



eraithros+
ΔΙΚΤΥΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

ΕΡΕΥΝΑ
ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ
ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΣΤΗΝ
ΚΡΗΤΗ

*Αποτελέσματα έρευνας του
Δικτύου eraithros+*

Συλλογή δεδομένων 2025



**RURAL
GREECE**

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<i>Εισαγωγή</i>	<i>σελ. 03</i>
<i>Προφίλ επισκεπτών</i>	<i>σελ. 04</i>
<i>Επισκεψιμότητα στην Κρήτη</i>	<i>σελ. 06</i>
<i>Ζήτηση για Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού</i>	<i>σελ. 10</i>
<i>Ικανοποίηση επισκεπτών</i>	<i>σελ. 14</i>



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα έκθεση παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας ζήτησης των επισκεπτών της Κρήτης για δραστηριότητες ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού στην ύπαιθρο.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το **Δίκτυο epaitiros+**, φορέα δικτύωσης και υποστήριξης του τουρισμού της Ελληνικής Υπαίθρου και καινοτόμο συνεργατικό σχηματισμό που υποστηρίζει τις επιχειρήσεις μέλη του.

Στόχος της παρούσας έρευνας, καθώς και των υπόλοιπων που πραγματοποιούνται σε ετήσια βάση στην Κρήτη από το Δίκτυο, είναι η συστηματική συλλογή βασικών πληροφοριών για τον τομέα του τουρισμού υπαίθρου μέσω ερωτηματολογίων.

Μέσω της ανάλυσης διαφορετικών μεταβλητών, η μελέτη επιδιώκει να κατανοήσει το προφίλ των επισκεπτών της Κρήτης και κυρίως του ταξιδιώτη της υπαίθρου, τις καταναλωτικές του συνήθειες και τον βαθμό συμμετοχής του σε

δραστηριότητες ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού.

Τα αποτελέσματα από αυτή την ερευνητική δραστηριότητα έχουν ως σκοπό να παράσχουν δεδομένα ιδιαίτερου στρατηγικού ενδιαφέροντος για την κατανόηση της εξέλιξης του κλάδου και την αξιολόγηση του κοινωνικο-οικονομικού αντίκτυπου αυτής της μορφής τουρισμού στο νησί της Κρήτης.

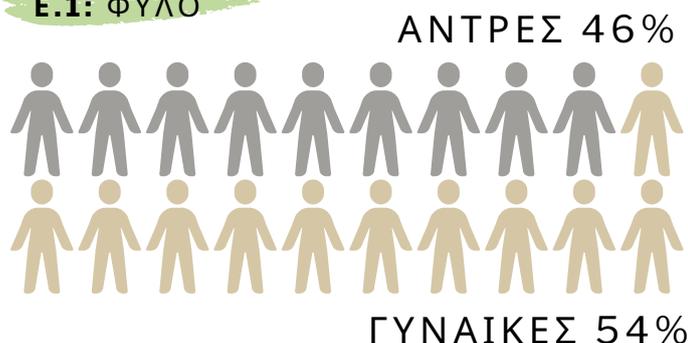
Στο πλαίσιο της έρευνας διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια στον Διεθνή Αερολιμένα Ηρακλείου “Νίκος Καζαντζάκης”, καθώς και μέσω κοινωνικών δικτύων την περίοδο Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου του 2025.

Σε αυτό το διάστημα συγκεντρώθηκαν **1.187 έγκυρα ερωτηματολόγια**, ενώ τα αποτελέσματά της έρευνας παρουσιάζονται αναλυτικά στην παρούσα έκθεση.

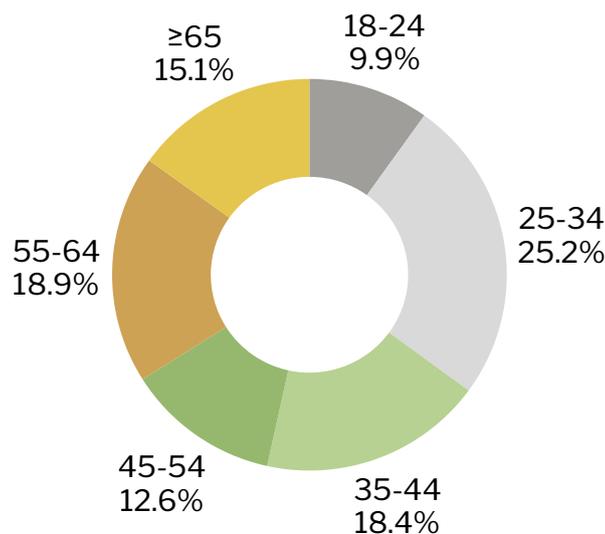


ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Ε.1: ΦΥΛΟ



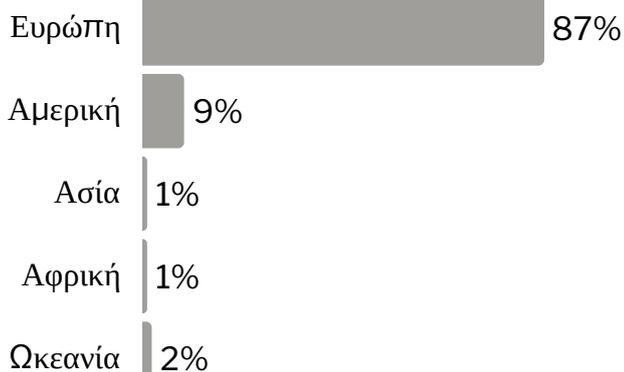
Ε.2: ΗΛΙΚΙΑ



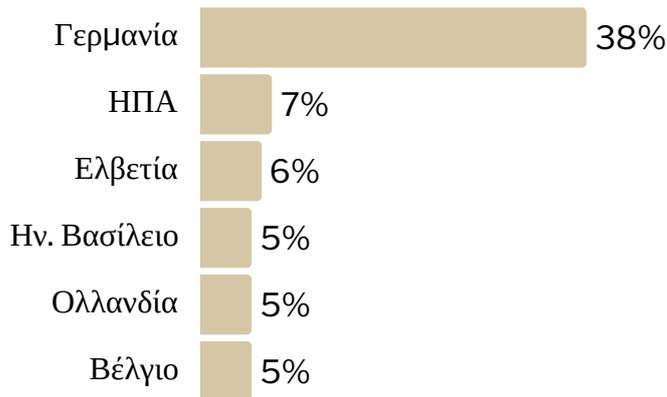
Ε.3: ΧΩΡΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ 96%

