

Ποιες είναι οι Αγορές των Προϊόντων μας;

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**

© ΙΝΣΕΤΕ – Επιτρέπεται η αναδημοσίευση με την προϋπόθεση της αναφοράς στην πηγή

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
1. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	6
1.1 Κατανομή Ταξιδιών, Διανυκτερεύσεων και Δαπάνης ανά ύψος τουριστικής δαπάνης και ανά προϊόν	6
1.2 Χώρες προέλευσης τουριστών.....	10
1.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	12
1.4 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη	20
1.5 Προορισμός.....	24
1.6 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης.....	30
1.7 Μέσο μεταφοράς	38
2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	40

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 ιδιαιτέρως 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 προϊόντικές 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 προϊόντικές 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, 2013



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 ταξιδιών 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 €	102.200.447.000	46.422.184.000	58.922.948.000	25.934.751.000	9.124.752.000	6.981.123.000	2.601.060.000
Εισερχόμενος Ελλάδας από Ευρώπη	Ταξίδια	9.429.000	733.000	2.108.000	626.000	86.000	15.000	78.000
	Δαπάνη σε €	9.966.453.000	897.925.000	2.331.448.000	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 στο 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 nNor=1000 και εξετάζεται 2 φορές το χρόνο, δηλαδή nTOTALNOR=2.000, ενώ στη Γερμανία το δείγμα είναι nGer=2000 και εξετάζεται 12 φορές το χρόνο δηλαδή nTOTALGER=24.000. Συνολικά η IPK έχει sample frame με δείγμα nTOTAL=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

Στους ακόλουθους πίνακες² παρουσιάζεται η κατανομή ταξιδιών και διανυκτερεύσεων, ανά προϊόν, ανάλογα με το ύψος δαπάνης.

Σύνολο Ταξιδιών ανά προϊόν																
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 – 1500	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%
€ 1500 – 2500	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%
> € 2500	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	

Σύνολο Διανυκτερεύσεων ανά προϊόν																
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 – 1500	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%
€ 1500 – 2500	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%
> € 2500	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

Παρατηρούμε ότι:

- Η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιών (83%) είναι δαπάνης έως € 1.500, ενώ > € 1500 είναι μόλις ένα 17%. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τις διανυκτερεύσεις είναι 72% και 27%. Σημαντική διαφοροποίηση παρατηρείται για τον Ναυτικό τουρισμό με αυξημένα ποσοστά για ταξίδια και διανυκτερεύσεις > € 1500 (29% και 48% αντίστοιχα).

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

- Ο μεγαλύτερος αριθμός διανυκτερεύσεων, τόσο στο σύνολο, όσο και σε κάθε προϊόν, καταγράφεται στις δαπάνες € 500 - 1.500. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά 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%.
- Αντίστοιχη εικόνα υπάρχει και για το σύνολο των ταξιδιών καθώς και για τα ταξίδια Ήλιου και Θάλασσας και Πολιτισμού και Θρησκείας. Αντίθετα:
 - ο σχεδόν τα μισά ταξίδια City Break, MICE και Αθλητικού / Ευεξίας είναι δαπάνης < € 500. Για τους ίδιους τύπους διακοπών, οι περισσότερες διανυκτερεύσεις (42-45%) εμπίπτουν στην κατηγορία € 500 – 1500.
 - για Ιατρικό τουρισμό και τουρισμό για Πολιτισμό και Θρησκεία περίπου 40% των ταξιδιών είναι δαπάνης < € 500
- το προϊόν Ήλιος & Θάλασσα έχει τον μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιών και διανυκτερεύσεων 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 σε αφίξεις αλλά διατηρεί την πρώτη σε διανυκτερεύσεις.
- τα ταξίδια Ήλιου & Θάλασσας έχουν το μικρότερο ποσοστό (27%) ταξιδιών στην κατηγορία < € 500 και το μικρότερο ποσοστό διανυκτερεύσεων (20%) με εξαίρεση τον Ναυτικό τουρισμό που έχει μόλις 19% των διανυκτερεύσεων στην κατηγορία <€ 500.
- Αναλογικά τα προϊόντα με τα μεγαλύτερα ποσοστά στις υψηλές τουριστικές δαπάνες (€ 1.500 και άνω) είναι ο Ναυτικός (29%), ο Ιατρικός (23%) και ο Πολιτισμός και Θρησκεία (21%).

Στο ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η κατανομή της δαπάνης, ανά προϊόν, ανάλογα με το ύψος δαπάνης.

Δαπάνη ανά Ταξίδι	Συνολική Δαπάνη (σε χιλιάδες €) ανά προϊόν															
	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 – 1500	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%
€ 1500 – 2500	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%
> € 2500	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

- Το υψηλότερο ποσοστό δαπανών (43%) καταγράφεται στην κατηγορία € 500 - 1.500, όπου εντοπίζεται και ο μεγαλύτερος όγκος ταξιδιών (46%) και διανυκτερεύσεων (48%). Το ίδιο παρατηρείται και για κάθε τουριστικό προϊόν, εξαιρέση αποτελούν τα προϊόντα του Ναυτικού (35% δαπανά > € 2.500 και 31% από € 1.500 - 2.500) και του Ιατρικού (33% δαπανά € 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 δαπανούν € 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.
- Σε σχέση με το ποσοστό ταξιδιών (37%) στην κατηγορία < € 500, η δαπάνη για την κατηγορία αυτή είναι μόλις 11%. Αντίθετα, εντύπωση προκαλεί η συνολική δαπάνη για > € 2.500 όπου παρόλο που καταγράφει τον μικρότερο αριθμό αφίξεων (6%) και διανυκτερεύσεων (11%) εντούτοις εμφανίζει την 2^η μεγαλύτερη συνολική δαπάνη με 24%.

Τέλος, στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται τα σχετικά μερίδια αγοράς κάθε προϊόντος ανάλογα με τον αριθμό ταξιδιών, διανυκτερεύσεων και δαπάνης.

	Σχετικά Μεριδια αγοράς							Σύνολο
	Ήλιος & Θάλασσα	City Break	Πολιτισμός & Θρησκεία	MICE	Αθλητικός & Ευεξίας	Ναυτικός	Ιατρικός	
Ταξίδια	37%	23%	21%	12%	4%	2%	1%	100%
Διανυκτερεύσεις	47%	16%	23%	8%	3%	2%	1%	100%
Δαπάνη	41%	18%	23%	10%	4%	3%	1%	100%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

