



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ)
TOURISM MANAGEMENT

Διπλωματική Εργασία

**«ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΪΑΣ –
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ
ΓΙΑ ΤΗΝ LOUIS CRUISES»**

Παρασκευή Βιέννα

Πειραιάς, 2013

Αφιερώνεται στους γονείς μου

Περιεχόμενα

Σελίδα

Περίληψη.....	6
Ευχαριστίες.....	8
Κατάσταση πινάκων.....	9
Κατάσταση διαγραμμάτων.....	11
Εισαγωγή.....	12
Κεφάλαιο 1: Η τουριστική αγορά.....	14
1.1: Ορισμός, σκοπιμότητα, και γενικά χαρακτηριστικά του τουρισμού.....	14
1.2: Θαλάσσιος Τουρισμός.....	31
1.3: Θαλάσσια Υποδομή.....	37
Κεφάλαιο 2: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας – Γενικά χαρακτηριστικά.....	39
2.1: Ορισμός της κρουαζιέρας.....	39
2.2: Ιστορική αναδρομή της κρουαζιέρας.....	44
2.3: Η σημασία της κρουαζιέρας για τις μεταφορές.....	51
Κεφάλαιο 3: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο – Γενικά στοιχεία.....	53
3.1. Εταιρείες κρουαζιερόπλοιων.....	62
3.2. Δημογραφικά στοιχεία επιβατών κρουαζιέρας.....	67
3.3. Κίνητρα και κριτήρια επιλογής κρουαζιέρας.....	79
Κεφάλαιο 4: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.....	83
4.1: Προσφορά κρουαζιέρας στην Ελλάδα.....	90

4.2: Δημογραφικά στοιχεία επιβατών κρουαζιέρας.....	99
4.3: Κίνητρα και κριτήρια επιλογής κρουαζιέρας.....	101
4.4: Νομοθετικό πλαίσιο – Άρση του καμποτάζ.....	109
4.5: Προοπτικές ανάπτυξης της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.....	115
Κεφάλαιο 5: Στρατηγική Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.....	119
5.1: Αλυσίδα Αξίας.....	119
5.2: Ανάλυση του υποδείγματος των 5 Δυνάμεων του Porter.....	122
5.2.1: Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων.....	122
5.2.2: Διαπραγματευτική Δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης.....	123
5.2.3: Διαπραγματευτική Δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης.....	124
5.2.4: Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.....	124
5.2.5: Ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις.....	125
5.3: PEST Analysis.....	126
5.3.1: Πολιτικό Περιβάλλον (Political).....	126
5.3.2: Οικονομικό Περιβάλλον (Economic).....	126
5.3.3: Κοινωνικό Περιβάλλον (Social).....	127
5.3.4: Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological).....	127
Κεφάλαιο 6: Μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού σχεδίου – Louis Cruises.....	129
6.1: Περιγραφή εταιρείας – Γενικά στοιχεία.....	129
6.2: Ιστορικά στοιχεία ίδρυσης και άλλες εταιρικές εξελίξεις.....	133
6.3: Οργανωτική δομή της εταιρείας.....	137
6.3.1: Εταιρική Δομή της εταιρείας.....	138

6.4: Swot Analysis.....	139
6.4.1: Strengths (Δυνάμεις).....	139
6.4.2: Weaknesses (Αδυναμίες).....	141
6.4.3: Opportunities (Ευκαιρίες).....	142
6.4.4: Threats (Απειλές).....	143
6.5: Στρατηγικές.....	145
6.5.1: Στρατηγικές κινήσεις της Louis PLC.....	145
6.5.2: Εναλλακτικές στρατηγικές κινήσεις της Louis PLC.....	145
6.5.3: Προτεινόμενη στρατηγική.....	146
6.6: Οικονομικά στοιχεία.....	147
6.6.1: Ισολογισμός (2009 – 2011).....	147
6.6.2: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (2009 – 2011).....	148
6.6.3: Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση.....	148
Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα - Μελλοντικές προβλέψεις.....	150
7.1: Συμπεράσματα.....	150
7.2: Μελλοντικές προβλέψεις.....	154
Επίλογος.....	156
Βιβλιογραφία.....	157

Περίληψη

Στη σύγχρονη εποχή, η ανάγκη και η τάση του ανθρώπου για ταξίδι και αναψυχή γίνεται ολοένα και εντονότερη, για πολλούς και διάφορους λόγους. Αναμφίβολα λοιπόν, ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο ιδιαίτερα σημαντικό, αφού καλύπτει αρκετές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου. Έτσι, για αυτόν ακριβώς το λόγο ο Τουρισμός αποτελεί μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες του κόσμου, τόσο για την Ευρώπη όσο και για την Ελλάδα.

Η Ελλάδα ειδικότερα, κατέχει διεθνώς περίοπτη θέση στον τομέα αυτό με τον υπό ελληνική σημαία αλλά και τον Ελληνόκτητο εμπορικό στόλο των κρουαζιερόπλοιών της, που έχουν αποκτήσει παράδοση και άριστη φήμη στον τομέα αυτόν. Σήμερα, περιοχές που προσελκύουν ιδιαίτερα τα κρουαζιερόπλοια είναι για την καλοκαιρινή σεζόν η Μεσόγειος Θάλασσα και για το χειμώνα η Καραϊβική.

Ειδικότερα, να σημειωθεί πως ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές κατηγορίες του τουρισμού, αφού σημειώνει σπουδαία ποσοστά ετησίως και λειτουργεί αλληλεπιδραστικά και για τις υπόλοιπες κατηγορίες του τουρισμού. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατέχει εξέχουσα θέση στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού, αφού η ίδια της η γεωγραφική, καθώς και η πολιτιστική της θέση και κληρονομιά, την καθιστούν τεράστιο πόλο έλξης για εκατομμύρια τουρίστες ετησίως.

Στην κατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού, ανήκει και ο κλάδος της κρουαζιέρας, ο οποίος πραγματοποιεί κυκλικά περιηγητικά ταξίδια με κρουαζιερόπλοιο, βάσει επιμελούς προγράμματος λιμένων προσέγγισης, χωρίς όμως να εκτελούν συγκοινωνιακή γραμμή, ενώ ο ναύλος τους καθορίζεται ελεύθερα, που περιλαμβάνει διαμονή, ξενάγηση, τροφοδοσία και ψυχαγωγία. Να σημειωθεί λοιπόν πως στις μέρες μας, πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν πως η κρουαζιέρα αποτελεί σημαντικό κομμάτι του θαλάσσιου τουρισμού, που προσελκύει εκατομμύρια επιβάτες κάθε χρόνο και θα συνεχίσει να προσελκύει και τα επόμενα χρόνια, κάτι που γίνεται αντιληπτό και από τα υψηλά ποσοστά που σημειώνει, αλλά και από τις προτιμήσεις του κοινού.

Ωστόσο, κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως η κρουαζιέρα είναι γνωστή από την αρχαιότητα ως ένα είδος αναψυχής κυρίως για τις ανώτερες οικονομικά τάξεις. Στη διαδρομή όμως του χρόνου τα χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας, κοινωνικά και χωρο-χρονικά, μεταβλήθηκαν σε μεγάλο βαθμό, αλλάζοντας έτσι την μέχρι τότε υπάρχουσα κατάσταση. Τα δεδομένα, οι απαιτήσεις

και οι προδιαγραφές της κρουαζιέρας μεταβάλλονταν έντονα από δεκαετία σε δεκαετία, αν όχι από το ένα έτος στο άλλο. Οι σημαντικότερες αλλαγές στον κλάδο πραγματοποιήθηκαν τη δεκαετία του '70, όπου δημιουργήθηκαν και οι περισσότερες ναυτιλιακές εταιρείες και με την κρίση να ξεκινά τη δεκαετία του '90, αφού οι ξένες εταιρείες έφεραν τα κρουαζιερόπλοιά τους στην ελληνικά αγορά, δημιουργώντας έτσι έντονο ανταγωνισμό για αυτές.

Οι ναυτιλιακές εταιρείες που υπήρξαν στον κλάδο και καθιερώθηκαν μέσω της προσφοράς συγκεκριμένων τουριστικών πακέτων κρουαζιέρας στο ελληνικό επιβατικό κοινό, υπήρξαν τη δεκαετία του '70, '80, '90 και οι σημαντικότερες εξ αυτών ήταν η Epirotiki Lines, Typaldos Lines, Efthimiadis Lines, Kavounidis Lines, Sun Lines, Vlasopoulos, Cycladic Cruises, Med Sun Lines, Karageorgis Lines, Golden Star Cruises, Karras Lines και Perlous Shipping, η οποία αργότερα μετονομάστηκε σε Intercruise Royal Olympic Cruise.

Τα τελευταία χρόνια τώρα, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιβατών των ελληνικών κρουαζιερόπλοιων, προέρχεται από την Αμερική, ενώ έπονται στην κατάταξη οι Ευρωπαίοι με κύριες εθνικότητες τους Βρετανούς, τους Γερμανούς, τους Ισπανούς και τους Γάλλους.

Αναφορικά τώρα με τις εταιρείες κρουαζιέρας που επικρατούν σήμερα παγκοσμίως στον κλάδο αυτό, αξίζει να αναφερθεί πως οι τέσσερις παγκόσμιοι κολοσσοί της κρουαζιέρας, η Carnival, η Royal Caribbean, η MSC και η NCL, κατέχουν το 87,6% της παγκόσμιας αγοράς, ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό. Ωστόσο, έχασαν μερικές μονάδες, αφού το έτος 2010 κατείχαν υψηλότερο ποσοστό, που έφθανε το 90% της παγκόσμιας αγοράς. Παρόλα αυτά, κατάφεραν να αυξήσουν τα έσοδά τους με μια πολιτική που κατάφερε να αυξήσει τις πληρότητες των κρουαζιερόπλοιων τους.

Ωστόσο, ανάμεσα σε αυτές τις τέσσερις παγκόσμιες εταιρείες, κυρίαρχη εταιρεία παραμένει η Carnival, αφού κατέχει το 49,3% της παγκόσμιας αγοράς κρουαζιέρας και ακολουθεί η Royal Caribbean με 23,7%, η Norwegian Cruises Lines με 8,9% και η MSC με 5,1%. Αυτήν την περίοδο ταξιδεύουν 378 πλοία που διαθέτουν 484.504 κλίνες, ενώ κατασκευάζονται 12 πλοία 32.970 κλινών.

Τέλος, να σημειωθεί πως σε στρατηγικό επίπεδο, η ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας πραγματοποιείται με τα εξής εργαλεία: Αλυσίδα Αξίας, Ανάλυση του υποδείγματος των πέντε δυνάμεων του Porter, καθώς και με ανάλυση Pest.

Ευχαριστίες

Εκφράζω τις θερμές μου ευχαριστίες στον καθηγητή μου, κο Δημήτριο Γεωργακέλλο, για την καθοριστική συμβολή του στην περάτωση της διπλωματικής μου εργασίας.

Στην τριμελή επιτροπή εξέτασης.

Στην οικογένεια μου.

Κατάσταση Πινάκων

Σελίδα

Πίνακας 1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις, διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη.....	18
Πίνακας 2: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων.....	18
Πίνακας 3: Αριθμός ξενοδοχειακών κλινών.....	20
Πίνακας 4: Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Μονάδων, Δωματίων, Κλινών, ανά κατηγορία.....	20
Πίνακας 5: Μεριδίο των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης στο Σύνολο των Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2000 & 2011.....	23
Πίνακας 6: Τα 10 Ελληνικά Αεροδρόμια με τις Περισσότερες Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις.....	24
Πίνακας 7: Ελλάδα και ανταγωνιστές – Θέση στην παγκόσμια κατάταξη.....	25
Πίνακας 8: Έσοδα από επιβάτες στα πιο σημαντικά ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας 2007- 2009 για τη Μεσόγειο.....	57
Πίνακας 9: Έσοδα από επιβάτες στα πιο σημαντικά ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας 2007- 2009 για τη Βόρεια Ευρώπη.....	57
Πίνακας 10: Συνολική Οικονομική Επίδραση του κλάδου της κρουαζιέρας ανά τομέα σε Ευρωπαϊκή Ένωση για το έτος 2009.....	58
Πίνακας 11: Άμεσες δαπάνες «βιομηχανίας» κρουαζιέρας.....	59
Πίνακας 12: Προορισμού Κρουαζιέρας (κατανομή επιβατών).....	70
Πίνακας 13: Εποχικότητα Κρουαζιέρας: Κατανομή δυναμικότητας.....	71
Πίνακας 14: Επισκέψεις τουριστών σε ευρωπαϊκούς προορισμούς κρουαζιέρας.....	72
Πίνακας 15: Βασικές ευρωπαϊκές χώρες προορισμού κρουαζιέρας για το έτος 2011.....	73
Πίνακας 16: Κορυφαία μεσογειακά λιμάνια εκκίνησης κρουαζιέρα για το έτος 2011.....	73

Πίνακας 17: Προέλευση επιβατών – προορισμών κρουαζιέρας. Στοιχεία 2005.....	81
Πίνακας 18: Μερίδια αγοράς κρουαζιέρας ανά προορισμό.....	82
Πίνακας 19: Αναλυτικά στατιστικά στοιχεία διακίνησης επιβατών κρουαζιέρας στα ελληνικά λιμάνια.....	85
Πίνακας 20: Μ. Λεκάκου, Α. Πάλλης Γ. Βαγγέλας (2009): Έρευνα – Μελέτη ‘Προσδιορισμός κριτηρίων επιλογής λιμανιού για κρουαζιέρα, Συνέδριο IAME 2009, Κοπεγχάγη.....	101
Πίνακας 21: Ταξινόμηση με βάση την ποιότητα λιμενικών υποδομών για τα έτη 2007, 2008, 2009.....	104
Πίνακας 22: Επενδύσεις υποδομών σε ανταγωνιστές για το 2008, 2009.....	106
Πίνακας 23: Ισολογισμός (2009 – 2011) της Louis PLC.....	147
Πίνακας 24: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης της Louis PLC (2009 – 2011).....	148

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Σελίδα

Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχειακών κλινών ανά περιφέρεια.....	21
Διάγραμμα 2: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα από το εξωτερικό Ιαν- Μάρτιος 2011- 2012.....	27
Διάγραμμα 3: Αφίξεις μη κατοίκων κατά μέσο μεταφοράς, Ιαν- Μάρτιος 2011- 2012.....	28
Διάγραμμα 4: Η αγορά της κρουαζιέρας στην Ευρώπη για το 2010.....	55
Διάγραμμα 5: Έσοδα και κόστος κρουαζιέρας ανά ημέρα ανά επιβάτη, 2001- 2011.....	68
Διάγραμμα 6: Κόστος και κατανάλωση καυσίμων ανά ημέρα ανά επιβάτη, 2001- 2011.....	69
Διάγραμμα 7: Παγκόσμιος Στόλος Κρουαζιέρας 1990 – 2016.....	69
Διάγραμμα 8: Το υπόδειγμα των 5 Δυνάμεων του Porter.....	122
Διάγραμμα 9: Εταιρική δομή της Louis PLC.....	138

Εισαγωγή

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA – Tourism Management και αφορά την στρατηγική ανάλυση του κλάδου της κρουαζιεροπλοΐας, τόσο στην Ελλάδα όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς και την μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού σχεδίου για τον όμιλο Louis Cruises.

Ο θαλάσσιος τουρισμός και ειδικότερα το προϊόν της κρουαζιέρας αποτελεί αναμφίβολα για τον ελληνικό τουρισμό, μια αξιόλογη πηγή εσόδων και ένα αξιοπρεπές πεδίο δράσης, με πολλές προοπτικές εξέλιξης, προωθώντας την Ελλάδα ως το ιδανικό μέρος για ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο.

Σκοπός της παρούσας εργασίας, λοιπόν, είναι να παρουσιάσει τον συγκεκριμένο κλάδο στον ελλαδικό χώρο και να διεξάγει συμπεράσματα για τη στρατηγική που πρέπει να ακολουθηθεί από τους αρμόδιους φορείς, ώστε να επιφέρουν θετικά αποτελέσματα για τον υπό εξέταση κλάδο. Η ανάλυση του πραγματοποιείται με κύριο γνώμονα την υπάρχουσα κατάσταση, τις πιθανές εναλλακτικές λύσεις, αλλά και τις προτάσεις για αισθητή βελτίωση.

Πιο ειδικά, η δομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αποτελείται από επτά κεφάλαια. Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται η τουριστική αγορά, περιλαμβάνοντας τον ορισμό, την σκοπιμότητα και τα γενικά χαρακτηριστικά του τουρισμού. Επίσης, αναλύεται ο ορισμός και η σημασία του θαλάσσιου τουρισμού και της θαλάσσιας υποδομής για τον ελλαδικό χώρο.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, πραγματοποιείται ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας, περιλαμβάνοντας τα γενικά της χαρακτηριστικά, τον ορισμό της κρουαζιέρας, την ιστορική αναδρομή της, ώστε να γίνει αντιληπτή η σπουδαιότητά της από την αρχαιότητα και ποια είναι εν τέλει η ουσιαστική προσφορά της κρουαζιέρας για τις ίδιες τις θαλάσσιες μεταφορές.

Επιπρόσθετα, στο τρίτο κεφάλαιο, η ανάλυση περνά στον κλάδο της κρουαζιέρας αλλά αυτή τη φορά δίνεται έμφαση στο παγκόσμιο επίπεδο. Αρχικά γίνεται μια αναφορά στα γενικά χαρακτηριστικά της, ακολουθεί η ανάλυση των μεγάλων εταιρειών κρουαζιέρας που κυριαρχούν στον κλάδο αυτό, αναλύονται τα δημογραφικά στοιχεία των επιβατών που επιλέγουν την κρουαζιέρα και τα κίνητρα, καθώς και τα κριτήρια επιλογής τους για διακοπές με κρουαζιερόπλοιο.

Έπειτα, στο τέταρτο κεφάλαιο, η ανάλυση του υπό εξέταση κλάδου περνά στον ελλαδικό χώρο, εστιάζοντας αρχικά στην προσφορά της κρουαζιέρα στην Ελλάδα και συνεχίζοντας με τα δημογραφικά στοιχεία των επιβατών κρουαζιέρας, τα κίνητρα και τα κριτήρια, όπως πραγματοποιήθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο για το παγκόσμιο επίπεδο. Στη συνέχεια, πολύ σημαντικό υποκεφάλαιο αυτού του κεφαλαίου, αποτελεί το νομοθετικό πλαίσιο που ισχύει σήμερα στην Ελλάδα για την κρουαζιέρα, καθώς και το γνωστό σε όλους θέμα της άρσης του καμποτάζ. Τέλος, το κεφάλαιο αυτό κλείνει με τις προοπτικές ανάπτυξης της κρουαζιέρας για την Ελλάδα.

Εν συνεχεία, ακολουθεί το πέμπτο κεφάλαιο, στο οποίο η ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, περνά σε στρατηγικό επίπεδο, με τα εργαλεία της αλυσίδας αξίας, του υποδείγματος των πέντε δυνάμεων του Porter που έχει να κάνει με την απειλή της εισόδου νέων επιχειρήσεων, της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών της επιχείρησης, καθώς και των αγοραστών της, την απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και την ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις και τέλος της ανάλυσης PEST, που σχετίζεται με το πολιτικό, το οικονομικό, το κοινωνικό και το τεχνολογικό περιβάλλον.

Στο έκτο κεφάλαιο τώρα, πραγματοποιείται μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού σχεδίου, για τη γνωστή εταιρεία κρουαζιέρας Louis Cruises. Σε πρώτο επίπεδο, γίνεται μια περιγραφή της εταιρείας, αναλύοντας τα γενικά χαρακτηριστικά της, τα ιστορικά στοιχεία ίδρυσής της, καθώς και την οργανωτική και την εταιρική της δομή. Στη συνέχεια, μέσω της ανάλυσης SWOT, θα υπογραμμιστούν τα δυνατά και τα αδύνατά της σημεία, ποιες είναι οι ευκαιρίες της εταιρείας, αλλά και ποιες οι απειλές.

Επιπροσθέτως, στο ίδιο κεφάλαιο, θα γίνει αναφορά στις στρατηγικές που ακολουθεί η Louis PLC, ποιες είναι οι εναλλακτικές στρατηγικές κινήσεις που θα μπορούσε να ακολουθήσει, αλλά και ποια άλλη προτείνεται. Τέλος, θα γίνει ανάλυση των οικονομικών στοιχείων του ομίλου, αλλά και του ισολογισμού της για τα έτη 2009, 2010 και 2011, καθώς και της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης για τα ίδια έτη. Εν κατακλείδι, το κεφάλαιο αυτό ολοκληρώνεται με την χρηματοοικονομική αξιολόγηση για τον όμιλο.

Το τελευταίο κεφάλαιο που ακολουθεί, το έβδομο, θα ολοκληρώσει την εργασία, καταλήγοντας σε συμπεράσματα για τον υπό εξέταση κλάδο, αλλά και πραγματοποιώντας μελλοντικές προβλέψεις για την πορεία του, μέσα από τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που προέκυψαν από όλη τη διπλωματική εργασία.

Κεφάλαιο 1: Η τουριστική αγορά

1.1: Ορισμός, σκοπιμότητα και γενικά χαρακτηριστικά του τουρισμού

✓ Ορισμός

Κατά καιρούς, πολλοί ήταν εκείνοι που προσπάθησαν διακαώς να δώσουν έναν επακριβή ορισμό για τον τουρισμό. Από τα κύρια χαρακτηριστικά του, πέντε ορισμοί μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά. Σε πρώτο επίπεδο, πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν πως ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς επί τουλάχιστον ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών¹.

Επιπρόσθετα, οι διάφορες μορφές του τουρισμού περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου και της διατροφής. Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους. Ακόμα, σημειώνεται πως η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες μέρες, βδομάδες ή ακόμα και μήνες. Τέλος, οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς λόγους, δηλαδή για λόγους διαφορετικούς από εκείνης της μόνιμης διαμονής ή της επαγγελματικής τους απασχόλησης.

Ωστόσο, αξίζει να αναφερθεί πως το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για τον Τουρισμό που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να υποδηλώνει το κάθε άτομο που επισκέπτεται μία άλλη χώρα, διαφορετική από τον τόπο κατοικίας του, για τον οποιοδήποτε λόγο, εκτός από την άσκηση επαγγέλματος, για την οποία αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται.

Συνεπώς, ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών: πρώτον τους *τουρίστες*, οι οποίοι ορίζονται ως τα άτομα που επισκέπτονται μία χώρα και διαμένουν σε αυτή τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές για διακοπές, για σπουδές, για λόγους υγείας, συμμετοχή σε αποστολή ή σε σύσκεψη ή σε συνέδριο, επίσκεψη σε φίλους ή

¹Κυριακόπουλος Σ., «Αρχές Τουρισμού και τουριστική πολιτική», Πειραιάς 2011

συγγενείς, για άθληση ή για θρησκευτικούς λόγους. Δεύτερον, τους *εκδρομείς*, οι οποίοι είναι εκείνα τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς διανυκτέρευση, καθώς επίσης και τα πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων και άλλων μέσων μεταφοράς.

Επίσης, να σημειωθεί πως ο τουρισμός διακρίνεται και σε υποκατηγορίες όπως είναι για παράδειγμα ο *εγχώριος τουρισμός* (domestic tourism) που αφορά τον τουρισμό των κατοίκων μιας χώρας όταν ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής (για παράδειγμα ένας Αθηναίος πηγαίνει στη Θεσσαλονίκη), ο *εξερχόμενος τουρισμός* (outbound tourism) που αφορά στους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν σε μία άλλη χώρα (για παράδειγμα ένας Έλληνας που ταξιδεύει στη Γαλλία). Άλλη μία υποκατηγορία του τουρισμού, αποτελεί και ο *εισερχόμενος τουρισμός* (inbound tourism), που αφορά τον τουρισμό των αλλοδαπών, οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα (όπως είναι για παράδειγμα ένας Γάλλος που ταξιδεύει στην Ελλάδα), αλλά και ο *διεθνής τουρισμός* (international tourism), το σύνολο δηλαδή του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού. Τέλος, ο *εσωτερικός τουρισμός* (internal tourism) αφορά το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού, ενώ ο *εθνικός τουρισμός* (national tourism) αποτελεί το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού.

Μέχρι πρόσφατα, ωστόσο, οι επίσημες αναφορές στον τουρισμό, όπως κείμενα, σχόλια, απόψεις, στατιστικά στοιχεία και άλλα, χρησιμοποιούσαν τον ορισμό βιομηχανία ή υπηρεσίες προφανώς εστιάζοντας στην κλασική αντίληψη της βιομηχανίας, κυρίως μέσω των μεταφορών και των ξενοδοχείων και εξετάζοντας την άμεση συνεισφορά στην ίδια την απασχόληση αλλά και στο ίδιο το προϊόν. Όμως στις μέρες μας ο τουρισμός ορίζεται πλέον σε διεθνές επίπεδο, από την πλευρά της ζήτησης, ως μια πηγή ζήτησης εγχώριων και διεθνών τουριστών – καταναλωτών για αγαθά και υπηρεσίες όπως είναι η μεταφορά, η στέγαση, η διατροφή, η ψυχαγωγία, η ένδυση και πολλά άλλα.

Συνεπώς, αναμφισβήτητα αναδεικνύεται η πραγματική οικονομική φύση του τουρισμού, δηλαδή με άλλα λόγια η συνολική καταναλωτική και βιομηχανική του φύση, η οποία ανάγεται πλέον ως η αναγκαία και ικανή βάση για την αξιολόγηση της συμβολής του τουρισμού, για την εξέλιξη της ελληνικής οικονομίας και ανάπτυξης.

✓ Σκοπιμότητα

Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως ο σκοπός του τουριστικού ταξιδιού είναι κάτι εντελώς υποκειμενικό, αφού υπάρχουν πολλές αιτίες που ωθούν τους ανθρώπους στο να ταξιδέψουν. Για να ονομαστεί ένας άνθρωπος ως τουρίστας πρέπει να έχει ως κύρια αιτία ώθησης προς το ταξίδι, την ψυχική ευχαρίστηση, η οποία μπορεί να έχει τη μορφή της ηρεμίας, της ξεκούρασης, της ανάληψης δυνάμεων, της ψυχαγωγίας, της παρακολούθησης καλλιτεχνικών ή αθλητικών εκδηλώσεων, της δημιουργίας νέων γνωριμιών, της ανάπτυξης νέων σχέσεων και άλλα. Επομένως, μπορούμε να χαρακτηρίσουμε ως τουρίστα τον άνθρωπο που ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους ή για λόγους υγείας, όταν καταναλώνει ένα σημαντικό μέρος του χρόνου του ταξιδιού στην αναψυχή και στη διασκέδασή του.

Επιπρόσθετα, η καταμέτρηση των τουριστών είναι ένα πολύ δύσκολο έργο, λόγω του τεράστιου αριθμού τους. Δεν είναι καθόλου εύκολο να ερωτώνται οι ταξιδιώτες στις οδικές αρτηρίες, στα λιμάνια και στα αεροδρόμια, για τον τρόπο με τον οποίο θα εκμεταλλευτούν τον χρόνο τους, για το ποσοστό του εισοδήματός τους που θα καταναλώσουν στο ταξίδι τους και για το πόσο καιρό θα διαμείνουν ή για άλλα στοιχεία.

Έτσι, έχουν επικρατήσει ορισμοί για τους τουρίστες, οι οποίοι στηρίζονται κυρίως στο γεγονός ότι οι άνθρωποι εγκαταλείπουν το σπίτι τους για περισσότερο από 24 ώρες, για λόγους επαγγελματικούς, θρησκευτικούς ή για οποιοδήποτε άλλο λόγο, χωρίς να έχουν την πρόθεση της μόνιμης κατοικίας στον προορισμό.

Εν κατακλείδι, να σημειωθεί συμπερασματικά πως υπάρχει δυσκολία άντλησης στατιστικών στοιχείων και πληροφοριών για τον ελληνικό τουρισμό, καθώς και εμφανής ανυπαρξία ενός μηχανισμού συνεχούς παρακολούθησης και καταγραφής των βασικών μεγεθών της τουριστικής οικονομίας.

✓ Γενικά χαρακτηριστικά

Αναμφίβολα, ο τουρισμός είναι ο δυναμικότερος και ανταγωνιστικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας σε διεθνές επίπεδο, αφού αποτελεί και θα συνεχίσει και τα επόμενα χρόνια να αποτελεί για την ελληνική οικονομία έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και εισροής εσόδων. Με άλλα λόγια, όπως πολλοί λένε χαρακτηριστικά, ο τουρισμός είναι η «βαριά βιομηχανία» της Ελλάδας. Παράλληλα όμως παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης και σε παγκόσμιο

επίπεδο. Για αυτόν ακριβώς το λόγο η σημασία του τουρισμού για την χώρα μας επιβάλλει την εφαρμογή ενός μοντέλου τουριστικής πολιτικής με γνώμονα τη βελτίωση του τελικού τουριστικού προϊόντος, που θα ανταποκρίνεται στα παγκόσμια δεδομένα.

Σε κάθε περίπτωση πάντως και αν αναλογιστεί κανείς και τον εγχώριο τουρισμό, του οποίου τα αποτελέσματα δεν είναι καταγεγραμμένα με ακρίβεια, τότε η συνεισφορά του τουρισμού στην βιωσιμότητα της ελληνικής οικονομίας αποκτά ουσιαστικά μεγαλύτερη σημασία όχι μόνο σε ποσοτικό αλλά και σε ποιοτικό επίπεδο. Η ποιοτική παράμετρος συγκεκριμένα, αφορά κυρίως στην ανατρεπτική επιρροή που ασκεί ο εγχώριος τουρισμός στο φαινόμενο της εποχικότητας, που χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Η σημερινή εικόνα της οικονομικής φύσης του ελληνικού τουρισμού και της οργανικής του σχέσης με τη δομή και τη λειτουργία της ελληνικής οικονομίας, με σκοπό τη διαβίωση και την εξασφάλιση ποιοτικών παροχών για τους εισερχόμενους τουρίστες έχει τα ακόλουθα βασικά μεγέθη για το έτος 2011. Αναλυτικότερα, η συμμετοχή του στο ΑΕΠ για το έτος 2011 ήταν 16,5%, ενώ η συμμετοχή στην απασχόληση υπήρξε 18,4% και στην απασχόληση (άμεση και έμμεση) 758.300 θέσεις εργασίας.

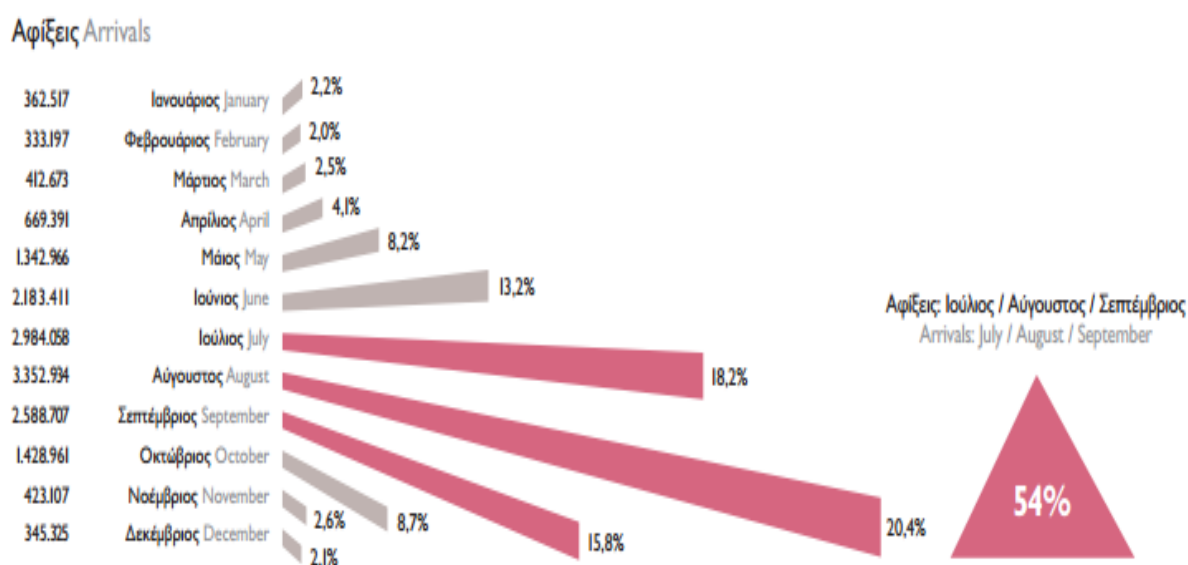
Σημειώνεται πως μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2009. Ακόμα, τα συνολικά έσοδα ωστόσο ανήλθαν στα 10,5 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ η μέση κατά κεφαλή δαπάνη ανήλθε στα 639 ευρώ, όπως απεικονίζεται και στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 1), ο οποίος παρουσιάζει και τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις αλλά και τις διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις που είναι 16.527.247 αφίξεις και 10.504,7 € αντίστοιχα. Επίσης, το μερίδιο αγοράς είναι 1,7% παγκοσμίως και 3,3% για την Ευρώπη².

² Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και Αριθμοί, Έκδοση 2012, ΣΕΤΕ

	Σύνολα Total	Μεταβολές Change 2010 - 2011
Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις International Tourist Arrivals	16.427.247	9,5%
Διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις International Tourism Receipts	10.504,7 εκατ. €/ mil. €	9,3%
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη Average per Capital Tourism Expenditure	639€	-0,2%

Πίνακας 1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις, διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη, πηγή: ΣΕΤΕ

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί πως ο ελληνικός τουρισμός σημειώνει μεγάλο ποσοστό εποχικότητας, όπως έχει ήδη ειπωθεί, αφού το μεγάλο ποσοστό του 54% των αφίξεων των αλλοδαπών πραγματοποιείται κυρίως τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο και Σεπτέμβριο, μαρτυρώντας έτσι την εμφανή εποχικότητα που επικρατεί στη χώρα μας (πίνακας 2). Ωστόσο οι συνολικές αφίξεις των τουριστών, παρόλη την εποχικότητα που επικρατεί στην Ελλάδα ανήλθαν στα 16,4 εκατομμύρια για το έτος 2011.

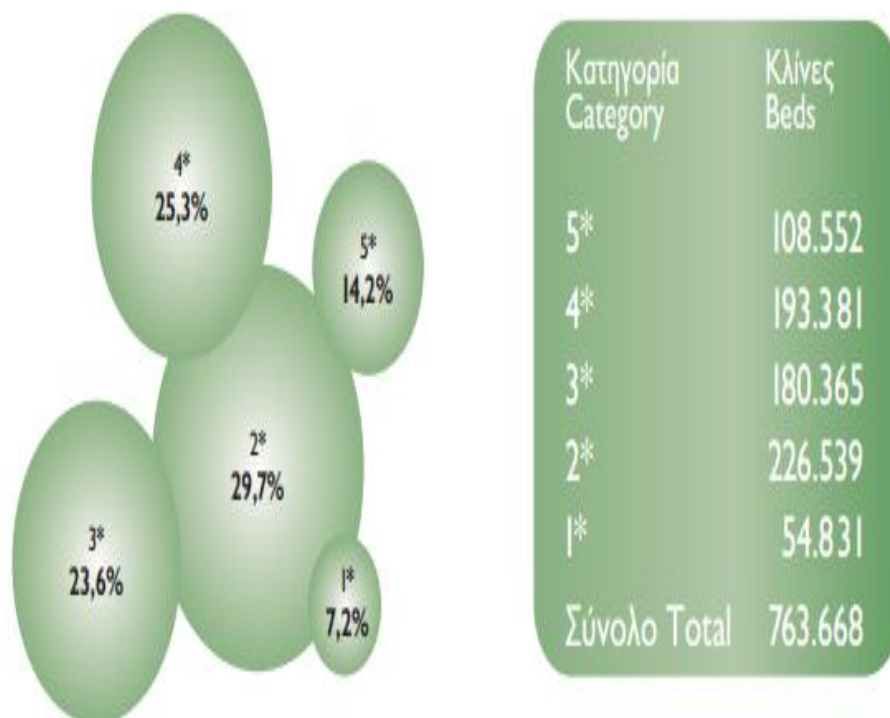


Πίνακας 2: Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, πηγή: ΣΕΤΕ

Αναφορικά τώρα με την ξενοδοχειακή υποδομή του ελληνικού τουρισμού, αξίζει να σημειωθεί πως οι σημερινές δυναμικότητες της ξενοδοχειακής υποστήριξης είναι 9.648 ξενοδοχεία με 763.668 κλίνες, όπως παρουσιάζεται και αναλυτικότερα στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 3) με βάση τις κατηγορίες των αστεριών (5*, 4*, 3*, 2*, 1*), ενώ η συγκέντρωση προσφοράς, δηλαδή το 66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε τέσσερις συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας. Ακόμα, στον πίνακα 4 απεικονίζεται η ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχειακών μονάδων, δωματίων και κλινών ανά κατηγορία για το έτος 2011, ενώ στο διάγραμμα 1 η ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχειακών κλινών ανά περιφέρεια.

Επιπρόσθετα, την τουριστική κατανάλωση υποστηρίζει η παραγωγή από μια πληθώρα εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, όπως συνεδριακά κέντρα, αίθουσες συνεδρίων μικρότερων μεγεθών, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, καζίνο και ένας σπουδαίος αριθμός από μαρίνες, σύγχρονα χιονοδρομικά κέντρα, ιαματικές πηγές και ιαματικά λουτρά, κέντρα υγείας, κάμπινγκ εργασίας και διακοπών και άλλους τόπους τουριστικής επίσκεψης που συμπληρώνουν την εικόνα της τουριστικής προσφοράς για την Ελλάδα.

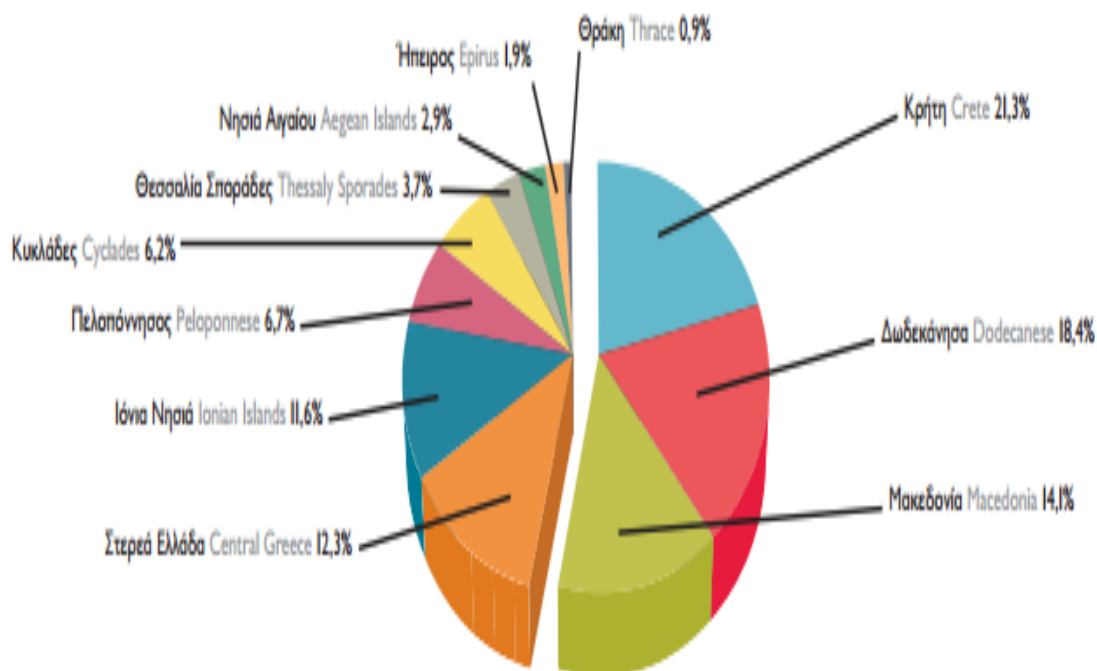
Σε αυτή την κατηγορία δεν θα έπρεπε να παραλειφθεί και το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται από ένα πλήθος επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς που συνεισφέρουν στην τουριστική παραγωγή, όπως είναι οι τράπεζες, οι οδικές και οι θαλάσσιες μεταφορές, οι ταχυδρομικές και ιατρικές υπηρεσίες, τα πρατήρια καυσίμων, τα καταστήματα τροφίμων και άλλων καταναλωτικών αγαθών, υπηρεσίες σύγχρονων αεροδρομίων, λιμένων και σταθμών.



Πίνακας 3: Αριθμός ξενοδοχειακών κλινών, πηγή: ΣΕΤΕ

Κατηγορία/ Category	Μονάδες/ Units	Δωμάτια/ Rooms	Κλίνες/ Beds
5*	3,5%	13,6%	14,2%
4*	12,8%	25,2%	25,3%
3*	23,7%	23,7%	23,6%
2*	44,3%	30,3%	29,7%
1*	15,7%	7,2%	7,2%

Πίνακας 4: Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχειακών Μονάδων, Δωματίων, Κλινών, ανά κατηγορία, πηγή: ΣΕΤΕ



Διάγραμμα 1: Ποσοστιαία κατανομή ξενοδοχειακών κλινών ανά περιφέρεια, πηγή: ΣΕΤΕ

Καλό θα ήταν στο σημείο αυτό να δοθεί ένας ορισμός για τα τουριστικά καταλύματα, ώστε να γίνει κατανοητό και το τι ακριβώς περιλαμβάνουν αυτά. Συγκεκριμένα, ορίζονται ως η κάθε εγκατάσταση, η οποία διατίθεται τακτικά ή περιστασιακά για τη διανυκτέρευση τουριστών. Τα είδη τουριστικών καταλυμάτων είναι τα ακόλουθα³:

1) **Συλλογικά** τουριστικά καταλύματα

Ξενοδοχεία και παρόμοια καταλύματα:

-Ξενοδοχεία

-Παρόμοια καταλύματα

Άλλα συλλογικά καταλύματα:

-Παραθεριστικές κατοικίες

Τουριστικοί χώροι κατασκήνωσης:

-Μαρίνες

-Άλλα συλλογικά καταλύματα

Ειδικευμένα καταλύματα:

-Κέντρα υγείας

³ΣΕΤΕ: Ορισμοί Στατιστικών Τουρισμού, ΣΕΤΕ

-Κάμπινγκ εργασίας και διακοπών

-Δημόσια μέσα μεταφοράς

-Συνεδριακά κέντρα

2) **Ιδιωτικά** τουριστικά καταλύματα

Ενοικιαζόμενα καταλύματα:

-Ενοικιαζόμενα δωμάτια σε σπίτια οικογενειών

-Κατοικίες ενοικιαζόμενες από ιδιώτες ή μεσιτικά γραφεία

Άλλα ιδιωτικά καταλύματα:

-Ιδιόκτητες κατοικίες

-Καταλύματα που παρέχονται δωρεάν από συγγενείς ή φίλους

-Άλλα ιδιωτικά καταλύματα

Ωστόσο σε αυτό το σημείο, δεν θα πρέπει να παραλειφθούν και οι 5 τοπ αγορές, με τη Γερμανία να έρχεται πρώτη με 2.240.481 τουρίστες, το Ηνωμένο Βασίλειο δεύτερο με 1.758.093, το ΠΓΔΜ τρίτο με 1.356.000, η Γαλλία τέταρτη με 1.149.388 τουρίστες και τέλος στην πέμπτη θέση έρχεται η Ιταλία σημειώνοντας το χαμηλότερο ποσοστό συγκριτικά με τις προηγούμενες χώρες με 938.233 τουρίστες, όπως παρουσιάζεται και στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 5). Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως εντύπωση μας προκαλεί το μεγάλο ποσοστό που σημειώνει το ΠΓΔΜ (1.356.000) για το έτος 2011. Πιθανότατα, οι τουρίστες που ταξιδεύουν από το ΠΓΔΜ και είναι από άλλη χώρα προέλευσης για παράδειγμα από τη Γιουγκοσλαβία ή και από την Γερμανία, καταγράφονται ως κάτοικοι ΠΓΔΜ όταν έρχονται στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα να αυξάνεται σημαντικά το ποσοστό από το ΠΓΔΜ.

	Αφίξεις ανά Χώρα Προέλευσης Arrivals by Country of Origin		Μερίδιο Share	
	2011	2000	2011	2000
Γερμανία Germany	2.240.481	2.395.185	13,6%	19,4%
Ηνωμένο Βασίλειο United Kingdom	1.758.093	2.772.256	10,7%	22,4%
ΠΓΔΜ FYROM	1.356.000	234.464	8,3%	1,9%
Γαλλία France	1.149.388	602.353	7,0%	4,9%
Ιταλία Italy	938.233	823.245	5,7%	6,7%
Σύνολο 5 Αγορών Total of 5 Markets	7.442.195	6.827.503	45,3%	55,3%

Πίνακας 5: Μερίδιο των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης στο Σύνολο των Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2000 & 2011, πηγή: ΣΕΤΕ

Επίσης, αξίζει να αναφερθούν και τα 5 αεροδρόμια της Ελλάδας που σημειώνουν τις περισσότερες αφίξεις αλλοδαπών για το έτος 2011, όπως απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 6). Να σημειωθεί αρχικά πως πρώτο έρχεται, όπως είναι και φυσικό, το αεροδρόμιο της πρωτεύουσας με 3.123.631 αλλοδαπούς, ενώ δεύτερο το Ηράκλειο της Κρήτης με 2.137.230 τουρίστες. Στην τρίτη θέση βρίσκεται το αεροδρόμιο της Ρόδου με 1.717.477, έπεται η Θεσσαλονίκη με 869.929 τουρίστες και τέλος η Κως με 843.171 τουρίστες. Στις επόμενες θέσεις μέχρι την 10^η ακολουθούν αντίστοιχα η Κέρκυρα, τα Χανιά, η Ζάκυνθος, η Σαντορίνη και στην τελευταία θέση το αεροδρόμιο της Κεφαλονιάς.



Πίνακας 6: Τα 10 Ελληνικά Αεροδρόμια με τις Περισσότερες Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις, πηγή: ΣΕΤΕ

Επιπρόσθετα, συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO) , η Ελλάδα το 2011 ήταν 17^η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19^η σε επίπεδο εσόδων – εισπράξεων, όπως απεικονίζεται και στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 7). Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2011, η χώρα καταλαμβάνει την 29^η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83^η θέση. Συνεπώς, τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός και σε παγκόσμιο επίπεδο.



Πίνακας 7 : Ελλάδα και ανταγωνιστές – Θέση στην παγκόσμια κατάταξη, πηγή: ΣΕΤΕ

Επιχειρώντας σε αυτό το σημείο να προσδιοριστούν οι κύριοι παράγοντες που συμβάλλουν στην πορεία του ελληνικού τουρισμού, θα μπορούσαμε να οδηγηθούμε στα εξής: Ως κύριοι παράγοντες μπορούν να οριστούν η είσοδος του Ευρώ στη ζωή των Ευρωπαίων και των εν δυνάμει τουριστών, καθώς και η αυξημένη συγκέντρωση των τουριστικών οργανισμών, οι οποίοι ελέγχουν την τουριστική κίνηση στις αγορές της Βόρειας Ευρώπης, αλλά και οι ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας μπορούν να συμβάλλουν θετικά. Συνεπώς, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα, επηρεάζεται αναμφίβολα από τους παραπάνω παράγοντες, μέσα σε ένα περιβάλλον που γίνεται ολοένα και πιο ανταγωνιστικό.

Ο τουρισμός, λοιπόν, αποτελεί ένα διεθνές φαινόμενο υψίστης σημασίας και για αυτό το λόγο, τόσο οι χώρες προέλευσης των τουριστών όσο και οι χώρες υποδοχής, ενδιαφέρονται για την παρακολούθηση και καταμέτρηση της βιομηχανίας του τουρισμού, το οποίο μπορεί να παρατηρηθεί από πολλές πλευρές, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του κάθε παρατηρητή, για παράδειγμα από την πλευρά του τουρίστα, της χώρας υποδοχής, από την επιχειρηματική και κοινωνιολογική πλευρά, τη νομική, τη θρησκευτική, ακόμα και την πληθυσμιακή διάσταση και άλλα.

Είναι γεγονός πως τον ελληνικό τουρισμό τον απασχολούν διάφορα θέματα, σημαντικά ή λιγότερα σημαντικά. Ανεξάρτητα εποχής και οικονομικής συγκυρίας για τη χώρα, το θέμα που απασχολούσε και απασχολεί τον ελληνικό τουρισμό, είναι ολοφάνερο πως σχετίζεται με την αύξηση της τουριστικής κίνησης καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ώστε να εξαιρεθεί όσο το δυνατόν γρηγορότερα το φαινόμενο της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τον τουρισμό της Ελλάδας. Αναμφίβολα, η χώρα έχει ανάγκη τα έσοδα από τον τουρισμό της, περισσότερο από κάθε άλλη φορά, λόγω της οικονομικής δυσχέρειας που την ταλανίζει. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, οφείλει να εστιάσει εμφανώς στην ανάπτυξη του τουρισμού, εξαντλώντας κάθε περίπτωση που θα επιφέρει κέρδη αλλά και συνάμα πολλαπλές θέσεις εργασίας για τους πολίτες της.

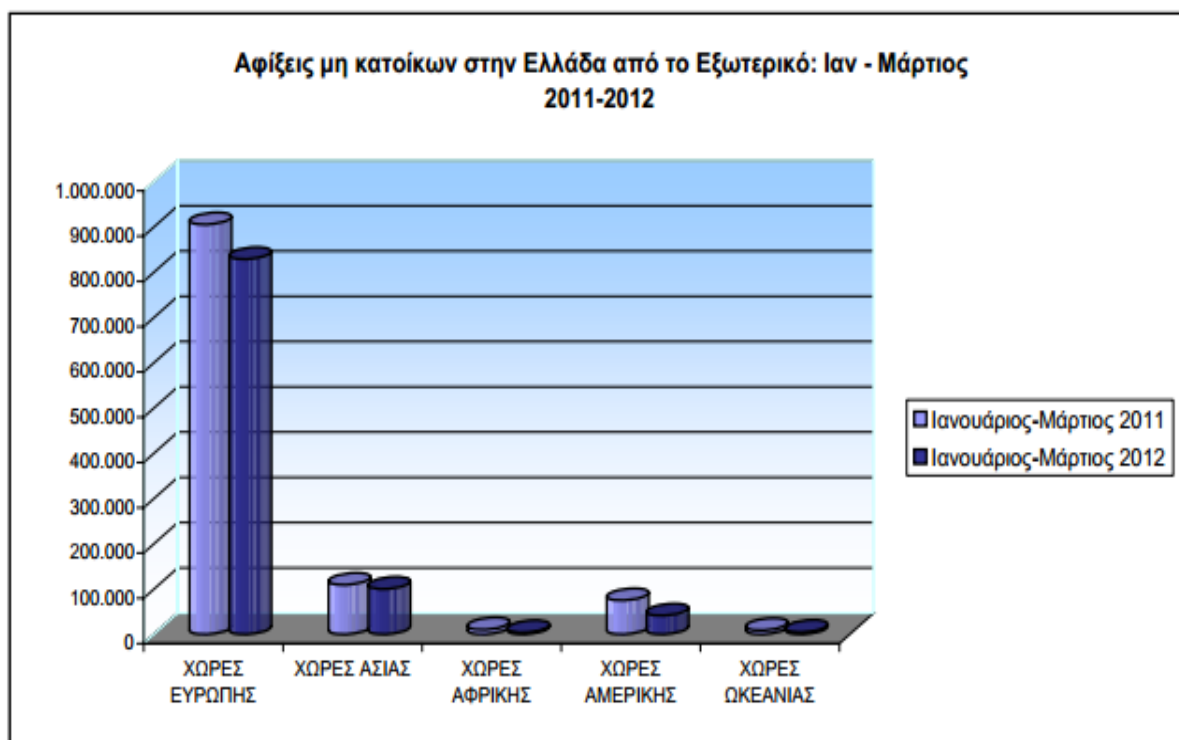
Για να επιτευχθούν όμως τα παραπάνω, ώστε να γίνει κατάλληλη προσέγγιση του θέματος για την τουριστική κίνηση, επιβάλλεται σκληρή δουλειά από όλους τους τουριστικούς φορείς. Πιο συγκεκριμένα, η εξέλιξη της τουριστικής κίνησης και η εξάλειψη της εποχικότητας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την προετοιμασία που γίνεται από τα προηγούμενα χρόνια, καθώς και από την συνεχή προβολή – προώθηση του τουριστικού προϊόντος, ως ένα προϊόν που μπορεί να επισκεφθεί ο τουρίστας καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, δηλαδή όλες τις εποχές.

Επίσης, σε σημαντικό βαθμό η πορεία της τουριστικής κίνησης εξαρτάται και από τη διεθνή οικονομική και κοινωνική κατάσταση, η οποία μπορεί αναμφίβολα να την επηρεάσει, όπως έχει αποδειχθεί πολλές φορές. Τέλος, σε μικρότερο βαθμό μπορεί να επηρεαστεί από διάφορους συγκυριακούς παράγοντες σε δεδομένη χρονιά, όπως είναι για παράδειγμα το Ευρώ, η τιμή του πετρελαίου, ο πληθωρισμός, ο αριθμός των πτήσεων, η πολιτική κατάσταση που επικρατεί στη χώρα και άλλα.

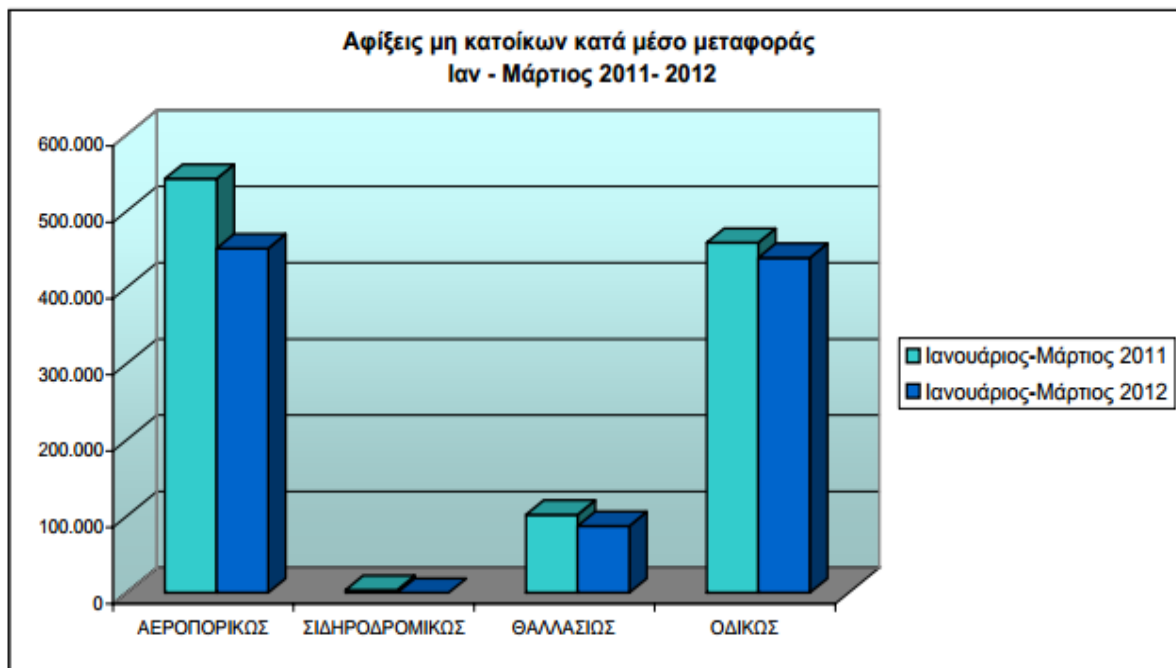
Να σημειωθεί πως από τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων προκύπτει ότι, κατά την περίοδο Ιανουαρίου - Μαρτίου 2012, οι αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό μειώθηκαν κατά 11,7%, σε σύγκριση με αυτές της περιόδου Ιανουαρίου - Μαρτίου 2011. Αναλυτικότερα, οι αφίξεις από την Ευρώπη, στην οποία αναλογεί το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων (84,7%), παρουσίασαν την περίοδο Ιανουαρίου - Μαρτίου 2012 μείωση 8,5%, έναντι της αντίστοιχης περιόδου για το 2011, ενώ τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης κατέγραψαν μείωση 12,8%, όπως παρουσιάζεται διαγραμματικά και στο διάγραμμα 2.

