



**ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΚΡΗΤΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

ΚΟΛΑΡΕΤΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

A.M 2014010126

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΖΟΠΟΥΝΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ανάλυση της συμπεριφοράς και των προτιμήσεων των τουριστών στην Κρήτη και γενικότερα στην Ελλάδα είναι απαραίτητη τόσο για τους τοπικούς φορείς του τουρισμού, όσο και για τους κατοίκους της ώστε να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται κάθε χρόνο και να προσαρμοστούν στις σημερινές ανάγκες.

Σε αυτή την εργασία γίνεται αρχικά μια αξιολόγηση του brand της Ελλάδας σε σύγκριση με τον άμεσο ανταγωνισμό των χωρών της νότιας Ευρώπης με χρήση δεικτών για την υπόδειξη της υφιστάμενης θέσης της Ελλάδας.

Έπειτα παρουσιάζεται μια ανάλυση στοιχείων του εισερχόμενου τουρισμού ανά αγορά και ανά περιφέρεια της Ελλάδας. Αναλύονται τα μεγέθη για τις επισκέψεις, τις διανυκτερεύσεις και τις εισπράξεις στην ελληνική αγορά με την βοήθεια βασικών δεικτών όπως είναι η δαπάνη ανά επίσκεψη, δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μέση διάρκεια παραμονής κάθε επισκέπτη.

Στην συνέχεια ακολουθούν στατιστικά στοιχεία που αφορούν αποκλειστικά την περιφέρεια Κρήτης όπως τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού, τις θέσεις εργασίας που προκύπτουν, το δυναμικό σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Επιπλέον οι αεροπορικές αφίξεις η κίνηση των κρουαζιερόπλοιων και ο συνολικός αριθμός επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους.

Τέλος παρουσιάζονται επιπλέον αποτελέσματα έρευνας που έγινε μέσω του εργαλείου SPSS αξιοποιώντας ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν στο αεροδρόμιο Χανίων. Καταγράφονται τα χαρακτηριστικά και οι προτιμήσεις του συνόλου των επισκεπτών και γίνονται διαχωρισμοί με βάση επιλεγμένα κριτήρια.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	2
Περιεχόμενα	3
Εισαγωγή.....	5
1 ^ο Κεφάλαιο	6
1.1 Φιλοξενία από τους κατοίκους, αίσθηση ασφαλείας.	7
1.2 Περιβάλλον	8
1.3 Πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες	9
1.4 Ιστορική κληρονομία και μουσεία.....	10
1.5 Υποδομές μεταφορών.....	11
1.6 Μέσα μαζικής μεταφοράς και ταξί.....	11
1.7 Εμπειρία Διαμονής.....	12
1.8 Εμπειρία Διατροφής.....	13
1.9 Εμπειρία παραλίας.....	14
1.10 Εμπειρία shopping	15
1.11 Πληροφορίες & βοήθεια επισκεπτών.....	15
1.12 Βασικοί δείκτες ανταγωνιστικότητας.....	16
1.13 Βασικά συμπεράσματα.....	16
SWOT ANALYSIS	19
2 ^ο Κεφάλαιο	20
2.1 Επισκέψεις ανά αγορά.....	20
2.2 Επισκέψεις ανά περιφέρεια.....	21
2.3 Top -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει Επισκέψεων.....	23
2.4 Διανυκτερεύσεις ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια.....	25
2.5 Top -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει διανυκτερεύσεων.....	26
2.6 Κατάταξη Περιφερειών βάσει εισπράξεων.....	28

2.7 Top -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει ταξιδιωτικών εισπράξεων.....	29
2.8 Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια.....	31
2.9 Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά Περιφέρεια.....	33
2.10 Μέση Διάρκεια παραμονής ανά Περιφέρεια.....	35
3 ° Κεφάλαιο Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Κρήτη.....	39
3.1 Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Περιφέρεια Κρήτης.....	39
3.2 Η απασχόληση στην Περιφέρεια Κρήτης.....	44
3.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό Περιφέρειας Κρήτης.....	45
3.4 Ενοικιαζόμενα δωμάτια Περιφέρειας Κρήτης.....	47
3.5 Αεροπορικές αφίξεις στην Κρήτη από εξωτερικό και εσωτερικό.....	49
3.6 Η σημασία του τουρισμού της κρουαζιέρας και η κίνηση κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια της Κρήτης	53
3.7 Επισκέπτες σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους στην Περιφέρεια Κρήτης	57
4° Κεφάλαιο.....	59
4.1 Σχεδιασμός και στόχος της έρευνας.....	59
4.2 Αποτελέσματα της έρευνας.....	59
4.2.1 Στοιχεία του προφίλ των Επισκεπτών.....	59
4.2.2 AirBnB.....	68
4.2.3 Αξιοθέατα Κρήτης.....	71
4.2.4 Βαθμός ικανοποίησης επισκεπτών.....	72
4.2.5 Προτίμηση τοπικών προϊόντων.....	74
4.2.6 Τοπική κουζίνα και ξενοδοχεία.....	76
4.2.7 Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί επισκέπτες.....	78
4.2.8 Συμπεράσματα της έρευνας.....	85
5° Κεφάλαιο.....	86
Βιβλιογραφία.....	88

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία παρουσιάζονται αποτελέσματα αλλά και συμπεράσματα σχετικά με το τουριστικό προφίλ των επισκεπτών της Κρήτης και γενικότερα της Ελλάδας για το έτος 2018.

Αρχικά στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται μια έρευνα με δεδομένα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) με θέμα την κατάταξη του brand της Ελλάδας σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της Νότιας Ευρώπης ,χρησιμοποιώντας κλιμακωτή βαθμολόγηση με την βοήθεια του δείκτη αξιολόγησης της TRAVELSAT ώστε να ξεχωρίσουν τα κριτήρια ικανοποίησης των επισκεπτών στα οποία η Ελλάδα υπερτερεί έναντι του ανταγωνισμού ,αλλά και σε ποια κριτήρια απαιτείται άμεση βελτίωση. Για τον λόγο αυτό στο τέλος του κεφαλαίου χρησιμοποιείται και η SWOT Analysis για την καταγραφή των αποτελεσμάτων.

Έπειτα στο δεύτερο κεφάλαιο χρησιμοποιώντας τα δεδομένα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων για τις σεζόν 2017 και 2018 , γίνεται μία ανάλυση στοιχείων του εισερχόμενου τουρισμού. Η δαπάνη ανά επίσκεψη , η δαπάνη ανά διανυκτέρευση και η μέση διάρκεια παραμονής κάθε επισκέπτη ήταν οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν για να γίνει η κατάταξη των περιφερειών της Ελλάδας στις δύο αυτές σεζόν. Τα αποτελέσματα φανερώνουν τις προτιμήσεις των επισκεπτών ενώ με την βοήθεια χαρτών παρουσιάζονται τα συνολικά αποτελέσματα για κάθε περιφέρεια της Ελλάδας για την μέση δαπάνη ανά επίσκεψη ,την μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και την μέση διάρκεια παραμονής.

Στο τρίτο κεφάλαιο αντλώντας ξανά δεδομένα από το ΙΝΣΕΤΕ, η ερευνα επικεντρώνεται αποκλειστικά στην περιφέρεια Κρήτης. Η οικονομία του νησιού βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό, επομένως κάθε χρόνο δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού που εξετάζονται στην συνέχεια αλλά και στις μεταβολές που προκύπτουν κάθε χρονιά. Με αυτόν τον τρόπο οι τοπικοί φορείς του τουρισμού προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις των επισκεπτών του νησιού , μεγιστοποιώντας παράλληλα το δικό τους κέρδος.

Στο τελευταίο κεφάλαιο αξιοποιώντας δεδομένα από τα ερωτηματολόγια που προήλθαν από το Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ ,σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης και της Ένωσης Ξενοδόχων Ν. Χανίων και με την βοήθεια του εργαλείου SPSS πραγματοποιείται έρευνα ώστε να καταγραφεί και να αναλυθεί η συμπεριφορά των επισκεπτών στην Κρήτη χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα κριτήρια.

1^ο Κεφάλαιο

Αξιολόγηση του Brand της Ελλάδας και σύγκριση με τον άμεσο ανταγωνισμό στην νότια Ευρώπη

Η αξιολόγηση αυτή βασίζεται σε δεδομένα του INSETE για την τουριστική σεζόν του 2018 και πραγματοποιείται με την βοήθεια ενός δείκτη της TRAVELSAT με κλίμακα βαθμολόγησης από το 1 έως 10. Αυτός ο δείκτης αντικατοπτρίζει το επίπεδο ικανοποίησης για κάθε κριτήριο που εξετάζεται και ενδέχεται να κυμαίνεται από -50 έως 400. Ο βασικός σκοπός είναι η συγκριτική αξιολόγηση της ποιότητας εμπειρίας στους διάφορους προορισμούς έναντι των προτύπων και του ανταγωνισμού.



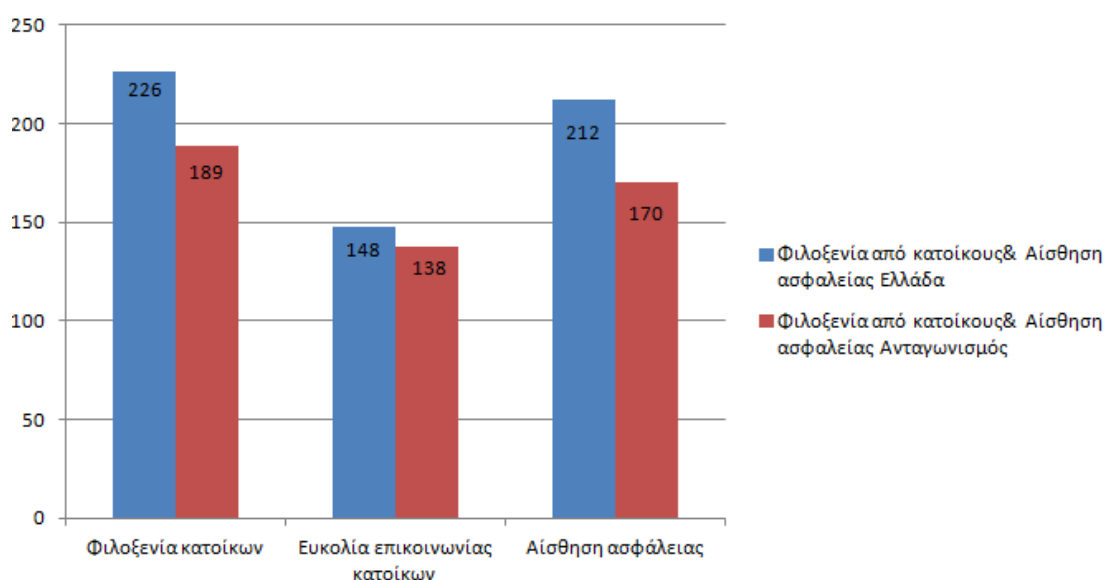
Σημειώνεται ότι σαν ανταγωνισμός της Νότιας Ευρώπης θεωρούνται οι Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία, Μάλτα, Τουρκία και Κροατία.

Στις μέρες μας η ικανοποίηση των επισκεπτών καθορίζεται περισσότερο από ποτέ από παράγοντες όπως η φιλοξενία και η αίσθηση ασφάλειας και όχι τόσο από εμπορικούς λόγους. Επιπλέον για τους προορισμούς της Νότιας Μεσογείου η ποιότητα του φαγητού και η συνολική διαμονή έχουν καθοριστικό ρόλο στη

διαμόρφωση της εμπειρίας του επισκέπτη και είναι στο επίκεντρο της συνολικής ικανοποίησης.

1.1 Φιλοξενία από τους κατοίκους, αίσθηση ασφαλείας.

Σχήμα 1.



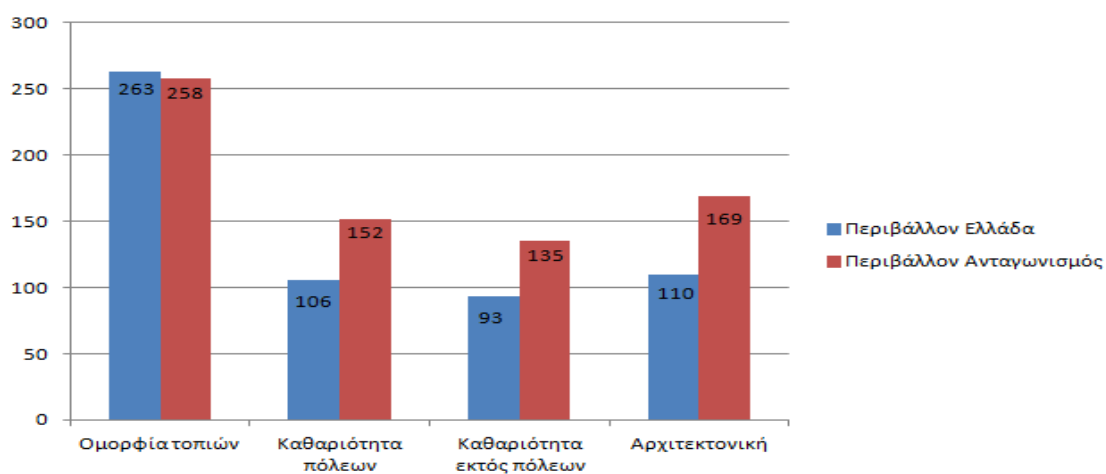
Φιλοξενία από τους κατοίκους & αίσθηση ασφαλείας

Πηγή: INSETE

Είναι σημαντικό ότι Ελλάδα υπερέχει σημαντικά απέναντι στον άμεσο ανταγωνισμό της σε αυτή την κρίσιμη κατηγορία. Ξεχωρίζουμε παραδοσιακά λόγω της φιλοξενίας και της φιλικότητας των κατοίκων οι οποίοι δεν έχουν και πρόβλημα στην επικοινωνία με τους τουρίστες. Παράλληλα σημαντικό είναι και το αίσθημα ασφαλείας που μεταδίδεται προς τα έξω καθώς σπάνια δημιουργούνται κρίσεις και διαταραχές ,παράγοντας που λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους πριν την τελική τους επιλογή.

1.2 Περιβάλλον

Σχήμα 2.

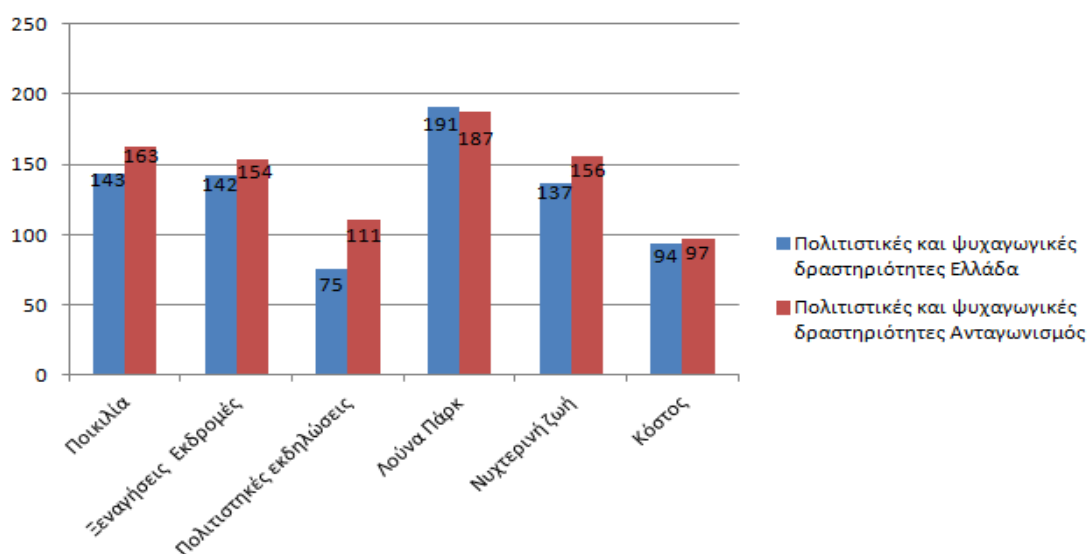


Περιβάλλον

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Η Ελλάδα φαίνεται ότι ανταγωνίζεται επιτυχώς τους ανταγωνιστές στην Νότια Μεσόγειο όσο αναφορά την ομορφιά των τοπίων. Όμως όπως διακρίνεται και στον πίνακα οι επισκέπτες δεν είναι καθόλου ευχαριστημένοι από την καθαριότητα τόσο εντός όσο και εκτός πόλεων, ενώ είναι και λιγότερο ικανοποιημένοι από την αρχιτεκτονική και την γενική κατάσταση των πόλεων.

1.3 Πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Σχήμα 3.



Πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες

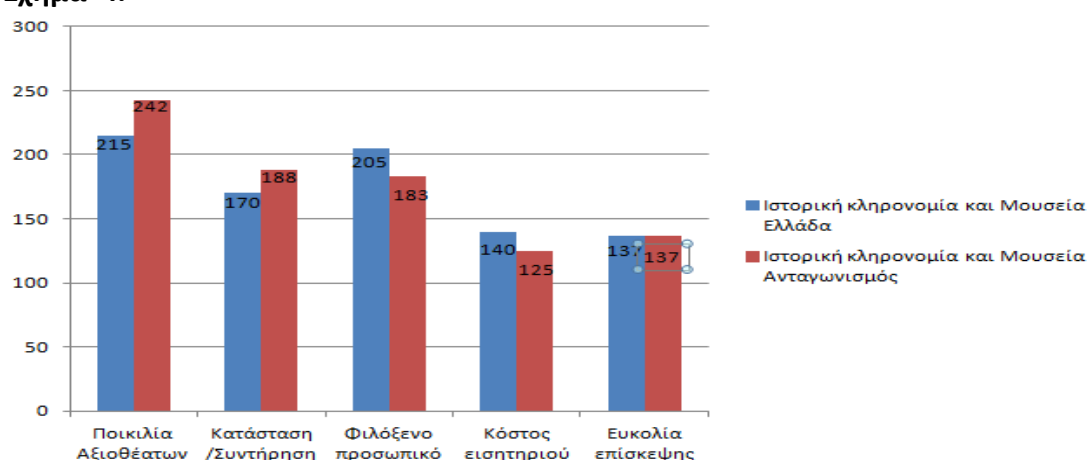
Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Στη συγκεκριμένη κατηγορία υποδεικνύονται πολλές από τις αδυναμίες της Ελλάδας.

Υπάρχει ξεκάθαρη έλλειψη στην ποικιλία πολιτιστικών εκδηλώσεων και στην νυχτερινή ζωή, κάτι που χρειάζεται άμεσα βελτίωση. Στις βαθμολογήσεις για τις ξεναγήσεις, τα θεματικά πάρκα και το κόστος που αυτά προσφέρονται είμαστε σχεδόν στα ίδια επίπεδα ικανοποίησης με τον ανταγωνισμό.

1.4 Ιστορική κληρονομιά και μουσεία.

Σχήμα 4.



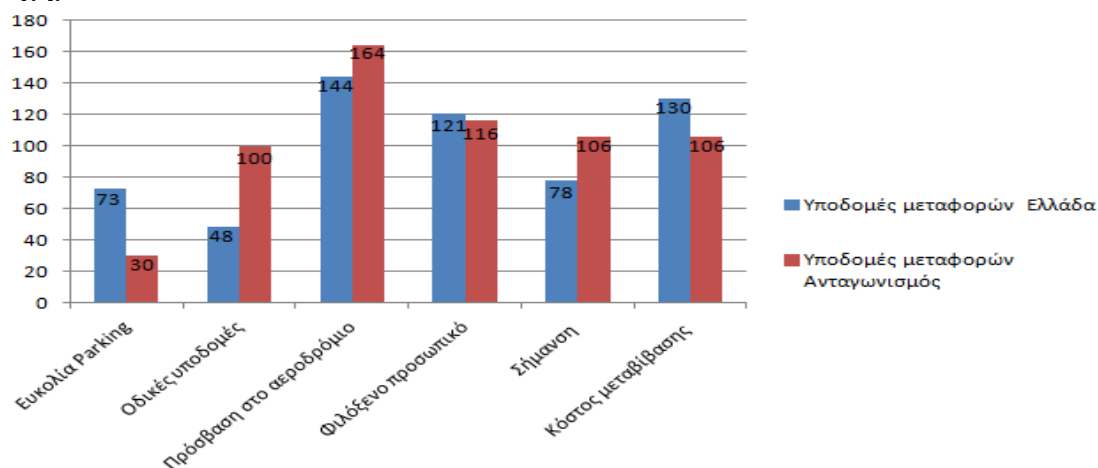
Ιστορική κληρονομιά και μουσεία

Πηγή: INΣΕΤΕ

Παρότι θα περιμέναμε την κατάταξη της Ελλάδας πολύ ψηλά στην συγκεκριμένη κατηγορία λόγω της ύπαρξης παγκοσμίου φήμης αξιοθέατων, στην πράξη δεν παρατηρείτε κάτι τέτοιο αφού υστερεί απέναντι στον ανταγωνισμό κυρίως για την ποικιλία και την συντήρηση των ιστορικών χώρων. Όμως οι βαθμολογήσεις για την τιμή των εισιτηρίων, την φιλοξενία από το προσωπικό αλλά και την ευκολία της επίσκεψης τόσο από την άποψη των ωραρίων τόσο και λόγω ευνοϊκών τοποθεσιών, είναι αρκετά κοντά, ακόμα και καλύτερες από τους ανταγωνιστές.

1.5 Υποδομές μεταφορών

Σχήμα 5



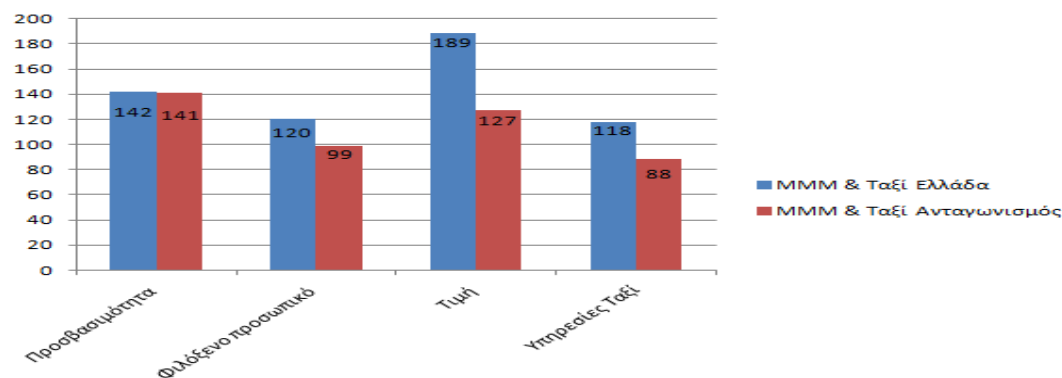
Υποδομές μεταφορών

Πηγή: INSETE

Στην συγκεκριμένη κατηγορία η Ελλάδα αρχικά υπερτερεί σε σημαντικούς τομείς όπως η ευκολία στάθμευσης αλλά και στο κόστος μεταβίβασης στον προορισμό. Από την άλλη όμως φαίνεται από τον πίνακα ότι υστερεί σε μεγάλο βαθμό σε κρίσιμα σημεία όπως είναι οι οδικές υποδομές, η πρόσβαση στο αεροδρόμιο και η σήμανση στους δρόμους.

1.6 Μέσα μαζικής μεταφοράς και ταξί

Σχήμα 6



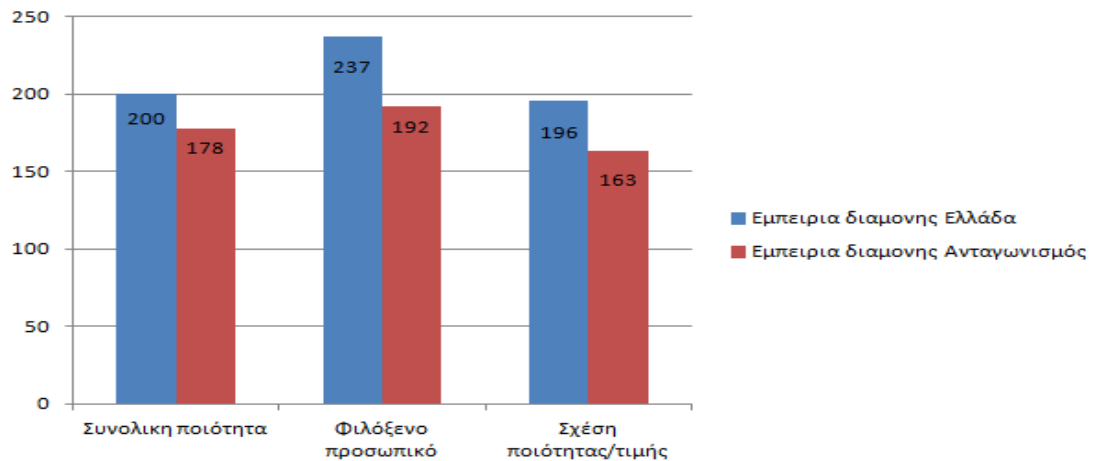
Μέσα μαζικής μεταφοράς και ταξί

Πηγή: INSETE

Στο παραπάνω σχήμα παρατηρούμε ότι η Ελλάδα υπερτερεί σημαντικά του ανταγωνισμού σημειώνοντας εξαιρετική βαθμολογία στη φιλοξενία του προσωπικού και τις τιμές που προσφέρονται τα μέσα μαζικής μεταφοράς . Η γενική προσβασιμότητα στις δημόσιες συγκοινωνίες είναι στα ίδια επίπεδα με τον ανταγωνισμό και η υπηρεσία των ταξί παρόλο που έχει χαμηλότερη βαθμολογία σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες ,υπερβαίνει τον μέσο όρο των ανταγωνιστών στη Νότια Μεσόγειο.

1.7 Εμπειρία Διαμονής

Σχήμα 7



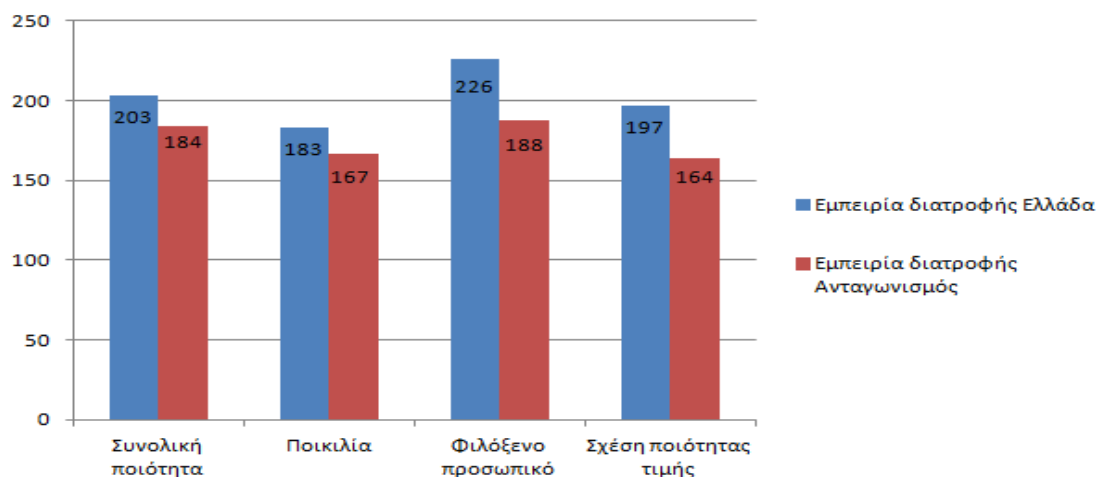
Εμπειρία Διαμονής

Πηγή: INSETE

Η συγκεκριμένη κατηγορία αναδεικνύει ένα από τα ανταγωνίστηκα πλεονεκτήματα της Ελλάδας αφού ανέκαθεν δινόταν μεγάλη προσοχή στην εμπειρία διαμονής του κάθε επισκέπτη. Έτσι παρατηρούμε την εξαιρετική βαθμολογία που σημειώνεται από το φιλόξενο προσωπικό που συμβάλει στην δημιουργία ευνοϊκής αντίληψης για την σχέση ποιότητα/τιμής αλλά και για την συνολική ποιότητα.

