

# Η Ανάπτυξη του Ευφυούς Τουρισμού – Πολιτισμού στην Περιφέρεια Κρήτης

του Αλέξανδρου Αποστολάκη



**Αλέξανδρος Αποστολάκης**

Καθηγητής  
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Τουρισμού,  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού,  
Σχολή Επιστημών Διοίκησης & Οικονομίας  
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Email: [aapostolakis@hmu.gr](mailto:aapostolakis@hmu.gr)  
Τηλ.: 2810379621

## Εισαγωγή

Στην προσπάθεια της να διατηρήσει τη δυναμική και το ευνοϊκό κλίμα που επικρατεί, ακόμα και πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, η Περιφέρεια Κρήτης προσπαθεί με συντονισμένες προσπάθειες και πρωτοβουλίες, να δημιουργήσει τις συνθήκες εκείνες που θα επιτρέψουν τον ολιστικό μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας. Ήδη, από την προηγούμενη προγραμματική περίοδο (2014 – 2020), η Περ. Κρήτης έχει θεσπίσει τη Διαδικασία της Επιχειρηματικής Ανακάλυψης (ΔΕΑ), την οποία και εφάρμοσε στα πλαίσια υλοποίησης της «Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας Κρήτης 2014 – 2020». Ως συνέχεια των παραπάνω πρωτοβουλιών, και για να υποστηρίξει ακόμα περισσότερο τη δυναμική των

Ο συγγραφέας θα ήθελε να εκφράσει τις ευχαριστίες του προς το Περιφερειακό Συμβούλιο Έρευνας και Καινοτομίας της Περιφέρειας Κρήτης, καθώς και στην Περιφέρεια Κρήτης, για τον ορισμό του ως συντονιστής της ομάδας εστίασης για τον τομέα του Ευφυή Τουρισμού – Πολιτισμού. Οι απόψεις που παρατίθενται παρακάτω είναι προσωπικές και δεν εκφράζουν, ή δεσμεύουν το Περιφ. Συμβούλιο Έρευνας και Καινοτομίας ή και την Περιφέρεια Κρήτης σε κανένα σημείο.

αγορών και την δομή των τοπικών αλυσίδων αξίας μέσω της τετραπλής έλικας (κυβέρνηση, ερευνητές, βιομηχανία, κοινωνία των πολιτών), η Περιφέρεια Κρήτης εισήγαγε τη διαδικασία των ομάδων εστίασης (*focus groups*) στο σύμπλεγμα του ευφυούς τουρισμού – πολιτισμού (τομέας εξειδίκευσης).

Πιο συγκεκριμένα, με πρωτοβουλία του Περιφερειακού Συμβουλίου Έρευνας – Καινοτομίας (ΠΣΕΚ) της Περ. Κρήτης, υλοποιήθηκαν μια σειρά από συναντήσεις | διαβουλεύσεις ομάδων εστίασης με σκοπό τη διαμόρφωση κατάλληλου πλαισίου μελλοντικών διεργασιών και δράσεων της επιχειρηματικής ανακάλυψης στο σύμπλεγμα ευφυούς τουρισμού – πολιτισμού. Επιπλέον, οι εργασίες της ομάδας εστίασης είχαν σκοπό την περαιτέρω διερεύνηση των τοπικών δυνατοτήτων και πλεονεκτημάτων στον τομέα εξειδίκευσης, καθώς και την ανταλλαγή εμπειριών, τεχνογνωσίας και καλών πρακτικών από την επιχειρηματική και ερευνητική εμπειρία.

Συνολικά, πραγματοποιήθηκαν τρεις (3) συναντήσεις στα πλαίσια της ομάδας εστίασης. Οι ομάδες εστίασης αποτελούνταν από δώδεκα (12) συμμετέχοντες από όλα τα γεωγραφικά και επιχειρηματικά φάσμα του τουριστικού οικοσυστήματος της Κρήτης. Η σύσταση και το μέγεθος των ομάδων εστίασης διαμορφώνονταν κάθε φορά ανάλογα με τη θεματική της κάθε συνάντησης.

