

Χαρακτηριστικά εξερχόμενου Ευρωπαϊκού τουρισμού ανά προϊόν και ύψος δαπάνης

Προϊόντα «Ήλιος & Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός & Θρησκεία», «MICE», «Αθλητικός & Ευεξίας», «Ναυτικός», «Ιατρικός»



INTELLIGENCE

Φεβρουάριος 2016

Δρ. Άρης Ίκκος, ISHC

Επιστημονικός Διευθυντής

Σεραφείμ Κουτσός

Αναλυτής

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ

Λεωφ. Αμαλίας 34 - 105 58 Αθήνα

www.insete.gr - info@insete.gr

© INΣΕΤΕ Επιτρέπεται η αναδημοσίευση με την προϋπόθεση της αναφοράς στην πηγή

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	2
1. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	6
1.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	6
1.2 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη	19
1.3 Προορισμός.....	23
1.4 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης.....	27
2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	35

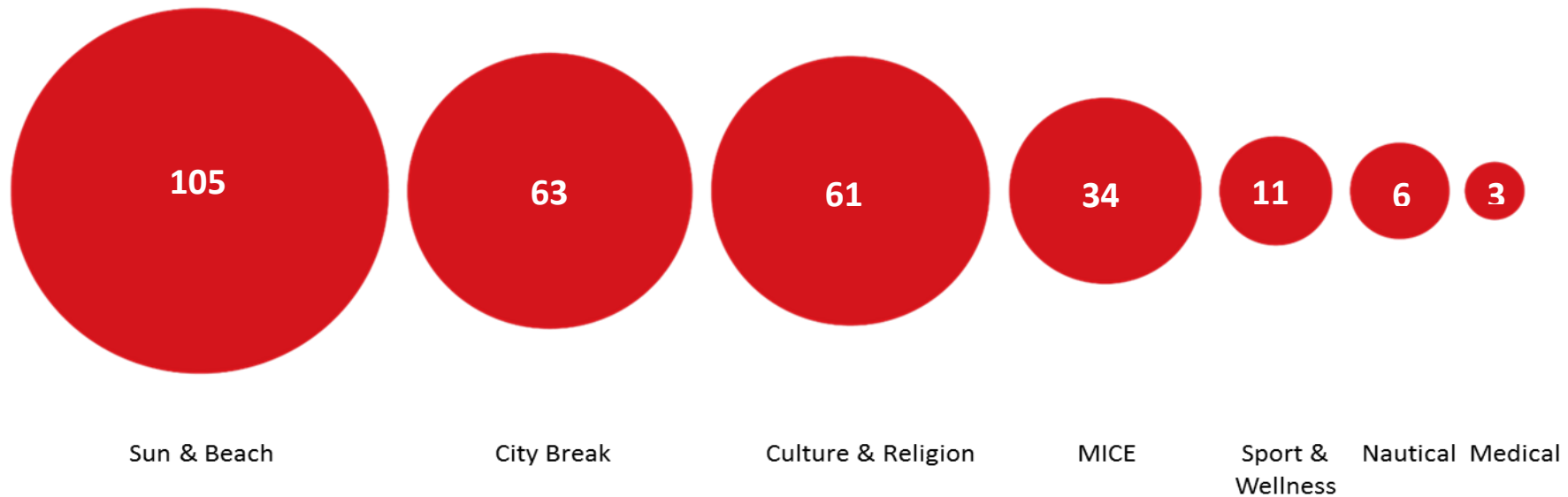
ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο της οικονομίας εξόχως εξωστρεφή με σημαντικές επενδύσεις παγκοσμίως προσφέροντας παράλληλα σημαντικά πολλαπλασιαστικά οφέλη (μείωση της ανεργίας, αύξηση του ΑΕΠ κ.α.) στις περιοχές στις οποίες αναπτύσσεται. Επιπροσθέτως, αποτελεί έναν κλάδο της οικονομίας ιδιαίτερα ευμετάβλητο στις τεχνολογικές και διεθνείς εξελίξεις, στις οποίες οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει συνεχώς να προσαρμόζονται και να αναπτύσσονται.

Η υγιής επιχειρηματικότητα, που αποτελεί τη στερεότερη βάση για τη διασφάλιση και την ανάπτυξη θέσεων εργασίας, προϋποθέτει τη σαφή κατανόηση του ελληνικού τουρισμού καθώς και του διεθνούς τουριστικού περιβάλλοντος και ιδιαίτερα των χωρών από τις οποίες η Ελλάδα αντλεί πελατεία. Επίσης, σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο για τον Τουρισμό του ΣΕΤΕ («Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021»), έχουν εντοπισθεί συγκεκριμένες προϊοντικές αγορές στις οποίες θα αναπτυχθεί ο ελληνικός τουρισμός. Η υλοποίηση του σχεδιασμού αυτού απαιτεί την σαφή απεικόνιση των χαρακτηριστικών του ελληνικού τουρισμού σήμερα, των αγορών στις οποίες στοχεύει και του προφίλ των τουριστών από τις αγορές αυτές, είτε αυτές είναι προϊοντικές είτε προσδιορίζονται γεωγραφικά.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η καταγραφή και η συγκριτική παρουσίαση αναλυτικών στοιχείων, αναλόγως ύψους δαπάνης, για όλα τα τουριστικά προϊόντα στα οποία στοχεύει το Στρατηγικό Σχέδιο του ΣΕΤΕ. Τα προϊόντα και τα μερίδια τους στην Ευρωπαϊκή αγορά είναι: Ήλιος & Θάλασσα, City Break, Πολιτισμός & Θρησκεία, MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (Συναντήσεις, Κίνητρα, Συνέδρια και Εκθέσεις)) , Αθλητικός & Ευεξίας, Ναυτικός και Ιατρικός. Στο διάγραμμα που ακολουθεί αποτυπώνονται τα σχετικά μεγέθη των προϊόντων αυτών στην αγορά εξερχόμενου ευρωπαϊκού τουρισμού, βάσει αριθμού ταξιδιών.

Μέγεθος τουριστικής αγοράς στην Ευρώπη σε εκατ. ταξίδια



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Όπως παρατηρούμε, το προϊόν Ήλιος και Θάλασσα υπερτερεί σημαντικά των υπόλοιπων τουριστικών προϊόντων κατέχοντας την μεγαλύτερη αγορά και ακολουθούν το City Break και ο Πολιτισμός και Θρησκεία και στη συνέχεια ο τουρισμός MICE. Τα υπόλοιπα τουριστικά προϊόντα κατέχουν σημαντικά μικρότερα μερίδια σε σύγκριση με τα υπόλοιπα.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα στοιχεία αριθμού ταξιδίων και δαπάνης ανά προϊόν για τον εξερχόμενο τουρισμό της Ευρώπης και τον εισερχόμενο στην Ελλάδα.

Πίνακας 1: Καταγραφή μεγέθους τουριστικού προϊόντος ανά αριθμό ταξιδίων και ανά ύψος δαπάνης

		Ήλιος και Θάλασσα	City Break	Πολιτισμός & Θρησκεία	MICE	Αθλητικός και Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός
Εξερχόμενος Ευρώπης	Ταξίδια	105.312.000	63.577.000	61.105.000	34.245.000	10.743.000	6.460.000	2.701.000
	Δαπάνη σε €	102.152.640.000	46.411.210.000	58.966.325.000	25.923.465.000	9.125.104.200	6.976.800.000	2.601.063.000
Εισερχόμενος Ελλάδας από Ευρώπη	Ταξίδια	8.963.000	677.000	1.490.000	495.000	174.000	537.000	16.000
	Δαπάνη σε €	9.061.593.000	769.749.000	1.269.480.000	Μ.Δ.	Μ.Δ.	Μ.Δ.	Μ.Δ.

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Απώτερος στόχος της μελέτης είναι η ενημέρωση των επαγγελματιών και άλλων εμπλεκόμενων φορέων του τουρισμού ώστε οι μεν πρώτοι να είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν καλύτερα τις παρουσιαζόμενες ευκαιρίες και να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες και οι δεύτεροι να διαμορφώσουν πολιτικές για τον τουρισμό που να ανταποκρίνονται με τον βέλτιστο τρόπο στις επιδιώξεις για την ανάπτυξή του.

Η μελέτη βασίζεται σε στοιχεία της IPK International, εταιρίας με εξειδίκευση στην έρευνα της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών. Η IPK International είναι ο μοναδικός οργανισμός παγκοσμίως που ειδικεύεται στην εκπόνηση τέτοιων ερευνών με ενιαίο ερωτηματολόγιο σε 60 χώρες σε όλον τον κόσμο, καλύπτοντας –πρακτικά- το σύνολο των χωρών από τις οποίες προέρχεται ο διεθνής τουρισμός. Τα ερωτηματολόγια αυτά συμπληρώνονται από 500.000 ερωτώμενους, δημιουργώντας έτσι

μια μοναδική βάση δεδομένων για άντληση στοιχείων τουριστικής αγοράς¹. Λόγω της ενιαίας προσέγγισης της έρευνας σε όλες τις χώρες και όλους τους τύπους ταξιδιωτών με την χρήση ενιαίου ερωτηματολογίου, είναι εφικτή η άμεση σύγκριση στοιχείων μεταξύ χωρών προέλευσης των ταξιδιωτών, μεταξύ προορισμών αλλά και μεταξύ προϊόντων.

Για την καλύτερη κατανόηση των αποτελεσμάτων που παρουσιάζονται επισημαίνουμε τα ακόλουθα:

- Τα στοιχεία αφορούν το έτος 2013.
- Η έρευνα της IPK αποτυπώνει την συμπεριφορά των κατοίκων μιας χώρας (π.χ. κατοίκων της Γερμανίας) και όχι των υπηκόων της (π.χ. Γερμανοί).
- Στα στοιχεία της έρευνας της IPK περιλαμβάνονται μόνο όσοι κάνουν τουλάχιστον 1 διανυκτέρευση.
- Τα στοιχεία δαπανών που παρουσιάζονται αφορούν στην συνολική δαπάνη του τουρίστα, και στη χώρα προέλευσης και στη χώρα προορισμού.
- Στην έρευνα της IPK, η κατάταξη ανάλογα με το οικογενειακό εισόδημα είναι σχετική, δηλαδή ανάλογα με το βιοτικό επίπεδο της κάθε χώρας και βασίζεται στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (Household Survey) κάθε χώρας.

¹ Η IPK διεξάγει τηλεφωνικές συνεντεύξεις ή συμπλήρωση ερωτηματολογίου μέσω PC. Οι μέθοδοι στάθμισης της IPK εξασφαλίζουν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού όσον αφορά ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά του, όπως ηλικία, φύλο, της χώρας προέλευσης, εισόδημα κλπ. Το δείγμα καθώς και η συχνότητα αλλάζει ανάλογα με τον πραγματικό πληθυσμό κάθε χώρας που εξετάζεται. Για παράδειγμα, στην Νορβηγία το δείγμα είναι $n_{Nor}=1000$ και εξετάζεται 2 φορές το χρόνο, δηλαδή $n_{TOTALNOR}=2.000$, ενώ στη Γερμανία το δείγμα είναι $n_{Ger}=2000$ και εξετάζεται 12 φορές το χρόνο δηλαδή $n_{TOTALGER}=24.000$. Συνολικά η IPK έχει sample frame με δείγμα $n_{TOTAL}=500.000$ και μελετάει 60 χώρες.

