



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MBA-Tourism Management)**

**Διπλωματική Εργασία**

**ΥΑΧΤΙΝΓ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

**Μιχαλόπουλος Δημήτριος**

**Πειραιάς, 2012**

# ΠΑΝΕΚΣΤΗΜΟ ΓΕΡΑΝ

*Αφιερώνεται στους γονείς μου*

# YACHTING ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Σημαντικοί όροι: Εποχικότητα, Θαλάσσιος Τουρισμός, Yachting, Περιθώρια Βελτίωσης Τουριστικού Προϊόντος, Προοπτικές.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Ελλάδα είναι μία χώρα που ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας της βασίζεται στον τουρισμό. Πρόκειται για μία χώρα με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος, που διαθέτει πλούσια ιστορία και πολιτισμό και έχει καταξιωθεί ως ένας από τους πιο δημοφιλείς και ασφαλείς τουριστικούς προορισμούς του κόσμου.

Κύριος στόχος της εργασίας αυτής είναι να αναδείξει της δυνατότητες που έχει ο ελληνικός τουρισμός για να βελτιώσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες του και να εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαθέτει. Η Ελλάδα, πρόκειται για μία χώρα που διαθέτει μεγάλο μήκος ακτογραμμών, απaráμιλλου κάλου παραλίες και ήπιο μεσογειακό κλίμα. Η έως τώρα στρατηγική προώθησης και εκμετάλλευσης του τουριστικού προϊόντος της βασιζόταν σε αυτά τα δεδομένα. Στη προσπάθεια που γίνεται για να βελτιωθεί και να αναβαθμιστεί το ελληνικό τουριστικό προϊόν ώστε να αντιμετωπίσει τον εντεινόμενο ανταγωνισμό στη διεθνή τουριστική αγορά και ειδικότερα το ανταγωνιστικό περιβάλλον στη λεκάνη της μεσογείου, η εργασία αυτή δίνει έμφαση στην παρουσίαση των ήδη διαπιστωμένων δυνατών σημείων του ελληνικού τουρισμού με στόχο την καλύτερη και αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση τους.

Συγκεκριμένα, ο θαλάσσιος τουρισμός και οι δυνατότητες που δίνονται από τις διάφορες εκφάνσεις και μορφές του μπορούν να προσφέρουν στην Ελλάδα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και οικονομικών εισροών από τη τουριστική αγορά. Ειδικότερα, γίνεται αναφορά στον κλάδο του yachting και στις δυνατότητες ανάπτυξης του όπως και στη δυναμική που μπορεί να προσδώσει στην οικονομία. Ωστόσο, όπως παρουσιάζεται από την εργασία, θα πρέπει να γίνουν συντονισμένες και οργανωμένες ενέργειες από τους εμπλεκόμενους φορείς του τουρισμού έτσι ώστε να γίνει αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων του εν λόγω κλάδου που θα αποφέρουν θετικά αποτελέσματα στον ελληνικό τουρισμό στο σύνολο του και επακόλουθα στην ελληνική οικονομία.

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον καθηγητή Κύριο Ευάγγελο Σαμπράκο, για την αρωγή και την άφογη συνεργασία που είχαμε για την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω και όσους με βοήθησαν όλο αυτό το χρονικό διάστημα στην διεκπεραίωση της διπλωματικής μου εργασίας αλλά και των σπουδών μου.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 1 : Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΑΕΠ, ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ.....</u>	<u>12</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΕΠ 2000 – 2010 .....</u>	<u>12</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΕΞΕΛΙΞΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΣΕ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ .....</u>	<u>13</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2000 – 2010 .....</u>	<u>13</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 5: ΣΥΝΘΕΤΟΣ ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΥΗΜΕΡΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (ΣΔΕΑ) ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΝΟΜΟΥ.....</u>	<u>14</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 6. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ.....</u>	<u>34</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 7. ΘΕΣΕΙΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΩΣ ΤΟ 2002 .....</u>	<u>35</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 8. Η ΥΠΟΔΟΜΗ ΣΕ ΜΑΡΙΝΕΣ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΩΣ ΤΟ 2002.....</u>	<u>36</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 9. ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΗΣ ΚΙΡΙΑΚΟΥΛΙΣ ΜΕΔΙΤΕΡΡΑΝΕΑΝ CRUISES SHIPPING COMPANY SA ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2004 .....</u>	<u>55</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 10. ΣΚΑΦΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ, ΕΓΓΕΓΡΑΜΜΕΝΑ ΣΕ ΕΠΕΣΤ ΚΑΙ ΣΙΤΕΣΑΠ ΤΟ 2004.....</u>	<u>58</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 11. ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΚΑΦΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ( YACHTS ) .....</u>	<u>59</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 12. ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΑΞΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ YACHTING ( 2006-2009).....</u>	<u>63</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 13. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΑΞΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ (2008).....</u>	<u>65</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 14. ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ( 2008 ).....</u>	<u>66</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 15. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ( 2009 ) .....</u>	<u>67</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 16. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΚΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ( 2009 ).....</u>	<u>68</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 17. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ( 2004 – 2009 ) .....</u>	<u>74</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 18. ΟΙ ΜΑΡΙΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ .....</u>	<u>103</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 19. ΜΑΡΙΝΕΣ ΥΠΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ - ΕΛΛΑΔΑ 2009 .....</u>	<u>105</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 20. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ SUPER YACHTS ( 2000 – 2008 ).....</u>	<u>118</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 21. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ SUPER YACHTS ( ΙΣΤΙΟΦΟΡΩΝ ) ΑΝΑ ΜΗΚΟΣ ΣΚΑΦΟΥΣ ( 2000 – 2008 ).....</u>	<u>119</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 22. ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ SUPER YACHTS ( ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ) ΑΝΑ ΜΗΚΟΣ ΣΚΑΦΟΥΣ ( 2000 – 2008 ).....</u>	<u>119</u>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 23. ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ SUPER YACHTS ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ ( 2000 – 2008 ).....</u>	<u>120</u>

<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 24. ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ 10 ΧΩΡΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΕΣ SUPER YACHTS ( 2008 )</u>	
.....	<b>120</b>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 25. ΟΙ 10 ΠΡΩΤΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΡΙΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SUPER YACHTS ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ (2006)</u>	
.....	<b>121</b>
<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 26. ΟΙ ΜΑΡΙΝΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ (2006)</u>	
.....	<b>123</b>

ΓΑΛΕΡΙΟ ΓΕΡΑΝ

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1. ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΦΙΞΕΩΝ, ΕΣΟΔΩΝ ΚΑΙ ΜΚΔ ( % ), ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ 2000- 2009.....</u>	<u>16</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2. ΜΗΝΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ, ΕΛΛΑΔΑ, 2009.....</u>	<u>19</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3. ΜΗΝΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ ΜΕΣΟΥ ΟΡΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ, 2009.....</u>	<u>20</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ – 2005.....</u>	<u>33</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5. ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΞΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ( 2006 – 2009 ).....</u>	<u>64</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6. ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ YACHTING ( 2008 ).....</u>	<u>64</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΤΟΥ ΝΑΥΛΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΓΑΘΟΥ, ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ YACHTING .....</u>	<u>82</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8. ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΤΟΥ ΝΑΥΛΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΓΑΘΟΥ, ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ YACHTING .....</u>	<u>83</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9. ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΑΡΙΝΩΝ ΚΑΙ ΜΠΛΕ ΣΗΜΑΙΕΣ .....</u>	<u>107</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10. ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΠΛΕ ΣΗΜΑΙΑΣ ΑΝΑ ΧΩΡΑ .....</u>	<u>108</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11. ΤΟ ΜΕΣΟ ΜΗΚΟΣ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΦΙΛΟΞΕΝΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΑΡΙΝΕΣ.....</u>	<u>110</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12. Η ΜΕΣΗ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΑΡΙΝΑΣ.....</u>	<u>111</u>
<u>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13. ΘΕΣΕΙΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑ ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΟ ΑΚΤΟΓΡΑΜΜΗΣ.....</u>	<u>111</u>

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>1</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b> .....	<b>2</b>
<b>Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ</b> .....	<b>2</b>
1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΈΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	2
1.1.1 <i>Η ιστορική πορεία του τουρισμού</i> .....	4
1.1.2 <i>Η εξέλιξη του τουρισμού</i> .....	7
1.2 ΤΑ ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	9
1.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ .....	11
1.3.1 <i>Ο ελληνικός τουρισμός σήμερα και οι επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία</i> .....	11
1.3.2. <i>Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού</i> .....	15
1.4 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ .....	16
1.4.1 <i>Το πρόβλημα της εποχικότητας στον ελληνικό τουρισμό</i> .....	17
1.4.2. <i>Παράγοντες που επηρεάζουν την εποχικότητα</i> .....	20
1.4.3. <i>Επιπτώσεις της εποχικότητας στον τουριστικό τομέα</i> .....	22
1.5 ΠΟΙΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΤΕΘΟΥΝ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	24
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 1</b> .....	<b>26</b>
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	26
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	26
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b> .....	<b>29</b>
<b>ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b> .....	<b>29</b>
2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ – ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	29
2.2 Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ .....	32
2.3 Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	37
2.4 ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΠΟΥ ΔΙΕΠΕΙ ΤΟΝ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	40
2.4.1 <i>Ιδιωτικά Πλοία Αναψυχής</i> .....	42
2.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	46
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 2</b> .....	<b>49</b>
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	49
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	50
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	51
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b> .....	<b>52</b>
<b>ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ</b> .....	<b>52</b>
3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΈΝΝΟΙΕΣ .....	52
3.1.1. <i>Οι κυριότερες κατηγορίες των σκαφών αναψυχής</i> .....	53
3.1.2. <i>Οι πελάτες των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα</i> .....	55
3.2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ YACHTING .....	56
3.2.1. <i>Ιστορική Αναδρομή Του Yachting Στην Ελλάδα</i> .....	56
3.2.2. <i>Η Συνοπτική Εικόνα Της Αγοράς Yachting</i> .....	57
3.2.3. <i>Η διαδικασία που υλοποιείται κατά την ναύλωση σκαφών αναψυχής</i> .....	59
3.2.4 <i>Ο έλεγχος και η εποπτεία των ναυλομεσιτικών γραφείων</i> .....	61
3.2.5. <i>Το μέγεθος της αγοράς του επαγγελματικού yachting</i> .....	62
3.2.6 ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΔΕΙΚΤΗΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ .....	65



3.3	ΝΑΥΛΩΣΕΙΣ ΥΑΧΤ ΚΑΙ ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	68
3.4	ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ .....	72
3.4.1	Η γενική εικόνα των ναυλώσεων των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα .....	72
3.4.2	Το κόστος ναύλωσης των σκαφών αναψυχής .....	77
3.5	Η ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ .....	83
3.6	ΤΑ ΣΚΑΦΗ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ .....	85
3.7	ΤΑ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΘΑΛΑΣΣΙΑΣ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ .....	88
3.8	ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΥΑΧΤΙΝΓ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	89
3.9	ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΥΑΧΤΙΝΓ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	90
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3 .....</b>		<b>92</b>
	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	92
	ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	92
	ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	97
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....</b>		<b>98</b>
<b>ΟΙ ΜΑΡΙΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΑΡΙΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΥΑΧΤΙΝΓ .....</b>		<b>98</b>
4.1	ΜΑΡΙΝΕΣ ΚΑΙ ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	98
4.2	Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΥΑΧΤΙΝΓ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΑΡΙΝΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	100
4.3	ΟΙ ΜΑΡΙΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	102
4.3	Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ .....	107
4.4	ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ .....	112
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 4 .....</b>		<b>115</b>
	ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ .....	117
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....</b>		<b>118</b>
<b>Ο ΔΙΕΘΝΗΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....</b>		<b>118</b>
5.1	Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΥΑΧΤΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ .....	118
5.2	ΜΑΡΙΝΕΣ ΚΑΙ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ .....	122
5.3	Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟ .....	123
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 5 .....</b>		<b>126</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....</b>		<b>128</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ .....</b>		<b>128</b>
	ΓΕΝΙΚΑ .....	128
	ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ .....	128
	<i>Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών</i> .....	129
	<i>Κίνδυνοι από Υποκατάστατες Υπηρεσίες</i> .....	129
	<i>Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών</i> .....	129
	<i>Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών</i> .....	130
	<i>Ανταγωνισμός Μεταξύ των επιχειρήσεων</i> .....	130
	ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT .....	130
	<i>Δυνατά Σημεία</i> .....	130
	<i>Αδύνατα Σημεία</i> .....	131
	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ .....	132
	ΑΠΕΙΛΕΣ .....	132
	ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ .....	133
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....</b>		<b>134</b>

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	<b>135</b>
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	135
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	138
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	147

ΓΑΛΕΡΙΟ ΤΗΜΟ ΓΕΡΑΝ

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια να μελετηθεί το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας και συγκεκριμένα γίνεται η ανάλυση του κλάδου του Yachting. Σκοπός της εργασίας είναι να επισημάνει την ιδιαίτερη σημασία του θαλάσσιου τουρισμού και του yachting στην Ελλάδα, τα περιθώρια βελτίωσης των προσφερόμενων υπηρεσιών τους, καθώς θεωρείται πως αποτελούν νευραλγικοί τομείς που αναμένεται να βελτιώσουν την δυνατότητα της Ελλάδας να ανταποκριθεί με καλύτερες προϋποθέσεις στον εντεινόμενο ανταγωνισμό μεταξύ των τουριστικών χωρών, κυρίως μεταξύ των χωρών της νοτιοανατολικής Μεσογείου και να συμβάλουν σημαντικά στην αναβάθμιση του ελληνικού τουρισμού στο σύνολό του. Σε αυτά τα πλαίσια, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας γίνεται αναφορά στα γενικά χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού, τις επιπτώσεις που έχει στην ελληνική οικονομία και στα προβλήματα που αντιμετωπίζει. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση του θαλάσσιου τουρισμού ως κλάδου και του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού. Στο τρίτο κεφάλαιο της εν λόγω εργασίας γίνεται τα εκτενείς αναφορά του yachting στην Ελλάδα, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του κλάδου και η υπάρχουσα κατάσταση στην αγορά, τα προβλήματα που θα πρέπει να επιλυθούν και με ποιες ενέργειες. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις υποδομές που στηρίζουν τον θαλάσσιο τουρισμό και το yachting, δηλαδή της μαρίνες και στο βαρύτατο ρόλο που παίζουν στην προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, ενώ γίνεται και αναφορά στην κατάσταση που επικρατεί στον ανταγωνισμό. Το πέμπτο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση του θαλάσσιου τουρισμού σε διεθνές επίπεδο και οδηγεί στο έκτο κεφάλαιο και στη παρουσίαση των συμπερασμάτων που καταλήγει η εν λόγω εργασία.

