

ΜΕΡΟΣ Α — ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΠΟΛΙΤΕΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

2 Αυγούστου 2026

Δελτία Τύπου

Τουρισμός

Δεδομένα

3.062 κριτικές, έντεκα προτάσεις: η μελέτη μας για την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών στη Ζάκυνθο

ΔΕΔΟΜΕΝΑ · 2011–2026

Ποιότητα Υπηρεσιών: Τουρισμός & Εστίαση στη Ζάκυνθο

28,8

τουρίστες ανά κλίνη
(από 23,1 το 2016)

19→31%

παράπονα για σέρβις
στα ξενοδοχεία

3.062

κριτικές
αναλύθηκαν

Πολίτες Ζακύνθου

polites-zante.com/estiasi

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

↓ Λήψη σε PDF

Η Δημοτική Κίνηση «Πολίτες Ζακύνθου» παρουσιάζει σήμερα μια μελέτη για την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών στο νησί. Η μελέτη συνδυάζει επίσημα στατιστικά στοιχεία της περιόδου 2011–2026 με τη θεματική ανάλυση **3.062 αρνητικών κριτικών** από ξενοδοχεία και επιχειρήσεις εστίασης της Ζακύνθου.

Όλα τα δεδομένα, η μεθοδολογία και ο κώδικας είναι δημόσια διαθέσιμα στο **polites-zante.com/estiasi**.

Πώς φτιάχτηκε και πόσο κόστισε

Θεωρούμε ότι όποιος παρουσιάζει στοιχεία οφείλει να λέει και πώς τα έβγαλε. Χρησιμοποιήθηκαν:

- **Ανοιχτά δημόσια δεδομένα** — ΕΛΣΤΑΤ (κύκλος εργασιών ΚΑΔ 55/56, διανυκτερεύσεις, έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών), Fraport Greece (επιβατική κίνηση αεροδρομίου), Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (κλίνες ανά κατηγορία). Τα πρωτότυπα PDF είναι αρχειοθετημένα, ώστε κάθε αριθμός να επαληθεύεται. *Κόστος: 0€.*
- **SerpApi** — για τη συλλογή 3.062 δημόσιων κριτικών Google με την ημερομηνία τους. 243 κλήσεις, εντός του δωρεάν πακέτου των 250/μήνα. *Κόστος: 0€ (σε πληρωμένο πλάνο θα ήταν περίπου 3,35€).*
- **Google Places API** — για τον εντοπισμό των επιχειρήσεων του δείγματος. Εντός του δωρεάν ορίου. *Κόστος: 0€.*
- **Μοντέλα τεχνητής νοημοσύνης (LLM)** — για τη συγγραφή του κώδικα που κατεβάζει και διαβάζει τα PDF της ΕΛΣΤΑΤ, ταξινομεί τα παράπονα σε θέματα και παράγει τα γραφήματα. *Κόστος: μηνιαία συνδρομή, της τάξης των δεκάδων ευρώ.*
- **Cloudflare Pages, GitHub, GitHub Actions** — φιλοξενία της σελίδας και αυτόματη μηνιαία ενημέρωση των δεδομένων. *Κόστος: 0€ στα δωρεάν πακέτα.*

Συνολικό άμεσο κόστος: κάτω από 100 ευρώ, σχεδόν αποκλειστικά η συνδρομή στα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης. Για σύγκριση, μια ανάθεση αντίστοιχης μελέτης σε εξωτερικό σύμβουλο κινείται συνήθως σε πολλαπλάσια ποσά — και το αποτέλεσμα σπάνια συνοδεύεται από τα πρωτογενή δεδομένα και τον κώδικα.

Να είμαστε ειλικρινείς για το τι σημαίνει αυτό: **δεν πρόκειται για κάτι που βγαίνει ρωτώντας ένα chatbot**. Χρειάστηκε εντοπισμός των πηγών που δίνουν στοιχεία σε επίπεδο Περιφερειακής Ενότητας Ζακύνθου και όχι μόνο πανελλαδικά, κώδικας που διαβάζει δεκάδες PDF της ΕΛΣΤΑΤ με διαφορετική δομή το καθένα, μεθοδολογία που μετράει τη σύνθεση των παραπόνων αντί για τον αριθμό τους —ώστε η αύξηση των χρηστών του Google να μην περνάει για επιδείνωση της ποιότητας— και διασταύρωση κάθε αριθμού με το πρωτότυπο έγγραφο. Η τεχνητή νοημοσύνη ήταν το εργαλείο· η δουλειά ήταν να τεθούν τα σωστά ερωτήματα και να ελεγχθεί κάθε απάντηση.

Το δείχνουμε αναλυτικά για έναν λόγο: **αν μπορεί να γίνει με αυτούς τους πόρους από μια δημοτική κίνηση, μπορεί να γίνει και από τον Δήμο** — με μεγαλύτερο δείγμα και πρόσβαση σε στοιχεία που εμείς δεν έχουμε.

Τι δείχνουν τα στοιχεία

1. Η πίεση στην υποδομή αυξάνεται. Η επιβατική κίνηση του αεροδρομίου αυξήθηκε 61% από το 2016 στο 2025 (1.419.796 → 2.282.774 επιβάτες), ενώ οι ξενοδοχειακές κλίνες μόλις 29%. Οι τουρίστες ανά κλίνη ανέβηκαν από **23,1 σε 28,8**.

2. Η επιδείνωση εντοπίζεται στα ξενοδοχεία, όχι στην εστίαση. Στα ξενοδοχεία τα παράπονα για σέρβις πέρασαν από **19% (2017–2021) σε 31% (2022–2026)** και για καθαριότητα από 17% σε 22%. Στην εστίαση η σύνθεση των παραπόνων παραμένει ουσιαστικά σταθερή.

3. Τα παράπονα για τιμές δεν αυξάνονται. Παρότι η δαπάνη εστίασης ανά επισκέπτη ανέβηκε από 98,9€ (2021) σε 144,3€ (2025) σε τρέχουσες τιμές, τα παράπονα για τιμή παραμένουν στο 13% των αρνητικών κριτικών εστίασης και στις δύο περιόδους. Αυτό που καταγράφουν αρνητικά οι επισκέπτες είναι η *εξυπηρέτηση*.

4. Η αναβάθμιση των αστεριών δεν έφερε καλύτερη εμπειρία. Οι κλίνες 4–5 αστερών πέρασαν από 24% του συνόλου (2016) σε **51% (2025)** και οι μονάδες 1–2 αστερών υποδιπλασιάστηκαν — και στο ίδιο διάστημα τα παράπονα για σέρβις ανέβηκαν.

5. Η εποχικότητα παραμένει ακραία. Το 2025 το **91,2%** της επιβατικής κίνησης συγκεντρώθηκε σε πέντε μήνες. Από Νοέμβριο έως Μάρτιο κινήθηκε μόλις το 0,9% — 21.345 επιβάτες, όταν ο Αύγουστος μόνος του είχε 527.049.

Έντεκα προτάσεις προς την Τουριστική Επιτροπή

Με βάση τα παραπάνω καταθέτουμε **έντεκα συγκεκριμένες προτάσεις** προς την Τουριστική Επιτροπή του Δήμου Ζακύνθου. Η καθεμία ξεκινά από μετρημένο εύρημα, όχι από γενική εκτίμηση:

- **Εκπαίδευση προσωπικού εξυπηρέτησης** σε συνεργασία με Επιμελητήριο και ΔΥΠΑ, πριν την έναρξη της σεζόν.
- **Στοχευμένοι έλεγχοι καθαριότητας στα καταλύματα** — η διαφορά 22% έναντι 3% στην εστίαση δείχνει ακριβώς πού πρέπει να πάει ο έλεγχος.
- **Επιμήκυνση της σεζόν**, το μεγαλύτερο διαρθρωτικό πρόβλημα του νησιού.
- **Σήμα Ποιότητας** με αντικειμενικά κριτήρια: τοπικά προϊόντα με τιμολόγια, αναρτημένος τιμοκατάλογος, τιμή για ντόπιους, εξοφλημένα τέλη ΔΕΥΑΖ και δημοτικά τέλη, χειμερινή λειτουργία.
- **Διαχείριση συνωστισμού** στα σημεία αιχμής.
- **Καταγραφή της επίδρασης του all-inclusive** στις 918 επιχειρήσεις εστίασης του νησιού.
- **Στοχευμένη προβολή εκτός αιχμής** — όχι για τον Αύγουστο που είναι ήδη γεμάτος.
- **Καθαριότητα του δημόσιου χώρου**: αυξημένη αποκομιδή στην αιχμή, πλύσιμο κάδων, απόσμιση φρεατίων.
- **Αξιοποίηση MyStreet και MyCoast** με τριμηνιαία δημοσίευση καταγγελιών, ελέγχων και προστίμων.
- **Δημοτική συγκοινωνία προς τα θέρετρα**, με βάση την [έτοιμη μελέτη μας](#).
- **Ετήσια μέτρηση ικανοποίησης** με ανοιχτά δεδομένα.

