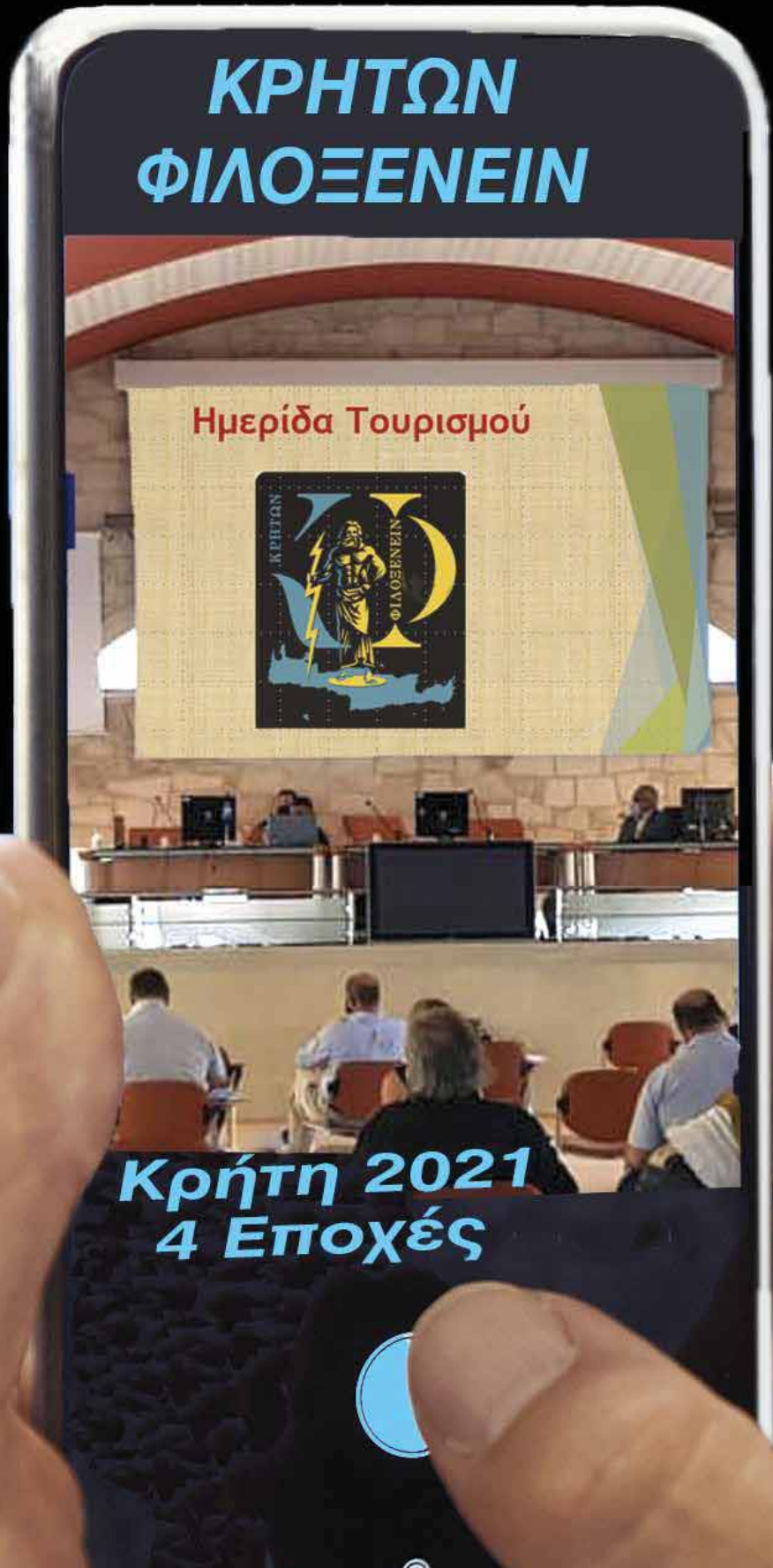




Ημερίδα Τουρισμού ΧΑΝΙΑ



Κρήτη 2021
4 Εποχές

Τζαβέλλα 10 , Αθήνα
Τηλ.: 210 3301 604
Fax: 210 3847 356
e-mail: mpotzakis@gmail.com

ΕΙΔΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ
για Κρήτες
και Συλλόγους



ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ OFFSET ΑΦΙΣΕΣ ΒΙΒΛΙΑ Menu ΦΑ
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ Σ
ΑΥΤΟΚΟΛΗΤΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΣΟΥΒΕΡ Flyers Φ
ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ FOLDER ΣΥΝ
ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΚΟΥΠΟΝΙΑ ΕΠΙΣΤΟΛΟΧΑΡΤΑ s
ΜΠΛΟΚ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ Door Hangers ΦΑΚΕΛΑ Κ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΑ Posters ΣΟΥΠΛΑ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΚΤΥΠ
ΕΥΧΕΤΗΡΙΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΙΧΟΥ Post
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΑΥΤΟΓΡΑ
service book ΣΥΝΤΑΓΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΤΑΛ
ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΦΑΚΕΛΟΙ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑ
ΑΥΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ Flyers ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ ΕΤ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΚΘΕΣΩΝ F
ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ ΚΑΡΤ ΠΟΣΤΑΛ Γ
ΦΑΚΕΛΟΙ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑΣ Flyers ΦΥΛΛΑΔΙΑ Α

Φυσικά καλλυντικά

Με βιολογικά συστατικά

www.dimitra-balsam.com

info@dimitra-balsam.com



DIMITRA

*Η δύναμη της φύσης σε μια σταγόνα!
The power of nature in one drop*

Natural cosmetics

with organic ingredients

wondershare



Κρητική Επιχειρηματική Έκδοση
Οκτώβριος- Δεκέμβριος 2020 | Τεύχος 5
www.e-inon.gr/creta

6 Ημερίδα Τουρισμού

8 Κρητών Φιλοξενείν

Συμμετέχοντες

10 Έναρξη Ημερίδας

Εναρκτήρια ομιλία Κρητών Επιχειρείν

Χαιρετισμοί

12 Μητροπολίτης κκ Δαμασκηνός

Σεβασμιώτατος Μητροπολίτης Κυδωνίας και Αποκορώνου

13 Μάνος Κόνσολας

Υφυπουργός Τουρισμού

14 Σταύρος Αρναουτάκης

Περιφερειάρχης Κρήτης

16 Δημήτρης Φραγκάκης

Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ

18 Γιώργος Μπαουράκης

Γενικός Διευθυντής ΜΑΙΧ

20 Μαρία Πιτσικάκη

Πρέσβειρα Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας,

Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών

Επιχειρηματιών Κρήτης

21 Μανώλης Σταματάκης

Μέλος του ΔΣ της Ένωσης Ξενοδόχων νομού Χανίων

22 Αντώνης Ροκάκης

Πρόεδρος Επιμελητηρίου Χανίων

Ομιλητές

24 Γιώργος Αγγελάκης

Ερευνητής Τμ. Οικονομίας και Διοίκησης, Μ.Α.Ι.Χ.,
υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας
ΕΛΜΕΠΑ

28 Ιωάννα Ατσαλάκη

Υποψήφια Διδάκτωρ Πολυτεχνείου Κρήτης

30 Γιώργος Ατσαλάκης

Οικονομολόγος,
Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης

32 Θεανώ Βρέντζου Σκορδαλάκη

Πρόεδρος του Συνδέσμου Προστασίας των
Αστερουσίων, πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης
Πρωτογενή Τομέα & Κοινωνικής Πολιτικής

36 Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης

Καθηγητής Χρηματοοικονομικής Διοίκησης
Πολυτεχνείου Κρήτης

40 Κυριάκος Κώτσογλου

Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Κρήτης
Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης

43 Χρήστος Λιονής

Καθηγητής Γενικής Ιατρικής και Πρωτοβάθμιας
Φροντίδας Υγείας, Ιατρική Σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης

44 Γιάννης Μαργαρώνης

Αντιπρόεδρος Επιμελητηρίου Χανίων

Κρητών Φιλοξενείν

46 Κώστας Περράκης

Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος Cretan Bakery
SA

48 Στέργιος Πυρίντσος

Καθηγητής τμήμα Βιολογίας, Πανεπιστημίου Κρήτης

50 Βανέσσα Σημαντηράκη

Επίκουρος Καθηγήτρια, Διευθύντρια Ανώτερη Σχολή
Τουριστικής Εκπαίδευσης Κρήτης

54 Σεβαστιάννα Σούκη

Διπλωματούχος Ξεναγός, Εκπρόσωπος στα Χανιά
του Σωματείου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης &
Σαντορίνης

56 Νεκτάριος Ταβερναράκης

Καθηγητής, Ιατρική Σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης,
Πρόεδρος Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας,
Ακαδημαϊκός, Μέλος της Ακαδημίας Αθηνών

60 Μανώλης Τσακαλάκης

Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ρεθύμνου,
ΓΓ της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ)

63 Μηνάς Τσικριτσής

Ερευνητής Αγριακών Γραφών

64 Δημήτρης Φανουργάκης

Επιχειρηματίας, Γενικός Διευθυντής της DIANA
Υπεύθυνος ΓΕΜΗ ΒΕΠ,

Αντιπρόεδρος Β' του ΣΕΝΑΒΙ

68 Νίκος Χαλκιαδάκης

Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ηρακλείου

70 Ζαχαρίας Χνάρης

Γενικός Διευθυντής και Ιδρυτής του Ομίλου CHC

72 Κορίνα Μηλιαράκη

Πρόεδρος του νεοσύστατου φορέα
«Το Χαρούπι της Κρήτης»

76 Γιώργος Μπαμιαδάκης

Πρόεδρος Συλλόγου Ενοικίασης Αυτοκινήτων
& Μοτοσυκλετών Κρήτης

78 Μανώλης Πατεράκης

Πρόεδρος, Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Πολιτιστικών
Κρητικών Σωματείων (ΠΟΠΚΣ)

79 Γιώργος Πελεκανάκης

Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Διευθυντών
Ξενοδοχείων

Συμπεράσματα

80 Συμπεράσματα - Προτάσεις

84 Επιστήμη και Διάστημα

Διαστημική επιστημονική επικαιρότητα
στην Ευρώπη μέσω της Αστροβιολογίας
Του Έκτορα-Ανδρέα Σταυρακάκη



Ιδιοκτήτης - Εκδότης Κώστας Λιακάκης, Διαφημίσεις / Ανάπτυξη Εμμανουήλ Δ. Λιναρίτης, Επιμέλεια & Παραγωγή Idea Graphics Design, Υπεύθυνος Τυπογραφείου Ανδρέας Μποτζάκης / Τηλέφωνο 210 3301604 / Τζαβέλα 10 / Τ.Κ. 106 81 Αθήνα, Περιοδικό «ΚΡΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ» / Ψυταλλείας 8 / Τ.Κ. 112 56 Αθήνα / Τηλέφωνα: Κρήτης 6950091666 / Αθήνας 210 211749, 6977262957 / mail: liakakis@grpress.gr / web: http://www.e-inon.gr/creta / ISSN 2654-1300. Απαγορεύεται η αναδημοσίευση κειμένων και φωτογραφιών χωρίς την έγγραφη άδεια του εκδότη.



ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ



Κρητών Φιλοξενείν 2021 #4 Εποχές



Ημερίδα Τουρισμού

Ημερίδα Τουρισμού «ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ» με θέμα την οικονομία της Κρητικής Φιλοξενίας για το 2021 με στόχο Κρήτη 4 Εποχές, διοργανώθηκε στα Χανιά, από το ΚΡΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ, υπό την Αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού & υπό την Αιγίδα της Περιφέρειας Κρήτης, στην αίθουσα «Ποσειδών» του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ).

Συμμετέχοντες

Κρητών Φιλοξενείν

Κατά την έναρξη απεύθυναν χαιρετισμό, ο εκπρόσωπος του Σεβασμιωτάτου Μητροπολίτη Κυδωνίας και Αποκορώνου κκ Δαμασκηνού, πατήρ Γεώργιος Περάκης Γενικός Αρχιερατικός Μητροπόλεως, μέσω μηνύματος ο Υφυπουργός Τουρισμού κ. Μάνος Κόνσολας, ο εκπρόσωπος του Περιφερειάρχη Κρήτης κ. Σταύρου Αρναουτάκη, Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Τουρισμού κ. Κυριάκος Κώτσογλου, ο κ. Δημήτρης Φραγκάκης Γενικός Γραμματέας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), ο κ. Γιώργος Μπαουράκης Γενικός Διευθυντής του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ), η κα Μαρία Πισικάκη Πρέσβειρα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας Κρήτης και Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης, ο κ. Μανώλης Σταματάκης Μέλος του ΔΣ της Ένωσης Ξενοδόχων νομού Χανίων και ο κ. Αντώνης Ροκάκης Πρόεδρος Επιμελητηρίου Χανίων. Αξιοίτιμοι ομιλητές, οι οποίοι συμμετέχουν στην οικονομία της φιλοξενίας της Κρήτης, επιχειρημα-

τίες, Πανεπιστημιακοί, άνθρωποι των υπηρεσιών, του πρωτογενή τομέα, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, παρευρέθηκαν και κατέθεσαν τις προτάσεις τους για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη τεσσάρων εποχών στην Κρήτη.

Ειδικότερα συμμετείχαν:

- **Αγγελάκης Γιώργος**, Ερευνητής Τμ. Οικονομίας και Διοίκησης, Μ.Α.Ι.Χ., υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας ΕΛΜΕΠΑ
- **Ατσαλάκης Γιώργος**, Οικονομολόγος, Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης
- **Ατσαλάκη Ιωάννα**, Υποψήφια Διδάκτωρ Πολυτεχνείου Κρήτης
- **Βρέντζου Σκορδαλάκη Θεανώ**, Πρόεδρος του Συνδέσμου Προσασίας των Αστερουσιών, πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης Πρωτογενή Τομέα & Κοινωνικής Πολιτικής
- **Ζοπουνίδης Κωνσταντίνος**, Καθηγητής Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης
- **Κώτσογλου Κυριάκος**, Μηχανικός Παραγωγής και Διοίκησης MSc, PhD, Εντεταλμένος Περιφε-

ρειακός Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, Γενικός Διευθυντής στην εταιρεία Caldera Group of Companies

- **Λιονής Χρήστος**, Καθηγητή Γενικής Ιατρικής και Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας, Ιατρική σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- **Μαργαρώνης Γιάννης**, Αντιπρόεδρος Επιμελητηρίου Χανίων
- **Περράκης Κώστας**, Πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος Cretan Bakery SA
- **Πυρίντος Στέργιος**, Καθηγητής τμήμα Βιολογίας, Πανεπιστημίου Κρήτης
- **Σημαντηράκη Βανέσσα**, Επίκουρος Καθηγήτρια, Διευθύντρια Ανώτερη Σχολή Τουριστικής Εκπαίδευσης Κρήτης
- **Σούκη Σεβαστιάννα**, Διπλωματούχος Ξεναγός, Εκπρόσωπος στα Χανιά του Σωματίου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης & Σαντορίνης
- **Ταβερναράκης Νεκτάριος**, Καθηγητής, Ιατρική Σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης Πρόεδρος, Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας
- **Τσακαλάκης Μανώλης**, Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ρεθύμνου, Μέλος του ΔΣ της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ)
- **Τσικρισής Μηνάς**, Ερευνητής Αγαιακών Γραφών
- **Φανουργάκης Δημήτρης**, Επιχειρηματίας, Γενικός Διευθυντής της DIANA ελαστικές εφαρμ-

γές, Υπεύθυνος ΓΕΜΗ Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιά, Αντιπρόεδρος Β' του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Ναυπηγικής Βιομηχανίας

- **Χαλκιαδάκης Νίκος**, Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Ηρακλείου
 - **Χνάρης Ζαχαρίας**, Γενικός Διευθυντής και Ιδρυτής του Ομίλου CHC
- Επίσης δημοσιεύονται τέσσερις τοποθετήσεις ομιλητών οι οποίοι για λόγους πέρα της θέλησής τους και ανειλημμένων επαγγελματικών υποχρεώσεων δεν κατάφεραν να παρευρεθούν στα Χανιά. Συγκεκριμένα:
- **Μηλιαράκη Κορίνα**, Πρόεδρος του νεοσύστατου φορέα «Το Χαρούπι της Κρήτης»
 - **Μπαμιεδάκης Γιώργος**, Πρόεδρος Συλλόγου Ενοικίασης Αυτοκινήτων και Μοτοσυκλετών Κρήτης
 - **Πελεκανάκης Γιώργος**, Πρόεδρος ΔΣ, ΠΟΔΙΞ (Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων)
 - **Πατερακης Μανώλης**, Πρόεδρος, Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Πολιτιστικών Κρητικών Σωματείων (ΠΟΠΚΣ)
- Την δημιουργία και επιμέλεια του μουσικού video της Ημερίδας δημιούργησαν ο Ανδρέας Φανουργάκης και ο Χρήστος Κουκουλίτσας φοιτητές στη Σχολή Μηχανικών Μουσικής Τεχνολογίας και Ακουστικής, του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ).



Αίθουσα
«Ποσειδών»
Μεσογειακού
Αγρονομικού
Ινστιτούτου
Χανίων
(ΜΑΙΧ)



Κώστας Παυλάκης

Καλημέρα σας, ευχαριστώ πολύ για την παρουσία και την συμμετοχή σας στην Ημερίδα, που ως ιδέα γεννήθηκε και ολοκληρώνεται σε καιρούς πρωτόγνωρους, που αλλάζουν τις συνήθειες στην ζωή όλων μας, αλλά και τις συνθήκες εργασίας και του Επιχειρείν ...

Δεν θα μπορούσε να υπάρξει τόπος καλύτερος από την Κρήτη, για την διοργάνωση της Ημερίδας του Επιχειρείν και ιδιαίτερα στον κλάδο του Τουρισμού, ο κλάδος αυτός, εκτός του ότι για την χώρα μας είναι το επιχειρηματικό της «Δόρυ», με πρώτη και καλύτερη την Κρήτη μας... υπάρχει σίγουρα και στο DNA μας, με μια δόση από τον «Ξένιο Δία» ως προς την Φιλοξενία, που μας αναγνωρίζεται από το πλήθος των επισκεπτών που την βιώνουν και λίγο ίσως περισσότερο όσοι έχουν επαφή με την ενδοχώρα της Κρήτης...

Δεν θα επεκταθώ σχετικά με τον «Ξένιο Δία», αλλά θα πω λίγα σχετικά με τους «παππούδες» μας τους Μινωίτες, οι οποίοι ταξίδευαν και εμπορεύονταν σχεδόν σε όλο τον κόσμο και έκαναν γνωστά σε όλους και τα προϊόντα, αλλά και τον πολιτισμό τους ... οι πρόγονοι μας, μας άφησαν παρακαταθήκη το όνομα Κρήτη και εμείς πρέπει να το αξιοποιήσουμε προς όφελος των επόμενων γενεών, με τους καλύτερους δυνατούς τρόπους...

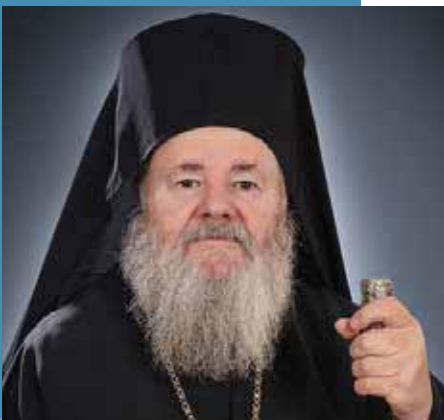
Θα έπρεπε ίσως να αρχίσουμε με διαφορετική «δραστηριότητα» την πρώτη Ημερίδα του ηλεκτρονικού Περιοδικού Κρητών Επιχειρείν, παραδείγματος χάριν με τον Πρωτογενή τομέα ... όμως ο Τουρισμός αυτή την εποχή είναι ο επιχειρηματικός κλάδος που έχει τα μεγαλύτερα προβλήματα ...

αλλά είναι και ο κλάδος που έχει διασύνδεση με όλους τους τομείς παραγωγής, τον Πρωτογενή, τον Δευτερογενή και Τριτογενή ... διαθέτει τα αγαθά των αγροτών μας, των κτηνοτρόφων, των αλιέων, των μελισσοκόμων, των τυποποιητών, τα μεταφέρει και τα επικοινωνεί μέσω των υπηρεσιών και του εμπορίου, μαζί με την απαραίτητη συμβολή της εκπαίδευσης και την συμμετοχή και συνεισφορά της τεχνολογίας και της έρευνας... με πολλές και διαφορετικές μορφές τουριστικού προϊόντος, κάποια παραδείγματα είναι: ο θρησκευτικός, ο φυσιολατρικός, ο αγροτικός, ο ορειβατικός, ο περιπατητικός, ο καταδυτικός, ο τουρισμός της υγείας, ο μηχανοκίνητος, ο ποδηλατικός, ο αθλητικός και πολλές άλλες μορφές αυτού του Επιχειρείν, που είναι δύσκολο, έχει πολλές παραμέτρους και παράγοντες ... αλλά βασικά χρειάζεται το μεράκι, την θέληση και την ικανότητα της σύνθεσης και της επίλυσης σε συνθήκες πολλές φορές «χειρουργείου»...

Εδώ είμαστε λοιπόν όλοι μαζί, για να «δώσουμε» ότι μπορούμε με την γνώση του ο καθένας, για ένα Τουριστικό Επιχειρηματικό προϊόν διαφορετικό, με εύκολες προσαρμογές, διορατικότητα και στόχους, για ένα δυναμικό 2021... και τουρισμό 4 εποχών, μπορούμε και πρέπει... εύχομαι και πιστεύω ότι τα συμπεράσματα της Ημερίδας θα βάλουν ένα λιθαράκι ακόμα, για την επανεκκίνηση του Τουριστικού Κρητικού Επιχειρείν το 2021!!!

Σας ευχαριστώ και πάλι όλους... για την παρουσία σας !!! Και βέβαια εδώ είναι η αρχή, θα έχουμε συνέχεια με συνέπεια, για την ανάπτυξη του Κρητικού Επιχειρείν !!!

Μητροπολίτης Κυδωνίας & Αποκορώνου



Μητροπολίτης κκ Δαμασκηνός

Κύριε Διευθυντά, κύριε αγαπητέ Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού εκλεκτοί σύνεδροι και προσκεκλημένοι έχω την ιδιαίτερη τιμή και χαρά να σας μεταφέρω την ευχή και την ευλογία του Σεβασμιότατου Μητροπολίτη μας Κυδωνίας και Αποκορώνου κκ Δαμασκηνού.

Χαιρετίζουμε την έναρξη του Συνεδρίου Κρητών Φιλοξενία γεγονός το οποίο έρχεται να δώσει μία εις έτη συμβολή εις την παραδοσιακή φιλοξενία των Κρητών. Είναι γεγονός ότι στην προσπάθειά μας να εντοπίσουμε την παραδοσιακή φιλοξενία επιβάλλεται να γνωρίσουμε την ύπαιθρο, την πλέον απομακρυσμένη από τα αστικά κέντρα ώστε να εντοπιστεί η ενδόμυχη έκφραση της φιλοξενίας των ανθρώπων. Βεβαίως η φιλοξενία λαμβάνει μία άλλη διάσταση η οποία άλλοτε είναι στα όρια του επιτρεπτού και άλλοτε υπερβαίνει αυτά. Το μien ένα είναι αποδεκτό το δε έτερον είναι απορριπτόν ωστόσο και οι δύο μορφές έχουν ανάλογα αποτελέσματα. Πράξεις μεμονωμένες οι οποίες δυσφημούν το τόπο και την παράδοση είναι απορρίπτειες και αντίθετες με τους ανθρώπους οι οποίοι με μόχθο και υπομονή συμβάλουν στην ανάπτυξη και καλή διαφήμιση της χώρας μας.

Οι ομιλητές και οι εισηγήσεις των, σίγουρα θα προβληματίσουν και θα προσφέρουν ιδέες σε νέους ανθρώπους που θα επιχειρήσουν στο χώρο της φιλοξενίας. Σε όλους εύχομαι καλή δύναμη, υπομονή και οι καρποί των κόπων δεν φαίνονται στο πρώτο έτος αλλά θα έχουν διαχρονικότητα. Σας ευχαριστώ πολύ και καλή επιτυχία, επί τούτοις διατελώ μετ' ευχών και κυρίως αγάπης ο Κυδωνίας και Αποκορώνου Δαμασκηνός.

Video



Υφυπουργός Τουρισμού



Μάνος Κόνσολας

διαφοροποίηση του τουριστικού μας προϊόντος. Χρειαζόμαστε ένα νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης που θα συνιστά στροφή και επένδυση στην ποιότητα, θα έχει ισχυρό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, θα είναι συνδεδεμένο με την ψηφιακή εποχή και θα στηρίζεται στην αειφορία.

Οι ευρωπαϊκοί πόροι που θα εισρεύσουν τα επόμενα 7 χρόνια, αποτελούν μια μεγάλη ευκαιρία. Μπορούν να μετατραπούν σε αναπτυξιακό εργαλείο για να χτίσουμε αυτό το νέο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης.

Η Κρήτη, ένας μοναδικός και ξεχωριστός τουριστικός προορισμός, μπορεί να βρεθεί στην πρωτοπορία αυτής της προσπάθειας.

Έχει όλα τα χαρακτηριστικά στοιχεία της αυτάρκειας και της αυτονομίας.

Μπορεί να ενισχύσει με νέα στοιχεία την τουριστική της ταυτότητα, να αποτελέσει προορισμό τεσσάρων εποχών.

Εύχομαι κάθε επιτυχία στις εργασίες της ημερίδας και με μεγάλο ενδιαφέρον θα περιμένουμε τα συμπεράσματά της.

Με εκτίμηση,
Μάνος Ν. Κόνσολας
Υφυπουργός Τουρισμού

Κύριε Λιακάκη,
Θέλω να σας ευχαριστήσω για την πρόσκλησή σας να συμμετέχουμε στην Ημερίδα Τουρισμού που διοργανώνετε.

Οφείλουμε να σας συγχαρούμε για την εξαιρετική αυτή πρωτοβουλία, που αποδεικνύει ότι και στην πιο δύσκολη συγκυρία, η επιχειρηματικότητα και ο τουρισμός μας χαρακτηρίζονται από εξωστρέφεια και δυναμισμό.

Το άνοιγμα της συζήτησης για την επόμενη μέρα στον τουρισμό είναι μία επιβεβλημένη κίνηση.

Ακόμα και αν δεν υπήρχε η πανδημία, οφείλουμε να δούμε τις μεγάλες παθογένειες του ελληνικού τουρισμού, που είναι η μονοκαλλιέργεια και η εποχικότητα.

Σε αυτές, προστίθενται η έλλειψη ανταγωνιστικότητας και η αδυναμία αξιοποίησης των συγκριτικών μας πλεονεκτημάτων μέσα από τη





Σταύρος Αρναουτάκης

Κύριε Υπουργέ, Κύριε Γενικό Γραμματέα, Αγαπητοί συνάδελφοι από την Αυτοδιοίκηση, Αγαπητοί εκπρόσωποι από τον κλάδο του Τουρισμού, Κυρίες και Κύριοι, Φίλες και Φίλοι, Ο δημόσιος λόγος τους τελευταίους μήνες επικεντρώνεται στον κορωνοϊό και τις επιπτώσεις του. Η κοινωνία εκφράζεται με μεγάλο θυμικό συντελεστή, ενώ η συζήτηση περιστρέφεται γύρω από τα ζητήματα της επιστροφής στην κανονικότητα, της αυτοπειθαρχίας, της εμπιστοσύνης ή της δυσπιστίας απέναντι στους θεσμούς. Η πανδημία, παράλληλα, προβάλλεται ως ένας αστάθμητος παράγοντας μεγάλων αλλαγών. Ένας «μαραθώνιος» για να αλλάξουμε τα πάντα. Τον τρόπο σκέψης και δράσης. Την οργάνωση και τη διοίκηση των κοινωνιών μας. Τις παλιές ιδέες με νέες. Πρωτίστως, να υιοθετήσουμε και να υλοποιήσουμε ένα νέο παραγωγικό και αναπτυξιακό μοντέλο, **στην κορυφή του οποίου βρίσκεται ο τουρισμός.** Με αυτό το δεδομένο η σημερινή ημερίδα που διοργανώνεται από το επιχειρηματικό περιοδικό «Κρητών Επιχειρείν», αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς ο τουρισμός εισέρχεται στη νέα εποχή. Απαιτούνται, επομένως, οι απαραίτητες αποσαφηνίσεις για τις πολιτικές που πρέπει να ακολουθήσουμε.

Αλλά και ο σαφής προσδιορισμός των προτεραιοτήτων μας.

Στην κατεύθυνση αυτή, οι θεσμοί της Αυτοδιοίκησης, αναμφίβολα οφείλουν να έχουν τη δική τους συνδρομή και συμβολή στην στήριξη του τουριστικού κλάδου στην Κρήτη.

Του πυλώνα εκείνου που διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό το ΑΕΠ του νησιού, καθορίζει το εργασιακό περιβάλλον και ταυτόχρονα έχει άμεση σχέση με τον πρωτογενή τομέα.

Αγαπητοί σύνεδροι,

Στην ουσία, ο τουρισμός είναι ο βατήρας για να κάνουμε το μεγάλο άλμα προς τα εμπρός. Για το λόγο αυτό υλοποιούμε το στρατηγικό μας σχεδιασμό για τη στήριξη του κλάδου φέρνοντας στο προσκήνιο νέα δεδομένα.

Τα προηγούμενα χρόνια αναδείξαμε το brand name «Κρήτη», υλοποιώντας μια τουριστική καμπάνια που απέσπασε διεθνή βραβεία, αλλά κυρίως που επέφερε μετρήσιμα αποτελέσματα.

Την επόμενη περίοδο θα συνεχίσουμε να εφαρμόζουμε μια περιφερειακή τουριστική πολιτική, παράλληλα με την εθνική, με τα πρώτα θετικά αποτελέσματα

- στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου,
- την ανάδειξη και προβολή νέων θεματικών μορφών,
- το άνοιγμα νέων δυναμικών αγορών του εξωτερικού
- και την προσέλκυση επενδύσεων με επίκεντρο την υψηλή ποιότητα.

Χτίζοντας σε ό,τι έχουμε πετύχει μέχρι σήμερα, ενδυναμώνουμε τη διεθνή ταυτότητα και εικόνα του νησιού μας, ως μοναδικό, παγκόσμιο ελκυστικό προορισμό που προσφέρει αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες 365 μέρες το χρόνο στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου.

Κυρίες και κύριοι, Φίλες και φίλοι,

Τους προηγούμενους μήνες δώσαμε τη μάχη με

επιτυχία επειδή συνεργαστήκαμε.

Ο καθένας από το δικό του πεδίο.

Η πολιτεία, η αυτοδιοίκηση, οι κοινωνικοί εταίροι, η επιστημονική κοινότητα, το ανθρώπινο δυναμικό, οι πολίτες, συναντήθηκαν σε κοινούς δρόμους για τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας, αλλά και για το περιορισμό των οικονομικών και κοινωνικών συνεπειών της πανδημίας.

Θέλω για αυτό το λόγο από το βήμα αυτής της ημερίδας **να ευχαριστήσω δημόσια όλους τους φορείς του τουρισμού.**

Τις ενώσεις των ξενοδόχων και των πρακτόρων, τα εργατικά κέντρα και τα σωματεία των εργαζομένων στον τουρισμό.

Να τους ευχαριστήσω από καρδιάς γιατί όλοι μαζί κερδίσαμε ένα μεγάλο στοίχημα.

Ανοίξαμε ένα μεγάλο παράθυρο στον κόσμο μέσα σε συνθήκες πρωτόγνωρες. Το πρώτο ημίχρονο το κερδίσαμε όλοι μαζί.

Σήμερα προτάσσοντας ξανά την προστασία της ανθρώπινης ζωής προετοιμαζόμαστε για το 2021.

Μια χρονιά ορόσημο για την πατρίδα μας.

Μια χρονιά που ευελπιστούμε ότι θα σηματοδοτήσει την επιστροφή της Κρήτης στην κορυφή του παγκόσμιου τουριστικού χάρτη.

Από τη δική μας πλευρά ως Περιφέρεια είμαστε αποφασισμένοι να συνεχίσουμε τη συνεργασία με όλους τους φορείς του τουρισμού.

Να αξιοποιήσουμε κάθε χρηματοδοτικό μέσο για τη στήριξη επιχειρηματιών και εργαζομένων.

Να μετατρέψουμε την κρίση σε ευκαιρία και μέσα από το μεγεθυντικό φακό να ξανακοιτάξουμε τα δεδομένα, να ιεραρχήσουμε τις ανάγκες για να ξαναρίξουμε, με ασφάλεια και προοπτική, στη

θάλασσα της Μεσογείου την τουριστική ναυαρχίδα την Κρήτη μας.

Θερμά συγχαρητήρια στους διοργανωτές και όλους τους συμμετέχοντες.

Σας ευχαριστώ.

Video





Δημήτρης Φραγκιάκης

αρετές της τουριστικής μας βιομηχανίας φέτος την αξιοπιστία και τον επαγγελματισμό τα οποία θα αποτελέσουν και παρακαταθήκες για το 2021.

Η ανάκαμψη του ελληνικού Τουρισμού θα έρθει, αλλά θα έρθει σταδιακά. Δεν ανήκω σε όσους πιστεύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός θα χρειαστεί 5 έως 10 χρόνια, προκειμένου να ανακάμψει. Δεν ανήκω όμως και σε εκείνους που θεωρούν ότι ο Τουρισμός το 2021 θα φτάσει αυτόματα στα επίπεδα του 2019. Θεωρώ ότι το 2021 θα είναι μία δύσκολη χρονιά αλλά είμαι αισιόδοξος ότι θα είναι καλύτερο από το 2020. Παράλληλα, πιστεύω ότι ο επόμενος χρόνος θα είναι μια ευκαιρία να σκεφτούμε, να μάθουμε από τα λάθη μας και να αντιμετωπίσουμε διαχρονικά δομικά προβλήματα του ελληνικού Τουρισμού. Αποτελεί μία ευκαιρία και για την Κρήτη, και για τα Χανιά, προκειμένου έχουμε ακόμα καλύτερες επιδόσεις από τα προηγούμενα χρόνια. Αν κάτι μας έχει διδάξει η κρίση του κορονοϊού, άλλωστε, είναι ότι το τοπίο στον Τουρισμό θα αλλάξει μέσα στα επόμενα χρόνια και εμείς πρέπει να προσαρμοστούμε γιατί όχι ακόμα και να βρεθούμε μπροστά από τις εξελίξεις.

Κλείνοντας, να τονίσω ότι από την αρχή της πανδημίας ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού ήταν

παρών στην διαχείριση της κρίσης και, φυσικά, παραμένει και σήμερα στην πρώτη γραμμή της προβολής της χώρας μας στο εξωτερικό. Κληθήκαμε να πάρουμε πολύ δύσκολες αποφάσεις, και δουλέψαμε δίπλα σε φορείς και ειδικούς, προκειμένου να κρατηθούμε όρθιοι τη φετινή τουριστική σεζόν. Και όλοι μαζί τα καταφέραμε καλά. Θα αναφέρω ως παράδειγμα τη συνεργασία που είχε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού με το ΜΑΙΧ και το Πολυτεχνείο Κρήτης, όσον αφορά τις εκτιμήσεις των κρουσμάτων σε χώρες του εξωτερικού που αποτελούν και αγορές μας, η οποία ήταν εξαιρετικά πολύτιμη για τη χώρα.

Είδα επίσης με ικανοποίηση την σύμπραξη η οποία ανακοινώθηκε πριν λίγες ημέρες μεταξύ ΕΒΕΧ και Ένωσης Ξενοδόχων Χανίων όσον αφορά την ενίσχυση της προβολής του προορισμού των Χανίων. Είναι αναγκαία η σύμπραξη δυνάμεων για την αποτελεσματική προβολή του τόπου μας και την ενίσχυση των υποδομών μας. Εύχομαι να έχουμε ακόμα περισσότερες πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση, προκειμένου η Κρήτη να παραμείνει στην κορυφή. Γιατί η Κρήτη αξίζει και μπορεί να πάει ακόμα ψηλότερα.

Είμαστε προς το τέλος μιας πολύ διαφορετικής τουριστικής περιόδου. Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία δέχεται ισχυρούς κλυδωνισμούς λόγω της πανδημίας του covid 19 και η Ελλάδα δεν αποτελεί εξαίρεση. Είναι γεγονός πως φέτος χάσαμε σε αφίξεις, σε διάρκεια της τουριστικής περιόδου, αλλά και σε έσοδα καθώς εκτιμούμε ότι θα κινηθούμε γύρω στο 20% της περυσινής περιόδου σε έσοδα και αφίξεις.

Θα ήθελα, ωστόσο, να μείνω σε όσα κερδίσαμε φέτος. Δεν ήταν καθόλου αυτονόητο στις αρχές Μαΐου ότι ο τουρισμός θα ανοίξει παρόλα αυτά καταφέραμε κάτι που δεν ήταν αυτονόητο και η τουριστική σεζόν άνοιξε. Και άνοιξε κυρίως επειδή συνεργαστήκαμε μεταξύ μας. Διότι, δεν έκανε μόνο τη δουλειά της η κυβέρνηση και οι δομές του κράτους. Η επανεκκίνηση της τουριστικής αγοράς οφείλεται κυρίως στις προσπάθειες του ιδιωτικού τομέα, των επιχειρηματιών αλλά και των εργαζόμενων του τουρισμού, οι οποίοι φέτος πήραν ρίσκο και άνοιξαν τις επιχειρήσεις τους. Συνέβαλαν σημαντικά στην επανεκκίνηση του τουρισμού μας και κράτησαν όρθιο το τουριστικό μας προϊόν.

Το δεύτερο κέρδος για τη χώρα μας είναι ότι αναγνωρίστηκε η μεγάλη προσπάθεια να αποτελέσει έναν ασφαλή τουριστικό προορισμό. Το γεγονός αυτό ανέδειξε και δύο άλλες πολύ σημαντικές



Video



Γενικός Διευθυντής ΜΑΙΧ



Γιώργος Μωσαουράκης

προτεραιότητα είναι η τήρηση των μέτρων ασφαλείας σύμφωνα με τα πρωτόκολλα και τις οδηγίες του Υπουργείου Υγείας και του Π.Ο.Υ.

Φέτος στο Μ.Α.Ι.Χ. ακυρώθηκαν η αναβλήθηκαν 35 εκδηλώσεις 4000 περίπου συμμετεχόντων.

Παρ' όλες τις αντιξοότητες καταφέραμε μετά από προσπάθεια και με μεγάλη δυσκολία λόγω μέτρων πρόληψης και ελέγχου πριν και κατά τη διάρκεια, να φιλοξενήσουμε 100 Ιταλούς στα πλαίσια προγράμματος ERASMUS + οι οποίοι εκπαιδεύτηκαν σε θέματα Τουρισμού & Εστίασης. Θέλω επίσης να ευχαριστήσω το Σύλλογο Ξενοδόχων Χανίων για την υποστήριξή του σε αυτή μας την προσπάθεια η οποία ολοκληρώθηκε με απόλυτη επιτυχία.

Μέσα από αυτή μας τη δραστηριότητα κερδίσαμε σημαντικά σε εμπειρία σωστής πρακτικής που αφορά σε θέματα διαχείρισης και πρόληψης κατά του COVID-19 και είμαστε πλέον έτοιμοι να ανταποκριθούμε σε αντίστοιχες μελλοντικές πρακτικές.

Όπως έδειξε και η έρευνα του Παρατηρητηρίου Τουρισμού του Μ.Α.Ι.Χ. η Δυτική Κρήτη χαρακτηρίστηκε προορισμός υγειονομικά ιδιαίτερα ασφαλής. Σας ευχαριστώ πολύ.



Καλωσορίζω το Γενικό Γραμματέα Τουρισμού κo Φραγκάκη Δημήτρη, τον Εντεταλμένο Περιφερειακό Σύμβουλο Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης κo Κώτσογλου Κυριάκο, τους Προέδρους Συλλόγων Ξενοδόχων Κρήτης και Επιμελητηρίων, τον Πρόεδρο του ΙΤΕ κo Ταβερναράκη Νεκτάριο, τους Ακαδημαϊκούς από το Πολυτεχνείο Κρήτης και την Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Κρήτης και όλους τους προσκεκλημένους της Ημερίδας Τουρισμού «Κρητών Φιλοξενία».

Σας καλωσορίζω στο Διεθνές Συνεδριακό κέντρο του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων και συγκεκριμένα στην αίθουσα «Ποσειδών».

Δυστυχώς λόγω της γνωστής παγκόσμιας πανδημίας έπρεπε να περιοριστεί ο αριθμός συμμετεχόντων καθώς πρωταρχικό μας μέλημα και πρώτη



Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



1, 18 Agglon Sq. (Main Station), Heraklion Crete / Greece
Tel: (+30) 2810 222408



Προτάσεις Διαδρομών

Πλατεία 18 Άγγλων, 1, Ηράκλειο
www.motorclub.gr
info@motorclub.gr
Τηλ.: 2810 222 408

Video





Μαρία Πιτσουκάκη

Κυρίες και Κύριοι, καλώς ε σμίξαμε στον υπέροχο και φιλόξενο χώρο του ΜΑΙΧ, για μια πολύ σημαντική ημερίδα για την Κρήτη και τον Τουρισμό της.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στους διοργανωτές και ιδιαίτερα στον κο. Κώστα Λιακάκη για την πρόσκληση.

Οικονομία της Κρητικής Φιλοξενίας για το 2021 με στόχο τον Τουρισμό 4ων εποχών.

Σημαντικότετος στόχος για το νησί μας, που έτσι κι αλλιώς είναι ένας παράδεισος και για τις 4 εποχές του χρόνου.