1.8 Εμπειρία Διατροφής

Σχήμα 8



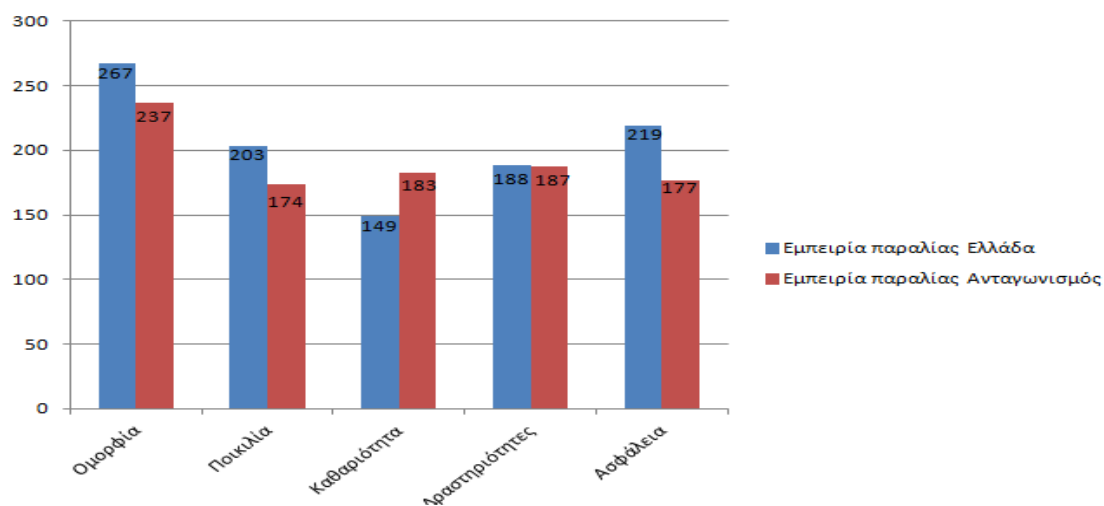
Εμπειρία διατροφής

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Ένα ακόμα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Ελλάδας είναι η τοπική ποιοτική κουζίνα που διαθέτει και προσφέρει στους επισκέπτες. Σε όλες τις πτυχές που εξετάστηκαν δηλαδή την συνολική ποιότητα, την ποικιλία, το φιλόξενο προσωπικό αλλά και την σχέση ποιότητας /τιμής παρατηρείται η επικράτηση της Ελλάδας, καθιστώντας την νικήτρια στην Νότια Ευρώπη όσον αναφορά τα εν λόγω σημαντικά κριτήρια.

1.9 Εμπειρία Παραλίας

Σχήμα 9



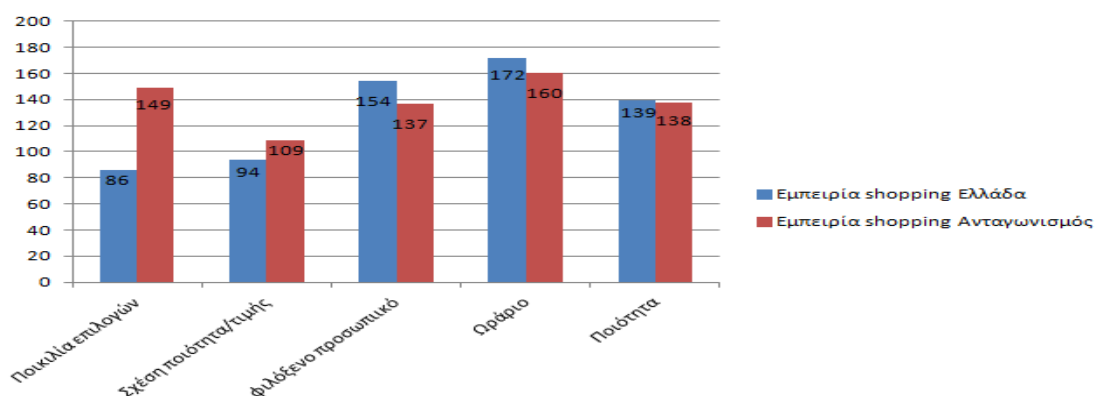
Εμπειρία παραλίας

Πηγή: INΣΕΤΕ

Οι όμορφες παραλίες είναι από τα πρώτα στοιχεία που κυριαρχούν στις διαφημίσεις που προκαλούν τους τουρίστες να επιλέξουν την Ελλάδα. Αυτό δεν γίνεται άδικα αφού φαίνεται ότι πετυχαίνει πολύ υψηλή βαθμολογία και υπερβαίνει του ανταγωνισμού στην ομορφιά των παραλιών, την ποικιλία τους και την εξαιρετικά ασφαλή κολύμβηση. Ωστόσο υστερεί σημαντικά ως προς την καθαριότητα των παραλιών που αποτελεί διαχρονικό που πρόβλημα που κλιμακώνεται όσο περνάνε τα χρόνια.

1.10 Εμπειρία shopping

Σχήμα 10



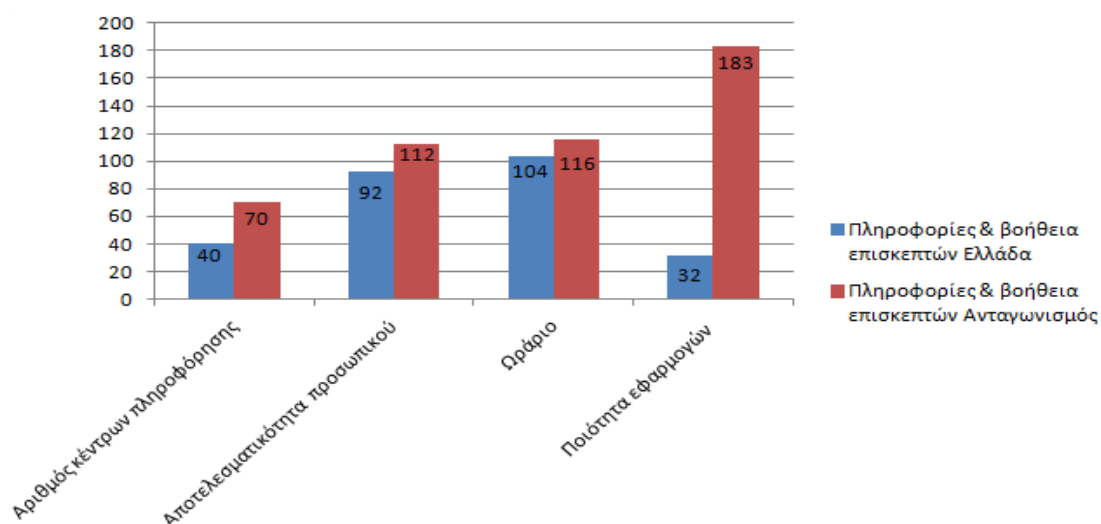
Εμπειρία shopping

Πηγή: INΣΕΤΕ

Η Ελλάδα παρουσιάζεται ανταγωνιστική στην συγκεκριμένη κατηγορία εξαιτίας του φιλόξενου προσωπικού και του ελαστικού ωραρίου που διευκολύνει τους επισκέπτες, ενώ και στην ποιότητα δεν υστερεί σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Ωστόσο σημειώνει αρκετά χαμηλότερη απόδοση όσον αφορά την ποικιλία αγοραστικών επιλογών που προσφέρει και σε μικρότερο βαθμό υστερεί στην σχέση ποιότητας /τιμής στις αγορές.

1.11 Πληροφορίες & βοήθεια επισκεπτών

Σχήμα 11



Πληροφορίες & βοήθεια επισκεπτών

Πηγή: INΣΕΤΕ

Η πραγματικότητα είναι ότι η συνολική βοήθεια προς τους επισκέπτες κατά την διάρκεια της διαμονής τους στην Ελλάδα δεν πλησιάζει σε ανταγωνιστικά επίπεδα τις υπόλοιπες χώρες της Νότιας Ευρώπης. Στο σχήμα διακρίνεται ότι δεν υπάρχουν αρκετά κέντρα πληροφόρησης και ότι δεν επαρκεί το ωράριο που είναι ανοιχτά για να εξυπηρετήσουν το κοινό. Γενικά η πληροφόρηση τόσο σε φυσικό όσο και σε ψηφιακό επίπεδο είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο μακριά από τα στάνταρ του ανταγωνισμού.

1.12 Βασικοί δείκτες ανταγωνιστικότητας

Πίνακας 1. Βασικοί Δείκτες Ανταγωνιστικότητας

	Συνολική εκπλήρωση προσδοκίων	Σχέση ποιότητας/τιμής	Πρόθεση σύστασης	Πρόθεση να επαναλάβει την επίσκεψη
Ελλάδα	207	192	70%	36%
Ανταγωνισμός	188	171	70%	46%

Πηγή: INSETE

Από τον παραπάνω πίνακα διακρίνεται ότι η Ελλάδα επιτυγχάνει υψηλά και ανταγωνιστικά επίπεδα συνολικής ικανοποίησης και σχέσης ποιότητας τιμής κατά την διάρκεια της διαμονής των επισκεπτών. Όμως η μακροπρόθεσμη πρόκληση που έχουν οι τουριστικοί φορείς είναι να αυξήσουν την πρόθεση επανάληψης της επίσκεψης, τομέας που προς το παρόν ο ανταγωνισμός υπερτερεί. Εκεί χρειάζεται να προχωρήσουν σε ενέργειες που θα αυξήσουν την αφοσίωση και τους λόγους επιστροφής των τουριστών, την ίδια στιγμή που αυτοί εκτίθενται σε περισσότερες επιλογές προορισμών.

1.13 Βασικά συμπεράσματα

Έπειτα από την παραπάνω ανάλυση είναι εμφανές πως το ελληνικό τουριστικό προϊόν υπερτερεί σε κύρια κριτήρια ικανοποίησης των επισκεπτών σε σύγκριση με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς της Νότιας Ευρώπης. Ο φιλόξενος χαρακτήρας και η φιλικότητα των κατοίκων, η ευχάριστη διαμονή που εξασφαλίζουν, η αίσθηση ασφαλείας που επικρατεί, η ποιοτική κουζίνα και η ομορφιά των τοπιών και των παραλιών αποτελούν τα κύρια κριτήρια ικανοποίησης των τουριστών στην Μεσόγειο. Ωστόσο υπάρχουν και τομείς που η Ελλάδα υστερεί σημαντικά έναντι στους ανταγωνιστές τόσο σε υλικά όσο και σε άυλα στοιχεία. Η καθαριότητα και η γενική κατάσταση των πόλεων, η πληροφόρηση, οι οδικές υποδομές και η προσφερόμενη εμπειρία στους αρχαιολογικούς χώρους και στην νυχτερινή ζωή είναι τομείς που χρειάζονται άμεσα βελτίωση.

Επομένως στα κριτήρια και τις διαστάσεις που αποτελούν κύρια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα υπάρχει σαν κοινό χαρακτηριστικό ο ανθρώπινος παράγοντας.

- Η φιλικότητα των κατοίκων και οι πολύ θετικές επιδόσεις στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών από το ανθρώπινο δυναμικό στα δωμάτια, στα ξενοδοχεία, στα καταστήματα εστίασης, στις δημόσιες μεταφορές σε συνδυασμό με την αίσθηση ασφάλειας και την πολύ καλή σχέση ποιότητας/ τιμής ,είναι οι βασικοί άυλοι λόγοι που καθιστούν την Ελλάδα εξαιρετικά ανταγωνιστική ως τουριστικό προορισμό.
- Επίσης τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης σχετικά με την διαμονή , την ποιότητα του φαγητού διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση της εμπειρίας των τουριστών. Χαρακτηριστικό είναι ότι στους τουρίστες που ανήκουν σε μια ιδιαίτερη κατηγορία που αποδίδουν τεράστια σημασία στη γαστρονομία (foodies) η Ελλάδα προσφέρει ανταγωνιστικές εμπειρίες τόσο σε επίπεδο ποικιλίας και ποιότητας όσο και στους υπόλοιπους παράγοντες που ενδιαφέρουν την συγκεκριμένη κατηγορία όπως η τιμή και η ψυχαγωγία.
- Άριστη είναι επίσης και η εμπειρία από τις παραλίες με εξαίρεση το μελανό σημείο της καθαριότητας όπου η Ελλάδα υστερεί σημαντικά έναντι του ανταγωνισμού.
- Στην κατηγορία των μέσων μαζικής μεταφοράς η Ελλάδα έχει αποδεκτή βαθμολογία, λίγο καλύτερη από τους ανταγωνιστές και αυτό οφείλεται κυρίως στις πολύ χαμηλές τιμές.

Όμως υπάρχουν και στοιχεία που συνδέονται κυρίως με την λειτουργία και την κατάσταση των προορισμών στα οποία η Ελλάδα μειονεκτεί σημαντικά απέναντι στον ανταγωνισμό.

- Ένας από τους τομείς που μειονεκτεί η Ελλάδα είναι σε ζητήματα που σχετίζονται με την καθαριότητα, την άναρχη πολεοδομία, την ευκολία περιήγησης ,τις οδικές υποδομές και την σηματοδότηση στους πολυσύχναστους τουριστικούς προορισμούς.
- Στον πολιτιστικό τομέα παρότι η Ελλάδα έχει κλασσικά αξιοθέατα και μουσεία, διακρίνεται η αναγκαιότητα να κάνουν την επίσκεψη του τουρίστα πιο ενδιαφέρουσα, ενδεχομένως με την βοήθεια και της τεχνολογίας με ψηφιακές 3D απεικονίσεις ιστορικών μνημείων και άλλες καινοτόμες λύσεις. Αρνητική είναι η εικόνα και για άλλους παράγοντες, όπως η καθαριότητα τόσο εντός όσο και εκτός των αρχαιολογικών χώρων , η εικόνα ιστορικών πόλεων και οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες , στοιχεία που είναι εξίσου σημαντικά για τους τουρίστες με ενδιαφέρον στον πολιτισμό.
-

- Ξεκάθαρο είναι ότι η χώρα μειονεκτεί σημαντικά στην παροχή επαρκούς πληροφόρησης μέσω των κέντρων πληροφόρησης αλλά και μέσω εφαρμογών κινητής τηλεφωνίας.
- Στην κατηγορία του shopping διακρίνεται χαμηλή σχέση ποιότητας/τιμής ενώ υπάρχουν και περιορισμένες επιλογές. Τέλος παρά την υψηλή βαθμολογία που πετυχαίνει η Ελλάδα ως προς την συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών , προβληματισμό προκαλεί η πρόθεση τους να μην επαναλάβουν το ταξίδι τους ,τομέας που οι χώρες της Νότιας Ευρώπης επικρατούν . Για να συνεχίσει όμως η Ελλάδα να βρίσκεται πρώτη στις κατατάξεις και τις προτιμήσεις των επισκεπτών , είναι ανάγκη να βελτιωθεί σε αυτό τον τομέα προφέροντας περισσότερες συνδυαστικές και καινοτόμες εμπειρίες , ισχυροποιώντας παράλληλα τα υπάρχοντα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαθέτει.

Κάνοντας μια σύνοψη όλων των παραπάνω στοιχείων μπορεί να γίνει μια SWOT ANALYSIS για τα βασικά κριτήρια ανταγωνισμού της Ελλάδας και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

Πίνακας 2. SWOT ANALYSIS

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Φιλοξενία/συμπεριφορά των κατοίκων ➤ Ικανοποίηση από εστιατόρια και ταβέρνες ➤ Ικανοποίηση από το κατάλυμα 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Οδικό δίκτυο ➤ Καθαριότητα σε πόλεις και δρόμους
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Καλύτερη αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων ➤ Καλύτερη λειτουργία και εξυπηρέτηση στα μέσα μαζικής μεταφοράς ➤ Αίσθημα ασφάλειας 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Καθαριότητα στις παραλίες ➤ Έλλειψη πάρκων και πρασίνου

Πηγή: INΣΕΤΕ

2^ο Κεφάλαιο

Ανάλυση στοιχείων εισερχόμενου τουρισμού ανά αγορά και ανά περιφέρεια της Ελλάδας

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο χρησιμοποιώντας τα δεδομένα από μελέτες του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, αναλύονται τα μεγέθη για τις επισκέψεις, τις διανυκτερεύσεις και τις εισπράξεις στην ελληνική αγορά με την βοήθεια των βασικών δεικτών όπως είναι η δαπάνη ανά επίσκεψη, δαπάνη ανά διανυκτέρευση και μέση διάρκεια παραμονής.

2.1 Επισκέψεις ανά αγορά

Πίνακας 3. Επισκέψεις ανά αγορά

Θέση κατάταξης	Μεταβολή θέσης κατάταξης 2018-2017	Χώρες	Επισκέψεις			Επισκέπτες		
			2018	2017	% Διαφορά	2018	2017	% Διαφορά
1	—	Γερμανία	4.827.244	4.090.376	18,0%	4.381.448	3.705.950	18,2%
2	—	Ηνωμένο Βασίλειο	3.240.134	3.239.339	0,0%	2.942.763	3.002.042	-2,0%
3	—	Βουλγαρία	3.190.293	2.597.886	22,8%	3.135.327	2.546.307	23,1%
4	↑	Ιταλία	1.991.850	1.664.727	19,7%	1.667.114	1.441.298	15,7%
5	↑	ΗΠΑ	1.894.529	1.421.439	33,3%	1.097.445	864.921	26,9%
6	↓	Γαλλία	1.893.308	1.723.775	9,8%	1.524.001	1.419.799	7,3%
7	↑	Ρουμανία	1.438.732	1.219.855	17,9%	1.389.398	1.148.944	20,9%
8	↓	Βόρεια Μακεδονία	1.188.655	1.575.431	-24,6%	1.187.239	1.571.489	-24,5%
9	↑	Ολλανδία	1.127.320	1.026.357	9,8%	1.014.998	947.159	7,2%
10	↑	Αλβανία	1.121.472	964.807	16,2%	986.636	828.796	19,0%
11	↑	Πολωνία	1.110.732	808.678	37,4%	1.049.555	746.759	40,5%
12	↓	Τουρκία	1.085.670	1.107.030	-1,9%	929.730	971.841	-4,3%
13	↓	Σερβία	928.615	1.116.721	-16,8%	922.365	1.079.879	-14,6%
14	—	Κύπρος	760.588	707.837	7,5%	697.984	631.821	10,5%
15	↑	Καναδάς	671.213	372.084	80,4%	345.839	197.957	74,7%
		Σύνολο	26.470.355	23.636.342	12,0%	23.271.842	21.104.962	10,3%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Το 2018 στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν 34.831 χιλ. επισκέψεις στις 13 Περιφέρειες της χώρας ,παρουσιάζοντας αύξηση +12,3% (όπως φαίνεται στον πίνακα 4). Σε σχέση με το 2017 που οι επισκέψεις ήταν 31.021 χιλ. Στις πρώτες θέσεις των χωρών με βάση τον αριθμό επισκεπτών το έτος 2018 παρέμειναν οι Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Βουλγαρία. Συγκεκριμένα από την Γερμανία καταγράφηκαν 4.827 χιλ. επισκέψεις παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση της τάξης του +18%, από το Ηνωμένο Βασίλειο 3.240 χιλ. στα ίδια επίπεδα δηλαδή με το 2017 και από την

Βουλγαρία 3.190 χιλ. επισκέψεις , δηλαδή μια αύξησης της τάξης του +22,8%. Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνουν η Ιταλία και οι ΗΠΑ με 1.192 χιλ. και 1.895 χιλ. επισκέψεις παρουσιάζοντας αύξηση +19,7% και +33,3% αντίστοιχα. Από τις μεγάλες αγορές η Γαλλία παρότι σημείωσε αύξηση της τάξης του +9,8% με 1893 χιλ. επισκέψεις υποχώρησε στην έκτη θέση σε αντίθεση με την τέταρτη που βρισκόταν το 2017. Η μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση μεταξύ των χωρών που μελετήθηκαν παρουσιάστηκε από την Πολωνία με +37,4% καταγράφοντας 1.111 χιλ. επισκέψεις , ενώ μείωση κατέγραψαν οι επισκέψεις από την Τουρκία και την Σερβία κατά -1.9% και -16,8% με αποτέλεσμα να μείνουν στην 12^η και 13^η θέση.

2.2 Επισκέψεις ανά περιφέρεια.

Πίνακας 4. Επισκέψεις ανά περιφέρεια

Θέση κατάταξης	Μεταβολή θέσης κατάταξης 2018-2017	Περιφέρειες	Επισκέψεις (σε χιλ.)			%Διαφορά	
			2018	2017	2016	2018-2017	2017-2016
1	—	Κεντρική Μακεδονία	7.830	7.262	6.395	7,8%	13,6%
2	—	Νότιο Αιγαίο	6.629	5.841	5.227	13,5%	11,7%
3	—	Αττική	5.681	5.137	4.543	10,6%	13,1%
4	—	Κρήτη	5.228	4.806	4.537	8,8%	5,9%
5	—	Ιόνια Νησιά	3.162	2.966	2.457	6,6%	20,7%
6	—	Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	1.930	1.349	1.363	43,1%	-1,0%
7	—	Πελοπόννησος	886	727	843	21,9%	-13,8%
8	—	Ήπειρος	823	713	717	15,4%	-0,6%
9	↑	Δυτική Ελλάδα	699	563	513	24,2%	9,7%
10	↓	Θεσσαλία	675	694	714	-2,7%	-2,8%
11	—	Στερεά Ελλάδα	549	376	409	46,0%	-8,1%
12	—	Βόρειο Αιγαίο	389	364	328	6,9%	11,0%
13	—	Δυτική Μακεδονία	349	222	330	57,2%	-32,7%
		Σύνολο	34.830	31.020	28.376	12,3%	9,3%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Οι συνολικές επισκέψεις στις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας έφτασαν τις 34.831 χιλ. παρουσιάζοντας μια αύξηση του +12,3% σε σχέση με το 2017 . Στις 12 από τις 13 Περιφέρειες σημειώθηκε αύξηση στον αριθμό των επισκέψεων με την Θεσσαλία να αποτελεί την τη μόνη εξαίρεση όπου σημειώθηκε μείωση της τάξης του -2,7%. Στην πρώτη θέση της κατάταξης διατηρήθηκε η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας παρουσιάζοντας αύξηση +7,8% για την περίοδο 2018-2017 σε σχέση με το +13,6% που είχε σημειώσει την περίοδο 2017-2016. Στη δεύτερη θέση είναι η περιφέρεια Νότιου Αιγαίου καταγράφοντας αύξηση +13,5% και στην τρίτη θέση η περιφέρεια Αττικής με αύξηση +10,6% . Η περιφέρεια της Κρήτης διατηρήθηκε στην τέταρτη θέση με αύξηση του +8,8% και στην Πέμπτη θέση τα Νησιά του Ιονίου παρουσιάζοντας μικρότερη αύξηση +6,6% σε σύγκριση με το εντυπωσιακό +20,7% που είχε σημειωθεί την περίοδο 2017-2016. Σημαντικότερες αυξήσεις σημειώθηκαν στις Περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας με +57,2, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με +43,1% και Στερεάς Ελλάδας με +46% χωρίς όμως να αλλάζει η συνολική τους κατάταξη. Στις τελευταίες θέσεις παρότι κατέγραψε αύξηση, βρέθηκε και η Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου με +6,7%.

2.3 Τop -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει Επισκέψεων

Χάρτης 1



Πηγή: INSETE

Την πρώτη θέση στις επισκέψεις ανάμεσα στις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας κατέχει όπως φαίνεται και στον πίνακα η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με 7.830 χιλ. επισκέψεις με την πλειοψηφία να προέρχεται από την Βουλγαρία με 1.914 χιλ. Ακολουθούν η Βόρεια Μακεδονία με 1.149 χιλ. και η Γερμανία με 905 χιλ. Στην δεύτερη θέση βρίσκεται το Νότιο Αιγαίο με 6.629 χιλ. επισκέψεις με το μεγαλύτερο μέρος να προέρχεται από Γερμανία με 1.106 χιλ. και στην συνέχεια ακολουθούν Ηνωμένο με 666 χιλ. και οι ΗΠΑ με 555 χιλ.

Η Κρήτη βρίσκεται στην τρίτη θέση με τις συνολικές επισκέψεις να φτάνουν τις 5.228 χιλ. με το μεγαλύτερο μέρος να είναι από την Γερμανία με 1.412 χιλ., ακολουθεί η Γαλλία με 622 χιλ. και το Ηνωμένο Βασίλειο 491 χιλ. Στην περιφέρεια Αττικής οι επισκέψεις ανέρχονται σε 5.681 χιλ. με την κύρια πηγή να προέρχεται από ΗΠΑ με 778 χιλ., το Ηνωμένο Βασίλειο με 472 χιλ. και την Γερμανία με 432 χιλ. Η πεντάδα συμπληρώνεται με τα Ιόνια Νησιά με 3.162 χιλ. επισκέψεις με 918 χιλ. από το Ηνωμένο Βασίλειο 410 χιλ. από τη Γερμανία και 372 χιλ. από την Ιταλία.

Ακολουθεί η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με 1.903 χιλ. με τον κύριο όγκο να προέρχεται την Βουλγαρία με 875 χιλ., την Τουρκία με 429 χιλ. και την Ρουμανία με 127 χιλ. Στην έβδομη θέση βρίσκεται η Περιφέρεια Πελοποννήσου με τις συνολικές επισκέψεις να φτάνουν τις 886 χιλ. με κύρια πηγή την Γερμανία με 110 χιλ. τις ΗΠΑ με 100 χιλ. και την Γαλλία με 83 χιλ. Ακολουθεί η Περιφέρεια Ηπείρου με 823 χιλ. επισκέψεις με τον κύριο όγκο να προέρχεται από την Αλβανία με 231 χιλ., τη Γερμανία 83 χιλ. και την Ιταλία 63 χιλ.

Ένατη είναι η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με 669 χιλ. από τις οποίες οι 93 χιλ. προέκυψαν από την Αλβανία, οι 71 χιλ. από τη Γερμανία και 44 χιλ. από τη Γαλλία. Η δεκάδα συμπληρώνεται από την Θεσσαλία με 675 χιλ. επισκέψεις με 119 χιλ. να προέρχονται από την Ιταλία 100 χιλ. από το Ηνωμένο Βασίλειο και 67 χιλ. από την Γερμανία.

Στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας οι συνολικές επισκέψεις έφτασαν τις 549 χιλ. με τις ΗΠΑ να έχουν την πρωτιά με 62 χιλ., ακολουθεί η Γαλλία με 56 χιλ. και η Γερμανία με 49 χιλ. Στο Βόρειο Αιγαίο έφτασαν 389 χιλ. με τους περισσότερους να έρχονται από Τουρκία με 113 χιλ., το Ηνωμένο Βασίλειο με 71 χιλ. και τις ΗΠΑ με 34 χιλ. Τέλος η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με 349 χιλ. επισκέψεις με την κύρια πηγή να προέρχεται από την Αλβανία με 193 χιλ., την Βουλγαρία με 64 χιλ. και την Γερμανία με 38 χιλ. Στον χάρτη 1 παρουσιάζονται οι τρεις κύριες χώρες προέλευσης σε κάθε περιφέρεια βάσει τον αριθμό των επισκέψεων.

2.4 Διανυκτερεύσεις ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια.

Πίνακας 5. Διανυκτερεύσεις ταξιδιωτών ανά Περιφέρεια

Θέση κατάταξης	Μεταβολή θέσης κατάταξης 2018-2017	Περιφέρειες	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ)			% Διαφορά	
			2018	2017	2016	2018-2017	2017-2016
1	—	Νότιο Αιγαίο	51.084	46.210	39.996	10,5%	15,5%
2	—	Κεντρική Μακεδονία	44.690	40.782	36.330	9,6%	12,3%
3	—	Κρήτη	43.819	40.271	39.378	8,8%	2,3%
4	—	Αττική	31.386	29.437	24.769	6,6%	18,8%
5	—	Ιόνια Νησιά	24.762	24.944	21.493	-0,7%	16,1%
6	↑	Πελοπόννησος	6.614	5.214	5.760	26,9%	-9,5%
7	↓	Ανατολική Μακεδονία -Θράκη	6.467	5.421	5.414	19,3%	0,1%
8	—	Θεσσαλία	4.217	5.027	5.121	-16,1%	-1,8%
9	—	Ηπείρος	3.362	3.643	3.622	-7,7%	0,6%
10	↑	Δυτική Ελλάδα	3.184	2.819	2.742	12,9%	2,8%
11	↓	Βόρειο Αιγαίο	3.113	3.217	2.458	-3,2%	30,9%
12	—	Στερεά Ελλάδα	2.998	2.013	1.845	48,9%	9,1%
13	—	Δυτική Μακεδονία	1.316	859	1.475	53,2%	-41,8%
		Σύνολο	227.012	209.857	190.403	8,2%	10,2%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Οι διανυκτερεύσεις των τουριστών στην Ελλάδα έφτασαν τις 227.012 χιλ. για το έτος 2018 παρουσιάζοντας αύξηση του +8,2% σε σύγκριση με το 2017, ενώ αύξηση των διανυκτερεύσεων σημειώθηκε στις 9 από τις 13 Περιφέρειες .

Στην πρώτη θέση της κατάταξης διατηρήθηκε η Περιφέρεια του Νότιου Αιγαίου με αύξηση της τάξης του +10,5% για την περίοδο 2018-2017 έναντι με το +15,5% που είχε σημειωθεί την περίοδο 2017-2016. Ακολουθεί η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με μια αύξηση του +9,6% έναντι στο +12,3% που είχε σημειωθεί το 2017-2016. Στην Τρίτη θέση είναι η Περιφέρεια Κρήτης με την αύξηση να φτάνει το +8,8% , καλύτερα από το +2,3% που είχε γίνει την προηγούμενη χρονιά. Ξανά στην τέταρτη θέση βρίσκεται η Περιφέρεια Αττικής με μικρότερη αύξηση αυτή την φορά με +6,6% σε σχέση με το +18,8% που είχε σημειωθεί το 2017-2016. Η πεντάδα παρέμεινε αμετάβλητη με τα Ιόνια Νησιά να παρουσιάζουν οριακή πτώση της τάξης του -0,7% σε σχέση με το +16,1% που είχε σημειώσει την προηγούμενη περίοδο.

