

Τουρισμός ατόμων 3^{ης} ηλικίας και Προσβάσιμος τουρισμός: Ευκαιρίες και προκλήσεις για την τουριστική αγορά.

Ο παγκόσμιος πληθυσμός έχει παρουσιάσει σημαντική τάση γήρανσης που αυξάνει με επιταχυνόμενο ρυθμό και οφείλεται στην ταυτόχρονη εμφάνιση της μείωσης τόσο της γεννητικότητας όσο και της θνησιμότητας. Η γήρανση του πληθυσμού πρόκειται να αποτελέσει μια από τις σημαντικότερες αλλαγές του 21^{ου} αιώνα, με επιδράσεις σε ολόκληρες τις κοινωνίες και τους οικονομικούς τομείς των χωρών, μεταξύ των οποίων και του τουρισμού. Μέχρι το 2050 η παγκόσμια οικονομία αναμένεται να εισέλθει σε μια φάση που αποκαλείται οικονομία των “γκρίζων κροτάφων” (silver economy).

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Τμήματος Πληθυσμού των Ηνωμένων Εθνών κατά την περίοδο 2000-2015 ο παγκόσμιος πληθυσμός αυξήθηκε κατά 20%, ενώ ο πληθυσμός των ατόμων άνω των 65 ετών αυξήθηκε κατά 44,5% και ο πληθυσμός των ατόμων μέχρι 64 ετών κατά 18,3%. Συνέπεια αυτής της εξέλιξης είναι και η αύξηση του μεριδίου των ατόμων άνω των 65 ετών στο συνολικό πληθυσμό: από 7% το 2000, σε 8,3% το 2015.

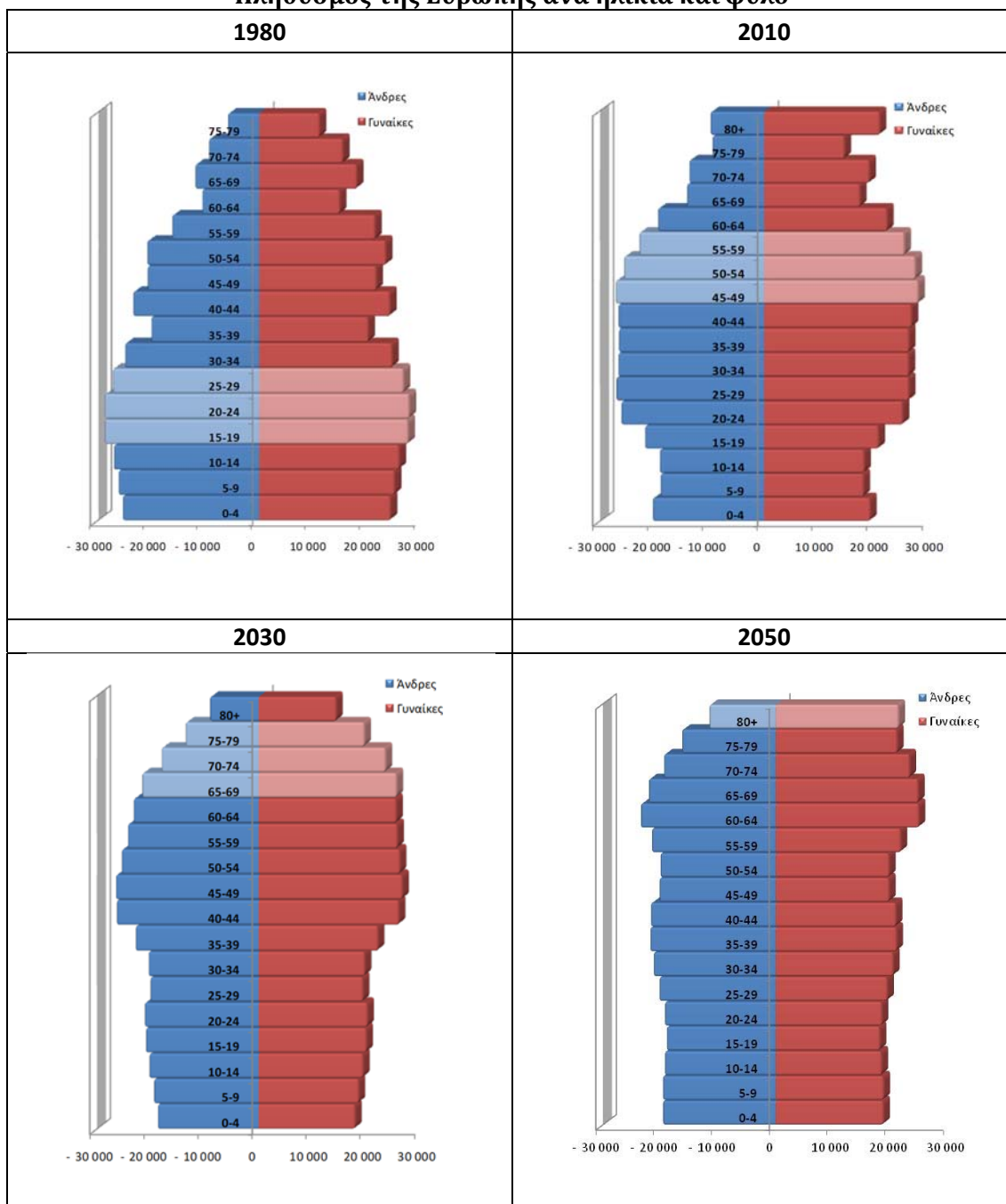
Αποτέλεσμα αυτών των εξελίξεων είναι αφενός να αλλάζει η ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού και αφετέρου να εισέρχεται στις τάξεις των νέων συνταξιούχων η γενιά των baby boomers, δηλ. οι γεννημένοι μεταξύ 1946-1964. Πρόκειται για τη γενιά της αμφισβήτησης του κοινωνικού και οικονομικού κατεστημένου της εποχής τους που παραμένει εξίσου ανήσυχη και τώρα που εισέρχεται στην τρίτη ηλικία.