Η μορφολογία του εδάφους της με τις φυσικές ομορφιές, τις ποικίλες εναλλαγές τοπίου, τη πλούσια βλάστηση, τους αρχαιολογικούς χώρους, τις

απέραντες ακρογιαλιές, τους ορμίσκους, τα τουριστικά αξιοθέατα, τους κάμπους και τα φαράγγια, τα χιονοσκέπαστα βουνά της, τις εκκλησίες και τα μοναστήρια της, την ιστορία της, μα προπαντός με την πατροπαράδοτη Κρητική φιλοξενία της, έχει γίνει πόλος έλξης εκατομμυρίων παραθεριστών, που ο αριθμός τους κάθε χρόνο και αυξάνει.

Τουρισμός λοιπόν και στις 4 εποχές. Κάτι που πρέπει να κατανοήσουμε, να αγωνιστούμε και να το κάνουμε πράξη.

Σημαντικοί οι προσκεκλημένοι στη σημερινή ημερίδα με εμπειρία στο αντικείμενο και σε πόστα κλειδιά, που θα καταθέσουν απόψεις, προτάσεις και προβληματισμούς.

Είμαι σίγουρη ότι αν ο καθένας μας από το πόστο του προσπαθήσει για το καλύτερο, είναι στο χέρι μας να κάνουμε τη Κρήτη θέρετρο και για τις 4 εποχές του χρόνου.

Έτσι κι αλλιώς, είναι το ιδανικότερο μέρος για θερινές και χειμερινές διακοπές.

Καλή συνέχεια να έχουμε και με το καλό να ξανα-σμίξουμε!



Μανώλης Σαρατάκης

Καλησπέρα σας

Εκ μέρους του κ. Γιαννούλη και της Ένωσης Ξενοδόχων Νομού Χανίων σας καλωσορίζω στην Ημερίδα Τουρισμού που διοργανώνει το περιοδικό Κρητών Επιχειρείν.

Φτάνοντας στο τέλος μιας τουριστικής σεζόν που για πολλούς δεν άρχισε καν, συνειδητοποιούμε όπως όλοι, ότι διανύουμε τη δυσκολότερη περίοδο που έχουμε βιώσει μέχρι τώρα. Παραμένουμε όμως αισιόδοξοι για ένα καλύτερο 2021!

Θα ήθελα να συγχαρώ όλους τους διοργανωτές και ιδιαίτερα τον κύριο Λιακάκη, για την πρωτοβουλία διοργάνωσης της ημερίδας και εύχομαι τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν να αποτελέσουν βάση οργάνωσης για την ερχόμενη χρονιά ώστε να είναι καλύτερη.

Σας ευχαριστώ



Video



Video





Αντώνης Ροκάκης

Με μεγάλη χαρά το Επιμελητήριο Χανίων και η επιχειρηματική κοινότητα του τόπου μας υποδεχόμαστε στα Χανιά μια ακόμα αξιόλογη πρωτοβουλία του «Κρητών Επιχειρείν» μαζί με τους εκλεκτούς ομιλητές και τους σημαντικούς προσκεκλημένους της. Ο σημερινός διάλογος «ανοίγει» σε μια από τις πλέον κρίσιμες στιγμές των τελευταίων δεκαετιών για την Κοινωνία και την Οικονομία της Κρήτης -λόγω της Πανδημίας Covid-19- ενώ θέτει αποτελεσματικά στο επίκεντρο το πλέον κρίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του Τουρισμού μας: την «Κρητών Φιλοξενία». Γιατί οι άνθρωποι της Κρήτης βρίσκονται στην «καρδιά» της Τουριστικής υπηρεσίας, αυτοί την κάνουν τόσο μοναδική. Είναι οι ίδιοι άνθρωποι που δημιούργησαν έναν από τους αρχαιότερους πολιτισμούς του πλανήτη, αυτοί που καλλιεργούν την ευλογημένη της γη και πάνω από όλα αυτοί που ανοίγουν τόσο απλόχερα την καρδιά και το σπίτι τους στον κάθε «Ξένο».

Το Επιμελητήριο Χανίων ενίσχυσε την εξωστρέφεια της Χανιώτικης Τουριστικής Αγοράς και έστειλε τους περασμένους μήνες στην Ευρώπη και στην Ελλάδα ένα καθαρό και δυνατό μήνυμα - πρόσκληση προς κάθε υποψήφιο πελάτη, κάθε προβληματισμένο από την πανδημία ταξιδιώτη: «**CHANIA, Always Pure**» (Χανιά, πάντοτε αγνά). Αυτός ήταν και ο τίτλος της στοχευμένης διαφημιστικής εκστρατείας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, η

οποία πρόσφατα ολοκληρώθηκε. Στρατηγικό μας επίτευγμα η επικοινωνία σε **5.200.000** Ευρωπαίους και Έλληνες ενεργούς ταξιδιώτες ότι η τουριστική αγορά των Χανίων είναι -όπως πάντοτε- υπέροχη, ανοιχτή και ασφαλής. Αιχμή του «δόρατος» της διαφημιστικής εκστρατείας του Επιμελητηρίου Χανίων, «**CHANIA: Always Pure**» υπήρξε η παραγωγή ενός διαδικτυακού βίντεο, το οποίο με τις πιο πρόσφατες εικόνες, μετά την επανεκκίνηση της τουριστικής αγοράς, διαβεβαίωνε αποτελεσματικά τους ενδιαφερόμενους να ταξιδέψουν επισκέπτες ότι ο προορισμός των Χανίων είναι πιο όμορφος από ποτέ, αναδεικνύοντας και υπενθυμίζοντας τις μοναδικές παραλίες, τις ορεινές διαδρομές, το θρησκευτικό και πολιτιστικό πλούτο, συνδυαστικά με την πλούσια γαστρονομική παράδοση των Χανίων και τις υψηλού επιπέδου υποδομές φιλοξενίας και εστίασης.

Συνδυαστικά με την υπέροχη αυτή τουριστική εμπειρία, για πρώτη φορά, με διακριτικό αλλά καθαρό διαφημιστικό τρόπο προωθήσαμε και αναδείξαμε στους δυνητικούς επισκέπτες του τόπου μας τα αξιόπιστα μέτρα ασφάλειας, τα οποία προβλέπουν τα υγειονομικά πρωτόκολλα της Ελληνικής πολιτείας και του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (π.χ. μάσκες και γάντια προσωπικού, αποστάσεις στην εστίαση και στις παραλίες).

Υποστηρικτικά, οι νέες υψηλής αισθητικής σελίδες του Επιμελητηρίου Χανίων στα κοινωνι-

κά δίκτυα, στο Facebook, στο Instagram και στο YouTube, προώθησαν στη διεθνή και εσωτερική Τουριστική αγορά εντυπωσιακές αλλά και «ασφαλείς» υγειονομικά εικόνες από τον εξαιρετικό Πολιτισμό, τη Φύση, τη Διατροφή και τη Φιλοξενία του τόπου μας.

Σε μια τόσο πολύπλοκη και ανταγωνιστική εποχή απαιτείται γνώση, μελέτη και στρατηγική δουλειά για να κρατήσουμε ψηλά την Κρήτη μας στον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Πιο πολύ από ποτέ, σήμερα οφείλουμε να συστρατευτούμε: Πολιτεία, θεσμικοί φορείς, επιχειρηματίες και εργαζόμενοι. Την περασμένη Τετάρτη, η Ένωση Ξενοδόχων Νομού Χανίων και το Επιμελητήριο Χανίων ανακοινώσαμε με αποφασιστικότητα τη δέσμευσή μας να διαμορφώσουμε κοινό στρατηγικό πλαίσιο δράσης για να βγάλουμε ενωμένοι τα Χανιά από την πρωτοφανή κρίση του Τουρισμού, ο οποίος παράγει εντυπωσιακά 48% του ΑΕΠ της περιφερειακής μας ενότητας και προσφέρει στο 23% της Απασχόλησής της.

Θα παρακαλουθήσουμε λοιπόν ενεργά και με ιδιαίτερο ενδιαφέρον τις τοπθετήσεις των σημαντικών συμμετεχόντων του «Κρητών Φιλοξενία» με στόχο να αντλήσουμε δημιουργικές ιδέες και προτάσεις σχετικές με το στρατηγικό σχεδιασμό δράσης της επόμενης τουριστικής περιόδου, ο οποίος για εμάς στο Επιμελητήριο Χανίων έχει ήδη ξεκινήσει.

Εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες σας. Σας ευχαριστώ!

Video



Έρευνα Τουρισμού 2020

Γεώργιος Αγγελάκης

Η έρευνα και ανάλυση υλοποιήθηκε από το Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης και συντονίστηκε από το τμήμα Οικονομίας & Διοίκησης του ΜΑΙΧ, σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης, το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου, την Περιφέρεια Κρήτης και το Δήμο Χανίων. Στο Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης, το οποίο λειτουργεί εδώ και μια δεκαετία, συμμετέχει επίσης η Ένωση Ξενοδόχων Χανίων, το Οικονομικό Επιμελητήριο Δυτ. Κρήτης και το Επιμελητήριο Χανίων.

Για την ανάλυση της έρευνας που συνεχίζεται και πραγματοποιείται στο αεροδρόμιο Χανίων (Ι. Δασκαλογιάννης) έχουν συμπεριληφθεί 1.100 έγκυρα ερωτηματολόγια έως και αρχές Σεπτεμβρίου 2020, μεταφρασμένα σε διάφορες γλώσσες, από ερευνητές του ΜΑΙΧ και Πολυτεχνείου Κρήτης. Η έρευνα αυτή συγχρηματοδοτείται από το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Κρήτης και το Δήμο Χανίων. Για την ομαλή διεξαγωγή της έρευνας υπάρχει συνεχής υποστήριξη από τη Fraport-Greece και το Προσωπικό του Αερολιμένα Χανίων.

Αναφορά γίνεται στις πιο πρόσφατες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών που έχουν δημοσιευθεί από την Fraport-Greece για το αεροδρόμιο Χανίων, από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Ηρακλείου, με σκοπό να αξιολογήσει την έως τώρα φετινή τουριστική κίνηση στην Κρήτη και να τη συγκρίνει με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο.

Ομάδα συγγραφής και ανάλυσης:

- Δρ. Γεώργιος Μπαουράκης, Δ/ντής Μ.Α.Ι.Χ.
- Γεώργιος Αγγελάκης, Ερευνητής Τμ. Οικονομίας και Διοίκησης Μ.Α.Ι.Χ., υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας ΕΛΜΕΠΑ
- Περικλής Δράκος, ΕΔΙΠ, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Παν/μιο Κρήτης
- Καθ. Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης, Ακαδημαϊκός, Δ/ντής Εργ. Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης
- Αν. Καθ. Γεώργιος Ατσαλάκης, Σχολή Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης, Πολυτεχνείου Κρήτης
- Επ. Καθ. Χρήστος Λεμονάκης, Δ/ντής Εργαστηρίου

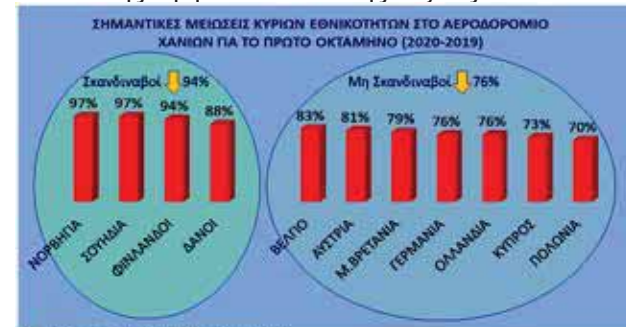
Διοικητικής Οικονομικής και Συστημάτων Αποφάσεων, Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας ΕΛΜΕΠΑ

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Σχετικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων και με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Fraport-Greece για την περίοδο Ιανουάριος-Αύγουστος 2020, σημειώνονται μόλις 130 χιλιάδες αφίξεις, καταγράφοντας μία κατακόρυφη μείωση της τάξεως του 85% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Μέχρι το τέλος του έτους, εκτιμάται ότι οι συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών θα κυμανθούν γύρω στις 230 χιλιάδες, αριθμός που αποτελεί ιστορικό χαμηλό τουλάχιστον κατά τα τελευταία 25 έτη.



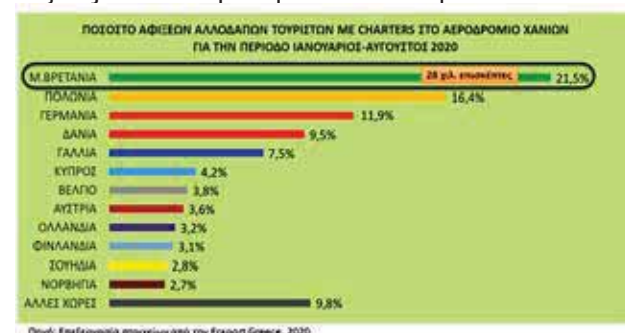
Η μείωση αυτή καταγράφεται από όλες ανεξαιρέτως τις εθνικότητες που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη, με τη σημαντικότερη πτώση να παρουσιάζουν οι Σκανδιναβοί όπως είναι οι Νορβηγοί, Σουηδοί, Δανοί και Φινλανδοί με ποσοστό 94%, ενώ το ποσοστό μείωσης των μη Σκανδιναβών διαμορφώνεται στο επίσης υψηλό ποσοστό της τάξεως του 76%.



Αν αναλογιστούμε ότι τα τελευταία χρόνια οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών αποτελούνταν κατά το ήμισυ από Σκανδιναβούς και κατά το άλλο ήμισυ από μη Σκανδιναβούς, η καθολική αυτή πτώση οφείλεται ουσιαστικά και από τα δύο γκρουπ εθνικοτήτων με περισσότερο όμως να επηρεάζεται από τις λιγοστές αφίξεις των Σκανδιναβών, οι οποίες εκτιμούνται ότι θα φτάσουν μόλις τις 40 χιλ. μέχρι το τέλος του έτους.



Σχετικά με τα ποσοστά αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων για τη φετινή τουριστική περίοδο, παρατηρείται ότι αλλάζει το μίγμα των εθνικοτήτων, αφού μόλις ένας στους έξι αλλοδαπούς επισκέπτες είναι Σκανδιναβός, ενώ οι μισοί αλλοδαποί τουρίστες προέρχονται από μόλις τρία μη Σκανδιναβικά κράτη όπως είναι η Μ. Βρετανία, Πολωνία και Γερμανία, με τους Βρετανούς να συνεχίζουν να παραμένουν στην πρώτη θέση συγκριτικά με την περυσινή περίοδο με ποσοστό 22%, ενώ για πρώτη φορά οι Πολωνοί καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση επί των συνολικών αφίξεων με ποσοστό 16%. Αξιοσημείωτα είναι τα ποσοστά Νορβηγών και Σουηδών που συγκεντρώνουν μόλις 3% έκαστος, οπισθοχωρώντας προς τις τελευταίες θέσεις επί των συνολικών αφίξεων, όταν την περασμένη αντίστοιχη περίοδο καταλάμβαναν τη δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα με ποσοστό της τάξεως του 13% για την κάθε εθνότητα.



Αναφορικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Ηρακλείου και με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας Ηρακλείου, για την περίοδο Ιανουάριος-Αύγουστος 2020, σημειώνονται μόλις 543 χιλ. αφίξεις, καταγράφοντας μία εξίσου τεράστια μείωση της τάξεως του 78% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Μέχρι το τέλος του έτους, εκτιμάται ότι οι συνολικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών θα κυμανθούν γύρω στις 900 χιλιάδες, αριθμός που αποτελεί επίσης ιστορικό χαμηλό τουλάχιστον κατά τα τελευταία 25 έτη.

Ερευνητής Τμ. Οικονομίας & Διοίκησης Μ.Α.Ι.Χ., υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας ΕΛΜΕΠΑ

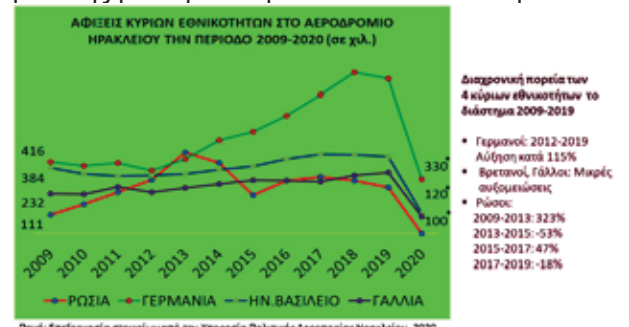
Μήνυμα εμπιστοσύνης και υγειονομικής ασφάλειας παρά την τεράστια πτώση των διεθνών αεροπορικών αφίξεων

Video

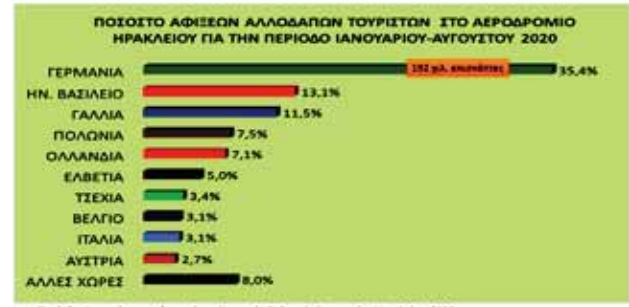




Η μείωση αυτή οφείλεται κυρίως στους Γερμανούς, Βρετανούς, Γάλλους και Ρώσους, οι οποίοι συνεχίζουν και φέτος να αποτελούν το 60% επί των συνολικών αφίξεων, σημειώνοντας ισόποσο ποσοστό μείωσης με το μέσο όρο όλων των εθνικοτήτων.

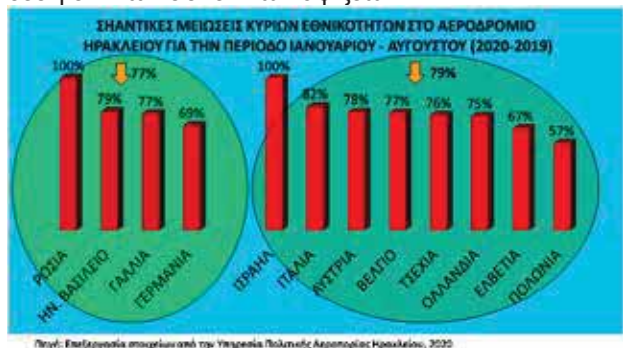


Η διαφορά όμως φέτος είναι ότι οι Ρώσοι παρουσίασαν μηδαμινές αφίξεις, ενώ οι Γερμανοί, οι οποίοι σημείωσαν τη μικρότερη μείωση με 69%, αύξησαν το ποσοστό τους επί των συνολικών αφίξεων παραμένοντας στην πρώτη θέση με ποσοστό ίσο με 35% και ακολουθούν Βρετανοί και Γάλλοι με ποσοστά 13% και 12%, αντίστοιχα.



Σχετικά με τις υπόλοιπες εθνότητες, σημαντικό στοιχείο είναι οι επίσης μηδαμινές αφίξεις Ισραηλινών τουριστών, οι οποίοι την περυσινή περίοδο καταλάμβαναν την έκτη θέση επί των συνολικών αφίξεων. Γεγονός εξίσου ανησυχητικό αν αναλογιστούμε ότι τόσο οι Ισραηλινοί όσο και οι Ρώσοι τουρίστες είναι υψηλού εισοδηματικού προφίλ. Όπως και στο αεροδρόμιο Χανίων, οι Πολωνοί είναι αυτοί που καταγράφουν την μικρότερη μείωση με 57%, σκαρφαλώνοντας για πρώτη φορά στην τέταρτη

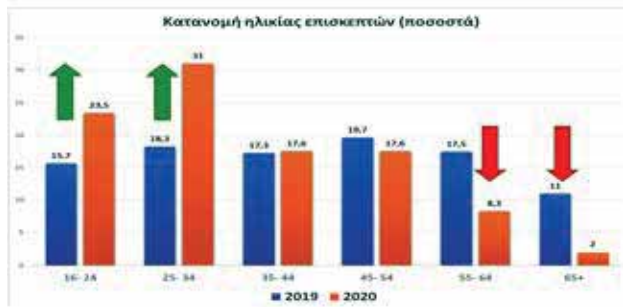
θέση επί των συνολικών αφίξεων.



ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

Στα πλαίσια των δομικών αλλαγών στον τουρισμό που έφερε το 2020 η πανδημία, η φετινή τουριστική έρευνα στο Αεροδρόμιο Χανίων μετατράπηκε σε COVID-19 SAFE SURVEY, όπου εκτός από τις προσωπικές συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια όπου χρειάζεται, αξιοποιείται επίσης πλήρως το αυτοματοποιημένο σύστημα οικειοθελούς συμμετοχής των αλλοδαπών τουριστών με την χρήση των προσωπικών τους συσκευών (PC, Smartphone και Tablet). Η επιλογή αυτής της δυνατότητας γνωστοποιείται στους επισκέπτες από τον εκπρόσωπο της έρευνας ή/και με ROLL UPS και ενεργοποιείται στην γλώσσα επιλογής του ενδιαφερόμενου μέσω οπτικής σάρωσης κατάλληλου Url ή QR Code από το PC, Smartphone ή Tablet.

Αναφορικά με τα αποτελέσματα της έρευνας, η οποία είναι εν εξελίξει, σύμφωνα με τα στοιχεία έως τις πρώτες ημέρες του Σεπτεμβρίου, οι τουρίστες που προτιμάνε το αεροδρόμιο Χανίων ως τελικό προορισμό για τις διακοπές τους, παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις ως προς το προφίλ τους σε σχέση με την προηγούμενη τουριστική περίοδο. Παρατηρείται αύξηση νεαρών ηλικιακών ομάδων έως 34 ετών, ενώ οι ηλικιακές κατηγορίες άνω των 55 ετών παρουσιάζουν αισθητή μείωση, γεγονός που δικαιολογείται απόλυτα από το γεγονός ότι οι ευαίσθητες αυτές ηλικιακές ομάδες προτίμησαν να μην πραγματοποιήσουν διακοπές φέτος για να προστατευθούν από την πανδημία.



Επίσης, συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, φέτος καταγράφεται αυξημένο το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη

για πρώτη φορά, λόγω της περιορισμένης έλευσης Σκανδιναβών τουριστών, που παραδοσιακά είναι αυτοί που προτιμάνε να ξαναεπισκέπτονται τον συγκεκριμένο προορισμό.

Διαφορές εντοπίζονται επίσης και στις περιοχές και στον τύπο καταλύματος που διαμένουν οι αλλοδαποί τουρίστες. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει μια μεγάλη μείωση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στις περιοχές Αγίας Μαρίας και Πλατανιά, ενώ παρουσιάζεται αύξηση στις προτιμήσεις όλων των άλλων τύπων καταλυμάτων, όπως είναι βίλες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα / δωμάτια, ιδιόκτητα σπίτια κυρίως εντός πόλης Χανίων, αλλά και σε περιοχές της ενδοχώρας. Οι επιλογές αυτές φανερώνουν και την τάση που έχουν οι αλλοδαποί τουρίστες να διαμένουν σε καταλύματα τα οποία δεν συνωστίζονται πολλά άτομα, καταγράφοντας παράλληλα τον ίδιο μέσο όρο διαμονής, περίπου στις 9 διανυκτερεύσεις σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.



Σχετικά με τη συνοδεία ταξιδιού, καταγράφεται μια αύξηση τουριστών που επιλέγει διακοπές με τον/την σύντροφο ή με φιλική παρέα, λόγω της έλευσης περισσότερων νέων ατόμων, ενώ μεγάλη διαφορά σημειώνεται επίσης και στον τρόπο κράτησης των καταλυμάτων και οργάνωσης των διακοπών, αφού ένα αρκετά υψηλό ποσοστό και συγκεκριμένα επτά στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες προτίμησαν να προβούν στις σχετικές ενέργειες διεκπεραίωσης του ταξιδιού μόνοι τους και όχι μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου και πράκτορα.

Αναφορικά με τα μέτρα ασφαλείας σε σχέση με τον κορονοϊό, μόλις 5% θεωρούν ότι τα μέτρα αυτά ήταν σε χαμηλό επίπεδο, ενώ αντίθετα οκτώ στους δέκα αλλοδαποί τουρίστες μένουν απόλυτα ικανοποιημένοι από τα υγειονομικά πρωτόκολλα στα ξενοδοχειακά καταλύματα.



Αναφορικά με τις δαπάνες που πραγματοποιήσαν οι αλλοδαποί τουρίστες φαίνεται να περιορίσαν τις μετακινήσεις τους με τα μέσα μαζικής μεταφοράς αλλά και τη χρήση ενοικιαζόμενων αυτοκινήτων, ενώ οι προορισμοί που επιλέχθηκαν για φέτος ήταν πρωτίστως οι παραλίες Ελαφονησίου, Μπάλου και Φαλασάρνων, με τις επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και εκκλησίες να καταγράφουν πολύ μεγάλη μείωση



Αναφορικά με τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, ο αλλοδαπός τουρίστας μένει πολύ ικανοποιημένος από τα τοπικά χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών, ενώ εκτός από το κρασί, το ελαιόλαδο, τον φυσικό χυμό πορτοκαλιού που κάθε χρόνο προτιμούνται περισσότερο από τους τουρίστες, φέτος στις πρώτες επιλογές τους είναι και τα τοπικά τυριά.



Τέλος, ο αλλοδαπός επισκέπτης αισθάνεται εξαιρετικά ικανοποιημένος από τη συμπεριφορά και τη φιλοξενία των ντόπιων κατοίκων, αλλά και από τις γενικότερες υπηρεσίες στους χώρους εστίασης και φιλοξενίας. Έχει αυξήσει την ικανοποίησή του σε σχέση με την καθαριότητα στις παραλίες, συνεχίζει όμως, αν και με μικρότερα ποσοστά σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο, να νιώθει ανασφαλής για την κατάσταση του οδικού δικτύου & την οδική σήμανση, απογοητευμένος από την καθαριότητα στους δρόμους του αστικού ιστού αλλά και προβληματισμένος από την έλλειψη πάρκων και χώρων πρασίνου.

Disruptive Technology



Iwanna Apsalaki

Υποψήφια Διδάκτωρ
Πολυτεχνείου Κρήτης

Ανέκαθεν η ανάγκη του ανθρώπου για **εξέλιξη** αποτελούσε την κινητήριου δύναμη.

Σήμερα, η ανάγκη για **διαφοροποίηση** έρχεται να διαδεχθεί το μέχρι πρότινος ένστικτο επιβίωσης.

Ο 21ος αιώνας μας έχει ήδη χαρίσει μεγάλο αριθμό **τεχνολογικών επιτευγμάτων** που εξασφάλισαν στον άνθρωπο καλύτερο βιοτικό επίπεδο καθώς άνοιξαν νέους επαγγελματικούς ορίζοντες. Την τελευταία δεκαετία ο όρος **καινοτομία** ηχεί συχνά στον χώρο των επιχειρήσεων, ενώ η επιδίωξη για μια ενέργεια που θα φέρει δραστική αλλαγή στον χώρο, γίνεται όλο και πιο δημοφιλής.

Εδώ κάνει την εμφάνισή του ο όρος «**disruption**» που τις περισσότερες φορές φέρνει τα πάνω κάτω στην αγορά, ενώ συνεπάγεται την αύξηση εσόδων και τη δημιουργία ενός ισχυρού «branding». Πιο συγκεκριμένα, ο όρος «disruption» αναφέρεται σε μία υπηρεσία / προϊόν το οποίο προκαλεί δραστικές αλλαγές σε ένα τομέα, αλλάζοντας τον μέχρι πρότινος τρόπο ικανοποίησης αναγκών ή δημιουργώντας νέες ανάγκες. Μία τέτοια δραστική αλλαγή μπορεί να προκληθεί είτε επειδή ανοίγει μια **νέα αγορά**, είτε επειδή δημιουργείται ένα **νέο αγαθό** σε υπάρχουσα αγορά.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της τελευταία περίπτωσης εμφανίστηκε στον κλάδο του τουρισμού τα τελευταία χρόνια με το όνομα Airbnb.

Σίγουρα **οι περισσότεροι από μας** έχουμε συναντήσει στο διαδίκτυο, σε συζητήσεις ή έχουμε ήδη χρησιμοποιήσει αυτή την **διαδικτυακή πλατφόρμα εύρεσης καταλύματος για βραχυχρόνια μίσθωση**.

Η αμερικάνικη εταιρία δικαίως κατέχει τον τίτλο της «disruptive technology» (δραστική τεχνολογία), καθώς **εμφανίστηκε στον ήδη υπάρχων κλάδο** του τουρισμού να προσφέρει πιο οικονομικές και καινοτόμες επιλογές για την κάλυψη της ανάγκης μας για διακοπές.

Μέχρι πρότινος, ο εκάστοτε ταξιδιώτης μπορού-

σε να κλείσει τις διακοπές του ή το επαγγελματικό του ταξίδι με τη βοήθεια ταξιδιωτικού πρακτορείου (**travel agent**), να κάνει αναζήτηση σε ιστοσελίδες όπως Booking.com, Expedia κτλ. (**online travel agent**) ή να επικοινωνήσει **απευθείας** με το κατάλυμα.

Στα τέλη του 2008 δύο συγκάτοικοι από την Καλιφόρνια, εμπνευσμένοι από μία δική τους ανάγκη, άρχισαν να προσφέρουν δωμάτια του σπιτιού τους ή και ολόκληρο το σπίτι τους προς σύντομη ενοικίαση με μειωμένη τιμή σε σχέση με τις τουριστικές μονάδες της περιοχής και όταν αυτές είχαν πλήρη πληρότητα.

Η **Airbnb** θεωρήθηκε **disruptive** καθώς **παράκαμψε τους μεσάζοντες**, έθεσε προς βραχυχρόνια ενοικίαση όχι μόνο κατοικίες, αλλά **μέρος αυτών**, δενδρόσπιτα, βάρκες και σκηνές, ενώ παράλληλα εισήγαγε την **άμεση επικοινωνία** του ενδιαφερόμενου με τον ιδιοκτήτη.

Επιπρόσθετα, ήταν η πρώτη εταιρία που βασίστηκε στην **οικονομία διαμοιρασμού** (sharing economy). Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, **ο κάτοχος ενός περιουσιακού στοιχείου** το οποίο δεν το χρησιμοποιεί συνεχώς, το διαθέτει προς ενοικίαση σε κάποιον άλλον που το έχει ανάγκη, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, προκειμένου να αποκτήσει ένα επί πλέον εισόδημα. Έτσι λοιπόν, η επαναχρησιμοποίηση ή η παράλληλη χρήση ενός πόρου, συνεπάγεται εισόδημα για τον ιδιοκτήτη και κάλυψη των αναγκών του ενοικιαστή με μικρό οικονομικό αντίτιμο.

Αργότερα, η εταιρία εμπλούτισε την πλατφόρμα της με την **παροχή υπηρεσιών από μη επαγγελματίες**, αλλά ντόπιους ανθρώπους, αποδεικνύοντας για άλλη μια φορά ότι δικαίως κατέχει τον χαρακτηρισμό disruptive. Οι ξεναγήσεις από μόνιμους κατοίκους, τα μαθήματα μαγειρικής από νοικοκυρές, η φροντίδα της γης με γεωργούς, κτλ. προσέφεραν στον επισκέπτη μία **ολοκληρωμένη και αυθεντική εμπειρία ταξιδιού** και όχι απλά διαμονή.

Ως τώρα η Airbnb έχει κατακτήσει μεγάλο ποσοστό της αγοράς με τα κέρδη της να φτάνουν τα **\$322 εκατομμύρια** για το 2019, ενώ μέχρι τον Οκτώβρη του ίδιου έτους «φιλοξενούσε» κατά μέσο όρο **2 εκατομμύρια** άτομα κάθε βράδυ.

Άλλες disruptive τεχνολογίες που έχουν κάνει ήδη την εμφάνισή τους στην αγορά είναι η **τεχνητή νοημοσύνη**, τα **αυτόνομα αυτοκίνητα**, το σύστημα των **κρυπτονομισμάτων**, ψηφιακά συστήματα πληρωμών κτλ. που σύντομα αναμένεται να κάνουν το ντεμπούτο τους και στον χώρο του τουρισμού.

Το 2020 εν όψη πανδημίας, εν όψη ταραγμένων ελληνοτουρκικών σχέσεων και αφού έχουμε περάσει ήδη μια οικονομική κρίση, η ανάγκη για disruptions γίνεται πιο επιτακτική από ποτέ, έτσι

ώστε το ευαίσθητο αυτό προϊόν που λέγεται τουρισμός, και αποτελεί το 20% του Ελληνικού ΑΕΠ, να ορθοποδήσει ξανά.

Αν ο κορονοϊός ήταν τεχνολογία, αναμφισβήτητα θα κατείχε τον χαρακτηρισμό disruptive τόσο για τον τουρισμό όσο και για την παγκόσμια αγορά. Οι disruptive τεχνολογίες δημιουργούν απροσδόκητα γεγονότα. Συνήθως οι επιχειρήσεις δεν είναι προετοιμασμένες για να αντιμετωπίζουν τέτοιες καταστάσεις. Για αυτό το λόγο θα πρέπει πάντα να λαμβάνουμε υπόψη το «απροσδόκητο» έτσι ώστε να μην μας επηρεάζει αρνητικά όπως έγινε με την απροσδόκητη εμφάνιση του κορονοϊού.

Home away
QuadLabs (Launch your own online travel agency)
flipKey / BlablaCar / Uber
Deliveroo
Digitalization of places
Internet of Things
Virtual Reality
Social Media
Visitor Tracking

Το πόσο Disruptive είναι μία επιχείρηση στον τουρισμό, όπως είναι η Airbnb ή η Uber, μετριέται συνήθως σε χρήστες. Αυτοί οι χρήστες, έρχονται να παίξουν νέους ρόλους καθώς διαχειρίζονται τα περιουσιακά τους στοιχεία μέσω των εφαρμογών αυτών. Έτσι συνήθων αποκτούν αρμοδιότητες manager, πωλητή ή influencer, εκμεταλλευόμενοι σε ένα τεράστιο δίκτυο που βρίσκεται σε εκθετική ανάπτυξη βασισμένο στα σχόλια των χρηστών.



Video



Προσαρμογή στην νέα ανάγκη του τουρισμού



Γιώργος Αιβαλαίκης

Αναπληρωτής Καθηγητής
Πολυτεχνείου Κρήτης

Ο τουρισμός δημιουργεί παγκοσμίως πολλές θέσεις εργασίας. Στην πραγματικότητα το 10% του εργατικού δυναμικού παγκοσμίως, απασχολείται στον τουρισμό (στην χώρα μας το 25%). Ο τουρισμός, εάν διαχειρίζεται σωστά μπορεί να επιφέρει σημαντική οικονομική ανάπτυξη. Για αυτούς τους λόγους κάθε χώρα προσπαθεί να προσελκύσει ολοένα και περισσότερους τουρίστες. Αυτό σημαίνει ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των χωρών θα ενταθεί ακόμα περισσότερο.

Μερικές χώρες έχουν μακροχρόνια σχέδια για να προσελκύσουν τουρίστες διατηρώντας την πολιτιστική κληρονομιά και προστατεύοντας το περιβάλλον, μετατρέποντας τον τουρισμό σε καταλύτη οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευημερίας. Πολλές όμως χώρες δεν διαθέτουν κανένα σχέδιο, όπως συμβαίνει στη χώρα μας.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αναμένεται να αυξάνει τουλάχιστον 4% ετησίως την επόμενη δεκαετία. Το 2038 υπολογίζεται ότι θα ταξιδεύουν αεροπορικώς διπλάσιοι επιβάτες από ότι σήμερα.

Υπάρχει μια κατηγορία τουριστών που τους αποκαλούμε «sustainable travellers». Αυτοί οι ταξιδιώτες είναι λιγότερο ευαίσθητοι στην τιμή και ξοδεύουν 51% περισσότερα χρήματα από τις άλλες κατηγορίες τουριστών.

Τι οδηγεί σήμερα τους «sustainable travellers» να επιλέξουν ένα προορισμό;

Το 79% των τουριστών αναζητούν γνώσεις για την αυθεντικότητα του προορισμού, για τα μοναδικά χαρακτηριστικά του προορισμού, για την ιστορία του, τον πολιτισμό, το πως ζουν οι κάτοικοι και για τους φυσικούς και άλλους πόρους που διαθέτει ο προορισμός. Θέλουν να εκπαιδευτούν, να μάθουν αυτές τις γνώσεις να αποκτήσουν την σχετική εμπειρία.

Το 81% αναζητεί εντυπώσεις, εμπειρίες που αντανακλούν τα μοναδικά χαρακτηριστικά του προορισμού.

Οι ταξιδιώτες αυτοί βλέπουν πολύ ευνοϊκά και επιλέγουν να συνεργαστούν με εκείνη την τουριστική επιχείρηση (π.χ. είτε ξενοδοχείο, είτε rent a car, είτε εστιατόριο κλπ.) η οποία τους παρέχει:

- Πληροφορίες για το πως το ξενοδοχείο συμβάλλει με ένα μέρος των κερδών του στην τοπική κοινωνία (89%).
- Πληροφορίες για τον σεβασμό και διατήρηση της κουλτούρας των τοπικών εργαζομένων ώστε να διατηρηθεί η αυθεντικότητα των ανθρώπων της περιοχής (89%).
- Πληροφορίες για το πως η τοπική κοινότητα ωφελείται από την παρουσία των ταξιδιωτών (89%).
- Πληροφορίες για να αγοράσουν τοπικά προϊόντα (88%).
- Πληροφορίες για τα τοπικά πολιτιστικά θεάματα (πανηγύρια, κλπ), (88%).
- Πληροφορίες για να αγοράσουν αντικείμενα τέχνης από τοπικούς κατασκευαστές (87%).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητήσουν αυτούς τους πελάτες. Να αναπροσαρμόσουν την στρατηγική τους ώστε να κερδίσουν αυτούς τους ταξιδιώτες.

Αυτό θα τους δώσει την δυνατότητα για περισσότερα και σταθερά κέρδη και σε επικείμενη μείωση του τουρισμού να υπάρξουν λιγότερες αναταράξεις.

Οι παραπάνω θετικές προοπτικές διακόπηκαν από τον κορωνοϊό, ένα τόσο απροσδόκητο γεγονός.

Χρειάζεται να κατανοήσουμε ότι, ο τουρισμός, εξ αιτίας της πανδημίας, έχει μια νέα ανάγκη προς ικανοποίηση.

Την ανάγκη ο τουρίστας να νοιώσει ασφάλεια από τυχόν μόλυνση με τον ιό.

Μέχρι να φθάσει στον ταξιδιωτικό προορισμό του, πρέπει να αισθάνεται ασφαλής. Όσο καιρό παραμένει στον προορισμό του πρέπει να αισθάνεται ασφαλής. Κατά την επιστροφή του, πρέπει να αισθάνεται ασφαλής.

Ας δουλέψουμε από τώρα ώστε να σχεδιάσουμε αυτήν την ασφάλεια που θέλει ο τουρίστας.

Η ασφάλεια είναι μια νέα ανάγκη που θα πρέπει να ικανοποιήσουμε.

Είναι γνωστό ότι:

Ο απαισιόδοξος παραπονιέται για τον αέρα, ότι δεν είναι κατάλληλος ο αέρας για τα πανιά του σκάφους

Ο αισιόδοξος περιμένει να αλλάξει ο αέρας.

Ο ηγέτης προσαρμόζει τα πανιά και ξεκινά. Ας προσαρμοστούμε λοιπόν για την επόμενη χρονιά σε αυτήν την νέα ανάγκη του τουρισμού.



Video



Το σύγχρονο πλαίσιο Η σημερινή κι αυριανή πραγματικότητα



Θεανώ Βρέντζου

Πρόεδρος Συνδέσμου
Προστασίας των Αστερουσίων,
πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης
Πρωτογενή Τομέα & Κοινωνικής
Πολιτικής

Για κάποιους ειδικούς σε θέματα τουρισμού, ο τουρισμός του μέλλοντος θα είναι αυτός που θα στηρίζεται πάνω στην εμπειρία, στο σεβασμό και στην αειφορική προσέγγιση. Σε ένα τέτοιο σενάριο οι ταξιδιώτες και οι τοπικές κοινότητες θα είναι όλο και περισσότερο πρωταγωνιστές.

Ο τουρισμός κατ' επέκταση όπως τον ξέραμε, με την παραδοσιακή του μορφή όπου οι επισκέπτες έχουν παθητικό ρόλο, που απλά βλέπουν και επισκέπτονται περιοχές σταδιακά θα αρχίζει να διαφοροποιείται.

Σήμερα ο επισκέπτης- τουρίστας θέλει να γίνει επισκέπτης μιας κοινότητας και ενός τόπου, να μπορεί να συναντήσει τους ανθρώπους του με τους οποίους να μπορεί να μοιραστεί εμπειρίες και στιγμές της καθημερινής τους ζωής.

Το μέχρι σήμερα ... «που θέλω να πάω» αλλάζει και στη θέση του μπαίνει ... «ποια εμπειρία θέλω να ζήσω».

Η τρέχουσα εμπειρία της Υγειονομικής κρίσης

αλλά και των άλλων προγενέστερων κρίσεων όπως π.χ. η κρίση παγκόσμιας ασφαλείας που προέκυψε μετά την 11η Σεπτεμβρίου 2001, η παγκόσμια Οικονομική κρίση που ξεκίνησε το 2008 καθώς και η επίκαιρη υγειονομική κρίση μας οδηγούν στη διαπίστωση ότι η «**συστημική ασφάλεια**» που γνωρίζαμε δεν υπάρχει πια και όλα πρέπει να επαναπροσδιοριστούν.

Έχουμε ανάγκη κατ' επέκταση από μία σοβαρή και σε βάθος ανάλυση των αλλαγών αυτών, αφού επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον τουριστικό τομέα και την οργάνωση του.