Δύο σημεία που ξεχωρίζουν

Το πρώτο αφορά τον **αθέμιτο ανταγωνισμό**. Στο νησί λειτουργούν **918 επιχειρήσεις εστίασης***. Όποια καταλαμβάνει παράνομα πεζοδρόμιο ή αιγιαλό αποκτά πλεονέκτημα έναντι όσων πληρώνουν τέλη και τηρούν τα όρια της άδειάς τους. Το Δημόσιο διαθέτει ήδη τα εργαλεία — MyStreet και MyCoast — και οι

καταγγελίες καταλήγουν αυτόματα στο Μητρώο Αδειών Χρήσης Κοινόχρηστου Χώρου του Δήμου. Όπως έχουμε ήδη επισημάνει στο άρθρο [«MyStreet: η επιχείρηση σκούπα έγινε — και τώρα;»](#), το ζητούμενο δεν είναι νέα εργαλεία αλλά να χρησιμοποιηθούν αυτά που υπάρχουν.

Το δεύτερο αφορά τη **δημοτική συγκοινωνία**. Μια συχνή σύνδεση των θερέτρων με την πόλη εξυπηρετεί ταυτόχρονα τρεις στόχους που προκύπτουν από τα δεδομένα: αποσυμφορεί τα σημεία που έχουν γεμίσει, φέρνει κόσμο στις επιχειρήσεις της πόλης αντί να μένει όλη η κίνηση μέσα στο θέρετρο, και διευκολύνει την καθημερινότητα των κατοίκων.

Η μελέτη είναι ανοιχτή — και συνεχίζεται

Η μελέτη δεν σταματά εδώ. Ενημερώνεται με νέα στοιχεία κάθε μήνα και εμπλουτίζεται με βάση τις παρατηρήσεις των πολιτών. Όποιος θεωρεί ότι κάποια πλευρά του ζητήματος δεν έχει εξεταστεί, ας μας το πει: αν υπάρχουν δημόσια δεδομένα, θα το αναλύσουμε.

Οι κριτικές καταγράφουν την οπτική του επισκέπτη. Για το πώς βιώνει την κατάσταση όποιος ζει εδώ όλο τον χρόνο δεν υπάρχουν δημόσια στοιχεία, καθώς η ΕΛΣΤΑΤ δημοσιεύει τη δαπάνη των νοικοκυριών για εστιατόρια μόνο σε εθνικό επίπεδο. Γι' αυτό ετοιμάσαμε ένα **υπόδειγμα ανώνυμου ερωτηματολογίου για κατοίκους**: δώδεκα ερωτήσεις για τη συχνότητα, τη δαπάνη και τα εμπόδια στο φαγητό έξω. Το θέτουμε στη διάθεση του Δήμου ως έτοιμο εργαλείο, αν θελήσει να διεξαγάγει έρευνα σε αντιπροσωπευτικό δείγμα όλου του νησιού.

Όλη η μελέτη είναι διαθέσιμη και [στα αγγλικά](#), ώστε να μπορεί να αξιοποιηθεί και από τους τουριστικούς εταίρους του νησιού στο εξωτερικό.

* ΕΛΣΤΑΤ, «Εξέλιξη κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης», δελτίο 26 Μαΐου 2026, Πίνακας 3: Περιφερειακή Ενότητα Ζακύνθου, κλάδος 56 (Υπηρεσίες Εστίασης), έτος 2025 — πλήθος επιχειρήσεων 918, κύκλος εργασιών 164.736 χιλ. ευρώ. Το πρωτότυπο PDF είναι αρχειοθετημένο [εδώ](#)· όλα τα στοιχεία στο [/estiasi/](#).

Πολίτες Ζακύνθου — Δημοτική Κίνηση Διεκδίκησης Δήμου Ζακύνθου

ΜΕΡΟΣ Β — ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΜΑΤΑ



Ποιότητα Υπηρεσιών: Τουρισμός & Εστίαση

Πίεση ανά κλίνη, δαπάνη ανά επισκέπτη και 3.062 αρνητικές κριτικές ξενοδοχείων και εστίασης — Ζάκυνθος 2011–2026, με πρωτογενή δεδομένα.

2.282.774

ΕΠΙΒΑΤΕΣ 2025

39.625

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΚΛΙΝΕΣ

28,8

ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΑΝΑ ΚΛΙΝΗ

918

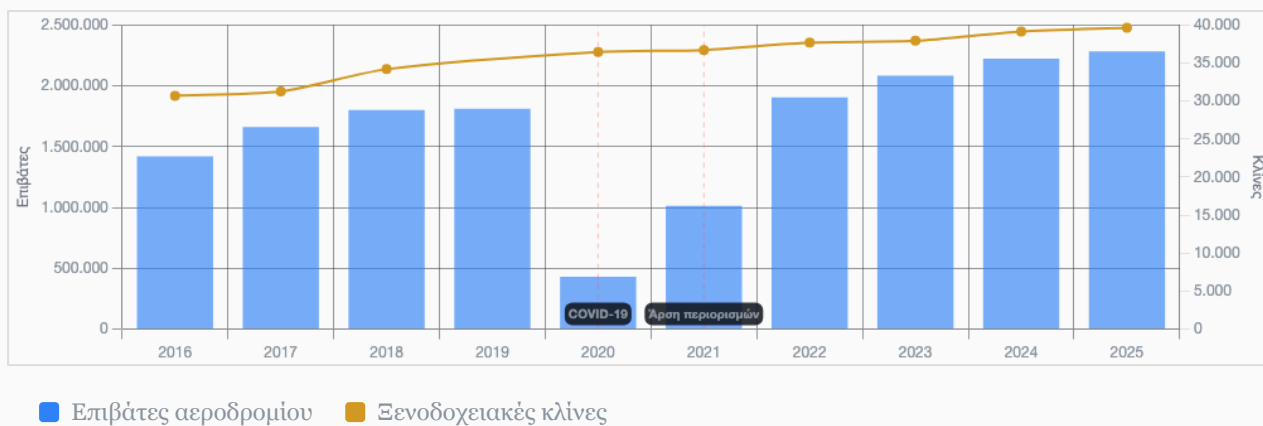
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Σύνοψη — τι δείχνουν τα δεδομένα

- 1. Η πίεση στην υποδομή αυξάνεται.** Η επιβατική κίνηση αυξήθηκε **+61%** από το 2016 στο 2025, ενώ οι ξενοδοχειακές κλίνες μόλις **+29%**. Οι τουρίστες ανά κλίνη ανέβηκαν από **23,1 σε 28,8**. Η ζήτηση έτρεξε ταχύτερα από την υποδομή.
- 2. Η επιδείνωση εντοπίζεται στα ξενοδοχεία, όχι στην εστίαση.** Στα ξενοδοχεία τα παράπονα για σέρβις πέρασαν από **19% (2017–2021) σε 31% (2022–2026)** και για καθαριότητα από 17% σε 22%. Στην εστίαση η σύνθεση των παραπόνων είναι ουσιαστικά **σταθερή** (σέρβις 34%→38%, φαγητό 40%→40%). Η κουζίνα μιας ταβέρνας απορροφά τον όγκο· η καθημερινή εξυπηρέτηση ενός ξενοδοχείου όχι.
- 3. Η δαπάνη ανεβαίνει, τα παράπονα για τιμές όχι.** Η δαπάνη εστίασης ανά επισκέπτη ανέβηκε από **98,9€ (2021) σε 144,3€ (2025)** σε τρέχουσες τιμές. Τα παράπονα για τιμή μένουν χαμηλά και σταθερά: **13% των αρνητικών κριτικών εστίασης** και στις δύο περιόδους, 4%→7% στα ξενοδοχεία. Αυτό που καταγράφουν αρνητικά οι επισκέπτες είναι η **εξυπηρέτηση**, όχι το κόστος.
- 4. Η αναβάθμιση των αστεριών δεν έφερε καλύτερη εμπειρία.** Οι κλίνες 4–5 αστερών πέρασαν από **24% του συνόλου (2016) σε 51% (2025)** και οι μονάδες 1–2 αστερών υποδιπλασιάστηκαν. Στο ίδιο διάστημα τα παράπονα για σέρβις **ανέβηκαν**. Η κατηγορία του ξενοδοχείου είναι χαρακτηριστικό της προσφοράς, όχι της εμπειρίας.
- 5. Το χάσμα ξενοδοχείων–εστίασης έκλεισε.** Ιστορικά τα ξενοδοχεία δέχονταν *λιγότερα* παράπονα για σέρβις από την εστίαση (λόγος 0,38–0,73 την περίοδο 2018–2021). Από το 2022 ο λόγος ανέβηκε σε **0,79–0,97**: τα ξενοδοχεία σχεδόν εξίσωσαν την εστίαση. Επειδή και οι δύο κλάδοι υπόκεινται στην ίδια αύξηση χρήσης του Google, ο λόγος τους είναι ανθεκτικός δείκτης.