1. Συγκεντρωτικό προφίλ όλων των τουριστικών προϊόντων

1.1 Κατανομή Ταξιδιών - Διανυκτερεύσεων και Δαπάνης ανά ύψος τουριστικής δαπάνης και ανά προϊόν

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή των ταξιδιών, ανά προϊόν, ανάλογα με το ύψος της δαπάνης.

Σύνολο ταξιδιών																
Δαπάνη ανά ταξίδι	Ήλιος & Θάλασσα	%	City Break	%	Πολιτισμός & Θρησκεία	%	MICE	%	Αθλητικός & Ευεξίας	%	Ναυτικός	%	Ιατρικός	%	Σύνολο	%
< € 500	27.207.000	27%	29.317.000	47%	22.559.000	38%	14.770.000	47%	4.700.000	45%	2.339.000	38%	1.110.000	42%	102.002.000	37%
€ 500 - 1.500	56.600.000	55%	26.448.000	42%	24.086.000	41%	12.289.000	39%	4.123.000	39%	2.010.000	33%	909.000	34%	126.465.000	46%
€ 1.500 - 2.500	12.630.000	12%	4.909.000	8%	7.174.000	12%	2.915.000	9%	983.000	9%	1.113.000	18%	457.000	17%	30.181.000	11%
> € 2.500	6.150.000	6%	1.967.000	3%	5.138.000	9%	1.750.000	6%	680.000	6%	644.000	11%	160.000	6%	16.489.000	6%
Σύνολο	102.587.000		62.641.000		58.957.000		31.724.000		10.486.000		6.106.000		2.636.000		275.137.000	

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Από τον πίνακα² παρατηρούμε ότι:

- το προϊόν Ήλιος & Θάλασσα έχει τον μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιών τόσο στο σύνολο, όσο και σε όλες τις κλίμακες τουριστικής δαπάνης με εξαίρεση τα ταξίδια < € 500 όπου κατέχει την 2^η θέση μετά το City Break.
- σχεδόν τα μισά ταξίδια City Break, MICE και Αθλητικού / Ευεξίας είναι δαπάνης < € 500. Τα αντίστοιχα ποσοστά για Ιατρικό και Πολιτισμό και Θρησκεία είναι περί το 40% ενώ τα ταξίδια Ήλιου & Θάλασσας έχουν μόλις 27% σε αυτήν την κατηγορία.
- Περισσότερο από το 50% των τουριστών που κάνουν διακοπές Ήλιου & Θάλασσας δαπανούν από € 500 - 1.500.
- Αναλογικά τα προϊόντα με τα μεγαλύτερα ποσοστά στις υψηλές καταναλωτικές δαπάνες (€ 1.500 και άνω) είναι ο Ναυτικός (29%), ο Ιατρικός (23%) και ο Πολιτισμός και Θρησκεία (21%).
- **Συγκεντρωτικά, η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών (83%), ανεξαρτήτως προϊόντος, δαπάνη έως € 1.500 για την πραγματοποίηση των διακοπών τους και μόλις ένα 17% δαπανά πάνω από € 1.500.**

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η συνολική δαπάνη, ανά προϊόν, ανάλογα με το ύψος της δαπάνης.

² Τα επιμέρους προϊόντα που καταγράφονται στον πίνακα ανά ύψος δαπάνης, εμφανίζουν αποκλίσεις ως προς το συνολικό μέγεθος σε σχέση με το συνολικό μέγεθος που αποτυπώνεται στο γράφημα στην σελ. 3 και στον πίνακα στην σελ. 4. Οι αποκλίσεις αυτές οφείλονται στην άρνηση μερικών εκ των ερωτηθέντων να απαντήσουν για το ύψος της τουριστικής τους δαπάνης.

Συνολική δαπάνη σε χιλ.

Δαπάνη ανά ταξίδι	Ήλιος & Θάλασσα	%	City Break	%	Πολιτισμός & Θρησκεία	%	MICE	%	Αθλητικός & Ευεξίας	%	Ναυτικός	%	Ιατρικός	%	Σύνολο	%
< € 500	7.645.167	7%	8.238.077	18%	6.000.694	10%	3.500.490	13%	1.204.610	13%	584.750	8%	289.710	11%	27.463.498	11%
€ 500 - 1.500	49.638.200	49%	21.317.088	46%	20.473.100	35%	10.494.806	40%	3.500.427	38%	1.780.860	26%	745.380	29%	107.949.861	43%
€ 1.500 - 2.500	23.441.280	23%	9.091.468	20%	13.587.556	23%	5.471.455	21%	1.855.707	20%	2.191.497	31%	863.730	33%	56.502.693	22%
> € 2.500	21.475.800	21%	7.775.551	17%	18.861.598	32%	6.468.000	25%	2.564.008	28%	2.424.016	35%	702.240	27%	60.271.213	24%
Σύνολο	102.200.447		46.422.184		58.922.948		25.934.751		9.124.752		6.981.123		2.601.060		252.187.265	

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι:

- Οι μεγαλύτερες καταναλωτικές δαπάνες καταγράφονται στην κλίμακα € 500 - 1.500, όπου εντοπίζεται ο μεγαλύτερος όγκος τουριστών, σχεδόν σε όλα τα τουριστικά προϊόντα. Εξαιρέση αποτελούν τα προϊόντα του Ναυτικού (35% ξοδεύει > € 2.500 και 31% από € 1.500 - 2.500) και του Ιατρικού (33% δαπάνα € 1.500 - 2.500 και 27% > € 2.500).
- Σχεδόν η μισή συνολική δαπάνη για τα προϊόντα Ήλιος & Θάλασσα και City Break προέρχεται από τους επισκέπτες που δαπάνουν € 500 - 1.500. Τα αντίστοιχα ποσοστά για Πολιτισμό & Θρησκεία, MICE και Αθλητικό/Ευεξίας είναι περί το 40%, ενώ τα προϊόντα Ναυτικού και Ιατρικού έχουν μόλις 26% και 29% αντίστοιχα.
- Σχεδόν η μισή συνολική Ευρωπαϊκή δαπάνη προέρχεται από το προϊόν Ήλιος και Θάλασσα, αντανakλώντας την σημασία του στην Ευρωπαϊκή αγορά.
- **Συγκεντρωτικά, αξιοσημείωτη είναι η δαπάνη που καταγράφεται στην κλίμακα € 500 - 1.500 όπου εντοπίζεται και ο μεγαλύτερος όγκος επισκεπτών. Επίσης, εντύπωση προκαλεί η συνολική δαπάνη για > € 2.500 όπου παρόλο που καταγράφει τον μικρότερο αριθμό αφίξεων εντούτοις εμφανίζει την 2^η μεγαλύτερη συνολική δαπάνη με 24%.**

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται το σύνολο των διανυκτερεύσεων, ανά προϊόν, ανάλογα με το ύψος της δαπάνης.

Σύνολο διανυκτερεύσεων

Δαπάνη ανά ταξίδι	Ήλιος & Θάλασσα	%	City Break	%	Πολιτισμός & Θρησκεία	%	MICE	%	Αθλητικός & Ευεξίας	%	Ναυτικός	%	Ιατρικός	%	Σύνολο	%
< € 500	209.493.900	20%	123.131.400	34%	119.562.700	23%	57.603.000	34%	21.620.000	28%	7.484.800	19%	5.994.000	26%	544.889.800	24%
€ 500 - 1.500	588.640.000	55%	161.332.800	45%	204.731.000	40%	71.276.200	42%	33.396.300	43%	12.462.000	32%	9.180.900	40%	1.081.019.200	48%
€ 1.500 - 2.500	170.505.000	16%	48.599.100	14%	99.001.200	19%	23.320.000	14%	11.402.800	15%	10.684.800	28%	5.118.400	22%	368.631.300	16%
> € 2.500	98.400.000	9%	26.161.100	7%	87.346.000	17%	18.725.000	11%	11.832.000	15%	7.792.400	20%	2.896.000	12%	253.152.500	11%
Σύνολο	1.067.038.900		359.224.400		510.640.900		170.924.200		78.251.100		38.424.000		23.189.300		2.247.692.800	

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Από τα στοιχεία του πίνακα παρατηρούμε ότι:

- Ο μεγαλύτερος αριθμός διανυκτερεύσεων καταγράφεται στις δαπάνες από € 500 - 1.500 όπου εντοπίζεται και ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά των διανυκτερεύσεων για δαπάνη € 500 - 1.500 των City Break, Πολιτισμού & Θρησκείας, MICE, Αθλητικού/Ευεξίας και Ιατρικού είναι περί το 40%. Τα αντίστοιχα ποσοστά για το Ήλιος & Θάλασσα και Ναυτικού είναι 55% και 32%.
- Σχεδόν οι μισές διανυκτερεύσεις του συνόλου προέρχονται από το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν Ήλιος & Θάλασσα με το Πολιτισμός & Θρησκεία να ακολουθεί, με πάνω από 500 χιλ. διανυκτερεύσεις.
- Αξιοσημείωτο είναι τα χαμηλά ποσοστά διανυκτερεύσεων για δαπάνη άνω των € 2.500 για τα προϊόντα Ήλιος & Θάλασσα και City Break σε σύγκριση με τα υπόλοιπα τουριστικά προϊόντα. Συγκεκριμένα, ο Ναυτικός εμφανίζει το υψηλότερο με 20% ενώ το City Break το μικρότερο 7%. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι το προϊόν City Break αποτελεί ένα διάλλειμα (Break) από την καθημερινότητα του επισκέπτη μικρής χρονικής διάρκειας.