Κι αυτό επιβάλλεται αν θέλουμε να έχουμε θέση στο Νέο παγκοσμιοποιημένο τοπίο, αλλά και πρόσβαση στις ευκαιρίες που αυτό δημιουργεί.

Ένα μεγάλο ζητούμενο όπως είναι η μετατροπή της κρίσης σε ευκαιρία, δεν θα προκύψει κατά τρόπο αυτόματο αλλά από τις ικανότητες των πολιτικών και των υπευθύνων που σχεδιάζουν και αποφασίζουν να παρουν εγκαίρως τα κατάλληλα μέτρα αφού όλοι γνωρίζουμε **ότι ο τουρισμός δεν θα είναι πια ο ίδιος**, μετά την κρίση.

Βεβαίως ο τουρισμός δείχνει πάντα μεγάλη ικανότητα και ανθεκτικότητα και η τουριστική αγορά κατάφερνε πάντα να ανακάμπτει και να συνεχίζει την αυξητική της πορεία, όμως η τρέχουσα κατάσταση μας δείχνει ότι όλα μπορεί να έχουν ένα όριο.

Η τεράστια κρίση που βιώνει η παγκόσμια οικονομία απαιτεί κατ' επέκταση νέες οπτικές, νέες καινοτομικές προσεγγίσεις, νέες μεθοδολογίες και οργανωτικά σχήματα. Ακόμη έρχεται να μας υπογραμμίσει για την **αναγκαιότητα χαλάρωσης από την υπερβολική εξάρτηση στην τουριστική δραστηριότητα**.

Μας προτρέπει εν ολίγοις **να δούμε με πιο ολιστικό τρόπο** όλο το φάσμα των τουριστικών δραστηριοτήτων στον τόπο μας αφού οι ανάγκες της επόμενης γενιάς ταξιδιωτών, οι οποίοι είναι πιο απαιτητικοί, πιο ενημερωμένοι, πιο μορφωμένοι, μπορεί να είναι η πυξίδα για το ποιο θα είναι το σχέδιο μας και ποια πορεία πρέπει να ακολουθήσουμε.

Εν τω μεταξύ η αύξηση των τουριστικών ροών είναι ο στόχος κάθε περιοχής σε κάθε εποχή αλλά και στο πως οι ροές αυτές θα διαχυθούν με ομοιόμορφο τρόπο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Και αυτός ο στόχος μπορεί να ικανοποιηθεί με προγραμματισμό και μέσα.

Νέα τουριστικά πακέτα και προτάσεις θα πρέπει να εκπονηθούν για να συμπληρώσουν και να ολοκληρώσουν τα κλασικά υφιστάμενα, υπερβαίνοντας τα, τόσο στο χρόνο, στο χώρο αλλά και στο περιεχόμενο.

Όπως γνωρίζουμε όμως δεν υπάρχει έτοιμο ένα τέτοιο σχέδιο, άρα θα πρέπει να το δημιουργή-

σουμε προκείμενου να μας δώσει τα οφέλη που προσδοκούμε.

Λαμβάνοντας υπόψη τα προαναφερόμενα, φαίνεται ότι ο κρητικός τουρισμός δεν έχει άλλη προοπτική παρά μόνο αν δομηθεί πάνω σε **νέες ποιοτικές βάσεις**.

Μόνο έτσι θα είναι ικανός να ανταποκριθεί στις νέες προκλήσεις που προσφέρει η Διεθνής αγορά αλλά και για να αντιμετωπίσει τους κινδύνους που η ίδια προκαλεί με τον τρόπο λειτουργίας της.

Οι υπεύθυνοι χάραξης τουριστικής πολιτικής, οι υπεύθυνοι του τουριστικού χώρου, η τοπική αυτοδιοίκηση, οι συλλογικές μορφές εκπροσώπησης της κοινωνίας των πολιτών, η τοπική επιχειρηματικότητα κλπ., θα πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη τις νέες αυτές τάσεις - ανάγκες - προκλήσεις - κινδύνους βελτιώνοντας και διαφοροποιώντας, την τουριστική προσφορά της Κρήτης μέσω της **αποκωδικοποίησης των σύγχρονων τάσεων** και απαιτήσεων.

Αν καταφέρουν να απαντήσουν σε αυτά τα σύγχρονα ερωτηματικά η προτάγματα, εμφανίζεται ως εφικτός ο στόχος για τουρισμό όλο το χρόνο στην Κρήτη.

Θεωρώ ως εκ τούτου ότι είναι σκόπιμο να επανεξεταστούν πολλά όπως πχ. οι μέχρι σήμερα οπτικές, οι μέθοδοι, τα οργανωτικά σχήματα, ο τρόπος επικοινωνίας, τα «εργαλεία και μέσα» κλπ., ώστε το νέο μοντέλο που έχει ανάγκη ο τόπος να υπογραμμίζει τη **σημαντικότητα και των «τοπικών τουρισμών»** οι οποίοι πλέον δεν θα λειτουργούν στις «παρυφές» του Κρητικού Τουρισμού αλλά θα αντιπροσωπεύουν κάτι περισσότερο και κάτι ποιοτικότερο από αυτό που διαθέτουμε σήμερα, επαναπροσδιορίζοντας μέσα από νέες προσεγγίσεις το σύνολο του Κρητικού τουριστικού οικοσυστήματος. Μόνο έτσι θα είμαστε σε θέση να πούμε ότι μετατρέπουμε την κρίση σε ευκαιρία.

Μια τέτοια προσέγγιση επαναπροσδιορισμού του Κρητικού Τουρισμού εξαρτάται άμεσα από την ικανότητα τού να μπορεί να δώσει απαντήσεις σε νέες προκλήσεις, νέες προτάσεις, νέες αναζητήσεις οι οποίες θα έχουν ως **παρονομαστή τους την αειφορία**, μία έννοια που σηματοδοτεί όλο και περισσότερο τις στρατηγικές ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η εμπειρία της Κρήτης για «τουρισμό όλο το χρόνο»

Η μέχρι σήμερα σχετική εμπειρία δεν έχει να καταθέσει θετικά αποτελέσματα. Η **απουσία θέλησης, σχεδίου η και των δύο** ίσως να είναι η ερμηνεία του γιατί απουσιάζει ο «τουρισμός όλο το χρόνο», σε ένα νησί όπως η Κρήτη.

Έχουν γίνει όμως προσπάθειες στο παρελθόν, αρχές δεκαετίας του '90 στην περιοχή της Χερσο-

Video



νήσου από ιδιώτες του χώρου, μία δεύτερη προσπάθεια τέλος της ίδιας δεκαετίας του '90 από την Περιφέρεια και τους φορείς του τουριστικού χώρου της Κρήτης καθώς και το 2012-13 από τον ιδιωτικό τουριστικό χώρο.

Καμία δυστυχώς δεν είχε θετικό αποτέλεσμα.

Ίσως αυτό να σηματοδοτεί την **δυσκολία μετατροπής της επιθυμίας σε σχέδιο** και το αδύνατο σημείο όλων αυτών των πρωτοβουλιών.

Όμως όλες αυτές οι αρνητικές, στην κατάληξη τους πρωτοβουλίες, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη σε όποια νέα σχετική προσπάθεια επιχειρηθεί, παράλληλα βεβαίως με άλλα .

Unesco- Αστερουσία, ένα «άλλο μοντέλο» για την τοπική ανάπτυξη

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω αναφερόμενα αλλά και πολλά άλλα επιχειρούμε να αναδείξουμε κι άλλου τύπου διαδρομές, άλλες τουριστικές προσεγγίσεις, άλλα τουριστικά μοντέλα, άλλες μορφές ανάπτυξης.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα 12μηνο τουρισμό έχουμε στα Αστερούσια. Στο χωριό Καπετανιανά έχουμε ένα δείγμα αυτής της προσέγγισης που μας δείχνει πως μπορεί να συνδεθεί η επισκεψιμότητα, με την τοπική Κοινωνία, το φυσικό και ιστορικό περιβάλλον με άμεσο οικονομικό και πνευματικό αντίκτυπο.

Τα Αστερούσια με το τεράστιο περιβαλλοντικό, πολιτιστικό, ιστορικό κεφάλαιο

Τα τελευταία 15 χρόνια κάποιοι άνθρωποι με κοινό όραμα και στόχο, αποφασίσαμε να ασχοληθούμε σοβαρά, προκειμένου να αναδείξουμε όλο αυτό το αξιακό κεφάλαιο, προς όφελος των κατοίκων της περιοχής αλλά και όλης της Κρήτης.

Αποτέλεσμα όλων αυτών των προσπαθειών, η ένταξη των Αστερουσίων στο Man biosphere Unesco, με την βοήθεια της Περιφέρειας.

Η ένταξη των Αστερουσίων στην Unesco καθώς και το παράδειγμα των Καπετανιανών, έχει αρχίσει και δημιουργεί ένα αίσθημα ασφάλειας στους κατοίκους της περιοχής, και ένα έντονο ενδιαφέρον να δραστηριοποιηθούν στον τόπο τους.

Πρωτίστως όμως αντιλήφθηκαν και έμαθαν την ιστορία και την αξία του, καθώς και πως μπορούν να ωφεληθούν οι ίδιοι αξιοποιώντας όλα αυτά τα πλεονεκτήματα.

Επιλέξαμε συνειδητά αυτή τη διαδρομή με τις πολλές δυσκολίες θεωρώντας όμως και πιστεύοντας ότι ανοίγουμε ένα νέο δρόμο για πολλές περιοχές της Κρήτης αλλά και της Ελλάδας γενικότερα.

Επιλέξαμε να δημιουργήσουμε προοπτικές ανάπτυξης που βασίζονται στην αξιοποίηση και προστασία του φυσικού και πολιτιστικού οικοσυστήματος της περιοχής Αστερουσίων.

Αξιοποιώντας τις προϋποθέσεις της Ουνέσκο,

προτείνουμε έτσι ένα μοντέλο, όπου μέσα από την αειφορική προσέγγιση των σημαντικών πολιτιστικών και φυσικών πρώτων υλών, που διαθέτει η περιοχή και τον συνδυασμό τους, να προκαλέσουν την επιθυμητή ποιοτική τοπική ανάπτυξη, στηρίζοντας την τοπική οικονομία και την τοπική επιχειρηματικότητα, έχοντας ως **σπονδυλική στήλη της ανάπτυξης αυτής την ταυτότητα της περιοχής**.

Μια ταυτότητα που στη συνέχεια μετατρέπεται σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για προϊόντα, υπηρεσίες, τρόπο ζωής.

Δημιουργεί πνεύμα εμπιστοσύνης στους νέους για τον τόπο τους, δείχνοντας τους την προοπτική ανάπτυξης σε αυτόν.

Το ίδιο κάνει σε όλους τους εμπλεκόμενους τομείς, όπως παραγωγή, εστίαση - φυσιολατρικές δραστηριότητες - αθλητικές - ξεναγοί - οδηγοί βουνού.

Υπάρχει προοπτική ανάπτυξης όλων των ειδικών μορφών τουρισμού υπαίθρου (οικοτουρισμός - αθλητικός - καταδυτικός - θρησκευτικός - ιστορικός - βιωματικός - αγροτουρισμός - φυσιολατρικός).

Δίνει το έναυσμα για επανεκκίνηση παραδοσιακών επαγγελμάτων και πρακτικών όσον αφορά στην παραγωγή και της γαστρονομία.

Δημιουργεί σταθερό οικονομικό περιβάλλον, μείωση της ανεργίας και τόνωση στο αίσθημα ασφάλειας των πολιτών.

Καταξιώνει τον χαρακτήρα του τόπου, τί είναι και γιατί προσφέρεται. Τονώνει και ενισχύει την ποιοτική παραγωγή και τις ποιοτικές υπηρεσίες τουρισμού. Αναδεικνύει και ενδυναμώνει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Κρήτης.

Θεμελιώδης βάση όλων των προαναφερόμενων, η **προστασία του πλούτου της βιοποικιλότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς**.

Μέσα από αυτό το μοντέλο αναδεικνύεται, παράλληλα, η **σπουδαιότητα των εγκαταλελειμμένων πόρων και η νέα δυναμική των αξιών που εκφράζουν** προκαλώντας με τον τρόπο τους μία **«νέα ελκυστικότητα»** της περιοχής, την **αναζωογόνηση των οικισμών και των κοινωνικών σχέσεων** και την δημιουργία **νέων παραγωγικών δυνατοτήτων** που πρέπει να αξιοποιηθούν.

Ως φυσιολογικό επακόλουθο δημιουργούνται **απαιτήσεις μεγαλύτερης υπευθυνότητας** τόσο από την τοπική κοινωνία όσο και από τους τοπικούς φορείς.

Τα οφέλη που θα προκύψουν σύμφωνα και με σχετικές αναφορές της Ουνέσκο, θα προκύψουν από... **«τον τουρισμό και από τις στρατηγικές της αειφόρου ανάπτυξης που κάθε τόπος σχεδιάζει και υλοποιεί»**.

Ένα τέτοιο μοντέλο έρχεται να προσφέρει μεταξύ άλλων σοβαρή στήριξη στις προσπάθειες για 12-μηνο τουρισμό αφού προσφέρεται ως τουριστικός προορισμός για ποικίλες εμπειρίες με βάση την

τεράστια πολιτιστική, περιβαλλοντική και ανθρωπολογική διάσταση που διαθέτει.

Η ένταξη της περιοχής στον **κατάλογο βιόσφαιρας ουνέσκο** αποτελεί μία **μοναδική Ευκαιρία** για η ανάπτυξη ποιοτικού τουρισμού και προβολής ολόκληρης της περιοχής αφού μέσα από αυτή την αναγνώριση δημιουργείται ένα ολοκληρωμένο σύστημα ανάδειξης - προστασίας και αξιοποίησης της.

Μια μοναδική ευκαιρία η οποία αυξάνει την τουριστική ελκυστικότητα της περιοχής, φωτίζοντάς την και τοποθετώντας την στον παγκόσμιο χώρο, **όχι πλέον ως κληρονομιά μόνο των κατοίκων των Αστερουσίων, αλλά ως κληρονομιά όλου του κόσμου**.

Κι αυτό γιατί γνωρίζουμε ότι η **«μάρκα UNESCO»**

αποτελεί ένα **μοναδικό τουριστικό brand** που αν αξιοποιηθεί σχεδιασμένα και με σύγχρονους Όρους μπορεί ως **«νέος μίτος της Αριάδνης»** να οδηγήσει την περιοχή σε ένα άλλο επίπεδο οικονομικής πραγματικότητας, σε νέες ευκαιρίες απασχόλησης κι επιχειρηματικότητας.

Στους ανθρώπους του τόπου και στους τοπικούς φορείς εναπόκειται η αξιοποίηση αυτής της μοναδικής διάκρισης που δεν ενισχύει μόνο τις προσπάθειες της περιοχής για μία ποιοτική ανάπτυξη αλλά και του συνόλου της Κρήτης.

Αυτά μαρτυρούν οι πολλές άλλες αντίστοιχες περιπτώσεις όπου περιοχές που βρίσκονταν στο περιθώριο της ανάπτυξης και της οικονομίας, άλλαξαν καθοριστικά την πορεία τους.



Ιατρικός Τουρισμός



Κωνσταντίνος Ζωιδουκίδης

Καθηγητής, Ακαδημαϊκός,
Βασιλική Ακαδημία Οικονομικών &
Χρηματοοικονομικών,
Βασιλική Ευρωπαϊκή Ακαδημία των
Διδασκόντων,
Πολυτεχνείο Κρήτης & Audencia
Business Research, France

Συνεισφορά του Ιατρικού Τουρισμού στην Ανάπτυξη: Μια Ανάλυση



Δημήτριος Μπατάκης

Υποψ. Δρ Πολυτεχνείο Κρήτης,
Μέλος του Εργαστηρίου
Financial Engineering

Video



Είναι γνωστό πως ένα από τα πιο δυνατά σημεία της Ελλάδας στον οικονομικό τομέα είναι ο τουρισμός. Αυτό οφείλεται στη φυσική ομορφιά της χώρας, με αποτέλεσμα κάθε χρόνο να έρχονται εκατομμύρια τουρίστες από όλο τον κόσμο. Ο τουρισμός φαίνεται να είναι μία ελπίδα για την πατρίδα μας, μέσα σε αυτήν την οικονομική κρίση που περνάει. Για το λόγο αυτό, συνεχώς ανακαλύπτονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως αγροτουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, ιατρικός τουρισμός, για τον οποίο γίνεται λόγος στην παρούσα έρευνα. Ο ιατρικός τουρισμός απευθύνεται σε τουρίστες που πρόκειται να επισκεφθούν μια ξένη χώρα, για την παροχή υγειονομικών υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την απόλαυση των διακοπών. Τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμια κλίμακα η ζήτηση του ιατρικού τουρισμού αυξάνεται ραγδαία, γεγονός που οφείλεται στις δημογραφικές αλλαγές και την αύξηση του προσδόκιμου ζωής. Σε αυτό το σημείο ακριβώς παρουσιάζεται μια μεγάλη ευκαιρία για την

Ελλάδα. Σε άλλα κράτη του κόσμου ο ιατρικός τουρισμός είναι ήδη πολύ ανταγωνιστικός και δαπανώνται πολλά δισεκατομμύρια για την ανάπτυξη του. Η Ελλάδα, παρ' όλο που βασίζεται στον τουρισμό, στο κομμάτι του ιατρικού τουρισμού δεν έχει την ανάλογη ανάπτυξη. Βέβαια, σε γενικές γραμμές, υπάρχουν οι προϋποθέσεις ανάπτυξής του, αφού η Ελλάδα είναι μία κατ' εξοχήν τουριστική χώρα, σε συνδυασμό με το καταρτισμένο ιατρικό προσωπικό που υπάρχει.

Χαρακτηριστικά να αναφερθεί ότι, το 46% του παγκόσμιου τζίρου του ιατρικού τουρισμού δαπανάται αποκλειστικά για οδοντιατρική θεραπεία, στην Ελλάδα το κόστος αυτών των οδοντιατρικών εργασιών είναι το 20%-30% του αντίστοιχου στον τόπο προορισμού των διεθνών ασθενών. Επίσης, οι εκτιμήσεις δείχνουν 60%-90% χαμηλότερη δαπάνη υγειονομικής περίθαλψης και μικρότερες λίστες αναμονής σε σύγκριση με τις αντίστοιχες τιμές στο Ηνωμένο Βασίλειο, στον Καναδά ή στις Ηνωμένες Πολιτείες. Για παράδειγμα, μια εξωσωματική γονιμοποίηση στην Ελλάδα κοστίζει περίπου 3.000-5.000 ευρώ, ενώ στην Αμερική και στον Καναδά κοστίζει περί τα 20.000 ευρώ και στην Αγγλία 8.000 ευρώ.

Παράλληλα, η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας έχει δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ενός νέου -και εξαιρετικά ανερχόμενου- επαγγελματικού κλάδου, αυτού του συντονιστή υγείας. Ο ασθενής από το εξωτερικό προγραμματίζει τη θεραπεία του σε πιστοποιημένα ελληνικά νοσοκομεία, ενώ παράλληλα αναθέτει τη φροντίδα όλων των λεπτομερειών του ταξιδιού στην Ελλάδα στους ανθρώπους που ασκούν αυτή την ειδικότητα. Προαιρετικά προσφέρονται υπηρεσίες διερμηνείας και μετάφρασης εγγράφων, κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων - ξενοδοχείων, υπηρεσίες μεταφοράς, βοήθεια σε όλα τα γραφειοκρατικά και διαδικαστικά θέματα, αλλά και τουριστικές δραστηριότητες για τον ασθενή ή/και για τα μέλη της οικογένειάς του.

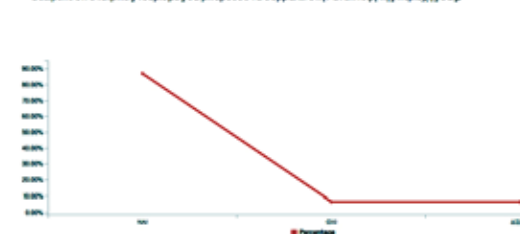
Μελέτη

Στην έρευνα που διεξάγεται από το **Εργαστήριο Financial Engineering** εξετάστηκαν 95 ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων της Κρήτης, στους υπαλλήλους των οποίων διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια που αφορούσαν τον ιατρικό τουρισμό. Ο κύριος στόχος της έρευνας ήταν η παρουσίαση των πεποιθήσεων των υπαλλήλων των ξενοδοχείων στο νησί της Κρήτης, σχετικά με τον ιατρικό τουρισμό στην Ελλάδα και τις προοπτικές ανάπτυξής του. Οι κύριοι στόχοι της έρευνας είναι να εξεταστούν η ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Κρήτη ως αρωγός της ελληνικής οικονομίας, η δυνατότητα υποστήριξής του με τις απαιτούμενες υποδομές, τα κίνητρα που δίνονται από την πολιτεία για επενδύσεις στον

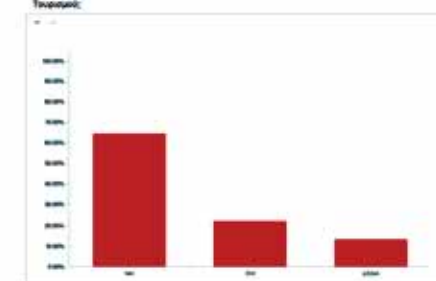
ιατρικό τουρισμό και η ενημέρωση των ξενοδόχων για τον τομέα αυτό.

Τα στοιχεία που αποτυπώνονται στην προκείμενη έρευνα που διενεργήθηκε από τους Δημήτρη Μπατάκη, Υπ/ Δρ. και Κωνσταντίνο Ζωιδουκίδη, Καθηγητή του Πολυτεχνείου Κρήτης και της Audencia Business School. Έδειξαν ότι οι ξενοδοχοί των πολυτελών ξενοδοχείων στην Κρήτη, σε ποσοστό 86,05% θεωρούν πως ο Ιατρικός Τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη της περιοχής τους, ενώ αντιθέτως το ποσοστό εκείνων που πιστεύουν πως δεν μπορεί να φέρει ανάπτυξη περιορίζεται στο 6,98%. Στην ερώτηση αν θεωρούν απαραίτητο να επενδύσουν οι επιχειρήσεις τους στον Ιατρικό Τουρισμό οι 6 στους 10 απάντησαν καταφατικά (61,9%), ενώ ο 1 στους 4 αρνητικά (23,81%).

Θεωρείτε ότι ο Ιατρικός Τουρισμός θα μπορούσε να συμβάλει στην ανάπτυξη της περιοχής σας;



Θεωρείτε ότι είναι αναγκαίο να επενδύσει (ή ε επενδύσει) στον τομέα του Ιατρικού Τουρισμού;



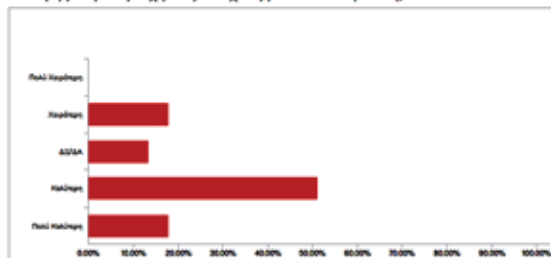
Κατόπιν, οι ξενοδοχοί κλήθηκαν να παρουσιάσουν την άποψή τους σχετικά με τους τρόπους που θα μπορούσε ο Ιατρικός Τουρισμός να αναπτυχθεί στο νησί της Κρήτης. Το 14% των ερωτηθέντων απάντησε πως θα πρέπει η Περιφέρεια Κρήτης να αναλάβει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προβολή του Ιατρικού Τουρισμού, όπως επίσης παρουσίασαν την άποψη να γίνει ενσωμάτωση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων στα προγράμματα ΕΣΠΑ. Το 12% υποστήριξε πως ο Ιατρικός Τουρισμός θα ήταν καλό να υποστηριχθεί από τους τοπικούς φορείς, ενώ το 6% εκδήλωσε την προθυμία να δημιουργηθούν μέτρα προβολής και ανάπτυξης του εγχειρήματος από τους Δήμους. Τέλος, αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό εκείνων που απάντησαν ότι θα ήταν προτιμότερο να γίνουν όλες οι ως άνω ενέργειες για να αναπτυχθεί η εν λόγω μορφή τουρισμού, με το ποσοστό των ερωτηθέντων να ανέρχεται στο 54%.

Πως θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο Ιατρικός Τουρισμός στην περιοχή σας;

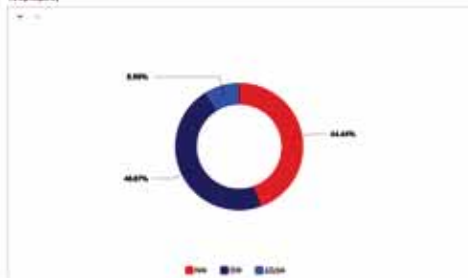


Όσον αφορά την πλευρά του τουρισμού, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν αν η κατάσταση του τουρισμού είναι σε καλύτερη κατάσταση, από ότι στο παρελθόν. Οι απαντήσεις των ξενοδόχων είναι πολύ καλές για την Κρήτη, αφού το 51,11% απάντησε ότι η κατάσταση είναι καλύτερη σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια και το 17,78% απάντησε πολύ καλύτερη. Άλλη μία ερώτηση με βαρύνουσα σημασία που τέθηκε προς απάντηση από το κοινό, είναι το αν οι ξενοδόχοι θεωρούν πως η τοπική αγορά της Κρήτης είναι έτοιμη ώστε να παρέχει υπηρεσίες Ιατρικού Τουρισμού. Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι απόψεις διίστανται, με το 44,44% να απαντάει πως η τοπική αγορά είναι έτοιμη να υποστηρίξει τον Ιατρικό Τουρισμό, ενώ το 46,67% όσων απάντησαν να υποστηρίζει το αντίθετο.

Ποια θεωρείτε ότι είναι η κατάσταση σήμερα από τουριστικής άποψης στην περιοχή σας σε σχέση με παλαιότερα έτη;



Θίνατε ότι η τοπική αγορά της περιοχής σας βρίσκεται έτοιμη ώστε να παρέχει υπηρεσίες Ιατρικού Τουρισμού;

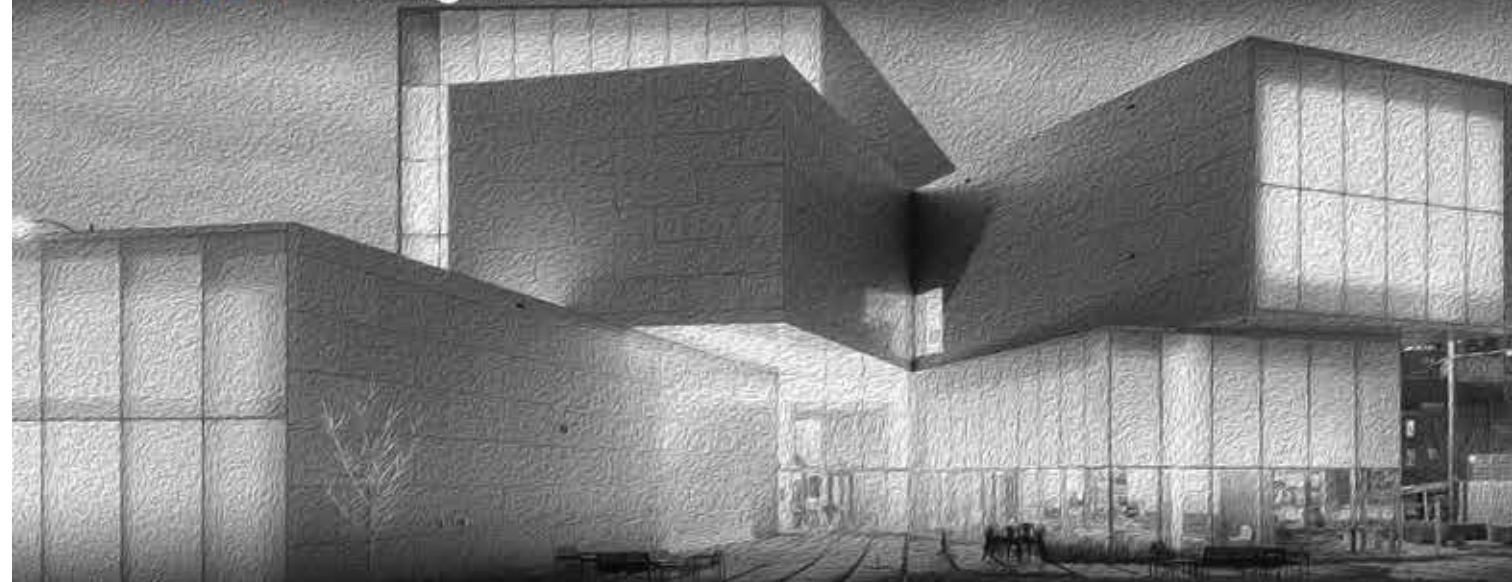


Συμπεράσματα-προοπτικές

Αυτές ήταν οι σημαντικότερες ερωτήσεις που απηύθυνε η ερευνητική ομάδα προς τους ιδιοκτήτες και υπαλλήλους των πολυτελών ξενοδοχείων της Κρήτης (4 και 5 αστέρων), από τις οποίες εξάγονται ορισμένα συμπεράσματα. Αρχικά φαίνεται ένα πολύ θετικό κλίμα στην Κρήτη, όσον αφορά την

επικρατούσα κατάσταση του τουρισμού, αφού οι 7 στους 10 απάντησαν πως είναι καλύτερη σε σχέση με προηγούμενα έτη. Αυτό είναι ένα πολύ θετικό στοιχείο, διότι φαίνεται πως ο Ιατρικός Τουρισμός επιχειρεί να αναπτυχθεί σε ένα εύφορο έδαφος, με υψηλούς τουριστικούς δείκτες, γεγονός που διευκολύνει το έργο του εγχειρήματος αυτού. Ακόμα όμως ένα θετικό στοιχείο επ' αυτού, είναι η άποψη των ξενοδόχων, ότι ο Ιατρικός Τουρισμός μπορεί να συμβάλει θετικά στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην Κρήτη, με την πλειοψηφία αυτών να επιθυμούν οι επιχειρήσεις τους να δραστηριοποιηθούν και να επενδύσουν στη νέα αυτή μορφή τουρισμού. Όλα τα παραπάνω στοιχεία συνθέτουν ένα ευνοϊκό κλίμα για την καθιέρωση και την άνθιση του Ιατρικού Τουρισμού στο νησί.

Ενώ όμως φαίνεται να υπάρχει ένα θετικό κλίμα προς τον Ιατρικό Τουρισμό, παρ' όλα αυτά η γνώμη των ξενοδόχων δεν είναι πολύ ενθαρρυντική, για το αν η αγορά της Κρήτης είναι έτοιμη για την ανάπτυξή του. Το γεγονός αυτό βέβαια, προκύπτει από την άγνοια που υπάρχει στην πλειοψηφία των επαγγελματιών τουρισμού για τη συγκεκριμένη έκφανση του τουρισμού. Όμως, για να επέλθει η λύση αυτού του προβλήματος, είναι απαραίτητη η εφαρμογή των μεθόδων ανάπτυξης του Ιατρικού Τουρισμού. Η μεγαλύτερη μερίδα των ερωτηθέντων επιθυμεί να αναλάβουν την προώθηση του Ιατρικού Τουρισμού η Περιφέρεια, οι Δήμοι και οι τοπικοί φορείς και αυτό σε συνδυασμό με την ενσωμάτωση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων στα προγράμματα ΕΣΠΑ. Με τους τρόπους αυτούς, θα μπορέσει αρχικά να αναπτυχθεί ο Ιατρικός Τουρισμός στην Κρήτη και εν συνεχεία να τεθεί σε εφαρμογή, σε μία περιοχή που όπως φαίνεται είναι ήδη έτοιμη να τον υποδεχθεί.



EXHIBITION SERVICES

SHOPFITTING SERVICES

EVENT SERVICES



We are proud that well-know customers rely on our services on regular basis and would be happy to add you to our list.

Ενέργειες Επανεκκίνησης Τουρισμού



Κυριάκος Κώτσοζλου

Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης
MSc, PhD,
Εντεταλμένος Περιφερειακός
Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού
και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης,
Γενικός Διευθυντής στην εταιρεία
Caldera Group of Companies

Στο βασικό ερώτημα της ημερίδας «Κρητών Φιλοξενείν», της Επανεκκίνησης του Τουρισμού της Κρήτης και της παράλληλης προσπάθειας για Τουρισμό 12 μηνών, μέσω σειράς ερωτημάτων δείχνουν τις ενέργειες, που έχει κάνει η Περιφέρεια Κρήτης, προς αυτό τον Στόχο.

Ερώτηση: Έχει γίνει από την Περιφέρεια Κρήτης κάποια εκτίμηση - καταγραφή με Ποιοτικά και Ποσοτικά, Οικονομικά κ.λπ. δεδομένα των συνεπειών του Κορωνοϊού στον Τουρισμό, σε Επίπεδο Κρήτης;

Η φετινή χρονιά είχε σειρά αρνητικά δεδομένα, τα οποία επηρέασαν, επηρεάζουν και θα συνεχίσουν να επηρεάζουν την Κρητική οικονομία, όπως φυσικά συμβαίνει και σε εθνικό επίπεδο. Οι αφίξεις μειώθηκαν σε ποσοστό που φτάνει το 80%, ο κύκλος εργασιών το ίδιο, ενώ η απασχόληση έπεσε κάτω από 50% και συνεχίζει, βαίνοντας μειούμενη. Σε αντίθεση, άνοιξε, επιχείρησε, πάνω από το 80% των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Κρήτης, γεγονός που είχε τόσο αρνητικές όσο και θετικές επιρροές στον Κρητικό Τουρισμό.

Σε κάθε περίπτωση, για την Κρήτη η σεζόν δεν έχει τελειώσει, το ότι βαίνει προς την ολοκλήρωσή της είναι λογικό, όμως έχει ακόμα πολλά να δώσει, τόσο στον κύκλο εργασιών του Τουρισμού όσο και την απασχόληση. Εκτός όμως από τα προφανή, αυξάνει την ικανότητα της Κρήτης και των Στελεχών της στην εφαρμογή των υγειονομικών πρωτοκόλλων, αλλά και το Brand Name «Κρήτη» που ενισχύεται ακόμα και σήμερα. Το σλόγκαν «Η σεζόν τελείωσε», **δεν ισχύει** σίγουρα για την Κρήτη, συνεχίζουμε την προσπάθεια...

Στην προσπάθειά μας να αποτιμήσουμε και να καταγράψουμε τα αρνητικά δεδομένα της χρονιάς αυτής έγιναν πολλές προσπάθειες, αλλά αξίζει να ξεχωρίσουμε τις παρακάτω, που είναι διακριτές και σημαντικές:

α. Η Μελέτη που γίνεται στην Π.Ε. Χανίων για το Προφίλ του επισκέπτη της Δυτικής Κρήτης και φέτος επιπλέον για το Προφίλ του επισκέπτη του Φαραγγιού της Σαμαριάς, σε συνεργασία MAIX, Πολυτεχνείου Κρήτης, ΕΒΕ Χανίων και φυσικά της Περιφέρειας Κρήτης, που ανέδειξε μια σειρά σημαντικών δεδομένων.

β. Η Μελέτη που έγινε με τη συνεργασία της ALCO, αναφορικά με την Κρήτη ως τουριστικό προορισμό για τον εσωτερικό τουρισμό της Ελλάδας, τις προτιμήσεις που δημιουργήθηκαν κατά την εποχή του Κορωνοϊού, το ποσοστό αποδοχής της προβολής της Κρήτης, της τήρησης των πρωτοκόλλων και πως η Κρήτη βρέθηκε στην πρώτη θέση των προτιμήσεων του εσωτερικού τουρισμού της χώρας, παρότι νησί.

γ. Η μελέτη της Horwath HTL, μια μελέτη για την αξιοπιστία της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό, την οποία η Περιφέρεια Κρήτης σκοπεύει να παραδώσει στους Συλλόγους και τις Ενώσεις ξενοδόχων της Κρήτης, με **σκοπό να αποτελέσει ένα εργαλείο ανάδειξης της αξιοπιστίας της Κρήτης και στο Διεθνές στερέωμα.**

Ερώτηση: Τι μέτρα έχουν παρθεί από την Περιφέρεια Κρήτης για τη στήριξη των εργαζομένων και των επαγγελματιών του τουρισμού.

α. Τη στιγμή που γράφοντας οι γραμμές αυτές, βρισκόμαστε στο επίκεντρο του **προγράμματος ενίσχυσης των επιχειρήσεων και επαγγελματιών που επλήγησαν από τον Κορωνοϊό**, με το πρόγραμμα ενός Κεφαλαίου Επιδότησης ύψους 50 εκ. ευρώ, για τις επιχειρήσεις της Κρήτης που επλήγησαν κατά το 2020.

β. Η Εκπαίδευση την οποία πραγματοποίησε η Περιφέρεια Κρήτης, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης και την Ιατρική Σχολή του και αποδέκτες πάνω από 60.000 Κρητικά Στελέχη του Τουρισμού και όλων των συναφών κλάδων, αποτέλεσε μια ενέργεια που χαρακτηρίστηκε παγκόσμια, ως καλή πρακτική.

γ. Επικοινωνήσαμε καθ' όλη τη διάρκεια με τους φορείς τουρισμού όλης της Κρήτης και της Ελλάδας γενικότερα, συμμετείχαμε με τον πιο δεικτικό τρόπο στα φόρουμ του Κρητικού Τουρισμού, αναζητήσαμε λύσεις σε θέματα που ξεκίνησαν από την Αστική Ευθύνη κι έφτασαν ως τα εργασια ή τραπεζικά ζητήματα.

δ. Συζητήσαμε με τους Συλλόγους Ξενοδοχούπαλλήλων και τους λοιπούς φορείς των εργαζομένων, παρείχαμε αρωγή στα αιτήματα των εποχιακών εργαζομένων για επανα-πρόσληψη, αιτήματα που εν τέλει ικανοποιήθηκαν ως προς το δίκαιό τους, αλλά και τους οδηγούς, τους ξεναγούς και κάθε κατηγορία.

ε. Ενημερώσαμε σε συνεργασία με τις Διευθύνσεις Υγείας της Περιφέρειας Κρήτης και τους επόπτες

Δημόσιας Υγείας, για την ορθή εφαρμογή τους, σε όλους τους Δήμους της Κρήτης που μας το ζήτησαν, μια σειρά ενεργειών που απέδειξαν ότι **ο ρόλος της Περιφέρειας είναι προληπτικός** κι όχι κατασταλτικός.

στ. Συμμετείχαμε σε κάθε συνεδρίαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Τουρισμού, καλέσαμε τον υπουργό στην Κρήτη, αλλά κυρίως, ενισχύσαμε κάθε ενέργεια που έγινε για φιλοξενία τουριστικών πρακτόρων από κάθε χώρα, ενέργειες πάνω στο πεδίο του τουρισμού που ανάδειξαν την Κρήτη κορυφαίο προορισμό.

Ερώτηση: Τι μέτρα έχουν παρθεί από πλευράς της Περιφέρειας Κρήτης για τη στήριξη και τη περαιτέρω ενίσχυση των Δομών Υγείας σε συνέργεια με τους αρμόδιους φορείς.

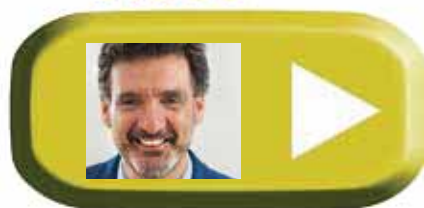
α. Πάλι, στην φάση αυτή, έχει υπογραφεί από την Περιφέρεια Κρήτης, η προγραμματική σύμβαση για την ενίσχυση των δομών υγείας ύψους 20 εκατομμυρίων Ευρώ, γεγονός που δείχνει ότι η Περιφέρεια Κρήτης, στοχεύει με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον και όχι μόνο σε εφήμερες ενέργειες ανακούφισης.

β. Παρόλα αυτά δεν πρέπει να υποβαθμίζονται ενέργειες όπως οι δράσεις εθελοντισμού τις οποίες διοργάνωσε η Περιφέρεια Κρήτης, με ή χωρίς την 7η Υγειονομική Περιφέρεια, τα υλικά (μάσκες, γάντια και αντισηπτική) τα οποία παρέδωσε σε όποιον φορέα αιτήθηκε, παράλληλα με το ποσό του 1.000.000 € που παρείχε εντός της Πανδημίας, με σκοπό την αγορά εξοπλισμού και υγειονομικού υλικού για όλους.

Ερώτηση: Υπάρχει πρωτοβουλία ιδιαίτερης τουριστικής προβολής της Κρήτης, έχοντας ως γνώμονα την υπάρχουσα δυσχερή συγκυρία στο τομέα αυτό με τις επιπτώσεις του, από ένα πρόγραμμα προσαρμοσμένο στα σημερινά πραγματικά δεδομένα, που να αφορά την τόνωση του τουρισμού στην Περιφέρεια Κρήτης, ένεκα ότι το νησί μας κατέχει ένα μεγάλο ποσοστό στο τουριστικό τομέα της χώρας και έχει το λιγότερο συγκριτικά πληγεί από τον Κορωνοϊό που αυτό λειτουργεί ως πλεονέκτημα.

Η Περιφέρεια Κρήτης, κατά τη διάρκεια του Κορωνοϊού ήδη, σχεδίασε και υλοποίησε το **Crete From Home**, μια ιστοσελίδα που «μετάφερε» σε όλον τον κόσμο που ήταν τότε σε Lock Down, το θετικό συναίσθημα από την Κρήτη. Με τον τρόπο αυτό ακόμα και πριν τη χαλάρωση των μέτρων όλος ο κόσμος συζητούσε για την Κρήτη που και με τις συνθήκες αυτές, συνεχίζει να αποτελεί την **«ατμομηχανή»** του Τουρισμού της Ελλάδας! Η τουριστική καμπάνια μας είναι ειδικά σχεδιασμένη για να είναι επίκαιρη και δυναμική, να προσαρμόζεται σύμφωνα με τις ανάγκες της Κρήτης και τις διαρκώς μεταβαλλόμενες τουριστικές συνθήκες.