Σημαντική μείωση των αφίξεων, σε απόλυτες τιμές, παρατηρείται από τη Γαλλία, την Κύπρο, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο ενώ αύξηση εμφανίζουν οι αφίξεις από Αλβανία και Βουλγαρία. Σε ότι αφορά στην κατανομή των αφίξεων μη

κατοίκων κατά χώρα προέλευσης, τη μεγαλύτερη συμμετοχή κατέχει η Βουλγαρία (13,1%), και ακολουθούν η Αλβανία (13,0%), η Γερμανία (8,1%), το Ηνωμένο Βασίλειο (7,5%) και η Κύπρος (6,9%). Από τις υπόλοιπες ηπείρους, σημαντική μείωση των αφίξεων παρατηρείται από την Αμερική (45,1%). Στην ανάλυση των στοιχείων, κατά μέσο μεταφοράς και σταθμό εισόδου, παρατηρείται ότι σημαντικές αφίξεις γίνονται αεροπορικώς, όπως γίνεται αντιληπτό και από το διάγραμμα 3. Το αεροδρόμιο που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό κίνησης είναι το Αεροδρόμιο Αθηνών (36,7%) και ακολουθεί αυτό της Θεσσαλονίκης (8,7%)



Διάγραμμα 2: Αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα από το εξωτερικό Ιαν- Μάρτιος 2011- 2012, πηγή: ΕΟΤ



Διάγραμμα 3: Αφίξεις μη κατοίκων κατά μέσο μεταφοράς, Ιαν- Μάρτιος 2011- 2012, πηγή ΕΟΤ

Ωστόσο, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), εκτιμάται πως ο τουρισμός της χώρας θα παρουσιάσει αισθητή αύξηση το 2013. Πιο ειδικά, σημειώνει πως ο στόχος των 17 εκατομμυρίων ξένων επισκεπτών (από 16 εκατομμύρια αφίξεις το 2012) πρέπει να θεωρείται δεδομένος. Τα δείγματα από τις κρατήσεις στις κύριες αγορές για τον τουρισμό δίνουν τάση ανόδου στις αφίξεις, που προβλέπεται πως θα επιφέρει 1 επιπλέον εκατομμύριο τουρίστες αλλά και 1 δισεκατομμύριο ευρώ έσοδα αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως στην Αγγλία και στη Γερμανία οι κρατήσεις κινούνται με άνοδο 20%, τη στιγμή που ανταγωνιστικές χώρες, όπως είναι η Τουρκία που παρουσιάζει αξιόλογη τουριστική κίνηση, βρίσκεται στα περσινά επίπεδα.⁴

Αξίζει να σημειωθεί και το στοιχείο, ότι στα κύρια χαρακτηριστικά για την εξέλιξη της φετινής τουριστικής κίνησης, είναι και η αύξηση των ταξιδιών κρουαζιέρας, εξαιτίας της σημαντικής ανάπτυξης του ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα τη διάθεση φθηνών τουριστικών πακέτων. Ειδικότερα, εκτιμάται πως το 2013 θα είναι

⁴ Άρθρο «Ευοίωνες προβλέψεις για τον τουρισμό το 2013, Εκτιμήσεις ΣΕΤΕ για επιπλέον 1 εκατ. επισκέπτες και 1 δισ. ευρώ έσοδα.» 21.12.2012, ανάκτηση από: http://primeconomy.blogspot.gr/2012/12/2013_21.html

μια ανοδική χρονιά για την κρουαζιέρα στην Ελλάδα, αφού προβλέπεται πως περισσότερα από 710 κρουαζιερόπλοια θα προσεγγίσουν το λιμάνι του Πειραιά.

Η Ελλάδα, αναμφίβολα είναι ένας μοναδικός τόπος προορισμού, που παρέχει ποιότητα, ασφάλεια, φυσικές ομορφιές και διαχρονικό πολιτισμό, ώστε να φιλοξενήσει χωρίς φόβο τουρίστες που αγαπούν τις διακοπές με τα κρουαζιερόπλοια στα λιμάνια της Ελλάδας, αφού διαθέτει τον μεγαλύτερο αριθμό λιμένων κρουαζιέρας σε όλη τη Μεσόγειο, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά σε κάθε λιμάνι, ώστε η εμπειρία που θα ζήσει ο επιβάτης – τουρίστας να είναι ξεχωριστή.⁵

Σε σχέση πάντα λοιπόν, με τα παραπάνω στοιχεία για την εξέλιξη της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα για το 2013, πρέπει να γίνει κοινώς αποδεκτό πως ο τουρισμός σήμερα εξελίσσεται σε βασικό πυλώνα για την εθνική οικονομία της χώρας, σε μια περίοδο που στην Ευρωζώνη η ανταγωνιστικότητα αποδεικνύεται σαν πρώτης προτεραιότητας στόχος. Στην νέα τουριστική εποχή, ο ανταγωνισμός εστιάζεται στην λεκάνη της Μεσογείου. Σε αυτήν, λοιπόν, την περίοδο αναδεικνύονται για την εθνική οικονομία, αλλά ιδιαίτερα για τον τουρισμό, η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας αλλά και της επιχειρηματικότητας.

Παρόλα αυτά, πολλοί ήταν οι παράγοντες που άφησαν τον τουρισμό της χώρας ένα βήμα πίσω από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, τα προηγούμενα έτη. Η μακροχρόνια έλλειψη πολιτικής και στρατηγικής για τον ελληνικό τουρισμό, οδήγησαν σε κρίση αλλά και σε πτώση των τουριστικών εσόδων και εισπράξεων, καθώς και σε πτωτική πορεία για τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας. Αισίως όμως, τα επόμενα έτη έγιναν γιγαντιαίες προσπάθειες, ώστε να λειτουργήσει όσο το δυνατόν καλύτερα ο τουρισμός, αφού έγινε αντιληπτή η αξία του από τους περισσότερους. Ραγδαίες αλλαγές πραγματοποιήθηκαν, μέσω του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, καθώς δημιουργήθηκαν νέοι μηχανισμοί με ταχύτατους ρυθμούς και πραγματοποιήθηκαν οι απαραίτητες παρεμβάσεις για ένα νέο σχέδιο αναδιαμόρφωσης του ελληνικού τουρισμού, με στόχο την ανάκτηση του χαμένου εδάφους των τελευταίων ετών.

Συνεπώς, η προοπτική για την εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού είναι ελπιδοφόρα, καθώς εστιάζει στην ανάδειξη της χώρας ως ο πρώτος τουριστικός προορισμός υψηλής ποιότητας και ασφάλειας σε παγκόσμιο επίπεδο.

⁵ Πηγή: ΕΟΤ

Τέλος, να επισημανθεί πως ιδιαίτερα χαρακτηριστικό και κρίσιμο στοιχείο για τη φετινή τουριστική κίνηση στην Ελλάδα, αλλά και σε προηγούμενες περιόδους, αποτελεί το γεγονός πως παρόλη την ύπαρξη της αρνητικής εικόνας της χώρας στο εξωτερικό, λόγω της οικονομικής κρίσης που την πληγεί, οι τουριστικοί μηχανισμοί λειτούργησαν αλλά και συνεχίζουν να λειτουργούν αποτελεσματικά, ώστε να επαναφέρουν την εμπιστοσύνη των τουριστών για διακοπές και ταξίδια όλη τη διάρκεια του χρόνου στην Ελλάδα. Συμπερασματικά, το μόνο βέβαιο είναι πως ο τουρισμός μπορεί και επηρεάζει αισθητά, πολλούς τομείς μιας χώρας, από την οικονομία της έως και τη βιωσιμότητά της.

1.2: Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο τουρισμός για την Ελλάδα είναι αναμφίβολα η κύρια πλουτοπαραγωγική της βιομηχανία. Ο θαλάσσιος τουρισμός, ωστόσο, αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα τμήματα της βιομηχανίας αυτής και λειτουργεί αλληλεπιδραστικά και με άλλους τομείς της χώρας.

Από εθνικής πλευράς, ο θαλάσσιος τουρισμός βοηθά στη διατήρηση της συνοχής στη νησιωτική Ελλάδα. Ο τουρισμός, ο σημαντικότερος σήμερα τομέας της τριτογενούς παραγωγής, έλαβε μεγάλη ανάπτυξη μετά το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Πολλά εκατομμύρια ανθρώπων, κυρίως από χώρες με μεγάλη οικονομική ευχέρεια, επισκέπτονταν άλλες ξένες χώρες, με σκοπό να γνωρίσουν άλλους πολιτισμούς και να βελτιώσουν κατ' επέκταση το μορφωτικό τους επίπεδο. Συνεπώς, ο θαλάσσιος τουρισμός στη χώρα μας αποτελεί για πολλές χώρες κύριο τομέα της παραγωγικής τους δραστηριότητας. Σχεδόν όλες οι χώρες, ανεξάρτητα από την οικονομική τους δυνατότητα, καταβάλλουν προσπάθειες για να αξιοποιήσουν το φυσικό τους περιβάλλον με σκοπό να προσελκύσουν ξένους επισκέπτες και να αυξήσουν την τουριστική τους δύναμη σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Ελλάδα, άρχισε να καταβάλει προσπάθειες για την τουριστική της θαλάσσια ανάπτυξη και προβολή στο εξωτερικό, με μία φανερή καθυστέρηση, σε σύγκριση πάντα με τα πλούσια προσόντα που διαθέτει, όπως είναι για παράδειγμα οι φυσικές της ομορφιές και ο διαχρονικός της πολιτισμός, που πολλές χώρες θα ήθελαν να είχαν. Η δημιουργία του Υπουργείου Τουρισμού, τα τελευταία έτη, και η ενεργή του δράση, μόνο θετικά μπορεί να συμβάλει στην προβολή του θαλάσσιου τουρισμού της χώρας. Η οικονομική, πολιτιστική και κυρίως η εθνική σημασία του θαλάσσιου τουρισμού είναι δεδομένα στοιχεία για την Ελλάδα, η οποία από τη φύση της διαθέτει την κατάλληλη γεωγραφική θέση, που την καθιστούν πόλο έλξης για εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο.

Αναμφίβολα, λοιπόν, η θάλασσα είναι πηγή ζωής για την Ελλάδα εδώ και πάρα πολλούς αιώνες. Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα ατελείωτα χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών και τα χιλιάδες ελληνικά νησιά, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο και ιδανικό της κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο της, καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού, αλλά και για την προσέλκυση πολλών εκατομμυρίων τουριστών κάθε χρόνο. Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύεται τόσο

από τη ναυτική παράδοση χιλιετηρίδων, όσο και από τις ευνοϊκές ειδικές συνθήκες της θάλασσας. Τα ελληνικά πελάγη θεωρούνται ασφαλή από την σκοπιά των ναυτικών κινδύνων, οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι μικρές, ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας.

Με τον όρο «**θαλάσσιο Τουρισμό**», εννοούνται όλες οι δραστηριότητες που παρέχονται ως τουριστικές υπηρεσίες και αφορούν τη μεταφορά, την περιήγηση, τη διαμονή και τη ψυχαγωγία, που έχουν άμεση σχέση με το υγρό στοιχείο και τη θάλασσα. Παρόλα αυτά, ο θαλάσσιος τουρισμός αφορά, κατά την καθιερωμένη άποψη, κυρίως δύο τομείς της τουριστικής αγοράς: α) **τα κρουαζιερόπλοια** και β) **τα σκάφη αναψυχής** (ιδιωτικά ή επαγγελματικά, ιστιοφόρα, γιοτ, μηχανοκίνητα σκάφη και άλλα). Επίσης, η κολύμβηση, η διενέργεια κρουαζιέρων, η χρήση ταχύπλων σκαφών, η ερασιτεχνική αλιεία, η κατάδυση, τα θαλάσσια αθλήματα (θαλάσσιο σκι, jet ski, windsurfing, surfing, parasailing και άλλα), η περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα, η επίσκεψη σε ναυτικά μουσεία, λιμάνια - μουσεία, ιστορικά πλοία και άλλα, εντάσσονται και αυτά στον θαλάσσιο τουρισμό.

Σε διεθνές επίπεδο τώρα, παρατηρείται μία τάση ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού, ιδιαίτερα στις περιοχές που προσφέρονται ως ιδανικοί τόποι για διακοπές. Ειδικότερα, για την κρουαζιέρα που εξετάζουμε, οι βασικές αγορές είναι η Καραϊβική, με δραστηριότητα σχεδόν όλο το χρόνο, η Μεσόγειος αμέσως μετά κυρίως για τη θερινή περίοδο και η Βόρεια Ευρώπη με μικρή, περίπου τρίμηνη έως τετράμηνη δραστηριότητα.

Αξίζει να αναφερθεί πως, αν ξεφυλλίσει κανείς τα προγράμματα των διαφόρων τουριστικών πρακτορείων για τις κρουαζιέρες που πραγματοποιούνται στη Μεσόγειο, σχεδόν πάντα περιλαμβάνονται και προορισμοί στα ελληνικά νησιά, όπως είναι η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, η Κρήτη και άλλα, κάτι που οφείλεται εμφανώς στις προτιμήσεις του επιβατικού κοινού για τα συγκεκριμένα νησιά. Όμως, οι νησιωτικοί προορισμοί είναι περιορισμένοι, αφού δεν ξεπερνούν τα δέκα ελληνικά νησιά σε αριθμό, γεγονός που εξαρτάται από την έντονη διαφήμιση συγκεκριμένων νησιών, την οργάνωση, τις υποδομές και τις υπηρεσίες. Βέβαια, τα ελληνικά νησιά μπορούν όλα να αποτελέσουν αξιόλογο τουριστικό προορισμό και για αυτό το λόγο η ανάπτυξη του εναλλακτικού είδους θαλάσσιου τουρισμού με τα τουριστικά σκάφη αναψυχής είναι ραγδαία.

Ειδικότερα, αναφέρεται πως τα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη από 250 που ήταν το 1976, σήμερα ανέρχονται σε 4000. Οι δε προορισμοί αυτού του θαλάσσιου τουρισμού, μπορεί να περιλαμβάνουν όχι μόνο όλα τα νησιά που βρίσκονται στο αρχιπέλαγος, αλλά και κάθε άλλο παράκτιο όρμιο.

Ο θαλάσσιος τουρισμός, έχει ως πεδίο δράσης του το θαλάσσιο στοιχείο με τα πλούσια οικοσυστήματά του, που προσφέρεται μέσω κατάλληλων προγραμμάτων, για την ευαισθητοποίηση των τουριστών σε περιβαλλοντικά θέματα. Είναι γνωστό σε όλους μας, ότι οι διάφορες περιβαλλοντικές οργανώσεις επωφελοούνται από την απόλαυση που προσφέρει ο θαλάσσιος τουρισμός για να ευαισθητοποιήσουν τους πολίτες και για να υποστηρίξουν περιβαλλοντικά μέτρα κατάλληλης διαχείρισης (Μυλωνόπουλος Δ., Μοίρα Π., 2005).

Ωστόσο, ο ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός αντιμετωπίζει και διάφορα σοβαρά προβλήματα τα οποία όμως αν αντιμετωπιστούν γρήγορα ο θαλάσσιος τουρισμός θα αναπτυχθεί. Κάποια από τα χρόνια προβλήματα του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα είναι: οι ελλείψεις υποδομές στα μεγάλα λιμάνια της χώρας, ο μικρός αριθμός μαρίνων, η κακή διαχείριση του συγκεκριμένου τομέα από το κράτος, οι υψηλοί ειδικοί φόροι στα σκάφη, το πολυσυζητημένο θέμα της άρσης του καμποτάζ, τα υψηλά τέλη ελλιμενισμού και η διακοπή πολλών δρομολογίων για τα ελληνικά νησιά.

Επίσης, η υφιστάμενη κατάσταση μαρίνων στην Ελλάδα δεν είναι θετική. Είναι γεγονός πως στις μέρες μας έχει προκύψει η ανάγκη για τη δημιουργία μαρίνων, οι οποίες εφόσον είναι καλά οργανωμένες, μπορούν να υποδεχθούν και να προσφέρουν υπηρεσίες στα τουριστικά σκάφη με τα αναμενόμενα οφέλη, σχετικά με την οικονομική δραστηριότητα περί μαρίνας.

Παρόλα αυτά όμως, υπάρχουν και διάφοροι ευνοϊκοί παράγοντες, όπως ο γεωγραφικός παράγοντας, ο πολιτιστικός και ο κοινωνικός, οι οποίοι δεν έχουν αξιοποιηθεί καταλλήλως από την πολιτεία και δεν έχει διαμορφωθεί μία σαφής πολιτική ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα. Θα χρειαστεί να γίνουν σημαντικές επενδύσεις πάνω σε αυτόν τον τομέα, ώστε να βελτιωθεί αισθητά η εικόνα της χώρας στο εξωτερικό.

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού πρέπει και έχει τις δυνατότητες να αποτελέσει προτεραιότητα για την Ελλάδα. Είναι γεγονός πως με τα τόσα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει η Ελλάδα, θα έπρεπε να διαπρέπει στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού και να κατέχει εξέχουσα θέση στις κατατάξεις σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες που ανταγωνίζεται.

Πρέπει λοιπόν, να υπάρξουν διάφορα μοντέλα ανάπτυξης αυτού του τομέα, που να δίνουν έμφαση στις υποδομές των λιμένων, στη δημιουργία νέων μαρίνων, στην αειφόρο ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, στην μείωση της φορολογίας για τα σκάφη αναψυχής και την βελτίωση του ακτοπλοϊκού συστήματος στη χώρα. Η Ελλάδα χρειάζεται μία ορθή εθνική πολιτική για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού της.

Ο Θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί ένα μεγάλο τμήμα της τουριστικής βιομηχανίας και λειτουργεί αλληλεπιδραστικά και σαν τροφοδότης σε άλλες κατηγορίες. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία αριθμεί 3.413 σκάφη. Ο στόλος αυτός είναι μακράν ο μεγαλύτερος και νεότερος παγκοσμίως.

Ο θαλάσσιος τουρισμός επίσης, απαιτεί ένα σύνολο εργασιών και υπηρεσιών που έχουν εξειδικευμένο χαρακτήρα, καθώς συνδυάζει τις απαιτήσεις δύο τομέων της οικονομίας, τον τουρισμό και τη ναυτιλία. Η απασχόληση στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού απαιτεί εξειδίκευση, η οποία είναι αποτέλεσμα εκπαίδευσης, κατάρτισης και εμπειρίας.

Δεν επιτρέπεται στις περισσότερες δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού η ανειδίκευτη και η περιστασιακή εργασία, διότι ο εργαζόμενος στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή υπηρεσιών τουριστικού χαρακτήρα, που έτσι και αλλιώς προϋποθέτουν εκπαίδευση, αλλά πρέπει να έχει την ικανότητα να μπορεί να προσαρμοστεί στις δύσκολες συνθήκες εργασίας που προϋποθέτει το θαλάσσιο περιβάλλον. Για το λόγο αυτό εξάλλου η οποιαδήποτε θαλάσσια τουριστική απασχόληση υπόκειται σε αυστηρή αδειοδότηση, σε αυστηρό έλεγχο και τελεί υπό την αυστηρή επιτήρηση της δημόσιας αρχής, ώστε να επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Επίσης, ο θαλάσσιος τουρισμός, όπως και γενικότερα ο τουρισμός, έχει διεθνή χαρακτήρα. Εξαρτάται από πολλούς και διαφορετικούς διεθνείς παράγοντες, όπως οικονομικές κρίσεις, πολιτικές κρίσεις, πολεμικές συγκρούσεις, φυσικές καταστροφές και άλλα. Είναι φανερό ότι η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού έχει ως αποτέλεσμα μια ευρύτατη διαπολιτισμική επικοινωνία μεταξύ των τοπικών πληθυσμών και των επισκεπτών - τουριστών.

Η «επικοινωνία» αυτή έχει ιδιαίτερο κοινωνιολογικό και πολιτισμικό ενδιαφέρον, διότι ο θαλάσσιος τουρισμός επιφέρει σημαντικές αλλαγές στη ζωή, στη συμπεριφορά, στα ήθη, στα έθιμα, στις συνήθειες των κατοίκων των χωρών υποδοχής, καθώς και στο ίδιο το περιβάλλον.

Ο θαλάσσιος τουρισμός, ως από τη φύση του βασιζόμενος αποκλειστικά στο θαλάσσιο στοιχείο, μπορεί με την ορθολογική διαχείριση του να καταστεί μοχλός ανάπτυξης για τις παράκτιες και τις νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας. Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ένας οικονομικός τομέας που κατά κανόνα αφηφά τα μειονεκτήματα που τυχόν προκαλεί η δυσμενής γεωγραφική θέση, καθώς η ναυπηγική τεχνολογία με την κατασκευή διαφόρων τύπων επιβατηγών πλοίων επιτυγχάνει τη συγκοινωνιακή και τουριστική επικοινωνία.

Πραγματοποιώντας τώρα μια ιστορική αναδρομή του θαλάσσιου τουρισμού, αξίζει να σημειωθεί πως ο θαλάσσιος τουρισμός καθιερώθηκε, όπως και πολλές άλλες δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου και απέκτησε παράδοση, αρχικά στις χώρες της Βορειοδυτικής Ευρώπης, όπου υψηλές εισοδηματικές τάξεις δραστηριοποιούνταν και συναθροίζονταν μέσα σε Λέσχες και Ομίλους. Το να είναι κανείς μέλος εκείνη την εποχή, αποτελούσε μεγάλη τιμή, ώστε τα σκάφη έφεραν στον ιστό την σημαία με τα διακριτικά του Ομίλου και έγραφαν στις πρύμνες τους κάτω από το όνομα του σκάφους τα αρχικά του κλαμπ.

Ο θαλάσσιος τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται δυναμικά τη δεκαετία του 1960 και ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Πιο ειδικά, από το 1980 και μετά, ο ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός έχει αρχίσει να γίνεται ιδιαίτερος γνωστός στους Έλληνες τουρίστες, οι οποίοι διαλέγουν πολυτελή σκάφη, με σκοπό να γνωρίσουν τις ομορφιές των γύρω νησιών της χώρας τους.

Ακόμα, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο προσφερόμενος με τη χρήση των πλοίων τουρισμός, αποτελεί μία από τις κύριες πηγές συναλλάγματος στη χώρα μας και θεωρείται κατεξοχήν αναπτυξιακός, αφού παρέχει δυνατότητες ανάπτυξης βιομηχανιών και βιοτεχνιών υποστήριξης πλοίων και δημιουργεί προϋποθέσεις για την απασχόληση ενός μεγάλου αριθμού του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας.

Έχοντας μία διαχρονική εξέλιξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, διαπιστώνεται ότι ήταν ο πρώτος που αναπτύχθηκε από τις νέες μορφές τουρισμού με τα γιοτ, τις κρουαζιέρες και την βελτίωση των συνθηκών θαλάσσιων συγκοινωνιών. Από τις αρχές του 1960 και μετά, ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), άρχισε μια εντατική προσπάθεια για τη δημιουργία υποδομής, τεχνικής και θεσμικής, για τον θαλάσσιο τουρισμό, ώστε να μπορέσει να ανταποκριθεί στις ανάγκες και προσδοκίες των επισκεπτών του.

Ο Β.Ν.Ο.Ε. τώρα, ο Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος, ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος την δεκαετία του 1960 με διεθνή απήχηση και με υποδομή για φιλοξενία σκαφών αναψυχής όπως και για την παροχή πάσης φύσεως πληροφοριών για αυτούς που θα επιθυμούσαν να πλεύσουν στις ελληνικές θάλασσες.

Η Ελλάδα ευρισκόμενη σε κομβικό σημείο της ανατολικής Μεσογείου στο νοτιότερο της Ευρώπης, ήταν ήδη από παλιά σημείο των πολιτισμών Ανατολής και Δύσης. Από τις αρχές του 1960 άρχισε να αναπτύσσεται ο θαλάσσιος τουρισμός της επιτυχώς. Κύριο μοχλό της προσπάθειας για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού αποτέλεσε ο Ε.Ο.Τ. που πρωτοστάτησε στη δημιουργία της απαιτούμενης τεχνικής και θερμικής υποδομής. Την ίδια περίοδο ξεκίνησε από τον Ε.Ο.Τ. πρόγραμμα κατασκευής μαρίνων για την εξυπηρέτηση σκαφών αναψυχής. Έτσι ξεκίνησε η λειτουργία της μαρίνας Βουλιαγμένης και ακολούθησαν οι μαρίνες Ζέας Αλίμου, Γούβιων και άλλες.

Επίσης, απλουστεύθηκαν οι διαδικασίες κίνησης εισόδου και εξόδου των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, καθιερώθηκε ειδικό δελτίο κίνησης, καθώς και κίνητρα για αφορολόγητα είδη και καύσιμα.

Η ραγδαία ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και η μεγάλη αύξηση του αριθμού των ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής, οδήγησαν στην ανάγκη δημιουργίας ενός σύγχρονου νομοθετικού πλαισίου, που θα διόρθωνε την πολυπλοκότητα, την γραφειοκρατία και τις χρονοβόρες διαδικασίες που ίσχυαν μέχρι τότε και που παράλληλα επέτρεπε την είσοδο ιδιωτικών κεφαλαίων στον τομέα των ειδικών υποδομών του θαλάσσιου τουρισμού.

1.3. Θαλάσσια Υποδομή

Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως ο θαλάσσιος τουρισμός απαιτεί υποδομές υψηλού επιπέδου προκειμένου να ικανοποιήσει την αυξανόμενη ζήτηση. Οι υποδομές αυτές περιλαμβάνουν την διάθεση κρουαζιερόπλοιων, την ύπαρξη επαρκούς αριθμού πλοίων αναψυχής, τις υποδομές ελλιμενισμού και εξυπηρέτησης των πλοίων, καθώς και τις στοιχειώδεις γνώσεις σχετικά με τον κλάδο, οι οποίες θα φανούν χρήσιμη για την εξέλιξή του.

Η Ελλάδα διαθέτει εκατοντάδες νησιά και αντίστοιχα λιμάνια, από τα οποία τα 16 είναι διεθνή. Ο λιμένας του Πειραιά αποτελεί ένα από τα πιο πολυσύχναστα λιμάνια της Ευρώπης και το κύριο εμπορικό λιμάνι της χώρας, το οποίο δέχεται εκατομμύρια τουρίστες, ενώ ακολουθούν τα λιμάνια της Θεσσαλονίκης, της Πάτρας και της Ηγουμενίτσας. Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 140 επιβατηγά και εμπορικά λιμάνια.

Η λιμενική υποδομή αναβαθμίζεται και βελτιώνεται συνεχώς, προκειμένου να ανταποκριθεί στις εμπορικές ανάγκες και στην εξυπηρέτηση των εκατομμυρίων επισκεπτών που έρχονται στη χώρα κάθε χρόνο, καθώς και σε θέματα ασφαλείας.

Να σημειωθεί πως τον Νοέμβριο του 2008, η κινέζικη εταιρεία Cosco υπέγραψε συμφωνία για την εκμετάλλευση τμήματος του λιμένα του Πειραιά, ύψους 4.5 δισεκατομμυρίων Ευρώ και διάρκειας 35 ετών, η οποία είχε ως σκοπό να αυξήσει σημαντικά τη χωρητικότητα φορτίων και την αποτελεσματικότητα του λιμένα. Επιπλέον, η συμφωνία αυτή θα καταστήσει τον Πειραιά μία από τις κύριες εισόδους των αγαθών από την Ασία που προορίζονται για την ευρωπαϊκή αγορά.

Ωστόσο, η κατάσταση και η λειτουργία μαρίνων στην χώρα μας άρχισε μετά το 1960 όταν ο Ε.Ο.Τ. έθεσε για πρώτη φορά σε εφαρμογή ένα μακροπρόθεσμο κατασκευαστικό πρόγραμμα. Λόγω της αυξανόμενης ζήτησης για θέσεις ελλιμενισμού στην πρωτοβουλία του Ε.Ο.Τ., μιμήθηκαν από την δεκαετία του '80 οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης, τα Λιμενικά Ταμεία και ιδιώτες επενδυτές. Το 1993 δημοσιεύτηκε η νέα νομοθεσία για τις μαρίνες, με σκοπό την στήριξη επενδυτικών πρωτοβουλιών και την θέσπιση προδιαγραφών και διαδικασιών για την δημιουργία σύγχρονων μαρίνων.

Ταυτόχρονα ο Ε.Ο.Τ. μαζί με κάποιες από τις 13 διοικητικές περιφέρειες της χώρας, έχουν θέσει σε εφαρμογή ένα πρόγραμμα δημιουργίας ενός δικτύου αγκυροβολιών και συναφών υπηρεσιών για σκάφη κατά μήκος των Ελληνικών

ακτών. Οι τρεις σημαντικότερες μαρίνες της Ελλάδας και ιδιαίτερα της Αττικής είναι αυτές του Αλίμου, του Φλοίσβου και της Ζέας, με συνολική δυναμικότητα 1.800 σκάφη.

Η Ε.Τ.Α με στόχο την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και των παρεχόμενων υπηρεσιών, προκήρυξε διεθνή διαγωνισμό για την ιδιωτικοποίηση των μαρίνων αυτών, μέσω της παραχώρησης της διαχείρισης για 40 χρόνια. Η Ε.Τ.Α. συμμετέχει σε όλες τις μαρίνες με ένα ποσοστό 25% και στον διαγωνισμό συμμετείχαν τα μεγαλύτερα επιχειρηματικά οχήματα στον χώρο των κατασκευών θαλάσσιου τουρισμού και αναψυχής.

Να αναφερθεί σε γενικές γραμμές πως από τους 78 σημαντικούς τουριστικούς λιμένες οι 20 βρίσκονται σε λειτουργία με ποσοστό 26 % και είναι υπό κατασκευή με ποσοστό 49%. Επίσης, από τους τουριστικούς λιμένες που βρίσκονται σε λειτουργία, οι 7 βρίσκονται στην περιφέρεια της Αττικής, 3 βρίσκονται στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, 1 βρίσκεται στην περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, 2 βρίσκονται στην περιφέρεια Πελοποννήσου, 1 βρίσκεται στην περιφέρεια Ιονίων Νησιών και τέλος 1 βρίσκεται στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου.

Τέλος, μια χώρα όπως η Ελλάδα με τόσο μεγάλο αριθμό λιμένων απαιτεί ένα καλό δίκτυο θαλάσσιων μεταφορών. Η ποιότητα των θαλάσσιων μεταφορών, επιβατών και οχημάτων, ειδικά μικρών αποστάσεων, όπως είναι αυτές εντός της Ελλάδος, εξαρτάται καθοριστικά από τρεις σημαντικές παραμέτρους: από την ποιότητα και το μέγεθος του στόλου, από την ικανότητα και την ποιότητα του προσωπικού και τέλος από την ποιότητα των λιμενικών εγκαταστάσεων.

Η ποιότητα και το μέγεθος των πλοίων αναμφισβήτητα έχουν βελτιωθεί εντυπωσιακά, ιδιαίτερα τις τελευταίες δεκαετίες, προσεγγίζοντας υψηλά δεδομένα. Οι ναυτιλιακές εταιρείες της ακτοπλοΐας στη διάρκεια αυτών των τελευταίων δεκαετιών, έχουν επιτύχει θεαματικά αποτελέσματα σε αυτόν τον τομέα. Αυτό ακριβώς αποδεικνύεται από την ικανότητα και τις γνώσεις των Ελλήνων ναυτικών, που είναι ευρέως γνωστές.

Συνεπώς, μια χώρα σαν την Ελλάδα, είναι υποχρεωμένη να αφοσιωθεί άρδην στον θαλάσσιο τουρισμό, ώστε να εκμεταλλευτεί όσο το δυνατόν καλύτερα γίνεται τον φυσικό της πλούτο, αφού, ο ίδιος απαιτεί υποδομές υψηλού επιπέδου προκειμένου να ικανοποιήσει τους επισκέπτες – τουρίστες της χώρας.

Κεφάλαιο 2: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας – Γενικά χαρακτηριστικά

Ένας πολύ σημαντικός κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού είναι αυτός της κρουαζιέρας. Πολλοί είναι εκείνοι που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους μέσω των κρουαζιερόπλοιων εδώ και πάρα πολλά χρόνια. Είναι γεγονός πως ειδικά τα τελευταία χρόνια αυτή η τάση ολοένα και αυξάνεται. Η κρουαζιέρα λοιπόν, αποτελεί πλέον έναν κυρίαρχο παράγοντα της τουριστικής βιομηχανίας με εκατομμύρια επιβάτες κάθε χρόνο και την Ελλάδα να κατέχει περίοπτη θέση στον τομέα αυτό.

2.1: Ορισμός της κρουαζιέρας

Το **κρουαζιερόπλοιο**, που προέρχεται από τον αγγλικό όρο **cruise ship**, ανήκει στην ειδική κατηγορία των επιβατηγών πλοίων που πραγματοποιούν **κρουαζιέρες** (δηλαδή κυκλικά περιηγητικά ταξίδια), βάσει επιμελούς προγράμματος λιμένων προσέγγισης, χωρίς όμως να εκτελούν συγκοινωνιακή γραμμή, ενώ ο ναύλος τους καθορίζεται ελεύθερα, ο οποίος περιλαμβάνει διαμονή, ξενάγηση, τροφοδοσία και ψυχαγωγία. Αξίζει να αναφερθεί πως τις τελευταίες δεκαετίες διαπιστώνεται μια συνεχής αύξηση πραγματοποίησης τέτοιου είδους ταξιδιών, που έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της ιδιαίτερης ναυτιλίας και επιχειρηματικής δραστηριότητας στον χώρο αυτό.

Ωστόσο, σε γενικές γραμμές, τα κρουαζιερόπλοια προσφέρουν ιδιαίτερες ανέσεις, τόσο ως προς τους χώρους της διαμονής των επιβατών, από άποψη εμφάνισης, διακόσμησης, εξοπλισμών και παροχής υπηρεσιών, όσο και ως προς το ίδιο το προσωπικό του πλοίου, το οποίο είναι το πολυπληθέστερο από οποιονδήποτε άλλο τύπο πλοίων, που προσφέρει συνήθως ξενοδοχειακές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, με κέντρα ψυχαγωγίας, (τηλεόραση, κινηματογράφο, θέατρο, κλαμπ, βιβλιοθήκη, καζίνο κ.λπ.) και χώρους άθλησης (γυμναστήρια, μικρά γήπεδα, κολυμβητήρια), εστιατόρια μέχρι και παροχή ιατρικής βοήθειας με διάθεση ελικοδρομίου. Για όλα αυτά τα παραπάνω στοιχεία, δεν θα πρέπει να θεωρείται υπερβολικό όταν τα πλοία αυτά αποκαλούνται "*πλωτά ξενοδοχεία*" και τα υπερβολικά πολυτελή κρουαζιερόπλοια "*πλωτά ανάκτορα*".

Επιπρόσθετα, αξίζει να αναφερθεί πως τα κρουαζιερόπλοια χαρακτηρίζονται πλέον συναλλαγατοφόρα για την εθνική οικονομία της χώρας, τα οποία φέρουν την σημαία. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατέχει διεθνώς εξέχουσα θέση στον τομέα αυτό, με τον υπό ελληνική σημαία, αλλά και τον ελληνόκτητο εμπορικό στόλο των κρουαζιερόπλοιών της, των διαφόρων εταιρειών που έχουν αποκτήσει παράδοση και άριστη εμφάνιση στον κλάδο αυτό.

Πιο ειδικά, και κάνοντας μια αναδρομή στο παρελθόν, η πρώτη διεθνής ελληνική «καμπάνια» για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στο Αιγαίο έγινε στη δεκαετία του 1950 όταν ο Βασιλεύς Παύλος και η Βασίλισσα Φρειδερίκη κάλεσαν όλους τους βασιλικούς Οίκους της Ευρώπης σε Αιγιοπελαγίτικη κρουαζιέρα με κρουαζιερόπλοιο που παραχώρησε δωρεάν η εταιρεία Ποταμιάνου. Σήμερα περιοχές που προσελκύουν ιδιαίτερα τα κρουαζιερόπλοια, είναι η Μεσόγειος Θάλασσα το καλοκαίρι και η Καραϊβική τον χειμώνα⁶.

Πιο αναλυτικά τώρα, οι κρουαζιέρες αποτελούν οργανωμένες περιηγήσεις με ειδικά διαμορφωμένα πλοία. Τα κρουαζιερόπλοια είναι πρακτικά πλωτά ξενοδοχεία, που βρίσκονται σε κίνηση, δίνοντας τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες τους να πραγματοποιούν επισκέψεις και εκδρομές στα διάφορα λιμάνια που προσεγγίζουν. Ωστόσο, εντός του πλοίου προσφέρονται ποικίλες υπηρεσίες διασκέδασης, άθλησης, φαγητού, αγορών έως και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης. Οι κρουαζιέρες διακρίνονται ανάλογα με τη διάρκεια σε μονοήμερες ή πολυήμερες, ανάλογα με τον προορισμό σε εγχώριες, διεθνείς, υπερατλαντικές κλπ. (Βελισσαρίου Ε., 2000). Λιγότερο σημαντικές είναι οι τοπικές, μονοήμερες κρουαζιέρες που αποτελούν για πολλούς θαλάσσιες εκδρομές.

Επίσης, η κρουαζιέρα έχει την ικανότητα να συνδυάζει την ψυχαγωγία του επιβάτη πάνω στο κρουαζιερόπλοιο με την δυνατότητα επίσκεψης του σε ένα ή και περισσότερα δημοφιλή λιμάνια, ικανοποιώντας έτσι την ανάγκη τους για γνωριμία με νέους τόπους και πολιτισμούς. (Μυλωνόπουλος, 2004 α:108-111 από Μυλωνόπουλος Δ., Μοίρα Π., 2005).

Εστιάζοντας τώρα και πάλι στην Ελλάδα, πρέπει να αναφερθεί πως ως τουριστικός προορισμός, αποτελεί έναν από τους ιδανικότερους προορισμούς για την πραγματοποίηση της κρουαζιέρας, αφού υπάρχουν πολλά και ενδιαφέροντα μέρη που πληρούν όλες τις προδιαγραφές για τις κατάλληλες στάσεις των επιβατών. Τέτοια μέρη στην Ελλάδα είναι οι σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι, τα μνημεία και τα

⁶Μυλωνόπουλος Ν. Δημήτρης, «Ναυτιλία: Έννοιες – Τομείς – Δομές», Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2004

μουσεία, οι εκκλησίες, οι παραδοσιακοί οικισμοί, οι κήποι, αλλά και άλλα πολλά στοιχεία που θα παρακινήσουν τον υποψήφιο επισκέπτη να πραγματοποιήσει κρουαζιέρα στην Ελλάδα. Για αυτόν ακριβώς το λόγο, στην Ελλάδα υπάρχει πληθώρα εταιρειών που διοργανώνει κρουαζιέρες καθ' όλη τη διάρκεια το έτους.

Πιο αναλυτικά, *οι πολυήμερες κρουαζιέρες* μπορούν να καταταχθούν σε τέσσερις ομάδες:

1. **Στις εγχώριες**, που περιλαμβάνουν στάσεις στα ελληνικά νησιά, κυρίως σε Μύκονο, Ρόδο και Σαντορίνη, καθώς και στο καθιερωμένο πλέον Κουσάντασι της Τουρκίας. Η διάρκεια τους ανέρχεται μέχρι και τις δέκα ημέρες.

2. Σε αυτές με προορισμούς της **NA Μεσογείου** (Ελλάδα, Κύπρος, Μέση Ανατολή, Ισραήλ) που έχουν διάρκεια περίπου έντεκα ημέρες. Στο πλαίσιο των διαδρομών αυτών εντάσσονται και ξεναγήσεις στο Νείλο, στους Άγιους Τόπους και αλλού.

3. Στις κρουαζιέρες στη **δυτική Μεσόγειο** (Ιταλία, Ισπανία, Κανάρια νησιά) που έχουν διάρκεια μέχρι δέκα ημέρες.

4. Στις **υπερατλαντικές κρουαζιέρες**, με προορισμούς κυρίως την Καραϊβική, τις ΗΠΑ και το Μεξικό.

Επιπρόσθετα, ένα σύγχρονο κρουαζιερόπλοιο έχει τη δυνατότητα να προσφέρει στον επιβάτη θάλασσα, ήλιο, ψυχαγωγία και υπηρεσίες που δραστηριοποιούνται από την απλή θαλάσσια μεταφορά που προσφέρει το επιβατηγό πλοίο (Μυλωνόπουλος, 2004:108 από Μυλωνόπουλος Δ., Μοίρα Π., 2005). Αυτό που προκαλεί εντύπωση τώρα και που είναι και το κυρίαρχο χαρακτηριστικό στις κρουαζιέρες είναι η ξενοδοχειακή λειτουργία του πλοίου, αφού μπορεί και προσφέρει υπηρεσίες ξενοδοχειακού τύπου και οι εργαζόμενοι σε αυτό έχουν ειδικότητες αντίστοιχες των σύγχρονων ξενοδοχειακών μονάδων. Η ειδοποιός διαφορά του κρουαζιερόπλοιου από το γνωστό και κλασικό σε όλους μας ξενοδοχείο, έγκειται στο γεγονός ότι αυτό λόγω της ικανότητας πλεύσης του, μπορεί να μετακινείται γεωγραφικά για να ανταποκρίνεται στην εκάστοτε ζήτηση κλινών.

Επίσης, ο επιβάτης ενός κρουαζιερόπλοιου έχει τη δυνατότητα και την ευκαιρία να επισκεφθεί πολλούς προορισμούς και διαφορετικούς πολιτισμούς, σε ένα και μόνο του ταξίδι, σε αντίθεση με κάποιον που θα κάνει κράτηση σε ένα ξενοδοχείο για παράδειγμα ενός συγκεκριμένου νησιού. Αυτός ο τουρίστας θα έχει την δυνατότητα να γνωρίσει αποκλειστικά και μόνο το μέρος στο οποίο θα διαμείνει.

Η έντονη εξέλιξη της κρουαζιεροπλοΐας, έχει καταστήσει σήμερα ιδιαίτερα προσιτή την κρουαζιέρα σε όλα σχεδόν τα κοινωνικά στρώματα, αφού δεν μπορεί να χαρακτηριστεί από έναν συγκεκριμένο τύπο ανθρώπου που πραγματοποιεί συχνά ταξίδια με τα κρουαζιερόπλοια. Πλέον, όλοι μπορούν να απολαύσουν τις κρουαζιέρες, ανεξαρτήτως ηλικίας και οικονομικής κατάστασης, αφού έχουν παύσει να επικρατούν οι στερεότυπες αντιλήψεις, ότι η κρουαζιέρα συνδέεται με την «Τρίτη ηλικία» και ότι αποτελεί μοναδικό προνόμιο των πλουσίων για να τις πραγματοποιήσουν. Η κρουαζιέρα πλέον είναι προσιτή σε όλες τις ηλικίες.

Έτσι, οι κρουαζιέρες άρχισαν να γίνονται περισσότερο προσιτές και στα ευρύτερα κοινωνικά στρώματα και όχι μόνο στην ανώτερη οικονομικά τάξη, με την προσφορά κρουαζιέρων μικρότερης διάρκειας, με λιγότερα χρήματα, με πληθώρα τουριστικών πακέτων και συνεπώς με την δυνατότητα επιλογών. Δηλαδή, η μέση διάρκεια της κρουαζιέρας, μειώθηκε αισθητά, καθώς με μέσο εισόδημα, αναζητούσαν ολιγοήμερες κρουαζιέρες με πολύ χαμηλότερο κόστος από αυτό που ίσχυε παλαιότερα. (Μυλωνόπουλος Δ., Μοίρα Π., 2005)

Επιπλέον, δεν πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός, πως πολλοί είναι αυτοί που συζητούν για την απελευθέρωση της κρουαζιέρας και κατ' επέκταση για την απελευθέρωση των ελληνικών θαλασσών. Οι μεγάλες εταιρείες, όπως είναι οι κολοσσοί Royal Caribbean Cruises, Costa, Holland America, Queen Star, V Ships, Sea Born, MSC Cruises, και άλλοι πιέζουν εδώ και δύο τουλάχιστον δεκαετίες να τους επιτραπεί το δικαίωμα να πραγματοποιούν κρουαζιέρες από ελληνικά λιμάνια και κυρίως από τον Πειραιά, με δικαίωμα και επιβίβασης και αποβίβασης τουριστών, δικαίωμα που έχουν τα κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία και με Κοινοτική σημαία.

Ωστόσο, οι τουριστικοί παράγοντες υποστηρίζουν ότι θα έρχονται κάθε χρόνο 5 εκατομμύρια τουρίστες και θα εισάγονται περίπου 1,2 δις ευρώ από τις κρουαζιέρες. Βέβαια, τα κοινοτικά πλοία που επιχείρησαν να κάνουν κρουαζιέρες από τον Πειραιά, αντιμετώπισαν την αδιάλλακτη στάση της Πανελληνίας Ναυτικής Ομοσπονδίας, που αξίωσε και το επέτυχε να ναυτολογηθούν και στα πλοία αυτά Έλληνες ναυτικοί.

Τέλος, να σημειωθεί πως η κρουαζιέρα παγκοσμίως προσελκύει 11.000.000 πελάτες το χρόνο με 3,2 εκατομμύρια να προέρχονται από την γρήγορα αναπτυσσόμενη Ευρωπαϊκή αγορά. Οι δυνατότητες απασχόλησης θα αυξηθούν τόσο για τους Έλληνες ναυτικούς όσο και για μια νέα σειρά επαγγελματιών (ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη, τροφοδότες πλοίων και άλλα), όπως έγινε για

παράδειγμα και στη γειτονική Ιταλία. Έτσι, υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον από τις μεγάλες εταιρείες κρουαζιέρας να εγκατασταθούν σε ελληνικά λιμάνια (άμεσα στον Πειραιά και το Ηράκλειο και στη συνέχεια θα ακολουθήσουν και άλλα εναλλακτικά όπως στη Θεσσαλονίκη). Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Μεσόγειο αναμένεται να είναι ραγδαία και στα επόμενα χρόνια θα αρχίσει να πλησιάζει και την Καραϊβική. Οι προσεγγίσεις πλοίων θα αυξηθούν στο σύνολο της χώρας, αφού δεν θα υπάρχουν πια μεγάλες αποστάσεις από τα Home Ports. Έτσι, τα δρομολόγια των κρουαζιερόπλοιων θα μπορούν να προγραμματίζουν πολύ περισσότερες προσεγγίσεις και σε περισσότερα ελληνικά λιμάνια.

2.2: Ιστορική αναδρομή της κρουαζιέρας

Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το γεγονός πως η κρουαζιέρα είναι γνωστή από την αρχαιότητα ως ένα είδος αναψυχής κυρίως για τις ανώτερες οικονομικά τάξεις. Στη διαδρομή του χρόνου τα χαρακτηριστικά της κρουαζιέρας, κοινωνικά και χωρο-χρονικά, μεταβλήθηκαν άρδην. Σήμερα, η κρουαζιέρα αποτελεί σημαντικό τομέα του θαλάσσιου τουρισμού που προσελκύει εκατομμύρια επιβάτες το χρόνο.

Πιο ειδικά, ήδη από την αρχαιότητα οι παράκτιες περιοχές προσέλκυαν τον άνθρωπο, καθώς αποτελούσαν το επίκεντρο των δραστηριοτήτων τους που σχετίζονταν με την τροφοδοσία τους, όπως ήταν για παράδειγμα η αλιεία. Εκτός όμως από αυτόν το λόγο, οι παράκτιες περιοχές εξελίχθηκαν σε σημαντικό προορισμό με σκοπό τα ταξίδια αναψυχής. Η σχέση τους με το θαλασσινό κόσμο προσδίδει την αξία του μηνύματος που μεταφέρει τη γοητεία της θάλασσας. Το θαλάσσιο στοιχείο είναι πηγή έμπνευσης και προκαλεί συμπεριφορές που κλιμακώνονται από τον φόβο μέχρι τα όνειρα ευτυχίας σε μια αναζήτηση του απείρου.

Έτσι, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η κρουαζιέρα μπορεί και συνδέει την ψυχαγωγία του επιβάτη στο κρουαζιερόπλοιο, με την επίσκεψή του σε ένα ή περισσότερα κοσμοπολίτικα λιμάνια, ικανοποιώντας την ανάγκη για γνωριμία με νέους τόπους και επαφή με άλλους πολιτισμούς. Η κρουαζιέρα είναι αμιγής δραστηριότητα αναψυχής.

Πιο συγκεκριμένα, η θαλάσσια περιήγηση δεν αποτελεί φαινόμενο της σύγχρονης εποχής, αλλά αντιθέτως είναι ιστορικά αποδεδειγμένο πως από την αρχαιότητα κιόλας, υπήρχαν πλοία που χρησιμοποιούνταν κυρίως για ψυχαγωγικούς λόγους. Ένα από τα πιο γνωστά πλοία της τότε εποχής ήταν το γνωστό «Συρακουσία», το οποίο κατασκευάστηκε για τον Ιέρωνα (268-214 π.Χ.), τον τύραννο των Συρακουσών. Το πλοίο φέρεται ότι σχεδιάστηκε από τον Κορίνθιο Αρχία υπό τις οδηγίες του Αρχιμήδη και ναυπηγήθηκε από τον Φιλέα. Στη συνέχεια, ο Ιέρωνας δώρισε το πλοίο στον Πτολεμαίο της Αιγύπτου, ο οποίος το μετονόμασε σε «Αλεξανδρίδα». Πιο ειδικά, το πλοίο αυτό ήταν πολυτελέστατο, καθώς διέθετε 30 ολόκληρα δωμάτια, ναό της Αφροδίτης, βιβλιοθήκη με αναγνωστήριο και πελώριο κήπο.

Επίσης, η Κλεοπάτρα της Αιγύπτου διέθετε πολυτελή θαλαμηγό. Συγκεκριμένα, αναφέρεται πως οι Πτολεμαίοι είχαν περίπου 800 θαλαμηγά πλοία που ήταν πολυτελέστατα, τα οποία μπορούν να θεωρηθούν ως οι πρόδρομοι των σύγχρονων θαλαμηγών και τουριστικών πλοίων.

Κατά τη Ρωμαϊκή περίοδο τώρα, οι Ρωμαίοι πολίτες επισκέπτονταν ομαδικά αρχαίες ελληνικές πόλεις (Αθήνα, Κόρινθο, Ρόδο), με ειδικά ναυλωμένα πλοία, για να παρακολουθήσουν διάφορα θεάματα ή θρησκευτικές εορτές ή ακόμα και για ανάπαυση. Ιδιαίτερα στην Κόρινθο, κατέπλεαν πλούσιοι έμποροι από τα τότε γνωστά σημεία της γης, για να πραγματοποιήσουν τις εμπορικές συναλλαγές τους και παράλληλα τις διακοπές τους. Είναι γνωστή η φράση «ου παντός πλειν ες Κόρινθον» που αποδίδει τη σημασία που είχε η θαλάσσια περιήγηση για τους εύπορους της εποχής εκείνης.

Οι Ρωμαίοι αυτοκράτορες και πατρίκιοι πραγματοποιούσαν περιηγήσεις με πολυτελή επιβατηγά πλοία τύπου *Victoriae* και *Orariae*. Γνωστές περιηγήσεις της ρωμαϊκής περιόδου είναι αυτή του Ρωμαίου ύπατου Γερμανικού στην Αδριατική και στο Ιόνιο, καθώς και του Νέρωνα, ο οποίος περιηγήθηκε στην Ελλάδα και έλαβε μέρος στα Πύθια, στα Ίσθμια, στα Νέμεα και στα Ολύμπια.

Στη διάρκεια του 15ου αιώνα, η Βενετία οργάνωσε κατά συστηματικό τρόπο την ομαδική θαλάσσια περιήγηση, στην προσπάθειά της να διακινήσει τους προσκυνητές προς τους Αγίους Τόπους. Μάλιστα, υπήρξε τόσο μεγάλο το ενδιαφέρον της Βενετίας για τη θαλάσσια περιήγηση, ώστε θέσπισε ειδικούς κανόνες για την εφαρμογή της ασφαλούς ναυσιπλοΐας. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την περίοδο αυτή να δημιουργηθούν τουριστικές επιχειρήσεις με έδρα τη Βενετία που λειτουργούσαν πρακτορεία σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης, με σκοπό τη συγκέντρωση ταξιδιωτών-προσκυνητών και τη διακίνησή τους στους Άγιους Τόπους.

Στη συνέχεια, τον 17ο αιώνα, η πορεία της θαλάσσιας περιήγησης, αποκτά νέα μορφή, κυρίως με την εμφάνιση των Άγγλων περιηγητών, που συνδυάζει την ψυχαγωγία με την αρχαιολατρία και γενικότερα την ιστορική έρευνα. Κατά την περίοδο αυτή, ο ομαδικός χαρακτήρας της θαλάσσιας περιήγησης απουσιάζει και επικρατεί η θαλάσσια περιήγηση των μεμονωμένων ατόμων ή των μικρών ομάδων, ειδικότερα στην περιοχή της Μεσόγειου Θάλασσας.

Από τότε έως και σήμερα, η Μεσόγειος αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες περιοχές προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων, μαζί βέβαια με την Καραϊβική και τελευταία τη Βαλτική θέση της Μεσογείου. Στην αγορά της κρουαζιεροπλοΐας,

ενισχύεται λόγω των φυσικών και πολιτισμικών δεδομένων μεσογειακής λεκάνης, εκτείνεται σε περίπου 2200 μίλια, από το Γιβραλτάρ στη Μαύρη Θάλασσα και στο Σουέζ. Είναι το λίκνο του Ελληνικού, Ρωμαϊκού, και Αιγυπτιακού Πολιτισμού που αναπτύχθηκε σε ένα ευνοϊκό κλιματολογικό χώρο και σύγχρονων αναφορών.

Δηλαδή, με άλλα λόγια η ιδέα της κρουαζιεροπλοΐας να ταξιδεύει κάποιος με πλοίο για αναψυχή και όχι απλά και μόνο για συγκοινωνιακούς λόγους, αποδίδεται στον Arthur Anderson, έναν από τους ιδρυτές της εταιρείας Peninsular and Oriental Steam Navigation Company, που έγινε γνωστή στο χώρο της ναυτιλίας ως P & O.

Συγκεκριμένα, το 1835, ο Anderson πρότεινε μια κρουαζιέρα από την Αγγλία προς τα νησιά Φερόες και στις ακτές της Ισπανίας με σκοπό την απόλαυση του ήλιου στη διάρκεια των χειμερινών μηνών. Έτσι, το 1844 η P & O επέκτεινε τις κρουαζιέρες στη Μεσόγειο θάλασσα. Στις επόμενες δεκαετίες, αυτό είχαν σαν αποτέλεσμα οι κρουαζιέρες να πραγματοποιούνται και σε άλλες θαλάσσιες περιοχές.

Επιπροσθέτως, στη δεκαετία του 1860, η ναύλωση και η διαχείριση των πλοίων για κρουαζιέρα επεκτάθηκε. Το κύριο χαρακτηριστικό της ήταν η πολύμηνη διάρκεια και το υψηλό οικονομικό επίπεδο της πελατείας τους. Οι ταξιδιώτες διέθεταν άφθονο χρόνο και πλούτο και ταξίδευαν κυρίως για λόγους υγείας και όχι τόσο για να επισκεφθούν τα λιμάνια. Η κρουαζιέρα εκείνη την εποχή χαρακτηριζόταν κυρίως για την απόλαυση του ταξιδιού και όχι για τη γνωριμία των τόπων.

Έτσι το έτος 1868, το ατμόπλοιο «Quaker City», με χωρητικότητα 1.900 κ.ο.χ. πραγματοποίησε την πρώτη κρουαζιέρα από τις Η.Π.Α. στη Μεσόγειο θάλασσα. Το 1881, το ατμόπλοιο «Ceylon» της P & O πουλήθηκε στην Oceanic Yachting Company, η οποία το μετέτρεψε σε πλοίο αναψυχής. Η εταιρεία Orient Line of London σε συνεργασία με την εταιρεία Pacific Steam Navigation Co, καθιέρωσαν τα πρώτα προγράμματα κρουαζιέρας προς την Νορβηγία το 1889 και προς τη Μεσόγειο θάλασσα το 1893.

Ακόμα, πολλές φορές λόγω της εποχικότητας και λόγω της έλλειψης πελατείας, τα επιβατηγά πλοία συνήθιζαν να λειτουργούν και ως κρουαζιερόπλοια. Έτσι, ο Albert Ballin, που διηύθυνε την επιβατική γραμμή που συνέδεε το Αμβούργο με την Αμερική, για να αντιμετωπίσει την απραξία των πλοίων στην διατλαντική αυτή γραμμή λόγω έλλειψης επιβατών, έστειλε το πλοίο «Augusta Victoria» (κατασκευής του 1889 και χωρητικότητας 7.661 κ.ο.χ.) σε κρουαζιέρα στη Μεσόγειο Θάλασσα κατά τη διάρκεια του χειμώνα του έτους 1891. Το 1895, το «Lusitania» (3.877 κ.ο.χ.)