### **Σημασία**

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η Περ. Κρήτης έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα αρκετά δυναμικό και ανταγωνιστικό τουριστικό οικοσύστημα, του οποίου το οικονομικό (κυρίως) αποτύπωμα μεγενθύνεται διαρκώς. Η μεγένθυση αυτή είχε ξεκινήσει πριν την κρίση της πανδημίας, και φαίνεται να ανακάμπτει πολύ σύντομα μετά το τέλος της. Παρόλα αυτά, τόσο η κρίση της πανδημίας, όσο και άλλες αλλαγές στο επιχειρηματικό περιβάλλον της τουριστικής βιομηχανίας έχουν δημιουργήσει μια σειρά από προκλήσεις και μεταβαλλόμενες συνθήκες στις οποίες πρέπει να ανταποκριθεί η Περ. Κρήτης.

Πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με τις παρατηρήσεις και τα συμπεράσματα της έκθεσης της στρατηγικής έξυπνης εξειδίκευσης της Περ. Κρήτης (Περ. Κρήτης, 2021), ενώ το επιχειρηματικό οικοσύστημα της Περιφέρειας έχει αναπτύξει μια σημαντική δυναμική προς την καινοτομία και την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στον τομέα εξειδίκευσης, εντούτοις, η Περ. Κρήτης παρουσιάζει σημαντική υστέρηση αναφορικά με τη διείσδυση νέων τεχνολογιών – καινοτομιών στη τουριστική βιομηχανία, καθώς και την ενσωμάτωση νέων καινοτομικών προϊόντων. Με άλλα λόγια, υπάρχει μια σχετικά περιορισμένη αξι-

οποίηση της ερευνητικής προσπάθειας που γίνεται στα ερευνητικά ιδρύματα της Κρήτης και την επιχειρηματική | παραγωγική βάση στον τομέα εξειδίκευσης στην Περ. Κρήτης.

Επίσης, ένα άλλο μεγάλο ζήτημα στην περίπτωση του συμπλέγματος του ευφυούς τουρισμού – πολιτισμού αποτελεί η ανάγκη μετασχηματισμού της τουριστικής βιομηχανίας στην Κρήτης, στοχεύοντας στην πράσινη (βιώσιμη) και έξυπνη (ψηφιακή) μετάβαση. Αν και ο τομέας εξειδίκευσης φαίνεται να ανακάμπτει συστηματικά και πιο γρήγορα σε σχέση με άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας στην Περιφέρεια μετά το τέλος της πανδημίας, εντούτοις, η περίοδος αυτή κυοφόρησε αλλαγές τόσο σε επιχειρηματικό, όσο και σε καταναλωτικό επίπεδο. Ενδεικτικά αναφέρουμε την αυξημένη τάση για ενίσχυση της κυκλικής οικονομίας, την αλλαγή των καταναλωτικών προτύπων προς περισσότερο αυθεντικές, εξατομικευμένες και *συνεργατικές τουριστικές εμπειρίες*, καθώς και εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος | υπηρεσίες μέσα από βελτίωση της συνδεσιμότητας και της δικτύωσης των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών και υπηρεσιών που σχετίζονται με το τουριστικό οικοσύστημα (συμπεριλαμβανομένης της διατροφής και του πολιτισμού).

