

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΤΕΡΜΑΤΙΚΩΝ ΣΤΑΘΜΩΝ ΣΤΗΝ
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ-ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ TERMINAL ΜΑΪΑΜΙ

Ζαραβέλης Ιωάννης

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου
Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος
Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Νοέμβριος 2018

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY

The Role of Terminals on Cruise - Miami Terminal Case

By

Zaravelis Ioannis

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in
partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and
Business Strategy (10 pt)

Piraeus, Greece, November 2018



Περίληψη

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται τη βιομηχανία των κρουαζιερόπλοιων και, πιο συγκεκριμένα, τους λιμένες υποδοχής αυτών. Η εν λόγω βιομηχανία αποτελεί έναν τομέα μείζονος σημασίας για τα λιμάνια και τις περιοχές που επηρεάζει. Το μεγαλύτερο τερματικό λιμάνι του κόσμου είναι αυτό του Μαϊάμι, όπου κάθε χρόνο το προσελκύουν πάνω από χίλια κρουαζιερόπλοια τον χρόνο με πάνω από 2 εκατομμύρια τουρίστες οι οποίοι, μαζί με το προσωπικό των πλοίων αλλά και τους λιμενικούς φόρους, δημιουργούν μια τεράστια πηγή εισόδων για τη περιοχή. Μια τέτοια προοπτική, φαίνεται να είναι αρκετά βιώσιμη και για το λιμάνι του Πειραιά, το οποίο ήδη δέχεται έναν σημαντικό αριθμό κρουαζιερόπλοιων κάθε χρόνο.

Λέξεις κλειδιά: τουρισμός, κρουαζιέρα, έσοδα, λιμάνι, προορισμός, τερματικός, κρουαζιερόπλοιο, Μαϊάμι.



Abstract

The present work deals with the cruise ship industry and, more specifically, with the ports of reception. This industry is an area of major importance for the ports and the areas it affects. The world's largest terminal is Miami, where each year it attracts more than a thousand cruise ships a year with over 2 million tourists who along with ship's staff and port taxes create a huge source of incomes to the region. Such a prospect seems to be quite viable for the port of Piraeus, which already receives a significant number of cruise ships every year.

Keywords: tourism, cruise, port, destination, terminal, cruise ship, Miami.



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	1
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	1
Abstract.....	2
Εισαγωγή	7
1 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Τουρισμός και οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα ..	9
Εισαγωγή	9
Τουρισμός και τουριστική δραστηριότητα σε θαλάσσια περιβάλλοντα	10
1.1.1. Παράκτιος τουρισμός.....	12
1.1.2. Αλιευτικός τουρισμός	16
1.1.3. Ο καταδυτικός τουρισμός	20
1.1.4. Ναυτικός τουρισμός.....	25
Ανακεφαλαίωση.....	31
2 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο, τα λιμάνια προορισμών και οι επιπτώσεις του	32
Εισαγωγή	32
2.1. Η ιστορία του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο.....	34
2.2. Η αυξανόμενη ζήτηση για τις κρουαζιέρες	35
2.2.1. Η αγορά της Βόρειας Αμερικής.....	38
2.2.2. Έσοδα.....	39



2.3. Τα μοναδικά χαρακτηριστικά του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο και ο ανταγωνισμός με τα λιμάνια προορισμού.....	40
2.4. Σχεδιασμός δρομολογίων.....	42
2.5. Ευκαιρίες για τη συνέχιση της ανάπτυξης μέσω των προορισμών	46
2.6. Περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο	48
2.6.1. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις.....	48
2.6.2. Κοινωνικές επιπτώσεις	52
2.6.3. Οικονομικές επιπτώσεις.....	54
Ανακεφαλαίωση.....	57
3 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Τα λιμάνια των προορισμών και επιπτώσεις αυτών στο προορισμό	58
Εισαγωγή	58
3.1. Λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων	58
3.2. Κατηγορίες Λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων	62
3.3. Σημαντικά λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων.....	64
3.4. Διακυβέρνηση λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων.....	66
3.5. Αξιολόγησης της απόδοσης λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων.....	68
3.6. Ο ανταγωνισμός λιμένων κρουαζιέρας.....	69
3.7. Οικονομικός αντίκτυπος της βιομηχανίας της κρουαζιέρας.....	71
3.7.1. Ο θετικός αντίκτυπος των κρουαζιερόπλοιων	72
3.7.2. Ο θετικός αντίκτυπος της ανάπτυξης λιμένων κρουαζιέρας	75
Ανακεφαλαίωση.....	78



4 ^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο τερματικός σταθμός του Μαϊάμι και οι επιπτώσεις του λιμένα κρουαζιέρας	79
Εισαγωγή	79
4.1. Η πόλη του Μαϊάμι	79
4.2. Το (τερματικό) λιμάνι του Μαϊάμι και η τουριστική του δραστηριότητα μέσω των κρουαζιερόπλοιων	80
4.3. Οικονομικός αντίκτυπος της βιομηχανίας της κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι	83
4.3.1. Κατηγορίες επιπτώσεων	85
4.4. Τα σχέδια του τερματικού για το μέλλον	91
4.5. Η περίπτωση της Ελλάδας: Τα οφέλη της κρουαζιέρας για τη περιοχή του Πειραιά, και της ευρύτερης περιοχής	92
Ανακεφαλαίωση.....	94
5 ^ο Κεφάλαιο: Αποτελέσματα ανάλυσης	95
5.1. Δημογραφικά στοιχεία δείγματος έρευνας	95
5.1.1. Φύλο.....	96
5.1.2. Ηλικία	96
5.1.3. Ετήσιο Εισόδημα	97
5.1.4. Τόπος Διαμονής	97
5.1.5. Αριθμός Επισκέψεων στο Μαϊάμι	98
5.1.6. Τρόπος Ενημέρωσης Σχετικά με την Κρουαζιέρα	98
5.1.7. Τρόπος Αγοράς Εισιτηρίου.....	99



5.1.8. Αιτία Ταξιδιού	100
5.1.9. Συντροφιά στο Ταξίδι	101
5.1.10. Ικανοποίηση από το Μαϊάμι ως προορισμός.....	101
5.1.11. Ικανοποίηση από την Κρουαζιέρα ως εμπειρία.....	102
5.2. Ανάλυση Συσχέτισης	103
5.2.1. Βαθμός Ικανοποίησης σε σχέση με την παρέα, την αιτία του ταξιδιού και τον συνολικό αριθμό επισκέψεων στο Μαϊάμι.....	103
5.2.2. Σταυροστοιχείες.....	104
5.3. Ανάλυση Παλινδρόμησης.....	108
5.3.1. Αίσθηση Ικανοποίησης και στοιχεία ταξιδιού.....	108
5.3.2. Αίσθηση Ικανοποίησης και Δημογραφικά Στοιχεία.....	110
Συμπεράσματα	112
Βιβλιογραφία	114
Παραρτήματα.....	122
Παράρτημα 1.....	123
Ερωτηματολόγιο	123
Παράρτημα 2.....	130
Στατιστική Ανάλυση.....	130



Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία σχετίζεται με το κλάδο του τουριστικού τομέα που είναι τα κρουαζιερόπλοια, και πιο συγκεκριμένα με τη επίδραση που έχουν αυτά στα λιμάνια υποδοχής και κατ' επέκταση ολόκληρη η περιοχή. Ο τουριστικός τομέας αποτελεί τον έναν πολύ σημαντικό τομέα από άποψη οικονομικών αποδοχών. Σε αυτόν εργάζονται εκατομμύρια άτομα στο κόσμο, σε πολλές μορφές του. Η πιο διαδεδομένη μορφή τουρισμού είναι αυτός που πραγματοποιείτε σε θαλάσσια περιβάλλοντα. Αυτή η μορφή τουρισμού έχει πολλά είδη. Ανάμεσα σε αυτά τα είδη ανήκει και η τουριστική βιομηχανία της κρουαζιέρας.

Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο προσφέρει άνετες και πολυτελής διακοπές για όσους τη προτιμήσουν. Η διαφορά με άλλα είδη τουρισμού είναι ότι με το κρουαζιερόπλοιο, ο τουρίστας μπορεί να δει και να περιηγηθεί σε παραπάνω από έναν προορισμούς, σε ένα άνετο περιβάλλον το οποίο του παρέχει τα πάντα, τόσο σε διασκέδαση (μπαρ, εστιατόρια κλπ.) όσο και σε καταναλωτικά αγαθά (εμπορικά κέντρα κλπ.). Οι διαδρομές και οι προορισμοί που προσεγγίζουν τα κρουαζιερόπλοια αποτελούν διαφήμιση για τα ίδια τα κρουαζιερόπλοια. Ένα ελκυστικό λιμάνι το οποίο προσφέρει μια ευχάριστη εμπειρία για τον τουρίστα, θα βοηθήσει στην οικονομική ενίσχυση της περιοχής, αλλά και της εταιρίας. Έτσι λοιπόν, τα λιμάνια των προορισμών παίζουν τόσο σημαντικό ρόλο, όσο παίζουν και τα πλοία.

Λόγω αυτού του ρόλου, έχει δημιουργηθεί ένα τεράστιο ανταγωνιστικό κλίμα ανάμεσα στα λιμάνια των προορισμών. Το μεγαλύτερο λιμάνι υποδοχής κρουαζιερόπλοιων είναι το τερματικό του Μαϊάμι. Το λιμάνι του Μαϊάμι θεωρείται το μεγαλύτερο τερματικό λιμάνι κρουαζιερόπλοιων στο κόσμο, το οποίο διαχειρίζεται πάνω από 3,6 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιερόπλοιων κάθε χρόνο. Οι οικονομικές



αποδοχές του λιμανιού και της ευρύτερης περιοχής είναι ζωτικής σημασίας. Υπάρχουν πολλές χιλιάδες θέσεις εργασίας η οποίες έχουν δημιουργηθεί λόγω της τεράστιας δραστηριότητας της βιομηχανίας των κρουαζιερόπλοιων. Η προοπτική της μετατροπής του λιμανιού του Πειραιά σε τερματικό θα τονώσει την οικονομία της περιοχής, αλλά και της Ελλάδας μετατρέποντάς το σε παγκόσμιο τουριστικό προορισμό, προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων.

Στην αρχή η εργασία θα μελετήσει τη τουριστική δραστηριότητα στα θαλάσσια περιβάλλοντα. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναπτυχθεί η βιομηχανία της κρουαζιέρας τα λιμάνια προορισμών και οι επιπτώσεις της σε αυτά. Στο 3^ο κεφάλαιο θα γίνει μια πιο εκτενής αναφορά στα λιμάνια προορισμών, στα οφέλη τους από τη κρουαζιέρα καθώς και στον ανταγωνισμό που έχουν αναπτύξει μεταξύ τους. Στη συνέχεια θα αναλυθεί η μελέτη περίπτωσης που είναι το τερματικό λιμάνι του Μαϊάμι, και η σημασία στην οικονομία της περιοχής μέσω των επιπτώσεων του. Εκεί θα γίνει και μια μικρή αναφορά στο λιμάνι του Πειραιά και στις δυνατότητες του. Στο τέλος θα υπάρξουν συμπεράσματα.



1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Τουρισμός και οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα

Εισαγωγή

Η βιομηχανία του τουρισμού είναι ένας από τους πιο αναπτυσσόμενους και πιο αποδοτικούς τομείς για τη παγκόσμια οικονομία γενικότερα. Ως ένας από τους μεγαλύτερους οικονομικούς τομείς του κόσμου, ο τουρισμός δημιουργεί θέσεις εργασίας, οδηγεί τις εξαγωγές και παράγει ευημερία σε όλο τον κόσμο. Στην ετήσια ανάλυση του παγκόσμιου οικονομικού αντίκτυπου του Τουρισμού, ο τομέας αποδεικνύεται ότι αντιπροσωπεύει το 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ και 313 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, ή το 9,9% της συνολικής απασχόλησης, το 2017.

Ο κλάδος του τουρισμού έχει πολλούς τομείς, όπου ο κάθε τομέας διαφοροποιείται ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις εμπειρίες που θέλουν να βιώσουν οι τουρίστες. Η θάλασσα παίζει ίσως τον πιο μεγάλο ρόλο αναφορικά με τους τομείς του τουρισμού. Έτσι, μπορούν να αναγνωριστούν πολλές τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη θάλασσα. Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα γίνει αναφορά στις κυριότερες από αυτές που είναι, ο παράκτιος τουρισμός, ο αλιευτικός τουρισμός, ο καταδυτικός, και τέλος, ο ναυτικός τουρισμός που ενέχει μέσα του το Yachting και το τουρισμό με κρουαζιερόπλοιο.



Τουρισμός και τουριστική δραστηριότητα σε θαλάσσια περιβάλλοντα

Ο τουρισμός είναι μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες στον κόσμο. Δεν είναι τόσο εύκολο να δοθεί ένας σαφής και περιεκτικός ορισμός του τουρισμού, ιδιαίτερα όταν θεωρείτε ότι είναι πολύ στενά συνδεδεμένος με όλους τους άλλους τομείς της ζωής: οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό, περιβαλλοντικό και πολιτικό περιβάλλον. Πολλοί πιστεύουν ότι είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθεί ένας καθολικός ορισμός του τουρισμού και ότι θα ήταν ρεαλιστικό να γίνει αποδοχή της ύπαρξης πολλών διαφορετικών ορισμών, καθένας από τους οποίους είχε ως στόχο την εξυπηρέτηση συγκεκριμένου σκοπού (Honey & Krantz, 2007).

Ωστόσο, ο ορισμός του Fennell (1999) βρίσκεται πιο κοντά στον σκοπό του να καλύψει όλα τα πεδία. Ορίζει τον τουρισμό ως «... το αλληλένδετο σύστημα που περιλαμβάνει τους τουρίστες και τις συναφείς υπηρεσίες που παρέχονται και χρησιμοποιούνται (εγκαταστάσεις, αξιοθέατα, μεταφορές και καταλύματα) για να βοηθήσουν στην κίνησή τους ...». Ο Fennell προσθέτει επίσης ότι ο τουρίστας (το κύριο θέμα αυτής της δραστηριότητας), σύμφωνα με το UNWTO (Παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού), είναι «... ένα άτομο που ταξιδεύει για αναψυχή για μια τουλάχιστον νύχτα, αλλά όχι περισσότερο από ένα χρόνο για τους διεθνείς τουρίστες και έξι μήνες για τα άτομα που ταξιδεύουν στις χώρες τους, με κύριο σκοπό την επίσκεψη, εκτός από την άσκηση δραστηριοτήτων έναντι αμοιβής στον τόπο ή τους χώρους που επισκέφθηκε» (UNEP, 2009).

Οι τουριστικοί όγκοι, φυσικοί και οικονομικοί, σε όλο τον κόσμο, αυξάνονται, κατά μέσο όρο, συνεχώς. Η ανάπτυξη αυτή συμβαίνει σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από συχνές αναταράξεις στον πολιτικό και οικονομικό τομέα και περιστασιακά ατυχή γεγονότα που προκαλούνται από τις δυνάμεις της φύσης σε μερικούς από τους πιο ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς του κόσμου.



Από την άποψη της χωρικής κατανομής, ο τουρισμός είναι μια ιδιαίτερα κατακερματισμένη δραστηριότητα. Βρίσκεται σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα και προορισμούς, όπου υπάρχουν ποικίλα περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, κοινωνικά και φυσικά αξιοθέατα. Το γεγονός ότι σε μια σχετικά μικρή περιοχή υπάρχει υψηλή συγκέντρωση πείσεων μπορεί να έχει αρνητικές, αν και τοπικές, συνέπειες. Ωστόσο, οι σωρευτικές επιπτώσεις αυτών των επιπτώσεων μπορεί να είναι ακόμα μεγαλύτερες. Σε πολλές περιπτώσεις, ο τουρισμός, που είναι η δραστηριότητα που ξεκίνησε την οικονομική ανάπτυξη μιας περιοχής και κατά συνέπεια άλλες δραστηριότητες που αναπτύχθηκαν λόγω του τουρισμού, έχει αρχίσει να δημιουργεί αρνητικές επιπτώσεις στη βιωσιμότητα, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις είναι μεγαλύτερες από τα οφέλη που προσφέρει ο τουρισμός φέρνει (Beirman, 2003).

Ένα από τα πιο κοινά είδη τουρισμού είναι ο παράκτιος τουρισμός και, γενικότερα, ο τουρισμός που έχει ως βάση του το στοιχείο της θάλασσας. Βασίζεται σε ένα μοναδικό συνδυασμό πόρων στη διασύνδεση της ξηράς και της θάλασσας που προσφέρει ανέσεις όπως νερό, παραλίες, γραφική ομορφιά, πλούσια χερσαία και θαλάσσια βιοποικιλότητα, διαφοροποιημένη πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, υγιεινή διατροφή και, συνήθως, καλή υποδομή. Περιλαμβάνει μια ποικιλία δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται τόσο στις παράκτιες ζώνες όσο και στα παράκτια ύδατα, οι οποίες περιλαμβάνουν την ανάπτυξη τουριστικών ικανοτήτων (ξενοδοχεία, θέρετρα, δεύτερες κατοικίες, εστιατόρια κ.λπ.) και υποστηρικτική υποδομή (λιμάνια, μαρίνες, καταστήματα αλιείας και καταδύσεων, και άλλες εγκαταστάσεις). Εκτός από τις φυσικές συνθήκες, η ανάπτυξη του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές συνδέεται με τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του παραλήπτη, όπως τα συμφέροντα της τοπικής κοινότητας, τις συνθήκες υγείας και ασφάλειας, τους πολιτικούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των απρόβλεπτων



κρίσεων και τα παραδοσιακά μοντέλα τουρισμού. Η ανάπτυξη του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές έχει φτάσει στο αποκορύφωμά της τις τελευταίες δεκαετίες. Η οικονομική σημασία της τουριστικής δραστηριότητας σε θαλάσσια περιβάλλοντα είναι αναμφισβήτητη, αν και δεν υπάρχει ανάλυση που να προβλέπει ποιο θα είναι το άμεσο μερίδιο του παράκτιου τουρισμού στον τομέα του τουρισμού ή η πιθανή συμβολή του στην οικονομία στο σύνολό της. Ωστόσο, μεμονωμένες μελέτες δείχνουν ότι ο τομέας του τουρισμού αυτού σε διάφορες περιοχές του κόσμου αυξάνεται όλο και περισσότερο ως προς το μέγεθος και τη συμβολή του στις εθνικές οικονομίες καθώς και στην ευημερία των τοπικών κοινοτήτων (Clavé & Wilson, 2017).

Το βασικό εννοιολογικό ζήτημα της τουριστικής δραστηριότητας σε θαλάσσια περιβάλλοντα που πρέπει να επιλυθεί είναι η σύγκρουση μεταξύ των πλεονεκτημάτων που προσφέρει ο τουρισμός για την οικονομία στο σύνολό της και για το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται και τη μεγάλη επίδρασή της στο παράκτιο φυσικό περιβάλλον όσον αφορά την αστική εξάπλωση, η γραμμική αστικοποίηση, η πίεση στις ευαίσθητες περιοχές, η παραγωγή αποβλήτων και ο κατακερματισμός των οικοτόπων και το κοινωνικό περιβάλλον, όσον αφορά την απώλεια της κοινωνικής και πολιτιστικής ταυτότητας και αξιών (UNEP, 2009).

1.1.1. Παράκτιος τουρισμός

Η προέλευση του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές ξεκίνησε στις ρωμαϊκές εποχές, όταν κατασκευάστηκαν οι πρώτες βίλες στο νότιο τμήμα της χερσονήσου του Απεννίνου. Κατά τους αιώνες που ακολούθησαν, ιδιαίτερα από τα μέσα του 18ου αιώνα, ο παράκτιος τουρισμός γενικά σχετίζεται με τις θεραπευτικές ιδιότητες της θάλασσας και του ήλιου. Ο ήλιος, η θάλασσα και η άμμος συνέχισαν να παρέχουν τα βασικά συστατικά του παράκτιου τουρισμού μέχρι σήμερα, ειδικά στο δεύτερο μισό του 20ου αιώνα, η οποία χαρακτηρίστηκε από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.



Ο παράκτιος τουρισμός βασίζεται σε ένα μοναδικό συνδυασμό πόρων στη διασύνδεση της ξηράς και της θάλασσας που προσφέρει ανέσεις όπως νερό, παραλίες, γραφική ομορφιά, πλούσια χερσαία και θαλάσσια βιοποικιλότητα, διαφοροποιημένη πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά, υγιεινή διατροφή και καλή υποδομή. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο παράκτιος τουρισμός, όντας και αυτός ένα είδος τουρισμού που σχετίζεται με τα θαλάσσια περιβάλλοντα, περιλαμβάνει ποικιλία δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται τόσο στην παράκτια ζώνη όσο και στα παράκτια ύδατα, οι οποίες περιλαμβάνουν την ανάπτυξη τουριστικών ικανοτήτων (ξενοδοχεία, θέρετρα, δευτερες κατοικίες, εστιατόρια κλπ.) και υποδομή υποστήριξης (λιμάνια, μαρίνες, καταστήματα αλιείας και καταδύσεων, και άλλες εγκαταστάσεις) (Clavé & Wilson, 2017).

Οι παράκτιες δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες αυξάνονται τόσο σε όγκο όσο και σε αριθμό την τελευταία δεκαετία, καταλαμβάνουν μια μοναδική θέση στον παράκτιο τουρισμό. Παίρνουν δύο βασικούς τύπους ψυχαγωγικών χρήσεων των παράκτιων ζωνών: καταναλωτικές και μη καταναλωτικές. Δραστηριότητες όπως η αλιεία, η συλλογή οστρακοειδών και η συλλογή κελύφους κ.λπ. ανήκουν στην πρώτη κατηγορία ενώ οι δραστηριότητες στο δεύτερο περιλαμβάνουν κολύμπι, καταδύσεις, βαρκάδα, σερφινγκ, wind surfing, τζετ σκι, παρακολούθηση πουλιών (bird watching), κολύμβηση με αναπνευστήρα κλπ.

Ο παράκτιος τουρισμός εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τους φυσικούς πόρους (κλίμα, τοπίο, οικοσυστήματα) και πολιτιστικές (ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, τέχνες και βιοτεχνίες, παραδόσεις κ.λπ.). Περιλαμβάνει δραστηριότητες που μπορούν να διεξαχθούν μόνο σε συγκεκριμένες περιοχές και υπό συγκεκριμένες συνθήκες. Ως εκ τούτου, ορισμένες περιοχές θεωρούνται ιδιαίτερα κατάλληλες για συγκεκριμένους τύπους τουριστικών δραστηριοτήτων, για τις οποίες έγιναν γνωστές σε παγκόσμια



κλίμακα. Παραδείγματα περιλαμβάνουν ιστιοπλοΐα στον Κόλπο του Μεξικού, σερφινγκ στις παραλίες της Αυστραλίας και της Χαβάης ή καταδύσεις στην Ερυθρά Θάλασσα.

Εκτός από τις φυσικές συνθήκες, η ανάπτυξη του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές συνδέεται με τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του περιβάλλοντος υποδοχής, όπως τα συμφέροντα της τοπικής κοινότητας, οι συνθήκες υγείας και ασφάλειας, οι πολιτικοί παράγοντες όπως οι απρόβλεπτες κρίσεις, οι διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών και τα παραδοσιακά μοντέλα τουριστικής εκμετάλλευσης ή, απλά, μια επιτυχημένη ή λιγότερο αποτελεσματική απεικόνιση ενός προορισμού με γνώμονα την εμπορία. Οι περιβαλλοντικές συνθήκες, όπως οι απρόβλεπτες κλιματολογικές συνθήκες, οι ανθοφορία των φυκιών, οι άνεμοι και ο σχετικός κίνδυνος δασικών πυρκαγιών, τσουνάμι, καταιγίδες και πλημμύρες, καθώς και πολλά άλλα σταθερά χαρακτηριστικά ή απροσδόκητα γεγονότα επηρεάζουν την ανάπτυξη του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές (Jennings, 2004).

Ο τουρισμός συγκαταλέγεται στις κύριες οικονομικές δραστηριότητες σε πολλές χώρες. Τα στατιστικά στοιχεία του UNWTO (2007) δείχνουν ότι ο τουρισμός είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο όσον αφορά τον αριθμό των εμπλεκόμενων ατόμων και το οικονομικό κέρδος. Παρόλο που δεν υπάρχουν αξιόπιστα στοιχεία μόνο για τον παράκτιο τουρισμό, θεωρείται γενικά ότι αποτελεί μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες. Οι στατιστικές του UNWTO δείχνουν ότι 12 από τις 15 κορυφαίες χώρες προορισμού του κόσμου το 2000 ήταν χώρες με ακτογραμμές. Ως παράδειγμα, οι Bridges (1997) αναφέρουν ότι τρία αμερικανικά παράκτια κράτη (Φλόριντα, Καλιφόρνια και Νέα Υόρκη) φιλοξένησαν το 74% του συνόλου των 20,6 εκατομμυρίων επισκεπτών στις ΗΠΑ το 1995, δημιουργώντας το 85% των εισοδημάτων από τον τουρισμό. Σύμφωνα με τον ίδιο



συγγραφέα, ο τουρισμός στην Αμερική παράγει US \$ 640 δισεκατομμύρια ετησίως, που αντιστοιχεί στο 85% των εσόδων από τον τουρισμό (Bridges, 1997).

Ένα άλλο σημαντικό παράδειγμα είναι η λεκάνη της Μεσογείου. Με όλες τις δυσκολίες εξόρυξης δεδομένων από τις στατιστικές που συλλέχθηκαν για τις μεσογειακές χώρες στο σύνολό τους, η UNWTO εκτιμά ότι μόνο οι μεσογειακές παράκτιες περιοχές φιλοξένησαν περίπου 250 εκατομμύρια επισκέπτες το 2008. Όπως πρόβλεπε το Blue Plan (2005), ο αριθμός αυτός θα μπορούσε να αυξηθεί στα 312 εκατομμύρια έως το 2025. Σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Περιβάλλοντος (ΕΟΠ, 2005), οι μέγιστες πυκνότητες πληθυσμού στις μεσογειακές ακτές της Γαλλίας και της Ισπανίας φτάνουν τα 2.300 άτομα ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο, κάτι που είναι περισσότερο από το διπλάσιο της χειμερινής περιόδου (UNEP, 2009).

Η οικονομική σημασία του παράκτιου τουρισμού είναι αναμφισβήτητη. Ορισμένοι αριθμοί για τις δύο παραπάνω περιφέρειες μιλούν με σαφήνεια: μια μελέτη από τους Wilson και Wheeler (1997) δείχνει ότι ο κύριος παράκτιος τουρισμός στην Καλιφόρνια είναι, με τα 9,9 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ, ο μεγαλύτερος συντελεστής της οικονομίας του κράτους ακολουθούμενος από λιμάνια (6,0 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) και την εξόρυξη πετρελαίου (860 εκατ. δολάρια ΗΠΑ). Τα στοιχεία για τον ΕΟΠ για τη Γαλλία, για παράδειγμα, δείχνουν ότι ο τουρισμός παρέχει το 43% των θέσεων εργασίας στις γαλλικές παράκτιες περιοχές, δημιουργώντας περισσότερα έσοδα από την αλιεία ή τη ναυτιλία. Ομοίως, ο παράκτιος τουριστικός τομέας σε άλλες περιοχές του κόσμου αυξάνεται όλο και περισσότερο ως προς το μέγεθος και τη συμβολή του στις εθνικές οικονομίες καθώς και στην ευημερία των τοπικών κοινοτήτων.



1.1.2. Αλιευτικός τουρισμός

Όπως προαναφέρθηκε ένας απλός ορισμός του τουρίστα είναι ένα άτομο που ταξιδεύει μακριά από το σπίτι του και να διανυκτερεύσει εκεί, έστω για μία νύχτα για λόγους αναψυχής. Όταν ένας ψαράς απομακρύνεται από το σπίτι για να συμμετάσχει στην αλιεία για ψυχαγωγικούς σκοπούς, αγοράζοντας υπηρεσίες από μια πολυποίκιλη τουριστική βιομηχανία, αυτό μπορεί να οριστεί ως αλιευτικός τουρισμός.

Παρά την αύξηση των διεθνών ταξιδιών για συμμετοχή σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες και την προφανή σχέση μεταξύ ψυχαγωγικής αλιείας και τουρισμού, έχουν γίνει λίγες ακαδημαϊκές προσπάθειες για τη μελέτη της ψυχαγωγικής αλιείας από την άποψη του τουρισμού. Επιπλέον, παρά το μεγάλο εύρος έρευνας για τον αλιευτικό τουρισμό, μεγάλο μέρος του οποίου σχετίζεται με τον τουριστικό τομέα, είναι εντυπωσιακό το πόσο λίγη από αυτή την έρευνα επικεντρώνεται ρητά στην ψυχαγωγική αλιεία ως τουριστική δραστηριότητα (Borch, 2008).

Η ιστορία του αλιευτικού τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένη με την ιστορία της ψυχαγωγικής αλιείας. Είναι επίσης στενά συνδεδεμένη με την ιστορία του τουρισμού γενικότερα. Τα πρώτα ταξίδια συνδυάστηκαν με θρησκευτικά προσκυνήματα, επιστημονικές έρευνες, γεωγραφική εξερεύνηση, ανθρωπολογική μελέτη, εκμετάλλευση ανθρώπων και πόρων και κατάκτηση. Κατά τον δέκατο όγδοο και τον δέκατο ένατο αιώνα, οι ευρωπαίοι αριστοκράτες, η βρετανική κυβέρνηση και, αργότερα, οι πλούσιοι Αμερικανοί ταξίδευαν σε «μεγάλες περιηγήσεις» των φυσικών και πολιτιστικών χαρακτηριστικών της Ευρώπης. Με τη βιομηχανική επανάσταση, οι πρώτες διακοπές επί πληρωμή και οι δυνατότητες για ταξίδια με σιδηρόδρομο δημιούργησαν την ευκαιρία για μεγάλο αριθμό ατόμων να ταξιδεύουν σε παραθαλάσσια θέρετρα στην Ευρώπη (Borch, 2008a).



Στις Ηνωμένες Πολιτείες, ο αιδεσιμότατος William Murray της Βοστώνης δημοσίευσε ένα βιβλίο με τίτλο «Περιπέτειες στην άγρια φύση», εκθειάζοντας τις αρετές των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων σε εξωτερικούς χώρους και σύντομα, οι κάτοικοι των συνόρων, συμπεριλαμβανομένων πολλών ψαράδων, γέμισαν ειδικά διαμορφωμένα τρένα για μακρινούς προορισμούς. Η αλιεία, με την πάροδο του χρόνου, έγινε μια από τις πολλές προτιμώμενες δραστηριότητες για αυτούς που αναζητούσαν διακοπές. Στην ανάπτυξη του σύγχρονου αλιευτικού τουρισμού, ορισμένα είδη αλιείας, ορισμένα είδη ψαριών και ορισμένοι τουριστικοί προορισμοί ήταν πιο κεντρικοί από τους άλλους. Πιθανώς οι μεγαλύτερες επιρροές στον καθορισμό του αλιευτικού τουρισμού ήταν η Βρετανική Αυτοκρατορία που καθιέρωσε πεδία δραστηριοτήτων αναψυχής για ενδιαφερόμενους σε όλο τον κόσμο (Borch, 2008).

Αργότερα, διεθνείς συγγραφείς αλιείας, όπως οι Zane Gray, S. Kip Farrington Jr και Ernest Hemingway, ενίσχυσαν το ενδιαφέρον για διάφορα είδη τουριστικής αλιείας. Αυτή ήταν και η αρχή της πρώτης παγκόσμιας λέσχης ψαρέματος στον κόσμο, συμπληρώνοντας τους πρώτους κανόνες αλιείας και την δεοντολογία της αλιείας. Ο Lerner ανακάλυψε τη δυναμική που είχε το ψάρεμα του τόνου το 1935 και συμβούλευσε τους τοπικούς αλιείς να προσαρμόσουν τα σκάφη τους με τέτοιο τρόπο, ώστε να εξυπηρετεί τις απαιτούμενες ανάγκες για ψάρεμα τόνου. Η αθλητική αλιεία τόνου οδήγησε στην ταχεία δημιουργία τουριστικής βιομηχανίας στην περιοχή (Borch, 2008).

Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία στα χόμπι, τα ενδιαφέροντα και τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες που θέλουν να συμμετάσχουν οι άνθρωποι στις διακοπές τους. Στον αλιευτικό τουρισμό, η ζήτηση για ποικιλομορφία δεν αντανακλάται μόνο στη ζήτηση αλλαγών στις αλιευτικές περιοχές αλλά και σε ζήτηση για ποικιλία στην ποιότητα της αλιείας, ποικιλία στο μέγεθος και τον αριθμό των ψαριών και ποικιλία σε επιθυμητά



είδη. Όταν οι ψαράδες απομακρύνονται από το σπίτι του για να ψαρέψουν, παίρνουν μαζί τους τις εθνικές παραδόσεις τους για αναψυχή, γεγονός που αυξάνει την ποικιλία των αλιευτικών προτιμήσεων. Δεδομένου ότι οι πάροχοι αλιευτικών εμπειριών πρέπει να απαντήσουν σε αυτή τη ποικιλία της ζήτησης, ο διεθνής αλιευτικός τουρισμός έχει πολλές μορφές. Μεταξύ των διαφόρων αλιευτικών προϊόντων και εμπειριών που προσφέρονται σε όλο τον κόσμο, υπάρχει η αλιεία σε λίμνες, σε υδατοκαλλιέργειας, η αλιεία σε γλυκά νερά (ποτάμια, κανάλια κ.α.) και την παράκτια ή ωκεάνια αλιεία. Ο αλιευτικός τουρισμό γλυκού νερού μπορεί να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως το ψάρεμα από ένα σκάφος σε μεγάλες λίμνες, η ψάρεμα με καλάμι από την ακτή, τοποθέτηση μικρών διχτύων σε ποτάμια η το flyfishing (Chen et al., 2003).

Ο ωκεάνιος ή θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός περιλαμβάνει ψάρεμα σε πολύ βαθιά ύδατα, αλιεία από σκάφη καθώς και αλιεία από την ακτή. Η αλιεία από σκάφος μπορεί να προσφερθεί με ή χωρίς οδηγό / κυβερνήτη, ανάλογα με τους κανονισμούς και τις απαιτήσεις των τουριστών. Οι δυνατότητες διατήρησης των αλιευμάτων εξαρτώνται επίσης από τους κανόνες και τις παραδόσεις διαχείρισης. Μπορεί να υπάρχουν διεθνή, εθνικά, περιφερειακά και τοπικά καθεστάτα διαχείρισης και διαφορετικοί κανόνες για εγχώριους και μη εγχώριους ψαράδες καθώς και για ντόπιους και μη ντόπιους ψαράδες.



Τα διαφορετικά συστήματα διαχείρισης που ρυθμίζουν τη δραστηριότητα των τουριστών αλιείας είναι περιορισμένα (π.χ. άγκιστρα, μόνο τεχνητά δολώματα, μόνο flyfishing), προστατευόμενα είδη, προστατευόμενες περιοχές, κλειστές περίοδοι, άδειες αλιείας, όρια, υποχρεωτικές αναφορές αλιευμάτων, απαγόρευση χρήσης του ζωντανού δολώματος. Σε ορισμένους προορισμούς ο αλιευτικός τουρισμός ρυθμίζεται μέσω περιορισμών που δέχονται εταιρείες που προσφέρουν την αλιεία ως δραστηριότητα στους τουρίστες.

Οι τουρίστες που αλιεύουν κατά τον ελεύθερο χρόνο τους μπορεί να έχουν αγοράσει ένα ταξιδιωτικό πακέτο που να εστιάζει αποκλειστικά στην αλιεία. Άλλοι τουρίστες μπορεί να ασχολούνται με την αλιεία ως μία από τις πολλές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, συνδυάζοντας την με άλλες υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής ή με αξιοθέατα, μουσεία, ιστορικά μνημεία και άλλες δραστηριότητες όπως ψώνια ή ηλιοθεραπεία. Ενώ τα περισσότερα τουριστικά προϊόντα αλιείας απευθύνονται σε έμπειρους ή και επαγγελματίες, η αλιεία μπορεί επίσης να είναι μία από τις πολλές δραστηριότητες που προσφέρεται στους ερασιτέχνες/αρχάριους στο πλαίσιο ενός ταξιδιού (Borch, 2008a).

