

Ανάγκη επανεκτίμησης της τουριστικής ταυτότητας – Στροφή προς έναν αειφόρο τουριστικό προορισμό

Εν αναμονή των διεθνών εξελίξεων που δημιουργεί ένα κλίμα αστάθειας και αβεβαιότητας, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τουρισμού που υλοποιήθηκε το 2025, προκύπτει ότι η τουριστική εμπειρία στην Δ. Κρήτη αξιολογείται συνολικά σε **ιδιαίτερα θετικό επίπεδο**, γεγονός που επιβεβαιώνει τη σταθερή θέση του προορισμού ως ενός **ισχυρού και ελκυστικού τουριστικού προϊόντος**. Τα ευρήματα αναδεικνύουν ότι οι επισκέπτες διαμορφώνουν θετική εικόνα τόσο για τα **φυσικά χαρακτηριστικά του τόπου** όσο και για βασικές παραμέτρους των **παρεχόμενων υπηρεσιών**, στοιχείο που συμβάλλει ουσιαστικά στη **συνολική ικανοποίησή τους**.

Ειδικότερα, οι υψηλότερες επιδόσεις καταγράφονται σε διαστάσεις που σχετίζονται με το **ανθρώπινο στοιχείο** και την **ποιότητα της βιωματικής εμπειρίας**. Η **φιλικότητα και η φιλοξενία**, η **εστίαση**, η **κρητική γαστρονομία**, οι υπηρεσίες **καφέ και αναψυχής**, καθώς και η **αίσθηση ασφάλειας**, αποτελούν τους βασικούς άξονες πάνω στους οποίους εδράζεται η θετική αξιολόγηση του προορισμού. Το στοιχείο αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς υποδηλώνει ότι η **ανταγωνιστικότητα της Δ. Κρήτης** δεν βασίζεται αποκλειστικά στους φυσικούς της πόρους, αλλά και στην **ποιότητα της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης** και στη διατήρηση μιας **αυθεντικής εμπειρίας φιλοξενίας**. Παράλληλα, η υψηλή αξιολόγηση της **καθαριότητας των παραλιών** και των **καταλυμάτων** ανταποκρίνεται σε βασικές απαιτήσεις **άνεσης, ασφάλειας και ποιότητας**. Η συμμετοχή της **Περιφέρειας Κρήτης** σε διεθνείς εκθέσεις και οι **παράλληλες δράσεις** καθ' όλη τη διάρκεια του έτους στην Κρήτη, συμβάλουν καθοριστικά στην βελτίωση της εικόνας του προορισμού.

Παρά τη θετική συνολική αποτίμηση, η έρευνα αναδεικνύει και ορισμένες **αδυναμίες**, οι οποίες σχετίζονται κυρίως με τη **λειτουργική διάσταση του προορισμού**. Οι χαμηλότερες επιδόσεις εντοπίζονται στο **οδικό δίκτυο**, στη **σήμανση**, στην **κυκλοφορία**, στις **παροχές στάθμευσης**, καθώς και στις **υποδομές ποδηλάτου**. Επίσης, τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι οι σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επισκέπτες δεν αφορούν τόσο τον πυρήνα της τουριστικής εμπειρίας, όσο ζητήματα **πρακτικής οργάνωσης, προσβασιμότητας και κινητικότητας**. Επίσης, η αλόγιστη χρήση πλαστικού, κυρίως πλαστικών μπουκαλιών, επιβάλλει πρακτικές ορθής διαχείρισης, ούτως ώστε να μειωθεί το αποτύπωμα άνθρακα στο περιβάλλον.

Επομένως, η βασική πρόκληση για την περαιτέρω ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της Δ. Κρήτης εντοπίζεται στην **αναβάθμιση των υποδομών** και στην **αειφορική διαχείριση του προορισμού**.

Να σημειωθεί ότι τα **ποσοστά δυσαρέσκειας στις εν λόγω υπηρεσίες και υποδομές έχουν μειωθεί** σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, αποτέλεσμα των προσπαθειών και ενεργειών που έχει καταβάλει ο **Δήμος Χανίων**, όπου παρ' όλο την ταλαιπωρία που μπορεί να υφίσταται ο επισκέπτης λόγω της υλοποίησης συνεχών έργων, **κρίνονται απολύτως απαραίτητα** για την εύρυθμη λειτουργία της Πόλης.

Σύμφωνα με τις απόψεις κυρίως των **επαναλαμβανόμενων τουριστών**, είναι μεγάλη η προσμονή τους για την επανέναρξη της **Κεντρικής Δημοτικής Αγοράς Χανίων**, όπου θα μπορούν να δοκιμάζουν και να αγοράζουν τα **τοπικά προϊόντα**, όπως πολύ θετικά είναι τα σχόλια για την **διαπλάτυνση των πεζοδρομίων**, την **δημιουργία νέων χώρων στάθμευσης** περιμετρικά του Κέντρου, ούτως ώστε να αποσυμφορηθεί η Πόλη, αλλά και τις διάφορες **πολιτιστικές εκδηλώσεις**, όπως είναι η **Στράτα**, όπου προσελκύει το ενδιαφέρον τους.



Παράλληλα, τα **ποιοτικά στοιχεία** της παρουσίασης, μέσα από τη θεματική αποτύπωση των σχολίων των επισκεπτών, επιβεβαιώνουν τη διττή αυτή εικόνα. Από τη μία πλευρά, οι **θετικές αναφορές** εστιάζουν κυρίως στις **παραλίες**, στο **φυσικό τοπίο**, στη **γαστρονομία**, στην **αυθεντικότητα** και στη **φιλοξενία**.

