

# Η δυναμική της τουριστικής οικονομίας στην Κρήτη

## Destination Management



Βασίλης Σπόκος,

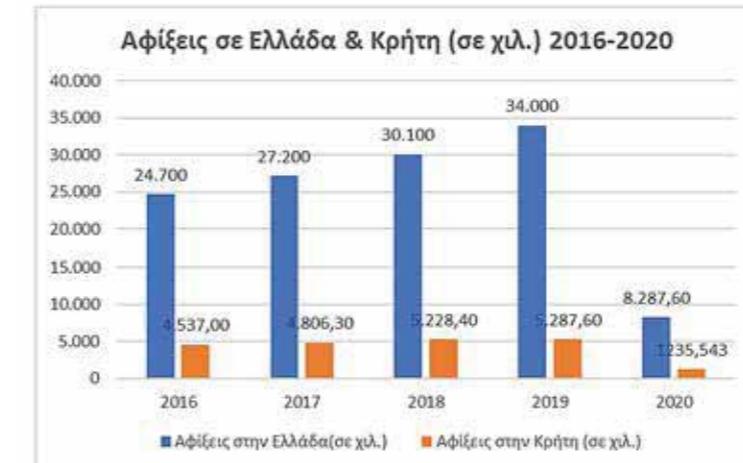
του Βασίλη Σπόκου

**H**η τουριστική δραστηριότητα είναι ένας κλάδος της οικονομίας που συμβάλλει σημαντικά στο Α.Ε.Π. της Ελληνικής οικονομίας και στην διαμόρφωση της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας. Την τουριστική δραστηριότητα στην Περιφέρεια Κρήτης μπορούμε να την χαρακτηρίσουμε ως έναν βασικό πυλώνα ανάπτυξης και μετασχηματισμού της τοπικής κοινωνίας καθώς συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην διαμόρφωση της τοπικής οικονομίας.

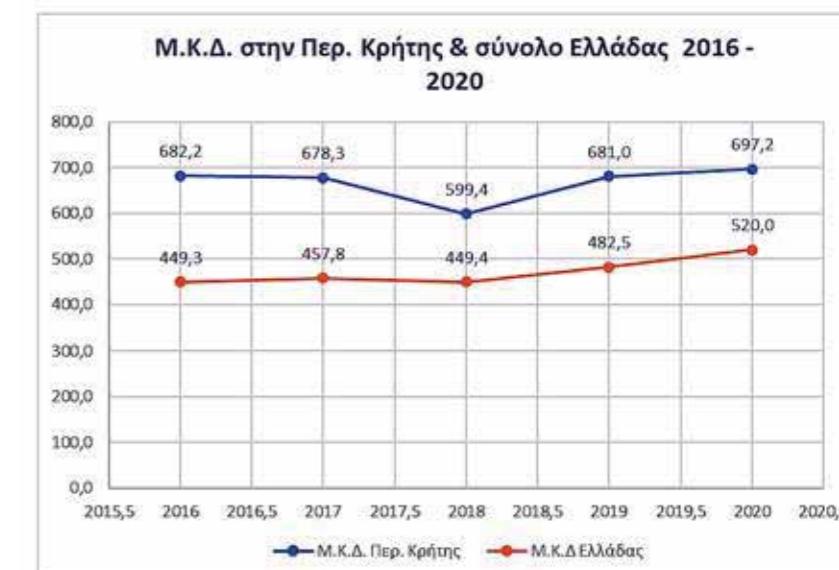
Η Περιφέρεια Κρήτης υποδέχεται όλο και αυξανόμενες ροές επισκεπτών κάτι που μας καταδεικνύει ότι είναι ένας τουριστικός προορισμός με υψηλή ζήτηση και στους υψηλού εισοδηματικού επιπέδου επισκέπτες σε σχέση με την υπόλοιπη Ελλάδα.

Από τα στατιστικά στοιχεία φαίνεται η συνεχής δυναμική τάση στη ζήτηση ως προορισμός ακόμα και το **2020** καθώς φιλοξενήσαμε 1.235,543 χιλ. επισκέπτες από τους 8.287,60 χιλ. που ταξίδεψαν συνολικά στη χώρα (**Πίνακας 1**).

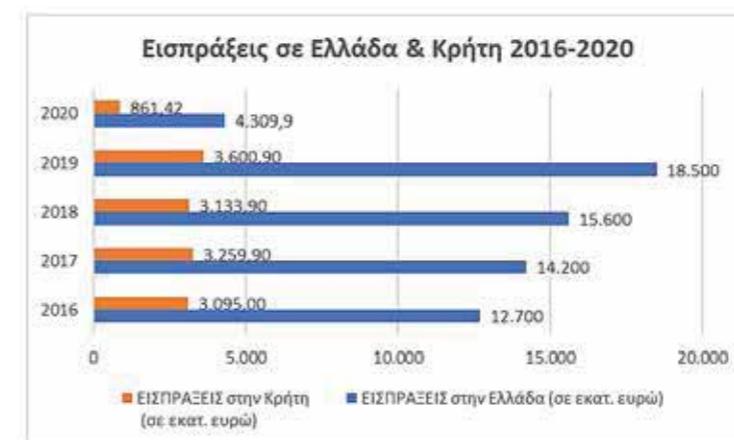
Η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη ανά επίσκεψη είναι η δεύτερη υψηλότερη στην Ελλάδα -1η είναι της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου- (**Πίνακας 2**) καθώς και ότι περίπου το 1/5 των τουριστικών εσόδων της χώρας προερχόταν από την Περιφέρεια Κρήτης (**Πίνακας 3**).



