



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ

Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης

Επιλογή Τουριστικού Προορισμού : Περίπτωση της Κρήτης



Αθηνά Τυμπακιανάκη
Χανιά, 2009

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα Καθηγητή κ. Ματσατσίνη Νικόλαο για την καθοδήγηση και τη βοήθεια που μου παρείχε σε όλες της φάσεις εκπόνησης της παρούσας διπλωματικής μελέτης. Επιπροσθέτως, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Επίκουρο Καθηγητή κ. Γρηγορούδη Ευάγγελο, για την πολύτιμη συνεργασία και τις παρατηρήσεις του κατά την εκπόνηση της εργασίας. Θερμές επίσης, ευχαριστίες απευθύνω στο Σωματείο Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης και Σαντορίνης για την ενεργό συμμετοχή τους και την πολύτιμη βοήθεια κατά τη διεξαγωγή της έρευνας. Ιδιαίτερα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Πρόεδρο του σωματείου κ. Παπανικολάου Ευάγγελο, ο οποίος ήταν επικεφαλής της έρευνας και σημαντικός αρωγός στην προσπάθεια αυτή. Ευχαριστώ επίσης την εταιρία Nostos Tours, που βρίσκεται στον Άγιο Νικόλαο Κρήτης, για τη φιλοξενία στις οργανωμένες εκδρομές που πραγματοποιούσε στο νησί της Σπιναλόγκα όπου διεξήχθη σημαντικό μέρος της έρευνας. Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια μου για τη συμπαράσταση και τη βοήθεια που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου καθώς και τους φίλους μου.

Η διπλωματική εργασία της Τυμπακιανάκη Αθηνάς
εγκρίνεται από :

Ματσατσίνης Νικόλαος_____

Καθηγητής, Επιβλέπων.

Περίληψη Διπλωματικής εργασίας

Στην παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζεται η διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού με εφαρμογή στους επισκέπτες της Κρήτης. Η έρευνα διεξήχθη στους νομούς Λασιθίου, Ηρακλείου, Χανίων και Ρεθύμνης, όπου με τη βοήθεια του Σωματείου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης και Σαντορίνης, έγινε η διανομή δομημένου ερωτηματολογίου στους 517 αλλοδαπούς επισκέπτες της Κρήτης. Το ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε δυο μέρη. Το πρώτο περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν στα γενικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και διαμορφώνουν το προφίλ του δείγματος. Στο δεύτερο μέρος περιέχονται ερωτήσεις σχετικά με τη διαδικασία που ακολούθησε ο επισκέπτης για να επιλέξει την Κρήτη για τις διακοπές στους. Στο μέρος αυτό υπάρχουν και κάποιες ερωτήσεις ανοιχτού τύπου. Αρχικά, αναλύεται ο όρος «τουριστικός προορισμός» καθώς και οι παράγοντες που το διαμορφώνουν και τον επηρεάζουν. Στη συνέχεια ακολουθεί ανάλυση της έννοιας της « διαδικασίας λήψης απόφασης ενός τουριστικού προορισμού» και η σημασία της παρούσας έρευνας για τον τουρισμό της Κρήτης. Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αναλύθηκαν με το στατιστικό πακέτο spss και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται σε διάφορες κατηγορίες όπως: απλή καταγραφή των αποτελεσμάτων, ανάλυση των αποτελεσμάτων ανά κατηγορίες(ανά εκδρομή στην οποία βρίσκονταν οι ερωτηθέντες, ανά εθνικότητα, ανά ηλικία και άλλες). Όσον αφορά γενικά στο προφίλ του δείγματος αυτό ήταν, περίπου 60% γυναίκες και 40% άντρες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών της Κρήτης ,περίπου 50%,πραγματοποιούσε τις διακοπές του με φίλους ενώ το 37% με την οικογένεια. Οι περισσότεροι παρέμεινα στην Κρήτη 3-4 ημέρες σε ποσοστό 45,76% ,ενώ το 43,79% έμεινε για μια εβδομάδα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών (47,92%),οργάνωσε τις διακοπές του 1-2 μήνες πριν το ταξίδι. Αρκετοί όμως (42,77%) είναι και αυτοί που οργάνωσαν το ταξίδι 4-5 μήνες πριν το πραγματοποιήσουν. Όσον αφορά στους οικονομικούς περιορισμούς που είχαν θέσει οι φετινοί επισκέπτες της Κρήτης, οι περισσότεροι (50,43%) είχαν θέσει χαμηλό χρηματικό όριο, περίπου 500 ευρώ. Αρκετά ενθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα όσον αφορά στα ποσοστά προτίμησης της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες χώρες ή Ελληνικά νησιά, αφού σχεδόν το 50% των ερωτηθέντων είχε ως πρώτη επιλογή την Κρήτη. Ως βασικά χαρακτηριστικά της Κρήτης οι επισκέπτες δήλωσαν τον καιρό (σε ποσοστό 25%) ,τη φιλοξενία (23,2%),τις παραλίες (13,7%) αλλά και τους ιστορικούς / αρχαιολογικούς τόπους

(12,5%). Όσον αφορά στην εντύπωση που έμεινε στους επισκέπτες από τις διακοπές τους στην Κρήτη, το μεγαλύτερο ποσοστό (42%) δηλώνει πως οι διακοπές ήταν περίπου όπως αναμενόταν. Υπάρχει όμως και σημαντικό ποσοστό περίπου 20% που δηλώνει πως οι διακοπές ήταν χειρότερες από το αναμενόμενο. Τέλος, τα παράπονα των επισκεπτών εστιάζονται κυρίως στο αυξημένο κόστος, στα προβλήματα μεταφορών, στην έλλειψη σήμανσης, στο μη ασφαλές οδικό δίκτυο, στη ρύπανση των πόλεων και των παραλιών. Επίσης πολλοί επισκέπτες προτείνουν την οργάνωση περισσότερων εκδρομών, παραδοσιακών εκδηλώσεων και εκθέσεων ντόπιων καλλιτεχνών.

Περιεχόμενα :

Κεφάλαιο 1

1.1 Ο τουριστικός προορισμός	σελ.1
1.2 Η διαδικασία λήψης απόφασης τουριστικού προορισμού.....	σελ.2
1.3 Η σημασία της μελέτης της διαδικασίας λήψης απόφασης τουριστικού προορισμού για την Κρήτη.....	σελ.4

Κεφάλαιο 2

2.1 Στοιχεία έρευνας	σελ. 6
----------------------------	--------

Κεφάλαιο 3

3.1 Συνολική ανάλυση αποτελεσμάτων.....	σελ.8
3.2 Γενικά χαρακτηριστικά δείγματος.....	σελ.8
3.3 Χρονικός προγραμματισμός διακοπών.....	σελ.12
3.4 Περιορισμοί στα έξοδα,στο χρόνο διαμονής,στις δραστηριότητες των διακοπών.....	σελ.13
3.5 Προσδοκίες από το ταξίδι.....	σελ.17
3.6 Εναλλακτικοί προορισμοί πριν την απόφαση.....	σελ.17
3.7 Τρόπος επιλογής και ενημέρωσης για τους πιθανούς προορισμούς.....	σελ.20
3.8 Εναλλακτικοί προορισμοί μετά την πληροφόρηση.....	σελ.23
3.9 Κριτήρια επιλογής μετά την πληροφόρηση.....	σελ.25
3.10 Ποιός πήρε την τελική απόφαση.....	σελ.27
3.11 Επιλογές τρίτων.....	σελ.28
3.12 Ποιά τα σημαντικά χαρακτηριστικά της Κρήτης.....	σελ.31
3.13 Σημαντικότητα κριτηρίων.....	σελ.31
3.14 Σιγουριά απόφασης.....	σελ.37
3.15 Πώς έγινε η κράτηση.....	σελ.39
3.16 Πότε οργανώσατε το πρόγραμμα των διακοπών.....	σελ.39
3.17 Πώς ήταν οι διακοπές σε σχέση με το αναμενόμενο.....	σελ.40
3.18 Προτάσεις βελτίωσης.....	σελ.41
3.19 Ανάλυση αποτελεσμάτων ανά εκδρομή.....	σελ.42
3.20 Ανάλυση αποτελεσμάτων ανά εθνικότητα.....	σελ.61
3.21 Συσχετίσεις αποτελεσμάτων με την ηλικία.....	σελ.69
3.22 Λοιπές συσχετίσεις.....	σελ.76

Κεφάλαιο 4

Συμπεράσματα – Προτάσεις βελτίωσης.....	σελ.83
---	--------

Κεφάλαιο 5

Βιβλιογραφία.....	σελ.86
-------------------	--------

Παραρτήματα

Παράρτημα 1

Ερωτηματολόγιο έρευνας	σελ.87
------------------------------	--------

Παράρτημα 2

Πίνακες με αναλυτικά ποσοστά και απόλυτα νούμερα των αποτελεσμάτων.....	σελ. 93
---	---------

Κεφάλαιο 1

1.1. Ο τουριστικός προορισμός

Γενικά, το τουριστικό «προϊόν» αποτελεί το συνδυασμό διαφορετικών προϊόντων και υπηρεσιών (Heath & Wall, 1994). Για τους επισκέπτες το προϊόν, δηλαδή ο τουριστικός προορισμός, είναι η συνολική εμπειρία που καλύπτει όλες τις πτυχές και τα συστατικά του συνολικού προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων των συμπεριφορών και προσδοκιών του κάθε ατόμου. Σύμφωνα με τους Middleton & Clarke (2001), το συνολικό τουριστικό «προϊόν» είναι ένα πακέτο το οποίο μπορεί να καθοριστεί με βάση τα ακόλουθα κύρια συστατικά : την έλξη του προορισμού, τις προσφερόμενες εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες, την προσβασιμότητα στον προορισμό (συμπεριλαμβανομένης και της μετακίνησης εντός αυτού), τις εικόνες , τα εμπορεύματα και τις αντιλήψεις καθώς και το κόστος για τον επισκέπτη. Ως εκ τούτου , ο τουριστικός προορισμός είναι μια πηγή εμπειριών. (Μάριος Δ. Σωτηριάδης & Βασιλική Α. Αυγελή (2006) “Promoting Tourism Destinations: A Strategic Marketing Approach”)

Η ραγδαία όμως αύξηση του τουρισμού τα τελευταία 50 χρόνια φέρει αντιμέτωπους τους τουριστικούς προορισμούς με συνεχόμενες προκλήσεις οι οποίες προκύπτουν από τις αλλαγές στη συμπεριφορά των τουριστών και των περιβαλλοντικών συνθηκών. Για να μπορέσει όμως ο κάθε τουριστικός προορισμός να προσαρμοστεί σε αυτή τη σύνθετη και ανταγωνιστική αγορά θα πρέπει να εφαρμόσει ένα κατάλληλο στρατηγικό πλάνο. Αυτό το φαινόμενο έχει απασχολήσει σημαντικά το τουριστικό μάρκετινγκ αφού, καθώς όλο και περισσότερες περιοχές του κόσμου έχουν αναπτυχθεί με βάση τον τουρισμό, οι διαθέσιμες επιλογές των καταναλωτών για τουριστικούς προορισμούς αυξάνονται συνεχώς. Κατά συνέπεια, οι μαρκετίστες καλούνται να επηρεάσουν τους καταναλωτές κατά τη διαδικασία επιλογής ενός τουριστικού προορισμού. (“The meaning and measurement of Destination image”, Charlotte M. Echtner and J.R. Brent Ritchie). Η διαδικασία αυτή καθώς και η σημασία της θα αναλυθεί στη συνέχεια

1.2. Η διαδικασία λήψης απόφασης τουριστικού προορισμού

Η επιλογή προορισμού προκύπτει από την αξιολόγηση των εναλλακτικών επιλογών βασισμένη σε ατομικές προτιμήσεις και στόχους. Έχει διαπιστωθεί ότι η απόφαση του καταναλωτή αποτελείται από μια διαδικασία πολλαπλών βημάτων. Κατά καιρούς έχουν αναπτυχθεί πολλά θεωρητικά μοντέλα για να εξηγήσουν τη διαδικασία λήψης απόφασης του προορισμού (Chon, 1990, Woodside & Lysons, 1989, Gunn, 1989, Clawson & Knetch, 1966). (“Destination choice-Visitor Behaviours in a coastal Tourism destination on Australia’s East Coast”, Don Fuller, Bruce Armstrong, Janet Hanlan, Simon Wilde, Stephen Mason and Johan Edelman.)

Ένα μοντέλο λήψης απόφασης επιδιώκει να αναπαραστήσει μια ποικιλία παραγόντων ή μεταβλητών που επηρεάζουν τη λήψη απόφασης από μέρος του καταναλωτή. Ουσιαστικά, ένα μοντέλο επιδιώκει να προσομοιάσει ή να προσεγγίσει κατά τρόπο ρεαλιστικό, στο βαθμό του δυνατού, τις σύνθετες διαδικασίες διαμόρφωσης της προτίμησης και της επιλογής του καταναλωτή.

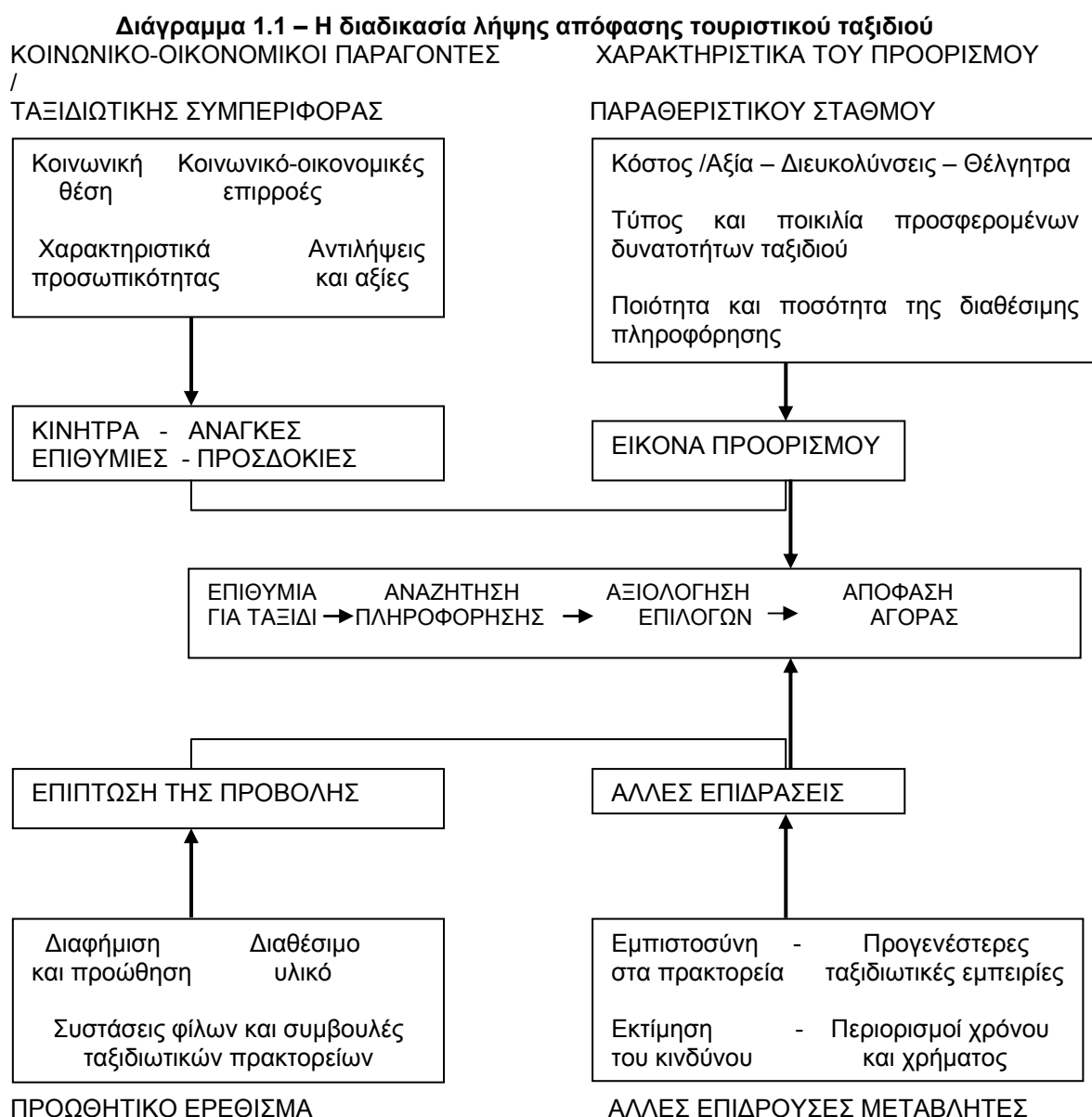
Ένα απλό μοντέλο λήψης απόφασης είναι αυτό του D.Foster. Πρόκειται για τη διαδικασία μέσω της οποίας οι τουρίστες λαμβάνουν τις αποφάσεις τους για την αγορά ενός προγράμματος διακοπών. Το μοντέλο αυτό παρουσιάζεται στο διάγραμμα 1.1. Αποτελεί ένα περιγραφικό μοντέλο υπό την έννοια ότι εμφανίζει τους διάφορους προσδιοριστικούς παράγοντες και το αποτέλεσμα της διαδικασίας. Δεν είναι δυνατό σε καμιά περίπτωση να ποσοτικοποιηθεί, δηλαδή δεν μπορούμε να προσδώσουμε τιμές ή σταθμίσεις στους διάφορους παράγοντες. Οι τελευταίοι διαφοροποιούνται ανάλογα με τον τύπο του δυνητικού τουρίστα. Επιπλέον, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα εργαλείο πρόβλεψης της ζήτησης για ένα τουριστικό προορισμό ή για ένα συγκεκριμένο τουριστικό «προϊόν».

Σύμφωνα με τον D.Foster, οι κατηγορίες των παραγόντων που σχετίζονται άμεσα με τη διαδικασία λήψης απόφασης χωρίζονται στις παρακάτω τέσσερις :

- Η πρώτη κατηγορία αφορά στους κοινωνικό-οικονομικούς παράγοντες, στα χαρακτηριστικά και στις αντιλήψεις και οι οποίοι διαμορφώνουν και καθορίζουν τα κίνητρα, τις ανάγκες και τις επιθυμίες του επισκέπτη.
- Η δεύτερη κατηγορία σχετίζεται με τα χαρακτηριστικά του προορισμού, το κόστος και την ποιότητα των υπηρεσιών και των θέλγητρων, τον τύπο και την ποικιλία των δυνατοτήτων ταξιδιού, την ποσότητα και ποιότητα διαθέσιμης πληροφόρησης για τον προορισμό. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά διαμορφώνουν την εικόνα του τουριστικού προορισμού.
- Η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες που συντελούν στο να προωθήσουν τον επισκέπτη να επιλέξει ένα τουριστικό προορισμό. Δηλαδή λαμβάνει ερεθίσματα από τη διαφήμιση, τους τουριστικούς οδηγούς, τις συστάσεις από τρίτους (φίλους/συγγενείς) καθώς και από τις συμβουλές των ταξιδιωτικών πρακτόρων
- Η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει λοιπούς παράγοντες όπως : η εμπιστοσύνη του δυνητικού τουρίστα στους ταξιδιωτικούς πράκτορες και οι

προηγούμενες εμπειρίες. Σημαντικό ρόλο παίζουν και οι χρονικοί περιορισμοί καθώς και ο προϋπολογισμός των διακοπών.

Οι παραπάνω παράγοντες προκαλούν τις επιθυμίες για ταξίδι και την αναζήτηση των αναγκαίων πληροφοριών για τη λήψη της κατάλληλης απόφασης. Με τη βοήθεια αυτών των πληροφοριών, ο «δυναμικός τουρίστας» θα είναι σε θέση να αξιολογήσει τις εναλλακτικές επιλογές πριν πάρει την τελική απόφαση του για τις διακοπές ή για την αγορά του πακέτου διακοπών.



Πηγή: Foster D. (1985), *Travel and Tourism Management*, Basingstoke, Hampshire (UK): Macmillan Press, σ. 36.

1.3. Η σημασία της μελέτης της διαδικασίας λήψης απόφασης τουριστικού προορισμού για την Κρήτη.

Είναι αναμφισβήτητο ότι η Κρήτη είναι ένας τουριστικός προορισμός με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λόγω του εξαιρετικού ιστορικού ενδιαφέροντος, της ξεχωριστής φυσικής ομορφιάς και της φιλοξενίας. Δεν παύουν όμως να υπάρχουν και άλλοι, εξίσου ανταγωνιστικοί προορισμοί, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, οι οποίοι αναπτύσσονται με ραγδαίους ρυθμούς. Επομένως, για να διατηρήσει και να βελτιώσει η Κρήτη την εικόνα και τη θέση που κατέχει θα πρέπει να μελετήσει και να αναλύσει τον τρόπο σκέψης, τη συμπεριφορά και τα παράπονα των επισκεπτών της, έτσι ώστε με τους κατάλληλους χειρισμούς και βελτιώσεις, να κρατήσει ενεργό το ενδιαφέρον τους καθώς επίσης και να προσελκύσει περισσότερους.

Στη συνέχεια παρατίθενται πίνακες με τα στατιστικά στοιχεία για τις διεθνείς αφίξεις στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων για τα έτη 2009 και 2008 καθώς και η ποσοστιαία διαφορά τους. Παρατηρούμε ότι υπάρχει μείωση στις αφίξεις για τη χρονιά του 2009 και για τα δυο αεροδρόμια, με το ποσοστό μείωσης να είναι σχεδόν ίδιο και για τα δυο αεροδρόμια (9.32% για το αεροδρόμιο Ηρακλείου και 9.28% για το αεροδρόμιο των Χανίων).

Διεθνείς Αφίξεις στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων, Ιανουάριος-Αύγουστος 2009/2008		
2009	Ηράκλειο	Χανιά
Ιανουάριος	848	76
Φεβρουάριος	1.761	0
Μάρτιος	2.731	416
Απρίλιος	88.139	26.046
Μάιος	249.349	90.317
Ιούνιος	313.028	109.196
Ιούλιος	405.304	129.712
Αύγουστος	423.211	112.513
Σύνολο	1.484.425	468.276

Πίνακας 1.3.1

2008	Ηράκλειο	Χανιά
Ιανουάριος	1.617	0
Φεβρουάριος	1.050	0
Μάρτιος	4.740	210
Απρίλιος	89.169	21.155
Μάιος	279.284	101.466
Ιούνιος	365.536	120.330
Ιούλιος	439.347	143.513
Αύγουστος	456.163	129.512
Σύνολο	1.636.906	516.186

Πίνακας 1.3.2

Δ2009/2008	Ηράκλειο	Χανιά
Ιανουάριος	-47,56%	
Φεβρουάριος	67,71%	
Μάρτιος	-42,38%	98,10%
Απρίλιος	-1,09%	23,12%
Μάιος	-10,72%	-10,99%
Ιούνιος	-14,36%	-9,25%
Ιούλιος	-7,75%	-9,62%
Αύγουστος	-7,22%	-13,13%
Σύνολο	-9,32%	-9,28%

Πίνακας 1.3.3

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΥΠΑ

Κεφάλαιο 2

2.1. Στοιχεία Έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε αλλοδαπούς επισκέπτες σε ολόκληρη την Κρήτη οι οποίοι κατά πλειοψηφία πραγματοποιούσαν τις εκδρομές τους σε γκρουπ. Ανάμεσα τους υπήρχε και ένας μικρός αριθμός μεμονωμένων τουριστών οι οποίοι ακολούθησαν το πρόγραμμα του γκρουπ. Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω διανομής δομημένου ερωτηματολογίου μεταφρασμένο σε 5 γλώσσες (Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά, Ρωσικά). Το ερωτηματολόγιο είναι χωρισμένο σε δυο μέρη. Το πρώτο περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν στα γενικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και διαμορφώνουν το προφίλ του δείγματος. Στο δεύτερο μέρος περιέχονται ερωτήσεις σχετικά με τη διαδικασία που ακολούθησε ο επισκέπτης για να επιλέξει την Κρήτη για τις διακοπές στους. Στο μέρος αυτό υπάρχουν και κάποιες ερωτήσεις ανοιχτού τύπου.

Η διεξαγωγή της έρευνας έγινε με τη βοήθεια του Σωματίου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης και Σαντορίνης. Οι ξεναγοί είχαν αναλάβει τη διανομή των ερωτηματολογίων μετά το πέρας της ξενάγησης, στους αρχαιολογικούς χώρους ή στις εκδρομές που πραγματοποίησαν με τους επισκέπτες του νησιού. Σημειώνεται ότι η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν προαιρετική.

Η διάρκεια της έρευνας ήταν ένας μήνας. Ξεκίνησε στις 17 Αυγούστου 2009 και ολοκληρώθηκε στις 18 Σεπτεμβρίου 2009. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και το δείγμα ανέρχεται σε 517 τουρίστες άνω των 18 ετών. Παρακάτω ακολουθεί αναλυτικά η σύνθεση του δείγματος ανά εθνικότητα και ανά περιοχή/εκδρομή. Σημειώνεται ότι συλλέχθηκε μικρός αριθμός ερωτηματολογίων και από άλλες εθνικότητες πέρα από τις βασικές που εξετάστηκαν.

Εθνικότητα	Συνολικό Δείγμα	Δείγμα ανά Εκδρομή			
		Χανιά	Κνωσσός	Σπιναλόγκα	Χρυσή
<i>Άγγλοι</i>	204	17	25	159	-
<i>Γερμανοί</i>	97	66	14	17	-
<i>Γάλλοι</i>	132	76	34	22	-
<i>Ρώσοι</i>	39	-	16	23	-
<i>Ιταλοί</i>	45	6	19	19	3

Πίνακας 2.1-1 Αριθμός συνολικού δείγματος ανά εθνικότητα και ανά εκδρομή

Αρχικά, η σύνθεση του δείγματος που θα εξεταζόταν προέκυψε βάσει των επίσημων στατιστικών στοιχείων αφίξεων για το έτος 2008 στα αεροδρόμια Ηρακλείου (Ν. Καζαντζάκης) και Χανίων (Ι. Δασκαλογιάννης) για τους μήνες του Αυγούστου και του Σεπτεμβρίου, όπως φαίνεται στους πίνακες που ακολουθούν. Στη συνέχεια όμως κατά τη διανομή των ερωτηματολογίων μεταβλήθηκε η στάθμιση του δείγματος και δεν ακολουθήθηκε κατά βάση η αρχική σύνθεση. Αυτό λόγω του ότι υπήρξαν δυσκολίες στη συγκέντρωση κατάλληλου δείγματος.

2008 Αφίξεις Ι. Δασκαλογιάννης		
ΧΩΡΑ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ
ΣΟΥΗΔΙΑ	19.09%	20.25%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	21.09%	20.25%
ΔΑΝΙΑ	16.30%	14.44%
Μ.ΒΡΕΤΑΝΙΑ	6.86%	7.75%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	6.50%	6.82%
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	7.32%	9.26%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	2.62%	2.65%
ΠΟΛΩΝΙΑ	4.49%	4.96%
ΒΕΛΓΙΟ	3.74%	2.60%
ΤΣΕΧΙΑ	3.16%	3.27%
ΑΥΣΤΡΙΑ	3.52%	3.08%
ΙΤΑΛΙΑ	1.55%	1.54%
ΡΩΣΙΑ	1.55%	1.64%
ΛΟΙΠΕΣ	2.21%	1.50%
ΣΥΝΟΛΟ	100.00%	100.00%

Πίνακας 2.1-2 Ποσοστά αφίξεων ανά εθνικότητα για το αεροδρόμιο των Χανίων.

2008 Αφίξεις Ν. Καζαντζάκης		
ΧΩΡΑ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	17.23%	19.56%
Μ.ΒΡΕΤΑΝΙΑ	16.08%	19.45%
ΓΑΛΛΙΑ	10.97%	11.07%
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	7.68%	6.57%
ΙΤΑΛΙΑ	9.08%	3.56%
ΡΩΣΙΑ	6.60%	6.75%
ΒΕΛΓΙΟ	3.88%	2.67%
ΑΥΣΤΡΙΑ	3.16%	2.69%
ΤΣΕΧΙΑ	3.82%	3.90%
ΕΛΒΕΤΙΑ	2.47%	3.13%
ΠΟΛΩΝΙΑ	4.15%	3.89%
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	0.00%	0.00%
ΣΟΥΗΔΙΑ	0.99%	1.40%
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	0.82%	1.06%
ΛΟΙΠΕΣ	13.07%	14.04%
ΣΥΝΟΛΟ	100.00%	100.00%

Πίνακας 2.1-2 Ποσοστά αφίξεων ανά εθνικότητα για το αεροδρόμιο του Ηρακλείου.

Κεφάλαιο 3

3.1 ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η επεξεργασία των δεδομένων και η διεξαγωγή των αποτελεσμάτων έγινε με τη βοήθεια του στατιστικού προγράμματος SPSS.

3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Στα παρακάτω γραφήματα απεικονίζονται καταρχήν τα ποσοστά του δείγματος των 517 επισκεπτών ανάλογα με την εκδρομή την οποία πραγματοποιούσαν καθώς και την αντίστοιχη ημερομηνία. Στη συνέχεια αναλύονται τα βασικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων. Τα χαρακτηριστικά αυτά, έχουν να κάνουν με την εθνικότητα, το φύλο, την ηλικιακή ομάδα των τουριστών, το χρόνο διαμονής τους στην Κρήτη, με ποιον πήγαν διακοπές αλλά και πότε προγραμματίσαν το ταξίδι τους. Διαμορφώνουν δηλαδή το προφίλ των επισκεπτών.

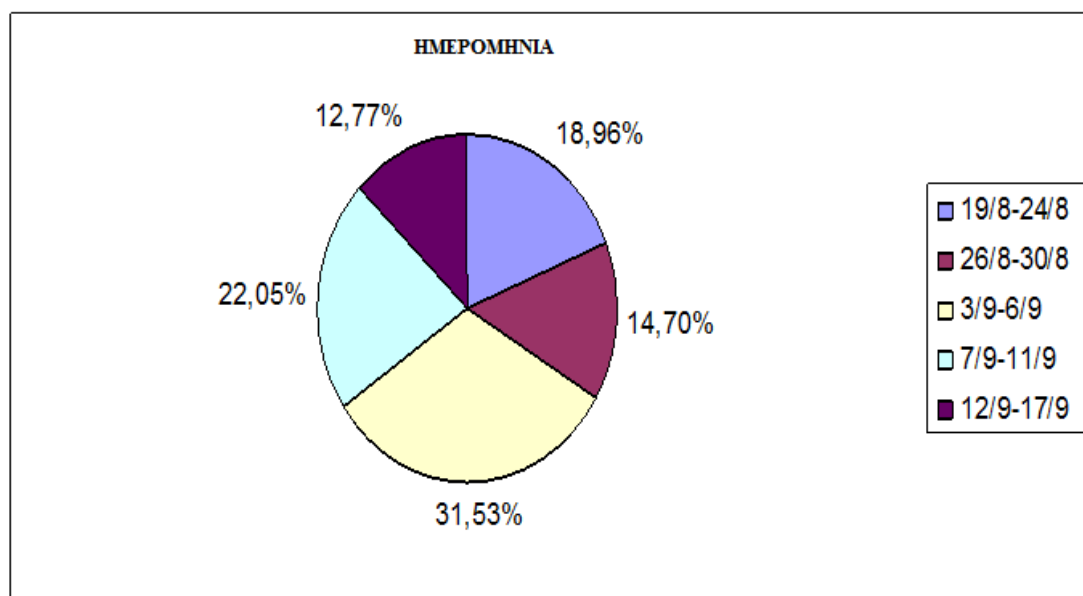
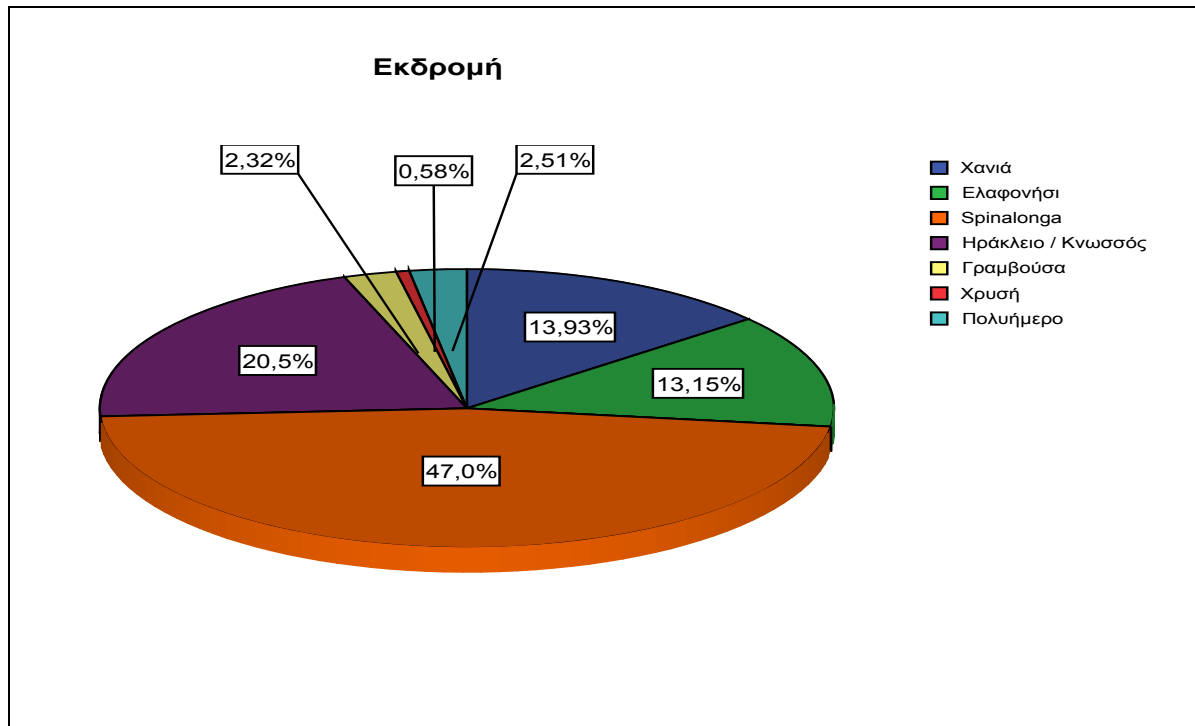
Σημειώνεται, ότι στο παράρτημα 2, είναι διαθέσιμοι πίνακες, στους οποίους φαίνονται αναλυτικά τα ποσοστά και τα απόλυτα νούμερα των απαντήσεων για κάθε ερώτηση και συσχέτιση. Για λόγους οικονομίας χώρου και ευκολίας στην ανάγνωση, στο κείμενο που ακολουθεί παρουσιάζονται μόνο γραφήματα.

Όπως φαίνεται από τα γραφήματα, καταρχήν οι περισσότεροι επισκέπτες της Κρήτης που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο βρισκόταν σε εκδρομή στη Σπιναλόγκα (Ελούντα). Σε αυτό το σημείο επισημαίνεται η τυχαιότητα του δείγματος και της διανομής των ερωτηματολογίων. Ένα σημαντικό ποσοστό αυτών ήταν Βρετανοί, ενώ υπάρχουν πολλοί Γάλλοι και Γερμανοί.

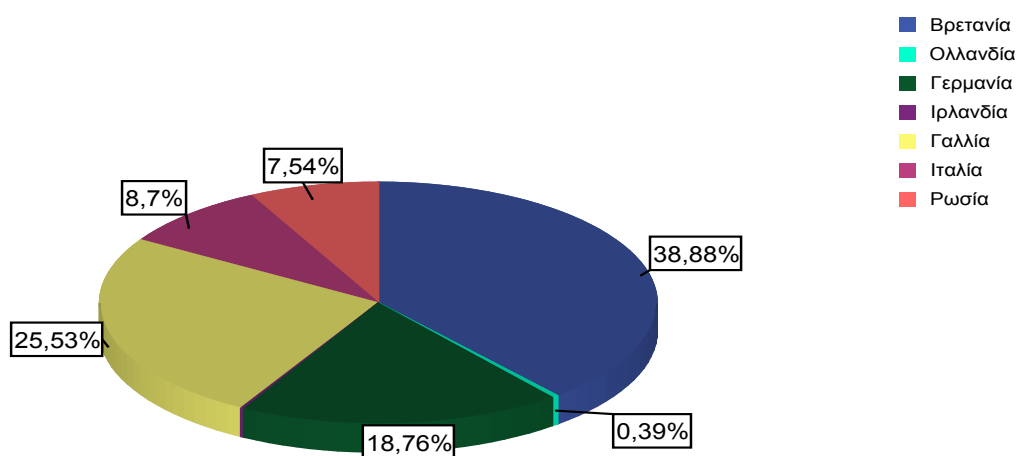
Τα μεγαλύτερα ποσοστά δείγματος συγκεντρώθηκαν κατά το χρονικό διάστημα 3/9 – 6/9 (31,53%) και 7/9 - 11/9 (22,05%).Αρκετά μεγάλο δείγμα συγκεντρώθηκε και κατά τη χρονική περίοδο 19/8 – 24/8. Το 60% περίπου των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το 40% άντρες, ενώ υπάρχει περίπου ισομερής διαχωρισμός στις διάφορες ηλικιακές ομάδες με το μεγαλύτερο ποσοστό (25,19 %) να συγκεντρώνουν οι ηλικίες των 45 – 54^{ων} ετών. Μικρό ποσοστό (12,79%) είχαν οι επισκέπτες των ηλικιών 35 - 44^{ων} ετών.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες έμειναν στην Κρήτη 3-4 ημέρες σε ποσοστό 45,76% και ακολουθούν αυτοί που έμειναν 7 ημέρες, με ποσοστό 43,79%.

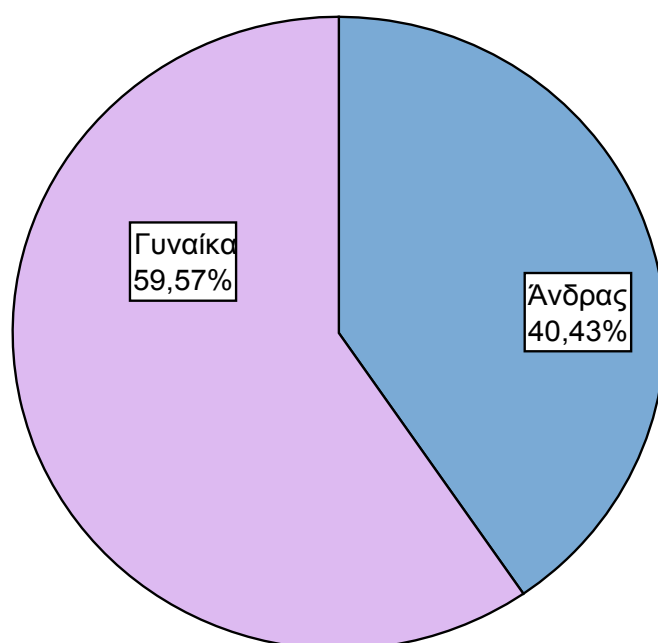
Ενώ μόλις ένα 10% έμεινε πάνω από μια εβδομάδα. Τέλος, οι περισσότεροι (πάνω από 50%) δηλώνουν ότι πήγαν διακοπές με φίλους ενώ με την οικογένεια ταξίδεψε το 37,0%.Επίσης το 6,86% των επισκεπτών ταξίδεψαν μόνοι τους.