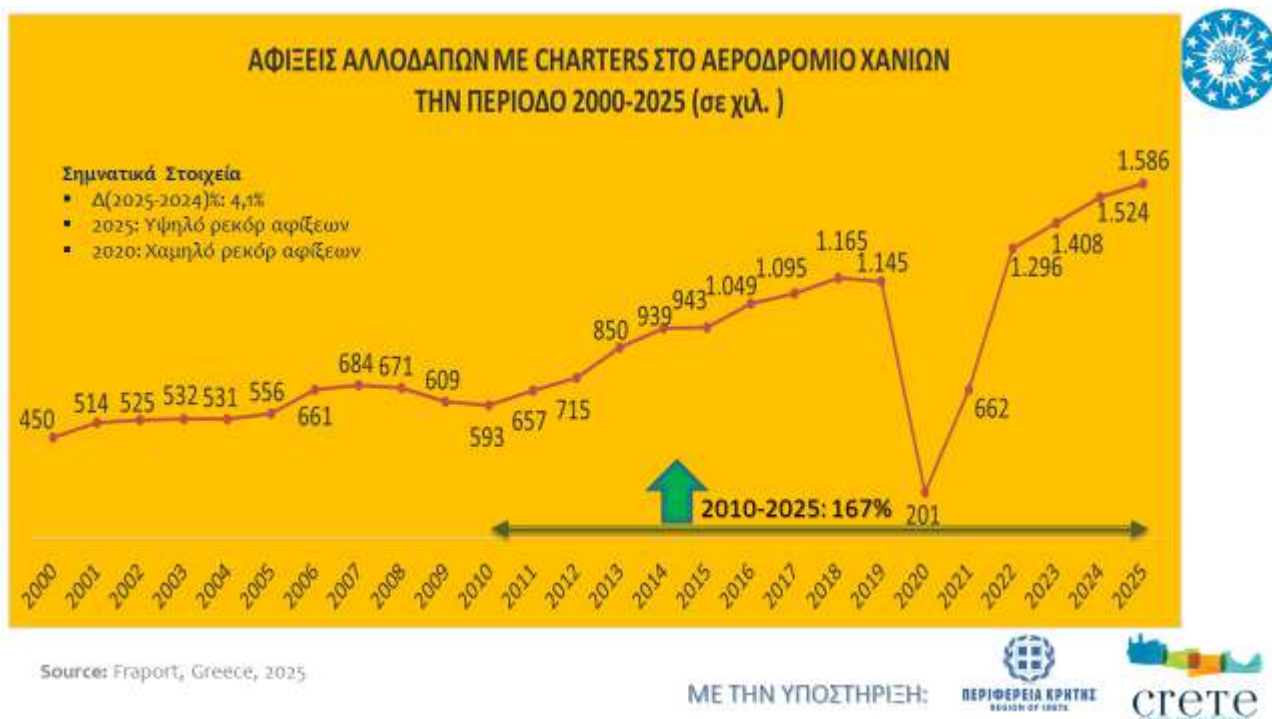
Από την άλλη πλευρά, οι **αρνητικές επισημάνσεις** αφορούν σε μεγαλύτερο βαθμό τους **δρόμους**, τις **μετακινήσεις**, την **οργάνωση των υποδομών**, την **καθαριότητα** σε ορισμένα σημεία, τις **τιμές** και τον **συνωστισμό**.

Πιθανόν το **φαινόμενο του συνωστισμού** να συμβάλλει στην πολύ μικρή κάμψη των θετικών σχολίων (**για δεύτερη συνεχόμενη τουριστική περίοδο**) σε σχέση με τις υπηρεσίες εξυπηρέτησης, καθώς δείχνει ότι πιέζεται η αμεσότητα και φιλικότητα επικοινωνίας που χαρακτήριζε αυτές τις υπηρεσίες τουρισμού. Επιπλέον, και για την τουριστική περίοδο 2025, η αυξημένη πίεση από την υψηλή ροή επισκεπτών έχει ως αποτέλεσμα την **προσέγγιση του ορίου δυναμικότητας** των τουριστικών επιχειρήσεων γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερες τιμές, μείωση ποιότητας υπηρεσιών και υπερφόρτωση των υποδομών.

Η αντίθεση αυτή δείχνει ότι η Δ. Κρήτη διαθέτει ένα **ισχυρό και ελκυστικό βασικό τουριστικό προϊόν**, το οποίο όμως χρειάζεται **υποστηρικτικές παρεμβάσεις σε λειτουργικό επίπεδο**, ούτως ώστε να καταστεί ο προορισμός πιο **ανθεκτικός**, συνεχίζοντας να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΧΑΝΙΩΝ

Σχετικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων και με βάση τα στοιχεία της Fraport-Greece για το έτος 2025, καταγράφεται ρεκόρ αφίξεων με 1,6 εκατ. αφίξεις, σημειώνοντας αύξηση 4% σε σχέση με το προηγούμενο έτος 2024, όπου είχαν σημειωθεί 1,5 εκατ. αφίξεις. Η φετινή αύξηση, σε σχέση με το 2024, οφείλεται κυρίως από τους μη Σκανδιναβούς, οι οποίοι σημειώνουν ποσοστό αύξησης ίσο με 6,5%, ενώ η αύξηση των Σκανδιναβών παρουσίασε οριακή μείωση. Ειδικότερα από τους Σκανδιναβούς, τη μεγαλύτερη αύξηση σημειώνουν οι Δανοί με 3%, οι Νορβηγοί κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα, ενώ Σουηδοί και Φινλανδοί παρουσιάζουν μείωση κατά 3%. Γενικά, παρατηρούμε ότι οι Σκανδιναβοί σταθεροποιούνται κοντά στο 35% επί των συνολικών αφίξεων μετά την εποχή του κορονοϊού, όταν πριν το ποσοστό τους είχε εδραιωθεί γύρω στο 50%. Το γεγονός αυτό δεν σημαίνει ότι οι αφίξεις των Σκανδιναβών μειώνονται, αλλά ότι οι αφίξεις των μη Σκανδιναβών αυξάνονται με πολύ πιο γοργούς ρυθμούς.



Αναφορικά με τις κύριες εθνότητες των μη Σκανδιναβών, Γερμανοί, Βρετανοί και Πολωνοί είναι αυτοί που σημειώνουν σημαντικά ποσοστά αυξήσεων με 8%, 6% και 5%, αντίστοιχα. Βρετανοί και Γερμανοί οι οποίοι συνεχίζουν και παραμένουν στις δύο πρώτες θέσεις επί των συνολικών αφίξεων με 18% και 13%, αντίστοιχα επί των συνολικών αφίξεων, ενώ οι Πολωνοί καταλαμβάνουν την τέταρτη θέση με ποσοστό που φτάνει το 10%.

