



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

## **ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Θαλάσσιος Τουρισμός**

**Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στη Μεσόγειο**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ : Κατσώλης Νικόλαος**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ : Πουλάκη Ιουλία**

**Πάτρα, 2021**

## Περίληψη

Σκοπό της εργασίας αυτής αποτελεί η διερεύνηση των πολιτικών που ασκούν οι οργανισμοί μάρκετινγκ προορισμών και λιμένων για την προσέλκυση της κρουαζιέρας. Για το σκοπό αυτό ακολουθείται η μεθοδολογία της πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας

Οι οργανισμοί μάρκετινγκ προορισμών που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά ή μη στην προσέλκυση κρουαζιέρας είναι λιμενικές αρχές, οργανισμοί τουρισμού, φορείς διαχείρισης τερματικών σταθμών, δίκτυα και ενώσεις φορέων. Στα πλαίσια της εργασίας εξετάζεται η βιομηχανία κρουαζιέρας δίνοντας έμφαση στα λιμάνια-προορισμούς και εξηγούνται οι λόγοι για τους οποίους είναι σκόπιμο να αναπτυχθεί περαιτέρω αυτή η μορφή θαλάσσιου τουρισμού.

Η εργασία καταλήγει στο συμπέρασμα ότι είναι αναγκαία η θέσπιση μιας στρατηγικής για την προσέλκυση της κρουαζιέρας τόσο από άποψη σχεδιασμού ενεργειών προβολής και επικοινωνίας όσο και οργανωτικά με τη δημιουργία δικτύου. Για αυτό το λόγο προτείνονται στρατηγικοί στόχοι και επιμέρους ενέργειες για τη βέλτιστη πρακτική.

## Λέξεις - Κλειδιά

τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, κρουαζιέρα, κρουαζιέρα στη Μεσόγειο, κρουαζιέρα στην Ελλάδα, ανάπτυξη κρουαζιέρας στη Μεσόγειο, ανάπτυξη κρουαζιέρας στην Ελλάδα, μετρήσεις αποτελεσμάτων, προβλέψεις, προτάσεις

## **Abstract**

The purpose of this study is to investigate the policies pursued by destination and port marketing organizations to attract cruise. For this cause, the methodology of primary and secondary research is followed.

Destination marketing organizations that are exclusively or not involved in cruise attraction are port authorities, tourism organizations, terminal operators, networks and operators' associations. The work examines the cruise industry with an emphasis on ports-destinations and explains the reasons why it is appropriate to further develop this form of maritime tourism.

The paper concludes that it is necessary to establish a strategy to attract the cruise both in terms of planning promotion and communication actions and organizationally with the creation of a network. For this reason, strategic objectives and individual actions for best practice are proposed.

## **Keywords**

tourism, sea tourism, cruise, cruise in the mediterranean, cruise in greece, cruise development in the mediterranean, cruise development in greece, measurements of results, forecasts, suggestions

## Περιεχόμενα

<b>Περίληψη – Λέξεις Κλειδιά</b>	<b>σελ. 2</b>
<b>Περιεχόμενα</b>	<b>σελ. 4</b>
<b>Εισαγωγή</b>	<b>σελ. 6</b>

### **Κεφάλαιο 1\_ Θεωρητικό Μέρος\_ Τουρισμός**

1.1. Ορισμοί και διακρίσεις του τουρισμού	σελ. 7
1.2. Κατηγοριοποιήσεις του τουρισμού σε επιμέρους μορφές	σελ. 9
1.3. Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων	σελ.10
1.4. Ο εναλλακτικός τουρισμός	σελ.11
1.5. Θαλάσσιος Τουρισμός	σελ. 13

### **Κεφάλαιο 2 \_ Θεωρητικό Μέρος\_ Κρουαζιέρα**

2.1. Γενικές πληροφορίες για την κρουαζιέρα	σελ. 15
- 2.1.2 Ιστορική αναδρομή	σελ. 16
- 2.1.3. Χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας	σελ. 16
- 2.1.4. Ιδιαιτερότητες	σελ. 16
- 2.1.5. Είδη – Μορφές κρουαζιέρας	σελ. 17
2.2. Συμβολή της ανάπτυξης της κρουαζιέρας για την Ελλάδα ως χώρα της Μεσογείου	σελ. 19
- 2.2.1. Δυνατά Σημεία	σελ. 19
- 2.2.2. Αδύνατα Σημεία	σελ. 20
- 2.2.3. Ευκαιρίες	σελ. 21
- 2.2.4. Απειλές	σελ. 23
- 2.2.5. Προτάσεις περαιτέρω βελτίωσης και ανάπτυξης του τομέα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα	σελ. 24

### **Κεφάλαιο 3\_ Ερευνητική Μεθοδολογία**

3.1. Μεθοδολογία έρευνας	σελ. 26
3.2. Ερευνητικοί στόχοι	σελ. 26
3.3. Ερευνητική μέθοδος	σελ. 27
3.4. Δείγμα	σελ. 27
3.5. Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας	σελ. 27

## **Κεφάλαιο 4\_ Αποτελέσματα**

- 4.1. Κρουαζιέρα στη Μεσόγειο σελ. 28
- 4.1.2. Σταδιακή ανάπτυξη της κρουαζιέρας στη Μεσόγειο σελ. 29
  - 4.1.3. Μετρήσεις αποτελεσμάτων σελ. 29
- 4.2. Συμβολή των ειδών κρουαζιέρων της Μεσογείου για τα είδη θαλάσσιου τουρισμού της εν λόγω περιοχής σελ. 30
- 4.2.2. Στατιστικά στοιχεία σελ. 31
  - 4.2.3 Προβλέψεις σελ. 32

## **Κεφάλαιο 5\_ Συμπεράσματα**

- 5.1. Θετικές και αρνητικές επιρροές ανάπτυξης κρουαζιέρας για την Μεσόγειο σελ. 34
- 5.2 Προτάσεις – Προοπτικές σελ. 35

**Βιβλιογραφία** **σελ. 37**

## Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία έχει ως σκοπό να παρουσιάσει το θαλάσσιο τουρισμό της Μεσογείου και της Ελλάδας, μέσα από μια μορφή του, την κρουαζιέρα και την ανάπτυξή της στις εν λόγω περιοχές.

Αρχικά θα αναλυθεί ο τουρισμός σαν έννοια και ποιες είναι οι διακρίσεις του σύμφωνα με τους μελετητές του τουρισμού. Οι κατηγοριοποιήσεις σε επιμέρους μορφές είναι βοηθητικές για να γίνει αντιληπτό ότι ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

Έπειτα, θα παρουσιαστούν διάφορες πληροφορίες σχετικά με την κρουαζιέρα. Μια μικρή αναδρομή θα βοηθήσει τον αναγνώστη να καταλάβει πότε και πώς εμφανίστηκε στις μορφές του τουρισμού, ποια είναι τα χαρακτηριστικά και οι ιδιαιτερότητες που την έκαναν να ξεχωρίζει και να αποτελεί σκοπό κάθε ανθρώπου να ζήσει την εμπειρία μιας κρουαζιέρας έστω για μια φορά στη ζωή του. Η σχέση των ανθρώπων με τη θάλασσα έχει αλλάξει ριζικά τον τελευταίο αιώνα. Πριν από μερικές δεκαετίες η κρουαζιέρα ήταν κάτι το ξεχωριστό και απευθυνόταν σε ευκατάστατους αποκλειστικά ανθρώπους ή σε άτομα μεγάλης ηλικίας. Ειδικότερα, οι κάτοικοι της Μεσογείου θεωρούνται ιδιαίτερα προνομιούχοι καθώς η ανάπτυξη της κρουαζιέρας αν και σταδιακή έχει προσφέρει μια πληθώρα αποτελεσμάτων τόσο σε οικονομικά όσο και πολιτιστικά επίπεδα.

Η συμβολή των ειδών κρουαζιέρας για τη Μεσόγειο αποτέλεσε ένα από τα σημαντικότερα σημεία για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Τα στατιστικά που παρουσιάζονται δείχνουν για την κάθε περιοχή πώς οι γύρω περιοχές της Μεσογείου διαθέτουν τη γεωμορφολογία, τις κατάλληλες κλιματικές συνθήκες, τις υποδομές και τη ζήτηση που επιτρέπουν ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η ανάπτυξη αυτή σε συνδυασμό με παροχή ποιητικότερων υπηρεσιών και βελτιώσεων σε υποδομές θα δώσει πνοή στην οικονομική κατάσταση της εκάστοτε χώρας, ενώ παράλληλα θα βελτιώσει την εικόνα της στο εξωτερικό. Από την άλλη, η Ελλάδα από την προνομιούχα της θέση παρουσιάζει τις ευκαιρίες και τις απειλές ως προς την ανάπτυξη της κρουαζιέρας. Η Ελλάδα παρουσιάζει μια πληθώρα χαρακτηριστικών που ευνοούν τη περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας τόσο κατά την εκτεταμένη τουριστική περίοδο όσο και πέραν αυτής, δηλαδή κατά τους χειμερινούς μήνες.

Τέλος, οι προτάσεις για βελτίωση και ανάπτυξη του τομέα δε θα μπορούσαν να λείπουν. Οι θετικές και αρνητικές επιρροές που περιέχει η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην περιοχή της Μεσογείου τίθενται σε συζήτηση καθώς αποτελούν το κλειδί για περαιτέρω έρευνες.

# Κεφάλαιο 1 \_ Θεωρητικό Μέρος \_ Τουρισμός

## 1.1. Ορισμοί και διακρίσεις του τουρισμού

Από τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, πολλοί διεθνείς οργανισμοί (π.χ. Διεθνής Ακαδημία του Τουρισμού, Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων και Συγγραφέων Τουρισμού, Κοινωνία των Εθνών, Διεθνής Ένωση των Επίσημων Οργανισμών Τουρισμού (UIOOT), Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) και ειδικοί του τουρισμού (Schwink, 1924, Glucks – Mann, 1929, Hunziker και Krapf, 1942, Mariotti, 1950, Jafari, 1977: 8, Leiper, 1979: 391-394, Manthieson και Wall, 1982: 1, Gilbert, 1991: 4 – 27, Theobald, 1994: 1-21), επιδίωξαν να προσδιορίσουν το εννοιολογικό περιεχόμενο του τουρισμού και κατ' επέκταση του τουρίστα.

Η πρώτη προσπάθεια διατύπωσης ορισμού για τον τουρισμό έγινε από την Επιτροπή Στατιστικών Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών (1936). Όμως, η σχηματοποιημένη μορφή των διεθνών ταξιδιωτών – τουριστών έγινε στη συνδιάσκεψη της Ρώμης (UIOOT, 1963). Ακολούθως, οι σχετικές προσπάθειες εντατικοποιήθηκαν με τη σύσταση ομάδων εμπειρογνομώνων, στατιστικών επιτροπών και συνεδριών, προκειμένου να οροθετηθεί μια έννοια λειτουργική για τον τουρισμό και τον τουρίστα.

Στη συνέχεια παρατίθενται ενδεικτικά οι κυριότεροι ορισμοί που κατά καιρούς έχουν δοθεί για τον τουρισμό και προσδιορίζουν το εννοιολογικό και λειτουργικό του περιεχόμενο.

Ο Schwihk (1924) θεωρεί ότι *«ο τουρισμός είναι η κίνηση των ανθρώπων που εγκαταλείπουν προσωρινά τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους για λόγους που αφορούν το πνεύμα, το σώμα ή το επάγγελμα»*. Στον ορισμό αυτό, καλύπτονται οι λόγοι της τουριστικής μετακίνησης. Όμως, η μετακίνηση αναφέρεται ως εγκατάλειψη, γεγονός που δεν ανταποκρίνεται στο εννοιολογικό περιεχόμενο του σύγχρονου τουρισμού.

Ο Ν. Αιγινιτής (1929) ορίζει ότι *«ο τουρισμός είναι η από χώρα σε χώρα ή από τόπο σε τόπο μετάβαση ατόμων σε ομάδες ή μεμονωμένα, με σκοπό τη μικρή ή μεγάλη, όχι όμως μόνιμη, διαμονή, χωρίς άσκηση επαγγέλματος, για λόγους γενικά αναψυχής»*. Στον ορισμό αυτό, υπάρχουν περιοριστικοί όροι όσον αφορά στο μετακινούμενο άτομο και στις ενέργειες κατά τη μετακίνησή του (π.χ. στο σκοπό, στη διάρκεια, στη δραστηριότητά της μετακίνησης και στην άσκηση του επαγγέλματος).

Ο De Meyer (βλέπε Λογοθέτης, 1971: 30) ορίζει ότι *«ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές, οι οποίες προκαλούνται από την εξωτερική και πραγματοποίηση του πόθου, που αδρανεί σε διάφορο βαθμό και δημιουργεί την ένταση σε κάθε άτομο»*. Στον ορισμό αυτό, υπάρχει ένα πρόσθετο στοιχείο που τονίζεται ιδιαίτερα, και είναι η ψυχική διάθεση (πόθος) του κάθε ατόμου, η οποία δημιουργεί ευνοϊκές καταστάσεις για τουριστική μετακίνηση στη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου.

Οι Hunziker και Kraft (1942) θεωρούν ότι *«ο τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων που δημιουργούνται από τη διαμονή των αλλοδαπών, αν αυτή δεν έχει σαν αιτία πρόσκαιρες ή μόνιμες κερδοφόρες ενέργειες»*. Στον ορισμό αυτό, η μετακίνηση είναι μια σύνθετη έννοια, δεδομένου ότι κατά τη διαμονή των αλλοδαπών και μόνο τουριστών σε ένα τουριστικό προορισμό, αναπτύσσονται ποικίλες σχέσεις και δημιουργούνται πολλαπλά γεγονότα.

Ο Marrioti (1950) ορίζει «ως τουρισμό το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία, χωρίς κύριο σκοπό το κέρδος». Στον ορισμό αυτό, υπάρχει ευρύτητα, η οποία καλύπτει οτιδήποτε λαμβάνει χώρα από τη στιγμή λήψης της ταξιδιωτικής απόφασης μέχρι και την ολοκλήρωση του τουριστικού ταξιδιού.

Η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (ΑΙΤ, 1961: 162), στο Διεθνές Τουριστικό Λεξικό, ορίζει ότι «τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και των δραστηριοτήτων που προκύπτουν από αυτές». Στον ορισμό αυτό, κάθε ανθρώπινη μετακίνηση εμπεριέχει την έννοια του τουρισμού και δε διευκρινίζει το είδος των δραστηριοτήτων που προτιμά ο κάθε τουρίστας.

Ο Καλφιώτης (1976: 44) ορίζει τον τουρισμό «... η εκ του γεωγραφικού περιβάλλοντος της μόνιμου διαμονής εις έτερον πρόσκαιρος διακίνησις ατόμων, μεμονωμένως ή συλλογικώς, η οποία αποσκοπεί εις την διά της τέρψεως ικανοποίησιν ψυχικής επιθυμίας ή πνευματικής περιέργειας εν γένει και η οποία προκαλεί την δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων». Στον ορισμό αυτό, πρόσθετα, γίνεται σαφής αναφορά στα τουριστικά κίνητρα (π.χ. τέρψη, ψυχική ικανοποίηση, πνευματική περιέργεια) και στη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων, που σημαίνει ότι στις τουριστικές ανάγκες αντιστοιχούν τουριστικά προϊόντα.

Ο Jafari (1977: 8) θεωρεί ότι ο «τουρισμός είναι η μελέτη του ανθρώπου που βρίσκεται μακριά από το συνηθισμένο του φυσικό περιβάλλον, της βιομηχανίας που ανταποκρίνεται στις ανάγκες του και των επιδράσεων που ασκεί αυτός και η βιομηχανία στο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον του χώρου που τον φιλοξενεί.» Στον ορισμό αυτό, υπάρχει ευρύτητα που εξηγεί πλήρως τον τουρισμό, καλύπτει πολλαπλές δραστηριότητες και δεν υπάρχει κανένας τοπικός περιοριστικός παράγοντας.

