

ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ [Α.Π. 1091]**

ΓΙΑ ΤΗΝ



ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΥΚΛΑΔΩΝ Α.Ε.

ΑΠΟ ΤΗΝ CENTRUM research

Ετοιμάστηκε ειδικά για την παρουσίαση στο Τουριστικό Πανόραμα

Απρίλιος 2007



ISTOS

INNOVATION FOR SUSTAINABLE TOURISM & SERVICES
IN SOUTH AEGEAN ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ
ΔΡΑΣΕΩΝ



ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ISTOS ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΙΤΑΙ ΚΑΤΑ 75% ΑΠΟ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΤΑΜΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑ 25% ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ
ΔΗΜΟΣΙΟ – ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Εισαγωγή

Η Αναπτυξιακή Εταιρία Κυκλάδων Α.Ε. πραγματοποίησε

ΠΡΩΤΟΓΕΝΗ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ

Το έργο αυτό εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο του Περιφερειακού Προγράμματος Καινοτόμων δράσεων του Νότιου Αιγαίου «ΙΣΤΟΣ - Καινοτομία για τον Αειφορικό Τουρισμό και τις υπηρεσίες», φιλοσοφία του οποίου αποτελεί η δημιουργία του κατάλληλου περιβάλλοντος για την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης μέσω της καινοτομίας στην περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου.

Επίκεντρο του προγράμματος, αποτελεί ο τομέας των υπηρεσιών και κυρίως του τουρισμού. Κοινό όραμα όλων των συμμετεχόντων στο Πρόγραμμα αποτελεί ο σχεδιασμός του αειφόρου μέλλοντος της περιφέρειας μέσω της εισαγωγής καινοτόμων στοιχείων και διαδικασιών στους τομείς των υπηρεσιών και του τουρισμού.

Στόχος του Έργου

Αντικείμενο του έργου ήταν η ανάπτυξη ενός μοντέλου καταγραφής των χαρακτηριστικών του εισερχόμενου τουρισμού με την άντληση πρωτογενών στοιχείων από τις κύριες πύλες εισόδου και εξόδου του νομού Κυκλάδων. Στόχος είναι η συνεχής εφαρμογή μιας Πρωτογενούς έρευνας αγοράς στην τουριστική αγορά του νομού προκειμένου να διερευνηθούν θέματα που αφορούν την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, της προσφοράς και της βιωσιμότητας – αειφορίας του. Οι πληροφορίες που συγκεντρώθηκαν αφορούν:

- A. Προφίλ ταξιδιωτών
- B. Χαρακτηριστικά μετακίνησης
- Γ. Τουριστικό προφίλ
- Δ. Αγοραστική συμπεριφορά
- E. Αξιολόγηση των προσφερομένων υπηρεσιών

Μέθοδος

Η μεθοδολογία περιελάμβανε την επιλογή ενός νησιού, στην προκειμένη περίπτωση επελέγη η Σαντορίνη, λόγω της γεωγραφικής της θέσης, την πολυσυλλεκτικότητα των τουριστών, τους διαφορετικούς τρόπους πρόσβασης και την διαφορετική προέλευση τους.

Η μελέτη περιελάμβανε συλλογή στοιχείων από 3 σημεία:

- Αεροδρόμιο
- Ακτοπλοϊκές συγκοινωνίες
- Περιπατητικούς τουρίστες (πάνω στο νησί)

Μέγεθος Δείγματος

Το μέγεθος δείγματος ήταν 4.254 άτομα

Χρόνος διεξαγωγής

Η έρευνα διεξήχθη το 2005 / 2006 και κάλυψε τους 7 μήνες (Απρίλιο έως Οκτώβριο)

A topographic map of Cyprus, showing the island's terrain with green and brown shading. The map is centered on the island, with the title 'ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ' overlaid in the middle.

ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

ΚΥΡΙΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ

Α. ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

- Περισσότεροι άνδρες από ότι γυναίκες επισκέπτονται τη Σαντορίνη σε αναλογία 55:45
- Οι 5 στους 10 είναι ως 35 ετών και οι λοιποί μεγαλύτεροι πράγμα που δηλώνει ότι οι νεώτεροι επισκέπτονται τη Σαντορίνη
- Υπάλληλοι, φοιτητές και ελεύθεροι επαγγελματίες είναι τα κυριότερα επαγγέλματα
- Υψηλού μορφωτικού επιπέδου είναι οι τουρίστες της Σαντορίνης καθόσον περισσότεροι από τους μισούς έχουν ανώτερη ή ανώτατη μόρφωση. Το νεαρό της ηλικίας έχει σαν συνέπεια οι μισοί και πλέον επισκέπτες να είναι ανύπαντροι.

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

Από το σύνολο των επισκεπτών, οι 6 στους 10 είναι Έλληνες και λοιποί άλλης εθνικότητας, κυρίως Ιταλοί, Άγγλοι, Ισπανοί, Γάλλοι, Αμερικανοί, Αυστραλοί και Γερμανοί.

Οι πηγές των τουριστών είναι:

- Ευρώπη: 8 στους 10
- Αμερική: 1 στους 10
- Αυστραλασία: 1 στους 10

Β. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗΣ

ΜΕΣΟ ΑΦΙΞΗΣ

Οι Έλληνες προτιμούν τη θαλάσσια οδό για τη Σαντορίνη (katamaran, ferry, δελφίνι) σε αναλογία 8:10.

Αντίθετα οι ξένοι μοιράζουν την προτίμησή τους μεταξύ πλοίων και αεροπλάνων.

Περίπου στις ίδιες αναλογίες βρίσκονται και οι προτιμήσεις τους ως προς τον τρόπο αναχώρησης.

Γ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ

ΤΥΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ – ΛΟΓΟΣ

Σχεδόν το σύνολο των Ελλήνων και ξένων επισκεπτών ήρθαν για κάνουν διακοπές στη Σαντορίνη ενώ μικρό ποσοστό ήρθε για να εργαστεί στο νησί.

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ – ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Οι Έλληνες τουρίστες αρχίζουν να συγκεντρώνουν πληροφορίες για τον προορισμό τους κατά μέσο όρο 20 μέρες πριν την άφιξή τους στη Σαντορίνη. Ο χρόνος αυτός υπερδιπλασιάζεται για τους ξένους και φτάνει τις 43 μέρες περίπου.

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Διαφορετικές πηγές πληροφόρησης χρησιμοποιούν οι Έλληνες από τους ξένους τουρίστες.

Οι Έλληνες ρωτούν φίλους / γνωστούς που έχουν επισκεφτεί το νησί ή ψάχνουν μόνοι τους.

Οι ξένοι χρησιμοποιούν κατά σειρά το Internet, φίλους / γνωστούς που έχουν επισκεφτεί το νησί, τους τουριστικούς οδηγούς και τα πρακτορεία ταξιδιών.

ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ

Η πλειονότητα δραστηριοποιείται μόνη της για τον προγραμματισμό του ταξιδιού αγοράζοντας σε ορισμένες περιπτώσεις μόνο τα εισιτήρια από πρακτορείο. Οι 3 στους 10 ξένους αγοράζουν «ολοκληρωμένο πακέτο» από τουριστικούς πράκτορες.

ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ

Η Σαντορίνη φαίνεται αγαπημένος προορισμός των Ελλήνων αφού οι μισοί την έχουν επισκεφτεί 2,7 φορές κατά μέσο όρο και οι άλλοι μισοί πηγαίνουν για πρώτη φορά. Αυτό σημαίνει, κάπως ελεύθερα ερμηνευόμενο, ότι «αν πας μια φορά στη Σαντορίνη, θα ξαναπάς άλλες δύο σίγουρα».

Ακόμα και οι 2 στους 10 ξένους τουρίστες την έχουν επισκεφτεί περισσότερο από μία φορά.

ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ

ΤΥΠΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

Το ξενοδοχείο είναι το κατ'έξοχήν κατάλυμα των τουριστών Ελλήνων και ξένων και ακολουθούν τα ενοικιαζόμενα δωμάτια

ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

Οι Έλληνες τουρίστες παραμένουν στο νησί κατά μέσο όρο για:

- 6,5 βράδια οι Έλληνες τουρίστες
- 6,1 βράδια οι ξένοι τουρίστες

ΣΥΝΟΔΕΙΑ

Τόσο οι Έλληνες, όσο και οι ξένοι τουρίστες προτιμούν να κάνουν διακοπές με το σύντροφό τους. Έπονται οι φίλοι και τέλος όλη η οικογένεια.

Δ. ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ

ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΩΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΩΝ

Κατά μέσο όρο οι Έλληνες τουρίστες ξοδεύουν €706 κατά τη διάρκεια παραμονής τους στο νησί. Οι ξένοι τουρίστες ξοδεύουν €733.

ΑΓΟΡΕΣ

Περισσότεροι από 5 στους 10 Έλληνες τουρίστες πραγματοποίησαν αγορές στο νησί. Η αναλογία αυξάνει για τους ξένους σε 7 στους 10.

Τα είδη που αγοράζουν είναι κυρίως, κατά σειρά:

Σουβενίρ, τρόφιμα και ποτά, γλυκά παραδοσιακά, κοσμήματα, είδη ρουχισμού.

Ε. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ

Η ποιότητα και το κόστος αγαθών και υπηρεσιών αξιολογήθηκε από τους αναχωρούντες τουρίστες, όπως επίσης και η συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας. Με άριστα το 5 προέκυψαν οι ακόλουθοι μέσοι όροι:

	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ / ΠΟΙΟΤΗΤΑ		ΤΙΜΕΣ	
	ΕΛΛΗΝΕΣ	ΞΕΝΟΙ	ΕΛΛΗΝΕΣ	ΞΕΝΟΙ
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ (ΑΡΙΣΤΑ ΤΟ 5)				
ΠΡΟΪΟΝΤΑ	3,80	3,63	3,89	3,66
ΦΑΓΗΤΟ/ ΣΙΤΙΣΗ	3,86	3,70	3,92	3,61
ΔΙΑΜΟΝΗ / ΚΑΤΑΛΥΜΑ	3,82	3,59	3,96	3,70

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Αναφορικά, με τη συνολική εκτίμηση της εξυπηρέτησης από την παραμονή τους στη Σαντορίνη, ο μέσος όρος αξιολόγησης είναι από:

Έλληνες: **3,81**

που σημαίνει καλή εξυπηρέτηση αλλά όχι εξαιρετική

Ξένους: **3,55**

που σημαίνει ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης και στους τρεις ανωτέρω τομείς (φαγητό, διαμονή, αγορά προϊόντων) και που εξαρτώνται από τον ανθρώπινο παράγοντα.

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Όμως, η συνολική εμπειρία της παραμονής στη Σαντορίνη συγκεντρώνει υψηλότερα επίπεδα γιατί η ομορφιά του νησιού έρχεται να συμπληρώσει τις αδυναμίες του ανθρώπινου παράγοντα. Έτσι, με άριστα το 5 η συνολική εμπειρία συγκεντρώνει από:

Έλληνες: **4,24**

Ξένους: **4,01**

ΣΥΣΤΑΣΗ

Επιβεβαίωση της ανωτέρω διαπίστωσης είναι η πρόθεση να συστήσουν τη Σαντορίνη ως τουριστικό προορισμό στους φίλους και γνωστούς τους. Αυτός ο μέσος όρος είναι ο υψηλότερος φθάνοντας για τους

