

29/3/2024

Έρευνα για την εθνική αγορά της Νοτίου Κορέας

Περίγραμμα Έρευνας

Υπουργείο Τουρισμού

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΤΜΗΜΑ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
ΕΤΗΣΙΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ 2024 – Έργο 1.2.2. – Παραδοτέο 1.2.2.1.

Περιεχόμενα

1. Σχεδιασμός της έρευνας	2
1.1. Αντικείμενο, σκοπός και στόχοι της έρευνας	2
1.2. Ερευνητικά ερωτήματα	2
1.3. Σχεδιασμός και υλοποίηση της έρευνας	2
1.3.1. Διερευνητική επισκόπηση για τον εντοπισμό βασικών θεματικών και χαρακτηριστικών της αγοράς.....	2
1.3.2. Συνεντεύξεις με βασικούς πληροφορητές-κλειδιά.....	3
1.3.3. Δυσκολίες κατά την ερευνητική διαδικασία.....	4
1.4. Μεθοδολογία βασικού κορμού της έρευνας.....	5
Παράρτημα Ι – Οδηγοί συνέντευξης.....	7
Οδηγός Συνέντευξης για πληροφορητές-κλειδιά (ελληνικά)	7
Interview Guide for key informants (english version).....	9

1. Σχεδιασμός της έρευνας¹

1.1. Αντικείμενο, σκοπός και στόχοι της έρευνας

Αντικείμενο της έρευνας αποτελεί η αγορά της Νοτίου Κορέας.

Σκοπός της έρευνας είναι η κατανόηση των χαρακτηριστικών της αγοράς αυτής και της στάσης της απέναντι στην Ελλάδα ως ταξιδιωτικό προορισμό.

Ειδικότεροι στόχοι της έρευνας ορίζονται ως εξής:

- να αναδειχθούν οι βασικές παράμετροι που καθορίζουν την επιλογή της Ελλάδας ως ταξιδιωτικού προορισμού από την Κορεατική αγορά,
- να περιγραφούν τα χαρακτηριστικά και οι τρέχουσες τάσεις της αγοράς αυτής,
- να εντοπιστούν και να επιλυθούν δομικά προβλήματα που δυσχεραίνουν την προσέλκυση της αγοράς.

1.2. Ερευνητικά ερωτήματα

Το κύριο ερευνητικό ερώτημα αναφέρεται στα χαρακτηριστικά που καθορίζουν τις ταξιδιωτικές ροές από την Νότιο Κορέα προς την Ελλάδα. Αναλύεται σε επιμέρους ερωτήματα ως εξής:

1. Ποιες παράμετροι διευκολύνουν ή δυσχεραίνουν το ταξίδι προς την Ελλάδα;
2. Ποια η τμηματοποίηση της αγοράς των Κορεατών τουριστών (ανάλογα με το φύλο, τον τρόπο ταξιδιού, το εισόδημα);
3. Ποιες οι προτιμήσεις / συνήθειες των Κορεατών τουριστών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού ανά τμήμα αγοράς;

1.3. Σχεδιασμός και υλοποίηση της έρευνας

1.3.1. Διερευνητική επισκόπηση για τον εντοπισμό βασικών θεματικών και χαρακτηριστικών της αγοράς

Αρχικά πραγματοποιήθηκε εκτενής **διερευνητική επισκόπηση** της πρόσφατης διεθνούς ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας καθώς και των μελετών φορέων τουρισμού σε θέματα γύρω από την αγορά των Κορεατών τουριστών. Βασικός σκοπός ήταν ο **εντοπισμός βασικών θεμάτων και χαρακτηριστικών της αγοράς**, στα οποία επανέρχεται η διεθνής βιβλιογραφία. Πιο συγκεκριμένα εντοπίστηκαν θέματα που αφορούν τα εξής:

- Κανάλια διανομής
- Κίνητρα πραγματοποίησης διεθνών ταξιδιών
- Περίοδοι πραγματοποίησης ταξιδιών και διάρκεια παραμονής
- Δυναμικές κατηγορίες Κορεατών τουριστών
- Προτιμήσεις και συνήθειες των Κορεατών τουριστών
- Δημοφιλείς ειδικές μορφές τουρισμού
- Τάσεις

¹ Όλα τα στάδια της έρευνας σχεδιάστηκαν και διεξήχθησαν με ίδια μέσα από τη Διεύθυνση Έρευνας.