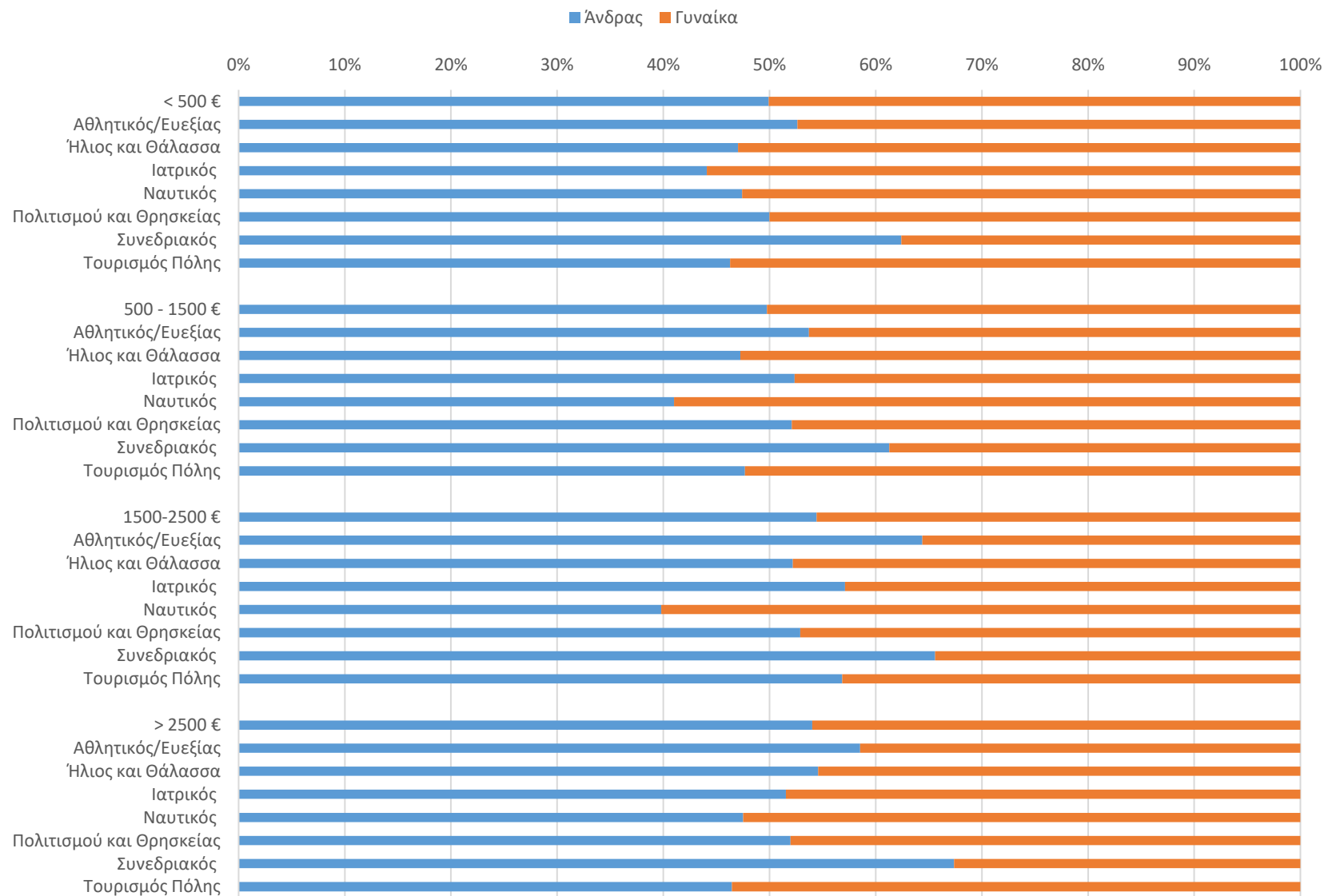
- **Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι ο μεγαλύτερος αριθμός διανυκτερεύσεων εντοπίζεται στην καταναλωτική δαπάνη από € 500 - 1.500 όπου καταγράφεται στην δαπάνη αυτή ο μεγαλύτερος αριθμός επισκεπτών. Αξιοσημείωτο είναι επίσης, το μεγάλο ποσοστό που καταγράφεται στις διανυκτερεύσεις για δαπάνες > € 2.500 αναλογικά με τον αριθμό των επισκεπτών (μόλις το 6%).**

1.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ανά κατηγορία δαπάνης προκύπτει ότι οι γυναίκες υπερτερούν οριακά στις χαμηλές δαπάνες (< € 500 50,1% έναντι 49,9% και € 500-1500 50,2% έναντι 49,7%), ενώ οι άνδρες στις υψηλές (€ 1500-2500 54,4% έναντι 45,5% και > € 2500 54% έναντι 46%), εκτός του Ναυτικού για όλες τις καταναλωτικές δαπάνες.

Αξιοσημείωτο είναι τα μεγάλα ποσοστά των ανδρών σε όλες τις κατηγορίες δαπανών στα προϊόντα του MICE και Αθλητισμού & Ευεξίας (< € 500 62,4% - 52,6% , € 500-1.500 61,3% - 53,7% , € 1.500 - 2.500 65,6% - 64,4% , € 2.500 > 67,4% - 58,5%) και των γυναικών στον Ναυτικό τουρισμό³ (< € 500 52,6%, € 500-1.500 59%, € 1.500 - 2.500 60,2%, € 2.500 > 52,5%).

³ Ο Ναυτικός Τουρισμός περιλαμβάνει τον τουρισμό yachting και τον τουρισμό κρουαζιέρας.

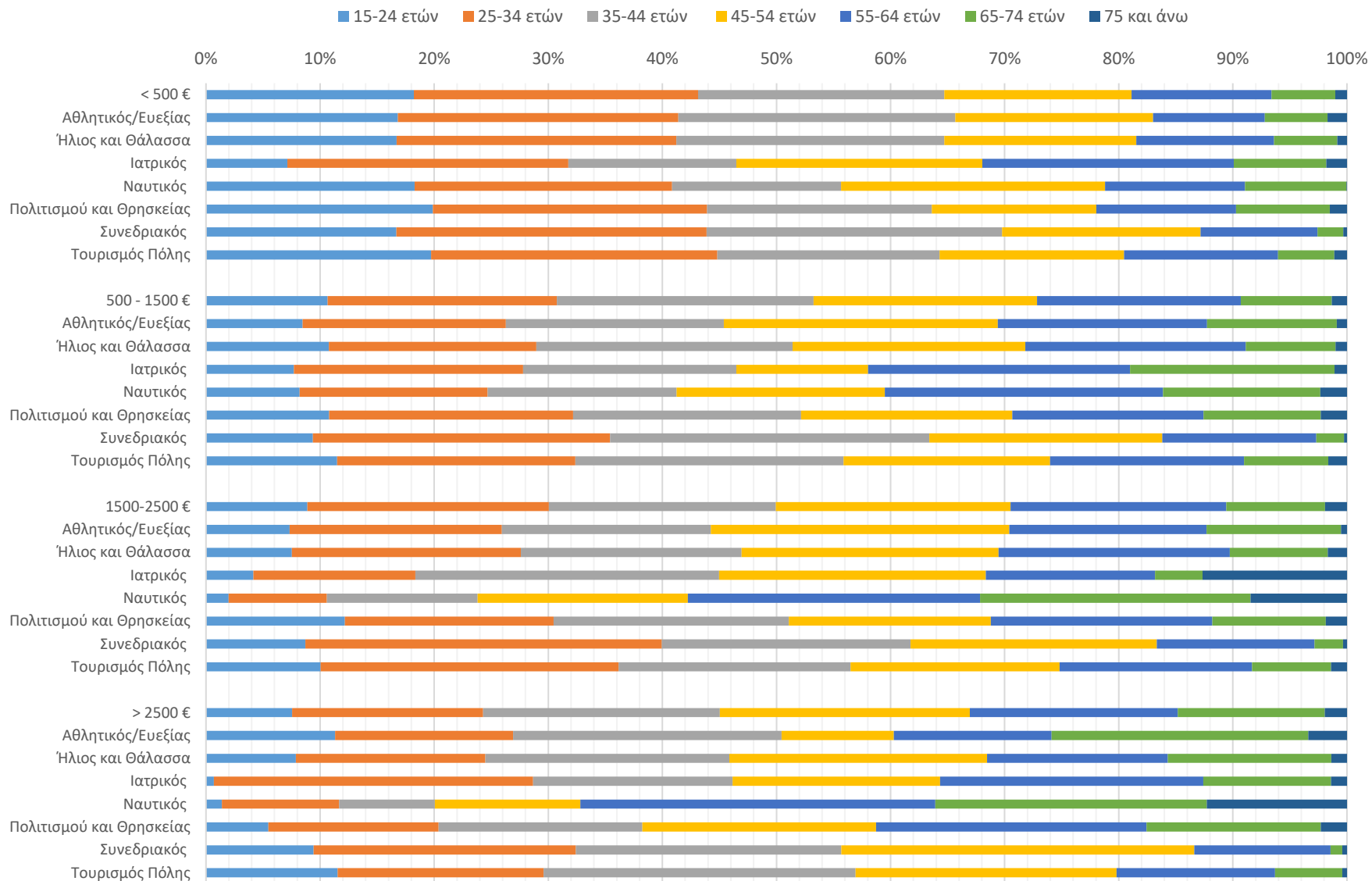


Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Αναφορικά με την ηλικία, για όλες τις κατηγορίες τόσο των δαπανών όσο και των προϊόντων το σύνολο των επισκεπτών εντοπίζεται κυρίως στις ηλικίες 25-64 ετών (75% - 80% του συνόλου). Εδώ θα πρέπει να τονίσουμε:

- Τα ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά στον Ναυτικό τουρισμό σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προϊόντα που καταγράφονται στις υψηλές τουριστικές δαπάνες (€ 1500 - 2.500 57,8% και € 2.500 > 67,2%) για τους 3^{ης} ηλικίας επισκέπτες από 55 ετών και άνω.
- Επίσης, αξιοσημείωτη είναι η αύξηση του ποσοστού που παρατηρείται τόσο επιμέρους όσο και συνολικά στις ηλικιακές ομάδες από 65 ετών και άνω, όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (< € 500 6,6% έναντι > € 2500 14,8%), ενώ αντίστοιχα μειώνεται το ποσοστό στις ηλικίες από 15-24 ετών όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι οι μικρότερες ηλικίες έχουν πιο περιορισμένο εισόδημα (short stay) από ότι οι ηλικίες άνω των 65 ετών οι οποίοι εμφανίζουν μεγαλύτερο οικογενειακό εισόδημα άρα και δυνατότητα για μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές (long stay).