ΕΛΛΑΔΑ 4%

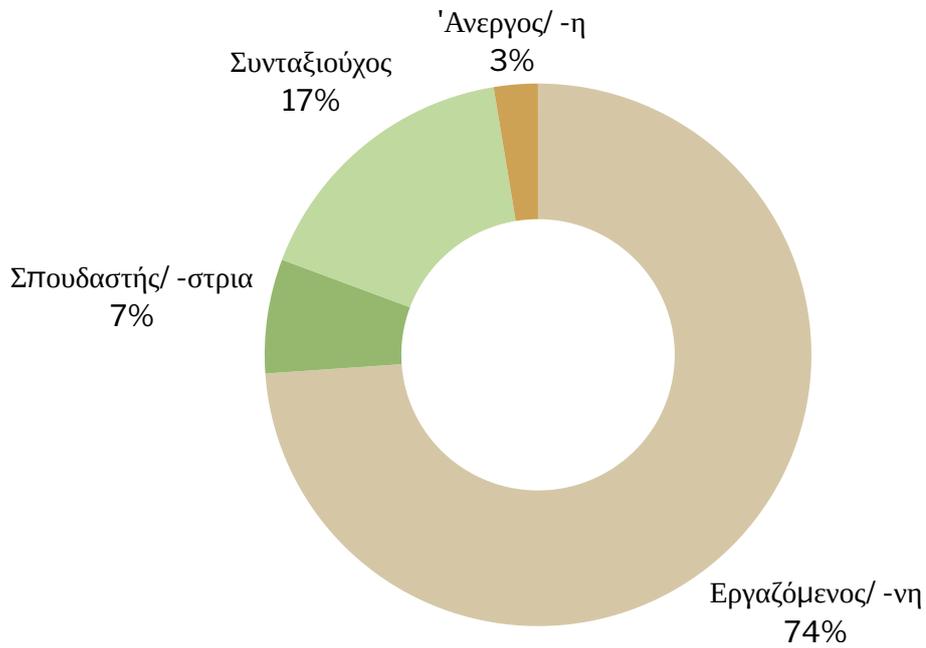


TOP 6 ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

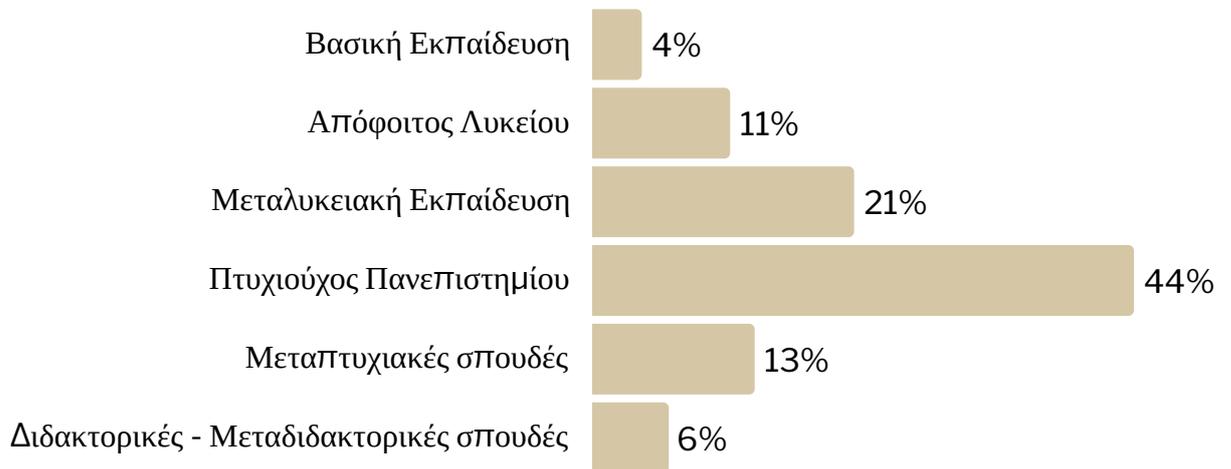


Στην έρευνα συμμετείχαν σχεδόν **ισόρροπα άνδρες και γυναίκες**, ηλικίας κυρίως από **25-34 χρονών**. Το **96%** των επισκεπτών ήταν **τουρίστες εξωτερικού**, με τους περισσότερους να προέρχονταν από την **Ευρώπη (87%)** και κυρίως από την **Γερμανία (38%)**. Το **74%** των ερωτηθέντων ήταν **εργαζόμενοι**, με το **44%** να είναι **απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης**.

Ε.4: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

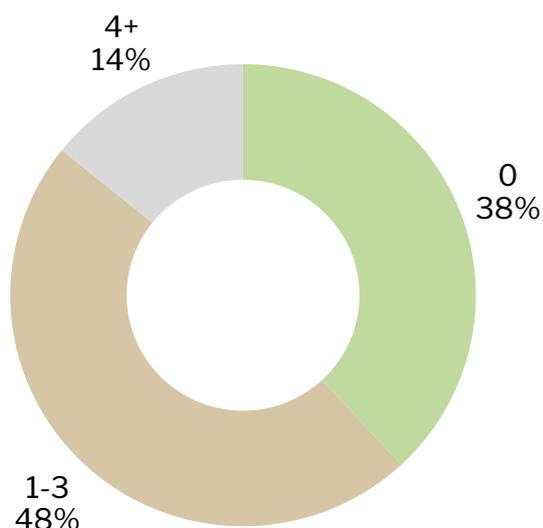


Ε.5: ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

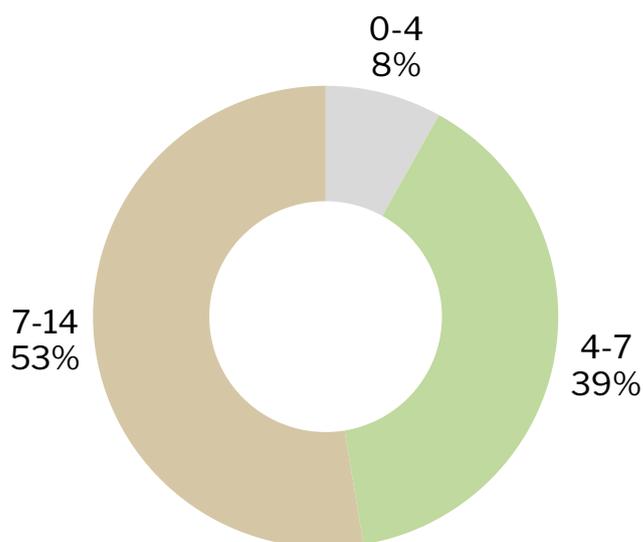


ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

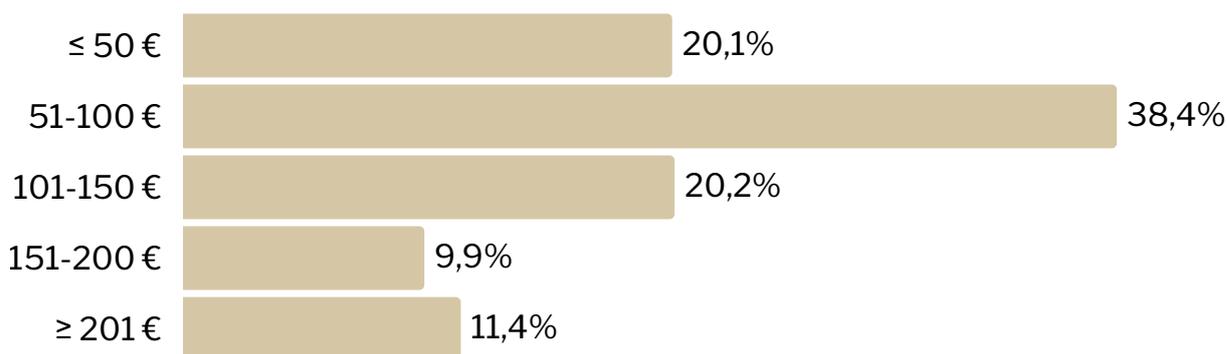
Ε.6: ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ 5 ΧΡΟΝΙΑ (ΜΗ ΥΠΟΛΟΓΙΖΟΝΤΑΣ ΑΥΤΗΝ ΤΗ ΦΟΡΑ);



Ε.7: ΠΟΣΕΣ ΜΕΡΕΣ ΜΕΙΝΑΤΕ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ;