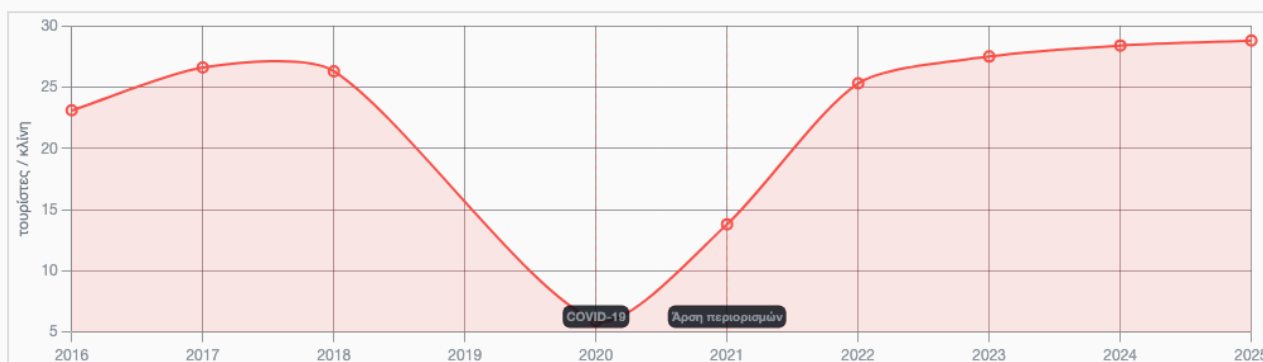
Επιβατική κίνηση και ξενοδοχειακές κλίνες

Επιβάτες αεροδρομίου (αφίξεις + αναχωρήσεις) και κλίνες ξενοδοχείων ΠΕ Ζακύνθου



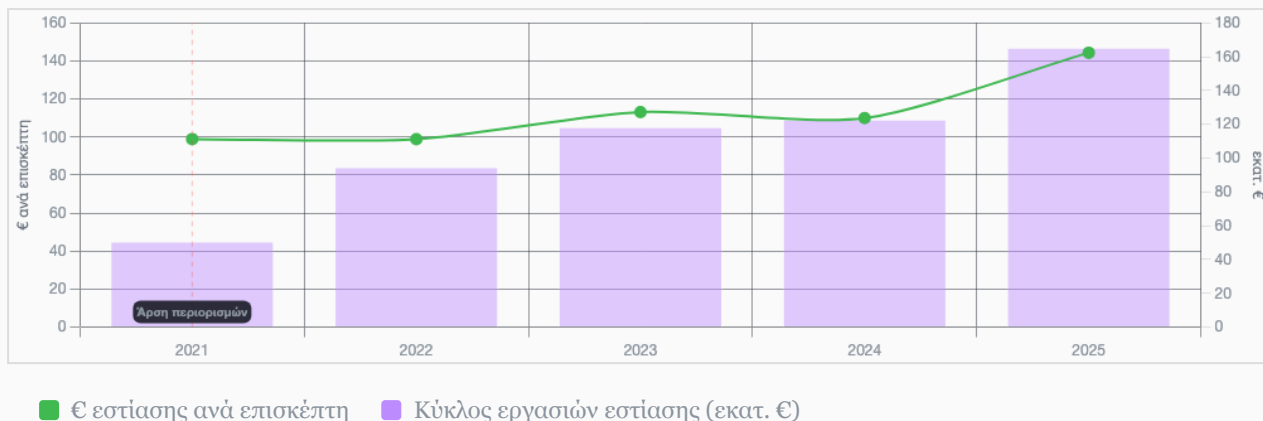
Τουρίστες ανά ξενοδοχειακή κλίνη

$\text{Επιβάτες} \div 2 \div \text{κλίνες}$ — πόσοι επισκέπτες «περνούν» από κάθε κλίνη σε έναν χρόνο



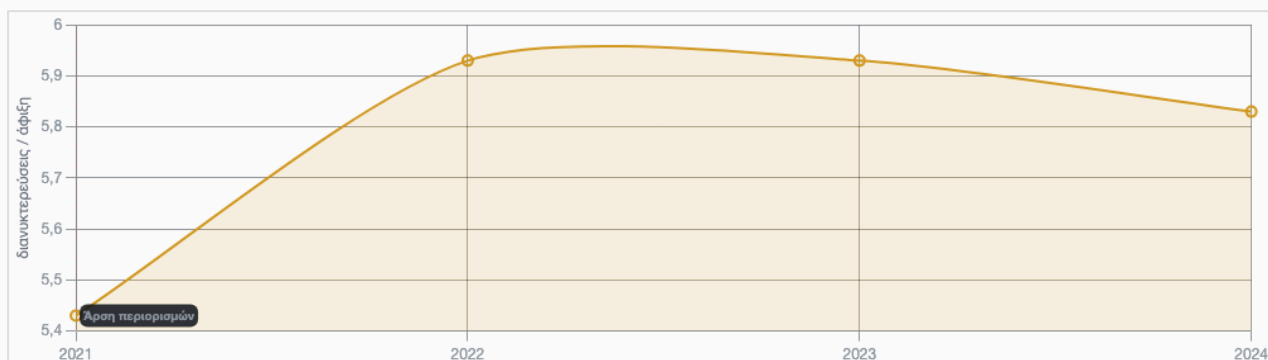
Δαπάνη εστίασης ανά επισκέπτη

Κύκλος εργασιών ΚΑΔ 56 (υπηρεσίες εστίασης) ÷ επισκέπτες — τρέχουσες τιμές, χωρίς αποπληθωρισμό. Η ΕΛΣΤΑΤ δημοσιεύει ανά Περιφερειακή Ενότητα από το 2021.



Μέση διάρκεια παραμονής — Περιφέρεια Ιονίων Νήσων

Διανυκτερεύσεις ÷ αφίξεις σε καταλύματα. **Αφορά όλα τα Ιόνια** — η ΕΛΣΤΑΤ δεν δημοσιεύει διανυκτερεύσεις ανά νησί. Το 2021 είναι έτος περιορισμών: η άνοδος ως το 2022 είναι επάνοδος στην κανονικότητα, όχι βελτίωση. Η ουσιαστική σύγκριση είναι 2022–2024.



Τι λένε οι ίδιοι οι επισκέπτες

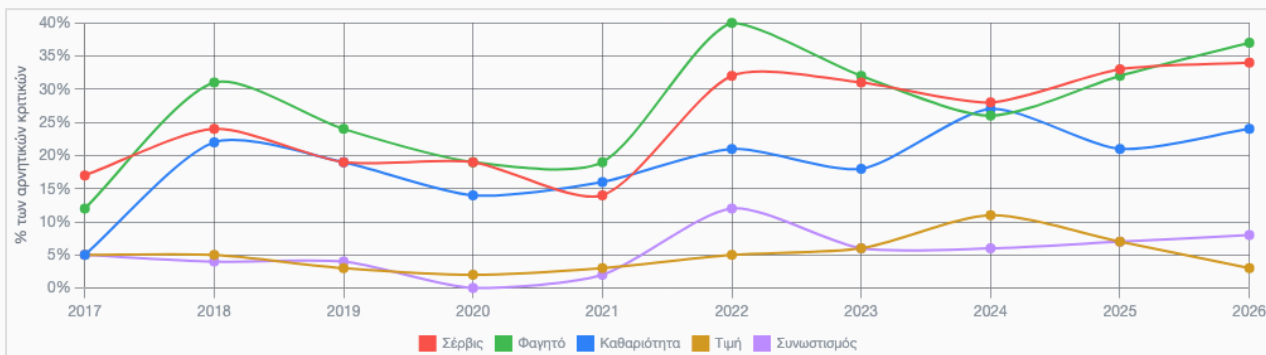
Συλλέχθηκαν **3.062** αρνητικές κριτικές Google (≤ 3 αστέρια) από **30** επιχειρήσεις της Ζακύνθου — ξενοδοχεία και εστίαση χωριστά — και ταξινομήθηκαν *κατά θέμα*: τιμή, σέρβις, φαγητό, καθαριότητα, συνωστισμός.

Πώς έγινε. Οι κριτικές αντλήθηκαν από το Google Maps μέσω του [SerpApi](#), με ταξινόμηση κατά χαμηλότερη βαθμολογία ώστε να καλυφθούν ομοιόμορφα όλα τα έτη — η χρονολογική σελιδοποίηση θα επέστρεφε σχεδόν αποκλειστικά πρόσφατες κριτικές. Καταναλώθηκαν **243 κλήσεις API** (~16 κριτικές ανά κλήση). Με το δωρεάν πακέτο των 250 κλήσεων/μήνα το κόστος ήταν **0€**· σε πληρωμένο πλάνο (75\$ / 5.000 κλήσεις) θα αντιστοιχούσε σε **3,65\$** — **περίπου 3,35€**. Ο **κώδικας είναι δημόσιος** και η μέτρηση επαναλήψιμη.