# Κεφάλαιο 1

## Ο τουρισμός Στην Ελλάδα Και Τα Χαρακτηριστικά Του.

### 1.1. Ορισμοί Και Έννοιες Του Τουρισμού

Ο τουρισμός θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένα πολυδιάστατο και πολυσύνθετο φαινόμενο και για το λόγο αυτό είναι δύσκολη η διατύπωση ενός ακριβούς και αυστηρού ορισμού. Θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τρόπων φιλοξενίας και διοικήσεων τρόπων φιλοξενίας στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών δηλαδή τουριστών και εκδρομένων.

Γενικότερα, ο τουρισμός θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι αποτελείται από ένα σύνολο δραστηριοτήτων, αγαθών, υπηρεσιών και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική ή ταξιδιωτική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό της επιλογής τους με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Επίσης, είναι το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια ενός κράτους. Επιπλέον, σε μία βιβλιογραφική αναζήτηση, είναι δυνατόν να εντοπιστούν διάφοροι ορισμοί που σκοπό έχουν να περιγράψουν τον όρο τουρισμό. Μερικοί από αυτούς τους ορισμούς αναφέρονται παρακάτω :

- Σύμφωνα με τον ορισμό του **World Tourism Organization** , ο τουρισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων των ατόμων που ταξιδεύουν για λόγους επιχειρηματικούς, αναψυχής κλπ. και διαμένουν σε μέρη εκτός του οικείου περιβάλλοντός τους.
- Μια άλλη εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού, που μπορεί να θεωρηθεί και ως ακριβέστερη είναι αυτή των Hunziker και Krapf (Py P "Le Tourisme – Un Phenomene economique", La Documentation Francaise, Paris 1991, pp. 11 ), οι οποίοι όρισαν τον τουρισμό ως: "το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και από τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Ο τελευταίος ορισμός κάνει διάκριση του τουρισμού από την αποδημία, αλλά προϋποθέτει ότι πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει τόσο το ταξίδι όσο και τη διαμονή, αποκλείοντας έτσι τελείως τις ημερήσιες περιηγήσεις. Επίσης φαίνεται να μην περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια που συνδέονται με μια κερδοσκοπική δραστηριότητα. Επιπλέον, ο τουρισμός θεωρείται ως ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο. Η διττή αυτή φύση του τουρισμού εμπεριέχεται στον παρακάτω ορισμό: Τουρισμός από θεωρητική σκοπιά μπορεί να θεωρηθεί ως ( Χυτήρης Λ. «Τουριστικά Γραφεία: Ίδρυση-Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks, 1995 σελ. 30-34,43):

- η πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων, μεμονωμένων ή ομαδικώς, από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε ένα άλλο για λόγους κυρίως ψυχαγωγικούς, χωρίς κερδοσκοπικό κίνητρο και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών.

Ο ορισμός αυτός εμπεριέχει δύο σκέλη:

- Το πρώτο που αναφέρεται στην πρόσκαιρη μετακίνηση των ατόμων για ψυχαγωγικούς λόγους, εκφράζει την «τουριστική ανάγκη» (το κοινωνικό στοιχείο του τουριστικού φαινομένου) δηλ. το καταναλωτικό μέρος που ταυτίζεται με την τουριστική ζήτηση
- Το δεύτερο που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των τουριστών εκφράζει την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών.

Έτσι, με την αντιμετώπιση του τουρισμού ως κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο, οι τουριστικές ανάγκες και τα τουριστικά αγαθά διαρκώς μεταβάλλονται. Και για να είμαστε πιο ακριβείς, στον τουρισμό ο σκοπός της τουριστικής ανάγκης, ως και τα μέσα και οι τρόποι ικανοποίησής αυτής αποτελούν ιστορικά εξελίξιμα στοιχεία του τουριστικού φαινομένου. Πράγμα που σημαίνει ότι οι τουριστικές ανάγκες και οι τουριστικές οικονομικές δραστηριότητες για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών, στις διάφορες ιστορικές περιόδους του ανθρώπινου οικονομικού βίου, δεν ήταν πάντοτε οι ίδιες.

Στις διάφορες βαθμίδες αναπτύξεως της ανθρώπινης κοινωνίας αντιστοιχούσε ένα ανάλογο πλέγμα τουριστικών αναγκών όπως επίσης και μια ανάλογη παραγωγή – κατανομή και κατανάλωση τουριστικών αγαθών. Για να φτάσει ο τουρισμός στη μορφή που έχει σήμερα, πέρασε μέσα από το χρόνο διάφορες φάσεις εξέλιξης, με πιο σημαντική αυτή του εκδημοκρατισμού που τοποθετείται χρονολογικά μετά το Β'

Παγκόσμιο Πόλεμο. Έτσι, ο τουρισμός από προνόμιο των λίγων, δηλαδή της αριστοκρατικής τάξης, έγινε διαχρονικά δικαίωμα των μη προνομιούχων, δηλαδή όλων ή καλύτερα θα λέγαμε των πολλών.

Παρά το γεγονός ότι έχει διαφοροποιηθεί ο χαρακτήρας του σε σχέση με το παρελθόν, εν τούτοις ο τρόπος που εκδηλώνεται παραμένει ίδιος, δηλαδή να μετακινούνται πρόσκαιρα οι άνθρωποι από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε κάποιο άλλο. Το στοιχείο που τον κάνει να διαφοροποιείται σε σχέση με τις παλιότερες μορφές του, είναι ο μαζικός χαρακτήρας του με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζεται ως οικονομικό φαινόμενο.

### **1.1.1 Η ιστορική πορεία του τουρισμού**

Η λέξη τουρισμός προέρχεται από το αγγλικό tour και το γαλλικό tour και κάνει την εμφάνισή της το 19ο αιώνα, ενώ η δραστηριότητα που υποδηλώνει έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα. Το τουριστικό φαινόμενο ήταν συνδεδεμένο με τον ελεύθερο χρόνο και με τις δραστηριότητες που μπορούσαν να πραγματοποιηθούν κατά τη διάρκειά του. Οι διάφορες μορφές τουρισμού, η ανάπτυξη των οποίων επιδιώκεται σήμερα σε πολλές περιοχές προκειμένου να εμπλουτίσουν ένα μονοδιάστατο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης, αποτελούσαν ήδη πρακτικές των αρχαίων κοινωνιών.

Στην αρχαία Ελλάδα και την αρχαία Ρώμη, ο ελεύθερος χρόνος δήλωνε την προέλευση και την τάξη των πολιτών οι οποίοι απαλλαγμένοι από την καταναγκαστική εργασία, ένιωθαν την υποχρέωση να ασχοληθούν με τα κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά θέματα της πολιτείας. Η εργασία αποτελούσε κύρια ενασχόληση των πληβείων και ο ελεύθερος χρόνος ήταν συνώνυμο των ευγενών ενασχολήσεων, απόρροια της πολιτικής σκέψης που όχι μόνο επεξηγούσε αλλά και οριοθετούσε τι είναι ελευθερία. Με αυτό τον τρόπο, η κοινωνική διαστρωμάτωση η οποία διαμορφωνόταν και η έννοια του ελεύθερου χρόνου καθορίζουν την τουριστική πρακτική, τη χωρική διάσταση της οποίας υπογραμμίζουν οι αναφορές του Σωκράτη. Η έννοια της φιλοξενίας στην αρχαία Ελλάδα υπήρξε αναπόσπαστο τμήμα της τουριστικής μετακίνησης και ο Ξένιος Δίας αντιπροσώπευε τον προστάτη οικοδεσποτών και φιλοξενούμενων. Η φιλοξενία είχε ισχύ νόμου και οι κάτοικοι των πόλεων όπου διεξάγονταν μεγάλα θρησκευτικά ή αθλητικά γεγονότα δέχονταν αφιλοκερδώς τους επισκέπτες στα σπίτι τους.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, εκτός από τις μετακινήσεις για θρησκευτικούς λόγους, στην Ευρώπη διαδραματίζονται μια σειρά από σημαντικά γεγονότα, τα οποία θα ωθήσουν στην επαφή με νέες ηπείρους. Η εισβολή των Αράβων και η επαφή με το μουσουλμανικό πολιτισμό δημιουργεί σημαντικά πολιτιστικά κέντρα (Γρενάδα, Σεβίλλη, Κόρδοβα). Επίσης, οι σταυροφορίες δημιουργούν στους κατοίκους της δύσης ένα αίσθημα περιέργειας για τη Μέση Ανατολή. Στην Ευρώπη, τη Μεσόγειο και τη Βαλτική, οι έμποροι αντιπροσωπεύουν μια κατηγορία τουριστών που η επαγγελματική τους ιδιότητα συνυπάρχει με την πνευματική τους καλλιέργεια και τα πολιτιστικά τους ενδιαφέροντα. Ουσιαστικά, αυτή την περίοδο δημιουργείται ο πραγματικός επαγγελματικός τουρισμός. Ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα εμφανίζεται ως πολιτιστικό και θρησκευτικό γεγονός. Η εκκλησία υιοθετώντας τις επιταγές της αρχαίας παράδοσης για τη φιλοξενία, επαναφέρει αυτό το θεσμό υπογραμμίζοντας ότι όλοι οι ταξιδιώτες πρέπει να τυγχάνουν φιλοξενίας με όλη την απαιτούμενη ανθρωπιά.

Το 1800 χρησιμοποιείται για πρώτη φορά στην Αγγλία η λέξη *tourist* για να υποδηλώσει αυτούς που συμμετείχαν στη *grand tour*. Το 1811 η λέξη *tourism* σήμαινε τη θεωρητική σύλληψη, την υπόσταση και πραγματοποίηση του ταξιδιού για λόγους αναψυχής. Η αναψυχή αποτελούσε το βασικό κίνητρο. Ουσιαστική συμβολή στην ανάπτυξη και μεγέθυνση του τουρισμού καθώς επίσης και στον εκσυγχρονισμό του είχε εκείνη την περίοδο και η έκδοση «βιβλίων – οδηγών» με ακριβείς και σαφείς ταξιδιωτικές πληροφορίες. Σε διάστημα μόνο μισού αιώνα, η Ευρώπη είναι διάσπαρτη από σιδηροδρομικά δίκτυα και ταξιδιωτικούς οδηγούς. Παρατηρείται σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών ενώ γίνονται ορατές οι πρώτες τάσεις μαζικοποίησης των τουριστικών μετακινήσεων. Αυτή η περίοδος συμπίπτει με την τουριστικοποίηση της Ιταλίας, τη “*Belle Epoque*” στην Κυανή Ακτή με τα καζίνο και τις λουτροπόλεις.

Η Άπω Ανατολή και η Αμερική, μέσω των ατμοπλοϊκών διασυνδέσεων, μετατρέπονται σε τουριστικούς προορισμούς και αποποιούνται τον εμπορικό και μεταναστευτικό τους χαρακτήρα. Σε αυτή τη πρώτη τουριστική έκρηξη, κύριο ρόλο έπαιξαν τα τουριστικά καταλύματα, τα οποία λόγω της ιδιομορφίας της πελατείας τους (αριστοκράτες και εισοδηματίες), επιδιώκουν να είναι υψηλών προδιαγραφών. Παράλληλα, κατασκευάζονται στην Ευρώπη ξενοδοχειακά καταλύματα μεσαίων και χαμηλών κατηγοριών, τα οποία θα αποτελέσουν τη δεκαετία του 1930 τον πυρήνα για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού.

Τη σύγχρονη μορφή του ο τουρισμός άρχισε να την αποκτά μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, ενώ στην εντυπωσιακή ανάπτυξή του συνέβαλλαν πολλοί

παράγοντες με κυριότερους την αλματώδη ανάπτυξη των μέσων συγκοινωνίας και επικοινωνίας, τη βελτίωση του κατά κεφαλήν εισοδήματος των ανθρώπων, την άνοδο του πολιτιστικού τους επιπέδου, την καθιέρωση πληρωμένων διακοπών των εργαζομένων και την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού.

