που βρίσκονταν κοντά μου σε όλη αυτή την προσπάθεια Κώστα, Τζένη, Πηνελόπη, Νατάσα και ιδιαιτέρως στον Βαγγέλη, που ο καθένας με στήριξε και με ενέπνευσε με τον δικό του μοναδικό τρόπο.

Τέλος, αφιερώνω την διπλωματική μου εργασία στους γονείς μου, Δημήτρη και Τασούλα, για την αγόγγυστη υποστήριξη τους σε κάθε μου προσπάθεια.

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, με την ανάπτυξη των αεροπορικών συνδέσεων και το ευρύτερο οικονομικό πλαίσιο που οδήγησαν στην αυξητική τάση των ανθρώπων να κάνουν ταξίδια αναψυχής, θεωρείται επιβεβλημένη ανάγκη η χάραξη νέων στρατηγικών και η αναδιάρθρωση των ήδη ανεπτυγμένων μηχανισμών με στόχο την βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και προβολή. Αυτές οι δράσεις επιδιώκουν την ενεργοποίηση του συνόλου των πόρων μιας περιοχής μέσα από ένα δίκτυο εμπλεκόμενων φορέων, που σκοπό έχουν να προβάλουν τα τοπικά στοιχεία και να εμπλέξουν την τοπική κοινωνία σε δράσεις που θα οδηγήσουν σε συνθήκες περαιτέρω ανάπτυξης σε ένα πλαίσιο βιωσιμότητας. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει τα εξής ζητήματα στην περιφέρεια του Δήμου Χανίων:

- Τον επαναπροσδιορισμό του Τουριστικού προϊόντος του Δήμου Χανίων
- Την χάραξη νέων και πιο σύγχρονων στρατηγικών ανάπτυξης
- Την βιωσιμότητα του Τουριστικού προϊόντος του Δήμου Χανίων

Η έρευνα αυτή προσπαθεί να αποτυπώσει και να διασαφηνίσει τις κατευθύνσεις και τις δράσεις των τοπικών φορέων του Δ. Χανίων, προκειμένου να διατηρήσουν και να εξελίσουν τον τουρισμό ώστε να είναι βιώσιμος και να χαρακτηρίζεται από αειφορία. Λαμβάνοντας υπόψιν ότι η σαφέστερη απεικόνιση μιας υφιστάμενης κατάστασης ορίζει τις προοπτικές βελτίωσής της, η παρούσα μελέτη δεν αποσκοπεί πρωτίστως στη διατύπωση προτάσεων αλλά κυρίως στην ανάδυση αυτών μέσα από μια, όσο το δυνατόν γίνεται, πιο αντικειμενική αποτύπωση της πραγματικότητας.

Η συλλογή δεδομένων έγινε με τη μέθοδο των ημί-δομημένων συνεντεύξεων και οι συμμετέχοντες ήταν έξι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού και εκπρόσωποι τεσσάρων βασικών εμπλεκόμενων φορέων στην τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Χανίων. Από τους συμμετέχοντες επιχειρηματίες, τέσσερις ασχολούνται με τον Ξενοδοχειακό τομέα, ένας με επιχείρηση ιδιωτικών μεταφορών και ένας με τον τομέα της εστίασης. Οι τέσσερις εμπλεκόμενοι φορείς στην έρευνα ήταν:

- Ο Δήμος Χανίων
- Η Ένωση Ξενοδόχων Νομού Χανίων
- Το Επιμελητήριο Χανίων
- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Στην περιοχή της έρευνας, ζητούμενο αποτελεί τόσο η περαιτέρω ανάπτυξη του Τουρισμού σε έναν ορίζοντα βιωσιμότητας όσο και η επιμήκυνση της Τουριστικής περιόδου. Τα δύο αυτά ζητούμενα, αποτελούν προσδοκία και μέλημα τόσο των επιχειρηματιών όσο και των Τοπικών Φορέων τα τελευταία χρόνια και κρίνονται ιδιαίτερα σημαντικά λόγω της μεγάλης συμμετοχής της κοινωνίας και της εξάρτησης των πολιτών από την δραστηριότητα του τουρισμού.

Λόγω της μεγάλης και ποικίλης εμπλοκής ετερογενών φορέων στον τουρισμό προκύπτουν ζητήματα συνεννόησης και κοινού σχεδιασμού. Ο όρος της

βιωσιμότητας έχει διαφορετικές αναγνώσεις από τον κάθε εμπλεκόμενο και τις περισσότερες φορές προκύπτουν αντικρουόμενα συμφέροντα. Η περιοχή της έρευνας, όντας χαρακτηρισμένη ως τουριστική, έχει αρκετά από τα εργαλεία αυτά που διευκολύνουν το σχεδιασμό μιας κοινής στρατηγικής για την περαιτέρω ανάπτυξη του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Σε γενική ομολογία το τοπικό τουριστικό προϊόν έχει έντονη δυναμικότητα λόγω της ύπαρξης πολλών και έντονων διαφοροποιήσεων, που όμως με τον κατάλληλο προγραμματισμό μπορούν να δώσουν μεγάλη ώθηση στον τομέα του τουρισμού. Ωστόσο, ο τομέας του σχεδιασμού χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητα και πολυδιάσπαση και έλλειψη συντονισμού φορέων και επιχειρήσεων προς την κατεύθυνση της κοινής στρατηγικής για την ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου.

Λέξεις Κλειδιά: Βιωσιμότητα, ανάπτυξη, Δήμος Χανίων, Τοπικοί φορείς ανάπτυξης, δίκτυα, τοπικό τουριστικό προϊόν, συμμετοχή, στρατηγική, σχεδιασμός.

## Abstract

In recent years, with the development of air links and the wider economic context that led to the increasing trend of people to make leisure trips, it is considered essential to define new strategies and restructure already developed mechanisms aimed at sustainable tourism development and promotion. These actions seek to mobilize all the resources of a region through a network of stakeholders, which aim to promote local elements and engage the local community in actions that will lead to conditions of further development in a sustainability framework. The purpose of this research is to explore the following issues in the Municipality of Chania:

- The redefinition of the tourist product of the Municipality of Chania
- The development of new and more modern development strategies
- The sustainability of the tourist product of the Municipality of Chania

This research tries to capture and clarify the guidelines and actions of local actors in Chania Municipality, in order to maintain and develop tourism to be sustainable and to be characterized by sustainability. Considering that the clearer depiction of an existing situation determines the prospects for its improvement, this research is not primarily aimed at making proposals but mainly at their emergence through a more objective reflection of reality as possible

The data collection was done by the method of semi-structured interviews and the participants were six entrepreneurs active in tourism and representatives of four key stakeholders in the tourism development of the Municipality of Chania. Of the participating entrepreneurs, four are involved in the hotel sector, one with a private transport company and one with the catering sector. The four actors involved in the survey were:

- The Municipality of Chania
- The Association of Hoteliers of Chania
- The Chamber of Chania
- The Greek Organization of Tourism

In the area of research, it is important to develop tourism further in a sustainability horizon and to extend the tourist season. These two issues are the expectation and concern of both entrepreneurs and Local Authorities in recent years and are especially important due to the high participation of society and the dependence of citizens on tourism activity.

Due to the wide and varied involvement of heterogeneous stakeholders in tourism, issues of consultation and common planning arise. The condition of sustainability has different readings from each involved and most often conflicts of interest arise. The area of research, which is characterized as a tourist area, has several of these tools which facilitate the design of a common strategy for the further development of the local tourist product. The local tourist product has a strong potential due to the existence of many and intense differentiations, but with proper

planning can give a great boost to the tourism sector. However, the design sector is characterized by complexity and complexity and lack of coordination between institutions and businesses with regard to the common strategy for the development of the tourism sector.

**Key words:** Sustainability, development, Municipality of Chania, Local development agencies, networks, local tourist product, participation, strategy, planning

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	iv
Abstract.....	vi
Λίστα Πινάκων .....	x
Κατάλογος Συντομογραφιών .....	x
Εισαγωγή .....	1
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> Η διάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα και η έννοια του Τουρισμού .....	3
1.1 Η τοπική Αυτοδιοίκηση στην Ελλάδα.....	3
1.2 Σύγχρονες τάσεις στον Τουρισμό.....	4
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> Βιωσιμότητα στον Τουρισμό.....	6
2.1 Βιώσιμη Τουριστική ανάπτυξη.....	6
2.2 Κριτήρια και προϋποθέσεις βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης .....	8
2.2.1 Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας .....	8
2.2.2 Συμμετοχή και τοπικός έλεγχος .....	9
2.2.3 Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών .....	11
2.2.4 Συνεργασία.....	12
Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> Τοπική Αυτοδιοίκηση και Τουρισμός .....	14
3.1 Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.....	14
3.2 Η επίδραση του Τουρισμού στην Τοπική Αυτοδιοίκηση .....	15
3.3 Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός .....	16
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> Περιοχή Έρευνας και Τουριστικοί Πόροι.....	19
4.1 Η Περιφερειακή Ενότητα Χανίων.....	19
4.2 Ο Δήμος Χανίων.....	19
4.3 Εμπλεκόμενοι Φορείς με την Ανάπτυξη του Τουρισμού στον Δήμο Χανίων... ..	21
4.4 Στρατηγικός Σχεδιασμός Δήμου Χανίων 2019-2023 .....	23
Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> Ερευνητική Μεθοδολογία.....	25
5.1 Ο Σκοπός της Έρευνας .....	25
5.2 Μεθοδολογία Έρευνας .....	26
5.3 Ερευνητικός Σχεδιασμός.....	27
5.4 Επιλογή Δείγματος και Διαδικασία Συνεντεύξεων .....	28
5.5 Αξιοπιστία Ποιοτικής Έρευνας .....	29
Κεφάλαιο 6 <sup>ο</sup> Αποτελέσματα Έρευνας .....	31



6.1 Αποτελέσματα Φορέων .....	31
6.1.1 Προσανατολισμός του Τουρισμού και Τουριστικοί Πόροι.....	31
6.1.2 Η δυναμική των τουριστικών επιχειρήσεων- Τοπική επιχειρηματικότητα	33
6.1.3 Τουρισμός και Τοπική οικονομία. ....	33
6.1.4 Αναγνώριση των αναγκών – Τοπική Διαβούλευση – Ενημέρωση.....	33
6.1.5 Διασύνδεση-Δικτύωση Τουριστικών Επιχειρήσεων.....	34
6.1.6 Διασύνδεση και συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και των τοπικών φορέων. ....	35
6.1.7 Διασυνδέσεις – δικτυώσεις των φορέων ανάπτυξης.....	35
6.1.8 Μελλοντικές Δράσεις.....	35
6.2 Αποτελέσματα έρευνας επιχειρήσεων.....	36
6.2.1 Ο επιχειρηματίας .....	36
6.2.2 Η ταυτότητα των επιχειρήσεων .....	36
6.2.3 Επιχειρήσεις και αρμόδιοι φορείς ανάπτυξης.....	37
6.2.4 Ενημέρωση, Επενδυτικά προγράμματα .....	38
6.2.5 Δικτύωση- Σύνδεση Τουριστικών επιχειρήσεων και τοπική οικονομία..	38
6.2.6 Συμμετοχή σε τοπικούς συλλόγους και δράσεις.....	39
6.2.7 Προτεινόμενες δράσεις – Εκτιμήσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού .....	39
Κεφάλαιο 7ο Συζήτηση – συμπεράσματα .....	41
7.1 Η υφιστάμενη κατάσταση και ο προσανατολισμός του τοπικού τουρισμού...	41
7.2 Οι αλληλεπιδράσεις των τουριστικών επιχειρήσεων και των τοπικών φορέων ανάπτυξης.....	43
Βιβλιογραφία .....	45
Παράρτημα .....	49

## Λίστα Πινάκων

- Πίνακας 1, *Βαθμός ικανοποίησης των επιχειρηματιών από τους φορείς ανάπτυξης* σελ.39

## Κατάλογος Συντομογραφιών

- ΟΤΑ                      Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Δ. Χανίων            Δήμος Χανίων
- ΒΟΑΚ                  Βόρειος Οδικός Άξονας Κρήτης
- ΜΑΙΧ                  Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων
- ΑΕΠ                    Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
- ΕΟΤ                    Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

## Εισαγωγή

Στην Ελλάδα του 21<sup>ου</sup> αιώνα, ο κεντρικός Δημόσιος Φορέας Διοίκησης προσπαθεί να ανταπεξέλθει στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις διαχείρισης πολύπλοκων ζητημάτων. Μετά την αναδιοργάνωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Δήμων και Περιφερειών, ζητούμενο αποτελεί να αναδειχθεί ο διοικητικός τους ρόλος σε τομείς που η κεντρική δημόσια εξουσία δεν ήταν ιδιαίτερα αποτελεσματική. Τέτοιοι τομείς είναι η κοινωνική πολιτική, η παιδεία, η οικονομία, ο πολιτισμός, η διακυβέρνηση και γενικότερα όλοι οι νευραλγικοί τομείς που χαρακτηρίζουν μια σύγχρονη κοινωνία.

Οι δήμοι και οι περιφέρειες έχουν τη δυνατότητα λόγω του μεγέθους τους, να εξειδικεύσουν τις πολιτικές τους, ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν και να σχεδιάσουν τις στρατηγικές τους που θα είναι πιο ευέλικτες και εξειδικευμένες στους στόχους που έχουν επιλεγεί.

Στο νέο αυτό περιβάλλον διοίκησης, πρόκληση αποτελεί ο τρόπος που οι διάφοροι τοπικοί φορείς θα αναγνωρίσουν και θα διαχειριστούν τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και με ποιον τρόπο θα καταστρώσουν πολιτικές βιώσιμες για τον κάθε τομέα. Θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός τόσο ο τρόπος επικοινωνίας για τα όποια σχέδια έχουν δρομολογηθεί όσο και η πραγμάτωση και ο έλεγχος της πορείας της εκάστοτε πολιτικής.

Η τοπική πρωτοβουλία και φυσικά η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζονται ως η δύναμη που κινεί την ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, οι τοπικοί φορείς ανάπτυξης (η τοπική αυτοδιοίκηση και οι επιχειρηματίες με τα εκάστοτε τοπικά σωματεία τους) καλούνται να αναλάβουν νέες αρμοδιότητες, να συνεργαστούν και να δημιουργήσουν δίκτυα που ενώνουν όλους τους τομείς. Με τον τρόπο αυτόν είναι δυνατόν και πιο πιθανόν να αναδειχθούν καινοτομίες και να υιοθετηθούν βιώσιμες πρακτικές ανάπτυξης.

Ο τουρισμός προβλήθηκε ως εναλλακτικό μέσο για την ανεύρεση νέων θέσεων εργασίας, την αύξηση του βιοτικού επιπέδου και την επίτευξη της ανθρώπινης βιωσιμότητας. Στην σημερινή εποχή όμως έχει αποκτήσει και το χαρακτηριστικό της προώθησης της επικοινωνίας των ανθρώπων και των ανθρωπίνων σχέσεων σε παγκόσμια κλίμακα, δίνοντας ταυτόχρονα την ευκαιρία για ανάδειξη και προώθηση των τοπικών εθίμων και τοπικής κουλτούρας του προορισμού (Τασσού , 2017). Επιπροσθέτως, αποτελεί ένα σημαντικό τομέα της οικονομικής δραστηριότητας σε όποια χώρα και αν αναπτύσσεται, με την συναλλαγματική αύξηση, την δημιουργία επιπρόσθετου εισοδήματος και την δημιουργία θέσεων εργασίας. Βάσει των παραπάνω, θεωρείται ως ένας πολύ σημαντικός και ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας της οικονομίας. (Παππάς, 2011). Κάποιοι από τους παράγοντες που συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη ενός τόπου είναι το υψηλό εισόδημα ενός μεγάλου ποσοστού των επισκεπτών, η ανάπτυξη των μέσων μαζικής μεταφοράς και ιδιαιτέρως των αερομεταφορών, καθώς και η ανάπτυξη των μέσων ενημέρωσης του web 2.0 και των social media. Βέβαια, η τουριστική βιομηχανία στηρίζεται στην χρήση εύθραυστων πόρων όπως οι φυσικοί, οι πολιτιστικοί, οι ιστορικοί και οι πολιτισμικοί (Παππάς, 2011). Μπορεί να συνδράμει στην οικονομική ανάπτυξη μια περιοχής

δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και εισροή νέου χρήματος, στον αντίποδα όμως επιβαρύνει περιβαλλοντικά και κοινωνικά τον προορισμό, με αποτέλεσμα να εμποδίζεται η ομαλή λειτουργία της τοπικής κοινωνίας και του τοπικού τουρισμού. (Ταμουτσέλη, 2009). Από τα παραπάνω, κρίνεται απαραίτητη η εμπλοκή της τοπικής αυτοδιοίκησης στην ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού που θα αναδείξουν τον προορισμό αλλά συγχρόνως θα προστατέψουν το περιβάλλον, δημιουργώντας τις προϋποθέσεις εκείνες που θα προωθούν την οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και περιβαλλοντική ανάπτυξη και αειφορία αυτών.

Συνοψίζοντας, ο δημόσιος φορέας και πιο συγκεκριμένα η τοπική αυτοδιοίκηση καλείται να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των παγκόσμιων στρατηγικών για τον τουρισμό, με γνώμονα την ανάδειξη και διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και ταυτόχρονα να συμβάλει στην κοινωνική ευημερία, μέσω μιας υγιούς οικονομικής ανάπτυξης που μπορεί να επιτευχθεί μέσα από βιώσιμες πρακτικές του τουρισμού.

Η παρούσα έρευνα εντάσσεται στο παραπάνω πλαίσιο, με σκοπό τόσο την διερεύνηση της δυνατότητας της περαιτέρω τουριστικής ανάπτυξης πλέον με ορίζοντα βιωσιμότητας στον Δήμο Χανίων όσο και τον προσδιορισμό του ρόλου των τοπικών φορέων που έχουν αναλάβει τις διαδικασίες σχεδιασμού και προβολής. Στην έρευνα αυτή η τουριστική ανάπτυξη δεν εξετάζεται ως τελικός στόχος αλλά ως εργαλείο – βάση που θα καταφέρει να διαμορφώσει μια υγιή ανάπτυξη σε όλους τους τομείς της οικονομίας και της τοπικής κοινωνίας.

Την περιοχή μελέτης αποτελεί ο Δήμος Χανίων που αποτελείται από 7 δημοτικές ενότητες, συγκεκριμένα τις ενότητες:

1. Ακρωτηρίου,
2. Ελ. Βενιζέλου,
3. Θερίσου,
4. Κεραμιών,
5. Νέας Κυδωνίας,
6. Σούδας και
7. Χανίων με έδρα τα Χανιά.

Τα Χανιά είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Κρήτης μετά το Ηράκλειο, με 108.642 κατοίκους (απογραφή του 2011), κατοικείται από τη Νεολιθική εποχή και έχει αποτελέσει μια σημαντική πόλη κατά το πέρασμα των αιώνων. Οι επτά δημοτικές κοινότητες χαρακτηρίζονται από ανομοιογένεια. Στις βόρειες η τουριστική ανάπτυξη είναι αρκετά έντονη ενώ όσο προχωράμε προς την ενδοχώρα του ενοποιημένου Δήμου, μπορούμε να διακρίνουμε την απουσία του Τουρισμού και την παρουσία του αγροτικού και του μεταποιητικού τομέα της οικονομίας. Ο Δ. Χανίων χαρακτηρίζεται στο σύνολο του από έντονες μορφολογικές αντιθέσεις και τοπία πλούσιου φυσικού κάλλους διαθέτει επίσης πολλούς οικισμούς σημαντικού αρχαιολογικού και ιστορικού ενδιαφέροντος.

# Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Η διάρθρωση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα και η έννοια του Τουρισμού

## 1.1 Η τοπική Αυτοδιοίκηση στην Ελλάδα

Το σύστημα της διοικητικής οργάνωσης της Ελλάδας περιγράφεται από το Σύνταγμα και τους νόμους του κράτους, οι οποίοι ορίζουν ότι η διοίκηση των τοπικών υποθέσεων ανήκει στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης 1<sup>ου</sup> και 2<sup>ου</sup> βαθμού (Ψυχάρης & Σιμάτου, 2003). Η οργάνωση αυτή άλλαξε δομικά, έτσι ώστε η Τοπική Αυτοδιοίκηση να γίνει ακόμα πιο αποτελεσματική, λειτουργική, με διαφάνεια και υπευθυνότητα, ως προς την λειτουργία της και ως προς τις υπηρεσίες που προσφέρει στους πολίτες (Ξυλα-Παττακού, et al., 2012). Η διοικητική διαίρεση της χώρας εφαρμόζεται με τον νόμο 3852/2010, ή αλλιώς πιο γνωστό ως Πρόγραμμα «Καλλικράτης», που εφαρμόζεται από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου του 2011. Κύριος στόχος του «Καλλικράτη» ήταν η οργανωτική και επιχειρησιακή ενίσχυση της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, μέσα από την συνένωση Δήμων και τη διαμόρφωση των Περιφερειών (Ζυγούρης, Δανόπουλος, & Κουτσούρη, 2014). Βάσει αυτών οι Ο.Τ.Α. πρώτου κ δευτέρου βαθμού ανασυγκροτήθηκαν πληθυσμιακά και χωρικά σε μεγαλύτερες γεωγραφικές μονάδες, με συνένωση δήμων και κοινοτήτων και νομαρχιακών αυτοδιοικήσεων, αντίστοιχα. Η Ελλάδα σήμερα, διαιρείται σε 325 Δήμους, 13 Περιφέρειες και 7 Αποκεντρωμένες Διοικήσεις.

Στον 1<sup>ο</sup> βαθμό τοπικής αυτοδιοίκησης ανήκουν οι Δήμοι όπου είναι αυτοδιοικούμενα κατά τόπο νομικά πρόσωπα. Υπέρ των Δήμων συντρέχει το τεκμήριο διοίκησης των τοπικών υποθέσεων (Ξυλα-Παττακού, και συν., 2012). Οι αρμοδιότητες που έχουν οι δήμοι είναι να παρέχουν υπηρεσίες προς όφελος του κοινωνικού τοπικού συνόλου. Σύμφωνα με την Εγκύκλιο 49 του Υπουργείου Εσωτερικών 29/12/2010, με θέμα τη λειτουργία Δημοτικών και Τοπικών Κοινοτήτων αναφέρεται ότι « στα πλαίσια των διευρυμένων αρμοδιοτήτων των Δήμων δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην ενίσχυση των θεσμών και διαδικασιών τοπικής δημοκρατίας, την ενδυνάμωση της συμμετοχής του πολίτη καθώς και την ικανοποίηση και διευθέτηση τοπικών αναγκών, μέσα από όργανα και θεσμούς που έχουν άμεσο δεσμό με τις ανάγκες τους» (Εσωτερικών, 2010). Επιπλέον οι Δήμοι είναι επιφορτισμένοι με την περαιτέρω ανάπτυξη, οικονομική και κοινωνική, σε θέματα παιδείας κ.α. ([www.ypes.gr](http://www.ypes.gr), 2022)

Οι Περιφέρειες και αυτές με την σειρά τους, είναι αυτοδιοικούμενα κατά τόπο νομικά πρόσωπα και αποτελούν το δεύτερο βαθμό τοπικής αυτοδιοίκησης. Γεωγραφικά περιλαμβάνουν περισσότερους του ενός νομούς. Συγκροτούνται στα όρια των νομών και των πρώην νησιωτικών επαρχιών της χώρας περιφερειακές ενότητες, όπου κρατούν σημαντική θέση στην ενίσχυση της ενδοπεριφερειακής αποκέντρωσης, καθώς σε αυτές συνεχίζουν να εδρεύουν οι υπηρεσίες των πρώην νομαρχιών, εξυπηρετώντας απρόσκοπτα τους πολίτες. Οι Περιφέρειες σχεδιάζουν, προγραμματίζουν και υλοποιούν πολιτικές σε περιφερειακό επίπεδο στο πλαίσιο των

αρμοδιοτήτων τους, σύμφωνα με τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και κοινωνικής συνοχής λαμβάνοντας υπόψη τις εθνικές και ευρωπαϊκές πολιτικές. Οι περιφερειακές ενότητες ( Αντιπεριφέρειες) αποτελούν τη συνέχεια του θεσμού της «νομαρχίας» με σκοπό την άμεση εξυπηρέτηση του κοινωνικού συνόλου, για το σύνολο των αρμοδιοτήτων που κατοχυρώνονται στις Περιφέρειες (Ξυλα-Παττακού, και συν., 2012).

Για την ομαλή ανάπτυξη και περαιτέρω εξέλιξη της χώρας, επιβάλλεται η άμεση συνεργασία ανάμεσα στους οργανισμούς πρώτου και δευτέρου βαθμού, ώστε η ανταλλαγή πληροφοριών και η εξυπηρέτηση μεταξύ αυτών να αποτελούν στοιχείο ανάπτυξης σε τοπικό αλλά και σε εθνικό επίπεδο.

## 1.2 Σύγχρονες τάσεις στον Τουρισμό

Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός συγκαταλέγεται στους δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, αφού πλέον από προνόμιο της ανώτερης οικονομικής τάξης έχει γίνει συστατικό στοιχείο της καθημερινότητας των κατοίκων των ανεπτυγμένων και των υπό ανάπτυξη χωρών. Κυρίαρχο χαρακτηριστικό του σύγχρονου τουρισμού αποτελεί η τάση επέκτασης του σε περιοχές που διατηρούν την αυθεντικότητα τους και δεν έχουν επηρεαστεί από την μαζική μορφή του τουρισμού γεγονός που καθιστά το φαινόμενο του τουρισμού προνομιακό πεδίο για την ανάπτυξη καινοτομιών (Aho, 2012).

Ο όρος «Τουρισμός» σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού περιγράφει την προσωρινή μετακίνηση και διαμονή ενός ατόμου, μακριά από τον μόνιμο τόπο κατοικίας, είτε για λόγους αναψυχής ή εργασίας με φυσικό επακόλουθο την διάδραση με άλλα άτομα. Το βασικό χαρακτηριστικό του τουρισμού προέρχεται από την επιθυμία του ανθρώπου για το άγνωστο και για να βιώσουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής του τόπου που επισκέπτονται. Όσο αναπτύσσεται το βιοτικό επίπεδο σε παγκόσμιο επίπεδο, τόσο αναπτύσσεται και το ενδιαφέρον για το πολιτιστικό κεφάλαιο κάθε τόπου (Roberts & Hall, 2003). Παρόλα αυτά, η εξάπλωση των τουριστικών δραστηριοτήτων σε περιοχές όχι τόσο ανεπτυγμένες τουριστικά, αν και αποτελεί μια από τις πιο διαδεδομένες στρατηγικές για την ενίσχυση του τοπικού εισοδήματος αρκετές φορές συνοδεύεται από προκλήσεις που κάθε κοινωνία οφείλει να αντιμετωπίσει.

Μια σημαντική πρόκληση είναι ο «Υπερτουρισμός», μια έννοια που έχει κάνει την εμφάνιση της τα τελευταία χρόνια. Η ανάγκη της αναζήτησης νέων «παρθένων» προορισμών, έχει οδηγήσει σε προβλήματα συνωστισμού και υποβάθμισης εν τέλει της ίδιας της περιοχής και του φυσικού τοπίου που υπήρχε, με αποτέλεσμα να κλονίζεται η περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη. (Terluin & Post, 2001). Ταυτόχρονα, στα μειονεκτήματα της απότομης τουριστικής ανάπτυξης ανήκει η αλλοίωση των υφιστάμενων κοινωνικών δομών και πολιτισμικών χαρακτηριστικών, με τρόπο τέτοιο ώστε τα στοιχεία που αποτέλεσαν τους πόλους έλξης των τουριστών να ενδέχεται να καταστραφούν (Roberts & Hall, 2003).

Μια από τις ιδιαιτερότητες του τουρισμού είναι και η έντονη εποχικότητα που αποτελεί τροχοπέδη στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και τη δυνατότητα της άρτιας και ολιστικής αξιοποίησης του τοπικού εργατικού δυναμικού και των υποδομών. Ζητούμενο ως προς την εποχικότητα είναι να ελαττωθεί και οι προορισμοί να προσελκύουν επισκέπτες όλες τις εποχές του χρόνου. Συγχρόνως σε αρκετές περιοχές της Ε.Ε. παρατηρείται μια σταθερή ροή με μια σχετική φθίνουσα πορεία επισκεπτών. Οι εξελίξεις και οι απαιτήσεις των επισκεπτών μεταλλάσσονται ταχύτατα με αποτέλεσμα να αλλάζουν και οι προσδοκίες τους. Τα καταλύματα δεν μπορούν τόσο γρήγορα να ακολουθήσουν τις εξελίξεις, με αποτέλεσμα να χάνουν πολύ γρήγορα την ελκυστικότητά τους. Τα αξιοθέατα σε κάποιες περιπτώσεις υφίστανται έναν κορεσμό και παύουν να είναι τόσο δημοφιλή. Επιβεβλημένη ανάγκη είναι η συνεχής ανανέωση και ο εμπλουτισμός τους.