Το Διεθνές Συνέδριο Στατιστικής για τα Ταξίδια και τον Τουρισμό, που έγινε στην Ottawa του Καναδά το 1991, πρότεινε ένα νέο ορισμό όπου «ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τον ελεύθερο χρόνο, το επάγγελμα κ.α των ανθρώπων που ταξιδεύουν και παραμένουν σε περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντος όπου ζουν, για όχι περισσότερο από ένα συνεχόμενο έτος». Στον ορισμό αυτό, υπάρχει ευρύτητα στην έννοια του συνήθους περιβάλλοντος, που καλύπτει πολλαπλές δραστηριότητες και αποκλείει άλλες καθημερινές, όπως τα ψώνια, τη μετάβαση προς την εργασία, την επιστροφή κ.λπ.

Οι Mill και Morrison (1992: 9) ορίζουν ότι «ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που αναπτύσσεται όταν οι τουρίστες ταξιδεύουν, και περιλαμβάνει οτιδήποτε σχετίζεται με την προετοιμασία και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή και τις αναμνήσεις μετά από αυτό. Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών που γίνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές που πραγματοποιούνται και τις αλληλεπιδράσεις οι οποίες συμβαίνουν μεταξύ ξένων και ντόπιων, καθώς και τις επιπτώσεις που προκύπτουν». Στον ορισμό αυτό, ενσωματώνονται τέσσερις φάσεις: της καταναλωτικής συμπεριφοράς προς τη διενέργεια του ταξιδιού (π.χ. της συλλογής πληροφοριών, της συζήτησης με φίλους και συγγενείς και της διασφάλισης των αναγκών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού αγαθών και υπηρεσιών), της ταξιδιωτικής μετακίνησης προς και από τον τουριστικό προορισμό, των δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα στον προορισμό και της μετακαταναλωτικής συμπεριφοράς, όπως είναι η αναπαραγωγή φωτογραφιών και η συζήτηση των εμπειριών που αποκτήθηκαν από το ταξίδι.

Οι McIntosh, Goeldner και Ritchie (1995: 10) ορίζουν τον τουρισμό ως «το σύνολο των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν μέσα από τις συναλλαγές με τους τουρίστες, τους προμηθευτές, τις κυβερνήσεις των τόπων φιλοξενίας και τις κοινότητες υποδοχής, κατά τη διαδικασία προσέλκυσης και φιλοξενίας των τουριστών αυτών και των άλλων επισκεπτών».



Στον ορισμό αυτό, προσδιορίζονται τέσσερα βασικά στοιχεία του τουρισμού, τα οποία είναι : οι τουρίστες, οι επιχειρήσεις που προσφέρουν σχετικές υπηρεσίες, οι κυβερνήσεις που ασκούν έλεγχο στην τουριστική δραστηριότητα και οι άνθρωποι, οι οποίοι ζουν στις περιοχές φιλοξενίας των τουριστών.

Γενικά, αν ληφθούν υπόψη τα κοινά στοιχεία των διαφόρων ορισμών που διαχρονικά έχουν προταθεί, ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ότι είναι «ένα πολυπρισματικό οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής που τους ικανοποιούν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα στη συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένο γεωγραφικό χώρο και παραμονή τους σ' αυτόν για χρονικό διάστημα μέχρι ένα έτος, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές κ.λπ.».

Διεθνώς, υπάρχουν οι εξής διακρίσεις του τουρισμού (WTO, 1995: 26) :

- **Εγχώριος τουρισμός** (domestic tourism), που αφορά τους κατοίκους μιας δεδομένης χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- **Εξερχόμενος τουρισμός** (outbound tourism), που αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν σε άλλη χώρα (π.χ. ένας Έλληνας που ταξιδεύει στην Ιταλία).
- **Εισερχόμενος τουρισμός** (inbound tourism), που αφορά τους αλλοδαπούς, οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (π.χ. ένας Ιταλός που ταξιδεύει στην Ελλάδα)
- **Διεθνής τουρισμός** (international tourism), όπως ονομάζεται ο εξερχόμενος (outbound tourism) και ο εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism).

Πέρα των ανωτέρων μορφών, υπάρχουν και οι ακόλουθες διακρίσεις:

- **Εσωτερικός τουρισμός** (internal tourism), ο οποίος καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εισερχόμενο ή τον προς τα έσω τουρισμό (inbound tourism).
- **Εθνικός τουρισμός** (national tourism), ο οποίος καλύπτει τόσο τον εγχώριο (domestic tourism), όσο και τον εξερχόμενο ή τον προς τα έξω τουρισμό (outbound tourism).

## 1.2. Κατηγοριοποιήσεις του τουρισμού σε επιμέρους μορφές

Η τουριστική αγορά διαιρείται σε επιμέρους μορφές αγορών με βάση ορισμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα (π.χ. τη μαζικότητα των μετακινήσεων, το βασικό και ειδικό κίνητρο, το χρόνο εμφάνισης της κάθε μορφής τουρισμού), που προσδιορίζουν την οργανωτική και λειτουργική δομή των τουριστών. Οι διάφορες μορφές τουρισμού σχετίζονται με τα κίνητρα και τις ανάγκες που οδηγούν τα άτομα να κάνουν τουρισμό. Γενικά, οι άνθρωποι ταξιδεύουν για δύο λόγους. Είτε γιατί είναι υποχρεωμένοι να πάνε κάπου για επαγγελματικούς, θρησκευτικούς, φιλικούς, οικογενειακούς λόγους ή για λόγους υγείας, είτε γιατί επιθυμούν την αναψυχή, όπως να διασκεδάσουν, να ζήσουν την περιπέτεια, να

αποδράσουν από την καθημερινότητα ή να ξεκουραστούν. Τα ταξίδια της πρώτης περίπτωσης έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και εξακολουθούν μέχρι σήμερα να πραγματοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα ταξίδια της δεύτερης περίπτωσης αποτελούν σημαντικό συστατικό στοιχείο του σύγχρονου πολιτισμού.

Ο τουρισμός κατηγοριοποιείται σε τρεις γενικές μορφές (Λαγός – Λιαργκόβας, 2003: 68-73):

- **Τον μαζικό τουρισμό** (mass tourism), που είναι και η παραδοσιακή αγορά διακοπών, η οποία περιλαμβάνει και το μεγαλύτερο τμήμα τουριστών, αναζητούν στο ταξίδι τους κυρίως την ξεκούραση και τη διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κυρίως προορισμούς.

- **Τον τουρισμό των ειδικών ενδιαφερόντων** (special interest tourism), που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, οι οποίες διαμορφώνονται από τα κοινά ειδικά ενδιαφέροντα των ανθρώπων που τις προτιμούν (π.χ. λάτρεις των σπορ, φυσιολατρία, πολιτιστικά ενδιαφέροντα, αναζήτηση νέων συγκινήσεων)

- **Τον εναλλακτικό τουρισμό** (alternative tourism), που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, όπου οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος συνδέεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

Επισημαίνεται ότι ο πλέον δόκιμος όρος που έχει καθιερωθεί και διεθνώς χρησιμοποιείται για την περιγραφή των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι οι *ειδικές μορφές τουρισμού* (special interest tourism). Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε σε κάθε μορφή τουρισμού που η ανάπτυξή της συνδέεται με αμφίδρομη ενεργοποίηση της τουριστικής ζήτησης και προσφοράς και με επίκεντρο τουλάχιστον ένα βασικό ή ειδικό κίνητρο.

### 1.3. Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων

Μια καινούρια φιλοσοφία που έχει δημιουργηθεί τα τελευταία χρόνια στον τομέα του τουρισμού έρχεται να δώσει νέες αναπτυξιακές προοπτικές στις τουριστικές χώρες. Πρόκειται για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού αλλά και για τον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων. Είναι και τα δύο ειδικές μορφές τουρισμού γιατί περιλαμβάνουν ειδικά χαρακτηριστικά στοιχεία τα οποία τις διαφοροποιούν από τον μαζικό τουρισμό που γίνεται για λόγους αναψυχής και ψυχαγωγίας. Η ομαδική μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς με την διαμονή τους σ' αυτούς για μερικές μέρες έχει σκοπό απλά και μόνο την ικανοποίηση των αναγκών τους για ψυχαγωγία και αναψυχή κοντά στη θάλασσα.

Μια μορφή τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων είναι ο εκπαιδευτικός τουρισμός ο οποίος αφορά νέους ανθρώπους οι οποίοι ενδιαφέρονται για την απόκτηση γνώσεων και εμπειριών στα πλαίσια επαγγελματικής κατάρτισης. Με την συνεργασία σχολών και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με τουριστικά γραφεία και ξενοδοχειακές μονάδες θα μπορούσαν να δοθούν αρκετά κίνητρα για ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουρισμού. Είναι ιδιαίτερα σημαντικός καθώς απευθύνεται σε νέους ανθρώπους από τους οποίους δημιουργούνται επιπλέον έσοδα στις τουριστικές επιχειρήσεις κάθε περιοχής επειδή ξοδεύουν περισσότερο από τις μεγαλύτερες ηλικίες.

Υπάρχει επίσης και ο συνεδριακός τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει οργανωμένα γκρουπ για συμμετοχή σε συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις. Η μορφή αυτή σχετίζεται με επαγγελματικούς παράγοντες και αναπτύσσεται ραγδαία τον τελευταίο καιρό. Είναι ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο. Αποτελεί μια ευκαιρία για έναν ευχάριστο συνδυασμό από ολιγοήμερες διακοπές και επαγγελματικές υποχρεώσεις. Κάθε τόπος έχει και το δικό του τουριστικό ενδιαφέρον και θα μπορούσε να αποτελέσει προορισμό για το σκοπό αυτό. Η δημιουργία οργανωμένων συνεδριακών κέντρων σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες είναι ένας σημαντικός παράγοντας προσέλκυσης συνεδριακού τουρισμού.

Ο ιατρικός τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος όπου ο σκοπός είναι η παροχή υπηρεσιών ιατρικής φροντίδας στον επισκέπτη οι οποίες είναι σε μεγαλύτερο βαθμό ανταγωνιστικές σε σχέση με τη χώρα του. Στην Ελλάδα γίνονται τον τελευταίο καιρό προσπάθειες για την υλοποίηση ενός θεσμικού και τεχνολογικού πλαισίου με σκοπό την ανάπτυξη ιατρικών τουριστικών προϊόντων σε εθνικό επίπεδο. Πρόκειται για μια δραστηριότητα μείζονος σημασίας στην τουριστική και εθνική οικονομία. Επισκέπτες που έρχονται για ιατρικούς λόγους στη χώρα μπορούν να το συνδυάσουν με τις διακοπές τους και να μην επιλέξουν διαφορετικό προορισμό. Σε αρκετές περιπτώσεις δίνει την δυνατότητα ανάπτυξης τουριστικής κίνησης ακόμα και τους χειμερινούς μήνες. Είναι επομένως αναμενόμενο να συμβάλει σημαντικά στην αύξηση των τουριστικών εσόδων.

Μια άλλη ειδική μορφή τουρισμού είναι ο κοινωνικός τουρισμός ο οποίος δεν αφορά ξένους επισκέπτες αλλά τους κατοίκους της χώρας. Οι συμμετέχοντες σ' αυτόν είναι ωφελούμενοι του προγράμματος κοινωνικού τουρισμού του οποίου η υλοποίηση γίνεται από το υπουργείο εργασίας. Αφορά ανέργους εγγεγραμμένους στα μητρώα ανέργων του ΟΑΕΔ ή εργαζόμενοι οι οποίοι έχουν τις προϋποθέσεις που αναφέρονται στη σχετική προκήρυξη του προγράμματος. Πρόκειται για μια επιδότηση των διακοπών τους για πέντε μέρες σε διάφορα τουριστικά καταλύματα. Μετά τις εξελίξεις γύρω από το προσφυγικό, σύμφωνα με απόφαση της αναπληρώτριας υπουργού εργασίας με τη συνεργασία της αναπληρώτριας υπουργού τουρισμού, διπλασιάζεται η επιδότηση από πέντε σε δέκα μέρες για τις τουριστικές μονάδες των νησιών Λέσβος, Χίος, Σάμος, Λέρος και Κως τα οποία πλήττονται λόγω των προσφυγικών ροών. Η απόφαση αυτή δίνει μια επιπλέον ανάσα στα νησιά αυτά αλλά και ο κοινωνικός τουρισμός γενικά δημιουργεί επιπλέον όφελος τόσο για τους επιχειρηματίες του τουρισμού όσο και για τους δικαιούχους στους οποίους δίνεται μια ευκαιρία για ολιγοήμερες διακοπές.

#### *1.4. Ο εναλλακτικός τουρισμός*

Ο εναλλακτικός τουρισμός «περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και στους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αντιδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών» (Eadington και Smith, 1992: 3).

Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως χρησιμοποιείται, εκφράζει μια σειρά γενεσιουργών όρων (generic terms), όπως είναι ο κατάλληλος (appropriate) τουρισμός, ο οικοτουρισμός (eco-), ο μαλακός (soft) τουρισμός, ο υπεύθυνος (responsible) τουρισμός, ο ανθρωποκεντρικός (people to people) τουρισμός, ο ελεγχόμενος (controlled) τουρισμός, ο τουρισμός μικρής κλίμακας (small-scale), ο πράσινος (green) τουρισμός και ο αγροτικός

(cottage) τουρισμός, που διαφοροποιείται από την παραδοσιακή μορφή του μαζικού τουρισμού (Fennell, 1999: 9).

Σύμφωνα με τον Grinppendorf (1982: 153-148), η φιλοσοφία που υπάρχει πίσω από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ότι ο εναλλακτικός τουρισμός κινείται αντίθετα από την προσέγγιση του μαζικού τουρισμού, και ότι οι τουριστικές πολιτικές δεν θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στις οικονομικές και κοινωνικές αναγκαιότητες, αλλά να δίνουν έμφαση στη ζήτηση για ένα «καθαρό» περιβάλλον και στην αναζήτηση των αναγκών της τοπικής κοινωνίας.

Ο εναλλακτικός τουρισμός στηρίζεται στον διαφορετικό τρόπο των διακοπών, που προσδιορίζει τη ζήτηση συγκεκριμένων μορφών τουρισμού, οι οποίοι επιλέγονται από τον ταξιδιώτη-τουρίστα. Ο τρόπος αυτός συνδέεται με συγκεκριμένα θέματα, όπως είναι ο αθλητισμός, η περιήγηση, η φυσιολατρία κ.λπ. Σε κάθε περίπτωση, ο ταξιδιώτης – τουρίστας επιλέγει αυτόνομα τον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού του.

Γενικά, υποστηρίζεται ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι οικονομικά αποδοτικότερες και λιγότερο συνδεδεμένες με τις θερινές διακοπές, αλλά και λιγότερο εξαρτημένες από τους οργανωτές τουριστικών ταξιδιών (tour operators), γι' αυτό και παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις περιοχές που συστηματικά τις προωθούν.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού σέβονται το περιβάλλον και τις ανάγκες της κοινότητας φιλοξενίας. Έλκουν ταξιδιώτες – τουρίστες, οι οποίοι αποστρέφονται τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό και επιζητούν εναλλακτικές προτάσεις διακοπών που του εκφράζουν ιδεολογικά και λειτουργικά. Απευθύνεται σε ανθρώπους που αναζητούν την κουλτούρα, τις αξίες και τον τρόπο ζωής των μόνιμων κατοίκων του τόπου προορισμού και οι οποίοι είναι ευαίσθητοι σε θέματα περιβάλλοντος και πολιτισμού.