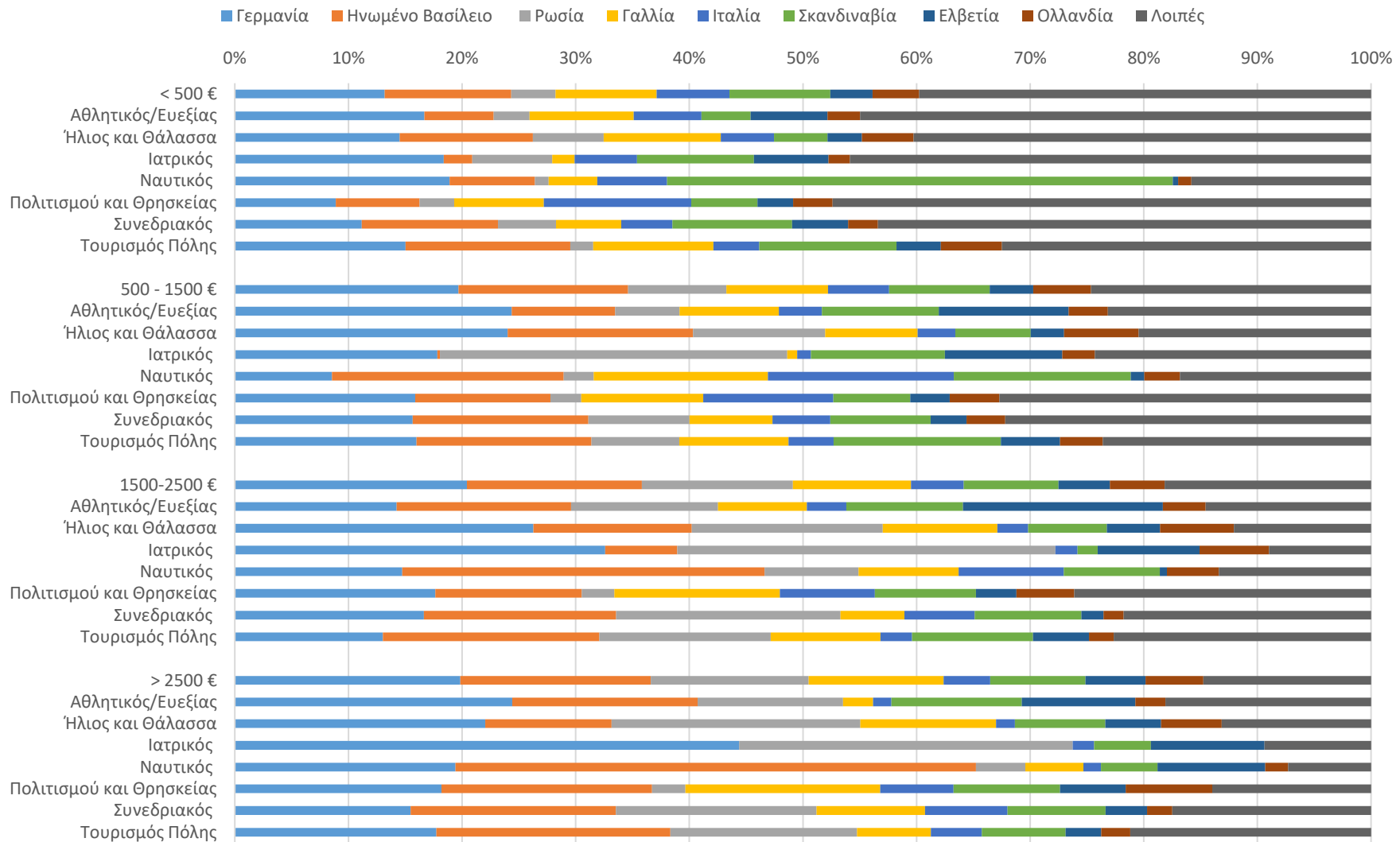
Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει η βαρύνουσα σημασία του προϊόντος Ήλιος και Θάλασσα καθώς και των προϊόντων City Break και Πολιτισμός και Θρησκεία και δευτερευόντως του MICE. Τα άλλα 3 προϊόντα αθροίζουν σχετικό μερίδιο αγοράς 6-8% ανάλογα με τον τρόπο μέτρησης.

1.2 Χώρες προέλευσης τουριστών

Αναφορικά με τις κυριότερες αγορές προέλευσης για όλα τα τουριστικά προϊόντα ανά ύψος δαπάνης προκύπτει ότι:

- Η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν τις μεγαλύτερες αγορές για όλα τα τουριστικά προϊόντα και όλες τις τουριστικές δαπάνες. Ενδιαφέρον αποτελεί η αύξηση των ποσοστών τους όσο αυξάνεται το ύψος δαπάνης (< € 500 13% και 11% αντίστοιχα, > € 2.500 20% και 17% αντίστοιχα).
- Αξιοσημείωτο είναι τα μεγάλα ποσοστά που εμφανίζουν οι Σκανδιναβικές χώρες για Ναυτικό τουρισμό σε σύγκριση με τις υπόλοιπες αγορές. Στο σύνολο τους οι διακοπές αυτές εντοπίζονται στις χαμηλές τουριστικές δαπάνες (έως € 1.500). Αντιθέτως, η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου εμφανίζει υψηλά ποσοστά στις ανώτερες τουριστικές δαπάνες για Ναυτικό τουρισμό (€ 1.500 - 2.500 32% και > € 2.500 46%).
- Επίσης, ιδιαίτερα υψηλά μερίδια εμφανίζουν οι γερμανόφωνες χώρες (Αυστρία, Γερμανία, Ελβετία) και η Ρωσία στο Ιατρικό τουρισμό, με τα ποσοστά τους να εμφανίζουν αύξηση όσο αυξάνεται η καταναλωτική δαπάνη (< € 500 18% και 7%, > € 2.500 44% και 29% αντίστοιχα).
- Τέλος, από το διάγραμμα παρατηρούμε ότι όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη τόσο μειώνεται το ποσοστό των επισκεπτών από τις Λοιπές χώρες.

Χώρες Προέλευσης Τουριστών



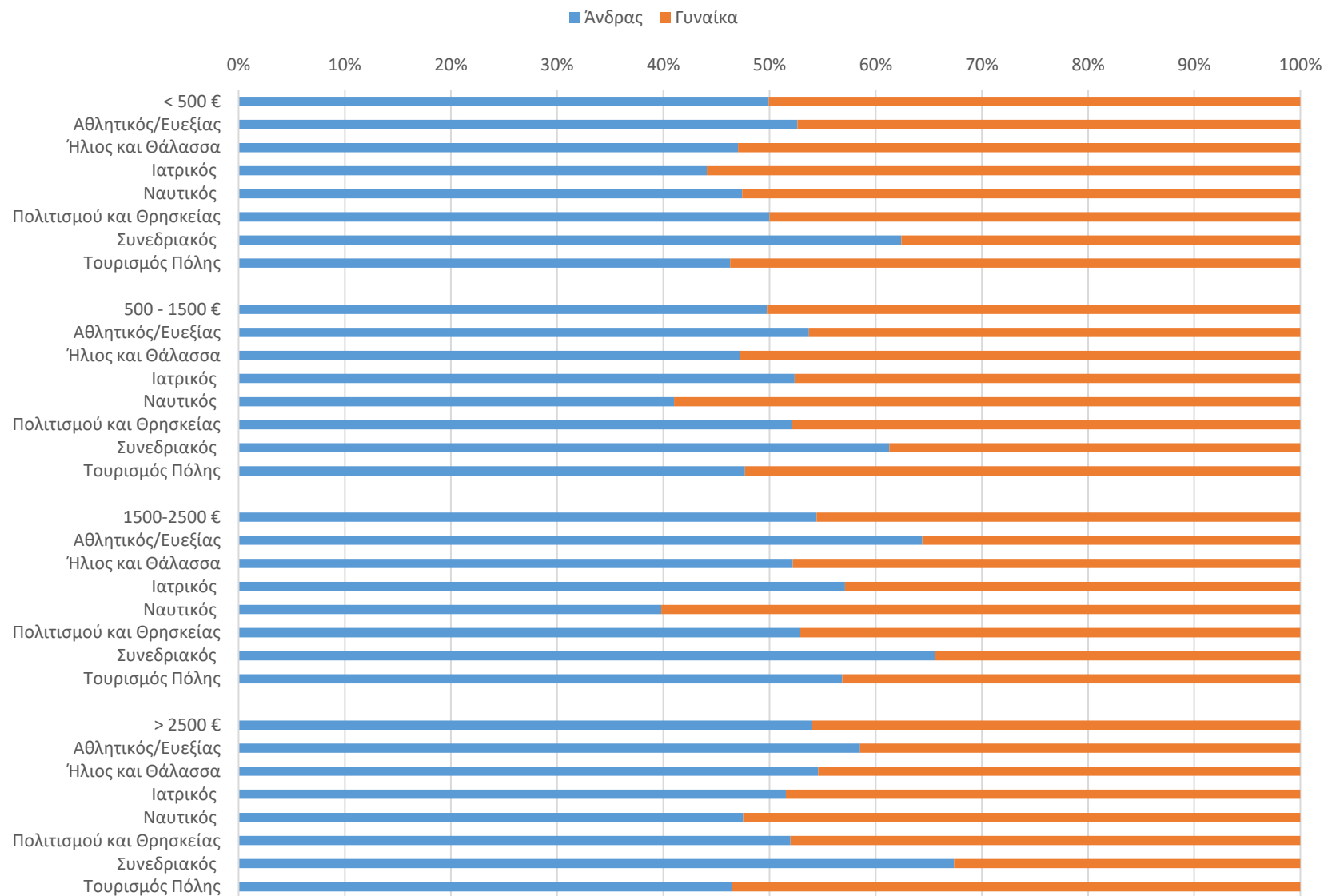
Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

1.3 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 Ναυτικού³ 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 τουρισμό (< € 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.