Τέλος, ένας ακόμα παράγοντας που ώθησε την Περ. Κρήτης προς τη κατεύθυνση της υιοθέτησης των ομάδων εστίασης ως ένα μεθοδολογικό εργαλείο αποτέλεσε η εκφρασμένη ανάγκη για περαιτέρω ενδυνάμωση της παραγωγής προστιθέμενης αξίας μέσω του περιφερειακού έλικα έξυπνης εξειδίκευσης στην Περ. Κρήτης. Πιο συγκεκριμένα, η Περ. Κρήτης μέσα από τις ομάδες εστίασης στοχεύει στον εμπλουτισμό της ΔΕΑ μέσω της ενίσχυσης της ενημέρωσης και πληροφορίας που θα παραχθεί μέσα από τις ομάδες εστίασης στους διάφορους τομείς εξειδίκευσης. Με άλλα λόγια, οι ομάδες εστίασης θα υποστηρίξουν και θα ενημερώσουν σε πρώιμα στάδια την ΔΕΑ της Περ. Κρήτης και θα την βοηθήσουν να διαμορφώσει ένα πιο ολοκληρωμένο και αποτελεσματικό πλαίσιο χρηματοδότησης για την επόμενη προγραμματική περίοδο.

### **Μεθοδολογία**

Η υλοποίηση των παραπάνω στόχων επιχειρείται μέσω της προσέγγισης της ομάδας εστίασης, που είναι ένα ερευνητικό μεθοδολογικό εργαλείο (*market research method*) που χρησιμοποιείται ευρύτατα διεθνώς για την διερεύνηση συγκεκριμένων, εκ των προτέρων ορισμένων κεντρικών θεματικών τομέων για την άντληση ποιοτικών (κυρίως, αλλά και σε ορισμένες περιπτώσεις ποσοτικών) στοιχείων, για τη διαμόρφωση πλαισίου μελλοντικών διεργασιών και δράσεων στη περιφέρεια Κρήτης.

Μετά από εισήγηση του Περιφερειακού Συμβουλίου Έρευνας και Καινοτομίας (ΠΣΕΚ) της Περ. Κρήτης, και μια αρχική διαδικασία επιλογής (screening) συστήθηκε μια δωδεκαμελής (12μελής) επιτροπή εμπειρογνομόνων από διάφορες περιοχές του συμπλέγματος τουρισμού – πολιτισμού. Τα μέλη της ομάδας αυτής προέρχονταν από τον επιχειρηματικό, εκπαιδευτικό - ερευνητικό, καθώς και τον διοικητικό κλάδο του περιφερειακού οικοσυστήματος στον τουρισμό – πολιτισμό. Επιπλέον, και ακολουθώντας το παράδειγμα άλλων παρόμοιων περιπτώσεων συμβουλευτικής διαδικασίας με τη μορφή ομάδων εστίασης, μια σειρά από άλλους ενδιαφερόμενους εμπλούτιζαν με την παρουσία και τις γνώσεις τους την βασική ομάδα εστίασης. Η επιλογή των συμμετεχόντων αυτών διαμορφωνόταν ανάλογα τη θεματολογία της κάθε συζήτησης | συνάντησης. Η συγκεκριμένη προσέγγιση προσθέτει ένα επιπλέον επίπεδο διαβούλευσης στη ΔΕΑ, με σκοπό να οδηγήσει σε μια πιο στοχευμένη διαδικασία προσκλήσεων και χρηματοδότησης στον τομέα εξειδίκευσης.

Η ομάδα εστίασης στον ευφυή τουρισμό – πολιτισμό πραγματοποίησε τρεις (3) συναντήσεις κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους (2023), και κάθε φορά διαχειρίζονταν ένα συγκεκριμένο θέμα – προβληματισμό σχετικό με τον τομέα εξειδίκευσης. Οι συζητήσεις βασίστηκαν σε ημι-δομημένες συζητήσεις με τα μέλη της ομάδας εστίασης, υπό την έννοια ότι κάθε συζήτηση δομούσαν γύρω από ένα πυρήνα 2-3 ερωτήσεων κάθε φορά. Κάθε μια από τις τρεις συναντήσεις διήρκεσε από 2 έως 2.5 ώρες περίπου.

### **Αποτελέσματα**

Οι ομάδες εστίασης πρότειναν μέσα από τη διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε μια σειρά από δράσεις που θα μπορούσαν να υλοποιηθούν με σκοπό την ανάπτυξη και ανάδειξη της δυναμικής του ευφυούς τουρισμού – πολιτισμού.