Αποτελεί, συνεπώς, κρίσιμο στοίχημα για την τουριστική βιομηχανία, η προσέλκυση των ατόμων αυτών μετά τη συνταξιοδότησή τους.

Ο παγκόσμιος τουρισμός κατά τα χρόνια που ξέσπασε η πρόσφατη οικονομική κρίση, επέδειξε ιδιαίτερη ανθεκτικότητα και αποτέλεσε τον αναπτυξιακό μοχλό σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, μεταξύ των οποίων και στην Ελλάδα. Ένας από τους βασικούς παράγοντες που συνετέλεσαν στη διατήρηση της αυξητικής τάσης του τουρισμού και συνέβαλαν στην επιβίωση του τομέα, ήταν ο τουρισμός των ατόμων άνω των 65 ετών.

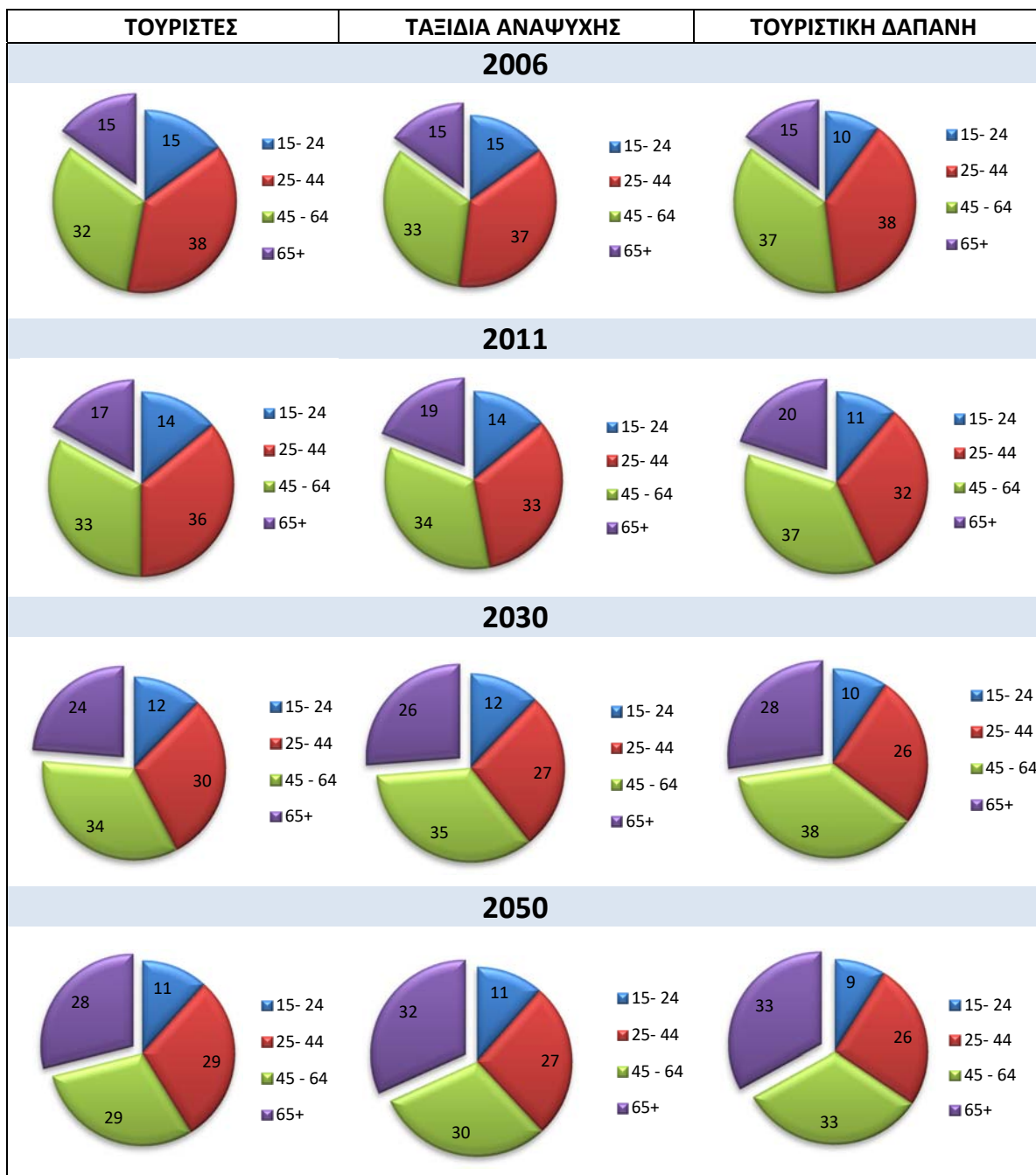
Ειδικότερα στην Ευρώπη, κατά την 5ετία 2006-2011, οι τουρίστες αυτής της ηλικιακής ομάδας όχι μόνο κατέγραψαν αύξηση 6%, αλλά επέφεραν και πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα μεγαλύτερης διάρκειας. Κατά το 2011 η ομάδα των τουριστών 65+ πραγματοποίησε 29% περισσότερα ταξίδια και 23% περισσότερες διανυκτερεύσεις σε σχέση με 5 χρόνια πριν. Η δε τουριστική της δαπάνη αυξήθηκε κατά 33%, αντιπροσωπεύοντας το 20% της συνολικής τουριστικής δαπάνης των Ευρωπαίων, έναντι 15% που ήταν το 2006.