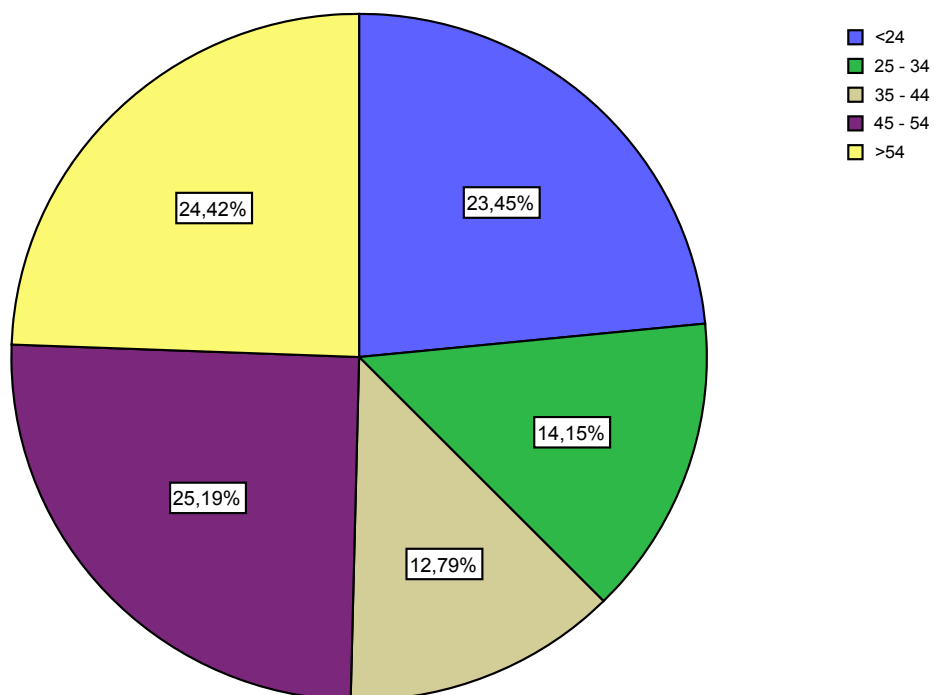
Εθνικότητα



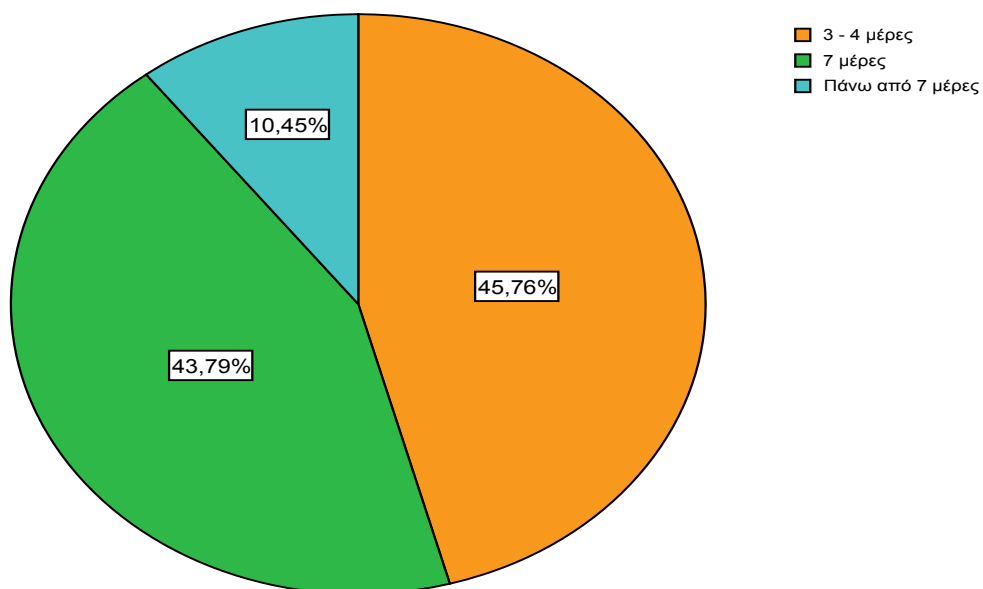
Φύλο

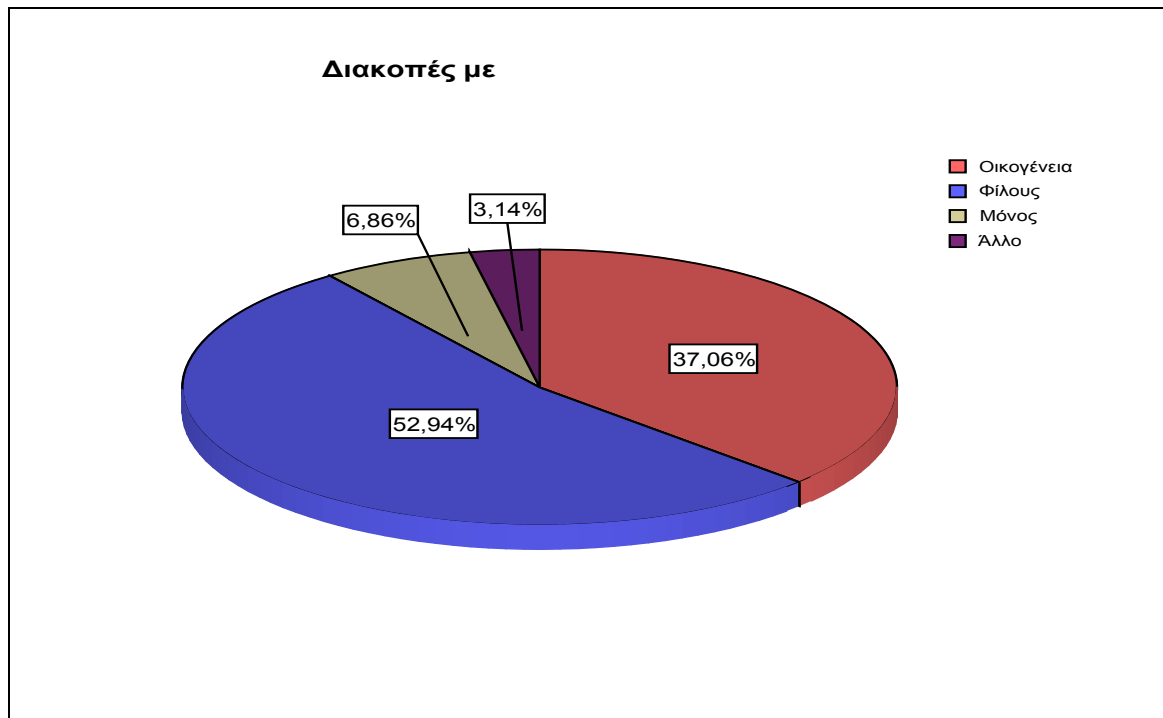


Ηλικία



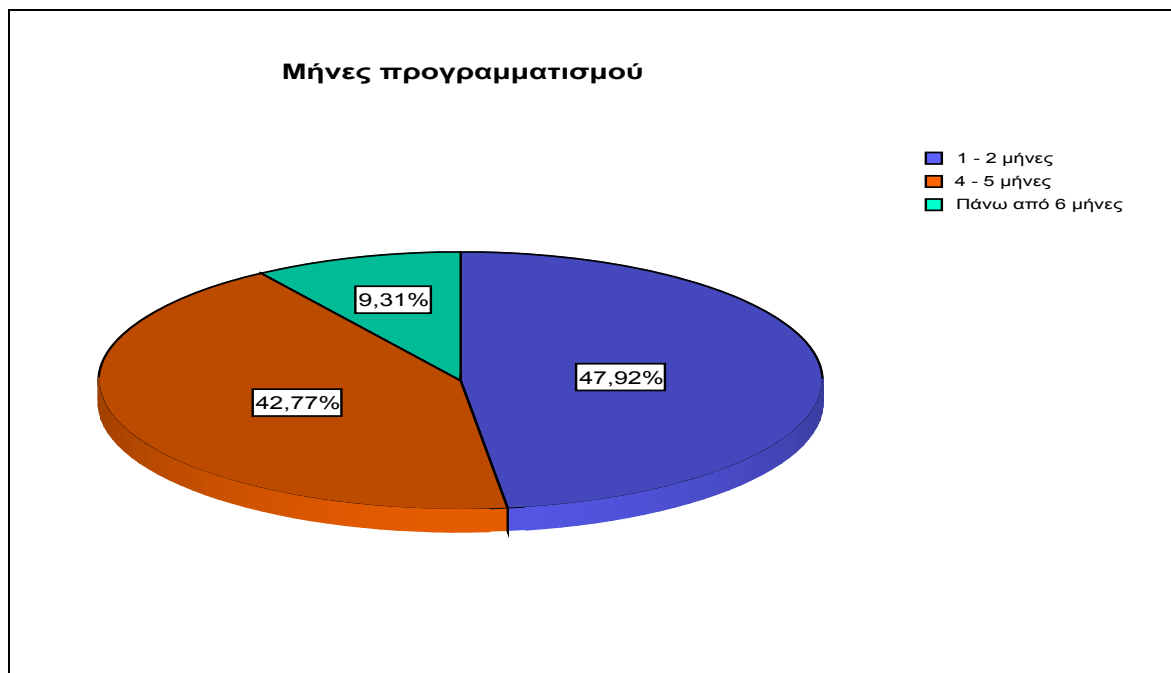
Χρόνος Διαμονής





3.3 ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

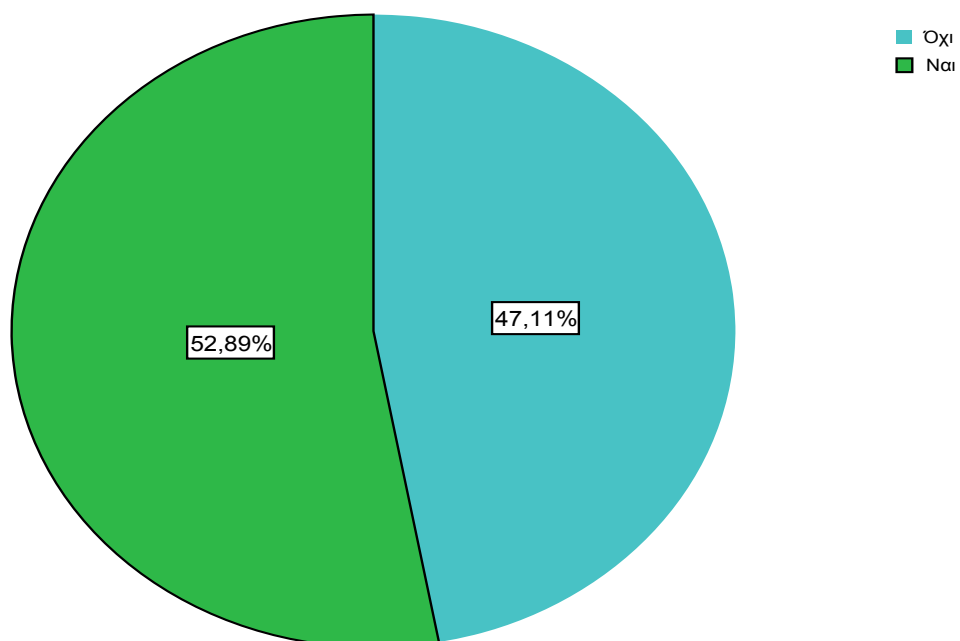
Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ποσοστά των ερωτηθέντων ανάλογα με το χρονικό διάστημα κατά το οποίο αποφάσισαν να οργανώσουν τις διακοπές τους. Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών (47,92%),οργάνωσε τις διακοπές του 1-2 μήνες πριν το ταξίδι. Εξίσου όμως μεγάλο (42,77%) είναι και το ποσοστό αυτών που οργάνωσαν το ταξίδι 4-5 μήνες πριν το πραγματοποιήσουν. Τέλος, μόνο για το 9,31% οι μήνες προγραμματισμού των διακοπών ήταν πάνω από 6.



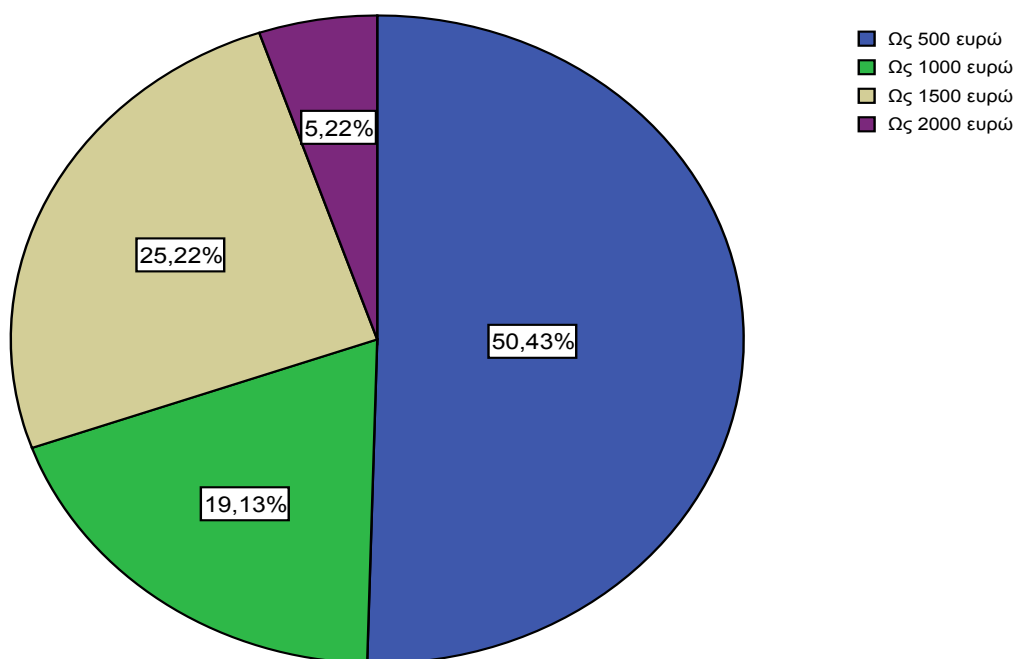
3.4 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΣΤΑ ΕΞΟΔΑ, ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ ΔΙΑΜΟΝΗΣ, ΣΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

Τα επόμενα γραφήματα, αναφέρονται στους περιορισμούς που έβαλαν οι επισκέπτες σχετικά με τα έξοδα και τον χρόνο διαμονής τους, αλλά και με τις δραστηριότητες που θα ευχαριστιόνταν περισσότερο ή τους χώρους που θα επισκέπτονταν. Όπως φαίνεται, λίγο πάνω από το 50% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι έβαλε όριο και στους τρεις αυτούς τομείς. Όσον αφορά στα έξοδα, αυτοί που έχουν βάλει όριο, έχουν δηλώσει μέχρι το ποσό των 500 ευρώ ως όριο. Αντίστοιχη εικόνα υπάρχει και για αυτούς που έχουν δηλώσει όριο στις μέρες διαμονής, καθώς το 50% περίπου δηλώνει πως είχε βάλει όριο τις 5 περίπου ημέρες. Σχετικά με τα πράγματα που δηλώνουν ότι θα ήθελαν να ευχαριστηθούν κατά τη διαμονή τους, πρώτη θέση κατέχει στις απαντήσεις ο ήλιος, με ποσοστό περίπου 50%.

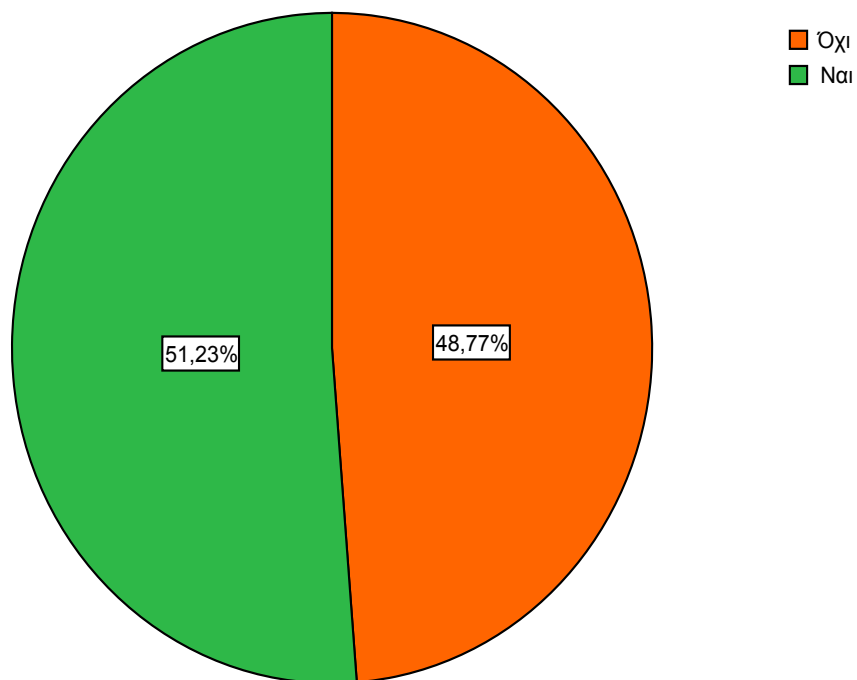
Όριο στα έξοδα



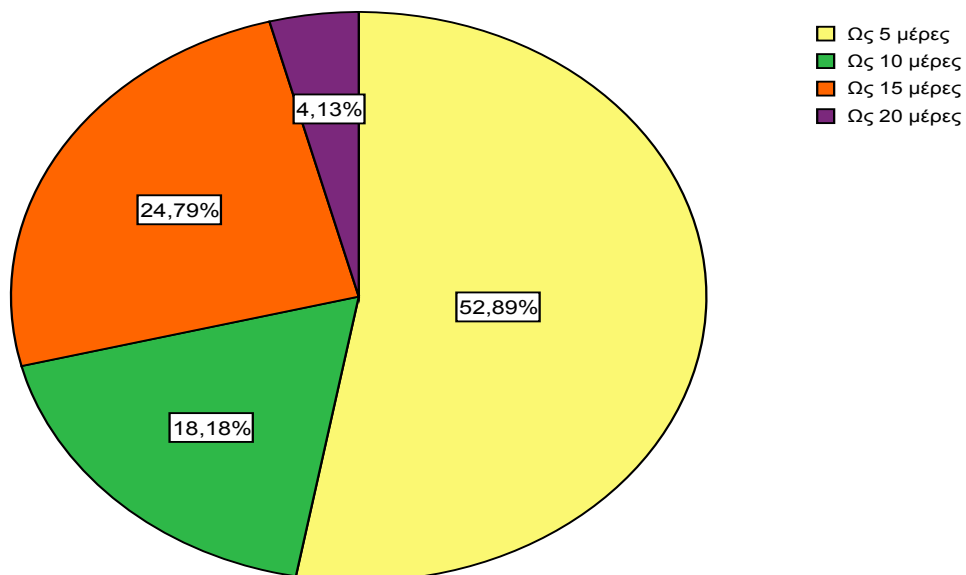
Πόσο όριο είχατε θέσει



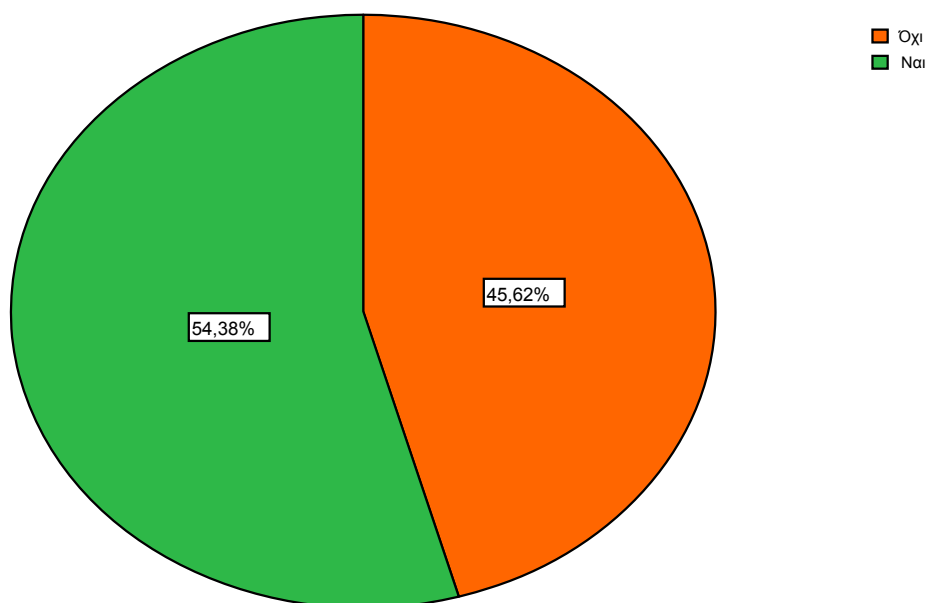
Όριο στις μέρες



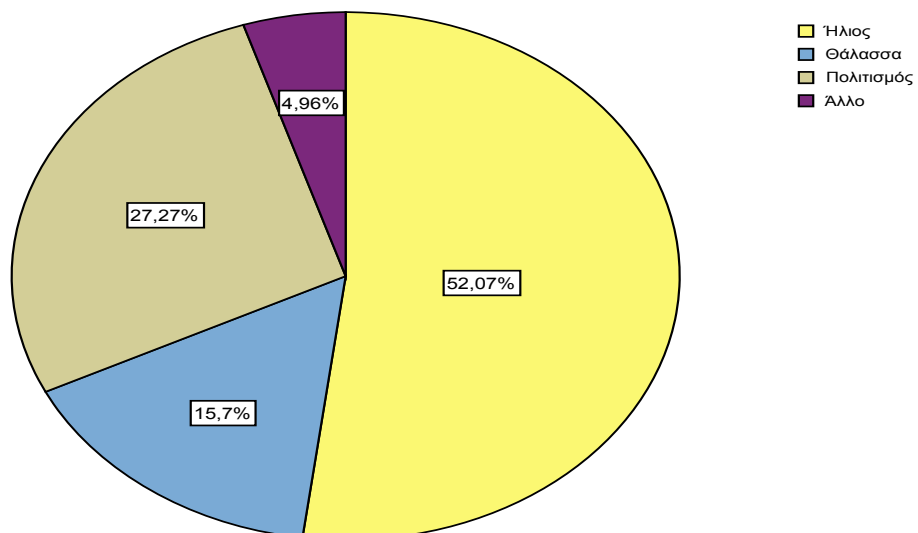
Πόσο όριο στις μέρες είχατε θέσει



Όριο στα χαρακτηριστικά του τόπου

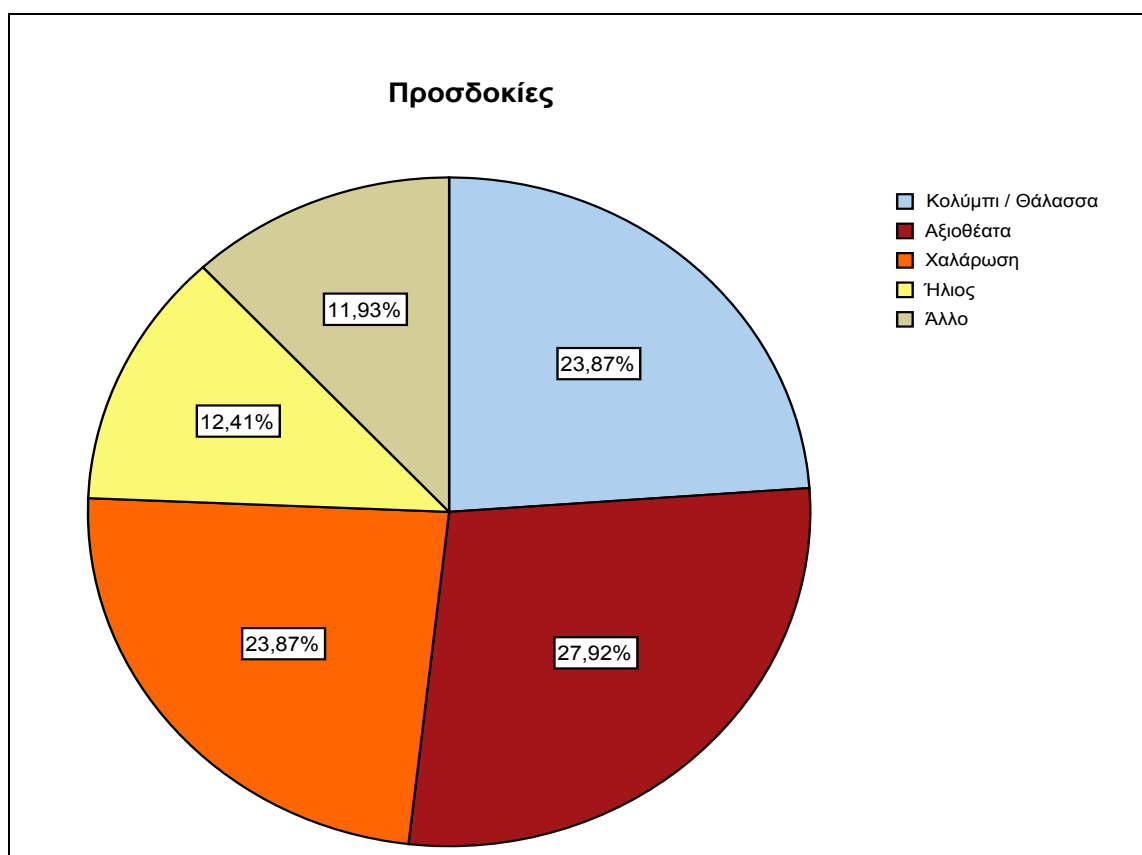


Ποιά όρια είχατε θέσει στα χαρακτηριστικά του τόπου



3.5 ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΑΞΙΔΙ

Το επόμενο γράφημα, αναφέρεται στις προσδοκίες των ερωτηθέντων σχετικά με τις διακοπές τους και το τί θα ήθελαν να κάνουν. Η ερώτηση αυτή έδωσε τη δυνατότητα στους επισκέπτες να εκφράσουν ελεύθερα τις επιθυμίες τους. Οι απαντήσεις θα μπορούσαν να θεωρηθούν αναμενόμενες αφού οι περισσότεροι, δηλώνουν πως θα ήθελαν να επισκεφθούν αξιοθέατα (27% περίπου), ενώ πολλοί είναι αυτοί που δηλώνουν ότι θέλουν χαλάρωση ή κολύμπι / θάλασσα (από 24% περίπου).



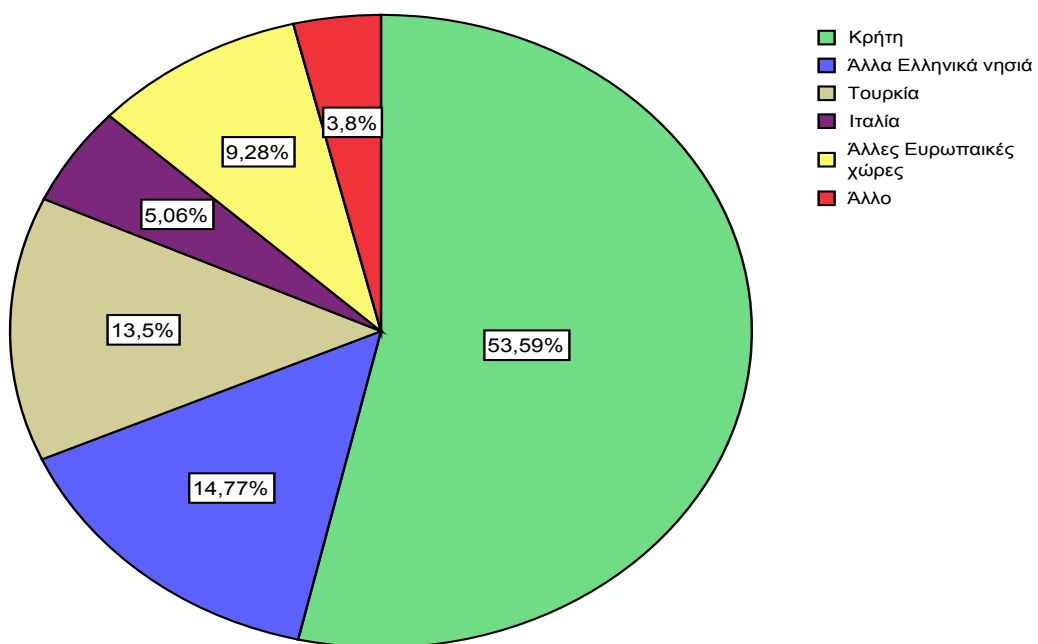
3.6 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ

Στη συνέχεια οι επισκέπτες ερωτήθηκαν για το αν είχαν ή όχι εναλλακτικούς προορισμούς πριν αποφασίσουν να περάσουν τις διακοπές τους στην Κρήτη. Η ερώτηση αυτή ήταν ανοιχτού τύπου και οι ερωτηθέντες απαντούσαν ελεύθερα, αναφέροντας απλά τους προορισμούς κατά σειρά προτίμησης. Για ευκολότερη ανάλυση των δεδομένων ομαδοποιήθηκαν οι τρεις πρώτοι πιθανοί προορισμοί που

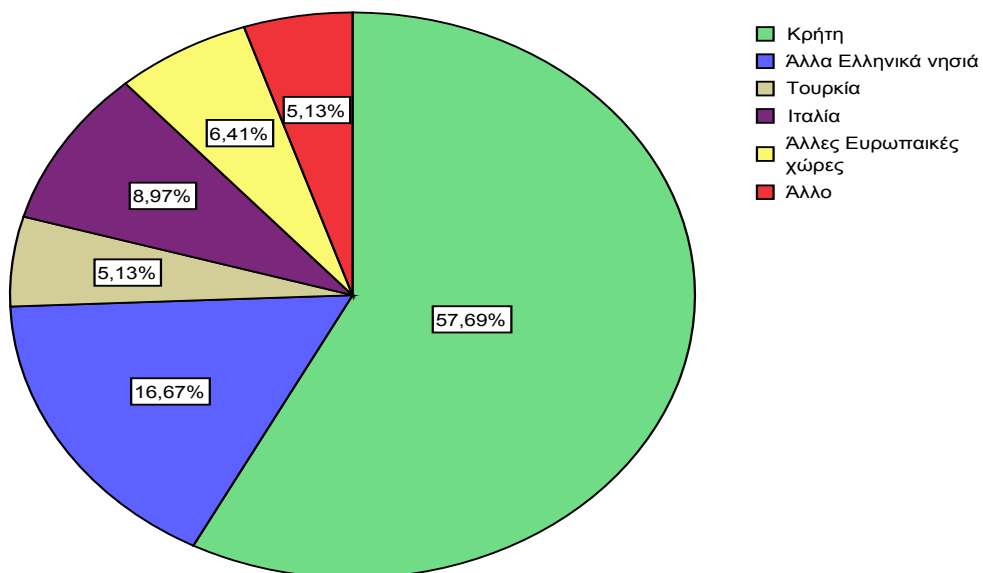
εμφανίζονταν με μεγαλύτερη συχνότητα. Στα επόμενα, παρουσιάζονται οι προτιμήσεις των τουριστών, με σειρά προτεραιότητας, για τους εναλλακτικούς προορισμούς. Οι περισσότεροι δηλώνουν πως είχαν συγκεκριμένους προορισμούς, με την Κρήτη να συγκεντρώνει υψηλά ποσοστά προτιμήσεων (περίπου 50%) είτε σαν πρώτη είτε σαν δεύτερη επιλογή. Σχετικά υψηλά ποσοστά έχουν και τα άλλα ελληνικά νησιά (14,77%) ,τα οποία βρίσκονται σε ανταγωνιστική θέση με την Τουρκία που κατέχει ποσοστό 13,5%.Ακολουθούν άλλες χώρες της Ευρώπης με ποσοστό 9.28% και η Ιταλία με 5,06%.



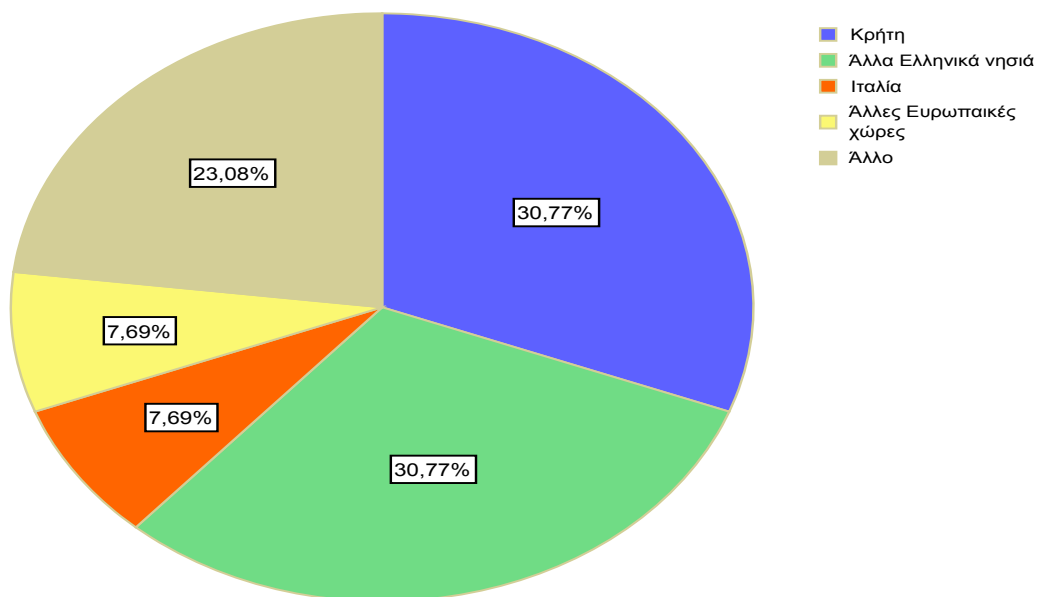
Πρώτη επιλογή



Δεύτερη επιλογή



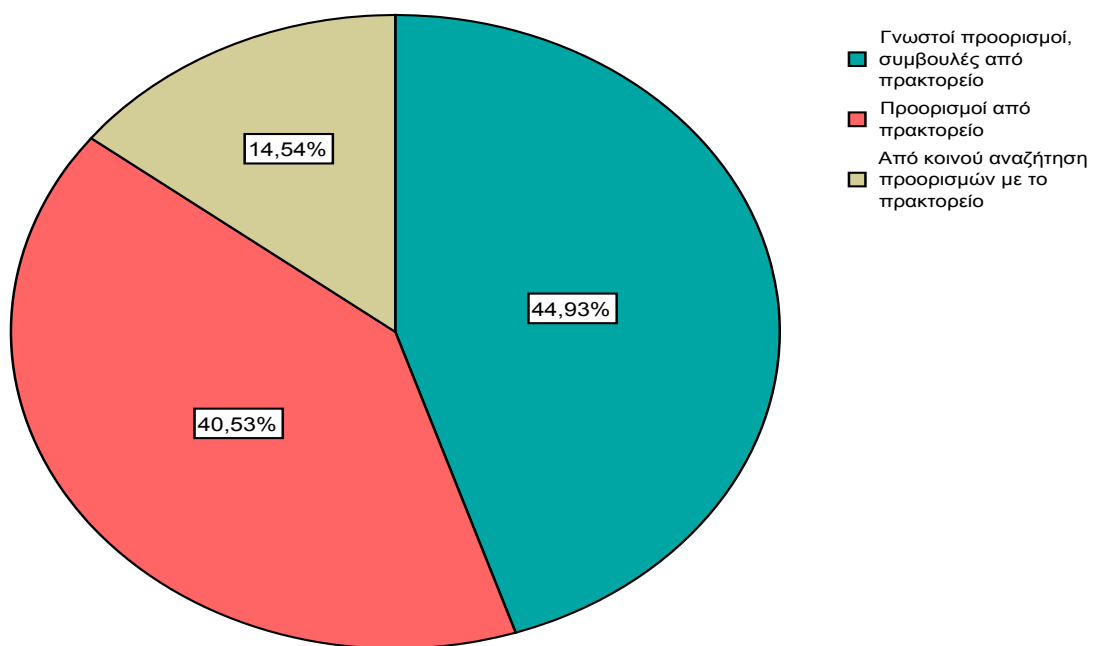
Τρίτη επιλογή



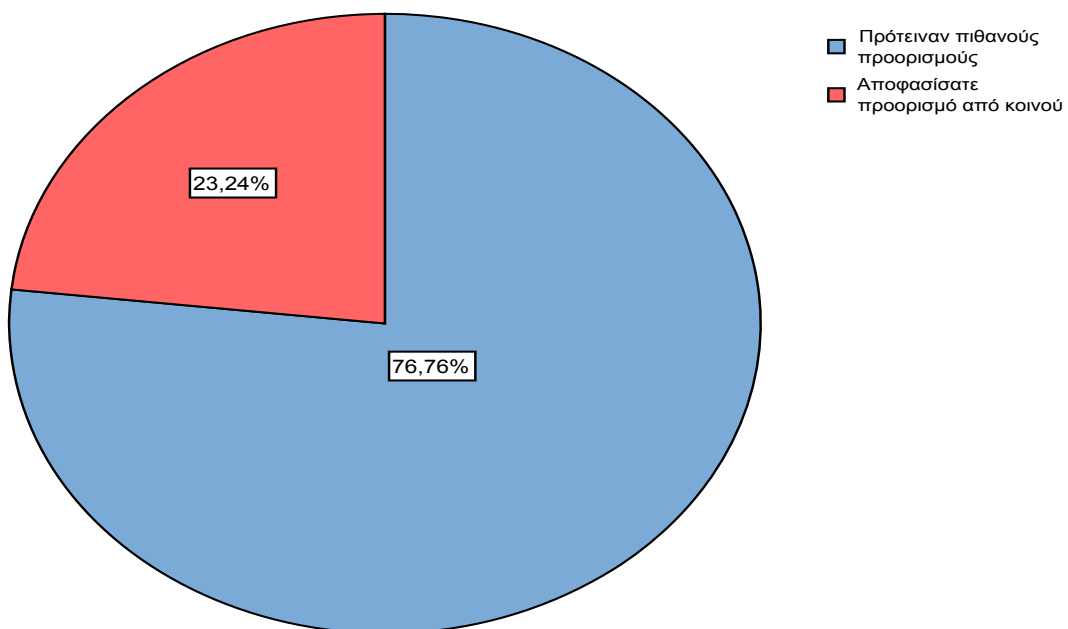
3.7 ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΙΘΑΝΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ

Η ερώτηση αυτή ήταν πολλαπλής επιλογής, αφού ο επισκέπτης είναι πιθανό να είχε επιλέξει παραπάνω από έναν τρόπους. Έτσι, φαίνεται ότι αυτοί που χρησιμοποίησαν πρακτορείο, μοιράζονται περίπου ισομερώς σε αυτούς που πήγαν γνωρίζοντας τους προορισμούς, και σε αυτούς που άφησαν το πρακτορείο να αποφασίσει. Ενώ ένα 14,54% των επισκεπτών, αποφάσισαν από κοινού με τον ταξιδιωτικό πράκτορα για τους πιθανούς προορισμούς. Όσοι επέλεξαν το διαδίκτυο για ενημέρωση, κατά κανόνα έψαχναν τυχαία για προορισμούς (σε ποσοστό λίγο λιγότερο από 50%), ενώ αρκετοί ήταν και αυτοί που έψαχναν συγκεκριμένα μέρη. Τέλος, αρκετοί άντλησαν πληροφορίες από τουριστικούς οδηγούς, από τα μέσα ενημέρωσης, αλλά και από προηγούμενες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Ακολουθούν τα ποσοστά για κάθε έναν από τους τρόπους ενημέρωσης χωρισμένους σε κατηγορίες.

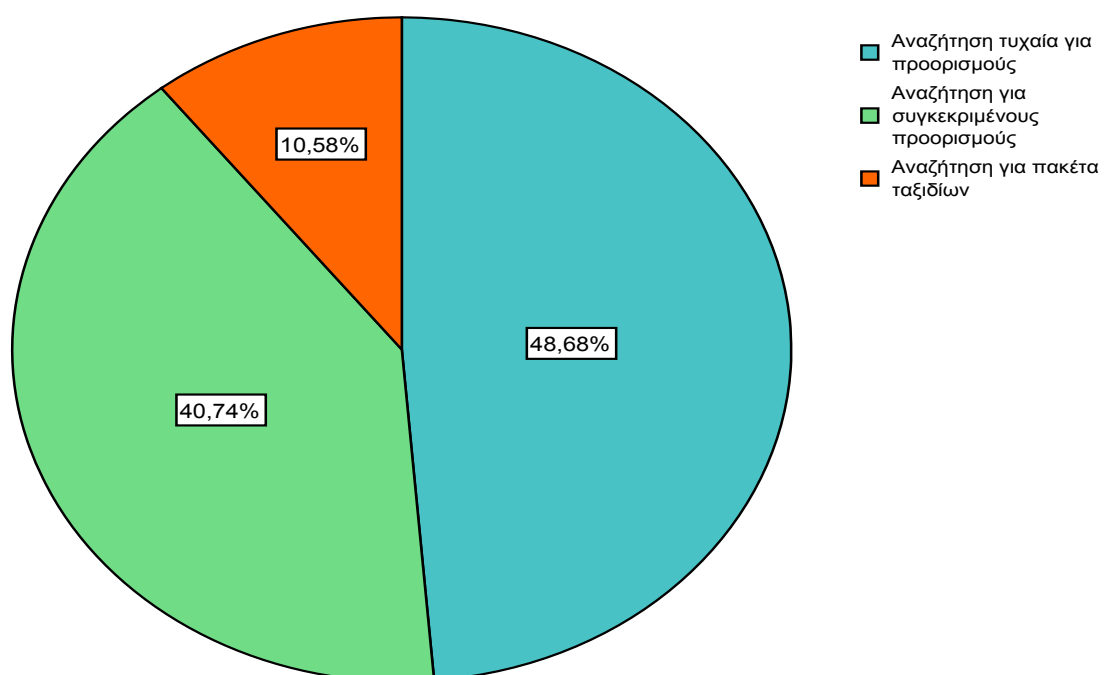
Επιλογή προορισμού μέσω πρακτορείου



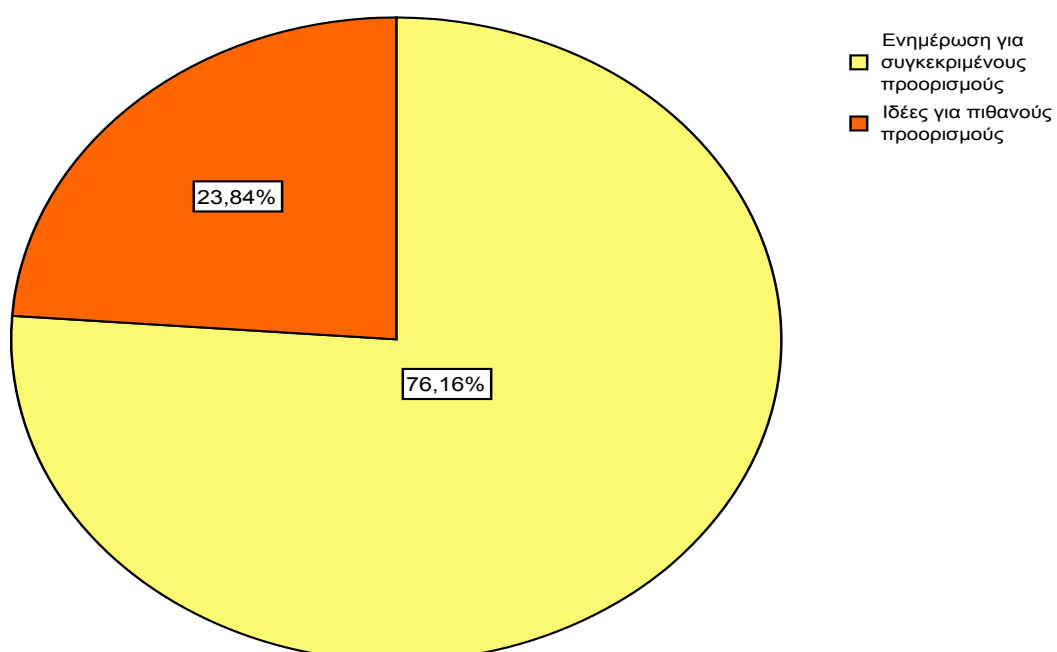
Επιλογή προορισμού μέσω φίλων / οικογένειας

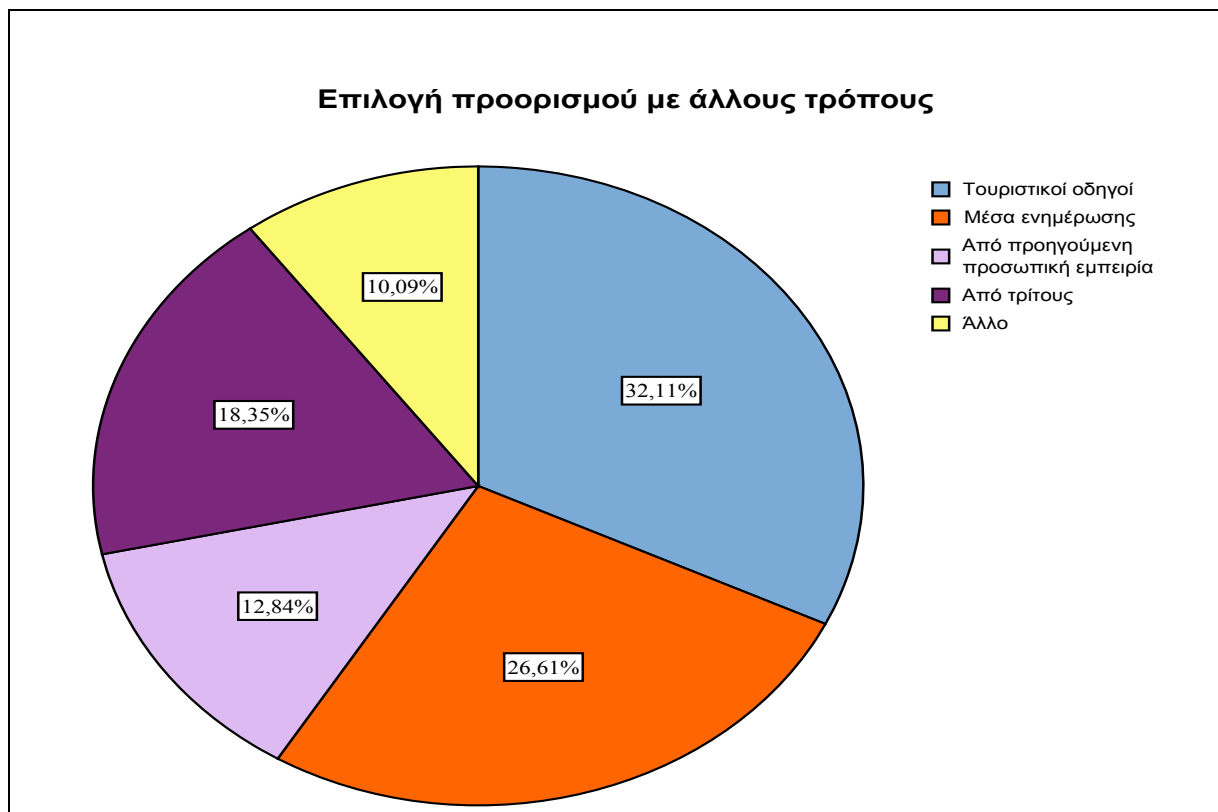


Επιλογή προορισμού μέσω διαδικτύου / οδηγών



Επιλογή προορισμού μέσω εκθέσεων



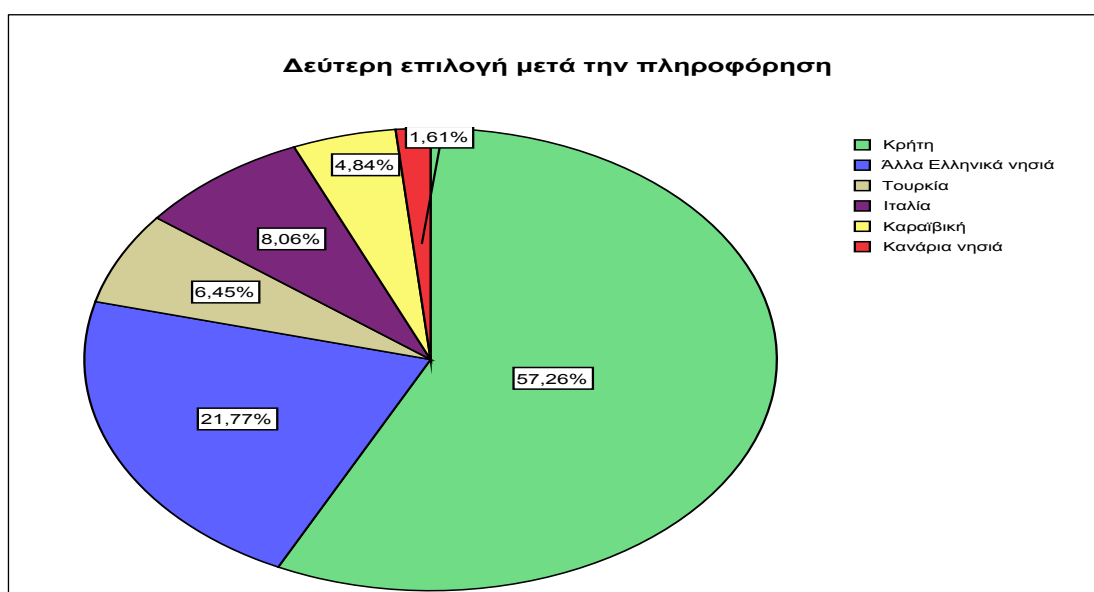
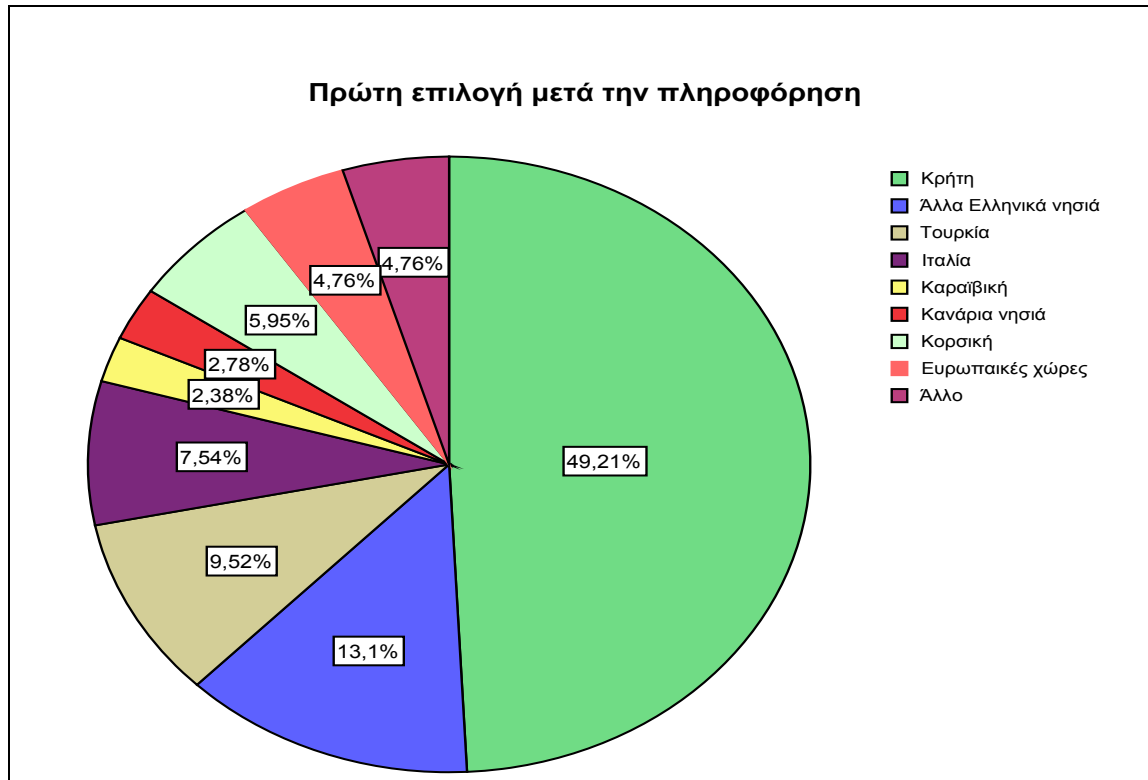


3.8 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Η επόμενη ομάδα γραφημάτων απεικονίζει το πώς επελέγη τελικά ο προορισμός, αφού έγινε η απαραίτητη «ενημέρωση» των υποψήφιων επισκεπτών. Οι πιθανοί προορισμοί που δηλώνονται μετά την ενημέρωση, έχουν πάνω – κάτω την ίδια εικόνα με αυτούς που δηλώνονταν πριν. Η Κρήτη, μετά την ενημέρωση, εξακολουθεί να παρουσιάζει πολύ μεγάλα ποσοστά που ξεπερνούν το 50% αγγίζοντας το 60%, είτε σαν πρώτη, είτε σαν δεύτερη, είτε ακόμα και σαν τρίτη επιλογή. Ακολουθούν ως πρώτη επιλογή προτίμησης, τα «άλλα Ελληνικά νησιά», σε ποσοστό 13,1%. Σε αυτά, ως επί το πλείστον αναφέρονται η Ρόδος, η Κως, αλλά και άλλα νησιά στις Κυκλάδες, όπως Σαντορίνη, Μύκονος .