Παρόλο που ο τουρισμός είναι εμπορική δραστηριότητα, πολλά σημαντικά στοιχεία της τουριστικής εμπειρίας θα αγνοηθούν με την εστίαση μόνο στις εμπορικές πτυχές του. Όσον αφορά τον αλιευτικό τουρισμό, το τοπίο, το καθαρό νερό, η ηρεμία και τα πολιτιστικά αγαθά των τόπων είναι συχνά ελεύθερα αγαθά (Cheong 2003). Ο αλιευτικός τουρισμός βασίζεται σε αυτά τα ελεύθερα αγαθά, καθώς και στις υποδομές του δημόσιου τομέα όπως οι μεταφορές, τα λιμάνια, οι αποβάθρες και τα σκάφη αναψυχής.



Εξετάζοντας τις επιχειρήσεις που παρέχουν κάποιο είδος υπηρεσιών στους τουρίστες αλιείας, η βιομηχανία τουριστικής αλιείας περιλαμβάνει διάφορους τομείς. Ορισμένες επιχειρήσεις είναι μοναδικές για την τουριστική βιομηχανία αλιείας και άλλες είναι κοινές σε πολλές μορφές τουρισμού. Οι σχετικές βιομηχανίες στον αλιευτικό τουρισμό μπορούν να περιλαμβάνουν καταστήματα λιανικής πώλησης, βενζινάδικα, εστιατόρια, παντοπωλεία, καταστήματα με είδη δώρων, εταιρείες μεταφορών (σκάφη, αεροπλάνα, ενοικιάσεις αυτοκινήτων), παρόχους διαμονής, τουριστική πληροφόρηση (κέντρα επισκεπτών, ταξιδιωτικά βιβλία) και άλλα αξιοθέατα και δραστηριότητες στην εν λόγω περιοχή (Ditton et al., 2002).

Οι άμεσες δαπάνες από τον αλιευτικό τουρισμό είναι οι πόροι που ξοδεύουν οι τουρίστες για τις άδειες, τη μεταφορά, τη στέγαση, τη ενοικίαση σκαφών, τις υπηρεσίες καθοδήγησης, τον αλιευτικό εξοπλισμό και ούτω καθεξής. Οι έμμεσες επιπτώσεις από αυτή τη δραστηριότητα είναι οι οικονομικές επιπτώσεις που δημιουργούνται ως αποτέλεσμα των αλιευτικών εταιρειών τουρισμού που αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες από άλλες βιομηχανίες. Το άθροισμα των άμεσων, έμμεσων και επαγόμενων αποτελεσμάτων συνιστά τη συνολική οικονομική επίπτωση του αλιευτικού τουρισμού (Chen et al., 2003).

1.1.3. Ο καταδυτικός τουρισμός

Η δημοτικότητα των καταδύσεων αναψυχής έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες σε βαθμό που οι καταδύσεις και η επιχειρηματική δραστηριότητα που την υποστηρίζει έχουν καταστεί σημαντικοί τουριστικοί τομείς που διεγείρουν μια παγκόσμια βιομηχανία δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η συνεχιζόμενη ζήτηση για καταδύσεις οδήγησε στην επιθυμία των δυτών να γνωρίσουν και να ζήσουν τη θαλάσσια φύση. Ταυτόχρονα, η ευρύτερη πρόσβαση σε ελκυστικά υποβρύχια αξιοθέατα μέσω της τεχνολογικής προόδου, της εκπαίδευσης, και του εξοπλισμού



δημιούργησαν μια ακμάζουσα βιομηχανία του καταδυτικού τουρισμού (SDT) που υποστηρίζει τη δραστηριότητα κατάδυσης. Υπάρχει πλέον μια μεγάλη αύξηση προορισμών και τουριστικών επιχειρήσεων που εργάζονται για να φιλοξενήσουν και να εξυπηρετήσουν τον καταδυτικό τουρισμό που αναζητούν πρόσβαση σε θαλάσσια περιβάλλοντα και άγρια πανίδα. Τώρα, οι τουρίστες καταδύσεις ταξιδεύουν σε όλο τον κόσμο και επισκέπτονται κοραλλιογενείς υφάλους σε 91 χώρες (Dimmock & Musa, 2015).

Ένας αυξανόμενος αριθμός δημοσιεύσεων τα τελευταία χρόνια προειδοποίησε για τα πολλά θέματα και τις ανησυχίες που σχετίζονται με τον καταδυτικό τουρισμό. Μια ανασκόπηση της έρευνας από το 2005 αποκαλύπτει περίπου 16.000 δημοσιεύσεις σχετικές με καταδύσεις. Η έρευνα αυτή περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα που εκτείνεται από τις επιπτώσεις του θαλάσσιου περιβάλλοντος στην ανθρώπινη φυσιολογία, την υγεία, την ασφάλεια, το κίνητρο και την ικανοποίηση των δυτών. Πολλές από αυτές τις μελέτες υποστηρίζουν μια προσπάθεια κατανόησης των ζητημάτων της κατάδυσης και του συναφούς τουρισμού, ωστόσο λιγότερο από το 30% ενσωματώνουν πολλούς παράγοντες και προοπτικές με ολιστικό ή συστηματικό τρόπο.

Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μια οικονομικά σημαντική βιομηχανία που αποδεικνύεται από τον αριθμό των τοποθεσιών που προωθούν τους θαλάσσιους πόρους τους στις προσπάθειες να γίνουν καταδυτικοί προορισμοί και καταδυτικά hotspots. Αυτό διαπιστώνεται στη δημοτικότητα των Koh Tao στην Ταϊλάνδη, Layang Layang και Sipadan στη Μαλαισία και του Μεγάλου Barrier Reef στην Αυστραλία. Αυτό υποστηρίζεται από έρευνα που αξιολογεί την οικονομική αξία του καταδυτικού τουρισμού για βιομηχανίες και προορισμούς. Η ζήτηση των τουριστών για καταδύσεις έχει οδηγήσει σε παγκόσμια εμφάνιση ενός εξειδικευμένου τομέα που αντιπροσωπεύει τον τουρισμό υψηλής εισοδηματικής απόδοσης (Seymour, 2012).



Μια σειρά από έρευνες εξέτασαν επίσης τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της κατάδυσης στα θαλάσσια οικοσυστήματα. Για παράδειγμα, η συχνότητα και η ποικιλομορφία της χρήσης μεταβάλλουν το θαλάσσιο περιβάλλον και τα τοπία. Επίσης μέσω μια έρευνας του Atkins τονίστηκε η ευθραυστότητα των οικοσυστημάτων που χρησιμοποιούνται για τον τουρισμό και σημείωσε τη σημασία της συνεχιζόμενης αξιολόγησης των οικολογικών, κοινωνικών και οικονομικών παραγόντων για την ενημέρωση των συζητήσεων για τη βιωσιμότητα. Εν τω μεταξύ, ο Liu υποστηρίζει ότι η αλλαγή των περιβαλλοντικών πόρων σε έναν προορισμό δεν καθιστά την αειφορία ως αποτυχία, καθώς ορισμένες επιπτώσεις είναι αναπόφευκτες. Η κατάδυση σε ευαίσθητες και εύθραυστες τοποθεσίες απαιτεί αποτελεσματική διαχείριση για την προστασία των οικολογικών και πολιτιστικών αξιών. Κατά την αναζήτηση βιώσιμων προσεγγίσεων, είναι αναγκαίο να κατανοηθούν οι διασταυρώσεις μεταξύ κοινωνικών και περιβαλλοντικών συστημάτων ως τα κρίσιμα σημεία από τα οποία θα προωθηθεί η βιωσιμότητα στον καταδυτικό τουρισμό (Musa & Dimmock, 2013).

Οι δύο γενικά εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από ένα ευρύ φάσμα φορέων της βιομηχανίας για να έχουν προσιτές και ικανοποιητικές εμπειρίες κατάδυσης. Συνεπώς, η βιομηχανία τουρισμού καταδύσεων επικεντρώνεται στους προμηθευτές υπηρεσιών καταδύσεων (χειριστές καταδύσεων, υπηρεσίες ναύλωσης, εκπαίδευση κατάδυσης και κατάρτισης, ειδικές λιανικές υπηρεσίες κατάδυσης, αναμνηστικά κλπ.). Ωστόσο, ο καταδυτικός τουρισμός εξαρτάται επίσης από ένα ευρύ φάσμα συνδεδεμένων υπηρεσιών και τουριστικών βιομηχανιών που παρέχουν πρόσβαση και βασικές υπηρεσίες σχετικές με τον τουρισμό (όπως οι πάροχοι πληροφοριών, οι έμποροι, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες, τα καταλύματα, οι μεταφορές, οι υπηρεσίες τροφίμων και ποτών, τα καταστήματα αναμνηστικών, υπηρεσίες, ιατρικές υπηρεσίες, υπηρεσίες εστίασης για τους δύο και τον τουρισμό γενικότερα). Αυτοί οι πάροχοι της



τουριστικής βιομηχανίας βρίσκονται όχι μόνο στις περιοχές προορισμού αλλά και στις διαδρομές διαμετακόμισης και δημιουργούν περιοχές σε όλο τον κόσμο, καθώς και μια αυξανόμενη σύνδεση. Κατά συνέπεια, το ευρύ φάσμα βιομηχανιών και φορέων που παρέχουν υπηρεσίες και προϊόντα καταδυτικού τουρισμού μπορεί να παραλειφθεί στις διαδικασίες χάραξης πολιτικής και σχεδιασμού όπου δεν χρησιμοποιείται μια προσέγγιση συστημάτων (Lew, 2013).

Η απόκτηση μιας καλής εμπειρίας από τον καταδυτικό τουρισμό προϋποθέτει τη σύμβαση μεταξύ των τουριστών (δυτών), με τον προμηθευτή του κλάδου ο οποίος πρέπει να παρέχει ένα επίπεδο φροντίδας και ευθύνης για την ασφάλεια και τη διαχείριση κινδύνων. Η νομοθεσία ενισχύει αυτές τις ευθύνες. Ο κλάδος διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην κατάρτιση όσον αφορά την ανάπτυξη δεξιοτήτων και ικανοτήτων. Ωστόσο, η τρέχουσα τυποποιημένη προσέγγιση της κατάρτισης και της πιστοποίησης μπορεί να μην επαρκεί για να εξασφαλίσει χαμηλές επιπτώσεις του καταδυτικού τουρισμού λόγω της ποικιλομορφίας των δεξιοτήτων και των εμπειριών του δύτε σε ολόκληρη τη διεθνή κοινότητα.

Πέρα από την εκπαίδευση, οι υπηρεσίες τουριστικών καταδύσεων μπορούν να περιλαμβάνουν μια βάρκα, και μια ανάλογη υποβρύχια διαχείριση των δυτών, οι οποίοι οφείλουν να πράττουν με τη δέουσα προσοχή και δεξιοότητα. Με αυτόν τον τρόπο οι επαγγελματίες του καταδυτικού τουρισμού ελέγχουν τους πραγματικούς κινδύνους ενώ διαχειρίζονται και προλαμβάνουν ενδεχόμενους αντιληπτούς κινδύνους, επιτρέποντας στους τουρίστες να βιώνουν τη συγκίνηση και την περιπέτεια που αναζητούν. Ο Thirumoorthi σημείωσε ότι οι χειριστές που επικεντρώνονται στον επαγγελματισμό και την προσοχή στην ασφάλεια κατά τη διάρκεια της εκδρομής με καταδύσεις, δίνουν στους τουρίστες/δύτες μεγαλύτερη αίσθηση εμπιστοσύνης πράγμα το οποίο είναι απαραίτητο σε μια τέτοιου είδους δραστηριότητα. Αυτά τα



χαρακτηριστικά συμβάλλουν επίσης σημαντικά στην ικανοποίηση του επαγγελματία στο καταδυτικό τουρισμό ως μέρος της παροχής υπηρεσιών (Dimmock & Musa, 2015).

Ο καταδυτικό τουρισμός εξαρτάται από την προσβασιμότητα, την προσεκτική διαχείριση και την υπεύθυνη χρήση του θαλάσσιου περιβάλλοντος. Η εμπιστοσύνη του κλάδου σε ποιοτικά θαλάσσια περιβάλλοντα είναι εμφανής στην τακτική χρήση προστατευόμενων θαλάσσιων περιοχών, οι οποίες αποτελούν σημαντική έλξη λόγω της ποιότητας των υποβρύχιων αξιοθέατων που προσφέρουν. Εντούτοις, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές καθιερώνονται κυρίως για τη διατήρηση της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας και ως εκ τούτου η προστασία από τις ανθρώπινες επιπτώσεις είναι κρίσιμη. Στο παρελθόν έχουν σημειωθεί ενδείξεις κακής διαχείρισης προστατευόμενων θαλάσσιων περιοχών, ιδιαίτερα σε τροπικές τοποθεσίες με αναπτυσσόμενες οικονομίες με αυξημένη τουριστική δραστηριότητα. Στο Κουρασάο της Καραϊβικής, η κακή κυβερνητική διαχείριση των θαλάσσιων πάρκων οδήγησε τους οργανισμούς προστασίας του θαλάσσιου περιβάλλοντος, περιλαμβανομένων των φορέων τουρισμού κατάδυσης, να αναλάβουν μεγαλύτερη ευθύνη για την προστασία των υφάλων.

Ο καταδυτικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει μια μεγάλη οικονομική ενίσχυση για τη διατήρηση της θαλάσσιας προστασίας σε πολλές τοποθεσίες. Οι τοπικές κυβερνήσεις είναι επίσης σε θέση να επενδύσουν στην παρακολούθηση θαλάσσιων περιβαλλόντων, στην ενθάρρυνση της έρευνας και στην πρόληψη της υπεραλίευσης και άλλων αρνητικών διαδικασιών. Οι αρνητικές επιπτώσεις στους θαλάσσιους πόρους από την κατάδυση έλαβαν προσοχή για κάποιο χρονικό διάστημα με την έγκαιρη αναγνώριση του δυναμισμού που αποκτούσε ο μαζικός καταδυτικός τουρισμός με αποτέλεσμα να βλάψει τα θαλάσσια οικοσυστήματα (Seymour, 2012).



Η εξασφάλιση του βιώσιμου μέλλοντος του καταδυτικού τουρισμού απαιτεί την κατανόηση των ζητημάτων που προκύπτουν από την επιθυμία των δυτών να μεγιστοποιήσουν τις εμπειρίες τους, τις προσπάθειες της βιομηχανίας να καταστήσει δυνατή την επίτευξη των εμπορικών στόχων, τις ανάγκες και τις προτεραιότητες της κοινότητας υποδοχής, περιβάλλοντος και των τιμών διατήρησης μακροπρόθεσμα. Αυτοί οι περίπλοκοι και μερικές φορές ανταγωνιστικοί στόχοι μπορούν να αποτελέσουν πρόκληση για τους πολλούς ενδιαφερόμενους που χρησιμοποιούν, διαχειρίζονται και εκτιμούν το θαλάσσιο περιβάλλον. Είναι επίσης προφανές ότι ο καταδυτικός τουρισμός σε θαλάσσια περιβάλλοντα μπορεί να δημιουργήσει ζητήματα που έχουν συνέπειες σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και παγκόσμιο πλαίσιο. Ωστόσο, ο καταδυτικός τουρισμός απαιτεί βιώσιμες αρχές και πρακτικές, για να καταφέρουν οι βιώσιμοι θαλάσσιοι πόροι και οι εμπειρίες να εξασφαλίζουν μια καλή ποιότητα στις καταδύσεις και στο μέλλον, αποφέροντας τεράστια οικονομική ενίσχυση στις περιοχές που τις «εμπορεύονται» (Seymour, 2012).

1.1.4. Ναυτικός τουρισμός

Ο τουρισμός ως βιομηχανία και ο ναυτικός τουρισμός ως αναπόσπαστο τμήμα του είναι ένας σημαντικός τομέας του οποίου οι έμμεσες επιδράσεις είναι πιο σημαντικές από τις άμεσες, υποστηρίζοντας έτσι την ανάπτυξη πολλών άλλων βιομηχανιών. Τα τελευταία 30 χρόνια, οι τρεις βασικές βιομηχανίες του ναυτικού τουρισμού [τα λιμάνια σταθμοί (μαρίνες), το Yachting και οι κρουαζιέρες] παρουσιάζουν συνεχώς υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Σε αυτήν την εποχή κρίσης, με την έλλειψη εφευρετικότητας και επενδύσεων, ο ναυτικός τουρισμός και οι τομείς του αποτελούν μια νέα ευκαιρία ανάπτυξης. Η ανάπτυξή της μπορεί να φανεί σαφώς σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο και τα συστατικά της μέρη γίνονται δυναμικοί τοπικοί οικονομικοί ηγέτες (Lukonιά, 2012).



Ο ναυτικός τουρισμός ως φαινόμενο είναι μια πτυχή του τουρισμού γενικά, η οποία έχει αναπτυχθεί ως μια υποκατηγορία αυτού. Το ζήτημα του καθορισμού του ναυτικού τουρισμού πρέπει συνεπώς να εξεταστεί στο πλαίσιο ενός γενικού ορισμού του τουρισμού. Ετυμολογικά, ο ναυτικός τουρισμός είναι ένας συνδυασμός δύο εννοιών, της ναυτικής δραστηριότητας και του τουρισμού. Η έννοια του τουρισμού είναι γνωστή και επαρκώς αναφερόμενη σε προηγούμενες υποενότητες, επομένως δεν χρειάζεται περαιτέρω ανάλυση. Ο δεύτερος όρος αναπτύχθηκε από την ελληνική λέξη ναυς, που σημαίνει πλοίο, βάρκα ή ναυτικό πλοίο. Με σύγχρονους όρους, η ναυσιπλοΐα είναι ένα σύνολο πρακτικών και θεωρητικών γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται για έναν κυβερνήτη σκαφών να ταξιδεύει με ασφάλεια και επιτυχία από το λιμάνι αναχώρησης μέχρι το λιμάνι άφιξης.

Ο όρος πλοήγηση, μαζί με τον σχετικό όρο ναυτιλία, με την ευρύτερη έννοια του, σημαίνει ναυσιπλοΐα. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο ο όρος θαλάσσιος τουρισμός και άλλες έννοιες που υποδηλώνουν ναυτικό τουρισμό, όπως το Yachting κ.α., χρησιμοποιούνται στη διεθνή ορολογία. Πέραν αυτών, ο όρος θαλάσσιος τουρισμός έχει γίνει πιο συνηθισμένος, υπογραμμίζοντας έτσι τη θάλασσα συνιστώσα του ναυτικού τουρισμού. Το επίκεντρο του τουρισμού για σκάφη αναψυχής είναι το σκάφος ως σύμβολο της πολυτέλειας στη θάλασσα. Αυτό συμβάλλει στον σαφέστερο ορισμό του όρου ναυτικός τουρισμός, ο οποίος είναι στην πραγματικότητα περισσότερο μέρος της τουριστικής και όχι της θαλάσσιας βιομηχανίας. Στην πράξη, ειδικά στα πανεπιστήμια, ο ναυτικός τουρισμός διεκδικείται από σχολές οικονομικών και ναυτικών σπουδών, το καθένα για δικούς τους λόγους (Lukonić, 2012).

Ο ορισμός του ναυτικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει θέμα ανησυχίας στο συγκεκριμένο πλαίσιο της εθνικής νομοθεσίας, για παράδειγμα στην Κροατία, η οποία με το ειδικό του νόμο «Νόμος για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών» ορίζει τον



ναυτικό τουρισμό και εξηγεί ποιες δραστηριότητες μπορούν να συμπεριληφθούν στο συγκεκριμένο κεφάλαιο. Όλοι αυτοί οι ορισμοί έχουν τον ιδιαίτερο σκοπό τους, οπότε δεν πρέπει να παραμεληθούν αλλά μάλλον να κατανοηθούν και να οικοδομηθούν. Ένας ορισμός που δόθηκε από τους Ελβετούς W. Hunziker και K. Karpf, ορίζει το ναυτικό τουρισμό ως «ένα σύνολο πολυλειτουργικών δραστηριοτήτων και σχέσεων που προκαλούνται από την παραμονή του τουριστικού σκάφους μέσα ή έξω από τους λιμένες, και από τη χρήση πλοίων ή άλλων αντικειμένων που σχετίζονται με τις ναυτικές και τουριστικές δραστηριότητες, το σκοπό της αναψυχής, του αθλητισμού, της ψυχαγωγίας ή άλλων αναγκών».

Τα λιμάνια σταθμοί (μαρίνες) είναι τα σημαντικότερα εμπορικά λιμάνια του ναυτικού τουρισμού. Είναι δύσκολο να δοθούν συγκεκριμένα στοιχεία για το μέγεθος, τον τύπο και τις δυνατότητες της βιομηχανίας θαλάσσιων λιμένων στην Ευρώπη, διότι δεν υπάρχει επαγγελματική ένωση που να συλλέγει, να επεξεργάζεται, να ερευνά, να ενοποιεί τα δεδομένα και να ενθαρρύνει την ανάπτυξη του κλάδου. Ωστόσο μπορεί να εκτιμηθεί ότι η Ευρώπη έχει περίπου 4.400 μαρίνες, εκ των οποίων πάνω από 1.600 είναι υψηλής ποιότητας με 400 θέσεις πλοίων που πληρούν τα υψηλότερα πρότυπα. Περίπου 600 μαρίνες γλυκού νερού και εκείνες που ανήκουν σε αγορές για τις οποίες δεν υπάρχουν στοιχεία, εκτιμάται ότι η Ευρώπη έχει πάνω από 5.000 μαρίνες με περισσότερες από 500.000 θέσεις. Οι εκτιμήσεις των κεφαλαιακών αποδοχών της βιομηχανίας λιμένων/μαρίνων ανέρχονται σε 60 δισεκατομμύρια ευρώ, λαμβάνοντας υπόψη τα πάντα, από τις ίδιες τις αποβάθρες έως τις εγκαταστάσεις υποστήριξης (Lukonιά, 2012).

Οι μαρίνες μπορούν να ταξινομηθούν σύμφωνα με το επίπεδο του εξοπλισμού τους: βασικά χαρακτηριστικά, με βασικές ανέσεις, πολυτέλεια, με υψηλό επίπεδο ανέσεων, αναψυχής, με τη δυνατότητα χρήσης πρόσθετων αθλητικών, ψυχαγωγικών



και ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων. Είδος κατασκευής: Αμερικανικού, τύπου Ατλαντικού τύπου, Μεσογειακού τύπου. Θέση της θαλάσσιας ζώνης: ανοιχτή, ημίκλειστη, περιφραγμένη. Τύπος ιδιοκτησίας: ιδιωτική, δημόσια, δημοτική. Τοποθεσία: θάλασσα, λίμνη, ποτάμι κανάλι.

Κάθε μία από αυτές τις ταξινομήσεις υποδηλώνει το δικό της σκοπό. Δεδομένου ότι η βιομηχανία λιμανιών/μαρίνας αποτελεί μέρος σχεδόν όλων των εθνικών οικονομιών, η σημασία της αντικατοπτρίζεται από τις δυνατότητες που παρέχει στην αγορά. Η ανάλυση της βιομηχανίας λιμανιών/μαρίνας υπογραμμίζει τις σημαντικές διακυμάνσεις που σημειώνονται στους προορισμούς και τον τρόπο με τον οποίο οι μαρίνες προσαρμόζονται σ' αυτές.

Το Yachting είναι μια αναδύομενη βιομηχανία στις παράκτιες περιοχές, ιδιαίτερα στις μεσογειακές χώρες. Η αυξανόμενη επιτυχία του τουρισμού με γιοτ έχει οδηγήσει σε σημαντική ανάπτυξη στα σχετικά επιχειρηματικά του τμήματα. Ως ειδική κατηγορία του τουρισμού αναψυχής, ο τουρισμός με γιοτ έχει θετικό οικονομικό αντίκτυπο στις παράκτιες περιοχές και συμβάλλει ουσιαστικά στην τοπική οικονομία. Το Yachting αναφέρεται ως μια θαλάσσια ψυχαγωγική δραστηριότητα στην οποία οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν γιοτ για αναψυχή το οποίο είναι ένα σκάφος που χρησιμοποιείται για αναψυχή. Η άνοδος του ατμοκίνητου σκάφους και άλλων τύπων μηχανοκίνητων σκαφών έπαιξαν σημαντικό ρόλο για την εξέλιξη των ιστιοπλοϊκών τα οποία μετατράπηκαν σε σκάφη αναψυχής. Υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη σκαφών αναλόγως της χρήσης και του μεγέθους τους, δηλαδή, ιστιοπλοϊκά σκάφη, μεγάλα σκάφη κλπ. Το μήκος των σκαφών κυμαίνεται από 10 μέτρα έως δεκάδες μέτρα. Γενικά, ένα μικρό σκάφος κυμαίνεται γύρω στα 12 μέτρα, με μέγιστο αριθμό επιβατών τους 36, ενώ ένα μεγάλο γιοτ κυμαίνεται σε μήκους άνω των 50 μέτρων (Sevinç & Güzel, 2017).



Ένας αναμφίβολα τεράστιος αριθμός τουριστών που ενδιαφέρονται για το Yachting τα τελευταία χρόνια, επέτρεψε στον τουριστικό τομέα, ο οποίος βρίσκεται σε διαδικασία ταχείας ανάπτυξης στις παράκτιες χώρες, να αποτελέσει σημαντικό τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας, η οποία έχει καταστεί μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες στον κόσμο. Οι τεχνολογικές εξελίξεις που ασκούνται στα σκάφη, η επιθυμία των τουριστών που ενδιαφέρονται να βρουν νέους προορισμούς, η εγγύτητα των προορισμών, το κλίμα, η βλάστηση, οι φυσικές συνθήκες όπως οι όρμοι, οι δραστηριότητες, ο τρόπος ζωής, τα έθιμα και οι παραδόσεις, οι επένδυσης των χωρών στον τουρισμό, καθώς και η ευκολία μεταφοράς, επέτρεψαν σε πολλές χώρες του κόσμου να βρεθούν στη διαδρομή του Yachting (Sevinç & Güzel, 2017).

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού το 2015, με 609 εκατομμύρια τουρίστες που επισκέπτονται την Ευρώπη, η περιοχή κατατάσσεται στην πρώτη θέση ως η κορυφαία τουριστική περιοχή. Ακολουθεί η περιοχή Ασίας-Ειρηνικού που καλωσορίζει 278 εκατομμύρια τουρίστες και οι Ηνωμένες Πολιτείες λαμβάνουν 191 εκατομμύρια τουρίστες (UNWTO, 2016: 15). Η ανάλυση των πλέον προτιμώμενων τουριστικών περιφερειών όσον αφορά τον τουρισμό με γιοτ έδειξε ότι συμπεριλαμβάνονται οι Νήσοι της Καραϊβικής και οι ακτές της Μεσογείου, οι οποίες αποτελούν δύο σημαντικούς προορισμούς για τον τουριστικό τομέα των σκαφών στη διαδρομή πολλών τουριστών που ενδιαφέρονται για το Yachting. Είναι γνωστό ότι οι προορισμοί του τουρισμού για γιοτ έχουν κινηθεί ιστορικά από τη Δυτική Μεσόγειο προς την Ανατολική Μεσόγειο λόγω ποικίλων λόγων (Sevinç & Güzel, 2017).

Είναι επίσης γνωστό ότι η Ευρώπη αποτέλεσε το κέντρο για το 70% των ναυλωμένων σκαφών, με μεγάλο αριθμό από αυτά να πραγματοποιούνται στη λεκάνη της Μεσογείου. Για το λόγο αυτό, οι ναυτικές δραστηριότητες αντιπροσωπεύουν σημαντικό εισόδημα για τις παράκτιες και νησιωτικές οικονομίες στην Ευρώπη



(Diakomihalis & Lagos, 2011). Επιπροσθέτως, τα σκάφη, τα θαλάσσια σπορ και οι λιμάνια/μαρίνες παρέχουν μια ευκαιρία απασχόλησης για 180.000 άτομα και αντιπροσωπεύουν ένα ετήσιο εισόδημα περίπου 17 δισ. (Europeanboatingindustry.eu, 2018)

Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο είναι ένα από τα πιο δημοφιλή, ταχύτερα αναπτυσσόμενα και πιο κερδοφόρα τμήματα της τουριστικής βιομηχανίας. Έχει εξελιχθεί από τη δεκαετία του 1960 από μια ψυχαγωγική δραστηριότητα για κάποια πλούσια άτομα έως μια επιλογή μαζικής αγοράς για παραθεριστές από ένα ευρύ φάσμα εισοδημάτων. Οι εταιρίες κρουαζιέρας προσφέρουν σήμερα εκτεταμένα δρομολόγια σε όλο και πιο ποικίλους λιμένες/μαρίνες. Έχουν επίσης εισαγάγει καινοτόμες εγκαταστάσεις όπως πρόσβαση σε κινητά τηλέφωνα, Internet και ζώνες Wi-Fi, τοίχους αναρρίχησης, σέρφινγκ, βίλες πολλαπλών δωματίων, εστιατόρια πολλαπλών θεμάτων και ιαματικές πηγές, εγκαταστάσεις οι οποίες ανταγωνίζονται εύκολα ή ξεπερνούν τις χερσαίες επιλογές (Honey & Krantz, 2007).

Επί του παρόντος, υπάρχουν πάνω από 30.000 κρουαζιέρες κάθε χρόνο και περίπου 2.000 παράκτιοι προορισμοί κρουαζιέρας στον κόσμο. Η κρουαζιέρα είναι μια ελκυστική μορφή τουρισμού, διότι επιτρέπει στους επιβάτες να δοκιμάζουν πολλούς προορισμούς σε μία διαμονή ενώ ταυτόχρονα αποσυσκευάζουν μόνο μία φορά. Είναι αρκετά ευέλικτο ώστε να θεωρείται βολικό για οικογένειες, ρομαντικό για ζευγάρια ή αρκετά συναρπαστικό για νεαρά άτομα που αναζητούν «ελαφριά περιπέτεια». Προσφέρει πιο ποικιλόμορφα δημογραφικά χαρακτηριστικά, αν και κατά μέσο όρο, τις κρουαζιέρες τις επιλέγουν άτομα περίπου 50 ετών, με ετήσιο εισόδημα νοικοκυριού ύψους 104.000 δολαρίων. Έχει επίσης δημιουργήσει μια ειδική πελατειακή βάση, με επαναλαμβανόμενα κρουαζιερόπλοια που αποτελούν το 50% των επιβατών σε οποιοδήποτε πλοίο. Επειδή το 83% του πληθυσμού των Η.Π.Α. δεν έχει δοκιμάσει



ακόμα να ταξιδέψει με κρουαζιερόπλοιο, τα στελέχη της εν λόγω βιομηχανίας είναι αισιόδοξα ότι θα συνεχίσει να αναπτύσσεται τα επόμενα χρόνια (Honey & Krantz, 2007).

Ανακεφαλαίωση

Οι τουριστικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στη θάλασσα, έχουν τη μεγαλύτερη απήγηση τόσο κοινωνικά όσο και οικονομικά. Μέσα από πολλές επιλογές, ο τουρίστας μπορεί να βρει αυτό που ακριβώς ψάχνει και θέλει. Ο παράκτιος τουρισμός είναι μια επιλογή που έχει κερδίσει το σύνολο των τουριστών αποφέροντας μεγάλα ποσά εσόδων κάθε χρόνο και, προσφέροντας τους πολλές επιλογές, όπου κάποιες από αυτές παρέχονται και δωρεάν (κολύμπι, συλλογή κογχυλιών κλπ.). Ο αλιευτικός τουρισμός έχει κερδίσει έδαφος και πολλούς παραθεριστές τα τελευταία χρόνια, με τις δραστηριότητες του να επεκτείνονται και εκτός θαλάσσης (λίμνες, ποτάμια). Επίσης, ο αλιευτικός τουρισμός, παράγει και αυτός τεράστια έσοδα, κυρίως από τις άδειες, τη μεταφορά, τη στέγαση, τη ενοικίαση σκαφών, τις υπηρεσίες καθοδήγησης, τον αλιευτικό εξοπλισμό και ούτω καθεξής.

Στη συνέχεια ο καταδυτικός τουρισμός παρέχει πολύ ξεχωριστές εμπειρίες στους τουρίστες που τον προτιμούν. Αυτό το είδος τουρισμού, είναι αρκετά ευαισθητοποιημένο όσον αφορά το περιβάλλον και οι χώρες που πωλούνε αυτό το τουριστικό προϊόν, κάνουν μεγάλες προσπάθειες για τη προστασία του. Στο τέλος, βρίσκεται ο ναυτικός τουρισμός, ο οποίος μέσω του Yachting και της κρουαζιέρας παρέχει στους ενδιαφερόμενους μια πολύ πολυτελή επιλογή, με τα αντίστοιχα έσοδα για τις χώρες που δραστηριοποιούνται σε αυτόν.



2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο, τα λιμάνια

προορισμών και οι επιπτώσεις του

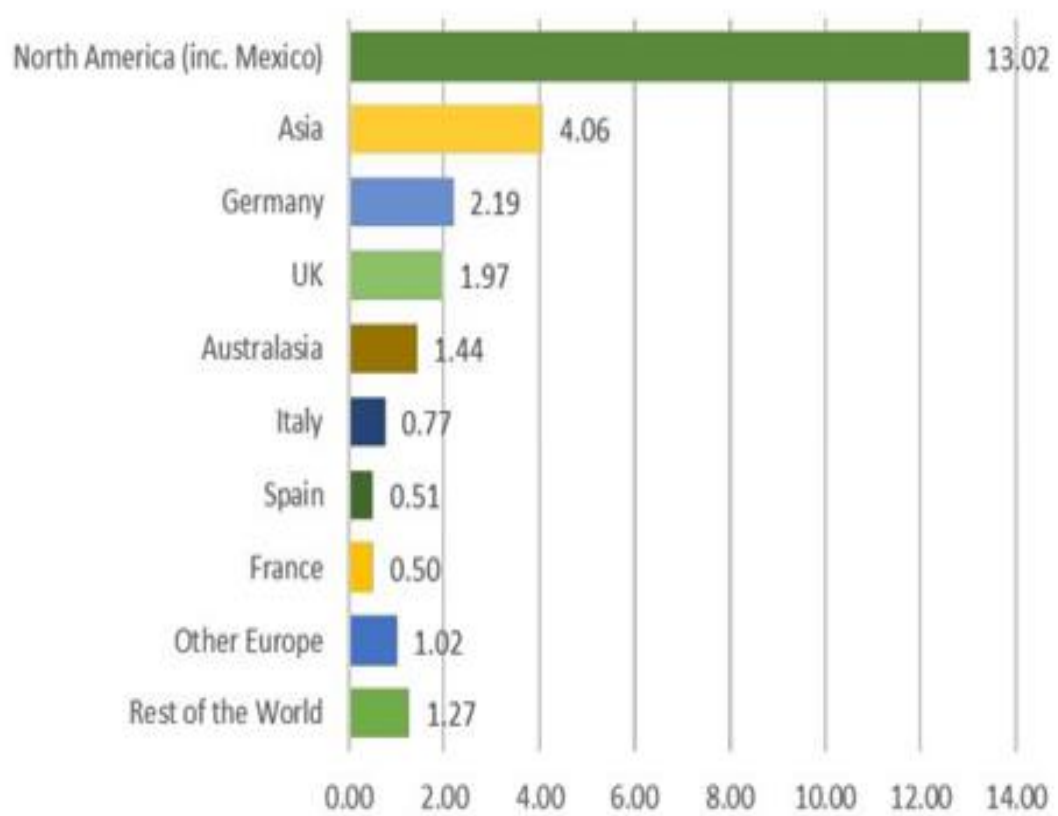
Εισαγωγή

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο παρουσίασε εξαιρετικά ισχυρή αύξηση στον αριθμό των επιβατών τα τελευταία χρόνια. Η ανάπτυξη αυτή μπορεί να αποδοθεί όχι μόνο στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος κρουαζιέρας, συμπεριλαμβανομένης της τεχνολογικής προόδου στον σχεδιασμό πλοίων, στις υπηρεσίες και τις εμπειρίες κατασκευής και επιβίβασης, αλλά και στην επέκταση των λιμενικών εγκαταστάσεων και των τουριστικών δυνατοτήτων στην ξηρά. Μαζί αυτοί οι παράγοντες έχουν οδηγήσει σε επέκταση των δρομολογίων, σε εμφάνιση νέων ευκαιριών στην αγορά όπως, και σε διαφοροποίηση στις εμπειρίες και τις ευκαιρίες που προσφέρονται στις τουριστικές κρουαζιέρες καθώς και στους προορισμούς.