πραγματοποίησε μια πολυτελή κρουαζιέρα 60 ημερών προς τις Δυτικές Ινδίες, τη Μαδέρα, την Τενερίφη και τις Αζόρες.

Στη συνέχεια, το 1912, το φημισμένο κρουαζιερόπλοιο σε όλους μας «*Τιτανικός*», ενώ διέσχισε τον Ατλαντικό, συγκρούστηκε με ένα παγόβουνο. Όταν κατασκεύασαν τα σαλόνια, τις σουίτες και τις τραπεζαρίες της πρώτης θέσης, οι υπεύθυνοι της White Star, δεν είχαν παρά ένα πράγμα στο μυαλό τους: πώς να φτιάξουν τα έπιπλα καλύτερα και από τα πιο μεγάλα και πολυτελή ξενοδοχεία του Λονδίνου και της Νέας Υόρκης εκείνης της εποχής. Και πράγματι έτσι έγινε, αφού ο «*Τιτανικός*» διαμορφώθηκε σε πολυτελές καράβι που η κάθε σουίτα του στοίχιζε 14.000.000 δρχ. τότε για ταξίδι 6 ημερών.

Ο «*Τιτανικός*» ήταν και θα είναι το μεγαλύτερο και το πιο πολυτελές κρουαζιερόπλοιο όλων των εποχών. Ειδικότερα, τα σαλόνια του πλοίου ήταν έτσι διαμορφωμένα, ώστε οι επιβάτες να είναι ευχαριστημένοι, όχι μόνο από την ομορφιά, αλλά και από την υπηρεσία του καραβιού. Αλλά, ο «*αβύθιστος κολοσσός*» αποδείχτηκε οικτρά ανεπαρκής. Είχε μήκος έξι σχεδόν φορές μεγαλύτερο από το ύψος του «*Αγάλματος της Ελευθερίας*», και ο *Τιτανικός* είχε σχεδιαστεί έτσι, ώστε να μην πάθει τίποτα, ακόμα και αν πλημμύριζαν και τα 4 από τα 16 στεγανά διαμερίσματά του.

Μετά το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου, αυξήθηκε ο αριθμός των πλοίων που χρησιμοποιούνταν στην κρουαζιεροπλοΐα, λόγω της αλλαγής της μεταναστευτικής πολιτικής των Η.Π.Α. Έτσι, η χώρα αυτή έθεσε αυστηρούς περιορισμούς για την είσοδο των μεταναστών στην επικράτειά της. Αποτέλεσμα αυτής της πολιτικής, ήταν η αλλαγή της χρήσης των επιβατηγών πλοίων, τα οποία προκειμένου να παραμείνουν ενεργά και να αντιμετωπίσουν την έλλειψη των επιβατών, χρησιμοποιήθηκαν ως κρουαζιερόπλοια.

Επιπροσθέτως, στη δεκαετία του 1930, οι καμπίνες στα πλοία αναψυχής αποκτούν ιδιαίτερους χώρους υγιεινής. Το 1933, κατασκευάστηκε το πλοίο «*Monarch of Bermuda*» με ιδιαίτερους χώρους υγιεινής σε όλες τις καμπίνες. Τη δεκαετία αυτή, το πλέον γνωστό κρουαζιερόπλοιο υπήρξε το «*Arandora Star*» της Blue Star Lines. Το πλοίο αυτό, ήταν ένα από τα πέντε πλοία της εταιρείας που παρείχαν υπηρεσίες στους επιβάτες και στο εμπόριο στη γραμμή Λονδίνο- Νότια Αμερική. Μετατράπηκε από επιβατηγό και εμπορικό πλοίο με χωρητικότητα 12.898 κ.ο.χ. και ικανό να εξυπηρετεί 164 επιβάτες, με χωρητικότητα 15.501 κ.ο.χ. και ικανό να εξυπηρετεί 400 τουρίστες. Το «*Arandora Star*», είχε μια επιτυχημένη σταδιοδρομία ως κρουαζιερόπλοιο, ήταν γνωστό ως «*Chocolate Box*» που μετέφερε τους πλούσιους

και τους διάσημους της τότε εποχής. Η τελευταία του κρουαζιέρα έγινε το 1939 και κατά τη δεκαετή δράση του πραγματοποίησε 120 ταξίδια (ένα στη Βαλτική, ένα στον Ινδικό ωκεανό, 6 στις δυτικές Ινδίες, 12 στα Κανάρια νησιά, 56 στη Μεσόγειο και 44 στα Νορβηγικά φιόρδ). Παρόλα αυτά, βυθίστηκε κατά τη διάρκεια του πολέμου, το 1940.

Τα κρουαζιερόπλοια της περιόδου από το 1860 έως το 1960, δεν διέφεραν σημαντικά από τα επιβατηγά πλοία, ως προς την κατασκευή και ως προς την παροχή υπηρεσιών. Η νέα εποχή της κρουαζιέρας τώρα, αρχίζει τη δεκαετία του 1960, όταν το πλοίο ως μέσο μεταφοράς επιβατών μεταξύ Αμερικής και Ευρώπης, αρχίζει να αντικαθίσταται από το αεροπλάνο. Οι πλοιοκτήτες, προκειμένου να αξιοποιήσουν οικονομικά τα επιβατηγά πλοία, προβαίνουν στη μετασκευή τους σε κρουαζιερόπλοια. Στην προσπάθειά τους αυτή όμως, αντιμετώπισαν προβλήματα, καθώς τα πλοία δεν διέθεταν αερισμό, ανοικτούς χώρους και άλλες ευκολίες για την εξυπηρέτηση των διαφόρων τουριστών.

Ο κλιματισμός απουσίαζε από τα πλοία μέχρι τη δεκαετία του 1950. Χαρακτηριστικό κρουαζιερόπλοιο αυτής της εποχής είναι το «Mardi Gras», το πρώην «Empress of Canada», ναυπηγημένο το 1961, που είναι και το πρώτο πλοίο της εταιρείας Carnival Cruise Lines. Πιο ειδικά, το πλοίο αυτό μετέφερε 906 επιβάτες και έπλεε με ταχύτητα 21 κόμβους. Στην αρχή της έναρξής του, παρείχε επταήμερη κρουαζιέρα, αλλά αργότερα παρείχε τριήμερη και τετραήμερη κρουαζιέρα στις Μπαχάμες με αφετήριο λιμάνι το Canaveral στη Φλώριδα.

Τα κρουαζιερόπλοια «*πρώτης γενιάς*» (1960-1980), ήταν μικρότερα από τους απογόνους τους και μετέφεραν λιγότερους από χίλιους επιβάτες. Η κατασκευή τους στηρίχθηκε στα επιβατηγά πλοία της δεκαετίας του 1960, με μια μικρή αύξηση στους χώρους ενδιάιτησης των επιβατών.

Στη δεκαετία του 1970, τα κρουαζιερόπλοια άρχισαν να λειτουργούν ως χώροι παροχής υπηρεσιών τουριστικού χαρακτήρα με πεδίο δράσης την Καραϊβική και με πελάτες προερχόμενους από τη Βόρεια Αμερική. Τα κρουαζιερόπλοια σχεδιάστηκαν με ανοικτούς χώρους-καταστρώματα για να υποδεχθούν αθλητικές δραστηριότητες, όπως τένις, πισίνες και άλλα.

Σκανδιναβικές και Ευρωπαϊκές εταιρείες ασχολήθηκαν με την εξερεύνηση της αγοράς της Καραϊβικής. Εταιρείες όπως η Norwegian Caribbean, Royal Caribbean, Royal Viking, Holland America, Carnival Cruises και Princess Cruises, άρχισαν να δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

Τη διαχείριση των περισσότερων κρουαζιερόπλοιων «*πρώτης γενιάς*» ανέλαβαν επιχειρηματίες, νέοι στην τουριστική βιομηχανία. Εξαίρεση σε αυτό τον κανόνα αποτέλεσαν οι εταιρείες P & O, Cunard και Chandris Lines.

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί πως το κρουαζιερόπλοιο βρέθηκε στο επίκεντρο του τουριστικού ενδιαφέροντος κυρίως στις αρχές της δεκαετίας του 1980, οπότε και άρχισαν να κατασκευάζονται νέα πλοία που ήταν ειδικά σχεδιασμένα για ταξίδια με κρουαζιέρες. Σε αυτό όμως, βοήθησαν οι «επιθετικές» διαφημιστικές εκστρατείες, τα προγράμματα και οι τηλεοπτικές ταινίες, όπως το γνωστό «*Πλοίο της αγάπης*» (Love Boat), που άρχισαν να προβάλλονται και να διαμορφώνουν μια ελκυστικότερη εικόνα για τις κρουαζιέρες. Αυτή η αύξηση της ζήτησης για κρουαζιέρες ενθάρρυνε τις εταιρείες να ναυπηγήσουν πλοία μεγαλύτερης χωρητικότητας. Τα πλοία αυτά ανήκουν στη «*δεύτερη γενιά*» κρουαζιερόπλοιων.

Για τα πλοία τώρα της «*δεύτερης γενιάς*», υιοθετήθηκε από την εταιρεία Holland America η ονομασία Ocean Liners. Χαρακτηριστικό πλοίο αυτής της γενιάς είναι το «*Tropicale24*» που ναυπηγήθηκε στη Δανία το 1981 για λογαριασμό της εταιρείας Carnival Cruise Lines, με χωρητικότητα 22.919 κ.ο.χ, ταχύτητα 20 κόμβους, μεταφορική ικανότητα 1.400 επιβατών και πεδίο δραστηριότητας την τουριστική αγορά των Δυτικών Ακτών των Η.Π.Α. και του Μεξικού.

Στη «*δεύτερη γενιά*» κρουαζιερόπλοιων, παρατηρείται έντονη η τάση για την αύξηση του αριθμού των εξωτερικών καμπίνων, καθώς περισσότεροι επιβάτες αναζητούν την απόλαυση της επαφής με το φυσικό περιβάλλον (ήλιο, θαλάσσια, θέα) για όλη τη διάρκεια της κρουαζιέρας. Στη δεκαετία του 1990, άρχισαν να ναυπηγούνται πλοία με μεταφορική ικανότητα περίπου 2.000 επιβατών. Πρόκειται για τη γενιά των κρουαζιερόπλοιων που είναι γνωστά για τον χαρακτηρισμό τους και ως «**μεγαθήρια**». Χαρακτηριστικά πλοία αυτής της γενιάς είναι το «*Sovereign of the Seas*» της εταιρείας Royal Caribbean, το «*Monarch of the Seas*» και το «*Majesty of the Seas*». Τα κρουαζιερόπλοια αυτά εκτελούσαν δρομολόγια στην Καραϊβική Θάλασσα για επτά ολόκληρες ημέρες.

Το «*Sovereign of the Seas*», που χαρακτηρίστηκε ως «*πλωτό εμπορικό κέντρο*», συμβολίζει και την αλλαγή στη φιλοσοφία της κρουαζιέρας από απλό ταξίδι αναψυχής σε «*αυτάρκη – πλήρη εμπειρία διακοπών*». Στη γενιά αυτή των κρουαζιερόπλοιων επικρατεί το στοιχείο της πολυτέλειας και η υψηλή διάθεση υπηρεσιών ξενοδοχειακού τύπου, δηλαδή διαμονή, εστίαση, ψυχαγωγία, ημερήσιες και νυχτερινές δραστηριότητες και ξενάγηση στα λιμάνια. Πλέον τα κρουαζιερόπλοια αρχίζουν να αποκτούν ιδιότητες ενός πολυτελέστατου ξενοδοχείου.

Ακόμα, εκείνη την εποχή οι κρουαζιέρες αποτέλεσαν έναν τομέα που εξελισσόταν με ραγδαίους ρυθμούς, που συνέβαλε αισθητά στην ανάπτυξη της οικονομίας των χωρών, όπως ήταν κυρίως στο Ηνωμένο Βασίλειο και στην υπόλοιπη Ευρώπη και αργότερα στις περιοχές της Ασίας και του Ειρηνικού. Πιο ειδικά, και μιλώντας με στατιστικά στοιχεία, τη δεκαετία του 1990, η Βόρεια Αμερική κατείχε το 72% της παγκόσμιας ζήτησης των κρουαζιέρων. Η Ευρώπη ερχόταν δεύτερη με 20%, ενώ όλος ο υπόλοιπος κόσμος είχε μόλις ένα 8%.

Εν κατακλείδι, σήμερα το καθιερωμένο μέγεθος των μεγάλων κρουαζιερόπλοιων είναι γύρω στους 70000 κ.ο.χ. με μεταφορική ικανότητα που υπερβαίνει τους 3000 επιβάτες, ενώ παράλληλα καταγράφεται η τάση γιγαντισμού των κρουαζιερόπλοιων, με κατασκευές που προσεγγίζουν τους 150000 κ.ο.χ. και 4000 επιβάτες.

Έτσι, συμπεραίνουμε από όλα τα παραπάνω, πως η ιστορία της κρουαζιέρας είναι μεγάλη, αφού έχει κάνει την εμφάνισή της εδώ και πάρα πολλά χρόνια με ποικίλους τρόπους, εξελίσσοντας σταδιακά μέσα στον χρόνο. Γνωστή κιόλας από την αρχαιότητα ως είδος αναψυχής για τις ανώτερες κυρίως τάξεις, κατάφερε να εξελιχθεί άρδην και να γίνει αυτό που είναι σήμερα, προσελκύοντας όλα τα κοινωνικά στρώματα, ανεξαρτήτως ηλικίας και εισοδήματος. Έγινε ένας από τους σημαντικότερους κλάδους που ανήκει στο θαλάσσιο τουρισμό, αποτελώντας για πάρα πολλές χώρες το κλειδί για την επιτυχία των εσόδων τους και γενικότερα της εθνικής τους οικονομίας.

2.3: Η σημασία της κρουαζιέρας για τις μεταφορές

Η κρουαζιέρα ως γνωστόν, διαφέρει από τις εμπορευματικές (γραμμές ή ελεύθερες) και από τις επιβατικές μεταφορές γραμμής, καθώς αποτελεί ξεχωριστό τμήμα των μεταφορών. Και αυτό γιατί η κρουαζιέρα περιλαμβάνει κάθε πληρωμένο ταξίδι για λόγους αναψυχής, το οποίο πραγματοποιείται πάνω στο πλοίο, του οποίου κύριος στόχος δεν είναι απλά η μεταφορά φορτίων, αλλά η ικανοποίηση των επιβατών – ταξιδιωτών και η άψογη παροχή της φιλοξενίας, σαν να βρίσκονταν σε ένα πολυτελές ξενοδοχείο. Αυτό λοιπόν είναι που την κάνει να ξεχωρίζει και να διαφέρει αισθητά από τις υπόλοιπες μεταφορικές γραμμές.

Ο τομέας της κρουαζιέρας, λοιπόν, είναι ικανός να συνδυάσει την ψυχαγωγία του επιβάτη στο πλοίο με την επίσκεψή του σε ένα ή και περισσότερα λιμάνια, ικανοποιώντας του με αυτόν τον τρόπο την ανάγκη να γνωρίσει νέους τόπους και να έρθει σε επαφή με διαφορετικούς πολιτισμούς. Η σύγχρονη κρουαζιέρα προσφέρει στον επιβάτη θάλασσα, ήλιο, ψυχαγωγία και υπηρεσίες πάνω στο πλοίο που διαφοροποιούνται αισθητά από μια απλή θαλάσσια μεταφορά ενός επιβατηγού πλοίου.⁷ Έτσι, γίνεται αντιληπτό πως η σημασία της κρουαζιέρας για τον τομέα των μεταφορών είναι ύψιστη, αφού δεν αποτελεί απλά μια μεταφορά επιβατών σε ένα μέρος, αντιθέτως συνδυάζει διακοπές εν πλω, αλλά και μεταφορά σε λιμάνια, ανακαλύπτοντας νέους πολιτισμούς.

Άλλος ένας σημαντικός λόγος που μαρτυρά τη σπουδαιότητα της κρουαζιέρας για τις μεταφορές είναι και η συμβολή της στην απασχόληση. Πιο συγκεκριμένα, πολλοί είναι εκείνοι που υπογραμμίζουν πως είναι σημαντικό να χρησιμοποιούνται τα λιμάνια ως βάση για την κρουαζιέρα (**homeporting**), αντί να χρησιμοποιούνται απλά για διελεύσεις (**transit**).

Αναλυτικότερα, και φέρνοντας ως παράδειγμα την περίπτωση των ελληνικών λιμανιών, ώστε να γίνει πιο αντιληπτή η σημασία των κρουαζιέρων, αξίζει να τονιστεί πως πολλά κρουαζιερόπλοια χρησιμοποιούν τα ελληνικά λιμάνια και κυρίως τον Πειραιά, για ολιγοήμερες επισκέψεις, η διάρκεια των οποίων κυμαίνεται μεταξύ 4 – 6 ωρών. Στην περίπτωση αυτή η μέση δαπάνη ανά επιβάτη κρουαζιέρας transit είναι 65 €.

Αντιθέτως, τα ελληνικά λιμάνια ως βάση για τις κρουαζιέρες (homeporting), αποφέρουν μεγαλύτερα έσοδα για τη χώρα, αφού ο ίδιος επιβάτης επιβιβάζεται και

⁷Μυλωνόπουλος Ν. Δημήτρης (2004) , “Ναυτιλία: Έννοιες , Τομείς , Δομές ”, Εκδόσεις Σταμούλη

αποβιβάζεται στο ίδιο ελληνικό λιμάνι. Η βασική λοιπόν διαφορά με την κρουαζιέρα transit, έγκειται στο εξής: ο επιβάτης παραμένει στον προορισμό 2 ή 3 μέρες (αντί για 4 – 6 ώρες), πριν ή μετά την κρουαζιέρα. Αυτό, όπως είναι φανερό δημιουργεί πρόσθετα έσοδα για τον προορισμό, διότι ο επιβάτης είναι υποχρεωμένος να χρησιμοποιήσει ξενοδοχεία, κινείται περισσότερο επισκεπτόμενος διάφορα μέρη στον προορισμό που βρίσκεται και έχει περισσότερο χρόνο για να κάνει και αγορές. Στην περίπτωση αυτή, λοιπόν, η μέση δαπάνη ανά επιβάτη κρουαζιέρας (homeporting), είναι 574 €. Συνεπώς, συμπεραίνουμε πως η εκμετάλλευση της κρουαζιέρας μπορεί να επιφέρει τεράστια κέρδη για τον επισκεπτόμενο προορισμό και συνολικά για τις μεταφορές.

Για τους παραπάνω λόγους πολλές κυβερνήσεις, όπως είναι και η ελληνική, προσπαθούν με κάθε μέσο να δημιουργήσουν τις κατάλληλες υποδομές, ώστε να αξιοποιήσουν όσο το δυνατόν καλύτερα τα πλεονεκτήματα που επιφέρει η κρουαζιέρα για τις μεταφορές του κάθε τόπου. Η κρουαζιέρα είναι σε θέση να αναβαθμίσει το εγχώριο τουριστικό προϊόν και να προσφέρει σημαντικά έσοδα, δίνοντας ώθηση στις τοπικές αγορές και την εθνική οικονομία γενικότερα.

Η κρουαζιέρα είναι ένας δυναμικός τομέας της οικονομίας της Ελλάδας και η ανάπτυξή της αποτελεί κορυφαία πολιτική επιλογή. Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα μετά από πολλές δεκαετίες ύφεσης παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον. Χρειάζεται ένας συνολικός σχεδιασμός που να είναι ικανός να στηρίζει την ανάγκη αύξησης του αριθμού homeporting, μια ολοκληρωμένη προσέγγιση σε κυβερνητικό επίπεδο και τελευταίο και πιο σημαντικό, ένα στρατηγικό σχέδιο για μια πολιτική ανάπτυξης λιμένων κρουαζιέρας. Αναμφίβολα λοιπόν, η σημασία της κρουαζιέρας για τις μεταφορές είναι υπέρογκη.

Κεφάλαιο 3: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο – Γενικά στοιχεία

Ο κλάδος της κρουαζιέρας, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένας σύγχρονος και γρήγορα επεκτεινόμενος παγκόσμιος κλάδος. Κατά τη διάρκεια της τρέχουσας δεκαετίας αναπτύσσεται με ραγδαία βήματα και προσφέρει νέες ταξιδιωτικές περιπέτειες στους υποψήφιους επιβάτες. Η εξέλιξη που παρουσιάζει ο υπό εξέταση κλάδος είναι εξαιρετική, αν αναλογιστεί κανείς τις υψηλές κύριες δαπάνες, καθώς και το σύνθετο ρυθμιστικό και νομικό πλαίσιο που τον περιβάλλει.

Κάνοντας εκτίμηση ότι η ανάπτυξη θα συνεχιστεί και τα επόμενα έτη, το μέλλον επιφυλάσσει εξαιρετικές ευκαιρίες για την βιομηχανία της κρουαζιέρας, τους υποψήφιους πελάτες αλλά και για τους προμηθευτές. Η ανάπτυξη και η πρόοδος του κλάδου οδηγούνται από τον μεγάλο αριθμό νέων πλοίων που ναυτολογούνται κάθε χρόνο. Ανάμεσα στα κρουαζιερόπλοια αυτά, συμπεριλαμβάνονται και τα λεγόμενα mega – liners, τα οποία μπορούν να φιλοξενήσουν περισσότερους από 3.000 επιβάτες, καθώς επίσης και μικρότερα σκάφη πολυτελείας.

Ο κλάδος της κρουαζιέρας λοιπόν, φαίνεται πως έχει διαφοροποιηθεί αισθητά τα τελευταία χρόνια, καθώς παρουσιάζεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι προσιτή σε όλους ως η ιδανική επιλογή για διακοπές. Τα τελευταία 10 χρόνια, η βιομηχανία σε παγκόσμια κλίμακα, έχει ανταποκριθεί πλήρως στους καταναλωτές, οι οποίοι είναι και αυτοί που κατευθύνουν την προσθήκη ολοένα και περισσότερων νέων προορισμών, νέες έννοιες των σχεδιασμού των πλοίων, νέες δραστηριότητες πάνω στο πλοίο (on – board), νέα θέματα κρουαζιέρας που να αντανakλούν τα νέα πρότυπα διακοπών για την αγορά σήμερα. Με άλλα λόγια οι ίδιοι οι καταναλωτές είναι εκείνοι που καθορίζουν μέσα από τις τάσεις τους τα νέα δεδομένα για την αγορά της κρουαζιέρας.⁸

Το προϊόν της βιομηχανίας της κρουαζιέρας προσφέρει απaráμιλλη ικανοποίηση για τον ταξιδιώτη. Είτε πρόκειται για ένα συχνό επιβάτη είτε για έναν επιβάτη που ταξιδεύει για πρώτη φορά, η εμπειρία της κρουαζιέρας μπορεί και υπερβαίνει τις προσδοκίες ακόμα και του πιο απαιτητικού. Σε σύγκριση με άλλες κατηγορίες διακοπών, η κρουαζιέρα βρίσκεται στα πιο υψηλά επίπεδα, αφού είναι συνυφασμένη με την πολυτέλεια και την τελειότητα. Η ολοένα και μεγαλύτερη

⁸ Cruise Lines International Association, INC, “The Overview”, 2010 CLIA Cruise Market Overview, Statistical Cruise Industry Data Through 2009, ανάκτηση από <http://cruiseindustryfacts.com/assets/overview-cruise-industry.pdf>

πρόκληση για τον υπό εξέταση κλάδο, είναι να συνεχίσει να ανταποκρίνεται στους ήδη υπάρχοντες επιβάτες, να αποκτήσει ακόμα περισσότερους τα επόμενα έτη και να δημιουργήσει νέες προοπτικές για την κρουαζιέρα. Ειδικότερα τώρα, σημειώνεται πως ο υπό εξέταση κλάδος συγκεντρώνει σχεδόν το 2% της παγκόσμιας τουριστικής δραστηριότητας με ολοένα και περισσότερες αυξητικές τάσεις. Συγκεκριμένα, η κρουαζιέρα από το 1990 κιόλας παρουσίαζε ένα σταθερό μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης αύξησης των επιβατών με ποσοστό 7,2%.

Έτσι, υπολογίζεται πως τα 3,6 εκατομμύρια επιβάτες που ταξίδεψαν το 1990 αυξήθηκαν σε 10,7 εκατομμύρια το 2001, 13,77 εκατομμύρια το 2004, 13,445 εκατομμύρια επιβάτες το 2009 (με προέλευση από την Βόρεια Αμερική⁹, περίπου τα 10,29 εκατομμύρια επιβάτες και με ποσοστό αύξησης 3%) και τέλος 14,3 εκατομμύρια επιβάτες το 2010.¹⁰ Πιο αναλυτικά, από το 1980 έως και το 2009, πάνω από 176 εκατομμύρια επιβάτες είχαν πραγματοποιήσει ένα είδος κρουαζιέρας, δηλαδή από 2 μέρες και πάνω. Από αυτό το ποσοστό το 68% του συνολικού αριθμού των επιβατών, έχει δημιουργηθεί τα τελευταία 10 χρόνια, ενώ το 40% έχει δημιουργηθεί μόλις τα τελευταία 5 χρόνια.

Ωστόσο, η αγορά της κρουαζιέρας φαίνεται να παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο, αφού για τα επόμενα 3 χρόνια, 50 εκατομμύρια Βόρειοι Αμερικανοί δείχνουν την τάση τους να πραγματοποιούν ταξίδια με κρουαζιερόπλοιο, έναντι των υπόλοιπων κατηγοριών για διακοπές. Μέχρι σήμερα, σχεδόν το 20% του αμερικάνικου πληθυσμού, δεν είχε πραγματοποιήσει ποτέ κρουαζιέρα. Παρόλα αυτά, η βορειοαμερικανική αγορά της κρουαζιέρας είναι ισχυρή σε όλα τα 50 κράτη και τον Καναδά, έχοντας αυξητικές τάσεις ως προς την επιλογή της κρουαζιέρας για διακοπές.¹¹

Ο μέσος όρος τώρα διάρκειας μιας κρουαζιέρας είναι περίπου 7 ημέρες και η Καραϊβική είναι ο πιο διάσημος προορισμός με ποσοστό 37,2% της συνολικής χωρητικότητας το 2009. Το 2012 προγραμματίστηκε πως θα προστεθούν στο στόλο είκοσι έξι νέα πλοία με προορισμό τη Βόρεια Αμερική, συνολικού κόστους 15 δις \$.

Περνώντας τώρα στην Ευρώπη, να σημειωθεί πως η Ευρωπαϊκή βιομηχανία της κρουαζιέρας συνεχίζει να αυξάνει το μερίδιο της στην παγκόσμια αγορά της

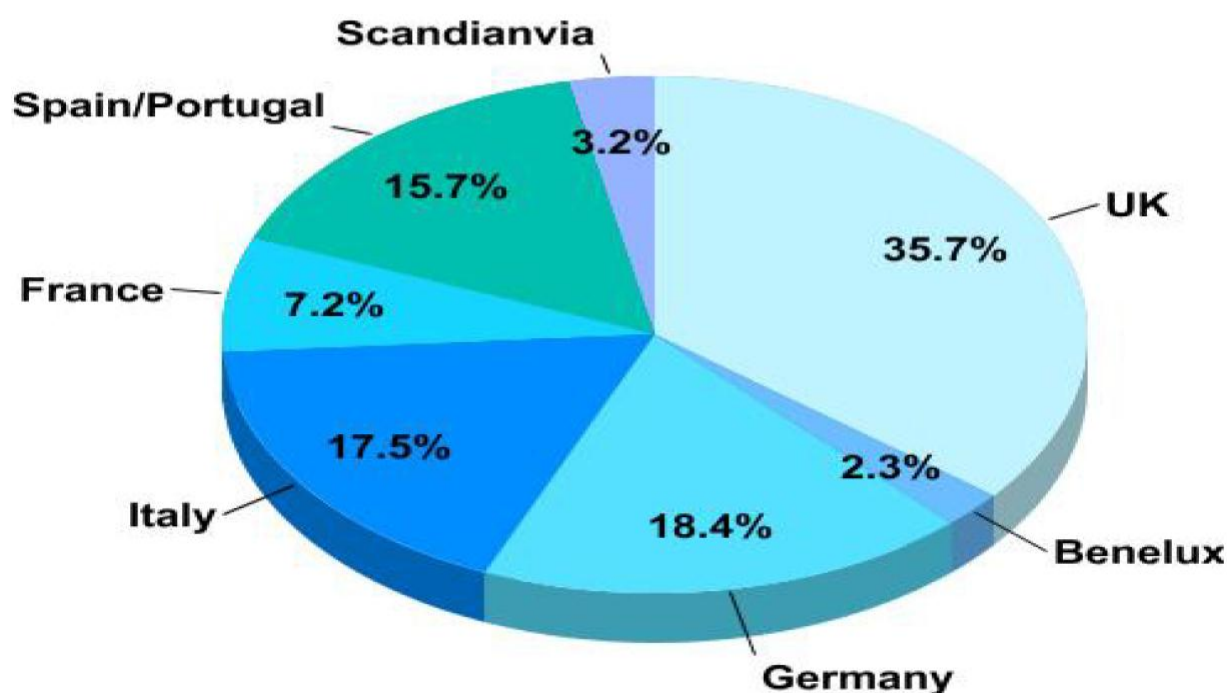
⁹Οργανισμός FCCA, Cruise industry overview 2010.

¹⁰Cruise Lines International Association, INC, "The Overview", 2010 CLIA Cruise Market Overview, Statistical Cruise Industry Data Through 2009

¹¹Cruise Lines International Association, INC, "The Overview", 2010 CLIA Cruise Market Overview, Statistical Cruise Industry Data Through 2009

κρουαζιέρας με 27,8 εκατομμύρια επιβάτες να επισκέπτονται ένα λιμάνι της Ευρώπης μέσα στο 2011. Το ίδιο έτος τώρα, 5,6 εκατομμύρια επιβάτες εντάχθηκαν και αυτοί στην κρουαζιέρα της Ευρώπης πραγματοποιώντας ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο, με τη βιομηχανία να παράγει € 36,7 δισεκατομμύρια αγαθά και υπηρεσίες, παρέχοντας παράλληλα πάνω από 300.000 θέσεις εργασίας. Το 2011 υπήρξαν τουλάχιστον 171 κρουαζιερόπλοια που δραστηριοποιούνταν στη Μεσόγειο και 102 στη Βόρεια Ευρώπη, που ξεπερνούσαν σε χωρητικότητα τους 4.200 επιβάτες.

Αναλυτικότερα, στη Μεσόγειο η πιο δημοφιλής χώρα με φιλικά προς τις κρουαζιέρες λιμάνια είναι η Ιταλία, η οποία καλωσόρισε 3,4 εκατομμύρια επιβάτες σε Νάπολη, Τσιβιταβέκια και Λιβόρνο το 2006.¹² Τα Ισπανικά λιμάνια υποδέχτηκαν 2,8 εκατομμύρια επιβάτες (μαζί με τα Κανάρια Νησιά). Η Ελλάδα έχει τον τρίτο μεγαλύτερο αριθμό επιβατών κρουαζιέρας στην Ευρώπη, με 2,5 εκατομμύρια επιβάτες σε Πειραιά, Κέρκυρα, Κατάκολο, Σαντορίνη, Ρόδο, Μύκονο και Ηράκλειο. Ακολουθούν η Γαλλία με 1,39 εκατομμύρια και η Νορβηγία με 1,13 εκατομμύρια επιβάτες. Στην Ευρώπη η αγορά της κρουαζιέρας παρουσιάζεται αναλυτικά στο παρακάτω διάγραμμα 4.



Διάγραμμα 4: Η αγορά της κρουαζιέρας στην Ευρώπη για το 2010, πηγή: Cruisemarketwatch

¹² στοιχεία Medcruise 2008

Το έτος 2009¹³, 45 εταιρείες κρουαζιέρας με γραφεία στην Ευρώπη, είχαν τη διαχείριση 124 κρουαζιερόπλοιων, με συχνότητα 127.000 προσδέσεων – ελλιμενισμού στα ευρωπαϊκά λιμάνια αναψυχής κι επιπλέον 64 κρουαζιερόπλοια , υπό διαχείριση τρίτων μη – κοινοτικών εταιρειών, με 76.600 προσεγγίσεις στα ευρωπαϊκά λιμάνια.

Πάνω από 4,9 δισεκατομμύρια Ευρωπαίοι επέλεξαν την κρουαζιέρα ως μέσο αναψυχής, με ποσοστιαία αύξηση 12,1% σε σχέση με το 2008 , περίπου το 29% του συνολικού αριθμού επιβατών κρουαζιέρας παγκόσμια. Οι περισσότεροι, 4,8 δισεκατομμύρια, επιβιβάστηκαν από ευρωπαϊκό λιμάνι. Επισκέφτηκαν λιμένες της Μεσογείου, της Βαλτικής κι άλλων ευρωπαϊκών θέρετρων, αυξάνοντας την κίνηση στις πόλεις – λιμάνια κατά ποσοστό 9,8% σε σχέση με το 2008.

Το 2007 δρομολογήθηκαν συνολικά 12% περισσότερα κρουαζιερόπλοια στη Μεσόγειο ενώ το μεγαλύτερο μέγεθός τους αναλογεί σε 15% επιπλέον δυναμικότητα. Η Ελλάδα, η Ιταλία και η Ισπανία είναι οι χώρες που έχουν επωφεληθεί περισσότερο από την ανάπτυξη της αγοράς κρουαζιέρας, βάσει του πλήθους των ανεξάρτητων επιβατών αλλά και βάσει του πλήθους των επισκεπτών σε όλα τα λιμάνια. Από όλη την Ευρώπη, η μεγαλύτερη αγορά κρουαζιέρας είναι η βρετανική, με μερίδιο που αυξήθηκε από 33% το 2005 σε 35% το 2006.

Τον μεγαλύτερο τροφοδότη στην αγγλική αγορά κρουαζιέρας αποτελούν άτομα ηλικίας 50 έως 60 και πλέον ετών, που κατέχουν το 80% του πλούτου στη Βρετανία. Περίπου το 28% των Βρετανών ταξιδιωτών κρουαζιέρας επιλέγει τη Μεσόγειο, ενώ το 17% περίπου επιλέγει την Καραϊβική και το 17% τη Βόρεια Ευρώπη. Το 2006 οι κρουαζιέρες με διάρκεια από 8 έως 14 ημέρες προτιμήθηκαν ιδιαίτερα από τους Βρετανούς. Εκτιμάται πως το έτος 2009 οι κρουαζιέρες ήταν αυτή η μορφή τουρισμού με τον μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης στη βρετανική αγορά.

Σύμφωνα με τα στοιχεία μελετών του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Κρουαζιέρας, το 2007 εισέρευσαν στην Ευρωπαϊκή οικονομία 12,9 δισεκατομμύρια ευρώ από άμεσες δαπάνες εταιριών και επιβατών κρουαζιέρας, ενώ η συνολική εκροή του κλάδου ανήλθε στα 29,4 δις ευρώ. Επίσης, υπολογίζεται ότι τα τελευταία χρόνια στην Ευρώπη έχουν δημιουργηθεί έμμεσα και άμεσα λόγω κρουαζιέρων 300.000 νέες θέσεις εργασίας και στη ξηρά και στη θάλασσα. Στους παρακάτω πίνακες (πίνακα 8 και πίνακας 9) παρουσιάζονται αναλυτικά τα έσοδα από επιβάτες στα πιο διάσημα ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας, τόσο για τη Μεσόγειο, όσο και για τη Βόρεια

¹³ ECC: GPWild (International) & BREA , Ανάλυση της παγκόσμιας βιομηχανίας κρουαζιέρας, στοιχεία του 2009.

Ευρώπη. Επίσης, στον πίνακα 10 γίνεται συνοπτική εκτίμηση της οικονομικής επίπτωσης του κλάδου της κρουαζιέρας σε διάφορους τομείς της οικονομίας.

Μεσόγειος

Home Port	Country	2007	2008	2009
Barcelona	Spain	1.765.838	2.069.651	2.151.465
Civitavecchia	Italy	1.586.101	1.818.616	1.802.938
Piraeus	Greece	1.000.000	1.290.000	1.500.000
Venice	Italy	1.003.529	1.212.088	1.420.980
Palma Majorca	Spain	1.048.906	1.131.147	1.056.215
Savona	Italy	761.000	772.000	712.681
Genoa	Italy	520.197	547.905	671.468

Πίνακας 8: Έσοδα από επιβάτες στα πιο σημαντικά ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας 2007- 2009 για τη Μεσόγειο, πηγή: MedCruise, Cruise Europe και μεμονωμένα στοιχεία λιμένων 2009

Βόρεια Ευρώπη

HomePort	Country	2007	2008	2009
Southampton	UK	798.463	971.258	1.054.900
Copenhagen	Denmark	502.000	555.819	675.000
Kiel	Germany	173.000	222.130	291.388
Dover	UK	164.723	273.187	259.222
Amsterdam	Netherlands	147.947	226.079	181.548
Harwich	UK	108.745	133.660	135.000
Hamburg	Germany	132.678	89.791	126.839
Bremerhaven	Germany	74.458	127.300	126.000

Πίνακας 9: Έσοδα από επιβάτες στα πιο σημαντικά ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας 2007- 2009 για τη Βόρεια Ευρώπη, πηγή: MedCruise, Cruise Europe και μεμονωμένα στοιχεία λιμένων 2009

Τομέας	Παραγωγή/Δαπάνες σε εκατομ. €	Εργασίες/Δουλειές	Εισοδήματα σε εκατομ. €
Αγροτική παραγωγή/Κατασκευές	10	100	3
Παραγωγικός κλάδος	6862	37976	1431
Αγαθά μη διάρκειας	1437	5509	650
Αγαθά διάρκειας	5425	32467	781
Χονδρική, Λιανική πώληση	574	7953	151
Υπηρεσίες Μεταφορών	3118	20258	772
Υπηρεσίες Φιλοξενίας	322	5.007	101
Χρημ/κές Υπηρεσίες	1436	12862	435
Προσωπικές υπηρεσίες/Κρατικά Έσοδα	550	7981	224
ΥΠΟΣΥΝΟΛΟ	12872	92137	3117
Εργαζόμενοι στις εταιρείες κρουαζιέρας	1179	51096	1.179
ΣΥΝΟΛΟ	14.051	143233	4.296

Πίνακας 10: Συνολική Οικονομική Επίδραση του κλάδου της κρουαζιέρας ανά τομέα σε Ευρωπαϊκή Ένωση για το έτος 2009, πηγή: EEC, Μάιος 2009: μελέτη του EEC 'Συνεισφορά του τουρισμού κρουαζιέρας στις οικονομίες των χωρών της ΕΕ' 2008, BREA GPWild. INTERNATIONAL

Η Βαρκελώνη ωστόσο, αποτελεί το πιο διάσημο προορισμό και συγκεντρώνει τα υψηλότερα έσοδα από τους επιβάτες, αλλά και συνολικά, λόγω των αναβαθμισμένων υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών, βάσει ολοκληρωμένης στρατηγικής τουρισμού κρουαζιέρας, με πλήθος εργαζομένων σε συναφή και παράγωγα επαγγέλματα. Ακολουθεί το λιμάνι Τσιβιταβέκια της Ιταλίας με κοντινή πρόσβαση στη φημισμένη Ρώμη, η Βενετία που ανέκαθεν αποτελεί διάσημο προορισμό, αλλά και ο Πειραιάς.

Γενικότερα όμως, οι άμεσες δαπάνες του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ευρωπαϊκή Ένωση για τα έτη 2008 και 2009 ανήλθαν στα 14,1 δισεκατομμύρια ανά έτος και η αναλυτική τους κατανομή παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 11).

	Έτος 2008	Έτος 2009
Δαπάνες Εταιρειών κρουαζιέρας	5,1 36%	5,4 39%
Δαπάνες επιβατών κρουαζιέρας	2,7 19%	2,9 20%
Αξία κατασκευής κρουαζιερόπλοιων	5,2 37%	4,6 33%
Εισοδήματα εργαζομένων στον κλάδο	1,1 8%	1,2 8%
ΣΥΝΟΛΟ	14,1 δις € 100%	14,1 δις € 100%

Πίνακας 11: Άμεσες δαπάνες «βιομηχανίας» κρουαζιέρας, πηγή: EEC, Μάιος 2009: μελέτη του EEC 'Συνεισφορά του τουρισμού κρουαζιέρας στις οικονομίες των χωρών της ΕΕ' 2008, BREA GPWild. INTERNATIONAL

Περνώντας τώρα σε ένα άλλο ζήτημα που αφορά τον κλάδο της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο, αξίζει να δοθεί βάρος στην κρουαζιέρα στη Μεσόγειο, που αποτελεί και το δημοφιλέστερο προορισμό για την κρουαζιέρα. Αναλυτικότερα, λοιπόν, τα προγράμματα κρουαζιέρας στη Μεσόγειο, για το έτος 2010 διακρίνονταν κυρίως σε αυτά της Ανατολικής και της Δυτικής Μεσογείου, όπου υπήρχε πολλαπλή δυνατότητα επιλογής άλλων με τη σειρά προορισμών. Πιο ειδικά, περιλαμβάνονταν τα εξής: Ανατολική Μεσόγειος Κρουαζιέρες για το 2010 - Λιμένες κρουαζιέρας: Αθήνα - Κέρκυρα - Κρήτη - Ντουμπρόβνικ - Χάιφα - Κωνσταντινούπολη - Σμύρνη – Κατάκολο - Κουσάντασι - Λεμεσός - Μύκονος - Ρόδος - Σαντορίνη - Βάρνα - Βενετία – Βόλος.¹⁴

Οι κρουαζιέρες στην Ανατολική Μεσόγειο τώρα, περιλαμβάνουν επισκέψεις στα ελληνικά νησιά, στην Ανατολική Ιταλία, την Τουρκία, την Κροατία και τα λιμάνια της Μαύρης Θάλασσας, μεταφέροντας τον επιβάτη σε προορισμούς όπως η ξακουστή Βενετία, η Αθήνα, η Κωνσταντινούπολη και τα φημισμένα ελληνικά νησιά. Παρέχουν στους επιβάτες – ταξιδιώτες επισκέψεις σε χώρους πολιτισμούς, με πλούσια ιστορίες, αλλά και άλλα περίφημα μέρη που προδιαθέτουν τον επιβάτη για γνώση και εξερεύνηση.

¹⁴ Διπλωματική εργασία: 'Θαλάσσιος τουρισμός και η θέση της Ελλάδας, Συγκρίσεις και ευκαιρίες', Χατζημανωλάκη Ευαγγελία, Πειραιάς 2011

Όπως είναι ευρέως γνωστό, η θερινή περίοδος είναι και η πιο πολυσύχναστη περίοδος μέσα στον χρόνο. Ωστόσο, πολλές εταιρείες, όπως είναι για παράδειγμα η Royal Caribbean και η Costa, αλλά και άλλες προσφέρουν κρουαζιέρες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους στην Ανατολική Μεσόγειο. Εάν κάποιος επιθυμεί να επισκεφθεί την ιστορική Ακρόπολη και τον επιβλητικό Παρθενώνα, ή διαφορετικά να κάνει βόλτα με τις γόνδολες στα κανάλια της Βενετίας, κάθε κρουαζιέρα στην Ανατολική Μεσόγειο προσφέρει πολλές μεγάλες και διαφορετικές πόλεις για επίσκεψη ακόμα και τον χειμώνα.

Επιπρόσθετα, το πρόγραμμα της κρουαζιέρας κυμαίνεται, όπως συνηθίζεται από μία με δύο διανυκτερεύσεις ως και δύο ολόκληρες εβδομάδες. Μπορεί ακόμα να σχεδιαστεί μακροπρόθεσμα με προσεκτική επιλογή προορισμών, με διαθέσιμα οικονομικά πακέτα, πραγματοποιώντας προσφορές που συνάδουν με τα σημερινά οικονομικά δεδομένα, είτε μέσω ίντερνετ είτε μέσω κάποιου ταξιδιωτικού πρακτορείου.

Από την άλλη πλευρά στη Δυτική Μεσόγειο οι καλύτερες κρουαζιέρες περιλαμβάνουν για το έτος 2010 στάσεις σε ιστορικές πόλεις όπως Βαρκελώνη - Ρώμη - Νάπολη - Λισαβόνα - Μάλαγα - Τύνιδα – Αλεξάνδρεια - Βενετία. Επίσης, η δυτική μεσογειακή κρουαζιέρα περιλαμβάνει τη νότια ακτή της Γαλλίας, της Ισπανίας και της Ιταλίας. Πρόκειται για διαφορετικές χώρες, όπου το κάθε έθνος παρουσιάζει μοναδικά αξιοθέατα, όπως είναι ο πολιτισμός, η ιστορία, τα ήθη και τα έθιμα, η θάλασσα, οι παραλίες και άλλα, σε περισσότερα από 120 λιμάνια σε όλη την ακτογραμμή της Μεσογείου. Αναμφίβολα, λοιπόν, η μεγάλη γκάμα των διαφορετικών προορισμών, εξάπτει την περιέργεια των υποψήφιων επισκεπτών και τον προκαλεί να επιλέξει και πάλι την κρουαζιέρα για να ανακαλύψει έναν διαφορετικό προορισμό, από αυτόν που είχε επισκεφθεί.

Παρόλα αυτά, το φαινόμενο της γνωστής εποχικότητας, της συγκέντρωσης δηλαδή των διακοπών κυρίως την καλοκαιρινή περίοδο, παρατηρείται και στη Δυτική Μεσόγειο. Ωστόσο, υπάρχουν και πάλι γνωστές εταιρείες κρουαζιέρας, όπως είναι η Royal Caribbean και η Carnival, προσφέροντας κρουαζιέρες στη Δυτική Μεσόγειο όλο το χρόνο. Ο επισκέπτης μπορεί να εξερευνήσει τα χωριά της Νότιας Ισπανίας, την ιστορική και γραφική Βαρκελώνη, τη γαλλική Ριβιέρα, το ηφαίστειο του Βεζούβιου, την αρχαία πόλη της Πομπηίας, την εντυπωσιακή πόλη της Ρώμης, τα νησιά της Σικελίας, αλλά και της Σαρδηνίας.

Τα σύγχρονα, λοιπόν, κρουαζιερόπλοια πληρούν όλες τις κατάλληλες προδιαγραφές, ώστε να ανταποκριθούν άρδην στις υψηλές απαιτήσεις των επιβατών μέσα από την τεράστια γκάμα των εμπειριών που προσφέρουν εν πλω. Συγκεκριμένα, υπάρχει μεγάλη ποικιλία γευμάτων και εστιατορίων, από τα πιο απλά έως και τα πιο επίσημα, ικανοποιώντας όλα τα κοινωνικά στρώματα που ταξιδεύουν. Τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια έχουν λοιπόν, καζίνο και περισσότερα από ένα μπαρ και lounge. Την εμφάνισή τους κάνουν και οι πισίνες, τα γήπεδα, τα μίνι γκολφ, spa για μασάζ, καθώς και ινστιτούτα ομορφιάς και καλλωπισμού.

Τα δωμάτια των πλοίων είναι με τέτοιο τρόπο διαμορφωμένα που να θυμίζουν στους επιβάτες πως βρίσκονται σε πολυτελή ξενοδοχεία, πληρώντας όλες τις προδιαγραφές ακόμα και του πιο υπερπολυτελούς. Με αυτόν τον τρόπο, προσφέρεται αναμφίβολα η χαλάρωση και η απόλαυση ακόμα και ενός δωματίου. Οι τιμές των κρουαζιέρων κυμαίνονται ανάλογα με τη γραμμή που πραγματοποιεί το κρουαζιερόπλοιο, τον αριθμό των ημερών, τα αεροπορικά εισιτήρια, καθώς και τα γνωστά φιλοδωρήματα.

Συνεπώς, μπορούμε να συμπεράνουμε σε αυτό το σημείο, πως η κρουαζιέρα σε παγκόσμιο επίπεδο, προχωρά με αλματώδη βήματα, καλύπτοντας τα γούστα ακόμα και του πιο απαιτητικού επιβάτη. Ολοένα και περισσότερα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια κατασκευάζονται, προσφέροντας υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο τον τίτλο των τεράστιων πλωτών ξενοδοχείων.

3.1. Εταιρείες κρουαζιερόπλοιων

Σε πρώτο επίπεδο, καλό θα ήταν να αναφερθούμε στις τάσεις που παρατηρούνται στις παγκόσμιες εταιρείες κρουαζιέρας, ώστε να γίνει πλήρως αντιληπτή η εικόνα που θα επικρατήσει τα επόμενα έτη στη βιομηχανία της κρουαζιέρας, καθώς και ποιες είναι οι προτιμήσεις των εταιρειών αυτών. Αναλυτικότερα, οι μεγάλοι ναυτιλιακού κολοσσοί επενδύουν υπέρογκα χρηματικά ποσά για να κατασκευάσουν τέρμιναλ σε νέα στρατηγικά λιμάνια της Ασίας. Ωστόσο, γίνεται αντιληπτό πως έχουν ως στόχο να διεισδύσουν στις τουριστικές αγορές της Κίνας και της Ιαπωνίας, που αυτή την περίοδο αποτελούν τεράστιες δυνάμεις. Αυτό με τη σειρά του υποδηλώνει πως την προσεχή πενταετία η κρουαζιέρα στη Μεσόγειο θα υποστεί σημαντική μείωση, ενώ ο Πειραιάς και τα ελληνικά λιμάνια θα πρέπει να πραγματοποιήσουν κινήσεις, ώστε να προλάβουν τις ραγδαίες παγκόσμιες εξελίξεις.

Οι εταιρείες κρουαζιέρας προσανατολίζονται, σύμφωνα με τα διεθνή γεγονότα, σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις στην Νοτιοανατολική Ασία, με σκοπό να μειώσουν δραστικά την κατανάλωση καυσίμων και να συρρικνώσουν τις δαπάνες σε προμήθειες πετρελαιοειδών. Επίσης, συμμετέχουν στην κατασκευή λιμένων και σταθμών υποδοχής επιβατών. Ήδη στη Σιγκαπούρη εγκαινιάστηκε ένας σταθμός που διαθέτει δύο θέσεις παραβολής κρουαζιερόπλοιων για πλοία άνω των 300 μέτρων, αλλά και θέσεις ελλιμενισμού μικρότερων πλοίων. Επίσης, στο Χόνγκ Κόνγκ μέσα στο τρέχον έτος θα εγκαινιαστεί νέο τέρμιναλ κρουαζιέρας για δύο κρουαζιερόπλοια άνω των 360 μέτρων.

Επίσης, παρατηρείται ήδη στροφή των εταιρειών Costa Cruise και Royal Caribbean στη Νοτιοανατολική Ασία. Η Costa Cruises δρομολόγησε ήδη δύο πλοία, το Costa Victoria και το Costa Atlantica δημιουργώντας θυγατρική εταιρεία στην Κίνα, απ' όπου θα διαχειρίζεται τα δύο αυτά πλοία. Αλλά και η Royal Caribbean δρομολόγησε δύο πλοία, το MS Mariner και το Voyager of the Seas, σε συνεργασία με την τοπική κυβέρνηση της Χιάμεν και την κινεζική εταιρεία China World Cruises. Στην Ιαπωνία τώρα εγκαταστάθηκε η θυγατρική εταιρεία της Carnival, Princes Cruises και δημιούργησε την Japan Carnival, με στόχο να προσελκύσει Ιάπωνες τουρίστες για κοντινές εξορμήσεις στον Ειρηνικό.

Αξίζει να αναφερθεί ότι σήμερα, η περιοχή του Ειρηνικού στην παγκόσμια κρουαζιέρα έχει μικρό ποσοστό που φθάνει μόλις στο 2,7% της προσφοράς κλινών. Ωστόσο, θεωρείται ως η αναδυόμενη και κερδοφόρα περιοχή για κρουαζιέρες. Επίσης, η Καραϊβική παραμένει ως ο δημοφιλέστερος προορισμός κρουαζιέρας,

επειδή το αφετήριο λιμάνι των περισσότερων εταιρειών είναι το Μαϊάμι και οι επιβάτες τους προέρχονται από τις ΗΠΑ και τον Καναδά. Πάντως, ο μέσος όρος διάρκειας της κρουαζιέρας παραμένει στις 7,2 ημέρες, ενώ οι επιβάτες κρουαζιέρας από την Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη συμμετέχουν με 17,5 εκατομμύρια και οι υπόλοιπες χώρες με 2,7 εκατομμύρια επιβάτες και το 75% από αυτούς προέρχονται από την Ασία. Στην Ευρώπη, πραγματοποίησαν κρουαζιέρα 6,2 εκατομμύρια επιβάτες το 2011, ενώ το 2010 ήταν λιγότεροι, με 5,5 εκατομμύρια επιβάτες. Το μεγαλύτερο μέρος των επιβατών της Ευρώπης προέρχεται από την Μεγάλη Βρετανία και την Γερμανία, όπως έχει ήδη ωστόσο σημειωθεί.

Αναφορικά τώρα με τις εταιρείες κρουαζιέρας που επικρατούν παγκοσμίως στον κλάδο αυτό, αξίζει να αναφερθεί πως οι τέσσερις παγκόσμιοι κολοσσοί της κρουαζιέρας, η Carnival, η Royal Caribbean, η MSC και η NCL, κατέχουν το 87,6% της παγκόσμιας αγοράς, ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό¹⁵. Ωστόσο, έχασαν μερικές μονάδες, αφού το έτος 2010 κατείχαν υψηλότερο ποσοστό, που έφθανε το 90% της παγκόσμιας αγοράς. Παρόλα αυτά, κατάφεραν να αυξήσουν τα έσοδά τους με μια πολιτική που κατάφερε να αυξήσει τις πληρότητες των κρουαζιεροπλοίων τους.

Ωστόσο, ανάμεσα σε αυτές τις τέσσερις παγκόσμιες εταιρείες, κυρίαρχη εταιρεία παραμένει η Carnival, αφού κατέχει το 49,3% της παγκόσμιας αγοράς κρουαζιέρας και ακολουθεί η Royal Caribbean με 23,7%, η Norwegian Cruises Lines με 8,9% και η MSC με 5,1%. Αυτήν την περίοδο ταξιδεύουν 378 πλοία που διαθέτουν 484.504 κλίνες, ενώ κατασκευάζονται 12 πλοία 32.970 κλινών.

Αναλυτικότερα τώρα, αξίζει να δοθούν ορισμένα στοιχεία για τη νούμερο ένα εταιρεία που κυριαρχεί στον κλάδο της κρουαζιέρας παγκοσμίως¹⁶. Συγκεκριμένα, η Carnival Cruise Lines, είναι μια Βρετανική – Αμερικάνικη εταιρεία, η οποία έχει τη βάση της στην πόλη του Doral στη Φλόριντα, ένα προάστιο στο Μαϊάμι στις Ηνωμένες Πολιτείες. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1972 από τον Ted Arison, και είναι σήμερα μία από τα δέκα μεγαλύτερα ονόματα κρουαζιερόπλοιων που λειτουργούν από την Carnival Corporation & plc. Ακόμα, διαθέτει το μεγαλύτερο στόλο στην ομάδα, με 24 πλοία σήμερα σε λειτουργία που αντιπροσωπεύουν το 21,1% του παγκόσμιου μεριδίου της αγοράς. Τα πλοία της συγκεκριμένης εταιρείας είναι διάσημα για το Las Vegas - style decor όπως ονομάζεται, αλλά και για τα είδη

¹⁵Άρθρο: 'Η κρουαζιέρα πάει στην... Ασία', Σάββας Ν. Αθανασίου, 04/02/2013, ανάκτηση από <http://www.greekshippingnews.gr/?q=node/8690>

¹⁶Carnival Cruises Lines, ανάκτηση από: Wikipedia

ψυχαγωγίας που προσφέρει εν πλω που ποικίλουν. Σήμα κατατεθέν της εταιρείας είναι η χράνη, σε χρώματα κόκκινο, λευκό και μπλε και έχει σχήμα σαν την ουρά της φάλαινας.