Ο μαζικός τουρισμός καθώς και η κρουαζιέρα αποτελούν ευκαιρίες δημιουργίας επόμενων συχνών επισκεπτών στο νησί αν η αρχική εμπειρία τους είναι θετική, πχ., αντί μιας ακόμα επίσκεψης σε μουσείο σε τουρίστες κρουαζιέρας, επίσκεψη σε οινοποιείο για γευσίγνωσία. Πρακτικά, εδώ προτείνεται η εργαλειοποίηση του μαζικού τουρισμού και των δυνατοτήτων που παρέχει μέσα από βιωματικές εμπειρίες και story – telling. Η πρόταση αφορά το μετασχηματισμό της μαζικού τύπου τουριστικής εμπειρίας, μέσω εξατομικευμένων βιωματικών εμπειριών για τους επισκέπτες στην Κρήτη μέσω των τεχνολογικών εφαρμογών στη τοπική πολιτιστική παράδοση της Κρήτης. Η παραπάνω πρόταση εξυπηρετεί

αφενός την επέκταση και αφετέρου τον εμπλουτισμό των ήδη πλούσιων τουριστικών θεματικών δυνατοτήτων που ήδη παρέχονται στη Κρήτη, μέσα από την εστίαση σε νέες μορφές τουρισμού, όπως ποδηλατικός, περιηγητικός, πολιτιστικός – ιστορικός και την ανάγκη διεύρυνσης του τουρισμού όλο το χρόνο. Αφετέρου, η συγκεκριμένη προσέγγιση προϋποθέτει την ανάγκη παροχής κινήτρων και δεξιοτήτων σε νέους ανθρώπους που θα ασχολούνται με αυτές τις «νέες» μορφές τουρισμού, για να δώσουν προστιθέμενη αξία σε αυτούς τους εναλλακτικούς άξονες τουρισμού. Με αυτό τον τρόπο, η μαζικού τύπου τουριστική εμπειρία μετατρέπεται – μετασχηματίζεται μέσω των τεχνολογικών εφαρμογών σε μια προσωποποιημένη και διακριτή τουριστική εμπειρία.

Αναφέρθηκε επίσης η αναγκαιότητα δημιουργίας ενός συμβουλευτικού κέντρου - φορέα παροχής τεχνικής βοήθειας σε ειδικούς κλάδους επαγγελματιών όπως μελισσοκόμοι αναρριχητές ιδιοκτήτες καφεενείων, που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν τόσο την τοπική τουριστική επιχειρηματικότητα, όσο και την πολιτιστική επιχειρηματικότητα. Αυτό θεωρείται ότι είναι εφικτό στη Κρήτη δεδομένης της ακμάζουσας και δυναμικής τοπικής πολιτιστικής οικονομίας. Η Κρήτη, μαζί με την Ήπειρο, είναι η μοναδική περιφέρεια στην Ελλάδα με ακμάζουσα τοπική μουσική βιομηχανία. Όπως αναφέρθηκε σχετικά, *«Ο πολιτισμός δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς οικονομία και άρα πρέπει να συνδυαστεί με την επιχειρηματικότητα και την ανθρώπινη δραστηριότητα»*. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι η συγκεκριμένη πρόταση «δένει» αρμονικά και με το αγροδιατροφικό σύμπλεγμα, που αποτελεί άλλο ένα, ξεχωριστό τομέα εξειδίκευσης για την Περ. Κρήτης. Με άλλα λόγια, επιτυγχάνεται και το στοιχείο της διατομεακής συνέργειας εντός της νέας προγραμματικής περιόδου.

