

Τάσεις και ευκαιρίες στις σημαντικότερες αγορές εισερχόμενου τουρισμού: ταξιδιωτική συμπεριφορά, οικονομικές εξελίξεις και η θέση της Ελλάδας

- **1 στους 2 καταναλωτές δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν με κύρια προτίμηση στις διακοπές σε παραλία/θέρετρο.**
- **Αυξημένο το ενδιαφέρον για ταξίδι από τις αγορές της Ελβετίας, της Ιταλίας και της Αυστρίας.**
- **Η σχέση ποιότητας τιμής και οι μετεωρολογικές συνθήκες αποτελούν βασικούς παράγοντες επηρεασμού των ταξιδιωτικών αποφάσεων.**
- **Οι οικονομίες της Ευρώπης προβλέπεται να αναπτυχθούν με χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης σε σύγκριση με το 2022.**
- **Η γερμανική αγορά επηρεάζεται περισσότερο από τον πληθωρισμό σε σχέση με τις υπόλοιπες.**

Οι τάσεις στην ταξιδιωτική συμπεριφορά, η παρακολούθηση των οικονομικών εξελίξεων και της κατάταξης της Ελλάδας στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών σε 13 χώρες-αγορές του Ελληνικού τουρισμού, από τις οποίες το 2022 προήλθε το 76,5% του συνόλου των εισπράξεων του εισερχόμενου τουρισμού, είναι το αντικείμενο της νέας μελέτης του INSETE [«Market Outlook: Ταξιδιωτική συμπεριφορά και οικονομικές συνθήκες στις κύριες αγορές εισερχόμενου τουρισμού»](#) που εκπονήθηκε τον Ιούνιο του 2023.

Η συνεχής παρακολούθηση άλλωστε, διαφόρων δεικτών που επηρεάζουν την ταξιδιωτική ζήτηση κρίνεται απαραίτητη για την έγκαιρη διάγνωση των αλλαγών και την πραγματοποίηση διορθωτικών κινήσεων.

Σε αυτό το πλαίσιο, στη μελέτη αναλύονται οι αγορές της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Γαλλίας, των ΗΠΑ, της Ιταλίας, της Ολλανδίας, της Ρουμανίας, της Αυστρίας, της Ελβετίας, του Βελγίου, της Πολωνίας, του Ισραήλ και της Σουηδίας.

Η ταξιδιωτική συμπεριφορά στις κύριες αγορές

Σύμφωνα με την ανάλυση στοιχείων της GWI, υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών από όλες τις εξεταζόμενες αγορές για ταξίδια είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού με τουλάχιστον τους μισούς να δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν. Υψηλότερο ενδιαφέρον να ταξιδέψουν δήλωσαν οι καταναλωτές από τις αγορές της Ελβετίας (62%), της Ιταλίας (61%), της Αυστρίας (59%), του Βελγίου (57%), της Σουηδίας (56%), της Ρουμανίας (53%), της Πολωνίας (52%), του Ηνωμένου Βασιλείου (52%), της Γερμανίας (51%) και του Ισραήλ (51%).

Στους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών για τα ταξίδια είναι η σχέση ποιότητας-τιμής και οι μετεωρολογικές συνθήκες, ενώ ακολουθούν η χαλάρωση, η πολιτιστική εμπειρία, οι ειδικές τιμές/προσφορές, η εμπειρία ζωής, η ευκολία στο ταξίδι (πχ απευθείας πτήσεις), η απόσταση του ταξιδιού, οι ποιοτικές εγκαταστάσεις για παιδιά/οικογένεια, η δυνατότητα επίσκεψης σε φίλους/συγγενείς, η σύσταση από φίλους/συγγενείς, οι δραστηριότητες περιπέτειας στην ύπαιθρο, οι

διαδικτυακές κριτικές και η εξοικείωση με τον προορισμό. Οι υπόλοιποι παράγοντες δεν ξεπερνούν το 10% σχεδόν σε όλες τις επιμέρους αγορές.

Αναφορικά με τον τύπο διακοπών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν περισσότερο οι ερωτηθέντες καταναλωτές, οι διακοπές σε παραλία/θέρετρο είναι οι δημοφιλέστερες (από 53% έως 67% ανάλογα με τη χώρα), και ακολουθούν -με λιγότερο από 50%- το οδικό ταξίδι, το staycation, οι διακοπές δράσης/περιπέτειας, οι διακοπές για spa/απόδραση, οι διακοπές σε θεματικό πάρκο, η κρουαζιέρα και τα χειμερινά αθλήματα. Στις επιμέρους αγορές ανά προϊόν, παρατηρούμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά προτίμησης για παραλία/θέρετρο εντοπίζονται στις αγορές της Ιταλίας (67%), της Σουηδίας (67%), της Ελβετίας (66%), της Αυστρίας (64%), της Γερμανίας (64%), του Ηνωμένου Βασιλείου (64%), των ΗΠΑ (62%), της Ρουμανίας (62%) και του Ισραήλ (61%). Παράλληλα, υψηλή προτίμηση για οδικό ταξίδι παρατηρείται στις αγορές των ΗΠΑ (53%), της Ρουμανίας (48%), της Ελβετίας (42%), της Ολλανδίας (42%) και της Πολωνίας (41%).