Ωστόσο, το 1996 το πλοίο Carnival Destiny των 101.000 GT (Gross Tonnage), έγινε το μεγαλύτερο επιβατηγό πλοίο στον κόσμο εκείνη την περίοδο. Το 2004, η Carnival Corporation δημιούργησε ένα νέο πρόγραμμα ανάπτυξης για τα νέα πλοία της, το οποίο πρόγραμμα ονόμασε και 'Pinnacle Project', με το οποίο θα δημιουργούσε πλοίο με 200.000 GT, αποτελώντας το μεγαλύτερο κρουαζιερόπλοιο στον κόσμο. Από το 2009 τώρα, το τελευταίο και το μεγαλύτερο πλοίο που ανήκει στην εταιρεία είναι το Carnival Dream, ένα ολοκαίνουργιο πλοίο των 128.000 GT, το οποίο άρχισε να πραγματοποιεί ταξίδια στις 21 Σεπτεμβρίου του 2009. Μετά από πολλά ταξίδια στη Μεσόγειο, άρχισε να προσφέρει εβδομαδιαίες κρουαζιέρες στην Καραϊβική από το λιμάνι Canaveral από τις 5 Δεκεμβρίου του ίδιου έτους.¹⁷

Ένα παρόμοιο πλοίο με το παραπάνω, το Carnival Magic, έκανε και αυτό την εμφάνισή του στις 1 Μαΐου του 2011, ενώ στις 1 Δεκεμβρίου του 2009, ανακοινώθηκε πως η Carnival παρήγγειλε ένα τρίτο σκάφος της, το οποίο και ξεκίνησε να πραγματοποιεί ταξίδια στο Μαϊάμι τον Ιούνιο του 2012. Στις 26 Οκτωβρίου του 2012, η Carnival παρήγγειλε και πάλι ένα νέο πλοίο για τις γραμμές της. Το πλοίο θα κατασκευαστεί και θα είναι και πάλι ένα από τα μεγαλύτερά της πλοία που είχε ποτέ. Επίσης, θα είναι το πρώτο πλοίο που θα αντιπροσωπεύει την νέα τάξη των σύγχρονων πλοίων με χωρητικότητα 4000 επιβατών 135.000 τόνων, το οποίο προγραμματίζεται να είναι έτοιμο το χειμώνα του 2016.

Συνεπώς, γίνεται εύκολα κατανοητό, σύμφωνα με τα στοιχεία που εμφανίζει η Carnival Cruise Lines, πως δεν είναι τυχαία η κατοχή της πρώτης θέσης παγκοσμίως εδώ και πάρα πολλά χρόνια, αφού συνεχώς επιδιώκει με κάθε τρόπο να είναι πρωτοπόρα, συγκριτικά με τις υπόλοιπες αντίπαλες εταιρείες, τόσο στην κατασκευή και στο σχεδιασμό των πλοίων της και στις ανέσεις που προσφέρει πάνω σε αυτά, όσο και στην επιλογή των προορισμών που πραγματοποιεί. Δεν είναι τυχαίο επίσης, πως ανά τακτά χρονικά διαστήματα επιδιώκει να δημιουργεί ολοένα και μεγαλύτερα, καθώς και πιο σύγχρονα πλοία, ξεπερνώντας τις προσδοκίες ακόμα και του πιο απαιτητικού επιβάτη.

¹⁷Carnival Cruises Lines, ανάκτηση από: Wikipedia

Παρόλα αυτά, εκτός από τις τέσσερις πρωταγωνίστριες εταιρείες που κυριαρχούν στον κλάδο της κρουαζιέρας, αναμφίβολα υπάρχουν πολλές άλλες εταιρείες, οι οποίες δραστηριοποιούνται ενεργά. Η ραγδαία ανάπτυξη της κρουαζιέρας αποδεικνύεται περαιτέρω από την άφιξη πολλών νέων εταιρειών συμπεριλαμβανομένων της FTI Cruises το 2012, της Disney Cruises και της Paul Gauguin Cruises μέσα στο 2013, καθώς επίσης και από την παρουσία νέων πλοίων που θα πραγματοποιήσουν για πρώτη φορά φέτος δρομολόγια στη Μεσόγειο.¹⁸

Επιπρόσθετα, δεν θα πρέπει να παραληφθεί και το γεγονός πως όλοι οι φορείς που ασχολούνται με την κρουαζιέρα, επικροτούν την κίνηση της **CLIA** (Cruise Lines International Association), να συγκροτήσει μια νέα Παγκόσμια Ένωση με το όνομα CLIA, ανεξάρτητες μέχρι τώρα ενώσεις (ECC, ACA, PSA/ALE, AFCC, ABREMAR, NWCCA, ICCA), που εκπροσωπούν την κρουαζιέρα σε Ασία, Ευρώπη, Αυστραλία, Βραζιλία, καθώς και κράτη όπως η Γαλλία και η Ιταλία. Η **CLIA** που λειτουργεί σήμερα έχει ως μέλη τις εξής εταιρίες κρουαζιέρων¹⁹:

- AMA WATERWAYS
- AMERICAN CRUISE LINE
- AVALON WATERWAYS
- AZAMARA (CELEBRITY)
- CARNIVAL
- CELEBRITY
- COSTA
- CRYSTAL
- CUNARD
- DISNEY
- HAL
- HURTIGRUTEN
- MSC
- NCL
- OCEANIA
- PAUL GAUGUIN

¹⁸ Άρθρο: 'Μεγάλες προσδοκίες από το 2ο φόρουμ για τον θαλάσσιο τουρισμό', 30.01.2013, ανάκτηση από <http://www.greekshippingnews.gr/?q=node/8680>

¹⁹ Άρθρο: 'Νέα Παγκόσμια Ένωση Κρουαζιέρας (CLIA)', 10.01.2013, ανάκτηση από <http://www.greekshippingnews.gr/?q=node/8645>

- PEARL
- PRINCESS
- REGENT 7 SEAS
- ROYALL CARIBBEAN
- SEA DREAM
- SEA BOURN
- SILVERSEA
- UNIWORLD
- WIND STAR

Ωστόσο, πρέπει σε αυτό το σημείο να διευκρινιστεί ότι αυτή τη στιγμή καμία ελληνική εταιρία δεν είναι μέλος της CLIA, η οποία έχει σημαντικές οικονομικές εισφορές από τα μέλη της. Αυτοί οι πόροι χρησιμοποιούνται πέραν των εξόδων διοίκησης της CLIA για τη δυναμική παρουσία της σε Κυβερνητικά και νομοθετικά όργανα για να προωθηθούν σημαντικά θέματα Τεχνικά, Κανονιστικά, Ασφαλείας, Περιβάλλοντος και Υγείας.

Επίσης, ταξιδιωτικά γραφεία και οργανισμοί μπορούν να γίνουν μέλη της CLIA απολαμβάνοντας του κύρους της στην αγορά, εισφέροντας ένα μικρό ποσό συνδρομής, σε αντίθεση με την συνεισφορά των πλοιοκτητριών εταιριών. Η ανάγκη συνένωσης, ιδιαίτερα του European Cruise Council έρχεται τη στιγμή, όπου καινούργιοι προορισμοί (Ασία, Αυστραλία, Κίνα) αυξάνουν το μερίδιο αγοράς τους, λόγω και της οικονομικής κρίσης της Ευρώπης, όπως και της αστάθειας σε προορισμούς της «Αραβικής Άνοιξης».

Εν κατακλείδι, συμπεραίνουμε πως πολλές είναι αυτές οι εταιρείες που λαμβάνουν ενεργή δράση στον κλάδο της κρουαζιέρας, προσπαθώντας να ανταποκριθούν όσο το δυνατόν περισσότερο στις νέες τάσεις, καλύπτοντας και τις απαιτήσεις των επιβατών. Για να γίνει όμως αυτό, οι εταιρείες κρουαζιέρας οφείλουν να γνωρίζουν τις επιθυμίες των υποψήφιων επιβατών, τις τάσεις τους, τα κίνητρά τους καθώς και τα δημογραφικά τους στοιχεία, ώστε να ανταποκριθούν πλήρως στις επιθυμίες τους.

3.2. Δημογραφικά στοιχεία επιβατών κρουαζιέρας

Σε πρώτο επίπεδο, οφείλεται να τονιστεί πως η διεθνής αγορά της κρουαζιέρας προκύπτει σε μεγάλο βαθμό από την αγορά της Βόρειας Αμερικής (ΗΠΑ και Καναδάς), η οποία αποτελεί χώρα προέλευσης του 60% των επιβατών κρουαζιέρας. Ωστόσο, οι Ευρωπαίοι τουρίστες (κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία), κερδίζουν συνεχώς μερίδιο αγοράς. Επιπλέον, η Ευρώπη ως ήπειρος προέλευσης τουριστών κρουαζιέρας έχει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, καθώς οι επιβάτες κρουαζιέρας αποτελούν περίπου το 1,5% του πληθυσμού στις βασικές ευρωπαϊκές αγορές, έναντι του 3,3% στην αγορά της Βόρειας Αμερικής. Επίσης, να υπογραμμιστεί πως οι χώρες της Ασίας παρουσιάζουν σημαντικό περιθώριο ανάπτυξης για τα χρόνια που έπονται.

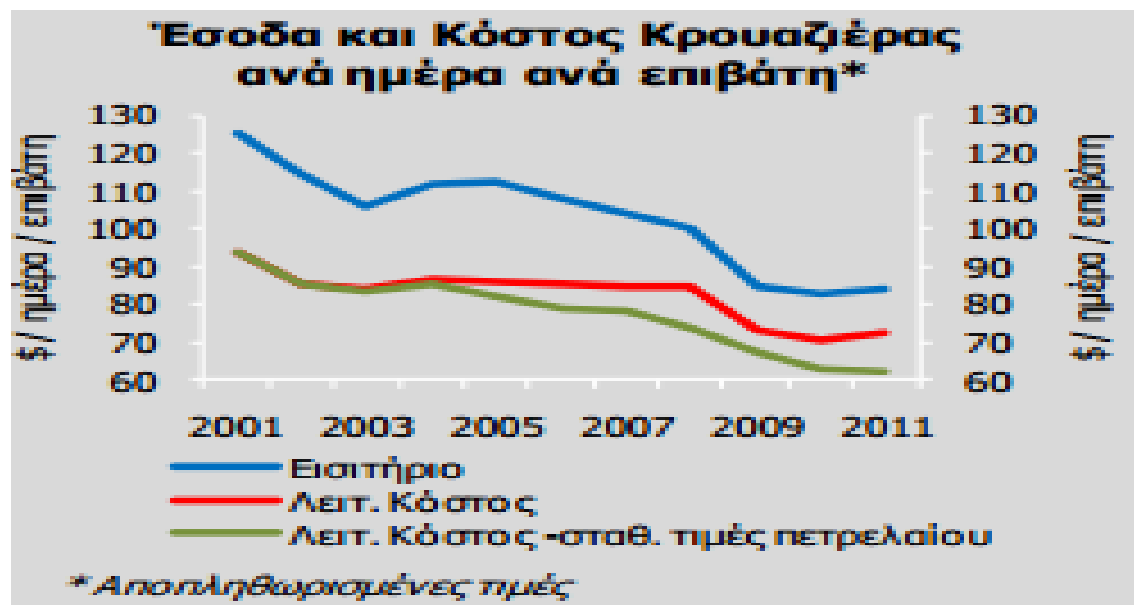
Ως απόρροια αυτής της σημαντικής ανόδου της ζήτησης των τελευταίων ετών, το μερίδιο των κλινών σε κρουαζιερόπλοια στις συνολικές τουριστικές κλίνες αυξήθηκε στο 0,9% το 2010 από 0,6% το 2000. Καθώς η πληρότητα και οι ημέρες διανυκτέρευσης είναι υψηλότερες στα κρουαζιερόπλοια σε σχέση με τα ξενοδοχεία, η συνεισφορά στη ζήτηση άγγιξε το 3% το 2010 από 1,9% το 2000. Επιπλέον, λόγω των υψηλότερων εσόδων ανά διανυκτέρευση στην κρουαζιέρα, η συνεισφορά της στις συνολικές τουριστικές εισπράξεις, αυξήθηκε σε 3,6% το 2010 από 2,7% το 2000.

Βασικές επιρροές για τις παραπάνω αυξήσεις των ποσοστών είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος παγκοσμίως, καθώς και η αισθητή πτώση των τιμών στα προσφερόμενα πακέτα κρουαζιέρας. Εκτιμάται πως ο διπλασιασμός της ζήτησης για κρουαζιέρα τα τελευταία 15 χρόνια, οφείλεται κατά 60% στην πτώση των τιμών της κρουαζιέρας σε σχέση με τις τιμές των ξενοδοχείων, και κατά 40% στην άνοδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος σε σταθερές τιμές διεθνώς.

Η αυξανόμενη ζήτηση της κρουαζιέρας λοιπόν, καλύφθηκε όχι μόνο μέσω της αύξησης των πλοίων των εταιρειών, αλλά κυρίως μέσω του μεγέθους αυτών. Πιο ειδικά, η διεθνής αγορά κρουαζιέρας το 2010, εξυπηρετήθηκε από 290 πλοία με μέση χωρητικότητα 1.400 επιβατών και μέση ηλικία τα 18 έτη. Η προσφορά του κλάδου ωστόσο, όπως έχει ήδη αναφερθεί και παραπάνω, είναι συγκεντρωμένη σε δύο εταιρείες, στην Carnival και στην Royal Caribbean Cruises), στις οποίες και αντιστοιχεί το ½ του στόλου μιλώντας σε όρους αριθμού των πλοίων.

Στα στοιχεία λοιπόν κόστους των δύο αυτών μεγάλων εταιρειών κρουαζιέρας, αποτυπώνεται η επίδραση των οικονομικών κλίμακας που επιτεύχθηκαν από την αναδιάρθρωση του στόλου. Αναλυτικότερα, το ημερήσιο λειτουργικό κόστος

(εξαιρώντας το κόστος καυσίμων) έχει παραμείνει σταθερό κοντά στα \$115 ανά επιβάτη την τελευταία δεκαετία, όπως παρατηρείται και από το παρακάτω διάγραμμα (διάγραμμα 5) που το απεικονίζει. Σε αποπληθωρισμένους όρους, αυτό μεταφράζεται σε μείωση κατά 30%.



Διάγραμμα 5: Έσοδα και κόστος κρουαζιέρας ανά ημέρα ανά επιβάτη, 2001-2011, πηγή: Ετήσια Δελτία Εταιρειών κρουαζιέρας, Εκτιμ. ΕΤΕ²⁰

Από την άλλη πλευρά, η κάθετη αύξηση των τιμών του πετρελαίου, έχει οδηγήσει σε αύξηση του ημερήσιου κόστους καυσίμου στα \$30 ανά επιβάτη το 2011, από \$10 ανά επιβάτη το 2001, όπως γίνεται και αντιληπτό από το παρακάτω διάγραμμα 6. Ως αποτέλεσμα, το μερίδιο των καυσίμων στο συνολικό λειτουργικό κόστος αγγίζει το 20% το 2011 από 9% το 2001. Παρόλα αυτά, οι εταιρείες κρουαζιέρας απορρόφησαν την αύξηση του κόστους πετρελαίου και πέρασαν σχεδόν πλήρως στους επιβάτες, την μείωση του σε πραγματικούς όρους του υπόλοιπου λειτουργικού κόστους. Έτσι, το ημερήσιο εισιτήριο ανά επιβάτη παρέμεινε κοντά στα 170 καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας (σε αποπληθωρισμένους όρους, μειωμένο κατά 30%).

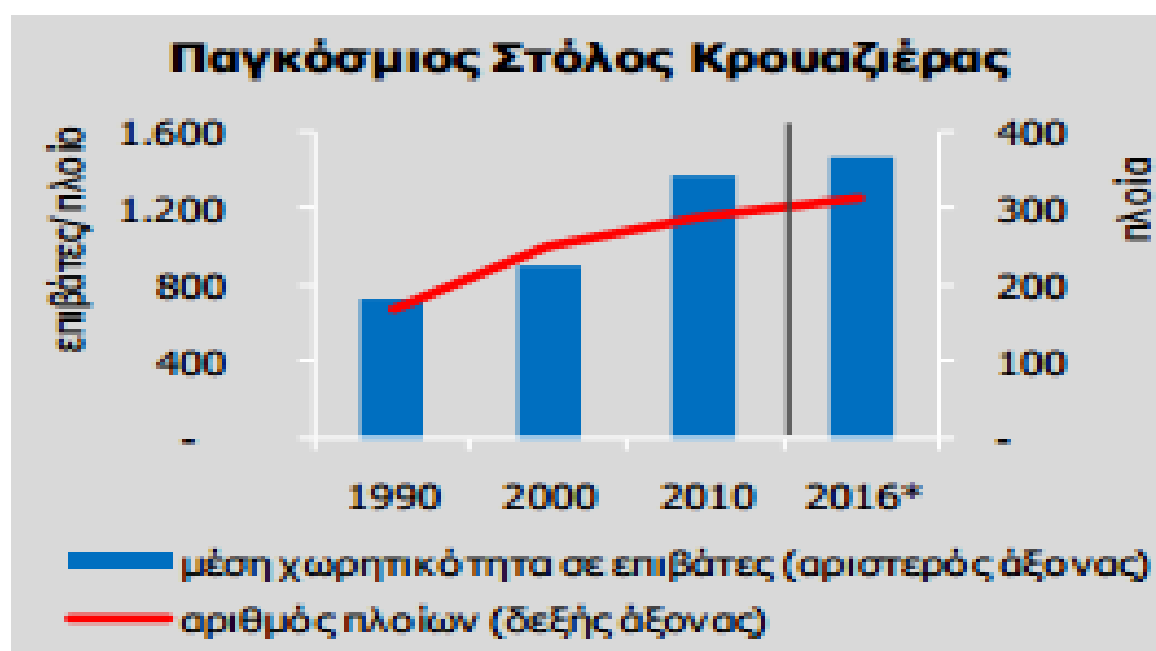
Σημειώνεται ότι η τάση κατασκευής πλοίων ακόμα μεγαλύτερης χωρητικότητας αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, έχοντας ως δεδομένο ότι υπάρχουν ήδη παραγγελίες για 24 νέα πλοία στο διάστημα 2012 –

²⁰Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

2016, μέσης χωρητικότητας 2.800 επιβατών, όπως παρατηρούμε και στο διάγραμμα 7. Έτσι, η επίδραση των οικονομικών κλίμακας αναμένεται να συνεχισθεί, έχοντας ως συνεπακόλουθο τη δυνατότητα για συγκράτηση των τιμών.



Διάγραμμα 6: Κόστος και κατανάλωση καυσίμων ανά ημέρα ανά επιβάτη, 2001-2011, πηγή: Ετήσια Δελτία Εταιρειών κρουαζιέρας, Εκτιμ. ΕΤΕ ²¹



Διάγραμμα 7: Παγκόσμιος Στόλος Κρουαζιέρας 1990 – 2016, πηγή: ISL Cruise Register, Εκτιμήσεις ECC

²¹Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

Ωστόσο, οι επιβάτες κρουαζιέρας προτιμούν να ταξιδεύουν στην Καραϊβική και στη Μεσόγειο, που είναι και οι δημοφιλέστεροι προορισμοί, οι οποίοι και συγκεντρώνουν διαχρονικά το 60% των επιβατών της κρουαζιέρας. Αξίζει να σημειωθεί πως τα τελευταία πέντε χρόνια το μερίδιο της Μεσογείου αυξάνεται (φθάνοντας το 21% το 2009, έναντι του 15% το 2004) σε σχέση με αυτό της Καραϊβικής (40% το 2009 από 50% το 2004) όπως απεικονίζεται διαγραμματικά και στον πίνακα 12. Παρόλα αυτά η Καραϊβική συνεχίζει να παραμένει ο δημοφιλέστερος προορισμός κρουαζιέρας, προσελκύνοντας κυρίως ταξιδιώτες από την Αμερική.

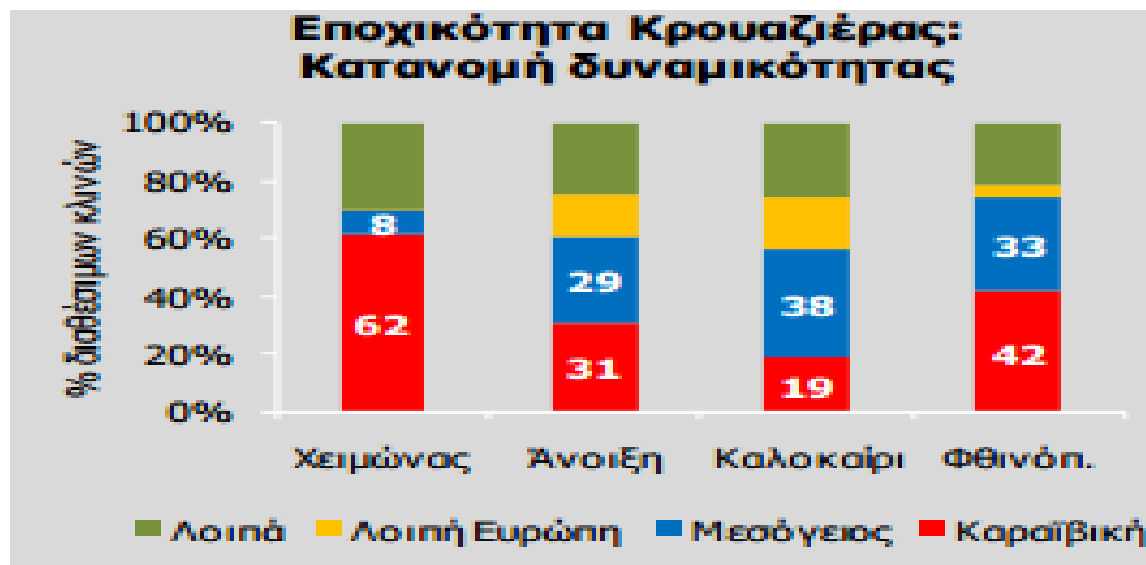


Πίνακας 12: Προορισμού Κρουαζιέρας (κατανομή επιβατών), πηγή: Republic of South Africa/Cruise Industry New²²

Αναλυτικότερα τώρα, αναφορικά με αυτούς τους δύο ξακουστούς προορισμούς, οφείλεται να υπογραμμιστούν οι βασικές τους διαφορές, όπως γίνεται αντιληπτό και από τον παρακάτω πίνακα (πίνακας 13). Αρχικά, να σημειωθεί πως η ανάπτυξη του στόλου κρουαζιέρας εμφανίζει εποχικές διακυμάνσεις, που σημαίνει πως οι επιβάτες έχουν την τάση να πραγματοποιούν ταξίδια σε αυτούς τους δύο προορισμούς συγκεκριμένες περιόδους μέσα στον χρόνο. Πιο ειδικά, η Μεσόγειος συγκεντρώνει υψηλότερο ποσοστό της διαθέσιμης χωρητικότητας κατά τους θερινούς μήνες, της τάξης του 38% έναντι του 19% που επικρατεί για την Καραϊβική. Η Καραϊβική ωστόσο, προτιμάται ως προορισμός τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου, με υψηλότερο μερίδιο το χειμώνα (με ποσοστό 60%), όταν την ίδια περίοδο η

²²Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

Μεσόγειος σημειώνει το χαμηλότερο ποσοστό της, μόλις 8%. Τέλος, η μέση κρουαζιέρα που πραγματοποιούν οι επιβάτες, διαρκεί λιγότερο από μία εβδομάδα στην Καραϊβική, ενώ μπορεί να φτάσει μέχρι και τις δύο εβδομάδες στην περιοχή της Μεσογείου.



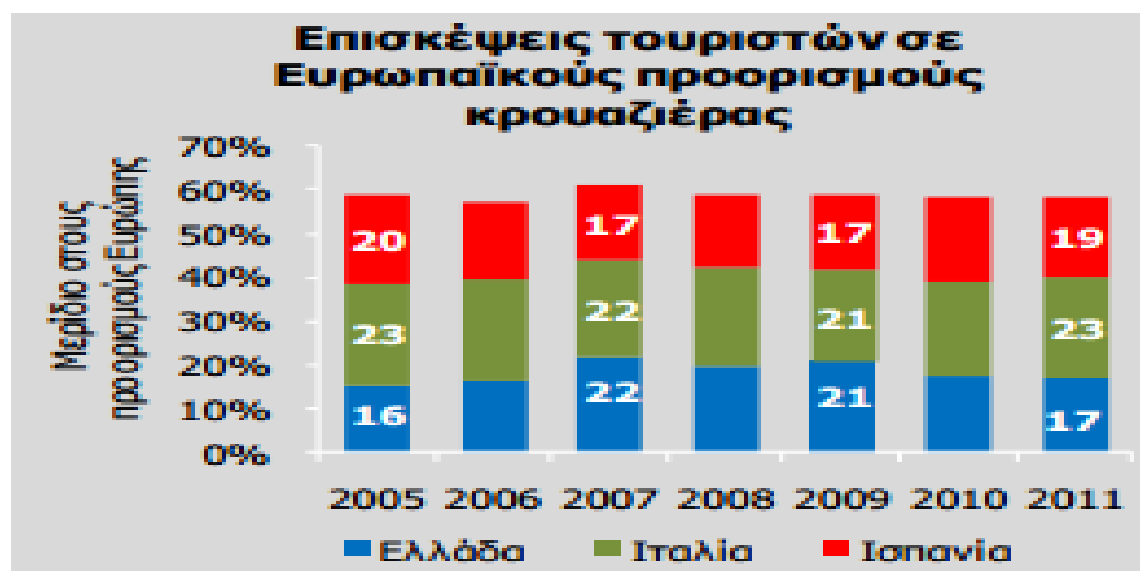
Πίνακας 13: Εποχικότητα Κρουαζιέρας: Κατανομή δυναμικότητας, πηγή: World Tourism Organisation, Εκτιμήσεις ΕΤΕ²³

Περνώντας τώρα στην Ευρωπαϊκή αγορά, καλό θα ήταν να αναφερθεί σε πρώτο επίπεδο, πως το 2011 δραστηριοποιήθηκαν πάνω από 200 πλοία (60% της παγκόσμιας δυναμικότητας δηλαδή) με μέση χωρητικότητα 1.200 επιβατών. Η Μεσόγειος, ωστόσο, συγκέντρωσε περίπου το 75% των επιβατών που επέλεξαν να έναν από τους ευρωπαϊκούς προορισμούς, ενώ οι υπόλοιποι μοιράστηκαν μεταξύ Βόρειας Ευρώπης και Ατλαντικού. Επίσης, το ½ των επιβατών της κρουαζιέρας στη Μεσόγειο προέρχεται από την αγορά της Βόρειας Αμερικής (ΗΠΑ και Καναδάς), ενώ οι Ευρωπαίοι επιβάτες που πραγματοποιούν ταξίδια στην περιοχή προέρχονται κυρίως από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιταλία.

Οι χώρες τώρα που σημειώνουν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, οι χώρες δηλαδή που επισκέπτονται οι επιβάτες πιο πολύ σε σύγκριση με τις άλλες, είναι η Ιταλία, η Ισπανία και η Ελλάδα, κατακτώντας έτσι τις τρεις πρώτες θέσεις στους ευρωπαϊκούς προορισμούς για κρουαζιέρα, κατακτώντας το ποσοστό του 60%, όπως φαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα (πίνακας 14). Συγκεκριμένα, σε κάθε μία από αυτές τις τρεις χώρες αντιστοιχούν 5 με 6,5 εκατομμύρια επισκέψεις

²³Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

τουριστών κρουαζιέρας για κάθε χρόνο. Επίσης, να σημειωθεί πως κάθε επιβάτης επισκέπτεται 2 έως και 3 λιμάνια σε κάθε χώρα και η κάθε χώρα ελκύει περίπου 2 με 2,5 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιέρας. Το μέγεθος αυτό αντιστοιχεί στο 11% του συνολικού αριθμού τουριστών για το εξωτερικό που επισκέπτονται την Ελλάδα (2 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιέρας και 16 εκατομμύρια οι υπόλοιπες αφίξεις). Το αντίστοιχο ποσοστό είναι σχεδόν 6% για την Ιταλία και 4% για την Ισπανία.



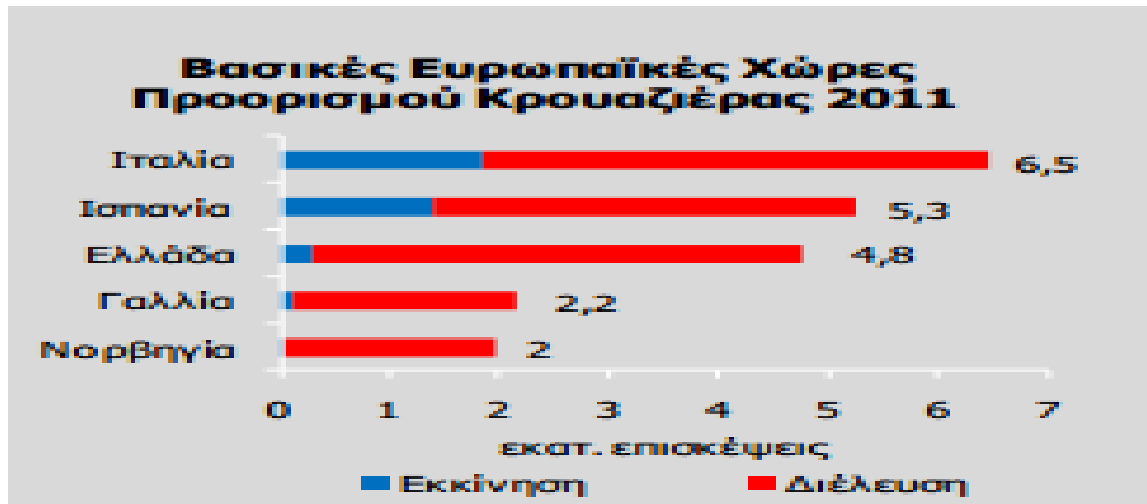
Πίνακας 14: Επισκέψεις τουριστών σε ευρωπαϊκούς προορισμούς κρουαζιέρας, πηγή: European Cruise Council²⁴

Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως ενώ η Ελλάδα υπερτερεί στις διελεύσεις, καταλαμβάνει την τρίτη θέση μετά την Ιταλία και την Ισπανία, όπως παρατηρείται και στον αντίστοιχο πίνακα (πίνακας 15). Κατά την τριετία 2007 – 2009, ο αριθμός των επισκέψεων σε ελληνικά λιμάνια προσέγγισε τον αντίστοιχο για τα ιταλικά λιμάνια (προσελκύοντας πάνω από το 1/5 των συνολικών επισκέψεων στα ευρωπαϊκά λιμάνια). Παρόλα αυτά, το αυξημένο μερίδιο δεν συνέχισε να επικρατεί και τα επόμενα έτη, πιθανότατα λόγω μη ομαλής λειτουργίας στα ελληνικά λιμάνια.

Επίσης, η χαμηλή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών λιμανιών οφείλεται και στο γεγονός της χαμηλής χρήσης τους ως σημεία εκκίνησης για τις κρουαζιέρας (γνωστό και ως home porting), όπως φαίνεται ξεκάθαρα και από το χαμηλό ποσοστό που σημειώνει το λιμάνι του Πειραιά στον πίνακα 16. Πιο ειδικά, μόλις το 16% των επιβατών που επισκέφθηκαν την Ελλάδα, ξεκίνησαν από ελληνικό λιμάνι το 2011 (ενώ το αντίστοιχο ποσοστό εκτιμάται κοντά στο 3/4 στην Ιταλία και στην Ισπανία).

²⁴Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

Συνεπώς, ο Πειραιάς καταλαμβάνει στην κατάταξη την 6^η θέση, με μόλις 280 χιλιάδες επιβάτες να έχουν επιβιβασθεί. Ωστόσο, κυρίαρχα λιμάνια εκκίνησης για την κρουαζιέρα είναι το λιμάνι της Βαρκελώνης, που βρίσκεται στην πρώτη θέση με 750 χιλιάδες επιβάτες, ενώ το λιμάνι της Βενετίας, έρχεται δεύτερο με μικρή διαφορά από το πρώτο, με 722 χιλιάδες επιβάτες. Την τρίτη θέση καταλαμβάνει το λιμάνι Σιβιταβέκια της Ρώμης με 460 χιλιάδες επιβάτες και την τέταρτη θέση στην κατάταξη των λιμανιών εκκίνησης, το λιμάνι της Σαβόνας με 300 χιλιάδες επιβάτες.



Πίνακας 15: Βασικές ευρωπαϊκές χώρες προορισμού κρουαζιέρας για το έτος 2011, πηγή: European Cruise Council, Υπολογισμού ΕΤΕ



Πίνακας 16: Κορυφαία μεσογειακά λιμάνια εκκίνησης κρουαζιέρα για το έτος 2011, πηγή: European Cruise Council ²⁵

²⁵Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

Επιπρόσθετα, θα μπορούσε να σημειωθεί πως παρά την προφανή περίοδο κρίσης που περνά η παγκόσμια οικονομία, η ευρωπαϊκή βιομηχανία της κρουαζιέρας, συνεχίζει να αυξάνει το μερίδιο αγοράς της στην παγκόσμια αγορά κρουαζιέρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία το Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Κρουαζιέρας (ECC) κατά την ετήσια διάσκεψή του στις Βρυξέλλες, το 2009 πραγματοποιήθηκαν 23,8 εκατομμύρια επισκέψεις στα ευρωπαϊκά λιμάνια, κατά 9% περισσότερες έναντι του 2008. Οι Ευρωπαίοι που πραγματοποίησαν κρουαζιέρα το 2009 ανήλθαν στα 4,9 εκατομμύρια, αριθμός αυξημένος κατά 50% μέσα στην τελευταία πενταετία που αντιπροσωπεύει περίπου το 30% των επιβατών κρουαζιερόπλοιων στον κόσμο.

Όπως έχει επίσης αναφερθεί η Ελλάδα και η Ιταλία εξακολουθούν να ανταγωνίζονται, καθώς είναι οι χώρες με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα μαζί με την Ισπανία. Η επιλογή των επιβατών για αυτές τις τρεις χώρες παραμένει ίδια εδώ και αρκετά χρόνια, δείχνοντας έτσι το ενδιαφέρον τους για τρεις χώρες με σπουδαία ιστορία, κουλτούρα και ξακουστό πολιτισμό που μένει αναλλοίωτος ανά τους αιώνες.

Η ευρωπαϊκή βιομηχανία κρουαζιέρας, λοιπόν, παράγει σήμερα πάνω από 34 δισεκατομμύρια ευρώ σε αγαθά και υπηρεσίες, με τα στοιχεία να δείχνουν την αυξανόμενη σημασία της κρουαζιέρας για την Ευρώπη σε ό,τι αφορά τον πλούτο, τον τουρισμό και τις 300.000 θέσεις εργασίας που μπορεί και προσφέρει. Περισσότεροι από 4,8 εκατομμύρια επιβάτες κρουαζιερόπλοιων επισκέφθηκαν την Ευρώπη με κρουαζιερόπλοια και ξόδεψαν 1,3 δισ. ευρώ σε υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων αεροπορικών ναύλων, διαμονής, εκδρομών, διατροφής και λιμενικών τελών, ποσό αυξημένο κατά 7,6% σε σχέση με το 2008. Οι επιβάτες ξόδεψαν επίσης 1,45 δισ. ευρώ στα λιμάνια που επισκέφθηκαν κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας τους, ποσό αυξημένο κατά 1,7% σε σχέση με το 2008. Συνεπώς, φαίνεται ξεκάθαρα πως οι επιβάτες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν αρκετά χρήματα ταξιδεύοντας στις ευρωπαϊκές χώρες.

Έτσι, κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το γεγονός πως τα υψηλά ποσοστά που εμφανίζει ο κλάδος της κρουαζιέρας, τόσο στην Ευρώπη όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο, μαρτυρούν την προτίμηση των τουριστών. Ο βασικός λόγος αυτής της επιτυχίας είναι αναμφίβολα η απήχηση που έχουν οι διακοπές της κρουαζιέρας στους επιβάτες της, οι οποίες προσφέρουν τεράστια γκάμα επιλογών για όλες πλέον τις ηλικίες, καθώς πολυτέλεια αλλά και οικονομία, ενώ παράλληλα παρέχει σταθερά υψηλά πρότυπα και εξαιρετική αξία τιμής. Πλέον, είναι γεγονός πως δεν ισχύουν οι στερεότυπες εκφράσεις πως η κρουαζιέρα συνάδει μόνο με την τρίτη ηλικία και πως μόνο εκείνοι αποκλειστικά την προτιμούν. Αντιθέτως, είναι προφανές πως όλες οι

ηλικίες επιδιώκουν να πραγματοποιήσουν ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο. Ακόμα, μπορεί να σημειωθεί πως οι διακοπές με κρουαζιερόπλοιο μπορούν να προσεγγίσουν από αυτόν που επιθυμεί να ταξιδέψει μόνος του, μεγάλες παρέες, πολυμελείς οικογένειες μέχρι και ζευγάρια για τον μήνα του μέλιτος.

Αναλυτικότερα, η ιδέα της κρουαζιέρας, είναι ιδανική για τα άτομα που επιθυμούν να ταξιδέψουν μόνα τους λόγω των πολλών γνωριμιών που μπορεί να κάνει κάποιος εν πλω. Σε πολλά πλοία στην αρχή κάθε ταξιδιού διοργανώνεται ένα single party, ώστε να γευματίζουν με άλλους συνεπιβάτες και να γνωρίζονται μεταξύ τους καλύτερα. Επίσης, όλο και περισσότερες οικογένειες με παιδιά επιλέγουν για τις διακοπές τους τις κρουαζιέρες. Πολλές εταιρίες προσφέρουν ειδικές δραστηριότητες για παιδιά και νέους ειδικά κατά τη διάρκεια των σχολικών διακοπών. Τα παιδιά είναι απασχολημένα όλη μέρα υπό την επίβλεψη ειδικών. Εταιρίες όπως η Costa Cruises και η MSC προσφέρουν σε παιδιά ηλικίας έως και 18 ετών δωρεάν διαμονή σε καμπίνα μαζί με τους γονείς, με μοναδικό κόστος τους φόρους και τα λιμενικά τέλη. Τέλος, τα ζευγάρια που πραγματοποιούν μήνα του μέλιτος πάνω στο κρουαζιερόπλοιο έχουν αυξηθεί αισθητά καθώς, η κρουαζιέρα προσφέρει μία μοναδική ατμόσφαιρα, κάνοντας το ταξίδι αξέχαστη εμπειρία. Έξοχη κουζίνα, ρομαντικά δείπνα για δύο, πανέμορφα ηλιοβασιλέματα και μια σειρά από παραστάσεις και musicals κάνουν το ταξίδι τους μοναδικό.²⁶

Αξίζει να αναφερθεί σε αυτό το σημείο πως το 1/3 των νέων επιβατών κρουαζιέρας είναι κάτω των 30 ετών. Ειδικότερα, στην Βρετανία πραγματοποιήθηκε μια έρευνα, η οποία διεξήχθη από μία ανεξάρτητη ιστοσελίδα σύγκρισης κρουαζιερών, ώστε να ανακαλύψει σε ποια ηλικία οι Βρετανοί επιλέγουν την κρουαζιέρα για τις διακοπές τους και τότε έχουν την πρώτη τους ταξιδιωτική εμπειρία σε κρουαζιερόπλοιο. Σκοπός της μελέτης ήταν να διερευνήσει τις συνηθισμένες παρανοήσεις και τα στερεότυπα σχετικά με την ηλικία όσων πηγαίνουν διακοπές με κρουαζιέρες.

Κατά την έρευνα λοιπόν, που διενεργήθηκε από την CruiseCompare.co.uk, ρωτήθηκαν 1.382 άτομα σε ολόκληρη τη Βρετανία, καθένας από τους οποίους είχε συμμετάσχει σε μία ή περισσότερες κρουαζιέρες διακοπών. Στους συμμετέχοντες στην έρευνα ζητήθηκε αρχικά να δηλώσουν την ηλικία τους όταν πραγματοποίησαν

²⁶ Επιλέγοντας Κρουαζιέρα: Συχνές ερωτήσεις, ανάκτηση από http://cruisecollection.gr/cruise_type/view/questions-answers

την πρώτη κρουαζιέρα τους. Αν και η πλειονότητα (το 48%) ήταν ηλικίας άνω των 50 ετών όταν έκαναν την πρώτη τους κρουαζιέρα, η μελέτη διαπίστωσε ότι το 1/5 (το 21% των ερωτηθέντων) ήταν ηλικίας 25 έως 30, όταν είχαν την πρώτη τους εμπειρία σε κρουαζιερόπλοιο.²⁷

Επιπλέον, για να διερευνήσουν περαιτέρω το ζήτημα, οι ερωτηθέντες ηλικίας 25 - 30 κλήθηκαν να εξηγήσουν τους λόγους, για τους οποίους επιλέγουν να κάνουν διακοπές με κρουαζιερόπλοιο. Ενώ πάνω από το 1/3 (το 34%) δήλωσαν ότι επέλεξαν την πρώτη κρουαζιέρα τους για μια "ρομαντική απόδραση", το 1/4 (το 24%) παραδέχτηκε ότι επέλεξαν την κρουαζιέρα από κάποια άλλο τρόπο διακοπών "για να έχουν την ευκαιρία να δουν πολλαπλούς προορισμούς". Επιπλέον, το 1/5 (19% των ερωτηθέντων) που είχαν την πρώτη τους εμπειρία διακοπών κρουαζιέρας σε ηλικία 25-30, δήλωσε ότι η επιλογή τους αυτή έγινε λόγω της αξίας value-for-money του ταξιδιού.

Ο διευθύνων σύμβουλος της CruiseCompare.co.uk, Danielle Fear, δήλωσε συγκεκριμένα: "Ο κύριος στόχος αυτής της έρευνας ήταν να διαπιστώσει εάν η εσφαλμένη αντίληψη ότι οι διακοπές κρουαζιέρας προτιμώνται από τις παλαιότερες γενιές είναι στην πραγματικότητα αληθινή. Ήταν ευχάριστο να ανακαλύψουμε ότι αυτό δεν συμβαίνει και ότι ένας τόσο σημαντικός αριθμός από τους νέους επιβάτες είναι αρκετά μικροί σε ηλικία όταν ξεκινούν να κάνουν την πρώτη κρουαζιέρα τους. Θα είναι ενδιαφέρον να επανεξετάσουμε την έρευνα αυτή σε 12 μήνες από τώρα, καθώς οικογένειες αρχίζουν να βλέπουν θετικά τα οφέλη συμμετοχής σε διακοπές με κρουαζιερόπλοιο και αποφασίζουν να επιβιβαστούν στα πλοία για ταξίδια στους ωκεανούς, παρά να παραμένουν προσκολλημένες στα παραδοσιακά πακέτα διακοπών".²⁸

Και πρόσθεσε: "Μια δεκαετία πριν, οι διακοπές σε κρουαζιέρα θεωρούνταν μια μορφή διακοπών που ήταν μόνο για όσους είναι άνω των 50 ετών ή τους εξαιρετικά πλούσιους. Ευτυχώς, αυτό το στίγμα ανήκει όλο και περισσότερο στο παρελθόν, με κάθε τουριστική σεζόν που περνά. Ως αποτέλεσμα, πολλοί νέοι άνδρες και γυναίκες, οικογένειες, παρέες φίλων και νεόνυμφοι επιλέγουν να κάνουν

²⁷"Το 1/3 των νέων επιβατών κρουαζιέρας είναι κάτω των 30 ετών", Βίκυ Καραντζαβέλου, Απρίλιος 2011 Έρευνα της CruiseCompare.co.uk
<http://traveldailynews.gr/news/article/49980>

²⁸Το 1/3 των νέων επιβατών κρουαζιέρας είναι κάτω των 30 ετών, Βίκυ Καραντζαβέλου, Απρίλιος 2011 Έρευνα της CruiseCompare.co.uk
<http://traveldailynews.gr/news/article/49980>

κρουαζιέρα για τις διακοπές τους. Υπάρχουν τόσες πολλές συναρπαστικές δραστηριότητες που είναι πλέον διαθέσιμες στα κρουαζιερόπλοια, που είναι κρίμα για τους νέους να μην επιβιβαστούν σε ένα".

Επιπρόσθετα, κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το γεγονός πως στα πρώτα βήματα ακόμα της εξέλιξης της κρουαζιέρας, μόνο τα υψηλά κοινωνικά στρώματα μπορούσαν να την προσεγγίσουν οικονομικά και να πραγματοποιήσουν ταξίδια με κρουαζιερόπλοιο. Παρόλα αυτά όμως, τα δεδομένα έχουν αλλάξει άρδην στις μέρες μας, καθώς πλέον προσφέρονται πολλά οικονομικά πακέτα από πολλά και μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία, που προσεγγίζουν κάθε οικονομική τάξη, αφού με σχετικά λίγα χρήματα μπορούν όλοι ανεξαιρέτως να πραγματοποιήσουν ένα αξιοπρεπές ταξίδι. Είναι γεγονός πως υπάρχουν όλες οι διακυμάνσεις τιμών για μια κρουαζιέρα, που ικανοποιούν από αυτούς που προσέχουν περισσότερο το κόστος, μέχρι και εκείνους που προτιμούν την πολυτέλεια και τη χλιδή.

Πολλοί λοιπόν είναι εκείνοι που υποστηρίζουν πως οι κρουαζιέρες ξεχωρίζουν αισθητά από τις υπόλοιπες μορφές ταξιδιού, διότι προσφέρουν το συμφερότερο κόστος, αφού στην τιμή συμπεριλαμβάνονται όλα τα γεύματα, η διασκέδαση και οι όλες οι δραστηριότητες εν πλω. Το μόνο επιπλέον κόστος είναι τα έξτρα ποτά, καθώς και άλλες επιπλέον υπηρεσίες όπως είναι για παράδειγμα το μασάζ, τις οποίες όποιος δεν επιθυμεί δεν χρειάζεται να τις πραγματοποιήσει, ώστε να επιβαρυνθεί έξτρα οικονομικά.

Επίσης, η τιμή εξαρτάται σημαντικά και από τον οικονομικό προϋπολογισμό που κάνει ο κάθε επιβάτης πριν πραγματοποιήσει ένα ταξίδι με κρουαζιέρα. Είναι πολύ σημαντικός παράγοντας, λοιπόν, να γνωρίζει πόσα χρήματα είναι διατεθειμένος να ξοδέψει, καθώς οι τιμές διαφέρουν αρκετά από πλοίο σε πλοίο και από εταιρεία σε εταιρεία. Επίσης, οφείλει να γνωρίζει για πόσο καιρό θέλει να ταξιδέψει, καθώς οι τιμές κυμαίνονται ανάλογα και με τις μέρες που πραγματοποιεί ο επιβάτης το ταξίδι. Και αυτό γιατί μια κρουαζιέρα μπορεί να διαρκέσει από 3 ημέρες μέχρι και ακόμα 3 ολόκληρους μήνες. Ο μέσος όρος διάρκειας είναι συνήθως 10 μέρες με τις περισσότερες κρουαζιέρες να διαρκούν μεταξύ των 7 και των 14 ημερών.²⁹

²⁹ Επιλέγοντας Κρουαζιέρα: Συχνές ερωτήσεις, ανάκτηση από http://cruisecollection.gr/cruise_type/view/questions-answers

Οι εταιρίες κρουαζιερόπλοιων κατάφεραν να διατηρήσουν την πληρότητα στα πλοία τους, περιορίζοντας δραστικά τις τιμές μετά το ξέσπασμα και της οικονομικής κρίσης. Αυτό κατέστησε τις κρουαζιέρες προσιτές σε μεγαλύτερη μερίδα πληθυσμού. Για μία ακόμη φορά, ο τομέας της κρουαζιέρας απέδειξε πόσο ανθεκτικός είναι. Γέμισε και συνεχίζει να γεμίζει τα πλοία χάρη στις χαμηλότερες τιμές, παραμένοντας κερδοφόρος. Η βιομηχανία της κρουαζιέρας συνεχίζει να αναπτύσσεται, να προσθέτει ολοένα και περισσότερα ένα πλοία και να προχωρά συνεχώς σε καινοτομίες.

Εν κατακλείδι, καταλήγουμε πως ο μέσος όρος ηλικίας των επιβατών έχει μειωθεί αισθητά, τάση η οποία αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα έτη, αφού τα περιθώρια ανάπτυξης είναι τεράστια για τον κλάδο της κρουαζιέρας. Επίσης, η κρουαζιέρα είναι προσιτή σε όλα τα είδη επιβατών, από αυτόν που επιθυμεί να ταξιδέψει μόνος του και να κάνει γνωριμίες εν πλω, μεγάλες οικογένειες, παρέες μέχρι και νεόνυμφα ζευγάρια. Η ποικιλία των επιβατών που επιλέγει ως είδος διακοπών την κρουαζιέρα, επισημαίνει ξεκάθαρα πως η κρουαζιέρα μπορεί να παρέχει δραστηριότητες για όλα τα είδη επιβατών, ανεξαρτήτως ηλικίας και οικονομικής και κοινωνικής τάξης.

3.3. Κίνητρα και κριτήρια επιλογής κρουαζιέρας

Σε αυτό το σημείο, καλό θα ήταν να γίνει γνωστό και για ποιο λόγο οι καταναλωτές επιλέγουν να πραγματοποιήσουν ταξίδι με κρουαζιερόπλοιο έναντι κάποιου άλλου είδους διακοπών, όπως είναι για παράδειγμα ένα ξενοδοχείο σε κάποιο συγκεκριμένο μέρος. Με άλλα λόγια να γνωστοποιηθεί με ποια κριτήρια επιλέγουν την κρουαζιέρα και ποια είναι τα κίνητρά τους για αυτήν.

Όπως έχει ήδη επισημανθεί και παραπάνω, η άποψη που επικρατεί για το κόστος της κρουαζιέρας αποτελεί έναν μύθο, καθώς υπάρχουν πολλά οικονομικά και προσιτά πακέτα για όλους, ανεξαρτήτως οικονομικής ευχέρειας. Μια υπερπολυτελής κρουαζιέρα δεν κοστίζει παραπάνω από ένα πολυήμερο ταξίδι στο εξωτερικό, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει τεράστια γκάμα υπηρεσιών που είναι αδύνατον να απολαύσει ο τουρίστας σε οποιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού.

Τα κίνητρα, λοιπόν, επιλογής της κρουαζιέρας ταυτίζονται αναμφίβολα με τα θετικά στοιχεία που θα αποκομίσει ο σύγχρονος τουρίστας από το ταξίδι του πάνω στο πλοίο. Ειδικότερα, τα κίνητρα για τον οποιοδήποτε ταξιδιώτη είναι η επίσκεψη πολλών και διαφορετικών τόπων σε μικρό χρονικό διάστημα και με ένα μόνο μέσο, δηλαδή με το πλοίο. Ακόμα, ένα εξίσου σημαντικό κίνητρο αποτελεί και η τεράστια ποικιλία δραστηριοτήτων και το υψηλό επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρει η κρουαζιέρα. Επίσης, η επαφή, η επικοινωνία και η γνωριμία με πολλούς άλλους επιβάτες, καθώς και ο προϋπολογισμός του κόστους από πριν, αποτελούν εξίσου σημαντικά κίνητρα για έναν υποψήφιο πελάτη της κρουαζιέρας.

Επομένως, τα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν το προϊόν της κρουαζιέρας και ταυτόχρονα το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα είδη διακοπών, είναι η εμπειρία του ταξιδιού από το ένα μέρος στο άλλο, χωρίς να χρειάζεται η συνεχής προετοιμασία των αποσκευών, η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα κοινωνικότητας που επικρατεί στο εσωτερικό του πλοίου, που διαφέρει από τις συνηθισμένες διακοπές στη ξηρά. Η επιλογή λοιπόν μιας κρουαζιέρας αποτελεί πολύ σημαντικό κομμάτι για τον σύγχρονο τουρίστα, καθώς θα παίξει καθοριστικό παράγοντα στην τελική απόφαση για την κρουαζιέρα.

Ο επιβάτης ενός κρουαζιερόπλοιου, λοιπόν, ικανοποιείται πλήρως με την άμεση εξυπηρέτηση του προσωπικού του κρουαζιερόπλοιου, αντί να αναμένει και να ταλαιπωρείται ολόκληρες ώρες σε αεροδρόμια και σε λιμάνια μέχρι να φτάσει στον τελικό του προορισμό, επιλέγει καλές υπηρεσίες καθώς και την εξαιρετική κουζίνα που παρέχεται στο κρουαζιερόπλοιο, έναντι ενός ακριβού εστιατορίου με

εξωφρενικές τιμές, μέτρια γεύση και αργή εξυπηρέτηση σε κάποιο κοσμικό νησί. Παράλληλα αποφεύγει τη συχνή μετακίνηση και την μεταφορά των αποσκευών από το ένα μέρος στο άλλο, διότι αυτό αποτελεί δουλειά του προσωπικού του πλοίου, με αποτέλεσμα να έχει σαν μοναδική του σκέψη την ξεκούραση, την χαλάρωση και την απόλαυση των παρεχόμενων υπηρεσιών, για όσο διάστημα θα βρίσκεται πάνω στο πλοίο.

Ωστόσο, υπάρχουν πολλά μυστικά για την πετυχημένη επιλογή της καταλληλότερης κρουαζιέρας, που να συνάδει φυσικά με τα γούστα του σύγχρονου τουρίστα, τα οποία και ποικίλλουν από τον έναν στον άλλον. Η διαδικασία αυτής της επιλογής ξεκινά με τον τρόπο με τον οποίο ο υποψήφιος επιβάτης θα αναζητήσει τις κατάλληλες πληροφορίες με την ορθότερη μέθοδο, προκειμένου να κριθεί άριστη η αναζήτηση της πιο ποιοτικής κρουαζιέρας.

Το πιο σημαντικό στοιχείο λοιπόν, έπειτα από την αναζήτηση, είναι η επιλογή του καταλληλότερου τουριστικού πράκτορα, ο οποίος θα τον «δια φωτίσει» πλήρως για τις κρουαζιέρες. Το πιο δύσκολο βέβαια έγκειται στο γεγονός του να βρεθεί ο καλύτερος τουριστικός πράκτορας που να αναγνωρίσει τις βαθύτερες προσωπικές ανάγκες του επιβάτη, να του προτείνει το αντίστοιχο πρόγραμμα κρουαζιέρας και να καλύψει εν τέλει τις προσωπικές επιθυμίες τις δικές του ή και ολόκληρης της οικογένειάς του. Εξίσου σημαντικό είναι η κρουαζιέρα που θα του επιλέξει, να ανταποκρίνεται στις οικονομικές του δυνατότητες.

Έτσι, είναι υποχρέωση του κάθε τουριστικού πράκτορα να ανταποκριθεί στις επιλογές του τουρίστα, λαμβάνοντας υπόψη του τις προσωπικές του επιθυμίες και τις οικονομικές του δαπάνες, ώστε να του οργανώσει όσο το δυνατόν καλύτερα την μελλοντική του κρουαζιέρα. Εξίσου σημαντικό είναι να πείσει και ο τουρίστας τον τουριστικό πράκτορα να του προσφέρει το είδος της κρουαζιέρας που επιθυμεί και όχι να πειστεί από εκείνον για ένα είδος κρουαζιέρας που θα βρίσκεται εκτός των ορίων των προσωπικών του προσδοκιών και των οικονομικών του δυνατοτήτων.

Αναμφίβολα, υπάρχουν πολλά και διαφορετικά κρουαζιερόπλοια, όπως συμβαίνει άλλωστε και με τα ξενοδοχεία αντίστοιχα. Ο τουρίστας πρέπει να βρίσκεται σε θέση, όπως επιλέγει ένα ξενοδοχείο, να μπορεί να επιλέξει και το πιο κατάλληλο κρουαζιερόπλοιο. Οφείλει να μάθει για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του πλοίου, για το πρόγραμμα που ακολουθεί και ποιοι το προτιμούν, ανακαλύπτοντας με αυτόν τον τρόπο με τι είδους ανθρώπους θα συναναστραφεί πάνω στο πλοίο.

Αυτό σημαίνει με άλλα λόγια, πως η διαφορετικότητα των κρουαζιερόπλοιων έγκειται και στο γεγονός ότι συγκεντρώνουν διαφορετικού είδους ταξιδιώτες. Υπάρχουν πλοία που ίσως να διαθέτουν μεγαλύτερους σε ηλικία επιβάτες, ανάλογα και με τους προορισμούς, και διαθέτουν αντίστοιχα ως μέσα διασκέδασης, αίθουσες συναυλιών, θέατρα και κινηματογράφους. Αντίστοιχα, υπάρχουν και άλλα κρουαζιερόπλοια που φιλοξενούν άτομα νεαρής ηλικίας και η νυχτερινή διασκέδαση πραγματοποιείται σε μπαράκια και σε ντίσκο των πλοίων μέχρι τις πρώτες πρωινές ώρες. Επίσης, άλλες κρουαζιέρες προβλέπουν επίσκεψη διαφορετικού λιμανιού, για κάθε ημέρα και κάποιες άλλες γίνονται εξ' ολοκλήρου πάνω στο κρουαζιερόπλοιο. Αυτά τα παραπάνω στοιχεία, λοιπόν, αποτελούν κάποια από τα στοιχεία που οφείλει να λάβει υπόψη του ο υποψήφιος επιβάτης, πριν επιλέξει την ανάλογη κρουαζιέρα.

