



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«MBA - Tourism Management»

Διπλωματική εργασία

«Σαλπάροντας στα χνάρια του Οδυσσέα»

ένα νέο θαλάσσιο, πολιτιστικό, τουριστικό προϊόν

Ζωή Μαλιγιάννη

Επιβλέπων καθηγητής: Μάρκος Τσόγκας

Πειραιάς, 2021

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο:

«.....ΔΙΔΑΚΤΑΡΩΝ...ΣΤΗ...ΧΩΡΙΑ...ΞΕΝ...ΕΡΕΥΝΑ.....»


έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιαστικό λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

.....Ζ.Σ.Η...ΜΑΛΙΣΤΡΑΝΗ.

09-12-2021



*...έτσι σοφός που έγινες, με τόση πείρα,
ήδη θα κατάλαβες οι Ιθάκες τι σημαίνουν.*

Κ. Καβάφης, «Ιθάκη»

Περίληψη

Η Ελλάδα είναι μια ιδιαίτερη χώρα καθώς το σημαντικότερο κομμάτι της οικονομίας της δε στηρίζεται στην παραγωγή κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος αλλά στον τουρισμό, τομέας που επι το πλείστον αφορά στην παροχή υπηρεσιών. Πρόκειται για μια χώρα με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, όπου το μπλε της θάλασσας είναι παντού διάχυτο, και η οποία ταυτόχρονα διαθέτει πλούσια ιστορία και πολιτισμό. Τα δύο αυτά στοιχεία την καθιστούν διαχρονικά μοναδικό τουριστικό προορισμό για τους πολίτες ολόκληρου του πλανήτη.

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει δύο σκοπούς. Ο πρώτος είναι να μας εντάξει ως αναγνώστες στα ιδιαίτερα γνωρίσματα του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουμε να αντιληφθούμε τη σημασία του τουρισμού στην οικονομία της χώρας. Ύστερα, θα μπορέσουμε να εμβαθύνουμε πιο συγκεκριμένα στα χαρακτηριστικά του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και να τα συγκρίνουμε με αυτά της Ευρώπης και του κόσμου.

Αφού ολοκληρώσουμε το πρώτο μέρος της εργασίας που αφορά στο πιο θεωρητικό της σκέλος, θα περάσουμε στο δεύτερο, που αφορά τη δημιουργία ενός marketing plan.

Αυτός είναι και ο δεύτερος σκοπός της εργασίας, δηλαδή, να αντιληφθούμε πως όλα τα παραπάνω στοιχεία μπορούν να συντελέσουν στη δημιουργία ενός νέου τουριστικού, θαλάσσιου και ταυτόχρονα πολιτιστικού προϊόντος που θα ανταποκρίνεται τέλεια στις ανάγκες της αγοράς.

Το νέο προϊόν εντάσσεται στον τομέα του yachting και συνδυάζει τη θάλασσα με τον πολιτισμό αφού ουσιαστικά πρόκειται για ένα ταξίδι προσομοίωσης αυτού του Οδυσσέα. Ο ταξιδιώτης, ως άλλος εξερευνητής, ενώνει την ανατολή με τη δύση καθώς περιηγείται στα νησιά του Αιγαίου και την ηπειρωτική Ελλάδα, γεύεται τους καρπούς της, βιώνει μοναδικές εμπειρίες και τελικά καταλήγει στη δική του, προσωπική Ιθάκη.

Σημαντικοί όροι:

Θαλάσσιος Τουρισμός, Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση, Κρουαζιέρα, Πολιτιστικός Τουρισμός, Οδύσσεια, Ελλάδα

Abstract

Tourism is one of the most important sectors of the Greek economy. That could be considered risky by the time tourism is based on services and not production.

Arguably, Greece is also a very beautiful country, surrounded by sea and full of elements of cultural heritage. These two characteristics have turned Greece into an all-time classic touristic destination for all travellers around the world.

The first purpose of this thesis is to introduce the reader to the main characteristics of the Greek tourism product. That is the only way to fully understand the importance of tourism in Greek economy in general. After that, the reader will emphasize on the nautical tourism in Greece.

After having completed this more theoretical part of the thesis, the reader will jump to the second part that includes the creation of a marketing plan.

That is the second purpose of this thesis, to understand how theory turns into action and to create “ex nihilo” a new touristic, nautical and cultural product that meets market’s needs.

The new product simulates Odysseus’ journey back home, combining yachting and culture. The explorer, through this tour, connects east and west as he travels around the Greek islands and the mainland and creates special memories as ends up to his own personal Ithaca.

Keywords:

Nautical Tourism, Yachting, Cruise, Cultural Tourism, Odyssea, Greece

Ευχαριστίες

Σε αυτό το σημείο θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου, κ. Μάρκο Τσόγκα για την πολύτιμη βοήθεια και την καθοδήγησή του.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την υπομονή της, καθώς και όσους με βοήθησαν στην διεκπεραίωση της διπλωματικής μου εργασίας αλλά και των σπουδών μου.

Κατάσταση Διαγραμμάτων

Σελίδα

Διάγραμμα 1.1: Η τμηματοποίηση του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα.....	18
Διάγραμμα 1.2: Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος.....	19
Διάγραμμα 1.3: Παγκόσμια αύξηση επιβατών κρουαζιέρας.....	22
Διάγραμμα 1.4: Συνολικές δαπάνες τουριστών κρουαζιέρας.....	25
Διάγραμμα 1.5: Δαπάνες ανά άφιξη τουριστών κρουαζιέρας.....	25
Διάγραμμα 1.6: Καταμερισμός δαπανών σε εκατομμύρια ευρώ.....	26
Διάγραμμα 1.7: Κατανομή σκαφών ανά κατηγορία.....	35
Διάγραμμα 1.8: Πωλήσεις σκαφών σε αναλογία με τα έσοδα.....	36
Διάγραμμα 1.9: Πωλήσεις σε αριθμό σκαφών.....	36
Διάγραμμα 1.10: Εισαγωγή σκαφών ανά είδος.....	37
Διάγραμμα 1.11: Εισαγωγή σκαφών σε αναλογία εσόδων.....	38
Διάγραμμα 3.1: Δείκτες Οικονομικού Κλίματος.....	71
Διάγραμμα 3.2: Γεννήσεις και θάνατοι στην Ελλάδα.....	76
Διάγραμμα 3.3: Γεννήσεις κατά ηλικία της μητέρας.....	77
Διάγραμμα 3.4: Ηλικιακές ομάδες ταξιδευτών ναυτικού τουρισμού.....	88
Διάγραμμα 3.5: Ηλικιακές ομάδες ταξιδευτών Π&Θ τουρισμού.....	88
Διάγραμμα 3.6: Αφίξεις τουριστών «Ηλιος & Θάλασσα» ανά προορισμό (2013)....	89
Διάγραμμα 3.7: Αριθμός ταξιδιών Ναυτικού τουρισμού από την Ευρώπη ανά χώρα προέλευσης (2013).....	90
Διάγραμμα 3.8: Κατανομή δημοφιλών προορισμών τουριστών Π&Θ.....	91
Διάγραμμα 3.9: Οικογενειακό εισόδημα τουριστών «Ηλιος & Θάλασσα».....	91
Διάγραμμα 3.10: Μέσα ενημέρωσης τουριστών «Ηλιος & Θάλασσα».....	93
Διάγραμμα 3.11: Ημέρες διανυκτέρευσης τουριστών «Ηλιος & Θάλασσα».....	93
Διάγραμμα 3.12: Οι δαπάνες ανά αγορά τουριστών «Ηλιος & Θάλασσα».....	94
Διάγραμμα 3.13: Διάρκεια ταξιδιών τουριστών Π&Θ στην Ελλάδα.....	96

Διάγραμμα 3.14: Πηγή ενημέρωσης τουριστών Π&Θ.....	97
Διάγραμμα 3.15: Δραστηριότητες τουριστών Π&Θ.....	98

Κατάσταση Πινάκων

Σελίδα

Πίνακας 1.1: Συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος.....	19
Πίνακας 1.2: Αριθμός κρουαζιερόπλοιων και επιβατών ανά λιμάνι.....	24
Πίνακας 1.3: Κατηγοριοποίηση υποδομών θαλάσσιας αναψυχής στην Ευρώπη.....	29
Πίνακας 1.4: Οικονομική επίδραση από πωλήσεις και εισαγωγές σκαφών.....	39
Πίνακας 1.5: Μαρίνες στην Ελλάδα.....	40
Πίνακας 1.6: Έξοδα συντήρησης και χρήσης σκάφους στην Ελλάδα.....	41
Πίνακας 1.7: Αντίκτυπος του yachting στην οικονομία.....	42
Πίνακας 1.8: Καταμερισμός εργαζομένων στο yachting.....	42
Πίνακας 1.9: Οι κύριες ακτοπλοϊκές εταιρείες στην Ελλάδα.....	43
Πίνακας 1.10: Κύκλος εργασιών ακτοπλοϊκών εταιρειών.....	44
Πίνακας 1.11: Αντίκτυπος της ακτοπλοΐας στην οικονομία.....	45
Πίνακας 3.1: Σημαντικοί δείκτες Ελληνικής οικονομίας.....	69
Πίνακας 3.2: Επίπεδα εκπαίδευσης στην Ελλάδα και την ΕΕ.....	74
Πίνακας 3.3: Τα σημαντικότερα γεγονότα της ζωής σε ηλικίες στην ΕΕ και την Ελλάδα.....	77
Πίνακας 3.4: Τιμολόγηση προσφερόμενων πακέτων διακοπών ανά περίοδο.....	124
Πίνακας 3.5: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης.....	128
Πίνακας 3.6: Ενδεικτικοί ισολογισμοί για τα έτη 2021 και 2022 της λειτουργίας....	129

Κατάσταση Εικόνων

Σελίδα

Εικόνα 3.1: Όψη και κάτοψη σκάφους Beneteau Oceanis 40.1.....	105
Εικόνα 3.2: Διαδρομή προσφερόμενου πακέτου διακοπών «Πολιτισμός».....	114
Εικόνα 3.3: Διαδρομή προσφερόμενου πακέτου διακοπών «Θάλασσα».....	122

Περιεχόμενα

Σελίδες

Εισαγωγή.....	12
Κεφάλαιο 1 – Θεωρητικό πλαίσιο	
1.1. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός	
1.1.1. Εισαγωγή.....	14
1.1.2. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ευρώπη.....	16
1.1.3. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ελλάδα.....	16
1.2. Κρουαζιέρα	
1.2.1. Εισαγωγή.....	20
1.2.2. Η Προσφορά σε Παγκόσμια Κλίμακα / Η Δομή της Αγοράς.....	20
1.2.3. Η Ζήτηση σε Παγκόσμια Κλίμακα.....	21
1.2.4. Οι Προορισμοί σε Παγκόσμια Κλίμακα.....	22
1.2.5. Η Κρουαζιέρα στην Ελλάδα.....	23
1.2.6. Το Μεγάλο Πρόβλημα της Ελλάδας.....	26
1.3. Ναυσιπλοΐα Αναψυχής	
1.3.1. Εισαγωγή.....	27
1.3.2. Το Yachting στην Ευρώπη.....	29
1.3.3. Το Yachting στην Ελλάδα.....	33
1.3.4. Η Αγορά των Σκαφών Αναψυχής στην Ελλάδα.....	34
1.3.5. Μαρίνες και Θέσεις Ελλιμενισμού.....	39
1.4. Ακτοπλοΐα.....	42
1.5. Προτάσεις Ανάπτυξης Θαλάσσιου Τουρισμού.....	45
1.6. Θεσμικό Πλαίσιο.....	47
1.6.1. Το Cabotage.....	48
Βιβλιογραφία.....	50
Κεφάλαιο 2 – Όμηρος και Οδυσσέας	
2.1. Λίγα Λόγια για τον Όμηρο.....	51
2.2. Το Ομηρικό Ζήτημα.....	52
2.3. Γιατί τα Ομηρικά Έπη Θεωρούνται Τόσο Σπουδαία;	54
2.4. Οδύσσεια – Η Πλοκή του Έργου.....	54
2.5. Οδύσσεια – Το Ταξίδι του Οδυσσέα.....	55
2.6. Η Γεωγραφία της Οδύσσειας.....	59
Βιβλιογραφία.....	64
Κεφάλαιο 3 – Marketing Plan	
3.1. Εισαγωγή.....	65
3.2. Συνοπτική Περιγραφή της Επιχείρησης «Greek Island Odyssey».....	65
3.3. Γενικά Στοιχεία Λειτουργίας.....	66
3.4. Όραμα, Αποστολή και Σκοποί της Επιχείρησης.....	66

3.5. Στόχοι και Στρατηγικές Επιχείρησης.....	67
3.6. Ανάλυση PEST. Γενικευμένο Περιβάλλον της Επιχείρησης	
3.6.1. Πολιτικό Περιβάλλον.....	67
3.6.2. Οικονομικό Περιβάλλον.....	69
3.6.3. Κοινωνικό Περιβάλλον.....	73
3.6.4. Τεχνολογικό Περιβάλλον.....	79
3.7. Οι 5 Δυνάμεις του Porter. Ανάλυση Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος	
3.7.1. Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων.....	81
3.7.2. Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών.....	82
3.7.3. Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών.....	82
3.7.4. Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα.....	83
3.7.5. Ένταση Ανταγωνισμού μεταξύ Υφιστάμενων Επιχειρήσεων.....	83
3.8. Ανάλυση S.W.O.T.	
3.8.1. Δυνάμεις.....	84
3.8.2. Αδυναμίες.....	85
3.8.3. Ευκαιρίες.....	85
3.8.4. Απειλές.....	85
3.9. Τμηματοποίηση – Στόχευση – Τοποθέτηση	
3.9.1. Τμηματοποίηση.....	86
3.9.2. Στόχευση.....	98
3.9.3. Τοποθέτηση.....	99
3.10. Μίγμα Marketing – 7p	
3.10.1. Προϊόν.....	101
3.10.2. Τιμή.....	123
3.10.3. Προώθηση.....	125
3.10.4. Διανομή.....	125
3.10.5. Διαδικασίες.....	125
3.10.6. Άνθρωποι.....	126
3.10.7. Φυσική Μαρτυρία.....	127
3.11. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης.....	128
Βιβλιογραφία.....	131
Επίλογος.....	135

Εισαγωγή

Η επιλογή του θέματος της παρούσας διπλωματικής εργασίας «Σαλπάροντας στα χνάρια του Οδυσσέα: ένα νέο, πολιτιστικό, θαλάσσιο, τουριστικό προϊόν» έγινε για δύο λόγους.

Αρχικά, η πρόθεση μου ήταν να ασχοληθώ με ένα αντικείμενο που να έχει άμεση σχέση και θα συνδέει νοητά τις δύο μεγάλες μου «αγάπες», τη θάλασσα και τον πολιτισμό.

Μεγαλώνοντας στον Πειραιά, το μεγαλύτερο και σημαντικότερο λιμάνι της Ελλάδας και έχοντας καταγωγή από τη Λευκάδα, το θαλάσσιο στοιχείο είναι έντονο στη ζωή μου. Δε θα μπορούσα να με φανταστώ μακριά από τη θάλασσα. Ίσως για αυτό το λόγο να επέλεξα να φοιτήσω στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο τμήμα Ιστορίας & Αρχαιολογίας. Οι σπουδές μου εκεί με έκαναν να εκτιμήσω ακόμη περισσότερο από πριν το σπουδαίο παρελθόν της χώρας. Αποφοιτώντας έψαχνα τρόπο να συνδέσω τα δύο αυτά στοιχεία και αναπόφευκτα αυτό συνέβη μέσω του τουρισμού. Η παρούσα διπλωματική εργασία, που συνοδεύεται με την ολοκλήρωση του ΠΜΣ MBA Tourism Management αποτελεί το ώριμο φρούτο αυτής της προσπάθειας.

Ο δεύτερος λόγος που επέλεξα το θέμα αυτό έχει άμεση σχέση με μια συγκεκριμένη λέξη του τίτλου, το «προϊόν». Η δημιουργία ενός νέου προϊόντος καθώς και η επικοινωνία αυτού με το αγοραστικό κοινό, ως ιδέα, με ενθουσιάζει. Η επιθυμία μου λοιπόν να δω στην πράξη πως διαμορφώνεται ένα marketing plan και πως στη συνέχεια εφαρμόζεται στα πλαίσια μιας επιχείρησης, ήταν και παραμένει μεγάλη.

Σήμερα, η δυνατότητα της δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης δίνεται ευκολότερα από κάθε άλλη χρονική περίοδο. Οι νέοι επιχειρηματίες προκειμένου να ξεχωρίσουν από τον ανταγωνισμό, είναι υποχρεωμένοι να βρουν καινοτόμες ιδέες που θα δημιουργήσουν με τη σειρά τους πιστούς καταναλωτές. Εδώ είναι που εμπλέκεται το μάρκετινγκ ως επιστήμη που με τα εργαλεία του θα εξασφαλίσει αρχικά την επιβίωση της επιχείρησης και στη συνέχεια την ανοδική οικονομικά πορεία της.

Το μάρκετινγκ λοιπόν ορίζεται ως «η διαδικασία της διοίκησης με την οποία εντοπίζονται, προβλέπονται και ικανοποιούνται οι ανάγκες του καταναλωτή με κάποιο κέρδος για την επιχείρηση», σύμφωνα με το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ. Η ικανοποίηση του πελάτη είναι ο τελικός στόχος του μάρκετινγκ και ο μοναδικός δρόμος προς την πίστη αυτού και την επιτυχία της επιχείρησης.

Προσωπικά και με βάση όλα τα παραπάνω, πιστεύω ότι το μάρκετινγκ είναι η βάση μιας επιχείρησης και όσο πιο σωστά αυτή δομηθεί, τόσο πιο δυνατή θα είναι. Βασικότερο εργαλείο του μάρκετινγκ είναι το marketing plan, που αποτελεί τη λεπτομερή αναφορά που απεικονίζει τη στρατηγική μάρκετινγκ που πρόκειται να ακολουθήσει μια επιχείρηση. Ως έγγραφο θεωρείται απαραίτητο για όλες τις

επιχειρήσεις, οποιουδήποτε τομέα και μεγέθους. Ουσιαστικά, ο ρόλος του marketing plan είναι πολλαπλός.

Αρχικά, το marketing plan αναγκάζει την επιχείρηση να κοιτάξει στο εσωτερικό της και να κατανοήσει το πώς λειτουργεί αντιλαμβανόμενη πλέον και τα καλά αλλά και τα κακά στοιχεία της. Ορίζει το στόχο και την αποστολή της επιχείρησης και αναλύει την παρούσα κατάσταση. Ύστερα, στρέφει το ενδιαφέρον προς το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και εντάσσοντάς της στο πλαίσιο της αγοράς, παρατηρεί τον ανταγωνισμό και το πώς αυτός λειτουργεί. Στη συνέχεια, θέτει μελλοντικούς στόχους και προσδιορίζει τις σωστές αυτή τη φορά, κατευθυντήριες γραμμές που θα βοηθήσουν το προϊόν ή την υπηρεσία που εξάγει να φτάσουν στο στόχο τους, τον καταναλωτή. Τέλος, λειτουργεί ως βασικό συστατικό για τη μελλοντική λήψη χρηματοδότησης για την υλοποίηση των νέων σχεδιασμένων πρωτοβουλιών.

Τα οφέλη του σωστού σχεδιασμού και στη συνέχεια της εφαρμογής αυτού, είναι πολλαπλά για την επιχείρηση καθώς τη βοηθά να θέτει ρεαλιστικούς στόχους και να αναγνωρίζει πιθανές μελλοντικές ευκαιρίες και απειλές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ο κίνδυνος να μειώνεται σημαντικά και να εξαφανίζεται η ανασφάλεια και το άγχος τόσο του ιδιοκτήτη όσο και των υπαλλήλων. Με την ασφάλεια ως σύμμαχο, λογικό είναι να αυξάνονται η αποδοτικότητα και η παραγωγικότητα. Ύστερα, ο σωστός σχεδιασμός βελτιώνει τη διεύθυνση και την αποτελεσματικότητα των μηνυμάτων που η επιχείρηση επιλέγει να περάσει στο καταναλωτικό κοινό διασφαλίζοντας έτσι τη δημιουργία ενός κλίματος εμπιστοσύνης και πιστότητας από τη μεριά των πελατών. Τέλος, ο σωστός σχεδιασμός συντελεί στην εξοικονόμηση πόρων τόσο σε επίπεδο χρόνου και χρημάτων ενώ παράλληλα αποτελεί μια δοκιμασμένη και αποτελεσματική πρακτική που μπορεί να αυξήσει θεαματικά τις πωλήσεις και κέρδη της επιχείρησης.

Με γνώμονα όλα τα παραπάνω, επέλεξα στη διπλωματική μου εργασία να δημιουργήσω το marketing plan μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον τομέα του τουρισμού και συγκεκριμένα στο θαλάσσιο τουρισμό.

Η δομή της παρούσας εργασίας είναι συγκεκριμένη και έχει σκοπό αρχικά να εντάξει τον αναγνώστη στην πραγματικότητα του τουρισμού και συγκεκριμένα του θαλάσσιου τουρισμού και στην συμβολή του στην οικονομία της Ελλάδας του σήμερα. Ύστερα, διευρύνοντας τους ορίζοντές του ο αναγνώστης πληροφορείται σχετικά με το θαλάσσιο τουρισμό σε επίπεδο Ευρώπης. Αλλά επειδή τουρισμός και πολιτισμός πάνε μαζί στην περίπτωση της Ελλάδας, ακολουθεί ένα κεφάλαιο που εντάσσει τον αναγνώστη στο μεγαλείο της συγγραφής του Ομήρου. Εφόσον ο αναγνώστης έχει αποκτήσει ένα θεωρητικό υπόβαθρο, είναι πλέον σε θέση να διαβάσει και να κατανοήσει το marketing plan μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στον τομέα του yachting και που έχοντας εμπνευστεί από το ταξίδι του Οδυσσέα, δημιουργεί προϊόντα προσομοίωσης αυτού.

Κεφάλαιο 1 – Θεωρητικό πλαίσιο

1.1. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός

1.1.1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός σύμφωνα με τον «Παγκόσμιο Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό» είναι μια ζωντανή δύναμη για την ειρήνη και ένας παράγοντας φιλίας και κατανόησης των λαών. Αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων που διαπερνούν τα χωρικά και πολιτιστικά όρια και ως εκ τούτου συμβάλλει στη διαπολιτιστική επικοινωνία. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα πολυδιάστατο κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο, συνυφασμένο με τον ελεύθερο χρόνο. Ο τουρίστας αφιερώνει τον ελεύθερο χρόνο που διαθέτει στην αναζήτηση ενός διαφορετικού τρόπου ζωής και στην απόκτηση αναμνήσεων στενά συνδεδεμένων με τον προορισμό των διακοπών του.

Ο τουρισμός είναι λοιπόν ένα φαινόμενο το οποίο μπορούμε να συναντήσουμε σε πολλές μορφές. Μια από αυτές τις μορφές είναι ο θαλάσσιος τουρισμός ο οποίος έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα και τη θαλάσσια περιήγηση.

Ως θαλάσσιος τουρισμός ορίζεται η οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα που επιλέγεται από άτομα στον ελεύθερο χρόνο τους και περιλαμβάνει την έννοια του ταξιδιού, εντός ή στην επιφάνεια του νερού.

Ήδη από την εποχή του Χαλκού στο Ελλαδικό χώρο και την Ρωμαϊκή αυτοκρατορία ύστερα, οι άνθρωποι πραγματοποιούσαν ταξίδια αναψυχής με σκοπό την αναζήτηση και επαφή με άλλους λαούς και πολιτισμούς. Τα ταξίδια αυτά σε μερικές περιπτώσεις ήταν μικρά και ολιγομελή, σχεδόν ατομικά και σε άλλες ήταν οργανωμένα, πολυμελή, χορηγούμενα και με συγκεκριμένο στόχο. Όλα αυτά έως τον Μεσαίωνα καθώς τότε τοποθετούνται χρονικά τα πρώτα ταξίδια του ανθρώπου με σκοπό την παρακολούθηση θεαμάτων που συχνά συνδέονται με θρησκευτικούς σκοπούς.

Ο θαλάσσιος τουρισμός στη σημερινή του μορφή εμφανίζεται για πρώτη φορά τον 19^ο αιώνα στη Μεγάλη Βρετανία οπότε και οι άνθρωποι δεν πραγματοποιούν ταξίδια μόνο για λόγους εξερεύνησης αλλά κυρίως κρουαζιέρες για λόγους αναψυχής.

Στην Ελλάδα η παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού σε μορφή κρουαζιέρας εμφανίζεται τη δεκαετία του 1950 οπότε τα πελάγη καθαρίζονται από τα ναρκοπέδια και κάνουν εμφανή την παρουσία τους τα πρώτα Ελληνικά ιδιωτικά και μη, μικρού ή μεγάλου μεγέθους σκάφη αναψυχής.

Κρουαζιέρα ορίζεται το οποιοδήποτε ταξίδι αναψυχής έναντι ναύλου, με κύριο σκοπό την εγκατάσταση των επιβατών στο πλοίο και η επίσκεψη τους σε ποικιλία προορισμών.

Η δραστηριότητα της κρουαζιέρας θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μια διαφοροποιημένη ναυτιλιακή δραστηριότητα, η οποία συνδυάζει τα οργανωτικά χαρακτηριστικά και απαιτήσεις μιας ναυτιλιακής μεταφοράς –ιδιαίτερα σε θέματα ασφαλείας. Ωστόσο, επειδή ο σκοπός του προϊόντος κρουαζιέρα δεν είναι αποκλειστικά και μόνο η ασφαλής μεταφορά των επιβατών προς τα διάφορα λιμάνια- προορισμούς, αλλά πολύ περισσότερο η εξασφάλιση επιπέδου πολυτελούς διαμονής στο πλοίο, τα κρουαζιερόπλοια θεωρούνται πλέον πλωτά ξενοδοχεία, με υπηρεσίες παρόμοιες με αυτές ενός τουριστικού θέρετρου.

Ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να χωριστεί σε υποκατηγορίες. Αυτές είναι:

- ο παράκτιος τουρισμός που σχετίζεται με τον “τουρισμό παραλίας” και τις δραστηριότητες αναψυχής που διαδραματίζονται κοντά στην ακτή, όπως πχ. η κολύμβηση και τα λοιπά θαλάσσια σπορ
- ο καταδυτικός τουρισμός που έχει άμεση επαφή με την κατάδυση, τα υποβρύχια σκάφη κλπ.
- ο θαλάσσιος τουρισμός φύσης που συνδέεται με την παρακολούθηση του βυθού και των πλασμάτων του
- ο θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός που όπως μαρτυρά και το όνομα του αφορά όλες τις διαδικασίες που έχουν σχέση με όλα τα είδη αλιείας
- ο θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός που περιλαμβάνει τα ναυτικά μουσεία, τα πλοία-μουσεία κλπ.
- ο θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός που αφορά τους αγώνες που πραγματοποιούνται ανάμεσα σε ιδιωτικά σκάφη
- ο τουρισμός yachting και κρουαζιέρας που θα μας απασχολήσει περισσότερο στα πλαίσια αυτής της εργασίας και σχετίζεται με θαλάσσια σκάφη και ταξίδια.

Ο θαλάσσιος τουρισμός παρουσιάζει πολύ μεγάλη άνθιση τα τελευταία χρόνια ενώ σε χώρες όπως είναι η Ελλάδα όπου το θαλάσσιο στοιχείο είναι τόσο έντονο, τα έσοδα που επιφέρει είναι μεγάλα. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα, η θαλάσσια τουριστική δραστηριότητα έχει καταφέρει να αλλάξει το χαρακτήρα ολόκληρων περιοχών και να τις επαναπροσανατολίσει στην κατεύθυνση αυτή (πχ. ένα παραδοσιακά αλιευτικό λιμάνι μετατρέπεται σε μαρίνα φιλοξενίας σκάφων αναψυχής και ιστιοπλοϊκών – στην περιοχή δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις που καλύπτουν τις ανάγκες των επισκεπτών).

Δυστυχώς, λόγω του ότι είναι δύσκολο να μετρηθεί η οικονομική συνεισφορά των θαλάσσιων δραστηριοτήτων, όπως είναι η κατάδυση και τα θαλάσσια σπορ, δε μπορούμε να είμαστε σίγουροι για το ακριβές μέγεθος της συνεισφοράς στο ΑΕΠ της

χώρας. Τα στοιχεία που έχουμε αφορούν περισσότερο στα ιδιωτικά σκάφη και τις κρουζιέρες που ναι μεν αποτελούν ένα πολύ μεγάλο τμήμα του θαλάσσιου τουρισμού, δεν αποτελούν δε το μοναδικό.

1.1.2. Ο Θαλάσσιος τουρισμός στην Ευρώπη

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί πολύ σημαντικό τομέα τουρισμού για την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Υπολογίζεται ότι ο τομέας αυτός απασχολεί άμεσα περίπου 3,2 εκατομμύρια άτομα και παράγει ακαθάριστη προστιθέμενη αξία 183 δις ευρώ, όσο δηλαδή είναι το 1/3 της θαλάσσιας οικονομίας.

Χαρακτηριστικό της σπουδαιότητας του θαλάσσιου τουρισμού και του αντίκτυπου που έχει στον τουρισμό γενικότερα είναι ότι το 51% των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών βρίσκεται στις παράκτιες περιοχές της Ευρώπης.

Σύμφωνα με τη “Γαλάζια Ανάπτυξη”, στρατηγική της ΕΕ, ο τομέας του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού πρόκειται στο μέλλον να παρουσιάσει ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη και εξέλιξη.

Μόνο το 2012, μόνο ο κλάδος της κρουαζιέρας αντιπροσώπευε 330.000 θέσεις εργασίας και προσέφερε έσοδα αξίας 15,5 εκ. ευρώ.

Ένα χρόνο αργότερα, το 2013 στην Ευρωπαϊκή Ημέρα για τη Θάλασσα, η ΕΕ ανακοίνωσε την έναρξη προγραμμάτων για την ενίσχυση του θαλάσσιου τουρισμού ενώ το 2014 παρουσίασε τις 14 δράσεις που περιελάμβαναν συνεργασίες με κρατικούς φορείς για την τόνωση της ανάπτυξης και τη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Ονομαστικά, θα αναφερθούμε σε μερικά μόλις από τα προγράμματα που θεσπίστηκαν στο διάστημα 2014-2020 και σκοπό είχαν την τόνωση των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού τόσο σε επίπεδο ανταγωνιστικότητας όσο και εκπαίδευσης: «Ορίζοντας 2020», «COSME», «Δημιουργική Ευρώπη», «Erasmus+», «LIFE+».

1.1.3. Ο Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα οι πιο διαδεδομένες μορφές οργανωμένου θαλασσίτουρισμού είναι:

- η κρουαζιέρα
- η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση με σκάφη αναψυχής ή αλλιώς, το yachting
- η παράκτια τουριστική ναυτιλία

Πιο αναλυτικά:

Όσον αφορά την κρουαζιέρα, αυτή εντάσσεται στην κατηγορία των διεθνών κρουαζιέρων και πιο συγκεκριμένα των Μεσογειακών όπου τα κρουαζιερόπλοια προσεγγίζουν ελάχιστους ή έναν λιμένα και ως εκκίνηση ή τερματισμό έχουν λιμάνια γειτονικών χωρών όπως είναι η Ιταλία, η Τουρκία, η Κύπρος κλπ.

Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει προσπάθεια ώστε και η Ελλάδα να αποτελέσει σταθμό αφετηρίας ή λήξης κάποιων ταξιδιών κρουαζιέρας ωστόσο κάτι τέτοιο δεν έχει πραγματοποιηθεί ακόμα. Τα κυριότερα λιμάνια που προσφέρονται για κρουαζιέρα στην Ελλάδα είναι αυτά την Κέρκυρας, της Κρήτης και φυσικά του Πειραιά ενώ τις περισσότερες φορές τα κρουαζιερόπλοια επισκέπτονται και νησιά όπως είναι η Μύκονος και η Σαντορίνη μεταφέροντας τους επισκέπτες με άλλα πλωτά μέσα εφόσον τα λιμάνια στα νησιά αυτά δεν έχουν τη δυνατότητα να φιλοξενήσουν τόσο μεγάλα πλοία.

Αναφορικά με το yachting, αυτό γνωρίζει πολύ μεγάλη άνθιση στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια μετά την καμπή που είχε δημιουργηθεί το 2008. Έλληνες και ξένοι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα με μικρό κόστος να ενοικιάσουν κάποιο σκάφος είτε ταχύπλοο είτε ιστιοπλοϊκό και με αυτό να ταξιδέψουν σε ένα ή περισσότερα νησιά και όχι μόνο.

Με τον όρο Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση, «Yachting», εννοούμε την εκμίσθωση ενός σκάφους για να χρησιμοποιηθεί τόσο ως τόπος διαμονής και ψυχαγωγίας όσο και ως μέσο μετακίνησης, από μία ομάδα ατόμων που έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν και να διαμορφώσουν από κοινού το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησής τους, με σκοπό την αναψυχή τους.

Η μορφολογία της χώρας μας ευνοεί σε πολύ μεγάλο βαθμό αυτό το είδος θαλάσσιου τουρισμού καθώς συγκριτικά με τις γειτονικές και ανταγωνίστριες χώρες, η Ελλάδα διαθέτει τη μεγαλύτερη ακτογραμμή.

Ωστόσο, η χώρα μας παρουσιάζει σημαντικές ελλείψεις όσον αφορά τις παροχές καθώς μαρίνες και λοιπά καταφύγια έχουν ανάγκη από περαιτέρω ανάπτυξη, εκσυγχρονισμό και βελτιώσεις. Αυτά σε συνδυασμό με το αυξημένο κόστος ελλιμενισμού, συντήρησης και διαχείρισης των σκαφών στη χώρα μας, έχει συμβάλλει στο να εγκαταλείπουν πολλοί ιδιοκτήτες σκαφών την Ελλάδα και στη θέση αυτή να προτιμούν την Τουρκία (η Τουρκική σημαία παρέχει έκπτωση έως και 50% συγκριτικά με την Ελληνική) ή την Κροατία ή την Ισπανία (διαθέτει το χαμηλότερο ΦΠΑ για σκάφη στην Ευρώπη) όπου το κόστος για όλα τα παραπάνω είναι πολύ πιο χαμηλό. Το 2010 υπολογίζεται ότι υπήρξε απώλεια της τάξεως του 15% των σκαφών είτε διότι αυτά αποχώρησαν από τη χώρα είτε διότι ακύρωσαν τη λειτουργία τους λόγω της άφιξης των νέων τότε φορολογικών μέτρων. Τα τελευταία χρόνια, οι τράπεζες στην Ελλάδα και τα Ευρωπαϊκά προγράμματα προσφέρουν

δελεαστικά κίνητρα για ανανέωση και εμπλουτισμού του στόλου οπότε και ο αριθμός τους προβλέπεται να παρουσιάσει στο μέλλον πολύ σημαντική αύξηση. Και οι παροχές σε λιμένες κλπ παρουσιάζουν ανάπτυξη καθώς πραγματοποιούνται πολλά νέα έργα υποδομών.

Τέλος, όσον αφορά την παράκτια τουριστική ναυτιλία, αυτή υπάρχει στη χώρα μας μέσα από τη δραστηριότητα των ημερόπλοιων τα οποία με κάποιο μικρό κόμιστρο διοργανώνουν ημερήσιες εκδρομές ξεναγώντας τους τουρίστες σε μια ή περισσότερες συγκεκριμένες περιοχές. Εκεί ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να απολαύσει το μπάνιο του σε μια ή περισσότερες παραλίες που σε περιπτώσεις είναι δύσκολα προσβάσιμες από ξηράς, να απολαύσει κάποιο προσφερόμενο γεύμα και ύστερα να επιστρέψει στον τόπο διαμονής του.

Διάγραμμα 1.1 - Τμηματοποίηση του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα

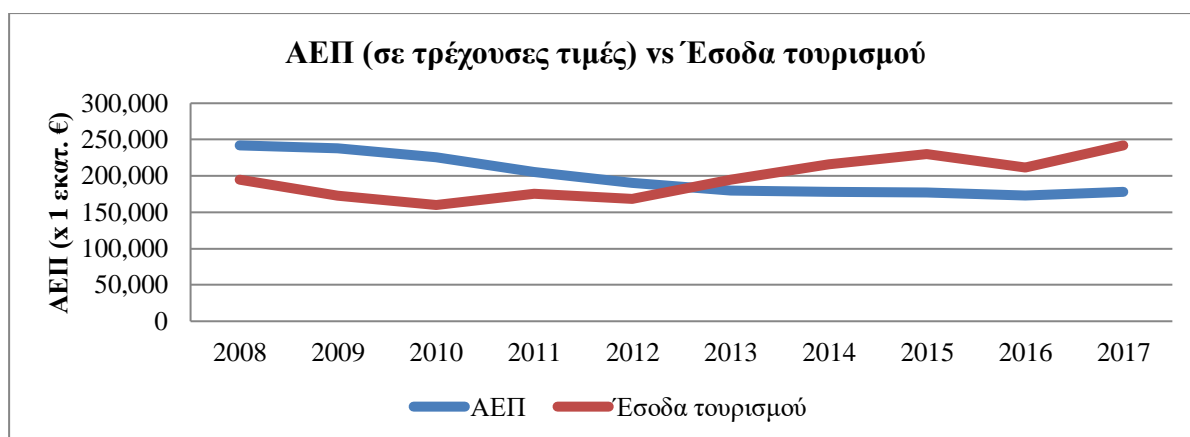


Πηγή: Κουβαράς Ανδρέας, Παράκτιος και Θαλάσσιος Τουρισμός, 2017

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε τη σημασία του Θαλάσσιου τουρισμού και τη συμβολή του στην οικονομία της Ελλάδος (ΑΕΠ και απασχόληση).

Αρχικά, είναι πολύ σημαντικό το να καταλάβουμε πόσο πολύ συνέβαλε ο τουρισμός γενικότερα στην οικονομία της χώρας την περίοδο της μεγάλης κρίσης (από το 2008 έως και το 2017) οπότε όταν όλοι οι δείκτες κατέρρεαν, ο τουρισμός κατάφερε να δείξει ανθεκτικότητα αρχικά και στη συνέχεια να αυξηθεί. Το παρακάτω γράφημα είναι σχετικό της κατάστασης:

Διάγραμμα 1.2 – Συμβολή τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Το ΑΕΠ της χώρας μειώθηκε από € 242 δις το 2008 σε € 174 δις το 2016 παρουσιάζοντας μείωση 27%. Τα έσοδα από τον τουρισμό παρουσιάζουν αύξηση από το 2012 έως το 2017, από € 10 δις σε € 14 δις.

Υπολογίζεται ότι ο θαλάσσιος τουρισμός και πιο συγκεκριμένα ο τουρισμός yachting, κρουαζιέρας και ακτοπλοΐας επιδρούν άμεσα σε οικονομικό επίπεδο € 2.280 εκατ. ή 1,3% του ΑΕΠ ενώ δημιουργούν 22.500 θέσεις εργασίας. Οι έμμεσες επιδράσεις είναι πολύ μεγαλύτερες και φτάνουν τα € 5-6 δις αντιπροσωπεύοντας το 2,9-3,5% του ΑΕΠ.

Πίνακας 1.1 – Συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδος

Κατηγορία	Άμεση επίπτωση	Άμεση απασχόληση
Yachting	€ 800 εκατ.	11.500
Κρουαζιέρα	€ 580 εκατ.	5.000
Ακτοπλοΐα	€ 900 εκατ.	6.000
Άμεση Επίπτωση	€ 2.280 εκατ.	22.500
ΑΕΠ 2016	174,2 δις	
Ως % ΑΕΠ	1,3%	
Μέσος πολλαπλασιαστής IOBE Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	2,2	
Ως % ΑΕΠ	€ 5.016 εκατ.	
	2,9%	
Μέσος πολλαπλασιαστής IOBE Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	2,65	
Ως % ΑΕΠ	€ 6.042 εκατ.	
	3,5%	

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

1.2. Κρουαζιέρα

1.2.1. Εισαγωγή

Παλιότερα, η κρουαζιέρα αποτελούσε προνόμιο όσων είχαν την οικονομική δυνατότητα να ανταποκριθούν στο υψηλό κόστος της, δηλαδή ενός πολύ μικρού ποσοστού ατόμων, συνήθως μεγαλύτερης ηλικίας. Χαρακτηριστικό είναι ότι τα μέσα της δεκαετίας του 1980, ο μέσος όρος ηλικίας όσων επέλεγαν την κρουαζιέρα ως τρόπο διακοπών ήταν τα 58 έτη ενώ στις αρχές του 1990, ο μέσος όρος έφτασε τα 43 έτη παρουσιάζοντας περαιτέρω μείωση τα επόμενα χρόνια.

Οι εταιρείες που δημιουργούν και προσφέρουν τις κρουαζιέρες κατάλαβαν εγκαίρως πως δε θα κατάφερναν να επιβιώσουν σε περίπτωση που δεν επεκτεινότουσαν σε νέες αγορές. Οι κύριες μεταβολές που σηματοδότησαν τις μεγάλες αλλαγές στον κλάδο είναι οι εξής:

- Το συνεχώς αυξανόμενο μέγεθος των πλοίων που επέτρεπε όλο και περισσότερους επιβάτες.
- Το είδος των δραστηριοτήτων που πλέον προσφέρονται στα κρουαζιερόπλοια. Τα κρουαζιερόπλοια πλέον θυμίζουν έντονα εγκαταστάσεις αναψυχής μετατρέποντάς τα σε πολυτελή ξενοδοχεία.
- Η ποικιλία των προτεινόμενων προγραμμάτων κρουαζιέρας. Με τον τρόπο αυτό όλο και περισσότεροι μπόρεσαν να εντάξουν στο πρόγραμμα τους ένα ταξίδι το οποίο θα ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες ανάγκες του καθενός και θα διαφοροποιείται ως προς τη διάρκεια και τον προορισμό.
- Η αλλαγή των παραδοσιακών «home ports». Οι σταθμοί επιβίβασης και αποβίβασης επιβατών μετατοπίστηκαν πιο κοντά στους κύριους θαλάσσιους διαδρόμους δημιουργώντας την τάση του «fly and cruise».

Συμπερασματικά, ο κλάδος της κρουαζιέρας κατάφερε να επιβιώσει προσαρμοζόμενος στις νέες ανάγκες, οικονομικές και μη. Απέδειξε δηλαδή υψηλό βαθμό ευελιξίας και προσαρμογής στις νέες συνθήκες της αγοράς καταφέροντας να εξασφαλίσει σημαντικά μεγάλα ποσοστά πληρότητας ακόμα και σε περιόδους διαταραγμένες λόγω των πολιτικών και οικονομικών εξωτερικών μεταβολών.

1.2.2. Η προσφορά σε παγκόσμια κλίμακα / Η δομή της αγοράς

Ο παγκόσμιος κλάδος της κρουαζιέρας αποτελείται από λίγες και μεγάλες επιχειρήσεις. Η απόλυτη πλειοψηφία αυτών δραστηριοποιούνται στη Β. Αμερική. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μέλη της CLIA αποτελούν το 95% της Αμερικάνικης αγοράς και σχεδόν το 80% της αντίστοιχης διεθνούς.

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από συνθήκες ολιγοπωλείου με μεγάλα εμπόδια εισόδου λόγω των μεγάλων κεφαλαίων και του χρόνου που απαιτούνται για τη ναυπήγηση ενός κρουαζιερόπλοιου. Ο μόνος τρόπος διείσδυσης στον κλάδο είναι η προσφορά των προϊόντων σε χαμηλότερη τιμή από τους ανταγωνιστές, γεγονός μάλλον

ακατόρθωτο λόγω του υψηλού ανταγωνισμού, του υψηλού επιπέδου προσφοράς υπηρεσιών και του υψηλού κόστους.

Οι κύριες εταιρείες που δραστηριοποιούνται αυτή τη στιγμή στον κλάδο είναι οι εξής:

- Carnival Group (CCL):
(Carnival, Costa Cruises, Princess, AIDA, Holland America, P&O Cruises, P&O Cruises Australia, Ibero Cruises, Gunard, Seabourn)
- RCL :
(Royal Caribbean, Celebrity, Pullmantur, CDF, Azamara)
- Άλλες:
Norwegian (NCL), MSC Cruises, Disney

Η κρουαζιέρα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και συνδυάζει στοιχεία μεταφοράς, τουρισμού, ψυχαγωγίας και ταξιδιού.

1.2.3. Η ζήτηση σε παγκόσμια κλίμακα

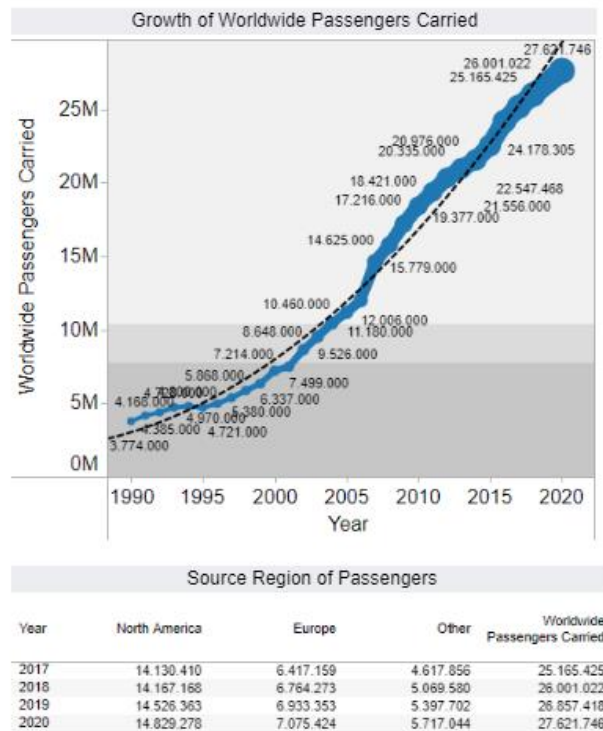
Ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας συνεχώς αυξάνεται. Ο ρυθμός ανάπτυξης για την περίοδο 1990-2015 ήταν 7,38% ετησίως ενώ το διάστημα 1998-2008 η παγκόσμια ζήτηση αυξήθηκε κατά 110%.

Η πλειοψηφία των επιβατών προέρχεται από τη Β. Αμερική σε ποσοστό 59% ενώ ακολουθούν οι Ευρωπαίοι σε ποσοστό 26%. Το παραπάνω στατιστικό είναι λογικό λόγω του ότι οι περισσότερες εταιρείες που ασχολούνται με την κρουαζιέρα δραστηριοποιούνται στη Β. Αμερική. Ο ρυθμός διεξόδου στην αγορά εκεί φτάνει στο 3,5% του πληθυσμού, γεγονός που αποδεικνύει ότι το φαινόμενο αυτό θα συνεχίσει να παρατηρείται και τα επόμενα χρόνια. Ο αντίστοιχος ρυθμός διεξόδου στην Ευρώπη φτάνει το 1,8%, στον Καναδά το 2,4% και στην Αυστραλία το 1,5%.

Και στην Ελλάδα, η πλειοψηφία των τουριστών που επιλέγουν την κρουαζιέρα για τις διακοπές τους προέρχεται από τις ΗΠΑ. Πιο συγκεκριμένα, το διάστημα 2015-2016, στην ανάλυση του προφίλ εισερχόμενου τουρισμού, παρατηρούμε ότι το 34,5% τη μια χρονιά και το 34,7% την άλλη των τουριστών που προέρχονται από τη Β. Αμερική, είναι χρήστες κρουαζιέρας. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τους Ευρωπαίους τις ίδιες χρονιές ήταν 2,7% το 2015 και 3,1% το 2016 και των Λοιπών Μη Ευρωπαίων ήταν 0,8% το 2015 και 2,3% το 2016. Τις ίδιες χρονιές, το σύνολο των Αμερικανών τουριστών έφτασε το 4,9% του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα.

Τους Αμερικανούς, ακολουθούν σε μικρότερο ποσοστό οι τουρίστες από το Ην. Βασίλειο, τη Γερμανία, την Ιταλία, τη Γαλλία και τέλος, από την Ισπανία.

Διάγραμμα 1.3 – Παγκόσμια Αύξηση Επιβατών Κρουαζιέρας



Πηγή: cruisemarketwatch.com/growth/

Όπως διαφαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα, η αγορά της κρουαζιέρας έχει αυξητική τάση ενώ τα χαμηλά ποσοστά διείδυσης φανερώνουν ότι υπάρχουν θετικές προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

1.2.4. Οι προορισμοί σε παγκόσμια κλίμακα

Η συνεχόμενη αύξηση των επιβατών κρουαζιέρας έχει αναγκάσει τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο να αναζητήσουν νέους προορισμούς για να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους.

Παραδοσιακά, η Καραϊβική και οι Μπαχάμες αποτελούν τους σημαντικότερους προορισμούς παγκοσμίως σε ποσοστό 50% των διεθνών ροών. Ωστόσο, οι εταιρείες στρέφουν πλέον το ενδιαφέρον τους στη Μεσόγειο λόγω των ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών που επιτρέπουν την επέκταση της τουριστικής περιόδου και λόγω της ύπαρξης πληθώρας επιλογών σε πολύ κοντινές αποστάσεις.

Αναδυόμενες περιοχές θεωρούνται επίσης η Μαύρη Θάλασσα, η Ασία, η Αφρική και η Μέση Ανατολή.

Πιο συγκεκριμένα, η Μεσόγειος υποδιαιρείται σε Ανατολική και Δυτική, με την Ιταλική χερσόνησο να αποτελεί φυσικό σύνορο ανάμεσα στις δύο. Η Ανατολική Μεσόγειος με τη σειρά της χωρίζεται στις εξής γεωγραφικές ζώνες:

- Αιγαίο
- Μαύρη Θάλασσα
- Λεβάντε (Κύπρος – Άγιοι Τόποι - Αίγυπτος)
- Βενετία – Αδριατική και Ιόνιο Πέλαγος

Τα κορυφαία λιμάνια της Μεσογείου για το έτος 2013, ήταν η Βαρκελώνη (2.599 χιλιάδες επιβάτες), η Civitavecchia (2,538 χιλιάδες επιβάτες), η Βενετία (1.8515 χιλιάδες επιβάτες) και ο Πειραιάς (1.302 χιλιάδες επιβάτες).