Video



Αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής τουρισμού της Π.Κ. που στόχο έχει την ανάδειξη του προορισμού κι ενδυνάμωση σε παγκόσμιο επίπεδο του brand name «ΚΡΗΤΗ». **Το επόμενο χρονικό διάστημα θα εκπλήξει.**

Παρότι η τουριστική προβολή είναι μια ενιαία δέσμη ενεργειών, θα δώσουμε μια μεγάλη έμφαση στην Φιλοξενία δημοσιογράφων από μεγάλα και έγκυρα ΜΜΕ της Ελλάδας και του εξωτερικού με πρωταρχικό στόχο την προβολή της ασφάλειας του προορισμού, την τήρηση των υγειονομικών πρωτοκόλλων. Δεδομένα, η απόφαση να ταξιδέψω εξαρτάται από το πως θα αντιμετωπιστώ και αυτή είναι, μια σημαντική διάσταση.

Ερώτηση: **Υπάρχει ένα συνολικό στρατηγικό σχέδιο επούλωσης των συνεπειών του Κορωνοϊού σε επίπεδο Κρήτης από μεριάς της Περιφέρειας Κρήτης;**

α. Υπάρχουν ήδη συμφωνίες με Αεροπορικές

Εταιρείες, σε Ανατολική και Δυτική Κρήτη, που επεκτείνουν το πτητικό πρόγραμμά τους, για όλο τον Νοέμβριο του 2020. Αυτό, όχι μόνον θα φέρει αύξηση στα τουριστικά έσοδα και την απασχόληση, αλλά και θα επιφέρει την επιθυμητή επέκταση που όλοι ζητάμε.

β. Εξελίσσεται ο Στρατηγικός μας σχεδιασμός για το 2020-30, λαμβάνοντας υπόψη του τις κρίσεις που μας απασχόλησαν τα τελευταία χρόνια (Thomas Cook, Μεταναστευτικό, Covid-19) αλλά και το **Παρατηρητήριο Τουρισμού που ενεργοποιήσαμε, με το ΕΛΜΕΠΑ, ως πρώτη Περιφέρεια, στην Ελλάδα.**

γ. Κυρίως όμως ο στόχος μας είναι να συνεχίσουμε να παρουσιάζουμε την Κρήτη ως κορυφαίο παγκόσμια προορισμό, σε συνεργασία με τους Δήμους μας, για να αναφωνήσουμε όλοι και πάλι.

Κρήτη παντού!!!

Προβολή μυστικών ευδαιμονίας της Κρήτης

Χρήστος Πανής



Καθηγητής Γενικής Ιατρικής & Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας, Ιατρική σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης

Η Κρήτη έχει σημαντικά πλεονεκτήματα ευζωίας και ευδαιμονίας σε σχέση με χώρες του βορρά. Τα κοινωνικο-ψυχολογικά χαρακτηριστικά -προσδιοριστές- επηρεάζουν την βιολογία και το γεννητικό υλικό που είναι το μεγάλο μυστικό της Κρήτης. Η υψηλή θρησκευτικότητα με σύγχρονους όρους, η πνευματικότητα και η εξαιρετική αναγνώριση της έννοιας της οικογένειας με το εξαιρετικό κοινωνικό δίκτυο είναι τα μυστικά των Κρητών για τα χρόνια νοσήματα.

Οι επίσημοι δείκτες για τους προσδιοριστές της ανάπτυξης του καρκίνου και της καρδιακής νόσου, είναι πολύ μικρότεροι στην Κρήτη από αυτούς που έχουν δημοσιεύσει οι σκανδιναβικές χώρες.

Το άγχος που δεν ελέγχεται, υπάρχει και στη φτώχεια αλλά και στην απληστία, οδηγεί σε φλεγμονή η οποία αυξάνεται κατά την πάροδο των ετών και κάνει κάποιους ανθρώπους ευάλωτους.

Τρεις συγκεκριμένες προτάσεις ανάπτυξης:

- Επένδυση στην έρευνα και στην τεκμηρίωση. Περισσότερη έρευνα στα κοινωνικο-ψυχολογικά χαρακτηριστικά, τους προσδιοριστές που φαίνεται να είναι αυτοδύναμοι της μακροζωίας αλλά και της ανοσίας απέναντι στο κορωνοϊό, με την έννοια της μικρότερης πιθανότητας εισαγωγής στη ΜΕΘ και κατάληξη τον θάνατο.
- Επένδυση στην έρευνα στην προβολή των μυστικών της Κρήτης μέσα από τη συνεργασία όλων μας αλλά και της Περιφέρειας, της Αυτοδιοίκησης με την Ακαδημαϊκή κοινότητα.
- Επένδυση μέσω της έρευνας στην αξιοποίηση του φυσικού πλούτου που έχει επίδραση στην υγεία και η ανάπτυξη νέων πατεντών.

Video



Συνεργασία Δύναμη Ανάπτυξης



Αντιπρόεδρος,
Επιμελητηρίου Χανίων

Γιάννης Μαργαρίτης

Η Κρήτη διαθέτει ένα αξιοσημείωτο τουριστικό προϊόν, με πλούσιο φυσικό περιβάλλον (θάλασσα, ορεινούς όγκους, κλπ) και σημαντικά μνημεία πολιτισμού.

Στόχος μας μετά την επαναφορά στην κανονικότητα είναι η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτουμε προκειμένου να επιτύχουμε την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την προσέλκυση νέων μορφών τουρισμού. Το τουριστικό προϊόν μας πρέπει να απευθύνεται σε πιο ενήμερους, πιο εκλεκτικούς, πιο απαιτητικούς και πιο εύπορους τουρίστες και μάλιστα για 12 μήνες το χρόνο.

Αυτό προϋποθέτει τη σταδιακή αλλά σύντομη, κατά το δυνατόν, μετάβαση από τον μαζικό, παραθεριστικό τουρισμό της παραλίας, (ο οποίος πάντως θα συνεχίσει να είναι ένα από τα βασικά μας προϊόντα), στον θεματικό - εναλλακτικό τουρισμό. Οι ειδικές μορφές τουρισμού, ιδιαίτερα οι ήπιες μορφές μπορούν να συμβάλουν, σε μεγάλο βαθμό, στη σύνθεση και προσφορά μιας συνολικής εμπειρίας στον φιλοξενούμενο επισκέπτη.

Για τον σκοπό αυτό, η Κρήτη διαθέτει πλούσιους τουριστικούς πόρους: Φυσικό περιβάλλον, πολιτιστικό απόθεμα, πλούσια παραγωγή τοπικών προϊόντων, το Κρητικό διατροφικό πρότυπο, ποιοτικές μονάδες φιλοξενίας και καλές υπηρεσίες από ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών. Παρουσιάζει όμως σημαντικό έλλειμμα σε γενικές υποδομές προσβασιμότητας στους τουριστικούς τόπους αλλά και διακίνησης των προϊόντων της (οδικά δίκτυα, αεροδρόμια, λιμάνια, κ.λπ.).

Η Κρήτη αποτελεί τη ναυαρχίδα του τουρισμού της Ελλάδας. Πρέπει όλοι να κατανοήσουμε ότι η τουριστική ανάπτυξη και η προστασία και ανάδειξη του περιβάλλοντος, της πολιτιστικής μας κληρονομιάς αλλά και της σύγχρονης πολιτιστικής παραγωγής, αποτελούν στόχους που όχι μόνο δεν αποκλείονται **αμοιβαίως** αλλά αντιθέτως, δρουν συμπληρωματικά

και αλληλοενισχύονται.

Το Κρητικό διατροφικό πρότυπο που απολαμβάνει παγκόσμια αναγνώριση, είναι ένας πολύτιμος τουριστικός πόρος που, δυστυχώς, παραμένει σχετικά ανεκμετάλλετος. Είναι γνωστό ότι μεταξύ των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, κορυφαίο ρόλο έχει ο γαστρονομικός τουρισμός.

Πράγματι, η γεύση αποτελεί πολύτιμο στοιχείο του πολιτισμού μιας χώρας ή μιας περιοχής. Ιδιαίτερα, η παραδοσιακή κουζίνα, και η οινική παράδοση, ως μείζον συνθετικό της τουριστικής προσφοράς, μπορεί να είναι σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και μπορεί να συμβάλει στην απορρόφηση και προβολή των προϊόντων της κρητικής παραγωγής.

Σ' αυτή την προσπάθεια, ο πολιτισμός της γεύσης και του οίνου, μαζί με τις άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, μπορεί να έχει πρωταρχικό ρόλο. Το Κρητικό διατροφικό πρότυπο, η Κρητική κουζίνα, σε αρμονική σύνδεση με τον Κρητικό αμπελώνα, αποτελούν πολύτιμους τουριστικούς πόρους.

Οι κρουαζιέρες είναι ένα θέμα που απασχολεί το σύνολο των νησιωτικών Δήμων και πρέπει να αποτελεί αντικείμενο συνεργασίας όλων των αρμοδίων φορέων, συλλόγων και επιχειρηματιών του κλάδου. Είναι διαπιστωμένο ότι η κρουαζιέρα είναι από μόνη της ένα μεγάλο κεφάλαιο, αφού το είδος αυτού του τουρισμού δεν απευθύνεται μόνο σε μια επαγγελματική τάξη, αλλά στο σύνολο του επιχειρηματικού κόσμου και κατ' επέκταση στην ίδια τη ζωή του νησιού.

Η Κρήτη έχει το τεράστιο συγκριτικό πλεονέκτημα να αποτελεί γεωγραφικό σταυροδρόμι στη Μεσόγειο.

Οι κατακλυσμιαίες αλλαγές στον αραβικό κόσμο και κυρίως στη γειτονιά μας τη Β. Αφρική μας δείχνουν τόσο ότι είμαστε απροετοίμαστοι να διαμορφώσουμε το μέλλον όσο και προς τα που θα κινηθεί η δυναμική της ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια. Πρέπει να αξιοποιηθούν αυτές οι δυνατότητες της γεωγραφικής θέσης, παράλληλα με τις τοπικές δυνατότητες και τη Περιφερειακή διοίκηση και να συνταχθεί ένα ολοκληρωμένο σχέδιο περιφερειακής ανάπτυξης με αξιοποίηση των τοπικών συμμαχιών και των γεωγραφικών δυνατοτήτων.

Στην προσπάθεια διαμόρφωσης ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης, εκτός από τις θετικές προτάσεις, πρέπει να ληφθούν υπόψη και δυο κίνδυνοι.

- Η παραβίαση της λεγόμενης φέρουσας ικανότητας της Κρήτης. Δεν πρέπει να επιβαρυνθεί υπερβολικά το ωραίο αυτό τοπίο με ρυπογόνες δραστηριότητες. Εάν καταστραφεί αυτό το ωραίο τοπίο, τότε θα καταστραφεί ο τουρισμός και οι άλλες δραστηριότητες.
- Η μονοκαλλιέργεια – μονοκουλτούρα. Το μοντέλο δεν πρέπει να έχει μονόπλευρο χαρακτήρα ανάπτυξης επικεντρώνοντας αποκλειστικά στον τουρισμό, αλλά ολοκληρωμένης συνολικής ανάπτυξης, που θα επεκτείνεται και στους άλλους τομείς, όπως οι υποδομές, η γεωργία, η κτηνοτροφία, η αλιεία, οι

υπηρεσίες, ο πολιτισμός, ο αθλητισμός και άλλοι τομείς.

Η Κρήτη πρέπει να προσανατολιστεί προς τη διαμόρφωση ενός μοντέλου ανάπτυξης, βασισμένου στην έρευνα, στην γνώση, στην καινοτομία και στις νέες τεχνολογίες, το οποίο να έχει το χαρακτήρα ολοκληρωμένων συστημάτων παραγωγής και συναφών δραστηριοτήτων.

Η Κρήτη πρέπει να γίνει κόμβος του μέλλοντος της περιοχής, με μια στρατηγική ως ξεχωριστό αναπτυξιακό κέντρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου.

Θα ήθελα εδώ να σας αναφέρω το μικρό θαύμα που επιτύχαμε από το 2012 έως το 2017 στον χώρο του τουρισμού. Η συνεργασία όλων των φορέων έφερε αύξηση 100% των αφίξεων εσωτερικού και 60% των αφίξεων εξωτερικού με την έλευση νέων αεροπορικών εταιρειών.

Η αναλογία επισκεπτών μέσω tour operator και ανεξάρτητων έφτασε από το 100% σχεδόν στο 50% - 50%. Αυτό μαζί με την αυξημένη δαπάνη κατά κεφαλή, αλλά και τις πολλές μικρές επενδύσεις στο χώρο του τουρισμού έδωσαν μία νέα ώθηση ανάπτυξης σε όλη την Κρήτη και ειδικότερα στην Δυτική, φτάνοντας ακόμα και το 20% του ΑΕΠ μέσα στην οικονομική κρίση. Δυστυχώς το 2018 και το 2019 είδαμε απώλεια της συνεχούς αύξησης και μείωση των επισκεπτών. Αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στην τιμολογιακή πολιτική της νέας διοίκησης του αεροδρομίου Χανίων από την ιδιωτική εταιρεία, αλλά και στον τερματισμό της αγαστής συνεργασίας των τοπικά εμπλεκόμενων φορέων.

Η **Περιφέρεια της Κρήτης** μπορεί να αναδειχτεί σε πρότυπο ανάπτυξης, εφόσον διαμορφώσει ένα κατάλληλο βιώσιμο αναπτυξιακό μοντέλο. Στην επίτευξη αυτού του στόχου μπορεί να συμβάλει και η πρόταση για το συνδυασμό δυο στρατηγικών περιφερειακής ανάπτυξης της Κρήτης.

Η πρώτη είναι η παραδοσιακή αναπτυξιακή στρατηγική που στηρίζεται στην αξιοποίηση των τοπικών κλασικών συντελεστών παραγωγής και των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Κρήτη στους τομείς της γεωργίας, της κτηνοτροφίας, της αλιείας, της ναυτιλίας, του τουρισμού και του πολιτισμού.

Η δεύτερη στρατηγική είναι η νέα στρατηγική δυναμικής ανάπτυξης που στηρίζεται στη γνώση, την έρευνα και την καινοτομία, στη δημιουργία νέων δυναμικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, με την αξιοποίηση του εκπαιδευτικού και ερευνητικού δυναμικού του Πολυτεχνείου Κρήτης, του Πανεπιστημίου Κρήτης, του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων, το ΙΤΕ και άλλων επιστημονικών και πολιτιστικών ιδρυμάτων.

Είναι ώρα για δράση και η πανδημία μας έδωσε το χρόνο και την εμπειρία για να διορθώσουμε λάθη και αδυναμίες προσδιορίζοντας από την αρχή το τουριστικό προϊόν της Κρήτης μας.

Video



Κρητική φιλοξενία: Κρητική κουλτούρα Κρητική γαστρονομία



Κώστας Περράκης

Πρόεδρος &
Διευθύνων Σύμβουλος
Cretan Bakery SA

Πώς να συνδέσουμε την αγροτική παραγωγή της Κρήτης με τον τουριστικό τομέα; Πρέπει να αξιοποιήσουμε κόσμο που φέρνουμε κάθε χρόνο και να τον κάνουμε πρεσβευτές της κρητικής διατροφής της κριτικής κουλτούρας της κριτικής νοστιμιάς. Όταν κάποιος πάει ένα ταξίδι θέλει να δοκιμάσει τοπικές γεύσεις πράγματα που βγάζει ο τόπος που επισκέπτεται, λοιπόν έχουμε τη δυνατότητα και μέσω των ξενοδοχείων, των εστιατορίων και όλους γενικά που ασχολούνται με τη σίτιση να το διαφημίσουμε και να το εντάξουμε στην διατροφική του συνήθεια, θεωρώ ότι είναι υποχρέωσή μας ... Το να έρθει ο Γερμανός και να φάει ένα γερμανικό τυρί ή ένα ολλανδικό μου φαίνεται τελείως παράλογο. Όσο αφορά τώρα το πως μπορούμε να του μάθουμε να τρώει ελληνικά, άμα του δώσεις ένα παξιμάδι και δεν του πεις πως να το φάει να σου πει ότι αυτό είναι ένα τούβλο αν του δείξεις όμως πως να το φτιάξει ότι πρέπει να του βάλει έξτρα παρθένο ελαιόλαδο πρέπει να βρει ντομάτα την ώριμη και πρέπει να βρει και καλή μυζήθρα τη ρίγανη αυτόν τον έχει κερδίσει είναι ο επόμενος ο πελάτης σαν Κρήτη πλέον. Την άλλη μέρα που θα φύγει σίγουρα στις βαλίτσες του θα έχει πάρει και μερικά από αυτά που έφαγε στο ξενοδοχείο ή στο εστιατόριο μαζί με τις αναμνήσεις του, από κει και πέρα πρέπει εμείς να φροντίσουμε να τα βρει στον τόπο του (E-shop

αντιπρόσωποι εξαγωγές) έτσι ώστε να κρατήσουμε την ανάμνηση και να τον ξαναφέρουμε να ξανά γευτεί τις γεύσεις και να ξανά βουτήξει στην κουλτούρα της Κρητικής διατροφής.

Ωστόσο για να συνδέσουμε και την παραγωγή με το ξενοδοχείο μπορούμε στα ξενοδοχεία που έχουν μίνι μάρκετ η σουπερμάρκετ να φτιάξουμε μία γωνιά (ΚΡΗΤΗ). Με αυτά τα προϊόντα που διαφημίζουν και προάγουν την κρητική διατροφή και γενικά με δράσης μέσα στα ξενοδοχεία μέσα στα εστιατόρια το οποίο να έχει τη δυνατότητα ο επισκέπτης ο τουρίστας να δοκιμάσει τα τοπικά προϊόντα.

Η άλλη διασύνδεση βέβαια είναι τα πανεπιστήμια το κάθε πανεπιστήμιο που λειτουργεί στον τόπο μας και έχει σχέση με τη διατροφή, με την παραγωγή, θα πρέπει να εμπλακεί σ' αυτή τη διαδικασία. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας που είναι η πλειονότητα των εταιρειών εδώ στην Κρήτη έχει στο μυαλό του να κάνει την εταιρεία του βιώσιμη και επειδή λειτουργούμε σε ένα μη φιλικό περιβάλλον για το επιχειρείν.

Θα πρέπει λοιπόν τον πανεπιστήμιο να πάει στον επιχειρηματία ώστε να μάθει πράγματα και να ανακαλύψει μεθόδους και να βρει διαύλους επικοινωνίας με το τουριστικό κομμάτι.

Και αυτό το λέω με αφορμή ότι περισσότεροι ομιλητές εδώ είναι καθηγητές και είναι και μία ευκαιρία οι σπουδαστές να έχουν την δυνατότητα να κάνουν ένα μεταπτυχιακό όχι μόνο στα χαρτιά αλλά στην πράξη. Μια άλλη δυνατότητα λοιπόν για σύνδεσης

του πρωτογενή τομέα με τον τουρισμό είναι να εμπλακεί στην διαδικασία της παραγωγής τι εννοώ να του δοθεί η δυνατότητα να μπει σε ένα περιβόλι και να κόψει πορτοκάλια, να πάει σε ένα ελαιώνα και να μαζέψει ελιές, να μπει σε ένα ελαιοτριβείο να δει πως βγαίνει το λάδι να πάει σε ένα αμπελώνα να κόψει τα σταφύλια. Να μπει σε ένα πατητήρι να δει πως βγαίνει ο μούστος να πάει σε ένα καζάνι και να δει πως βγαίνει η τσικουδιά και όλα αυτά θα του μείνουν αξέχαστες εμπειρίες.

Και ο τουρίστας που θα εμπλακεί σ' αυτές τις ενέργειες να ξέρετε ότι είναι ο ψαγμένος αυτός είναι που θα σε διαφήμιση αυτός που θα μιλήσει αυτός που αύριο μεθαύριο θα είναι στον τόπο του θα είναι ο καλύτερος πρεσβευτής σου.

Κατά τη δικιά μου γνώμη θεωρώ ότι έχουμε προϊόντα στον τόπο που είναι εξαιρετικά και ο λόγος που πουλάμε είναι η ποιότητα έχω λάβει μέρος με περίπτερα σε 67 έκθεσης σ' όλο τον κόσμο αυτό που έχω διαπιστώσει είναι ότι σε όλους αρέσει το καλό το ποιοτικό το νόστιμο και αυτά τα πράγματα τα έχουμε εμείς εδώ.

Πάμε τώρα στους γιατρούς που και από αυτούς έχουμε ομιλητές όσο αφορά την κρητική διατροφή η οποία έγινε Μεσογειακή, πείτε τους γιατί ο κρητικός ζει πολλά χρόνια εξηγείστε εμπειρισταμένα τα οφέλη της κρητικής διατροφής βάλτε τους ανθρώπους που έρχονται εδώ να τα δοκιμάσουν να τα γευτούν να τους τα προσφέρετε και έτσι χέρι χέρι όλοι μαζί θα πάμε μπροστά.

Video



Οι νέες ταυτότητες χρειάζονται υποστήριξη



Καθηγητής Τμήματος Βιολογίας
Πανεπιστημίου Κρήτης
Επιστημονικά Υπεύθυνος Βοτανικού
Κήπου Πανεπιστημίου Κρήτης

Εστέρνος Πυρίντσας

όταν χρησιμοποιεί διάφορες βάσεις δεδομένων και πληροφοριακά συστήματα άλλη ταυτότητα, όταν παίζει ηλεκτρονικά παιχνίδια για το κάθε παιχνίδι μπορεί να έχει άλλη ταυτότητα κ.ο.κ. Βλέπουμε λοιπόν μια διεύρυνση των ταυτοτήτων του ατόμου. Αυτή τη διεύρυνση των ταυτοτήτων τη βλέπουμε και στην περίπτωση του τουρισμού. Παλαιότερα στις πρώτες δεκαετίες ανάπτυξης του τουρισμού η ταυτότητα των 3S, δηλαδή Sea-Sun-Sex ήταν η κυρίαρχη. Σήμερα έχουμε πληθώρα ταυτοτήτων στον τουρισμό, όπως ιαματικός, ιατρικός, θρησκευτικός ποδηλατικός, αγροτουριστικός, συνεδριακός, οικολογικός, καταδυτικός κ.α. Άρα βλέπουμε διεύρυνση των ταυτοτήτων και στην περίπτωση του τουρισμού. Ας δούμε όμως τι γίνεται στην πολιτική σκηνή. Αντίθετα, στην πολιτική σκηνή έχουμε μια συρρίκνωση των πολιτικών ταυτοτήτων. Βλέπουμε λίγο έως πολύ ότι τα πολιτικά κόμματα δεν διαφέρουν ως προς τις τοποθετήσεις τους για τον τουρισμό. Όλοι θέλουν να επεκταθεί η τουριστική περίοδος, όλοι θέλουν να αυξήσουμε το τουριστικό προϊόν, όλοι θέλουν περισσότερους τουρίστες κ.ο.κ. με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση των πολιτικών ταυτοτήτων. Από την άλλη πλευρά δεν έχουμε απλά συρρίκνωση ταυτοτήτων, αλλά απώλεια ταυτότητας σε αυτό που αποκαλείται μαζικό πολιτικό υποκείμενο, δηλαδή στον πάρα πολύ κόσμο που πλέον αποστασιοποιείται από την πολιτική. Αυτή η απώλεια ταυτότητας συνδέεται με την απαξίωση της πολιτικής και μάλιστα με μια έκπληξη όταν παρατηρούνται επιτυχίες στην πολιτική, καθώς ο πολύς κόσμος εκπλήσσεται και αναρωτιέται πως μπορεί να έχουμε επιτυχία στην πολιτική. Αντίθετα τώρα, βλέπουμε ενίσχυση της ταυτότητας σε έναν άλλο χώρο καθαρά τεχνοκρατικό, σ' ένα πεδίο επιστημονοκρατίας, σ' ένα πεδίο τεχνοκρα-

τικής διαχείρισης. Δηλαδή, βλέπουμε να δημιουργείται μια επιστημονική ελίτ, μια ελίτ τεχνοκρατών η οποία αποκτά ιδιαίτερα ενισχυμένη ταυτότητα και θεωρεί αλλά και θεωρείται ότι είναι σε θέση να διαχειριστεί αρκετά καλά πολλά θέματα. Και το ερώτημα είναι πως μέσα σ' αυτό το σκηνικό διαφοροποίησης ταυτοτήτων μπορεί αποτελεσματικά να επεκταθούν τα οφέλη από τον τουρισμό σε όλο το έτος, ούτως ώστε να μην περιορίζονται μόνο στην τουριστική περίοδο. Αυτονόητο είναι ότι η απάντηση θα περιλαμβάνει τη υποστήριξη των νέων ταυτοτήτων του τουρισμού που συμβάλλουν προς αυτή τη κατεύθυνση ούτως ώστε να μην παραμένουν κενές περιεχομένου. Το θέμα στη συνέχεια ανάγεται στο κατά πόσο η υποστήριξη θα είναι μια εκ των κάτω προσέγγιση ή μία προσέγγιση εκ' των άνω και όπως δείχνει το διαμορφωμένο σκηνικό που προαναφέραμε, μάλλον πέφτει μεγάλο βάρος στο πεδίο της τεχνοκρατικής διαχείρισης, εντός φυσικά ενός πολιτικού πλαισίου. Αυτό μπορούμε να το δούμε με ένα παράδειγμα που λίγο έως πολύ γνωρίζετε. Μαζί με τους εκλεκτούς συναδέλφους της Ιατρικής Σχολής, τον Καθηγητή κ. Χρήστο Λιονή, τον Καθηγητή κ. Ηλία Καστανά, και αργότερα με τη συμμετοχή του Καθηγητή κ. Γιώργου Σουρβίνου και την υποστήριξη του Καθηγητή κ. Χάρη Κατερινόπουλου από το Τμήμα Χημείας, προτείναμε στις Περιφερειακές Αρχές Κρήτης να μετατραπεί το νησί σε ένα θερμό σημείο (hot spot) παραγωγής φαρμάκων φυτικής προέλευσης. Δηλαδή, να αποκτήσει μία ακόμη ταυτότητα το νησί που θα βοηθήσει, αφού καθετοποιηθεί η παραγωγική διαδικασία τέτοιων προϊόντων, να παράγονται προϊόντα υψηλής υπεραξίας που θα επιστρέφουν όφελος στον αγρότη παραγωγό, δίνοντας έτσι και μια νέα παραγωγική κατεύθυνση στον αγροτικό χώρο. Αυτή η πρόταση μπορεί εύκολα να συνδεθεί με τον τουρισμό, όχι βέβαια με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου αλλά με την αξιοποίηση του τουριστικού υποκειμένου ως καταναλωτή όχι μόνο όταν είναι στον τόπο μας, αλλά και όταν είναι στη χώρα του. Να επενδύσουμε δηλαδή στην περίοδο του έτους που δεν έχουμε το τουριστικό υποκείμενο στο νησί, παρακινώντας τον να συνεχίζει να αγοράζει σταθερά τα κρητικά προϊόντα και στην πατρίδα του και να μην περιοριστεί στα δύο φακελάκια αρωματικών βοτάνων που έβαλε στη βαλίτσα του από την αγορά των Χανίων κατά την επιστροφή του. Και το ερώτημα που τίθεται είναι, αν υπάρχει ζήτηση στη διεθνή αγορά για φαρμακευτικά προϊόντα φυτικής προέλευσης, ούτως ώστε να αξίζει μια τέτοια προσπάθεια. Η απάντηση είναι καταφατική. Τόσο στη Κεντρική και Βόρεια Ευ-

ρώπη, όσο και στη Βόρεια Αμερική υπάρχει πολύ μεγάλη ζήτηση σε βαθμό μάλιστα που ο FDA, ο φορέας που έχει την ευθύνη για τα διατροφικά και φαρμακευτικά προϊόντα στις ΗΠΑ, αποφάσισε να κάνει ακόμη πιο αυστηρούς τους κανόνες κυκλοφορίας αντίστοιχων σκευασμάτων, δεδομένου ότι η αγορά αυτών των προϊόντων τα τελευταία χρόνια πολλαπλασιάστηκε. Θεωρείται πλέον συνήθης πρακτική, όπως προκύπτει από τεκμηριωμένες έρευνες, πέραν του συνθετικού φαρμάκου που συστήνει ο θεράπων ιατρός, οι πάσχοντες να παίρνουν παράλληλα και άλλα φάρμακα ή γενικότερα σκευάσματα φυτικής προέλευσης. Πως λοιπόν μπορεί να στηριχτεί μια τέτοια προσπάθεια; Η στήριξη κατά τη γνώμη του γράφοντος μπορεί να βασιστεί σε τρεις πυλώνες. Πρώτα στην πολιτιστική μας ιστορία. Στην Ελλάδα έγινε η μετάβαση από την μυθολογική θεώρηση των ασθενειών που βρίσκουμε στον Όμηρο (τις ασθένειες τις έστελναν οι θεοί και τα βότανα ήταν μαγικά) στην Ιπποκρατική θεωρία, στην Ιπποκρατική ιατρική, δηλαδή στον ορθολογισμό και στην επιστήμη όπου η ασθένεια είχε φυσικά αίτια και φυσική θεραπεία. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε το ότι ο όρκος του Ιπποκράτη δίδεται ακόμη και σήμερα από τους πτυχιούχους ιατρικών σχολών. Ύστερα, στην απίστευτα υψηλή φυτική βιοποικιλότητα που έχουμε σε σχέση με τις χώρες του Βορρά. Μ' αυτή τη βιοποικιλότητα μπορούμε να στηρίξουμε την εικόνα ενός βοτανικού παραδείσου με φαρμακευτικά φυτά πολλά εκ των οποίων δεν έχουν ακόμη μελετηθεί πλήρως για τις φαρμακευτικές τους ιδιότητες. Τέλος στο υψηλό επίπεδο που έχουν τα ερευνητικά ιδρύματα του νησιού και στο υψηλό επίπεδο που έχει το ανθρώπινο δυναμικό αυτών των ιδρυμάτων. Μ' αυτό το επιστημονικό δυναμικό μπορούμε να στηρίξουμε επιστημονικά την αποτελεσματικότητα και ασφάλεια των φαρμάκων φυτικής προέλευσης, διαφοροποιώντας τα από τα σκευάσματα που κυκλοφορούν δια «πάσαν νόσον» χωρίς επιστημονική τεκμηρίωση. Μ' αυτούς τους τρεις πυλώνες λοιπόν μπορούμε να στηρίξουμε τη νέα ταυτότητα του νησιού, ούτως ώστε να αξιοποιούμε το τουριστικό υποκείμενο ως καταναλωτή όχι μόνο όταν είναι στον τόπο μας, αλλά και μετά την επιστροφή στη χώρα του. Μπορούμε δηλαδή να έχουμε εισροές ακόμη και όταν το τουριστικό υποκείμενο δεν έχει φυσική παρουσία στο νησί. Έτσι, από την υπεραξία του τελικού προϊόντος, θα μπορούμε να στηρίξουμε την αγροτική παραγωγή, την ελληνική φαρμακοβιομηχανία, καθώς και ένα σύνολο ανθρώπων που εμπλέκονται με τη διαφήμιση και εμπορία αυτών των προϊόντων.

Κάποτε, ένα παιδί που προερχόταν από ένα χωριό της Κρήτης είχε μία συγκεκριμένη ταυτότητα. Ήταν το παιδί του καντηλανάφη, το παιδί του μπακάλη, το παιδί του καφετζή κλπ. Είχε μία ταυτότητα. Αυτό το παιδί όταν πήγαινε μετά στην πόλη αποκτούσε και άλλες ταυτότητες. Αν εκεί πήγαινε σε κάποιο αθλητικό σύλλογο για κάποια αθλητική δραστηριότητα είχε μια ταυτότητα που σχετιζόταν με κάποιο συγκεκριμένο άθλημα ή κάποια συμμετοχή σε κάποια ομάδα. Αν πήγαινε να ασχοληθεί αλλού με κάποια μουσική δραστηριότητα είχε μια άλλη ταυτότητα, στις παρές του τα βράδια είχε κάποια άλλη ταυτότητα κ.ο.κ. Φεύγοντας λοιπόν από το χωριό και πηγαίνοντας στην πόλη αποκτούσε λίγες περισσότερες ταυτότητες. Αυτό το παιδί σήμερα, με την εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου, αποκτά πολύ περισσότερες ταυτότητες στο διαδίκτυο. Συγκεκριμένα, όταν χρησιμοποιεί ηλεκτρονικό ταχυδρομείο έχει κάποια ταυτότητα, όταν χρησιμοποιεί διάφορες μηχανές αναζήτησης άλλη ταυτότητα,

Video





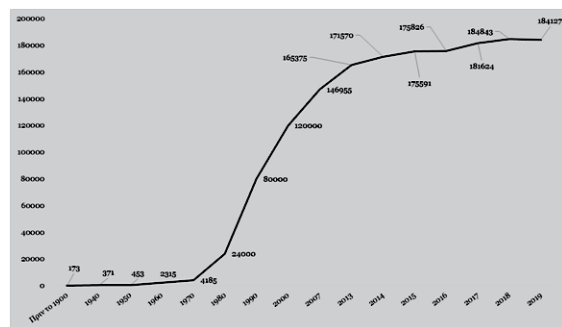
Επίκουρος Καθηγήτρια,
Διευθύντρια Α.Σ.Τ.Ε. Κρήτης

Βανέσσα Σημαντηράκη

Κρήτη: Τουρισμός 4 Εποχές

Είχα ακούσει κάποτε ότι ο σπουδαίος αρχαιολόγος, ο κ. Πλάτων, έλεγε στους φοιτητές και συνεργάτες του, πως η Κρήτη είναι ένας μοναδικός τόπος, καθώς δίνει τη δυνατότητα μέσα στην ίδια ημέρα και σε λίγες ώρες, να αφήσει κανείς χιόνια στον Ψηλορείτη και να κατέβει για μπάνιο στις παραλίες του Νότου. Έχοντας αυτό στο νου, και παρότι η φετινή χρονιά ήταν καταστροφική για τον τουρισμό, και προκάλεσε ξανά μεγάλο προβληματισμό αναφορικά με το μονοπάτι τουρισμός – μονοκαλλιέργεια που έχουμε κατά πολύ πάρει, η Κρήτη παραμένει ένας τόπος που έχει να δώσει ακόμα πολλά τόσο στους κατοίκους όσο και τους επισκέπτες της. Εξάλλου, το νησί έχει άρρηκτα συνδεθεί με το στοιχείο της φιλοξενίας, ήδη από την αρχαιότητα με τον Ξένιο Δία, και ο τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα αναπόσπαστο κομμάτι για την ανάπτυξη της οικονομίας της που τις τελευταίες αρκετές δεκαετίες επηρεάζει πολλούς τομείς όπως είναι βέβαια και το περιβάλλον αλλά και ολόκληρη η τοπική κοινωνία.

Λίγο πριν το 1900 αναφέρονται τα πρώτα ξενοδοχειακά καταλύματα στο νησί, οκτώ στον αριθμό δυναμικότητας, 173 κλινών, που προσέλκυαν κυρίως ταξιδιώτες χωρικούς και εμπόρους. Το 2019, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΠΥΤ Ηρακλείου, λειτουργήσαν 1.597 κύρια καταλύματα σε όλο το νησί, με δυναμικότητα 184.127 κλινών. Το διάγραμμα και ο πίνακας που ακολουθούν παρουσιάζουν τη διαχρονική εξέλιξη του συνόλου των κλινών των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων καθώς και την κατανομή τους στους τέσσερις νομούς της Κρήτης.



Διάγραμμα: Διαχρονική Εξέλιξη του Συνόλου Κλινών Κύριων Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων

| | ΜΟΝΑΔΕΣ | ΚΛΙΝΕΣ | ΜΟΝ. % | ΚΛΙΝ. % |
|---------------|--------------|----------------|--------|---------|
| N. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ | 516 | 75.894 | 32,41 | 41,08 |
| N. ΛΑΣΙΘΙΟΥ | 160 | 26.269 | 10,05 | 14,22 |
| N. ΡΕΘΥΜΝΟΥ | 343 | 34.210 | 21,54 | 18,52 |
| N. ΧΑΝΙΩΝ | 578 | 47.754 | 36 | 26,18 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.597 | 184.127 | | |

Πίνακας: Κύρια Ξενοδοχειακά Καταλύματα

Εκτός βέβαια από τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα στο νησί προσφέρονται ακόμα περίπου 98.000 κλίνες σε ενοικιαζόμενα δωμάτια, τουριστικές κατοικίες και κάμπινγκ, όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

| | Ενοικιαζόμενα Δωμάτια / Διαμερίσματα | | CAMPINGS | | Τουριστικές Κατοικίες – Επτάλεις | |
|--------------|--------------------------------------|---------------|-----------|--------------|----------------------------------|---------------|
| | ΜΟΝΑΔΕΣ | ΚΛΙΝΕΣ | ΜΟΝΑΔΕΣ | ΑΤΟΜΑ | ΜΟΝΑΔΕΣ | ΚΛΙΝΕΣ |
| N. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ | 1.171 | 24.509 | 2 | 382 | 401 | 4.014 |
| N. ΛΑΣΙΘΙΟΥ | 570 | 8047 | 2 | 318 | 388 | 3.083 |
| N. ΡΕΘΥΜΝΟΥ | 883 | 13.037 | 4 | 570 | 632 | 5.934 |
| N. ΧΑΝΙΩΝ | 1.787 | 26.415 | 5 | 626 | 1.145 | 10.766 |
| | 4.411 | 72.008 | 13 | 1.896 | 2.566 | 23.797 |

Πίνακας: Μη Κύρια Ξενοδοχειακά Καταλύματα

Στις αρχές της δεκαετίας του '60, ένας μεγάλος αριθμός καταλυμάτων χτίστηκε στις βόρειες παράκτιες περιοχές της Κρήτης αξιοποιώντας τις αμμώδεις παραλίες και την εγγύτητα στα κύρια αστικά κέντρα και αεροδρόμια. Οι τουρίστες της εποχής, προέρχονταν κυρίως από τις ΗΠΑ, κατά 27,3%, το Ηνωμένο Βασίλειο, κατά 19,4%, τη Γερμανία, κατά 17,1% και τη Γαλλία, κατά 11,2%. Μετά το 1971, που το αεροδρόμιο του Ηρακλείου έγινε διεθνές και άρχισαν με τις πτήσεις charter να καταφθάνουν μαζικά τουρίστες ξεκίνησε και η εποχή εμπορευματοποίησης του κρητικού τουρισμού. Στη συνέχεια σημειώθηκε ταχεία αύξηση του αριθμού των τουριστικών αφίξεων καθώς η Ελλάδα συνολικά αναδεικνυόταν ως ένας από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς και μάλιστα για τουρίστες υψηλών εισοδημάτων Έτσι, οι αφίξεις, από περίπου 200.000 στις αρχές της δεκαετίας του 70, ξεπέρασαν τα 4,5 εκατ. το 2019. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις αφίξεις τουριστών στα αεροδρόμια της Κρήτης κατά εθνικότητα τα δύο προηγούμενα έτη. Παρατηρούμε ότι οι αφίξεις συνολικά, το 2019 παρουσίασαν μείωση 2,08% σε σχέση με το 2018, ενώ κατά τη φετινή χρονιά η μείωση των αφίξεων αναμένεται να κινηθεί κοντά στο 75%.

| ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ | 2018 | 2019 | Μεταβολή |
|-----------------------|------------------|------------------|---------------|
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 1.024.564 | 984.211 | -3,94% |
| M. ΒΡΕΤΑΝΙΑ | 618.993 | 629.893 | 1,76% |
| ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ | 693.236 | 652.560 | -5,87% |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 234.980 | 225.661 | -3,97% |
| ΓΑΛΛΙΑ | 354.535 | 375.425 | 5,89% |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 105.370 | 120.135 | 14,01% |
| ΒΕΛΓΙΟ / ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ | 138.748 | 140.777 | 1,46% |
| ΣΟΥΗΔΙΑ | 118.744 | 121.135 | 2,01% |
| ΙΤΑΛΙΑ | 132.641 | 130.676 | -1,48% |
| ΆΛΛΟ | 209.359 | 217.641 | 3,96% |
| ΑΝΑΤ. ΕΥΡΩΠΗ | 912.137 | 850.672 | -6,74% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 4.543.307 | 4.448.786 | -2,08% |

Πίνακας: Αφίξεις στα Αεροδρόμια της Κρήτης κατά τα έτη 2018 και 2019

Κύκλος Ζωής Τουριστικού Προορισμού

Στο χώρο του μάρκετινγκ, έχουν αναγνωριστεί έξι διαφορετικά στάδια στον κύκλο ζωής των τουριστικών προορισμών. Χωρίς βέβαια να σημαίνει ότι όλοι οι προορισμοί θα περάσουν αναγκαστικά από όλα τα παρακάτω, τα στάδια αυτά είναι: η εξερεύνηση, η εμπλοκή ή συμμετοχή, η ανάπτυξη, η εδραίωση ή συγκέντρωση, η στασιμότητα ή μαρasmus και τέλος η κάμψη ή ανάκαμψη, με άλλα λόγια η οριστική παρακμή του προορισμού ή η εκ νέου αναζωογόνηση του.