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, συνώνυμο της κατανάλωσης και του ελεύθερου χρόνου .Παρουσίασε μία ταχύτατη ανάπτυξη , μία χωρική εξάπλωση και μία κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο, ώστε από πολυτέλεια για λίγους, να θεωρείται επιτακτική ανάγκη για όλους και αναπόσπαστο τμήμα της σύγχρονης καθημερινότητας . Η ενηλικίωση του τουριστικού φαινομένου συμπίπτει με την μαζικοποίηση και την μεγέθυνσή του, η δε οικονομική και κοινωνική σημασία του μεγάλη, έστω και αν συχνά αμφισβητείται εξαιτίας της ετερογένειας και της συνθετότητάς του.

Από το 1950, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π .Ο .Τ.) , το 2010 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις είναι 40,2 φορές μεγαλύτερες σε σχέση με εκείνες του 1950, ενώ οι συναλλαγματικές τουριστικές εισπράξεις 699,9 φορές υψηλότερες . Αναμφισβήτητα λοιπόν ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμια κλίμακα ,η συμβολή του οποίου στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας μετρίεται από τον όγκο των συναλλαγματικών εισροών, από τον βαθμό εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, από την δημιουργία θέσεων εργασίας, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη κτλ .

Ο τουρισμός, ο οποίος αντιπροσωπεύει το 10-12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος ,αποτελεί ίσως το σημαντικότερο οικονομικό τομέα, με πολυεπίπεδες επιπτώσεις στην κοινωνία ,στο φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον . Η σύγχρονη διάσταση του τουρισμού και η ενσωμάτωσή του στο κοινωνικο-οικονομικό σύστημα μιας πληθώρας χωρών αποτελεί φυσικό επακόλουθο της εξελικτικής του πορείας

### **1.1.2 Η εξέλιξη του τουρισμού**

Η αρχή του μαζικού τουρισμού έχει τις ρίζες της στον Thomas Cook και το πρώτο γραφείο ταξιδιών έγινε στην Αγγλία. Η μαζικοποίηση των ανθρώπινων μετακινήσεων συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία των μέσων μεταφοράς και ως εκ τούτου η εξέλιξη



του τουρισμού έχει άμεση σχέση με την εξέλιξη των μέσων συγκοινωνίας. Γι' αυτό στην ανάπτυξη του τουρισμού έπαιξε σημαντικό ρόλο η εξέλιξη των μεταφορικών μέσων, γιατί πέρα από το στοιχείο της μαζικότητας προσέθεσε σ' αυτόν και το στοιχείο της υπερεθνικότητας. Επίσης, υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες που έπαιξαν ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού όπως ( Ηγουμενάκης Ν. «Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Interbooks, 1996 ) :

- Η δικαιότερη διανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου.
- Η εξασφάλιση κοινωνικών παροχών στις ασθενέστερες τάξεις.
- Η βελτίωση των συνθηκών εργασίας.
- Η ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων.
- Η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των τουριστών.
- Ο κρατικός παρεμβατισμός που εκδηλώνεται είτε άμεσα, με την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής, είτε έμμεσα με τον μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων ή και των κινήτρων γενικότερα.
- Οι μισθωμένες πτήσεις (charters).
- Η βοήθεια των Η/Υ οι οποίοι έπαιξαν σημαντικό ρόλο στις κρατήσεις των τουριστών για τους γεωγραφικούς προορισμούς τους.
- Η παγκοσμιοποίηση της δράσης των επιχειρηματιών (επιχειρηματική δράση).

Η βιομηχανία ταξιδιών και τουρισμού είναι η μεγαλύτερη και η πιο ποικιλόμορφη στον κόσμο. Πολλές χώρες, ιδιαίτερα οι αναπτυσσόμενες, οι οποίες δεν έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σύγκριση με άλλες βιομηχανικές χώρες, στηρίζονται στη δυναμική βιομηχανία του τουρισμού ως την κύρια πηγή δημιουργίας εσόδων, απασχόλησης, ανάπτυξης του ιδιωτικού τομέα και της υποδομής. Ο τουρισμός είναι μια πολύπλευρη βιομηχανία η οποία αποτελείται από πολλά συστατικά όπως είναι οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators), τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα ξενοδοχεία και οι μεταφορές.

Στην τουριστική βιομηχανία εμπλέκονται τόσο ο ιδιωτικός όσο και ο δημόσιος τομέας. Δεοντολογικά, στόχος και των δύο πρέπει να είναι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ενός πιο σκεπτόμενου και απαιτητικού τουρίστα, αξιοποιώντας κατάλληλα τους περιορισμένους παραγωγικούς πόρους, διατηρώντας παράλληλα τις εθνικές παραδόσεις και την κουλτούρα και αναλαμβάνοντας την κοινωνική ευθύνη για τις αρνητικές επιπτώσεις, που μπορεί να έχει ο τουρισμός στην εγχώρια οικονομία και κοινωνία. Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο, ευαίσθητο και εύθραυστο προϊόν, η

ζήτηση του οποίου επηρεάζεται από απρόβλεπτους και ανεξέλεγκτους παράγοντες όπως είναι οι πόλεμοι, οι κοινωνικές αναταραχές, τα περιβαλλοντικά επεισόδια, τα τρομοκρατικά επεισόδια κλπ..

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ως τουρίστες ορίζονται οι επισκέπτες ενός προορισμού οι οποίοι διαμένουν τουλάχιστον μια νύχτα, σε συλλογικό ή ιδιωτικό κατάλυμα στον τόπο αυτό. Τα ταξιδιωτικά γραφεία (travel agents) πωλούν στο κοινό υπηρεσίες που αναφέρονται σε ταξίδια, κρουαζιέρες, μεταφορές, διευκολύνσεις καταλυμάτων, επισκέψεις σε αξιοθέατα και άλλα στοιχεία που περιλαμβάνονται σε ένα ταξίδι. Οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators) πωλούν υπηρεσίες στο κοινό που αναφέρονται στην ευθύνη σχεδιασμού και υλοποίησης όλων των φάσεων ενός ταξιδιού. Τα επιμέρους στοιχεία που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν μπορούν να προσφέρονται μεμονωμένα ή συνολικά με τη μορφή πακέτου.

Η πρώτη μορφή τουρισμού έχει τις ρίζες της στην αρχαιότητα ενώ η σύγχρονη άρχισε να αναπτύσσεται στην Ευρώπη, με ταχείς μάλιστα ρυθμούς, τη δεκαετία του 1960. Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλαν σημαντικά στη γρήγορη ανάπτυξη του τουρισμού περιλαμβάνονται η μείωση των ωρών εργασίας, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, η μείωση του χρόνου και του κόστους του ταξιδιού, η απλοποίηση των γραφειοκρατικών διαδικασιών στα σύνορα, η διεθνοποίηση των αγορών και η υψηλή τεχνολογία. Η τελευταία, ήταν ένας βασικός παράγοντας που συνέβαλε στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Πράγματι, οι νέες τεχνολογίες αύξησαν τον ελεύθερο χρόνο και το διαθέσιμο εισόδημα των εργαζομένων, μείωσαν το κόστος μεταφοράς (γεγονός που οδήγησε στη μείωση του κόστους των διακοπών) και ενίσχυσαν τις επικοινωνίες.

Από τη δεκαετία του 1960 ο τουρισμός όχι μόνο αναπτύχθηκε με ταχείς ρυθμούς αλλά άλλαξε σημαντικά σε μορφή και σε προορισμούς. Για πολλά χρόνια ο τουρισμός χαρακτηριζόταν από υψηλή συγκέντρωση σε προορισμούς (η Δυτική Ευρώπη και η Βόρεια Αμερική προσέλκυαν το 95% του παγκόσμιου τουρισμού) και σε όρους σκοπού του ταξιδιού (ψυχαγωγία – καλοκαιρινές διακοπές). Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι και στον αιώνα που διανύουμε ο τουρισμός θα συνεχίσει να είναι ένας από τους πιο δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Είναι γεγονός ότι περισσότεροι τουρίστες επιθυμούν να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αναψυχής, αθλητικές εκδηλώσεις, περιπετειώδεις εκδρομές, για να μάθουν την ιστορία, την κουλτούρα, τη φύση και τα άγρια ζώα του προορισμού που επισκέπτονται εκμεταλλευόμενοι παράλληλα τις διάφορες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί.

Επίσης, λόγω της ανάπτυξης των νέων μορφών τουρισμού πολλοί τουρίστες πραγματοποιούν μέσα στο χρόνο περισσότερα αλλά μικρότερης διάρκειας ταξίδια (short breaks). Το γεγονός αυτό προσφέρει την ευκαιρία για ανάπτυξη περισσότερων τουριστικών περιοχών οι οποίες προσφέρουν ευκολίες, ανέσεις και δραστηριότητες και απευθύνονται σε τουρίστες που τις χρησιμοποιούν σε διαφορετικές εποχές μέσα στο χρόνο. Επιπλέον, αναζητούνται νέοι τουριστικοί προορισμοί αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες είναι κοινωνικά και περιβαλλοντικά ευαίσθητοι, ζητούν καλά σχεδιασμένες διακοπές, λιγότερο μολυσμένους προορισμούς και αποστρέφονται αυτούς που δεν πληρούν αυτές τις προϋποθέσεις. Έτσι παρέχονται ευκαιρίες για ανάπτυξη νέων τουριστικών περιοχών αλλά και βελτίωση ή επέκταση των υφισταμένων. Συγχρόνως, οι τουρίστες είναι πιο ενημερωμένοι, εξετάζουν καλύτερα τις προσφερόμενες υπηρεσίες και απαιτούν καλύτερη ποιότητα αυτών, καθώς επίσης και καλύτερη σχέση τιμής και ποιότητας (value for money). Τέλος, η τεχνολογία μπαίνει στη ζωή μας και από τον τουριστικό τομέα αφού αυξάνεται η χρήση των νέων τεχνολογιών σε θέματα όπως η κράτηση υπηρεσιών και το μάρκετινγκ.

## 1.2 Τα Κύρια Χαρακτηριστικά Του Ελληνικού Τουρισμού

Προτού γίνει αναφορά στα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά της δομής του τουριστικού κλάδου και του προσφερόμενου προϊόντος, τα οποία συνοψίζονται στα παρακάτω (Πατσουράτης Β. (2000), Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Κέντρο Έρευνας. (Η μελέτη έγινε για λογαριασμό του ΣΕΤΕ), σελ. 8) :

- Μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων. Σε όλη την αλυσίδα που προσφέρει το τουριστικό προϊόν δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων (ξενοδοχεία, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικοί πράκτορες, αεροπορικές εταιρίες κλπ). Το γεγονός αυτό από την μια πλευρά δίνει μια πλατεία επιλογή στον τουρίστα από την άλλη όμως οδηγεί σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων, γεγονός που περιορίζει τα περιθώρια κέρδους.
- Η τουριστική βιομηχανία παρά το διεθνή της χαρακτήρα χαρακτηρίζεται ως εύθραυστη. Μεταξύ των λόγων που συμβάλλουν σε αυτό περιλαμβάνονται:
  - ο μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων

- το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν έχει το στοιχείο της μόδας και της φθαρτότητας
- η αδυναμία πρόβλεψης της τουριστικής ζήτησης
- η εποχικότητα που χαρακτηρίζει το τουριστικό προϊόν.

Τα χαρακτηριστικά αυτά σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες ωθούν σε μεγάλη θνησιμότητα των επιχειρήσεων του κλάδου. Επιπλέον, για την αντιμετώπιση αυτού του φαινομένου παρατηρείται:

- Η κάθετη ενοποίηση. Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούνται συγχωνεύσεις και εξαγορές μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων με στόχο την κάθετη ενοποίηση των επιχειρήσεων του κλάδου. Η ενοποίηση αυτή δίνει την δυνατότητα της προσφοράς από ένα προμηθευτή ολόκληρου ή μεγάλου μέρους του φάσματος των υπηρεσιών που απαρτίζουν το τουριστικό πακέτο. Με άλλα λόγια η κάθετη ενοποίηση επιτρέπει την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας, οι οποίες οδηγούν στην μείωση του κόστους προσφοράς του τουριστικού πακέτου, αλλά και στη συγκέντρωση της αγοράς σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων
- Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών και διαδικασιών στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών. Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις τουριστικές υπηρεσίες βελτιώνει την παραγωγικότητά τους, συνεπώς μειώνει το κόστος παραγωγής και βοηθά στην καλύτερη οργάνωση και διοίκηση σε όλα τα επίπεδα της τουριστικής επιχείρησης.