Η περιφέρεια Πελοποννήσου είναι αυτή που ανέβηκε στην έκτη θέση καταγράφοντας μια αύξηση +26,9% έναντι της μείωσης -9,5% που είχε σημειωθεί την προηγούμενη περίοδο. Η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης υποχώρησε στην έβδομη θέση παρά την αύξηση του +19,3% που σημείωσε και του +0,1% που είχε το 2017. Οι περιφέρειες Θεσσαλίας και Ηπείρου παρότι κινήθηκαν πτωτικά καταγράφοντας πτώση -16,1% και - 7,7% διατήρησαν τις θέσεις τους. Μία θέση στην δεκάδα

κέρδισε η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας καταγράφοντας μια αύξηση του +19,2%. Αντίθετα την θέση στην δεκάδα έχασε η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με την μείωση του -3,2% που σημείωσε. Παρά τις εντυπωσιακές αυξήσεις που σημείωσαν οι Περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας και Δυτικής Μακεδονίας με +49% και 53,2% αντίστοιχα, βρέθηκαν στις τελευταίες θέσεις.

2.5 Top -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει διανυκτερεύσεων.

Χάρτης 2



Πηγή: INSETE

Την πρώτη θέση στον πίνακα με τις διανυκτερεύσεις κατέχει η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, με το μεγαλύτερο μέρος να προέρχεται από την Γερμανία με 9.250 χιλ. και να ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο με 5.409 χιλ. και η Ιταλία με 4.178 χιλ.

Στην δεύτερη θέση βρίσκεται η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με τους Γερμανούς επισκέπτες να φτάνουν τους 10.015 χιλ. και ακολουθούν Σερβία και Βουλγαρία με 5.997 χιλ. και 4.555 χιλ. αντίστοιχα. Όσο αφορά την Κρήτη που βρίσκεται στην τρίτη θέση οι επισκέπτες προέρχονται κυρίως από την Γερμανία με 12.594 χιλ. ακολουθούν οι Γάλλοι με 5.174 χιλ. και το Ηνωμένο Βασίλειο με 4.369 χιλ.

Στην τέταρτη θέση της κατάταξης βρίσκεται η Περιφέρεια Αττικής με την κύρια πηγή των διανυκτερεύσεων να προέρχεται από τις ΗΠΑ με 4.264 χιλ. το Ηνωμένο Βασίλειο με 2.875 χιλ. και την Γερμανία με 2.516 χιλ. Την πεντάδα κλείνουν τα Ιόνια Νησιά με το κύριο όγκο των διανυκτερεύσεων να προέρχεται από το Ηνωμένο Βασίλειο και έπειτα από Γερμανία με 3.151 χιλ. και την Ιταλία με 2.945 χιλ.

Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης βρίσκεται στην έκτη θέση με 6.427 χιλ. διανυκτερεύσεις. Οι 1903 χιλ. προέρχονται από την Βουλγαρία ενώ ακολουθούν Τουρκία και Γερμανία με 1.025 χιλ. και 785 χιλ. αντίστοιχα. Στην έβδομη θέση είναι η Περιφέρεια Πελοποννήσου με 6.614 χιλ. από τις οποίες 1.101 χιλ. προέρχονται από Γερμανία, 831 χιλ. από ΗΠΑ και 660 χιλ. από Γαλλία. Ακολουθεί η Περιφέρεια Θεσσαλίας με 4.217 διανυκτερεύσεις με το Ηνωμένο Βασίλειο να έχει την πρωτιά με 858 χιλ. την Ιταλία να ακολουθεί με 821 χιλ. και την Γερμανία με 649 χιλ. Στην Ήπειρο καταγράφηκαν 3.362 χιλ. διανυκτερεύσεις με την πλειοψηφία να είναι από Γερμανία με 896 χιλ. την Ιταλία με 319 χιλ. και την Αλβανία με 316 χιλ. Η δεκάδα συμπληρώνεται από την Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου με 3.113 χιλ. διανυκτερεύσεις με κύριες πηγές το Ηνωμένο Βασίλειο με 782 χιλ. τις ΗΠΑ με 446 χιλ. και την Τουρκία 360 χιλ. Ακολουθεί η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με 3.184 χιλ. διανυκτερεύσεις, από τις οποίες 466 χιλ. προήλθαν από την Γερμανία, 263 χιλ. από τη Γαλλία και 223 χιλ. από τη Αλβανία.

Για την Στερεά Ελλάδα οι διανυκτερεύσεις φτάνουν τις 2.998 χιλ. με τις 375 χιλ. να προέρχονται από Γερμανία, 296 χιλ. από Ηνωμένο Βασίλειο και 292 χιλ. από τη Γαλλία. Τελευταία στην κατάταξη είναι η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας που καταγράφηκαν 1.316 χιλ. διανυκτερεύσεις με 210 χιλ. να είναι από την Γερμανία, 173 χιλ. από Αλβανία και 167 χιλ. από Βουλγαρία. Στον χάρτη 2 παρουσιάζονται οι τρεις κύριες χώρες προέλευσης σε κάθε Περιφέρεια βάσει του αριθμού των διανυκτερεύσεων.

2.6 Κατάταξη Περιφερειών βάσει εισπράξεων

Πίνακας 6. Κατάταξη Περιφερειών βάσει εισπράξεων

Θέση κατάταξης	Μεταβολή θέσης κατάταξης 2018-2017	Περιφέρειες	Ταξιδιωτικές εισπράξεις (σε εκατ.€)			% Διαφορά	
			2018	2017	2016	2018-2017	2017-2016
1	—	Νότιο Αιγαίο	4.414	3.653	3.136	20,8%	16,5%
2	—	Κρήτη	3.134	3.260	3.095	-3,9%	5,3%
3	—	Αττική	2.279	2.083	1.734	9,4%	20,1%
4	—	Κεντρική Μακεδονία	2.275	1.852	1.688	22,8%	9,7%
5	—	Ιόνια Νησιά	1.691	1.775	1.504	-4,7%	18,0%
6	—	Πελοπόννησος	415	307	324	35,2%	-5,2%
7	↑	Ανατολική Μακεδονία - Θράκη	322	282	288	14,2%	-2,1%
8	↓	Θεσσαλία	270	290	301	-6,9%	-3,7%
9	—	Ήπειρος	222	216	218	2,8%	-0,9%
10	↑	Δυτική Ελλάδα	212	159	146	33,3%	8,9%
11	↓	Στερεά Ελλάδα	194	113	117	71,7%	-3,4%
12	↓	Βόρειο Αιγαίο	164	167	131	-1,8%	27,5%
13	—	Δυτική Μακεδονία	61	45	68	35,6%	-33,8%
		Σύνολο	15.653	14.202	12.750	10,2%	11,4%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Στην πρώτη θέση της κατάταξης βάσει των εισπράξεων διατηρήθηκε η Περιφέρεια Νότιου Αιγαίου παρουσιάζοντας μάλιστα αύξηση +20,8% για την περίοδο 2018-2017 έναντι +16,5% που είχε σημειώσει την προηγούμενη περίοδο. Η Κρήτη διατηρήθηκε στην δεύτερη θέση παρά την μείωση του -3,9% που σημείωσε έναντι στο +12,3% που είχε σημειώσει την περίοδο 2017 -2016. Η περιφέρεια Αττικής παρέμεινε και αυτή στην τρίτη θέση καταγράφοντας αύξηση του +9,4% ,μικρότερη σε σχέση το +20,01% της προηγούμενης χρονιάς. Ακολουθεί η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με μια αύξηση της τάξης του +22,9% και την πεντάδα κλείνουν τα Ιόνια Νησιά παρά την μείωση του -4,7% που σημείωσαν.

Στην έκτη θέση διατηρήθηκε η Περιφέρεια Πελοποννήσου με μια σημαντική αύξηση που έφτασε το +35,2% αφήνοντας πίσω το -5% της προηγούμενης χρονιάς. Η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης ανέβηκε στην έβδομη θέση καταγράφοντας μια αύξηση του +14% , ενώ αντίθετα μια θέση υποχώρησε η

2.7 Top -3 κύριων αγορών ανά Περιφέρεια βάσει ταξιδιωτικών εισπράξεων.

29

Ανάμεσα στις 13 Περιφέρειες της χώρας στην πρώτη θέση βρίσκεται το Νότιο Αιγαίο με το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων να προέρχεται από την γερμανική αγορά με 831 εκατ. € Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο με 498 εκατ. € Και οι ΗΠΑ με 383 εκατ. €

Η περιφέρεια Κρήτης βρίσκεται στην δεύτερη θέση ,ψηλότερα από τις υπόλοιπες κατηγορίες που είχαν εξεταστεί μέχρι τώρα. Το κύριο μέρος των εξόδων προέρχεται από την Γερμανία με 945 εκατ. € Η Γαλλία ακολουθεί με 346 εκατ. € και το Ηνωμένο Βασίλειο με 383 εκατ. € Η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας βρίσκεται στην τρίτη θέση των εσόδων με την κύρια πηγή να προέρχεται ξανά από την Γερμανία με 523 εκατ. € .Ακολουθούν οι εισπράξεις που προέρχονται από την Σερβία με 249εκατ. € και από την Ρουμανία με 211 εκατ. €

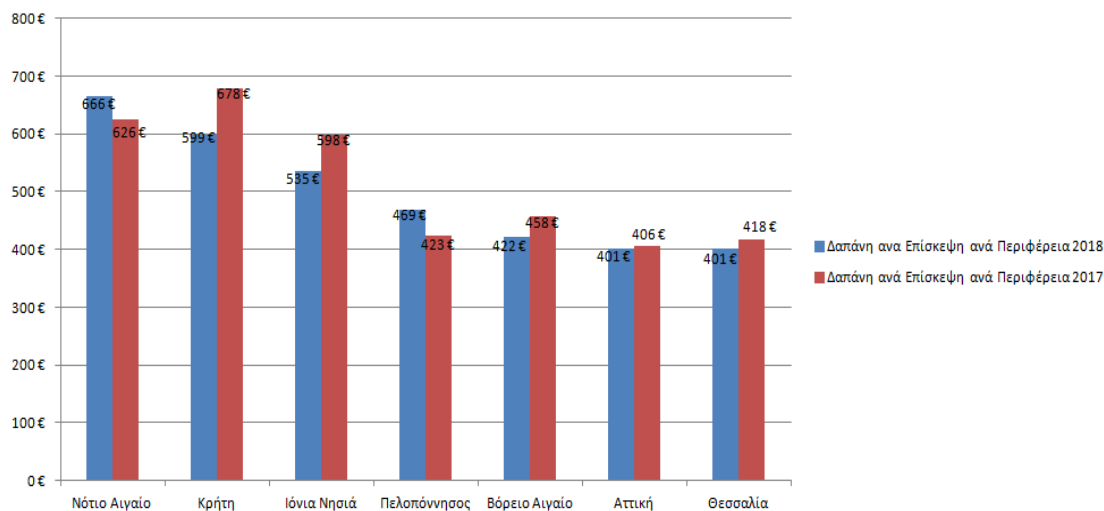
Σ την Περιφέρεια Αττικής οι εισπράξεις προέρχονται κυρίως από τις ΗΠΑ με 345 εκατ. € ,το Ηνωμένο Βασίλειο με 195 εκατ. € και την Κύπρο με 165 εκατ. € .Η πεντάδα συμπληρώνεται από τα Ιόνια Νησιά με τον κύριο όγκο των εισπράξεων να προέρχεται από το Ηνωμένο Βασίλειο με 538 εκατ. € και ακολουθούν οι εισπράξεις από την Γερμανία με 240 εκατ. € και την γειτονική Ιταλία με 211εκατ. €. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι στην έκτη θέση με κύριες αγορές τις ΗΠΑ με 65 εκατ. €, την Γερμανία με 54 εκατ. € και την Γαλλία με 49 εκατ. € . Στην έβδομη θέση βρίσκεται η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με την κύρια πηγή της να προέρχεται από την Τουρκία με 87 εκατ. €, την Βουλγαρία με 58 εκατ. € και την Γερμανία με 42 εκατ. €.

Η Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι στην όγδοη θέση με το μεγαλύτερο ποσοστό των εσόδων να προέρχεται από το Ηνωμένο Βασίλειο με 66 εκατ. €, την Ιταλία με 62 εκατ. € και την Γερμανία με 42 εκατ. €. Ακολουθεί η Περιφέρεια Ηπείρου με 53 εκατ. € να προέρχονται από την Γερμανία , την Αλβανία με 40 εκατ. € και την Ιταλία με 19 εκατ. €. Η δεκάδα συμπληρώνεται με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με την αλβανική αγορά να είναι υπεύθνη για 29 εκατ. € ,ακολουθεί η γερμανική με 26 εκατ. € και από το Ηνωμένο Βασίλειο 14 εκατ. €. Το Βόρειο Αιγαίο έχει σαν κύριες πηγές εσόδων το Ηνωμένο Βασίλειο με 42 εκατ. €, η Τουρκία με 29 εκατ. € και οι ΗΠΑ με 20 εκατ. €.

Στην Στερεά Ελλάδα τα έσοδα προέρχονται κυρίως από την Γερμανία με 19 εκατ. €,τις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο με 18 εκατ. € αντίστοιχα.Τέλευταία στην κατάταξη των εισπράξεων είναι η Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με την Γερμανική , την Αλβανική και την Βουλγάρικη αγορά να καταναλώνουν 10 εκατ. € αντίστοιχα. Στον χάρτη 3 είναι οι τρεις κύριες χώρες προέλευσης σε κάθε Περιφέρεια βάσει τον αριθμό τωνταξιδιωτικών εισπράξεων.

2.8 Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια

Σχήμα 12



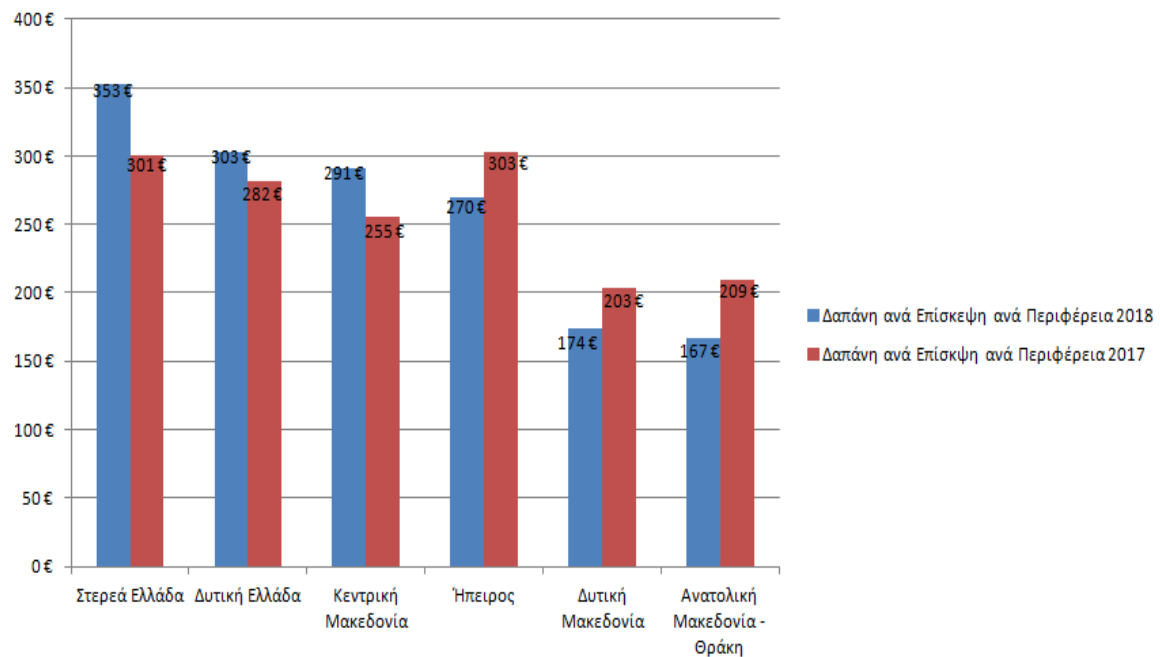
Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια (1)

Πηγή: INΣΕΤΕ

Στα 449€ κατά μέσο όρο διαμορφώθηκε η μέση δαπάνη ανα επίσκεψη ανά Περιφέρεια για την Ελλάδα το έτος 2018, παρουσιάζοντας μια μείωση -1,8% σε σχέση με το 2017 που είχε κυμανθεί στα 458 €. Αυτό οφείλεται κυρίως στην μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής κατά -3,7% που καλύπτει την οριακή αύξηση κατά +1,9% που σημειώθηκε στην μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση. Επίσης αυτό που παρατηρήθηκε είναι ότι 8 από τις 13 Περιφέρειες κινήθηκαν πτωτικά σε σχέση με το 2017, όσον αφορά την δαπάνη ανά επίσκεψη.

Η υψηλότερη δαπάνη για το έτος 2018 σημειώθηκε στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με μια αύξηση του +6,4% φτάνοντας τα 666 €. Στην Κρήτη η μέση δαπάνη υποχώρησε στα 599€, δηλαδή μια μείωση του -11,6%. Στα Ιόνια Νησιά η μέση δαπάνη ήταν στα 535€ παρουσιάζοντας και εκεί πτώση κατά -10,6%. Αντίθετα αύξηση κατά +10,9% σημειώθηκε στην Περιφέρεια Πελοποννήσου με την μέση δαπάνη να ανέρχεται στα 469 €. Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου σημειώθηκε και εκεί μείωση κατά -7,8 % με την μέση δαπάνη ανά επίσκεψη να φτάνει τα 422€, ενώ στις Περιφέρειες Αττικής και Θεσσαλίας η μέση δαπάνη έφτασε τα 401€ παρουσιάζοντας μείωση -1,1% και -4,1% αντίστοιχα.

Σχήμα 13.



Δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια (2)

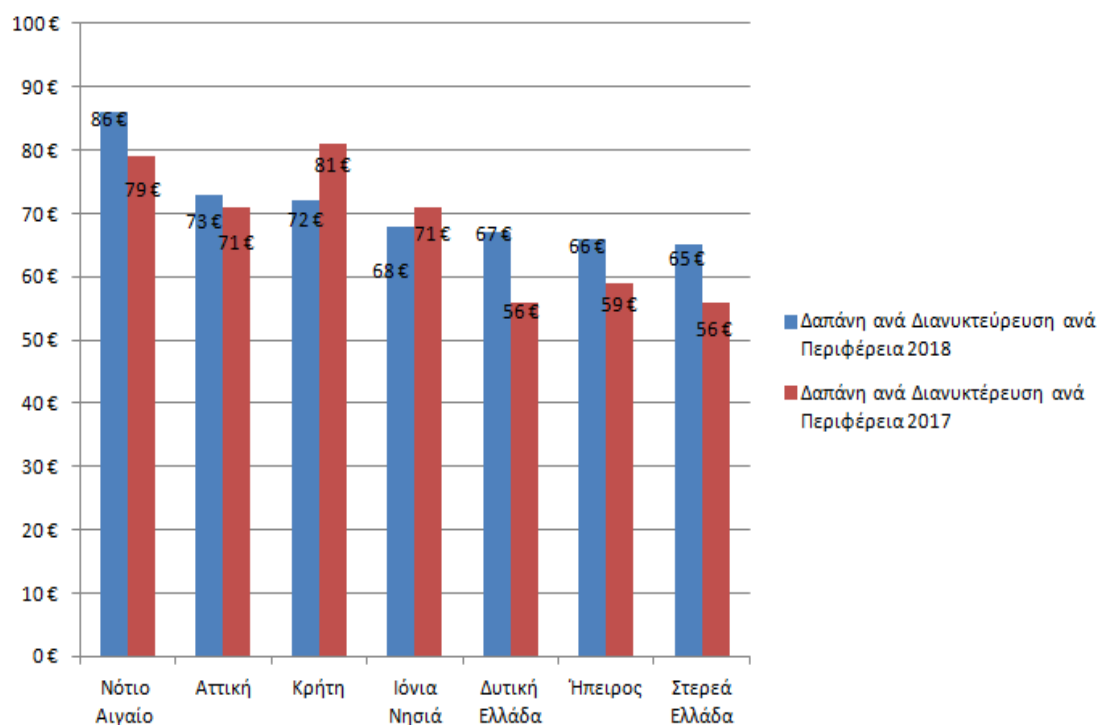
Πηγή: INΣΕΤΕ

Σημαντική αύξηση που έφτασε το +17,2% καταγράφηκε στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με την δαπάνη να φτάνει τα 353€. Αύξηση όμως σημειώθηκε και στις Περιφέρειες Δυτικής Ελλάδος και κεντρικής Μακεδονίας με την δαπάνη να ανέρχεται στα 303€/ +7,5% και 291€/ +14,0 αντίστοιχα.

Για τις υπόλοιπες όμως Περιφέρειες η μέση δαπάνη κινήθηκε πτωτικά. Η Ήπειρος με 270€/ -11,1%, η Δυτική Μακεδονία με 174€/ -14,4%. Τέλος η χαμηλότερη μέση δαπάνη σημειώθηκε στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με 167€ και μείωση που έφτασε το -20,3%. Στους πίνακες 17 και 18 καταγράφονται οι μέσες δαπάνες ανά επίσκεψη στις 13 Περιφέρειες.

2.9 Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά Περιφέρεια

Σχήμα 14.



Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά Περιφέρεια(1)

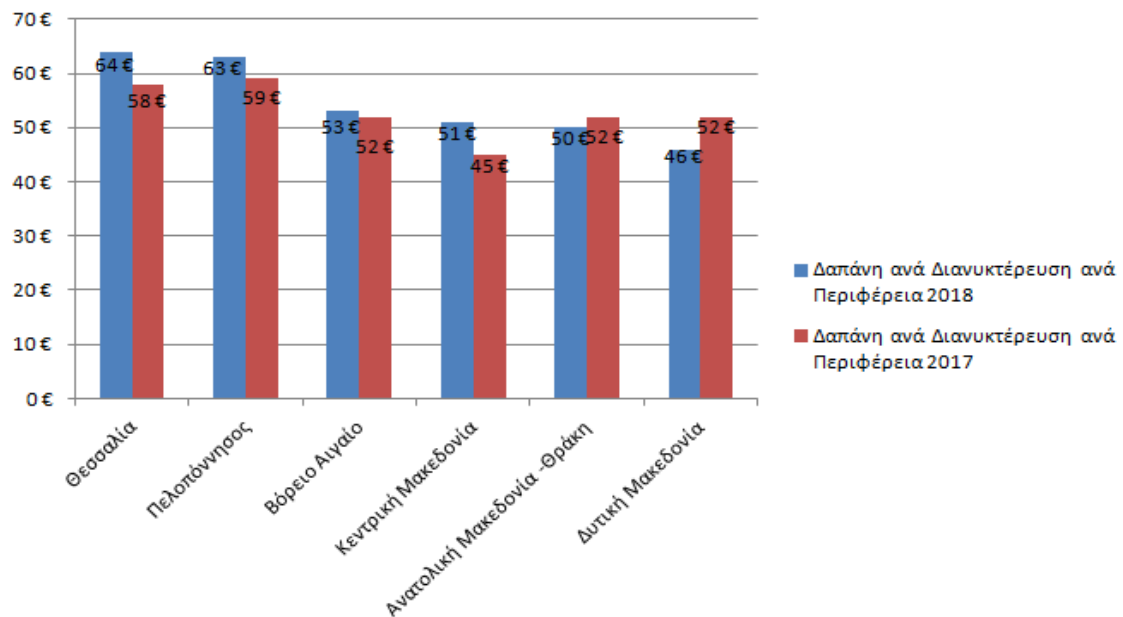
Πηγή: INΣΕΤΕ

Η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση για τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας για το 2018 ήταν κατά μέσο όρο στα 69 € παρουσιάζοντας οριακή αύξηση του +1,9%. Πάντως στις 9 από τις 13 Περιφέρειες εμφανίστηκε αύξηση της μέσης δαπάνης σε σχέση με το 2017.

Η ψηλότερη δαπάνη ανά διανυκτέρευση καταγράφηκε στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με 86€ ,δηλαδή αύξηση +9,3%. Η Περιφέρεια Αττικής ακολουθεί με ελαφριά αύξηση του +2,6% δηλαδή 73€. Σημαντική πτώση σημειώθηκε στην Περιφέρεια Κρήτης της τάξης του -11,7% με την μέση δαπάνη να φτάνει τα 72€. Πτώση υπήρξε και στα Ιόνια Νησιά κατά -4% με την μέση δαπάνη να εκτιμάται στα 68€

Αντίθετα σημαντικές αυξήσεις σημειώθηκαν στις Περιφέρειες Δυτικής Ελλάδας με +18,1% και 67€ ,την Ήπειρο με +11,1% και 66 €, την Στερεά Ελλάδα με +14,9% και 65€ .

Σχήμα15.



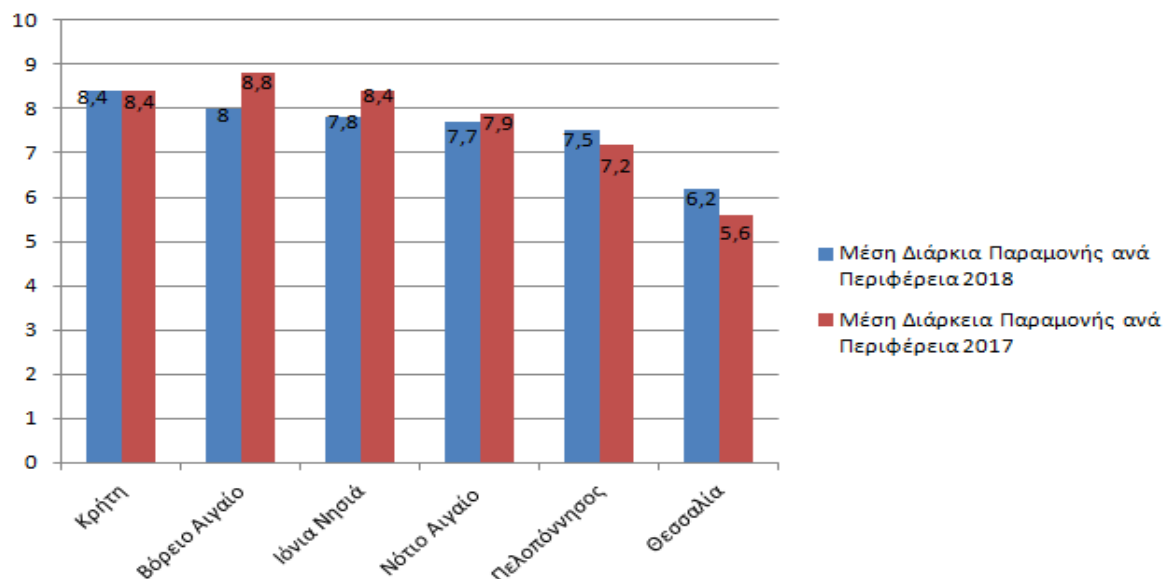
Δαπάνη ανά διανυκτέρευση ανά Περιφέρεια(2)

Πηγή: INΣΕΤΕ

Και στην Περιφέρεια Θεσσαλίας σημειώθηκε αύξηση +11,3% κάτι που οδήγησε σε 63 € ανά διανυκτέρευση. Ανοδικά κινήθηκαν και οι Περιφέρειες Πελοποννήσου και Βορείου Αιγαίου με την αύξηση να φτάνει το +6,6% /63 € και 1,7% /53€ αντίστοιχα. Τελευταία Περιφέρεια που σημείωσε αύξηση ήταν αυτή της Κεντρικής Μακεδονίας με 51 € δηλαδή +12.1% σε σχέση με το 2017. Πτωτικά κινήθηκαν οι Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης με -4.4% και της Δυτικής Μακεδονίας με -12% με τις δαπάνες να ανέρχονται στα 50€ και 46€ αντίστοιχα. Στους πίνακες 19 και 20 καταγράφονται αναλυτικά οι δαπάνες ανά διανυκτέρευση στις 13 Περιφέρειες για τα έτη 2018 και 2017.

2.10 Μέση Διάρκεια παραμονής ανά Περιφέρεια .

Σχήμα 16.



Μέση Διάρκεια παραμονής ανά Περιφέρεια (1).