Για τον εντοπισμό της σχετικής αγγλόφωνης βιβλιογραφίας πραγματοποιήθηκε συστηματική αναζήτηση σε πλατφόρμες ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας, ακαδημαϊκά κοινωνικά δίκτυα (HEALink, Google scholar) και σε ιστότοπους διεθνών και ξένων φορέων τουρισμού (UN Tourism, OECD, Atout France, Tourism Australia, Destination Canada κ.λπ.).

Η διερευνητική επισκόπηση:

- παρείχε καλύτερη αντίληψη των πιθανών δυσκολιών που θα εγείρονταν κατά τα επόμενα στάδια της έρευνας,
- καθοδήγησε την διατύπωση των ερωτημάτων του οδηγού συνέντευξης κατά την ποιοτική πρωτογενή έρευνα.

1.3.2. Συνεντεύξεις με βασικούς πληροφορητές-κλειδιά

Εν συνεχεία, και προκειμένου να αποκτήσουμε σαφέστερη εικόνα των θεμάτων που θα πραγματευόταν η πρωτογενής έρευνα καθώς και της βέλτιστης μεθοδολογίας για την υλοποίησή της, διενεργήθηκαν **ημι-δομημένες συνεντεύξεις με βασικούς πληροφορητές-κλειδιά**, οι οποίοι λόγω της επαγγελματικής ή ακαδημαϊκής εμπειρίας τους αλλά και για βιωματικούς λόγους διέθεταν γνώση της αγοράς της Νοτίου Κορέας. Αυτοί εντοπίστηκαν ύστερα από αναζήτηση σε διαδικτυακές πηγές χρησιμοποιώντας Google Search.

Υπογραμμίζεται πως στην παρούσα έρευνα η περιορισμένη γνώση των συνθηκών της τουριστικής αγοράς στην Νότιο Κορέα και η απουσία γραφείου εξωτερικού του ΕΟΤ στην υπό έρευνα αγορά, τον εκ των προτέρων αναλυτικό προσδιορισμό των συμμετεχόντων. Η επικοινωνία με τους βασικούς πληροφορητές-κλειδιά πραγματοποιήθηκε μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, αλλά και μέσω μηνυμάτων που απεστάλησαν διαμέσου μέσων κοινωνικής δικτύωσης (LinkedIn, Instagram).

Ως αποτέλεσμα, κατά το μήνα Μάρτιο διεξήχθησαν συνολικά έξι συνεντεύξεις με βασικούς πληροφορητές-κλειδιά (πίνακας 1). Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατά την περίοδο 14/03/2024-29/03/2024 διαδικτυακά μέσω της πλατφόρμας Zoom. Κατά την ερευνητική διαδικασία τηρήθηκε η προστασία των προσωπικών δεδομένων και οι όροι εμπιστευτικότητας. Κατωτέρω παρατίθεται ανωνυμοποιημένος κατάλογος των βασικών πληροφορητών-κλειδιά. Αναλυτικό ημερολόγιο διεξαγωγής των συνεντεύξεων στο οποίο καταγράφονται τα πλήρη στοιχεία επικοινωνίας των συμμετεχόντων τηρείται στο αρχείο της Διεύθυνσης Έρευνας:

Πίνακας 1: Συνεντεύξεις (περίοδο 14/03/2024-29/03/2024)		
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ	ΕΙΔΟΣ ΦΟΡΕΑ	ΚΩΔΙΚΟΣ
14/3/2024	Ελληνική Πρεσβεία στη Σεούλ-Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων	ΠΚ01
20/3/2024	Αεροπορική Εταιρία	ΠΚ02
20/3/2024	Ελληνικό Ταξιδιωτικό Γραφείο	ΠΚ03
28/3/2024	Πρεσβεία της Δημοκρατίας της Κορέας στην Αθήνα	ΠΚ04
28/3/2024	Μέσο Ενημέρωσης	ΠΚ05
29/3/2024	Ακαδημαϊκός	ΠΚ06

Οι συνεντεύξεις έχουν καταγραφεί από την πλατφόρμα zoom. Εν συνεχεία έγινε μεταγραφή του περιεχομένου των συνεντεύξεων. Τα σχετικά αρχεία – οπτικοακουστικό υλικό και η μεταγραφή σε αρχείο word - τηρούνται στο αρχείο της Διεύθυνσης Έρευνας. Σε ό,τι αφορά την τήρηση των αναγκαίων κανόνων δεοντολογίας, η συμμετοχή στην έρευνα έγινε με την ενημερωμένη συγκατάθεση των υποκειμένων.