Οι κυριότερες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί είναι οι ακόλουθες:

<i>Εναλλακτικές μορφές τουρισμού</i>	
1.	Αγροτουρισμός (agri - tourism)
2.	Τουρισμός υπαίθρου (outdoor tourism)
3.	Αθλητικός τουρισμός (sports tourism)
4.	Περιηγητικός τουρισμός (sigh seeing tourism)
5.	Θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism)
6.	Οικοτουρισμός ή οικολογικός τουρισμός (ecotourism)
7.	Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism)
8.	Ορεινός τουρισμός (mountain tourism)
9.	Χειμερινός τουρισμός (winter tourism)
10.	Ορειβατικός τουρισμός (naturism tourism)
11.	Τουρισμός Περιπέτειας (adventure tourism)

<i>Ειδικές μορφές τουρισμού</i>	
1.	Συνεδριακός –Εκθεσιακός τουρισμός
2.	Αστικός Τουρισμός
3.	Πολιτισμικός & Θρησκευτικός Τουρισμός
4.	Ιαματικός & Θεραπευτικός τουρισμός
5.	Γεωτουρισμός

## 1.5. Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism) είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, όπου ο τουρίστας αποφασίζει να περάσει τον περισσότερο ή και όλο το χρόνο των διακοπών του «εν πλω», επιλέγοντας ως μέσο μετακίνησης και ως τόπο διαμονής και ψυχαγωγίας του ένα πλοίο, που του προσφέρει ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης, ή ένα σκάφος, στο οποίο μπορεί να συναποφασίσει για το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησης που θα εκτελεστεί.

Κύρια προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού είναι η κρουαζιεροπλοΐα, η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση (yachting) που προσφέρει η χρήση σκαφών αναψυχής και η παράκτια τουριστική ναυσιπλοΐα με σκάφη αναψυχής, θαλαμηγούς ή τουριστικά σκάφη κ.λπ.

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο και στις ακτές μιας περιοχής υποδοχής τουριστών, με σκοπό την ψυχαγωγία και την πολιτισμική επικοινωνία.

Στην τυπολογία του θαλάσσιου τουρισμού περιλαμβάνονται οι εξής κατηγορίες:

- Παράκτιος τουρισμός
- Τουρισμός παραλίας (περπάτημα στην παραλία, ηλιοθεραπεία, παιχνίδια στην παραλία /Ψάρεμα από την ακτή / Παρατήρηση από την ξηρά θαλάσσιων πτηνών / Παρατήρηση φαινομένου παλίρροιας / Παρατήρηση θαλάσσιου περιβάλλοντος
- Τουρισμός όρμου (κολύμβηση, surfing, windsurfing, θαλάσσιο σκι, αλεξίπτωτο θαλάσσης, κανό-καγιάκ, μηχανοκίνητα μέσα αναψυχής)
- Υποβρύχιος τουρισμός (κατάδυση, υποβρύχιο ψάρεμα)
- Θαλάσσιος τουρισμός φύσης (ενυδρεία, παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών, προστατευόμενες περιοχές)
- Θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός (ψάρεμα)
- Θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός (ναυτικά μουσεία, πλοία-μουσεία, λιμάνια-μουσεία, μουσεία ναυπηγικής τέχνης, αναπαράσταση ναυτικών γεγονότων, θαλάσσιες πολιτιστικές διαδρομές)
- Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός (ιστιοπλοΐα)
- Περιηγήσεις με σκάφη αναψυχής
- Κρουαζιέρες

Η Ελλάδα, όσον αφορά τις κρουαζιέρες, κατατάσσεται μεταξύ των δημοφιλέστερων προορισμών. Μεγάλο μέρος των ταξιδιών αναψυχής γίνεται από κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία, τα οποία πραγματοποιούν μονοήμερες, τριήμερες, τετραήμερες, και γενικά πολυήμερες κρουαζιέρες στα ελληνικά λιμάνια και σε λιμάνια γειτονικών χωρών.

Ο τουρισμός, σαν κύρια πηγή εθνικού πλούτου, άρχισε να αναπτύσσεται, πιο οργανωμένα, στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1960. Ειδικά στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού, η χώρα μας προσφέρει τις ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξή του, όπως προαναφέρθηκε στην εισαγωγική παράγραφο και σε συνδυασμό με την ελληνική φιλοξενία και την παραδοσιακή κουζίνα. Δυστυχώς με την οικονομική κρίση του 2010, αλλά και με την έλλειψη κατάλληλων υποδομών, τη βαριά φορολογία και τα απαγορευτικά τέλη ελλιμενισμού, τις ελάχιστες μαρίνες όπου μπορούν να δέσουν τα πλοία, αλλά και τα προβλήματα σχεδιασμού στο δίκτυο διασύνδεσης λιμανιών, ο τομέας οδηγήθηκε σε μείωση

θέσεων εργασίας, απώλεια εσόδων και αποστέρηση ανάπτυξης μιας σύγχρονης οικονομικής δραστηριότητας.

Η ανταπάντηση στην κρίση προέρχεται από την αναπτυσσόμενη τουριστική εκπαίδευση που με τη σειρά της θα οδηγήσει στη χάραξη ορθών επιλογών γύρω από τον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Η δημιουργία περισσότερων λιμανιών και μαρίνων, αλλά και η συντήρηση των υπαρχόντων ώστε να είναι σε θέση να εξυπηρετήσουν κρουαζιερόπλοια και yacht, ο αποτελεσματικός σχεδιασμός δικτύου διασύνδεσης των λιμανιών αλλά και η μείωση της φορολογίας ώστε να προσελκύσουν ταξιδιώτες, είναι μερικά από τα μέτρα που μπορούν άμεσα να εφαρμοστούν.

Η Ελλάδα διαθέτει τη γεωμορφολογία, τις κατάλληλες κλιματικές συνθήκες, τις υποδομές και τη ζήτηση που επιτρέπουν ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η ανάπτυξη αυτή σε συνδυασμό με παροχή ποιητικότερων υπηρεσιών και βελτιώσεων σε υποδομές θα δώσει πνοή στην οικονομική κατάσταση της χώρας, ενώ παράλληλα θα βελτιώσει την εικόνα της στο εξωτερικό.



## Κεφάλαιο 2 \_ Θεωρητικό Μέρος \_ Κρουαζιέρα

### 2.1. Γενικές πληροφορίες για την κρουαζιέρα

Κρουαζιέρα σημαίνει ένα ταξίδι αναψυχής με ένα ειδικό επιβατηγό πλοίο, που ονομάζεται κρουαζιερόπλοιο, στην πραγματικότητα είναι ένα πλωτό ξενοδοχείο που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα κανονικό ξενοδοχείο (Σφακιανάκης,2000). Το τουριστικό ταξίδι με ένα κρουαζιερόπλοιο είναι ένα προκαθορισμένο και καλά οργανωμένο ταξίδι που ακολουθεί ένα πρόγραμμα που περιλαμβάνει, το λιμάνι και την ώρα αναχώρησης, τα λιμάνια που θα προσεγγίσει, τις ώρες παραμονής εκτός πλοίου και τον ακριβή χρόνο επιστροφής. Οι τουρίστες είναι υποχρεωμένοι να ακολουθούν αυστηρά αυτό το πρόγραμμα, ενώ κατά τη διάρκεια της παραμονής τους μέσα στο κρουαζιερόπλοιο ακολουθούν το ημερήσιο πρόγραμμα που περιλαμβάνει όλες τις εκδηλώσεις που ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

Οι τέσσερις πυλώνες για την προσέλκυση της κρουαζιέρας σύμφωνα με τον Μιχαήλ Ν. Διακομιχάλη είναι η ιστορία, ο πολιτισμός, η θρησκεία και η ψυχαγωγία (Diakomihalis, 2007).

Το σύγχρονο κρουαζιερόπλοιο λειτουργεί περισσότερο ως ξενοδοχείο παρα σαν μέσω μεταφοράς έχει μετατραπεί δηλαδή σε πλωτό θέρετρο (Καστρινάκη,2013). Η «κρουαζιέρα της πολυθρόνας» και το «κρουαζιερόπλοιο – πλωτός οίκος ευημερίας» που ήταν τα χαρακτηριστικά της κρουαζιερόπλοια των προηγούμενων δεκαετιών μετεξελιίσσεται σε «κρουαζιέρα δράσης» και το κρουαζιερόπλοιο σε χώρο πολυδύναμης δραστηριότητας, στοιχεία που χαρακτηρίζουν πλέον την κρουαζιέρα στις αρχές του 21ου αιώνα. Η ανάπτυξη της κρουαζιερόπλοια έχει καταστήσει σήμερα την κρουαζιέρα προσιτή σε ευρύτερα κοινωνικά στρώματα. Δεν υπάρχει πλέον ένας χαρακτηριστικός τύπος ανθρώπου που κάνει κρουαζιέρα. Από τους πλούσιους και διάσημους, μέχρι την οικογένεια της διπλανής πόρτας, όλα τα κοινωνικά στρώματα μπορούν να απολαύσουν την κρουαζιέρα στη σύγχρονη εποχή. Έχει παύσει πλέον να επικρατεί η στερεοτυπική εικόνα ότι η κρουαζιέρα συνδέεται με την «τρίτη ηλικία».

Η σχέση των ανθρώπων με τη θάλασσα έχει αλλάξει ριζικά τον τελευταίο αιώνα. Πριν από μερικές δεκαετίες η κρουαζιέρα ήταν κάτι το ξεχωριστό και απευθυνόταν σε ευκατάστατους αποκλειστικά ανθρώπους ή σε άτομα μεγάλης ηλικίας.

Μετά το 1980, η όλη δομή της κρουαζιέρας άλλαξε και απευθύνεται σε ανθρώπους μεσαίου εισοδήματος, νεότερους σε ηλικία καθώς και σε οικογένειες. Οι λόγοι που οδήγησαν στην αύξηση του αριθμού των ατόμων που προτιμούν ένα πακέτο κρουαζιέρας για τις διακοπές τους είναι πολλοί. Οι βασικότεροι είναι:

- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας
- Η αύξηση του εισοδήματος των εργαζομένων
- Ο σύγχρονος τρόπος ζωής
- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης
- Ο ανταγωνισμός των ναυτιλιακών εταιρειών

### 2.1.2. Ιστορική αναδρομή

Η πρώτη απόπειρα για την οργάνωση κρουαζιέρας έγινε το 1835 όταν ο συντάκτης της εφημερίδας "Shetland Journal" έγραψε ένα άρθρο στο οποίο πρότεινε να οργανωθούν κρουαζιέρες στην Ισλανδία και στις Νήσους Φερόε το καλοκαίρι και στην Ισπανία το χειμώνα (Diakomihalis,2007). Το 1867 το "Quaker City" πραγματοποίησε το ταξίδι που θεωρείται η πρώτη κρουαζιέρα. Αφετηρία του ταξιδιού ήταν η Νέα Υόρκη και το πλοίο πήγε στην Ευρώπη και στους Αγίους Τόπους. Το 1891 ο Άλμπερτ Μπαλλίν πρότεινε πρώτος την διεξαγωγή ταξιδιού αναψυχής με πλοίο. Η πρώτη κρουαζιέρα ήταν μια δίμηνη διαδρομή στο πολυτελές πλοίο Αουγκούστα Βικτόρια.

Ενδιαφέρον είναι να αναφερθεί ότι η μεγαλύτερη σε διάρκεια κρουαζιέρα διήρκησε 335 μέρες, δηλαδή 11 μήνες. Ξεκίνησε στις 6 Μαρτίου 2010 από την Σιγκαπούρη και ολοκληρώθηκε στις 3 Φεβρουαρίου 2011 στο λιμάνι από το οποίο ξεκίνησε. Η κρουαζιέρα πραγματοποιήθηκε με το κρουαζιερόπλοιο Spirit of Oceanus (Wikipedia).

### 2.1.3. Χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας

Υπάρχουν πέντε ειδικά χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας που ελκύουν τους ταξιδιώτες (Καστρινάκη, 2013):

- Οι επιβάτες έχουν την ευκαιρία να επισκεφτούν ποικίλους τόπους σε σύντομο χρονικό διάστημα χωρίς τα προβλήματα των άλλων τρόπων ταξιδιού και με λιγότερο κόστος.
- Τα πλοία είναι αυτόνομα.
- Τα κρουαζιερόπλοια έχουν διευθυντή κρουαζιέρας και προσωπικό αποκλειστική λειτουργία των οποίων είναι να βεβαιώνονται ότι οι επιβάτες περνάνε ευχάριστα το χρόνο τους.
- Υψηλής ποιότητας φαγητό σερβίρεται με ένα κομψό στυλ.
- Ο καθένας αρχίζει και τελειώνει τις διακοπές του την ίδια μέρα.

### 2.1.4. Ιδιαιτερότητες

Το προϊόν της κρουαζιέρας έχει κάποιες ιδιαιτερότητες, όπως είναι οι παρακάτω (Πρωτοπαπαδάκης, 2003):

- Είναι άυλο τουριστικό προϊόν, δηλαδή ο ενδιαφερόμενος δεν μπορεί να το εξετάσει πριν το επιλέξει.
- Υπάρχει εποχικότητα των τουριστικών υπηρεσιών. Οι τουρίστες επιλέγουν τις διακοπές τους σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους και όχι όλο το χρόνο. Η



πραγματοποίηση μιας κρουαζιέρας επηρεάζεται και από τις καιρικές συνθήκες, καθώς μπορεί πολύ εύκολα να αναβληθεί μια προγραμματισμένη κρουαζιέρα .

- Η αλληλεξάρτηση των τουριστικών υπηρεσιών, που σημαίνει ότι υπάρχει η αναγκαιότητα να συνδυαστούν πολλές τουριστικές υπηρεσίες για την κατανάλωση.

- Το υψηλό κόστος για την παραγωγή τουριστικών υπηρεσιών.

### 2.1.5. Είδη – μορφές κρουαζιέρας

Στη βιβλιογραφία βρίσκουμε μια πληθώρα κατηγοριοποιήσεων κρουαζιέρων. Ανάλογα με τον τρόπο λειτουργίας των κρουαζιερόπλοιων έχουμε τη διεθνή, την τοπική, την παράκτια, τη λιμναία, την ποτάμια και την ημερήσια κρουαζιέρα ποταμών ή κρουαζιέρα κάτω από τη θάλασσα με υποβρύχια (Wild P. & Dearing J., 2000). Ανάλογα με τον προορισμό οι κρουαζιέρες διακρίνονται σε εγχώριες, διεθνείς, υπερατλαντικές (Βενετσανοπούλου Μ., 2006). Οι θαλάσσιες κρουαζιέρες -στις οποίες επικεντρώνεται η εργασία αυτή- διακρίνονται σε κρουαζιέρες γενικού ενδιαφέροντος και σε εξειδικευμένες κρουαζιέρες. Οι πρώτες είναι οι κλασικές που αφορούν στην θαλάσσια περιήγηση από λιμάνι σε λιμάνι. Εκτός όμως από τις κρουαζιέρες γενικού ενδιαφέροντος, οι θεματικές κρουαζιέρες κερδίζουν έδαφος ολοένα και περισσότερο. Συνέδρια πάσης φύσεως διεξάγονται εν πλω, κρουαζιερόπλοια εξειδικεύονται σε πολιτιστικό τουρισμό κάνοντας στάσεις μόνο σε προορισμούς μεγάλης ιστορικής σημασίας, γίνονται κρουαζιέρες με ειδικό κίνητρο τον Προσκυνηματικό τουρισμό, κρουαζιέρες υγείας, γαστρονομίας κτλ. Ένας ακόμα παράγοντας που έχει επιδράσει και στο χρόνο πραγματοποίησης μιας κρουαζιέρας είναι οι κοινωνικές εξελίξεις (Καπλάνης, 2010). Διακρίνουμε κρουαζιέρα ανάλογα με την οικονομική επιφάνεια των επιβατών σε πολυτελείς (luxury), ειδικές (specialty), ποιοτικές (premium), μαζικές (mass market), οικονομικές (budget) ακόμα και ανάλογα τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των επιβατών, την οικογενειακή κατάστασή τους, το φύλο, τη θρησκεία, την εθνικότητα, το επάγγελμα, τη μόρφωση και άλλα.

Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν επίδραση και στη μέση διάρκεια της κρουαζιέρας όπου μειώθηκε καθώς οι επιβάτες με μέσο εισόδημα αναζητούν ολιγοήμερες κρουαζιέρες με χαμηλότερο κόστος. Επομένως, οι θαλάσσιες κρουαζιέρες με κοινωνικοοικονομικά κριτήρια μπορούν να διακριθούν σε:

α) **Τριήμερες κρουαζιέρες**, συνήθως περιορίζονται στα χωρικά ύδατα ενός κράτους

β) **Κρουαζιέρες μικρής διάρκειας**. Αυτές καλύπτουν τη χρονική περίοδο μιας εβδομάδας και πραγματοποιούνται μεταξύ λιμένων που βρίσκονται σε όμορες περιοχές.