Μέσα από τη συζήτηση των ομάδων εστίασης προτάθηκε η δημιουργία ενός χωροταξικού σχεδίου τουρισμού για την Περιφέρεια Κρήτης, όπου θα βοηθήσει τη διαχείριση του περιβαλλοντικού προβλήματος, ενώ ταυτόχρονα θα διευκολύνει την επενδυτική ανάπτυξη στην Περιφέρεια. Αυτό είναι κάτι που πρακτικά απουσιάζει από την Κρήτη, ενώ έχει παρατηρηθεί ότι η ύπαρξη του διεθνώς, επιτρέπει το μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας και θέτει τις βάσεις για μια βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.

Παράλληλα προτείνεται ο σχεδιασμός και δημιουργία μιας δομής, ή ψηφιακής υποδομής που θα επιτρέπει τη συλλογή δεδομένων και πρακτικών από ήδη υλοποιησιμα έργα και δράσεις στον τομέα του τουρισμού – πολιτισμού στην Κρήτη. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνονται δύο πράγματα. Αφενός,

η παραγόμενη γνώση, καλές πρακτικές και δίκτυα που δημιουργούνται μέσω αυτών των προσπαθειών δεν χάνεται. Αφετέρου, δημιουργείται ένα αποθετήριο ψηφιακών και τεχνολογικών εργαλείων ανοικτής πρόσβασης που θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους ενδιαφερόμενους (επαγγελματίες, ντόπιους, επισκέπτες, φορείς του τουρισμού). Με αυτό τον τρόπο το ψηφιακό απόθεμα που έχει δημιουργηθεί στον τουρισμό – πολιτισμό δεν απαξιώνεται σταδιακά, και αποκτά πέρα από ένα πελατοκεντρικό χαρακτήρα, ένα πιο διευρυμένο (οικουμενικό) ρόλο εντός του οικοσυστήματος.

Μια άλλη κατεύθυνση που προκρίθηκε μέσα από τις ομάδες εστίασης αποτελεί η εστίαση στην εκπαίδευση και τον εκπαιδευτικό τουρισμό. Μέσω της εκπαίδευσης και του εκπαιδευτικού τουρισμού (ειδικά σε στόχευση με τον ντόπιο πληθυσμό) επιτυγχάνεται η εστίαση στη βιωματική εμπειρία (συνδυασμός δράσης και εκπαίδευσης). Ειδικά σε θέματα πολιτισμού και περιβάλλοντος θα πρέπει να ξεκινήσει προσπάθεια από τις μικρές ηλικίες και να επεκταθεί σε όλους τους κατοίκους και τις τοπικές κοινωνίες στη Κρήτη. Η ανάδειξη του πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης πρέπει να ξεκινήσει μέσα από την επανεκπαίδευση και επανατοποθέτηση (του νεότερου πολιτιστικού αποθέματος ειδικά) στους νέους. Μέσα από τη βιωματική εμπειρία των ντόπιων μπορεί να καλλιεργηθεί, να δοθεί έμφαση στις δυνατότητες του πολιτιστικού αποθέματος της Κρήτης. Μετά μπορούν να πάρουν σειρά και οι επισκέπτες μας.

Προτάθηκε επίσης η δημιουργία ενός ενιαίου – κεντρικού συστήματος συλλογής αναφορών που σχετίζονται με παράπονα, σχόλια, παρατηρήσεις, ένας κοινός μηχανισμός καταγραφής για την αντιμετώπιση προβλημάτων και παραπόνων, τόσο από τους επαγγελματίες του τουρισμού, όσο και από τους ίδιους τους επισκέπτες του νησιού, το οποίο μετά να επιμερίζει τα θέματα στους αρμόδιους φορείς προς επίλυση τους. Η έναρξη μια τέτοιας δομής ή εφαρμογής καταγραφής, κατανομής και πιθανά διαχείρισης τέτοιων θεμάτων μπορεί να οδηγήσει στην αποτελεσματικότερη διαχείριση προβλημάτων, με την ενεργή συμμετοχή όλων των φορέων. Συνδεδεμένη με την πρόταση αυτή είναι και η ιδέα για τη δημιουργία μιας ομάδας αξιολόγησης και προγραμματισμού, η οποία θα είναι επιφορτισμένη με την αξιολόγηση και αποτελεσματικότητα του παραπάνω μηχανισμού.