Πληθυσμός της Ευρώπης ανά ηλικία και φύλο



Πηγή: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nations Secretariat, United Nations, World Population Prospects: The 2010 Revision, April 2011.

Τουριστικά Μεγέθη ανά Ηλικιακή Ομάδα - ΕΕ-27



Πηγή: Eurostat, online data 2006, 2011. Επεξεργασία ΙΤΕΠ (Προβλέψεις 2030, 2050).

Η δυναμική αυτή του τουρισμού των Ευρωπαίων 65+ συνεχίστηκε και το 2015, καθώς αυτή ήταν η μόνη ηλικιακή ομάδα που κατέγραψε αύξηση σε όλους τους τουριστικούς δείκτες στην ΕΕ-28 σε σχέση με το 2011. Συγκεκριμένα, τα ταξίδια διακοπών αυτής της ομάδας αυξήθηκαν από 15% το 2011 σε 22% το 2015, οι διανυκτερεύσεις τους από 18% το 2011 αυξήθηκαν σε 24% το 2015 και η τουριστική τους δαπάνη από 15% το 2011 σε 22% το 2015. Πάνω από 29 δις € ήταν η τουριστική δαπάνη ευρωπαίων τουριστών άνω των 65 ετών για ταξίδια στο εξωτερικό το 2015, ενώ είχαν και την υψηλότερη μέση δαπάνη ανά ταξίδι που κυμάνθηκε στα 940 €.