Η ανάγκη για συνεχή ανανέωση αντιμετωπίζεται με την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων που βρίσκουν εφαρμογή χάρη σε τρία ιδιαίτερα γνωρίσματα του Τουρισμού:

- Η τουριστική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από συνεχή ανάπτυξη με αποτέλεσμα να δημιουργούνται νέες εμπειρίες όπου με τη σειρά τους, γεννούν και εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν
- Η ανάπτυξη της συλλογικότητας και των κοινωνικών σχέσεων ως αποτέλεσμα των νέων κοινωνικών συναναστροφών και σχέσεων.
- Η δεκτικότητα σε πειραματισμούς και καινοτομίες (Aho, 2012)

Γενικότερα, η πλειοψηφία των νέων εφαρμογών στον τουρισμό αποτελούν λεπτομέρειες σε ένα μεγαλύτερο σύνολο δραστηριοτήτων. Η αξία τους όμως, ξεπερνά την υφιστάμενη πρακτική εφαρμογή, καθώς διατηρούν και καλλιεργούν μια ανανεωτική στάση μεταξύ όλων των εμπλεκομένων στην τουριστική βιομηχανία με προσανατολισμό στην καινοτομία.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Βιωσιμότητα στον Τουρισμό

### 2.1 Βιώσιμη Τουριστική ανάπτυξη

Η έννοια της βιωσιμότητας είναι μια έννοια που χρησιμοποιείται ευρέως και με διαφορετικούς τρόπους χωρίς να ορίζεται, τις περισσότερες φορές, το πλαίσιο της. Αποτέλεσμα της ασάφειας αυτής είναι να παρερμηνεύεται, ιδιαίτερα όταν χρησιμοποιείται για την τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής όπου ο τουρισμός έχει συμβάλει στην ανάπτυξη της. Η προσπάθεια διαφοροποίησης από το συμβατικό μοντέλο τουρισμού, που βασικό του στοιχείο είναι η τυφλή υπακοή στους νόμους της αγοράς και η αντίληψη ότι οι τοπικοί πόροι αποτελούν εισροές, η απουσία προστασίας και αδιαφορίας ως προς το φυσικό περιβάλλον (Vagianni & Spilanis, 2004), έχει πολλές φορές, οδηγήσει στην αντίληψη του βιώσιμου τουρισμού ως «μιας περισσότερο ελιτίστικης μορφής τουρισμού» (Berno & Bricker, 2001). Ως αποτέλεσμα έχει την κατηγοριοποίηση της τουριστικής δραστηριότητας βάσει των μορφών που παίρνει (Vagianni & Spilanis, 2004). Μια τέτοια κατηγορία είναι και ο «εναλλακτικός» τουρισμός.

Οι σταθερές συνθήκες διαβίωσης για όλες τις επερχόμενες γενιές είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την βιωσιμότητα, ενώ η βιώσιμη ανάπτυξη ασχολείται με τις διαδικασίες ανάπτυξης τέτοιας δυναμικής εναλλαγής που, η διαχείριση τους βελτιώνει τις συνθήκες διαβίωσης των συμμετεχόντων σε αυτήν (Liu, 2010)

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού<sup>1</sup> διατυπώνει την άποψη ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη «λαμβάνει πλήρως υπόψη της τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, καλύπτοντας τις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής».

Συνεπώς ο βιώσιμος τουρισμός γίνεται αντιληπτός ως μια διαδικασία τουριστικής δραστηριότητας βιώσιμης τόσο στον άξονα του περιβάλλοντος αλλά και με μια πιο ολιστική διάσταση στον τομέα της οικονομίας και της κοινωνίας στη συγκεκριμένη περιοχή, τον διαφοροποιεί ρητά από τις συναφείς μορφές τουρισμού ως προς τη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος ή τις επανομαζόμενες «πράσινες» μορφές.

Ως «πράσινες» μορφές τουρισμού, ορίζονται αυτές που χαρακτηρίζονται από τη διάθεση των επισκεπτών, οι οποίοι είναι αυτοί που καταναλώνουν τοπικά προϊόντα και επιθυμούν να εξερευνήσουν την περιοχή φιλοξενίας τους. Συνήθως τα ταξίδια αυτά σχεδιάζονται και οργανώνονται χωρίς μεσάζοντες, απευθείας από τους τουρίστες σε αντίθεση με τον συμβατικό τουρισμό όπου εμπλέκονται και άλλοι

---

<sup>1</sup> <https://www.unwto.org/sustainable-development>



φορείς. Παρόλα αυτά, συνολικά δεν κινούνται στον κοινωνικό και οικονομικό άξονα της βιωσιμότητας.

Ο μαζικός τουρισμός, που είναι ως επί το πλείστον πιο διαδεδομένος σαν μοντέλο ανάπτυξης, έχει οδηγήσει σε υποβάθμιση τόσο το φυσικό περιβάλλον όσο και τις τοπικές κοινωνίες. Το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού έχει επηρεάσει κυρίως τις παραθαλάσσιες περιοχές εν αντιθέσει με τις ορεινές που δεν έχουν επηρεαστεί σε τόσο μεγάλο βαθμό όντας μια ευκαιρία για να αναζητηθεί σε αυτές μια διαφορετική μορφή ανάπτυξης του τουρισμού στις περιοχές αυτές. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια συνεχώς αυξανόμενη τάση για διακοπές σε παρθένες περιοχές, ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, με έντονο το στοιχείο της συμμετοχής, της ανακάλυψης και της επαφής με νέους πολιτισμούς και νέες συνήθειες (Θεουλάκης, 2017)

Ο εναλλακτικός τουρισμός ορίστηκε ως ξεχωριστό είδος τις τελευταίες δεκαετίες, έτσι ώστε να καλύψει τα κενά που υπήρχαν στην τουριστική βιομηχανία από τον μαζικό τουρισμό και να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που ο μαζικός τουρισμός δημιούργησε. (Θεοδωράκης, 2002). Χρησιμοποιώντας τον χαρακτηρισμό «Εναλλακτικός» Τουρισμός εννοούμε την μετάβαση από την απλή προσφορά προϊόντων σε μια πιο σύνθετη διαδικασία που μέσα της υπάρχουν πιο ουσιαστικά στοιχεία όπως η διασκέδαση, η αναψυχή και ταυτόχρονα ο προσανατολισμός στα προσωπικά ενδιαφέροντα του επισκέπτη (Σκάγιαννης, 2004). Ουσιαστικά στοχεύει στην συνολική ικανοποίηση του επισκέπτη με έναν διαφορετικό τρόπο έβραν αυτών που προσφέρει ο μαζικός τουρισμός. Συνδέεται άμεσα με την αναζήτηση νέων αξιών, εναλλακτικών τρόπων ζωής και στρέφεται προς τη βιώσιμη ανάπτυξη του φυσικού και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος (Πολίτης, 2013).

Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού ορίζονται από τους παράγοντες που κινητοποιούν τα άτομα. Αυτοί είναι ο τρόπος που οργανώνεται το ταξίδι και το αποτύπωμα που αφήνει η τουριστική κατανάλωση στο περιβάλλον. Ο τουρίστας, ως ξεχωριστή οντότητα, έχει διαφορετικά κίνητρα και καταναλωτική συμπεριφορά ως προς τον τύπο ταξιδιού, τα οποία οδηγούν στην επιλογή ίσως περισσότερων από μία μορφών εναλλακτικού τουρισμού. Για να καταφέρει ένας προορισμός να αναπτύξει και να προσφέρει μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού απαραίτητο κρίνεται να συσχετίσει τα παραγόμενα ή υφιστάμενα τουριστικά προϊόντα, να προχωρήσει σε τμηματοποίηση της αγοράς και να αναγνωρίσει το προφίλ των επισκεπτών. Κοντολογίς να εφαρμοστούν οι βασικές αρχές του στρατηγικού σχεδιασμού Marketing (Βαρβαρέσος, 2007). Οι παράγοντες που κινητοποιούν τον επισκέπτη για αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού συνδέονται άρρηκτα με τα πρότυπα που έχει ορίσει ο τόπος υποδοχής, τα οποία διαφέρουν ριζικά με αυτά που επιβάλλει ο μαζικός τουρισμός. Βασικό στοιχείο των κινήτρων είναι η αυτονομία στο ταξίδι και είναι συνδεδεμένα με (Προκοπίου, Τσελέντης, Γεωργιάδης, Μπούσμπουρας, & Πετρίδου, 2017):

- Ενεργητικές διακοπές (με δραστηριότητες που απαιτούν την άμεση συμμετοχή του τουρίστα)

- Εξερεύνηση και επιθυμία κοινωνικής δικτύωσης με το τοπικό στοιχείο ( γνωριμία με τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου, και φυσικά συναναστροφή με τον ντόπιο πληθυσμό).
- Εθελοντισμός ( εθελοντική προσφορά σε δράσεις για ενίσχυση και βοήθεια σε αναπτυσσόμενες περιοχές, εργασιακές κατασκηνώσεις, κα.)

## 2.2 Κριτήρια και προϋποθέσεις βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης

Ως προς την επίτευξη της βιωσιμότητας στον τουρισμό διατυπώνονται τρεις άξονες αναφοράς σύμφωνα με τον ορισμό της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Ο πρώτος είναι η βέλτιστη χρήση και προστασία των πόρων που αφορούν περιβάλλον και πολιτισμό. Ο δεύτερος αφορά στην ευημερία της τοπικής κοινωνίας στον τόπο προορισμού και τέλος στην ικανοποίηση των επισκεπτών. Όταν η τουριστική ανάπτυξη σχεδιάζεται με βάση τους τρεις αυτούς άξονες, επιτυγχάνεται η βιωσιμότητα του τουριστικού προορισμού σε βάθος χρόνου (Ecological Tourism in Europe, 2009). Κρίσιμα σημεία ως προς της κατευθύνσεις αυτές αποτελούν:

- α) η ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και η μακροπρόθεσμη οικονομική της βιωσιμότητα,
- β) η ενεργός συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων και ελέγχου,
- γ) η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, η εκπαίδευση και εξειδίκευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών
- δ) η συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων στον τουρισμό.

### 2.2.1 Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας

Η ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας είναι από τα βασικότερα στοιχεία της βιωσιμότητας, αφού συμβάλλει στην διατήρηση του οικονομικού οφέλους στην κοινότητα, το οποίο προκύπτει από την τουριστική δραστηριότητα. Η χρήση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξή της καθώς ενισχύεται το τοπικό εισόδημα.

Η τουριστική ανάπτυξη έχει επίδραση με πολλαπλασιαστικό χαρακτήρα στις τοπικές οικονομίες, η οποία πηγάζει από την ποικιλομορφία της ενσωμάτωσης του φαινομένου στις υφιστάμενες δραστηριότητες, καθώς βελτιώνει άμεσα και φανερά τα εισοδήματα, επιφέροντας επιπλέον αναπτυξιακά οφέλη στις τοπικές κοινωνίες, βάσει των διασυνδέσεων και των συνεργασιών που επιτυγχάνονται (Saxena & Ilbery, 2008).

Ο τουρισμός εμπλέκεται άμεσα ή έμμεσα με την εμπορική δραστηριότητα, η οποία ωφελείται σε μικρό ή μεγάλο βαθμό από το τουριστικό φαινόμενο. Η διάρθρωση της εμπορικής δραστηριότητας χωρίζεται σε τρεις τύπους επιχειρήσεων: τις επιχειρήσεις που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό και ορίζονται ως

πρωτογενές εμπόριο - π.χ. τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία, εγκαταστάσεις εστίασης και δραστηριοτήτων- το δευτερογενές εμπόριο που έχει υποστηρικτικό χαρακτήρα αφού δεν εξαρτάται άμεσα από τον τουρισμό – όπως καταστήματα λιανικής, τράπεζες – και τέλος το τριτογενές εμπόριο που παρέχει τη βασική υποδομή και στήριξη στον τουρισμό- όπως δημόσιες υπηρεσίες, κατασκευές (Berno & Bricker, 2001).

Επιπλέον, ο τουρισμός συμβάλλει στη συνειδητοποίηση και αναγνώριση της οικονομικής αξίας των ιδιαίτερων αυθεντικών τοπικών στοιχείων, η αξιοποίηση των οποίων μπορεί να συνεισφέρει στη δημιουργία δυναμικής ανάπτυξης στην τοπική οικονομία. Στα στοιχεία αυτά συγκαταλέγονται τα επεξεργασμένα τρόφιμα ή προϊόντα γενικότερα με παραδοσιακή τεχνική, οι αναξιοποίητες ή εγκαταλελειμμένες εγκαταστάσεις, τα μοναδικά τοπία, οι χώροι με ιδιαίτερα πολιτιστικά χαρακτηριστικά (Roberts & Hall, 2003).

### 2.2.2 Συμμετοχή και τοπικός έλεγχος

Η συμμετοχή και ο έλεγχος από τους πολίτες αποτελούν βασικά στοιχεία του βαθμού ενσωμάτωσης του τουρισμού στην τοπική κοινωνία. Αυτός προσδιορίζεται, πέρα από την ιδιοκτησία των πόρων που αξιοποιούνται στον τοπικό τουριστικό τομέα, από το ποσοστό του τοπικού πληθυσμού που συμμετέχει στις εμπλεκόμενες με τον τουρισμό δραστηριότητες, το είδος και το βαθμό συμμετοχής στη λήψη των αποφάσεων που τον αφορούν. (Saxena & Ilbery, 2008).

Ο βαθμός ενσωμάτωσης του τουρισμού στην τοπική κοινωνία επιδρά καίρια στην αντοχή μιας περιοχής χαρακτηρισμένης ως τουριστικού προορισμού, αφού ο τοπικός πληθυσμός αποτελεί αναπόσπαστο συστατικό του τοπικού τουριστικού προϊόντος και η στάση του διαμορφώνει το πλαίσιο φιλοξενίας που απολαμβάνει ο επισκέπτης (Smith 1994 στο Liu 2003). Η ικανοποίηση των κατοίκων από τη συμμετοχή τους στην τουριστική ανάπτυξη έχει επίδραση στην ποιότητα των υπηρεσιών φιλοξενίας που προσφέρουν και αυτό επιδρά αλυσιδωτά στο επίπεδο ικανοποίησης των τουριστών (Ecological Tourism in Europe, 2009).

Χαρακτηριστικό των τοπικών κοινωνιών είναι η ανομοιογένεια καθώς οι αντιδράσεις τους στα διάφορα ερεθίσματα ποικίλουν. Χαρακτηρίζονται από διαφορετικές αντιλήψεις ως προς το κοινωνικό κύρος και την κοινωνική τάξη, γιατί ανήκουν σε διαφορετικές ομάδες συμφερόντων και δεν έχουν την ίδια ισχύ ως προς τη λήψη των αποφάσεων. Για τον λόγο αυτό, πρέπει να διασφαλιστεί η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας με όρους τέτοιους που θα ωφελούν όλες τις ομάδες συμφερόντων και την πλειοψηφία των κατοίκων ώστε να υπάρχει μεγάλη εμπλοκή στις διαδικασίες διαβούλευσης. Τέτοια τμήματα πληθυσμού είναι αυτά που έχουν μειωμένους οικονομικούς πόρους, χαμηλή εκπαίδευση, και βιώνουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης (Liu, 2010). Η ευαισθητοποίηση και τα μέτρα απόκτησης δεξιοτήτων είναι στοιχεία που θα

οδηγήσουν στη συμμετοχή και στον σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης από ένα ευρύ φάσμα της κοινωνίας (Ecological Tourism in Europe, 2009).

Η επίτευξη της συμμετοχής, αποτελεί αρχή – «οδηγό» η οποία οδηγεί στη βιώσιμη ανάπτυξη. Τα προβλήματα στη διαδικασία αυτή, σύμφωνα με τους Janschitz & Zimmermann, 2010, εντοπίζονται κυρίως στο γεγονός ότι «οι ομάδες συμφερόντων και το κοινό που λαμβάνουν μέρος στις συμμετοχικές διαδικασίες συνεισφέρουν τις απόψεις τους στα «κατώτερα λογικά επίπεδα» της διαβούλευσης, χωρίς δηλαδή να έρχονται σε επαφή με τη λογική της στρατηγικής που καλούνται να ακολουθήσουν και σχεδόν χωρίς να αντιλαμβάνονται την ανάγκη να καταπιαστούν με τους σκοπούς και τα οράματα από τα οποία αυτή ξεκινάει». Συνεπώς, δεν γίνεται αντιληπτή η ανάγκη για απαλλαγή από ιδεοληψίες και παγιωμένες πεποιθήσεις η οποία είναι απαραίτητη για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Σύμφωνα με την αντίληψη των «λογικών επιπέδων», κάθε προσπάθεια ανάπτυξης πρέπει να βασίζεται σε μια μεθοδολογία. Όπως αναφέρει ο Dilts (1990) «στην κορυφή της ιεραρχίας των «λογικών επιπέδων» σε επίπεδο χαρακτηρισμού του ατόμου τοποθετείται η ταυτότητα και ακολουθούν, κατά φθίνουσα ιεραρχία, οι αξίες, οι πεποιθήσεις, οι ικανότητες, οι συμπεριφορές και το εξωτερικό περιβάλλον». Το άτομο λειτουργεί στο βασικό επίπεδο (περιβάλλον) διαμέσου της συμπεριφοράς, η οποία καθοδηγείται από τους «νοητικούς χάρτες» και τις στρατηγικές (που ορίζουν τις ικανότητες). Οι ικανότητες εξάλλου οργανώνονται από τις πεποιθήσεις που με τη σειρά τους εξαρτώνται από τις αξίες και την ταυτότητα.

Προς την ίδια κατεύθυνση οι Janschitz & Zimmermann (2010) αναφέρουν ότι όσον αφορά στην εφαρμογή της ιεραρχίας αυτής στην τοπική ανάπτυξη, το όραμα (για την περιοχή) και η αποστολή (πεποιθήσεις) επηρεάζουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες (ικανότητες) των ατόμων άρα και τη συμπεριφορά τους, και τελικά δομούν το περιεχόμενο και την υλοποίηση των δράσεων που αναλαμβάνονται. Επίσης, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι οι παρεμβάσεις σε ενδιάμεσα λογικά επίπεδα επηρεάζουν τα κατώτερα αλλά όχι απαραίτητα και τα ανώτερα επίπεδα, με τα οποία ενδεχομένως να εμφανίζουν ασυμβατότητα με συνέπεια τη δημιουργία επιπρόσθετων προβλημάτων. Το φαινόμενο αυτό είναι πολύ συχνό στην αναπτυξιακή διαδικασία καθώς συνήθως ο διάλογος με την τοπική κοινωνία αφορά στα κατώτερα «λογικά επίπεδα» (δράσεις και σχέδια) και όχι στα ανώτερα, τα οποία σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή είναι και τα σημαντικότερα. Αντίστροφα λοιπόν, στην αναπτυξιακή διαδικασία η εκτίμηση, η προσαρμογή και ο επαναπροσδιορισμός της ταυτότητας μιας περιοχής (τοπικής ταυτότητας) και οι συνακόλουθες αξίες και πεποιθήσεις οι οποίες προκύπτουν από μια διαδικασία εναρμόνισης ατομικών και τοπικών αξιών τροποποιούν τις ικανότητες και συμπεριφορές του τοπικού πληθυσμού και επιδρούν θετικά στο περιβάλλον, με αποτέλεσμα τελικά την εδραίωση μιας «λογικής της βιωσιμότητας». Στο πλαίσιο αυτό αναδεικνύεται και η σημασία της συμμετοχής των ομάδων συμφερόντων και των τοπικών πληθυσμών στην αναπτυξιακή διαδικασία ενώ παράλληλα ενισχύεται και η ίδια η συμμετοχή.

### 2.2.3 Ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και εκπαίδευση των επαγγελματιών, των πολιτών και των τουριστών

Ως ποιοτικός τουρισμός νοείται αυτός που με τις δραστηριότητες του προστατεύει τους τουριστικούς πόρους μιας περιοχής και αποσκοπεί στην προσέλκυση επισκεπτών που σέβονται τις συνήθειες και αξίες του τοπικού πληθυσμού. Ο προορισμός προσφέρει τουριστικά αξιοθέατα, ευκολίες και υπηρεσίες που χαρακτηρίζονται από “value for money” ( η αξία των παροχών ανταποκρίνεται στην αξία των χρημάτων που δαπανώνται γι’ αυτά).

Η ποιότητα του τουριστικού προϊόντος συνδέεται άμεσα με την ποιότητα των υπηρεσιών και εμπειριών του αποκομίζει ο τουρίστας, καθώς και του αισθήματος ικανοποίησης που αισθάνεται ο κάθε επισκέπτης κατά τον χρόνο της παραμονής του το οποίο φυσικά χαρακτηρίζεται από έντονη υποκειμενικότητα. Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και εμπειριών αφορά σε ολόκληρη την τουριστική αλυσίδα, π.χ. μεταφορές, καταλύματα, εστίαση, εγκαταστάσεις και δραστηριότητες, καθώς και στο επίπεδο πληροφόρησης, φιλοξενίας και στην ποικιλία των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Το φυσικό περιβάλλον και η ομορφιά της εκάστοτε περιοχής διαμορφώνουν και αυτά με τη σειρά τους την ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας (Ecological Tourism in Europe, 2009).

Η διαρκής τήρηση των προτύπων ποιότητας του τουριστικού προϊόντος οδηγεί στην αφοσίωση των τουριστών και στην επιστροφή τους σε έναν προορισμό πράγμα που είναι το βασικό ζητούμενο. Τους ενθαρρύνει επίσης να προτείνουν στον περίγυρο τους τον προορισμό αυτόν, γεγονός που συνεισφέρει στη βιωσιμότητα του ως τουριστικού προορισμού. Παράλληλα, προσπάθειες πρέπει να καταβάλλονται για τη διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος με σκοπό τη μείωση του φαινομένου της εποχικότητας.

Άρρηκτα συνδεδεμένη με την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών και την ανταγωνιστικότητα είναι η εκπαίδευση και η εξειδίκευση των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού. Καθοριστικός για τη βιωσιμότητα είναι ο εμπλουτισμός των υπαρχόντων γνώσεων με επιμορφωτικά προγράμματα που αφορούν έννοιες και πρακτικές του βιώσιμου τουρισμού.

Παράλληλα, για να επιτευχθεί η βιωσιμότητα δεν πρέπει να αγνοηθεί και το κομμάτι της τοπικής κοινωνίας που δεν εμπλέκεται άμεσα με τον τουρισμό. Μέσω εκπαίδευσης και επιμόρφωσης μπορούν και αυτοί να ευαισθητοποιηθούν σε θέματα περιβάλλοντος, πολιτισμού και κοινωνικότητας. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται βιώσιμες κοινωνίες και κατ’ επέκταση και βιώσιμος τουρισμός. Σε αυτό μπορούν να συνεισφέρουν όλοι οι τυπικοί και άτυποι εκπαιδευτικοί φορείς (εκπαιδευτικά ιδρύματα, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, οργανώσεις πολιτών, μέσα μαζικής ενημέρωσης, ενώσεις καταναλωτών κ.λπ.). Στόχος των διαδικασιών αυτών είναι η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών με σκοπό την υιοθέτηση νέων συμπεριφορών και πρακτικών που προάγουν τη βιωσιμότητα.

Τέλος, εκτός από τους εργαζόμενους στον τουρισμό και τους πολίτες-κατοίκους των τουριστικών περιοχών χρήσιμη κρίνεται η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των επισκεπτών τους. Η παροχή πληροφοριών στους τουρίστες σχετικά με το περιβάλλον, τον πολιτισμό, τις τοπικές συνήθειες και τις ανάγκες κάθε τουριστικού προορισμού, συνεισφέρει στην κατανόηση των τοπικών ιδιαιτεροτήτων και πολλαπλασιάζει τον βαθμό ικανοποίησής τους από την εμπειρία τους στην περιοχή.

#### 2.2.4 Συνεργασία

Ο τουρισμός ως δραστηριότητα λειτουργεί σαν ένα ολοκληρωμένο σύστημα στο οποίο όλα τα μέρη συνδέονται και αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους. Ταυτόχρονα, αποτελεί πεδίο αντιπαράθεσης αντικρουόμενων συμφερόντων, λόγω της αποσπασματικής του φύσης και του ανταγωνισμού για την κατανομή και αξιοποίηση φυσικών πόρων τέτοιων, που η οργάνωση και διαχείριση τους πραγματοποιείται σε πολλές διαστάσεις (Berno & Bricker, 2001). Επομένως, καθίσταται αναγκαία η θεώρηση του φαινομένου ως συνόλου και η εξασφάλιση ενός υψηλού επιπέδου συνεργασίας μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων.

Στον τουρισμό δραστηριοποιείται ένα πλατύ φάσμα εμπλεκόμενων με διαφορετική δυνατότητα επιρροής πάνω στις αναπτυξιακές διαδικασίες και στις συνέπειες τους. Τα εμπλεκόμενα άτομα εντάσσονται σε τέσσερις, εξίσου σημαντικές ομάδες συμφερόντων:

- Τους τουρίστες
- Τις τουριστικές επιχειρήσεις
- Τις τοπικές κοινωνίες
- Τις διοικήσεις τους

Οι ομάδες αυτές συχνά χαρακτηρίζονται από εντελώς διαφορετική άποψη της έννοιας της ανάπτυξης (Liu, 2003). Η κυριαρχία της μιας ομάδας επί της άλλης δεν συνάδει με τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, που απαιτεί τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και την εφαρμογή διαδικασιών συνεννόησης και συνεργασίας μεταξύ των ομάδων. Η ενσωμάτωση και ο συμβιβασμός των αναγκών τους σε μια από κοινού στρατηγική έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της ποιότητας ζωής της τοπικής κοινωνίας, συμβάλλει στην ικανοποίηση των τουριστών, διασφαλίζει τα κέρδη των επιχειρήσεων και προστατεύει τους φυσικούς πόρους.

Η διαχείριση των φυσικών πόρων είναι ένα πεδίο αντικρουόμενων συμφερόντων εντός της τοπικής κοινωνίας. Σύμφωνα με τον Liu (2003) «οι φυσικοί πόροι, βάσει του τρόπου εκμετάλλευσης που μπορεί να τύχουν, μπορούν να διακριθούν: (α) στους αποκλειστικά τουριστικούς πόρους, όπως για παράδειγμα οι παραλίες ή οι χιονισμένες πλαγιές, (β) στους καταμερισμένους πόρους που χρησιμοποιούνται κυρίως από τον τουρισμό αλλά ταυτόχρονα και από άλλους παραγωγικούς τομείς, όπως η αλιεία και η γεωργία, (γ) στους κοινούς πόρους που

χρησιμοποιούνται από τις περισσότερες «βιομηχανίες» και σε καθημερινή βάση, όπως το νερό και η γη».

Ο τρόπος και ο βαθμός αξιοποίησης των διαφόρων τύπων πόρων βασίζεται στη διαμόρφωση συγκριτικών πλεονεκτημάτων και στο κόστος ευκαιρίας του τουρισμού έναντι των άλλων παραγωγικών τομέων (Liu 2003). Ταυτοχρόνως, συνιστά ένα πολιτικό ζήτημα που αναζητάει λύση σε ανάλογο επίπεδο, δεδομένου ότι ο βιώσιμος τουρισμός αποσκοπεί στην επίτευξη ισορροπίας μεταξύ των υφιστάμενων αλλά και των εν δυνάμει δραστηριοτήτων (Berno & Bricker, 2001)

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Τοπική Αυτοδιοίκηση και Τουρισμός

### 3.1 Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Ο κώδικας Δήμων και Κοινοτήτων (Ν.3463/2006, αρθ.1) καταμερίζει στους πρωτοβάθμιους οργανισμούς τοπικής διοίκησης ευθύνες που αφορούν τη διοίκηση τοπικών υποθέσεων όσο και τη διοίκηση υποθέσεων που ανήκουν στις κρατικές αρμοδιότητες σε τοπικό επίπεδο, των οποίων όμως η άσκηση έχει ανατεθεί από την κεντρική εξουσία στους δήμους και στις κοινότητες. Οι αρμοδιότητες έχουν διαχωριστεί σε επτά τομείς (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2011):

1. ανάπτυξη
2. περιβάλλον
3. ποιότητα ζωής
4. απασχόληση
5. κοινωνική προστασία και αλληλεγγύη
6. παιδεία, πολιτισμός και αθλητισμός
7. πολιτική προστασία.