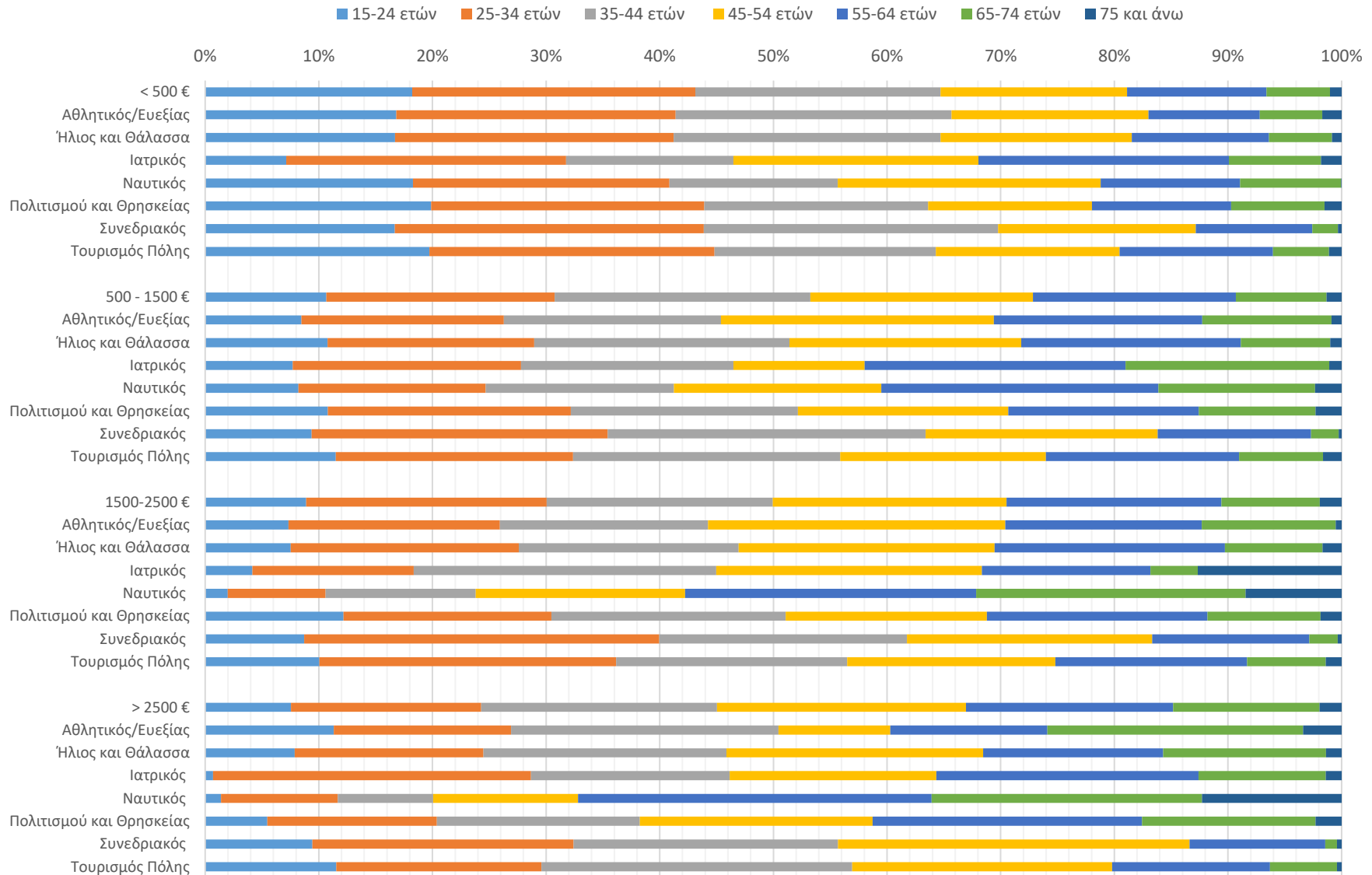


Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

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).