Η Κρήτη, συνολικά σαν προορισμός, βρίσκεται μάλλον στο στάδιο της στασιμότητας ή αλλιώς του μαρasmus, στάδιο κατά το οποίο έχει πλέον κορυφωθεί ο αριθμός των επισκεπτών και τείνουν να ξεπεραστούν τα όρια της φέρουσας ικανότητας ενός προορισμού. Ωστόσο, υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ των διαφορετικών περιοχών: Ο βορειοδυτικός άξονας της Κρήτης, στον οποίον επικράτησε ο μαζικός τουρισμός, βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης και ο βορειοανατολικός στο στάδιο της εδραίωσης αλλά και της στασιμότητας για τις υπερανάπτυγμένες περιοχές. Ο νότιος άξονας βρίσκεται στο στάδιο της εμπλοκής και της ανάπτυξης σε κάποιες περιοχές. Τέλος, η ενδοχώρα παραμένει κατά πολύ τουριστικά υπανάπτυκτη στο στάδιο της εξερεύνησης, λόγω κυρίως της έλλειψης ικανοποιητικού οδικού δικτύου που να τη συνδέει με τα αστικά κέντρα και τις αναπτυγμένες περιοχές. Η αναδιάρθρωση και αναζωογόνηση του τουριστικού προορισμού είναι η πρόκληση των καιρών, και θα την επιτύχουμε με την αξιοποίηση πόρων που πιθανώς μέχρι σήμερα έμεναν αναξιοποίητοι ή και με την δημιουργία καινούργιων. Στόχος είναι η ανάληψη καινοτόμων πρωτοβουλιών για τη μετάβαση προς έναν πολυθεματικό, ποιοτικό, διαφοροποιημένο αλλά εξίσου οργανωμένο και όχι ευκαιριακό τουρισμό που θα είναι πολλαπλάσια επικερδής. Ο δρόμος για την επίτευξη του στόχου αυτού είναι η σωστή και σχεδιασμένη αξιοποίηση του ιστορικού, γεωφυσικού, πολιτισμικού και λαογραφικού πλούτου του νησιού.

Εναλλακτικός Τουρισμός

Μια πιο νέα φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού είναι ο εναλλακτικός τουρισμός, και οι άλλες μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων μικρότερης κλίμακας, μη συμβατικής φύσης και μη μαζικής εξειδίκευσης. Ο εναλλακτικός τουρίστας είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητος και με σεβασμό για τις τοπικές κοινωνίες. Θέλει να εξερευνησει τον τόπο που επισκέπτεται και περνά τον λιγότερο δυνατό χρόνο μέσα στο ξενοδοχείο, αντίθετα από τον τουρίστα μαζικού τουρισμού. Το εισόδημά του είναι συνήθως υψηλότερο και έχει την τάση να ξοδεύει μεγαλύτερα ποσά, γι' αυτό το λόγο χαρακτηρίζεται



και ως «ποιοτικότερος». Επίσης, η συναναστροφή του με τη φύση και με τον ντόπιο πληθυσμό, συμβάλλει στην προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος, έννοιες συνδεδεμένες με την αειφόρο ανάπτυξη. Η περαιτέρω ανάπτυξη τέτοιων μορφών τουρισμού ελαχιστοποιεί τις αρνητικές συνέπειες στον προορισμό ενώ επιτρέπει ταυτόχρονα σημαντικά οικονομικά αποτελέσματα. Στην κατεύθυνση αυτή συνδράμει και η ελαχιστοποίηση ή και εκμηδένιση των εξωγενών επιδράσεων (ξένοι επιχειρηματίες, διοργανωτές ταξιδιών και θεσμικοί παράγοντες). Στη συνέχεια γίνεται αναφορά σε μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων που παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για το νησί.

1. Αγροτουρισμός – Οικοτουρισμός – Ορεινός Τουρισμός

Περιλαμβάνει αγροτικές αλλά και πολλές άλλες δραστηριότητες που έχουν σχέση με το περιβάλλον, όπως περιπάτους στα βουνά, trekking, πεζοπορία, αναρριχήσεις, επισκέψεις σε σπήλαια, σε φαράγγια σε υδροβιότοπους κ.λ.π. Το πλούσιο γεωφυσικό ανάγλυφο του νησιού ευνοεί το σχεδιασμό πολλών διαφορετικών δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες. Στα κύρια χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού είναι η στήριξη των αγροτικών περιοχών και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων. Εξάλλου, η ισχυρή συσχέτιση του τουριστικού με τον αγροτικό τομέα και η προώθηση των τοπικών προϊόντων μόνο ωφέλιμη για την τοπική οικονομία μπορεί αποβεί. Στον αγώνα της ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στο νησί, είναι στρατευμένο, μεταξύ άλλων, το ορεινό συγκρότημα του Ψηλορείτη, το οποίο αναδείχθηκε το 2015 σε αναγνωρισμένο παγκόσμιο Γεωπάρκο της Unesco και ανήκει στο Δίκτυο Εμβληματικών Βουνών της Μεσογείου (LEADER 2007-2013). Μέσω αυτών των δράσεων συμμετέχει ενεργά στις παγκόσμιες προσπάθειες για την προστασία και την ανάδειξη της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς και μπορεί να γίνει το κέντρο για μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στις τοπικές κοινωνίες που βρίσκονται στις τέσσερις πλευρές του.

2. Γαστρονομικός Τουρισμός – Οινοτουρισμός

Η Κρητική διατροφή θεωρείται σήμερα η υγιέστερη διατροφή για την υγεία του ανθρώπου. Στην Γαλλία κυκλοφορούν δισκία Κρητικής διατροφής, ενώ στην Γερμανία λειτουργούν διατροφικά κέντρα ευεξίας με πρότυπο τη διατροφή των Κρητικών. Επίσης, η Κρήτη έχει ιστορία 3.000 χρόνων στην παραγωγή του κρασιού. Τα επισκέψιμα οινοποιεία έχουν αυξηθεί σημαντικά, αλλά υπάρχουν ακόμα πολλά περιθώρια ανάπτυξης, που θα πρέπει να περιλαμβάνει την προώθηση διαδρομών «Δρόμων του κρασιού» που θα διασχίζουν σημεία της αμπελουργικής και οινοποιητικής δραστηριότητας στο

νησί. Ο οινοτουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με την τοπική ανάπτυξη και τη συμμετοχή των μικρών παραγωγών, εξάλλου, στην Ευρώπη υπάρχει μια διάχυτη προσπάθεια να συσχετισθεί ο οινοτουρισμός με την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά της κάθε χώρας, δηλαδή ένα τουριστικό μοντέλο που είναι στενά συνδεδεμένο με την παράδοση, τα μνημεία και τον πολιτισμό σε χώρες με ισχυρή παράδοση στις εξαγωγών κρασιού.

3. Τουρισμός Άθλησης - Αθλητικός Τουρισμός

Με συστηματική και συνεργατική προσπάθεια, η Κρήτη μπορεί να γίνει τόπος διοργάνωσης ποικίλων αθλητικών γεγονότων τοπικής, εθνικής και διεθνούς ακόμα, εμβέλειας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο νησί λειτουργούν δύο από τα επτά γήπεδα γκολφ της Ελλάδας, ένα στην Ελούντα (9 οπών) και ένα στη Χερσόνησο (18 οπών) και ότι λόγω του ήπιου κλίματος και της συχνής ηλιοφάνειας, μπορούν να είναι πόλος έλξης για τους λάτρεις του σπορ.

4. Ιατρικός τουρισμός - τουρισμός ευεξίας - θεραπευτικός τουρισμός - ιαματικός τουρισμός

Το νησί μπορεί να γίνει δημοφιλής προορισμός τουρισμού υγείας και τουρισμού ευεξίας, λόγω του ήπιου κλίματος και της ποικιλομορφίας της φύσης, που επιτρέπουν τη χαλάρωση και την ξεκούραση του επισκέπτη. Διαθέτει όλα τα εφόδια για να πρωτοστατήσει στον τομέα: ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών, αξιόπιστα νοσοκομεία και ιατρικά κέντρα, μονάδες αιμοκάθαρσης, οφθαλμολογικά κέντρα, κέντρα αποθεραπείας και αποκατάστασης, μονάδες υποβοηθούμενης αναπαραγωγής, κέντρα θαλασσοθεραπείας, ιαματικά νερά, κ.α.

5. Θαλάσσιος Τουρισμός

Περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες αναψυχής που αναπτύσσονται σε θαλάσσιο περιβάλλον: Ιστιοπλοΐα, Yachting, Cruising, Θαλάσσιο σκι, Windsurfing, Ψάρεμα και Υποβρύχιο ψάρεμα, Καταδύσεις, Θαλάσσιο αλεξίπτωτο, Κολύμβηση, κ.λ.π. Επίσης, στην Περιφέρεια Κρήτης καταγράφονται 8 μαρίνες με 1.973 θέσεις ελλιμενισμού. Σημαντική είναι και η προοπτική για περαιτέρω ανάπτυξη του Τουρισμού Κρουαζιέρας, μορφή που αναμφίβολα μπορεί να λειτουργήσει προς όφελος της επέκτασης της τουριστικής περιόδου, με την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των λιμένων Ρεθύμνου, Σητείας και Αγίου Νικολάου και καθιέρωση των λιμανιών Ηρακλείου και Σούδας ως αφετηριακά ή βασικά λιμάνια - στάσεις στο δίκτυο λιμένων κρουαζιέρας της Μεσογείου.

6. Συνεδριακός Τουρισμός

Με ελάχιστα συνεδριακά κέντρα εκτός ξενοδοχειακών μονάδων, η Κρήτη εξακολουθεί να μην παίρνει το μερίδιο που της αναλογεί από αυτή τη μορφή τουρισμού που μπορεί μάλιστα να είναι κατεξοχήν χειμερινός. Ως επί το πλείστον στο νησί αυτή η μορφή τουρισμού περιορίζεται στην αρχή

και το τέλος κάθε τουριστικής περιόδου και κυρίως τους μήνες Απρίλιο, Μάιο, Οκτώβριο και Νοέμβριο, ενώ θα μπορούσε να αποτελέσει έναν ελκυστικό προορισμό για συνέδρια όλο το χρόνο. Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτό χρειάζονται βήματα ουσίας, με σημείο αναφοράς τους συνεδριακούς χώρους, αλλά και την καθ' όλη τη διάρκεια τους έτους αεροπορική σύνδεση του νησιού με κομβικά ευρωπαϊκά αεροδρόμια.

7. Θρησκευτικός Τουρισμός

Μεμονωμένοι επισκέπτες ή και οργανωμένες ομάδες που επιθυμούν να επισκεφθούν τοποθεσίες και μνημεία θρησκευτικής σημασίας για προσκύνημα ή για να συμμετάσχουν σε θρησκευτικές τελετές και εκδηλώσεις, ή απλώς από θρησκευτικό, πολιτιστικό, ή εκπαιδευτικό ενδιαφέρον αποτελούν επίσης μία ενδιαφέρουσα ομάδα στόχο, καθώς το νησί είναι γεμάτο με βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, ναούς και μοναστήρια. Ο επισκέπτης στην Κρήτη βλέπει μια διαφορετική οπτική της ορθόδοξης πίστης, μέσα από τα ερημητήρια και τα σπήλαια που λειτουργούσαν σαν ασκητήρια, ενώ το «μικρόβιο» της θρησκείας είναι στενά συνδεδεμένο με την καθημερινή ζωή των Κρητικών.

8. Προσβάσιμος Τουρισμός

Υποδομές, προϊόντα και υπηρεσίες προσιτά σε όλους τους ανθρώπους, ανεξάρτητα από τους φυσικούς τους περιορισμούς. Υπάρχουν περίπου 50 εκατομμύρια άνθρωποι με κάποιας μορφής αναπηρία στην Ευρώπη, αριθμός πολύ μεγαλύτερος, αν ληφθεί υπόψη ο ταχέως αναπτυσσόμενος πληθυσμός ηλικίας άνω των 65 καθώς και το γεγονός ότι αυτά τα άτομα κατά κανόνα ταξιδεύουν με συνοδό. Η Κρήτη με μεγάλη υποδομή σε ξενοδοχειακά καταλύματα υψηλών απαιτήσεων μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης και για αυτήν την κατηγορία επισκεπτών.

Προτάσεις Αειφόρου Ανάπτυξης

Συνοψίζοντας, η Κρήτη δεν είναι μόνο ένα όμορφο νησί, με γαλάζιες παραλίες. Ο ιστορικός και ο γεωγραφικός της πλούτος, αν αξιοποιηθούν με τον κατάλληλο τρόπο, μπορούν να αποφέρουν υψηλότερα κέρδη από αυτά του τουρισμού που κυριαρχεί στο νησί τη σημερινή εποχή. Για το σκοπό όμως απαιτούνται οι οργανωμένες και συντονισμένες προσπάθειες όλων των εμπλεκόμενων μερών, δηλαδή του κράτους, της περιφέρειας, των δήμων,

των επιχειρήσεων αλλά και των απλών πολιτών, με άξονες αναφοράς:

- Την ελαχιστοποίηση του αντίκτυπου της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον και προώθηση μιας Βιώσιμης Οικονομικής Ανάπτυξης.
- Τη μετάβαση προς μία Κυκλική Οικονομία με Αποδοτική Αξιοποίηση των Πόρων και Παραγωγική Διαχείριση των Αποβλήτων.
- Την αντιμετώπιση του ενεργειακού προβλήματος του νησιού και περαιτέρω αξιοποίηση των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας.
- Τη βελτίωση της λειτουργίας της Δημόσιας Διοίκησης, την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας και την παροχή κινήτρων για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας.
- Τον καθορισμό αλλά και τη συνεχή παρακολούθηση της εφαρμογής αυστηρών προτύπων ποιότητας στις ξενοδοχειακές μονάδες.
- Την παροχή κινήτρων για τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση των υφιστάμενων καταλυμάτων.
- Την εφαρμογή αυστηρών στρατηγικών κατευθύνσεων για τη χωροθέτηση νέων οργανωμένων υποδοχέων τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Την αναβάθμιση του Οδικού Δικτύου και των Συγκοινωνιών.
- Την κατασκευή του νέου αερολιμένα Κρήτης στο Καστέλι Ηρακλείου και την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των αερολιμένων σε Χανιά και Σητεία.
- Την εντατικοποίηση του μάρκετινγκ για την ανάδειξη και προώθηση της γεωφυσικής και πολιτιστικής πολυμορφίας του νησιού. Κατάρτιση ξεχωριστού πλάνου για κάθε περιοχή, βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της μέσα στα πλαίσια της εθνικής στρατηγικής.
- Την αναβάθμιση της επαγγελματικής τουριστικής εκπαίδευσης και την καθιέρωση της δια βίου μάθησης για τη συνεχή αναβάθμισή των προσόντων και των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού. Η ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού και η ενίσχυση της απασχόλησης στον χώρο της φιλοξενίας με τη συγκράτηση εξειδικευμένων εργαζόμενων και την προσέλκυση παραγωγικών ηλικιών, αποτελούν μονόδρομο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την στήριξη της επιθυμητής ανάπτυξης προς τον ποιοτικότερο τουρισμό.



Πρέσβης Τουριστικής Οικονομίας

Σεβαστιάννα Σούκη



Διπλωματούχος Ξεναγός,
Εκπρόσωπος στα Χανιά
του Σωματίου Επαγγελματιών
Ξεναγών Κρήτης & Σαντορίνης

Καλημέρα σας.
Λέγομαι Σεβαστιάννα Σούκη και είμαι επαγγελματίας Ξεναγός από το 1985 και θα ήθελα να σας παρουσιάσω το επάγγελμά μου και να πω λίγα πράγματα για την εκπαίδευσή των Ξεναγών και το ρόλο τους στον τουρισμό της Κρήτης αλλά και της υπόλοιπης Ελλάδας.

Οι Σχολές Ξεναγών είναι Σχολές του Υπουργείου Τουρισμού μεταδευτεροβάθμιας επαγγελματικής εκπαίδευσης και υπάρχουν στην Ελλάδα από τη δεκαετία του 60. Ο νόμος για τους ξεναγούς διαμορφώθηκε το 1977 και ισχύει για όλους τους αποφοίτους των Σχολών. Φέτος μάλιστα ιδρύονται συγχρόνως για πρώτη φορά πέντε σχολές σε όλη την Ελλάδα, Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα, Ρέθυμνο και Ρόδο κι αυτό μετά από 7 χρόνια παντελούς έλλειψης των Σχολών σε όλη την επικράτεια. Αυτό είναι κάτι που μας ξάφνιασε, η ταυτόχρονη ίδρυση Σχολών σε τόσα μέρη, αλλά και μας χαροποίησε γιατί ζητούσαμε χρόνια τώρα επίμονα την επαναλειτουργία των Σχολών. Το ευκαίριο βέβαια είναι να μπορέσουν να βρουν απασχόληση όλοι οι απόφοιτοι των Σχολών και όλοι προφανώς ελπίζουμε σε καλύτερες μέρες μετά από αυτήν τη χρονιά που το επάγγελμά μας πλήγηκε τόσο πολύ με τη σχεδόν παντελή ανεργία του κλάδου μας. Θα πρέπει όμως να συνοδεύεται και από την καταπολέμηση της παρανομίας που επικρατεί δυστυχώς στον κλάδο μας -ένα χρόνιο πρόβλημα- που τα τελευταία χρόνια έχει εκτοξευτεί με τις υπηρεσίες που προσφέρονται ανεξέλεγκτα στο διαδίκτυο κι από έλληνες αλλά και ξένους χωρίς γνώσεις ή γνώσεις αμφιβόλου ποιότητας και που υπονομεύει όχι μόνο την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αλλά και την οικονομία μας! Και αυτό είναι κάτι για το οποίο ζητάμε μόνιμα, τη συνδρομή δηλαδή του κρατικού μηχανισμού στην περιφρούρηση του επαγγέλματός μας.

Η εκπαίδευση των ξεναγών είναι διετής και περιλαμβάνει όλα τα μαθήματα που αφορούν άμεσα ή έμμεσα το επάγγελμά μας, από αρχαιολογία και ιστορία μέχρι

γεωλογία- σπηλαιολογία, φυτολογία, λαϊκή τέχνη και λαογραφία, ανθρωπογεωγραφία, ιστορία τέχνης, αρχαίο θέατρο, τουριστική ανάπτυξη και επιχειρήσεις καθώς και 65ήμερες εκδρομών που είναι υποχρεωτικής παρουσίας στους πιο πολλούς αρχαιολογικούς χώρους της Ελλάδας. Η εισαγωγή στη Σχολή γίνεται με αξιολόγηση σε μόρια που βασικό ρόλο παίζει και η γνώση ξένων γλωσσών που δεν είναι τόσο διαδεδομένες, όπως αραβικά ή κινέζικα και ιαπωνικά.

Είναι όμως και μία εκπαίδευση που ποτέ δεν τελειώνει κι αυτό είναι το απόλυτο σαγηνευτικό. Δε σταματάς να μαθαίνεις κι όσο περνάνε τα χρόνια τόσο επιβεβαιώνεται η ρήση που αποδίδεται στο Σωκράτη «εν οίδα ότι ουδέν οίδα». Κάθε χρόνο οργανώνονται πολλαπλά σεμινάρια στην Κρήτη αλλά και στην Αθήνα, επιμορφωτικά, ενημερωτικά, μετεκπαιδύσεις σε καινούρια κομμάτια του τουριστικού προϊόντος, π.χ οινογευσίες, food tours που αναδεικνύουν αυτό το υπέροχο κομμάτι της κρητικής κι εν γένει της ελληνικής γης και καθημερινότητας, ξεναγήσεις σε παιδιά, ξεναγήσεις σε ανθρώπους με ειδικές ανάγκες, σε νέες μεθόδους και σε νέους τρόπους προσέγγισης. Γίνονται εκδρομές και στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό για να εμπλουτίσουμε τις γνώσεις μας και να συνδέσουμε τον πολιτισμό μας με άλλους αρχαίους πολιτισμούς του Αιγαίου. Δεν είναι μόνο η γνώση του τόπου σου, αλλά κι η σύγχρονη τοποθέτησή του στο γεωγραφικό περίγυρο. Είναι ένα επάγγελμα τόσο πολυπόικλο και γι' αυτό τόσο ελκυστικό, αλλά και όχι απλό ή εύκολο.

Υπάρχουν επίσης και τόσα διαφορετικά αντικείμενα στα οποία εξειδικεύονται οι οργανωμένες εκδρομές. Το πιο μεγάλο και σημαντικό μέρος της δουλειάς μας έχει να κάνει με την επίσκεψη αρχαιολογικών χώρων σε όλη την Ελλάδα και που είναι εφικτή στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας μας όλο το χρόνο, ειδικά εδώ στην Κρήτη με το πολύ ήπιο κλίμα. Ένα άλλο κομμάτι της δουλειάς του ξεναγού αποτελεί και ο θρησκευτικός τουρισμός κι αυτός μπορεί να γίνει καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Άλλες πάλι εκδρομές επικεντρώνονται στον ορειβατικό τουρισμό σε συνδυασμό με την ιστορία και αρχαιολογία του κάθε τόπου. Αντίστοιχα υπάρχει και ο ποδηλατικός τουρισμός και προφανώς τα δύο τελευταία απαιτούν και την ανάλογη φυσική κατάσταση. Κάποιες είναι ακόμα πιο εξειδικευμένες παρουσιάζοντας την αρχαία ελληνική γραμματεία με επισκέψεις στους διάφορους τόπους στους οποίους αναφέρονται τα κείμενα. Υπάρχουν και πάρα πολλοί επισκέπτες που έρχονται ειδικά στην Κρήτη για τα μοναδικά φυτά και λουλούδια της κι αυτό αποτελεί άλλη μία εξειδίκευση του επαγγέλματός μας.

Ο ρόλος του ξεναγού είναι πολύπλοκος: δεν είναι μόνο η μετάδοση του ιστορικού παρελθόντος του τόπου μας μέσα από την αρχαιολογία και την ιστορία, αλλά η παράλληλη παρουσίαση του φυσικού αναγλύφου σε τοπικό αλλά και σε πανελλήνιο

επίπεδο, το παρελθόν αλλά και το παρόν της απλής καθημερινότητας, η σωστή κι αντικειμενική τοποθέτηση (όσο αυτό είναι δυνατόν) σε επίκαιρα θέματα, η επάξια αντιπροσώπηση του λαού μας μέσα από την εμφάνιση του καθένα από εμάς, τις γνώσεις του, τη στάση του στην κοινωνική ζωή, τις αξίες του στην καθημερινή επαφή με τον κόσμο και γενικά η σωστή, ουσιώδης και αντάξια του τόπου συνοδεία των επισκεπτών στον τόπο μας. Ο κάθε ξεναγός καλείται να κρατάει ευαίσθητες ισορροπίες όταν έρχεται αντιμέτωπος με τις αναποδιές της ελληνικής πραγματικότητας, να θέτει σωστά όρια μεταξύ απλής κριτικής και αποδοκιμασίας ή επιδοκιμασίας (φανταστείτε πόσο αυτό είναι μετέωρο με κάποιον μη επαγγελματία), να είναι εφευρετικός για να μπορεί να ανταπεξέρχεται σε απρόοπτα προβλήματα, να προσπαθεί να καλύπτει ανάγκες ανθρώπων διαφορετικών νοοτροπιών, επιπέδων, ηλικιών κι όλα αυτά βέβαια δε μαθαίνονται μόνο στα θρανία. Η βάση βέβαια είναι στην εκπαίδευση στις Σχολές Ξεναγών, που είναι από τις καλύτερες στην Ευρώπη αλλά είναι κι ένας πλούτος που αποκτάται με τα χρόνια, με σιγανό αλλά σταθερό κτίσιμο, με άγχος και αγωνία πολλές φορές για να ανταπεξέλθεις, με «πεσίματα και ανεβάσματα» ψυχικά και σωματικά. Πολλοί άνθρωποι ακούν ξεναγός και λένε Α, τι ωραία!!!! ταξίδια και καλοπέραση. Είναι λίγο παρεξηγημένη η δουλειά και μόνο αυτοί που τη ζουν από κοντά καταλαβαίνουν πόσο κουραστική είναι σωματικά και ψυχικά αλλά και πόσα πανέμορφα ανταλλάγματα μπορεί να σου προσφέρει.

Κλείνοντας θα ήθελα να κάνω αυτήν την παρουσίαση λίγο πιο προσωπική. Μετά από 37 χρόνια σε αυτόν τον χώρο έχω αποκομίσει απίστευτες εμπειρίες (θετικές κι ευτυχώς λίγες κακές). Έχω συγκινηθεί, γελάσει, αγχωθεί, χαρεί, απογοητευτεί, κουραστεί, θαυμάσει κι ανθρώπους -για την αντιμετώπιση καταστάσεων- αλλά και τοπία, που έχω την ευκαιρία να δω και να ζήσω με τα ταξίδια, έχω χορέψει, αγκαλιάσει τόσο κόσμο με τέτοια υπέροχη ενέργεια, έχω τσαντιστεί και έρθει αντιμέτωπη με τον εαυτό μου για να βρω τρόπο προσέγγισης ανθρώπων σε δύσκολες καταστάσεις, έχω τραγουδήσει και μου έχουν τραγουδήσει, μου έχουν πει καταπληκτικά ποιήματα που έχουν συντάξει για την περίπτωση, έχω γνωρίσει τόσο κόσμο και με έχουν ταξιδέψει σε τόσους διαφορετικούς τρόπους σκέψης.

Κοντεύω να συνταξιοδοτηθώ και κοιτάζοντας πίσω θεωρώ ότι δεν θα μπορούσα να είχα κάνει ή γίνει κάτι άλλο στη ζωή μου!

Θέλω να ελπίζω ότι κατάφερα να σας μεταδώσω και να κάνω πιο κατανοητό το ρόλο μας στον τουρισμό. Πιστεύω ακράδαντα ότι όπως το επάγγελμα του δασκάλου ή του καθηγητή και το επάγγελμα του ξεναγού είναι περισσότερο ένα λειτούργημα. Ο Ξεναγός είναι ΤΟ πρόσωπο της Ελλάδας για τους επισκέπτες μας!

Video



Επιστήμη, Τουρισμός και Ανάπτυξη

Νεκτάριος Ταβερναράκης



Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου,
Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας
(ΙΤΕ)
Καθηγητής, Ιατρική Σχολή, Πανεπι-
στήμιο Κρήτης
Ακαδημαϊκός, Μέλος της Ακαδημίας
Αθηνών

Η ενδυνάμωση της τουριστικής οικονομίας, αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές προτεραιότητες της αναπτυξιακής πολιτικής της Ελλάδας, ιδιαίτερα στο μέσο της πανδημίας της νόσου COVID-19, η οποία αποτελεί ένα πρωτοφανές πλήγμα για τον τουρισμό. Είμαστε μια χώρα, που στηρίζεται στον τουρισμό και στην αγροτοδιατροφή, αυτά είναι μεγάλα κεφάλαια της οικονομίας μας. Ο τουριστικός τομέας είναι μια από τις κυριότερες πηγές εισροής κεφαλαίου για την ελληνική οικονομία, με σημαντική συνεισφορά στο ΑΕΠ και την αγορά εργασίας. Οι συνέπειες της πανδημίας ανέδειξαν τη σημασία της επένδυσης στην ανάπτυξη νέων τομέων στήριξης της οικονομίας, η οποία δύναται να επιτευχθεί μέσω της ενίσχυσης των διαύλων επικοινωνίας πεδίων όπως ο τουρισμός, η επιχειρηματικότητα, η έρευνα και η εκπαίδευση. Η συνεργασία αυτή μπορεί να αποτελέσει πυρήνα μιας νέας οικονομικής ανασυγκρότησης και οδηγό προς μια βιώσιμη αναπτυξιακή πολιτική.

Η Κρήτη, αλλά και γενικότερα η Ελλάδα, διαθέτουν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που μπορούν να τις καταστήσουν δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, για όλη τη διάρκεια του έτους. Ιδιαίτερα η

Κρήτη, βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση, καθώς είναι ένα νησί που συνδυάζει μοναδικά χαρακτηριστικά που έχουν τη δυναμική να συνεισφέρουν καταλυτικά και ποικιλοτρόπως στην ανάπτυξή του, σε πολλά και διαφορετικά επίπεδα. Είναι γεγονός ότι το νησί αποτελεί ένα από τα κυριότερα κέντρα της οικονομικής, κοινωνικής, επιστημονικής, πολιτισμικής και πολιτιστικής ζωής της Χώρας, αφού συγκεντρώνει πλήθος οικονομικών δραστηριοτήτων, επιστημονικών συναντήσεων και μεγάλο αριθμό φορέων που διοργανώνουν συνέδρια και εκδηλώσεις. Δημιουργεί, επίσης, έναν ισχυρό τουριστικό πόλο έλξης, καθώς συνδυάζει ένα σύνολο από κίνητρα, για την προσέλκυση επισκεπτών από όλα τα μέρη της γης.

Προς την κατεύθυνση αυτή, θα αναφερθώ στις προϋποθέσεις εκείνες, που θεωρώ πως μπορούν να καταλύσουν την έλευση επισκεπτών στο νησί, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, και οι οποίες στηρίζονται σε 3 κύριους πυλώνες. Την στρατηγική **γεωγραφική θέση**, τις ισχυρές και ποιοτικές **υποδομές φιλοξενίας**, και το σπάνιο, για τα διεθνή δεδομένα, **οικοσύστημα επιστημονικής έρευνας και ανάπτυξης καινοτομίας**.

Πρώτο πυλώνα αποτελεί η προνομιακή **γεωγραφική θέση** της Κρήτης, που βρίσκεται στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων: της Ευρώπης, της Ασίας και της Αφρικής. Επιπλέον, οι κλιματολογικές συνθήκες, χαρακτηρίζονται από υψηλή μέση θερμοκρασία, μεγάλης διάρκειας καλοκαιρία και ήπιο χειμώνα, διασφαλίζοντας έτσι το εύκρατο κλίμα του νησιού. Η θάλασσα και οι ακτές της Κρήτης συγκαταλέγονται μεταξύ των καθαρότερων της Ευρώπης, γεγονός που επιβεβαιώνεται, κάθε χρόνο, από τις γαλάζιες σημαίες. Η πλούσια και εντυπωσιακή γεωμορφολογία της περιοχής έχει κληροδοτήσει στο νησί μοναδικές φυσικές ομορφιές σε παραλιακές, πεδινές και ορεινές περιοχές. Ένας όμως από τους σημαντικότερους παράγοντες, ο οποίος συμβάλλει στην υψηλή επισκεψιμότητα, είναι το σχετικά χαμηλό κόστος διαμονής στην Κρήτη. Σε σύγκριση με το αντίστοιχο κόστος διαμονής σε πολλές χώρες του εξωτερικού, επιτρέπει στους επισκέπτες, όχι μόνο να επιλέγουν την Κρήτη για τις διακοπές τους, αλλά και να παραμένουν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, καθώς κάτι τέτοιο είναι οικονομικά εφικτό. Ιδιαίτερα οι ξένοι επιστήμονες, που διοργανώνουν ή συμμετέχουν σε επιστημονικά συνέδρια και συναντήσεις, συνήθως παρατείνουν τη διαμονή τους στο νησί, συνδυάζοντας τον ψυχαγωγικό χαρακτήρα ενός ταξιδιού με τον επαγγελματικό σκοπό της επίσκεψής τους. Μάλιστα, έχω την πεποίθηση ότι η πρακτική αυτή πρόκειται να ενταθεί, καθώς με την πάροδο των χρόνων οι ανάγκες των ανθρώπων μεταβάλλονται διαρκώς. Ο περιορισμένος ελεύθερος χρόνος που διαθέτουν οι άνθρωποι

στις σύγχρονες κοινωνίες, τους οδηγεί συχνά να συνδυάζουν τις επαγγελματικές με τις προσωπικές τους ανάγκες. Είναι λοιπόν πολύ πιθανό, στο μέλλον, να παρατηρούμε πιο συχνά το συνδυασμό των επαγγελματικών υποχρεώσεων με τις διακοπές αναψυχής.

Δεύτερος κύριος πυλώνας για την αύξηση της επισκεψιμότητας, είναι οι εξαιρετικές και ιδιαίτερα **ποιοτικές υποδομές φιλοξενίας, εστίασης και ψυχαγωγίας, καθώς και η ανεκτίμητη πολιτισμική κληρονομιά** της Κρήτης. Το νησί διαθέτει διεθνή αεροπορική διασύνδεση και επαρκείς, πολυτελείς ξενοδοχειακές υποδομές, κριτήρια απαραίτητα για την επιλογή ενός τουριστικού προορισμού. Η λειτουργία του διεθνούς αεροδρομίου Ηρακλείου διευκολύνει την πρόσβαση επισκεπτών, και καθιστά το νησί κομβικό προορισμό. Υπάρχει λοιπόν η δυνατότητα να εξυπηρετηθούν ποικίλες τουριστικές ανάγκες. Είναι αξιοσημείωτο ότι η Κρήτη έχει ανεκτίμητης ιστορικής σημασίας αρχαιολογικούς, μουσειακούς χώρους και μνημεία που αποτελούν κοιτίδες της παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς. Τα μουσεία που λειτουργούν στο νησί, φιλοξενούν αρχαιολογικά ευρήματα μεγάλης αξίας, με το Αρχαιολογικό Μουσείο Ηρακλείου να αναδεικνύεται στο δεύτερο μουσείο σε αριθμό επισκεπτών στην Ελλάδα, και σε ένα από τα σπουδαιότερα διεθνώς. Οι αρχαιολογικοί χώροι σε ολόκληρη την Κρήτη, με ανάκτορα, επαύλεις, μέγαρα και νεκροταφεία, της Μινωικής κυρίως περιόδου, συγκεντρώνουν επίσης, μεγάλο αριθμό επισκεπτών ετησίως. Το ανάκτορο της Κνωσού μάλιστα, ακολουθεί την Ακρόπολη, ως ο αρχαιολογικός χώρος με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα. Ταυτόχρονα, συναντάμε ανεκτίμητης αξίας βυζαντινά μνημεία και ιστορικούς χώρους, όπως μοναστήρια και ναούς, που προσελκύουν σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Πέρα όμως από τα παραπάνω, η κοινωνική φύση και η φιλοξενία που διακρίνουν τους Κρητικούς, έχει οδηγήσει στην άνθηση της διοργάνωσης πολυάριθμων πολιτιστικών εκδηλώσεων στο νησί, όπως φεστιβάλ, γιορτές, εκθέσεις, και διαφόρων ειδών κοινωνικές συγκεντρώσεις, που διοργανώνονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

Τρίτο και ιδιαίτερα σημαντικό πυλώνα για την προσέλκυση επισκεπτών 12 μήνες το χρόνο στο νησί, αποτελεί το μοναδικό **οικοσύστημα επιστημονικής έρευνας και ανάπτυξης καινοτομίας**, που έχει διαμορφωθεί από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά και Ερευνητικά Ιδρύματα που εδρεύουν στο νησί. Ειδικότερα για την Κρήτη, η αλληλεπίδραση του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ) με το Πανεπιστήμιο Κρήτης, το Πολυτεχνείο Κρήτης, το Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο, το Ελληνικό Κέντρο Θαλασσιών Ερευνών, αλλά και το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, έχει δημι-

Video



ουργήσει ένα περιβάλλον μοναδικό για τα Ελληνικά και δυσεύρετο για τα διεθνή δεδομένα, το οποίο αποτελεί μια σπάνια άσση που χαρακτηρίζεται από τη διεπιστημονικότητα. Το ΙΤΕ αποτελεί ένα περιβάλλον ανοιχτό στην κοινωνία, διοργανώνοντας δράσεις όπως διεθνή επιστημονικά συνέδρια, ημερίδες και επισκέψεις σχολείων στα ερευνητικά του εργαστήρια. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η βραδιά Ερευνητή, ένας πανευρωπαϊκός θεσμός που διεξάγεται ταυτόχρονα σε όλη την Ευρώπη και προσφέρει την ευκαιρία στην κοινωνία να επισκεφθεί το ΙΤΕ, να μιλήσει με επιστήμονες και να παρακολουθήσει δρώμενα που αφορούν ερευνητικές δραστηριότητες και επιτεύγματα του Ιδρύματος. Συνολικά, κάθε χρόνο επισκέπτονται το Ίδρυμα αρκετές χιλιάδες άνθρωποι, κυρίως νέα παιδιά, μαθητές και φοιτητές. Πρόθεσή μας στο ΙΤΕ είναι να διευρύνουμε το ανοιχτό προς την κοινωνία ερευνητικό περιβάλλον, παρέχοντας πρόσβαση στις υποδομές μας σε όλους όσους θα ενδιαφέρονταν να έρθουν σε επαφή με την έρευνα και τα εργαστήρια. Προς την ίδια κατεύθυνση, συνεργαζόμαστε στενά με το Δήμο Ηρακλείου για την προώθηση της Δια Βίου Μάθησης και με την Περιφέρεια Κρήτης για την ανάπτυξη του Εκπαιδευτικού Τουρισμού. Εκτός από την πρωτογενή έρευνα, σημαντική προτεραιότητά μας στο ΙΤΕ είναι και η εκπαίδευση, η δημιουργία της επόμενης γενιάς επιστημόνων. Για το σκοπό αυτό, το Ίδρυμα συνεργάζεται στενά, έχοντας συνάψει μνημόνια συνεργασίας, με τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά και τα Ερευνητικά Ιδρύματα του Νησιού.

Με γνώμονα την βιώσιμη ανάπτυξη, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και των εκπαιδευτικών και ερευνητικών ιδρυμάτων του νησιού, το ΙΤΕ σχεδιάζει τη δημιουργία ενός Διεθνούς Επιστημονικού Συνεδριακού Κέντρου, στο νησί. Προς την επίτευξη του στρατηγικού, αναπτυξιακού αυτού στόχου του Ιδρύματος, έχει εκπονηθεί ήδη το σχετικό επιχειρησιακό σχέδιο και γίνονται επαφές με Επενδυτικούς Φορείς, την Πολιτεία και την Περιφέρεια Κρήτης για την υποστήριξη του εγχειρήματος. Πρόκειται για ένα έργο που θα προσδώσει σημαντική αναπτυξιακή δυναμική στην Περιφέρεια. Θα δώσει επίσης πνοή στην τοπική οικονομία, καθώς ο επιστημονικός συνεδριακός τουρισμός είναι ενεργός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Το μεγαλεπήβολο αυτό έργο αναπτυξιακής πολιτικής για την Κρήτη, αναμένεται να ενισχύσει την τοπική οικονομία, μέσα από την αξιοποίηση εκατοντάδων προμηθευτών από την τοπική αγορά. Θα δώσει μάλιστα σημαντική ώθηση στην αναζωογόνηση της εθνικής οικονομίας, μέσω της εισροής κεφαλαίου, ενώ θα συμβάλει στον περιορισμό της ανεργίας και στη διασφάλιση θέσεων εργασίας, ιδιαίτερα των εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού, για περισσότερους μήνες το χρόνο.

Φιλοδοξούμε να δημιουργήσουμε ένα Συνεδριακό Κέντρο διεθνούς βεληνεκούς, το οποίο θα ενισχύσει τον εκπαιδευτικό τουρισμό, ενώ θα αποφέρει πολλαπλά οφέλη στο επιστημονικό οικοσύστημα της Κρήτης, μέσα από την προσέλκυση νέων επιστημόνων στο νησί. Θα συμβάλει επίσης, στην προώθηση του επιστημονικού συνεδριακού τουρισμού, μέσω της διοργάνωσης πολυάριθμων διεθνών επιστημονικών συνεδρίων στο Νησί κάθε χρόνο, αναδεικνύοντας την Κρήτη σε κορυφαίο συνεδριακό προορισμό, και διασφαλίζοντας, ταυτόχρονα, την σταδιακή αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Άμεσο ανταποδοτικό αποτέλεσμα του εγχειρήματος αυτού, αναμένεται να είναι η αναγνώριση της υψηλού επιπέδου, διεθνώς ανταγωνιστικής επιστημονικής και ερευνητικής δραστηριότητας που διεξάγουν οι φορείς ανώτατης εκπαίδευσης και οι ερευνητικοί φορείς του νησιού. Μια τέτοια προοπτική θα βοηθήσει συνολικά το εκπαιδευτικό και ερευνητικό οικοσύστημα της Κρήτης, καθώς η δομή αυτή αναμένεται να καταστήσει την Κρήτη κορυφαίο προορισμό για την διεθνή επιστημονική κοινότητα.

Το ΙΤΕ, προωθεί τον συνεδριακό τουρισμό μέσω της διασφάλισης περισσότερων από 30.000 διανυκτερεύσεων ανά έτος, ενώ ενισχύει την αγορά της Κρήτης συνεισφέροντας με περισσότερα από 3 εκατομμύρια € ανά έτος, σε περίπου 500 προμηθευτές. Το Ίδρυμα αναπτύσσει και συμμετέχει σε μια σειρά από δράσεις που προωθούν τη διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό, της επιστημονικής έρευνας με την επισκεψιμότητα και την προώθηση των τοπικών προϊόντων, ως πιστοποιημένης ποιότητας και υψηλής διατροφικής αξίας. Για παράδειγμα, συμμετέχει σε δράσεις της Περιφέρειας Κρήτης για την αναβάθμιση της ευρύτερης περιοχής του νησιού, συνδέοντας τον πρωτογενή τομέα με τον τουρισμό.