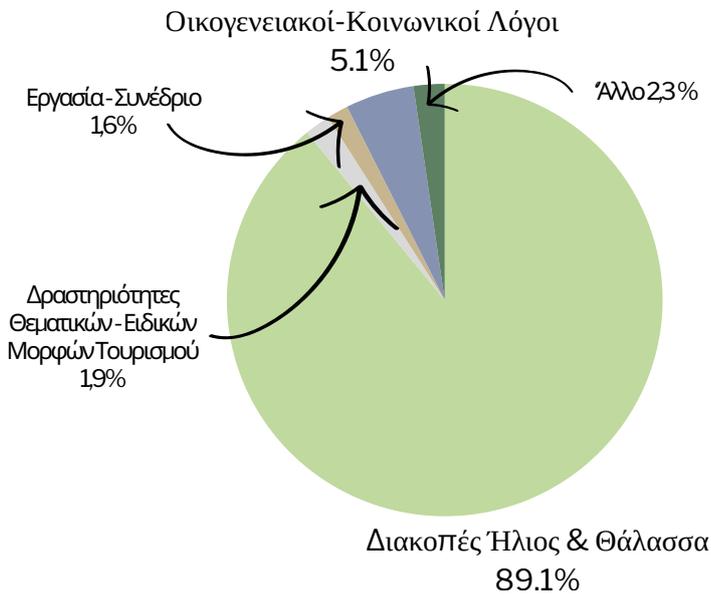


Ε.8: ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΞΟΔΑ ΑΤΟΜΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΜΟΝΗ

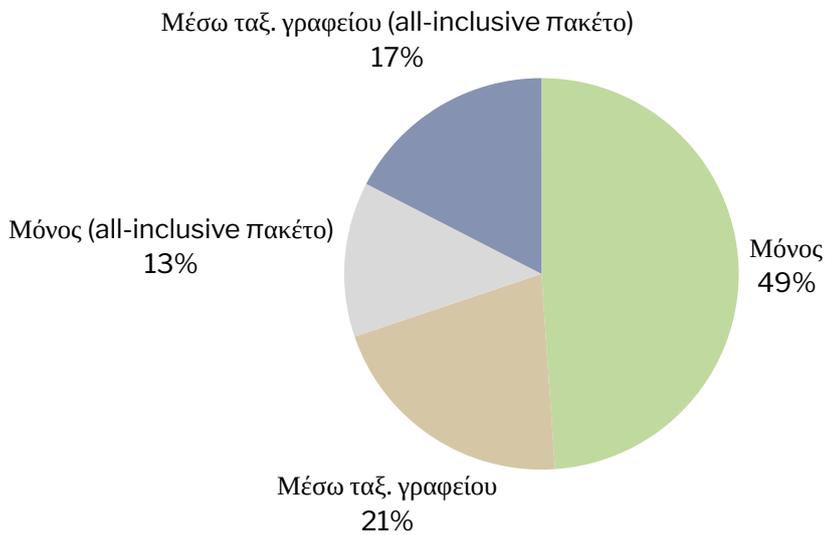


Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το **62%** έχει επισκεφτεί την Κρήτη ήδη από μία φορά και πάνω, ενώ το υπόλοιπο 38% την επισκέφτηκε πρώτη φορά φέτος. Το μεγαλύτερο ποσοστό διαμένει στο νησί από μία εβδομάδα και πάνω (53%), ωστόσο εξίσου μεγάλο είναι το ποσοστό αυτών που μένουν και μία εβδομάδα (39%). Η ημερήσια δαπάνη κατά άτομο κυμαίνεται από <50-150ευρώ.

Ε.9: Ο ΒΑΣΙΚΟΣ ΛΟΓΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ

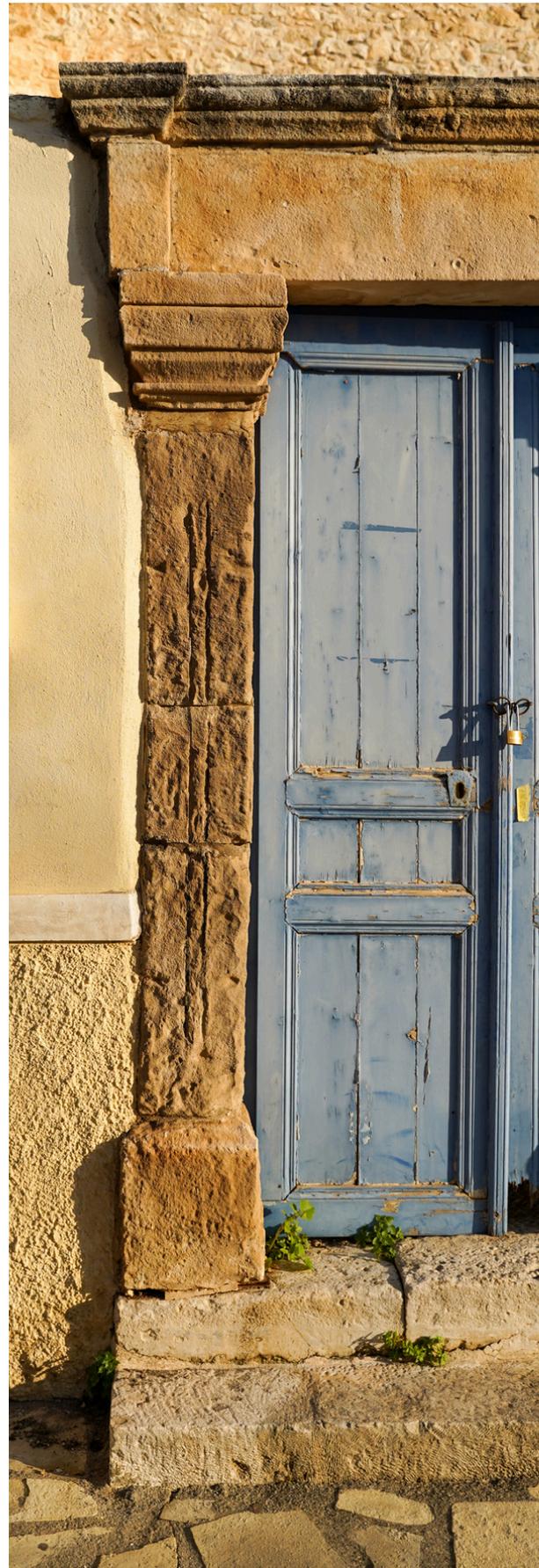


Ε.10: ΠΩΣ ΚΛΕΙΣΑΤΕ ΤΙΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΑΣ;