Έλληνες: 4,38

Ξένους: 4,17

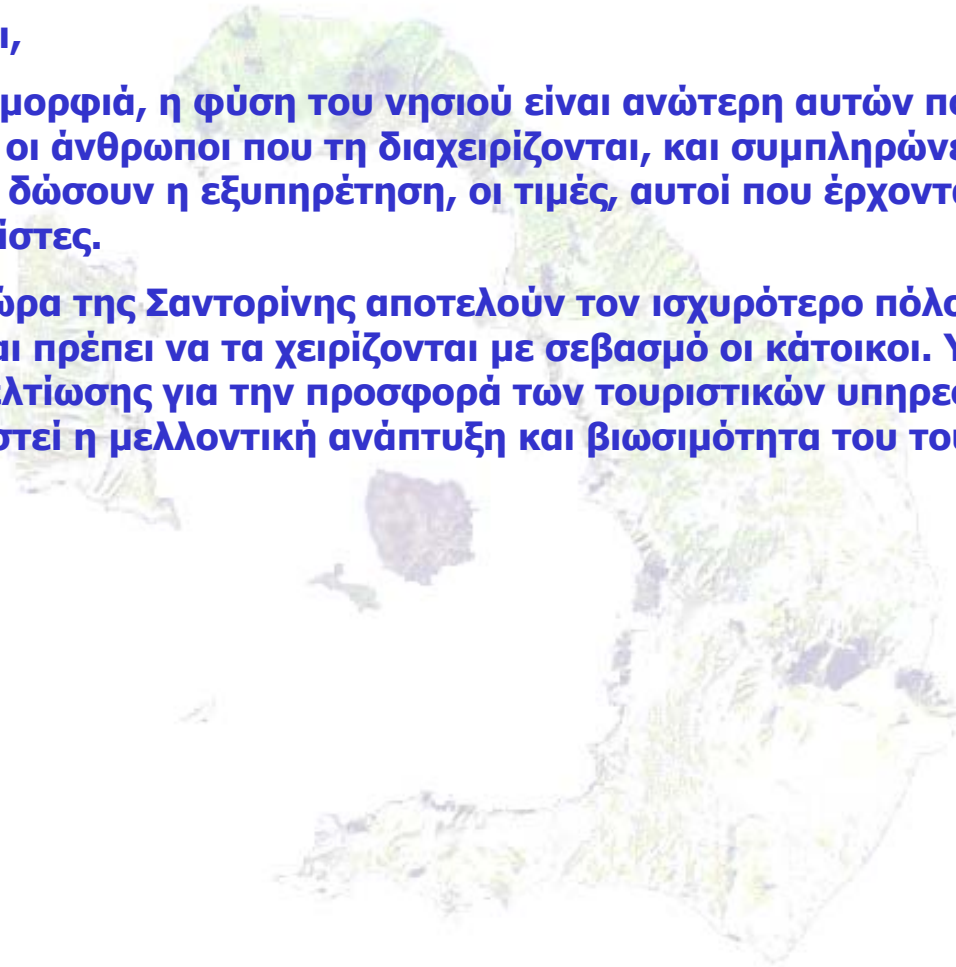
Στα τουριστικά θέματα αυτός ο μέσος όρος θεωρείται ως η σημαντικότερη παράμετρος που δείχνει και τη μελλοντική πορεία ενός προορισμού. Οι λόγοι που θα συνιστούσαν τη Σαντορίνη ως τουριστικό προορισμό είναι κυρίως τρεις:

- Η ομορφιά του νησιού
- Η διασκέδαση / το life style
- Οι καθαρές / όμορφες παραλίες

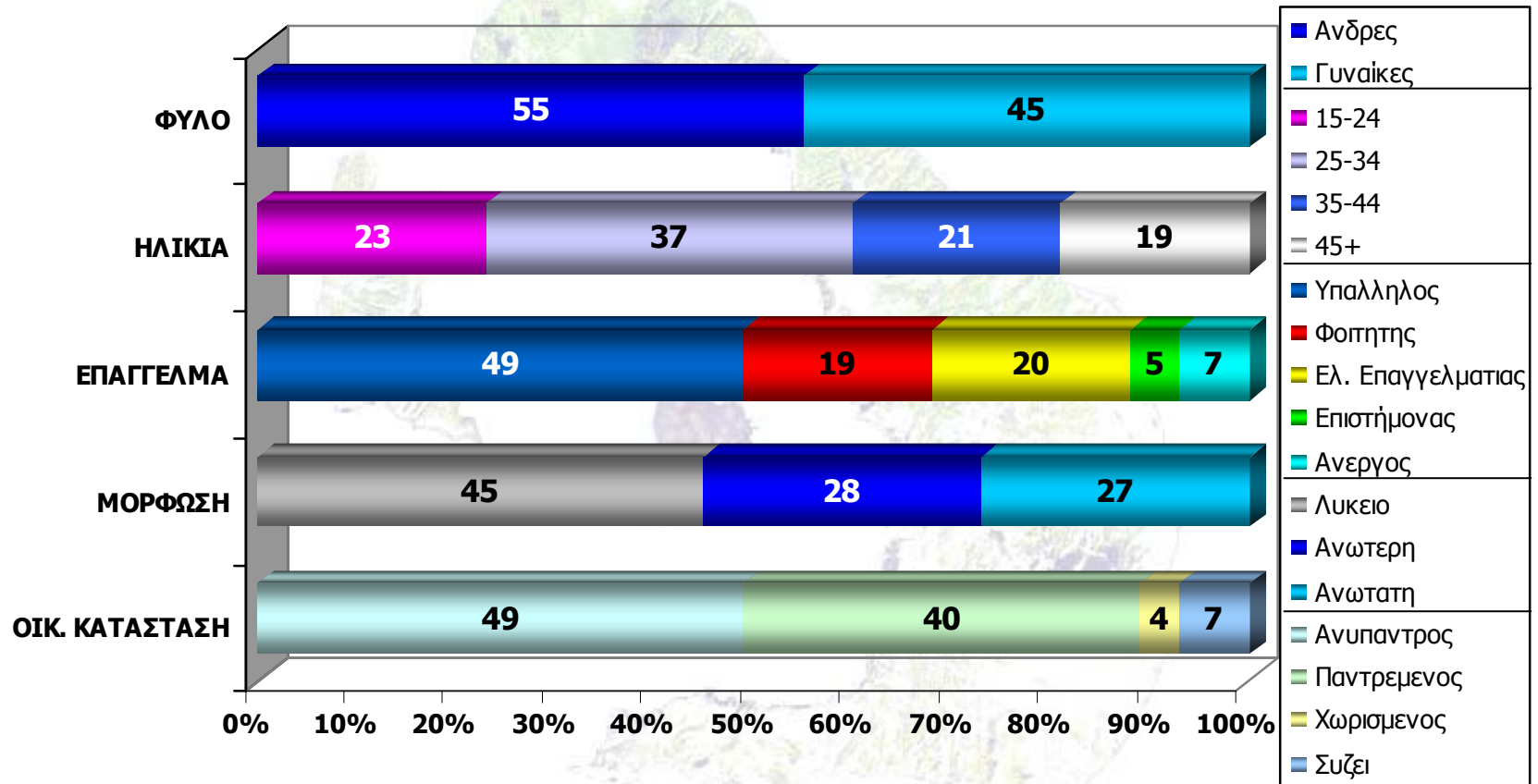
Εν κατακλείδι,

η μοναδική ομορφιά, η φύση του νησιού είναι ανώτερη αυτών που προσφέρουν οι άνθρωποι που τη διαχειρίζονται, και συμπληρώνει όσα δεν μπόρεσαν να δώσουν η εξυπηρέτηση, οι τιμές, αυτοί που έρχονται σε επαφή με τους τουρίστες.

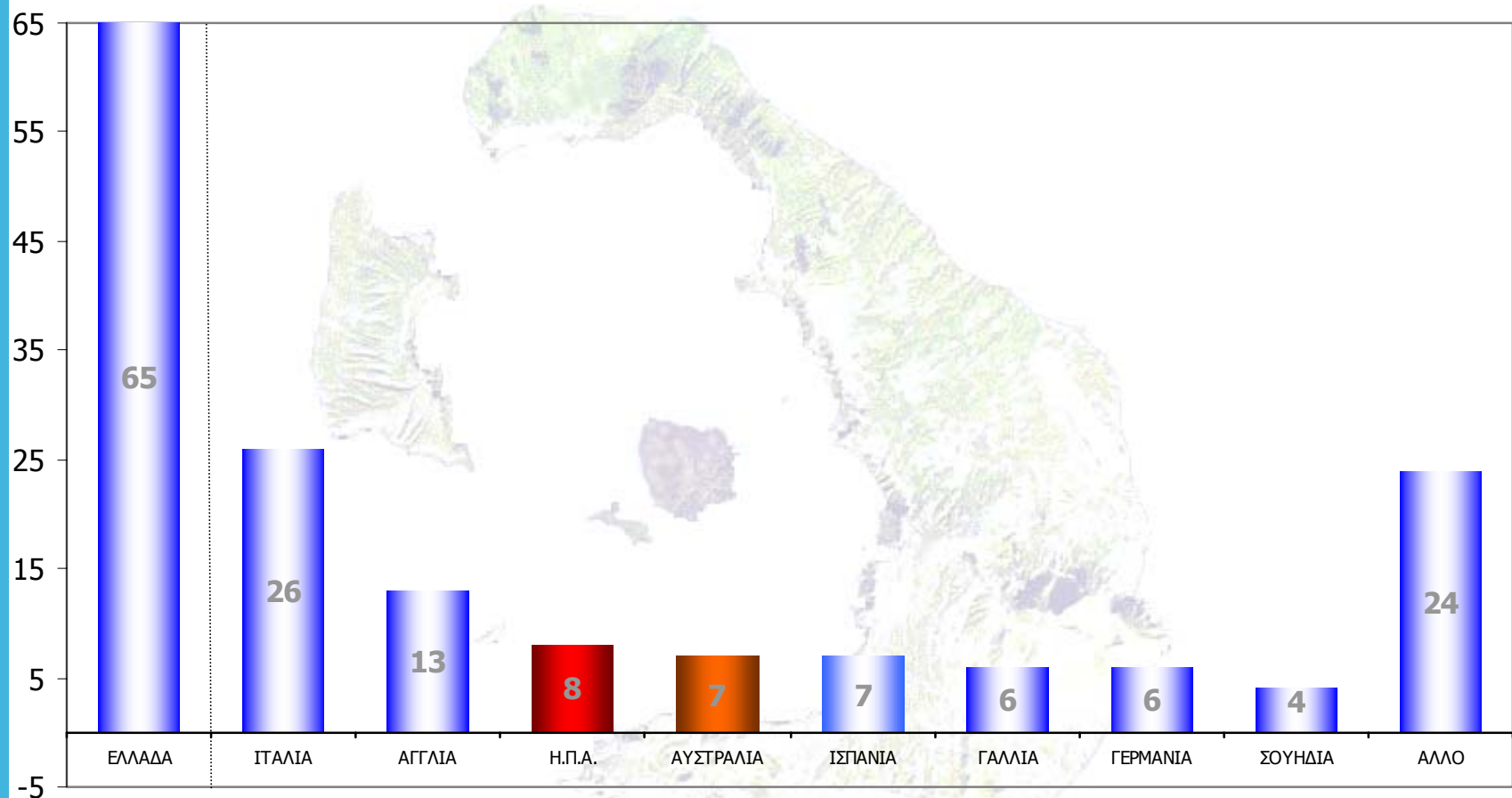
Τα φυσικά δώρα της Σαντορίνης αποτελούν τον ισχυρότερο πόλο έλξης των τουριστών και πρέπει να τα χειρίζονται με σεβασμό οι κάτοικοι. Υπάρχει περιθώριο βελτίωσης για την προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών ώστε να εξασφαλιστεί η μελλοντική ανάπτυξη και βιωσιμότητα του τουρισμού.



ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



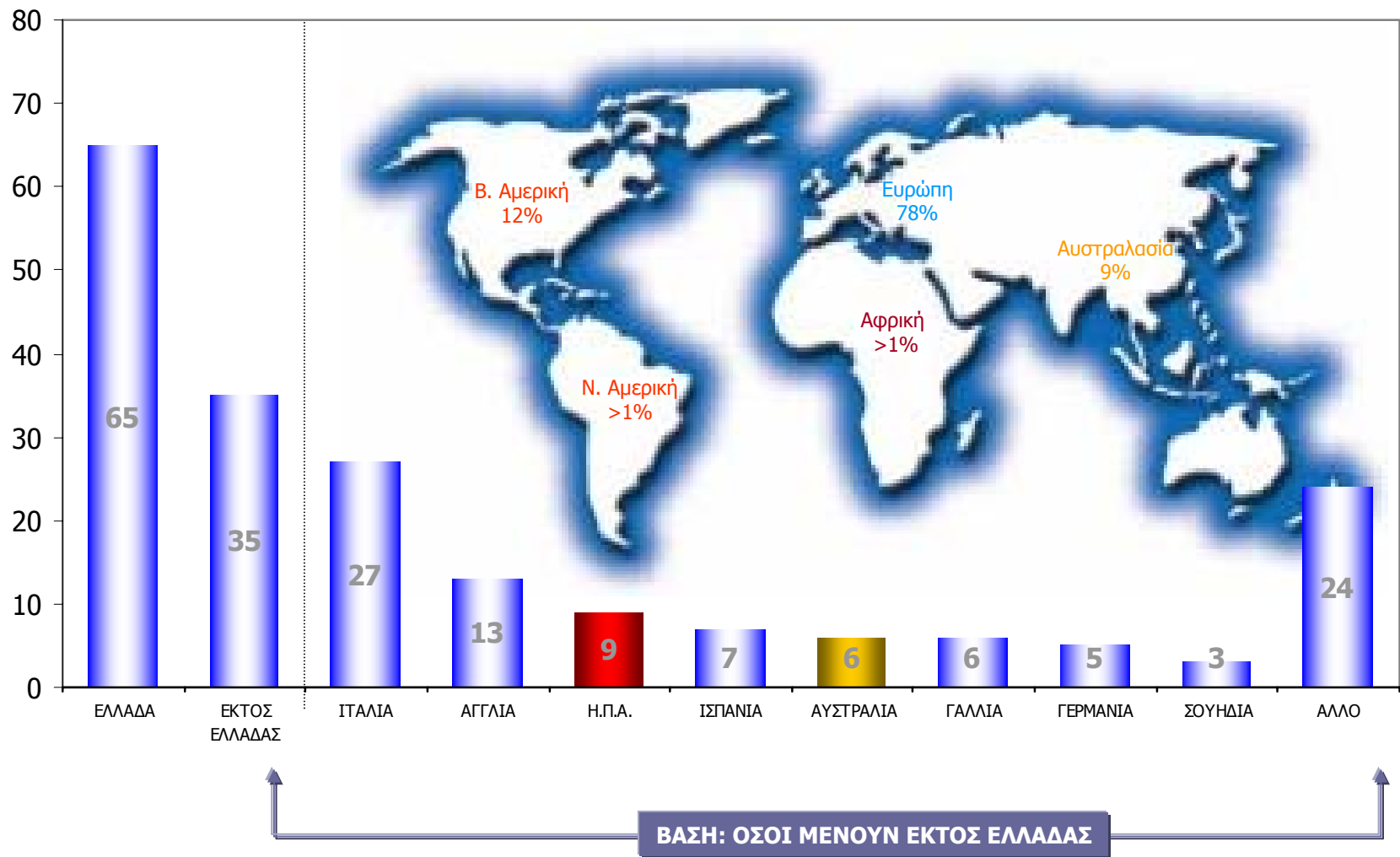
ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ



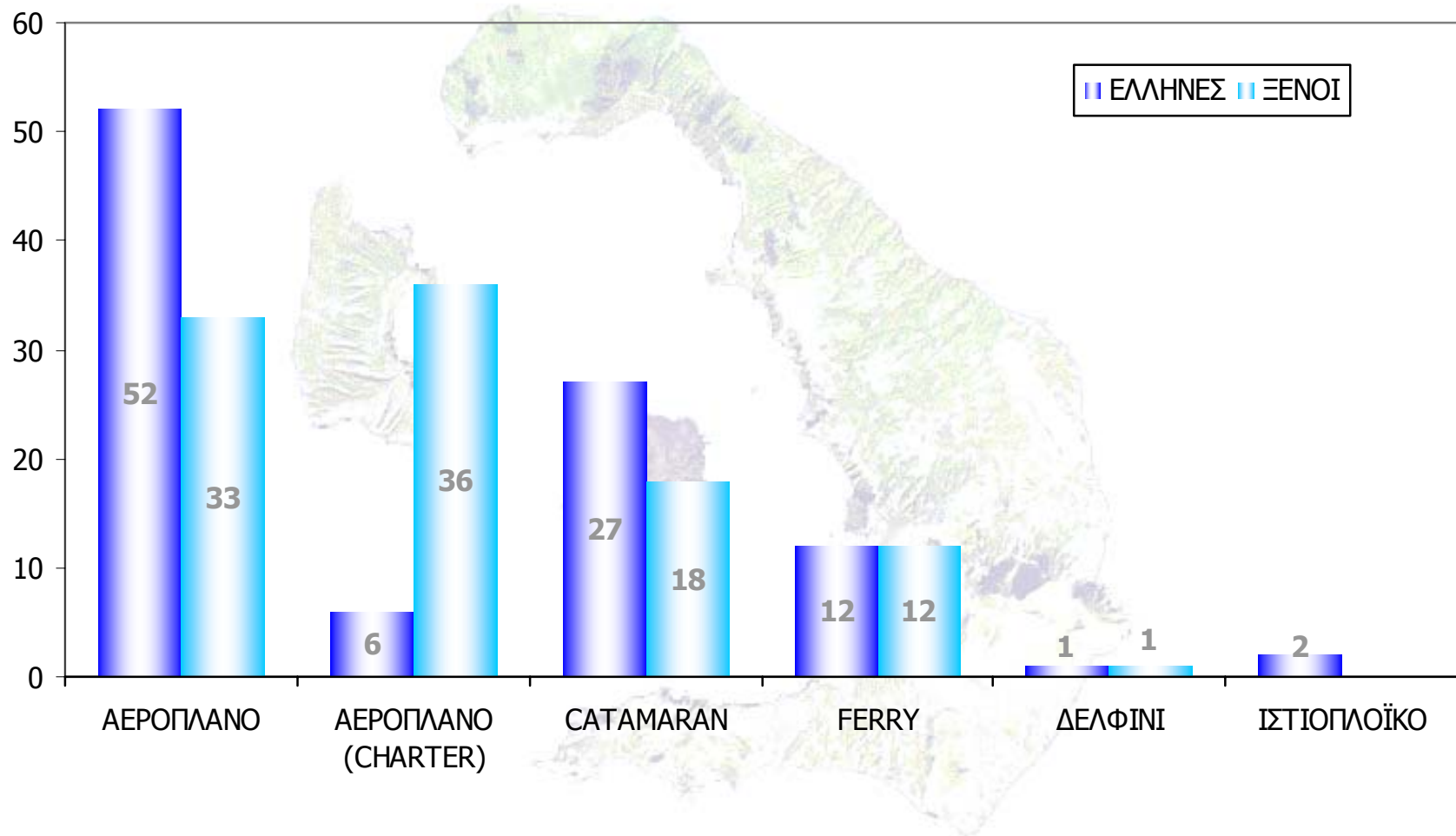
ΒΑΣΗ: ΞΕΝΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ

17

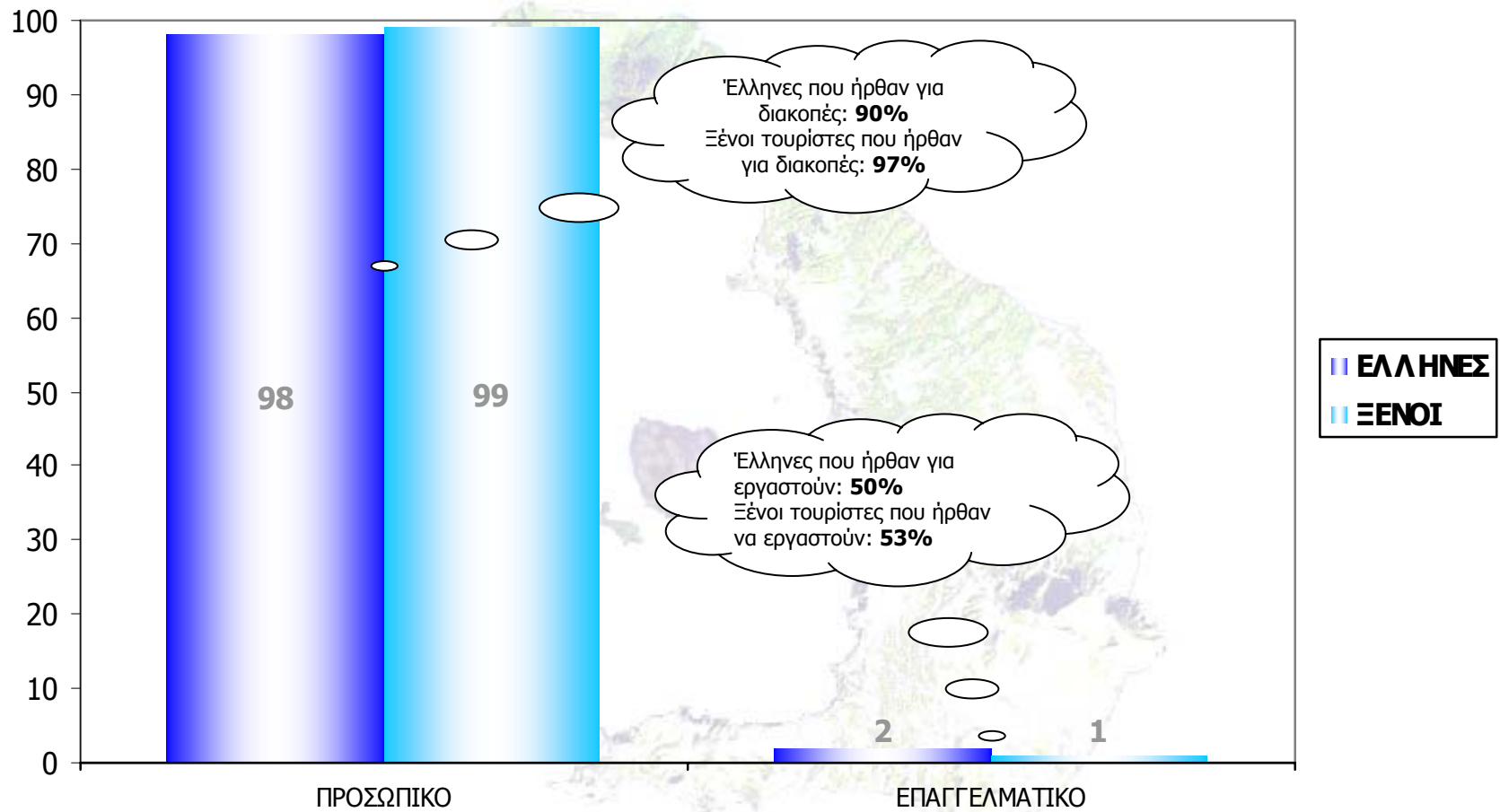
ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ — ΧΩΡΑ ΜΟΝΙΜΗΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ



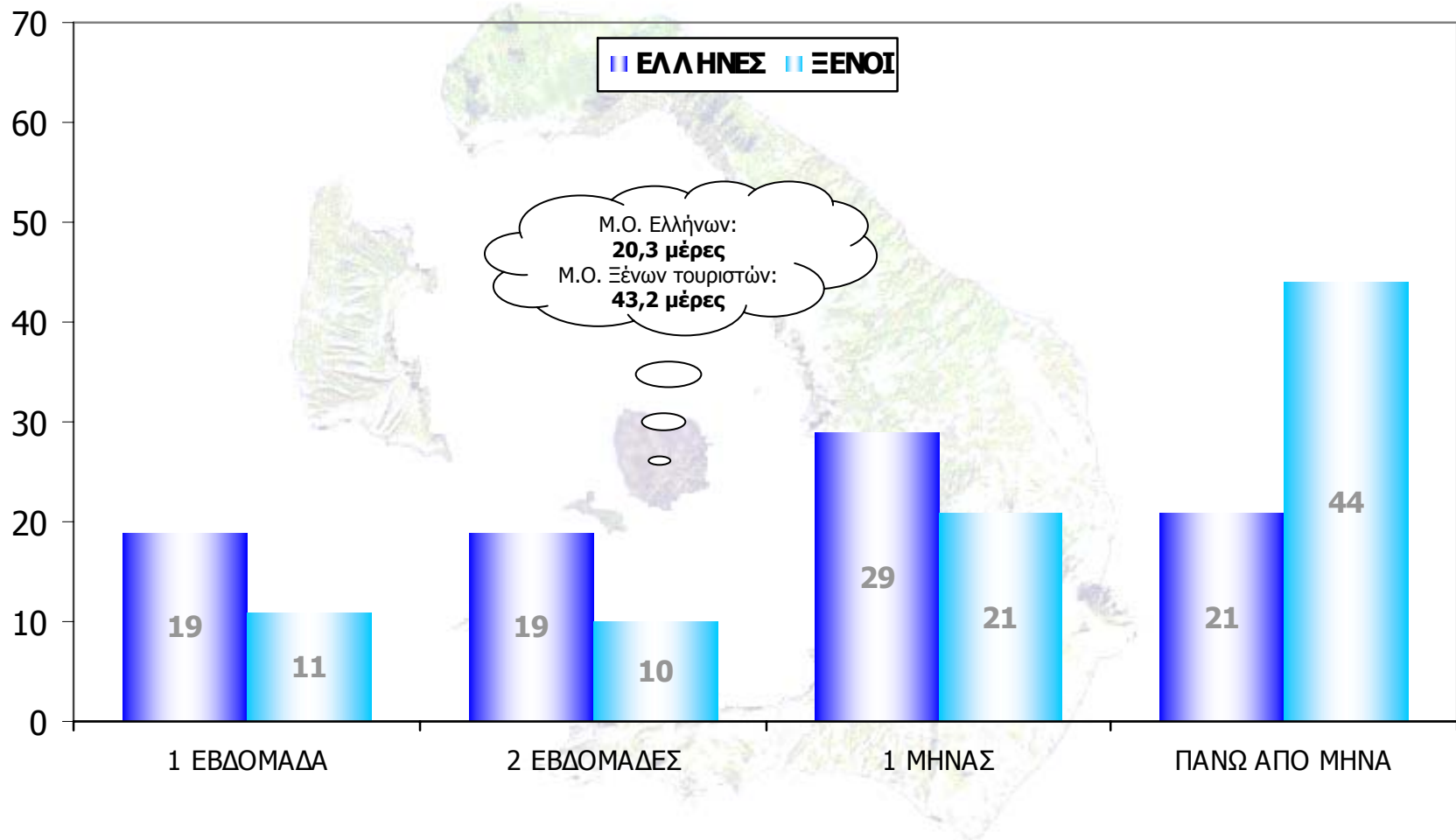
ΤΑΞΙΔΙ – ΜΕΣΟ ΑΦΙΞΗΣ



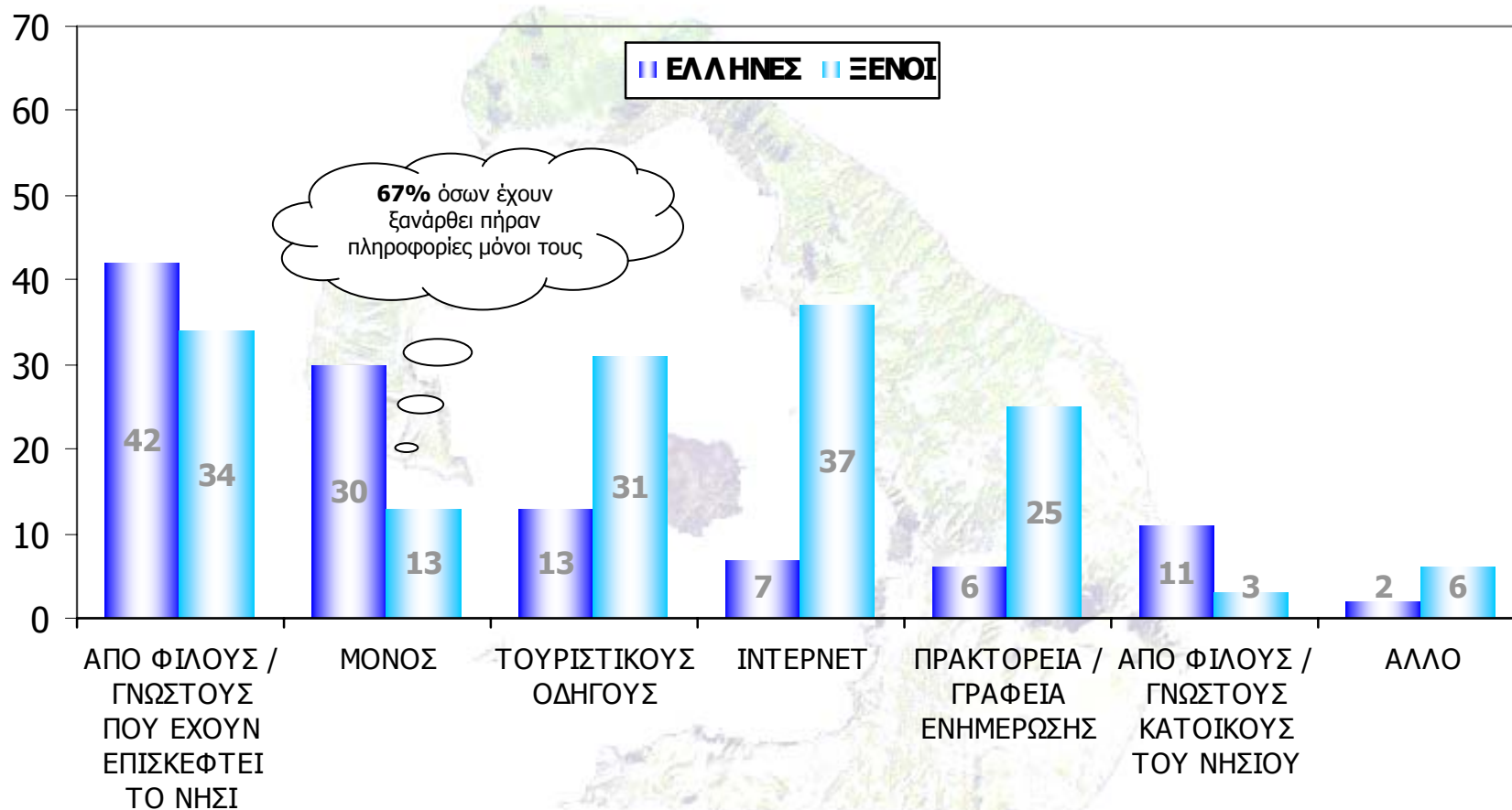
ΤΥΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ – ΛΟΓΟΣ



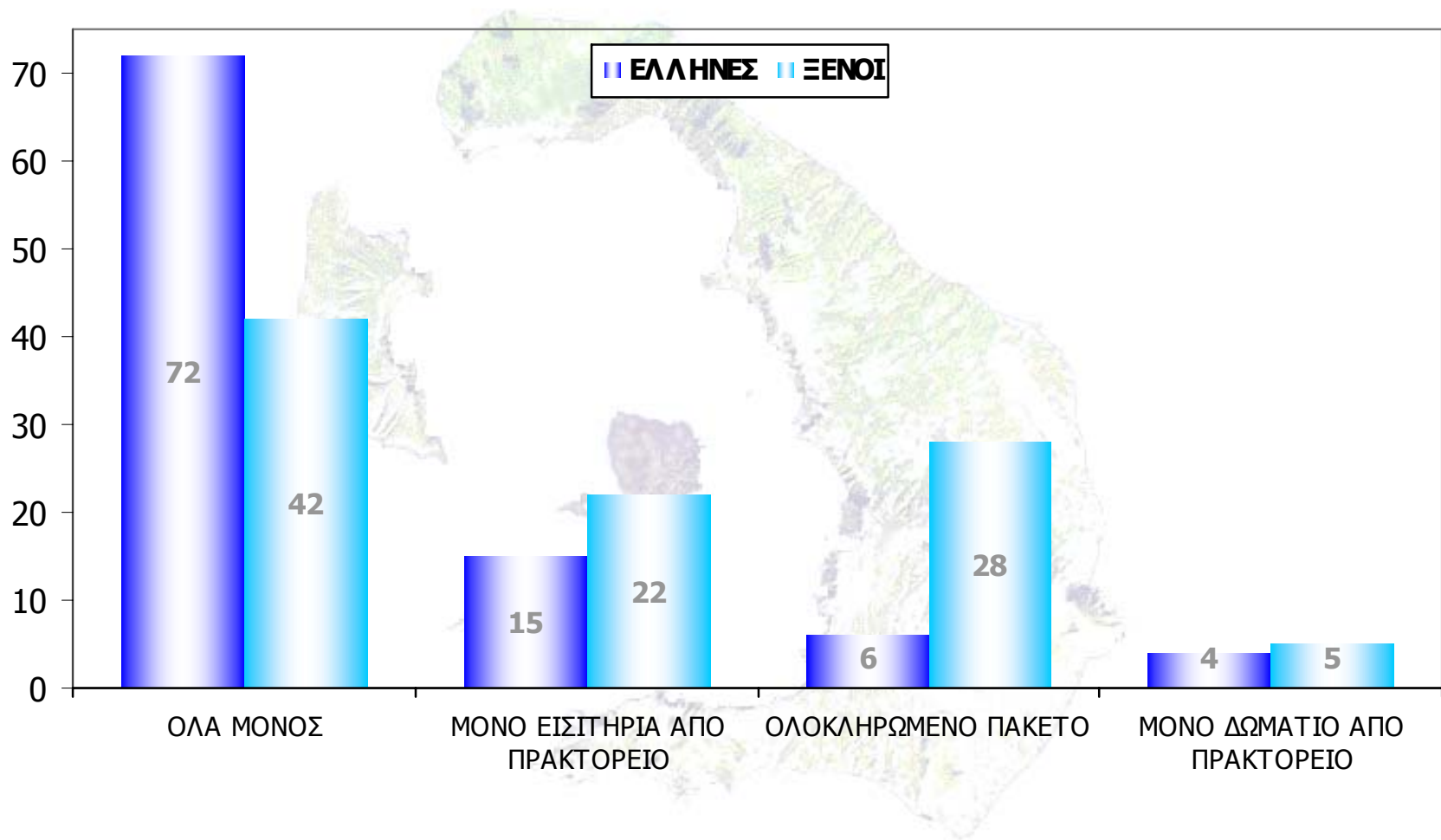
ΤΥΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ – ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ - ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ



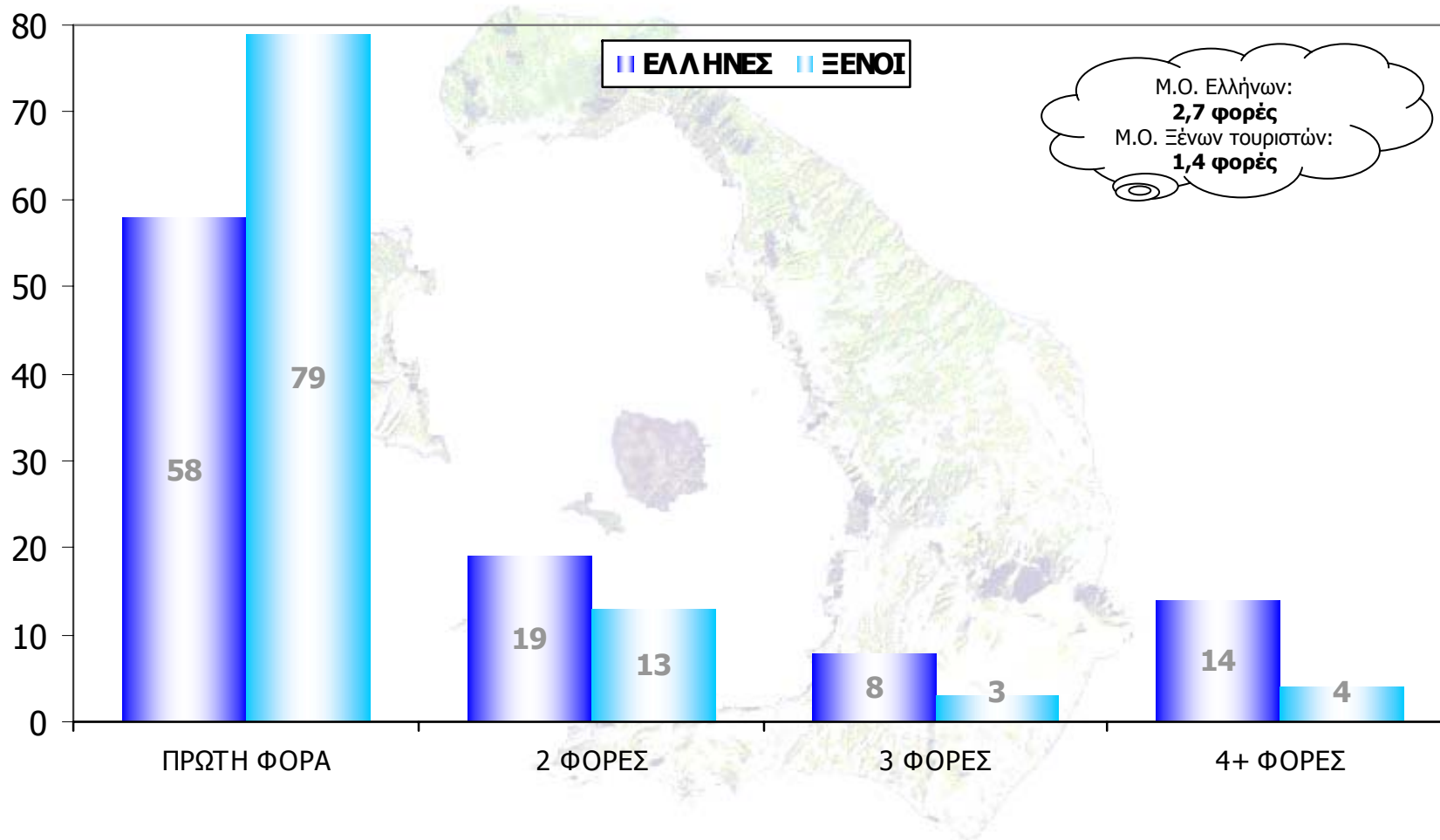
ΤΥΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ – ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ



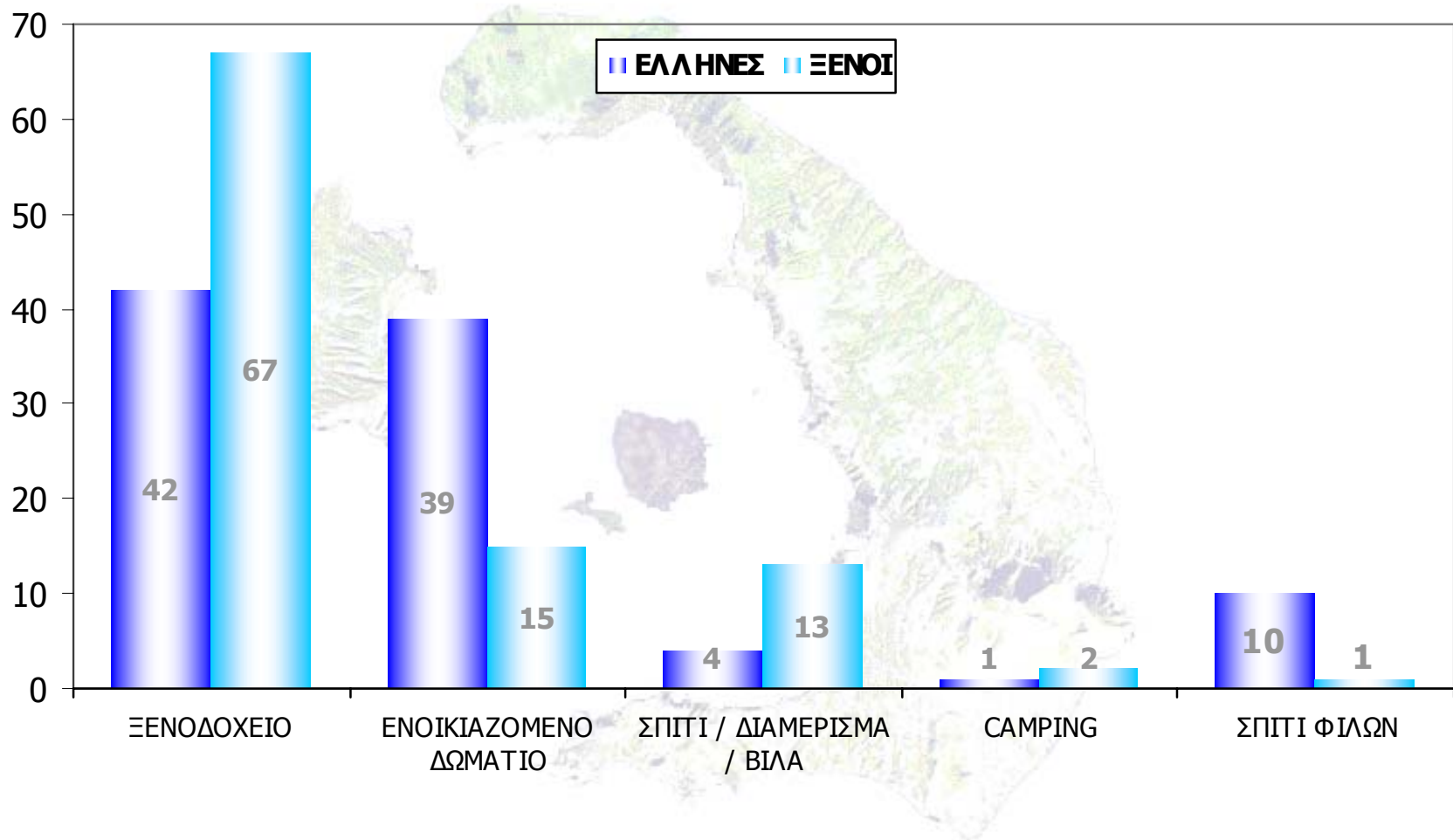
ΤΥΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ – ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΡΑΤΗΣΗΣ



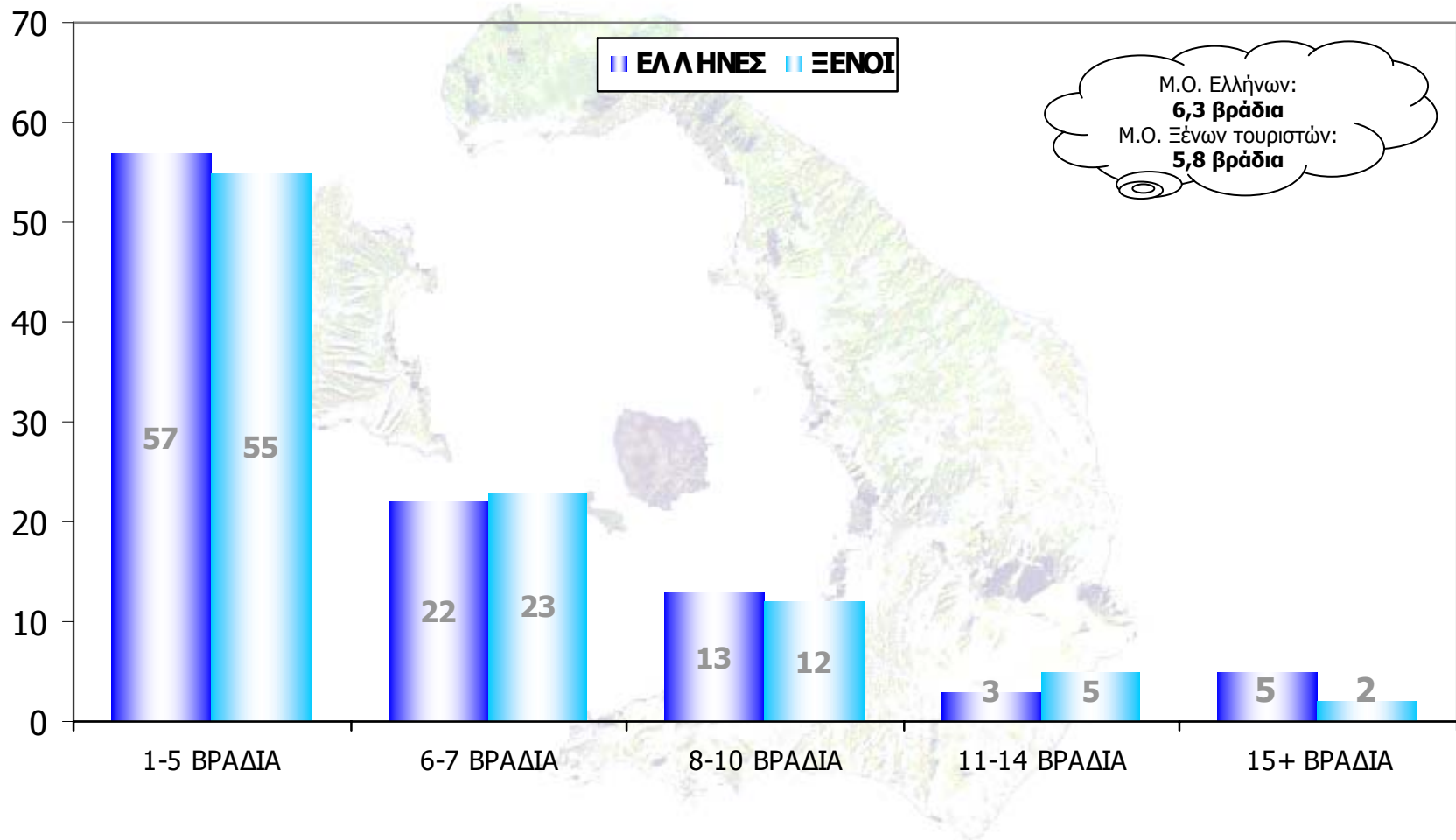
ΔΙΑΜΟΝΗ – ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ – ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ



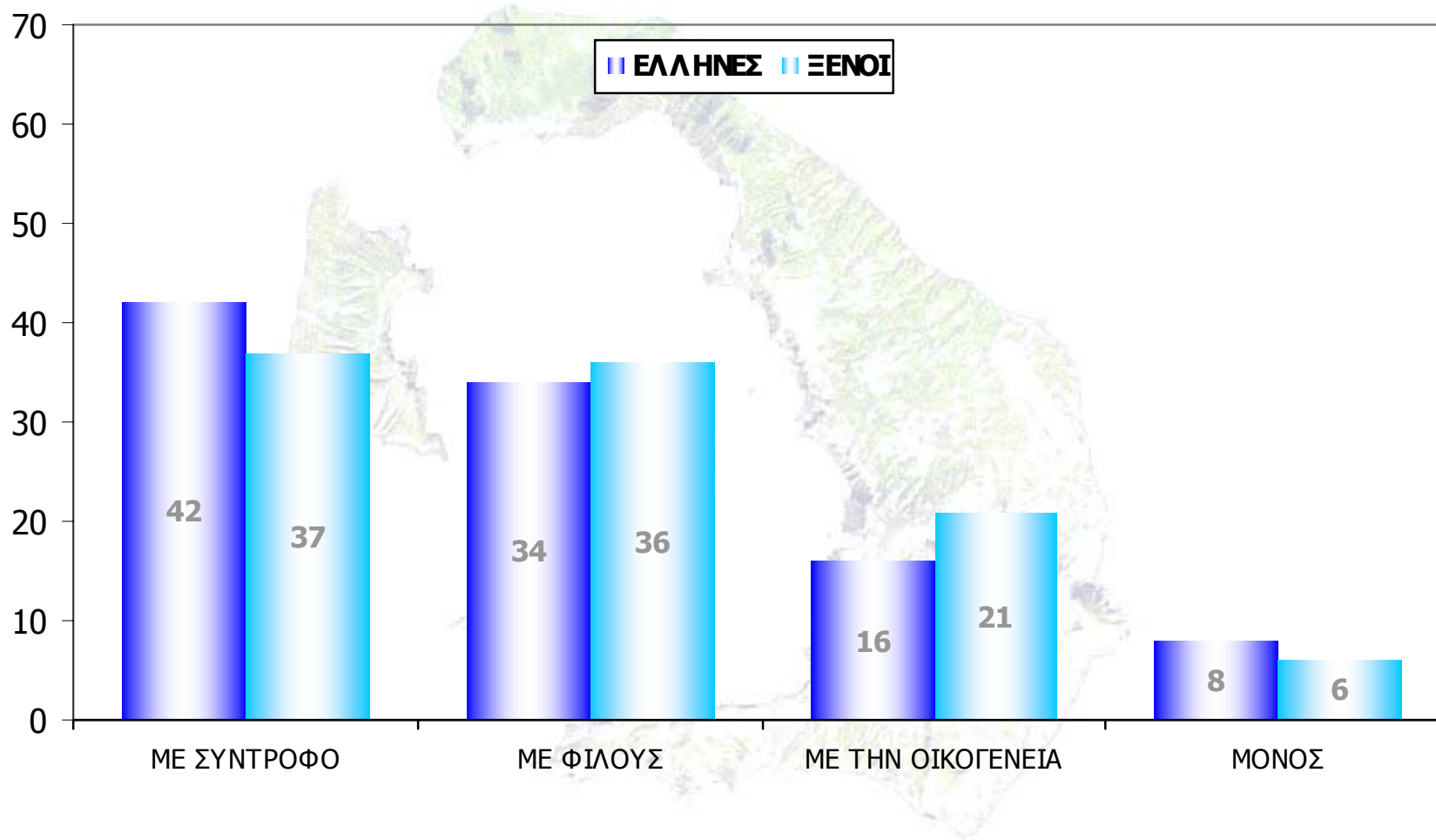
ΔΙΑΜΟΝΗ – ΤΥΠΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