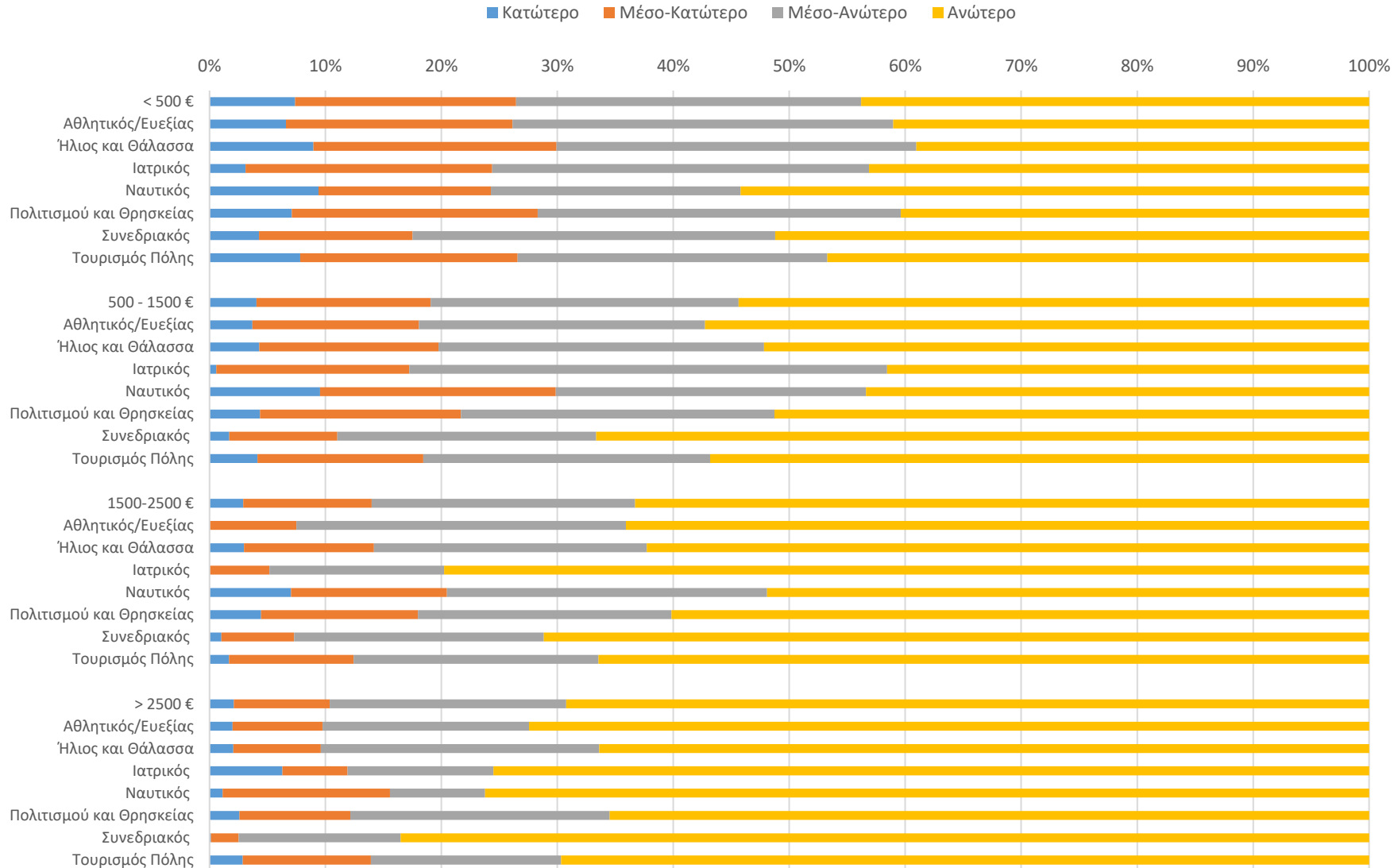
Ηλικιακή Διάρθρωση



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

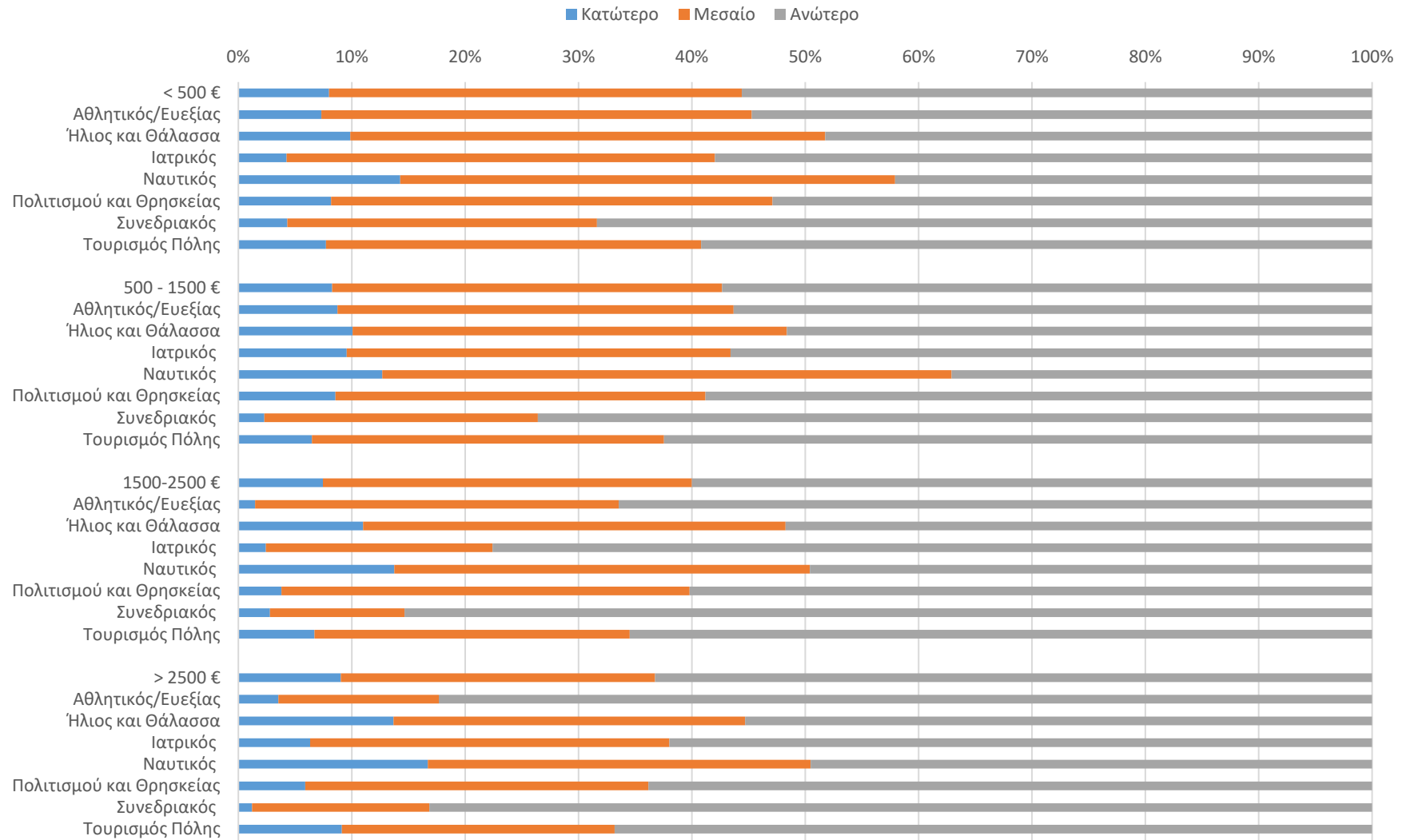


Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

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

1.4 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη

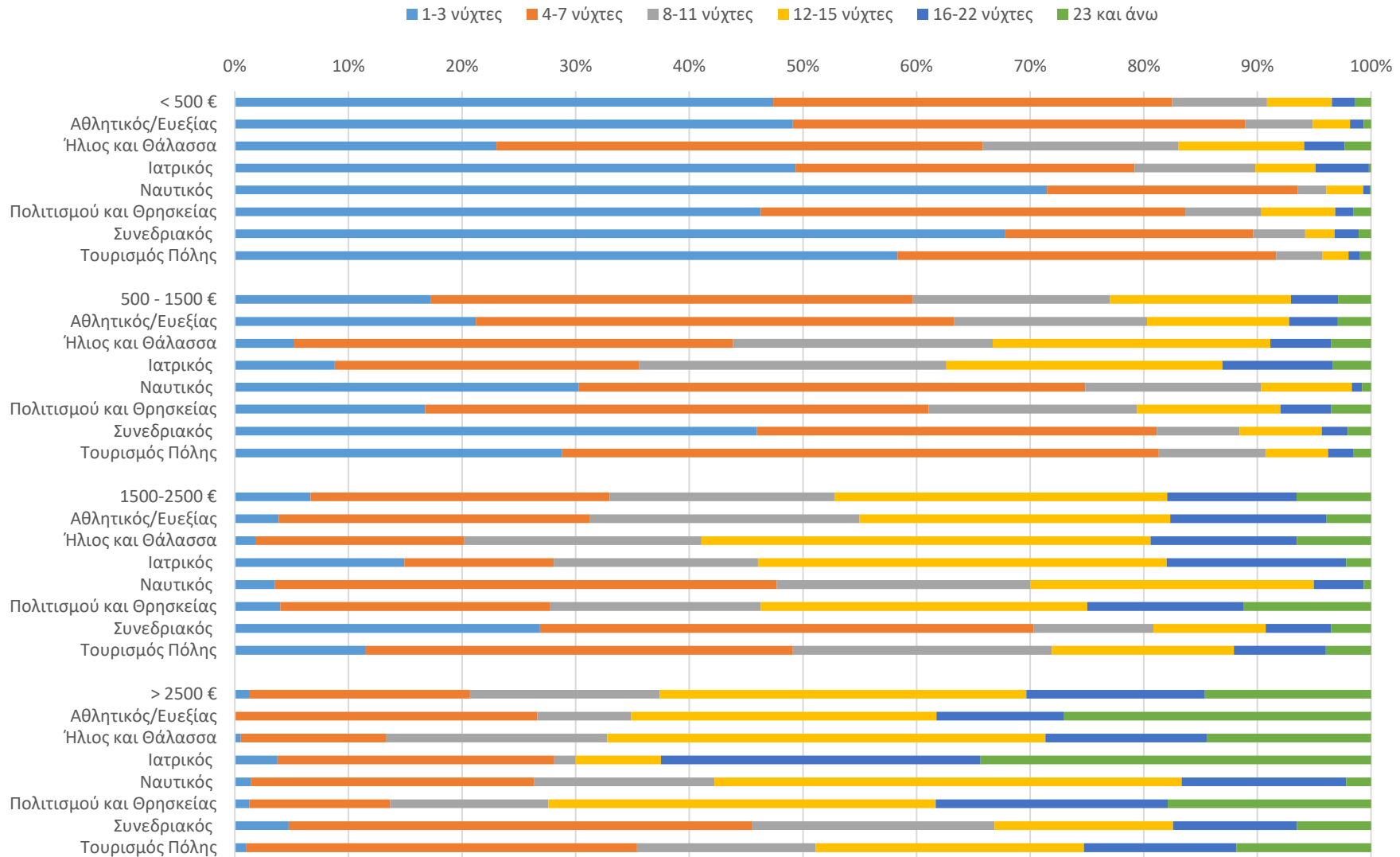
Από τα ακόλουθα γραφήματα παρατηρείται ότι όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη τόσο αυξάνεται και η διάρκεια διανυκτερεύσεων στα επιμέρους τουριστικά προϊόντα: για δαπάνη < € 500 μόλις το 9% κάνει διακοπές άνω των 12 διανυκτερεύσεων, έναντι 63% για δαπάνη > € 2.500. Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά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