Η Μεσόγειος εξελίσσεται σε σημαντικό κέντρο κρουαζιέρας με την Ιταλία, την Ελλάδα και την Ισπανία να αναδεικνύονται ως κορυφαίοι προορισμοί. Ενδεικτικό είναι ότι ο αριθμός των επιβατών που επισκέφτηκαν 250 διαφορετικά Ευρωπαϊκά λιμάνια από το 2008 έως το 2013 αυξήθηκε κατά 438%. Ποσοστό που δεν αποκλείεται να ξεπεραστεί.

1.2.5. Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα λόγω της μορφολογίας της, δε θα μπορούσε να μην αποτελεί σημαντικό σταθμό των κρουαζιέρων που δραστηριοποιούνται στη Μεσόγειο.

Η Ελληνική κρουαζιέρα άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1930 και έκτοτε έχει καταφέρει ουκ ολίγα.

Υπάρχουν τρεις αξιόπιστες πηγές που μελετούν τον τομέα της κρουαζιέρας στη χώρα μας. Αυτές είναι:

- Η ΕΛΙΜΕ (Ένωση Λιμένων Ελλάδος), η οποία μελετά τον αριθμό των κρουαζιερόπλοιων που κινούνται στη χώρα καθώς και τον αριθμό των επιβατών που επιβαίνουν σε αυτά.
- Η Τράπεζα της Ελλάδος που μελετά τις δαπάνες κατασκευής, συντήρησης και διοικητικού προσωπικού από μεριάς κρουαζιεροπλοίων καθώς και τις δαπάνες των επιβατών στους τόπους προορισμού τους.
- Ο οργανισμός Cruises Lines International Association (CLIA) τις δαπάνες επίσης των κρουαζιερόπλοιων.

Υπάρχει σε περιπτώσεις χάσμα ανάμεσα στα αποτελέσματα της Τράπεζας της Ελλάδος και της CLIA.

Πίνακας 1.2 – Αριθμός κρουαζιερόπλοιων και επιβατών ανά λιμάνι

A/A	Προορισμός	2015		2016		2017	
		Κρουαζιερόπλοια	Επιβάτες	Κρουαζιερόπλοια	Επιβάτες	Κρουαζιερόπλοια	Επιβάτες
1	Πειραιάς	621	980.149	625	1.094.135	576	1.055.559
2	Μύκονος	600	649.914	596	722.517	501	699.304
3	Κέρκυρα	407	647.347	481	748.916	410	679.681
4	Σαντορίνη	636	791.927	572	783.893	406	620.570
5	Κατάκολο	242	459.882	274	505.111	271	567.047
6	Ρόδος	340	342.063	299	314.689	248	274.903
7	Ηράκλειο	170	219.805	165	238.780	131	181.693
8	Χανιά	59	96.612	86	147.915	84	128.067
9	Πάτιμος	192	124.476	147	91.758	136	110.878
10	Κεφαλονιά – Ιθάκη	112	149.227	77	85.463	50	61.598
11	Ναύπλιο	62	46.075	94	51.551	86	29.689
12	Άγιος Νικόλαος	52	37.762	49	26.560	43	28.972
13	Σύρος	53	21.986	90	26.403	75	24.543
14	Λαύριο	55	44.815	65	43.236	26	17.406
15	Χίος	42	25.299	43	21.933	7	16.445
16	Ιτέα	83	17.851	92	14.848	74	14.423
17	Ζάκυνθος	8	5.742	29	25.175	17	13.104
18	Σάμος	19	10.893	51	43.659	39	10.008
19	Μήλος	28	15.394	32	14.735	23	9.222
20	Ηγουμενίτσα	6	3.090	7	7.623	8	9.088
Σύνολο		4.294	4.964.443	4.307	5.204.231	3.415	4.625.363

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Τη λίστα συμπληρώνουν τα λιμάνια σε: Καλαμάτα, Μονεμβασιά, Βόλο, Γύθειο, Κω, Σύμη, Ίο, Νάξο, Πάρο, Καβάλα, Σκιάθο, Μυτιλήνη, Θεσσαλονίκη, Πήλο, Ρέθυμνο, Κύθηρα, Σκόπελο, Πάτρα, Λήμνο, Πρέβεζα, Άνδρο, Σητεία και Αλεξανδρούπολη/Σαμοθράκη.

Παρατηρείται μια αύξηση 4,8% στην κίνηση επιβατών από το 2015 στο 2016 και μια μείωση 11,1% από το 2016 έως το 2017.

Τους 10 κορυφαίους προορισμούς της Ελλάδας επισκέπτονται το 86% των κρουαζιερόπλοιων που επισκέπτονται τη χώρα και το 96% των ταξιδευτών που επιλέγουν την κρουαζιέρα για τις διακοπές τους.

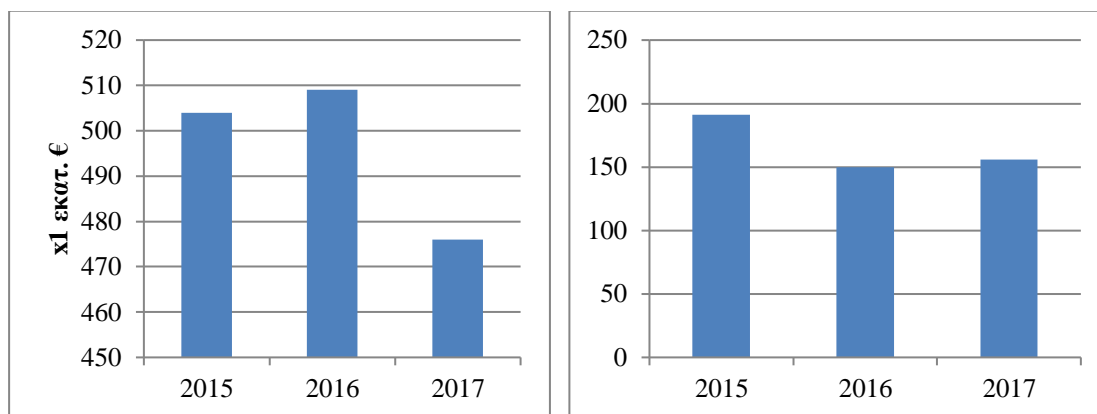
Οι περισσότερες κρουαζιέρες στην Ελλάδα πραγματοποιούνται το διάστημα Μαΐου – Οκτωβρίου (2015-17).

Σχετικά με τις δαπάνες των τουριστών κρουαζιέρας το 2015 ανήλθαν σε € 504 εκατ., το 2016 σε € 509 εκατ., ενώ το 2017 μειώθηκαν σε € 476 εκατ., δηλαδή -6,4% γ-ο-γ.

Το 2016 και το 2017 η μέση δαπάνη ανά άφιξη επιβάτη ήταν € 150 και € 156 αντίστοιχα, πολύ χαμηλότερα από το 2015 που ήταν € 191.

Διάγραμμα 1.4 – Συνολικές δαπάνες τουριστών κρουαζιέρας (αριστερά)

Διάγραμμα 1.5 – Δαπάνες ανά άφιξη τουριστών κρουαζιέρας (δεξιά)



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Σύμφωνα με τα στοιχεία της CLIA, οι δαπάνες των επιβατών για το 2015 εκτιμώνται στα € 324 εκατ. και διανέμονται ως εξής:

- 33% σε ψώνια,
- 24% σε αξιοθέατα και τοπικές μετακινήσεις
- 23% σε δαπάνες επιβίβασης και αποβίβασης
- 12% σε φαγητό και ποτό
- 8% σε διαμονή

Ο καταμερισμός των συνολικών δαπανών από τη μεριά των εταιρειών που προσφέρουν τις παραπάνω κρουαζιέρες σε ευρώ είναι ο εξής:

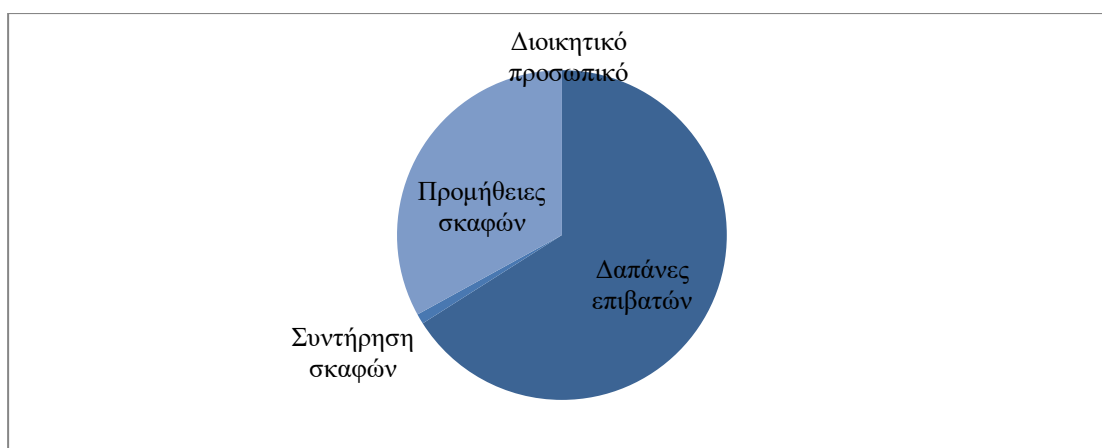
159 εκατ. € σε προμήθειες σκαφών. Οι αγορές αυτές αφορούν τη λειτουργία των κρουαζιερόπλοιων και περιλαμβάνουν τα αγαθά που καταναλώνονται επί του σκάφους, τις προμήθειες σε πρακτορεία ταξιδιών, τα καύσιμα και τις χρηματοπιστωτικές και επιχειρηματικές υπηρεσίες όπως η ασφάλιση, η διαφήμιση και άλλες υπηρεσίες.

6 εκατ. € σε κατασκευή και συντήρηση των κρουαζιερόπλοιων

Και 200.000 € σε μισθοδοσία διοικητικού προσωπικού.

Το σύνολο των δαπανών ανήλθε στα € 489 εκατ., μειωμένο συγκριτικά με το 2014 κατά 3,4% κυρίως λόγω την πτώση των προμηθειών και της μείωσης αγοράς καυσίμων.

Διάγραμμα 1.6 – Καταμερισμός δαπανών σε εκατομμύρια ευρώ



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Σχετικά με την απασχόληση, υπολογίζεται ότι το 49% των εργαζομένων στην Ευρώπη έχει άμεση σχέση με τον τομέα της κρουαζιέρας. Αυτές οι θέσεις εργασίας αφορούν όσους εργάζονται στα ίδια τα κρουαζιερόπλοια, στα κεντρικά γραφεία των εταιρειών του κλάδου, σε ταξιδιωτικά γραφεία που πωλούν κρουαζιέρες, σε εργοστάσια παραγωγής προϊόντων που καταναλώνονται στα κρουαζιερόπλοια, σε ναυπηγεία, διαφημιστικά γραφεία και ξενοδοχεία που χρησιμοποιούνται από τους επιβάτες για διακοπές πριν και μετά την κρουαζιέρα. Στην Ελλάδα περίπου 5.000 εργαζόμενοι απασχολούνται στις παραπάνω θέσεις εργασίας ενώ η συνολική αμοιβή τους εκτιμάται σε € 92,1 εκατ.

1.2.6. Το μεγάλο πρόβλημα της Ελλάδας

Το δυσάρεστο στον τομέα της κρουαζιέρας για την Ελλάδα είναι ότι η χώρα αντιμετωπίζεται στο 90,9% των περιπτώσεων ως σταθμός transit και όχι ως home port.

Πιο συγκεκριμένα, κατατάσσεται στην τρίτη θέση σε όρους διερχομένων επιβατών (transit) και στην έβδομη θέση σε όρους επιβατών επιβίβασης (home port) αντιπροσωπεύοντας το 3,5% των επιβατών σε Ευρωπαϊκά λιμάνια. Αντίστοιχα, η Ιταλία καταλαμβάνει ποσοστό 35,2% και η Ισπανία 21,4%.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα έσοδα από την κρουαζιέρα να είναι πολύ μικρότερα από αυτά που θα ήταν σε περίπτωση που τα κρουαζιερόπλοια διάλεγαν σαν αφετηρία του ταξιδιού τους ένα μεγάλο λιμάνι της χώρας. Υπολογίζεται ότι αυτά τα χαμένα έσοδα ανέρχονται στα € 110,3 εκατ. ή στα € 139-288 ανά επιβάτη (στοιχεία της Τράπεζας Ελλάδος και την CLIA αντίστοιχα).

Πρέπει να αναφέρουμε επίσης πως το ποσοστό διείσδυσης στην Ελληνική αγορά είναι 2/1000 άτομα πληθυσμό όταν στην Αγγλία το ίδιο ποσοστό φτάνει τα 25/1000 και στην Ιταλία και Ισπανία τα 15/1000.

Το παραπάνω πρόβλημα έχει άμεση σχέση με το νομοθετικό πλαίσιο που ίσχυε στην Ελλάδα μέχρι το 1999 οπότε και μόνο τα πλοία που έφεραν Ελληνική σημαία μπορούσαν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρες σε Ελληνικά ύδατα. Με την αλλαγή της νομοθεσίας σε επίπεδο Ευρωπαϊκό αρχικά και στη συνέχεια σε επίπεδο χώρας, η πρακτική αυτή άλλαξε και ο κλάδος απελευθερώθηκε για τις Ευρωπαϊκές σημαίες. Τρίτες σημαίες μπόρεσαν να δραστηριοποιηθούν στην Ελλάδα από το 2010 και ύστερα με την υπογραφή σχετικής σύμβασης με το Ελληνικό δημόσιο. Η υποχρέωση αυτή αποτελούσε τεχνητό εμπόδιο για την περαιτέρω ανάπτυξη του home porting στην Ελλάδα και ως εκ τούτου δεν επέφερε την επιθυμητά αποτελέσματα. Τελικά, η ψήφιση του νέου νόμου το 2012 (ν. 4072/2012) και η πλήρη άρση του Cabotage, ανείρεσε την παραπάνω υποχρέωση, επιφέροντας την καθολική απελευθέρωση του κλάδου.

Εάν καταφέρει η Ελλάδα να ξεπεράσει τα προβλήματα με τα οποία έρχεται αντιμέτωπη και αναφέρθηκαν παραπάνω, θα δημιουργήσει τα εξής σημαντικά οφέλη:

- Επimήκυνση τουριστικής περιόδου με την ανάπτυξη της χειμερινής κρουαζιέρας
- Ανάπτυξη νέων προορισμών για κρουαζιέρα και καλύτερη κατανομή των οφελών στην περιφέρεια
- Αύξηση εσόδων για τις ξενοδοχειακές μονάδες σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κρήτη, περιοχές που μπορούν να λειτουργήσουν ως home-ports
- Σημαντική προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό και αύξηση του τουρισμού της γενικότερα
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας όχι μόνο στον τομέα του τουρισμού αλλά και σε όλους τους άλλους τομείς της οικονομίας που συμβάλλουν έμμεσα.

1.3. Ναυσιπλοΐα Αναψυχής (Yachting)

1.3.1. Εισαγωγή

Η ναυσιπλοΐα αναψυχής γνωρίζει ιδιαίτερη άνθιση στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, κάτι που θεωρείται λογικό καθώς η Ελλάδα υπερτερεί σημαντικά απέναντι στις άλλες γειτονικές χώρες λόγω του γεγονότος ότι διαθέτει μεσογειακό κλίμα, οι θάλασσες της ποικίλουν, ενώ έχει ακόμα 1.200 νησιά και 4.800 νησίδες, ακτογραμμή μήκους 16.000 χιλιομέτρων καθώς και υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας. Ιδιώτες, λοιπόν, μεσαίας ή υψηλής εισοδηματικής τάξης, λάτρεις του θαλάσσιου στοιχείου, όλο και συχνότερα ενοικιάζουν ή αγοράζουν κάποιο σκάφος αναψυχής που θα τους δώσει τη δυνατότητα περισσότερων επιλογών.

Ως σκάφος αναψυχής νοείται οποιοδήποτε σκάφος παντός τύπου, ανεξαρτήτως συστήματος προώσεως το οποίο προορίζεται για άθληση ή για αναψυχή ή και ακόμα για ναύλωση ή εκπαίδευση, σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Με τον όρο “yachting” ωστόσο αναφερόμαστε στη θαλάσσια δραστηριότητα κατά την οποία ο ταξιδιώτης χρησιμοποιεί το σκάφος για λόγους αναψυχής. Το σκάφος σε αυτή την περίπτωση λειτουργεί ως υπηρεσία διαμονής και εστίασης με τη δυνατότητα προσέγγισης σε νησιωτικές και παράκτιες περιοχές.

Οι περιηγήσεις στη θάλασσα γίνονται από ιστιοφόρα και μηχανοκίνητα σκάφη τα οποία μπορεί να είναι ιδιωτικά ή μισθωμένα από εταιρείες ενοικίασης σκαφών. Οι δραστηριότητες του yachting χωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- **Flotilla**
Αφορά τη δημιουργία ενός μικρού στόλου που αποτελείται από 7-8 μικρά σκάφη των 6 ατόμων με έναν αρχηγό που σκοπό έχουν την επίσκεψη συγκεκριμένων περιοχών. Τα σκάφη στις περισσότερες περιπτώσεις είναι ενοικιασμένα.
- **Bareboat**
Τα σκάφη αυτά δε διαθέτουν κάποιο πλήρωμα. Ο ενοικιαστής ή ο ιδιοκτήτης κατέχει ο ίδιος δίπλωμα skipper άρα έχει τη δυνατότητα να κυβερνά το σκάφος χωρίς την επί πληρωμή συνδρομή άλλου ανθρώπου.
- **Crewed Boats**
Τα σκάφη αυτά είναι επανδρωμένα. Στην περίπτωση αυτή ο skipper δεν είναι ο ενοικιαστής ή ο ιδιοκτήτης του σκάφους το οποίο ανάλογα με το μέγεθος μπορεί να φέρει και άλλο ολιγομελές ή πολυμελές προσωπικό, όπως ναύτες.

Η αγορά ενός σκάφους αναψυχής θεωρείται ως μία αγορά εντάσεως παγίου, με υψηλές επενδύσεις κεφαλαίων, υψηλά εμπόδια εισόδου στον κλάδο (οικονομικά – θεσμικά) και με αξιόλογη συνεισφορά σε συνάλλαγμα (95% των ναυλώσεων πραγματοποιείται από αλλοδαπούς τουρίστες).

Το yachting συμβάλλει και σε χρηματοοικονομικό και σε δημοσιονομικό επίπεδο καθώς μετέχει στην ανάπτυξη της τοπικής αγοράς καθώς και στην είσπραξη φόρων μέσω της χρήσης μαρινών και λοιπών λιμένων. Για την ανάπτυξη λοιπόν του κλάδου είναι πολύ σημαντική η ύπαρξη υποδομών καθώς και η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε αυτές. Ο κλάδος του yachting λοιπόν δεν αποτελείται μόνο από τα ίδια τα σκάφη αλλά και από τις μαρίνες που τα φιλοξενούν και εξυπηρετούν.

Επιπλέον, στον τομέα του yachting περιλαμβάνονται οι (μικρομεσαίες κατά πλειοψηφία) εταιρείες που αναλαμβάνουν την κατασκευή, τη συντήρηση και την επισκευή των σκαφών αναψυχής. Οι διαδικασίες αυτές μπορεί να αφορούν ένα τμήμα του σκάφους ή και ολόκληρο. Επιπλέον, οι συγκεκριμένες εταιρείες ασχολούνται με

το εμπόριο ανταλλακτικών και ναυτιλιακών προϊόντων (σωστικά, όργανα, εξοπλισμός).

Πριν ασχοληθούμε με την Ελλάδα και προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε τη θέση που κατέχει στον κόσμο του yachting, θα πρέπει να δούμε πως ο τομέας εξελίσσεται στην Ευρώπη, σε άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

1.3.2. Το Yachting στην Ευρώπη

Η δραστηριότητα της ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους της θαλάσσιας οικονομίας για την Ευρώπη. Ωστόσο, λόγω της έλλειψης ενός ενιαίου φορέα που να συγκεντρώνει και να παρουσιάζει τα οφέλη της, τα δεδομένα που έχουμε προέρχονται από διάφορες πηγές.

Αναφερόμενοι στο yachting θα πρέπει να έχουμε υπ' όψιν ότι αυτό δεν αφορά μόνο τα σκάφη αλλά και τον απαραίτητο εξοπλισμό καθώς και τις απαιτούμενες υποδομές. Οι τελευταίες, σε Ευρωπαϊκό επίπεδο μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

Πίνακας 1.3 - Κατηγοριοποίηση υποδομών θαλάσσιας αναψυχής στην Ευρώπη

Εξοπλισμός	Θαλάσσια Ζώνη	Καθεστώς Ιδιοκτησίας	Θέση
Standard, με βασικές ευκολίες	Ανοιχτές	Ιδιωτικό	Θάλασσα
Πολυτελείας, με ευκολίες υψηλού επιπέδου	Ημίκλειστες	Δημοτικό	Λίμνη
Αναψυχής, με τη δυνατότητα χρήσης επιπρόσθετων εγκαταστάσεων αναψυχής και ψυχαγωγίας	Κλειστές	Δημόσιο	Ποτάμι-Κανάλι

Πηγή: Λεκάκου Μαρία, Σχέδιο δράσης για το θαλάσσιο και αθλητικό τουρισμό στις Κυκλάδες, 2015

Ο κλάδος του yachting αποτελεί έναν συνεχώς αυξανόμενο τουριστικό τομέα. Αυτό διαφαίνεται από το γεγονός ότι η ζήτηση θέσεων λιμενισμού είναι πολλαπλάσια της προσφοράς. Υπολογίζεται ότι το 60% των σκαφών αναψυχής χρησιμοποιεί τη Μεσόγειο ως home-port.

Πιο συγκεκριμένα, οι Βόρειες ακτές της Μεσογείου παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη συγκέντρωση καθώς το 98% των συνολικών θέσεων λιμενισμού βρίσκεται εκεί, με το 85% αυτών να είναι στη Γαλλία, την Ισπανία και την Ιταλία, ενώ μόλις το 14% βρίσκονται σε Ελλάδα, Κροατία και Τουρκία.

Σύμφωνα με την έρευνα του European Boating Industry στην Ευρώπη:

- Περισσότεροι από 48 εκατομμύρια Ευρωπαίοι πωλήτες ασχολούνται με θαλάσσιες δραστηριότητες παντός τύπου. Από αυτούς, οι 36 εκατ. ασχολούνται με το yachting.
- Η αναλογία ιδιοκτησίας σκαφών είναι 1:164.
- Στα Ευρωπαϊκά νερά μπορεί κάποιος να συναντήσει 4.500 μαρίνες, οι οποίες διαθέτουν συνολικά 1,75 εκατ. θέσεις λιμενισμού. Από αυτές οι 2.000 βρίσκονται στη Βόρεια Ευρώπη, οι 1.200 στη Μεσόγειο και οι 800 στον Ατλαντικό.
- Στην Ευρώπη λειτουργούν περισσότερες από 37.200 επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον οποιοδήποτε τρόπο με τη βιομηχανία σκαφών. Επιχειρήσεις που δημιουργούν 234.000 άμεσες θέσεις εργασίας και ο κύκλος εργασιών τους ανέρχεται στα 20 δισ ευρώ.

Πιο συγκεκριμένα:

❖ Γαλλία

Η Γαλλία είναι από τις λίγες χώρες της ΕΕ που διαθέτουν χρόνια παράδοση στον τομέα του yachting. Υπολογίζεται ότι στη χώρα υπάρχουν 4.000.000 χρήστες σκαφών αναψυχής και περίπου 900.000 σκάφη όλων των ειδών (στοιχεία που αφορούν το 2008).

Στη χώρα δραστηριοποιούνται περίπου 4.800 επιχειρήσεις είτε άμεσα είτε έμμεσα με τον τομέα του yachting, οι οποίες απασχολούν 44.000 εργαζόμενους. Ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων αυτών υπολογίζονται στα 4,6 δισ ευρώ, εκ των οποίων τα 1,3 δισ προέρχονται από την κατασκευή σκαφών.

Είναι η παγκόσμια ηγέτης στην κατασκευή ιστιοφόρων σκαφών, με μερίδιο αγοράς 37,1% και φουσκωτών με μερίδιο 29%. Σημαντικό ρόλο σε αυτό παίζει η δραστηριότητα της Γαλλικής εταιρείας “Beneteau” η οποία αποτελεί και το μεγαλύτερο κατασκευαστή σκαφών με ποσοστό παγκόσμιου μεριδίου αγοράς 20% και διαρκώς αυξητικές τάσεις. Η εταιρεία εκτός από τα ομόνυμα σκάφη, διαθέτει ακόμα στην αγορά ονόματα όπως η Jeanneau, CNB, Lagoon και Wauquiez.

Η Γαλλία ωστόσο, παρά τα παραπάνω, αντιμετωπίζει σημαντικό πρόβλημα πληρότητας στις μαρίνες της. Η χώρα διαθέτει 470 μαρίνες εκ των οποίων, το 49% θεωρούνται μεγάλου μεγέθους και το 31% μικρού μεγέθους σε ολόκληρη την έκταση των ακτογραμμών της. Ωστόσο υπολογίζεται ότι χρειάζεται την περαιτέρω κατασκευή 50.000 νέων θέσεων λιμενισμού για να καταφέρει να καλύψει τις ανάγκες της.

Τα πιο δημοφιλή σκάφη είναι τα μηχανοκίνητα μήκους έως 5 μ. στην κατηγορία τους και ύστερα τα ιστιοπλοϊκά, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Μεταφορών, Τουρισμού και Ναυτιλίας της Γαλλίας.

❖ *Μεγάλη Βρετανία*

Η Μεγάλη Βρετανία επίσης αποτελεί μια από τις χώρες της ΕΕ που έχει χρόνια παράδοση στον τομέα του yachting.

Το 2007 υπολογίζεται ότι στη χώρα δραστηριοποιήθηκαν στον τομέα 4.268 επιχειρήσεις, άμεσα ή έμμεσα, απασχολώντας 35.201 εργαζόμενους. Οι επιχειρήσεις αυτές στην πλειοψηφία τους επικεντρώνονταν στην αγορά και την πώληση σκαφών, στην ασφάλισή τους, την επισκευή, τον εξοπλισμό, τη φύλαξή τους κλπ. Όσον αφορά τη συνολική παραγωγή σκαφών αναψυχής στην Βρετανία υπολογίστηκε ότι δημιουργήθηκαν συνολικά 5.121 σκάφη εκ των οποίων τα περισσότερα ήταν μικρού μεγέθους 2,5-7,5 μ.

Στη Μεγάλη Βρετανία, η πλειοψηφία των σκαφών αφορά αυτά με εσωτερική μηχανή μήκους 12-24 μ. και στη συνέχεια τα ιστιοπλοϊκά μήκους 2,5–7,5 μ.

❖ *Ιταλία*

Στην Ιταλία υπάρχουν περίπου 105 μαρίνες χωρητικότητας 130.000 θέσεων. Στο Ιταλικό νηολόγιο ωστόσο είναι εγγεγραμμένα περίπου 400.000 σκάφη αναψυχής, γεγονός που φανερώνει πως κι εκεί υπάρχει πρόβλημα έλλειψης θέσεων λιμενισμού. Χαρακτηριστική είναι η χωροταξική πυκνότητα καθώς ανά 73,1 χλμ. ακτής υπάρχει 1 μαρίνα, την ίδια στιγμή που ο αντίστοιχος αριθμός στην Ευρώπη είναι 6,5 χλμ. Το μεγαλύτερο ποσοστό θέσεων βρίσκονται στην ακτή της Λιγκουρίας, σε ποσοστό 20%.

Στη χώρα δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής σκαφών περίπου 340 επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν 7.200 εργαζομένους

Τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις σκαφών αναψυχής για την Ιταλία το 2007 υπολογίζονται στα € 3.332.840.000 εκ των οποίων, το 44% προορίστηκε για εγχώρια διάθεση ενώ το υπόλοιπο 56% διατέθηκε σε εξαγωγές εντός της ΕΕ (σε ποσοστό 52%) και σε τρίτες χώρες (σε ποσοστό 48%).

Οι εισαγωγές για την Ιταλία την ίδια χρονιά ανήλθαν στα € 482.350.000, εκ των οποίων το 73% αφορούσε αγορές από χώρες της ΕΕ και το 27% από τρίτες χώρες.

Όλα τα παραπάνω, σύμφωνα με στοιχεία της UCINA, Italian Marine Industry Association.

Το ίδιο ισχύει και για άλλες χρονιές, εκτός του 2007, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η Ιταλία καταφέρει να διατηρεί θετικό για αυτή ισοζύγιο.

❖ *Κροατία*

Η Κροατία αποτελεί σημαντικό προορισμό των σκαφών αναψυχής. Στη χώρα το 2013 λειτουργούσαν 67 μαρίνες και 53 αγκυροβόλια που προσέφεραν συνολικά

16.940 θέσεις ελλειμνισμού. Οι θέσεις αυτές ποσοστιαία απευθύνονταν στις εξής κατηγορίες σκαφών:

- 17% για σκάφη 8-10 μέτρων
- 27% για σκάφη 10-12 μέτρων
- 26% για σκάφη 12-15 μέτρων
- 13,7% για σκάφη 15-20 μέτρων

Το 2013, υπολογίζεται ότι ελλειμνίστηκαν στην Κροατία περίπου 182.921 σκάφη αναψυχής. Όσον αφορά την παραγωγή σκαφών, η Κροατία περιορίζεται σε σκάφη μικρού μεγέθους, πιο χαμηλής ποιότητας (συγκριτικά με αυτά που κατασκευάζονται στη Γαλλία, τη Μ. Βρετανία και την Ιταλία) που προορίζονται για καταναλωτές λιγότερο απαιτητικούς. Τα σκάφη αυτά στην πλειοψηφία τους είναι μήκους μικρότερου των 7,5 μέτρων. Ακολουθούν τα σκάφη μεσαίου μεγέθους, οι πλαστικές βάρκες και τα workboats.

❖ *Ολλανδία*

Η Ολλανδία αποτελεί μια από τις σημαντικότερες χώρες κατασκευής σκαφών αναψυχής στην Ευρώπη. Υπολογίζεται ότι οι καταναλωτές ξοδεύουν περίπου € 2,2 δις ετησίως για την αγορά σκαφών, εκ των οποίων ένα μεγάλο ποσοστό αφορά super yachts.

❖ *Ισπανία*

Στην Ισπανία υπολογίζεται ότι υπάρχουν 570 μαρίνες και λιμάνια, η πλειοψηφία των οποίων βρίσκονται στη μεριά του Ατλαντικού. Εκεί φιλοξενούνται περίπου 130.000 σκάφη ενώ στη Μεσόγειο ο αριθμός τους φτάνει τα 100.000 σύμφωνα με στοιχεία για το 2011.

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ισπανία αυξήθηκε θεαματικά από το 2007 οπότε και διοργανώθηκε στη Βαλένθια το America's Cup. Έκτοτε, ο αριθμός των απαραίτητων έργων υποδομών ώστε να καλυφθούν οι νέες ανάγκες έχει αυξηθεί σημαντικά.

❖ *Τουρκία*

Η Τουρκία αποτελεί το μεγαλύτερο ανταγωνιστή της Ελλάδας λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας. Διαθέτει περίπου 35 μαρίνες με δυναμικότητα 10.181 θέσεων ενώ ο αριθμός τους συνεχώς αυξάνεται σε πολύ υψηλούς ρυθμούς. Αυξημένο είναι το ενδιαφέρον για εξυπηρέτηση σκαφών super και mega yachts σε αυτές τις νέες μαρίνες.

Υπολογίζεται ότι η Τουρκία αντιπροσωπεύει το 4,1% των θέσεων στη Μεσόγειο.

Είναι πολλές οι περιπτώσεις που έχει παρατηρηθεί το φαινόμενο, τουρίστες με σκάφη αναψυχής να επιλέγουν τα ελληνικά νησιά ως τόπο θαλάσσιας περιήγησης και στη συνέχεια να ελλιμενίζονται στα τουρκικά παράλια για να επωφεληθούν από τις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που προσφέρονται εκεί σε χαμηλότερη τιμή. Το κόστος τόσο ελλιμενισμού (παράλληλα τα σκάφη με τουρκική σημαία έχουν έκπτωση 50% στο κόστος προσέγγισης τουρκικών λιμένων) όσο και συντήρησης και διαχείρισης τουριστικών σκαφών είναι χαμηλότερο στην Τουρκία, ενώ και το θεσμικό πλαίσιο αρκετά ευνοϊκό. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρήθηκε και με Έλληνες επιχειρηματίες που για να επωφεληθούν από τα οικονομικά προνόμια, μετέφεραν τις επιχειρήσεις τους στη γείτονα χώρα.

1.3.3. Το yachting στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, ο τομέας του yachting άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1960 οπότε και δημιουργήθηκαν οι πρώτες σύγχρονες μαρίνες στη Βουλιαγμένη (1963) και τη Ζέα (1966). Την ίδια περίοδο άρχισαν να κατασκευάζονται και οι πρώτοι σταθμοί ανεφοδιασμού θαλαμηγών σε όλη την Ελλάδα. Τα παραπάνω έργα πραγματοποιήθηκαν από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, το Υπουργείο Οικονομικών και τον Ν.Ο.Ε. (Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος). Το 1981 εκπονήθηκε το Σχέδιο Εθνικού Συστήματος Λιμένων Αναψυχής (Σ.Ε.ΣΥ.Λ.Α), το οποίο δεν πραγματοποιήθηκε ποτέ λόγω της έλλειψης κονδυλίων.

Έως τη δεκαετία του 1990, το Ελληνικό κράτος έδινε πολλά κίνητρα στα ναυπηγεία για την κατασκευή και πώληση σκαφών αναψυχής. Έκτοτε, τα κίνητρα αυτά μηδενίστηκαν και τα Ελληνικά ναυπηγεία σταμάτησαν την κατασκευή με αποτέλεσμα, η απόλυτη πλειοψηφία των σκαφών που βρίσκονται σήμερα στη χώρα μας να αποτελείται από σκάφη κατασκευασμένα στο εξωτερικό και εισαγόμενα.

Σήμερα, ο επαγγελματικός στόλος σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα αποτελείται κατά 90% από ιστιοφόρα σκάφη και κατά 10% από μηχανοκίνητα.

Ο τομέας αυτός αποτελεί περίπου το 2% του συνολικού εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα που αντιστοιχεί στο 27% των συνολικών δαπανών θαλάσσιου τουρισμού. Τα παραπάνω ποσοστά παρουσιάζουν κάθε χρόνο αύξηση.

Η Ελλάδα διαθέτει 22 οργανωμένες μαρίνες και πολλά μικρότερα λιμάνια-καταφύγια για αγκυροβολία. Συνολικά, ο αριθμός των θέσεων λιμενισμού υπολογίζεται περίπου στις 25.000. Το μεγαλύτερο ποσοστό των θέσεων αυτών βρίσκεται στην Αττική, πιο συγκεκριμένα, το 28%.

Η Ελλάδα, συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης παρουσιάζει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μέσο μέγιστο μήκος προβλήτας: 42 μέτρα
Η χώρα που βρίσκεται στην 1^η θέση είναι η Τουρκία με μέσο όρο τα 58 μέτρα υποδηλώνοντας τη δυνατότητα της εξυπηρέτησης mega yachts.
- Μέση χωρητικότητα ανά μαρίνα: 369 θέσεις
Η χώρα μας βρίσκεται στην Τρίτη θέση της κατάταξης μετά τη Σλοβενία (458) και την Τουρκία (411)
- Θέσεις ελλιμενισμού ανά χλμ ακτογραμμής: 0,51
Η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση στη συγκεκριμένη κατηγορία λόγω της ιδιαιτερότητας της μορφολογίας της.

Η ζήτηση για ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση στην Ελλάδα προέρχεται κατά κύριο λόγο από Γερμανούς τουρίστες (30%) ενώ ακολουθούν οι Ιταλοί (11%). Η ζήτηση όσον αφορά την εγχώρια αγορά είναι μικρή και περιορίζεται μόλις στο 3%.

Η ζήτηση για τέτοιες δραστηριότητες εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τους εξής παράγοντες:

1. το κόστος των υπηρεσιών
2. την ποιότητα και το εύρος των υπηρεσιών
3. τις εξελίξεις στον κλάδο

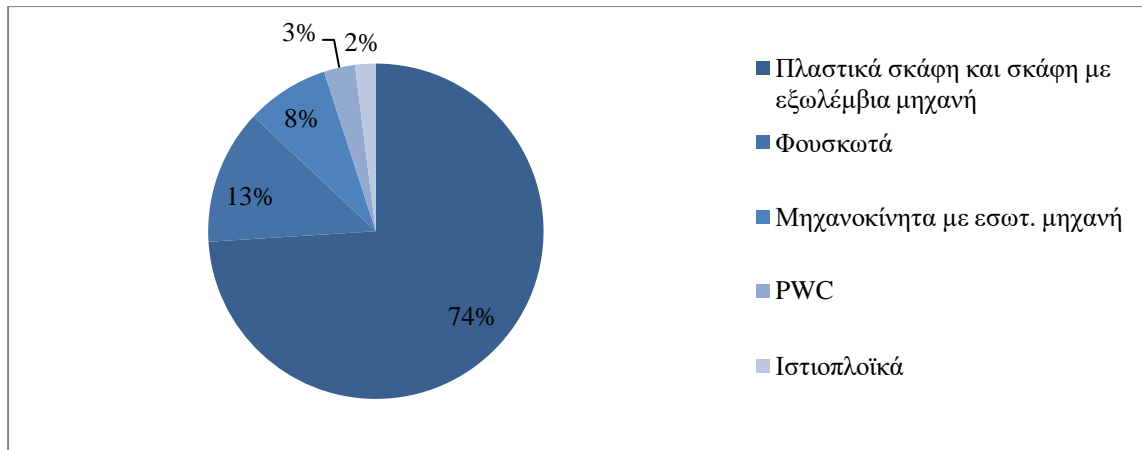
Ο τομέας του yachting σε γενικές γραμμές παρουσιάζει μια σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία μόλις χρόνια στην Ελλάδα. Σε αυτό οδήγησαν η κακή φορολογική πολιτική που δεν επέτρεπε την αγορά και την κατασκευή νέων σκαφών και υποδομών καθώς και η γενικότερα κακή οικονομική κατάσταση της χώρας και των πολιτών της. Επιπλέον, έως το 1993, οπότε και άλλαξε η νομοθεσία, κανένας ιδιωτικός φορέας δε μπορούσε να κατασκευάσει μαρίνα ή να εκμεταλλευτεί τον προκείμενο αιγιαλό ή τις ήδη υπάρχουσες μαρίνες.

Τα τελευταία χρόνια, τα παραπάνω φαίνεται να αλλάζουν.

1.3.4. Η αγορά των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα

Η πλειοψηφία των σκαφών αναψυχής αποτελείται από πλαστικά σκάφη, 125.137 σε αριθμό. Ακολουθούν τα φουσκωτά σε απόλυτο αριθμό 21.400, τα μηχανοκίνητα με εσωτερική μηχανή τα οποία είναι 13.445, ύστερα τα PWC σε αριθμό 6.000 και τέλος, τα ιστιοπλοϊκά, τα οποία αριθμούν 4.060.

Διάγραμμα 1.7 – Κατανομή σκαφών ανά κατηγορία



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Πιο αναλυτικά:

Τα πλαστικά σκάφη χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με το μέγεθος και η ποσοστιαία κατάταξή τους είναι η εξής:

1. 2,5 – 7,5μ. μήκος σε ποσοστό 96%
2. 7,6 – 12 μ. μήκος σε ποσοστό 4%
3. 12,1 – 24 μ. μήκος τα οποία είναι μόλις 37 σε απόλυτο αριθμό

Στα φουσκωτά σκάφη υπάρχουν δύο κατηγορίες, αυτά που ζυγίζουν περισσότερο από 100 κιλά και όσα ζυγίζουν λιγότερο. Η πρώτη κατηγορία υπερτερεί σε ποσοστό 66%.

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι τα πλαστικά και τα φουσκωτά σκάφη δε χρησιμοποιούν μαρίνες γενικότερα ενώ τα έξοδα τους περιορίζονται στις δαπάνες σε καύσιμα και εξωλέμβιες μηχανές.

Τα μερίδια στα μηχανοκίνητα σκάφη με εσωτερική μηχανή έχουν ως εξής: μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνουν αυτά με μήκος

1. 7,6 – 12 μ. μήκος σε ποσοστό 50%
2. 2,5 – 7,5 μ. μήκος σε ποσοστό 41%
3. 12,1 – 24 μ. μήκος σε ποσοστό 8%
4. > 24 μ. μήκος σε ποσοστό 1%

Σε αυτή την κατηγορία σκαφών επικρατούν τα μικρά και μεσαία σκάφη που κάνουν την συντήρηση, τη μεταφορά και τη φύλαξη ευκολότερη για τους ιδιοκτήτες.

Στα ιστιοπλοϊκά σκάφη, η κατάταξη είναι η ακόλουθη: μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνουν τα σκάφη με μήκος

1. 7,6 – 12 μ. μήκος σε ποσοστό 65%
2. 12,1 – 24 μ. μήκος σε ποσοστό 27%
3. 2,5 – 7,5 μ. μήκος σε ποσοστό 7%

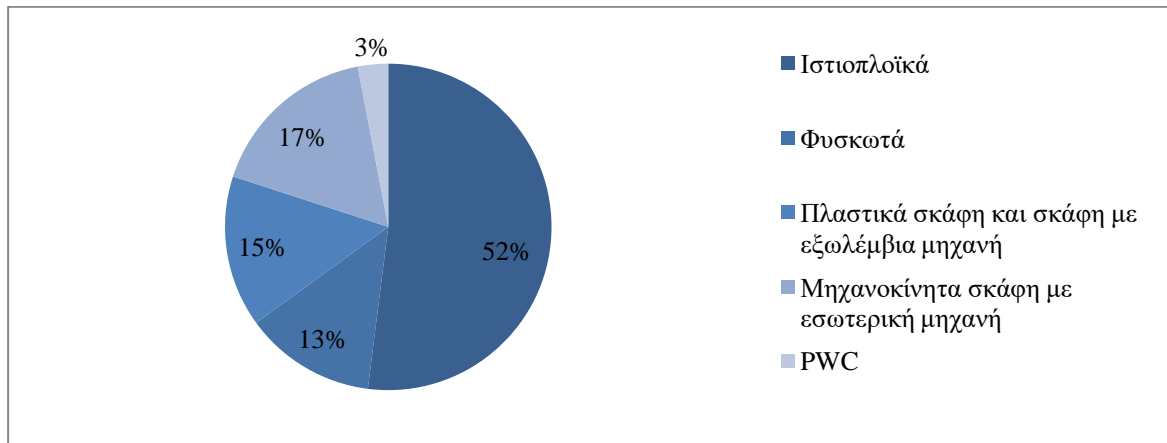
4. > 24 μ. μήκος σε ποσοστό 1%
Συμπερασματικά, τα περισσότερα ιστιοπλοϊκά είναι μεσαίου μεγέθους.

Πωλήσεις σκαφών

Αναφορικά με τις πωλήσεις σκαφών, για το 2015 αυτές συνολικά ανήλθαν στα € 54,3 εκατ.

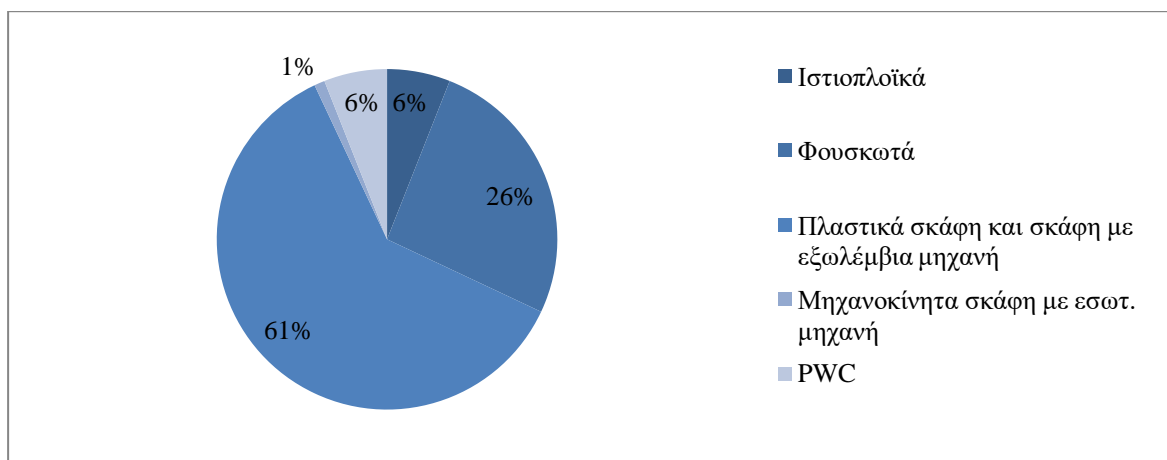
Αν και τα πλαστικά σκάφη είναι τα περισσότερα, τα μεγαλύτερα έσοδα προήλθαν από την πώληση 170 ιστιοπλοϊκών, τα οποία κόστισαν € 28 εκατ. στους αγοραστές τους. Ακολουθούν τα πλαστικά σκάφη και όσα φέρουν εξωλέμβια μηχανή με έσοδα αξίας € 8,3 εκατ.

Διάγραμμα 1.8 – Πωλήσεις σκαφών σε αναλογία με τα έσοδα



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Διάγραμμα 1.9 – Πωλήσεις σε αριθμό σκαφών



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Τα περισσότερα έσοδα, όπως φαίνονται στην πίτα παραπάνω, προήλθαν από τις πωλήσεις των ιστιοπλοϊκών σκαφών. Πιο αναλυτικά:

1. 7,6 – 12 μ. μήκος με έσοδα αξίας € 13,5 εκατ.
2. 12,1 – 24 μ. μήκος με έσοδα ύψους € 14 εκατ.
3. 2,5 – 7,5 μ. μήκος με έσοδα ύψους € 0,5 εκατ.

Όσον αφορά τα έσοδα από τις πωλήσεις των μηχανοκίνητων σκαφών με εσωτερική μηχανή, που καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση, αυτά ανήλθαν στα € 9 εκατ.

1. 12,1 – 24 μ. μέτρα με έσοδα αξίας € 3,4 εκατ.
2. 7,6 – 12 μ. μέτρα με έσοδα αξίας € 1 εκατ.
3. 2,5 – 7,5 μ. μήκος με έσοδα αξίας € 0,3 εκατ.

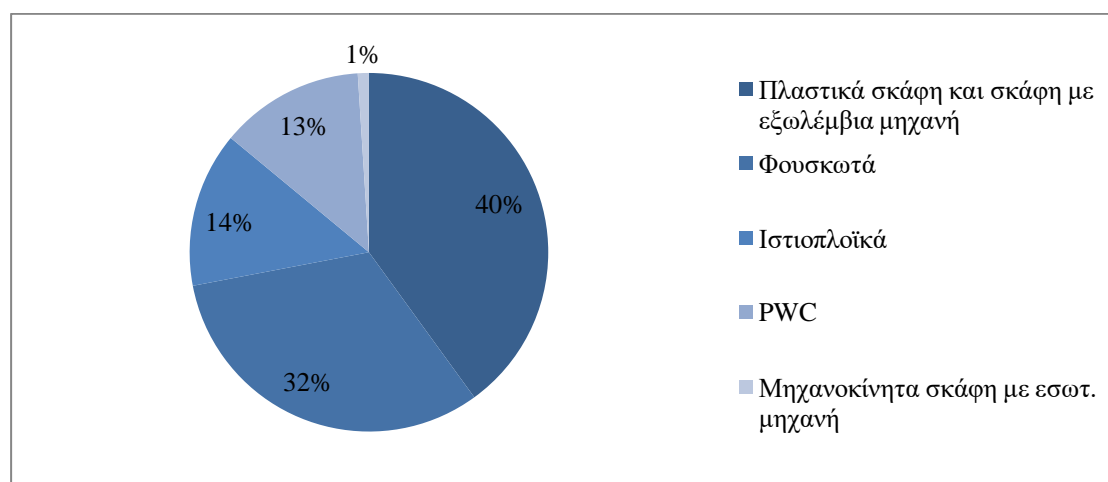
Τα έσοδα από τις πωλήσεις πλαστικών σκαφών και σκαφών με εξωλέμβια μηχανή ανήλθαν στα € 8,3 εκατ. Από αυτά, τα 7,6 εκατ. προήλθαν από την πώληση 1533 σκαφών μήκους 2,5 – 7,5 μ. και τα υπόλοιπα από την πώληση 92 σκαφών μήκους 7,6 – 12 μ.

Οι πωλήσεις των φουσκωτών σκαφών άγγιξαν τα € 7,3 εκατ. εκ των οποίων τα 4,7 εκατ. προήλθαν από την πώληση 521 σκαφών βάρους < 100 κιλών και τα υπόλοιπα χρήματα προήλθαν από την πώληση 166 φουσκωτών βάρους > 100 κιλών.