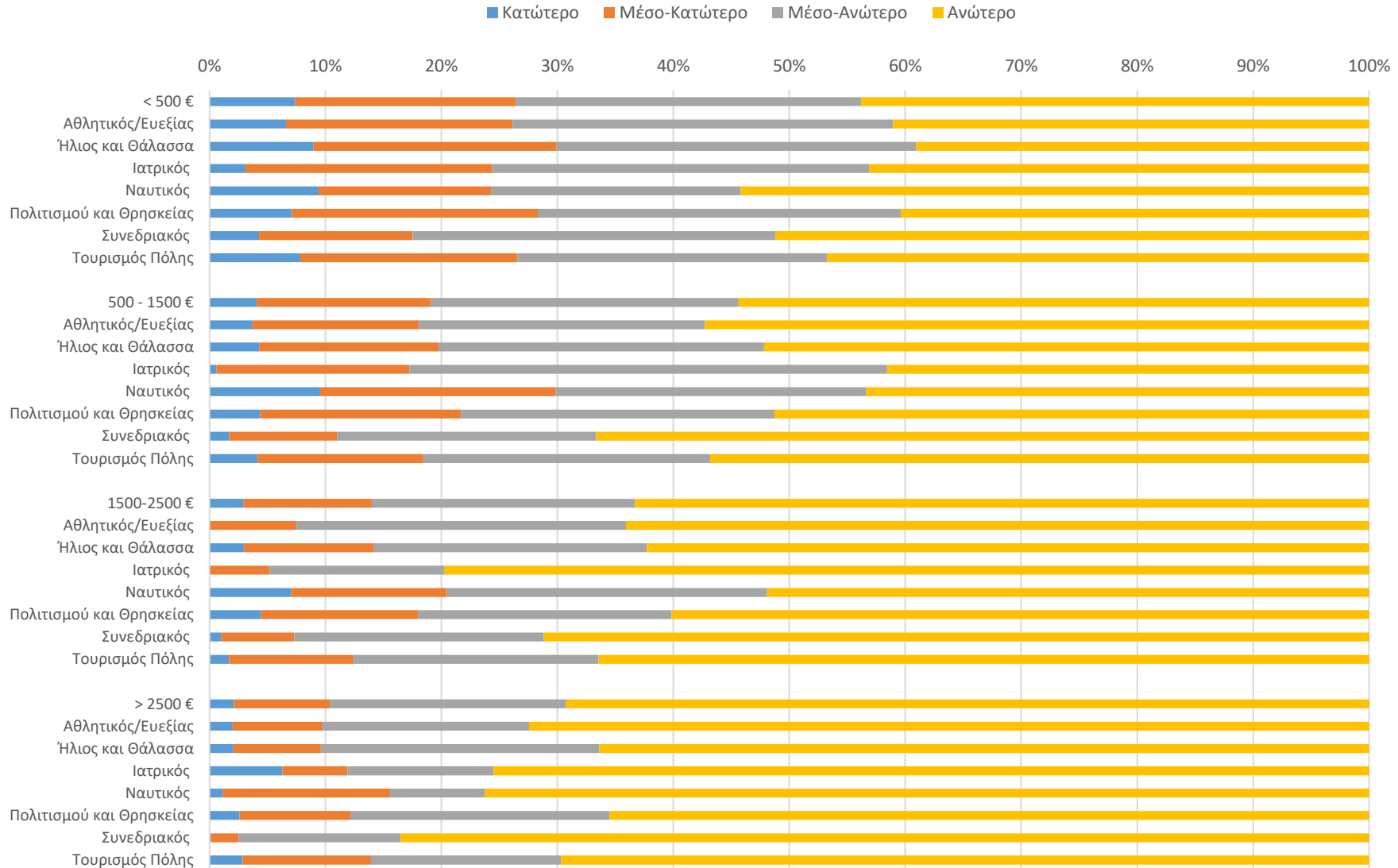
Ηλικιακή Διάρθρωση



Οι Ευρωπαίοι τουρίστες στο σύνολο τους που κάνουν διακοπές ανήκουν στα Μέσα-Ανώτερα και Ανώτερα εισοδήματα τόσο σε επίπεδο προϊόντος όσο και σε επίπεδο τουριστικής δαπάνης (< € 500 73,6%, € 500 - 1.500 81%, € 1.500 - 2.500 86%, > € 2.500 89,6%). Από τα στοιχεία παρατηρείται η ίδια εξέλιξη με την ηλικιακή διάρθρωση όπου όσο αυξάνει η τουριστική δαπάνη, τόσο υψηλότερο είναι και το ποσοστό της Μέσης-Ανώτερης και Ανώτερης εισοδηματικής τάξης. Άξιο αναφοράς είναι:

- Τα υψηλά επίπεδα Μέσου-Ανώτερου και Ανώτερου Εισοδήματος που παρατηρούνται στους τουρίστες με δαπάνη € 1.500 - 2.500 για τα προϊόντα του Αθλητικού/Ευεξίας (92,5%), του Ιατρικού (94,8%) και του MICE (92,7%) και
- Τα υψηλά επίπεδα που παρατηρούνται στην Ανώτερη εισοδηματική τάξη για τουριστικές δαπάνες άνω των € 2.500 στα προϊόντα του MICE (83,5%), του Ναυτικού (76,2%) και του Ιατρικού τουρισμού (75,5%).

Οικογενειακό Εισόδημα

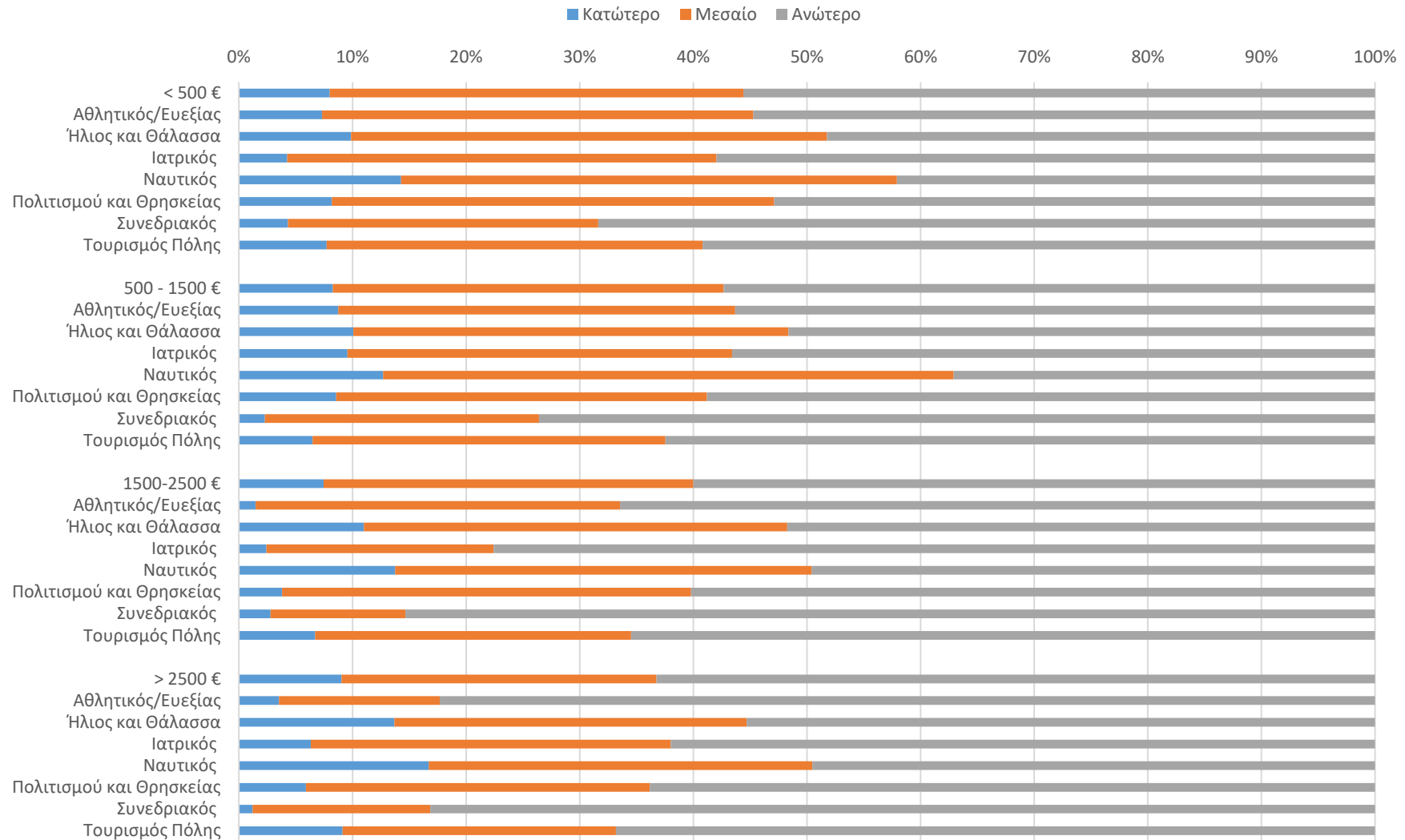


Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα προκύπτει και αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των Ευρωπαίων τουριστών όπου όσο αυξάνει η τουριστική δαπάνη, τόσο υψηλότερο είναι και το μορφωτικό τους επίπεδο. Συγκεκριμένα, προκύπτει ότι:

- Εντυπωσιακά υψηλά είναι τα ποσοστά ταξιδιωτών με Ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης, τόσο του τουρισμού MICE για τις ανώτερες τουριστικές δαπάνες (85,3% στα € 1.500-2.500 και 83,1% στα > € 2.500) όσο και του Αθλητικού/Ευεξίας (66,4% στα € 1.500-2.500 και 82,3% στα > € 2.500).
- Τα προϊόντα Ήλιος & Θάλασσα και Ναυτικός τουρισμός εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά στην Μέση εκπαίδευση (< € 500 41,9% - 43,6%, € 500 - 1.500 38,3% - 50,2%, € 1.500 - 2.500 37,3% - 36,7%, € 2.500 > 31% - 33,7% αντίστοιχα).
- Επίσης, εντύπωση προκαλεί το χαμηλό ποσοστό στο ανώτερο μορφωτικό επίπεδο για όλες τις τουριστικές δαπάνες που καταγράφονται στον Ναυτικό τουρισμό.

Επίπεδο Εκπαίδευσης



Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

1.2 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη

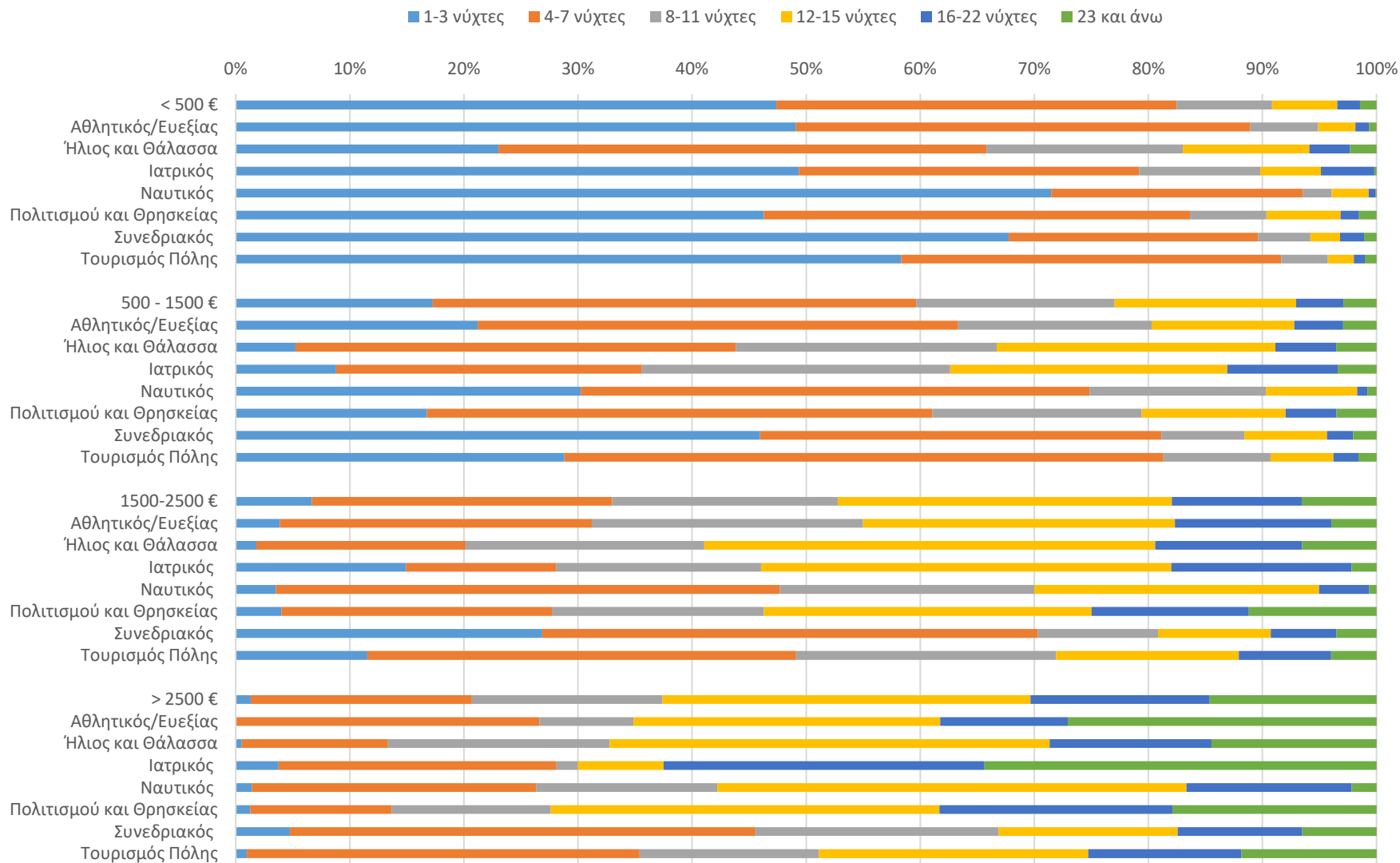
Από τα ακόλουθα γραφήματα παρατηρείται ότι όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη τόσο αυξάνεται και η διάρκεια διανυκτερεύσεων στα επιμέρους τουριστικά προϊόντα: για δαπάνη < € 500 μόλις το 9% κάνει διακοπές άνω των 12 διανυκτερεύσεων, έναντι 63% για δαπάνη > € 2.500. Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά που καταγράφονται στις > 12 διανυκτερεύσεις για τις υψηλές τουριστικές δαπάνες για τα ακόλουθα προϊόντα:

- Πολιτισμός & Θρησκεία (€ 1.500-2.500 53,7% και > € 2.500 72,4%),
- Ιατρικός (€ 1.500-2.500 53,9% και > € 2.500 70%) και
- Ήλιος & Θάλασσα (€ 1.500-2.500 58,9% και > € 2.500 67,2%).

