

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Εμπόριο και τουρισμός στην Κρήτη

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Αντικείμενο της έρευνας είναι οι στάσεις και οι αντιλήψεις των ξένων τουριστών σε σχέση με τις τοπικές εμπορικές αγορές της Κρήτης, και το επίπεδο της ικανοποίησης τους από τη λειτουργία και τις παροχές των εμπορικών καταστημάτων.

Βασικοί σκοποί της έρευνας είναι:

- Η διερεύνηση των δυνατών και των αδύνατων σημείων της τοπικής αγοράς
- Ο προσδιορισμός των περαιτέρω δυνατοτήτων της αγοράς να ενδυναμώσει τα θετικά στοιχεία της εικόνας της
- Ο προσδιορισμός των αρνητικών στοιχείων που απειλούν τη θετική εικόνα της εμπορικής αγοράς
- Η διερεύνηση των καταναλωτικών συμπεριφορών, αναγκών και προσδοκιών του ξένου καταναλωτικού κοινού ώστε οι προτάσεις ανάπτυξης της αγοράς να είναι περισσότερο στοχευμένες σε αυτό το target group.

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



- ✓ Οι πέντε πολυπληθέστερες εθνικότητες των τουριστών που συμμετείχαν στην έρευνα είναι Γερμανοί, Άγγλοι, Ρώσοι, Γάλλοι και Σκανδιναβοί.
- ✓ Το φύλο των τουριστών είναι ισοκαταναμημένο μεταξύ αντρών και γυναικών
- ✓ Η Κρήτη προσελκύει τουρίστες όλων των ηλικιών με μία τάση προς τα νεαρότερα άτομα, αφού σχεδόν οι μισοί δεν ξεπερνάν την ηλικία των 34 ετών
- ✓ Η πλειονότητα των ξένων τουριστών διαμένει μόνιμα σε αστικές περιοχές και έχει ανώτερη μόρφωση

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



- ✓ Η επαγγελματική κατάσταση που εμφανίζεται με μεγαλύτερη συχνότητα μεταξύ των ξένων τουριστών είναι ιδιωτικός υπάλληλος σε ποσοστό 30%.
- ✓ Ένας στους τρεις ερωτώμενους δεν θέλησε να δηλώσει το ατομικό ετήσιο εισόδημά του. Από τους υπόλοιπους το 60% έχει εισόδημα μεταξύ 15.000€ και 45.000€ .

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΝΟΜΩΝ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

| ΛΑΣΙΘΙ | ΡΕΘΥΜΝΟ | ΗΡΑΚΛΕΙΟ | ΧΑΝΙΑ |
|--|---|---------------------------------------|--|
| Άγγλοι, Ρώσοι Γερμανοί και Ολλανδοί, | Γερμανοί, Άγγλοι, Ρώσοι και Σκανδιναβοί | Γερμανοί, Άγγλοι, Ρώσοι και Γάλλοι | Σκανδιναβοί, Άγγλοι, Γερμανοί και Γάλλοι |

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ Ι



- Οι δύο βασικές πηγές πληροφόρησης πριν το ταξίδι τους για την Κρήτη αποτελούν το διαδίκτυο και τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Το 43% δήλωσε διαδίκτυο και το 32% ταξιδιωτικά πρακτορεία
- Η πλειονότητα οργάνωσε το ταξίδι τους μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων (53%), ενώ το 39% μέσω διαδικτύου.
- Τα ξενοδοχεία έως τεσσάρων αστέρων αποτελούν την κύρια επιλογή καταλύματος σε ποσοστό 40%. Ένας στους τέσσερις επιλέγει All-inclusive καταλύματα κατά τη διαμονή τους στην Κρήτη.
- Το 57% διαμένει συνολικά στο νησί έως μία βδομάδα.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ II