Το ερώτημα δεν είναι «πόσα παράπονα» — ο αριθμός τους ανεβαίνει κάθε χρόνο απλώς επειδή αυξάνονται οι τουρίστες και οι χρήστες Google. Το ερώτημα είναι **σε τι αλλάζει το περιεχόμενό τους**: αν οι επισκέπτες παραπονιούνται όλο και περισσότερο για σέρβις ή για τιμή, αυτό είναι ένδειξη ποιότητας, ανεξάρτητη του όγκου.

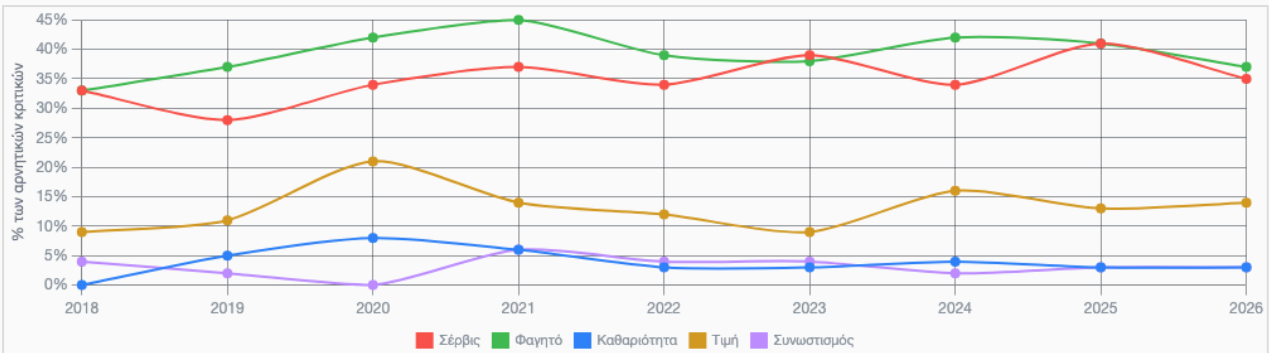
Ξενοδοχεία — σε τι αφορούν τα παράπονα

Μερίδιο των αρνητικών κριτικών κάθε έτους που θίγει κάθε θέμα. Μία κριτική μπορεί να θίγει πολλά.



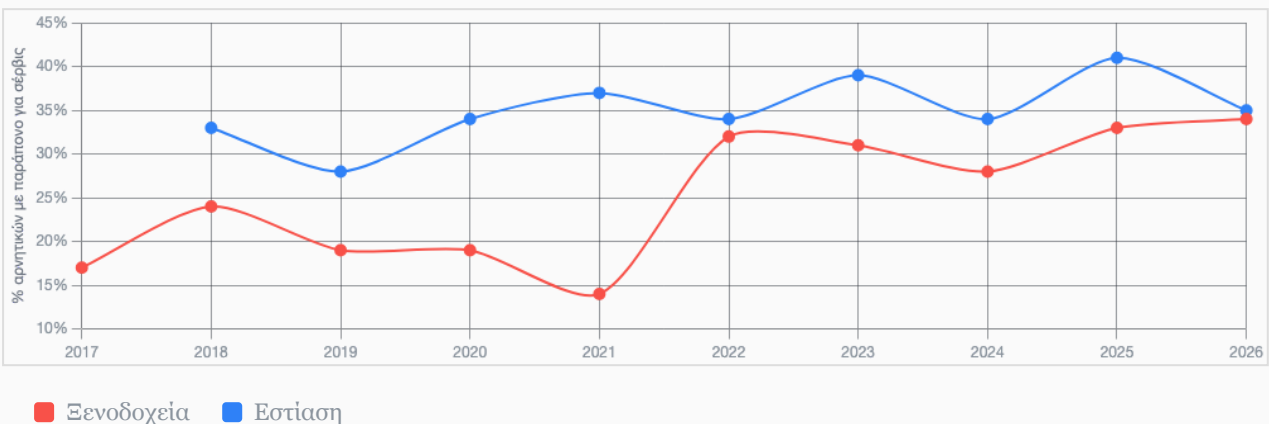
Εστίαση — σε τι αφορούν τα παράπονα

Ίδια μεθοδολογία, δείγμα εστιατορίων και ταβερνών.



Σύγκριση: παράπονα για σέρβις

Το μέγεθος όπου οι δύο κλάδοι αποκλίνουν περισσότερο.

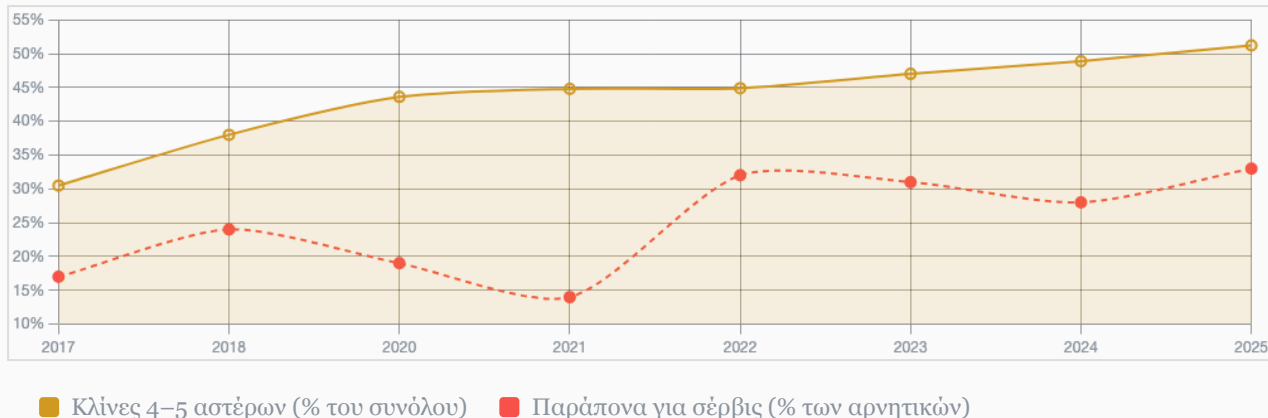


Μεθοδολογία

- Δείγμα: οι επιχειρήσεις της Ζακύνθου με τις περισσότερες κριτικές — εκεί όπου υπάρχει ιστορικό βάθος από το 2011.
- Τα ποσοστά δείχνουν τη σύνθεση των παραπόνων κάθε έτους: τι μερίδιο των αρνητικών κριτικών θίγει κάθε θέμα. Μία κριτική μπορεί να θίγει περισσότερα από ένα.
- Στα γραφήματα εμφανίζονται τα έτη με τουλάχιστον 20 κριτικές, ώστε τα ποσοστά να είναι σταθερά.
- Η ταξινόμηση γίνεται με λέξεις-κλειδιά σε αγγλικά και ελληνικά.

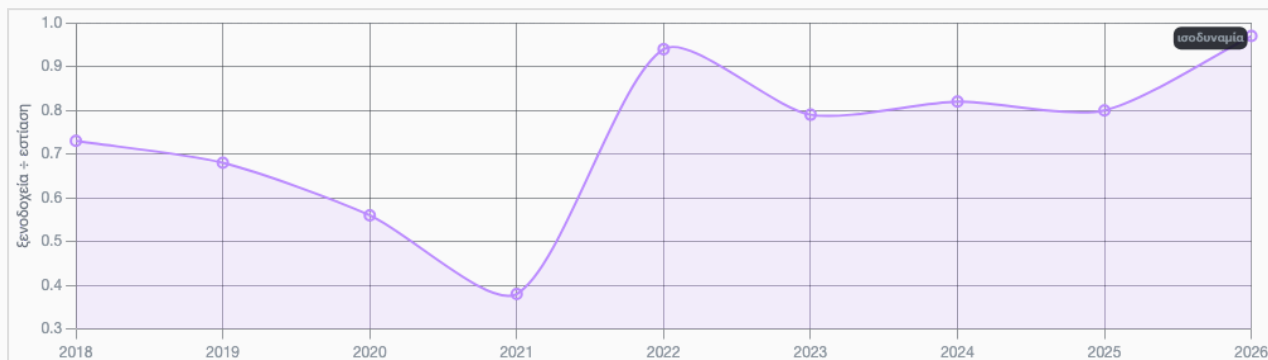
Το παράδοξο: αναβάθμιση αστεριών, χειρότερο σέρβις

Το μερίδιο των κλινών 4–5 αστερών ανέβηκε από 24% (2016) σε 51% (2025) — και μαζί ανέβηκαν τα παράπονα για σέρβις. Η κατηγορία του ξενοδοχείου δεν εγγυάται την εμπειρία.