Αντίθετα με τα προαναφερθέντα τουριστικά προϊόντα, ο τουρισμός MICE και ο Τουρισμός Πόλης εμφανίζουν πολύ μικρά ποσοστά στις > 12 διανυκτερεύσεις για όλες τις κατηγορίες δαπανών. Αυτό εν μέρει εξηγείται από την αλλαγή πολιτικής των εταιριών σε μικρότερης διάρκειας συνέδρια εξαιτίας της οικονομικής συγκυρίας, όπως προαναφέρθηκε για τον τουρισμό MICE, ενώ για τον Τουρισμό Πόλης η εξήγηση πιθανόν να είναι το γεγονός ότι ένα ταξίδι City Break τις περισσότερες φορές αποτελεί συμπληρωματικό (2ο ή και 3ο) ταξίδι μικρής διάρκειας.

Τέλος, ο Ναυτικός Τουρισμός έχει και πάρα πολλά σύντομα και χαμηλής δαπάνης ταξίδια.

Διάρκεια Ταξιδιού



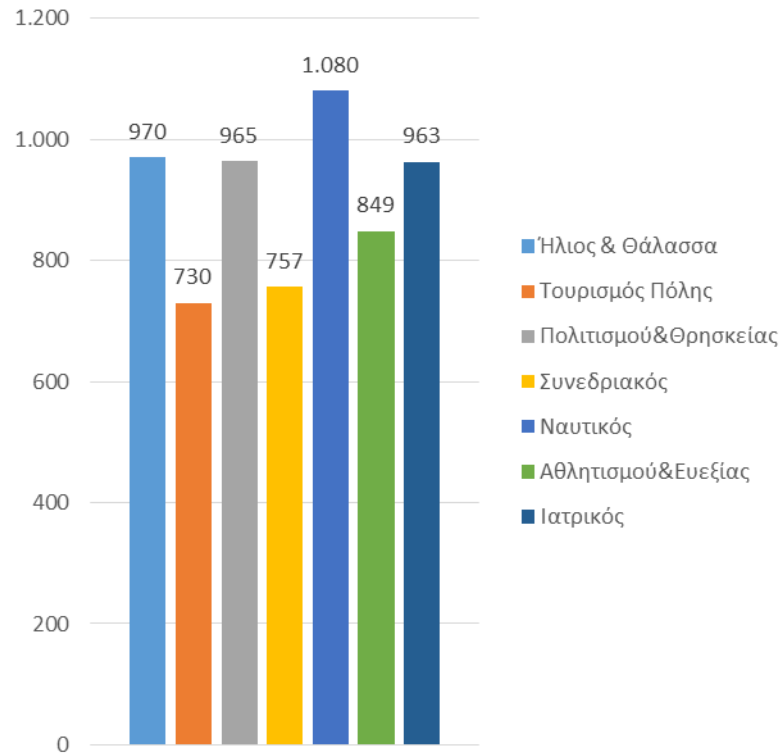
Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη, παρατηρούμε ότι:

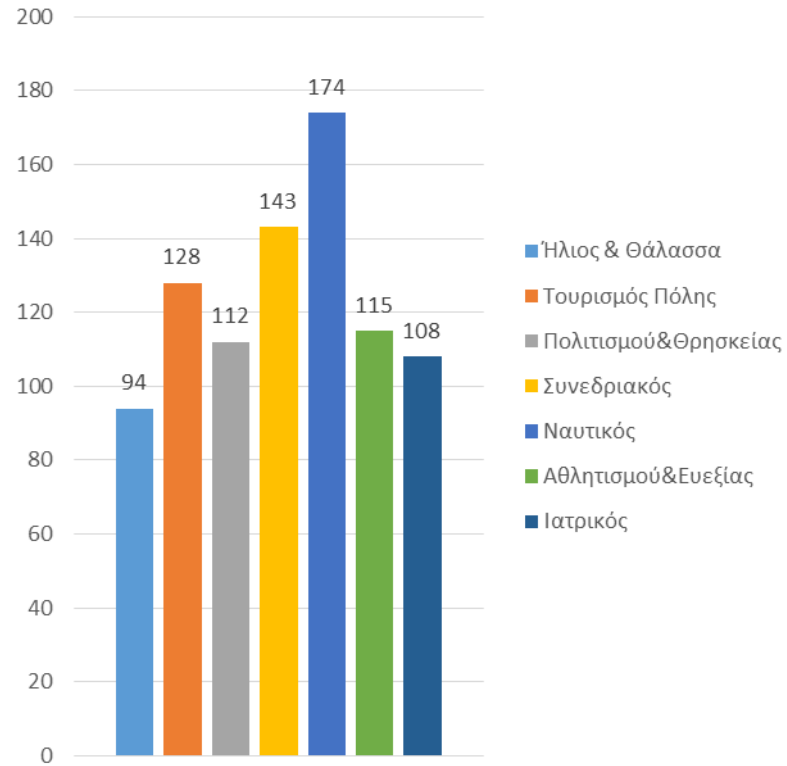
- Η μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι καταγράφεται στον Ναυτικό τουρισμό € 1.080 και ακολουθεί ο Ιατρικός € 963, ενώ αντίθετα την μικρότερη δαπάνη εμφανίζουν ο Τουρισμός Πόλης € 730 και το MICE⁴ € 757.
- Όσον αφορά την δαπάνη ανά ημέρα ο Ναυτικός Τουρισμός κατέχει την υψηλότερη με € 174 και ακολουθεί ο Τουρισμός Πόλης με € 128, ενώ την χαμηλότερη έχει ο Ήλιος & Θάλασσα με € 94 και ο Ιατρικός με € 108. Ενδιαφέρον, αποτελεί η 2η θέση στην δαπάνη ανά ημέρα που καταλαμβάνει ο Τουρισμός πόλης αν αναλογιστεί κανείς ότι στην δαπάνη ανά ταξίδι καταλαμβάνει την χαμηλότερη θέση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός της χαμηλής διάρκειας παραμονής των τουριστών που κάνουν City Break.

⁴ Στον τουρισμό MICE υπολογίζεται μόνο η δαπάνη του τουρίστα και δεν συνυπολογίζεται η διαφημιστική δαπάνη ή οι άλλες δαπάνες των διοργανωτών του συνεδρίου ή των άλλων εκδηλώσεων.

Τουριστική Δαπάνη ανά Ταξίδι



Τουριστική Δαπάνη ανά Ημέρα



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

1.3 Προορισμός

Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομής τουριστών ανά τουριστικό προϊόν για δαπάνη < € 500

Προορισμός	Ήλιος & Θάλασσα	Τουρισμός Πόλης	Πολιτισμού&Θρησκείας	Συνεδριακός	Αθλητισμού&Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός
Βόρεια Ευρώπη	4%	5%	6%	10%	34%	34%	5%
Δυτική Ευρώπη	13%	36%	23%	24%	16%	16%	7%
Κεντρική Ευρώπη	4%	22%	23%	30%	10%	10%	20%
Νοτιοδυτική Ευρώπη	35%	18%	19%	10%	15%	15%	6%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	31%	5%	12%	8%	11%	11%	19%
Ανατολική Ευρώπη	8%	15%	14%	16%	20%	20%	41%
Βόρεια Αφρική	4%	1%	2%	1%	1%	1%	2%
Υποσαχάρια Αφρική	1%	0%	0%	1%	0%	0%	1%
Βόρεια Αμερική	0%	0%	2%	1%	0%	0%	0%
Λατινική Αμερική	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%
Καραϊβική	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%
Ασία/Ειρηνικός	2%	1%	4%	3%	1%	1%	6%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Από τα στοιχεία του πίνακα παρατηρούμε ότι, για δαπάνη < € 500, τα ταξίδια είναι συγκεντρωμένα σε διάφορα σημεία της κεντρικής Ευρώπης με εξαίρεση τα ταξίδια για Ήλιο και Θάλασσα κυριαρχεί η Νότια Ευρώπη. Οι προορισμοί εκτός Ευρώπης για όλα τα τουριστικά προϊόντα εμφανίζουν μικρά μερίδια αγοράς. Αξιοσημείωτα είναι τα ποσοστά των προορισμών που καταγράφονται στα προϊόντα Ήλιος & Θάλασσα (Νοτιοδυτική Ευρώπη 35% και Νοτιοανατολική Ευρώπη 31%), Τουρισμός Πόλης (Δυτική Ευρώπη 36%, Κεντρική Ευρώπη 22%), MICE (Κεντρική Ευρώπη 30%), Αθλητικός (Βόρεια Ευρώπη 34%), Ναυτικός (Βόρεια Ευρώπη 34%) και Ιατρικός (Ανατολική Ευρώπη 41%).

Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομής τουριστών ανά τουριστικό προϊόν για δαπάνη € 500 - 1.500

Προορισμός	Ήλιος & Θάλασσα	Τουρισμός Πόλης	Πολιτισμού&Θρησκείας	Συνεδριακός	Αθλητισμού&Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός
Βόρεια Ευρώπη	1%	5%	5%	9%	6%	13%	3%
Δυτική Ευρώπη	6%	29%	25%	27%	18%	14%	3%
Κεντρική Ευρώπη	2%	16%	14%	26%	19%	9%	15%
Νοτιοδυτική Ευρώπη	38%	25%	27%	16%	33%	32%	9%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	36%	6%	15%	8%	13%	25%	12%
Ανατολική Ευρώπη	3%	10%	7%	11%	7%	7%	40%
Βόρεια Αφρική	10%	2%	4%	1%	5%	9%	3%
Υποσαχάρια Αφρική	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
Βόρεια Αμερική	1%	5%	3%	2%	1%	1%	0%
Λατινική Αμερική	1%	0%	1%	1%	1%	0%	3%
Καραϊβική	1%	0%	1%	0%	0%	1%	1%
Ασία/Ειρηνικός	4%	5%	8%	6%	3%	5%	14%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα εμφανίζουν οι επισκέπτες για δαπάνες € 500 - 1.500, με την πλειοψηφία τους να επιλέγουν Ευρωπαϊκούς προορισμούς. Παρόλα αυτά παρατηρείται μια μικρή αύξηση στους επισκέπτες που επιλέγουν μη Ευρωπαϊκούς προορισμούς. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η αύξηση του Ιατρικού σε Ασία/Ειρηνικό από 6% < € 500 στο 14% στα € 500-1.500 καθώς και η μείωση του Ναυτικού τουρισμού και του Αθλητικού / Ευεξίας στην Βόρεια Ευρώπη με αντίστοιχη αύξηση στην Νοτιοδυτική.