Οι συνεντεύξεις με τους βασικούς πληροφορητές-κλειδιά συνέβαλαν στη **διεύρυνση του δικτύου των πληροφορητών**.

Για τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων χρησιμοποιήθηκε **οδηγός συνέντευξης**, ο οποίος προσαρμόστηκε κάθε φορά ανάλογα με την κατηγορία του πληροφορητή-κλειδί. Ο οδηγός συνέντευξης στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα περιλαμβάνεται στο Παράρτημα Ι.

Ο οδηγός επιχείρησε να συλλέξει πληροφορίες για τις ακόλουθες θεματικές:

1. Βασικά στοιχεία πληροφορητή
2. Το ταξίδι προς την Ελλάδα
3. Η εικόνα των Κορεατών για την Ελλάδα
4. Προφίλ και ταξιδιωτικές συνήθειες των τουριστών από Νότιο Κορέα – τμηματοποίηση της αγοράς
5. Κανάλια πληροφόρησης
6. Κανάλια διανομής
7. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού / ανασταλτικοί παράγοντες για το ταξίδι προς την Ελλάδα.

Οι οδηγοί συνέντευξης διασφάλισαν ότι κατά τη συνέντευξη όλα τα θέματα καλύφθηκαν από τους συμμετέχοντες ενώ ταυτόχρονα προσέφεραν αρκετή ευελιξία για την ελεύθερη διεξαγωγή της συζήτησης ώστε οι βασικοί πληροφορητές-κλειδιά να παρέχουν πλήρως τις απόψεις και τη γνώση τους πάνω σε αυτό το νέο υπό διερεύνηση αντικείμενο. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν από το Τμήμα Μελετών και Τεκμηρίωσης. Ορισμένες από τις συνεντεύξεις παρακολούθησαν υπάλληλοι της Διεύθυνσης Στρατηγικού Σχεδιασμού καθώς και υπάλληλοι του Τμήματος Στατιστικών Τουρισμού της Διεύθυνσης Έρευνας.

Αξιοποιώντας τις κατευθύνσεις που δόθηκαν από τους βασικούς πληροφορητές-κλειδιά καθώς και τα στοιχεία επικοινωνίας με πρόσθετους πληροφορητές-κλειδιά διαμορφώθηκαν τα επόμενα στάδια της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα αναφορικά με την πρωτογενή έρευνα:

- Κατά το μήνα Απρίλιο έχει ήδη προγραμματιστεί η διεξαγωγή συνεντεύξεων με πληροφορητές-κλειδιά.
- Θα συνεχιστεί η προσπάθεια εντοπισμού και επικοινωνίας με επιπρόσθετους πληροφορητές-κλειδιά με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας.
- Θα επιχειρηθεί εκ νέου η επικοινωνία με τα κορεατικά τουριστικά πρακτορεία με τη συνδρομή της ελληνικής πρεσβείας στη Νότιο Κορέα.
- Θα ολοκληρωθεί η μεταγραφή των συνεντεύξεων.

Για τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων θα χρησιμοποιηθεί ο οδηγός συνέντευξης που αξιοποιήθηκε στην περίπτωση των βασικών πληροφορητών-κλειδιά, εμπλουτισμένος με βάση τις υποδείξεις των βασικών πληροφορητών-κλειδιά.