Η επένδυση στο συνεδριακό τουρισμό, πρόκειται να αναβαθμίσει τις υποδομές της Κρήτης, αλλά και της Ελλάδας, αποτέλεσμα που θα προσφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη στην εθνική οικονομία και επιχειρηματικότητα. Το γεγονός μάλιστα, ότι οι συνεδριακές εκδηλώσεις διοργανώνονται καθ' όλη την διάρκεια του έτους, είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς θα συμβάλει στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Θα μπορούσαμε, έτσι, να διασφαλίσουμε υψηλά επίπεδα επισκεψιμότητας, και τους 12 μήνες του έτους. Η λειτουργία ενός τέτοιου Κέντρου υπόσχεται να αποτελέσει μια συνεχή πηγή εσόδων τόσο για την Κρήτη όσο και για ολόκληρη τη Χώρα, ενώ παράλληλα είναι ένα απαραίτητο και σημαντικό έργο υποδομής για την οικονομική, επιστημονική, πολιτιστική και τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

Το ΙΤΕ, το Πανεπιστήμιο Κρήτης, το Πολυτεχνείο

Κρήτης, το Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο, το Ελληνικό Κέντρο Θαλασσιών Ερευνών, το Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων, το Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου και τα άλλα συλλογικά σχήματα και φορείς που εδρεύουν στην Κρήτη, με το κύρος και τη διεθνή αναγνώριση που διαθέτουν, θα ωφεληθούν τα μέγιστα από τη λειτουργία του Συνεδριακού Κέντρου. Μάλιστα, θα έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες που αυτό θα προσφέρει, εξυπηρετώντας κατά τον καλύτερο τρόπο και σε όλη την διάρκεια του χρόνου, τις πολύπλευρες ανάγκες και δραστηριότητές τους.

Ο αναπτυξιακός σχεδιασμός του ΙΤΕ είναι μακροπρόθεσμος και πολυεπίπεδος, έχοντας ως οδηγό το μόνο ασφαλές κριτήριο για τη διαμόρφωση διοικητικής πολιτικής, που δεν μπορεί να είναι άλλο από αυτό της υψηλής ποιότητας και της επιστημονικής αριστείας. Ειδικά για ένα Ερευνητικό Κέντρο στην περιφέρεια της Ευρώπης, αυτό δεν είναι απλά θέμα επιλογής, είναι θέμα επιβίωσης. Για να μπορέσει το Ίδρυμα να συνεχίσει να διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στις εξελίξεις που αφορούν την έρευνα στην Ελλάδα και να εξασφαλίσει τη συνέχιση της επιτυχημένης του πορείας, θα πρέπει να παραμείνει κορυφαίο, να εντείνει την αριστεία του και να ακολουθεί πολιτικές ανοικτότητας προς την παγκόσμια επιστημονική κοινότητα. Ουσιαστικά, το όραμά μας στο ΙΤΕ είναι να δημιουργήσουμε και να διατηρήσουμε ένα περιβάλλον που να ευνοεί τη μάθηση, την έρευνα και την καινοτομία, ως το γόνιμο έδαφος που θα στηρίξει την περιφερειακή, εθνική και ευρωπαϊκή ανάπτυξη και πρόοδο.

Με γνώμονα την ουσιαστική και βιώσιμη ανάπτυξη, στόχο της Πολιτείας, των Τοπικών Αρχών, των Επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό και των Εκπαιδευτικών και Ερευνητικών Ιδρυ-

μάτων του νησιού, θα μπορούσε να αποτελέσει η καθιέρωση της Κρήτης ως διακριτού εκπαιδευτικού προορισμού στην Ευρώπη αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο. Η Ελλάδα διοργανώνει σημαντικό αριθμό διεθνών επιστημονικών συνεδρίων, ο οποίος όμως έχει τη δυνατότητα να πολλαπλασιαστεί, μέσω της αξιοποίησης της υπάρχουσας τεχνολογίας, των υφιστάμενων τουριστικών, ερευνητικών και εκπαιδευτικών υποδομών, της επέκτασής τους και της δημιουργίας νέων πιο σύγχρονων εγκαταστάσεων. Η προσέγγιση αυτή μπορεί να οδηγήσει σε θεαματική αύξηση του συνεδριακού και εκπαιδευτικού τουρισμού.

Όλα τα παραπάνω είναι ζωτικής σημασίας για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, που αποτελεί το σημαντικότερο κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας της Κρήτης, παρέχοντάς του στηρίγματα, ώστε τα επαγγελματικά ταξίδια να συνδυάζονται με την ψυχαγωγία. Προς την κατεύθυνση αυτή, χρειάζεται συλλογική και συντονισμένη προσπάθεια ώστε να διαμορφωθεί το κατάλληλο πλαίσιο και οι υποδομές για την αξιοποίηση των εξαιρετικών φυσικών, επιχειρηματικών και επιστημονικών κεφαλαίων που διαθέτει η Χώρα.

Είναι λοιπόν προς όφελος της Ελλάδας, η σύνδεση του τουρισμού και της επιχειρηματικότητας με την επιστήμη και την έρευνα, να αποτελέσει στρατηγικό στόχο στον αναπτυξιακό της σχεδιασμό. Θεωρώ ότι ο συνδυασμός αυτός αποτελεί πολύτιμη παρακαταθήκη για το μέλλον, επένδυση και οδηγό προς την ουσιαστική και βιώσιμη ανάπτυξη. Είμαι αισιόδοξος ότι μέσα από την αρραγή συνοχή και συνεργασία της Πολιτείας με τους εμπλεκόμενους φορείς, η προσπάθεια αυτή θα ευοδώσει, καθώς θεωρώ ότι η Κρήτη διαθέτει όλα τα εχέγγυα για να αποτελέσει δημοφιλή πόλο έλξης επισκεπτών, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.



Νέοι δίαυλοι επιχειρείν & ανάπτυξης

Μανώλης Τσακαλάκης



Πρόεδρος Ένωσης Ξενοδόχων
Ρεθύμνου,
Γενικός Γραμματέας ΔΣ
Πανελληνίας Ομοσπονδίας
Ξενοδόχων - ΠΟΞ

Κρήτη - ένας από τους πιο όμορφους και δημοφιλείς προορισμούς σε Ελλάδα και Ευρώπη, προσβάσιμος από αέρα και θάλασσα, με δεσπίζουσα γεωγραφική θέση στη μέση της Μεσογείου, άριστο κλίμα, μοναδικό φυσικό περιβάλλον, παγκόσμιας φήμης και σπουδαιότητας αρχαιολογικούς χώρους και πολιτιστικά μνημεία. Με πολλαπλές επιλογές εσωτερικών ταξιδιών, ποικίλες δραστηριότητες, υψηλής ποιότητας αναγνωρίσιμα αγροτικά προϊόντα, ώριμη κοινωνική δομή, θερμή φιλοξενία, αυθεντικότητα κατοίκων, σημαντικές υποστηρικτικές τουριστικές υποδομές και ανώτατες υπηρεσίες. Πολλά χρόνια τώρα, αρκετοί από εμάς και πολλοί άλλοι, συναντιόμαστε, συζητάμε, αναλύουμε και ευχόμαστε αυτό που, ενώ φαίνεται αυτονόητο είναι τελικά δύσκολο να υλοποιηθεί.

«Ήμουνα νιος και γέρασα», που λέει ο λόγος, κι εμείς ακόμα συζητάμε για την πολυπόθητη επέκταση της τουριστικής σεζόν σε 12 μήνες το χρόνο και τα σημαντικά οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν για όλη την τοπική κοινωνία, το επιχειρείν, τις θέσεις εργασίας και την γενικότερη ανάπτυξη του νησιού.

Όμως ότι απ' ό,τι φαίνεται, συζητάμε με εσωστρέφεια, που καθόλου δε βοηθά στην επίτευξη του στόχου.

Οι περισσότερες προϋποθέσεις έχουν καταγραφεί και υπεραναλυθεί. Έχουμε ήδη μιλήσει για:

- τα ανάγλυφα **γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά**

του νησιού και το μοναδικό φυσικό περιβάλλον του που το καθιστούν ιδανικό τόπο προσέλκυσης τουριστών με έντονο οικολογικό ενδιαφέρον

- τον απαραίτητο Χωροταξικό σχεδιασμό με στόχο την ανάδειξη και την αναβάθμιση του ρόλου της Κρήτης σε **κέντρο της Ν.Α Μεσογείου, κόμβο διεθνούς σημασίας στους τομείς της οικονομίας, του πολιτισμού και των επικοινωνιών**
 - τις **ελλειμματικές υποδομές και τη μειωμένη διαθεσιμότητα πόρων**
 - την **ολιγωρία του κράτους** και την υπερεπιγούσα ανάγκη παρέμβασης με έργα βελτίωσης της πρόσβασης και των συνθηκών ασφαλείας του βασικού οδικού δικτύου (Βόρειος & Νότιος Οδικός Άξονας, Κάθετοι Άξονες)
 - τις προαπαιτούμενες επενδύσεις επέκτασης και αναβάθμισης λιμανιών και αεροδρομίων του νησιού, την υποχρεωτική βελτίωση περιφερειακών και τοπικών οδών και την ενίσχυση της προσπέλασης.
 - τη συγκέντρωση τουριστικών υποδομών στο Βόρειο Άξονα και σε συγκεκριμένες περιοχές τουριστικής ανάπτυξης στα νότια παράλια, με περιορισμένη διάχυση στην ενδοχώρα
 - την απουσία απευθείας συνδέσεων των λιμανιών της Κρήτης με λιμάνια του εξωτερικού.
 - την υψηλή εποχικότητα αφίξεων, στα δύο λιμάνια και στα 2 αεροδρόμια της Κρήτης (συγκέντρωση αφίξεων κυρίως το διάστημα Ιούλιος - Σεπτέμβριος)
 - την έλλειψη υποδομών διαχείρισης λυμάτων σε σημαντικές παράκτιες τουριστικές περιοχές
- Έχουμε συζητήσει για
- την απαραίτητη κρατική υποστήριξη κάθε καινοτόμου επιχειρηματικής προσπάθειας, για την επιδότηση της εργασίας, για την ανάγκη δημιουργίας σταθερού πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος, για την εξάλειψη της υπερφορολόγησης και τη θέσπιση αναπτυξιακών κινήτρων
 - την ευθύνη της Περιφέρειας και των τοπικών Δήμων να εκπονήσουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο πολλαπλών δράσεων, όπου ο πολιτισμός συναντά τον τουρισμό, τη γαστρονομία και την εκπαίδευση, με στόχο τη συνδυαστική ανάδειξη των επιμέρους τομέων της γεωργίας, της διατροφής, της βιοτεχνίας, της εκπαίδευσης και την παραγωγή προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, από λάδι και τσικουδιά έως αυτά της υψηλής τεχνολογίας (βιοτεχνολογία, πληροφορική κ.α)
 - για την απολύτως απαραίτητη Έξυπνη Εξειδίκευση και την ανάδειξη του Κρητικού πολιτισμικού-τουριστικού συμπλέγματος σε παγκόσμια κλίμακα καθώς η Έρευνα και η Τεχνολογία αποτελούν **ισχυρό πόλο ανάπτυξης** του νησιού. Διαθέτουν σημαντικό εκπαιδευτικό και ερευνητικό δυναμικό και έχουν αναπτύξει συνεργασίες και ισχυρές δικτύσεις με άλλα ερευνητικά κέντρα στην Ευρώπη

και στον κόσμο γενικότερα. Αυτή η **εκπαιδευτική εξωστρέφεια πρέπει να ενισχυθεί**, αφού οι επισκέπτες διαθέτουν υψηλό μορφωτικό και κοινωνικό επίπεδο, ενδιαφέρονται να συμμετέχουν στα τοπικά δρώμενα και λειτουργούν ως πρεσβευτές του τόπου

Έχουμε κουραστεί με

- την χρόνια καθυστέρηση των απαραίτητων μεταρρυθμίσεων για την υποστήριξη της ανάπτυξης
- τη **διατήρηση του γραφειοκρατικού θεσμικού περιβάλλοντος**
- την αδυναμία ανάπτυξης επιχειρηματικών συνεργασιών και συνεργειών με ευρύτερη κοινωνική συναίνεση και στόχο τη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού

Ακούσαμε σήμερα, πολύ ενδιαφέροντες ομιλητές, με ωραίες ιδέες και προτάσεις σημαντικές, τόσο που δεν ξέρω αν έχω να πω κάτι καινούργιο, φρέσκο και πρωτότυπο.

Παρόλα αυτά, θα μιλήσω για

- την **κρητική κουζίνα** που κατέχει σημαντική θέση στη διεθνή γαστρονομία λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής ποιότητας των τοπικών προϊόντων και των ευεργετικών επιδράσεων τους στην υγεία του ανθρώπου. Η Κρήτη διαθέτει **σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα στον αγροδιατροφικό τομέα** κι έχει ισχυρά ερείσματα στα κηπευτικά, στη μικτή γεωργία και στη κτηνοτροφία. Η Κρητική διατροφή έχει χαρακτηριστεί ως «άυλη πολιτισμική κληρονομιά της ανθρωπότητας» από την **UNESCO** (Νοέμβριος 2011). Στην Κρήτη υπάρχουν **18 προϊόντα ζωικής και φυτικής παραγωγής**, χαρακτηρισμένα ως προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (Π. Γ. Ε.)

- την ανάγκη **βελτίωσης της εμπειρίας** του επισκέπτη, με την προσφορά μεγάλου φάσματος **δραστηριοτήτων σχετιζόμενες με το ευρύ τομέα του πολιτιστικού και γαστρονομικού τουρισμού. Σεμινάρια παραδοσιακής μαγειρικής, ζαχαροπλαστικής, ζυμώματος ψωμιού, συλλογής άγριων χόρτων, βοτάνων, μανιταριών, σαλιγκαριών και τρούφας, δοκιμής τοπικών οινικών ποικιλιών, επισκέψεις σε αμπελώνες και οινοποιεία**, αποτελούν μοναδικές εμπειρίες.

Η συμμετοχή στη διαδικασία συλλογής του καρπού της ελιάς, της παραγωγής του ελαιόλαδου, της απόσταξης της ρακής, του τρύγου στα αμπέλια, της συγκομιδής του μελιού, της καλλιέργειας λαχανικών, της συλλογής γάλακτος και της παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, της εκτροφής οικόσιτων ζώων, της κουράς των προβάτων και τόσων άλλων, συνδέουν τον επισκέπτη με τον τόπο και από τουρίστα τον μεταμορφώνουν σε φίλο και πρεσβευτή.

Θα μιλήσω για

Video



- Την **αναπαλαίωση & αποκατάσταση ιστορικών και αρχιτεκτονικών στοιχείων υψηλής αξίας**
- Τη διατήρηση της **ιστορικής και αρχιτεκτονικής κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος** (οικισμοί, κάστρα, δάση, σπάνια φυτά, φαράγγια, παραλίες, μέρη φυσικού κάλλους)
- Τη βελτίωση σημαντικών **επιλεγμένων αξιοθέατων και την παράταση του χρόνου και της περιόδου λειτουργίας** τους
- Τη **στροφή του αγροτικού τομέα σε εναλλακτικές καλλιέργειες** π.χ θεραπευτικών & αρωματικών βοτάνων κι ελαίων
- Την **ανάπτυξη ενός κοινού, για όλο το νησί, προγράμματος όπου καταγράφονται όλες οι γιορτές με επίκεντρο τα κρητικά προϊόντα**, όλες οι εκδηλώσεις ανάδειξης των τοπικών πλεονεκτημάτων, καθώς και τα καλλιτεχνικά, μουσικά και πολιτιστικά δρώμενα. Έγκαιρη και στοχευμένη προώθηση, αυτού του προγράμματος στο εξωτερικό, παρέχει **αυξημένη παροχή πληροφόρησης** κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου και κινητοποιεί **τους πιθανούς επισκέπτες**, δίνοντας τους πρόσθετα κίνητρα.
- Την **ενοποίηση των Σημάτων ποιότητας της κρητικής κουζίνας** με κοινούς όρους, προϋποθέσεις και κριτήρια, ώστε να δημιουργηθεί η κρίσιμη μάζα συμμετεχόντων επιχειρήσεων και να προωθηθεί η αναγνωρισιμότητα του **brand name ΚΡΗΤΗ**. Η προώθηση αυτών των εναλλακτικών μορφών

τουρισμού, η προσφορά διαφοροποιημένων τουριστικών υπηρεσιών και η δημιουργία βιωματικής σύνδεσης (εμπειρίας) με ταυτόχρονη παροχή άριστων υπηρεσιών, ενισχύουν την εξωστρέφεια και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα.

Ο υψηλός βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών της Κρήτης, οδηγεί στη δημιουργία συνειδητοποιημένων τουριστών που επιλέγουν τον προορισμό ανάμεσα σε πολλούς άλλους αλλά και τον αυτόνομο τρόπο οργάνωσης των διακοπών τους, Έτσι, αργά και σταθερά, ανεξαρτητοποιούν το προϊόν από τους λόγους που προκαλούν και διατηρούν την εποχικότητα.

Οι νέες συνθήκες και οι αλλαγές στα ταξίδια που επιβάλλονται παγκοσμίως, μπορεί να λειτουργήσουν σαν εφελκυστικό παράγοντα νέων υπηρεσιών φιλοξενίας.

Ναι, ο Covid19 εκτός από καταστροφικός μπορεί να δώσει μια άλλη ώθηση στον τουρισμό.

Αν αυτό γίνει κατανοητό οι τάσεις και οι πρακτικές ανάπτυξης των εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων μπορούν να ανοίξουν νέους διαύλους επιχειρηματικής δραστηριότητας και ανάπτυξης της Κρήτης. Μπορούν να οδηγήσουν σε επενδύσεις, σε ενίσχυση των διασυνδέσεων και του εξαγωγικού χαρακτήρα των 4 δυναμικών τομέων.

Αγροδιατροφή, Πολιτισμός-Τουρισμός, Περιβάλλον, Γνώση μπορούν να καθορίσουν την Κρήτη των 4 εποχών.



Ερευνητής Αγαιακών Γραφών

Πολιτισμός της γραφής

Μηνάς Τσακίριδης

Είμαστε ένας πολιτισμός που έχουμε την πρώτη γραφή του ευρωπαϊκού πολιτισμού που ξεκινάει από τα Κρητικά ιερογλυφικά και τη Γραμμική Β' που έχει διαβαστεί ως Ελληνική και που το κέντρο της είναι η Κρήτη.

Ανάδειξη του πολιτισμού της γραφής και διάδοσή της στο χώρο του τουρισμού ενισχύει την μετάβαση σε ένα μοντέλο ανάπτυξης του πολυθεματικού τουρισμού.

Σημαντική είναι η στόχευση της ανάδειξης των συμβόλων του κρασιού, του λαδιού, του σταριού, των υφασμάτων, των ταξιδιών, δημιουργώντας αντίστοιχες Μινωικές διαδρομές. Με εφαρμογές μέσω κινητού τηλεφώνου την αξιοποίηση της τεχνολογίας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της κρητικής τουριστικής αγοράς και την αποτελεσματική προβολή της Κρήτης διεθνώς.

Ήδη έχουν γίνει βήματα με διακόσμηση ξενοδοχείων με Γραμμική Β (εστιατόριο, σουίτες, διαχωριστικά χώρων, αριθμοί σωματίων), με τα ονόματα των επισκεπτών ως αναμνηστικό, με σύμβολα στα Κρητικά προϊόντα όπως λάδι, ξεροτήγανα. Μέλι και χαρακτηριστικά της γραφής σε κοσμήματα. Παράλληλα έχουν πραγματοποιηθεί εκδόσεις βιβλίων, εκδηλώσεις συνέδρια για την Μινωική ιατρική, τα βότανα, Μινωικά μονοπάτια - διαδρομές λαδιού, τσικουδιάς. Οι αυθεντικές αξίες του πολιτισμού είναι να αναδείξουμε τα Κρητικά προϊόντα.

Video



Η εκπαίδευση παράγοντας ανάπτυξης της επιχείρησης

Δημήτρης Φανουρζάκης



Επιχειρηματίας, Γενικός Διευθυντής DIANA ελαστικές εφαρμογές, Υπεύθυνος ΓΕΜΗ Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιά, Αντιπρόεδρος Β' Συνδέσμου Επιχειρήσεων Ναυπηγικής Βιομηχανίας

Η δυνατότητα της οικονομικής, κοινωνικής, και πολιτιστικής ανάπτυξης μιας κοινωνίας, εξαρτάται άμεσα και απόλυτα αφενός από την ικανότητα της να παράγει και να αφομοιώνει νέες τεχνολογίες και αφετέρου από την ικανότητα της να αναπροσαρμόζεται στις νέες εξελίξεις. Οι συνεχείς διαρθρωτικές μεταβολές στην οικονομία, τις οποίες επιφέρουν οι ταχείες εξελίξεις, απαιτούν σημαντικές επενδύσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση, ώστε να ανέβει το γενικό επίπεδο του εργατικού δυναμικού, για να μπορεί να ανταποκριθεί στις δημιουργούμενες νέες ανάγκες σε εργασία.

Ένα εκπαιδευμένο προσωπικό στην επιχείρηση είναι μια πολυσύνθετη αναγκαιότητα. Είναι το κύριο μέσο στο οποίο πρέπει να έρχονται σε επαφή με τον πελάτη, να μιλούν γλώσσες, είτε να έχουν άσφρη τεχνική στην ειδικότητα τους, και η εκπαίδευση τους να είναι τόσο των χεριών όσο και του πνεύματος, που κυρίως σήμερα η απόκτηση ειδικοτήτων πλαισιωμένων με τεχνικές γνώσεις και πνευματική κατάρτιση πρέπει να ισχύει για την πλειονότητα των σύγχρονων επιχειρήσεων. Όπως είναι φυσικό, οι μέθοδοι εκτέλεσης της εργασίας, συνεχώς μεταβάλλονται ανάλογα με το ρυθμό που μεταβάλλονται και τα μέσα εκτέλεσης της εργασίας. Συνεπώς ανάλογα με τους ρυθμούς αυτούς, πρέπει και οι γνώσεις του προσωπικού να ανανεώνονται και να αναπροσαρ-

μόζονται συνεχώς.

Συνήθως οι κύριες μορφές εκπαίδευσης που σαν σκοπό έχουν την ειδίκευση και την κατάρτιση, είναι οι εξής:

A. Μαθητεία. Με τον όρο αυτό εννοούμε την εκπαίδευση νέων στην ηλικία, που προετοιμάζονται για την κατάληψη τεχνικών θέσεων εργασίας. Η πληρέστερη ειδίκευση του θα γίνει με την άσκηση του στην πράξη.

B. Μετεκπαίδευση. Με τον όρο αυτό εννοούμε την συμπληρωματική εκπαίδευση που γίνεται αφού τελειώσει η γενική.

Γ. Επιμόρφωση. Είτε του προσωπικού είτε των εργοδοτών, έχει την έννοια της εκμάθησης ή της εξειδίκευσης, στην χρήση νέων μηχανημάτων ή νέων μεθόδων ή στην παραγωγή ενός νέου προϊόντος. Και δ. Η καθοδήγηση... που είναι και αυτή μια μορφή εκπαίδευσης, που σαν σκοπό έχει την συνεχή παροχή οδηγιών και πληροφοριών κατά την διάρκεια της εργασίας. Οπωσδήποτε υπάρχουν πολλές διαφορές στις μορφές εκπαίδευσης μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, των τουριστικών γραφείων, των εστιατορίων ή και των αεροπορικών εταιρειών.

Η σωστή εκπαίδευση όμως είναι απαραίτητη για την πλήρωση των αναγκών της επιχείρησης σε προσωπικό, για την λύση διαφόρων λειτουργικών θεμάτων αλλά και την εξωστρέφεια της. Τα ωφέλη της είναι σημαντικά διότι μεγαλώνει η αξία στην αγορά εργασίας και βελτιώνουν τις δυνατότητες παραγωγής μέσα στην επιχείρηση.

Ύστερα από την προηγούμενη πολυετή κρίση και τους έντονους κλυδωνισμούς που προκάλεσαν κακοί χειρισμοί περασμένων δεκαετιών στην διαχείριση των δημοσιονομικών μεγεθών, ο ιδιωτικός τομέας κατόρθωσε και έμεινε όρθιος, προσαρμόστηκε στα νέα δεδομένα και εξακολουθεί να δημιουργεί πλούτο στην χώρα μας. Για αυτό ερχόμαστε όσοι εκφράζουμε την αγορά και ζητούμε από την πολιτεία να συνεργαστεί μαζί μας, ώστε να καθοριστεί ένα νέο εκπαιδευτικό αλλά και παραγωγικό μοντέλο προκειμένου η οικονομία να νοικοκυρευτεί και να μπούμε σε πραγματικούς αναπτυξιακούς ρυθμούς. Με απλά λόγια πρέπει να ξαναθυμηθούμε την ανάγκη της εργατικής δυναμικής αυτάρκειας. Αυτή η προοπτική προϋποθέτει εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα και με κανόνες και την προετοιμασία εξιδανικευμένου εργατικού και τεχνικού δυναμικού, από τον μάντζερ και τον υπεύθυνο μέχρι τον ηλεκτρολόγο τον υδραυλικό τον ψυκτικό που πλέον είναι και δυσεύρετοι.

Χρειάζονται μεταρρυθμίσεις και καινοτομίες που μπορούν να συνδέσουν επί της ουσίας τις επιχειρήσεις με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, αλλά και περιβάλλον ανάλογο από τα σχολεία, έτσι ώστε να ανακαλύψει ένας νέος το επάγγελμα που ονειρεύ-

εται, να ανταποκρίνεται το όνειρο του στην ζήτηση της αγοράς, αλλά και να ανακαλύψει τις ευκαιρίες που χρειάζονται για να γίνει ένας καλός επαγγελματίας ή και επιχειρηματίας.

Μεταρρυθμίσεις με ειδικά πλαίσια δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του ασκουμένου και της επιχείρησης και έπειτα από σχετική συμφωνία των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και των εργοδοτικών φορέων με σκοπό την ανάπτυξη της επαγγελματικής συνείδησης. Μόνο έτσι αυτή η περίοδος της προσαρμογής του υποψηφίου για εργασία, από την θεωρητική γνώση που αποκτάται στα σπουδαστικά έδρανα, στην πρακτική εμπειρία που μόνο η τριβή σε πραγματικές συνθήκες μπορεί να χαρίσει, θα προετοιμάσει ικανά στελέχη και θα αποβεί ουσιαστικά και με εποικοδομητικά ωφέλη για την επιχείρηση.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να τονιστεί ένα βασικό πρόβλημα του εκπαιδευτικού συστήματος, καθώς παρατηρείται το φαινόμενο της απουσίας επικοινωνίας των εκπαιδευτικών οργανισμών, με την αγορά εργασίας και τις εξελισσόμενες και διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες της. Έτσι νέες ειδικότητες επαγγελματιών που δημιουργούνται από την διεθνή ζήτηση, μπορεί να απουσιάζουν παντελώς από τα προγράμματα σπουδών. Ίσως ακόμα και η αδυναμία του συστήματος να ρυθμίσει την προσφερόμενη παραγωγή στελεχών ανάλογα με τις απαιτήσεις της ζήτησης, με αποτέλεσμα σε κάποιες θέσεις να παρατηρείται υπερπροσφορά εργασίας ενώ σε κάποιες άλλες έλλειψη.

Έτσι λοιπόν πρέπει να οριστούν νέα πλαίσια παιδείας είτε είναι βιομηχανική είτε αγροτική είτε τουριστική παιδεία. Να γίνει άμεσα αναβάθμιση της ποιότητας σπουδών, σε θεωρητικό αλλά κυρίως στο πρακτικό επίπεδο. Να βρεθούν εκπαιδευτές να διδάξουν νέα μαθήματα, που να περιλαμβάνουν από τις δυνατότητες π.χ και τους τρόπους διαχείρισης τουριστικών περιοχών, μέχρι τον θεματικό τουρισμό σε βάθος, και από τις ανάγκες ποιοτικής προσφοράς στις πύλες εισόδου της χώρας μέχρι τους τρόπους προστασίας, διάσωσης, και ανάδειξης του φυσικού, του πολιτιστικού, του κοινωνικού και του οικονομικού ακόμα περιβάλλοντος των τουριστικών περιοχών. Τον τρόπο επέμβασης μιας επιχείρησης σε ένα παρθένο οικονομικά τόπο, μέχρι την δυνατότητα να αντιμετωπίζονται προβλήματα καθημερινά της τουριστικής πραγματικότητας. Μέσα από την συνεργασία εμπλεκόμενων φορέων όπως είναι τα επιμελητήρια τα οποία έχουν η μπορούν να βρουν λύσεις και να διαδραματίσουν ρόλο ουσιαστικού αρωγού της πολιτείας στα θέματα της τεχνικής εκπαίδευσης και της δημιουργίας μια νέας γενιάς επαγγελματιών και επιχειρηματιών αφού εκπροσωπούν τις επιχειρήσεις πολλών κλάδων σε μια περιοχή, ενώ βάσει πραγματικών αναγκών στις τοπικές κοινωνίες μπορούν να εγγραφούν ως

Video



ανάδοχοι εκπαίδευσης.

Συνοψίζοντας, πολλά τα ωφέλη της σωστής εκπαίδευσης για την επιχείρηση αφού, α. Οδηγεί σε βελτίωση της κερδοφορίας της, β. Ανεβάζει το ηθικό των εργαζομένων, γ. Βοηθάει στην βελτίωση της εταιρικής εικόνας, δ. Βελτιώνει τις γνώσεις της εργασίας σε όλους τους τομείς της επιχείρησης, ε. Συμβάλει στην αποτελεσματική λήψη αποφάσεων και της επίλυσης προβλημάτων, στ. Συμβάλλει στην μείωση του κόστους παραγωγής, η. Παρέχει πληροφορίες για τις μελλοντικές ανάγκες σε όλους τους τομείς, θ. Βοηθάει στην χάραξη κατευθυντήριων γραμμών για την εργασία και την εξωστρέφεια της επιχείρησης.

Όπως είδαμε μέχρι τώρα, η εκπαίδευση επιτελεί δύο βασικούς σκοπούς στις σύγχρονες κοινωνίες. Από τη μια συντελεί στη βελτίωση της ικανότητας του ατόμου να κατανοεί τον κόσμο και να λαμβάνει τις καλύτερες δυνατές αποφάσεις και από την άλλη, προετοιμάζει τα νέα άτομα για την επαγγελματική τους ζωή και τα βοηθά να αυξήσουν την οικονομική τους αξία. Έτσι, η εκπαίδευση δεν έχει μόνο κοινωνικό και πολιτιστικό σκοπό αλλά και οικονομική αξία. Η συμβολή της στην αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας και της παραγωγής είναι σημαντική.

Οι διαπιστώσεις αυτές δεν είναι νέες, αφού συγγραφείς όπως οι Adam Smith, Alfred Marshall κ.α. επισήμαναν τη συμβολή της εκπαίδευσης στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Στο συμπέρασμα αυτό οδηγούν και οι εκτιμήσεις των συναρτήσεων παραγωγής οι οποίες από τη μεταπολεμική περίοδο έδειχναν ότι σημαντικό τμήμα της αύξησης του εθνικού προϊόντος δεν οφειλόταν στην ποσοτική αύξηση των συντελεστών παραγωγής αλλά σε άλλους παράγοντες όπως στην πρόοδο της οργάνωσης της οικονομίας, στην τεχνολογική πρόοδο, στην αύξηση των γνώσεων, στον ανθρώπινο παράγοντα και στην εκπαίδευση. Με άλλα λόγια, η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας δεν εξαρτάται μόνο

από το φυσικό κεφάλαιο που η χώρα αυτή επενδύει στην οικονομία της, αλλά και από τη γνώση και τις δεξιότητες του εργατικού δυναμικού της. Οι δαπάνες για εκπαίδευση αποτελούν μια επένδυση που δημιουργεί ανθρώπινο κεφάλαιο, το οποίο έχει μια αποδοτικότητα όπως αυτή των επενδύσεων σε υλικό κεφάλαιο.

Κλείνοντας θα αναφερθώ σε μια μελέτη της Παγκόσμιας Τράπεζας, η οποία αναφέρεται στο «άυλο κεφάλαιο». Ποιό είναι αυτό το «κεφάλαιο» στο οποίο αναφέρεται και γιατί το αναφέρουμε. Το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει πέρα από τους φυσικούς πόρους (όπως μεταλλεύματα, δάση) και την παραγωγική υποδομή (εργοστάσια, μηχανές κ.λ.π.) ενός κράτους και ορισμένους άλλους παράγοντες. Πρόκειται για παράγοντες όπως η εμπιστοσύνη μεταξύ των συναλλασσόμενων, ένα αποτελεσματικό δικαστικό σύστημα, τα σαφώς καθορισμένα ιδιοκτησιακά δικαιώματα, και τέλος η ποιοτική παιδεία. Σύμφωνα με το άρθρο, οι οικονομολόγοι της Παγκόσμιας Τράπεζας κατάφεραν να μεταφράσουν το άυλο κεφάλαιο σε αριθμούς και να υπολογίσουν το μέγεθός του ανά περιοχές. Το συμπέρασμά τους είναι ότι, όσο πιο πλούσια είναι μια χώρα, τόσο μεγαλύτερο ποσοστό του πλούτου της είναι σε άυλο κεφάλαιο. Οι πλούσιες χώρες φαίνεται ότι οφείλουν την οικονομική τους ευμάρεια όχι μόνο στις πρώτες ύλες ή ακόμα και στη βιομηχανία τους, αλλά κυρίως στην ποιότητα των θεσμών και της παιδείας τους. Δύσκολες συγκυρίες και εποχές, θα σκεφτούμε, και έτσι είναι, όμως πρέπει να είμαστε επιβάτες του τρένου και όχι θεατές. Δεν πρέπει να αφήσουμε καμία κρίση να γίνει πιο μεγάλη από εμάς. Η αύξηση της παραγωγικότητας οδηγεί στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης και για αυτό πρέπει να βελτιώνονται όλοι οι παράγοντες που συμβάλλουν στην αύξηση αυτή. Τέτοιος παράγοντας και ίσως ο μεγαλύτερος, είναι η εκπαίδευση.



Κλίμα παραγωγικής συζήτησης



Νίκος Χαλικιαδάκης

Πρόεδρος
Ένωσης Ξενοδόχων Ηρακλείου
Αν. Μέλος ΔΣ
Πανελλήνια Ομοσπονδία
Ξενοδόχων - ΠΟΞ

Αξιότιμοι Κύριοι και Κυρίες,
Ευχαριστώ θερμά για την πρόσκληση και την συμμετοχή ως ομιλητής στην ημερίδα τουρισμού. Πρόκειται για μια πολύ ενδιαφέρουσα ημερίδα, η οποία μπορεί με την συμμετοχή όλων των εκπροσώπων του τουρισμού, του πολιτισμού, των υπηρεσιών και του πρωτογενή τομέα να οδηγήσει στο τέλος σε παραγωγή προτάσεων και αποτελεσμάτων που μπορούμε όλοι να αξιοποιήσουμε προς κοινό όφελος.
Διανύσαμε και διανύουμε ακόμη μια πολύ δοκιμαστική σεζόν. Ο τουρισμός ήταν ο κλάδος που τα τελευταία χρόνια παρουσίαζε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και αποτέλεσε βασικός πυλώνας ώστε να ανακάμψει οικονομικά η χώρα από την κρίση των προηγούμενων ετών.
Στην παρούσα φάση και περίοδο αποτελεί τον κλάδο με το μεγαλύτερο πλήγμα και φυσικά το πιο δύσκολο είναι το παρόν αλλά εν τέλει τι θα γίνει στο μέλλον.
Κατά τη διάρκεια της φετινής σεζόν κληθήκαμε

όλοι στον τουρισμό να αντιμετωπίσουμε και να διαχειριστούμε πρωτόγνωρες εμπειρίες που ενέχουν μεγάλη ευθύνη καθώς αφορούν το θέμα «υγεία».

Οι προκλήσεις και τα ερωτήματα πολλά:

- Πότε θα ανοίξουν τα ξενοδοχεία;
- Τι θα γίνει με τις μεταφορές και τα αεροδρόμια;
- Πως θα εφαρμόσουμε σωστά τα υγειονομικά πρωτόκολλα χωρίς περιθώρια λάθους;
- Πόσο θα διαρκέσει η σεζόν;
- Ποιες αγορές θα ανοίξουν; Στην πορεία αγωνισαμε όλοι για το ποιες θα κλείσουν.
- Κατά πόσο θα κινηθεί έστω και λίγο η αγορά με τον εσωτερικό τουρισμό και πολλά ακόμη.

Βαδίζοντας προς το τέλος της σεζόν, δυστυχώς ο απολογισμός είναι απογοητευτικός καθώς η πανδημία συντάρραξε το ελληνικό ΑΕΠ.

Τα έσοδα έβαζαν αυτήν τη χρονιά πλήρη για τα 20 δισ.

Ουκ ολίγες φορές ο τουρισμός χαρακτηρίστηκε «ατμομηχανή» της ελληνικής οικονομίας τα τελευταία χρόνια, και όχι άδικα, αφού από το 2013 και μετά η πορεία του είναι εκρηκτική τόσο σε έσοδα, όσο και σε αφίξεις, με την περσινή χρονιά να είναι η καλύτερη όλων των εποχών.

Όπως έδειξαν τα στοιχεία της Τραπέζης της Ελλάδος τα τουριστικά έσοδα το 2019 διαμορφώθηκαν στα 18,2 δισ. ευρώ. Το 2019 η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 4,1% και διαμορφώθηκε στις 31,3 εκατ. ταξιδιώτες, έναντι 30,1 εκατ. ταξιδιωτών το 2018. Η Ελλάδα πέτυχε αύξηση των διεθνών αεροπορικών αφίξεων κατά 3,9%, που σε απόλυτα νούμερα μεταφράζεται σε 21,5 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις και επιπλέον 803 χιλιάδες επιβάτες σε σχέση με το 2018.

Για το 2020, το υπουργείο Τουρισμού είχε θέσει ως προτεραιότητα τη διψήφια αύξηση των εισπράξεων, υπολογίζοντας πως στο τουριστικό «καλάθι» θα έμπαιναν επιπλέον τουλάχιστον 1,5-1,7 δισ. ευρώ, την αύξηση των αφίξεων κοντά στο 5%, την αύξηση στις τουριστικές αφίξεις κατά τους μήνες Απρίλη, Μάη, και Σεπτέμβρη, Οκτώβρη άνω του μέσου όρου του έτους, την αύξηση στις διανυκτερεύσεις κατά 5% στο τέλος του έτους, την αύξηση της κατά κεφαλήν δαπάνης κατά 4,5% και τέλος την αύξηση των κλινών καταλυμάτων 4 και 5 αστέρων κατά 3% στο τέλος του έτους. Στόχος ήταν επίσης η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με «όχημα» τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την μετεξέλιξη του τουριστικού μοντέλου «ήλιος και θάλασσα», με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών

υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, αλλά και άνοιγμα σε αγορές του εξωτερικού με υψηλές δαπάνες. Μια από αυτές ήταν και η Κίνα.

Το πλήγμα για την οικονομία φέτος διαγράφεται τεράστιο. Σύμφωνα με το Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, για κάθε 1 δισ. ευρώ απώλειας διεθνών ταξιδιωτικών εισπράξεων, προκαλείται μία συνολική (άμεση και έμμεση) μείωση του ΑΕΠ της οικονομίας κατά περίπου 1,076 δισ. ευρώ, μείωση της απασχόλησης στην οικονομία κατά περίπου 26.403 απασχολούμενους, επιβάρυνση του Ισοζυγίου Αγαθών και Υπηρεσιών κατά περίπου 675,52 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων πάνω από τα 2/3 οφείλονται σε απώλειες εισπράξεων από υπηρεσίες διαμονής και εστίασης.

Είναι, άλλωστε, ενδεικτικά τα στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων για τη συμβολή του κλάδου στο ΑΕΠ (τα στοιχεία αφορούν τις επιδόσεις του χώρου το 2018, με τις περσινές να αναμένονται). Ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε άμεσα στη δημιουργία του 11,7% του ΑΕΠ της χώρας με 21,6 δισ. ευρώ. Η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 13,3% ή κατά 2,5 δισ. ευρώ σε σύγκριση με το 2017. Συνολικά (άμεσα και έμμεσα) ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε από 25,7% (47,4 δισ. ευρώ) έως 30,9% (57,1 δισ. ευρώ) στη δημιουργία του ΑΕΠ.

Ένας άσχημος οικονομικός απολογισμός που συνδυάζεται με το πρόωρο κλείσιμο περίπου 5000 ξενοδοχείων;

Αυτά λίγο πολύ όλοι τα γνωρίζουμε γιατί τα βιώσαμε. Τα ζητήματα που τώρα όλοι μαζί καλούμαστε να διαχειριστούμε είναι το μέλλον του τουρισμού και ο δύσκολος χειμώνας που έχουμε μπροστά μας. Οι τουριστικές εισπράξεις είναι λίγες, η ανασφάλεια και η αβεβαιότητα για το μέλλον και την πορεία της πανδημίας είναι μεγάλη και δυστυχώς πολλές είναι οι επιχειρήσεις που απειλείται η βιωσιμότητά τους. Το σκηνικό είναι ρευστό καθώς οι παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται η επόμενη σεζόν έχουν να κάνουν με τα επιδημιολογικά δεδομένα και την αναμονή για το εμβόλιο.

Παρ' όλα αυτά και επειδή έχουμε περάσει από δύσκολες οικονομικές χρονιές, ευελπιστώ ότι σε κλίμα παραγωγικής συζήτησης όλων των φορέων που εμπλέκονται στον τουρισμό μπορούμε να δημιουργήσουμε συνθήκες ώστε σε περίπτωση πιθανής επανάληψης μιας δύσκολης σεζόν να μπορέσουμε όλοι μαζί να επιβιώσουμε.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας!!!

Video



Στοχευμένη Τουριστική Προβολή

Ζαχαρίας Λυάρης



Γενικός Διευθυντής & Ιδρυτής
του Ομίλου CHC

Σας καλησπερίζω όλους, όσους μείναμε στο τέλος.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στον κο Λιακάκη που μου έκανε την τιμή να παραβρίσκομαι σήμερα ανάμεσα σας καθώς επίσης αξίζουν συγχαρητήρια στην ομάδα του, σε όλους αυτούς που συνετέλεσαν στην διοργάνωση της σημερινής επιτυχημένης ημερίδας.