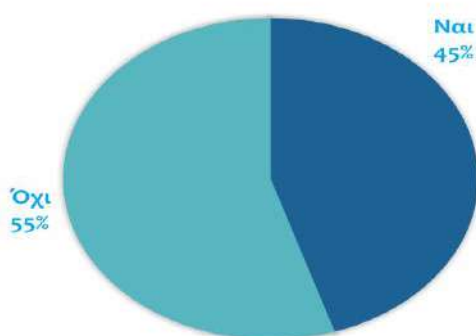
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ

Συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, φέτος όπως και πέρυσι καταγράφεται υψηλό ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη, με το 45% των αλλοδαπών τουριστών

να έχουν επισκεφθεί τη Δυτική Κρήτη τουλάχιστον μια φορά τα προηγούμενα χρόνια. Από αυτούς που είχαν ξαναεπισκεφθεί τη Δυτική Κρήτη, το 45,4% δεν παρατήρησε κάποια σημαντική αλλαγή ποσοστό σημαντικά υψηλότερο από το αντίστοιχο περυσινό. Από τους υπόλοιπους που είδαν κάποια αλλαγή, τέσσερις στους δέκα αναφέρθηκαν στις αυξημένες τιμές και στο υψηλότερο κόστος υπηρεσιών, ενώ αντίθετα το 15% θεωρεί ότι το τοπίο της πόλης και η ποιότητα των υπηρεσιών άλλαξε προς το καλύτερο, και ένα 7% ότι η συμπεριφορά των ντόπιων έχει βελτιωθεί.

Χαρακτηριστικά επίσκεψης 2025

Έχετε επισκεφθεί ξανά τη δυτ. Κρήτη;



Έχετε παρατηρήσει σημαντικές ή απροσδόκητες αλλαγές από την τελευταία σας επίσκεψη στο νησί της Κρήτης;

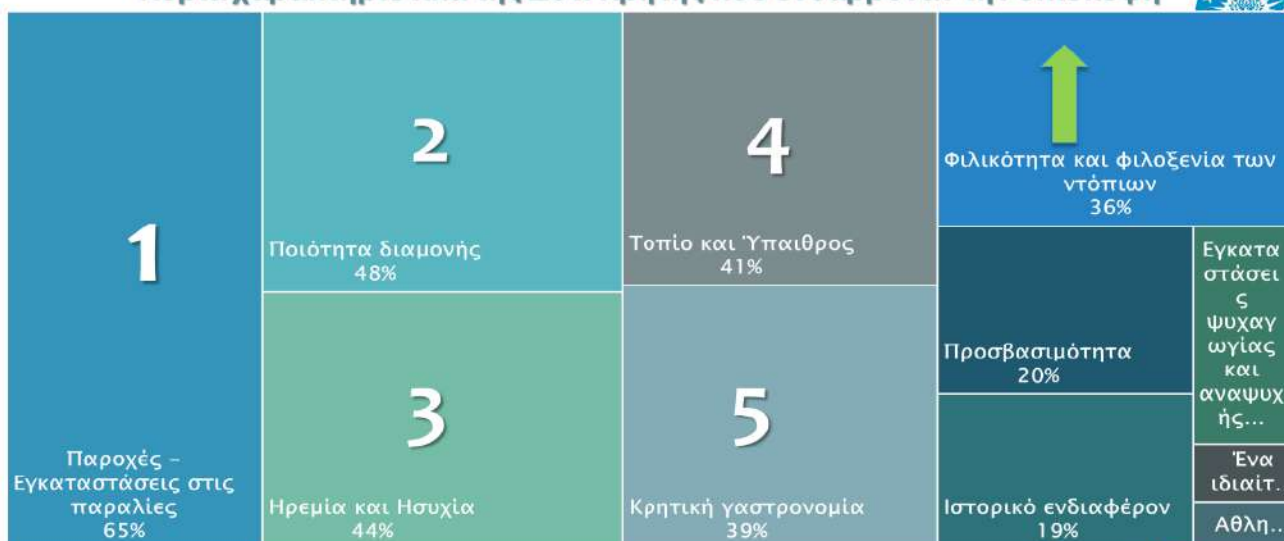


ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Κύριοι λόγοι που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη οι τουρίστες παραμένουν οι παραλίες (65%), η ποιότητα διαμονής (48%), η ηρεμία και η ησυχία (44%), η ομορφιά του τοπίου και της υπαίθρου (41%). Ακολουθούν ή κρητική γαστρονομία (39%) καθώς και η φιλικότητα και φιλοξενία των ντόπιων (36%), με ποσοστά 5% μεγαλύτερα σε σχέση με πέρυσι, αποτελώντας πολύ ισχυρά κίνητρα για την επιλογή της περιοχής ως τελικό προορισμό.

Κύρια χαρακτηριστικά της Δυτ. Κρήτης που ενθάρρυναν την επίσκεψη

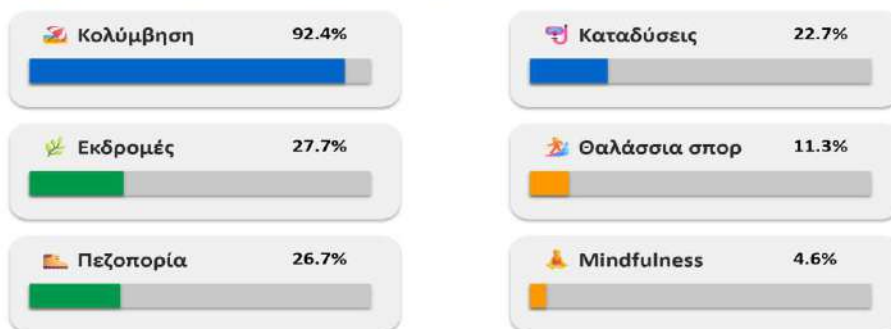


ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Συνολικά, η ανάλυση αναδεικνύει ότι το τουριστικό πρότυπο της Δ. Κρήτης παραμένει κυρίως προσανατολισμένο στη **θάλασσα και στην παραθεριστική εμπειρία**, ενώ οι εναλλακτικές δραστηριότητες λειτουργούν περισσότερο συμπληρωματικά παρά ως κύριος άξονας της επίσκεψης.