Για αυτό το λόγο λοιπόν, οι επιβάτες δεν επιλέγουν όλοι τον ίδιο προορισμό. Αντιθέτως, υπάρχουν προορισμοί που απευθύνονται σε διαφορετικά μέρη του πληθυσμού, δημιουργώντας ελκυστικά πακέτα για τους επιβάτες τους με διαφορετικές δυνατότητες και απαιτήσεις ανάλογα με τα γούστα τους. Αξίζει να δοθεί προσοχή στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 17), όπου παρουσιάζονται αναλυτικά η καταγωγή των πελατών της κρουαζιέρας ανά προορισμό. Φαίνεται πως οι Αμερικάνοι προτιμούν σταθερά την Καραϊβική και τις Μπαχάμες, ενώ οι ενδιαφερόμενοι για την κρουαζιέρα στη Μεσόγειο προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (κυρίως Ιταλία, Αγγλία, Γερμανία).

Origin	Destinations The Caribbean/ The Bahamas	Alaska	Mediterranean Atlantic Islands	Northern Europe	South America/ Antarctica	Asia/ Pacific
United Kingdom	300	22	467	190	12	7
Germany	125	n.a.	314	192	20	n.a.
Italy	48	n.a.	423	42	n.a.	n.a.
Spain	51	n.a.	311	17	n.a.	n.a.
France	55	n.a.	152	26	n.a.	n.a.
Rest of Europe	78	n.a.	268	34	n.a.	n.a.
United States of America and Canada	6,713	858	1,822	1,033	294	132
Japan	18	20	10	n.a.	n.a.	75

Πίνακας 17: Προέλευση επιβατών – προορισμών κρουαζιέρας. Στοιχεία 2005, εκτός Ιαπωνίας 2004, πηγή: WTO (2010) Cruise Tourism –Current Situation & Trends

Η τμηματοποίηση τώρα της αγοράς της κρουαζιέρας, με βάση τους διάσημους προορισμούς αποτυπώνεται στον πίνακα 18. Οι κυριότερες αγορές θαλάσσιου τουρισμού που συγκροτούν την παγκόσμια αγορά είναι οι εξής με τα ακόλουθα μερίδια: Βόρεια Αμερική 40,5%, Μεσόγειος 17,8%, Σκανδιναβία 8,7%, Αλάσκα 5,7%, Μεξικό 4,8%, Ανταρκτική 2,5%, Κανάλι Παναμά 3%, Ασία 2,5% και λοιπές περιοχές 12,7%.

Βόρεια Αμερική	40,5%
Μεσόγειος	17,8%
Ευρώπη/Σκανδιναβία	8,7%
Αλάσκα	5,7%
Δ. Μεξικό	4,8%
Ανταρκτική	2,5%
Κανάλι Παναμά	3%
Ασία	2,5%
Λοιπές χώρες	12,7%

Πίνακας 18: Μερίδια αγοράς κρουαζιέρας ανά προορισμό, πηγή: ECC Έκθεση 2010/2011

Να σημειωθεί, τέλος, πως ο κλάδος της κρουαζιέρας έχει ιδιαίτερα στενή σχέση συνεργασίας με την κοινότητα των ταξιδιωτικών γραφείων. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιβατών κρουαζιέρας χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες ενός ταξιδιωτικού πράκτορα με σκοπό να τους βοηθήσουν να επιλέξουν την καταλληλότερη κρουαζιέρα για τις διακοπές τους. Συνεπώς, ακόμα και η επιλογή του κατάλληλου τουριστικού πρακτορείου μπορεί να επηρεάσει ενεργά στην επιλογή της κρουαζιέρας, εάν ο υποψήφιος επιβάτης εμπιστεύεται άρδην τον πράκτορα, ανεξάρτητα από τα γούστα του. Με άλλα λόγια η δύναμη της πειθούς ενός καλού πράκτορα μπορεί να επηρεάσει στην τελική επιλογή.

Κεφάλαιο 4: Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα

Έχοντας αναλύσει τον κλάδο της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο, παρουσιάζοντας τα βασικότερά του στοιχεία, την εξέλιξή του αλλά και την μέχρι τώρα πορεία, ήρθε η ώρα να περάσουμε και σε εθνικό επίπεδο, αναλύοντας αντίστοιχα τον κλάδο της κρουαζιέρας και για την Ελλάδα. Αναμφίβολα, η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως, αφού την τελευταία δεκαετία ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά. Το 2004, 14,2 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα, αριθμός που αυξήθηκε σε 17 εκατομμύρια το 2008 και αναμένεται ότι οι επισκέπτες θα αυξηθούν σε 20 εκατομμύρια τα επόμενα χρόνια, σχεδόν διπλάσιο του πληθυσμού της χώρας.

Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως η Ελλάδα αποτελεί πλέον έναν αναγνωρίσιμο προορισμό παγκοσμίως, αφού κατατάσσεται ανάμεσα στους 10 τοπ τουριστικούς προορισμούς και επίσης βρίσκεται στη δεύτερη θέση, σύμφωνα με τα Telegraph Travel Awards 2008 της Αγγλίας, στην κατηγορία της καλύτερης Ευρωπαϊκής Χώρας. Όλη αυτή η θετική εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό ως κατάλληλος προορισμός για ποιοτικές διακοπές, λειτουργεί θετικά και στην ανάδειξη της χώρας ως προορισμός για κρουαζιέρα, αφού ο μεγάλος αριθμός των νησιών, στα οποία δείχνουν έντονη προτίμηση οι τουρίστες συμβάλλουν ενεργά στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας. Η Ελλάδα είναι λοιπόν, ένας δημοφιλής προορισμός για τα κρουαζιερόπλοια εδώ και αρκετά χρόνια, αφού αναμφίβολα η μακραίωνη ιστορία της χώρας, οι κλιματολογικές συνθήκες, το φυσικό κάλλος των ακτών, η γεωγραφική τοποθεσία και οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των ελληνικών νησιών την καθιστούν έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό.

Η ελληνική κρουαζιέρα μεσουρανούσε την δεκαετία του '80 με ελληνικές εταιρείες όπως η Ηπειρωτική, η Chandris Fantasy και Celebrity Cruises που αποτέλεσαν πρότυπο και πρόδρομο των σημερινών μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών (Γκάζικας, 2011, Καθημερινή, 01/05/2010).³⁰ Τα τελευταία χρόνια η κρουαζιέρα ανθεί στην ελληνική επικράτεια (850.000 επιβάτες το 2004 και 5.700.000 το 2009) και είναι

³⁰ 'Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα', Παντολέων Σκάγιαννης, Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιάς, Μηχανικός ΧΠΠΑΠΘ, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος 27-30 Σεπτ. 2012 ανάκτηση από: <http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2012/57e2986724eb94798e253714e85dc8b43dcbce20.pdf>

σταθερά μέσα στις τέσσερις μεγαλύτερες της Ευρώπης (G. P. Wild & BREA, 2009, ΕΛ.ΣΤΑΤ). Μοναδικό μελανό σημείο αποτελεί η συρρίκνωση της ελληνόκτητης κρουαζιέρας, η οποία ήρθε ως αποτέλεσμα της αδυναμίας προσαρμογής της στις θεσμικές, οικονομικές και γενικότερες αλλαγές που απαιτούσε η εξέλιξη του κλάδου.

Ειδικότερα τώρα, το 2012 υπήρξε θετική χρονιά για την ελληνική κρουαζιέρα, ενώ τα κύρια μεγέθη της αναμένεται να κινηθούν αυξητικά και το έτος που διανύουμε, το 2013. Αυτό προκύπτει από τα αναλυτικά στατιστικά στοιχεία διακίνησης επιβατών κρουαζιέρας στα πιο σημαντικά λιμάνια - μέλη της για το 2012 της Τεχνικής Επιτροπής Κρουαζιέρας της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος (ΕΛΙΜΕ). Τα συγκριτικά στοιχεία είναι μεταξύ του 2010 και του 2012, αφού το έτος 2011 δεν λαμβάνεται στατιστικά ως βάση, λόγω των γεγονότων στη Βόρεια Αφρική, τα οποία μετέβαλαν τα δρομολόγια των εταιρειών κρουαζιέρας.

Αναλυτικότερα, λοιπόν, όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα (πίνακας 19), το λιμάνι του Πειραιά δέχτηκε 2.066.925 επιβάτες το 2012 αυξημένοι κατά 202.268 σε σύγκριση με το 2010 ποσοστό αύξησης δηλαδή κατά 10,85%, το λιμάνι της Σαντορίνης 63.363 επιβάτες, αύξηση κατά 8,17%, ενώ της Μυκόνου 657.511 επιβάτες, κατά 5.860 λιγότεροι και ποσοστό μείωσης 0,88%. Επίσης, το λιμάνι της Πάτμου δέχτηκε 110.678 επιβάτες κατά 41.186 λιγότεροι με ποσοστό μείωσης 27,12% και της Κέρκυρας 624.179 επιβάτες αυξημένοι κατά 54.779, με ποσοστό 9,62%.

Το λιμάνι του Ηρακλείου επίσης, υποδέχτηκε 749.892 επιβάτες, μειωμένοι κατά 13.969 και ποσοστό μείωσης 1,83%, ενώ το λιμάνι των Χανίων είχε για το έτος 2012 129.087 επιβάτες περισσότεροι κατά 117.578, με ποσοστό αύξησης 1.021,62%. Ακόμα, να σημειωθεί πως το λιμάνι του Βόλου δέχτηκε 11.926 επιβάτες, λιγότεροι κατά 9.529 και ποσοστό μείωσης 44,41% ενώ το λιμάνι της Κω είχε αντίστοιχα 41.171 επιβάτες, περισσότεροι κατά 14.919, με ποσοστό αύξησης 56,83%. Τέλος, το λιμάνι της Θεσσαλονίκης δέχτηκε 8.014 επιβάτες, μείωση κατά 8.015 και ποσοστό 50%, ενώ το λιμάνι της Πάτρας 374 επιβάτες κατά 685 λιγότεροι και ποσοστό μείωσης 64,68%.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	2010	2012	ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	
	Αριθμός επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός επιβατών κρουαζιέρας 2010-2012	Αριθμός επιβατών κρουαζιέρας % 2010-2012
ΠΕΙΡΑΙΑΣ	1.864.657	2.066.925	202.268	10,85
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	775.512	838.875	63.363	8,17
ΜΥΚΟΝΟΣ	663.371	657.511	-5.860	-0,88
ΠΑΤΜΟΣ	151.864	110.678	-41.186	-27,12
ΚΕΡΚΥΡΑ	569.400	624.179	54.779	9,62
ΚΑΤΑΚΟΛΟ	763.861	749.892	-13.969	-1,83
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	305.000	185.683	-119.317	-39,12
ΧΑΝΙΑ	11.509	129.087	117.578	1.021,62
ΒΟΛΟΣ	21.455	11.926	-9.529	-44,41
ΚΩΣ	26.252	41.171	14.919	56,83
ΜΗΛΟΣ	8.023	6.272	-1.751	-21,82
ΛΑΥΡΙΟ	17.221	17.339	118	0,69
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	16.029	8.014	-8.015	-50,00
ΚΑΒΑΛΑ	2.358	4.323	1.965	83,33
ΠΑΤΡΑ	1.059	374	-685	-64,68
ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	123	1827	1.704	1.385,37
ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	0	0	0	0

Πίνακας 19: Αναλυτικά στατιστικά στοιχεία διακίνησης επιβατών κρουαζιέρας στα ελληνικά λιμάνια, 2012, πηγή: Ένωσης Λιμένος Πειραιώς (ΕΛΙΜΕ)

Πράγματι, λοιπόν, η κρουαζιέρα αποτελεί έναν ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα για την Ελλάδα, αφού μαζί με την Ιταλία και την Ισπανία αποτελούν τις χώρες με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ευρώπη, ελκύοντας η καθεμία 2 με 2,5 εκατομμύρια τουρίστες κρουαζιέρας ετησίως. Παρόλα αυτά, αν και η Ελλάδα αποτελεί έναν εξαιρετικά ελκυστικό προορισμό κρουαζιέρας, δεν καταφέρνει να ανταπεξέλθει πλήρως, αφού τα ελληνικά λιμάνια δεν προτιμώνται ως σημεία εκκίνησης της κρουαζιέρας (home ports), λόγω χαμηλής ανταγωνιστικότητας. Η αδυναμία αυτή είναι καίριας σημασίας, καθώς η μέση δαπάνη ανά επιβάτη (από τον ίδιο και από την εταιρεία κρουαζιέρας) είναι της τάξης των 600€ στα λιμάνια εκκίνησης και της τάξης των 80€ στα λιμάνια διέλευσης (ports-of-call). Αυτό έχει ως συνέπεια για την χώρα να μην καταφέρει να απορροφήσει τα τουριστικά έσοδα που της αναλογούν. Παρόλα αυτά, εάν η Ελλάδα καταφέρει να διατηρήσει σταθερό το μερίδιό της στην παγκόσμια αγορά της κρουαζιέρας, τα ετήσια έσοδα του κλάδου θα αγγίξουν €0,9 δισεκατομμύρια το 2016 (€0,6 δισεκατομμύρια το 2011).³¹

³¹Κλαδική μελέτη: 'Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2 δις', Παύλος Μυλωνάς, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου της Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012, ανάκτηση από http://www.nbg.gr/wps/wcm/connect/445a285d-fef6-4f6d-a3d7-c5183d8fd270/Cruise_August_2012.pdf?MOD=AJPERES

Η Ελλάδα, ωστόσο, μπορεί να απορροφήσει ακόμα μεγαλύτερο όφελος τα επόμενα πέντε χρόνια, εάν έρθουν σημαντικές δομικές αλλαγές. Η πλήρης άρση του καμποτάζ και η υλοποίηση των επενδυτικών προγραμμάτων των λιμανιών, τα οποία θα αναλυθούν και στα επόμενα κεφάλαια διεξοδικά, είναι κινήσεις που θα συμβάλλουν στην εξαιρετική πορεία του κλάδου της κρουαζιέρας για τα επόμενα έτη. Συνεπώς, σε γενικές γραμμές, είναι απαραίτητο να προωθηθούν οι συμβάσεις παραχώρησης για τη διαχείριση των τερματικών σταθμών, να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα ως προς τις επισκευές των πλοίων και την τροφοδοσία των καυσίμων και τέλος να διαμορφωθεί κατάλληλη πολιτική για την ομαλή άφιξη των τουριστών, αποφεύγοντας την οποιαδήποτε καθυστέρηση που εμποδίζει την εξέλιξη της κρουαζιέρας.

Ειδικότερα τώρα, αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως το 2012, το 74% των επιβατών που ήρθαν στην Ελλάδα για να επιβιβαστούν σε κρουαζιερόπλοια ήταν μέσω του λιμανιού του Πειραιά. Περίπου 440.098 επιβάτες διακινήθηκαν συνολικά στα 4 κύρια λιμάνια κρουαζιέρας της χώρας με βάση τα στοιχεία, τα οποία επεξεργάστηκε η Τεχνική Επιτροπή Κρουαζιέρας της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος (ΕΛΙΜΕ) για το homeporting. Από τους επιβάτες αυτούς, οι οποίοι επιβιβάστηκαν και αποβιβάστηκαν σε ελληνικά λιμάνια, το 74% διακινήθηκε στο λιμάνι του Πειραιά (ΟΛΠ), το 15% στον Ο.Λ. Κέρκυρας και το 11% στον Ο.Λ. Ηρακλείου.³² Έτσι, όπως προκύπτει από τα παραπάνω, τόσο στη γενική κίνηση των πλοίων και των επιβατών της κρουαζιέρας, όσο και στους home porting επιβάτες, το λιμάνι του Πειραιά αποτελεί το βασικότερο λιμάνι κρουαζιέρας της χώρας, βάσει των στοιχείων για το έτος 2012.

Πιο ειδικά, μπορεί να σημειωθεί πως ο Οργανισμός Λιμένος Πειραιώς Α.Ε. διαθέτει υποδομές υψηλής ασφάλειας, διαχωρισμού επιβατών Σένγκεν και εκτός Σένγκεν, τελωνειακούς σταθμούς και ελεύθερες ζώνες, οργανωμένες Πύλες εισόδου - εξόδου επιβατών κατά τα πρότυπα των διεθνών αεροδρομίων, 11 θέσεις ελλιμενισμού και εντός του 2013 τρία μεγάλα σύγχρονα terminals σταθμών επιβατών. Με αυτά τα δεδομένα αποτελεί το κύριο λιμάνι της χώρας και το μεγαλύτερο της

³²ΟΛΠ: Μέσω Πειραιά το 74% των επιβατών που ήλθαν στην Ελλάδα για να επιβιβαστούν σε κρουαζιερόπλοια, ανάκτηση από <http://www.reporter.gr/%CE%95%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%9D%CE%B1%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BB%CE%AF%CE%B1/item/216710-OLP-Mesw-Peiria-to-74-twn-epibatwn-poy-hlthan-sthn-Ellada-gia-na-epibastoy-n-se-kroyazieroploia>

Ανατολικής Μεσογείου, γεγονός που υποδηλώνει, παράλληλα με τις νέες συνολικές επενδύσεις που εκτελούνται ύψους €420 εκατομμυρίων, ότι ελάχιστα περιθώρια, με βάση τους διεθνείς οικονομοτεχνικούς δείκτες υπάρχουν για νέο ανταγωνιστικό λιμάνι στον χώρο της Ανατολικής Μεσογείου.

Επίσης, να υπογραμμιστεί πως στο λιμάνι του Πειραιά πέντε εταιρείες κατέχουν το 94% των επιβατών κρουαζιέρας. Οι εταιρείες Louis Cruises, Carnival, MSC, Norwegian και Royal Caribbean αύξησαν τα μερίδια τους κατά δύο μονάδες σε σύγκριση με το 2010 και συμμετέχουν με το 88% των εσόδων του ΟΛΠ από επιβάτες κρουαζιέρας. Ωστόσο, το λιμάνι του Πειραιά παρουσιάζει μείωση κατά 20% των επιβατών που επιβιβάσθηκαν και αποβιβάσθηκαν το 2012. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν υπάρχει κανένα πλοίο με ελληνική σημαία και στην απόφαση της Louis Cruises να αποσύρει δύο πλοία από τον Πειραιά επειδή απελευθερώθηκε η κρουαζιέρα και το home porting.

Όμως, μετά την απελευθέρωση του home porting παρουσιάζεται αύξηση της επιβίβασης και της αποβίβασης στα λιμάνια του Ηρακλείου και της Ρόδου. Μια γενική διαπίστωση μετά την απελευθέρωση του καμποτάζ και παρά τις μεγάλες προσδοκίες που καλλιεργήθηκαν, δεν υπήρξαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Την στιγμή που δεν υπάρχει πλέον κανένα κρουαζιερόπλοιο με ελληνική σημαία, το περασμένο έτος εμφανίστηκε μια τουρκική εταιρεία, η APEX, που μετέφερε πάνω από 5.000 τουρίστες στο λιμάνι του Πειραιά. Επίσης, γίνεται αντιληπτό πως η σημαία της Κύπρου κατέχει το 3% της συνολικής κίνησης. Κυρίαρχη σημαία στην κρουαζιέρα στην Ελλάδα αναδεικνύεται η Μάλτα, δεδομένου ότι το 36% των κρουαζιερόπλοιων που προσέγγισαν το λιμάνι του Πειραιά είχαν σημαία της Μάλτας. Το 27% των πλοίων είχαν σημαία από τις Μπαχάμες και το 14% ήταν με σημαία των Βερμούδων. Τέλος, να επισημανθεί ότι τα κρουαζιερόπλοια καταπλέουν στο λιμάνι του Πειραιά τις περισσότερες φορές τις ημέρες Δευτέρα, Παρασκευή και Σάββατο.³³

Συνεπώς, όλο και περισσότερες εταιρείες προγραμματίζουν τα τελευταία χρόνια κρουαζιέρες που ξεκινάνε ή τελειώνουν τα δρομολόγια τους από Ελλάδα, αναγνωρίζοντας έτσι το πόσο σημαντικός ταξιδιωτικός κόμβος είναι η χώρα αυτή. Εδώ και αρκετά χρόνια εταιρείες κρουαζιέρας που έχουν υψώσει ελληνική σημαία, πραγματοποιούν 3ήμερες, 4ήμερες ή και 7ήμερες κρουαζιέρες που αναχωρούν από τον Πειραιά και επισκέπτονται τα σημαντικότερα ελληνικά νησιά, τα Παράλια της Μικράς Ασίας και τη Κωνσταντινούπολη. Ενόψει, λοιπόν, της περαιτέρω απελευθέρωσης του Καμποτάζ στη κρουαζιέρα, αναμένεται όλο και περισσότερες

³³ Ένωσης Λιμένος Πειραιώς (ΕΛΙΜΕ)

ξένες εταιρείες στο άμεσο μέλλον να ορίσουν την Ελλάδα ως προορισμό έναρξης πολλών κρουαζιερών που θα καλύπτουν όλο το φάσμα της Μεσογείου.

Η κρουαζιέρα, λοιπόν, στην Ελλάδα έχει την ικανότητα να προσφέρει, το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και να διεκδικεί μερίδιο από τις ίδιες τουριστικές αγορές. Απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες από χώρες της Βορειοδυτικής Ευρώπης, οι οποίες προσπαθούν να προσελκύσουν μαζικό τουρισμό με ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα, το χαμηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι κρουαζιέρες που προσφέρονται στην χώρα μας εντάσσονται στο σύνολό τους στην κατηγορία των διεθνών κρουαζιερών και συγκεκριμένα των Μεσογειακών. Για έναν αρκετά μεγάλο αριθμό προγραμμάτων, τα ελληνικά λιμάνια αποτελούν τον κύριο προορισμό, με συμπληρωματικούς προορισμούς τα γειτονικά λιμάνια της Ιταλίας, της Τουρκίας, της Κύπρου ή της Αιγύπτου. Σε άλλα προγράμματα, ωστόσο, η Ελλάδα αποτελεί συμπληρωματικό προορισμό, με προσέγγιση λίγων ή τουλάχιστον ενός λιμανιού της.

Επίσης, παραδοσιακές θεωρούνται και οι αγορές της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Βρετανίας, από την άποψη της προσφοράς και της ζήτησης. Σημαντική, ωστόσο, είναι η κίνηση θαλάσσιου τουρισμού που παρατηρείται στις μικρές χώρες, αλλά με γερή υποδομή όπως είναι η Μάλτα και η Κύπρος. Υψηλή θέση στις προτιμήσεις των τουριστών, ως σταθμός κρουαζιέρας έχουν τα διάσημα νησιά της χώρας που δεν είναι άλλα από την Μύκονο, τη Σαντορίνη, την Κέρκυρα, την Ρόδο, την Κω και την Κρήτη. Αυτό σημαίνει πως τα ελληνικά νησιά καλύπτουν τις ανάγκες των επισκεπτών, αφού καλύπτουν το τρίπτυχο, ήλιος, θάλασσα και διασκέδαση. Επίσης, η φυσική ομορφιά και η πληθώρα ιστορικών και αρχαιολογικών μνημείων αποτελούν σημαντικό κίνητρο για την επιλογή της Ελλάδας ως προορισμός για κρουαζιέρα.

Να σημειωθεί, λοιπόν, πως οι διασημότεροι προορισμοί για κρουαζιέρα στην Ελλάδα, αυτοί δηλαδή που δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση από το κοινό, είναι ο Πειραιάς, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, το Ηράκλειο Κρήτης, το Κατάκολο, η Πάτμος και ο Άγιος Νικόλαος Κρήτης, αφού δεν είναι τυχαίο και το επενδυτικό ενδιαφέρον που έχουν ήδη εκδηλώσει μεγάλες εταιρείες – κολοσσοί στον κλάδο της κρουαζιέρας ιδιαίτερα μετά την άρση του καμποτάζ.

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία³⁴ το έτος 2011 εταιρείες κρουαζιέρας, όπως η MSC, η Carnival, η Costa και η Caribbean έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον να εντάξουν

³⁴Εφημερίδα Καθημερινή/ Οικονομία και Αγορές, Άρθρο: 'Αύξηση τουριστών από την κρουαζιέρα το 2011', 21.1.2011, ανάκτηση από http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economyepix_1_21/01/2011_429459

στα προγράμματα κρουαζιέρας τους και τον ελλαδικό χώρο κι εξέφρασαν έντονα απόψεις σχετικά με την αναβάθμιση των υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών των ελληνικών λιμανιών όπως είναι για παράδειγμα η εναρμόνιση του συστήματος κράτησης με το αντίστοιχο των ευρωπαϊκών, συμμετοχή σε ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης εγκαταστάσεων υποδοχής λυμάτων και απορριμμάτων.

Εν κατακλείδι, συμπεραίνουμε πως η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους διασημότερους προορισμούς για τον κλάδο της κρουαζιέρας, αφού μεγάλες εταιρείες την προτιμούν για να πραγματοποιούν τα ταξίδια τους στα ελληνικά νησιά. Ακόμα, οι προτιμήσεις των νησιών από τους επιβάτες είναι εμφανείς, αφού τα επισκέπτονται πολλοί τουρίστες τον χρόνο επιβιβαζόμενοι από τα κρουαζιερόπλοια. Παρόλα αυτά, αξίζει να αναλυθεί περισσότερο στα επόμενα κεφάλαια ποια είναι η προσφορά της κρουαζιέρας στη χώρα μας, ποια είναι τα δημογραφικά στοιχεία των επιβατών, αλλά και ποια είναι τα κίνητρα και τα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν τον ελλαδικό χώρο για κρουαζιέρα, ώστε να έχουμε μία σαφέστερη εικόνα για τον κλάδο.

4.1: Προσφορά κρουαζιέρας στην Ελλάδα

Αναμφίβολα, η προσφορά του προϊόντος της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, μπορεί να χαρακτηριστεί μεγάλη. Σε πρώτο επίπεδο, μπορεί να υπογραμμιστεί πως τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, καθώς και τα εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία στο χώρο της κρουαζιέρας, που προσφέρουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τις κρουαζιέρες στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό είναι πολυάριθμα και ποικίλλουν.

Η προσφορά της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, λοιπόν, έχει τεράστια γκάμα σε προορισμούς, δρομολόγια, τιμές, διάρκεια ταξιδιού, αλλά και γενικότερα στο επίπεδο της ποιότητας της κρουαζιέρας. Σε πρώτο επίπεδο, αξίζει να σημειωθεί πως πολλά μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία και κέντρα κρουαζιέρας στην Ελλάδα, όπως είναι για παράδειγμα το γνωστό Navihellas που συμπληρώνει πολλά χρόνια εμπειρίας στον χώρο της κρουαζιέρας, δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να επιλέξει την κρουαζιέρα που επιθυμεί, με βάση το κρουαζιερόπλοιο που του αρέσει, τον προορισμό, την τιμή, τη διάρκεια του ταξιδιού, τις υπηρεσίες που προσφέρονται εν πλω, την αναχώρηση από το λιμάνι του Πειραιά ή μη, αλλά και με βάση άλλα κριτήρια που θα βοηθήσουν τον υπεύθυνο του ταξιδιωτικού πρακτορείου να επιλέξει την καλύτερη δυνατή κρουαζιέρα για εκείνον.

Αρχικά, εστιάζοντας στα δρομολόγια που προσφέρονται στην Ελλάδα, να υπογραμμιστεί πως είναι πολυάριθμα και πραγματοποιούνται τόσο στον ελλαδικό χώρο όσο και στο εξωτερικό. Συγκεκριμένα, οι πιο δημοφιλείς προορισμοί κρουαζιέρας είναι τα **ελληνικά νησιά**. Συνήθως, τα πιο κλασικά προγράμματα κρουαζιέρας πραγματοποιούνται στα κοσμοπολίτικα νησιά του Αιγαίου, όπως είναι η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, η Πάμος, η Κρήτη, τα οποία πολλές φορές συνδυάζονται με την Κωνσταντινούπολη και το Κουσάντασι για επτά ημέρες, χαρακτηρίζοντας έτσι την κρουαζιέρα αυτή ως κοσμοπολίτικη. Άλλα δρομολόγια που πραγματοποιούνται εκτός από τα ελληνικά νησιά και την Τουρκία, είναι και αυτά στη **Μαύρη Θάλασσα** για δώδεκα ημέρες, με αναχώρηση από τη Ρώμη και αποβίβαση στο λιμάνι του Πειραιά, με προορισμούς την Ιταλία, την Βουλγαρία, την Τουρκία, την Ουκρανία, την Ρωσία και την Ελλάδα³⁵.

Επιπρόσθετα, άλλα δρομολόγια που πιθανότατα να ενδιαφέρουν πολλούς υποψήφιους πελάτες, είναι και αυτά που πραγματοποιούνται στη **Δυτική Μεσόγειο** για επτά ημέρες, όπου προσεγγίζονται τα λιμάνια της Τσιβταβέκια (Ρώμη), της

³⁵ «Επιλέξτε την κρουαζιέρα που σας ενδιαφέρει... ανάλογα με τον προορισμό που επιθυμείτε να ταξιδέψετε», ανάκτηση από: <http://www.navihellas.gr/gr/cruiseplaces.php>

Σαβόνας, της Βαρκελώνης, της Πάλμα ντε Μαγιόρκα, της Βαλλέτας και της Κατάνιας στη Σικελία, όπου η επιβίβαση μπορεί να γίνει από τη Σαβόνα, τη Τσιβιταβέκια και από τη Βαρκελώνη. Άλλο ένα δρομολόγιο που υπάρχει είναι η **Δυτική Μεσόγειος σε συνδυασμό με τα Κανάρια νησιά**, που αποτελεί έναν από τους πιο ελκυστικούς τρόπους διακοπών. Τα Κανάρια νησιά, όπως είναι η Τενερίφη, η Μαδέιρα και το Λανζαρότε συνδυάζονται άψογα με την Μάλαγα και τη Βαρκελώνη σε μία 9ήμερη κρουαζιέρα. Ακόμα, άλλη μία μεγάλη κρουαζιέρα είναι και αυτή στα **Νορβηγικά Φιόρδ** και στο Βόρειο Ακρωτήριο για 16 ολόκληρες ημέρες με αναχώρηση από το Southampton στο Λονδίνο.

Ακόμα, αξιοσημείωτες είναι και οι κρουαζιέρες που γίνονται στη **Βαλτική**, όπου οι επιβάτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά, αναχωρώντας από την Κοπεγχάγη κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου, το Βαρνεμούντε στη Γερμανία, το Ταλλίν, την μαγευτική Αγία Πετρούπολη, το Ελσίνκι και τη Στοκχόλμη σε 9 ημέρες, μία κρουαζιέρα που πραγματικά μένει αξέχαστη σε όλους τους ταξιδιώτες.

Επίσης, αναμφισβήτητα, ένα από τα δημοφιλέστερα δρομολόγια – προορισμούς είναι η **Καραϊβική**, που σημειώνει πολύ υψηλά ποσοστά όπως έχει ήδη σημειωθεί και σε άλλο κεφάλαιο. Μία από τις πιο μαγευτικές διαδρομές που πραγματοποιούνται για επτά μοναδικές μέρες με κρουαζιερόπλοιο, είναι η αναχώρηση από την κοσμοπολίτικη Νέα Υόρκη, με προορισμό την Φλώριδα και τις εξωτικές Μπαχάμες. Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι η Καραϊβική περιλαμβάνει τα περισσότερα δρομολόγια, που εξαρτάται πάντα από τα γούστα του πελάτη. Κάποια από αυτά είναι τα εξής: Αμερική, Μπαχάμες, Τζαμάικα για επτά ημέρες, Φλώριδα, Μπαχάμες, Πουέρτο Ρίκο για επτά ημέρες, Αμερική, Καραϊβική, Μεξικό για επτά ημέρες, Αμερική, Μπαχάμες, Ολλανδικές Αντίλλες για δέκα ημέρες με αναχώρηση από το Fort Lauderdale (Αμερική), Παναμά, Αντίλλες, Κόστα Ρίκα και Μπαχάμες για δέκα ημέρες και άλλα πολλά ταξίδια, τα οποία μπορεί να βρει ο κάθε ενδιαφερόμενος που επιθυμεί να κάνει κρουαζιέρα στην Καραϊβική.

Επιπρόσθετα δρομολόγια που πραγματοποιούνται είναι και αυτά στην **Αλάσκα και στον Καναδά**. Ενδεικτικά, κάποια από αυτά είναι προς την Αλάσκα, από το λιμάνι Seattle στην Washington για επτά ημέρες, το δρομολόγιο Αλάσκα – Καναδάς με αναχώρηση από το Βανκούβερ και άφιξη στο Whittie για επτά ημέρες, Αμερική – Καναδάς για δέκα μέρες με αναχώρηση από τη Νέα Υόρκη και άλλα πολλά, στα οποία αλλάζει είτε κάποιο μέρος, το οποίο αφαιρείται από κάποιο άλλο, είτε το λιμάνι αναχώρησης ή άφιξης. Άλλος ένας προορισμός είναι και αυτός της

Νοτίου Αμερικής, με αναχώρηση από την Καλιφόρνια, προσεγγίζοντας το Μεξικό και την Γουατεμάλα, απολαμβάνοντας το πέρασμα της διώρυγας του Παναμά, με κατάληξη στο Φόρτ Λοτερνέλ στο Μαϊάμι για 14 ολόκληρες ημέρες.

Άλλη μία αξιοπρόσεκτη κατηγορία προορισμών με κρουαζιερόπλοιο που θα μπορούσε να καταγραφεί, είναι και αυτή των **υπερατλαντικών ταξιδιών** που αποτελεί μία μυθική ταξιδιωτική εμπειρία. Τα μεγαλοπρεπή υπερωκεάνια του παρελθόντος μετέφεραν επιβάτες σε ένα περιβάλλον μοντέρνας αφθονίας και πλούτου σαηνεύοντας την παγκόσμια φαντασία. Σε παλαιότερες εποχές τα υπερωκεάνια υπήρξαν τα μέσα μεταφοράς μεταξύ Ευρώπης και Αμερικής. Έτσι, πραγματοποιείται ένας από τους πιο διάσημους προορισμούς μεταξύ της Νέας Υόρκης και του Λονδίνου για 8 ημέρες, με αναχώρηση από το Southampton της Αγγλίας, αλλά και άλλο ένα δρομολόγιο αντίστοιχα, αλλά με αναχώρηση από τη Νέα Υόρκη αυτή τη φορά. Άλλο ένα αξιοσημείωτο υπερατλαντικό ταξίδι που διαρκεί 18 ημέρες, είναι και αυτό που αναχωρεί και πάλι από το Southampton της Αγγλίας, περνά από την Νορβηγία, την παγωμένη Ιρλανδία και την Γροιλανδία, φτάνοντας στην Αμερική. Ανακαλύπτοντας το Ρέικιαβικ, θαυμάζοντας την διαφορετική κουλτούρα, το άγριο τοπίο αλλά και τη ζεστή καρδιά των κατοίκων, οι επιβάτες θα καταλήξουν στην Νέα Υόρκη, κάνοντας βόλτα στην Wall Street, στο Άγαλμα της Ελευθερίας και τα ψώνια τους στα τεράστια εμπορικά κέντρα στην πόλη που δεν κοιμάται ποτέ.

Επίσης, **άλλοι προορισμοί** που εντοπίζονται, για όσους θέλουν να ξεφύγουν από τα συνηθισμένα δρομολόγια, είναι οι εξής: Χαβάη - Χονολουλού – Μάουι για 8 ημέρες, 7ήμερη κρουαζιέρα στο Μεξικό με αναχώρηση και άφιξη από το Los Angeles, 11ήμερη κρουαζιέρα σε Αμερική, Παναμά, Κάιμαν, Κόστα Ρίκα, 12ήμερη κρουαζιέρα σε Αγγλία, Ιρλανδία, Σκωτία, Γαλλία, 13ήμερη κρουαζιέρα στην Αυστραλία με αναχώρηση και άφιξη στη Μελβούρνη, 7ήμερη κρουαζιέρα σε Αμερική, Μεξικό και Γουατεμάλα, με αναχώρηση από το λιμάνι της Νέας Ορλεάνης, ταξιδεύοντας στην Κόστα Μάγια, στο Σαν Τόμας Ντε Καστίλλα, ζώντας μία εμπειρία γεμάτη από μουσική, σομπρέρος και τεκίλα, 13ήμερη κρουαζιέρα σε Αυστραλία και σε Νέα Ζηλανδία, με αναχώρηση και άφιξη στη Μελβούρνη, αλλά και άλλα πολλά δρομολόγια, τα οποία μπορεί να βρει ο ενδιαφερόμενος.

Άλλα αξιοπρόσεκτα δρομολόγια που πραγματοποιούνται με κρουαζιερόπλοιο, είναι και αυτά στις **Δαλματικές Ακτές και στην Βενετία**. Πιο ειδικά, το δρομολόγιο Ιταλία - Ελλάδα - Γαλλία – Μονακό, αποτελεί 12ήμερη κρουαζιέρα στη Μεσόγειο με αναχώρηση από Βενετία και άφιξη στη Ρώμη. Άλλο ένα

είναι και αυτό που γίνεται ανάμεσα σε Ελλάδα και Ιταλία, μία υπέροχη 7ήμερη κρουαζιέρα που ξεκινά από τη Βενετία προς τα ελληνικά νησιά, κάνοντας στάση στην Κέρκυρα, τη Σαντορίνη, τη Μύκονο και το Κατάκολο. Επίσης, η 7ήμερη κρουαζιέρα Ιταλία - Σλοβενία – Κροατία, με αναχώρηση από τη Βενετία, στις Δαλματικές Ακτές, στη Μεσίνα, στη Νάπολη και αποβίβαση στην Τσιβιταβέκια (Ρώμη), αποτελεί αναμφίβολα μία αξέχαστη εμπειρία για τον ταξιδιώτη. Επίσης, το δρομολόγιο, Ιταλία – Τουρκία – Ελλάδα, δεν θα αφήσει ασυγκίνητο τον επιβάτη, καθώς μέσα από μια 7ήμερη κρουαζιέρα θα επισκεφτεί, αναχωρώντας από τη Βενετία, τα ελληνικά νησιά (Κέρκυρα, Σαντορίνη, Μύκονος) και τη Σμύρνη, επιστρέφοντας και πάλι στη Βενετία.

Τέλος, τα δρομολόγια κλείνουν με αυτά στην **Ανατολική Μεσόγειο**, περιλαμβάνοντας 7ήμερες κρουαζιέρες προς τις Δαλματικές Ακτές, την Ελλάδα και την Κωνσταντινούπολη, αναχωρώντας από τη Βενετία και κάνοντας βόλτα στην παλιά πόλη στο Μπάρι. Στη συνέχεια προσεγγίζεται το Κατάκολο με επίσκεψη στην Αρχαία Ολυμπία, περνώντας από εκεί στη Σμύρνη, στην Αγία Σοφία και στο Τοπ Καπί στην Κωνσταντινούπολη, επιστρέφοντας στο διαμάντι της Αδριατικής, το Ντουμπρόβνικ. Άλλο ένα αξιόλογο πρόγραμμα κρουαζιέρας που ανήκει στην κατηγορία της Ανατολικής Μεσογείου, είναι και η 12ήμερη κρουαζιέρα στη Μεσόγειο, με αναχώρηση από το λιμάνι του Πειραιά και αποβίβαση στο λιμάνι της Ρώμης, με ενδιάμεσους σταθμούς το Κουσάντασι, τα ελληνικά νησιά της θρησκευτικής Πάτμου και της ρομαντικής Σαντορίνης, το Ισραήλ και την Αίγυπτο και τέλος το Κάπρι της Ιταλίας.

Άλλα δρομολόγια που αξίζει να αναφερθούν στην ίδια κατηγορία, είναι αυτά που πραγματοποιούνται σε Ελλάδα, Κύπρο και Ισραήλ, αναχωρώντας από το λιμάνι του Ηρακλείου της Κρήτης, ταξιδεύοντας στην Κύπρο, την Τουρκία και το Ισραήλ. Επίσης, το δρομολόγιο Ελλάδα, Αίγυπτος, Τουρκία δεν θα έπρεπε να παραλειφθεί. Πρόκειται για μια 11ήμερη κρουαζιέρα, με αναχώρηση από την Κωνσταντινούπολη, με προσεγγίσεις στα ελληνικά νησιά (Μύκονο, Ρόδο, Κρήτη), στην Αίγυπτο και στο Κουσάντασι και με αποβίβαση στον Πειραιά. Τέλος, το δρομολόγιο Ιταλία – Κροατία – Ελλάδα – Αίγυπτο – Τουρκία αποτελεί μία ξεχωριστή 12ήμερη κρουαζιέρα, με αναχώρηση από το λιμάνι του Πειραιά. Από την Ναζαρέτ ως τα Ιεροσόλυμα, στην γεμάτη αρώματα και νέους πολιτισμούς Αίγυπτο, στην Αρχαία Έφεσο στο Κουσάντασι. Έπειτα, από τη ρομαντική Βενετία με τις γόνδολες, ο ταξιδιώτης θα γνωρίσει το μεσαιωνικό Ντουμπρόβνικ με τους πλακόστρωτους δρόμους. Τέλος, από την Ιταλία θα περάσει στο Ισραήλ και από την Ελλάδα στην Αίγυπτο, μία κρουαζιέρα που ενώνει πραγματικά διαφορετικούς πολιτισμούς και ποικίλες κουλτούρες.

Επίσης, η προσφορά της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, ποικίλλει ως προς τις τιμές, αλλά εξαρτάται φυσικά στις περισσότερες περιπτώσεις από τα δρομολόγια, από τη διάρκεια του ταξιδιού που επιλέγει ο κάθε ενδιαφερόμενος ταξιδιώτης, αλλά και από τον οικονομικό του προϋπολογισμό, από τα χρήματα δηλαδή που είναι διατεθειμένος να ξοδέψει για μία κρουαζιέρα. Αξίζει, λοιπόν, να υπογραμμιστεί πως οι τιμές των κρουαζιέρων μπορεί να κυμανθούν από 230 ευρώ ανά άτομο για μία 7ήμερη κρουαζιέρα στα κοσμοπολίτικα ελληνικά νησιά του Αιγαίου (Μύκονο, Πάτμο, Ρόδο, Κρήτη, Σαντορίνη), Κωνσταντινούπολη και Κουσάντασι, μέχρι και 960 ευρώ ανά άτομο, ανάλογα με την κατηγορία καμπίνας της επιλογής του επιβάτη (από standard - superior – premium εσωτερική, standard – superior – premium - deluxe εξωτερική, μέχρι και junior σουίτα με περιορισμένη θέα, junior σουίτα και σουίτα deluxe) και την ημερομηνία αναχώρησης (low - medium - high season).

Να υπογραμμιστεί ακόμα, πως στις τιμές αυτές ενδεικτικά περιλαμβάνονται τα εξής: η διαμονή στην καμπίνα επιλογής, πλήρης διατροφή και διασκέδαση κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας, υπηρεσίες από το προσωπικό του κρουαζιερόπλοιου, ασφάλεια αστικής - επαγγελματικής ευθύνης, πακέτο ποτό για κάθε ενήλικα που περιλαμβάνει ανά ημέρα δύο αναψυκτικά, δύο χυμούς δύο αλκοολούχα ποτά (μπύρα / κρασί) και δύο φιάλες νερό 500ml, πακέτο ποτών για κάθε παιδί που περιλαμβάνει έως 8 μη αλκοολούχα ποτά και αναψυκτικά ανά ημέρα. Επίσης, στις τιμές αυτές δεν περιλαμβάνονται τα λιμενικά έξοδα και τα φιλοδωρήματα, τα οποία ανέρχονται στα €215 ανά άτομο, η συμμετοχή στις προαιρετικές εκδρομές και τέλος τα προσωπικά έξοδα για ψώνια κλπ.

Έτσι, συμπεραίνουμε πως οι τιμές εξαρτώνται πάντα από το ταξίδι επιλογής, δηλαδή τον προορισμό, τη διάρκεια του ταξιδιού, την επιλογή καμπίνας αλλά και την ημερομηνία του ταξιδιού. Συνεπώς, όσο αυξάνονται οι ημέρες του ταξιδιού και όσο μακρινότερα είναι τα δρομολόγια τόσο ανεβαίνουν και οι τιμές. Πιο ειδικά, για να γίνει πιο κατανοητό το δρομολόγιο που ανήκει στην κατηγορία ταξιδιών της Βαλτικής, πραγματοποιώντας στάσεις σε Γερμανία - Εστονία - Ρωσία - Φιλανδία - Σουηδία – Δανία για 10 ημέρες ξεκινάει η τιμή ανά άτομο από 1260 ευρώ. Συνεπώς, γίνεται κατανοητή η μεγάλη διαφορά για παράδειγμα ανάμεσα σε μία κρουαζιέρα στα ελληνικά νησιά και στην Τουρκία, με μία κρουαζιέρα στη Βαλτική. Το ίδιο λοιπόν, ισχύει και για άλλους προορισμούς όπως είναι για παράδειγμα η Καραϊβική που αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς, όπου οι τιμές ανεβαίνουν αισθητά ανά άτομο. Το ίδιο ισχύει και για τα υπερατλαντικά ταξίδια που έχουν ήδη αναφερθεί παραπάνω ποια είναι, τα οποία είναι πολύ ακριβότερα σε σχέση με άλλα,

αφού η απόσταση είναι τεράστια και ο επιβάτης περνάει πολλές ημέρες εν πλω, χωρίς να κάνει στάσεις σε ενδιάμεσα λιμάνια.

Επίσης, καλό θα ήταν να σημειωθεί πως ο ενδιαφερόμενος έχει την ευκαιρία μέσα από το αντίστοιχο ταξιδιωτικό πρακτορείο, στο οποίο θα καταφύγει για πληροφορίες, να επιλέξει την κρουαζιέρα που επιθυμεί με βάση το κρουαζιερόπλοιο που του αρέσει. Ενδεικτικά λοιπόν, μπορούν να αναφερθούν αξιόλογα κρουαζιερόπλοια μεγάλων εταιρειών, διαφορετικής εθνικότητας, που πραγματοποιούν ταξίδια από το λιμάνι του Πειραιά ή μη σε άλλους προορισμούς, ανάλογα με τα δρομολόγια που πραγματοποιεί το καθένα.

Έτσι, ο ενδιαφερόμενος ενός συγκεκριμένου κρουαζιερόπλοιου έχει τη δυνατότητα μέσα από το ταξιδιωτικό πρακτορείο, να μάθει αναλυτικά όλα τα χαρακτηριστικά του πλοίου από τη χωρητικότητά του, τα μπαρ, τα εστιατόρια και τα σαλόνια του, μέχρι και τις δραστηριότητές του μέσα και από ένα πλούσιο φωτογραφικό υλικό, καθώς και ποια δρομολόγια ακολουθεί το πλοίο που του αρέσει, ώστε να πάρει την τελική του απόφαση. Κάποια λοιπόν, από αυτά τα κρουαζιερόπλοια είναι και τα εξής³⁶:

- Amsterdam
- Caribbean Princess
- Coral Princess
- Costa Atlantica
- Costa Classica
- Costa Deliziosa
- Costa Fascinosa
- Costa Favolosa
- Costa Fortuna
- Costa Luminosa
- Costa Magica
- Costa Mediterranea
- Costa neoRomantica
- Costa Pacifica
- Costa Serena
- Costa Victoria

³⁶ «Επιλέξτε την κρουαζιέρα σας ανά κρουαζιερόπλοιο...», ανάκτηση από: <http://www.navihellas.gr/gr/cruiseboats.php>

- Costa Voyager
- Crown Princess
- Crystal Serenity
- Crystal Symphony
- Dawn Princess
- Diamond Princess
- Emerald Princess
- Eurodam
- Golden Princess
- Grand Princess
- Horizon
- Island Princess
- Louis Olympia
- Maasdam
- MSC Armonia
- MSC Divina
- MSC Fantasia
- MSC Lirica
- MSC Magnifica
- MSC Musica
- MSC Opera
- MSC Orchestra
- MSC Poesia
- MSC Preziosa
- MSC Sinfonia
- MSC Splendida
- Nieuw Amsterdam
- Noordam
- Norwegian Breakaway
- Norwegian Dawn
- Norwegian Epic
- Norwegian Gem
- Norwegian Jade
- Norwegian Jewel
- Norwegian Pearl

- Norwegian Spirit
- Norwegian Star
- Norwegian Sun
- Ocean Princess
- Oosterdam
- Orient Queen
- Pacific Princess
- Pride of America
- Prinsendam
- Queen Elizabeth
- Queen Mary 2
- Queen Victoria
- Rotterdam
- Royal Princess
- Ruby Princess
- Ryndam
- Sapphire Princess
- Sea Princess
- Star Princess
- Statendam
- Sun Princess
- Thomson Celebration
- Thomson Majesty
- Veendam
- Volendam
- Westerdam
- Zaandam
- Zenith
- Zuiderdam

Εν κατακλείδι, και σύμφωνα με τα παραπάνω, συμπεραίνουμε πως η προσφορά της κρουαζιέρας στην Ελλάδα σήμερα είναι μεγάλη, αφού ποικίλλει και ως προς τις τιμές, τις εταιρείες που πραγματοποιούν κρουαζιέρες, αλλά και ως προς τα δρομολόγια που υπάρχουν καθ' όλη σχεδόν τη διάρκεια του έτους, καλύπτοντας όλο τον παγκόσμιο χάρτη. Αναμφίβολα, λοιπόν, ο ανταγωνισμός στον κλάδο της κρουαζιέρας είναι μεγάλος, αφού τα κρουαζιερόπλοια των διαφόρων εταιρειών που προσφέρουν κρουαζιέρες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό είναι πολυάριθμα, αξιόπιστα, καθώς και υψηλών προδιαγραφών. Αυτό ακριβώς κάνει την επιλογή του υποψήφιου πελάτη της κρουαζιέρας ακόμα πιο δύσκολη.

4.2: Δημογραφικά στοιχεία επιβατών κρουαζιέρας

Αναμφίβολα, λοιπόν, η ελληνική κρουαζιέρα βρίσκεται σε πολύ υψηλό επίπεδο τα τελευταία χρόνια, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες την επιλέγουν κάθε χρόνο για τις διακοπές τους. Πολλοί λοιπόν είναι εκείνοι που επιθυμούν διακαώς να ταξιδέψουν στη Μεσόγειο με σκοπό να γνωρίσουν από κοντά τα ελληνικά νησιά και την ξακουστή ιστορία της χώρας. Να σημειωθεί αρχικά, πως σε γενικές γραμμές οι κρουαζιέρες στη Μεσόγειο πραγματοποιούνται κυρίως από τα τέλη Μαρτίου μέχρι τα τέλη Οκτωβρίου, αν και η κάθε εταιρεία παρουσιάζει τις δικές της αποκλίσεις ως προς την εκκίνηση και τη λήξη των οργανωμένων ταξιδιωτικών της προγραμμάτων.

Οι κρουαζιέρες που πραγματοποιούνται, λοιπόν, στον ελλαδικό χώρο και οι οποίες έχουν ως αφετηρία τους κάποιο από τα ελληνικά λιμάνια, χωρίζονται σε 3ήμερες, 4ήμερες και 7ήμερες κρουαζιέρες και αναχωρούν από την Ακτή Ξαβερίου, πίσω από το εκθεσιακό κέντρο του ΟΛΠ, στο λιμάνι του Πειραιά. Δημοφιλή λιμάνια προσέγγισης, όπως έχει ήδη αναφερθεί και παραπάνω, είναι η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, η Πάτμος και το Ηράκλειο. Άλλα δημοφιλή λιμάνια προσέγγισης στη Μεσόγειο, στα οποία δένουν και ελληνικά κρουαζιερόπλοια είναι η Κωνσταντινούπολη, το Κουσάντασι στις Μικρασιατικές Ακτές, η Αλεξάνδρεια και το port said στην Αίγυπτο.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιβατών κρουαζιέρας στην Ελλάδα με βάση την εθνικότητα, προέρχεται από τις χώρες Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία. Με εξαίρεση τις δύο τελευταίες χώρες, αναμένεται αύξηση αριθμού των τουριστών κρουαζιέρας στην Ελλάδα για το τρέχον έτος αλλά και για το 2014. Αναλυτικότερα, το 30% - 35% προέρχεται από τη Βόρεια Αμερική (ΗΠΑ, Καναδάς), ενώ το 25% - 30% από τη Νότια Αμερική (Αργεντινή, Βραζιλία, Μεξικό). Έπονται οι Ευρωπαίοι με την κλίμακα του 30% - 35%, με κύριες εθνικότητες τις προαναφερθείσες (Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία).³⁷

Επίσης, να σημειωθεί πως ο τουρίστας της κρουαζιέρας υπολογίζεται πως δαπανά ημερησίως πάνω από €50, για επιπλέον καταναλώσεις. Το επίπεδο αυτού του είδους τουριστών, σε συνδυασμό με την πίεση που ασκεί ο ανταγωνισμός, οδήγησαν με τη σειρά στη μεγάλη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών πάνω στο

³⁷Άρθρο 'Νέα στρατηγική επενδύσεων στις υποδομές για την κρουαζιέρα', Αντώνης Τσιμπλάκης, 19.10.12, ανάκτηση από <http://www.kykladesnews.gr/component/content/article/46-importantinfocategory/61705-2012-10-19-13-14-54.html>

κρουαζιερόπλοιο. Οι υπηρεσίες αυτές, πιο συγκεκριμένα, αφορούν την παροχή ποιοτικής καμπίνας, την προσεγμένη κουζίνα, τους πολυτελείς, καθαρούς και περιποιημένους χώρους, τις οργανωμένες ξεναγήσεις, τους αθλητικούς χώρους, αλλά και τις δυνατότητες οργάνωσης συνεδρίων και events. Όλες αυτές οι υπηρεσίες οφείλουν να παρουσιάζουν μηδενικές ελλείψεις και να καλύπτονται από άμεση εξυπηρέτηση από το άρτιο και εξειδικευμένο προσωπικό του πλοίου.

Επίσης, στα σύγχρονα υπερπολυτελή κρουαζιερόπλοια υπάρχουν καταστήματα, όπου οι επιβάτες μπορούν να κάνουν τα ψώνια τους, τα οποία υπάγονται σε καθεστώς duty free. Τα καταστήματα αυτά ενοικιάζονται στην πλειοψηφία τους από ιδιώτες ή γνωστές εταιρείες καταστημάτων, γεγονός το οποίο συναντά κανείς και στην περίπτωση του καζίνο, των bars ή ακόμα και του εστιατορίου του κρουαζιερόπλοιο.

Ακόμα, να σημειωθεί πως κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, δεν επιτρέπεται να επιβιβαστούν νέοι επιβάτες στα λιμάνια που προσεγγίζουν το πλοίο, εκτός και εάν υπάρχει ειδική συμφωνία. Ούτε όμως και οι επιβάτες που επιβιβάστηκαν στο λιμάνι – αφετηρία μπορούν να διακόψουν το ταξίδι τους σε οποιοδήποτε λιμάνι προσεγγίζει το κρουαζιερόπλοιο και μετά να συνεχίσουν μεταβαίνοντας στο σκάφος από το επόμενο λιμάνι προσέγγισης ή παίρνοντας άλλο πλοίο της ίδιας εταιρείας.

Έτσι, υπογραμμίζεται πως πολλοί είναι εκείνοι που προτιμούν την Ελλάδα, αφού είναι και ο δεύτερος δημοφιλέστερος ευρωπαϊκός προορισμός για την πραγματοποίηση κρουαζιέρας με περίπου 4,5 εκατομμύρια τουρίστες, όπως παρουσιάστηκε κατά τη διάρκεια του συνεδρίου του European Cruise Council για τη συνεισφορά του κλάδου της κρουαζιέρας στην ευρωπαϊκή οικονομία. Η Ελλάδα με ποσοστό 19,6% ήταν ο ένας από τους δύο δημοφιλέστερους προορισμούς καθ' όλη τη χρονιά του 2008, έχοντας την Ιταλία στην πρώτη θέση με ποσοστό 23% και στην τρίτη θέση την Ισπανία με ποσοστό 16,6%. Συνεπώς γίνεται αντιληπτό πως μεγάλο μερίδιο των επιβατών της κρουαζιέρας προτιμούν την Ελλάδα, φέρνοντάς την στη δεύτερη θέση της κατάταξης των τριών καλύτερων προορισμών για την κρουαζιέρα. Η Μύκονος, η Σαντορίνη και η Ρόδος είναι τα πρώτα τρία νησιά της χώρας με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, σημειώνοντας τα υψηλότερα ποσοστά.³⁸

³⁸ Η Κρουαζιέρα σε αριθμούς, ανάκτηση από <http://www.travelchat.gr/forum/index.php?topic=1186.0;wap2>

4.3: Κίνητρα και κριτήρια επιλογής κρουαζιέρας

Πολλοί είναι εκείνοι που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα στην Ελλάδα κάτω από συγκεκριμένους παράγοντες. Με άλλα λόγια επιλέγουν τον προορισμό έχοντας συγκεκριμένα κριτήρια, αλλά και κίνητρα με τα οποία θα τον επιλέξουν. Σε πρώτο επίπεδο, να σημειωθεί πως οι παράγοντες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: τη γεωγραφική θέση/ τοποθεσία (site) και την κατάσταση (situation) στην οποία βρίσκεται ένα λιμάνι αναψυχής, με άλλα λόγια το επίπεδο της οργάνωσής του και της εξέλιξής του. Στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 20) αυτό μπορεί να γίνει πιο αντιληπτό, αφού αναλύονται οι δύο παράγοντες.