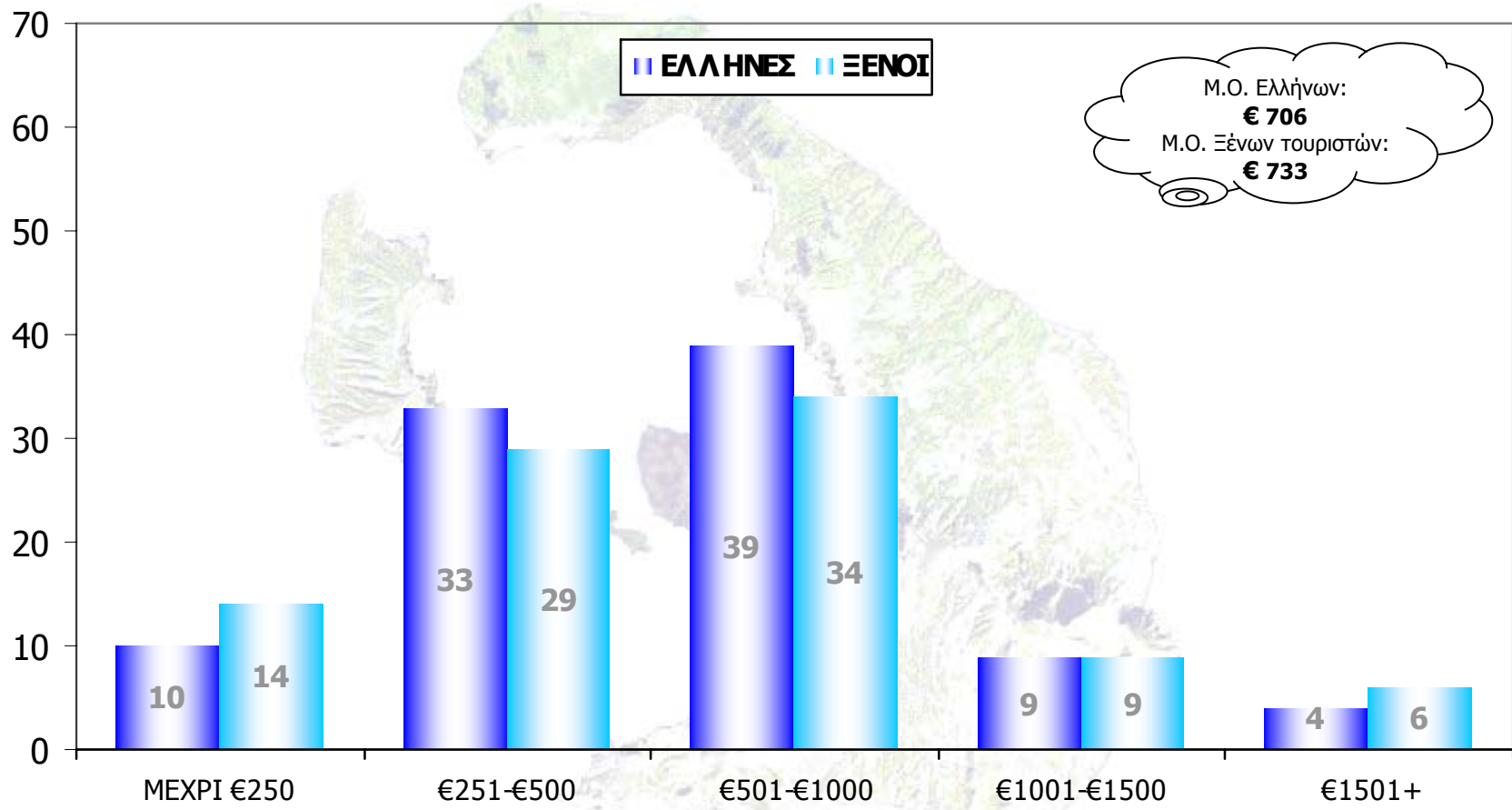


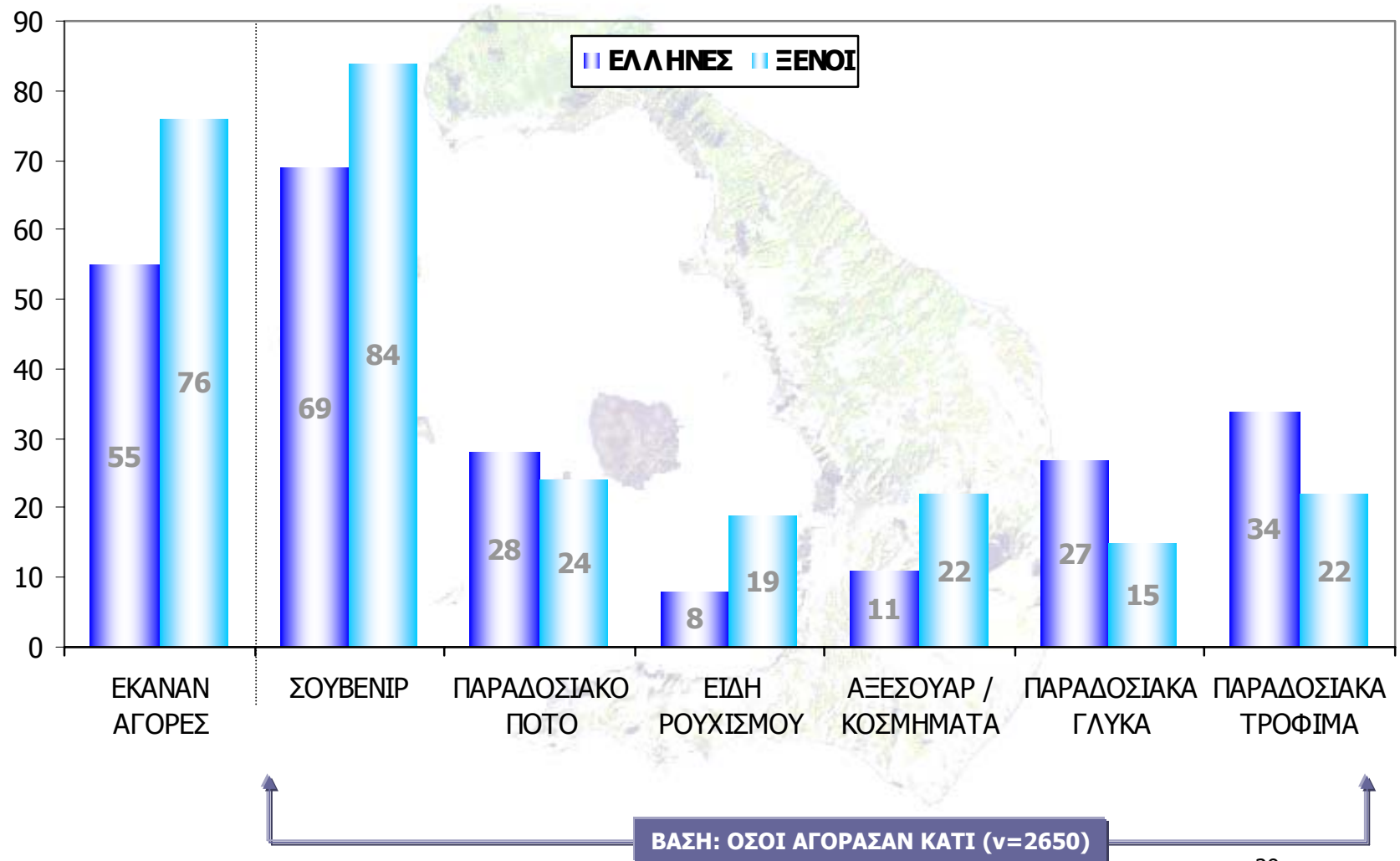
ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ



ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΣΥΝΟΔΕΙΑ

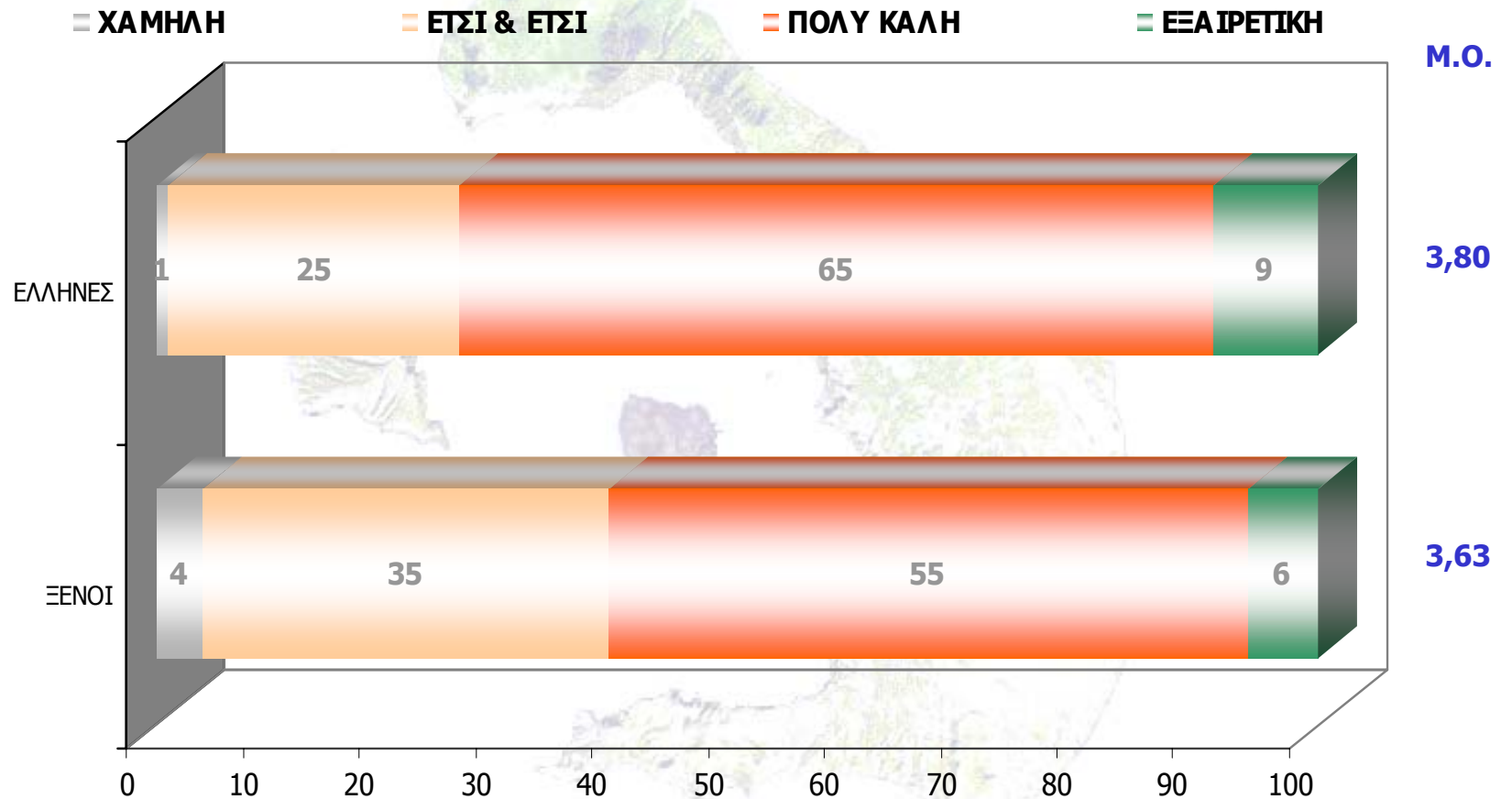






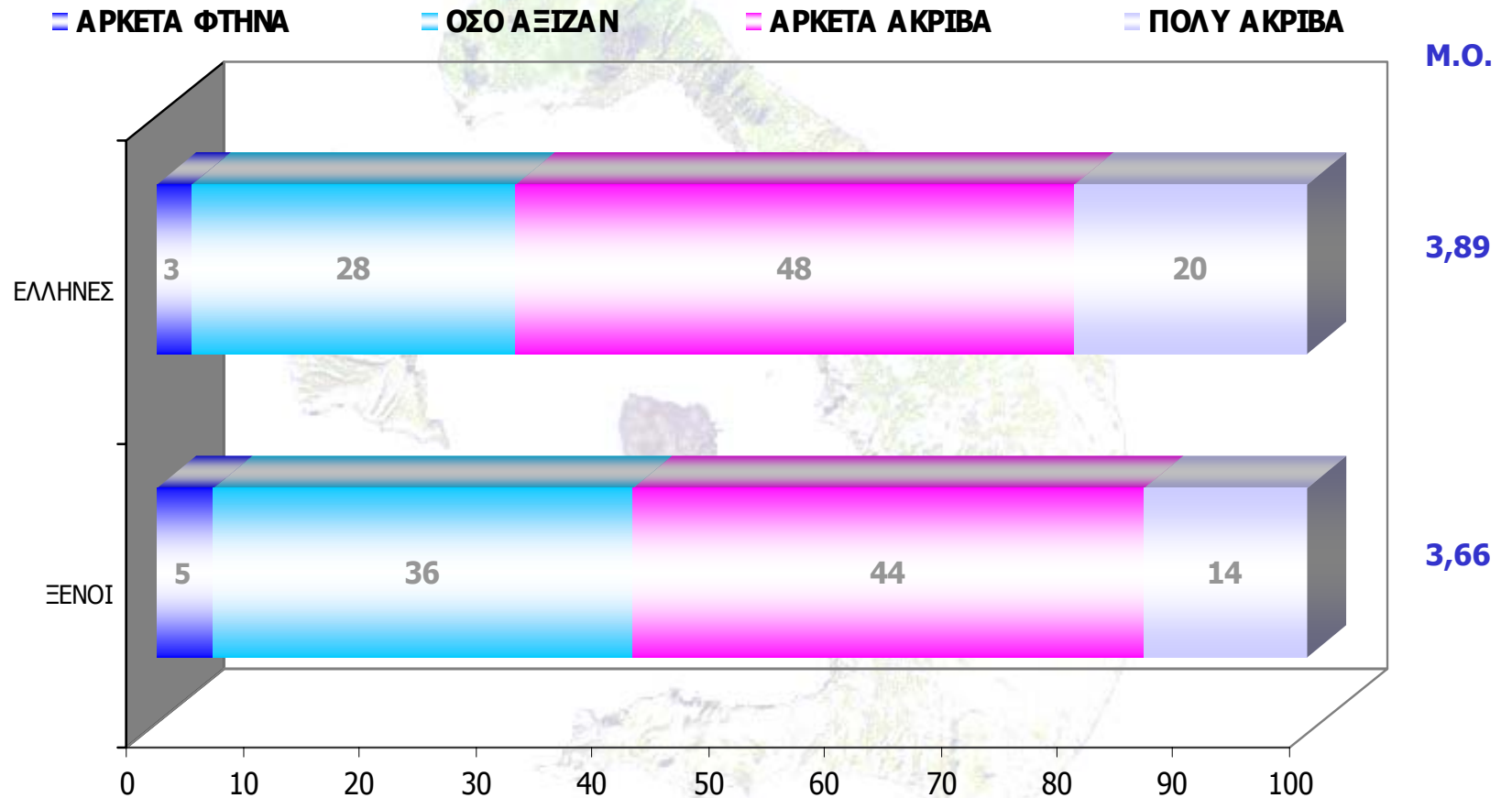
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