Ειδικότερα, όσον αφορά την Ελλάδα, η ελληνική τουριστική βιομηχανία αποτελείται από μεγάλο αριθμό μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες από τις οποίες έχουν οικογενειακό χαρακτήρα και λειτουργούν σε εποχιακή βάση. Ο κατακερματισμός του κλάδου οδηγεί στην ανεπαρκή οργάνωση του σε θέματα ανταγωνισμού, στον προγραμματισμό ανάπτυξης, στην προβολή του τουριστικού προϊόντος, στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στη χάραξη μακροχρόνιας στρατηγικής κ.α. Όπως διαπιστώνεται και σε μελέτη του ΙΤΕΠ, το μικρό μέγεθος των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων δεν τους επιτρέπει να αξιοποιήσουν πλήρως τις νέες τεχνολογίες, τόσο σε επίπεδο οργάνωσης όσο και επικοινωνίας ( Πατσουράτης Β.Α. (2002). Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα, σπ.π, σελ. 60. ). Τα τελευταία χρόνια ένας αριθμός τουριστικών επιχειρήσεων που ήταν κρατικής ιδιοκτησίας πέρασε σε ιδιωτική ιδιοκτησία (ξενοδοχεία, καζίνο κλπ). Στόχος της τουριστικής πολιτικής είναι ο έλεγχος της ανάπτυξης και επέκτασης του κλάδου προκειμένου να συγκρατηθεί η άναρχη επέκταση που σημειώθηκε στις δεκαετίες του 1970 και 1980. Τα κύρια

χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού μπορούν να συνοψιστούν ως εξής (Σχέδιο Δράσης για την Ποιοτική Αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού (1995), Αθήνα: ΣΕΤΕ, σελ. 7) :

- Εξάρτηση από το διεθνή τουρισμό ο οποίος αντιπροσωπεύει το 77% περίπου των συνολικών διανυκτερεύσεων (1994).
- Εποχικότητα. Περισσότερο από το 60% των αφίξεων/ διανυκτερεύσεων πραγματοποιείται μεταξύ των μηνών Ιουνίου και Σεπτεμβρίου.
- Μη ισόρροπη κατανομή της τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, οι τέσσερις κυριότεροι προορισμοί, Αθήνα, Ρόδος, Κρήτη και Κέρκυρα απορροφούν περίπου το 65% των συνολικών διανυκτερεύσεων.
- Έλλειψη κατάλληλης υποδομής στους περισσότερους τουριστικούς προορισμούς καθώς επίσης και ανεπάρκεια ειδικευμένου προσωπικού.

### **1.3 Η Συμβολή Του Τουρισμού Στην Ελληνική Οικονομία**

#### **1.3.1 Ο ελληνικός τουρισμός σήμερα και οι επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία**

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας, ο οποίος καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Για αυτόν το λόγο η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας πρέπει να αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας και της επιχειρηματικής κοινότητας. Ο τουρισμός τα τελευταία τριάντα (30) χρόνια αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15% και κατά περιόδους ξεπέρασε το 18%. Σχεδόν ένας (1) στους πέντε (5) κατοίκους της χώρας μας απασχολείται άμεσα ή έμμεσα στον τουριστικό τομέα, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου, όπου παρά τη διόγκωση του τα τελευταία τρία (3) χρόνια, οι τουριστικές εισπράξεις καλύπτουν σχεδόν το 1/3 αυτού.

Υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184 ή, με άλλα λόγια, κάθε Ευρώ που καταναλώνεται στο τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία.

**Πίνακας 1 :** Η συμβολή του τουρισμού σε ΑΕΠ, απασχόληση, εμπορικό ισοζύγιο

Πηγή: WTTC, ΤΤΕ

	<u>1990</u>	<u>2000</u>	<u>2009</u>
<u>ΑΕΠ</u>	15,2%	15,9%	15,2%
<u>Άμεση και έμμεση απασχόληση (% επί συνολικής απασχόλησης)</u>	19,5%	19,8%	18,5%
<u>Άμεση και έμμεση απασχόληση (000)</u>	731,8	781,0	774,2
<u>Κάλυψη ελλείμματος εμπορικού ισοζυγίου</u>	20,8%	45,9%	33,7%

**Πίνακας 2:** Τουρισμός και ΑΕΠ 2000 – 2010

\*Τα στοιχεία υπόκεινται σε συνεχείς επικαιροποιήσεις από το WTTC.

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011

<u>Έτος</u>	<u>% Συμμετοχή Τουριστικής Οικονομίας στο ΑΕΠ*</u>	<u>Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)</u>
<u>2000</u>	16,40%	10.061,2
<u>2001</u>	16,90%	10.579,9
<u>2002</u>	16,50%	10.284,7
<u>2003</u>	15,90%	9.495,3
<u>2004</u>	16,40%	10.347,8
<u>2005</u>	17,30%	10.729,5
<u>2006</u>	17,50%	11.356,7
<u>2007</u>	17,30%	11.319,2
<u>2008</u>	16,50%	11.635,9
<u>2009</u>	15,20%	10.400,3
<u>2010</u>	15,30%	9.611,3

Η συμβολή του τουρισμού είναι επίσης σημαντική στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Σαφής ένδειξη, έως απόδειξη, είναι η αύξηση του πληθυσμού στους τουριστικούς νομούς στη διάρκεια μιας περιόδου όπου, οι περισσότεροι νομοί χάνουν πληθυσμό λόγω της εσωτερικής μετανάστευσης που προκαλεί η κατά τόπους ανεργία.

**Πίνακας 3:** Εξέλιξη πληθυσμού σε επιλεγμένους τουριστικούς νομούς

**Πηγή:** Αθανασίου et al, 1992, Παυλόπουλος & Κουζέλης, 1998, Στατιστικές επετηρίδες ΕΣΥΕ

<u>Νομοί/ χρονολογίες</u>	<u>Πληθυσμός</u>						<u>Δ %</u>
	<u>1951</u>	<u>1961</u>	<u>1971</u>	<u>1981</u>	<u>1991</u>	<u>2001</u>	<u>1961 - 2001</u>
<u>Δωδεκανήσου</u>	121.480	123.021	121.017	145.071	163.476	188.279	53,0
<u>Χαλκιδικής</u>	75.735	79.849	73.850	79.036	93.653	98.801	23,8
<u>Ρεθύμνου</u>	72.179	69.943	60.949	62.634	70.095	78.936	12,9
<u>Κυκλάδων</u>	125.959	99.959	86.337	88.458	94.005	109.854	9,9
<u>Ζακύνθου</u>	38.062	35.509	30.187	30.014	32.557	38.822	9,3
<u>Κερκύρας</u>	105.414	101.770	92.933	99.477	107.592	111.068	9,1
<u>Λασιθίου</u>	73.784	73.880	66.226	70.053	71.279	75.734	2,5

**Πίνακας 4:** Τουρισμός και απασχόληση 2000 – 2010

1: Η Άμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις.

2: Η Έμμεση απασχόληση ορίζεται ως η απασχόληση που δημιουργείται για την παραγωγή ενδιάμεσων υποστηρικτικών της τουριστικής κατανάλωσης προϊόντων /υπηρεσιών από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη τουριστική οικονομία.

\*Τα στοιχεία υπόκεινται σε συνεχείς επικαιροποιήσεις από το WTTC.

**Πηγή:** ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων του World Travel & Tourism Council, Μάρτιος 2011

<u>Έτος</u>	<u>Άμεση ( 1 ) Απασχόληση (000)*</u>	<u>Συνολική (Άμεση+Έμμεση ( 2 ) ) Απασχόληση (000)*</u>
<u>2000</u>	344,3	777,6
<u>2001</u>	338,6	785,4
<u>2002</u>	338,6	783,7
<u>2003</u>	329,4	769,2
<u>2004</u>	329,1	783,4
<u>2005</u>	357,6	837,7
<u>2006</u>	367,5	866,6
<u>2007</u>	366,2	867,6
<u>2008</u>	351,3	817,1
<u>2009</u>	318,0	741,5
<u>2010</u>	322,0	746,2

Ακόμα μια σαφή ένδειξη ότι η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί το βασικό μέσο βελτίωσης των κοινωνικοοικονομικών δεικτών ανάπτυξης αποτελεί το γεγονός ότι οι τουριστικοί

νομοί της χώρας κατατάσσονται σε υψηλές θέσεις με βάση τον Σύνθετο Δείκτη Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ), ο οποίος συνεκτιμά τους επιμέρους παράγοντες που καθορίζουν την αναπτυξιακή ταυτότητα μιας περιοχής. Αναμένεται με ενδιαφέρον η επικαιροποίηση της κατάταξης αφού, από το 2000 και μετά, μερικοί νομοί παρουσιάζουν αξιοσημείωτη τουριστική ανάπτυξη (π.χ. Ευρυτανία, Ηλεία, Λακωνία, Μεσσηνία κ.λπ.).

**Πίνακας 5:** Σύνθετος Δείκτης Ευημερίας και Ανάπτυξης (ΣΔΕΑ) σε επίπεδο νομού

**Πηγή:** Almedia 2002, Πετράκος Γ & Ψυχάρης Γ., 2004, Περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα και κριτική.

<u>Γεωγραφική Ενότητα(10 πρώτοι νομοί)</u>	<u>Σ.Δ.Ε.Α. 2000</u>	<u>Γεωγραφική Ενότητα(10 τελευταίοι νομοί)</u>	<u>Σ.Δ.Ε.Α. 2000</u>
<u>1.Αττική</u>	70,4	<u>1.Φλώρινα</u>	24,7
<u>2.Θεσσαλονίκη</u>	55,5	<u>2.Κιλκίς</u>	24,3
<u>3.Δωδεκάνησσα</u>	49,3	<u>3.Γρεβενά</u>	22,3
<u>4.Κυκλάδες</u>	46,9	<u>4.Αιτωλοακαρνανία</u>	22,0
<u>5.Χανιά</u>	41,1	<u>5.Καρδίτα</u>	21,3
<u>6.Ηράκλειο</u>	40,6	<u>6.Σέρρες</u>	21,0
<u>7.Μαγνησία</u>	39,2	<u>7.Αρτα</u>	20,9
<u>8.Σάμος</u>	38,9	<u>8.Θεσπρωτία</u>	20,1
<u>9.Κεφαλληνία</u>	38,5	<u>9.Ηλεία</u>	17,2
<u>10.Χίος</u>	37,2	<u>10.Ευρυτανία</u>	16,8

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2010 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 21η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2011, η χώρα μας καταλαμβάνει την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83η.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2010 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 15,3%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (746.200 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 17,9% των απασχολούμενων. Μέχρι το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2009.



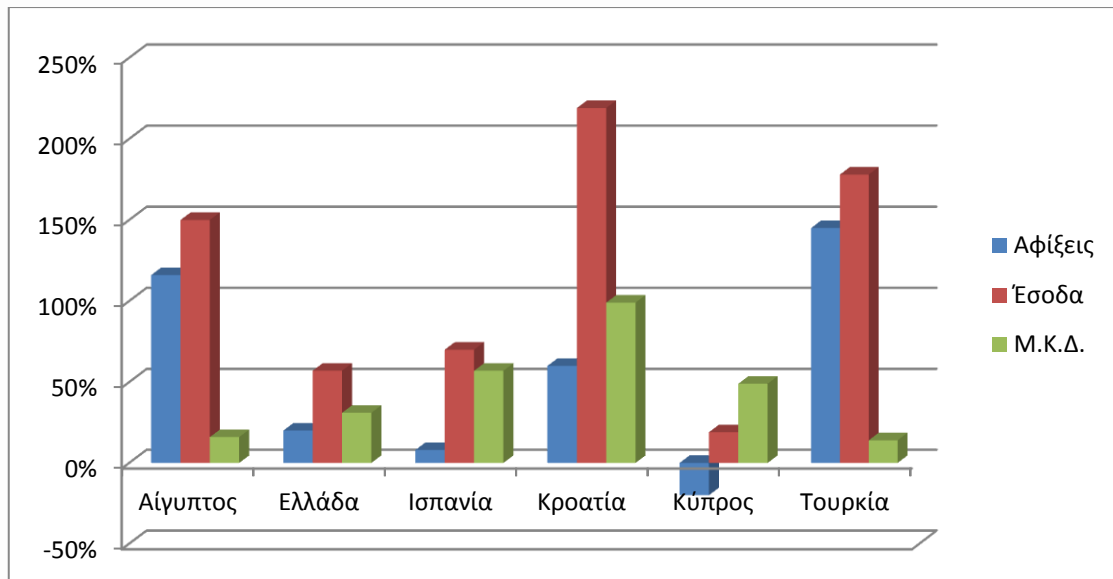
### 1.3.2. Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού

Η ανταγωνιστικότητα είναι το σχετικό μέγεθος που προκύπτει από τη σύγκριση μας με τον καλύτερο ή, διαφορετικά, η ικανότητα μας να επιχειρούμε καλύτερα και αποτελεσματικότερα από τους ανταγωνιστές μας. Ανταγωνιστές μας είναι οι χώρες-τουριστικοί προορισμοί που είτε παράγουν ίδιο ή παρεμφερές τουριστικό προϊόν με το δικό μας, είτε/και απευθύνονται στις ίδιες αγορές για άντληση πελατείας. Έτσι, η Ισπανία, η Τουρκία, η Κύπρος και η Αίγυπτος προκύπτουν ως οι κύριοι ανταγωνιστές μας (κατά περίπτωση προστίθενται η Πορτογαλία και η Κροατία, με ελλιπή όμως στοιχεία).