Στους παραπάνω τομείς οι πρωτοβάθμιοι ΟΤΑ καλούνται να αναπτύξουν δράσεις. Στο άρθρο 75 του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων, αναφέρεται και η τουριστική ανάπτυξη στα πλαίσια της ανάπτυξης γενικότερα. Δεδομένου ότι η Ελλάδα πλήττεται τα τελευταία 12 χρόνια από την οικονομική κρίση, ο τουρισμός είναι ο τομέας που μπορεί και προσφέρει αισιοδοξία για την περαιτέρω ανάπτυξη της χώρας. Σημαντική είναι η αναφορά στη δυνατότητα ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού, δημιουργώντας τις κατάλληλες υποδομές για την εφαρμογή του Άρθρου (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2011).

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση πλέον, είναι ένας ενεργός παράγοντας της τουριστικής ανάπτυξης. Σε διεθνές επίπεδο δημιουργείται ένα θεσμικό πλαίσιο που δίνει την δυνατότητα στην Τοπική Αυτοδιοίκηση να αξιοποιήσει και να εκμεταλλευτεί τα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά της ώστε να δημιουργήσει και να αναπτύξει τις καταλληλότερες για αυτήν μορφές τουρισμού (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2011). Καλείται να έχει την επίβλεψη της διαχείρισης των τουριστικών πόρων, πράγμα που αποτελεί την κυριότερη ενέργεια της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Με τον τρόπο αυτό θα επιτύχει μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα τα πρότυπα των ανεπτυγμένων κρατών, όπου απαιτείται μια προσέγγιση τέτοια στον προγραμματισμό, συντονισμό και την ανάπτυξη του τουρισμού, η οποία θα ελαχιστοποιήσει τις αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον (Connell, Page, & Bentley, 2009).

Η πολυπλοκότητα του τουριστικού προϊόντος είναι ένα από τα βασικά του χαρακτηριστικά. Η ποιότητα του είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη γενικότερη τουριστική υποδομή του προορισμού. Καθοριστικό ρόλο ως προς αυτό έχουν οι δημόσιοι φορείς οι οποίοι αποφασίζουν για τα δημόσια έργα που θα πραγματοποιηθούν. Ένας προορισμός δεν είναι ελκυστικός μόνο λόγω των



ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, που φυσικά αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα, αλλά και λόγω της ποιότητας του περιβάλλοντος χώρου που ρυθμίζεται κυρίως από το κράτος και την ΤΑ. Βασικό κομμάτι ευθύνης της ΤΑ είναι οι υποδομές, τόσο σε κτιριακό επίπεδο όσο και στην παροχή υπηρεσιών (Τασσού , 2017).

Οι αντιπρόσωποι που εκπροσωπούν την τοπική κοινωνία και ειδικότερα αυτοί της τοπικής αυτοδιοίκησης, έχουν την ευθύνη να γνωρίζουν τη φυσιολογία της περιοχής, και να επιλέγουν την πολιτική στρατηγικού σχεδιασμού που θα πρέπει να ακολουθηθεί (Schalkwyk, 2005).

Οι νόμοι που διέπουν κάθε χώρα και συνεπώς και την τοπική αυτοδιοίκηση, αποτελούν καταλυτικό παράγοντα ως προς τη διαμόρφωση της τουριστικής κίνησης, ιδιαιτέρως αυτοί που εμπλέκονται σε θέματα ασφάλειας. «Από χώρα σε χώρα οι νόμοι διαφοροποιούνται και η πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει να ταξιδεύει σε μέρη τα οποία έχουν οριζόμενο καθεστώς ασφαλείας (Τασσού , 2017)».

Η τοπική αυτοδιοίκηση είναι η πλέον αρμόδια για την εξασφάλιση της τουριστικής ανάπτυξης μια περιοχής με τρόπο τέτοιο ώστε να εξασφαλίζεται η ασφάλεια, η καθαριότητα και η πρόσβαση σε αυτή. Η συνεργασία με τις τοπικές επιχειρήσεις και με την τοπική κοινωνία είναι αυτή που θα διαμορφώσει εθνική στρατηγική για τον τουρισμό, μεταφέροντας τις αντιλήψεις, τις ανησυχίες και τυχόν προτάσεις στην κεντρική εξουσία, με στόχο την εξασφάλιση χρηματοδότησης για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος. (Schalkwyk, 2005).

Η ενεργός συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού είναι ένα σημαντικό στοιχείο, που όμως στις περισσότερες περιπτώσεις χαρακτηρίζεται από μειωμένη αποτελεσματικότητα λόγω έλλειψης συντονισμού των εμπλεκόμενων φορέων, πόρων, έρευνας, επικοινωνίας και πληροφόρησης. Στα προβλήματα αυτά φανερώνονται οι συνέπειες προσωπικών αξιών, πεποιθήσεων και αντιλήψεων των εμπλεκόμενων στην τοπική αυτοδιοίκηση με βασικό χαρακτηριστικό την πρόθεση να χαραχτεί μια πολιτική ανάπτυξης του τουρισμού, με βάση τις προσωπικές τους δεξιότητες. Οι εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο κάνουν επιβεβλημένη την παρουσία της τοπικής αυτοδιοίκησης, που είναι υπεύθυνη για την αναγνώριση των χαρακτηριστικών πλεονεκτημάτων της εκάστοτε περιοχής και την ανάδειξή τους σε αναπτυξιακά παραγωγικούς πόρους, όπου με κυβερνητικές παρεμβάσεις στο τουριστικό marketing, στην δικτύωση των φορέων του Τουρισμού και με την παροχή οικονομικών κινήτρων, προσελκύουν νέους επενδυτές με αποτέλεσμα την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη.

### 3.2 Η επίδραση του Τουρισμού στην Τοπική Αυτοδιοίκηση

Η περιφερειακή ανάπτυξη είναι άμεσα συνδεδεμένη από τους πόρους που διαθέτει η κάθε περιοχή. Συνεπώς και οι πόροι που είναι άμεσα συνδεδεμένοι με το τουριστικό προϊόν, ενισχύουν την κοινωνική και οικονομική άνθιση της εκάστοτε περιοχής. Με δυναμική περιφερειακή ανάπτυξη ο κρατικός μηχανισμός ενισχύεται αφού υπάρχει κοινή στοχοθεσία για την εθνική και κοινωνική ευημερία, ενώ

ενισχύονται τα εισοδήματα των πολιτών της εκάστοτε περιφέρειας και κατ' επέκταση, του συνόλου της επικράτειας.

Ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά του τουρισμού είναι ότι καταναλώνεται στον τόπο και στην περιοχή παραγωγής του (Middleton, Fyall, Morgan, & Ranchhod, 2009). Αυτό σημαίνει ότι το τουριστικό προϊόν μένει στον χώρο παραγωγής του και δεν μπορεί να μεταφερθεί και να προσφερθεί στο μέρος κατοικίας του τουρίστα. Αυτό συνεπάγεται ότι ο τουρίστας μπορεί να γνωρίσει από κοντά τους παραγωγούς και τον τόπο παραγωγής. Το χαρακτηριστικό αυτό του τουρισμού έχει τον πρωτεύοντα ρόλο σε όλα τα είδη του τουρισμού και ειδικότερα στον εναλλακτικό όπου προσφέρει τα εξής (Σφακιανάκης, 2000):

- Απαλλαγή από εξωτερικούς χρηματοδότες
- Μείωση εποχικότητας του τουριστικού φαινομένου
- Δημιουργία θέσεων εργασίας
- Βελτίωση βιωτικού επιπέδου των μόνιμων κατοίκων
- Ενίσχυση της οικολογικής συνείδησης
- Μείωση αστυφιλίας

Η οικονομία μιας περιοχής είναι πλέον άμεσα συνδεδεμένη έως και εξαρτώμενη από την τουριστική δραστηριότητα. Όπως αποδεικνύεται και μέσα από στοιχεία του ΑΕΠ αλλά και επιστημονικά, ο τουρισμός θεωρείται βασικός πυλώνας ανάπτυξης για μια περιοχή. Το γεγονός αυτό οφείλεται στη φύση του τουρισμού και ιδιαιτέρως του εναλλακτικού τουρισμού, που λαμβάνει χώρα σε περιφερειακό αλλά και τοπικό επίπεδο. Ο τουρισμός έχει τη δυναμική να ενεργοποιήσει την τοπική ανάπτυξη μιας περιοχής φέρνοντας θετικά αποτελέσματα ως προς την παραγωγικότητα, με φυσικό επακόλουθο την ενδυνάμωση και περαιτέρω ανάπτυξη της περιφερειακής οικονομίας.

### 3.3 Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός

Το Υπουργείο Τουρισμού ως ο κεντρικός φορέας ανάπτυξης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δημοσίευσε τον Δεκέμβριο του 2020 στα πλαίσια του online συνεδρίου «Προορισμός Ελλάδα/ Επικοινωνία σε απαιτητικούς καιρούς» τα σχέδια δράσης για τον τουρισμό σε εθνικό επίπεδο έως το 2030, το οποίο αποτελεί μέρος της μελέτης «Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του Τουριστικού τομέα» που εκπονήθηκε από την κοινοπραξία εταιρειών Deloitte – Remaco για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ.

Το όραμα για τον ελληνικό προορισμό είναι να αναδείξει την μοναδικότητα της ελληνικής φύσης, του πολιτισμού, της φιλοξενίας και του ελληνικού τρόπου ζωής μέσα από μια ποικιλία τουριστικών προϊόντων και κυρίως εμπειριών που θα απευθύνονται σε πολλές και διαφορετικές αγορές, έτσι ώστε η Ελλάδα να γίνει ένας από τους πιο ανταγωνιστικούς και βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμια κλίμακα. Αποτέλεσμα αυτού είναι μια ισορροπημένη ανάπτυξη σε

οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο για το σύνολο της ελληνικής επικράτειας και όχι μόνο στις ήδη ανεπτυγμένες τουριστικά περιφέρειες.

Ο τουρισμός πλέον αποτελεί μία από τις σημαντικότερες δυνάμεις της ελληνικής οικονομίας, καθώς τα σχετικά ποσοστά έως και πριν την πανδημία, αυξάνονταν σταθερά ετησίως. Όπως προαναφέρθηκε το όραμα που έχει θέσει το Υπουργείο Τουρισμού έως το 2030 είναι να διαφοροποιηθεί το ελληνικό τουριστικό προϊόν και να προωθείται στην παγκόσμια αγορά με την εφαρμογή νέων στρατηγικών όπου περιλαμβάνει:

- Απόκτηση ισχυρού παγκόσμιου τουριστικού brand με μεγάλη φήμη και αναγνωρισιμότητα
- Να καταστεί ένας ασφαλής προορισμός υψηλού επιπέδου για όλες τις εποχές του χρόνου
- Να πολλαπλασιαστούν οι τουριστικοί προορισμοί και να καταλαμβάνουν όλη την επικράτεια με διαφορετικά χαρακτηριστικά, διαφορετικά τουριστικά προϊόντα και εμπειρίες υψηλού επιπέδου
- Να χαρακτηριστεί η Ελλάδα ως πόλος έλξης για σύγχρονα τουριστικά κοινά όπως Millennials, digital nomads κλπ.
- Να επιτύχει υψηλά επίπεδα ψηφιοποίησης στον τομέα του τουρισμού αλλά και στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις σε αυτόν.
- Να καινοτομήσει σε θέματα και δράσεις σχετικά με τον τουρισμό αλλά και την επιχειρηματικότητα.
- Να υιοθετήσει ένα μοντέλο βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης βάσει των αρχών της αειφορίας και της κυκλικής οικονομίας.
- Να επιτύχει ένα ελκυστικό, με σταθερότητα επιχειρηματικό περιβάλλον έτσι ώστε να επιτύχει επενδύσεις και να υποστηρίξει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Να εστιάσει στην εξειδίκευση και στην επαρκή κατάρτιση του εργατικού δυναμικού που ασχολείται με τον τουρισμό.
- Να επενδύσει στην συλλογικότητα, στη συνεργασία και στον συντονισμό όλων των εταίρων που εμπλέκονται με την τουριστική βιομηχανία.

Η διαμόρφωση του τουρισμού σήμερα σε εθνικό αλλά και σε τοπικό επίπεδο εξαρτάται από την ορθή αναγνώριση των επιδράσεων που διαδραματίζονται στους βασικούς τομείς της οικονομίας, της κοινωνίας, του πολιτισμού, του περιβάλλοντος. Βασικό στοιχείο είναι το κατά πόσο οι αρμόδιοι φορείς έχουν επίγνωση της επίδρασης αυτών και της σπουδαιότητάς τους. Ο στόχος κάθε περιφέρειας και γενικότερα των ΟΤΑ είναι αρχικά η περιφερειακή ανάπτυξη και εν συνεχεία η συνολική εναρμόνιση του έργου της με τις χαραγμένες από την κεντρική διοίκηση πολιτικές για την ανάπτυξη της χώρας στο σύνολο της. Οι σύγχρονες προκλήσεις και τάσεις της τουριστικής βιομηχανίας απαιτούν υποστηρικτικούς μηχανισμούς, εθνικές πρωτοβουλίες, ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο, μηχανισμούς και μέτρα έτσι ώστε να αντιμετωπιστούν με τις βέλτιστες πρακτικές.

Η προσεκτική εφαρμογή στοχευμένων και καλώς σχεδιασμένων πρακτικών και παρεμβάσεων, στο πλαίσιο μιας ενιαίας στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης με μακροπρόθεσμο ορίζοντα όπως το 2030, σε εθνικό αλλά και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, αποτελεί πλέον μονόδρομο για τη βελτίωση της κοινωνίας και την οικονομική της ανάπτυξη. Επιτυχημένη εφαρμογή θα πρέπει να θεωρείται η σχέση win-win όλων των εμπλεκόμενων φορέων (δημόσιο-ιδιώτες-πολίτες) έτσι ώστε να έχουν τα απαραίτητα κίνητρα για την ενεργή τους συνδρομή προς τη χαραγμένη στρατηγική. Ζητούμενο παραμένει από το 2013 όπως εξέφρασαν οι Κολλυρόπουλος και Ζέρβου, «ο επαναπροσδιορισμός του Τουριστικού προϊόντος πέρα από το μοντέλο «ήλιος-θάλασσα» και να αναδείξει την υψηλή ποιότητα των συνδυασμένων τουριστικών προϊόντων και ποικίλων προορισμών, με έμφαση στην ελκυστικότητα του προσφερόμενου προϊόντος, στην απόκτηση μιας πραγματικής εμπειρίας ικανοποίησης και στην προσφορά πολλών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, παρέχοντας τη δυνατότητα προσέλκυσης μιας διευρυμένης αγοράς επισκεπτών (Κολλυρόπουλος & Ζέρβου, 2013)»

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Περιοχή Έρευνας και Τουριστικοί Πόροι

### 4.1 Η Περιφερειακή Ενότητα Χανίων

Η Περιφερειακή Ενότητα Χανίων ανήκει στην Περιφέρεια Κρήτης, όπου περιλαμβάνει τους Νομούς Χανίων, Ρεθύμνου, Ηρακλείου, Λασιθίου. Κάθε νομός αποτελεί και περιφερειακή ενότητα και κάθε πρωτεύουσα Νομού είναι έδρα της αντίστοιχης περιφερειακής ενότητας. Στην Περιφερειακή ενότητα Χανίων υπάγονται επτά δήμοι, όπως προέκυψαν από την εφαρμογή του Προγράμματος «Καλλικράτης» (Ζυγούρης, Δανόπουλος, & Κουτσούρη, 2014).

- Δήμος Χανίων
- Δήμος Πλατανιά
- Δήμος Κισσάμου
- Δήμος Καντάνου-Σελίνου
- Δήμος Αποκορώνου
- Δήμος Σφακίων
- Δήμος Γαύδου

Ο μόνιμος πληθυσμός της Περιφερειακής Ενότητας Χανίων ανέρχεται σύμφωνα με τη γενική απογραφή πληθυσμού του 2011 της Ελ. Στατιστικής Αρχής, στους 156.585 κατοίκους (Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία, 2011).

### 4.2 Ο Δήμος Χανίων

Ο Δ. Χανίων είναι δήμος της Περιφέρειας Κρήτης που συστάθηκε με το Ν. 3852/2010 Πρόγραμμα «Καλλικράτης» (ΦΕΚ Α' 87/07.06.2010). Προέκυψε από την συνένωση των πρώην δήμων (νυν δημοτικών ενοτήτων) Ακρωτηρίου, Ελευθερίου Βενιζέλου, Θερίσου, Κεραμιών, Νέας Κυδωνίας, Σούδας και Χανίων - και έχει ως έδρα τα Χανιά. Συνορεύει στα δυτικά με το Δήμο Πλατανιά, στα νότια με το Δήμο Σφακίων και στα ανατολικά με το Δήμο Αποκορώνου, ενώ ολόκληρη η βόρεια και δυτική πλευρά του βρέχεται από το Κρητικό πέλαγος.

Η συνολική έκταση του Δήμου ανέρχεται σε 356,12 τετραγωνικά χιλιόμετρα ενώ ο μόνιμος πληθυσμός του είναι 108.642 κάτοικοι (σύμφωνα με την απογραφή του 2011), οι οποίοι αποτελούν το 17,40% του συνολικού πληθυσμού της Περιφέρειας Κρήτης (623.065 κάτοικοι).

Ο Δ. Χανίων, αποτελείται από επτά Δημοτικές Ενότητες, οι οποίες ταυτίζονται γεωγραφικά με τις επικράτειες των ΟΤΑ που συγχωνεύθηκαν, των πρώην Δήμων:

- Ακρωτηρίου
- Ελευθερίου Βενιζέλου
- Θερίσου
- Κεραμιών

- Νέας Κυδωνίας
- Σούδας
- Χανίων

Ο Δ. Χανίων συνδυάζει σχεδόν όλες τις παραγωγικές μορφές αφού εδώ συγκεντρώνεται το 69,3% του πληθυσμού της Περιφερειακής Ενότητας Χανίων. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία από την Ελληνική Στατιστική Αρχή για τη συνεισφορά κάθε επαγγελματικού κλάδου στην οικονομική δραστηριότητα, συγκριτικά για τα έτη 2012 και 2018, παρατηρείται αύξηση του πρωτογενούς και του τριτογενούς τομέα παραγωγής στον κλάδο του χονδρικού και λιανικού εμπορίου κ.λπ. Όσον αφορά στον δευτερογενή τομέα παραγωγής ο κλάδος των ορυχείων, λατομείων κ.λπ. δεν φαίνεται να εμφανίζει ιδιαίτερη μεταβολή σε αντίθεση με τον κλάδο των κατασκευών που παρουσιάζει την μεγαλύτερη πτώση (- 57,95%).

Συμπεραίνεται ότι σημαντικός τομέας οικονομικής συνεισφοράς στην τοπική οικονομία είναι ο τριτογενής τομέας ο οποίος περιλαμβάνει εισοδήματα που προέρχονται από κλάδους υπηρεσιών, εμπορίου και λοιπών δραστηριοτήτων. Από την ανάλυση της συνεισφοράς ανά κλάδο στην τοπική οικονομία παρατηρείται ότι το έτος 2018 το 83,66% των εισοδημάτων της Περιφερειακής Ενότητας Χανίων προήλθε από τον τριτογενή τομέα παραγωγής, το 9,67% από το δευτερογενή και το 6,66% από τον πρωτογενή.

Οι υπηρεσίες αποτελούν τον μεγαλύτερο και δυναμικότερο τομέα της τοπικής οικονομίας. Κινητήριο μοχλό αποτελεί φυσικά ο τουρισμός και οι συνδεδεμένες με αυτόν υπηρεσίες. Οι διοικητικές, εκπαιδευτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, καθώς και οι υπηρεσίες μεταφορών είναι συγκεντρωμένες κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα. Λόγω του νησιωτικού χαρακτήρα, της τοπικής οικονομίας και του εξαγωγικού προσανατολισμού της, έχουν αναπτυχθεί εταιρίες μεταφορών αλλά και ναυτιλιακές εταιρείες λαϊκής κυρίως βάσης. Διακρίνοντας μερικά εκ των σημαντικότερων χαρακτηριστικών του τριτογενούς τομέα, αυτά μπορούν να συνοψιστούν:

- Στην υψηλή θέση του εμπορίου και των υπηρεσιών στην οικονομική δραστηριότητα.
- Στην υψηλή συμμετοχή και απασχόληση στον κλάδο των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Στην έντονη εποχικότητα της τουριστικής δραστηριότητας.
- Στην μεγάλη συγκέντρωση ξενοδοχειακού δυναμικού.

Ο τουρισμός αποτελεί κύριο χαρακτηριστικό του τριτογενή τομέα του δήμου Χανίων. Ο Δ. Χανίων έχει ανακηρυχτεί ως τουριστικός δήμος, σύμφωνα με τις διατάξεις του Π.Δ. 899/76 (ΦΕΚ 329/1976 τεύχος Α), έτσι όπως συμπληρώθηκε με τις διατάξεις του Π.Δ. 664/77 (ΦΕΚ 222/77 τεύχος Α)

Το πλούσιο φυσικό περιβάλλον και ο παραθαλάσσιος χαρακτήρας του δήμου είναι δύο μεταβλητές που συνεισφέρουν στον τομέα αυτό. Υπάρχουν και διατηρούνται οργανωμένες ακτές με τις περισσότερες, έντεκα στο σύνολο των

δημοτικών διαμερισμάτων, να βραβεύονται κάθε χρόνο για την ασφάλεια και την καταλληλότητά τους με τη «Γαλάζια Σημαία».

#### 4.3 Εμπλεκόμενοι Φορείς με την Ανάπτυξη του Τουρισμού στον Δήμο Χανίων **Δήμος Χανίων**

Οι αρμοδιότητες στις οποίες καλείται να ανταποκριθεί ο Δ. Χανίων στο πλαίσιο εφαρμογής του Ν.3852/2010 σχετικά με τη συνένωση των καποδιστριακών δήμων Χανίων, Σούδας, Κεραμειών, Ακρωτηρίου και Νέας Κυδωνίας περιγράφονται στον Ν.3463/2006 και στα άρθρα 94 & 95 του Ν.3852/2010 με τις τελευταίες αλλαγές από το Νόμο 4876/2021.

Οι υπηρεσίες του δήμου χωρίζονται σε ενότητες που περιλαμβάνουν τις υπηρεσίες οι οποίες υπάγονται απευθείας στον δήμαρχο, τις επιτελικές υπηρεσίες, τις υπηρεσίες τοπικής οικονομικής ανάπτυξης που εκεί υπάγεται το Τμήμα Τουρισμού, τις υπηρεσίες περιβάλλοντος και ποιότητας ζωής, τις υπηρεσίες κοινωνικής προστασίας, παιδείας, αθλητισμού και πολιτισμού, τις υπηρεσίες υποστήριξης, και τις αποκεντρωμένες υπηρεσίες.

Οι αρμοδιότητες του Τμήματος Τουρισμού είναι οι εξής:

- 1) Τηρεί μητρώα και στοιχεία που αφορούν την υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού στην περιοχή του δήμου (τουριστικά αξιοθέατα, τουριστικές επιχειρήσεις, τουριστικές υποδομές, στοιχεία απασχόλησης, οικονομικά στοιχεία κλπ).
- 2) Σχεδιάζει και εισηγείται προγράμματα δράσεων παρέμβασης του Δήμου για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή και την αναβάθμιση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, σε συνεργασία με τους τουριστικούς και επαγγελματικούς φορείς της περιοχής. Μεριμνά επίσης για την εφαρμογή των προγραμμάτων αυτών.
- 3) Μεριμνά για το σχεδιασμό και την πραγματοποίηση προγραμμάτων τουριστικής προβολής της περιοχής του δήμου (π.χ. παραγωγή τουριστικού υλικού και εκδόσεις πρακτικών οδηγών για τους ταξιδιώτες, συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού, δημιουργία δικτύων επικοινωνίας και συνεργασίας με άλλες περιοχές εντός και εκτός της χώρας, κλπ).
- 4) Μεριμνά για την εφαρμογή μηχανισμών ενημέρωσης/πληροφόρησης των επισκεπτών του δήμου.
- 5) Μεριμνά για την υποδοχή των επισκεπτών-ομογενών και την εξυπηρέτησή τους με πληροφορίες και συμβουλές σε θέματα που τους αφορούν στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- 6) Ενημερώνει τους επισκέπτες-ομογενείς για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους και τις ενέργειες που απαιτούνται για τη διεκπεραίωση των υποθέσεών τους και τους εφοδιάζει με τα απαραίτητα πληροφοριακά στοιχεία και τα διαθέσιμα έντυπα.

7) Διατηρεί βάση δεδομένων με στοιχεία και ειδησεογραφία από τις ελληνικές κοινότητες του εξωτερικού, καθώς και στοιχεία υπηρεσιών και φορέων στην Ελλάδα όπου μπορούν να απευθύνονται οι ομογενείς.

Επιπλέον υπάρχει και η Επιτροπή **Τουριστικής Ανάπτυξης**.

Στην επιτροπή προεδρεύει δημοτικός σύμβουλος που ορίζεται με την απόφαση της συγκρότησης. Σε αυτήν μετέχουν έντεκα (11) μέλη, τα οποία είναι μέλη του δημοτικού συμβουλίου ή ιδιώτες εμπειρογνώμονες στα θέματα της επιτροπής προτεινόμενοι από τις δημοτικές παρατάξεις και δώδεκα (12) μέλη, τα οποία είναι εκπρόσωποι φορέων της τοπικής κοινωνίας. Έργο της «Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης» είναι η αναγνώριση των τοπικών αναγκών σε ό,τι αφορά στον τουρισμό και η διαμόρφωση και επεξεργασία δράσεων που τις ικανοποιούν. Παράλληλα, συμμετέχει στη διαμόρφωση προτάσεων που αφορούν σε έργα υποδομής που συντελούν στην τοπική ανάπτυξη και υλοποιούνται στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του δήμου. Τέλος, βασικό μέλημά της αποτελεί η διατύπωση και επεξεργασία προτάσεων που αποβλέπουν στην περαιτέρω ανάπτυξη και προβολή της περιοχής. (Έρευνα Πεδίου) (Χανίων, 2022).

**Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων** (Εν. Ξενοδόχων Ν.Χανίων, 2022)

Κύριος σκοπός της Ένωσης Ξενοδόχων είναι η σωστή και ολοκληρωμένη ενημέρωση των επισκεπτών του νομού, σε ό,τι αφορά τη διαμονή τους και τα αξιοθέατα του νομού, προκειμένου τα Χανιά αλλά και γενικότερα η Κρήτη να αποτελέσει γι' αυτούς έναν προορισμό στον οποίο θα επιστρέφουν. Έχει πάνω από 200 μέλη που προέρχονται από όλο τον νομό Χανίων. Κύριο μέλημα της αποτελεί η ενημέρωση των μελών της για τις εξελίξεις του κλάδου τους και οι διευκόλυνση των επαγγελματιών τους δραστηριοτήτων. Επιπλέον, συμμετέχει σε εκθέσεις που αφορούν στον κλάδο των καταλυμάτων. (Πηγή: Επιτόπια έρευνα).

**Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων** (Εμπορικό Επιμελητήριο Χανίων, 2022)

Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων (Επιμελητήριο Χανίων) είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΔΔ), και αποτελεί υποχρεωτική, αυτοτελή και ανεξάρτητη ένωση φυσικών και νομικών προσώπων, που ασκούν εμπορική δραστηριότητα στην περιφέρεια του νομού Χανίων, τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης, αλλά δεν επιχορηγείται από το κράτος, ούτε επιβαρύνει τον κρατικό προϋπολογισμό.

Στο Επιμελητήριο Χανίων εγγράφονται υποχρεωτικά, ως μέλη του, όλες οι επιχειρήσεις που ασκούν εμπορική δραστηριότητα ή έχουν εμπορική ιδιότητα και είναι εγκατεστημένες στην περιφέρεια του Νομού Χανίων.

Σύμφωνα με το Ν.2081/92, στο Μητρώο του Επιμελητηρίου υποχρεούνται να εγγραφούν:

- τα Φυσικά Πρόσωπα από την έναρξη της εμπορικής τους δραστηριότητας



- τα Νομικά Πρόσωπα (ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ) από τη σύστασή τους
- τα Υποκαταστήματα και οι Παραγωγικές Μονάδες από την εγκατάστασή τους στην περιφέρεια του νομού Χανίων

Σκοπός του Επιμελητηρίου Χανίων είναι η προστασία και ανάπτυξη του εμπορίου, της βιομηχανίας, της βιοτεχνίας, και των επαγγελμάτων στην περιφέρεια του, μέσα στο πλαίσιο των συμφερόντων της ελληνικής οικονομίας.