Οι νέοι συνταξιούχοι-δυναμικοί τουρίστες που θα προέρχονται κυρίως από τη γενιά των Β-Β έχουν εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά από την προηγούμενη γενιά συνταξιούχων. Είναι απαιτητικοί καταναλωτές και δεν αποδέχονται εύκολα το μαζικό. Εκτιμούν την εξατομικευμένη εξυπηρέτηση και τη δυνατότητα πολλαπλών επιλογών. Προτιμούν να οργανώνουν οι ίδιοι το ταξίδι τους και δυσκολεύονται να ακολουθήσουν προγράμματα ομαδικής περιήγησης με αυστηρό χρονικό προγραμματισμό. Προτιμούν καταλύματα υψηλότερων κατηγοριών, ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την υγιεινή διατροφή και τις υπηρεσίες ήπιας άθλησης, για την τοπική γαστρονομία και τα παραδοσιακά προϊόντα του τόπου που επισκέπτονται, καθώς και για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η επιθυμία, όμως, για συμμετοχή σε μια τουριστική δραστηριότητα δεν μεταφράζεται αυτόματα σε ενεργό τουριστική ζήτηση. Συχνά παρεμβάλλονται τόσο εξωγενή εμπόδια που καθιστούν αδύνατη ή επικίνδυνη την πραγματοποίηση ταξιδιών προς συγκεκριμένους προορισμούς, όσο και ατομικά εμπόδια ή δυσκολίες. Πολεμικές συρράξεις, βίαιες πολιτικές αναταραχές, επικίνδυνες επιδημίες είναι μερικοί από τους εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να λειτουργήσουν ανασταλτικά στην επιθυμία των ατόμων να ταξιδέψουν. Ενώ εισοδηματικοί περιορισμοί, έλλειψη χρόνου, λόγοι υγείας κλπ. είναι μερικοί από τους προσωπικούς λόγους που περιορίζουν τα ταξίδια αναψυχής.

Παρόλο που τα σημερινά άτομα άνω των 65 ετών έχουν καλύτερη υγεία χάρη στην πρόοδο της ιατρικής, αλλά και της τεχνολογίας, το πέρασμα του χρόνου αφήνει τα σημάδια του και τους δημιουργεί σε κάποιο βαθμό προβλήματα ευελιξίας και κινητικότητας. Έτσι, η επιλογή του τόπου των διακοπών τους επηρεάζεται, μεταξύ άλλων, και από το πόσο προσβάσιμος είναι ο προορισμός, αλλά και το κατάλυμα στο οποίο θα διαμείνουν.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ – WHO) ένας προορισμός θεωρείται φιλικός προς τους ηλικιωμένους (age-friendly) όταν προσφέρει καθολικά προσπελάσιμες υπηρεσίες, προσβάσιμο και φιλικό δομημένο περιβάλλον, προσβάσιμο φυσικό περιβάλλον και προσβάσιμες και ακριβείς πληροφορίες.

