

Περίληψη Μελέτης

INSETE: Οι λόγοι μείωσης της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα και η σύγκριση με την Ισπανία

Εδώ και αρκετά χρόνια παρατηρείται μια διαρκής μείωση της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης (ΜΚΔ) των εισερχόμενων τουριστών στην Ελλάδα που μερικές φορές αποδίδεται στην «υποβάθμιση» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Στην πραγματικότητα, η μείωση αυτή οφείλεται κατά περίπου τα 2/3 στην μείωση της Μέσης Διάρκειας Παραμονής, που αποτελεί παγκόσμια τάση, και κατά το 1/3 στην αλλαγή του μείγματος των επισκεπτών με την προσέλκυση νέων αγορών από τα Βαλκάνια και τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Αντίθετα, η Μέση Ημερήσια Δαπάνη έχει παραμείνει σχεδόν σταθερή με μικρές αυξομειώσεις. **Συνεπώς, η μείωση της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης μεταξύ 2005 και 2018 κατά 30% (από € 745,7 σε € 519,6), δεν αποτελεί ένδειξη «υποβάθμισης» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.**

Αυτό είναι ένα από τα βασικά συμπεράσματα της νέας μελέτης που εκπόνησε το **Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ (INSETE)** στην οποία εξετάζονται οι λόγοι μείωσης της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης των τουριστών στην Ελλάδα, ενώ γίνεται σύγκριση και με την Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη των τουριστών στην Ισπανία.

Η μεταβολή στα μερίδια των αγορών μας - δηλαδή, η αλλαγή του μείγματος των επισκεπτών - δεν οφείλεται σε υποκατάσταση των παραδοσιακών (υψηλότερης δαπάνης) αγορών από νέες (χαμηλότερης δαπάνης) αγορές, αλλά στην ανάπτυξη των νέων αγορών (+ 137%, από 3,2 εκατ. το 2012 σε 7,6 εκατ. το 2018) με ταχύτερο ρυθμό από αυτόν που αναπτύσσονται οι παραδοσιακές (+82%, από 6,3 εκατ. το 2012 σε 11,5 εκατ. το 2018). Η ανάπτυξη αυτή των νέων αγορών, έχει συμβάλει σημαντικά στην στήριξη της οικονομίας και των τουριστικών επιχειρήσεων, κυρίως στη Βόρεια Ελλάδα. Παράλληλα, με την ανάπτυξη της Αθήνας ως προορισμού City Break τα τελευταία χρόνια, έχει ενισχυθεί περαιτέρω η τάση μείωσης της Μέσης Διάρκειας Παραμονής για την Ελλάδα.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι, όπως έδειξε προηγούμενη μελέτη του INSETE, η Μέση Ημερήσια Δαπάνη των τουριστών από τις παραδοσιακές αγορές μας **αυξήθηκε**, αντισταθμίζοντας τη μειωμένη Μέση Ημερήσια Δαπάνη των τουριστών από τις νέες αγορές (+ 6% από τις χώρες της Ευρωζώνης έναντι -11% από τις άλλες χώρες της ΕΕ και -9% από τις υπόλοιπες). Στο γεγονός αυτό οφείλεται η διαχρονική σταθερότητα της Μέσης Ημερήσιας Δαπάνης (ΜΗΔ) τα τελευταία χρόνια (€ 71,1 το 2012, € 69,0 το 2018)

Να σημειωθεί ότι εφόσον η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη της Ελλάδας υπολογισθεί μόνο για όσους διανυκτέρευσαν, ανέρχεται σε 546,3 ευρώ το 2018, είναι δηλαδή υψηλότερη κατά 26,7 ευρώ έναντι της δημοσιευμένης ΜΚΔ 519,6 ευρώ. Για τον υπολογισμό αυτό λήφθηκε υπόψη ότι, σύμφωνα με στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας, οι ημερήσιοι επισκέπτες (same day travelers) για το 2018

εκτιμήθηκαν σε 1.865.206 και οι δαπάνες τους στα 216 εκατ. ευρώ (Μέση Ημερήσια Δαπάνη: 115,8 ευρώ).

Η ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Η **διαφορά της ΜΚΔ μεταξύ Ισπανίας και Ελλάδας, εφόσον μετρηθεί με τον ίδιο τρόπο, είναι στα όρια των στατιστικών διαφορών**. Επίσης, στον βαθμό που υπάρχει, οφείλεται και στο διαφορετικό μίγμα αγορών των δυο χωρών.