### **Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)**

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου υπό την εποπτεία του Υπουργείου Τουρισμού.

Ο ΕΟΤ ιδρύεται για πρώτη φορά το 1929 και επανιδρύεται το 1950 με τον Α.Ν. 1565/50 ( ΦΕΚ 255 Α'), ο οποίος κυρώνεται με τον Ν. 1624/51 (ΦΕΚ 7 Α')· έκτοτε αποτελεί τον βασικό κρατικό φορέα του τουριστικού τομέα. Η τρέχουσα διάρθρωση και οι αρμοδιότητες των υπηρεσιών και των οργάνων διοίκησης περιλαμβάνονται στο Π.Δ. 72/2018 (ΦΕΚ 141/Α'/2-8-2018) αμφότερα όπως ισχύουν σήμερα.

Το 2005 συνιστώνται στον ΕΟΤ οι Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (Π.Υ.Τ.). Το 2006 άρχεται η σύσταση της Διεύθυνσης Επιθεώρησης. Από το 2014 μεταφέρονται από τον ΕΟΤ στο Υπουργείο οι Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ), ενώ το ίδιο έτος καταργούνται η Γενική Διεύθυνση Ανάπτυξης ΕΟΤ καθώς και οι Διευθύνσεις Μελετών & Επενδύσεων, Ποιοτικού Ελέγχου & Εποπτείας Αγοράς, Τουριστικών Εγκαταστάσεων, Επιθεώρησης και Συντονισμού Περιφερειακών Υπηρεσιών· οι μεταφερόμενες από τον ΕΟΤ αρμοδιότητες ασκούνται από οργανικές μονάδες του Υπουργείου Τουρισμού. Το 2014 στο Υπουργείο μεταφέρεται και η Ειδική Υπηρεσία Προώθησης & Αδειοδότησης Τουριστικών Επιχειρήσεων (Ε.Υ.Π.Α.Τ.Ε.), η οποία είχε συσταθεί στον ΕΟΤ το 2011.

### **Η ΑΠΟΣΤΟΛΗ**

Σύμφωνα με το Π.Δ. 72/2018 (ΦΕΚ 141/Α'/2-8-2018), ο ΕΟΤ έχει κύρια αποστολή την οργάνωση, ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού στην Ελλάδα με την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων της χώρας, ακολουθώντας δράσεις τουριστικής προβολής της Ελλάδας στο εσωτερικό και το εξωτερικό αλλά και κάθε άλλη δραστηριότητα που κρίνεται απαραίτητη για την υποστήριξη και προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

#### **4.4 Στρατηγικός Σχεδιασμός Δήμου Χανίων 2019-2023**

Στο πλαίσιο του Στρατηγικού Σχεδιασμού του Δ. Χανίων έχει τονιστεί η ανάγκη ισόρροπης ανάπτυξης του δήμου σε όλους τους τομείς, με κεντρικό πυλώνα όμως την τουριστική ανάπτυξη. Αναλύονται οι πόροι του νομού, σε φυσικούς, ανθρώπινους, παραγωγικούς, πολιτιστικούς- ιστορικούς οι οποίοι ταυτόχρονα αποτελούν και τους τουριστικούς πόρους του νομού. Στόχος είναι να αξιοποιηθούν αυτοί οι ενδογενείς

πόροι, να ενσωματωθούν οι τεχνολογικές δυνατότητες και καινοτομίες, και τέλος να αξιοποιηθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του δήμου.

Ανάμεσα στους άξονες προτεραιότητας, μέσα από αναλύσεις SWOT, τίθεται σε περίοπτη θέση η τοπική οικονομία και η απασχόληση. Μέτρα που παίρνονται στον άξονα της οικονομίας είναι η στήριξη της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, της στήριξης του τουρισμού & της ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος και της προώθησης της απασχόλησης. Οι γενικοί στόχοι στον άξονα αυτό, όσον αφορά την τουριστική ανάπτυξη, είναι η ανάδειξη, ο εμπλουτισμός και η εξειδίκευση του υφιστάμενου τουριστικού προϊόντος αλλά και η ανάδειξη ειδικών μορφών τουρισμού.

Από τα ζητήματα που ξεχωρίζουν από την SWOT analysis, είναι η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού με προσανατολισμό στον θαλάσσιο, στον πολιτιστικό- ιστορικό τουρισμό, στον τουρισμό ευεξίας κλπ., η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ο συντονισμός των εμπλεκόμενων υπηρεσιών σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη.

## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> Ερευνητική Μεθοδολογία

### 5.1 Ο Σκοπός της Έρευνας

Σκοπός των ερευνών γενικότερα είναι η αναζήτηση απαντήσεων σε ερωτήματα, καθώς το έμφυτο ανθρώπινο χαρακτηριστικό της περιέργειας οδηγεί στην αναζήτηση απαντήσεων για τον τρόπο που ενεργούν οι άνθρωποι και το πως επηρεάζονται οι δράσεις τους, εφαρμόζοντας συγκεκριμένη συστηματική διαδικασία.

Στην παρούσα μεταπτυχιακή εργασία κύριος σκοπός είναι να αναλυθεί η ο ρόλος που κατέχει η τοπική αυτοδιοίκηση στην διαμόρφωση της τουριστικής ανάπτυξης σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή της Ελλάδας. Επιλέχθηκε να μελετηθεί η Δημοτική Ενότητα Χανίων. Ο βασικός λόγος που επιλέχθηκε αυτή η περιοχή είναι γιατί είναι μια περιοχή που ήδη είναι χαρακτηρισμένη ως «τουριστική» και ήδη έχει φτάσει σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης. Το βασικό ερώτημα που προκύπτει και το ενδιαφέρον για αυτήν την εργασία ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης και ειδικότερα της Β' Βάθμιας, των δήμων και κοινοτήτων, για την περαιτέρω ανάπτυξη και προβολή ενός ήδη καταξιωμένου τουριστικού προορισμού. Μελετάται η σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των φορέων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό και πώς αυτοί συνδιαμορφώνουν την προοπτική τουριστικής ανάπτυξης

Επιδίωξη της εργασίας είναι να διερευνηθούν δύο επιμέρους ερευνητικές παράμετροι:

A) Ως προς την διερεύνηση της υφιστάμενης κατάστασης και της προοπτικής του τουρισμού στον Δ. Χανίων:

- Ο προσανατολισμός του τουριστικού προϊόντος της περιοχής
- Τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών του τουρισμού
- Οι προσδοκίες που έχουν φορείς και επιχειρηματίες για το μέλλον του τουρισμού
- Οι πρωτοβουλίες και δράσεις που προτείνουν φορείς και επιχειρηματίες προκειμένου να διασφαλίσουν την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα.

B) Ως προς τις αλληλεπιδράσεις των φορέων του τουρισμού και των τοπικών φορέων ανάπτυξης θα διερευνηθεί

- Ο τρόπος αναγνώρισης των τοπικών αναγκών και επίλυσης των διάφορων ζητημάτων που προκύπτουν
- Ο τρόπος με τον οποίο διεξάγονται οι διαδικασίες διαβούλευσης και ενημέρωσης σε τοπικό επίπεδο

- Οι δικτυώσεις και ο συντονισμός των τοπικών φορέων ανάπτυξης
- Η διασύνδεση και συνεργασία τουριστικών επιχειρήσεων και τοπικών φορέων ανάπτυξης.

Η διερεύνηση και η μελέτη των παραπάνω θεμάτων είναι σημαντική γιατί με τα αποτελέσματα και συμπεράσματα της θα αναδειχθούν τυχόν προβληματικές σχέσεις ή φαινόμενα ελλιπούς επικοινωνίας μεταξύ των φορέων του Τουρισμού ή και ακόμα να παρουσιάσει καλές πρακτικές που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν από άλλους δήμους που επιθυμούν μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

## 5.2 Μεθοδολογία Έρευνας

Οι έρευνες διακρίνονται σε ποιοτικές, ποσοτικές και άλλοτε μεικτές. Οι ποσοτικές αναλύουν κυρίως την ποσότητα εμφάνισης ενός φαινομένου ενώ οι ποιοτικές αναφέρονται στο είδος και ειδικότερα στο συγκεκριμένο χαρακτήρα του φαινομένου (Kvale, 1996).

Η ποιοτική έρευνα μέσα από την χρονική της εξέλιξης μπορεί να οριστεί ακολούθως (Ισαρη & Πουρκός, 2015) αναφέρεται από *"Η ποιοτική έρευνα είναι μια 23 πλασιοθετημένη δραστηριότητα, η οποία τοποθετεί τον παρατηρητή στον κόσμο. Αυτή συνίσταται σε ένα σύνολο ερμηνευτικών και υλικών πρακτικών, οι οποίες κάνουν τον κόσμο ορατό. Αυτές οι πρακτικές μετασχηματίζουν τον κόσμο. Μετατρέπουν τον κόσμο σε μία σειρά από αναπαραστάσεις του εαυτού, συμπεριλαμβανομένων των σημειώσεων πεδίου, των συνεντεύξεων, των συνομιλιών, των φωτογραφιών, των μαγνητοφωνήσεων και των σημειώσεων σε ημερολόγια. Σε αυτό το επίπεδο, η ποιοτική έρευνα περιλαμβάνει μια ερμηνευτική, νατουραλιστική προσέγγιση στον κόσμο. Αυτό σημαίνει ότι οι ποιοτικοί ερευνητές μελετούν τα πράγματα στο φυσικό τους πλαίσιο, επιχειρώντας να δώσουν νόημα ή να ερμηνεύσουν τα φαινόμενα με όρους των νοημάτων που οι άνθρωποι δίνουν σε αυτά".*

Η ποιοτική έρευνα και γενικότερα οι ποιοτικές μεθοδολογίες αποτελούν ένα από τα δύο μεγάλα μεθοδολογικά παραδείγματα και εργαλεία στις κοινωνικές επιστήμες. Βασικά ζητήματα που σχετίζονται με όλες τις μεθοδολογίες είτε ποιοτικές είτε ποσοτικές, είναι η προσέγγιση ως προς την έρευνα και την μεθοδολογία, το ερευνητικό πρόβλημα, η θεωρητική αφετηρία του ερευνητή και τα συγκεκριμένα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για την άντληση γνώσης (Λάλλας, 2019-2020).

Στην διατριβή αυτή, η μεθοδολογία της έρευνας που επιλέχθηκε είναι η ποιοτική, αφού στόχος είναι να διερευνηθούν οι στάσεις, οι αντιλήψεις, τα κίνητρα, καθώς και οι κοινωνικές πρακτικές χωρίς να γενικεύονται τα αποτελέσματα της έρευνας αλλά να αφορούν τη συγκεκριμένη ομάδα μελέτης, πιθανόν βέβαια να είναι συμβατά και με άλλες περιπτώσεις (Λάλλας, 2019-2020). Αυτό έχει ως σκοπό να αντληθούν συμπεράσματα όχι τόσο για τις προσωπικές αντιλήψεις που φέρουν οι συμμετέχοντες σε θέματα τουρισμού, αλλά για το πως οι προσωπικές τους

αντιλήψεις επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής έρευνας καθώς από αυτούς εξαρτάται η ανάπτυξη του τόπου.

Η έρευνα αυτή αποτελεί μια προσπάθεια αποτύπωσης και διασαφήνισης των κατευθύνσεων και των δράσεων των τοπικών φορέων του δήμου Χανίων, προκειμένου να διατηρήσουν και να φτάσουν σε σημείο τέτοιο τον τουρισμό, που να είναι βιώσιμος και να χαρακτηρίζεται από αειφορία. Λαμβάνοντας υπόψιν ότι η σαφέστερη απεικόνιση μιας κατάστασης επηρεάζει τις δυνατότητες βελτίωσής της, η έρευνα δεν αποσκοπεί πρωτίστως στη διατύπωση προτάσεων αλλά κυρίως στην ανάδυση αυτών μέσα από μια, όσο το δυνατόν γίνεται, πιο αντικειμενική αποτύπωση της πραγματικότητας. Συνεπώς, η ποιοτική μέθοδος κρίθηκε ως η καταλληλότερη για την πραγματοποίηση της παρούσας μελέτης, αρχικά γιατί μπορούν να υπάρξουν οι πληροφορίες που θα δώσουν απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα και τέλος γιατί η ποιοτική μέθοδος θα φέρει ασφαλή αποτελέσματα.

Ο ρόλος του ερευνητή στην ποιοτική έρευνα είναι άμεσα κεντρικός, καθώς προϋποθέτει αμεσότητα και φυσικά προσωπική ανάμιξη στην διαδικασία. Ο ερευνητής που εφαρμόζει ποιοτικές έρευνες δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως αντικειμενικός παρατηρητής γιατί φυσικά φέρει τα δικά του βιώματα, απόψεις, προσδοκίες ίσως και μεροληψίες (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

### 5.3 Ερευνητικός Σχεδιασμός

Η εκμαίευση ποιοτικών στοιχείων σε μια ποιοτική έρευνα εξαρτάται από τη χρησιμοποίηση αυστηρών διαδικασιών συλλογής δεδομένων, όπου η λεπτομερής καταγραφή και αφιέρωση προσωπικού χρόνου από τον ερευνητή είναι αδιαμφισβήτητες προϋποθέσεις. Σκόπιμο είναι να τηρούνται και όλα τα χαρακτηριστικά και οι αρχές που διέπουν την ποιοτική έρευνα (Τήρηση λεπτομερούς σχεδίου, παρουσίαση πολλαπλών γεγονότων, συμβολή του ερευνητή, έμφαση στις απόψεις των συμμετεχόντων) (Λάλλας, 2019-2020).

Στην μελέτη αυτή ακολουθήθηκαν τα εξής στάδια (Creswell, 2009):

- Προσδιορισμός των στόχων της έρευνας
- Δόμηση του θεωρητικού πλαισίου
- Διατύπωση ερευνητικών ερωτημάτων
- Επιλογή συμμετεχόντων
- Βιβλιογραφική ανασκόπηση
- Επιλογή της μεθόδου ανάλυσης των δεδομένων
- Σκέψεις για το είδος της θεωρητικής μορφής την οποία θα λάβουν τα ευρήματα
- Με ποιο τρόπο θα παρουσιαστούν τα ευρήματα από την έρευνα πεδίου
- Συγγραφή της έρευνας

Για την ολοκλήρωση της έρευνας αρχικά διατυπώθηκαν οι στόχοι και τα ερευνητικά ερωτήματα. Στη συνέχεια ορίστηκε το δείγμα, ενώ αργότερα ο ερευνητής έκανε τη βιβλιογραφική ανασκόπηση ώστε να καταγραφεί και να δημιουργηθούν οι

ερωτήσεις που θα απαρτίζουν τα ερωτηματολόγια, που είναι το κύριο ερευνητικό εργαλείο στην παρούσα έρευνα. Κατόπιν συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο και δομήθηκε με ιδιαίτερη προσοχή. Αποτελείται από δύο ξεχωριστά ερωτηματολόγια ένα για τους φορείς και ένα για τους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό επιχειρηματίες.

Ακολούθησε μια πρώτη επικοινωνία με όλους τους συμμετέχοντες στην έρευνα, μέσω τηλεφώνου ή e-mail και καθορίστηκε η ημερομηνία και ώρα διεξαγωγής της συνέντευξης. Κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων οι συμμετέχοντες έδωσαν την άδεια τους για επιτόπια ηχογράφησης με τη χρήση ψηφιακών μέσων ( ηχογράφηση με Laptop).

Μετά τη συνεχή ενασχόληση, τη βιβλιογραφική επισκόπηση, και την μαγνητοφώνηση, ακολουθήσε η ανάλυση όλων των δεδομένων που συλλέχθηκαν, επεξεργασία τους και τέλος η συγγραφή της ερευνητικής μεθοδολογία και η καταγραφή των συμπερασμάτων.

#### 5.4 Επιλογή Δείγματος και Διαδικασία Συνεντεύξεων

Η επιλογή δείγματος διαχωρίζεται σε δύο βασικές κατηγορίες. Στην τυχαία και στην μη τυχαία δειγματοληψία. Σε κάθε έρευνα, οι λειτουργίες που επιτελούν οι δύο αυτές κατηγορίες είναι διαφορετικές. Στην παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε μη τυχαία δειγματοληψία η οποία ενδείκνυται για έρευνα μικρής κλίμακας (Creswell, 2009). Η επιλογή του δείγματος ήταν στοχευμένη, καθώς βασικό κριτήριο για την παρούσα έρευνα ήταν η καταγραφή των απόψεων των εμπλεκόμενων φορέων και επιχειρηματιών με τον τουρισμό στον ευρύτερο Δήμο Χανίων. Επομένως ο ερευνητής χρησιμοποίησε τη μέθοδο της Δειγματοληψίας Κριτηρίου, όπου επιλέγεται το δείγμα βάσει κριτηρίων που εξυπηρετούν τους ερευνητικούς στόχους (Ισαρη & Πουρκός, 2015). Ο τύπος αυτής της δειγματοληψίας στηρίζεται στην αρχή της ορθολογικής κρίσης του ερευνητή, όπου θα επιλέξει τους συμμετέχοντες στο δείγμα, που θεωρεί ότι καλύπτουν τις ανάγκες του ώστε να εξασφαλίσει τις πληροφορίες που αναμένει να αποκτήσει.

Ως προς το μέγεθος του δείγματος, ο ερευνητής δεν έχει αριθμητικούς περιορισμούς. Το δείγμα δεν χρειάζεται να είναι ποσοτικά μεγάλο αλλά θα πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικό. Ένα άλλο χαρακτηριστικό του αντιπροσωπευτικού δείγματος είναι ότι βοηθά πρακτικά την έρευνα αφού μειώνει το κόστος συλλογής των πληροφοριών και τον χρόνο διεξαγωγής και διεκπεραίωσής της. Υποστηρίζεται πως κατάλληλο μέγεθος δείγματος είναι αυτό που απαντάει στα ερευνητικά ερωτήματα. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το μέγεθος του δείγματος (Ισαρη & Πουρκός, 2015):

- Το εύρος της μελέτης
- Η φύση του θέματος
- Η ποιότητα των δεδομένων
- Το σχέδιο της μελέτης
- Το σύνολο της ερευνητικής μεθόδου

Στην παρούσα έρευνα η επιλογή του μεγέθους ανέρχεται σε δέκα ερωτώμενους, τέσσερις κεντρικούς φορείς που ασχολούνται με τον Τουρισμό και έξι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στις εξής Δημοτικές ενότητες του Δήμου Χανίων:

- Χανίων
- Ν.Κυδωνίας
- Ακρωτηρίου
- Σούδας

Ως προς την διαδικασία των συνεντεύξεων αυτές έλαβαν χώρα ύστερα από συνεννόηση με τους συμμετέχοντες σε ώρα και ημερομηνία που οι ίδιοι επέλεξαν, από 5/1/2022 έως 7/2/2022, στον χώρο που δραστηριοποιούνται. Η χρονική διάρκεια της κάθε συνέντευξης καθορίστηκε από τη διάθεση συμμετοχής και τον χρόνο που αυτοί διέθεταν. Ο μέσος όρος συνέντευξης με τους φορείς ήταν περίπου σαράντα λεπτά ενώ με τους επιχειρηματίες περίπου στα είκοσι λεπτά της ώρας. Πριν από κάθε συνέντευξη υπήρχε επικοινωνία με τον κάθε συμμετέχοντα προσωπικά για να παρουσιαστεί ο λόγος και ο σκοπός της έρευνας και για να εξασφαλίσει τη συμμετοχή των ερωτώμενων. Αν υπήρχε θετική απόκριση στο ερώτημα της συμμετοχής στην έρευνα τότε προχωρούσαν στην εύρεση της καταλληλότερης ημέρας και ώρας για την διεξαγωγή της έρευνας.

Οι συνεντεύξεις είχαν ημιδομημένη μορφή, η οποία αποτελείται από προκαθορισμένες ερωτήσεις αλλά χαρακτηρίζεται από ευελιξία ως προς τη σειρά των ερωτήσεων, ως προς τη τροποποίηση του περιεχομένου αυτών ανάλογα με τον συμμετέχοντα και ως προς την προσθαφαίρεση ερωτήσεων και θεμάτων για συζήτηση (Ισαρη & Πουρκός, 2015). Ο τύπος της συνέντευξης ήταν εις βάθος, έτσι ώστε η συλλογή δεδομένων για τις εμπειρίες, τις απόψεις και τις στάσεις των συμμετεχόντων να είναι όσο το δυνατόν πιο πλούσια. Οι ερωτήσεις στο μεγαλύτερο μέρος τους ήταν ερωτήσεις γνώμης, καθώς στόχος ήταν να διερευνηθούν στάσεις και αντιλήψεις των ερωτώμενων για διάφορα κοινωνικά φαινόμενα και διαδικασίες (Λάλλας, 2019-2020).

Ο ερευνητής κατά τη διάρκεια της συνέντευξης έπρεπε να παρατηρεί τη συμπεριφορά των συμμετεχόντων, να κατανοεί την ευστάθεια των απαντήσεων τους και να ρυθμίζει την ομαλή ροή της συνέντευξης σε φιλικό και ευχάριστο πλαίσιο συζήτησης. Με το πέρας κάθε συνέντευξης ο ερευνητής κατέγραφε τις παρατηρήσεις του στον προσωπικό του χώρο (Ισαρη & Πουρκός, 2015). Τέλος ακολούθησε η πλήρης καταγραφή των αποτελεσμάτων της έρευνας με την απομαγνητοφώνηση των συνεντεύξεων. Η ανάλυση των δεδομένων από τις συνεντεύξεις στηρίχθηκε στην κατανόηση και την ερμηνεία των στάσεων στη δεδομένη χρονική στιγμή υλοποίησης της έρευνας (Χασάνδρα & Γούδας, 2004).

## 5.5 Αξιοπιστία Ποιοτικής Έρευνας

Ίσως ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα στην ποιοτική έρευνα είναι η εγκυρότητα της και η αξιολόγηση αυτής. Αυτό οφείλεται στην άμεση εμπλοκή του

ερευνητή στην έρευνα και την εξάρτηση των αποτελεσμάτων από το περιβάλλον, την ευαισθησία, τις αντιλήψεις ίσως και τις τυχόν προκαταλήψεις του ερευνητή. Επομένως η λογική της εγκυρότητας και της αξιοπιστίας, δεν είναι η ίδια στις ποιοτικές και ποσοτικές μεθόδους έρευνας. Ο ερευνητής στην ποιοτική μέθοδο οφείλει να πείσει τον αναγνώστη ότι η ανάλυση και περιγραφή των αποτελεσμάτων είναι όσο το δυνατόν ακριβέστερη και πλήρης, τόσο από την πλευρά του όσο και από την πλευρά των συμμετεχόντων (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

Για την διασφάλιση της εγκυρότητας και αξιοπιστίας χρησιμοποιήθηκαν τα κριτήρια που έχουν παρουσιαστεί από τη Χασάνδρα και το Γούδα το 2004: (Χασάνδρα & Γούδας, 2004):

**Η παρατεταμένη ενασχόληση:** Ο ερευνητής έχει μια πολυετή εμπειρία στον τουρισμό και ειδικότερα σε ξενοδοχεία του Δήμου Χανίων, επίσης διδάσκει ενήλικες που ενδιαφέρονται να λάβουν εξειδίκευση πάνω σε θέματα τουρισμού. Με αυτές του τις ιδιότητες έχει βαθιά γνώση πάνω στον τουρισμό και εξασφάλισε την εμπιστοσύνη των ερωτώμενων.

**Η επίμονη παρατήρηση:** Σκοπός της είναι να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά στοιχεία των ερωτώμενων και του περιβάλλοντος τους και να παρατηρηθούν οι επιμέρους λεπτομέρειες. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ο ερευνητής το πετυχαίνει με την πολυετή του εμπειρία σε θέματα τουρισμού και ειδικά σε θέσεις ευθύνης σε πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες του Δήμου Χανίων.

**Η τριμερής διασταύρωση πηγών, μεθόδων, εκτιμητών και θεωριών:** Αναφέρεται στη χρήση περισσότερων από μία πηγών, μεθόδων, θεωριών κλπ έτσι ώστε η διασταύρωση των διαφορετικών στοιχείων να δώσει ακόμα πιο αξιόπιστα αποτελέσματα. Στην παρούσα έρευνα η διασταύρωση έγινε με έλεγχο από τους συμμετέχοντες (member checks), κατά τη διάρκεια συλλογής των δεδομένων. Κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων έγινε μία σύνοψη των κύριων σημείων και ζητήθηκε η γνώμη του κάθε συμμετέχοντα για το αν τα στοιχεία που καταγράφηκαν έγιναν ορθώς κατανοητά από τον ερευνητή. Επίσης με την χρήση της ψηφιακής μαγνητοφώνησης επιτεύχθηκε η διασταύρωση των στοιχείων, καθώς ανά πάσα στιγμή, αν του ζητηθεί, ο ερευνητής μπορεί να επιβεβαιώσει την εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

**Λεπτομερής εξέταση από συνάδελφο:** Είναι μια διαδικασία κατά την οποία στο σύνολό της η έρευνα εξετάζεται από κάποιον συνάδελφο που κατέχει την ανάλογη εξοικείωση με το αντικείμενο της έρευνας. Στην παρούσα έρευνα η εξέταση πραγματοποιήθηκε από τον επιβλέποντα της διατριβής.

**Καταλληλόλητα αναφορών:** Είναι η συλλογή επιπλέον στοιχείων, τα οποία φυλάσσονται για πιθανό επανέλεγχο και χρησιμεύουν στην αξιοπιστία-εγκυρότητα της έρευνας. Στην έρευνα αυτή η καταλληλόλητα, επιτεύχθηκε με τη χρήση της ψηφιακής μαγνητοφώνησης.



## Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> Αποτελέσματα Έρευνας

### 6.1 Αποτελέσματα Φορέων

Στην έρευνα συμμετείχαν εκπρόσωποι των ακόλουθων Φορέων:

1. Δήμος Χανίων
2. Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων
3. Επιμελητήριο Χανίων
4. ΕΟΤ

Το εύρος της ηλικίας των συμμετεχόντων κυμαίνεται μεταξύ 44-62 με μέση ηλικία τα 50 έτη.

#### 6.1.1 Προσανατολισμός του Τουρισμού και Τουριστικοί Πόροι

Η εικόνα του Δ. Χανίων ως τουριστικού προορισμού σύμφωνα με τους εκπροσώπους των τοπικών φορέων προκύπτει από τον συνδυασμό πολλών παραγόντων, όπως της φυσικής ομορφιάς, του κλίματος, του συνδυασμού βουνού θάλασσα, της πολιτιστικής κληρονομιάς του τόπου. Ως πολύ σημαντικός παράγοντας για την επισκεψιμότητα του δήμου αναφέρθηκε από όλους του φορείς η γαστρονομία. Δύο από τους τέσσερις φορείς ανέφεραν επίσης τον ανθρώπινο παράγοντα και την φιλοξενία από τους ντόπιους κατοίκους.

Σύμφωνα με εκπρόσωπο φορέα «Ο Δ. Χανίων είναι μια μικρογραφία του νομού Χανίων, έχει τέτοιο εύρος, ως προς το μέγεθος του. Μητροπολιτικός δήμος, και τέτοια μορφολογία και έκταση που στην ουσία περιλαμβάνει όλες τις περιοχές του νομού. Έχει ορεινό όγκο, στα Κεραμειά, είναι η πόλη, διαθέτει παραλιακό μέτωπο όπως η Αγ. Μαρίνα, περιοχές ημί-τουριστικές όπως είναι το Ακρωτήριο, έχει επίσης όλους του μεταφορικούς κόμβους εντός της έκτασης του. Αεροδρόμιο & Λιμάνι».

Κύριο στοιχείο και πόλος έλξης του δήμου αποτελεί το Ενετικό λιμάνι στην πόλη των Χανίων που αποτελεί το κύριο σημείο αναφοράς του προορισμού Χανιά που προσελκύει όλους τους επισκέπτες του δήμου και σε επέκταση και του νομού. Όλοι οι φορείς πιστεύουν ότι βλέποντας μια φωτογραφία με τον Φάρο του λιμανιού καταλαβαίνουν όλοι ότι αυτή αναφέρεται στην πόλη των Χανίων.