ΠΟΙΟΤΗΤΑ



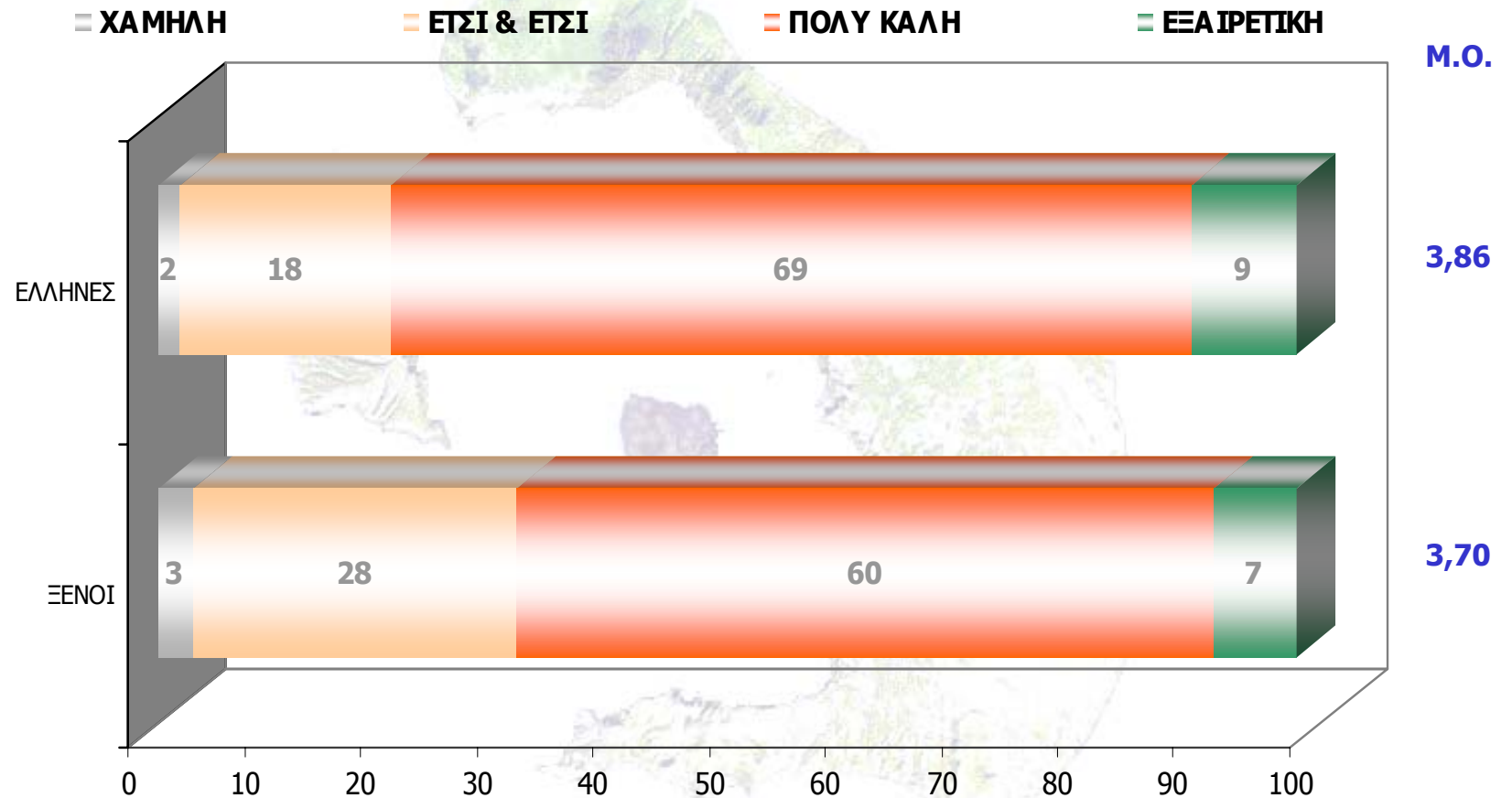
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΤΙΜΕΣ



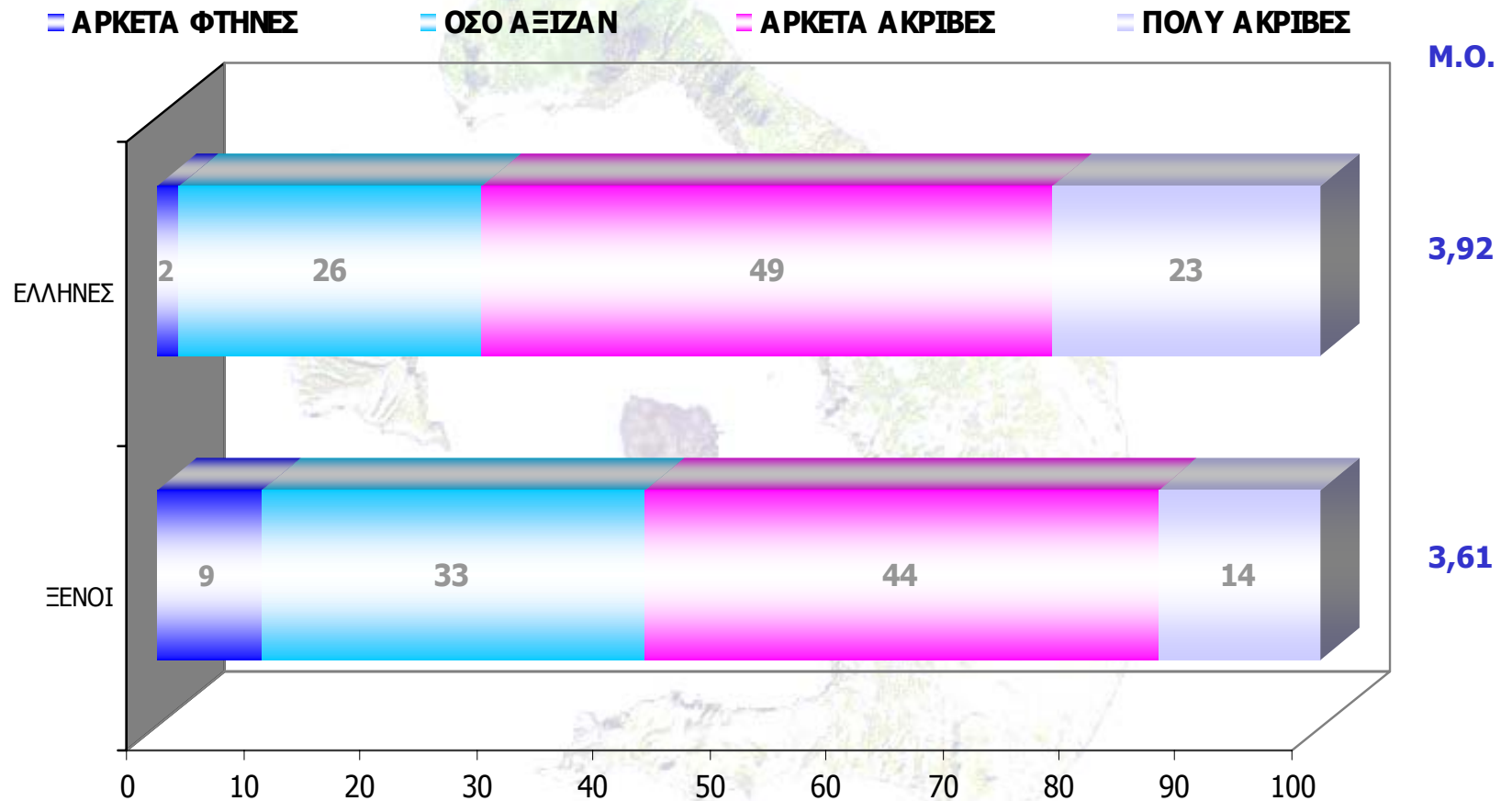
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΦΑΓΗΤΟΥ

ΠΟΙΟΤΗΤΑ



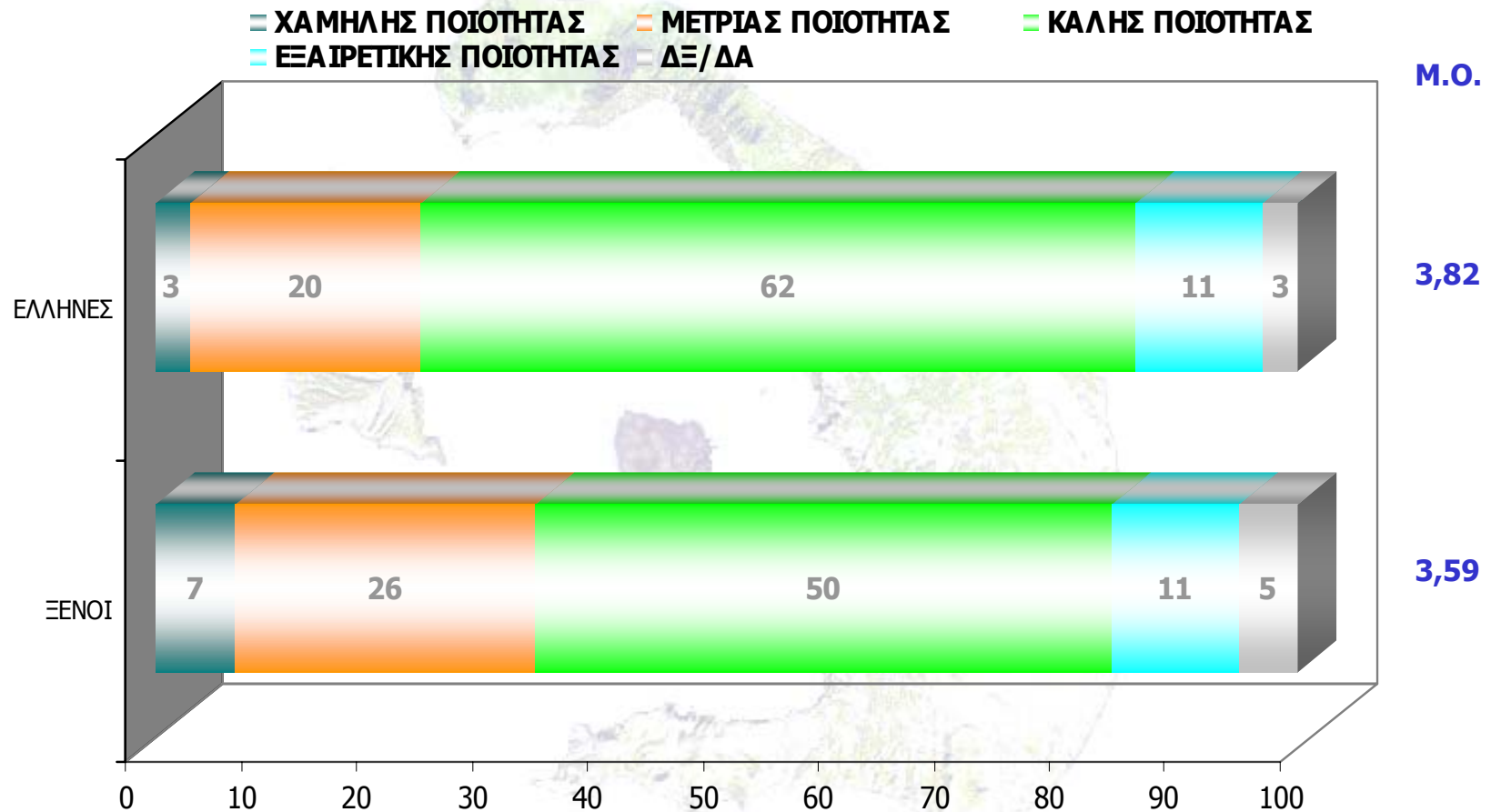
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΦΑΓΗΤΟΥ

ΤΙΜΕΣ



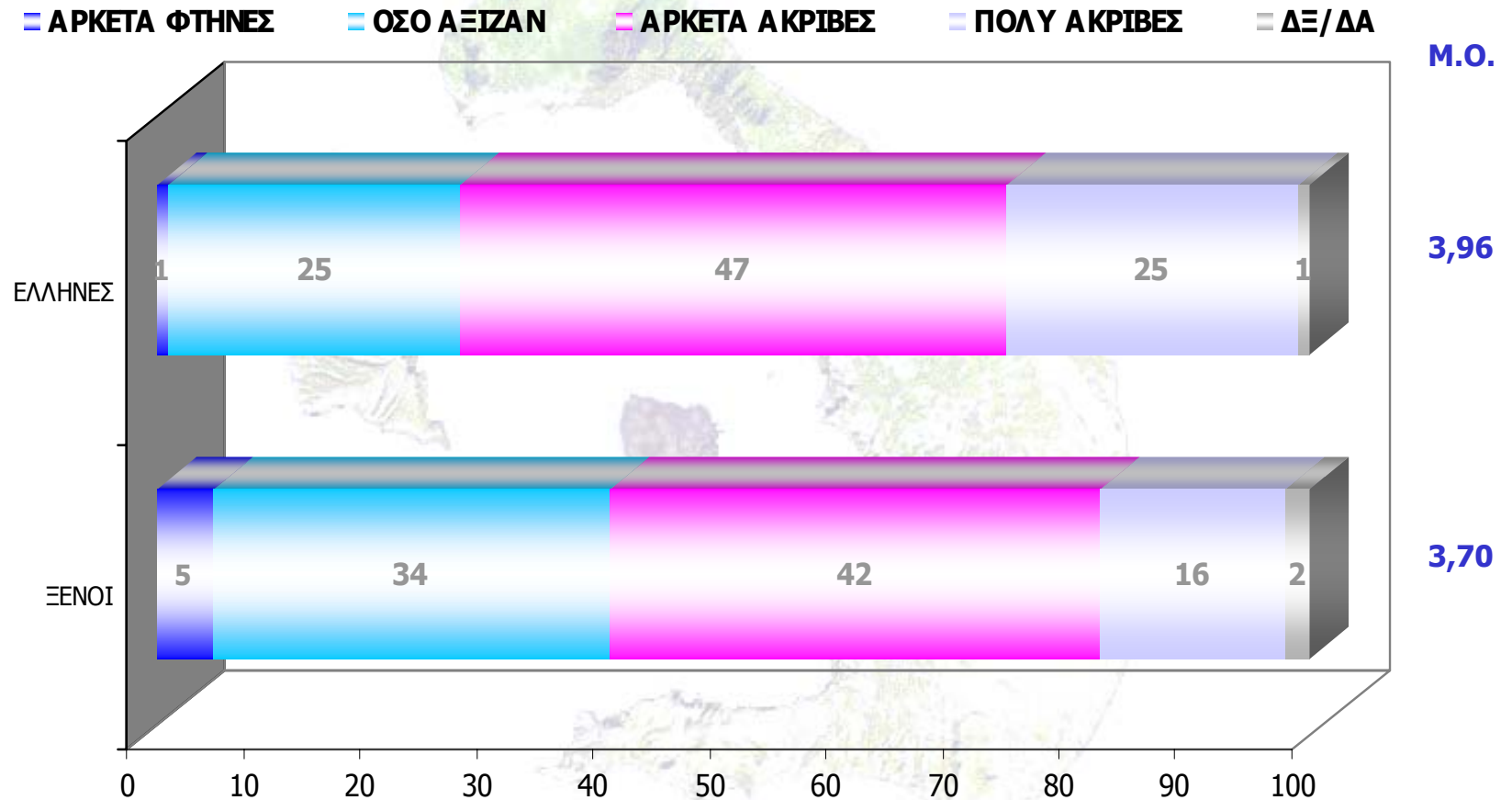
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ



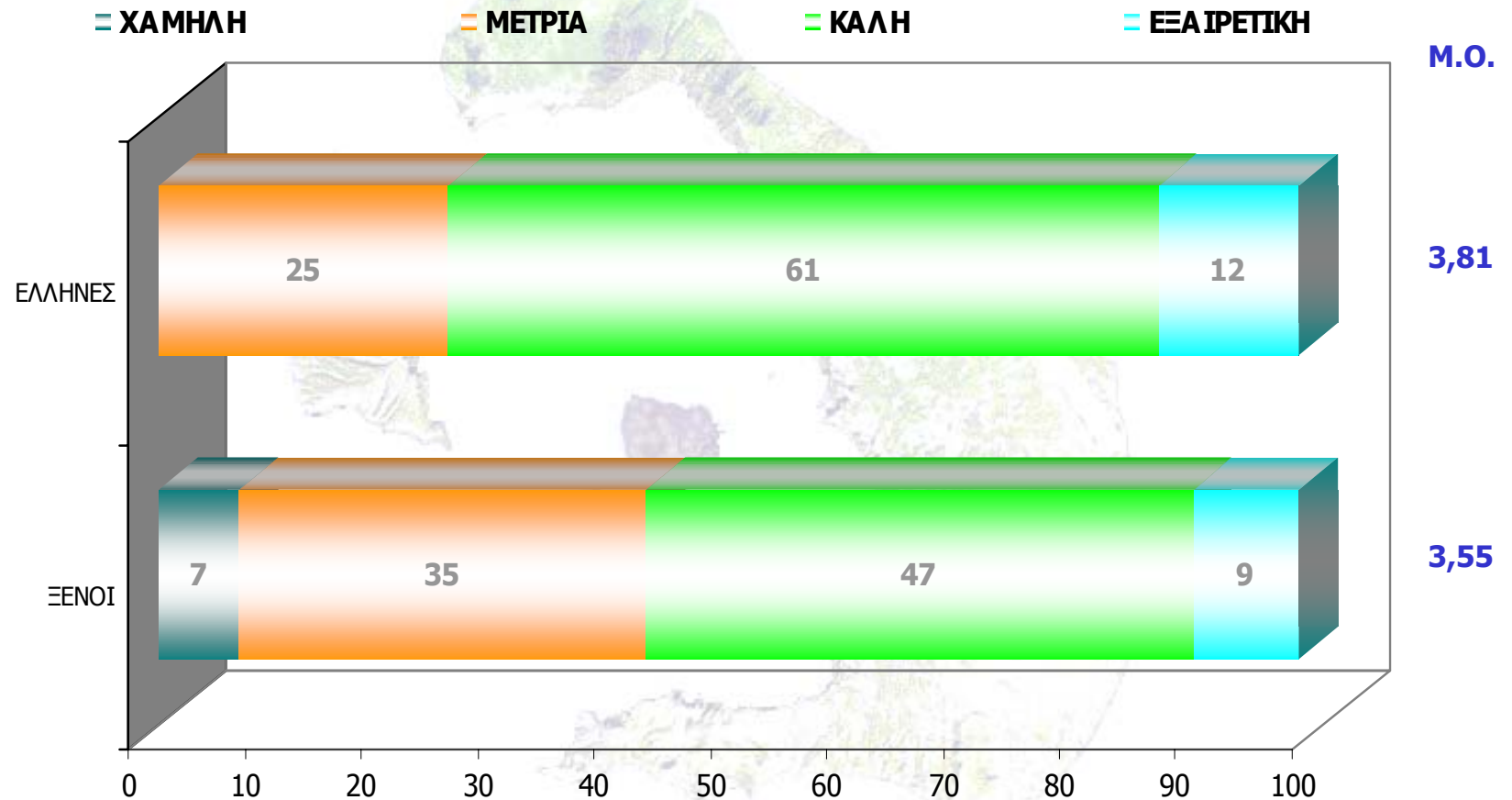
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

ΤΙΜΕΣ



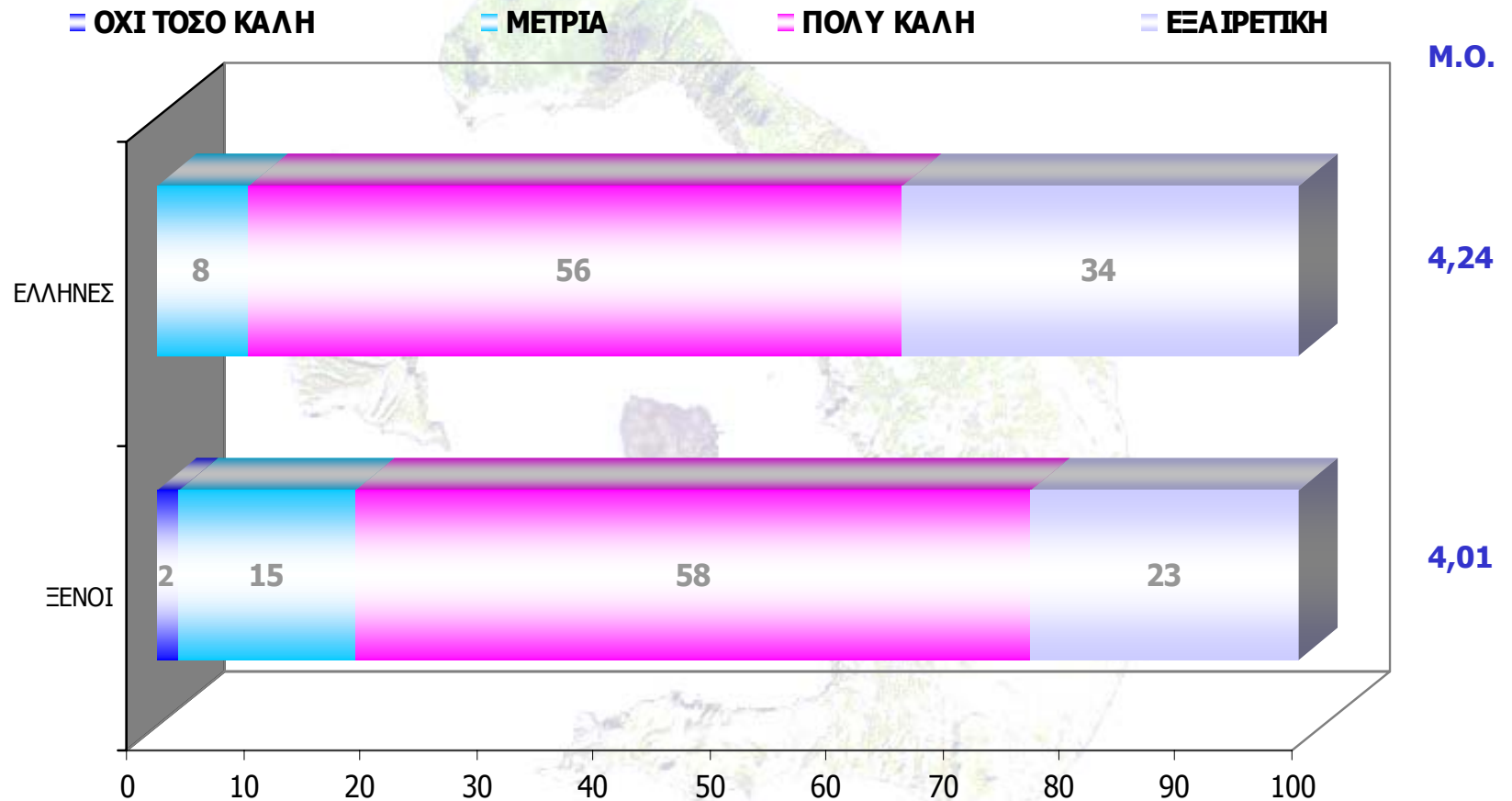
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΣΥΝΟΛΙΚΗ

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΣΤΟ ΝΗΣΙ



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΣΥΝΟΛΙΚΗ

ΣΥΝΟΛΙΚΗ
ΕΜΠΕΙΡΙΑ



ΠΡΟΘΕΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ – ΣΥΝΟΛΙΚΗ