Εισαγωγές σκαφών

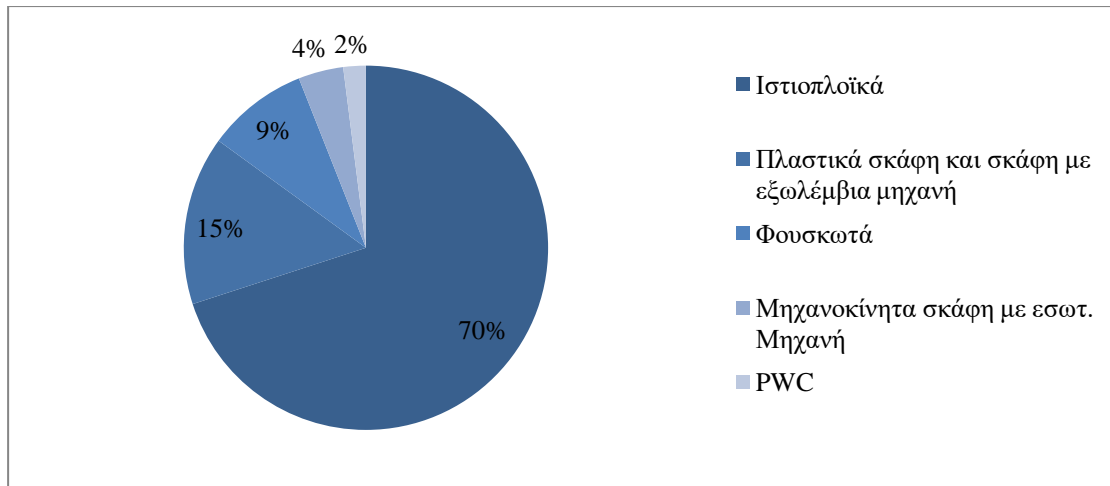
Σχετικά με τις εισαγωγές σκαφών, παρατηρούμε το ίδιο ακριβώς με τον τομέα των πωλήσεων. Ενώ τα ιστιοπλοϊκά σκάφη δεν είναι αυτά που καταλαμβάνουν την πρώτη θέση σε απόλυτο αριθμό εισαγμένων σκαφών, είναι αυτά που κόστισαν τα περισσότερα χρήματα. Σε σύνολο, η εισαγωγή σκαφών κόστισε € 43,5 εκατ. και αφορούσε την αγορά 1.209 σκαφών όλων των κατηγοριών.

Διάγραμμα 1.10 – Εισαγωγή σκαφών ανά είδος



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Διάγραμμα 1.11 – Εισαγωγή σκαφών σε αναλογία εσόδων



Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Σχετικά με την εισαγωγή ιστιοπλοϊκών σκαφών, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι τέτοια σκάφη δεν κατασκευάζονται στην Ελλάδα ενώ έχει παρατηρηθεί ότι ο αριθμός των σκαφών που πωλούνται στο εξωτερικό είναι ανάλογος αυτού των εισηχθέντων.

Πιο συγκεκριμένα, συνολικά η εισαγωγή 170 σκαφών κόστισε € 30,4 εκατ. εκ των οποίων:

1. 59% αφορά την εισαγωγή 90 ιστιοπλοϊκών μήκους 7,6 – 12 μ.
2. 40% αφορά την εισαγωγή 70 ιστιοπλοϊκών μήκους 12,1 - 24 μ.
3. 1% αφορά την εισαγωγή 10 σκαφών μήκους 2,5 – 7,5 μ.

Όσον αφορά τα μηχανοκίνητα σκάφη με εσωτερική μηχανή, η εισαγωγή τους κόστισε € 1,6 εκατ. και αφορά:

1. 5 σκάφη μήκους 2,5 – 7,5 μ. τα οποία κόστισαν € 0,1 εκατ.
2. 5 σκάφη μήκους 7,6 – 12 μ. τα οποία κόστισαν € 0,3 εκατ.
3. 3 σκάφη μεγέθους 12,1 – 24 μ. τα οποία κόστισαν € 1,2 εκατ.

Υστερα, σχετικά με τα πλαστικά σκάφη και τα σκάφη με εξωλέμβια μηχανή, εισήχθησαν 487 σκάφη εκ των οποίων η πλειοψηφία (90%) αφορούσε σε σκάφη μήκους 2,5 – 7,5 μ., η εισαγωγή των οποίων κόστισε € 5,8 εκατ. Τα υπόλοιπα σκάφη ήταν μήκους 7,6 – 12 μ. και κόστισαν € 0,9 εκατ.

Τέλος, το 2015 εισήχθησαν 379 φουσκωτά σκάφη εκ των οποίων η απόλυτη πλειοψηφία ανήκε στην κατηγορία των < 100 κιλών. Αυτά τα σκάφη ήταν σε αριθμό 335 και κόστισαν € 3 εκατ. Τα υπόλοιπα 44 σκάφη ανήκαν στην κατηγορία φουσκωτών με βάρος > 100 κιλών και κόστισαν € 0,9 εκατ.

Μηχανές – Αξεσουάρ – Εξοπλισμός

Στην κατηγορία του yachting δεν περιλαμβάνονται μόνο τα σκάφη αλλά και οι μηχανές που τα κινούν καθώς και τα αξεσουάρ και ο λοιπός εξοπλισμός.

Όσον αφορά λοιπόν τις μηχανές, υπολογίζεται ότι το 2015 πωλήθηκαν 3,536 τεμάχια και συνέφεραν έσοδα συνολικής αξίας € 3,8 εκατ. ενώ εισήχθησαν μόλις 273 τεμάχια αξίας € 2,4 εκατ. Το 92% των πωληθέντων μηχανών αφορούσε εξωλέμβιες μηχανές ενώ όλες οι εισηχθέντες μηχανές ήταν εσωτερικές.

Σχετικά με τα αξεσουάρ και τον λοιπό εξοπλισμό των σκαφών, οι πωλήσεις άγγιξαν τα € 31 εκατ. ενώ οι εισαγωγές τα € 26 εκατ.

Πίνακας 1.4 – Οικονομική επίδραση από πωλήσεις και εισαγωγές σκαφών

Κατηγορία	Αξία πωλήσεων σε εκατ. €	Αξία εισαγωγών σε εκατ. €	Αξία οικονομικής επίδρασης σε εκατ. €
Σκάφη (σύνολο)	54,3	43,5	10,8
<i>Ιστιοπλοϊκά</i>	28,0	30,4	-2,4
<i>Μηχανοκίνητα σκάφη με εσωτ. μηχανή</i>	9,3	1,6	7,7
<i>Πλαστικά σκάφη και σκάφη με εξωλέμβια μηχανή</i>	8,3	6,7	1,6
<i>Φουσκωτά</i>	7,3	3,9	3,4
<i>PWC</i>	1,4	0,9	0,5
Μηχανές	3,8	2,4	1,4
Αξεσουάρ και λοιπός εξοπλισμός	31,0	26,0	5
Σύνολο	89,1	71,9	17,2

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Συμπερασματικά, η συνολική οικονομική επίδραση από πωλήσεις σκαφών, μηχανών, αξεσουάρ και λοιπού εξοπλισμού είναι € 17,2 εκατ.

1.3.5. Μαρίνες και θέσεις ελλιμενισμού

Μια μαρίνα δεν είναι απλώς μια οριοθετημένη περιοχή όπου έχει τη δυνατότητα ο κυβερνήτης ενός σκάφους να το «δέσει» ώσπου να είναι πάλι έτοιμος για το επόμενο απόπλου. Μια μαρίνα είναι πολύ περισσότερο από αυτό. Η μαρίνα καθώς και οι λοιποί τόποι λιμενισμού των σκαφών αποτελούν μέρος του θαλάσσιου τουρισμού και του yachting ειδικότερα καθώς συμβάλλουν σημαντικά στην είσπραξη φόρων και

λοιπών εσόδων που σχετίζονται με τον τομέα και συμβάλλουν στη θετική πορεία της οικονομίας ολόκληρης της χώρας.

Οι μαρίνες αναφέρονται και ως λιμένες αναψυχής, με ειδικές κατασκευές για να εξυπηρετούν τα σκάφη αναψυχής σε ημερήσια βάση. Οι οργανωμένες διαθέτουν θέσεις πρόσδεσης, υπηρεσίες ασφάλειας και φύλαξης, χώρους επισκευών, ταχυδρομεία, χώρους πάρκινγκ κι αναψυχής, εμπορικά πολυκατάστημα, τελωνείο, σταθμό ανεφοδιασμού, σταθμό συλλογής αποβλήτων & βιολογικού καθαρισμού, λιμενική αρχή και γραφεία διοίκησης.

Όσον αφορά τις θέσεις λιμενισμού σε οργανωμένες μαρίνες και λοιπά λιμάνια ανεξαρτήτου μεγέθους, υπολογίζεται ότι στο σύνολό τους είναι 13.500 σε ολόκληρη τη χώρα.

Η Ελλάδα διαθέτει 22 οργανωμένες μαρίνες εκ των οποίων οι 12 διαθέτουν γαλάζια σημαία. Ανάμεσα στις μαρίνες ξεχωρίζουν αυτή την Κέρκυρας που έχει τις πιο πολλές θέσεις λιμενισμού (1.235 θέσεις) και στη συνέχεια αυτή του Αλίμου (1.080 θέσεις). Όσον αφορά το μέγεθος των σκαφών, οι μαρίνες που έχουν τη δυνατότητα να υποδεχτούν μεγάλα σκάφη άνω των 100 μέτρων είναι αυτή του Φαλήρου με χωρητικότητα για σκάφη έως 130 μ. και αυτή της Ζέας με χωρητικότητα για σκάφη έως 100 μέτρα.

Πίνακας 1.5 – Μαρίνες στην Ελλάδα

A/A	Μαρίνες	Θέσεις	Μέγιστο επιτρεπτό μήκος
1	Άλιμος	1.080	40+ μ.
2	Ζέα	620	100 μ.
3	Γλυφάδα	810	-
4	Φλοίσβος	303	70+ μ.
5	Βουλιαγμένη	115	50 μ.
6	Φάληρο	130	130 μ.
7	Λαύριο	680	40+ μ.
8	Άγιος Κοσμάς	337	80 μ.
9	Γουβιά (Κέρκυρα)	1.235	80 μ.
10	Κλεοπάτρα (Πρέβεζα)	100	45 μ.
11	Λευκάδα	620	46 μ.
12	Καλαμάτα	250	25 μ.
13	Σάνη (Χαλκιδική)	215	24 μ.
14	Πόρτο Καρράς (Χαλκιδική)	315	55 μ.
15	Θεσσαλονίκη	242	27+ μ.
16	Μυτιλήνη	222	25 μ.
17	Κως	250	45 μ.
18	Σάμος	260	50 μ.
19	Λέρος	220	50 μ.
20	Μέθανα	70	-
21	Ρόδος	600	60 μ.
22	Άγιος Νικόλαος	250	50 μ.
	Σύνολο	8.924	

Πηγή: INSETΕ / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Όσον αφορά τις δαπάνες των πλοιοκτητών για την ιδιοκτησία και τη χρήση και των σκαφών τους, αυτές υπολογίζονται στα € 34.307 συνυπολογίζοντας τα ανελαστικά και τα ελαστικά έξοδα. Οι μετρήσεις αυτές στηρίζονται σε έρευνα που πραγματοποίησε το Πανεπιστήμιο Πειραιά το 2012 και βασίστηκε σε 598 ερωτηματολόγια. Στην έρευνα συμπεριλήφθησαν μηχανοκίνητα σκάφη, 414 σε αριθμό, ιστιοπλοϊκά (128) και ναυταθλητικά σκάφη (56) ενώ τα περισσότερα από αυτά ανήκαν στην κατηγορία των μικρών σκαφών με μήκος 4-10 μ.

Πίνακας 1.6 – Έξοδα συντήρησης και χρήσης σκάφους στην Ελλάδα

Ανελαστικά Έξοδα	
Συντήρηση	€ 6.790
Ανταλλακτικά	€ 2.260
Ασφαλιστική κάλυψη	€ 1.975
Πιστοποιήσεις	€ 1.010
Σύνολο	€ 12.035
Ελαστικά Έξοδα	
Ελλιμενισμός	€ 5.300
Αποθήκευση στην ξηρά	€ 1.267
Λιμενικά τέλη	€ 663
Καύσιμα	€ 4.240
Τουρισμός (επισιτισμός εκτός σκάφους, κατάλυμα, διασκέδαση κλπ)	€ 4.520
Τροφοδοσία	€ 6.282
Σύνολο	€ 22.272

Ετήσια δαπάνη ανά σκάφος: € 34.307

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Συνολικά, εάν υπολογίσουμε ότι στην Ελληνική αγορά κυκλοφορούν 17.505 σκάφη τότε ο συνολικός οικονομικός αντίκτυπος ανά ιδιοκτησία και χρήση σκαφών εκτιμάται σε € 600 εκατ.

Αυτά ισχύουν μόνο για τα μηχανοκίνητα σκάφη και τα ιστιοπλοϊκά οπότε εάν θέλαμε να συνυπολογίσουμε και τα πλαστικά σκάφη με εξωλέμβια μηχανή ο ιδιοκτήτης των οποίων καλείται να καλύψει τα έξοδα για καύσιμα και συντήρηση τότε θα έπρεπε να προσθέσουμε άλλα € 25 εκατ.

Πολλά από τα σκάφη που έχουμε αναφέρει, δίνονται προς ενοικίαση τους καλοκαιρινούς μήνες. Ενώ δεν έχουμε πλήρη εικόνα του αριθμού τους, μπορούμε να υπολογίσουμε ότι ο αριθμός τους δεν ξεπερνά τα 3.500 σκάφη και πως τα έσοδα από τη δραστηριότητα αυτά είναι περίπου € 158 εκατ. (€ 45.000 ανά σκάφος) Στον κλάδο αυτό απασχολούνται περίπου 1.600 εργαζόμενοι και η περίοδος εργασίας τους είναι από τον Απρίλιο έως τον Οκτώβριο.

Πίνακας 1.7 – Αντίκτυπος του yachting στην οικονομία

Κατηγορία	Αξία
Πωλήσεις νέων σκαφών, μηχανών, αξεσουάρ και θαλάσσιου εξοπλισμού	€ 17 εκατ.
Δαπάνες ιδιοκτησίας και χρήσης σκαφών	€ 625 εκατ.
Ναυλώσεις	€ 158 εκατ.
Άμεση Επίπτωση	€ 800 εκατ.
ΑΕΠ 2017	€ 177,7 εκατ.
Ως % ΑΕΠ	0,45%
Μέσος πολλαπλασιαστής IOBE	2,2
Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	€ 1.760 εκατ.
Ως % ΑΕΠ	1%
Μέσος πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65
Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	€ 2.120 εκατ.
Ως % ΑΕΠ	1,2%

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Εργαζόμενοι

Υπολογίζεται ότι στον τομέα του yachting άμεσα και έμμεσα απασχολούνται περίπου 25.000 άνθρωποι.

Πίνακας 1.8 – Καταμερισμός εργαζομένων στο yachting

Κατηγορία	Θέσεις εργασίας
Μαρίνες	550
Πλήρωμα σκαφών	9.500
Ναύλωση	1.600
Υποστηρικτικές θέσεις εργασίας στην τοπική οικονομία (ελεύθεροι επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις)	13.500
Σύνολο	25.150

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

1.4. Ακτοπλοία

Εκτός από την κρουαζιέρα και το yachting, σημαντικό τμήμα του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα καταλαμβάνει ο τομέας της ακτοπλοΐας.

Υπολογίζεται ότι το 2016 μεταφέρθηκαν 17,4 εκατ. επιβάτες χρησιμοποιώντας τις εγχώριες ακτοπλοϊκές εταιρείες, αριθμός αυξημένος κατά 1,8% συγκριτικά με το 2015. Οι περισσότεροι από αυτούς του επιβάτες ταξίδεψαν στο διάστημα Ιουλίου –

Σεπτεμβρίου οπότε και παρατηρείται το αποκορύφωμα της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα.

Οι κορυφαίες διαδρομές στην Ελλάδα είναι διαχρονικά οι ακόλουθες:

- Πειραιάς – Ανατολικές Κυκλάδες
- Αργοσαρωνικός
- Ραφήνα – Εύβοια – Άνδρος – Τήνος
- Πειραιάς – Κρήτη
- Κέρκυρα – Ηγουμενίτσα

Και η μεταφορά οχημάτων παρουσιάζει αύξηση συγκριτικά με το 2015 της τάξεως του 11,5%. Υπολογίζεται ότι το 2016 μεταφέρθηκαν περίπου 3.159.000 οχήματα με την πλειοψηφία αυτών στο διάστημα Ιουλίου – Σεπτεμβρίου. Οι γραμμές με τη μεγαλύτερη κίνηση στη μεταφορά οχημάτων ήταν οι ακόλουθες:

- Πειραιάς – Κρήτη
- Κέρκυρα – Ηγουμενίτσα
- Ραφήνα – Εύβοια – Άνδρος – Τήνος
- Πειραιάς – Ανατολικές Κυκλάδες
- Ζάκυνθος – Κυλλήνη

Η πρώτη εταιρεία σε μεταφορά επιβατών και οχημάτων είναι η Attica Group (Superfast Ferries, Blue Star Ferries).

Πίνακας 1.9 – Οι κύριες ακτοπλοϊκές εταιρείες στην Ελλάδα

Εταιρείες	Εργαζόμενοι	Πλοία	Επιβάτες	Αυτοκίνητα	Φορτηγά
Attica Group	1.058	16	3.268.148	433.421	275.201
Minoan Lines	308	4	1.030.508	191.954	128.730
ANEK	749	9	1.000.000	188.000	133.000
Hellenic Seaways	493	18	3.098.393	251.126	61.762
Σύνολο	2.608	47	8.397.049	1.064.501	598.693

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Στην Ελληνική εγχώρια αγορά τη μερίδα του λέοντος καταλαμβάνει η Hellenic Seaways, εταιρεία που δε δραστηριοποιείται στη διεθνή ακτοπλοΐα.

Συνολικά, ο κύκλος εργασιών για όλες τις παραπάνω εταιρείες ανήλθε για το έτος 2016 σε € 718 εκατ. εκ των οποίων το 58% προήλθε από την εγχώρια αγορά μεταφορών.

Πίνακας 1.10 – Κύκλος εργασιών ακτοπλοϊκών εταιρειών

Κύκλος εργασιών (x € 1 εκατ.)	2015	2016
Ελλάδα	429	418
Αδριατική	282	271
Άλλες δραστηριότητες	31	29
Σύνολο	742	718
Εταιρείες	Κύκλος εργασιών (x € 1 εκατ.)	
Attica Group	269	
Minoan Lines	160	
ANEK	158	
Hellenic Seaways	132	
Σύνολο	718	

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Άλλες μικρότερες αλλά εξίσου σημαντικές ακτοπλοϊκές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είναι οι εξής:

- Sea Jets με 12 πλοία συνολικά στο ενεργητικό της και κάλυψη στις γραμμές Πειραιάς-Ραφήνα-Λαύριο-Κυκλάδες-Ηράκλειο
- Twoway Ferries με 5 πλοία στο ενεργητικό της και κάλυψη σε δρομολόγια Σαρωνικού και Κέρκυρας/Παξών
- Anes Ferries με 2 πλοία και κάλυψη σε γραμμές Πειραιάς-Αίγινα/Βόλος-Εύβοια-Σποράδες

Άλλες 20 εταιρείες δραστηριοποιούνται στην Ελλαδικό χώρο προσφέροντας ακόμα 32 πλοία και καλύπτοντας δρομολόγια σε ολόκληρη τη χώρα.

Ωστόσο, δεν έχουν όλοι οι κύκλοι εργασίας σχέση με τον τουρισμό. Για να υπολογίσουμε πόσα από τα παραπάνω χρήματα έχουν σχέση με τον τομέα που μελετάμε, θα πρέπει να στηριχτούμε στα λεγόμενα της Blue Star Ferries η οποία υποστηρίζει ότι από τα έσοδα της τα παρακάτω ποσοστά αντιστοιχούν σε κατηγορίες εισιτηρίων:

- 58% έσοδα από εισιτήρια επιβατών
- 14% έσοδα από εισιτήρια αυτοκινήτων
- 28% έσοδα από εισιτήρια φορτηγών

Εξαιρώντας λοιπόν τα έσοδα από τα εισιτήρια φορτηγών που μάλλον δεν έχουν σχέση με τον τουρισμό, μας απομένει ποσοστό 72% εκ του οποίου ωστόσο θα πρέπει να αφαιρέσουμε ένα μέρος καθώς όχι όλοι οι επιβάτες των πλοίων ταξιδεύουν για τουρισμό. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, εκτιμούμε πως ένα 70% αφορά τον τουρισμό.

Πίνακας 1.11 – Αντίκτυπος της ακτοπλοΐας στην οικονομία

Κατηγορία	Αξία
Κύκλος εργασιών κύριων εταιρειών που καλύπτουν τον τουρισμό	€ 503 εκατ.
Υπόλοιπο αγοράς	€ 216 εκατ.
Φόροι και μερίδιο τουρισμού των πορθμειακών γραμμών	€ 181 εκατ.
Άμεση επίπτωση	€ 900 εκατ.
ΑΕΠ 2016	€ 174,2 δις
Ως % ΑΕΠ	0,52%
Μέσος πολλαπλασιαστής IOBE	2,2
Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	€ 1.980 εκατ.
Ως % ΑΕΠ	1,1 %
Μέσος πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65
Έμμεσο και Άμεσο αποτέλεσμα	€ 2.385 εκατ.
Ως % ΑΕΠ	1,4%

Πηγή: INSETE / Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό

Συνολικά στον τομέα της ακτοπλοΐας, εκτιμάται ότι απασχολούνται περίπου 6.000 εργαζόμενοι.

1.5. Προτάσεις ανάπτυξης θαλάσσιου τουρισμού

Γενικά

- Δημιουργία εννιαίας στρατηγικής και έλεγχος επιβολής της.
Σε περίπτωση που η πολιτεία δε δημιουργήσει ένα ενιαίο πλάνο για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, μεμονωμένες ενέργειες δε θα έχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.
- Στόχευση στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου
Με τον τρόπο αυτό, οι θαλάσσιοι προορισμοί, τα νησιά θα μπορέσουν να διατηρήσουν και τους φθινοπωρινούς και ανοιξιάτικους μήνες τουλάχιστον το έκτακτο ανθρώπινο δυναμικό δημιουργώντας πλούτο όλη τη διάρκεια του χρόνου. Με τον τρόπο αυτό τονώνεται η τοπική αγορά και η εθνική οικονομία γενικότερα.
- Δημιουργία προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης και βελτίωση των ήδη εν ενεργεία
Με τον τρόπο αυτό οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν πιο αποτελεσματικά στις υψηλές απαιτήσεις του κλάδου ενώ μελλοντικά και οι

υπόλοιποι τουριστικοί φορείς θα αναγνωρίσουν τη σύνδεση ανάμεσα σε όλους τους τομείς τουρισμού.

Τα προγράμματα αυτά θα πρέπει να επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στην προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Κρουαζιέρα

- Έλεγχος των περιφερειακών φορέων της περιφέρειας σχετικά με τα επιβαλλόμενα τέλη.

Σε αντίθετη περίπτωση, οι αυθαιρεσίες που προκύπτουν σε περιττές χρεώσεις και οι επιβαρύνσεις σε ανεξέλεγκτα επίπεδα δημιουργούν σύγχυση και αποτρέπουν τη προσέγγιση ενδιαφέροντος από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

- Δημιουργία υποδομών υποδοχής και φιλοξενίας κρουαζιερόπλοιων
Σε πολλές περιπτώσεις, εκ των οποίων κάποιοι από τους σπουδαιότερους προορισμούς τουριστικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα, τα λιμάνια δεν έχουν τη δυνατότητα να φιλοξενήσουν τα κρουαζιερόπλοια λόγω έλλειψης χώρου.

- Ανάπτυξη υποδομών υποδοχής τουριστών στα περιφερειακά αεροδρόμια
Για να μετατραπεί ένας τόπος σε home-port, θα πρέπει να βρίσκεται σε θέση να διαχειριστεί μεγάλο πλήθος εισερχόμενων τουριστών σε μικρή χρονική διάρκεια. Για να επιτευχθεί αυτό, θα πρέπει τα περιφερειακά κυρίως αεροδρόμια να βελτιώσουν τις υποδομές τους, πχ διάδρομοι και εσωτερικοί χώροι φιλοξενίας κλπ όπως επίσης να μειώσουν τα τέλη αεροδρομίου.

- Προβολή λιμένων και τόπων προορισμού
Με την προβολή των λιμένων και της ευρύτερης περιοχής, εντείνεται το ενδιαφέρον των επισκεπτών τόσο για τον τόπο όσο και τον τομέα της κρουαζιέρας.

- Σύγχρονο management για τις εταιρείες ενδιαφέροντος
Με τον τρόπο αυτό θα αυξηθεί ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις εταιρείες οι οποίες θα αναγκαστούν για να επιβιώσουν να αυξήσουν κι άλλο το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών τους σε χαμηλότερες τιμές κάνοντας τα πακέτα διακοπών πιο ελκυστικά.

Yachting

- Δημιουργία νέων μαρίνων (με τη δυνατότητα φιλοξενίας super yachts)
Με τον τρόπο αυτό, θα καλυφθεί το πρόβλημα έλλειψης θέσεων ελλιμενισμού καθώς και το πρόβλημα έλλειψης δυνατότητας φιλοξενίας μεγάλων σκαφών σε περιοχές εκτός Αττικής.

- Ενθάρρυνση της εγχώριας αγοράς

Με τη δημιουργία οικονομικά ενθαρρυντικών προγραμμάτων, είναι βέβαιο ότι όλο και περισσότεροι Έλληνες θα αγοράσουν σκάφη διαφόρων μεγεθών και τύπου καθώς η απασχόλησή τους με τη θάλασσα είναι βαθιά ριζωμένη συνήθεια.

- Μείωση ΦΠΑ και τελών ελλιμενισμού

Η Ισπανία διατηρώντας τον ΦΠΑ στα χαμηλότερα επίπεδα της Ευρώπης για την αγορά σκαφών κατάφερε να αυξήσει το στόλο της σε μικρό χρονικό διάστημα.

Ακτοπλοια

- Μείωση της τιμής κομίστρου

Έτσι θα αυξηθούν οι πελάτες και θα αυξηθούν τα δρομολόγια.

1.6 Το Θεσμικό Πλαίσιο

Με βάση τη νομοθεσία, τα σκάφη όλων των κατηγοριών διαχωρίζονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες. Αυτές είναι τα σκάφη αναψυχής και τα επαγγελματικά σκάφη.

- Σκάφη αναψυχής

Ως σκάφη αναψυχής ορίζονται τα σκάφη ολικού μήκους άνω των επτά (7) μέτρων που είτε διαθέτουν είτε όχι χώρους ενδιαίτησης και έχουν τη δυνατότητα από τη γενική κατασκευή τους να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής.

- Επαγγελματικά σκάφη

Ως επαγγελματικά ορίζονται τα σκάφη με μεταφορική ικανότητα μέχρι και σαράντα εννιά (49) επιβατών που διαθέτουν χώρους ενδιαίτησης, πέραν αυτών του πληρώματος, και χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής με ολική ναύλωση.

Τα επαγγελματικά σκάφη διακρίνονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες:

- Ιστιοφόρα

Πλοία με επαρκή ιστιοφορία, ως κύριο μέσο πρόωσης, τα οποία φέρουν βοηθητικό κινητήρα.

- Μηχανοκίνητα

Πλοία με μηχανή, ως κύριο μέσο πρόωσης και κάποιο βοηθητικό μέσο πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται βάσει πιστοποιητικού ασφαλείας.

Τα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη αναψυχής διέπονται από το Ν. 2743/99 που ορίζει, μεταξύ άλλων, την αδειοδότηση, ναύλωση και την οργανική σύνθεση των σκαφών.

Τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία είχαν κατά κανόνα Ελληνική σημαία. Αυτό άλλαξε μετά την άρση του cabotage. Πλέον, είναι δυνατή η αναγνώριση ενός πλοίου με ξένη σημαία ως επαγγελματικό.

Με την άδεια του Υφυπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας, η οποία εκδίδεται μετά την αίτηση του πλοιοκτήτη ή του εφοπλιστή προς την αρμόδια υπηρεσία, μπορεί ένα πλοίο αναψυχής να χαρακτηριστεί επαγγελματικό. Η άδεια υπόκειται σε τακτική θεώρηση από την αρμόδια διεύθυνση του Υ.Ε.Ν. ανά πενταετία και παύει να ισχύει μετά από αίτηση του δικαιούχου.

Η εκμετάλλευση των επαγγελματικών πλοίων αναψυχής επιτρέπεται μόνο με ολική ναύλωση διάρκειας τουλάχιστον δώδεκα (12) ωρών και έχει ως αποκλειστικό σκοπό την αναψυχή και την περιήγηση. Η ολική ή μερική ναύλωση για μεταφορά προσώπων με εισιτήριο ή αντικειμένων με ναύλο απαγορεύεται.

Τα επαγγελματικά πλοία αναψυχής πρέπει να συμπληρώνουν κατώτατο όριο ημερών ναύλωσης:

- I. 300 ημέρες, ανά πενταετία, όταν εκναυλώνονται χωρίς πλοίαρχο και πλήρωμα,
- II. 200 ημέρες, ανά πενταετία, όταν εκναυλώνονται με πλοίαρχο και πλήρωμα και
- III. 75 ημέρες, ανά πενταετία, όταν πρόκειται για παραδοσιακά επαγγελματικά πλοία αναψυχής, ανεξάρτητα αν εκναυλώνονται με ή χωρίς πλοίαρχο και πλήρωμα.

1.6.1 Το Cabotage

Αυτό που περιόριζε για πολλά χρόνια την κρουαζιέρα στην Ελλάδα ήταν το cabotage. Σύμφωνα με αυτό, τα πλοία αναψυχής με ξένη σημαία δε μπορούσαν να εκκινούν από ελληνικούς λιμένες ή να παραλαμβάνουν επιβάτες με σκοπό την εκτέλεση ταξιδίων αναψυχής ή περιήγησης με καταβολή ναύλου μεταξύ λιμένων ή και ακτών της ελληνικής επικράτειας.

Σύμφωνα με το νόμο 2932/2001 για την άρση του cabotage υπάρχει “Ελεύθερη παροχή υπηρεσιών στις θαλάσσιες ενδομεταφορές- Σύσταση Γενικής Γραμματείας Λιμένων και Λιμενικής Πολιτικής- Μετατροπή Λιμενικών Ταμείων σε Ανώνυμες Εταιρείες και άλλες διατάξεις” (ΦΕΚ Α’ 145/27.6.2001).

Στο πρώτο άρθρο του νόμου 2932/2001 «Θαλάσσιες μεταφορές από ή προς λιμένες νησιών» αναφέρονται τα εξής:

1. Από την 1η Νοεμβρίου 2002 είναι ελεύθερη η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών που:
 - α. Παρέχονται έναντι αμοιβής από πλοιοκτήτη Κράτους-Μέλους της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (Ε.Κ.) ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.) ή της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών (Ε.Ζ.Ε.Σ.) εκτός από την Ελβετία και
 - β. Εκτελούνται μεταξύ λιμένων της ηπειρωτικής χώρας και νησιών ή μεταξύ λιμένων νησιών, από επιβατηγά και οχηματαγωγά πλοία, επιβατηγά ή φορτηγά, δρομολογημένα σε τακτική γραμμή επιβατικών μεταφορών και πορθμείων, καθώς και από τα πλοία που έχουν ολική χωρητικότητα μέχρι εξακόσιες πενήντα μονάδες υπολογισμού, σύμφωνα με τη διεθνή σύμβαση «Για την καταμέτρηση της χωρητικότητας των πλοίων του 1969», την οποία κύρωσε ο Ν. 1373/1983 (ΦΕΚ 92 Α) , εφόσον τα πλοία αυτά είναι νηολογημένα στην Ελλάδα ή άλλο Κράτος-Μέλος της Ε.Κ. ή του Ε.Ο.Χ. ή της Ε.Ζ.Ε.Σ εκτός από την Ελβετία και φέρουν τη σημαία του,
2. Ως πλοιοκτήτης στον παρόντα νόμο νοείται το πρόσωπο που ορίζεται στη διάταξη της παραγράφου 2 του άρθρου 2 του Κανονισμού (Ε.Ο.Κ.) με αριθμ. 3577/1992 του Συμβουλίου «για την εφαρμογή της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές στο εσωτερικό των Κρατών - Μελών (θαλάσσιες ενδομεταφορές) - L364/7-10/12- 12-92,
3. Κατ' εξαίρεση, αν τα πλοία που προβλέπονται στην παράγραφο 1 δεν επαρκούν, επιτρέπεται με απόφαση του Υπουργού Ναυτιλίας, ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου Ακτοπλοϊκών Συγκοινωνιών (Σ.Α.Σ.), η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών από πλοία, που φέρουν τη σημαία άλλου κράτους, υπό τον όρο της αμοιβαιότητας και με τις προϋποθέσεις που τίθενται στο νόμο αυτό.

Βιβλιογραφία

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2014), «Μια Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Τόνωση της Ανάπτυξης και τη Δημιουργία Θέσεων Εργασίας στον Παράκτιο και Θαλάσσιο Τουρισμό»

ΙΝΣΕΤΕ (2017), «Ελληνικός Τουρισμός: Εξελίξεις - Προοπτικές», Τεύχος 3, Αθήνα

ΙΝΣΕΤΕ (2018), «Συνθετική Μελέτη για το Ναυτικό Τουρισμό (yachting, κρουαζιέρα, ακτοπλοΐα)», Αθήνα

ΙΝΣΕΤΕ, «Κατευθυντήριες γραμμές για την Ανάπτυξη της Κρουαζιέρας στην Ελλάδα», για το Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΙΝΣΕΤΕ (2018), «Προφίλ Εισερχόμενου Τουρισμού για Διακοπές στην Ελλάδα, 2015-2016», Αθήνα

Κουβαράς Ανδρέας (2017), «Παράκτιος και Θαλάσσιος Τουρισμός», Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet

Λεκάκου Μαρία (2015), «Σχέδιο δράσης για το θαλάσσιο και αθλητικό τουρισμό στις Κυκλάδες», Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδος (2012), «Ερευνα για την ανάδειξη της Σημασίας των Σκαφών Αναψυχής στο Θαλάσσιο Τουρισμό και την Εθνική Οικονομία»

Πολυξένη Μοίρα (2008), «Ο Θαλάσσιος Πολιτιστικός – Αθλητικός Τουρισμός ως Εναλλακτική Μορφή Τουρισμού», Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών, Τεύχος 14, 81-90

Ιστοσελίδες

Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδος - <https://nee.gr>

Cruise Market Watch - <https://cruisemarketwatch.com/>

Κεφάλαιο 2 – Όμηρος και Οδυσσέας

2.1. Λίγα λόγια για τον Όμηρο

Ο Όμηρος αποτελεί μια από τις σπουδαιότερες προσωπικότητες που γεννήθηκαν ποτέ τόσο στην Ελλάδα όσο και τον κόσμο ολόκληρο. Φέρεται να είναι ο δημιουργός των «Ομηρικών επών» καθώς και άλλων σπουδαίων έργων.

Τα Ομηρικά έπη είναι από τα πρώτα έργα της ιστορικής περιόδου στον Ελλαδικό χώρο και δεν είναι άλλα από την «Ιλιάδα» και την «Οδύσεια».

Δεν υπάρχει άνθρωπος στον πλανήτη που να έχει λάβει κάποια στοιχειώδη παιδεία και να μη γνωρίζει τα δύο αυτά έργα.

Έπος (< έπω = λέγω): λόγος, διήγηση και, ειδικότερα, αφηγηματικό ποίημα με περιεχόμενο μυθολογικό, διδακτικό, ηρωικό.

Το ηρωικό έπος αφηγείται κατορθώματα ηρώων αλλά και θεών, που συχνά συνυπάρχουν με τους ανθρώπους και κατευθύνουν τη δράση τους.

Χαρακτηριστικά του είδους: παρουσιάζει μυθοποιημένα γεγονότα ενός μακρινού παρελθόντος σαν να είναι αληθινά· έχει αντικειμενικό χαρακτήρα· δεν εκφράζει, δηλαδή, το έπος τις υποκειμενικές/ προσωπικές απόψεις του ποιητή, αλλά όλη την κοινωνία μέσα στην οποία δημιουργείται.

Η «Ιλιάδα» αποτελείται από 15.693 στίχους και αναφέρεται στον Τρωικό πόλεμο ο οποίος σύμφωνα με το μύθο διήρκησε 10 χρόνια. Ο ποιητής επικεντώνεται κυρίως στο θυμό του Αχιλλέα χωρίς να αναφέρει ωστόσο μόνο αυτό, σε μια τέτοια περίπτωση θα κάναμε λόγο για «Αχιλλήίδα». Ενώ ο Τρωικός πόλεμος πιθανότατα συντελέστηκε τον 12^ο αι. π.Χ. κατά τη Μυκηναϊκή εποχή, η Ιλιάδα εμφανίστηκε πρώτη φορά κατά τη Γεωμετρική περίοδο, μάλλον τον 8^ο αι.π.Χ.

Η «Οδύσεια» αποτελείται από 12.110 στίχους και εξιστορεί το μακρύ ταξίδι της επιστροφής του Οδυσσέα, βασιλιά της Ιθάκης στη γενέτειρά του. Το ταξίδι του Οδυσσέα διήρκησε 20 χρόνια. Η Οδύσεια κάνει την πρώτη της εμφάνιση μάλλον τον 7^ο αι.π.Χ.

Την περίοδο δημιουργίας των ομηρικών επών ήταν σύννηθες φαινόμενο η εξύμνηση των κατορθωμάτων των ηρώων του παρελθόντος στον ελλαδικό χώρο. Ενώ τα συγκεκριμένα έργα αναφέρονται σε μυθοποιημένα γεγονότα της Μυκηναϊκής εποχής, προβάλλουν ωστόσο και χαρακτηριστικά της εποχής κατά την οποία γράφονται, η οποία χαρακτηρίζεται από πολέμους και κοινωνικές συγκρούσεις. Επιπλέον, ο ποιητής ζει την εποχή της εποικιοκρατίας οπότε οι ναυτικοί αποτελούν αναπόσπαστο και σπουδαίο τμήμα της κοινωνίας. Δε θα πρέπει να ξεχνάμε λοιπόν ότι ο Οδυσσέας εκτός από στρατηγός είναι και ναυτικός που βιώνει πολλές περιπέτειες στη θάλασσα.

Συμπερασματικά, τα ομηρικά έργα αντλούν στοιχεία από την ποιητική παράδοση της εποχής αλλά και από την εποχή που ζει ο ποιητής και τον επηρεάζει άμεσα. Υπάρχουν έτσι πολιτισμικές διαστρωματώσεις αιώνων στα ποιήματά του και αναχρονισμοί.

Η επίσημη καταγραφή των Ομηρικών επών φαίνεται ότι έγινε τον 6^ο αι.π.Χ στην Αθήνα. Τότε για πρώτη φορά οι ραψωδοί υποχρώθηκαν να απαγγέλλουν τα έπη στη γιορτή των Παναθηναίων με βάση το επίσημο κείμενο αποφεύγοντας έτσι τις παρεμβολές. Τον 3^ο αι.π.Χ. τα έπη χωρίστηκαν σε 24 ραψωδίες, όσες και τα γράμματα της ελληνικής αλφαβήτου.

Στον Όμηρο αποδίδονται και άλλα σπουδαία έργα αρχαίας ελληνικής γραμματείας.

Κανείς δε μπορεί να αποδείξει με βεβαιότητα ότι ο Όμηρος υπήρξε στην πραγματικότητα και αποτελεί ιστορικό πρόσωπο καθώς δεν έχει βρεθεί κάποιο εύρημα που να πιστοποιεί το παραπάνω.

Εικάζουμε ωστόσο ότι ο Όμηρος γεννήθηκε τον 8^ο αι. π.Χ. και κατάγεται από την περιοχή της Ιωνίας. Επτά πόλεις διεκδικούν τον τίτλο της γενέτειράς του με τις επικρατέστερες να είναι η Σμύρνη και η Χίος. Εικάζεται επίσης ότι το πραγματικό του όνομα ήταν το «Μελησιγένης» επειδή γεννήθηκε στον ποταμό Μέλητα της Σμύρνης ενώ στη συνέχεια της ζωής του απέκτησε το γνωστό σε όλους όνομα «Όμηρος» λόγω του ότι ήταν τυφλός (“ος μη όρων”=αυτός που δε βλέπει). Το τελευταίο μάλλον ήταν απίθανο. Κατά τη διάρκεια της ζωής του φαίνεται να είχε αποκτήσει σπουδαία φήμη λόγω του έργου του ενώ μάλλον ταξίδευε πολύ συμμετέχοντας σε ποιητικούς αγώνες. Ο Όμηρος ίσως να ήταν από τους πρώτους που συνέθεταν χρησιμοποιώντας τη γραφή. Επιπλέον, μάλλον κρατούσε ραβδί εγκαινιάζοντας το είδος της ραψωδίας. Ως τόπος θανάτου του έχει οριστεί η Ίος.

2.2. Το Ομηρικό ζήτημα

Με τον όρο αυτό ουσιαστικά συγκεντρώνουμε και ονομάζουμε όλες τις αμφιβολίες που έχουμε σχετικά με τη συγγραφή των έργων και την ίδια την ύπαρξη του Ομήρου. Τα κύρια ερωτήματα είναι συνοπτικά τα εξής:

- *Ο Όμηρος ήταν ιστορικό πρόσωπο;*
- *Τα γεγονότα που αφηγείται στα έργα του είναι πραγματικά; Αν έστω ένα μέρος τους είναι, τότε, ποιο είναι αυτό;*
- *Τα πρόσωπα που αναφέρονται στα έργα του Ομήρου είναι κι αυτά ιστορικά πρόσωπα;*
- *Τα κείμενα που σώζονται ήταν πάντα ενιαία ή το σημερινό σύνολο έχει λάβει την τελική του μορφή μετά από πολλές τροποποιήσεις και μεταγενέστερες προσθήκες; Στην περίπτωση αυτή, ποια τμήματα είναι όντως του Ομήρου και ποια προσθήκες; Ποιοί είναι αυτοί που τροποποίησαν το κείμενο του Ομήρου;*

- *Το σημερινό κείμενο βρίσκεται στην αρχική του μορφή ή έχει αλλάξει μορφή στην πάροδο των χρόνων μέσω της προφορικής εξάπλωσης, όπως δηλαδή συμβαίνει με τα σύγχρονα δημοτικά τραγούδια;*

Κανείς δε μπορεί να απαντήσει με βεβαιότητα στις παραπάνω ερωτήσεις καθώς δεν υπάρχουν αρχαιολογικά ευρήματα – τεκμήρια.

Πολλοί είναι οι επιστήμονες που υποστηρίζουν πως τα Ομηρικά έπη αποτελούν μέρος μιας μακροχρόνιας παράδοσης προφορικής διάδοσης ποιημάτων. Η παράδοση αυτή στηρίζεται στο έργο των αοιδών (< ᾄδω/ἀείδω > αοιδή, ᾠδή = τραγουδά, τραγούδι) της εποχής που φαίνεται πως ήταν σε θέση να απομνημονεύσουν σημαντικό όγκο στίχων και στη συνέχεια με τη συνοδεία μουσικού οργάνου να τους απαγγέλουν σε συναντήσεις διασκεδάζοντας το κοινό τους. Οι αοιδοί συνήθιζαν να αυτοσχεδιάζουν σε πολλές περιπτώσεις κρατώντας μόνο την πλοκή του έργου και όχι το περιεχόμενό του αυτούσιο. Οι ραψωδοί (<ράπτω + ᾠδή) που έκαναν την εμφάνισή τους μετά από τους αοιδούς δεν αυτοσχεδίαζαν αλλά μετέφεραν το έργο ολόκληρο. Αυτοί απήγγειλαν κρατώντας ραβδί το οποίο θεωρούταν θεόσταλτο και τους έδινε την εξουσία να απαγγέλουν. Οι τελευταίοι συνήθιζαν να ταξιδεύουν και να παίρνουν μέρος σε ραψωρικούς αγώνες με αποτέλεσμα τα έπη να ακούγονται σε ολόκληρο τον ελλαδικό χώρο από όλους τους ανθρώπους.

Οι υπέρμαχοι της παραπάνω θεωρίας στηρίζουν τα επιχειρήματά τους και στο γεγονός ότι διάφορα τμήματα των επών του Ομήρου διαφέρουν σε τέτοιο βαθμό μεταξύ τους τόσο στη γλώσσα που χρησιμοποιεί ο ποιητής όσο και στο ύφος, που τελικά φαίνεται σα να έχουν γραφτεί και στη συνέχεια ενωθεί από διαφορετικά άτομα.

Επιπλέον, θεωρείται σχεδόν απίθανο να καταγράφηκαν τα έπη καθώς τα απήγγειλε ο ίδιος ο Όμηρος λόγω των δυσκολιών της εποχής. Ενώ, το κείμενο όπως διαμορφώνεται σήμερα δεν έχει βρεθεί κάπου ενιαίο αλλά σε τμήματα.

Η επικρατέστερη θεωρία λέει πως τα έπη επιβίωσαν για πολλά χρόνια προφορικά και ύστερα καταγράφηκαν με ότι συνεπάγεται αυτό. Για αυτό ακριβώς το λόγο ο ποιητής ακολουθεί κάποιο μοτίβο επαναλαμβανόμενων περιόδων, με τυπικές σκηνές και τυποποιημένα επεισόδια και κάνει χρήση ειδικής τεχνητής διαλέκτου.

Όλα τα παραπάνω έμοιαζαν ιδανικά ώσπου οι αρχαιολόγοι άρχισαν να ανασκάπτουν τις θέσεις στις Μυκήνες και την Τροία οπότε και τα έπη άρχισαν να αποκτούν σάρκα και οστά. Μόνο τότε, τα παραπάνω ερωτήματα άρχισαν να αποκτούν σημαντικότερη βαρύτητα.

2.3. Γιατί τα Ομηρικά έπη θεωρούνται τόσο σπουδαία;

Υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις που μας φανερώνουν γιατί τα Ομηρικά έπη ακόμα και σήμερα, περίπου 30 αιώνες μετά τη γραφή τους, παραμένουν ίσως τα σπουδαιότερα έργα που έχει γράψει ποτέ ο άνθρωπος. Αυτές είναι:

- Το γεγονός ότι νίκησαν το χρόνο και κατάφεραν να διασωθούν ολοκληρωμένα σε αντίθεση με άλλα έργα της ίδιας περιόδου που δεν τα κατάφεραν πχ. τα Κύκλια έπη
- Για πολλούς αιώνες τα έπη αυτά ψυχαγωγούσαν και μόρφωναν τους αρχαίους Έλληνες ενώ αποτελούσαν σημαντική ένδειξη παιδείας και μόρφωσης. Μέχρι και σήμερα τα ίδια κείμενα διδάσκονται σε πολλές χώρες και γλώσσες του πλανήτη δημιουργώντας τα ίδια συναισθήματα σε όσους τα διαβάζουν.
- Άσκησαν τεράστια επίδραση στην αρχαία ελληνική και ρωμαϊκή λογοτεχνία όπου ύστερα στηρίχτηκαν ουσιαστικά όλα τα μεταγενέστερα έργα είτε αυτά έχουν σχέση με τη λογοτεχνία και τα γράμματα είτε με την κεραμική, τη ζωγραφική, τη γλυπτική, τη μουσική και τις λοιπές τέχνες. Ακόμα και σήμερα πολλοί σημαντικοί καλλιτέχνες συνεχίζουν να εμπνέονται από αυτά.

Χαρακτηριστικό είναι το εξής απόσπασμα:

Ο Νικήρατος, γιος του Αθηναίου στρατηγού Νικία (5ος αι. π.Χ.), ομολογεί:
«Ο πατέρας μου φροντίζοντας να γίνω σωστός άνθρωπος με έβαλε να μάθω όλα τα έπη του Ομήρου· και τώρα θα μπορούσα να απαγγείλω απ' έξω όλη την Ιλιάδα και την Οδύσσεια.»
(Ξενοφών, 4ος αι. π.Χ., Συμπόσιον, III, 5)

2.4. Οδύσσεια – η πλοκή του έπους

Κεντρικό θέμα της Οδύσσειας είναι ο νόστος του βασικού ήρωα, του Οδυσσέα. Ο ίδιος με τους συντρόφους του έχοντας βγει νικητές μετά τον Τρωικό πόλεμο, ταξιδεύει επί 20 χρόνια από την Τροία για να φτάσει στη γενέτειρά του, την Ιθάκη. Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού επισκέπτονται άθελά τους πολλές περιοχές ενώ έρχονται αντιμέτωποι με προκλήσεις και πρωτόγνωρες για τους ίδιους και τον αναγνώστη εμπειρίες.

Παράλληλα με το ταξίδι που διαδραματίζεται στη θάλασσα, ο ποιητής χρησιμοποιεί ως συμπληρωματικό θέμα την κατάσταση που επικρατεί στην Ιθάκη με τους μνηστήρες να διεκδικούν το χέρι της βασίλισσας, Πηνελόπης κάνοντας κατάχρηση του όρου της φιλοξενίας. Η Πηνελόπη για να εμποδίσει τον επικείμενο γάμο της με κάποιον από τους μνηστήρες, τους κοροιδεύει χρησιμοποιώντας διάφορα τεχνάσματα κερδίζοντας χρόνο έως την επιστροφή του νόμιμου συζύγου της και βασιλιά της Ιθάκης. Ταυτόχρονα, ο γιος του Οδυσσέα, Τηλέμαχος προσπαθεί να σταθεί αντάξιος της θέσης του.

Το έργο λοιπόν θα μπορούσε να χαρακτηριστεί «μεταπολεμικό» έπος εφόσον η υπόθεση εξελίσσεται μετά το τέλος του Τρωικού πολέμου. Επιπλέον, ο ηρωισμός του πρωταγωνιστή είναι περισσότερο καρτερικός παρά πολεμικός εφόσον τον απασχολεί πλέον να βρει τρόπο να επιστρέψει στην πατρίδα του και ύστερα να πολεμήσει παίρνοντας πίσω όσα του ανήκουν και έχουν παράνομα οικειοποιηθεί οι μνηστήρες.