Επίσης, χώρες όπως η Ιταλία (με 7,54% σαν πρώτη προτίμηση) και η Τουρκία (με 9,52% σαν πρώτη προτίμηση) φαίνεται να ξεχωρίζουν όσον αφορά τους προτιμητέους προορισμούς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα, απαντήσεις σχετικά με την Καραϊβική (2,38% σαν πρώτη προτίμηση), τα Κανάρια Νησιά (2,78% σαν πρώτη προτίμηση) και την Κορσική(5,95%). Στους λοιπούς προορισμούς, αναφέρονται μεταξύ άλλων προορισμοί όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Αίγυπτος, η Ταϊλάνδη, η Σαρδηνία και άλλοι.

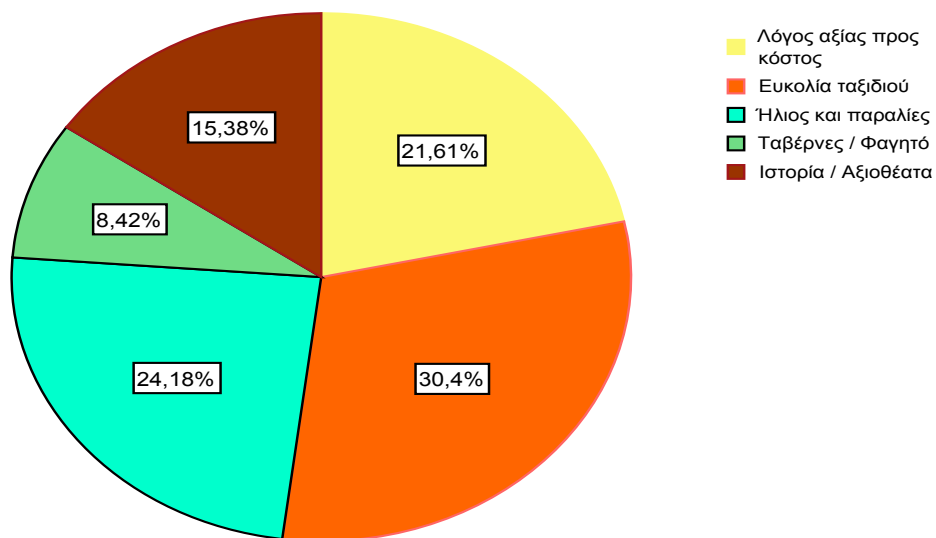




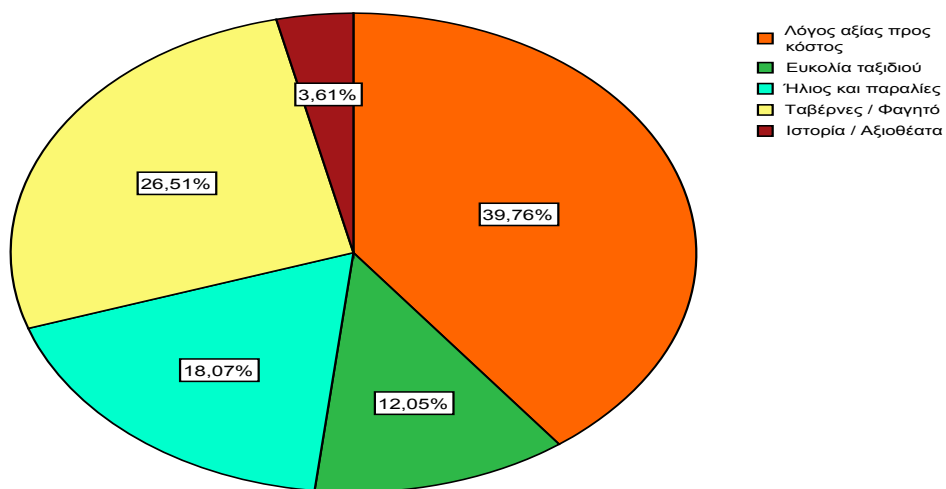
3.9 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

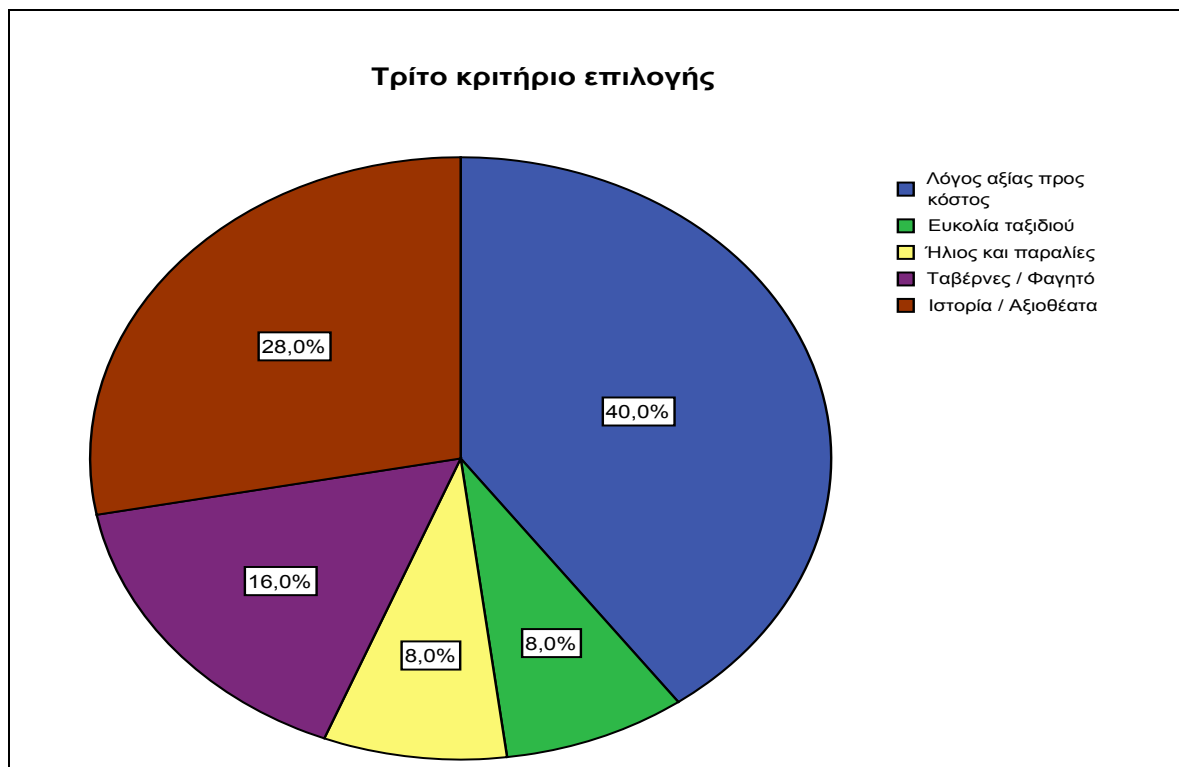
Σαν βασικό κριτήριο επιλογής παρουσιάζεται το επίπεδο ευκολίας του ταξιδιού(30,4%), μαζί όμως με τη θάλασσα και τον ήλιο(24,18%), αλλά και τον λόγο αξίας προς κόστος(21,61%). Ο λόγος αυτός φαίνεται να είναι σημαντικό 2^ο και 3^ο κριτήριο για τους ερωτηθέντες. Τέλος, σχετικά σημαντικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει το φαγητό (8,42%) αλλά και τα αξιοθέατα και η ιστορία του τόπου (15,38%).

Πρώτο κριτήριο επιλογής



Δεύτερο κριτήριο επιλογής

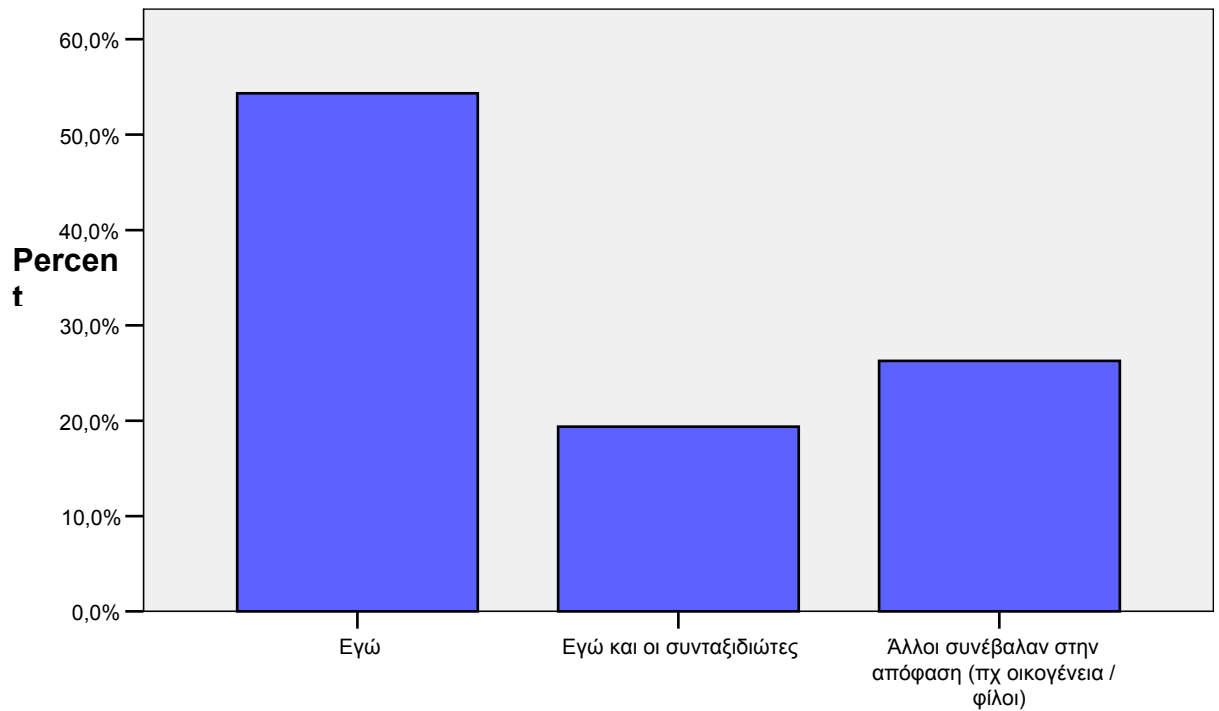




3.10 ΠΟΙΟΣ ΠΗΡΕ ΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

Στη συνέχεια οι επισκέπτες ερωτήθηκαν για το ποιος έκανε την τελική επιλογή του προορισμού και όπως φαίνεται από το επόμενο γράφημα, έγινε στις περισσότερες των περιπτώσεων από τον ίδιο τον ταξιδιώτη (σε ποσοστό περίπου 55%).

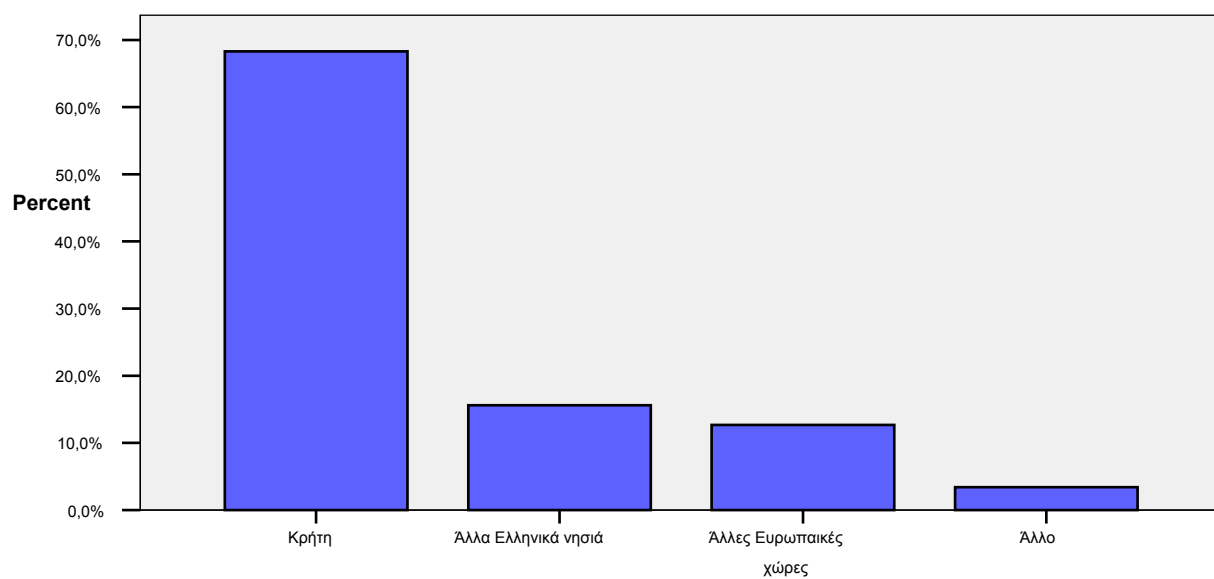
Ποιός πήρε την τελική απόφαση



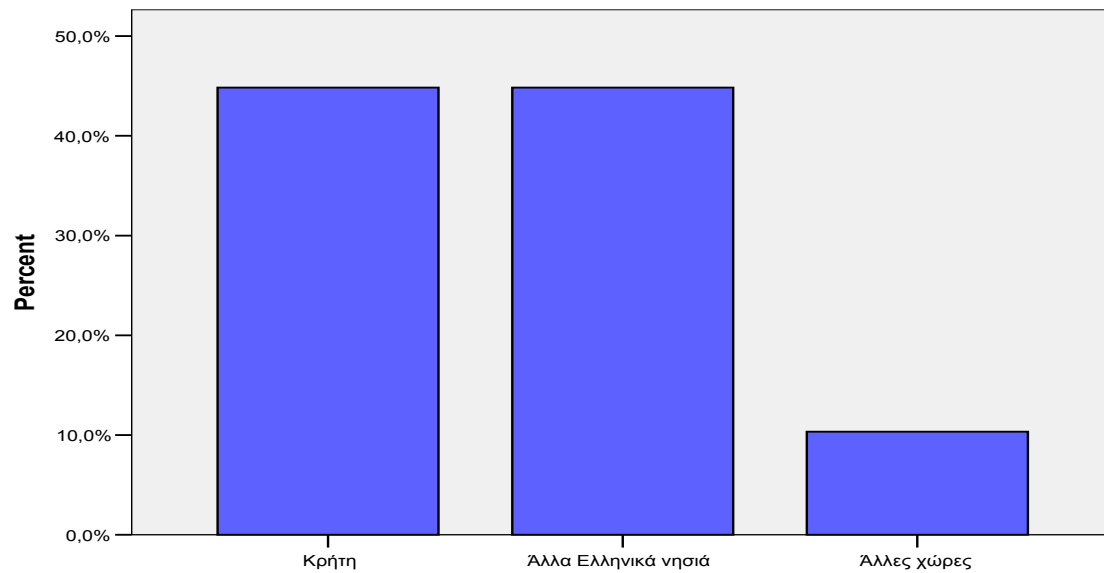
3.11 ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΡΙΤΩΝ

Σχετικά με τις επιλογές των άλλων, η Κρήτη είχε τον πρώτο λόγο τουλάχιστον όσον αφορά τις πρώτες και τις δεύτερες επιλογές. Σαν δεύτερη επιλογή πάντως πολλοί δήλωσαν άλλα ελληνικά νησιά, ενώ άλλες χώρες δηλώθηκαν σαν τρίτη επιλογή προτίμησης. Η τελική επιλογή, έγινε κατά κύριο λόγο βάσει της ιστορίας του τόπου αλλά και των παραλιών και της ηλιοφάνειας.

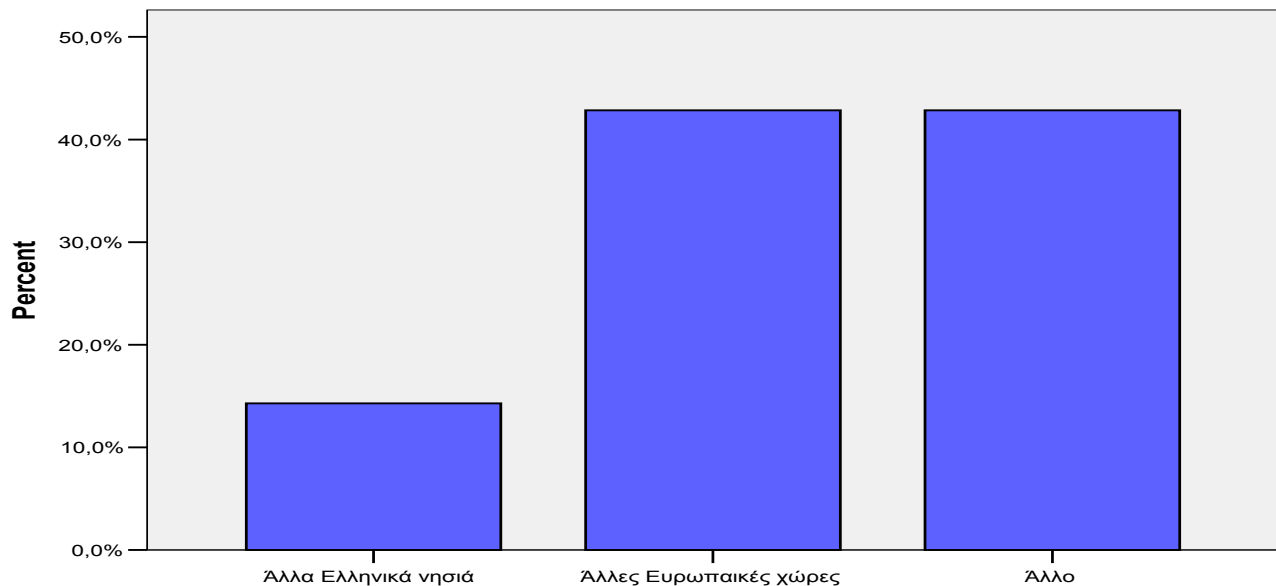
Πρώτη επιλογή τρίτων



Δεύτερη επιλογή τρίτων

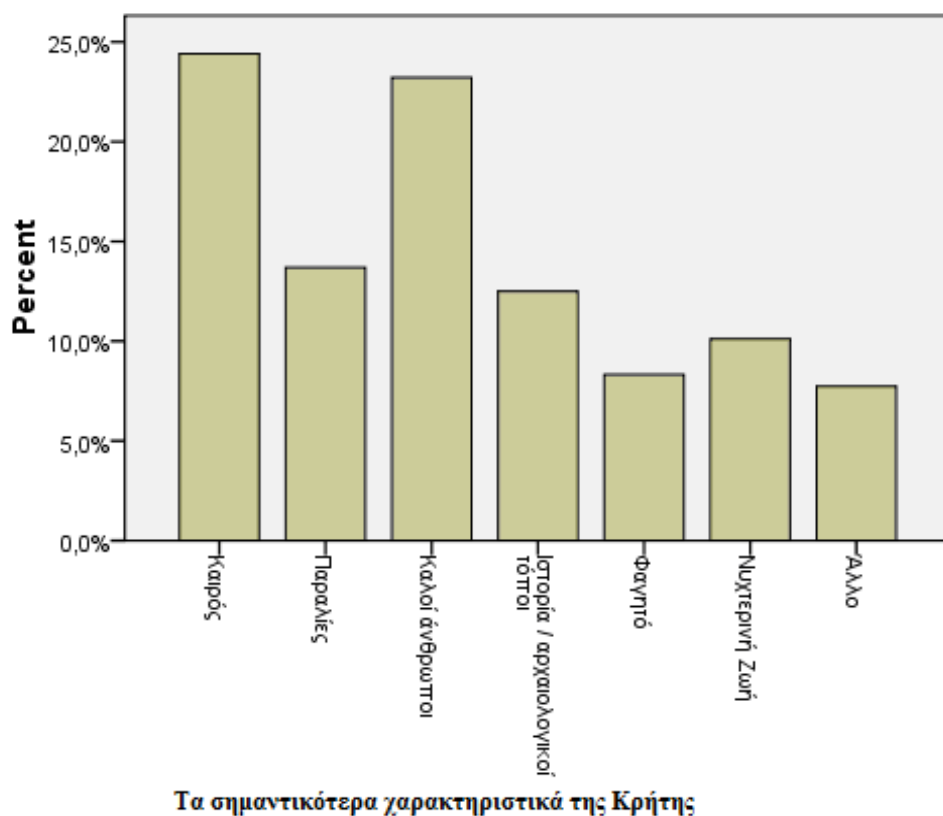


Τρίτη επιλογή τρίτων



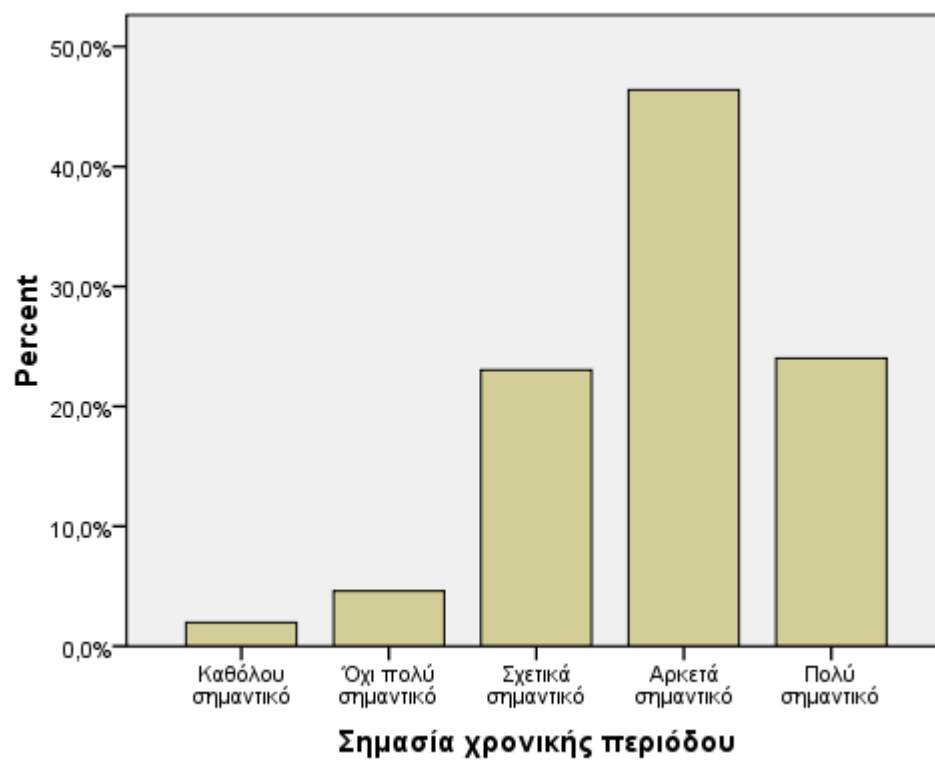
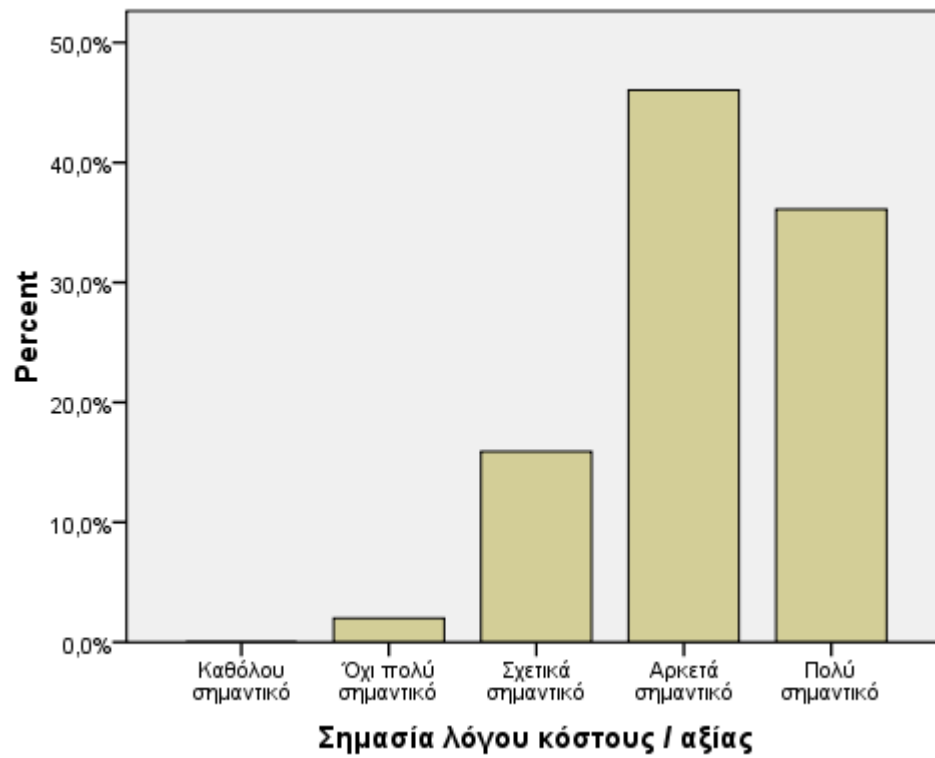
3.12 ΠΟΙΑ ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

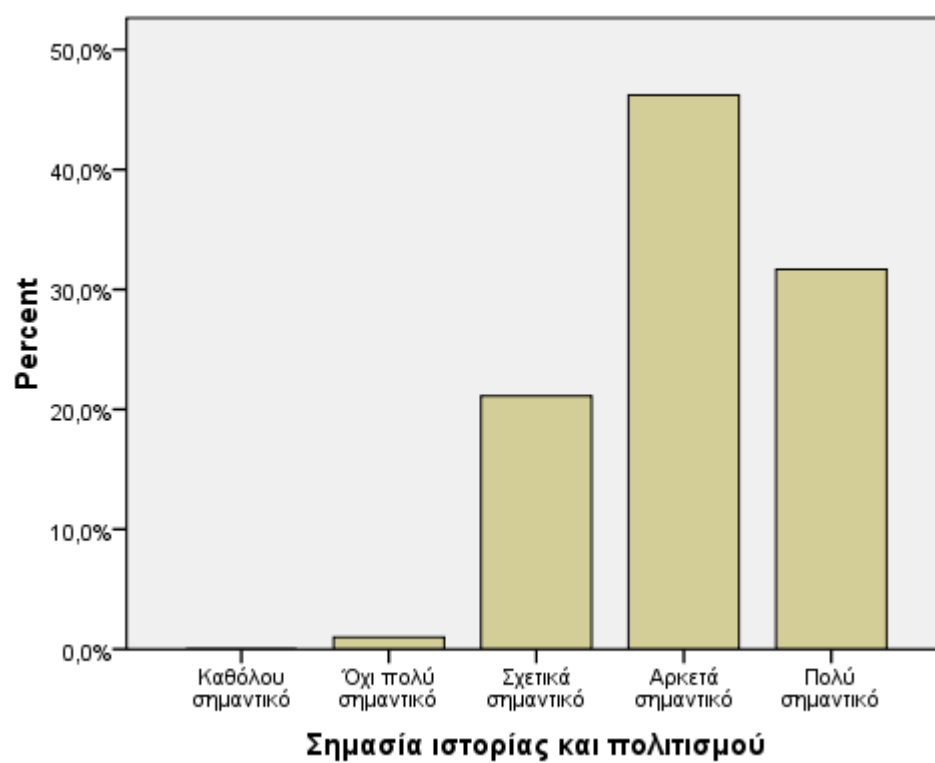
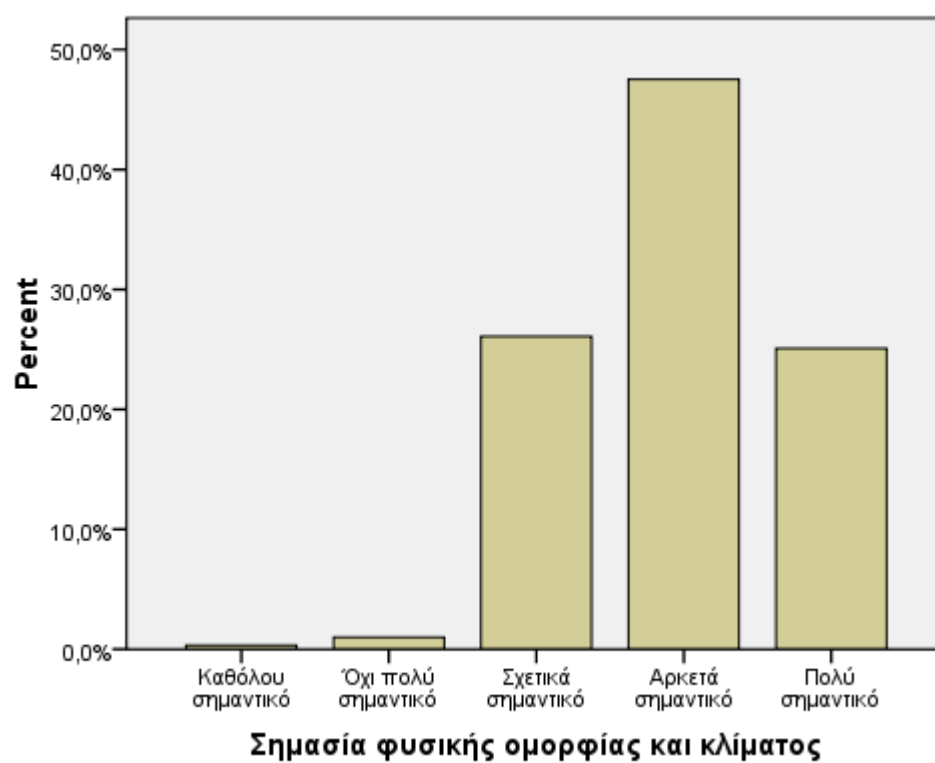
Η ερώτηση αυτή ήταν ανοιχτού τύπου επομένως οι επισκέπτες είχαν τη δυνατότητα να απαντήσουν αυθόρμητα αυτό που πραγματικά πίστευαν. Οι ερωτηθέντες δήλωσαν πως τα πιο βασικά προτερήματα / χαρακτηριστικά της Κρήτης είναι ο καιρός (σε ποσοστό 25%) και οι καλοί άνθρωποι (23,2%). Επίσης σημαντικό ρόλο παίζουν οι παραλίες (13,7%) αλλά και οι ιστορικοί / αρχαιολογικοί τόποι (12,5%).

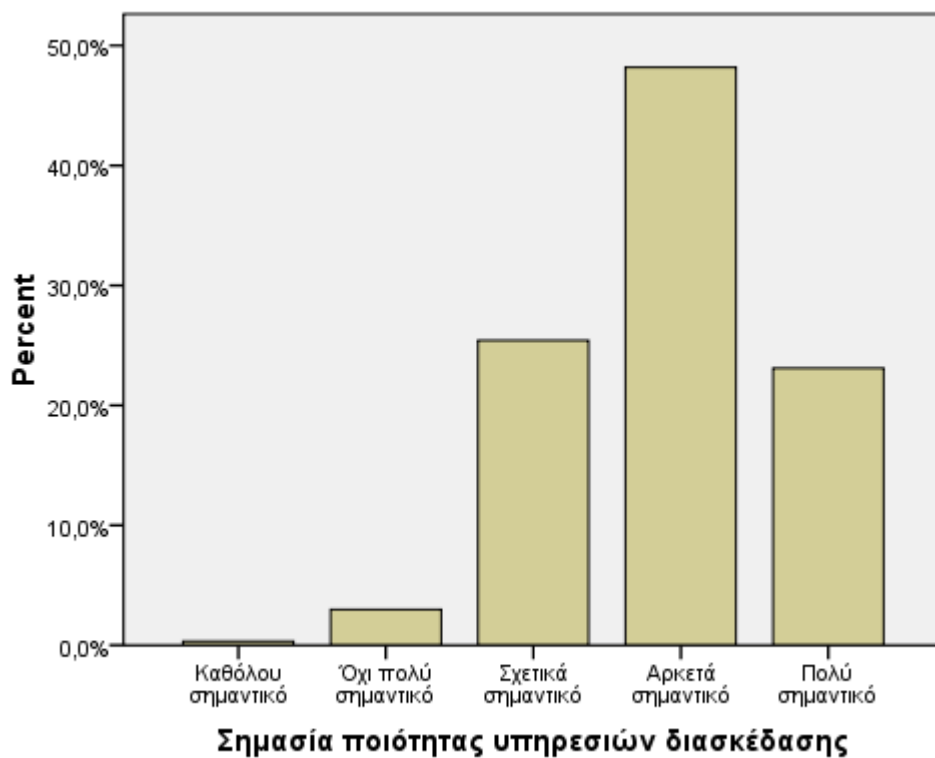
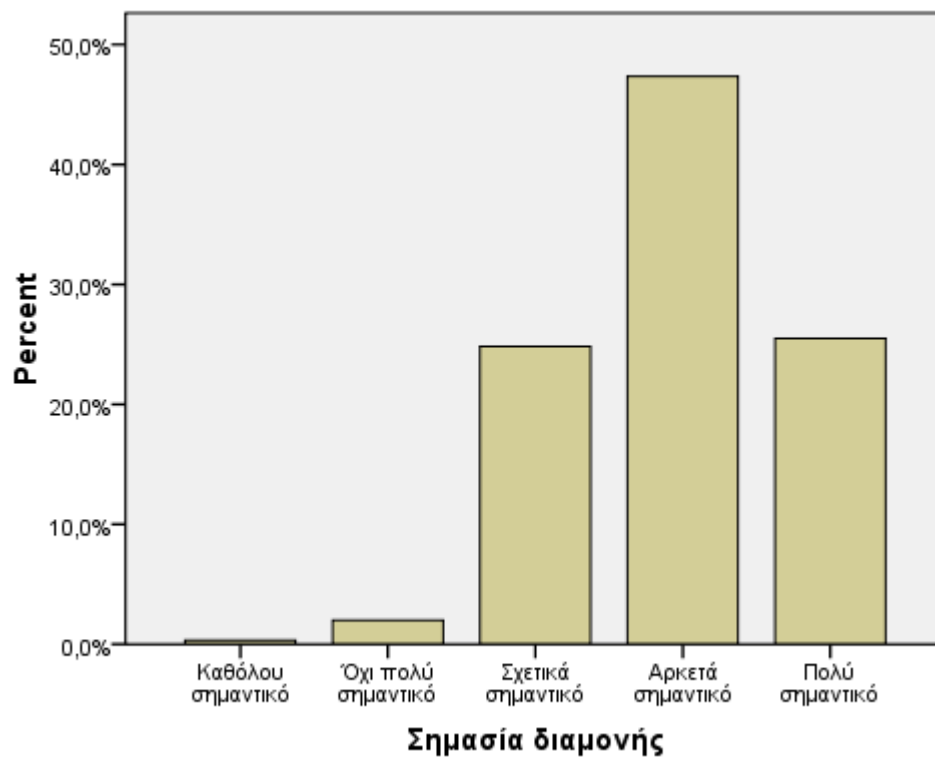


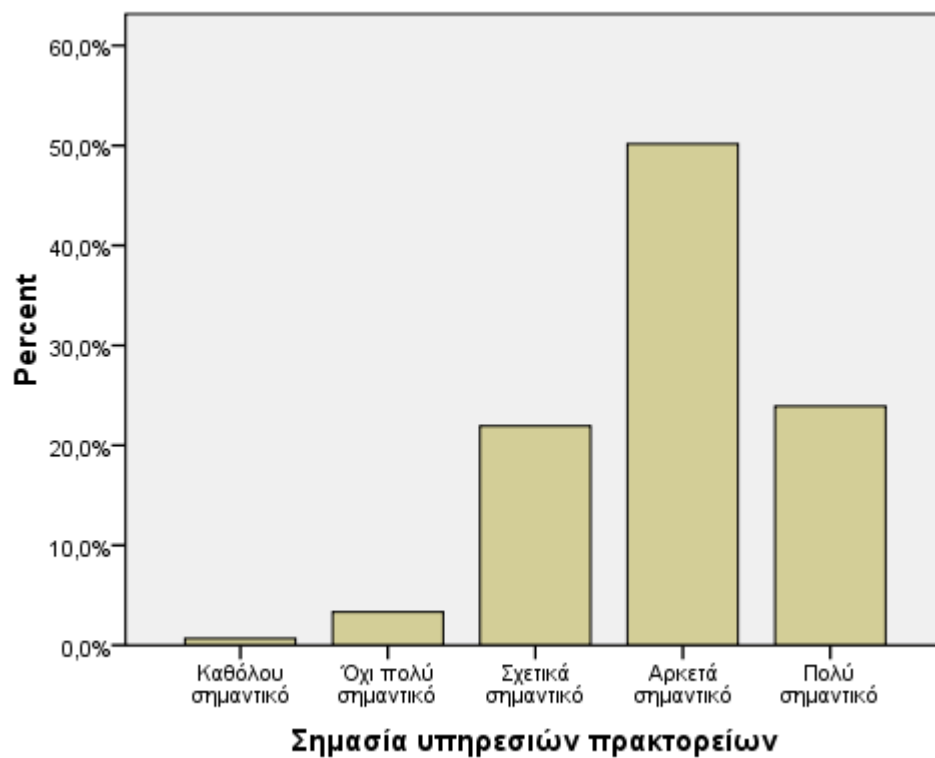
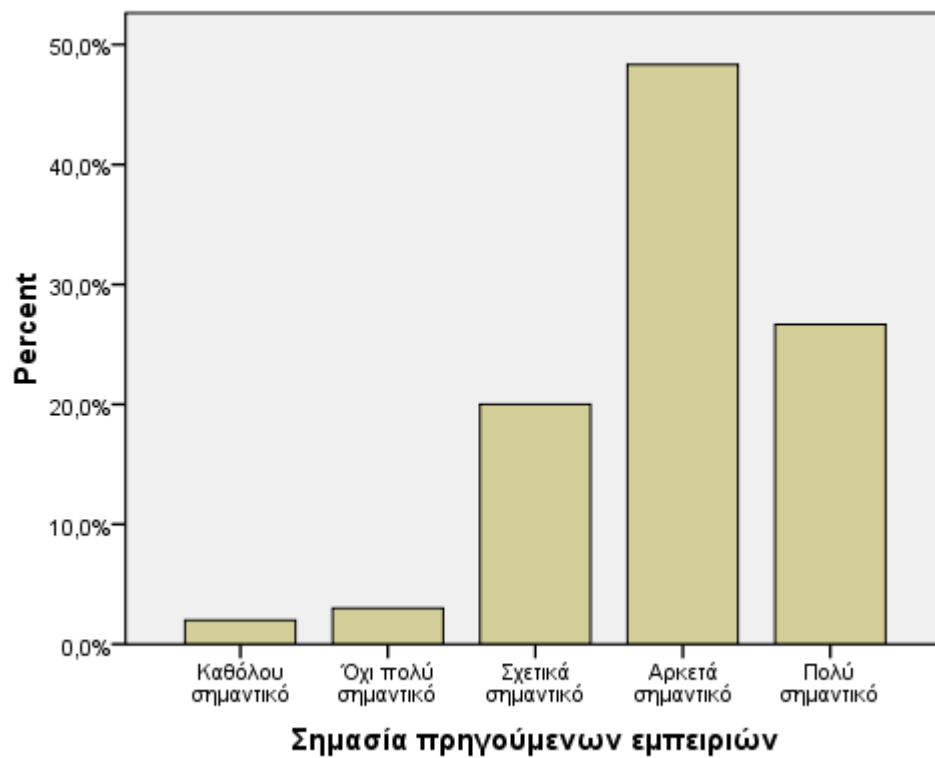
3.13 ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ

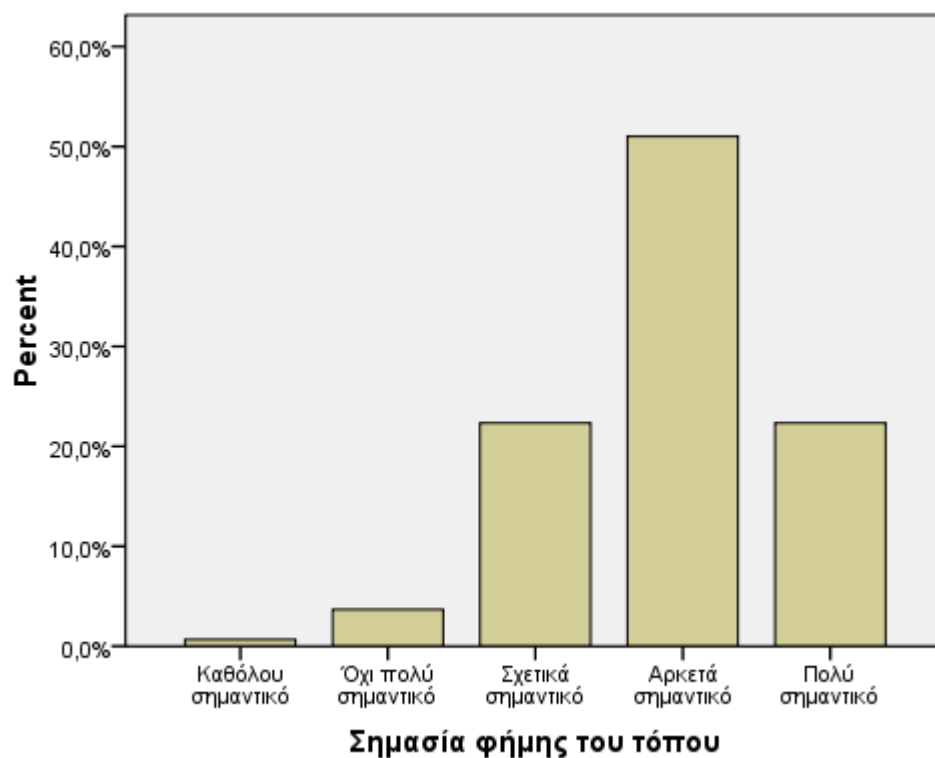
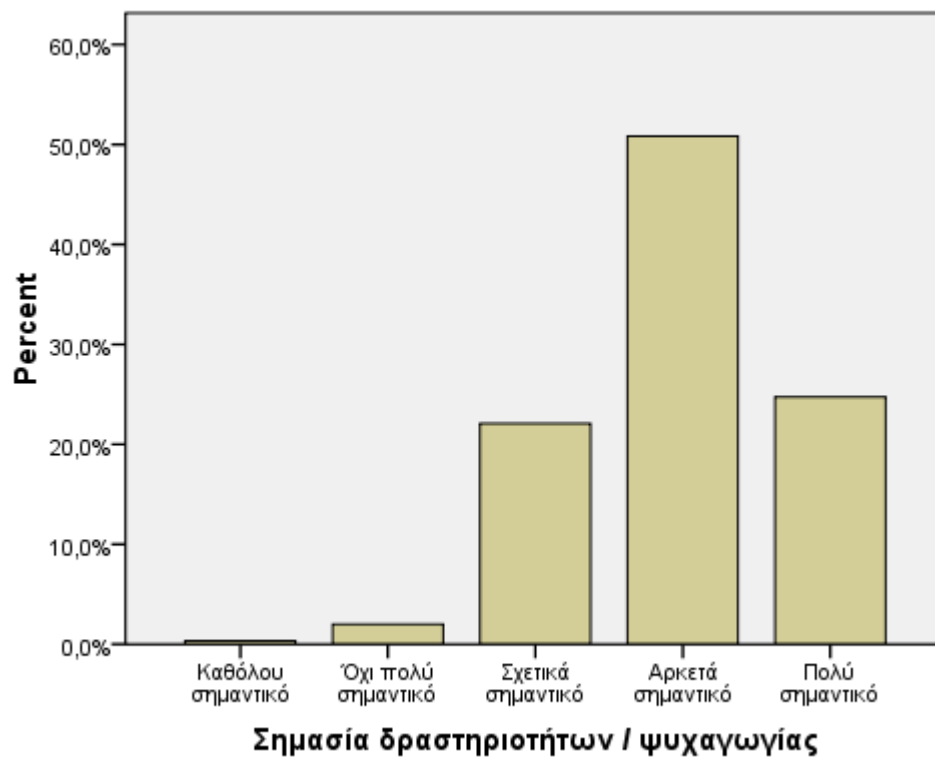
Στη συνέχεια οι επισκέπτες ερωτήθηκαν για το πόσο σημαντικά ήταν κάποια κριτήρια όσον αφορά στην Κρήτη, αφού πήραν την απόφαση να περάσουν εκεί τις διακοπές τους. Η ερώτηση αυτή είναι πολλαπλής επιλογής. Από τα διαγράμματα που ακολουθούν συμπεραίνουμε ότι σημαντικοί παράγοντες για τους επισκέπτες ήταν ο λόγος αξίας προς κόστος με το μεγαλύτερο ποσοστό 46% να το χαρακτηρίζει ως αρκετά σημαντικό, η φυσική ομορφιά με το αντίστοιχο ποσοστό να είναι 47,5%, η ιστορία και ο πολιτισμός με 46,2%, η διαμονή και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών με ποσοστό 48,2%. Πολύ σημαντικές βέβαια φαίνεται να είναι και οι συστάσεις από τρίτους, σχετικά με τον προορισμό, αφού το 44% των ερωτηθέντων δηλώνει αυτό το κριτήριο ως αρκετά σημαντικό.