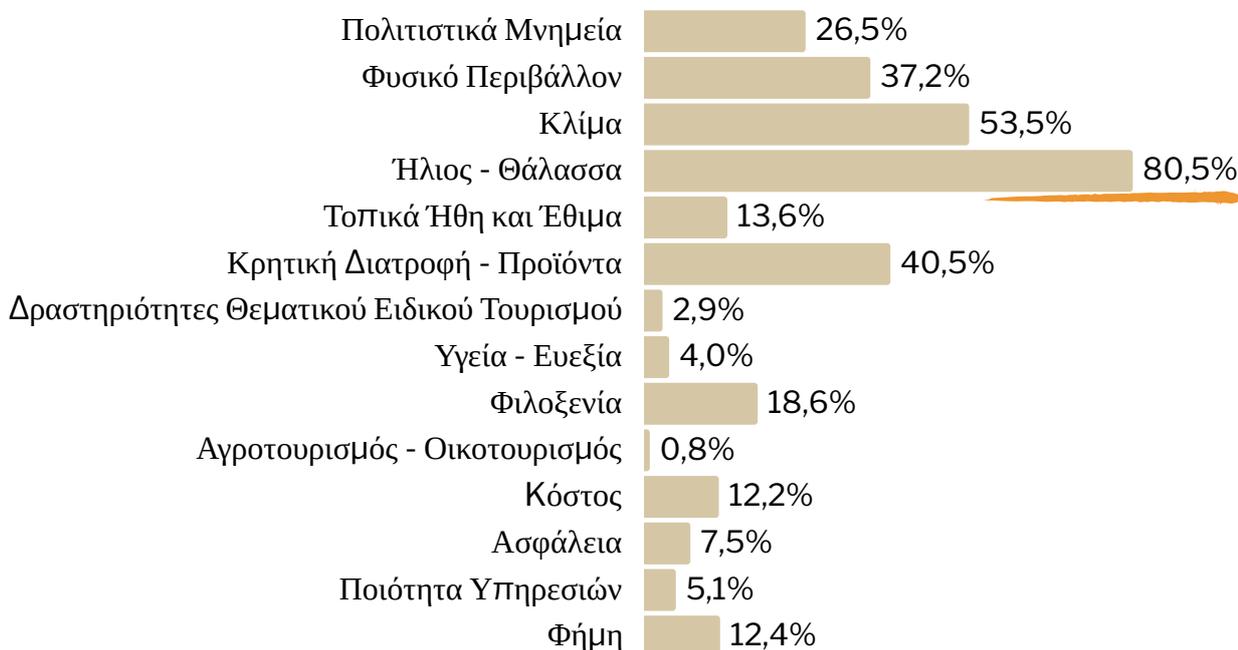


Το 89,1% των επισκεπτών επέλεξε την Κρήτη για την **θάλασσα και τον ήλιο** της και πολύ λιγότερο για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσφέρει (μόλις 1,9%).

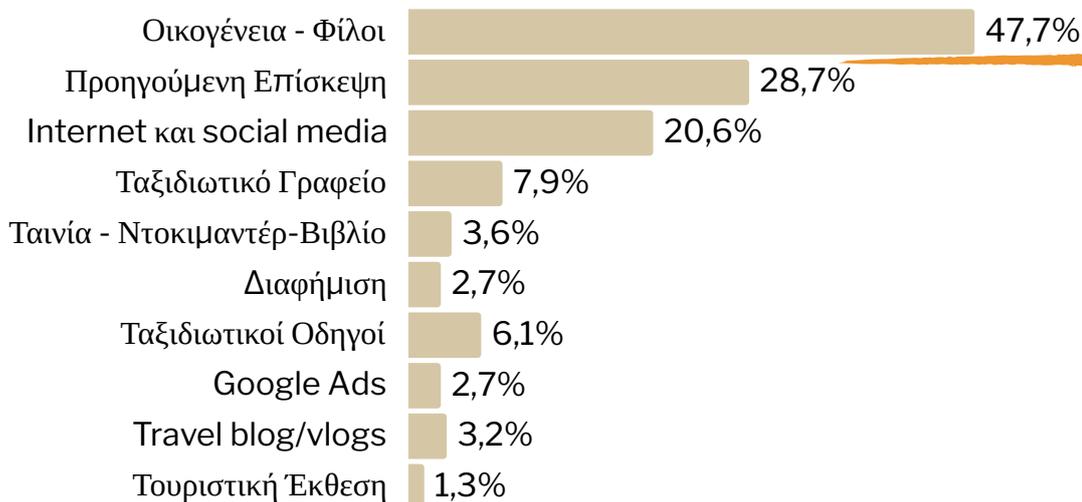
Το 49% των ταξιδιωτών **έκλεισε το ταξίδι από μόνο του**, χωρίς κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο.



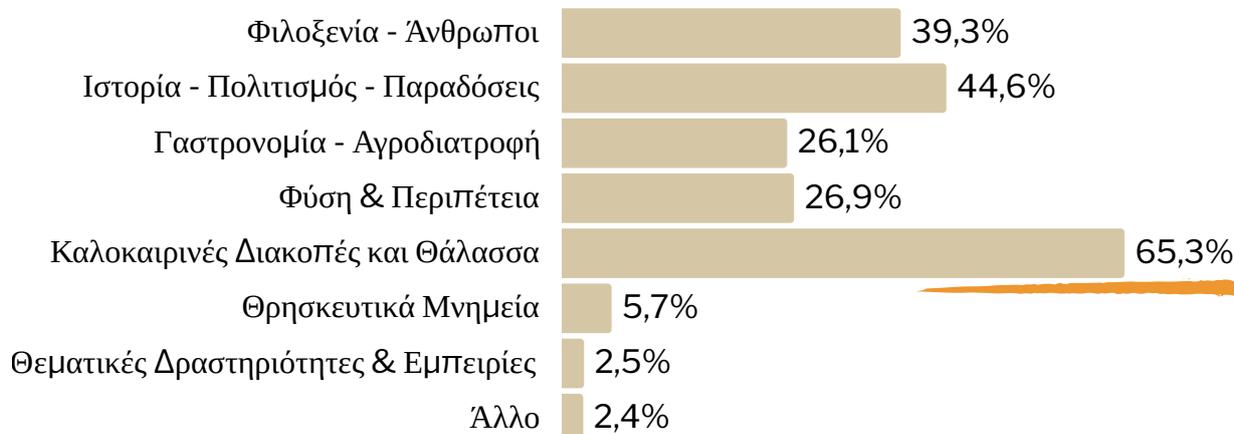
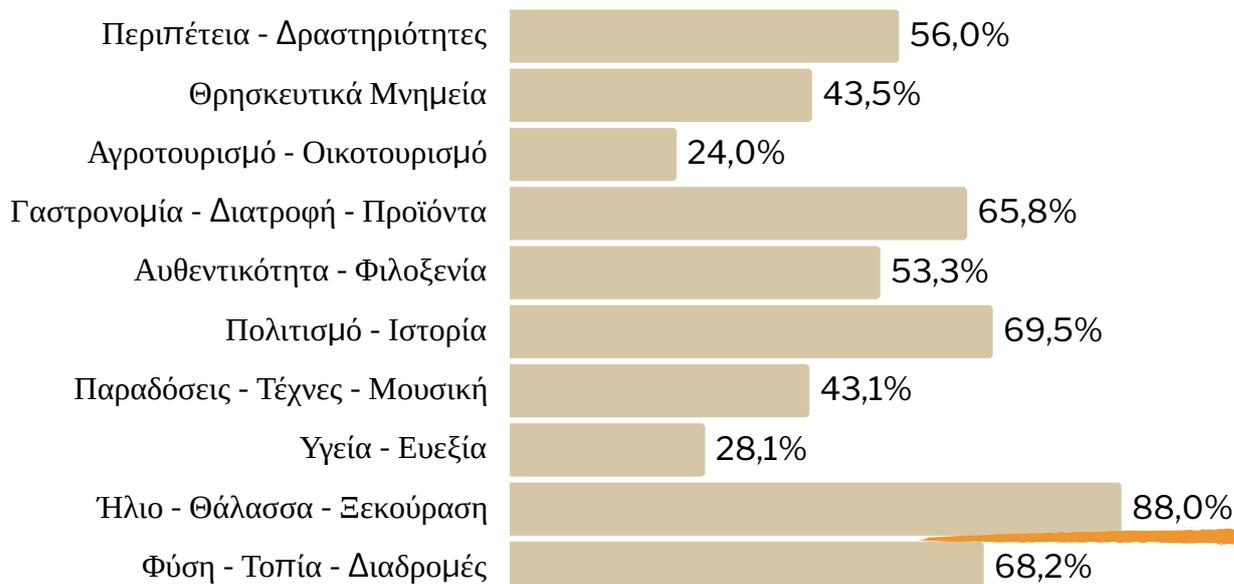
Ε.11: ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ 3 ΚΥΡΙΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΠΡΟΤΙΜΗΣΑΤΕ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ;