γ) **Κρουαζιέρες μέσης διάρκειας (8-14 ημερών)**. Πραγματοποιούνται στον Ειρηνικό και Ατλαντικό ωκεανό και συχνά συνδυάζουν προσεγγίσεις του κρουαζιερόπλοιου σε λιμάνια διαφορετικών ηπείρων.

δ) **Κρουαζιέρες μακράς διάρκειας**. Αυτές υπερβαίνουν τις 15 ημέρες και συνήθως καλύπτουν το χρονικό διάστημα 3 εβδομάδων. Κατά τη διάρκεια αυτών το κρουαζιερόπλοιο προσεγγίζει λιμάνια διαφορετικών ηπείρων.

Τα τελευταία χρόνια το marketing έχει δημιουργεί και διάφορες άλλες τροποποιήσεις, που θα μπορούσαν να θεωρηθούν διαφορετικές μορφές κρουαζιέρας.

- Υπάρχουν κρουαζιέρες που γίνονται για νεόνυμφους, ακόμα και γαμήλιες τελετές πάνω στο πλοίο.

- Ανάλογα με την εθνικότητα των τουριστών, η εκάστοτε κρουαζιέρα προσαρμόζεται στα χαρακτηριστικά της πελατείας. Υπάρχουν εταιρείες που προσαρμόζουν τα γεύματά τους ανάλογα με το συγκεκριμένο διατροφολόγιο που πρέπει να ακολουθούν οι επιβάτες, αν είναι μη καπνίζοντες (τα λεγόμενα non smoking ships) .

- Κρουαζιέρες νοσταλγίας που μεταφέρουν τον επιβάτη σε άλλες εποχές με υπερωκέαγια περασμένων δεκαετιών.

- Τέλος μια ενδιαφέρουσα ομαδοποίηση των κρουαζιέρων ανάλογα με το συνδυασμό των προσφερόμενων υπηρεσιών είναι η κάτωθι (Diakomihalis M., 2007):

- **Fly-cruise:** συνδυασμός αεροπορικού ταξιδιού και κρουαζιέρας. Οι επιβάτες χρησιμοποιούν αεροπλάνο για να φτάσουν στο λιμάνι εκκίνησης της κρουαζιέρας. Οι διοργανωτές κρουαζιέρας εξασφαλίζουν ειδικές τιμές σε αυτή την περίπτωση.

- **Κρουαζιέρα και διαμονή:** ο συνδυασμός διαμονής και κρουαζιέρας σε μια συγκεκριμένη παράκτια περιοχή. Οι επιβάτες πραγματοποιούν επισκέψεις στα θέληγτρα των προορισμών.

- **Παραδοσιακή κρουαζιέρα:** Αυτό είναι ένα ταξίδι αναψυχής ή εκδρομή στη θάλασσα με σημείο εκκίνησης και επιστροφής το ίδιο λιμάνι. Η διάρκεια είναι 14-21 ημέρες και περιλαμβάνει 4-6 κλήσεις σε διαφορετικά λιμάνια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

- **Mini κρουαζιέρες :** πρόκειται για κρουαζιέρες μικρής διάρκειας από 3 έως 5 μέρες (κρουαζιέρες στο Αιγαίο πέλαγος)

- **Εκπαιδευτικές εκδρομές :** Σε αυτού του είδους κρουαζιέρες οι μαθητές ταξιδεύουν μαζί με τον εκπαιδευτή τους. Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού –διάλεξης λαμβάνουν χώρα ακολουθείται επισκέψεις σε περιοχές , που σχετίζονται με τους εκπαιδευτικούς σκοπούς της κρουαζιέρας. Η εκπαίδευση και αναψυχή προσφέρονται έναντι αμοιβής.



## *2.2. Συμβολή της ανάπτυξης της κρουαζιέρας για την Ελλάδα ως χώρα τη Μεσογείου*

Ανάλυση των πλεονεκτημάτων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών (SWOT) που παρουσιάζει η Ελλάδα όσο αφορά τον τομέα της κρουαζιέρας. Η Ελλάδα παρουσιάζει μια πληθώρα χαρακτηριστικών που ευνοούν τη περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας τόσο κατά την εκτεταμένη τουριστική περίοδο όσο και πέραν αυτής, δηλαδή κατά τους χειμερινούς μήνες. Ωστόσο, για την επιτυχή ανάδειξη και προώθηση αυτών των χαρακτηριστικών, τη προσέλκυση ολοένα και περισσότερων τουριστών κρουαζιέρας και γενικότερα την αξιοποίηση των ευκαιριών που παρουσιάζει η χώρα σε αυτόν τον κλάδο τουρισμού, η αποτελεσματική και οργανωμένη αντιμετώπιση των υφιστάμενων ελλείψεων και προβλημάτων καθώς και η αναγνώριση και σφαιρική αντίληψη τυχόν υπαρχόντων ή μελλοντικών απειλών, καθίσταται επιτακτική. Για την καλύτερη κατανόηση των παραπάνω συνιστωσών, εφαρμόζεται στην συνέχεια η ανάλυση SWOT (Strengths – Weaknesses – Opportunities - Threats), στα πλαίσια της οποίας περιγράφεται λεπτομερώς καθένα από τα δυνατά και αδύνατα σημεία που παρουσιάζει η Ελλάδα στον τομέα της κρουαζιέρας, οι ευκαιρίες που θα πρέπει να αξιοποιηθούν επιτυχώς καθώς και οι απειλές, εσωτερικές και εξωτερικές, οι οποίες θα πρέπει να ληφθούν προσεκτικά υπόψη.

### *2.2.1 Δυνατά σημεία*

Η Ελλάδα αποτελεί κομβικό σημείο για τη κρουαζιέρα στη περιοχή της Μεσόγειου και ειδικότερα της Ανατολικής Μεσογείου, η οποία το 2017 προσέλκυσε το 11% της συνολικής επιβατικής κίνησης ακολουθώντας τη Δυτική Μεσόγειο (72,1%) και την Αδριατική (16,5%). Το λιμάνι του Πειραιά, πιο συγκεκριμένα, αποτελεί τον κυριότερο σταθμό κρουαζιέρας στην περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου, με κριτήριο την επιβατική κίνηση, με τα λιμάνια της Τουρκίας (Kusadasi, Bodrum, Antalya, Istanbul) να ακολουθούν. Ωστόσο, εκτός από τον Πειραιά, η Ελλάδα διαθέτει αρκετούς άλλους δημοφιλείς προορισμούς κρουαζιέρας (π.χ. Σαντορίνη, Μύκονος, Κέρκυρα, Κατάκολο, Ηράκλειο) οι οποίοι συνδυάζουν φυσική ομορφιά, μακρά παράδοση και ιστορία, πλούσια πολιτισμική κληρονομία, εκλεκτή κουζίνα και τοπικά προϊόντα υψηλής ποιότητας, κτλ., προσελκύοντας έτσι ένα ιδιαίτερα σημαντικό αριθμό τουριστών κρουαζιέρας. Κατά τη σύντομη στάση τους σε αυτούς τους προορισμούς, οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν στις γραφικές πόλεις και τα νησιά της Ελλάδας, να επισκεφθούν χώρους με σημαντικό αρχαιολογικό, πολιτισμικό και θρησκευτικό ενδιαφέρον (π.χ. Ακρόπολη, Καλλιμάρμαρο, Αρχαία Ολυμπία, κτλ.), να περιπλανηθούν στην τοπική αγορά και να αγοράσουν παραδοσιακά προϊόντα, αναμνηστικά, κτλ., να γευτούν τοπικά εδέσματα και ποικιλίες κρασιών ή ποτών, κτλ. Διαφαίνεται επομένως ξεκάθαρα η καίρια συμβολή του τομέα της κρουαζιέρας σε ένα πλήθος άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.χ. πολιτισμικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός, κτλ.) υποστηρίζοντας έτσι σημαντικά τις τοπικές επιχειρήσεις και την τοπική οικονομία γενικότερα. Οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στον Ελληνικό χώρο, κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια του έτους, καθιστούν επίσης ιδιαίτερα ευχάριστη αυτή τη περιήγηση των επιβατών κρουαζιέρας στον εκάστοτε προορισμό που επισκέπτονται, η οποία αποτελεί συχνά το έναυσμα για να αποφασίσουν οι τουρίστες, οι οποίοι έλαβαν ιδιαίτερα θετικές εντυπώσεις κατά την ολιγόωρη παραμονή τους, να

επισκεφτούν ξανά και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα το συγκεκριμένο ή και άλλους προορισμούς της Ελλάδας με στόχο να βιώσουν πρόσθετες αξέχαστες τουριστικές εμπειρίες. Το γεγονός αυτό είναι καίριας σημασίας για τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένων όλων των διαφορετικών εναλλακτικών μορφών του, και δύναται να ενισχύσει σημαντικά την εθνική και τοπική οικονομία καθώς τα σχετικά οικονομικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν είναι ευρεία και ενδεχομένως πολλαπλασιαστικά, αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι στις περισσότερες των περιπτώσεων οι τουρίστες διαμοιράζονται με ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων (π.χ. οικογένεια, φίλοι, γνωστοί, followers, κτλ.), μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram, κτλ.), τις εμπειρίες που αποκτούν ενισχύοντας έτσι το δυναμικό τουριστικό ενδιαφέρον των τελευταίων για τον εκάστοτε τουριστικό προορισμό.

Οι μικρές αποστάσεις που παρουσιάζουν τα Ελληνικά νησιά τόσο μεταξύ τους όσο και από τους προορισμούς κρουαζιέρας που βρίσκονται στο ηπειρωτικό κομμάτι της χώρας, καθιστούν επίσης δυνατή την ενσωμάτωση περισσότερων του ενός Ελληνικών προορισμών στα πακέτα κρουαζιέρας που προσφέρουν διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες καθώς και τουριστικοί πράκτορες στην περιοχή της Μεσογείου, και ειδικότερα της Ανατολικής Μεσογείου. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρουσιάζει ο κάθε προορισμός καθώς και η τοπική κουλτούρα και παράδοση που τον συνοδεύει, καθιστούν την επίσκεψη σε καθέναν από αυτούς τους προορισμούς μοναδική, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους επιβάτες κρουαζιέρας να βιώσουν διαφορετικές και ξεχωριστές τουριστικές εμπειρίες.

### *2.2.2 Αδύνατα σημεία*

Τα δυνατά σημεία που παρουσιάζει η Ελλάδα, όσο αφορά τον τομέα της κρουαζιέρας, σε συνδυασμό με την αποτελεσματική και οργανωμένη αντιμετώπιση χρόνιων ελλείψεων και προβλημάτων δύναται να ενισχύσουν σημαντικά και να προσδώσουν μια νέα δυναμική ανάπτυξης σε αυτόν τον κλάδο τουρισμού. Το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Ελληνικοί προορισμοί κρουαζιέρας είναι η ύπαρξη ελλειπών λιμενικών υποδομών καθιστώντας έτσι τη προσέγγιση των κρουαζιερόπλοιων δύσκολη ή ακόμα και αδύνατη αν ληφθούν υπόψη τα μεγαλύτερα, νεότεριστα κρουαζιερόπλοια τελευταίας γενιάς. Τα τεχνικά χαρακτηριστικά των λιμένων (π.χ. υφιστάμενη βάρη, μικρού μήκους βραχίονες σε τερματικούς σταθμούς, κτλ.) σε πολλές περιπτώσεις δυσχεραίνουν τη πρόσβαση και τη ταυτόχρονη παραμονή μεγάλων κρουαζιεροπλοίων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το παλιό λιμάνι της Σαντορίνης όπου για την αποβίβαση των πολυάριθμων επιβατών κρουαζιέρας που επισκέπτονται το νησί, χρησιμοποιούνται μικρά πλοιάρια με αποτέλεσμα η διαδικασία αποβίβασης να καθίσταται πιο χρονοβόρα ή ακόμα και δύσκολη στην περίπτωση που επικρατούν, για παράδειγμα, κακές καιρικές συνθήκες (π.χ. δυνατοί άνεμοι, βροχή, κτλ.), με σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις, κατά συνέπεια, στο επίπεδο εξυπηρέτησης και άνεσης των επιβατών.

Στο χερσαίο τμήμα των λιμένων, οι κτιριακές υποδομές που χρησιμοποιούνται για την εξυπηρέτηση των επιβατών κρουαζιέρας, όπου πραγματοποιούνται όλοι οι σχετικοί έλεγχοι ασφάλειας και παρέχονται επιπρόσθετα, σε μερικές περιπτώσεις, ενημερωτικές πληροφορίες σχετικά με τουριστικά αξιοθέατα ή άλλα σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος, δυνατότητες μετακίνησης σε αυτά, κτλ., παρουσιάζονται συχνά ως ανεπαρκείς, προκαλώντας σημαντικές καθυστερήσεις και γενικότερα μια αρνητική πρώτη εντύπωση στους αποβαίνοντες επιβάτες. Παρά τις σημαντικές ελλείψεις που παρουσιάζουν οι λιμενικές υποδομές, τα λιμενικά κόστη και κατά συνέπεια τα λιμενικά τέλη διατηρούνται, ωστόσο, ιδιαίτερα υψηλά λειτουργώντας

συχνά ως αντικίνητρο για την ένταξη κάποιου Ελληνικού προορισμού στα τουριστικά πακέτα κρουαζιέρας που προσφέρονται στην περιοχή της Μεσογείου. Αν ληφθεί υπόψη και το ισχυρό αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στην αγορά γενικότερα, και στον κλάδο του τουρισμού πιο συγκεκριμένα, είναι εμφανής η πρόθεση των ναυτιλιακών εταιρειών και των τουριστικών πρακτόρων να παρέχουν όσο το δυνατόν οικονομικότερα πακέτα διακοπών τα οποία οι περισσότεροι Ευρωπαίοι αλλά και διαφορετικών εθνικοτήτων τουρίστες έχουν τη οικονομική δυνατότητα να επιλέξουν. Πέρα από το χώρο του λιμένα, σημαντικά είναι και τα προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπιστούν και εκτός αυτού, με στόχο να εξασφαλιστεί η απρόσκοπτη και ευχάριστη παραμονή και περιήγηση των επιβατών κρουαζιέρας στον εκάστοτε προορισμό.

Πιο συγκεκριμένα, η ταυτόχρονη άφιξη μεγάλου αριθμού επιβατών σε συνδυασμό με τη συχνά μη οργανωμένη εξυπηρέτησή / καθοδήγησή / μετακίνησή τους, δύναται να συντελέσουν στη δημιουργία φαινομένων κυκλοφοριακής συμφόρησης στο οδικό δίκτυο γύρω από τον επιβατικό σταθμό του εκάστοτε λιμένα, επιδρώντας αρνητικά στην εύρυθμη λειτουργία της πόλης / νησιού και αυξάνοντας σημαντικά τις συνεπαγόμενες περιβαλλοντικές και κοινωνικές αρνητικές επιπτώσεις. Η έλλειψη συντονισμένων δράσεων από το σύνολο των φορέων που άπτονται, είτε άμεσα είτε έμμεσα, του τομέα της κρουαζιέρας σε έναν προορισμό, έχει ως αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται η εμπειρία των επισκεπτόμενων τουριστών αλλά και να δημιουργούνται πρόσθετα προβλήματα στη καθημερινή λειτουργία της πόλης / νησιού. Ελλιπής πληροφόρηση για τη γρήγορη και βιώσιμη μετάβαση σε σημεία αυξημένου τουριστικού ενδιαφέροντος, συνεχείς και απρόβλεπτες αυξήσεις τιμών των εισιτηρίων για την είσοδο σε αυτά, αλλά και για άλλες γενικότερες υπηρεσίες και αγαθά, μη εύελικτα ωράρια λειτουργίας τουριστικών αξιοθέατων (π.χ. σε περιόδους αιχμής), κτλ. έχουν συχνά ως αποτέλεσμα οι επιβάτες κρουαζιέρας να έρχονται αντιμέτωποι με μια κατάσταση η οποία ενδεχομένως να μην πληροί τις προσδοκίες τους και να μειώνει τις θετικές εντυπώσεις που λαμβάνουν κατά την ολιγόωρη επίσκεψή τους.