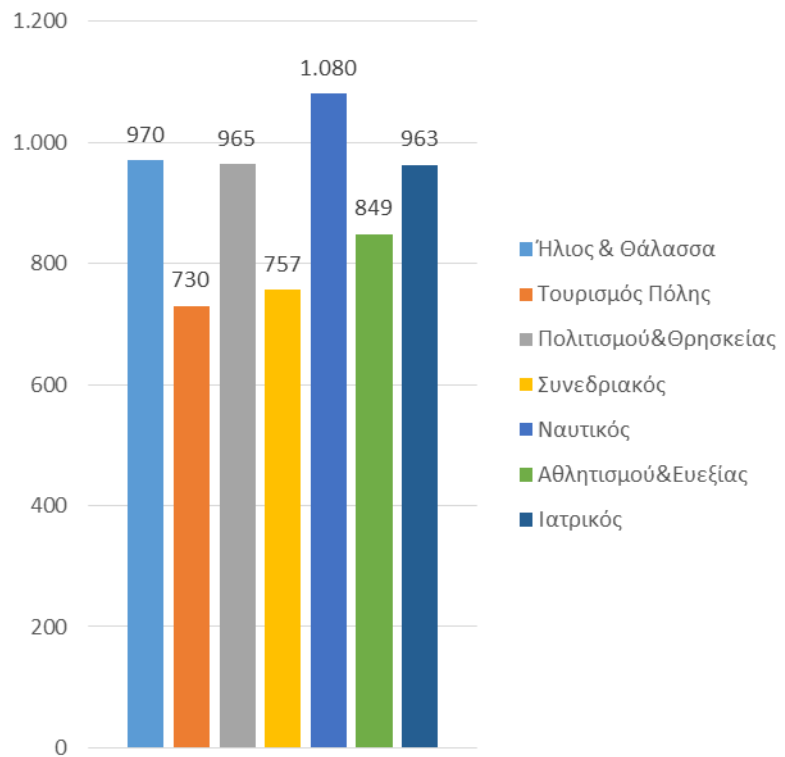
Πηγή: IPK Internationa - Επεξεργασία SETE Intelligence

Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη, παρατηρούμε ότι:

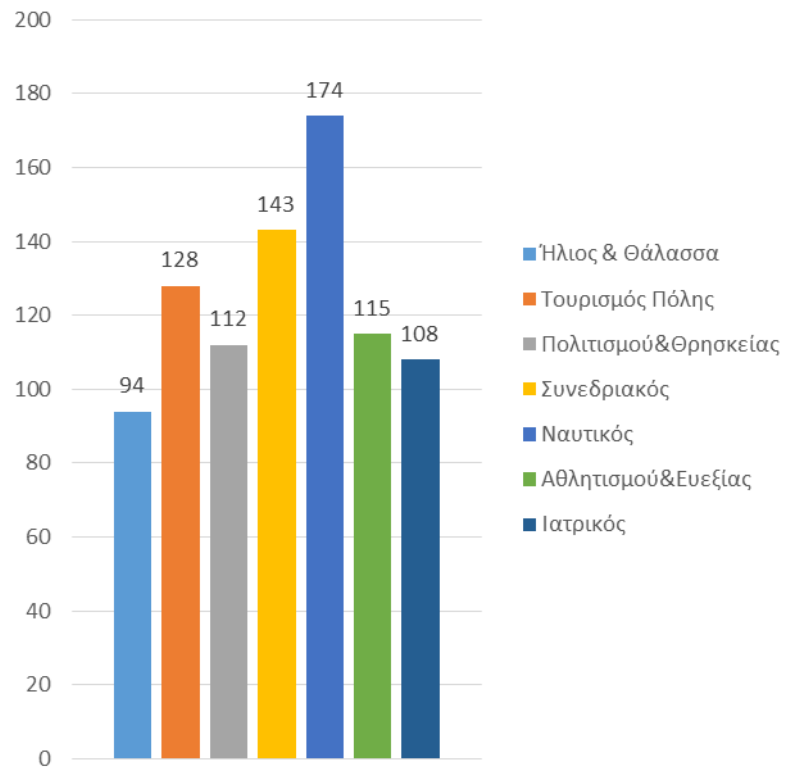
- Η μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι καταγράφεται στον Ναυτικό τουρισμό € 1.080 και ακολουθεί ο Ιατρικός € 963, ενώ αντίθετα την μικρότερη δαπάνη εμφανίζουν ο Τουρισμός Πόλης € 730 και το MICE⁴ € 757.
- Όσον αφορά την δαπάνη ανά ημέρα ο Ναυτικός Τουρισμός κατέχει την υψηλότερη με € 174 και ακολουθεί ο Τουρισμός 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

1.5 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

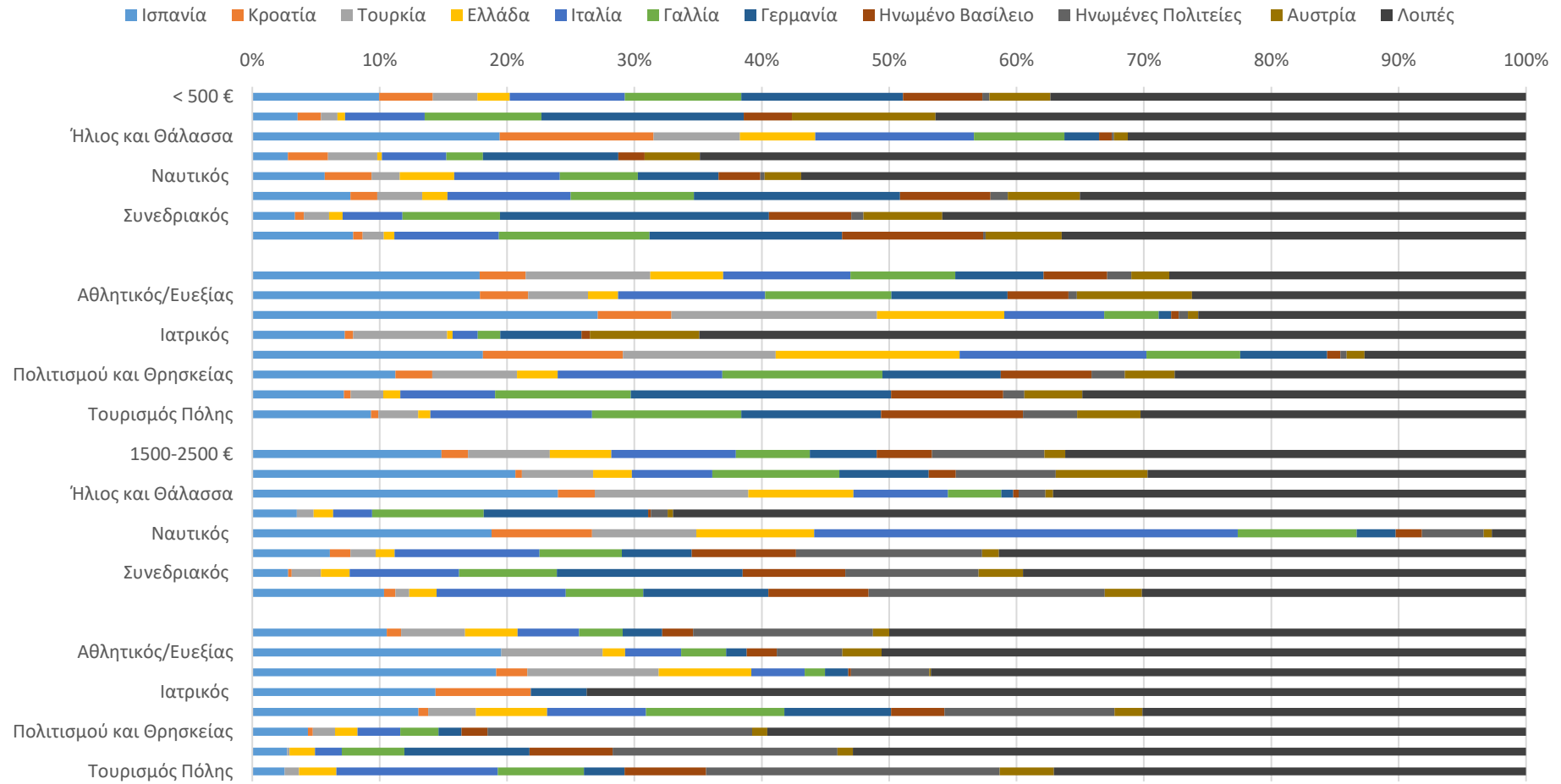
Στις δαπάνες για > € 2.500 παρατηρείται μείωση των ποσοστών των επισκεπτών στους Ευρωπαϊκούς προορισμούς και παράλληλα αύξηση στους μη Ευρωπαϊκούς και κυρίως στην Βόρεια Αμερική και στην Ασία/Ειρηνικό, σχεδόν για όλα τα τουριστικά προϊόντα. Κυρίως η Ασία/Ειρηνικός, εμφανίζει ποσοστά άνω του 20% για όλα 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%).