Κατάσταση/ Situation	Τοποθεσία/ Site
1. Πρόσβαση σε αξιοθέατα, φυσικές ομορφιές	Φυσικό κάλλος
2. Υπηρεσίες προς επιβάτες	
3. Υπηρεσίες σε κρουαζιερόπλοια	
4. Κόστος παρεχόμενων υπηρεσιών	
5.	Ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων αναψυχής
6. Αποδοτικότητα λιμένα	
7. Υποδομή	
8. Πολιτική κατάσταση και θεσμικό πλαίσιο	
9.	Σύνδεση με τουριστική αγορά
10. Διαχείριση λιμανιού	
11. Σύνδεση με πόλη, χώρα	
12.	Δυνατότητα μεταφοράς με άλλα μέσα

Πίνακας 20: Μ. Λεκάκου, Α. Πάλλης Γ. Βαγγέλας (2009) Έρευνα – Μελέτη ‘Προσδιορισμός κριτηρίων επιλογής λιμανιού για κρουαζιέρα, Συνέδριο IAME 2009, Κοπεγχάγη³⁹

Οι παράγοντες στα πεδία 5, 9, 12 αναφέρονται στα χαρακτηριστικά της ‘κατάστασης – situation’, ενώ τα υπόλοιπα στον παράγοντα ‘τοποθεσία - site’.

³⁹ Διπλωματική εργασία: ‘Θαλάσσιος τουρισμός και η θέση της Ελλάδας, Συγκρίσεις και ευκαιρίες’, Χατζημανωλάκη Ευαγγελία, Πειραιάς 2011

Πολλοί είναι εκείνοι που σημειώνουν, λοιπόν, πως ενώ στον τομέα της τοποθεσίας (site), στην φυσική ομορφιά, στο ήπιο κλίμα, στην πρόσβαση στα αξιοθέατα αλλά και στην πληθώρα των ελληνικών νησιών, η Ελλάδα βρίσκεται σε υπερέχουσα θέση από άλλες χώρες, στον τομέα των υποδομών και της οργάνωσης της υπάρχουσας κατάστασης (situation), υπάρχουν αρκετά περιθώρια βελτίωσης και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας μέσω της ποιοτικής αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη σχέση ποιότητας και τιμής, καθώς και τις κατάλληλες επενδύσεις στις λιμενικές υποδομές.

Ωστόσο, το φυσικό κάλλος των νησιωτικών και των παράκτιων περιοχών, θα μπορούσε να προσελκύσει το ενδιαφέρον των επισκεπτών, συνδυάζοντας την περιήγηση με τις δραστηριότητες των θαλάσσιων σπορ, καθώς πολλοί είναι εκείνοι που τα προτιμούν, εμπλουτίζοντας με αυτό τον τρόπο το πρόγραμμά της με νέες δραστηριότητες, δίνοντας έτσι μία επιπρόσθετη αξία για τον εκάστοτε προορισμό. Επίσης, η σύνδεση της πόλης και της αγοράς θα πρέπει με κάποιον τρόπο να γίνει πιο εύκολη, όπως φυσικά και η πρόσβαση του κρουαζιερόπλοιου, συχνά τεράστιου μεγέθους, ειδικά στους προορισμούς της Μυκόνου, της Σαντορίνης και της Ρόδου που αποτελούν τους τοπ προορισμούς για κρουαζιέρα. Κάποια από τα παραπάνω αποτελούν λοιπόν πολύ σημαντικά κριτήρια για την πλειοψηφία των υποψήφιων τουριστών πριν κρίνουν ποιος θα είναι ο καλύτερος προορισμός για εκείνους.

Επιπρόσθετα, οι σύγχρονες υπηρεσίες κατά την αποβίβαση και την επιβίβαση των επιβατών με πιο απλοποιημένες τελωνειακές διατυπώσεις, αλλά και η πλήρης τήρηση των σύγχρονων μέτρων ασφαλείας κατά τα διεθνή πρότυπα ISPS CODE, θα ικανοποιούσε αναμφίβολα τις αυξημένες απαιτήσεις κυρίως των Αμερικανών τουριστών, μια αγορά που δεν έχει πλήρως αξιοποιηθεί, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό που πραγματοποιεί κρουαζιέρα στην Ελλάδα, προέρχεται κυρίως από τις ευρωπαϊκές χώρες.

Ακόμα, δεν πρέπει να παραλειφθεί πως οι προσπάθειες που γίνονται για την εφαρμογή ενός νέου θεσμικού πλαισίου, όπως είναι η άρση του καμποτάζ, η συγκρότηση επιτροπής θαλάσσιου τουρισμού, αλλά και η αποφυγή καθυστερήσεων για την άμεση εφαρμογή τους, αποτελούν σημαντικά κριτήρια ώστε να επιλεγεί η χώρα από τους τουρίστες για κρουαζιέρα.

Η Ελλάδα λοιπόν, αναμφίβολα μπορεί και εκείνη να προσφέρει το ίδιο προϊόν με τους ανταγωνιστές της και όχι παρόμοιο, καθώς πληρεί τις βασικότερες προδιαγραφές για έναν τουριστικό προορισμό. Έχει την ικανότητα να απευθύνεται σε

όλα τα είδη τουριστών, καλύπτοντας όλα τους τα γούστα, έχοντας ως βασικό ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα την παροχή υψηλών υπηρεσιών σε χαμηλό κόστος.

Επίσης, είναι πολύ ενδιαφέρον να σημειωθεί πως ο υποψήφιος τουρίστας, προκειμένου να επιλέξει τον προορισμό του για ταξίδι με το κρουαζιερόπλοιο, θέτει τρεις πολύ σημαντικούς παράγοντες, οι οποίοι είναι και οι παρακάτω:

- Ο βαθμός ελκυστικότητας του μέρους ως τουριστικό αξιοθέατο (tourist attractiveness), το κατά πόσο δηλαδή τον ελκύει τον τουρίστα το μέρος, ώστε να το επισκεφτεί
- Η εύκολη και άμεση πρόσβαση σε αυτό (accessibility)
- Οι λιμενικές υποδομές και οι υπηρεσίες του (port facilities)

Η Ελλάδα ειδικότερα, καλύπτει αναμφισβήτητα το πρώτο κριτήριο, καθώς χαρακτηρίζεται από πολλούς ως ελκυστικό τουριστικό αξιοθέατο. Επίσης, όσον αφορά τον παράγοντα της πρόσβασης, η χώρα έχει κάνει αλματώδη βήματα, αφού η ευκολία στην πρόσβαση και κυρίως οι σύγχρονες αεροπορικές τις συνδέσεις έχουν σχολιαστεί θετικά από πολλούς. Ωστόσο, οι λιμενικές υποδομές και οι υπηρεσίες της χώρας απαιτούν από πολλούς αρκετά σημάδια βελτίωσης, μέσα από συγκεκριμένες ενέργειες.

Το λιμάνι του Πειραιά, συγκεκριμένα, μπορεί και επιβάλλεται να εξελιχθεί σε βασικό λιμένα επιβίβασης και αποβίβασης, διαθέτοντας άμεση πρόσβαση σε τουριστικά αξιοθέατα, κοντινή σύνδεση με το αεροδρόμιο μέσα από μια πληθώρα επιλογής των μέσων μαζικής μεταφοράς, καθώς και προοπτικές υλοποίησης έργων ανάπτυξης σε περιβάλλοντα χώρο. Όλα αυτά είναι αναγκαίο να πραγματοποιηθούν για το λιμάνι του Πειραιά, αφού αποτελεί το σημαντικότερο λιμάνι της χώρας με τις περισσότερες αφίξεις τουριστών κρουαζιέρας.

Επιπρόσθετα, το λιμάνι της Σαντορίνης κατατάσσεται στα λιμάνια της χώρας, που παρόλο που αποτελεί ένα από τα τρία τοπ νησιά για την κρουαζιέρα, δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς στον τομέα των λιμενικών υποδομών, λόγω των ιδιαίτερων γεωμορφολογικών συνθηκών που καθιστούν την υλοποίηση αυτών των επενδύσεων σχεδόν ανέφικτη, λόγω του μεγάλου όγκου των χρημάτων που πρέπει να δαπανηθούν για να επιτευχθεί όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερα. Συχνά τους μήνες αιχμής για την θερινή περίοδο, η πρόσβαση στη χώρα της Σαντορίνης, τα Φηρά, με το τελεφερίκ, μπορεί να χαρακτηριστεί από πολλούς ως εφιάλτης, αφού αποτελεί σχεδόν αποκλειστικό μέσο για να εξυπηρετήσει χιλιάδες επισκέπτες κάθε μέρα.

Επίσης, δεν θα έπρεπε να παραλειφθεί και το δημοφιλές νησί των ανέμων, η Μύκονος, που αποτελεί για πολλούς 'must' προορισμό και κλασικό λιμένα προσέγγισης για τα κρουαζιερόπλοια. Ένα διάσημο και όμορφο νησί, άμεσα προσβάσιμο στους τουρίστες με ωραίες θάλασσες, έντονη νυχτερινή ζωή και όμορφα αξιοθέατα. Με άλλα λόγια ο τέλειος συνδυασμός για όσους είναι ή αισθάνονται νέοι, ένας πόλος έλξης και για τις διασημότητες .Το μόνο αρνητικό στοιχείο της, είναι η έλλειψη συνδέσεων με άλλους κοντινούς προορισμούς, συχνό φαινόμενο που εντοπίζεται γενικότερα στα νησιά του Αιγαίου.

Γενικότερα, όπως θα γίνει αντιληπτό και από τον παρακάτω πίνακα (πίνακας 21), η Ελλάδα κατέχει αρκετά χαμηλή θέση στην κατάταξη αναφορικά με τις λιμενικές υποδομές και υπηρεσίες. Πιο ειδικά, έχει επιδεινωθεί κατά 15 θέσεις στο χρονικό διάστημα 2007 – 2009. Από την 41^η θέση έχει περιέλθει στην 57^η, δεδομένου ότι ο αριθμός σε κάθε κελί υποδηλώνει την κατάταξη της κάθε χώρας - λιμάνι, μεταξύ του συνόλου των 132 εξεταζόμενων χωρών (133 για το 2009).

	2007	2008		2009
Ελλάδα	41	49	Ελλάδα	57
Ιταλία	77	97	Ιταλία	95
Ισπανία	23	25	Ισπανία	33
Πορτογαλία	36	38	Πορτογαλία	42
Μάλτα	35	33	Μάλτα	28
Κύπρος	32	39	Κύπρος	26
Σλοβενία	44	36	Σλοβενία	39
Κροατία	72	89	Κροατία	90
Τουρκία	76	83	Τουρκία	88
Αίγυπτος	61	79	Αίγυπτος	69
Τυνησία	34	36	Τυνησία	38

Πίνακας 21: Ταξινόμηση με βάση την ποιότητα λιμενικών υποδομών για τα έτη 2007, 2008, 2009, πηγή: Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, Ετήσιες Εκθέσεις 2007, 2008, 2009, εργασία ομάδας Πανεπιστημίου Αιγαίου/ Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών/ Χίος, Φεβρουάριος 2010 σελ.200 – 202

Παρόλα αυτά, παρατηρώντας τον παραπάνω πίνακα (πίνακας 21), δεν σημαίνει πως οι υποδομές της χώρας υποβαθμίστηκαν άρδην, αλλά ότι οι υπόλοιπες χώρες της κατάταξης του πίνακα, βελτίωσαν αισθητά τις λιμενικές τους υποδομές και υπηρεσίες, αφήνοντας αρκετά πίσω τους την Ελλάδα. Ανάλογη μείωση των εν λόγω υποδομών παρατηρείται και σε χώρες όπως η Ισπανία και η Ιταλία. Αντιθέτως, η Κύπρος και η Μάλτα, φαίνεται να έχουν παρουσιάσει σημαντικές βελτιώσεις στον τομέα των υποδομών.

Ωστόσο, θα πρέπει να υπογραμμιστεί πως η βελτίωση των υποδομών μπορεί να αποτελεί αναγκαία προτεραιότητα για την οποιαδήποτε χώρα και στην περίπτωση μας για την Ελλάδα, αλλά δεν είναι και αποκλειστικός παράγοντας. Η απόλυτη τουριστική εικόνα για μία χώρα αποτελεί συνδυασμό πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους παραγόντων. Αυτή η προσπάθεια θα πρέπει να συνοδεύεται από μια ευρύτερη προσπάθεια βελτίωσης της τουριστικής εικόνας των προορισμών και της δημιουργίας ενός ισχυρού brand name για την χώρα. Η κατασκευή των λιμενικών υποδομών που απαιτεί ιδιαίτερα υψηλό κόστος, θα πρέπει ταυτόχρονα να συνοδεύεται με την εξασφάλιση ουσιαστικής διαπραγματευτικής δύναμης έναντι των διεθνών παικτών του κλάδου της κρουαζιέρας.

Επιπροσθέτως, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η εικόνα των λιμανιών άλλων κρατών – μελών της περιοχής της Μεσογείου, σε σύγκριση με τη σημερινή οικονομική κατάσταση στη χώρα. Δυστυχώς, παρά τις εξαγγελίες πολλών φορέων και τις μελέτες περί βελτίωσης των λιμένων υποδοχής κρουαζιερόπλοιων στον Πειραιά εδώ και αρκετό καιρό, είναι γεγονός πως δεν έχει σημειωθεί καμία ενδιαφέρουσα πρόοδος, με μοναδικό αποτέλεσμα το συνωστισμό των υπερμεγεθών κρουαζιερόπλοιων και την ταλαιπωρία των επιβατών, με αποκορύφωμα την περίπτωση της Σαντορίνης ιδιαίτερα στην υψηλή τουριστική περίοδο, όπως αναφέρθηκε ήδη.

Κι ενώ στην Ελλάδα η συνεργασία μεγάλων εταιρειών του κλάδου της κρουαζιέρας με την ελληνική πολιτεία, αναφορικά με τις λιμενικές υποδομές δεν έχει ευδοκιμήσει ακόμα, στο Κουσάντασι της Τουρκίας λειτουργεί σύγχρονο τερματικό ήδη από το 2004 υπό ιδιωτική διεύθυνση και όλες οι εγκαταστάσεις υποδοχής κρουαζιερόπλοιων έγιναν με έξοδα της γνωστής εταιρείας Royal Caribbean, που ξεπέρασαν τα 30 εκατομμύρια δολάρια. Ακόμα, στη Μασσαλία της Γαλλίας, ήδη από τις αρχές του 2009, η Costa – MSC Louis Cruises, έχει αναλάβει επέκταση του σταθμού κρουαζιερόπλοιων σε joint management, πρόγραμμα επενδύσεων σε πρώτο στάδιο ύψους €12 εκατομμυρίων.

Στη Βενετία, ωστόσο, σε πρώτη φάση δαπανήθηκαν το έτος 2009 €17 εκατομμύρια για αισθητές βελτιώσεις, αλλά και αυξήσεις σε θέσεις υποδοχής, αγγίζοντας τα €95 εκατομμύρια. Ακόμα και στη Βαρκελώνη της Ισπανίας, που βρίσκεται σε ίδιο επίπεδο με τη Ελλάδα, όπως προαναφέρθηκε, την τελευταία δεκαετία έχουν δαπανηθεί για έργα βελτίωσης, σχεδόν €73,5 εκατομμύρια με την δραστήρια συμμετοχή των ιδιωτικών φορέων Royal Caribbean και Costa. Το λιμάνι υποδοχής στα Civitavecchia στην Ιταλία, Roma Cruise Terminal, λειτουργεί με κοινή συμμετοχή των εταιρειών Royal Caribbean, Costa και MSC, όπως φαίνεται αναλυτικότερα και από τον πίνακα 22.

	Χρηματοδότηση	Επενδύσεις	Πλήθος επιβατών 2008	Πλήθος επιβατών 2009
Τουρκία Κουσάντασι	Άνω 30 εκ. \$ (από το 2004)	Royal Caribbean	560.000	730.000
Γαλλία Μασσαλία Joint Mngment	Άνω 12 εκ. € (από το 2009)	Costa MSC Louis Cruises	540.000	700.000
Ιταλία Βενετία Home-ports	95 εκ. € (πρώτη φάση εκκίνηση 2009)		1.215.000	1.350.000
Ισπανία Βαρκελώνη 60% κυκλ. κρουαζ.	73,5 εκ. € (τελευταία δεκαετία)	Royal Caribbean, Costa, MSC	2.100.000	2.900.000
Ιταλία Τσιβιταβέκεια	Roma Cruise Terminal	Royal Caribbean, Costa, MSC	1.066.000 transit 754.000 κυκλικές	950.000 transit 600.000 κυκλικές

Πίνακας 22: Επενδύσεις υποδομών σε ανταγωνιστές για το 2008, 2009, πηγή: περιοδικό Κέρδος, Ιούνιος 2010, Ειδική Έκδοση 44 Ποσειδώνια, επεξεργασία δεδομένων, άρθρο “Συρρίκνωση εσόδων στην κρουαζιέρα”, Μιχάλης Λάμπρου, αντιπρόεδρος του ΣΕΕΝ, γενικός διευθυντής Majestic International Cruises, Ιούνιος 2010 Ειδική Έκδοση Ποσειδώνια, σελ.28-30

Επίσης, η Ελλάδα συγκριτικά με άλλες ανταγωνίστριες χώρες στον κλάδο της κρουαζιέρας, αντιμετωπίζει και το πρόβλημα της έλλειψης νέων επενδύσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες, όπως συμβαίνει για παράδειγμα με την Τουρκία, την Αίγυπτο και την Κροατία, οι οποίες τα τελευταία πέντε χρόνια έχουν πραγματοποιήσει επενδύσεις άνω των 5 δισεκατομμυρίων γενικότερα σε τουριστικές επενδύσεις.

Ωστόσο, να τονιστεί πως υπάρχουν λιμάνια στην Ελλάδα, τα οποία έχουν διακριθεί αρκετές φορές στον κλάδο της κρουαζιέρας, όπως είναι το λιμάνι του Πειραιά, αλλά και το λιμάνι του Ηρακλείου στην Κρήτη. Επίσης, ιδιαίτερη άνθηση γνωρίζει τα τελευταία χρόνια και ο λιμένας του Κατάκολου. Πιο ειδικά, καλύτερος προορισμός κρουαζιέρας ⁴⁰ για το έτος 2010 για τη Μεσόγειο υπήρξε μέσω ψηφοφορίας 12.000 επιβατών και 150 tour operators, το λιμάνι του Ηρακλείου, μοιράζοντας αυτή τη διάκριση με τα λιμάνια της Σαντορίνης, της Μυκόνου και της Κω. Η συγκεκριμένη βράβευση πραγματοποιήθηκε στο Μουσείο Πικάσο, στη Μάλαγα της Ισπανίας από το Cruises News Media Group, έναν θεσμό μεγάλης εμβέλειας σε παγκόσμιο επίπεδο, όπου εξετάζονται σε μία σειρά αυστηρών κριτηρίων, όπως η ποιότητα του προορισμού, οι δυνατότητες του λιμανιού και οι υποδομές του, η πόλη, οι δυνατότητες για κοντινές εκδρομές, τα αξιοθέατα, το φαγητό και οι υπόλοιπες ανέσεις.

Αναλυτικότερα, το λιμάνι του Ηρακλείου διακρίθηκε για τα εξής στοιχεία:

- ❖ Για τη δυνατότητα φιλοξενίας μέχρι και 6 πλοίων ταυτόχρονα, δηλαδή 10.000 επιβάτες ημερησίως.
- ❖ Για τους προβλήτες 4 και 5 με δυνατότητα υποδοχής πλοίων μήκους έως και 360 μέτρων που αντιστοιχούν σε περισσότερους από 4975 επιβάτες και 1650 μέλη πληρώματος.
- ❖ Συμφωνίες φιλοξενίας για παραπάνω από 20 πλοία και περισσότερους από 70.000 επισκέπτες και τον χειμώνα, κάνοντας έτσι πράξη τον 12μηνό τουρισμό για τον νησί.
- ❖ Ανάπτυξη προγράμματος παροχής εκπτώσεων για τους επιβάτες, σε συνεργασία με τον εμπορικό σύλλογο της πόλης.

⁴⁰Άρθρο: 'Σημαντική διάκριση για το λιμάνι του Ηρακλείου', 25.02.2011, ανάκτηση από <http://www.theseanation.gr/%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%B1/%CE%BD%CE%B5%CE%B1-%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%89%CE%BD/%CE%BD%CE%B5%CE%B1.html>

- ❖ Δυνατότητα υποδοχής πλοίων (20 calls) λόγω αλλαγής ρότας τους από τα λιμάνια της Αιγύπτου.

Αναφορικά τώρα με το λιμάνι του Πειραιά, να αναφερθεί πως έχει ήδη βραβευθεί από διαγωνισμό του περιοδικού Dream World Cruise Destinations το έτος 2009, μεταξύ 231 λιμένων σε παγκόσμιο επίπεδο και έπειτα από ψηφοφορία όλων των εταιρειών κρουαζιέρας.⁴¹ Επίσης, η διακίνηση των πλοίων και των επιβατών στο λιμάνι του Πειραιά σημειώνει ολοένα και περισσότερο ανοδική πορεία τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, για το έτος 2013 προβλέπεται πως περισσότερα από 710 κρουαζιερόπλοια θα προσεγγίσουν το λιμάνι του Πειραιά και θα υποδεχθεί περισσότερους από 2,2 εκατομμύρια τουρίστες. Το πλοίο Costa Magica, της ιταλικής εταιρείας Costa, αποτελεί το πρώτο πλοίο που εισήλθε στο λιμάνι του Πειραιά για το έτος 2013 με 3.316 επιβάτες και ανήκει στον όμιλο της Carnival. Υπολογίζεται πως τα πλοία της θα πραγματοποιήσουν φέτος 74 δρομολόγια, έναντι των 33 δρομολογίων του 2012.⁴² Τέλος, ο Πειραιάς θα διαθέτει 11 θέσεις ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων το 2013, ενώ έχει ήδη ενταχθεί στο πρόγραμμα ΕΣΠΑ, η επέκταση του λιμένα κρουαζιέρας για 6 θέσεις ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων νέας γενιάς (μήκους άνω των 300 μέτρων).

Εν κατακλείδι, να σημειωθεί πως παρόλο που η Ελλάδα, παρουσιάζει όλα τα σημαντικά στοιχεία για να γίνει ο πρώτος προορισμός για την κρουαζιέρα, υπάρχουν αρκετοί ανασταλτικοί παράγοντες που την κάνουν να μένει πίσω συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες χώρες και δεν της επιτρέπουν να εξελιχθεί περαιτέρω. Ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα, ωστόσο, που αντιμετωπίζει η χώρα είναι αυτό της άρσης του καμποτάζ, το οποίο θα αναλυθεί εξονυχιστικά στο επόμενο κεφάλαιο, που λίγο πολύ όλοι το έχουν ακούσει. Πολλοί είναι εκείνοι που υποστηρίζουν πως εάν ληφθεί σοβαρά υπόψη από τις αρμόδιες αρχές, σύντομα θα βελτιωθεί ακόμα περισσότερο ο κλάδος της κρουαζιέρας για την Ελλάδα, έχοντας θεαματικά αποτελέσματα.

⁴¹Εκδόσεις: Περιοδικό Ελληνικά Λιμάνια, Τεύχος «Απρ.-Μάης-Ιούνιος» 2009, Άρθρο “Βράβευση Cruise Terminal ΟΛΠ ΑΕ”, Σελ. 22

⁴²Άρθρο ‘Πόσα κρουαζιερόπλοια περιμένει το 2013 ο Πειραιάς’, 03.01.2013, ανάκτηση από <http://www.citypress.gr/index.html?action=article&article=112324>

4.4: Νομοθετικό πλαίσιο - Άρση του καμποτάζ

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως λοιπόν, ένα από τα χρόνια προβλήματα που ταλανίζει πολλούς αναφορικά με τον κλάδο της κρουαζιέρας, αλλά και γενικότερα με την ναυτιλία την ίδια, είναι η άρση του καμποτάζ (Cabotage). Αναλυτικότερα και σε πρώτο επίπεδο, καλό θα ήταν να αναλυθεί τι ακριβώς είναι. Συγκεκριμένα, πρόκειται για μία νομοθετική ρύθμιση, η οποία απαγορεύει ρητά σε σκάφη που έχουν ξένη σημαία, να εκτελούν δρομολόγια στα ελληνικά λιμάνια και συγκεκριμένα από το ένα ελληνικό λιμάνι στο άλλο.

Επίσης, η άρση του καμποτάζ, αποτελεί και το φόβητρο για το yachting της ελληνικής ναυτιλίας. Το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα που αφορά το καμποτάζ, δεν επιτρέπει σε κρουαζιερόπλοια που δεν φέρουν σημαία κράτους – μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης να επιβιβάσουν και να αποβιβάσουν τουρίστες σε κάποιο ελληνικό λιμάνι. Έτσι, δεν επιτρέπεται να αρχίζει και να τελειώνει στην Ελλάδα ένα κρουαζιερόπλοιο την κρουαζιέρα, παρά μόνο όταν έχει σημαία από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι υποστηρικτές της άρσης του καμποτάζ, υπογραμμίζουν έντονα πως εάν η Ελλάδα ακολουθήσει πιστά το παράδειγμα της Ιταλίας και της Ισπανίας, όπου δεν υπάρχουν τέτοιου είδους περιορισμοί, θα μπορέσει να εξασφαλίσει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς, το οποίο αναμένεται να ξεπεράσει κάθε επόμενο στην αύξηση των τουριστών στην χώρα. Κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις, ο Πειραιάς μπορεί να διαδραματίσει για την Ανατολική Μεσόγειο, τον ρόλο που έχει στη Δυτική Μεσόγειο η Βαρκελώνη, η οποία κατάφερε να αυξήσει τις αφίξεις της από το 1989 έως το 2005, σε διάστημα 16 ετών, κατά 920%. Έτσι, εάν η Ελλάδα καταφέρει να εξαλείψει τους περιορισμούς τα έχει πολλά οφέλη, τα οποία συνοψίζονται και ως εξής⁴³:

- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την ανάπτυξη και της χειμερινής κρουαζιέρας
- Ανάπτυξη νέων ελληνικών προορισμών για την κρουαζιέρα και, επομένως, καλύτερη κατανομή των οφελών στην περιφέρεια
- Σημαντική αύξηση εσόδων για τον ξενοδοχειακό κλάδο της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και της Κρήτης από προγράμματα πριν και μετά την κρουαζιέρα

⁴³ Διπλωματική Εργασία από το ΤΕΙ Κρήτης, ανάκτηση από <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2007/Mazaraki/attached-document/2007Mazaraki.pdf>

- Σημαντική διεθνή προβολή της Ελλάδος από τις εταιρείες της κρουαζιέρας και της πελατείας τους.
- Απόκτηση του ονόματος της χώρας, ως ο καλύτερος προορισμός για κρουαζιέρες

Επιπλέον, πέρα από τις νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν σε ξηρά και σε θάλασσα (αφού στην Ιταλία η κρουαζιέρα απασχολεί πάνω από 4.000 ναυτικούς), θα δημιουργηθούν θέσεις εργασίας και σε άλλους τομείς. Πιο ειδικά, θα αυξηθούν οι δραστηριότητες στο transit και στο home porting, όσο και στους κλάδους που ασχολούνται με την τεχνική υποστήριξη πλοίων, με την παροχή γενικότερα τουριστικών υπηρεσιών, με την προμήθεια υλικών και τροφοδοσίας, τα ναυπηγεία και άλλα. Συνεπώς η κυβέρνηση της Ελλάδας, οφείλει να πραγματοποιήσει στον τομέα του τουρισμού, την πλήρη απελευθέρωση της κρουαζιέρας, ώστε να μειώσει σε μεγάλο βαθμό την ανεργία που μαστίζει τη χώρα και να αυξηθούν κατά πολύ τα οικονομικά της έσοδα.

Παράλληλα, για την προστασία των εργαζομένων στην ναυτιλία και την αύξηση της απασχόλησής τους, θα πρέπει να γίνει και επιπλέον σχεδιασμός για την αναβάθμιση της εκπαίδευσης και κατάρτισης στους ναυτικούς των ξενοδοχειακών ειδικοτήτων, ώστε να καταστούν ως ελκυστικοί στην αγορά εργασίας. Επίσης, θα πρέπει να προωθηθούν οι Έλληνες ναυτικοί σε θέσεις ευθύνης σε μεγάλες εταιρείες κρουαζιέρας, μέσω των κυβερνητικών φορέων, καθώς και να εντάξουν τους εργαζόμενους στα κρουαζιερόπλοια σε πρόγραμμα επιδότησης, το οποίο θα είναι αντίστοιχο με αυτό που έχει ο ΟΑΕΔ για τους ξενοδοχοϋπαλλήλους.

Πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν, λοιπόν, πως αν δεν υπήρχε το εμπόδιο του θεσμικού πλαισίου, η χώρα μας θα απολάμβανε τεράστια οικονομικά οφέλη της τάξεως του ενός δισεκατομμυρίου ευρώ ετησίως. Επιπλέον, όπως σημειώνουν πολλοί του κλάδου αυτού, η άρση του καμποτάζ θα δημιουργούσε χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας και θα τόνωνε τον ανταγωνισμό, οδηγώντας, έτσι στην καλύτερη και οικονομικότερη παροχή υπηρεσιών.

Από την άλλη πλευρά τώρα, υπάρχουν και πολλοί που έχουν αντίθετη άποψη με την παραπάνω. Ενδεικτικά, σύμφωνα με την Πανελλήνια Ναυτική Ομοσπονδία, μία ενδεχόμενη απελευθέρωση των κρουαζιέρων στην Ελλάδα θα σήμαινε και τη μείωση χιλιάδων θέσεων εργασίας στο συγκεκριμένο τομέα. Αξίζει, τέλος να σημειωθεί, πως για να επέλθουν θετικά αποτελέσματα από την προαγγελθείσα επικείμενη νομοθετική αλλαγή, πρέπει να πραγματοποιηθεί σειρά άλλων ενεργειών. Όπως επισημαίνουν εφοπλιστές και εκπρόσωποι ταξιδιωτικών οργανισμών, η άρση του καμποτάζ δεν

είναι πανάκεια, καθώς προτού εφαρμοσθεί, πρέπει πρώτα να εξασφαλισθούν άρτιες ναυτιλιακές υποδομές (προβλήτες για απρόσκοπτη προσβασιμότητα από τη θάλασσα, αξιόλογες λιμενικές υπηρεσίες, γειτνίαση με αεροδρόμια και ξενοδοχειακές μονάδες). Τα δεδομένα αυτά επιβεβαιώνει η κατάσταση που επικρατεί σήμερα στον τομέα της ακτοπλοΐας. Εκεί, παρόλο που το καμποτάζ ήρθη, εν τέλει η υφιστάμενη κατάσταση δεν βελτιώθηκε, αφού δεν έγιναν οι απαιτούμενες προεργασίες, ενώ δεν έλειψαν και διάφορες παρατυπίες κατά την εφαρμογή των ρυθμίσεων του σχετικού κανονισμού.

Επίσης, για να επανέλθουμε στην άποψη των υποστηρικτών του καμποτάζ, να σημειωθεί πως την άμεση άρση του για την απελευθέρωση της κρουαζιέρας ζητούν και πολλοί σύνδεσμοι επιχειρήσεων που σχετίζονται με τη ναυτιλία. Σημειώνουν πως αν το τράνζιτ κρουαζιερόπλοιο χρησιμοποιούσε τον Πειραιά για home port, έχει υπολογιστεί πως ο κάθε επιβάτης κρουαζιέρας που σήμερα περνάει τράνζιτ και ξοδεύει περίπου 65 ευρώ, θα ξόδευε από 400 ευρώ και άνω.⁴⁴

Επιπροσθέτως, στην κατηγορία των κρουαζιερόπλοιων που είναι υπό ξένες σημαίες και λόγω της ισχύος του καμποτάζ δεν έχουν το δικαίωμα να πραγματοποιούν κυκλικές κρουαζιέρες από ελληνικά λιμάνια και, επομένως, δεν επιβιβάζουν ή αποβιβάζουν επιβάτες στο λιμάνι του Πειραιά, η κατάσταση παρά την διεθνή οικονομική ύφεση, δεν παρουσίασε την καθίζηση που παρουσίασε η κρουαζιέρα από τον Πειραιά με υπό ελληνική σημαία πλοία. Αντιθέτως, οι διελεύσεις επιβατών transit από Πειραιά, αλλά και από τα άλλα ελληνικά λιμάνια με κρουαζιερόπλοια που χρησιμοποιούν ως αφετηρία λιμάνια της Ιταλίας, της Ισπανίας ή της Τουρκίας, ήταν και εξακολουθούν να είναι πολλαπλάσιες από τις αναχωρήσεις και αφίξεις επιβατών κρουαζιερόπλοιων με αφετηρία τον Πειραιά.

Συνεπώς, εάν το ελληνικό κράτος επιθυμεί να αποκτήσει τις αφίξεις τουριστών που έχουν οι χώρες όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Τουρκία, καθώς και να έχει τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, θα πρέπει να προχωρήσει σε σοβαρές διαρθρωτικές αλλαγές, όπως είναι το καμποτάζ, καθώς και σε αλλαγές νοοτροπίας, αφού εδώ και αρκετά χρόνια έχει χαθεί πολύτιμο έδαφος στη ραγδαία ανάπτυξη της διεθνούς κρουαζιέρας. Αναπόφευκτα, λοιπόν, έρχεται πάντα στην επιφάνεια το φλέγον ζήτημα της κατάργησης του καμποτάζ, που απασχολεί πολλούς τον τελευταίο καιρό.

⁴⁴ Διπλωματική Εργασία από το ΤΕΙ Κρήτης, 2007 ανάκτηση από <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2007/Mazaraki/attached-document/2007Mazaraki.pdf>

Επίσης, να σημειωθεί πως η νομοθετική ρύθμιση του 2010 (Ν. 3872/2010) προσπάθησε να άρει τους αποκλεισμούς που έφεραν σε δυσχερή θέση την χώρα, αντ' αυτού όμως υιοθέτησε μία λογική περιορισμών που απέτρεψε κάθε εταιρεία να κάνει χρήση του. Για κρουαζιερόπλοια υπό σημαίες ευκαιρίας, προκειμένου να εκτελούν κυκλικούς πλόες, με ελληνικούς αφετήριους και τερματικούς λιμένες, θα έπρεπε η διάρκεια του ταξιδιού να είναι μεγαλύτερη των 48 ωρών και η παραμονή στον αφετήριο ελληνικό λιμένα τουλάχιστον 8 ώρες. Ακόμη, υποχρέωνε τις ενδιαφερόμενες εταιρείες σε υπογραφή σύμβασης με το ελληνικό δημόσιο για θέματα απασχόλησης και ασφάλισης των Ελλήνων ναυτικών, εισφορές υπέρ του Κεφαλαίου Ανεργίας και Ασθενείας Ναυτικών (ΚΑΑΝ) και την υλοποίηση επενδύσεων στους λιμένες (ΦΕΚ Α' 148/03.09.10)⁴⁵.

Παρόλα αυτά, η άρση του καμποτάζ ακόμα και αν αποτελεί ένα πολυσυζητημένο θέμα για την Ελλάδα, συνεχίζει να παραμένει στα «χαρτιά», παρά το γεγονός ότι ο νόμος βρίσκεται σε ισχύ από το 2012⁴⁶. Παράλληλα, τα Υπουργεία και οι διάφοροι φορείς διαξιφίζονται μεταξύ τους για το πού θα γίνει η νέα βάση κρουαζιέρας, που θα φιλοξενεί το home port στην Αττική, αφού φιλοδοξούν να πάρει η χώρα τα πρωτεία στην Ανατολική Μεσόγειο και ταυτόχρονα να ενισχυθούν μέσω της κρουαζιέρας και άλλοι ναυτιλιακοί κλάδοι, όπως είναι η ναυπηγοεπισκευή, ο εφοδιασμός και άλλα. Ωστόσο, μέγιστο πρόβλημα αποτελεί και η ελληνική γραφειοκρατία, η οποία έχει δημιουργήσει έντονο εκνευρισμό στις μεγάλες εταιρείες κρουαζιέρας.

Συγκεκριμένα, υπάρχουν διάφορες εταιρείες που επιθυμούν να φέρουν κόσμο, με σκοπό να κάνει επιβίβαση σε κρουαζιερόπλοια, με σημαίες χωρών εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε περιφερειακά λιμάνια της χώρας, αφού ο ΟΛΠ έχει δηλώσει ότι επιθυμεί να ανταποκριθεί, χωρίς όμως να παίρνουν καμία συγκεκριμένη απάντηση. Υπάρχουν λιμάνια, λοιπόν, που έχουν δεχθεί κρούσεις για να φέρουν

⁴⁵Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα', Παντολέων Σκάγιαννης, Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιάς, Μηχανικός ΧΠΠΑΠΘ, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος 27-30 Σεπτ. 2012 ανάκτηση από:
<http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2012/57e2986724eb94798e253714e85dc8b43dcbce20.pdf>

⁴⁶Άρθρο: 'Κρουαζιέρα: άρση του καμποτάζ στα χαρτιά... σε αρκετά λιμάνια', 05.02.2013, ανάκτηση από <http://www.ypodomes.com/index.php/limania-aerodromia/limania/item/17995-%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%85%CE%B1%CE%B6%CE%B9%CE%AD%CF%81%CE%B1-%CE%AC%CF%81%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%B1%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%AC%CE%B6-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CF%87%CE%B1%CF%81%CF%84%CE%B9%CE%AC-%CF%83%CE%B5-%CE%B1%CF%81%CE%BA%CE%B5%CF%84%CE%AC-%CE%BB%CE%B9%CE%BC%CE%AC%CE%BD%CE%B9%CE%B1>

επιβάτες ακόμα και φέτος, αλλά το θέμα μένει πίσω στην ερμηνεία του νόμου. Το ζήτημα που τέθηκε είναι το κατά πόσον το λιμάνι αφετηρίας για κυκλικά ταξίδια (πάντα για κρουαζιερόπλοια με τρίτες σημαίες που αποτελούν πάνω από το 80% του παγκόσμιου στόλου) αναφέρεται στο πλοίο ή στον επιβάτη.

Υπάρχουν λιμάνια, τα οποία επισημαίνουν ότι δεν μπορούν να προβούν σε ερμηνεία του νόμου και έχουν ζητήσει ερμηνευτικές εγκυκλίους, οι οποίες όμως ακόμα δεν έχουν εκδοθεί. Σύμφωνα με πληροφορίες της εφημερίδας «Ναυτεμπορικής», ερωτήματα για διευκρινίσεις έχουν ήδη υποβληθεί και από μεγάλες εταιρείες κρουαζιέρας στο υπουργείο Ναυτιλίας, αλλά ουσιαστική απάντηση δεν έχουν λάβει. Σύμφωνα με την άποψη των εταιρειών, το λιμάνι αφετηρίας αναφέρεται στον επιβάτη και όχι στο κρουαζιερόπλοιο, αφού αυτός είναι που πρέπει να επιβιβαστεί και να αποβιβαστεί από το ίδιο λιμάνι.

Ένα κρουαζιερόπλοιο ξεκινά την κρουαζιέρα του από την Ιταλία ή την Ελλάδα με προορισμό, για παράδειγμα, τα ελληνικά νησιά ή και τα τουρκικά παράλια. Σε ένα δεύτερο ελληνικό λιμάνι, παραλαμβάνει επιβάτες, τους οποίους στην επιστροφή τους αποβιβάζει στο ίδιο λιμάνι που τους επιβίβασε. Σύμφωνα με τα ισχύοντα στην αγορά της κρουαζιέρας, αυτό μπορεί να γίνει χωρίς κανένα πρόβλημα, αλλά η ελληνική γραφειοκρατία δεν έχει δώσει ακόμα απάντηση. Το γεγονός αυτό δημιούργησε προβληματισμό στις εταιρείες, οι οποίες σε μεγάλο βαθμό δεν γνωρίζουν αν θα συμπεριλάβουν ακόμα και αποσπασματικά τα ελληνικά λιμάνια στο πρόγραμμα για το home port του 2014.

Ωστόσο, άλλο ένα σημαντικό εμπόδιο στην προσπάθεια ανάπτυξης του home port στη χώρα μας δεν αποτελεί μόνο η ερμηνεία του νόμου. Ακόμα ένα θέμα είναι και οι υποδομές κρουαζιέρας. Ειδικά στο ζήτημα της ανάπτυξης της βάσης κρουαζιέρας, η υπόθεση είναι ακόμα ανοικτή και τα μηνύματα που λαμβάνουν οι εταιρείες που έχουν την έδρα τους στο εξωτερικό είναι αντικρουόμενα, καθώς δεν έχουν πάρει ακόμα τελική απάντηση για το που θα είναι η έδρα. Αυτό μεγαλώνει τη δυσπιστία που υπάρχει για την ελληνική πραγματικότητα στα headquarters των εταιρειών σε όλο τον κόσμο.

Να σημειωθεί πως ένα θετικό στοιχείο σε όλο αυτό το πολυσυζητημένο θέμα, είναι πως τρία μεγαθήρια της παγκόσμιας κρουαζιέρας, όπως είναι η Carnival, η Royal Caribbean και η MSC, έχουν εκφράσει το ενδιαφέρον τους να κάνουν χρήση προβλητών κρουαζιέρας στην Ελλάδα. Αυτό ακριβώς το μεγάλο γεγονός, οφείλει η ελληνική κυβέρνηση να το εκμεταλλευτεί, ώστε να αναβαθμιστεί η κρουαζιέρα στην Ελλάδα, επιλύοντας παράλληλα το χρόνιο πρόβλημα της άρσης του καμποτάζ.

Εν κατακλείδι, μπορεί να γίνει αντιληπτό πως οι απόψεις για το θέμα της άρσης του καμποτάζ δίστανται σε πολλά σημεία. Η ελληνική πολιτεία, οφείλει να φανεί ικανή να επιλύσει το υπό εξέταση θέμα, ώστε να επέλθουν τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα για το μέλλον του ελληνικού τουρισμού και ειδικότερα για τον κλάδο της κρουαζιέρας. Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως το νομοθετικό πλαίσιο, αλλά και οι αντίθετες απόψεις δεν θα έπρεπε να στέκονται εμπόδιο για την περαιτέρω ανάπτυξη της κρουαζιέρας. Συνεπώς, το κράτος είναι υποχρεωμένο να πάρει την καλύτερη δυνατή απόφαση, ώστε να επιλυθεί άρδην το θέμα αυτό.

4.5: Προοπτικές ανάπτυξης της κρουαζιέρας στην Ελλάδα

Ωστόσο, σε γενικές γραμμές υποστηρίζεται πως η Ελλάδα, παρόλο που δεν έχει επιλύσει ακόμα το φλέγον ζήτημα της άρσης του καμποτάζ και δεν έχει βελτιώσει πλήρως τις υποδομές της, είναι από τις χώρες που παρουσιάζουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στον κλάδο της κρουαζιέρας. Είναι γεγονός πως η οικονομική δραστηριότητα της κρουαζιέρας είναι στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος τον τελευταίο καιρό στην Ελλάδα, ως μια από τις δραστηριότητες, που μπορεί να αποτελέσει πηγή εισρέοντος συναλλάγματος για τη χώρα, ακολουθώντας βέβαια με μεγάλη χρονική καθυστέρηση άλλες χώρες.

Καλό θα ήταν να υπογραμμιστεί σε αυτό το σημείο πως η κρουαζιέρα έχει τη δυνατότητα να έχει προοπτικές ανάπτυξης, καθώς χαρακτηρίζεται από έντονη ποικιλομορφία, ικανοποιώντας με αυτό τον τρόπο τις διαφορετικές προτιμήσεις των καταναλωτών. Έτσι, ανάλογα με τον σκοπό, τη διάρκεια, το μέρος και τις υπηρεσίες/ ανέσεις που προσφέρονται στους επιβάτες, μπορεί να έχουμε κρουαζιέρες ειδικού σκοπού (Specialty Cruises), ημερήσιες κρουαζιέρες (Day Cruises), κρουαζιέρες σε ποτάμια ή κανάλια (River/Canal Cruises) και πολυτελείς κρουαζιέρες (Luxury Cruises)⁴⁷.

Επίσης, η κρουαζιέρα σαν τρόπος διακοπών, μπορεί να συνδυάσει τόσο τον συμβατικό τουρισμό όσο και τον εναλλακτικό. Ειδικότερα, μπορεί να έχουμε διακοπές στη λογική ήλιος – θάλασσα, αλλά και κρουαζιέρες για θρησκευτικό τουρισμό, αθλητικό, ιαματικό και άλλα, στοιχεία που αναμφίβολα διαθέτει η Ελλάδα. Ακόμα όμως, η κρουαζιέρα μπορεί να αποτελέσει σημαντικό μέρος των εμπειριών, μια σύγχρονη μορφή τουρισμού, όπου ο τουρίστας δεν είναι απλά παθητικός, αλλά αντιθέτως συμμετέχει ενεργά, κάνοντας νέες γνωριμίες και ανακαλύπτοντας ταυτόχρονα πολλά και διαφορετικά μέρη.

Αναμφισβήτητα λοιπόν, οι δυνατότητες αξιοποίησης του κλάδου της κρουαζιέρας ως συνιστώσας ανάπτυξης για την Ελλάδα, είναι μεγάλες, δεδομένου ότι οι περισσότεροι ελληνικοί προορισμοί διαθέτουν τα χαρακτηριστικά της κατάσταση που απαιτούνται (situation characteristics). Για αυτό το λόγο και

⁴⁷Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα', Παντολέων Σκάγιαννης, Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιός, Μηχανικός ΧΠΠΑΠΘ, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος 27-30 Σεπτ. 2012, ανάκτηση από: <http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2012/57e2986724eb94798e253714e85dc8b43dcbce20.pdf>

δικαιολογημένα, είναι πολλοί αυτοί που επιμένουν στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας για την Ελλάδα. Έτσι, όταν μία χώρα έχει ένα ελκυστικό περιβάλλον, αξιοθέατα, ισχυρό πολιτισμό, ήλιο, θάλασσα και ήπιο κλίμα μπορεί να υποδεχτεί εκατομμύρια τουριστών κάθε χρόνο από τις κρουαζιέρες, κάνοντας βέβαια και τις κατάλληλες επενδύσεις στις λιμενικές υποδομές. Η αξιοζήλευτη θέση της χώρας, η εκτεταμένη ακτογραμμή της που ανέρχεται στα 15.000 χιλιόμετρα, ο μεγάλος αριθμός νησιών (πάνω από 3.500 νησιά), η φυσική ομορφιά, αλλά και τα πλούσια αποθέματα πολιτιστικής κληρονομιάς, μπορούν να συμπεριληφθούν στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.

Εάν λοιπόν η Ελλάδα αποκτήσει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί άρδην τα προσόντα της, θα μπορέσει να κερδίσει έσοδα €575 ανά επιβάτη, εφόσον βέβαια μετατραπεί σε πραγματική βάση κρουαζιέρας, η οποία θα περιλαμβάνει ένα συνδυαστικό τουριστικό πακέτο. Όπως σημειώνει χαρακτηριστικά ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Επιβατηγού Ναυτιλίας (ΣΕΕΝ), η χώρα χρειάζεται ουσιαστική αλλαγή σε home porting, δηλαδή τα πλοία να παραμένουν στα ελληνικά λιμάνια για όλες τις ανάγκες, τροφοδοσία, επισκευές και άλλα, εκτελώντας τακτικά ταξίδια, κάτι που επί της ουσίας δεν υφίσταται σήμερα.

Συμπληρωματικά, ο ΣΕΕΝ υπογραμμίζει πως σήμερα το home port αφορά μόνο έναν μικρό αριθμό επιβατών, μόλις 336.000⁴⁸. Οι συγκεκριμένοι επιβάτες στην πλειονότητά τους περνούν ως transit από τη χώρα μας, αφού φθάνουν με πτήση charter αυθημερόν με την αναχώρηση του πλοίου και τα έξοδά τους υπολογίζονται γύρω στα €60 – 65 ανά επιβάτη. Σε περίπτωση που γίνει ουσιαστικό home porting, τα έξοδά τους ανά επιβάτη θα εκτοξευτούν στα €575. Στα έσοδα αυτά, υπολογίζεται όλο το πακέτο, που περιλαμβάνει μεταφορές, ξενοδοχεία, εστιατόρια, αρχαιολογικούς χώρους και άλλα σε συνδυασμό με κρουαζιέρα.

Αν και η Ελλάδα, λοιπόν, έχει σημαντικά φυσικά πλεονεκτήματα, ώστε να αναπτύξει ουσιαστικά το home port, ωστόσο υστερεί σημαντικά σε πολλά τεχνικά θέματα, όπως έχει ήδη αναφερθεί. Η έλλειψη του home porting σχετίζεται άμεσα και με την έλλειψη υποδομών σε λιμάνια και στεριά. Σήμερα 52 κρουαζιερόπλοια είναι άνω των 100.000 τόνων (όπως και η πλειονότητα των υπό παραγγελία πλοίων) και μεγάλου αριθμού επιβατών (3.000 - 5.000) και ως εκ τούτου τα έργα θα πρέπει να είναι ουσιαστικά.

⁴⁸Άρθρο: 'Νέα στρατηγική επενδύσεων στις υποδομές για την κρουαζιέρα' του Αντώνη Τσιμπλάκη, 19.10.2012, ανάκτηση από <http://www.kykladesnews.gr/component/content/article/46-importantinfocategory/61705-2012-10-19-13-14-54.html>

Αξίζει να σημειωθεί, ωστόσο, πως σημαντικό παράγοντα στην εξέλιξη της διαμόρφωσης κρουαζιέρας για την Ελλάδα, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, αποτελούν και οι πολιτικές – κοινωνικές συνθήκες. Με βάση λοιπόν το κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο, μπορούν να διαμορφωθούν τρία πιθανά σενάρια εξέλιξης της κρουαζιέρας.⁴⁹ Ειδικότερα, στο πρώτο σενάριο γίνεται υπόθεση πως τα πράγματα θα εξελιχθούν με βάση τη φυσική τους ροή, δηλαδή με το πώς εξελίσσονται έως και τώρα. Το δεύτερο σενάριο κάνει την υπόθεση πως η Ελλάδα θα καταφέρει να προσαρμοστεί εν τέλει και θα ακολουθήσει το παράδειγμα των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών, κάνοντας αναγκαίες αλλαγές και ριζικές μεταρρυθμίσεις. Τέλος, το τρίτο σενάριο προβλέπει γρήγορη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας που θα συμβάλλουν στην πραγματική σύγκλιση της Ελλάδας με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Έτσι, το πρώτο σενάριο προβλέπει σταθερή ή ακόμα και μικρότερη ανάπτυξη του κλάδου, καθώς και αρνητικές επιπτώσεις, το δεύτερο μία μέση κατάσταση, ενώ το τρίτο μία αρκετά μεγάλη βελτίωση και εξέλιξη της κρουαζιέρας, η οποία θα επιφέρει μεγάλα έσοδα για τη χώρα.

Ωστόσο, τα πολλά χρόνια προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα τόσο στην οργάνωση όσο και στη λειτουργία του ελληνικού κράτους, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι δύσκολα, τουλάχιστον όχι άμεσα, θα πετύχει σύγκλιση με τις ευρωπαϊκές χώρες, όπως περιγράφεται στο τρίτο σενάριο. Επίσης, η δεινή οικονομική κατάσταση της χώρας, δεν θα της επιτρέψει την εξέλιξη τη συνέχιση της υπάρχουσας κατάστασης. Επομένως, δεδομένων των υποχρεώσεων που έχει η Ελλάδα έναντι των ευρωπαϊκών εταίρων της, αλλά και των δανειστών της, επιλέγεται ως πιο πιθανό το δεύτερο σενάριο⁵⁰.

Σύμφωνα, λοιπόν, με το προτεινόμενο σενάριο, που προβλέπει μία μερική προσαρμογή της Ελλάδας στη σημερινή πραγματικότητα και στις απαιτήσεις που δημιουργεί, ο χάρτης της ελληνικής κρουαζιέρας θα αποτελείται από περισσότερους προορισμούς. Έτσι, θα αποκτήσει ένα πληρέστερο προϊόν, που θα ικανοποιεί μεγαλύτερη μερίδα του κοινού. Με τις αλλαγές που θα συντελεστούν σε υποδομές και στις πολιτικές διαφήμισης, θα μπορέσουν λιμένες, όπως ο Πειραιάς, το Ηράκλειο και το Κατάκολο να καταστούν ισχυρά home ports για την Ανατολική Μεσόγειο. Αυτό

⁴⁹Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα', Παντολέων Σκάγιαννης, Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιάς, Μηχανικός ΧΠΠΑΠΘ, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος 27-30 Σεπτ. 2012, ανάκτηση από: <http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2012/57e2986724eb94798e253714e85dc8b43dcbce20.pdf>

το γεγονός, συνδυαστικά με τις παρεμβάσεις στα ελληνικά ports of calls, θα μεγιστοποιήσει το όφελος της κρουαζιέρας (απασχόληση, εισόδημα για τους τοπικούς χώρους), έτσι ώστε να συμβαδίζει με την επισκεψιμότητα που έχουν οι ελληνικοί προορισμοί κρουαζιέρας. Τέλος, θα μειωθούν οι αρνητικές συνέπειες από τον συγκεντρωτισμό της κρουαζιέρας σε λίγες μόνο περιοχές⁵¹.

Εν κατακλείδι, συμπεραίνουμε πως παρόλη την οικονομική ύφεση που επικρατεί στην Ελλάδα και τις εμφανείς ελλείψεις στις λιμενικές και γενικότερα στις τουριστικές υποδομές, η χώρα έχει αρκετές προοπτικές ανάπτυξης για τον κλάδο της κρουαζιέρας, οι οποίες θα αυξηθούν μέσα στο τρέχον έτος αλλά και στο επόμενο, τον αριθμό των εισερχόμενων τουριστών, καθώς και τα έσοδά της από την κρουαζιέρα. Το πιο θετικό όμως, μέσα σε όλα τα υπόλοιπα στοιχεία είναι, λοιπόν, το γεγονός πως αναμένεται θεαματική αύξηση της κρουαζιέρας για το έτος 2013 της τάξεως του 51,8%, σε σχέση με το 2012, ακόμα και εάν η Ελλάδα υστερεί φανερά σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Έτσι, τα υψηλά ποσοστά μαρτυρούν από μόνα τους πως η Ελλάδα έχει αναμφίβολα προοπτικές εξέλιξης, αρκεί να εκμεταλλευτεί τα προσόντα της στο έπακρο.

⁵¹ 'Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα', Παντολέων Σκάγιαννης, Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιάς, Μηχανικός ΧΠΠΑΠΘ, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος 27-30 Σεπτ. 2012 ανάκτηση από:
<http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2012/57e2986724eb94798e253714e85dc8b43dcbce20.pdf>

Κεφάλαιο 5: Στρατηγική Ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα

Η στρατηγική, γνωστή λέξη σε όλους, έχει ως βασικό της σκοπό να μπορέσει να δημιουργήσει μια ισχυρή οικονομική μονάδα, να κερδίσει έναντι των ανταγωνιστών της και να αποκτήσει ένα πλεονέκτημα, το οποίο θα μπορέσει να διατηρηθεί και στο μέλλον. Η στρατηγική αναμφίβολα δεν είναι ένα σύνολο κανόνων, αλλά είναι μία τέχνη που καθορίζει, συντονίζει και διευθύνει τις ανεξάρτητες αποφάσεις μιας επιχείρησης ή ενός φορέα, με σκοπό την επιτυχημένη πορεία των διοικητικών αποφάσεων, καθώς και στην απόκτηση και διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για την οικονομική μονάδα.

Αναλυτικότερα τώρα, σε αυτό το κεφάλαιο, θα πραγματοποιηθεί η στρατηγική ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στον ελλαδικό χώρο, η οποία θα γίνει με τα εξής εργαλεία: αλυσίδα αξίας, ανάλυση του υποδείγματος των 5 Δυνάμεων του Porter, και ανάλυση PEST.

5.1: Αλυσίδα Αξίας

Ο Μ. Porter, αναφέρεται σε μία διαφορετική προσέγγιση του εσωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης μέσα από τη θεωρία της «Αλυσίδας Αξίας». Με βάση αυτή τη θεωρία, η αλυσίδα αξίας αναλύει την επιχείρηση στις κύριες στρατηγικές δραστηριότητες της, με σκοπό να εξετάσει την πορεία του κόστους, αλλά και τις υπάρχουσες ή δυνατές πηγές διαφοροποίησής της.