Η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει τη δυνατότητα να προσφέρει τεράστια οικονομικά οφέλη στους λιμένες και κατ' επέκταση στα κράτη τα οποία βρίσκονται. Αυτά τα οικονομικά οφέλη προκύπτουν κυρίως πηγές από τις δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρας και του πληρώματος, καθώς και από τους φόρους κατά τη προσάραξη του πλοίου στο λιμάνι.

Υπολογίστηκαν 26,75 εκατομμύρια συνολικά επιβάτες κρουαζιέρας το 2017 με τις χώρες της Ευρώπης να αντιπροσωπεύουν το 26% του συνόλου.

Πίνακας 1: Παγκόσμιες αγορές πηγών από επιβάτες κρουαζιέρας - 2017



Πηγή: European cruise council 2017



2.1. Η ιστορία του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο

Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο είναι ένα ταξίδι που διαρκεί πάνω από 3 μέρες με σκοπό την αναψυχή. Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο δεν διαφέρει πολύ από οποιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού. Γενικά, οι επιβάτες μεταφέρονται από το ένα μέρος στο άλλο, έχοντας έτσι την ευκαιρία να ανακαλύψουν πολλά διαφορετικά μέρη, και ταυτόχρονα να απολαμβάνουν όλες τις ανέσεις του πλοίου. Επιπροσθέτως, ο τουρισμός κρουαζιέρας αποφέρει μεγάλα χρηματικά ποσά σε όλους τους προορισμούς και τα λιμάνια τα οποία δένουν τα κρουαζιερόπλοια. (Dowling, 2006).

Ο σκοπός της κρουαζιέρας άλλαξε εντελώς τον 19ο αιώνα. Πριν από το τον 19^ο αιώνα οι άνθρωποι ταξίδευαν στις θάλασσες επειδή ήταν υποχρεωμένοι να το κάνουν για να μεταφέρουν εμπορεύματα, και τα πλοία χρησιμοποιούνταν μόνο ως μεταφορικό μέσο, ή ένας τρόπος να φθάσουν από το ένα μέρος στο άλλο. Ο σκοπός του ταξιδιού ήταν ο προορισμός όχι το ίδιο το ταξίδι. Αφενός, αυτό που επέτρεψε και έδωσε την ορατότητα στην κρουαζιέρα ήταν η ανάπτυξη της Εταιρείας Χερσαίας Ατμοπλοΐας το 1837. Σταδιακά η κρουαζιέρα έγινε όλο και πιο απαιτητική, με τις πρώτες απαιτήσεις να έρχονται από τους μετανάστες που ήθελαν να μετακομίσουν από την Ευρώπη στις Ηνωμένες Πολιτείες και ύστερα από τους πλούσιους ανθρώπους οι οποίοι ήταν οι μόνου που απολάμβαναν τις κρουαζιέρες λόγω του πολύ υψηλού τους κόστους. Έτσι, τα κρουαζιερόπλοια άλλαζαν συνεχώς με σκοπό να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των επιβατών ανά τα χρόνια (Muraja, 2015).

Τον 19ο αιώνα, οι προορισμοί περιελάμβαναν τα Κανάρια Νησιά, τη Μεσόγειο Θάλασσα, τα Νορβηγικά φιόρδ και την Καραϊβική. Καθώς η κρουαζιέρα έγινε πιο δημοφιλής, δημιουργήθηκαν ταχύτερα και μεγαλύτερα πλοία. Στις αρχές του 20ου αιώνα, η κρουαζιέρα αύξησε περαιτέρω τη δημοτικότητά της στους πλούσιους κύκλους και έγινε μια πολύτιμη δραστηριότητα. Αυτό που άρεσε πολύ στους Αμερικάνους, ήταν



ότι κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας επιτρέπονταν το αλκοόλ και τα τυχερά παιχνίδια, πράγματα τα οποία είχαν απαγορευτεί στην Αμερική του 1930. Μετά από αυτό, η προορισμοί γίνανε ο κύριος λόγος για να προτιμήσει κανείς τη κρουαζιέρα έναντι άλλων μορφών διακοπών. Ως αποτέλεσμα αυτού, τα πλοία που φτιάχνανε έγιναν περισσότερο πολυτελή και πιο γρήγορα, ενώ η δημοτικότητά τους στους πλούσιους ανθρώπους αυξήθηκε παραπάνω. Τέλος, ο ανταγωνισμός που είχε αυτό το είδος τουρισμού με τον κλάδο των αεροπλάνων καθώς και η καθιέρωση μια μικρότερης κοστολόγησης για τέτοιου είδους ταξίδια, έχουν μετατρέψει τη κρουαζιέρα, μια αρκετά προσβάσιμη και ελκυστική επιλογή για όλους (Muraja, 2015).

2.2. Η αυξανόμενη ζήτηση για τις κρουαζιέρες

Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων συνεχίζει να αναπτύσσεται και πλέον αποτελεί ένα από τα πιο κερδοφόρα τμήματα του τουριστικού κλάδου. Η παγκόσμια βιομηχανία κρουαζιέρας δημιούργησε έσοδα 37,1 δισ. δολάρια το 2014, ποσό που αναμένεται να αυξηθεί στα 39,6 δισ. περίπου μέχρι το τέλος του 2016. Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων σημείωσε σημαντική ανάκαμψη τα τελευταία χρόνια, ειδικότερα μετά την παγκόσμια ύφεση του 2009 όπου τα έσοδα της εκείνη τη περίοδο, είχαν μειωθεί κάτω από τα 25 δισεκατομμύρια. Ο αριθμός των επιβατών που μεταφέρονται από τη βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων αυξήθηκε από έτος σε έτος και αναμένεται να υπερβεί τα 25 εκατομμύρια το 2019. Ο μέσος όρος των επιβατών κρουαζιερόπλοιων έφερε έσοδα 1.799 δολάρια ανά επιβάτη, αλλά με τα κατά κεφαλήν έξοδα για κάθε επιβάτη το μέσο κέρδος ήταν μόλις 226 δολάρια το 2015.

Αυτή η αυξανόμενη ζήτηση της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιου αποτελεί ευκαιρία για πολλούς τουριστικούς προορισμούς καθώς και αναδυόμενους προορισμούς για την οικονομική ανάπτυξη, την αειφόρο ανάπτυξη των κοινοτήτων και τη δημιουργία θέσεων εργασίας για τα μέλη σε αυτές τις τοπικές κοινότητες. Οι τοπικές



κοινότητες που βρίσκονται κοντά στα λιμάνια των προορισμών των τουριστών κρουαζιέρας πρέπει να δημιουργήσουν ισχυρές σχέσεις με τους διεθνείς τουρίστες για να μοιραστούν και να αυξήσουν τις γνώσεις, την εμπειρία και τον πολιτισμό τους. Η βιομηχανία κρουαζιέρας επιλέγει τους προορισμούς, τις τοπικές κοινότητες και τα λιμάνια που διευκολύνουν την πρόσβαση και την υποδοχή μεγάλου αριθμού διεθνών τουριστών.

Ως εκ τούτου, οι διαχειριστές της κρουαζιέρας και τα στελέχη μελετούν τις τοποθεσίες και δημιουργούν ισχυρές σχέσεις με την κυβέρνηση, τις εταιρείες και τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που ενδέχεται να εμπλακούν στο μάρκετινγκ προορισμού του λιμένα και της κοινότητας. Εν τω μεταξύ, η περιβαλλοντική πολιτική και ο βιώσιμος τουρισμός της περιοχής δεν λαμβάνονται υπόψη από τη βιομηχανία κρουαζιέρας δημιουργώντας ανησυχίες (Delgado, 2017).

Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι μια πραγματικά παγκοσμιοποιημένη βιομηχανία. Οι κύριοι παράγοντες είναι οι πολυεθνικές εταιρείες που δημιουργούνται μέσω ξένων διεθνών επενδύσεων κεφαλαίου, κοινοπραξιών, συγχωνεύσεων και εξαγορών (Brida et al, 2012). Τα πλοία ταξιδεύουν σε όλες τις περιοχές του κόσμου και συχνά ταξινομούνται σε χώρες διαφορετικές από τις εταιρείες που τους ανήκουν. Η νηολόγηση του πλοίου από τις λιμενικές αρχές σε ορισμένες χώρες (π.χ. Μπαχάμες, Μπελίζ, Βολιβία, Ονδούρα, Λιβερία, Παναμάς, Σρι Λάνκα) αναφέρεται ως «σημιαίες ευκαιρίας» (FOC) και επιτρέπει στις γραμμές κρουαζιέρας να μειώσουν το κόστος (χαμηλότερα τέλη νηολόγησης), (Boy, 2011).

Αντιμετωπίζοντας τον παγκόσμιο ανταγωνισμό και τον αυξανόμενο αριθμό διεθνών επιβατών, η φυσική και κεφαλαιακή κινητικότητα των γραμμών κρουαζιέρας επιτρέπει στα πλοία να μετακινούνται για να καλύψουν τη ζήτηση (Brida, et al., 2012).



Τα παραδείγματα αυτά υποδηλώνουν την παγκοσμιοποιημένη φύση της προσφοράς της βιομηχανίας κρουαζιέρας. Ωστόσο, η πλευρά της ζήτησης είναι επίσης παγκοσμιοποιημένη. Οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων μπορούν να ταξινομηθούν ανάλογα με το αν είναι ντόπιοι στην περιοχή που πραγματοποιείτε η κρουαζιέρα ή ανήκουν σε μια αγορά μακρινών αποστάσεων και ταξιδεύουν σε άλλη περιοχή για διακοπές με κρουαζιερόπλοιο (Henry, et al, 2015).

Μετά την ύφεση του 2009, τα πλοία στις ΗΠΑ μεταφέρθηκαν στην Ευρώπη, την Ασία, την Αυστραλία και τον Νότιο Ειρηνικό από το 2010 έως το 2013 (BREA, 2014), γεγονός που συνέβαλε στη διατήρηση της ανάπτυξης της βιομηχανίας. Από το 1990 έως το 2014, η βιομηχανία κρουαζιέρας γνώρισε μέση ετήσια αύξηση σε επιβάτες παγκοσμίως κατά 7,75%. Οι αναδύμενες αγορές επιβατών υποστήριξαν αυτή την ανάπτυξη με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 16,90% κατά την ίδια χρονική περίοδο, ενώ η κυρίαρχη αγορά της Βόρειας Αμερικής παρουσίασε βραδύτερο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5,40% (Whyte, 2016).

Η αύξηση των επιβατών στις κρουαζιέρες εκτός της Βόρειας Αμερικής ήταν σημαντική και αυτές οι μεγάλες και σχετικά αναξιοποίητες αγορές συνέχισαν την ανάπτυξη της βιομηχανίας. Οι αναδύμενες αγορές επέτρεψαν στις εταιρίες κρουαζιέρας να εξομαλύνουν τις διακυμάνσεις της ζήτησης στη Βόρειο Αμερική με τη μεταφορά των πλοίων αλλού, γεγονός που συμβάλλει στην αποτροπή της πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας εντός μιας περιοχής (Hobson, 1993). Κατά συνέπεια, τα τελευταία χρόνια η βιομηχανία κρουαζιέρας μετατοπίζεται μακριά από τη Βόρεια Αμερική, κινούμενη προς την Ασία, την Αυστραλία, τον Ειρηνικό και τη Νότια Αμερική. Αυτό συνέβαλε στην αύξηση της δυναμικότητας των τριών περιοχών κατά 20% το 2013 (Whyte, 2016).



Η βιομηχανία διατήρησε τους τρέχοντες πελάτες προσελκύοντας νέους επιβάτες, προσαρμόζοντας γρήγορα και προσφέροντας νέους προορισμούς, σχέδια πλοίων, επίγειες και επί σκάφους δραστηριότητες, ώστε να μπορούν να καλύψουν τη ζήτηση. Έτσι, τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια έχουν γίνει ένας συνδυασμός ενός θέρετρου, για αξιοθέατα, γκουρμέ εστιατόρια, νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, εμπορικά κέντρα, συγκρότημα ψυχαγωγίας, εγκαταστάσεων αναψυχής (Kwortnik, 2008) και γενικότερα όλους τους τομείς του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών, της στέγασης, των τροφίμων, των ποτών, των αξιοθέατων και των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Αυτά τα πρόσθετα χαρακτηριστικά των κρουαζιερόπλοιων βοηθούν στην περαιτέρω διαφοροποίηση της κρουαζιέρας από τα χερσαία καταλύματα (π.χ. ξενοδοχεία και θέρετρα) και από εναλλακτικούς τρόπους μεταφοράς (π.χ., αεροπορικές εταιρείες), αποδεικνύοντας ότι τα κρουαζιερόπλοια είναι κάτι πολύ περισσότερο από πλωτά θέρετρα. Από την άποψη της βιομηχανίας, οι κρουαζιέρες διαφέρουν επίσης από τα ξενοδοχεία και τα θέρετρα στη διαχείριση εσόδων και πηγών (Brida et al, 2010).

2.2.1. Η αγορά της Βόρειας Αμερικής

Η αγορά της Βόρειας Αμερικής αντιπροσωπεύει μία από τις πιο αναπτυσσόμενες αγορές στον κόσμο. Οι Βορειοαμερικανοί ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για να εξερευνήσουν και να βιώσουν τον τουριστικό κλάδο. Η Βόρεια Αμερική ήταν η μεγαλύτερη αγορά κρουαζιέρας στον κόσμο το 2014, με μέγεθος αγοράς 21 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Σύμφωνα με την εταιρεία έρευνας της αγοράς Mintel, τα έσοδα της αγοράς κρουαζιέρας των Ηνωμένων Πολιτειών και μόνο αναμένεται να φθάσουν τα 50 δισεκατομμύρια δολάρια μέχρι τέλος το 2018. Η Βόρεια Αμερική ήταν επίσης ο προορισμό με τους πιο πολλούς επισκέπτες στον κόσμο, φτάνοντας τους 12,6



εκατομμύρια επισκέπτες το 2014. Οι περισσότεροι από αυτούς προέρχονταν από το Ηνωμένο Βασίλειο (Delgado, 2017).

2.2.2. Έσοδα

Όπως προαναφέρθηκε, η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων συνεχίζει να αναπτύσσεται και πλέον αποτελεί ένα από τα πιο κερδοφόρα τμήματα του τουριστικού κλάδου. Η παγκόσμια βιομηχανία κρουαζιέρας δημιούργησε έσοδα 37,1 δισ. δολάρια το 2014, ποσό που αναμένεται να αυξηθεί στα 39,6 δισ. περίπου μέχρι το τέλος του 2016. Με έσοδα σχεδόν διπλάσια από εκείνα του πλησιέστερου ανταγωνιστή της, η Carnival Corporation ήταν μακράν η μεγαλύτερη εταιρεία κρουαζιερόπλοιων το 2014. Η επιτυχία αυτή έλαβε χώρα παρά ένα περιστατικό που αφορούσε ένα από τα κορυφαία brands της Carnival Cruise Lines, στις αρχές του 2013. Το περιστατικό ήταν το τρίτο του είδους που αφορούσε τη γραμμή κρουαζιέρας τα τελευταία χρόνια και άφησε περισσότερους από τρεις χιλιάδες επιβάτες στον Κόλπο του Μεξικού μετά από πυρκαγιά στο μηχανοστάσιο, η οποία έκοψε την ισχύ του πλοίου. Αυτό το περιστατικό μαζί, και με κάποια αντίστοιχα, μπορεί να συνέβαλαν σε έναν αρνητισμό για τον κλάδο. Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοια δημιουργεί κατ' εκτίμηση 18 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως στις δαπάνες μεταφοράς επιβατών και υπήρξε ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος τομέας του τουριστικού κλάδου τα τελευταία χρόνια. Οι αφίξεις στην περιοχή της Καραϊβικής αυξήθηκαν από τρία εκατομμύρια το 1980, σε περισσότερα από 25 εκατομμύρια το 2007 (Delgado, 2017).

2.3. Τα μοναδικά χαρακτηριστικά του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο και ο ανταγωνισμός με τα λιμάνια προορισμού

Ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοιο έχει ορισμένα μοναδικά χαρακτηριστικά, που τον διαφοροποιούν από άλλες μορφές ταξιδιού και τουρισμού. Αυτά παρουσιάζουν ορισμένες προκλήσεις για τους ταξιδιώτες, τις κρουαζιέρες, τους προορισμούς κρουαζιέρας και τους ερευνητές του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο. Η πρώτη μοναδική πτυχή του κρουαζιερόπλοιου είναι ότι το κρουαζιερόπλοιο συνδυάζει στοιχεία σε όλους τους τομείς του τουρισμού (Teye & Paris 2010). Με λίγα λόγια, σε πολλές περιπτώσεις ένα κρουαζιερόπλοιο μπορεί να αποτελέσει και από μόνο του έναν προορισμό, χωρίς οι επιβάτες να υπολογίζουν τα λιμάνια. Έτσι, το κρουαζιερόπλοιο παρέχει τη δική του πηγή έλξης που σε αρκετές περιπτώσεις ανταγωνίζεται τους προορισμούς. Αυτός ο ανταγωνισμός μεταξύ πλοίων και λιμένων προορισμού, μπορεί να εκδηλωθεί από επιβάτες με τον εξής τρόπο. Οι επιβάτες μπορεί να προτιμήσουν να ξοδέψουν ελάχιστα ή και καθόλου χρήματα κατά την άφιξη τους σε κάποιο λιμάνι. Επίσης υπάρχουν αρκετοί από αυτούς που προτιμούν να παραμείνουν στο πλοίο όταν αυτό προσεγγίζει κάποιο λιμάνι (Huijbens, 2015).

Οι κρουαζιέρες συχνά προσελκύουν ταξιδιώτες με φθηνό all-inclusive εισιτήριο, που καλύπτουν μόλις το κόστος, ενώ παράλληλα δημιουργούν κέρδη από έσοδα όπως τα μπαρ, τα καζίνο, τα καταστήματα, και τα εστιατόρια (Vogel, 2011). Αυτές οι προσφορές πάνω στο πλοίο, δημιουργούν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα συγκριτικά με τα λιμάνια προορισμού. Η πώληση ακτοπλοϊκών εκδρομών μέσω της κρουαζιέρας μπορεί να είναι ιδιαίτερα προβληματική για τα λιμάνια προορισμού, καθώς οι κρουαζιέρες φέρνουν έναν μεγάλο ανταγωνισμό. Έχει διαπιστωθεί επίσης ότι, όταν οι επιβάτες δεν έχουν ικανοποιητικές εμπειρίες κατά τις εκδρομές τους στην ξηρά,



είναι δυνατό επιρρίψουν ευθηνές στο προορισμό ή στον ταξιδιωτικό πράκτορα και όχι στη εταιρία του κρουαζιερόπλοιο για την επιλογή (Klein, 2011).

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των κρουαζιερόπλοιων και των λιμανιών γίνεται ακόμα μεγαλύτερος όταν οι εταιρίες που προγραμματίζουν τη κρουαζιέρα κάνουν χρήση ιδιωτικών νησιών ως λιμάνια προορισμού. Τα ιδιωτικά νησιά επιτρέπουν στα κρουαζιερόπλοια να παρακάμψουν εντελώς τους παραδοσιακούς προορισμούς, μειώνοντας έτσι τις χερσαίες δαπάνες, την τοπική απασχόληση και τα οικονομικά οφέλη σε αυτούς. Σε αυτούς τους ιδιωτικούς προορισμούς, η κρουαζιέρα παρέχει συχνά όλες τις δραστηριότητες, τα ψώνια, τα τρόφιμα, τα ποτά και άλλες υπηρεσίες (Wilkinson, 1999). Το 1977, μια Νορβηγική εταιρία με κρουαζιερόπλοια ήταν η πρώτη που ξεκίνησε να ταξιδεύει σε ένα ιδιωτικό νησί της Καραϊβικής, το οποίο αργότερα αγόρασε και μετονομάσε σε *Pleasure Island*. Οι ιδιωτικοί προορισμοί έχουν αναπτυχθεί επίσης ακόμα στην Αλάσκα. Το 2004, το ιστορικό κονσερβοποιείο σολομού στο *Point Sophia* μετατράπηκε σε τουριστικό προορισμό, και έμεινε στην ιστορία ως ο πρώτος ιδιωτικός προορισμός της *Alaska*, (Cervený, 2007).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο είναι ότι οι διακοπές κρουαζιέρας συνήθως σταματούν σε πολλούς προορισμούς για ένα μικρό χρονικό διάστημα. Έρευνες διαπίστωσαν ότι οι σύντομες χρονικές περίοδοι στο λιμάνι επηρεάζουν την τουριστική συμπεριφορά των κρουαζιερόπλοιων, όπως ο περιορισμός των δαπανών και των προτύπων επίσκεψης. Ο Henthorne (2000) προσδιόρισε μια θετική συσχέτιση μεταξύ του χρονικού ορίου που αφιέρωσαν οι επιβάτες της κρουαζιέρας στις αγορές του *Ocho Rios* της Τζαμάικα και το ποσό των χρημάτων που δαπάνησαν. Παραδείγματος χάριν, ο Wilkinson (1999) διαπίστωσε ότι οι επισκέπτες της κρουαζιέρας στις *Μπαχάμες* ξόδεψαν λιγότερα λεφτά ημερησίως από ό, τι οι διανυκτερεύοντες επισκέπτες, ενώ οι Dwyer και Forsyth (1998) διαπίστωσαν ότι οι



επιβάτες κρουαζιερόπλοιων στην Αυστραλία ξόδεψαν περισσότερα χρήματα ημερησίως από τους διανυκτερεύοντες επισκέπτες. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο περιορισμένος χρόνος που αφιερώνεται στην ξηρά επηρεάζει επίσης τα πρότυπα επίσκεψης. Ο Jaakson (2004) διαπίστωσε ότι οι επιβάτες που περπατούσαν χωρίς ξεναγό στη πόλη Zihuatanejo του Μεξικού περιορίστηκαν στην κύρια τουριστική περιοχή όπου συγκεντρώνονται τουριστικά καταστήματα και καταστήματα λιανικής πώλησης χωρίς να εισέρχονται στην περιφέρεια γύρω από τον πυρήνα.

2.4. Σχεδιασμός δρομολογίων

Η διαδικασία σχεδιασμού δρομολογίων λαμβάνει χώρα δύο έως τρία χρόνια πριν από την εποχή της κρουαζιέρας, ενώ η βελτιστοποίηση των εσόδων αποτελεί το βασικό στοιχείο εστίασης. Πολλοί ενδιαφερόμενοι επηρεάζουν τη διαδικασία, οι κυριότεροι είναι οι εισερχόμενοι τουριστικοί πράκτορες, τα τοπικά έθιμα και η μετανάστευση, ο πράκτορας του κρουαζιερόπλοιου και οι λιμενικές αρχές. Οι εισερχόμενοι τουριστικοί πράκτορες, που ονομάζονται επίσης «εισερχόμενοι φορείς» ή «χειριστές εδάφους», είναι οι τοπικοί εμπειρογνώμονες που συντάξαν τις περιηγήσεις σε κάθε προορισμό. Αυτές οι περιηγήσεις προσφέρονται στη συνέχεια στις εταιρίες κρουαζιερόπλοιων, οι οποίες με τη σειρά τους τις πωλούν στους επισκέπτες της κρουαζιέρας. Οι επισκέπτες του κρουαζιερόπλοιου μπορούν να αγοράσουν πακέτα με τέτοιου είδους περιηγήσεις έως και 24 ώρες πριν την άφιξή τους στο λιμάνι (Sun et al., 2011).

Οι εισερχόμενοι φορείς οργανώνουν περαιτέρω όλες τις υποστηρικτικές υπηρεσίες και την αναγκαία υποδομή στον προορισμό ώστε να εξασφαλίσουν ότι οι επισκέπτες της κρουαζιέρας θα έχουν μια ευχάριστη εμπειρία στον προορισμό τους, θα καταφέρουν να επιβιβαστούν και να αποβιβαστούν και να μεταφερθούν από το αεροδρόμιο στο πλοίο και αντίστροφα (Henry, 2012).



Εκτός από το δρομολόγιο, η διάρκεια της κρουαζιέρας είναι ένα άλλο θεμελιώδες θέμα που επηρεάζει την εμπειρία της κρουαζιέρας στους προορισμούς. Μια κρουαζιέρα διαρκεί συνήθως επτά ημέρες και περιλαμβάνει τρία έως πέντε λιμάνια. Κατά συνέπεια, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η διάρκεια διαμονής σε κάθε λιμάνι είναι πολύ μικρή, συνήθως οκτώ έως εννέα ώρες, και οι διανυκτερεύσεις είναι πολύ σπάνιες σε επταήμερες κρουαζιέρες (Henry, 2012). Οι επταήμερες κρουαζιέρες είναι οι πιο συνηθισμένες καθώς επιτρέπουν στα πλοία να είναι πιο ευκολά πλήρης, συγχρονίζοντας τις αεροπορικές πτήσεις, έτσι ώστε το πακέτο της κρουαζιέρας να περιλαμβάνει και τα αεροπορικά εισιτήρια. Ένα δρομολόγιο κρουαζιέρας θα τελειώσει, για παράδειγμα, το πρωί του Σαββάτου, όπου οι επιβάτες αποβιβάζονται για να πάνε στο αεροδρόμιο, όπου από εκεί η εταιρία παραλαμβάνει τους νέους επιβάτες και το πλοίο αναχωρεί την ίδια ημέρα. Είναι σημαντικό αυτή η διαδικασία να προσφέρει τρία βασικά χαρακτηριστικά: αποδοτικές αεροπορικές συνδέσεις, σημαντική χωρητικότητα αεροπορικών μεταφορών και ότι αυτό αποτελεί ξεχωριστό τουριστικό προορισμό. Η εν λόγω διαδικασία ονομάζεται «turnaround» (Rodrigue & Notteboom, 2013).

Παρόλο που η εμπειρία επί των πλοίων διαδραματίζει ολοένα και σημαντικότερο ρόλο λόγω του μεγέθους των πλοίων και κατά συνέπεια όλων των δραστηριοτήτων που προσφέρουν, οι προορισμοί που περιλαμβάνονται στο δρομολόγιο εξακολουθούν να αποτελούν κεντρικό στοιχείο της επιλογής των καταναλωτών για το προϊόν κρουαζιέρας. Οι προορισμοί που περιλαμβάνονται στο δρομολόγιο ήταν τυπικά το κύριο κίνητρο για μια κρουαζιέρα, αλλά το 2014 αυτό αντικαταστάθηκε από την τιμή, επιδεικνύοντας την αυξανόμενη ευαισθησία τιμών των πελατών. Το 2014, η Διεθνής Ένωση Κρουαζιερόπλοιων (CLIA) δήλωσε ότι το κύριο κίνητρο για κρουαζιέρες είναι Τιμή / Τιμή (87%) και το δεύτερο είναι Προορισμός / Διαδρομές (78%) (Esteve -Perez & García-Sanchez, 2015).



Το προϊόν κρουαζιέρας αποτελείται από ένα δρομολόγιο και όχι από μια σειρά απομονωμένων ή ανεξάρτητων προορισμών. Η επιλογή και η ακολουθία των λιμανιών είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχή πώληση των διακοπών σε κρουαζιερόπλοιο. Εκτός από την επιλογή ενός ενδιαφέροντος εμπορικού δρομολογίου, οι εταιρίες κρουαζιέρας λαμβάνουν υπόψη παράγοντες όπως οι συνθήκες της αγοράς, η εποχικότητα, η βέλτιστη διάρκεια διακοπών κρουαζιέρας, η ισορροπία μεταξύ του χρόνου στη θάλασσα και του χρόνου στον προορισμό, και γενική ικανοποίηση των επισκεπτών (Esteve -Perez & García-Sanchez, 2015). Ταυτόχρονα, πρέπει να προστεθούν επιχειρησιακοί παράγοντες στην εξίσωση: χωρητικότητα στο εκάστοτε λιμάνι, ναυτική απόσταση ενός λιμανιού, απόσταση μεταξύ προορισμών και ύπαρξη κατάλληλων πτήσεων. Επομένως, η επιλογή του δρομολογίου βασίζεται σε μια ισορροπία ανάμεσα στην ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους και/ή στη μεγιστοποίηση των εσόδων ανά επιβάτη (Rodrigue & Notteboom, 2013).

Με την αυξανόμενη ικανότητα των κρουαζιερόπλοιων, η αυξανόμενη ευαισθησία των επιβατών στις τιμές και οι επιπτώσεις της αβεβαιότητας των καταναλωτών από την οικονομική κρίση του 2008, η σημασία της ελαχιστοποίησης του λειτουργικού κόστους και της μεγιστοποίησης των εσόδων ανά επιβάτη έχει πάρει διαχρονικές διαστάσεις (Sun et al., 2011). Τα περιθώρια κέρδους έχουν μειωθεί και ο όγκος των πωλήσεων είναι το κλειδί για την επιτυχία. Για το λόγο αυτό, ο προγραμματισμός της διαδρομής έχει γίνει μια επιστήμη διαχείρισης που χαρακτηρίζεται από λεπτομερείς αναλυτικές διεργασίες στις οποίες η ταχύτητα των πλοίων, το κόστος καυσίμων, τα εισοδήματα από τα εισιτήρια και τα λιμενικά τέλη, διαδραματίζουν βασικό ρόλο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Peisley, 2014).

Η αναπτυσσόμενη βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων, η οποία συχνά οδηγείται από έρευνα σχετικά με τις επιπτώσεις στην οικονομία και την απασχόληση και κυριαρχείται



σε μεγάλο βαθμό από τους συμβούλους που καταβάλλουν οι εταιρείες κρουαζιέρας, συχνά υποκινεί το ενδιαφέρον των διαχειριστών προορισμού για την προσέλκυση ενός κρουαζιερόπλοιου. Ωστόσο, οι διαχειριστές προορισμού συχνά δεν έχουν επαρκή κατανόηση της δυναμικής της κρουαζιέρας και των επιχειρηματικών μοντέλων. Οι προσεγγίσεις που υιοθετούν οι διαχειριστές προορισμών για την εξασφάλιση της κρουαζιέρας μπορούν να αγνοήσουν την ανάγκη να αποτυπώσουν αξία και, αντιθέτως, να υποθέσουν ότι η αξία θα καταλήξει με κάποιο τρόπο στους προορισμούς (Klein, 2011b). Ως αποτέλεσμα, οι δημόσιες επενδύσεις μεγάλης κλίμακας χρησιμοποιούνται για την προσέλκυση και την επιδότηση ενός τουριστικού κρουαζιερόπλοιου, αλλά ο εντοπισμός και η στρατηγική για τη βελτιστοποίηση της αξίας των προορισμών δεν αποτελεί μέρος της διαπραγματευτικής διαδικασίας και δεν εξασφαλίζεται ρητά. Επιπλέον, η Brida & Zapata (2012) παρατηρεί ότι επειδή αυτοί οι μεγάλοι τερματικοί σταθμοί κρουαζιερόπλοιων υποστηρίζονται συχνά από ξένα κεφάλαια, οι επενδύσεις αυτές δεν υπόκεινται σε σωστή εξέταση όπως η ανάλυση κόστους-οφέλους και είναι, αντιθέτως, πολιτικά αιτιολογημένες αποφάσεις.

Η διαρκής συντήρηση και αναβάθμιση των χερσαίων υποδομών, όπως οι δρόμοι, τα δίκτυα μεταφορών και οι δημόσιες εγκαταστάσεις, μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα δημόσιο κόστος με την πάροδο του χρόνου, το οποίο ποτέ δεν λαμβάνεται πλήρως υπόψη στις πρώτες διαπραγματεύσεις. Αυτό οδηγεί σε ερωτήσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων είναι ενήμεροι σχετικά με το αν θα προσελκύσουν ή θα υποστηρίξουν τον τουρισμό με κρουαζιερόπλοιο (Brida & Zapata, 2012).

2.5. Ευκαιρίες για τη συνέχιση της ανάπτυξης μέσω των προορισμών

Η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει τεράστιες δυνατότητες να συνεχίσει την ανάπτυξη και να αναπτύξει νέους προορισμούς. Περισσότερες κρουαζιέρες θα είναι σε θέση να πλεύσουν στην Κούβα και να γίνουν ένας πολύ δημοφιλής προορισμός στην Καραϊβική. Εκείνοι που εμπορεύονται προορισμούς κρουαζιέρας (έμποροι προορισμού) μπορούν να βρουν τα βασικά ισχυρά σημεία πώλησης ενός προορισμού, να τα προωθήσουν με αποτέλεσμα να τοποθετήσουν τον προορισμό μεταξύ των επιλόγων που έχουν οι τουρίστες από τη συγκεκριμένη αγορά.

Οι περισσότερες τουριστικές δραστηριότητες πραγματοποιούνται σε προορισμούς, και ο προορισμός αποτελεί τον πυλώνα σε οποιαδήποτε μοντελοποίηση του τουριστικού συστήματος, επίσης έχει αναδειχθεί ως η βασική μονάδα ανάλυσης στον τουρισμό. Ωστόσο, το μάρκετινγκ και η διαχείριση του προορισμού είναι ένα πολύπλοκο ζήτημα που απαιτεί μια ολοκληρωμένη, ολιστική και συστηματική προσέγγιση για την κατανόησή του όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως. Από την πλευρά της ζήτησης, οι ταξιδιώτες έχουν ποικίλες επιλογές διαθέσιμων προορισμών, από την πλευρά της προσφοράς, το μάρκετινγκ προορισμού, και οργανώσεις μάρκετινγκ σε διαφορετικά επίπεδα προσπαθούν να ανταγωνιστούν για την προσοχή τους σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά (Delgado, 2017).

Ως εκ τούτου, η ανταγωνιστικότητα και η ελκυστικότητα του προορισμού απαιτούν αποτελεσματικές και ολοκληρωμένες στρατηγικές μάρκετινγκ που βασίζονται σε στρατηγικές διαχείρισης η οποίες βασίζονται στην καλή κατανόηση της κατάστασης της αγοράς. Εκείνοι που εμπορεύονται προορισμούς κρουαζιέρας πρέπει να αναπτύξουν νέους δημιουργικούς τρόπους για να αυξήσουν τον αριθμό των τουριστικών επισκέψεων στις τοπικές κοινότητες σε διεθνείς λιμάνια. Οι δραστηριότητες ανάπτυξης, εμπορίας και διαχείρισης των προορισμών



ευθυγραμμίζονται σε μεγάλο βαθμό με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας σε παγκόσμια κλίμακα. Διάφορες πηγές έδειξαν ότι η τουριστική βιομηχανία έχει τη δύναμη να αναπτύσσεται όλο και πιο πολύ, λόγω των διαρθρωτικών παραγόντων όπως η αύξηση του πληθυσμού, η οικονομική ευημερία, η επέκταση των επιχειρήσεων και τα ταξίδια που συνδέονται με την ηλικία, σε συνδυασμό με κοινωνικούς παράγοντες όπως η παγκοσμιοποίηση κλπ. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών προβλέπει ότι οι διεθνείς αφίξεις θα φθάσουν τα 1,5 δισεκατομμύρια μέχρι το 2020, με συνολικά έσοδα άνω του 1 τρισεκατομμυρίου δολαρίων. Ως αποτέλεσμα, εκατοντάδες επιχειρήσεις, μεγάλες και μικρές, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πώληση και την παροχή υπηρεσιών σε όσους ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς (Wang, 2011).

Το μάρκετινγκ προορισμού απαιτεί μια αποτελεσματική και εξαιρετικά ενοποιημένη επιχειρηματική στρατηγική καθώς και την ταυτόχρονη κατανόηση των στόχων της τουριστικής βιομηχανίας. Ο τουρισμός λαμβάνει χώρα όταν ένα άτομο ή οι άνθρωποι αποφασίσουν να επισκεφθούν έναν προορισμό για να απολαύσουν τη φύση και το πολιτιστικό τοπίο που προσφέρουν. Αυτό μπορεί να συνεπάγει ότι οι τουρίστες πρέπει να ταξιδεύουν πολύ μακριά από την κατοικία τους για να μπορέσουν να φτάσουν στον προορισμό που θα ήθελαν να επισκεφθούν. Για παράδειγμα, οι τουρίστες της Βόρειας Αμερικής που θέλουν να κάνουν μια κρουαζιέρα στην Καραϊβική. Σε αυτή τη περίπτωση, θα επιβιβαστούν σε ένα αεροπλάνο που θα τους πάει μέχρι τη Φλόριντα όπου από εκεί θα επιβιβαστούν σε ένα κρουαζιερόπλοιο με προορισμό την Καραϊβική (Delgado, 2017).