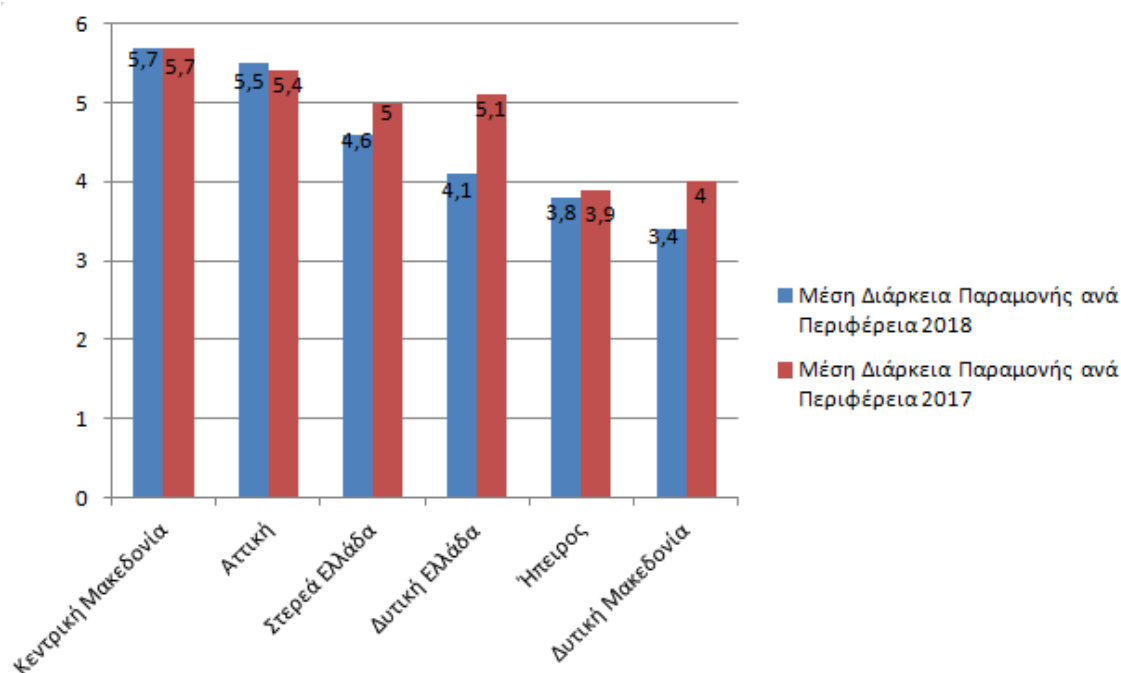
Πηγή: INΣΕΤΕ

Η μέση διάρκεια παραμονής ανά επίσκεψη στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στις 6,5 διανυκτερεύσεις, σε σύγκριση με τις 6,8 που σημειώθηκαν το 2017. Επιπλέον στις 9 από τις 13 Περιφέρειες της χώρας σημειώθηκε μείωση το έτος 2018 σε σχέση με το 2017.

Η μέγιστη διάρκεια παραμονής με 8,4 διανυκτερεύσεις σημειώθηκε στην Κρήτη, παραμένοντας στα ίδια με τα περυσινά επίπεδα. Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου που ακολουθεί σαν δεύτερη παρουσιάστηκε μείωση κατά -9,3% καταγράφοντας έτσι 8 διανυκτερεύσεις. Την τριάδα κλείνουν τα Ιόνια Νησιά με 7,8 διανυκτερεύσεις παρουσιάζοντας μείωση – 6,9 %.

Στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου καταγράφηκαν 7,7 διανυκτερεύσεις με μια μικρή πτώση του -2,6%. Στην Πελοπόννησο σημειώθηκε μικρή αύξηση αφού από 7,2 διανυκτερεύσεις το 2017 , το 2018 έφτασαν τις 7,5 . Σημαντική μείωση του -13,8% παρουσιάστηκε στην Περιφέρεια Θεσσαλίας με την μέση διάρκεια παραμονής να φτάνει τις 6,2 διανυκτερεύσεις.

Σχήμα 17.



Μέση Διάρκεια παραμονής ανά Περιφέρεια (2)

Πηγή: INΣΕΤΕ

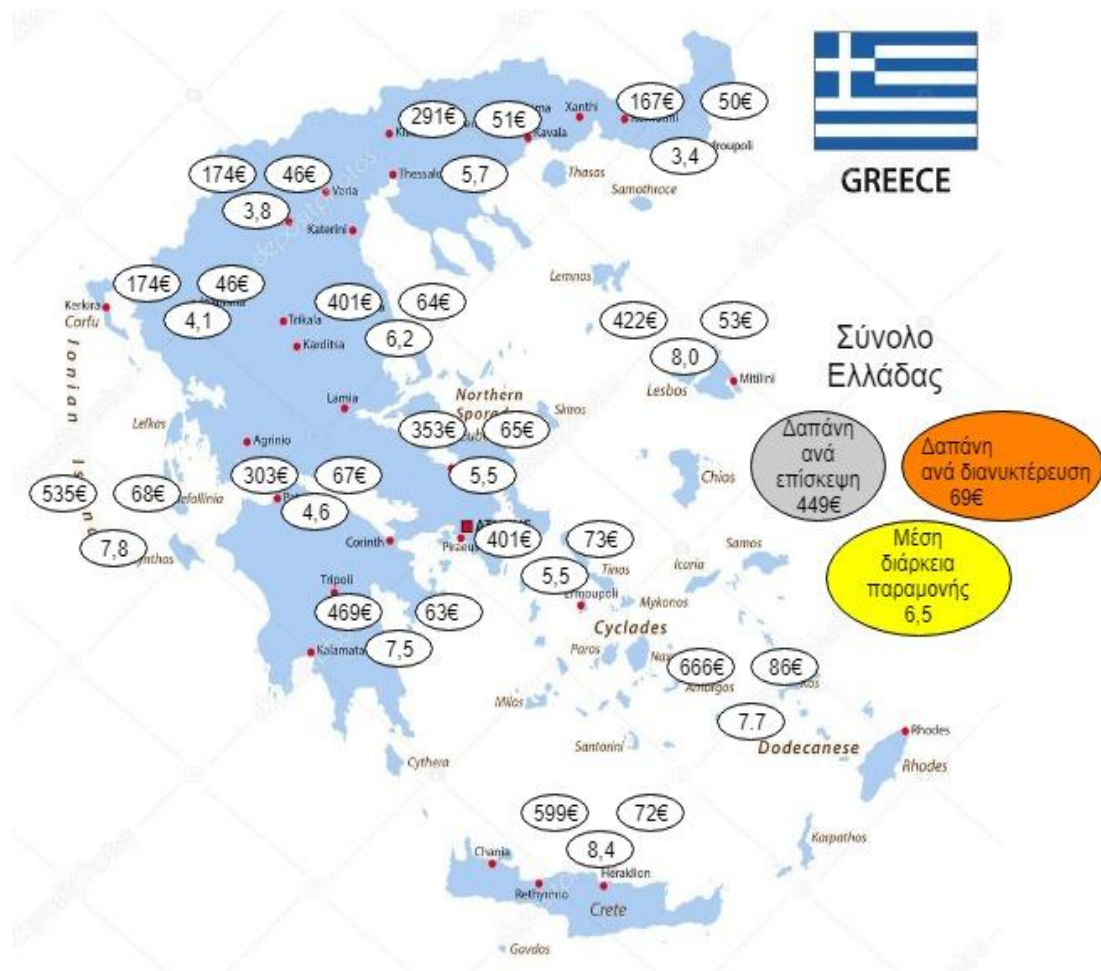
Στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας οι διανυκτερεύσεις έφτασαν τις 5,7 με μια οριακή αύξηση του +1,6% . Από την άλλη μικρή μείωση του -3,6% σημειώθηκε στην Περιφέρεια Αττικής με 5,5 διανυκτερεύσεις για το έτος 2018. Οριακή αύξηση σημείωσε και η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με 5,1διανυκτερεύσεις.

Οι υπόλοιπες Περιφέρειες κυμάνθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα και καμία δεν ξεπέρασε τις 5 διανυκτερεύσεις. Συγκεκριμένα στην Δυτική Ελλάδα σημειώθηκαν 4,6 διανυκτερεύσεις με μείωση κατά -9% ,στην Ήπειρο 4,1 με σημαντική μείωση που έφτασε το 20% και την Δυτική Μακεδονία με 3,8 διανυκτερεύσεις και μικρή μείωση του -2,7%. Στην τελευταία θέση με την μικρότερη διάρκεια παραμονής για το 2018 ήταν η Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης σημειώνοντας 3,4 διανυκτερεύσεις.

Στα σχήματα 16 και 17 παρουσιάζονται οι μέρες διανυκτέρευσης για τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας για τις περιόδους 2018 και 2017.

Στον χάρτη 4 παρουσιάζονται τα συνολικά αποτελέσματα της Ελλάδας για την μέση δαπάνη ανά επίσκεψη, την μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση και την μέση διάρκεια παραμονής.

Χάρτης 4



Πηγή: INΣΕΤΕ

Χάρτης 5



3^ο Κεφάλαιο

Στατιστικά στοιχεία για τον τουρισμό στην Κρήτη

Η Κρήτη αποτελεί παραδοσιακά ένα από του δημοφιλέστερους προορισμούς τόσο στο εσωτερικό της Ελλάδας όσο και στους ταξιδιώτες από το εξωτερικό. Αυτό συμβαίνει διότι με την απίστευτη ποικιλομορφία που διαθέτει μπορεί να καλύψει τις απαιτήσεις κάθε τύπου επισκέπτη ,κάθε ηλικίας ,ενώ βοηθάει και ότι το καλοκαιρινό κλίμα διαρκεί περισσότερο σε σύγκριση με άλλες ανταγωνιστικές περιοχές.

Στις επόμενες σελίδες θα παρουσιαστούν τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού στην Κρήτη για την περίοδο 2018-2017 χρησιμοποιώντας δεδομένα από το ΙΝΣΕΤΕ, τον σύνδεσμο ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, την πανελλήνια ένωση ξενοδόχων , τον σύνδεσμο των εν Ελλάδι τουριστικών & ταξιδιωτικών γραφείων και την συνομοσπονδία επιχειρηματιών ενοικιαζόμενων δωματίων διαμερισμάτων Ελλάδος . Αναλύονται οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν εξαιτίας του τουρισμού ,το δυναμικό σε ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια της Περιφέρειας για την ίδια περίοδο. Επιπλέον οι αεροπορικές αφίξεις τόσο από το εσωτερικό ,όσο και από το εξωτερικό ανά μήνα και ανά αεροδρόμιο για τα έτη 2017-2018. Καταγράφονται ακόμα η κίνηση των κρουαζιερόπλοιων από τα έτη 2013-2018 και ο συνολικός αριθμός επισκεπτών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους για τα έτη 2010-2018.

3.1 Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Περιφέρεια Κρήτης

Είναι σημαντικό να εξεταστεί για όλη την Περιφέρεια Κρήτης ο ακριβής αριθμός εισερχόμενων τουριστών από κάθε χώρα ,οι εισπράξεις που προκύπτουν από αυτές τις επισκέψεις και πόσες διανυκτερεύσεις περνάνε στο νησί. Με την βοήθεια αυτών των στοιχείων στη συνέχεια μπορεί να υπολογιστούν στοιχεία όπως η δαπάνη ανά επίσκεψη ,η δαπάνη ανά διανυκτέρευση και η μέση διάρκεια παραμονής κάθε επισκέπτη. Στον πίνακα 7 καταγράφονται αρχικά οι επισκέψεις ,οι εισπράξεις και οι διανυκτερεύσεις για την Κρήτη το 2017.

Πίνακας 7.Επισκέψεις, Εισπράξεις, Διανυκτερεύσεις το 2017

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Κρήτης 2017			
Χώρες προέλευσης	Επισκέψεις σε χιλ.	Εισπράξεις σε εκατ.(€)	Διανυκτερεύσεις σε χιλ.
Γερμανία	1.296,2	959,9	11.049,8
Ην. Βασίλειο	692,1	503,8	6.031,5
Γαλλία	473,3	344,2	3.969,5
Ολλανδία	330,7	256,1	2.769,6
Βέλγιο	193,8	136,1	1.689,0
Ελβετία	181,7	155,3	1.459,8
Ιταλία	178,9	95,8	1.415,4
Ρωσία	104,4	91,9	986,0
Λουπές	1.355,3	716,9	10.900,2

Πηγή: INΣΕΤΕ

Πρώτη σε επισκέψεις ανακηρύχτηκε η Γερμανία με 1,269,χιλ. που απέφεραν συνολικά 959 εκατομμύρια σε 11,049,8 χιλ. διανυκτερεύσεις. Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία για να κλείσουν την τριάδα. Ακολουθεί η αγορά της Ολλανδίας με 330 χιλ. επισκέψεις με τις εισπράξεις να φτάνουν τα 256 εκατομμύρια σε 2.769 χιλ. διανυκτερεύσεις. Ακολουθούν Βέλγιο και Ελβετία αφήνοντας και αυτοί σημαντικές εισπράξεις στην Κρήτη ,ενώ στις τελευταίες θέσεις από τις κυριότερες χώρες είναι η Ιταλία και η Ρωσία χωρίς όμως να αποτελούν αμελητέες ποσότητες. Στην συνέχεια στον πίνακα 24 ακολουθούν αναλυτικότερα στοιχεία που αφορούν τις δαπάνες ανά επίσκεψη, τις δαπάνες ανά διανυκτέρευση και τη μέση διάρκεια επίσκεψης του έτους 2017.

Πίνακας 8. Δαπάνη/επίσκεψη, Δαπάνη/διανυκτέρευση, Μέση διάρκεια παραμονής το 2017

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Κρήτης 2017			
Χώρες προέλευσης	Δαπάνη /επίσκεψη	Δαπάνη/ Διανυκτέρευση (€)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Γερμανία	740,5 €	86,9	8,5
Ην. Βασίλειο	728,0 €	83,5	8,7
Γαλλία	727,3 €	86,7	8,4
Ολλανδία	774,4 €	92,5	8,4
Βέλγιο	702,3 €	80,6	8,7
Ελβετία	854,6 €	106,4	8,0
Ιταλία	535,2 €	67,6	7,9
Ρωσία	880,3 €	93,2	9,4
Λοιπές	528,9 €	65,8	8,0

Πηγή: INΣΕΤΕ

Οι επισκέπτες από την Γερμανία υπολογίζεται ότι καταναλώνουν περίπου στα 740 € ανά επίσκεψη και 87€ σε κάθε του διανυκτέρευση , ενώ μένουν στο νησί λίγο περισσότερο από μία εβδομάδα. Οι τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο ξοδεύουν περίπου 730€ συνολικά και 84€ κάθε μέρα σε περίπου 9 μέρες διαμονής. Από την πλευρά τους οι Γάλλοι ξόδεψαν περίπου 730€ σε κάθε επίσκεψη στην Κρήτη, είχαν παρόμοια ημερήσια έξοδα με τις προηγούμενες χώρες ,δηλαδή 87€ σε 8 διανυκτερεύσεις. Από τις υπόλοιπες χώρες παρότι βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις σε συνολικές επισκέψεις , ξεχωρίζει η Ρωσία αφού υπολογίζεται ότι καταναλώνουν 880€ σε κάθε τους επίσκεψη, με 94€ σε κάθε διανυκτέρευση ,ενώ μένουν και περίπου 10 μέρες στο νησί.

Στον πίνακα 9 θα εξεταστούν τα παραπάνω στοιχεία και για το έτος 2018, για να μελετηθούν οι μεταβολές που προέκυψαν και οι αγορές στις οποίες πρέπει και μελλοντικά να δοθεί προσοχή.

Πίνακας 9. Επισκέψεις, Εισπράξεις, Διανυκτερεύσεις το 2018

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Κρήτης 2018			
Χώρες προέλευσης	Επισκέψεις σε χιλ.	Εισπράξεις σε εκατ.(€)	Διανυκτερεύσεις σε χιλ.
Γερμανία	1.411,9	944,9	12.593,8
Ην. Βασίλειο	490,6	326,5	4.369,0
Γαλλία	622,2	345,9	5.173,7
Ολλανδία	323,3	179,0	2.782,1
Βέλγιο	250,2	170,9	2.197,0
Ελβετία	184,3	165,6	1.543,8
Ιταλία	233,6	116,7	1.871,4
Ρωσία	45,3	18,3	368,2
Λοιπές	1.667,1	886,1	12.919,8

Πηγή: INΣΕΤΕ

Παρατηρείται λοιπόν ότι οι επισκέψεις αυξήθηκαν από την Γερμανία, τη Γαλλία, Ολλανδία, Βέλγιο και Ιταλία ,ενώ μειώθηκαν στις υπόλοιπες χώρε με πιο σημαντική απώλεια να προέρχεται από την Ρωσία που όπως αποδείχθηκε παραπάνω ξόδευαν σημαντικά ποσά στην Κρήτη. Στον τομέα των εισπράξεων η μεγαλύτερη μείωση προήλθε από το Ηνωμένο Βασίλειο ,κάτι που ωστόσο είναι λογικό αφού μειώθηκαν αρκετά και οι συνολικές τους επισκέψεις. Στον τομέα των διανυκτερεύσεων οι περισσότερες χώρες κινήθηκαν ανοδικά με το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ρωσία να είναι οι μόνες που αποτελούν εξαίρεση. Στον πίνακα 10 ακολουθούν και τα υπόλοιπα στοιχεία που αφορούν τους κύριους επισκέπτες της Κρήτης.

Πίνακας 10. Δαπάνη/επίσκεψη, Δαπάνη/διανυκτέρευση, Μέση διάρκεια παραμονής το 2018

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Κρήτης 2018			
Χώρες προέλευσης	Δαπάνη /επίσκεψη (€)	Δαπάνη/ Διανυκτερεύση (€)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Γερμανία	669,3 €	75,0	8,9
Ην. Βασίλειο	665,6 €	74,7	8,9
Γαλλία	555,9 €	66,9	8,3
Ολλανδία	553,7 €	64,3	8,6
Βέλγιο	683,0 €	77,8	8,8
Ελβετία	898,4 €	107,2	8,4
Ιταλία	499,3 €	62,3	8,0
Ρωσία	403,2 €	49,6	8,1
Λουπές	636,8 €	73,4	8,7

Πηγή: INΣΕΤΕ

Όπως παρατηρείται σημειώθηκε σημαντική υποχώρηση στην μέση δαπάνη ανά επίσκεψη αφού οι περισσότερες χώρες κινήθηκαν πτωτικά ,με την Ρωσία να έχει ξανά την μεγαλύτερη πτώση με την Ελβετία να αποτελεί την μοναδική εξαίρεση. Και στον τομέα της δαπάνης ανά διανυκτέρευση υπήρξε σημαντική πτώση αφού όλες οι χώρες ξόδεψαν λιγότερο κάθε μέρα που έμειναν στην Κρήτη, με την Ελβετία να αποτελεί την μόνη χώρα που έμεινε στα ίδια επίπεδα με το 2017.

Όσο αφορά την μέση διάρκεια παραμονής δεν υπήρξαν σημαντικές αυξομειώσεις σε σχέση με το 2017 με την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο να παραμένουν στην κορυφή της λίστας.

3.2 Η απασχόληση στην Περιφέρεια Κρήτης

Ένας από τους λόγους που ο τουρισμός αποτελεί τεράστιο κεφάλαιο για την Κρήτη είναι οι θέσεις εργασίας που προκύπτουν κάθε χρονιά και βοηθάνε στο τεράστιο πρόβλημα της ανεργίας, ειδικότερα στις νεαρές ηλικίες. Στον πίνακα 27 που ακολουθεί καταγράφεται μια δειγματοληπτική έρευνα της ΕΛΣΑΤ εξέλιξη στην κατηγορία της εργασιακής απασχόλησης από το 2010 μέχρι και το 2018.

Ως απασχολούμενοι ορίζονται τα άτομα ηλικίας 15 ετών και άνω, τα οποία την εβδομάδα αναφοράς είτε εργάστηκαν έστω και μια ώρα με σκοπό την αμοιβή ή το κέρδος, είτε εργάστηκαν στην οικογενειακή επιχείρηση, είτε δεν εργάστηκαν αλλά είχαν μια εργασία ή επιχείρηση από την οποία απουσίαζαν προσωρινά.

Ως απασχολούμενοι στον τουρισμό θεωρούνται οι εργαζόμενοι στην κατηγορία “Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης”, επομένως μένουν εκτός άλλες τουριστικές δραστηριότητες όπως μεταφορές ή ταξιδιωτικά γραφεία.

Πίνακας 11. Η απασχόληση στην Περιφέρεια Κρήτης 2010-2018 (σε χιλ.)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Τουρισμός	30,7	30,8	29,1	27,6	31,2	35,0	35,0	35,1	38,9
Λοιποί κλάδοι	229,9	217,5	194,8	187,1	181,0	174,2	185,6	199,7	208,4
Σύνολο απασχόλησης	260,7	248,3	223,9	214,8	212,2	209,1	220,5	234,8	247,3
Σύνολο Χώρας	4.389,8	4.054,3	3.695,0	3.513,2	3.536,2	3.610,7	3.673,6	3.752,7	3.828,0
% Τουρισμού επί του συνόλου Περιφέρειας	11,8%	12,4%	13,0%	12,9%	14,7%	16,7%	15,9%	14,9%	15,7%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Όπως γίνεται προφανές και από τον παραπάνω πίνακα ο τουρισμός στην Κρήτη προσφέρει σταθερά περίπου 30 χιλ. θέσεις απασχόλησης, με τον αριθμό αυτόν να ανεβαίνει σταδιακά με το πέρασμα των χρόνων και να φτάνει στο μέγιστο το 2018 και να πλησιάζει στις 40 χιλ.

Επίσης σαν ποσοστό ανάμεσα στην συνολική απασχόληση από το 2010 ξεπερνάει το 10% και κάθε χρόνο κινείται περίπου στα ίδια επίπεδα, παρουσιάζοντας μόνο μικρές αυξομειώσεις, με την μέγιστη τιμή να καταγράφεται το 2016 όταν το ποσοστό αυτό είχε αγγίξει το 17%, ενώ και το 2018 παρέμεινε σε υψηλά επίπεδα με 15,7%.

3.3 Ξενοδοχειακό δυναμικό Περιφέρειας Κρήτης

Όπως είναι λογικό σημαντικός παράγοντας επιτυχίας για ένα τουριστικό προορισμό είναι ο αριθμός και η ποιότητα των ξενοδοχειακών μονάδων που διαθέτει. Παρακάτω ακολουθούν πίνακες με τον ακριβή αριθμό ξενοδοχείων της Περιφέρειας διαχωρισμένα ανάλογα με την κατηγορία αστεριών τους για τα έτη 2017 και 2018

Πίνακας 12. Περιφέρεια Κρήτης Ξενοδοχειακό δυναμικό 2017

Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Ηρακλείου	Μονάδες	32	103	100	160	97	492
	Δωμάτια	8.587	13.180	5.262	5.765	3.285	36.079
	Κλίνες	17.289	25.490	10.037	10.728	6.061	69.605
Λασιθίου	Μονάδες	25	36	38	77	31	207
	Δωμάτια	4.693	3.477	1.803	2.436	480	12.889
	Κλίνες	9.677	6.701	3.453	4.381	900	25.112
Ρεθύμνου	Μονάδες	16	53	102	128	23	322
	Δωμάτια	2.644	4.742	4.684	4.333	484	16.887
	Κλίνες	5.342	9.235	9.009	7.929	894	32.409
Χανίων	Μονάδες	24	57	121	291	54	547
	Δωμάτια	2.920	4.064	5.140	10.558	1.308	23.990
	Κλίνες	5.966	8.003	9.515	18.510	2.396	44.390
Σύνολο	Μονάδες	97	249	361	656	205	1.568
	Δωμάτια	18.844	25.463	16.889	23.092	5.557	89.845
	Κλίνες	38.274	49.429	32.014	41.548	10.251	171.516

Πηγή: INSETE

Αρχικά για το έτος 2017 καταγράφηκαν συνολικά 1568 ξενοδοχεία σε όλη την Περιφέρεια Κρήτης, με τα περισσότερα να προέρχονται από τα Χανιά με 547 εκ των οποίων 24 είναι με 5 αστέρια, 57 τέσσερα , 121 με 3 αστέρια, 291 με 2 και 54 με μόλις ένα αστέρι. Στην δεύτερη θέση βρισκόταν το Ηράκλειο με 492 συνολικά ξενοδοχεία, με αυτό που ξεχωρίζει να είναι τα παραπάνω ξενοδοχεία με 5 αστέρια (32), αλλά και τα αρκετά περισσότερα στην κατηγορία με 4 αστέρια (103). Στην Τρίτη θέση το 2017 βρισκόταν το Ρέθυμνο με 322 ξενοδοχεία και τελευταίος ο νομός Λασιθίου με 207 ξενοδοχειακές μονάδες.

Στον πίνακα 13 ακολουθούν όλες οι ξενοδοχειακές μονάδες για το έτος 2018 για να εξεταστεί η μεταβολή που υπήρξε.

Πίνακας 13. Περιφέρεια Κρήτης Ξενοδοχειακό δυναμικό 2018

Περιφερειακή Ενότητα		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Ηρακλείου	Μονάδες	41	121	110	143	87	502
	Δωμάτια	9.693	15.596	5.207	4.842	2.720	38.058
	Κλίνες	19.862	30.706	9.905	9.052	5.128	74.653
Λασιθίου	Μονάδες	27	41	37	71	29	205
	Δωμάτια	5.146	3.990	1.642	2.074	442	13.294
	Κλίνες	10.551	7.868	3.082	3.743	832	26.076
Ρεθύμνου	Μονάδες	18	64	113	114	19	328
	Δωμάτια	2.784	5.548	4.909	3.679	383	17.303
	Κλίνες	5.703	10.934	9.562	6.684	711	33.594
Χανίων	Μονάδες	32	70	130	279	52	563
	Δωμάτια	3.902	4.733	5.886	9.838	1.274	25.633
	Κλίνες	8.132	9.451	10.772	17.279	2.339	47.973
Σύνολο	Μονάδες	118	296	390	607	187	1.598
	Δωμάτια	21.525	29.867	17.644	20.433	4.819	94.288
	Κλίνες	44.248	58.959	33.321	36.758	9.010	182.296

Πηγή: INΣΕΤΕ

Η πρώτη παρατήρηση που προκύπτει είναι ότι σε Ηράκλειο, Χανιά και Ρέθυμνο αυξήθηκε ο αριθμός των ξενοδοχείων κάτι εξαιρετικά θετικό για την τοπική οικονομία καθώς αυτό συνεπάγεται αυτόματα και περισσότερες θέσεις εργασίας, ενώ είναι θετικό και για τους επισκέπτες αφού έχουν πλέον μεγαλύτερη ποικιλία επιλογών . Συγκεκριμένα στο Ηράκλειο τα ξενοδοχεία 5 αστέρων αυξήθηκαν κατά 9 και τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων αυξήθηκαν κατά 18. Και στο Ρέθυμνο σημειώθηκε αύξηση τόσο στα ξενοδοχεία 5 όσο και 4 αστέρων με 2 και 9 αντίστοιχα. Στα Χανιά

σημειώθηκε η ίδια εικόνα με τα ξενοδοχεία 5αστέρων να αυξάνονται κατά 9 και των τεσσάρων αστέρων να αυξάνονται κατά 13. Μόνο στον νομό Λασιθίου υπήρξε μια μείωση κατά 3 ξενοδοχεία, όμως και σε αυτή την περίπτωση υπήρξε αύξηση κατά 2 ξενοδοχεία 5 αστέρων και 5 ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων.

3.4 Ενοικιαζόμενα δωμάτια Περιφέρειας Κρήτης.

Και στα ενοικιαζόμενα δωμάτια που προσφέρονται στους επισκέπτες στο Νησί παρατηρείται η ίδια αυξητική τάση με τα ξενοδοχεία, αναβαθμίζοντας έτσι το τουριστικό προϊόν της Κρήτης και προσφέροντας πληθώρα επιλογών στον κάθε επισκέπτη.

Αρχικά παρατίθεται ο πίνακας 14 με τα ενοικιαζόμενα δωμάτια στην Κρήτη το 2017

Πίνακας 14.Περιφέρεια Κρήτης Ενοικιαζόμενα δωμάτια 2017

Περιφερειακή Ενότητα		4κ	3κ	2κ	1κ	Σύνολο
Ηρακλείου	Μονάδες	66	349	360	101	876
	Δωμάτια	663	3.975	3.310	719	8.667
	Κλίνες	1.605	8.441	6.943	1.503	18.492
Λασιθίου	Μονάδες	21	115	222	130	488
	Δωμάτια	187	837	1.361	656	3.041
	Κλίνες	431	2.018	3.142	1.468	7.059
Ρεθύμνου	Μονάδες	17	220	330	113	680
	Δωμάτια	200	1.415	1.942	639	4.196
	Κλίνες	459	3.662	4.494	1.439	10.054
Χανίων	Μονάδες	38	521	613	153	1.325
	Δωμάτια	172	3.122	3.872	951	4.245
	Κλίνες	466	8.163	9.167	2.162	19.958
Σύνολο	Μονάδες	142	1.205	1.525	497	3.369
	Δωμάτια	1.222	9.349	10.485	2.965	24.021
	Κλίνες	2.961	22.284	23.746	6.572	55.563

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Όσο αφορά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια η κατάταξη τους δεν γίνεται βάσει αστεριών όπως στα ξενοδοχεία αλλά με κατηγορία κλειδιών , για αυτό και η σχετικές κωδικοποιημένες ονομασίες στον παραπάνω πίνακα. Στα Χανιά βρίσκονται με διαφορά τα περισσότερα ενοικιαζόμενα δωμάτια για το 2017 με 1325 μονάδες. Στην

δεύτερη θέση το Ηράκλειο με 876 μονάδες με το στοιχείο που ξεχωρίζει να είναι ότι είχε 28 παραπάνω δωμάτια της ανώτερης κατηγορίας 4 κλειδιών σε σύγκριση με τα Χανιά των τόσων πολλών δωματίων.