1.3.3. Δυσκολίες κατά την ερευνητική διαδικασία

Βασικό εμπόδιο για τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων είναι η **γλώσσα**, το γεγονός δηλαδή ότι οι υπεύθυνοι και εργαζόμενοι στα κορεατικά τουριστικά γραφεία και στον κορεατικό τύπο δεν έχουν την απαιτούμενη ευχέρεια στην αγγλική γλώσσα, με αποτέλεσμα να είναι δυσχερής ακόμη και η κατανόηση του μηνύματος ηλεκτρονικής αλληλογραφίας με το οποίο εστάλη η πρόσκληση. Για αυτό τον λόγο ζητήθηκε η συνδρομή της Ελληνικής Πρεσβείας στη Νότιο Κορέα, η οποία και μετάφρασε το κείμενο στα κορεατικά. Ωστόσο, παρά την εκ νέου αποστολή μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην κορεατική γλώσσα δεν υπήρξε καμία ανταπόκριση εκ μέρους τους.

Όπως μας ενημέρωσαν οι βασικοί πληροφορητές-κλειδιά, η έλλειψη ανταπόκρισης οφείλεται και σε μία σειρά πολιτιστικών λόγων:

- Γενικότερη δυσπιστία των Κορεατών απέναντι σε ξένους.
- Την ανάγκη ύπαρξης ενός μεσολαβητή που λειτουργεί ως δίαυλος επικοινωνίας. Το άτομο αυτό πρέπει να διατηρεί ήδη προσωπικές σχέσεις επικοινωνίας και να χαίρει της εμπιστοσύνης τους.
- Την αυστηρή ιεραρχία, η οποία δεν επιτρέπει σε κατώτερα στελέχη να δράσουν χωρίς την άδεια των ανωτέρων στελεχών και η οποία καθιστά εξαιρετικά χρονοβόρα την ανταπόκριση σε εξωτερικά αιτήματα κάθε είδους.

Παράλληλα με τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων με τους βασικούς πληροφορητές-κλειδιά, **απεστάλησαν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην αγγλική γλώσσα** προς 13 κορεατικά ταξιδιωτικά πρακτορεία (12/3/2024-20/3/2024) και προς κορεατικά μέσα επικοινωνίας (5-21/3/2024). Ως εκ τούτου, ζητήθηκε η συνδρομή της Ελληνικής Πρεσβείας στη Σεούλ για τη μετάφραση ενός συνοπτικού κειμένου στα κορεατικά. Το **κείμενο στην κορεατική γλώσσα** απεστάλη στα κορεατικά ταξιδιωτικά πρακτορεία και μέσα επικοινωνίας αλλά δεν υπήρξε ανταπόκριση από μέρους τους.

1.4. Μεθοδολογία βασικού κορμού της έρευνας

Τα ανωτέρω στάδια 1.3.1. και 1.3.2. οδήγησαν στον καθορισμό του περιγράμματος της έρευνας. Στη συνέχεια περιγράφεται αναλυτικά η μεθοδολογία.

Η **δευτερογενής έρευνα (desk research)**, με την οποία ξεκίνησε η ανάλυση του θέματος, περιελάμβανε:

- Αναζήτηση στατιστικών δεδομένων για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, τον εισερχόμενο και εξερχόμενο από τη Ν. Κορέα τουρισμό.
- Επισκόπηση αποτελεσμάτων πρόσφατων συναφών ερευνών για την αγορά.

Παράλληλα, διεξάγεται **ποιοτική πρωτογενής έρευνα**, η οποία επιλέγεται σε περιπτώσεις κατά τις οποίες η γνώση του υπό διερεύνηση θέματος είναι περιορισμένη λόγω απουσίας προγενέστερων συναφών ερευνών. Χρησιμοποιείται προκειμένου να καταγραφούν και να αναλυθούν οι βασικές παράμετροι του θέματος.

Πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε η **μέθοδος της χιονοστιβάδας** η οποία είναι η πλέον πρόσφορη σε περιπτώσεις κατά τις οποίες δεν είναι εκ των προτέρων γνωστός και εύκολο να εντοπιστεί ο υπό έρευνα πληθυσμός. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων του προκαταρκτικού σταδίου, ζητήθηκε από τους βασικούς πληροφορητές-κλειδιά να υποδείξουν άλλους πιθανούς πληροφορητές-κλειδιά με καλή γνώση της τουριστικής αγοράς της Νοτίου Κορέας και να παράσχουν τα στοιχεία επικοινωνίας τους καθώς και να μεσολαβήσουν, όποτε είναι δυνατό, ώστε να καταστεί δυνατή η διενέργεια των συνεντεύξεων.