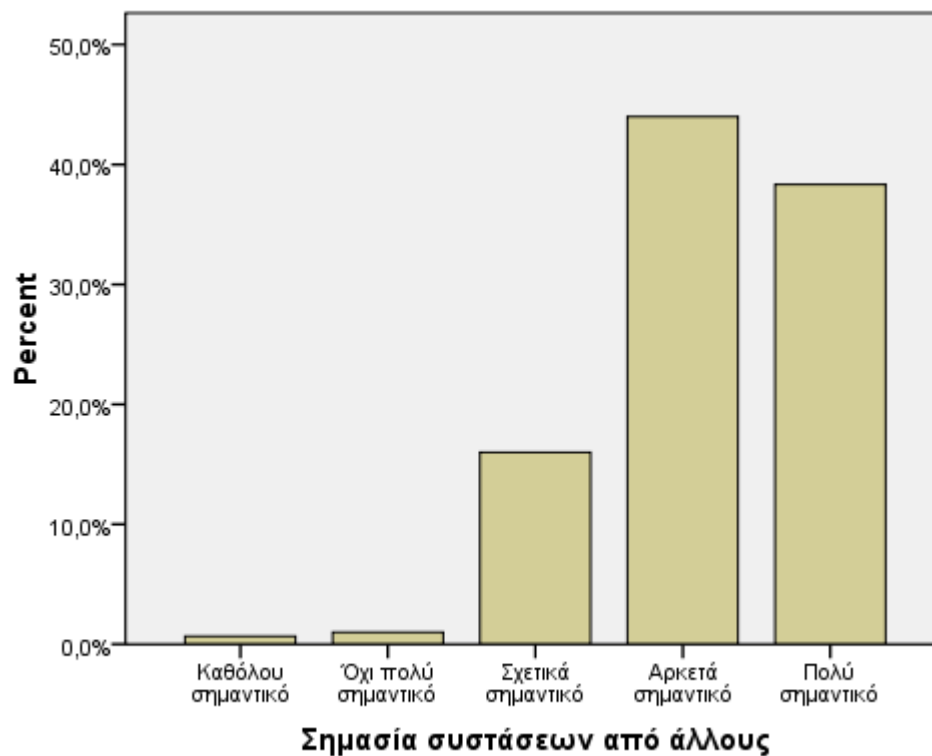






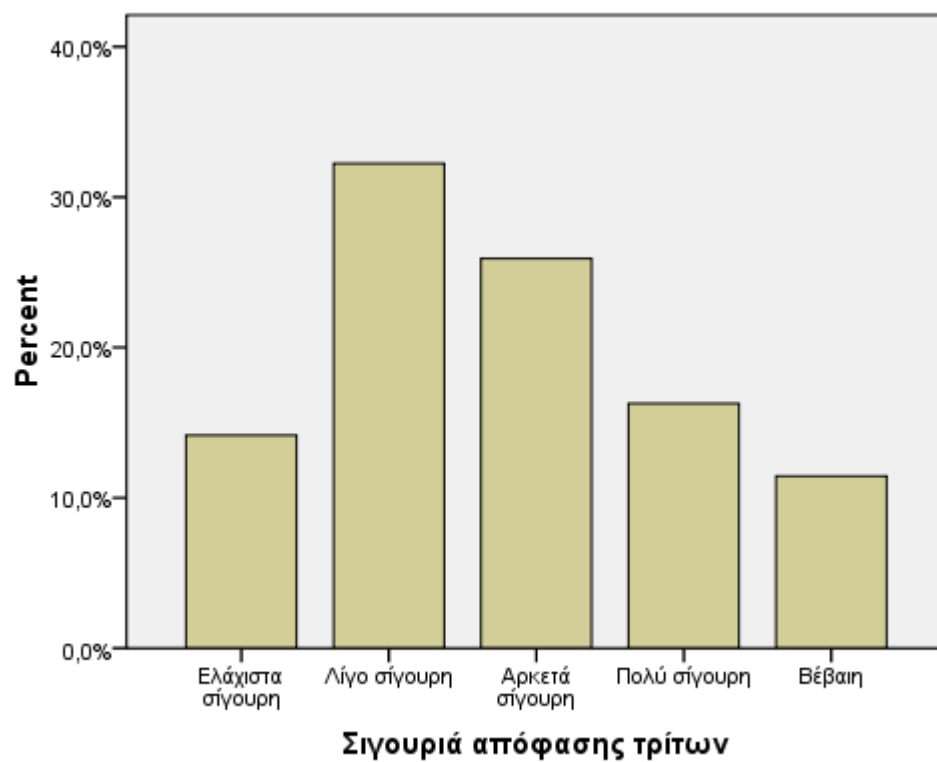
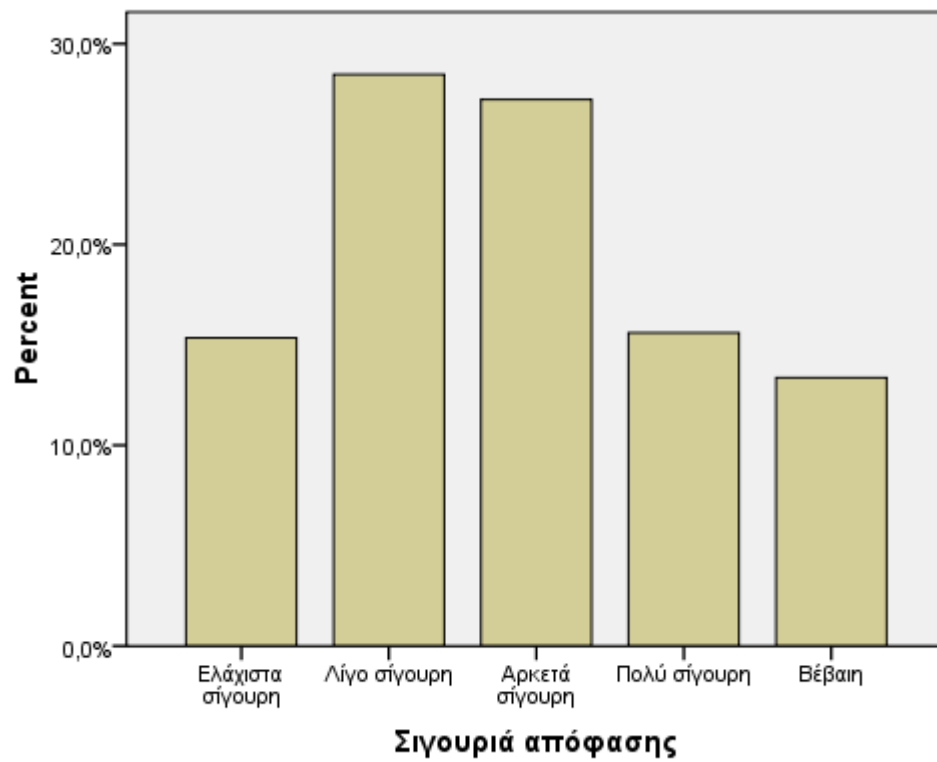






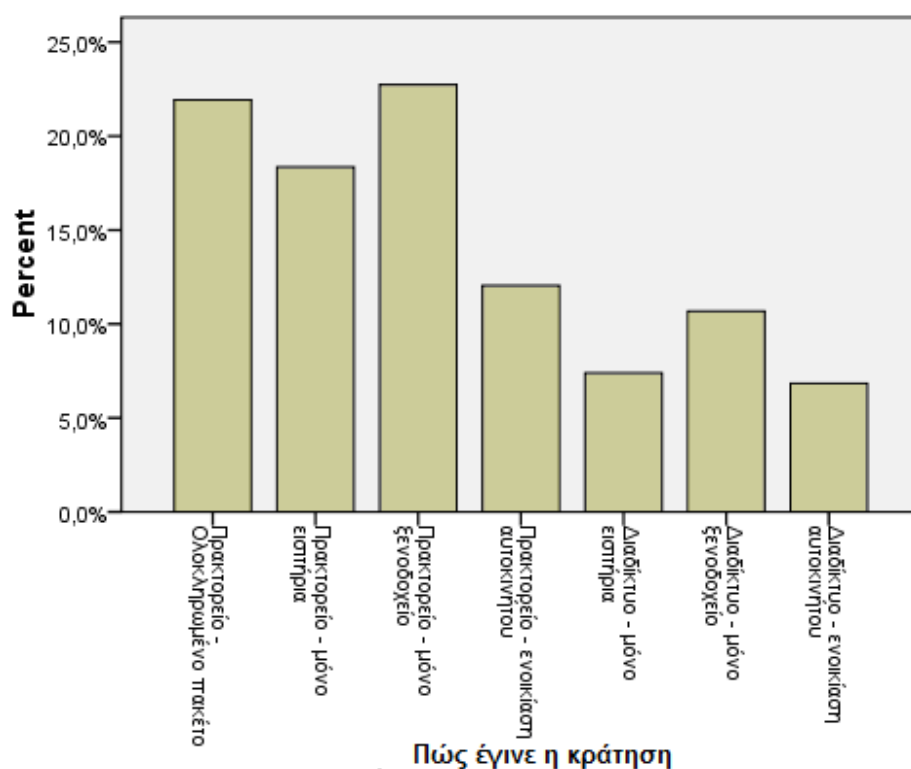
3.14 ΣΙΓΟΥΡΙΑ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

Αρκετά σημαντικά είναι τα αποτελέσματα σχετικά με το πόσο σίγουροι ήταν οι επισκέπτες για την απόφαση τους να επιλέξουν την Κρήτη για διακοπές, αφού σχεδόν το 55% των ερωτηθέντων δηλώνει λίγο ή αρκετά σίγουρο. Μόλις το 15% δηλώνει πολύ σίγουρο. Αντίστοιχη είναι και η εικόνα σχετικά με την αποφασιστικότητα των τρίτων.



3.15 ΠΩΣ ΕΓΙΝΕ Η ΚΡΑΤΗΣΗ

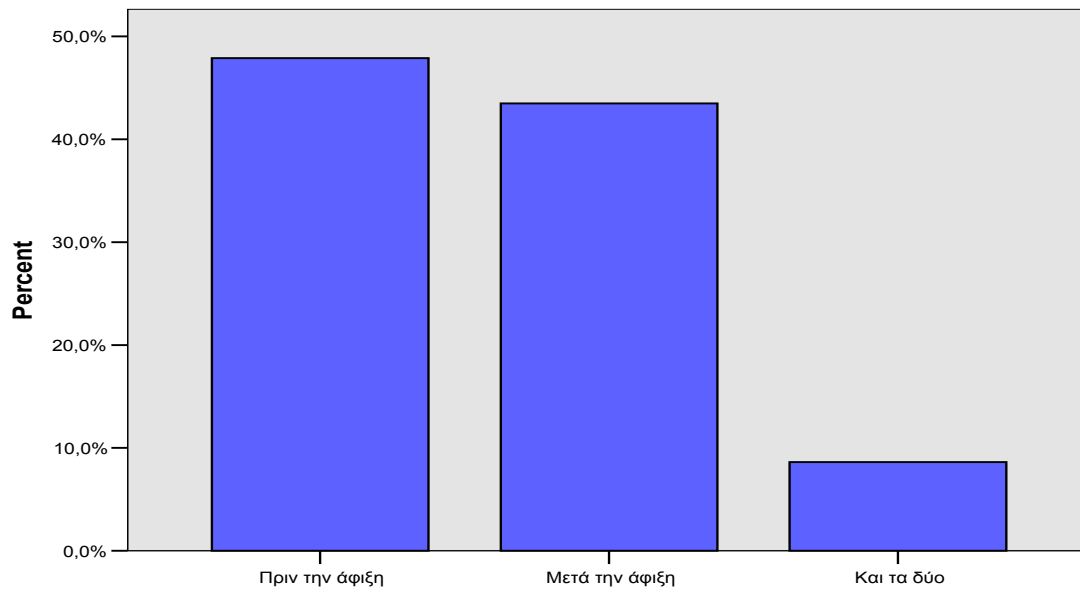
Αναφορικά με το πώς έγινε η κράτηση, οι περισσότεροι χρησιμοποίησαν πρακτορείο είτε για να κλείσουν πλήρες πακέτο (21,9%), είτε μόνο για την κράτηση ξενοδοχείου (22,7%), εισιτηρίων(18,4%) ή αυτοκινήτου(12,1%) .Τα ποσοστά για κάθε ένα από τους τρόπους κράτησης φαίνονται στο διάγραμμα που ακολουθεί.



3.16 ΠΟΤΕ ΟΡΓΑΝΩΣΑΤΕ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

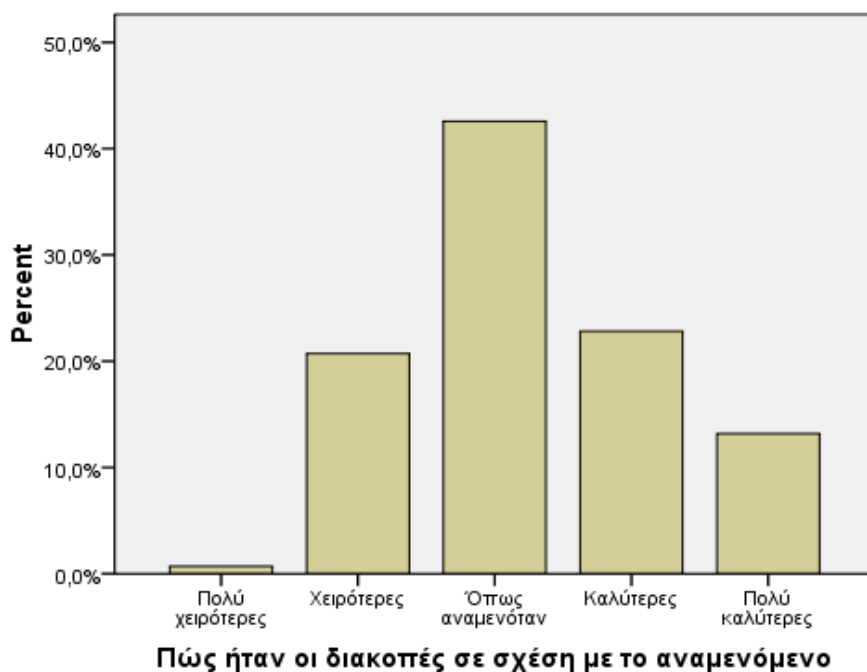
Όσον αφορά στο πότε οργάνωσαν το πρόγραμμα των διακοπών τους, φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα ότι είναι σχεδόν ίδιο το ποσοστό όσων οργάνωσαν το πρόγραμμα πριν την άφιξη στον προορισμό(47,9%) ,και όσων το οργάνωσαν αφού έφτασαν (43,5%) .Μικρό είναι το ποσοστό όσων συνδύασαν και τα δυο(8,6%).

Πότε οργανώθηκε το πρόγραμμα του ταξιδιού



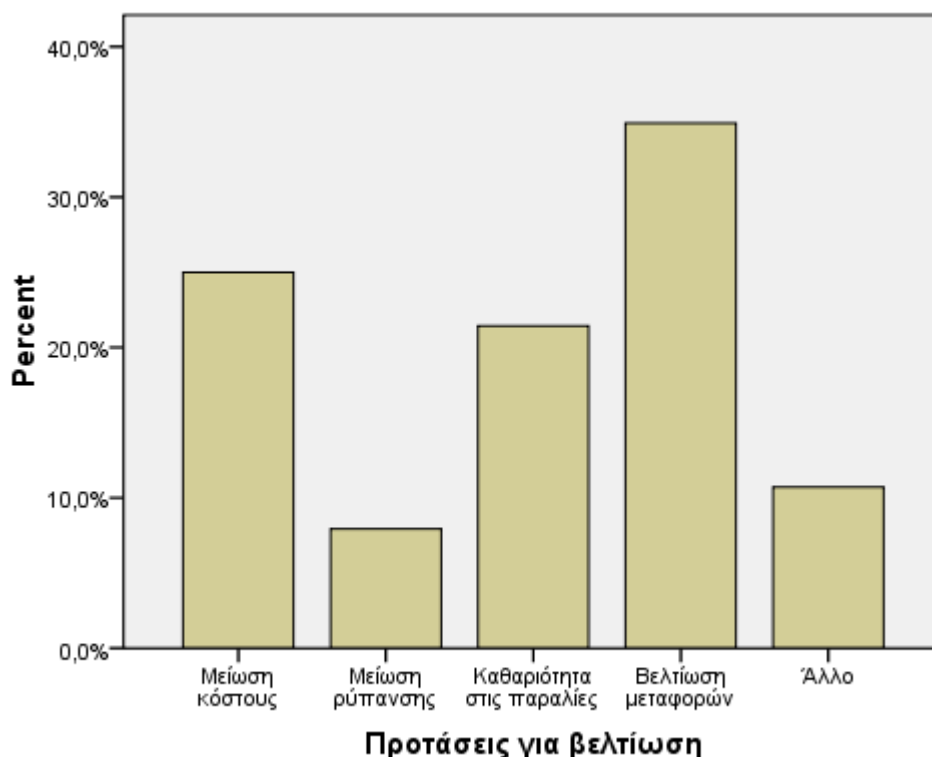
3.17 ΠΩΣ ΗΤΑΝ ΟΙ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟ

Τέλος, το 42% περίπου δηλώνει πως οι διακοπές ήταν περίπου όπως αναμενόταν, ενώ λίγο πάνω από το 20% δηλώνει πως ήταν καλύτερες. Υπάρχει όμως και σημαντικό ποσοστό περίπου 20% που δηλώνει πως οι διακοπές ήταν χειρότερες από το αναμενόμενο.



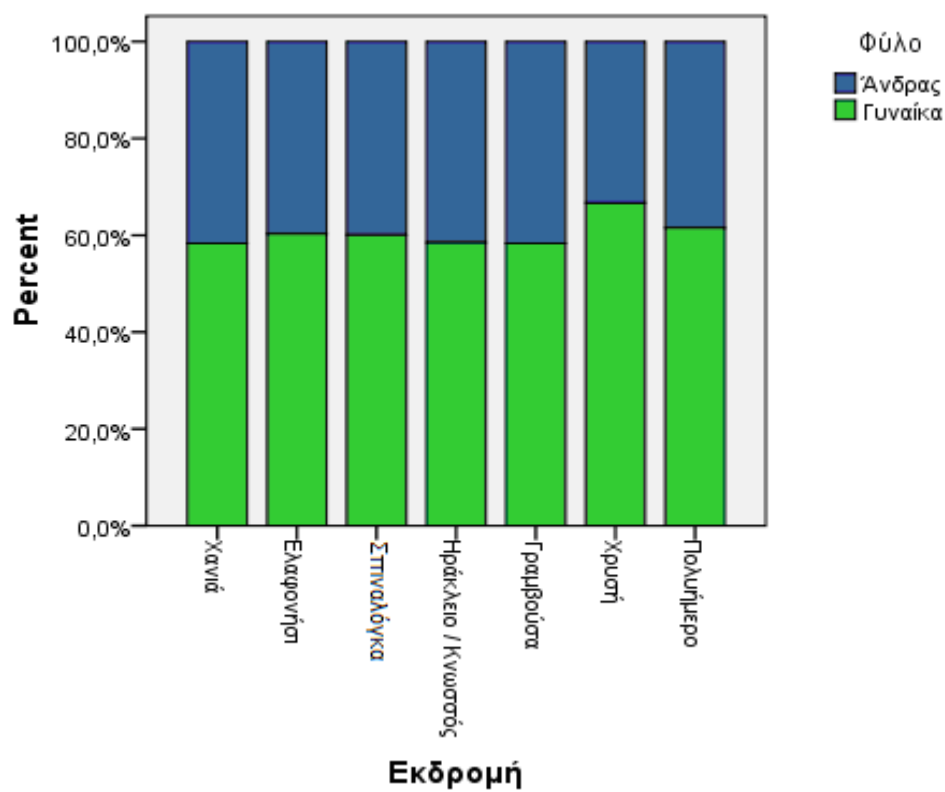
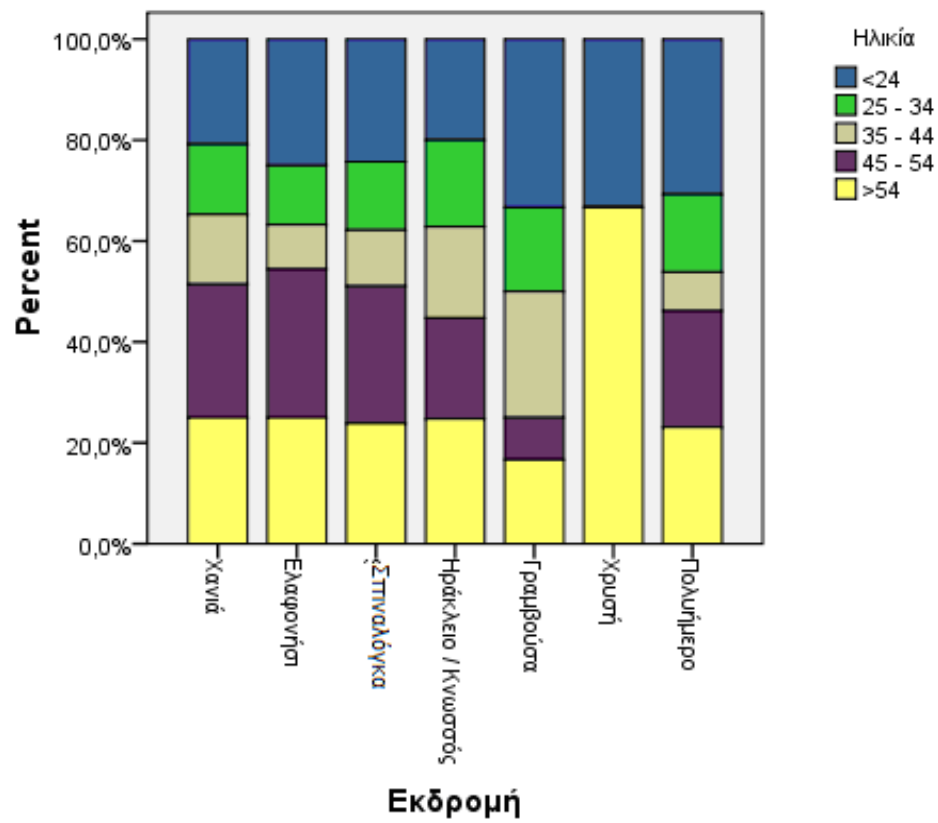
3.18 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

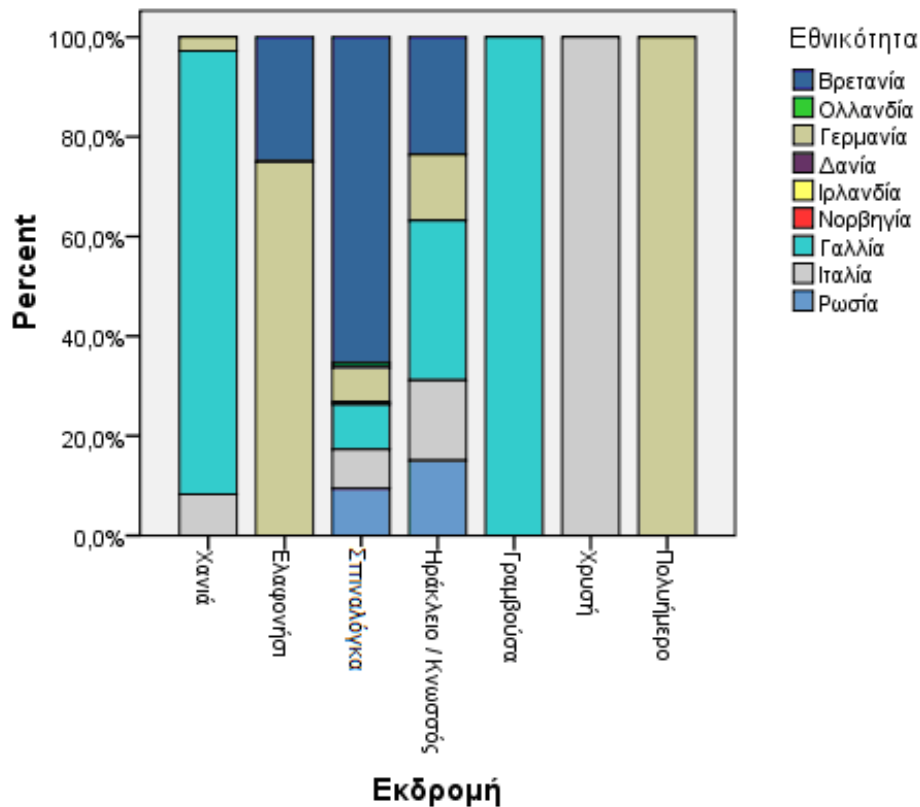
Η ερώτηση αυτή ήταν ανοιχτού τύπου οπότε υπήρχαν πάρα πολλές διαφορετικές προτάσεις βελτίωσης καθώς και παράπονα τα οποία ήταν δύσκολο να αναλυθούν και να παρουσιαστούν σε διαγράμματα. Ομαδοποιήθηκαν όμως τα σημαντικότερα (αυτά με τη μεγαλύτερη συχνότητα) όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα. Οι περισσότεροι επισκέπτες (25%) εστιάζουν στα προβλήματα αυξημένου κόστους και στα προβλήματα μεταφορών (34,9%) στα οποία συμπεριλαμβάνονται, η ελλιπής σήμανση καθώς και η κακή ποιότητα του οδοστρώματος. Η καθαριότητα στις παραλίες(21,4%) και η γενικότερη ρύπανση (7,9%) επίσης τονίζονται σαν ζητήματα που πρέπει να βελτιωθούν. Στο υπόλοιπο 13% που αποτελεί την κατηγορία «άλλο» οι επισκέπτες εκφράζουν τις ακόλουθες απόψεις: επιθυμία για περισσότερες εκδρομές, περισσότερη πληροφόρηση για την ιστορία και τον πολιτισμό της Κρήτης, οργάνωση παραδοσιακών εκδηλώσεων και εκθέσεων ντόπιων καλλιτεχνών, βελτίωση του νυχτερινού τρόπου ζωής στα Μάλια και άλλα.



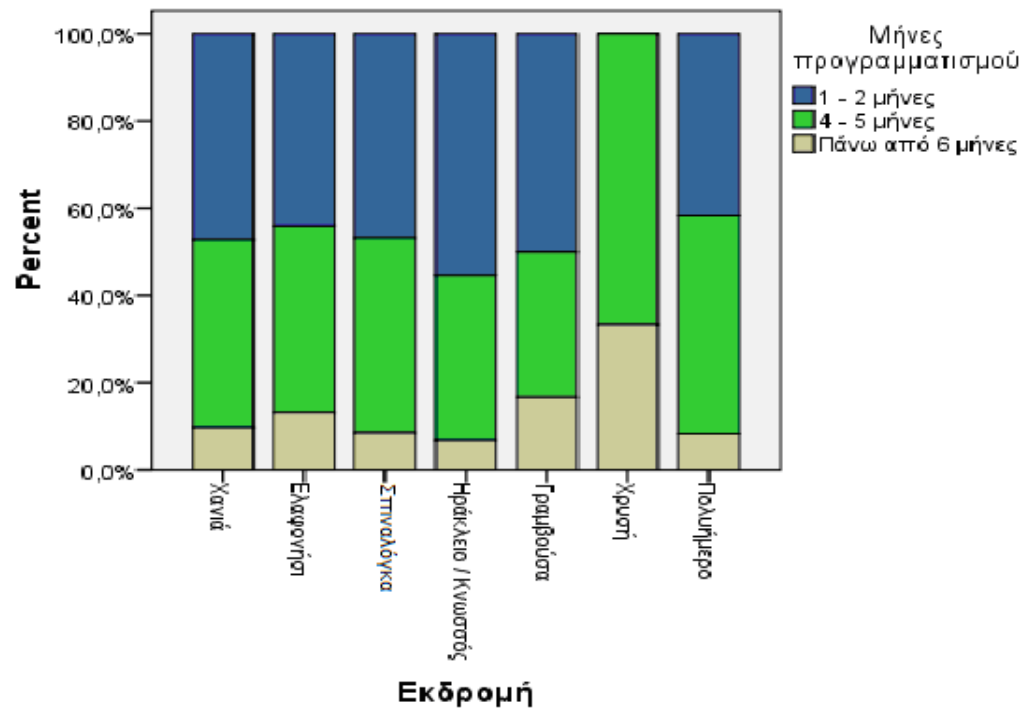
3.19 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΕΚΔΡΟΜΗ

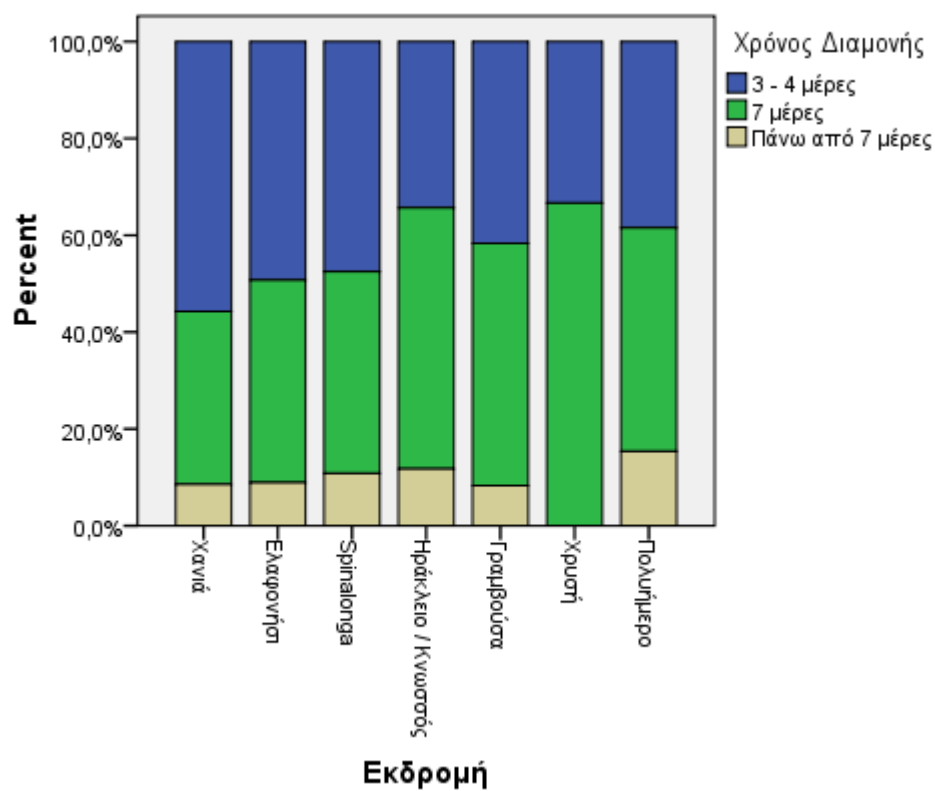
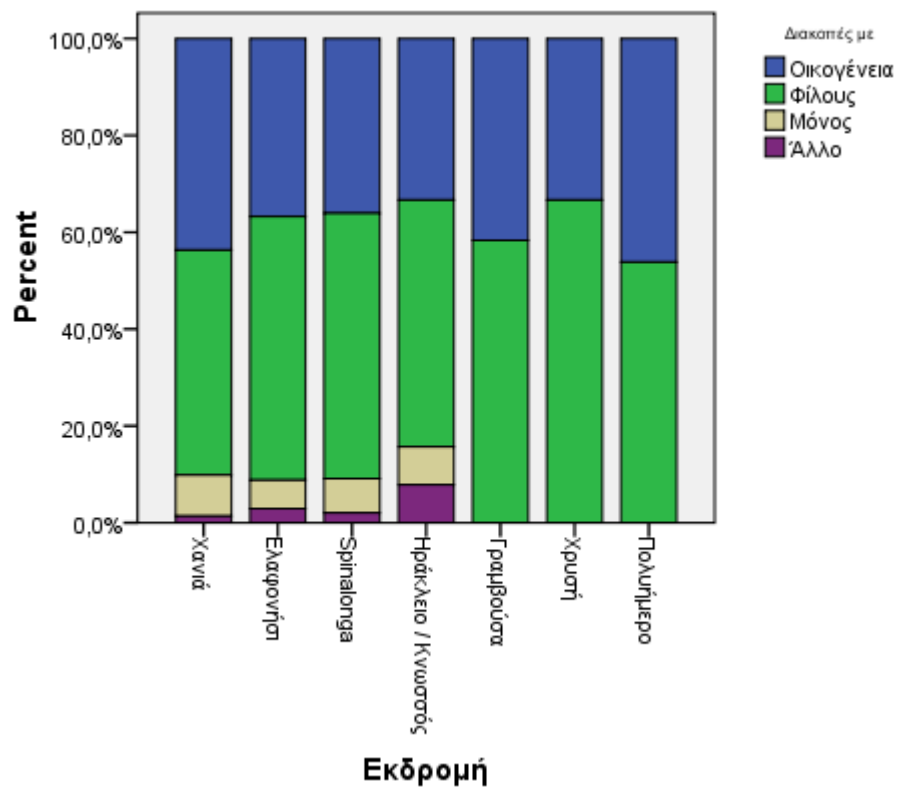
Στα πλαίσια αυτής της παραγράφου, παρουσιάζονται οι σημαντικότερες συσχετίσεις των απαντήσεων ανάλογα με την εκδρομή στην οποία βρίσκονταν οι ερωτηθέντες. Οι επισκέπτες που συμμετείχαν στη συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιούσαν προγραμματισμένες εκδρομές με τους ξεναγούς στις περιοχές: Ηρακλείου/Κνωσού, Ελούντας (Σπιναλόγκα), Χανίων (Ελαφονήσι, Γραμβούσα) καθώς και σε πολυήμερες εκδρομές οι οποίες συμπεριελάμβαναν αρκετές από τις προηγούμενες περιοχές. Επισημαίνεται η τυχαιότητα του δείγματος. Έτσι, στο επόμενο γράφημα παραδείγματος χάριν, φαίνεται η κατανομή σε ηλικιακές ομάδες, ανάλογα με την εκδρομή. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γράφημα αναφορικά με τις εθνικότητες, όπου φαίνεται για παράδειγμα ότι στα Χανιά, η πλειοψηφία των επισκεπτών που ερωτήθηκαν ήταν Γαλλικής καταγωγής, όπως και στην Γραμβούσα. Στο Ελαφονήσι αντίθετα, οι περισσότεροι ήταν Γερμανοί.

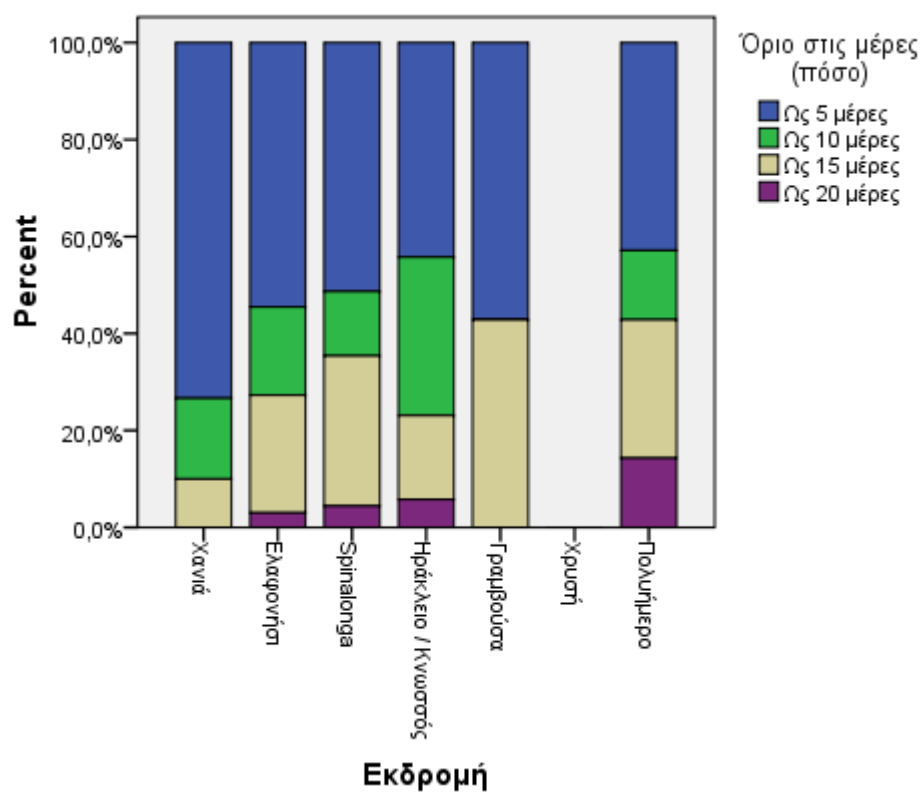
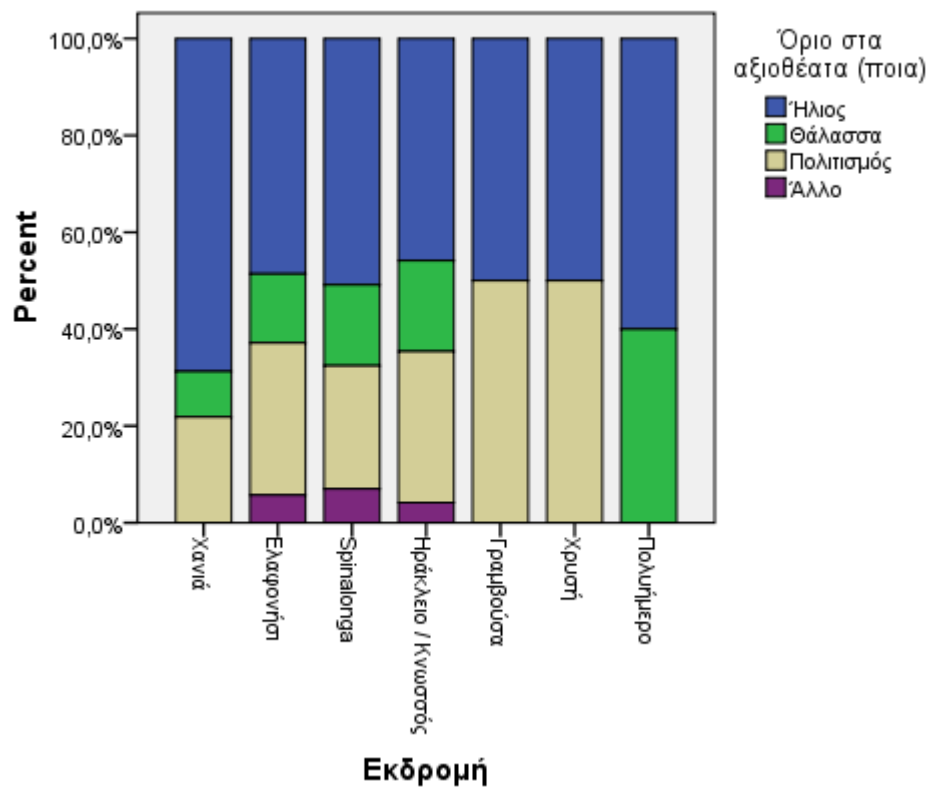


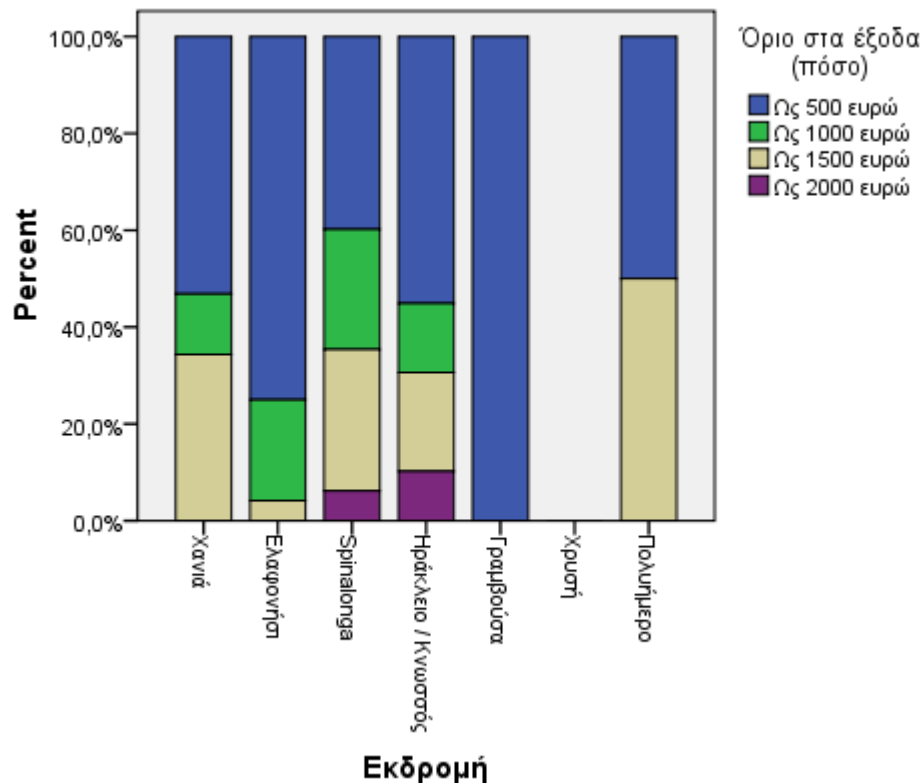


Σχετικά με τους μήνες προγραμματισμού του ταξιδιού, αλλά και με τον χρόνο διαμονής και την παρέα ταξιδιού, δεν παρατηρούνται ιδιαίτερα σημαντικές μεταβολές ανά τοποθεσία εκδρομής. Θα πρέπει να σημειωθεί, πως στην εκδρομή στη Χρυσή το δείγμα είναι αρκετά μικρό. Οι εκδρομείς στα Χανιά, φαίνεται πως είχαν σε μεγαλύτερο ποσοστό θέσει ως στόχο να απολαύσουν τον ήλιο, σε σχέση με αυτούς που ακολούθησαν άλλες εκδρομές. Επίσης, όσοι πήγαν Ηράκλειο / Κνωσσό, φαίνεται να έχουν θέσει πιο χαλαρά όρια όσον αφορά στις μέρες παραμονής τους στην Κρήτη. Ακόμη, φαίνεται πως αυτοί που επισκέφθηκαν τη Γραμβούσα είχαν πιο αυστηρά όρια σε θέματα προϋπολογισμού από τις άλλες εκδρομές.