Τα μεγαλύτερα ποσοστά στους Ευρωπαϊκούς προορισμούς που εμφανίζονται στον πίνακα ανά τουριστικό προϊόν είναι: για Ήλιος & Θάλασσα (Νοτιοδυτική 38% και Νοτιοανατολική 36% Ευρώπη), για MICE (Νοτιοδυτική Ευρώπη 33%), για Ναυτικό (Νοτιοδυτική Ευρώπη 32%) και για Ιατρικό (Ανατολική Ευρώπη 40%).

Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομής τουριστών ανά τουριστικό προϊόν για δαπάνη € 1.500 - 2.500

Προορισμός	Ήλιος & Θάλασσα	Τουρισμός Πόλης	Πολιτισμού&Θρησκείας	Συνεδριακός	Αθλητισμού&Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός
Βόρεια Ευρώπη	1%	2%	5%	11%	7%	8%	3%
Δυτική Ευρώπη	5%	17%	18%	21%	12%	13%	9%
Κεντρική Ευρώπη	2%	14%	7%	20%	14%	4%	13%
Νοτιοδυτική Ευρώπη	33%	22%	19%	13%	29%	48%	9%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	27%	5%	6%	7%	10%	12%	11%
Ανατολική Ευρώπη	2%	5%	3%	3%	6%	2%	46%
Βόρεια Αφρική	6%	2%	2%	1%	4%	14%	0%
Υποσαχάρια Αφρική	4%	1%	4%	1%	2%	2%	0%
Βόρεια Αμερική	2%	21%	16%	12%	8%	5%	1%
Λατινική Αμερική	4%	4%	5%	5%	0%	2%	1%
Καραϊβική	6%	1%	2%	0%	3%	9%	3%
Ασία/Ειρηνικός	14%	12%	22%	21%	13%	3%	6%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Για δαπάνες € 1.500 - 2.500, παρατηρείται μεγαλύτερη διασπορά τόσο σε Ευρωπαϊκούς όσο και σε μη Ευρωπαϊκούς προορισμούς. Συγκεκριμένα, στην Ασία/Ειρηνικός παρατηρείται η μεγαλύτερη αύξηση σε όλα σχεδόν τα τουριστικά προϊόντα (εκτός Ναυτικού και Ιατρικού που παρατηρείται μείωση) και ακολουθεί η Βόρεια Αμερική στα προϊόντα Τουρισμός Πόλης 21%, Πολιτισμός & Θρησκεία 16% και MICE 12%.

Αξιοσημείωτα είναι τα ποσοστά των προορισμών που εμφανίζονται στα προϊόντα: Ήλιος & Θάλασσα (Νοτιοδυτική Ευρώπη 33%), Αθλητισμού/Ευεξίας (Νοτιοδυτική Ευρώπη 29%), Ναυτικού (Νοτιοδυτική Ευρώπη 48%) και Ιατρικού (Ανατολική Ευρώπη 46%).

Συγκεντρωτικός πίνακας κατανομής τουριστών ανά τουριστικό προϊόν για δαπάνη > € 2.500

Προορισμός	Ήλιος & Θάλασσα	Τουρισμός Πόλης	Πολιτισμού&Θρησκείας	Συνεδριακός	Αθλητισμού&Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός
Βόρεια Ευρώπη	2%	2%	3%	10%	7%	9%	0%
Δυτική Ευρώπη	2%	18%	6%	16%	5%	16%	0%
Κεντρική Ευρώπη	2%	8%	3%	13%	5%	10%	16%
Νοτιοδυτική Ευρώπη	24%	15%	8%	4%	28%	18%	15%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	23%	5%	5%	5%	11%	8%	7%
Ανατολική Ευρώπη	2%	4%	2%	7%	1%	5%	35%
Βόρεια Αφρική	6%	0%	2%	1%	4%	3%	4%
Υποσαχάρια Αφρική	4%	2%	12%	4%	3%	2%	0%
Βόρεια Αμερική	6%	26%	26%	20%	5%	13%	0%
Λατινική Αμερική	7%	4%	10%	6%	6%	13%	2%
Καραϊβική	8%	0%	2%	1%	1%	12%	0%
Ασία/Ειρηνικός	20%	26%	32%	25%	37%	10%	22%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Στις δαπάνες για > € 2.500 παρατηρείται μείωση των ποσοστών των επισκεπτών στους Ευρωπαϊκούς προορισμούς και παράλληλα αύξηση στους μη Ευρωπαϊκούς και κυρίως στην Βόρεια Αμερική και στην Ασία/Ειρηνικό, σχεδόν για όλα τα τουριστικά προϊόντα. Κυρίως η Ασία/Ειρηνικός, εμφανίζει ποσοστά άνω του 20% για όλα τα τουριστικά προϊόντα (εκτός του Ναυτικού 10%), πιστοποιώντας την δυναμική που κατέχει σαν προορισμός για Ευρωπαίους τουρίστες υψηλής δαπάνης.

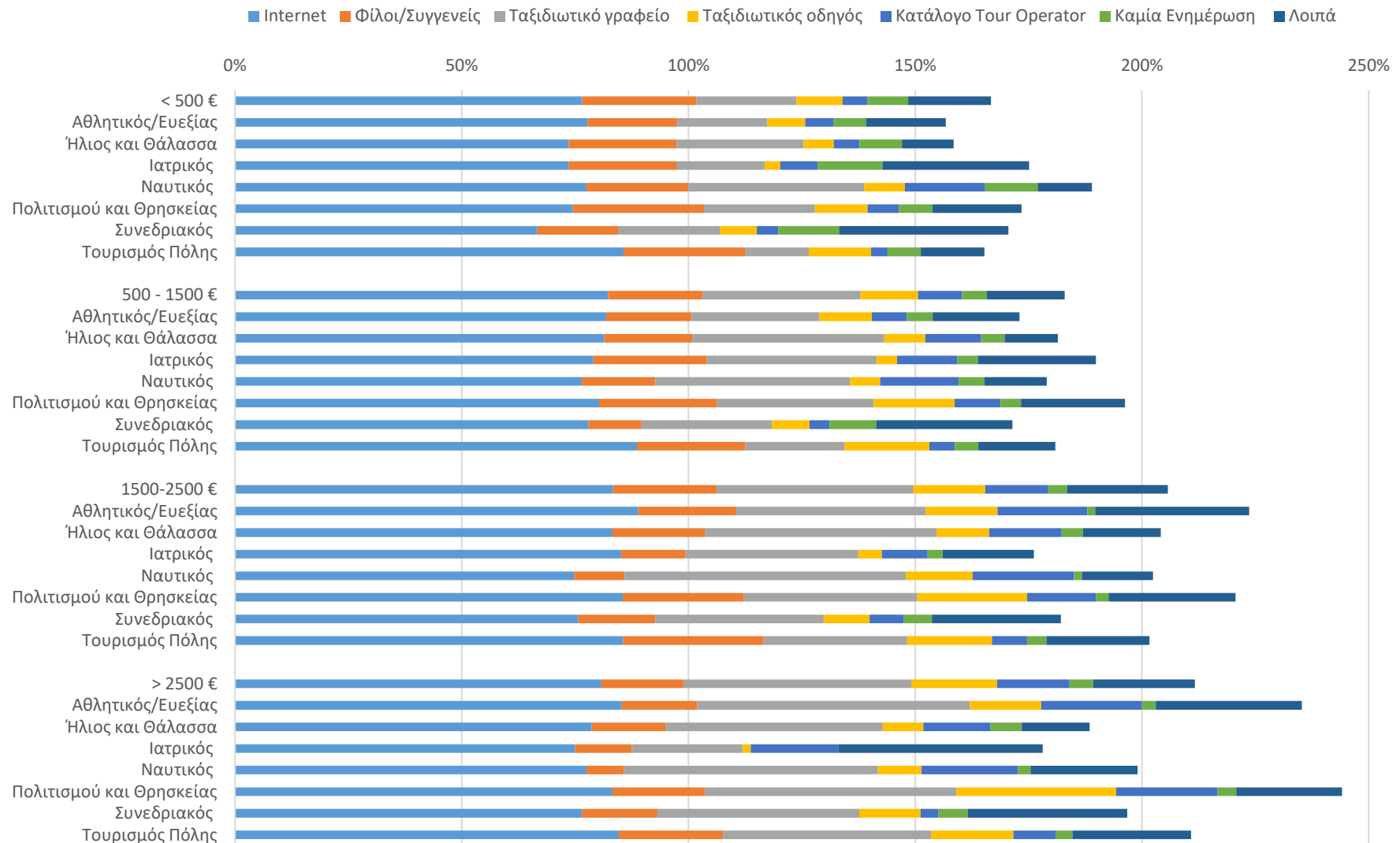
Οι σημαντικότεροι προορισμοί ανά τουριστικό προϊόν είναι: Πολιτισμού & Θρησκείας (Ασία/Ειρηνικός 32%), Αθλητικός/Ευεξίας (Ασία/Ειρηνικός 37%) και Ιατρικός (Ανατολική Ευρώπη 35%).

1.4 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης

Η ενημέρωση του Ευρωπαίου τουρίστα για όλα τα τουριστικά προϊόντα προέρχεται από τις ίδιες πηγές. Συγκεκριμένα:

- Όσο μεγαλύτερη η δαπάνη τόσο περισσότερες πηγές ενημέρωσης χρησιμοποιεί ο ταξιδιώτης. Επίσης, η σημασία των τουριστικών γραφείων και των τουριστικών οδηγών αυξάνεται όσο αυξάνεται η δαπάνη, ενώ αντίθετα μειώνεται των συγγενών και φίλων.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών σε όλες τις κλίμακες τουριστικής δαπάνης επιλέγει ως κύρια πηγή ενημέρωσης το Internet και ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο. Επιπροσθέτως παρατηρούμε, ότι η σημασία του Internet για ταξίδια δαπάνης > € 500 παραμένει σταθερή ανεξαρτήτου ύψους δαπάνης.
- Ακολουθούν η ενημέρωση από Φίλους/Συγγενείς, ο Ταξιδιωτικός οδηγός και ο κατάλογος Tour Operator.
- Επίσης, για πολύ υψηλής δαπάνης (> € 2.500) ταξίδια Πολιτισμού και Θρησκείας, Αθλητικού/Ευεξίας και Ναυτικού τουρισμού, πολύ σημαντική πηγή ενημέρωσης αποτελούν τα Ταξιδιωτικά γραφεία και οι Ταξιδιωτικοί οδηγοί.