Ο δήμος όντας χαρακτηρισμένος τουριστικός, και λόγω της μεγάλης τουριστικής προσέλευσης διαθέτει μεγάλο αριθμό καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων, ξενοδοχείων όλων των κατηγοριών, κέντρων υγειονομικού ενδιαφέροντος και αναψυχής που καλύπτουν επαρκώς την τουριστική ζήτηση. Η ζήτηση παρουσιάζει έντονη εποχικότητα καθώς ξεκινάει με χαμηλά επίπεδα τον Απρίλιο, με ορόσημο το Καθολικό Πάσχα, κορυφώνεται τους θερινούς μήνες και καταλήγει να τελειώνει μέσα του Οκτώβρη.

Ο Δ. Χανίων προσελκύει τουρισμό όλων των ηλικιών και μορφωτικών επιπέδων. Επίσης οι επισκέπτες έχουν μεγάλο εύρος όσον αφορά το εισοδηματικό επίπεδο. Οι περισσότεροι επισκέπτες είναι αλλοδαποί τουρίστες ενώ τον Ιούλιο και

τον Αύγουστο εκδηλώνεται έντονο ενδιαφέρον και από Έλληνες που ενδιαφέρονται σχεδόν αποκλειστικά για διακοπές αναψυχής και για την τοπική γαστρονομία. Τους μήνες του φθινοπώρου και της άνοιξης, εκδηλώνεται ενδιαφέρον περισσότερο από τουρίστες που προέρχονται από το εξωτερικό, οι οποίοι είναι κυρίως ανώτερης μόρφωσης και υψηλότερου βιοτικού επιπέδου, που έλκονται από την μοναδικότητα του τόπου όπου διαφαίνεται η αυθεντικότητα του με κύριο μέλημα τους την επαφή με τη φύση χωρίς να είναι αυτοσκοπός ο συνδυασμός των διακοπών τους με τη θάλασσα. Αξιόλογο ποσοστό των τουριστών αυτών χαρακτηρίζονται ως επαναλαμβανόμενοι, ειδικότερα η σκανδιναβική αγορά προτιμάει τα Χανιά, αφού επιστρέφουν κάθε χρόνο, έστω για μία επίσκεψη, ενώ ορισμένοι από αυτούς, επιλέγουν να επενδύσουν σε αγορές εξοχικών κατοικιών στον ευρύτερο Δ. Χανίων αλλά και σε άλλες περιοχές του νομού.

Στους δημοφιλείς τουριστικούς πόρους του Δ. Χανίων, οι τοπικοί φορείς συγκαταλέγουν ως πιο σημαντικούς τη μεγάλη ακτογραμμή με τις εύκολα προσβάσιμες και οργανωμένες παραλίες, την παλιά πόλη των Χανίων και τα μοναστήρια. Επίσης περιλαμβάνουν τις ανασκαφές και την ανάδειξη της αρχαίας Απτέρας. Υπάρχουν προσπάθειες ανάδειξης από τους τοπικούς φορείς αλλά εκφράσθηκε σχεδόν από όλους ότι η προώθηση και η προβολή ειδικά των πολιτιστικών μνημείων χαρακτηρίζεται ως ανεπαρκής. Οι περισσότεροι επισκέπτες ανακαλύπτουν ότι υπάρχει πολύ μεγάλο πολιτιστικό κεφάλαιο αφού βρίσκονται ήδη στον δήμο.

Γενικότερα, ο πολιτισμός χαρακτηρίζεται ως ένα στοιχείο πολύ σημαντικό για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξης της περιοχής. Η ανάδειξη του πολιτισμού μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, δεδομένου ότι η τοπική ιστορία, τα ήθη, τα έθιμα και οι τοπικές συνήθειες θεωρούνται ελάχιστα αξιοποιημένες. Έτσι το τουριστικό προϊόν θα ξεφύγει από το μοντέλο «Ήλιος – Θάλασσα». Ταυτόχρονα, οι ήπιες μορφές τουρισμού θεωρούνται ως η επιβεβλημένη και ως η πιο ενδεδειγμένη επιλογή για την τοπική ανάπτυξη αφού διατηρούν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής και οι δραστηριότητες τους διεξάγονται στη φύση, με ήπια μορφή όχλησης όπως η πεζοπορία, η αναρρίχηση, ο θαλάσσιος τουρισμός. Γενικότερα όπως χαρακτηρίστηκε από εκπρόσωπο να υπάρχουν τέτοιες δραστηριότητες που να χαρίζουν αυθεντικές εμπειρίες στον επισκέπτη! Ο θρησκευτικός τουρισμός τέλος αναφέρεται ελάχιστα. Την περίοδο αυτή γίνονται κάποιες προσεγγίσεις με την τοπική εκκλησία για περαιτέρω ανάδειξη του.

Ως βασική αδυναμία για την τοπική ανάπτυξη, τρεις από τους τέσσερις ερωτηθέντες φορείς, ανέφεραν την έλλειψη χάραξης κοινής τουριστικής πολιτικής και συντονισμό των φορέων ως προς την στοχοθεσία για τα επόμενα χρόνια. Επίσης πολύ σημαντική αδυναμία είναι η διάρθρωση του δήμου, η υφιστάμενη νομοθεσία που αποτελεί τροχοπέδη στην χάραξη κοινού σχεδιασμού. Επιπλέον διατυπώθηκε και η έλλειψη βασικών υποδομών όπως ο ΒΟΑΚ, η σύνδεση του αεροδρομίου με την υφιστάμενη Εθνική οδό και ίσως μελλοντικά με τον νέο ΒΟΑΚ, και η έλλειψη πολεοδομικού σχεδιασμού σε κάποιες από τις τουριστικές περιοχές του δήμου.

Επιβεβλημένη, διατυπώθηκε, η χρήση «πράσινων» πρακτικών όπως η ανακύκλωση συσκευασιών σε παραλίες και σε πεζοπορικά μονοπάτια, η ενέργεια και η ορθότερη χρήση των υδάτινων πόρων.

Απειλή θεωρείται από φορείς ο μη εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος και η επιμονή στο να πουλάμε αποκλειστικά το ίδιο μοντέλο τουρισμού «ήλιος & θάλασσα». Φορέας αναφέρει ότι «υπάρχουν αρκετοί προορισμοί που πουλάνε το ίδιο προϊόν με εμάς και ίσως σε καλύτερη τιμή και πιο ποιοτικοί άρα θα πρέπει να διαφοροποιηθούμε και να εμπλουτίσουμε. Αν φυσικά καταφέρουμε να συνδυάσουμε την βιωσιμότητα με τον εμπλουτισμό του ΤΠ, τότε θα έχουμε καταφέρει να κάνουμε την διαφορά από άλλους προορισμούς».

#### 6.1.2 Η δυναμική των τουριστικών επιχειρήσεων- Τοπική επιχειρηματικότητα

Οι συμμετέχοντες από τους εκπροσωπούμενους φορείς κρίνουν ότι υπάρχει δυναμική στις τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις η οποία σε γενικά πλαίσια χαρακτηρίζεται καλή, και ότι προσφέρουν ποιοτικές και ολοκληρωμένες υπηρεσίες. Όπως αναφέρθηκε από όλους τους φορείς υπάρχουν έρευνες που γίνονται από το ΜΑΙΧ για τον τουρισμό στην δυτική Κρήτη και εκεί αποτυπώνεται η ικανοποίηση των επισκεπτών από τις παρεχόμενες υπηρεσίες των επαγγελματιών του τουρισμού. Φυσικά υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης. Ευτυχώς όπως διατυπώθηκε υπάρχουν πολύ λίγα αρνητικά παραδείγματα επιχειρηματιών που δεν παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι από ντόπιους επιχειρηματίες, που ασχολούνται χρόνια με τον τουρισμό, αλλά φυσικά υπάρχουν και πολυεθνικές επιχειρήσεις που έχουν έρθει να επενδύσουν τα κεφάλαια τους στον Δήμο Χανίων. Δεν αναφέρθηκε κάποιο εμπόδιο ως προς την προσέλκυση επενδύσεων στον δήμο, αν και χαρακτηρίζεται από την εποχικότητα του τουριστικού προϊόντος.

#### 6.1.3 Τουρισμός και Τοπική οικονομία.

Όλοι οι εκπρόσωποι κατανοούν πλήρως την ήδη υπάρχουσα σύνδεση του Τουρισμού με την Τοπική οικονομία αφού σε ποσοστό σχεδόν που πλησιάζει το 50% του τοπικού ΑΕΠ προέρχεται από τις δραστηριότητες σχετιζόμενες με τον τουρισμό. Υποστηρίζεται η άποψη ότι σχεδόν όλες οι τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να καταναλώνουν τα προϊόντα που παράγονται στην ευρύτερη περιοχή του δήμου και του νομού και συνεισφέρουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας οι οποίες χαρακτηρίζονται όμως από έντονη εποχικότητα.

#### 6.1.4 Αναγνώριση των αναγκών – Τοπική Διαβούλευση – Ενημέρωση

Σημαντικό εργαλείο για την αναγνώριση των αναγκών είναι όπως προαναφέρθηκε και παραπάνω η έρευνα που διεξάγεται από το ΜΑΙΧ σε ετήσια βάση όπου λαμβάνονται υπόψη οι γνώμες των επισκεπτών.

Σε σχέση με τους τρόπους ενημέρωσης των κατοίκων αναφέρθηκε από δύο φορείς ότι έχουν δημιουργήσει γραφεία εξυπηρέτησης όπου γίνεται εξατομικευμένη ενημέρωση στους πολίτες που τα επισκέπτονται. Επιπλέον το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι οι πρωταγωνιστές στην ενημέρωση, ακολουθούν η αποστολή newsletters, το εμπορικό και επαγγελματικό επιμελητήριο Χανίων, και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που αποτελούν τις πιο σημαντικές πηγές πληροφόρησης.

Σύμφωνα με τους εκπροσώπους των τοπικών φορέων, η συμμετοχή των κοινωνικών ομάδων στον σχεδιασμό των προγραμμάτων και των δράσεων των φορέων στους οποίους εντάσσονται γίνεται κυρίως μέσω της συμμετοχής τους στα διοικητικά συμβούλια των φορέων τους ή απευθείας μέσω των συνελεύσεων των συλλόγων τους. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι μέσω της Επιτροπής του Δήμου που απαρτίζεται από 17 φορείς πέραν των εκλεγμένων συζητούνται θέματα προβολής και ζητήματα που αφορούν όλους του κλάδους του τουρισμού. Η συμμετοχή είναι ενεργή και οι σχέσεις μεταξύ των φορέων είναι σε πολύ καλό επίπεδο.

Εκπρόσωπος φορέα διατύπωσε την άποψη ότι δράσεις ευαισθητοποίησης των κατοίκων του δήμου δεν γίνονται. Ειδικά σε περιπτώσεις συζήτησης για θέματα τουρισμού με απλούς πολίτες, διαπίστωσε ότι δεν υπάρχει γνώση και ευαισθητοποίηση γιατί ίσως τους φαίνεται τεχνικά δύσκολο. Συνεχίζει και λέει «Από το να κάνουμε σεμινάρια για ανούσια θέματα, να κάνουμε σεμινάρια στο πως φιλοξενούμε, πως συμπεριφερόμαστε, πως παρουσιάζουμε ένα πιάτο, πως μιλάμε στον άλλον. Πολύ σημαντικό»

#### 6.1.5 Διασύνδεση-Δικτύωση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Η διασύνδεση των επιχειρηματιών που προσφέρουν υπηρεσίες φιλοξενίας και διαμονής στους επισκέπτες του Δήμου επιτυγχάνεται κυρίως μέσω της «Ένωσης Ξενοδόχων Ν. Χανίων», Σύλλογος Ιδιοκτητών Τουριστικών Καταλυμάτων " Ο ΚΥΔΩΝ" και ο Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Καταλυμάτων Ν. Χανίων. Για τις λοιπές εμπορικές επιχειρήσεις επιτυγχάνεται η δικτύωση μέσω του Ε.Β.Ε. Χανίων και του Εμπορικού Συλλόγου. Για τους λοιπούς φορείς υπάρχει ο Σύνδεσμος Τουριστικών Γραφείων, η Ένωση ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων Νομού Χανίων και ο Σύνδεσμος Τουριστικών Λεωφορείων.

Όλοι οι εκπρόσωποι των φορέων εξέφρασαν την άποψη ότι σε γενικές γραμμές υπάρχει ένα καλό κλίμα μεταξύ τους. Ένας μόνο φορέας από αυτούς που συμμετέχουν στην έρευνα, δεν αναγνώρισε την έλλειψη κοινής στρατηγικής. Συμφωνούν στο ότι δεν υπάρχει κοινή στρατηγική γιατί δεν υπάρχει συντονιστής.

#### 6.1.6 Διασύνδεση και συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και των τοπικών φορέων.

Οι απόψεις των συμμετεχόντων από τους φορείς και σε αυτό το θέμα χαρακτηρίζονται από σύμπνοια. Δηλώνουν ότι υπάρχει ένα καλό κλίμα μεταξύ τους αλλά από την μεριά των επιχειρήσεων κρίνουν ότι η ενημέρωση είναι ελλιπής και ότι δεν υπάρχει ένας κοινός προγραμματισμός για τις ανάγκες των διαφόρων κλάδων σε σχέση με τον τουρισμό. Ένας εκπρόσωπος επίσης ανέφερε ότι επιτυγχάνεται στενή και απρόσκοπτη συνεργασία με τους περισσότερους επαγγελματικούς φορείς αλλά πάντα υπάρχουν εξαιρέσεις και η επικοινωνία και συνεργασία βρίσκει αρκετά εμπόδια.

#### 6.1.7 Διασυνδέσεις – δικτυώσεις των φορέων ανάπτυξης

Και οι τρεις φορείς, εξέφρασαν τη στενή τους συνεργασία με τον Δ. Χανίων με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η δικτύωση μεταξύ τοπικών φορέων. Οι απόψεις σχετικά με το επίπεδο συνεργασίας που επιτυγχάνεται μεταξύ των φορέων είναι κοινές. Συμφωνούν ως προς το καλό επίπεδο συνεργασίας αλλά εκεί που εκφράζεται μια δυσарέσκεια είναι ως προς τον συντονισμό. Όλοι οι φορείς συμφώνησαν ότι η οικονομική δύναμη των δήμων με τη μορφή που λειτουργούν είναι περιορισμένη. Όπως ενδεικτικά αναφέρει ένας εκπρόσωπος φορέα, «από μόνος του ο κάθε φορέας είναι μικρός σε μέγεθος, για να φέρει ουσιαστικά αποτελέσματα. Πιθανόν να φέρει αποσπασματικά αλλά δεν αρκεί. Ενώ η συνένωση όλων των φορέων με κοινούς στόχους, ο κοινός τρόπος υλοποίησης ενός προγράμματος είναι ο τρόπος που θα φέρει κοινά αποτελέσματα». Οι προτάσεις για τη βελτίωση της υφιστάμενης κατάστασης αφορούν την κοινή προσπάθεια για καλύτερη συνεννόηση, το ενεργό ενδιαφέρον ως προς την επίτευξη των στόχων και την επίτευξη μιας ατζέντας με συγκεκριμένα θέματα σε ορισμένο χρονικό διάστημα.

#### 6.1.8 Μελλοντικές Δράσεις

Σχετικά με τις ενέργειες που θα κρίνουν επιβεβλημένες για την ισόρροπη ανάπτυξη του τουρισμού όλοι οι εκπρόσωποι αναφέρονται στην ανάγκη υλοποίησης έργων υποδομής και κυρίως στα οδικά έργα του ΒΟΑΚ, καθώς και στην ανάγκη ουσιαστικής και στοχευμένης επαγγελματικής κατάρτισης των απασχολούμενων στον τουρισμό σε βασικές έννοιες παροχής ποιοτικών υπηρεσιών. Όλοι οι εκπρόσωποι κρίνουν ότι ο δήμος έχει περαιτέρω δυνατότητες τουριστικής ανάπτυξης σε σχέση κυρίως με τις βιώσιμες και ήπιες μορφές τουρισμού.

Ένας εκπρόσωπος ανέφερε την αναγκαιότητα εφαρμογής της συμφωνίας της Fraport για εγκατάσταση σύγχρονου ραντάρ προσγείωσης και απογείωσης των αεροπλάνων. Υπήρχε μια ασυμφωνία με τον στρατιωτικό φορέα του αεροδρομίου γιατί ο διάδρομος είναι κοινός με τον στρατό αλλά από το 2023 όπως μας διαβεβαίωσε εκπρόσωπος φορέα, θα έχει εγκατασταθεί. Αυτό σημαίνει ότι θα διπλασιαστεί η δυνατότητα εξυπηρέτησης επισκεπτών στο Αεροδρόμιο Χανίων, Ι. Δασκαλογιάννης. Επιπλέον σχετικά με την αεροπορική σύνδεση όλοι οι φορείς

εξέφρασαν την επιθυμία τους για συνεχή σύνδεση του Αεροδρομίου Χανίων με άλλες ευρωπαϊκές πόλεις μέσω των Low Cost αεροπορικών εταιρειών, πράγμα που θα μειώσει το φαινόμενο της εποχικότητας

Όλοι οι φορείς επισήμαναν την ανάγκη εμπλουτισμού του τουριστικού μοντέλου «ήλιος και θάλασσα» με την προσέλκυση επισκεπτών που ενδιαφέρονται για τον πολιτισμό και την φύση του τόπου; με αποτέλεσμα την επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.

## 6.2 Αποτελέσματα έρευνας επιχειρήσεων

### 6.2.1 Ο επιχειρηματίας

Στην έρευνα συμμετείχαν έξι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις εξής δημοτικές ενότητες των Χανίων: Ακρωτηρίου, Χανίων, Σούδας και Νέας Κυδωνίας. Είναι οι ενότητες που δέχονται το μεγαλύτερο όγκο επισκεπτών σε ολόκληρο τον δήμο. Όλοι τους κατοικούν μόνιμα στον δήμο Χανίων.

Το επίπεδο εκπαίδευση των επιχειρηματιών κατανέμεται κυρίως στις ανώτερες βαθμίδες της εκπαίδευσης, καθώς οι τέσσερις από τους έξι είναι απόφοιτοι ανώτατου εκπαιδευτικού ιδρύματος και οι δύο είναι απόφοιτοι ΙΕΚ. Όλοι έχουν λάβει εκπαίδευση σχετική με την διοίκηση επιχειρήσεων με εξειδίκευση πάνω στον τουρισμό και δύο ακόμα εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους παρακολουθώντας σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης σχετικά με τον τουρισμό.

Το συνολικό εισόδημα των επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνα προέρχεται ως επί το πλείστον από την τουριστική τους δραστηριότητα. Μόνο δύο δραστηριοποιούνται και σε άλλους τομείς της οικονομίας. Οι δύο από αυτούς δήλωσαν ότι επέλεξαν τον τουρισμό ως κύριο επαγγελματικό τομέα λόγω της ικανοποίησης που νιώθουν από την δραστηριότητα αυτή. Οι άλλοι τρεις δήλωσαν ότι η επιχείρησή τους είναι οικογενειακή και την συνεχίζουν γιατί αφενός είναι επικερδής και αφετέρου γιατί τους αρέσει η ενασχόληση τους με την τουριστική βιομηχανία. Τέλος ένας δήλωσε ότι ασχολήθηκε τυχαία με τον τουρισμό χωρίς αρχικά να είναι επιλογή του, αλλά παρέμεινε λόγω της επαγγελματικής αποκατάστασης και των προοπτικών που διαφαίνονται σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη στο νησί.

Όσον αφορά σε μελλοντικές επενδύσεις και οι τέσσερις επιχειρηματίες δήλωσαν ότι υπάρχουν σχέδια για επενδύσεις σε μεσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

### 6.2.2 Η ταυτότητα των επιχειρήσεων

Στην έρευνα συμμετείχαν τέσσερα ξενοδοχεία, δύο εκ των οποίων είναι συνεχούς λειτουργίας και άλλα δύο εποχικής, μία επιχείρηση ιδιωτικών μεταφορών και ένα εστιατόριο. Ο μέσος χρόνος λειτουργίας των επιχειρήσεων είναι τα 25 έτη.

Τα δύο από τα ξενοδοχεία που συμμετείχαν κατατάσσονται στην κατηγορία των 4 αστέρων και τα άλλα δύο στα 5 αστέρων, τα οποία εκτός από την διαμονή διαθέτουν και άλλους κλάδους εκμετάλλευσης όπως μπαρ, εστιατόρια, Spa και γήπεδα αθλητικών δραστηριοτήτων.

Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα λειτουργούν όλο τον χρόνο εκτός των δύο 5\* ξενοδοχεία που λειτουργούν εποχικά στη διάρκεια της θερινής περιόδου που ξεκινά τον Απρίλιο και λήγει περί τα μέσα – τέλη Οκτώβριου.

Οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην προβολή τους, καθώς διαφημίζονται τουλάχιστον με έναν τρόπο. Όλες διαφημίζονται μέσω διαδικτύου και μέσων κοινωνικής δικτύωσης, και επιπλέον οι δύο και με καταχωρήσεις σε εφημερίδες και περιοδικά τουριστικού τύπου.

#### 6.2.3 Επιχειρήσεις και αρμόδιοι φορείς ανάπτυξης

Σύμφωνα με τους επιχειρηματίες, ως αρμόδιος φορέας για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής κρίνεται από τους 5 συμμετέχοντες (σε ποσοστό 83%) ο Δ. Χανίων. Ένας μόνο αναγνωρίζει τον ΕΟΤ και το Υπουργείο Τουρισμού. Αναφέρθηκε επίσης το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, Το Εμπορικό Επιμελητήριο και ο Σύλλογος Ξενοδόχων.

Οι τέσσερις από τους έξι, δήλωσαν ότι λαμβάνουν ενημερώσεις σχετικά δράσεις και πρωτοβουλίες των φορέων που στόχο έχουν την Τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Το 67% γνωρίζουν για τις ενέργειες προβολής και διαφήμισης της περιοχής (μέσα κοινωνικής δικτύωσης) που προωθούνται από τον δήμο. Επίσης όλοι ήταν ενήμεροι για την Επιτροπή Τουρισμού του Δήμου και για τις συναντήσεις των αντιπροσώπων τους για την επίλυση θεμάτων και χάραξη της τουριστικής στρατηγικής. Τέλος και τα τέσσερα ξενοδοχεία αναγνωρίζουν το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και λαμβάνουν υπόψιν τους τις ανακοινώσεις και τυχόν γνωστοποιήσεις που κάνει στα μέλη του.



Πίνακας 1. Βαθμός ικανοποίησης των επιχειρηματιών από τους φορείς ανάπτυξης

<u>Βαθμός Ικαν/σης</u>	Εξαιρετικός / μεγάλος	Μέτριος	Ουδέτερος	Ελάχιστος	Μηδενικός	ΔΓ/Δ Α
<u>Φορέας</u>						
Υπηρεσίες Δημοι	1	1	2	2		
Επαγγελματικός Σύλλογος		4	1	1		
Νομαρχία		1	4			1
Αναπτυξιακή Χανίων						6
ΕΟΤ		2	2	1		1
Περ. Κρήτης		1	3	2		
Επιμελητήριο Χανίων			4	1	1	
Ξεν. Επιμελ. Ελλάδος		2	2			2

Όπως διαπιστώνεται από τον παραπάνω πίνακα, μόνο μία επιχείρηση είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένη από τον Δ. Χανίων ενώ οι άλλοι φορείς είναι μέτρια και ουδέτερα ικανοποιημένοι. Κανένας από του συμμετέχοντες δεν γνώριζε την Αναπτυξιακή Εταιρεία Χανίων που υπάγεται στην αντιπεριφέρεια Χανίων.

#### 6.2.4 Ενημέρωση, Επενδυτικά προγράμματα

Πηγές άντλησης πληροφοριών των τουριστικών επιχειρήσεων αποτελούν, το διαδίκτυο, άτομα από το στενό τους κύκλο γνωριμιών, το Εμπορικό και Επαγγελματικό Επιμελητήριο Χανίων, η Τοπική Αυτοδιοίκηση, το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας και ο ΕΟΤ. Η σειρά κατάταξης προήλθε από το πόσοι συμμετέχοντες αναφέρθηκαν στη κάθε πηγή.

Για προγράμματα επενδύσεων ένας μόνο έχει απευθυνθεί στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο. Οι υπόλοιποι έχουν κάνει τις επενδύσεις τους με ίδια κεφάλαια αφού κρίνουν ότι οι διαδικασίες είναι χρονοβόρες και δεν θέλουν να εμπλακούν με την γραφειοκρατία.

#### 6.2.5 Δικτύωση- Σύνδεση Τουριστικών επιχειρήσεων και τοπική οικονομία

Όλοι οι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα χρησιμοποιούν συστηματικά και αναζητούν προϊόντα ντόπιων παραγωγών για τις ανάγκες των τουριστικών τους επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα ανέφερε ένας εξ' αυτών ότι προσπαθεί να προμηθεύεται όσο το δυνατόν τοπικά προϊόντα αλλά και υπηρεσίες από ντόπιες επιχειρήσεις. Τα προϊόντα που προέρχονται από ντόπιους παραγωγούς χρησιμοποιούνται κυρίως στην παρασκευή γευμάτων, στα ξενοδοχεία που διαθέτουν εστιατόρια, καθώς και για «κεράσματα» προς τους επισκέπτες τους. Σε άλλες επιχειρήσεις, ειδικά υγειονομικού ενδιαφέροντος, η πλειοψηφία των προϊόντων προέρχεται από την τοπική παραγωγή.



Τέτοια προϊόντα είναι:

- Φρούτα
- Κηπευτικά
- Ελιές
- Ελαιόλαδο
- Μαρμελάδες
- Γλυκά κουταλιού
- Αρτοσκευάσματα
- Ντόπια Κρέατα
- Ντόπια Αλιεύματα
- Γαλακτοκομικά -Τυριά

Η συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι σε μεγάλο βαθμό αναπτυγμένη. Οι ξενοδόχοι συνεργάζονται σε θέματα που αφορούν τη διευκόλυνση των κρατήσεων. Επιπλέον, όλα τα ξενοδοχεία προτείνουν και εστιατόρια εκτός της μονάδας τα οποία είναι αξιόλογα, χωρίς να υπάρχει κάποιο οικονομικό όφελος. Ειδικά στον τομέα των ξενοδοχείων αναφέρθηκε ότι υπάρχει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μια ομαδική συνομιλία με τους διευθυντές των ξενοδοχείων των Δήμων Χανίων και Πλατανιά όπου εκεί ανταλλάσσουν απόψεις, ενημερώνονται για θέματα που τους αφορούν , για ενημερώσεις για προγράμματα και νομοθεσίες.

#### 6.2.6 Συμμετοχή σε τοπικούς συλλόγους και δράσεις

Δυστυχώς, όπως ανέφεραν, η συμμετοχή των επιχειρήσεων περιορίζεται μόνο στους επαγγελματικούς τους συλλόγους. Τρεις επιχειρήσεις θέλουν, και έχουν στα άμεσα πλάνα τους να ασχοληθούν με τα κοινά και με δράσεις που αφορούν την τοπική κοινωνία, σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη και όχι μόνο.

#### 6.2.7 Προτεινόμενες δράσεις – Εκτιμήσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού

Σε σχέση με την εξέλιξη του τουρισμού τέσσερις είναι άκρως αισιόδοξοι, ένας είναι συγκρατημένα αισιόδοξος, και άλλος ένας ουδέτερος, πιστεύοντας ότι δεν πρόκειται να αλλάξει κάτι δραστικά στο μέλλον.

Η δημιουργία σύγχρονων υποδομών είναι από τα θέματα που απασχολούν τους τοπικούς επιχειρηματίες και πιστεύουν ότι είναι αυτά που θα ενισχύσουν τον τουρισμό. Η έλλειψη ενός σύγχρονου αυτοκινητόδρομου πιστεύουν ότι κρατάει πίσω στο σύνολο του όλο το νησί. Διατυπώθηκε από έναν επιχειρηματία η άποψη ότι είναι ένα έργο για το οποίο η συζήτηση πάνω σε αυτό και οι σχετικές συνεχείς εξαγγελίες, γίνονται από όταν θυμάται τον εαυτό του και έχει την ηλικία των 50 ετών!!! Επίσης

σε σχέση με τις υποδομές αναφέρθηκε από δύο συμμετέχοντες ότι επιβεβλημένη ανάγκη στον Δ. Χανίων είναι σε επίπεδο υποδομών, να δημιουργηθούν όλες οι αναγκαίες εργασίες για εύκολη πρόσβαση ΑΜΕΑ στην πόλη, και βελτίωση των πεζοδρομίων ώστε να είναι χωρίς εμπόδια για όλους.