Το ζητούμενο της τουριστικής οικονομίας, στην απλή του έκφραση, είναι η μεγιστοποίηση των μεγεθών: [Έσοδα] και [Θέσεις Απασχόλησης]. Ο πρώτος παράγοντας εκφράζεται από το γινόμενο: [Αφίξεις X Κατά Κεφαλή Δαπάνη]. Το γινόμενο παίρνει τόσο μεγαλύτερη τιμή όσο μεγαλύτερη είναι η τουριστική περίοδος και επηρεάζει αντίστοιχα τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

Με δεδομένη την αδυναμία ακριβούς μέτρησης των διανυκτερεύσεων, τα μεγέθη [Αφίξεις], [Έσοδα] και [Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη] θεωρείται ότι καταγράφουν ικανοποιητικά την πορεία της τουριστικής οικονομίας.

Στο διάστημα 2000-2009, συγκρίνοντας τις μεταβολές στις αφίξεις, τα έσοδα και την ΜΚΔ, παρατηρούμε ότι ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει σημαντική υστέρηση των τριών αυτών βασικών μεγεθών, έναντι των αντιστοίχων μεγεθών των περισσότερων ανταγωνιστών μας ( Διάγραμμα 1 ).



**Διάγραμμα 1.** Μεταβολή Αφίξεων, Εσόδων και ΜΚΑ ( % ), Ελλάδα και ανταγωνιστές 2000- 2009

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., UNWTO

#### 1.4 Τα Προβλήματα Του Ελληνικού Τουρισμού Και η Εποχικότητα

Ο τουρισμός είναι σήμερα ο δυναμικότερα αναπτυσσόμενος τομέας της ελληνικής οικονομίας καθώς τα τελευταία 30 χρόνια αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης. Πάραυτα ο Ελληνικός τουρισμός αντιμετωπίζει χρόνια προβλήματα τα οποία θα πρέπει να αντιμετωπιστούν. Ορισμένα από αυτά τα προβλήματα συνοψίζονται παρακάτω :

- Δεν υπάρχει μακροπρόθεσμος πολιτικός σχεδιασμός για τον τουρισμό στην Ελλάδα καθώς χαρακτηριστικό είναι πως 48 διαφορετικά πρόσωπα πέρασαν από την πολιτική ηγεσία του ελληνικού τουρισμού στο διάστημα 1992-2010.
- Η σημερινή υπερπροσφορά ανέρχεται σε 400.000 κλίνες περίπου ή το 30% του συνολικού δυναμικού της χώρας σε κλίνες.
- Στο τρίμηνο Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος εξακολουθούμε να υποδεχόμαστε περισσότερο από το 50% των διεθνών αφίξεων.
- Το 65% της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα συγκεντρώνεται σε 4 περιοχές της χώρας.
- Με τις σημερινές συνθήκες ο ελληνικός τουρισμός λειτουργεί σχεδόν στο 80% των δυνατοτήτων του.

- Η σύγκυση μεταξύ πνεύματος εξυπηρέτησης και αίσθησης δουλοπρέπειας δημιουργεί το σύνδρομο του anti-service, το οποίο διακατέχει σημαντικό τμήμα των άμεσα κι έμμεσα ασχολουμένων με το τουρισμό.
- Το πρωτογενές τουριστικό προϊόν της Ελλάδας είναι ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ. Η προστιθέμενη αξία όμως δεν είναι το ίδιο καλή. Αποτέλεσμα, μέτριο τελικό προϊόν, πολλές φορές υπερτιμημένο, άρα μη ανταγωνιστικό.
- Η διάθεση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος γίνεται κατά κύριο λόγο από ξένους Tour Operators και από κανάλια διανομής, τα οποία σε καμία περίπτωση δεν επηρεάζουμε.

Τα χρονίζοντα αυτά προβλήματα και οι κακές επιδόσεις των περιόδων 2009 και 2010, σε συνδυασμό με την άνοδο των ανταγωνιστών μας και κυρίως με το έλλειμμα τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα, επιβεβαιώνουν την ανάγκη για δραστικές παρεμβάσεις στον τουρισμό.

Με δεδομένη τη διαχρονική αδυναμία της πολιτείας να αντιληφθεί τη σημασία του τουρισμού και να χαράξει – υλοποιήσει την αναγκαία στρατηγική, ο ιδιωτικός τομέας, παράλληλα με τη συνεχή προσπάθεια αφύπνισης της πολιτείας, πρέπει να αναλάβει περισσότερες πρωτοβουλίες. Μόνον έτσι θα διαχυθούν τα οφέλη που ο Τουρισμός μπορεί να προσφέρει στο σύνολο της οικονομίας και της κοινωνίας.

#### **1.4.1 Το πρόβλημα της εποχικότητας στον ελληνικό τουρισμό**

Με τον όρο τουριστική εποχικότητα εννοούμε το φαινόμενο της εκδήλωσης της τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του έτους. Η εποχικότητα μοιάζει να είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που έχει να αντιμετωπίσει ο Τουρισμός, καθώς οι αλλαγές των καιρικών συνθηκών (φυσική εποχικότητα) μαζί με τη «θεσμική» εποχικότητα (άδειες εργασίας τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα) είναι οι παράγοντες που καθορίζουν την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων αλλά και το ζήτημα της απασχόλησης του κατάλληλου τουριστικού προσωπικού.

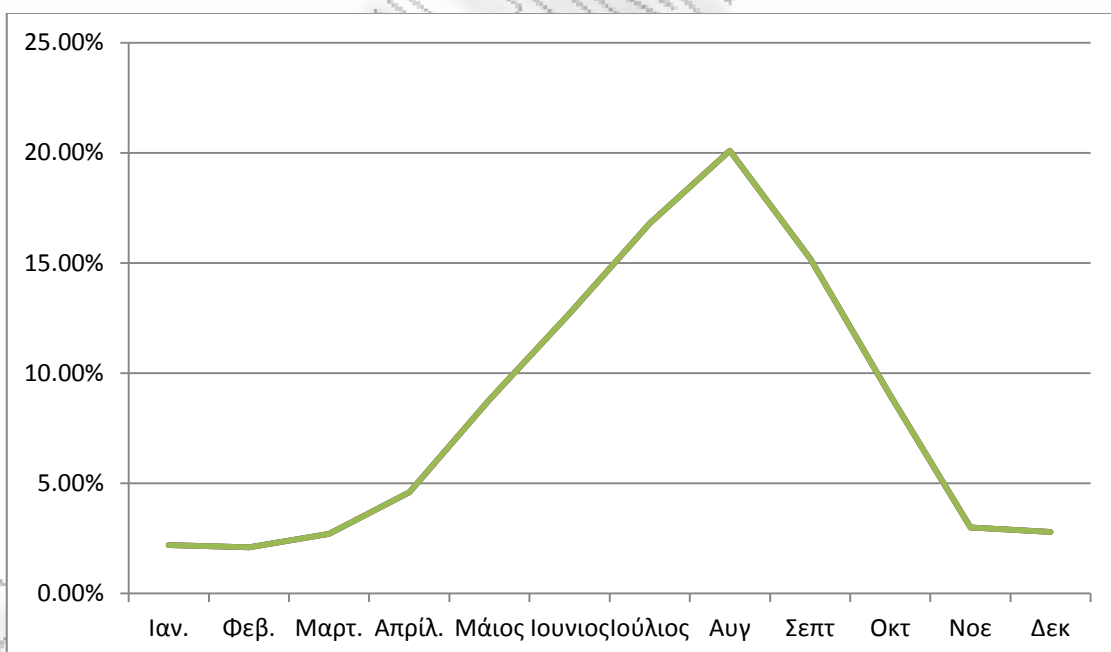
Η εποχικότητα στον τουρισμό είναι ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, που εντείνεται από έτος σε έτος με αποτέλεσμα να προβληματίζει τους διεθνείς τουριστικούς οργανισμούς, τις εθνικές κυβερνήσεις και τις επιχειρήσεις του τουριστικού κυκλώματος για το τι μέλλει γενέσθαι. Το φαινόμενο της εποχικότητας στην περίπτωση του Μεσογειακού τουρισμού στον οποίο ανήκει και η Ελλάδα, που προσφέρει το πρότυπο των «θερινών διακοπών», βασισμένων στον ήλιο, τη θάλασσα και τις παραλίες (sun,

sea, sand), μπορεί να προσδιοριστεί εννοιολογικά ως «οι χρονικές αποκλίσεις που παρουσιάζει ένας τουριστικός προορισμός από τα χρονικά συμβατικά όρια της *τουριστικής περιόδου*» η οποία αρχίζει την 1<sup>η</sup> Απριλίου και τελειώνει την 31<sup>η</sup> Οκτωβρίου (214 ημέρες).

Η εποχικότητα του τουρισμού στους προορισμούς των «θερινών διακοπών» της Μεσογείου, όπου επικρατούν οι ίδιες περίπου κλιματολογικές συνθήκες και η ζήτηση προέρχεται κατά κανόνα από τις ίδιες τουριστικές αγορές και συνεπώς συμπεριφέρεται ομοιόμορφα, παρουσιάζει έξαρση που εκδηλώνεται με μια βαθμιαία συρρίκνωση της τουριστικής περιόδου. Η Ελλάδα ως ένας από τους πιο σημαντικούς προορισμούς της Μεσογείου, δεν μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστη από αυτή τη διεργασία. Κατά την τελευταία πενταετία ένα ποσοστό του αλλοδαπού τουρισμού που σταθερά ξεπερνά το 50% συγκεντρώνεται στο τρίμηνο, της τουριστικής αιχμής (Ιούλιος – Σεπτέμβριος). Στους αμιγείς τουριστικούς προορισμούς όπως της Κρήτης, της Κέρκυρας και της Ρόδου, το ποσοστό αυτό είναι ακόμα μεγαλύτερο και συνοδεύεται μάλιστα με μια παράλληλη μείωση του μέσου όρου ημερών διαμονής. Συγκεκριμένα στην περίπτωση της Ρόδου με βάση τα στοιχεία των αφίξεων του οργανωμένου τουρισμού της περιόδου 1998-2001, οι μήνες της τουριστικής αιχμής συγκεντρώνουν μέσο ετήσιο ποσοστό 55,6% με αυξητικές τάσεις αφού το 2001 συγκέντρωσε το 56,50%, ενώ οι υπόλοιποι μήνες (Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος και Οκτώβριος) συγκεντρώνουν το 43,8%, από το οποίο ο Απρίλιος συμμετέχει με ποσοστό κάτω του 5%. Ο Απρίλιος έχει σχεδόν χαθεί για τη Ρόδο και η οποία κίνηση παρουσιάζει οφείλεται στον μαθητικό τουρισμό και στον τουρισμό των εορτών του Πάσχα των καθολικών, αφού τα τελευταία χρόνια τα θερινά προγράμματα των οργανωτών ταξιδιών (tour operators) αρχίζουν μια βδομάδα πριν το Πάσχα, ενώ μεγάλοι αγγλικοί οργανισμοί θεωρούν τον Απρίλιο ότι ανήκει στους χειμερινούς μήνες από πλευράς κατάρτισης προγραμμάτων. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι πέντε μήνες της χειμερινής περιόδου (Νοέμβριος – Μάρτιος) συγκεντρώνουν οργανωμένο τουρισμό σε ποσοστό που δεν ξεπερνά το 0,5%.

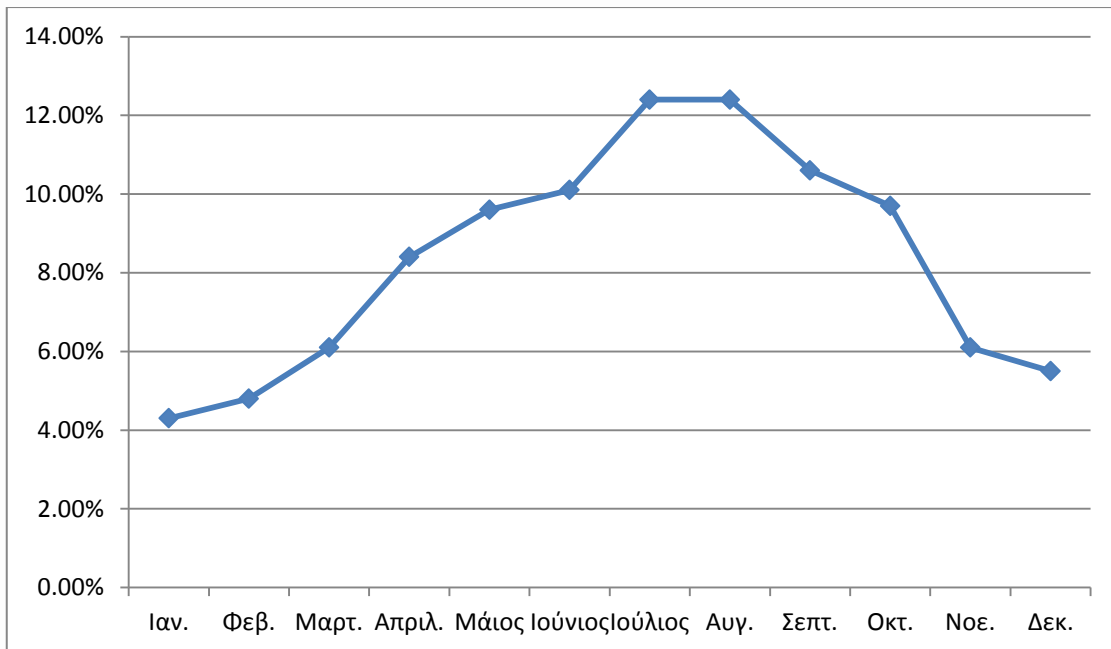
Η συρρίκνωση της τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργεί σοβαρά προβλήματα στους τουριστικούς προορισμούς καθώς και στις τουριστικές επιχειρήσεις προβλημάτισε την Ευρωπαϊκή ένωση, η οποία από τα μέσα του 1992 είχε θεσπίσει κοινοτικές δράσεις για τον χρονικό κατακερματισμό των διακοπών με σκοπό την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και μέτρα προσέλκυσης τουριστικής ζήτησης κατά τη χειμερινή περίοδο. Αλλά και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού με τον «Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό» (Σαντιάγο της Χιλής 1999), προτρέπει τις κυβερνήσεις και τις τουριστικές επιχειρήσεις στα πλαίσια της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης να επιδιώκουν την