Ακολουθεί ο νομός Ρεθύμνου με 680 μονάδες από τις οποίες οι περισσότερες ανήκουν στην κατηγορία των 2 κλειδιών , ενώ στην τελευταία θέση βρίσκεται ο Νομός Λασιθίου με 488 μονάδες και τα περισσότερα να βρίσκονται ξανά στην κατηγορία των 2 κλειδιών.

Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας 15 για να εξεταστεί η κατηγορία των ενοικιαζόμενων δωματίων και για το 2018

Πίνακας 15. Περιφέρεια Κρήτης Ενοικιαζόμενα δωμάτια 2018

Περιφερειακή Ενότητα		4κ	3κ	2κ	1κ	Σύνολο
Ηρακλείου	Μονάδες	67	350	362	106	885
	Δωμάτια	683	3.980	3.340	765	8.768
	Κλίνες	1.645	8.452	7.007	1.608	18.712
Χανίων	Μονάδες	38	525	616	174	1.353
	Δωμάτια	172	3.148	3.894	1.076	8.290
	Κλίνες	466	8.232	9.233	2.488	20.419
Ρεθύμνου	Μονάδες	17	218	330	114	679
	Δωμάτια	200	1.409	1.947	631	4.187
	Κλίνες	459	3.642	4.503	1.437	10.041
Λασιθίου	Μονάδες	22	115	224	131	492
	Δωμάτια	199	837	1.367	659	1.695
	Κλίνες	455	2.018	3.160	1.482	7.115
Σύνολο	Μονάδες	144	1.208	1.532	525	3.409
	Δωμάτια	1.254	9.374	10.548	3.131	24.307
	Κλίνες	3.025	22.344	23.903	7.015	56.287

Πηγή: INΣΕΤΕ

Αρχικά το στοιχείο που ξεχωρίζει κατευθείαν είναι ότι ξανά στους 3 από τους 4 Νομούς της Κρήτης υπήρξε αύξηση των συνολικών δωματίων το οποίο είναι εξαιρετικά θετικό για την οικονομία του Νησιού.

Ο Νομός Χανίων κρατάει τα σκήπτρα και για το έτος 2018 σημειώνοντας μάλιστα αύξηση κατά 28 μονάδες φτάνοντας συνολικά τα 1353 ενοικιαζόμενα δωμάτια .Στην

δεύτερη θέση παρέμεινε το Ηράκλειο αυξάνοντας όμως και αυτό τις συνολικές μονάδες κατά 9 ακόμα. Στην Τρίτη θέση παρέμεινε και το Ρέθυμνο όμως υπήρξε ο μόνος Νομός που δεν σημειώθηκε αύξηση ,αντιθέτως λειτούργησε μία λιγότερη μονάδα.

Στον Νομό Λασιθίου αν και παρέμεινε στην τελευταία θέση σημειώθηκε και εκεί αύξηση κατά 4 μονάδες που έγιναν στις κατηγορίες 2 και 1 κλειδιού.

3.5 Αεροπορικές αφίξεις στην Κρήτη από εξωτερικό και εσωτερικό.

Εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας επιτυχίας στον τομέα του τουρισμού είναι οι αεροπορικές αφίξεις που καταγράφονται κάθε χρονιά τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό. Αεροδρόμια υπάρχουν στο Ηράκλειο ,τα Χανιά και την Σητεία με το Ρέθυμνο να είναι η μοναδική μεγαλούπολη που δεν διαθέτει δικό της αεροδρόμιο και εξυπηρετείται από τα γειτονικά, κάτι που όπως είναι φυσιολογικό την επηρεάζει αρνητικά.

Παρακάτω θα εξεταστεί η κίνηση στα αεροδρόμια της Κρήτης για τις χρονιές 2017 και 2018 καθώς και η μεταβολή που υπήρξε από Μήνα σε Μήνα.

Πίνακας 16. Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις 2017

	Ηράκλειο	Χανιά	Σητεία	Σύνολο
2017	3.151.795	1.093.200	5.976	4.250.971
Ιανουάριος	771	1.930	0	2.701
Φεβρουάριος	1.118	1.749	0	2.867
Μάρτιος	3.794	8.312	0	12.106
Απρίλιος	160.356	66.889	0	227.245
Μάιος	374.022	135.465	574	510.061
Ιούνιος	512.666	186.055	1.339	700.060
Ιούλιος	637.982	228.983	1.340	868.305
Αύγουστος	627.883	196.303	1.276	825.462
Σεπτέμβριος	512.853	178.649	1.143	692.645
Οκτώβριος	304.883	88.618	304	393.805
Νοέμβριος	11.049	247	0	11.296
Δεκέμβριος	4.418	0	0	4.418

Πηγή: INSETE

Στον παραπάνω πίνακα διακρίνεται ότι στο Ηράκλειο υπήρξε η μεγαλύτερη κίνηση επισκεπτών από το εξωτερικό, στην Κρήτη για το 2017 ξεπερνώντας μάλιστα κατά πολύ τα Χανιά που βρίσκονται στην δεύτερη θέση. Στην τελευταία θέση χωρίς να μπορεί να συγκριθεί σε δημοτικότητα με τους άλλους δυο προορισμούς βρίσκεται το αεροδρόμιο της Σητείας με μόλις 5.976 αφίξεις όλη την χρονιά.

Αυτό που παρατηρείται ξεκάθαρα και στα 3 αεροδρόμια είναι η κατακόρυφη άνοδος των αυξήσεων από τον μήνα Μάιο που αρχίζει η τουριστική σεζόν, μέχρι που φτάνει στο μέγιστο σημείο τον Ιούλιο και από εκεί και πέρα αρχίζει η σταδιακή πτώση όσο πλησιάζουν οι χειμερινοί Μήνες. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Σητείας που είχε μηδενικές αφίξεις πριν από τον Μάιο.

Ακολουθούν οι αφίξεις για το 2017 από τις πτήσεις εσωτερικού.

Πίνακας 17. Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού 2017

	Ηράκλειο	Χανιά	Σητεία	Σύνολο
2017	574.803	414.769	9.608	999.180
Ιανουάριος	37.796	32.326	480	70.602
Φεβρουάριος	36.502	31.364	332	68.198
Μάρτιος	43.881	34.590	359	78.830
Απρίλιος	46.294	35.179	881	82.354
Μάιος	43.488	36.958	687	81.133
Ιούνιος	50.275	39.485	1.060	90.820
Ιούλιος	60.404	44.715	1.487	106.606
Αύγουστος	58.677	44.657	1.342	104.676
Σεπτέμβριος	54.913	36.264	878	92.055
Οκτώβριος	51.478	34.360	669	86.507
Νοέμβριος	45.975	22.875	655	69.505
Δεκέμβριος	45.120	21.996	778	67.894

Πηγή: INΣΕΤΕ

Και στον τομέα των αφίξεων από το εσωτερικό πάλι στην πρώτη θέση βρίσκεται το αεροδρόμιο Ηρακλείου. Βέβαια δεν μπορούν να συγκριθούν οι τιμές των αφίξεων του εσωτερικού με τις προηγούμενες από το εξωτερικό καθώς υπάρχει χαοτική διαφορά.

Στο αεροδρόμιο των Χανίων υπάρχει πάλι αρκετά μεγάλη διαφορά στις αφίξεις εσωτερικού – εξωτερικού , απλά στην περίπτωση των εσωτερικών αφίξεων έχει μικρότερη διαφορά με το αεροδρόμιο Ηρακλείου.

Σε αντίθεση με τα δύο προηγούμενα αεροδρόμια στο αεροδρόμιο της Σητείας οι αφίξεις από το εσωτερικό είναι σχεδόν διπλάσιες από τις αφίξεις του εξωτερικού , κάτι που δείχνει ξεκάθαρα ότι δεν βασίζεται στον ίδιο βαθμό με από τους διεθνείς επισκέπτες.

Και στις πτήσεις του εσωτερικού διακρίνεται ότι η μέγιστη τιμή των αφίξεων και στα 3 αεροδρόμια σημειώνεται τον Μήνα Ιούλιο δείχνοντας ότι η Κρήτη αποτελεί πόλο έλξης και για τους Έλληνες επισκέπτες, χωρίς όμως να υπάρχει τεράστια απόκλιση από τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.

Ακολουθούν τα στοιχεία για τις αφίξεις στα αεροδρόμια της Κρήτης από το εξωτερικό και από το εσωτερικό για το έτος 2018

Πίνακας 18. Αεροπορικές αφίξεις εξωτερικού 2018

	Ηράκλειο	Χανιά	Σητεία	Σύνολο
2018	3.371.797	1.164.395	19.229	4.555.421
Ιανουάριος	5.919	0	0	5.919
Φεβρουάριος	10.513	281	0	10.794
Μάρτιος	30.130	12.661	0	42.791
Απρίλιος	160.744	72.893	0	233.637
Μάιος	433.402	159.436	2.471	595.309
Ιούνιος	548.220	201.544	3.343	753.107
Ιούλιος	655.826	233.678	5.008	894.512
Αύγουστος	649.196	203.482	4.123	856.801
Σεπτέμβριος	550.345	186.459	3.288	740.092
Οκτώβριος	302.194	89.523	996	392.713
Νοέμβριος	18.853	2.208	0	21.061
Δεκέμβριος	6.455	2.230	0	8.685

Πηγή: INΣΕΤΕ

Αυξημένη ήταν η κίνηση στο αεροδρόμιο Ηρακλείου σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, επομένως έμεινε και πρώτο στις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στο Νησί.

Αύξηση σημειώθηκε και στο αεροδρόμιο των Χανίων δείχνοντας με αυτό τον τρόπο την ανοδική πορεία του κλάδου του τουρισμού, ενώ τεράστια αύξηση σημειώθηκε και στο αεροδρόμιο της Σητείας με τις συνολικές αφίξεις από το εξωτερικό να υπερδιπλασιάζονται, ενώ και πάλι πριν από τον Μάιο δεν είχε σημειωθεί ούτε μία άφιξη.

Και για το 2018 διακρίνεται το φαινόμενο της εποχικότητας για τα 3 αεροδρόμια της Κρήτης αφού η άνοδος των αφίξεων ξεκινάει στην αρχή της τουριστικής σεζόν τον Μάιο ,φτάνει στο μέγιστο τον Ιούλιο και στην συνέχεια πέφτει σταδιακά όσο κλείνει η καλοκαιρινή σεζόν

Ακολουθούν οι αφίξεις για το 2018 από τις πτήσεις εσωτερικού.

Πίνακας 19 . Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού 2018

	Ηράκλειο	Χανιά	Σητεία	Σύνολο
2018	665.722	318.759	11.414	995.895
Ιανουάριος	44.010	21.518	593	66.121
Φεβρουάριος	42.411	19.495	591	62.497
Μάρτιος	50.181	26.288	739	77.208
Απρίλιος	52.211	34.605	879	87.695
Μάιος	50.242	34.718	691	85.651
Ιούνιος	60.894	23.878	1.278	86.050
Ιούλιος	71.803	31.001	1.853	104.657
Αύγουστος	69.769	30.596	1.866	102.231
Σεπτέμβριος	64.982	26.203	1.191	92.376
Οκτώβριος	58.797	21.058	594	80.449
Νοέμβριος	51.151	24.403	607	76.161
Δεκέμβριος	49.271	24.996	532	74.799

Πηγή: INSETE

Όπως διακρίνεται στον παραπάνω πίνακα στο Ηράκλειο σημειώθηκε σημαντική αύξηση και στις αεροπορικές αφίξεις από το εσωτερικό της Ελλάδος, παραμένοντας έτσι στην πρώτη θέση της κατάταξης. Αντίθετα αξιοπρόσεκτη μείωση σημειώθηκε στο αεροδρόμιο των Χανίων , γεγονός που πρέπει να προβληματίσει τους τοπικούς τουριστικούς φορείς.

Αύξηση τις αφίξεις εσωτερικού σημειώθηκε και στο αεροδρόμιο της Σητείας δείχνοντας βήματα προς την θετική κατεύθυνση για να μπει και αυτό σταδιακά στο προσκήνιο των τουριστών που επισκέπτονται την Κρήτη.

Στο ίδιο μήκος κύματος κινήθηκε και η εποχικότητα των αφίξεων από το εσωτερικό της Ελλάδας. Στο Ηράκλειο και τα Χανιά η μέγιστη τιμή των αφίξεων καταγράφηκε τον Ιούλιο , ενώ μόνο στην Σητεία αυτή η μέγιστη τιμή σημειώθηκε τον Αύγουστο.

3.6 Η σημασία του τουρισμού της κρουαζιέρας και η κίνηση κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια της Κρήτης.

Σε πυλώνα του τοπικού τουρισμού εξελίσσεται ο τουρισμός κρουαζιέρας καθώς χιλιάδες ξένοι επισκέπτες έρχονται κάθε χρόνο στα λιμάνια της Κρήτης.

Γενικά η κρουαζιέρα είναι ένα θαλασσινό ταξίδι αναψυχής με μεγάλα επιβατικά πλοία τα οποία είναι ναυλωμένα για να διανύσουν μια συγκεκριμένη διαδρομή. Περιλαμβάνει επισκέψεις σε διάφορες παραθαλάσσιες περιοχές και σε λιμάνια υψηλού τουριστικού ενδιαφέροντος, όπως είναι αυτά της Κρήτης. Η διαμονή των τουριστών της κρουαζιέρας είναι μέσα στο πλοίο και η διάρκεια της μπορεί να είναι από μία μέρα έως μερικούς μήνες στις παγκόσμιες κρουαζιέρες.

Σε κάθε πόλη η επίσκεψη διαρκεί συνήθως λίγες ώρες και κάποιες φορές ανάλογα με το πρόγραμμα, μπορεί να διαρκέσει και λίγες μέρες. Ένα κρουαζιερόπλοιο είναι στην ουσία ένα κινητό πολυτελέστατο ξενοδοχείο και στα πιο σύγχρονα απολαμβάνουν τις ίδιες ανέσεις με πελάτες ξενοδοχείων πέντε αστέρων.

Μια τουριστική πόλη μπορεί να ωφεληθεί περισσότερο από τον τουρισμό της κρουαζιέρας από ότι με την υπόλοιπη τουριστική κίνηση . Οι επιβάτες βγαίνουν έξω από το πλοίο κάνοντας την βόλτα τους στην πόλη που έχουν επισκεφτεί και απολαμβάνουν τον καφέ και το φαγητό τους σε εστιατόρια και καφετέριες της περιοχής. Πολλοί από αυτούς πραγματοποιούν και διάφορες αγορές κυρίως αναμνηστικών ειδών με αποτέλεσμα να δημιουργούνται έσοδα στις τοπικές επιχειρήσεις. Αυτό δεν συμβαίνει στα all inclusive πακέτα διακοπών ,στα οποία οι τουρίστες βρίσκονται συνήθως συνεχώς μέσα στα ξενοδοχεία χωρίς να ωφελούν οικονομικά τις επιχειρήσεις της περιοχής.

Οι τουρίστες των κρουαζιερόπλοιων μπορεί τις περισσότερες φορές να είναι ημερήσιοι επισκέπτες και να μην διανυκτερεύουν στη συγκεκριμένη περιοχή αλλά αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς. Ένα ακόμα όφελος όμως που προκύπτει από τους συγκεκριμένους επισκέπτες είναι η διαφήμιση που γίνεται για τον συγκεκριμένο προορισμό. Οι επιβάτες συζητάνε τις εντυπώσεις τους με άλλους ενδιαφερόμενους, μοιράζονται τις εμπειρίες τους και έτσι δημιουργούνται νέες συστάσεις. Στις μέρες μας είναι πολύ πιο εύκολο αυτό εξαιτίας της χρήσης του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Κάθε ικανοποιημένος επισκέπτης προτείνει τον συγκεκριμένο προορισμό για μια κρουαζιέρα ή απλά για διακοπές και στους υπόλοιπους γύρω από το κοινωνικό του περιβάλλον.

Ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα που έχει η αγορά της Κρουαζιέρας σε σχέση με την υπόλοιπη τουριστική αγορά που βασίζεται στις παραλίες, είναι η δυνατότητα επέκτασης σε 12 μήνη διάρκεια. Βασικό της χαρακτηριστικό είναι ότι δεν συνδέεται απαραίτητα με επισκέψεις σε παραλίες και με καλοκαιρινές δραστηριότητες. Αφορά κυρίως επισκέψεις σε τουριστικές πόλεις μετά από στάσεις που πραγματοποιούν στα λιμάνια τους τα κρουαζιερόπλοια. Οι διαδρομές των πλοίων αυτών μπορούν να πραγματοποιηθούν σε οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Σε μεγάλα νησιά της Ελλάδας όπως η Κρήτη και η Ρόδος έχουν ήδη δημιουργηθεί χειμερινές αγορές για τον τουρισμό της κρουαζιέρας. Με σωστή εκμετάλλευση και αποτελεσματική αξιοποίηση των δυνατοτήτων ανάπτυξης και συνεργασίας με τα κρουαζιερόπλοια μπορεί να καταργηθεί η εποχικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Σε κάθε τουριστική πόλη της χώρας υπάρχουν αξιοθέατα που μπορεί κάποιος να τα επισκεφτεί σε οποιαδήποτε εποχή του χρόνου. Οι αρχαιολογικοί χώροι, τα μουσεία και οτιδήποτε άλλο χαρακτηρίζει τον πλούσιο πολιτισμό της κάθε πόλης μπορεί να δέχεται επισκέψεις ακόμα και την χειμερινή περίοδο.

Παρακάτω ακολουθούν πίνακες με την κίνηση των κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια της Κρήτης από το 2013 μέχρι το 2018.

Πίνακας 20. Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι των Χανίων

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρουαζιερόπλοια		47	38	59	86	84	78
% Μεταβολή			-19,1%	55,3%	45,8%	-2,3%	-7,1%
Επιβάτες		124.205	33.304	96.612	147.915	128.067	139.944
% Μεταβολή			-73,2%	190,1%	53,1%	-13,4%	9,3%

Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ

Είναι φανερό ότι τα Χανιά έχουν εισέλθει δυναμικά στον χώρο της κρουαζιέρας από το 2013 με εντυπωσιακό ξεκίνημα και 47 κρουαζιερόπλοια. Ακολούθησε μια πτώση στα 38 τον επόμενο χρόνο , όμως επανήλθαν το 2015 και το 2016 με συνεχόμενες αυξήσεις φτάνοντας μέχρι και τους 147.9165 τους επιβάτες που πάτησαν τα Χανιά. Έπειτα τα επόμενα δύο χρόνια υπήρξε ελαφριά μείωση στις αφίξεις των κρουαζιερόπλοιων κατά την οποία όμως και πάλι περίπου 140.000 τουρίστες επισκέφτηκαν τα Χανιά ενισχύοντας την τοπική οικονομία.

Πίνακας 21. Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Ηρακλείου

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρουαζιερόπλοια		177	160	170	165	131	187
% Μεταβολή			-9,6%	6,3%	-2,9%	-20,6%	42,7%
Επιβάτες		270.020	242.951	219.805	238.780	181.693	297.929
% Μεταβολή			-10,0%	-9,5%	8,6%	-23,9%	64,0%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Το Ηράκλειο βρίσκεται στην πρώτη θέση στις συνολικές αφίξεις των κρουαζιερόπλοιων και με τεράστια διαφορά από τους υπόλοιπους νομούς. Αρχίζοντας από το 2013 με 177 κρουαζιερόπλοια που ισοδυναμούν με 270.020 επιβάτες έδειξαν πως ο συγκεκριμένος τομέας μπορεί να τονώσει την τοπική οικονομία. Μετά το εντυπωσιακό ξεκίνημα επήλθε μια φυσιολογική κάμψη χωρίς όμως τραγικές συνέπειες αφού κάθε χρόνο κατέφθαναν σταθερά πάνω από 200.000 επισκέπτες, φτάνοντας ξανά στην άνοδο το 2018 όπου σημειώθηκε η μέγιστη τιμή αφίξεων κρουαζιερόπλοιων και επιβατών παράλληλα στο Ηράκλειο.

Πίνακας 22. Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι του Αγίου Νικολάου

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Κρουαζιερόπλοια		52	66	52	49	43	24
% Μεταβολή			26,9%	-21,2%	-5,8%	-12,2%	-44,2%
Επιβάτες		43.817	46.432	37.762	26.560	28.972	13.616
% Μεταβολή			6,0%	-18,7%	-29,7%	9,1%	-53,0%

Πηγή: INΣΕΤΕ

Και στον δήμο Αγίου Νικολάου έχει γίνει αξιοπρόσεκτη προσπάθεια για την προσέλκυση κρουαζιερόπλοιων από όλο τον κόσμο. Μάλιστα τις χρονιές 2013 και 2014 είχε γίνει δυναμικό ξεκίνημα με 52 και 66 αφίξεις αντίστοιχα. Οι 66 αφίξεις με τους 46.432 επιβάτες ήταν και η μέγιστη τιμή που σημειώθηκε στην περιοχή. Στα επόμενα χρόνια παρατηρείται μια συνεχόμενη πτώση μέχρι και το 2018 όπου σημειώθηκε η ελάχιστη τιμή κα σε αφίξεις κρουαζιερόπλοιων με 24 αλλά και επιβατών ε 13.616, παράγοντας που θα πρέπει να προβληματίσει τους τοπικούς φορείς του Τουρισμού.

Πίνακας 23. Κίνηση κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι της Σητείας

		2013	2014	2015	2016	2017	2108
Κρουαζιερόπλοια		1	4	1	0	0	3
% Μεταβολή			300,0%	-75,0%	-100,0%		
Επιβάτες		910	2.802	444	0	0	1.447
% Μεταβολή			207,9%	-84,2%	-100,0%		

Πηγή: INΣΕΤΕ

Στο λιμάνι της Σητείας παρατηρείται με διαφορά η μικρότερη κίνηση κρουαζιερόπλοιων στο Νησί. Η προσπάθεια ξεκίνησε το 2013 με ένα κρουαζιερόπλοιο ,στην συνέχεια υπήρξαν θετικά σημάδια για τον συγκεκριμένο κλάδο με την άφιξη τεσσάρων κρουαζιερόπλοιων ,όμως όπως αποδείχθηκε αυτό ήταν παροδικό, αφού τις επόμενες τρεις χρονιές η κίνηση ήταν σχεδόν μηδενική. Υπάρχουν όμως σημάδια ανάκαμψης αφού το 2018 κατέφθασαν μετά από καιρό 3 κρουαζιερόπλοια με 1.477 επιβάτες, με το συμπέρασμα να είναι ότι είναι στο χέρι των τοπικών τουριστικών παραγόντων να αναδείξουν και να διαφημίσουν

περισσότερο τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του τόπου, να φτιάξουν και να φτιάξουν καλύτερες υποδομές για να κερδίσουν περισσότερους επισκέπτες από αυτή την κερδοφόρα κατηγορία.

3.7 Επισκέπτες σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους στην Περιφέρεια Κρήτης

Η Κρήτη είναι στην ευχάριστη θέση να διαθέτει εκτός από υπέροχες παραλίες ,γαστρονομική ποικιλία και φιλόξενους κατοίκους να έχει και πλούσια ιστορική κληρονομία και πολιτισμό με αξιοθέατα παγκοσμίου φήμης, που επισκέπτες από κάθε γωνία της γης ταξιδεύουν για να τα θαυμάσουν.

Ακολουθεί ο πίνακας 24 που δείχνει την μεταβολή των επισκεπτών στα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους στους νομούς της Περιφέρειας Κρήτης από το 2013 έως το 2018

Πίνακας 24.Περιφέρεια Κρήτης: Επισκέπτες σε Μουσεία Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2108

Περιφερειακές Ενότητες		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ηρακλείου	Μουσεία	98.475	118.502	105.681	135.963	198.942	201.657	355.237	426.191	555.031
	Αρχαιολογικοί χώροι	770.652	820.721	793.032	940.892	938.232	892.082	880.140	1.083.305	1.410.383
Λασιθίου	Μουσεία	36.075	40.296	27.200	30.251	34.574	34.571	38.664	39.983	46.526
	Αρχαιολογικοί χώροι	394.751	501.201	482.712	608.170	626.863	563.189	539.990	604.584	628.356
Ρεθύμνου	Μουσεία	15.032	13.986	14.224	18.729	17.611	16.088	10.588	59.930	92.222
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	0	0	0	12.078	11.856	21.111	19.318
Χανίων	Μουσεία	26.507	32.976	38.207	44.997	46.442	59.958	57.262	64.207	73.483
	Αρχαιολογικοί χώροι	0	0	0	0	2.829	14.760	19.040	38.669	65.583
Σύνολο	Μουσεία	176.089	205.760	185.312	229.940	297.569	312.274	461.751	590.311	767.262
	Αρχαιολογικοί χώροι	1.165.403	1.321.922	1.275.744	1.549.062	1.567.924	1.482.109	1.451.026	1.747.669	2.123.640

Πηγή: INSETE

Στον νομό Ηρακλείου δινόταν ανάκαθεν έμφαση στην ανάδειξη των αρχαιολογικών χώρων και των μουσείων της περιοχής. Ήδη από το 2010 ήταν και εμφανής η πρόθεση των επισκεπτών να εξερευνήσουν τον πολιτισμό του Νομού με κυρίαρχο προορισμό την Κνωσό. Με εξαίρεση το 2012 που υπήρξε μια ελαφριά πτώση, όλες τις επόμενες χρονιές οι επισκέψεις στα μουσεία του ηρακλείου συνέχισαν να ανεβαίνουν με αποκορύφωμα το 2018 όπου έφτασαν την μέγιστη τιμή τους.

Στους αρχαιολογικούς χώρους με το πέραςμα των χρόνων υπήρχαν μικρές μεταπτώσεις στις επισκέψεις των τουριστών, παραμένοντας πάντα σε υψηλά επίπεδα , ενώ και σε αυτή την περίπτωση η μέγιστη τιμή των επισκέψεων σημειώθηκε το 2018.

Και ο Νομός Λασιθίου έχει πληθώρα επιλογών σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Οι επισκέψεις στα μουσεία διατηρήθηκαν από το 2010 σε υψηλά επίπεδα και με εξαίρεση το 2012 ,υπάρχει συνεχόμενη αύξηση στις επισκέψεις.

Στους αρχαιολογικούς χώρους υπήρξε μεγαλύτερη προτίμηση από τα μουσεία με τις επισκέψεις να αυξάνονται σχεδόν κάθε χρόνο και το 2018 να φτάνουν στην μέγιστη τιμή με 628.356.

Στο Ρέθυμνο τα μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι δεν έχουν την ίδια δημοτικότητα με τους δύο προηγούμενους νομούς. Μέχρι το 2016 οι επισκέψεις ήταν σε πολύ χαμηλά επίπεδα, όμως τα 2 τελευταία χρόνια έχει γίνει αξιοπρόσεκτη προσπάθεια από τους τοπικούς φορείς που οδήγησε σε σημαντική άνοδος στη προτίμηση των επισκεπτών δείχνοντας τον δρόμο για την συνέχεια.

Και στα Χανιά οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία δεν είναι στην κορυφή των προτιμήσεων των επισκεπτών. Από το 2010 μέχρι και το 2014 οι επισκέψεις ήταν σε πολύ χαμηλά επίπεδα ,όμως αυτή η κατάσταση τείνει να αλλάξει αφού το 2018 οι επισκέψεις στα μουσεία σχεδόν διπλασιάστηκαν ,ενώ στους αρχαιολογικούς χώρους τριπλασιάστηκαν, κάτι εξαιρετικά θετικό για την τοπικό τουρισμό.

4^ο Κεφάλαιο

Έρευνα για τον τουρισμό και το προφίλ των επισκεπτών στην Κρήτη

4.1 Σχεδιασμός και στόχος της έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με την χρήση ερωτηματολογίων(μεταφρασμένο σε επτά γλώσσες) στο αεροδρόμιο Χανίων από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο του 2018 με στόχο τους επιβάτες τακτικών charter flights και low cost εταιριών . Συμπληρώθηκαν και δόθηκαν 4.250 έγκυρα ερωτηματολόγια και προσωπικές συνεντεύξεις από 20 διαφορετικές χώρες προέλευσης . Η καταγραφή και η συμπλήρωση των δεδομένων συντονίστηκε από το Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ ,σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης και την Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων .Για την ανάλυση των ερωτηματολογίων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα IBM SPSS statistics. Για ερευνητικούς σκοπούς πέρα από τα γενικά χαρακτηριστικά των επισκεπτών και τις προτιμήσεις που συλλέχθηκαν μέσω των ερωτηματολογίων, πραγματοποιήθηκε και μια κρίσιμη κατηγοριοποίηση που αφορά την χώρα προέλευσης τους και συγκεκριμένα αν είναι Σκανδιναβοί ή όχι.

Βασικός σκοπός της έρευνας είναι να καταγραφεί και να αναλυθεί η συμπεριφορά των επισκεπτών στην Κρήτη ώστε να διεκρινθούν οι δυνατότητες και οι προοπτικές της τουριστικής ανάπτυξης του νησιού. Με την καταγραφή και την ανάλυση των αποτελεσμάτων επιτυγχάνεται η διαμόρφωση μιας πιο εμπεριστατωμένης άποψης όσον αφορά το τουριστικό προϊόν και την απορρόφηση του από την αγορά. Μελετώντας τα αποτελέσματα της έρευνας οι ενδιαφερόμενοι φορείς μπορούν έμπρακτα πλέον να συμμετάσχουν στην βελτίωση συνολικά του τουριστικού προϊόντος που παρέχεται στην Κρήτη και στην καλύτερη του προώθηση του.