Μέσο Ενημέρωσης Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές



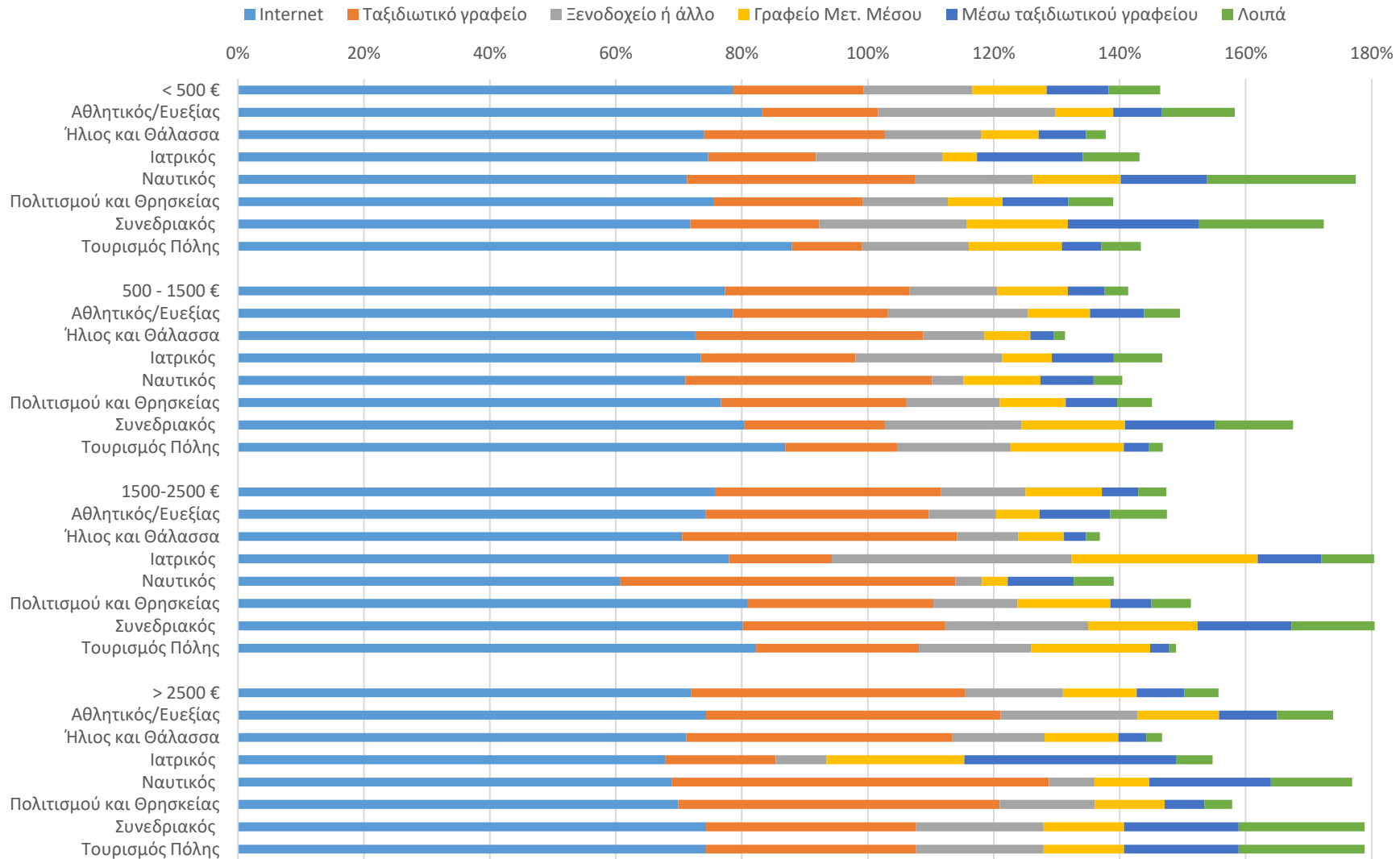
Η πλειοψηφία των τουριστών προχωράει σε προκράτηση πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, με το ποσοστό να αυξάνεται καθώς αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (ενδεικτικά < € 500 79% και > € 2.500 93%).



Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά των κρατήσεων:

- Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών σε όλες τις καταναλωτικές δαπάνες επιλέγει την online κράτηση ως κύρια πηγή προκράτησης και ακολούθως το ταξιδιωτικό γραφείο. Εδώ θα πρέπει να αναφέρουμε ότι όσο αυξάνεται η καταναλωτική δαπάνη παρατηρούμε μείωση του ποσοστού της online κράτησης με παράλληλη αύξηση του ταξιδιωτικού γραφείου.
- Ακολουθούν, οι κρατήσεις σε Ξενοδοχεία και Γραφεία Μεταφορικών Μέσων με τα ποσοστά τους να είναι σταθερά σε όλες τις καταναλωτικές δαπάνες.
- Επίσης, οι υπόλοιποι τρόποι προκράτησης εμφανίζουν μικρά ποσοστά σε όλες τις καταναλωτικές δαπάνες.
- Τέλος, αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά κράτησης μέσω Internet για διακοπές Τουρισμού Πόλης και από ταξιδιωτικό γραφείο για τον Ναυτικό τουρισμό σε όλες τις καταναλωτικές δαπάνες.

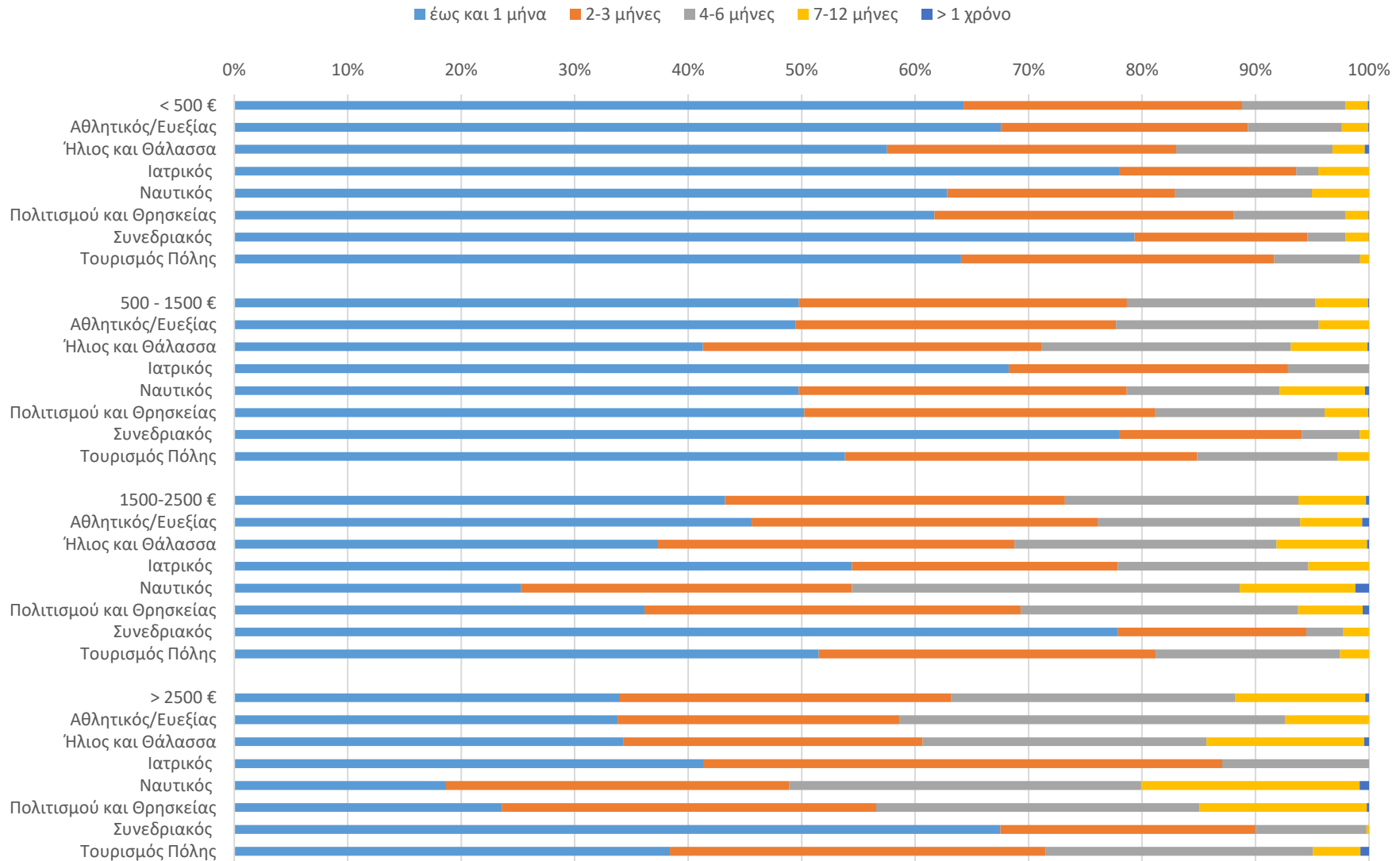
Χαρακτηριστικά Κράτησης Επιτρέπονται οι πολλαπλές επιλογές



Όσον αφορά τον προγραμματισμό κράτησης:

- Οι Ευρωπαίοι τουρίστες σε μεγάλο ποσοστό έχουν προχωρήσει σε προγραμματισμό κράτησης έως και 1 μήνα πριν από την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους για όλα τα τουριστικά προϊόντα. Το ποσοστό αυτό βέβαια μειώνεται καθώς αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (ενδεικτικά < € 500 64,3% και > € 2.500 34%) και αυξάνεται ο χρόνος της προκράτησης. Αξιοσημείωτα είναι τα μεγάλα ποσοστά που καταγράφουν ο Ιατρικός και ο τουρισμός MICE στα last minute bookings για όλες τις τουριστικές δαπάνες.
- Ακολουθούν οι 2-3 και οι 4-6 μήνες στην προτίμηση των Ευρωπαίων τουριστών, με τα ποσοστά τους σε αντίθεση με το έως 1 μήνα να αυξάνονται ανεβαίνοντας τουριστική δαπάνη (για τους 2-3 μήνες για < € 500 24,5% και > € 2.500 29,2% ενώ για τους 4-6 μήνες για < € 500 9,1% και > € 2.500 25%). Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά των προϊόντων του Ναυτικού και του Πολιτισμού & Θρησκείας στην τουριστική δαπάνη από € 1.500 - 2.500 για προγραμματισμό κράτησης από 4 - 6 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους (34,2% και 24,5% αντίστοιχα).
- Τέλος, οι υπόλοιπες δύο κατηγορίες εμφανίζουν χαμηλά ποσοστά (εκτός από τους 7-12 μήνες για τα > € 2.500 δαπάνη που είναι 11,5%) για τους Ευρωπαίους τουρίστες. Αξιοσημείωτα, είναι τα ποσοστά που καταγράφει ο Ναυτικός τουρισμός σε σύγκριση με τα υπόλοιπα τουριστικά προϊόντα για τον προγραμματισμό κράτησης από 7 μήνες και πάνω (< € 500 5% και > € 2.500 20,1%).