Έτσι, η αλυσίδα αξίας αποτελεί χρήσιμο εργαλείο στην εύρεση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Κύριο χαρακτηριστικό της είναι ότι συμβάλλει κυρίως στην ανεύρεση πλεονεκτημάτων στην ηγεσία κόστους ή στη διαφοροποίηση. Η αλυσίδα αξίας, θα μας δώσει έτσι τη δυνατότητα να αντιληφθούμε σε ποιες κύριες ή δευτερεύουσες δραστηριότητες θα πρέπει να επικεντρωθούν ιδιαίτερα οι επιχειρήσεις του κλάδου, ώστε να κερδίσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κόστους ή διαφοροποίησης.

Η ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, λοιπόν θα πραγματοποιηθεί, σύμφωνα με την αλυσίδα αξίας όπως αυτή παρουσιάζεται από τον Michael Porter, με την παρουσίαση των κυριότερων πρωτευόντων και δευτερευόντων δραστηριοτήτων. Η πιο σημαντική και κύρια δραστηριότητα θεωρείται

πως είναι η προώθηση και οι πωλήσεις, η οποία σχετίζεται με όλες τις δραστηριότητες που αφορούν την παροχή μέσων, που επιτρέπουν με τη σειρά τους στον καταναλωτή να ενημερωθεί για το προϊόν ή την υπηρεσία και να το αγοράσει, όπως διαφήμιση, προώθηση, τιμολόγηση και επιλογή καναλιών διανομής (που θα διανείμει δηλαδή το προϊόν. Στον ελλαδικό χώρο τώρα, τα τουριστικά γραφεία είναι αυτά που αναλαμβάνουν σε μεγάλο βαθμό την προώθηση των προγραμμάτων των μεγάλων εταιρειών κρουαζιέρας. Να σημειωθεί πως καθένα από τα τουριστικά γραφεία ή τους tour operators, επιλέγει ένα διαφορετικό τρόπο για την προώθηση των κρουαζιέρων, αφού δεν υπάρχει μία ενιαία πολιτική, μέσω της οποίας θα μπορεί να εγγυηθεί η σωστή προώθηση του μηνύματος της κάθε πλοιοκτήτριας εταιρείας.

Σε παγκόσμιο επίπεδο τώρα, σχεδόν όλες οι πλοιοκτήτριες εταιρείες έχουν κάποιους γενικούς αντιπροσώπους πωλήσεων (**GSA: General Sales Agent**). Οι GSA είναι υπεύθυνοι για την προώθηση των προγραμμάτων – κρουαζιέρων, κυρίως μέσω της έκδοσης τουριστικών φυλλαδίων (brochures), τα οποία μοιράζονται κυρίως στο δίκτυο των τουριστικών γραφείων με τα οποία συνεργάζονται, αλλά και στο σύνολο των μεμονωμένων πελατών τους. Οι πλοιοκτήτριες εταιρείες, φροντίζουν πολύ πριν την ανάλογη τουριστική περίοδο που επιθυμούν, να ενημερώσουν τους GSA, για τα προγράμματα – κρουαζιέρες που θα πραγματοποιήσουν την προσεχή τουριστική περίοδο. Έτσι, οι GSA έχουν τη δυνατότητα και τα χρονικά περιθώρια να προετοιμάσουν κατάλληλα την τοπική αγορά για την επόμενη τουριστική περίοδο, το διαφημιστικό τους υλικό, και με τη σειρά να το προωθήσουν στο υποψήφιο πελατολόγιό τους.

Ωστόσο, στην περίπτωση που οι πλοιοκτήτριες εταιρείες επιθυμούν να προωθήσουν ένα έκτακτο πρόγραμμα ή μια συγκεκριμένη αναχώρηση τελευταία στιγμή, τότε αντιμετωπίζουν σημαντικό πρόβλημα, καθώς οι GSA, δεν έχουν τα απαραίτητα χρονικά περιθώρια ή/ και δεν είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν χρήματα για τη διαφήμιση ενός προγράμματος που αφορά μία και μοναδική αναχώρηση, καθώς δεν τους συμφέρει οικονομικά.

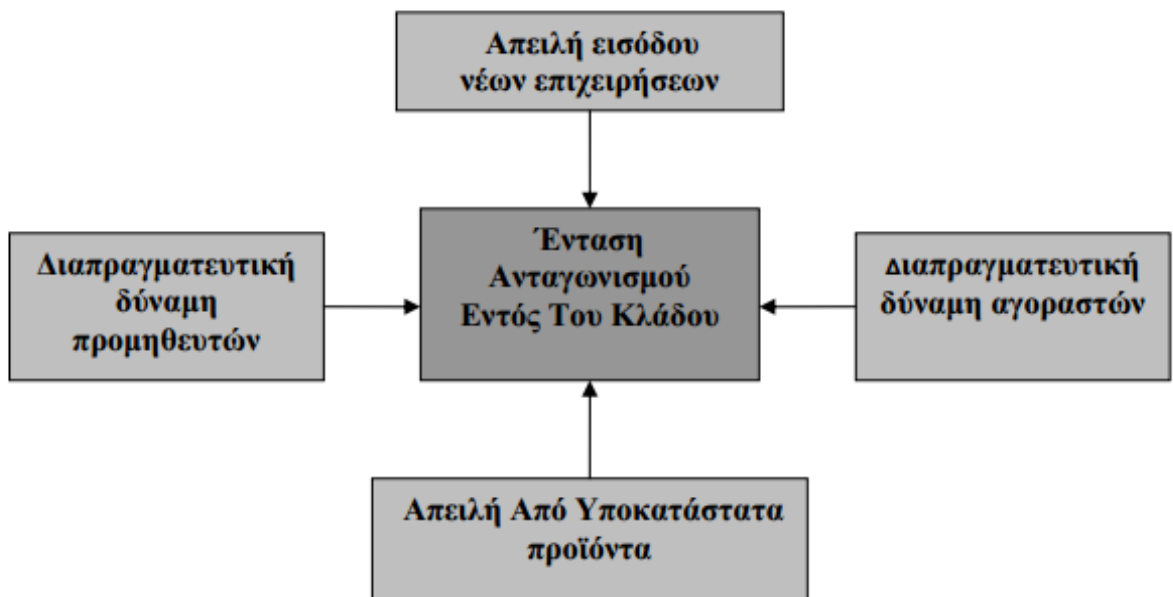
Η δεύτερη σημαντικότερη κύρια δραστηριότητα είναι αυτή των υπηρεσιών μετά την πώληση. Για να γίνει πιο κατανοητό αυτό, ο κλάδος της κρουαζιέρας διαθέτει αναμφισβήτητα πολύ υψηλό ποσοστό επαναλαμβανόμενων επιβατών, με αποτέλεσμα οι πλοιοκτήτριες εταιρείες να πρέπει να εστιάσουν την προσοχή των στελεχών τους στην πρακτική εφαρμογή των υπηρεσιών που δύναται να προσφερθούν μέσω των after sales service. Προσδίδοντας λοιπόν αξία στις

παρεχόμενες υπηρεσίες για τον εκάστοτε επιβάτη, ο πελάτης γίνεται «πιστός» στο προϊόν της κρουαζιέρας.

Η βασικότερη τώρα δευτερεύουσα λειτουργία, είναι αυτή της διοίκησης των ανθρωπίνων πόρων. Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών σε ένα κρουαζιερόπλοιο σχετίζεται και επηρεάζεται άμεσα από το ανθρώπινο δυναμικό του κρουαζιερόπλοιου, δηλαδή το πλήρωμά του και γενικότερα το προσωπικό εξυπηρέτησής του. Το ανθρώπινο δυναμικό της οποιασδήποτε εταιρείας κρουαζιέρας, οφείλει να είναι άρτια εκπαιδευμένο, να σέβεται τις απαιτήσεις του επιβάτη, να είναι διατεθειμένο να επιλύσει οποιαδήποτε τυχόν απορία του και να φροντίζει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο για την άμεση και σωστή εξυπηρέτησή του.

5.2: Ανάλυση του υποδείγματος των 5 Δυνάμεων του Porter

Έχοντας αναλύσει την αλυσίδα αξίας για την κρουαζιέρα στην Ελλάδα, το επόμενο εργαλείο που θα χρησιμοποιηθεί είναι η ανάλυση του υποδείγματος των πέντε δυνάμεων, με βάση πάντα τη θεωρία του Porter. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει πως η ανταγωνιστική στρατηγική είναι ένας συνδυασμός των στόχων και των πολιτικών που θέτει η επιχείρηση, μέσω των οποίων επιδιώκει να επιτύχει τους συγκεκριμένους στόχους. Σκοπός της συγκεκριμένης στρατηγικής για την οποιαδήποτε οικονομική μονάδα, είναι να σχηματίσει την κατάλληλη άμυνά της απέναντι στις ανταγωνιστικές δυνάμεις του ίδιου κλάδου, βρίσκοντας την κατάλληλη θέση της σε αυτόν. Ο Porter προσδιορίζει τις πέντε κύριες δυνάμεις (five competitors forces), οι οποίες επηρεάζουν την ανταγωνιστική θέση της οποιασδήποτε οικονομικής μονάδας. Οι κύριες αυτές ανταγωνιστικές δυνάμεις, (οι οποίες απεικονίζονται και στο παρακάτω διάγραμμα 8), επηρεάζουν ιδιαίτερα τον κλάδο της τουριστικής βιομηχανίας και συγκεκριμένα τον κλάδο της κρουαζιέρας.



Διάγραμμα 8: Το υπόδειγμα των 5 Δυνάμεων του Porter

5.2.1: Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Αναλυτικότερα, η απειλή εισόδου από νέες επιχειρήσεις (ναυτιλιακές εταιρείες) στον κλάδο της κρουαζιέρας θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως **χαμηλή**, αφού το κόστος νεοεισαχθέντων επιχειρήσεων στον κλάδο είναι ιδιαίτερα υψηλό. Αυτό σημαίνει πως δύσκολα κάποιος στις μέρες μας θα έπαιρνε το ρίσκο να διαθέσει

ένα υπέρογκο ποσό, γνωρίζοντας πόσο υψηλό είναι το κόστος, αλλά και η οικονομική κατάσταση που χαρακτηρίζει τον ελλαδικό χώρο. Συγκεκριμένα, η οποιαδήποτε κίνηση στον κλάδο της κρουαζιέρας, προϋποθέτει την αγορά ή την κατασκευή ενός κρουαζιερόπλοιου, καθώς και την αγορά ή την ενοικίαση της έδρας λειτουργίας της εταιρείας και τέλος την άρτια στελέχωση και εκπαίδευση αυτής.

Επίσης, καθώς ο κλάδος της κρουαζιέρας, με βάση πάντα τη σημερινή του μορφή, κινείται στα πλαίσια του ολιγοπωλίου, στην περίπτωση νεοεισαχθείσας επιχείρησης, αναμενόμενη θα πρέπει να είναι και η αντίδραση των ήδη υπαρχόντων εταιρειών. Ουσιαστικά, η προσπάθεια που θα κάνουν οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις για να διατηρήσουν το μερίδιο αγοράς τους, θα είναι μέσω ειδικών τιμολογιακών μειώσεων στα ήδη υπάρχοντα πακέτα κρουαζιέρας, καθώς και μέσω ειδικών προσφορών σε αυτά, όπως έχει συμβεί κατά καιρούς, (για παράδειγμα τα παιδιά ταξιδεύουν δωρεάν, ή ένας στους δύο ενήλικες δωρεάν σε κρουαζιέρα με μοναδική ημερομηνία αναχώρησης).

Ακόμα, άλλη μία προσπάθεια που κάνουν είναι οι ανακοινώσεις εκτάκτων προγραμμάτων κρουαζιέρας, με σκοπό να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του πελατολογίου τους και τέλος πραγματοποιούν αυξήσεις στις προμήθειες των συνεργατών τους, δηλαδή των τουριστικών πρακτόρων, με στόχο τη διατήρηση της συνεργασίας τους, αφού οι τουριστικοί πράκτορες επιλέγουν να πουλάνε περισσότερο εκείνο το τουριστικό πακέτο κρουαζιέρας, από το οποίο αποκομίζουν τα περισσότερα κέρδη.

Αξίζει να αναφερθεί πως στον κλάδο της κρουαζιέρας εντοπίζονται οικονομίες κλίμακας. Κυρίως οι εταιρείες που διαχειρίζονται περισσότερα των δύο ή τριών κρουαζιερόπλοιων ή σκαφών, επωφελούνται των πλεονεκτημάτων που προσφέρονται από τις οικονομίες κλίμακας, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο ανταγωνιστικότερες υπηρεσίες από τις νεοεισερχόμενες στον κλάδο επιχειρήσεις.

5.2.2: Διαπραγματευτική Δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών τώρα, μπορεί να χαρακτηριστεί και αυτή ως **χαμηλή**. Ειδικότερα, ως βασικοί προμηθευτές του κλάδου της κρουαζιέρας, μπορούν να θεωρηθούν οι προμηθευτές τροφίμων, ποτών και καυσίμων, οι οποίοι επιλέγονται με κύριο κριτήριο την ανταγωνιστικότητα της τιμής των προϊόντων που παρέχουν. Ο μεγάλος αριθμός των προμηθευτών, δίνει την

ευκαιρία στις επιχειρήσεις του κλάδου της κρουαζιέρας, να μπορούν να επιλέξουν τον προμηθευτή εκείνο που προσφέρει προϊόντα με τη καλύτερη δυνατή σχέση τιμής και ποιότητας (value for money). Ωστόσο, η προμήθεια των καυσίμων, θα μπορούσε να αποτελέσει ένα σημαντικό πρόβλημα για τις επιχειρήσεις του κλάδου. Αυτό συμβαίνει γιατί η συνήθης τακτική που υιοθετείται από τις πλοιοκτήτριες εταιρείες, είναι η πρόωρη υπογραφή συμβολαίων με τους κύριους προμηθευτές, σε μία δεδομένη τιμή, προκειμένου να αποφευχθεί τις διακυμάνσεις στην τιμή.

5.2.3: Διαπραγματευτική Δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών των επιχειρήσεων του κλάδου, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως **υψηλή**. Ως αγοραστές της επιχείρησης του κλάδου, θα μπορούσαν να θεωρηθούν αναμφίβολα όλα τα τουριστικά γραφεία, οι tour operators, αλλά και οι μεμονωμένοι πελάτες που απευθύνονται απευθείας στις πλοιοκτήτριες εταιρείες και όχι μέσω των τουριστικών γραφείων. Από τις τρεις αυτές κατηγορίες των αγοραστών της επιχείρησης, λοιπόν, την υψηλότερη διαπραγματευτική δύναμη την έχουν οι tour operators, κυρίως λόγω του αυξημένου όγκου των πελατών. Στην συνέχεια ακολουθούν τα τουριστικά γραφεία και κυρίως αυτά που εξειδικεύονται στον κλάδο της κρουαζιέρας και όχι τα γραφεία που ασχολούνται με τον γενικό τουρισμό, διαμορφώνοντας διαφορετικά πακέτα διακοπών.

5.2.4: Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα είναι ιδιαίτερα **υψηλή**. Θεωρώντας λοιπόν, ως υποκατάστατα προϊόντα όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τότε αναμφίβολα η απειλή τους είναι ιδιαίτερα υψηλή. Ειδικότερα, οι εταιρείες του κλάδου της κρουαζιέρας, ανταγωνίζονται με όλες τις χερσαίες επιχειρήσεις, όπως είναι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τα καταλύματα, καθώς και με οργανωμένα πακέτα εκδρομών (όπως τα round trips).

Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η ύπαρξη κοντινών υποκατάστατων, θέτει ένα όριο στην τιμή που θα θέσουν οι πλοιοκτήτριες εταιρείες για τα προγράμματά τους. Στην περίπτωση που οι τιμές των κρουαζιέρων, είναι πολύ υψηλότερες από αυτές των υποκατάστατων, τότε οι δυνητικοί πελάτες θα επιλέξουν κάποια άλλη μορφή τουρισμού.

Επίσης, άλλη μία περίπτωση που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως υποκατάστατο όλων των μορφών του θαλάσσιου τουρισμού, είναι αναμφισβήτητα το yachting (ναύλωση σκάφους και κρουαζιέρα στα ελληνικά νησιά). Στην περίπτωση αυτή, τα κοινά στοιχεία με το «προϊόν» κρουαζιέρα είναι σαφώς περισσότερα, καθώς εμπεριέχονται τα βασικά στοιχεία της κρουαζιέρας, που είναι οι διακοπές στη θάλασσα και το ταξίδι με πλοίο. Ακόμα και στην περίπτωση του yachting, πολλά είναι τα στοιχεία εκείνα, τα οποία δεν μπορούν άμεσα να το χαρακτηρίσουν ως υποκατάστατο, καθώς απουσιάζουν βασικές υπηρεσίες που απολαμβάνει ο επιβάτης σε κρουαζιερόπλοιο, όπως η άμεση δυνατότητα για σύναψη νέων διαπροσωπικών σχέσεων, η παροχή ποιοτικά ανώτερων υπηρεσιών, οι διοργανωμένες εκδηλώσεις και άλλα.

5.2.5: Ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις

Η ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις, θα πρέπει αναπόφευκτα να αναλυθεί σε δύο επίπεδα, τοπικό – εθνικό και διεθνές. Η ένταση του ανταγωνισμού στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις, εξαρτάται άμεσα από τον αριθμό επιχειρήσεων που την απαρτίζουν, δηλαδή από όλες τις επιχειρήσεις που διαθέτουν ένα τουλάχιστον κρουαζιερόπλοιο που ταξιδεύει πραγματοποιώντας κρουαζιέρες.

Ειδικότερα, η ένταση του ανταγωνισμού σε τοπικό – εθνικό επίπεδο, χαρακτηρίζεται ως **χαμηλή**. Ο αριθμός των εταιρειών είναι μικρός και έχει παρατηρηθεί ότι πολλές φορές συνεργάζονται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, αλλά και για την μεγιστοποίηση των κερδών τους. Για να γίνει πιο κατανοητό αυτό, όταν μια εταιρεία είναι υπερπλήρης (fully booked) σε μία συγκεκριμένη αναχώρηση, «περνάει» τις επιπλέον ζητήσεις στην θεωρητικά ανταγωνίστρια εταιρεία. Ωστόσο, η τιμολογιακή πολιτική των δύο εταιρειών δεν διαφέρει κατά πολύ. Θεωρητικά η κάθε εταιρεία θέτει ξεχωριστά το επίπεδο τιμών των υπηρεσιών της. Πρακτικά όμως, υπάρχει μια άτυπη συμφωνία ανάμεσα στις δύο εταιρείες, με σκοπό να μην υπάρξει ο λεγόμενος πόλεμος των τιμών (price war).

Σε διεθνές επίπεδο τώρα, η ένταση του ανταγωνισμού είναι αναμφισβήτητα ιδιαίτερα **υψηλή**. Ως ανταγωνίστριες εταιρείες του κλάδου της κρουαζιέρας στον ελλαδικό χώρο, μπορούν να θεωρηθούν όλες οι εταιρείες που διαχειρίζονται ένα ή περισσότερα κρουαζιερόπλοια σε άλλες γεωγραφικές περιοχές.

5.3: PEST Analysis

Προκειμένου να επιτευχθεί πλήρως η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος, θα αναλυθεί η καθιερωμένη τεχνική της PEST. Η ανάλυση αυτή μας βοηθάει να ερευνήσουμε το εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται μία επιχείρηση, ώστε να εντοπιστούν ευκαιρίες και απειλές και να εξεταστεί η αναμενόμενη επίδραση που θα έχουν οι εξωγενείς παράγοντες στο μέλλον.

5.3.1: Πολιτικό Περιβάλλον (Political)

Είναι αναμφισβήτητο γεγονός πως το ασταθές και συνεχώς μεταβαλλόμενο πολιτικό κλίμα που επικρατεί στην Ελλάδα, εμποδίζει του τουρίστες να επισκεφτούν τον ελλαδικό χώρο και να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα σε αυτόν. Η αρνητική εικόνα της χώρας στο εξωτερικό, αναμφίβολα τρομοκρατεί και φοβίζει πολλούς τουρίστες να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα στη χώρα, με αποτέλεσμα να επιλέγουν άλλους τουριστικούς προορισμούς. Παρατηρείται πως ακόμα και εάν έχουν πραγματοποιήσει κρατήσεις πολλούς μήνες πριν, αναγκάζονται να τις ακυρώσουν εξαιτίας της ασταθούς πολιτικής κατάστασης που επικρατεί. Συνεπώς, αυτό το γεγονός αποτελεί τεράστιο πλήγμα για το προϊόν της κρουαζιέρας, καθώς το κύριο πελατολόγιο της προέρχεται από το εξωτερικό.

5.3.2: Οικονομικό Περιβάλλον (Economic)

Οι οικονομικές συνθήκες αναφέρονται κυρίως στην κατάσταση που βρίσκονται τα οικονομικά μεγέθη της χώρας και στις γενικότερες οικονομικές εξελίξεις. Αναλυτικότερα, κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί το γεγονός πως το χρηματοοικονομικό σύστημα που υπάρχει στην Ελλάδα δεν είναι ικανό και δεν έχει τη δυνατότητα να στηρίξει τη δημιουργία νέων εταιρειών και τη κατασκευή νέων και πιο εξελιγμένων πλοίων. Αυτό σημαίνει πως οι εταιρείες που θα επιθυμούσαν να εισέλθουν στο συγκεκριμένο κλάδο, συναντούν δυσκολίες στην εύρεση του απαραίτητου κεφαλαίου.

Επιπρόσθετα, το φαινόμενο της ανεργίας σε συνδυασμό με την απουσία του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών, αποτελούν βασικά στοιχεία που επηρεάζουν τον υπό εξέταση κλάδο. Παρόλο που οι πλοιοκτήτριες εταιρείες διαθέτουν οικονομικότερα πακέτα διακοπών με κρουαζιερόπλοιο σε σύγκριση με

παλαιότερα, πολλοί είναι αυτοί οι καταναλωτές που δεν είναι σε θέση να διαθέσουν το μικρό εισόδημα που έχουν για να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα, καταφεύγοντας σε πολύ οικονομικότερες λύσεις για αυτούς και τις οικογένειές τους.

Επίσης, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, επηρεάζουν αισθητά τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών ευρύτερα, αλλά και ειδικότερα των κρουαζιέρων. Πολλοί τουρίστες και κυρίως οι Αμερικανοί, αποφεύγουν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα λόγω της διαφορετικής ισοτιμίας και κατ' επέκταση της μη συμφέρουσας αγοραστικής δύναμης του δολαρίου έναντι του ευρώ (υποτίμηση).

Τέλος, η έντονη και αναπόφευκτη οικονομική κρίση που μαστίζει την Ελλάδα τα τελευταία τρία χρόνια, έχει επηρεάσει γενικά τον τουρισμό και ειδικότερα τον κλάδο της κρουαζιέρας, όπως έχει ήδη αναφερθεί σε συνδυασμό πάντα με το χαμηλό εισόδημα και τα υψηλά ποσοστά της ανεργίας.

5.3.3: Κοινωνικό Περιβάλλον (Social)

Οι κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν αυτή την περίοδο στη χώρα, επηρεάζουν αναμφίβολα τον υπό εξέταση κλάδο. Οι συνεχείς αναταραχές που συμβαίνουν σε σχεδόν καθημερινή βάση στην πρωτεύουσα της χώρας, δρουν ανασταλτικά στην προσέλκυση των ξένων τουριστών στην Ελλάδα για να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα. Τα καθημερινά επεισόδια βίας, οι συγκρούσεις των διαδηλωτών με την αστυνομία, οι τραυματισμοί, οι πυρκαγιές, ακόμα και οι θάνατοι πολλών από τους εμπλεκόμενους στα επεισόδια, καθώς και ο αυξημένος αριθμός των διαδηλώσεων και των απεργιών, δημιουργούν ιδιαίτερα αρνητική εικόνα για την Ελλάδα στο εξωτερικό. Πολλοί ξένοι παρατηρώντας τα συχνά επεισόδια στα διεθνή μέσα, αποφεύγουν να επισκεφτούν την Ελλάδα για κρουαζιέρα και πολλές φορές να ακυρώσουν τις κρατήσεις που είχαν πραγματοποιήσουν πολλούς μήνες πριν, όπως συνηθίζουν να κάνουν.

5.3.4: Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological)

Παρόλα αυτά, αξίζει να επισημανθεί πως οι υποδομές στην Ελλάδα, γενικά για τον τουρισμό της, όπως είναι τα αεροδρόμια, τα λιμάνια και οι μαρίνες, καθώς και το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρεται, βρίσκονται σε αρκετά υψηλό επίπεδο, με αποτέλεσμα να διευκολύνουν την πρόσβαση των τουριστών, συμβάλλοντας θετικά

στη ζήτηση της τουριστικής υπηρεσίας, ιδιαίτερα για τους τουρίστες που προέρχονται από το εξωτερικό. Αντιθέτως, η εμφανής απουσία εκσυγχρονισμένων πλοίων, αποτελούν αρνητικό παράγοντα για την υπό εξέταση επιχείρηση, αλλά και για τον τουρισμό γενικότερα. Η ύπαρξη πολυετών πλοίων για τις κρουαζιέρες, σε αντίθεση με τα κρουαζιερόπλοια παγκόσμιων εταιρειών, αποτελούν εμπόδιο για την επιλογή της κρουαζιέρας στην Ελλάδα από τους ξένους τουρίστες.

Επίσης, η έντονη χρήση του internet αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο για την παροχή τουριστικών υπηρεσιών γενικότερα, αλλά και για την κρουαζιέρα ειδικότερα. Πλέον, όλες οι πλοιοκτήτριες εταιρείες, χρησιμοποιούν το internet για να διευκολύνουν τους πελάτες τους, μέσω των online κρατήσεων και την παροχή όλων των απαραίτητων πληροφοριών για τους τουριστικούς διεθνείς προορισμούς και τις κρατήσεις.

Κεφάλαιο 6: Μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού σχεδίου - Louis Cruises

6.1: Περιγραφή εταιρείας – Γενικά στοιχεία

Η Louis PLC, αποτελεί μία από τις ευρωπαϊκές εταιρείες που δραστηριοποιούνται τόσο στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού – κρουαζιέρες, μέσω της Louis Cruises Ltd που διαθέτει 7 κρουαζιερόπλοια, όσο και στον τομέα των ξενοδοχείων, μέσω της θυγατρικής Louis Hotels Public Company Ltd με 18 ξενοδοχεία. Μετά την ολοκλήρωση της πώλησης του 57% του μετοχικού κεφαλαίου της Κυπριακής Δημόσιας Εταιρείας Τουριστικής Αναπτύξεως, ο όμιλος συνεχίζει να κατέχει ποσοστό 21% των μετοχών της ιδιοκτήτριας εταιρείας του ξενοδοχείου Hilton Cyprus⁵².

Στον τομέα τώρα τον κρουαζιέρων που μας ενδιαφέρει, αποτελεί σήμερα σε παγκόσμιο επίπεδο την πιο γρήγορα αναπτυσσόμενη τουριστική δραστηριότητα, αφού η εταιρεία ελέγχει πέραν του 60% των κρουαζιέρων που διενεργούνται από την Κύπρο, ενώ παράλληλα προσφέρει κρουαζιέρες και από το λιμάνι του Πειραιά. Αξίζει όμως να σημειωθεί πως, η Louis δεν περιορίζει τις δραστηριότητές της μόνο στη λεκάνη της Μεσογείου, αλλά τις έχει επεκτείνει και αλλού, μέσω της ναύλωσης κρουαζιερόπλοιων σε μεγάλους τουριστικούς πράκτορες της Ευρώπης.

Ειδικότερα, η Louis Cruises είναι μέλος του ομίλου Louis PLC και δραστηριοποιείται στον κλάδο της κρουαζιέρας και του ταξιδιού από το 1986. Ο όμιλος Louis, που εμπνέει επαγγελματισμό, αξιοπιστία και εμπιστοσύνη από το 1935, ιδρύθηκε από το Λούη Λοΐζου, ο οποίος χαρακτηρίστηκε και δικαίως ως ο «πατέρας του κυπριακού τουρισμού». Από τότε, λοιπόν, η ανάπτυξη της εταιρείας είναι εντυπωσιακή, αφού σήμερα η Louis, απασχολεί περισσότερους από 5.000 εργαζομένους.

Ωστόσο, κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του, οι δραστηριότητες του ομίλου περιορίζονταν στην παροχή υπηρεσιών οδικών μεταφορών και σύντομα μετά υπηρεσία ταξιδιωτικών γραφείων με την γνωστή ονομασία «Τουριστικά γραφεία ΛΟΥΗΣ». Σταδιακά όμως, επεκτάθηκαν και σε άλλους τομείς, ώστε και σήμερα να καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα υπηρεσιών για τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό, την ιδιοκτησία και διαχείριση ξενοδοχειακών και επισιτιστικών μονάδων, το

⁵²Γενική εικόνα και ιστορικό – Προφίλ εταιρείας – ομίλου, Louis Group

θαλάσσιο τουρισμό, καταστήματα αθασμολόγητων ειδών και δώρων, την ανάπτυξη γης, καθώς επίσης και την παροχή υπηρεσιών πληροφορικής.

Δραστηριοποιείται, επιπλέον, και αναπτύσσει τομείς, όπως αυτοί των Cruise Chartering, Marine Operations και Ship Handling. Ο δε στόλος των 7 κρουαζιερόπλοιων (τα 2 εξ αυτών είναι ναυλωμένα από την Thomson UK, μέλος του ομίλου της TUI), ταξιδεύει στους προορισμούς της Ανατολικής Μεσογείου, τα στολίδια των οποίων συστήνει μέσα από τις πολυτελείς κρουαζιέρες στους επιβάτες του. Παρομοίως και τα 18 ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων του Ομίλου Louis σε Ελλάδα και Κύπρο. Ακόμη, στον Όμιλο ανήκουν το Hilton Park Hotel Nicosia, αλλά και το Mykonos Theoxenia - μέλος της αλυσίδας «Design Hotels», το οποίο ανήκει στην κατηγορία των «deluxe boutique hotels».

Συνεπώς, με εξειδίκευση, οργάνωση, πολύχρονη έρευνα, προσήλωση και συνεχή βελτίωση, οι εταιρείες Louis Travel, Louis Hotels και Louis Cruises είναι συνώνυμο της επιτυχούς, ασφαλούς και ολοκληρωμένης παροχής και οργάνωσης ταξιδιού, ξενοδοχειακών υπηρεσιών και κρουαζιέρας. Το όραμα του Λούη Λοΐζου πραγματώθηκε, γιγαντώθηκε και συνεχίζεται σήμερα από τον εκτελεστικό Πρόεδρο του Ομίλου Louis, Κωστάκη Λοΐζου και ένα ικανό επιτελείο συνεργατών.

Αξίζει να τονιστεί σε αυτό το σημείο πως η Louis Cruises είναι μέχρι στιγμής η μόνη εταιρεία ελληνικής κρουαζιέρας. Συνάμα, είναι η μοναδική εταιρεία κρουαζιέρας, με αφετηρία τα λιμάνια του Πειραιά, του Λαυρίου και πολλών ελληνικών νησιών. Απασχολεί περισσότερους από 2.300 εργαζόμενους. Σχεδόν 300.000 άνθρωποι από τα τέσσερα σημεία του ορίζοντα εμπιστεύονται κάθε χρόνο την εμπειρία και την ουσιαστική γνώση της Louis Cruises στις θάλασσες της Ανατολικής Μεσογείου⁵³.

Οι υπηρεσίες και παροχές που προσφέρονται εν πλω είναι υψηλού επιπέδου και για όλα τα γούστα. Επιβάτες κάθε εθνικότητας, γλώσσας και κουλτούρας επιλέγουν τις κρουαζιέρες της Louis Cruises στα ελληνικά νησιά, την Ελλάδα, την Τουρκία και την Κύπρο και τις εξειδικευμένες, άρτιες εκδρομές που οργανώνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Με αφετηρία τον Πειραιά, το Λαύριο, τη Λεμεσό, το Κουσάντασι και την Κωνσταντινούπολη, τα πλοία της Louis Cruises ταξιδεύουν ακούραστα σε πανέμορφους και δημοφιλείς προορισμούς, όπως είναι η Σαντορίνη, η Μύκονος, η Πάτμος, η Κρήτη, η Σάμος, η Ρόδος. Μάλιστα, είναι η μοναδική εταιρεία κρουαζιέρας που αγγίζει και αποκαλύπτει ορισμένα από τα παραπάνω ελληνικά νησιά.

⁵³Εταιρικό προφίλ της Louis Cruises, Louis Cruises

Αναλυτικότερα τώρα για τον τομέα των κρουαζιέρων, αξίζει να σημειωθεί πως η Louis δραστηριοποιήθηκε για πρώτη φορά στον τομέα της ιδιοκτησίας και της διαχείρισης των κρουαζιερόπλοιων το 1987, με την αγορά του “Princesa Marissa”, παρόλο που και στο παρελθόν είχε ασχοληθεί τόσο ως αντιπρόσωπος όσο και ως ναυλωτής επιβατικών πλοίων και κρουαζιερόπλοιων. Το 1989 το ναυτιλιακό τμήμα της εταιρείας ενισχύθηκε με την αγορά του κρουαζιερόπλοιου “Princesa Cypria”, ενώ το 1990 αγοράστηκε το “Princesa Amorosa” και το 1993 το “Princesa Victoria”. Ακολούθησαν το “Sapphire” το 1995, το “Emerald” το 1996, το “Ausonia” το 1998, το “Serenade” το 1999, το “Calypso” το 2000 και το “Nieuw Amsterdam” το 2002, το οποίο μετονομάστηκε σε “Thomson Spirit”.⁵⁴

Το 2004 η Louis PLC απέκτησε δύο ακόμη υπερπολυτελή κρουαζιερόπλοια, το “Thomson Destiny” πρώην “Sunbird” και το “Aquamarine” πρώην “Carousel”, τα οποία είχαν ναυλωθεί για το 2004 στην Βρετανική Εταιρεία My Travel. Την ίδια χρονιά η Louis PLC απέκτησε το κρουαζιερόπλοιο “Perla” πρώην “Seawing”. Το 2005 αγοράστηκε το κρουαζιερόπλοιο “Coral”, το 2006 το κρουαζιερόπλοιο “Orient Queen” ενώ το 2008 απέκτησε το κρουαζιερόπλοιο το “Norwegian Majesty”.

Δύο από τα πλοία της Louis PLC είναι σήμερα ναυλωμένα στην εταιρεία Thomson Cruises που ανήκει στην TUI, τον μεγαλύτερο οργανωτή ταξιδιών στον κόσμο. Οι πιο πάνω συμφωνίες θεωρούνται ως εξαιρετικής σημασίας για την ενίσχυση της θέσης της Louis PLC, ως μιας από τις σημαντικές εταιρείες κρουαζιερόπλοιων διεθνώς. Είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντικό να σημειωθεί ότι με τις πιο πάνω συμφωνίες η εξάρτηση εισοδημάτων και κερδών της Louis PLC από αστάθμητους παράγοντες που επηρεάζουν την περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου μειώνεται σημαντικά, αφού ένα μεγάλο ποσοστό προέρχεται από εγγυημένες ναυλώσεις πλοίων στο εξωτερικό.

Τα πλοία της Louis PLC ανακαινίζονται και αναβαθμίζονται συνεχώς, προκειμένου να διατηρήσουν σε υψηλά επίπεδα την ποιότητα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Παράλληλα η εταιρεία ακολουθεί πρόγραμμα ανανέωσης και αναβάθμισης του στόλου της με την προσθήκη νέων μονάδων και την πώληση παλαιότερων. Η διαχείριση των πλοίων τόσο όσον αφορά τον τεχνικό όσο και το ξενοδοχειακό τομέα γίνεται από την ίδια την εταιρεία, της οποίας η τεχνογνωσία καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της διαχείρισης κρουαζιερόπλοιων.

⁵⁴Τομέας κρουαζιέρων Louis Cruises, Louis Group

Λόγω του υψηλού επιπέδου υπηρεσιών που προσφέρει η Louis PLC, αρκετές χώρες, αλλά και διεθνείς οργανισμοί χρησιμοποιούν τα πλοία της ως πλωτά ξενοδοχεία, ζητούν τα πλοία της εταιρείας, σε διεθνείς εκδηλώσεις, όπως, συνέβη για παράδειγμα στη Σύνοδο Κορυφής των G8, στην Παγκόσμια Έκθεση στη Λισσαβώνα, στη Σύνοδο του NATO, στην Σύνοδο των G20 στην Ιταλία, αλλά και αλλού⁵⁵.

Αναλυτικότερα τώρα τα 7 πλοία του στόλου της Louis PLC είναι σήμερα τα ακόλουθα⁵⁶:

1. Thomson Majesty
2. Louis Olympia
3. Thomson Spirit
4. Cristal
5. Orient Queen
6. Calypso
7. Coral

⁵⁵Τομέας κρουαζιέρων Louis Cruises, Louis Group

⁵⁶Τομέας κρουαζιέρων Louis Cruises, Louis Group

6.2: Ιστορικά στοιχεία ίδρυσης και άλλες εταιρικές εξελίξεις

Η εταιρεία Louis PLC, ιδρύθηκε στη Λευκωσία στις 31 Δεκεμβρίου του 1998 ως ιδιωτική εταιρεία με την ονομασία Louis Cruise Lines Ltd, με σκοπό να αποκτήσει το 100% του μετοχικού κεφαλαίου των πλοιοκτητριών εταιρειών, καθώς και των υπολοίπων εταιρειών του ομίλου Louis, που δραστηριοποιούνται στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού.

Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας, αποφάσισε στις 2 Απριλίου 1999, να προβεί σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες για την μετατροπή της Εταιρείας σε δημόσια και εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αξιών της Κύπρου με την έκδοση 23.750.000 νέων μετοχών, στο ευρύ κοινό με δημόσια εγγραφή στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου (ΧΑΚ). Η Louis PLC εισήχθη με δημόσια εγγραφή στο ΧΑΚ τον Αύγουστο του 1999, με την έκδοση και διάθεση στο ευρύ κοινό 23.750.000 νέων μετοχών.⁵⁷

➤ Όραμα

Όραμα της Louis PLC, είναι να συνεχίσει να προσφέρει στους πελάτες και στους συνεργάτες της την υψηλότερη δυνατή ποιότητα υπηρεσιών, να διατηρήσει την ηγετική της θέση στην Ανατολική Μεσόγειο και να καθιερωθεί ως μία από τις κυριότερες δυνάμεις σε εκλεκτές διεθνείς αγορές ειδικών ενδιαφερόντων. Η εταιρεία στοχεύει επίσης στην ενδυνάμωση και τον εμπλουτισμό των στρατηγικών της συμμαχιών με διεθνείς οργανωτές ταξιδιών, τόσο στον τομέα των κρουαζιέρων, όσο και των ξενοδοχείων⁵⁸.

➤ Αποστολή

Αποστολή της Louis PLC, είναι η εγγυημένη παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών κυρίως εν πλω, καθώς και οργάνωσης, με προσαρμοστικότητα στις εκάστοτε απαιτήσεις του πελάτη, όλα αυτά με ένα σωστό συνδυασμό γνώσης, εμπειρίας, τεχνογνωσίας και εξειδίκευσης. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της στενής, συνεχής και αδιάλειπτης συνεργασίας και τις άριστης εκπαίδευσης των στελεχών της.

⁵⁷Γενική εικόνα και ιστορικό εταιρείας Louis PLC – Προφίλ εταιρείας ομίλου, Louis Group

⁵⁸Γενική εικόνα και ιστορικό εταιρείας Louis PLC – Προφίλ εταιρείας ομίλου, Το Όραμα, Louis Group

➤ Στόχοι

Ως στόχοι για την Louis PLC έχουν τεθεί οι εξής. Αρχικά να διατηρήσει το ποσοστό των υπαρχόντων πελατών, αλλά και ταυτόχρονα να ενδυναμώσει το ρυθμό προσέλευσης νέων πελατών για το τρέχον έτος. Επίσης, ένας καθοριστικός στόχος για την εταιρεία είναι η επαναφορά σε μία κερδοφόρα πορεία, καθώς τα προηγούμενα έτη υπήρξαν σημαντικές απώλειες, που εμπόδιζαν την κερδοφορία. Τέλος, άλλος ένας καθοριστικός στόχος της εταιρείας είναι να μειώσει σημαντικά τα κόστη προσωπικού, αλλά και τα υπόλοιπα λειτουργικά κόστη, όπως είναι για παράδειγμα το κόστος ταξιδιών.

➤ Σκοποί

Σκοπός της Louis PLC είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας εν πλω, επιτυγχάνοντας παράλληλα υψηλό ρυθμό διατήρησης πελατών. Αναλυτικότερα, λοιπόν, να διατηρήσει τα 2/3 των υπαρχόντων πελατών της, να αυξήσει τον αριθμό προσέλευσης νέων πελατών κατά 20% κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους και κατά 50% στη διάρκεια της επόμενης τριετίας.

➤ Πολιτικές

- Η άμεση και πλήρης ενημέρωση των πελατών της μέσω της έκδοσης ενημερωτικών φυλλαδίων (brochures), μέσω της επίσημης ιστοσελίδα της, αλλά και μέσω email και τηλεφώνου, με αναλυτικό πρόγραμμα ταξιδιών.
- Ευαισθητοποίηση «Φιλικό προς το Περιβάλλον», αλλάζοντας τα σεντόνια κάθε τρεις ημέρες και τις πετσέτες στο μπάνιο των καμπινών καθημερινά. Ωστόσο, εάν κάποιος επιβάτης επιθυμεί την καθημερινή ανανέωση των σεντονιών, μπορεί να ζητήσει και να ικανοποιηθεί άμεσα το αίτημά του.
- Προστασία προσωπικών δεδομένων της λίστας των πελατών
- Η καθιέρωση ειδικής ενδυμασίας (στολής) κατά τη διάρκεια του ταξιδιού με στόχο την προβολή μίας προσεγμένης εικόνας του πληρώματος.
- Η άμεση ανταπόκριση και επικοινωνία με τους πελάτες σε κάθε αίτημα τους με απόλυτη ακρίβεια.
- Παροχή ημερήσιου προγράμματος για την επόμενη ημέρα στην καμπίνα των πελατών κάθε απόγευμα, με λεπτομερή αναφορά όλων των δραστηριοτήτων

- και των εκδηλώσεων, ώρες αφίξεις και αναχωρήσεις από τους προορισμούς, ωράρια εκδρομών, ώρες λειτουργίας καταστημάτων και εστιατορίων και άλλα.
- ο Παροχή καμπίνας, της οποίας η διαμονή να θυμίζει 5άστερο ξενοδοχείο. Με άριτες παροχές, ώστε το ταξίδι να είναι εύκολο, φιλόξενο και ποιοτικό.
 - ο Η εφαρμογή πιστοποιημένων διαδικασιών με ISO.

➤ **Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Louis PLC, που τη διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές της, είναι το άριστα εξειδικευμένο προσωπικό, η οργανωτική δομή της εταιρείας, η εγγυημένη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών που προσφέρει πάνω στα πλοία της, αλλά και η υψηλή τεχνολογία που διαθέτει και την κάνει να ξεχωρίζει.

➤ **Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη**

Ο όμιλος Louis PLC, συμβάλλει ενεργά στη διαφώτιση για θέματα οδικής ασφάλειας, στα πλαίσια του «Ευρωπαϊκού Χάρτη Οδικής Ασφάλειας». Ειδικότερα, για να γίνει πιο κατανοητό, ο Ευρωπαϊκός Χάρτης Οδικής Ασφάλειας είναι ένα πρόγραμμα, που εμπνεύστηκε ο Αντιπρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κύριος Jacques Barrot και αποσκοπεί στην μείωση των θανάτων από τροχαία ατυχήματα στην Ευρώπη κατά 25.000, εξού και το σλόγκαν του χάρτη που είναι «25.000 ζωές πρέπει να σωθούν». Η Επιτροπή επιζητεί την συνδρομή πολυεθνικών, καθώς και άλλων εταιρειών και φορέων στον αγώνα για Οδική Ασφάλεια⁵⁹.

Συνοπτικά, οι ενέργειες στις οποίες προβαίνει ήδη και θα προβεί ο Όμιλος Louis είναι οι ακόλουθες⁶⁰:

- Δεσπόζουσα θέση στη προσπάθεια αυτή έχει η μεγάλη συναυλία με την καταξιωμένη και δημοφιλή Ελληνίδα καλλιτέχνη Άλκηστη Πρωτοψάλτη στις 7 Ιουλίου στην Τάφρο Ντ' Αβίλα στην Λευκωσία, τα έσοδα της οποίας θα παραχωρηθούν για την ενίσχυση της «Ομάδας Πρωτοβουλίας για την οδική Ασφάλεια» που αποτελείται από εθελοντές που βίωσαν την τραγικότητα οδικών ατυχημάτων και ως παθόντες προβαίνουν σε

⁵⁹ Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη: «Ο όμιλος Louis συμβάλλει ενεργά στη διαφώτιση για θέματα οδικής ασφάλειας στα πλαίσια του 'Ευρωπαϊκού χάρτη οδικής ασφάλειας'», Louis Group

⁶⁰ Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη: «Ο όμιλος Louis συμβάλλει ενεργά στη διαφώτιση για θέματα οδικής ασφάλειας στα πλαίσια του 'Ευρωπαϊκού χάρτη οδικής ασφάλειας'», Louis Group

ενημέρωση του κοινωνικού συνόλου με στόχο την αφύπνιση. Εισιτήρια προπωλούνται από το Δημοτικό Θέατρο Στροβόλου.

- Η LGS Handling προσφέρει υπηρεσίες εδάφους σε περίπου 1.800.000 επιβάτες αεροπορικών εταιρειών στα αεροδρόμια της Λάρνακας και της Πάφου. Σε όλους αυτούς τους επιβάτες, μαζί με την κάρτα επιβίβασης τους, θα δίδεται ειδικό φυλλάδιο για την Οδική ασφάλεια.
- Το ίδιο φυλλάδιο θα δίδεται και σε όλους τους Κύπριους μαζί με τα αεροπορικά τους εισιτήρια από το δίκτυο των Τουριστικών Γραφείων Louis σε όλη την Κύπρο.
- Φυλλάδιο με το μήνυμα όλης της καμπάνιας που είναι «Μια φορά και έναν καιρό...», παρουσιάζοντας ένα παραμύθι χωρίς ευτυχές τέλος για κάποιον που έπινε και μετά οδηγούσε, θα δίδεται με το πρόγραμμα κρουαζιέρας στους 350,000 επιβάτες του στόλου της Louis Cruise Lines σε όλα τα κρουαζιερόπλοια.
- Διαφήμιση με το ίδιο μήνυμα έχει ήδη τοποθετηθεί και στο περιοδικό “Memories” της Louis Hotels που δίδεται δωρεάν στους εκατοντάδες χιλιάδες που διαμένουν στα 21 ξενοδοχεία της εταιρείας στην Κύπρο και την Ελλάδα.
- Ενημερωτικό φυλλάδιο με το ίδιο μήνυμα θα τοποθετηθεί στις θήκες μπροστά από τα καθίσματα των λεωφορείων του Ομίλου Louis, διαφωτίζοντας με αυτό τον τρόπο τις εκατοντάδες χιλιάδες τουρίστες που υποδέχεται κάθε χρόνο ο Όμιλος στην Κύπρο.
- Τηλεοπτική διαφήμιση 30 δευτερολέπτων θα προβληθεί στους τηλεοπτικούς σταθμούς, ενώ έντυπη διαφήμιση θα γίνει σε όλες τις εφημερίδες και τον περιοδικό τύπο.
- Σε όλες τις ιστοσελίδες των εταιρειών του Ομίλου, έχει τοποθετηθεί “banner”, δηλαδή ειδικός χώρος στον οποίο θα προβάλλεται ο Ευρωπαϊκός Χάρτης Οδικής ασφάλειας και θα είναι δυνατή η σύνδεση των χιλιάδων επισκεπτών και χρηστών των ιστοσελίδων μας με την επίσημη σελίδα του αξιόπαινου αυτού προγράμματος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.
- Ο Όμιλος έχει προχωρήσει στην αγορά με ειδική λογοτύπωση 100.000 στρογγυλών θηκών για τοποθέτηση της άδειας κυκλοφορίας, οι οποίες θα παραχωρούνται δωρεάν σε Κύπριους και ξένους.

6.3: Οργανωτική δομή της εταιρείας

1. Διοικητικό Συμβούλιο⁶¹

Κωστάκης Λοΐζου: Εκτελεστικός Πρόεδρος

Ιάσων Περδίδης: Εκτελεστικός Διευθυντής

Λουΐς Λοΐζου: Εκτελεστικός Διευθυντής

Τάκης Ταουσιάνης: Μέλος

Ντίνος Παπαδόπουλος: Μέλος

Όλγα Ηλιάδου: Μέλος

Χρήστος Μαυρέλλης: Μέλος

Κώστας Χατζημάρκος: Γραμματέας και Investor Relations Manager

2. Σύνθεση Επιτροπών Εταιρικής Διακυβέρνησης

Επιτροπή Ελέγχου:

Χρήστος Μαυρέλλης: Πρόεδρος, μη Εκτελεστικός

Ντίνος Παπαδόπουλος: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Όλγα Ηλιάδου: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Τάκης Ταουσιάνης: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Επιτροπή Αμοιβών:

Όλγα Ηλιάδου: Πρόεδρος, Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Τάκης Ταουσιάνης: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Χρήστος Μαυρέλλης: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Επιτροπή Διορισμών:

Ντίνος Παπαδόπουλος: Πρόεδρος, Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

Χρήστος Μαυρέλλης: Ανεξάρτητος, μη Εκτελεστικός

⁶¹ Οργανωτική Δομή Louis, Louis Group

3. Εκτελεστική Διεύθυνση - Τομέας Κρουαζιέρων:

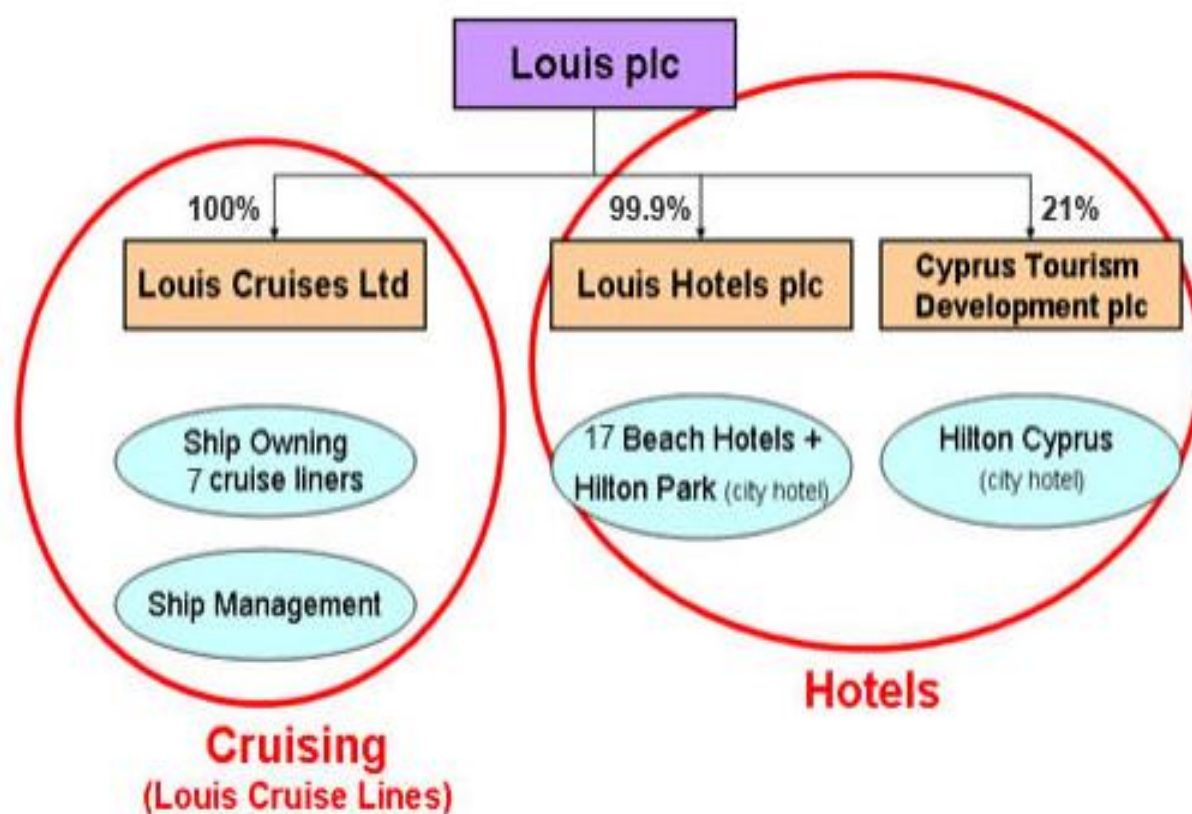
Κυριάκος Αναστασιάδης: Εκτελεστικός Διευθυντής

Γιώργος Πασχάλη: Ανώτερος Γενικός Οικονομικός Διευθυντής Συγκροτήματος Louis PLC

Captain George Koumprenas: Ανώτερος Γενικός Διευθυντής Fleet Operations

Θεόδωρος Σάββας: Ανώτερος Γενικός Διευθυντής Ξενοδοχειακών Υπηρεσιών

6.3.1: Εταιρική Δομή της εταιρείας



Διάγραμμα 9: Εταιρική δομή της Louis PLC, πηγή: Louis Group

6.4: Swot Analysis

6.4.1: Strengths (Δυνάμεις)

Υπηρεσίες πάνω στο πλοίο. Αναμφίβολα, οι υπηρεσίες που προσφέρονται εν πλω από τα επτά σύγχρονα πλοία της Louis PLC, σε συνδυασμό με την υψηλή ποιότητα τους, αποτελούν ένα από τα πιο δυνατά της χαρτιά. Η ποικιλία, λοιπόν, των προσφερόμενων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, πάνω στα κρουαζιερόπλοια της εταιρείας είναι πραγματικά τεράστια. Έτσι, η γκάμα αυτή είναι προσίτη σε όλες τις ηλικίες, αφού ο καθένας ξεχωριστά μπορεί να επιλέξει την υπηρεσία που επιθυμεί. Ωστόσο, οι έξτρα υπηρεσίες που απολαμβάνει ο εκάστοτε επιβάτης εν πλω (όπως η έξτρα κατανάλωση ποτών και σνακ, υπηρεσίες ομορφιάς και άλλα), αποτελούν ιδιαίτερες προσοδοφόρες υπηρεσίες για την εταιρεία, ένα ισχυρό δηλαδή εισόδημα.

Το πλήρωμα. Ένα επιπλέον δυνατό στοιχείο της εταιρείας αποτελεί και το πλήρωμά της. Το άριστα εξειδικευμένο προσωπικό των επτά κρουαζιερόπλοιων, από το υψηλότερο στέλεχος έως και το πιο χαμηλό, πριν εργαστούν στα πλοία της εταιρείας, εκπαιδεύονται άριστα, ώστε να φανούν όσο το δυνατόν περισσότερο χρήσιμοι στους υποψήφιους υπάρχοντες και νέους επιβάτες. Η ευγένεια, το ζεστό χαμόγελο, η καλή διάθεση και η άμεση ανταπόκριση και εξυπηρέτηση στα αιτήματα των πελατών των κρουαζιερόπλοιων είναι στοιχεία που χαρακτηρίζουν το πλήρωμα της Louis PLC. Στόχος αυτής της επιλογής του εξειδικευμένου προσωπικού αποτελεί η εξασφάλιση υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, αρτιότερης επικοινωνίας με τους πελάτες, καθώς και επαναλαμβανόμενους πιστούς πελάτες.

Ποικιλία πακέτων και διαδρομών. Είναι γνωστό πως η εταιρεία χαρακτηρίζεται για την γκάμα των διαφορετικών πακέτων που προσφέρει στους υποψήφιους πελάτες της, καθώς και για τις αξιόλογες διαδρομές που πραγματοποιεί, οι οποίες ποικίλουν και αυτές. Συγκεκριμένα ο πελάτης, έχει την ευκαιρία να επιλέξει ανάμεσα σε πολλούς προορισμούς, 25 προορισμοί για το έτος 2013, πραγματοποιώντας κρουαζιέρα από Ελλάδα, Κύπρο και Τουρκία⁶².