Το έπος χωρίζεται σε 24 ραψωδίες και ουσιαστικά σε 3 μέρη. Αυτά είναι:

- Ραψωδίες α-δ. «Τηλεμάχεια»
Ο Τηλέμαχος με την ενθάρρυνση της θεάς Αθηνάς ταξιδεύει έως την Πύλο για να μάθει νέα για τον πατέρα του. Διαμένει δύο μέρες στη Σπάρτη ενώ παράλληλα οι μνηστήρες στην Ιθάκη σχεδιάζουν την εξόντωσή του. Η απόπειρά τους αποτυγχάνει.
- Ραψωδίες ε-ν (έως ραψ. ν στ.209). «Νόστος»
Ο Οδυσσέας με τους συντρόφους του προσπαθούν να προσπεράσουν τα εμπόδια που εμφανίζονται στο δρόμο τους για να φτάσουν στην Ιθάκη, την πατρίδα τους. Τελικά μόνο ο Οδυσσέας θα τα καταφέρει μετά από 20 χρόνια περιπλάνησης.
- Ραψωδίες ν-ω (από ραψ. ν στ.210). «Μνηστηροφονία»
Ο Οδυσσέας φτάνει στην Ιθάκη και με τη βοήθεια της θεάς Αθηνάς καταφέρνει να ξεγελάσει τους μνηστήρες, να τους παγιδέψει και τελικά να τους σκοτώσει. Με τον τρόπο αυτό παίρνει πίσω όσα του ανήκουν και ξαναγίνεται βασιλιάς. Συγκίνηση προκαλεί η επανένωση του Οδυσσέα με την οικογένειά του. Στο τέλος του έπους, οι συγγενείς των μνηστήρων ζητούν εκδίκηση για το θάνατο τους. Επεμβαίνουν οι θεοί και επιβάλλεται συμφιλίωση ανάμεσα στις δυο πλευρές.

2.5. Οδύσσεια – το ταξίδι του Οδυσσέα

Ο νόστος του Οδυσσέα διήρκησε 20 χρόνια. Σε αυτή τη χρονική περίοδο κατάφερε να ξεπεράσει όλες τις αντιξοότητες και να επιστρέψει στην πατρίδα του την Ιθάκη.

Το ταξίδι περιληπτικά εξελίχθηκε ως εξής:

Από την Τροία ως την Ωγυγία

Ο Οδυσσέας αναχωρεί από την Τροία νικητής με συνολικό στόλο 12 επανδρωμένων πλοίων. Τον στόλο του ακολουθούν και τα υπόλοιπα Ελληνικά καράβια. Οι Έλληνες κατάφεραν να κερδίσουν τους Τρώες με το τέχνασμα που εμπνεύστηκε ο ίδιος ο Οδυσσέας, το «Δούρειο Ίππο» προκαλώντας το μένος του ίδιου του θεού Ποσειδώνα ο οποίος θα φροντίσει να δυσκολέψει το ταξίδι της επιστροφής.

Η χώρα των Κικόνων

Η πρώτη στάση του στόλου πραγματοποιείται στη χώρα των Κικόνων, την Ισμαρίδα.

Εκεί γίνεται ο ανεφοδιασμός των πλοίων μετά από σφοδρή σύγκρουση με τον ντόπιο πληθυσμό. Στη σύγκρουση αυτή ο Οδυσσέας χάνει αρκετούς από τους συντρόφους του ενώ αποκόπτεται και από τον υπόλοιπο Ελληνικό στόλο.

Η χώρα των Λωτοφάγων

Μετά τον ανεφοδιασμό του πλοίου, ο Οδυσσέας και οι σύντροφοί του διασχίζουν ολόκληρο το Αιγαίο και κατευθύνονται νότια ώστε να προσπεράσουν τον Κάβο Μαλλιά της Λακωνίας πριν ανηφορίσουν και πάλι προς την Ιθάκη. Εκεί όμως μια τρομερή καταιγίδα τους αναγκάζει να χάσουν τον προσανατολισμό τους και τους οδηγεί στη χώρα των Λωτοφάγων. Φτάνοντας εκεί, ο Οδυσσέας στέλνει κάποιους από τους συντρόφους να αξιολογήσουν το μέρος. Αυτοί τρέφονται με λωτούς οι οποίοι τους προκαλούν αμνησία με αποτέλεσμα να ξεχάσουν για λίγο την πατρίδα. Ο Οδυσσέας αντιλαμβάνεται τον κίνδυνο και απομακρύνει ολόκληρο το πλήρωμα με τη βία από το συγκεκριμένο νησί επιστρέφοντας και πάλι στη θάλασσα.

Η χώρα των Κυκλώπων

Ο Οδυσσέας κατευθύνει το πλήρωμά του βορειοανατολικά ώστε να μπει σε τροχιά προς την Ιθάκη. Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού συναντά ένα βραχώδες νησί όπου σταματούν για να ξεκουραστούν. Εκεί ο ίδιος με μερικούς από τους συντρόφους του βρίσκουν καταφύγιο σε μια σπηλιά. Σύντομα συνειδητοποιούν ότι ο κάτοχος της σπηλιάς είναι ο μονόφθαλμος γίγαντας, γιος του Ποσειδώνα, ο Πολύφημος ο οποίος μόλις αντιλαμβάνεται την παρουσία τους, τρώει 6 από τους συντρόφους του Οδυσσέα. Ο τελευταίος αποφασίζει με δόλιο τρόπο να μεθύσει και μετά να τυφλώσει το γίγαντα για να καταφέρει να γλιτώσει τον ίδιο και τους εναπομείναντες συντρόφους. Αυτό και γίνεται. Τελικά απομακρύνονται από το νησί έχοντας όμως προκαλέσει τον έντονο θυμό του Ποσειδώνα.

Τα νησιά του Αιόλου

Επόμενος σταθμός για τον ήρωα και τους συντρόφους του είναι τα νησιά του Αιόλου, θεός των Ανέμων όπου φιλοξενούνται για ένα μήνα. Αναχωρώντας, ο θεός δωρίζει στον Οδυσσέα έναν ασκό όπου έχει παγιδεύσει όλους τους ενάντια προς την κατεύθυνσή τους ανέμους, με την προσταγή να μην τον ανοίξει κανείς πρωτού φτάσουν στην Ιθάκη. Οι σύντροφοι όμως, μη γνωρίζοντας τι κρύβεται στον ασκό και παραμελώντας τη διαταγή, τον ανοίγουν όταν ο Οδυσσέας αποκοιμείται και έτσι το πλοίο αλλάζει και πάλι βίαια κατεύθυνση.

Η γη των Λαιστρυγόνων

Οι άνεμοι τελικά κατευθύνουν τα πλοία στη γη των ανθρωποφάγων Λαιστρυγόνων. Εκεί οι γίγαντες μόλις αντιλαμβάνονται την ανθρώπινη ύπαρξη, ρίχνουν ένα μεγάλο βράχο προς τη θάλασσα με αποτέλεσμα να βουλιάξουν επι τόπου τα 11 από τα πλοία του στόλου. Ο Οδυσσέας έχει παραμείνει πια με ένα πλοίο και λιγοστούς συντρόφους.

Το νησί της μάγισσας Κίρκης

Ο Οδυσσέας με το μοναδικό πλοίο που του έχει απομείνει πλέει δυτικά ώσπου

συναντά ένα τροπικό νησί. Εκεί η μάγισσα Κίρκη μετατρέπει μερικούς από τους πεινασμένους συντρόφους του σε ζώα προσφέροντας τους τροφή. Ο Οδυσσέας καταφέρνει με τη βοήθεια του θεού Ερμή να τους χορηγήσει το αντίδοτο και να λύσει τα μάγια επαναφέροντας τους στην αρχική τους ανθρώπινη μορφή. Η Κίρκη γοητευμένη συμφωνεί να ελευθερώσει τους άντρες με τον όρο να παραμείνουν μαζί της στο νησί για έναν ολόκληρο χρόνο. Αυτό και γίνεται.

Άδης

Ο Οδυσσέας όντας απεγνωσμένος αποφασίζει πως το σωστό για τον ίδιο και τους συντρόφους του είναι να κατέβει στον Άδη, τον κόσμο των νεκρών και να πάρει χρησμό από τον τυφλό μάντη Τειρεσία. Εκεί είναι μόνος του και έρχεται σε επαφή με τη μάνα του και τους λοιπούς νεκρούς που προσπαθούν να τον κάνουν να παραμείνει. Τελικά, καταφέρνει να ξεπεράσει αυτή την προσωπική δοκιμασία και να πάρει το χρησμό. Η κάθοδος στον Άδη διαρκεί λιγότερο από 24 ώρες.

Το νησί των Σειρήνων

Η Κίρκη πριν αποχαιρετήσει τον Οδυσσέα, θέλοντας να τον βοηθήσει να φτάσει στην Ιθάκη, τον προειδοποίησε για τις Σειρήνες οι οποίες ήταν τερατόμορφα όντα με σώμα πουλιού και κεφάλι γυναίκας. Οι Σειρήνες συνήθιζαν να παγιδεύουν τους ταξιδιώτες με το τραγούδι τους. Ο Οδυσσέας φτάνοντας στο νησί τους και θυμώμενος τη συμβουλή της μάγισσας, διέταξε να κλείσουν οι σύντροφοι τα αυτιά τους με κερί και να δέσουν τον ίδιο στο κατάρτι του πλοίου. Έτσι κι έγινε, οι σύντροφοι συνέχισαν να κωπηλατούν όσο ο Οδυσσέας ανύμπορος να υποκύψει, άκουγε το τραγούδι των Σειρήνων. Με αυτό τον τρόπο πέρασαν αλώβητοι από αυτή τη δοκιμασία.

Το στενό της Σκύλλας

Έχοντας γλιτώσει από τις Σειρήνες, ο Οδυσσέας κατηύθυνε το πλοίο δυτικά προς την Ιθάκη. Εκεί συνάντησε το στενό πέρασμα στεριάς όπου παραμόνευε η Σκύλλα, μυθικό τέρας με πολλά κεφάλια που κατασπάραζε όποιον επιχειρούσε να διαβεί από τη μία μεριά ως την άλλη. Κατά τη διάρκεια της διάσχισης ωστόσο, η Σκύλλα κατάφερε να αποσπάσει και να θανατώσει τους πιο σπουδαίους και θαραλλέους συντρόφους του Οδυσσέα.

Η χώρα του Ηλίου

Μετά τη Σκύλλα, ο Οδυσσέας και το εναπομείναν πλήρωμα βρέθηκαν στη χώρα του Ηλίου, τη Θρινακία. Εκεί ο θεός διατηρούσε το κοπάδι των ιερών βοών του. Οι ήρωες της ιστορίας παρέμειναν στον τόπο αυτό με την άδεια του ίδιου του θεού για ένα ολόκληρο μήνα. Ο μοναδικός όρος που έθεσε ο θεός Ήλιος ήταν να μην πειράξει κανείς τα ιερά ζώα. Οι πεινασμένοι σύντροφοι ωστόσο μην καταφέροντας να ελέγξουν τους εαυτούς τους, έσφαξαν και έφαγαν τα ζώα με αποτέλεσμα να προκαλέσουν την οργή του θεού ο οποίος με τη σειρά του τους παρέσυρε ξανά προς τη θάλασσα.

Η Χάρυβδη

Αφού κατάφεραν να επιβιώσουν από τη μανία του θεού Ήλιου, ο Οδυσσέας και οι

σύντροφοί του βρέθηκαν μπροστά στο μυθικό τέρας με το όνομα Χάρυβδη. Το θαλάσσιο αυτό τέρας διέθετε ένα τεράστιο στόμα με το οποίο κατάφερνε να ρουφήξει κάθε παρουσία που βρισκόταν κοντά της. Αυτό συνέβη και στους ήρωές μας οι οποίοι για πρώτη φορά δεν καταφέρνουν να αντιδράσουν και πεθαίνουν. Ο μόνος που επιβίωσε ήταν ο Οδυσσέας ο οποίος συνέχισε το ταξίδι της επιστροφής μόνος του πια, χωρίς πλοίο. Ο Οδυσσέας κατάφερε να σωθεί χρησιμοποιώντας την καρένα του πλοίου ως σχέδια. Με αυτή συνέχισε την περιπλάνησή του στη θάλασσα.

Το νησί της Καλυψούς

Ο ταλαιπωρημένος Οδυσσέας φτάνει τελικά μισοπεθαμένος στην Ωγυγία, το νησί της θεάς Καλυψούς, κόρη του Άτλαντα. Εκεί τον περιθάλλει η ίδια η θεά η οποία τελικά γίνεται ερωμένη του. Χάνοντας την αίσθηση του χρόνου, ο Οδυσσέας παραμένει στο νησί, δίπλα στην Καλυψώ για 7 ολόκληρα χρόνια. Μόλις συνειδητοποιεί το πόσο χρόνο έχει χάσει εκεί, παρακαλά τη θεά να τον βοηθήσει να κατασκευάσει μια σχέδια για να συνεχίσει το ταξίδι του προς την Ιθάκη. Η θεά τελικά υποκύπτει και με την παρότρυνση των θεών και παρά τη θέλησή της αποχωρίζεται τον Οδυσσέα.

Το νησί των Φαιάκων

Ο Οδυσσέας περιπλανήθηκε άπνους στη θάλασσα για 17 ολόκληρες μέρες. Τη 18^η μέρα τον αντλήθηκε ο Ποσειδώνας δημιουργώντας μια φοβερή καταιγίδα με αποτέλεσμα να καταστραφεί η σχέδια και ο ίδιος σχεδόν να πεθάνει. Τρεις μέρες πάλευε με τα κύματα ο Οδυσσέας πριν τελικά φτάσει στο καταπράσινο νησί των Φαιάκων, τη Σχερία. Εκεί, οι κάτοικοι τον υποδέχονται με χαρά και τον οδηγούν στο παλάτι. Το έθιμο της φιλοξενίας εξελίσσεται σε όλο του το μεγαλείο. Οι Φαίακες, συγκινημένοι από τις περιπέτειες που τους διηγείται ο ήρωας, του κάνουν δώρο ένα επανδρωμένο πλοίο με το οποίο φροντίζουν να επιστρέψει σώος στην πατρίδα του, την Ιθάκη.

Η επιστροφή στην Ιθάκη

Μετά από 20 χρόνια περιπλάνομενος στη θάλασσα, ο Οδυσσέας καταφέρνει να ολοκληρώσει το ταξίδι του και να επιστρέψει στην Ιθάκη. Εκεί η θεά Αθηνά τον μεταμορφώνει σε ζητιάνο ώστε να μην τον αναγνωρίσει κανείς και τον προτρέπει να επισκεπτει την καλύβα του ζητιάνου Εύμαιου για να πληροφορηθεί για το τι συμβαίνει με τους μνηστήρες. Συγκίνηση προκαλεί η συνάντηση του ήρωα με τον σκύλο του, Άργο ο οποίος ξεψυχά μόλις τον αντικρίζει και τον αναγνωρίζει ανακουφισμένος μετά από τα τόσα χρόνια προσμονής. Εκεί ο Οδυσσέας έρχεται σε επαφή με τον γιο του, Τηλέμαχο, ο οποίος τον βοηθά και τον προστατεύει κατά την επίσκεψή τους στο παλάτι όπου όλοι τον χλευάζουν. Η Πηνελόπη ανακοινώνει ότι εφόσον ο γιος της ενηλικιώνεται, σχεδιάζει να διεξάγει έναν αγώνα τοξοβολίας με σκοπό να παντρευτεί το νικητή. Έτσι κι έγινε. Κατά τη διάρκεια του αγώνα, κανείς δεν κατάφερε να περάσει τη χορδή του τόξου στο σωστό σημείο εκτός από τον ζητιάνο. Την κατάλληλη στιγμή ο Οδυσσέας επανήλθε στην κανονική του όψη και με τη βοήθεια του γιου του και μερικών έμπιστων υπηρετών, εξόντωσε όλους τους μνηστήρες. Με τον τρόπο αυτό ξαναπήρε στα χέρια του την εξουσία και όσα του ανήκαν. Συγκίνηση στην αφήγηση προκαλεί η επανένωση με την πιστή Πηνελόπη.

Τέλος, οι συγγενείς των νεκρών μνηστήρων διψώντας για εκδίκηση, επισκέπτονται το παλάτι όπου τους υποδέχονται ο Λαέρτης, ο Οδυσσέας και ο Τηλέμαχος δηλαδή παππούς, πατέρας και υιός. Με την παρέμβαση των θεών, αποφεύγεται η σύγκρουση, επικρατεί η συμφιλίωση και η ειρήνη και ο Οδυσσέας κερδίζει και πάλι όσα έχει στερηθεί τόσα χρόνια.

Το ταξίδι του Οδυσσέα διαρκεί 20 χρόνια καθώς 10 χρόνια διαρκεί ο Τρωικός πόλεμος και άλλα 10 η περιπλάνησή του στη θάλασσα. Ο Όμηρος ωστόσο αναδιορθώνει και εντάσει τα γεγονότα στη διάρκεια 41 ημερών.

2.6. Η γεωγραφία της Οδύσσειας

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, υπάρχουν πολλά προβλήματα που συναντούν οι ερευνητές στην προσπάθεια να κατανοήσουν το έργο του Ομήρου. Ένα από τα σημαντικότερα αυτών είναι η γεωγραφία.

Κανείς δε μπορεί να πει με βεβαιότητα αν ο Όμηρος περιγράφει φανταστικές ή πραγματικές τοποθεσίες στο έπος του κι αυτό διότι τα αρχαιολογικά ευρήματα, που δε θα άφηναν περιθώρια για διλήμματα, είτε είναι λιγοστά είτε λείπουν παντελώς.

Οι περισσότεροι φιλόλογοι, αρχαίοι και σύγχρονοι αρνούνται να μουν στη διαδικασία να ταυτοποιήσουν τις τοποθεσίες που περιγράφονται στην Οδύσεια με πραγματικές γεωγραφικές θέσεις. Αυτό συμβαίνει διότι αντιλαμβάνονται τον Όμηρο όπως πραγματικά ήταν, ως ποιητή, ο οποίος χρησιμοποιεί την αφήγησή του για να προκαλέσει τα συναισθήματα του ακροατή και στη συνέχεια να του πεταδώσει τη σοφία του. Αρνούνται λοιπόν ότι ο ποιητής γράφει προσπαθώντας να αποδώσει την ιστορική αλήθεια και τα πραγματικά γεγονότα. Υποστηρίζουν πως ο Όμηρος μέσα από το έργο του το μόνο που προσπαθεί να καταφέρει είναι να μεταδώσει το μήνυμά του, το οποίο δεν είναι άλλο από το ότι το σημαντικότερο όλων είναι να φτάνει κανείς στο στόχο του, όποια κι αν είναι τα εμπόδια που θα συναντήσει μπροστά του.

Ανεξάρτητα από τα όσα υποστηρίζουν οι φιλόλογοι, η ταύτιση των τόπων του έργου με πραγματικές τοποθεσίες αποτελεί έως σήμερα πρόκληση για πολλούς αναλυτές οι οποίοι σε πολλές περιπτώσεις βλέπουν το κείμενο να παίρνει σάρκα και οστά αντικρίζοντας το γεωγραφικό χάρτη.

Η γενικότερη παραδοχή, σε αυτούς τους επιστημονικούς κύκλους, θέλει το ταξίδι του Οδυσσέα να εξελίσσεται στη Μεσόγειο και όχι μόνο το Αιγαίο και το Ιόνιο πέλαγος όπως θα περίμεναν οι περισσότεροι. Υπάρχουν ωστόσο και κάποιοι ερευνητές του έργου του Ομήρου που υποστηρίζουν πως ο Οδυσσέας κατάφερε να πλεύσει εκτός Μεσογείου, στον Ατλαντικό ωκεανό φτάνοντας έως και το Βόρειο πόλο ωστόσο η θεωρία αυτή φαντάζει μάλλον ακραία.

Γενικότερα, η ταύτιση των περιοχών, όπως αναφέρεται και παραπάνω, στηρίζεται στην περιγραφή του Ομήρου και όχι σε αρχαιολογικά ευρήματα. Οι αναλυτές δηλαδή

μεταφράζουν το αρχαίο κείμενο όσο πιο ορθά μπορούν και στη συνέχεια, υπολογίζοντας την ταχύτητα των πλοίων εκείνης της εποχής και ταυτόχρονα συγκρίνοντας τις περιγραφές με άλλα γνωστά κείμενα της ίδιας ή μιας μεταγενέστερης περιόδου, προσπαθούν να αναγνωρίσουν πραγματικές περιοχές στο χάρτη. Οι πληροφορίες που αντλούν από άλλα κείμενα προέρχονται κυρίως από έργα του Ηροδότου, του Στράβωνα, του Πλουτάρχου κλπ.

Οι τόποι του έργου ταυτίζονται με πραγματικές τοποθεσίες ως εξής:

Τροία/Ιλιον → Τρογυα, Τουρκία

Η αρχαία πόλη της Τροίας είναι από τις λίγες θέσεις που περιγράφονται στο έργο του Ομήρου και έχουν έρθει στο φως μέσω της αρχαιολογικής σκαπάνης. Βρίσκεται στα παράλια της Τουρκίας και ανεσκάφη από τον Ερρίκο Σλήμαν το 1870 μετά από πολλά χρόνια άκαρπων επιχειρήσεων. Ο ίδιος αποφάσισε να αναζητήσει την πόλη στη συγκεκριμένη περιοχή ακολουθώντας τις περιγραφές του Ομήρου και του Στράβωνα στη «Γεωγραφία» του.

Χώρα των Κικόνων → Μαρώνεια, Ελλάδα

Οι περιγραφές του Στράβωνα ταιριάζουν με αυτές του Ομήρου κι έτσι η Ίσμαρος ταυτίζεται με τη σημερινή Μαρώνεια που βρίσκεται στη Ροδόπη της Θράκης. Η περιοχή ήταν και παραμένει έως σήμερα πλούσια σε αμπελώνες ενώ φημίζεται για την παραγωγή οίνου. Όπως περιγράφεται στο έργο, ο Οδυσσέας ανεφοδίασε τα πλοία του εκεί και στη συνέχεια, με το ίδιο κρασί κατάφερε να μεθύσει τον Πολύφημο λίγο πριν τον τυφλώσει. Η αρχαιολογική έρευνα έχει αναδείξει αρχαία “πατητήρια” σταφυλιών τα οποία ήταν λαξευμένα στους βράχους και φυσικά συντελούσαν στην παραγωγή.

Χώρα των Λωτοφάγων → νησί Τζέρμπα, Τυνησία

Οι ερευνητές φτάνουν στο συμπέρασμα ότι το νησί Τζέρμπα είναι ο επόμενος προορισμός υπολογίζοντας το χρόνο. Έτσι, ένα πλοίο που βρίσκεται στον Κάβο Μαλιά και διατηρεί κατεύθυνση δυτική (προς την Ιθάκη), παρασυρόμενο από τρικυμία για 9 ημέρες, μάλλον θα έφτανε στην Αφρική.

Επιπλέον, ο Ηρόδοτος στην «Ιστορία» του τοποθετεί στην ίδια περιοχή την ύπαρξη ενός λαού, των Γινδάνων, οι οποίοι τρέφονται με λωτούς.

Η περιγραφή αυτή ταιριάζει με τον παραπάνω υπολογισμό.

Χώρα των Κυκλώπων → Σικελία, Ιταλία

Ο Θουκυδίδης στην «Ιστορία» του μας πληροφορεί πως οι παλαιότεροι κάτοικοι της Σικελίας ήταν οι Κύκλωπες. Για το λόγο αυτό κι εμείς τοποθετούμε τη χώρα τους στο συγκεκριμένο μέρος το οποίο βρίσκεται ανατολικά της Τυνησίας, όπως ακριβώς θα έπρεπε να κατευθυνθεί κάποιος αν ήθελε να ξαναμπει σε κατεύθυνση προς την Ιθάκη.

Νησιά του Αιόλου → Λιπάρες νήσοι, Ιταλία

Στην περιοχή που πλέον κινείται ο Οδυσσέας με τους συντρόφους του, υπάρχει ένα σύμπλεγμα νησιών, οι Λιπάρες νήσοι ή αλλιώς Αιολίδες. Τα νησιά αυτά ενώ μοιάζουν ιδανικά για αγκυροβόλιο, είναι αρκετά ευάλωτα στους ανέμους που πνέουν

στην περιοχή με αποτέλεσμα οι θύελλες να είναι συχνό φαινόμενο. Αυτό, συμβάλλει στην πλοκή του έργου.

Γη των Λαιστρυγόνων → Σαρδηνία, Ιταλία

Οι ερευνητές ταυτίζουν τη γη των Λαιστρυγόνων με το λιμάνι Πότσο της Σαρδηνίας. Αυτό συμβαίνει λόγω της περιγραφής του Ομήρου ο οποίος παρουσιάζει την περιοχή του λιμανιού ως ένα σημείο βραχώδες το οποίο περιβάλλεται σχεδόν από δύο μακριές λωρίδες γης δημιουργώντας ένα πολύ στενό στόμιο απ' όπου εισέρχονται τα πλοία. Η περιγραφή ταιριάζει τέλεια με το στενό όρμο του Porto Pozzo.

Επιπλέον, η τοποθεσία βοηθά στην πλοκή του έργου καθώς βρίσκεται ακριβώς στην αντίθετη κατεύθυνση απ' ότι η Ιθάκη.

Νησί της Κίρκης → Όρος Κίρκαιο, Ιταλία

Ο Όμηρος περιγράφει το νησί της Κίρκης ως έναν τόπο με πολλές σπηλιές στο οποίο ζουν οι κάπροι, δηλαδή οι άνθρωποι τους ο οποίους η μάγισσα έχει μεταμορφώσει σε ζώα. Η περιγραφή αυτή ταιριάζει με το Monte Circeo της Ιταλίας, περιοχή που μπορεί να μην ανήκει σε νησί ωστόσο δίνει την ίδια αίσθηση στον επισκέπτη. Ακόμη και σήμερα στην περιοχή ζουν χοίροι και κάπροι.

Επιπλέον, ο Θεόφραστος στο έργο του «Περί Φυτών» περιγράφει την περιοχή ως ένα ψηλό ακρωτήριο όπου φυτρώνουν βελανιδιές, δάφνες και μυρτιές (ιδανικές τροφές για τους κάπρους) ενώ σύμφωνα με τους ντόπιους, εκεί ζούσε η μάγισσα Κίρκη.

Νησί των Σειρήνων → Νήσοι Γκάλλι, Ιταλία

Ο Όμηρος δε δίνει ακριβή περιγραφή της περιοχής όπου ζουν οι Σειρήνες. Για το λόγο αυτό υπάρχουν πολλές περιοχές που τον διεκδικούν. Άλλοι αναλυτές πιστεύουν πως βρίσκεται στα νησιά Γκάλλι της Ιταλίας, και άλλοι στη Νάπολι. Ο Στράβωνας στα «Γεωγραφικά» προσθέτει ότι στην περιοχή βρέθηκε μνήμα της Παθινόπης, μιας εκ των Σειρήνων.

Στενό της Σκύλλας και της Χάρυδης → Μεσσήνη, Ιταλία

Η συγκεκριμένη περιοχή ταιριάζει τέλεια με την πλοκή του έργου και την περιγραφή του Ομήρου. Ο ποιητής αναφέρει ότι από τη μια μεριά βρίσκεται η Σκύλλα και από την άλλη υπάρχει η Χάρυβδη που ρουφάει τα πλοία. Στην πραγματικότητα, όντως στη Μεσσήνη από τη μια μεριά υψώνονται μεγάλοι τετράγωνοι βράχοι (όπου θα ζούσε το τέρας) και στην άλλη δημιουργούνται πολύ συχνά δίνες λόγω των επικίνδυνων υποθαλάσσιων ρευμάτων. Ο Οδυσσέας και οι σύντροφοί του προτίμησαν να περάσουν από εκεί για να αποφύγουν τις Συμπληγάδες πέτρες που ανοιγόκλειναν διαλύοντας τα πλοία. Στην περιοχή δεσπόζουν οι Pietra Lunga και Pietra Menalda που επίσης ταιριάζουν στην περιγραφή.

Χώρα του Ηλίου → Σικελία, Ιταλία

Ο Οδυσσέας μετά από το στενό της Σκύλλας φτάνει στη χώρα του θεού Ηλίου που βρίσκεται σε κοντινή απόσταση, πριν καταλήξει στη Χάρυβδη. Η βόρεια πλευρά της Σικελίας ταιριάζει στην πλοκή του έργου.

Νησί της Καλυψούς → Γκόζο, Μάλτα

Ο Οδυσσέας σχεδόν νεκρός ξεβράζεται σε ένα κοντινό νησί της Μεσογείου. Το νησί Γκόζο της Μάλτας ταιριάζει στην πλοκή του έργου.

Επιπλέον, η Καλυψώ βοηθά τον Οδυσσέα να επιστρέψει στην Ιθάκη δίνοντάς του μια κατεύθυνση. Του λέει δηλαδή να έχει στο αριστερό χέρι την Άρκτο και στο δεξί την Πούλια. Αν ακολουθήσουμε αντίστροφα τις οδηγίες από την Ιθάκη προς τη Μάλτα, θα δούμε πως ταιριάζουν.

Νησί των Φαιάκων → Κέρκυρα, Ελλάδα

Ο Όμηρος κάνει λόγο για ένα καταπράσινο νησί, σε κοντινή απόσταση από την Ιθάκη όπου η φήμη του είναι διαδεδομένη ώστε να τον αναγνωρίσουν και να τον βοηθήσουν να επιστρέψει στην πατρίδα του. Η περιγραφή αυτή ταιριάζει με τη σημερινή Κέρκυρα από όπου κατάγονταν έμπειροι ναυτικοί που θα μπορούσαν εύκολα να βάλουν τέλος στο γολγοθά του Οδυσσέα.

Επιπλέον, ο Θουκυδίδης μαρτυρεί πως οι σύγχρονοι σε αυτόν Κερκυραίοι ήταν περήφανοι που το νησί του είχε κατά το παρελθόν κατοικηθεί από τους Φαίακες οι οποίοι ήταν άριστοι ναυτικοί. Οι ίδιοι υποστήριζαν πως από αυτούς “κληρονόμησαν” τη ναυτοσύνη.

Ιθάκη → Ιθάκη ή Λευκάδα

Όσον αφορά την πατρίδα του Οδυσσέα, την Ιθάκη, θα μπορούσαμε να πούμε πως έχει υπάρξει αφορμή για τις περισσότερες συζητήσεις σχετικά με το που βρίσκεται ως τοποθεσία στο χάρτη.

Πολλοί αρχαιολόγοι και ερευνητές προσπάθησαν και προσπαθούν ακόμη και σήμερα μάταια να την εντοπίσουν. Ανάμεσά τους και ο Σλήμαν που ξεκίνησε τις ανασκαφές του στη σημερινή Ιθάκη ήδη από το 1868, δυστυχώς, χωρίς αποτέλεσμα. Ο ίδιος με την ομάδα του επέστρεψε δέκα χρόνια μετά για να συνεχίσει την έρευνα του ωστόσο ούτε τη δεύτερη φορά το εγχείρημα ευδοκίμησε. Ένα από τα μέλη της ομάδας του ήταν ο Δέρπφελντ (Dorpfeld) ο οποίος συνέχισε την έρευνα στο νησί χωρίς αποτέλεσμα. Ο ίδιος ωστόσο απογοητευμένος άρχισε να ψάχνει κι αλλού την Ιθάκη. Έτσι, μετά από λίγα χρόνια ξεκίνησε τις ανασκαφές στη Λευκάδα. Η περιγραφή του Ομήρου ταιριάζει στις περισσότερες περιπτώσεις τέλεια σε αυτό το νησί (το οποίο δεν ονομάζει καθόλου στο έργο σε αντίθεση με τα υπόλοιπα Επτάνησα) ενώ τα ευρήματα του Δέρπφελντ ήταν εντυπωσιακά. Τότε ήταν που ο επιστημονικός χώρος χωρίστηκε στα δύο, ανάμεσα σε αυτούς που πίστεψαν ότι η Λευκάδα ήταν η Ομηρική Ιθάκη εν τέλει και σε αυτούς που συνέχισαν να πιστεύουν ότι το νησί του Οδυσσέα είναι αυτό της σημερινής Ιθάκης. Αυτό είναι το γνωστό “Ζήτημα Ιθάκης” το οποίο υπήρξε για τουλάχιστον 30 χρόνια. Δυστυχώς, σε μεταγενέστερο χρόνο οπότε και έγινε η χρονολόγηση των ευρημάτων στη Λευκάδα, η θεωρία του Δέρπφελντ κατέρρευσε καθώς η σκαπάνη είχε φέρει στο φως κτερίσματα προηγούμενης περιόδου. Η όλη σύγχυση που δημιουργήθηκε τότε έχει κυριαρχήσει ακόμα και σήμερα παρότι η βρετανική αρχαιολογική σχολή μέσα από πολλές έρευνες και ανασκαφές έχει προοδεύσει σημαντικά και υποστηρίζει καθαρά πως η σημερινή Ιθάκη είναι η πατρίδα του Οδυσσέα.

Το παλάτι του Οδυσσέα δεν έχει βρεθεί ακόμα ωστόσο είναι σύνηθες το φαινόμενο να χάνονται οι αποδείξεις ύπαρξης μιας αρχαίας κατοίκησης ειδικά όταν μια τοποθεσία δεν εγκαταλείπεται ποτέ και κατοικείται συνεχόμενα ανά τους αιώνες.

Βιβλιογραφία

Κακριδής Ιωάννης (2008), *Προομηρικά Ομηρικά Ησιόδεια*, Βιβλιοπωλείον της Εστίας, Αθήνα

Καρανικόλας Νικόλας (2002), Ένας Χαρτογραφικός Διάπλους στο Μύθο και τη Γεωγραφία της Οδύσσειας, Θεσσαλονίκη

Κέντρο Οδυσσειακών Σπουδών (1986), *Ιλιάδα και Οδύσσεια, Μύθος και Ιστορία*, από τα Πρακτικά του Δ' Συνεδρίου για την Οδύσσεια, Ιθάκη

Σαμαρά Μαρία, Τοπούζης Κωνσταντίνος, *Αρχαία Ελληνικά/ Ομηρικά Έπη/ Οδύσσεια – Α' Γυμνασίου*, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού

Κεφάλαιο 3 – Marketing Plan

3.1. Εισαγωγή

Έχοντας αναφέρει και αναλύσει τα χαρακτηριστικά του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, είναι η ώρα να εφαρμόσω τις γνώσεις μου για τη δημιουργία ενός marketing plan.

Το πλάνο αυτό αφορά σε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τομέα του yachting. Το νέο προϊόν που θα δημιουργηθεί μέσω του πλάνου έχει σκοπό να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς στην οποία απευθύνεται.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί, θα μελετηθούν τα χαρακτηριστικά του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης καθώς και τα γνωρίσματα του νέου θαλάσσιου και πολιτιστικού προϊόντος.

3.2. Συνοπτική Περιγραφή Επιχείρησης «Greek Island Odyssey»

Η «Greek Island Odyssey» είναι μια επιχείρηση που πρόκειται να λειτουργήσει στο μέλλον στον Ελλαδικό χώρο. Όπως φανερώνει και το όνομά της, πρόκειται για επιχείρηση τουριστικού ενδιαφέροντος που θα προσπαθήσει να ενώσει τα νησιά της χώρας δημιουργώντας μια σύγχρονη «Οδύσσεια».

Πιο συγκεκριμένα, η επιχείρηση θα δραστηριοποιηθεί στον τομέα του yachting. Οι ενδιαφερόμενοι θα ναυλώνουν τα σκάφη της επιχείρησης για να περιηγηθούν στα Ελληνικά νησιά. Αυτό ωστόσο από μόνο του δεν είναι πρωτόπορο ούτε μοναδικό καθώς πολλές επιχειρήσεις λειτουργούν έτσι.

Για το λόγο αυτό, η «Greek Island Odyssey» έχει σχεδιάσει δύο μοναδικά προϊόντα που σκοπό έχουν να ενθουσιάσουν τους πελάτες της. Τα προϊόντα αφορούν στη δημιουργία περιηγήσεων, “tours” που σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες που τις συνοδεύουν, μετατρέπουν το ταξίδι σε εμπειρία.

Η επιχείρηση διαθέτει 10 ιστιοφόρα σκάφη τα οποία ξεκινούν από την ανατολή και συγκεκριμένα το νησί της Σάμου, γενέτειρα του Ομήρου και καταλήγουν στη δύση, την Ιθάκη. Στη διαδρομή, ως σύγχρονος Οδυσσέας, ο ταξιδιώτης έχει την ευκαιρία να ξεναγηθεί σε σημαντικά αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία της χώρας, να περιηγηθεί σε ηφαίστεια και άλλα μοναδικά φυσικά αξιοθέατα καθώς και να απολαύσει το ιδιωτικό μπάνιο του στα νερά του Αιγαίου. Οι δραστηριότητες είναι πολλές και ποικίλλουν ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις της εκάστοτε αγοράς στην οποία απευθύνονται.

Το σημαντικό για την επιχείρηση και τους εργαζόμενούς της είναι ο ταξιδιώτης να επιστρέψει στην πατρίδα του έχοντας βιώσει αυθεντικές εμπειρίες και δημιουργήσει

ανεξίτηλες αναμνήσεις, τις οποίες στη συνέχεια θα διηγηθεί στην οικογένειά του, τους φίλους του ή τους ακόλουθούς του στα social media προσεγγίζοντας άλλους δυνητικούς πελάτες για την επιχείρηση.

3.3. Γενικά Στοιχεία Λειτουργίας

Χρονικά, η «Greek Island Odyssey» πρόκειται να λειτουργήσει αμέσως μετά τη λήξη της πανδημίας του Covid-19 αφού οι ιδιοκτήτες της θέλουν να “εκμεταλλευτούν” την έντονη επιθυμία όλων μας για ταξίδια και διακοπές, ανάγκες που στερηθήκαμε για παραπάνω από 1 χρόνο.

Οργανωτικά, η επιχείρηση έχει τη μορφή πυραμίδας όπου στην κορυφή βρίσκονται οι ιδιοκτήτες της, στο μεσαίο επίπεδο βρίσκονται οι εργαζόμενοι «γραφείου» οι οποίοι οργανώνουν τις δραστηριότητες και τις απαραίτητες λειτουργίες και τέλος, στο κατώτερο επίπεδο βρίσκονται οι skippers και οι ναύτες ή οι hostesses. Η απόδοση του συνόλου είναι συνάρτηση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού και των διαδικασιών που ακολουθήθηκαν από το ένα επίπεδο στο άλλο.

Όπως είναι αναμενόμενο, η επιχείρηση θα λειτουργεί ολόκληρο το χρόνο ωστόσο, το ανθρώπινο δυναμικό που θα δραστηριοποιείται σε αυτή θα απασχολείται, εν μέρει, εποχιακά. Ως μόνιμο προσωπικό νοείται το top management και τα τμήματα marketing και κρατήσεων. Όσοι εργαζόμαστε σε operational πόστα δυστυχώς δε θα μπορούν να διατηρηθούν στην εργασία τους και τους 12 μήνες του έτους.

3.4. Όραμα, Αποστολή και Σκοποί της Επιχείρησης

Το όραμα της «Greek Island Odyssey» είναι να καταφέρει να εδραιωθεί στους τουριστικούς κύκλους ως η καλύτερη επιλογή για όσους αναζητούν την αυθεντικότητα στις θαλάσσιες τους περιηγήσεις.

Η αποστολή της επιχείρησης είναι να παρέχει υπηρεσίες ειδικά σχεδιασμένες για τις ιδιαίτερες ανάγκες του κάθε ταξιδιώτη που την εμπιστεύεται. Το ήθος, ο επαγγελματισμός και ο σεβασμός στον πολιτισμό, τη φύση και την παράδοση του τόπου χαρακτηρίζουν όλα τα μέλη της επιχείρησης, τα οποία προσπαθούν διαρκούν να διατηρήσουν την παροχή υπηρεσιών σε υψηλό επίπεδο.

Οι σκοποί της «Greek Island Odyssey» είναι οι εξής:

- Να εδραιωθεί ως επιχείρηση yachting στον τουριστικό κλάδο.
- Να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της κατά 10% τα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.
- Να επεκτείνει περαιτέρω τον κύκλο της – tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικά σαλόνια (εκτός Ευρώπης και Αμερικής).

3.5. Στόχος και Στρατηγικές της Επιχείρησης

Ο στόχος της επιχείρησης είναι να αυξήσει σταδιακά το μερίδιο αγοράς και να εξαπλωθεί και σε άλλες αγορές-στόχους. Για να το πετύχει αυτό θα πρέπει σταδιακά να μεγιστοποιήσει τον στόλο της και να δημιουργήσει νέα προσφερόμενα πακέτα διακοπών.

Η στρατηγική που θα επιλέξει σε επίπεδο επιχειρηματικής μονάδας η «Greek Islands Odyssey» είναι αυτή της Εστίασης με βάση τη Διαφοροποίηση καθώς θα επιλέξει να εστιάσει την προσοχή της σε συγκεκριμένες μερίδες τουριστών και στη συνέχεια, με γνώμονα τη μοναδικότητα του προϊόντος που προσφέρει, θα δώσει βάση στην τήρηση των παρεχόμενων τουριστικών πακέτων και την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου σε κάθε φάση της εμπειρίας του πελάτη της.

Η στρατηγική αυτή είναι που θα βοηθήσει την επιχείρηση να εξασφαλίσει σταδιακά και μεθοδικά όχι μόνο την επιβίωσή της αλλά και την επίτευξη του στόχου της.

3.6. Ανάλυση PEST - Γενικευμένο Περιβάλλον της Επιχείρησης

3.6.1. Πολιτικό Περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον μιας χώρας είναι εξαιρετικά σημαντικό για τους πολίτες της και φυσικά τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτή καθώς ορίζει την ομαλή λειτουργία της τόσο σε επίπεδο θεσμών όσο και νομοθεσίας, φορολογίας κλπ. Η πολιτική σταθερότητα μιας χώρας σήμερα είναι καθοριστική για την οικονομική της ευμάρεια και άνθιση.

Η Ελλάδα μετά από ένα μεγάλο χρονικό διάστημα πολιτικής αναταραχής και οικονομικής κρίσης, φαίνεται να διανύει μια περίοδο σταθερότητας αφού δεν προκύπτει πουθενά η προκήρυξη πρόωρων εκλογών. Η παρούσα κυβέρνηση της Νέας Δημοκρατίας, όπως όλα δείχνουν, θα ολοκληρώσει κανονικά την 4ετία χωρίς την ύπαρξη κάποιου πολιτικού σκανδάλου που θα δημιουργούσε άσχημη εικόνα για τη χώρα στο εξωτερικό αυτής.

Φυσικά, το 2020 δεν ήταν μια εύκολη χρονιά για την Ελλάδα και ολόκληρο τον κόσμο λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού Covid-19 που άλλαξε τα δεδομένα όλων τόσο σε επίπεδο οικονομικό όσο κυρίως κοινωνικό καθώς η απειλή αυτή ανάγκασε τον κόσμο να απομακρυνθεί (κυριολεκτικά). Λογικό είναι ο τουρισμός να δεχτεί το μεγαλύτερο πλήγμα καθώς η φύση του ταξιδιού και των διακοπών είναι άκρως αντίθετη με τις νέες συνθήκες ζωής που μας επιβλήθηκαν. Έτσι, τα ξενοδοχεία, τα τουριστικά γραφεία και γενικά όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού παρέμειναν κλειστές τουλάχιστον για το πρώτο εξάμηνο του 2020.

Όπως εκτιμά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, η πανδημία της λοίμωξης COVID-19 στοίχισε 320 δισεκατομμύρια δολάρια σε απολεσθέντα έσοδα για τον τουριστικό τομέα παγκοσμίως, από τον Ιανουάριο μέχρι τον Μάιο. Επίσης, το ίδιο διάστημα, ο αριθμός των διεθνών τουριστών μειώθηκε κατά 56% (σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019), ποσοστό που αντιστοιχεί σε 300 εκατομμύρια επισκέπτες.

Το Σεπτέμβριο του 2020, ο πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης προανήγγειλε την ύπαρξη μέτρων για την ενίσχυση της οικονομίας για το 2021. Μεταξύ άλλων αυτά περιελάμβαναν τη μείωση ασφαλιστικών εισφορών κατά 3 μονάδες, την κατάργηση της εισφοράς αλληλεγγύης για ιδιωτικούς υπαλλήλους και αγρότες, πρόγραμμα επιδότησης για 100.000 νέες θέσεις εργασίας, το πρόγραμμα «Συν-Εργασία», τη χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω της επιστροφέας προκαταβολής, την κατάργηση του ΕΝΦΙΑ στα 26 μικρότερα νησιά, την επέκταση του μειωμένου συντελεστή ΦΠΑ για έξι μήνες, την παράταση των επιδομάτων ανεργίας για όσους παρέμειναν άνεργοι τους καλοκαιρινούς μήνες και μετά τη λήξη της επιδότησής τους κλπ.

Πιο συγκεκριμένα, για τον τομέα του τουρισμού, ο υφυπουργός τουρισμού, Μάνος Κόνσολας προανήγγειλε τον τρίτο γύρο επιστροφέας προκαταβολής ύψους 1,5 δις ευρώ, την έναρξη της δεύτερης φάσης χορήγησης δανείων από το Ταμείο Εγγυοδοσίας ύψους 3-3,5 δις ευρώ, την επέκταση του ΤΕΠΙΧ II για τη διάθεση 850 εκατ. ευρώ σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τη μείωση ασφαλιστικών εισφορών και ΦΠΑ στις μεταφορές και την εστίαση κλπ.

Ο υφυπουργός, όπως και ο υπουργός τουρισμού, Χάρης Θεοχάρης επισήμανε τη σπουδαιότητα θέσπισης και τήρησης ενιαίων κανόνων σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα ταξίδια και την ασφάλεια στον τουρισμό, μέτρο που θα ενίσχυε το brand της Ελλάδος ως “covid-free” τουριστικού προορισμού.

Τέλος, για το μέλλον της τουριστικής κίνησης στη χώρα επισήμανε την ανάγκη θέσπισης των εξής στόχων:

- Στροφή στην ποιότητα υπηρεσιών που δίνουν υπεραξία στον τουρισμό μας
- Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού και προϊόντων
- Πράσινη τουριστική ανάπτυξη
- Ψηφιακός μετασχηματισμός των τουριστικών επιχειρήσεων

3.6.2. Οικονομικό Περιβάλλον

Το οικονομικό περιβάλλον είναι σαφώς εξαιρετικά σημαντικό για τις επιχειρήσεις ανεξάρτητα από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται. Είναι αδύνατον μια επιχείρηση να καταφέρει να έχει κέρδος σε ένα οικονομικά ασταθές περιβάλλον.

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια δεν αποτελούσε το ιδανικό οικονομικό περιβάλλον για πολλές επιχειρήσεις λόγω της οικονομικής κρίσης που ξεκίνησε το 2007-08 και ακόμα φανερώνει τις συνέπειές της. Ωστόσο, από το 2017-18 και μετά, θα μπορούσαμε να πούμε πως οι συνθήκες συνεχώς βελτιώνονται κάνοντας όλους να ατενίζουν το μέλλον με συγκρατημένη αισιοδοξία.

Μέσα στο 2019 η Ελληνική οικονομία κατάφερε να πετύχει ρυθμούς ανάπτυξης +1,9% (διατηρώντας το ΑΕΠ της προηγούμενης χρονιάς), να αυξήσει τις εξαγωγές της, να μειώσει τον πληθωρισμό και τέλος να μειώσει και την ανεργία. Ακολουθεί σχετικός πίνακας με τους σημαντικότερους οικονομικούς δείκτες και το πως αυτοί έχουν κυμανθεί τα τελευταία έτη:

Πίνακας 3.1. Σημαντικοί Δείκτες Ελληνικής Οικονομίας

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Εξέλιξη ΑΕΠ (σταθερές τιμές 2010)	0,7%	-0,4%	-0,2%	+1,5%	+1,9%	+1,9%
Πληθωρισμός: Μέσος Ετήσιος	-1,3%	-1,7%	-0,8%	1,1%	0,6%	0,3%
Παραγωγικότητα εργασίας (EU-28=100)**	86,4	83,5	81,4	80,3	80,2	n.a.
Ποσοστό ανεργίας	26,5%	24,9%	23,5%	21,5%	19,3%	17,3%
Δημόσιες επενδύσεις (% ΑΕΠ)**	3,7%	3,8%	3,5%	4,4%	3,0%	n.a.
Εξαγωγές (αγαθά- τρέχουσες τιμές)*	27,1	25,8	25,5	28,9	33,5	33,8
Εισαγωγές (αγαθά- τρέχουσες τιμές)*	48,3	43,6	44,2	47,3	54,1	55,5

Πηγή: Enterprise Greece, Η Ελληνική Οικονομία

Επιπλέον, στο Global Competitiveness Index που ανακοινώνεται κάθε χρόνο, η Ελλάδα για το 2019 κατέλαβε την 59^η θέση ανάμεσα σε 141 χώρες. Οι υψηλότερες επιδόσεις παρατηρούνται στους τομείς της υγείας, των μεταφορών, της μακροοικονομικής σταθερότητας και την κατάρτιση του πληθυσμού.