Γεωγραφικά, ο κόσμος μπορεί να χαρτογραφηθεί σε περιοχές κρουαζιέρας που αντικατοπτρίζουν διαφορετικά επίπεδα ζήτησης. Ένα αποτέλεσμα της μεγάλης ζήτησης για τουρισμό με κρουαζιερόπλοιο, είναι η συμφόρηση στους παραδοσιακούς



τόπους προορισμού. Το 1998, η Καραϊβική έλαβε το 50% της συνολικής τουριστικής κίνησης όλων των κρουαζιερόπλοιων. Με βάση αυτή την αύξηση, οι εταιρίες κρουαζιέρων εξετάζουν πολυδιάστατες επεκτάσεις στο μέλλον. Τα σχέδια ανάπτυξης επιχειρηματικών καρτών της Carnival Cruise Lines, για παράδειγμα, περιλαμβάνουν: ανάπτυξη νέων γεωγραφικών αγορών και προσέλκυση νέων τρόπων ζωής μέσω κρουαζιερών (Johnson, 2002).

2.6. Περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο

2.6.1. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Για αρκετές δεκαετίες, οι ΜΚΟ, τα ΜΜΕ και η προσοχή της κυβέρνησης επικεντρώνονταν στο ζήτημα της κακής περιβαλλοντικής διαχείρισης αυτού του είδους τουριστικής διαδικασίας. Στη δεκαετία του 1980, τα σκουπίδια από κρουαζιερόπλοια άρχισαν να πλέουν στις παραλίες της Φλόριντα και στην ακτογραμμή του Κόλπου του Μεξικού. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, η Greenpeace συλλέξαν μυστικά στοιχεία από ένα κρουαζιερόπλοιο και βιντεοσκόπησαν παράνομες ενέργειες. Το 1993, επιβλήθηκε πρόστιμο ύψους 500.000 δολαρίων στη Princess Cruises μετά από ένα περιστατικό όπου ένα ζευγάρι επιβατών βιντεοσκόπησε το πλήρωμα του πλοίου να πετάει 20 πλαστικές σακούλες σκουπιδιών στη θάλασσα. Αυτό οδήγησε σε περισσότερη επιτήρηση, από τους επιβάτες, την Αμερικανική Ακτοφυλακή και άλλους, καθώς και σε περισσότερα πρόστιμα. Από το 1998 έως το 2002, η βιομηχανία κρουαζιέρων πλήρωσε πάνω από 50 εκατομμύρια δολάρια σε πρόστιμα και τρεις εταιρίες κρουαζιέρας καταδικάστηκαν με 5 χρόνια αναστολή από το Υπουργείο Δικαιοσύνης των ΗΠΑ. Ωστόσο, το πρόβλημα, σύμφωνα με τους ειδικούς των ΜΚΟ και τους ακτιβιστές, ξεπερνά τα παράνομα απορρίμματα (UNEP 2009).



Υπάρχουν επίσης περιβαλλοντικά ζητήματα γύρω από την ατμοσφαιρική ρύπανση, τη απόρριψη πετρελαίου στη θάλασσα. Τα πλοία που μεταφέρουν πάνω από 3000 επιβάτες και πλήρωμα παράγουν περίπου 30.000 γαλόνια ακατέργαστων λυμάτων την ημέρα, ποσότητα ίση με τα απορρίμματα μια μικρής πόλης. Σε ένα χρόνο εκτιμάται ότι η βορειοαμερικανική βιομηχανία κρουαζιέρας παράγει 50.000 τόνους απορριμμάτων από τρόφιμα και 100.000 τόνους απορριμμάτων από γυαλί, κασσίτερο και καύσιμα απορρίμματα. Οι ομοσπονδιακοί νόμοι επιτρέπουν στα κρουαζιερόπλοια να μεταφέρουν νόμιμα επεξεργασμένα λύματα και βρώμικο νερό από τα πλυντήρια σε λιμάνια, και παράκτια ύδατα. Τα ακατέργαστα λύματα, τα απόβλητα τροφίμων και τα απορρίμματα μπορούν να πεταχτούν στα ύδατα σε απόσταση τριών μιλίων ή και περισσότερο, ανάλογα με το μέγεθος και το είδος των αποβλήτων. Οι ίδιοι νόμοι απαγορεύουν ρητά μόνο τα απορρίμματα από πλαστικό και το πετρέλαιο.

Τα κυβερνητικά πρόστιμα και οι εκστρατείες των ΜΚΟ έχουν οδηγήσει τις εταιρίες κρουαζιέρας να κάνουν μια σειρά από βήματα για να προσπαθήσουν να καθαρίσουν τις πρακτικές και την εικόνα τους. Το 2003, το Διεθνές Συμβούλιο Κρουαζιερόπλοιων (ICCL), η εμπορική ένωση 15 κορυφαίων εταιρειών κρουαζιέρας, συνεργάστηκαν με το Κέντρο Περιβαλλοντικής ηγεσίας της Conservation International (CELB) για να διαμορφώσει τη Συμμαχία Διατήρησης και Τουρισμού του Ωκεανού. Η CELB λέει ότι η Συμμαχία εμπλέκει εταιρείες κρουαζιέρας για να ενσωματώσει τις πρακτικές διατήρησης της βιοποικιλότητας στα συστήματα διαχείρισης τους και να γίνει μια θετική δύναμη για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας στους προορισμούς που επισκέπτονται τα κρουαζιερόπλοια (UNEP 2009).

Η Συμμαχία, χρηματοδοτούμενη από την ICCL, συγκάλεσε μια Επιστημονική Ομάδα που είχε ως καθήκον τον προσδιορισμό των βέλτιστων πρακτικών διαχείρισης αποβλήτων κρουαζιερόπλοιων, προσδιορίζοντας τρόπους επιτάχυνσης της ανάπτυξης



προηγμένων συστημάτων καθαρισμού λυμάτων και στη συνέχεια ενθαρρύνοντας την υιοθέτησή τους στα κρουαζιερόπλοια. Η επιστημονική ομάδα ανέφερε ότι έχουν σημειωθεί πολλές βελτιώσεις και έχουν ληφθεί σημαντικά μέτρα για την ελαχιστοποίηση αυτών των επιπτώσεων κατά τη διάρκεια των ετών. Η επιτροπή εξέδωσε μια σειρά συστάσεων που η βιομηχανία έχει δεσμευτεί να υιοθετήσει, ώστε να συνεχίσει να ελαχιστοποιεί τις σχετικές αρνητικές επιπτώσεις της απόρριψης των λυμάτων.

Οι πιο σοβαρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις βέβαια, δεν προέρχονται από τις εργασίες του πλοίου, αλλά από τη συμπεριφορά των επιβατών και των προμηθευτών. Για παράδειγμα κάθε μέρα, πάνω από 1.100 επιμέρους καταδύσεις γίνονται στο εθνικό πάρκο Cozumel Reefs, μεγάλο μέρος των οποίων γίνεται από επιβάτες κρουαζιερόπλοιων. Οι κακές πρακτικές από αυτούς τους δύτες οδηγούν σε επαφή με κοράλλια (τόσο τυχαία όσο και σκόπιμα) τα οποία, όταν επαναλαμβάνονται με την πάροδο του χρόνου, μπορούν να έχουν καταστροφικές συνέπειες. Ο μεγάλος όγκος και οι κακές πρακτικές των δυτών (από κρουαζιερόπλοια και παράκτιους παραθεριστές) προκαλούν επίσης καταστροφές σε ευαίσθητα θαλάσσια περιβάλλοντα όπως οι κοραλλιογενείς ύφαλοι (UNEP 2009).

Ο αντίκτυπος στο περιβάλλον αποτελεί μείζον πρόβλημα στις ευάλωτες περιοχές του κόσμου. Συγκεκριμένα, οι πολικές περιοχές, όπως η Ανταρκτική, αποτελούν μέλημα των περιβαλλοντολόγων λόγω των πιθανών επιπτώσεων των επισκεπτών και των κρουαζιερόπλοιων. Οι ανησυχίες κυμαίνονται από τη διαταραχή των πτηνών και της θαλάσσιας ζωής, την εισαγωγή ξένων οργανισμών, τη ρύπανση και την εισαγωγή ραδιοϊσοτόπων. Επιπλέον, από το 2007 έως το 2009, στις πολικές περιοχές της Αλάσκας, της Ανταρκτικής, της Γροιλανδίας και της Νορβηγίας έδεσαν δέκα κρουαζιερόπλοια, έγινε μία σύγκρουση με ένα παγόβουνο, με αποτέλεσμα τη



ρύπανση των υδάτων από τη διαρροή πετρελαίου. Οι συγκρούσεις αυτές μπορούν να οδηγήσουν σε πιθανές πετρελαιοκηλίδες. (Luck et al., 2010).

Άλλες περιοχές του κόσμου έχουν επίσης αντιμετωπίσει περιβαλλοντικές επιπτώσεις από κρουαζιερόπλοια. Η Βενετία της Ιταλίας είναι μία πόλη που προσπάθησε να απαγορεύσει την είσοδο κρουαζιερόπλοιων στη λιμνοθάλασσα της λόγω ανησυχιών περιβαλλοντικής υποβάθμισης. Η περιβαλλοντική ομάδα Amici di Venezia δημιούργησε αναφορές σχετικά με τη ρύπανση των κρουαζιερόπλοιων και την καταστροφή των καναλιών από αυτά. Τα απόνερα από τα πλοία έχουν δημιουργήσει μεγάλες ποσότητες ιζημάτων στη λιμνοθάλασσα. Υπάρχει επίσης ανησυχία ότι το πέρασμα από τα πλοία έχει διαβρώσει τα τείχη της των ρηχών νερών λιμνοθάλασσας της Βενετίας (Squires, 2018).

Καθώς η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων συνεχίζει να αναπτύσσεται, αντιμετωπίζει περιβαλλοντικά προβλήματα, τα οποία έχουν δημιουργήσει ανησυχίες. Η αυξανόμενη ζήτηση για τη κρουαζιέρα έχει οδηγήσει τα λιμάνια των προορισμών κρουαζιέρας να επεκταθούν για να χωρέσουν το μέγεθος των μεγαλύτερων επιβατηγών και των φορτηγών πλοίων. Τα λιμάνια στις ανατολικές Ηνωμένες Πολιτείες ανταγωνίζονται για την προσέλκυση μεγαλύτερων πλοίων με την επέκταση των βάθρων των καναλιών τους και των λιμανιών για την αύξηση του εμπορίου.

Επιπλέον περιβαλλοντικές επιπτώσεις αποφέρουν και οι αλυσίδες εφοδιασμού κρουαζιερόπλοιων. Αυτές περιλαμβάνουν πρακτικές μη βιώσιμης προμήθειας τροφίμων προς και από λιμάνια αναχώρησης, καθώς και αγορές που πραγματοποιούνται από μεγάλους όγκους επισκεπτών (ποτά σε πλαστικά μπουκάλια και αναμνηστικά). Οι αγορές μαύρων κοραλλιών, κοχυλιών, και προϊόντα από δέρματα

ζώων έχουν αρνητικές επιπτώσεις και αποτελούν απειλή για το περιβάλλον (Ackerman, L. M., 2015).

2.6.2. Κοινωνικές επιπτώσεις

Οι κρουαζιέρες έχουν μεγάλη επίδραση στον κοινωνικό πυλώνα της βιωσιμότητας. Οι «σημαίες ευκαιρίας» (FOC) έχουν δημιουργήσει περιβάλλοντα πλοίων όπου τα πληρώματα λαμβάνουν χαμηλό μισθό, έλλειψη δυνατότητας για απεργία και κακές συνθήκες εργασίας. Το πιο σημαντικό στοιχείο για τους πλοιοκτήτες είναι τα λειτουργικά έξοδα. Πολλοί ιδιοκτήτες προσπάθησαν να εξοικονομήσουν κόστη αντί να επικεντρωθούν στις συνθήκες εργασίας και ασφάλειας. Οι «σημαίες ευκαιρίας» (FOC) έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων και οι εταιρείες παρακολούθησης της βιομηχανίας πιστεύουν ότι οι εταιρείες κρουαζιέρας θέλουν να αποφύγουν τους νόμους περί προστασίας των καταναλωτών των Ηνωμένων Πολιτειών (McGee, 2013).

Οι εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι σημαντικές για την κοινωνική βιωσιμότητα, καθώς αυτό επιτρέπει σε μια επιχείρηση να αναγνωρίζει την υγεία, την ασφάλεια και τα ανθρώπινα δικαιώματα. Λόγω του πολιτιστικού πλαισίου της βιομηχανίας κρουαζιέρας, η βιομηχανία δεν έχει το κίνητρο να δημιουργήσει ένα σύστημα εκθέσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η βιομηχανία κρουαζιέρας δεν έχει φθάσει σε σημείο όπου οι εταιρίες μιμούνται πρότυπα συμπεριφοράς (Campbell, 2007). Οι εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι σημαντικές για την κοινωνική βιωσιμότητα, καθώς αυτό επιτρέπει σε μια επιχείρηση να διαβεβαιώνει για την υγεία, την ασφάλεια και τα ανθρώπινα δικαιώματα κατά τη λειτουργία της. Λόγω του πολιτιστικού πλαισίου της βιομηχανίας κρουαζιέρας, η βιομηχανία δεν έχει το κίνητρο να δημιουργήσει ένα σύστημα εκθέσεων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Bonilla-Priego et al, 2014).



Παρόλο που ο τουρισμός είναι ο κύριος κλάδος της Καραϊβικής και η ανεργία σε πολλά από τα νησιά υπερβαίνει το 20%, οι περισσότεροι από τους 50.000 εργαζόμενους σε κρουαζιερόπλοια που διανύουν τα ύδατα μεταξύ των Ηνωμένων Πολιτειών και της Καραϊβικής δεν είναι ούτε Ινδοί ούτε Αμερικανοί. Πολλοί από αυτούς τους χαμηλόμισθους εργαζόμενους προσλαμβάνονται από εξειδικευμένους εργολάβους από αγορές της Ανατολικής Ευρώπης και της Ασίας με πολύ ελάχιστες εισφορές. Τα περισσότερα από τα πλοία ανήκουν στο εξωτερικό και είναι νηολογημένα σε φορολογικούς «παραδείσους» όπως η Λιβερία και ο Παναμάς. Επειδή λοιπόν αυτά τα πλοία είναι νηολογημένα στο εξωτερικό και ταξιδεύουν κυρίως σε διεθνή ύδατα, είναι σε μεγάλο βαθμό ανεξέλεγκτα και αφορολόγητα. Σύμφωνα με μια μελέτη, παρόλο που τα πλοία μεταφέρουν επιβάτες στις ΗΠΑ και δένουν σε λιμάνια των ΗΠΑ, οι εταιρείες κρουαζιέρας απαλλάσσονται σε μεγάλο βαθμό από τους κανονισμούς εργασίας των ΗΠΑ, τους φόρους κερδών και εισοδήματος, τα πρότυπα ασφαλείας, τον φόρο επί των πωλήσεων και τα περιβαλλοντικά πρότυπα. Παρομοίως, απαλλάσσονται από τους περισσότερους φόρους και νόμους των εικοσιτεσσάρων νησιωτικών χωρών και των αποικιών στην Καραϊβική (UNEP 2009).

Είναι δύσκολο να μετρηθούν οι κοινωνικές ή πολιτιστικές επιπτώσεις του κρουαζιερόπλοιου στις κοινότητες προορισμού, αλλά παρ' όλα αυτά οι μεγάλες ποσότητες επισκεπτών που σχετίζονται με τον τουρισμό με κρουαζιερόπλοια μπορεί να αποβούν μοιραίες για τις μικρές και μεσαίες παράκτιες πόλεις, οι οποίες αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των προορισμών κρουαζιέρας. Το 2005, πάνω από 800 χιλιάδες επιβάτες κρουαζιερόπλοιων επισκέφτηκαν το Belize, ένα μικρό έθνος της Καραϊβικής, που έχει συνολικό πληθυσμό μόλις σχεδόν 300 χιλιάδες κατοίκους.

Φαίνεται ότι η άφιξη των κρουαζιερόπλοιων μπορεί να εδραιώσει περαιτέρω τις υφιστάμενες κοινωνικές τάξεις στις κοινότητες που τα υποδέχονται, καθώς οι ήδη



οικονομικά δυνατοί ιδιοκτήτες τοπικών επιχειρήσεων τείνουν να κερδίζουν κερδοφόρες συμβάσεις με τις εταιρίες κρουαζιέρας και οι μικρότεροι πάροχοι υπηρεσιών συνήθως δυσκολεύονται να εισέλθουν στην αγορά. Από κοινωνικής άποψης, είναι προτιμότερο να αναπτυχθεί ο τουρισμός με κρουαζιερόπλοια στους υφιστάμενους αστικούς λιμένες, όπου η υποδομή και η κοινωνία των πολιτών είναι καλύτερα εξοπλισμένες για να αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις της βιομηχανίας. Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι σε πολλά λιμάνια προορισμών, η πορνεία είναι αρκετά αυξημένη (π.χ. Πουέρτο Λιμόν στη Κόστα Ρίκα) (UNEP 2009).

2.6.3. Οικονομικές επιπτώσεις

Η βιωσιμότητα των εταιριών κρουαζιέρας έδειξε μεγάλη επίδραση στους λιμένες, στους τοπικούς πληθυσμούς των λιμένων και στα μέλη του πληρώματος επί του πλοίου. Οι γραμμές κρουαζιέρας έχουν μεγάλη επίδραση στον οικονομικό πυλώνα της βιωσιμότητας. Ορισμένοι προορισμοί κρουαζιέρας επωφελούνται από τη βιομηχανία κρουαζιέρας και βλέπουν θετικές οικονομικές επιπτώσεις Στην Κεντρική Αμερική και την Καραϊβική, τα κρουαζιερόπλοια υποστηρίζονται από ορισμένες επιχειρήσεις καθώς και από τη τοπική κοινωνία (Ackerman, 2015).

Παρόλο που ένας μεγάλος αριθμός επιβατών θα πάει στην ακτή, ότι χρειάζεται ένας επιβάτης, όπως τα τρόφιμα κ.α., περιέχονται στο πλοίο. Όταν οι επιβάτες επισκέπτονται ένα λιμάνι, υπάρχει πιθανότητα να μη ξοδέψουν τα χρήματά τους για φαγητό, διαμονή κλπ. (Orams, 1999), καθώς όλα αυτά είναι διαθέσιμα στο πλοίο. Τα κρουαζιερόπλοια ενδέχεται να μην δημιουργούν πάντα οικονομικό όφελος για ορισμένους προορισμούς. Οι αξιωματούχοι της Τζαμάικα είναι δυσαρεστημένοι επειδή οι επιβάτες κρουαζιέρας ξοδεύουν λιγότερο από τους τουρίστες των ξενοδοχείων. Πολλά μικρά νησιά πρέπει να εισάγουν αγαθά και τρόφιμα προκειμένου να συμβαδίσουν με τον τουρισμό. Ακόμη και όταν οι δαπάνες για τον τουρισμό είναι



υψηλές, έπρεπε να ληφθεί υπόψη η διαρροή λόγω της εισαγωγής αγαθών από τις επιχειρήσεις για να συμβαδίσει με την τουριστική ζήτηση. Ακόμη και προορισμοί με υψηλό αριθμό επισκεπτών που αγοράζουν καταλύματα, εκδρομές, φαγητό και άλλα αντικείμενα, ενδέχεται να μην δουν οικονομική ανάπτυξη λόγω των εισαγωγών. Με λίγα λόγια, οι εταιρίες κρουαζιέρας προσπαθούν να προσφέρουν όσο το δυνατόν περισσότερες δραστηριότητες στο πλοίο προκειμένου να διατηρήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα έσοδα σε αυτό (Webster & Ivanov, 2014).

Οι απαιτήσεις του τουρισμού δημιούργησαν επίσης ζήτηση εργασίας, το οποίο δημιουργεί τη μεταφορά εργατών από άλλες βιομηχανίες στην τουριστική βιομηχανία. Οι εισαγωγές εργασίας έχουν δημιουργήσει μεγαλύτερες διαρροές λόγω της αποστολής των μισθών τους στη χώρα καταγωγής τους. Μόλις αφαιρεθεί η διαρροή από τις συνολικές ακαθάριστες δαπάνες των τουριστών, ο αριθμός των δαπανών θα μειωθεί και θα υπάρξουν λιγότερα οικονομικά οφέλη. Μελέτες σχετικά με τη διαρροή υποδηλώνουν ότι οι διαρροές κυμαίνονται από 40% έως 80% στις αναπτυσσόμενες χώρες (Vanhove, 2017). Παρά τους σοβαρούς περιορισμούς στα αναλυτικά στοιχεία, η συμβολή του τομέα στην εθνική και τοπική οικονομία εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από το επίπεδο των δαπανών που πραγματοποιούν οι «παραγωγοί» και «Καταναλωτές» του προϊόντος κρουαζιέρας. Προκειμένου να προσδιοριστούν τα κανάλια που επηρεάζει η παραγωγή της επιχείρησης κρουαζιέρας στην οικονομία, πρέπει να διακρίνουμε αν το υπό μελέτη λιμάνι είναι «λιμάνι καταγωγής» ή «λιμένας στάσης» (Ackerman, 2015).

Οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων θα πρέπει επίσης να συνεισφέρουν, άμεσα και έμμεσα κρατικούς, τοπικούς και προστιθέμενης αξίας φόρους. Το επίπεδο των οικονομικών επιπτώσεων εξαρτάται από το μέγεθος της δραστηριότητας και την εξειδίκευση της οικονομίας στην παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών κρουαζιέρας. Εάν



ένα λιμάνι είναι το κύριο λιμάνι για μια ανταγωνιστική εταιρεία κρουαζιέρας, τότε οι οικονομικές επιπτώσεις θα προέρχονται κατά κύριο λόγο από φόρους και λιμενικές υπηρεσίες. Ομοίως, στην περίπτωση ενός απλού λιμανιού, ο οικονομικός αντίκτυπος προέρχεται από τη δραστηριότητα του κρουαζιερόπλοιου (τέλη και δικαιώματα, χρονοθυρίδες και ανεφοδιασμός καυσίμων) και τις δαπάνες επιβατών και πληρώματος (αγορές, εκδρομές κ.λπ.). Γενικά, φαίνεται ότι οι οικονομικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας σε τοπικό και εθνικό επίπεδο μπορεί να είναι τόσο σημαντικές όσο και πολύπλοκες κατά τον υπολογισμό (Diakomihalis, 2016).

Πίνακας2:Συνολικές οικονομικές επιπτώσεις του τομέα της κρουαζιέρας ανά χώρα

Country	Direct Expenditures € Million	Growth from 2015	2017 Total Output	Total Jobs	Total Compensation € Million
Italy	€ 5,463	20.0%	€ 13,210	119,052	€ 3,686
UK	€ 3,850	18.1%	€ 10,390	82,410	€ 3,159
Germany	€ 3,140	6.6%	€ 6,432	48,490	€ 1,804
France	€ 1,679	35.65%	€ 3,516	19,973	€ 925
Spain	€ 1,481	12.0%	€ 4,252	31,233	€ 959
Top Five	€ 15,613	17.2%	€ 37,800	301,158	€ 10,533
Norway	€ 712	18.9%	€ 1,798	16,831	€ 567
Finland	€ 703	12.2%	€ 1,573	10,756	€ 405
Netherlands	€ 563	20.9%	€ 1,058	8,992	€ 270
Greece	€ 546	11.8%	€ 913	10,721	€ 204
Sweden	€ 269	-0.7%	€ 532	3,385	€ 141
Next 5	€ 2,795	14.0%	€ 5,874	50,685	€ 1,587
Rest of the EU+3	€ 1,290	15.9%	€ 4,184	51,778	€ 649
Total	€ 19,698	16.7%	€ 47,858	403,621	€ 12,769

Πηγή:European Cruise council 2017

Ανακεφαλαίωση

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι τα κρουαζιερόπλοια φέρνουν χρήματα στις τοπικές επιχειρήσεις, αλλά η εξασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης ενός προορισμού κρουαζιέρας έχει πολύ υψηλό κόστος. Είναι βέβαιο ότι οι κύριοι παράγοντες της κρουαζιέρας λαμβάνουν προληπτικά μέτρα για να εξασφαλίσουν ένα βιώσιμο μέλλον για τουρισμό με κρουαζιέρες, διατηρώντας παράλληλα τους προορισμούς κρουαζιέρας. Τα λιμάνια πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι με την πρόσφατη επέκταση του κλάδου της κρουαζιέρας, οι κρουαζιέρες χρειάζονται νέους λιμένες, μεγαλύτερους και εξοπλισμένους με νέες τεχνολογίες, ώστε να γίνουν πιο ανταγωνιστική και να καταφέρουν να ενταχθούν σε μια διαδρομή κρουαζιέρας. Λόγου αυτού, τα λιμάνια συνεχίζουν να κατασκευάζουν καινούργιες αποβάθρες και τερματικούς σταθμούς τόσο για να προσελκύσουν κρουαζιερόπλοια όσο και για να κρατήσουν τα ήδη υπάρχοντα.

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε τη παγκόσμια ζήτηση για κρουαζιέρα από το 2014 έως το 2017 στοιχεία που δείχνουν το πόσο ο κλάδος της κρουαζιέρας επηρεάζει τις παγκόσμιες οικονομίες.

Πίνακας3: Διεθνής ζήτηση για κρουαζιέρες 2014-2017 (εκατομμύρια)

Χώρες	2014	2015	2016	2017
	Εκ.Επιβάτες			
Αμερική	12.04	12.00	12.26	12.87
Ευρώπη ^①	6.39	6.46	6.79	6.96
Ασία	1.69	2.06	3.37	4.06
Αυστραλία	0.99	1.13	1.37	1.44
Υπόλοιπες χώρες	2.24	1.42	1.37	1.43
Σύνολο	23.34	23.06	25.15	26.75
% NA	52%	52%	49%	48%

Πηγή: European Cruise Council 2017

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Τα λιμάνια των προορισμών και επιπτώσεις

αυτών στο προορισμό

Εισαγωγή

Η επιλογή των λιμένων προορισμών των εταιριών κρουαζιέρας είναι ζωτικής σημασίας σε πολλές πτυχές για αυτές. Ο σκοπός των προγραμματισμένων και προσφερόμενων διαδρομών δεν είναι η ίδια η υπηρεσία μεταφοράς, αλλά η παροχή υπηρεσιών ευχαρίστησης στους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων. Στις προσπάθειές τους να επιτύχουν τον υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης των πελατών (δηλαδή των επιβατών), οι εταιρείες κρουαζιέρας παρουσιάζουν δρομολόγια, συμπεριλαμβανομένων πολύ ελκυστικών προορισμών.

Ένα λιμάνι κρουαζιέρας ενδιαφέρεται, καταρχήν, να αποτελεί ένα μητρικό/κύριο λιμάνι (homeport) για ένα ή και περισσότερα κρουαζιερόπλοια. Αυτό οφείλεται στις μεγάλες οικονομικές επιπτώσεις αυτής της διαδικασίας. Επιπτώσεις που επηρεάζουν θετικά τόσο το λιμάνι, όσο και την πόλη που συνδέεται με το λιμάνι. Τρεις πηγές λειτουργούν ως παραγωγοί εισοδήματος. Αυτά είναι: οι ίδιες οι εταιρείες κρουαζιέρας, οι επιβάτες κρουαζιέρας και τέλος τα πληρώματα των πλοίων.

3.1. Λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων

Με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων κρουαζιέρας, τα λιμάνια υποδοχής των κρουαζιερόπλοιων αποκτούν μεγαλύτερη σημασία. Η επιλογή των προορισμών εξαρτάται σε κάποιο βαθμό από την κατάσταση του λιμανιού που πρέπει να επισκεφθεί το πλοίο. Το λιμάνι είναι ζωτικής σημασίας για την εξασφάλιση της αξιοπιστίας του χρονοδιαγράμματος και για τη συνεχή επιβίβαση/αποβίβαση και μεταφορά των επιβατών σε επόμενα ταξίδια ή / και ημερήσιες εκδρομές. Όταν οι εταιρίες κρουαζιέρας εκφράζουν ενδιαφέρον για καθορισμένους ή πιθανούς προορισμούς, η ικανότητα ενός



προορισμού να υποδεχθεί ένα κρουαζιερόπλοιο βασίζεται στα χαρακτηριστικά του αλλά και στα χαρακτηριστικά του συνόλου της περιοχής, όταν φυσικά οι οικονομικές και γεωπολιτικές συνθήκες το επιτρέπουν. Η παρουσία επαρκών υποδομών που συνδέονται με τη υποδομή του λιμανιού, η έλλειψη έντονης χρήσης που μπορεί να οδηγήσει σε συμφόρηση και διακοπή της διαδικασίας και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών και των διαδικασιών, ώστε να παρέχονται αποτελεσματικές υπηρεσίες, είναι καθοριστικής σημασίας για να επιτραπεί η χρήση ενός λιμανιού ως προορισμός μιας διαδρομής ενός κρουαζιερόπλοιου (Pallis, 2015).

Τα λιμάνια πραγματοποιούν επίσης την ευκαιρία να παρέχουν υπηρεσίες σε έναν κλάδο με ευρύτερες τοπικές οικονομικές επιπτώσεις. Με άμεσο και έμμεσο αντίκτυπο, συμπεριλαμβανομένων των δαπανών των επιβατών και των πληρωμάτων που μπορούν να διανεμηθούν στις πόλεις που υπάρχει το λιμάνι ή σε κοντινούς τουριστικούς προορισμούς, το ενδιαφέρον των λιμανιών για αύξηση των κινήσεων των επιβατών κρουαζιέρας υποστηρίχθηκε γενικά από ευρύτερες κοινότητες και φορείς λήψης αποφάσεων. Η αυξανόμενη σημασία της κοινωνικής ενσωμάτωσης των λιμανιών στις σχετικές πόλεις συμπίπτει με την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρουαζιέρας. Οι δραστηριότητες κρουαζιερόπλοιων μετατρέπονται σε μέρος των ημερησίων διατάξεων των λιμενικών αρχών και άλλων οργανώσεων διαχείρισης λιμένων σε μια προσπάθεια σύνδεσης του λιμένα με ορατά οφέλη για τις τοπικές οικονομίες.

Ενώ οι κυριότεροι λιμένες κρουαζιέρας εξυπηρετούν την παράγωγη ζήτηση, η ανταγωνιστικότητά τους είναι σε κάποιο βαθμό ως αιτία προσέλκυσης κρουαζιερόπλοιων. Επιδιώκοντας να αναπτύξουν ένα νέο προϊόν, οι εταιρίες κρουαζιέρας συνεχίζουν να αναζητούν νέους λιμένες κρουαζιέρας για να προσθέτουν σε δρομολόγια και να προσελκύουν παραθεριστές που επιθυμούν να ταξιδέψουν. Αυτή



η αναζήτηση σχετίζεται με τις λειτουργίες του προορισμού, δηλαδή τα τουριστικά αξιοθέατα, τις δυνατότητες για εξορμήσεις στις ακτές, τις γεωπολιτικές εντάσεις. Ωστόσο, η κατάσταση των λιμένων και η πολυπλοκότητα των υποδομών τους, δηλαδή η πρόσβαση στο λιμάνι, η χερσαία υποδομή και η εφοδιαστική διαδικασία, οι θαλάσσιες υπηρεσίες, όπως τα ρυμουλκά πλοία και, η ασφάλεια, οι διαδικασίες και ο χειρισμός των αποσκευών, επηρεάζουν την αύξηση της κίνησης των κρουαζιερόπλοιων σε συγκεκριμένο λιμένα. Εξάλλου, το γεωγραφικό μονοπώλιο δεν υπάρχει σε όλες τις περιπτώσεις, καθώς πολλά λιμάνια μοιράζονται τα κοντινά τουριστικά αξιοθέατα με άλλα (Rodrigue & Notteboom, 2012).

Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας με τα τα 25 πιο πολυσύχναστα λιμάνια κρουαζιέρας από τους επιβάτες.

Πίνακας 4: Πολυσύχναστα λιμάνια κρουαζιέρας από τους επιβάτες.

Rank	Port	Country	2016 / 2017
1	Port of Miami		4,980,490 ^[1]
2	Port Canaveral		4,248,296 ^[1]
3	Port Everglades		3,826,415 ^[1]
4	Port of Cozumel		3,636,649 ^[1]
5	Port of Nassau		3,521,178 ^[2]
6	Port of Shanghai		2,847,000 ^[3]
7	Port of Barcelona		2,712,247 ^[4]
8	Ports of Out Islands		2,549,803 ^[2]
9	Port of Civitavecchia		2,204,336 ^[4]
10	Port of The Balearic Islands		2,110,663 ^[4]
11	Port of Galveston		1,730,289 ^[1]
12	Port of George Town		1,711,853 ^[2]
13	Ports of St. Thomas/St. John		1,694,008 ^[2]
14	Port of Philipsburg		1,668,863 ^[2]
15	Ports of Jamaica		1,655,565 ^[3]
16	Port of New York and New Jersey		1,537,695 ^[1]
17	Port of Southampton		1,529,000 (2013) ^[5]
18	Port of Marseille		1,487,313 ^[4]
19	Port of Venice		1,427,812 ^[4]
20	Port of Singapore		1,379,753 ^[6]
21	Port of San Juan		1,379,367 ^[1]
22	Port of Jeju		1,200,000 ^[7]
23	Port of Piraeus		1,055,559 ^[4]
24	Port of New Orleans		1,048,112 ^[1]
25	Port of Roatan		1,037,647 ^[8]

Πηγή:En.wikipedia



Η επιτυχία ενός λιμένα υποδοχής κρουαζιέρας βασίζεται σε πέντε διαφορετικούς παράγοντες προκειμένου να γίνει ένας επιλεγμένος προορισμός που προσελκύει και φιλοξενεί κρουαζιέρες. Πρώτον, ο βαθμός στον οποίο το λιμάνι είναι καλά τοποθετημένο για ενσωμάτωση σε δημοφιλή δρομολόγια, με άλλα λόγια τη θέση του λιμανιού. Ενώ οι εταιρίες κρουαζιέρας ενδιαφέρονται να προσφέρουν ορισμένους προορισμούς, η ενσωμάτωση των λιμένων στις διαδρομές καθορίζεται επίσης από την ελκυστικότητα ενός λιμένα. Ένας δεύτερος παράγοντας είναι η τουριστική ελκυστικότητα του προορισμού / περιοχής. Αυτό εξαρτάται κυρίως από τα χαρακτηριστικά της περιοχής (κλίμα, κοινωνικοί / πολιτιστικοί ή / και φυσικοί παράγοντες ή εγγύτητα σε τουριστικά αξιοθέατα), ενώ η λιμενική βιομηχανία και τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν δευτερεύουσα επιρροή, δηλαδή την αναβάθμιση της «φιλικής τουριστικής κίνησης» μέσω της πληροφόρησης και της διαθεσιμότητας πολυγλωσσίας (Pallis, 2015).

Ο τρίτος παράγοντας είναι η προσβασιμότητα του προορισμού / περιοχής. Η γειτνίαση του λιμανιού με αερολιμένες, το σιδηροδρομικό σταθμό με καλές συνδέσεις και οι εθνικές οδοί που εξυπηρετούν την όλο και πιο δημοφιλή φιλοσοφία για κρουαζιέρες θα μπορούσαν να καθορίσουν τις δυνατότητες του λιμένα να φιλοξενήσει μια turnaround διαδικασία επισκεπτών ή απλώς τη στάθμευση του πλοίου. Ο τέταρτος παράγοντας είναι οι λιμενικές εγκαταστάσεις και οι υπηρεσίες που προσφέρονται, με διαφορετικούς τύπους εγκαταστάσεων. Τα λιμενικά τέλη αποτελούν τον πέμπτο παράγοντα επιτυχίας. Οι τελευταίοι δύο παράγοντες είναι γενικά οι πιο εύκολα προσαρμόσιμοι σε σύγκριση με τους άλλους παράγοντες επιτυχίας, αλλά ένα λιμάνι που το δυνατό του σημείο δεν είναι η τοποθεσία, η ελκυστικότητα του τουρισμού και



η προσβασιμότητα δεν θα μπορέσει να έχει μεγάλη επιτυχία κάνοντας απλές βελτιώσεις στις εγκαταστάσεις του.

Σε όλα αυτά, πρέπει κανείς να εξετάσει τη γεωγραφική εγγύτητα με λιμάνια - προορισμούς κρουαζιέρας. Η συμμόρφωση της γεωγραφικής θέσης με τις προτιμήσεις χρόνου και ταχύτητας των κρουαζιερόπλοιων, και ιδίως η δυνατότητα να συμπεριληφθούν σε δρομολόγια που περιλαμβάνουν διάφορους λιμένες, είναι ζωτικής σημασίας παράμετρος, ιδίως για την ανάπτυξη ενός λιμένα κρουαζιέρας χωρίς μεγάλη αναγνωσιμότητα. Σήμερα ο τύπος αυτός προκύπτει από το γεγονός ότι τα πλοία ταξιδεύουν ιδανικά σε 18 κόμβους για 14 ώρες. Αυτό σημαίνει ότι η μέγιστη απόσταση ανά λιμάνι διανυκτέρευσης είναι 252 ναυτικά μίλια, ενώ με τη μεγάλη ταχύτητα των 20 κόμβων η ανά λιμάνι διανυκτέρευσης αυξάνετε στα 280 ναυτικά μίλια (Rodrigue & Notteboom, 2012).