Όσον αφορά την επισκεψιμότητα στις επιμέρους χώρες:

- Σημαντικότεροι προορισμοί είναι η Ισπανία και η Ιταλία και ακολουθούν η Γερμανία και η Γαλλία, ιδιαίτερα στα ταξίδια χαμηλής δαπάνης.
- Μοναδικός μη Ευρωπαϊκός προορισμός στο top 10 είναι οι ΗΠΑ που μάλιστα έχουν πολύ σημαντικό μερίδιο στις υψηλές δαπάνες στον τουρισμό MICE (€ 1.500 – 2.500 10% και > € 2.500 18%), στα City Breaks (€ 1.500 - 2.500 19% και > € 2.500 23%), στον τουρισμό για Πολιτισμό και Θρησκεία (€ 1.500 – 2.500 15% και > € 2.500 21%) και στον Ναυτικό Τουρισμό (> € 2.500 13%).
- Όσο αυξάνεται η δαπάνη, τόσο μειώνεται το μερίδιο αγοράς των 10 βασικών προορισμών των Ευρωπαίων και αυξάνεται ο ανταγωνισμός από άλλους προορισμούς.
- Η Ελλάδα έχει αυξημένο μερίδιο αγοράς στα ταξίδια Η&Θ και Ναυτικού Τουρισμού στις δαπάνες € 500 – 1.500 και € 1.500 – 2.500. Αντίθετα εντύπωση προκαλεί η χαμηλή επισκεψιμότητα στην χώρα για τουρισμό Πολιτισμού και Θρησκείας, ανεξαρτήτως ύψους δαπάνης, παρόλο τον πολιτιστικό πλούτο που διαθέτει.
- Αναφορικά με τις χώρες που περιλαμβάνονται στις Λοιπές χώρες:
 - ο η Ταϊλάνδη είναι δημοφιλής προορισμός Η&Θ στις υψηλές δαπάνες (€ 1.500 – 2.500 6% και > € 2.500 10%),
 - ο στον Ιατρικό τουρισμό υψηλής δαπάνης, πολύ υψηλά ποσοστά έχουν η Ουγγαρία (€ 1.500 - 2.500 24% και > € 2.500 27%), η Τσεχία (> € 2.500 13%), η Ουκρανία (€ 500 - 1.500 16%) και η Κίνα (€ 500 - 1.500 12%),
 - ο η Νοτιοανατολική Ασία είναι δημοφιλής προορισμός για ταξίδια Πολιτισμού και Θρησκείας στις υψηλές δαπάνες (€ 1.500 - 2.500 10% και > € 2.500 12%),
 - ο η Καραϊβική (> € 1.500 20%) και η Νορβηγία (> € 2.500 9%) είναι σημαντικοί high end προορισμοί στον Ναυτικό τουρισμό,
 - ο η Ανατολική Ασία (> € 2.500 11%) είναι σημαντικός high end city break προορισμός.

Κυριότεροι προορισμοί ανά προϊόν



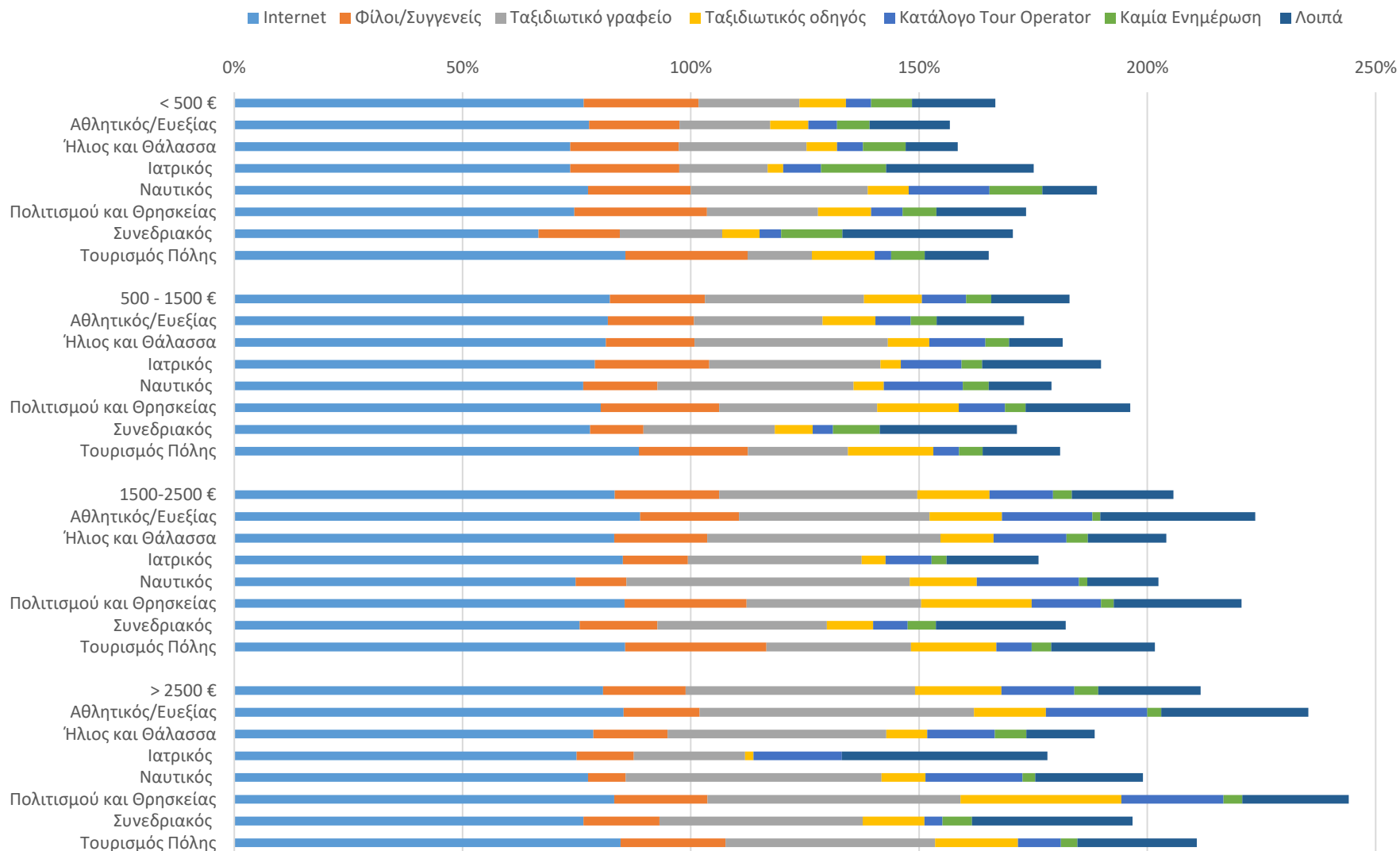
Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