Τέλος, η υφιστάμενη έλλειψη πολιτικής και οικονομικής σταθερότητας στη χώρα καθώς και η απουσία ενός σταθερού φορολογικού και δικαστικού συστήματος δεν ευνοούν την επένδυση και δραστηριοποίηση μεγάλων εταιρειών κρουαζιέρας στην Ελλάδα, περιορίζοντας έτσι σημαντικά το 'home porting', δηλαδή την επιλογή ενός Ελληνικού προορισμού ως αφετηρία ή τελικό προορισμό μιας κρουαζιέρας. Τα σημαντικά έσοδα που μπορεί να επιφέρει το 'home porting' για την εθνική οικονομία παραμένουν ακόμα αθέατα αν αναλογιστεί κανείς ότι, το 2015, το 91,9% των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέφτηκαν την Ελλάδα ήταν διερχόμενοι. Μέχρι σήμερα, μόνο μια εταιρεία κρουαζιέρας δραστηριοποιείται στην Ελλάδα, η Celestyal Cruises, η οποία πραγματοποιεί 'home porting' από τα ελληνικά νησιά και τον Πειραιά προσφέροντας, μεταξύ άλλων πακέτων, μικρές τριήμερες και τετραήμερες κρουαζιέρες στο Αιγαίο, οι οποίες δύναται να συνδυαστούν κατάλληλα με πολυάριθμα άλλα πακέτα διακοπών που παρέχονται στις ηπειρωτικές περιοχές της χώρας (π.χ. παράκτιος τουρισμός).

### 2.2.3. Ευκαιρίες

Λαμβάνοντας υπόψη τα δυνατά και αδύνατα σημεία που παρουσιάζει η Ελλάδα στον τομέα της κρουαζιέρας, τις διαφαινόμενες τάσεις καθώς και τις τρέχουσες ή προγραμματισμένες ενέργειες, πρωτοβουλίες και εξελίξεις σε τοπικό, περιφερειακό και

εθνικό επίπεδο, παρουσιάζεται ένα σημαντικό πλήθος ευκαιριών τις οποίες θα πρέπει να εκμεταλλευτούν κατάλληλα όλοι οι σχετικοί εμπλεκόμενοι φορείς για την άμεση, ταχεία και ευρύτερη ανάπτυξη αυτού του κλάδου τουρισμού στην Ελλάδα. Οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες που παρουσιάζει η Ελλάδα κατά τους χειμερινούς μήνες, οι οποίες διευκολύνουν δραστηριότητες όπως το περπάτημα, κτλ., καθώς και η διασύνδεση του τομέα της κρουαζιέρας με ένα πλήθος άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού (π.χ. πολιτισμικός, θρησκευτικός, γαστρονομικός κτλ.), ευνοούν σημαντικά την ανάπτυξη και περαιτέρω προώθηση της χειμερινής κρουαζιέρας, η οποία παραμένει ακόμα σε σημαντικό βαθμό ανεκμετάλλευτη. Το χαμηλότερο κόστος συμμετοχής και ο μικρότερος αριθμός επισκεπτόμενων τουριστών στους εκάστοτε προορισμούς, δύναται να αποτελέσουν σημαντικό κίνητρο για την επιλογή μιας χειμερινής κρουαζιέρας, στα πλαίσια της οποίας οι επιβάτες έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν πιο εύκολα, γρήγορα και ξεκούραστα αξιοθέατα με σημαντικό πολιτισμικό, ιστορικό, θρησκευτικό ή άλλο τουριστικό ενδιαφέρον.

Τα οικονομικά οφέλη που δύναται να προκύψουν από την περαιτέρω ενίσχυση αυτού του κλάδου κρουαζιέρας διαφαίνονται ως σημαντικά καταδεικνύοντας έτσι την ανάγκη υιοθέτησης στοχευμένων και συντονισμένων σχετικών δράσεων από το σύνολο των εμπλεκόμενων φορέων (ναυτιλιακών εταιρειών, τουριστικών πρακτόρων, λιμενικών αρχών, δήμων, τουριστικών και άλλων τοπικών επιχειρήσεων, κτλ.). Η προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων στον τομέα της κρουαζιέρας, μέσω της θέσπισης ενός κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και ενός πιο σταθερού, ευέλικτου και όχι τόσο γραφειοκρατικού φορολογικού συστήματος, δύναται επίσης να επιφέρει σημαντικά οφέλη τόσο στην προώθηση της χειμερινής κρουαζιέρας όσο και γενικότερα στην περαιτέρω ανάπτυξη αυτού του κλάδου ενισχύοντας σημαντικά την τοπική και εθνική οικονομία. Η ενίσχυση, για παράδειγμα, του 'home porting' στην Ελλάδα με πρόσθετες, πέρα της Celestyal Cruises, ναυτιλιακές εταιρείες να επιλέγουν Ελληνικούς προορισμούς ως αφετηρία ή τελικό προορισμό των κρουαζιέρων τους, αναμένεται να επιφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες, τονώνοντας παράλληλα ένα ευρύ πλήθος άλλων σχετιζόμενων κλάδων (π.χ. αεροπορικές εταιρείες, αεροδρόμια, ξενοδοχεία, εστιατόρια, κτλ.). Οι άμεσες επενδύσεις που έχουν προγραμματιστεί στο τερματικό σταθμό κρουαζιέρας του λιμανιού του Πειραιά καθώς και η βελτίωση της διασύνδεσής του με το Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών, το οποίο εξυπηρετεί ολοένα και μεγαλύτερη επιβατική κίνηση, αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την ανάδειξη του Πειραιά σε βασικό 'home port' της Μεσογείου.

Ωστόσο, πέρα από το λιμάνι του Πειραιά και με δεδομένο ότι θα αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά όλες οι υφιστάμενες ελλείψεις υποδομών, και άλλα λιμάνια της Ελλάδας, σε αστικές ή νησιωτικές περιοχές οι οποίες εξυπηρετούνται από αεροδρόμια διεθνών συνδέσεων (π.χ. Ηράκλειο, Κέρκυρα, κτλ.), δύναται να διαδραματίσουν ένα τέτοιο ρόλο. Στα πλαίσια των παραπάνω, αλλά και όχι μόνο, η διερεύνηση, κατάλληλη προσαρμογή και υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών, οι οποίες έχουν εφαρμοστεί επιτυχώς σε εθνικό, Ευρωπαϊκό αλλά και διεθνές επίπεδο, δύναται να προσδώσουν σημαντική προστιθέμενη αξία στον κλάδο, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών προορισμών ως αρχικούς / τελικούς ή ενδιάμεσους σταθμούς κρουαζιέρας στην Μεσόγειο. Αρκετά χαρακτηριστικά παραδείγματα μπορούν να εντοπιστούν στην Ιταλία, η οποία αποτελεί σε Ευρωπαϊκό επίπεδο την ηγέτιδα χώρα στον τομέα της κρουαζιέρας, αλλά και σε εθνικό επίπεδο όπως στο λιμάνι του Ηρακλείου όπου στα πλαίσια της ενιαίας στρατηγικής που υιοθέτησε με τίτλο 'Customer Experience Enhancement', αναπτύχθηκαν καινοτόμες εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα (Android και iOS) οι οποίες παρέχονται δωρεάν στους επισκεπτόμενους τουρίστες δίνοντάς τους πληροφορίες για την ιστορία, τον πολιτισμό, τα αξιοθέατα και την αγορά της πόλης του Ηρακλείου

#### 2.2.4. Απειλές

Η έγκαιρη αναγνώριση και ολοκληρωμένη κατανόηση των απειλών, εσωτερικών και εξωτερικών, που δύναται να επηρεάσουν αρνητικά τον τομέα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα καθίσταται επιτακτική για τη λήψη των απαραίτητων προληπτικών μέτρων ή για την υιοθέτηση κατάλληλων λύσεων έτσι ώστε να ελαχιστοποιηθεί το αρνητικό αντίκτυπο που δύναται να προκληθεί. Ο ολοένα και μεγαλύτερος ανταγωνισμός στον τομέα της κρουαζιέρας τόσο μεταξύ διεθνών προορισμών (π.χ. Καραϊβική, Μεσόγειος, Περσικός Κόλπος, Βόρεια Ευρώπη, Λατινική Αμερική, κτλ.) όσο και μεταξύ περιοχών (π.χ. Δυτική Μεσόγειος, Αδριατική, Ανατολική Μεσόγειος) αλλά και χωρών, θα πρέπει να παρακολουθείται στενά και να αξιολογούνται προσεκτικά οι παράμετροι που τον επηρεάζουν έτσι ώστε να καθίσταται δυνατή η χάραξη της κατάλληλης, σε κάθε περίπτωση, στρατηγικής από τους φορείς που εμπλέκονται στον τομέα της κρουαζιέρας. Η δυναμικότητα ανερχόμενων προορισμών (π.χ. Περσικό Κόλπος) καθώς και οι αναμενόμενες σχετικές επιπτώσεις στην αγορά της κρουαζιέρας, θα πρέπει να αξιολογούνται διαρκώς και να λαμβάνονται προσεκτικά υπόψη κατά τη διαδικασία λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων.

Για την Ελλάδα συγκεκριμένα, η ανάδειξη και η ένταξη αρκετών προορισμών της Τουρκίας σε πακέτα κρουαζιέρας που καλύπτουν την περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου ειδικότερα, αλλά και τη Μεσόγειο γενικότερα, αποτελεί μια σημαντική απειλή η οποία θα πρέπει εξεταστεί σε βάθος έτσι ώστε μέσω κατάλληλων ενεργειών να αποφευχθεί η περαιτέρω μείωση των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέπτονται Ελληνικούς προορισμούς προς όφελος της γειτονικής Τουρκίας. Τα τελευταία χρόνια, μη ελκυστική εικόνα της χώρας προς την Ευρωπαϊκή και διεθνή κοινότητα (π.χ. ασταθές πολιτικό περιβάλλον, συνεχείς απεργίες, κτλ.) διαδραματίζει επίσης ένα σημαντικό ρόλο στην κατεύθυνση αυτή, υποδεικνύοντας την ανάγκη για την υιοθέτηση μιας οργανωμένης και στοχευμένης καμπάνιας προώθησης της χώρας στο εξωτερικό η οποία θα διασαφηνίζει ότι οι Ελληνικοί προορισμοί πληρούν όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να βιώσει ο κάθε επισκέπτης αξέχαστες τουριστικές εμπειρίες. Για παράδειγμα, οι επιπτώσεις της προσφυγικής κρίσης στην Ελλάδα και η ανάδειξη των ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν για την αποτελεσματική διαχείριση των εισερχόμενων ροών προσφύγων θα μπορούσε να αποτελέσει μέρος μιας κατάλληλης επικοινωνιακής πολιτικής έτσι ώστε να διασφαλιστεί το γεγονός ότι το αρνητικό αντίκτυπο στον Ελληνικό τουρισμό θα είναι μηδαμινό ή θα ελαχιστοποιηθεί στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό.

Πέρα των εξωτερικών, σημαντικές είναι και οι εσωτερικές απειλές οι οποίες δύναται να αποτελέσουν τροχοπέδη για την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα της κρουαζιέρας. Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η έλλειψη πολιτικής και οικονομικής σταθερότητας αλλά και το αυστηρό υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο λειτουργούν ως ανασταλτικοί παράγοντες για την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων σε μια πληθώρα κλάδων συμπεριλαμβανομένου και αυτού του τουρισμού, και του τομέα της κρουαζιέρας πιο συγκεκριμένα. Η δημιουργία ενός σταθερού πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος και η θέσπιση μακροχρόνιων πολιτικών, οι οποίες θα παρέχουν τα απαραίτητα κίνητρα για τη προσέλκυση και δραστηριοποίηση νέων ιδιωτών αλλά και την επιβίωση αυτών που ήδη δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά, αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την υποστήριξη όλων των κλάδων της αγοράς καθώς και αυτού του τουρισμού ο οποίος αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της Ελληνικής οικονομίας. Η διαμόρφωση μιας κοινής πολιτικής λιμένων δύναται επίσης να υποστηρίξει και να τονώσει ακόμα περισσότερο τον τομέα της κρουαζιέρας, με φορείς όπως η Ρυθμιστική Αρχή Λιμένων και πρόσφατες πρωτοβουλίες όπως η Εθνική Συντονιστική

Επιτροπή Κρουαζιέρας και το cluster λιμένων κρουαζιέρας ‘Greek Cruise’, να δύναται να συμβάλλουν σημαντικά στη κατεύθυνση αυτή.

### *2.2.5. Προτάσεις περαιτέρω βελτίωσης και ανάπτυξης του τομέα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα*

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση SWOT όπως περιεγράφηκε αναλυτικά στο προηγούμενο κεφάλαιο διαμορφώθηκε μια σειρά από στοχευμένες προτάσεις η υιοθέτηση και υλοποίηση των οποίων δύναται να συντελέσει στην περαιτέρω βελτίωση και ανάπτυξη του τομέα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι λιμενικές υποδομές σε αρκετούς Ελληνικούς προορισμούς κρουαζιέρας παρουσιάζονται ως ελλιπείς καθιστώντας επιτακτική την ανάγκη βελτίωσης και εκσυγχρονισμού τους έτσι ώστε να παρέχεται ένα ικανοποιητικό επίπεδο εξυπηρέτησης στα κρουαζιερόπλοια που προσεγγίζουν και τους επιβάτες κρουαζιέρας που αποβιβάζονται στον εκάστοτε προορισμό. Μεγαλύτερα κρουαζιερόπλοια νέας γενιάς και αυξημένες ροές επιβατών θα πρέπει να μπορούν να εξυπηρετηθούν απρόσκοπτα, χωρίς καθυστερήσεις και με ασφάλεια ενισχύοντας έτσι την ελκυστικότητα και την ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών προορισμών ως αρχικούς / τελικούς ή ενδιάμεσους σταθμούς κρουαζιέρας στη Μεσόγειο. Η αναβάθμιση των υφιστάμενων λιμενικών υποδομών θα πρέπει να πραγματοποιηθεί βάσει ενός σωστά διαμορφωμένου σχεδίου αφού πρώτα αξιολογηθούν συνολικά οι ανάγκες που παρουσιάζει η κάθε λιμενική υποδομή και δοθεί η σχετική προτεραιότητα στις ενέργειες που απαιτούνται για την πλήρη κάλυψή τους. Μια τέτοια διαδικασία δύναται να είναι μακροχρόνια και να απαιτήσει σημαντικά κεφάλαια έτσι ώστε να καλυφθούν πλήρως οι σχετικές δαπάνες. Η εδραίωση ενός σταθερού πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος στη χώρα αναμένεται να συντελέσει σημαντικά προς την εύρεση αυτών των κεφαλαίων και δύναται να προσελκύσει πρόσθετες ιδιωτικές επενδύσεις στο λιμενικό τομέα, πέρα αυτών που έχουν συμπεριληφθεί ή πρόκειται να συμπεριληφθούν, αντίστοιχα, στις ολοκληρωμένες ή υπό εξέλιξη αποκρατικοποιήσεις. Εκτός από τον Πειραιά ωστόσο, σύγχρονες λιμενικές εγκαταστάσεις σε άλλες αναπτυγμένες, αναπτυσσόμενες και μητροπολιτικές περιοχές της Ελλάδος, οι οποίες διαθέτουν αεροδρόμια διεθνών συνδέσεων (π.χ. Ηράκλειο, Ρόδος, Κέρκυρα), δύναται επίσης να συμβάλλουν καθοριστικά στη ανάδειξη αυτών των περιοχών σε πύλες εισόδου (‘home ports’) επιβατών κρουαζιέρας ενισχύοντας σημαντικά την τοπική και εθνική οικονομία.