3.2. Κατηγορίες Λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων

Τα λιμάνια που προσφέρουν υπηρεσίες σε εταιρίες κρουαζιέρας ποικίλουν από πολλές απόψεις. Η πρώτη ομάδα κριτηρίων για την κατασκευή τυπολογίας είναι παρόμοια με αυτά που παρατηρούνται σε οποιαδήποτε αγορά λιμένων. Η δεύτερη ομάδα αντικατοπτρίζει τις ιδιαιτερότητες της αγοράς κρουαζιερόπλοιων, συμπεριλαμβανομένης της καταλυτικής επίδρασης του στοιχείου "τουρισμού" του κρουαζιερόπλοιου. Η φύση της εγκατάστασης, δηλαδή η παρουσία ενός ειδικού τερματικού σταθμού ή προβλήτας ή η χρήση μιας εγκατάστασης που χρησιμοποιείται για περισσότερους σκοπούς εκτός από την κρουαζιέρα, συγκαταλέγεται στην πρώτη ομάδα κριτηρίων. Ένα δεύτερο κριτήριο αφορά την ιδιοκτησία της υποδομής και τη λειτουργία του τερματικού σταθμού ή της εγκατάστασης. Ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον από τρίτα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των κρουαζιερόπλοιων και των εξειδικευμένων φορέων εκμετάλλευσης κρουαζιερόπλοιων, να επενδύσουν σε



λιμενικές εγκαταστάσεις, είτε μέσω παραχωρήσεων είτε μέσω έργων "greenfield", δημιουργήθηκε από την αύξηση της πλεύσης.

Το μέγεθος των κινήσεων επιβατών που φιλοξενούνται ετησίως αποτελεί ένα τρίτο διακριτικό κριτήριο, δεδομένου ότι αντιστοιχεί στην εξυπηρέτηση διαφόρων κρουαζιερόπλοιων και τμημάτων. Το τελευταίο είναι η λειτουργία του λιμένα στο δρομολόγιο κρουαζιέρας ως λιμένας προέλευσης από τον οποίο αναχωρεί ή / και τελειώνει μια κρουαζιέρα, ή ως «ενδιαμέσως» λιμένας που επισκέφθηκε ένα κρουαζιερόπλοιο κατά τη διάρκεια μιας κρουαζιέρας. Η μεταφορά στο σπίτι επηρεάζει επίσης το αριθμητικό μέγεθος καθώς εξασφαλίζει διπλή κίνηση ενός μοναδικού επιβάτη στο ίδιο λιμάνι. Ένα πέμπτο κριτήριο για την ταξινόμηση των λιμένων κρουαζιέρας είναι η εποχικότητα των προσελεύσεων, η οποία συνδυάζει τα μεταφορικά και τα τουριστικά στοιχεία μιας κρουαζιέρας (Peisley, 2003).

Το στοιχείο του τουρισμού ορίζει το είδος της ελκυστικότητας που δημιουργεί ένας λιμένας. Τα πιο δημοφιλή λιμάνια είναι παγκοσμίως γνωστά, απολύτως απαραίτητα για κάθε διαδρομή, καθώς προσελκύουν τους επιβάτες και αποτελούν το πιο δημοφιλές χαρακτηριστικό της διαδρομής μιας κρουαζιέρας. Ένα λιμάνι «ανακάλυψη» είναι ένα λιμάνι που δεν είναι παγκοσμίως γνωστό, αλλά παρέχει την αίσθηση της ανακάλυψης ενός «άγνωστου θησαυρού». Ορισμένα μητρικά/κύρια λιμάνια (homeports) είναι επίσης προορισμοί, δηλαδή τα τρία μεγάλα λιμάνια της Μεσογείου, η Βαρκελώνη, Civitavecchia (Ρώμη) και Βενετία. Πρόκειται για τουριστικούς κόμβους που διαθέτουν καλά ανεπτυγμένη τουριστική υποδομή και αεροδρόμιο με απευθείας πτήσεις διεθνών μεταφορών. Υπάρχουν και κάποια λιμάνια που έχουν άμεσες διασυνδέσεις με δημοφιλή λιμάνια (π.χ. Νάπολη (Πομπηία) και Λιβόρνο (Φλωρεντία, Πίζα) (Pallis, 2015).



Η παρουσία διαφορετικών τουριστικών αξιοθέατων σε κοντινή ή μακρινή τοποθεσία έχει ως αποτέλεσμα μια διαφορετική ταξινόμηση των λιμένων κρουαζιέρας. Τα λιμάνια κρουαζιέρας είναι ο μοναδικός προορισμός μιας κρουαζιέρας που τα επισκέπτεται. Πέρα από τα ζητήματα ασφάλειας, πρέπει να αναπτύξουν πολιτιστικές ή φυσικές ανέσεις υψηλού επιπέδου, είτε πρόκειται για εκδρομές έξω από την περιοχή του λιμανιού, είτε για σημαντικές ανέσεις στην περιοχή [π.χ. Labadee (Αϊτή), Κόκοκα (Μπαχάμες), Βενετία, Βαρκελώνη]. Τα λιμάνια κρουαζιέρας λειτουργούν ως το σημείο εξυπηρέτησης μεγάλου τουριστικού προορισμού, με σημαντικές εξορμήσεις στην ξηρά έξω από την περιοχή του λιμανιού (Civitavecchia, Livorno). Ένα λιμάνι κρουαζιέρας μπορεί να είναι ένας προορισμός καθώς και ένα λιμάνι πύλης που προσφέρει διάφορες ισορροπίες μεταξύ των ανέσεων που προσφέρονται στο λιμάνι και στην περιοχή (Μαϊάμι, Σαν Χουάν, Νασάου, Πειραιάς, Λισαβόνα).

Τέλος, οι λιμένες ενδέχεται να εξυπηρετούν διαφορετικά τμήματα κρουαζιέρας με βάση την προσβασιμότητά τους, δηλ. εάν συνδέονται άμεσα με το αεροδρόμιο ή παρέχουν ένα αποτελεσματικό δίκτυο τρένων ή αυτοκινητοδρόμων για να φτάσουν στο λιμάνι. Κάθε ομάδα συνδέεται με διαφορετικές έννοιες κρουαζιέρας, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις, ιδιαίτερα οι νησιωτικοί προορισμοί, η ποιότητα των αερολιμενικών εγκαταστάσεων, η ποικιλομορφία και η πυκνότητα των συνδέσεων είναι σημαντικές (Pallis, 2015).

3.3. Σημαντικά λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων

Στη Βόρεια Αμερική υπάρχουν σήμερα 7 λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων. Ούτε η σειρά κατάταξης των τεσσάρων κορυφαίων λιμένων ούτε η ταξινόμησή τους ως τα μεγαλύτερα κρουαζιερόπλοια του κόσμου έχει αλλάξει κατά την τελευταία δεκαετία. Αυτό που έχει αλλάξει είναι η κλίμακα των κινήσεων επιβατών που φιλοξενούν. Το 2014, το Μαϊάμι έφθασε σε 4,47 εκατομμύρια επιβάτες, ενώ τα



υπόλοιπα τρία, το Everglades (3,93) και το Canaveral (3,87) στη Φλόριντα, και το Cozumel (3,4) στο Μεξικό, φιλοξένησαν περισσότερους από τρία εκατομμύρια επιβάτες. Συνολικά, ο κατάλογος του συστήματος λιμένων των ΗΠΑ περιλαμβάνει 7 κύριους, 8 πολύ μεγάλους, 8 μεγάλους και 9 λιμένες κρουαζιέρας μεσαίου μεγέθους. Ο κατάλογος των 14 καναδικών και 22 μεξικανικών λιμένων κρουαζιέρας περιλαμβάνει δύο ακόμη μητρικά/κύρια λιμάνια (homeports) κρουαζιέρας και έξι μεγάλα (Pallis, 2015).

Το σύνολο των μεγάλων λιμένων στη Μεσόγειο Θάλασσα ανέρχεται σε οκτώ. Η ανάπτυξη της Μεσογείου έχει συνδεθεί με την αποτελεσματική ικανότητα αρκετών λιμένων να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους για την εξυπηρέτηση του ταχέως αυξανόμενου αριθμού σκαφών και των όγκων επιβατών που επιθυμούν να ταξιδέψουν εκεί. Το Civitavecchia (2.14), ένα λιμάνι κατασκευασμένο για να εξυπηρετεί τη Ρώμη στα προάστια της πόλης, είναι το δεύτερο λιμάνι μετά τη Βαρκελώνη (2.36) που φιλοξενεί περισσότερους από δύο εκατομμύρια επιβάτες ετησίως. Υπάρχουν επίσης 15 κύρια και 14 μεγάλα λιμάνια και πάνω από 100 άλλα λιμάνια που εξυπηρετούν την τη βιομηχανία της κρουαζιέρας. Η Βόρεια Ευρώπη είδε επίσης την ανάπτυξη ενός σημαντικού λιμένα. Το Σαουθάμπτον, το οποίο φιλοξένησε το 2013, 1,48 εκατομμύρια επιβατικές μετακινήσεις. Επίσης αναπτύχθηκε και η ετήσια κυκλοφορία σε δύο πολύ μεγάλα λιμάνια, του Αμβούργο και της Κοπεγχάγης και πολλών άλλων μικρότερων. Με την πρόσφατη ισχυρή ανάπτυξη στην περιοχή, οι λιμένες της Ασίας ανταποκρίθηκαν με την ανάληψη σημαντικών έργων επέκτασης. Η Σιγκαπούρη και το Χονγκ Κονγκ παραμένουν τα κύρια κέντρα έλξης κρουαζιερόπλοιων της περιοχής. Και οι δύο έχουν αναπτύξει νέα υπερσύγχρονα τερματικά τα τελευταία χρόνια σε μια προσπάθεια να διατηρήσουν τον ηγετικό τους ρόλο στην περιοχή. Η Κίνα επεκτείνεται ραγδαία στις δραστηριότητες του τερματικού σταθμού κρουαζιέρας, αναπτύσσοντας



μεγάλες λιμενικές εγκαταστάσεις καθώς και λιμάνια προσέλκυσης κρουαζιερόπλοιων. Η Σαγκάη είναι από τους κορυφαίους λιμένες και αναμένεται να ενταχθεί στην ομάδα των μεγάλων λιμένων που θα φιλοξενούν στο εγγύς μέλλον πάνω από ένα εκατομμύριο επιβάτες. Η ναυσιπλοΐα στην περιοχή προσφέρει περίπου 200 προορισμούς σε 18 χώρες και η δημιουργία νέων λιμανιών σε ολόκληρη την Ασία έχει ως αποτέλεσμα ένα πολύ μεταβαλλόμενο τοπίο (Pallis, 2015).

3.4. Διακυβέρνηση λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων

Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστες τις δομές διακυβέρνησης των λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων. Με την αύξηση του μεγέθους της αγοράς κρουαζιερόπλοιων, αρκετοί λιμένες προχωρούν σε μεταρρυθμίσεις που επιτρέπουν την περαιτέρω συμμετοχή τρίτων, είτε πρόκειται για εταιρείες εκμετάλλευσης τερματικών σταθμών, κρουαζιέρες ή για άλλους επενδυτές, στη διοίκηση, διαχείριση και λειτουργία τερματικών σταθμών κρουαζιέρας. Στη Βόρεια Αμερική, στην Καραϊβική και σε όλες τις περιπτώσεις που τα μοντέλα αυτά επικράτησαν από τις πρώτες μέρες της σύγχρονης κρουαζιέρας, ο ρόλος των ιδιωτών επενδυτών και των επιχειρηματιών επεκτάθηκε. Οι περιπτώσεις ιδιωτικών νησιών αποτελούν μέρος αυτών των τάσεων. Στα νεοεμφανιζόμενα λιμάνια που αναπτύχθηκαν τα τελευταία έτη ενώ είχαν προηγουμένως φιλοξενήσει μικρές κρουαζιέρες και συνεπώς είχαν παραμείνει προσηλωμένοι στο χειρισμό φορτίου, η δραστηριότητα της κρουαζιέρας απέκτησε λειτουργική αυτονομία, ενώ οι δημόσιες αρχές επέτρεψαν διάφορες μορφές εταιρικών σχέσεων με στόχο τη χρηματοδότηση της ανάπτυξης αυτού του τομέα (Gui & Russo, 2011).

Ο δημόσιος τομέας παραμένει ενεργός όχι μόνο στη διακυβέρνηση αλλά και στη λειτουργία λιμένων κρουαζιέρας, ιδίως στην Ευρώπη. Πολλοί λιμένες χρηματοδοτούνται από το δημόσιο με την προϋπόθεση ότι τα κρουαζιερόπλοια θα



ωθήσουν την οικονομική δραστηριότητα διευκολύνοντας την ανάπτυξη του τουρισμού και της σχετικής απασχόλησης που προκύπτει από δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών, απαιτήσεις ασφάλειας, γεγονότα και δαπάνες. Όπου υπάρχει χρηματοδότηση, το σκεπτικό είναι ότι ο πολλαπλασιαστής οφέλους-κόστους είναι μεγαλύτερος από έναν και η ανάπτυξη των λιμανιών είναι μια καλή ιδέα. Ορισμένοι τερματικοί σταθμοί χρηματοδοτούνται (Μάλαγα) ή έχουν εξασφαλίσει χρηματοδότηση (Πειραιά) από την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς η τερματική υποδομή θεωρείται ένας μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης. Σε ορισμένες άλλες περιπτώσεις, η λιμενική αρχή αναπτύσσει διπλές στρατηγικές, δηλαδή στη Βαρκελώνη η παραχώρηση ενός τερματικού αναπτύχθηκε μαζί με την ίδρυση μιας εταιρικής οντότητας στην οποία συμμετείχε ως μέτοχος πλειοψηφία. Φυσικά, οποιαδήποτε επιλογή υπόκειται σε περιορισμούς θέσης ή θαλάσσιας υποδομής (Gui & Russo, 2011).

Ένα βασικό μέρος της διακυβέρνησης των δημόσιων ή ιδιωτικών φορέων που διαχειρίζονται λιμένες κρουαζιέρας έγκειται στην επίτευξη μιας ισορροπημένης σχέσης με τις εταιρίες κρουαζιέρας ώστε να εξασφαλίσουν τη συμμετοχή τους στις διαδρομές. Οι σχέσεις μεταξύ των λιμένων και των εταιριών κρουαζιέρας (εφόσον αυτές υπάρχουν), διαφέρουν από λιμάνι σε λιμάνι. Διαρθρωμένες γύρω από τις παρεχόμενες συνθήκες υποδομής, το μηχανισμό συντονισμού με άλλους ενδιαφερόμενους, τη χρηματοδότηση, τη κατανομή κινδύνου, τις τοπικές παραδόσεις, τις εργασιακές πρακτικές, οι σχέσεις αυτές δεν είναι παντού ίδιες. Οι όροι παροχής υπηρεσιών, όπως ο ανταγωνισμός στις θέσεις μέσα στο λιμάνι, η μακροχρόνια δέσμευση, ο καθορισμός τιμολογίων, τα συστήματα κατανομής θέσεων, ο τρόπος προώθησης των εκδρομών όταν ο ανταγωνισμός μεταξύ των τοπικών φορέων των εταιριών κρουαζιέρας είναι τεταμένος, ταξί και άλλες διαθέσιμες δημόσιες μεταφορές,



διαμορφώνουν επίσης τη σχέση μεταξύ της βιομηχανίας των κρουαζιέρων και της βιομηχανίας που τις τροφοδοτεί (λιμένες κρουαζιέρας) (Pallis, 2015).

3.5. Αξιολόγησης της απόδοσης λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων

Υπάρχουν δύο ομάδες κριτηρίων που εφαρμόζονται κατά την αξιολόγηση της απόδοσης ενός λιμένα κρουαζιέρας. Η πρώτη ομάδα αφορά τις εταιρίες κρουαζιέρας, τον τύπο και την ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρονται κατά την προσέγγιση τους σε κάποιο λιμάνι. Η δεύτερη ομάδα κριτηρίων αναφέρεται στους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων με έμφαση στην εμπειρία τους κατά την επίσκεψη σε λιμάνι και τον προορισμό. Σε αυτά, θα μπορούσε κανείς να προσθέσει το επίπεδο συμμόρφωσης σε ένα αυξανόμενο σύνολο σχετικής νομοθεσίας, δηλαδή σε θέματα που σχετίζονται με το περιβάλλον, μέσω της εφαρμογής βέλτιστων πρακτικών.

Στην πρώτη κατηγορία, η υποδομή του λιμένα, με αποδοτικούς όρους και εκτέλεση εργασιών, μαζί με αποδεκτά κόστη χρήσης, αποτελούν κριτήρια κορυφαίας απόδοσης. Η αντιμετώπιση των αναγκών σε υποδομές είναι το σημαντικότερο ζήτημα με διαφορετικά στοιχεία που εξαρτώνται από ένα ανταγωνιστικό λιμάνι κρουαζιέρας. Η υποδομή του τερματικού σταθμού (αποβάθρα, περιοχές αναμονής, ασφάλεια κ.λπ.) και η υποδομή μεταφοράς εντός και εκτός λιμένος που προσφέρεται τόσο στη θάλασσα όσο και στην ξηρά πρέπει να εξασφαλίζουν την καλή υποδοχή των επισκεπτών και την κινητικότητά τους προς και από το λιμάνι. Η απόδοση του τερματικού σταθμού που ταιριάζει με τη συχνότητα ή την πιθανότητα ζήτησης συνδέεται με το χρόνο εκκένωσης του πλοίου σε ένα συγκεκριμένο σχέδιο τερματικού. Από την άποψη της εταιρίας κρουαζιέρας, η απόδοση αυξάνεται μέσω βελτιωμένης ροής και χωρητικότητας, δηλαδή παρέχοντας μέγιστη χωρητικότητα επεξεργασίας στο μέγιστο φορτίο. Η εγγύηση της βέλτιστης ασφάλειας για τους επιβάτες κρουαζιερόπλοιων θεωρείται εξίσου σημαντική παράμετρος απόδοσης για τις κρουαζιέρες (Satta et al, 2015).



Η εμπειρία των επιβατών είναι το δεύτερο θέμα που καθορίζει την απόδοση των λιμένων κρουαζιέρας. Μεταβλητές όπως ο χρόνος που περνάει, η ροή κατά την επιβίβαση και η αποβίβαση, η απουσία ουρών στις διαδικασίες, η ο άνετος και ευρύχωρος χώρος της περιοχής και η φιλικότητα του τερματικού σταθμού, παράγουν θετικές εκτιμήσεις από τους επιβάτες. Ο χρόνος επεξεργασίας αποβίβασης (τελωνεία κλπ.) και ο ελάχιστος χρόνος αναμονής σε όλες τις λειτουργίες αποτελεί βασικό δείκτη επιχειρησιακής απόδοσης από την άποψη της χρήσης λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων, είτε πρόκειται για γραμμή κρουαζιέρας είτε για έναν μόνο επιβάτη. Οι εκτιμήσεις των επιβατών σχετικά με την εμπειρία στο λιμάνι αποτελούν πρωταρχικό δείκτη απόδοσης, διότι η "από στόμα σε στόμα" διατίμηση και οι συστάσεις είναι καθοριστικής σημασίας για τη δημιουργία ενδιαφέροντος για την επίσκεψη σε συγκεκριμένους προορισμούς κρουαζιέρας και, κατά συνέπεια, επηρεάζουν τις αποφάσεις των εταιριών κρουαζιέρας σχετικά με τον προγραμματισμό δρομολογίων και προορισμών (Satta et al, 2015).

3.6. Ο ανταγωνισμός λιμένων κρουαζιέρας

Η ανάπτυξη των τελευταίων ετών οδήγησε στην εξέλιξη πολύπλοκων σχέσεων μεταξύ λιμένων κρουαζιέρας. Το κυριότερο στοιχείο αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της επέκτασης του τομέα, το γεγονός ότι η κρουαζιέρα αναπτύσσεται βάσει δρομολογίων και όχι προορισμών. Υπάρχει αλληλεξάρτηση μεταξύ των λιμένων. Ο ανταγωνισμός και η συνεργασία συμβαίνουν ταυτόχρονα μεταξύ δύο ή περισσότερων ανταγωνιστικών λιμένων σε μια δεδομένη αγορά.

Τα λιμάνια ανταγωνίζονται μεταξύ τους με στόχο να συμπεριληφθούν στα δρομολόγια που οργανώνουν οι λίγες ή οι πολλές εταιρίες κρουαζιέρας οι οποίες οργανώνουν δρομολόγια σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Ωστόσο, δεν ανταγωνίζονται όλοι για το ίδιο αποτέλεσμα. Η ανάπτυξη ξεχωριστών τμημάτων της αγοράς (δηλ.



Σύγχρονες, πολυτελείς κρουαζιέρες και κρουαζιέρες χαμηλότερου budget) σημαίνει ότι πολλοί λιμένες στοχεύουν είτε κατ'επιλογή είτε λόγω περιορισμών μεταφορικής ικανότητας και προορισμού, μερίδιο ορισμένων από αυτά τα τμήματα και όχι όλα. Οι σύγχρονες κρουαζιέρες και η πολυτέλεια αποτελούν το πιο δημοφιλές τμήμα της αγοράς και ο ανταγωνισμός είναι εντονότερος μεταξύ λιμένων της ίδιας κατηγορίας (Rodrigue & Notteboom, 2012).

Οι γραμμές κρουαζιέρας ενδιαφέρονται για τη δημιουργία δρομολογίων, συμπεριλαμβανομένων των λιμανιών διαφορετικών μεγεθών, καθώς κάθε τύπος λιμένα παρέχει διαφορετικά είδη εμπειριών, συνδυάζοντας διαφορετικά είδη ελκυστικότητας και επιτρέποντας στους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων να επιλέξουν μεταξύ των μεταβλητών επιλογών για την πρόσβαση στο εκάστοτε λιμένα. Παραδείγματος χάριν, ο ανταγωνισμός αναπτύσσεται μεταξύ των «αναγνωρίσιμων» λιμανιών με στόχο να αποτελούν προορισμό όσων περισσότερων δρομολογίων είναι δυνατόν, ή μεταξύ των διαφορετικών λιμένων προορισμού. Υπάρχει επίσης μεταξύ μικρών λιμένων ή μεταξύ λιμένων που επιτρέπουν την εφαρμογή των εννοιών "drive-to-cruise" (προσέγγιση του λιμένα με αυτοκίνητο). Με την αύξηση του αριθμού των λιμένων που εισέρχονται στην αγορά, ο ανταγωνισμός αυτός εντείνεται, με αποτέλεσμα η αύξηση του μεγέθους της αγοράς να διατηρεί τα επίπεδα των μετακινήσεων των επιβατών.

Στην περίπτωση των κύριων λιμένων, ο ανταγωνισμός είναι ακόμη πιο έντονος από ότι στην περίπτωση των λιμένων προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων. Στην περίπτωση αυτή, η γεωγραφική θέση των ανταγωνιστικών λιμένων τείνει να είναι περιορισμένης σημασίας ή ακόμη και σχεδόν μηδαμινή. Για αυτούς, τα χαρακτηριστικά και οι εγκαταστάσεις του λιμένα κρουαζιέρας είναι τα πιο σημαντικά, επίσης η ποιότητα και



η ποικιλία που προσφέρονται από την υπάρχουσα αλυσίδα προμηθευτών (δηλαδή, ανεφοδιασμός καυσίμων, παροχή) η οποία έχει την ικανότητα να εξυπηρετεί τα λιμάνια

Ενώ ανταγωνίζονται, οι λιμένες κρουαζιέρας αναπτύσσουν επίσης πρακτικές συνεργασίας ως βασική στρατηγική για την ανάπτυξη της θέσης τους στην αγορά. Το φαινόμενο αυτό, παρατηρείται επίσης στους λιμένες των πλοίων με φορτίο (δεξαμενόπλοια, κοντέινερ κλπ.), αλλά στην περίπτωση κρουαζιέρας, οι λιμένες το κάνουν σε τέτοιο βαθμό ώστε η σχέση τους να μπορεί να χαρακτηριστεί ως η τέλεια περίπτωση "συνεταιρισμού". Αυτό, αναφέρεται στον στόχο των ανταγωνιστικών φορέων να παράγουν ορισμένα πλεονεκτήματα και ευκαιρίες που παράγονται μέσω ενεργών δια-οργανωτικών σχέσεων (Rodrigue & Notteboom, 2012).

Η βασική ιδέα είναι να επωφεληθούν συλλογικά από την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρουαζιέρας μέσω δικτύωσης και προώθησης των περιοχών ως προορισμός κρουαζιέρας, αντί για μεμονωμένους λιμένες. Υπενθυμίζοντας ότι το μέγεθος της εν λόγω αγοράς έχει αναπτυχθεί και αλλάξει με ταχύτατους ρυθμούς την τελευταία δεκαετία, η ανταλλαγή γνώσεων σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές ανάπτυξης και διαχείρισης λιμένων κρουαζιέρας αποτελεί επίσης μέρος της παρατηρούμενης συνεργασίας των λιμένων κρουαζιέρας (Pallis, 2015).

3.7. Οικονομικός αντίκτυπος της βιομηχανίας της κρουαζιέρας

Οι προβλέψεις για τις δραστηριότητες κρουαζιέρας υποδηλώνουν ότι η συνεχής ανάπτυξη των τελευταίων δύο δεκαετιών θα συνεχιστεί, με τους φορείς εκμετάλλευσης κρουαζιερόπλοιων να εισέρχονται σε νέες αγορές και προορισμούς καθώς και περισσότερους λιμένες που φιλοξενούν αυξημένες κινήσεις επιβατών. Το μέγεθος των οφελών που παράγονται από δραστηριότητες κρουαζιέρας παρέχει κίνητρα στις κοινότητες που φιλοξενούν κρουαζιερόπλοια ή νεοσύστατες επιχειρήσεις,



αναζητήσουν τους καλύτερους τρόπους για να αυξήσουν το μέγεθος του μεριδίου αγοράς που επισκέπτεται τους αντίστοιχους προορισμούς. Παρά τις προκλήσεις, πολλές πόλεις επιθυμούν να αναπτύξουν δραστηριότητα σε λιμάνια κρουαζιερόπλοιων, φιλοδοξώντας να ενισχύσουν και τις τοπικές τουριστικές βιομηχανίες.

3.7.1. Ο θετικός αντίκτυπος των κρουαζιερόπλοιων

Οι δραστηριότητες κρουαζιέρας αποτελούν γενικό εισόδημα για τις βιομηχανίες που εμπλέκονται άμεσα με αυτές. Πρόκειται για εταιρίες κρουαζιέρας, λιμάνια κρουαζιέρας, ταξιδιωτικούς πράκτορες και όσους εμπλέκονται στην αλυσίδα εφοδιασμού κρουαζιερόπλοιων καθώς και τα σχετικά logistics. Είναι επίσης μια πηγή εισοδήματος για προορισμούς, καθώς οι εκδρομές στην ξηρά και η καθημερινή διαμονή των επιβατών κρουαζιέρας συνδέονται με τις δαπάνες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Οι πόλεις που έχουν λιμάνια και οι σχετικοί προορισμοί απολαμβάνουν οφέλη που προκύπτουν από τρεις μεγάλες πηγές δαπανών (Pallis, 2015).

Αυτές είναι οι εταιρίες κρουαζιέρας, οι επιβάτες και οι δαπάνες του πληρώματος. Οι άμεσες δαπάνες που πραγματοποιούνται από κάθε μια από αυτές τις πηγές είναι ένα από τα διαφορετικά είδη θετικών επιπτώσεων. Ένας έμμεσος αντίκτυπος παράγεται από μια οικονομία που υποστηρίζει την κρουαζιέρα. Επιπλέον, οι άμεσες δαπάνες λειτουργούν ως συντελεστές πολλαπλασιασμού για μια οικονομία, μια εκ νέου δαπάνη που παράγει επαγόμενους αντίκτυπους. Οι διάφοροι τύποι επιπτώσεων εκτιμώνται συνήθως από την άποψη των άμεσων δαπανών, της συνολικής οικονομικής συμβολής, της απασχόλησης και του εισοδήματος των εργαζομένων και των φόρων.



Ο παγκόσμιος οικονομικός αντίκτυπος της κρουαζιέρας για το 2013 ανέρχεται σε 117,1 δισεκατομμύρια δολάρια, ενώ η βιομηχανία κρουαζιέρας και οι συναφείς δραστηριότητες της διατηρούν 891.000 θέσεις εργασίας. Την ίδια χρονιά, ο αντίκτυπος της βιομηχανίας κρουαζιέρας στην αμερικανική οικονομία αντιπροσώπευε 44 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ και 363.133 θέσεις εργασίας, που αντιστοιχούσαν σε μισθούς 18,3 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Μόνο για την Ευρώπη, ο οικονομικός αντίκτυπος της δραστηριότητας κρουαζιέρας στην ευρωπαϊκή οικονομία εκτιμάται σε 39,4 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ ο άμεσος αντίκτυπος των κρουαζιερόπλοιων, των επιβατών και του πληρώματος ανήλθε σε 16,2 δισεκατομμύρια ευρώ.

Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων διατηρεί 339.417 θέσεις εργασίας στην Ευρώπη. Αυτόν τον αντίκτυπο τον απολαμβάνουν κυρίως αρκετοί προορισμοί που έχουν συμπεριληφθεί για μεγάλο χρονικό διάστημα σε δρομολόγια εταιριών κρουαζιέρας. Ο αντίκτυπος μεταδίδεται σε περισσότερες κοινότητες, με εταιρίες κρουαζιέρας που επιδιώκουν την επέκταση της βιομηχανίας, τα μικρότερα πλοία, και σε ορισμένες περιπτώσεις τα μεγαλύτερα. Αυτά είναι σε θέση να φέρουν τους τουρίστες σε νέους λιμένες που προηγουμένως δεν ήταν προσβάσιμοι ή μακριά από την πεπατημένη διαδρομή (Vayá et al, 2018).

Η πόλη που έχει το λιμάνι επωφελείται από τα έξοδα των επιβατών κρουαζιέρας και των μελών του πληρώματος κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στον προορισμό. Αυτές οι δαπάνες σχετίζονται με τον τουρισμό, τα τρόφιμα και τα ποτά, τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες, τα ψώνια, την είσοδο στα ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα κλπ. Όταν το λιμάνι κρουαζιέρας λειτουργεί ως το κύριο λιμάνι τις πόλης, οι οικονομικές επιπτώσεις για το λιμάνι είναι μεγαλύτερες. Οι επιβάτες κρουαζιέρας παραμένουν περισσότερο στον προορισμό, είτε με πρόωρη άφιξη είτε με παράταση της παραμονής τους μετά το τέλος της κρουαζιέρας.



Αυτό σημαίνει πρόσθετες δαπάνες, συμπεριλαμβανομένων των οφελών για τον ξενοδοχειακό κλάδο που δεν ωφελείτε σε περίπτωση που ο λιμένας λειτουργεί μόνο ως απλός λιμένας διέλευσης κρουαζιερόπλοιων. Τέλος, η επέκταση του κλάδου της κρουαζιέρας ωφελεί την εικόνα του προορισμού και αυξάνει τη φήμη του λιμανιού ως τουριστικό προορισμό. Κατά τη διάρκεια μιας κρουαζιέρας, οι επιβάτες έχουν την ευκαιρία να δουν πολλούς προορισμούς και αυτή η εμπειρία επηρεάζει την απόφασή τους να επιστρέψουν σε μερικές πόλεις για διακοπές ή ακόμα και ξανά μέσω μιας κρουαζιέρας.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της κρουαζιέρας, το 2013 ο οικονομικός αντίκτυπος που δημιουργούν οι επιβάτες κρουαζιέρας και το πλήρωμα στις πόλεις των πόλεων παγκοσμίως ανήλθε σε 14.579 δισ. δολάρια. Οι κύριες κατηγορίες δαπανών ήταν τα τρόφιμα και τα ποτά, οι εκδρομές και οι υπηρεσίες τοπικής μεταφοράς, καθώς και τα έξοδα λιανικής. Για τους επιβάτες που ταξιδεύουν σε ένα κύριο λιμάνι ενός προορισμού, η μέση δαπάνη ανά επίσκεψη ήταν 316,3 δολάρια, ενώ για τους επιβάτες διέλευσης οι μέσες δαπάνες ήταν 92 δολάρια ανά επίσκεψη. Οι συχνά παραλειπόμενες δαπάνες του πληρώματος ήταν επίσης σημαντικές, και ανέρχονταν κατά μέσο όρο στα 56,7 δολάρια ΗΠΑ ανά επίσκεψη (Vayá et al, 2018).

Οι κρουαζιέρες επωφελούνται από τις τοπικές κοινότητες μέσω των δαπανών για τη λειτουργία των κρουαζιερόπλοιων. Αυτές οι δαπάνες περιλαμβάνουν το κόστος ανεφοδιασμού, προμηθειών, ανταλλακτικών, λιπαντικών, επισκευών καθώς και το κόστος που σχετίζεται με το πλήρωμα. Ένας φορέας εκμετάλλευσης κρουαζιερόπλοιων μπορεί να προμηθευτεί προμήθειες για εταιρείες που βρίσκονται στην πόλη του λιμανιού, καθώς και για τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τη διευκόλυνση του κρουαζιερόπλοιου (δηλαδή ναυτιλιακοί πράκτορες, ακτοπλοϊκές εκδρομές κλπ.). Υπάρχουν πρόσθετα οφέλη από τη λειτουργία της εταιρείας κρουαζιέρας.



Ενδεικτικά, τα οφέλη αυτά περιλαμβάνουν τη λειτουργία κεντρικών ή τοπικών γραφείων, τις δαπάνες σε δραστηριότητες διαφήμισης και προώθησης και άλλες επιχειρηματικές υπηρεσίες. Αυτά τα οφέλη δεν διαδίδονται σε όλους τους προορισμούς κρουαζιέρας. Σε γενικές γραμμές, οι εταιρείες κρουαζιέρας τείνουν να προτιμούν τα μεγάλα μητρικά/κύρια λιμάνια (homeports) για να εγκαταστήσουν την έδρα τους (Το τερματικό σταθμό). Ένα παράδειγμα για αυτό είναι το τερματικό (terminal) του Μιαμί, όπου φιλοξενεί τα κεντρικά γραφεία ορισμένων από τις μεγαλύτερες εταιρείες κρουαζιέρας, ενώ στην Ευρώπη τέτοιες περιπτώσεις homeport περιλαμβάνουν τη Γένοβα, και το Αμβούργο.

Τέλος, η ναυπηγική βιομηχανία και το κόστος κατασκευής νέων κρουαζιερόπλοιων είναι η δραστηριότητα όπου η κρουαζιέρα ξοδεύει τα μεγαλύτερα ποσά από όλα. Το 2014, ο οικονομικός αντίκτυπος που προέκυψε από την κατασκευή νέων κρουαζιερόπλοιων ανήλθε στα 3,9 δις δολάρια. Επίσης η Διεθνής Ένωση Κρουαζιερόπλοιων (CLIA) είχε παραγγείλει για το διάστημα 2015-2020, κρουαζιερόπλοια που κοστίζουν 25,65 δισεκατομμύρια δολάρια. Καθώς η κρουαζιέρα αυξάνει το μερίδιό της στην αγορά του τουρισμού και προστίθεται νέα δυναμικότητα στον παγκόσμιο στόλο κρουαζιερόπλοιων, οι εν λόγω οικονομικοί αντίκτυποι αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω (Chang et al, 2016).

3.7.2. Ο θετικός αντίκτυπος της ανάπτυξης λιμένων κρουαζιέρας

Τα λιμάνια κρουαζιέρας απολαμβάνουν ένα μερίδιο από τα οφέλη που δημιουργεί η κρουαζιέρα. Με αυτόν τον τρόπο λαμβάνουν σημαντικά έσοδα για τη φιλοξενία κρουαζιερόπλοιων και τις αντίστοιχες μετακινήσεις επιβατών. Με τη σειρά τους, οι λιμενικές στρατηγικές για την προσέλκυση εταιριών κρουαζιέρας προσφέρουν ένα μη-απτό όφελος για την τοπική κοινότητα. Αυτή είναι η επένδυση για την προώθηση του προορισμού στις κρουαζιέρες και τις τουριστικές κοινότητες.