Η επόμενη δημοφιλέστερη ομάδα δράσεων είναι η προβολή στο ψηφιακό περιβάλλον. Να μπορέσει να έχει ο Δήμος στο ψηφιακό περιβάλλον που κινούνται όλοι οι επισκέπτες του μια σωστή παρουσία, σωστή ενημέρωση, σωστή πληροφορία, σε αυτόν τον αγώνα που γίνεται μεταξύ προορισμών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται από συμμετέχοντα, «Το διαδίκτυο είναι ξεκάθαρα ότι είναι το νούμερο ένα πράγμα το οποίο κοιτάζει ο κόσμος. Οπότε διαφήμιση, σωστή προώθηση και όχι μόνο της Ελλάδας σαν σύνολο αλλά και του κάθε προορισμού. Κάθε προορισμός έχει κάτι το διαφορετικό να δώσει και η αξία του κάθε προορισμού φαίνεται και στην εικόνα που μπορεί να φανεί ανά νομό οπότε ο εν δυνάμει τουρίστας μπορεί να επιλέξει ανάλογα με τα γούστα του που θα ήθελε να πάει. Όποτε το πιο στοχευμένο θα ήταν μέσω διαδικτύου με ωραία εικόνα ανά δήμο».

Συνεχίζοντας, αναγκαία κρίνεται από τέσσερις συμμετέχοντες η εκπαίδευση και η κατάρτιση των επαγγελματιών του τουρισμού. Κρίνουν ότι το επίπεδο εξυπηρέτησης είναι σε ένα καλό επίπεδο αλλά χρειάζεται περισσότερη εξειδίκευση και κατάρτιση των εργαζομένων σύμφωνα με τα νέα δεδομένα του Τουρισμού παγκοσμίως. Διατυπώθηκε από δύο συμμετέχοντες ότι στην κατάρτιση πρέπει να εμπλακεί ο Δήμος και ο ΕΟΤ έτσι ώστε οι άνθρωποι της πρώτης γραμμής να αποκτήσουν όλα τα εφόδια για ποιοτικότερη εξυπηρέτηση.

Τέλος όλοι οι συμμετέχοντες πλην ενός ανέφεραν, ότι θα πρέπει να αναδειχθεί ο προορισμός Χανιά και ειδικά ο Δήμος Χανίων, ως προορισμός τεσσάρων εποχών. Εκπρόσωπος επιχείρησης που εξειδικεύεται στο κομμάτι της προβολής και της προώθησης αναφέρει ενδεικτικά ότι «στο μοντέλο ήλιος θάλασσα η Ελλάδα έχει «λιμνάσει» Θα μπορούσαμε να κάνουμε τόσα πολλά άλλα πράγματα σε θεματικό τουρισμό. Φυσιολατρικό, Γαστρονομικό, αθλητικό. Θα μπορούσαμε να έχουμε από όλα τα είδη και ο Τουρισμός να είναι σε υψηλότερα επίπεδα ακόμα».

## Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> Συζήτηση – συμπεράσματα

### 7.1 Η υφιστάμενη κατάσταση και ο προσανατολισμός του τοπικού τουρισμού

Το τουριστικό προϊόν του Δήμου Χανίων, όπως προκύπτει από τα στοιχεία της έρευνας, χαρακτηρίζεται από έντονη εποχική διακύμανση ως αποτέλεσμα της απόλυτης εφαρμογής του μοντέλου «ήλιος και θάλασσα». Παρά το ότι υπάρχει αυθεντικό φυσικό τοπίο και πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, τα δύο στοιχεία αυτά δεν αξιοποιούνται σε τέτοιο βαθμό ώστε να αποφευχθεί το φαινόμενο της εποχικότητας. Το αεροδρόμιο και το λιμάνι που διαθέτει ο Δήμος, τον καθιστούν προσιτό προορισμό. Επίσης το καλό κλίμα, η συνεχής ηλιοφάνεια και απίστευτου κάλλους παραλίες σε συνδυασμό με τις υπάρχουσες τουριστικές υποδομές που βρίσκονται σε ένα πολύ καλό επίπεδο, συντείνουν στην προσέλκυση τουριστών μέσης και μεγάλης καταναλωτικής δύναμης. Βασικές αδυναμίες του τοπικού τουριστικού προϊόντος είναι η έλλειψη ενός σύγχρονου αυτοκινητόδρομου στον βόρειο άξονα του νησιού, η εποχικότητα, και η έλλειψη πτήσεων από διεθνής αεροδρόμια στο αεροδρόμιο Χανίων. Σε αυτές προστίθενται και οι ελλείψεις σε άλλες βασικές υποδομές, όπως προσβασιμότητα, και όπως έχει αναγνωρισθεί από τους ίδιους τους φορείς αλλά και από τους επιχειρηματίες, ο αποσπασματικός σχεδιασμός, η ελλιπής οργάνωση και συντονισμός των δράσεων για την τοπική ανάπτυξη.

Ο προσανατολισμός του τουρισμού στην κατεύθυνση του μοντέλου ήλιος – θάλασσα, προκύπτει από τη μεγάλη ζήτηση που υπάρχει και από το ότι ήδη υπάρχουν υποδομές που μπορούν να το στηρίξουν απρόσκοπτα. Μεγάλο κομμάτι κατέχει και ο μαζικός τουρισμός αφού αρκετοί Tour Operators δημιουργούν την ζήτηση σε αυτό το μοντέλο, μιας και είναι το πιο κερδοφόρο.

Η αλλαγή προσανατολισμού του τοπικού προϊόντος ως προς τον εμπλουτισμό του με ήπιες μορφές τουρισμού γίνεται με δειλά βήματα. Όσες επιχειρήσεις αναπτύσσουν βιώσιμες και ήπιες μορφές τουρισμού το οφείλουν σε δικές τους πρωτοβουλίες χωρίς κάποια ουσιαστική στήριξη από τους δημόσιους φορείς. Τα τελευταία χρόνια ωστόσο, όλο και περισσότεροι κάτοικοι στρέφονται στον τομέα του τουρισμού με αποτέλεσμα να υφίστανται αυξημένες πιέσεις στις συνθήκες διαβίωσης από την χωρίς προγραμματισμό ανάπτυξη. Η συνειδητοποίηση των προβλημάτων και η επιλογή του τουρισμού ως εναλλακτικής λύσης για την περαιτέρω τοπική ανάπτυξη προβάλλει την ήπια τουριστική ανάπτυξη ως την ιδανική βιώσιμη επιλογή των κατοίκων για την βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Αποτέλεσμα της εναλλακτικής κατεύθυνσης αυτής αποτελεί η ανάγκη διατήρησης, ανάδειξης και αξιοποίησης της πολιτιστικής αυθεντικότητας και του φυσικού περιβάλλοντος.

Ειδικότερα, ο πολιτισμός αναδεικνύεται ως ένα στοιχείο στο οποίο θα πρέπει να στραφούν για το μεγάλο ζητούμενο που είναι η μείωση της εποχικότητας. Επιβεβλημένη ανάγκη είναι η ανάδειξη της μακρόχρονης ιστορίας της πόλης των

Χανίων των τοπικών εθίμων και του παραδοσιακού τρόπου ζωής. Αυτό θα διαφοροποιήσει τον προορισμό Χανιά σε σχέση με άλλους προορισμούς που τον ανταγωνίζονται.

Ο δεύτερος άξονας ως προς την ανάπτυξη του τοπικού τουρισμού αφορά στην ορθή και βέλτιστη διαχείριση του φυσικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα στο πλαίσιο της αντιμετώπισης της έντονης εποχικότητας στην τουριστική ζήτηση, που είναι το κυρίαρχο πρόβλημα για τη βιωσιμότητα του φαινομένου και την περαιτέρω ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Το ζήτημα αυτό ενδεχομένως θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί με τον εμπλουτισμό του ήδη προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, με δραστηριότητες που δεν χαρακτηρίζονται από την εποχικότητα και φυσικά με προσέλκυση πτήσεων “low cost” από το εξωτερικό, έτσι ώστε να αυξηθούν οι αφίξεις επισκεπτών με μεγαλύτερη καταναλωτική δύναμη που δεν θέλουν να ξεφύγουν από το μοντέλο «ήλιος-θάλασσα».

Η ποικιλομορφία του φυσικού περιβάλλοντος και το ήπιο κλίμα της περιοχής την καθιστούν εν δυνάμει ιδανικό προορισμό για εγχώριους και ξένους επισκέπτες που ενδιαφέροντα για δραστηριότητες στη φύση και ειδικά για αυτούς που θέλουν να αποδράσουν από το βαρύ χειμώνα της Β. Ευρώπης. Ο ορεινός όγκος των Λευκών Ορών με την πλούσια χλωρίδα και πανίδα, σε συνδυασμό με την παρουσία αξιόλογων μοναστηριών και αρχαιοτήτων στην περιοχή μελέτης αλλά και γενικότερα στον νομό και κατ’ επέκταση στο σύνολο του νησιού, μπορούν να αποτελέσουν σημαντικούς παράγοντες έλξης παρουσιάζοντας μεγάλη ποικιλία όπως η βοτανική, η γεωλογία, η αναρρίχηση, τα θρησκευτικά μνημεία. Υπάρχουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ήπιες μορφές τουρισμού αλλά είναι πολύ λίγες σε αριθμό, αφού ο προορισμός δεν προβάλλει και αυτό το προφίλ.

Κοινή παρατήρηση όλων των συμμετεχόντων στην έρευνα, τοπικών φορέων και επιχειρηματιών, είναι η επιβεβλημένη προστασία και διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος έτσι ώστε η τουριστική εξέλιξη να συνεχιστεί. Αναγνωρίζουν όλοι επίσης ότι σε τοπικό επίπεδο το περιβάλλον διατηρείται σε καλή κατάσταση αλλά αυτό οφείλεται περισσότερο στην τοπική δράση από τους κατοίκους και λιγότερο στις προσπάθειες των αρμόδιων φορέων .

Σημαντική αδυναμία όπως αναφέρεται από φορείς και επιχειρήσεις είναι η αδυναμία κοινής τουριστικής στρατηγικής. Η έλλειψη συντονισμού, όσο και ο ανεπαρκής αναπτυξιακός σχεδιασμός , είναι στοιχεία που δεν επιτρέπουν την υλοποίηση των δράσεων. Η νοοτροπία των κατοίκων σε σχέση με την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη είναι σε πολύ καλό επίπεδο δείχνει μια δεκτικότητα αφού έχουν κατανοήσει τις θετικές επιδράσεις του φαινομένου. Αυτό που διαφαίνεται είναι ότι ο ανεπαρκής σχεδιασμός και συντονισμός από την πλευρά των φορέων, αναδεικνύεται ως ο πλέον κρίσιμος παράγοντας της τοπικής ανάπτυξης , η οποία κρίνεται ελλειμματική αφού δεν ενεργοποιεί την κοινωνία τόσο σε απόκτηση γνώσεων, ικανοτήτων αλλά και κοινωνικών δεξιοτήτων.

Οι προτάσεις για στοχευμένη προβολή και διαφήμιση βασίζονται στην κοινή άποψη φορέων και επιχειρηματιών για τον εμπλουτισμό της ήδη υπάρχουσας τουριστικής ανάπτυξης με ήπιες μορφές τουρισμού καθώς τα φυσικά πλεονεκτήματα εκτός από την ακτογραμμή, παραμένουν σχεδόν αναξιοποίητα. Στον αντίποδα της πεποίθησης αυτής, η όχι πλήρης αξιοποίηση κάποιων περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, η έλλειψη προγραμματισμού και η υποτυπώδης οργάνωση, κατάφεραν, ωστόσο να έχουν σημαντική τουριστική κίνηση και ανάπτυξη. Η τυχαία επιτυχία αυτή, όμως, δεν αρκεί για να στηρίξει την τουριστική ανάπτυξη του Δ. Χανίων. Αυτό που χρειάζεται και στηρίζεται και από την βιβλιογραφία είναι ότι όση προβολή και διαφήμιση και αν διεκδικήσουν και επιτύχουν οι τοπικοί φορείς ανάπτυξης, αν δεν γίνει μια σοβαρή, με αφοσίωση προσπάθεια για εκπόνηση και υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου η τουριστική ανάπτυξη δεν θα επιτευχθεί. Όπως αναφέρουν ο Terluin & Post για την τοπική ανάπτυξη χρειάζεται σχεδιασμός αφού η ύπαρξη και αφθονία των φυσικών και πολιτιστικών πόρων, διαφόρων διευκολύνσεων και ανέσεων, δεν αρκούν. Για την περαιτέρω βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής μελέτης, χρειάζεται ένα περιβάλλον με δράσεις και αλληλεπιδράσεις των φορέων μεταξύ τους και της κοινωνίας με τους φορείς.

Η διαπίστωση αυτή ενισχύεται και από τη βιβλιογραφία, όπου αναφέρει ότι η ύπαρξη των φυσικών πόρων σε αφθονία και η παροχή υπηρεσιών είτε πολιτιστικών άλλου είδους δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την τοπική ανάπτυξη (Terluin & Post, 2001). Η ανάπτυξη με προσανατολισμό βιωσιμότητας, της περιοχής μελέτης, απαιτεί τη δημιουργία ατμόσφαιρας που να χαρακτηρίζεται από γόνιμες αλληλεπιδράσεις του τοπικού πληθυσμού και των φορέων ανάπτυξης.

## 7.2 Οι αλληλεπιδράσεις των τουριστικών επιχειρήσεων και των τοπικών φορέων ανάπτυξης

Ο ρόλος των τοπικών φορέων στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του Δήμου Χανίων διαμορφώνεται βάσει των εξής παραμέτρων:

1. Του κατά πόσο επιτυγχάνεται η σύνδεση και η δικτύωση των επιχειρήσεων με την τοπική οικονομία
2. Των δικτύσεων και του συντονισμού των τοπικών φορέων και των δράσεων τους
3. Του υπόβαθρου συνεργασίας των τοπικών φορέων με τις τουριστικές τοπικές επιχειρήσεων,
4. Της μεθοδολογία διερεύνησης, αναγνώρισης και επίλυσης των τοπικών ζητημάτων και αναγκών
5. Της συμμετοχής της κοινωνίας σε δράσεις και πρωτοβουλίες.

Όσον αφορά στη δικτύωση μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων αυτή σε θεσμικό επίπεδο ποικίλει. Κάποιοι κλάδοι είναι πιο ενεργοί και πιο δραστήριοι ενώ κάποιοι άλλοι παραμένουν στην τυπικότητα του θεσμού. Οι επαγγελματικοί κλάδοι στους οποίους αναφέρεται ως τυπική δραστηριότητα αποτυπώνονται ως ουραγοί

των εξελίξεων. Θετικό παράδειγμα επιτυχημένης διασύνδεσης μεταξύ των επιχειρήσεων είναι ο σύλλογος ξενοδόχων αφού η συμμετοχή των μελών του στις διαδικασίες και στις δράσεις είναι μαζική.

Γεγονός είναι ότι όλοι οι συμμετέχοντες φαίνεται να κατανοούν την μεγάλη δυναμική που προκύπτει για την τοπική οικονομία από τη σύνδεση του τουρισμού με την πρωτογενή παραγωγή αφού οι περισσότεροι συνεργάζονται με τοπικούς παραγωγούς και τοπικές επιχειρήσεις για την τροφοδοσία τους.

Σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι υπάρχει συνεργασία των επιχειρήσεων μεταξύ τους σε θέματα δεοντολογίας, λειτουργίας και αποτελεσματικής λειτουργίας αυτών.

Σε θέματα ενημέρωσης ο Δήμος και οι φορείς, αρκούνται κυρίως σε «παθητικές» διαδικασίες, όπως οι ανακοινώσεις χωρίς ανάδραση από τους πολίτες από την μεριά του Δήμου ή αν κάποιος απευθυνθεί σε γραφεία εξυπηρέτησης. Το επίπεδο ενημέρωσης των κατοίκων αναγνωρίζεται ως μη ικανοποιητικό από τους τοπικούς φορείς, ωστόσο οι προτάσεις βελτίωσής του παραμένουν πάλι στη μονομερή πληροφόρηση χωρίς την ενεργή συμμετοχή της κοινωνίας και των πολιτών αλλάζοντας κανάλια ενημέρωσης και χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα όπως internet & social media.

Πρόβλημα σε διαδικασίες διαβούλευσης δεν υπάρχει αφού υπάρχει η Τουριστική επιτροπή του Δήμου Χανίων, και συμμετέχουν έντεκα από τους φορείς που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

Η αδυναμία που παρουσιάζεται από τους φορείς αλλά και από τους Επιχειρηματίες είναι η έλλειψη συντονισμού και η έλλειψη μετρήσιμων και επιτεύξιμων στόχων σε ένα μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Όπως συγκεκριμένα αναφέρθηκε από συμμετέχοντα στην έρευνα, « έχουμε όλα τα εργαλεία για περαιτέρω ανάπτυξη και ανάδειξη του προορισμού Χανιά, αλλά δεν έχουμε κάποιον να μας συντονίσει στο πως θα τα χρησιμοποιήσουμε!»

## Βιβλιογραφία

- Aho, S. (2012). *Τουρισμός- Ένα προνομιακό πεδίο για Καινοτομία*. Αθήνα: Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Berno, T., & Bricker, K. (2001). *Sustainable Tourism Development: the long road from theory to practice*. International Journal of Economic Development 3(3).
- Connell, J., Page, S., & Bentley, T. (2009). *Towards sustainable tourism planning in New Zealand: Monitoring local government planning under the Resource Management Act*. Tourism Management Vol.: 30.
- Creswell, J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed ethods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications Inc.
- Dilts R. (1990). *Changing Belief Systems with NLP*, Cupertino, CA: Meta Publications. Ανάκτηση Απρίλιος 2022 από <https://pdfcoffee.com/qdownload/robert-dilts-beliefspdf-pdf-free.html>
- Ecological Tourism in Europe, C. f. (2009). *www.tourism4nature.org*. Ανάκτηση από [www.tourism4nature.org](http://www.tourism4nature.org): [www.tourism4nature.org](http://www.tourism4nature.org)
- Janschitz, S., & Zimmermann, F. (2010). Regional modeling and the logics of sustainability – a social theory approach for regional development and change.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An Introduction Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE. Ανάκτηση 2022, από <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFrbnxIZGY2NDc1fGd4OjFiOTVkyTU2NGM4NjMxOTU>
- Liu, Z. (2010). *Sustainable Tourism Development: A Critique*. Journal of Sustainable Tourism.
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4η εκδ.). Routledge. Ανάκτηση Απρίλιος 2022
- Roberts, L., & Hall, D. (2003). *Rural Tourism & Recreation: Principles to Practice*. New York: CABI Publishing.
- Saxena, G., & Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism a border case study. *Annals of Tourism Research* 35(1), 233-254.
- Schalkwyk, M. (2005). *tourism.gov.za*. Ανάκτηση 20 3, 2022, από <https://www.tourism.gov.za/CurrentProjects/Documents/The%20role%20of%20Local%20Government%20in%20Tourism%20SALGA%20XG.pdf>
- Terluin, I., & Post, J. (2001). *I/ASA*. Ανάκτηση από [http://www.iiasa.ac.at/Research/ERD/net/pdf/terluin\\_1.pdf](http://www.iiasa.ac.at/Research/ERD/net/pdf/terluin_1.pdf)

- Vagianni, H., & Spilanis, I. (2004). *Sustainable Tourism: Utopia or Necessity? The role of new forms of tourism in Aegean Islands- Greece*. Colchester: Channel View Publications.
- www.ypes.gr. (2022, Μάρτιος 6). Ypes.
- Βαρβαρέσος, Σ. (2007). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και Εκπαιδευτικός Σχεδιασμός - Προγραμματισμός*. doi:10.18780/me.v4i0.180
- Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία. (2011). *statistics.gr*. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από <https://www.statistics.gr/el/2011-census-pop-hous>
- Εμπορικό Επιμελητήριο Χανίων. (2022). <http://chania-cci.gr/>. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από <http://chania-cci.gr/>: <http://chania-cci.gr/>
- Εν. Ξενοδόχων Ν.Χανίων. (2022). *Ένωση Ξενοδόχων Ν.Χανίων*. Ανάκτηση από <https://allchaniahotels.gr/el/the-association/>
- ΕΟΤ. (2022). *ΕΟΤ*. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από <http://www.gnto.gov.gr/el>
- Εσωτερικών, Υ. (2010, 12 29). *ypes.gr*. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από Ypes.gr: [https://www.ypes.gr/UserFiles/f0ff9297-f516-40ff-a70e-eca84e2ec9b9/egiklios\\_49\\_10\\_org\\_leit.pdf](https://www.ypes.gr/UserFiles/f0ff9297-f516-40ff-a70e-eca84e2ec9b9/egiklios_49_10_org_leit.pdf)
- Ζυγούρης, Π., Δανόπουλος, Γ., & Κουτσούρη, Δ. (2014). *Νέα Αρχιτεκτονική και Αυτοδιοίκησης και Αποκεντρωμένης Διοίκησης-Πρόγραμμα Καλλικράτης Ν. 3852/2010 (ΦΕΚ 87 Α/7-6-2010) Επικαιροποιημένη Έκδοση*. Αθήνα: Ε.Ε.Τ.Α.Α. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από <https://www.eetaa.gr/ekdoseis/pdf/157.pdf>
- Θεοδωράκης, Ν. (2002). *Aristoteleio*. Ανάκτηση Μάρτιος 9, 2022, από <https://opencourses.auth.gr/modules/document/file.php/OCRS103/%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%BF%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%BC%CE%B1%CE%B8%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CF%82/%CE%91%CE%B8%CE%BB%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82%20%CE%A4>
- Θεουλάκης, Κ. (2017).
- Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας, Εφαρμογές στην Ψυχολογία και την Εκπαίδευση*. Ζωγράφου: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από [https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5821/2/02\\_chapter\\_04.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5821/2/02_chapter_04.pdf)
- Κολλυρόπουλος, Κ., & Ζέρβου, Α. (2013). Διερεύνηση δυνατοτήτων προώθησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως παράγοντα βιώσιμης τοπικής ανάπτυξης. *11ο Επιστημονικό Συνέδριο, Αγροτική οικονομία, ύπαιθρος χώρος, περιφεριακή και τοπική Ανάπτυξη*. Πάτρα. Ανάκτηση Απρίλιος 3, 2022, από [grsa.prd.uth.gr/conferences/index.php/taktiko/index/about/editorialPolicies#archiveAccessPolicy](http://grsa.prd.uth.gr/conferences/index.php/taktiko/index/about/editorialPolicies#archiveAccessPolicy)



- Κονταράτος, Α. Ν. (1992). *Η Τέχνη της Διοίκησης Επιχειρήσεων*. Αθήνα: ΕΛ.ΚΕ.ΠΑ.
- Λάλλας, Δ. (2019-2020). *Οικονομικό Πανεπιστήμιο Πειραιά*. Ανάκτηση από <https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK308/%CE%9C%CE%AC%CE%B8%CE%B7%CE%BC%CE%B1%205%CE%BF.pdf>
- Μυλωνόπουλος, Δ., & Μοίρα, Π. (2011). *Τοπική Αυτοδιοίκηση και Τουριστική Ανάπτυξη, Μελέτη Περίπτωσης του Portsmouth*. Τουριστικά θέματα. Ανάκτηση Μάρτιος 9, 2022, από <http://polyxenimoira.weebly.com/uploads/3/0/4/6/30464652/17.portsmouth.pdf>
- Ξυλα-Παττακού, Τ., Καμπόλη, Ε., Χατζατόγλου, Μ., Γεωργακοπούλου, Π., Λατσούδη, Γ., Σαπέλα, Μ., . . . Καρβούνη, Α. (2012). *Δομή και Λειτουργία της Τοπικής και Περιφερειακής Δημοκρατίας Ελλάδας*. Αθήνα: Υπουργείο Εσωτερικών. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από [https://www.ypes.gr/UserFiles/f0ff9297-f516-40ff-a70e-eca84e2ec9b9/Domi\\_leit\\_top\\_perAutod\\_2012.pdf](https://www.ypes.gr/UserFiles/f0ff9297-f516-40ff-a70e-eca84e2ec9b9/Domi_leit_top_perAutod_2012.pdf)
- Παππάς, Ν. (2011). Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από <https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3483/1046.pdf>
- Πολίτης, Α. (2013). *Η συμβολή των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη του Ν. Τρικάλων*. Ανάκτηση Μάρτιος 9, 2022, από [http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/69\\_politis\\_ersagr13.pdf](http://grsa.prd.uth.gr/conf2013/69_politis_ersagr13.pdf)
- Προκοπίου, Δ., Τσελέντης, Β., Γεωργιάδης, Λ., Μπούσμπουρας, Δ., & Πετρίδου, Β. (2017). *Οικοτουρισμός και Τουριστική Ανάπτυξη Ορεινών Περιοχών: Ο ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ στην περιοχή του Όρους Βέρνον*. Ανάκτηση Μάρτιος 9, 2022, από [http://mirc.ntua.gr/6th\\_conference/presentations/1\\_main\\_sessions/6th\\_session/PROKOPIOU%20D%20-%20TSELENTIS%20S%20-%20GEORGIADIS%20L%20-%20BOUSBOURAW%20D%20PETRIDOU%20V.pdf](http://mirc.ntua.gr/6th_conference/presentations/1_main_sessions/6th_session/PROKOPIOU%20D%20-%20TSELENTIS%20S%20-%20GEORGIADIS%20L%20-%20BOUSBOURAW%20D%20PETRIDOU%20V.pdf)
- Σκάγιαννης, Π. (2004). *Εναλλακτικός τουρισμός και τουρισμός εμπειριών, Πήλιο και Βιώσιμη Ανάπτυξη*. Βολος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας. Ανάκτηση Μάρτιος 9, 2022, από <http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2004/4a0a4499ab72092f70096b2af6e37f4b444d10de.pdf>
- Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές Τουρισμού*. "Ελλην".
- Ταμουτσέλη, Κ. (2009). <http://kpe-archanon.gr>. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από <http://kpe-archanon.gr>: <http://www.env-edu.gr/Documents/files/Books/Sustainable%20tourism.pdf>
- Τασσού, Μ. (2017, Οκτώβριος). *Amitos Library*. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από [amitos.library.uop.gr](https://amitos.library.uop.gr): <https://amitos.library.uop.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3870/528-2017%20%ce%a4%ce%91%ce%a3%ce%a3%ce%9f%ce%a5%20%ce%9c%ce%91%ce%a1%ce%99%ce%91.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Χανίων, Δ. (2022). *Chania.gr*. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από Chania Municipality: <https://www.chania.gr//dimos/dim-yphresies/dimosorganogr.html>
- Χασάνδρα, Μ., & Γούδας, Μ. (2004). *Κριτήρια εγκυρότητας και αξιοπιστίας στην ποιοτική-ερμηνευτική έρευνα* (Τόμ. 2). Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Ανάκτηση Απρίλιος 2022, από [http://lab.pe.uth.gr/psych/images/stories/pdf/various/kritiria\\_egyrotitas\\_kai\\_aksiopistias\\_stin\\_poiotiki\\_ereyna.pdf](http://lab.pe.uth.gr/psych/images/stories/pdf/various/kritiria_egyrotitas_kai_aksiopistias_stin_poiotiki_ereyna.pdf)
- Ψυχάρης, Ι., & Σιμάτου, Ε. (2003). *Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης*. Ανάκτηση Μάρτιος 6, 2022, από <http://www.prd.uth.gr/>: [http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion\\_papers/2003/uth-prd-dp-2003-29\\_gr.pdf](http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2003/uth-prd-dp-2003-29_gr.pdf)

## Παράρτημα

### Περιεχόμενα

Πρακτικό Ορισμού επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής.....	σελ. 53
Έρευνα ΜΑΙΧ, Τουριστικής περιόδου 2021.....	σελ. 55
Ερωτηματολόγιο Φορέων & Ενδεικτική Συνέντευξη.....	σελ. 56
Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεων & Ενδεικτική Συνέντευξη.....	σελ. 72

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΟΥ 31

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΠΡΑΚΤΙΚΟΥ

Το Δημοτικό Συμβούλιο Χανίων συνεδρίασε στο Δημοτικό Κατάστημα Χανίων σήμερα την 18η Δεκεμβρίου 2019 ημέρα Τετάρτη και ώρα 15:30, ύστερα από την υπ' αριθμ. 59219/13-12-2019 έγγραφη πρόσκληση του Προέδρου του Σώματος, παρόντος του Δημάρχου Χανίων κ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΣΗΜΑΝΔΗΡΑΚΗ.