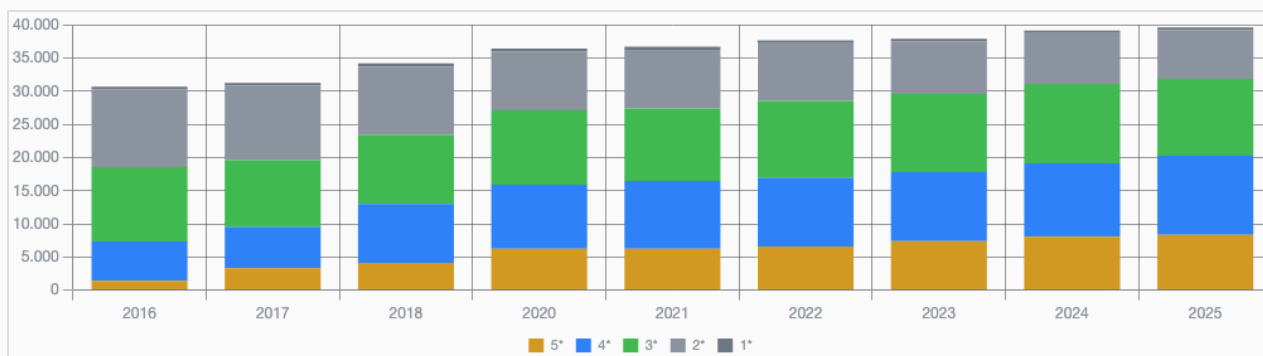
Πόσο χειρότερα είναι τα ξενοδοχεία από την εστίαση;

Λόγος παραπόνων για σέρβις: ξενοδοχεία ÷ εστίαση. Και οι δύο κλάδοι υπόκεινται στην ίδια αύξηση χρήσης του Google, οπότε ο λόγος τους την εξουδετερώνει. Τιμή 1,0 = εξίσου συχνά παράπονα.



Κλίνες ανά κατηγορία αστέρων

Η σύνθεση του ξενοδοχειακού δυναμικού — ένδειξη προσφοράς, όχι εμπειρίας



Το ευρύτερο πλαίσιο — πού αλλού πάει το χρήμα

Τα παραπάνω μετρούν τι συμβαίνει μέσα στην αγορά της Ζακύνθου. Τρεις ακόμη πηγές δείχνουν τι αλλάζει στη συμπεριφορά όσων την τροφοδοτούν. Καμία τους δεν αφορά αποκλειστικά τη Ζάκυνθο — δηλώνεται ρητά σε κάθε περίπτωση.

Το all-inclusive κερδίζει έδαφος στη βρετανική αγορά. Η Βρετανία είναι η κύρια αγορά του νησιού. Σύμφωνα με την έρευνα [ABTA Holiday Habits](#), **33% όσων έκλεισαν πακέτο το έκαναν ειδικά επειδή ήθελαν all-inclusive**, από 28% την προηγούμενη χρονιά, ενώ 62% των Βρετανών ταξιδιωτών επέλεξαν πακέτο (77% στις οικογένειες). Η ίδια έρευνα καταγράφει ότι **57% σκοπεύουν να περικόψουν το φαγητό έξω** λόγω κόστους ζωής. Το [ΙΝΣΕΤΕ](#) έχει τεκμηριώσει από το 2014 ότι στο μοντέλο all-inclusive **μεγάλο μέρος της δαπάνης παραμένει εντός του ξενοδοχείου**.

Τα σούπερ μάρκετ μεγαλώνουν, η εστίαση όχι. Πανελλαδικά ο κύκλος εργασιών του λιανικού εμπορίου τροφίμων (ΚΑΔ 4711 — σούπερ μάρκετ) αυξήθηκε **+5,5%** το Β' τρίμηνο και **+4,6%** το Γ' τρίμηνο 2025. Την ίδια περίοδο, στην εστίαση (ΚΑΔ 56) η ΕΛΣΤΑΤ κατέγραψε **-1,9% πανελλαδικά** το Α' τρίμηνο 2026 — και **-5,2% στη Ζάκυνθο**, χειρότερα από τον εθνικό μέσο όρο. *Προσοχή:* το Α' τρίμηνο είναι εκτός σεζόν και αντιστοιχεί μόλις στο 3,5% του ετήσιου τζίρου εστίασης του νησιού· σε ετήσια βάση ο τζίρος αυξάνεται.

Τα νοικοκυριά των Ιονίων ξοδεύουν κάτω από τον μέσο όρο. Στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2024 της ΕΛΣΤΑΤ, η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων βρίσκεται στο **92,0** με εθνικό μέσο όρο 100. Η δαπάνη για «εσπιατόρια, καφεενεία και ξενοδοχεία» αυξήθηκε **+6,5%** πανελλαδικά. Η ΕΛΣΤΑΤ δημοσιεύει την κατηγορία αυτή σε εθνικό επίπεδο. Για την εικόνα της Ζακύνθου έχουμε ετοιμάσει [υπόδειγμα ερωτηματολογίου](#) προς διάθεση. **Βοηθήστε να καλυφθεί αυτό το κενό — ανώνυμο ερωτηματολόγιο 2 λεπτών →**

Αναλυτικά στοιχεία

Κενό κελί = δεν έχει δημοσιευθεί από την πηγή για το έτος

ΕΤΟΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ	ΚΛΙΝΕΣ	ΤΟΥΡ./ΚΛΙΝΗ	ΕΣΤΙΑΣΗ (€)	€/ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ
2016	1.419.796	30.690	23,1	—	—
2017	1.659.646	31.235	26,6	—	—
2018	1.800.457	34.172	26,3	—	—
2019	1.810.427	—	—	—	—
2020	430.255	36.416	5,9	—	—
2021	1.012.913	36.696	13,8	50.083.033	98,9
2022	1.903.404	37.664	25,3	93.996.973	98,8
2023	2.081.931	37.905	27,5	117.750.877	113,1
2024	2.223.011	39.138	28,4	122.206.364	109,9
2025	2.282.774	39.625	28,8	164.736.000	144,3

Μεθοδολογία και επιφυλάξεις

- Τα στοιχεία επιβατικής κίνησης είναι προσωρινά και αναθεωρούνται.
- Η ΕΛΣΤΑΤ άλλαξε το 2026 το πλαίσιο προσδιορισμού επιχειρήσεων· το πλήθος επιχειρήσεων πριν και μετά δεν είναι απόλυτα συγκρίσιμο.
- Ο κύκλος εργασιών είναι σε τρέχουσες τιμές (δεν είναι αποπληθωρισμένος).
- Οι κλίνες αφορούν μόνο ξενοδοχεία ΞΕΕ — δεν περιλαμβάνουν βραχυχρόνιες μισθώσεις, που στα Ιόνια ξεπερνούν τις ξενοδοχειακές.
- Η μέση διάρκεια παραμονής αφορά ΟΛΗ την Περιφέρεια Ιονίων Νήσων· η ΕΛΣΤΑΤ δεν δημοσιεύει διανυκτερεύσεις ανά νησί. Είναι ένδειξη τάσης, όχι μέτρηση της Ζακύνθου.

Πηγές

- **Επιβατική κίνηση:** Fraport Greece — Αεροδρόμιο Ζακύνθου «Δ. Σολωμός», [Air Traffic Statistics](#) (μηνιαία δελτία, το δωδέκατο κάθε έτους είναι αθροιστικό).
- **Ξενοδοχειακό δυναμικό:** Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, [Δυναμικότητες](#) — «Ανά Περιφέρεια · Νομό · Νησί», επεξεργασία ΙΤΕΠ.
- **Κύκλος εργασιών:** ΕΛΣΤΑΤ, «Εξέλιξη κύκλου εργασιών επιχειρήσεων παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης», ετήσιοι πίνακες ανά Περιφερειακή Ενότητα (ΚΑΔ 55 και 56, NACE Αναθ. 2).
- **Λιανικό εμπόριο (σούπερ μάρκετ, ΚΑΔ 4711):** ΕΛΣΤΑΤ, «Εξέλιξη κύκλου εργασιών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου», τριμηνιαία. Δημοσιεύεται ανά Περιφέρεια — *όχι* ανά νησί.
- **Δαπάνη νοικοκυριών:** ΕΛΣΤΑΤ, [Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 2024](#) (δείγμα 6.198 νοικοκυριών πανελλαδικά).
- **Βρετανική αγορά:** [ABTA Holiday Habits](#) και ΙΝΣΕΤΕ, «Τα ξενοδοχεία All Inclusive στον ελληνικό τουρισμό» (2014). Αφορούν τη βρετανική αγορά και την Ελλάδα συνολικά, *όχι* τη Ζάκυνθο.
- **Κριτικές:** δημόσιες αξιολογήσεις Google Maps, συλλογή μέσω [SerpApi](#). Δείγμα επιχειρήσεων της Ζακύνθου με τις περισσότερες κριτικές. Αποθηκεύονται μόνο συγκεντρωτικά στοιχεία ανά έτος και τα ονόματα των επιχειρήσεων — **όχι το κείμενο ή οι συντάκτες των κριτικών**, σύμφωνα με τους όρους χρήσης του Google Maps Platform. Αναλυτικά: [ξενοδοχεία · εστίαση](#).