Η συγκρότηση ενός Εθνικού Σχεδίου Ανάπτυξης της κρουαζιέρας, με τη συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων, δύναται να θέσει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την επιτυχή υλοποίηση των προαναφερομένων δράσεων. Η αναβάθμιση των υποδομών των σταθμών κρουαζιέρας, δύναται επίσης να συνδυαστεί κατάλληλα με την ταυτόχρονη ανάδειξή τους σε πολυθεματικούς προορισμούς, μέσω της αποτελεσματικής διασύνδεσής τους με τα θεματικά δίκτυα των ευρύτερων γειτονικών τους περιοχών (π.χ. πολιτιστικά, θρησκευτικά, φυσιολατρικά, κτλ.). Με την κατάλληλη οργάνωση και συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων δύναται να δημιουργηθούν, στον εκάστοτε σταθμό κρουαζιέρας, θεματικά σημεία πληροφόρησης τα οποία οι επιβάτες θα μπορούν να επισκεφτούν κατά την αποβίβαση τους, και να λάβουν πληροφορίες σχετικά με τουριστικά αξιοθέατα στα οποία θέλουν να μεταβούν ή άλλου είδους δραστηριότητες (π.χ. περιήγηση σε ιστορικά σημεία της πόλης, κτλ.) που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν κατά την παραμονή τους στον εκάστοτε



προορισμό. Η ανάπτυξη χώρων για εμπορική χρήση στους σταθμούς κρουαζιέρας δύναται επίσης να συνδεθεί με τα παραπάνω δίκτυα, προωθώντας για παράδειγμα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, αναμνηστικά δώρα, κτλ. Οι πληροφορίες που θα παρέχονται στους επιβάτες κατά την αποβίβαση τους είτε επί τόπου είτε και μέσω νέων, καινοτόμων εφαρμογών (π.χ. για κινητά τηλέφωνα όπως στην περίπτωση του λιμανιού του Ηρακλείου) δύναται να συντελέσουν σημαντικά στην αποτελεσματική καθοδήγησή τους στα σημεία που ενδιαφέρονται να επισκεφτούν, προτείνοντας τους ενδεχομένως βέλτιστες διαδρομές και βιώσιμα μέσα μεταφοράς (π.χ. δημόσιες συγκοινωνίες, περπάτημα, κτλ.) και ελαχιστοποιώντας έτσι τις συνεπαγόμενες αρνητικές επιπτώσεις στο αστικό περιβάλλον.

Επιπρόσθετα, η ενθάρρυνση και επίτευξη (π.χ. μέσω της ανάπτυξης τοπικών συνεργατικών σχηματισμών – clusters ή cruise destination management forums) της καλύτερης επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των φορέων που άπτονται και επωφελούνται από τον τομέα της κρουαζιέρας σε ένα προορισμό, δύναται να συντελέσει στην υιοθέτηση στοχευμένων δράσεων (π.χ. αύξηση της συχνότητας των δρομολογίων των αστικών συγκοινωνιών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επιβατών κρουαζιέρας, διεύρυνση των ωραρίων λειτουργίας μουσείων και άλλων τουριστικών αξιοθέατων βάσει των προγραμματισμένων αφίξεων κρουαζιεροπλοίων, κτλ.) για τη περαιτέρω βελτίωση της επίσκεψης των επιβατών κρουαζιέρας, επιφέροντας παράλληλα σημαντικά οφέλη για τις τοπικές επιχειρήσεις και διασφαλίζοντας την εύρυθμη καθημερινή λειτουργία της εκάστοτε πόλης / νησιού. Το προσδοκώμενο όφελος από τις παραπάνω προτάσεις δύναται να ενισχυθεί περαιτέρω από τη στοχευμένη προβολή και διαφήμιση της Ελλάδας στο εξωτερικό, ως προορισμού κρουαζιέρας, τονίζοντας εκτός από τη πλούσια φυσική ομορφιά που διαθέτει και τη μακρά ιστορία και τον πολιτισμό που έχει να επιδείξει, τις ενέργειες που έχουν γίνει για την βελτίωση των εμπειριών που δύναται να αποκομίσει κάποιος επιβάτης κατά την επίσκεψη του σε κάποιο Ελληνικό προορισμό. Μια τέτοια καμπάνια μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα αποτελεσματικό μέσο και για τη περαιτέρω προώθηση της χειμερινής κρουαζιέρας, η οποία παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης με την προϋπόθεση ωστόσο ότι θα υλοποιηθεί επιτυχώς ένα πλήθος σχετικών αναγκαίων δράσεων (π.χ. ετοιμότητα των λιμένων να υποδέχονται κρουαζιερόπλοια όλο το χρόνο, οργάνωση της τοπικής κοινωνίας, συνέργειες με γειτονικούς προορισμούς, πολιτική κινήτρων και εκπτώσεων στα λιμάνια, οργανωμένες εκδρομές και αποτελεσματική σύνδεση με τα θεματικά δίκτυα διαφόρων περιοχών).

Τέλος, θα πρέπει γενικότερα να υιοθετηθεί ένα κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο, καθώς και πρόσθετα υποστηρικτικά μέτρα πολιτικής, τα οποία θα ευνοήσουν και θα υποστηρίξουν το ενδιαφέρον ιδιωτών να επενδύσουν στο τομέα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα και να παρέχουν καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα οι οποίες δύναται να προσελκύσουν ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό τουριστών.

## Κεφάλαιο 3 \_ Ερευνητική Μεθοδολογία

### 3.1. Μεθοδολογία έρευνας

#### - Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

1. Να προσδιορίσουμε τα κενά στην έρευνα του γνωστικού μας αντικειμένου
2. Να εντοπίσουμε τις νέες τάσεις στην έρευνα του γνωστικού μας αντικειμένου
3. Να αναπτύξουμε τις ιδέες και να καταλήξουμε σε μια νέα προοπτική
4. Να γνωρίσουμε τις κάποιες μεθοδολογίες και τεχνικές που έχουν χρησιμοποιηθεί, αποφεύγοντας άκαρπες έρευνες και προσεγγίσεις.
5. Να γνωρίσουμε την ιδιαίτερη 'γλώσσα' του αντικειμένου μας.
6. Να κατανοήσουμε το ερευνητικό μας πρόβλημα.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι οι περισσότερες ποιοτικές έρευνες είναι διερευνητικού τύπου και οι βιβλιογραφικές επισκοπήσεις τους πρέπει να είναι διερευνητικές. Τα βασικά τους βήματα είναι το βασικό τους πλαίσιο έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Περιέχουν περιγραφή όλων των διαδικασιών που ακολούθησε αυτός που έκανε την ανασκόπηση.
- Εντοπίζουν και περιγράφουν θεωρητικές κατασκευές.
- Καθορίζουν πιθανές ερευνητικές υποθέσεις.
- Αναζητούν και παρουσιάζουν αντιτιθέμενες και εναλλακτικές ερμηνείες.

Επιπρόσθετα, η επιστημονική έρευνα αποτελεί μια συστηματική μελέτη της εμπειρικής πραγματικότητας (Μπαμπάκου, 2008). Με βάση τη μεθοδολογία καταγραφής των δεδομένων χωρίζεται σε ποσοτική (αποτύπωση όλων των χαρακτηριστικών του πληθυσμού με χρήση ποσοτικών μεθόδων), ποιοτική (αναζήτηση, κατηγοριοποίηση και ανάλυση περιεχομένου του υπό έρευνα υλικού) και συνδυασμό ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας για τη μελέτη ειδικών περιπτώσεων ή περιπτώσεων συνδυασμού ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας.

Η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει τη μέθοδο της ανάλυσης περιεχομένου (content analysis), η οποία ορίζεται σύμφωνα με τον Bernard Berelson ως «η ερευνητική μέθοδος για την αντικειμενική, συστηματική και ποσοτική περιγραφή και κατάδειξη του περιεχομένου της επικοινωνίας». Η ανάλυση περιεχομένου χρησιμοποιείται ευρύτατα από επαγγελματίες του μάρκετινγκ και περιλαμβάνει τα εξής στάδια:

- διατύπωση του ερευνητικού προβλήματος
- επιλογή ικανού δείγματος προς μελέτη και εξαγωγή συμπερασμάτων
- ορισμός κατηγοριών ανάλυσης με στόχο τη συλλογή και κατηγοριοποίηση των δεδομένων

- κωδικοποίηση, επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων.

Παρά το γεγονός ότι η ανάλυση περιεχομένου διασπά τα υπό μελέτη δεδομένα της σε μετρήσιμα μέρη (ποσοτικοί δείκτες), στα στάδια της ανάλυσης τα συνενώνει ώστε να μελετήσει τις μεταξύ τους σχέσεις και να τα ερμηνεύσει. Το περιεχόμενο δηλαδή της έρευνας υπόκειται σε κατηγοριοποίηση και ανάλυση. (Βαλσαμάκη I.& Κανάκη Γ., 2008).

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με βάση τη μεθοδολογία ανάλυσης περιεχομένου.

### *3.2. Ερευνητικοί στόχοι*

Οι ερευνητικοί στόχοι καθορίστηκαν ως εξής:

- Εντοπισμός ενός ικανού δείγματος φορέων που ασκούν ενέργειες προσέλκυσης τουρισμού κρουαζιέρας,
- Καταγραφή των ενεργειών αυτών ,
- Σύγκριση δράσεων και εντοπισμός βέλτιστων πρακτικών.

### *3.3. Ερευνητική μέθοδος*

Αρχικά, η έρευνα βασίστηκε σε ένα πρότυπο δελτίο καταγραφής που παραχωρήθηκε από την κ. Μπαμπάκου Αθήνα με μερικές αλλαγές, δελτίο που είχε χρησιμοποιηθεί και από την ίδια στην αντίστοιχη έρευνα που είχε διεξάγει το 2008, και περιλαμβάνει μια σειρά από ομαδοποιημένα κριτήρια που αποσκοπούν στη διερεύνηση του τρόπου οργάνωσης των λιμανιών-προορισμών και των μέσων που χρησιμοποιούν για την προσέλκυση εταιρειών κρουαζιέρας.

### *3.4. Δείγμα*

Η έρευνα εστιάζεται σε ευρωπαϊκούς φορείς προσέλκυσης κρουαζιέρας, ενώ για την πραγματοποίηση επιπρόσθετων συγκρίσεων και το σχηματισμό μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας εξετάστηκε ένα μικρό αλλά ικανό δείγμα φορέων προσέλκυσης κρουαζιέρας εντός Ευρώπης.

## **Κεφάλαιο 4\_ Αποτελέσματα**

#### 4.1. Κρουαζιέρα στη Μεσόγειο

Η αγορά της Μεσογείου διακρίνεται στην Ανατολική και την Δυτική με σύνορο την

- Ιταλική Χερσόνησο.
- Στην Ανατολική Μεσόγειο, εντοπίζονται συγκεκριμένες τοπικές αγορές:
- Αιγαίο Πέλαγος
- Εύξεινος Πόντος
- Λεβάντε (Κύπρος, Άγιοι Τόποι, Αίγυπτος)
- Βενετία, Αδριατική, Ιόνιο Πέλαγος

Η ανάλυση των πλέον πρόσφατων δεδομένων των τοπικών αγορών επιβεβαιώνει τον πρωταγωνιστικό ρόλο του Αιγαίου, το σημαντικό μερίδιο της Αδριατικής και το δυναμικό για ανάπτυξη της περιοχής του Εύξεινου Πόντου. Ενδεικτικό του μεριδίου της μεσογειακής προσφοράς είναι ο σταθερά πρωταγωνιστικός ρόλος στην Ευρώπη, με ποσοστά που κυμαίνονται μεταξύ 7.5 και 9.5% κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας.

#### 4.1.2. Σταδιακή ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Μεσόγειο

Η ανάπτυξη των απαιτούμενων υποδομών για να υποστηριχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει αναλάβει η Μεσόγειος για τα επόμενα χρόνια. Συγκεκριμένα, τα μεσογειακά κράτη προχωρούν:

- Στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων, των λιμένων, με σκοπό την αύξηση της δυνατότητας φιλοξενίας κρουαζιερόπλοιων, έτσι ώστε περισσότερες εταιρείες κρουαζιέρας να εδρεύουν στα Μεσογειακά λιμάνια κατά τη διάρκεια των δρομολογίων τους.
- Στην ιδιωτικοποίηση και αναβάθμιση των κρατικών μαρίνων, με σκοπό να προσελκύουν περισσότερα γιοτ / σκάφη αναψυχής.

Αρκετοί διεθνείς επενδυτές έχουν ήδη εκδηλώσει το ενδιαφέρον τους και έχουν προβεί σε επενδύσεις στο θαλάσσιο τουρισμό της Μεσογείου, αναγνωρίζοντας την ασυγκράτητη ευκαιρία που παρουσιάζεται σε αυτό το υψηλής αξίας τουριστικό προϊόν.

Τα Μεσογειακά λιμάνια βιώνουν μια περίοδο άνθησης του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων και των επισκεπτών, κυρίως μετά τις πρόσφατες ρυθμιστικές αλλαγές που εφαρμόζει η χώρα προκειμένου να καταργηθεί το καμποτάζ στις κρουαζιέρες. Η απόφαση αυτή έχει απελευθερώσει την αγορά της κρουαζιέρας καθώς επιτρέπει στα μη – Ευρωπαϊκά κρουαζιερόπλοια να ξεκινούν από τα μεσογειακά λιμάνια και σε συνδυασμό με τις προγραμματισμένες βελτιώσεις των υποδομών σε μεγάλα λιμάνια, αναμένεται μια σημαντική αύξηση του αριθμού κρουαζιερόπλοιων που είτε θα χρησιμοποιούν τα μεσογειακά ως σημείο αφητηρίας είτε ως πιθανούς προορισμούς.