Στις χώρες της κεντρικής Ευρώπης (Αυστρία, Βέλγιο, Γερμανία, Ελβετία, Ολλανδία), τους προηγούμενους 3 έως 6 μήνες, οι διακοπές στο εξωτερικό υπερσχύουν των διακοπών στο εσωτερικό, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες υπό εξέταση χώρες. Για τους επόμενους 3 έως 6 μήνες, οι διακοπές στο εξωτερικό παραμένουν κυρίαρχη προτίμηση στις παραπάνω αγορές και στην Σουηδία, ενώ καταγράφεται προτίμηση για διακοπές στο εσωτερικό στις ΗΠΑ και σε μικρότερο βαθμό στη Γαλλία και στην Ιταλία, χώρες που έχουν δικούς τους παραθεριστικούς προορισμούς, καθώς και στην Πολωνία και τη Ρουμανία, πιθανόν για οικονομικούς λόγους.

Στην ερώτηση σχετικά με το ποια ιστοσελίδα/εφαρμογή επισκέφτηκαν ή χρησιμοποίησαν πρόσφατα, κυρίαρχη επιλογή είναι η Booking (από 24% έως 36% στις ευρωπαϊκές αγορές), ακολουθούμενη από την Trivago (9% - 17%), την TripAdvisor (7% - 25%), την Airbnb (7% - 20%) και σε μικρότερο βαθμό η Expedia, η Skyscanner και η Hotels.com. Αξιοσημείωτη είναι η προτίμηση σε σύγκριση με τις υπόλοιπες αγορές των καταναλωτών από τη Γαλλία στην Airbnb (20%), από τις ΗΠΑ στην Expedia (17% έναντι 14% Booking και 15% AirBnB), από την Ιταλία στην TripAdvisor (25%) και από την Σουηδία στην Hotels.com (18%).

Οικονομικές εξελίξεις στις κύριες αγορές του ελληνικού τουρισμού

Καθοριστικό ρόλο στη διάθεση και τη δυνατότητα των καταναλωτών να ταξιδέψουν διαδραματίζουν οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες μόνιμης κατοικίας τους.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Μάιος 2023), οι οικονομίες της Ευρώπης φέτος προβλέπεται να αναπτυχθούν με χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης σε σύγκριση με το 2022, αλλά και σε σύγκριση με προηγούμενες προβλέψεις της (Μάιος 2022). Εξάιρεση αποτελούν οι αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (-0,2%) και της Σουηδίας (-0,5%) όπου η ΕΕ προβλέπει συρρίκνωση του ΑΕΠ τους για το 2023. Παρόμοια εικόνα παρατηρούμε και στην αμερικανική αγορά, με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να προβλέπει επιβράδυνση της οικονομίας για το 2023, λόγω των υψηλότερων επιτοκίων τα οποία θα επηρεάσουν αρνητικά τις επιχειρηματικές και καταναλωτικές δαπάνες των Αμερικανών.

Ειδικότερα, ως προς τις πληθωριστικές πιέσεις οι δύο κύριες αγορές της Ελλάδας (Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο) δεν επηρεάζονται στον ίδιο βαθμό. Οι μεν Γερμανοί είναι πιο συντηρητικοί στις ταξιδιωτικές τους δαπάνες από άλλους Ευρωπαίους σε περιόδους κρίσεων, ενώ η διάθεση των Βρετανών για ταξίδια παραμένει υψηλή, τάση που καταγράφεται και στην εξέλιξη του προγραμματισμού αεροπορικών θέσεων σύμφωνα με το [Airdata Tracker](#) του INSETE.

Η Ελλάδα στο top-10 προορισμών εξερχόμενου τουρισμού & στο top-5 των Μεσογειακών προορισμών στις κύριες αγορές

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στο top-10 των προορισμών εξερχόμενου τουρισμού στις υπό εξέταση αγορές με εξαίρεση την αγορά των ΗΠΑ βάσει στοιχείων του UNWTO για το έτος 2021 (τελευταία διαθέσιμα στοιχεία). Ειδικότερα, κατείχε την πρώτη θέση στην αγορά της Κύπρου, τη δεύτερη θέση στην αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου και την τρίτη θέση στις αγορές της Γαλλίας, του Ισραήλ και της Σερβίας. Παράλληλα, η Ελλάδα κατατάσσεται υψηλά στις προτιμήσεις και στις υπόλοιπες αγορές: τέταρτη (4^η) στις αγορές της Ρουμανίας, της Ιταλίας και της Πολωνίας, πέμπτη (5^η) στην Αυστρία, έκτη (6^η) στη Γερμανία, στην Ελβετία, στο Βέλγιο και όγδοη (8^η) στην Ολλανδία και τη Σουηδία. Η εικόνα διαφοροποιείται σημαντικά όσον αφορά τους Μεσογειακούς προορισμούς, με την Ελλάδα να βρίσκεται σε όλες τις αγορές στο top-5 των κυριότερων προορισμών.

Σε σχέση με το 2019, την τελευταία προ πανδημίας χρονιά, η Ελλάδα ανέβηκε μια θέση ως προορισμός στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από τη Γερμανία, την Ιταλία, την Ολλανδία, την Αυστρία, την Ελβετία και τη Σουηδία, δύο θέσεις στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από το Βέλγιο, τρεις θέσεις στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από τις ΗΠΑ και το Ισραήλ, τέσσερις θέσεις στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Πολωνία και πέντε θέσεις στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από τη Γαλλία. Υποχώρηση δύο θέσεων καταγράφηκε στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από τη Σερβία και τριών θέσεων στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από τη Ρουμανία.