Όλα τα πρωτότυπα PDF είναι αρχειοθετημένα στο [estiasi/sources/](#) ώστε κάθε αριθμός να είναι επαληθεύσιμος.

Δεδομένα: [data.json](#).

ΜΕΡΟΣ Γ — ΟΙ ΕΝΤΕΚΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ



Προτάσεις προς την Τουριστική Επιτροπή

Έντεκα προτάσεις για τον Δήμο Ζακύνθου, η καθεμία τεκμηριωμένη από συγκεκριμένο εύρημα των δεδομένων.

Η λογική. Κάθε πρόταση ξεκινά από μετρημένο εύρημα, όχι από γενική εκτίμηση. Τα στοιχεία προέρχονται από **τη μελέτη μας**: 3.062 αρνητικές κριτικές Google (2011–2026) και επίσημα στατιστικά Fraport, Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου και ΕΛΣΤΑΤ.

Ιεράρχηση. Στα παράπονα των επισκεπτών 2022–2026, η σειρά είναι σαφής: **φαγητό** (32% ξενοδοχεία / 40% εστίαση), **σέρβις** (31% / 38%), **καθαριότητα** (22% / 3%). Οι τιμές βρίσκονται χαμηλά (7% / 13%) και δεν αυξάνονται. Οι προτάσεις ακολουθούν αυτή την ιεράρχηση, όχι τη διαίσθηση.

01 Πρόγραμμα εκπαίδευσης προσωπικού εξυπηρέτησης

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Στα ξενοδοχεία τα παράπονα για σέρβις **ανέβηκαν από 19% (2017–2021) σε 31% (2022–2026)**. Το χάσμα με την εστίαση, που ιστορικά είχε περισσότερα παράπονα, σχεδόν έκλεισε (λόγος 0,38 → 0,97).

Η επιδείνωση συμπίπτει με την περίοδο που οι τουρίστες ανά κλίνη αυξήθηκαν 25%. Δεν πρόκειται για έλλειψη υποδομών αλλά για πίεση στο ανθρώπινο δυναμικό — περισσότεροι πελάτες ανά εργαζόμενο, εποχικές προσλήψεις χωρίς εκπαίδευση, υψηλή εναλλαγή.

Ο Δήμος μπορεί να συνδιοργανώσει με το Επιμελητήριο και τη ΔΥΠΙΑ βραχυχρόνια σεμινάρια πριν την έναρξη της σεζόν, με έμφαση στην πρώτη γραμμή εξυπηρέτησης. Κόστος περιορισμένο, καθώς υπάρχουν χρηματοδοτούμενα προγράμματα κατάρτισης.

χαμηλό κόστος

εντός αρμοδιότητας Δήμου

02 Στοχευμένοι έλεγχοι καθαριότητας στα καταλύματα

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Παράπονα για καθαριότητα στα ξενοδοχεία: **17% (2017–2021) → 22% (2022–2026)**, με κορύφωση 27% το 2024. Στην εστίαση το ίδιο θέμα παραμένει στο 3% — άρα πρόκειται για ζήτημα καταλυμάτων, όχι γενικευμένο πρόβλημα του νησιού.

Η διαφορά 22% έναντι 3% είναι το πιο στοχευμένο εύρημα της μελέτης: δείχνει ακριβώς πού πρέπει να πάει ο έλεγχος. Προτείνεται συνεργασία με τη Διεύθυνση Δημόσιας Υγείας της Περιφέρειας για εντατικοποίηση ελέγχων στα καταλύματα κατά την αιχμή, όταν η πίεση είναι μεγαλύτερη.

χαμηλό κόστος

απαιτεί συνεργασία με Περιφέρεια

03 Επιμήκυνση της σεζόν — το μεγαλύτερο διαρθρωτικό πρόβλημα

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Το 2025 το **91,2% της επιβατικής κίνησης** συγκεντρώθηκε σε πέντε μήνες (Μάιος–Σεπτέμβριος). Νοέμβριος–Μάρτιος: **0,9%** — 21.345 επιβάτες σε πέντε μήνες, όταν ο Αύγουστος μόνος του είχε 527.049.

Αυτή η κατανομή εξηγεί ταυτόχρονα δύο ευρήματα: γιατί η ποιότητα πέφτει στην αιχμή (όλη η ζήτηση σε 5 μήνες) και γιατί οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται να κρατήσουν έμπειρο προσωπικό (επτά μήνες χωρίς εργασία). Η εκπαίδευση της πρότασης 01 έχει περιορισμένο αποτέλεσμα αν το προσωπικό αλλάζει κάθε χρόνο.

Είναι η δυσκολότερη πρόταση και δεν λύνεται σε έναν χρόνο ούτε μόνο από τον Δήμο — απαιτεί αεροπορική συνδεσιμότητα εκτός σεζόν, που εξαρτάται από τη Fraport και τις αεροπορικές. Ο Δήμος μπορεί να λειτουργήσει ως διεκδικητής και συντονιστής, με στοχευμένη προβολή σε αγορές χειμερινού και συνεδριακού τουρισμού.

υψηλή δυσκολία

πολυετής ορίζοντας

04 Πιστοποίηση «Αυθεντική Ζακυνθινή Κουζίνα»

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Σε πιλοτικό έλεγχο 108 αρνητικών κριτικών, **12% ανέφεραν ζητήματα αυθεντικότητας** («tourist trap», «not authentic», «touristy», «frozen») — συγκρίσιμο με τα παράπονα για τιμή (10%).

Χαρακτηριστικό σχόλιο: «*This place is a tourist trap. Owner lies and food is no good*».

Το φαγητό είναι το **πρώτο** θέμα παραπόνων και στους δύο κλάδους (32% και 40%). Προτείνεται προαιρετικό σήμα «Σήμα Ποιότητας Δήμου Ζακύνθου» με **αντικειμενικά και επαληθεύσιμα κριτήρια** — όχι υποκειμενική κρίση επιτροπής:

- **Τοπικά προϊόντα:** ελάχιστο ποσοστό πρώτων υλών από Ζάκυνθο ή Ιόνιο, με τιμολόγια προμηθευτών.
- **Διαφάνεια τιμών:** αναρτημένος τιμοκατάλογος στην είσοδο και σε δύο γλώσσες, με σταθερές τιμές σε βασικά είδη.
- **Τιμή για ντόπιους:** έκπτωση ή χειμερινό μενού για κατοίκους — απαντά άμεσα στο ότι οι κάτοικοι περιορίζουν το φαγητό έξω.
- **Συνέπεια προς τον Δήμο:** εξοφλημένα τέλη ΔΕΥΑΖ και δημοτικά τέλη, χωρίς ληξιπρόθεσμες οφειλές και χωρίς παραβάσεις κατάληψης κοινόχρηστου χώρου.
- **Χειμερινή λειτουργία:** άνοιγμα εκτός σεζόν — συνδέεται άμεσα με την πρόταση 03.

Τα κριτήρια αυτά είναι *ελέγξιμα από αρχεία που ήδη τηρεί ο Δήμος*, οπότε το κόστος ελέγχου παραμένει χαμηλό. Η συνέπεια προς τη ΔΕΥΑΖ και τα δημοτικά τέλη δίνει επιπλέον κίνητρο συμμόρφωσης, ενώ το σήμα αποκτά νόημα μόνο αν αφαιρείται όταν παύουν να πληρούνται.

μεσαίο κόστος

εντός αρμοδιότητας Δήμου

05 Διαχείριση συνωστισμού στα σημεία αιχμής

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Οι τουρίστες ανά ξενοδοχειακή κλίνη αυξήθηκαν από **23,1 (2016) σε 28,8 (2025)**, καθώς η επιβατική κίνηση αυξήθηκε 61% ενώ οι κλίνες μόλις 29%. Τα παράπονα για συνωστισμό στα ξενοδοχεία ανέβηκαν από μηδενική βάση σε 7–12%.

Η ζήτηση τρέχει ταχύτερα από την υποδομή. Χωρίς διαχείριση ροών σε Ναυάγιο, Μπλε Σπηλιές, Κερί και Λαγανά, η εμπειρία υποβαθμίζεται ανεξάρτητα από την ποιότητα των επιχειρήσεων. Προτείνεται σύστημα χρονοθυρίδων και ανώτατου ορίου επισκεπτών στα πιο πιεσμένα σημεία, με δεδομένα από τους φορείς μεταφοράς.