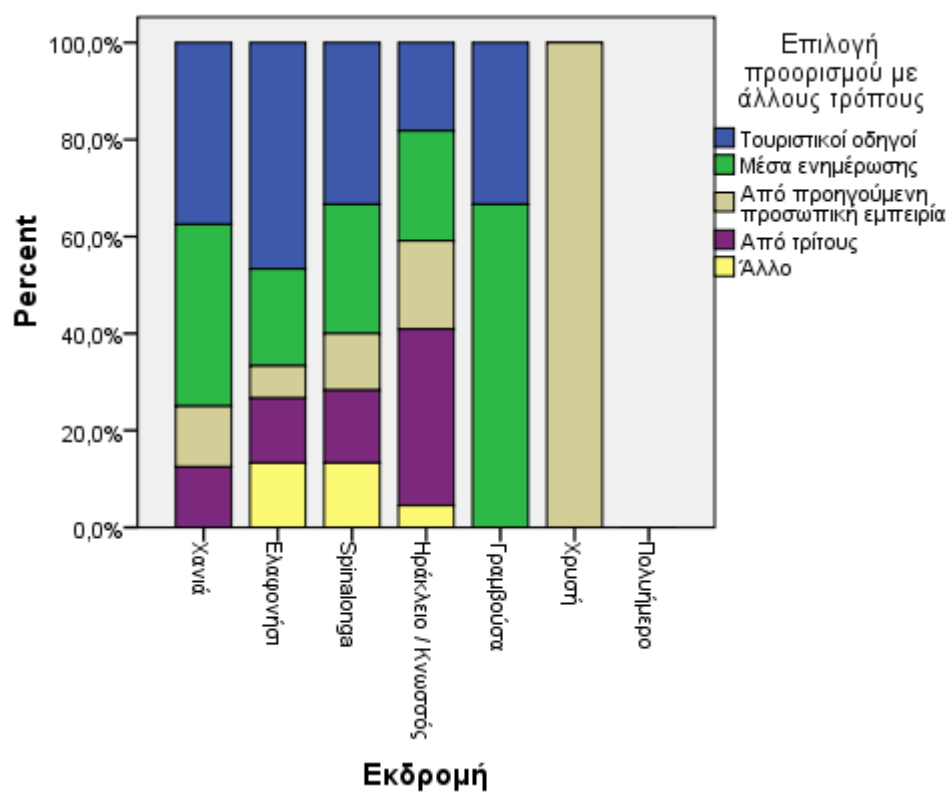
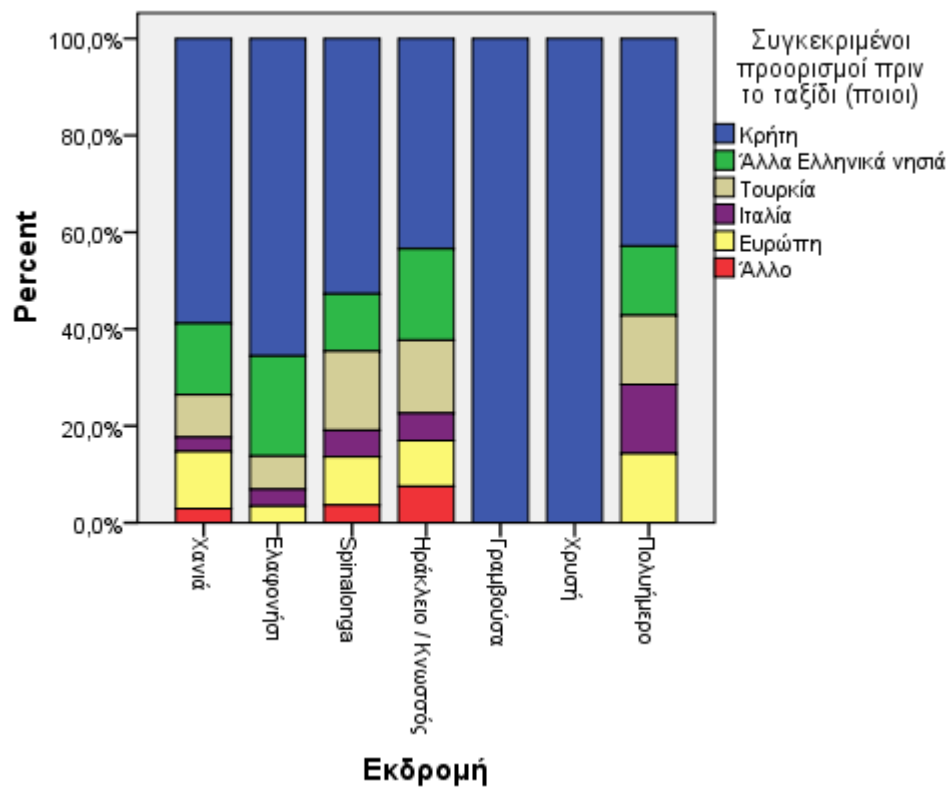




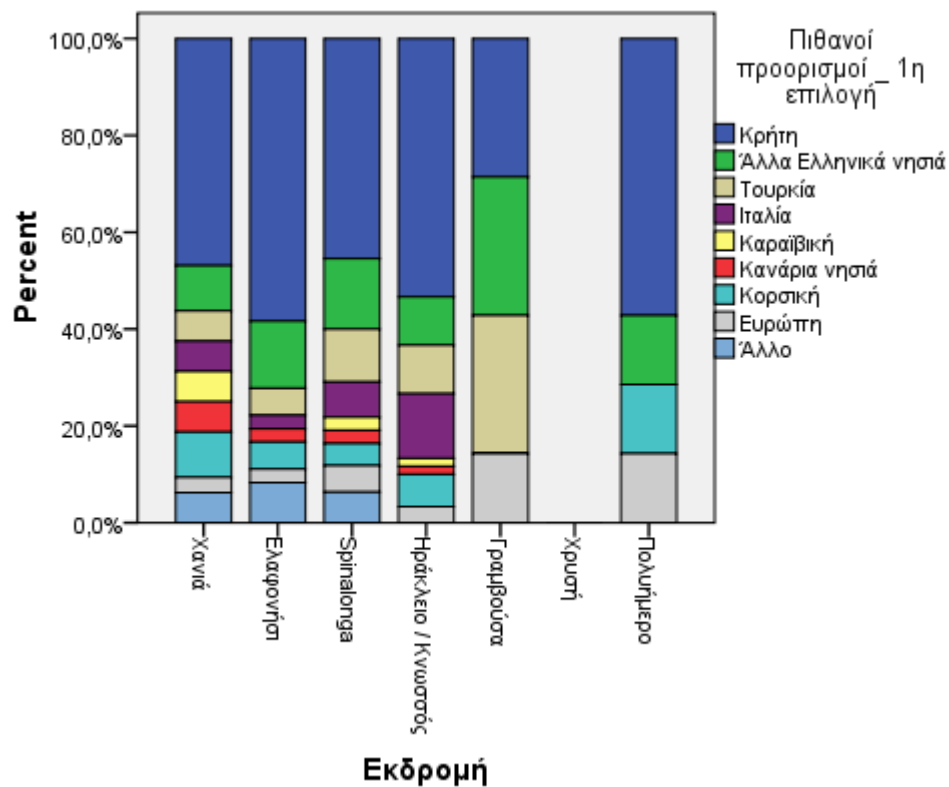


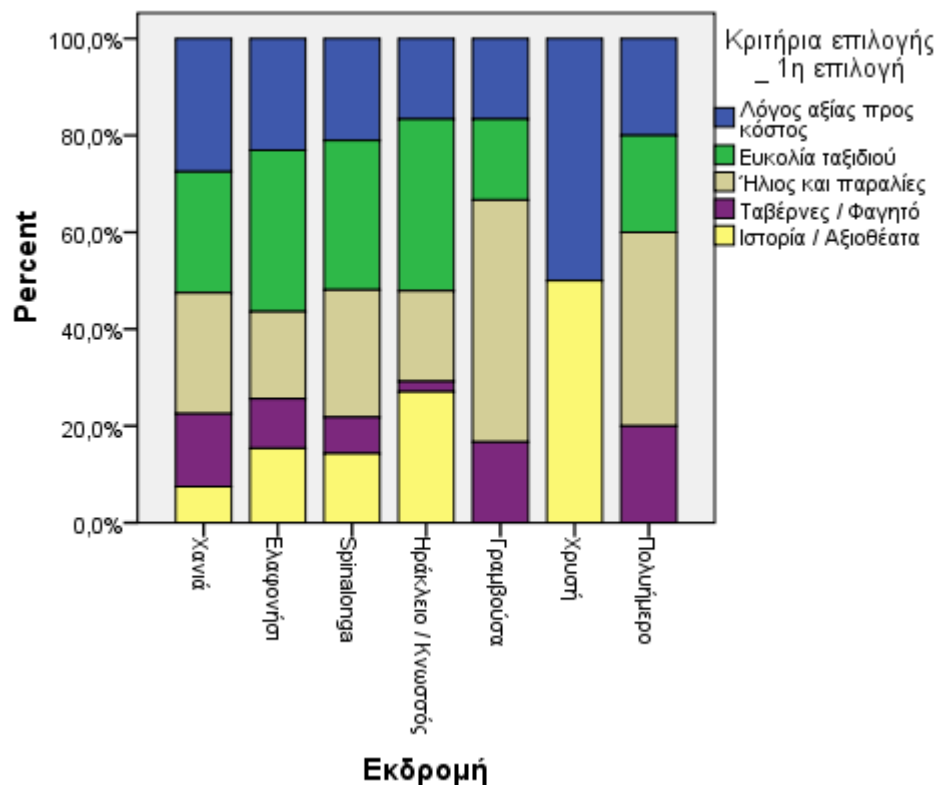


Το επόμενο γράφημα δείχνει το πώς διαχωρίζονται οι πιθανοί προορισμοί, πριν την όποια ενημέρωση που μπορεί να είχαν οι επίδοξοι ταξιδιώτες. Παντού επικρατεί η Κρήτη, αλλά αξίζει να σημειωθεί πως οι ταξιδιώτες που ερωτήθηκαν στην εκδρομή της Χρυσής ή της Γραμβούσας έχουν δηλώσει μόνο την Κρήτη ως πιθανό προορισμό. Η ενημέρωση των ταξιδιωτών έγινε με ποικίλους τρόπους, κάποιοι από τους οποίους συνοψίζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Τα μέσα ενημέρωσης αλλά και οι τουριστικοί οδηγοί χρησιμοποιήθηκαν πολύ, ιδίως για της εκδρομές στη Γραμβούσα και στα Χανιά.

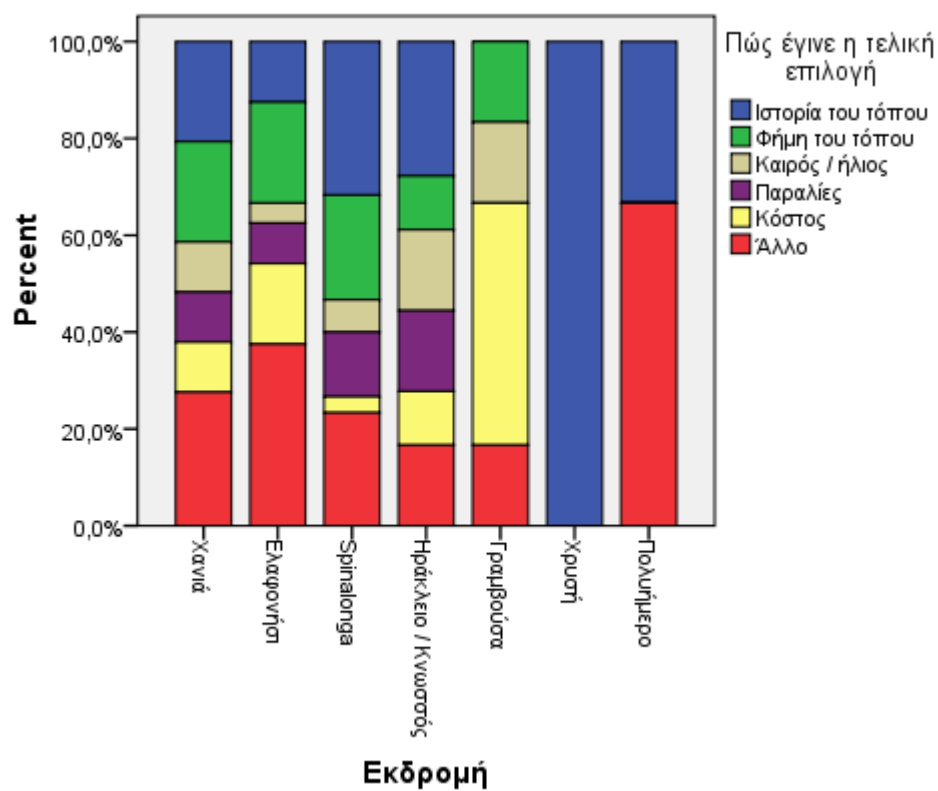
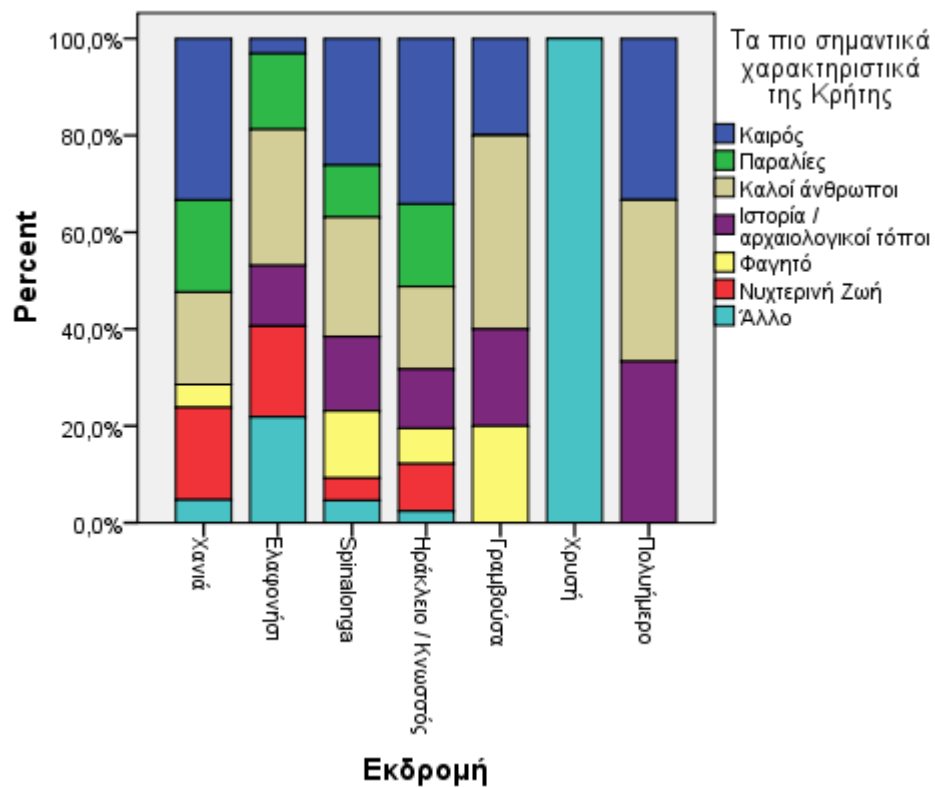


Μετά την ενημέρωση, οι πρώτες επιλογές των ερωτηθέντων δεν σημείωσαν σημαντικές αλλαγές. Οι τουρίστες που βρίσκονταν σε εκδρομή στη Χρυσή, δεν απάντησαν σε αυτή την ερώτηση. Μετά την Κρήτη, σημαντικά ποσοστά σαν 1^{ες} επιλογές έχουν η Τουρκία (ιδίως για τους ταξιδιώτες που βρίσκονταν σε εκδρομή στη Γραμβούσα) και άλλα Ελληνικά νησιά. Η επιλογή τελικά έγινε κυρίως βάσει του ήλιου και των παραλιών, για αυτούς που ακολούθησαν την πολυήμερη εκδρομή ή αυτή της Γραμβούσας. Η ευκολία ταξιδιού επίσης συγκεντρώνει σημαντικά ποσοστά, ιδίως για τις εκδρομές στο Ηράκλειο και το Ελαφονήσι.

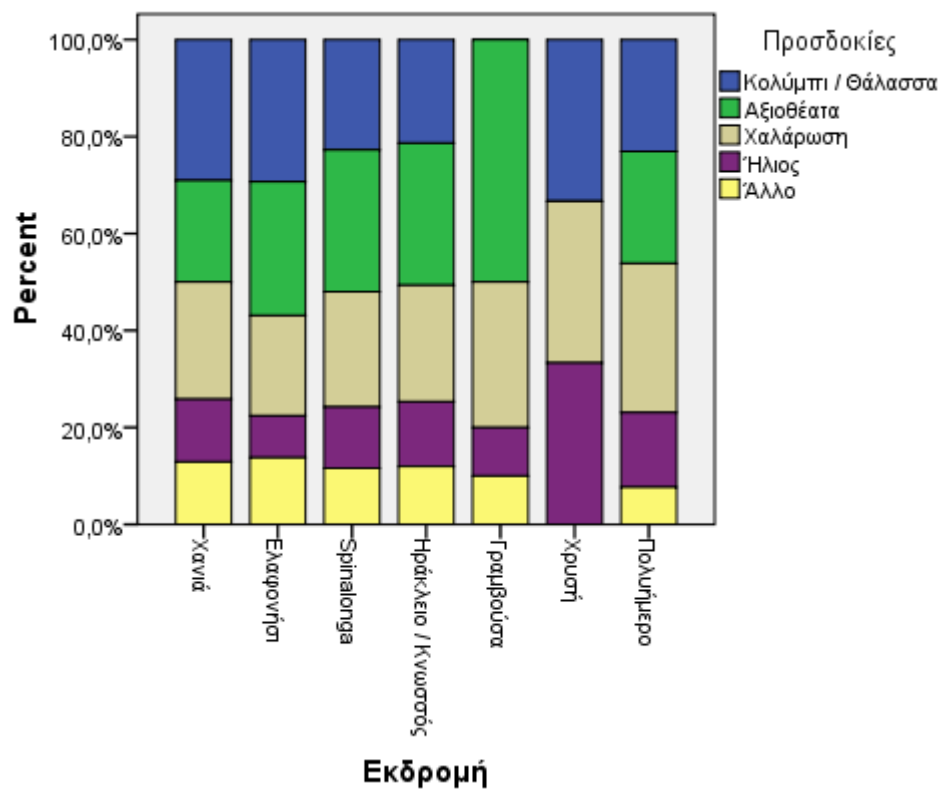


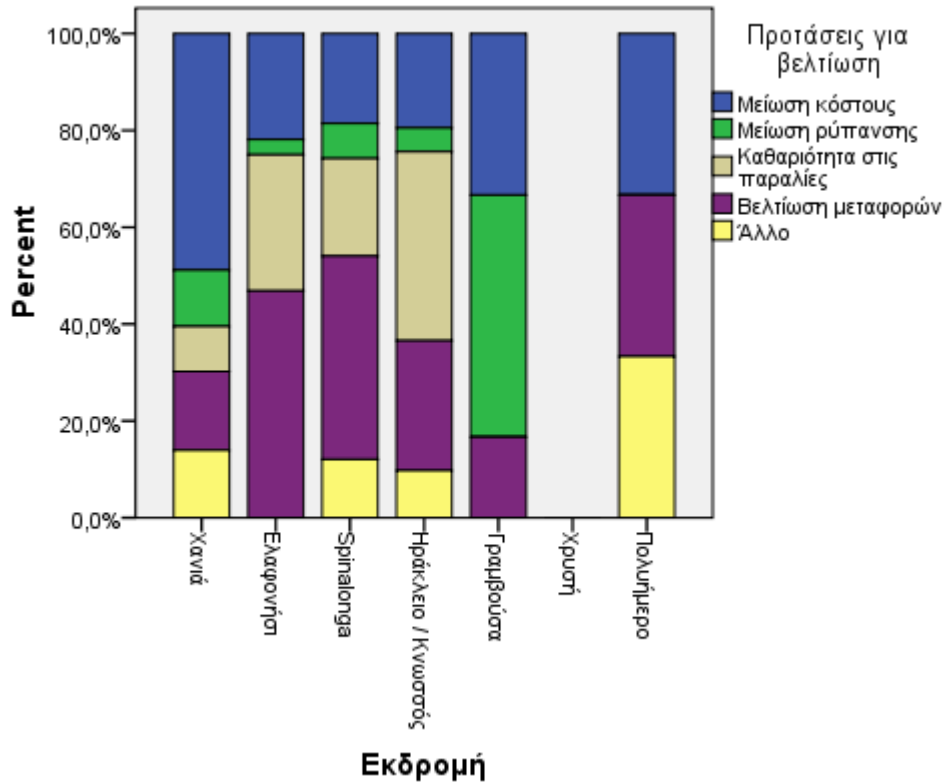


Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της Κρήτης, σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, ποικίλουν ανάλογα με την εκδρομή. Ο καιρός είναι ιδιαίτερα σημαντικό χαρακτηριστικό, ιδίως για τις εκδρομές στα Χανιά, στο Ηράκλειο και στην Ελούντα. Τελικά όμως η επιλογή έγινε και με βάση την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου, όπως φαίνεται από το επόμενο γράφημα. Για παράδειγμα στην εκδρομή της Σπιναλόγκα, πάνω από το 50% δηλώνει σαν παράγοντα για την επιλογή έναν από αυτούς τους δύο.



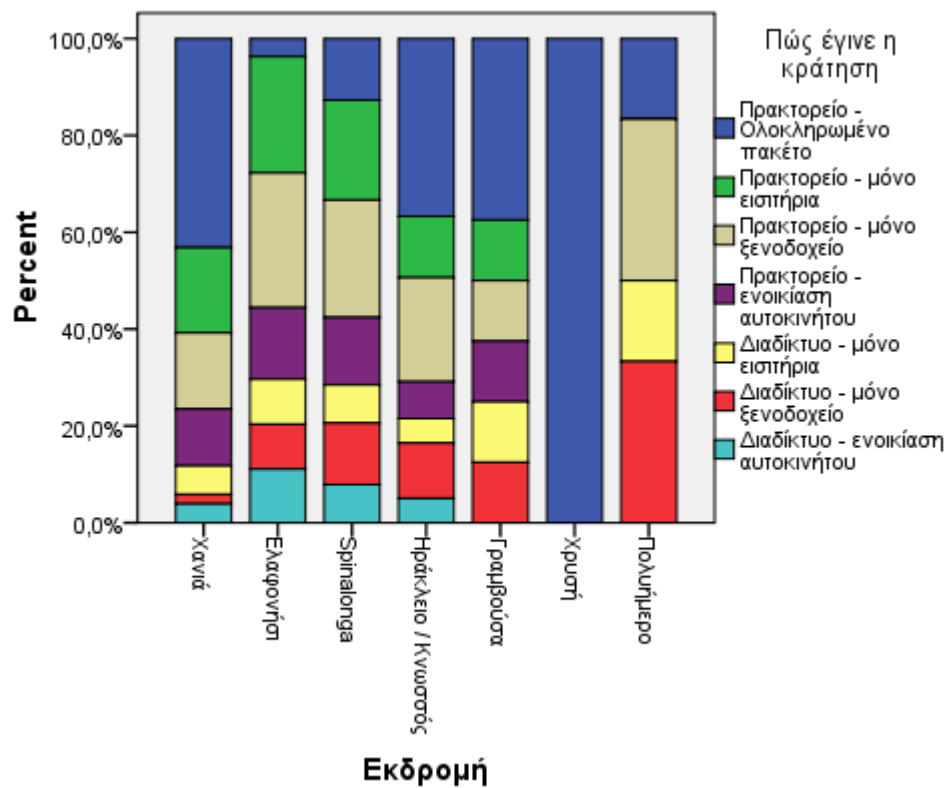
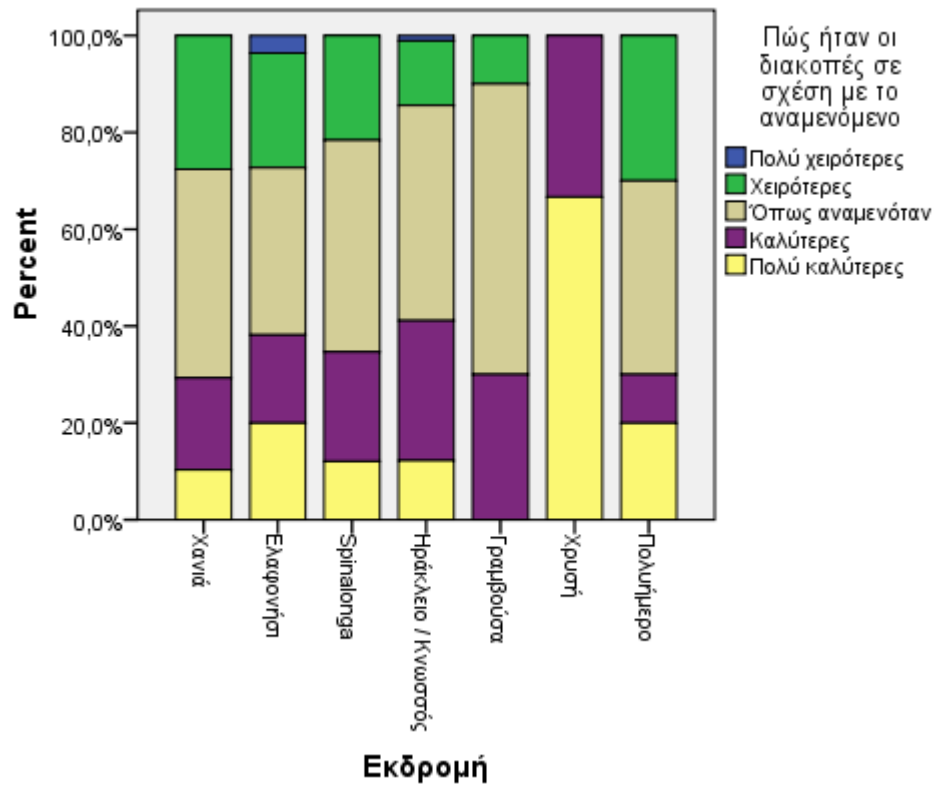
Αναφορικά με τις προσδοκίες των ταξιδιωτών, οι περισσότεροι θέλανε να δουν τόσο τη θάλασσα, όσο και τα αξιοθέατα. Τα ποσοστά είναι μοιρασμένα πάντως, και δείχνουν σχετικά ανεξάρτητα από την εκδρομή. Όσον αφορά τις προτάσεις των ερωτηθέντων για βελτίωση πραγμάτων στην Κρήτη, η μείωση του κόστους δείχνει να αποτελεί βασικό παράγοντα, ιδίως για τους εκδρομείς στα Χανιά αλλά και τους συμμετέχοντες στην πολυήμερη εκδρομή. Η βελτίωση των μεταφορών φαίνεται να αναφέρεται περισσότερο από αυτούς που συμμετείχαν στις εκδρομές στο Ελαφονήσι και στη Σπιναλόγκα.



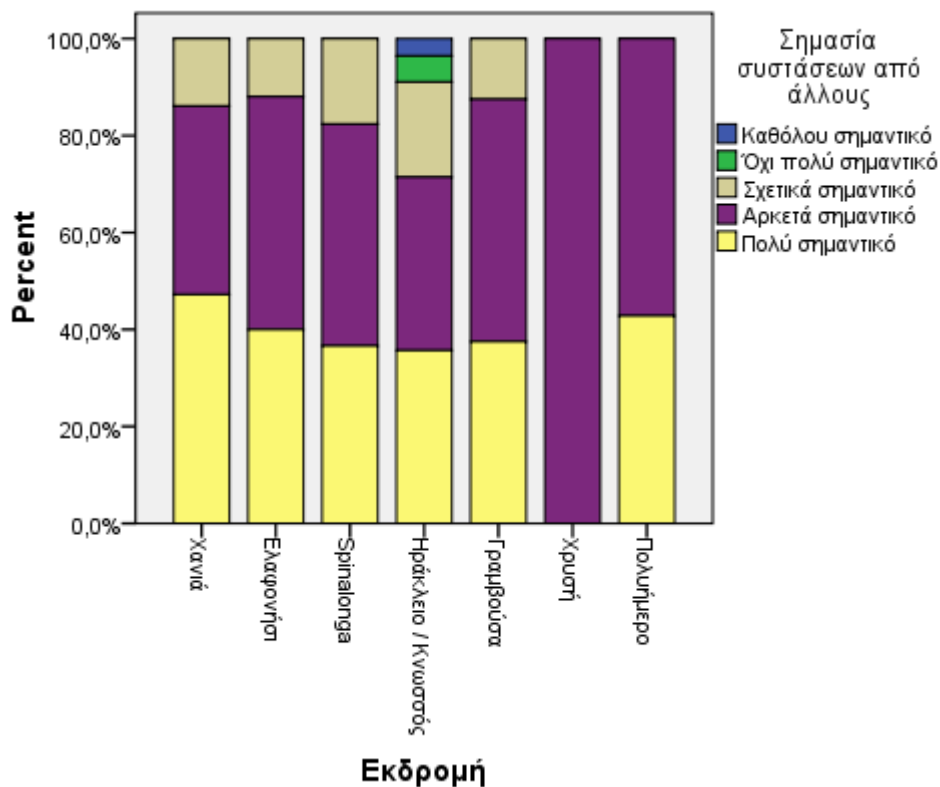


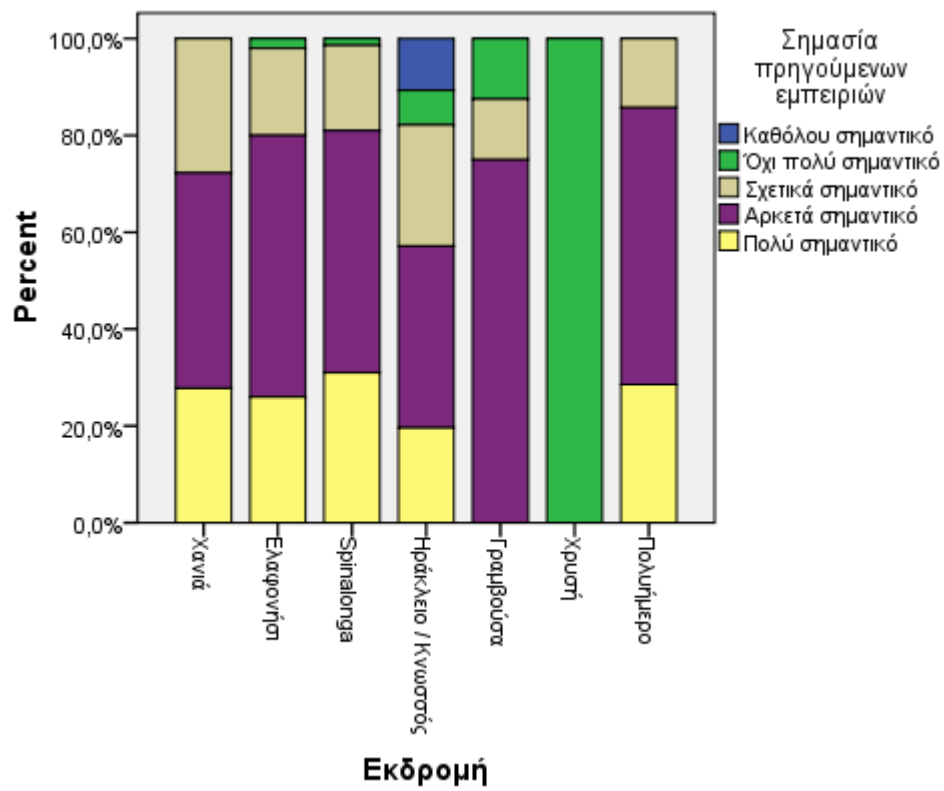
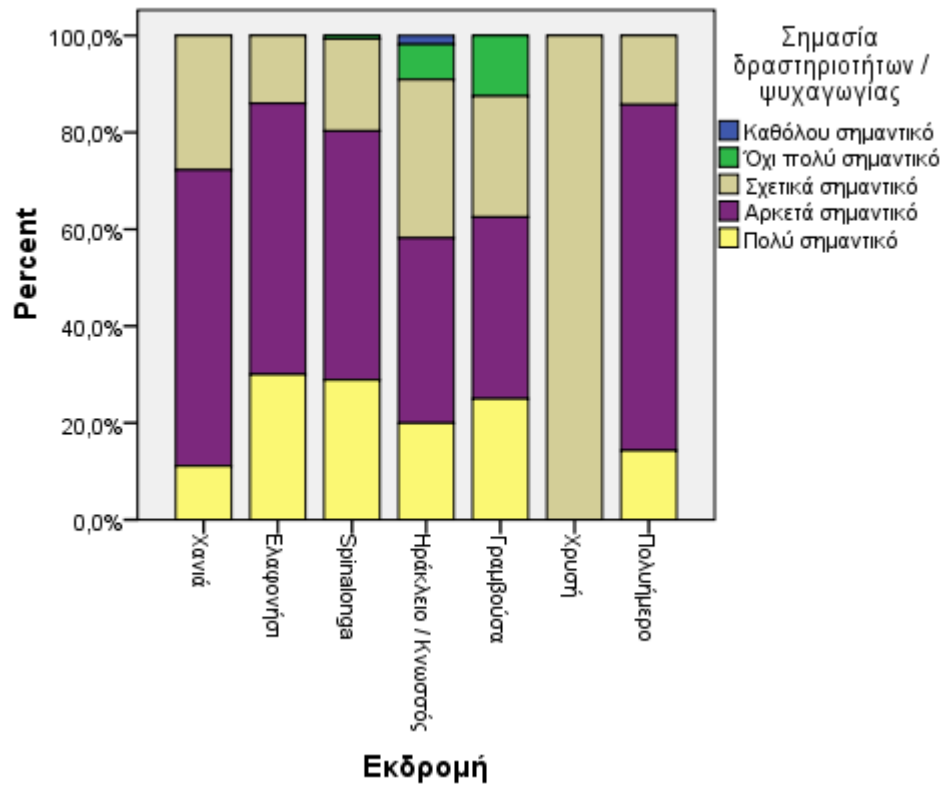
Σε σχέση με το αναμενόμενο, οι διακοπές ήταν τουλάχιστον όπως αναμενόταν, για τη συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων. Τα μεγαλύτερα ποσοστά απαντήσεων «χειρότερα» φαίνονται στην πολυήμερη εκδρομή, στην εκδρομή στα Χανιά και σε αυτήν του Ελαφονησίου.

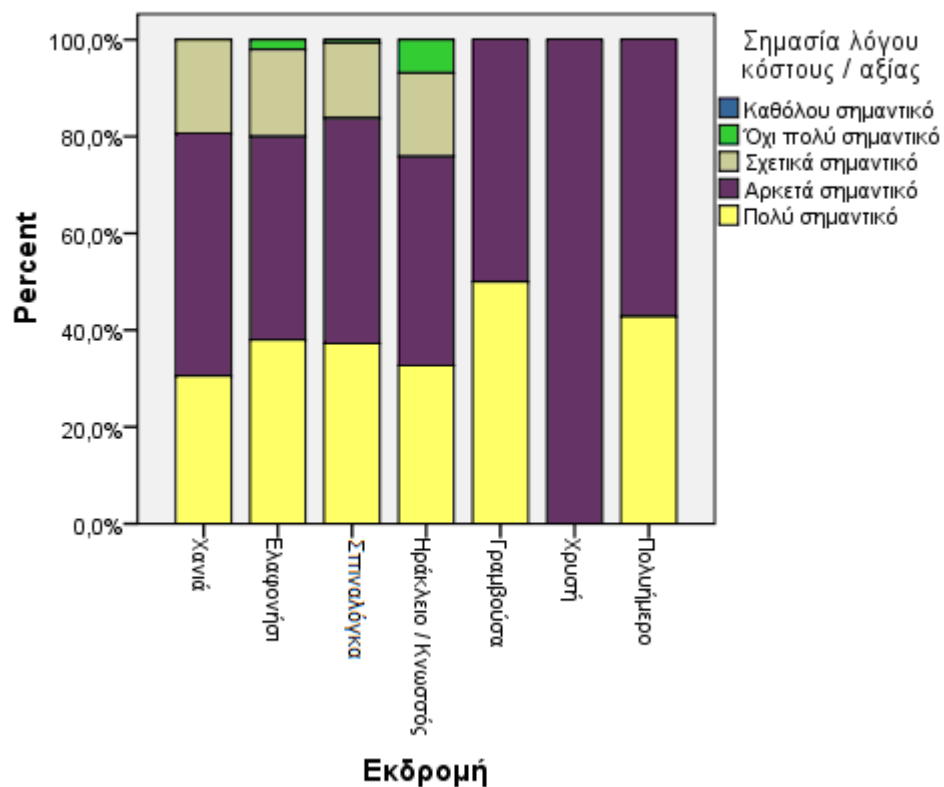
Εν συνεχεία, φαίνεται το πώς έγινε η κράτηση των διακοπών, ανάλογα με την εκδρομή. Η πλειοψηφία των τουριστών έχει επιλέξει την οργάνωση μέσω πρακτορείων. Παρόλα αυτά, τα ποσοστά αυτά είναι πιο μικρά στις εκδρομές στο Ελαφονήσι και στην Ελούντα(Σπιναλόγκα), όπου φαίνεται ότι ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό που ξεπερνάει το 20% βασίστηκε στο διαδίκτυο.



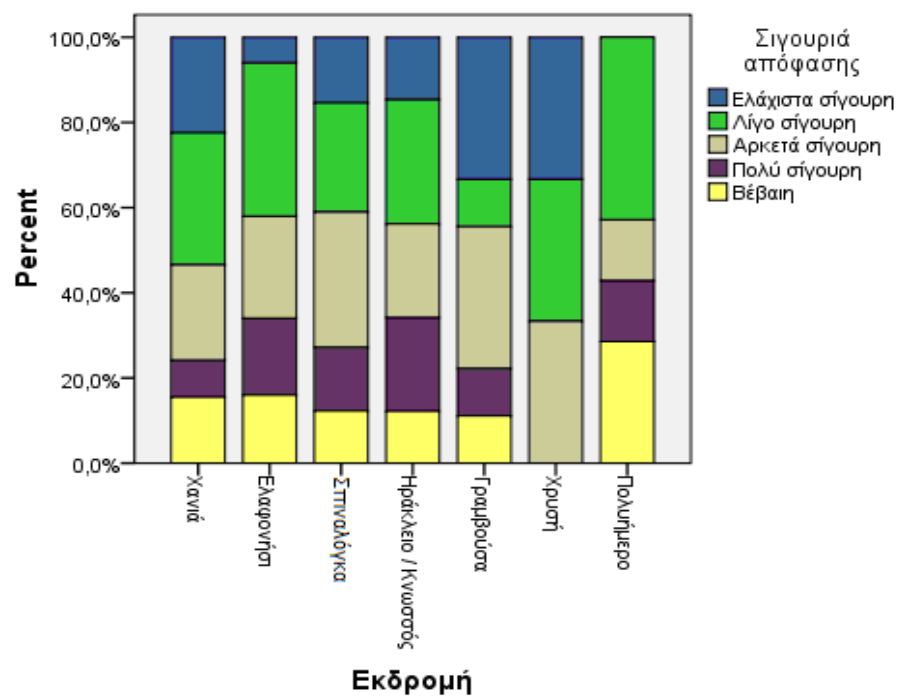
Στα επόμενα γραφήματα, συνοψίζεται η σημαντικότητα διαφόρων παραγόντων αναφορικά με την απόφαση για την εκδρομή. Έτσι, φαίνεται για παράδειγμα η σημασία των συστάσεων για τον τόπο από άλλους, η οποία είναι αρκετά ή πολύ σημαντική για όλες τις εκδρομές. Η σημασία των δραστηριοτήτων φαίνεται να είναι πολύ μεγάλη σε εκδρομές όπως η Σπιναλόγκα ή το Ελαφονήσι, αλλά όχι τόσο πολύ στα Χανιά. Ακόμη, φαίνεται ότι οι προηγούμενες εμπειρίες, όσον αφορά τη σημασία τους, εμφανίζουν έστω και μικρά ποσοστά «μικρής σημασίας»), που για παράδειγμα για τους εκδρομείς στη Γραμβούσα ξεπερνάνε το 10%. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι από μεγάλο ποσοστό ερωτηθέντων χαρακτηρίζεται πολύ σημαντικός ο λόγος αξίας προς κόστος, ιδίως στους εκδρομείς της Γραμβούσας (σχεδόν 50%) αλλά και σε αυτούς της πολυήμερης εκδρομής.





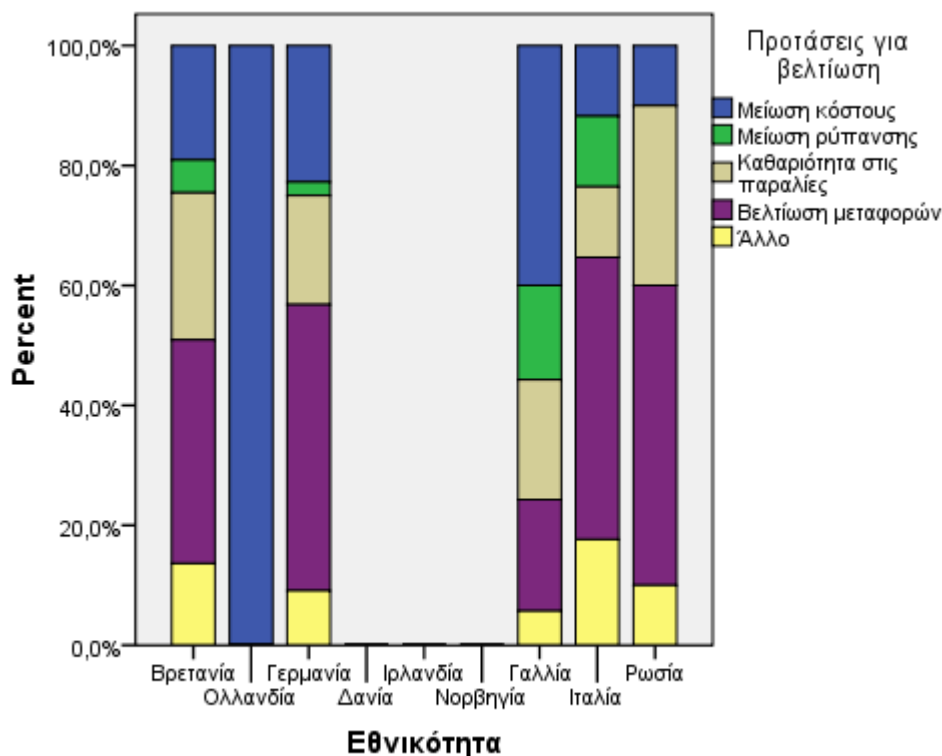


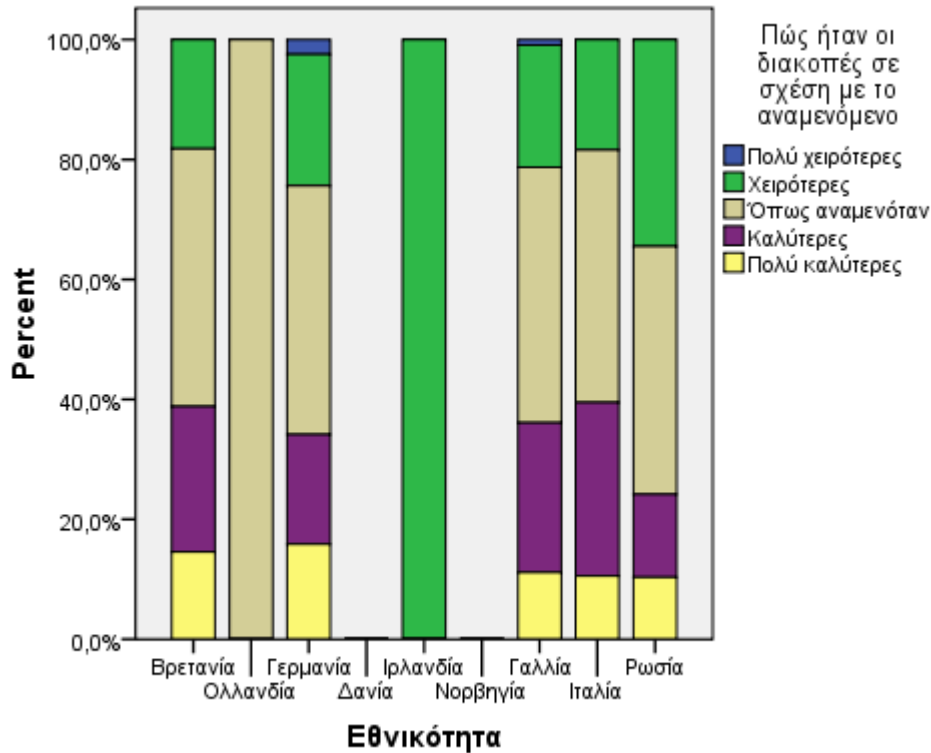
Η σιγουριά επί της απόφασης για το ταξίδι, φαίνεται στο παρακάτω γράφημα. Λίγη σιγουριά εμφανίζεται σε μεγάλο ποσοστό από τους εκδρομείς του πολυήμερου ταξιδιού (40%) αλλά και από αυτούς στο Ελαφονήσι και τα Χανιά (30% περίπου). Αξιοσημείωτα είναι επίσης και τα ποσοστά που αντιστοιχούν στην «ελάχιστη σιγουριά».