Ε.12: ΠΟΙΕΣ ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΕΠΗΡΕΑΣΑΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ;



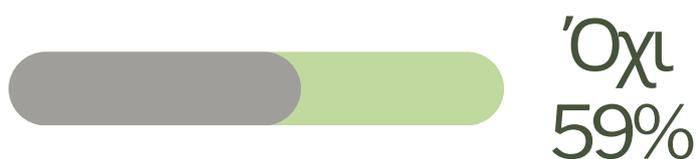
Ο ήλιος και η θάλασσα ήταν ο κυρίαρχος λόγος προτίμησης της Κρήτης, με τους περισσότερους να έχουν επηρεαστεί για την επιλογή τους από την **οικογένεια και τους φίλους** τους. Πριν έρθουν στην Κρήτη, οι κυρίαρχες εικόνες που είχαν οι επισκέπτες για την Κρήτη ήταν οι **καλοκαιρινές διακοπές στη θάλασσα** και έπειτα η **ιστορία, ο πολιτισμός και οι παραδόσεις** της. Το τρίπτυχο **ήλιος-θάλασσα-ξεκούραση, ο πολιτισμός-ιστορία και η φύση-τοπία-διαδρομές** αναδείχθηκαν ως τα τρία κυρίαρχα ισχυρά στοιχεία που προσφέρει η Κρήτη στους επισκέπτες της.

Ε.13: ΠΡΙΝ ΕΡΘΕΤΕ ΠΩΣ ΕΙΧΑΤΕ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΣΤΟ ΜΥΑΛΟ ΣΑΣ;

Ε.14: ΤΙ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΝΤΟΠΙΣΑΤΕ ΟΤΙ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΚΡΗΤΗ;

Ε.15: ΤΙ ΔΕΝ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΚΡΗΤΗ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

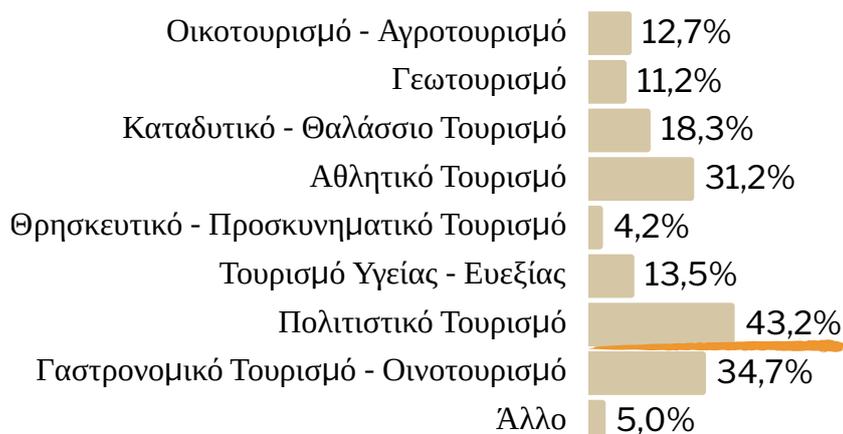
Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων απάντησε ότι **δεν υπάρχει κάτι που η Κρήτη δεν προσφέρει**. Ωστόσο, όσοι ανέφεραν ελλείψεις, επικεντρώθηκαν κυρίως σε **ζητήματα υποδομών και μεταφορών**, όπως οι δημόσιες συγκοινωνίες, οι δρόμοι και η έλλειψη σιδηρόδρομου. Συχνά αναφέρεται επίσης η ανάγκη για **βελτίωση του αεροδρομίου Ηρακλείου**, το οποίο χαρακτηρίζεται μικρό και ανεπαρκές.

ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΕΣ-ΘΕΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

Ε.16: ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΉ ΣΑΣ ΣΤΟ ΝΗΣΙ
ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΤΕ ΣΕ ΚΑΠΟΙΑ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ Ε-ΘΜΤ*;



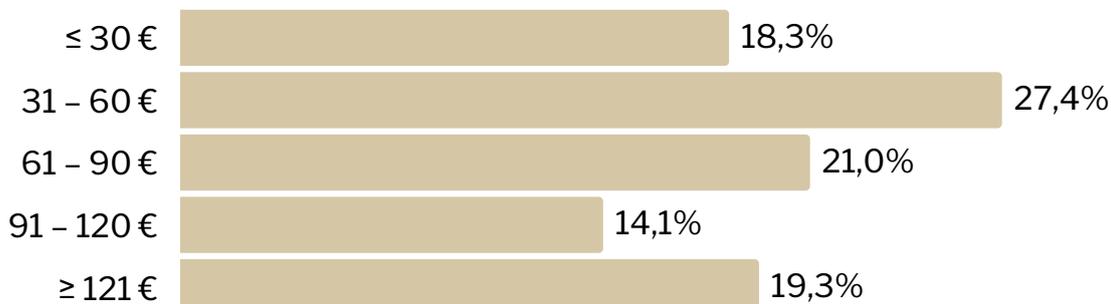
Ε.17: ΑΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΤΕ «ΝΑΙ», ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΕΜΤ
ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΤΕ;



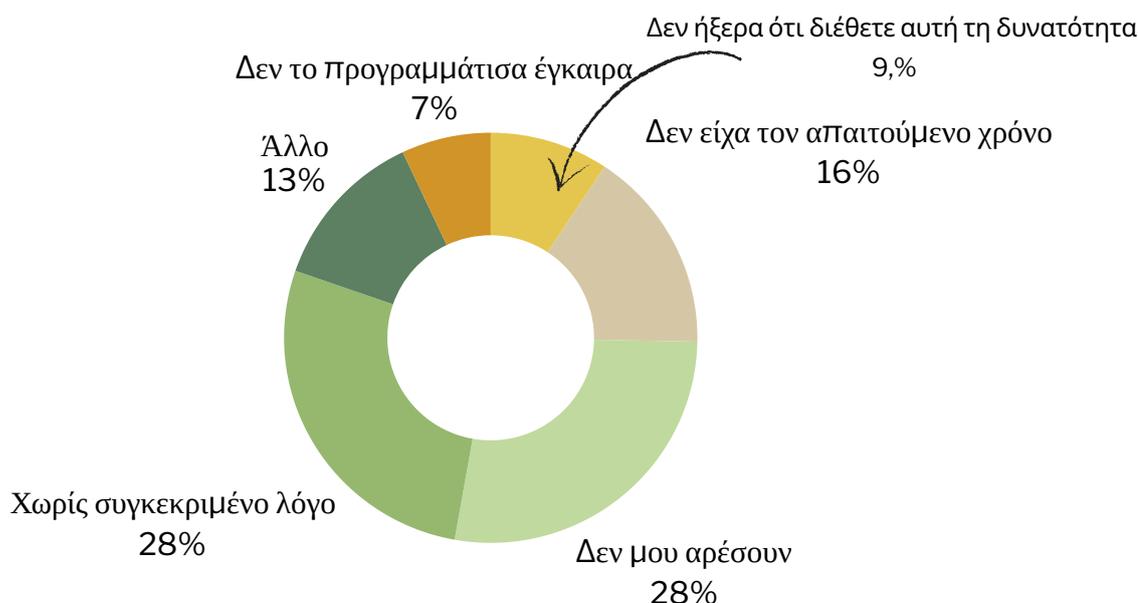
*Ε-ΘΜΤ: Ειδικές - Θεματικές Μορφές Τουρισμού