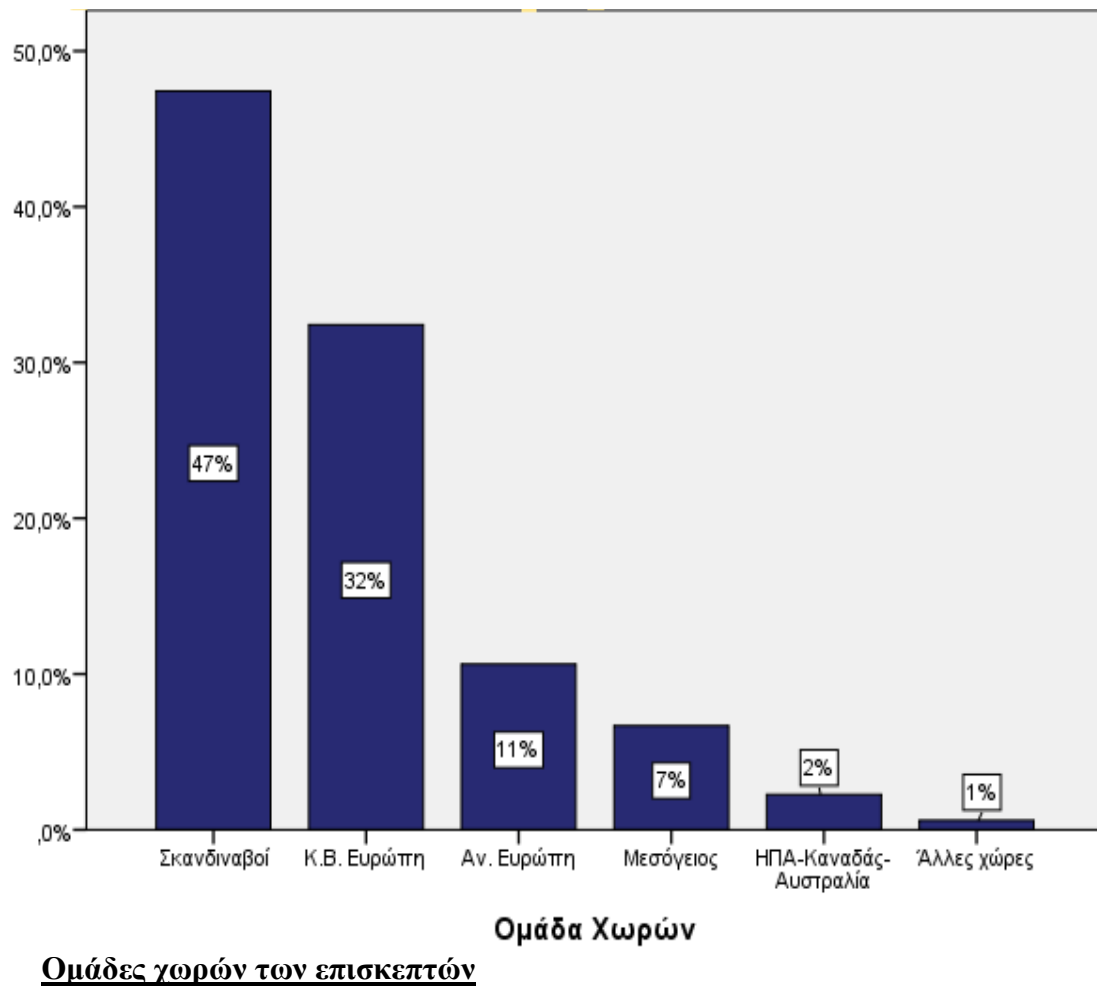
4.2. Αποτελέσματα της έρευνας.

4.2.1 Στοιχεία του προφίλ των Επισκεπτών

Αξίζει να γίνει μια καταγραφή του προφίλ των επισκεπτών που επισκέπτονται το νησί, για να ξεχωρίσουν και να γίνουν ευδιάκριτα τα βασικά τους χαρακτηριστικά.

Πρώτα θα εξεταστεί η ομάδα χωρών που προέρχονται οι συγκεκριμένοι επισκέπτες και καταγράφεται στο σχήμα 18.

Σχήμα 18.

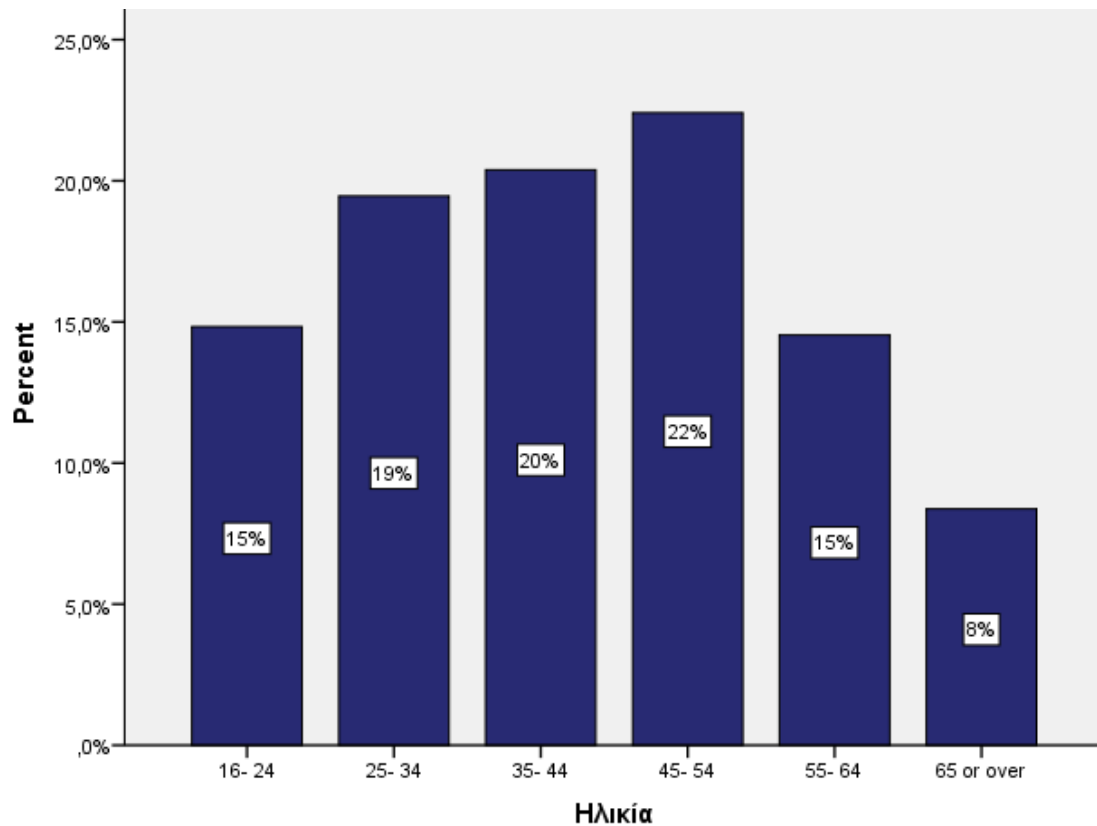


Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Η μεγάλη πλειοψηφία των επισκεπτών προκύπτει ότι προέρχεται από τις σκανδιναβικές χώρες με ποσοστό 47%. Ακολουθούν οι τουρίστες από την Κ.Β Ευρώπη με 32%. Οι υπόλοιπες περιοχές ακολουθούν με χαμηλότερα ποσοστά όπως η ανατολική Ευρώπη με 11% και η Μεσόγειος με 7%. Μέσα στο δείγμα υπήρξε και ένα 2% από Αμερική, Καναδά και Αυστραλία, ενώ υπήρχαν και λίγοι επισκέπτες και από άλλες χώρες .

Στην συνέχεια ακολουθούν οι ηλικίες των επισκεπτών στο σχήμα 19

Σχήμα 19



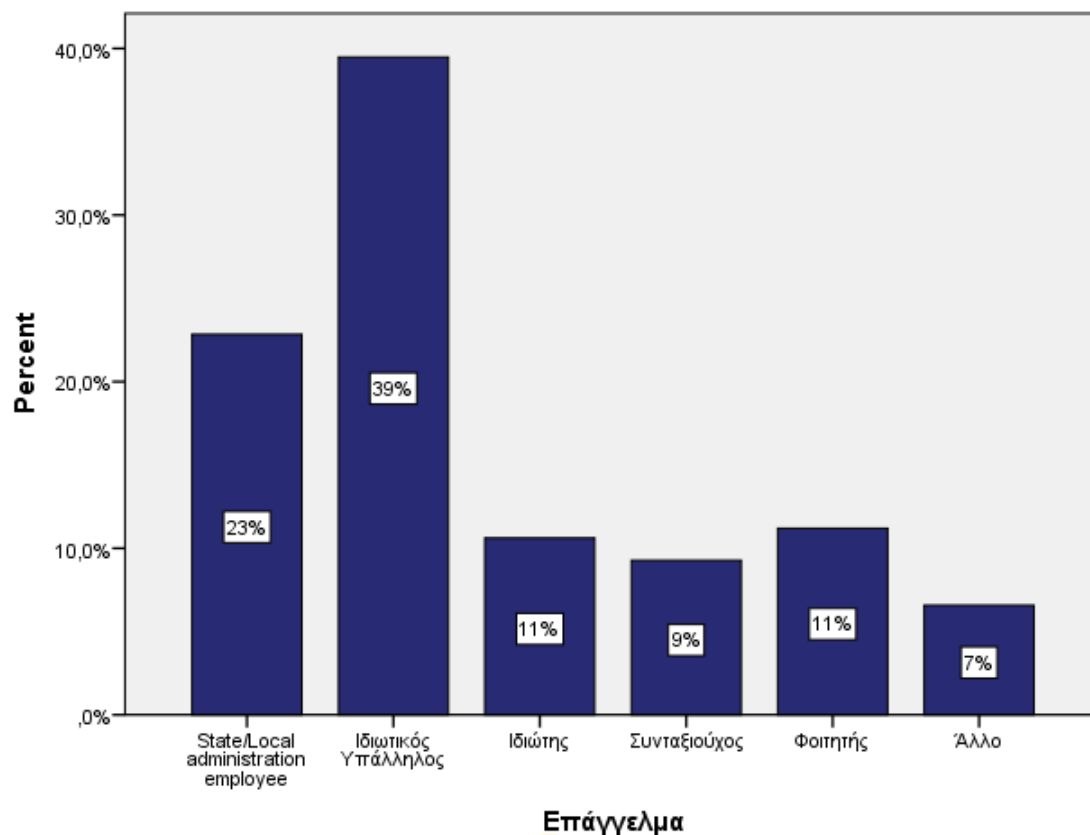
Ηλικιακές ομάδες των επισκεπτών

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Το κύριο μέρος των επισκεπτών ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 45-64 με 22%, ενώ λίγο πιο χαμηλά βρίσκεται ηλικιακή ομάδα των 35-44 με 20% .Ελάχιστα πιο χαμηλά με 19% είναι οι επισκέπτες 25-34 ετών. Με χαμηλότερα ποσοστά με 15% είναι οι ηλικιακές ομάδες των 16-24 αλλά και 55-64,ενώ στην τελευταία θέση είναι οι επισκέπτες μεγαλύτεροι από 65 ετών με ποσοστό μόλις 8%.

Ακολουθεί το σχήμα 20 στο οποίο καταγράφονται τα επαγγέλματα των επισκεπτών που προτίμησαν την Κρήτη για ταξιδιωτικό τους προορισμό.

Σχήμα 20



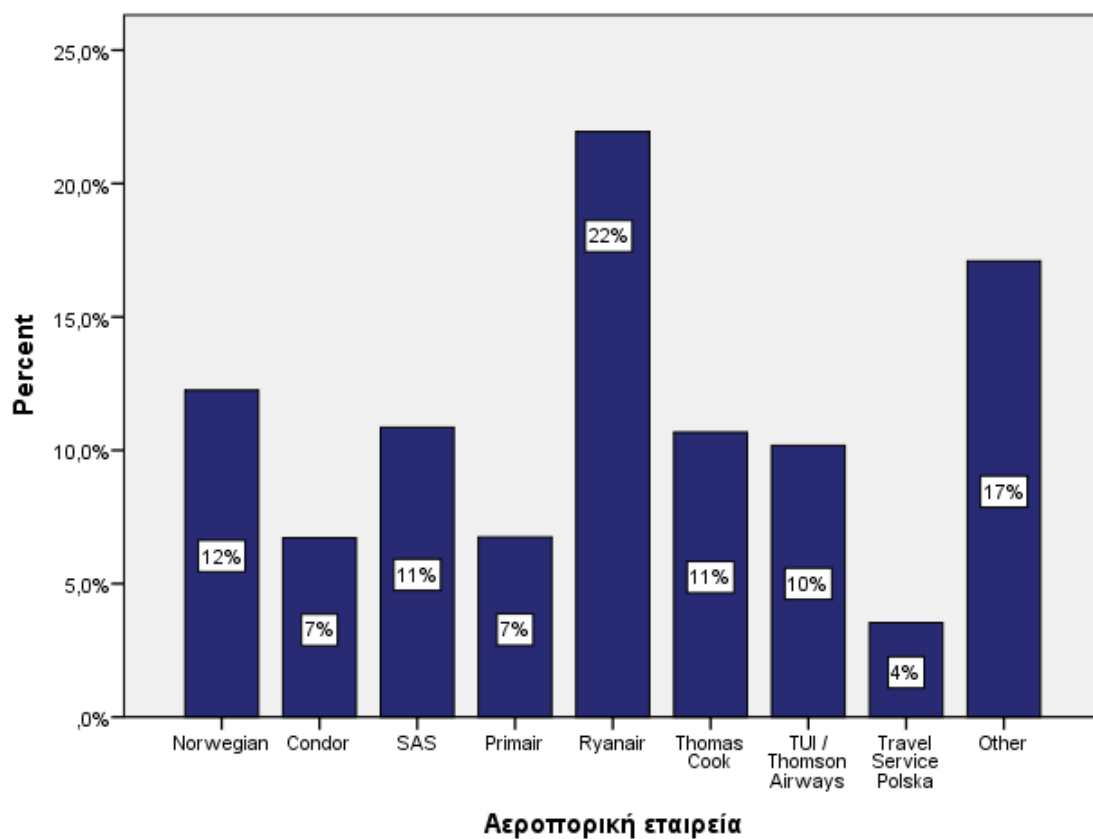
Επαγγελματική κατάσταση των επισκεπτών

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Ξεχωρίζουν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με ποσοστό που αγγίζει το 40% που σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι περισσότεροι επισκέπτες (από το σχήμα 18) προέρχονται από τις σκανδιναβικές χώρες υποδεικνύει ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών έχει αρκετά υψηλό ετήσιο εισόδημα. Ακολουθούν με σημαντικό ποσοστό οι δημόσιοι υπάλληλοι φτάνοντας το 23% . Με πιο χαμηλά και παρόμοια ποσοστά στο 11% βρίσκονται οι ιδιώτες και οι φοιτητές ενώ ακόμα πιο χαμηλά βρίσκονται οι συνταξιούχοι και οι επισκέπτες που ασχολούνται με διάφορα άλλα επαγγέλματα.

Επιπλέον στο σχήμα 21 καταγράφονται οι αεροπορικές εταιρίες που προτίμησαν οι επισκέπτες για να επισκεφθούν το νησί.

Σχήμα 21



Αεροπορικές εταιρίες που επέλεξαν οι επισκέπτες

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

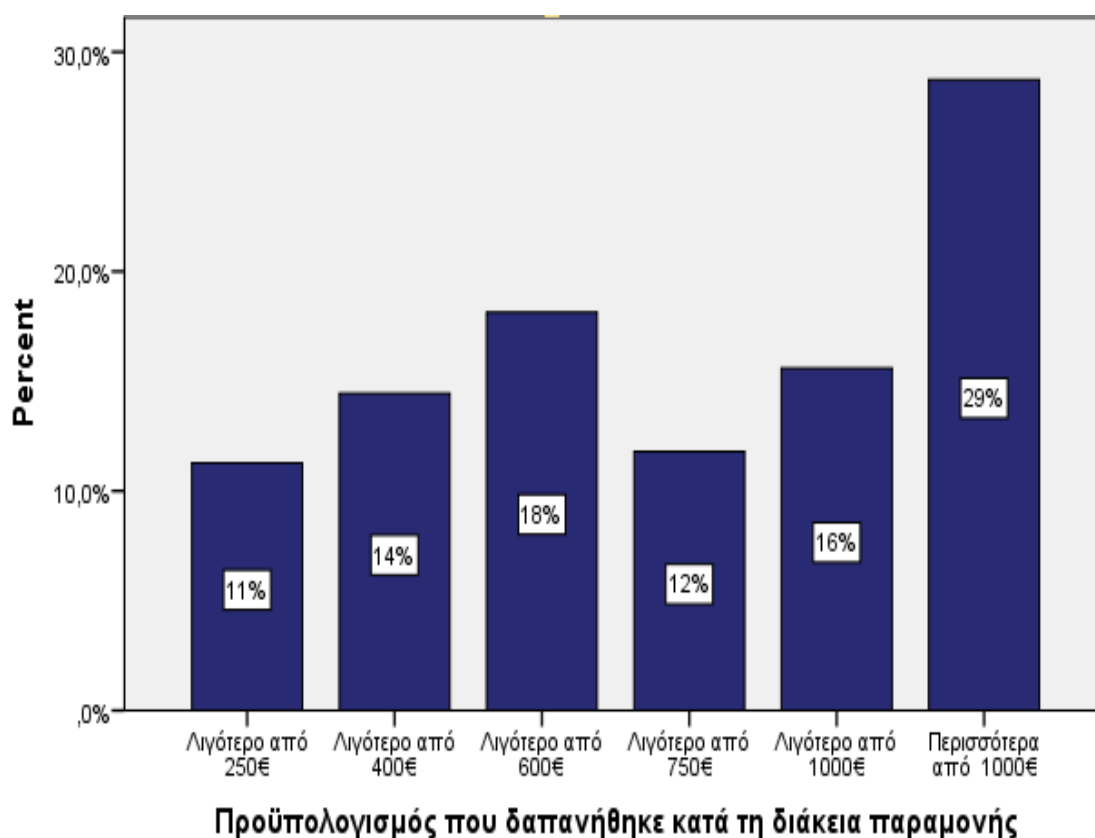
Αρχικά σημειώνεται ότι λόγω της πληθώρας επιλογών που υπάρχουν για τις αεροπορικές εταιρίες που εξυπηρετούν την Κρήτη σαν προορισμό παγκοσμίως έχει γίνει συγχώνευση σε όσες εταιρίες είχαν ποσοστό κάτω από 4% για αυτό έχει προκύψει το ποσοστό του 17% που αντιπροσωπεύει αυτές τις εταιρίες.

Το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει η low cost εταιρία Ryanair λόγω των πολύ χαμηλών τιμών και προσφορών που προσφέρει στους επισκέπτες καθιστώντας την Κρήτη ως ακόμα πιο με ελκυστικό προορισμό. Ακολουθεί Norwegian με 12 % που είναι και αυτή η μεγαλύτερη low cost εταιρία στις σκανδιναβικές χώρες προσφέροντας πολύ ανταγωνιστικές τιμές στους ταξιδιώτες. Ακολουθούν με ίδιο ποσοστό στο 11% η Σκανδιναβική SAS και η βρετανική Thomas Cook αποτελώντας και οι δύο παραδοσιακές δυνάμεις στον τουρισμό της Κρήτης.

Στην συνέχεια με 10% ακολουθεί η Βρετανική TUI Airways που είναι η μεγαλύτερη εταιρία charter, ενώ πιο χαμηλά βρίσκονται οι εταιρίες Condor και Prim air με τελευταία μετά από αυτή την ομαδοποίηση να είναι η Travel Service Polska με 4%.

Ενδιαφέρον στοιχείο αποτελεί και το ποσό του προϋπολογισμού που δαπανήθηκε κατά την διάρκεια των διακοπών από τους επισκέπτες και αυτά τα στοιχεία καταγράφονται στο σχήμα 22.

Σχήμα 22



Προϋπολογισμός κατά την διάρκεια παραμονής

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Το θετικό στοιχείο που προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα είναι ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών με 29% ξοδεύουν περισσότερα από 1000€ κατά την διάρκεια της παραμονής τους γεγονός πολύ ενθαρρυντικό για την τοπική οικονομία.

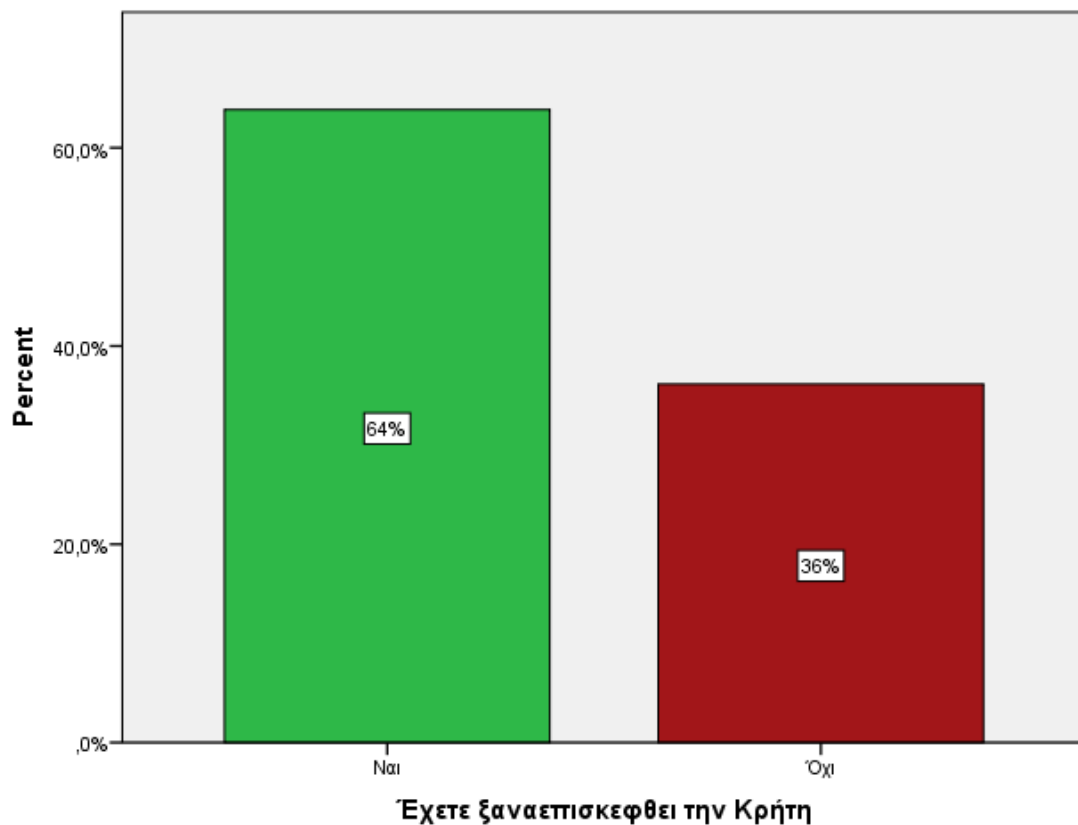
Οι υπόλοιπες κατηγορίες κυμαίνονται περίπου στα ίδια ποσοστά. Με 18% ακολουθούν οι επισκέπτες που ξοδεύουν λιγότερα από 600€ κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Σημαντική συνεισφορά στην τοπική οικονομία της Κρήτης έχει και το 16% των επισκεπτών που προτίμησαν την Κρήτη ξοδεύοντας πάνω από 750 € αλλά λιγότερα από 1000€. Το 14% των επισκεπτών ξόδεψαν λιγότερα από 400€ και το 12% κατανάλωσε λίγο λιγότερα 700€.

Ένα ακόμα θετικό στοιχείο είναι ότι έστω και οριακά στην τελευταία θέση βρίσκονται οι επισκέπτες που κατανάλωσαν λιγότερα από 250€ κατά την διάρκεια των διακοπών τους στην Κρήτη.

Στην συνέχεια οι επισκέπτες απάντησαν και σε άλλες γενικές ερωτήσεις που δείχνουν άμεσα αν έμειναν ευχαριστημένοι από τις διακοπές τους.

Αρχικά στο σχήμα 23 καταγράφονται οι απαντήσεις που έδωσαν για το αν έχουν ξανά επισκεφτεί την Κρήτη.

Σχήμα 23



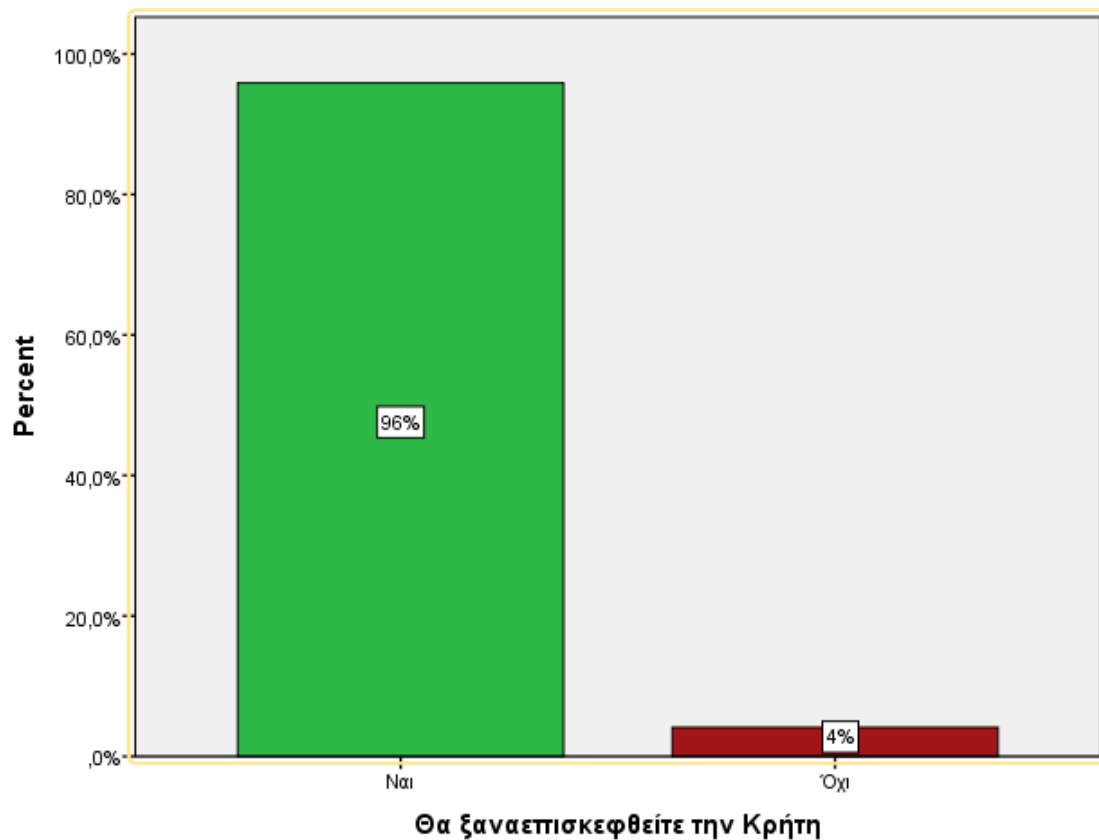
Ερώτηση για το αν οι επισκέπτες έχουν επισκεφτεί ξανά την Κρήτη

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Το 64% των επισκεπτών που δήλωσαν ότι έχουν ξανά επισκεφτεί το νησί είναι ένα εξαιρετικό ποσοστό το οποίο δείχνει ότι έμειναν ευχαριστημένοι από την πρώτη τους εμπειρία για αυτό και ήθελαν να την επαναλάβουν.

Στο σχήμα 24 οι επισκέπτες κλήθηκαν να απαντήσουν για το αν σκοπεύουν να επισκεφτούν ξανά την Κρήτη .

Σχήμα 24



Πρόθεση για επανάληψη επίσκεψης στο Νησί.