Πίνακας 1



Πίνακας 2



Πίνακας 3

Η μελέτη όλων των στοιχείων δείχνει την δυναμική τάση της Κρήτης και την κατατάσσει ως έναν κορυφαίο τουριστικό προορισμό στην Ελλάδα και την Μεσόγειο. Μια δυναμική που

μας δίνει την δυνατότητα να αναδείξουμε και να δημιουργήσουμε ένα ισχυρό Brand name στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Η Κρήτη διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηρι-

στικά και τις υποδομές για να δημιουργήσει ένα ισχυρό τουριστικό Brand Name στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

#### Destination management «Κρήτη»

Ξεκινώντας από το τουριστικό προϊόν – υπηρεσία όπου η Κρήτη διαθέτει ξενοδοχειακές υποδομές υψηλής ποιότητας με υπηρεσίες που καλύπτουν όλα τα είδη πελατών – επισκεπτών και προσφέρει μοναδικές εμπειρίες.

Θα πρέπει να εμπλουτίσουμε το παραδοσιακό μοντέλο του «ήλιος & θάλασσα» με την πλούσια ενδοχώρα του νησιού και την μοναδική στον κόσμο γαστρονομία μας μέσα από την σύνδεση των τοπικών παραγωγών με την τουριστική αγορά.

Να δοθεί έμφαση στην προβολή και ανάδειξη θεματικών εμπειριών (γαστρονομία, πολιτισμός, ιστορία, κτλ.) και στην πολυποίκιλη μορφολογία του νησιού που μπορεί να εξερευνήσει ο επισκέπτης, καθώς μπορεί να καλύψει όλες τις μορφές τουρισμού και έχει την δυνατότητα να είναι διαθέσιμο 365 μέρες το χρόνο, να συνδυάζει την αυθεντική παράδοση μας, την ιστορία, την φιλοξενία, το φυσικό περιβάλλον καταλήγοντας στους ανθρώπους του τόπου μας.

#### Η ποιότητα μας ως προορισμός είναι μοναδική.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας είναι αυτή που θα μας απασχολήσει πολύ στο μέλλον καθώς η προσθήκη νέων μεθόδων επικοινωνίας που οδηγούν σε ολόενα και πιο σημαντικές αλλαγές στην συμπεριφορά του καταναλωτή. Οι συνθήκες αυτές έχουν προκαλέσει ιδιαίτερες αλλαγές στην προσέγγιση Marketing, το Branding, την επικοινωνία και τις δημόσιες σχέσεις και στο που αυτά εστιάζουν, γεγονός που συναντάται ακόμη εντονότερα στον κλάδο του τουρισμού.

Η διαδικασία της αγοραστικής απόφασης αποτελείται από αρκετές μεταβλητές, που επηρεάζουν την τελική επιλογή του χρήστη – καταναλωτή για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τους τουριστικούς προορι-

σμούς διακοπών ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει έναν προορισμό με βάση την τοποθεσία, το Brand name του προορισμού που θέλει να επισκεφτεί, το κόστος (Value for Money), την ποιότητα του ξενοδοχείου, το πρόγραμμα επιβράβευσης και τις αξιολογήσεις των προηγούμενων πελατών – ταξιδιωτών είτε για την ξενοδοχειακή μονάδα είτε για τον προορισμό, τι δραστηριότητες μπορεί να κάνει, τα ιστορικά και πολιτιστικά μνημεία που υπάρχουν στην περιοχή.

Στο παραπάνω σύνολο μεταβλητών, μπορούν να προστεθούν και το περιβάλλον καθώς και ο σχεδιασμός των Ξενοδοχειακών υποδομών -Hotel design- που πλέον είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην λήψη αγοραστικής απόφασης για τουριστικές υπηρεσίες (π.χ. αν είναι Eco-friendly).

Ως βασικό στόχο της επικοινωνίας μας θεωρούμε την δημιουργία μιας ισχυρής εικόνας για την Κρήτη που να αντικατοπτρίζει την εικόνα του τουρισμού του μέλλοντος που θέλουμε. Έναν τουρισμό αυθεντικό, κλασικό, ανθρωποκεντρικό, που σέβεται την ιστορία και παράδοση του τόπου μας αλλά ταυτόχρονα σύγχρονο που διαθέτει πολιτιστικούς, ιστορικούς και φυσικούς πόρους και αποτελεί ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν όπου να τονίζει την Κρητική φιλοξενία, και να κάνει τον επισκέπτη μέτοχο της και πρεσβευτή της εκπέμποντας το μήνυμα ενός ταξιδιωτικού προορισμού που προσφέρει μια μοναδική ολιστική εμπειρία.

**Σημείωση:** Ο ορισμός του όρου Brand name σύμφωνα με τον Αμερικανικό Σύνδεσμο Μάρκετινγκ (American Marketing Association) ορίζεται ως εξής «είναι ένα μοναδικό σύμβολο, ένα σήμα, μια εικόνα, μια λέξη, ένας άνθρωπος, μια ιδέα ή ο συνδυασμός αυτών. Σκοπός του brand είναι να δημιουργήσει μια ξεχωριστή «εικόνα/ ταυτότητα» για το προϊόν ή την υπηρεσία την οποία εμπορεύεται μια επιχείρηση, ένας άνθρωπος ή ένας προορισμός. Αυτή η «εικόνα» οφείλει να διαφοροποιείται από τα ανταγωνισμό».



Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



Προτάσεις Διαδρομών

Πλατεία 18 Άγγλων, 1, Ηράκλειο  
[www.motorclub.gr](http://www.motorclub.gr)  
[info@motorclub.gr](mailto:info@motorclub.gr)  
Τηλ.: 2810 222 408