Συμμετοχή σε δραστηριότητες



Αναρρίχηση
Σαφάρι με τζιπ
Μαθήματα μαγειρικής
Ψάρεμα
Ιππασία
Ποδηλασία δρόμου
Ποδηλασία βουνού



Συμμετοχή
κάτω από 2%

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

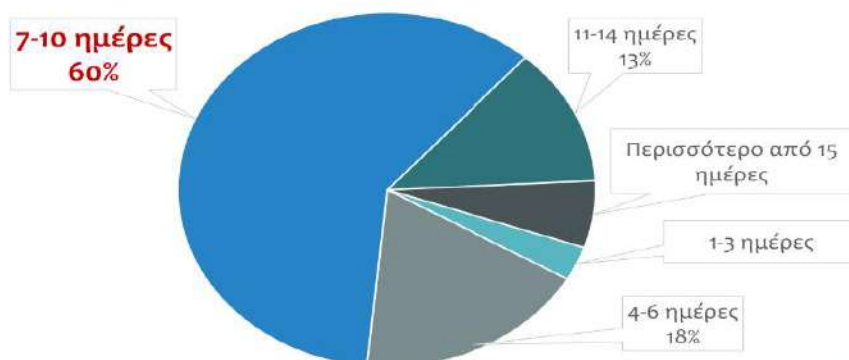
Σταθερός είναι ο αριθμός ημέρων, σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, που πραγματοποιούν οι αλλοδαποί τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, αφού οι αλλοδαποί τουρίστες πραγματοποίησαν κατά μέσο όρο εννέα διανυκτερεύσεις και φέτος, με έξι στους δέκα να πραγματοποιεί διακοπές 7 - 10 ημερες.

Χαρακτηριστικά επίσκεψης 2025



Διανυκτερεύσεις - 2025

Μέση διανυκτέρευση: ~9 ημέρες



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Αναφορικά με τη συνοδεία διακοπών, παρατηρείται αύξηση 10% εκείνων που πραγματοποιούν διακοπές με το/τη σύζυγο, ποσοστό που μεταφέρεται από εκείνους που προτιμάνε τις οικογενειακές διακοπές με παιδιά. Ένας στους δέκα τουρίστες επιλέγει να κάνει διακοπές με φίλους, ποσοστό ίσο με εκείνων που κάνουν διακοπές με συγγενείς/άλλη οικογένεια, ενώ στο 1,7% είναι το ποσοστό αυτών που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν διακοπές μόνοι τους.

Σχετικά με τον τύπο καταλύματος αλλά και πακέτων διαμονής που προτιμούν οι αλλοδαποί τουρίστες, οι μισοί αλλοδαποί επισκέπτες δεν προτιμάνε κανένα πακέτο διαμονής, ένας στους πέντε προτιμάει διαμονή με πρωινό, **μόλις το 17% επιλέγει το All Inclusive και 13% επιλέγει την ημιδιατροφή.**

Τα ξενοδοχεία, παραμένουν στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των τουριστών, με πάνω από έξι στους δέκα τουρίστες να τα επιλέγουν, ενώ δύο στους τρεις αλλοδαπούς επισκέπτες προτιμούν πολυτελή ξενοδοχεία 4 & 5 αστέρων. Το ποσοστό αυτών που επιλέγουν καταλύματα Airbnb είναι 16%, ελαφρώς αυξημένο σε σχέση με πέρυσι, ενώ το ποσοστό εκείνων που επιλέγουν ενοικιαζόμενα διαμερίσματα/δωμάτια είναι 13%, και ένα 5% επιλέγει να ενοικιάσει κάποια βίλα.

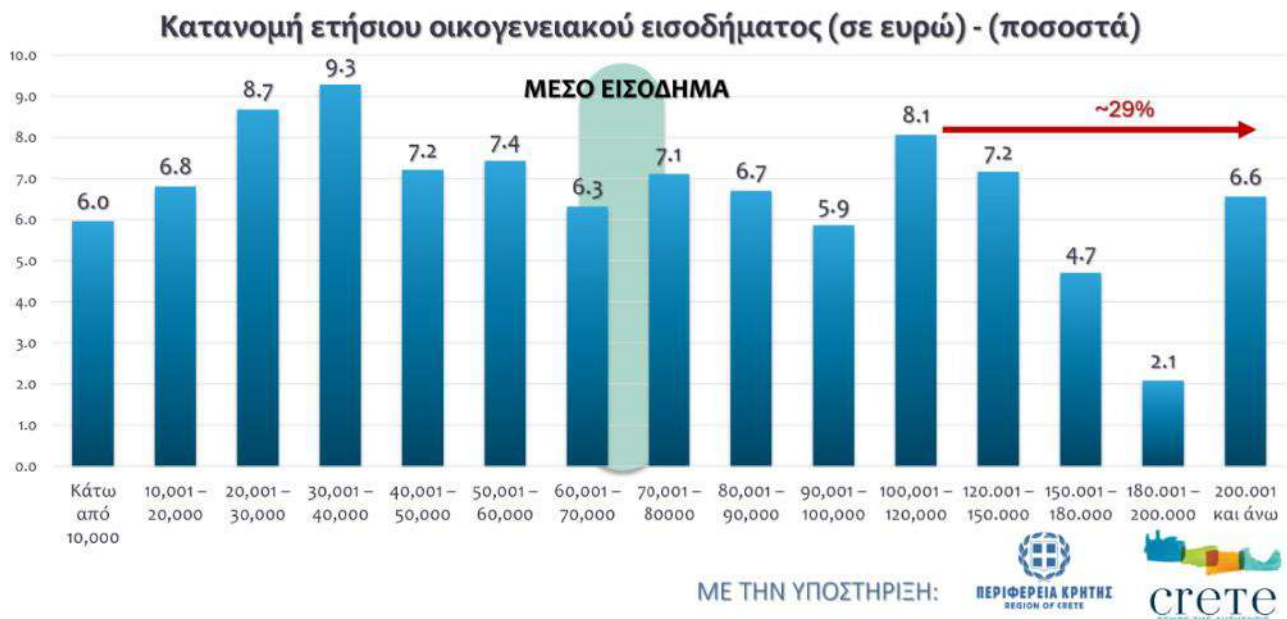


ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ: ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ REGION OF CRETE **crete** MAKE THE AUTHENTIC

Το 84% των τουριστών αξιολόγησε από πολύ καλή έως άριστη τη διαμονή του στο κατάλυμα που έμεινε, 13% μέτρια και μόλις 2% αξιολόγησε τη διαμονή ως φτωχή ή άσχημη.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Ο μέσος όρος του εισοδηματικού τους επιπέδου παραμένει υψηλός στα 75.000 ευρώ, ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετά υψηλό ποσοστό παρατηρείται στα υψηλά εισοδήματα, όπου περίπου τρεις στους δέκα δηλώνουν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα άνω των 100.000 ευρώ.