### 4.1.3. Μετρήσεις αποτελεσμάτων

Τα στοιχεία που δημοσιεύτηκαν από την ετήσια έκθεση «Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2018 Edition» του Διεθνούς Οργανισμού Κρουαζιέρας (Cruise Lines International Association ή CLIA) το 2018 αποκαλύπτουν ότι η οικονομική συνεισφορά του κλάδου της κρουαζιέρας στην Μεσόγειο έφθασε στο ποσό-ρεκόρ των 40,2 δισ. ευρώ το 2017, καταγράφοντας έως και 2,2% αύξηση από το 2016. Οι άμεσες δαπάνες που δημιουργούνται από την κρουαζιέρα ανέρχονται σε 16,6 δισ. ευρώ, από 16,2 δισ. ευρώ το 2016. Το 2017 η κρουαζιέρα είχε δημιουργήσει περίπου 10.000 νέες θέσεις εργασίας στην Μεσόγειο με 349.000 εργαζομένους στον κλάδο και τους σχετικούς μ' αυτόν τομείς, συμπεριλαμβανομένων περισσότερων από 82.000 θέσεων να αντιστοιχούν αποκλειστικά στην κρουαζιέρα. Οι μισθοί και άλλα οφέλη για τους εργαζόμενους έφθασαν τα 10,75 δισ. ευρώ. Σύμφωνα με την CLIA Ευρώπης και τον απολογισμό για την Οικονομική Συνεισφορά 2018, 6,4 εκατομμύρια Ευρωπαίοι επέλεξαν την Μεσογειακή κρουαζιέρα σαν είδος διακοπών το 2017, παρουσιάζοντας μια αύξηση 0,5% σε σχέση με το 2016. Ο αριθμός αυτός αντιπροσωπεύει το 30% όλων των επιβατών που επιλέγουν κρουαζιέρες παγκοσμίως. Περίπου 5,85 εκατομμύρια επιβάτες επιβιβάστηκαν σε κρουαζιερόπλοια από ευρωπαϊκά λιμάνια το 2017, εμφανίζοντας μείωση 3,6% από το 2016. Πρωταθλήτρια στα έσοδα το 2017 ήταν η Ιταλία με 4.601 εκατ. ευρώ και αύξηση 0,7% και ακολουθούν η Ελλάδα με 506 εκατ. ευρώ και μείωση -11,8%. Αναφορικά με την απασχόληση και τις αμοιβές των εργαζόμενων στον κλάδο, στην Ιταλία απασχολήθηκαν 102.284 εργαζόμενοι και δόθηκαν 3,111 εκατ. ευρώ, 8.473 και 330 εκατ. ευρώ, στην Ελλάδα. Η Μεσόγειος παραμένει το κέντρο της ναυπήγησης κρουαζιερόπλοιων. Οι δαπάνες για νέες κατασκευές και συντήρηση έχουν αυξηθεί για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, μετά από τρία χρόνια ύφεσης που έληξε το 2012. Μέχρι το 2025, αναμένεται να γίνει παραγγελία 29 νέων πλοίων, συνολικής αξίας περίπου 16 δισεκατομμυρίων ευρώ. Τα ναυπηγεία, τα οποία έχουν χτίσει τα πιο μοντέρνα και καινοτόμα κρουαζιερόπλοια, είχαν αύξηση 12,8% στα έσοδά τους από νέες κατασκευές και συντήρηση από το 2016. Το 2017, οι γραμμές κρουαζιέρας ξόδεψαν 4,55 δισ. ευρώ σε νέες κατασκευές και ανακαινίσεις, η τρίτη ετήσια αύξηση. Στην Ευρώπη εδρεύουν 42 εταιρείες κρουαζιέρας, ενώ λειτουργούν 123 κρουαζιερόπλοια με χωρητικότητα περίπου 146.000 χαμηλότερων κλινών. Επιπλέον, 60 κρουαζιερόπλοια με χωρητικότητα περίπου 89.000 κλινών έχουν αναπτυχθεί από 18 μη-ευρωπαϊκές εταιρείες κρουαζιέρας. Η οικονομική συνεισφορά του κλάδου στην Μεσόγειο αγγίζει τα 40.2 δισ. ευρώ. Η Ευρώπη είναι, επίσης, ένας σημαντικός προορισμός για τους επιβάτες της κρουαζιέρας από όλον τον κόσμο, προσελκύοντας σημαντικές τουριστικές επενδύσεις και δαπάνες. Βασισμένος στα στοιχεία αυτά ο πρόεδρος της CLIA, Pierfrancesco Vago, δήλωσε: «Η συνεισφορά του κλάδου της κρουαζιέρας στην οικονομική ανάκαμψη της Μεσογείου είναι ζωτικής σημασίας. Το 2017 η κρουαζιέρα απέφερε περίπου 40 δισ. ευρώ στην ευρωπαϊκή οικονομία και δημιούργησε σχεδόν 350.000 ευρωπαϊκές θέσεις εργασίας, από τις οποίες πάνω από 80.000 ήταν στον κλάδο της κρουαζιέρας. Αυτά τα πρωτοφανή αποτελέσματα είναι αποτέλεσμα σκληρής δουλειάς από όλους μας και πρέπει να είμαστε περήφανοι και να συνεχίσουμε προς αυτή την κατεύθυνση». Πρόσθεσε όμως ότι «παρ' όλο που η μελλοντική ανάπτυξη είναι εφικτή στην Μεσόγειο, δεν είναι καθόλου εξασφαλισμένη», ενώ ανέφερε πως «παρά το ρεκόρ που σημειώθηκε με 6,4 εκατομμύρια κατοίκους να κάνουν κρατήσεις για κρουαζιέρες το 2017 και τα ευρωπαϊκά ναυπηγεία να σημειώνουν ρεκόρ παραγγελιών, υπάρχουν κάποιες ανησυχίες, όπως η μείωση 3,68% των επιβιβάσεων στα ευρωπαϊκά λιμάνια».

#### 4.2. Συμβολή των ειδών κρουαζιέρων της Μεσογείου για τα είδη θαλάσσιου τουρισμού της εν λόγω περιοχής

Η ζήτηση για κρουαζιέρες στη Μεσόγειο παρουσιάζει σταθερά ανοδικές τάσεις και ισχυρή ανάπτυξη. Η αγορά της Μεσογείου μπορεί να υποδιαιρεθεί στην Ανατολική και την Δυτική, με την Ιταλική Χερσόνησο να αποτελεί ένα φυσικό σύνορο (Lekakou Tzannatos, 2000). Μια σειρά από ειδικές γεωγραφικές αγορές μπορούν να διακριθούν στην Ανατολική Μεσόγειο, και συγκεκριμένα: (i) το Αιγαίο (ii) η Μαύρη Θάλασσα (iii) Λεβάντε (Κύπρος - οι Άγιοι Τόποι - Αίγυπτος) και, (iv) η Βενετία – η Αδριατική - Ιόνιο Πέλαγος.

Με βάση τα στοιχεία της CLIA Europe, ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέφθηκαν 250 διαφορετικά ευρωπαϊκά λιμάνια από το 2013 έως το 2019 αυξήθηκε κατά 438% από 4,42 εκατομμύρια επιβάτες σε 6,36 εκατομμύρια. Τα μεγέθη αυτά αποδεικνύουν τη δυναμική της ευρωπαϊκής αγοράς, η οποία αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 30% των επιβατών κρουαζιέρας σε όλο τον κόσμο. Το 2019 ο αριθμός των επιβατών που επιβιβάστηκαν από κάποιο ευρωπαϊκό λιμάνι κρουαζιέρας ανήλθε σε 6 εκατομμύρια επιβάτες, αυξημένοι κατά 5,2% από το προηγούμενο έτος. (ECC, 2012/2013). Επιπλέον, οι ευρωπαίοι χρήστες αποτελούν περισσότερο από το 80% του συνολικού αριθμού των επιβατών. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, τα κορυφαία λιμάνια της Μεσογείου για το έτος 2019, ήταν Βαρκελώνη (2.599 χιλιάδες επιβάτες), Civitavecchia (2,538 χιλιάδες επιβάτες), Βενετία (1.8515 χιλιάδες επιβάτες) και Πειραιάς (1.302 χιλιάδες επιβάτες). Σε γενικές γραμμές, η Ιταλία, η Ελλάδα και η Ισπανία είναι οι σημαντικότεροι ευρωπαϊκοί προορισμοί.

• **Κροατία:** Η Κροατία αποτελεί σημαντικό προορισμό ιδιωτικών σκαφών αναψυχής. Το 2019 λειτουργούσαν στην χώρα 67 μαρίνες (+26,4% συγκριτικά με το 2018) και 53 αγκυροβόλια με 16.940 θέσεις ελλιμενισμού. Το 17% των θέσεων προορίζονται για σκάφη 8-10 μέτρων, το 27% για σκάφη 10-12 μέτρων, το 26% για σκάφη 12-15 μέτρα και το 13,7% για σκάφη 15-20 μέτρων. Ο αριθμός των σκαφών, που ελλιμενίστηκαν κατά το 2013, σημείωσε αύξηση κατά 0,7% ανερχόμενος σε 182.921 σκάφη.

• **Ιταλία:** Στην Ιταλία υπάρχουν περίπου 1057 μαρίνες χωρητικότητας 130,000 θέσεων, ενώ υπάρχουν 400,000 σκάφη αναψυχής εγγεγραμμένα στο Ιταλικό νηολόγιο. Όσον αφορά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των υποδομών, το 1% μπορεί να φιλοξενήσει σκάφη μεγαλύτερα των 24 μέτρων, ενώ το 11% αυτών αφορά σε σκάφη μήκους από 12 μέχρι 18 μέτρα.

• Αντίστοιχα, με την **Ελλάδα** πρόβλημα έλλειψης θέσεων ελλιμενισμού υπάρχει και στην Ιταλία. Χαρακτηριστική είναι η χωροταξική πυκνότητα. Ανά 73,1 χλμ ακτής υπάρχει μία μαρίνα. Η αντίστοιχη μέση αναλογία στις Ευρωπαϊκές χώρες είναι 6,5 χλμ. Το μεγαλύτερο ποσοστό θέσεων ελλιμενισμού συγκεντρώνεται στην ακτή της Λιγκουρίας (περίπου το 20%).

• **Γαλλία:** Η Γαλλία αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες αγορές της ιδιωτικής θαλάσσιας αναψυχής. Εκτιμάται ότι ανά 1,000 κατοίκους αντιστοιχούν 12 σκάφη αναψυχής, ενώ από το σύνολο των 422 χιλιάδων σκαφών το 30% είναι άνω των 6 μέτρων. Σε επίπεδο υποδομών, καταγράφονται 163 χιλιάδες θέσεις σε 370 μαρίνες, οι οποίες στην πλειοψηφία τους (49%) θεωρούνται μεγάλου μεγέθους (>800 θέσεις ελλιμενισμού) ενώ οι αντίστοιχες μικρού μεγέθους αντιπροσωπεύουν το 31% (<300).

• **Ισπανία :** Η Ισπανία αποτελούμενη από 7880 χιλιόμετρα ακτών, διαθέτει σχεδόν 130 χιλιάδες θέσεις ελλιμενισμού σε συνολικά 355 μαρίνες. Σε επίπεδο συγκέντρωσης υποδομών, η χώρα διαθέτει ένα λιμάνι ανά 15 χιλιόμετρα ακτών.

Χαρακτηριστική είναι η ανάπτυξη των σχετικών υποδομών, καθώς από το 2010 μέχρι το 2015 δημιουργήθηκαν 34 νέες μαρίνες και συνολικά 19,200 νέες θέσεις εξυπηρέτησης σκαφών. Σημειώνεται ότι πάνω από τις μισές μαρίνες είναι χωρητικότητας μικρότερης των 300 θέσεων. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ισπανία αναβαθμίστηκε σημαντικά από το 2007 και έπειτα με την διοργάνωση του America's Cup στην Βαλένθια.

• **Τουρκία:** Ο πιο σημαντικός ανταγωνιστής της Ελλάδας λόγω εγγύτητας είναι η Τουρκία η οποία διαθέτει 35 μαρίνες με δυναμικότητα 10,181 θέσεων, ενώ το 2016 25 μαρίνες με δυναμικότητα 3,556 θέσεων ήταν υπό κατασκευή<sup>10</sup>. Συγκριτικά με τις 400,000 θέσεις στην Μεσόγειο η Τουρκία αντιπροσωπεύει το 4,1% της συνολικής χωρητικότητας. Ο κλάδος παρουσιάζει ιδιαίτερη δυναμική στη κατασκευή νέων μαρινών, οι οποίες μπορούν να εξυπηρετήσουν την αυξανόμενη αγορά των super και mega yachts.

Η εξέλιξη του κλάδου των μαρινών και τουριστικών λιμένων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις εξελίξεις στο κλάδο της κατασκευής σκαφών αναψυχής, λόγω των απαιτήσεων και προδιαγραφών που δημιουργεί το μέσο- δηλαδή σκάφος- για τα πρότυπα εξυπηρέτησης / διαχείρισης στις λιμενικές υποδομές. Κατά τη τελευταία δεκαετία έχει παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης για super-yachts<sup>11</sup> κατά 95,2% , τα οποία σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας του Super yacht (2015), ο στόλος αυτός υπολογίζεται σε 4,117 σκάφη με μέσο μήκος τα 30 μέτρα. Η διαπίστωση αυτή μεταβάλλει τις συνθήκες της ζήτησης τόσο για υποδομές όσο και για υπηρεσίες σηματοδοτώντας αλλαγές στις προδιαγραφές εξυπηρέτησης των σκαφών αυτών.

#### 4.2.2. Στατιστικά στοιχεία

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια της μεγαλύτερης έκθεσης κρουαζιέρας στον κόσμο, της Seatrade Maimi, για τη βιομηχανία κρουαζιέρας στην Ευρώπη το 2018:

- Συνολικά 6.357.000 Ευρωπαίοι έκαναν κρουαζιέρα το 2018.
- Το Ηνωμένο Βασίλειο παραμένει η πρώτη ευρωπαϊκή αγορά κρουαζιέρας με 1,72 εκατ. επιβάτες.
- Η αγορά της Γερμανίας αυξήθηκε κατά 9% και έφτασε στη δεύτερη θέση στην Ευρώπη με μερίδιο 27%.
- Στην Ιταλία η αύξηση έφτασε το 4% και οι επιβάτες κρουαζιέρας τις 869.000, παρά την κρίση που μαστίζει και τη γειτονική χώρα.
- Αντίθετα, στην Ισπανία πέρυσι η ζήτηση μειώθηκε κατά 18%, κυρίως λόγω της κρίσης.
- Ο αριθμός των Ευρωπαίων που κάνουν κρουαζιέρα έχει αυξηθεί κατά 43% σε σχέση με το 2015.
- Το 80% των Ευρωπαίων που κάνουν κρουαζιέρα επιλέγουν ευρωπαϊκούς προορισμούς, με τη Μεσόγειο να παραμένει ο πιο δημοφιλής προορισμός.

### 4.2.3. Προβλέψεις

Ανοδο σημειώνει ο τομέας της κρουαζιέρας στην Ευρώπη, ενώ αισιόδοξες είναι και προβλέψεις για το μέλλον από τα μέλη του Ευρωπαϊκής Ένωσης Κρουαζιέρων. Την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρουαζιέρων στην Ευρώπη αποδεικνύει και ο αριθμός των επιβατών, οι οποίοι από 2.672.000 άτομα το 2016 έφτασαν τα 3.213.000 άτομα το 2018, παρουσιάζοντας αύξηση 13%.

Σύμφωνα δε με τις προβλέψεις της βιομηχανίας ο αριθμός των επιβατών μέχρι το 2020 θα φτάσει τα 4,5 εκατομμύρια, σημειώνοντας 17% αύξηση. Στις κύριες δυτικοευρωπαϊκές χώρες ο τζίρος από τα πακέτα διακοπών το 2018 ήταν 48,15 δισ. ευρώ (+4,1% περισσότερος από τον προηγούμενο χρόνο), από τον οποίο το 8,4% ήταν από τις κρουαζιέρες. Οι χώρες στις οποίες οι κρουαζιέρες απέφεραν σημαντικά οικονομικά οφέλη είναι το Ηνωμένο Βασίλειο (18% από τον συνολικό τζίρο της τουριστικής αγοράς), η Ιταλία (12,1%) και η Ισπανία (10,4%).

Τα οικονομικά οφέλη που απέφερε η βιομηχανία της κρουαζιέρας από το 2017 έως το 2018 αυξήθηκαν κατά 13,1%, ενώ το μερίδιο της κρουαζιέρας στο συνολικό τουριστικό πακέτο ήταν περίπου 4,1%. Ένας από τους πιο σημαντικούς παίκτες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη της βιομηχανίας της κρουαζιέρας στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο είναι η Costa Crociere κορυφαία εταιρία στη γηραιά ήπειρο και την Νότιο Αμερική. Από το 2012 έως το 2017 η ιταλική εταιρία τριπλασίασε τις πωλήσεις της και τον αριθμό των επιβατών της (867.000 το 2017) και σύμφωνα με τις προβλέψεις αναμένεται να ξεπεράσει το 1 εκατομμύριο επιβάτες το 2019. Σύμφωνα με στοιχεία που παρουσίασε ο HATTA56, η κρουαζιέρα διεθνώς προσελκύει πάνω από 11 εκατομμύρια πελάτες το χρόνο με έντονη αυξητική τάση. Από αυτούς αθροιστικά τα 3,2 εκατομμύρια προέρχονται από την αγορά της Ευρώπης.

Η κύρια πηγή τουριστών κρουαζιέρας προέρχεται κυρίως από τις Η.Π.Α. με 9,1 εκατομμύρια ετησίως. Στην Ευρώπη η μεγαλύτερη αγορά είναι η αγγλική που ξεπερνά το 1 εκατομμύριο ετησίως, και ακολουθούν η γερμανική με 640.000, η ιταλική με 512.000, η ισπανική με 380.000 και η γαλλική με 233.000. Η ελληνική αγορά βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα αφού μόνο 14.000 Έλληνες προτιμούν την κρουαζιέρα.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ (1) ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ

##### ΧΩΡΑ ΕΠΙΒΑΤΕΣ

Η.Π.Α.	9,1
ΑΓΓΛΙΑ	1,0
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	640.000
ΙΤΑΛΙΑ	512.000
ΙΣΠΑΝΙΑ	380.000
ΓΑΛΛΙΑ	233.000

Βλέπουμε πόσο μεγάλο μερίδιο καταλαμβάνει η αμερικανική αγορά και πόσα οφέλη μπορεί να αποκομίσει μια χώρα υποδοχής αν τους «προσελκύσει».