Φιλικός Προορισμός για Ηλικιωμένους

Καθολικά προσπελάσιμες υπηρεσίες	Προσβάσιμο και φιλικό δομημένο περιβάλλον	Προσβάσιμο φυσικό περιβάλλον	Προσβάσιμες και ακριβείς πληροφορίες
<ul style="list-style-type: none"> • Προσβάσιμοι σταθμοί εισόδου (αεροδρόμια, λιμάνια, εθνικές οδοί) • Προσβάσιμα και αξιόπιστα μέσα μαζικής μεταφοράς • Κλειστοί σταθμοί μετεπιβίβασης • Πυκνό δίκτυο δημόσιων συγκοινωνιών • Προσβάσιμο σύστημα υγείας • Εύρος ασφαλιστικών καλύψεων και διεθνών συνεργασιών • Ποιότητα δικτύων κινητής επικοινωνίας • Υπηρεσίες ήπιας άσκησης • Δυνατότητα διαδικτυακής έκδοσης εισιτηρίων • Υπηρεσίες για άτομα που χρειάζονται ειδική διατροφή • Προσωπικό ευαισθητοποιημένο και εκπαιδευμένο στην κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών των ηλικιωμένων 	<ul style="list-style-type: none"> • Πυκνό δίκτυο πεζοδρόμων ικανών να εξυπηρετούν άτομα με σωματική αναπηρία • Συχνές διαβάσεις πεζών με ορθή σήμανση και ηχητική προειδοποίηση • Προσβάσιμα δημόσια κτίρια • Προσβάσιμα μουσεία και μνημεία • Υψηλή προσβασιμότητα εμπορικών χώρων • Προσβάσιμα καταλύματα • Δωμάτια με υποδομή εξυπηρέτησης ΑΜΕΑ και ηλικιωμένων • Δημόσιες τουαλέτες • Εντονότερος φωτισμός • Σκιασμένοι χώροι προσωρινής ανάπαυσης 	<ul style="list-style-type: none"> • Προσβάσιμες παραλίες (διάδρομοι, σκίαση, αποδυτήρια) • Προσβάσιμα φυσικά αξιοθέατα (εθνικοί δρυμοί, πάρκα, παραποτάμια και παραλίμνιες διαδρομές) • Προσβάσιμες διαδρομές στην ύπαιθρο • Συχνά σημεία προσωρινής ανάπαυσης • Σωστή σήμανση 	<ul style="list-style-type: none"> • Ενημέρωση για το επίπεδο προσβασιμότητας κάθε αξιοθέατου ή καταλύματος • Δρομολόγια μέσω μαζικής μεταφοράς με ακριβή χρόνο προσέγγισης κάθε σταθμού • Έγκαιρη ανακοίνωση προγραμμάτων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων • Κατανοητές και ευανάγνωστες πινακίδες • Ειδικά site για πληροφόρηση ατόμων τρίτης ηλικίας • Site για δυνατότητες εξυπηρέτησης ατόμων με κινητικά προβλήματα, προβλήματα όρασης, ακοής κλπ. • Site για το πού μπορούν να εξυπηρετηθούν πάσχοντες από ανίατες ασθένειες και όσοι χρειάζονται ειδικά διαιτολόγια

Σύμφωνα με σχετική έρευνα του Ευρωβαρόμετρου, οι οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες της Βόρειας Ευρώπης θεωρούνται οι φιλικότερες προς τους ηλικιωμένους. Η πιο φιλική θεωρείται το Λουξεμβούργο, ενώ στον αντίποδα βρίσκεται η Ουγγαρία. Η Ελλάδα που συγκεντρώνει 67% αρνητικές γνώμες βρίσκεται μία θέση πριν την ουραγό Ουγγαρία και σημαντικά κάτω από τις λοιπές μεσογειακές χώρες. Με βάση την ανάλυση των παραγόντων που καθιστούν την Ελλάδα αφιλόξενη για τους ηλικιωμένους, προκύπτει ότι η χώρα μας υστερεί σημαντικά κυρίως στην προσβασιμότητα των δημόσιων υποδομών και όχι τόσο των εμπορικών χώρων, στους οποίους συγκαταλέγονται και τα ξενοδοχεία, όπου μάλιστα η χώρα μας εμφανίζει καλύτερες επιδόσεις από το μέσο όρο της ΕΕ.

Συμπληρωματικά προς την παραπάνω έρευνα του Ευρωβαρόμετρου, έρευνα πεδίου που διεξήγαγε το ΙΤΕΠ για τον τουρισμό των ατόμων τρίτης ηλικίας στα ελληνικά ξενοδοχεία κατέληξε σε ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα.