Θα αναφερθώ στην σεζόν 2020 και σεζόν 2021. Όπως ακούσατε από τους συν ομιλούντες πριν από εμένα, η μείωση το 2020 ανήλθε σε 85% συγκριτικά με το 2019. Αυτό είναι τραγικό. Αποφασίσαμε να ανοίξουμε τα ξενοδοχεία, οι περισσότεροι τουλάχιστον, ευελπιστώντας σε κάποιο θετικό πρόσημο.

Θα αναφερθώ με 2 κουβέντες στο πως κύλησε φέτος η σεζόν. Τα ξενοδοχεία που είχαν πάρει προκαταβολές δούλεψαν αρκετά ενώ τα περισσότερα από τα υπόλοιπα ξενοδοχεία που άνοιξαν έκανα τους δορυφόρους αυτών με αποτέλεσμα να κλείσουν με ζημιά. Η πραγματικότητα είναι ότι οι μεγάλοι tour operators, είχαν δώσει πολλά εκατομμύρια προκαταβολές σε ξενοδοχεία της Ελλάδος αλλά όχι μόνο. Είχαν δώσει άλλα τόσα, στην Ισπανία περισσότερα και πολλά περισσότερα στην Τουρκία, στην Αίγυπτο κλπ και αυτά τα χρήματα έπρεπε να τα πατίσουν. Αφού λοιπόν τα πάτισαν στην Ισπανία, στη συνέχεια την έκλεισαν και άνοιξαν συγχρόνως την Τουρκία για να πατίσουν και εκεί τα χρήματα που είχαν προκαταβάλει στους

ξενοδόχους. Μετέφεραν το έτοιμο πελατολόγιο της Ισπανίας και το πήγαν στην Τουρκία και τώρα όπως ακούτε από την 1η Οκτωβρίου κλείνουν σιγά-σιγά την Τουρκία για να πάνε τους πελάτες στην Αίγυπτο, επειδή από 15 Οκτωβρίου έως 15 Δεκεμβρίου οι καλύτερες καιρικές συνθήκες στον κόσμο είναι στην Αίγυπτο, για να πατίσουν κι εκεί τις προκαταβολές που έχουν δώσει.

Όλοι λένε ότι η ανάκαμψη θα έλθει το 2023 και πιθανόν το 2025. Αποψη μου είναι, ότι το 2021 θα είναι μια κακή χρονιά με ένα τζίρο (όχι διανυκτερεύσεις) 50% της χρονιάς του 2019 και από το 2022 και μετά ευελπιστούμε σε σταδιακή άνοδο. Εύχομαι να βγω ψεύτης αλλά οι λόγοι που με οδηγούν σε αυτό το συμπέρασμα είναι

α) Ο κορονοϊός είναι ένα αληθινό γεγονός υπάρχει και θα υπάρχει τα επόμενα χρόνια και θα μάθουμε να ζούμε με αυτόν.

β) Η τεράστια αύξηση της ανεργίας που θα φτάσει σε απίστευτα νούμερα έως τα τέλη Φεβρουαρίου 2021.

γ) Η σταδιακή αύξηση του εσωτερικού τουρισμού παγκοσμίως ακόμα και στη Αμερική.

δ) Δεν υπάρχει destination για καλοκαιρινές διακοπές τη χειμερινή περίοδο.

ε) Η τουριστική αγορά αλλάζει ριζικά και θα αναπτυχθούν γρήγορα άλλες μορφές τουρισμού όπως ο Ιατρικός τουρισμός, ο Αγροτουρισμός, ο Εκπαι-

δευτικός, ο Περιβαλλοντολογικός, ο Εκκλησιαστικός κλπ.

Αυτά θα επικρατήσουν δυστυχώς. Έχουμε λοιπόν πολύ δρόμο μπροστά μας και τα επόμενα χρόνια θα είναι δύσκολα αλλά υπάρχουν επίσης και όλα τα όπλα να αντιμετωπίσουμε αυτή την κατάσταση. Πρέπει να εκμεταλλευτούμε τον πρωτογενή τομέα, τη διατροφή μας από την εποχή του Μίνωα, τις ομορφιές και τα αξιοθέατα που έχει αυτός ο ευλογημένος τόπος η Ελλάδα μας. Πρέπει να διαφημιστούν σωστά και όχι να πηγαίνουμε στις διεθνείς εκθέσεις και να βλέπουμε να διαφημίζουν οι Τούρκοι σε τεράστια πανό και οθόνες, τα γλυκά τους, τα μπακλαβαδάκια, τα ντολμαδάκια, κι εμείς που έχουμε την πλουσιότερη, τη πιο ποιοτική και πιο υγιεινή κουζίνα στον κόσμο να μην την διαφημίζουμε. Λοιπόν σωστή και στοχευμένη διαφήμιση για να πορευτούμε άριστα τα επόμενα έτη τα οποία θα είναι πολύ δύσκολα.

Αποδείξαμε φέτος στην παγκόσμια τουριστική αγορά, ότι πήραμε τα μέτρα που έπρεπε. Πολλά ξενοδοχεία τα οποία δεν είχαν Haccp και ISO τα απέκτησαν γρήγορα και η ποιότητα παροχής υπηρεσιών έχει αυξηθεί κατά πολύ.

Πιστεύω ότι αυτή τη στιγμή η εικόνα της χώρας στη διεθνή τουριστική αγορά είναι άριστη και αυτό με κάνει να ατενίζω το μέλλον με αισιοδοξία.



Video



Ο παρεξηγημένος «θησαυρός» της Κρητικής Γής

Κορίνα Μηλιαράκη

Πρόεδρος του νεοσύστατου φορέα «Το Χαρούπι της Κρήτης»

Η Κρήτη είναι μία κορυφαία κοιτίδα του παγκόσμιου πολιτισμού. Το τοπίο της, χαρακτηρίζεται από βιοποικιλότητα, πολυμορφία της γης, μικρή κλίμακα και ποικίλες καλλιέργειες που αντανακλούν όλες τις αξίες ενός πολιτισμού που ξεκινάει από πολύ παλιά, εισάγει τις έννοιες του «ταξιδιώτη» και της «φιλοξενίας» ως ιερού θεσμού και φτάνει μέχρι τις μέρες μας. Οι κανόνες φιλοξενίας - καρπός μιας οπτικής σεβασμού και ανεκτικότητας προς όλους τους λαούς - παραμένουν στο χρόνο αμετάβλητοι, κυρίως - παραμένουν στο χρόνο αμετάβλητοι, κυρίως χάρις στους ανθρώπους της υπαίθρου. Στην Κρήτη η φιλοξενία είναι παροιμιώδης. Όπου και να γυρίσεις, τα αρχαιολογικά ευρήματα είναι παρόντα και δηλώνουν μια ιστορική παρουσία που ενεργοποιεί και φορτίζει τη συλλογική μνήμη. Το μοντέλο του τουρισμού υπαίθρου και αγροτουρισμού αναπτύσσεται στο ίδιο τοπίο, χαρακτηρίζεται από τη μικρή κλίμακα, στηρίζεται σε αξίες σταθερές και όχι μόνο σε αριθμούς, γι αυτό και είναι βιώσιμο. Και αυτό μπορούμε να το δούμε πολύ καθαρά στις διπλανές χώρες, όπως η Ιταλία και η Γαλλία. Το μεγαλύτερο μέρος του τουρισμού απορροφάται στις μεγάλες πόλεις ενώ ο τουρισμός που επισκέ-

πτεται την ενδοχώρα είναι κυρίως άνθρωποι που ενδιαφέρονται για να γνωρίσουν τις πολιτιστικές ιδιαιτερότητες και την αγροτική ζωή.

Ανεξαρτήτως των τεχνικών επιτευγμάτων, η γεωργική παραγωγή, μας πηγαίνει πίσω στις ρίζες της Μινωικής Κρήτης. Η γεωργία ασκείται στους ίδιους χώρους και τοπία, το ψάρεμα στις ίδιες ακτές, η εκτροφή ζώων στα ίδια μέρη: μια μεγάλη ποικιλία από εκλεκτά προϊόντα, εξευγενισμένα δια μέσου των αιώνων από τον ανθρώπινο μόχθο και σοφία μέσα στην πολιτισμική διαχρονικότητα.

Τα κύρια συστατικά, το ελαιόλαδο, οι ελιές, το κρασί, το σιτάρι και τα βότανα, είναι η απόσταση μιας «γεύσης της πολιτισμικής κληρονομιάς». Δίπλα σε αυτά τα προϊόντα, πρέπει να προσθέσουμε και το χαρούπι.

Μετά από χρόνια πολιτιστικών δράσεων στο Χαρουπόμυλο Πανόρμου, πήραμε την πρωτοβουλία ως Πολιτιστική Εταιρεία Πανόρμου «Επιμενίδης» να επικεντρωθούμε στην προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση της χαρουπιτιάς.

Οι μνήμες που κουβαλάει ο χώρος του Χαρουπόμυλου, που είναι σήμερα το μοναδικό βιομηχανικό μνημείο της εποχής των αρχών του εικοστού αιώ-

να, μας φορτίζουν, μας αφυπνίζουν και μας οδηγούν στην απόφαση να αναδείξουμε την πολιτισμική αξία ενός τόσο σημαντικού δέντρου και για τους ανθρώπους και για το περιβάλλον. Νοιώθουμε την ανάγκη να τιμήσουμε το δέντρο που ενώ μας έσωσε από το λιμό στο δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, που έπαιξε εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην τοπική οικονομία, το απαξιώσαμε για αρκετές δεκαετίες, το ταυτίσαμε με τις ζωτροφές και με λύπη διαπιστώνουμε και περιστατικά χρήσης του ακόμη και ως καυσόξυλο τα τελευταία χρόνια.

Ο Νίκος Καζαντζάκης το αναφέρει σε επιστολές του μαζί με το λάδι και το κρασί της Κρήτης, ως βασικό προϊόν, σε προσπάθειες που έκανε ο ίδιος για εξαγωγή τους στην Ελβετία για να ενισχύσει την τοπική οικονομία και κοινωνία.

Η προσπάθεια μας ξεκίνησε πριν τρία χρόνια, όταν συναντηθήκαμε με καλλιεργητές από όλη την Κρήτη, πρόθυμοι να συντονίσουν τις προσπάθειές τους αλλά και φορείς και ανθρώπους της ακαδημαϊκής κοινότητας.

Έτσι ιδρύσαμε τον νέο μη κερδοσκοπικό φορέα με τίτλο: «**ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ, ΦΥΣΙΚΗΣ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΧΑΡΟΥΠΙΑΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ**» με το διακριτικό τίτλο «**ΤΟ ΧΑΡΟΥΠΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ**».

Ο φορέας αυτός απαρτίζεται από επιστήμονες, καθηγητές και ερευνητές από ακαδημαϊκούς και ανώτατα πανεπιστημιακά ιδρύματα όπως το Πανεπιστήμιο Κρήτης, το Πανεπιστήμιο Αθηνών, το Ινστιτούτο Βιοεπιστημών & Εφαρμογών ΕΚΕΦΕ «Δημόκριτος», το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, το Μεσογειακό Πανεπιστήμιο «ΕΛΜΕΠΑ» αλλά και καλλιεργητές Χαρουπιτιάς από όλους τους νομούς της Κρήτης, καθώς και από πρόσωπα του Πολιτισμού. Δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία της Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου «Επιμενίδης» έχει έδρα το Χαρουπόμυλο Πανόρμου και αποσκοπεί στην προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση της Χαρουπιτιάς.

Ο πρώτος σκοπός της εταιρείας, μόλις επετεύχθη. Η πρόταση που καταθέσαμε τον περασμένο Ιανουάριο έγινε αποδεκτή από το Υπουργείο Πολιτισμού, και η «**Αγροδιατροφική παράδοση του χαρουπιού στην Κρήτη**» εγγράφηκε στο εθνικό ευρετήριο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO, ενώ σειρά τώρα έχει η ένταξη της στη διεθνή λίστα.

Η δημιουργία «Μουσείου Χαρουπιού», στο Χαρουπόμυλο Πανόρμου και η ετήσια διοργάνωση Μεσογειακού Φεστιβάλ Χαρουπιού είναι ανάμεσα στους επόμενους στόχους μας.

Τον Απρίλιο του 2019 πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία το «**1ο Μεσογειακό Επιστημονικό Συνέδριο για την Αναγέννηση της Χαρουπιτιάς**», στο Ηράκλειο (Λότζια) και στο Χαρουπόμυλο

Πανόρμου, με συμμετοχή ερευνητών επιστημόνων από **Ισπανία, Πορτογαλία, Αίγυπτο, Κύπρο** και **Ελλάδα**. Το συνέδριο πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της ανάδειξης του χαρουπιού ως υπερτροφής και ως στοιχείο της κοινής πολιτισμικής ταυτότητας της Μεσογείου, της καλλιέργειας της χαρουπιτιάς ως εναλλακτικής επιλογής εν όψει της παγκόσμιας κλιματικής αλλαγής αλλά και της διερεύνησης των δυνατοτήτων για τη δημιουργία Δικτύου με φορείς από άλλες χώρες όσον αφορά στην Έρευνα, την Καλλιέργεια, την Παραγωγή και τον Τουρισμό με χάραξη πάνω στους «Δρόμους του Χαρουπιού» στη Μεσόγειο.

Το συνέδριο στήριξαν η Περιφερειακή Ένωση Δήμων Κρήτης «Π.Ε.Δ.Κρήτης», ο Δήμος Ηρακλείου, η Περιφέρεια Κρήτης, ο «ΕΛΓΟ Δήμητρα» αλλά και οι χορηγοί: «Grecotel Club Marine Palace & Suites», η εταιρεία «Μύλοι Κρήτης», η εταιρεία «Creta Carob», τα «Κρασιά Λυραράκη», η «Βιοaroma», η «Γραφοτεχνική», η «Τηλεόραση CRETA», η «EPT Ηρακλείου», η Grecotel και οι ξενώνες του Πανόρμου.

Ανάμεσα στους στόχους μας είναι:

- Η επιστημονική έρευνα για την βέλτιστη αξιοποίηση του δυναμικού της χαρουπιτιάς
- Η ενδυνάμωση της καλλιέργειας της χαρουπιτιάς
- Η ανάδειξη της καλλιέργειας της χαρουπιτιάς ως εναλλακτική επιλογή καλλιέργειας εν όψει της κλιματικής αλλαγής (ξηρά κλήματα)
- Η ανάδειξη του χαρουπιού ως υπερτροφής
- Η ανάδειξη της συμβολής της χαρουπιτιάς στην τοπική οικονομία
- Η ενδυνάμωση της αγοράς προϊόντων
- Η ανάδειξη των φαρμακευτικών ιδιοτήτων του χαρουπιού
- Ο εμπλουτισμός και ενίσχυση του αγροτουρισμού μέσω της προώθησης των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την χαρουπιτιά
- Η προώθηση του χαρουπιού ως στοιχείο της Μεσογειακής Διατροφής
- Η ανάδειξη της Ελλάδας ως σημείο αναφοράς της χαρουπιτιάς στη Μεσόγειο.

Βαθεία ριζωμένη η χαρουπιτιά αποκλειστικά γύρω από τη Μεσόγειο έχει εμπνεύσει κείμενα αρχαίων συγγραφέων και σύγχρονων περιηγητών. Στα αρχαία χρόνια ήταν οι Έλληνες αυτοί που διέδωσαν το χαρούπι από την Μέση Ανατολή στην Ελλάδα και στην Ιταλία, ενώ στη συνέχεια οι Άραβες το εξάπλωσαν μαζί με το Ισλάμ σε όλα τα παράλια της Β. Αφρικής και την Ισπανία. Δέντρο αυτοφυές, με πλούσια φυλλωσιά, είναι το δέντρο της αντοχής και της αυτάρκειας. Ζει κάτω από αντίξοες συνθήκες, προσαρμόζεται δίχως φροντίδα, δίχως βροχή, κάτω από τον καυτό ήλιο και αγναντεύει πάντα τη θάλασσα της Μεσογείου.

- Αντέχει στην ξηρασία και απορροφά τους θορύβους, αξιοποιεί τη ζέση και μετατρέπει την υγρασία σε δροσιά, προστατεύει τις άλλες φυτείες από τους ανέμους και επιβιώνει στη φωτιά. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε ζώνες πυροπροστασίας, να χρησιμοποιηθεί ως καλλωπιστικό, για διαμόρφωση τοπίου και προστασία καλλιεργειών από τον άνεμο.
- Ένα δέντρο ολιγαρκές τέτοιου βιολογικού χαρακτήρα, φαίνεται να μπορεί να δώσει λύσεις σε προγράμματα αναδάσωσης παράκτιων εδαφών που κινδυνεύουν από τη διάβρωση και να αποτελέσει ένα βασικό παράγοντα της διατήρησης του οικοσυστήματος.
- Το χαρούπι έχει γεύση μοναδική και με 50% σύσταση σε φυσικά ζάχαρα μπορεί να αποτελέσει τη βάση σε όλα τα ψωμιά και γλυκά. Είναι γνωστό και ως «η σοκολάτα των φτωχών» ως υποκατάστατο της σοκολάτας, ενώ προϊόντα του, όπως το χαρουπόμελο, το χαρουπάλευρο και η χαρουμπία αγαπήθηκαν στο παρελθόν.
- Καθώς συνιστούσε σημαντικό στοιχείο της παραδοσιακής διατροφής των κατοίκων της Ευρώπης, στα σημερινά καταστήματα υγιεινών τροφίμων το συναντά κανείς σε σάλτσες, σούπες, μαρμελάδες, σοκολάτες και παγωτά.
- Από την εποχή των Φαραώ ακόμα, ήταν γνωστές οι ευεργετικές του ιδιότητες σε προβλήματα δυσεντερίας, ενώ ο Έλληνας Διοσκουρίδης επιβεβαίωσε ότι καθαρίζει τον οργανισμό, και επαναφέρει τη σωστή λειτουργία της πέψης.
- Ο σπόρος του έδωσε το σταθερό μέτρο βάρους χρυσού, γνωστό ως «καράτι», αργότερα χρησιμοποιήθηκε στα παλιά γραμμώφωνα, το φωτογραφικό χαρτί και ως γαλάκτωμα στα φωτογραφικά και κινηματογραφικά φιλμς, ενώ ακόμα και σήμερα είναι εξαιρετική βάση στα καλλυντικά, σαπούνια, γαλακτώματα, στις παιδικές τροφές, συνιστά χάπια και οδοντόκρεμες, χρησιμοποιείται στην υφαντουργία και φτιάχνει βαφές, βερνίκια, συγκολλητικά, οικολογικά απορρυπαντικά και εντομοκτόνα.
- Στο φυσικό όσο και στο κοινωνικό περιβάλλον, επί αιώνες έδινε λύσεις σε προβλήματα διατροφής, απασχόλησης και συνοχής.
- Ευρήματα επιστημονικών μελετών υποστηρίζουν πιθανές χρήσεις των προϊόντων της Χαρουπιάς με αντιοξειδωτική, αντιφλεγμονώδη, αντιδιαβητική και αντιδυσλιπιδαιμική δράση, καθώς και ευεργετικά αποτελέσματα στη σπερματογένεση.
- Η παραδοσιακή Ιατρική διαφόρων Μεσογειακών χωρών τα έχει χρησιμοποιήσει για την αντιμετώπιση παθήσεων του νευρικού και του γαστρεντερικού συστήματος.
- Τα προϊόντα της Χαρουπιάς έχουν σημαντικές εφαρμογές στην κτηνοτροφία, διάφορες τεχνολο-

γικές και βιομηχανικές χρήσεις, αλλά και το ίδιο το φυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως καλλωπιστικό, για διαμόρφωση τοπίου και προστασία καλλιεργειών από τον άνεμο.

Στο παρελθόν δέκα χαρουπόμυλοι σε ολόκληρη την Κρήτη λειτουργούσαν με κεντρικό πυρήνα τη χαρουπιά, στήνοντας ένα ολόκληρο δίκτυο δραστηριοτήτων, από τη συγκομιδή του καρπού, στη παραγωγή των προϊόντων, μέχρι και τη διακίνηση και χρήση του στην καθημερινή ζωή.

Σε μια παλαιότερη Κρήτη και σε μια άλλη εποχή το χαρούπι ήταν αναπόσπαστο στη ζωή των κατοίκων ενώ σήμερα διαπιστώνουμε τη σημερινή κατάσταση της πολιτισμικής του απαξίωσης και παραγωγικής του ύφεσης. Από 20.000 τόνους το 1985, σήμερα η παραγωγή υπολογίζεται σε 5.000 τόνους, και με την περίσσεια των καρπών να αποτελούν αποκλειστικά κυρίως την τροφή των ζώων, κατανοεί κανείς πώς αρχικά η μηχανοποιημένη γεωργία και μετέπειτα η στροφή της παραγωγής σε βιομηχανικές και γενετικές παρεμβάσεις με στόχο την αύξηση των ποσοτήτων, δεν ευνοούνται από το εξ ορισμού «βιολογικό» και κοπιαστικό χαρούπι.

Ωστόσο, ενώ στις μεταπολεμικές δεκαετίες η παραδοσιακή καλλιέργεια του χαρουπιού έτεινε να εγκαταλειφθεί, σήμερα ολοένα και περισσότερο κερδίζει έδαφος, διότι δεν απαιτεί επίπονη εργασία και επισφαλείς επενδύσεις. Τα τελευταία χρόνια η παραγωγή προϊόντων στην Κρήτη έχει αυξητική τάση κερδίζοντας το ενδιαφέρον ενός ολοένα και μεγαλύτερου μέρους της αγοράς. Επίσης, η οικονομική της απόδοση βρίσκεται σε συνεχή άνοδο. Η αναγνώριση της διατροφικής αξίας του χαρουπιού συμβάλλει πλέον στην ενίσχυση και ανάδειξη της πολιτισμικής ταυτότητας του στοιχείου στο πλαίσιο των αγροδιατροφικών παραδόσεων της Κρήτης.

Η καλλιέργεια της Χαρουπιάς και η παραγωγή προϊόντων μέσα από τη μορφή της οικοτεχνίας, μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη μιας ακόμη μορφής αγροτουρισμού.

Το μέλλον όμως της χαρουπιάς στην Κρήτη, εξαρτάται από όλους μας. Εξαρτάται από την επανάκτηση της αξίας της πρώτα απ όλα στις συνειδήσεις μας, την ένταξη των προϊόντων στη διατροφή μας και την απόφασή μας να την προστατέψουμε και να την καλλιεργήσουμε σωστά.

Η επιστροφή στον «πνεύμα του χαρουπιού», σε μια εποχή όπου τα μάτια όλων αρχίζουν να στρέφονται απεγνωσμένα σε ένα «βιολογικό τρόπο ζωής», φαίνεται να είναι επίκαιρη όσο ποτέ. Είναι επιτακτική η ανάγκη μιας σταυροφορίας για την επαναφορά του χαρουπιού στην Κρήτη, σε μια πρόταση περιβαλλοντολογικής και εδαφικής αναγέννησης, ισορροπίας του οικοσυστήματος, εναλλακτικής οικονομικής αυτάρκειας, αγροτουρισμού, μακροζωίας, αειφορίας και πολιτισμού.

Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO Cretan

AMBROSIA®



GR-BIO-06



Σφακιά Χανίων / Sfakia Chania, Crete
 Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας / Product of Organic Farming
 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / GREEK PRODUCT



Πρόεδρος Συλλόγου Ενοικίασης Αυτοκινήτων και Μοτοσυκλετών Κρήτης

Σημαντικός παράγοντας η μικρομεσαία επιχείρηση

Γιώργος Μωταφάκης

Ο τουρισμός είναι η κατεξοχήν ελληνική βαριά βιομηχανία. Η χώρα μας διαθέτει εξαιρετικής ομορφιάς τοπία ενώ το κλίμα σε παρακινεί για χιλιάδες δραστηριότητες. Εκτός από την ομορφιά και το κλίμα, έχουμε στην φαρέτρα μας και μια ιστορία χιλιάδων ετών, έναν λαμπρό πολιτισμό και τα μνημεία αυτού. Θα μπορούσαμε για ώρες να εκθειάζουμε όλα τα θετικά που είναι ήδη και μπορούν να γίνουν πόλος έλξης για τους επισκέπτες.

Για χρόνια, το μοτίβο που επικρατεί δυστυχώς, είναι το γνωστό Sea Sun Sand, ή όπως θα το έλεγα εγώ, Ξενοδοχείο, ομπρέλα, θάλασσα. Για μια ακόμα φορά υποτιμούμε τον πλούτο που μας δίνει απλόχερα αυτός ο έρμος τόπος. Εστιάζουμε στο γρήγορο και οκνηρό κέρδος, κι αφήνουμε τις δυνατότητες να ξεγλιστρήσουν μέσα από τα χέρια μας άπειρες δυνατότητες.

Θα πρέπει να δώσουμε στον επισκέπτη την ιδέα ότι μπορεί να κινηθεί μέσα σε αυτά τα πανέμορφα τοπία. Να χρησιμοποιεί σαφώς ένα ξενοδοχείο σαν έδρα ή και γιατί όχι να αλλάζει ανά περιόδους κατά την διάρκεια της διαμονής του και να βγαίνει έξω. Να παίρνει ένα αυτοκίνητο, μια μηχανή και να ξεκινάει την εξερεύνηση. Να περνάει από μικρά γραφικά χωριουδάκια, να ξοδεύει σε αυτά, να τονώ-

νει την τοπική αγορά. Πρέπει να αποβάλλουμε την λύση του βραχιολιού και του all inclusive. Πρέπει να αποβάλλουμε γενικά την ιδέα του ξεπουλήματος..

Εκτός από τον μηχανοκίνητο τουρισμό που περιγράφεται παραπάνω, θα μπορούσαμε να επενδύσουμε στην δημιουργία καταδυτικών πάρκων. Ο θαλάσσιος πλούτος μας είναι επίσης τεράστιος. Είναι μια ιδιαίτερα ποιοτική μορφή τουρισμού, καθώς συνήθως ελκύει επισκέπτες υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου και εισοδήματος. Διαθέτουμε πάνω από 1.500 ναυάγια διαφόρων εποχών, και πολλές βυθισμένες πολιτείες προϊστορικών ετών, έτοιμες προς εξερεύνηση. Μόνο στην Κρήτη, στα νησιά Δία, Ψείρα, Κάβο Σίδερο, στον όρμο της Αγίας Πελαγίας και πολλά άλλα μέρη, έχουν ανακαλυφθεί ευρήματα από την αρχαιότητα έως και τον Β' παγκόσμιο πόλεμο. Ας σταματήσουν λοιπόν τα γραφειοκρατικά γρανάζια να κωλυσιεργούν τέτοιες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Θα πρέπει να καταλάβουμε ότι θα πρέπει επιτέλους με σεβασμό στον φυσικό μας πλούτο, να τον αναδεικνύουμε και όχι να τον κρύβουμε στα κιούπια μιας αρτηριοσκληρωτικής, απαρχαιωμένης και παρωχημένης ιδεολογίας για τον πολιτισμό και της ανάδειξης αυτού.

Ο Θρησκευτικός τουρισμός είναι μια άλλη εναλ-

λακτική μορφή που θα μπορούσαμε να προωθήσουμε. Είναι και η παλαιότερη μορφή τουρισμού. Παγκοσμίως, ο τζίρος του Θρησκευτικού τουρισμού ξεπερνά ετησίως τα 15 δις. Η Χώρα μας έχει και σε αυτό το επίπεδο πλούσια κληρονομιά. Προσκυνήματα σε εκκλησίες και μοναστήρια όπως η Ιερά Μονή Αρετίου στην Ιεράπετρα, ο Άγιος Μύρωνας, ο ναός της Αγίας Αικατερίνης των Σιναϊτών, η Βασιλική του Αγίου Πέτρου η Μονή Οδηγητρίας και άλλα πολλά, που ο επισκέπτης δεν έρχεται μονάχα για την Θρησκευτική κατανύξη, αλλά και για την αρχιτεκτονική αυτών των ναών που στους περισσότερους είναι τουλάχιστον αξιοθαύμαστη, όπως και για την ιστορία τους. Δράσεις όπως αυτή του 2016 με τίτλο «Στα βήματα του Αποστόλου Παύλου» είναι απαραίτητες προκειμένου να τονωθεί η οικονομία του νησιού και να πάρει ένα κομμάτι της πίτας από αυτή τη μορφή τουρισμού.

Πέρα όμως από τις αναφερόμενες μορφές τουρισμού το μεγάλο στοίχημα για την Κρήτη είναι η

επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Η προσπάθεια να δημιουργήσουμε τουριστικό προϊόν χωρίς ημερομηνία λήξης. Να διαρκεί 365 ημέρες το χρόνο. Να αναπτύξουμε αυτές τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, περιηγητικός, φυσιολατρικός κλπ, φιλοξενώντας διεθνή φεστιβάλ, διοργανώσεις μουσικής και τεχνών. Να αναδείξουμε μέσω του γαστρονομικού τουρισμού, την Κρητική κουζίνα και να εκμεταλλευτούμε την διεθνή φήμη της που συνδέεται με την μακροζωία και τα ποιοτικά συστατικά της.

Σημαντικός παράγοντας σε όλα τα παραπάνω είναι η μικρομεσαία επιχείρηση. Η επιπλέον στήριξη αυτών των επιχειρήσεων μέσω χρηματοδοτικών και θεσμικών εργαλείων, θα δώσει μια ώθηση στην τοπική αγορά που σε συνεργασία με μεγαλύτερες μονάδες, με τοπικούς φορείς, παραγωγούς κλπ σε ομοειδής ή μη κλάδους, συνθέτοντας ένα τουριστικό προϊόν πιο οργανωμένο, πιο ολοκληρωμένο και σαφώς πιο δίκαιως μοιρασμένο.



Η συμβολή του πολιτιστικού κινήματος στον Τουρισμό



Πρόεδρος Πανελλήνιας
Ομοσπονδίας Πολιτιστικών
Κρητικών Σωματείων

Μανώλης Πατεράκης

Σε αυτές τις μορφές εντάσσονται, μεταξύ άλλων, η παραδοσιακή μουσική, ο χορός, η φορεσιά, η μαγειρική, οι διατροφικές συνήθειες, τα ήθη και τα έθιμα της Κρήτης, εκφάνσεις του ιδιαίτερου πολιτισμού του τόπου μας, που όπως προηγουμένως αναφέρθηκε αποτελούν την αιτιολογική βάση της ύπαρξης των εθνικοτοπικών φορέων.

Από την άλλη, ένα είδος του τουρισμού είναι ο «πολιτιστικός τουρισμός», δηλαδή ο τουρισμός που πραγματοποιείται με κίνητρο τη γνωριμία με τον ιδιαίτερο πολιτισμό ενός τόπου και στόχο την επικοινωνία με τους φορείς και τους εκφραστές αυτού. Υπό το πρίσμα των ανωτέρω, καθίσταται άμεσα αντιληπτή η δυναμική του πολιτιστικού κινήματος και των φορέων αυτού, όπως ορίστηκαν προηγουμένως, στην επίδραση του τουρισμού.

Οι ποικίλοι χώροι φιλοξενίας των τουριστών, όταν συνδυάζονται με την ποιοτική ψυχαγωγία και διασκέδαση, που άπτεται των δράσεων των φορέων του πολιτιστικού κινήματος, αποτελούν μέσο ισχυρής προώθησης του τουρισμού. Θεατρικοί, πνευματικοί και συνεδριακοί χώροι, είτε ανεξάρτητοι, είτε ενταγμένοι σε Κρατικά Ιδρύματα, Περιφέρειες και Δήμους, ξενοδοχειακές ή ναυτιλιακές μονάδες, όπως και ανάλογοι χώροι εστίασης, αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα της δυναμικής αυτής.

Βέβαια, για να «λειτουργήσουν» όλα αυτά χρειάζονται συνεργασίες οργανισμών, οργανώσεων και επιχειρήσεων. Συνέργειες του επίσημου κράτους, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των πολιτισμικών παραγόντων.

Κατά συνέπεια, η συμβολή του πολιτιστικού κινήματος στον τουρισμό πρέπει να θεωρείται δεδομένη και μάλιστα με προοπτικές σε πολύ μεγάλο βαθμό, αρκεί να συνοδεύεται από την συνεργασία και την αρωγή των προαναφερθέντων συντελεστών. Κάτι που θα χαρώ να δω να γίνεται σύντομα αντικείμενο μίας άλλης ημερίδας.

Με τη μικρή αναφορά μου στη συμβολή του Πολιτιστικού Κινήματος στον Τουρισμό, συμμετέχω με ιδιαίτερη χαρά και ικανοποίηση στην παρούσα διοργάνωση, ευελπιστώντας σε μία άκρως αποδοτική μελλοντική αξιοποίηση και συνεργασία, από όλους τους συμμετέχοντες, των όσων θα μοιραστούμε σήμερα.

Πολιτιστικό Κίνημα και Τουρισμός, λοιπόν, αποτελούν τους δύο άξονες της σύντομης αναφοράς μου και για την πλήρη κατανόηση της νοηματικής διασύνδεσης των, επιτρέψτε μου τον επιγραμματικό προσδιορισμό του πρώτου όρου και την ανάλυση του δεύτερου, που έτσι συσχετίζεται με τον πρώτο.

Όπως έχει ειπωθεί από επιστήμονες πολιτισμολόγους, με τον όρο «Πολιτιστικό Κίνημα» εθίσται να εννοείται το σύνολο ατομικών και συλλογικών πρωτοβουλιών, ενεργειών και αποτελεσμάτων, σχετικών με την διατήρηση, μελέτη, προβολή, αξιοποίηση και διάδοση κυρίως του νεοελληνικού πολιτισμού, χωρίς βέβαια να εξαιρείται ο προγενέστερος αυτού.

Θεωρώ ότι, η Πανελλήνια Ομοσπονδία Πολιτιστικών Κρητικών Σωματείων, της οποίας έχω την τιμή να είμαι πρόεδρος, και τα μέλη της αποτελούν σημαντικές συνιστώσες του πολιτιστικού κινήματος. Είμαστε ένας δευτεροβάθμιος πολιτιστικός φορέας, με 282 μέλη πρωτοβάθμιους φορείς από όλη την Ελλάδα, από αυτούς που ονομάζουμε «εθνικοτοπικούς», με κύρια αντικείμενα ενασχόλησης ορισμένες μορφές του άυλου και όχι μόνο κρητικού λαϊκού πολιτισμού.



Πρόεδρος ΔΣ, ΠΟΔΙΕ
(Πανελλήνια Ομοσπονδία
Διευθυντών Ξενοδοχείων)

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Γεώργιος Πελεκανάκης

οι κοινωνικοί εταίροι της. Για τον λόγο αυτό, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη μιας επιχείρησης, ενσωματώνεται στο όραμα και την επιχειρηματική της στρατηγική ως βασικός άξονας για την επίτευξη μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης με τους κοινωνικούς εταίρους της και τη μεγιστοποίηση των οφελών από τις δραστηριότητές της για το κοινωνικό σύνολο. Η κοινωνική υπευθυνότητα μιας τουριστικής επιχείρησης εκδηλώνεται με κύριο γνώμονα την ασφαλή και ποιοτική διαμονή των επισκεπτών εστιάζοντας στη σωστή λειτουργία ολοκλήρου του ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Ο Κώδικας Δεοντολογίας για την ποιοτική διαμονή που έχουν θεσπίσει για αυτόν τον σκοπό εκφράζει την ακλόνητη δέσμευσή προς αυτή την κατεύθυνση. Ταυτόχρονα, υπηρετώντας τις αξίες που διέπουν το εταιρικό όραμα, συμπεριλαμβάνει πρωτοβουλίες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δράσεων και αποτυπώνονται σε μια Έκθεση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Κύριοι στόχοι που την αποτελούν είναι: η προστασία του περιβάλλοντος, η προαγωγή του ανθρώπινου δυναμικού και η ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών, επιβεβαιώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο έμπρακτα τη δέσμευσή της τουριστικής επιχείρησης να ανταποδίδει στους κοινωνικούς εταίρους της, την εμπιστοσύνη και την υποστήριξη με την οποία την τιμούν σε βάθος χρόνου. Πρωταρχικός στόχος θα πρέπει να είναι η συνεχής προσφορά προς τους επισκέπτες ποιοτικών υπηρεσιών σε ένα ασφαλές και ευχάριστο περιβάλλον, θα πρέπει επίσης να αποτελέσει δέσμευση και για τις επόμενες περιόδους η περαιτέρω βελτίωση των πρακτικών της τουριστικής επιχείρησης και η ενίσχυση της κοινωνικής συμμετοχής ώστε να μπορέσουν να συμβάλουν σημαντικά στην επιστροφή της κοινωνικής ευημερίας.

Σε πείσμα των καιρών και των δυσκολιών που βιώνουμε, απενίζουμε το μέλλον στις τουριστικές επιχειρήσεις με αισιοδοξία και με την πεποίθηση ότι θα συνεχίσουμε να βελτιωνόμαστε ώστε να αποτελούμε πάντα έναν υπεύθυνο εταιρικό πολίτη και ένα πρότυπο αριστείας στο χώρο του τουρισμού.

«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έννοια σύμφωνα με την οποία οι επιχειρήσεις ενσωματώνουν σε εθελοντική βάση κοινωνικούς και περιβαλλοντολογικούς προβληματισμούς στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και στις επαφές τους με άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς αντιλαμβάνονται ότι η υπεύθυνη συμπεριφορά οδηγεί στην αειφόρο επιχειρηματική επιτυχία»

Κυρίες και Κύριοι

Ο ρόλος των επιχειρήσεων στο σημερινό επιχειρείν μεσοσύνης της πρωτόγνωρης υγειονομικής και οικονομικής κρίσεως, απαιτεί πρώτιστα επαναπροσδιορισμό της εταιρικής φιλοσοφίας, από την οποία απορρέει η πρόθεση μιας επιχείρησης να λειτουργεί με υπευθυνότητα σε όλους τους τομείς που θεωρούνται άξονες αειφορίας, δηλαδή Εργαζόμενοι, Αγορά, Κοινωνία, Περιβάλλον. Η σοβαρή και παρατεταμένη κρίση που διάγει η εθνική οικονομία έχει ενισχύσει τις προκλήσεις και δυσκολίες που ταλανίζουν το κοινωνικό σύνολο, νοηματοδοτώντας εκ νέου την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας που οφείλουν να επιδεικνύουν οι σύγχρονες επιχειρήσεις. Στο πλαίσιο της εθνικής προσπάθειας που καταβάλλεται για την έξοδο από την κρίση απαιτείται η συμβολή όλων των φορέων της οικονομίας, ιδιωτικών και θεσμικών, στη δημιουργία των συνθηκών εκείνων που θα μειώσουν τον αρνητικό κοινωνικό αντίκτυπο. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναγνωρίζουν και να αποδέχονται ότι κάθε οικονομικά υγιής επιχείρηση οφείλει με τις δράσεις της να λειτουργεί με κοινωνική υπευθυνότητα απαντώντας στο μέτρο των δυνατοτήτων της στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν

Ημερίδα Τουρισμός 2021 Κρήτη 4 Εποχές

Συμπεράσματα & Προτάσεις

Στην Ελλάδα, και ιδιαίτερα στην **Κρήτη**, έχουμε μια λέξη, την **Φιλοξενία**, που έχει πανάρχαια ρίζα και τον «θεό» της στην **Κρήτη**, τον **Ξένιο Δία** ... άρα μπορούμε να πούμε ότι έχουμε ίσως τον πρώτο λόγο για τον **Τουρισμό**, που χωρίς την **Φιλοξενία** του ντόπιου πληθυσμού και όσων ασχολούνται με το **Επιχειρείν** στον **Τουρισμό**, από τις πολλές και διαφορετικές του ιδιότητες/ειδικότητες, με πρώτη αυτή των ξενοδόχων (αυτών που υποδέχονται τον ξένο)...

Με αφορμή τις αλλαγές από τις επιπτώσεις και την διαχείριση της πανδημίας, ιδιαίτερα στο **Τουριστικό Επιχειρείν**, διοργανώσαμε την **Ημερίδα ως Κρητών Επιχειρείν** για τον **Τουρισμό 2021 – Κρήτη 4 Εποχές**, όπως φάνηκε από το αποτέλεσμα με την θέληση των **Ξενοδόχων** και την συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων, τους **Επιχειρηματίες**, τους **Φορείς**, την **Περιφέρεια Κρήτης**, των **Δήμων**, του **Υπουργείου Τουρισμού**, τον **ΕΟΤ**, τους **Εκπαιδευτικούς/Ερευνητικούς Φορείς** και την συμπράταση Όλων, καταφέραμε να λειτουργήσουμε και να έχουμε ένα πάρα πολύ καλό αποτέλεσμα... παρακάτω θα παραθέσουμε τα **Συμπεράσματα** και τις **Προτάσεις** από τις ενδιαφέρουσες **Ομιλίες** των συμμετεχόντων που μας **Τίμησαν** με την παρουσία τους...

Από την μελέτη και ανάλυση των ομιλιών της Ημερίδας του **Κρητών Φιλοξενία** με θέμα: **Τουρισμός 2021 - Κρήτη 4 Εποχές**, το πρώτο και

ομόφωνο συμπέρασμα είναι ότι ο **Τουρισμός** στην **Ελλάδα** και ιδιαίτερα στην **Κρήτη** μας πρέπει να κάνει **επανεκκίνηση** το **2021**, με στόχο την αλλαγή/διαφοροποίηση σταδιακά και με σταθερά βήματα, του Τουριστικού προϊόντος, προς την κατεύθυνση **Κρήτη 4 Εποχές**, όπως είπαν οι ομιλητές και το επικύρωσαν με μελέτες, ο **Τουρισμός** δεν είναι κάτι το σταθερό ως προϊόν και υπάρχουν πάρα πολλές διαφοροποιήσεις ανάλογα με το ποιον **Τουρισμό** θέλουμε, π.χ. τον μαζικό με το all inclusive (μόνο) ή τον πολυθεματικό **Τουρισμό**;;; που είναι αυτός που έχει τις προϋποθέσεις για **Τουρισμό 4ων Εποχών** με νέα αρχή το **2021** (που είναι και εμβληματική για την χώρα μας χρονιά) ...