Οι πληροφορητές - κλειδιά επιλέχθηκαν από τις ακόλουθες κατηγορίες, ώστε να εκπροσωπούν σημαντικό μέρος του τουριστικού οικοσυστήματος:

- Ελληνικά τουριστικά γραφεία που ειδικεύονται στην οργάνωση ταξιδιών από και προς την Κορέα.
- Κορεάτικα τουριστικά γραφεία που διοργανώνουν ταξίδια από την Κορέα προς την Ευρώπη και την Ελλάδα.
- Εκπρόσωποι τουριστικού τύπου και κοινωνικών δικτύων (influencers) με γνώση της εν λόγω αγοράς

- Έλληνες που ζουν και εργάζονται στην Κορέα

Η πρωτογενής έρευνα βρίσκεται ήδη σε εξέλιξη.

Τα επόμενα βήματα για την ολοκλήρωση της έρευνας είναι τα εξής:

- Η καταγραφή της δευτερογενούς έρευνας: επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, η οποία θα συμπληρωθεί από τη συλλογή και ανάλυση υφιστάμενων ποσοτικών δεδομένων από το Τμήμα Στατιστικών Τουρισμού της Διεύθυνσης Έρευνας.
- Η ολοκλήρωση συνεντεύξεων με πληροφορητές-κλειδιά.
- Η μεταγραφή των συνεντεύξεων
- Η ανάλυση περιεχομένου και η καταγραφή των συμπερασμάτων της πρωτογενούς έρευνας.
- Η σύνταξη της συνολικής έκθεσης αποτελεσμάτων

Τα ανωτέρω στάδια θα ολοκληρωθούν εντός της προθεσμίας που τίθεται από το ΕΣΔ 2024, δηλαδή έως 30/04/2024.

Παράρτημα Ι – Οδηγοί συνέντευξης

Οδηγός Συνέντευξης για πληροφορητές-κλειδιά (ελληνικά)

[NB: πρόκειται για σχέδιο οδηγού συνέντευξης που καταγράφει το σύνολο των πιθανών ερωτήσεων και διαφοροποιείται κατά τη συνέντευξη ανάλογα με τον πληροφορητή]

1. Βασικά στοιχεία πληροφορητή:
 - Ονοματεπώνυμο πληροφορητή
 - Φορέας (σύλλογος, πρακτορείο, διπλωματικοί υπάλληλοι κ.α.) και αντικείμενο εργασίας.
2. Το ταξίδι προς την Ελλάδα
 - Γιατί επισκέπτονται τη χώρα μας; (κίνητρα)
 - Ποιες οι πρακτικές δυσκολίες του ταξιδιού;
 - Το ταξίδι προς την Ελλάδα συνδυάζεται με άλλους προορισμούς; Με ποιους;
3. Ποια η εικόνα των Κορεατών για την Ελλάδα;
 - Γνώση και ενδιαφέρον για τον ελληνικό πολιτισμό (μνημεία, μουσεία, ολυμπιακοί αγώνες) και το φυσικό τοπίο
 - βαθμός πληροφόρησης για την Ελλάδα γενικότερα και ως προορισμό και ισχύς του ελληνικού brand name στη χώρα.
 - Ενδιαφέρον για την ελληνική γαστρονομία. Δημοφιλία της ελληνικής κουζίνας και των ελληνικών εστιατορίων, διαθεσιμότητα ελληνικών προϊόντων όπως κρασί, λάδι και τυριά στην κορεατική αγορά και ανταπόκριση των Κορεατών καταναλωτών σε αυτά. Προτιμήσεις των Κορεατών επισκεπτών.
 - Ενδιαφέρον για συγκεκριμένες μορφές τουρισμού και πιο συγκεκριμένα για το γαστρονομικό τουρισμό και τον οινοτουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό, τον θρησκευτικό τουρισμό, το θαλάσσιο και παράκτιο, τους μήνες του μέλιτος, τον τουρισμό τρίτης ηλικίας, MICE κ.α.
4. Προφίλ τουριστών από Νότιο Κορέα / ταξιδιωτικές συνήθειες:
 - Πως ταξιδεύουν; (μόνοι, ζευγάρια, οικογένειες με παιδιά, περισσότερες από μία γενιές)
 - Ηλικίες (ποιες είναι οι πιο δυναμικές ηλικιακές κατηγορίες; ποιες ταξιδεύουν περισσότερο;).
 - Φύλο.
 - Πόσες φορές ταξιδεύουν το χρόνο;
 - Πόσες φορές πραγματοποιούν μακρινά ταξίδια;
 - Ποιες εποχές ή μήνες;
 - Κατά πόσο επιλέγουν συνδυαστικά ταξίδια (περισσότερες από μία χώρες-προορισμούς);
 - Εισοδηματική κατηγορία επισκεπτών (χαμηλή, μεσαία, υψηλή) και δαπάνη σε προορισμό.