- Οι τρεις βασικότεροι παράγοντες που επηρέασαν τους ερωτώμενους στην επιλογή της Κρήτης ως προορισμό διακοπών είναι οι εξής :
 - ❑ Φυσικό τοπίο / κλίμα
 - ❑ Φιλοξενία – φιλικότητα των ντόπιων
 - ❑ Ποιότητα υπηρεσιών
- Το 46% των τουριστών έχει επαναλάβει τις διακοπές του στην Κρήτη, καθώς και το 67% δηλώνει ότι είναι πολύ πιθανό να ξαναέρθει στο νησί.
- Το 28% των ερωτώμενων διέμεινε σε μία από τις τέσσερις πρωτεύουσες των Νομών, ενώ το 64% δήλωσε 83 διαφορετικά σημεία του νησιού.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ Ι



- Η μέση συνολική δαπάνη για το ταξίδι στην Κρήτη υπολογίστηκε στα **1162€ ανά άτομο**. Το 60% περίπου των δαπανών αντιστοιχεί σε διαμονή και μεταφορικά, ενώ το υπόλοιπο σε έξοδα κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στην Κρήτη.
- Οι τουρίστες που διέμειναν στον Ν. Λασιθίου εμφανίζουν τις μεγαλύτερες συνολικές δαπάνες (1308€), ενώ του Ν. Ηρακλείου τις μικρότερες (1121€).
- Η υψηλότερη εκτίμηση σε δαπάνες εστίασης υπολογίστηκε για τους τουρίστες του Ν. Χανίων (244€).
- Οι Ρώσοι είναι η εθνικότητα με την μεγαλύτερη εκτίμηση συνολικών δαπανών 1487€, καθώς και οι μόνοι που παρουσιάζουν δαπάνες σε αγορές (283€) υψηλότερες από δαπάνες σε εστίαση (214€).
- Οι Γάλλοι εμφανίζουν την μικρότερη εκτίμηση συνολικών δαπανών (950€) και οι Γερμανοί την μικρότερη εκτίμηση δαπανών σε αγορές (105€).

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ II



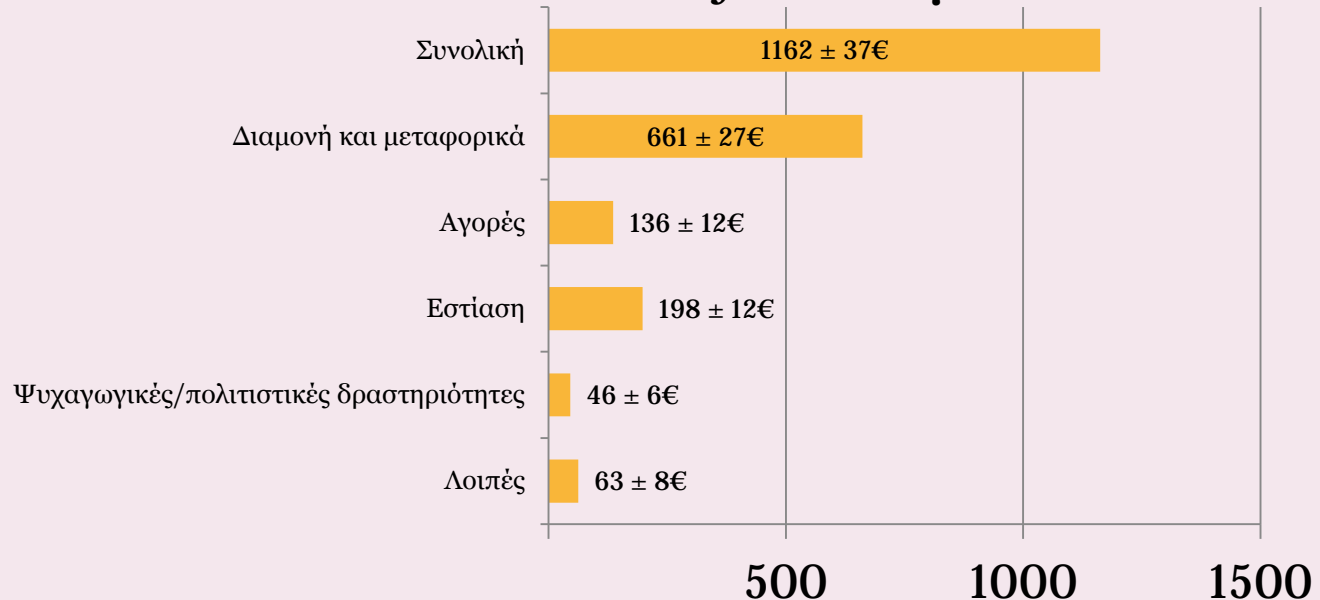
- Τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και τα είδη δώρων / **souvenir** αποτελούν τα πιο δημοφιλή προϊόντα που αγοράζουν οι τουρίστες κατά την παραμονή τους στην Κρήτη. Με τους Ρώσους και τους Γάλλους να αποτελούν τις δύο εθνικότητες που αγοράζουν με μεγαλύτερη συχνότητα προϊόντα των δύο ειδών.
- Η πλειονότητα των τουριστών επιλέγουν προϊόντα ειδών διατροφής / συσκευασμένων τροφίμων και ειδών δώρων / αξεσουάρ με ελληνική προέλευση σε ποσοστά 87% και 77% αντίστοιχα. Αντίθετα τα είδη ένδυσης και υπόδησης που αγόρασαν είχαν κυρίως διεθνή προέλευση.
- Σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι (48%) δήλωσαν ότι κατά τη διάρκεια των διακοπών πραγματοποιούν αγορές αυθόρμητα χωρίς να σκέφτονται το κόστος, ενώ ένας στους τέσσερις (27%) έχει ορίσει ένα συγκεκριμένο ύψος χρημάτων πριν το ταξίδι που θα διαθέσει κατά βούληση σε αγορές. Επίσης ο βασικότερος λόγος που πραγματοποιούν αγορές κατά τη διάρκεια των διακοπών τους είναι γιατί τους αρέσουν τα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα.