Ε.18: ΑΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΤΕ «ΝΑΙ», ΠΟΣΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΣΑΤΕ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΥΤΕΣ;



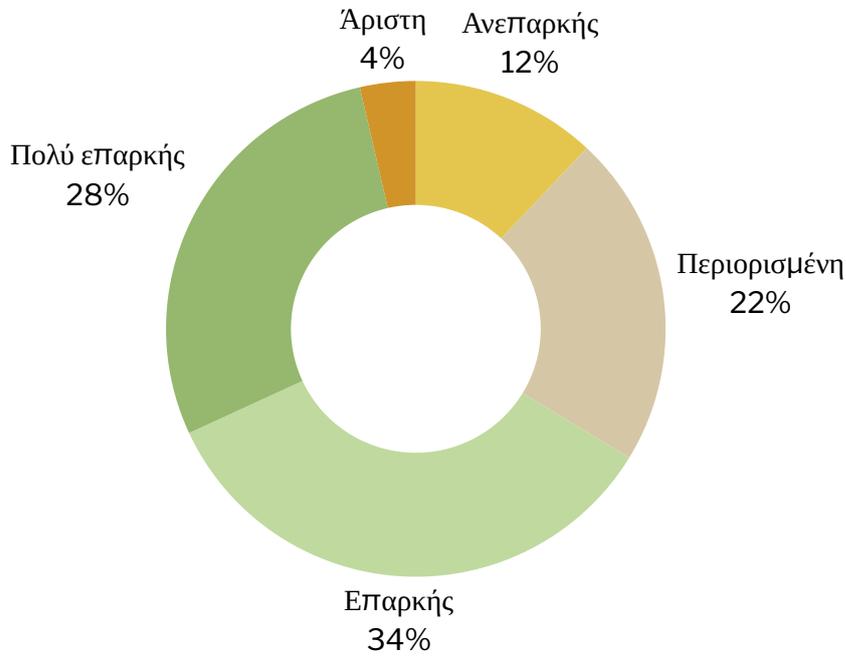
Ε.19: ΑΝ ΑΠΑΝΤΗΣΑΤΕ «ΟΧΙ», ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΔΕ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΤΕ ΣΕ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Ε-ΘΜΤ;



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 41% των συμμετεχόντων συμμετείχε σε κάποια δραστηριότητα ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού στην Κρήτη και **κυρίως σε πολιτιστικές δραστηριότητες**. Ο γαστρονομικός τουρισμός-οινοτουρισμός και ο αθλητικός τουρισμός αποτέλεσαν επίσης επιλογή για κάποιους από αυτούς. Λιγότερο δημοφιλείς δραστηριότητες είναι ο θρησκευτικός τουρισμός, ο γεωτουρισμός και ο οικοτουρισμός-αγροτουρισμός. Το **κόστος ανά άτομο** για συμμετοχή σε αυτές τις δραστηριότητες ποικίλλει ωστόσο για πολλούς κόστισε και πάνω από 121ευρώ.

Το υπόλοιπο 59% δεν συμμετείχε σε κάποια αντίστοιχη δραστηριότητα, κυρίως γιατί δεν είχε το αντίστοιχο ενδιαφέρον (28%). Ωστόσο πολλοί δεν συμμετείχαν χωρίς να υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος λόγος (28%). Άλλοι δεν είχαν τον απαιτούμενο χρόνο, δεν το προγραμμάτισαν εγκαίρως ή δεν ήξεραν ότι υπήρχε αυτή η επιλογή στο νησί.

Ε.20: ΥΠΗΡΧΕ ΕΠΑΡΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗ - ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Ε-ΘΜΤ;



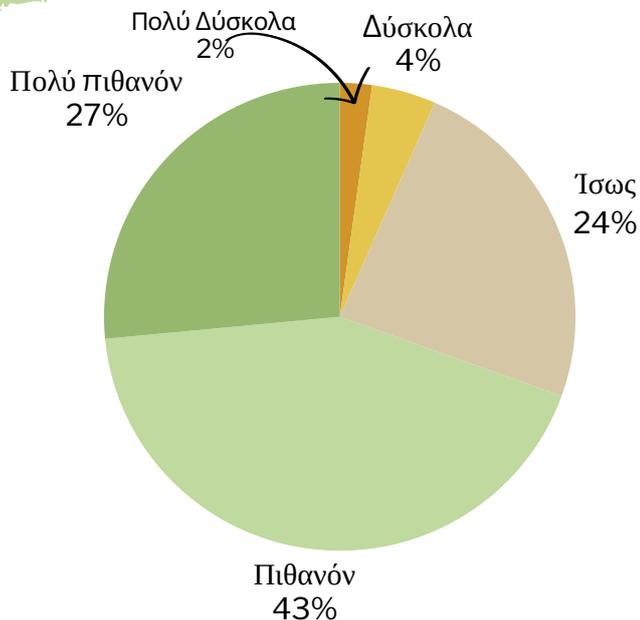
Το **62%** θεωρεί ότι υπάρχει επαρκής έως και πολύ επαρκής προβολή-διαφήμιση των προσφερόμενων δραστηριοτήτων ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού της Κρήτης.



Ε.21: ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ Ε-ΘΜΤ ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ;



Ε.22: ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΠΑΙΘΡΟΥ - ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ;

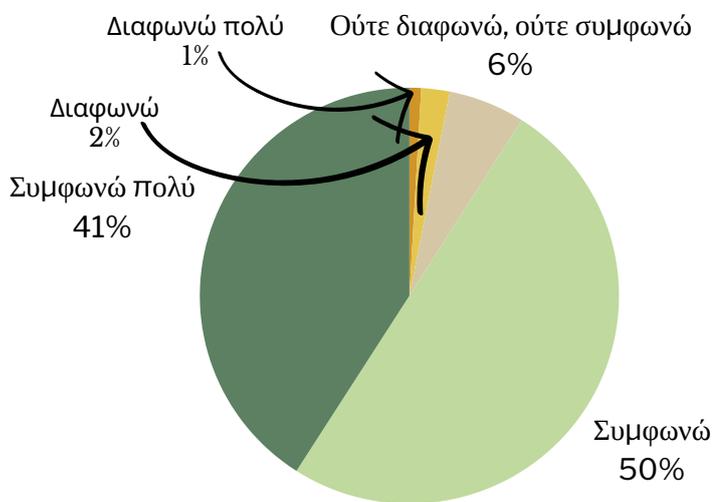


Οι δραστηριότητες ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού που θα επιθυμούσαν να συμμετέχουν σε μια επόμενη επίσκεψή τους στην Κρήτη είναι οι **γαστρονομικές-οινοτουριστικές**. Ελκυστικές θεωρούνται επίσης οι δραστηριότητες **πολιτιστικού τουρισμού και αθλητικού τουρισμού**.

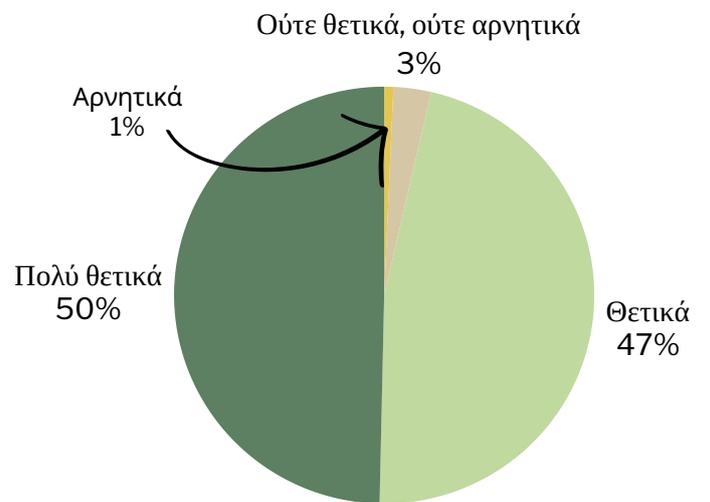
Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το 70% πιθανώς έως και πολύ πιθανώς να πρότεινε την Κρήτη ως προορισμό για τουρισμό υπαίθρου και ειδικών-θεματικών δραστηριοτήτων.

ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Ε.23: ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ Η ΚΡΗΤΗ ΣΑΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΣΑΣ;



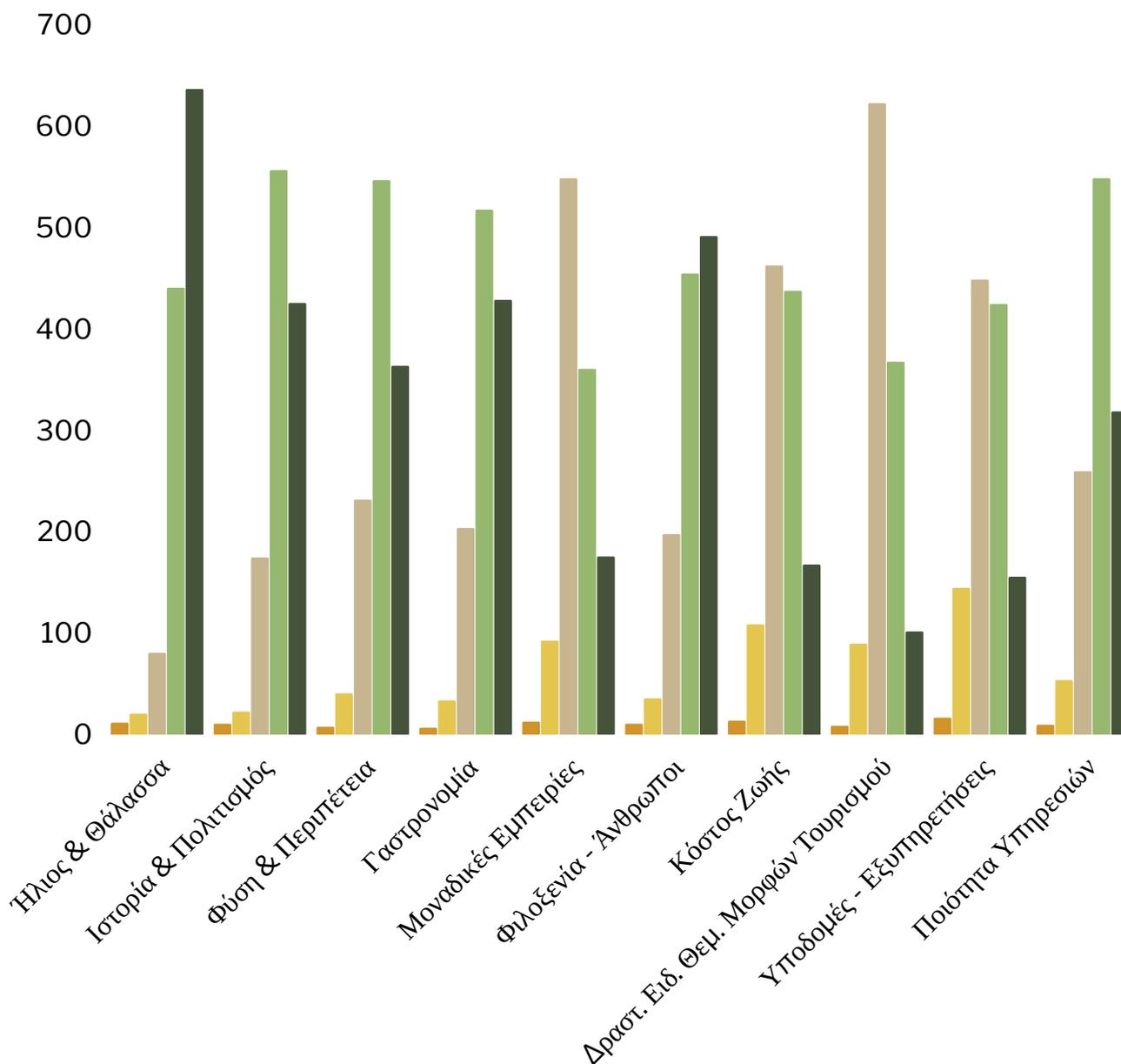
Ε.24: ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΕΙΤΕ ΓΕΝΙΚΑ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ;



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η Κρήτη ως προορισμός **ικανοποίησε το 91% των επισκεπτών**, ενώ το **97% την αξιολογεί από θετικά έως και πολύ θετικά**.



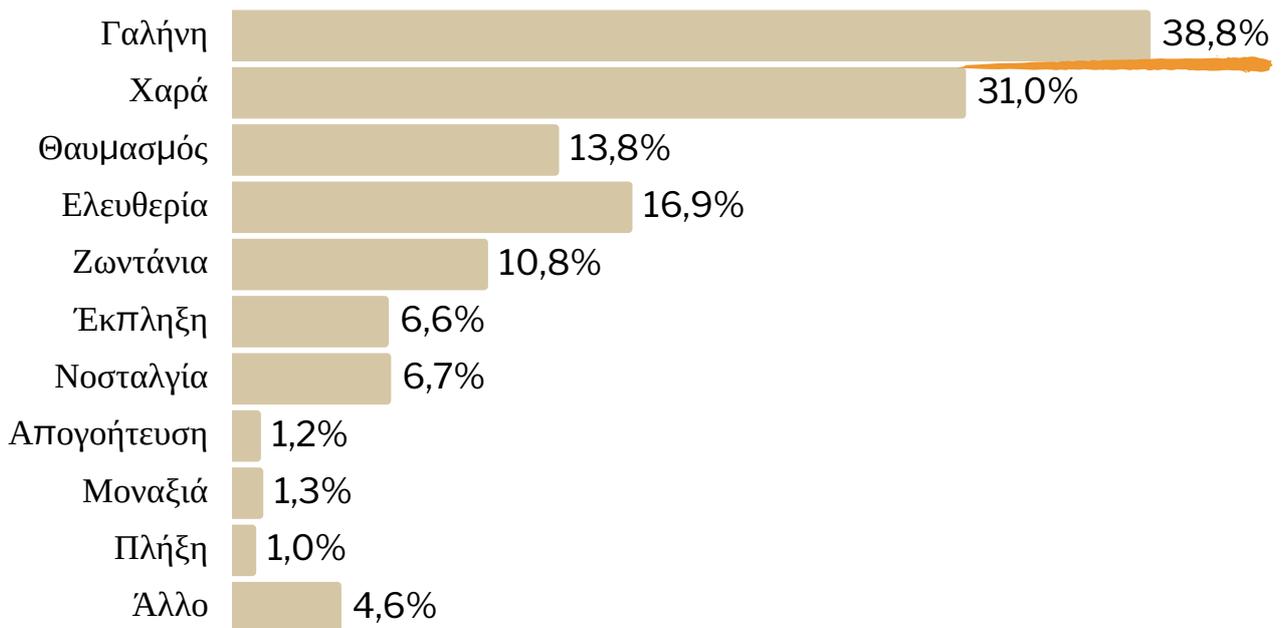
Ε.25: ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ ΠΟΥ ΑΠΟΚΤΗΣΑΤΕ, ΠΟΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΚΑΝΟΥΝ ΤΗΝ ΚΡΗΤΗ ΕΝΑΝ ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ;



Τα στοιχεία της Κρήτης που την καθιστούν έναν μοναδικό προορισμό, όπως προέκυψαν από την έρευνα είναι κυρίως ο **ήλιος και η θάλασσα**, οι **άνθρωποί της** (φιλοξενία) και η γαστρονομία της. Έπειτα, ακολουθούν η ιστορία και ο πολιτισμός της, η φύση-περιπέτεια, καθώς και η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει. **Τα στοιχεία που δεν συμβάλλουν καθοριστικά στην μοναδικότητα της Κρήτης είναι οι δραστηριότητες ειδικών-θεματικών μορφών τουρισμού**, οι τουριστικές της υποδομές-εξυπηρέτησεις, το κόστος ζωής και οι μοναδικές εμπειρίες που προσφέρει.