Τέλος, προτάθηκε και η χρήση διαμορφωτών γνώμης ως παράδειγμα εξατομίκευσης των εφαρμογών μέσω του αφηγήματος (storytelling). Αυτό θα επέτρεπε την υποστήριξη μιας ιστορίας με μεγάλα επίπεδα αφαιρετικότητας έτσι ώστε να μπορεί να

είναι σχετική και θελκτική σε διαφορετικές ομάδες επισκεπτών. Με άλλα λόγια, η διαφοροποίηση του (πολιτιστικού) αφηγήματος για διαφορετικές ομάδες επισκεπτών θα επέτρεπε την διαμόρφωση της προσφερόμενης τουριστικής εμπειρίας, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες και τις απαιτήσεις των επισκεπτών. Αυτό θα μπορούσε επίσης να υποστηρίξει και επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε μία περιοχή ή ένα προορισμό, επιτρέποντας το μετασχηματισμό της τουριστικής βιομηχανίας.

### **Συμπεράσματα**

Η τουριστική βιομηχανία στην Κρήτη είναι «ευλογημένη» λόγω της πληθώρας φυσικών τοπόσημων (φυσικό περιβάλλον), αλλά και πλούσιου πολιτιστικού αποθέματος (αρχαίου και σύγχρονου). Με βάση το περιβάλλον και τον πολιτισμό, η τουριστική βιομηχανία κατάφερε στο παρελθόν να μεγαλώσει και να μεγιστοποιήσει το οικονομικό απούτωμα της στο νησί. Οι παλιές αυτές πρακτικές και μοντέλα ανάπτυξης δεν επαρκούν πλέον καθώς δεν μπορούν να καλύψουν τις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες του μελλοντικού επισκέπτη. Προτείνεται ο μετασχηματισμός της τουριστικής βιομηχανίας (δημιουργία προστιθέμενης αξίας) μέσα από την **δημιουργία εξατομικευμένου και προσωποποιημένου τουριστικού αφηγήματος** (story – telling) για διαφορετικού τύπου επισκέπτες. Βασική όμως προϋπόθεση για να έχει αποτελέσματα η πρακτική αυτή είναι να κατανοήσουμε εμείς οι ίδιοι τι επισκέπτες θέλουμε να προσεγγίσουμε, ποιοί επισκέπτες έρχονται στην Κρήτη, καθώς επίσης ποιές είναι οι ανάγκες και οι ιδιαιτερότητες τους.

Η δημιουργία του προσωποποιημένου τουριστικού αφηγήματος με τη σειρά του θα σχετίζεται με τη **δημιουργία βιωματικών εμπειριών**. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι κάτι νέο ή καινοτόμο στη τουριστική βιομηχανία. Αυτό που είναι νέο, είναι η πρόταση των βιωματικών εμπειριών να αφορά τόσο τους ντόπιους (και ειδικά τους νέους), όσο και τους επισκέπτες μας στην Κρήτη. Οι γρήγοροι ρυθμοί της ζωής, η εξέλιξη της τεχνολογίας μας απομακρύνουν από τον πολιτισμό και την κουλτούρα μας. Αυτό ισχύει ακόμα περισσότερο για τους νέους. Μέσω του εκπαιδευτικού τουρισμού, και άλλων εργαλείων, μπορεί να επιχειρηθεί η δημιουργία ισχυρών βιωματικών εμπειριών, μέσω των οποίων να αναδειχθεί η σημασία της (πρόσφατης) πολιτιστικής παράδοσης της Κρήτης.