Το σημαντικότερο οικονομικό όφελος για τον ίδιο τον λιμένα είναι το αποτέλεσμα των τελών που καταβλήθηκαν για την κρουαζιέρα και για την αποβίβαση και την επιβίβαση επιβατών. Τα τυπικά τέλη που εισπράττονται από τα κρουαζιερόπλοια είναι τα εισιτήρια εισόδου, τα οποία κανονικά υπολογίζονται με βάση τη χωρητικότητα των κρουαζιερόπλοιων και τα τέλη στάθμευσης, τα οποία κανονικά υπολογίζονται ανά ημέρα και ανά μέτρο του σκάφους. Υπάρχει ένας αριθμός άλλων δυνητικά εφαρμόσιμων τελών, όπως για παράδειγμα οι πιλοτικές δαπάνες ή η παραλαβή αποβλήτων που παράγονται πάνω στο πλοίο (Vayá et al, 2018).

Αυτά μπορεί επίσης να υπολογίζονται ανάλογα με την συνολική χωρητικότητα του πλοίου ή ανάλογα με τη χρήση ή μη της υπηρεσίας, αλλά μπορούν να συλλέγονται για τρίτους που παρέχουν υπηρεσίες αντί για τον ίδιο τον λιμένα. Η επιβίβαση επιβατών επίσης υπόκειται σε άλλες αμοιβές όπως η αμοιβή ασφαλείας επιβατών για τη χρήση των διατάξεων του Κώδικα Διεθνούς Ασφάλειας Πλοίων και Λιμενικών Εγκαταστάσεων (ISPS). Αυτή η χρέωση είναι συνήθως ένα σταθερό επιτόκιο ανά επιβάτη κρουαζιέρας που επιβιβάζεται, αποβιβάζεται ή διέρχεται μέσω του λιμένα κρουαζιέρας.

Εκτός από τις προαναφερθείσες χρεώσεις, υπάρχουν και χρεώσεις που βασίζονται στην παροχή συγκεκριμένων λιμενικών υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα, ανεφοδιασμού με καύσιμα, παροχή νερού και ηλεκτρικής ενέργειας στο κρουαζιερόπλοιο, παροχή προμηθειών κρουαζιερόπλοιων κλπ. Τα λιμάνια συνήθως εφαρμόζουν πολιτικές έκπτωσης για κρουαζιερόπλοια και επιβάτες, ως μέσο προώθησης της προσέλκυσης της κρουαζιέρας. Αυτές οι εκπτώσεις βασίζονται στον αριθμό των επιβατών ανά έτος ή στον αριθμό των προσελεύσεων.



Για να επιτευχθεί ένας αυξημένος αριθμός προσελεύσεων και τα επακόλουθα άμεσα οικονομικά οφέλη, ο λιμένας κρουαζιέρας αναπτύσσει δραστηριότητες μάρκετινγκ και προώθησης που δεν περιορίζονται στην προώθηση των τερματικών σταθμών ή άλλων ικανοτήτων λιμενικής υποδομής. Επίσης, οι λιμένες κρουαζιέρας προωθούν τις πόλεις που βρίσκονται και κοντινούς πολιτιστικούς / τουριστικούς προορισμούς, προσπαθώντας να δημιουργήσουν ενδιαφέρον για τους επιβάτες και να επηρεάσουν τα δρομολόγια των γραμμών κρουαζιέρας. Πέρα από το μάρκετινγκ, οι λιμένες κρουαζιέρας αναπτύσσουν δραστηριότητες που στοχεύουν στο συντονισμό των επιχειρήσεων και επιτρέπουν συνεχείς διαδικασίες ή προωθούν συλλογικά τον προορισμό με άλλους ενδιαφερόμενους (Esteve-Pérez & García-Sánchez, 2016).



Ανακεφαλαίωση

Ο οικονομικός δεσμός μεταξύ του τομέα της κρουαζιέρας και των λιμένων (με τις τοπικές κοινότητες) είναι τουλάχιστον ζωτικής σημασίας και πρέπει να αποτελέσει αντικείμενο μιας ενεργού στρατηγικής εκ μέρους των πόλεων. Θα πρέπει να βασίζεται στη γνώση της αγοράς και σε όλες τις δυνατότητές της, πέραν της προσέγγισης των κρουαζιερόπλοιων μέσω της ένταξης τους στα δρομολόγια που ακολουθούν.

Αυτό είναι ζωτικής σημασίας, καθώς οι απαιτήσεις των τουριστών της κρουαζιέρας για τους «πόρους του λιμανιού και των πόλεων κατ' επέκταση» αυξάνονται σημαντικά σε σχέση με το παρελθόν (εξέλιξη του τομέα της κρουαζιέρας και του τουρισμού γενικότερα). Τα λιμάνια ως προορισμοί κρουαζιερόπλοιων αλλά και ως αποδοτικές βάσεις εξυπηρέτησης για τα πλοία, αποκτούν όλο και μεγαλύτερη βαρύτητα, και μέσω αυτής της διαδικασίας αυξάνεται και ο ανταγωνισμός τους. Τα κέρδη και τα οφέλη της προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων σε αυτά (λιμάνια) είναι τεράστια, για αυτό το λόγο προσπαθούν να γίνουν όλο και πιο ελκυστικά, σε ένα τομέα που αυξάνει τον ανταγωνισμό του μαζί με το μέγεθός του.



4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο τερματικός σταθμός του Μαϊάμι και οι επιπτώσεις του λιμένα κρουαζιέρας

Εισαγωγή

Από την ίδρυσή της στη δεκαετία του 1960, το λιμάνι του Μαϊάμι έχει εξελιχθεί σε σημαντικό μεταφορικό και οικονομικό κόμβο για την πόλη του Μαϊάμι, και την υπόλοιπη Νότια Φλόριντα συνεισφέροντας πάνω από 16 δισεκατομμύρια δολάρια στην τοπική οικονομία ετησίως. Το λιμάνι του Μαϊάμι θεωρείται το μεγαλύτερο τερματικό λιμάνι κρουαζιερόπλοιων στο κόσμο, το οποίο διαχειρίζεται πάνω από 3,6 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιερόπλοιων κάθε χρόνο. Αυτές οι τάσεις δεν αναμένεται να μειωθούν, με αποτέλεσμα οι προβλέψεις να δείχνουν περισσότερους από 5 εκατομμύρια επιβάτες ετησίως έως το 2018.

Τα οικονομικά οφέλη από τη τουριστική κίνηση της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιών μετριόνται με βάση διάφορες παραμέτρους. Ο σημαντικότερος αντίκτυπος είναι αυτός των θέσεων εργασίας, όπου η τεράστια τουριστική ροή έχει δημιουργήσει πολλές χιλιάδες «άμεσες» θέσεις εργασίας μέσα στο λιμάνι (λιμενεργάτες, πιλότους κλπ.) καθώς και «έμμεσες» (εστιατόρια, ξενοδοχεία, ταξί κλπ.).

Το τερματικό λιμάνι του Μαϊάμι μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα για το λιμάνι του Πειραιά το οποίο όντας λιμάνι το οποίο το προσεγγίζουν κρουαζιερόπλοια, τα οφέλη του θα μπορούσαν να είναι πολύ περισσότερα αν γινόταν μητρικό/κύριο λιμάνι (homeport).

4.1. Η πόλη του Μαϊάμι

Η πόλη του Μαϊάμι φιλοξενεί κατ' εκτίμηση 417.650 κατοίκους από το 2013. Το Μαϊάμι είναι πόλη της κομητείας Miami-Dade, και είναι η πολυπληθέστερη πόλη



στη νοτιοανατολική περιοχή των Ηνωμένων Πολιτειών μετά την Ουάσινγκτον. Ο πληθυσμός της μητροπολιτικής περιοχής του Μαϊάμι, με πληθυσμό περίπου 5,5 εκατομμυρίων κατοίκων, είναι η όγδοη πολυπληθέστερη και τέταρτη μεγαλύτερη αστική περιοχή στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το Μαϊάμι βρίσκεται στη νοτιοανατολική Φλόριντα σε μια ευρεία πεδιάδα μεταξύ της Φλόριντα στα δυτικά και του Ατλαντικού Ωκεανού προς τα ανατολικά. Στο κέντρο του Μαϊάμι υπάρχει ο ποταμός του Μαϊάμι και συνδέεται με μια σειρά γεφυρών πάνω από τον κόλπο Biscayne μέχρι τις περίφημες παραλίες του Μαϊάμι στα ανατολικά.

Η οικονομία του Μαϊάμι βασίζεται κυρίως στον τουρισμό και το διεθνές εμπόριο. Επιπλέον, τα συνέδρια, οι παραλίες και τα events προσελκύουν περισσότερους από 36 εκατομμύρια επισκέπτες ετησίως, οι οποίοι προέρχονται από όλο τον κόσμο, δαπανώντας σε αυτή, περίπου 17 δισεκατομμύρια δολάρια κάθε χρόνο. Το Μαϊάμι έχει ένα ακαθάριστο μητροπολιτικό προϊόν ύψους 121 δισ. δολαρίων και έχει ποσοστό ανεργίας 5,7%. Πολύ σημαντικό ρόλο στις τεράστιες τουριστικές ροές, έπαιξε το τερματικό λιμάνι της περιοχής. Οι πάνω από χίλιες προσελεύσεις κρουαζιερόπλοιων κάθε χρόνο στο λιμάνι, και οι πάνω από 2,5 εκατομμύρια επιβάτες, κατατάσσουν το τερματικό λιμάνι του Μαϊάμι, το μεγαλύτερο του κόσμου (MIT Alumni Association of the Center for Real Estate, 2016).

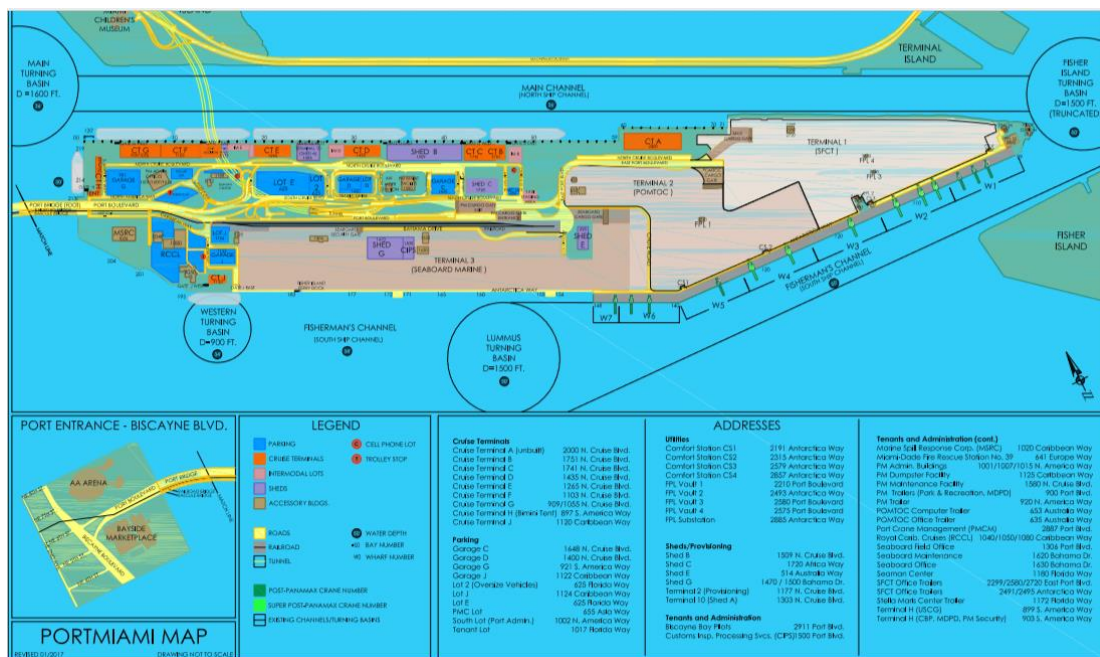
4.2. Το (τερματικό) λιμάνι του Μαϊάμι και η τουριστική του δραστηριότητα μέσω των κρουαζιερόπλοιων

Το λιμάνι του Μαϊάμι είναι μια νησιωτική εγκατάσταση 650 στρεμμάτων, που βρίσκεται στον ευαίσθητο από περιβαλλοντική άποψη κόλπο Biscayne, δίπλα στο κέντρο του Μαϊάμι. Μια γέφυρα σταθερής σύνδεσης ενώνει το λιμάνι με την ηπειρωτική χώρα. Το νησιωτικό συγκρότημα έχει μήκος περίπου 3,8 χιλιόμετρα, και συνολική ακτογραμμή 10,5 χιλιομέτρων. Η είσοδος στο λιμάνι γίνεται μέσω διαύλου



βαθείας διαμέτρου 12,80 μέτρων, πλάτους 152 μέτρων, γνωστού ως Government Cut, και η εκβάθυνση γίνεται κατά μήκος του νότιου άκρου του Miami Beach (Araceli, 2001).

Χάρτης:Λιμάνι Miami



Το επίσημο όνομα του λιμανιού είναι το Dante B. Fascell Port of Miami-Dade και είναι ένα τμήμα της κυβέρνησης της επαρχίας Miami-Dade. Το λιμάνι παρέχει όλη την υποδομή του στον ιδιωτικό τομέα για τη διεξαγωγή όλων των εμπορικών πράξεων. Η πραγματική φόρτωση και εκφόρτωση των πλοίων πραγματοποιείται από ανεξάρτητες εταιρίες φορτοεκφόρτωσης που συνάπτουν συμβάσεις με τις επιμέρους εταιρίες φορτίου και κρουαζιέρας. Οικονομικά ανεξάρτητο από το φορολογικό ταμείο του νομού, το λιμάνι παράγει τα λειτουργικά του έσοδα από τιμολόγια, αποθήκες, μίσθωμα, νερό κ.λπ. (Cambridge Systematics, 2007).

Ως ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς παράγοντες της Νότιας Φλόριντα, το λιμάνι του Μαϊάμι αναγνωρίζεται ως Cruise Capital του Κόσμου. Το λιμάνι προσεγγίζουν 22 εταιρίες κρουαζιέρας και 55 από τα πιο καινοτόμα



κρουαζιερόπλοια της βιομηχανίας. Για να διατηρήσει τη θέση της ως παγκόσμιας κλάσης, το λιμάνι προετοιμάζεται συνεχώς για την επόμενη γενιά κρουαζιερόπλοιων και των επιβατών της. Τα τερματικά κρουαζιέρας του Μαϊάμι είναι πρώτης κατηγορίας και έχουν σχεδιαστεί για να μεταφέρουν γρήγορα τους επιβάτες από τη ξηρά στη θάλασσα. Πέρυσι, 5,3 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιερόπλοιων ταξίδεψαν μέσω του τερματικού του Μαϊάμι σημειώνοντας έτσι ένα νέο παγκόσμιο ρεκόρ. Το λιμάνι ξεκίνησε τη νέα εποχή κρουαζιέρας 2017-2018, καλωσορίζοντας δύο νέες γραμμές κρουαζιέρας και ένα νέο πλοίο (Martin Associates 2017).

4.2.1.Λιμάνι Μαϊάμι και σύνδεση με άλλα μεταφορικά μέσα

Το λιμάνι του Μαϊάμι είναι εύκολα προσβάσιμο με αυτοκίνητο ή ταξί. Ωστόσο, οι περισσότερες γραμμές κρουαζιέρας προσφέρουν απευθείας υπηρεσία μεταφοράς από το Διεθνές Αεροδρόμιο του Μαϊάμι. Άλλες επιλογές μεταφοράς εδάφους όπως λεωφορεία και λιμουζίνες είναι επίσης διαθέσιμα.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι η απόσταση του λιμανιού από το αεροδρόμιο με το λιμάνι είναι περίπου στα 8 μίλια γεγονός που κάνει πολύ εύκολη και γρήγορη την πρόσβαση από και προς το λιμάνι.

Χάρτης Μαϊάμι



4.3. Οικονομικός αντίκτυπος της βιομηχανίας της κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι

Το 2016, καταγράφηκαν 1.030 προσελεύσεις κρουαζιερόπλοιων στο τερματικό λιμάνι του Μαϊάμι, τα οποία μεταφέραν περίπου 2,5 εκατομμύρια επιβάτες. Για να μετρηθούν οι οικονομικές επιπτώσεις της υπηρεσίας κρουαζιέρας, η Martin Associates (εταιρεία παροχής συμβουλών σε θέματα οικονομικών και μεταφορών) ανέπτυξε ένα μοντέλο μέτρησης του αντίκτυπου της τουριστικής βιομηχανίας. Το μοντέλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δοκιμαστεί η ευαισθησία των επιπτώσεων στις μεταβολές του ποσοστού των επιβατών που πετούν για το Μαϊάμι έναντι του ποσοστού των επιβατών που οδηγούν μέχρι το λιμάνι, του ποσοστού των επιβατών που διαμένουν σε ξενοδοχεία πριν και μετά την κρουαζιέρα, των τοπικών δαπανών των επιβατών ενώ βρίσκονται σε ξενοδοχεία πριν ή μετά την κρουαζιέρα και οι τοπικές αγορές (για φαγητό, ποτά και άλλα είδη και υπηρεσίες) από τις εταιρίες κρουαζιέρας (Martin Associates 2017).



Η υπηρεσία κρουαζιέρας που σχετίζεται με τη μεταφορά των επιβατών στο σπίτι συμβάλλει στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες παρέχοντας απασχόληση και εισόδημα σε ιδιώτες, φορολογικά έσοδα στις τοπικές και κρατικές κυβερνήσεις και έσοδα σε επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παροχή υπηρεσιών και προμηθειών στα πλοία και τους επιβάτες. Η ροή των οικονομικών επιπτώσεων της βιομηχανίας κρουαζιέρας σε όλη την οικονομία δημιουργεί τέσσερις ξεχωριστούς τύπους επιπτώσεων. Αυτοί οι τέσσερις τύποι επιπτώσεων είναι:

Αντίκτυπος στην Απασχόληση - αντιπροσωπεύει τον αριθμό των ισοδύναμων θέσεων πλήρους απασχόλησης που δημιουργούνται από τη δραστηριότητα κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι. Αυτά συνίστανται σε θέσεις εργασίας που δημιουργούνται άμεσα από το λιμάνι-βάση του κρουαζιερόπλοιου, καθώς και σε θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν στην περιοχή του Miami-Dade, εκτός λιμανιού, λόγω της αγοράς αγαθών και υπηρεσιών από τα άτομα που εξαρτώνται άμεσα από τη δραστηριότητα κρουαζιέρας.

Αντίκτυπος στα εισοδήματα - τα επίπεδα των αποδοχών που συνδέονται με τις θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν από τη δραστηριότητα κρουαζιέρας και προσαρμόστηκαν ώστε να αντικατοπτρίζουν την εκ νέου δαπάνη σε ολόκληρη την οικονομία.

Έσοδα - οι πωλήσεις που παράγονται από επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες και υλικά προϊόντα στα πλοία ενώ βρίσκονται στο λιμάνι, καθώς και επιχειρήσεις της βιομηχανίας επισκεπτών του Miami-Dade που παρέχουν υπηρεσίες και προϊόντα σε επιβάτες κρουαζιερόπλοιων που διαμένουν σε ξενοδοχεία πριν και μετά την κρουαζιέρα. Η αξία των εισιτηρίων της κρουαζιέρας δεν συμπεριλαμβάνεται ως αντίκτυπο στα έσοδα.



Φορολογικός αντίκτυπος - Περιλαμβάνει το κράτος και τα τοπικά φορολογικά έσοδα που δημιουργούνται από τη δραστηριότητα κρουαζιέρας. Αυτοί είναι φόροι που καταβάλλονται από ιδιώτες και επιχειρήσεις που εξαρτώνται άμεσα από τη δραστηριότητα της κρουαζιέρας (Martin Associates 2017).

4.3.1. Κατηγορίες επιπτώσεων

Οι επιπτώσεις δημιουργούνται σε επιχειρήσεις σε πολλούς τομείς της τοπικής και περιφερειακής οικονομίας. Για κάθε μία από τις διάφορες οικονομικές κατηγορίες που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες για τα κρουαζιερόπλοια και τους επιβάτες εκτιμούνται διαφορετικές επιπτώσεις.

Το τυπικό προφίλ δαπανών μιας εταιρίας κρουαζιέρας ενώ βρίσκεται στον λιμένα, γνωρίζει όλους τους τύπους επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην παροχή αγαθών και υπηρεσιών στο πλοίο και τους επιβάτες του. Για να αναπτύξει αυτά τα προφίλ των δαπανών, η Martin Associates διεξήγαγε συνεντεύξεις με τις Carnival Cruise Lines, τη Royal Caribbean International, τις Κρουαζιέρες Διασημοτήτων, τις Νορβηγικές Κρουαζιέρες, τις Κρουαζιέρες Disney και τις Κρουαζιέρες της Costa που υπάρχουν αυτή τη στιγμή . Οι συνεντεύξεις επικεντρώθηκαν στα τυπικά προφίλ δαπανών ενός πλοίου στο λιμάνι, καθώς και στην εξάρτηση της απασχόλησης του Μαϊάμι από τις εταιρίες κρουαζιέρας και τη δραστηριότητα τους στο τερματικό του Μαϊάμι (Martin Associates 2017).

Οι κατηγορίες δαπανών είναι:

Τρόφιμα και ποτά - Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει χονδρεμπόρους τροφίμων και οινοπνευματωδών ποτών. Πρέπει να υπογραμμιστεί ότι σε ορισμένες περιπτώσεις τα μη φθαρτά τρόφιμα που εισάγονται στην αρχή μιας κρουαζιέρας δεν αγοράζονται κατ 'ανάγκη από τοπικούς προμηθευτές, αλλά στηρίζονται σε συμβατικές σχέσεις και



μεταφέρονται από άλλα μέρη εκτός της περιοχής. Ομοίως, σε ορισμένες περιπτώσεις, το αλκοόλ αγοράζεται από συνεργαζόμενες αποθήκες και όχι από τοπικούς διανομείς. Logo Items - Αυτά τα αντικείμενα συνήθως αγοράζονται με σύμβαση και μεταφέρονται με φορτηγά στο λιμάνι επιβίβασης. Επομένως, δεν εκτιμάται κανένας τοπικός αντίκτυπος.

Λουλούδια - Οι τοπικοί χονδρέμποροι λουλουδιών παρέχουν λουλούδια για κάθε κρουαζιέρα. Δημόσιες Σχέσεις και Διαφήμιση - Οι συμβάσεις συνήθως αναπτύσσονται με τοπικές διαφημιστικές εταιρείες για την προώθηση της κρουαζιέρας. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις τοπικές κρουαζιέρες που παρέχουν ημερήσιες υπηρεσίες κρουαζιέρας. Χώρος στάθμευσης - Οι τοπικές εταιρείες διαχείρισης πάρκινγκ παρέχουν υπηρεσίες στάθμευσης για τα οχήματα των επιβατών. Ταξί / λεωφορεία - Τα τοπικά ταξί και τα λεωφορεία παρέχουν μεταφορά μεταξύ του αεροδρομίου και του πλοίου ή μεταξύ του ξενοδοχείου και του πλοίου για επιβάτες αεροπορικών / θαλάσσιων μεταφορών.

Ασφάλεια - Προσλαμβάνονται υπηρεσίες ασφαλείας ενώ το πλοίο βρίσκεται στο λιμάνι. Υπηρεσίες λευκών ειδών - Οι συμβάσεις που αναπτύσσονται με τοπικά πλυντήρια για υπηρεσίες σεντονιών και πλυντηρίων ρούχων. Πιλότοι - Οδηγός για να βάλει και να «παρκάρει» τα κρουαζιερόπλοια στο τερματικό σταθμό του Μαϊάμι. Ρυμουλκά - Οι υπηρεσίες ρυμούλκησης που απαιτούνται για ορισμένα κρουαζιερόπλοια για να βοηθήσουν στην αποβίβαση και την αποβίβαση. Ωστόσο, τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια απαιτούν έστω ελάχιστη, εάν υπάρχει, βοήθεια ρυμούλκησης.

Λιμενεργάτες - Απαιτούνται κατά τη φόρτωση και εκφόρτωση των αποσκευών και των προϊόντων από τις αποθήκες των πλοίων. Τοπικά ταξιδιωτικά γραφεία - Τα



τοπικά ταξιδιωτικά γραφεία λαμβάνουν προμήθεια από την πώληση εισιτηρίων στους κατοίκους της περιοχής. Απόρριψη απορριμμάτων - Τα στερεά απόβλητα και άλλα απορρίμματα που δεν μπορούν να απορριφθούν στη θάλασσα θα διατεθούν στους τοπικούς συλλέκτες απορριμμάτων. Δεξαμενές - Τα καύσιμα θα αγοραστούν από τις τοπικές εταιρείες ανεφοδιασμού καυσίμων. Νερό - Τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια ανεφοδιάζονται νερό από τοπικούς προμηθευτές πριν από την αναχώρηση (Martin Associates 2017).

Η βιομηχανία των επισκεπτών - Οι ταξιδιώτες που προέρχονται από περιοχές οι οποίες δεν βρίσκονται σε κοντινή απόσταση ώστε να μπορούν να οδηγήσουν μέχρι τον τερματικό του Μαϊάμι, πιθανότατα θα παραμείνουν σε ξενοδοχεία πριν ή μετά την κρουαζιέρα. Αυτά τα άτομα συνήθως αγοράζουν είδη λιανικής πριν ή μετά την κρουαζιέρα και τρώνε σε τοπικά εστιατόρια ενώ βρίσκονται στην περιοχή του του τερματικού του Μαϊάμι. Αυτοί οι επιβάτες θα λάβουν λεωφορεία / λεωφορεία από το αεροδρόμιο προς το ξενοδοχείο ή το πλοίο, καθώς και ταξί μεταξύ του ξενοδοχείου και του πλοίου αλλά και σε όλη την πόλη.

Εκτός από τους επιβάτες που επηρεάζουν την τοπική βιομηχανία επισκεπτών, το πλήρωμα του πλοίου θα επηρεάσει επίσης την τοπική βιομηχανία. Για παράδειγμα, το πλήρωμα πιθανότατα θα αγοράσει προσωπικά είδη ενώ βρίσκεται στο λιμάνι. Το νέο πλήρωμα θα μπορούσε να μείνει σε ένα τοπικό ξενοδοχείο κατά την άφιξη, ενώ το πλήρωμα που αναχωρεί θα μπορούσε επίσης να παραμείνει σε ένα ξενοδοχείο πριν εγκαταλείψει την περιοχή. Για να καταγράψουν αυτά τα χαρακτηριστικά, τα αποτελέσματα των επιθεωρήσεων επιβατών και πληρωμάτων χρησιμοποιήθηκαν για την ανάπτυξη προφίλ επιβατών για μια κρουαζιέρα διαφορετικών διαστάσεων, κρουαζιέρα διάρκειας 5 ημερών, κρουαζιέρα 7 ημερών και κρουαζιέρες 10-15 ημερών. Επιπλέον, οι επιβάτες που φθάνουν μέσω του Διεθνούς Αεροδρομίου του Μαϊάμι



παράγουν επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένων των θέσεων εργασίας με αεροπορικές εταιρείες (πράκτορες εισιτηρίων, αποσκευές, ταξί, ασφάλεια κ.λπ.).

Πιο συνοπτικά, κατά το 2016, 1030 κρουαζιέρες έφυγαν από το λιμάνι μεταφέροντας συνολικά, σχεδόν 5,1 εκατομμύρια επιβάτες. Ο οικονομικός αντίκτυπος των κρουαζιερόπλοιων στη περιοχή για το 2016, από το τερματικό του Μαϊάμι παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα (Martin Associates 2017).

Πίνακας 5: Οικονομικός αντίκτυπος κρουαζιερόπλοιων

	ΚΡΟΥΑΖΙ	ΑΕΡΟΔΡΟ	ΣΥΝΟ
	ΕΡΑ	ΜΙΟ	ΛΟ
ΕΡΓΑΣΙΑ/ΘΕΣΕΙΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ			
Που σχετίζονται άμεσα με το τομέα	13,730	886	14,616
Που σχετίζονται έμμεσα με τον τομέα	13,423	1,455	14,878
Σύνολο	27,153	2,340	29,493
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ			
Άμεσο	\$513,880	\$26,326	\$540,206



Τοπική κατανάλωση	\$898,972	\$31,031	\$930,0 02
Έμμεσο	\$168,070	\$41,987	\$210,0 58
Σύνολο	\$1,580,922	\$99,344	\$1,680, 266
ΕΣΟΔΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	\$3,350,629	\$1,094,788	\$4,445, 417
ΤΟΠΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	\$237,102	\$78,724	\$315,8 26
ΚΡΑΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΦΟΡΟΙ	\$173,132	\$8,842	\$181,9 74

Πηγή: Martin Associates 2017



Οι επιπτώσεις στην εργασία

Η δραστηριότητα κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι δημιούργησε 29.493 θέσεις εργασίας για τους κατοίκους της περιοχής. Από αυτές τις 29.493 θέσεις απασχόλησης, 14.616 ήταν άμεσα συνδεδεμένες με τον τομέα της κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι. Οι 14,878 θέσεις εργασίας ήταν έμμεσες και υποστηρίζονταν από τοπικές βιομηχανίες που προμηθεύουν υπηρεσίες και αγαθά στην τουριστική βιομηχανία. Επίσης εξυπηρετούσαν και τους επιβάτες όσον αφορά τους προμηθευτές υπηρεσιών και αγαθών στα πλοία ενώ βρίσκονται στο λιμάνι.

Προσωπικό εισόδημα

Οι 14.616 κάτοχοι άμεσης απασχόλησης έλαβαν 540,2 εκατ. δολάρια, με ετήσιο μισθό 36.961 δολάρια. Ως αποτέλεσμα των αγορών που πραγματοποιήθηκαν σε τοπικό επίπεδο, το εισοδήματα αυτά δημιούργησαν πρόσθετα έξοδα τοπικού εισοδήματος και κατανάλωσης ύψους 930,0 εκατομμυρίων δολαρίων στην περιφέρεια Μαϊάμι. Οι 6.187 έμμεσοι μισθωτοί εργαζόμενοι έλαβαν 210,1 εκατομμύρια δολάρια, από τα συνολικά 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια, συμπεριλαμβανομένου του αντίκτυπου στην κατανάλωση (Martin Associates 2017).

Έσοδα των επιχειρήσεων

Οι τοπικές επιχειρήσεις που προμηθεύουν τρόφιμα, ποτά και υπηρεσίες στις εταιρίες κρουαζιέρας και στις υπηρεσίες που παρέχονται στα περιφερειακά αεροδρόμια έλαβαν έσοδα ύψους 4,4 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Επιπλέον, άλλες τοπικές αγορές ύψους 315,8 εκατομμυρίων δολαρίων στην περιφέρεια Μαϊάμι πραγματοποιήθηκαν από εταιρείες που παρέχουν άμεσες υπηρεσίες στις εταιρίες κρουαζιέρας, προκειμένου να υποστηρίξουν τις υπηρεσίες και τα αγαθά που παρέχονται σε αυτές. Τέλος, η



δραστηριότητα της κρουαζιέρας στο τερματικό του Μαϊάμι συγκέντρωσε 182,0 εκατομμύρια δολάρια από κρατικούς και τοπικούς φόρους.

4.4. Τα σχέδια του τερματικού για το μέλλον

Το 2011, ο οργανισμός PortMiami, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τις δραστηριότητες και τις εκτάσεις του λιμένα, ανέλαβε μια διαδικασία γενικού σχεδιασμού με στόχο τη μεγιστοποίηση της μακροπρόθεσμης ανταγωνιστικότητάς του. Οι προβλέψεις έδειξαν τη σημαντική αύξηση των επιβατών κρουαζιερόπλοιων (4,1 εκατομμύρια το 2011 σε 5,9 εκατομμύρια μέχρι το 2035). Το λιμάνι έχει προετοιμαστεί επίσης για μεγαλύτερα πλοία και η κατασκευή αυτή συνέπεσε με την ολοκλήρωση της επέκτασης της διώρυγας του Παναμά το 2016. Το πλάνο αυτό δηλώνει ρητά το στόχο του να διατηρήσει τη θέση του λιμανιού ως το κορυφαίο τερματικό κρουαζιέρας στον κόσμο. Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι ένας από τους μεγαλύτερους οικονομικούς παράγοντες της περιφέρειας του Μαϊάμι και αναμένεται να αναπτυχθεί περαιτέρω στο μέλλον. Καθώς τα κρουαζιερόπλοια γίνονται όλο και μεγαλύτερα, το λιμάνι πρέπει να επεκτείνει τα συγκροτήματα τερματικών και τα κέντρα διέλευσης.

Ένα από τα σχέδια επέκτασης είναι η αύξηση του μεγέθους και του αριθμού των κλινών/κουπαστών των πλοίων. Πιο συγκεκριμένα, θα προστεθούν τρεις νέες κλίνες συν την επέκταση μιας άλλης προβλήτας για να φιλοξενηθούν μεγαλύτερα πλοία. Μετά τις βελτιώσεις, το λιμάνι θα μπορεί να φιλοξενήσει ταυτόχρονα εννέα από τα μεγαλύτερα πλοία του κόσμου. Επίσης στα σχέδια είναι η κατασκευή νέων τερματικών σταθμών κρουαζιέρας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η χωρητικότητα και να εξασφαλιστεί λειτουργική αποτελεσματικότητα στις εταιρίες κρουαζιέρας. Τέλος, στα σχέδια είναι και η συγκέντρωση των οδικών δικτύων μεταφοράς προϊόντων και επιβατών, ώστε να επιτευχθεί η απελευθέρωση μεγαλύτερων



εκτάσεων που θα φιλοξενούν τον πύρινα των τουριστικών δραστηριοτήτων (Martin Associates 2017).

4.5. Η περίπτωση της Ελλάδας: Τα οφέλη της κρουαζιέρας για τη περιοχή του Πειραιά, και της ευρύτερης περιοχής

Ο οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιου στη χώρα είναι σημαντικός, αλλά παραμένει χαμηλός όσον αφορά τον αριθμό των επισκέψεων κρουαζιέρας που λαμβάνει η χώρα. Τα συνολικά άμεσα έσοδα που αποδόθηκαν στην κρουαζιερόπλοια σε ολόκληρη την Ελλάδα εκτιμήθηκαν σε 489 εκατ. ευρώ, για συνολικά 1.988 εκατ. επιβάτες το 2015. Αυτό αντιστοιχεί στο 0,25% του ΑΕΠ της χώρας και στο 4,1% των άμεσων οικονομικών επιπτώσεων του ταξιδιού και του τουρισμού στην Ελλάδα (Maragkogianni& Papaefthimiou, 2015).

Πολλοί δείκτες δείχνουν ότι η ελληνική οικονομία δεν επωφελείται από τον τουρισμό στον ίδιο βαθμό όπως άλλες χώρες κρουαζιέρας στην Ευρώπη. Η Ελλάδα έλαβε το 5,3% των επιβατών κρουαζιέρας από το σύνολο της Ευρώπη, αλλά μόνο το 2,9% των άμεσων εσόδων δημιουργήθηκε από τις εταιρίες κρουαζιέρας και από τις δαπάνες των επισκεπτών και μόνο το 2,8% των θέσεων εργασίας δημιουργήθηκαν από την ευρωπαϊκή βιομηχανία κρουαζιέρας. Ο μέσος ετήσιος μισθός για μια δουλειά πλήρους απασχόλησης στο τομέα κρουαζιερόπλοιων στην Ελλάδα είναι 18.882 ευρώ. Το ποσό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο των 30.650,3 ευρώ ετησίως (OECD, 2017).

Δύο κύριοι παράγοντες μπορούν να εξηγήσουν τα περιορισμένα έσοδα από τον τουρισμό με κρουαζιερόπλοιο στην Ελλάδα. Ένα μεγάλο μέρος των άμεσων δαπανών που παράγονται από τη βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων πηγαίνει για ναυπηγικές κατασκευές για τις οποίες η Ελλάδα έχει μικρή διαθέσιμη χωρητικότητα. Οι εμπορικές



δαπάνες κρουαζιερόπλοιων (διαφήμιση, έρευνα αγοράς, ταξιδιωτικά γραφεία) συμβαίνουν κυρίως σε χώρες με μεγάλες αγορές, κάτι που δεν συμβαίνει στην Ελλάδα. Περίπου το ήμισυ των συνολικών δαπανών της βιομηχανίας κρουαζιέρας παράγονται από αυτούς τους δύο τομείς στην Ευρώπη (OECD, 2017).