ΣΥΝΘΕΣΗ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ

Αγγελάκη Ναυσικά, Αλόγλου Αναστάσιος (Τάσος), Αποστολάκη Νίκη, Αποστολάκης Σπυρίδων, Αρχοντάκης Γρηγόριος, Αρχοντάκης Νικόλαος, Βαλυράκης Στυλιανός, Βαμβουκάς Αναστάσιος, Βαρδάκης Αντώνιος-Ιωάννης, Βλαζάκης Νικόλαος, Βουρλάκης Νικόλαος, Γεωργιάδης Γεώργιος, Γιακουμανιάννης Μύρων, Γιαννακάκης Ιωάννης, Γαβλάς Λάμπρος, Δαμιανάκης Ευτύχιος, Δρακάκης Πέτρος, Ζερβουδάκη Ελένη, Καλογριδάκης Μιχαήλ, Καραγιαννάκης Εμμανουήλ, Κερασιδής Εμμανουήλ, Κοκοτάκης Πέτρος, Κουκουβιτάκης Γεώργιος, Κουρούσης Χαράλαμπος, Κουτράκης Ιωάννης, Λειψάκης Δημήτριος, Λιβάνιος Βασίλειος, Λουτσάκης Χαράλαμπος, Μαράκης Ιωάννης, Μιχαηλάκης Στυλιανός, Νικηφοράκης Ιωάννης, Ξανθουδάκης Γεώργιος, Παπαδογιάννης Αριστείδης, Πρωτοπαπαδάκης Κωνσταντίνος, Ρίζος Σεραφείμ, Σαρής Ιωάννης, Σημαντηράκης Ιωάννης, Σπυριδάκης Ιωάννης, Σφυράκης Ιωάννης, Τελμενής Βαλτής (Βάνος), Τζίκας Θεόδωρος, Τσαπάκος Γεώργιος, Τσουπάκης Μιχαήλ, Φραγκάκης Εμμανουήλ (Μανώλης), Φραγκάκης Ιωάννης, Χαζιράκης Νικόλαος, Χατζάκης Ιωάννης, Χατζηδάκη - Μιχαηλάκη Χρυσή, Ψαρουδάκης Νεκτάριος.

Απουσίαζαν ουδείς.

Τα πρακτικά τηρήθηκαν από την γραμματέα - πρακτικογράφου του Δημοτικού Συμβουλίου κ. Γεωργία Δρακακάκη.

Από τους Προέδρους των Κοινοτήτων, οι οποίοι είχαν όλοι κληθεί, ήταν παρόντες οι κ.κ. Αγιάς Πετραυνιάκης Ιωάννης, Αγίας Μαρίνας Σοφελιάδης Αριστείδης, Βαμβοκάπουλου Παπαθεοφάνους Ηλίας, Βαρυπέτρου Μπάτσαρη Αθηνά, Γαλατά Καταφάρης Ιωάννης-Ηλίας, Δαράτσου Τσιμεντάκης Κωνσταντίνος, Μουρνιανών Σχοινιάς Μιχαήλ, Νεροκούρου Καλομοιράκης Κασμός, Περιβολίων Μιχαηλίδης Πέτρος, Σούδας Κλωδάκης Δημήτριος, Σταλού Δασκαλάκης Πολυχρόνης, Στερνών Γιανναράκης Δημήτριος και Θερσίσου Φυτούρρη Σοφία.

Οι παραπάνω Πρόεδροι ψήφισαν θετικά για τα θέματα που τους αφορούν.

Μετά την 783/2019 απόφαση αποχώρησε ο κ. Δρακάκης Πέτρος, κατά τη συζήτηση της 784/2019 αποχώρησαν οι κ.κ. Κουρούσης Χαράλαμπος, Φραγκάκης Ιωάννης, ενώ προσήλθε ο κ. Τσαπάκος Γεώργιος. Μετά την 787/2019 αποχώρησαν οι κ.κ. Κουκουβιτάκης Γεώργιος, Λειψάκης Δημήτριος, Μαράκης Ιωάννης, Πρωτοπαπαδάκης Κωνσταντίνος, Τζίκας Θεόδωρος και Τσαπάκος Γεώργιος.

Η υπ' αριθμ. 783/2019 απόφαση του Δ.Σ. συζητήθηκε ομόφωνα εκτός ημερήσιας διάταξης.

ΑΡΙΘΜ. ΑΠΟΦ. 791

Στη συνέχεια εισάγεται και ανακοινώνεται προς το Σώμα το ακόλουθο υπ' αριθμ. 59128/13-12-2019 έγγραφο του Αντιδημάρχου κ. Γιαννακάκη Ιωάννη, που αφορά **Ορισμός επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Χανίων** και έχει ως εξής:

Σύμφωνα με τις παρ. 1 και 2 του Άρθρου 70 του Ν.3852/2010,

1. Το δημοτικό συμβούλιο με τον εσωτερικό κανονισμό λειτουργίας του μπορεί να συγκροτεί επιτροπές για την επεξεργασία και εισήγηση θεμάτων της αρμοδιότητάς του. Ειδικότερα στους τουριστικούς δήμους συγκροτείται επιτροπή για την επεξεργασία και εισήγηση στο δημοτικό συμβούλιο θεμάτων τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του δήμου.

2. Ο Δήμος Χανίων έχει ανακηρυχτεί ως τουριστικός Δήμος, σύμφωνα με τις διατάξεις του Π.Δ. 899/78 (ΦΕΚ 329/1978 τεύχος Α), έτσι όπως συμπληρώθηκε με τις διατάξεις του Π.Δ. 884/77 (ΦΕΚ 222/77 τεύχος Α).

3. Στην επιτροπή προεδρεύει δημοτικός σύμβουλος που ορίζεται με την απόφαση της συγκρότησης. Σε αυτήν μετέχουν έντεκα (11) μέλη, τα οποία είναι μέλη του δημοτικού συμβουλίου ή ιδιώτες εμπειρογνώμονες στα θέματα της επιτροπής προτεινόμενοι από τις δημοτικές παρατάξεις και δώδεκα (12) μέλη, τα οποία είναι εκπρόσωποι φορέων της τοπικής κοινωνίας.

Με απόφαση του δημοτικού συμβουλίου που λαμβάνεται με την πλειοψηφία των δυο τρίτων (2/3) του συνόλου των μελών του, είναι δυνατή η καταβολή εξόδων κίνησης και ημερήσιας αποζημίωσης, σε ιδιώτες μέλη επιτροπών, που συγκροτούνται από το συμβούλιο, για μετακινήσεις στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, οι οποίες γίνονται για εκτέλεση υπηρεσίας, σχετικής με το έργο τους. Το ύψος της ημερήσιας αποζημίωσης και τα έξοδα κίνησης στο εξωτερικό & εσωτερικό καθορίζονται, σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες σχετικές διατάξεις του Ν.2685/1999 (ΦΕΚ 35/18.02.1999 τεύχος Α'.

Παρακαλούμε για τον ορισμό της επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Χανίων.

Επακολουθεί μικρή και τέλος αφού δεν υπήρξε αντίρρηση

ΤΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

Αφού άκουσε τα παραπάνω έχοντας υπόψη τις διατάξεις του άρθρου 65 του Ν. 3852/2010

Αρ. Απόφασης: 791

**ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΟΜΟΦΩΝΑ**

Συγκροτεί Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Χανίων, ως εξής:

**ΔΗΜΟΤΙΚΟΙ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ / ΙΔΙΩΤΕΣ**

A/A	Θέση	Τακτικό μέλος	Αναπληρωματικό μέλος	Ιδιότητα
1	Πρόεδρος	Γιαννακάκης Ιωάννης	Καλογριδάκης Μιχαήλ	Δημοτικός Σύμβουλος
2	Μέλος	Ψαρουδάκης Νεκτάριος	Χατζάκης Ιωάννης	Δημοτικός Σύμβουλος
3	Μέλος	Λιβάνιος Βασίλειος	Βρετού Ευσταθία	Δημοτικός Σύμβουλος / Ιδιώτης
4	Μέλος	Βουρλάκης Νικόλαος	Αποστολάκης Ιωσήφ	Δημοτικός Σύμβουλος / Ιδιώτης
5	Μέλος	Τσιμενάκη Σοφία	Τρουλάκης Παύλος	Ιδιώτης
6	Μέλος	Μαρινάκης Εμμανουήλ	Λαγογιάννη Αλεξάνδρα	Ιδιώτης
7	Μέλος	Κουκουμπάκη Σοφία	Αθανασάκη Θεοδώρα	Ιδιώτης
8	Μέλος	Αλεξάκης Νικόλαος	Ηλιάκης Ιωάννης	Ιδιώτης
9	Μέλος	Ζερβουδάκη Αντωνία	Πετραντωνάκη Αναστασία	Ιδιώτης
10	Μέλος	Γελασάκης Ιωάννης	Κοκκινάκη Μαρία	Ιδιώτης
11	Μέλος	Τζιφάκη Κατερίνα	Θυμιανός Ιωάννης	Ιδιώτης

**ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ**

12	Μέλος	Ε.Β.Ε. Χανίων
13	Μέλος	Οικονομικό Επιμελητήριο Δυτικής Κρήτης
14	Μέλος	Εμπορικός Σύλλογος
15	Μέλος	Ένωση Ξενοδόχων
16	Μέλος	Σύνδεσμος Τουριστικών Γραφείων
17	Μέλος	Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Καταλυμάτων Ν. Χανίων
18	Μέλος	Σύνδεσμος Τουριστικών Λεωφορείων
19	Μέλος	Ομοσπονδία Ενοικ. Δωματίων "ΑΠΤΕΡΑ"
20	Μέλος	Εκπρόσωπος Ξεναγών
21	Μέλος	Εκπρόσωπος Σωματείου Ξενοδοχούπαλλήλων
22	Μέλος	Σύλλογος Ιδιοκτητών Τουριστικών Καταλυμάτων "Ο ΚΥΔΩΝ"
23	Μέλος	Ένωση ιδιοκτητών ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων Νομού Χανίων

Αναθέτει στον κ. Δήμαρχο τις παραπάνω ενέργειες σύμφωνα με το νόμο.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

ΔΑΜΙΑΝΑΚΗΣ ΕΥΓΥΧΟΣ

ΤΑ ΜΕΛΗ

1. ΑΓΓΕΛΑΚΗ ΝΑΥΣΙΚΑ  
2. ΑΛΟΓΛΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ  
3. ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗ ΝΙΚΗ  
4. ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ  
5. ΑΡΧΟΝΤΑΚΗΣ ΓΡΗΓΟΡΙΣ  
6. ΑΡΧΟΝΤΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
7. ΒΑΛΥΡΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ  
8. ΒΑΜΒΟΥΚΑΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ  
9. ΒΑΡΔΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ-ΙΩΑΝΝΗΣ  
10. ΒΑΖΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
11. ΒΟΥΡΛΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
12. ΓΕΩΡΓΙΑΚΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
13. ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
14. ΓΟΥΛΑΣ ΛΑΜΠΡΟΣ  
15. ΔΡΑΚΑΚΗΣ ΠΕΤΡΟΣ  
16. ΖΕΡΒΟΥΔΑΚΗ ΕΛΕΝΗ

17. ΚΑΛΟΓΡΙΔΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ  
18. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ  
19. ΚΕΜΕΣΙΔΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ  
20. ΚΟΚΟΤΣΑΚΗΣ ΠΕΤΡΟΣ  
21. ΚΟΥΚΟΥΒΙΤΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
22. ΚΟΥΡΟΥΣΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ  
23. ΚΟΥΤΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
24. ΛΕΓΓΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ  
25. ΛΙΒΑΝΙΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ  
26. ΛΟΥΤΣΙΤΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ  
27. ΜΑΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
28. ΜΕΧΑΛΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ  
29. ΝΙΚΗΦΟΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
30. ΞΑΝΘΟΥΔΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
31. ΠΑΠΑΔΟΠΙΑΝΝΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ  
32. ΠΡΟΤΟΠΑΔΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

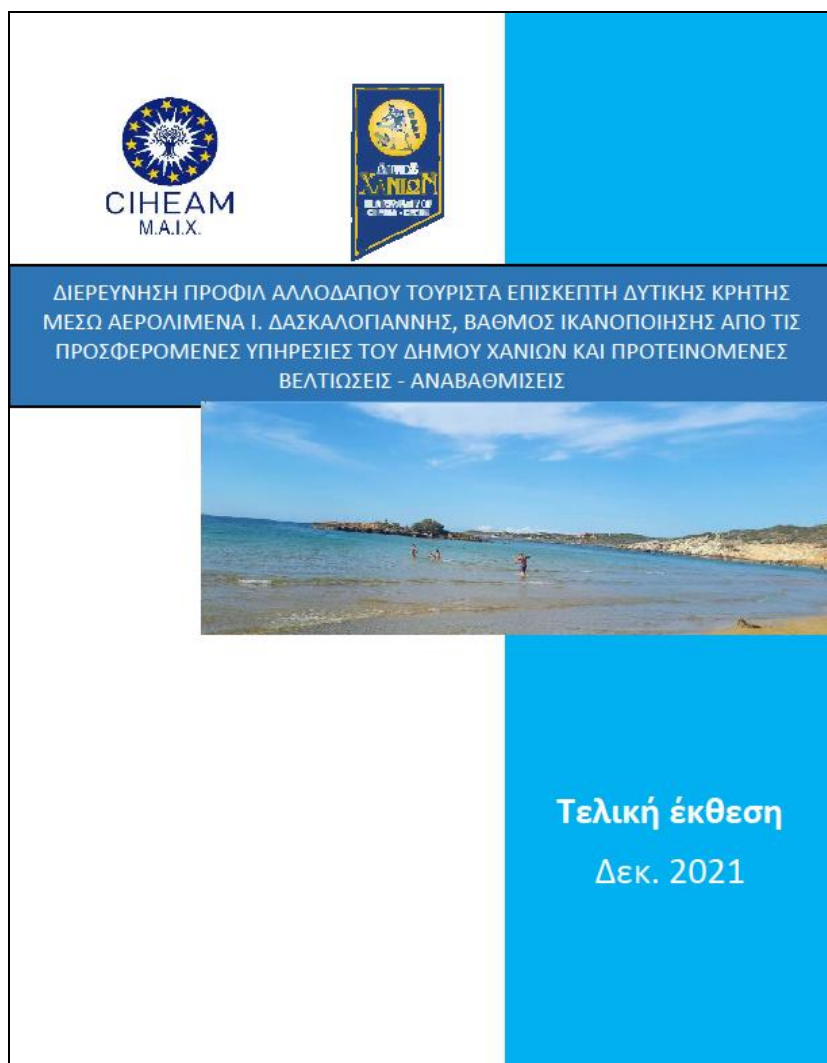
Ο ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

ΓΙΑΚΩΜΟΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΜΥΡΩΝ

33. ΡΙΖΟΣ ΣΕΡΑΦΕΙΜ  
34. ΣΑΡΡΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
35. ΣΗΜΑΝΤΗΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
36. ΣΠΥΡΙΑΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
37. ΣΦΥΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
38. ΤΕΛΕΜΕΝΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ  
39. ΤΖΙΚΑΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ  
40. ΤΣΙΑΠΑΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
41. ΤΣΟΥΡΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ  
42. ΦΡΑΓΓΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ  
43. ΦΡΑΓΓΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
44. ΧΑΖΙΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
45. ΧΑΤΖΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ  
46. ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ-ΜΙΧΑΗΛΑΚΗ ΧΡΥΣΗ  
47. ΦΑΡΟΥΔΑΚΗΣ ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ

Ακριβές αντίγραφο  
Η Γραμματέας

Δρακακάκη Γεωργία



## Ερωτηματολόγιο Φορέων & Ενδεικτική Συνέντευξη

### Ερωτηματολόγιο:

1. Από που πιστεύετε ότι προκύπτει η Εικόνα του Δήμου Χανίων ως Τουριστικός Προορισμός;
2. Ποιοι πιστεύεται ότι είναι οι κύριοι Τουριστικοί Πόροι του Δήμου Χανίων;
3. Ποιος κατά την γνώμη σας είναι ο πιο σημαντικός λόγος που κάποιος θα επισκεφθεί τον Δήμο Χανίων;
4. Ποιο στοιχείο είναι αυτό που κατά την γνώμη σας , που αποτελεί σημείο αναφοράς για τον Δήμο και τι ενέργειες θα μπορούσαν να γίνουν για να προβληθεί ακόμα περισσότερο.

	1	2	3	4	5
Ενετικό Λιμάνι					
Παραλίες					
Αγορά					
Γαστρονομία & Οινογνωσία					
Μουσεία - Ιστορία					
Θρ. Τουρισμός					
Αρχ. Χώροι					
Νυχτ. Ζωή- Διασκέδαση					
Τρόπος Ζωής - Παράδοση					
Ορμητήριο για Εξορμήσεις					
Τουρισμός Δράσης(Αναρρίχηση-Πεζοπορία)					

5. Ποιος είναι ο προσανατολισμός του τουρισμού για τα επόμενα χρόνια;
6. Ποια πιστεύετε ότι είναι η βασική αδυναμία του Δήμου Χανίων ως προς την τουριστική του Προβολή;
7. Τι θεωρείτε ως απειλή για την περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη με έναν ορίζοντα αειφορίας και βιωσιμότητας, δηλαδή χωρίς να κατασπαταλούμε τους πόρους μας, το φυσικό περιβάλλον και να διατηρήσουμε αυτά που ήδη έχουμε;
8. Τι θεωρείτε ως πιο θετική εξέλιξη τα τελευταία χρόνια σε θέματα Τουρισμού και τοπικής ανάπτυξης;
9. Ποιο ρόλο πιστεύετε ότι έχουν οι Τοπικές Τουριστικές Επιχειρήσεις (Μεταφορές- Ξενοδοχεία- Δραστηριότητες) στην δυναμική του Τουρισμού; Κρίνετε ότι έχουν δυναμική στην εξέλιξη τους;
- 10. Τι είναι αυτό που θα πρέπει να κρατήσουν και τι να αλλάξουν οι επαγγελματίες του τουρισμού;**
11. Πως κρίνεται την σύνδεση της τοπικής οικονομίας με τον Τουρισμό;

12. Με ποιον τρόπο αναγνωρίζετε τις ανάγκες του Δήμου; Ποια μέσα έχουν υιοθετηθεί από τους φορείς για την αναγνώριση των αναγκών;
13. Υπάρχει τρόπος ή μεθοδολογία για τις πιθανές λύσεις;
14. Υπάρχουν έρευνες ή στοιχεία που εκμεταλλεύεστε για την αναγνώριση των αναγκών;
15. Με ποιο τρόπο ενημερώνονται οι κάτοικοι του Δήμου για τα προγράμματα και τις δράσεις για τον Τουρισμό; Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης;
16. Υπάρχουν δράσεις ή κίνητρα για να μεγαλώσει/ενεργοποιηθεί η συμμετοχή των κατοίκων του Δήμου;

#### ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗ – ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΤΟΥΡ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1. Υπάρχει διασύνδεση μεταξύ των Τουρ. Επιχειρήσεων; Αν ναι, με ποιο τρόπο γίνεται και πως επιτυγχάνεται; Υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης;
2. Υπάρχει διασύνδεση και συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων και των τοπικών φορέων.
3. Πως κρίνεται την σχέση και την συνεργασία με τους φορείς;
4. Είναι όλοι συνεργάσιμοι η αντιμετωπίζετε δυσκολίες;
5. Διαχειρίζεστε κάποια επενδυτικά προγράμματα τοπικής ανάπτυξης

#### ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΕΙΣ – ΔΙΚΤΥΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

1. Υπάρχει κάποιου είδους σύνδεσης μεταξύ των φορέων;

#### ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΕΙΣ ΜΕ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ

2. Πως κρίνετε την λειτουργικότητα τους;

#### ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

3. Υπάρχουν στα σχέδια μελλοντικές δράσεις;
4. Τις κρίνετε ικανοποιητικές – επίκαιρες?



## Ενδεικτική Συνέντευξη Φορέα Ανάπτυξης

### **Από που προκύπτει η εικόνα του δήμου Χανίων ως Τουριστικός προορισμός;**

Ο δήμος Χανίων είναι μια μικρογραφία του Νομού Χανίων, έχει τέτοιο εύρος, ως προς το μέγεθος του. Μητροπολιτικός δήμος, και τέτοια μορφολογία και έκταση που στην ουσία περιλαμβάνει όλες τις περιοχές του Νομού. Έχει ορεινό όγκο, στα Κεραμειά, είναι η πόλη, διαθέτει παραλιακό μέτωπο όπως η Αγ. Μαρίνα, περιοχές ημι-τουριστικές όπως είναι το Ακρωτήρι, έχει επίσης όλους του μεταφορικούς κόμβους εντός της έκτασης του. Αεροδρόμιο & Λιμάνι. Ο δήμος Χανίων είναι το Χαρακτηριστικό παράδειγμα για Τουρισμό του Νομού Χανίων. Προφανώς αν με ρωτήσεις ποια είναι τα τρία πλεονεκτήματα του δήμου που τον έχουν καταστήσει τουριστικό προορισμό το πρώτο είναι:

1. Φυσικό περιβάλλον και το κλίμα
2. Πολιτιστική Κληρονομιά που κάνει να ξεχωρίζει την περιοχή αυτή από άλλες περιοχές
3. Η γαστρονομία

Αυτά τα τρία θα έβαζα σαν χαρακτηριστικά στοιχεία χωρίς να παραβλέπω και άλλα όπως ότι έχει πολύ καλές ιδιωτικές τουριστικές υποδομές, εξαιρετική ακτογραμμή, ή άλλα πράγματα

### **Πιστεύεται ότι κάποιο στοιχείο του Δήμου αποτελεί σημείο Αναφοράς**

Λιμάνι	5
Παραλίες	5
Αγορά του Δήμου	1
Η γαστρονομία	5
Μουσεία και ιστορία	4
Αρχ. Χώροι	3
Νυχτ. Ζωή	4
Τρόπος ζωής Παράδοση	4
Ορμητήριο για εξορμήσεις για την Δυτική Κρήτης	5
Τουρισμός Δράσης	1

Σε αυτά γενικότερα υστερεί ολόκληρη η χώρα και όχι μόνο ο νομός Χανίων. Παρά το ότι τα έχουμε σαν χώρα γενικότερα, αυτό που ονομάζουμε τουρισμό Εμπειρίας, είναι προφανές ότι στα Χανιά μπορεί κάποιος να ζήσει εμπειρίες κάθε είδους, οργανωμένες ή όχι, αυθόρμητες ή όχι. Όμως τα τελευταία τριάντα χρόνια, ο τουρισμός βασίστηκε στο μοντέλο ήλιος θάλασσα, όπου έγινε σε όλη την Ελλάδα και όχι μόνο στα Χανιά. Τα τελευταία 5 χρόνια έχουν αρχίσει να γίνονται βήματα μπροστά. Και λόγω της πανδημίας τα τελευταία 2 χρόνια, λόγω πανδημίας, καταλαβαίνουμε πόση σημασία έχει ο τουρισμός εμπειρίας, και νομίζω ότι επενδύουμε περισσότερο στις εμπειρίες αυτές αλλά έχουμε πολύ δρόμο ακόμα. Δεν έχουμε ακόμα τελειώσει. Είμαστε σχεδόν στα μισά. Άρα όλα αυτά που αναφέραμε πριν είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι που εμείς στον ΕΟΤ το λέμε εμπλουτισμό του Ελληνικού Τουρισμού

### **Ο προσανατολισμός για τα επόμενα Χρόνια;**

Θα σου έλεγα ότι τα Χανιά είναι μια χαρακτηριστική περίπτωση του Νέου Μοντέλου Τουριστικής Ανάπτυξης για την Ελλάδα, για τα επόμενα 5 χρόνια.

Τα Χανιά έχουν όλες τις προϋποθέσεις να πρωταγωνιστήσουν στον Τουρισμό και ήδη το κάνουν. Το αεροδρόμιο Χανίων βρίσκεται στην 5<sup>η</sup> με 6<sup>η</sup> θέση πανελληνίως σε αφίξεις.

Έχουν λοιπόν την δυνατότητα να κρατήσουν τον τουρισμό που είχαν μέχρι τώρα και να τον αυξήσουν περαιτέρω. Να μπορούν να έρθουν στα Χανιά και άνθρωποι πέρα από την καλοκαιρινή περίοδο. Να έρθουν και την Χειμερινή περίοδο. Όταν λέω χειμερινή περίοδο εννοώ τον Νοέμβριο και Μάρτιο. Έχουμε όλα τα χαρακτηριστικά. Φύση, Βουνό, Γαστρονομία, Κρασιά. Πρέπει να δουλέψουμε προς αυτήν την κατεύθυνση. Θα πρέπει να φτιάξουμε ένα όμορφο περιτύλιγμα. Είναι πολύ σημαντικό να φτιάξουμε ένα προϊόν ολοκληρωμένο. Δεν μπορούμε να προσφέρουμε μόνο ήλιο θάλασσα και μια σφακιανή πίτα. Ο τουρίστας μπορεί να το βρει και αλλού και ίσως και σε καλύτερη τιμή. Και πιο κοντά στο σπίτι του. Αν μπορέσουμε να τα συμπεριλάβουμε όλα, και να καταφέρουμε να φτιάξουμε ένα εξελιγμένο Τ. προϊόν που να είναι όσο πιο πλουραλιστικό και ολοκληρωμένο προϊόν γίνεται θα είμαστε αρκετά κερδισμένοι.

### **Πιστεύεται ότι υπάρχει κάποια αδυναμία του Δ. Χανίων προς την προβολή;**

Ο Δ.Χ έχει περιορισμένες δυνατότητες προβολής.

Η διάρθρωση του, η νομοθεσία, και οι οικονομικοί του πόροι είναι τέτοια, που δεν επιτρέπει να κάνει πολλά πράγματα, μπορεί να κάνει πράγματα συγκεκριμένα αλλά νομίζω ότι τα κάνει.

Εμείς σαν ΕΟΤ κάθε χρόνο εγκρίνουμε το πρόγραμμα τουριστικής προβολής κάθε περιοχής. Μπορώ να σου πω ότι μπορούν να γίνουν και περισσότερα πράγματα, σε συνεργασία με άλλους φορείς, με τον ΕΟΤ, με ιδιωτικό τομέα, με αεροπορικές, με

Tour Operators, αλλά δεν είμαι σίγουρος ότι πραγματικά μπορεί να τα κάνει ένας δήμος μόνος του αυτά. Αλλά σαν brand και φήμη, Τα Χανιά έχουν καλό όνομα στο εξωτερικό και ακούγονται.

### **Τι θεωρείτε ως πιο θετική εξέλιξη;**

Κοίταξε για το 21,

Είχαμε τρεις πολύ θετικές εξελίξεις.

1. Ήρθαν νέες αεροπορικές εταιρείες στα Χανιά μετά από προσεγγίσεις και του ΕΟΤ και από διαφορετικές χώρες . Άρα αυτές οι εταιρείες έφεραν διαφορετικό και νέο κόσμο από άλλες αγορές που τα Χανιά δεν ήταν γνωστά. Μέχρι τώρα τα Χανιά είχαν μονοκαλλιέργεια Σκανδιναβίας. Το γεγονός αυτό ότι η περιορίσθηκε το φαινόμενο αυτό οφείλεται στο άνοιγμα παραπάνω. Έχουμε δώσει κίνητρα σε αεροπορικές για τα Χανιά
2. Είναι το γεγονός ότι οι επισκέπτες ξόδεψαν περισσότερα χρήματα σε σχέση με το 2019. Περίπου 30% παραπάνω.
3. Είναι ότι η περίοδος φέτος, επιμηκύνθηκε μέχρι τις 10 Νοεμβρίου σε περιοχές των Χανίων και ειδικά στον Δήμο και στην πόλη έφτασε μέχρι και τέλη του Νοέμβρη.

Αυτά τα τρία στοιχεία είναι τα καλά νέα του 2021. Πέρα από τις εισπράξεις και την πανδημία.

### **Ως απειλή για την περαιτέρω ανάπτυξη ως προς την κατασπατάληση των πόρων;**

Δύο απειλές

1.Αν συνεχίσουμε με τον ίδιο ρυθμό ανάπτυξης χωρίς να μπει ο όρος βιωσιμότητα πολύ σύντομα θα έχουμε σοβαρό πρόβλημα. Διότι κακά τα ψέματα ο δήμος εξαρτάται και από τον υπόλοιπό νομό άρα ο όρος βιωσιμότητα θα πρέπει να υιοθετηθεί και από όλες τις περιοχές. Πρέπει να γίνουν συγκεκριμένα πράγματα σε περιοχές όπως ο Μπάλος, το Ελαφονήσι, το Φαράγγι της Σαμαριάς. Την διαχείριση των υδάτων, τα σκουπίδια, το ενεργειακό, ειδικά στα μεγάλα καταλύματα. Αν αυτά δεν γίνουν μέσα σε έναν ορίζοντα 5ετίας πολύ σύντομα θα μας ξεπεράσουν άλλοι που τα έχουν ξεκινήσει ήδη.