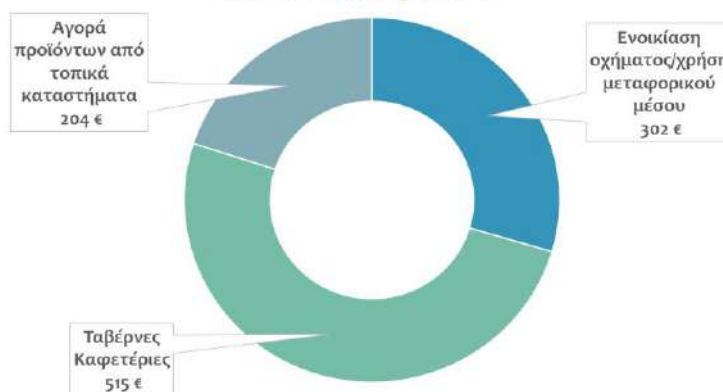


Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι καταγράφεται μία ελαφριά μείωση της μέσης δαπάνης που πραγματοποιούν οι αλλοδαποί επισκέπτες, εξαιρώντας έξοδα εισιτηρίων και διαμονής, σε σχέση με πέρυσι, με τα ποσοστά των υψηλότερων δαπανών να μειώνονται και εκείνα μεταξύ των 750 και 1250 ευρώ να αυξάνονται.



Αναφορικά με τις κατηγορίες δαπανών που πραγματοποίησαν όλοι οι αλλοδαποί τουρίστες, ανεξαρτήτως προελεύσεως, φαίνεται να ξοδεύουν περισσότερο τα χρήματα τους στην εστίαση, έπειτα στις μετακινήσεις και μετά στις αγορές προϊόντων. Τα ποσά κινούνται στα διαστήματα εμπιστοσύνης της προηγούμενης τουριστικής περιόδου, χωρίς το παραμικρό δείγμα αυξητικής τάσης.

Μέσες δαπάνες κύριων κατηγοριών κατά την διάρκεια των διακοπών (€) 2025



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:

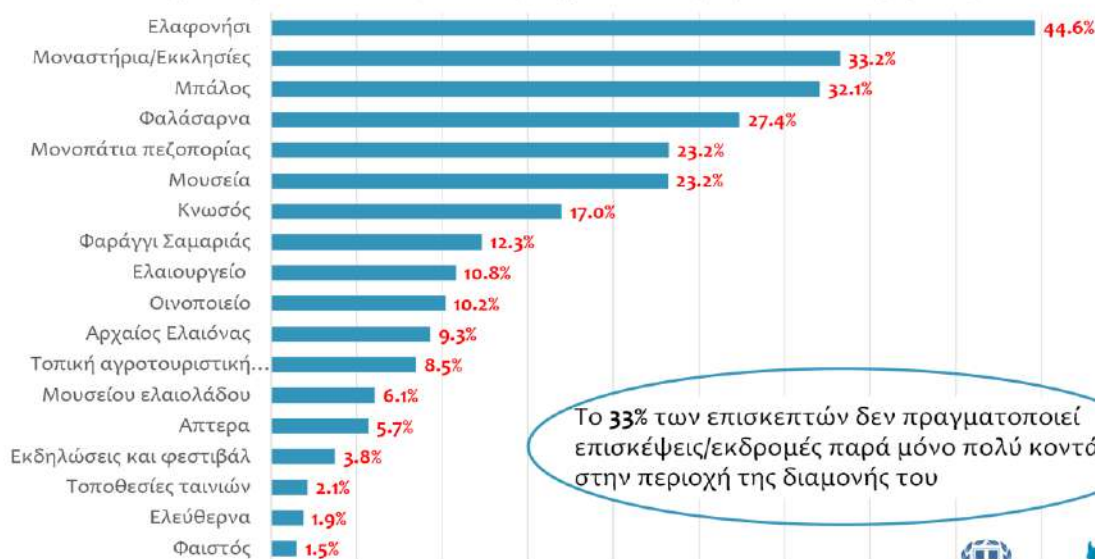


Τις περισσότερες δαπάνες για εστίαση σημείωσαν και φέτος οι επισκέπτες από ΗΠΑ/Καναδά/Αυστραλία, οι οποίοι όμως σημείωσαν σημαντική μείωση δαπάνης σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά, όπως μικρή μείωση παρουσιάζουν και οι υπόλοιπες κατηγορίες χωρών με εξαίρεση τους Σκανδιναβούς οι οποίοι ξόδεψαν περισσότερα.

ΕΠΙΣΚΕΪΜΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΕΣ

Αναφορικά με τις τοποθεσίες που επέλεξαν οι επισκέπτες, συνεχίζουν να επιλέγουν τις παραλίες κυρίως του Ελαφονησίου αλλά και αυτές των Μπάλου και Φαλασάρνων. Εξίσου σημαντικός αριθμός τουριστών πραγματοποιεί επισκέψεις σε μοναστήρια και εκκλησίες, μονοπάτια πεζοπορίας, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, κυρίως της Κνωσού. Παρ'όλα αυτά αξίζει να σημειωθεί ότι ένας στους τρεις επισκέπτες φαίνεται ότι και φέτος δεν πραγματοποιεί επισκέψεις σε τοποθεσίες που βρίσκονται μακριά από την περιοχή που διαμένει.