1.6 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



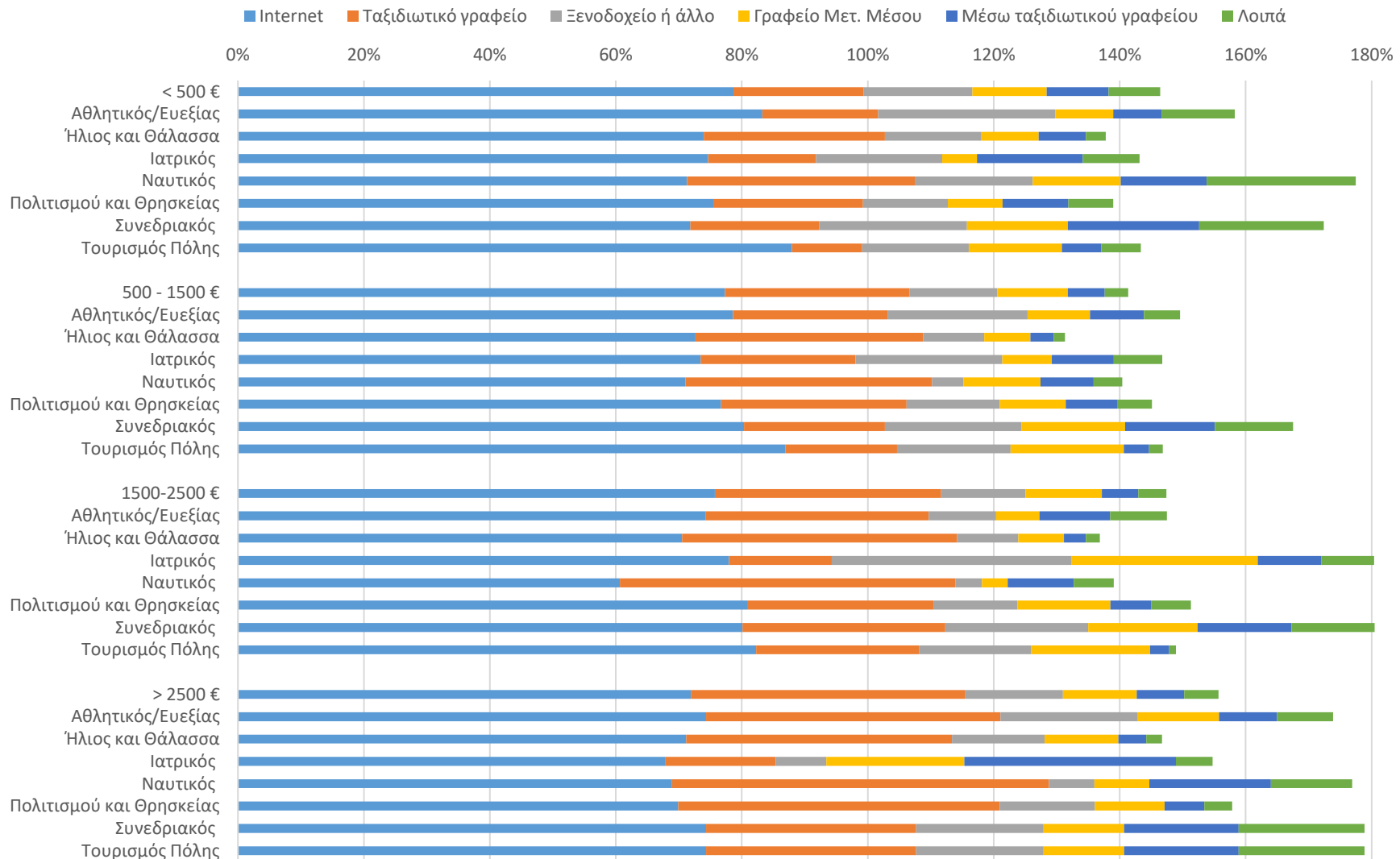
Η πλειοψηφία των τουριστών προχωράει σε προκράτηση πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, με το ποσοστό να αυξάνεται καθώς αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (ενδεικτικά < € 500 79% και > € 2.500 93%).



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.

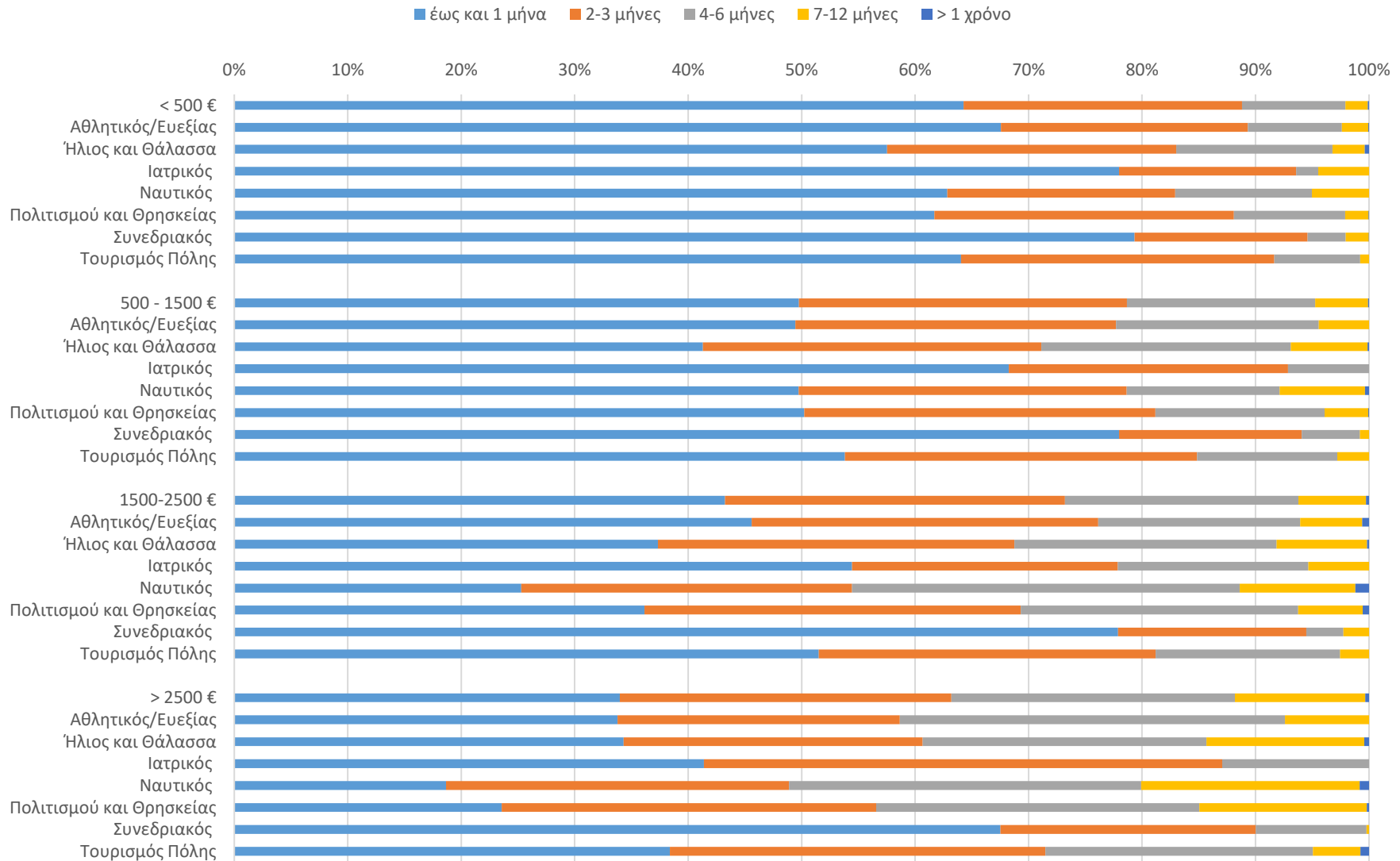
Χαρακτηριστικά Κράτησης Επιτρέπονται οι πολλαπλές επιλογές