Ωστόσο, το 2020 είναι μια πολύ διαφορετική χρονιά καθώς σε αυτή ξέσπασε η πανδημία του κορωνοϊού Covid-19 που προκάλεσε πολλές αναταράξεις σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο τόσο σε επίπεδο χώρας όσο και παγκοσμίως. Οι προβλέψεις για τα οικονομικά στοιχεία της Ελλάδας, μιας χώρας με εμφανή οικονομικά προβλήματα που προσπαθεί να ανακάμψει από τη χρόνια οικονομική κρίση, είναι αποθαρρυντικές. Το 2020 εξελίχθηκε ως εξής:

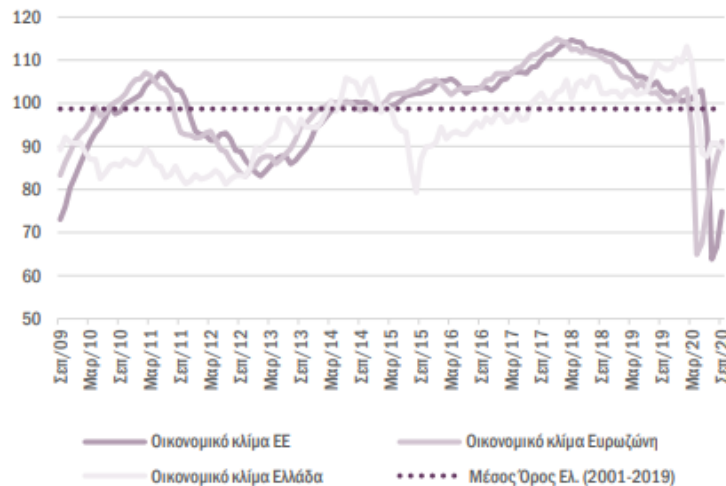
- Υπήρξε πρωτοφανής ύφεση 15,2% στην Ελλάδα εξαιτίας των επιπτώσεων της υγειονομικής κρίσης, έναντι αύξησης του ΑΕΠ κατά 2,8% στο αντίστοιχο τρίμηνο πέρυσι. Συνολικά, στο πρώτο εξάμηνο η ύφεση βρέθηκε στο 7,9%. Το αντίστοιχο χρονικό διάστημα πριν ένα χρόνο, υπήρξε ανάπτυξη 2,3%
- Οι εξαγωγές συρρικνώθηκαν κατά 32,1% έναντι της αύξησης που είχαν σημειώσει το έτος 2019, 4,8%.
- Επιδεινώθηκε το ισοζύγιο του εξωτερικού τομέα καθώς οι εισαγωγές περιορίστηκαν λιγότερο από τις εξαγωγές (-17,2% έναντι +3,9%)
- Μειώθηκε το εγχώριο προϊόν κατά 11,6% και λόγω της πτώσης της κατανάλωσης των νοικοκυριών σε αντίθεση με την περσινή σταθερότητα.
- Οι επενδύσεις έδειξαν ήπια υποχώρηση 9% έναντι της μικρής ενίσχυσης του 2019, 2,8%

Οι μεσοπρόθεσμες προοπτικές για το 2020 και το 2021 είναι:

- Καθοριστικοί παράγοντες για την εξέλιξη του ΑΕΠ παραμένουν οι διακυμάνσεις της πανδημίας και τα μέτρα αντιμετώπισης των επιπτώσεών της για τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά.
- Προβλέπεται ύφεση 8,0% φέτος και ανάπτυξη στην περιοχή του 4,0-4,5% το 2021 εάν δεν σημειωθεί ισχυρή ανάκαμψη της πανδημίας. Εφόσον οι υγειονομικές συνθήκες επιδεινωθούν έντονα στη διάρκεια του χειμώνα, στην Ελλάδα και διεθνώς, η ύφεση αναμένεται να συνεχιστεί και το επόμενο έτος, με ρυθμό 2,5-4,0%
- Η πτώση του ΑΕΠ θα οφείλεται κυρίως στην πτώση των εξαγωγών και της ιδιωτικής κατανάλωσης
- Προβλέπεται αύξηση της δημόσιας κατανάλωσης 2-3% από έκτακτες δαπάνες για την υγεία και τη Δημόσια Διοίκηση λόγω του κορωνοϊού καθώς και από τα αναδρομικά των συνταξιούχων
- Η υποχώρηση των επενδύσεων θα συγκρατηθεί στο 6-7% κυρίως από προγράμματα για τη στήριξη των επιχειρήσεων και των αυτοαπασχολούμενων και από οικοδομικά έργα κατά το πρώτο εξάμηνο.
- Η ανεργία πρόκειται να εκτοξευτεί και πάλι σε ποσοστά μεγαλύτερα του 19%, επίπεδα που είχε αγγίξει το 2018, πριν τη μείωση του 2019 οπότε και είχε φτάσει στο 17,3%. Ακόμη και το χαμηλό ποσοστό της περασμένης χρονιάς ωστόσο απέχει σημαντικά από το 6,7% που είναι ο μέσος όρος ανεργίας στην ΕΕ.

- Ο βασικός μισθός αυξήθηκε μέσα στο 2020 από τα 586 ευρώ στα 650 ευρώ μεικτά. Έτσι, η Ελλάδα βρέθηκε στη δέκατη θέση ανάμεσα στις 21 χώρες της ΕΕ. Μένει να δούμε πως θα κυμανθεί έως το τέλος της πανδημίας.

Διάγραμμα 3.1. Δείκτες Οικονομικού Κλίματος



Πηγή: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Η Ελληνική Οικονομία

Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού

Για το έτος 2019, η συνολική συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας άγγιξε το 20,8% ενώ η συνολική συμμετοχή στην απασχόληση έφτασε το 21,7%, ποσοστό που μεταφράζεται σε 946.200 εργαζόμενους.

Τα έσοδα που προσέφερε ο τουρισμός ήταν 17,7 δις ευρώ (χωρίς να υπολογίζονται τα έσοδα από τον τομέα της κρουαζιέρας).

Ύστερα, την Ελλάδα επισκέπτηκαν για λόγους αναψυχής 31,3 εκατ. τουρίστες (δεν περιλαμβάνονται οι τουρίστες κρουαζιέρας) ξοδεύοντας κατά κεφαλή και κατά μέσο όρο 564€ την περίοδο της παραμονής τους στη χώρα (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας). Από αυτούς, οι περισσότεροι επισκέπτηκαν την Ελλάδα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και πιο συγκεκριμένα τους μήνες Ιούλιο-Αύγουστο-Σεπτέμβριο, γεγονός που αποδεικνύει το πρόβλημα της εποχικότητας που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στη χώρα.

Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές υποδομές, το 70% αυτών συγκεντρώνεται σε 4 μόλις περιοχές σε ολόκληρη τη χώρα. Το σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων είναι 10.121 και οι διαθέσιμες κλίνες φτάνουν τις 798.650.

Τα σημαντικότερα αεροδρόμια είναι αυτά της Αθήνας, του Ηρακλείου, της Ρόδου, της Θεσσαλονίκης και της Κέρκυρας.

Στο Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, τη λίστα με τις πιο ανταγωνιστικές χώρες στον τομέα του τουρισμού παγκοσμίως, η Ελλάδα κατέλαβε την 25^η θέση ανάμεσα σε 140 χώρες.

Ωστόσο, το 2020 ήταν μια από τις χειρότερες χρονιές για τον Ελληνικό τουρισμό καθώς λόγω της πανδημίας του κορωνοϊού πολλά καταλύματα λειτούργησαν για μικρότερο χρονικό διάστημα απ'ότι συνήθως, με μειωμένο προσωπικό ή δε λειτούργησαν καθόλου. Πολλοί εργαζόμενοι επιπλέον παρέμειναν άνεργοι. Φυσικά, ο αριθμός των τουριστών που απόλαυσαν τις διακοπές τους στη χώρα μας ήταν σημαντικά μειωμένος.

Λόγω των παραπάνω, πολλοί επιχειρηματίες του κλάδου, έκαναν ήδη από την αρχή της σεζόν λόγο για μια «χαμένη χρονιά» ρίχνοντας την προσοχή τους στο 2021. Σήμερα, πολλοί εμπειρογνώμονες κάνουν λόγο για επιστροφή στα δεδομένα του 2019 ακόμα και το έτος 2023!

Ο υπουργός τουρισμού, Χάρης Θεοχάρης στα τέλη του Σεπτεμβρίου και μετά το έκτακτο τέλος της σεζόν λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που επικράτησαν το καλοκαίρι του 2020 έκανε μια γενική αποτίμηση της κατάστασης λέγοντας:

- Ότι την Ελλάδα επισκέπτηκαν περίπου 3,9 εκατ. τουρίστες, αριθμός που αντιστοιχεί στο 22% του περσινού αριθμού αφίξεων.
- Αγορές πολύ σημαντικές για τη χώρα μας παρέμειναν κλειστές για το μεγαλύτερο διάστημα του καλοκαιριού λόγω των κακών συνθηκών της πανδημίας εκεί. Αυτές είναι οι ΗΠΑ, η Ρωσία, η Τουρκία, το Ισραήλ, ο Καναδάς, η Αυστραλία, η Λατινική Αμερική. Τα υπερατλαντικά ταξίδια παρουσίασαν φέτος κατακόρυφη πτώση.
- Οι αεροπορικές αφίξεις στο αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» κινήθηκαν σε ποσοστά πτώσης -60% έως -80% συγκριτικά με το 2019 ενώ τα περιφερειακά αεροδρόμια της χώρας φανέρωσαν πτώση -70% σε αφίξεις. Συνολικά οι αεροπορικές αφίξεις στη χώρα δεν ξεπέρασαν τα 3,3 εκατ. ως σήμερα.
- Οι οδικές αφίξεις που παραδοσιακά είναι λιγότερες από τις αεροπορικές δεν ξεπέρασαν το 15% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα. Στην αρχή της σεζόν η κίνηση στα σύνορα της χώρας ήταν αυξημένη ωστόσο με την έλευση του δεύτερου κύματος κορωνοϊού στα Βαλκάνια, μειώθηκε σημαντικά.
- Όσον αφορά τα έσοδα από τον τουρισμό, ενώ στην αρχή του έτους και πριν την επιβολή του lockdown τα πράγματα βιάδιζαν στα φυσιολογικά επίπεδα, κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και λόγω των συνθηκών οι εισπράξεις μειώθηκαν. Η εκτίμηση του υπουργού είναι ότι τα έσοδα έως το τέλος του έτους θα αντιστοιχούν στο 20% των εσόδων του 2019.

Ωστόσο ο υπουργός εκφράζει την αισιοδοξία του για το μέλλον λέγοντας πως η Ελλάδα πέτυχε τρεις βασικούς στόχους για φέτος. *«Πρώτον, η τουριστική αγορά έδωσε ψήφο εμπιστοσύνης στην Ελλάδα, δεύτερον, το brand και η καλή φήμη που διαμορφώθηκε κατά την πρώτη φάση της πανδημίας, όχι μόνο διατηρήθηκε, αλλά και ενισχύθηκε κατά την τουριστική περίοδο, και τρίτον, είχαμε υποδειγματική εφαρμογή των υγειονομικών πρωτοκόλλων».*

Η φετινή χρονιά ήταν δύσκολη όχι μόνο για την Ελλάδα αλλά για τον παγκόσμιο τουριστικό τομέα. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, οι διεθνείς

αφίξεις μειώθηκαν κατά 70% τους πρώτους 8 μήνες του 2020. Η πτώση μεταφράζεται σε 700 εκατ. λιγότερες αφίξεις τουριστών και απώλεια 730 δισεκατομμυρίων δολαρίων σε παγκόσμια κλίμακα. Η περιοχή της Ασίας-Ειρηνικού δέχτηκε το μεγαλύτερο πλήγμα (-79%), ακολουθούν η Αφρική και η Μέση Ανατολή (-69%), η Ευρώπη (-68%) και η Αμερικανική ήπειρος (-65%).

Για τον UNWTO, για την βουτιά του παγκόσμιου τουρισμού ευθύνεται η βραδύτητα ελέγχου της επιδημίας, η έλλειψη συντονισμένης απάντησης μεταξύ διαφορετικών χωρών για την εφαρμογή κοινών πρωτοκόλλων, καθώς και η επιδείνωση της οικονομικής συγκυρίας.

3.6.3. Κοινωνικό Περιβάλλον

Μια εταιρεία αποτελείται και ταυτόχρονα απευθύνεται σε ανθρώπους. Το συγκεκριμένο περιβάλλον λοιπόν, είναι πολύ σημαντικό για οποιαδήποτε επιχείρηση καθώς περιλαμβάνει τα δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία της κοινωνίας όπου υπάρχει και αναπτύσσεται.

Δημογραφικά στοιχεία

Όσον αφορά την Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για το 2011, ο μόνιμος πληθυσμός της χώρας ανέρχεται σε 10.816.286 άτομα εκ των οποίων το 49% είναι αρρένες και το 51% είναι θήλεις.

Η μέση ηλικία των Ελλήνων ορίζεται στα 41,9 έτη.

Υπηκοότητα

Από τους 10.816.286 κατοίκους, οι 9.904.286 έχουν Ελληνική υπηκοότητα, οι 199.121 έχουν υπηκοότητα άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι 708.054 έχουν υπηκοότητα λοιπών χωρών ενώ τέλος, οι 4.825 είναι είτε χωρίς είτε με αδιευκρίνιστη υπηκοότητα.

Από τα άτομα με ξένη υπηκοότητα, την πλειοψηφία καταλαμβάνουν αυτοί με Αλβανική (52,7%), Βουλγαρική (8,3%), Ρουμανική (5,1%), Πακιστανική (3,7%) και Γεωργιανή (3,0%) κλπ.

Η πλειοψηφία των ατόμων με ξένη υπηκοότητα (με μοναδική εξαίρεση όσους προέρχονται από το Ηνωμένο Βασίλειο) κατοικεί στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας.

Εκπαίδευση

Σε έρευνα που πραγματοποίησε η Eurostat σε Ευρωπαϊκό επίπεδο το 2017, έδειξε ότι οι Ελληνίδες και οι Έλληνες που σπουδάζουν δεν ξεπερνούν τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Πιο συγκεκριμένα:

Πίνακας 3.2. Επίπεδα Εκπαίδευσης στην Ελλάδα & την ΕΕ

	Γυναίκες (Ελλάδα)	Άντρες (Ελλάδα)	Γυναίκες (ΕΕ)	Άντρες (ΕΕ)
Πρωτοβάθμια και κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση	26%	28,3%	22,2%	22,7%
Ανώτερη δευτεροβάθμια και μεταδευτεροβάθμια μη τριτοβάθμια εκπαίδευση	41,3%	42,4%	44,3%	47,9%
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	32,7%	29,3%	33,4	29,5

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, Η ζωή των γυναικών και των ανδρών στην Ευρώπη

Στοιχεία Νοικοκυριών

Τα περισσότερα νοικοκυριά στην Ελλάδα αποτελούνται από δύο μέλη (29,5%). Ακολουθούν τα μονομελή (25,7%), τα τριμελή (19,8%), τα τετραμελή (17,6%) ενώ στη συνέχεια, όσο αυξάνονται τα μέλη το ποσοστό μειώνεται σημαντικά.

Ο μέσος όρος μελών σε νοικοκυριό στην Ελλάδα είναι τα 2,6 άτομα. Τα μεγαλύτερα νοικοκυριά βρίσκονται σε κατ' εξοχήν αγροτικές περιοχές.

Οικογενειακή κατάσταση και προυπολογισμός

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση, σε σύνολο πληθυσμού, το 50,3% δήλωσε έγγαμο (σε γάμο, με σύμφωνο συμβίωσης ή σε διάσταση) ενώ το 39,1% δήλωσε άγαμο. Οι υπόλοιπες μεγάλες κατηγορίες ανήκουν στους χήρους και τους διαζευγμένους.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των οικογενειών στη χώρα είναι αυτό των παντρεμένων ζευγαριών με παιδιά (52%). Ακολουθούν οι έγγαμοι χωρίς τέκνα (30,2%), οι μητέρες με παιδιά (12,9%), οι πατέρες με παιδιά (2,5%) και ύστερα οι συμβιούντες χωρίς τέκνα (2%) και οι συμβιούντες με τέκνα (0,4%).

Σύμφωνα με την ΕΛ.ΣΤΑΤ. η μέση μηνιαία δαπάνη για το Ελληνικό νοικοκυριό κυμαίνεται στα 1.441 ευρώ ενώ η αντίστοιχη ατομική δαπάνη φτάνει τα 558 ευρώ το μήνα. Από αυτά τα χρήματα, το 20,2% καταναλώνεται στη διατροφή, το 14,1% στη στέγαση, το 13% στις μεταφορές, το 10,8% σε ξενοδοχεία-καφέδες-εστιατόρια, το 8,5% σε διάφορα αγαθά και υπηρεσίες, το 7,5% στην υγεία, το 5,8% σε ένδυση και υπόδηση, το 4,7% στην αναψυχή, το 4,1% στις επικοινωνίες και τέλος, το 3,7% σε

οινοπνευματώδη ποτά και καπνό.

Η μέση μηνιαία δαπάνη γνώρισε σημαντική πτώση κατά τα έτη 2008-2016 οπότε και άγγιξε τα 1.392 ευρώ ενώ από το 2017 φαίνεται να ακολουθεί και πάλι ανωδική πορεία.

Μέσες ωριαίες αποδοχές κατά επάγγελμα

Το 2014, η Eurostat πραγματοποίησε έρευνα σχετικά με τις ωριαίες αποδοχές κατά επάγγελμα για τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η έρευνα έδειξε πως οι αποδοχές των αντρών σε όλες τις χώρες ήταν υψηλότερες από αυτές των γυναικών (οι οποίες καταλαμβάνουν μόλις το 34% κατά μέσο όρο όσον αφορά τις θέσεις των ανώτερων διευθυντικών στελεχών στην ΕΕ – στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι 30%).

Υλική Στέρηση και Κίνδυνος Φτώχειας

Όταν κάνουμε λόγο για υλική στέρηση, εννοούμε ότι ένα άτομο δε μπορεί να καλύψει και τις 9 βασικές ανάγκες του ανθρώπου (πάγιοι λογαριασμοί, 1 εβδομάδα διακοπών, διατροφή που να περιλαμβάνει κρέας ή ψάρι κάθε δεύτερη μέρα, κάλυψη έκτακτων αναγκών αξίας περίπου 380€, τηλέφωνο, τηλεόραση, πλυντήριο ρούχων, ΙΧ επιβατικό αυτοκίνητο, ικανοποιητική θέρμανση). Τα ποσοστά υλικής στέρησης αγγίζουν τα εξής ποσοστά στις παρακάτω κατηγορίες:

- 17,6% για παιδιά έως 17 ετών
- 17% για άτομα 18-64 ετών
- 13% για άτομα 65+ ετών

Το ποσοστό των ατόμων που κινδυνεύουν να βρεθούν σε κατάσταση φτώχειας, δηλαδή ζουν σε νοικοκυριά των οποίων το συνολικό ισοδύναμο διαθέσιμο εισόδημα είναι χαμηλότερο του 60% του εθνικού διάμεσου ισοδύναμου διαθέσιμου εισοδήματος, αγγίζει το 21,1% για παιδιά έως 17 ετών, το 18,9% για άτομα 18-64 ετών και το 12,2% για άτομα άνω των 65 ετών.

Επιπλέον, το ποσοστό πληθυσμού σε κίνδυνο φτώχειας για το 2019 στην Ελλάδα άγγιξε το 17,9%, ποσοστό χαμηλότερο όλων από το 2009 έως σήμερα. Το υψηλότερο ποσοστό έφτασε το 23,1% τα έτη 2012 και 2013 όταν η οικονομική κρίση ήταν το μεγαλύτερο πρόβλημα της χώρας.

Δείκτης Ολικής Γονιμότητας και Φυσική Κίνηση Πληθυσμού

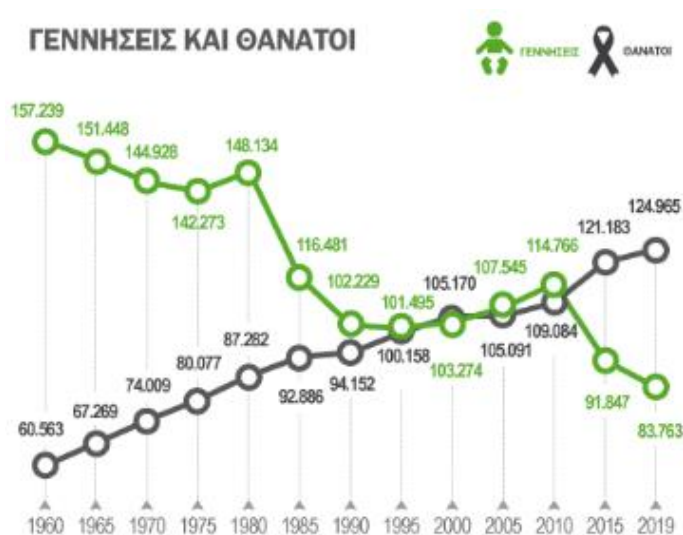
Στην Ελλάδα, είναι εμφανές τις τελευταίες δεκαετίες το πρόβλημα της υπογεννητικότητας. Σε αυτό έχει συμβάλει σημαντικά η οικονομική κρίση και τα αποτελέσματά της, όπως είναι η ανεργία και η αβεβαιότητα για το μέλλον. Η μεγάλη διάρκεια αυτής της οικονομικής ύφεσης δεν άλλαξε μόνο τις οικονομικές συνθήκες των Ελλήνων αλλά και τις κοινωνικές. Τα παραπάνω διαφαίνονται και από τα εξής στοιχεία:

Ο δείκτης ολικής γονιμότητας χρησιμοποιείται προκειμένου να προσδιοριστεί το επίπεδο αντικατάστασης των γενεών σε μια χώρα. Ο αριθμός που προκύπτει φανερώνει τα πόσα ζωντανά παιδιά φέρνει στη ζωή μια γυναίκα κατά την

παραγωγική φάση της ζωής της κατά το έτος αναφοράς. Ο δείκτης στις αναπτυγμένες χώρες βρίσκεται στο 2,1 ενώ στην Ελλάδα το 2018 ήταν στο 1,35. Στην Ελλάδα, για την περίοδο 2003-2018, ο μεγαλύτερος αριθμός παρατηρείται τα έτη 2008-2009 οπότε και η οικονομική κρίση δεν είχε εμφανιστεί ακόμα στην κοινωνία.

Για το έτος 2019, οι γεννήσεις στην Ελλάδα ήταν 83.763 (μειωμένες κατά 3,1% συγκριτικά με το 2018) εκ των οποίων τα 40.818 ήταν κορίτσια και τα 42.945 ήταν αγόρια. Αντιθέτως, οι θάνατοι ήταν περισσότεροι, συγκεκριμένα, 124.965 (αυξημένοι κατά 3,9% συγκριτικά με το 2018) εκ των οποίων οι 61.877 ήταν γυναίκες και οι 63.088 ήταν άντρες. Στο διάγραμμα που ακολουθεί φαίνεται η κινητικότητα των γεννήσεων και των θανάτων τις τελευταίες δεκαετίες στην Ελληνική κοινωνία. Είναι εύκολο κανείς να παρατηρήσει το πρόβλημα υπογεννητικότητας που υπάρχει στη χώρα.

Διάγραμμα 3.2. Γεννήσεις και θάνατοι στην Ελλάδα



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, Στοιχεία Φυσικής Κίνησης Πληθυσμού 2019

Διάγραμμα 3.3. Γεννήσεις κατά ηλικία της μητέρας



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, Στοιχεία Φυσικής Κίνησης Πληθυσμού 2019

Επιπλέον, οι Ελληνίδες πλέον αποφασίζουν να φέρουν στη ζωή ένα παιδί σε μεγαλύτερη ηλικία. Χαρακτηριστικό είναι ότι το πικ της παραγωγικής ηλικίας για το έτος 1979 ήταν τα 20-24 έτη ενώ για το έτος 1999 μεταφέρθηκε στα 25-29 έτη. Για το 2019 η παραγωγικότερη ηλικία για μια γυναίκα φαίνεται να είναι τα 30-34 έτη.

Γραμμή της Ζωής

Έρευνα της Eurostat για το 2018 έδειξε ότι όσον αφορά τα σημαντικά γεγονότα της ζωής μας, για τις Ελληνίδες και τους Έλληνες συγκριτικά με τον Ευρωπαϊκό Μ.Ο. αυτά μας συμβαίνουν στις παρακάτω ηλικίες:

Πίνακας 3.3. Τα σημαντικότερα γεγονότα της ζωής σε ηλικίες στην ΕΕ και την Ελλάδα

	Έναρξη υποχρεωτικής εκπαίδευσης	Πρώτη δουλειά	Εγκατάλειψη του πατρικού σπιτιού	Πρώτος γάμος	Γέννηση πρώτου παιδιού	Συνταξιοδότηση	Προσδόκιμο ζωής
Γυναίκες (Ελλάδα)	6 έτη	28 έτη	28 έτη	30,1 έτη	30,2 έτη	57,5 έτη	84 έτη
Άντρες (Ελλάδα)	6 έτη	25 έτη	30,7 έτη	33,2 έτη	-	58 έτη	78,9 έτη
Γυναίκες (ΕΕ)	6 έτη	23 έτη	25 έτη	-	28,9 έτη	58,8 έτη	83,7 έτη
Άντρες (ΕΕ)	6 έτη	22 έτη	27 έτη	-	-	59,4 έτη	78,2 έτη

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, Η ζωή των γυναικών και των ανδρών στην Ευρώπη

Συνολική Ικανοποίηση από τη Ζωή,

Δείκτης Ευτυχίας και Παγκόσμιος Δείκτης Ειρήνης

Οι περισσότεροι άνθρωποι στον πλανήτη όταν φέρνουν στο νου τους την Ελλάδα, σκέφτονται τις παραλίες και τον ζεστό ήλιο ενώ τους δημιουργούνται θετικά συναισθήματα. Σίγουρα κανείς θα περίμενε οι μόνιμοι κάτοικοι μιας τέτοιας χώρας να είναι ευτυχισμένοι ή έστω ικανοποιημένοι από τη ζωή τους. Δυστυχώς, έρευνες δείχνουν ότι η πραγματικότητα διαφέρει:

Σε κλίμακα βαθμολογίας από το 0 έως το 10, για το έτος 2013, οι Ελληνίδες σκόραραν 6,2/10 στο βαθμό ικανοποίησης την ίδια στιγμή που ο αντίστοιχος μέσος όρος για την Ευρωπαϊκή Ένωση συνολικά ήταν στο 7,0/10. Σε πιο χαμηλή θέση βρίσκονται οι γυναίκες στην Ουγγαρία και την Πορτογαλία με βαθμό 6,1/10. Αντιθέτως, οι πιο ευτυχισμένες Ευρωπαίες φαίνεται να είναι οι γυναίκες που κατοικούν στη Φινλανδία και τη Δανία με βαθμό 8,1/10.

Πιο απογοητευτικά είναι τα στοιχεία των Ελλήνων ανδρών αφού στην ίδια κατάταξη καταλαμβάνουν την τελευταία θέση μαζί με τους Ούγγρους και τους Κύπριους με βαθμό 6,1/10 τη στιγμή που ο Ευρωπαϊκός Μ.Ο. είναι το 7,1/10. Οι πιο ικανοποιημένοι άντρες είναι οι Φινλανδοί και οι Σουηδοί με βαθμό 8,0/10.

Κάθε χρόνο δημοσιεύεται η λίστα με τις χώρες και τις πόλεις όπου κατοικούν οι πιο ευτυχισμένοι άνθρωποι στον πλανήτη, αυτό είναι το World Happiness Report. Η κατάταξη στη λίστα ορίζεται με τα εξής κριτήρια: την υγιή ζωή, το ασφαλές περιβάλλον, τη ρύπανση, την ύπαρξη κοινωνικών δικτύων υποστήριξης, την ελευθερία επιλογών, την κοινωνική εμπιστοσύνη και την αντίληψη για την τιμότητα της κυβέρνησης, μεταξύ άλλων.

Η Ελλάδα, για το 2020, κατέλαβε την 77^η θέση ανάμεσα σε 156 χώρες παγκοσμίως. Την πρώτη θέση της λίστας κατέλαβε η Φινλανδία ενώ ακολουθούν η Δανία, η Ελβετία, η Ισλανδία και η Νορβηγία.

Αντίστοιχα, στην κατάταξη των πόλεων, η Θεσσαλονίκη κατέλαβε τη θέση 94 και η Αθήνα τη θέση 121 ανάμεσα στις 186 πόλεις που ήταν στη λίστα. Την πρώτη πεντάδα κατέλαβαν το Ελσίνκι της Φινλανδίας, η πόλη Aarhus της Δανίας, το Wellington της Νέας Ζηλανδίας, η Ζυρίχη της Ελβετίας και η Κοπενχάγη της Δανίας.

Κάθε χρόνο δημοσιεύεται η λίστα με τις πιο ειρηνικές χώρες παγκοσμίως. Η Ελλάδα για το 2019 κατέλαβε την 65^η θέση ανάμεσα στις 163 χώρες που συμπεριλήφθησαν στη λίστα, ανεβαίνοντας 14 ολόκληρες θέσεις συγκριτικά με την περασμένη χρονιά. Την πρώτη πεντάδα της κατάταξης συμπληρώνουν η Ισλανδία, η Νέα Ζηλανδία, η Πορτογαλία, η Αυστρία και η Δανία.

Η λίστα δημιουργείται κάθε χρόνο λαμβάνοντας υπ' όψιν 23 παράγοντες εκ των οποίων οι πιο σημαντικοί είναι οι εσωτερικές και διεθνείς συρράξεις, οι στρατιωτικές δαπάνες, η τρομοκρατία, οι ανθρωποκτονίες και τα εγκλήματα γενικότερα κλπ. Τη δημιουργία της λίστας αναλαμβάνει το Ινστιτούτο για τα Οικονομικά και την Ειρήνη (Institute for Economics & Peace).

ενώ φαίνεται ότι η πορεία θα συνεχίσει να είναι θετική και στο μέλλον. Τα προϊόντα που προτίμησαν οι Έλληνες καταναλωτές είναι:

- Είδη ένδυσης και υπόδησης – 60,3%
- Διαμονή σε καταλύματα – 28,3%
- Ηλεκτρονικές συσκευές – 27,8%
- Είδη διατροφής, παντοπωλείου, φαγητό σε πακέτο – 23,2%
- Ταξιδιωτικές υπηρεσίες – 22,6%
- Οικιακά είδη – 21,1%
- Εισιτήρια για εκδηλώσεις – 20,9%
- Φάρμακα και συμπληρώματα διατροφής, βιταμίνες – 19,6%
- Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός Η/Υ – 18,4%
- Βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες – 13,1%

Ο τζίρος των επιχειρήσεων για το 2018 άγγιξε τα 237,2 δις ευρώ εκ των οποίων, το 3,8% δηλαδή τα 9 δις ευρώ προήλθαν από το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ο αριθμός αυτός προβλέπεται να αυξηθεί τα επόμενα χρόνια καθώς η συνήθεια των ηλεκτρονικών αγορών και η χρήση ηλ. υπηρεσιών γίνεται ολοένα τμήμα των καταναλωτών.

Και το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης ωστόσο αντιλαμβάνεται τώρα καλύτερα από κάθε άλλη φορά τη σημασία της τεχνολογίας. Για το λόγο αυτό, ο Κυριάκος Πιερρακάκης, ο επικεφαλής του υπουργείου, προανήγγειλε 200 δράσεις έως το 2021 που θα προωθήσουν την ηλεκτρονική παρουσία των πολιτών.

Όσον αφορά τον κλάδο του τουρισμού, τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος καθώς όλοι φαίνεται πλέον να αντιλαμβάνονται το πόσο σημαντικό είναι μια επιχείρηση στο συγκεκριμένο κλάδο να έχει ηλεκτρονική παρουσία.

Σχεδόν όλα τα ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια καθώς και οι επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες διαθέτουν συστήματα για ηλεκτρονικές κρατήσεις (CRS). Ο πελάτης μπορεί απ'όπου κι αν βρίσκεται να λάβει τις πληροφορίες που χρειάζεται, να κάνει την έρευνα αγοράς του και στη συνέχεια, αφού καταλήξει σε ένα προϊόν, να πραγματοποιήσει την κράτησή του πληρώνοντας ηλεκτρονικά την ίδια στιγμή. Στη βελτίωση των παραπάνω υπηρεσιών, πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξαν οι ιστοσελίδες online κρατήσεων που εκτός των άλλων, αυξάνουν τον ανταγωνισμό σε επίπεδο τιμής προσφέροντας στον καταναλωτή το ιδανικό για αυτόν πακέτο προσφορών.

Ειδικά στο συγκεκριμένο κλάδο και λόγω όλων των παραπάνω, το digital marketing είναι εξαιρετικά σημαντικό. Για το λόγο αυτό, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις προσλαμβάνουν ειδικούς οι οποίοι αναλαμβάνουν με τα εργαλεία που διαθέτουν να διαχειριστούν και να προβάλλουν με το βέλτιστο δυνατό τρόπο τα εκάστοτε προϊόντα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται ο ανταγωνισμός και τελικά να βελτιώνεται η ποιότητα των προϊόντων.

3.7. Οι 5 Δυνάμεις του Porter – Ανάλυση Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

Ο καθηγητής M. Porter υποστηρίζει ότι η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να ενδιαφέρεται στενά για το εξωτερικό της περιβάλλον και ειδικά για την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο όπου δραστηριοποιείται. Αντιλαμβανόμενος τη δυναμική του ανταγωνισμού, ο επιχειρηματίας είναι σε προνομιούχα θέση και εύκολα μπορεί να σχεδιάσει τη σωστή στρατηγική που θα τον βοηθήσει να επιτύχει τους στόχους της επιχείρησης.

Έτσι κι εμείς, θα πρέπει πριν αρχίσουμε να σχεδιάζουμε το προϊόν μας, να ελέγξουμε τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο κλάδος που θα αναλύσουμε είναι αυτού του Yachting.

Σύμφωνα με τον Porter, υπάρχουν πέντε δυνάμεις που ρυθμίζουν τον ανταγωνισμό στον κλάδο, οι εξής:

3.7.1. Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων

Η είσοδος στον κλάδο του yachting δεν είναι εύκολη καθώς είναι πολλά όσα απαιτούνται ήδη από την πρώτη στιγμή λειτουργίας της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, η ύπαρξη μεγάλου κεφαλαίου είναι απαραίτητη. Για να είναι μια επιχείρηση ανταγωνιστική θα πρέπει να διαθέτει στόλο καινούργιων και μοντέρνων σκαφών. Το κόστος απόκτησης των σκαφών αυτών καθώς και η συντήρησή τους σε συνδυασμό με το κόστος ελλιμενισμού τους, ανεβάζει σημαντικά το ποσό του αρχικού κεφαλαίου. Ο χρόνος απόσβεσης μιας τέτοιας μεγάλης επένδυσης υπολογίζεται μεγάλος.

Επιπλέον, το κόστος της διαφήμισης σε χώρες του εξωτερικού (εφόσον εκεί βρίσκεται το σημαντικότερο τμήμα της αγοράς του κλάδου) είναι υψηλό και αναγκαίο καθώς η προσφορά στην Ελλάδα και τις γειτονικές χώρες είναι μεγάλη. Πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία στο μάρκετινγκ της επιχείρησης ώστε να ξεχωρίσει από όλες τις ήδη υπάρχουσες.

Ύστερα, η εύρεση του κατάλληλου ανθρωπίνου δυναμικού που θα στελεχώσει την επιχείρηση είναι δύσκολη. Η εργασία σε μια επιχείρηση στον τομέα του yachting απαιτεί τεχνογνωσία και εξειδίκευση καθώς εκτός από τα λειτουργικά θέματα της επιχείρησης θα πρέπει ο υπάλληλος να γνωρίζει τα τμήματα και τα χαρακτηριστικά των σκαφών, θα πρέπει να έχει λάβει έστω τα βασικά μαθήματα ιστιοπλοΐας και θα πρέπει να γνωρίζει την γεωγραφία και τη μορφολογία του υποθαλάσσιου εδάφους της περιοχής για να είναι σε θέση να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στους πελάτες του. Ο κίνδυνος να συμβεί κάποιο ατύχημα εν πλω από τον πελάτη λόγω κακής πληροφόρησης από τον υπάλληλο είναι μεγάλος. Η πρόσληψη μη καταρτισμένου προσωπικού ισούται με το επιπλέον κόστος τόσο σε χρόνο όσο και σε χρήμα για τον επιχειρηματία.

Τέλος, η απροθυμία από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις να φανερώσουν την εξωστρέφειά τους στην κοινωνία όπου δραστηριοποιούνται, σε συνδυασμό με όλα τα

παραπάνω, δημιουργεί το συμπέρασμα ότι ο κλάδος είναι κλειστός, ανεξάρτητα αν αυτό είναι αλήθεια ή όχι.

Συμπερασματικά, η υψηλή δυσκολία εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο μειώνει τον ανταγωνισμό ανάμεσα στις υπάρχουσες επιχειρήσεις.

3.7.2. Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Ως προμηθευτές στον τομέα του yachting ορίζονται οι κατασκευάστριες εταιρείες των σκαφών και τα ναυπηγεία, οι εταιρείες μισθώσεων σκαφών, οι μαρίνες και τα λιμάνια μόνιμου ελλιμενισμού ή transit, οι εταιρείες που παρέχουν είδη ναυτιλίας, οι εταιρείες συντήρησης σκαφών και οι πάροχοι καυσίμων.

Πιο αναλυτικά, οι κατασκευάστριες εταιρείες των σκαφών αναψυχής έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη καθώς ουσιαστικά χωρίς το προϊόν τους, δε μπορεί να λειτουργήσει μια επιχείρηση yachting. Το ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο σκάφος είναι το κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου. Επιπλέον, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι για τις εταιρείες ναυπήγησης σκαφών, η ολοκλήρωση προς τα μπροστά δεν είναι δύσκολη εφόσον ήδη παράγουν τη βασική πρώτη ύλη. Αντιθέτως, για τις επιχειρήσεις του yachting, η μετακίνηση προς τα πίσω είναι οριακά ανέφικτη.

Όσον αφορά, τις εταιρείες μισθώσεων σκαφών, επίσης η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι υψηλή καθώς και αυτές οι επιχειρήσεις παρέχουν στον πελάτη τους το βασικό χαρακτηριστικό του yachting. Οι περισσότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του yachting, δεν έχουν στην κατοχή τους περισσότερα από δύο ή τρία σκάφη λόγω του υψηλού κόστους απόκτησής τους. Για το λόγο αυτό, ενοικιάζουν τα υπόλοιπα σκάφη από εταιρείες leasing.

Ύστερα, σχετικά με τις μαρίνες και τα λιμάνια μόνιμου ελλιμενισμού, αυτά διαθέτουν υψηλή διαπραγματευτική δύναμη καθώς ο αριθμός τους (και ο αριθμός των διαθέσιμων θέσεων ελλιμενισμού) είναι μειωμένος στη χώρα μας. Επιπλέον, η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών που δημιουργεί προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις του yachting, μπορεί να αυξήσει περαιτέρω την διαπραγματευτική δύναμη των μαρινών.

Τέλος, οι εταιρείες παραγωγής ειδών ναυτιλίας, οι εταιρείες συντήρησης και οι πάροχοι καυσίμων έχουν χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη λόγω της μεγάλης προσφοράς στην αγορά.

Συμπερασματικά, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι υψηλή.

3.7.3. Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Ως αγοραστές των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του yachting, ορίζονται οι μεμονωμένοι τουρίστες που επιλέγουν αυτόν τον τρόπο διακοπών και οι ναυλομεσίτες που αναλαμβάνουν να διαχειριστούν το management ή μεμονωμένα το marketing των εταιρειών.

Πιο αναλυτικά, η διαπραγματευτική δύναμη των τουριστών που επιλέγουν τις υπηρεσίες yachting για τις διακοπές τους είναι χαμηλή καθώς μπορεί να τους παρέχεται η δυνατότητα επιλογής μέσα από μια μεγάλη γκάμα επιχειρήσεων που ενοικιάζουν σκάφη αναψυχής ωστόσο, η ίδια η φύση του yachting είναι πολύ συγκεκριμένη με αποτέλεσμα να μη μπορούν να “δραπετεύσουν” από τον κλάδο. Στο μόνο που καταφεύγουν είναι να αναζητούν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε χαμηλό κόστος - αυξάνοντας τον ανταγωνισμό στις επιχειρήσεις που βρίσκονται μέσα στον κλάδο. Επιπλέον, η ολοκλήρωση προς τα πίσω για τους τουρίστες είναι μάλλον απίθανη καθώς αυτό θα σήμαινε την αγορά ενός σκάφους αναψυχής, αγορά πολύ υψηλού κόστους.

Ύστερα, όσον αφορά τους ναυλομεσίτες, η διαπραγματευτική δύναμη τους είναι υψηλή καθώς παρέχουν τεχνογνωσία που χρειάζονται οι επιχειρήσεις που καταφεύγουν σε αυτούς. Ο αριθμός των ναυλομεσιτών είναι μικρός οπότε ως κύριος αγοραστής των επιχειρήσεων yachting μπορούν να θεωρηθούν οι τουρίστες – βραχύχρονοι ενοικιαστές των σκαφών αναψυχής.

3.7.4. Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα

Ως υποκατάστατα προϊόντα του yachting μπορούν να θεωρηθούν οι κρουαζιέρες, ίσως κάποιες από τις δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στο θαλάσσιο τουρισμό και έχουν άμεση σχέση με τα θαλάσσια σπόρ και τέλος, άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού όπως πχ. ο καταδυτικός τουρισμός. Από τα παραπάνω, πιο κοντά βρίσκεται η κρουαζιέρα καθώς κι αυτό το προϊόν περιλαμβάνει την περιήγηση στη θάλασσα ωστόσο διαφέρει σημαντικά ως προς τον τύπο του πλεούμενου, τον αριθμό των ατόμων που συνταξιδεύουν πάνω σε αυτό, το κόστος κλπ.

Ουσιαστικά δηλαδή, δεν υπάρχει κάποιο προϊόν που να υποκαθιστά 100% το yachting, γεγονός που καταφέρνει να διατηρεί τα κέρδη του κλάδου σε υψηλά επίπεδα.

3.7.5. Ένταση Ανταγωνισμού μεταξύ Υφιστάμενων Επιχειρήσεων

Η ύπαρξη άλλων επιχειρήσεων με το ίδιο αντικείμενο είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που έχει άμεση σχέση με το σχεδιασμό της σωστής στρατηγικής που με τη σειρά της θα οδηγήσει στην κερδοφορία.

Στην περίπτωση του yachting, θα πρέπει να δούμε πως κινείται ο ανταγωνισμός τόσο σε επίπεδο χώρας όσο και Ευρώπης εφόσον η Ελλάδα καλείται να ανταγωνιστεί άλλες παραθαλάσσιες χώρες που παρουσιάζουν παρόμοια χαρακτηριστικά.

Αρχικά, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα είναι πολλές ωστόσο υπάρχουν ακόμα περιθώρια ανάπτυξης του κλάδου. Τα τελευταία χρόνια το κράτος έχει προωθήσει την αγορά νέων σκαφών αναψυχής και την ίδρυση εταιρειών

yachting, πολιτική που έχει αποδώσει. Οι ίδιες οι επιχειρήσεις, για να καταφέρουν να αποσβέσουν το κόστος αγοράς των σκαφών, το κόστος συντήρησης και τα λειτουργικά έξοδα που είναι υψηλά, προσπαθούν να παρατείνουν την τουριστική περίοδο, πρακτική που έχει αποτέλεσμα εφόσον και ο ευνοϊκός καιρός των τελευταίων ετών τους βοηθά. Η ύπαρξη ωστόσο πολλών επιχειρήσεων στον ίδιο κλάδο δημιουργεί υψηλό ανταγωνισμό που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών αλλά και τη μείωση των τιμών στις οποίες παρέχονται στον πελάτη. Αυτό οδηγεί στη μείωση των κερδών και εν συνεχεία, στην αύξηση της δυσκολίας επιβίωσης των επιχειρήσεων χρόνο με το χρόνο.

Όσον αφορά το yachting σε επίπεδο Ευρώπης, η Ελλάδα καλείται να ανταγωνιστεί χώρες όπως είναι η Ιταλία, η Κροατία, η Ισπανία, η Τουρκία κλπ. Η πλειοψηφία των χωρών αυτών διαθέτει στους έμπειρους χρήστες ιστιοπλοϊκών και μηχανοκίνητων σκαφών, πολλές θέσεις ελλιμενισμού σε σύγχρονες μαρίνες και λιμάνια που συνοδεύονται με παροχή υπηρεσιών πολύ υψηλού επιπέδου. Ακόμα και οι χώρες, ωστόσο, που δεν έχουν παράδοση στο yachting, κατασκευάζουν τώρα τις απαραίτητες υποδομές για να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στα δεδομένα. Η Ελλάδα ως χώρα διαθέτει το φυσικό κάλλος ωστόσο σε επίπεδο υποδομών έχει περιθώρια βελτίωσης. Αν επιθυμούμε να συνεχίσουμε να ανταγωνιζόμαστε σε καλό επίπεδο τις υπόλοιπες χώρες, θα πρέπει σύντομα να κατασκευάσουμε μεγάλες μαρίνες και λιμάνια (όπου αυτά λείπουν) που θα προσφέρουν θέσεις ελλιμενισμού σε σκάφη όλων των κατηγοριών και μεγεθών.

3.8. Ανάλυση S.W.O.T.

Η ανάλυση S.W.O.T. είναι αυτή που μας βοηθά να συγκεντρώσουμε τα δεδομένα από το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησής μας, σκιαγραφώντας το ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο κινείται. Μέσω αυτής αντιλαμβανόμαστε τα σημεία στα οποία είμαστε καλοί, αυτά που πρέπει να διορθώσουμε καθώς και τις δυνητικές ευκαιρίες και απειλές του κλάδου.

Πιο συγκεκριμένα, τα γράμματα “S” και “W” αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον, δηλαδή τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της επιχείρησής μας, ενώ τα γράμματα “O” και “T” αφορούν στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή τις ευκαιρίες και τις απειλές που καλείται να αντιμετωπίσει ο κλάδος στον οποίο ανήκουμε.

3.8.1. Δυνάμεις (Strengths)

- Πρόκειται για πρωτοπόρα επιχείρηση που παρέχει πακέτα διακοπών με ιστιοπλοϊκά σκάφη τα οποία διασχίζουν δύο πελάγη και επισκέπτονται πολλούς προορισμούς. Καμία άλλη επιχείρηση δεν υπάρχει στην Ελλάδα που να εμπνέεται από το ταξίδι του Οδυσσέα και να “μιμείται” αυτό, προσφέροντας μοναδικές εμπειρίες στους πελάτες της.

- Τα προσφερόμενα πακέτα περιλαμβάνουν πολλών ειδών δραστηριότητες, ικανοποιώντας τις ανάγκες και των πιο απαιτητικών.

3.8.2. Αδυναμίες (Weaknesses)

- Η επιχείρηση, όντας πρωτοπόρα, δεν έχει ιστορικό επιτυχίας ή αποτυχίας του εγχειρήματός της από όπου μπορεί να επηρεαστεί αποφεύγοντας λάθη που μπορούν να αποβούν μοιραία για την επιβίωσή της.
- Το υψηλό κόστος των υπηρεσιών της.

3.8.3. Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η Ελλάδα έχει μακρά και διαδεδομένη ναυτική παράδοση. Μάλιστα, ήταν από τις πρώτες χώρες που έθεσε το νομικό πλαίσιο για το επαγγελματικό yachting ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1960.
- Η γεωγραφική θέση της χώρας καθώς και η μορφολογία της, ευνοεί τις συνθήκες για την ανάπτυξη του yachting. Ο καιρός στην Ελλάδα, ειδικά την περίοδο του καλοκαιριού είναι ιδανικός για ιστιοπλοία καθώς οι άνεμοι που επικρατούν στο Αιγαίο είναι μέτριοι και η θερμοκρασία υψηλή. Αντίστοιχα, οι άνεμοι στο Ιόνιο είναι μικρότερης έντασης. Το κύμα σπάνια φτάνει σε απαγορευτικές διαστάσεις. Η ύπαρξη των πολλών νησιών στα πελάγη και οι όρμοι που δημιουργούνται στα παράλια της ηπειρωτικής χώρας αποτελούν το τέλειο καταφύγιο για τις σπάνιες περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης.
- Τα νερά της Ελλάδας είναι μοναδικά, γεγονός που διαφαίνεται και από την επαναλαμβανόμενη υψηλή συγκέντρωση «γαλάζιων σημαίων» σε ετήσια βάση.
- Οι μαρίνες και τα λιμάνια της χώρας είναι λίγα σχετικά με το μήκος της ακτογραμμής της, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα πως υπάρχουν περιθώρια για πολλές νέες επενδύσεις.
- Το ενδιαφέρον για yachting αυξάνεται σημαντικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα με το κράτος (και την ΕΕ) να παρέχει οικονομική στήριξη στις επιχειρήσεις για αγορά σκαφών.

3.8.4. Απειλές (Threats)

- Η χώρα έχει μόλις βγει από μια κατάσταση οικονομικής κρίσης με αποτέλεσμα η οικονομία και η ψυχολογία των πολιτών της να είναι πεσμένη. Η πανδημία του Covid-19 επιδείνωσε ακόμη περισσότερο την κατάσταση.
- Ο ανταγωνισμός του κλάδου σε Ευρωπαϊκό επίπεδο είναι πολύ υψηλός καθώς η Ελλάδα έχει να ανταγωνιστεί χώρες με μακρά παράδοση στην ιστιοπλοία, όπως η Γαλλία και χώρες που τώρα επενδύουν σε κατασκευή υποδομών καλύπτοντας τις νέες ανάγκες που έχουν εμφανιστεί στον κλάδο πχ. η

Τουρκία. Εάν η χώρα μας δεν επενδύσει μεγάλα οικονομικά κεφάλαια στο yachting, μακροπρόθεσμα θα χάσει τη θέση που κατέχει.

- Στην Ελλάδα παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση μαρινών και θέσεων λιμενισμού στην Αττική. Υπάρχει μεγάλη ανάγκη για δημιουργία θέσεων ελλιμενισμού και στις υπόλοιπες περιοχές ολόκληρης της χώρας.
- Τα πληρώματα και γενικότερα τα άτομα που εργάζονται στον τομέα του yachting, έχουν ελλιπή εκπαίδευση με αποτέλεσμα να προσφέρουν υπηρεσίες όχι υψηλού επιπέδου. Αυτό συμβαίνει διότι η πλειοψηφία των πολιτών θεωρεί την ιστιοπλοία και το yachting, «άθλημα» για λίγους με ανάλογη οικονομική επιφάνεια, διατηρώντας απόσταση.
- Ο εισερχόμενος τουρισμός γενικότερα και ο τουρισμός yachting ειδικότερα παρουσιάζουν έντονη εποχικότητα κυρίως κατά τους μήνες Ιουλίο-Σεπτεμβρίου.

3.9. Τμηματοποίηση – Στόχευση – Τοποθέτηση

Εφόσον έχουμε αναλύσει το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και κάνει την απαραίτητη σύνδεση αυτού με το εσωτερικό, είναι η στιγμή να εστιάσουμε στο προϊόν και την τοποθέτησή του στην αγορά.

3.9.1. Τμηματοποίηση

Η τμηματοποίηση της αγοράς αναφέρεται στη διαδικασία διαίρεσης μιας συνολικής αγοράς σε ομάδες καταναλωτών. Η διαίρεση πραγματοποιείται με βάση συγκεκριμένα κριτήρια και οι ομάδες που προκύπτουν τελικά έχουν παρόμοιες ανάγκες και αντιδρούν παρόμοια σε μεταβλητές του μίγματος marketing.

Λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών του προσφερόμενου προϊόντος, θα πρέπει η τμηματοποίηση της αγοράς να μην απευθύνεται μόνο στους λάτρεις του yachting αλλά και σε όσους προτιμούν τον μαζικό τουρισμό (ήλιος & θάλασσα) και τον πολιτιστικό τουρισμό.

Τα κριτήρια που θα ακολουθήσουμε στην τμηματοποίηση της κάθε αγοράς εναλλακτικού τουρισμού είναι τα εξής: δημογραφικά, γεωγραφικά, ψυχογραφικά αλλά και συμπεριφορικά.

Δημογραφικά κριτήρια

I. Μαζικός Τουρισμός (Ηλιος & Θάλασσα)

Το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών «Ηλιος & Θάλασσα» είναι γυναίκες (55%).

Τα μεγαλύτερα ποσοστά γυναικών ταξιδευτών παρατηρούνται στις εξής αγορές:

- Γερμανία – 62%
- Ρωσία – 60%
- Πολωνία – 60%
- Σερβία – 58%
- Σκανδιναβία – 56%
- Ιταλία – 52%

Ο μέσος όρος ηλικίας των επισκεπτών «Ηλιος & Θάλασσα» είναι τα 43,8 έτη.

Πιο συγκεκριμένα:

- 15-24 ετών → 11%
- 25-34 ετών → 18%
- 35-44 ετών → 22%
- 45-54 ετών → 20%
- 55-64 ετών → 22%
- 65-74 ετών → 6%
- >75 ετών → 1%

Το ποσοστό των ταξιδευτών ηλικίας άνω το 65, αναμένεται να αυξηθεί στο μέλλον. Ειδικότερα, αναμένεται αύξηση του πληθυσμού αυτού, από 19% το 2014, σε 20% το 2020 και σε 24% το 2030.

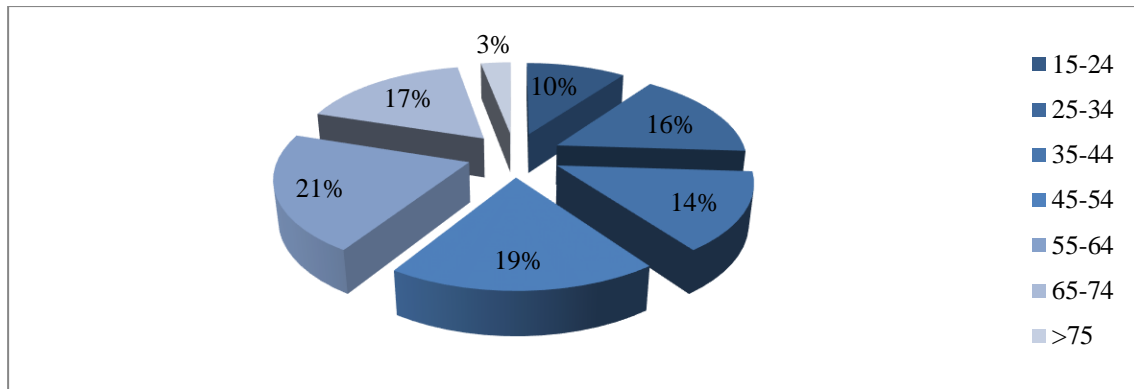
II. Ναυτικός Τουρισμός (Yachting)

Η πλειοψηφία των ταξιδευτών που επιλέγουν το yachting για τις διακοπές του, είναι φύλου αρσενικού.

Μάλιστα σε περιπτώσεις όπως οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία, οι άντρες αποτελούν τα 2/3 των ταξιδευτών.

Η μέση ηλικία των επισκεπτών ναυτικού τουρισμού στην Ευρώπη είναι 48,3 με τη μοναδική ηλικιακή ομάδα με ποσοστό μεγαλύτερο του 20% να είναι αυτή μεταξύ των 55 και 64 ετών.

Διάγραμμα 3.4. Ηλικιακές Ομάδες Ταξιδευτών Ναυτικού Τουρισμού

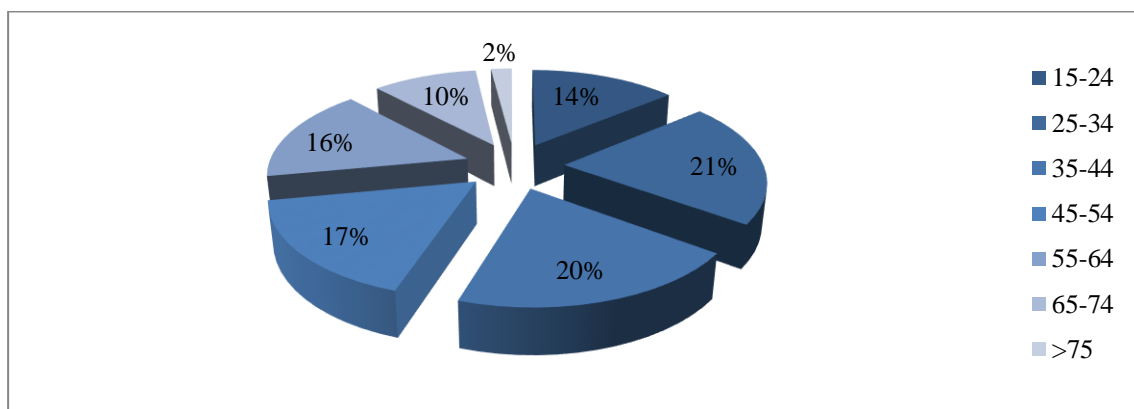


Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

III. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Η μέση ηλικία των τουριστών Π&Θ στην Ευρώπη είναι τα 43,1 με την ηλικιακή ομάδα από 25 έως 34 ετών να έχει το μεγαλύτερο ποσοστό (21%).

Διάγραμμα 3.5. Ηλικιακές Ομάδες Ταξιδευτών Π&Θ Τουρισμού



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Γεωγραφικά κριτήρια

I. Μαζικός Τουρισμός (Ηλιος & Θάλασσα)

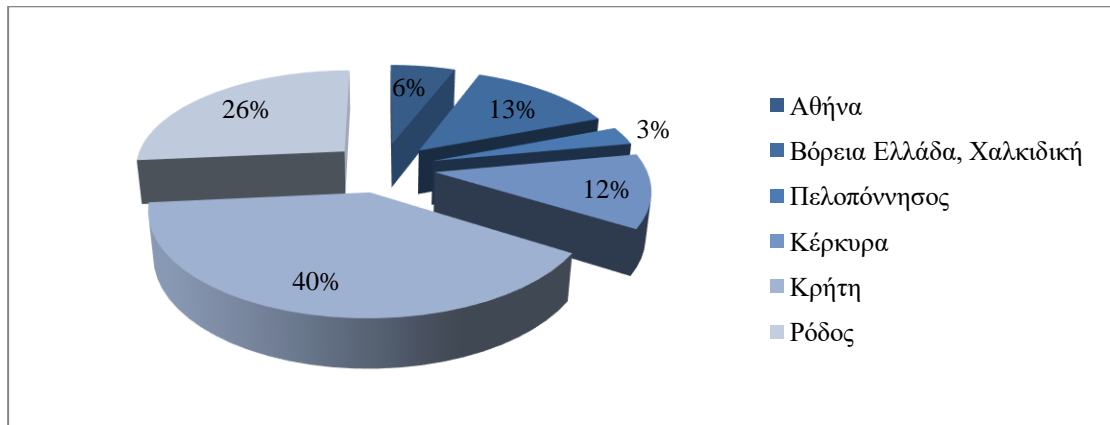
Το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών ταξιδιών και δαπανών ταξιδιού προέρχονται από 5 χώρες. Οι αγορές αυτές αντιστοιχούν στο 54% του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα.

- Γερμανία – 16%

- Ηνωμένο Βασίλειο – 12%
- Ρωσία – 11%
- Σκανδιναβία – 8%
- Γαλλία – 7%

Το 95% των ταξιδίων προέρχεται από χώρες της Ευρώπης.

Διάγραμμα 3.6. Αφίξεις τουριστών «Ήλιος & Θάλασσα» ανά προορισμό(2013)

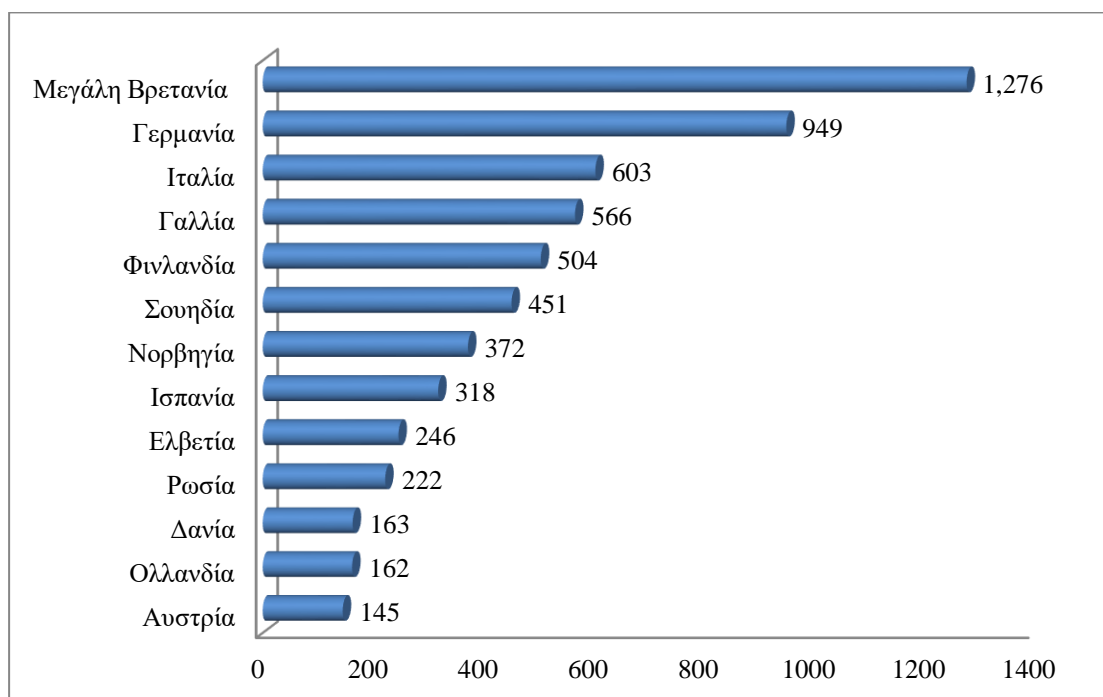


Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

II. Ναυτικός Τουρισμός (Yachting)

Σύμφωνα με τα στοιχεία της IPK, το έτος 2013 πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα 6.460 ταξίδια ναυτικού τουρισμού από χώρες της Ευρώπης. Από τους επισκέπτες, το 21% προήλθε από Σκανδιναβικές χώρες, το 20% από τη Μεγάλη Βρετανία, το 15% από τη Γερμανία και ακολουθούν η Ιταλία και η Γαλλία με 9% έκαστη.

Διάγραμμα 3.7. Αριθμός ταξιδιών Ναυτικού τουρισμού από την Ευρώπη ανά χώρα προέλευσης (2013)



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Από την παραπάνω λίστα λείπουν οι ταξιδευτές από τις ΗΠΑ που αποτελούν αναμφισβήτητη σημαντική αγορά ναυτικού τουρισμού για την Ελλάδα.

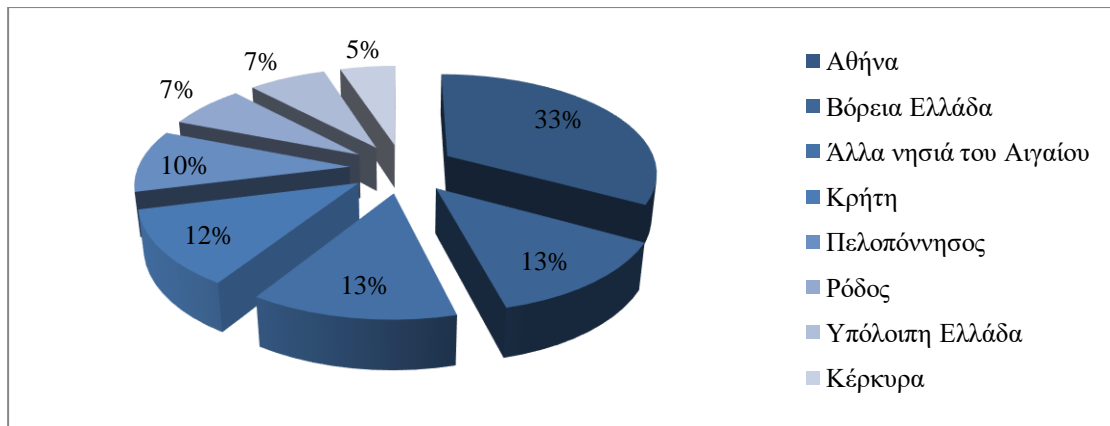
III. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Οι κυριότερες αγορές Πολιτιστικού και Θρησκευτικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι οι εξής σε επίπεδο Ευρώπης:

- Βουλγαρία – 201.000 (10%)
- Ηνωμένο Βασίλειο – 172.000 (8%)
- Ιταλία – 170.000 (8%)
- Γαλλία – 149.000 (7%)
- Γερμανία – 136.000 (6%)
- Πολωνία – 104.000 (5%)
- Βέλγιο – 103.000 (5%)
- Σκανδιναβικές χώρες – 82.000 (4%)
- Τουρκία – 82.000 (4%)

Αν και η Ελλάδα διαθέτει έναν από τους μεγαλύτερους πολιτιστικούς θησαυρούς του κόσμου, προσελκύει μόλις το 2,4% των ταξιδιών τουρισμού Π&Θ της Ευρώπης.

Διάγραμμα 3.8. Κατανομή δημοφιλών προορισμών Π&Θ Τουριστών



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

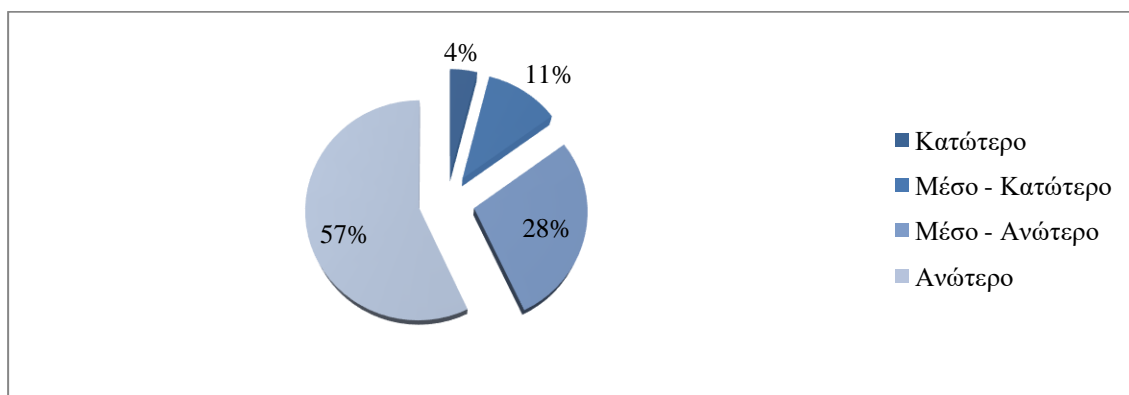
Ψυχογραφικά κριτήρια

I. Μαζικός Τουρισμός (Ήλιος & Θάλασσα)

Το επίπεδο εκπαίδευσης των επισκεπτών «Ήλιος & Θάλασσα» είναι αρκετά υψηλό. Πιο συγκεκριμένα:

- Το 54% των επισκεπτών είναι ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης, τη στιγμή που ο Ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι στο 51%
- Μόλις το 10% των επισκεπτών είναι κατώτερου μορφωτικού επιπέδου
- Οι αγορές με το μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης είναι η Ρωσία (79%), η Τουρκία (69%), η Πολωνία (59%) ενώ ακολουθούν η Γερμανία (51%), η Ιταλία (50%), η Γαλλία (49%), η Σερβία (47%), η Σκανδιναβία (46%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (44%).

Διάγραμμα 3.9. Οικογενειακό εισόδημα τουριστών «Ήλιος & Θάλασσα»



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

II. Ναυτικός Τουρισμός (Yachting)

Όσον αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο, οι τουρίστες με ανώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων ναυτικού τουρισμού στην Ευρώπη με 44%, με αυτούς του μεσαίου εκπαιδευτικού επιπέδου να ακολουθούν κοντά με 42%. Στο κατώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο ανήκει μόλις το 13%.

Όσον αφορά το οικογενειακό εισόδημα, το 54% των ταξιδευτών ναυτικού τουρισμού έχει υψηλό εισόδημα, ακολουθεί με 22% η κατηγορία του μέσου-ανώτερου εισοδήματος, με 16% η κατηγορία του μέσου-κατώτερου εισοδήματος. Τέλος, μόλις το 8% έχει κατώτερο οικογενειακό εισόδημα.

III. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Όσον αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των τουριστών Π&Θ, το 57% βρίσκονται στο ανώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο, το 35% στο μεσαίο και μόλις το 8% στο κατώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο.

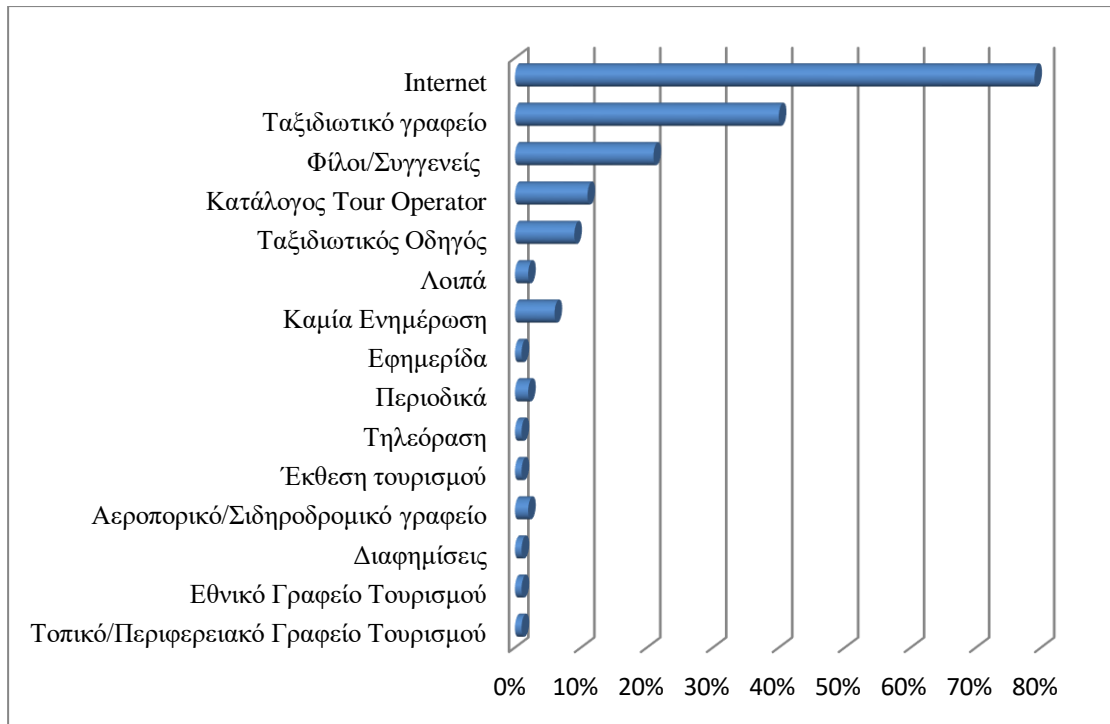
Σχετικά με το οικογενειακό εισόδημα των τουριστών Π&Θ, το 50% λαμβάνει ανώτερο εισόδημα, το 27% μέσο-ανώτερο, το 18% μέσο-κατώτερο ενώ μόλις το 5% έχει κατώτερο οικογενειακό εισόδημα.

Συμπεριφορικά κριτήρια

I. Μαζικός Τουρισμός (Ήλιος & Θάλασσα)

Η πλειοψηφία των επισκεπτών «Ήλιος & Θάλασσα» ενημερώνονται σχετικά με τον προορισμό των διακοπών τους από τις εξής πηγές:

Διάγραμμα 3.10. Μέσα Ενημέρωσης τουριστών «Ήλιος & Θάλασσα»



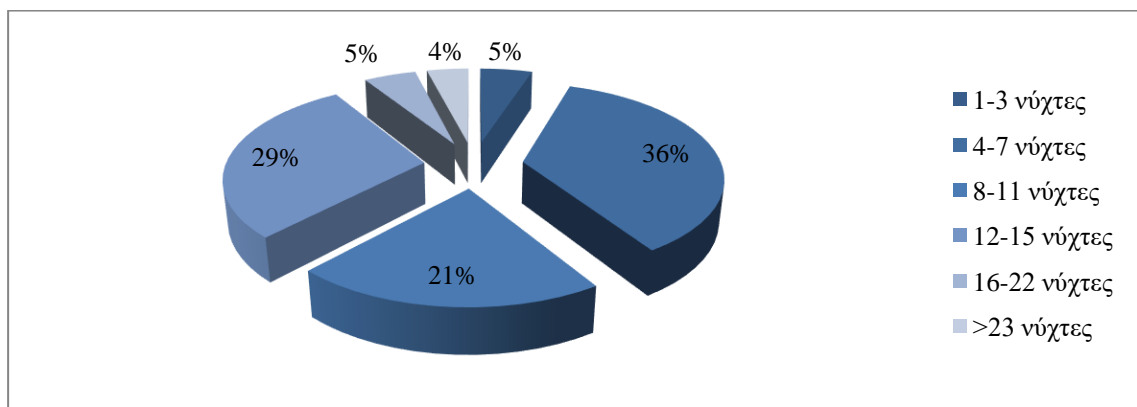
Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Το 88% των επισκεπτών κάνει προκράτηση, το 64% προχωρά σε κράτηση μέσω internet και το 32% μέσω ταξιδιωτικού γραφείου.

Το 44% προχωρά σε κράτηση λιγότερο από ένα μήνα από το ταξίδι ενώ μόλις το 6% προγραμματίζει τις διακοπές του νωρίτερα, 7-12 μήνες πριν.

Ο μέσος όρος των διανυκτερεύσεων είναι 10,3 ημέρες.

Διάγραμμα 3.11. Ημέρες Διανυκτέρευσης τουριστών «Ήλιος & Θάλασσα»



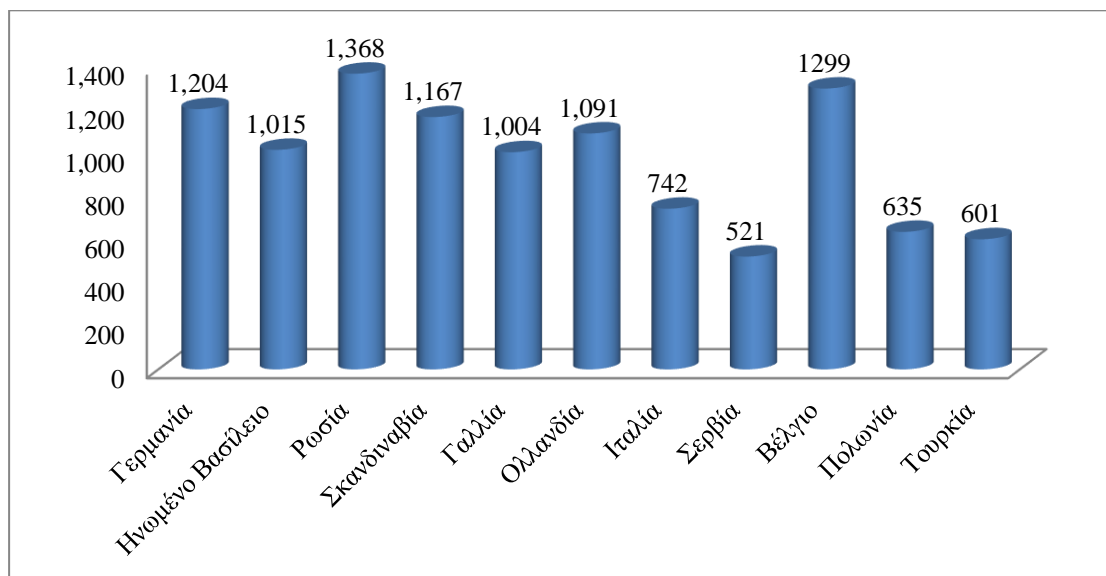
Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Η μέση δαπάνη των επισκεπτών «Ήλιος & Θάλασσα» ανά ταξίδι και ανά ημέρα είναι υψηλότερη από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Πιο αναλυτικά:

- Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι ανέρχεται στα €1.057 ενώ ο αντίστοιχος Ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι τα €970
- Η μέση ημερήσια δαπάνη ανέρχεται στα €99 ενώ ο αντίστοιχος Ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι στα €94

•

Διάγραμμα 3.12. Οι δαπάνες ανά αγορά τουριστών «Ήλιος & Θάλασσα»



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

II. Ναυτικός Τουρισμός (Yachting)

Όσον αφορά τις δαπάνες των ταξιδιών που σχετίζονται με το Ναυτικό τουρισμός, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών κοστίζει για τον ταξιδιώτη λιγότερο από €500 (38%), ακολουθούν το ποσό των €500-1.500 (33%), το ποσό των €1.500-2.500 (18%) και τέλος οι δαπάνες των €2.500 και άνω (11%).

Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι, για αυτά που κοστολογούνται σε ποσό άνω των €2.500 ανέρχεται στα €3.764. Ενώ, η μέση δαπάνη για τα ταξίδια των υπόλοιπων κατηγοριών, έχει ως εξής:

- €1.500 – €2.500 → €1.957
- €500 – €1.500 → €903
- < €500 → €263

Η μέση ημερήσια δαπάνη για τα ταξίδια άνω των €2.500, ανέρχεται σε €311. Συγκριτικά, ωστόσο, με τη μέση δαπάνη, οι υπόλοιπες κατηγορίες ορίζονται ως εξής:

- €1.500 – €2.500 → €205
- €500 – €1.500 → €143
- < €500 → €77

Η μεγαλύτερη δαπάνη παρατηρείται από τους ταξιδευτές από τις ΗΠΑ. Ακολουθούν οι ταξιδευτές από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία και τη Γαλλία. Αντίθετα, οι Σκανδιναβοί παρουσιάζουν χαμηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι, γεγονός που συνδέεται και με την προτίμησή τους στην ιστιοπλοΐα και τον τουρισμό «περιπέτειας».

Όσον αφορά τη διάρκεια των ταξιδιών, αυτή διαφέρει ανά αγορά. Η αγορά της Σκανδιναβίας κατέχει υψηλό ποσοστό στις σύντομες διακοπές διάρκειας 1-3 διανυκτερεύσεων (72%). Οι διακοπές 4-7 διανυκτερεύσεων είναι δημοφιλείς στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου (66%) και της Γερμανίας (62%). Ύστερα, οι αγορές των ΗΠΑ (64%) και Γαλλίας (33%) προτιμούν τις διακοπές με αριθμό διανυκτερεύσεων 8-11. Τέλος, εντυπωσιακό είναι το ποσοστό της αγοράς της Ρωσίας όσον αφορά τις +23 διανυκτερεύσεις, 37%.

Όσον αφορά τη συνοδεία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, το 82% των επισκεπτών ταξιδεύει χωρίς τη συνοδεία παιδιών, ενώ από το ποσοστό αυτών που ταξιδεύουν με παιδιά, το 65% ταξιδεύει με ένα παιδί, το 25% με δύο και μόνο το 10% με τρία ή παραπάνω παιδιά.

Η ενημέρωση όσων ενδιαφέρονται για τις διακοπές με yachting γίνεται στο μεγαλύτερο ποσοστό μέσω internet (όλες οι αγορές βρίσκονται πάνω από το 50%). Ακολουθούν η ενημέρωση μέσω φίλων/συγγενών και το ταξιδιωτικό γραφείο.

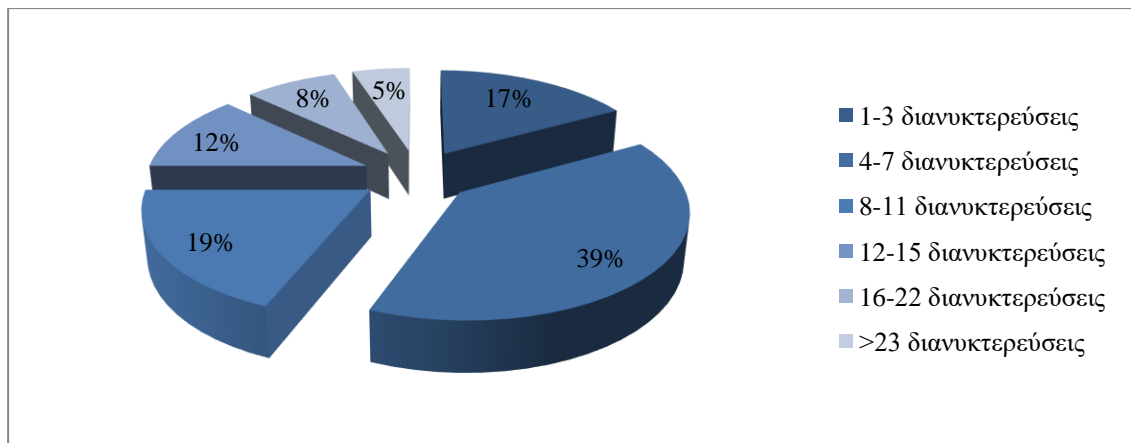
Όλες οι αγορές κάνουν προκράτηση των παροχών που θα κάνουν χρήση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Μάλιστα, το ποσοστό αυτό βρίσκεται στο 100% για την αγορά του Ην. Βασιλείου.

Οι Σκανδιναβοί, οι Ρώσοι και οι τουρίστες από το Ην. Βασίλειο κατά πλειοψηφία προγραμματίζουν τις διακοπές τους έως 1 μήνα πριν την άφιξή τους στον προορισμό. 4-6 μήνες χρειάζονται οι Γάλλοι ενώ μόνο οι ταξιδευτές από τις ΗΠΑ χρειάζονται 7-12 μήνες για να προγραμματίσουν σωστά τις διακοπές τους.

III. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Όσον αφορά τη διάρκεια των ταξιδιών που αφορούν τον Πολιτιστικό τουρισμό στην Ελλάδα, ο μέσος όρος παραμονής βρίσκεται στις 9,7 νύχτες. Ο αντίστοιχος Ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 8,6 νύχτες.

Διάγραμμα 3.13. Διάρκεια ταξιδιών τουριστών Π&Θ στην Ελλάδα



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Το μερίδιο της χώρας μας στο σύνολο των διανυκτερεύσεων για τουρισμό Π&Θ κατά το 2014 άγγιξε το 2,9%. Σε απόλυτο αριθμό το ποσοστό αντιστοιχεί σε 15.198.000 διανυκτερεύσεις τη στιγμή που οι Ευρωπαϊκές διανυκτερεύσεις για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού αγγίζει τα 525.503.000.

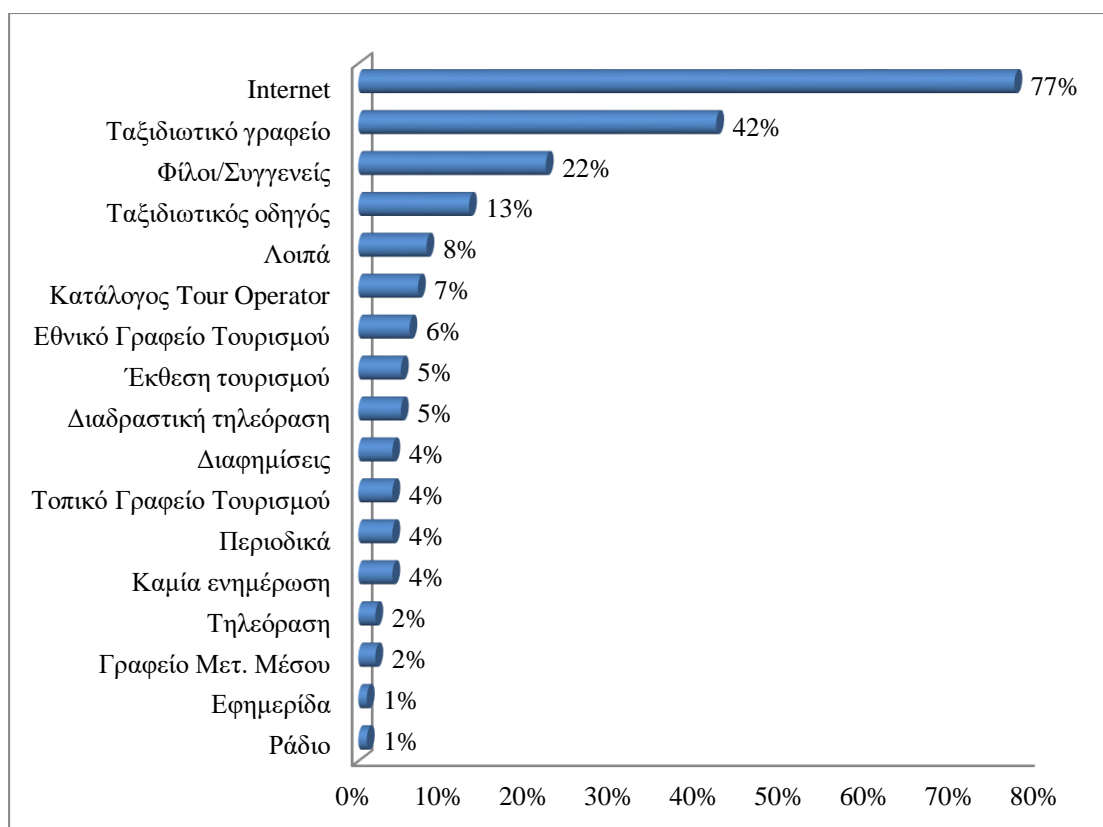
Όσον αφορά τις δαπάνες για τουρισμό Π&Θ, στην Ελλάδα άγγιξαν τα €1.269.480, ποσό που αντιστοιχεί στο 2,2% των Ευρωπαϊκών δαπανών (€58.966.325).

Η χώρα με τις μεγαλύτερες δαπάνες είναι το Ηνωμένο Βασίλειο (€274.856 – 12%) ενώ ακολουθούν η Ιταλία (€147.050 – 6%) το Βέλγιο (€128.132 – 5%), η Γαλλία (€126.203 – 5%), η Γερμανία (€120.496 – 5%) κλπ.

Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι υπολογίζεται στα €852 ενώ η μέση δαπάνη ανά ημέρα υπολογίζεται στα €81.

Όσον αφορά τη συνοδεία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, το 82% των τουριστών Π&Θ στην Ευρώπη ταξιδεύει χωρίς τη συνοδεία παιδιών, ενώ από αυτούς που ταξιδεύουν με παιδιά, το 62% ταξιδεύει με ένα παιδί, το 31% με δύο και μόνο το 7% με τρία ή παραπάνω παιδιά.

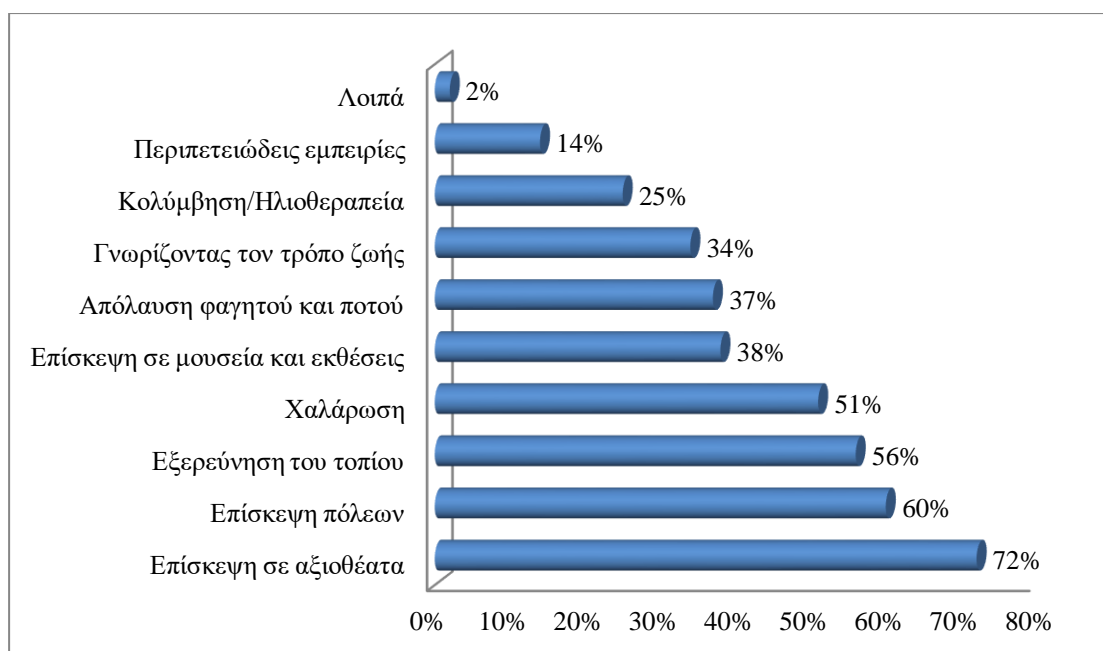
Διάγραμμα 3.14. Πηγή ενημέρωσης τουριστών Π&Θ



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

Όσον αφορά τον προγραμματισμό της κράτησης Π&Θ τουριστών στην Ελλάδα, το 57% ξεκινά να σχεδιάζει το ταξίδι του έως και 1 μήνα πριν το πραγματοποιήσει, το 30% ξεκινά 2-3 μήνες πριν, το 9% ξεκινά 4-6 μήνες πριν ενώ μόλις το 4% ξεκινά 7-12 μήνες πριν. Στην κατηγορία >12 μήνες το ποσοστό είναι μηδενικό.

Διάγραμμα 3.15. Δραστηριότητες τουριστών Π&Θ



Πηγή: INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα

3.9.2. Στόχευση

Αφού μια επιχείρηση τμηματοποιήσει την αγορά, στη συνέχεια θα πρέπει να αναγνωρίσει τα τμήματα που την ενδιαφέρουν περισσότερο καθώς και να ορίσει τη στρατηγική μάρκετινγκ την οποία θα ακολουθήσει.

Η συγκεκριμένη εταιρεία έχει επιλέξει την υβριδική τμηματοποίηση και η στρατηγική την οποία θα ακολουθήσει είναι αυτή του Διαφοροποιημένου Μάρκετινγκ.

Το παραπάνω σημαίνει πως ως επιχείρηση θα εστιάσει τις ενέργειες της στην προσέγγιση περισσότερων από ενός τμήματος της αγοράς. Η προσέγγιση θα διαφέρει ανά τμήμα, πράγμα που θα φανεί στη συνέχεια, στην ενότητα του Μίγματος Μάρκετινγκ.

Με βάση την τμηματοποίηση που πραγματοποιήθηκε παραπάνω, τα τμήματα ενδιαφέροντος διαμορφώνονται έως εξής:

- Κυρίως Ευρωπαίοι τουρίστες ηλικίας 25-54 ετών, ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου και υψηλού οικογενειακού εισοδήματος, χωρίς οικογενειακές υποχρεώσεις, με τη δυνατότητα παραμονής στη χώρα για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 10 ημερών. Η ομάδα αυτή αντιλαμβάνεται τις διακοπές με

σκάφος ως ευκαιρία να εξερευνήσει πολλές περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος σε σύντομο χρονικό διάστημα.

- Κυρίως Αμερικανοί και Ρώσοι τουρίστες ηλικίας 25-64 ετών, ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου και υψηλού οικογενειακού εισοδήματος, με τη δυνατότητα παραμονής για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 15 ημερών. Η ομάδα αυτή παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το θαλάσσιο στοιχείο και επιλέγει τις διακοπές με σκάφος προς αναζήτηση της ιδιωτικότητας και της αυτονομίας.

3.9.3. Τοποθέτηση

Αφού η επιχείρηση τμηματοποιήσει την αγορά και επιλέξει σε ποια τμήματα αυτής θα στοχεύσει, θα πρέπει να αναζητήσει τον καλύτερο δυνατό τρόπο για να τοποθετηθεί σωστά στο μυαλό του καταναλωτή. Η εικόνα που θα δημιουργήσει πρέπει να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες της αγοράς – στόχου και να προσδίδει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στην ίδια την επιχείρηση ώστε να διαφοροποιείται από τα υπόλοιπα ανταγωνιστικά «brands».

Για να γίνει αυτό θα πρέπει να ακολουθήσει τρία βήματα. Αυτά είναι:

- I. Να εντοπίσει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του προϊόντος
- II. να επιλέξει ένα από αυτά και
- III. να το προβάλλει στα άτομα που αποτελούν το στοχευμένο τμήμα της αγοράς.

Το παραπάνω πραγματοποιείται με την ανάπτυξη του μίγματος μάρκετινγκ που ακολουθεί.

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η συγκεκριμένη επιχείρηση είναι αυτή της Διαφοροποίησης.

Το προϊόν θα τοποθετηθεί ως ανώτερο, η προώθηση θα εστιάζει στο κύρος και η τιμολόγηση θα περιλαμβάνει ένα premium το οποίο θα είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο πελάτης.

3.10. Μίγμα Marketing – 7p

Ο όρος «μίγμα μάρκετινγκ» περιγράφει ένα σύνολο ενεργειών και τακτικών που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση κατά την τοποθέτηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας στην αγορά προκειμένου να το προωθήσει.

Η θεωρία των 4P ορίστηκε για πρώτη φορά το 1960 από το καθηγητή Jerome McCarthy, υποστηρίζοντας την εστίαση του μάρκετινγκ στο Προϊόν (Product), τη Τιμή (Price), την Τοποθεσία (Place) και την Προώθηση (Promotion). Τα γνωστά ως «4P».

Πιο αναλυτικά:

1. Product (Προϊόν)
Ένα αντικείμενο ή υπηρεσία που ικανοποιεί τις ανάγκες των καταναλωτών.
2. Price (Τιμή)
Το χρηματικό ποσό που ο πελάτης πληρώνει για να αποκτήσει το προϊόν ή την υπηρεσία.
3. Place (Τοποθέτηση)
Αναφέρεται στην παροχή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας σε ένα μέρος που είναι εύκολα προσβάσιμο στους πελάτες.
4. Promotion (Προώθηση)
Όλες οι μέθοδοι επικοινωνίας που ένας έμπορος μπορεί να χρησιμοποιήσει για να παρέχει πληροφορίες σε διάφορα μέρη σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία.

Η παραδοσιακή προσέγγιση των 4P στο Μάρκετινγκ χρησιμοποιήθηκε από πολλούς επαγγελματίες για αρκετά χρόνια. Η επιτυχία και η λειτουργικότητα του παραδοσιακού μίγματος αποδείχθηκε ότι μπορεί να υποστηρίξει την προώθηση ενός προϊόντος, όχι όμως και μιας υπηρεσίας.

Στον τομέα των υπηρεσιών, τα 4P δεν είναι αρκετά να περιγράψουν τις δραστηριότητες του μάρκετινγκ, μιας και οι υπηρεσίες από τη φύση τους διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τα «χειροπιαστά» προϊόντα. Για αυτόν το λόγο, στη δεκαετία του '80 οι Booms και Bitner πρότειναν την επέκταση του παραδοσιακού μίγματος σε 7P, προσθέτοντας τα επιπλέον 3P, δηλαδή Διαδικασίες (Processes), Άνθρωποι (People) και Φυσική μαρτυρία (Physical evidence).

Όπου:

5. Processes (Διαδικασίες)
Όλες οι δραστηριότητες, οι λειτουργίες και οι μηχανισμοί με τους οποίους μια συγκεκριμένη υπηρεσία συμπαράγεται από τους ανθρώπους που εμπλέκονται σε αυτή.

6. People (Άνθρωποι)

Όλοι οι ανθρώπινοι παράγοντες που παίζουν έναν οποιοδήποτε ρόλο σε μια παραγωγική διαδικασία και μπορούν άμεσα ή έμμεσα με τη συμπεριφορά τους να επηρεάσουν την αντίληψη του πελάτη για το προϊόν

7. Physical Evidence (Φυσική μαρτυρία)

Το περιβάλλον, ο τόπος μέσα στον οποίο οι άνθρωποι εμπλέκονται επιτελώντας τις απαραίτητες διαδικασίες συμπαραγωγής με την πιθανή χρήση και αλληλεπίδραση των υλικών αγαθών.

3.10.1. Προϊόν

Ως μέλη του προϊόντος ορίζονται τόσο τα υλικά όσο και τα άυλα στοιχεία που ως σύνολο δημιουργούν την ωφέλεια. Ο καταναλωτής αυτό αναζητά όταν κάνει χρήση ενός προϊόντος. Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να φανερώσουμε τα στοιχεία αυτά που μαζί με την παροχή του σκάφους θα δημιουργήσουν την ωφέλεια στον πελάτη μας.

Το κύριο υλικό προϊόν μιας εταιρείας που δραστηριοποιείται στον τομέα του yachting είναι το σκάφος, είτε αυτό είναι ιστιοφόρο είτε μηχανοκίνητο.

Στη συγκεκριμένη επιχείρηση τα σκάφη που θα χρησιμοποιηθούν είναι ιστιοφόρα monohull. Οι λόγοι της επιλογής αυτής θα παρατεθούν αναλυτικά στη συνέχεια.

Η ναύλωση και η πλοήγηση με ιστιοφόρο σκάφος δεν αποτελεί μια περίπλοκη διαδικασία για τον ενδιαφερόμενο. Ο οποιοσδήποτε που διαθέτει ή όχι εμπειρία, έχει τη δυνατότητα να ενοικιάσει σε συμφέρουσες τιμές ένα ιστιοπλοϊκό σκάφος, το οποίο θα του δώσει την ευκαιρία να εξερευνήσει δια θαλάσσης διάφορες περιοχές σε μικρό χρονικό διάστημα.

Η νομοθεσία για τη ναύλωση σκάφους στην Ελλάδα απαιτεί δύο άδειες χειριστή ιστιοπλοϊκού. Μια παρέα ατόμων που διαθέτει έστω αυτές τις δύο άδειες μπορεί, χωρίς σκίπερ, να ενοικιάσει κάποιο ιστιοπλοϊκό σκάφος. Ο ένας από τους χειριστές αναλαμβάνει το ρόλο του κυβερνήτη και ο άλλος το ρόλο του βοηθού. Ωστόσο, είναι απαραίτητη η επίδειξη των ικανοτήτων τους παρουσία του ιδιοκτήτη του σκάφους. Εάν εκείνος κρίνει πως οι επίδοξοι κυβερνήτες είναι ικανοί να χειριστούν το σκάφος μόνοι τους, τότε χωρίς κάποιο εμπόδιο ξεκινούν το ταξίδι. Σε αντίθετη περίπτωση, ο ιδιοκτήτης έχει τη δυνατότητα να επιβάλλει το κατάλληλο έμπειρο πλήρωμα (skipper, ίσως και ναύτες), με επιβάρυνση των ναυλωτών.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, επιβάλλεται η ενοικίαση των σκαφών με την υποχρεωτική παρουσία του skipper, λόγω της ιδιαιτερότητας σε επίπεδο καιρικών συνθηκών της περιοχής που θα διασχίσουν οι ενδιαφερόμενοι.

Η διάρκεια των διακοπών με ιστιοπλοϊκό σκάφος ποικίλει. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι ενδιαφερόμενοι ενοικιάζουν κάποιο σκάφος για περίπου 7-10 μέρες.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η διάρκεια του ταξιδιού επίσης ποικίλει ανάλογα με τη διαδρομή που θα επιλέξει να ακολουθήσει ο ενδιαφερόμενος. Όπως φαίνεται και στο τμήμα της «Στόχευσης», οι αγορές-στόχοι είναι δύο και η κάθε μία έχει διαφορετικές ανάγκες.

Η διάρκεια για την πρώτη κατηγορία ενδιαφερομένων (που παρουσιάζουν πολιτιστικό ενδιαφέρον) είναι οι 12 ημέρες. Η διάρκεια για τη δεύτερη κατηγορία ενδιαφερομένων (που παρουσιάζουν ροπή προς το θαλάσσιο στοιχείο) είναι οι 15 μέρες.

Παροχές – Υπηρεσίες

I. Μίσθωση κυβερνήτη σκάφους (skipper)

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, όπως αναφέρεται και παραπάνω, η μίσθωση του κυβερνήτη σκάφους, ο οποίος ορίζεται από την εταιρεία, είναι υποχρεωτική.

Ο έμπειρος κυβερνήτης θα παρέχει ασφάλεια στους πελάτες της επιχείρησης λόγω των γνώσεων σε επίπεδο γεωγραφίας/μορφολογίας περιοχής και σε επίπεδο διαχείρισης επικίνδυνων καταστάσεων σε περίπτωση κακοκαιρίας. Είναι πολύ εύκολο για έναν άπειρο ιστιοπλόο να δημιουργήσει προβλήματα ή ακόμα και να καταστρέψει το σκάφος, σε περίπτωση που αμελήσει την ύπαρξη κάποιας ξέρας ή κάποιου υφάλου. Επιπλέον, το Αιγαίο πέλαγος είναι γνωστό για τα καλοκαιρινά μελτέμια που μπορεί σε περιπτώσεις να είναι ιδιαίτερα ισχυρά και απρόβλεπτα. Για το λόγο αυτό, η συγκεκριμένη περιοχή προτείνεται σε έμπειρους ιστιοπλόους και όχι αρχαρίους.

Ύστερα, ο έμπειρος κυβερνήτης απαλλάσσει από τις έννοιες και τα προβλήματα της πλοήγησης, του ελλιμενισμού, της προμήθειας νερού και καυσίμου όπως και για τα θέματα μικροεπισκευών που μπορεί να προκύψουν.

Τέλος, παράσχει τις γνώσεις του για τις καλύτερες περιοχές όπου οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν το μπάνιο τους ή τα καλύτερα εστιατόρια όπου μπορούν να δειπνήσουν, τις σημαντικότερες δραστηριότητες σε κάθε περιοχή κλπ.