Επιλεγμένες τοποθεσίες που πραγματοποιήθηκε επίσκεψη 2025



Το 33% των επισκεπτών δεν πραγματοποιεί επισκέψεις/εκδρομές παρά μόνο πολύ κοντά στην περιοχή της διαμονής του

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ Δ. ΚΡΗΤΗΣ

Ο μέσος όρος της κατηγορίας διαμορφώνεται στο **88,0%**, επιβεβαιώνοντας συνολικά ένα **πολύ υψηλό επίπεδο ικανοποίησης**. Συνεπώς, μπορεί να υποστηριχθεί ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Κρήτης εδράζεται κυρίως στη **φιλοξενία**, στη **γαστρονομική ταυτότητα** και στη **συνολική ποιότητα της τουριστικής εμπειρίας**.



Σχετικά με τα ποσοστά ικανοποίησης των αλλοδαπών τουριστών από άλλες προσφερόμενες υπηρεσίες, το 78% μένει ικανοποιημένο αναφορικά με τα αρχαία μνημεία και τις υπηρεσίες υποστήριξης, τρεις στους τέσσερις έμειναν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες ταξί, περίπου επτά στους δέκα δήλωσαν ικανοποιημένοι από τη γενική καθαριότητα και την ακρίβεια των μέσων μεταφοράς ενώ το 65% έμεινε ικανοποιημένο από την επίσκεψή του σε μουσεία. Στις συγκεκριμένες υπηρεσίες ο μέσος όρος ικανοποίησης είναι στο 73%, δείχνοντας ότι οι υπηρεσίες είναι επαρκείς αλλά υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης για να γίνει ο προορισμός πιο ανταγωνιστικός.



Οι αλλοδαποί τουρίστες συνεχίζουν να εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους σχετικά με την κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και της σήμανσης. Επίσης, λόγω του μεγαλύτερου τουριστικού κύματος που έχει δεχτεί ποτέ η περιοχή, εκφράζεται έντονα η δυσαρέσκεια και ο προβληματισμός για την κυκλοφοριακή συμφόρηση και την έλλειψη διαθέσιμων χώρων στάθμευσης κυρίως στην Πόλη Χανίων, καθώς και την ανεπαρκή υποδομή για ποδηλατοδρόμους για τους οποίους μόλις το 20% δηλώνει ότι είναι επαρκείς. Έτσι μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η μεγαλύτερη αδυναμία του Ν. Χανίων σαν προορισμός είναι η **ανεπάρκεια των υποδομών και τα προβλήματα που δημιουργούνται από την όλο και μεγαλύτερη πίεση που ασκείται από τον αυξανόμενο ποσοτικά τουρισμό.**

Ποσοστό ικανοποίησης από υπηρεσίες τουριστικού τομέα και φυσικά χαρακτηριστικά Κρήτης



Μέτρια ικανοποίηση (<60%)

Οι χαμηλότερες επιδόσεις συγκεντρώνονται κυρίως στην κινητικότητα, στη σήμανση και στις υποδομές.

Μέσος όρος
48,5%
6 δείκτες

A Δρόμοι **P** Στάθμευση **🚲** Ποδήλατο

Βασικό μήνυμα

Το βασικό σημείο πίεσης της εμπειρίας είναι η λειτουργική υποδομή του προορισμού.



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



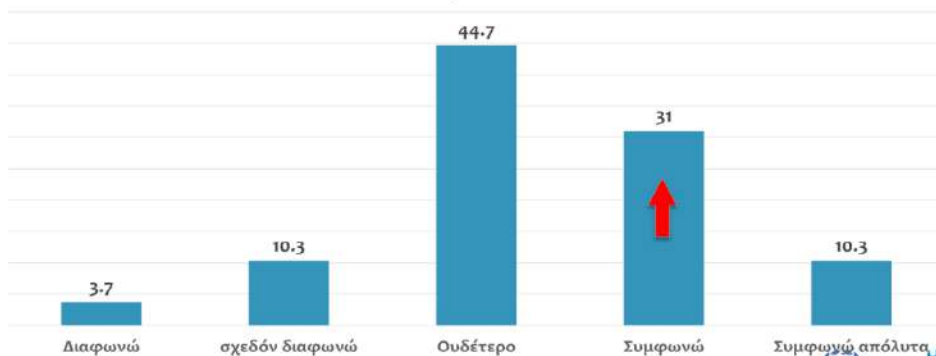
ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Αναφορικά με την άποψη των επισκεπτών για τη βιωσιμότητα του προορισμού, τέσσερις στους δέκα τουρίστες έχουν θετική άποψη, ποσοστό όμοιο με το περυσινό αλλά υπάρχει μία μικρή μετακίνηση από εκείνων που συμφωνούν απόλυτα σε αυτούς που απλά συμφωνούν. Αντίθετα μόλις 14% δηλώνει ο τουρισμός στην Κρήτη δεν έχει αναπτυχθεί με βιώσιμο τρόπο.

Βιωσιμότητα – άποψη επισκεπτών 1



Ο τουρισμός στην Κρήτη έχει αναπτυχθεί με βιώσιμο τρόπο



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:

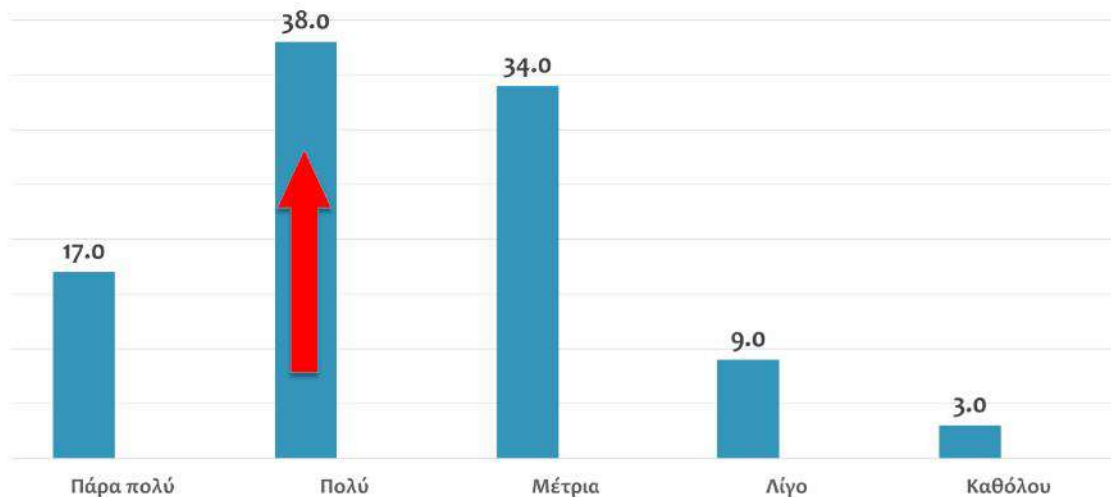


Σχετικά με την άποψη των τουριστών για το κατά πόσο οι ντόπιοι άνθρωποι νοιάζονται για το περιβάλλον το 55% των τουριστών εξέφρασε θετική άποψη, ποσοστό ελαφρώς αυξημένο σε σχέση με πέρυσι, ενώ το 12% των επισκεπτών διατύπωσε αρνητικά σχόλια.

Βιωσιμότητα – άποψη επισκεπτών 2



Οι άνθρωποι στη Κρήτη νοιάζονται για το περιβάλλον



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:

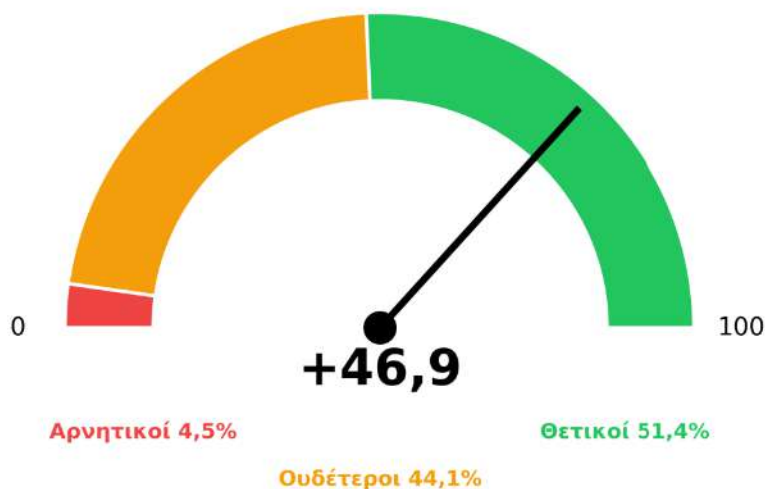


ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ

Αξιολόγηση επίσκεψης

Συνολικά, πόσο ικανοποιημένοι είστε από την τρέχουσα επίσκεψή σας;

Δείκτης Προώθησης (NPS)



Promoters (Θετικοί): Αυτοί που έχουν δώσει θετικά σχόλια και είναι πιθανό να προτείνουν την Κρήτη σε άλλους.

Passives (Ουδέτεροι): Αυτοί που έχουν δώσει αρκετά καλά σχόλια αλλά δεν έχουν εκφράσει έντονο ενθουσιασμό.

Detractors (Αρνητικοί): Αυτοί που έχουν δώσει αρνητικά σχόλια και είναι απίθανο να προτείνουν την Κρήτη.

Ένα NPS 46,9 είναι ένα πολύ καλό σκορ, που υποδηλώνει υψηλό επίπεδο ικανοποίησης και πιστότητας!

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Ο Δείκτης Προώθησης (NPS) των τουριστών στην Κρήτη για το 2025 διαμορφώνεται στο **+46,9**, τιμή που θεωρείται **ιδιαίτερα υψηλή** και αποτυπώνει μια συνολικά πολύ θετική εμπειρία προορισμού. Ο δείκτης αυτός δείχνει ότι οι επισκέπτες όχι μόνο έμειναν ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους, αλλά σε σημαντικό βαθμό είναι και διατεθειμένοι να **προτείνουν την Κρήτη σε άλλους, κάτι που αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για το brand name και την ανταγωνιστικότητα του νησιού**.

Πιο συγκεκριμένα, το **51,4%** των επισκεπτών ανήκει στους **θετικούς**. Πρόκειται για την πολυπληθέστερη ομάδα, γεγονός που σημαίνει ότι περισσότεροι από τους μισούς τουρίστες είχαν τόσο καλή εμπειρία ώστε να λειτουργούν **ως «πρεσβευτές» του προορισμού**.

Παράλληλα, το **44,1%** κατατάσσεται στους **ουδέτερους**. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά υψηλό και δείχνει ότι σχεδόν οι μισοί επισκέπτες είχαν μια καλή ή ικανοποιητική εμπειρία, χωρίς όμως να έχουν φτάσει σε επίπεδο έντονου ενθουσιασμού. Αυτό είναι ένα πολύ κρίσιμο εύρημα: ενώ η γενική εικόνα είναι θετική, υπάρχει ένα μεγάλο περιθώριο βελτίωσης ώστε αυτή η μεγάλη κατηγορία να μετακινηθεί προς τους θετικούς. Με άλλα λόγια, η Κρήτη δεν αντιμετωπίζει έντονο πρόβλημα δυσαρέσκειας, αλλά κυρίως πρόκληση **αναβάθμισης της εμπειρίας** από «καλή» σε «εξαιρετική».

Οι **αρνητικοί** περιορίζονται μόλις στο **4,5%**, ποσοστό πολύ χαμηλό.

Επιπλέον, **51,5%** των τουριστών δηλώνουν ότι θα επισκέπτονταν την περιοχή και κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου αν υπήρχε απευθείας ανταπόκριση από την πόλη τους, όταν, γεγονός που αναδεικνύει τη δυναμική του προορισμού και κατά τη χειμερινή περίοδο.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Υψηλό βαθμό παίρνει η Κρήτη συγκριτικά με ανταγωνιστικούς προορισμούς σε σχέση με το λόγο υπηρεσιών/κόστους, **αφού πέντε στους δέκα τουρίστες** δηλώνουν ότι η Κρήτη αποτελεί ο καλύτερος προορισμός και δεν συγκρίνεται με άλλον. Από τους υπόλοιπους τουρίστες, ένας στους τρεις θεωρεί την **Ισπανία, την Αλβανία και την Τουρκία** προορισμούς με καλύτερο λόγο υπηρεσιών/κόστους, ένας στους τέσσερις την **Ιταλία** και ένας στους πέντε την Κροατία. Αναφορικά με άλλους προορισμούς, σχεδόν ένας στους δέκα δηλώνει τη Σλοβενία, την Αίγυπτο και το Μαρόκο ως ανταγωνίστριες χώρες σχετικά με το λόγο υπηρεσιών/κόστους.