Μετά τις αναγκαίες προσαρμογές ώστε ο υπολογισμός να γίνεται μόνο για ταξιδιώτες με μία τουλάχιστον διανυκτέρευση και μόνο κατά το μέρος της δαπάνης που καταλήγει στην κάθε χώρα, προκύπτει ότι η διαφορά της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης μεταξύ Ελλάδας και Ισπανίας, περιορίζεται για το 2018 σε 53,7 ευρώ (€ 546,3 και € 600 αντίστοιχα) και μπορεί να αποδοθεί αφενός σε στατιστικές διαφορές - ιδιαίτερα λόγω έλλειψης στοιχείων που θα επιτρέψουν την ακριβέστερη εκτίμηση της Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης στην Ισπανία, με τρόπο αντίστοιχο με τον τρόπο που εκτιμάται η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη στην Ελλάδα - και, αφετέρου, στο διαφορετικό μείγμα των επισκεπτών των δύο χωρών, καθώς η συμμετοχή των Βαλκανικών αγορών και των αγορών της Ανατολικής Ευρώπης στην Ισπανία είναι αναλογικά πολύ χαμηλότερη από την αντίστοιχη στην Ελλάδα. Μάλιστα, αν υποθέταμε ότι η Ελλάδα είχε το ίδιο μείγμα επισκεπτών με αυτό της Ισπανίας, τότε η διαφορά περιορίζεται σε μόλις € 9,8 για το 2018 (€ 590,2 και € 600,0 αντίστοιχα).

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ

Επιπροσθέτως, το κόστος του αεροπορικού εισιτηρίου από τις παραδοσιακές ευρωπαϊκές αγορές προς την Ισπανία, είναι σημαντικά χαμηλότερο από το αντίστοιχο προς την Ελλάδα, μεταξύ άλλων λόγω εγγύτητας και φορολογικών επιβαρύνσεων. Αυτό αφενός δίνει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Ισπανία, αφετέρου – βάσει της παρόμοιας Μέσης κατά Κεφαλήν Δαπάνης για δαπάνες στην κάθε χώρα – **είναι πολύ πιθανόν το συνολικό κόστος για τον Ευρωπαίο τουρίστα να είναι υψηλότερο για ένα ταξίδι στην Ελλάδα, απ' ότι για ένα ταξίδι στην Ισπανία**. Συνεπώς, αφενός δεν τεκμαίρεται η άποψη ότι η Ελλάδα είναι ένας σχετικά «φθηνός προορισμός» για τους Ευρωπαίους με «υποβαθμισμένο» προϊόν, συγκριτικά με τους κύριους ανταγωνιστές και, αφετέρου, οι τουρίστες που δαπανούν το ίδιο ή υψηλότερο ποσό στην Ελλάδα έχουν αντίστοιχα υψηλές προσδοκίες για το επίπεδο ικανοποίησής τους από τις διακοπές τους.

Θα πρέπει όμως να σημειωθεί πως η διαφορά μεταξύ της ΜΚΔ σε Ισπανία και Ελλάδα διευρύνεται: από € 26,5 το 2016 σε € 53,7 το 2018. Καθοριστικό παράγοντα για την εξέλιξη αυτή αποτελεί η αποκλίνουσα πορεία της ΜΚΔ για τις τρεις κύριες αγορές των δύο χωρών (Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία) – ενώ στην Ελλάδα έχει μειωθεί μεταξύ 2016 και 2018, στην Ισπανία έχει αυξηθεί. Αξίζει να σημειωθεί πως το Στρατηγικό Σχέδιο Marketing της TURESPAÑA (Ισπανικός Οργανισμός Τουρισμού)

εστιάζει στην προσέλκυση αγορών υψηλότερης δαπάνης, αφενός μέσω της προσέλκυσης αγορών long haul – ιδιαίτερα από Ασία – και, αφετέρου, μέσω της αγοράς cosmopolitan. Η στόχευση της αγοράς αυτής έγινε κατ' εξοχήν στην Γερμανία, την Βρετανία, την Γαλλία, την Ιταλία, την Ολλανδία και τις ΗΠΑ. Η αγορά cosmopolitan αρέσκεται σε city breaks, shopping, επισκέψεις πολιτιστικού ενδιαφέροντος, γαστρονομία, υπηρεσίες ευεξίας κλπ.).

Η ΑΝΑΓΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΝΟΣ ΣΥΝΘΕΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Όπως έδειξε και πρόσφατη μελέτη του INSETE για την αξιολόγηση του τουριστικού brand «Ελλάδα», η στόχευση σε υψηλότερη Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη, είτε μέσω της αύξησης της Μέσης Ημερήσιας Δαπάνης, είτε μέσω της Μέσης Διάρκειας Παραμονής, **προϋποθέτει τη δημιουργία ενός πιο σύνθετου προϊόντος με υψηλότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά που αναβαθμίζει την** συνολική εμπειρία του επισκέπτη και αφορά σε όλους τους επιμέρους κρίκους της αλυσίδας αξίας που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν. Προς την κατεύθυνση αυτή, κρίσιμο στοιχείο είναι, επίσης, η **αποτελεσματική διαχείριση των προορισμών** με συγκεκριμένο στρατηγικό σχεδιασμό, συνένωση δυνάμεων και ευρύτερες συνεργασίες σε κεντρικό και τοπικό επίπεδο. Παράλληλα, είναι αναγκαίο να προχωρήσει ο **εκσυγχρονισμός των υποδομών** για ενεργειακή επάρκεια, καθαριότητα, επαρκή αστυνόμευση, ενίσχυση υπηρεσιών υγείας, κλπ., ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες, τόσο των τουριστών όσο και των κατοίκων της χώρας. Μόνο έτσι ο ελληνικός τουρισμός θα διατηρήσει την δυναμική του και θα σταθεροποιηθεί σε μια νέα, πιο ώριμη και μακροχρόνια φάση ανάπτυξης.