II. Μίσθωση ξεναγού

Η περιήγηση περιλαμβάνει την ξενάγηση σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία. Στις περιοχές ενδιαφέροντος, τους πελάτες θα παραλαμβάνει και θα ξεναγεί πτυχιούχος ξεναγός, κάτοχος άδειας άσκησης επαγγέλματος από το Υπουργείο Τουρισμού.

III. Τεχνική υποστήριξη στην περίπτωση βλάβης

Όλα τα σκάφη, ιστιοπλοϊκά και μηχανοκίνητα πρέπει να διαθέτουν τον απαραίτητο εξοπλισμό για την επικοινωνία και την ενημέρωση εν πλω.

Τα σκάφη της επιχείρησης είναι πλήρως εξοπλισμένα (VHF, κεραία, GPS Ploter, βυθόμετρο κλπ) ενώ διαθέτουν ακόμα εξοπλισμό πυρόσβεσης, φαρμακείο, φωτοβολίδες, καπνογόνα κινδύνου, life craft κλπ.

Πριν να ξεκινήσει ο ναύλος, όλοι οι επιβάτες του σκάφους ενημερώνονται για τη σωστή λειτουργία όλων των συστημάτων ασφαλείας ώστε να είναι σε θέση να τα χρησιμοποιήσουν σε περίπτωση ανάγκης και εφόσον ο κυβερνήτης δε θα δύναται. Η έγκαιρη ενημέρωση μέσω του VHF με το κανάλι 16 και το λιμενικό ενώ και η άμεση αναγνώριση στίγματος/ακριβής θέσης σκάφους από όλους τους επιβάτες μπορεί να απωβεί σωτήρια σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.

IV. Χρήση κινητού τηλεφώνου και internet

Τα κινητά από τις ΗΠΑ δε χρησιμοποιούνται στις Ελληνικές θάλασσες. Για το λόγο αυτό, τα σκάφη διαθέτουν σύστημα επικοινωνίας (GSM Network) για τη διευκόλυνση της συνεννόησης. Επιπλέον, η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα, για όποιον το επιθυμεί, της ενοικίασης κινητών τηλεφώνων.

Όλα τα σκάφη, επιπλέον, διαθέτουν ασύρματα routers ώστε οι επιβάτες να έχουν τη δυνατότητα πλοήγησης στο internet. Τα posts που θα προκύψουν στις εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης των επιβατών, συμβάλλουν στην περαιτέρω διαφήμιση και προώθηση της επιχείρησης.

V. Προσωπικά είδη και εξοπλισμός

Οι αποθηκευτικοί χώροι κάθε σκάφους είναι περιορισμένοι. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό κάθε επιβάτης να φέρνει μαζί του έναν περιορισμένο αριθμό αποσκευών.

Τα σκάφη ακόμα διαθέτουν αποθηκευτικούς χώρους για τα απαραίτητα έγγραφα που απαιτούνται για τη ναύλωση του σκάφους (διαβατήρια επιβατών, ναυλοσύμφωνο και voucher ταξιδιωτικού γραφείου) και τους χάρτες Αιγαίου και Ιονίου πελάγους.

VI. Transfer

Τμήματα της περιήγησης που προτείνει η συγκεκριμένη επιχείρηση, βρίσκονται στην ξηρά. Για το λόγο αυτό, παρέχεται η μεταφορά από και προς το σκάφος με ειδικά minivans σε εκάστοτε προορισμό. Επιπλέον, παρέχεται η μεταφορά από και προς τα αεροδρόμια άφιξης και αναχώρησης και το ξενοδοχείο διαμονής στην Πελοπόννησο (για όσους το επιλέξουν).

VII. Ξενοδοχειακό κατάλυμα

Οι πελάτες που έχουν επιλέξει το πακέτο που περιλαμβάνει τη διαμονή και ξενάγηση σε περιοχές της Πελοποννήσου, έχουν τη δυνατότητα διαμονής σε ξενοδοχειακό κατάλυμα της περιοχής ώστε να ξεκουραστούν πριν επιστρέψουν και πάλι στο σκάφος.

Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα ενοικίασης δωματίου σε ξενοδοχειακό κατάλυμα για όποιον το επιθυμεί κατά την άφιξη και την αναχώρηση, πριν και ύστερα της ναύλωσης του σκάφους.

VIII. Αεροπορικά εισιτήρια

Δίνεται η δυνατότητα αγοράς αεροπορικών εισιτηρίων από και προς την περιοχή ναύλωσης του σκάφους. Η υπηρεσία αυτή προσφέρεται με μικρό επιπλέον κόστος.

Τα ιστιοφόρα σκάφη της εταιρείας

Οι θαλάσσιες μετακινήσεις των ταξιδιωτών γίνεται με ιστιοπλοϊκό σκάφος, monohull της Γαλλικής εταιρείας «Beneteau». Η συγκεκριμένη εταιρεία έχει μακρά πορεία στην κατασκευή ιστιοφόρων και μηχανοκίνητων σκάφων.

Το σκάφος που επιλέχθηκε για την μετακίνηση των πελατών μας είναι το:

Oceanis 40.1

Η αγορά του συγκεκριμένου σκάφους κοστίζει €170.000 (χωρίς ΦΠΑ).

Πρόκειται για σκάφος μεσαίου μεγέθους, μήκους 12,87 μέτρων. Η καρένα του σκάφους είναι 4,18 μέτρα και το συνολικό του βάρος δεν ξεπερνά τα 7.985 κιλά. Η χωρητικότητα σε πετρέλαιο φτάνει τα 195 λίτρα και σε νερό τα 235 λίτρα. Η ισχύς της μηχανής είναι 45CV.

Το συγκεκριμένο σκάφος επιλέχθηκε διότι οι άριστες μηχανικές και τεχνολογικές προδιαγραφές το καθιστούν ασφαλές και ιδανικό για κρουαζιέρες μικρής κλίμακας, όπως τη δική μας. Επιπλέον, είναι εξαιρετικά καλαίσθητο, γεγονός που φανερώνεται με κάθε τρόπο.

Επιθυμία μας είναι όχι μόνο τα σκάφη μας να είναι πρακτικά, αλλά και να προσθέτουν το χαρακτηριστικό της πολυτέλειας στην όλη εμπειρία.

Η έκδοση που έχουμε επιλέξει εμείς είναι αυτή με τα δύο WC και τις 4 κάμπινες, εκ των οποίων οι 3 προορίζονται για τους πελάτες της επιχείρησης (κάθε μια από αυτές τις κάμπινες περιέχει διπλό κρεβάτι και αποθηκευτικούς χώρους) και η άλλη μία προορίζεται για τον skipper που συνοδεύει τους ταξιδιώτες.

Εικόνα 3.1. Όψη και κάτοψη σκάφους Beneteau Oceanis 40.1



Πηγή: Beneteau – Oceanis 40.1

Όπως έχουμε αναφέρει, το ιστιοπλοϊκό σκάφος είναι πλήρως εξοπλισμένο με τα απαραίτητα εργαλεία επικοινωνίας και εντοπισμού σε περιπτώσεις ανάγκης.

Ο στόλος της επιχείρησής μας αποτελείται από 10 τέτοια σκάφη, εκ των οποίων το 50% απασχολείται στην κάλυψη των αναγκών του α' προσφερόμενου πακέτου διακοπών και το υπόλοιπο 50% απασχολείται στην κάλυψη των αναγκών του β' προσφερόμενου πακέτου διακοπών. Η παραπάνω αναλογία ενδεχομένως να αλλάξει ανάλογα με τη ζήτηση του εκάστοτε πακέτου διακοπών.

Γιατί ιστιοφόρο σκάφος τύπου monohaul και όχι catamaran;

Είναι αλήθεια ότι τα σκάφη τύπου catamaran τα τελευταία χρόνια έχουν κάνει έντονη την παρουσία τους στις Ελληνικές θάλασσες. Πολλοί τουρίστες προτιμούν τέτοιου είδους σκάφη κυρίως λόγω του γεγονότος ότι είναι ευρύχωρα.

Ωστόσο, η εταιρεία μας προτίμησε να επιλέξει σκάφη τύπου monohaul λόγω άλλων προτερημάτων. Αυτά είναι:

- Ασφάλεια

Τα ιστιοφόρα σκάφη είναι το ασφαλέστερο μέσον πλεύσης κι αυτό διότι εξ αιτίας της καρένας που διαθέτουν, είναι σχεδόν αδύνατον να ανατραπούν.

Πιο συγκεκριμένα, ένα σκάφος τύπου monohaul τελευταίας τεχνολογίας και κατασκευής μπορεί να ανατραπεί μόνο εάν η κλίση του ξεπεράσει τις 130 μοίρες.

Αντίστοιχα, ένα σκάφος τύπου monohaul παλαιότερης τεχνολογίας και κατασκευής μπορεί να ανατραπεί εάν η κλίση του ξεπεράσει τις 90 μοίρες.

Αυτά σε αντίθεση με ένα σκάφος τύπου catamaran που μπορεί να ανατραπεί με κλίση μεγαλύτερη των 12,5 μοιρών και εφόσον τα πανιά είναι ανοιχτά και σε λάθος διάταξη. Η περίπτωση αυτή φυσικά είναι σπάνια λόγω του μεγάλου βάρους των σκαφών που τα κρατά σε συνεχή επαφή με τη θάλασσα, ωστόσο δεν είναι απίθανη.

- Κατανάλωση καυσίμων

Τα σκάφη τύπου catamaran λόγω του μεγάλου μεγέθους τους, καταναλώνουν μεγαλύτερη ποσότητα καυσίμων ακόμα κι αν γίνεται ταυτόχρονη χρήση των πανιών. Στην αντίθετη περίπτωση των monohaul, είτε αυτά κινούνται με τη μηχανή είτε με τα πανιά, το μικρότερο βάρος τους επιτρέπει να αναπτύξουν ικανοποιητική ταχύτητα κινούμενα με ευελιξία. Μάλιστα, στις περισσότερες περιπτώσεις, κυρίως στο Αιγαίο πέλαγος όπου οι άνεμοι οι συχνοί, η χρήση της μηχανής είναι άκρως προαιρετική.

- Οικονομία χώρου σε λιμάνια και μαρίνες

Ένα σκάφος τύπου catamaran καταλαμβάνει σχεδόν το διπλάσιο χώρο από ένα τύπου monohaul όταν είναι δεμένο στο ντόκο με αποτέλεσμα να μειώνει τη χωρητικότητα των λιμανιών και των μαρίνων και τις θέσεις λιμνενισμού γενικότερα. Οι ήδη περιορισμένες θέσεις λιμνενισμού στη χώρα, θα μειώνονταν κατά 50% εάν όλοι οι λάτρεις της θάλασσας χρησιμοποιούσαν σκάφη τύπου catamaran.

- Κόστος αγοράς και χρήσης

Η αγορά ενός σκάφους τύπου catamaran κοστίζει πολύ περισσότερο από αυτή ενός monohaul. Επιπλέον, το κόστος διανυκτέρευσης σε μαρίνες και λιμάνια κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και το κόστος φύλαξης στα καρνάγια κατά τους χειμερινούς μήνες είναι πολύ υψηλό.

- Ιστιοπλοΐα

Οι κανόνες ιστιοπλοΐας αλλάζουν σημαντικά όταν αφορούν ένα σκάφος τύπου catamaran, είτε έχουν σχέση με τους ελιγμούς του σκάφους είτε με τη χρήση των πανιών σε συνθήκες δυνατού αέρα. Στα catamaran όλα είναι πιο περίπλοκα λόγω βάρους και μεγέθους.

- Εμπειρία

Η εταιρεία εκτός από τη ναύλωση του σκάφους και τις λοιπές υπηρεσίες που προσφέρει με αυτή, προσπαθεί να δημιουργήσει μια μοναδική εμπειρία για τον πελάτη της ο οποίος ως άλλος Οδυσσέας, θα ταξιδέψει στη θάλασσα ώσπου να καταλήξει στην -προσωπική του- Ιθάκη.

Η άμεση επαφή με τη θάλασσα και τον άνεμο που προσφέρεται σε ένα σκάφος τύπου

monohaul, το οποίο εύκολα παραπέμπει στον τύπο σκάφους που είχε ο ίδιος ο Οδυσσέας στο ταξίδι του, είναι μέρος αυτής της εμπειρίας.

Προσφερόμενα πακέτα διακοπών

Ενώ η βασική ιδέα της επιχείρησης είναι να δημιουργήσει ένα ταξίδι – προσομοίωση της εμπειρίας του ταξιδιού που βίωσε ο Οδυσσέας, συνδέοντας την Ανατολική Ελλάδα με την Δυτική και διασχίζοντας δύο πελάγη, το σημαντικό είναι να αναγνωρίσουμε ποιες είναι οι αγορές-στόχος, ποιες οι ανάγκες τους και στη συνέχεια, πως θα καταφέρουμε να τις ικανοποιήσουμε.

Τις αγορές-στόχους τις εντοπίσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Επαναλαμβάνονται στη συνέχεια:

- Κυρίως Ευρωπαίοι τουρίστες ηλικίας 25-54 ετών, ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου και υψηλού οικογενειακού εισοδήματος, χωρίς οικογενειακές υποχρεώσεις, με τη δυνατότητα παραμονής στη χώρα για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 10 ημερών. Η ομάδα αυτή αντιλαμβάνεται τις διακοπές με σκάφος ως ευκαιρία να εξερευνήσει πολλές περιοχές πολιτιστικού ενδιαφέροντος σε σύντομο χρονικό διάστημα.
- Κυρίως Αμερικανοί και Ρώσοι τουρίστες ηλικίας 25-64 ετών, ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου και υψηλού οικογενειακού εισοδήματος, με τη δυνατότητα παραμονής για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 15 ημερών. Η ομάδα αυτή παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το θαλάσσιο στοιχείο και επιλέγει τις διακοπές με σκάφος προς αναζήτηση της ιδιωτικότητας και της αυτονομίας.

Στο σημείο αυτό θα παρουσιαστούν τα προγράμματα διακοπών, με κάθε λεπτομέρεια, ξεκινώντας από το πιο περίπλοκο και καταλήγοντας στο πιο απλό.

1^ο προσφερόμενο πακέτο διακοπών - «Πολιτισμός»

Το συγκεκριμένο πακέτο διακοπών απευθύνεται στην πρώτη αγορά-στόχο, δηλαδή, τους Ευρωπαίους πολίτες που φανερώνουν το ενδιαφέρον τους για το πολιτιστικό παρελθόν της Ελλάδας και διαλέγουν τις διακοπές με σκάφος ώστε να είναι σε θέση να επισκεπτούν σπουδαίους αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία της χώρας σε σύντομο χρονικό διάστημα ενώ παράλληλα χαλαρώνουν απολαμβάνοντας το μπάνιο και την περιήγηση στα νησιά-σταθμούς του ταξιδιού.

Το πακέτο διακοπών προσφέρεται στην υψηλότερη τιμή όλων και περιλαμβάνει την επίσκεψη στις εξής περιοχές:

Σάμος – έναρξη ταξιδιού, σταθμός επιβίβασης

Το ταξίδι ξεκινά από τη Σάμο, νησί του Βορείου Αιγαίου.

Το νησί διαθέτει αεροδρόμιο που εξυπηρετεί πτήσεις από το εξωτερικό και το εσωτερικό της Ελλάδας.

Η Σάμος είναι, σύμφωνα με την Ελληνική μυθολογία, η γενέτειρα της Ήρας, θεά-προστάτιδα των Αθηναίων κατά τον Τρωικό πόλεμο. Εκεί γνώρισε τον Δία και τους υπόλοιπους θεούς.

Στο νησί σώζεται Ηραίο (ο μεγαλύτερος ναός της αρχαιότητας), όπου οι ναυτικοί κατά την αρχαιότητα προσέφεραν δώρα για καλοτυχία στα ταξίδια τους.

Σε κοντινή απόσταση βρίσκεται και το Ευπαλίνειο Όρυγμα, θαυμάσιο έργο του μηχανικού Ευπαλίνου που χρονολογείται στον 6^ο αι.π.Χ. και από πολλούς θεωρείται το όγδοο θαύμα της αρχαιότητας.

Επιπλέον, η Σάμος φαίνεται να ήταν ναυτική υπερδύναμη κατά την αρχαιότητα αφού στην Ιλιάδα αναφέρεται ότι συμμετείχε στον πόλεμο με στόλο αποτελούμενο από περισσότερα από 100 πλοία. Υπάρχουν ενδείξεις ότι στο νησί κατασκευάζοντας ανέκαθεν πλοία, με ξυλεία από το τοπικό δάσος. – Ο Οδυσσέας, ναυαγός στην Ωγυγία, αναγκάζεται για να συνεχίσει το ταξίδι του να κατασκευάσει ο ίδιος τη σκεδιά του εφόσον το καράβι και οι σύντροφοί του έχουν χαθεί.

Τέλος, στο νησί υπάρχει το Πυθαγόρειο, περιοχή όπου βρισκόταν η αρχαία πόλη του νησιού. Εκεί γεννήθηκε ο Πυθαγόρας, ο σπουδαίος φιλόσοφος και μαθηματικός της αρχαιότητας. Το Πυθαγόρειο, όπως και το Ηραίο, συγκαταλέγονται στη λίστα με τα Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO.

Ο επισκέπτης καταφθάνει στο νησί αεροπορικώς, ξεναγείται στο Ηραίο, το Ευπαλίνειο Όρυγμα και το Πυθαγόρειο ενώ πριν επιβιβαστεί στο ιστιοπλοϊκό, επισκέπτεται ένα από τα τοπικά κεραμικά εργαστήρια για να προμηθευτεί (προαιρετικά) την «κούπα του Πυθαγόρα» ή «κούπα του πλεονέκτη» όπως είναι επίσης γνωστή.

Η επιχείρηση έχει φροντίσει να δωρίσει σε κάθε έναν ταξιδιώτη, ένα «τάμα» με απεικόνιση ένα καράβι για καλοτυχία στο ταξίδι τους.

Η κίνηση αυτή συνδέει τις δυσειδαιμονίες του παρελθόντος με αυτές του παρόντος δημιουργώντας ενθουσιασμό στον πελάτη.

Ικαρία – 1^η στάση

Το ταξίδι συνεχίζεται με επόμενο σταθμό την Ικαρία. Το νησί, σύμφωνα με τη μυθολογία, αποτελεί γενέτειρα του θεού Διονύσου.

Επιπλέον, ενδιαφέρον παρουσιάζει το πως απέκτησε το όνομά του, με το μύθο να θέλει τον Ηρακλή να θάβει εκεί τον Ίκαρο μετά το θάνατό του.

Οι κάτοικοι της Ικαρίας είναι γνωστοί παγκοσμίως για τη μακροζωία τους. Αδιαμφισβήτητα, η διατροφή τους, τους έχει ευνοήσει. Στο νησί παράγονται μέλι κι άλλα τοπικά προϊόντα, φημισμένα για την ποιότητά τους. Τα τρόφιμα αυτά λειτουργούν ως φάρμακα/drugs απέναντι στις αρρώστιες.

Οι πρόγονοί μας πίστευαν πως το μέλι είναι το δώρο των θεών προς τον άνθρωπο. Σε περιπτώσεις, συνήθιζαν να βυθίζουν τους νεκρούς σε μέλι, το οποίο τους διατηρούσε άθικτους για τουλάχιστον 8 εβδομάδες, γεγονός που τους έκανε να θεωρηθούν αθάνατοι, όπως και οι θεοί.

Στο νησί παράγεται ακόμα εξαιρετικό κρασί. Ο Οδυσσέας, μετά από χρόνια περιπλανήσεων, φτάνει στο νησί της μάγισσας Κίρκης. Εκεί η ίδια μεθά τους συντρόφους μεταμορφώνοντάς τους σε γουρούνια. Ο Οδυσσέας καταφέρνει να σωθεί εφόσον έχει καταναλώσει ένα λευκό λουλούδι που λειτουργεί ως αντίδοτο, το μόλι. Το λουλούδι αυτό φυτρώνει μόνο στην Ικαρία ακόμη και σήμερα.

Ο επισκέπτης φτάνοντας στο νησί κάνει τη βόλτα του στην πόλη όπου προμηθεύεται (προαιρετικά) παραδοσιακά τοπικά προϊόντα, όπως μέλι και κρασί. Στη συνέχεια, απολαμβάνει το μπάνιο του στις φημισμένες ιαματικές θερμοπηγές του νησιού – συνήθεια που είχαν οι αρχαίοι Έλληνες και μετέπειτα οι Ρωμαίοι– πριν αναχωρήσει για τον επόμενο προορισμό.

Σε περίπτωση που η παρουσία του επισκέπτη στο νησί συμπίπτει ως γεγονός με τη διεξαγωγή ενός από τα φημισμένα, πλέον, Νικαριώτικα πανηγύρια, η παρουσία του σε ένα από αυτά θεωρείται «must».

Μύκονος – 2^η στάση

Η Μύκονος είναι αλλιώς γνωστή ως το «νησί των ανέμων». Αυτό συμβαίνει γιατί η γεωγραφική θέση καθώς και η μορφολογία του νησιού ευνοεί τη δημιουργία ισχυρών αέρηδων.

Ο Οδυσσέας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, συνάντησε 5 καταιγίδες ενώ ο ίδιος ο Αίολος παγίδεψε τους ανέμους σε έναν ασκό για να τον βοηθήσει, χωρίς αποτέλεσμα.

Σήμερα, η Μύκονος αποτελεί το πιο κοσμοπολίτικο νησί της Ελλάδας, το οποίο κάθε χρόνο φιλοξενεί σημαντικές προσωπικότητες από όλο τον πλανήτη. Δε θα μπορούσε να λείπει από την περιήγησή μας.

Στο νησί υπάρχουν πολλά πολυτελή 5* ξενοδοχεία με παροχές massage και spa.

Ο Οδυσσέας μετά από μια τεράστια θαλασσοταραχή ναυαγεί στο νησί της Καλυψούς όπου θεά και υπηρέτριες τον περιποιούνται κάνοντάς τον να ξεχαστεί. Μένει εκεί για 7 χρόνια.

Στο αρχαιολογικό μουσείο του νησιού φυλάσσεται πίθος (ως «φέρετρο») που φέρει την πρώτη απεικόνιση του Δούρειου ίππου και της άλωσης της Τροίας (7^{ος} αι.π.Χ.).

Ο επισκέπτης κατά την άφιξή του στο νησί απολαμβάνει την περιποίηση των ειδικών στο spa του συνεργαζόμενου με την επιχείρηση ξενοδοχείου. Στη συνέχεια επισκέπτεται το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυκόνου και τέλος, δειπνεί (προαιρετικά) σε ένα από τα εξαιρετικά εστιατόρια πριν την αναχώρησή του.

Στο εστιατόριο, ο επισκέπτης μπορεί να έρθει σε επαφή με τοπικές γεύσεις, όπως την «κοπανιστή», τα τοπικά λουκάνικα, τη «λούζα», τα «αμυγδαλωτά» κλπ.

Η Μικρή Βενετία και οι Μύλοι βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από την πόλη της Μυκόνου και αποτελούν τοποθεσίες hot spot για φωτογραφίες.

Δήλος – 3^η στάση

Το νησί της Δήλου βρίσκεται στο κέντρο των Κυκλάδων και σύμφωνα με τον μύθο, αποτελεί γενέτειρα των θεών Απόλλωνα και Άρτεμις.

Ολόκληρη η Δήλος αποτελεί Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO.

Επιπλέον, αποτελεί το μεγαλύτερο μουσείο εξωτερικού χώρου στην Ελλάδα ενώ έχει ανασκαφθεί μόνο το ¼ του νησιού.

Ο Οδυσσέας φτάνει στη Δήλο για να προσφέρει δώρα στους θεούς, συνήθεια που είχαν οι ναυτικοί και οι απλοί πολίτες κατά την αρχαιότητα. Στην Οδύσσεια, περιγράφεται ο ναός του Απόλλωνα και στον ίδιο χώρο, ένας φοίνικας, στοιχεία που παραμένουν ως έχουν μέχρι και σήμερα.

Ο επισκέπτης ξεναγείται στο νησί της Δήλου με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών και συγκεκριμένα, με γυαλιά virtual reality.

Νάξος – 4^η στάση

Η Νάξος αποτελεί το μεγαλύτερο νησί των Κυκλάδων.

Εκεί ο ταξιδιώτης μπορεί να επισκεπτεί και να ξεναγηθεί στο Επιτόπιο Αρχαιολογικό Μουσείο, το οποίο είναι μοναδικό στο είδος του καθώς επιτρέπει στον επισκέπτη να έρθει σε επαφή με λείψανα και λοιπά ευρήματα σε in situ κατάσταση. Οι κατόψεις και οι αναπαραστάσεις που βρίσκονται στο χώρο και τον επεξηγούν βοηθούν τον επισκέπτη να κατανοήσει καλύτερα τα όσα αντικρίζει.

Και το Αρχαιολογικό Μουσείο του νησιού παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον λόγω της πλούσιας συλλογής που διαθέτει από κυκλαδικά ειδώλια, απομεινάρια του σημαντικότερου πολιτισμού που αναπτύχθηκε στην ευρύτερη περιοχή.

Επιπλέον, το νησί είναι φημισμένο για τα παραδοσιακά προϊόντα που παράγει, από τα οποία ξεχωρίζουν τα τυριά. Σε όλες τις Κυκλάδες είναι συνήθης η παραγωγή τυριού

ωστόσο η ιδιαιτερότητα της Νάξου βρίσκεται στο αγελαδινό γάλα. Οι τυροκόμοι εκεί παράγουν το γνωστό «αρσενικό» καθώς και νόστιμες γραβιέρες, κεφαλοτύρια και ξινομυζήθρες. Ο επισκέπτης, ως άλλος Οδυσσέας που έρχεται σε επαφή με τα τυριά του κύκλωπα Πολυφήμου ή με τα ιερά βόδια του Ηλίου, έχει τη δυνατότητα να γευτεί τα μοναδικά τοπικά προϊόντα.

Η Πορτάρα αποτελεί το τέλειο hot spot για φωτογραφίες.

Ο επισκέπτης μπορεί να φωτογραφηθεί στο σημείο όταν το επισκεπτει δια ξηράς αλλά κι όταν δια θαλάσσης βρεθεί σε κοντινή απόσταση. Στη δεύτερη περίπτωση οι φωτογραφίες αποκτούν τη μοναδικότητα που αποζητούμε.

Σαντορίνη – 5^η στάση

Η Σαντορίνη σήμερα αποτελεί έναν από τους διασημότερους Ελληνικούς προορισμούς του πλανήτη. Το ηφαίστειο και η καλντέρα που έχει δημιουργηθεί λόγω αυτού, δημιουργούν ένα μοναδικό τοπίο που δε θα μπορούσε να λείπει από την περιήγησή μας.

Ο ταξιδιώτης επισκέπτεται το ενεργό ηφαίστειο της Σαντορίνης και στη συνέχεια ξεναγείται στην αρχαία πόλη του Ακρωτηρίου που έχει παραμείνει άθικτη λόγω της λάβας που κάλυψε τα πάντα. Μόνο ένα μικρό τμήμα της αρχαίας πόλης έχει ανασκαφεί.

Για τους αρχαίους, οι φυσικές καταστροφές συνδέονταν με τη μανία και την εκδικητικότητα των θεών. Ο Ποσειδώνας είναι ο θεός της θάλασσας μα και των καταγίδων και των ηφαιστειών παράλληλα. Το μίσος του προς τον Οδυσσέα τον οδήγησε στο να δημιουργήσει τόσα εμπόδια.

Εκτός από το ηφαίστειο και το Ακρωτήρι, ο επισκέπτης ξεναγείται στο Μουσείο Προϊστορικής Θήρας όπου εκτίθεται το ανάθημα μιας χρυσής αίγας, αντικείμενο που περιγράφεται από τον Όμηρο στην Οδύσεια.

Κατά την παραμονή του στο νησί, ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να απολαύσει το μπάνιο του σε μια από τις ηφαιστειογενείς παραλίες και στη συνέχεια (προαιρετικά) να δειπνήσει ή να απολαύσει το ποτό του στην Οία, περιοχή που έχει απευθείας θέα στο φημισμένο ηλιοβασίλεμα της περιοχής.

Σίφνος – 6^η στάση

Κατά την αρχαιότητα, η Σίφνος αποτελούσε ένα από τα πιο πλούσια μέρη που θα μπορούσε κάποιος να επισκεπτει, λόγω των πετρωμάτων που διαθέτει. Ο χρυσός ήταν πολλής, με αποτέλεσμα οι κάτοικοι του νησιού να πέφτουν συχνά θύματα των πειρατών.

Ο Οδυσσέας επειδή δεν ήθελε να θεωρηθεί πειρατής, κάθε φορά που επισκεπτόνταν έναν τόπο έπαιρνε μαζί μερικούς συντρόφους και χωρίς όπλα πλησίαζε τους

κατοίκους. Τότε αυτοί καταλάβαιναν πως ήταν ασφαλείς και δεν απειλούνταν. Μόνο σε μια περίπτωση έδρασε με ακριβώς τον αντίθετο τρόπο ληστεύοντας και σκοτώνοντας. Μόνο σε αυτή την περίπτωση θα μπορούσαμε να τον χαρακτηρίσουμε πειρατή.

Στο νησί, για να μπορούν οι κάτοικοι να επικοινωνούν εύκολα και γρήγορα μεταξύ τους και κατά συνέπεια να προστατεύονται από τις επιδρομές, έχτισαν πυργίσμους στις κορφές των πιο υψηλών σημείων. Οι πύργοι αυτοί σώζονται ακόμα και σήμερα.

Λόγω της σπουδαιότητας του νησιού κατά τη δεδομένη περίοδο, είναι βέβαιο ότι όλοι οι συναγωνιστές του Οδυσσέα επισκέπτοντας στις πατρίδες τους, πέρασαν από τη Σίφνο.

Ο ταξιδιώτης επισκέπτεται τους πυργίσκους του νησιού και το αρχαιολογικό μουσείο, όπου φυλάσσεται σημαντική συλλογή αρχαίων νομισμάτων (στη Σίφνο κόπηκε το πρώτο νόμισμα της αρχαιότητας) πριν αποχωρήσει για τον επόμενο προορισμό.

Πελοπόννησος (Γύθειο, Σπάρτη, Μεσσήνη, Πύλος, Αρχαία Ολυμπία) – 7^η στάση

Ο επισκέπτης φτάνει στο Γύθειο ενώ ωρίτερα έχει επισκεπτεί το νησάκι Κρανάη, το ερωτικό καταφύγιο της Ωραίας Ελένης και του Πάρη, η σχέση των οποίων αποτέλεσε την αφορμή για να ξεκινήσει ο Τρωικός πόλεμος.

Εκεί, αφήνει το ιστιοπλοϊκό και συνεχίζει την περιήγησή του με ενοικιαζόμενο minivan.

Επόμενη στάση του, η Σπάρτη, όπου βρίσκεται ο τάφος της Ωραίας Ελένης και του Μενελάου, βασιλιά της πόλης. Στην περιοχή υπάρχει και ο ναός αφιερωμένος στην Ωραία Ελένη όπου οι πιστοί κατά την αρχαιότητα προσέφεραν αρώματα και διάφορα έλαια, παραγόμενα στην περιοχή.

Ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να ξεκουραστεί στη σύγχρονη πόλη της Σπάρτης, όπου θα απολαύσει (προαιρετικά) τον ελληνικό καφέ συνοδευόμενο με τοπικές παραδοσιακές πίτες.

Αφήνοντας τη Σπάρτη, ο επισκέπτης μεταφέρεται στη Μεσσήνη όπου και ξεναγείται στην αρχαία πόλη, βασιλιάς της οποίας ήταν ο Αγαμέμνωνας. Αποτελεί Μνημείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Εκεί ήταν το κέντρο του Μυκηναϊκού πολιτισμού.

Ακολουθεί διανυκτέρευση στο φημισμένο ξενοδοχείο «La Belle Helene» όπου διέμεινε ο αρχαιολόγος της Τροίας και της Μεσσήνης, Ερρίκος Σλήμαν κατά τις επισκέψεις του στην περιοχή. Το ίδιο ξενοδοχείο έχουν επισκεπτεί επίσης η Αγκάθα Κρίστι, στρατηγοί του Χίτλερ κλπ.

Το επόμενο πρωί, ο ταξιδιώτης επισκέπτεται την Πύλο όπου εκτός από το να ξεναγηθεί στο Ανάκτορο του Νέστορα (το επισκέπεται ο Τηλέμαχος όταν αναζητά

πληροφορίες για τον πατέρα του) και να πληροφορηθεί για τη ναυμαχία του Ναυαρίνου που καθόρισε τη σύγχρονη ιστορία της Ελλάδας, έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει κατάδυση στην περιοχή όπου βρίσκονται πολλά απολεινάρια πλοίων και αρχαίων πόλεων.

Τέλος, ο επισκέπτης μεταφέρεται στην Αρχαία Ολυμπία, γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων και ξεναγείται στον αρχαιολογικό χώρο (αποτελεί Μνημείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO) και το μουσείο της περιοχής.

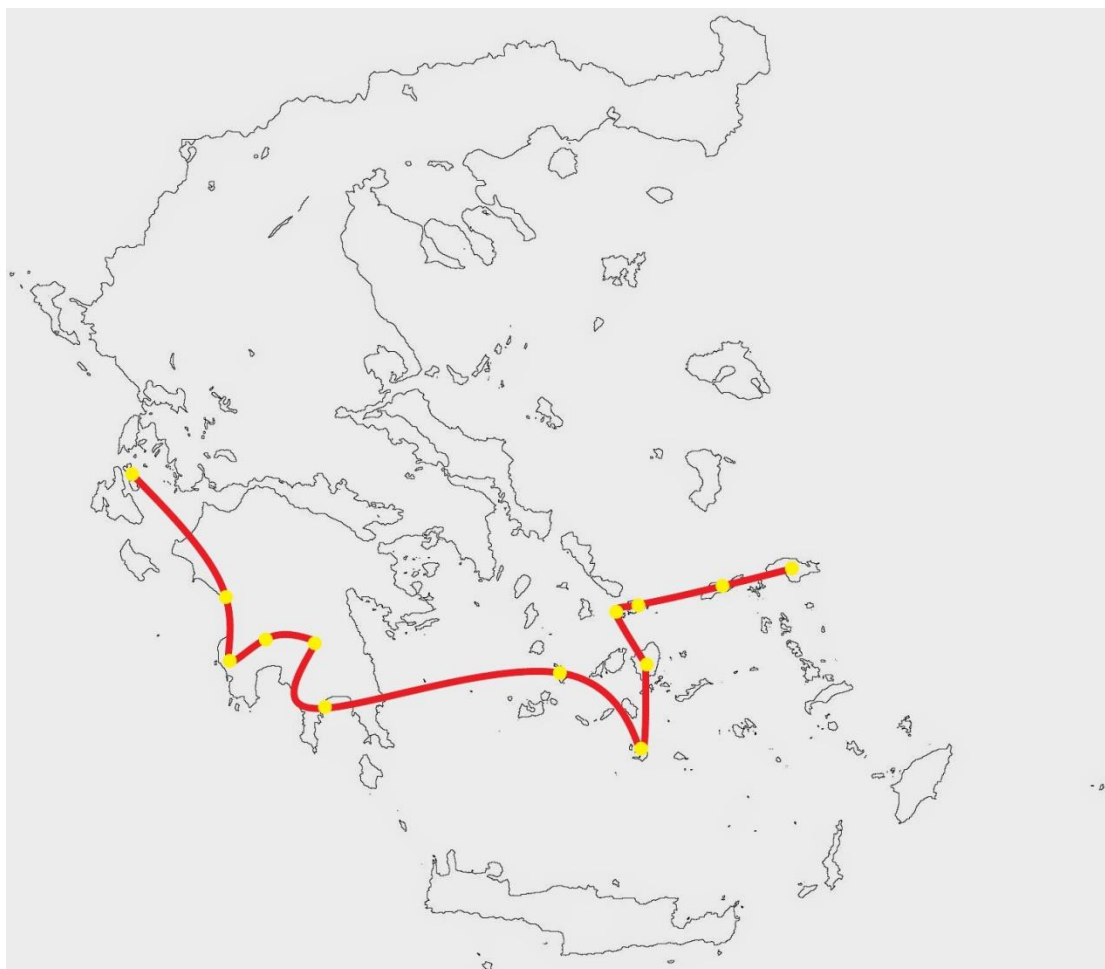
Εκεί επιβιβάζεται και πάλι στο ιστιοπλοικό για να συνεχίσει το ταξίδι του καταλήγοντας στην Ιθάκη.

Ιθάκη – άφιξη στον προορισμό, αποβίβαση

Πριν από τη οριστική λήξη του ταξιδιού, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει μαθήματα τοξοβολίας, αποκτώντας τις δεξιότητες που απαιτούνται για να νικήσουν και οι ίδιοι του μνηστήρες, όπως έκανε ο Οδυσσέας.

Μετά την ολοκλήρωση του μαθήματος, επισκέπτεται την αιωνόβια ελιά της Πηνελόπης και του Οδυσσέα, όπου απολαμβάνουν το πλούσιο ευχαριστήριο δείπνο που έχει ετοιμάσει και προσφέρει η επιχείρηση. *

Εικόνα 3.2. Διαδρομή προσφερόμενου πακέτου διακοπών «Πολιτισμός»



Όπως φαίνεται στην περιγραφή της διαδρομής καθώς και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων, ζητούμενο είναι οι συγκεκριμένοι πελάτες να βρεθούν σε όσο το δυνατόν περισσότερα σημεία πολιτιστικού ενδιαφέροντος γίνεται, είτε αυτά είναι αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία είτε είναι τόποι παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων.

Ο ταξιδιώτης μπορεί, εάν το επιθυμεί, να αγνοήσει μέρος της εμπειρίας (είτε την επίσκεψη σε κάποιον αρχαιολογικό χώρο, είτε σε κάποιο μουσείο) ή να το αντικαθιστήσει με στιγμές χαλάρωσης ή άλλες δραστηριότητες. Βασική προϋπόθεση αυτού είναι να έχει ειδοποιήσει την επιχείρηση yachting τουλάχιστον 12 ώρες νωρίτερα ώστε να προβεί σε ακύρωση ξενάγησης, δείπνου κλπ.

Ο ταξιδιώτης δε μπορεί ωστόσο να τροποποιήσει την πορεία του σκάφους, δηλαδή τους προορισμούς.

Οι μετακινήσεις από τον ένα προορισμό στον άλλο πραγματοποιούνται επί τω πλείστον κατά τη διάρκεια της νύχτας ώστε την ημέρα οι πελάτες να απολαμβάνουν τις δραστηριότητές τους.

Η διάρκεια του προσφερόμενου πακέτου είναι οι 12 ημέρες.

Στην τιμή που καλείται να πληρώσει ο ενδιαφερόμενος συμπεριλαμβάνονται όλες οι παροχές/υπηρεσίες, όπως περιγράφονται παραπάνω, όλα τα εισιτήρια για τις εισόδους σε μνημεία και μουσεία και η μίσθωση ξεναγού, το δείπνο στην Ιθάκη, το spa στη Μύκονο καθώς και τα δώρα όπου αναφέρονται.

Όλα τα σημεία όπου περιγράφονται ως προαιρετικά δε συμπεριλαμβάνονται στην τιμή.

2^ο προσφερόμενο πακέτο διακοπών – «Θάλασσα»

Το συγκεκριμένο πακέτο διακοπών απευθύνεται στη δεύτερη αγορά-στόχο, δηλαδή, κυρίως στους Αμερικανούς και Ρώσους πολίτες που φανερώνουν το ενδιαφέρον τους για το θαλάσσιο στοιχείο, το οποίο είναι διάχυτο στην Ελλάδα. Οι ίδιοι διαλέγουν τις διακοπές με σκάφος ώστε να είναι σε θέση να εξασκήσουν τις ιστιοπλοϊκές ικανότητες τους και να μπορούν να περιηγηθούν σε πολλές τοποθεσίες.

Για αυτούς το ταξίδι νόστου του Οδυσσέα είναι περισσότερο μια περιήγηση στο άγνωστο που γεωγραφικά ξεκινά από την Ανατολή και καταλήγει στη Δύση, παρά μια πολιτιστική διαδρομή.

Το πακέτο διακοπών περιλαμβάνει πολλές θαλάσσιες δραστηριότητες και την επίσκεψη στις εξής περιοχές:

Σάμος – έναρξη ταξιδιού, σταθμός επιβίβασης

Στη Σάμο ο ταξιδιώτης έχει την ευκαιρία να επισκεπτεί τις πανέμορφες παραλίες του νησιού και να απολαύσει σε αυτές στιγμές χαλάρωσης.

Το ψάρεμα αποτελούσε και αποτελεί ακόμη και σήμερα διαχρονική ενασχόληση των Ελλήνων τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε ερασιτεχνικό επίπεδο. Τα ήσυχα και πλούσια σε ψάρια νερά της Σάμου είναι ιδανικά για ψάρεμα είτε με σκέτη πετονιά είτε με καλάμι.

Το σκάφος είναι εξοπλισμένο με μάσκες, αναπνευστήρες, βατραχοπέδιλα, ειδικά βαρίδια κατάδυσης, σωσίβια θαλάσσης, είδη ψαρέματος όπως πετονιές, αγκίστρια και καλάμια, 2 σανίδες snorkeling και κανό ώστε ο ταξιδιώτης να είναι σε θέση να τα χρησιμοποιήσει ανά πάσα στιγμή σε αυτό το μακρύ ταξίδι στη θάλασσα.

Και σε αυτή την περίπτωση, το ταξίδι ξεκινά με το δώρο της επιχείρησης προς τον πελάτη, δηλαδή το τάμα με απεικόνιση карабиού για καλή τύχη!

Κάλυμνος – 1^{ος} σταθμός

Το νησί της Καλύμνου με την τόσο σπουδαία παράδοση στη θάλασσα, δε θα μπορούσε να λείπει από την περιήγησή μας.

Η Κάλυμνος είναι παραδοσιακά η πηγή αλίευσης, επεξεργασίας, προμήθειας και εξαγωγής των φυσικών σπόγγων στην Ελλάδα. Το φυσικό σφουγγάρι της θάλασσας δεν αποτελεί βιομηχανικό προϊόν, αλλά ζωντανό οργανισμό και συγκεκριμένα το σκελετό ενός θαλάσσιου ζώου. Το ζώο αυτό ζει σε μεγάλα βάθη με αποτέλεσμα να μη μπορεί να το βρει ο καθένας, ωστόσο, μια επίσκεψή σε ένα από τα εργαστήρια σπόγγων της προκυμαίας στην Πόθια, μπορεί να βοηθήσει τον ταξιδιώτη να κατανοήσει τη διαδικασία επεξεργασίας του φυσικού σφουγγαριού και να ανακαλύψει την αξία του.

Ο ταξιδιώτης, μετά την επίσκεψη στο εργαστήριο, μπορεί να προμηθευτεί (προαιρετικά) τα δικά του τοπικά και φυσικά σφουγγάρια.

Επιπλέον, στην Κάλυμνο και συγκεκριμένα στην πρωτεύουσα του νησιού, την Πόθια, στεγάζεται Ναυτικό Μουσείο με αντικείμενα από ναυάγια που εξιστορούν την παράδοση και τις μεθόδους σπογγαλιείας. Μια επίσκεψη, θεωρείται «must».

Τέλος, η Κάλυμνος οφείλει το όνομά της στο «κάλλος των υδάτων που βρέχουν τις ακρογιαλιές της». Το μπάνιο στον Πλατύ Γιαλό με τη μαύρη αμμουδιά και τα ήσυχα νερά που είναι ιδανικά για ψάρεμα και snorkeling, είναι μια δραστηριότητα που προτείνεται.

Αμοργός – 2^{ος} σταθμός

Στο υπέροχο νησί της Αμοργού με τα καταπράσινα νερά, ο ταξιδιώτης θα ξεκινήσει τις καταδυτικές εξορμήσεις.

Το Καταδυτικό Κέντρο Αμοργού διοργανώνει καθημερινά τρεις υποθαλάσσιες εκδρομές. Εμείς έχουμε επιλέξει για τους πελάτες μας την εκδρομή στο σπήλαιο της Νικουρίας, που θεωρείται «must» για τους λάτρεις της κατάδυσης.

Το σπήλαιο της Νικουρίας είναι ένα ανοιχτό σπήλαιο, οι τοίχοι του οποίου καλύπτονται από έντονα μοβ, κόκκινα και κίτρινα κοράλλια και σφουγγάρια που σε συνδυασμό με τη μικρο-θαλάσσια ζωή και τα μεγάλα σπειροειδή σκουλήκια δημιουργούν ένα υπέροχο υποθαλάσσιο τοπίο. Στο κάτω μέρος του σπηλαίου μπορεί κανείς να εντοπίσει κρυμμένους αστακούς και μεγαλύτερα ψάρια. Στις τρύπες του τείχους υπάρχει ένας μεγάλος ύφαλος Ποσειδωνίας που φιλοξενεί μύδια και άλλα πλάσματα του βυθού.

Το βάθος της συγκεκριμένης κατάδυσης δεν ξεπερνά τα 22 μέτρα, η ορατότητα φτάνει το 100% και τα ρεύματα (εάν υπάρχουν) είναι ήπια. Γενικότερα, θεωρείται μια πολύ ασφαλής περιήγηση που απευθύνεται σε άπειρους λάτρεις της κατάδυσης και σε

έμπειρους δύτες. Οι εκπαιδευτές του Καταδυτικού Κέντρου είναι εξαιρετικά έμπειροι και μπορούν να διαχειριστούν την οποιαδήποτε έκτακτη κατάσταση.

Εκτός από τη μοναδική εμπειρία της κατάδυσης, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να κολυπήσει στην παραλία όπου γυρίστηκε η ταινία του Luc Besson, «το Απέραντο Γαλάζιο». Πρόκειται για την παραλία της Αγίας Άννας με το ομώνυμο εκκλησάκι, τα ήρεμα νερά της οποίας ενδείκνυνται για snorkeling και κανό.

Το πιο εντυπωσιακό αξιοθέατο του νησιού, που προτείνουμε στον επισκέπτη να ανακαλύψει, είναι η Ιερά Μονή της Παναγίας της Χοζοβιώτισσας ή Κυνηγημένης. Το μνημείο είναι χτισμένο μέσα σε βράχο ύψους 300 μέτρων και ο ενδιαφερόμενος μπορεί να το προσεγγίσει μόνο εάν ανέβει τα 350 σκαλοπάτια που οδηγούν σε αυτό. Η θέα από το σημείο είναι μοναδική.

Σαντορίνη – 3^η στάση

Το νησί της Σαντορίνης με τα μοναδικά χαρακτηριστικά δε θα μπορούσε να λείπει ούτε από αυτό το προσφερόμενο πακέτο διακοπών.

Ο επισκέπτης εκτός από το να απολαύσει την περιήγησή του στα Φηρά, την Οία και τους υπόλοιπους οικισμούς με τη μοναδική θέα στο ηλιοβασίλεμα και την Καλντέρα, έχει τη δυνατότητα να καταδυθεί στο νησάκι της Νέας Καμένης, δηλαδή στον κρατήρα που έχει δημιουργήσει το ενεργό ηφαίστειο της Σαντορίνης!

Η κατάδυση γίνεται σε βάθος 7-25 μέτρα και απευθύνεται σε άπειρους λάτρεις του είδους. Λόγω της λάβας που έχει καλύψει το βυθό, η ζωή στο εσωτερικό του ηφαιστείου είναι συναρπαστική. Ο ενδιαφερόμενος συναντά τεράστιους ογκόλιθους, πολύχρωμα σφουγγάρια και ψάρια σε διάφορα μεγέθη ενώ σε κοντινή απόσταση και σε βάθος μόλις 13 μέτρων, μπορεί να έρθει σε επαφή με το ναυάγιο ενός επιβατικού πλοίου από το 1975. Στο σημείο αυτό λόγω της εκπομπής θείου από το ηφαίστειο, δεν υπάρχει κανένα ίχνος ζωής και ο χρόνος φαίνεται να έχει σταματήσει απότομα.

Την κατάδυση αναλαμβάνει το έμπειρο προσωπικό της “Volcano Dive Center”.

Εκτός από την υποθαλάσσια περιήγηση και την επίσκεψη στους οικισμούς του νησιού, ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει το μπάνιο του στις ηφαιστειογενείς παραλίες του νησιού χρώματος κόκκινο, λευκό ή μαύρο.

Μήλος – 4^η στάση

Εφόσον η περιήγηση είναι αφιερωμένη στους λάτρεις της θάλασσας και των μοναδικών τοπίων, δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τη δικαιολογημένα φημισμένη παραλία «Σαρακίνικο» της Μήλου.

Μακρόστενα ηφαιστειογενή πετρώματα απλώνονται μέσα και έξω από τη θάλασσα δημιουργώντας μικρές και μεγάλες σπηλιές. Το έντονα λευκό χρώμα των βράχων σε αντίθεση με τα καταγάλανα νερά της θάλασσας, δημιουργούν ένα μοναδικό τοπίο. Τα καλοκαίρια η περιοχή κατακλύζεται από τουρίστες (ειδικά στις ώρες αιχμής), ωστόσο μια πολύ πρωινή επίσκεψη με το ιστιοπλοικό, αξίζει τον κόπο.

Το απόγευμα, η βόλτα στη «μικρή Βενετία» θεωρείται απαραίτητη. Εκεί που στην αρχαιότητα δέσποζε το λιμάνι της αρχαίας Μήλου, σήμερα υπάρχουν 35 «σύρματα», δηλαδή υπόσκαφα σπιτάκια για βάρκες που έχουν μετατραπεί σε καλόγουστες κατοικίες. Το ηλιοβασίλεμα φαίνεται υπέροχα με τον ουρανό να γίνεται κόκκινος και να αντανakλά στο νερό. Το ρομαντικό τοπίο είναι ιδανικό για τις φωτογραφίες των ταξιδευτών.

Τέλος, στα ανατολικά του νησιού σώζονται τα απομεινάρια του παλιού θειωρυχείου. Οι στοές, οι σιδερένιες γέφυρες, οι ράγες και τα βαγονέτα περιμένουν τον επισκέπτη που από θαλάσσης θα επιθυμεί να τα ανακαλύψει.