Αυτό συμβάλλει στο γεγονός ότι ο Πειραιάς δεν προσελκύει πολλές turnaround διαδικασίες, οι οποίες είναι ο πιο σημαντικός τρόπος για τη δημιουργία υψηλών οικονομικών αποδόσεων από τον τουρισμό με κρουαζιερόπλοιο. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι ο οικονομικός αντίκτυπος της κρουαζιερόπλοιων δεν είναι σημαντικός στην περιοχή της Αθήνας, η οποία παραμένει το μεγαλύτερο λιμάνι κρουαζιέρας στη χώρα και η μόνη που μπορεί να προσφέρει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών σε κρουαζιερόπλοια. Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω δεδομένα, η λύση – κλειδί για την ανάπτυξη του τουρισμού με κρουαζιερόπλοιο στην Ελλάδα και κατ' επέκταση η οικονομική τόνωση της χώρας, μπορεί να επιτευχθεί μέσω της λειτουργίας του λιμανιού του Πειραιά σαν τερματικό λιμάνι για κρουαζιερόπλοια μέσω της ανάπτυξης του home porting, δηλαδή τα κρουαζιερόπλοια να έχουν ως βάση το λιμάνι του Πειραιά και όχι απλά να διέρχεται από αυτό (OECD, 2017).

Αυτό θα επωφελήσει τη περιοχή με δύο τρόπους. Πρώτων, οι μέρες διαμονής των επιβατών θα γίνουν περισσότερες, πράγμα που θα αποφέρει μεγάλα ποσά μέσω τις διαμονής των επισκεπτών πριν και μετά τη κρουαζιέρα, των αγορών τουριστικών προϊόντων, την πιο εύκολη επίσκεψη των τουριστών στα πολιτισμικά μνημεία της Αθήνας (Ακρόπολη, μουσεία κλπ.), είτε ακόμα και μονοήμερες εκδρομές που μπορεί να πραγματοποιήσουν οι τουρίστες σε κοντινούς προορισμούς (Σούνιο, Ναύπλιο κλπ.).

Δεύτερον, η οικονομία μπορεί να επωφεληθεί, από τις εταιρίες των κρουαζιερόπλοιων μέσω της εγκατάστασης, κεντρικών τους γραφείων στον Πειραιά.



Αυτές οι εταιρίες θα απασχολούν έναν αρκετά μεγάλο αριθμό ανθρώπινου δυναμικού. Εκτός αυτού, η εταιρίες αυτές θα είναι υπεύθυνες για την ανατροφοδότηση των πλοίων με προϊόντα, νερό, ακόμα και καύσιμα. Πράγματα που θα προέρχονται από την ελληνική αγορά. Όλη αυτή η διαδικασία, θα διαφήμιζε την Ελλάδα στην παγκόσμια αγορά, ως έναν πολύ καλά οργανωμένο τουριστικό προορισμό (Vaggelas & Kladaki, 2016).

Ανακεφαλαίωση

Το λιμάνι του Μαϊάμι είναι ένας σημαντικός οικονομικός κινητήρας που προσφέρει σημαντικά οφέλη στη Νότια Φλόριντα. Η ικανότητά του να συνεχίσει να παρέχει ανταγωνιστικές υπηρεσίες και να επιτύχει ρεαλιστική ανάπτυξη, μπορεί να τεθεί σε κίνδυνο από τον τεράστιο ανταγωνισμό που έχει ο κλάδος. Επιπλέον, η διαχείριση σε ολόκληρη την περιοχή επηρεάζει τη συνολική εμπορευματική κινητικότητα. Προκειμένου να συνεχίσει να αυξάνεται η οικονομική σημασία του, θα απαιτηθούν συνεχείς επενδύσεις σε κρουαζιερόπλοια, μεριμνώντας ώστε λιμάνι του Μαϊάμι να συνεχίσει ως τερματικό λιμάνι προσέλκυσης κρουαζιέρας παγκόσμιας κλάσης ικανό να χειριστεί την επόμενη γενιά πλοίων μεταφοράς κρουαζιερόπλοια. Αναφορικά με το λιμάνι του Πειραιά, θα πρέπει και σε αυτό να πραγματοποιηθούν μερικές αλλαγές, σχετικά με τη φύση της υποδοχής των κρουαζιερόπλοια, και πιο συγκεκριμένα, τα κρουαζιερόπλοια να το χρησιμοποιούν ως τερματικό και όχι απλά ως μια μικρή στάση στη διαδρομή του.



5^ο Κεφάλαιο: Αποτελέσματα ανάλυσης

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται αρχικά μία περιγραφική αναφορά στα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων της έρευνας όπως και συλλέχθηκαν από την έρευνα μέσω διαμοιρασμού των απαραίτητων ερευνητικών εργαλείων, τα ερωτηματολόγια.

Εν συνεχεία, ο ερευνητής διεξήγαγε μία ανάλυση συσχέτισης ώστε να διερευνήσει την σχέση ανάμεσα σε κάποιες από τις εξεταζόμενες παραμέτρους των ταξιδιών με κρουαζιερόπλοια και την ολική αίσθηση ικανοποίησης από την διαμονή στο Μαϊάμι αλλά και από την κρουαζιέρα προς τον προορισμό αυτό.

Τέλος, ολοκληρώθηκαν δύο αναλύσεις παλινδρόμησης, όπου η μία εξετάζει την πρόβλεψη της αίσθησης ικανοποίησης από τις διάφορες παραμέτρους οι οποίες περιβάλλουν μία κρουαζιέρα αρχικά, αλλά και από τα διάφορα δημογραφικά στοιχεία των ατόμων που ταξιδεύουν με κρουαζιερόπλοια με προορισμό το Μαϊάμι.

5.1. Δημογραφικά στοιχεία δείγματος έρευνας

Τα δημογραφικά στοιχεία τα οποία παρουσιάζονται παρακάτω περιλαμβάνουν στοιχεία αναφορικά με το φύλο ($M= 1.53$, $SD=.503$), την ηλικία ($M= 2.71$, $SD= .950$), το ετήσιο εισόδημα ($M=2.17$, $SD= 1.239$), τον τόπο διαμονής ($M= 1.33$, $SD= .675$), τον συνολικό αριθμό επισκέψεων στο Μαϊάμι ($M= 1.80$, $SD= .827$), τον τρόπο ενημέρωσης των συμμετεχόντων σχετικά με τις κρουαζιέρες ($M= 2.37$, $SD= 1.169$), τον τρόπο αγοράς του εισιτηρίου ($M= 1.36$, $SD= .483$), τον λόγο του ταξιδιού τους στον προορισμό αυτό ($M= 2.31$, $SD= .860$), την διάρκεια της κρουαζιέρας ($M= 1.50$, $SD= .504$), την καμπίνα που επιλέξανε ($M= 2.28$, $SD= 1.181$), το ενδεχόμενο παράας στο ταξίδι ($M= 2.63$, $SD= 1.038$), την ικανοποίηση που έχουν από το Μαϊάμι ως τελικό προορισμό ($M= 2.41$, $SD= .924$), την ικανοποίηση από την κρουαζιέρα ως εμπειρία



($M= 3.13$, $SD= .658$) και τέλος, σχετικά με τα έξοδα χρηματικών ποσών κατά την διαμονή τους στο Μαϊάμι ($M= 2.58$, $SD= 1.161$).

Μέσοι Όροι και Τυπικές Αποκλίσεις Δημογραφικών Στοιχείων προς Εξέταση

	Φύλο	Ηλικία	Εισόδημα	Τόπος Διαμονής	Αριθμός Επισκέψεων	Ενημέρωση Κρουαζιέρων	Αγορά Εισιτηρίου	Αιτία Ταξιδιού	Διάρκεια Κρουαζιέρας	Καμπάνα	Παρέα	Ικανοποίηση Από Μαϊάμι	Ικανοποίηση Από Κρουαζιέρα	Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι
Μέσος όρος (M)	1,53	2,71	2,17	1,33	1,80	2,37	1,36	2,31	1,50	2,28	2,63	2,41	3,13	2,58
Τυπική Απόκλιση (SD)	0,503	0,950	1,239	0,675	0,827	1,169	0,482	0,860	0,503	1,181	1,037	0,924	0,657	1,160
Διακύμανση	0,253	0,903	1,535	0,456	0,684	1,367	0,233	0,740	0,254	1,395	1,077	0,855	0,433	1,348

5.1.1. Φύλο

Αναφορικά με το φύλο των συμμετεχόντων βρέθηκε πως η πλειοψηφία του δείγματος αποτελούταν από άντρες με ποσοστό 52.9% ($n=37$). Παρ' όλα αυτά η διαφορά των ατόμων σχετικά με το φύλο τους δεν ήταν μεγάλη.

Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Γυναίκα	33	47,1
Άντρας	37	52,9
Σύνολο	70	100,0

5.1.2. Ηλικία

Όσον αφορά την ηλικία του δείγματος, φάνηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει σε εκείνους που βρίσκονται μεταξύ 21 και 35 ετών (40%), ενώ το μικρότερο ποσοστό ανήκει σε εκείνους που είναι κάτω των 21 ετών (7.1%).



Ηλικία		
	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
< 20 ετών	5	7,1
21 - 35 ετών	28	40,0
36 - 45 ετών	20	28,6
> 45 ετών	17	24,3
Σύνολο	70	100,0

5.1.3. Ετήσιο Εισόδημα

Όπως παρατηρείται και στον πίνακα που ακολουθεί, η ανάλυση συχνοτήτων επέδειξε πως η πλειοψηφία του δείγματος δηλώνει ετήσιο εισόδημα λιγότερο των 10.000 ευρώ (37.1%), ενώ το μικρότερο ποσοστό παρατηρείται σε αυτούς που δηλώνουν εισόδημα μεταξύ 30.001 και 40.000 ευρώ (1.4%).

Ετήσιο Εισόδημα		
	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
<10.000 ευρώ	26	37,1
10.001 – 20.000 ευρώ	19	27,1
20.001 – 30.000 ευρώ	19	27,1
30.001 – 40.000 ευρώ	1	1,4
40.001 – 50.000 ευρώ	3	4,3
>50.001 ευρώ	2	2,9
Σύνολο	70	100,0

5.1.4. Τόπος Διαμονής

Η πλειοψηφία του δείγματος αποτελείται από κάτοικους της Ασίας (78.6%). Παρ' όλα αυτά, δεν έλειψαν και τα άτομα όπου δήλωσαν ως τόπο διαμονής είτε την Ευρώπη (10%) είτε κάποιον άλλον τόπο χωρίς διευκρίνιση (11.4%).

Τόπος Διαμονής

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ασία	55	78,6
Ευρώπη	7	10,0
Άλλο	8	11,4
Σύνολο	70	100,0

5.1.5. Αριθμός Επισκέψεων στο Μαϊάμι

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων δήλωσαν πως δεν έχουν ταξιδέψει προηγουμένως στο Μαϊάμι με κρουαζιερόπλοιο (45.7%), ενώ υπήρχαν και αυτή που δεν ταξίδευαν για πρώτη φορά.

Αριθμός Επισκέψεων

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Καμία	32	45,7
1-5 φορές	20	28,6
Πάνω από 5 φορές	18	25,7
Σύνολο	70	100,0

5.1.6. Τρόπος Ενημέρωσης Σχετικά με την Κρουαζιέρα

Αναφορικά με την ενημέρωση που έλαβαν οι συμμετέχοντες σχετικά με την κρουαζιέρα, φαίνεται πως η πλειοψηφία αναφέρεται στα Μέσα Μαζικής Δικτύωσης όπως για παράδειγμα το Facebook, το Instagram και λοιπά (35.7%), κάτι το οποίο είναι φυσιολογικό διότι την σήμερα ημέρα σχεδόν όλοι έχουν προφίλ σε τουλάχιστον ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης.



Ενημέρωση Κρουαζιέρων

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Εφημερίδα / Περιοδικό	18	25,7
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	25	35,7
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο	14	20,0
Ενημερωτικό mail από Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	9	12,9
Συγγενείς / Φίλους	4	5,7
Σύνολο	70	100,0

5.1.7. Τρόπος Αγοράς Εισιτηρίου

Όπως φαίνεται παρακάτω, με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης συχνοτήτων που διεξήχθη, η πλειοψηφία του δείγματος ολοκλήρωσε την αγορά των εισιτηρίων για την κρουαζιέρα ηλεκτρονικά (64.3%) παρά πηγαίνοντας προσωπικά σε κάποιο ταξιδιωτικό πρακτορείο (35.7%). Τα δεδομένα αυτά μπορούν να συνδυαστούν με αυτά που φαίνονται πιο πάνω όπου οι συμμετέχοντες φάνηκαν να ενημερώνονται σχετικά με τις κρουαζιέρες από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάτι το οποίο υποδεικνύει την ορθή και εύκολη χρήση του Διαδικτύου.

Αγορά Εισιτηρίου

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Ηλεκτρονικά	45	64,3
Αυτοπροσώπως σε Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	25	35,7



Σύνολο 70 100,0

5.1.8. Αιτία Ταξιδιού

Αναφορικά με τον σκοπό του ταξιδιού με κρουαζιέρα και προορισμό το Μαϊάμι, η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε πως ήταν το Μαϊάμι ως προορισμός (38.6%). Ένα επίσης πολύ κοντά σε αυτό το ποσοστό δήλωσε πως η αιτία είναι το Μαϊάμι ως προορισμός αλλά και η κρουαζιέρα ως εμπειρία ταξιδιού (35.7%).

Αιτία Ταξιδιού

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Για την εμπειρία της Κρουαζιέρας ως ταξίδι	13	18,6
Για το Μαϊάμι, ως προορισμός	27	38,6
Για το Μαϊάμι σε συνδυασμό με την εμπειρία της κρουαζιέρας	25	35,7
Για επαγγελματικούς λόγους	5	7,1
Σύνολο	70	100,0



5.1.9. Συντροφιά στο Ταξίδι

Όσον αφορά τον εάν είχανε παρέα ή όχι κατά την διάρκεια της κρουαζιέρας προς το Μαϊάμι, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων φάνηκαν να συνταξιδεύουν με φίλους (40%), ενώ μόνο το 12.9% δήλωσαν πως ταξιδεύουν μόνοι τους.

Παρέα

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Όχι, ήμουν μόνος /-η	9	12,9
Ναι, με φίλους	28	40,0
Ναι, με γκρουπ	13	18,6
Ναι, με την οικογένειά μου	20	28,6
Σύνολο	70	100,0

5.1.10. Ικανοποίηση από το Μαϊάμι ως προορισμός

Μία ανάλυση συχνοτήτων διεξήχθη ώστε να διερευνηθεί ο βαθμός ικανοποίησης των ταξιδιωτών αναφορικά με το Μαϊάμι ως προορισμό, και ανεξάρτητα από την κρουαζιέρα. Τα αποτελέσματα, όπως φαίνονται και στον ακόλουθο πίνακα, έδειξαν πως οι συμμετέχοντες με κατά κύριο λόγο θεώρησαν σωστή επιλογή το Μαϊάμι ως προορισμό, με ποσοστό ίσο με 37.1%.



Ικανοποίηση Από το Μαϊάμι

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Δεν ήταν όπως το περίμενα	12	17,1
Ήταν η σωστή επιλογή προορισμού	26	37,1
Αρκετά ικανοποιητικό μέρος	23	32,9
Υπερβολικά ικανοποιημένος /-η με το μέρος	9	12,9
Σύνολο	70	100,0

5.1.11. Ικανοποίηση από την Κρουαζιέρα ως εμπειρία

Αναφορικά με την ικανοποίηση των συμμετεχόντων της έρευνας από την κρουαζιέρα φάνηκε πως λίγο παραπάνω από τους μισούς του δείγματος (55.7%) δηλώνουν αρκετά ικανοποιημένοι, ενώ το 28.6% δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι.

Ικανοποίηση Από την Κρουαζιέρα

	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
Μέτρια	11	15,7
Αρκετά	39	55,7
Πολύ	20	28,6
Σύνολο	70	100,0

5.2. Ανάλυση Συσχέτισης

5.2.1. Βαθμός Ικανοποίησης σε σχέση με την παρέα, την αιτία του ταξιδιού και τον συνολικό αριθμό επισκέψεων στο Μαϊάμι

Αναφορικά με την εξέταση της υπόθεσης πως η παρέα στο ταξίδι ($M= 2.63$, $SD= 1.038$), η αιτία του ταξιδιού ($M=2.31$, $SD= .860$) αλλά και ο συνολικός αριθμός επισκέψεων ($M= 1.80$, $SD= .827$) στον συγκεκριμένο προορισμό συσχετίζονται με την αίσθηση της ικανοποίησης του ατόμου από το ταξίδι ($M= 2.77$, $SD= .575$), τόσο όσον αφορά το Μαϊάμι ως προορισμό αλλά και την κρουαζιέρα ως εμπειρία, ο ερευνητής διεξήγαγε μία ανάλυση συσχέτισης.

Περιγραφική Στατιστική			
	Μέσος Όρος (M)	Τυπ. Απόκλιση (SD)	N
Ικανοποίηση Συνολικά	2,7714	0,57537	70
Παρέα	2,6286	1,03799	70
Αιτία Ταξιδιού	2,3143	0,86045	70
Αριθμός Επισκέψεων	1,8000	0,82708	70

Όπως παρατηρείται και στον πίνακα που ακολουθεί, τα αίτια του ταξιδιού είναι εκείνα που επιφέρουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα ως προς την γενική αίσθηση ικανοποίησης από το ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο στο Μαϊάμι, με $p=.05$.

Συσχετίσεις					
		Ικανοποίηση Συνολικά	Παρέα	Αιτία Ταξιδιού	Αριθμός Επισκέψεων
Ικανοποίηση Συνολικά	Pearson Correlation	1	-0,023	0,235	-0,113
	Sig. (2-tailed)		0,851	0,050	0,353
	N	70	70	70	70



5.2.2. Σταυροστοιχείες

5.2.2.1. Έξοδα κατά την διάρκεια διαμονής στο Μαϊάμι και Αίτια ταξιδιού

Με σκοπό να βρεθούν ακριβώς τα σημεία όπου συσχετίζονται οι εξεταζόμενες μεταβλητές, ο ερευνητής διεξήγαγε ανάλυση σταυροστοιχειών.

Αρχικός σκοπός των αναλύσεων ήταν να βρεθεί εάν τα έξοδα κατά την διάρκεια διαμονής στο Μαϊάμι κυμαίνονται ανάλογα με την αιτία του ταξιδιού των συμμετεχόντων. Όπως φαίνεται και στον πίνακα που εμφανίζεται παρακάτω, τα άτομα που δήλωσαν πως ταξιδεύουν στο Μαϊάμι είτε για την περιοχή είτε για την περιοχή σε συνδυασμό με την εμπειρία της κρουαζιέρας, ξοδεύουν περισσότερα σε περιηγήσεις και ψώνια.



Σταυροστοιχεία									
			Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι						Σύνολο
			Φαγητό/ Αναψυκ τικά	Ψώνια	Περιηγήσ εις	Ενοικίαση Ι.Χ./ Ταξί	MMM	Άλλο	
Αιτία Ταξιδιού	Για την εμπειρία	Count	5	2	6	0	0	0	13
	της Κρουαζιέρας	% within	38,5%	15,4%	46,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	ως ταξίδι	Αιτία Ταξιδιού							
	Για το Μαϊάμι, ως	Count	3	7	12	1	1	3	27
	προορισμός	% within	11,1%	25,9%	44,4%	3,7%	3,7%	11,1%	100,0%
		Αιτία Ταξιδιού							
	Για το Μαϊάμι σε	Count	1	8	13	3	0	0	25
	συνδυασμό με την	% within	4,0%	32,0%	52,0%	12,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	εμπειρία της	Αιτία Ταξιδιού							
	κρουαζιέρας								
	Για	Count	4	1	0	0	0	0	5
	επαγγελματικούς	% within	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
λόγους	Αιτία Ταξιδιού								



Σύνολο	Count	13	18	31	4	1	3	70
	% within	18,6%	25,7%	44,3%	5,7%	1,4%	4,3%	100,0%
	Αιτία							
	Ταξιδιού							

Επίσης, όπως θα παρατηρηθεί στον ακόλουθο πίνακα όπου εμφανίζεται ο βαθμός συσχέτισης (χ^2 ίσο με 29,463, πίνακας chi-square tests), τα αποτελέσματα είναι στατιστικά σημαντικά με $p < .05$.

Chi-Square Tests

	Asymptotic Significance (2-		
	Value	df	sided)
Pearson Chi-Square	29,463 ^a	15	0,014
Likelihood Ratio	29,830	15	0,013
Linear-by-Linear	0,219	1	0,640
Association			
N of Valid Cases	70		

a. 18 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

5.2.2.2. Έξοδα κατά την διάρκεια διαμονής στο Μαϊάμι και Παρέα στο Ταξίδι

Αναφορικά με την διερεύνηση του εάν οι συμμετέχοντες δηλώνουν περισσότερα έξοδα κατά την διαμονή τους στο Μαϊάμι ενόσω είναι με παρέα, η ανάλυση σταυροστοιχείας



έδειξε πως όντως τα άτομα που είτε ταξιδεύουν με φίλους είτε με τις οικογένειές τους δηλώνουν περισσότερα έξοδα σε σχέση με τους υπόλοιπους.

Crosstab										
			Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι						Σύνολο	
			Φαγητό και αναψυκτικά	Ψώνια	Περιηγήσεις	Ενοικίαση αυτοκινήτου / Ταξί	Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	Άλλο		
Παρέα	Όχι, ή μόνος /-η	Count	1	1	4	2	1	0	9	
		% within Παρέα	11,1%	11,1%	44,4%	22,2%	11,1%	0,0%	100,0%	
	Ναι, με φίλους	Count	10	3	13	0	0	2	28	
		% within Παρέα	35,7%	10,7%	46,4%	0,0%	0,0%	7,1%	100,0%	
	Ναι, με γκρουπ	Count	0	4	6	2	0	1	13	
		% within Παρέα	0,0%	30,8%	46,2%	15,4%	0,0%	7,7%	100,0%	
	Ναι, με την οικογένειά μου	Count	2	10	8	0	0	0	20	
		% within Παρέα	10,0%	50,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	Σύνολο		Count	13	18	31	4	1	3	70
			% within Παρέα	18,6%	25,7%	44,3%	5,7%	1,4%	4,3%	100,0%

Τα αποτελέσματα αυτά έδειξαν να έχουν στατιστική σημαντικότητα με χ^2 ίσο με 34.010 και $p < .05$, όπως και εμφανίζεται στον ακόλουθο πίνακα.



Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,010 ^a	15	0,003
Likelihood Ratio	34,214	15	0,003
Linear-by-Linear Association	0,953	1	0,329
N of Valid Cases	70		

a. 18 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

5.3. Ανάλυση Παλινδρόμησης

5.3.1. Αίσθηση Ικανοποίησης και στοιχεία ταξιδιού

Η παρούσα ανάλυση παλινδρόμησης ολοκληρώθηκε με σκοπό να εξεταστεί εάν η αίσθηση ικανοποίησης των ατόμων που ταξιδεύουν με κρουαζιερόπλοιο στο Μαϊάμι προβλέπεται από την ευχαρίστηση κατά την διαμονή τους στο Μαϊάμι, την παρέα που τους συνοδεύει στο ταξίδι, στο τι δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε έναν ταξιδιωτικό προορισμό και την διάρκεια της κρουαζιέρας.

Περιγραφικά Δεδομένα

	Μέσος Όρος (M)	Τυπ. Απόκλιση (SD)	N
Ικανοποίηση Συνολικά	2,7714	0,57537	70
Ευχαρίστηση Κατά Τη Διαμονή	2,9429	1,72690	70
Παρέα	2,6286	1,03799	70
Μεγαλύτερη Σημασία	2,4571	1,11233	70
Διάρκεια Κρουαζιέρας	1,5000	0,50361	70



Η ανάλυση έδειξε πως η αίσθηση ικανοποίησης μπορεί να προβλεφθεί από τις εξεταζόμενες μεταβλητές. Το αποτέλεσμα αυτό δείχνει να έχει στατιστική σημαντικότητα $p < .035$. Παρ' όλα αυτά, το r^2 φαίνεται να είναι ιδιαίτερα χαμηλό (0.145), γεγονός το οποίο υποδεικνύει ελλιπή στοιχεία που να μπορούν να γενικευτούν σε μεγαλύτερο πληθυσμό.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,380 ^a	0,145	0,092	0,54824	0,145	2,750	4	65	0,035

a. Predictors: (Constant), ΔιάρκειαΚρουαζιέρας, ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή, ΜεγαλύτερηΣημασία, Παρέα

b. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα όπου παρουσιάζονται οι συντελεστές της επεξήγησης της παλινδρόμησης, φαίνεται πως την μεγαλύτερη σημαντικότητα την έχει το τι θεωρεί σημαντικό σε ένα ταξίδι ο κάθε συμμετέχοντας ($p = .002$).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95,0% Confidence Interval for B		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2,394	0,313		7,644	0,000	1,769	3,020
	Ευχαρίστηση Κατά Τη Διαμονή	0,018	0,038	0,053	0,458	0,648	-0,059	0,094
	Παρέα	-0,024	0,066	-0,043	-0,361	0,719	-0,156	0,108
	Μεγαλύτερη Σημασία	0,192	0,060	0,371	3,187	0,002	0,072	0,312
	Διάρκεια Κρουαζιέρας	-0,055	0,137	-0,048	-0,404	0,688	-0,328	0,218

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal



5.3.2. Αίσθηση Ικανοποίησης και Δημογραφικά Στοιχεία

Τέλος, ο ερευνητής θέλησε να εξετάσει το ενδεχόμενο της πρόβλεψης της ικανοποίησης των ταξιδιωτών με κρουαζιερόπλοιο στο Μαϊάμι από τα δημογραφικά τους στοιχεία, όπως είναι το φύλο, η ηλικία και το ετήσιο εισόδημά τους.

Περιγραφικά Δεδομένα			
	Μέσος Όρος (M)	Τυπ. Απόκλιση (SD)	N
Ικανοποίηση Συνολικά	2,7714	0,57537	70
Φύλο	1,53	0,503	70
Ηλικία	2,7143	0,95010	70
Ετήσιο Εισόδημα	2,1714	1,23911	70



Η ανάλυση παλινδρόμησης δεν έδειξε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα τα οποία να υποδεικνύουν πρόρρηση της ικανοποίησης των ταξιδιωτών από την κρουαζιέρα στο Μαϊάμι, με βάση το φύλο, την ηλικία τους και το ετήσιο εισόδημά τους, εφόσον βρέθηκε το r^2 ίσο με .097 και $p > .05$.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,312 ^a	0,097	0,056	0,55903	0,097	2,365	3	66	0,079

a. Predictors: (Constant), ΕτήσιοΕισόδημα, Φύλο, Ηλικία

b. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

Αξίζει να παρατηρηθεί επίσης ο ακόλουθος πίνακας με τους συντελεστές της παλινδρόμησης. Όπως φαίνεται, μόνο το ετήσιο εισόδημα φαίνεται να έχει κάποια επίδραση στην αίσθηση ικανοποίησης των ταξιδιωτών, το οποίο φαίνεται λογικό σε συλλογική αναφορά των αποτελεσμάτων παραπάνω.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1	(Constant)	3,300	0,303		10,896	0,000	2,695	3,904
	Φύλο	-0,127	0,134	-0,111	-0,948	0,347	-0,394	0,140
	Ηλικία	-0,015	0,072	-0,025	-0,216	0,830	-0,158	0,127
	ΕτήσιοΕισόδημα	-0,135	0,055	-0,290	-2,451	0,017	-0,244	-0,025

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal



Συμπεράσματα

Οι τουριστικές δραστηριότητες οι οποίες αναπτύσσονται στη θάλασσα, αποτελούν τη νούμερο ένα επιλογή για τους τουρίστες παγκοσμίως. Ο παράκτιος τουρισμός είναι μια επιλογή που έχει καταφέρει να κερδίσει το σύνολο των τουριστών αποφέροντας μεγάλα ποσά εσόδων κάθε χρόνο. Ο αλιευτικός τουρισμός έχει κερδίσει έδαφος και πολλούς παραθεριστές τα τελευταία χρόνια. Επίσης, ο αλιευτικός τουρισμός, παράγει και αυτός τεράστια έσοδα, κυρίως από τις άδειες, τη μεταφορά, τη στέγαση, τη ενοικίαση σκαφών, τις υπηρεσίες καθοδήγησης, τον αλιευτικό εξοπλισμό και ούτω καθεξής. Στη συνέχεια ο καταδυτικός τουρισμός παρέχει πολύ ξεχωριστές εμπειρίες στους τουρίστες που τον προτιμούν. Αυτό το είδος τουρισμού, είναι αρκετά ευαισθητοποιημένο σε ζητήματα που σχετίζονται με το περιβάλλον. Στο τέλος, βρίσκεται ο ναυτικός τουρισμός, ο οποίος μέσω του Yachting και της κρουαζιέρας παρέχει τεράστια έσοδα σε όλους τους ενδιαφερόμενους.

Τα έσοδα από τα κρουαζιερόπλοια και η εξασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης ενός προορισμού κρουαζιέρας είναι αρκετά. Η πρόσφατη επέκταση του κλάδου της κρουαζιέρας, δημιούργησε την ανάγκη για νέους λιμένες, εξοπλισμένους με νέες τεχνολογίες και μεγαλύτερους, ώστε να γίνουν πιο ανταγωνιστική. Λόγου αυτού, τα λιμάνια συνεχίζουν να κατασκευάζουν καινούργιες αποβάθρες και τερματικούς σταθμούς τόσο για να προσελκύσουν κρουαζιερόπλοια όσο και για να κρατήσουν τα ήδη υπάρχοντα. Επίσης, οι εταιρίες κρουαζιέρας, χρειάζονται καινούργια λιμάνια όσο αυτά χρειάζονται τις κρουαζιέρες. Ο τουριστικός τομέας της κρουαζιέρας όπως όλα δείχνουν είναι μια σίγουρη επένδυση για τις χώρες που ασχολούνται με αυτόν. Ο οικονομικός δεσμός μεταξύ του τομέα της κρουαζιέρας και των λιμένων είναι, αν μη τη άλλο, ζωτικής σημασίας και πρέπει να αποτελέσει αντικείμενο μιας ενεργού στρατηγικής εκ μέρους των πόλεων.



Το λιμάνι του Μαϊάμι είναι ένα μια πολύ σημαντική οικονομική πυγή που προσφέρει σημαντικά οφέλη στη Νότια Φλόριντα. Η διαχείριση της τουριστικής δραστηριότητας σε ολόκληρη την περιοχή επηρεάζει τη συνολική εμπορευματική κινητικότητα. Για την αύξηση της οικονομικής σημασίας του λιμανιού, θα απαιτηθούν συνεχείς επενδύσεις, μεριμνώντας ώστε λιμάνι του Μαϊάμι να συνεχίσει ως τερματικό λιμάνι προσέλκυσης κρουαζιέρας παγκόσμιας κλάσης ικανό να χειριστεί την επόμενη γενιά πλοίων μεταφοράς κρουαζιερόπλοιων. Αναφορικά με το λιμάνι του Πειραιά, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν μερικές αλλαγές, και πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει τα κρουαζιερόπλοια να το χρησιμοποιούν ως τερματικό και όχι απλά ως μια μικρή στάση στη διαδρομή τους. Αυτή η μετατροπή θα τονώσει την οικονομία της περιοχής και κατ' επέκταση και του συνόλου της χώρας.



Βιβλιογραφία

Ackerman, L. M. (2015). Consumer perceptions of sustainability in the cruise industry.

Araceli, W. (2001). The economic impact of cruise ports: The case of Miami. Verfügbar unter: http://unctad.org/en/Docs/ship49417_en.pdf [Abgerufen am 04.04. 2017].

Beirman, D. (2003). Restoring tourism destinations in crisis: A strategic marketing approach. CAUTHE 2003: Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research, 1146.

Bonilla-Priego, M. J., Font, X., & del Rosario Pacheco-Olivares, M. (2014). Corporate sustainability reporting index and baseline data for the cruise industry. *Tourism management*, 44, 149-160.

Borch, T., Aas, O., & Policansky, D. (2008). International Fishing Tourism: Past, Present and Future., In *Global Challenges in Recreational Fisheries* (ed. Aas O.). Blackwell Science, Oxford, UK.

Borch, T., Policansky, D., & Aas, Ø. (2008a). International fishing tourism. *Global challenges in recreational fisheries*, 268-291.

Boy, C. (2011). The development and meaning of vessel flags in the cruise industry. In *Cruise sector challenges* (pp. 57-75). Gabler Verlag.

Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E., & Zapata-Aguirre, S. (2012). Cruise passengers' experience embarking in a Caribbean home port. The case study of Cartagena de Indias. *Ocean & Coastal Management*, 55, 135-145.

Bridges, T. (1997). *Travel Industry World Yearbook-The Big Picture 1996-97*, 40.



Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 32(3), 946-967.

Cerveney, L. K. (2007). Sociocultural effects of tourism in Hoonah, Alaska. Gen. Tech. Rep. PNW-GTR-734. Portland, OR: US Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. 115 p, 734.

Chang, Y. T., Park, H., Liu, S. M., & Roh, Y. (2016). Economic impact of cruise industry using regional input–output analysis: a case study of Incheon. *Maritime Policy & Management*, 43(1), 1-18.

Chen, J., Balomenou, C., Nijkamp, P., Poulaki, P., & Lagos, D. (2016). The sustainability of yachting tourism: A case study on Greece.

Chen, R. J., Hunt, K. M., & Ditton, R. B. (2003). Estimating the economic impacts of a trophy largemouth bass fishery: issues and applications. *North American Journal of Fisheries Management*, 23(3), 835-844.

Cheong, S. M. (2003). Privatizing tendencies: fishing communities and tourism in Korea. *Marine Policy*, 27(1), 23-29.

Clavé, S. A., & Wilson, J. (2017). The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation. *Journal of sustainable tourism*, 25(1), 96-112.

Delgado, R. (2017). The Cruise Industry: Destinations, Opportunities, Innovations, and Challenges. *Journal of Advanced Management Science* Vol, 5(5).

Diakomihalis, M., Lekakou, M., Stefanidaki, E., & Syriopoulos, T. C. (2009, April). The economic impact of the cruise industry on local communities: The case of Greece.



In CD-ROM Proceedings of the 4th International Conference of the Aegean University," Planning for the Future-Learning from the Past: Contemporary Developments in Tourism, Travel & Hospitality (pp. 3-5).

Dimmock, K., & Musa, G. (2015). Scuba diving tourism system: a framework for collaborative management and sustainability. *Marine Policy*, 54, 52-58.

Ditton, R. B., Holland, S. M., & Anderson, D. K. (2002). Recreational fishing as tourism. *Fisheries*, 27(3), 17-24.

Dowling, R. K. (2006). The cruising industry. *Cruise ship tourism*, 3-17.

Dwyer, L., & Forsyth, P. (1998). Economic significance of cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 393-415.

Esteve-Perez, J., & Garcia-Sanchez, A. (2015). Cruise market: Stakeholders and the role of ports and tourist hinterlands. *Maritime Economics & Logistics*, 17(3), 371-388.

Esteve-Pérez, J., & García-Sánchez, A. (2016). Key Stakeholders in Cruise Traffic: An Application to Spanish Cruise Ports. In *Tourism and Hospitality Management* (pp. 81-93). Emerald Group Publishing Limited.

Gabriel Brida, J., Garrido, N., & Jesús Such Devesa, M. (2012). Cruise passengers' satisfaction: Cartagena de Indias. *Benchmarking: An International Journal*, 19(1), 52-69.

Gui, L., & Russo, A. P. (2011). Cruise ports: a strategic nexus between regions and global lines—evidence from the Mediterranean. *Maritime Policy & Management*, 38(2), 129-150.



Henry, J., Hamlin, R., & Simpson, E. (2015). The Local and Long-Haul Cruise Passenger Market Segments: What are the Implications of Their Emergence for Cruise Destinations?. *Tourism in Marine Environments*, 10(3-4), 159-175.

Henthorne, T. L. (2000). An analysis of expenditures by cruise ship passengers in Jamaica. *Journal of Travel Research*, 38(3), 246-250.

Honey, M. and Krantz, D. (2007). *Global Trends in Coastal Tourism*. Washington: Marine Program World Wildlife Fund.

Huijbens, E. H. (2015). Cruise tourism in Iceland and the North Atlantic: Gateways to the Arctic and the challenges to port readiness programs. *Tourism in Marine Environments*, 10(3-4), 241-254.

Jaakson, R. (2004). Beyond the tourist bubble?: cruiseship passengers in port. *Annals of tourism research*, 31(1), 44-60.