3.20 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

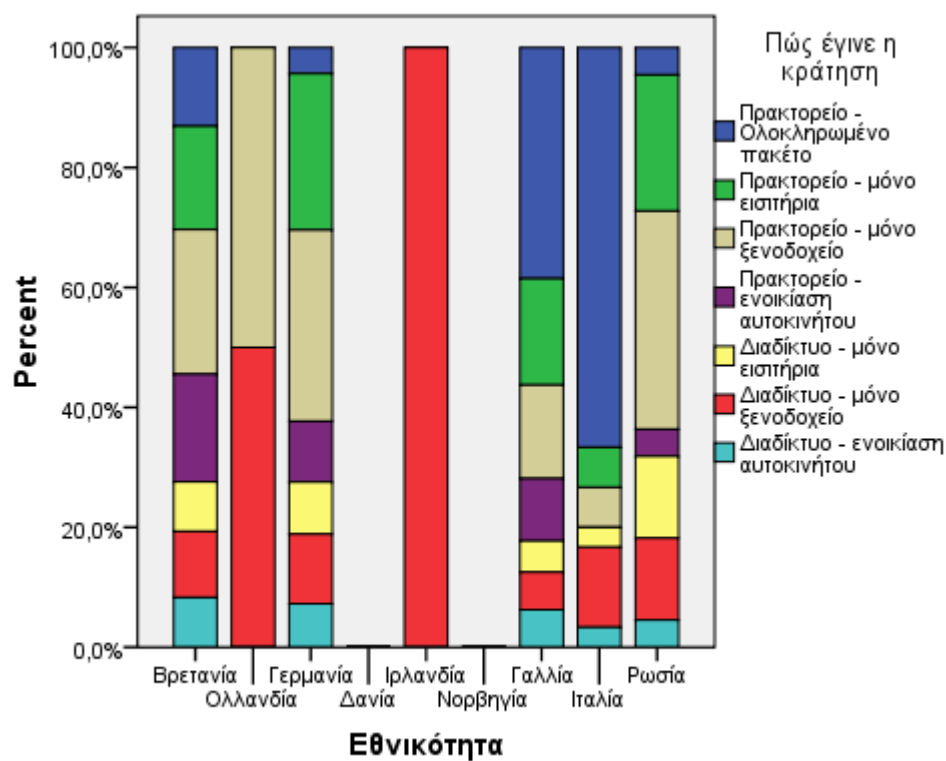
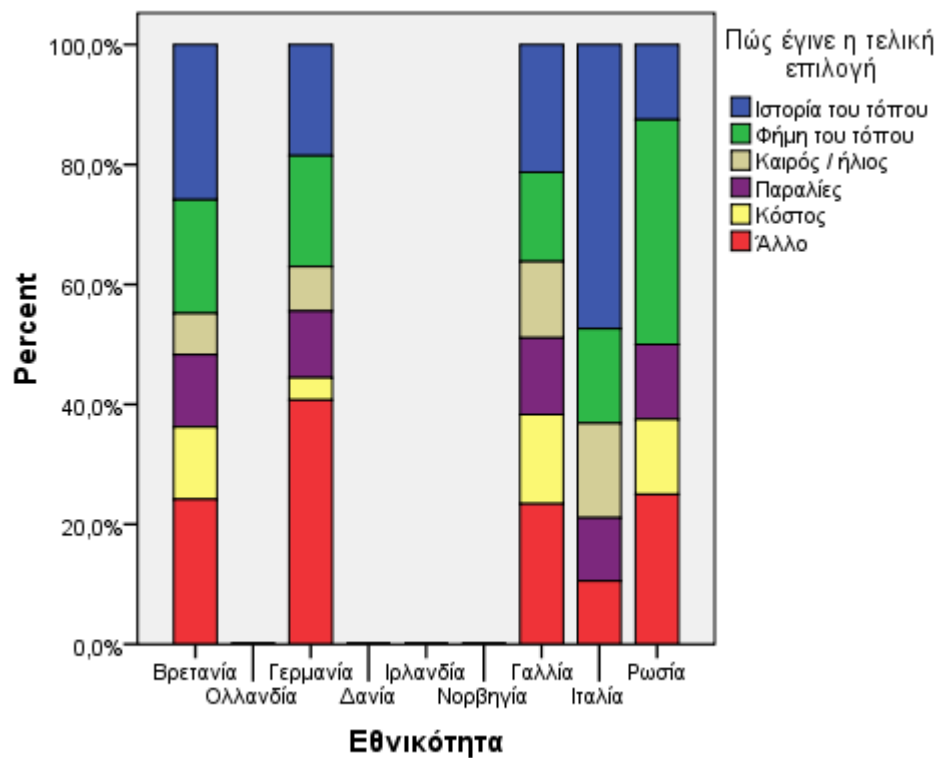
Στα πλαίσια αυτής της παραγράφου, θα δούμε τις βασικότερες συσχετίσεις ανάλογα με την Εθνικότητα των ερωτηθέντων. Στο παρακάτω γράφημα, βλέπουμε πώς συσχετίζονται με την εθνικότητα οι προτάσεις για βελτίωση. Έτσι, βλέπουμε ότι η μείωση του κόστους αποτελεί βασικό παράγοντα για τους Γάλλους, αλλά όχι τόσο για τους Ιταλούς. Επίσης, είναι ενδιαφέρον ότι σημαντικό ρόλο παίζει η ανάγκη για βελτίωση των μεταφορών (συμπεριλαμβανομένου και του οδικού δικτύου), ενώ την καθαριότητα στις παραλίες τη σχολιάζουν περισσότεροι οι Βρετανοί και οι Ρώσοι. Όσον αφορά στη συνολική εικόνα των διακοπών σε σχέση με το αναμενόμενο, σε ποσοστό 30% οι Ρώσοι τις περίμεναν καλύτερες. Τα ποσοστά αυτά κυμαίνονται γύρω στο 20% για τις άλλες εθνικότητες. Αντίστοιχα, μόνο ένα 22% των Ρώσων πέρασε καλύτερα ή πολύ καλύτερα του αναμενόμενου. Για τους Βρετανούς, αυτό το ποσοστό ήταν περίπου 40%, όπως και τους Ιταλούς και τους Γάλλους.

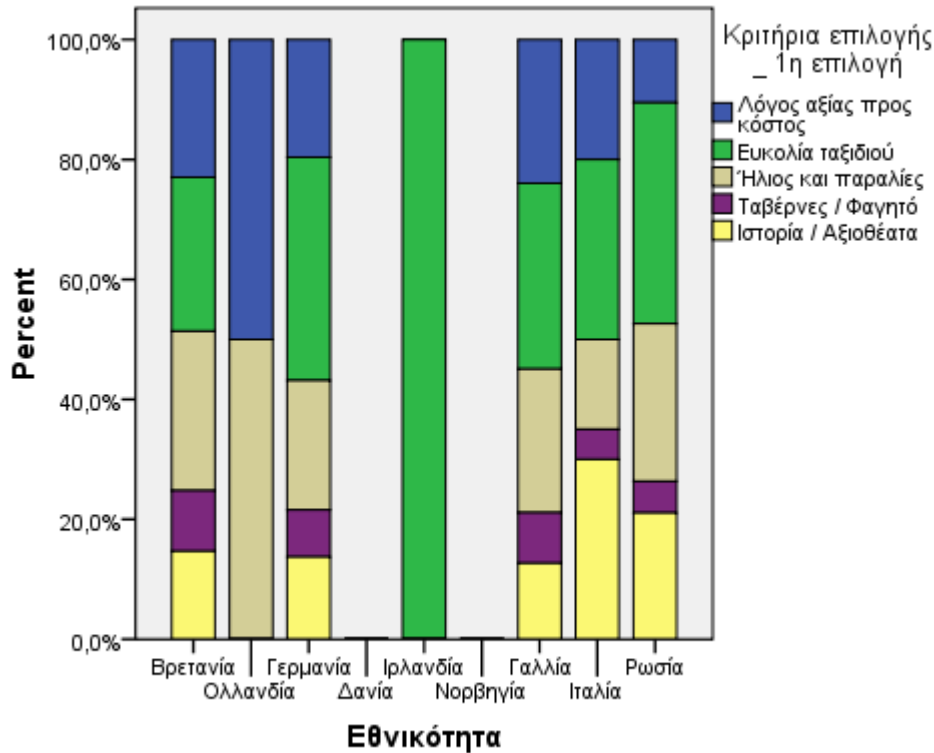




Η τελική επιλογή του προορισμού έγινε βάσει της ιστορίας του τόπου, για τους Ιταλούς σε ποσοστό σχεδόν 50%. Για Βρετανούς, Γάλλους και Γερμανούς, αυτό το ποσοστό ήταν περίπου 20 – 22%. Αντίθετα, για αυτούς τους λαούς έπαιξε περισσότερο ρόλο η φήμη του τόπου, μαζί φυσικά με τις παραλίες και τον ήλιο, αλλά και άλλους παράγοντες. Αναφορικά με το πώς έγινε η κράτηση, βλέπουμε ότι Ιταλοί και Γάλλοι προτίμησαν να βασιστούν σε μεγάλο ποσοστό στα πρακτορεία. Οι Ρώσοι, οι Γερμανοί και οι Βρετανοί χρησιμοποίησαν πρακτορεία κατά κύριο λόγο για τα ξενοδοχεία τους.

Όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής του προορισμού, ο ήλιος και οι παραλίες είναι ιδιαίτερα σημαντικό κριτήριο για τους Ολλανδούς (σε ποσοστό 50%), αλλά και για τους Βρετανούς, τους Ρώσους (25% περίπου) και τους άλλους λαούς (σε ποσοστά περίπου 20%). Επίσης, σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε ο λόγος αξίας προς κόστος, σε ποσοστό 20% για Βρετανούς, Γερμανούς και Γάλλους, λίγο λιγότερο για Ιταλούς και ακόμα λιγότερο για τους Ρώσους (λιγότερο από 10%).

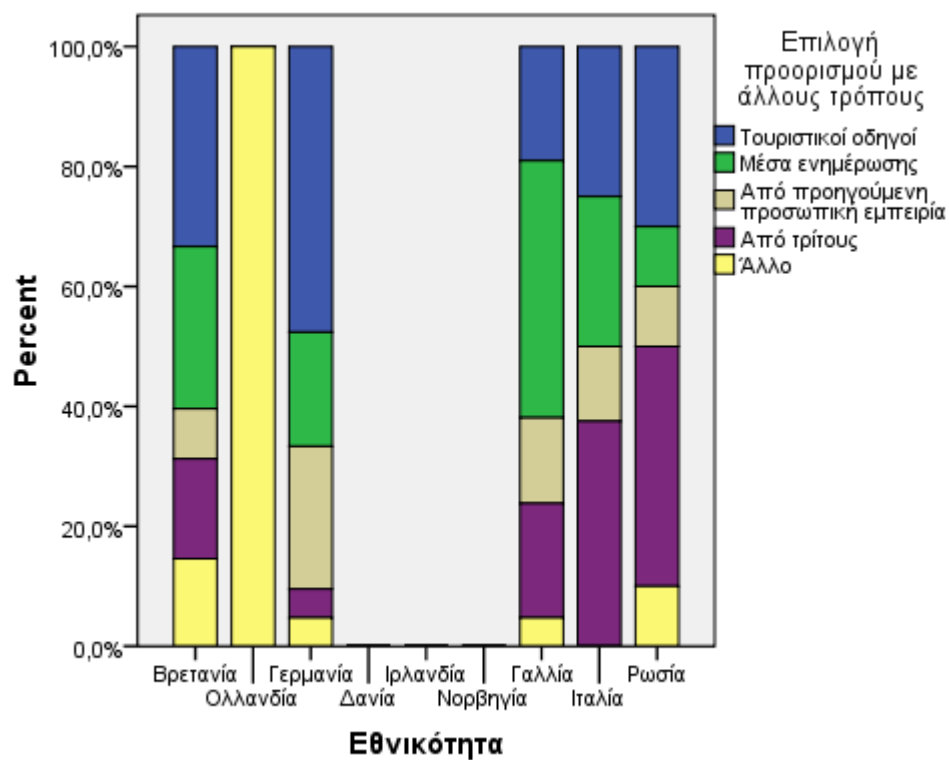
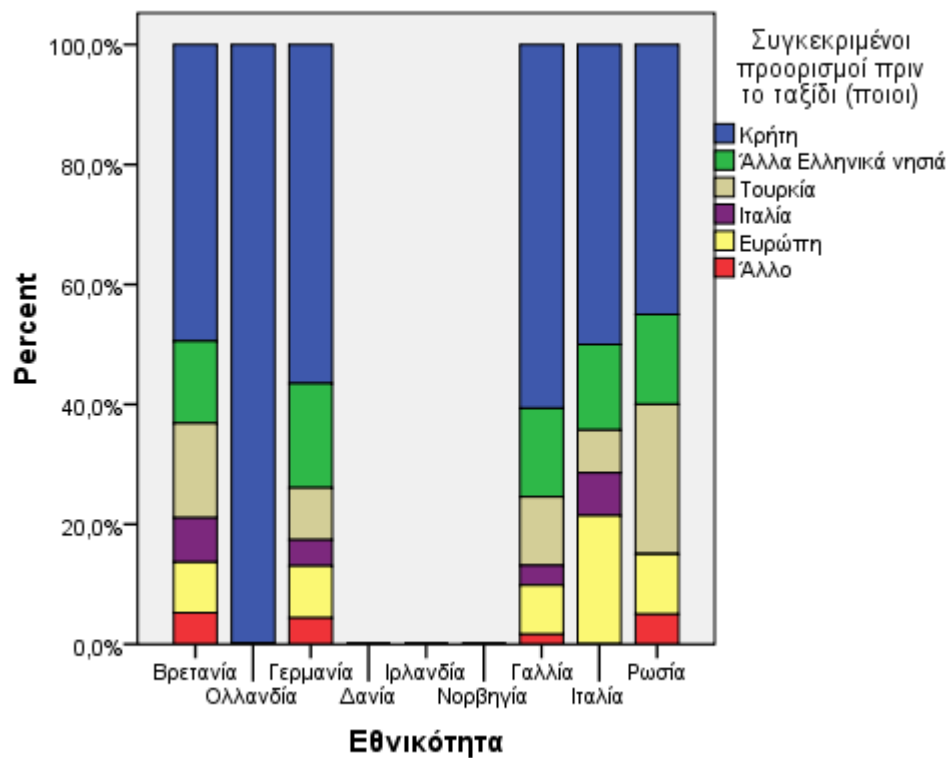


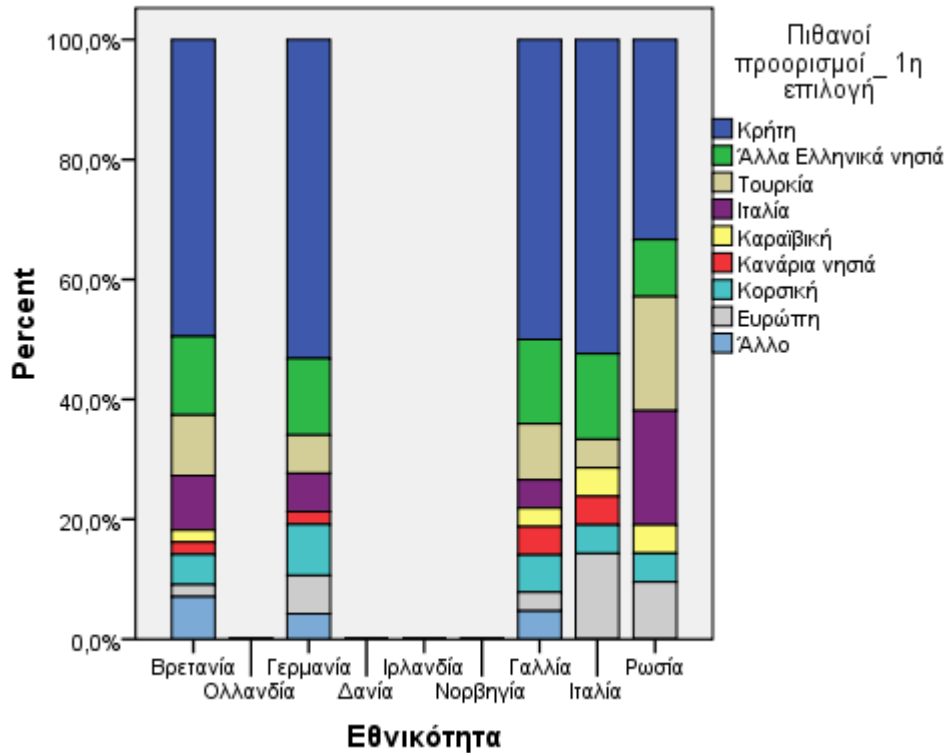


Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν επίσης να απαντήσουν σχετικά με πιθανούς προορισμούς για το ταξίδι τους, πριν και αφού ενημερώθηκαν μέσω πρακτορείων, φίλων ή διαδικτύου. Όπως φαίνεται από το πρώτο γράφημα, Γερμανοί, Γάλλοι, Βρετανοί και Ιταλοί, επιλέγουν καταρχήν Κρήτη σε ποσοστό τουλάχιστον 50%. Στην ερώτηση που αναφέρεται μετά την ενημέρωση, δεν φαίνεται να έχουν υπάρξει αξιοσημείωτες διαφορές. Αξίζει να σημειωθεί ότι μειώνονται οι απαντήσεις που αφορούν στην Τουρκία σαν προορισμό, ενώ από την άλλη μεριά εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα απαντήσεις σχετικά με την Καραϊβική, τα Κανάρια Νησιά και την Κορσική.

Στους λοιπούς προορισμούς, αναφέρονται μεταξύ άλλων προορισμοί όπως η Ισπανία, η Αίγυπτος και άλλοι. Επίσης, στα «άλλα Ελληνικά νησιά», ως επί το πλείστον αναφέρονται η Ρόδος, η Κως, αλλά και άλλα νησιά στις Κυκλάδες, όπως Σαντορίνη, Μύκονος και άλλα.

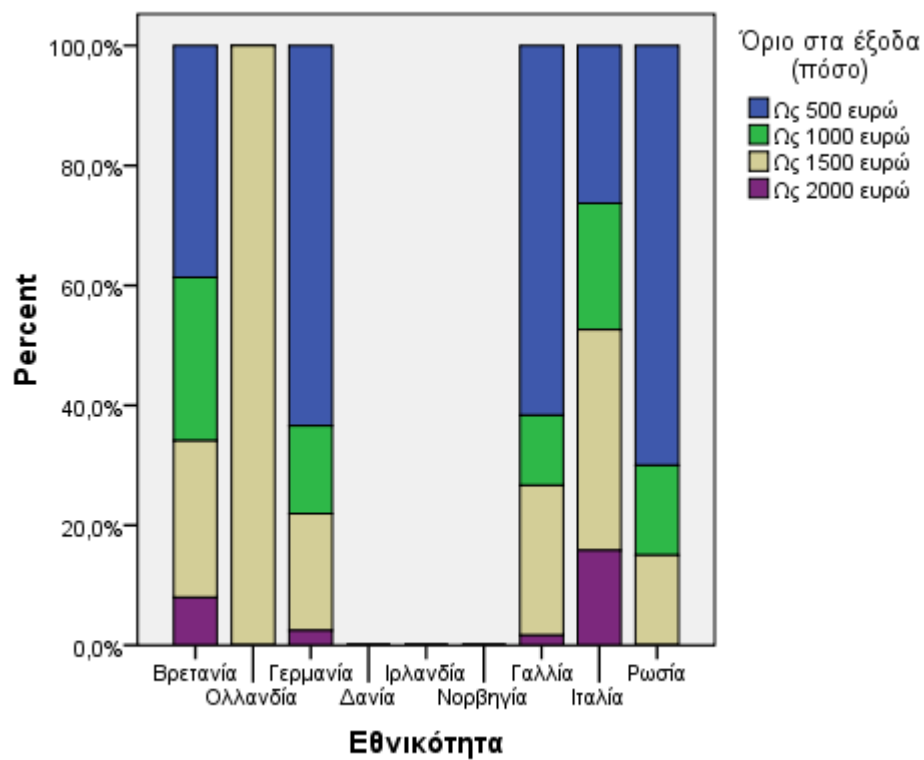
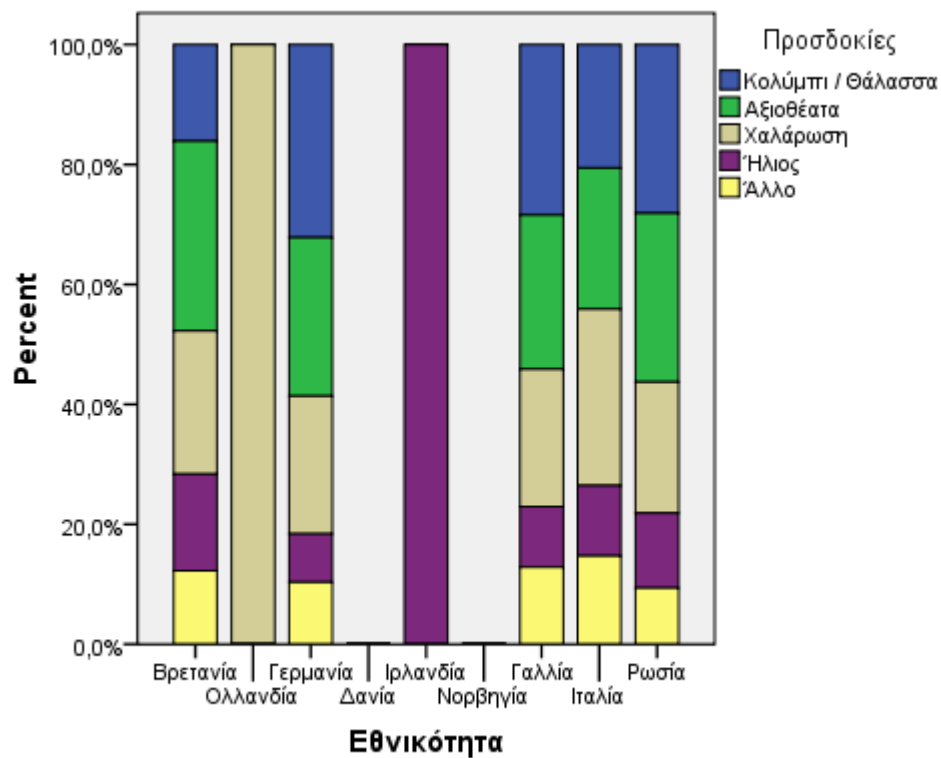
Ανάμεσα στα δύο γραφήματα παρουσιάζεται ένα ενδεικτικό γράφημα σχετικά με διάφορους τρόπους επιλογής προορισμού και ενημέρωσης.

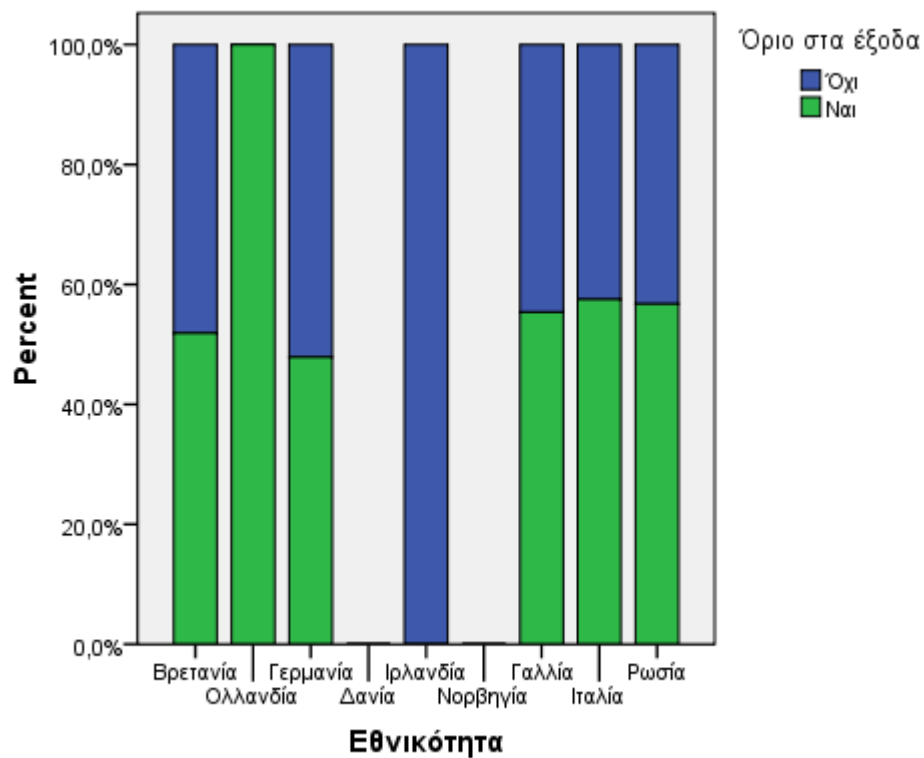




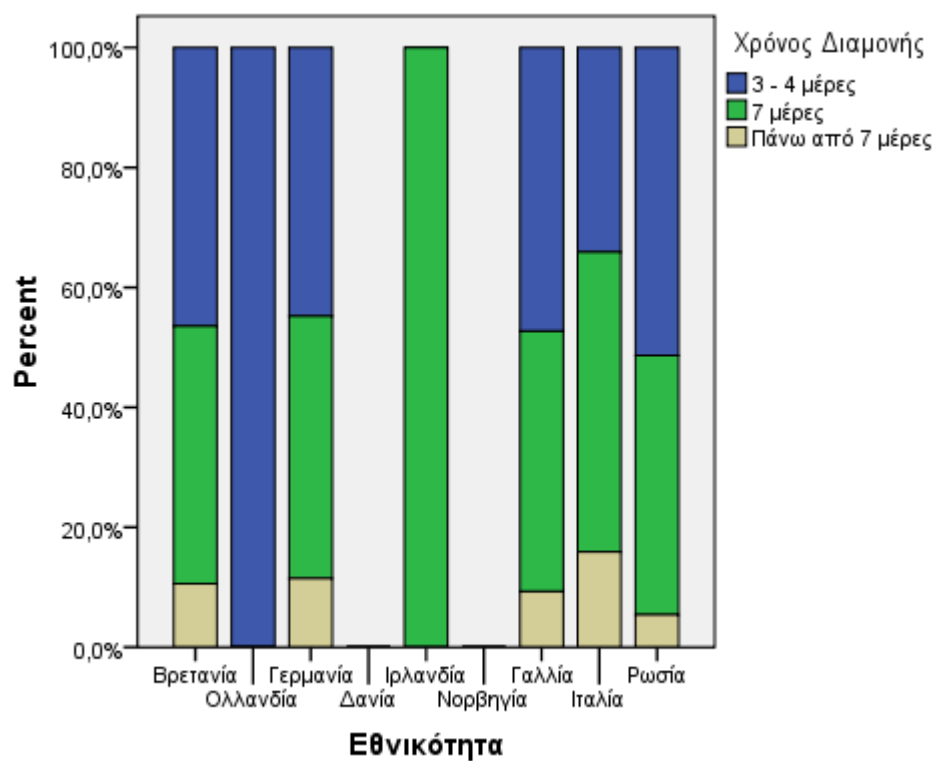
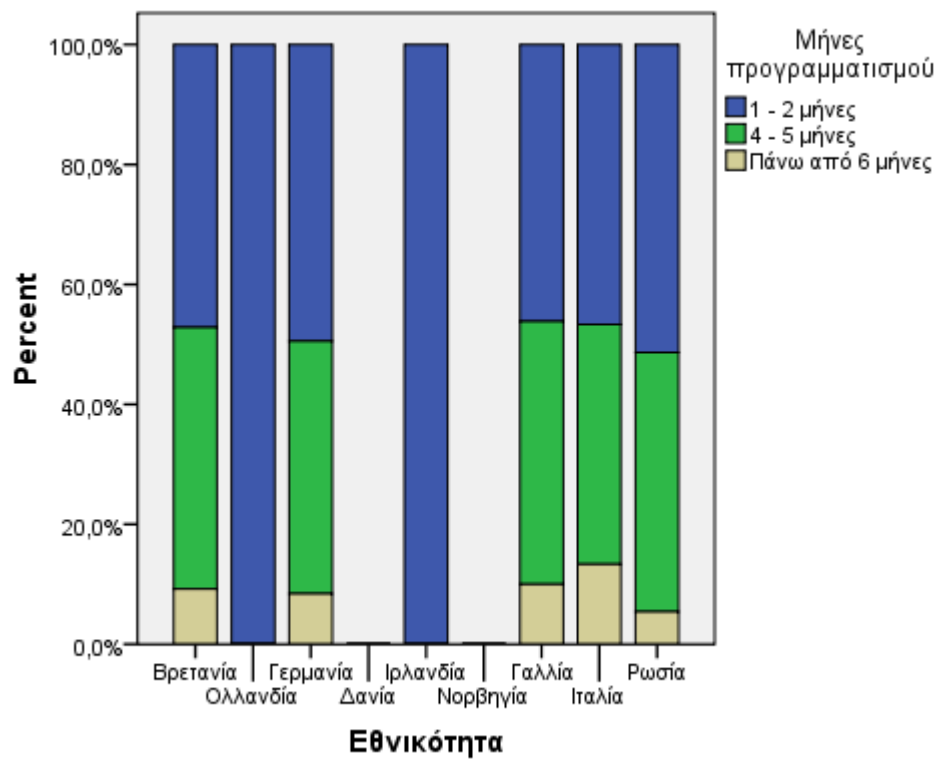
Το τι προσδοκούσαν οι διάφοροι λαοί από τις διακοπές τους, φαίνεται στο παρακάτω γράφημα. Οι Γερμανοί, οι Γάλλοι και οι Ρώσοι δηλώνουν σε ποσοστό 30% περίπου το κολύμπι και τη θάλασσα, ενώ αντίθετα οι Βρετανοί φαίνεται πως δίνουν περισσότερο βάρος στα αξιοθέατα, και οι Ιταλοί στη χαλάρωση.

Εν συνεχεία, φαίνονται τα όρια που έχουν βάλει οι εκδρομείς των διαφόρων εθνικοτήτων στα έξοδα των διακοπών. Τα πιο χαλαρά όρια τα δηλώνουν οι Ιταλοί, καθώς σε ποσοστό 70% δηλώνουν όρια τουλάχιστον 1000^{ων} ευρώ. Αντίθετα, οι Ρώσοι ως επί το πλείστον έχουν βάλει όριο ως τα 500 ευρώ. Στο παρακάτω γράφημα, φαίνεται και το πόσοι δήλωσαν πως έχουν θέσει όρια οικονομικά και πόσοι όχι, ανάλογα με την εθνικότητα.



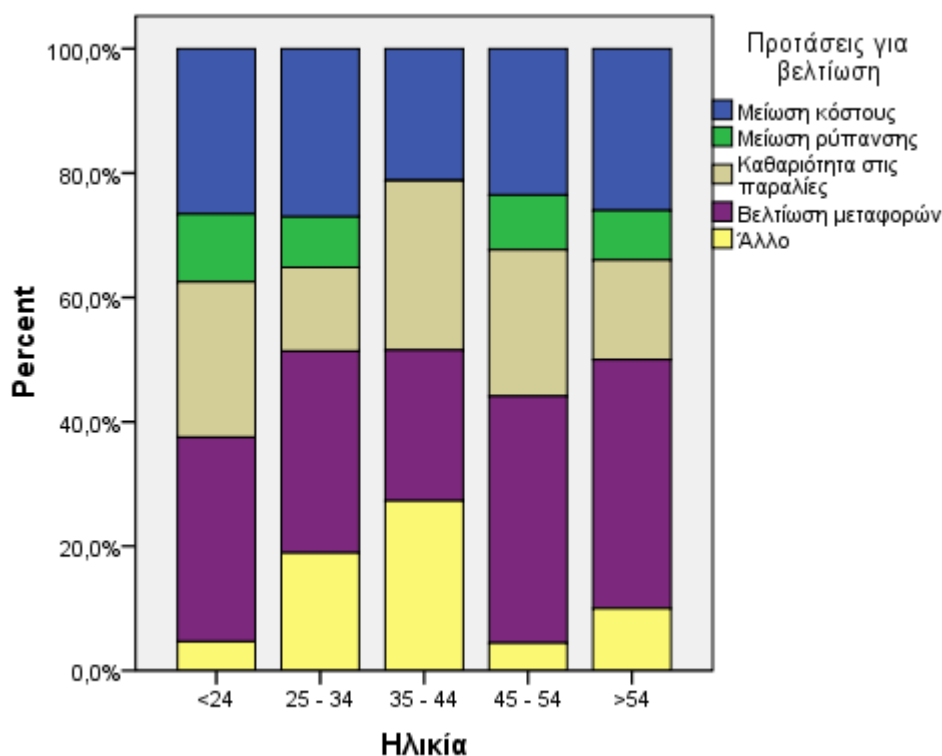


Ακολούθως, φαίνεται το διάστημα των μηνών κατά τους οποίους οι ερωτηθέντες προγραμματίζουν το ταξίδι τους. Δεν φαίνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά εθνικότητα, καθώς σε όλες σχεδόν τις περιπτώσεις τα διαστήματα προετοιμασίας μοιράζονται σε 1 -2 και 4 -5 μήνες. Αντίστοιχα, στο επόμενο διάγραμμα φαίνεται ο χρόνος διαμονής στην Κρήτη, ανάλογα με την εθνικότητα.

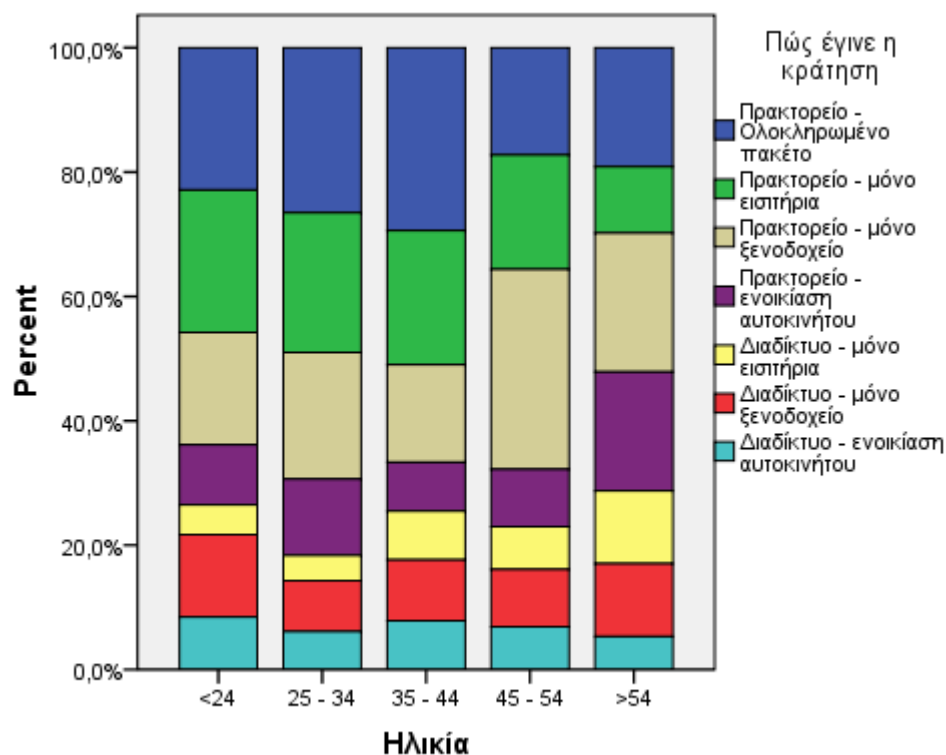
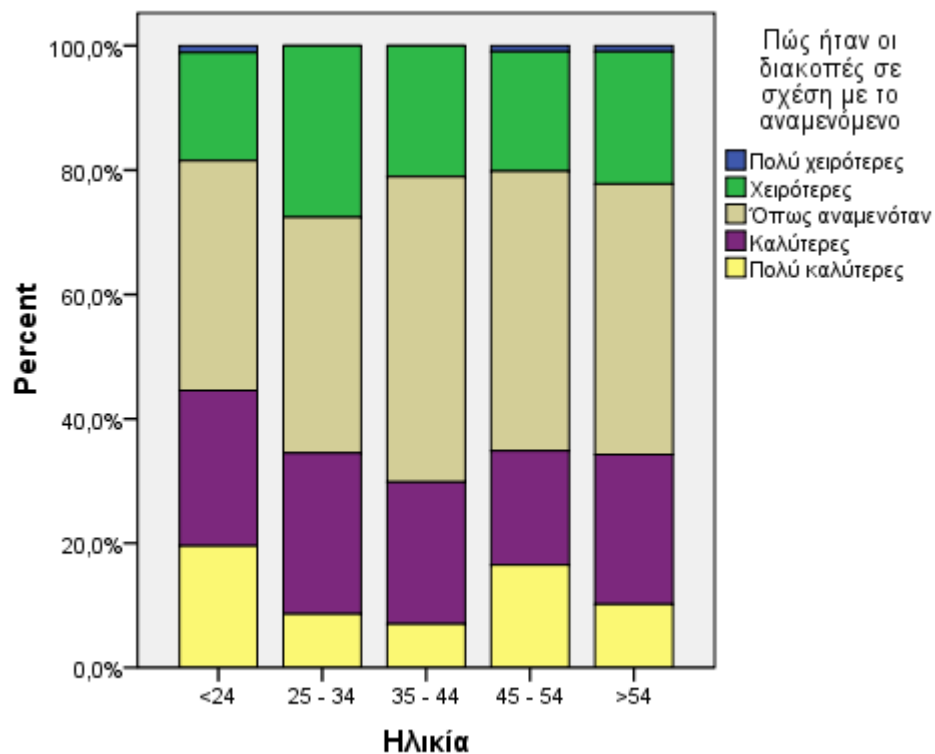


3.21 ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα δούμε το πώς συσχετίζονται οι απαντήσεις σε διάφορες ερωτήσεις με την ηλικία των ερωτηθέντων. Στο πρώτο γράφημα φαίνονται οι προτάσεις για βελτίωση, και φαίνεται ότι για παράδειγμα οι μεγαλύτερη σε ηλικία άνθρωποι θα ήθελαν περισσότερο βελτίωση των μεταφορών, ενώ όσο μικραίνουν οι ηλικίες, αυτό το ποσοστό κατά κανόνα μικραίνει. Σε όλες τις ηλικίες υπάρχει ένα ποσοστό 20% που δηλώνει πως θα ήθελε μείωση του κόστους.

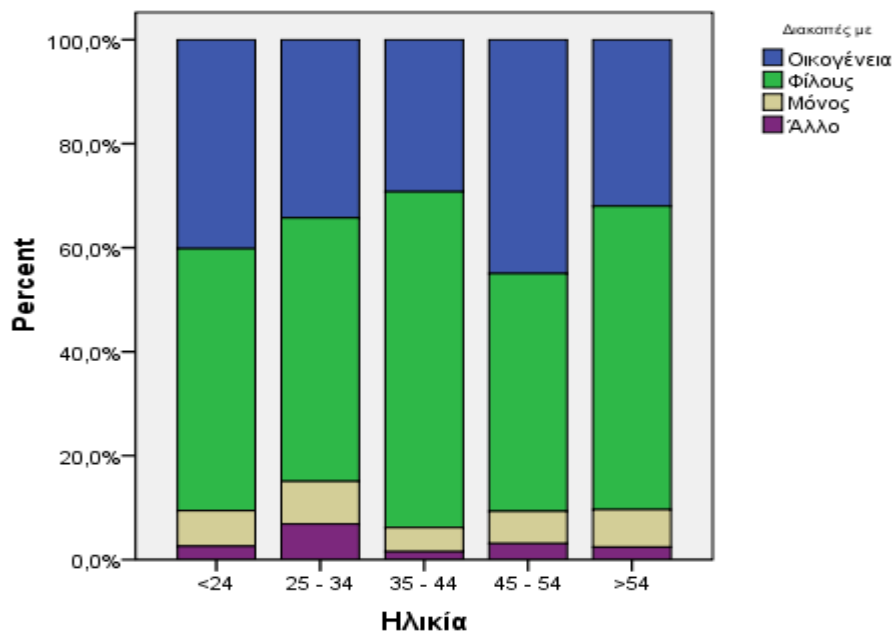


Όσον αφορά στο ερώτημα σχετικά με το πώς ήταν οι διακοπές τελικά, δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση ανάλογα με την ηλικία, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα. Επίσης, δεν φαίνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις και στο ζήτημα του πώς έγινε η κράτηση των διακοπών. Οι ηλικίες 35 – 44 φαίνεται να προτιμάνε περισσότερο τη λύση του ολοκληρωμένου πακέτου μέσω πρακτορείου.

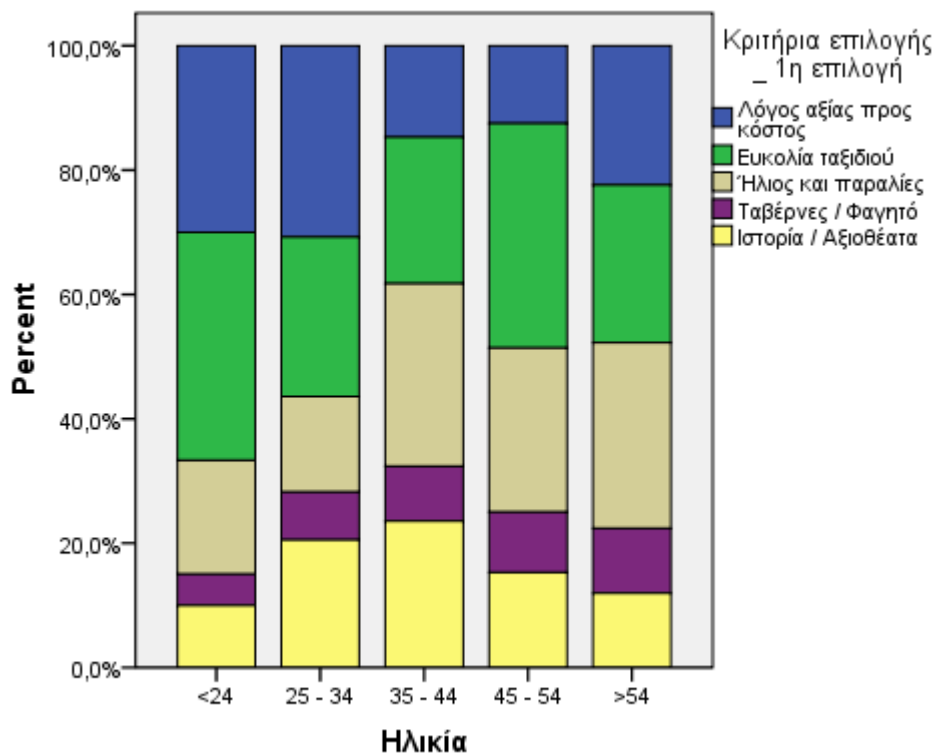


Στο επόμενο γράφημα παρουσιάζονται τα ποσοστά όσων ταξίδεψαν με την οικογένεια, τους φίλους, μόνοι ή με άλλους. Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι βρίσκονταν στις διακοπές με τους φίλους τους. Για τις ηλικίες κάτω των 24 ετών το

ποσοστό αυτό είναι 50,7%. Το 63,6 % των ηλικιών 35-44 ετών επέλεξε επίσης να κάνει διακοπές με τους φίλους του. Για τις ηλικίες από 45-54 χρονών το αντίστοιχο ποσοστό είναι 45,4 % ενώ για τους άνω των 54^{ων} ετών το ποσοστό αυτό είναι 57,9%. Οι περισσότεροι που ταξίδεψαν με την οικογένειά τους ανήκουν στις ηλικιακές ομάδες των 45-54 ετών, με ποσοστό 44,6 % και στους κάτω των 24^{ων} ετών , με ποσοστό 38,8%.