Ανάλυση σχολίων των επισκεπτών

Πρέπει να γίνει ευδιάκριτο ότι αυτές οι αναφορές των τουριστών **δεν έχουν την ίδια βαρύτητα** με τις αξιολογήσεις που έκαναν **στις απευθείας ερωτήσεις** για την Δυτική Κρήτη, οι οποίες κατέταξαν το τουριστικό προϊόν σε **πολύ υψηλό επίπεδο**. Μας δίνουν όμως τη δυνατότητα να εγκύπτουμε ακόμη και σε ιδιαίτερες περιπτώσεις οι οποίες είναι δυνατόν να διαφύγουν της κεντρικής ανάλυσης. Έτσι με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται μια ολοκληρωμένη προσέγγιση ανάλυσης της τουριστικής εμπειρίας.

Θετικά σχόλια επισκεπτών για την εικόνα της Δυτικής Κρήτης



31,8% Παραλίες & τοπίο

26,4% Αυθεντικότητα & δραστηριότητες

19,7% Γαστρονομία

Κατανομή 5 θετικών κατηγοριών

Φυσικό περιβάλλον & παραλίες — 31,8%

Αυθεντικότητα & εμπειρίες — 26,4%

Γαστρονομία — 19,7%

Φιλοξενία & άνθρωποι — 12,6%

Καιρός & κλίμα — 9,5%



• Το φυσικό προϊόν είναι ο βασικός οδηγός: παραλίες, θάλασσα και τοπίο = 32% των θετικών αναφορών.

• Η αυθεντικότητα είναι ο 2ος πυλώνας αξίας: στην Κεντρική Ευρώπη είναι 1η κατηγορία (32,5%).

• Η γαστρονομία είναι σταθερά ισχυρή σε όλες τις βασικές αγορές.

Τα 5 θετικές φράσεις: Food, Beach, Weather, People, Sun

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Αρνητικά σχόλια επισκεπτών για την εικόνα της Δυτικής Κρήτης



34,3% Δρόμοι & στάθμευση

29,5% Υπηρεσίες & καταλύματα

14,4% Καθαριότητα

Κατανομή 5 αρνητικών κατηγοριών

Δρόμοι & οδική εμπειρία — 34,2%

Υπηρεσίες & καταλύματα — 29,5%

Υποδομές & καθαριότητα — 14,1%

Τιμές & αξία — 11,3%

Συνωστισμός — 10,9%

Στα αρνητικά εξαιρέθηκαν σταθμισμένες αναφορές τύπου "τίποτα/κανένα παράπονο".



ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:



Συνολικά, προκύπτει ότι, ενώ τα βασικά χαρακτηριστικά του προορισμού **αξιολογούνται θετικά από όλες τις αγορές**, οι διαφοροποιήσεις εντοπίζονται κυρίως στον τρόπο με τον οποίο οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται και αξιολογούν την ποιότητα της εμπειρίας.

Τα περισσότερα αρνητικά σχόλια / παράπονα εστιάζουν στην άσχημη οδική συμπεριφορά, στην κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και την αυξημένη κίνηση. Παράλληλα, τονίστηκε η έλλειψη θέσεων στάθμευσης, ο μεγάλος όγκος απορριμάτων, η αλόγιστη χρήση πλαστικού και ο συνωστισμός. Το φαινόμενο της τουριστικής συμφόρησης αποτελεί μία από τις ανησυχητικές **αρνητικές παρατηρήσεις και για φέτος**. Η υπερβολική ροή επισκεπτών σε εμβληματικές τοποθεσίες, συνιστά εχθρό της **αυθεντικής εμπειρίας**, ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής της Δ. Κρήτης από ολοένα και περισσότερους ταξιδιώτες.

Η έρευνα και ανάλυση υλοποιήθηκε από το Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης και συντονίστηκε από το τμήμα Οικονομίας & Διοίκησης του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ), σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης, το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ) και μέλη του Τμήματος Οικονομικών επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης. Η έρευνα αυτή χρηματοδοτήθηκε από την Περιφέρεια Κρήτης. Για την ομαλή διεξαγωγή της έρευνας υπήρχε συνεχής υποστήριξη από τη Fraport-Greece και το Προσωπικό του Αερολιμένα Χανίων.

Ομάδα συγγραφής και ανάλυσης

- **Δρ. Γεώργιος Μπαουράκης**, Διευθυντής Μ.Α.Ι.Χ.
- **Περικλής Δράκος**, ΕΔΙΠ, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- **Γεώργιος Αγγελάκης**, Ερευνητής Τμ. Οικονομίας και Διοίκησης Μ.Α.Ι.Χ., υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ
- **Καθ. Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης**, Ακαδημαϊκός, Διευθυντής Εργ. Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης & Ανάλυσης Δεδομένων και Πρόβλεψης του Πολυτεχνείου Κρήτης, Audencia Business School, France

Ομάδα επιστημονικής υποστήριξης

- Δρ. Κυριάκος Κώτσογλου, Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού και Ηλ. Διακυβέρνησης, Περιφέρεια Κρήτης
- Αν. Καθηγητής Χρήστος Λεμονάκης, Διευθυντής Εργαστηρίου Διοικητικής Οικονομικής και Συστημάτων Αποφάσεων, Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ
- Αν. Καθηγητής Γεώργιος Ατσαλάκης, Σχολή Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης
- Καθηγητής Γαγάνης Χρυσοβαλάντης, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Αν. Καθηγητής Ανδρέας Παναγόπουλος, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Δρ. Σημαντηράκη Βανέσσα, Εκτελεστική Διευθύντρια ΕΛΜΕΠΑ