μεσαίο κόστος

απαιτεί συνεργασία με φορείς

06 Καταγραφή της επίδρασης του all-inclusive

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Στη βρετανική αγορά — την κύρια του νησιού — **33% όσων έκλεισαν πακέτο το έκαναν ειδικά για all-inclusive**, από 28% τον προηγούμενο χρόνο (ABTA). Το INΣΕΤΕ έχει τεκμηριώσει ότι στο μοντέλο αυτό μεγάλο μέρος της δαπάνης παραμένει εντός του ξενοδοχείου.

Δεν υπάρχουν στοιχεία για το πόσα καταλύματα της Ζακύνθου λειτουργούν με all-inclusive ούτε πώς αυτό επηρεάζει τις 918 επιχειρήσεις εστίασης του νησιού. Ο Δήμος μπορεί να καταγράψει το ποσοστό σε συνεργασία με την Ένωση Ξενοδόχων — απαραίτητο βήμα πριν σχεδιαστεί οποιαδήποτε πολιτική.

Η καταγραφή έχει αξία ακόμη κι αν δεν ακολουθήσει μέτρο: σήμερα η συζήτηση γίνεται χωρίς κανένα νούμερο.

χαμηλό κόστος

προϋπόθεση για επόμενα βήματα

07 Στοχευμένη προβολή: στα κενά, όχι στην αιχμή

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Ο Αύγουστος έχει **527.049 επιβάτες**, ο Φεβρουάριος **1.188**. Η προβολή για τους μήνες αιχμής δεν έχει νόημα: το νησί είναι ήδη γεμάτο και η ποιότητα υποχωρεί ακριβώς τότε. Κάθε ευρώ προβολής αποδίδει στους μήνες που υπάρχει διαθέσιμη χωρητικότητα.

Η βρετανική αγορά παραμένει η κύρια, οπότε η προβολή εκεί έχει νόημα — αλλά με **χρονική στόχευση**: καμπάνιες για Απρίλιο–Μάιο και Οκτώβριο, όχι για Ιούλιο–Αύγουστο. Προτεινόμενα κανάλια: συνεργασίες με tour operators και ταξιδιωτικά γραφεία με κίνητρα για πακέτα εκτός αιχμής, παρουσία σε εκθέσεις τουρισμού, και στοχευμένη διαφήμιση σε βρετανικές πόλεις με απευθείας πτήσεις.

Δεύτερος άξονας: **διαφοροποίηση του κοινού**. Οι αγορές που ταξιδεύουν εκτός σεζόν — περιπατητικός, γαστρονομικός, συνεδριακός τουρισμός, τρίτη ηλικία— δεν είναι ίδιες με το καλοκαιρινό κοινό παραλίας και απαιτούν διαφορετικό μήνυμα.

Η προβολή πρέπει να ακολουθεί τις προτάσεις 01–04, όχι να προηγείται: διαφήμιση που φέρνει κόσμο σε υπηρεσία με αυξανόμενα παράπονα σέρβις παράγει αρνητικές κριτικές, δηλαδή αντίθετο αποτέλεσμα.

μεσαίο κόστος

εντός αρμοδιότητας Δήμου

ο8 Καθαριότητα του δημόσιου χώρου — όχι μόνο των επιχειρήσεων

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Η καθαριότητα είναι το **τρίτο θέμα παραπόνων στα καταλύματα (22%)**, με κορύφωση 27% το 2024. Οι κριτικές αφορούν όμως και τον χώρο έξω από τις επιχειρήσεις: οσμές, κάδοι, δρόμοι.

Ένα καθαρό ξενοδοχείο σε βρώμικο δρόμο θα εισπράξει και πάλι αρνητική κριτική. Η αποκομιδή σε μια πόλη που τους καλοκαιρινούς μήνες εξυπηρετεί **πολλαπλάσιο πληθυσμό** — 527.049 επιβάτες μόνο τον Αύγουστο — δεν μπορεί να λειτουργεί με χειμερινή συχνότητα.

Προτείνονται συγκεκριμένα: αυξημένη συχνότητα αποκομιδής και πλύσιμο κάδων κατά την αιχμή, βυθιζόμενοι κάδοι στα σημεία μεγάλης επισκεψιμότητας, τακτικός καθαρισμός και απόσμηση φρεατίων, και αποκατάσταση των σημείων όπου εντοπίζονται διαρροές λυμάτων. Ο Δήμος έχει πλήρη αρμοδιότητα σε όλα τα παραπάνω.

Είναι επίσης η παρέμβαση με την **αμεσότερη ορατότητα**: επηρεάζει ταυτόχρονα την εμπειρία του επισκέπτη και την καθημερινότητα του κατοίκου, και το αποτέλεσμα φαίνεται μέσα στην ίδια σεζόν.

Το ζήτημα δεν είναι μόνο αισθητικό. Στον **φάκελο για τα ποντίκια και τη λεπτοσπειρωση** καταγράψαμε πώς η ελλιπής καθαριότητα και η καθυστερημένη μυοκτονία εξελίχθηκαν σε ζήτημα δημόσιας υγείας. Δείτε επίσης **«Ο κακός χαμός στους δρόμους και τις πλατείες»**.

[μεσαίο κόστος](#)[πλήρης αρμοδιότητα Δήμου](#)

09 Αθέμιτος ανταγωνισμός: αξιοποίηση MyStreet και MyCoast

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Στο νησί λειτουργούν **918 επιχειρήσεις εστίασης**. Όποια καταλαμβάνει παράνομα πεζοδρόμιο ή αιγιαλό αποκτά πλεονέκτημα έναντι όσων πληρώνουν τέλη και τηρούν τα όρια της άδειάς τους.

Το Δημόσιο διαθέτει ήδη δύο εργαλεία που δεν αξιοποιούνται συστηματικά:

- **MyStreet** — καταγγελίες για αυθαίρετη κατάληψη κοινόχρηστων χώρων με τραπεζοκαθίσματα. Οι καταγγελίες, επώνυμες μέσω gov.gr ή ανώνυμες, καταλήγουν *αυτόματα* στο Μητρώο Αδειών Χρήσης Κοινόχρηστου Χώρου του οικείου Δήμου.
- **MyCoast** — καταγγελίες για παράνομη κατάληψη αιγιαλού και εμπόδια στην ελεύθερη πρόσβαση στις παραλίες.

Ο Δήμος μπορεί να ορίσει υπεύθυνο παραλαβής και χρόνο απόκρισης, να δημοσιεύει **ανά τρίμηνο** πόσες καταγγελίες εισήλθαν, πόσες ελέγχθηκαν και τι πρόστιμα επιβλήθηκαν, και να ενημερώσει τις επιχειρήσεις για τα όρια των αδειών πριν τη σεζόν.

Η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων είναι το κρίσιμο σημείο: μετατρέπει τον έλεγχο από διοικητική διαδικασία σε *ορατό* μηχανισμό. Η συνέπεια αυτή συνδέεται άμεσα με το Σήμα Ποιότητας της πρότασης 04, όπου η απουσία παραβάσεων αποτελεί κριτήριο.

Έχουμε ήδη τεκμηριώσει το θέμα: «**MyStreet: η επιχείρηση σκούπα έγινε — και τώρα;**» και «**Το ίδιο σθένος που δείχνει η ΔΕΥΑΖ για τις κλοπές νερού λείπει από τον δημόσιο χώρο**», όπου προτείναμε ο Δήμος να δημοσιοποιεί τις καταπατήσεις κοινόχρηστου χώρου όπως η ΔΕΥΑΖ δημοσιοποιεί τις κλοπές νερού.

χαμηλό κόστος

υπάρχουσα κρατική υποδομή

10 Δημοτική συγκοινωνία προς τα θέρετρα

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Τα παράπονα για συνωστισμό αυξήθηκαν στα ξενοδοχεία (έως 12%), ενώ ο τζίρος εστίασης ανά επιχείρηση φτάνει τις **179.451€** — συγκεντρωμένος όμως στα θέρετρα. Οι τουρίστες σε Λαγανά, Τσιλιβί και Αλυκές δύσκολα φτάνουν στην πόλη χωρίς αυτοκίνητο ή ακριβό ταξί.

Μια συγκοινωνία με συχνά δρομολόγια προς τα θέρετρα εξυπηρετεί ταυτόχρονα τρεις στόχους που προκύπτουν από τα δεδομένα: αποσυμφορεί τα σημεία που έχουν γεμίσει, **φέρνει κόσμο στις επιχειρήσεις της πόλης** αντί να μένει όλη η κίνηση μέσα στο θέρετρο ή στο all-inclusive ξενοδοχείο, και διευκολύνει τους κατοίκους που σήμερα εξαρτώνται από το ΙΧ.

Έχουμε ήδη εκπονήσει πλήρη μελέτη με γραμμές, στάσεις, συχνότητες και κοστολόγηση: **Δημοτική Συγκοινωνία προς τα Θέρετρα — κάθε 30' όλη μέρα**. Είναι στη διάθεση της Επιτροπής.