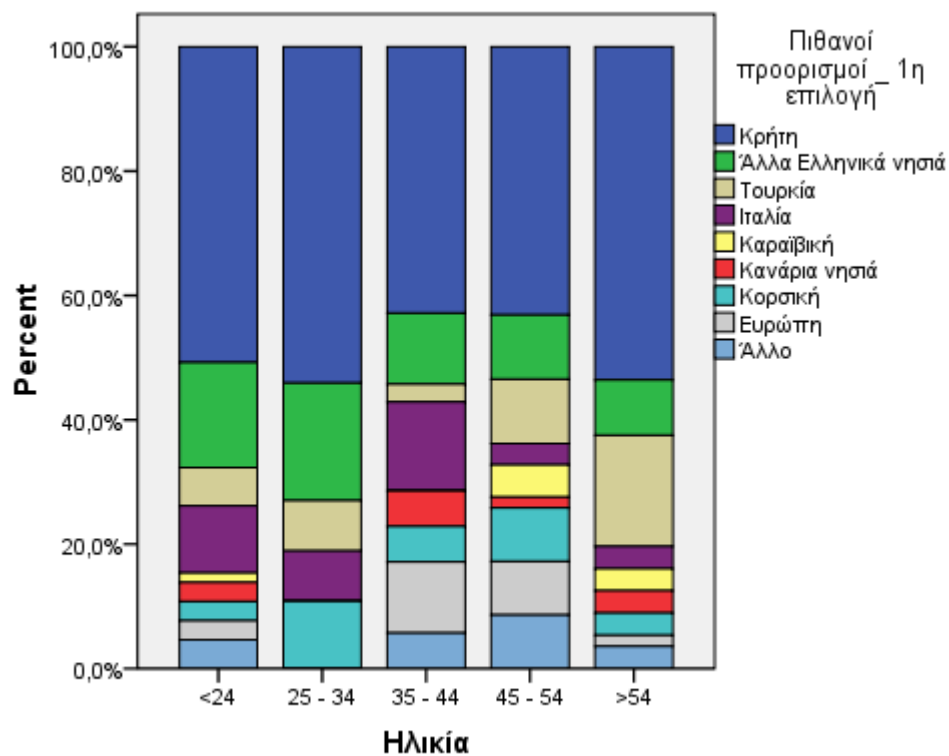
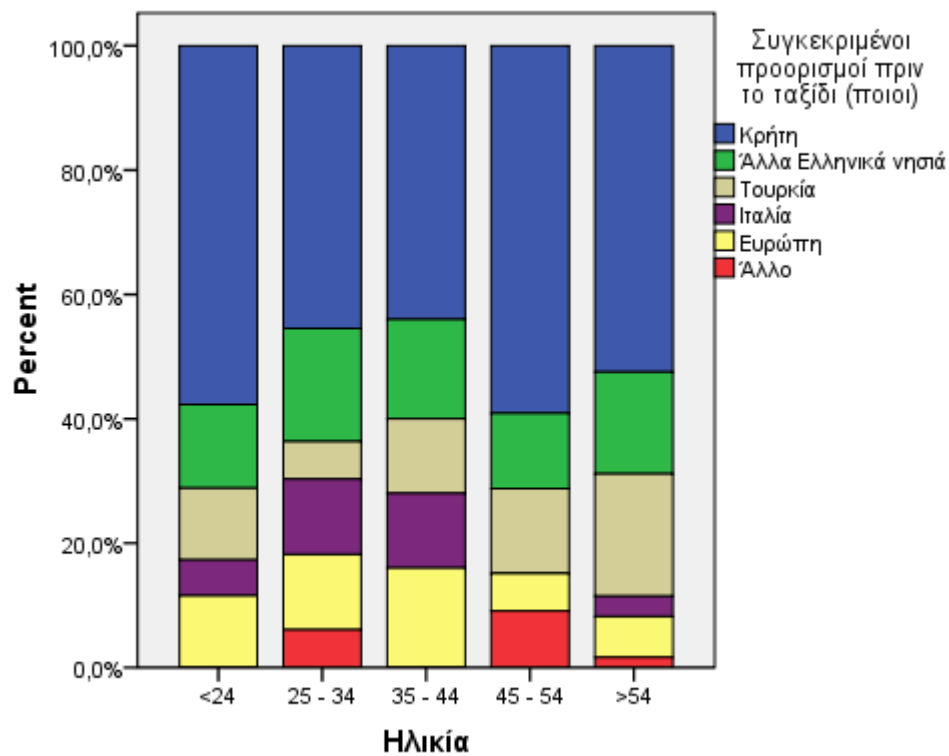
Σχετικά με το 1^ο κριτήριο επιλογής προορισμού, φαίνεται καταρχήν ότι οι ηλικίες από 35 – 54 δίνουν λιγότερη σημασία στον λόγο αξίας προς κόστος, απ’ ότι δίνουν οι μικρότερες ηλικίες αλλά και οι ηλικίες άνω των 54. Αντίστοιχα, οι μικρές ηλικίες δεν επιλέγουν προορισμό βάσει της ιστορίας και των αξιοθέατων, παρά μόνο σε ποσοστό 10% περίπου.



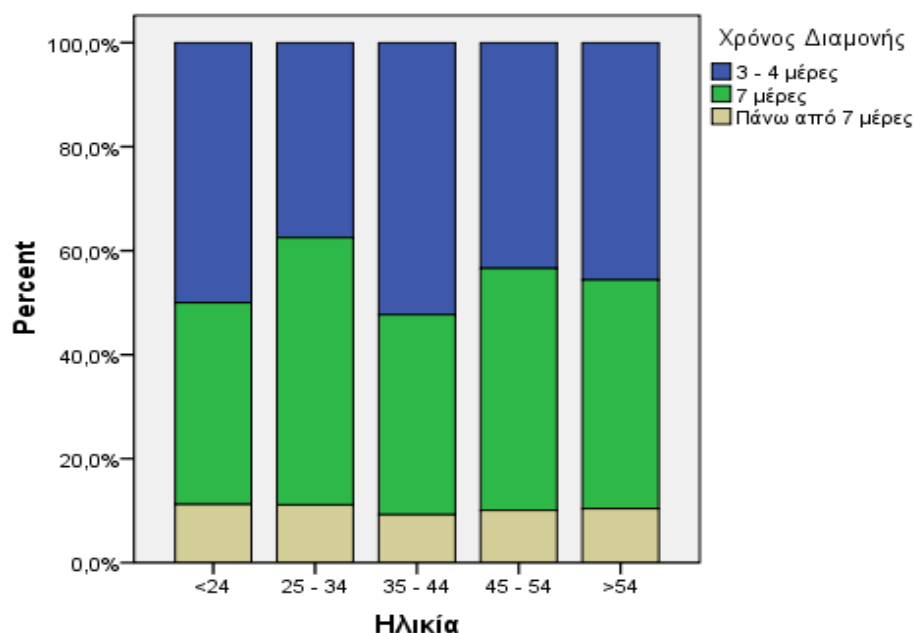
Το πώς επηρεάζονται οι πιθανοί προορισμοί από την ηλικία, πριν και μετά την ενημέρωση των ερωτηθέντων, φαίνεται στα παρακάτω διαγράμματα. Ενδιαφέρον είναι το ότι η Τουρκία συγκεντρώνει υψηλότερα ποσοστά σαν πιθανός προορισμός στους ανθρώπους άνω των 54^{ων} ετών. Το ποσοστό αυτό, μετά την ενημέρωση, μειώνεται.

Αξίζει να σημειωθεί, όπως και στα προηγούμενα παραδείγματα παρουσίασης αυτών των ερωτήσεων, ότι εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα απαντήσεις σχετικά με την Καραϊβική, τα Κανάρια Νησιά και την Κορσική, μετά την ενημέρωση των επίδοξων ταξιδιωτών. Στους λοιπούς προορισμούς, αναφέρονται μεταξύ άλλων προορισμοί όπως η Ισπανία, η Αίγυπτος και άλλοι. Επίσης, στα «άλλα Ελληνικά νησιά», ως επί το πλείστον αναφέρονται η Ρόδος, η Κως, αλλά και άλλα νησιά στις Κυκλάδες, όπως Σαντορίνη, Μύκονος και άλλα.

Σε κάθε περίπτωση, όπως φαίνεται στα γραφήματα, η Κρήτη αποτελεί τον πρώτο προορισμό, τόσο πριν όσο και μετά την ενημέρωση.

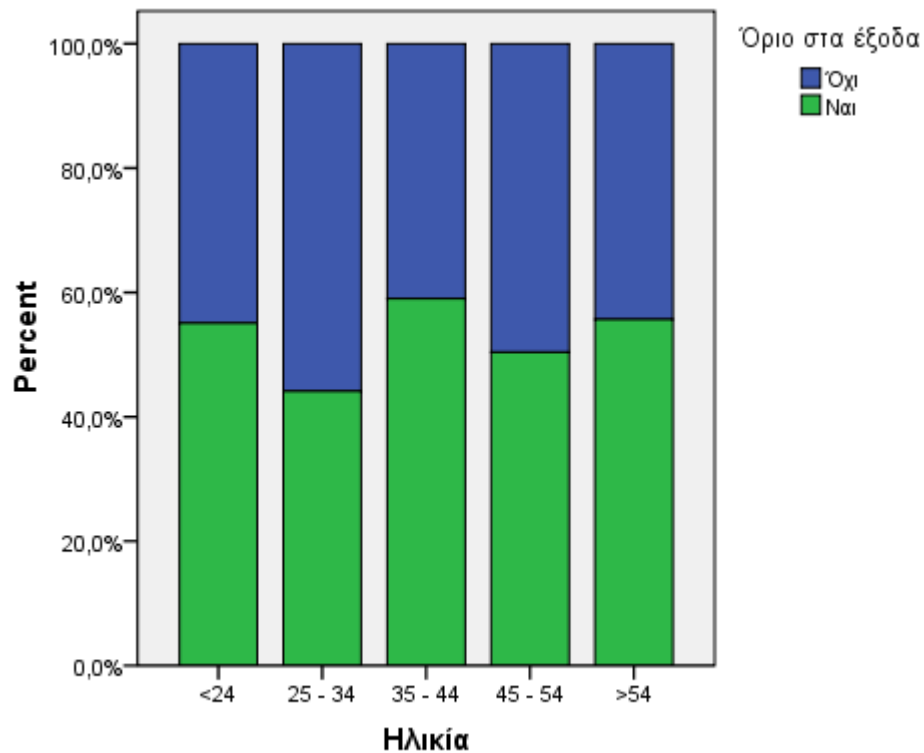


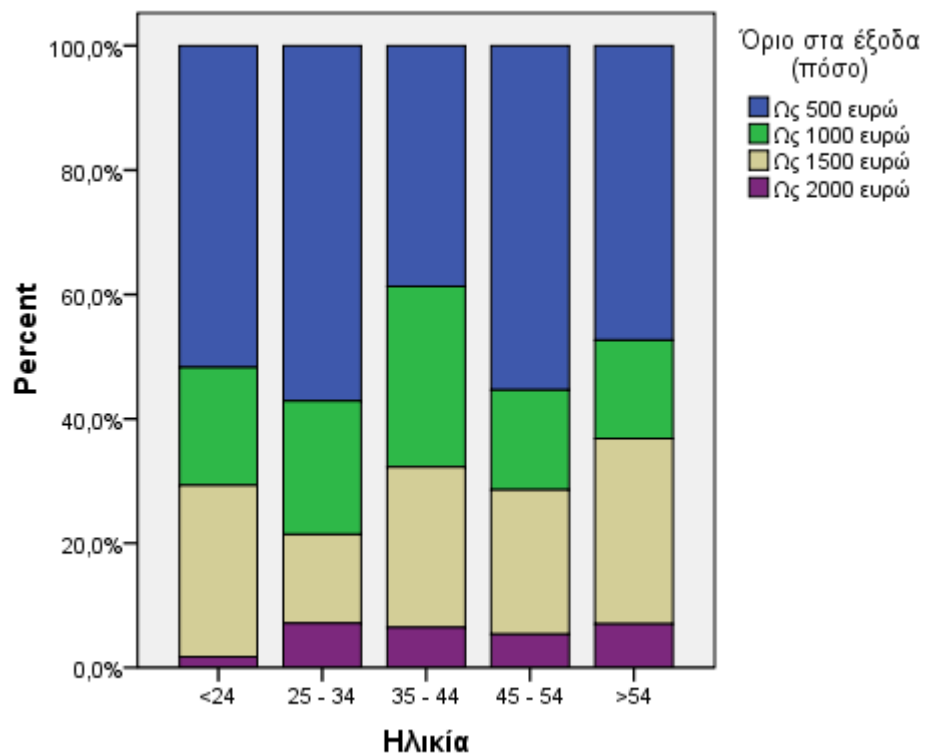
Όσον αφορά στο πόσο διήρκησαν οι διακοπές των επισκεπτών της Κρήτης σε σχέση με την ηλικία τους, παρατηρούμε στο επόμενο γράφημα ότι οι περισσότεροι, κυρίως οι ηλικίες των 24^{ων} -44^{ων} ετών και άνω των 54^{ων} , παρέμειναν στην Κρήτη για 3-4 ημέρες. Οι περισσότεροι που έμειναν για μια εβδομάδα σε ποσοστό 46,2% ήταν οι ηλικίες των 45-54^{ων} ετών , οι οποίοι όπως παρουσιάστηκε σε προηγούμενο διάγραμμα, ταξίδεψαν κυρίως με την οικογένειά τους. Τα ποσοστά για όσους έκαναν διακοπές για περισσότερο από μια εβδομάδα είναι σχεδόν ίδια για όλες τις ηλικίες (κοντά στο 10 %).



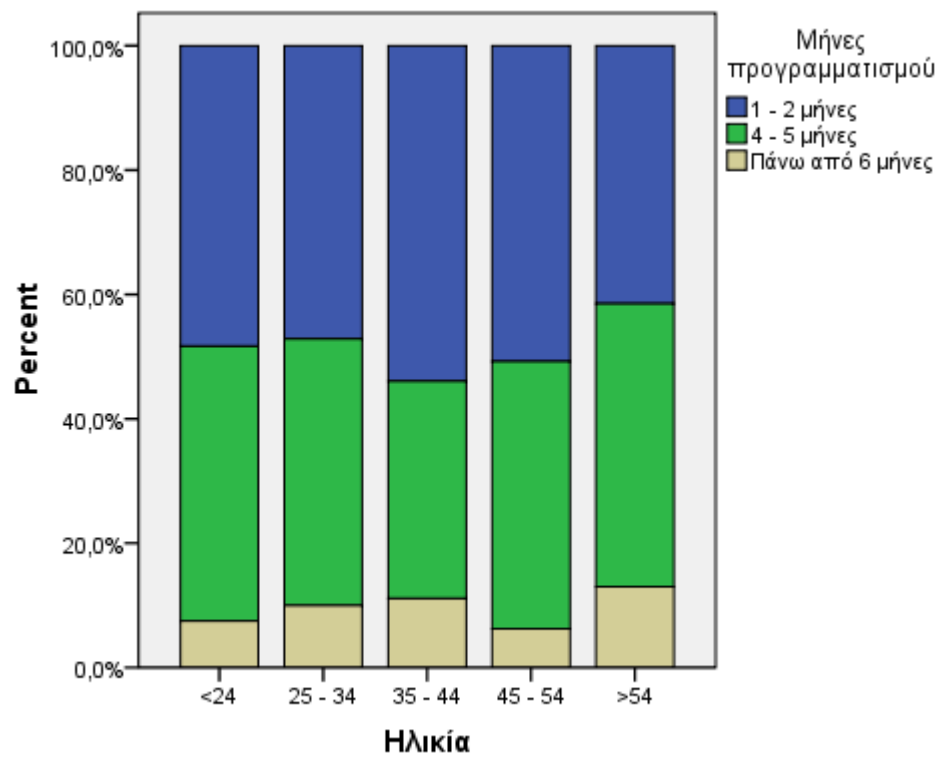
Εν συνεχεία φαίνονται οι συσχετίσεις της ηλικίας με τα όρια που θέτουν οι ταξιδιώτες στα χρήματα που διατίθενται να ξοδέψουν. Όπως φαίνεται, οι

διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ηλικία δεν είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Όπως είναι φυσικό, όρια που αγγίζουν τα 2000 ευρώ δεν υφίστανται στις ηλικίες κάτω των 24^{ων} ετών, στις οποίες αντίθετα τα χαμηλά όρια (έως 500 ευρώ) εμφανίζουν το μεγαλύτερο ποσοστό. Επίσης, οι μεγαλύτερες ηλικίες, άνω των 54^{ων} ετών, παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ποσοστό σε όρια τουλάχιστον 1500^{ων} ευρώ.



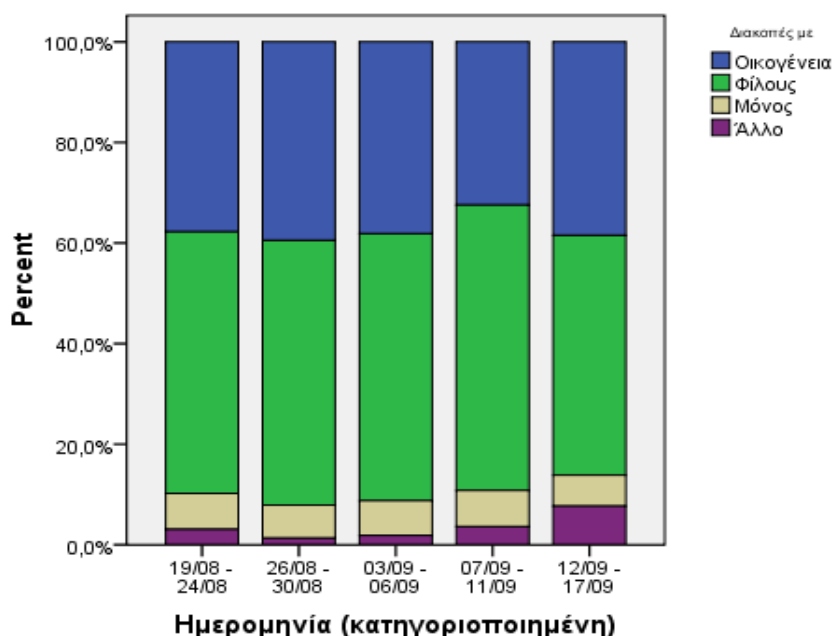


Στο διάγραμμα που ακολουθεί, φαίνεται το διάστημα που οι τουρίστες προγραμματίζουν το ταξίδι τους, ανάλογα με την ηλικία τους. Οι μεγαλύτερες ηλικίες (άνω των 54^{ων} ετών) έχουν ελαφρώς μεγαλύτερα ποσοστά στα διαστήματα 4 – 5 μηνών και άνω των 6 μηνών, φτάνοντας αθροιστικά στο 60%.



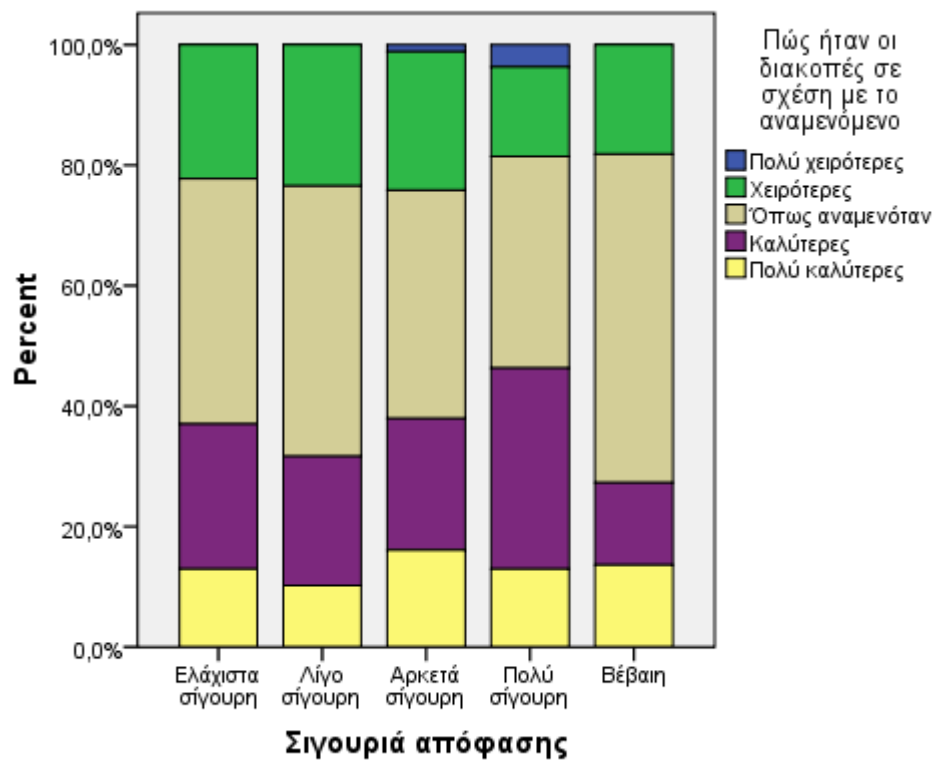
3.22 ΛΟΙΠΕΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ

Τέλος, ακολουθούν κάποιες άλλες, ενδιαφέρουσες συσχετίσεις. Στο πρώτο διάγραμμα συσχετίζεται η ημερομηνία με την ερώτηση «με ποιους ταξιδέψατε». Παρατηρούμε ότι σε όλες τις χρονικές περιόδους, οι περισσότεροι ταξίδεψαν με φίλους ενώ περίπου ίσα είναι τα ποσοστά για όσους ταξίδευαν με την οικογένεια. Για την περίοδο από 7/9 μέχρι 11/9 παρατηρούμε ότι το ποσοστό αυτό είναι μικρότερο.

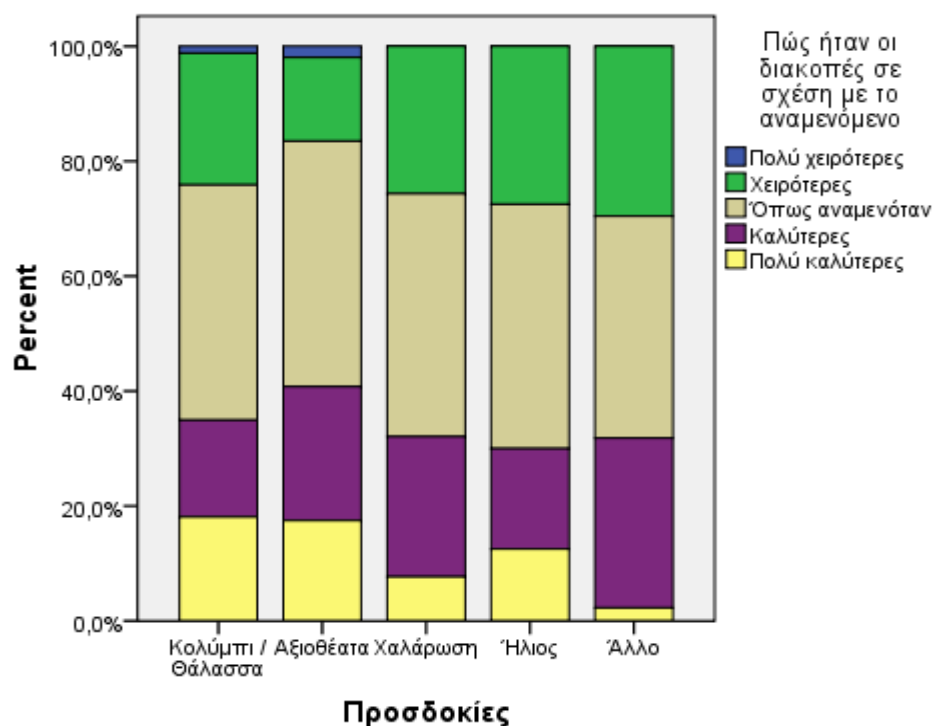


Στο ακόλουθο διάγραμμα, φαίνεται το πώς συσχετίζεται η σιγουριά της απόφασης για τον προορισμό, με το πώς ήταν τελικά οι διακοπές σε σχέση με το αναμενόμενο. Όπως φαίνεται, αυτοί που δήλωναν βέβαιοι για την απόφασή τους, δείχνουν να έχουν κ μεγαλύτερα ποσοστά (54,5%) στην απάντηση «όπως αναμενόταν» σχετικά με το πώς πέρασαν στις διακοπές τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό (23,5%) αυτών που δήλωσαν ότι οι διακοπές τους ήταν χειρότερες από το αναμενόμενο, ανήκει σε αυτούς που είχαν δηλώσει ότι ήταν λίγο σίγουροι για την απόφασή τους. Θετικό είναι το γεγονός ότι το 24% των επισκεπτών οι οποίοι ήταν

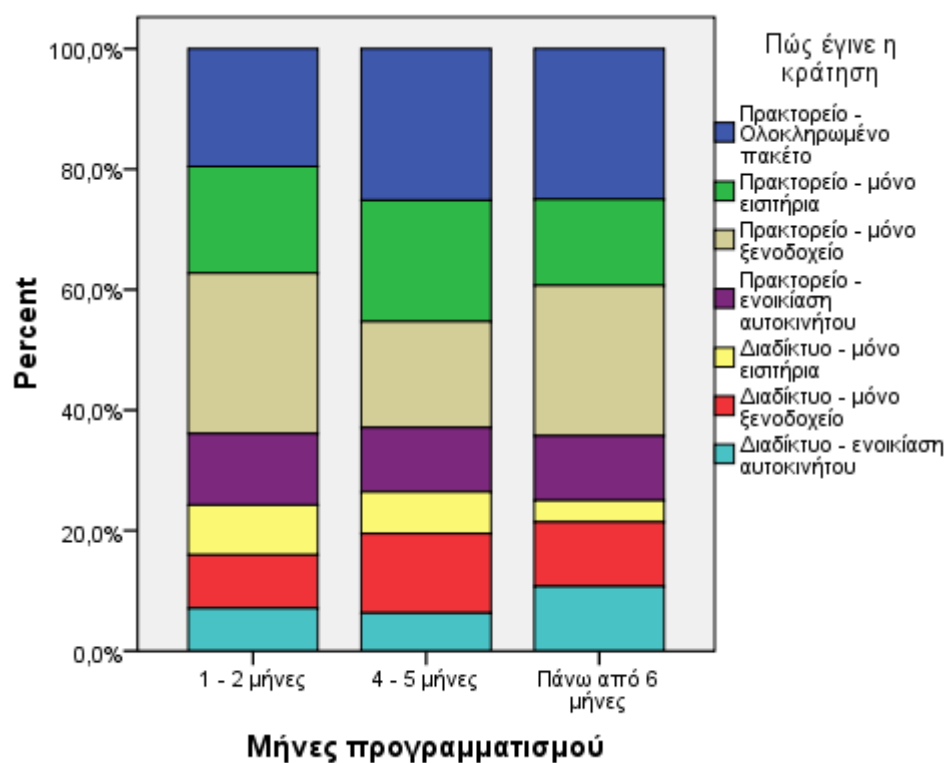
ελάχιστα σίγουροι για την απόφασή τους να κάνουν διακοπές στην Κρήτη, δηλώνει ότι τελικά οι διακοπές τους ήταν καλύτερες από το αναμενόμενο. Τέλος, πολύ καλύτερες ήταν οι διακοπές σε σχέση με το αναμενόμενο, για τους επισκέπτες οι οποίοι είχαν δηλώσει αρκετά σίγουρη για την απόφασή τους να έρθουν στην Κρήτη. Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι διαφοροποιήσεις δεν είναι πολύ μεγάλες.



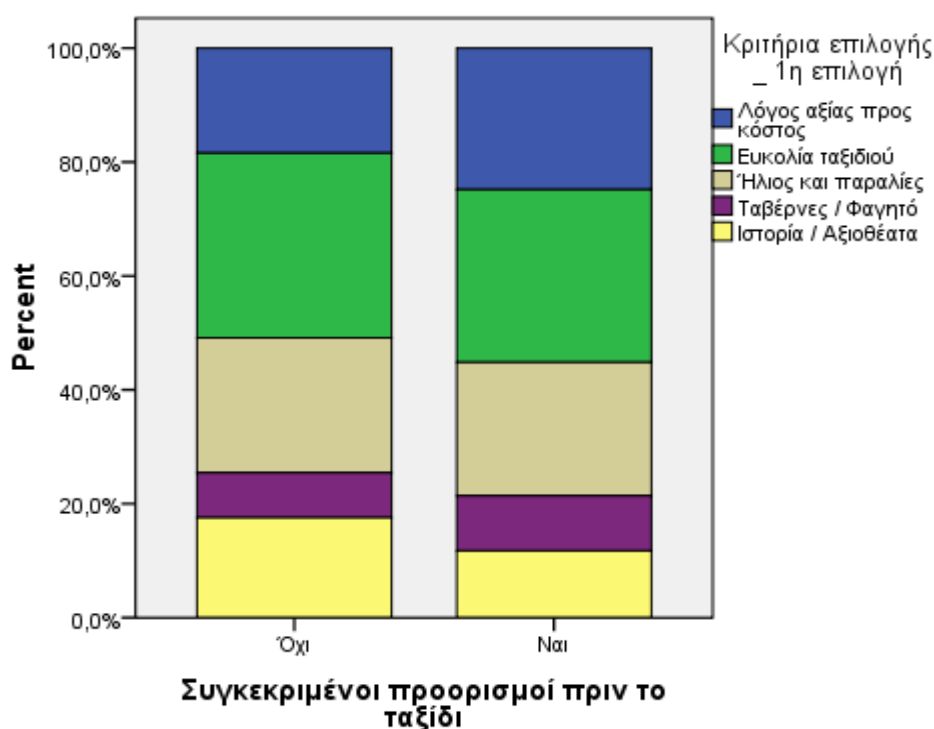
Η εντύπωση από τις διακοπές συσχετίζεται και με το τι προσδοκούσαν από αυτές οι ταξιδιώτες, στο επόμενο γράφημα. Φαίνεται ότι όσοι ήθελαν κολύμπι / θάλασσα ή αξιοθέατα, σε ποσοστό 20% περίπου φαίνεται να πέρασαν πολύ καλύτερα του αναμενομένου.

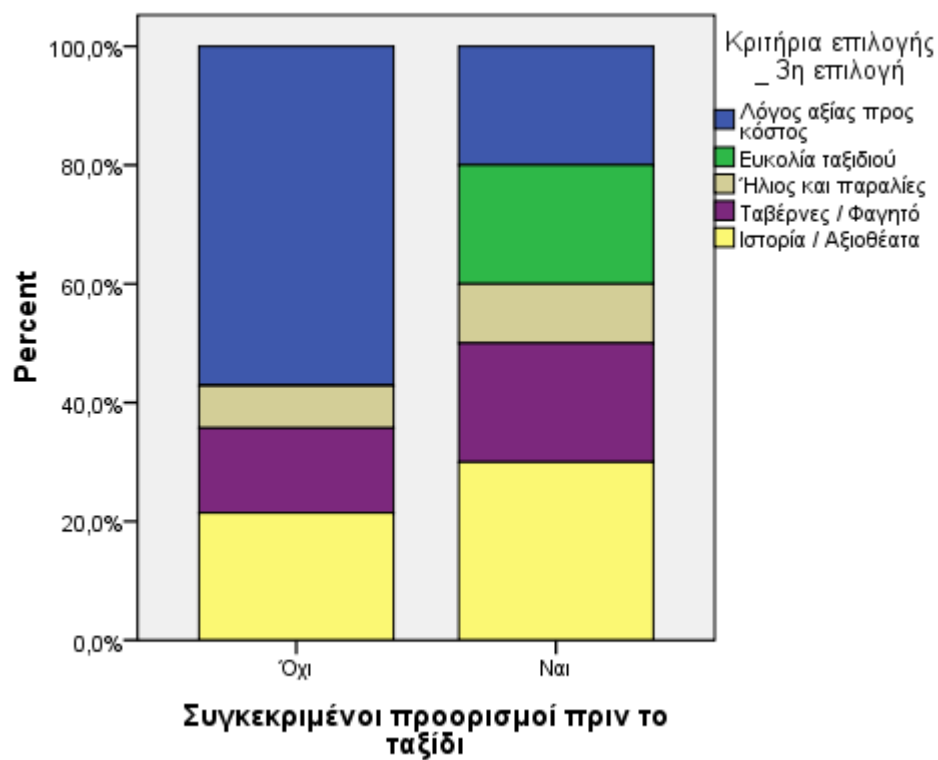
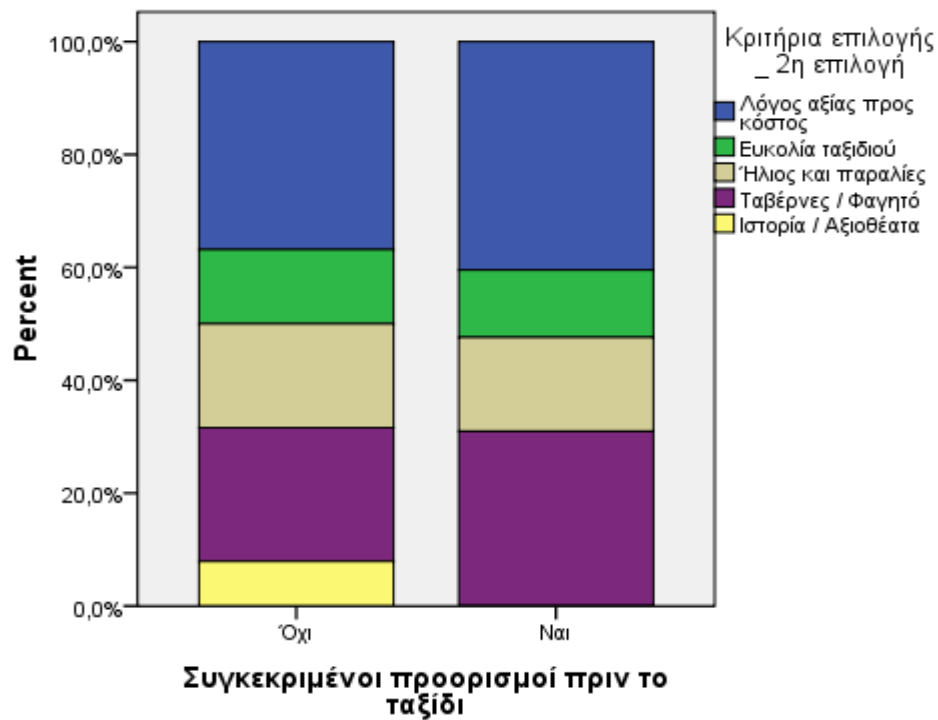


Παρακάτω φαίνεται η συσχέτιση των μηνών προγραμματισμού με το πώς έγινε η κράτηση των διακοπών. Βλέπουμε πως όσοι προγραμματίσαν σε σύντομο χρονικό διάστημα τις διακοπές τους, προτίμησαν λιγότερο την επιλογή του πλήρους πακέτου από πρακτορεία.



Στα επόμενα γραφήματα, φαίνονται οι συσχετίσεις των τριών κατά σειρά κριτηρίων επιλογής προορισμού, σε σχέση με το αν υπήρχαν συγκεκριμένοι προορισμοί πριν από το ταξίδι. Για όσους είχαν συγκεκριμένους προορισμούς, η ιστορία και τα αξιοθέατα ήταν σε μικρότερο ποσοστό 1^η επιλογή από ότι σε αυτούς που δεν είχαν. Αντίστοιχα, αυτοί είχαν μεγαλύτερα ποσοστά όσον αφορά στον λόγο αξίας προς κόστος. Στα 2^α κριτήρια, η διαφοροποίηση ανάμεσα σε αυτούς που είχαν συγκεκριμένους προορισμούς και σε αυτούς που δεν είχαν είναι ελάχιστη, με τη διαφορά ότι αυτοί που είχαν συγκεκριμένους προορισμούς δεν έχουν δηλώσει σαν 2^ο κριτήριο ιστορία και αξιοθέατα. Αντίθετα, αυτά εμφανίζονται πολύ σαν τρίτο κριτήριο, και μάλιστα περισσότερο σε αυτούς που έχουν δηλώσει πώς έχουν συγκεκριμένους προορισμούς.





Κεφάλαιο 4

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ

Γενικά χαρακτηριστικά δείγματος :

- Το 59,57% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το 40,43% άντρες.
- Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες έμειναν στην Κρήτη είτε 3-4 (το 45,76%) είτε 7 ημέρες (43,79%), ενώ μόλις ένα 10% έμεινε πάνω από 7 μέρες. Το γεγονός αυτό μπορεί να συνδεθεί με το χρηματικό όριο που είχαν θέσει οι επισκέπτες. Το 50% είχε θέσει ως χρηματικό όριο το ποσό των πεντακοσίων ευρώ και πιθανόν να είναι αυτός ο λόγος για τον οποίο οι περισσότεροι έκαναν διακοπές το πολύ για μια εβδομάδα.
- Οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν ότι οργάνωσαν το ταξίδι τους 1-2 μήνες νωρίτερα (47,92%) ενώ 4-5 μήνες πιο πριν άρχισε να το οργανώνει το 42,77% .
- Οι πλειοψηφία των επισκεπτών που ερωτήθηκαν έκαναν τις διακοπές τους με φίλους σε ποσοστό 52,94% ,ενώ με την οικογένεια βρισκόταν το 37,06%.
- Το 27,92% των επισκεπτών ανέφερε στις προσδοκίες των διακοπών τα αξιοθέατα. Ακολούθησαν η θάλασσα και η χαλάρωση με ίσο ποσοστό 23,87%.
- Αρκετά ενθαρρυντικά είναι τα αποτελέσματα όσον αφορά στα ποσοστά προτίμησης της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό σε σχέση με άλλες χώρες ή Ελληνικά νησιά, αφού σχεδόν το 50% των ερωτηθέντων είχε ως πρώτη επιλογή την Κρήτη πριν και μετά την πληροφόρηση για τους πιθανούς προορισμούς.
- Όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής του προορισμού σε σειρά προτεραιότητας, πρώτο έρχεται με ποσοστό 30% η ευκολία του ταξιδιού και στη συνέχεια ακολουθούν ο ήλιος, η θάλασσα και το κόστος του ταξιδιού.
- Για τους περισσότερους επισκέπτες τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της Κρήτης είναι η φιλοξενία και ο καιρός. Ακολουθούν οι παραλίες και η ιστορία του τόπου.
- Σημαντικοί παράγοντες για τους επισκέπτες πριν ταξιδέψουν στην Κρήτη ήταν, ο λόγος αξίας προς κόστος με το μεγαλύτερο ποσοστό 46% να το χαρακτηρίζει ως αρκετά σημαντικό , η φυσική ομορφιά με το αντίστοιχο

ποσοστό να είναι 47,5%, η ιστορία και ο πολιτισμός με 46,2%, η διαμονή και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών με ποσοστό 48,2%. Πολύ σημαντικές βέβαια φαίνεται να είναι και οι συστάσεις από τρίτους, σχετικά με τον προορισμό, αφού το 44% των ερωτηθέντων δηλώνει αυτό το κριτήριο ως αρκετά σημαντικό. Παρατηρούμε ότι τα παραπάνω κριτήρια, λόγος αξίας προς κόστος, φυσική ομορφιά, ιστορία και πολιτισμός είναι σχεδόν το ίδιο σημαντικά για τον επισκέπτη.

- Όσον αφορά στον τρόπο κράτησης οι περισσότεροι χρησιμοποίησαν πρακτορείο είτε για να κλείσουν πλήρες πακέτο (21,9%), είτε μόνο για την κράτηση ξενοδοχείου (22,7%), εισιτηρίων(18,4%) ή αυτοκινήτου(12,1%).
- Όσον αφορά στο πότε οργάνωσαν το πρόγραμμα των διακοπών τους, φαίνεται ότι είναι σχεδόν ίδιο το ποσοστό όσων οργάνωσαν το πρόγραμμα πριν την άφιξη στον προορισμό(47,9%) ,και όσων το οργάνωσαν αφού έφτασαν (43,5%) .Μικρό είναι το ποσοστό όσων συνδύασαν και τα δυο(8,6%).
- Οι περισσότεροι επισκέπτες δήλωσαν σε ποσοστό 42% πως οι διακοπές ήταν περίπου όπως αναμενόταν, ενώ λίγο πάνω από το 20% δηλώνει πως ήταν καλύτερες. Υπάρχει όμως και σημαντικό ποσοστό περίπου 20% που δηλώνει πως οι διακοπές ήταν χειρότερες από το αναμενόμενο.
- Τέλος όσον αφορά στις προτάσεις για βελτίωση οι περισσότεροι επισκέπτες (25%) εστιάζουν στα προβλήματα αυξημένου κόστους και στα προβλήματα μεταφορών (34,9%) στα οποία συμπεριλαμβάνονται, η ελλιπής σήμανση καθώς και το μη ασφαλές οδικό δίκτυο. Η καθαριότητα στις παραλίες(21,4%) και η γενικότερη ρύπανση (7,9%) επίσης τονίζονται σαν ζητήματα που πρέπει να βελτιωθούν. Στο υπόλοιπο 13% που αποτελεί την κατηγορία «άλλο» οι επισκέπτες εκφράζουν τις ακόλουθες απόψεις: επιθυμία για περισσότερες εκδρομές, περισσότερη πληροφόρηση για την ιστορία και τον πολιτισμό της Κρήτης, οργάνωση παραδοσιακών εκδηλώσεων και εκθέσεων ντόπιων καλλιτεχνών, βελτίωση του νυχτερινού τρόπου ζωής στα Μάλια και άλλα.

Στη συνέχεια ακολουθούν μεμονωμένες προτάσεις των επισκεπτών ανάλογα με την εθνικότητα:

Άγγλοι

- Ζητούν περισσότερες εκδρομές.
- Θεωρούν σημαντική την ανάδειξη των αρχαίων μνημείων της Κρήτης διεθνώς.
- Ζητούν περισσότερη και καλύτερη πληροφόρηση για την ιστορία και τον πολιτισμό της Κρήτης από τα ξενοδοχεία και επισημαίνουν την έλλειψη ενημερωτικών φυλλαδίων/τουριστικών οδηγών στα αεροδρόμια. Προτείνουν να συμπεριλαμβάνουν χάρτη του νησιού καθώς και το πρόγραμμα των πολιτιστικών εκδηλώσεων.
- Δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον στο να οργανώνονται παραδοσιακές εκδηλώσεις καθώς και εκθέσεις ντόπιων καλλιτεχνών.
- Όσον αφορά στη διατροφή, επιθυμούν περισσότερες Κρητικές γεύσεις στα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία.

Γάλλοι

- Επισημαίνουν την κακή σήμανση στους δρόμους, κυρίως στις εισόδους και εξόδους των χωριών.
- Νιώθουν έντονη δυσαρέσκεια λόγω της αυξημένης ρύπανσης στις πόλεις και στις παραλίες.
- Ζητούν βελτίωση της αστικής συγκοινωνίας, με καλύτερα ωράρια ώστε να εξηπυρετούνται για τις μετακινήσεις τους από το ξενοδοχείο στις πόλεις.

Γερμανοί

- Οι περισσότεροι επισημαίνουν βελτίωση των μεταφορών.
- Μείωση του κόστους
- Καθαρότερες παραλίες.

Κεφάλαιο 5

Βιβλιογραφία

1. Μάριος Δ. Σωτηριάδης & Βασιλική Α. Αυγελή (2006) “Promoting Tourism Destinations: A Strategic Marketing Approach”
2. Βαρβαρέσος Στέλιος, *Journal: Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 2002, Τεύχος 108-109, σσ. 347-390 Δημοσίευση : Καταναλωτική Συμπεριφορά Τουριστών: Αναγκαιότητα ολοκληρωμένων προσεγγίσεων.
3. “The meaning and measurement of Destination image”, Charlotte M. Echtner and J.R. Brent Ritchie.
4. “Destination choice-Visitor Behaviours in a coastal Tourism destination on Australia’s East Coast”, Don Fuller, Bruce Armstrong, Janet Hanlan, Simon Wilde, Stephen Mason and Johan Edelman. Occasional Paper No.7 (October 2005)

Παράρτημα 1 – Ερωτηματολόγιο έρευνας (στα ελληνικά)

Ημερομηνία: _____

Εκδρομή/Χώρος: _____

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Προσωπικά Στοιχεία

1.Εθνικότητα: _____ 2. Φύλο ☐ Άνδρας ☐ Γυναίκα 3.Ηλικία: _____	4.Διάρκεια παραμονής στην Κρήτη(αριθμό διανυκτερεύσεων): ☐ 3-4 ημέρες ☐ 7 ημέρες ☐ Πάνω από 7 ημέρες 5.Με ποιούς πραγματοποιείτε το συγκεκριμένο ταξίδι; ☐ Οικογένεια ☐ Φίλους ☐ Μόνος ☐ Άλλο: _____
---	---

Πότε και πώς διαλέξατε τον προορισμό

1.Πόσους μήνες πριν αποφασίσατε να οργανώσετε τις διακοπές σας;

- ☐ 1-2 μήνες
☐ 4-5 μήνες
☐ Πάνω από 6 μήνες

2.Για να διαλέξετε τον προορισμό των διακοπών σας, θέσατε κάποιους περιορισμούς όσον αφορά:

a.Τα χρήματα που θα ξοδέψετε;

- ☐ Ναι Αν ναι, ποιο ήταν αυτό; _____
☐ Όχι

b.Τη διάρκεια των διακοπών σας;

- ☐ Ναι Αν ναι, ποια ήταν αυτά; _____
☐ Όχι

c.Τον ήλιο, τη θάλασσα, τα αρχαία, τον πολιτισμό, τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, κ.α.;

- ☐ Ναι Αν ναι, ποιο ήταν το πιο σημαντικό; _____
☐ Όχι

3.Τί επιθυμούσατε πιο πολύ να κάνετε στις φετινές διακοπές;

4.Πριν αποφασίσετε που θα πάτε διακοπές, είχατε κάποιους πιθανούς προορισμούς στο μυαλό σας;

- ☐ Ναι
☐ Όχι

Αν ναι, ποιοι ήταν αυτοί (σειρά προτεραιότητας); _____

5. Πώς διαλέξατε τον προορισμό σας; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια προτάσεις)

Με τη βοήθεια ταξιδιωτικού γραφείου ☐

- ☐ Επιλέξατε εσείς προορισμούς και ζητήσατε πακέτα προσφορών.
- ☐ Ζητήσατε προτάσεις για προορισμούς και την οργάνωση του ταξιδιού.
- ☐ Επιλέξατε τους προορισμούς σε συνεργασία με τον ταξιδιωτικό πράκτορα.