Jennings, S. (2004). Coastal tourism and shoreline management. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 899-922.

Klein, R. A. (2011). Different streams in cruise tourism research: An introduction. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 60(1), 7-13.

Klein, R. A. (2011b). Responsible cruise tourism: Issues of cruise tourism and sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 107-116.

Kwortnik, R. J. (2008). Shipscape influence on the leisure cruise experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(4), 289-311.

Lew, A. A. (2013). A world geography of recreational scuba diving. In *Scuba diving tourism* (pp. 47-69). Routledge.



Luck, M., Maher, P. T., & Stewart, E. J. (Eds.). (2010). Cruise tourism in polar regions: promoting environmental and social sustainability?. Routledge.

Luković, T. (2012). Nautical tourism and Its function in the economic development of Europe. In Visions for Global Tourism Industry-Creating and Sustaining Competitive Strategies. InTech.

Maragkogianni, A., & Papaefthimiou, S. (2015). Evaluating the social cost of cruise ships air emissions in major ports of Greece. Transportation Research Part D: Transport and Environment, 36, 10-17.

Martin Associates (2017). THE LOCAL AND REGIONAL ECONOMIC IMPACTS OF PORTMIAMI. Colorado.

McGee, B. (2013). Why are cruise ships registered in foreign countries?. USA Today.

Muraja, S. (2015). Cruise tourism-the environmental effects in the Baltic Sea.

Musa, G., & Dimmock, K. (Eds.). (2013). Scuba diving tourism. Routledge.

OECD (2017). Cruise Shipping and Urban Development The Case of Piraeus. International Transport Forum.

Pallis, T. (2015). Cruise shipping and urban development: State of the art of the industry and cruise ports. Paris: International Transport Forum (ITF), OECD.

Pallis, T. (2015). Cruise shipping and urban development: State of the art of the industry and cruise ports. Paris: International Transport Forum (ITF), OECD.

Peisley, T. (2003). Cruising—A global view of the challenge and the opportunity. International Association Cities and Ports Days. Le Port, La Reunion, 19-22.



Peisley, T. (2014). *End of the Beginning for Cruising*. Colchester: Seatrade Communications Ltd.

Rodrigue, J. P., & Notteboom, T. (2012). The geography of cruise shipping: itineraries capacity deployment and ports of call. In *Asian Logistics Round Table 2012 Conference (ALRT 2012)*, University of British Columbia (UBC), Vancouver, 14-15 June 2012.

Rodrigue, J. P., & Notteboom, T. (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, 38, 31-42.

Rodrigue, J. P., & Notteboom, T. (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, 38, 31-42.

Rogers, R., Vitacco, M. J., Cruise, K. R., Sewell, K. W., & Neumann, C. S. (2002). Screening for adolescent psychopathy among at-risk youth: Initial validation of the survey of attitudes and life experiences. *Assessment*, 9(4), 343-350.

Satta, G., Parola, F., Penco, L., & Persico, L. (2015). Word of mouth and satisfaction in cruise port destinations. *Tourism Geographies*, 17(1), 54-75.

Sevinç, F., & Güzel, T. (2017). SUSTAINABLE YACHT TOURISM PRACTICES. *Management & Marketing Journal*, 15(1).

Seymour, K. D. (2012). *The perceived value of scuba diving tourists at a marina destination (Doctoral dissertation, North-West University)*.

Sun, X., Jiao, Y., & Tian, P. (2011). Marketing research and revenue optimization for the cruise industry: A concise review. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 746-755.



Teye, V., & Paris, C. M. (2010). Cruise line industry and Caribbean tourism: Guests' motivations, activities, and destination preference. *Tourism Review International*, 14(1), 17-28.

UNEP (2009). *Sustainable Coastal Tourism: An integrated planning and management approach*. New York: United Nations Environment Programme.

Vaggelas, G. K., & Kladaki, P. E. (2016). Unveiling Configurations of Shipping Clusters: Recording the Structure of the Thessaloniki Port Cluster.

Vanhove, N. (2017). *The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice*. Routledge.

Vayá, E., Garcia, J. R., Murillo, J., Romaní, J., & Suriñach, J. (2018). Economic impact of cruise activity: the case of Barcelona. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), 479-492.

Vogel, M. P. (2011). Monopolies at sea: The role of onboard sales for the cruise industry's growth and profitability. In *Tourism economics* (pp. 211-229). Physica-Verlag HD.

Vogel, M., Papathanassis, A., & Wolber, B. (2012). *The business and management of ocean cruises*. CABI.

Wang, Y., & Pizam, A. (Eds.). (2011). *Destination marketing and management: Theories and applications*. Cabi.

Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations?. *Tourism Management*, 40, 137-140.



Whyte, L. J. (2016). Cruise tourists' perceptions of destination: Exploring push and pull motivational factors in the decision to take a cruise vacation.

Wilkinson, P. F. (1999). Caribbean cruise tourism: delusion? Illusion?. *Tourism Geographies*, 1(3), 261-282.

Wilson, P., & Wheeler, D. P. (1997). *California's Ocean Resources: An Agenda for the Future*, The Resource Agency of California, Ocean Resources Management Program, Sacramento, CA [OL].



Παραρτήματα

Αγαπητοί συμμετέχοντες,

Ονομάζομαι Ιωάννης Ζαραβέλης και είμαι φοιτητής του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Στα πλαίσια της απόκτησης Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική διενεργώ μια έρευνα που εξετάζει τον ρόλο των τερματικών σταθμών στην κρουαζιέρα - περίπτωση TERMINAL ΜΑΪΑΜΙ. Παρακαλώ όπως συμπληρώσετε το παρών ερωτηματολόγιο δίνοντας ειλικρινείς απαντήσεις με στόχο την διασφάλιση της αξιοπιστίας των δεδομένων της έρευνας. Πρόσβαση έχετε μέσω της ιστοσελίδας <https://goo.gl/forms/oamXYOH35J4BH5tA3> χρησιμοποιώντας τους κωδικούς, οι οποίοι σας έχουν ήδη αποσταλεί. Σας, ενημερώνω ότι θα τηρηθεί ανωνυμία διασφαλίζοντας τα προσωπικά σας δεδομένα.

Ο μέγιστος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δε ξεπερνά τα 10 με 15 λεπτά.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων



Παράρτημα 1

Ερωτηματολόγιο

Το ακόλουθο ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε και συμπληρώθηκε με τη βοήθεια του τουριστικού γραφείου στο Μαϊάμι Silversea Cruises Ltd.

1. Φύλο:

α. Γυναίκα

β. Άντρας

2. Ηλικία:

α. < 20 ετών

β. 21 - 35 ετών

γ. 36 - 45 ετών

δ. > 45 ετών

3. Ετήσιο εισόδημα:

α. <10.000 ευρώ

β. 10.001 – 20.000 ευρώ

γ. 20.001 – 30.000 ευρώ

δ. 30.001 – 40.000 ευρώ



ε. 40.001 – 50.000 ευρώ

δ. >50.001 ευρώ

4. Τόπος διαμονής:

α. Ασία

β. Ευρώπη

γ. Άλλο

5. Αριθμός Επισκέψεων στο Μαϊάμι με κρουαζιερόπλοιο:

α. Καμία

β. 1-5 φορές

γ. Πάνω από 5 φορές

6. Πώς μάθατε για τις κρουαζιέρες στο Μαϊάμι?

α. Εφημερίδα / Περιοδικό

β. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

γ. Διαφήμιση στο Διαδίκτυο

δ. Ενημερωτικό mail από Ταξιδιωτικό Πρακτορείο

ε. Συγγενείς / Φίλους



7. Τρόπος αγοράς εισιτηρίου:

- α. Ηλεκτρονικά
- β. Αυτοπροσώπως σε Ταξιδιωτικό Πρακτορείο

8. Αιτία Ταξιδιού:

- α. Για την εμπειρία της Κρουαζιέρας ως ταξίδι
- β. Για το Μαϊάμι, ως προορισμός
- γ. Για επαγγελματικούς λόγους

9. Διάρκεια Κρουαζιέρας:

- α. Τριήμερη Κρουαζιέρα
- β. Πενθήμερη Κρουαζιέρα
- γ. Οχταήμερη Κρουαζιέρα

10. Τύπος Καμπίνας:

- α. Κανονική Εξωτερική
- β. Κανονική Εσωτερική
- γ. Premium Εξωτερική



δ. Premium Εσωτερική

11. Παρέα στο ταξίδι υπήρχε?

α. Όχι, ήμουν μόνος /-η

β. Ναι, με φίλους

γ. Ναι, με γκρουπ

δ. Ναι, με την οικογένειά μου

12. Παρακαλώ δηλώστε το ποσό το οποίο ξοδέψατε κατά προσέγγιση εν πλω:

α. 100 – 500 ευρώ

β. 501 – 1000 ευρώ

γ. > 1000 ευρώ

13. Γενικά σας ενδιαφέρουν προορισμοί με ιστορική σημασία?

α. Ναι

β. Όχι

14. Από τα δύο ακόλουθα, ποιο είναι μείζονος σημασίας για εσάς?



- α. Νέοι Προορισμοί
- β. Νέες Γνωριμίες
- γ. Νέες Εμπειρίες
- δ. Όλα τα παραπάνω

15. Μείνατε ικανοποιημένοι από το Μαϊάμι ως περιοχή?

- α. Δεν ήταν όπως το περίμενα
- β. Ήταν η σωστή επιλογή προορισμού
- γ. Αρκετά ικανοποιητικό μέρος
- δ. Υπερβολικά ικανοποιημένος /-η με το μέρος

16. Μείνατε ικανοποιημένοι με την κρουαζιέρα ως εμπειρία ταξιδιού?

- α. Λίγο
- β. Μέτρια
- γ. Αρκετά
- δ. Πολύ

17. Τι θα αλλάζατε από το ταξίδι με ο κρουαζιερόπλοιο?

- α. Το κόστος των αγαθών



- β. Την εξυπηρέτηση από το προσωπικό του κρουαζιερόπλοιου
- γ. Την διαμόρφωση των καμπινών
- δ. Τίποτα απολύτως
- ε. Όλα τα παραπάνω

18. Σε τι από τα ακόλουθα ξοδέψατε τα περισσότερα χρήματα?

- α. Φαγητό και αναψυκτικά
- β. Ψώνια
- γ. Περιηγήσεις
- δ. Ενοικίαση αυτοκινήτου / Ταξί
- ε. Μέσα Μαζικής Μεταφοράς
- στ. Άλλο

19. Τι σας ευχαρίστησε περισσότερο από την διαμονή σας στο Μαϊάμι?

- α. Τα ψώνια
- β. Οι παραλίες και τα τοπία
- γ. Οι δημιουργικές περιηγήσεις στο μέρος
- δ. Οι άνθρωποι
- ε. Ο καιρός
- στ. Η αρχιτεκτονική των κτιρίων
- ζ. Άλλο



η. Όλα τα παραπάνω

20. Σε επόμενη ευκαιρία κρουαζιέρας ποιο από τα παρακάτω θα αλλάζατε ή θα θέλατε να δείτε αλλαγμένο?

α. Τίποτα απολύτως

β. Το κόστος των αγαθών στο κρουαζιερόπλοιο

γ. Το κόστος των αγαθών στα μαγαζιά του Μαϊάμι

δ. Το κόστος των εισιτηρίων

ε. Θα διάλεγα άλλη εταιρεία κρουαζιερόπλοιων

στ. Όλα τα παραπάνω



Παράρτημα 2

Στατιστική Ανάλυση

CROSSTABS

```
/TABLES=ΑιτίαΤαξιδιού Παρέα BY ΈξοδαΕνΠλω ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι
/FORMAT=AVALUE TABLES
/STATISTICS=CHISQ
/CELLS=COUNT ROW
/COUNT ROUND CELL.
```

Crosstabs

Notes		
Output Created		16-OCT-2018 11:29:30
Comments		
Input	Data	C:\Users\Kprouαζιέρεςζ\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each table are based on all the cases with valid data in the specified range(s) for all variables in each table.
Syntax		CROSSTABS /TABLES=ΑιτίαΤαξιδιού Παρέα BY ΈξοδαΕνΠλω ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι /FORMAT=AVALUE TABLES /STATISTICS=CHISQ /CELLS=COUNT ROW /COUNT ROUND CELL.



Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,06
	Dimensions Requested	2
	Cells Available	524245

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ΑιτίαΤαξιδιού * ΈξοδαΕνΠλω	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
ΑιτίαΤαξιδιού *	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι						
Παρέα * ΈξοδαΕνΠλω	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
Παρέα *	70	100,0%	0	0,0%	70	100,0%
ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι						

ΑιτίαΤαξιδιού * ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι

Crosstab

		ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι							Total
		Φαγητό και αναψυκτικά	Ψώνια	Περιηγήσεις	Ενοικίαση αυτοκινήτου / Ταξί	Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	Άλλο		
ΑιτίαΤαξιδιού	Για την εμπειρία της Κρουαζιέρας ως ταξίδι	Count	5	2	6	0	0	0	13
	% within ΑιτίαΤαξιδιού		38,5%	15,4%	46,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
ΑιτίαΤαξιδιού	Για το Μαϊάμι, ως προορισμός	Count	3	7	12	1	1	3	27
	% within ΑιτίαΤαξιδιού		11,1%	25,9%	44,4%	3,7%	3,7%	11,1%	100,0%
ΑιτίαΤαξιδιού	Για το Μαϊάμι σε συνδυασμό με την εμπειρία της κρουαζιέρας	Count	1	8	13	3	0	0	25
	% within ΑιτίαΤαξιδιού		4,0%	32,0%	52,0%	12,0%	0,0%	0,0%	100,0%



Για	Count	4	1	0	0	0	0	5
επαγγελματικού	% within	80,0%	20,0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0
ς λόγους	ΑιτίαΤαξιδιού		%					%
Total	Count	13	18	31	4	1	3	70
	% within	18,6%	25,7	44,3%	5,7%	1,4%	4,3%	100,0
	ΑιτίαΤαξιδιού		%					%

Όπως παρατηρείται στον παραπάνω πίνακα, τα άτομα που δήλωσαν πως επέλεξαν να κάνουν αυτό το ταξίδι είτε λόγω της κρουαζιέρας ως εμπειρία ταξιδιού, είτε λόγω του Μαϊάμι ως προορισμό είτε ως επιλογή του συνδυασμού αυτών των δύο, δήλωσαν να ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα σε περιηγήσεις. Εξάιρεση αποτελούν τα άτομα που επέλεξαν να ταξιδέψουν με κρουαζιέρα στο Μαϊάμι για επαγγελματικούς λόγους, οι οποίοι και δήλωσαν να ξοδεύουν το μεγαλύτερο χρηματικό ποσό σε φαγητό και αναψυκτικά.

Τα δεδομένα αυτά φαίνονται να αποφέρουν στατιστικά σημαντικά ποσά, με βάση τον πίνακα που ακολουθεί αποφέροντας σημαντικότητα του ύψους $p < .05$.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	29,463 ^a	15	,014
Likelihood Ratio	29,830	15	,013
Linear-by-Linear Association	,219	1	,640
N of Valid Cases	70		

a. 18 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,07.

Παρέα * Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι

Φαγητό και αναψυκτικ ά	Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι				Άλλο	Total
	Ψώνια	Περιηγή σεις	Ενοικίαση αυτοκινήτ ου / Ταξί	Μέσα Μαζικής Μεταφορά ς		



Παρέα	Όχι, ήμουν μόνος /-η	Count	1	1	4	2	1	0	9
		% within Παρέα	11,1%	11,1%	44,4%	22,2%	11,1%	0,0%	100,0%
	Ναι, με φίλους	Count	10	3	13	0	0	2	28
		% within Παρέα	35,7%	10,7%	46,4%	0,0%	0,0%	7,1%	100,0%
	Ναι, με γκρουπ	Count	0	4	6	2	0	1	13
		% within Παρέα	0,0%	30,8%	46,2%	15,4%	0,0%	7,7%	100,0%
	Ναι, με την οικογένειά μου	Count	2	10	8	0	0	0	20
		% within Παρέα	10,0%	50,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	13	18	31	4	1	3	70
		% within Παρέα	18,6%	25,7%	44,3%	5,7%	1,4%	4,3%	100,0%

Σε αυτή την ανάλυση φάνηκε πως τα άτομα τα οποία και ταξίδεψαν με κρουαζιέρα στο Μαϊάμι είτε με παρέα, είτε με γκρουπ, είτε μόνοι τους ξόδεψαν το μεγαλύτερο χρηματικό ποσό σε περιηγήσεις. Εξάιρεση αποτελούν εκείνοι που ταξίδεψαν με την οικογένειά τους οι οποίοι ξόδεψαν το μεγαλύτερο χρηματικό ποσό σε ψώνια.

Για ακόμη μία φορά, ο πίνακας που ακολουθεί εμφανίζει την στατιστική σημαντικότητα των αποτελεσμάτων που περιγράφονται παραπάνω, με $p < .05$.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,010 ^a	15	,003
Likelihood Ratio	34,214	15	,003
Linear-by-Linear Association	,953	1	,329
N of Valid Cases	70		

a. 18 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

```
COMPUTE ΙκανοποίησηTotal=(ΙκανοποίησηΑπόΜαϊάμι +
ΙκανοποίησηΑπόΚρουαζιέρα) / 2.
EXECUTE.
CORRELATIONS
/VARIABLES=ΙκανοποίησηTotal Παρέα ΑιτίαΤαξιδιού ΑριθμόςΕπισκέψεων
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.
```



Correlations

Notes

Output Created		16-OCT-2018 11:32:39
Comments		
Input	Data	C:\Users\Kρουαζιέρες\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=IκανοποίησηTotal Παρέα ΑιτίαΤαξιδιού ΑριθμόςΕπισκέψεων /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
IκανοποίησηTotal	2,7714	,57537	70
Παρέα	2,6286	1,03799	70
ΑιτίαΤαξιδιού	2,3143	,86045	70
ΑριθμόςΕπισκέψεων	1,8000	,82708	70



Ο πίνακας που ακολουθεί δείχνει την έλλειψη στατιστικής σημαντικότητας της όποιας πιθανής συσχέτισης μεταξύ της γενικής ικανοποίησης των ταξιδιωτών με κρουαζιέρα και προορισμό το Μαϊάμι. Συγκεκριμένα, φάνηκε πως ούτε η παρέα, ούτε η αιτία ταξιδιού, αλλά ούτε και ο συνολικός αριθμός επισκέψεων στο Μαϊάμι έχουν κάποια σχέση με την ολική ικανοποίηση των ατόμων που επιλέγουν να ταξιδέψουν με κρουαζιερόπλοιο στο Μαϊάμι.

		Correlations			
		ΙκανοποίησηTotal	Παρέα	ΑιτίαΤαξιδιού	ΑριθμόςΕπισκέψεων
ΙκανοποίησηTotal	Pearson Correlation	1	-,023	,235	-,113
	Sig. (2-tailed)		,851	,050	,353
	N	70	70	70	70
Παρέα	Pearson Correlation	-,023	1	,051	,115
	Sig. (2-tailed)	,851		,672	,344
	N	70	70	70	70
ΑιτίαΤαξιδιού	Pearson Correlation	,235	,051	1	,191
	Sig. (2-tailed)	,050	,672		,112
	N	70	70	70	70
ΑριθμόςΕπισκέψεων	Pearson Correlation	-,113	,115	,191	1
	Sig. (2-tailed)	,353	,344	,112	
	N	70	70	70	70

```
REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT ΙκανοποίησηTotal
/METHOD=ENTER ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή Παρέα ΜεγαλύτερηΣημασία
ΔιάρκειαΚρουαζιέρας
/SAVE PRED ZPRED.
```

Regression



Notes

Output Created		16-OCT-2018 11:34:50
Comments		
Input	Data	C:\Users\Κρουαζιέρης\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ΙκανοποίησηTotal /METHOD=ENTER ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή Παρέα ΜεγαλύτερηΣημασία ΔιάρκειαΚρουαζιέρας /SAVE PRED ZPRED.	
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Memory Required	4752 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	PRE_1	Unstandardized Predicted Value
	ZPR_1	Standardized Predicted Value

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ΙκανοποίησηTotal	2,7714	,57537	70



ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή	2,9429	1,72690	70
Παρέα	2,6286	1,03799	70
ΜεγαλύτερηΣημασία	2,4571	1,11233	70
ΔιάρκειαΚρουαζιέρας	1,5000	,50361	70

Correlations

		Ικανοποίηση Total	Ευχαρίστησ ηΚατάΤηΔια μονή	Παρέα	Μεγαλύτερη Σημασία	ΔιάρκειαΚρο υαζιέρας
Pearson Correlation	ΙκανοποίησηTotal	1,000	,038	-,023	,369	-,100
	ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔ ιαμονή	,038	1,000	,004	-,047	-,050
	Παρέα	-,023	,004	1,000	,086	,250
	ΜεγαλύτερηΣημασία	,369	-,047	,086	1,000	-,103
	ΔιάρκειαΚρουαζιέρας	-,100	-,050	,250	-,103	1,000
Sig. (1-tailed)	ΙκανοποίησηTotal	.	,378	,425	,001	,205
	ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔ ιαμονή	,378	.	,486	,351	,341
	Παρέα	,425	,486	.	,238	,019
	ΜεγαλύτερηΣημασία	,001	,351	,238	.	,197
	ΔιάρκειαΚρουαζιέρας	,205	,341	,019	,197	.
N	ΙκανοποίησηTotal	70	70	70	70	70
	ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔ ιαμονή	70	70	70	70	70
	Παρέα	70	70	70	70	70
	ΜεγαλύτερηΣημασία	70	70	70	70	70
	ΔιάρκειαΚρουαζιέρας	70	70	70	70	70

Αναφορικά με τον πίνακα παραπάνω, φαίνεται πως υπάρχει μία συσχέτιση ανάμεσα στην μεγαλύτερη σημασία των ταξιδιωτών και την ολική ικανοποίησή τους ($p=.001$), καθώς και μεταξύ της διάρκειας της κρουαζιέρας και στο εάν ταξιδεύουν με παρέα ή όχι ($p=.019$). Αυτές οι συσχετίσεις βρέθηκαν ανάμεσα στις μεταβλητές οι οποίες επιλέχθηκαν προς έλεγχο παλινδρόμησης.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	----------------------	--------



1	ΔιάρκειαΚρουαζιέρ ας, ΕυχαρίστησηΚατά ΤηΔιαμονή, ΜεγαλύτερηΣημασί α, Παρέα ^b	.	Enter
---	--	---	-------

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

b. All requested variables entered.

Στον πίνακα που ακολουθεί, φαίνεται πως ο έλεγχος παλινδρόμησης επέφερε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα ($p=.035$), παρά το γεγονός πως το r^2 εμφανίζει αρκετά μικρή τιμή ώστε να μπορεί αν γενικευτεί ως προς τον γενικότερο πληθυσμό.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,380 ^a	,145	,092	,54824	,145	2,750	4	65	,035

a. Predictors: (Constant), ΔιάρκειαΚρουαζιέρας, ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή, ΜεγαλύτερηΣημασία, Παρέα

b. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,306	4	,826	2,750	,035 ^b
	Residual	19,537	65	,301		
	Total	22,843	69			

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

b. Predictors: (Constant), ΔιάρκειαΚρουαζιέρας, ΕυχαρίστησηΚατάΤηΔιαμονή, ΜεγαλύτερηΣημασία, Παρέα

Ο πίνακας που ακολουθεί, όπως προέκυψε από την ανάλυση παλινδρόμησης, εμφανίζει την σημαντικότητα των συντελεστών του ελέγχου αυτού. Όπως φαίνεται, την μεγαλύτερη σημαντικότητα εμφανίζει το τί θεωρεί να έχει μεγαλύτερη σημασία σε ένα ταξίδι για τον κάθε ταξιδιώτη.

Επίσης, εάν προστεθούν όλα τα Β βγαίνει το συνολικό βάρος και η τιμή της παλινδρόμησης. Δηλαδή:

$$B = ,018 + (-0,024) + 0,192 + (-0,055)$$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B



		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	2,394	,313		7,644	,000	1,769	3,020
	Ευχαρίστηση Κατά Τη Διαμονή	,018	,038	,053	,458	,648	-,059	,094
	Παρέα	-,024	,066	-,043	-,361	,719	-,156	,108
	Μεγαλύτερη Σημασία	,192	,060	,371	3,187	,002	,072	,312
	Διάρκεια Κρουαζιέρας	-,055	,137	-,048	-,404	,688	-,328	,218

a. Dependent Variable: Ικανοποίηση Total

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,3976	3,1108	2,7714	,21889	70
Residual	-1,21477	1,20141	,00000	,53211	70
Std. Predicted Value	-1,708	1,550	,000	1,000	70
Std. Residual	-2,216	2,191	,000	,971	70

a. Dependent Variable: Ικανοποίηση Total

DATASET ACTIVATE DataSet1.

```
SAVE OUTFILE='C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav'
/COMPRESSED.
REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Ικανοποίηση Total
/METHOD=ENTER Φύλο Ηλικία Ετήσιο Εισόδημα
/SAVE PRED ZPRED.
```

Regression

Notes

Output Created	16-OCT-2018 11:36:21
Comments	
Input	Data C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav



	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ΙκανοποίησηTotal /METHOD=ENTER Φύλο Ηλικία ΕτήσιοΕισόδημα /SAVE PRED ZPRED.
Resources	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,05
	Memory Required	4240 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	PRE_2	Unstandardized Predicted Value
	ZPR_2	Standardized Predicted Value

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ΙκανοποίησηTotal	2,7714	,57537	70
Φύλο	1,53	,503	70
Ηλικία	2,7143	,95010	70
ΕτήσιοΕισόδημα	2,1714	1,23911	70

Αναφορικά με τον πίνακα που ακολουθεί, φαίνεται πως υπάρχει μία συσχέτιση ανάμεσα στο ετήσιο εισόδημα των ταξιδιωτών και την ολική αίσθηση ικανοποίησής



τους από το ταξίδι με κρουαζιέρα ($p=.007$). Αυτή η συσχέτιση βρέθηκε ανάμεσα στις τρεις μεταβλητές οι οποίες επιλέχθηκαν προς έλεγχο παλινδρόμησης ως προς την εξαρτημένη μεταβλητή, την ολική ικανοποίηση.

Correlations

		ΙκανοποίησηTotal	Φύλο	Ηλικία	ΕτήσιοΕισόδημα
Pearson Correlation	ΙκανοποίησηTotal	1,000	-,102	-,068	-,290
	Φύλο	-,102	1,000	,017	-,031
	Ηλικία	-,068	,017	1,000	,141
	ΕτήσιοΕισόδημα	-,290	-,031	,141	1,000
Sig. (1-tailed)	ΙκανοποίησηTotal	.	,200	,287	,007
	Φύλο	,200	.	,443	,399
	Ηλικία	,287	,443	.	,123
	ΕτήσιοΕισόδημα	,007	,399	,123	.
N	ΙκανοποίησηTotal	70	70	70	70
	Φύλο	70	70	70	70
	Ηλικία	70	70	70	70
	ΕτήσιοΕισόδημα	70	70	70	70

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ΕτήσιοΕισόδημα, Φύλο, Ηλικία ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

b. All requested variables entered.

Η ανάλυση παλινδρόμησης όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, δεν επέφερε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα καθώς και το r^2 είναι πολύ μικρό ώστε να μπορεί να γενικευτεί στον γενικότερο πληθυσμό ταξιδιωτών και το p βρέθηκε να είναι μεγαλύτερο της μικρότερης τιμής που μπορεί να πάρει ($p>.05$).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	
					R Square Change	F Change	df1		df2
1	,312 ^a	,097	,056	,55903	,097	2,365	3	66	,079



a. Predictors: (Constant), ΕτήσιοΕισόδημα, Φύλο, Ηλικία

b. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,217	3	,739	2,365	,079 ^b
	Residual	20,626	66	,313		
	Total	22,843	69			

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

b. Predictors: (Constant), ΕτήσιοΕισόδημα, Φύλο, Ηλικία

Ο πίνακας συντελεστών που ακολουθεί παρουσιάζει πως τον σημαντικότερο ρόλο στην πρόβλεψη της αίσθησης ικανοποίησης από την κρουαζιέρα στο Μαιάμι είναι τα ετήσιο εισόδημα του εκάστοτε ταξιδιώτη ($p < .05$).

Και με την ίδια μέτρηση όπως εμφανίστηκε παρακάτω, η πρόβλεψη της εξαρτημένης μεταβλητής γίνεται με αυτόν τον τρόπο:

$$B = (-,127) + (-,015) + (-,135)$$

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3,300	,303		10,896	,000	2,695	3,904
	Φύλο	-,127	,134	-,111	-,948	,347	-,394	,140
	Ηλικία	-,015	,072	-,025	-,216	,830	-,158	,127
	ΕτήσιοΕισόδημα	-,135	,055	-,290	-2,451	,017	-,244	-,025

a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,2076	3,0226	2,7714	,17925	70
Residual	-1,23022	1,15070	,00000	,54674	70
Std. Predicted Value	-3,146	1,401	,000	1,000	70
Std. Residual	-2,201	2,058	,000	,978	70



a. Dependent Variable: ΙκανοποίησηTotal

DATASET ACTIVATE DataSet1.

SAVE OUTFILE='C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav'
/COMPRESSED.

FREQUENCIES VARIABLES=Φύλο ΕτήσιοΕισόδημα ΤόποςΔιαμονής
ΑριθμόςΕπισκέψεων ΕνημέρωσηΚρουαζιέρων

ΑγοράΕισιτηρίου ΑιτίαΤαξιδιού ΔιάρκειαΚρουαζιέρας Καμπίνα Παρέα
ΙκανοποίησηΑπόΜαϊάμι

ΙκανοποίησηΑπόΚρουαζιέρα ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι
/NTILES=4

/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		16-OCT-2018 11:48:15
Comments		
Input	Data	C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.



Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Φύλο ΕτήσιοΕισόδημα ΤόποςΔιαμονής ΑριθμόςΕπισκέψεων ΕνημέρωσηΚρουαζιέρων ΑγοράΕισιτηρίου ΑιτίαΤαξιδιού ΔιάρκειαΚρουαζιέρας Καμπίνα Παρέα ΙκανοποίησηΑπόΜαϊάμι ΙκανοποίησηΑπόΚρουαζιέρα ΠερισσότεραΈξοδαΣτοΜαϊάμι /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,01

Statistics

	Φύλο	Ετήσιο Εισόδημα	Τόπος Διαμονής	Αριθμός Επισκέψεων	Ενημέρωση Κρουαζιέρων	Αγορά Εισιτηρίου	Αιτία Ταξιδιού	Διάρκεια Κρουαζιέρας	Καμπίνα	Παρέα	Ικανοποίηση Από Μαϊάμι	Ικανοποίηση Από Κρουαζιέρα	Περισσότερα Έξοδα Στο Μαϊάμι	
N	Valid	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mean		1,53	2,1714	1,3286	1,8000	2,3714	1,3571	2,3143	1,5000	2,2857	2,6286	2,4143	3,1286	2,5857
Std. Deviation		,503	1,23911	,67505	,82708	1,16931	,48262	,86045	,50361	1,18129	1,03799	,92459	,65765	1,16087
Variance		,253	1,535	,456	,684	1,367	,233	,740	,254	1,395	1,077	,855	,433	1,348
Percents	25th	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	2,000	1,000	1,000	2,000	2,000	2,000	3,000	2,000
	50th	2,000	2,000	1,000	2,000	2,000	1,000	2,000	1,500	2,000	2,000	2,000	3,000	3,000



75	2,0	3,000	1,000	3,000	3,000	2,000	3,000	2,000	3,0	4,0	3,000	4,000	3,000
	0	0	0	0	0	0	0	0	000	000	0	0	0

Frequency Table

		Φύλο			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	33	47,1	47,1	47,1
	Άντρας	37	52,9	52,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

		ΕτήσιοΕισόδημα			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<10.000 ευρώ	26	37,1	37,1	37,1
	10.001 – 20.000 ευρώ	19	27,1	27,1	64,3
	20.001 – 30.000 ευρώ	19	27,1	27,1	91,4
	30.001 – 40.000 ευρώ	1	1,4	1,4	92,9
	40.001 – 50.000 ευρώ	3	4,3	4,3	97,1
	>50.001 ευρώ	2	2,9	2,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

		ΤόποςΔιαμονής			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ασία	55	78,6	78,6	78,6
	Ευρώπη	7	10,0	10,0	88,6
	Άλλο	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

		ΑριθμόςΕπισκέψεων			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καμία	32	45,7	45,7	45,7
	1-5 φορές	20	28,6	28,6	74,3



Πάνω από 5 φορές	18	25,7	25,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

ΕνημέρωσηΚρουαζιέρων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εφημερίδα / Περιοδικό	18	25,7	25,7	25,7
	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	25	35,7	35,7	61,4
	Διαφήμιση στο Διαδίκτυο	14	20,0	20,0	81,4
	Ενημερωτικό mail από Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	9	12,9	12,9	94,3
	Συγγενείς / Φίλους	4	5,7	5,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

ΑγοράΕισιτηρίου

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ηλεκτρονικά	45	64,3	64,3	64,3
	Αυτοπροσώπως σε Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	25	35,7	35,7	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

ΑιτίαΤαξιδιού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Για την εμπειρία της Κρουαζιέρας ως ταξίδι	13	18,6	18,6	18,6
	Για το Μαϊάμι, ως προορισμός	27	38,6	38,6	57,1
	Για το Μαϊάμι σε συνδυασμό με την εμπειρία της κρουαζιέρας	25	35,7	35,7	92,9
	Για επαγγελματικούς λόγους	5	7,1	7,1	100,0
Total	70	100,0	100,0		

ΔιάρκειαΚρουαζιέρας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Τριήμερη Κρουαζιέρα	35	50,0	50,0	50,0
	Πενθήμερη Κρουαζιέρα	35	50,0	50,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	



Καμπίνα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κανονική Εξωτερική	25	35,7	35,7	35,7
	Κανονική Εσωτερική	16	22,9	22,9	58,6
	Premium Εξωτερική	13	18,6	18,6	77,1
	Premium Εσωτερική	16	22,9	22,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Παρέα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Όχι, ήμουν μόνος /-η	9	12,9	12,9	12,9
	Ναι, με φίλους	28	40,0	40,0	52,9
	Ναι, με γκρουπ	13	18,6	18,6	71,4
	Ναι, με την οικογένειά μου	20	28,6	28,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Ικανοποίηση Από Μαιάμι

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δεν ήταν όπως το περίμενα	12	17,1	17,1	17,1
	Ήταν η σωστή επιλογή προορισμού	26	37,1	37,1	54,3
	Αρκετά ικανοποιητικό μέρος	23	32,9	32,9	87,1
	Υπερβολικά ικανοποιημένος /-η με το μέρος	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Ικανοποίηση Από Κρουαζιέρα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μέτρια	11	15,7	15,7	15,7
	Αρκετά	39	55,7	55,7	71,4
	Πολύ	20	28,6	28,6	100,0
	Total	70	100,0	100,0	



Περισσότερα Έξοδα Στο Μαιάμι

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Φαγητό και αναψυκτικά	13	18,6	18,6	18,6
	Ψώνια	18	25,7	25,7	44,3
	Περιηγήσεις	31	44,3	44,3	88,6
	Ενοίκιαση αυτοκινήτου / Ταξί	4	5,7	5,7	94,3
	Μέσα Μαζικής Μεταφοράς	1	1,4	1,4	95,7
	Άλλο	3	4,3	4,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

```
FREQUENCIES VARIABLES=Φύλο
/NTILES=4
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes

Output Created		16-OCT-2018 11:48:55
Comments		
Input	Data	C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=Φύλο /NTILES=4 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE MEAN /ORDER=ANALYSIS.	



Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,03

Statistics

Φύλο

N	Valid	70
	Missing	0
Mean		1,53
Std. Deviation		,503
Variance		,253
Percentiles	25	1,00
	50	2,00
	75	2,00

		Φύλο			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	33	47,1	47,1	47,1
	Άντρας	37	52,9	52,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

DATASET ACTIVATE DataSet1.

```
SAVE OUTFILE='C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav'
/COMPRESSED.
FREQUENCIES VARIABLES=Ηλικία
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes

Output Created		16-OCT-2018 12:18:02
Comments		
Input	Data	C:\Users\Κρουαζιέρες\Data Set.sav
	Active Dataset	DataSet1



	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	70
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Ηλικία /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,06

Statistics

Ηλικία

N	Valid	70
	Missing	0

		Ηλικία			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 ετών	5	7,1	7,1	7,1
	21 - 35 ετών	28	40,0	40,0	47,1
	36 - 45 ετών	20	28,6	28,6	75,7
	> 45 ετών	17	24,3	24,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