μεσαίο κόστος

υπάρχει έτοιμη μελέτη

11 Ετήσια μέτρηση ικανοποίησης με ανοιχτά δεδομένα

ΤΟ ΕΥΡΗΜΑ

Η μελέτη αυτή έγινε από πολίτες, με δωρεάν εργαλεία και μηδενικό κόστος. Η μεθοδολογία και ο κώδικας είναι δημόσια διαθέσιμα.

Αν ο Δήμος υιοθετήσει τακτική μέτρηση —με μεγαλύτερο δείγμα και δημοσίευση των αποτελεσμάτων— αποκτά δείκτη παρακολούθησης για τις παραπάνω παρεμβάσεις. Χωρίς μέτρηση, καμία πολιτική δεν αξιολογείται.

Παράλληλα, έρευνα σε όλο το νησί. Οι κριτικές Google καταγράφουν την οπτική του επισκέπτη. Ένα ερωτηματολόγιο προς κατοίκους και επιχειρήσεις —με δείγμα από όλες τις δημοτικές κοινότητες— θα έδειχνε τι βλέπουν όσοι ζουν εδώ όλο τον χρόνο: πόσο συχνά τρώνε έξω, τι τους εμποδίζει, πώς βιώνουν την αιχμή. Ο Δήμος διαθέτει τα μητρώα και την πρόσβαση για να το κάνει σε κλίμακα που κανείς ιδιώτης δεν μπορεί.

Έχουμε ετοιμάσει ένα **υπόδειγμα ανώνυμου ερωτηματολογίου για κατοίκους** — δώδεκα ερωτήσεις για τη συχνότητα, τη δαπάνη και τα εμπόδια στο φαγητό έξω. Το θέτουμε στη διάθεση του Δήμου ως έτοιμο εργαλείο.

χαμηλό κόστος

εντός αρμοδιότητας Δήμου

Εύρος των δεδομένων

- Οι κριτικές γράφονται κυρίως από *τουρίστες*. Για την εμπειρία των κατοίκων έχουμε ετοιμάσει [υπόδειγμα ερωτηματολογίου](#).
- Το δείγμα προέρχεται από τις επιχειρήσεις με τις περισσότερες κριτικές, εκεί όπου υπάρχει ιστορικό βάθος από το 2011.
- Τα στοιχεία ABTA και INSETE αφορούν τη βρετανική αγορά και την Ελλάδα συνολικά, όχι τη Ζάκυνθο.

ΜΕΡΟΣ Δ — ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ



Πόσο συχνά τρώτε έξω στη Ζάκυνθο;

Υπόδειγμα ανώνυμου ερωτηματολογίου για κατοίκους του νησιού.

Γιατί ρωτάμε. Στη μελέτη μας για την ποιότητα των υπηρεσιών μετρήσαμε τι λένε οι *τουρίστες* μέσα από 3.062 κριτικές. Για τους *κατοίκους* δεν υπάρχουν δημόσια στοιχεία: η ΕΛΣΤΑΤ δημοσιεύει δαπάνη νοικοκυριών για «εστιατόρια και καφενεία» μόνο πανελλαδικά, χωρίς ανάλυση ανά περιφέρεια ή νησί. Αυτό το κενό μπορεί να το καλύψει μόνο μια τοπική έρευνα — και οι παρακάτω ερωτήσεις δείχνουν πώς θα μπορούσε να γίνει.

Δείτε επίσης τις **έντεκα προτάσεις μας προς την Τουριστική Επιτροπή του Δήμου**, τεκμηριωμένες από τα ίδια δεδομένα.

Το ερωτηματολόγιο δεν συλλέγει απαντήσεις αυτή τη στιγμή. Δημοσιεύεται ως *υπόδειγμα*: δείχνει ποιες ερωτήσεις χρειάζονται για να μετρηθεί πόσο συχνά τρώνε έξω οι κάτοικοι και τι τους εμποδίζει. Το θέτουμε στη διάθεση του Δήμου και κάθε φορέα που θα ήθελε να διεξαγάγει την έρευνα σε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Αν έχετε παρατηρήσεις για τις ερωτήσεις, **γράψτε μας**.

1. Είστε μόνιμος κάτοικος Ζακύνθου;

- ☐ Ναι, μόνιμος κάτοικος
- ☐ Ζω εδώ εποχικά
- ☐ Όχι, επισκέπτης

2. Πόσο συχνά τρώτε έξω σήμερα;

Εκτός σεζόν — γεύμα ή δείπνο σε εστιατόριο/ταβέρνα, όχι καφές.

- ☐ Ποτέ ή σχεδόν ποτέ
- ☐ 1–2 φορές τον μήνα
- ☐ Περίπου 1 φορά την εβδομάδα
- ☐ 2–3 φορές την εβδομάδα
- ☐ Σχεδόν καθημερινά

3. Πόσο συχνά τρώγατε έξω πριν 5 χρόνια;

Περίπου το 2021, ώστε να συγκριθεί με το σήμερα.

- ☐ Ποτέ ή σχεδόν ποτέ
- ☐ 1–2 φορές τον μήνα
- ☐ Περίπου 1 φορά την εβδομάδα
- ☐ 2–3 φορές την εβδομάδα
- ☐ Σχεδόν καθημερινά
- ☐ Δεν ζούσα εδώ τότε

4. Αν μειώσατε το φαγητό έξω, ποιος είναι ο κύριος λόγος;

Επιλέξτε τον σημαντικότερο. Αν δεν μειώσατε, προσπεράστε.

- ☐ Οι τιμές ανέβηκαν
- ☐ Το εισόδημά μου δεν φτάνει
- ☐ Έπεσε η ποιότητα του φαγητού
- ☐ Έπεσε η ποιότητα του σέρβις
- ☐ Πολύς κόσμος / συνωστισμός
- ☐ Δεν βρίσκω πια παραδοσιακό φαγητό
- ☐ Δεν μείωσα το φαγητό έξω

5. Πόσα ξοδεύετε περίπου τον μήνα για φαγητό έξω;

Εκτός σεζόν, για όλο το νοικοκυριό.

- ☐ Κάτω από 50€
- ☐ 50–150€
- ☐ 150–300€
- ☐ 300–500€
- ☐ Πάνω από 500€

6. Τι σας εμποδίζει περισσότερο να φάτε έξω πιο συχνά;

Πέρα από την τιμή — τι άλλο μετράει.

- ☐ Τα μενού είναι ίδια παντού
- ☐ Λίγα μαγαζιά ανοιχτά εκτός σεζόν
- ☐ Τα μαγαζιά απευθύνονται μόνο σε τουρίστες
- ☐ Δυσκολία πρόσβασης / στάθμευσης
- ☐ Πολύς κόσμος τους καλοκαιρινούς μήνες
- ☐ Τίποτα από αυτά

7. Βρίσκετε εύκολα παραδοσιακό ζακυνθινό φαγητό;

- ☐ Ναι, εύκολα
- ☐ Μόνο αν ξέρεις πού να ψάξεις
- ☐ Όχι, έχει σχεδόν εξαφανιστεί
- ☐ Δεν γνωρίζω

8. Θα σας έπειθε ένα «Σήμα Ποιότητας» του Δήμου;

Σε καταστήματα με τοπικά προϊόντα, αναρτημένες τιμές και τιμή για ντόπιους — δείτε την [πρόταση 04](#).

- ☐ Ναι, θα το επέλεγα σαφώς
- ☐ Ίσως, αν το εμπιστευόμουν
- ☐ Όχι, δεν θα με επηρέαζε

9. Ηλικιακή ομάδα

Βοηθά να δούμε αν οι απαντήσεις διαφέρουν ανά ηλικία.

- ☐ 18–29
- ☐ 30–44
- ☐ 45–59
- ☐ 60+

10. Σε ποια περιοχή μένετε;

- ☐ Ζάκυνθος (πόλη)
- ☐ Λαγανάς / Καλαμάκι
- ☐ Τσιλιβί / Πλάνος
- ☐ Αλυκές / Αλυκανάς
- ☐ Βασιλικός / Αργάσι
- ☐ Ορεινή Ζάκυνθος / Βολίμες
- ☐ Άλλη περιοχή

11. Εργάζεστε στον τουρισμό ή την εστίαση;

Για να ξεχωρίσουμε την οπτική του κλάδου από αυτή του καταναλωτή.

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι
- ☐ Εργαζόμουν παλαιότερα

12. Θέλετε να προσθέσετε κάτι;

Προαιρετικό — και οι προτάσεις σας για τη μελέτη είναι ευπρόσδεκτες.

Η εμπειρία σας, τι έχει αλλάξει, τι θα θέλατε να αναλύσουμε...

ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΟΚΚΙΝΗΣ

ΠΟΛΙΤΕΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

Δημοτική Κίνηση Διεκδίκησης Δήμου Ζακύνθου

polites-zante.com · info@polites-zante.com