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

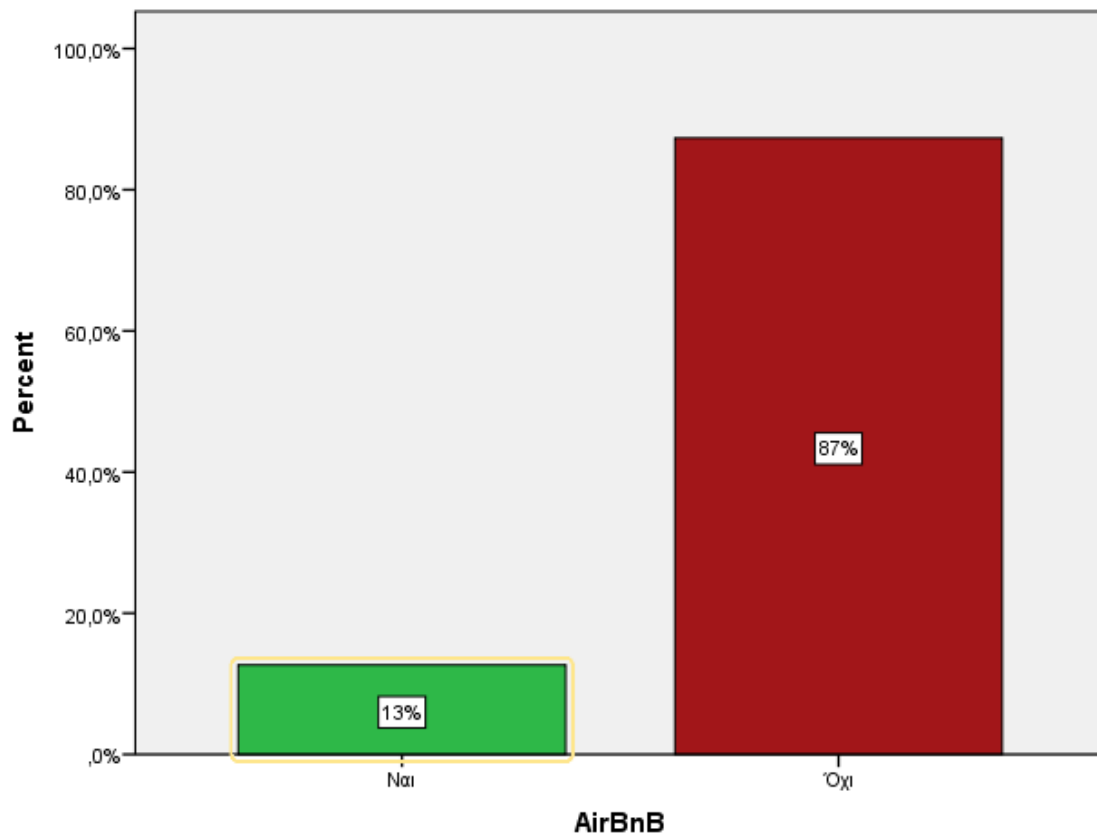
Το εντυπωσιακό 96% από τους επισκέπτες που πήραν μέρος στην έρευνα δήλωσε ότι έχει πρόθεση να ξανά επισκεφτεί την Κρήτη στοιχείο που δείχνει πόσο ευχαριστημένοι ένιωσαν από τις υπηρεσίες και από την φιλοξενία που τους προσφέρθηκε.

Ιδιαίτερα αν συγκριθεί αυτό το ποσοστό με το αντίστοιχο που προέκυψε στον πίνακα 1 που είχε γίνει σχετική ερώτηση για την πρόθεση επανάληψης για την επίσκεψη στην Ελλάδα και η απάντηση ήταν ότι μόλις το 36% ήθελε να επαναλάβει το ταξίδι.

4.2.2 AirBnB

Τα τελευταία χρόνια το κεφάλαιο Airbnb έχει απασχολήσει έντονα τον τουριστικό κλάδο, οπότε δεν θα μπορούσε να λείπει από την συγκεκριμένη έρευνα. Οπότε στους πίνακες που ακολουθούν εξετάζεται αυτοί οι επισκέπτες αρχικά χρησιμοποίησαν την πλατφόρμα του Airbnb στο σχήμα 25, ενώ στην συνέχεια στο σχήμα 26 καταγράφονται τα ποσοστά προτίμησης σε κάθε νομό ξεχωριστά.

Σχήμα 25



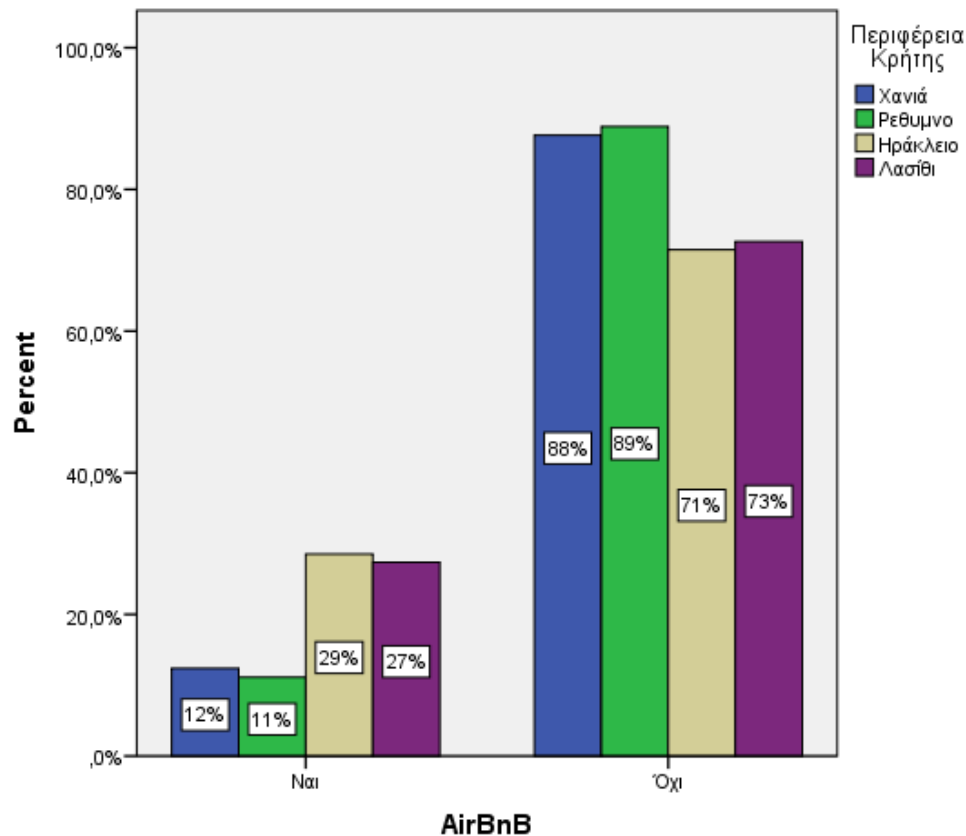
Προτίμηση της πλατφόρμας Airbnb

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Όπως φαίνεται μόλις το 13% του συνόλου προτίμησε αυτή την υπηρεσία για την διαμονή τους κατά την διάρκεια των διακοπών τους δείχνοντας να εμπιστεύονται

περισσότερο τα ξενοδοχεία και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια της Κρήτης. Τα ποσοστά για κάθε νομό ακολουθούν στο σχήμα 26.

Σχήμα 26



Προτίμηση της πλατφόρμας Airbnb ανά περιφέρεια της Κρήτης

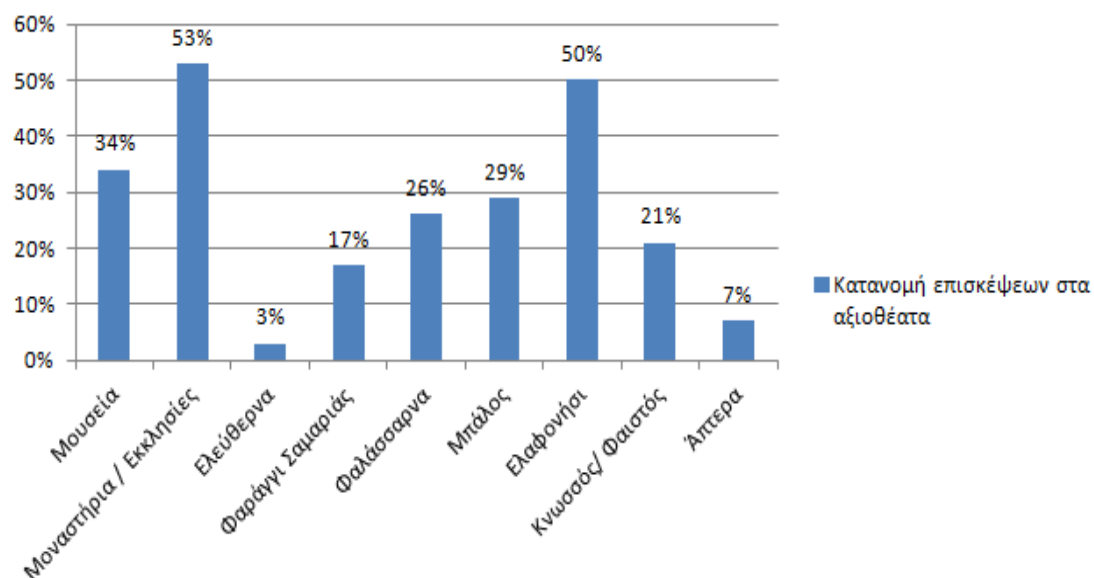
Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Στο Ηράκλειο καταγράφεται το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών που εμπιστεύτηκαν το Airbnb για την διαμονή τους με 29% ενώ οριακά πιο κάτω με 27% είναι ο νομός Λασιθίου. Παρόμοια ποσοστά εμφανίστηκαν στους νομούς Χανίων και Ρεθύμνου με τους επισκέπτες να εμφανίζονται πιο επιφυλακτικοί στο να προτιμήσουν το Airbnb για την διαμονή τους.

4.2.3 Αξιοθέατα Κρήτης

Η Κρήτη είναι ένας ταξιδιωτικός προορισμός με πληθώρα επιλογών για να επισκεφτεί κάποιος και να θαυμάσει σε σημείο που οι περισσότεροι ταξιδιώτες δεν προλαβαίνουν στο διάστημα των διακοπών τους να επισκεφθούν όλα όσα θα ήθελαν. Επομένως είναι σημαντικό να εξεταστεί ποια αξιοθέατα είναι τα δημοφιλέστερα σύμφωνα με την γνώμη των αλλοδαπών τουριστών, για αυτό και καταγράφονται στο σχήμα 27

Σχήμα 27.



Κατανομή των επισκέψεων στα αξιοθέατα

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Εντυπωσιακό είναι ότι με 53% στην πρώτη θέση της προτίμησης των επισκεπτών είναι τα μοναστήρια και εκκλησίες της Κρήτης ξεπερνώντας τις διάσημες παραλίες που παλαιότερα βρισκόταν στην πρώτη θέση . Αυτό είναι κάτι που πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη οι τοπικοί παράγοντες του τουρισμού αφού υπάρχει ξεκάθαρο σημάδι ότι μπορεί να ενισχυθεί περαιτέρω ο Θρησκευτικός τουρισμός.

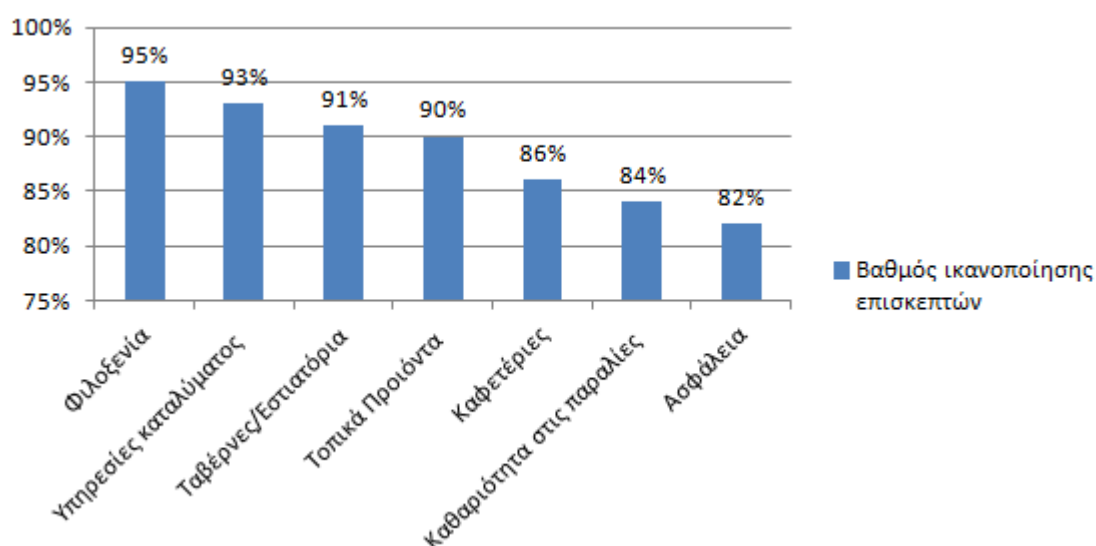
Στην δεύτερη θέση με 50% βρίσκεται το Ελαφονήσι αφού είναι παγκοσμίως γνωστό για την ομορφιά του τοπίου και της θάλασσας και διαχρονικά βρίσκεται ψηλά στις προτιμήσεις των επισκεπτών. Ένας στους τρεις επισκέπτες επιλέγει να θαυμάσει και τα μουσεία του νησιού και ένας στους πέντε περίπου επιλέγει να διασχίσει το φαράγγι της Σαμαριάς και επισκέπτεται αρχαιολογικούς χώρους όπως της Κνωσού και του Φαιστού .

Ψηλά στις προτιμήσεις εξακολουθούν να είναι και οι παραλίες του Μπάλου και των Φαλασσαρνών αποτελώντας κλασικές επιλογές. Στους λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς κατατάσσονται η αρχαία Άπτερα και η Ελεύθερνα.

4.2.4 Βαθμός ικανοποίησης επισκεπτών

Ο βαθμός στον οποίο οι αλλοδαποί επισκέπτες του νησιού μένουν ικανοποιημένοι από τις διαφορετικές υπηρεσίες και εμπειρίες που δοκιμάζουν κατά την διάρκεια των διακοπών τους διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην συνολική αξιολόγηση της Κρήτης ως ταξιδιωτικό προορισμό και στην πρόθεση επανάληψης της επίσκεψης. Για αυτό τον λόγο ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών σε κρίσιμες κατηγορίες αξιολόγησης καταγράφονται στα σχήματα 28 και 29.

Σχήμα 28.



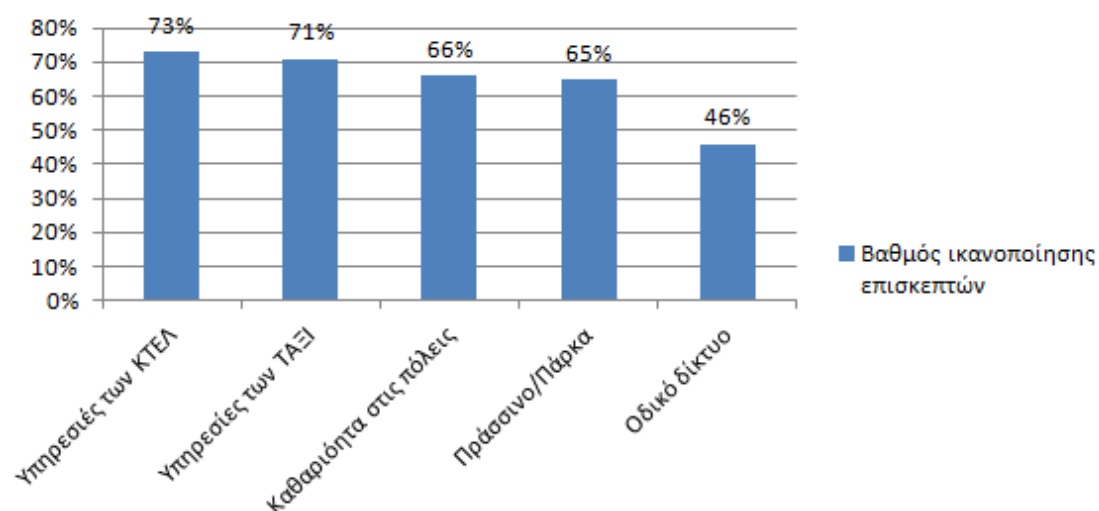
Βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών (1)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Όπως γίνεται αντιληπτό ο χαρακτηρισμός της Κρήτης ως ένας φιλόξενος προορισμός επιβεβαιώνεται αφού το 95% δήλωσε την σχετική του ικανοποίηση. Επιπλέον ο αλλοδαπός επισκέπτης αισθάνεται εξαιρετικά ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που του προσφέρουν τα τουριστικά καταλύματα, όπως και οι χώροι εστίασης.

Ικανοποιημένοι δηλώνουν οι επισκέπτες από τα τοπικά προϊόντα που δοκιμάζουν αφού αυτά πάντα χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα. Συγκριτικά με την υπόλοιπη Ελλάδα η Κρήτη παίρνει υψηλό βαθμό ικανοποίησης στην καθαριότητα των παραλιών, ενώ επιβεβαιώνεται για ακόμα μια φορά ο χαρακτηρισμός της Κρήτης ως ασφαλής ταξιδιωτικός προορισμός.

Σχήμα 29.



Βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών (2)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

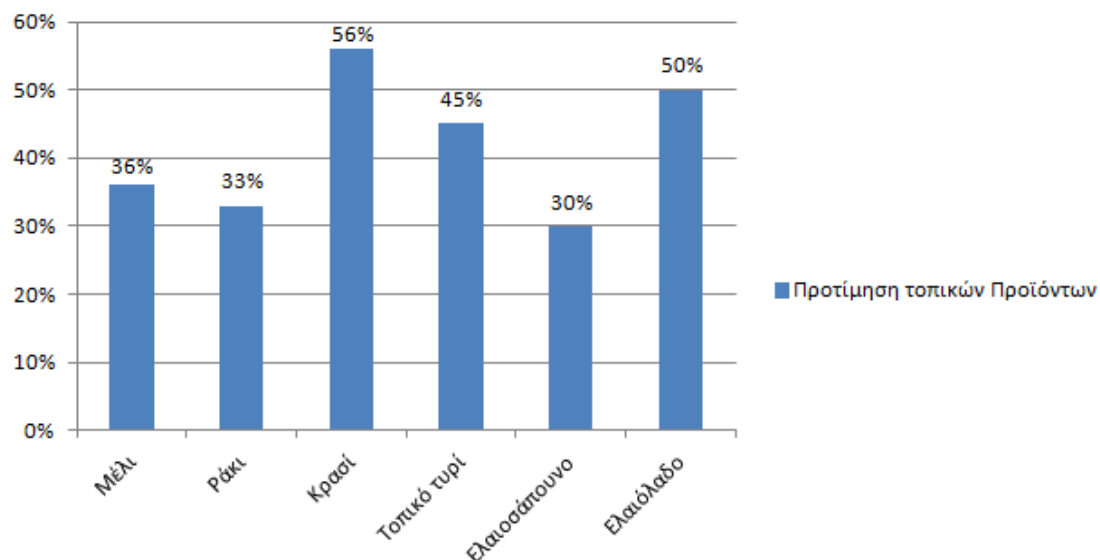
Σημαντική βελτίωση παρατηρείτε στην κατηγορία των μεταφορικών μέσων με τις υπηρεσίες των ΚΤΕΛ και των ΤΑΞΙ να είναι πιο εύχρηστες και φθηνές για τους επισκέπτες.

Από την άλλη οι αλλοδαποί επισκέπτες συνεχίζουν να νιώθουν ανασφάλεια για την οδική κατάσταση και σήμανση του νησιού, ενώ φαίνονται απογοητευμένοι από την έλλειψη καθαριότητα στους δρόμους των πόλεων αλλά και από την εμφανή έλλειψη πάρκων και πρασίνου γενικότερα.

4.2.5 Προτίμηση τοπικών προϊόντων

Όπως καταγράφηκε παραπάνω οι επισκέπτες του νησιού δηλώνουν εξαιρετικά ικανοποιημένοι από τα τοπικά προϊόντα που δοκίμασαν κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Όμως είναι σημαντικό να γίνει διάκριση μεταξύ αυτών των προϊόντων και να ξεχωρίσουν ποια από αυτά οι επισκέπτες προτιμούν περισσότερο και αποτελούν κλασικές επιλογές σε κάθε τους επίσκεψη. Για αυτό και οι προτιμήσεις τους καταγράφονται στα σχήματα 30 και 31.

Σχήμα 30.

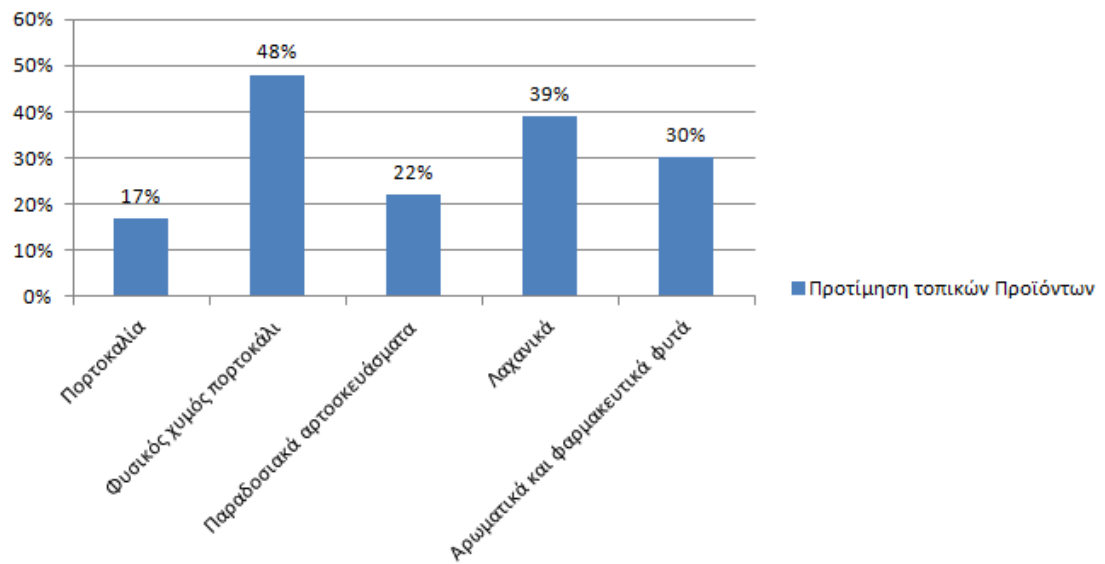


Προτίμηση τοπικών προϊόντων (1)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Το κρητικό κρασί είναι αυτό που δοκιμάζει η πλειοψηφία των αλλοδαπών επισκεπτών με το ποσοστό να φτάνει στο 56%. Επίσης οι μισοί από τους επισκέπτες της Κρήτης δοκίμασαν το τοπικό ελαιόλαδο το οποίο τόσα χρόνια με επιτυχία εξάγεται και στο εξωτερικό. Ψηλά στις προτιμήσεις είναι και τα τοπικά τυριά, ενώ με λίγο χαμηλότερα ποσοστά ακολουθούν το μέλι , το παραδοσιακό ποτό της Κρήτης η ρακί και το ελαιosάπouνο.

Σχήμα 31



Προτίμηση τοπικών προϊόντων (2)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

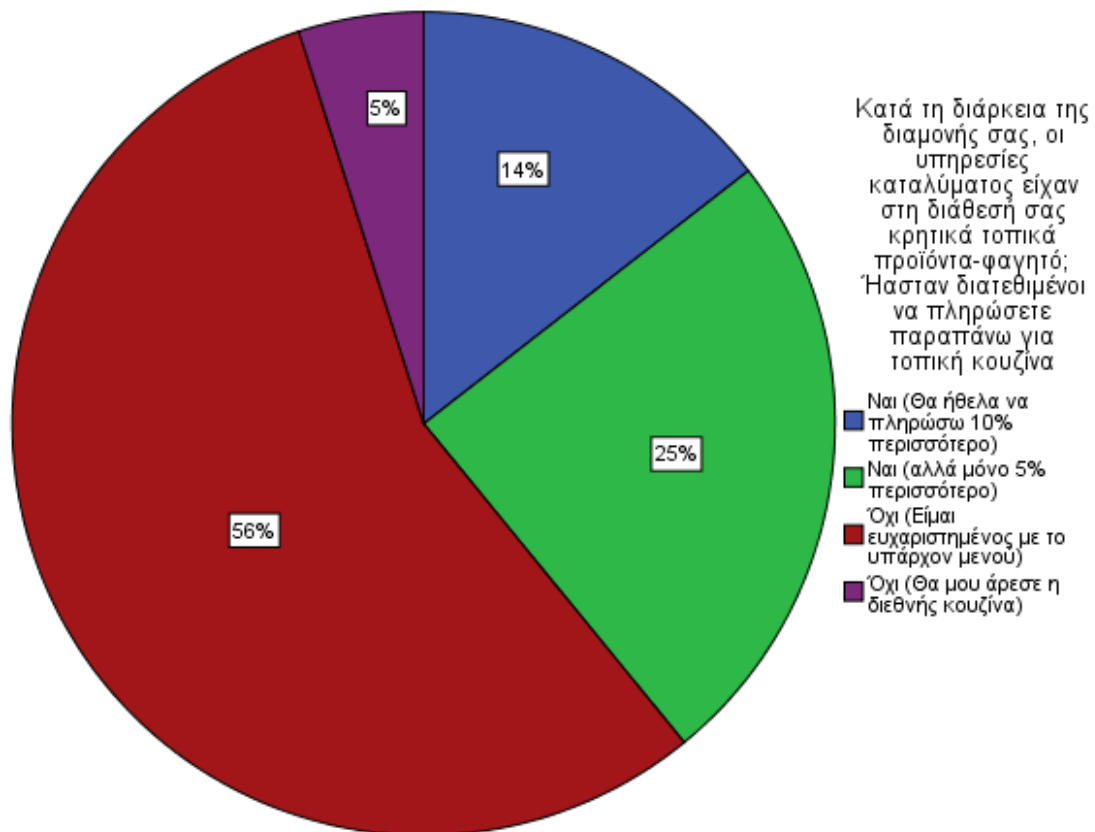
Αρκετά ψηλά στις προτιμήσεις των επισκεπτών είναι και οι φυσικοί χυμοί από πορτοκάλι με 48% ενώ πιο χαμηλά ακολουθούν τα τοπικά λαχανικά με 39%. Τα αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά της Κρήτης συνεχίζουν να καταγράφουν συνεχή ανοδική τάση τα τελευταία έτη με το ποσοστό τους αυτή την φορά να φτάνει το 30%. Χαμηλότερα στις προτιμήσεις των τουριστών εμφανίζονται να είναι τα παραδοσιακά αρτοσκευάσματα και τα πορτοκάλια της περιοχής.

4.2.6 Τοπική κουζίνα και ξενοδοχεία.

Ένα από τα διαχρονικά ζητήματα που απασχολούν τους τοπικούς φορείς του τουρισμού είναι η ύπαρξη ή όχι περισσότερων τοπικών προϊόντων στα καταλύματα του νησιού με τις απόψεις να δίστανται για το αν πρέπει να δοθεί περισσότερη έμφαση στην τοπική κουζίνα ή να διατηρηθεί η ισορροπία με την διεθνή κουζίνα. Σε

αυτό το ερώτημα κλήθηκαν να απαντήσουν οι επισκέπτες με τις απαντήσεις τους να καταγράφονται στο σχήμα 32 .

Σχήμα 32



Ικανοποίηση από την κουζίνα των καταλυμάτων

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Περίπου οι μισοί επισκέπτες του νησιού δηλώνουν ικανοποιημένοι με το υπάρχον μενού αφού θεωρούν ότι υπάρχει η κατάλληλη ισορροπία στην κουζίνα των καταλυμάτων τους.

Ένα σημαντικό ποσοστό των επισκεπτών της τάξης του 25% θα ήθελαν να υπάρχουν περισσότερα κρητικά προϊόντα στην κουζίνα των καταλυμάτων τους και μάλιστα θα

ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν και 5% παραπάνω στον λογαριασμό τους για ποιοτικότερα υλικά.

Μικρότερο είναι το ποσοστό (14%) των επισκεπτών που θα ήθελαν περισσότερα τοπικά προϊόντα στην κουζίνα των καταλυμάτων τους και θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν μέχρι και 10% περισσότερο για μια γαστρονομική εμπειρία με περισσότερα κρητικά υλικά.

Μόλις το 5% των αλλοδαπών επισκεπτών στην σχετική ερώτηση που τους έγινε δήλωσαν ότι θα προτιμούσαν να υπήρχε σε μεγαλύτερο ποσοστό διεθνής κουζίνα στο μενού των καταλυμάτων που διέμεναν.