χρονική και χωρική κλιμάκωση της κίνησης των τουριστών και την όσο το δυνατόν καλύτερη κατανομή των διακοπών, ώστε να περιορίζεται η πίεση των τουριστικών δραστηριοτήτων στο περιβάλλον και να επαυξάνονται οι ευεργετικές τους επιδράσεις στην τουριστική βιομηχανία και την τοπική οικονομία. Στο πρόγραμμα του Υπουργείου Ανάπτυξης «Τουρισμός – Στόχοι και προτεραιότητες» (Οκτώβριος 2000) που καταρτίστηκε στα πλαίσια του Γ'ΚΠΣ, προβλέπονται ενέργειες και δράσεις για τη μείωση της εποχικότητας της τουριστικής δραστηριότητας, όπως ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού, μέτρα προσέλκυσης χειμερινής τουριστικής ζήτησης, μέτρα ενίσχυσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια κτλ.) καθώς και ενισχύσεις για ανάλογες ιδιωτικές επενδύσεις. Τέλος στα παρακάτω διαγράμματα αναφέρονται σε πιο πρόσφατα δεδομένα που έχουν να κάνουν με τις αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και με τον μέσο όρο αφίξεων τουριστών στις ανταγωνίστριες χώρες (Γαλλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Ιταλία). Με την σύγκριση των εν λόγω διαγραμμάτων αποτυπώνεται και πάλι το πρόβλημα της εποχικότητας που αντιμετωπίζει ο τουριστικός τομέας της Ελλάδας αλλά και οι υπόλοιποι κύριοι τουριστικοί προορισμοί της Μεσογείου.



**Διάγραμμα 2.** Μηνιαία κατανομή αφίξεων, Ελλάδα, 2009

**Πηγή:** ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ.



**Διάγραμμα 3.** Μηνιαία κατανομή αφίξεων μέσω όρου ανταγωνιστών, 2009

**Πηγή:** ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ, Στατιστική Υπηρεσία της Κυπριακής Δημοκρατίας, Instituto de Estudios Turisticos ( Ισπανία ), State Institute of Statistics ( Τουρκία ), Ministry of Tourism ( Αίγυπτος ), Turismo de Portugal ( Πορτογαλία )

#### 1.4.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την εποχικότητα.

Το πρόβλημα της εποχικότητας στους προορισμούς θερινών διακοπών δεν απασχολεί μόνο τις κυβερνήσεις και τους φορείς γενικά του τουρισμού, αλλά και τους ερευνητές και μελετητές του τουριστικού φαινομένου που προσπαθούν να αναζητήσουν τους παράγοντες που έχουν επηρεάσει αρνητικά την εποχικότητα τα τελευταία χρόνια. Μια πρώτη προσέγγιση του προβλήματος μας οδηγεί στον εντοπισμό των παρακάτω παραγόντων που φαίνεται να επηρεάζουν την τουριστική εποχικότητα:

- Ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός που διακινείται στους προορισμούς της Μεσογείου, έχει κατά κανόνα ως κίνητρο τον ήλιο, τη θάλασσα και την παραλία (sun, sea, sand), για να επιλέξει τον τόπο των διακοπών του. Είναι επόμενο λοιπόν να προτιμά τους μήνες εκείνους με τις ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες, που του επιτρέπουν να απολαύσει τα στοιχεία της προτίμησής του. Η συρρίκνωση του Απριλίου δεν αποκλείεται να οφείλεται σε κάποιο βαθμό σε αλλαγή του κλίματος που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια και εκδηλώνεται στην περίπτωση τουλάχιστον της Ρόδου με συχνότερες βροχοπτώσεις και πτώση της θερμοκρασίας του αέρα και της θάλασσας.

- Η τουριστική προσφορά στους νησιώτικους και παράκτιους προορισμούς έχει δημιουργηθεί χωρικά και λειτουργικά κατά τέτοιο τρόπο και με προδιαγραφές που ανταποκρίνονται σχεδόν αποκλειστικά στις ανάγκες και τις επιθυμίες του τουρισμού των θερινών διακοπών. Παραλιακά ξενοδοχεία με εξωστρεφείς και κατά κανόνα υπαίθριες συμπληρωματικές λειτουργίες (facilities) είναι η κυρίαρχη μορφή καταλύματος. Ελάχιστα ξενοδοχεία διαθέτουν εσωτερικούς χώρους και εγκαταστάσεις που να μπορούν να φιλοξενήσουν τους πελάτες τους όταν οι καιρικές συνθήκες δεν τους επιτρέπουν να απολαύσουν τον ήλιο και τη θάλασσα. Το μεγάλο μας πρόβλημα είναι να βρούμε **εναλλακτικές λύσεις** απασχόλησης ψυχαγωγίας των επισκεπτών μας για τις ημέρες που επικρατούν δυσμενείς καιρικές συνθήκες με ειδικά ενδεχομένως προγράμματα «βροχερών ημερών».
- Η δημιουργία νέων προορισμών τουρισμού θερινών διακοπών και η αύξηση της τουριστικής προσφοράς σε καταλύματα που ξεπερνά κατά πολύ την τουριστική ζήτηση. Έτσι οι καταναλωτές τουρίστες έχουν την ευχέρεια να εξασφαλίσουν διαμονή στους δημοφιλείς μήνες της αιχμής, σε αντίθεση με τις παλαιότερες εποχές, όπου η περιορισμένη προσφορά οδηγούσε σε ένα καλύτερο χρονικό καταμερισμό της ζήτησης και συνεπώς αποσυμφόρηση της αιχμής. Η περίπτωση της Ελλάδας είναι χαρακτηριστική. Πριν μερικά χρόνια μοναδικοί σχεδόν προορισμοί οργανωμένου μαζικού τουρισμού ήταν η Αθήνα, η Κρήτη, η Ρόδος και η Κέρκυρα. Σήμερα αν ανατρέξει κανείς στα θερινά προγράμματα των μεγάλων οργανωτών ταξιδιών (TUI, NEKERMANN, THOMSON, AIR TOUR κτλ.) θα διαπιστώσει ότι έχουν προστεθεί σε αυτούς η Κως, η Κάρπαθος, η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Σάμος, η Χίος, η Μυτιλήνη, η Κεφαλονιά, η Σκιάθος, η Καβάλα – Θάσος κ.α. Η Ρόδος ήταν η «αποικία» των Σκανδιναβών. Σήμερα Σκανδιναβούς θα συναντήσετε σε όλους τους νησιώτικους προορισμούς της Ελλάδας.
- Η κοινωνική οργάνωση από άποψη κυρίως των πληρωμένων διακοπών είναι τέτοια ώστε οι μεγάλες μάζες του πληθυσμού που συγκροτούν τον οργανωμένο τουρισμό, όπως είναι οι εργαζόμενοι με σχέση εξαρτημένης εργασίας, οι μαθητές και φοιτητές και οι λοιπές επαγγελματικές ομάδες εποχιακής απασχόλησης, σχεδόν υποχρεωτικά κατευθύνονται στους μήνες της αιχμής, αφού τότες χορηγούνται οι άδειες, τότε κλείνουν τα σχολεία και τα Πανεπιστήμια, με αποτέλεσμα οι κοινωνικές αυτές ομάδες να «παρασύρουν» και άλλες που σε κάποιο βαθμό συνδέονται ή εξαρτώνται από αυτές. Τον Αύγουστο για παράδειγμα κλείνουν κατά παράδοση τα εργοστάσια και οι

μεγάλες επιχειρήσεις και οι δημόσιες υπηρεσίες διατηρούν θα έλεγε κανείς ένα ελάχιστο «προσωπικό ασφαλείας». Δεν είναι τυχαίο ότι στη Γαλλία και την Ισπανία έχει διαμορφωθεί μια ειδική μορφή τουρισμού ο «Αυγουστιάτικος τουρισμός».

- Η αδιάφορη στάση των οργανωτών ταξιδιών στο πρόβλημα της εποχικότητας, ιδιαίτερα σε ότι αφορά την επιμήκυνση, της τουριστικής περιόδου, γιατί τα ειδικά προγράμματα χειμερινού τουρισμού στην Ελλάδα, δεν φαίνεται να είναι στις άμεσες προτεραιότητες τους. Τα κίνητρα που ζητούν οι tour operators τόσο για την επιμήκυνση της θερινής περιόδου, όσο και για τον χειμερινό τουρισμό και ιδιαίτερα οι χαμηλές τιμές των ξενοδοχείων, είναι τέτοια, που ξεπερνούν τις δυνατότητες του κρατικού τομέα και των επιχειρήσεων που καλούνται στην ουσία να επιδοτήσουν τον τουρισμό της εποχής αυτής, χωρίς προοπτική μελλοντικής κερδοφορίας, όπως επιβεβαιώνει η εμπειρία από τα κατά καιρούς πειραματικά προγράμματα της Ρόδου. Έτσι όχι μόνο περιορίζονται στα θερινά προγράμματα αλλά με τις πιέσεις που ασκούν για «ειδικές προσφορές» αποδυναμώνουν τους ακραίους μήνες, αφού στην πραγματικότητα αξιώνουν τιμές από τα ξενοδοχεία κάτω του κόστους.

#### **1.4.3. Επιπτώσεις της εποχικότητας στον τουριστικό τομέα.**

Η εποχικότητα έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές αρνητικές παρενέργειες σε όλο το φάσμα του τουριστικού κυκλώματος. Οι επιπτώσεις από τη συσσώρευση της τουριστικής κίνησης στους μήνες της αιχμής είναι εμφανείς στο περιβάλλον, στις τουριστικές επιχειρήσεις, στις ενδιάμεσες επιχειρήσεις καθώς και στους ίδιους τους επισκέπτες, παρουσιάζονται παρακάτω και είναι οι εξής:

- Στο περιβάλλον σε όλες του τις εκφάνσεις του, φυσικό, πολιτιστικό, δομημένο και ανθρωπογενές, είναι εκείνο που δέχεται τις μεγαλύτερες πιέσεις στους μήνες της αιχμής κατά τους οποίους παραβιάζονται τα όρια της φέρουσας ικανότητας του τόπου. Μπορεί να μην έχουν γίνει μετρήσεις για τον καθορισμό των ορίων ανοχής του τόπου για φιλοξενία επισκεπτών όμως από ορισμένα φαινόμενα ιδιαίτερα αυτά που παρουσιάζονται στον τομέα των υποδομών και τις καθιστούν αδύναμες να ανταποκριθούν στις ανάγκες της ζήτησης, καταφαίνεται ότι ο τόπος εξάντλησε τα όρια της αντοχής του. Οι συχνές διακοπές του ηλεκτρικού ρεύματος, η υπερφόρτωση του αποχετευτικού δικτύου, η κυκλοφοριακή συμφόρηση, οι ατελείωτες ουρές στις στάσεις των ταξί



και των λεωφορείων και στις θυρίδες των ταχυδρομείων και των τραπεζών και ακόμα το «στοίβαγμα» στις παραλίες και στα νυχτερινά κέντρα, αποδεικνύουν ότι ο τόπος στους μήνες της αιχμής έχει ξεπεράσει τα όρια της φέρουσας ικανότητάς του. Ανάλογα φαινόμενα παρατηρούνται και στον τομέα του πολιτισμού από τη μαζική παρουσία επισκεπτών στους αρχαιολογικούς χώρους καθώς επίσης και στον κοινωνικό τομέα, όπου τον τελευταίο καιρό έχει πάρει διαστάσεις το φαινόμενο του «clubing», αποτέλεσμα της υπερσυγκέντρωσης νεαρών τουριστών σε περιοχές μεγάλης πυκνότητας καταλυμάτων και ψυχαγωγικών κέντρων. Είναι φανερό ότι στις περιοχές αυτές η τουριστική ανάπτυξη ξεπέρασε τα όρια της φέρουσας ικανότητας υποδοχής τουριστών.

