

Προσαρμογή στην νέα ανάγκη του τουρισμού



Γιώργος Απεαλάκης

Αναπληρωτής Καθηγητής
Πολυτεχνείου Κρήτης

Ο τουρισμός δημιουργεί παγκοσμίως πολλές θέσεις εργασίας. Στην πραγματικότητα το 10% του εργατικού δυναμικού παγκοσμίως, απασχολείται στον τουρισμό (στην χώρα μας το 25%). Ο τουρισμός, εάν διαχειρίζεται σωστά μπορεί να επιφέρει σημαντική οικονομική ανάπτυξη. Για αυτούς τους λόγους κάθε χώρα προσπαθεί να προσελκύσει ολοένα και περισσότερους τουρίστες. Αυτό σημαίνει ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των χωρών θα ενταθεί ακόμα περισσότερο.

Μερικές χώρες έχουν μακροχρόνια σχέδια για να προσελκύσουν τουρίστες διατηρώντας την πολιτιστική κληρονομιά και προστατεύοντας το περιβάλλον, μετατρέποντας τον τουρισμό σε καταλύτη οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ευημερίας. Πολλές όμως χώρες δεν διαθέτουν κανένα σχέδιο, όπως συμβαίνει στη χώρα μας.

Ο παγκόσμιος τουρισμός αναμένεται να αυξάνει τουλάχιστον 4% ετησίως την επόμενη δεκαετία. Το 2038 υπολογίζεται ότι θα ταξιδεύουν αεροπορικώς διπλάσιοι επιβάτες από ότι σήμερα.

Υπάρχει μια κατηγορία τουριστών που τους αποκαλούμε «sustainable travellers». Αυτοί οι ταξιδιώτες είναι λιγότερο ευαίσθητοι στην τιμή και ξοδεύουν 51% περισσότερα χρήματα από τις άλλες κατηγορίες τουριστών.

Τι οδηγεί σήμερα τους «sustainable travellers» να επιλέξουν ένα προορισμό;

Το 79% των τουριστών αναζητούν γνώσεις για την αυθεντικότητα του προορισμού, για τα μοναδικά χαρακτηριστικά του προορισμού, για την ιστορία του, τον πολιτισμό, το πως ζουν οι κάτοικοι και για τους φυσικούς και άλλους πόρους που διαθέτει ο προορισμός. Θέλουν να εκπαιδευτούν, να μάθουν αυτές τις γνώσεις να αποκτήσουν την σχετική εμπειρία.

Το 81% αναζητεί εντυπώσεις, εμπειρίες που αντανακλούν τα μοναδικά χαρακτηριστικά του προορισμού.

Οι ταξιδιώτες αυτοί βλέπουν πολύ ευνοϊκά και επιλέγουν να συνεργαστούν με εκείνη την τουριστική επιχείρηση (π.χ. είτε ξενοδοχείο, είτε rent a car, είτε εστιατόριο κλπ.) η οποία τους παρέχει:

- Πληροφορίες για το πως το ξενοδοχείο συμβάλλει με ένα μέρος των κερδών του στην τοπική κοινωνία (89%).
- Πληροφορίες για τον σεβασμό και διατήρηση της κουλτούρας των τοπικών εργαζομένων ώστε να διατηρηθεί η αυθεντικότητα των ανθρώπων της περιοχής (89%).
- Πληροφορίες για το πως η τοπική κοινότητα ωφελείται από την παρουσία των ταξιδιωτών (89%).
- Πληροφορίες για να αγοράσουν τοπικά προϊόντα (88%).
- Πληροφορίες για τα τοπικά πολιτιστικά θεάματα (πανηγύρια, κλπ), (88%).
- Πληροφορίες για να αγοράσουν αντικείμενα τέχνης από τοπικούς κατασκευαστές (87%).

Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητήσουν αυτούς τους πελάτες. Να αναπροσαρμόσουν την στρατηγική τους ώστε να κερδίσουν αυτούς τους ταξιδιώτες.

Αυτό θα τους δώσει την δυνατότητα για περισσότερα και σταθερά κέρδη και σε επικείμενη μείωση του τουρισμού να υπάρξουν λιγότερες αναταράξεις.

Οι παραπάνω θετικές προοπτικές διακόπηκαν από τον κορωνοϊό, ένα τόσο απροσδόκητο γεγονός.

Χρειάζεται να κατανοήσουμε ότι, ο τουρισμός, εξ αιτίας της πανδημίας, έχει μια νέα ανάγκη προς ικανοποίηση.

Την ανάγκη ο τουρίστας να νοιώσει ασφάλεια από τυχόν μόλυνση με τον ιό.

Μέχρι να φθάσει στον ταξιδιωτικό προορισμό του, πρέπει να αισθάνεται ασφαλής. Όσο καιρό παραμένει στον προορισμό του πρέπει να αισθάνεται ασφαλής. Κατά την επιστροφή του, πρέπει να αισθάνεται ασφαλής.

Ας δουλέψουμε από τώρα ώστε να σχεδιάσουμε αυτήν την ασφάλεια που θέλει ο τουρίστας.

Η ασφάλεια είναι μια νέα ανάγκη που θα πρέπει να ικανοποιήσουμε.

Είναι γνωστό ότι:

Ο απαισιόδοξος παραπονιέται για τον αέρα, ότι δεν είναι κατάλληλος ο αέρας για τα πανιά του σκάφους

Ο αισιόδοξος περιμένει να αλλάξει ο αέρας.

Ο ηγέτης προσαρμόζει τα πανιά και ξεκινά. Ας προσαρμοστούμε λοιπόν για την επόμενη χρονιά σε αυτήν την νέα ανάγκη του τουρισμού.



Video