Προγραμματισμός Κράτησης



2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, σημειώνοντας συνεχή άνοδο και διαφοροποίηση με την ανάδειξη νέων χωρών-προορισμών στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Η τουριστική βιομηχανία συνεπικουρούμενη από την άνοδο του βιοτικού επιπέδου σε αρκετές χώρες (αύξηση εισοδήματος) αφενός και την βελτίωση των μεταφορικών υποδομών (ταχύτερες και φθηνότερες μετακινήσεις) σε παγκόσμιο επίπεδο αφετέρου, έχουν βοηθήσει καταλυτικά στην βελτίωση και ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Η εξέλιξη του κλάδου του τουρισμού τον έχει καταστήσει ως αναπόσπαστο κομμάτι του διεθνούς εμπορίου, με τις αφίξεις να ξεπερνούν για το 2013 το 1 δισ. και τις εισπράξεις που προέρχονται από τον αλλοδαπό τουρισμό τα 1,4 τρις δολάρια, κατατάσσοντας τον στην 5^η θέση παγκοσμίως (ΞΕΕ 2013⁵), μετά τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών, τροφίμων και αυτοκινήτων, ενώ σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες κατατάσσεται 1^{ος}. Εύκολα γίνεται αντιληπτό ότι όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός, τόσο Περιφερειακά όσο και Τοπικά προσφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη άμεσα και έμμεσα στην τοπική οικονομία.

Η Ευρώπη κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο τόσο σε αφίξεις παγκοσμίως (560 εκατ., ΞΕΕ 2013) όσο και σε εισπράξεις (42% του συνόλου, ΞΕΕ 2013) καθιστώντας την σημαντικό πόλο έλξης σε παγκόσμιο επίπεδο, προσφέροντας πληθώρα επιλογών για όλα τα τουριστικά προϊόντα. Από τα στοιχεία που έχουμε για τα προϊόντα – στόχους σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο του ΣΕΤΕ, η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών επιλέγει ως προορισμό τους την Ευρώπη, με το προϊόν Ήλιος και Θάλασσα να έχει την

⁵ Εξελίξεις στον τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχεία 2013

πρωτοκαθεδρία (105 εκ. ταξίδια) και ακολουθούν το City Break (63 εκ.), ο Πολιτισμός και Θρησκεία (61 εκ.) και ο τουρισμός MICE (34 εκ.). Τα υπόλοιπα προϊόντα εμφανίζουν σημαντικά μικρότερο αριθμό ταξιδιών.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν παραπάνω:

- Οι γυναίκες υπερτερούν οριακά στις χαμηλές τουριστικές δαπάνες (< € 500 50,06% έναντι 49,94% και € 500-1.500 50,23% έναντι 49,77%) ενώ οι άνδρες στις υψηλές (€ 1.500-2.500 54,43% έναντι 45,57% και > € 2.500 54,01% έναντι 45,99%). Εντυπωσιακά είναι τα ποσοστά στους άνδρες σε όλες τις κατηγορίες δαπανών στα προϊόντα MICE και τουρισμού Αθλητισμού & Ευεξίας και στις γυναίκες στον Ναυτικό τουρισμό.
- Οι Ευρωπαίοι τουρίστες προέρχονται κατά κύριο λόγο από τις παραγωγικές ηλικίες 25-64 ετών (75% - 80% του συνόλου) με το ποσοστό αυτό βέβαια να μειώνεται στην υψηλή τουριστική δαπάνη (> € 2.500) και να αυξάνεται το ποσοστό στις ηλικίες 64 και άνω (< € 500 6,6% και > € 2.500 14,8%).
- Αναφορικά με το οικογενειακό εισόδημα, οι Ευρωπαίοι τουρίστες στο σύνολο τους προέρχονται από τις Μέσες - Ανώτερες και Ανώτερες εισοδηματικές τάξεις για όλες τις κλίμακες δαπάνης. Επίσης, παρατηρούμε ότι όσο αυξάνεται η ταξιδιωτική δαπάνη αυξάνεται και το ποσοστό στα υψηλά εισοδήματα.
- Παρόμοια εικόνα προκύπτει και σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης, όπου παρατηρούμε ότι όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη αυξάνεται και το μορφωτικό επίπεδο των τουριστών (< € 500 55,6% Ανώτερη εκπαίδευση και > € 2.500 63,2% Ανώτερη εκπαίδευση). Ενδιαφέρον προκαλούν τα χαμηλά ποσοστά στο Ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης που εντοπίζονται στον Ναυτικό τουρισμό για όλες τις τουριστικές δαπάνες, που πιθανότατα να οφείλεται στον συμψηφισμό των τουριστών που κάνουν Κρουαζιέρα και Yachting.

Όσον αφορά στην δαπάνη ανά ταξίδι/ημέρα και τον αριθμό των διανυκτερεύσεων προκύπτει ότι:

- Η μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι καταγράφεται στον Ναυτικό τουρισμό € 1.080 και ακολουθεί ο Ιατρικός € 963, ενώ αντίθετα τις μικρότερες δαπάνες ανά ταξίδι καταγράφουν ο Τουρισμός Πόλης € 730 και ο τουρισμός MICE € 757.
- Στην δαπάνη ανά ημέρα την υψηλότερη κατέχει ο Ναυτικός Τουρισμός με € 174 και ακολουθεί ο Τουρισμός Πόλης με € 128, ενώ την χαμηλότερη εμφανίζει ο Ήλιος & Θάλασσα € 94 και ο Ιατρικός € 108. Ο Τουρισμός Πόλης παρόλο που εμφανίζει την μικρότερη δαπάνη ανά ταξίδι, στην δαπάνη ανά ημέρα εμφανίζει την δεύτερη μεγαλύτερη γεγονός που οφείλεται στην μικρότερη διάρκεια διαμονής των City Breakers.
- Αναφορικά με τις διανυκτερεύσεις παρατηρούμε ότι ο μεγαλύτερος όγκος καταγράφεται στις έως και 11 διανυκτερεύσεις, με το ποσοστό αυτό βέβαια να μειώνεται ανεβαίνοντας τουριστική δαπάνη για όλα τα τουριστικά προϊόντα.

Η είσοδος του Internet και των social media στην ζωή μας και η σημασία την οποία έχουμε προσδώσει σε αυτά χαρακτηρίζουν την εποχή μας. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας, έχει προσδώσει σημαντικές δυνατότητες τόσο στον απλό καταναλωτή για ενημέρωση όσο και στις επιχειρήσεις όλων των κλάδων για προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν παγκοσμίως. Ο κλάδος του τουρισμού δεν θα μπορούσε να μην επωφεληθεί από αυτήν αλματώδη αύξηση της χρήσης του Internet και των social Media, προσφέροντας με την χρήση τους την ενημέρωση και τις δυνατότητες του εκάστοτε τουριστικού προορισμού δημιουργώντας έναν ελκυστικό προϊόν εύκολα προσεγγίσιμο στον απλό καταναλωτή. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας αντικατοπτρίζεται και από τα στοιχεία της μελέτης τα οποία εμφανίζουν την διείσδυση του Internet τόσο στην ενημέρωση όσο και στην κράτηση αρκετά υψηλά. Τα ταξιδιωτικά γραφεία τα οποία αποτελούσαν επί σειρά ετών με διαφορά την κραταιά πηγή ενημέρωσης και κράτησης βρίσκονται στην 2^η θέση και υπολείπονται σημαντικά του Internet. Οι υπόλοιπες πηγές ενημέρωσης/κράτησης υστερούν σημαντικά του Internet/Ταξιδιωτικού γραφείου για όλα τα τουριστικά προϊόντα και για όλες τις

τουριστικές δαπάνες. Αξιοσημείωτη είναι η υψηλή σημασία που καταγράφεται στα υψηλής τουριστικής δαπάνης ταξίδια για ενημέρωση από τουριστικά γραφεία και τουριστικούς οδηγούς.

Αναφορικά με τον προγραμματισμό της κράτησης προκύπτει ότι:

- Το σύνολο σχεδόν των Ευρωπαίων τουριστών για όλα τα τουριστικά προϊόντα έχει προχωρήσει σε προκράτηση πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού του με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (< € 500 78,96% και > € 2.500 93,05%).
- Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών προχωρούν σε προκράτηση έως και 3 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους για όλα τα τουριστικά προϊόντα και ανεξάρτητα ύψους δαπάνης. Παρόλα αυτά παρατηρούμε ότι το ποσοστό αυτό φαίνεται να φθίνει ανεβαίνοντας τουριστική κλίμακα (< € 500 88,8% και > € 2.500 63,2%) καθώς, αντίστοιχα, αυξάνει ο χρόνος της προκράτησης όσο υψηλότερη είναι η ταξιδιωτική δαπάνη. Αξιοσημείωτα είναι τα μεγάλα ποσοστά που καταγράφουν ο Ιατρικός και ο τουρισμός MICE στα last minute bookings για όλες τις τουριστικές δαπάνες.
- Αντίθετα, οι προκρατήσεις από 2-3 και 4-6 μήνες από την πραγματοποίηση του ταξιδιού αυξάνονται ανεβαίνοντας τουριστική δαπάνη (για τους 2-3 μήνες για < € 500 24,53% και > € 2.500 29,2%, ενώ για τους 4-6 μήνες για < € 500 9,12% και > € 2.500 25%). Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά του Ναυτικού τουρισμού και του τουρισμού Πολιτισμού & Θρησκείας στην τουριστική δαπάνη από € 1.500 - 2.500 για προκράτηση 4-6 μήνες πριν το ταξίδι (34,27% και 24,5% αντίστοιχα).
- Όσον αφορά τις υπόλοιπες κατηγορίες προκρατήσεων αυτές εμφανίζουν χαμηλά ποσοστά. Αξιοσημείωτα είναι τα ποσοστά που καταγράφει ο Ναυτικός τουρισμός σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προϊόντα για προκράτηση από 7 μήνες και άνω (< € 500 5,0% και > € 2.500 20,1%).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφοροποίηση που παρατηρείται ανά τουριστική δαπάνη και ανά τουριστικό προϊόν στον προορισμό που επιλέγουν οι Ευρωπαίοι τουρίστες. Εδώ παρατηρούμε ότι στις χαμηλές τουριστικές δαπάνες (< € 500 και € 500-1.500) για όλα τα τουριστικά προϊόντα ο μεγαλύτερος όγκος των Ευρωπαίων τουριστών επιλέγει Ευρωπαϊκούς προορισμούς ενώ στις υψηλές τουριστικές δαπάνες (€ 1.500 - 2.500 και > € 2.500) υπάρχει μεγαλύτερη διασπορά και σε μη Ευρωπαϊκούς και κυρίως στην Ασία/Ειρηνικός και δευτερευόντως στην Αμερική (Βόρεια και Λατινική). Επίσης, άξιο αναφοράς είναι το μεγάλο ποσοστό που εμφανίζεται για Ιατρικό τουρισμό στην Ανατολική Ευρώπη σε όλες τις τουριστικές δαπάνες.

ΠΗΓΕΣ

Μαρκάκη Μ., Πανούση Σ. Γ., Σώκλης Γ., Χρησιδου Α., Ψάλτη Α. (2013) Εξελίξεις στον Τουρισμό και την Ελληνική Ξενοδοχία, ΞΕΕ.

Ίκκος Α. (2015), Ποιος είναι ο Πελάτης μας, Παρουσίαση στο Συνέδριο του ΣΕΤΕ - Οκτώβριος 2015, ΙΝΣΕΤΕ.