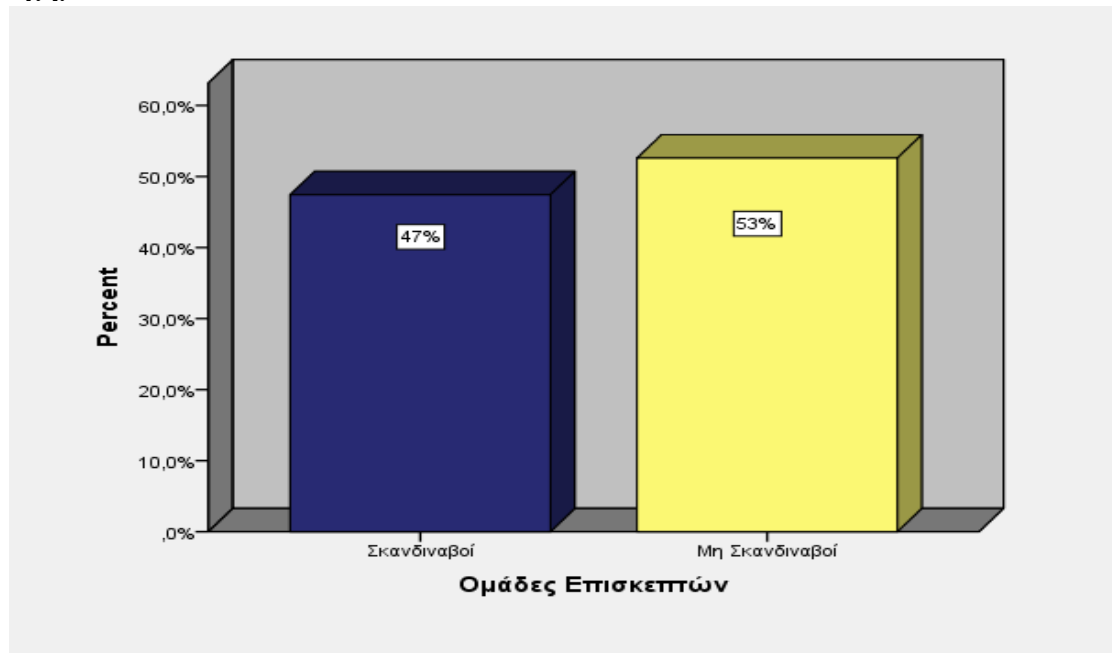
4.2.7 Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί επισκέπτες

Ανέκαθεν η Κρήτη αποτελούσε αγαπημένο προορισμό για τους Σκανδιναβούς επισκέπτες οι οποίοι σταθερά κάθε χρόνο δείχνουν την προτίμηση τους στο νησί αφού από εκεί προέρχεται το μεγαλύτερο ποσοστό αφίξεων. Τα τελευταία χρόνια όμως έχει σημειωθεί μεγάλη αύξηση από τις Ανατολικές χώρες, σε σημείο να έχουμε φτάσει σε μια “ισοφάριση” μεταξύ Σκανδιναβών και μη Σκανδιναβών, ενώ τα προηγούμενα χρόνια το ποσοστό των Σκανδιναβών στην Κρήτη έφτανε έως και το 75%.

Επομένως αξίζει πλέον να γίνεται ανάλυση και για το προφίλ των τουριστών από τις μη Σκανδιναβικές χώρες, ώστε να υπάρχει μια πλήρη ακτινογραφία για το τι θα ζητήσει και πως θα συμπεριφερθεί κατά την διάρκεια των διακοπών του στο νησί.

Παρακάτω ακολουθούν βασικά στοιχεία για το προφίλ των τουριστών που επισκέφτηκαν το νησί την προηγούμενη τουριστική περίοδο με κριτήριο την χώρα προέλευσης τους (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί), ώστε να αναδειχθούν οι διαφορές και οι ιδιαιτερότητες του κάθε επισκέπτη, για να είναι πιο σαφείς στον Έλληνα επιχειρηματία που ασχολείται με τον τουρισμό.

Σχήμα 33

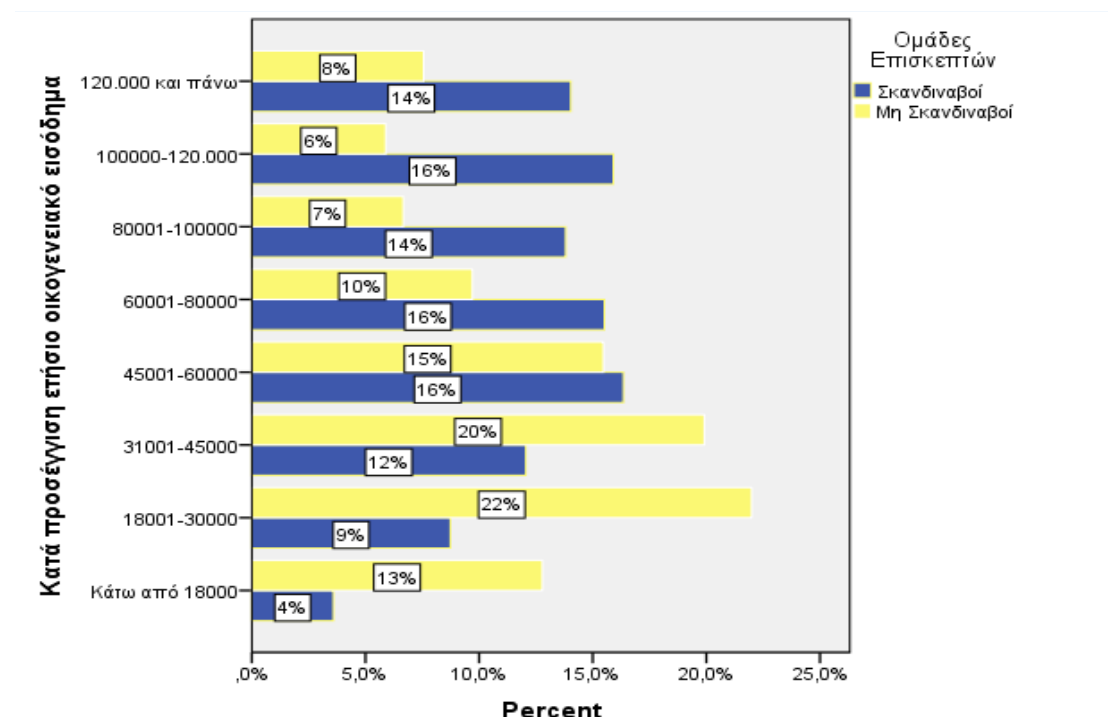


Ομάδες επισκεπτών (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Όπως αναφέρθηκε οι Μη Σκανδιναβοί επισκέπτες έχουν αρχίσει και προτιμάνε όλο και περισσότερο το νησί της Κρήτης ,σε σημείο να αγγίζουν πλέον το 53% του συνολικού τουρισμού , με το ποσοστό των Σκανδιναβών επισκεπτών να παραμένει σε ικανοποιητικά επίπεδα και να φτάνει στο 47%.

Σχήμα 34.



**Κατά προσέγγιση ετήσιο οικογενειακό εισόδημά ανά ομάδα επισκεπτών
(Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)**

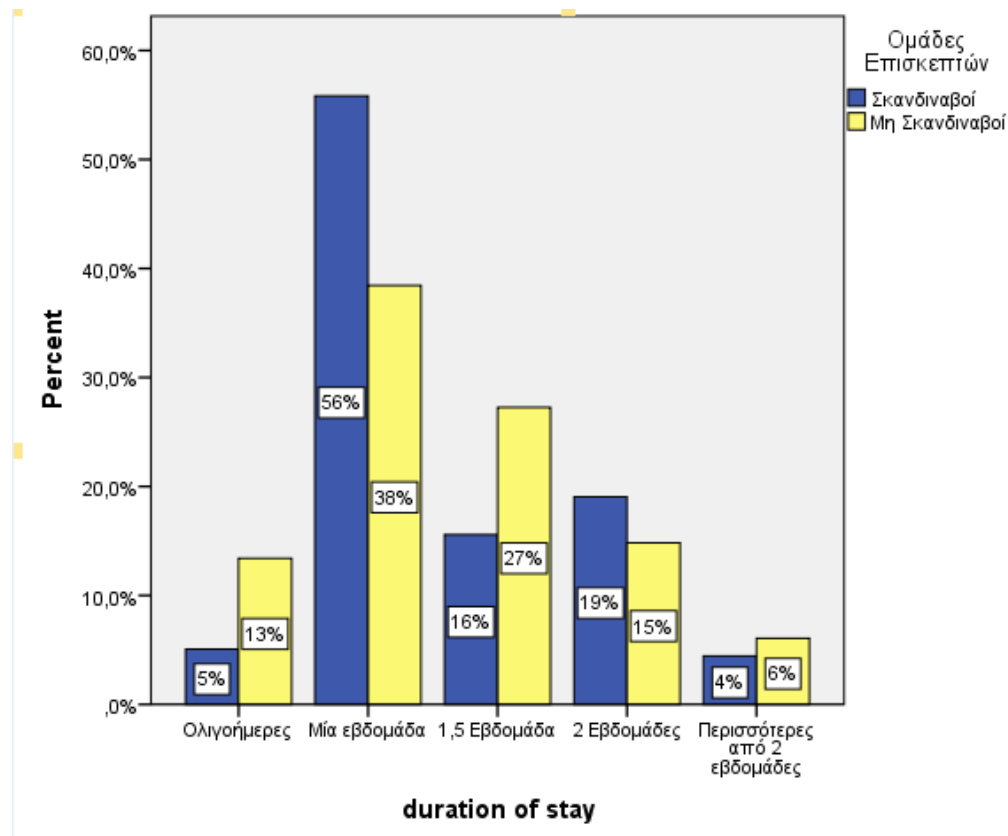
Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του ΜΑΙΧ , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Στο κατά προσέγγιση ετήσιο οικογενειακό εισόδημα των επισκεπτών του νησιού παρατηρείται μια από τις μεγαλύτερες διαφορές μεταξύ Σκανδιναβών και Μη Σκανδιναβών.

Όπως παρατηρείται στο σχήμα 34 το 60% των Σκανδιναβών επισκεπτών έχει οικογενειακό εισόδημα που αρχίζει από τις 60000€ και μάλιστα στο 29% από αυτούς το ετήσιο εισόδημα τους ξεπερνάει τις 120.000€ κάτι που όπως θα αναλυθεί παρακάτω συνεπάγεται και με τον αντίστοιχο τρόπο ζωής στο νησί κατά την διάρκεια των διακοπών τους στο νησί ,για αυτό και προτιμώνται από τους Έλληνες επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου.

Αντίθετα μόλις το 30% των Μη Σκανδιναβών επισκεπτών ανήκει στην κατηγορία με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα άνω των 60000€, κάτι που αυτομάτως συνεπάγεται με οικονομικότερες και πιο προσεκτικές επιλογές κατά την διάρκεια των διακοπών τους .

Σχήμα 35.



Διάρκεια παραμονής ανά ομάδα επισκεπτών (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)

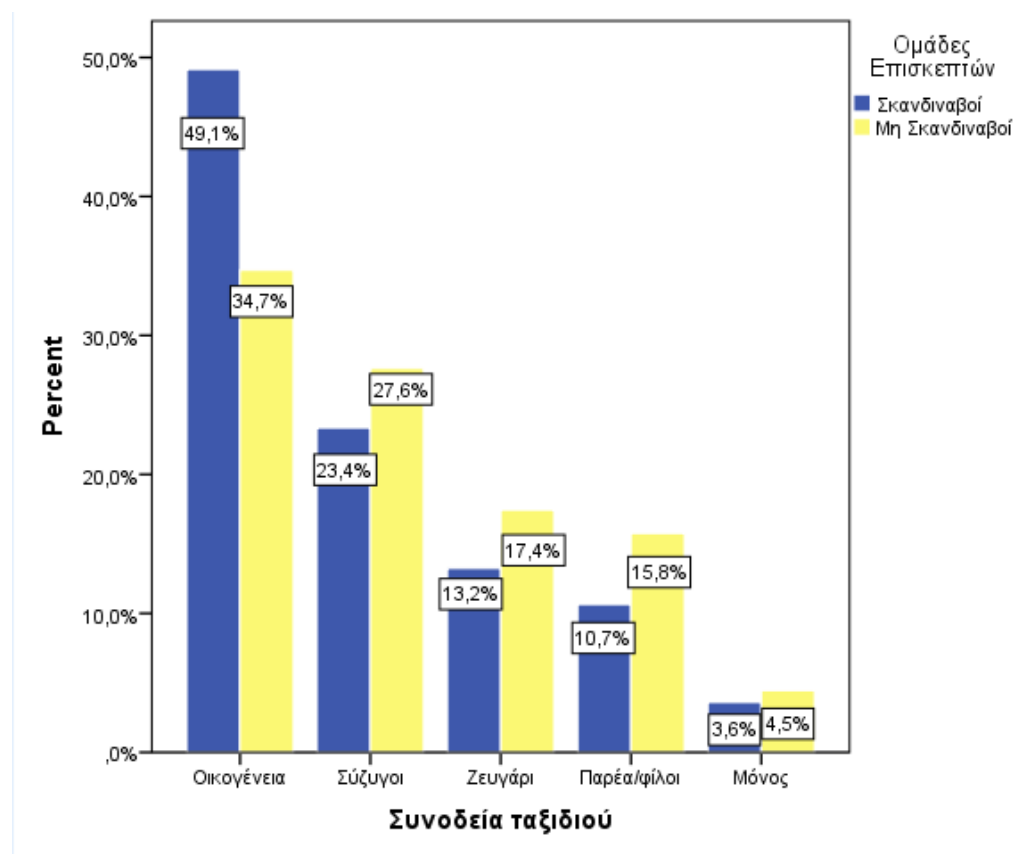
Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Ένας από τους τομείς που αναδεικνύεται η διαφορά μεταξύ των επισκεπτών είναι η διάρκεια που παραμένουν στην Κρήτη . Όπως φαίνεται λοιπόν παραπάνω από τους μισούς Σκανδιναβούς επισκέπτες μένει στο νησί για τουλάχιστον μια εβδομάδα, ενώ

το 20% παραμένει έως και δύο βδομάδες, κάτι που συνεπάγεται ότι βοηθάει σημαντικά την τοπική οικονομία.

Μικρότερη αλλά εξίσου σημαντική είναι η προσφορά και των Μη Σκανδιναβών επισκεπτών αφού το 38% διαμένει για τουλάχιστον για μια εβδομάδα και το 27% για μιάμιση εβδομάδες βοηθώντας και αυτοί από την πλευρά τους τις τοπικές επιχειρήσεις.

Σχήμα 36.



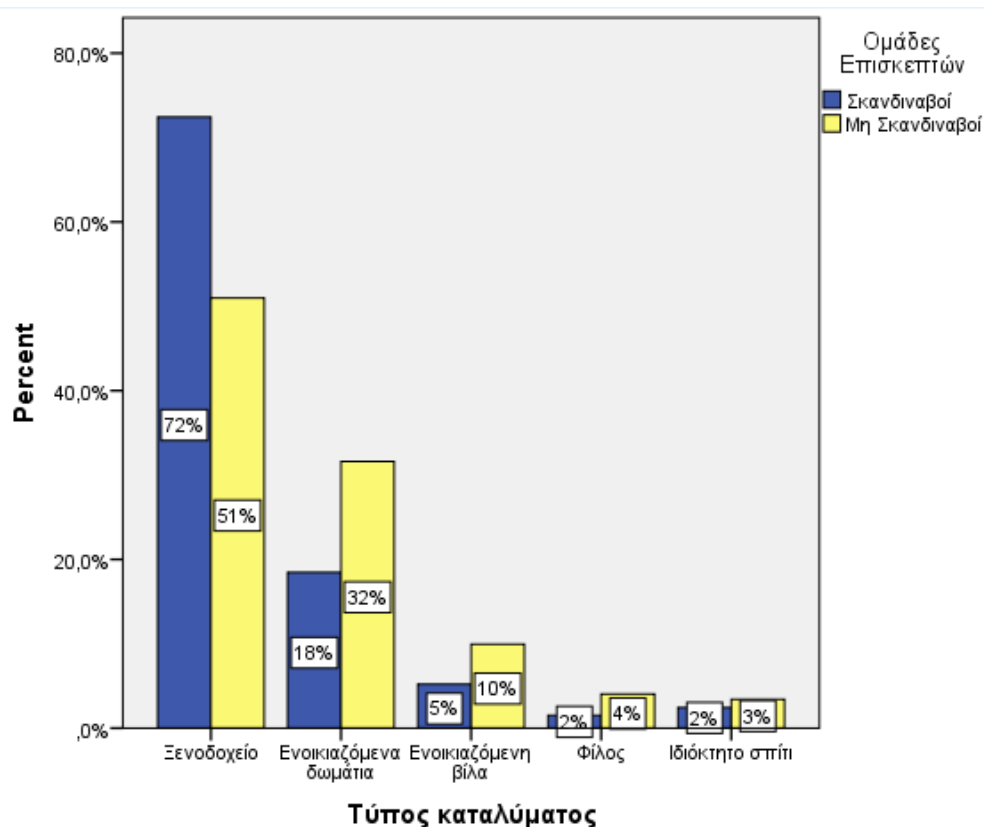
Συνοδεία ταξιδιού ανά ομάδα επισκεπτών (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Ένας ακόμα από τους λόγους που οι τοπικοί παράγοντες του τουρισμού προτιμούν τους Σκανδιναβούς επισκέπτες είναι ότι σε ποσοστό που αγγίζει το 50% έρχονται για οικογενειακές διακοπές ,κάτι που αυτονόητα συνεπάγεται και με περισσότερα έξοδα κατά την διάρκεια των διακοπών τους σε όλους του τομείς από το κατάλυμα που διαμένουν μέχρι και τα εστιατόρια που προτιμάνε καθημερινά.

Από την άλλη πλευρά χαμηλότερο είναι το ποσοστό των Μη Σκανδιναβών που προτιμάνε την Κρήτη για οικογενειακές διακοπές καθώς έρχονται σε σημαντικά ποσοστά είτε ως ζευγάρια είτε ως παρέες στο νησί για να περάσουν τις διακοπές τους.

Σχήμα 37.

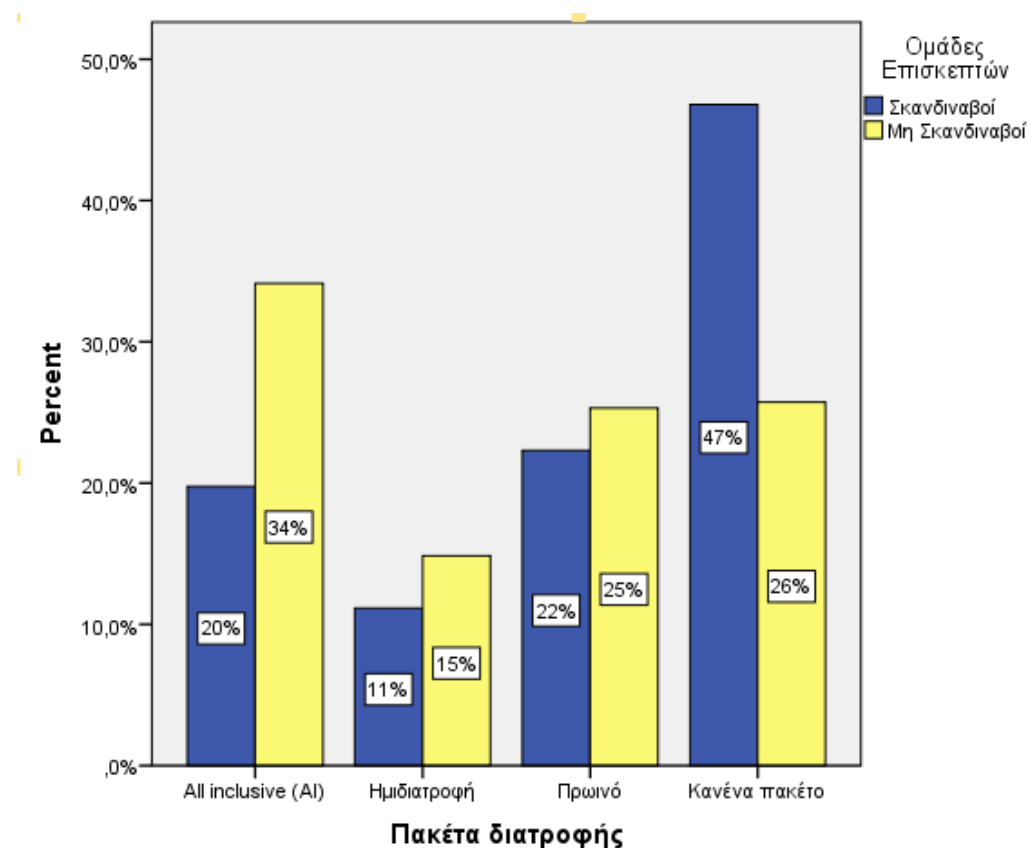


Τύπος καταλύματος ανά ομάδα επισκεπτών (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Ένας ακόμα από τους τομείς που διακρίνεται η καλή οικονομική κατάσταση των Σκανδιναβών είναι ότι το 72 % των επισκεπτών της Κρήτης προτιμάνε την σίγουρη και δοκιμασμένη λύση των ξενοδοχείων και δεν δείχνουν να μην εμπιστεύονται την μόδα της εποχής που επικρατεί στον τουριστικό κλάδο που περιλαμβάνει τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και την πλατφόρμα του Airbnb για ενδεχομένως φθηνότερες λύσεις που ψάχνουν οι μη Σκανδιναβοί σε ένα ποσοστό που αγγίζει το 35%.

Σχήμα 38



Πακέτα διατροφής ανά ομάδα επισκεπτών (Σκανδιναβοί vs Μη Σκανδιναβοί)

Πηγή: Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του MAIX , Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης και Ένωση Ξενοδόχων Ν. Χανίων.

Όσο αναφορά τα πακέτα διατροφής που προτιμάνε οι Σκανδιναβοί επισκέπτες στα καταλύματα που διαμένουν είναι ξεκάθαρο ότι στην πλειοψηφία τους δεν προτιμάνε κανένα πακέτο αφού συνηθίζουν να τρώνε εκτός καταλυμάτων σε τοπικά εστιατόρια και ταβέρνες δοκιμάζοντας τις τοπικές γεύσεις.

Αντίθετα οι Μη Σκανδιναβοί επισκέπτες στην πλειοψηφία τους προτιμάνε τα All inclusive πακέτα διατροφών , πληρώνοντας τις τοπικές επιχειρήσεις εστίασης αφού αντικαθιστούνται σε μεγάλο βαθμό από τις υπηρεσίες του εκάστοτε ξενοδοχείου.

4.2.8 Συμπεράσματα της έρευνας

Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε η Κρήτη είναι ένας οικογενειακός προορισμός με τουρίστες που την έχουν επισκεφτεί ξανά , που αποζητούν τοπικά προϊόντα, όπως το ελαιόλαδο , το κρασί αλλά και αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά τα οποία τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν όλο και μεγαλύτερη ζήτηση , ενώ όλο και περισσότεροι επιλέγουν καταλύματα AirBnb για την διαμονή τους.

Επιπλέον η Κρήτη παραδοσιακά αποτελεί προορισμό που επιλέγουν κυρίως Σκανδιναβοί , όμως τα τελευταία χρόνια υπάρχει αύξηση στους μη Σκανδιναβούς επισκέπτες ,κυρίως από τις ανατολικές χώρες.

Όσο αφορά τους προορισμούς που επιλέγουν κορυφαίοι προορισμοί αναδεικνύονται τα Μοναστήρια και οι Εκκλησίες , ενώ από τις παραλίες το Ελαφονήσι εξακολουθεί να βρίσκεται στην πρώτη θέση .

5^ο Κεφάλαιο

Συμπεράσματα

Ο τουρισμός αποτελεί ίσως τον βασικότερο πυλώνα της ελληνικής οικονομίας. Για αυτό τον λόγο κάθε χρονιά εκπονούνται έρευνες και αναλύσεις από τους ειδικούς του κλάδου ώστε να γίνεται ένας απολογισμός πάνω σε ποιους τομείς του τουρισμού η Ελλάδα σημείωσε ικανοποιητικές επιδόσεις αλλά και σε ποιους τομείς υστέρησε σε σχέση με τις απαιτήσεις των επισκεπτών.

Ο ενδεδειγμένος τρόπος για να εξεταστούν οι επιδόσεις της Ελλάδας είναι η ικανοποίηση των επισκεπτών σε βασικά κριτήρια απόδοσης σε σύγκρισή με τον άμεσο ανταγωνισμό της Νότιας Ευρώπης. Μέσω αυτής της ανάλυσης προκύπτει ότι όντως η Ελλάδα πετυχαίνει υψηλές επιδόσεις σε κύρια κριτήρια όπως η φιλοξενία των κατοίκων και η ικανοποίηση από τις ταβέρνες και γενικά τα καταλύματα. Υπάρχουν τομείς που η Ελλάδα μπορεί να βελτιώσει όπως είναι η αξιοποίηση και η προώθηση των τοπικών προϊόντων, αλλά υπάρχουν και τομείς που η Ελλάδα σημειώνει επικίνδυνα χαμηλές βαθμολογίες όπως είναι η κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και η καθαριότητα στις παραλίες. Αυτά είναι προβλήματα που έχουν τονιστεί εδώ και χρόνια όμως απαιτείται άμεση παρέμβαση ώστε να μπορεί να γίνει αναβάθμιση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Οι έρευνες που διεξάγονται επεκτείνονται σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας καθώς σε κάθε μια ξεχωριστά ισχύουν διαφορετικά δεδομένα. Με αυτόν τρόπο οι τοπικοί φορείς του τουρισμού μπορούν να κάνουν κάθε χρόνο γνωρίζοντας βασικές παραμέτρους όπως οι επισκέψεις, οι διανυκτερεύσεις, οι εισπράξεις και οι χώρες προέλευσης, μπορούν να κάνουν εκτιμήσεις για τα έσοδα τους και να ακολουθήσουν τις κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ.

Κυρίαρχος τουριστικός προορισμός της Ελλάδας αποτελεί η Κρήτη και αυτός είναι ο λόγος που δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ανάλυση της. Η δυνατότητα τόσο ακτοπολικής, όσο και αεροπορικής διασύνδεσής με προορισμούς εντός και εκτός Ευρώπης, όλο τον χρόνο συμβάλει την υψηλή της κατάταξη, ενώ τα τελευταία χρόνια κερδίζει έδαφος και ο τουρισμός μέσω των κρουαζιερόπλοιων. Αποτελεί τον αγαπημένο προορισμό για επισκέπτες από την Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Γαλλία, οι οποίοι κάθε χρόνο ενισχύουν σημαντικά την τοπική οικονομία, κάτι που μεταφράζεται κάθε χρονιά σε αυξημένες θέσεις απασχόλησης.

Για να αναβαθμίσουν την εικόνα της Κρήτης σε όλο τον κόσμο, οι τοπικοί φορείς του τουρισμού, συμβουλευόμενοι τις έρευνες που γίνονται κάθε χρόνο με θέμα τον εισερχόμενο τουρισμό. Μέσα από έρευνες όπως αυτή του κεφαλαίου 4 μπορεί να γίνει μια αξιολογή σκιαγράφηση του προφίλ των εισερχόμενων επισκεπτών που θα τους προσφέρει καλύτερη εμπειρία διαμονής στο νησί, κάτι που στην συνέχεια θα βοηθήσει στην προώθηση του παγκοσμίως. Επομένως προκύπτουν βασικά συμπεράσματα για τον τουρισμό στην Κρήτη, όπως ότι αποτελεί κυρίως

οικογενειακό και ασφαλή στα μάτια των επισκεπτών προορισμό. Επιπλέον ο κύριος όγκος των επισκεπτών δηλώνει την πρόθεση του να επισκεφτεί ξανά τον νησί και να δοκιμάσει ξανά τα αγαπημένα του τοπικά προϊόντα όπως το κρασί και το ελαιόλαδο.

Παραδοσιακά η πλειοψηφία των επισκεπτών του νησιού προέρχονται κυρίως από την Σκανδιναβία γεγονός που τονώνει την τοπική οικονομία αφού όπως αποδείχθηκε επενδύουν μεγαλύτερα ποσά κατά την διάρκεια των διακοπών τους σε αντίθεση με τους μη Σκανδιναβούς που είναι πιο προσεκτικοί με τα έξοδα τους.

Στόχος είναι στο μέλλον να συνεχίσουν να εκπονούνται αναλυτικές έρευνες πάνω στο θέμα με σκοπό την μεγαλύτερη ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των φορέων του τουρισμού που θα οδηγήσει στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος και στην αύξηση της ζήτησής από επισκέπτες παγκοσμίως.

Βιβλιογραφία

- 1 <https://insete.gr/>
- 2 Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)
- 3 Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ)
- 4 Σύνδεσμος Των Εν Ελλάδι Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ)
- 5 Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Ενοικιαζόμενων Δωματίων Διαμερισμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ)
- 6 Ποιοτική έρευνα τουρισμού για την Κρήτη (2009) (Εργαστήριο Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Συστημάτων Αποφάσεων)
- 7 Μελέτη τουριστικής ζήτησης και προφίλ επισκεπτών της ανατολικής Κρήτης.(2019)(Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης Σχολή Διοίκησης Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Εργαστήριο Τουρισμού & Επιχειρηματικότητας)
- 8 <https://insete.gr/statistika-stoixeia-perifereion/>
- 9 <https://insete.gr/statistika-eiserxomenou-tourismou>
- 10 <https://insete.gr/statistika-deltia/>
- 11 https://insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_TRAVELSAT_Greece_2018.pdf
- 12 https://insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019_Outlook-2019.pdf
- 13 https://insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf
- 14 <http://chania-cci.gr/2019/03/parousiastike-i-erevna-gia-ton-tourismo-kai-to-profil-ton-episkepton-sto-n-chanion/>
- 15 <https://flashnews.gr/post/383746/xania-erevna-gia-ton-toyrismo-airbnb-elafonhsi-kai-monasthria-stis-prwtes-epiloges>
- 16 <https://www.tovima.gr/2019/04/19/finance/erevna-thetika-minymata-gia-ton-tourismo-stin-dytiki-kriti/>