- Διάρκεια παραμονής σε προορισμό.
- Επιλογή καταλύματος.
- Υπάρχουν επαναλαμβανόμενοι επισκέπτες;
- Δραστηριότητες που επιλέγουν στον προορισμό.

5. Κανάλια πληροφόρησης

- Βασικές πηγές πληροφόρησης (διαδίκτυο, τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος τύπος).
- Ποιες οι βασικές πηγές πληροφόρησης για την πραγματοποίηση ταξιδιών προς Ελλάδα;

6. Κανάλια διανομής

- Κανάλια διανομής (τουριστικά πρακτορεία, OTAs, ιστότοποι επιχειρήσεων). Για τη διοργάνωση του ταξιδιού τους απευθύνονται σε τουριστικά πρακτορεία ή πρόκειται για ανεξάρτητους ταξιδιώτες (FIT);
- Υπάρχουν τουριστικά πρακτορεία που εξειδικεύονται σε τουριστικά προϊόντα για την Ελλάδα ή τη Μεσόγειο;
- Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή προορισμού και ανασταλτικοί παράγοντες (ύπαρξη απευθείας πτήσεων, ασφάλεια, υψηλή ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών-value for money, προσβασιμότητα λόγω του μεγάλου μέσου όρου ηλικίας πολλών Κορεατών επισκεπτών).

Interview Guide for key informants (english version)

[This is a guide sample that includes all possible questions, and it will be differentiated according to the interviewee]

1. Informant's basic information/key background info:
 - Informant's full name
 - Institution (association, agency, diplomatic officers etc.) and field of work
2. Which bodies or individuals could be considered as key informants?
 - Chambers of Commerce
 - Travel agencies association
 - Travel agencies specialized in Greece/ the Mediterranean/ Europe
 - National Tourism Organization
 - The Press
3. The journey in Greece
 - Why do they visit our country? (motives)
 - Which are the practical difficulties of the journey?
 - Is the journey in Greece combined with other travel destinations? Which exactly?
4. Which is the image Korean people have about Greece?
 - Knowledge and interest about the Greek culture (monuments, museums, Olympic games) as well as the landscape
 - Level of information about Greece in general and as a travel destination specifically. Greece's brand name power in South Korea.
 - Interest about the Greek gastronomy. Popularity of the Greek cuisine and restaurants, as well as availability of Greek products on the Korean market, like wine, olive oil and cheese.
 - Interest for niche tourism and more specifically for gastronomy, wine and cultural tourism, religious tourism as well as coastal and maritime tourism, Silver tourism, MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), honeymoon trips etc
5. Korea visitors profile:
 - How do they travel? (alone, couple, with family, in multigenerational family groups)
 - Age (which are the most dynamic travel age categories?)
 - Sex
 - Number of journeys per year
 - Number of long journeys
 - Travel seasons and months
 - Multi destination trips

- Visitors budget categories (low, medium, high) and expenditure per destination
 - Duration of stay at destination
 - Choice of accommodation
 - Repeat visitors
 - Activities chosen at destination
 - Concerns regarding the destination (i.e., safety)
6. Information-promotion channels:
- Popular sources of information (internet, TV, radio, the Press, social media)
 - Main sources of information for traveling in Greece
7. Distribution channels:
- Travel agencies, companies' websites, local government organizations. Do they prefer tourist operators or independent travelling?
 - Are there any tourist agencies specialized on Greek or Mediterranean tourist products?
8. Factors influencing the choice of destination and other types of constrains.
- Direct flights
 - Safety
 - High quality of tourist services, value for money services
 - Accessibility for the elders given the high average age of Korean visitors.