- Η πλειονότητα των πελατών των ελληνικών ξενοδοχείων είναι άτομα άνω των 55 ετών. Στην περίοδο της υψηλής ζήτησης το μέσο σταθμισμένο ποσοστό των πελατών αυτών εκτιμάται από τους ίδιους τους ξενοδόχους στο 34%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους πελάτες κάτω των 30 ετών είναι 29% περίπου.
- Η διαφορά γίνεται ακόμα μεγαλύτερη σε περιόδους εκτός αιχμής, επιβεβαιώνοντας το θεωρητικό υπόδειγμα που θέλει τα άτομα στις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (55+) να ταξιδεύουν συχνότερα εκτός αιχμής. Έτσι, το ποσοστό των τουριστών 55+ στις περιόδους χαμηλής ζήτησης ανέρχεται στο 46% ενώ των νεότερων ατόμων (<30) πέφτει στο 17% περίπου.
- Τα ελληνικά ξενοδοχεία ενδιαφέρονται απλώς για περισσότερους πελάτες και δεν ασχολούνται ιδιαίτερα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά.
- Τα ξενοδοχεία της νησιωτικής χώρας είναι αυτά που επιθυμούν να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες μεγαλύτερης ηλικίας με αντικειμενικό σκοπό να περιορίσουν τις εποχικές εξάρσεις της ζήτησης.

Ο τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μια εξειδικευμένη επιμέρους αγορά, αλλά ως ένα ολοκληρωμένο τμήμα της τουριστικής προσφοράς βασισμένο σε ποιοτικά στοιχεία και περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Η ικανοποίηση των αναγκών και των προσδοκιών των καταναλωτών τουριστικών προϊόντων ή υπηρεσιών αποτελεί το κλειδί για την ποιότητα, η οποία δεν πρέπει να θεωρείται ως πολυτέλεια ή προνόμιο, αλλά ως εργαλείο για τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος έναντι των ανταγωνιστών. Αργά ή γρήγορα όροι όπως προσβάσιμος, χωρίς εμπόδια, καθολικός τουρισμός, θα αντικατασταθούν με τον όρο ποιοτικός τουρισμός, δηλαδή παροχή μιας ολοκληρωμένης υπηρεσίας κατάλληλης για κάθε τύπο πελάτη ανεξάρτητα από τις ιδιαιτερότητές του.

Η προσέλκυση τουριστών από την ηλικιακή ομάδα άνω των 65 ετών μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην αντιμετώπιση ενός από τα κυριότερα διαρθρωτικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού που είναι η έντονη εποχικότητα, αλλά και στην αύξηση εσόδων των ελληνικών ξενοδοχείων.

Η εποχικότητα του ελληνικού τουρισμού εμποδίζει την αποτελεσματική χρήση των παραγωγικών πόρων και επιδρά αρνητικά στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η υπερβάλλουσα ζήτηση κατά την περίοδο αιχμής δυσχεραίνει την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, ενώ ταυτόχρονα μειώνεται η συνολική αποδοτικότητα του κεφαλαίου που έχει επενδυθεί στην τουριστική βιομηχανία, καθώς υπάρχει αργούσα δυναμικότητα κατά τους χειμερινούς μήνες.

Συνεπώς, με την αύξηση του μεριδίου των τουριστών 65+ στο σύνολο της πελατείας τους, τα ελληνικά ξενοδοχεία θα μπορούσαν:

- Να αμβλύνουν την εποχικότητά τους, καθώς οι τουρίστες αυτής της ηλικιακής ομάδας προτιμούν να ταξιδεύουν εκτός των περιόδων αιχμής.
- Να βελτιώσουν τα έσοδά τους, αφού αυτό το τμήμα της πελατείας τους, παρά την οικονομική κρίση, διαθέτει εισοδήματα υψηλότερα από το μέσο όρο του πληθυσμού, ενώ παράλληλα διαμένει και περισσότερες ημέρες στο κατάλυμα που έχει επιλέξει.
- Να βελτιώσουν τις υποδομές τους, να εμπλουτίσουν και να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, διότι τα άτομα αυτά είναι ιδιαίτερα επιλεκτικά και δίνουν μεγάλη σημασία στο value for money κι έτσι να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Επίσης, η αυξημένη παρουσία των τουριστών 3^{ης} ηλικίας σε έναν προορισμό:

- συμβάλλει στην τόνωση της τοπικής οικονομίας, λόγω της μεγαλύτερης αγοραστικής τους δύναμης
- δημιουργεί κίνητρα στην πολιτεία για βελτίωση και αναβάθμιση των γενικών και ειδικών υποδομών για καλύτερη πρόσβαση αυτών των τουριστών
- συμβάλλει στη συντήρηση και ανάδειξη μουσείων και αρχαιολογικών χώρων του προορισμού, αφού οι τουρίστες 65+ ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την πολιτιστική ιστορία του προορισμού που επισκέπτονται
- ενισχύει ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο θρησκευτικός, ο τουρισμός υγείας-ευεξίας, ο ιατρικός τουρισμός, τα θεματικά πάρκα και γενικώς χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος, καθώς αυτές αποτελούν μορφές τουρισμού που δεν επηρεάζονται πολύ από τις κλιματικές συνθήκες.