- Οι τουριστικές επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές είναι εκείνες που πλήττονται περισσότερο από το φαινόμενο της εποχικότητας. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων δραστηριοποίησης των ξενοδοχείων της Ρόδου, αποδεικνύεται ότι σε ετήσια βάση δραστηριοποιείται μόλις το 48% - 49% του παραγωγικού τους δυναμικού και ότι πάνω από το 50% της συνολικής τους δραστηριοποίησης πραγματοποιείται το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου με πληρότητες που ξεπερνούν το 100% ενώ στους υπόλοιπους μήνες της τουριστικής περιόδου οι πληρότητες κυμαίνονται από 35% - 65%. Η αδρανοποίηση του επενδυμένου κεφαλαίου για ένα διάστημα πάνω από 6 μήνες, τα υψηλά σταθερά έξοδα που επιβαρύνεται η επιχείρηση για να αντιμετωπίσει τις λειτουργικές ανάγκες της περιόδου αιχμής και οι χαμηλές τιμές που επιβάλλουν οι οργανωτές ταξιδιών, έχουν περιορίσει την κερδοφορία του κλάδου σε οριακά επίπεδα, ενώ αρκετές επιχειρήσεις που έχουν μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα βιωσιμότητας. Η χαμηλή κερδοφορία δεν ευνοεί τις νέες επενδύσεις, απόδειξη ότι όσες ξενοδοχειακές επενδύσεις έγιναν τα τελευταία χρόνια στη Ρόδο, πραγματοποιήθηκαν από υφιστάμενες επιχειρήσεις, που έκαναν χρήση των αφορολόγητων εκπτώσεων του αναπτυξιακού νόμου, και από επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχουν και οργανωτές ταξιδιών που εξασφαλίζουν την πελατεία τους.
- Η εποχικότητα επηρεάζει αρνητικά και τις ενδιάμεσες επιχειρήσεις, από τις οποίες οι πιο αντιπροσωπευτικές είναι οι αεροπορικές εταιρείες ναυλωμένων πτήσεων (charter flights) με τις οποίες διακινείται πάνω από το 85% του διεθνούς τουρισμού στους νησιώτικους προορισμούς. Οι εταιρείες αυτές αλλά και τα λοιπά συμβατικά μεταφορικά μέσα δεν είναι δυνατόν να δεσμεύουν τα μέσα τους για να ανταποκριθούν στην αυξημένη ζήτηση της αιχμής και τους άλλους μήνες να μη πραγματοποιούν το μεταφορικό έργο που θα τους

εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα τους. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που για τη διατήρηση των πτήσεων στους ακραίους μήνες, οι εταιρείες ζητούν από τους φορείς του προορισμού να τους εξασφαλίσουν ένα ποσοστό θέσεων στα αεροπλάνα τους. Οι περιορισμοί αυτοί ισχύουν και για τον εθνικό μας αερομεταφορέα ο οποίος έτσι και αλλιώς καλύπτει ένα ελάχιστο μέρος της ζήτησης.

- Η εποχικότητα ασφαλώς επηρεάζει και τους ίδιους τους τουρίστες, αφού στην περίοδο της αιχμής υφίστανται όλες τις συνέπειες από την έξαρση των περιβαλλοντικών προβλημάτων τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω (διακοπές ρεύματος, κυκλοφοριακή συμφόρηση, ουρές στις στάσεις και στις θυρίδες, στοίβαγμα στις παραλίες και στα κέντρα κτλ.). Η μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών αναζητούν στις διακοπές τους τις συνθήκες εκείνες που θα τους ηρεμήσουν και θα τους αναζωογονήσουν, συνθήκες που δεν συναντούν στους μήνες της αιχμής. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι τα περισσότερα παράπονα που φθάνουν στα γραφεία του ΕΟΤ προέρχονται κατά κανόνα από τους καλοκαιρινούς τουρίστες. Οι οποίες ταλαιπωρίες υφίστανται οι επισκέπτες της αιχμής φαίνεται να εξουδετερώνονται από τα άλλα θέλγητρα που τους προσφέρει το η καλοκαιρινή περίοδο διαφορετικά δεν δικαιολογείται γιατί επιμένουν να επισκέπτονται τη Ρόδο αυτή την περίοδο.

### **1.5 Ποίοι Στόχοι Θα Πρέπει Να Τεθούν Για Τον Ελληνικό Τουρισμό.**

Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί για την Ελλάδα ζωτικό κομμάτι της οικονομίας της, ενώ θεωρείται βασικός πυλώνας της κοινωνικής ευημερίας και ανάπτυξης. Όπως διαπιστώθηκε στο παρόν κεφάλαιο, η Ελλάδα θεωρείται, κυρίως, προορισμός για θερινές διακοπές με αποτέλεσμα το τουριστικό προϊόν της να αντιμετωπίζει το φαινόμενο της εποχικότητας ως ένα από τους βασικούς προβληματισμούς που θα πρέπει να περιοριστεί και επιλυθεί. Πάραυτα, ο χαρακτήρας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι καθαρά συνδεδεμένος με τον ήλιο, τη θάλασσα και τα πανέμορφα νησιά που διαθέτει και για αυτό, κυρίως, το λόγο η χώρα μας αποτελεί σημαντικό πόλο έλξης σε διεθνές επίπεδο. Η Ελληνική πολιτεία θα πρέπει να εστιάσει περισσότερο στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού, έτσι ώστε η χώρα μας να εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο και αποτελεσματικότερο τρόπο τα πλεονεκτήματά της. Παράγοντες όπως το μεσογειακό κλίμα, η ποικιλία των θαλασσών, τα 3.000 νησιά συνολικά, οι θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών μέτρων, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το εναλλασσόμενο τοπίο, την καθιστούν ως ένα ιδανικό μέρος για την ανάπτυξη του

θαλάσσιου τουρισμού και ειδικότερα των υπηρεσιών ενοικίασης σκαφών αναψυχής. Τα Ελληνικά νησιά θεωρούνται παγκοσμίως ως ένας ασφαλής προορισμός για ευχάριστη διαμονή, διασκέδαση και από την άλλη πλευρά, για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, συνδεδεμένης κυρίως με το χώρο του τουρισμού. Επιπρόσθετα, οι ευνοϊκές συνθήκες κλίματος εγγυώνται μια εξίσου αποδοτική δραστηριοποίηση όσον αφορά στην ανάπτυξη μαρίνων και υποδομών θαλάσσιου τουρισμού, αντάξιων εκείνων, άλλων χωρών με σημαντική προϊστορία σε αυτόν τον τομέα.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

## Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 1

### Ελληνική Βιβλιογραφία

- 1) Αθανασίου et al, (1992), Παυλόπουλος & Κουζέλης, (1998), Στατιστικές επετηρίδες ΕΣΥΕ.
- 2) Almedia (2002), Πετράκος Γ' & Ψυχάρης Γ.(2004), Περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα και κριτική.
- 3) Ηγουμενάκης Ν. (1996) ,«Τουριστικό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Interbooks.
- 4) Πατσουράτης Β.Α. (2002), Η Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουριστικού Τομέα, σπ.π, σελ. 60.
- 5) Πατσουράτης Β. (2000), Η Φορολογική Επιβάρυνση του Τουριστικού Προϊόντος. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Κέντρο Έρευνας. (Η μελέτη έγινε για λογαριασμό του ΣΕΤΕ), σελ. 8.
- 6) Πρόταση Για Το Νέο Αναπτυξιακό Μοντέλο 2020 (2010), Αθήνα: ΣΕΤΕ & Eurobank EFG, σελ. 18 - 25.
- 7) Σχέδιο Δράσης για την Ποιοτική Αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού (1995), Αθήνα: ΣΕΤΕ, σελ. 7.
- 8) Χυτήρης Λ. (1995) «Τουριστικά Γραφεία: Ίδρυση-Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks, σελ. 30-34,43.

### Ξένη Βιβλιογραφία

- 1) Anthony S. Travis, Tourism development and regional planning in East Mediterranean countries, 1980, Volume 1, Issue 4, p. 207-218, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272622&\\_user=3828026&\\_pii=0143251680900444&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1980&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkWz&\\_md5=782d5111c042ab8a26ff3b33d5f73708/1-s2.0-0143251680900444-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272622&_user=3828026&_pii=0143251680900444&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1980&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkWz&_md5=782d5111c042ab8a26ff3b33d5f73708/1-s2.0-0143251680900444-main.pdf)
- 2) Dimitrios Buhalis, Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness and Development, 1999, Res. 1, 341±358, INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, [http://www2.egi.ua.pt/cursos\\_2005/files/TT/Buhalis%20Tourism%20on%20the%20Gre](http://www2.egi.ua.pt/cursos_2005/files/TT/Buhalis%20Tourism%20on%20the%20Gre)

[ek%20Islands%20Issues%20of%20peripherality%20competitiveness%20and%20development.pdf](#)

- 3) Dimitrios Buhalis, Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges, 2001, Vol. 4, No. 5, p.440-480, Current Issues in Tourism, [http://bournemouth.academia.edu/DimitriosBuhalis/Papers/73362/Tourism\\_in\\_Greece\\_Strategic\\_Analysis\\_and\\_Challenges](http://bournemouth.academia.edu/DimitriosBuhalis/Papers/73362/Tourism_in_Greece_Strategic_Analysis_and_Challenges)
- 4) Dimitris G. Lagos and Mihail N.Diakomihalis, Possibilities for a Greek Tourism Satellite Account development, 2006, University of the Aegean, <http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Diakomihalis%20Paper.pdf>
- 5) Erdener Kaynak, Yavuz Odabasi and Alican Kavas, Tourism Marketing in developing economy: Frequent and infrequent Visitors Contrasted, 1986, Volume 6, Issue 1, p.42-60, The Service Industries Journal, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02642068600000004>
- 6) Harry Coccossis, sustainable development of the greek islands, 1993, Serie A/ n° 44, p. 391-394, Options Mediterraneennes,
- 7) Nikolaos Dritsakis, TOURISM AS A LONG-RUN ECONOMIC GROWTH FACTOR: AN EMPIRICAL INVESTIGATION FOR GREECE USING CAUSALITY ANALYSIS, JEL O10,C22, 2003, Department of Applied Informatics University of Macedonia Economics and Social Sciences, [http://users.uom.gr/~drits/publications/tourism-economic\\_growth.pdf](http://users.uom.gr/~drits/publications/tourism-economic_growth.pdf) <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/a44/02001609.pdf>
- 8) Panos Mourdoukoutas, Seasonal Employment, Seasonal Unemployment and Unemployment Compensation: The Case of the Tourist Industry of the Greek Islands, 1988, Vol, 47, No. 3, p. 319-330, American Journal of Economics and Sociology, Wiley Online Library, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.15367150.1988.tb02044.x/pdf>
- 9) Paris Tsartas, Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues, 2003, Vol. 11, No. 2&3, p.116-132, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, <http://myweb.facstaff.wvu.edu/zaferan/lthaca%20Curriculum/tourism%20economy/Tourism%20in%20Islands%20and%20social%20Impacts.pdf>
- 10) Peter J. Buckley and Socrates I. Papadopoulos, Marketing Greek tourism- the planning process, 1986, Volume 7, Issue 2, p.86-100, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=0261517786900191&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Jun-1986&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIV-zSkWb&\\_md5=959fb32700493da62a620444720684ec/1-s2.0-0261517786900191-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=0261517786900191&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Jun-1986&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIV-zSkWb&_md5=959fb32700493da62a620444720684ec/1-s2.0-0261517786900191-main.pdf)

11) Philippos Loukissas, TOURISM REGIONAL DEVELOPMENT IMPACTS A Comparative Analysis of the Greek Islands, 1982, Volume 9, Issue 4, p. 207-218, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271796&\\_user=3828026&\\_pii=0160738382900718&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1982&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-zSkzS&\\_md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=0160738382900718&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1982&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzS&_md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf)

12) Py P “Le Tourisme – Un Phenomene economique” (1991), La Documentation Francaise, Paris pp. 11

13) Sara Proença and Elias Soukiazis, Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries, 2008, 14 (4), p. 791–806 Tourism Economics, <http://www.esac.pt/cernas/concursofct2010documentos/pedro/Proenca.pdf>

14) Socrates Papadopoulos and Hafiz Mirza, Foreign tourism in Greece An economic analysis, 1985, Volume 6, Issue 2, p. 125-137, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=0261517785900214&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Jun-1985&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkWz&\\_md5=0b364f6dedf68679a2ea1a28bf860f6a/1-s2.0-0261517785900214-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=0261517785900214&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Jun-1985&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkWz&_md5=0b364f6dedf68679a2ea1a28bf860f6a/1-s2.0-0261517785900214-main.pdf)

15) Vasileios A. Vlachos, INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTERNATIONAL BUSINESS, 2010, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, [www.icib.eu](http://www.icib.eu).

## Κεφάλαιο 2

### Θαλάσσιος Τουρισμός

#### 2.1 Εννοιολογική Προσέγγιση – Διακρίσεις Του Θαλάσσιου Τουρισμού

Η απόδοση του όρου Θαλάσσιος Τουρισμός, ως μία από τις ειδικές μορφές τουρισμού, μας παραπέμπει στην αναζήτηση της αμεσότερης και διαρκέστερης επαφής του περιηγητή με τη θάλασσα ( Λεκάκου – Τζανάτος, (1998β), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Ιόνιο Πέλαγος, Thalassa '98, Αθήνα, σ.2 ). Επομένως, στον όρο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να συμπεριληφθεί κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει σχέση με τη θάλασσα και τις ακτές. Εκτός από τη χρήση σκαφών αναψυχής και τις κρουαζιέρες, ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων όπως :

- Το θαλάσσιο σκι
- Την ιστιοσανίδα ( windsurfing )
- Το υποβρύχιο ψάρεμα
- Τις υποβρύχιες καταδύσεις
- Τη κολύμβηση
- Τη περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα

Σύμφωνα με τον καθηγητή Michael Hall ( καθηγητής Μάρκετινγκ στο Τμήμα Διοίκησης του πανεπιστημίου Canterbury της Νέας Ζηλανδίας ), ο θαλάσσιος τουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με τον παράκτιο τουρισμό και ταυτόχρονα περιλαμβάνει κάθε τουριστική δραστηριότητα που πηγάζει από τη θάλασσα, όπως ψάρεμα ανοιχτής θαλάσσης και κρουαζιέρες.