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανοδομής, το κόστος της οποίας κάθε άλλο παρά



χαμηλό είναι, ιδιαίτερα δε σε ότι αφορά στην κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρινών για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, των επιβατών και των πληρωμάτων τους άσχετα αν αυτά είναι ενοικιαζόμενα ή ιδιωτικής χρήσης και στη συμπλήρωση ή και ανανέωση του στόλου των σκαφών αναψυχής και των κρουαζιερόπλοιων όπου χρειάζεται.

Επίσης η άρση του cabotage θα ωφελήσει τον ελλαδικό χώρο καθώς οι εταιρείες κρουαζιέρων θα εισέλθουν σε πιο πολλά ελληνικά νησιά με αποτέλεσμα περισσότερους επισκέπτες στα νησιά αυτά άρα και περισσότερα οικονομικά οφέλη για τους κατοίκους. Η Ελλάδα λόγω του συμπλέγματος της, της ποικιλομορφίας των νησιών της και τις δυνατότητες που έχει θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως η Καραϊβική της Μεσογείου. Απομένει πολιτεία και φορείς θαλάσσιου τουρισμού να συνειδητοποιήσουν τα τεράστια οικονομικά οφέλη που μπορεί η Ελλάδα να προσκομίσει από τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού και να δράσουν αναλόγως.

## Κεφάλαιο 5\_ Συμπεράσματα

### 5.1. Θετικές και αρνητικές επιρροές ανάπτυξης κρουαζιέρας για την Μεσόγειο

Συνοψίζοντας, ο κλάδος της κρουαζιέρας στο μεγαλύτερο του μέρος, αποτελεί δραστηριότητα που ασκείται από επιχειρήσεις ξένων συμφερόντων, αυτό έχει σαν συνέπεια, μεγάλο μέρος των ενδιάμεσων εισροών των επιχειρήσεων του κλάδου να αποτελεί δαπάνη που πραγματοποιείται στην αλλοδαπή (τροφοδοσία, συντηρήσεις). Είναι εύκολα κατανοητό ότι ο κλάδος της κρουαζιέρας θα μπορούσε να επιφέρει μια θετική επίδραση στην ελληνική οικονομία, υπό την προϋπόθεση ότι θα δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες και το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο. Είναι αναγκαία η δημιουργία ενός κατάλληλου περιβάλλοντος μέσα στο οποίο η κρουαζιέρα στην Ελλάδα θα ανθήσει και κατά συνέπεια θα δημιουργήσει καινούργιες θέσεις εργασίας. Υπό τις κατάλληλες προϋποθέσεις ο κλάδος της κρουαζιέρας στην ελληνική αγορά θα αναδειχθεί ως μία σημαντική δραστηριότητα, που θα έχει ως συνέπεια την άνοδο του τουρισμού στην χώρα, την αύξηση της εισροής ξένου κεφαλαίου και τουριστικών εσόδων, αλλά και την προβολή της Ελλάδας σαν ενδεδειγμένο τουριστικό προορισμό στο εξωτερικό.

Στην τρέχουσα παγκόσμια οικονομική συγκυρία και πιο συγκεκριμένα στην οικονομική κρίση που βιώνει η πατρίδα μας, είναι δεδομένο ότι η άνοδος και η σωστή εκμετάλλευση της ναυτιλίας και του κλάδου της κρουαζιέρας μπορεί να οδηγήσει σε αντίστροφη του κλίματος και θα βοηθήσει την Ελλάδα να επιτύχει και πάλι θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Είναι προφανές ότι ο καθορισμός των στόχων της πολιτικής για την κρουαζιέρα, πρέπει να στοχεύει στη βελτίωση των θετικών αποτελεσμάτων του και στον περιορισμό των αρνητικών.

Η κρουαζιεροπλοΐα, αποτελεί μια παγκοσμιοποιημένη αγορά και δραστηριότητα. Αφενός η διαμόρφωση ευνοϊκών συνθηκών για την προσέλκυση ελληνικών επιχειρήσεων στον κλάδο και αφετέρου η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων που αποτελούν τις ενδιάμεσες εισροές του κλάδου, ώστε να προτιμώνται από τα εισαγόμενα που αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος τους, θα συμβάλλουν στην αύξηση των οικονομικών ωφελειών για την εθνική οικονομία. Η αύξηση του μεριδίου της ελληνικής κρουαζιέρας απαιτεί τη διεύρυνση του ελληνικού προϊόντος με νέους προορισμούς και τη βελτίωση των υποδομών για τη δυνατότητα προσέγγισης των πλοίων σε περισσότερα λιμάνια, καθώς και για τη δυνατότητα προσέλκυσης περισσότερων και μεγαλύτερων πλοίων.

Μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε αναδείχθηκαν τα προβλήματα που υφίστανται και εμποδίζουν την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι οι περισσότερες εταιρείες κρουαζιέρας, αντιμετωπίζουν μεγάλα προβλήματα αφού παρατηρούν τις κρατήσεις τους να έχουν μειωθεί σε μεγάλο ποσοστό. Τα εμπόδια που υπάρχουν πρέπει να ξεπεραστούν προκειμένου να προσελκυστούν ξένες εταιρίες κρουαζιερόπλοιων που πιθανόν να θέλουν να κάνουν χρήση της άρσης του cabotage και να χρησιμοποιήσουν τα ελληνικά λιμάνια ως αφετηρία για τις κρουαζιέρες, προς την ανατολική Μεσόγειο και τη Μαύρη Θάλασσα. Οι διάφοροι ταξιδιωτικοί πράκτορες που συνάπτουν συμβόλαια είναι πολύ διστακτικοί στο να καταβάλλουν τις συνήθεις προκαταβολές, κάτι που σημαίνει αβεβαιότητα για την πλοιοκτήτρια εταιρεία και κίνδυνο να γίνουν εύκολα ακυρώσεις. Απουσία συστήματος κράτησης θέσεων πρόσδεσης (berth allocation) των

κρουαζιερόπλοιων (όπως ισχύει στα περισσότερα μεσογειακά λιμάνια), με αποτέλεσμα τα πλοία να εξυπηρετούνται βάσει της σειράς άφιξης τους στα λιμάνια, καθώς δε μπορεί να γίνει έγκαιρος και αποτελεσματικός σχεδιασμός των δρομολογίων.

## 5.2 Προτάσεις - Προοπτικές

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι για να αντιστραφεί αυτή η κατηφορική πορεία απαιτούνται να παρθούν άμεσα κάποια μέτρα, μερικά από τα οποία είναι τα εξής:

Χάραξη στρατηγικής για την ομαλή άφιξη των τουριστών ώστε να αποφευχθούν καθυστερήσεις που αποτρέπουν την ανάπτυξη του κλάδου. Η έλλειψη μιας τέτοιας στρατηγικής έχει οδηγήσει σε ματαιώσεις προσεγγίσεων κρουαζιερόπλοιων και αναζήτηση εναλλακτικών δρομολογίων εκτός Ελλάδας, θέτοντας σε κίνδυνο ακόμα και τα τρέχοντα έσοδα του κλάδου.

Άρση των όποιων εμποδίων που παραμένουν ακόμα τα οποία συντελούν στην αναποτελεσματική λειτουργία των ελληνικών λιμανιών. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική, ο έλεγχος των λιμανιών ανήκει σε κρατικούς φορείς, ωστόσο θα πρέπει να διερευνηθεί η πιθανότητα διαχείρισης των τερματικών σταθμών κρουαζιέρας από ιδιωτικές εταιρείες και κυρίως από τις ίδιες εταιρείες κρουαζιέρας. Η συμμετοχή τους θα μπορεί να διασφαλιστεί μέσω πολυετών συμβάσεων παραχώρησης. Η εφαρμογή ενός τέτοιου σχήματος στα ελληνικά λιμάνια θα επέτρεπε την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας των συγκεκριμένων εταιριών για την πραγματοποίηση των αναγκαίων επενδύσεων σε υποδομές, καθώς και τη βελτίωση των διαδικασιών και των συστημάτων λειτουργίας. Παράλληλα, η δυνατότητα προσαρμογής των λιμανιών στις ανάγκες συγκεκριμένων εταιριών κρουαζιέρας εξασφαλίζει διακίνηση περισσότερων επιβατών και κατ' επέκταση περισσότερα έσοδα για την εγχώρια αγορά. Συνεπώς είναι σημαντικό να ξεπεραστούν οι θεσμικές δυσχέρειες όσον αφορά την πραγματοποίηση συμβάσεων παραχώρησης, προκειμένου να προωθηθούν οι απαιτούμενες βελτιώσεις που θα επιτρέψουν στον εγχώριο κλάδο κρουαζιέρας να αξιοποιήσει τις προοπτικές του.

Οι υποδομές σε πολλά ελληνικά λιμάνια διέλευσης αδυνατούν να εξυπηρετήσουν τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια μεγάλου μεγέθους, ενώ παρατηρούνται και άλλες σημαντικές ελλείψεις, όπως η απουσία κατάλληλων σταθμών εξυπηρέτησης επιβατών. Συνεπώς, υπάρχει τεράστιο περιθώριο ενδυνάμωσης της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών λιμανιών μέσω της κατασκευής βελτιωτικών έργων, που θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν μέσω συμβάσεων παραχώρησης τύπου BOT (Built, Operate and Transfer).

Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας σε τομείς, όπως οι επισκευές πλοίων, η τροφοδοσία καυσίμων και άλλες υπηρεσίες προς εταιρείες κρουαζιέρας θεωρείται προαπαιτούμενο ώστε τα ελληνικά λιμάνια εκκίνησης να αναχθούν και σε λιμάνια βάσης των εταιριών.

Αν και η βιομηχανία της κρουαζιέρας είναι ένας από τους ταχύτατα αναπτυσσόμενους και πιο ενεργούς τομείς της ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας, υπάρχει ακόμα αρκετό πεδίο για επιστημονική έρευνα σχετικά με τον τομέα αυτόν. Κατά τα τελευταία χρόνια, η βιομηχανία της κρουαζιέρας γνώρισε μια ραγδαία ανάπτυξη και έλαβε όλο και περισσότερη προσοχή. Εφόσον οι εταιρίες κρουαζιέρας μοιάζουν με τα ξενοδοχεία,

προτείνουμε οι μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις να εστιάζονται κυρίως σε θέματα σχετικά με την τιμολόγηση και τη διαχείριση των εσόδων. Στον κλάδο της κρουαζιέρας, θα πρέπει να ερευνηθεί μία νέα μορφή τιμολόγησης η οποία να βασίζεται στη διαφοροποίηση των τιμών και σε άλλου είδους μορφές τιμολόγησης.

Να ενισχυθεί η έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά των χρηστών της κρουαζιεροπλοίας ώστε να είναι δυνατή η καλύτερη εφαρμογή μιας τιμολογιακής πολιτικής καθώς επίσης και η υιοθέτηση κατάλληλων μορφών προώθησης της κρουαζιέρας προς αυτούς. Θα θέλαμε επίσης να δούμε περισσότερα αποτελέσματα και σε άλλες πτυχές όπως της σχέσης των δαπανών επί του σκάφους και της τιμής των ναύλων, ενίσχυση του brand name της χώρας μας στις διεθνείς αγορές, προσέλκυση αεροπορικών εταιριών ναυλωμένων πτήσεων (charter) ή χαμηλού κόστους καθώς και η προώθηση ελκυστικών πακέτων διαμονής στα ελληνικά ξενοδοχεία. Όλες αυτές οι κατευθύνσεις θα μπορούσαν να στηρίξουν σημαντικά τη δυναμική της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

- Αιγινίτης Ν. (1929), *Γενικαί Αρχαί Τουριστικής Επιστήμης*, Αθήνα
- Καλιφιώτης Σ (1976), *Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού*, εκδόσεις Τυροβόλας, Αθήνα
- Κραβαρίτης Κώστας Ν., ‘‘Επαγγελματικός Τουρισμός’’, Εκδ. Interbooks, Αθήνα 1992.
- Λαγός Δ., Λιαργκόβας Π. (2003), *Τουριστική Οικονομική*, Ο.Ε.Δ.Β, Αθήνα
- Λογοθέτης Μ. (1971), *Προσδιοριστικοί παράγοντες της τουριστικής προσφοράς και ζήτησεως*, Αθήνα
- Βενετσανοπούλου Γ. Μάρω (2006) :Η κρατική συμβολή στον τουρισμό-Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Interbooks
- Μυλωνόπουλος Δημήτριος & Μοίρα Πολυξένη (2005) : Θαλάσσιος Τουρισμός, Interbooks
- Ευθυμιάτου-Πουλάκου Αντωνία(1997) : Τουριστικό Δίκαιο, Αθήνα
- Ηγουμενάκης Γ. Νίκος , Κραβαρίτης Ν. Κώστας (2004), *Τουρισμός Βασικές Έννοιες*
- Μανώλης Σφακιανάκης (2000), *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*
- Ιωάννης Πρωτοπαπαδάκης (2003), *Τουριστικό Μάρκετινγκ*

### Ξενογλώσσα

- ΑΙΤ (1961), *Dictionnaire Touristique International*, Monte Carlo
- Eadington & Smith (1992), *Tourism Alternatives : Potentials and Problems in the Development of Tourism*, University of Pennsylvania Press, USA
- Fennel D. (1999), *Ecotourism: an introduction*, Routledge
- Hunziker W & Krapf K. (1942), *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, Zurich
- Krippendorf J. (1982), «*Towards new tourism policies*». *Tourism Management* 3: 153-148
- Mill R. C. και Morrison A. M. (1992), *The Tourism System*, 2<sup>η</sup> έκδοση, Prentice- Hall International, Inc. London
- McIntosh R. W., Goeldner C. R. και Ritchie J. R. B. (1995), *Tourism Principles, Practices, Philophies*, 7η έκδοση, Wiley, New York
- World Tourism Organazination (1995), *Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics*. Madrid. Spain
- Ministry of Tourism, Government of India (2007): *Cruise Tourism Potential & Strategy Study (Final Report)*
- Pr. Alkis J. Corres, Yvonne Papapchristou (2013): *Competitive and Complementary Cruise Ports: The case of the Eastern Mediterranean*
- Mihail N. Diakomihalis(2006): *Greek Maritime Tourism:*
- Business Research & Economic Advisors (BREA) : *The Global Economic Contribution of Cruise Tourism 2013*

- Athina Bampakou, Dimitris Koutoulas (2009): Benchmarking the Destination Marketing Effort For Attracting Cruises
- Athina Bampakou, Dimitris Koutoulas (2009): Marketing places as cruise destinations

#### Διαδίκτυο

- Ένωση Λιμένων Ελλάδος (<http://www.elime.gr/index.php/krouaziera>)
- Κρουαζιέρα στην Ελλάδα (<http://www.greekcruise.gr>)
- CruiseMarketWatch (<http://www.cruisemarketwatch.com/growth>)
- Cruise Industry News (<http://www.cruiseindustrynews.com>)
- Cruise Lines International Association (<http://www.cruising.org>)
- Cruise Europe (<http://www.cruiseurope.com>)
- Πρεσβεία της Ελλάδας, Ζαγκρεμπ ([www.agora/mfa.gr](http://www.agora/mfa.gr))
- (<http://www.worldwidemarinasales.com/en/news>)
- Θαλάσσιος Τουρισμός (<http://www.enterprise.gov.gr/default.asp?pid=36>)
- UNWTO, (2012). Global Report on Food Tourism.
- UNWTO, (2017). Tourism Highlights 2017 Edition.
- <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf>
- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> (20-4-2018)
- Αντώνη Τιμπλάκη (2015): Κρουαζιέρα για τρεις η παγκόσμια αγορά

#### Εργασίες

- Καστρινάκη Κωνσταντίνα (2013), Διπλωματική Εργασία : «*Τουρισμός Κρουαζιέρας υφιστάμενη Κατάσταση και Προοπτικές Ανάπτυξης του Κλάδου στην Ελλάδα*»
- Καπλάνη Χρ. Χρήστο (2010) Καβάλα, *Μελέτη Ανάλυσης της Της “Βιομηχανίας” Της Κρουαζιέρας Στον Ελλαδικό Χώρο, Ως Δυναμική Μορφή Επένδυσης Τουρισμού, Στη βάση του Marketing, του Management & της Ποιότητας*