Η **αυθεντική τοπική ταυτότητα** του προορισμού θα πρέπει να υποστηριχθεί μέσα από δράσεις επιχειρηματικότητας και τεχνικής βοήθειας (δεξιότητες, γνώσεις σε ψηφιακά εργαλεία προώθησης) ειδικά προς τα νέα στρώματα της Κρητικής κοινω-

νίας. Ειδικοί κλάδοι επαγγελματιών που μπορούν να προσθέσουν αξία στην τουριστική βιομηχανία, ενώ παράλληλα μπορούν να δράσουν ως πρεσβευτές του αυθεντικού τοπικού πολιτισμού (αυθεντικοί πολιτιστικοί επιχειρηματίες) θα πρέπει να υποστηριχθούν μέσα από τη δημιουργία (ψηφιακών) δομών επιχειρηματικότητας και συνεργατικότητας. Η υπό προϋποθέσεις, ενίσχυση της τοπικής παραγωγής και της τοπικής επιχειρηματικότητας μπορεί να αποτελέσει εργαλείο για την υποστήριξη της τοπικής κουλτούρας και ταυτότητας.

**Η προώθηση των συνεργατικών δράσεων και σχημάτων** αποτελεί το επόμενο βήμα στον οδικό χάρτη των προτεινόμενων ενεργειών μας. Δημιουργώντας δομές και φορείς που θα υποστηρίζουν τον διαμοιρασμό πληροφορίας, καλών πρακτικών, ψηφιακών εργαλείων που έχουν ήδη χρηματοδοτηθεί / υλοποιηθεί, μπορούμε να μειώσουμε τους κινδύνους και τη σπατάλη πόρων σε περιφερειακό επίπεδο, ενώ παράλληλα μπορούμε να επιτύχουμε μια περισσότερο ανθεκτική και συλλογική οικονομία. Κάτι τέτοιο θα έχει θετικό αντίκτυπο τόσο στους επισκέπτες μας, αλλά κυρίως στην παραγωγική βάση της τουριστικής και πολιτιστικής βιομηχανίας στο νησί. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες στο κλάδο του τουρισμού και του πολιτισμού είναι μικρής κλίμακας, οι προσπάθειες χτισίματος συ-

νεργατικών δράσεων και σχημάτων θα προσφέρει προστιθέμενη αξία σε αυτούς.

Τέλος, μια βασική παράμετρος που τονίστηκε από το σύνολο των εμπλεκόμενων στην διαδικασία διαβούλευσης των ομάδων εστίασης είναι η **συντονισμένη καταγραφή** (και εάν είναι εφικτό διαχείριση) προβλημάτων, σχολίων και παρατηρήσεων των χρηστών, αλλά και των ντόπιων. Η τουριστική δραστηριότητα, εξαιτίας του μεγέθους της στην περίπτωση της Περ. Κρήτης) δημιουργεί πληθώρα εντυπώσεων, σχολίων, παραπόνων κάθε χρόνο. Οι πληροφορίες αυτές συλλέγονται κατά τόπους, ή κατά σημείο ενδιαφέροντος, αλλά δεν αξιοποιούνται. Το ίδιο συμβαίνει και μέσα από τη συμμετοχή, συνδιαλλαγή του τοπικού πληθυσμού στη τουριστική δραστηριότητα. Η καθημερινή τριβή και επαφή με τους επισκέπτες και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος δημιουργεί γνώση και εμπειρίες που πηγαίνει χαμένη. Αντ' αυτού προτείνεται η δημιουργία μιας εφαρμογής που θα συλλέγει / καταγράφει όλες αυτές τις πληροφορίες, όλη αυτή τη γνώση που δημιουργείται από τους ντόπιους και τους επισκέπτες, θα την ομαδοποιεί και θα την μεταβιβάζει σε φορείς για ενημέρωση και δράση. Μια τέτοια πρακτική – καινοτομία είναι προσαρμοσμένη στις νέες τάσεις συνδημιουργίας αξίας στον τουρισμό από τους κατοίκους και τους επισκέπτες.