Γνωστοί/Φίλοι ☐

- ☐ Ζητήσατε ιδέες προορισμών.
- ☐ Αποφασίσατε μαζί για τον προορισμό.

Αναζήτηση στο Internet, ,τουριστικούς οδηγούς, κτλ. ☐

- ☐ Τυχαία αναζήτηση εναλλακτικών προορισμών.
- ☐ Αναζήτηση πληροφοριών για τους προορισμούς που είχατε σκεφτεί.
- ☐ Αναζήτηση προσφερόμενων πακέτων.

Επίσκεψη τουριστικής έκθεσης ☐

(ποιας; _____, πόσους μήνες πριν; _____)

- ☐ Αναζήτηση πληροφοριών για συγκεκριμένους προορισμούς που είχατε σκεφτεί.
- ☐ Αναζήτηση ιδεών για πιθανούς προορισμούς διακοπών.

Άλλα μέσα: ☐

- ☐ Τουριστικούς οδηγούς
- ☐ Μέσα ενημέρωσης
- ☐ Από προηγούμενη προσωπική εμπειρία
- ☐ Από τρίτους
- ☐ Άλλο : _____

6. Ποιοί ήταν οι προορισμοί που είχατε επιλέξει (αναγράψτε τους ξεκινώντας από τον πιο σημαντικό);

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

7. Με ποια κριτήρια συγκρίνατε αυτούς τους προορισμούς (αναγράψτε τα ξεκινώντας από το πιο σημαντικό);

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

8. Ποιοι πήραν την τελική απόφαση για την επιλογή του προορισμού;

- ☐ Μόνο εσείς
- ☐ Εσείς και όσοι ταξίδεψαν μαζί σας
- ☐ Συμμετείχαν και τρίτοι στην απόφαση (π.χ. φίλοι/συγγενείς, ταξιδιωτικός πράκτορας):

9. Στην περίπτωση που συμμετείχαν περισσότεροι στην λήψη της τελικής απόφασης, ποιες ήταν οι

αρχικές επιλογές του καθενός για τον τόπο προορισμού;

	1 ^η επιλογή	2 ^η επιλογή	3 ^η επιλογή	4 ^η επιλογή	5 ^η επιλογή
Μέλος 1					
Μέλος 2					
Μέλος 3					
Μέλος 4					

10.Πώς πήρατε την τελική απόφαση(π.χ. βάσει της ιστορίας, της περιοχής, της χώρας, των υποδομών);

11. Ποια πιστεύετε ότι είναι τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της Κρήτης;(με σειρά σπουδαιότητας)

12.Πόσο σίγουροι ήσασταν για την τελική σας απόφαση πριν έλθετε;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ	Απόλυτα
Εσείς					
Όσοι ταξίδεψαν μαζί σας					

14. Από πού κλείσατε το ταξίδι σας; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια απαντήσεις) ☐ Ταξιδιωτικό γραφείο – Πακέτο(εισιτήρια, ξενοδοχείο, μετακινήσεις) ☐ Ταξιδιωτικό γραφείο – Εισιτήρια μόνο ☐ Ταξιδιωτικό γραφείο – Ξενοδοχείο- Κατάλυμα μόνο ☐ Ταξιδιωτικό γραφείο – Ενοικίαση Αυτοκινήτου ☐ Internet - Εισιτήρια μόνο ☐ Internet – Μόνο κλείσιμο ξενοδοχείου, καταλύματος ☐ Internet - Ενοικίαση αυτοκινήτου μόνο	15. Όσον αφορά στο πρόγραμμα των διακοπών σας(π.χ. εκδρομές, διασκέδαση, ενοικίαση αυτοκινήτου) αυτό διαμορφώθηκε: ☐ Πρίν φτάσετε στον προορισμό ☐ Αφού φτάσατε ☐ Και τα δύο
---	--

13. Πόσο σημαντικά ήταν τα κριτήρια επιλογής του προορισμού(πριν έρθετε);

	Καθόλου σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Σημαντικό	Πολύ σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
<i>Value for money</i>					
<i>Χρονική περίοδος πραγματοποίησης των διακοπών(π.χ.καλοκαίρι, χειμώνας.)</i>					
<i>Φυσική ομορφιά-κλίμα</i>					
<i>Ιστορία και πολιτισμός</i>					
<i>Προσφερόμενα καταλύματα(εγκαταστάσεις και υπηρεσίες)</i>					
<i>Ποιότητα προσφερόμενων χώρων διασκέδασης(π.χ. καφετέριες, ταβέρνες) και εξυπηρέτηση</i>					
<i>Προηγούμενη επίσκεψη-διαμονή</i>					
<i>Παροχές του tour operator</i>					
<i>Δραστηριότητες-Διασκέδαση</i>					
<i>Φήμη του προορισμού</i>					
<i>Συστάσεις τρίτων(φίλων, συγγενών)</i>					

16. Πώς περάσατε στις διακοπές σας στην Κρήτη σε σχέση με αυτά που προσδοκούσατε;				
Πολύ χειρότερα	Χειρότερα	Όπως περίμενα	Καλύτερα	Πολύ καλύτερα
☐	☐	☐	☐	☐

17. Θα θέλατε να κάνετε κάποιες προτάσεις, όσον αφορά τη πολιτική που πρέπει να ακολουθήσουν οι φορείς της Κρήτης, ώστε να αναβαθμίσουν το τουριστικό προϊόν που προσφέρουν και να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες;

Ευχαριστούμε για το χρόνο σας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΑΠΛΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

		Count	Column N %	Column Total N %
Εκδρομή	Χανιά	72	13,9%	13,9%
	Ελαφονήσι	68	13,2%	13,2%
	Spinalonga	243	47,0%	47,0%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	106	20,5%	20,5%
	Γραμβούσα	12	2,3%	2,3%
	Χρυσή	3	,6%	,6%
	Πολυήμερο	13	2,5%	2,5%
Εθνικότητα	Βρετανία	201	38,9%	38,9%
	Ολλανδία	2	,4%	,4%
	Γερμανία	97	18,8%	18,8%
	Δανία	0	,0%	,0%
	Ιρλανδία	1	,2%	,2%
	Νορβηγία	0	,0%	,0%
	Γαλλία	132	25,5%	25,5%
	Ιταλία	45	8,7%	8,7%
	Ρωσία	39	7,5%	7,5%
Φύλο	Ανδρας	209	40,4%	40,4%
	Γυναίκα	308	59,6%	59,6%
Ηλικία	<24	121	23,4%	23,4%
	25 - 34	73	14,1%	14,1%
	35 - 44	66	12,8%	12,8%
	45 - 54	130	25,2%	25,1%
	>54	126	24,4%	24,4%
Χρόνος Διαμονής	3 - 4 μέρες	232	45,8%	44,9%
	7 μέρες	222	43,8%	42,9%
	Πάνω από 7 μέρες	53	10,5%	10,3%
Διακοπές με	Οικογένεια	189	37,1%	36,6%
	Φίλους	270	52,9%	52,2%
	Μόνος	35	6,9%	6,8%
	Άλλο	16	3,1%	3,1%
Μήνες προγραμματισμού	1 - 2 μήνες	242	47,9%	46,8%
	4 - 5 μήνες	216	42,8%	41,8%
	Πάνω από 6 μήνες	47	9,3%	9,1%
Όριο στα έξοδα	Όχι	228	47,1%	44,1%
	Ναι	256	52,9%	49,5%
Όριο στα έξοδα (πόσο)	Ως 500 ευρώ	116	50,4%	22,4%
	Ως 1000 ευρώ	44	19,1%	8,5%
	Ως 1500 ευρώ	58	25,2%	11,2%
	Ως 2000 ευρώ	12	5,2%	2,3%
Όριο στις μέρες	Όχι	237	48,8%	45,8%
	Ναι	249	51,2%	48,2%
Όριο στις μέρες (πόσο)	Ως 5 μέρες	128	52,9%	24,8%
	Ως 10 μέρες	44	18,2%	8,5%
	Ως 15 μέρες	60	24,8%	11,6%
	Ως 20 μέρες	10	4,1%	1,9%
Όριο στα αξιοθέατα	Όχι	219	45,6%	42,4%
	Ναι	261	54,4%	50,5%
Όριο στα αξιοθέατα (ποια)	Ήλιος	126	52,1%	24,4%
	Θάλασσα	38	15,7%	7,4%
	Πολιτισμός	66	27,3%	12,8%
	Άλλο	12	5,0%	2,3%

ΑΠΛΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

		Count	Column N %	Column Total N %
Προσδοκίες	Κολύμπι / Θάλασσα	100	23,9%	19,3%
	Αξιοθέατα	117	27,9%	22,6%
	Χαλάρωση	100	23,9%	19,3%
	Ήλιος	52	12,4%	10,1%
	Άλλο	50	11,9%	9,7%
Συγκεκριμένοι προορισμοί πριν το ταξίδι	Όχι	231	47,0%	44,7%
	Ναι	260	53,0%	50,3%
Συγκεκριμένοι προορισμοί πριν το ταξίδι (ποιοι)	Κρήτη	127	53,6%	24,6%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	35	14,8%	6,8%
	Τουρκία	32	13,5%	6,2%
	Ιταλία	12	5,1%	2,3%
	Ευρώπη	22	9,3%	4,3%
	Άλλο	9	3,8%	1,7%
Συγκεκριμένοι προορισμοί πριν το ταξίδι _ 2 (ποιοι)	Κρήτη	45	57,7%	8,7%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	13	16,7%	2,5%
	Τουρκία	4	5,1%	,8%
	Ιταλία	7	9,0%	1,4%
	Ευρώπη	5	6,4%	1,0%
	Άλλο	4	5,1%	,8%
Συγκεκριμένοι προορισμοί πριν το ταξίδι _ 3 (ποιοι)	Κρήτη	4	30,8%	,8%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	4	30,8%	,8%
	Τουρκία	0	,0%	,0%
	Ιταλία	1	7,7%	,2%
	Ευρώπη	1	7,7%	,2%
	Άλλο	3	23,1%	,6%
Επιλογή προορισμού μέσω πρακτορείου	Γνωστοί προορισμοί, συμβουλές από πρακτορείο	102	44,9%	19,7%
	Προορισμοί από πρακτορείο	92	40,5%	17,8%
	Από κοινού αναζήτηση προορισμών με το πρακτορείο	33	14,5%	6,4%
Επιλογή προορισμού μέσω φίλων / οικογένειας	Πρότειναν πιθανούς προορισμούς	142	76,8%	27,5%
	Αποφασίσατε προορισμό από κοινού	43	23,2%	8,3%
Επιλογή προορισμού μέσω διαδικτύου / οδηγών	Αναζήτηση τυχαία για προορισμούς	92	48,7%	17,8%
	Αναζήτηση για συγκεκριμένους προορισμούς	77	40,7%	14,9%
	Αναζήτηση για πακέτα ταξιδίων	20	10,6%	3,9%
Επιλογή προορισμού μέσω εκθέσεων	Ενημέρωση για συγκεκριμένους προορισμούς	131	76,2%	25,3%
	Ιδέες για πιθανούς προορισμούς	41	23,8%	7,9%
Επιλογή προορισμού με άλλους τρόπους	Τουριστικοί οδηγοί	35	32,1%	6,8%
	Μέσα ενημέρωσης	29	26,6%	5,6%
	Από προηγούμενη προσωπική εμπειρία	14	12,8%	2,7%
	Από τρίτους	20	18,3%	3,9%
	Άλλο	11	10,1%	2,1%
Πιθανοί προορισμοί _ 1η επιλογή	Κρήτη	124	49,2%	24,0%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	33	13,1%	6,4%
	Τουρκία	24	9,5%	4,6%
	Ιταλία	19	7,5%	3,7%
	Καραϊβική	6	2,4%	1,2%
	Κανάρια νησιά	7	2,8%	1,4%
	Κορσική	15	6,0%	2,9%
	Ευρώπη	12	4,8%	2,3%
	Άλλο	12	4,8%	2,3%
Πιθανοί προορισμοί _ 2η επιλογή	Κρήτη	71	57,3%	13,7%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	27	21,8%	5,2%
	Τουρκία	8	6,5%	1,5%
	Ιταλία	10	8,1%	1,9%
	Καραϊβική	6	4,8%	1,2%

	Κανάρια νησιά	2	1,6%	,4%
	Κορσική	0	,0%	,0%
	Ευρώπη	0	,0%	,0%
	Άλλο	0	,0%	,0%
Πιθανοί προορισμοί _ 3η επιλογή	Κρήτη	16	59,3%	3,1%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	3	11,1%	,6%
	Τουρκία	1	3,7%	,2%
	Ιταλία	4	14,8%	,8%
	Καραϊβική	2	7,4%	,4%
	Κανάρια νησιά	1	3,7%	,2%
	Κορσική	0	,0%	,0%
	Ευρώπη	0	,0%	,0%
	Άλλο	0	,0%	,0%

ΑΠΛΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

		Count	Column N %	Column Total N %
Κριτήρια επιλογής _ 1η επιλογή	Λόγος αξίας προς κόστος	59	21,6%	11,4%
	Ευκολία ταξιδιού	83	30,4%	16,1%
	Ήλιος και παραλίες	66	24,2%	12,8%
	Ταβέρνες / Φαγητό	23	8,4%	4,4%
	Ιστορία / Αξιοθέατα	42	15,4%	8,1%
Κριτήρια επιλογής _ 2η επιλογή	Λόγος αξίας προς κόστος	33	39,8%	6,4%
	Ευκολία ταξιδιού	10	12,0%	1,9%
	Ήλιος και παραλίες	15	18,1%	2,9%
	Ταβέρνες / Φαγητό	22	26,5%	4,3%
	Ιστορία / Αξιοθέατα	3	3,6%	,6%
Κριτήρια επιλογής _ 3η επιλογή	Λόγος αξίας προς κόστος	10	40,0%	1,9%
	Ευκολία ταξιδιού	2	8,0%	,4%
	Ήλιος και παραλίες	2	8,0%	,4%
	Ταβέρνες / Φαγητό	4	16,0%	,8%
	Ιστορία / Αξιοθέατα	7	28,0%	1,4%
Ποιος έκανε την τελική επιλογή	Εγώ	213	54,3%	41,2%
	Εγώ και οι συνταξιδιώτες	76	19,4%	14,7%
	Άλλοι συνέβαλαν στην απόφαση (πχ οικογένεια / φίλοι)	103	26,3%	19,9%
1η επιλογή άλλων	Κρήτη	140	68,3%	27,1%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	32	15,6%	6,2%
	Άλλες χώρες	26	12,7%	5,0%
	Άλλο	7	3,4%	1,4%
2η επιλογή άλλων	Κρήτη	13	44,8%	2,5%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	13	44,8%	2,5%
	Άλλες χώρες	3	10,3%	,6%
	Άλλο	0	,0%	,0%
3η επιλογή άλλων	Κρήτη	0	,0%	,0%
	Άλλα Ελληνικά νησιά	1	14,3%	,2%
	Άλλες χώρες	3	42,9%	,6%
	Άλλο	3	42,9%	,6%
Πώς έγινε η τελική επιλογή	Ιστορία του τόπου	40	25,2%	7,7%
	Φήμη του τόπου	29	18,2%	5,6%
	Καιρός / ήλιος	15	9,4%	2,9%
	Παραλίες	19	11,9%	3,7%
	Κόστος	16	10,1%	3,1%
	Άλλο	40	25,2%	7,7%
Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της Κρήτης	Καιρός	41	24,4%	7,9%
	Παραλίες	23	13,7%	4,4%
	Καλοί άνθρωποι	39	23,2%	7,5%
	Ιστορία / αρχαιολογικοί τόποι	21	12,5%	4,1%

	Φαγητό	14	8,3%	2,7%
	Νυχτερινή Ζωή	17	10,1%	3,3%
	Άλλο	13	7,7%	2,5%
Σιγουριά απόφασης	Ελάχιστα σίγουρη	62	15,3%	12,0%
	Λίγο σίγουρη	115	28,5%	22,2%
	Αρκετά σίγουρη	110	27,2%	21,3%
	Πολύ σίγουρη	63	15,6%	12,2%
	Βέβαιη	54	13,4%	10,4%
Σιγουριά απόφασης τρίτων	Ελάχιστα σίγουρη	47	14,2%	9,1%
	Λίγο σίγουρη	107	32,2%	20,7%
	Αρκετά σίγουρη	86	25,9%	16,6%
	Πολύ σίγουρη	54	16,3%	10,4%
	Βέβαιη	38	11,4%	7,4%
Σημασία λόγου κόστους / αξίας	Καθόλου σημαντικό	0	,0%	,0%
	Όχι πολύ σημαντικό	6	2,0%	1,2%
	Σχετικά σημαντικό	48	15,9%	9,3%
	Αρκετά σημαντικό	139	46,0%	26,9%
	Πολύ σημαντικό	109	36,1%	21,1%
Σημασία χρονικής περιόδου	Καθόλου σημαντικό	6	2,0%	1,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	14	4,6%	2,7%
	Σχετικά σημαντικό	70	23,0%	13,5%
	Αρκετά σημαντικό	141	46,4%	27,3%
	Πολύ σημαντικό	73	24,0%	14,1%
Σημασία φυσικής ομορφίας και κλίματος	Καθόλου σημαντικό	1	,3%	,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	3	1,0%	,6%
	Σχετικά σημαντικό	79	26,1%	15,3%
	Αρκετά σημαντικό	144	47,5%	27,9%
	Πολύ σημαντικό	76	25,1%	14,7%
Σημασία ιστορίας και πολιτισμού	Καθόλου σημαντικό	0	,0%	,0%
	Όχι πολύ σημαντικό	3	1,0%	,6%
	Σχετικά σημαντικό	64	21,1%	12,4%
	Αρκετά σημαντικό	140	46,2%	27,1%
	Πολύ σημαντικό	96	31,7%	18,6%
Σημασία διαμονής	Καθόλου σημαντικό	1	,3%	,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	6	2,0%	1,2%
	Σχετικά σημαντικό	75	24,8%	14,5%
	Αρκετά σημαντικό	143	47,4%	27,7%
	Πολύ σημαντικό	77	25,5%	14,9%
Σημασία ποιότητας υπηρεσιών διασκέδασης	Καθόλου σημαντικό	1	,3%	,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	9	3,0%	1,7%
	Σχετικά σημαντικό	77	25,4%	14,9%
	Αρκετά σημαντικό	146	48,2%	28,2%
	Πολύ σημαντικό	70	23,1%	13,5%
Σημασία πρηγούμενων εμπειριών	Καθόλου σημαντικό	6	2,0%	1,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	9	3,0%	1,7%
	Σχετικά σημαντικό	60	20,0%	11,6%
	Αρκετά σημαντικό	145	48,3%	28,0%
	Πολύ σημαντικό	80	26,7%	15,5%
Σημασία υπηρεσιών πρακτορείων	Καθόλου σημαντικό	2	,7%	,4%
	Όχι πολύ σημαντικό	10	3,3%	1,9%
	Σχετικά σημαντικό	66	21,9%	12,8%
	Αρκετά σημαντικό	151	50,2%	29,2%
	Πολύ σημαντικό	72	23,9%	13,9%
Σημασία δραστηριοτήτων / ψυχαγωγίας	Καθόλου σημαντικό	1	,3%	,2%
	Όχι πολύ σημαντικό	6	2,0%	1,2%
	Σχετικά σημαντικό	66	22,1%	12,8%
	Αρκετά σημαντικό	152	50,8%	29,4%
	Πολύ σημαντικό	74	24,7%	14,3%
Σημασία φήμης του τόπου	Καθόλου σημαντικό	2	,7%	,4%
	Όχι πολύ σημαντικό	11	3,7%	2,1%
	Σχετικά σημαντικό	67	22,3%	13,0%
	Αρκετά σημαντικό	153	51,0%	29,6%
	Πολύ σημαντικό	67	22,3%	13,0%

Σημασία συστάσεων από άλλους	Καθόλου σημαντικό	21	7%	4%
	Όχι πολύ σημαντικό	3	1,0%	,6%
	Σχετικά σημαντικό	48	16,0%	9,3%
	Αρκετά σημαντικό	132	44,0%	25,5%
	Πολύ σημαντικό	115	38,3%	22,2%
Πώς έγινε η κράτηση	Πρακτορείο - Ολοκληρωμένο πακέτο	80	21,9%	15,5%
	Πρακτορείο - μόνο εισιτήρια	67	18,4%	13,0%
	Πρακτορείο - μόνο ξενοδοχείο	83	22,7%	16,1%
	Πρακτορείο - ενοικίαση αυτοκινήτου	44	12,1%	8,5%
	Διαδίκτυο - μόνο εισιτήρια	27	7,4%	5,2%
	Διαδίκτυο - μόνο ξενοδοχείο	39	10,7%	7,5%
	Διαδίκτυο - ενοικίαση αυτοκινήτου	25	6,8%	4,8%
Πότε οργανώθηκε το πρόγραμμα του ταξιδιού	Πριν την άφιξη	239	47,9%	46,2%
	Μετά την άφιξη	217	43,5%	42,0%
	Και τα δύο	43	8,6%	8,3%
Πώς ήταν οι διακοπές σε σχέση με το αναμενόμενο	Πολύ χειρότερες	3	,7%	,6%
	Χειρότερες	88	20,7%	17,0%
	Όπως αναμενόταν	181	42,6%	35,0%
	Καλύτερες	97	22,8%	18,8%
	Πολύ καλύτερες	56	13,2%	10,8%
Προτάσεις για βελτίωση	Μείωση κόστους	63	25,0%	12,2%
	Μείωση ρύπανσης	20	7,9%	3,9%
	Καθαριότητα στις παραλίες	54	21,4%	10,4%
	Βελτίωση μεταφορών	88	34,9%	17,0%
	Άλλο	27	10,7%	5,2%

Table 1

		Διακοπές με							
		Οικογένεια		Φίλους		Μόνος		Άλλο	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	31	43,7%	33	46,5%	6	8,5%	1	1,4%
	Ελαφονήσι	25	36,8%	37	54,4%	4	5,9%	2	2,9%
	Σπιναλόγκα	87	36,1%	132	54,8%	17	7,1%	5	2,1%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	34	33,3%	52	51,0%	8	7,8%	8	7,8%
	Γραμβούσα	5	41,7%	7	58,3%	0	,0%	0	,0%
	Χρυσή	1	33,3%	2	66,7%	0	,0%	0	,0%
	Πολυήμερο	6	46,2%	7	53,8%	0	,0%	0	,0%
Εθνικότητα	Βρετανία	70	35,4%	109	55,1%	14	7,1%	5	2,5%
	Ολλανδία	1	50,0%	0	,0%	0	,0%	1	50,0%
	Γερμανία	36	37,5%	54	56,2%	5	5,2%	1	1,0%
	Δανία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Ιρλανδία	1	100,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Νορβηγία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Γαλλία	50	38,5%	66	50,8%	11	8,5%	3	2,3%

Ηλικία	Ιταλία	20	44,4%	17	37,8%	3	6,7%	5	11,1%
	Ρωσία	11	28,9%	24	63,2%	2	5,3%	1	2,6%
	<24	47	40,2%	59	50,4%	8	6,8%	3	2,6%
	25 – 34	25	34,2%	37	50,7%	6	8,2%	5	6,8%
	35 – 44	19	29,2%	42	64,6%	3	4,6%	1	1,5%
	45 – 54	58	45,0%	59	45,7%	8	6,2%	4	3,1%
	>54	40	32,0%	73	58,4%	9	7,2%	3	2,4%

Table 2

		Μήνες προγραμματισμού					
		1 - 2 μήνες		4 - 5 μήνες		Πάνω από 6 μήνες	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	34	47,2%	31	43,1%	7	9,7%
	Σπιναλόγκα	30	44,1%	29	42,6%	9	13,2%
	Spinalonga	110	46,8%	105	44,7%	20	8,5%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	57	55,3%	39	37,9%	7	6,8%
	Γραμβούσα	6	50,0%	4	33,3%	2	16,7%
	Χρυσή	0,0%		2	66,7%	1	33,3%
	Πολυήμερο	5	41,7%	6	50,0%	1	8,3%
Εθνικότητα	Βρετανία	92	47,2%	85	43,6%	18	9,2%
	Ολλανδία	2	100,0%	0,0%		0,0%	
	Γερμανία	47	49,5%	40	42,1%	8	8,4%
	Δανία	0,0%		0,0%		0,0%	
	Ιρλανδία	1	100,0%	0,0%		0,0%	
	Νορβηγία	0,0%		0,0%		0,0%	
	Γαλλία	60	46,2%	57	43,8%	13	10,0%
	Ιταλία	21	46,7%	18	40,0%	6	13,3%
	Ρωσία	19	51,4%	16	43,2%	2	5,4%
Ηλικία	<24	58	48,3%	53	44,2%	9	7,5%
	25 – 34	33	47,1%	30	42,9%	7	10,0%
	35 – 44	34	54,0%	22	34,9%	7	11,1%
	45 – 54	65	50,8%	55	43,0%	8	6,2%
	>54	51	41,5%	56	45,5%	16	13,0%

Table 3

		Όριο στα έξοδα (πόσο)							
		Ως 500 ευρώ		Ως 1000 ευρώ		Ως 1500 ευρώ		Ως 2000 ευρώ	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	17	53,1%	4	12,5%	11	34,4%	0	0,0%
	Ελαφονήσι	18	75,0%	5	20,8%	1	4,2%	0	0,0%
	Σπιναλόγκα	45	39,8%	28	24,8%	33	29,2%	7	6,2%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	27	55,1%	7	14,3%	10	20,4%	5	10,2%
	Γραμβούσα	6	100,0 %	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Χρυσή	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Εθνικότητα	Πολυήμερο	3	50,0%	0	0,0%	3	50,0%	0	0,0%
	Βρετανία	34	38,6%	24	27,3%	23	26,1%	7	8,0%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%	0	0,0%
	Γερμανία	26	63,4%	6	14,6%	8	19,5%	1	2,4%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	37	61,7%	7	11,7%	15	25,0%	1	1,7%
	Ιταλία	5	26,3%	4	21,1%	7	36,8%	3	15,8%
	Ρωσία	14	70,0%	3	15,0%	3	15,0%	0	0,0%
Ηλικία	<24	30	51,7%	11	19,0%	16	27,6%	1	1,7%
	25 – 34	16	57,1%	6	21,4%	4	14,3%	2	7,1%
	35 – 44	12	38,7%	9	29,0%	8	25,8%	2	6,5%
	45 – 54	31	55,4%	9	16,1%	13	23,2%	3	5,4%
	>54	27	47,4%	9	15,8%	17	29,8%	4	7,0%

Table 4

		Προσδοκίες									
		Κολύμπι / Θάλασσα		Αξιοθέατα		Χαλάρωση		Ήλιος		Άλλο	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	18	29,0%	13	21,0%	15	24,2%	8	12,9%	8	12,9%
	Ελαφονήσι	17	29,3%	16	27,6%	12	20,7%	5	8,6%	8	13,8%
	Σπιναλόγκα	45	22,7%	58	29,3%	47	23,7%	25	12,6%	23	11,6%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	16	21,3%	22	29,3%	18	24,0%	10	13,3%	9	12,0%
	Γραμβούσα	0	0,0%	5	50,0%	3	30,0%	1	10,0%	1	10,0%
	Χρυσή	1	33,3%	0	0,0%	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%
	Πολυήμερο	3	23,1%	3	23,1%	4	30,8%	2	15,4%	1	7,7%
Εθνικότητα	Βρετανία	25	16,1%	49	31,6%	37	23,9%	25	16,1%	19	12,3%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	28	32,2%	23	26,4%	20	23,0%	7	8,0%	9	10,3%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	31	28,4%	28	25,7%	25	22,9%	11	10,1%	14	12,8%
Ηλικία	Ιταλία	7	20,6%	8	23,5%	10	29,4%	4	11,8%	5	14,7%
	Ρωσία	9	28,1%	9	28,1%	7	21,9%	4	12,5%	3	9,4%
	<24	21	21,2%	30	30,3%	22	22,2%	13	13,1%	13	13,1%
	25 – 34	13	22,0%	19	32,2%	14	23,7%	6	10,2%	7	11,9%
	35 – 44	12	24,0%	14	28,0%	11	22,0%	8	16,0%	5	10,0%
	45 – 54	30	27,0%	30	27,0%	27	24,3%	10	9,0%	14	12,6%
	>54	24	24,0%	24	24,0%	26	26,0%	15	15,0%	11	11,0%

Table 5

	Συγκεκριμένοι προορισμοί πριν το ταξίδι (ποιοι)											
	Κρήτη		Άλλα Ελληνικά νησιά		Τουρκία		Ιταλία		Ευρώπη		Άλλο	
	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή Χανιά	20	58,8%	5	14,7%	3	8,8%	1	2,9%	4	11,8%	1	2,9%
Ελαφονήσι	19	65,5%	6	20,7%	2	6,9%	1	3,4%	1	3,4%	0	0,0%
Σπιναλόγκα	58	52,7%	13	11,8%	18	16,4%	6	5,5%	11	10,0%	4	3,6%
Ηράκλειο / Κνωσός	23	43,4%	10	18,9%	8	15,1%	3	5,7%	5	9,4%	4	7,5%
Γραμβούσα	3	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Χρυσή	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Πολυήμερο	3	42,9%	1	14,3%	1	14,3%	1	14,3%	1	14,3%	0	0,0%
Εθνικότητα Βρετανία	47	49,5%	13	13,7%	15	15,8%	7	7,4%	8	8,4%	5	5,3%
Ολλανδία	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Γερμανία	26	56,5%	8	17,4%	4	8,7%	2	4,3%	4	8,7%	2	4,3%
Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Ηλικία	Γαλλία	37	60,7%	9	14,8%	7	11,5%	2	3,3%	5	8,2%	1	1,6%
	Ιταλία	7	50,0%	2	14,3%	1	7,1%	1	7,1%	3	21,4%	0	0,0%
	Ρωσία	9	45,0%	3	15,0%	5	25,0%	0	0,0%	2	10,0%	1	5,0%
	<24	30	57,7%	7	13,5%	6	11,5%	3	5,8%	6	11,5%	0	0,0%
	25 - 34	15	45,5%	6	18,2%	2	6,1%	4	12,1%	4	12,1%	2	6,1%
	35 - 44	11	44,0%	4	16,0%	3	12,0%	3	12,0%	4	16,0%	0	0,0%
	45 - 54	39	59,1%	8	12,1%	9	13,6%	0	0,0%	4	6,1%	6	9,1%
	>54	32	52,5%	10	16,4%	12	19,7%	2	3,3%	4	6,6%	1	1,6%

Table 6

		Κριτήρια επιλογής _ 1η επιλογή									
		Λόγος αξίας προς κόστος		Ευκολία ταξιδιού		Ήλιος και παραλίες		Ταβέρνες / Φαγητό		Ιστορία / Αξιοθέατα	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	11	27,5%	10	25,0%	10	25,0%	6	15,0%	3	7,5%
	Ελαφονήσι	9	23,1%	13	33,3%	7	17,9%	4	10,3%	6	15,4%
	Σπιναλόγκα	28	21,1%	41	30,8%	35	26,3%	10	7,5%	19	14,3%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	8	16,7%	17	35,4%	9	18,8%	1	2,1%	13	27,1%
	Γραμβούσα	1	16,7%	1	16,7%	3	50,0%	1	16,7%	0	0,0%
	Χρυσή	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%
	Πολυήμερο	1	20,0%	1	20,0%	2	40,0%	1	20,0%	0	0,0%
Εθνικότητα	Βρετανία	25	22,9%	28	25,7%	29	26,6%	11	10,1%	16	14,7%
	Ολλανδία	1	50,0%	0	0,0%	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	10	19,6%	19	37,3%	11	21,6%	4	7,8%	7	13,7%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Ηλικία	Ιρλανδία	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	17	23,9%	22	31,0%	17	23,9%	6	8,5%	9	12,7%
	Ιταλία	4	20,0%	6	30,0%	3	15,0%	1	5,0%	6	30,0%
	Ρωσία	2	10,5%	7	36,8%	5	26,3%	1	5,3%	4	21,1%
	<24	18	30,0%	22	36,7%	11	18,3%	3	5,0%	6	10,0%
	25 - 34	12	30,8%	10	25,6%	6	15,4%	3	7,7%	8	20,5%
	35 - 44	5	14,7%	8	23,5%	10	29,4%	3	8,8%	8	23,5%
	45 - 54	9	12,5%	26	36,1%	19	26,4%	7	9,7%	11	15,3%
	>54	15	22,4%	17	25,4%	20	29,9%	7	10,4%	8	11,9%

Table 7

		Πώς έγινε η τελική επιλογή											
		Ιστορία του τόπου		Φήμη του τόπου		Καιρός / ήλιος		Παραλίες		Κόστος		Άλλο	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	6	20,7%	6	20,7%	3	10,3%	3	10,3%	3	10,3%	8	27,6%
	Ελαφονήσι	3	12,5%	5	20,8%	1	4,2%	2	8,3%	4	16,7%	9	37,5%
	Σπιναλόγκα	19	31,7%	13	21,7%	4	6,7%	8	13,3%	2	3,3%	14	23,3%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	10	27,8%	4	11,1%	6	16,7%	6	16,7%	4	11,1%	6	16,7%
	Γραμβούσα	0	0,0%	1	16,7%	1	16,7%	0	0,0%	3	50,0%	1	16,7%
	Χρυσή	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Πολυήμερο	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%
Εθνικότητα	Βρετανία	15	25,9%	11	19,0%	4	6,9%	7	12,1%	7	12,1%	14	24,1%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	5	18,5%	5	18,5%	2	7,4%	3	11,1%	1	3,7%	11	40,7%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	10	21,3%	7	14,9%	6	12,8%	6	12,8%	7	14,9%	11	23,4%
	Ιταλία	9	47,4%	3	15,8%	3	15,8%	2	10,5%	0	0,0%	2	10,5%

Ηλικία	Ρωσία	1	12,5%	3	37,5%	0	0,0%	1	12,5%	1	12,5%	2	25,0%
	<24	8	25,0%	5	15,6%	4	12,5%	2	6,2%	1	3,1%	12	37,5%
	25 - 34	6	22,2%	7	25,9%	2	7,4%	6	22,2%	0	0,0%	6	22,2%
	35 - 44	7	31,8%	4	18,2%	2	9,1%	2	9,1%	1	4,5%	6	27,3%
	45 - 54	11	27,5%	10	25,0%	5	12,5%	5	12,5%	4	10,0%	5	12,5%
	>54	7	18,9%	3	8,1%	2	5,4%	4	10,8%	10	27,0%	11	29,7%

Table 8

		Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της Κρήτης													
		Καιρός		Παραλίες		Καλοί άνθρωποι		Ιστορία / αρχαιολογικοί τόποι		Φαγητό		Νυχτερινή Ζωή		Άλλο	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	7	33,3%	4	19,0%	4	19,0%	0	0,0%	1	4,8%	4	19,0%	1	4,8%
	Ελαφονήσι	1	3,1%	5	15,6%	9	28,1%	4	12,5%	0	0,0%	6	18,8%	7	21,9%
	Σπιναλόγκα	17	26,2%	7	10,8%	16	24,6%	10	15,4%	9	13,8%	3	4,6%	3	4,6%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	14	34,1%	7	17,1%	7	17,1%	5	12,2%	3	7,3%	4	9,8%	1	2,4%
	Γραμβούσα	1	20,0%	0	0,0%	2	40,0%	1	20,0%	1	20,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Χρυσή	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
	Πολυήμερο	1	33,3%	0	0,0%	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Εθνικότητα	Βρετανία	8	13,8%	7	12,1%	18	31,0%	9	15,5%	8	13,8%	3	5,2%	5	8,6%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	3	9,1%	4	12,1%	8	24,2%	7	21,2%	0	0,0%	6	18,2%	5	15,2%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	15	34,1%	8	18,2%	7	15,9%	2	4,5%	4	9,1%	6	13,6%	2	4,5%
	Ιταλία	9	42,9%	3	14,3%	3	14,3%	3	14,3%	0	0,0%	2	9,5%	1	4,8%

	Ρωσία	6	50,0%	1	8,3%	3	25,0%	0	,0%	2	16,7%	0	,0%	0	,0%
Ηλικία	<24	11	32,4%	6	17,6%	9	26,5%	4	11,8%	0	,0%	1	2,9%	3	8,8%
	25 - 34	5	20,0%	2	8,0%	5	20,0%	4	16,0%	2	8,0%	6	24,0%	1	4,0%
	35 - 44	6	26,1%	2	8,7%	7	30,4%	5	21,7%	0	,0%	2	8,7%	1	4,3%
	45 - 54	11	25,6%	5	11,6%	9	20,9%	3	7,0%	6	14,0%	6	14,0%	3	7,0%
	>54	8	18,6%	8	18,6%	9	20,9%	5	11,6%	6	14,0%	2	4,7%	5	11,6%

Table 9

		Σιγουριά απόφασης									
		Ελάχιστα σίγουρη		Λίγο σίγουρη		Αρκετά σίγουρη		Πολύ σίγουρη		Βέβαιη	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	13	22,4%	18	31,0%	13	22,4%	5	8,6%	9	15,5%
	Ελαφονήσι	3	6,0%	18	36,0%	12	24,0%	9	18,0%	8	16,0%
	Σπιναλόγκα	30	15,4%	50	25,6%	62	31,8%	29	14,9%	24	12,3%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	12	14,6%	24	29,3%	18	22,0%	18	22,0%	10	12,2%
	Γραμβούσα	3	33,3%	1	11,1%	3	33,3%	1	11,1%	1	11,1%
	Χρυσή	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	0	,0%	0	,0%
	Πολυήμερο	0	,0%	3	42,9%	1	14,3%	1	14,3%	2	28,6%
Εθνικότητα	Βρετανία	27	16,8%	46	28,6%	46	28,6%	23	14,3%	19	11,8%
	Ολλανδία	0	,0%	0	,0%	1	100,0%	0	,0%	0	,0%
	Γερμανία	6	8,3%	24	33,3%	16	22,2%	13	18,1%	13	18,1%
	Δανία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Ιρλανδία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Νορβηγία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Γαλλία	21	20,4%	29	28,2%	25	24,3%	14	13,6%	14	13,6%
	Ιταλία	4	10,8%	7	18,9%	12	32,4%	9	24,3%	5	13,5%
	Ρωσία	4	13,3%	9	30,0%	10	33,3%	4	13,3%	3	10,0%
Ηλικία	<24	10	10,5%	24	25,3%	33	34,7%	16	16,8%	12	12,6%
	25 - 34	10	16,1%	21	33,9%	10	16,1%	9	14,5%	12	19,4%
	35 - 44	13	24,5%	16	30,2%	13	24,5%	8	15,1%	3	5,7%
	45 - 54	18	17,8%	33	32,7%	22	21,8%	19	18,8%	9	8,9%

Table 9

		Σιγουριά απόφασης									
		Ελάχιστα σίγουρη		Λίγο σίγουρη		Αρκετά σίγουρη		Πολύ σίγουρη		Βέβαιη	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	13	22,4%	18	31,0%	13	22,4%	5	8,6%	9	15,5%
	Ελαφονήσι	3	6,0%	18	36,0%	12	24,0%	9	18,0%	8	16,0%
	Σπιναλόγκα	30	15,4%	50	25,6%	62	31,8%	29	14,9%	24	12,3%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	12	14,6%	24	29,3%	18	22,0%	18	22,0%	10	12,2%
	Γραμβούσα	3	33,3%	1	11,1%	3	33,3%	1	11,1%	1	11,1%
	Χρυσή	1	33,3%	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%
	Πολυήμερο	0	0,0%	3	42,9%	1	14,3%	1	14,3%	2	28,6%
Εθνικότητα	Βρετανία	27	16,8%	46	28,6%	46	28,6%	23	14,3%	19	11,8%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	6	8,3%	24	33,3%	16	22,2%	13	18,1%	13	18,1%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	21	20,4%	29	28,2%	25	24,3%	14	13,6%	14	13,6%
	Ιταλία	4	10,8%	7	18,9%	12	32,4%	9	24,3%	5	13,5%
	Ρωσία	4	13,3%	9	30,0%	10	33,3%	4	13,3%	3	10,0%
	<24	10	10,5%	24	25,3%	33	34,7%	16	16,8%	12	12,6%
	25 - 34	10	16,1%	21	33,9%	10	16,1%	9	14,5%	12	19,4%
	35 - 44	13	24,5%	16	30,2%	13	24,5%	8	15,1%	3	5,7%
	45 - 54	18	17,8%	33	32,7%	22	21,8%	19	18,8%	9	8,9%
	>54	11	12,0%	21	22,8%	32	34,8%	10	10,9%	18	19,6%

Table 10

		Πώς ήταν οι διακοπές σε σχέση με το αναμενόμενο									
		Πολύ χειρότερες		Χειρότερες		Όπως αναμενόταν		Καλύτερες		Πολύ καλύτερες	
		Count	Row N %	Count	%	Count	%	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	0	0,0%	16	27,6%	25	43,1%	11	19,0%	6	10,3%
	Ελαφονήσι	2	3,6%	13	23,6%	19	34,5%	10	18,2%	11	20,0%
	Σπιναλόγκα	0	0,0%	43	21,6%	87	43,7%	45	22,6%	24	12,1%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	1	1,1%	12	13,3%	40	44,4%	26	28,9%	11	12,2%
	Γραμβούσα	0	0,0%	1	10,0%	6	60,0%	3	30,0%	0	0,0%
	Χρυσή	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	33,3%	2	66,7%
	Πολυήμερο	0	0,0%	3	30,0%	4	40,0%	1	10,0%	2	20,0%
Εθνικότητα	Βρετανία	0	0,0%	30	18,2%	71	43,0%	40	24,2%	24	14,5%
	Ολλανδία	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γερμανία	2	2,4%	18	22,0%	34	41,5%	15	18,3%	13	15,9%
	Δανία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Ιρλανδία	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Νορβηγία	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Γαλλία	1	9%	22	20,4%	46	42,6%	27	25,0%	12	11,1%
Ηλικία	Ιταλία	0	0,0%	7	18,4%	16	42,1%	11	28,9%	4	10,5%
	Ρωσία	0	0,0%	10	34,5%	12	41,4%	4	13,8%	3	10,3%
	<24	1	1,1%	16	17,4%	34	37,0%	23	25,0%	18	19,6%
	25 - 34	0	0,0%	16	27,6%	22	37,9%	15	25,9%	5	8,6%
	35 - 44	0	0,0%	12	21,1%	28	49,1%	13	22,8%	4	7,0%
	45 - 54	1	9%	21	19,3%	49	45,0%	20	18,3%	18	16,5%
	>54	1	9%	23	21,3%	47	43,5%	26	24,1%	11	10,2%

Table 11

		Προτάσεις για βελτίωση									
		Μείωση κόστους		Μείωση ρύπανσης		Καθαριότητα στις παραλίες		Βελτίωση μεταφορών		Άλλο	
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Εκδρομή	Χανιά	21	48,8%	5	11,6%	4	9,3%	7	16,3%	6	14,0%
	Ελαφονήσι	7	21,9%	1	3,1%	9	28,1%	15	46,9%	0	,0%
	Σπιναλόγκα	23	18,5%	9	7,3%	25	20,2%	52	41,9%	15	12,1%
	Ηράκλειο / Κνωσσός	8	19,5%	2	4,9%	16	39,0%	11	26,8%	4	9,8%
	Γραμβούσα	2	33,3%	3	50,0%	0	,0%	1	16,7%	0	,0%
	Χρυσή	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Πολυήμερο	2	33,3%	0	,0%	0	,0%	2	33,3%	2	33,3%
Εθνικότητα	Βρετανία	21	19,1%	6	5,5%	27	24,5%	41	37,3%	15	13,6%
	Ολλανδία	1	100,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Γερμανία	10	22,7%	1	2,3%	8	18,2%	21	47,7%	4	9,1%
	Δανία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Ιρλανδία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Νορβηγία	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%
	Γαλλία	28	40,0%	11	15,7%	14	20,0%	13	18,6%	4	5,7%
	Ιταλία	2	11,8%	2	11,8%	2	11,8%	8	47,1%	3	17,6%
Ηλικία	Ρωσία	1	10,0%	0	,0%	3	30,0%	5	50,0%	1	10,0%
	<24	17	26,6%	7	10,9%	16	25,0%	21	32,8%	3	4,7%
	25 - 34	10	27,0%	3	8,1%	5	13,5%	12	32,4%	7	18,9%
	35 - 44	7	21,2%	0	,0%	9	27,3%	8	24,2%	9	27,3%
	45 - 54	16	23,5%	6	8,8%	16	23,5%	27	39,7%	3	4,4%
	>54	13	26,0%	4	8,0%	8	16,0%	20	40,0%	5	10,0%