Τέλος, στη χώρα μας θα μπορούσε να αναπτυχθεί και ένα νέο είδος τουρισμού, ιδιαίτερα δημοφιλές στην Ισπανία, ο τουρισμός παραχείμασης. Η Ελλάδα διαθέτει όλα τα φυσικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά, ώστε να μετατραπεί σε ιδανικό προορισμό παραχείμασης στη νοτιοανατολική Ευρώπη με πολλαπλά οφέλη στους προορισμούς υποδοχής.

Η προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών από την ηλικιακή ομάδα άνω των 65 ετών πρέπει να γίνεται στοχευμένα με το κατάλληλο τουριστικό μάρκετινγκ, το οποίο δεν πρέπει να περιορίζεται απλώς σε ένα παιχνίδι πειθούς. Από την πλευρά των ξενοδοχείων και των άλλων εμπλεκόμενων φορέων του ιδιωτικού τομέα, πρέπει να αποτελεί μία υπηρεσία που στοχεύει στο να ενημερώσει και να βοηθήσει στην προετοιμασία του ταξιδιού, στις σωστές επιλογές και τελικά στη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Οι πελάτες δεν είναι στατιστικά δεδομένα που πρέπει να αναλυθούν, αλλά ανθρώπινα όντα που πρέπει να εξυπηρετηθούν. Οι υπεύθυνοι των τουριστικών επιχειρήσεων οφείλουν να κατανοήσουν τις ιδιαίτερες ανάγκες που προκύπτουν από την αύξηση της μέσης ηλικίας των πελατών τους και να φροντίζουν για την ικανοποίησή τους, αν θέλουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές στο μέλλον.

Παράλληλα, η αίσθηση που πρέπει να αποπνέουν τα διαφημιστικά μηνύματα από την πλευρά της πολιτείας για να καταστήσουν έναν προορισμό ελκυστικό στα άτομα της τρίτης ηλικίας, είναι ότι τους παρέχεται μεγάλη ελευθερία επιλογών, ότι μπορούν να έχουν τον πλήρη έλεγχο των καταστάσεων και πάνω από όλα ότι μπορούν να απολαύσουν τις διακοπές τους με ασφάλεια. Δηλαδή μπορούν να βιώσουν εμπειρίες χωρίς απρόοπτα. Αρωγός σε αυτόν το στόχο είναι η υποβοηθητική τεχνολογία (assistive technology), η οποία συμβάλλει στη σταδιακή δημιουργία ενός κόσμου πιο φιλικού και πιο προσβάσιμου στα μεγαλύτερης ηλικίας άτομα.

Εναπόκειται στην Πολιτεία, αλλά και σε όλους τους εμπλεκόμενους τουριστικούς φορείς να ασκήσουν τις κατάλληλες πολιτικές για την προσέλκυση του δυναμικότερα αναπτυσσόμενου τμήματος του παγκόσμιο πληθυσμού που είναι η «ασημένια αγορά», των ατόμων δηλαδή που ανήκουν στις ηλικιακές ομάδες άνω των 65 ετών. Των ατόμων με την υψηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι, με τη μικρότερη εποχικότητα, με απαιτήσεις για κατανάλωση υψηλότερης ποιότητας τουριστικών υπηρεσιών. Ο προγραμματισμός αυτός και η στόχευση πρέπει να γίνει σύντομα και ολοκληρωμένα, ώστε να αξιοποιηθεί στο έπακρο η γενιά των baby boomers, η οποία μεταξύ των ετών 2015 και 2035 θα αποτελέσει τη χρυσή εποχή των τουριστών τρίτης ηλικίας.