Πιστή και επαναλαμβανόμενη πελατεία. Όντως, λοιπόν, η υπό εξέταση εταιρεία έχει καταφέρει εδώ και πολλά χρόνια, να κερδίσει πιστούς και επαναλαμβανόμενους πελάτες, μέσα από την ποικιλία των δραστηριοτήτων, των πακέτων, τον πολλαπλών διαδρομών και του άριστα εξειδικευμένου προσωπικού. Γενικότερα, να σημειωθεί πως είναι γνωστό ότι ο κλάδος της κρουαζιέρας

⁶²Κρουαζιέρες 2013, Louis Cruises

παρουσιάζει υψηλά επίπεδα στην ικανοποίηση των επιβατών και για το λόγο αυτό, το ποσοστό των επιβατών που πραγματοποιούν και μία δεύτερη κρουαζιέρα μέσα στα επόμενα πέντε ταξίδια από το πρώτο τους ταξίδι αγγίζει έως και το 70%. Έτσι, ειδικότερα, οι πελάτες της Louis PLC, επιλέγουν την εταιρεία για να επαναλάβουν κρουαζιέρα μαζί της.

Τεχνολογία. Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των τουριστών για την κρουαζιέρα και κατά συνέπεια ο αυξημένος αριθμός κρατήσεων έχει επιφέρει μεγάλες αλλαγές και στον κλάδο της τεχνολογίας. Ειδικότερα, η Louis PLC, έχει υιοθετήσει ένα άψογο και σύγχρονο online booking system, το οποίο μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας, παρέχει στους υποψήφιους πελάτες την οποιαδήποτε πληροφορία σχετικά με τη διαθεσιμότητα, τους προορισμούς, τις ώρες και μέρες των αναχωρήσεων, τις υπηρεσίες που προσφέρονται εν πλω, τα στοιχεία των επιβατών, τους όρους και τους κανόνες που πρέπει να τηρούνται πάνω στο πλοίο, τα ποσοστά πληρότητας των κρουαζιερόπλοιων, reports, δρομολόγια, λίστες επιβατών και αλλαγές καμπινών. Έτσι, οι υποψήφιοι πελάτες πέρα από τις πληροφορίες που μπορούν να συλλέξουν αναφορικά με την εταιρεία και τα ταξίδια που πραγματοποιεί, μπορούν εύκολα και γρήγορα να πραγματοποιήσουν τις κρατήσεις τους από την επίσημη ιστοσελίδα, χωρίς να χρειαστεί να μετακινηθούν σε κάποιο τουριστικό γραφείο.

Ασφάλεια στο πλοίο. Εκτός από τα θέματα οργάνωσης, αρτιότητας, παροχής υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, περιποίησης, φιλικότητας, ευγένειας, στην Louis Cruises δίνουν εξαιρετική βαρύτητα στο θέμα ασφάλειας και υπευθυνότητας. Όλα τα κρουαζιερόπλοια είναι πλήρως εξοπλισμένα, σύμφωνα με τους τελευταίους κανονισμούς ασφαλείας, και το πλήρωμα απολύτως εκπαιδευμένο και πιστοποιημένο για τυχόν καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Στα κρουαζιερόπλοια υπάρχουν ειδικές προειδοποιητικές και ενημερωτικές σημάνσεις, ειδικός φωτισμός ανάγκης κατά μήκος των διαδρόμων, εξελιγμένα συστήματα ανίχνευσης καπνού και καταστολής πυρκαγιάς, σωστικές λέμβους, σωσίβια στις καμπίνες και σε άλλους χώρους και εξοπλισμός για την ομαλή και ασφαλή διαδικασία του ταξιδιού⁶³.

⁶³ «Ασφάλεια στο πλοίο», Louis Cruises

6.4.2: Weaknesses (Αδυναμίες)

Μείωση εσόδων. Μία από τις σημαντικότερες αδυναμίες που εντοπίζεται στην Louis Cruises είναι πως ο κύκλος εργασιών της, παρουσίασε κατά το έτος που έληξε στις 31 Δεκεμβρίου 2011 μείωση κατά 11,4% σε σχέση με το 2010. Η μείωση αυτή προήλθε από τις δραστηριότητες της Louis Cruises (22,0%), καθότι ο στόλος της Εταιρείας ήταν κατά δύο κρουαζιερόπλοια μικρότερος από ότι το 2010.

Ναυάγιο του Sea Diamond. Μία από τις μεγάλες αδυναμίες για την υπό εξέταση εταιρεία είναι το ναυάγιο του πλοίου της, Sea Diamond. Ειδικότερα, να σημειωθεί πως την ημέρα του συμβάντος, στις 5 Απριλίου του 2007, το κρουαζιερόπλοιο μετέφερε 1163 επιβάτες και 391 μέλη πληρώματος. Το κρουαζιερόπλοιο προσέκρουσε σε ύφαλο της Καλντέρας στη Σαντορίνη, με αποτέλεσμα το πλοίο των 143 μέτρων να υποστεί τέσσερα σοβαρά ρήγματα και να μπαίνουν χιλιάδες τόνοι νερού ανά τέταρτο. Από το ναυάγιο του πλοίου σώθηκαν όλοι οι επιβάτες και το πλήρωμα, εκτός από δύο Γάλλους, έναν πατέρα και την κόρη του, που αγνοούνται μέχρι και σήμερα. Η εταιρεία εισέπραξε από την ασφάλεια το ποσό των 55 εκατομμυρίων δολαρίων για ολική απώλεια του πλοίου. Η Louis PLC ανακοίνωσε στις 7 Νοεμβρίου 2007 ότι το εν λόγω ποσό, στην ολότητα του, έχει δαπανηθεί για την αποπληρωμή δανείων που σχετίζονταν με την αγορά και ανακαίνιση του κρουαζιερόπλοιο⁶⁴. Από το ναυάγιο και έπειτα στην περιοχή της βύθισης η επιφάνεια της θάλασσας και οι ακτές τελούν υπό συνεχή καθαρισμό και χρησιμοποιούνται πλωτά φράγματα για τη μη διασπορά της επιφανειακής ρύπανσης καθώς συνεχίζουν και αναβλύζουν έλαια, χημικά και πετρελαιοειδή.

Συνεπώς, με βάση τα παραπάνω στοιχεία, συμπεραίνουμε πως η δυσφήμιση για την πλοιοκτήτρια εταιρεία, έπειτα από το ατυχές αυτό συμβάν ήταν τεράστιο πλήγμα. Το κακό όνομα που δημιουργήθηκε, απέτρεψε πολλούς υποψήφιους πελάτες να επιλέξουν την εταιρεία για κρουαζιέρα. Ακόμα, η εταιρεία είναι αναγκασμένη μέχρι και σήμερα να ασχολείται με δίκες, που αφορούν το ναυάγιο. Ωστόσο, αρνητικό αποτελεί και το γεγονός πως ο Δήμος της Θήρας ζητεί με την αγωγή του την ανέλκυση του κρουαζιερόπλοιο, η οποία εκτιμάται ότι θα στοιχίσει 80 εκατομμύρια ευρώ⁶⁵. Παράλληλα απαιτεί αποζημίωση λόγω της δυσφήμισης και της αναταραχής που προκλήθηκε στην περιοχή από το ναυάγιο. Το ελληνικό Δημόσιο ζητά αποζημίωση ύψους επτά εκατομμυρίων ευρώ για ηθική βλάβη που προκλήθηκε

⁶⁴ Ναυάγιο του Sea Diamond, Wikipedia

⁶⁵ Άρθρο: «Ζητούν την ανέλκυση του Sea Diamond», Τα Νέα, 03/04/2013, ανάκτηση από <http://www.tanea.gr/news/greece/article/5009704/zhtoy-n-thn-anelkysh-toy-sea-diamond/>

από τη ρύπανση και 3 εκατομμύρια ευρώ για δυσφήμιση του Δημοσίου όταν η πλοιοκτήτρια εταιρεία ισχυρίστηκε ότι η βύθιση οφείλεται σε λάθος χαρτογράφηση από την Υδρογραφική Υπηρεσία του Πολεμικού Ναυτικού.

6.4.3: Opportunities (Ευκαιρίες)

Αύξηση της παγκόσμιας αγοράς κρουαζιέρας. Είναι γεγονός πως η παγκόσμια αγορά της κρουαζιέρας έχει σημειώσει σημαντική αύξηση από το 1980 έως και σήμερα. Όλη αυτή η ανοδική πορεία της παγκόσμιας κρουαζιέρας συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας, αποτελώντας έτσι ευκαιρία για την περαιτέρω πρόοδό της. Έτσι, όλη αυτή η ραγδαία ανάπτυξη της κρουαζιέρας λειτουργεί θετικά για την Louis Cruises, αφού βρίσκεται σε έναν κλάδο που συνεχώς προοδεύει.

Καταναλωτικές προτιμήσεις. Αναμφίβολα, ο κλάδος της κρουαζιέρας θεωρείται ως μία εναλλακτική λύση για διακοπές, ξεφεύγοντας από τον παραδοσιακό τρόπο διακοπών σε ένα ξενοδοχείο ή σε ένα απλό κατάλυμα. Έτσι, οι καταναλωτικές προτιμήσεις μετατοπίζονται βαθμιαία από άλλους τομείς του τουρισμού προς την κρουαζιέρα. Σε αυτή την μετατόπιση των προτιμήσεων των καταναλωτών έχουν συμβάλλει θετικά και τα σύγχρονα, νεότευκτα πλοία με τις υπηρεσίες υψηλού επιπέδου που προσφέρουν στους επιβάτες τους. Μελέτες αναφέρουν πως το 38% των επαναλαμβανόμενων πελατών (repeaters) και το 40% των επιβατών που ταξιδεύουν για πρώτη φορά, θεωρούν την κρουαζιέρα ως την καλύτερη επιλογή διακοπών όταν συγκρίνεται με άλλες εναλλακτικές λύσεις διακοπών.

Διαφοροποίηση του προϊόντος. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δέκα ετών, ο κλάδος της κρουαζιέρας έχει καταφέρει να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις των πελατών του και έχει σχεδιάσει με αυτό τον τρόπο το τουριστικό προϊόν, ώστε να μπορεί να υπάρχει έστω και μία κρουαζιέρα που να προσεγγίζει τα γούστα ακόμα και του πιο απαιτητικού πελάτη. Τα προγράμματα κρουαζιέρας μεταβάλλονται, αυξάνονται και διαφοροποιούνται σε ετήσια βάση, προκειμένου να εξυπηρετούν τους επαναλαμβανόμενους πελάτες, οι οποίοι ταξιδεύουν κάθε χρόνο και δεν θέλουν να πραγματοποιούν την ίδια κρουαζιέρα κάθε φορά.

Τουριστικά αξιοθέατα. Αναμφίβολα για πολλούς τουρίστες πολύ σημαντικό κριτήριο για την επιλογή μιας κρουαζιέρας, είναι τα αξιοθέατα. Η κρουαζιέρα, μπορεί και προσφέρει λοιπόν τη δυνατότητα στον σύγχρονο τουρίστα να επισκεφθεί πολλά τουριστικά αξιοθέατα, στα λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιου. Έτσι, η

Ελλάδα, η Κύπρος αλλά και η Τουρκία, όπου πραγματοποιεί τα ταξίδια της η Louis Cruises, αναμφίβολα χαρακτηρίζονται για το μεγάλο της αριθμό αξιοθέατων.

6.4.4: Threats (Απειλές)

Περιορισμένη διαθεσιμότητα. Είναι γεγονός πως κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου, η ζήτηση για το προϊόν της κρουαζιέρας είναι στα ύψη. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, την έλλειψη των καμπινών και των κρεβατιών, αναγκάζοντας έτσι τους πελάτες να ακυρώσουν, να αναβάλουν ή να μεταθέσουν το ταξίδι τους με κρουαζιερόπλοιο σε κάποια άλλη ημερομηνία. Δυστυχώς αυτή η κατάσταση με τη σειρά της αυξάνει τον αριθμό των δυσαρεστημένων πελατών για την εταιρεία.

Νομισματικές διακυμάνσεις. Οι συναλλαγματικές διακυμάνσεις ανάμεσα στο Ευρώ και στο Δολάριο, όσο και το ύψος των επιτοκίων, όπως αυτά καθορίζονται από διάφορους οργανισμούς, μπορούν να επιφέρουν αρνητικά αποτελέσματα στα χρηματοοικονομικά του κλάδου.

Περιβαλλοντική πολιτική. Απειλή για την κρουαζιέρα αποτελεί και η αυξανόμενη τάση για την προστασία του περιβάλλοντος, με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα μέτρα ασφαλείας και οι κανονισμοί που πρέπει να πληρεί και να τηρεί η εταιρεία.

Δαπάνες καυσίμων. Συνήθως το μεγάλο ποσοστό που δαπανά μια εταιρεία για τα καύσιμα, αποτελεί και το μεγαλύτερο έξοδό της, σε συνδυασμό με τις δαπάνες απόσβεσης. Επομένως, τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα των πλοιοκτητριών εταιρειών, όπως και της Louis Cruises που εξετάζουμε, εξαρτώνται από τις διακυμάνσεις στις τιμές των καυσίμων, οι οποίες τα τελευταία χρόνια μόνο αρνητικές μπορούν να χαρακτηριστούν.

Οικονομική κρίση. Ωστόσο, δεν θα έπρεπε να παραλειφθεί και η οικονομική κρίση που μαστίζει πολλές ευρωπαϊκές χώρες, που για πολλούς θεωρείται και η σημαντικότερη απειλή για τον κλάδο της κρουαζιέρας, αλλά και γενικότερα για τον τουρισμό. Πολλές επιχειρήσεις, λοιπόν, κλείνουν, αφού δυστυχώς δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στις οικονομικές τους υποχρεώσεις. Αυτό το γεγονός με τη σειρά του, οδηγεί στη δυσκολία ανέγερσης μιας νέας επιχείρησης από την αρχή, αποτρέποντας πολλούς να πάρουν το ρίσκο, αφού η δεινή οικονομική κατάσταση της χώρας δεν είναι πλέον σε θέση να ενισχύσει της νέες επενδύσεις. Έτσι, τα ίδια τα κράτη δεν είναι

σε θέση να ενισχύσουν στο βαθμό που θα έπρεπε την εξέλιξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, στην Κύπρο και στην Τουρκία, με αποτέλεσμα να μένει όλο και πιο πίσω.

Κοινωνικοπολιτικές αναταραχές. Άλλη μία σημαντική απειλή για την κρουαζιέρα, αποτελούν και οι κοινωνικοπολιτικές αναταραχές που συμβαίνουν σε πολλές χώρες σχεδόν σε καθημερινή βάση, αποτελώντας ανασταλτικό παράγοντα για τους ξένους τουρίστες που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα. Αναμφίβολα, πολλοί είναι αυτοί που αποφεύγουν να επιλέξουν την κρουαζιέρα για τις διακοπές τους.

Εποχικότητα. Το στοιχείο της εποχικότητας, που αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του τουριστικού κλάδου, απειλή αισθητά και τον κλάδο της κρουαζιέρας. Είναι γεγονός πως οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα, κυρίως τη high season (Μάιος – Ιούνιος), με αποτέλεσμα τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου σχεδόν να μην υπάρχουν έσοδα. Αυτό το γεγονός επηρεάζει αναμφίβολα και τη εταιρεία της Louis Cruises.

6.5: Στρατηγικές

6.5.1: Στρατηγικές κινήσεις της Louis PLC

➤ **Σε επιχειρησιακό επίπεδο:**

Η εταιρεία ακολουθεί 1) στρατηγική Ανάπτυξης → ολοκλήρωση → οριζόντια, εσωτερική 1) με επέκταση της εταιρείας μέσω του διαδικτύου. Επίσης, η εταιρεία ακολουθεί 2) στρατηγική διαποίκισης συσχετισμένη, αφού εκτός από τον κλάδο της κρουαζιέρας, μπορεί να παρέχει στους πελάτες της και κρατήσεις δωματίων και στα ξενοδοχεία της, εκτός από τα κρουαζιερόπλοιά της.

➤ **Σε επιχειρηματικό επίπεδο:**

Η εταιρεία ακολουθεί στρατηγική διαφοροποίησης, μέσω Διαδικτυακού Μάρκετινγκ. Ως σημαντικότερα διαδικτυακά κανάλια προβολής διακρίνονται:

- Η Κοινωνική Δικτύωση
- Οι Δυναμικές Ιστοσελίδες
- Το e-mail Marketing

6.5.2: Εναλλακτικές στρατηγικές κινήσεις της Louis PLC

- 1) Ανάπτυξης → ολοκλήρωση (κάθετη/ οριζόντια) και διαποίκιση.
- 2) Σταθερότητας → παύση και συνέχιση με προσοχή
- 3) Περισυλλογή → αναστροφή, αποεπένδυση και ρευστοποίηση

Έτσι, οι στρατηγικές που μπορεί να ακολουθήσει η Louis Cruises σε σχέση πάντα με την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται, είναι είτε ανάπτυξη είτε σταθερότητα. Η Περισυλλογή αποκλείεται, καθώς η εταιρεία δεν αντιμετωπίζει τόσο σοβαρά οικονομικά προβλήματα που να την κάνουν μεγάλη προβληματική μονάδα. Παρόλα αυτά, το 2011 μειώθηκε κατά πολύ η κεφαλαιουχική της βάση, με αποτέλεσμα το σύνολο των υποχρεώσεών της να υπερβαίνει κατά πολύ το σύνολο

των ιδίων κεφαλαίων της, όπως θα δούμε παρακάτω και στον ισολογισμό της. Πρακτικά, η εταιρεία το 2011 βασίστηκε λειτουργικά στον εξωτερικό δανεισμό.

Στρατηγική Ανάπτυξης

Υπέρ

- Καλή φήμη στην αγορά
- Σταθερότητα θέσης εργαζομένων
- Ισχυροποίηση του brand name
- Αύξηση ροής εσόδων

Κατά

- Αύξηση κόστους

6.5.3: Προτεινόμενη στρατηγική

Η εταιρεία παρόλο που είναι από τις πιο ισχυρές του κλάδου της κρουαζιέρας με μεγάλο όνομα στο χώρο, αντιμετωπίζει κάποια προβλήματα σχετικά με την οικονομική της κατάσταση, όπως θα δούμε αργότερα στην ανάλυση των οικονομικών δεδομένων. Επιπρόσθετα, είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί πως διανύουμε περίοδο κρίσης.

Προτείνεται, λοιπόν, η εταιρεία, να ακολουθήσει τη στρατηγική σταθερότητας, συνεχίζοντας με προσοχή, προκειμένου να έχει την ευκαιρία να ελέγξει την όλη κατάσταση, να δει πως θα κινηθεί η αγορά και ανάλογα να διαμορφώσει τη στρατηγική της και τέλος σε προβλέψιμο περιβάλλον που κερδίζει να συνεχίσει χωρίς αλλαγές, ώστε να συνεχίζει να κερδίζει. Με άλλα λόγια, οι βασικές επιλογές της επιχείρησης με αυτή τη στρατηγική θα εστιάζονται στη βελτίωση της απόδοσης (μείωση κόστους, καλύτερος έλεγχος) και στη διατήρηση του μεριδίου αγοράς. Η σταθερότητα αυτή δεν θα πρέπει να είναι για μεγάλο χρονικό διάστημα, διαφορετικά υπάρχει μεγάλος κίνδυνος για τη φήμη της στην αγορά και κίνδυνος εκτοπισμού της από τους ανταγωνιστές της.

6.6: Οικονομικά στοιχεία

Η εταιρεία το 2011 παρουσίασε μείωση του κύκλου εργασιών της κατά 11,4% σε σχέση με το 2010. Ο κύριος λόγος οφείλεται στον κλάδο της κρουαζιέρας, ο οποίος σημείωσε μείωση στον κύκλο εργασιών κατά 22%, την ώρα που ο ξενοδοχειακός κλάδος σημείωσε βελτίωση κατά 17,4%. Στον κλάδο της κρουαζιέρας, ο μειωμένος κύκλος εργασιών οφείλεται σε τέσσερις κύριους λόγους. Ο πρώτος είναι η μείωση του στόλου κατά 2 πλοία, ο δεύτερος είναι η αναγκαστική διαφοροποίηση του δρομολογίου από Πειραιά λόγω της πολιτικής αστάθειας στην Αίγυπτο, η επικρατούσα κατάσταση στην Αθήνα και τον Πειραιά, το οποίο είναι το λιμάνι αφετηρίας για τις περισσότερες κρουαζιέρες. Τέλος, παρατηρείται και αυξημένος ανταγωνισμός στην Δυτική Μεσόγειο.

Η εταιρεία το 2010 παρουσίασε αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 8 εκατομμύρια ευρώ, κυρίως λόγω της αύξησης του κλάδου της κρουαζιέρας. Κύριος λόγος ήταν η έναρξη εμπορικής εκμετάλλευσης του πλοίου Louis Majesty. Αυτή η αύξηση υπερέκαλυψε την μείωση του κύκλου εργασιών από τον ξενοδοχειακό τομέα.

6.6.1: Ισολογισμός (2009 – 2011)

Στοιχεία Ισολογισμού	2009	2010	2011
Μη κυκλοφορούν Ενεργητικό	730.921	688.704	555.925
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	91.622	108.822	156.377
Σύνολο Ενεργητικού	822.543	797.526	712.302
Ίδια Κεφάλαια	255.017	236.880	137.510
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	412.927	380.464	344.135
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	154.599	180.085	236.657
Σύνολο Υποχρεώσεων	567.526	560.549	574.792
Σύνολο Παθητικού	822.543	797.526	712.302

Πίνακας 23: Ισολογισμός (2009 – 2011) της Louis PLC, πηγή: Louis Group

6.6.2: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (2009 – 2011)

	2009	2010	2011
Έσοδα	267.590	275.669	244.292
Λειτουργικά Έξοδα	(207.389)	(219.781)	(198.337)
Λειτουργικό κέρδος προ τόκων, φόρων, αποσβέσεων και χρεολυσίων	60.201	55.888	45.955
Ενοίκια ξενοδοχείων	(9.623)	(9.164)	(9.364)
Αποσβέσεις	(34.030)	(33.413)	(30.574)
Χρεολυσίες	(508)	(1.472)	(339)
Κέρδος Εργασιών	16.040	11.839	5.678
Έξοδα χρηματοδότησης	(28.264)	(21.766)	(23.789)
Ζημιά από εργασίες μετά τα καθαρά έξοδα χρηματοδότησης	(12.224)	(9.927)	(18.111)
Λοιπά έξοδα/ Έσοδα	849	(962)	(64.160)
Ζημιά προ φόρων	(11.375)	(10.889)	(82.271)
Φόρος	(2.133)	646	(668)
Ζημιά έτους	(13.508)	(10.243)	(82.939)

Πίνακας 24: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης της Louis PLC (2009 – 2011),

πηγή: Louis Group

6.6.3: Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση

Η εταιρεία το 2010 κατάφερε να παρουσιάσει αύξηση στα έσοδα της κατά 3%, όμως ταυτόχρονα καταγράφεται αύξηση στα λειτουργικά της έξοδα κατά 5%. Μειώνοντας όμως τα έξοδα χρηματοδότησης κατά περίπου 6 εκατομμύρια ευρώ, σημείωσε μείωση στις ζημίες σε ποσοστό 24%, και ανήλθαν σε 10,2 εκατομμύρια ευρώ. Το 2011, σημειώνεται σημαντική μείωση εσόδων κατά 11%, ταυτόχρονα όμως σημείωσε και μείωση των λειτουργικών της εξόδων κατά 9%, παρόλη την αύξηση στις τιμές των καυσίμων και των λιμενικών τελών. Η μείωση του λειτουργικού κέρδους έφτασε σχεδόν στον 18%. Επίσης, σημειώθηκαν τεράστιες απώλειες από

απομειώσεις στη αξία των περιουσιακών στοιχείων αλλά και από πρόστιμα λόγω ακυρώσεων συμφωνιών. Έτσι, οι ζημιές αυξήθηκαν κατά 7 φορές σε σχέση με το προηγούμενο έτος, στα 83 εκατομμύρια ευρώ.

Για τον ισολογισμό της εταιρείας, παρατηρείται σταδιακή μείωση στο ενεργητικό, αλλά αύξηση στο κυκλοφορούν ενεργητικό. Ένα σημαντικό στοιχείο είναι η μείωση της κεφαλαιουχικής βάσης της εταιρείας το 2011, από τα 237 εκατομμύρια ευρώ στα 137 ευρώ, με ταυτόχρονη οριακή αύξηση του συνόλου των υποχρεώσεων, με σημαντική αύξηση 31% στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, η συντελεστής ξένων/ίδιων κεφαλαίων (debt to equity) να αυξάνεται σημαντικά.

- ❖ **2009:** Debt/ Equity = 2.22
- ❖ **2010:** Debt/ Equity = 2.36
- ❖ **2011:** Debt/ Equity = 4.18

Βάσει των ανωτέρω υπολογισμών διαπιστώνεται πως το 2011 μειώθηκε αισθητά η κεφαλαιουχική βάση της εταιρείας, χωρίς μείωση των ξένων κεφαλαίων, χρησιμοποιώντας ένα μεγάλο μέρος των αποθεματικών της, για την κάλυψη τρεχουσών αναγκών. Αυτό σημαίνει πως η εταιρεία για να συνεχίσει την ομαλή της λειτουργία, εξαρτάται οικονομικά από τον εξωτερικό δανεισμό.

Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα - Μελλοντικές προβλέψεις

7.1: Συμπεράσματα

Έχοντας πραγματοποιήσει, λοιπόν, την ανάλυση του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, μπορούμε να συμπεράνουμε πως η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί ως ένας από τους πλέον αγαπητούς τουριστικούς προορισμούς του κόσμου, αφού δέχεται ετησίως πάνω από 15 με 16 εκατομμύρια τουρίστες την τελευταία πενταετία. Η ιδιαίτερη προτίμηση των ξένων τουριστών αναδεικνύουν τη χώρα μας ως τον ιδανικό προορισμό για διακοπές, ιδιαίτερα την θερινή περίοδο, αφού η Ελλάδα συνάδει απόλυτα με τον ήλιο, τα νησιά και τη θάλασσα.

Αναμφισβήτητα, τα ταξίδια και ο τουρισμός αποτελούν μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες της Ελλάδας, επιδρώντας σημαντικά στην οικονομία της. Έτσι, ο κλάδος της κρουαζιέρας που αποτελεί σημαντικότατο τμήμα του τουρισμού της χώρας και συγκεκριμένα του θαλάσσιου τουρισμού, έχει σημειώσει μεγάλη βελτίωση μέσα στο πέρασμα του χρόνου, αλλά τα τελευταία χρόνια έχει κληθεί να αντιμετωπίσει σημαντικές αλλαγές, ώστε να αναπτυχθεί περαιτέρω. Η δυνατότητα να προσφέρει ποιοτικά ανώτερες υπηρεσίες στη βιομηχανία της κρουαζιέρας, απαιτεί σίγουρα γνώση, μακρόχρονη εμπειρία και πολλαπλές ικανότητες σε θεωρητικό και τεχνικό επίπεδο.

Επίσης, μέσα από την ανάλυση της παρούσας εργασίας, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η Ελλάδα, υπήρξε παγκοσμίως πρωτοπόρος στο χώρο της κρουαζιέρας με περισσότερες από 30 ναυτιλιακές εταιρείες και σημαντικό στόλο δεκάδων κρουαζιερόπλοιων υπό ελληνική σημαία. Επίσης, φιλοξένησε σημαντικό στόλο κρουαζιερόπλοιων υπό τις σημαίες άλλων χωρών. Οι ελληνικές θάλασσες και ιδιαίτερα το ελληνικό αρχιπέλαγος θεωρούνται από τους ωραιότερους προορισμούς για κρουαζιέρα σε όλο τον κόσμο. Αυτό μπορεί να συνδυαστεί με το γεγονός πως οι Έλληνες έχουν σημαντική εμπειρία και παράδοση στην πλοιοκτησία, ιδιαίτερα σε συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού. Όλα αυτά τα στοιχεία οδηγούν στο συμπέρασμα πως η Ελλάδα διαθέτει όλα τα κατάλληλα προσόντα ώστε να συντηρήσει και να προάγει τον κλάδο της κρουαζιέρας.

Δυστυχώς, τη χρονιά του 2004, όπου γίνονταν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αθήνα, υπήρξε η χειρότερη τουριστική χρονιά για την Ελλάδα, καθώς μειώθηκε αισθητά ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων που προσέγγιζαν το λιμάνι του Πειραιά και μεγάλος αριθμός ναυτιλιακών εταιρειών συγχωνεύτηκαν ή σταμάτησαν να υφίστανται. Ως λιμάνια προσέγγισης από τα κρουαζιερόπλοια αναδείχθηκαν αυτά της

Βαρκελώνης, της Βενετίας και της Κωνσταντινούπολης, αφήνοντας πολύ πίσω το μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας μας, τον Πειραιά. Με βάση, λοιπόν, αυτά τα δεδομένα μπορεί να υπογραμμιστεί πως ένας από τους λόγους που η Ελλάδα δεν κατάφερε να προχωρήσει το 2004 στην περαιτέρω ανάπτυξη της κρουαζιέρας ήταν και συνεχίζει να είναι εν μέρει, όπως υποστηρίζεται από πολλούς η άρση του cabotage, όπως αναλύθηκε και σε αντίστοιχο κεφάλαιο. Το ελληνικό κράτος δεν κατάφερε να αξιοποιήσει αποτελεσματικά τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, ούτε να δημιουργήσει επιχειρήσεις που να αντέχουν τον σκληρό διεθνή ανταγωνισμό, προκαλώντας αρνητικές επιπτώσεις στην ελληνική κρουαζιέρα. Παρόλα αυτά, σήμερα τα πράγματα έχουν αλλάξει κατά κάποιο τρόπο προς το καλύτερο όσον αφορά το θέμα του cabotage, όπως θα αναλυθεί παρακάτω.

Στη σύγχρονη τώρα τουριστική πραγματικότητα του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, υπάρχει μία μόνο ναυτιλιακή εταιρεία, η Louis Cruises, Κυπριακής ιδιοκτησίας, κατέχοντας συνολικά επτά σύγχρονα πλοία. Στόχος της εταιρείας αυτής που διαπρέπει τόσο στον θαλάσσιο τουρισμό όσο και στον ξενοδοχειακό τομέα, είναι να διατηρήσει την ηγετική της θέση στον κλάδο της κρουαζιέρας και να καθιερωθεί ως μία από τις κυριότερες δυνάμεις σε εκλεκτές διεθνείς αγορές.

Επιπροσθέτως, θα μπορούσαμε να καταλήξουμε και στο συμπέρασμα πως στις μέρες μας, πέρα από την άρση του cabotage που θεωρείται φλέγον ζήτημα για τον κλάδο της κρουαζιέρας, εξίσου σημαντικό θέμα είναι τόσο η ανάπτυξη του home porting όσο και η δυνατότητα των ελληνικών νησιών να επωφεληθούν από την αύξηση της ζήτησης, απαιτώντας την ομαλή λειτουργία της αγοράς και τη δημιουργία κατάλληλων και σύγχρονων υποδομών. Προς αυτή την κατεύθυνση λοιπόν, θα μπορούσαν να υπογραμμιστούν δύο θετικές ενέργειες.

Σε πρώτο επίπεδο, με ρύθμιση που πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2012, προωθήθηκε η πλήρης άρση του καμποτάζ, με αποτέλεσμα να επιτρέπεται στις εταιρείες κρουαζιέρας (με σημαία εκτός ή εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης), να πραγματοποιούν κυκλικά δρομολόγια με αφετηρία και τελικό προορισμό τα ελληνικά λιμάνια. Σημειώνεται, ωστόσο, ότι αντίστοιχες προσπάθειες είχαν γίνει και τα προηγούμενα έτη, αλλά δεν ήταν αποτελεσματικές, λόγω υποχρέωσης των εταιρειών να υπογράψουν συμβάσεις σε περιοριστικούς όρους (για παράδειγμα συχνότητα διέλευσης, διάρκεια παραμονής στο λιμάνι, απασχόληση Ελλήνων ναυτικών), τακτική που δεν ακολουθείται στα ανταγωνιστικά λιμάνια της Μεσογείου. Αυτή η υποχρέωση πλέον αποσύρθηκε, καθιστώντας τα ελληνικά λιμάνια περισσότερο ελκυστικά ως λιμάνια εκκίνησης κρουαζιέρας.

Σε δεύτερο επίπεδο, το επενδυτικό πρόγραμμα του Οργανισμού Λιμένος Πειραιώς για την περίοδο 2012 – 2016, περιλαμβάνει δαπάνες της τάξεως των €500 εκατομμυρίων που αφορούν αποκλειστικά τον κλάδο της κρουαζιέρας. Περίπου το μισό αυτών των κονδυλίων αφορά επέκταση του λιμένα κρουαζιέρας (με 6 νέες θέσεις πρόσδεσης μεγάλων κρουαζιερόπλοιων) και δημιουργία σταθμών εξυπηρέτησης επιβατών κρουαζιέρας, ενώ το υπόλοιπο ποσό προορίζεται για λοιπές σχετικές υποδομές στο λιμάνι του Πειραιά (ξενοδοχείο 5 αστέρων, πολιτιστική ακτή, μέσο σταθερής τροχιάς για τη γρήγορη πρόσβαση των επιβατών κρουαζιέρας στον ηλεκτρικό σταθμό και στον προαστιακό και άλλα). Οι επενδύσεις αυτές αναμένεται να βελτιώσουν αισθητά την ανταγωνιστικότητα του λιμανιού του Πειραιά, σε σύγκριση με τα άλλα μεγάλα μεσογειακά λιμάνια.

Στον αντίποδα, έχοντας ως δεδομένο πως ο διεθνής κλάδος κρουαζιέρας ελέγχεται από 4 – 5 μεγάλες εταιρείες, οι οποίες προγραμματίζουν τα δρομολόγια 2 – 3 έτη πριν πραγματοποιηθούν, υπάρχουν εμπόδια τα οποία πρέπει να εξαιρεθούν άμεσα, ώστε να υπάρξουν σημαντικές βελτιώσεις για τον κλάδο. Αρχικά, η αναποτελεσματική λειτουργία των ελληνικών λιμανιών πλήττει την ανταγωνιστικότητά τους. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική, ο έλεγχος των λιμανιών ανήκει σε κρατικούς φορείς, ωστόσο τη διαχείριση των τερματικών σταθμών κρουαζιέρας αναλαμβάνουν ιδιωτικές εταιρείες και κυρίως οι ίδιες οι εταιρείες κρουαζιέρας. Η συμμετοχή τους στη διαχείριση εξασφαλίζεται μέσω πολυετών συμβάσεων παραχώρησης. Η εφαρμογή ενός τέτοιου οχήματος στα ελληνικά λιμάνια θα επέτρεπε την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας των συγκεκριμένων εταιρειών για την πραγματοποίηση των αναγκαίων επενδύσεων σε υποδομές, καθώς και τη βελτίωση των διαδικασιών και των συστημάτων λειτουργίας.

Άλλο ένα εμπόδιο που συμπεραίνουμε πως υφίσταται, και αφορά τα τρέχοντα προβλήματα λειτουργίας, είναι και αυτό της απουσίας συστήματος κράτησης θέσεων πρόσδεσης (berth allocation) των κρουαζιερόπλοιων (όπως ισχύει στα περισσότερα μεσογειακά λιμάνια κρουαζιέρας), με αποτέλεσμα τα πλοία να εξυπηρετούνται βάσει της σειράς άφιξής τους στα λιμάνια. Αυτή η τακτική, δυστυχώς αποθαρρύνει τις εταιρείες κρουαζιέρας να προσεγγίσουν ελληνικά λιμάνια, αφού δεν μπορεί να γίνει άμεσος και αποτελεσματικός σχεδιασμός των επόμενων δρομολογίων.

Επιπρόσθετα, οι υποδομές σε πολλά ελληνικά λιμάνια διέλευσης, αδυνατούν να εξυπηρετήσουν τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια μεγάλου μεγέθους, ενώ παρατηρούνται και άλλες εξίσου σημαντικές ελλείψεις, όπως η απουσία κατάλληλων σταθμών εξυπηρέτησης των επιβατών. Συνεπώς, υπάρχει τεράστιο περιθώριο

ενδυνάμωσης της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών λιμανιών, μέσω της κατασκευής βελτιωτικών έργων. Ακόμα, να σημειωθεί πως, προκειμένου να αντληθούν τα μέγιστα δυνατά έσοδα από την ανάπτυξη του home porting, απαιτούνται περαιτέρω υποδομές για την καλύτερη εξυπηρέτηση των εταιρειών κρουαζιέρας. Συγκεκριμένα, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας σε τομείς, όπως οι επισκευές πλοίων, η τροφοδοσία καυσίμων και άλλες υπηρεσίες προς εταιρείες κρουαζιέρας, θεωρείται προαπαιτούμενο, ώστε τα ελληνικά λιμάνια εκκίνησης να αναχθούν και σε λιμάνια βάσης για τις εταιρείες κρουαζιέρας.

Επιπλέον, συμπεραίνουμε πως πέρα από την αντιμετώπιση των ανωτέρω προβλημάτων, είναι σημαντικό να διαμορφωθεί και μία στρατηγική για την ομαλή άφιξη των τουριστών, ώστε να αποφευχθούν καθυστερήσεις που αποτρέπουν την ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας. Η έλλειψη μιας τέτοιας ουσιαστικής στρατηγικής μέχρι στιγμής, έχει οδηγήσει σε επανειλημμένες ακυρώσεις προσεγγίσεων κρουαζιερόπλοιων και αναζήτηση εναλλακτικών δρομολογίων εκτός Ελλάδας, θέτοντας σε κίνδυνο ακόμα και τα τρέχοντα έσοδα του κλάδου.

Παράλληλα, η ενίσχυση του brand name της χώρας μας στις διεθνείς αγορές, η προσέλκυση αεροπορικών εταιρειών ναυλωμένων πτήσεων (charter), ή χαμηλού κόστους, καθώς και η προώθηση ελκυστικών πακέτων διαμονής στα ελληνικά ξενοδοχεία, θα μπορούσαν να στηρίξουν σημαντικά τη δυναμική της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, κάνοντας την πιο ανταγωνιστική. Συνεπώς, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως τα οφέλη για την ελληνική οικονομία, από την περαιτέρω ανάπτυξη της κρουαζιέρας είναι πολύ σημαντικά. Ωστόσο, εάν δεν αντιμετωπιστούν εγκαίρως τα παραπάνω προβλήματα, είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί πως τα έσοδα αυτά θα παραμείνουν διαφυγόντα κέρδη.

Εν κατακλείδι, να σημειωθεί πως το ελληνικό κράτος είναι αναγκαίο να λάβει άμεσα δράση για την επίλυση των προβλημάτων που εμποδίζουν την ανάπτυξη του κλάδου, εάν επιθυμεί να βελτιώσει σημαντικά την κρουαζιέρα στην Ελλάδα και κατ' επέκταση τον ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό. Η χώρας μας διαθέτει όλα τα κατάλληλα προσόντα (φυσικό κάλλος, κλίμα, πληθώρα νησιών, ήλιο, θάλασσα και άλλα) για να αναδειχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους προορισμούς για κρουαζιέρα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

7.2: Μελλοντικές προβλέψεις

Παρόλα τα ουσιαστικά προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, όπως αναφέρθηκαν παραπάνω, τα ποσοστά της κρουαζιέρας για το 2013 κινούνται αυξητικά σε σχέση με το 2012. Το πιο θετικό λοιπόν, μέσα σε όλα αυτά, είναι πως αναμένεται θεαματική αύξηση για το 2013, της τάξεως του 51,8% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Αυτό το ποσοστό μαρτυρά πως από τη μία μεριά κολοσσοί του κλάδου προσθέτουν συνεχώς δρομολόγια προς τη χώρα μας, παρόλα τα ουσιαστικά προβλήματα που έχουν εντοπιστεί και από την άλλη μεριά πως νέοι και πολύ ισχυροί παίκτες της αγοράς, προσεγγίζουν για πρώτη φορά ελληνικούς προορισμούς. Αισίως, το λιμάνι του Πειραιά από την άποψη των επιβατών transit, παραμένει μαζί με το λιμάνι Τσιβιταβέκεια στη Ρώμη και τη Βαρκελώνη στην πρώτη τριάδα μεταξύ των λιμένων της Μεσογείου.

Επίσης, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΙΜΕ, που περιλαμβάνουν 40 οργανισμούς λιμένων, λιμενικά ταμεία και λιμεναρχεία, το 2012 προσέγγισαν την Ελλάδα 4.824 κρουαζιερόπλοια, τα οποία μετέφεραν 5.475.816 επισκέπτες. Επίσης, κορυφαία στελέχη προερχόμενα από την αγορά της κρουαζιέρας ανέφεραν χαρακτηριστικά σε υψηλόβαθμο στέλεχος του ΕΟΤ, πως η Ελλάδα θα έπρεπε κανονικά να βρίσκεται στην 3^η θέση παγκοσμίως στην κρουαζιέρα, πίσω από το Μαϊάμι και τη Σιγκαπούρη που κατέχουν την πρώτη και τη δεύτερη θέση αντίστοιχα. Το 2012 η Ελλάδα βρισκόταν περί το τέλος της πρώτης δεκάδας στην παγκόσμια κατάταξη.

Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως η γνωστή εταιρεία The Walt Disney Company, μέσω της θυγατρικής εταιρείας Disney Cruise Line, για πρώτη φορά από τον Ιούνιο του 2013 ξεκινά ταξίδια σε ελληνικά νησιά με το κρουαζιερόπλοιο Disney Magic που μπορεί να μεταφέρει 3.650 τουρίστες. Η απόφαση της Disney Cruise Line για ένταξη και των ελληνικών προορισμών στα ταξιδιωτικά πακέτα στη Μεσόγειο, αποτελεί μία μοναδική ευκαιρία για το μέλλον του ελληνικού τουρισμού, καθώς η δυναμική που έχει ο όμιλος Walt Disney, μπορεί να προσελκύσει εκατομμύρια νέους επισκέπτες που θα γνωρίσουν από κοντά την ομορφιά της Ελλάδας. Υψηλόβαθμο στέλεχος του ΕΟΤ, ανέφερε χαρακτηριστικά πως: «Η Disney έχει μεγάλη επικοινωνιακή δύναμη», προσβλέποντας σε σημαντικά μελλοντικά οφέλη από τις προγραμματισμένες αφίξεις του Disney Magic. Το γεγονός εξάλλου πως δύο στους πέντε επιβάτες της κρουαζιέρας είναι Αμερικανοί, αφήνει περιθώρια για μεγαλύτερη διείσδυση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην αγορά των ΗΠΑ.

Στα πλαίσια, λοιπόν, του ανταγωνισμού η Ελλάδα μπορεί να καταφέρει πολλά αν εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις δυνατότητες της. Τα υψηλά ποσοστά προσέλευσης τουριστών για τη φετινή χρονιά, συγκριτικά με την προηγούμενη, δείχνουν πως οι τουρίστες προτιμούν τη χώρα για να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους με κρουαζιερόπλοιο.

Εξάλλου, το προϊόν της κρουαζιέρας πλέον υπερέχει συγκριτικά με τις άλλες μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα με τη διαμονή σε ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις. Η κρουαζιέρα αποτελεί μία από τις πιο δημοφιλείς επιλογές για διακοπές, αφού είναι οικονομικό προϊόν σε σχέση τιμής και προϊόντος, αν ληφθεί υπόψη ότι η κρουαζιέρα σημαίνει ξεκούραση, διασκέδαση, επίσκεψη διάφορων χωρών, άψογο σέρβις 24 ώρες το 24ωρο από εξειδικευμένο προσωπικό και φυσικά πλήρες μενού και άριστες υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών.

Ακόμα, άλλος ένας λόγος που η κρουαζιέρα αποτελεί ιδανικό τρόπο για διακοπές είναι το γεγονός ότι συνδυάζει πολλές και διαφορετικές μορφές τουρισμού, όπως ο περιηγητικός (πολλά λιμάνια προσέγγισης και οργανωμένες εκδρομές σε αυτά), ο τουρισμός αναψυχής (ψυχαγωγικά προγράμματα και animation εν πλω), ο θρησκευτικός τουρισμός (κρουαζιέρα στους Άγιους Τόπους, επισκέψεις σε μοναστήρια), ο επαγγελματικός τουρισμός (συνέδρια εν πλω) και άλλα.

Καθώς, λοιπόν, τα περιθώρια ανάπτυξης του κλάδου της κρουαζιέρας στην Ελλάδα είναι μεγάλα, ως αυτονόητο θα μπορούσε να θεωρηθεί το συμπέρασμα πως η πιο αποτελεσματική πρόταση για το μέλλον του κλάδου είναι η άμεση και αποτελεσματική δράση του ελληνικού κράτους, ώστε να βρει την καλύτερη δυνατή λύση που αφορά το φλέγον ζήτημα της άρσης του καμποτάζ, επαναπροσδιορίζοντας την ισχύουσα νομοθεσία, με όρους μόνο ευνοϊκούς για νέες επενδύσεις και για προσέλκυση ακόμα περισσότερων κρουαζιερόπλοιων και τουριστών στη χώρα μας.

Αναμφίβολα, είναι άδικο για μία χώρα σαν την Ελλάδα, που διαθέτει όλα τα κατάλληλα προσόντα, υπερέχοντας αισθητά από τις ανταγωνίστριες χώρες, να μην κατέχει την πρώτη θέση ανάμεσα στους τοπ προορισμούς για κρουαζιέρα. Ας ελπίσουμε, λοιπόν, πως το τρέχον έτος, το υψηλό ποσοστό της κρουαζιέρας που προβλέπεται, της τάξεως του 51,8% σε σύγκριση με το 2012, θα αποτελέσει την αρχή για την ουσιαστική ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, δίνοντας της στο μέλλον τη θέση που της αξίζει.

Επίλογος

Σαν τελικό συμπέρασμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας, μπορεί να υπογραμμιστεί πως η κρουαζιεροπλοΐα αποτελούσε από την αρχαιότητα και συνεχίζει να αποτελεί μέχρι και σήμερα, πολύ σημαντικό κομμάτι για την Ελλάδα, αφού συμβάλλει άμεσα στην ανάπτυξη του Τουρισμού και κατ' επέκταση συμβάλλει στην οικονομία της χώρας μας, ακόμα και σε αυτή την κρίσιμη οικονομική περίοδο για την Ελλάδα. Ακόμα και οι ελάχιστες αυτές ναυτιλιακές εταιρείες που οργανώνουν κρουαζιέρες στην Ελλάδα, έχουν τη δυνατότητα να παρουσιάζουν τεράστια δυναμική παρουσία στον κλάδο αυτό, συμβάλλοντας θετικά στην πορεία της αγοράς παγκοσμίως.

Παρόλα αυτά, αξίζει να αναφερθεί πως οι υποδομές της κρουαζιεροπλοΐας στην Ελλάδα, οι οποίες προϋποθέτουν διάθεση σύγχρονων κρουαζιερόπλοιων, ύπαρξη επαρκούς αριθμού πλοίων αναψυχής, υποδομές ελλιμενισμού και εξυπηρέτησης πλοίων, παρουσιάζουν ελλείψεις σε αρκετά σημεία, όπως έχουν αναφερθεί στην εργασία και απαιτείται η άμεση εφαρμογή πρακτικών για την βελτίωσή τους από τους αρμόδιους, ώστε να ανταποκρίνονται στα σύγχρονα δεδομένα της κρουαζιεροπλοΐας.

Συνεπώς, η χώρα οφείλει να λάβει δραστικά μέτρα για να καταπολεμήσει αυτές τις ελλείψεις που την αφήνουν πίσω σε κάποια σημεία, συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες χώρες. Η εφαρμογή μεγάλων επενδυτικών προγραμμάτων, ώστε να καταστεί ο Πειραιάς το επίκεντρο της κρουαζιέρας, αλλά και η εφαρμογή των περιβαλλοντικών έργων, ώστε να γίνει το λιμάνι του Πειραιά ένα ολοκληρωμένο eco-port, δεν θα πρέπει να παραλειφθούν από τους αρμόδιους φορείς και ιδίως από το ελληνικό κράτος, που οφείλει να πάρει ουσιαστικές αποφάσεις για ριζικές αλλαγές του κλάδου της κρουαζιέρας.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

A. Βιβλία – Άρθρα

- Τζωρτζάκης Κ. – Τζωρτζάκη Αλ., «Αρχές Μάρκετινγκ: Η ελληνική προσέγγιση», Εκδόσεις Rosili, 1996
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, «Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ», Επιστημονική επιμέλεια ελληνικής έκδοσης: Γ. Μ. Κλήμης, MBA, PhD, Λέκτορας, Πάντειο Πανεπιστήμιο, 12^η Αμερικανική Έκδοση, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2006
- Γεωργόπουλος Ν., «Επιχειρησιακή Πολιτική και Στρατηγική, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2001
- Μάλιαρης Γ. Π., «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ» – Γ' Έκδοση, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, 2001
- Malcolm McDonald, «Σχέδια Μάρκετινγκ (Marketing Plans) Προετοιμασία και Χρήση» 4η Αγγλική Έκδοση, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2007
- Σαμπράκος Ε, «Εισαγωγή στην οικονομική των μεταφορών», Β' έκδοση, εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα 2001
- Σαμπράκος Ε., «Μεταφορές και Τουρισμός 3η Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών», επιμέλεια έκδοσης Σαμπράκος Ε., Πειραιάς 1999
- Μυλωνόπουλος Ν. Δημήτρης, «Ναυτιλία: Έννοιες – Τομείς – Δομές», Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2004
- Καρβούνης Σ., «Οικονομοτεχνικές Μελέτες: Μεθοδολογία – Τεχνικές - Θεωρία», εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2002
- Βαρβαρέσος Στ., «Τουρισμός: Έννοιες – Μεγέθη – Δομή/ Η ελληνική πραγματικότητα», Εκδόσεις Προπομπός, 1998
- Αρτίκης Γεώργιος, «Χρηματοοικονομική Διοίκηση, Ανάλυση και Προγραμματισμός», εκδόσεις Interbooks, Β' Έκδοση, Αθήνα 2002

- Κυριακόπουλος Σ., «Αρχές Τουρισμού και τουριστική πολιτική», Πειραιάς 2011
- Χυτήρης Λ., «Τουριστικά Γραφεία, Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία», Εκδόσεις Interbooks, 1995
- Γεράσιμος Α. Ζαχαράτος, «Package Tour, Παραγωγή και Διάθεση Τουριστικού Πακέτου», Εκδόσεις Προπομπός
- Άρθρο: «Ευοίωνες προβλέψεις για τον τουρισμό το 2013, Εκτιμήσεις ΣΕΤΕ για επιπλέον 1 εκ. επισκέπτες και 1 δις € έσοδα». 21.12.2012.
- Άρθρο: «Η κρουαζιέρα πάει στην... Ασία», Σάββας Ν. Αθανασίου, 04.02.2013
- Άρθρο: «Νέα Παγκόσμια Ένωση Κρουαζιέρας (CLIA)», 10.01.2013
- Άρθρο: «Μεγάλες προσδοκίες από το 2^ο φόρουμ για τον θαλάσσιο τουρισμό», 30.01.2013
- Άρθρο: «Το 1/3 των επιβατών κρουαζιέρας είναι κάτω των 30 ετών», Βίκυ Καραντζαβέλου, Απρίλιος 2011 (Έρευνα της Cruise Compare.co.uk)
- Άρθρο: «Μέσω Πειραιά το 74% των επιβατών που ήλθαν στην Ελλάδα για να επιβιβαστούν σε κρουαζιερόπλοια», ΟΛΠ
- Άρθρο: «Νέα Στρατηγική επενδύσεων στις υποδομές για την κρουαζιέρα», Αντώνης Τσιμπλάκης, 19.10.12
- Άρθρο: « Αύξηση των τουριστών από την κρουαζιέρα το 2011», Εφημερίδα Καθημερινή, 21.1.2011
- Άρθρο: «Πόσα κρουαζιερόπλοια περιμένει το 2013 ο Πειραιάς», 04.01.2013
- Άρθρο: «Κρουαζιέρα: Άρση του καμποτάζ στα χαρτιά... σε αρκετά λιμάνια», 05.02.2013
- Άρθρο: «Ζητούν την ανέλκυση του Sea Diamond», Εφημερίδα Τα Νέα, 03.04.2013
- Άρθρο: «Σημαντική διάκριση για το λιμάνι του Ηρακλείου», 25.02.2011
- Άρθρο: «Βράβευση Cruise Terminal ΟΛΠ ΑΕ», Σελ. 22, Εκδόσεις: Περιοδικό Ελληνικά Λιμάνια, Τεύχος: Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος, 2009,

B. Μελέτες – Εκθέσεις

- Κλαδική μελέτη Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος «Κρουαζιέρα: ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους 2 δις €», Παύλος Μυλωνόπουλος, οικονομικός σύμβουλος του ομίλου Εθνικής Τράπεζας, Αύγουστος 2012
- Έρευνα – Μελέτη «Προσδιορισμός κριτηρίων επιλογής λιμανιού κρουαζιέρας», Μ. Λεκάκου, Α. Πάλλης Γ. Βαγγέλας, Συνέδριο ΙΑΜΕ, Κοπεγχάγη 2009
- Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, Ετήσιες Εκθέσεις 2007, 2008, 2009, εργασία ομάδας Πανεπιστημίου Αιγαίου/ Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών/ Χίος, Φεβρουάριος 2010
- Μελέτη «Οι προοπτικές και οι προκλήσεις της κρουαζιέρας για τον τοπικό χώρο στην Ελλάδα», Παντολέων Σκάγιαννης Καθηγητής ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Εμμανουήλ Ραλλιάς Μηχανικός ΧΠΠΑ ΠΘ, 3^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ ΠΘ, Βόλος, Σεπτέμβριος 2012
- ΣΕΤΕ «Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία και αριθμοί», Έκδοση 2012
- ICAP, κλαδική μελέτη «Ελληνική επιβατηγός ναυτιλία», Αθήνα 2010
- ICAP, κλαδική μελέτη «Ελληνική επιβατηγός ναυτιλία», Αθήνα 2008
- Ετήσια Οικονομική Έκθεση (2009 – 2011) Louis Group PLC
- Ετήσια Δελτία Εταιρειών κρουαζιέρας, Εκτιμήσεις Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος

Γ. Διπλωματικές Εργασίες

- Χατζημανωλάκη Ευαγγελία, «Θαλάσσιος Τουρισμός και η θέση της Ελλάδας, Συγκρίσεις και ευκαιρίες», Πειραιάς 2011
- Υβόννη Σ. Γεωργάνου, «Η αγορά της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, Στρατηγική Ανάλυση του κλάδου», Πειραιάς 2006
- Σταματέλος Α, «Οι επιπτώσεις στην ελληνική ακτοπλοΐα από την άρση του cabotage και το ζήτημα των άγονων γραμμών», Πειραιάς 2009

Δ. Πηγές στο Διαδίκτυο

- Ελληνική Στατιστική Αρχή
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ)
- Κέντρο κρουαζιέρας Navihellas
- Ένωσης Λιμένος Πειραιώς (ΕΛΙΜΕ)
- Οργανισμός Λιμένος Πειραιά
- Οργανισμός Λιμένος Ραφήνας
- Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου
- Υπουργείο Ναυτιλίας και Αιγαίου
- Εθνική Τράπεζα Ελλάδος
- Louis Cruises (louiscruises.com, louisgroup.com)
- Cruiseexperts.gr
- Travelling.gr
- Wikipedia.org
- Naftemporiki.gr

Ξενόγλωση Βιβλιογραφία

A. Βιβλία – Άρθρα

- Ross A. Klein, PhD, «Cruising – Out of control: BC & The Cruise Tourism Industry»
- R.K. Dowling, «Cruise Ship Tourism», Edith Cowan University, Australia, June 2006
- Bathe, Basil W., «Seven Centuries of sea travel: from the crusaders to the cruises by Bathe», New York: Portland House 1990

- Hunger D & Wheelen T, «Strategic Management», 8th Edition, Prentice Hall, 2002
- Steve Brown, Richard Lamming, John Bessant, Peter Jones, Butterworth Heinemann (BH) «Strategic Operations Management»

B. Μελέτες – Εκθέσεις

- Cruise Lines International Association INC, “The Overview”, 2010, CLIA Cruise Market Overview, Statistical Cruise Industry Data through 2009.
- ECC: GPWild (International) and BREA «Ανάλυση της παγκόσμιας βιομηχανίας κρουαζιέρας», 2009
- Μελέτη του ECC: «Συνεισφορά του τουρισμού κρουαζιέρας στις οικονομίες των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, BREA GPWild (International), Μάιος 2009
- Μελέτη του World Tourism Organisation (UNWTO): «Εποχικότητα κρουαζιέρας - Κατανομή δυναμικότητας»
- Μελέτη του World Tourism Organisation (UNWTO): «Cruise Tourism – Current situation and trends», 2010

Γ. Πηγές από Διαδίκτυο

- Eurostat (Statistical Office of the E.U)
- World Tourism Organization (UNWTO)
- Cruise Line International Association (CLIA)
- Cruisemarketwatch
- Medcruise
- Carnival Cruises
- Travelchat

- European Cruise Council
- Republic of South Africa/ Cruise Industry New
- Cruise industry
- Clia.com