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

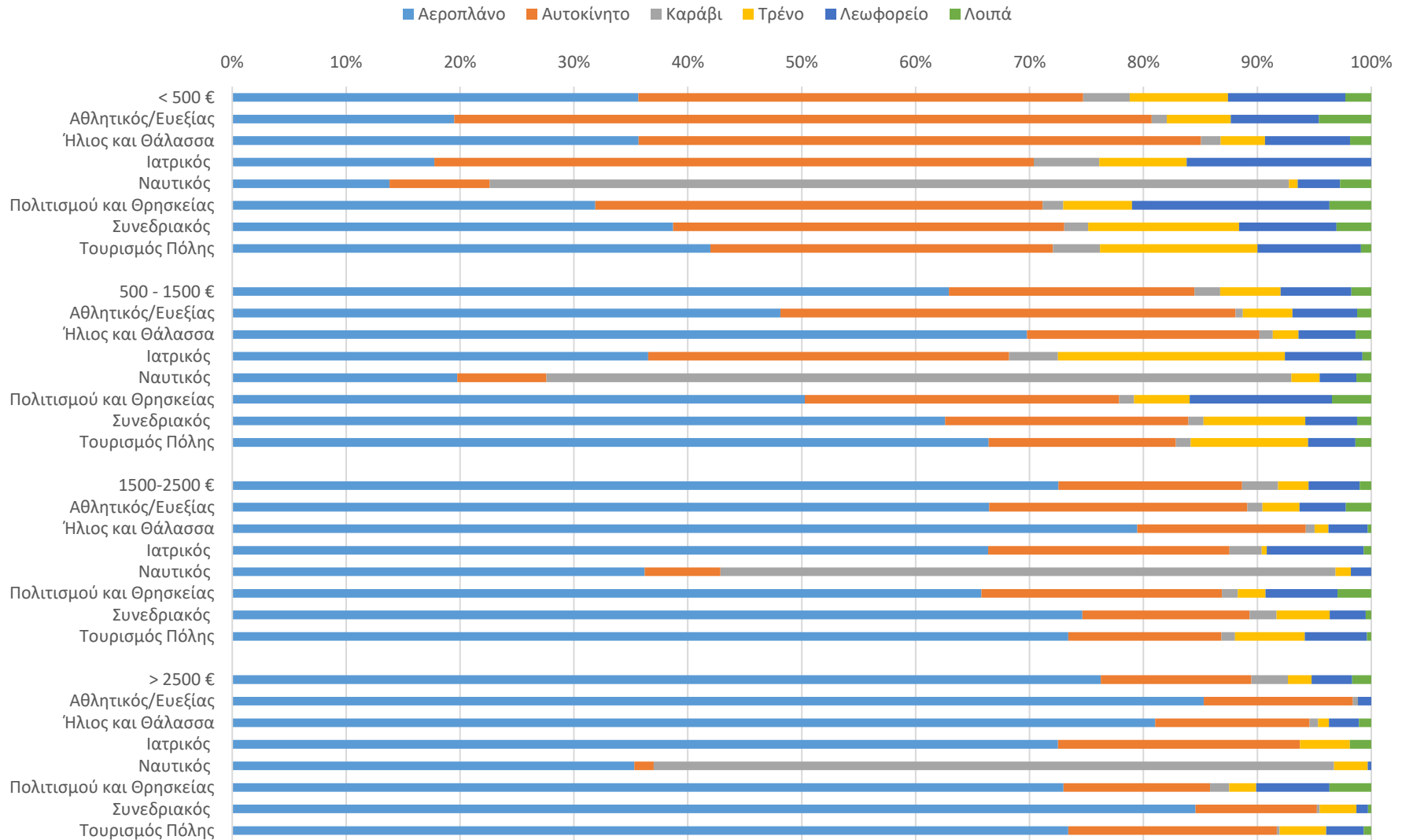


1.7 Μέσο μεταφοράς

Αναφορικά με το μέσο αναφοράς από το γράφημα προκύπτει ότι:

- Το κυρίαρχο μεταφορικό μέσο για όλα τα τουριστικά προϊόντα και όλες τις τουριστικές δαπάνες είναι το αεροπλάνο, με το ποσοστό του να αυξάνεται όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη (< € 500 36% και > € 2.500 76%).
- Ακολουθεί το αυτοκίνητο στην προτίμηση των επισκεπτών και κυρίως αυτών στις χαμηλές τουριστικές δαπάνες (< € 500 39% και > € 2.500 13%).
- Τα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς εμφανίζουν μικρά ποσοστά (< από 10%) που όσο αυξάνεται η τουριστική δαπάνη μειώνονται.
- Επιμέρους, αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό του Ιατρικού τουρισμού για δαπάνες από € 500 - 1.500 για χρήση τρένου (20%) και του Πολιτισμού & Θρησκείας για χρήση λεωφορείου (17%).

Μέσο Μεταφοράς



2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αν και όπως αναλυτικά παρουσιάστηκε παραπάνω υπάρχουν διαφοροποιήσεις από προϊόν σε προϊόν αλλά και αναλόγως ύψους δαπάνης, από την μελέτη προκύπτουν και ορισμένα κοινά συμπεράσματα, τα οποία και ακολουθούν.

Κυρίαρχο προϊόν στην Ευρωπαϊκή αγορά είναι ο Ήλιος και Θάλασσα (105 εκ. ταξίδια / € 102 δισ. δαπάνη), ακολουθούμενος από τα City Break (64 εκ. / 46 δισ.), τον Πολιτισμό και Θρησκεία (61 εκ. / 59 δισ.) και το MICE (34 εκ. / 26 δισ.), ενώ τα υπόλοιπα προϊόντα έχουν πολύ μικρότερα μεγέθη (2,7 έως 10,7 εκ. / 2,6 έως 9,1 δισ.).

Σε επίπεδο προορισμών, κυρίαρχοι ευρωπαϊκοί προορισμοί είναι η Ισπανία και η Ιταλία, ακολουθούμενες – ιδιαίτερα για ταξίδια χαμηλότερης δαπάνης – από την Γαλλία και την Γερμανία.

Σημαντικότερες αγορές είναι η Γερμανία και η Βρετανία και ακολουθούν οι Ρωσία, Γαλλία, Ιταλία, Σκανδιναβία, Ελβετία και Ολλανδία.

Η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιών (83%) και των διανυκτερεύσεων (72%) είναι δαπάνης έως € 1.500. Από την άλλη πλευρά σε επίπεδο συνολικής δαπάνης τα ταξίδια έως € 1.500 αντιπροσωπεύουν το 54% του συνόλου.

Αναφορικά με τα δημογραφικά στοιχεία:

- οι άνδρες έχουν μεγαλύτερο ποσοστό στις υψηλές δαπάνες και οι γυναίκες στις χαμηλότερες
- 75-80% των ταξιδιωτών είναι ηλικίας 25 έως 64 ετών
- η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδιωτών προέρχονται από τις ανώτερες εισοδηματικές τάξεις κάθε χώρας
- η πλειοψηφία των ταξιδιωτών έχει ανώτερη εκπαίδευση.

Καθώς αυξάνεται η ταξιδιωτική δαπάνη ...

- αυξάνεται η ηλικία των ταξιδιωτών,
- αυξάνεται η διάρκεια των ταξιδιών,
- αυξάνεται το οικογενειακό εισόδημα,
- είναι υψηλότερο το επίπεδο εκπαίδευσης,
- διευρύνεται η γκάμα των προορισμών που επιλέγουν οι ταξιδιώτες με τις ΗΠΑ και την Ασία να αποκτούν μεγάλο μερίδιο,
- αυξάνει η σημασία των κυρίαρχων αγορών (βλ. αν.),
- αυξάνεται η σημασία των ταξιδιωτικών γραφείων για ενημέρωση και κρατήσεις αλλά και των ταξιδιωτικών οδηγών,
- αυξάνει ο χρόνος προγραμματισμού των ταξιδιών,
- αυξάνει η χρήση του αεροπλάνου.

Η Ελλάδα κατέχει σημαντικό μερίδιο στον τουρισμό Ήλιου & Θάλασσας και στον Ναυτικό Τουρισμό, δαπάνης > € 500 ανά ταξίδι. Δεδομένου του πολιτιστικού της αποθέματος, ιδιαίτερα χαμηλό είναι το μερίδιο της στον τουρισμό Πολιτισμού και Θρησκείας.

Τέλος, ο Ιατρικός και ο Ναυτικός (στον οποίον περιλαμβάνεται και η κρουαζιέρα) τουρισμός παρουσιάζουν ορισμένα πολύ ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σε σχέση με τις άλλες μορφές:

- στον Ναυτικό τουρισμό είναι ιδιαίτερα αυξημένα τα ποσοστά των γυναικών, των άνω των 55 ετών και των ταξιδιωτών από την Βρετανία για τα ταξίδια υψηλής δαπάνης και των Σκανδιναβών για τα χαμηλής δαπάνης,
- στον Ιατρικό τουρισμό ιδιαίτερα αυξημένη σημασία έχουν οι γερμανόφωνες χώρες και η Ρωσία ως αγορές. Στα ταξίδια υψηλής δαπάνης ιδιαίτερα αυξημένο μερίδιο κατέχουν προορισμοί της Ανατολικής Ευρώπης και η Κίνα.