2.Η 2η απειλή είναι να μην μπορέσουμε στα επόμενα χρόνια, ακριβώς να εμπλουτίσουμε το ΤΠ και να συνεχίσουμε να πουλάμε το ίδιο προϊόν.

Αν με ρώταγες ποιο από τα δύο είναι πιο σημαντικό θα σου έλεγα το 2ο. Και μάλιστα το 2ο συνδέεται και με το πρώτο. Διότι αν αυτοί οι δύο παράγοντες τους συνδυάσουμε και τους αξιοποιήσουμε, γιατί δόξα το θεό έχουμε όλα τα φόντα να το κάνουμε, τότε δεν έχουμε να φοβόμαστε τίποτα. Ο ανταγωνισμός θα είναι πολύ σκληρός τα επόμενα χρόνια.

Ο κόσμος θέλει να ταξιδέψει, το παγκόσμιο trend είναι ότι περίπου ένα 25% του πληθυσμού θέλει να ταξιδέψει, που είναι ένα τεράστιο νούμερο και ένα μερίδιο μπορεί να το πάρει η Ελλάδα. Αλλά πρέπει να εμπλουτίσουμε το προϊόν μας, να το κάνουμε πιο συμπαγές έτσι ώστε να είναι διαφορετικό και διαφοροποιήσιμο σε σχέση με τον ανταγωνισμό μας.

### **Πως κρίνεται την τοπική οικονομία του Δήμου Χανίων με τον Τουρισμό του;**

Η τοπική οικονομία εξαρτάται άμεσα ή έμμεσα από τον τουρισμό σε ποσοστό περίπου 50%. Δεδομένο το τοπικό ΑΕΠ εξαρτάται από τον Τουρισμό. Άρα συνδέονται και με το παραπάνω. Αν οι τοπικές υπηρεσίες συνδέονται με τον Τουρισμό, σε ένα βαθμό γίνονται, αλλά μπορούμε να καταφέρουμε πολλά περισσότερα αυτό είναι σίγουρο. Είμαστε ακόμα σε ένα επίπεδο όχι τόσο ικανοποιητικό. Αλλά νομίζω ότι τα επόμενα χρόνια θα μπορούσε να βελτιωθεί. Ειδικά η σύνδεση των τοπικών προϊόντων με την τουρισμό απευθείας σε ένα επίπεδο πιο βιώσιμο και πιο μακροπρόθεσμο έτσι ώστε να καταφέρουν οι παραγωγοί καλές τιμές. Θα μας απασχολήσει τα επόμενα χρόνια αυτό το θέμα, στα πλαίσια της βιωσιμότητας. Βιωσιμότητα είναι επιπλέον να είναι και ο τοπικός πληθυσμός ευχαριστημένος από την λειτουργία του τουρισμού, διότι αν ο Τουρισμός τελικά λειτουργήσει εις βάρος της Τοπικής κοινωνίας και των κατοίκων δεν πρόκειται να είναι βιώσιμος.

Αν το RBNB κατακλύσει την πόλη των Χανίων, και δεν μπορεί να βρει ο κόσμος σπίτι να μείνει, καταλαβαίνουμε ότι κάποια στιγμή, αυτό θα γυρίσει εναντίον μας. Το ζήσαμε στην Βαρκελώνη πολύ έντονα αλλά και σε άλλες πόλεις.

Από την άλλη, ότι αν οι πολίτες οι ίδιοι, οι κάτοικοι, δεν αισθάνονται ότι κερδίζουν κάτι από τον τομέα του Τουρισμού, δεν έχουν λόγο να ασχολούνται με αυτό. Άρα είναι σαν να λέμε ότι πέρασε και δεν ακούμπησε, και αυτό θα δημιουργήσει ένα πρόβλημα σε μακροπρόθεσμο Ορίζοντα. Επίσης ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα είναι η εύρεση προσωπικού

### **Πιστεύετε ότι οι κάτοικοι του Δήμου ή της περιφέρειας ενημερώνονται πάνω στα θέματα του τουρισμού;**

Όχι. Δεν γνωρίζουν γιατί κατά αρχής είναι τεχνικές γνώσεις που ο μέσος άνθρωπος δεν ενδιαφέρεται τόσο. Αυτό το οποίο ενδιαφέρει τον κόσμο είναι να έχει ένα καλό εισόδημα από τον Τουρισμό, να μπορεί να ζει με αξιοπρέπεια από τον Τουρισμό. Να μην θεωρεί ότι η ενασχόληση με τον τουρισμό είναι ένα πάρεργο χαρτζιλίκι, αλλά ότι είναι μια βασική απασχόληση που τρέφει ολόκληρες οικογένειες. Άρα νομίζω ότι ο κόσμος δεν έχει ενημέρωση αλλά το κατανοεί αυτό μέσα του. Αλλά ενημέρωση δεν έχει. Εκεί χρειάζεται ο κόσμος μια ενημέρωση περεταίρω για το πως λειτουργεί ο Τουρισμός.

**Υπάρχουν δράσεις ή κίνητρα έτσι ώστε ο κόσμος να καταλάβει τις συνέπειες από τις δράσεις τους στον τομέα τουρισμού;**

Το κομμάτι της βραχυχρόνιας μίσθωσης σε περιοχές της Ελλάδας έχει ξεφύγει. Τα Χανιά είναι η πρώτη πόλη στην Ελλάδα σε αριθμό κλινών. Μπορεί να φέρνει ένα εισόδημα πρόσκαιρο στην τοπική κοινωνία αλλά μακροπρόθεσμα τις βλάπτει. Γιατί αλλοιώνει την ταυτότητα μιας ολόκληρης πόλης. Γιατί διώχνει τον κόσμο από την πόλη, τον ντόπιο. Δεν έχει νόημα για τον επισκέπτη να φύγει ο ντόπιος από την πόλη γιατί ο επισκέπτης έρχεται σε μια χώρα για να γνωρίσει τον τρόπο ζωής του, την συμπεριφορά του ντόπιου. Εάν πάμε στο κέντρο μιας πόλης που βλέπεις μόνο τουρίστες, αυτό δεν είναι τουρισμός, είναι κάτι άλλο. Συζητείται σε πολύ υψηλό επίπεδο, υπουργείου έως και πρωθυπουργού, ότι κάτι πρέπει να γίνει. Όχι να καταργηθεί, αλλά να τακτοποιηθεί. Είναι ένα πολύ καλό Τ.Π που υφίσταται σε όλο τον κόσμο. Δεν θέλουμε να το χαλάσουμε Χρειάζεται Ρύθμιση!

**Υπάρχουν δράσεις ούτως ώστε να ευαισθητοποιηθούν οι κάτοικοι του δήμου έτσι ώστε να ενημερωθούν σε θέματα Τουρισμού;**

Δεν γίνονται . Ο καθένας κάνει ότι νομίζει. Σε επίπεδο πολιτών. Αντίστοιχα η κάθε επιχείρηση κάνει ότι νομίζει. Δηλαδή δεν θα ήθελα να βλέπω στις ταβέρνες και στα εστιατόρια Χανίων να μην υπάρχουν τοπικά προϊόντα και τοπική κουζίνα και να έχει μόνο διεθνής κουζίνα. Δεν θα ήθελα να μην έχει τοπικά κρασιά. Θα έπρεπε να έχουν μια ενιαία λογική, στο πως θα είναι τα τραπέζια τους, το service. Αυτό δεν είναι αρμοδιότητα του δήμου. Οι ίδιοι οι επιχειρηματίες θα πρέπει να το επιδιώξουν κ ίσως μέσω του επιμελητηρίου να κάνουν πράγματα. Έτσι ώστε να εκπαιδευτούν και να γνωρίσουν. Δεν θα πάω σε επίπεδα εκπαίδευσης των ανθρώπων που είναι ήδη στον τουρισμό γενικά, αλλά πραγματικά η εκπαίδευση μιας επιπλέον γνώσης είναι απολύτως απαραίτητη.

Από το να κάνουμε σεμινάρια για ανούσια θέματα, να κάνουμε σεμινάρια στο πως φιλοξενούμε, πως συμπεριφερόμαστε, πως παρουσιάζουμε ένα πιάτο, πως μιλάμε στον άλλον. Πολύ σημαντικό

## **Διασύνδεση και δικτύωση των επιχειρήσεων.**

### **Πιστεύτε ότι υπάρχει δικτύωση μεταξύ τους;**

Όχι δεν υπάρχει. Του να υπάρχει μια κοινή στρατηγική όχι δεν υπάρχει. Και δεν υπάρχει γιατί δεν υπάρχει συντονιστής. Αν υπήρχε θα μπορούσε να γίνει, των ομοειδών επιχειρήσεων, προκειμένου να έχουν βασικά πρότυπα στην εξυπηρέτηση του πελάτη. Αυτό που δεν έχουν καταλάβει οι επιχειρήσεις είναι ότι υπάρχουν άλλοι που είναι πολύ καλύτεροι από εμάς, και επίσης και φθηνότεροι. Άρα πιο ανταγωνιστικοί σε σχέση με εμάς, γενικότερα. Αυτό θα λειτουργήσει κάποια στιγμή υπέρ τους και εναντίον μας. Στην διάρκεια της πανδημίας είχαμε μια πολύ μεγάλη ευκαιρία την οποία την αρπάξαμε, και την αξιοποιήσαμε στο έπακρον. Να αναδείξουμε ότι η Ελλάδα είναι μια σοβαρή Χώρα που αντιμετωπίζει την πανδημία και μπορεί να δώσει ασφάλεια στους επισκέπτες της. Ότι κερδίσαμε το 20 και το 21, που είναι προάγγελος του 22στηρίχτηκε ακριβώς σε αυτό. Το λέω αυτό γιατί δουλέψαμε και προβάλλαμε την Ασφάλεια και πέρασε. Από εδώ και πέρα το θέμα της Ασφάλειας θα αρχίσει να φθίνει. Θα τελειώσει η πανδημία, θα πάμε σε άλλα θέματα. Εκεί τι θα κάνουμε; Τι θα πουλάμε; Η διασύνδεση των επιχειρήσεων, η εκπαίδευση των ανθρώπων που δουλεύουν σε αυτές, για όλες τις επιχ. αναφέρομαι, και γενικότερα ένας συντονισμός στο πως μπορεί να γίνει καλύτερα αυτή η δουλειά και πως μπορούμε να εξυπηρετήσουμε καλύτερα τους επισκέπτες μας, είναι απόλυτη ανάγκη και ψάχνουμε να βρούμε ποιος θα το κάνει. Και ακόμα δεν το έχουμε βρει.

### **Η συνεργασία του ΕΟΤ ή των επιχειρήσεων με τους Φορείς, επιτυγχάνεται;**

Στον ΕΟΤ κάναμε το εξής όταν πρώτο-ξέσπασε η κρίση της πανδημίας, επειδή έχουμε ένα πολύ μεγάλο δίκτυο συνεργατών στο εξωτερικό, με 17 γραφεία, εκατομμύρια ανθρώπους που είναι σε διασύνδεση μαζί μας με πάρα πολλούς τρόπους, Έχουμε το visitGreece που είναι η μεγαλύτερη πλατφόρμα τουρισμού στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό, Είπαμε να δώσουμε σε όλες τις επιχειρήσεις να μπουν στο visitGreece να διαφημιστούν δωρεάν. Κάναμε ένα πολύ ωραίο app όπου εκεί όσες επιχειρήσεις ήθελαν να διαφημιστούν δωρεάν, με προϋποθέσεις όμως. Το app έχει περίπου 3 εκ χρήστες ενεργούς. Αυτό είναι μια πραγματική διασύνδεση του ΕΟΤ με την Αγορά και της Αγοράς με εξωστρέφεια προς τον πελάτη.

Από εκεί και πέρα όταν εμείς πηγαίνουμε σε εκθέσεις στο εξωτερικό, έρχονται πολλές επιχειρήσεις μαζί μας από Ελλάδα. Στο Λονδίνο που πήγαμε πρόσφατα είχαμε μαζί μας 190 μεγάλες επιχειρήσεις Τουριστικές, όπου εκεί κάναμε ένα Lobbying, με παράγοντες της αγοράς, συζητάμε, λέμε για προοπτικές τι γίνεται, και έτσι παίρνουμε και δίνουμε ένα κλίμα που είναι πολύ σημαντικό. Σαν ΕΟΤ προσπαθούμε και το κάνουμε να διασυνδεόμαστε περισσότερο με τις επιχειρήσεις. Κ κάνουμε και κάτι άλλο. Δίνουμε πολύ μεγάλη σημασία στις start apps του Τουρισμού. Τις βγάζουμε στο εξωτερικό Εμείς(ΕΟΤ), τους δίνουμε την δυνατότητα να διαφημίσουν την δουλειά τους, και πολλές από αυτές έχουν κλείσει καλές δουλειές στο εξωτερικό. Έχουμε απόλυτη σύνδεση με τις start ups. Εμείς το κάνουμε πράξη με τις επιχειρήσεις

## **Σχέσεις Δήμων**

Με δήμους και περιφέρειες έχουμε άμεση συνεργασία, υπάρχει άμεση αντίδραση σε θέματα τα όποια προκύπτουν. Εμείς είμαστε αυτοί που τελικά εγκρίνουμε τα προγράμματα Τουριστικής προβολής. Θεσμικά από τον νόμο γίνεται. Με τον δήμο Χανίων έχουμε μια πολύ καλή συνεργασία και τους δίνουμε κατευθύνσεις, μας λένε θέματα που υπάρχουν και γενικότερα έχουμε μια εξαιρετική συνεργασία. Το ίδιο συμβαίνει και με τους Θεσμικούς φορείς το ΣΕΤΕ, η ΠΟΞ, το ΞΕΕ κα και εκεί έχουμε μεγάλη διασύνδεση, κοινές δράσεις μαζί. Για παράδειγμα η καμπάνια κάθε Μάρτιο, περνάει και εγκρίνεται άτυπα, μετά από συζήτηση με τους αναφερόμενους Θεσμικούς φορείς. Εκεί γίνεται μια πολύ μεγάλη ώσμωση για το πως πάμε και προχωράμε.

## **Μελλοντικές Δράσεις του Τουρισμού**

Κάτι που είναι σημαντικό και για τον Δήμο Χανίων είναι η έμφαση στον Χειμερινό Τουρισμό. Τα τελευταία 20 χρόνια η Ελλάδα διαφημιζόταν ως καλοκαιρινός προορισμός. Τώρα η ανάγκη αυτή έχει αναδειχθεί. Κάνουμε στοχευμένη καμπάνια για τον Χειμερινό Τουρισμό στο εξωτερικό, αποκλειστικά με moto : Greece does have a Winter. Είναι μια πρώτη προσπάθεια που θέλουμε να έχει και συνέχεια έτσι ώστε να κατανοήσουν στο εξωτερικό ότι η Ελλάδα δεν έχει μόνο καλοκαίρι. Δεν είναι εύκολο, θέλει πολύ δουλειά, και awareness έντονο, αλλά νομίζω ότι σε έναν ορίζοντα 3ετίας, αν το συνεχίσουμε σωστά, να μπει στον Χάρτη του Χειμερινού τουρισμού. Όχι σαν πρωταγωνίστρια αλλά να τα καταφέρει να μπει. Αυτό αφορά και τα Χανιά. Απλά πάσχουν στις υποδομές πολύ σοβαρά. Αλλά οι προϋποθέσεις υπάρχουν. Βουνό, Χιόνι, δάσος, ποτάμια. Αλλά οι υποδομές πάσχουν, και είναι ένα άλλο θέμα.

**Σας ευχαριστώ πολύ**

## Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεων & Ενδεικτική Συνέντευξη

### Ερωτηματολόγιο

#### Δημογραφικές πληροφορίες των Ερωτηθέντων

Δήμος Δραστηριοποίησης

Κατοικείτε στον Δήμο Χανίων

Άντρες Γυναίκες

Ηλικία

Εκπαίδευση

1. Πόσα χρόνια δραστηριοποιείστε με τον Τουρισμό;
2. Λειτουργείται εποχικά ή όχι;
3. Το συνολικό σας εισόδημα προέρχεται μόνο από τον Τουρισμό ή υπάρχουν και άλλες πηγές;
4. Για ποιον λόγο ξεκινήσατε ή ασχολείστε με την επιχείρηση;
5. Σχέδια – επενδύσεις στο μέλλον;
6. Διαφημίζετε με κάποιο τρόπο;
7. Αισιοδοείτε για το μέλλον του Τουρισμού στον Δήμο;

#### **Εξωτερικό περιβάλλον της Επιχείρησης**

#### **Η άποψη των επιχειρήσεων για τους αρμόδιους φορείς ανάπτυξης.**

1. Ποιος είναι ο αρμόδιος Φορέας για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;
2. Γνωρίζετε για δράσεις από τους Φορείς;
3. Ποιες είναι οι πιο διαδεδομένες κατά την άποψη σας
4. Λαμβάνεται μέρος σε κάποια από αυτές;



Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρουν οι φορείς που εμπλέκονται στις διαδικασίες Τουρ. Ανάπτυξης;

<b>Βαθμός Ικαν/σης</b>	<b>Εξαιρετικός / μεγάλος</b>	<b>Μέτριος</b>	<b>Ουδέτερος</b>	<b>Ελάχιστος</b>	<b>Μηδενικός</b>	<b>ΔΓ/ΔΑ</b>
<b>Φορέας</b>						
Υπηρεσίες Δημου						
Επαγγελματικός Σύλλογος						
Νομαρχία						
Αναπτυξιακή Χανίων						
ΕΟΤ						
Περ. Κρήτης						
Επιμελητήριο Χανίων						
Ξεν. Επιμελ. Ελλάδος						

#### **Ενημέρωση Επενδυτικά Προγράμματα**

1. Ποια είναι η κύρια πηγή της ενημέρωσης σας;

Α. Εμπορικό και Επαγγ. Επιμελητήριο Χανίων,

Β. Άτομα από τον κύκλο γνωριμιών σας

Γ. Τοπική αυτοδιοίκηση

Δ. Διαδίκτυο

Ε. ΞΕΕ

Στ. ΕΟΤ

2. Έχετε αναζητήσει πληροφορίες για πρόγραμμα ενίσχυσης Τουριστικών Επενδύσεων; Που απευθυνθήκατε; Πως ήταν η εξυπηρέτηση

3. Αντιμετωπίσατε δυσκολίες;

4. Ποια ήταν η πιο μεγάλη δυσκολία που αντιμετωπίσατε;

## **Δικτύωση – Σύνδεση των Τουρ. Επιχειρήσεων με την τοπική Οικονομία**

1. Χρησιμοποιείται συστηματικά προϊόντα ντόπιων παραγωγών για τις ανάγκες σας;
2. Τι προϊόντα κυρίως προμηθεύεστε;
3. Συνεργάζεστε μεταξύ σας οι επιχειρηματίες του χώρου;
4. Σε ποιο βαθμό συνεργάζεστε;
5. Προτείνετε άλλες επιχειρήσεις αν εσείς δεν μπορείτε να εξυπηρετήσετε;

## **Συμμετοχή σε τοπικούς Συλλόγους και δράσεις;**

1. Συμμετέχετε σε δράσεις και σε τοπικούς συλλόγους σχετικές με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής σας;
2. Πως θα τις κρίνατε;
3. Είστε ικανοποιημένοι από το την δράση σας;
4. Ποιες δράσεις προτείνετε – κρίνετε ότι είναι αναγκαίες για την περαιτέρω βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού;

## **Ενδεικτική Συνέντευξη**

Βρισκόμαστε σε ένα ξενοδοχείο συνεχούς λειτουργίας στον δήμο Χανίων στην Δημοτική περιφερειακή ενότητα της Σούδας. Θα μιλήσουμε με τον διεθυντή του Ξενοδοχείου.

Πόσα χρόνια δραστηριοποιείται η επιχείρηση με τον τουρισμό;

4 χρόνια

Λειτουργείτε εποχικά ή σε συνεχή λειτουργία;

12μηνο

Το συνολικό εισόδημα του επιχειρηματία από τον Τουρισμό ή και από άλλες πηγές;

Προέρχονται και από άλλες πηγές. Ο τουρισμός είναι ένα κομμάτι.

Για ποιο λόγο εμπνεύστηκε το ξενοδοχείο ο επιχειρηματίας;

Για να έχει κάποια παράπλευρα οφέλη τα οποία θα συνδέονται με τους ήδη υπάρχοντες πελάτες.

Κάποια σχέδια επενδύσεις για το μέλλον υπάρχουν?

Υπάρχουν, υπάρχει ακόμα ένα σύμπλεγμα με βίλλες και ένα ακόμα ξενοδοχείου και η επέκταση του παρόντος.

Διαφημίζεται η επιχείρηση με κάποιον τρόπο και αν ναι με ποιον;

Αυτή τη στιγμή λόγω του μικρού αριθμού των δωματίων δεν κάνουμε κάποια διαφήμιση, η μόνη μας προβολή γίνεται με ψηφιακά μέσα, μέσω των Social media, και μέσω του Google, όχι ολοκληρωμένες καταχωρήσεις ακόμα

**Για το μέλλον του Τουρισμού στον Δήμο Χανίων είστε αισιόδοξος – απαισιόδοξος , μία ουδέτερη στάση, πως θα το λέγατε**

Προσωπικά εγώ έχω μια συγκρατημένη αισιοδοξία

**Γνωρίζετε ποιος είναι ο αρμόδιος φορέας για την Τουριστική Ανάπτυξη του Δήμου Χανίων;**

Ο Δήμος Χανίων ο οποίος λειτουργεί υπό την Αιγίδα της Περιφέρειας και όλοι μαζί υπό την αιγίδα του ΕΟΤ

**Γνωρίζετε για δράσεις από τους φορείς;**

Γνωρίζω κάποιες δράσεις προβολής λόγω της προηγούμενης θέσης μου( Ειδικός Συνεργάτης του Δήμου σε θέματα τουρισμού) και τυχαίνει να γνωρίζω από δημοσιεύματα τις δράσεις που έχει αναλάβει ο δήμος.

**Ποιο διαδεδομένες κατά την άποψη σας;**

Η πιο διαδεδομένη γιατί οι υπόλοιπες δεν δούλεψαν είναι η δράση δημιουργίας ψηφιακού συστήματος για τον τουρισμό του Δήμο χανίων που μπορώ να σας πώ ότι δούλεψαν και κάποιες δράσεις που έγιναν πέρυσι και θα ξαναγίνουν και φέτος αναφορικά με help Desk κ κάποια σημεία με προσωπικό που βοηθούσαν τους Τουρίστες που επισκέπτονταν την πόλη.

**Εσείς λαμβάνετε μέρος σε κάποια από αυτές;**

Όχι αυτή την στιγμή δεν ξέρω αν κάποια άλλα ξενοδοχεία συμμετέχουν

Ωφελούμαστε από αυτές τις δράσεις. Πελάτες που μας ρωτάνε τι να κάνω σήμερα το βράδυ τους προτείνω να επισκεφθούν το συγκεκριμένο site για να επιλέξουν.

**Έχει γίνει κάποια πρόσκληση ή κάποια προσέγγιση**

Όχι

5. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρουν οι φορείς που εμπλέκονται στις διαδικασίες Τουρ. Ανάπτυξης;

Βαθμός Ικαν/σης	Εξαιρετικός / μεγάλος	Μέτριος	Ουδέτερος	Ελάχιστος	Μηδενικός	ΔΓ/ΔΑ
<b>Φορέας</b>			x			
Υπηρεσίες Δήμου					x	
Επαγγελματικός Σύλλογος						
Νομαρχία					x	
Αναπτυξιακή Χανίων					x	
ΕΟΤ					x	
Περ. Κρήτης					x	
Επιμελητήριο Χανίων						
Ξεν. Επιμελ. Ελλάδος						

**Σε σχέση με επενδυτικά προγράμματα έχετε λάβει ποτέ κάποια ενημέρωση και ίσως ποια είναι η κύρια πηγή ενημέρωσης;**

Η κύρια πηγή ενημέρωσης είναι ενημερωτικά e mails από το Επιμελητήριο Χανίων.

**Εγώ έχω επαφή όταν υπάρχει κάτι συγκεκριμένο. Πρώτα ενημερώνεται ή το απευθύνεται το λογιστήριο της επιχείρησης**

**Εσείς έχετε αναζητήσει πληροφορίες για πρόγραμμα ενίσχυσης Τουριστικών επενδύσεων;**

Στο λογιστήριο μας. Δεν μου έχουν αναφέρει κάποια δυσκολία

**Χρησιμοποιείτε συστηματικά προϊόντα ντόπιων παραγωγών ή όχι για τις ανάγκες σας;**

Φυσικά και χρησιμοποιούμε Σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό κάποια προϊόντα συσκευασίας και ότι πάγια

### **Όταν λέμε προϊόντα τι προμηθεύστε**

Αγαθά τρόφιμα και υπηρεσίες

### **Συνεργάζεστε μεταξύ σας οι επαγγελματίες του Χώρου;**

Ναι φυσικά, υπάρχει σε επίπεδο πληροφορίας. Υπάρχουν group που μοιραζόμαστε πολύ ζωηρά πληροφορίας και σε επίπεδο βοήθειας σε καθημερινά θέματα και ειδικά με τον Covid το συγκεκριμένο group.

### **Εσείς προτείνετε άλλες επιχειρήσεις όταν εσείς δεν μπορείτε να εξυπηρετήσετε;**

Ναι φυσικά. Έχουμε συγκεκριμένα ξενοδοχεία που απευθυνόμαστε και συμβαίνει αρκετά συχνά.

### **Πάμε σε άλλο κομμάτι, Συμμετοχή σε τοπικούς συλλόγους και δράσεις;**

### **Εσείς συμμετέχετε σε τοπικούς συλλόγους σχετικά με την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής σας;**

Κάναμε κάποια meeting Που κάναμε με το λιμενικό ταμείο αφού ο επιχειρηματίας ασχολείται με τα ναυτιλιακά, σε σχέση με τον τομέα της Κρουαζιέρας, δεν είμαστε πολύ ενεργοί σε αυτόν. Όχι ακόμα σαν καινούργια επιχείρηση, Σίγουρα όμως ένας από τους στόχους μας είναι να προχωρήσουμε και να εμπλακούμε στα κοινά του τόπου

### **Με τις δράσεις που έχουν γίνει έως τώρα πως θα μπορούσατε να τις κρίνετε;**

Οι δράσεις που προτείνω έχουν τρεις άξονες

Το ψηφιακό Περιβάλλον. Να μπορέσουμε να έχουμε στο ψηφιακό περιβάλλον που κινούνται όλοι οι πελάτες μας σωστή παρουσία, σωστή ενημέρωση, σωστή πληροφορία, σε αυτόν τον αγώνα που γίνεται μεταξύ προορισμών να βγαίνουμε ψηλά. Να είμαστε σε ένα καλό επίπεδο να έχουμε ένα καλό positioning στον πελάτη. Είτε είναι πελάτης που έρχεται πρώτη φορά είτε πελάτης που έχει ξαναέρθει να μπορεί να αποτυπώσει στο μυαλό του ότι η Ελλάδα, η Κρήτη, τα Χανιά είναι ένας πολύ καλός και ελκυστικός προορισμός. Κάποια στιγμή θα το επισκεφτούμε. Τώρα ή αργότερα

Ο δεύτερος άξονας είναι της επένδυσης στις δεξιότητες και στο προσωπικό, έτσι ώστε να μπορέσουμε επιτέλους, επειδή το επίπεδο της φιλοξενίας το έχουμε και έχουμε μεγαλώσει με αυτό, πρέπει οι φορείς, οι Δήμοι, ο ΕΟΤ να δίνει δεξιότητες στους ανθρώπους της πρώτης γραμμής

Και το 3<sup>ο</sup> είναι σε επίπεδο πολεοδομίας, που είναι και το πιο δύσκολο να ξεκολλήσουν κάποια έργα μικρά ή μεγάλα, ΒΟΑΚ, Τα πεζοδρόμια που είναι πολύ σημαντικά, και να σουλουπωθεί η πόλη για την πρόσβαση.

Σε όλες τις έρευνες από αρκετούς φορείς η πρόσβαση έχει δικό της κομμάτι, Αυτό το αναφέρω γιατί είναι δείχνει την σημαντικότητα της πρόσβασης!

Σας ευχαριστώ πολύ!