ΔΑΠΑΝΕΣ



- Όσον αφορά τα χρήματα τα οποία ξόδεψαν κατά τη διάρκεια παραμονής τους στην Κρήτη το μεγαλύτερο μέρος, σχεδόν το μισό, αντιστοιχεί σε έξοδα εστίασης, ενώ για αγορές περίπου το ένα τρίτο.

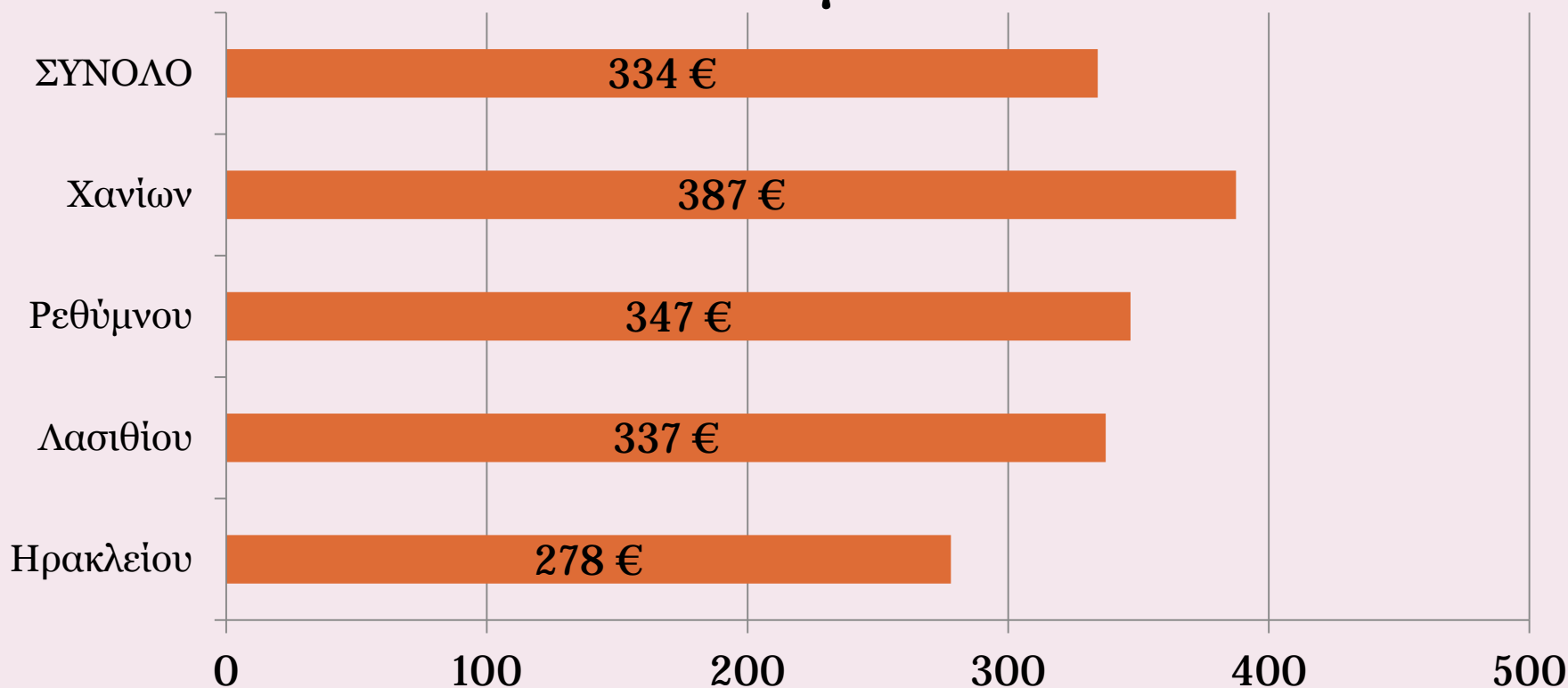
Δαπάνες ανά άτομο



ΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ



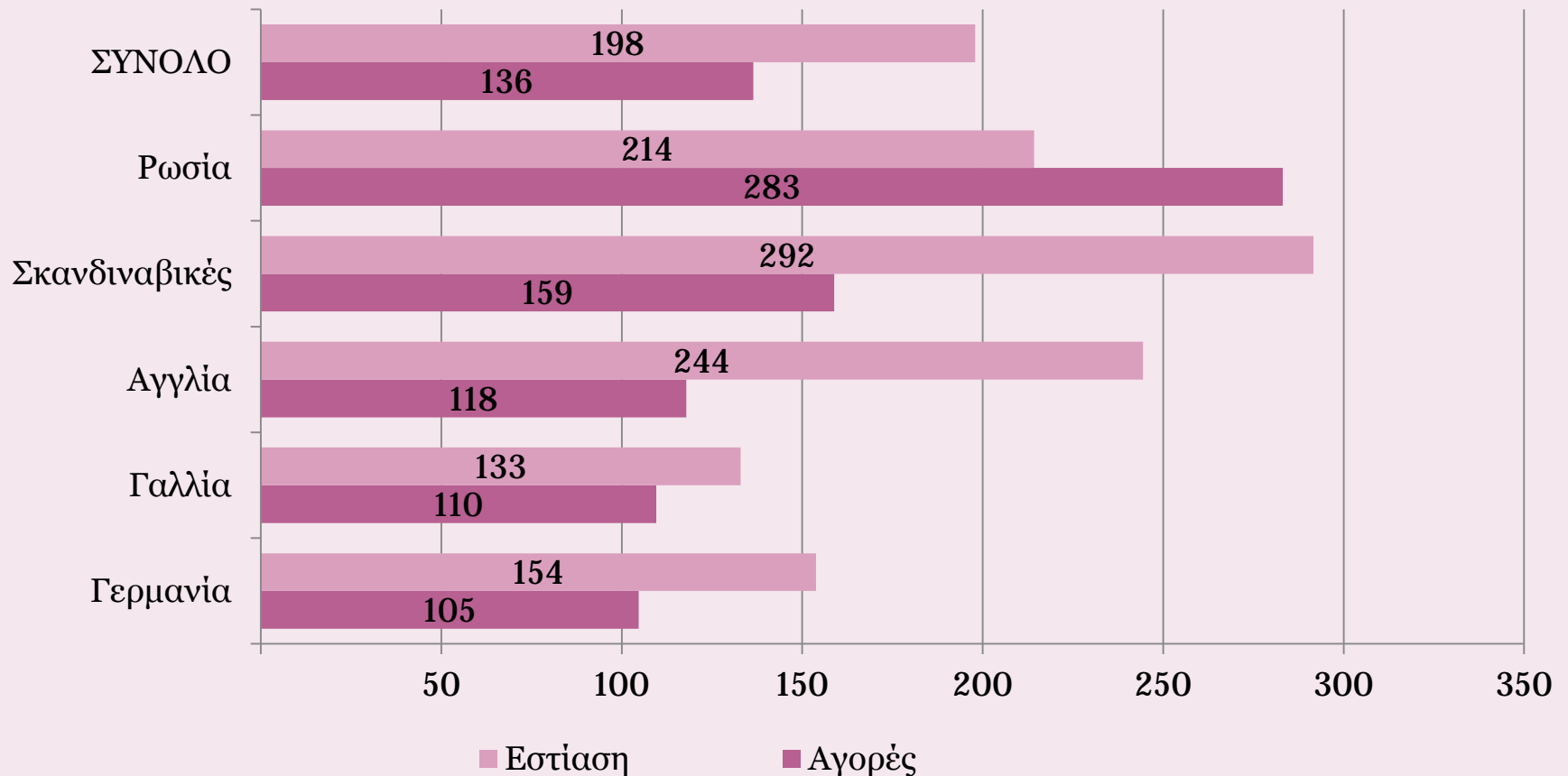
Άθροισμα δαπανών εστίασης και αγορών κατά Νομό



ΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ ΚΑΤΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΕΣΤΙΑΣΗ - ΑΓΟΡΕΣ



Δαπάνες αγορών και εστίασης κατά εθνικότητα σε €



ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



- Ο Ν. Χανίων εμφανίζει το μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων που γνωρίζει «πέρα πολύ» ή «πολύ» καλά τις εμπορικές αγορές, ενώ ο Ν. Λασιθίου το μικρότερο.
- Δύο στους τρεις ερωτώμενους άντλησαν πληροφορίες για την εμπορική αγορά με επιτόπια παρατήρηση. Το διαδίκτυο και οι τουριστικοί οδηγοί αποτελούν τις δύο βασικότερες πηγές πληροφόρησης για την εμπορική αγορά πριν το ταξίδι τους στην Κρήτη
- **Από το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων και την εξυπηρέτηση πελατών έμεινε ικανοποιημένο πάνω από το 70% των τουριστών. Περίπου δύο στους τρεις δήλωσαν ικανοποιημένοι από την ποιότητα, τις τιμές και την ποικιλία των προϊόντων, ενώ ένας στους δύο από την διάθεση μοναδικών προϊόντων. Η έλλειψη υποδομών για χώρους στάθμευσης είχε ως αποτέλεσμα μόλις το 31% να μένει ικανοποιημένο από τη δυνατότητα στάθμευσης.**
- Ο Ν. Χανίων σε γενικές γραμμές σημειώνει τον μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης σε όλους τους παράγοντες που συσχετίζονται με τον τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, ενώ ο Ν. Ηρακλείου τον μικρότερο.

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



- Το 28% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι οι τοπικές εμπορικές αγορές τους κάλυψαν «πάρα πολύ» ή «πολύ», ως προς τη διάθεση επώνυμων προϊόντων, καθώς και το 46% «αρκετά».
- Η ποιότητα των προϊόντων και οι συμφέρουσες τιμές είναι τα δύο βασικότερα χαρακτηριστικά που αξιολογούν οι τουρίστες ως και τα σημαντικότερα δυνατά σημεία των εμπορικών αγορών που επισκέφθηκαν κατά την παραμονή τους στην Κρήτη και ακολουθούνται από την εξυπηρέτηση πελατών και την τοποθεσία της αγοράς.
- Σημαντικά μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των Γερμανών που παρατήρησε περισσότερα αρνητικά στις Κρητικές εμπορικές αγορές σε σχέση με τις Γερμανικές και ανέρχεται στο 30% έναντι του 20% που εκτιμήθηκε στο σύνολο του δείγματος.

ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Η ειδική περίπτωση της κρουαζιέρας

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ



- Οι τουρίστες που επισκέφθηκαν την Κρήτη με κρουαζιερόπλοιο είναι εν γένει ευκατάστατοι, μεγάλων ηλικιών και ανώτερου μορφωτικού επιπέδου.
- Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία και αυτοί που διαμένουν μόνιμα σε χώρες εκτός της Ευρώπης έχουν μεγαλύτερα ατομικά εισοδήματα, ενώ τα νεαρότερα άτομα είναι πιο πιθανό να έχουν λάβει ανώτερη / ανώτατη εκπαίδευση.

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ



- Οι οικογενειακές διακοπές είναι κυρίαρχο χαρακτηριστικό των τουριστών που ήρθαν στην Κρήτη με κρουαζιερόπλοιο και γίνεται εντονότερο για αυτούς με μεγαλύτερα εισοδήματα.
- Η πλειονότητα των τουριστών από ευρωπαϊκές χώρες έχουν επισκεφθεί την Κρήτη τουλάχιστον μία φορά, σε αντίθεση με τους μη ευρωπαίους.
- Στο σύνολο τους είναι αυθόρμητοι καταναλωτές και γενικότερα έρχονται στην Κρήτη ανοιχτοί ως προς τα ερεθίσματα που θα δεχθούν από τις εμπορικές αγορές.

ΔΑΠΑΝΕΣ



- Η εκτίμηση της μέσης ατομικής συνολικής δαπάνης υπολογίστηκε στα 176€ για τους τουρίστες που επισκέφθηκαν την Κρήτη με κρουαζιερόπλοιο, οι δαπάνες αγορών στα 102€ και οι δαπάνες σε επιχειρήσεις εστίασης στα 46€.
- Όσες λιγότερες χώρες έχουν επισκεφτεί πριν την Ελλάδα κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας τους τόσο μεγαλύτερες είναι οι δαπάνες στη χώρα μας. Καθώς και το ύψος των δαπανών αυξάνεται ανάλογα με τις ώρες που έμειναν εκτός του κρουαζιερόπλοιου.
- Τα τέσσερα δημοφιλέστερα είδη προϊόντων που αγοράζουν οι τουρίστες στην Κρήτη είναι **souvenir**, τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, είδη ένδυσης και τρόφιμα.

Εμπορική αγορά



- Η πλειονότητα των τουριστών έμεινε ικανοποιημένη από όλα τα χαρακτηριστικά των εμπορικών αγορών και περισσότερο από την εξυπηρέτηση πελατών με τους ευρωπαϊούς τουρίστες να εμφανίζουν μικρότερους βαθμούς ικανοποίησης έναντι των υπολοίπων τουριστών.
- Τα δύο σημαντικότερα χαρακτηριστικά για τους τουρίστες, όσον αφορά την αξιολόγηση μίας αγοράς, είναι οι τιμές και η ποιότητα των προϊόντων και σε αυτά πρέπει να δώσουν βάρος οι έμποροι του νησιού ώστε να βελτιώσουν την γενικότερη εικόνα τους.
- Η ποικιλία και οι τιμές των προϊόντων, αν και έχουν περιθώρια βελτίωσης, είναι δύο στοιχεία στα οποία υπερτερούν οι κρητικές εμπορικές αγορές έναντι άλλων τουριστικών προορισμών και αποτελούν τα βασικότερα πλεονεκτήματα. Συγκεκριμένα η ποικιλία εκπλήσσει θετικά σε μεγαλύτερο βαθμό τους τουρίστες με μόνιμη κατοικία εκτός της Ευρώπης και οι τιμές τους ευρωπαϊούς τουρίστες.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ



- Η μεθοδολογία της έρευνας ήταν ποσοτική ώστε να αποτυπωθούν οι γενικές τάσεις του υπό έρευνα πληθυσμού και να καθίσταται εφικτή η στατιστική γενίκευση των αποτελεσμάτων.
- Η τεχνική συλλογής των δεδομένων που εφαρμόστηκε στην έρευνα πεδίου είναι η συνέντευξη με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.
- Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από κλειστές ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ερωτήσεις ιεράρχησης και διαβάθμισης, και περιλαμβάνει επίσης ορισμένες ερωτήσεις ανοικτού τύπου (ελεύθερης απάντησης) ώστε να εντοπιστούν τυχόν ζητήματα που δεν είχαν προβλεφθεί από τον ερευνητικό σχεδιασμό.

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ



- Ο πληθυσμός της έρευνας είναι οι ξένοι τουρίστες στο νησί της Κρήτης όπου σύμφωνα με στοιχεία για το έτος 2012 ανηλθαν περίπου στα 2.860.000 άτομα.
- Στο δείγμα καταρχήν συμπεριλήφθηκαν χώρες που το ποσοστό των αφίξεων των επιβατών, στα δύο μεγαλύτερα αεροδρόμια του νησιού, ξεπερνά το 2% του συνολικού αριθμού αφίξεων από το εξωτερικό και είναι 14 τον αριθμό. Να σημειωθεί ότι οι επιβάτες από τις 14 αυτές χώρες καλύπτουν το 86.8% των συνολικών αφίξεων για το έτος 2012. Στο πρώτο στάδιο ως στρώματα ορίστηκαν τα δύο αεροδρόμια της Κρήτης, “Ν. Καζαντζάκης” του Ηρακλείου και “Κ. Δασκαλογιάννης” των Χανίων. Ο αριθμός των ερωτηματολογίων για κάθε στρώμα είναι ανάλογος με το ποσοστό των επιβατών που αποβιβάστηκαν στα δύο αεροδρόμια από τις επιλεγθείσες χώρες. Στο δεύτερο στάδιο ως στρώματα ορίστηκαν οι χώρες προέλευσης των επιβατών. Ο αριθμός των ερωτηματολογίων για κάθε στρώμα είναι ανάλογος με το ποσοστό των επιβατών από κάθε χώρα σε κάθε αεροδρόμιο.

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, ΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ



- Το μέγιστο τυπικό σφάλμα για τα ποσοστά των απαντήσεων της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας που σχεδιάστηκε είναι 0.014.
- Ο συγκεκριμένος σχεδιασμός επιτρέπει την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων για το σύνολο των τουριστών στην Κρήτη αφού το δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό ως προς τις εθνικότητες των επισκεπτών καθώς και την εξαγωγή συμπερασμάτων για κάθε εθνικότητα που έχει βάση τα 60 άτομα. Επίσης αν ληφθεί υπόψη η κατανομή που ακολουθούν οι τουρίστες ως προς το Νομό που επιλέγουν το κατάλυμά τους από δεδομένα που υπάρχουν για το 2011 μπορεί θεωρητικά να επεκταθεί η ανάλυση και ανά νομό. Συγκεκριμένα για τον Νομό Ρεθύμνης που απορροφά το μικρότερο ποσοστό των επισκεπτών στην Κρήτη (15.1%) αναμένετε βάση 200 περίπου ατόμων.
- Με βάση το μέγιστο τυπικό σφάλμα μπορούμε να κατασκευάσουμε τα διαστήματα εμπιστοσύνης για κάθε ερώτηση χρησιμοποιώντας τον τύπο (Εκτίμηση ποσοστού \pm Συντελεστής επιπέδου εμπιστοσύνης * Τυπικό σφάλμα), όπου για το επίπεδο σημαντικότητας 95% ο συντελεστής είναι 1.96.