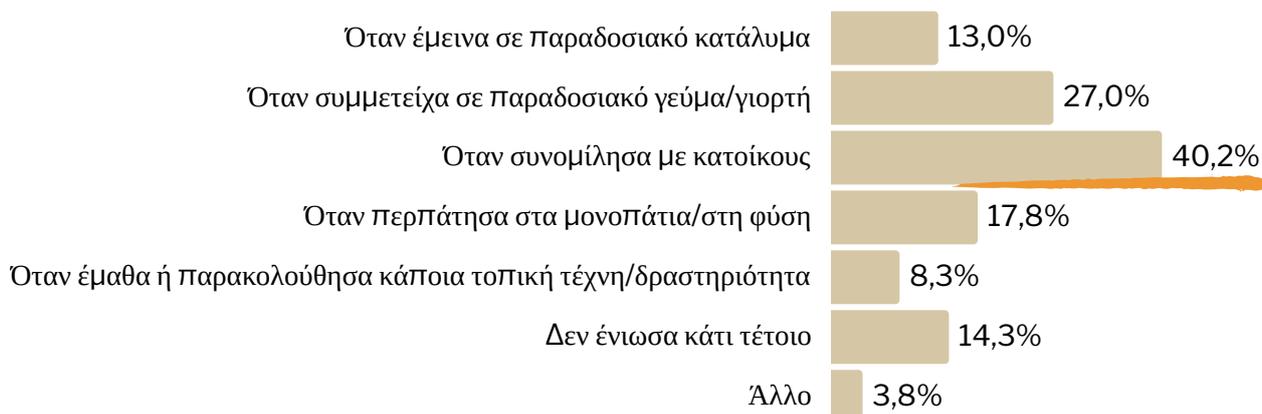
Ε.26: ΠΕΡΙΓΡΑΨΤΕ ΜΕ ΜΙΑ ΛΕΞΗ ΤΟ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ ΠΟΥ ΣΑΣ ΑΦΗΝΕΙ Η ΥΠΑΙΘΡΟΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ;



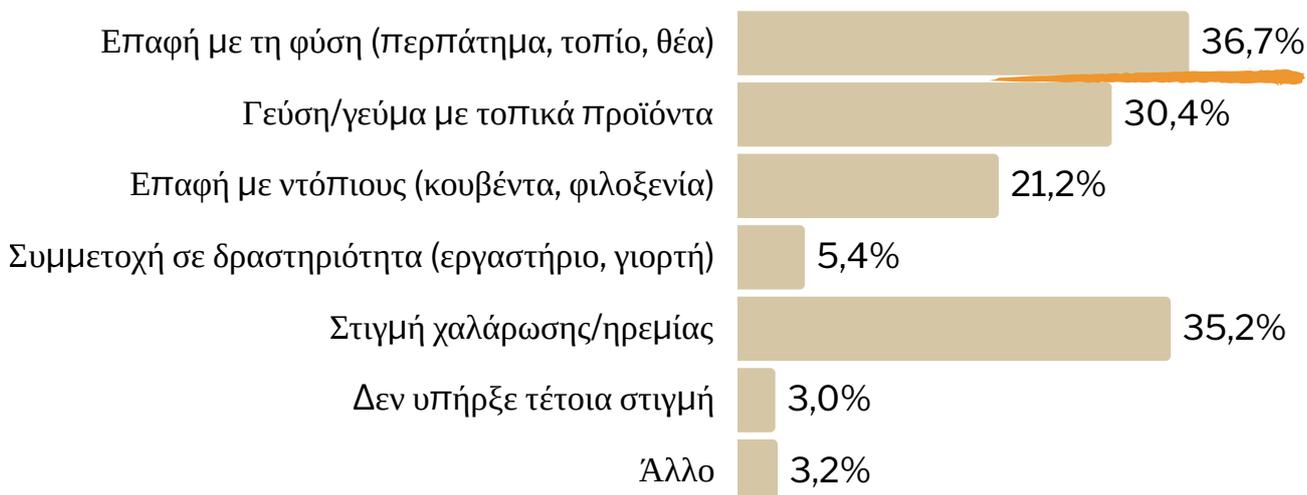
Ε.27: ΑΦΗΓΗΘΕΙΤΕ ΣΕ ΕΝΑΝ ΦΙΛΟ ΣΑΣ ΜΙΑ ΜΟΝΟ ΕΙΚΟΝΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΡΗΤΙΚΗ ΥΠΑΙΘΡΟ

Από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων της έρευνας διαπιστώθηκε ότι η κυρίαρχη εικόνα της Κρήτης που αποτυπώνεται στη μνήμη του επισκέπτη είναι το φυσικό της περιβάλλον, με τη **θάλασσα** να κατέχει την πρώτη θέση σε αναφορές. Τα **βουνά και τα τοπία με ελαιόδεντρα** αποτελούν επίσης βασικά χαρακτηριστικά στοιχεία της κρητικής υπαίθρου, ενώ σε σημαντική συχνότητα, εμφανίζονται αναφορές σε **παραδοσιακά χωριά, τοπικές ταβέρνες και φιλόξενους κατοίκους**. Τέλος, η παρουσία του **ήλιου** και των ηλιοβασιλεμάτων αποτελούν μία ακόμη ισχυρή εικόνα της Κρήτης για τους επισκέπτες της.

Ε.28: ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΑΣ, ΣΕ ΠΟΙΑ ΣΤΙΓΜΗ ΝΙΩΣΑΤΕ ΠΙΟ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ ΤΩΝ ΝΤΟΠΙΩΝ;



Ε.29: ΑΝ ΜΠΟΡΟΥΣΑΤΕ ΝΑ ΞΑΝΑΖΗΣΕΤΕ ΜΙΑ ΣΤΙΓΜΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΑΣ ΕΔΩ, ΠΟΙΑ ΘΑ ΗΤΑΝ;



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το κυρίαρχο συναίσθημα που δημιουργεί η Κρητική ύπαιθρος στον επισκέπτη είναι **γαλήνη** (39%) και **χαρά** (31%), ενώ το μέσο που τους έφερε πιο κοντά στον τρόπο ζωής των ντόπιων ήταν η επικοινωνία μαζί τους. Η επαφή με την φύση, οι στιγμές χαλάρωσης/ηρεμίας και η κρητική γαστρονομία είναι οι κυρίαρχες στιγμές που θα ήθελαν να ξαναζήσουν στην Κρήτη,



Δίκτυο Τουρισμού Υπαίθρου **epaithros+**
Γ. Παπανδρέου 5
71306, Ηράκλειο Κρήτης
Ελλάδα

T: (+30) 2810 361242
URL: www.epaithros.eu
M: info@epaithros.eu



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2021 – 2027
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