Πάρος – 5^η στάση

Η Πάρος είναι σίγουρα ένα από τα νησιά που πρέπει να επισκεπτεί ο κάθε λάτρης των θαλάσσιων σπορ καθώς οι παραλίες της θεωρούνται από τις καλύτερες για surf τόσο σε επίπεδο χώρας όσο και παγκοσμίως.

Εάν ο ταξιδιώτης είναι λάτρης του surf, επιβάλλεται να επισκεπτεί τη παραλία «Χρυσή Ακτή» όπου θα εξασκηθεί δίπλα στους πιο έμπειρους αθλητές της Ελλάδας.

Κάθε χρόνο στις αρχές Αυγούστου πραγματοποιείται στην παραλία το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ιστιοσανίδας που προσεγγίζει πολλούς φανατικούς του αθλήματος.

Εάν ωστόσο ο ταξιδιώτης δεν είναι λάτρης του surf, αξίζει να πραγματοποιήσει μια επίσκεψη στην Πούντα για ολοήμερη διασκέδαση στο διάσημο beach bar.

Εάν ακόμα προτιμά να απολαύσει το ήρεμο μπάνιο του στη θάλασσα, αξίζει να επισκεπτεί την παραλία στις Κολυμπήθρες όπου οι λευκοί λείου βράχοι από γρανίτη δημιουργούν απίστευτα σχήματα. Η χρυσή άμμος σε συνδυασμό με τα κύματα της θάλασσας και τους δυνατούς ανέμους σχηματίζουν αυτό το μοναδικό καλλιτεχνικό τοπίο.

Επιπλέον, στο νησί ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει την κατάδυση σε ένα από τα πιο ενδιαφέροντα ναυάγια της χώρας. Πρόκειται για το ναυάγιο του Βρετανικού αεροσκάφους του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, Bristol Beaufighter, που πέρασε στην ιστορία μεταξύ των Άγγλων στρατιωτών με το παρατσούκλι "Beau". Στο βυθό της θάλασσας σώζεται το κουφάρι του αεροσκάφους σε εξαιρετική κατάσταση.

Η συγκεκριμένη κατάδυση ενώ προτείνεται, δεν είναι υποχρεωτική καθώς το ναυάγιο

βρίσκεται σε βάθος 34 μέτρων, γεγονός που αυξάνει τη δυσκολία και τις απαιτήσεις. Η κατάδυση σε τέτοιο βάθος δεν απευθύνεται σε αρχαρίους.

Μύκονος – 6^η στάση

Η Μύκονος δεν είναι τυχαία «το νησί των ανέμων»!

Οι αέριδες δε σταματούν ποτέ, γεγονός που κάνει τη Μύκονο το ιδανικό νησί για θαλάσσια extreme sports. Οι παραλίες του Καλαφάτη και της Φτελιάς ενδείκνυνται για windsurfing ενώ η παραλία στον Κόρφο κατακλίζεται από τους λάτρεις του kitesurfing κάθε καλοκαίρι.

Σε περίπτωση ωστόσο, που ο ταξιδιώτης μας αναζητά την απόλυτη χαλάρωση, μακριά από τη βόη του κόσμου, η παραλία του Αγίου Σώστη στη βόρεια μεριά του νησιού με τα πεντακάθαρα νερά και την άφθονη ψιλή άμμο, είναι ιδανική για ηλιοθεραπεία και snorkeling.

Τέλος, για όσους φτάνουν στη Μύκονο, “επιβάλλεται” να πραγματοποιήσουν τα ψώνια τους στις φωτισμένες boutique που βρίσκονται στα πανέμορφα στενά δρομάκια της Χώρας και να απολαύσουν το δείπνο ή το ποτό τους σε ένα από τα κορυφαία εστιατόρια του νησιού υπό τη συνοδεία ηλεκτρονικής μουσικής από κάποιον φημισμένο deejay. A little party never killed nobody!

Κέα – 7^η στάση

Η Κέα ή αλλιώς Τζιά, όπως είναι πιο γνωστή στην Ελλάδα, είναι το κοντινότερο στην Αθήνα νησί των Κυκλάδων.

Εκεί ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να καταδυθεί σε ένα από τα εντυπωσιακότερα ναυάγια στον Ελλαδικό χώρο. Πρόκειται για το ναυάγιο του μικρού επιβατικού ατμόπλοιου «Πατρίς» το οποίο βυθίστηκε στις 15/06/1927 μετά τον εμβολισμό του από το «Μοσχάνθη Τόγια», επίσης ατμόπλοιο λόγω λάθους ναυσιπλοίας. Το σκαρί του, μήκους 217 ποδών και 641 τόνων, βρίσκεται κομμένο στα δύο, σε βάθος μεταξύ 28 και 54 μέτρων. Το ναυάγιο είναι ίσως το μοναδικό τέτοιου τύπου στη Μεσόγειο.

Η κατάδυση, λόγω του βάθους στο οποίο βρίσκεται το ναυάγιο, δεν είναι υποχρεωτική παρά μόνο προτείνεται. Ωστόσο, για όποιον κατέχει την απαραίτητη εμπειρία και επιθυμεί να καταδυθεί, την υποθαλάσσια εκδρομή αναλαμβάνουν οι έμπειροι δύτες της εταιρείας «KeaDivers» που δραστηριοποιείται στο νησί.

Σε περίπτωση που ο ταξιδιώτης είναι έμπειρος δύτες, η εταιρεία «KeaDivers» προσφέρει κατάδυση στο ναυάγιο του «Βρετανικού», αδελφό πλοίο του φημισμένου Τιτανικού, τα απομεινάρια του οποίου βρίσκονται στον πάτο της θάλασσας, σε βάθος 120 μέτρων.

Κάθε Ιούλιο στο νησί πραγματοποιούνται οι «Γιορτές Παραμυθιού» για μικρούς και μεγάλους, όπου παραμυθάδες από όλο τον κόσμο διαβάζουν παραμύθια στους παρευρισκόμενους μεταφέροντάς τους νοειτά σε μέρη μαγικά.

Η επίσκεψη στις γιορτές προτείνεται για όσους ταξιδέψουν σε αυτό το χρονικό διάστημα.

Κύθνος – 8^η στάση

Η παραμονή στο νησί της Κύθνου θα είναι σύντομη. Εκεί, ο ταξιδιώτης μας θα έχει τη δυνατότητα να απολαύσει το μπάνιο του σε μια από τις ομορφότερες παραλίες του νησιού. Φυσικά, αυτή δεν είναι άλλη από την παραλία Κολώνα, τη διασημότερη σε ολόκληρο το νησί. Μια λωρίδα στεριάς χωρίζει τη θάλασσα στη μέση δημιουργώντας δύο αμμουδιές στην ίδια παραλία. Οι ανέμοι ήλιοι είναι ιδανικοί για snorkeling και κολύμπι.

Δίπλα ακριβώς από την παραλία υπάρχει ταβέρνα όπου ο ταξιδιώτης μπορεί (προαιρετικά) να απολαύσει το μεσημεριανό του γεύμα στηριζόμενο σε παραδοσιακές τοπικές γεύσεις.

Σαλαμίνα – 9^η στάση

Η Σαλαμίνα δεν είναι από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας ωστόσο, δε θα μπορούσε να λείπει από τη λίστα μας.

Το σπουδαίο ιστορικό παρελθόν της, που έχει αφήσει κατάλοιπα στο βυθό της, θεωρείται «must» για όσους επιθυμούν να ανακαλύψουν αρχαιολογικούς θησαυρούς.

Στο νησί υπάρχει ο Ενάλιος Αρχαιολογικός Χώρος Σαλαμίνας όπου κανείς μπορεί να έρθει σε επαφή με υποθαλάσσιους φυσικούς και νεκρικούς χώρους, οικιστικά σύνολα, μνημεία και κατάλοιπα της γνωστότερης ναυμαχίας που έλαβε ποτέ θέση στην Ελλάδα.

Κεφαλλονιά – 10^η στάση

Πριν το τέλος του ταξιδιού μας, επιβάλλεται να κάνουμε μια στάση στο καταπράσινο νησί της Κεφαλλονιάς.

Εκεί ο ταξιδιώτης θα κολυπήσει σε μια από τις ομορφότερες παραλίες της χώρας, με τα καταγάλανα νερά, χαρακτηριστικό της περιοχής του Ιονίου, στον Μύρτο.

Μετά το μπάνιο και το παιχνίδι με τα κύματα, ο ταξιδιώτης θα ξεκουραστεί απολαμβάνοντας δείπνο (προαιρετικά) στην πιο κοσμοπολίτικη περιοχή του νησιού, το Φισκάρδο.

Σε αντίθετη περίπτωση, θα περιηγηθεί στο διάσημο σπήλαιο της Μελισσάνης ή σπήλαιο των Νυμφών. Πρόκειται για φυσικό αξιοθέατο το οποίο χωρίζεται σε δύο μέρη, το εσωτερικό και το εξωτερικό. Στο εσωτερικό ο επισκέπτης έρχεται σε οπτική επαφή με μεγάλους σταλακτίτες και σταλαγμίτες καθώς και με εντυπωσιακές σπηλιές ενώ στο εξωτερικό, βρίσκεται σε μια φυσική λίμνη βάθους 36 μέτρων η οποία έχει σχηματιστεί από την πτώση ενός τμήματος της οροφής από όπου εισβάλλει το φως του ηλίου το οποίο όταν έρχεται σε επαφή με το νερό, δημιουργεί εντυπωσιακά χρώματα και εικόνες.

Προαιρετικά, έχει τη δυνατότητα να καταδυθεί σε μια από τις ομορφότερες και πλουσιότερες σε φυσικό κάλλος περιοχές της χώρας, τη Σκάλα. Συνήθως η θάλασσα εκεί είναι ήρεμη και επιτρέπει στον επισκέπτη να χαρεί τον βυθό και τη μαγεία του. Η περιοχή έχει χαρακτηριστεί υποβρύχια αρχαιολογική περιοχή αφού φιλοξενεί πάρα πολλά αρχαία ευρήματα. Σε περίπτωση που ο ταξιδιώτης είναι τυχερός, θα έχει την ευκαιρία να κολυμπήσει δίπλα σε χελώνες caretta-caretta και φώκες monachus-monachus, ζώα προς εξαφάνιση που ζουν και αναπαράγονται στην ευρύτερη περιοχή.

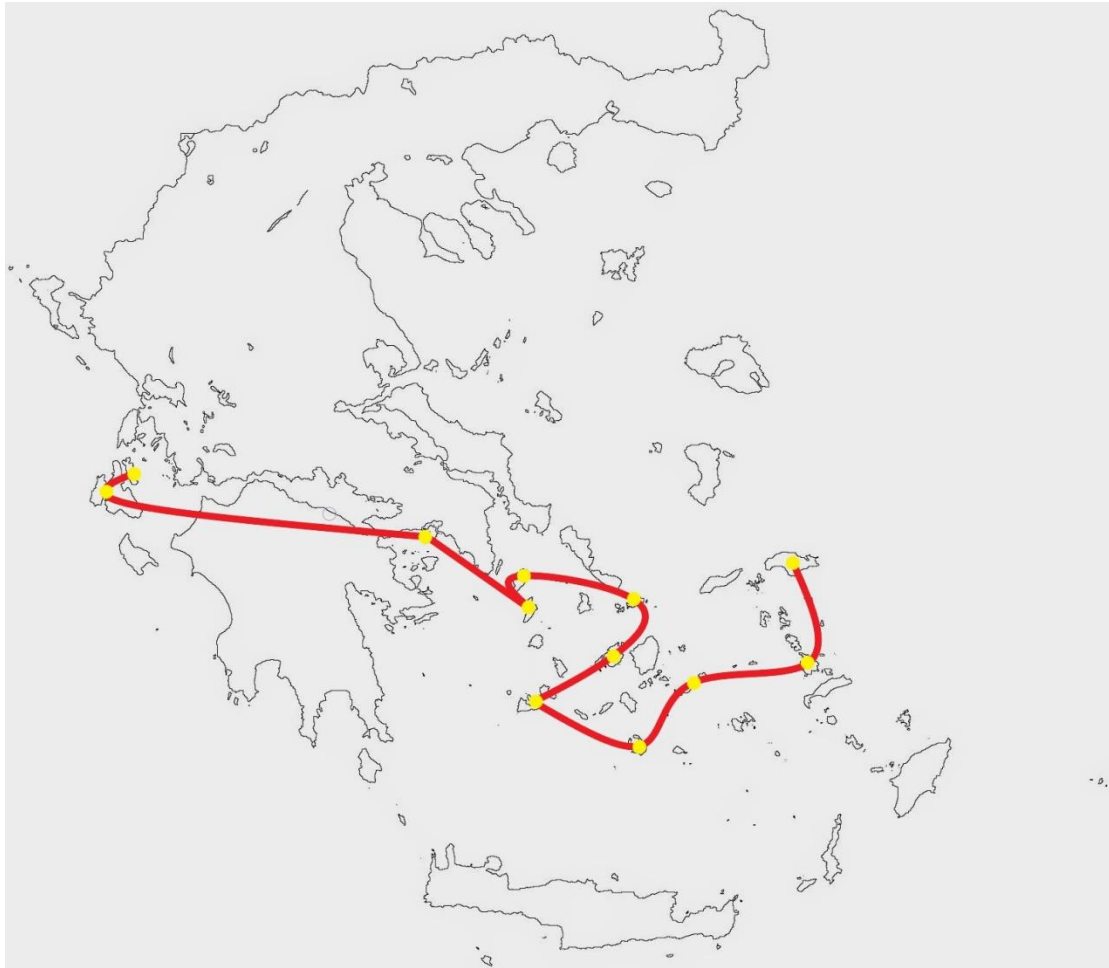
Την κατάδυση αναλαμβάνει το «Kefalonia Diving Center».

Ιθάκη – άφιξη στον προορισμό, αποβίβαση

Το ταξίδι έρχεται στο τέλος του. Πριν ωστόσο ο ταξιδιώτης αποβιβαστεί από το ιστιοπλοικό, θα επισκεπτεί τον κλειστό όρμο στο Κιόνι, ο οποίος είναι χτισμένος αμφιθεατρικά δημιουργώντας δέος σε όποιον τον επισκέπτεται. Πέτρινα διατηρητέα σπίτια με αυλές, χτισμένα τον 16^ο αιώνα, καφέ και εστιατόρια με τραπεζάκια στη θάλασσα είναι μερικά από όσα θα αντικρίσει ο ταξιδιώτης.

Εκεί τον περιμένει ευχαριστήριο δείπνο, προσφορά της επιχείρησης. *

Εικόνα 3.3. Διαδρομή προσφερόμενου πακέτου διακοπών «Θάλασσα»



Σε αντίθεση με το προηγούμενο προσφερόμενο πακέτο διακοπών, αυτό δεν έχει άμεση σχέση με το ταξίδι του Οδυσσέα χωρίς ωστόσο να υπολείπεται σε μοναδικές για τον ταξιδιώτη εμπειρίες. Ζητούμενο τώρα είναι ο πελάτης να απολαύσει τη θάλασσα με κάθε τρόπο, είτε μέσω της κατάδυσης, είτε μέσω της άθλησης, εξασκώντας δηλαδή κάποιο θαλάσσιο σπορ, είτε μέσω της κολύμβησης και του snorkeling είτε μέσω της ιστιοπλοΐας.

Ο ταξιδιώτης μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να λειτουργήσει αυτόνομα παραβλέποντας τις οδηγίες του προγράμματος.

Αυτό φυσικά δεν ισχύει για τις περιπτώσεις των οργανωμένων δραστηριοτήτων, δηλαδή των καταδύσεων και των περιηγήσεων με άλλο πλεούμενο.

Ενώ το πρόγραμμα προσφέρει την αυτονομία που αποζητά όποιος επιλέγει τις διακοπές με ιστιοπλοϊκό, ο ταξιδιώτης δε μπορεί να τροποποιήσει την ίδια τη διαδρομή.

Οι μετακινήσεις από τον ένα προορισμό στον άλλο πραγματοποιούνται επί τω πλείστον κατά τη διάρκεια της νύχτας ώστε την ημέρα να έχει χρόνο να απολαύσει τις δραστηριότητες που έχουμε σχεδιάσει για αυτόν.

Η διάρκεια του προσφερόμενου πακέτου είναι οι 15 ημέρες.

Στην τιμή που καλείται να πληρώσει ο ενδιαφερόμενος συμπεριλαμβάνονται όλες οι παροχές/υπηρεσίες, όπως περιγράφονται παραπάνω, οι οργανωμένες καταδύσεις (όχι όσες μόνο προτείνονται), το δείπνο στην Ιθάκη καθώς και τα δώρα όπου αναφέρονται.

Όλα τα σημεία όπου περιγράφονται ως προαιρετικά δε συμπεριλαμβάνονται στην τιμή.

3.10.2. Τιμή

Όσον αφορά την τιμολόγηση, αυτή πρέπει να είναι αντίστοιχη του προϊόντος, της ποιότητας παροχής υπηρεσιών και της αξίας που προσφέρει στον καταναλωτή. Οι τιμές θα είναι υψηλότερες από το μέσο όρο του κλάδου, λόγω του ότι επιθυμούμε να στοχεύσουμε στη μέση και υψηλή εισοδηματική τάξη πελατών, προσφέροντάς τους υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Επιπλέον, η μοναδικότητα του προσφερόμενου προϊόντος το καθιστά «premium».

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ και του ΣΕΤΕ, η τουριστική περίοδος των ναυλώσεων σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα ξεκινά το μήνα Απρίλιο και τελειώνει το μήνα Οκτώβριο.

Μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα, η επισκεψιμότητα διαφέρει καθώς παρουσιάζει υψηλή αύξηση από τα μέσα Ιουλίου έως τα μέσα Σεπτεμβρίου και μείωση τον υπόλοιπο καιρό.

Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να ορίσουμε τρεις διαφορετικές περιόδους κατά τις οποίες η κοστολόγηση της ναύλωσης των σκαφών θα διαφέρει. Αυτές είναι:

- ❖ Περίοδος Α' – υψηλή → από 15 Ιουλίου έως 15 Σεπτεμβρίου
- ❖ Περίοδος Β' – μέση → από 15 Μαΐου έως 14 Ιουλίου και από 16 Σεπτεμβρίου έως 31 Οκτωβρίου
- ❖ Περίοδος Γ' – χαμηλή → από 1^η Απριλίου έως 14 Μαΐου

Όσον αφορά στο κόστος της ναύλωσης, σε αυτή περιλαμβάνονται η ενοικίαση του ιστιοπλοϊκού σκάφους καθώς και τα λειτουργικά έξοδά του (καύσιμα, λιπαντικά, υγραέριο).

Στη συγκεκριμένη περίπτωση όπου η ύπαρξη skipper είναι υποχρεωτική ακόμη κι αν οι πελάτες είναι έμπειροι ιστιοπλόοι, στο κόστος της ναύλωσης περιλαμβάνονται η αμοιβή και το κόστος τροφοδοσίας του πληρώματος.

Για όσους το επιθυμούν, υπάρχει δυνατότητα στελέχωσης του πληρώματος του σκάφους από συνοδό, hostess. Το κόστος αυτής της υπηρεσίας επιβαρύνει τον πελάτη και περιλαμβάνει ημερήσια αποζημίωση και διατροφή.

Ακόμη περιλαμβάνονται:

- Λιμενικά τέλη και τέλη διέλευσης καναλιών (στην περίπτωση της διέλευσης από τον Ισθμό της Κορίνθου)
- Αρχικό κόστος νερού – οι πελάτες παραλαμβάνουν το σκάφος με γεμάτα τα ντεπόζιτα του νερού. Στη συνέχεια του ταξιδιού θα πρέπει να ανεφοδιαστούν νερό. Το κόστος αυτό επιβαρύνει τους ίδιους και όχι την εταιρεία ενοικίασης.
- Αρχικός εφοδιασμός τροφίμων – το σκάφος παραδίδεται στους πελάτες με τις βασικές ανάγκες σε τρόφιμα καλυμμένες. Αυτές εξαρτώνται από τον αριθμό των πελατών και τις διατροφικές του συνήθειες. Στη διάρκεια του ταξιδιού θα πρέπει να γίνει ανεφοδιασμός τροφίμων. Το κόστος αυτού επιβαρύνει τους πελάτες και όχι την εταιρεία.
- Εγγύηση – πριν από κάθε ναύλωση, η εταιρεία ορίζει ένα χρηματικό ποσό το οποίο λειτουργεί ως εγγύηση για την κάλυψη ζημιών ή απωλειών του εξοπλισμού που ενδέχεται να προκύψουν. Εφόσον δεν παρατηρηθούν τέτοια φαινόμενα κατά τη διάρκεια της ναύλωσης, το χρηματικό ποσό της εγγύησης επιστρέφεται ακέραιο στον πελάτη.

Η τιμολόγηση των υπηρεσιών γίνεται με βάση τα εξής κριτήρια:

1. Το επιλεγόμενο πακέτο διακοπών εκ των δύο που προσφέρονται
2. Τη χρονική περίοδο που θα επιλέξει ο πελάτης για τις διακοπές του

Πίνακας 3.4. Τιμολόγηση προσφερόμενων πακέτων διακοπών ανά περίοδο

	A' περίοδος	B' περίοδος	Γ' περίοδος
«Πολιτισμός»	7000 €	5600 €	4400 €
«Θάλασσα»	8400 €	6700 €	5200 €

Στην παραπάνω τιμολόγηση εφαρμόζονται οι εξής εκπτώσεις ανά περίπτωση:

- 5% έκπτωση στους πιστούς πελάτες μας
- 5% έκπτωση σε συνεργάτες της εταιρείας
- 5% έκπτωση σε όσους πελάτες επιλέγουν την υπηρεσία «Early Bird» και ολοκληρώνουν την κράτηση της ναύλωσης έως τις 31 Ιανουαρίου κάθε έτους

3.10.3. Προώθηση

Για τη σωστή προώθηση του προϊόντος μας είναι σημαντικό να ανατρέξουμε στην ανάλυση της αγοράς-στόχου που πραγματοποιήθηκε στο τμήμα της «Τμηματοποίησης».

Με βάση αυτά τα στοιχεία, οι αποτελεσματικότερες μέθοδοι είναι οι εξής:

- Online, μέσω της παρουσίας σε websites πολιτιστικού και ναυτικού προσανατολισμού και μέσω της στοχευμένης τοποθέτησης στα social media, με ειδικά προσαρμοσμένες διαφημίσεις σε σελίδες/βίντεο πολιτιστικών και ναυτικών δραστηριοτήτων
- Δημόσιες σχέσεις και διαφήμιση μέσω των ταξιδιωτικών γραφείων που διοργανώνουν εκδρομές yachting
- Παρουσία και διαφήμιση σε ταξιδιωτικούς οδηγούς και καταλόγους μεγάλων tour operators
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού, σε ναυτικά σαλόνια και πολιτιστικά forum
- Έντυπα φυλλάδια σε τοπικό επίπεδο και μικρότερη κλίμακα
- Παρουσία σε αεροπορικούς οδηγούς

3.10.4. Διανομή

Μέσω της «διανομής», ορίζονται οι τρόποι επικοινωνίας της εταιρείας ή του προϊόντος με τον πελάτη. Οι αποφάσεις που σχετίζονται με τα κανάλια διανομής έχουν πολύ μεγάλη σημασία διότι τα μέρη στα οποία διατίθενται ή όχι τα προϊόντα μας επηρεάζουν άμεσα τις πωλήσεις μας. Η διανομή για την παρούσα επιχείρηση θα γίνεται μέσω:

- Website της επιχείρησης όπου θα καταγράφονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες και τα στοιχεία επικοινωνίας (email και τηλέφωνο). Μέσω του site θα παρέχεται ακόμη η δυνατότητα απ' ευθείας κράτησης και η πληρωμή αυτής με κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό, τοις μετρητοίς ή με χρήση e-banking/PayPal.
- Καταχώρηση σε sites τύπου «Trip Advisor», όπου θα παρέχονται οι απαραίτητες πληροφορίες και οι κριτικές των διαπιστωμένων πελατών μας. Η καταχώρηση θα παραπέμπει στο επίσημο website της εταιρείας.
- Travel agents

3.10.5. Διαδικασίες

Είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με την παροχή υπηρεσιών να διατηρούν τις διαδικασίες σε πολύ υψηλό επίπεδο. Όταν αυτό συμβαίνει τότε η εμπειρία του πελάτη είναι πλήρης, ο ίδιος δηλώνει ικανοποιημένος και η πιθανότητα

να παραμείνει πιστός ή κι ακόμα να φέρει νέους πελάτες στην επιχείρηση, είναι αυξημένη. Όταν κάνουμε λόγο για διαδικασίες εννοούμε όλα αυτά τα μικρά πράγματα που συνοδεύουν την παροχή υπηρεσιών και που πολλές φορές δεν παρατηρούμε.

Αρχαικά, για τη βέλτιστη ροή των διαδικασιών, η εταιρεία φροντίζει να μην υπάρχει αναμονή στον πελάτη όταν αυτός προσεγγίζει τα κανάλια επικοινωνίας. Είναι σημαντικό λοιπόν οι υπάλληλοι καθώς και όλοι οι συνεργάτες να είναι συνεπείς με την παρακολούθηση των mails τους και την υποδοχή των κλήσεών τους.

Ύστερα, όλες οι ανακοινώσεις που αφορούν στη λειτουργία την επιχείρησης θα αναρτώνται σε μικρό χρονικό διάστημα στην επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας ώστε οι πελάτες να παραμένουν ενημερωμένοι ανά πάσα στιγμή.

Για να ανατρέξει στην επίσημη ιστοσελίδα κάποιος θα πρέπει αυτή να είναι εύκολα ανιχνεύσιμη και ευχάριστη στη χρήση. Η δομή και εμφάνιση της ιστοσελίδας θα είναι minimal χωρίς αναδυόμενα banners, φλύαρα stickers και περιττές διαφημίσεις, αντίθετα, με ευκρινή γράμματα σε σκούρο φόντο, με φωτογραφίες από τα μέρη που συναντά κανείς κάνοντας το τουρ, με απλές οδηγίες και καλαίσθητα χρώματα. Ένα τέτοιο μοντέρνο site θέλουν όλοι να το επισκεπτούν ξανά και ξανά.

Επιπλέον, είναι σημαντικό οι πληρωμές του πελάτη να γίνονται άμεσα, χωρίς χρονοτριβές και το φόβο της κλοπής. Για το λόγο αυτό, μέσω της επίσημης ιστοσελίδας και σε συνεργασία με τις μεγαλύτερες τράπεζες της Ελλάδας και του εξωτερικού, ο πελάτης θα μπορεί να κάνει άμεσα τη συναλλαγή του χωρίς να χρειαστεί να μετακινηθεί στο τραπεζικό υποκατάστημα ή να προβεί σε κάποια χρονοβόρα κατάθεση.

Τέλος, είναι σημαντικό καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού ο πελάτης να είναι στο σωστό σημείο τη σωστή στιγμή χωρίς να παρατηρούνται καθυστερήσεις και κακές συνεννοήσεις. Κανείς εξάλλου δε θέλει να σπαταλά τον ελεύθερο χρόνο του στην αναμονή, πόσο μάλλον κατά τη διάρκεια των διακοπών του. Για το λόγο αυτό, όσοι εργάζονται στο γραφείο, ο skipper, οι ξεναγοί, οι οδηγοί κλπ θα βρίσκονται σε διαρκή επικοινωνία ώστε να μην προκύπτουν τέτοια περιστατικά.

3.10.6. Άνθρωποι

Όπως συμβαίνει στην καθημερινή ζωή, έτσι και στο marketing των υπηρεσιών, οι άνθρωποι έχουν προτεύοντα ρόλο. Είναι χαρακτηριστικό ότι η επαφή του παροχέα μιας υπηρεσίας με τον πελάτη παίζει το πιο σημαντικό ρόλο στο μείγμα marketing. Για να είναι λοιπόν η επαφή αυτή επιτυχημένη θα πρέπει όλοι όσοι εργάζονται στην επιχείρηση να είναι επαγγελματίες με ότι αυτό συνεπάγεται.

Αρχικά κι επειδή η πρώτη εντύπωση μετράει, όλοι οι εργαζόμενοι θα πρέπει να είναι ευπρεπώς ντυμένοι και περιποιημένοι. Αυτό σημαίνει πως όλοι, ανεξαρτήτως πόστου,

θα πρέπει να φορούν τα ρούχα που τους έχει δώσει η εταιρεία, που φέρουν τα διακριτικά της εταιρείας. Η ενδυμασία περιλαμβάνει από λευκό πουκάμισο με το logo της εταιρείας για όσους εργάζονται στο γραφείο ή στη στεριά γενικότερα έως ντισσεράδα και αθλητικά t-shirts για τους skippers. Όλοι οι εξωτερικοί συνεργάτες θα πρέπει με προσωπική ενδυμασία να είναι επίσης ευπρεπώς ντυμένοι.

Ωστόσο, το πιο σημαντικό στην ανθρώπινη επαφή δεν είναι η εμφάνιση του καθενός αλλά η συμπεριφορά του. Για το λόγο αυτό, όλοι οι εργαζόμενοι της επιχείρησης πρέπει να είναι ευγενικοί τόσο στην επικοινωνία τους με τον πελάτη όσο και στη μεταξύ τους συνεννόηση. Βρισιές και χειρονομίες δε γίνονται σε καμία περίπτωση αποδεκτές, απ' όπου κι αν προέρχονται.

Τέλος, από τη μεριά της, η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να καταβάλει στους εργαζόμενούς της όλα όσα δικαιούνται τόσο σε επίπεδο νόμιμης αμοιβής όσο και επιβράβευσης. Είναι πρωτεύον ζήτημα οι εργαζόμενοι να «αγαπούν» αυτό που κάνουν ώστε στη συνέχεια, αυτή την ικανοποίηση να τη μεταδίδουν στον πελάτη μέσα από τη συμπεριφορά και τον επαγγελματισμό τους.

3.10.7. Φυσική Μαρτυρία

Το περιβάλλον στο οποίο προσφέρεται μια υπηρεσία μπορεί να περιλαμβάνει από την κτηριακή εγκατάσταση και τη διακόσμηση του χώρου υποδοχής των πελατών έως τα διαφημιστικά φυλλάδια και τον κώδικα ενδυμασίας των εργαζομένων.

Όπως αναφέρεται και παραπάνω, η πρώτη εντύπωση που δίνεται στον πελάτη είναι σημαντική για το αν στη συνέχεια θα κάνει χρήση της προσφερόμενης υπηρεσίας ή όχι. Για το λόγο αυτό, ο χώρος υποδοχής των πελατών θα πρέπει να είναι πάντα καθαρός και φωτεινός. Η προσφερόμενη υπηρεσία έχει άμεση σχέση με τη θάλασσα και το καλοκαίρι οπότε τα κύρια χρώματα της διακόσμησης είναι το μπλε, το λευκό, το ανοιχτό γκρι και το κίτρινο που παραπέμπει στον ήλιο. Επιπλέον, η ενδυμασία των υπαλλήλων, όπως περιγράφηκε νωρίτερα κυμαίνεται στην ίδια χρωματολογία. Η χρήση aesthetics στον χώρο, όπως είναι τα φωτιστικά και τα αποσμητικά χώρου είναι απαραίτητη.

Φυσικά, και τα σκάφη πρέπει πριν την αναχώρηση και κατά τη διάρκεια του ναύλου να είναι καθαρά και περιποιημένα. Εντός του σκάφους επικρατούν το λευκό και το μπλε, χρώματα που προκαλούν ηρεμία και ασφάλεια.

Και η παραμικρή λεπτομέρεια, όσο ασήμαντη και να μοιάζει παίζει ρόλο στην παροχή υπηρεσιών καθώς αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της συνολικής εμπειρίας που σχεδιάζει η επιχείρηση για τον πελάτη της.

3.11. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Όλα τα marketing plans τελειώνουν με την ΚΑΧ όπου φανερώνεται το πώς θα κινηθεί η επιχείρηση σε οικονομικό επίπεδο εφόσον δεν υπάρξουν σημαντικές αλλαγές κυρίως στο εξωτερικό περιβάλλον αυτής.

Αρχικά η επιχείρηση θα ξεκινήσει με μετοχικό κεφάλαιο 1.000.000 ευρώ για τις πρώτες διαδικασίες έναρξης της.

Όπως είναι λογικό, ιδιαίτερα λόγω της εμφάνισης του Covid-19, η οικονομία βρίσκεται σε κατάσταση ύφεσης με αποτέλεσμα να μην μπορούμε να βρούμε χρηματοδότες. Παράλληλα, οι τράπεζες θέλοντας να πετύχουν αύξηση της ροής του χρήματος στην αγορά, δίνουν ευκολότερα απ'ότι στο παρελθόν δάνεια για νέες επιχειρήσεις.

Επομένως ο βασικός και πιο κοστοβόρος εξοπλισμός, δηλαδή τα ιστοφόρα σκάφη, αγοράστηκαν μέσω δανείου αξίας 340.000 ευρώ. Συγκεκριμένα, με τα χρήματα αυτά αγοράστηκαν δύο σκάφη ενώ τα υπόλοιπα οχτώ ενοικιάστηκαν μέσω leasing.

Το δάνειο που δόθηκε για τη δημιουργία νεοσύστατης καινοτόμας ιδέας θα αρχίσει να αποπληρώνεται για τα πρώτα πέντε έτη άτοκα, και μετά με ένα χαμηλό επιτόκιο 2,5% μετά από τον πρώτο χρόνο έγκρισής του και λειτουργίας της εταιρείας.

Πίνακας 3.5. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

	2021	2022
Έσοδα από υπηρεσίες	€ 355,000.00	€ 547,400.00
(-) έξοδα εκμετάλλευσης	€ 30,000.00	€ 45,000.00
Διαφήμιση	€ 1,000.00	€ 1,500.00
Αποσβέσεις	€ 83,500.00	€ 91,000.00
Μισθοί	€ 184,400.00	€ 220,450.00
Ενοίκια	€ 9,600.00	€ 10,800.00
Εφόδια	€ 10,000.00	€ 25,000.00
Ασφάλιστρα	€ 2,000.00	€ 2,000.00
Παροχές Τρίτων	€ 540.00	€ 920.00
Σύνολο Λειτουργικών Εξόδων	€ 321,040.00	€ 396,670.00
Μικτό Αποτέλεσμα	€ 33,960.00	€ 150,730.00
(-) φόροι ελλιμενισμού	€ 6,100.00	€ 6,100.00
Αποτέλεσμα Μ.Φ ελλιμενισμού	€ 27,860.00	€ 144,630.00
(-) φόρος 20%	€ 5,572.00	€ 28,926.00
Αποτέλεσμα Μ.Φ	€ 22,288.00	€ 115,704.00
(-) τόκοι χρεωστικοί	€ 3,024.00	€ 2,970.00
Καθαρό αποτέλεσμα (κέρδος-ζημία)	€ 19,264.00	€ 112,734.00

Πίνακας 3.6. Ενδεικτικοί ισολογισμοί για τα έτη 2021 και 2022 της λειτουργίας

ΕΤΟΣ 2021

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1.000.000
ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ & ΠΡΩΤΗΣ		ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ	
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	10.000	ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ & ΕΞΟΔΑ	0
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
-ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	1.600.000	-ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΕΣ	340.000
-ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	3.000	-ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΕΣ	3.000
-ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΆΛΛΕΣ		ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ	
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	83.000,00
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ			
-ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	9.000		
-ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0		
-ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ			
-ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	87.000		
ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	870		
ΣΥΝΟΛΟ	1.709.870	ΣΥΝΟΛΟ	1.426.000,00

ΕΤΟΣ 2022

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1.000.000
ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ & ΠΡΩΤΗΣ		ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ	
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ		ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ & ΕΞΟΔΑ	8.000
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
-ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	1.600.000	-ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΕΣ	340.000
-ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	4.000	-ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΕΣ	10.000
-ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ & ΆΛΛΕΣ		ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ	
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	8.500
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ			
-ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	15.000		
-ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0		
-ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0		
-ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	200.000		
ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2.000		
ΣΥΝΟΛΟ	1.821.000	ΣΥΝΟΛΟ	1.366.500

Ακολουθούν οι Χρηματοοικονομικοί Δείκτες για τα έτη 2021 και 2022.

$$I. \text{ Δείκτης Κυκλοφοριακής Ρευστότητας (\Delta K P)} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

Αυτός ο δείκτης μας δείχνει τη δυνατότητα της εταιρείας να ανταπεξέλθει στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Όσο αυξάνεται η τιμή του δείκτη, αυξάνεται και η ρευστότητα της επιχείρησης.

Για το 2021, ο δείκτης ήταν στο 3% ενώ για τον επόμενο χρόνο μειώνεται στο μισό, 1,5% καθώς η επιχείρηση αρχίζει να αποπληρώνει τα δάνειά της.

$$II. \text{ Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού (ΚΤΕ)} = \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Ενεργητικό}}$$

Ο δείκτης αυτός μας δείχνει πόσο αποτελεσματικά χρησιμοποιείται το ενεργητικό δηλαδή πώς συμβάλουν τα περιουσιακά στοιχεία στην παραγωγή πωλήσεων.

Για το 2021, ο δείκτης ήταν στο 0,2% ενώ, για τον επόμενο χρόνο υπολογίζεται στο 0,3%.

$$III. \text{ Συνολική Δανειακή Επιβάρυνση (\Sigma \Delta E)} = \frac{\text{Παθητικό} - \text{Ιδία Κεφάλαια}}{\text{Ενεργητικό}}$$

Εδώ βλέπουμε το κατά πόσο η επιχείρηση χρησιμοποιεί ξένα κεφάλαια. Όσο πιο υψηλός ο ΣΔΕ, τόσο περισσότερα ξένα κεφάλαια έχει δανειστεί.

Ο δείκτης για το 2021 βρίσκεται στο 0,24% ενώ την επόμενη χρονιά φτάνει στο 0,20%.

$$IV. \text{ Μικτό Περιθώριο Κέρδους (ΜΠΚ)} = \frac{\text{Πωλήσεις} - \text{Κόστος Πωληθέντων}}{\text{Πωλήσεις}}$$

Εδώ παρουσιάζεται το ποσοστό του μεικτού κέρδους, δηλαδή το κέρδος από τις πωλήσεις αφού αφαιρέσουμε το κόστος παραγωγής.

Ο δείκτης για το 2021 βρίσκεται στο 0,91% ενώ για την επόμενη χρονιά φτάνει στο 0,91%, δε μεταβάλλεται.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Απογραφή Πληθυσμού-Κατοικιών 2011, Αθήνα, 2014

Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Η Ελληνική Οικονομία, Τριμηνιαία Έκθεση 03/20, Αθήνα, 2020

Παντουβάκης Άγγελος, Σιώμος Γεώργιος, Χρήστου Ευάγγελος (2015), *Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Λιβάνη, Αθήνα

Tax Foundation, Δείκτης Διεθνούς Φορολογικής Ανταγωνιστικότητας 2020, New York, 2020

Helliwell John, Layard Richard, Sachs Jeffrey, De Neve Jan-Emmanouel, World Happiness Report 2020, New York, 2020

ICAP, Κλαδική Μελέτη – Τουριστικοί Λιμένες, Αθήνα, 2009

INSETE, Ακτινογραφία Εισερχόμενου Τουρισμού 2017-2019 – Εξελίξεις τουριστικών μεγεθών και δεικτών εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, Αθήνα, 2020

INSETE, Εξειδίκευση δράσεων Στρατηγικού Σχεδίου Τουρισμού & Στρατηγική Μελέτη Ανάπτυξης του Ανθρώπινου Δυναμικού στον τουριστικό τομέα, Αθήνα, 2015

INSETE, Η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2019, Αθήνα, 2020

INSETE, Μελέτη αναβάθμισης του προϊόντος «Πολιτιστικός Τουρισμός» μέσω εργαλείων ΕΣΠΑ», Αθήνα, 2015

INSETE, Ποιές είναι οι Αγορές των Προϊόντων μας; Χαρακτηριστικά Εξερχόμενου Ευρωπαϊκού Τουρισμού ανά προϊόν και ύψος δαπάνης, Αθήνα, 2016

INSETE, Ποιος πάει πού; Πόσο μένει; Πόσα ξοδεύει; Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Αγορά και ανά Περιφέρεια, Αθήνα, 2019

INSETE, Χαρακτηριστικά Εξερχόμενου Ευρωπαϊκού Τουρισμού ανά προϊόν και ύψος δαπάνης, Αθήνα, 2016

INSETE, Χαρακτηριστικά Εξερχόμενου Ναυτικού Τουρισμού από Ευρώπη-Αμερική, Αθήνα, 2016

INSETE, Marketing Plan Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου, Οδικός Χάρτης 2015-2020

Institute for Economics & Peace. Global Peace Index 2019: Measuring Peace in a Complex World, Sydney, June 2019

Schermerhorn John (2011), *Introduction to Management*, Broken Hill Publishers, Nicosia

Weelen Thomas, Hunger David, Hoffmann Alan, Bamford Charles (2018), *Concepts in Strategic Management and Business Policy*, Pearson Education Limited, Ha

World Economic Forum Platform, The Global Competitiveness Report 2019, Geneva, 2019

World Economic Forum Platform. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Geneva, 2019

Ιστοσελίδες

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Η ζωή των γυναικών και των ανδρών στην Ευρώπη, 2018

https://www.statistics.gr/infograph/womenmen2018/images/pdf/WomenMenEurope-DigitalPublication-2018_el.pdf?lang=el

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Έρευνα Φυσικής Κίνησης Πληθυσμού
<https://www.statistics.gr/el/infographic-vital-statistics-survey-2019>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών
<https://www.statistics.gr/el/infographic-household-budget-survey-2019>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Κίνδυνος Φτώχειας 2019
<https://www.statistics.gr/el/infographic-risk-of-poverty-2019>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου και χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας στις Επιχειρήσεις
<https://www.statistics.gr/el/infographic-ict-enterprises-2018>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου και χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας στην Εργασία
<https://www.statistics.gr/el/infographic-ecommerce-2018>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Χρήση Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από Νοικοκυριά και Άτομα
<https://www.statistics.gr/infographic-information-technologies-2019>

Ελληνική Στατιστική Αρχή, Infographic: Υλική Στέριση και Συνθήκες Διαβίωσης 2019
<https://www.statistics.gr/infographic-living-conditions-2019>

Επιμελητήριο Κυκλάδων
<https://www.e-kyklades.gr/>

Η Καθημερινή, Παγκόσμιος Δείκτης Ειρήνης 2019: Στις λιγότερο ειρηνικές χώρες στην Ευρώπη η Ελλάδα

<https://www.kathimerini.gr/world/1029011/pagkosmios-deiktis-eirinis-2019-stis-ligotero-eirinikes-chores-stin-eyropi-i-ellada/>

Η Καθημερινή, Δώδεκα μέτρα ενίσχυσης της οικονομίας – Τέλος ο ΕΝΦΙΑ σε 26 νησιά, καταργείται η εισφορά αλληλεγγύης

<https://www.kathimerini.gr/economy/561076639/ta-nea-metra-6-8-dis-gia-tin-enischysi-tis-oikonomias/>

Η Ναυτεμπορική, Επιστροφή στο 2019 μετά το 2023 για τον τουρισμό

<https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1652377/epistrofi-sto-2019-meta-to-2023-gia-ton-tourismo>

Η Ναυτεμπορική, Παγκόσμιος Δείκτης Ευτυχίας 2020: Ποια χώρα βρίσκεται στην κορυφή και σε ποια θέση είναι η Ελλάδα

<https://m.naftemporiki.gr/story/1578589/pagkosmios-deiktis-eutuxias-2020-poia-xora-brisketai-stin-korufi-kai-se-poia-thesi-einai-i-ellada>

Οδηγός Καλύμνου

<http://www.kalymnos-guide.gr/>

Πρώτο Θέμα, Τουρισμός: Καταστροφικό το 2020 - Πτώση 70% στις παγκόσμιες αφίξεις

<https://www.protothema.gr/economy/article/1059329/tourismos-katastrofiko-to-2020-ptosi-70-stis-pagosmies-afixeis/>

ΣΕΤΕ, Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2019

<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/>

Aegean 30 Αιώνες Γευστικός Πολιτισμός – Νότιο Αιγαίο

<https://www.aegean30.gr/>

Amorgos Diving Center

<https://www.amorgos-diving.com/>

Beneteau Co. – Oceanis 40.1

<https://www.beneteau.com/en/oceanis/oceanis-401>

Capital.gr, Τουρισμός: Κάτω των προσδοκιών η κίνηση

<https://www.capital.gr/oikonomia/3473520/tourismos-kato-ton-prosdokion-i-kinisi>

CNN Greece, Θεοχάρης: Ο ελληνικός τουρισμός φέτος πέτυχε τρεις πολύ σημαντικούς στόχους

<https://www.cnn.gr/politiki/story/236507/theoxaris-o-ellinikos-toyrismos-fetos-petyxe-treis-poly-simantikoy-stoxoys>

Culture Trip – The best scuba diving spots in Greece

<https://theculturetrip.com/europe/greece/articles/the-best-scuba-diving-spots-in-greece/>

Discover Greece – Κύκλάδες / Βόρειο Αιγαίο / Οι δημοφιλέστεροι προορισμοί για καταδύσεις στην Ελλάδα

<https://www.discovergreece.com/>

Enterprise Greece, Η Ελληνική Οικονομία

<https://www.enterprisegreece.gov.gr/h-ellada-shmera/giati-ellada/h-ellhnikh-oikonomia>

Kea Divers / Scuba Diving

<https://www.keadivers.com/scuba-diving.html>

The National Herald, Back in Recession, Greece Puts Faith in Digital Overhaul

https://www.thenationalherald.com/greece_economy/arthro/back_in_recession_greece_puts_faith_in_digital_overhaul-300156/

North Aegean Islands – πάμε Βόρειο Αιγαίο για διακοπές αλλιώς

<https://norhaegeanislands.gr/>

Sail Greece – Sailing Distances Calculator

<https://www.sailgreeceyachts.com/sailing-distances-greece.html>

Visit Greece – Κυκλάδες / Νησιά Βορειοανατολικού Αιγαίου / Καταδύσεις

<http://www.visitgreece.gr/>

Wanderlust Greece by Discover Greece – Samos, North Aegean

<http://www.wanderlustgreece.com/area/samos-north-aegean/>

World Tourism Organization, International Tourism Down 70% as Travel Restrictions Impact All Regions

<https://www.unwto.org/news/international-tourism-down-70-as-travel-restrictions-impact-all-regions>

Επίλογος

Ο τουρισμός είναι όχι μόνο εξαιρετικά σημαντικός τομέας για την οικονομία της χώρας μας αλλά και μέρος της ιδιοσυγκρασίας του λαού της. Κανένας από εμάς που ζούμε στην Ελλάδα, ανεξάρτητα από την εργασία μας ή τον τρόπο ζωής μας, δε φαντάζεται τον εαυτό του, ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες, να απολαμβάνει τις διακοπές του ή να περπατά στους δρόμους της πόλης χωρίς να ακούει ξένες γλώσσες και να συναναστρέφεται με άλλους πολίτες από ολόκληρο τον κόσμο. Ο τουρισμός θέλοντας και μη, ήταν είναι και θα είναι μέρος της ζωής μας.

Μέσα από τη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία ωστόσο είδαμε επίσης το πόσο σημαντικός είναι ο θαλάσσιος τουρισμός για την Ελλάδα. Και πώς να μην είναι, εφόσον η χώρα μας διαθέτει μεγάλο αριθμό νησιών και νησίδων και λούζεται παντού σχεδόν από θάλασσα;

Πιο συγκεκριμένα, είδαμε πως η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους προορισμούς κρουαζιέρας στη Μεσόγειο, με προοπτική οι επισκέπτες και τα πλοία να αυξηθούν ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Αυτό θα μπορεί να συμβεί μέσα από την αλλαγή της νομοθεσίας στη χώρα καθώς και μέσω της αλλαγής νοοτροπίας των κατοίκων της. Ύστερα, στην Ελλάδα υπάρχει σημαντικός αριθμός σκαφών αναψυχής ή και επαγγελματικών που προσφέρονται για ιδιωτικές θαλάσσιες περιηγήσεις, επίσης με προοπτικές αύξησης τόσο των ίδιων των σκαφών, σε επίπεδο αριθμητικό αλλά και των θέσεων ελλιμενισμών με τα κατάλληλα έργα υποδομής. Τέλος, η Ελλάδα λόγω των πολλών νησιών, διαθέτει ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών στην Ευρώπη.

Σε κάθε περίπτωση αντιλαμβανόμαστε ότι ο θαλάσσιος τουρισμός δεν έχει φανερώσει το εύρος της δυναμικής του στη χώρα μας, η οποία προσφέρεται μορφολογικά, γεωγραφικά και φυσιογνωμικά. Το παραπάνω μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η ανάπτυξη που θα γνωρίσει ο θαλάσσιος τουρισμός μελλοντικά θα είναι μεγάλη ενώ θα υπάρχει σίγουρα χώρος για νέες επιχειρήσεις.

Μια τέτοια επιχείρηση είναι αυτή που αναπτύσσεται στο marketing plan της εργασίας, η οποία με τα πρωτοποριακά προϊόντα της θέλει να ξεχωρίσει στον τομέα του yachting. Η «Greek Island Odyssey», όπως είναι το όνομα της επιχείρησης, στην προσπάθειά της να ενώσει το θαλάσσιο στοιχείο με το σπουδαίο πολιτιστικό και ιστορικό παρελθόν της χώρας, δημιούργησε δύο ταξίδια “προσωμοίωσης” με αυτό του Οδυσσέα. Το κάθε ταξίδι εξειδικεύεται σε συγκεκριμένες αγορές ώστε να ανταποκρίνεται τέλεια στις ανάγκες τους.

Όλοι ελπίζουμε ότι μετά το πέρας της πανδημίας του κορωνοϊού που έχει αλλάξει τον τρόπο ζωής μας καθώς και τα οικονομικά δεδομένα, όχι μόνο της Ελλάδας αλλά ολόκληρου του πλανήτη, θα ξεκινήσει μια νέα σελίδα για τον τουρισμό στη χώρα μας. Οι νέες θετικές αλλαγές θα περιλαμβάνουν και τον θαλάσσιο τουρισμό.