Πρώτα από όλα χρειάζεται και ένα παραπάνω τώρα, η συστηματική συνεργασία του υπουργείου **Τουρισμού** με όλους τους εμπλεκόμενους στο **Επιχειρείν του Τουρισμού** σε νέες βάσεις, με ενισχύσεις σε όσους και όπου πρέπει, στις υποδομές όπου πρέπει και όχι όπου συμφέρει... σε συνεργασία πάντα με τα συναρμόδια υπουργεία και την κυβέρνηση.

Δεύτερον την συνεργασία της **Εκπαίδευσης**, των **Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων** μαζί με τα **Ερευνητικά** και τις **Σχολές** του **Υπουργείου Τουρισμού**, με όσους **Επιχειρούν** στον Τουρισμό...

Πρόταση ως προς την **εξειδίκευση** και την **συνεχιζόμενη κατάρτιση** για την **απόκτηση νέων δεξιοτήτων** στους εργαζόμενους, αλλά και σε όσους **Επιχειρούν στον Τουρισμό** ... από τον φύλακα, τον κηπουρό, τον οδηγό, τους τεχνικούς (ηλεκτρολόγους, υδραυλικούς, ξυλουργούς, σιδηρουργούς κτλ) ως τους μάγειρες, τους σερβιτόρους, τις καμαριέρες, τον γκρουμ, τον υπεύθυνο υποδοχής, τον διευθυντή ... τους ξεναγούς, τους υπάλληλους των τουριστικών γραφείων, των γραφείων ενοικίασης

οχημάτων και σκαφών αναψυχής, τους οδηγούς λεωφορείων/ταξί, τους απασχολούμενους και όσους **Επιχειρούν** στον θεματικό **Τουρισμό** συνοδούς, εκπαιδευτές, κτλ... η οποία γίνεται, αλλά τώρα βέβαια χρειάζεται αλλαγές στις ειδικότητες ανάλογα με τις ανάγκες της κάθε περιοχής... και των νέων συνθηκών που δημιουργούνται...

Τρίτον η διασύνδεση όλων των εμπλεκόμενων στον **Τουρισμό** με τα **Ερευνητικά Ιδρύματα** για να παραχθούν νέες τεχνολογίες προς όφελος του **Επιχειρείν** στον **Τουρισμό**...

Πρόταση όπως π.χ. οι πλατφόρμες προώθησης των Ξενοδοχείων/Καταλυμάτων, των Θεματικών Τουριστικών προορισμών, ως την έξυπνη διαχείριση των Ξενοδοχείων/Καταλυμάτων, Τουριστικών Γραφείων, Γραφείων Ενοικίασεων και της διαδικασίας των εισερχόμενων και εξερχόμενων Επισκεπτών/Τουριστών ... ακόμα και για την ευκολότερη παρουσίαση των Αρχαιολογικών, Θρησκευτικών, Τοπικών Αξιοθέατων, Πολιτιστικών Εκδηλώσεων, Συνεδρίων με ιδιαιτερότητα στα Επιστημονικά και την νέα συνεργασία **Περιφέρειας Κρήτης** και **Ιδρύματος Τεχνολογίας** και **Έρευνας**...

Τέταρτον να βρεθούν **εναλλακτικοί τρόποι** για τον **εισερχόμενο Τουρισμό**, υπήρχαν και υπάρχουν κάποιες επιχειρηματικές κινήσεις, που έχουν δείξει δείγματα ακόμα και εν μέσω της πανδημίας, από Ελληνικές αεροπορικές εταιρείες... γιατί όπως επιώθηκε οι μεγάλοι tour operations «κρατούν το κλειδί» για το που θα πάνε όσοι θέλουν να κάνουν διακοπές, ανάλογα με το «συμφέρον» τους και αυτό έγινε απόλυτα κατανοητό το 2020...

Πρόταση η δημιουργία ενός οργανωμένου Ελληνικού tour operations σε συνεργασία με τις αεροπορικές εταιρείες...

Πέμπτον η προώθηση για τον Εναλλακτικό/Θε-



ματικό **Τουρισμό** στην ενδοχώρα με την σωστή ενημέρωση για όσους θέλουν να Επιχειρήσουν στις Εναλλακτικές/Θεματικές μορφές **Τουρισμού** και ανάλογα με το ανάγλυφο της περιοχής, την ιστορία της και την θέληση των κατοίκων στις τοπικές κοινωνίες, τους φορείς κτλ...

Πρόταση ο Θεματικός/Εναλλακτικός **Τουρισμός** χρειάζεται πάνω από όλα την **Συνεργασία** όλων, όσων επιχειρούν στον πρωτογενή τομέα και την μεταποίηση στην **ενδοχώρα** μιλώντας ιδιαίτερα για την **Κρήτη μας**, το **εμπόριο**, τις **υπηρεσίες**, την **εκπαίδευση** και την **έρευνα**, με την γνώση των επιχειρηματιών σε όλο το φάσμα του **Τουρισμού** και την **Συμπαράσταση** της **Περιφέρειας Κρήτης**, των **Δήμων**, των **Επιμελητηρίων**, των **Συλλόγων**, των **Σωματείων**, των **Βουλευτών**, του **Υπουργείου Τουρισμού** και του **ΕΟΤ**, γιατί μόνο όλοι μαζί θα μπορέσουμε να **Επιχειρήσουμε** μια αλλαγή του **Τουριστικού** προϊόντος της **Κρήτης**, κρατώντας όλες τις καλές πρακτικές που αποκτήθηκαν με την εμπειρία των χρόνων, με διόρθωση όπου υπάρχει «λάθος» και την **διαμόρφωση** ενός **Τουριστικού** προϊόντος **Κρήτη 4 Εποχές**. Αρχίζοντας από την συνεργασία με τους παραγωγούς της **Κρήτης** και τους επιχειρηματίες του **Τουρισμού**, όπως τους ξενοδόχους, τους επιχειρηματίες στον επισιτισμό και το εμπόριο, τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, τα γρα-

φεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων/μηχανών/σκαφών αναψυχής, τους ξεναγούς, τους προϊστάμενους των αρχαιολογικών χώρων/μουσείων, τους υπευθύνους για ορειβατικό/χιονοδρομικό, καταδυτικό/θαλάσσιο, περιπατητικό/περιηγητικό, θρησκευτικό, ιστορικό, βοτανολογικό, γαστρονομικό, οινολογικό, πολιτισμικό, συνεδριακό /επιστημονικό/τεχνολογικό **Τουρισμό**, ακόμα και ποιο εξειδικευμένους κλάδους όπως τον ιατρικό, τον ιαματικό, τον κοινωνικό με ιδιαίτερη μνεία στα ΑΜΕΑ, τον αθλητικό (γκολφ, τένις), τον προπονητικό και τα extreme sports... με βάση το ιδιαίτερο ανάγλυφο και τις καιρικές συνθήκες του νησιού που μπορούν να στηρίξουν όλες τις προαναφερόμενες μορφές Θεματικού/Εναλλακτικού **Τουρισμού**, ίσως και άλλες που δεν αναφερθήκαν... επίσης να χρησιμοποιούμε τα **Κρητικά προϊόντα** όπου αυτό είναι δυνατό, ίσως με κάποια επιχορήγηση/στήριξη αν χρειαστεί... να μιλάμε για αυτά και να εξηγήσουμε τους τρόπους παραγωγής, συντήρησης, παρασκευής και κατανάλωσης τους, με γωνιές προβολής **Κρητικών** προϊόντων σε όσους χώρους αυτό είναι δυνατό και όχι μόνο ειδη διατροφής (λάδι, ελιές, τυριά, γιαούρτι, κρασί, τσικουδιά, λουκάνικα/απάκι, παξιμάδια, κουλούρια, μέλι, επίσης αρωματικά φυτά όπως δίκταμο, φασκόμηλο και χαρούπια, κίτρα κ.α.) αλλά και άλλα όπως υφαντά, πήλινα, είδη ξυλογλυπτικής, αγιογραφίας και ότι άλλο έχουμε να επιδείξουμε. Κάθε επισκέπτης της Κρήτης να γίνεται **σταθερός πελάτης** των προϊόντων της καθ' όλη την διάρκεια του έτους όπου και εάν κατοικεί.

Έκτον η παραγωγή **θεραπευτικών σκευασμάτων φυτικής προέλευσης υψηλής αξίας**. Με καθετοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας στηρίζοντας τον παραγωγό και την βιομηχανία. Αξιοποιώντας το επιστημονικό δυναμικό με την καινοτομία. Επένδυση μέσω της έρευνας στην **αξιοποίηση** του **φυσικού πλούτου** που έχει επίδραση στην **υγεία**. Έγινε από κοινού δεκτό ότι στην δύσκολη σαιζόν του 2020 (που όλοι την περιμέναμε ίσως και καλύτερη από αυτή του 2019), απόδειξαν όλοι οι εμπλεκόμενοι ότι με την σωστή συνεργασία όλα γίνονται καλύτερα και ευκολότερα, ως προς την αντιμετώπιση των όποιων προβλημάτων ... εφόσον μπόρεσαν να λειτουργήσουν περίπου το 80% των ξενοδοχείων της **Κρήτης** και να διαχειριστούν πρωτόκολλα υγειονομικά με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και την γενική ικανοποίηση όλων, με αποτέλεσμα ιδίως για την **Κρήτη** να έχουμε τα εύσημα όλων των εμπλεκόμενων αλλά και των Τουριστών/Επισκεπτών μας... και όλα αυτά άμεσα σε σύντομο χρονικό διάστημα και πάλι σε συνεργασία **Περιφέρειας Κρήτης**, **Πανεπιστημίων**, **Πολυτεχνείου**, **ΙΤΕ**, **ΜΑΙΧ**, **7ης Υγειονομικής Περιφέρειας**, **Δήμων** με όλους τους **Επιχειρηματίες** του **Τουρισμού** και τους **Εργαζόμενους** για την εκμάθηση και πιστο-

ποίηση στα **αυστηρά υγειονομικά πρωτόκολλα** και με την ευθύνη να λειτουργήσουν τα **Ξενοδοχεία** και τα **Τουριστικά Καταλύματα** ως τόπος διακοπών, ξεκούρασης, βιωματικών χώρων και **όχι** σαν νοσηλευτικά ιδρύματα... αυτό είναι ένα ακόμα κεφάλαιο προς αξιοποίηση για τα επόμενα χρόνια...

Τελειώνοντας μια ακόμα ίσως ποιο ιδιαίτερη **Πρόταση** είναι η εκμάθηση με τρόπους διαφορετικούς και προσαρμοσμένους στις κουλτούρες των Τουριστών/Επισκεπτών μας, της ιστορίας και της κουλτούρας μας ως **Κρήτη** και **Ελλάδα** ακόμα και με την διοργάνωση βραδίων ανάγνωσης επιλεγμένων κειμένων και επεξήγηση τους, με την εκμάθηση της **Ελληνικής** και **«Κρητικής» Μινωικής Γραφής**, έστω και μόνο να μάθουν να γράφουν το όνομα τους στα **Ελληνικά** και τα **Μινωικά**... όλα αυτά ακόμα και στα πλαίσια της κοινωνικής ευθύνης που έχουν οι επιχειρήσεις του Τουρισμού και όχι μόνο, που θα μεγαλώσουν τον αριθμό των επαναλαμβανόμενων Τουριστών/Επισκεπτών μας και θα τους καταστήσουν πρεσβευτές της **Κρήτης** και της **Ελλάδας** στις χώρες τους... (θα μπορούσαμε να επιβραβεύουμε περισσότερους από όσους τώρα, με κάποιες εκδηλώσεις που θα επικοινωνούμε ανάλογα)...

Επισημαίνεται σε όσους θέλουν να αξιοποιήσουν τα συμπεράσματα, **αναπόσπαστες** είναι οι ομιλίες των εισηγητών που περιέχουν όλες και μία ξεχωριστή **πρόταση**. Όπως και τα αντίστοιχα video με **πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό**.

Καλή δύναμη σε όλους με Υγεία, για τον σχεδιασμό της ερχόμενης **Τουριστικής** περιόδου.

Ευχαριστούμε πολύ όλους σας και πάλι για την συμμετοχή στην Ημερίδα και αρχίζουμε να σχεδιάζουμε την επόμενη...

Υπενθυμίζουμε ότι όπως και όλα τα προηγούμενα τεύχη του περιοδικού **Κρητών Επιχειρείν**, θα αποσταλεί με ηλεκτρονική αλληλογραφία στα μέλη της Κυβέρνησης, στους Βουλευτές, στον Περιφερειάρχη Κρήτης, τους Αντιπεριφερειάρχες και Περιφερειακούς Συμβούλους, στους Δήμους της Κρήτης, στα Επιμελητήρια, σε όλους τους Φορείς του Τουρισμού και τις Οργανώσεις, Συνδέσμους, Σωματεία, στα Εργατικά Κέντρα, στα Πανεπιστήμια, τα Ερευνητικά Κέντρα, τα Δ.ΙΕΚ – ΙΕΚ – Τουριστικές Σχολές, σε επιχειρήσεις και ιδιώτες που ενημερώνονται με newsletter και όλους όσους συμμετείχαν στην Ημερίδα: Κρητών Φιλοξενία, Τουρισμός 2021 - Κρήτη 4 Εποχές και στην Ομογένεια.

Επίσης υπάρχει δυνατότητα εκτύπωσης του περιοδικού ή μέρους του (ανάπτυπα) από 50 τεύχη, κατόπιν συνεννόησης.

Με εκτίμηση
Η ομάδα του Κρητών Επιχειρείν
και ιδιαίτερα ο εκδότης Κώστας Λιακάκης



Επιστήμη και Διάστημα

Διαστημική επιστημονική επικαιρότητα στην Ευρώπη μέσω της Αστροβιολογίας

Ο κ. Έκτορας-Ανδρέας Σταυρακάκης, υποψήφιος διδάκτορας ΕΜΠ και μέλος της διευθύνουσας επιτροπής της ένωσης Αστροβιολογίας AbGradE (Απόφοιτοι Αστροβιολογίας στην Ευρώπη), μας μιεί στα μυστήρια της εξερεύνησης και εξέλιξης του διαστήματος και της ζωής μέσω της Αστροβιολογίας και των Πλανητικών Επιστημών, αναλύοντας τεχνολογίες και επιστημονικά θέματα αιχμής.



Στα τέλη Αυγούστου πραγματοποιήθηκαν οι ετήσιες συναντήσεις-συνέδρια του Ευρωπαϊκού Δικτύου Αστροβιολόγων EANA (European Astrobiology Network Association) και του Δικτύου Νέων Αστροβιολόγων Ευρώπης AbGradE (Astrobiology Graduates in Europe). Το AbGradE, που αφορά σε νέους επιστήμονες είχε αναφερθεί στο προηγούμενο τεύχος, προκειμένου να ενθαρρυνθεί η Ελληνική συμμετοχή. Αυτά τα συνέδρια είναι πλέον δύο πολύ σημαντικές επιστημονικές δράσεις στο χώρο του διαστήματος σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο, με διεθνή όμως απήχηση και συμμετοχή, ξεκινώντας παραδοσιακά με το «Virtual» AbGradE 2020 (26/8) και συνεχίζοντας με το «Virtual» EANA 2020 (27-28/8). Τα δύο αυτά συνέδρια γίνονται πάντα σε συνάρτηση το ένα με το άλλο, κάθε χρόνο. Το AbGradE, οργανώνεται καθαρά από νέους επιστήμονες και εστιάζει σε αυτούς, χωρίς να χάνει όμως σε επιστημονικό υπόβαθρο και ποιότητα. Με αφορμή τα δύο συνέδρια θέλω να σας μιλήσω

για την επιστήμη της Αστροβιολογίας, τις δομές έρευνας που υπάρχουν στην Ευρώπη και στην Ελλάδα, καθώς και για τις ευκαιρίες που δίνονται τόσο στην Ελληνική επιστημονική και επιχειρηματική κοινότητα όσο και τους νέους επιστήμονες που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με **διαστημική έρευνα μέσω της Αστροβιολογίας**, έναν ιδιαίτερα διεπιστημονικό κλάδο.

Λόγω των τρεχουσών συνθηκών τα συνέδρια δεν πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης, όπως ήταν προγραμματισμένο, αλλά για πρώτη φορά διαδικτυακά (virtual meeting), με αλλαγμένη δομή και μειωμένη χρονική διάρκεια. Στα συνέδρια, συμμετείχαν σχεδόν 400 επιστήμονες (unique participants) με συμμετοχή άνω των 200 για το EANA και άνω των 150 ατόμων για το AbGradE. Όπως προαναφέραμε τα συνέδρια οργανώνονται από Ευρωπαϊκούς συλλόγους, ιδιαίτερα όμως αυτή την φορά, οι συμμετέχοντες επιστήμονες ήταν από όλο τον κόσμο, ενώ στο AbGradE υπήρχαν πολλές συμμετοχές

από αναπτυσσόμενες χώρες, όπως την Ινδία και τις χώρες της Λατινικής Αμερικής. Αυτήν την φορά επίσης αυξήθηκε και ο αριθμός των νέων Ελλήνων επιστημόνων και φοιτητών που ενθουσιωδώς συμμετείχαν.

Στο πρόγραμμά τους υπήρχαν και κεντρικές ομιλίες (Keynote talks) από ειδικούς και εκπροσώπους Διαστημικών Οργανισμών και Δικτύων, όπως της NASA, της ESA, και του Blue Marble Institute. Πιο αναλυτικά, στο Virtual AbGradE 2020 δόθηκαν συνολικά 12 κεντρικές ομιλίες από επιστήμονες και εκπροσώπους Οργανισμών από όλο τον κόσμο με θεματολογία που εστιαζόταν αυτήν την φορά στην ενασχόληση νέων επιστημόνων με την Αστροβιολογία, σε ερευνητικά θέματα ενδιαφέροντος ή πρωτοπορίας, στους τρόπους εργασίας και σπουδών, σε διαδικτυακές διεθνής ομάδες εργασίας, και στους τρόπους χρηματοδότησης για διδακτορικές σπουδές και εργασία. Στο ενδιάμεσο των κεντρικών ομιλιών, και σε εναρμόνιση με την ανάγκη συντονισμού συμμετεχόντων από άνω των 15 ζωνών ώρας, πραγματοποιήθηκαν ενδιαφέρουσες παρουσιάσεις από φοιτητές και νέους ερευνητές με πρωτοποριακές έρευνες. Στο πλαίσιο των κεντρικών ομιλιών η Ελληνική συμμετοχή ήταν από τον Καθηγητή ΕΜΠ Δρ Ηλία Χατζηθεοδωρίδη, σχετικά με την χρήση και ανάπτυξη νέων τεχνολογιών για την διαχείριση της πολύπλοκης πληροφορίας που προκύπτει από ιδιαίτερα διεπιστημονικούς κλάδους έρευνας όπως αυτός της αστροβιολογίας, καθώς και για το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την αστροβιολογία Ελλήνων φοιτητών που τον προσεγγίζουν, τις δράσεις εντός της Ελλάδας, και τις επίσης αυξανόμενες ευκαιρίες έρευνας και ανάπτυξης της επιστήμης αυτής στην χώρα μας για ξένους ερευνητές. Στο EANA, πραγματοποιήθηκαν επίσης συνεδρίες παρουσιάσεων στα πλαίσια φοιτητικού διαγωνισμού (Space Factor), συνεδρία poster, συνεδρία ελεύθερης συζήτησης για διαστημικά θέματα και τις νέες αποστολές σε πλανήτες του ηλιακού μας συστήματος, το μέλλον της έρευνας, αλλά και την αναβάθμιση και εξέλιξη των διαστημικών αποστολών για την σχεδίαση νέων πειραμάτων, όπως για παράδειγμα την μεταφορά μικροοργανισμών στον πλανήτη Άρη για την εκτέλεση πειραμάτων σε πραγματικά περιβάλλοντα διαστήματος.

Δομές και οργάνωση των επιστημών του διαστήματος στην Ευρώπη μέσω της Αστροβιολογίας

Το EANA δημιουργήθηκε το 2001 με σκοπό να αποτελέσει ένα δίκτυο στο οποίο θα συσπειρωθούν οι Ευρωπαίοι επιστήμονες ως κοινότητα, ακολουθώντας το Αμερικανικό παράδειγμα. Η συσπειρω-



ση που πρόσφερε το δίκτυο EANA στους Ευρωπαίους Επιστήμονες, συνέβαλε και δημιούργησε πολλές ευκαιρίες, γεφυρώνοντας χάσματα και κενά που υπήρχαν και διευκολύνοντας και ενισχύοντας τις συνεργασίες σε έρευνα αιχμής, όπως, π.χ., με χώρες του Πρώην Ανατολικού Μπλοκ, αλλά και μεταξύ χωρών που δεν διαθέτουν εθνικό διαστημικό οργανισμό ή διαστημική πολιτική. Παράλληλα, διέυρυναν την κατανόηση της διεπιστημονικότητας που αναδείχτηκε ως βασικό κλειδί στην έρευνα της Αστροβιολογίας, όπου μαζί με τους Αμερικάνους και Ιάπωνες συναδέλφους ανέπτυξαν την Αστροβιολογία στο επίπεδο ενός ανεξάρτητου πλέον επιστημονικού κλάδου.

Επιπροσθέτως, το EANA αποτέλεσε για την Ευρώπη κομβικό δίαυλο, μέσω του οποίου υλοποιήθηκαν Πανευρωπαϊκές δράσεις Παγκόσμιας Εμβέλειας για τα διαστημικά και Αστροβιολογικά δρώμενα, όπως τα προγράμματα COST ORIGINS της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι δράσεις αυτές υλοποιήθηκαν και συντονίστηκαν από επιστήμονες που συσπειρώθηκαν και συνεργάστηκαν ως μέλη του EANA. Οι δράσεις αυτές δημιουργούν δομές και διαύλους άμεσων επιστημονικών συνεργασιών και κυρίως ευκαιρίες για τους νέους επιστήμονες, με ανταλλαγές τύπου Erasmus και την ανάπτυξη ερευνητικών ομάδων σε χώρες με πιο αδύναμη εκπροσώπηση στα διαστημικά επιστημονικά θέματα. Ως αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων του EANA το

2014 δημιουργήθηκε το AbGradE από νέους επιστήμονες και 2019 το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Αστροβιολογίας EAI (European Astrobiology Institute) -ως αποτέλεσμα των δράσεων του COST ORIGINS- με εκπροσώπηση των επιστημόνων μέσω των φορέων τους, όπως μεγάλους Εθνικούς Διαστημικούς Οργανισμούς, πανεπιστημίων, αλλά και συμμετοχή του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Διαστήματος, φέρνοντας οργανωτικά και οργανικά πλέον την Ευρώπη στο ίδιο επίπεδο με την Αμερική και την Ιαπωνία, μια χώρα που στα διαστημικά θέματα είναι δεύτερη μετά την Αμερική.

Και τα τρία δίκτυα έχουν ως στόχο να προωθήσουν την διεπιστημονικότητα, την συνεργασία μεταξύ των επιστημόνων για την αντιμετώπιση όλο και μεγαλύτερων επιστημονικών προκλήσεων, την είσοδο στο χώρο νέων οπτικών και προσεγγίσεων, καθώς και διαύλων συνεργασιών και ανταλλαγής κυρίως νέων επιστημόνων στα ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια της Ευρώπης. Παράλληλα, στην Ευρώπη και Παγκοσμίως υπάρχουν και άλλα σχετικά δίκτυα, όπως το Europlanet RI και τον Europlanet Society που εστιάζει περισσότερο σε πλανητικά θέματα μεγαλύτερης κλίμακας, με προσεγγίσεις κυρίως γεωλογικές, αστρονομικές και αστροφυσικής.

Η απομυθοποίηση της Αστροβιολογίας ως επιστήμη

Σε προηγούμενο τεύχος (Τεύχος Απριλίου) αναφερθήκαμε στην Αστροβιολογία μέσα από τις δράσεις της ερευνητικής μας ομάδας εντός Ελλάδος στο ΕΜΠ. Σε αυτό το τεύχος με αφορμή και τα παραπάνω αναφερθέντα συνέδρια, κρίνεται σκόπιμο να αναπτύξουμε τις γενικές αρχές και το πλαίσιο που διέπει τον διεπιστημονικό κλάδο της Αστροβιολογίας και εργασίας σε αυτόν. Η κορωνίδα εκπροσώπησης της Αστροβιολογίας στην Ευρώπη, είναι το δίκτυο του EANA, το οποίο αποτελείται από μέλη και συνεργάτες όχι μόνο των βασικών θετικών επιστημών. Οι επιστήμες της γεωλογίας/πλανητολογίας και βιολογίας, «παντρεύονται» με το επιστημονικό υπόβαθρο μελών από όλους τους κλάδους του STEAM (Επιστήμη, Τεχνολογία, Μηχανική, Τέχνες, Μαθηματικά / Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics), όπως επίσης και φιλοσοφίας, κοινωνιολογίας και ηθικής, θεολογίας, πολιτικής του διαστήματος. Αυτό οφείλεται στα ότι τα βασικά ερωτήματα και σημεία μελέτης που προσπαθεί να απαντήσει η Αστροβιολογία είναι θεμελιώδη, όπως:

- Που και πως δημιουργήθηκε η ζωή και σε ποια περιβάλλοντα.
- Την εξέλιξη της ζωής, καθώς και την περαιτέρω μελέτη και εξέλιξη του γενετικού δέντρου όλων των οργανισμών, ειδικά νέων οργανισμών που βρέθηκαν μελετώντας ακραία περιβάλλοντα στην επιφάνεια και το υπόβαθρο της γης.

- Αναζήτηση της ζωής σε εξωγήινα περιβάλλοντα, όπως άλλους πλανήτες και «παγωμένα φεγγάρια» (icy moons) του ηλιακού μας συστήματος, αλλά πλέον και εξωπλανητών (exoplanets/exoworlds), δηλαδή πλανητών άλλων ηλιακών συστημάτων. Συνεπώς, η Αστροβιολογία, στηρίζεται στην διεπιστημονικότητα και απαιτεί την ύπαρξη αυτής. Ένας επιστήμονας π.χ. πρέπει να συνδυάζει γνώσεις από περισσότερα παραδοσιακά επιστημονικά και τεχνολογικά πεδία. Οι επιστήμες όμως της Γεωλογίας και Βιολογίας είναι οι βασικές επιστήμες της αστροβιολογίας μια και περιλαμβάνουν την μελέτη ζωντανών οργανισμών και των περιβαλλόντων που αυτοί δημιουργούνται και ζουν επάνω στην επιφάνεια της γης. Ποιο αναλυτικά, η Γεωλογία παρέχει τα εργαλεία μιας χρονομηχανής καθώς μπορεί να καταγράφει και να διατηρεί την ιστορία μιας περιοχής, έως ακόμα και την ιστορία ενός ολόκληρου

πλανήτη. Παράλληλα, οι γεωλογικοί σχηματισμοί, ήδη από την ναοκλίμακα, αποτελούν ιδανικές επιφάνειες και περιβάλλοντα για την ζωή, δρώντας ως καταλύτες χημικών αντιδράσεων, όπου η Χημεία μπορεί να μετατρέπεται πλέον σε Βιολογία με αντίστοιχες μελέτες και έρευνα. Ως αποτέλεσμα, σχετικά πτυχία Αστροβιολογίας που δίνονται σε άλλες χώρες, αποτελούν ένα συνδυασμό Βιολογίας, Χημείας, Γεωλογίας, Φυσικής και Πληροφορικής. Η πραγματική ενασχόληση, όμως, απαιτεί βαθιά γνώση και κατανόηση δύο ή περισσότερων επιστημονικών πεδίων, ή ιδιάζουσα ειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς επιστημονικών κλάδων, π.χ. της μελέτης των μετεωριτών, αλλά και τεχνολογικών κλάδων, όπως π.χ. την ανάπτυξη νέων και εξαιρετικά ευαίσθητων αναλυτικών οργάνων για τον χαρακτηρισμό υλικών και την αναζήτηση βιοδεικτών/βιοϋπογραφών, δηλαδή χημικών στοιχείων που

από μόνα τους ή συνδυαστικά δείχνουν την ύπαρξη ή δράση ζωντανών οργανισμών σε ένα φυσικό περιβάλλον. Απαραίτητη όμως είναι και η εμπειρία σε διάφορα έργα (Project) και στην ανάπτυξη-διερεύνηση νέων ιδεών, με ιδιαίτερα απαραίτητη την συμμετοχή σε συνέδρια και άλλων συναντήσεων για την ανταλλαγή ιδεών και προσεγγίσεων. Είναι καλό να αναφέρουμε ότι η επιστήμη της Αστροβιολογίας με τις τεχνολογίες και την μηχανική είναι αρχικά διαφορετικές κατηγορίες έρευνας και μελέτης, αλλά όταν μιλάμε πλέον για ακραία περιβάλλοντα και πολύπλοκες έρευνες, αυτές πρέπει να συνυφάνονται σε κοινό έδαφος.

«Το σημαντικότερο στοιχείο δε, αποτελεί η συμμετοχή σε μια επιστημονική παραγωγική ομάδα, είτε αυτή είναι εγχώρια είτε διεθνής»



Οι συμμετέχοντες του 3ου Workshop AbGradE, μπροστά από ακριβές αντίγραφο του rover Rosalind Franklin της αποστολής EXOMARS 2020, στην Ορλεάνη της Γαλλίας. Το workshop πραγματοποιήθηκε την υποστήριξη του δικτύου EANA, του CNRS, της CNES και της ESA



Ο υποψήφιος διδάκτορας Έκτορας-Ανδρέας Σταυρακάκης στην Ουάσιγκτον, ΗΠΑ στο συνέδριο IAC το 2019

Η κατάσταση στην Ελλάδα και των ελλήνων ερευνητών

Ήδη, από μικρή ηλικία είχα μια έφεση προς την μελέτη των φυσικών φαινομένων και του διαστήματος, κυρίως για τη «μαγική ισορροπία» και «χορό» μεταξύ μεγαλειώδους και μυστηρίου που κρύβουν. Μεγάλο κομμάτι στο να αναπτυχθεί η αγάπη μου για αυτά έπαιξε το γεγονός ότι στην παιδική μου ηλικία είχα δει πολλές φορές την σειρά Κόσμος (Cosmos) του Carl Sagan, όσο ακόμα ήμουν στο δημοτικό. Τα τελευταία χρόνια, είχα την ευκαιρία να αρχίσω να ασχολούμαι με έρευνα σχετική με το διάστημα, μέσω του αντικειμένου της Αστροβιολογίας, κατά την διάρκεια των σπουδών μου στο ΕΜΠ, εξελίσσοντας τελικά αυτή την σχέση σε πλήρως ερευνητική και εργασιακή, ως υποψήφιος διδάκτορας του ΕΜΠ. Αρκετά συχνά, όταν ανέφερα στην Ελλάδα ότι ασχολούμαι με διαστημικά θέματα, όλοι αρχικά εντυπωσιάζονταν, σαν να άκουσαν κάτι μεγαλειώδες και απίθανο (πράγμα που πλέον δεν ισχύει), αλλά πολύ γρήγορα έχαναν αυτόν τον ενθουσιασμό γιατί πίστευαν ότι κάτι τέτοιο δεν μπορεί να αποδώσει, καθώς είναι ανέφικτη η ενασχόληση με διαστημικά θέματα στην Ελλάδα. Αρχικά, όταν ανέφερα τον όρο Αστροβιολογία στην Ελλάδα σε συζητήσεις συνέχισαν αυτή με την βιολογία, (σε

ακραίες περιπτώσεις ακόμα και με την αστρολογία!!!), αποδομώντας πρακτικά την συνάφεια ενός συνόλου επιστημών και την διαστημική πτυχή του όρου. Ομοίως, βέβαια, και στο εξωτερικό όταν έχω μιλήσει με τεχνολόγους και μηχανικούς, αν και γνωρίζουν έστω μερικώς τον όρο, συνήθως τον αποδομούν σε συνάρτηση με το διάστημα και την δικιά τους ενασχόληση, για παράδειγμα την κατασκευή δορυφόρων. Παρατηρείται, συνεπώς, μια σύγχυση, τουλάχιστον ως προς το εύρος του όρου, αλλά και σε άλλες πτυχές, συχνά οικονομικών. Ως αποτέλεσμα, στο διαστημικό χώρο έρευνας και ιδίως σε θέματα της αστροβιολογίας, παρατηρούνται μεγάλα χάσματα, χωρίς πραγματικά κοινό έδαφος και γλώσσα επικοινωνίας και κατανόησης, ούτε μεταξύ επιστημόνων και μηχανικών, αλλά και της επιστήμης και του κοινού.

Ένα άλλο ενδιαφέρον γεγονός ήταν η χαμηλή συμμετοχή Ελλήνων επιστημόνων σε συνέδρια αστροβιολογίας, παρά και τον διαδικτυακό χαρακτήρα που είχαν φέτος, αποτελούμενη κυρίως από άτομα της ερευνητικής ομάδας μου, ιδιαίτερα στο AbGradE, στο οποίο συμμετείχα ως διοργανωτής και μοναδικό μέλος που εκπροσωπούσε επίσημα την Ελλάδα. Ωστόσο, αποτελούσε συχνά θέμα συζήτησης σε αυτά τα συνέδρια προσέλκυσης

περισσότερων συμμετεχόντων από την Ελλάδα. Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πολλές δυνατότητες, καλούς επιστήμονες, και με ιδιαίτερα ενδιαφέροντα για έρευνα και τεχνολογία. Παράλληλα, συγκρίνοντας το δεδομένο της χαμηλής Ελληνικής συμμετοχής με το σύνολο της Ελληνικής κοινωνικής πραγματικότητας, αυτό δεν φαίνεται τόσο περίεργο. Το Διάστημα, τα τελευταία δέκα χρόνια το θεωρούσα και πλέον το ακούω σε συζητήσεις ως θέμα ταμπού και απόμακρο για τους Έλληνες, τόσο εντός όσο και εκτός της Ελλάδος, εκτός βέβαια από τα παραδοσιακά θέματα που σχετίζονται με την Αστρονομία κι Αστροφυσική, όπου το Αστεροσκοπείο και το τμήμα Αστροφυσικής του ΕΚΠΑ δείχνουν εξαιρετική διεθνή παρουσία. Παραμένει, όμως η διαστημική επιστήμη στα μάτια του ευρέως κοινού ακόμη απόμακρη, με τους περισσότερους να ασχολούνται ερασιτεχνικά, μέσω για παράδειγμα της αστροπαρατήρησης ή μέσω μικρών διαγωνισμών, χωρίς όμως τελικά να ασχολούνται ή να αναπτύσσουν περαιτέρω την επιστήμη. Αυτή η εικόνα αποτυπώνεται κυρίως και στα συνέδρια του εξωτερικού. Προσωπικά, έχω παρουσιάσει σε συνέδρια με ποικίλη θεματολογία, όπως σε συνέδρια του EANA θέματα σχετικά με την αξιοποίηση πρώτων υλών στον Πλανήτη Άρη, και στην Ουάσιγκτον στο συνέδριο IAC με 7.000+ συμμετέχοντες, όπου παρουσίασα ως μέλος και μοναδικός Έλληνας διεθνούς ομάδας εργασίας (project) την πρόταση κατασκευής δικτύου νανοδορυφόρων στην Σελήνη με ακρωνύμιο MOOCHA. Στα διαστημικά συνέδρια Αστροβιολογίας που έχω συμμετάσχει δεν έχω συναντήσει άλλη Ελληνική συμμετοχή από ερευνητική ομάδα εντός Ελλάδος, ωστόσο έχω δει Έλληνες καθηγητές και ερευνητές του εξωτερικού.

Στους Έλληνες ερευνητές που έχουν ασχοληθεί με τα διαστημικά θέματα και τις τεχνολογίες του διαστήματος και με έχουν εμπνεύσει είναι π.χ. ο επίτιμος πρόεδρος του Ευγενιδίου Πλανηταρίου Δρ Διονύσιος Σιμόπουλος. Μεγαλύτερη ανάπτυξη στο εσωτερικό της Ελλάδος παρατηρείται μόνο από τις αρχές του 2000, και ιδίως μετά την ένταξη της Ελλάδας ως μέλος του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Διαστήματος (ESA). Όμως η ενασχόλησή μου με το διάστημα, καλύτερα τον χώρο του επιστήμων και τεχνολογιών του διαστήματος, ξεκίνησε μέσω της ερευνητικής ομάδας Αστροβιολογίας και Πλανητικών Επιστημών με υπεύθυνο ερευνητή τον Τακτικό Καθηγητή Δρ Ηλία Χατζηθεοδωρίδη, Διευθυντή του Εργαστηρίου Ορυκτολογίας, Πετρολογίας και Κοιτασματολογίας της Σχολής Μηχανικών Μεταλλείων Μεταλλουργών του ΕΜΠ.

Η ομάδα αυτή αποτελεί τον διεθνή εκπρόσωπο και αρωγό στην έρευνα της Αστροβιολογίας, των μετεωριτών και της πλανητολογίας, αλλά και κάποιων διαστημικών τεχνολογιών, μέσω του ερευνητικού

της έργου. Η σχέση αυτή της ομάδας ενισχύεται με την συμμετοχή μελών της ομάδας σε διάφορα Ευρωπαϊκά και Παγκόσμια έργα, αλλά και κομβικές θέσεις (Διοικητικό συμβούλιο) σε διάφορα δίκτυα αστροβιολογίας και πλανητικών επιστημών, όπως το AbGradE, το EANA και το EAI που αναφέραμε παραπάνω, αλλά και σαν ιδρυτικό μέλος και Διευθύνων Σύμβουλος του NoR-CEL (Network of Researchers on the Chemical Evolution of Life / Δίκτυο Επιστημόνων για την Χημική Εξέλιξη της Ζωής) που μελετά εκείνη την χρονική περίοδο που η ανόργανη χημεία έγινε οργανική και μετά βιολογία.

Η ομάδα μας οργάνωσε το πρώτο συνέδριο αστροβιολογίας στην Ελλάδα, το EANA16 τον Σεπτέμβριο του 2016, καθώς και το πρώτο συνέδριο NoR-CEL που οργανώθηκε εκτός Ηνωμένου Βασιλείου σημαίνοντας της έναρξη εργασιών αυτού σε διεθνές επίπεδο.

Η ερευνητική μας ομάδα καλύπτει ένα σύνολο διεπιστημονικών δράσεων, επιστημονικών και τεχνολογικών. Η έρευνα ξεκίνησε πριν 35 χρόνια, με την μελέτη μετεωριτών από τον Άρη και την αναζήτηση ορυκτών εξαλλοίωσης, και για πρώτη φορά παγκοσμίως, ήδη από το 1990, αποδείξαμε την ύπαρξη ομάδας ορυκτών που είναι ένδειξη αλμυρών λιμνών στον πλανήτη Άρη και γεωλογικών και γεωχημικών περιβαλλόντων συμβατών με την ζωή όπως την γνωρίζουμε. Τα ερευνητικά ενδιαφέροντα της ομάδας πλέον περιλαμβάνουν την μελέτη μετεωριτών (ιδιαίτερα του πλανήτη Άρη) αλλά και της φασματοσκοπικής ανάλυσης μετεώρων σε πραγματικό χρόνο με στόχο τον εμπλουτισμό των γνώσεών μας σε υλικά του διαστήματος που ναι μεν εισέρχονται στην ατμόσφαιρά μας ωστόσο χάνονται και δεν συλλέγονται ποτέ ως μετεωρίτες, την εξερεύνηση και εξέλιξη της ζωής στο Σύμπαν, την ανάπτυξη ευαίσθητων αναλυτικών οργάνων, λογισμικού και μεθοδολογιών χαρακτηρισμού διαστημικών υλικών και αναζήτησης βιοϋπογραφών, των δυνατοτήτων αξιοποίησης Διαστημικών πρώτων υλών, της μελέτης εξωπλανητών (π.χ. μέσω συμμετοχής σε ομάδα εργασίας της διαστημικής αποστολής ARIEL), καθώς και της δυνατότητας αποίκησης του Διαστήματος, π.χ. του πλανήτη Άρη. Άρα, τα ερευνητικά ενδιαφέροντα της ομάδας εμπίπτουν στην διεπιστημονική ομπρέλα του κλάδου της Αστροβιολογίας με έμφαση στη γεωλογία, και στον κλάδο των Πλανητικών επιστημών και της Αστροχημείας.

Για όποιον ενδιαφέρεται η ερευνητική ομάδα έχει παρουσία στο διαδίκτυο, όπου έχουν αρχειοθετηθεί τις προσπάθειες τους σε ιστοσελίδες που διαχειρίζονται, όπως τις www.astrobiology.gr, www.astrobiology.eu, www.life-origins.com, www.astrochemistry.gr και στα κοινωνικά δίκτυα.



EANA 2019: 19th EANA Astrobiology Conference
 3-6 September 2019, Orléans, France

Οι συμμετέχοντες του συνεδρίου EANA 2019 στην Ορλεάνη της Γαλλίας

ΑΣ ΜΗΝ ΑΦΗΣΟΥΜΕ ΕΝΑΝ ΙΟ ΝΑ ΣΚΟΤΩΣΕΙ ΤΟΝ ΤΥΠΟ

ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
& Ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ
ΤΥΠΟΣ ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ
ΜΕΙΝΟΥΝ «ΖΩΝΤΑΝΑ»



ΕΝΩΣΗ
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ
ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ
ΤΥΠΟΥ



ΖΗΤΑΜΕ
ΤΩΡΑ

ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ, ΧΩΡΙΣ ΕΞΑΙΡΕΣΕΙΣ