

Μελέτη INSETE: Η φήμη και η επισκεψιμότητα της Ελλάδας - Οι προτιμήσεις των τουριστών

Πρώτη στην προτίμηση των ταξιδιωτών και δυνητικών ταξιδιωτών από τις ευρωπαϊκές αγορές, αναφορικά με το ποια χώρα θα επιθυμούσαν να επισκεφθούν στο αμέσως επόμενο ταξίδι τους προς Ευρώπη, βρίσκεται η Ελλάδα, με μικρή διαφορά από την Ιταλία, ενώ η Ισπανία κατατάσσεται στην τρίτη θέση, σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το Royal Elcano Institute και η Turgespaña της Ισπανίας.

Στις μη ευρωπαϊκές αγορές, η Ελλάδα βρίσκεται στην 5η θέση (μετά από την Ισπανία, την Ιταλία, τη Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο). Συνολικά, οι 4 προτιμητέοι προορισμοί ήταν η Ιταλία, η Ισπανία, η Ελλάδα και η Γαλλία, με συνολικές αναφορές πάνω από 10% σε κάθε αγορά (με εξαίρεση τη Γαλλία στις ευρωπαϊκές αγορές).

Επίσης, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 7η θέση επισκεψιμότητας παγκοσμίως, μετά από πολύ μεγάλες χώρες και οικονομικές δυνάμεις (Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ). Στις ευρωπαϊκές αγορές -επισκέπτες από ευρωπαϊκές χώρες- η Ελλάδα κατατάσσεται στην 6η θέση (μπροστά από τις ΗΠΑ), ενώ στις μη ευρωπαϊκές, καταλαμβάνει την 10η θέση, ακολουθώντας εκτός από τις προαναφερθείσες χώρες και ασιατικούς προορισμούς (Ταϊλάνδη, Ιαπωνία), καθώς και το Μεξικό.

Η σχετική έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2020, σε 29 χώρες και 33 αγορές εντός και εκτός της Ευρώπης, με συνολικό δείγμα 17.300 ατόμων εστιασμένο σε ταξιδιώτες και δυνητικούς ταξιδιώτες προς Ευρώπη. Το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (INSETE) [πραγματοποίησε μελέτη](#), που βασίστηκε στην έρευνα, από την οποία αναλύθηκαν, ιδιαίτερα, τα αποτελέσματα για την Ελλάδα.

Τα αποτελέσματα αυτά, επιβεβαιώνουν ότι η Ελλάδα αποτελεί μια παγκόσμια τουριστική δύναμη και ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα στρατηγικής σημασίας και παγκόσμιας εμβέλειας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας. Επιβεβαιώνουν επίσης το γεγονός ότι οι κύριοι ανταγωνιστές της χώρας μας είναι πολύ περισσότερο οι ανεπτυγμένες αγορές της μεσογειακής Ευρώπης και λιγότερο οι αγορές της Ανατολικής και Νότιας Μεσογείου, όπως έχει τονισθεί σε παλαιότερη έρευνα του INSETE.

Οι τύποι των προτιμώμενων ταξιδιών και δραστηριοτήτων

Αναφορικά με τους τύπους των προτιμώμενων ταξιδιών και δραστηριοτήτων ευρύτερα:

-Τα ταξίδια αναψυχής, σύντομα ή μεγάλης διάρκειας χωρίς κάποιον επιμέρους σκοπό (πολιτιστικό ενδιαφέρον, wellness, αθλητισμό), αποτελούν τις πλέον δημοφιλείς μορφές ταξιδιού. Τα ταξίδια αυτά είναι συνυφασμένα με τον Ήλιο και τη Θάλασσα, την εξερεύνηση των πόλεων αλλά και της φύσης, τη γαστρονομία και το shopping, συμβάλλοντας στις εγχώριες οικονομίες.

Το ενδιαφέρον για την εξερεύνηση πόλεων αλλά και της φύσης, τη γαστρονομία και το shopping οδηγούν στη συμβολή του τουρισμού στις εγχώριες οικονομίες, ακόμα και αν είναι απαραίτητη κάποια ενδεχομένη μετακίνηση σε χωριό ή στη φύση.

Στις ευρωπαϊκές αγορές:

-Αν και παρατηρούνται κάποιες διαφοροποιήσεις μεταξύ των χωρών, συνολικά η εικόνα είναι παρόμοια ως προς την προτίμηση για προϊόντα αναψυχής με τις πρώτες θέσεις να

καταλαμβάνονται από την επίσκεψη σε πόλεις και τη χαλάρωση στην ακτή – στην παραλία κοντά στη θάλασσα.

-Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις δυνατότητες ανάπτυξης τουρισμού στην ηπειρωτική Ελλάδα παρουσιάζει η πολύ υψηλή προτίμηση για επίσκεψη σε μικρές πόλεις / χωριά, ιδιαίτερα για ορισμένες από τις βασικές αγορές, καθώς και η σημασία της γαστρονομίας για το σύνολο της χώρας.

-Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι αν και τα ταξίδια -είτε σύντομα είτε μεγάλης διάρκειας- με πολιτιστικό περιεχόμενο αποτελούν μικρό ποσοστό του συνόλου, η επίσκεψη σε μουσεία και η γνωριμία με άλλους πολιτισμούς αποτελούν σημαντικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των ταξιδιών. Αυτό υποδηλώνει ότι οι ταξιδιώτες ενδιαφέρονται για ένα πολυδιάστατο προϊόν / μια πολυδιάστατη εμπειρία ακόμα και αν ο βασικός στόχος του ταξιδιού τους είναι η αναψυχή είτε με "Ήλιο και Θάλασσα" είτε με City Break.

Στις Μη Ευρωπαϊκές αγορές, η σημαντικότερη διαφοροποίηση σε σχέση με τις Ευρωπαϊκές είναι το αυξημένο ενδιαφέρον για επίσκεψη σε χώρους στη φύση, ιδιαίτερα στις ασιατικές αγορές, καθώς και το αυξημένο ενδιαφέρον για μουσεία, μνημεία και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες.

Οι διαφορές στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών, ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους

Η έρευνα κατέγραψε σημαντικές διαφορές στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών, ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους οι οποίες έχουν ως εξής:

-Αναφορικά με το φύλο, παρατηρείται μια σημαντική προτίμηση από γυναίκες σε σύντομα ταξίδια αναψυχής, συνδυάζοντας συχνά υπηρεσίες wellness. Επιπρόσθετα, το ενδιαφέρον για μουσεία και μνημεία είναι εντονότερο στις γυναίκες.

-Αντίθετα, σύντομα ταξίδια για σπουδές ή δουλειά αλλά και σύντομα ταξίδια αναψυχής που συνδυάζουν αθλητισμό και δραστηριότητες, φαίνεται να προτιμώνται από άνδρες.

-Η πιο συχνά εμφανιζόμενη ηλικιακή ομάδα σε όλους τους τύπους ταξιδιών είναι η 31-40 ετών, με εξαίρεση τα ταξίδια μεγάλης διάρκειας με πολιτιστικό περιεχόμενο όπου την πρώτη θέση καταλαμβάνει η ηλικιακή ομάδα 57-65 ετών, ακολουθούμενη από την ηλικιακή ομάδα 31-40 ετών.

-Ός προς το μορφωτικό επίπεδο, η πιο συχνά εμφανιζόμενη κατηγορία σε όλους τους τύπους ταξιδιών, είναι οι Απόφοιτοι Πανεπιστημίου ενώ, ανάλογα με τον τύπο ταξιδιού, σημαντική παρουσία έχουν οι κάτοχοι μεταπτυχιακών σπουδών και οι έχοντες επαγγελματική κατάρτιση καθώς και απολυτήριο.

-Αναφορικά με την επαγγελματική κατάσταση, αυτοί που ταξιδεύουν είναι κατά κύριο λόγο οι εργαζόμενοι, ενώ σημαντική ομάδα ταξιδιωτών αποτελούν και οι συνταξιούχοι με αρκετά μεγάλο μερίδιο σε ταξίδια μεγάλης διάρκειας.

Να σημειωθεί, ότι το Royal Elcano Institute είναι ένα think tank με εξειδίκευση σε διεθνείς μελέτες και μελέτες στρατηγικής. Ιδρύθηκε το 2001 ως ιδιωτικό ίδρυμα. Διοικείται από Board of Trustees, με επίτιμο Πρόεδρο τον εκάστοτε Βασιλιά της Ισπανίας. Η Turespaña είναι δημόσιος οργανισμός υπαγόμενος στο Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού της Ισπανίας, με ευθύνη το marketing της Ισπανίας ως παγκόσμιας εμβέλειας ταξιδιωτικός προορισμός. Οι δύο φορείς πραγματοποίησαν την έρευνα σχετικά με τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών στο άμεσο παρελθόν και μέλλον, τον τύπο ταξιδιού που προτιμούν, καθώς και τις δραστηριότητες που

επιλέγουν στον προορισμό στο πλαίσιο της ανάπτυξης του νέου βιώσιμου στρατηγικού σχεδιασμού 2030, του Υπουργείου Τουρισμού και του Τμήματος Στρατηγικής Μάρκετινγκ της Turesraña.