Σύμφωνα με τον καθηγητή Mark Orams ( 1999:9, καθηγητής στο κέντρο τουριστικών ερευνών του Massey University, Albany campus, στο Auckland της Νέας Ζηλανδίας ), ορίζει ότι ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες αναψυχής οι οποίες έχουν ως βάση ή επικεντρώνονται στο θαλάσσιο περιβάλλον, η κατανάλωση ή χρήση των οποίων προϋποθέτει να ταξιδέψει ο καταναλωτής μακριά από τον τόπο διαμονής του. Ο Ορισμός αυτός έχει ιδιαίτερη σημασία, διότι εκτός των βασικών



στοιχείων που προσδιορίζουν τον καταναλωτή και τις δραστηριότητες του, δίνει έμφαση στο γεγονός ότι ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει παράκτιες δραστηριότητες, όπως παρακολούθηση θεαμάτων με θαλάσσια θηλαστικά (φάλαινες, δελφίνια, φώκιες), παραθαλάσσιους περιπάτους, χρήση κρουαζιερόπλοιων και δραστηριότητες yachting.

Με τον όρο θαλάσσιος τουρισμός αναφερόμαστε, συνήθως, στην ειδική μορφή τουρισμού στην οποία η θάλασσα αποτελεί το κριτήριο διάκρισης του και ταυτόχρονα την ειδοποιώ διαφορά σε σχέση με την κυρίαρχη μορφή του οργανωμένου παραθεριστικού ή μαζικού τουρισμού, καθώς και τις άλλες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού( ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη :2 ).

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού προϋποθέτει σημαντικές επενδύσεις σε έργα υποδομής και ανωδομής. Τέτοιες επενδύσεις αφορούν κυρίως λιμενικές εγκαταστάσεις για τον ασφαλή ελλιμενισμό και τον ανεφοδιασμό των πλοίων και των σκαφών αναψυχής, όπως σύγχρονες μαρίνες, τουριστικά καταφύγια και σκάλες. Οι τουριστικοί λιμένες πρέπει να διαθέτουν σύγχρονο εξοπλισμό, προκειμένου να ικανοποιούν τις απαιτήσεις τόσο των επιβαινόντων όσο και των πληρωμάτων των κρουαζιερόπλοιων και των yachts.

Ο θαλάσσιος τουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, συγκροτείται στη βάση ενός ολοκληρωμένου συστήματος που συνίσταται από :

- Λιμενικές υποδομές ( λιμάνια, μαρίνες, καταφύγια )
- Μέσα ναυτιλίας ( πλοία, σκάφη, θαλάσσιοι πλόες )

Σκοπός του θαλάσσιου τουρισμού είναι να προσφέρει την ξεχωριστή αναψυχή που προσδοκούν οι τουρίστες που τον επιλέγουν. Η θαλάσσια περιήγηση που προσφέρεται και η δυνατότητα να βιώσει ο περιηγητής πολλές από τις προσδοκώμενες εμπειρίες του μέσα στο θαλάσσιο περιβάλλον, γίνεται εφικτή με τη συμμετοχή της ναυτιλίας η οποία προσδίδει το πραγματικό περιεχόμενο του θαλάσσιου τουρισμού. Άλλες μορφές τουρισμού ή δραστηριότητες που προϋποθέτουν ή περιλαμβάνουν την προσέγγιση της παράκτιας ζώνης με χερσαία ή εναέρια μεταφορικά μέσα, καθώς και την εγκατάσταση σε παράκτια καταλύματα, δε διασφαλίζουν ούτε την ανάλογη αμεσότητα του περιηγητή με τη θάλασσα, ούτε τον ίδιο βαθμό και διάρκεια επαφής του με αυτή( Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν Αιγαίου, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος ). Ως



εκ τούτου, οι επιμέρους δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα δε θα πρέπει να αποτελούν κριτήριο διάκρισης και ούτε να χαρακτηρίζουν τους συγκεκριμένους τουρίστες που επιλέγουν το θαλάσσιο τουρισμό. Για παράδειγμα, τα θαλάσσια σπορ όπως το κολύμπι, η ιστιοσανίδα το σκι και άλλα, καθώς και οι ακτοπλοϊκές μεταφορές, δεν μπορούν να θεωρηθούν κριτήριο του θαλάσσιου τουρισμού.

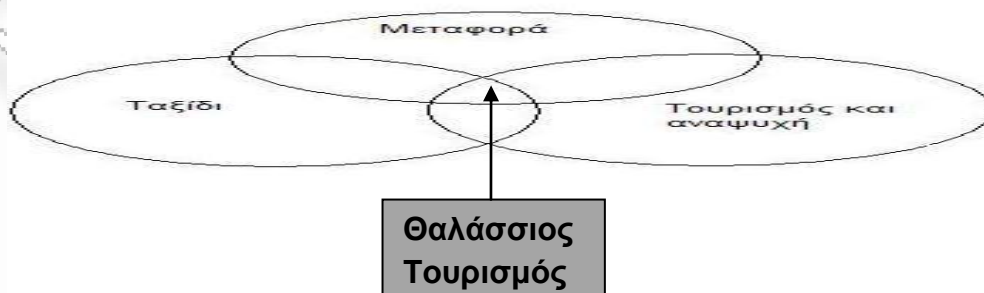
Σύμφωνα με τα παραπάνω, θεωρείται ότι μόνο η συμμετοχή σε οργανωμένη κρουαζιέρα με κρουαζιερόπλοιο και η πραγματοποίηση θαλάσσιων πλόων με τουριστικό πλοίο ή πλοιάριο ( Ο όρος τουριστικό πλοίο καθιερώθηκε από το 1976, όταν τέθηκε σε ισχύ ο Ν.438 και αντικαταστάθηκε το 1999 βάσει του Ν.2743 με τον όρο πλοίο αναψυχής που μέχρι τότε αφορούσε μόνο τα σκάφη ιδιωτικής χρήσης ) επαγγελματικό ή αναψυχής, θαλαμηγό ή όχι, με πλήρωμα ή χωρίς ( bareboat ), ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο, αποτελούν κριτήριο διάκρισης των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού, στη Ελλάδα αλλά και διεθνώς.

Συνεπώς, στη διερεύνηση και μελέτη του θαλάσσιου τουρισμού, αναφέρονται σε δύο κύριες τουριστικές δραστηριότητες ( ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη :2):

- Κρουαζιερόπλοια
- Yachting ( πραγματοποιούμενο με ολική νάυλωση επαγγελματικού πλοίου )

Η δομή της αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού αποτελείται από την αλληλοσυμπλήρωση των παρακάτω υπηρεσιών ( Wild G.P., ( 2003 ). Cruise Industry statistical review 2002):

- Ταξίδι
- Μεταφορά
- Τουρισμός και αναψυχή



Εν κατακλείδι, ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μία ειδική μορφή τουρισμού με την επιλογή της οποίας ο καταναλωτής τουρίστας αποφασίζει να περάσει τον περισσότερο ή και όλο το χρόνο των διακοπών του εν πλω, επιλέγοντας ως τόπο διαμονής και ψυχαγωγίας ένα πλοίο, που προσφέρει ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης, ή ένα σκάφος, στο οποίο μπορεί να συναποφασίσει για το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησης που θα εκτελεστεί. Και στις δύο περιπτώσεις, πλοίο ή σκάφος είναι ταυτόχρονα και μέσα, μετακίνησης.

Από τις μορφές θαλάσσιου τουρισμού που έχουν αναφερθεί και έχουν τα χαρακτηριστικά οργανωμένης αγοράς και ως εκ τούτου θεωρούνται κύρια προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού είναι οι κρουαζιέρες και η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση που προσφέρει η χρήση σκαφών αναψυχής ( Yachting ). Οι υπόλοιπες δραστηριότητες που έχουν αναφερθεί ασκούνται ανοργάνωτα και σποραδικά.

Επομένως, οι κυριότερες μορφές της οργανωμένης αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού διεθνώς ( Miller M.L. and Auyong J., (1991), Coastal zone tourism: a potent force affecting environment and society, Marine Policy 15 2, pp 75-99 ), είναι:

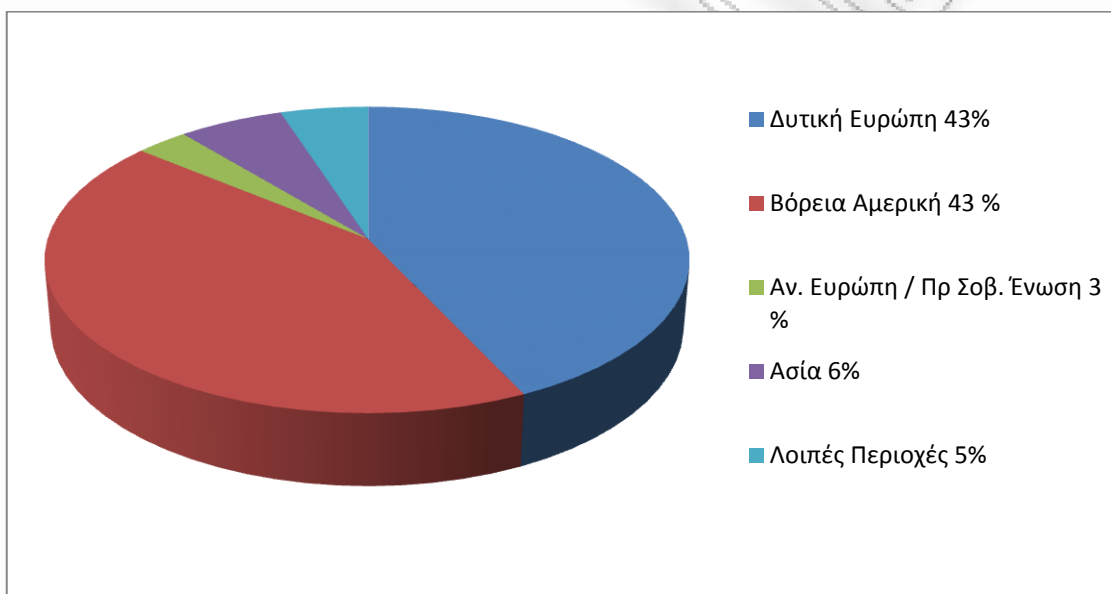
- Η Κρουαζιέρα
- Η Ιδιωτική θαλάσσια περιήγησης

## **2.2 Ο Θαλάσσιος Τουρισμός Διεθνώς**

Η παγκόσμια αγορά του θαλάσσιου τουρισμού για το 2005 εκτιμάται σε 174 δις Ευρώ, δηλαδή ποσοστό 10,5% των συνολικών δαπανών του τουρισμού. Το συγκεκριμένο μέγεθος είναι εξαιρετικά σημαντικό, όμως το ποσό που αναλογεί σε κάθε επιμέρους δραστηριότητα είναι αντικείμενο πολλών αντιπαραθέσεων μεταξύ των εκπροσώπων τους ( Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05, σελ. 36 ). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε αυτό το σύνολο δε περιλαμβάνονται το ταξίδι και οι δαπάνες στις παράκτιες περιοχές οι οποίες, εάν περιλαμβάνονταν, θα διαμόρφωναν έναν ευρύτερο προσδιορισμό του τομέα. Συνολικά ο τομέας του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου και του θαλάσσιου τουρισμού, έχει σημειώσει τα τελευταία χρόνια ραγδαία αύξηση με αποτέλεσμα να έχει εξελιχθεί σε μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες. Επιπλέον, έχει εκτιμηθεί οι περισσότεροι από το μισό πληθυσμό του πλανήτη κατοικούν σε απόσταση 60 χιλιομέτρων και λιγότερο από παράκτιες περιοχές , ενώ το ποσοστό αυτό αυξάνεται διαρκώς. Αυτό έχει ως

αποτέλεσμα τη περαιτέρω αύξηση της ζήτησης των δραστηριοτήτων τουρισμού και αναψυχής.

Τα διαθέσιμα στοιχεία, παγκοσμίως, αναφέρονται κυρίως στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις στις οποίες δε περιλαμβάνεται το σημαντικό μερίδιο της εσωτερικής αγοράς. Τα δεδομένα για το Ηνωμένο Βασίλειο ( Η.Β. ) και τις Η.Π.Α. δείχνουν ότι από τις συνολικές τουριστικές δαπάνες στο Η.Β., που εκτιμήθηκαν σε 107 δις. Ευρώ, μόνο το 18% προήλθε από αλλοδαπούς τουρίστες. Όσον αφορά τις Η.Π.Α., η εικόνα είναι παρόμοια με το 12% των συνολικών δαπανών να προέρχεται από αλλοδαπούς τουρίστες. Στις αναπτυσσόμενες χώρες παρατηρείται η αντίστροφη εικόνα από ότι στις δύο προαναφερθέντες, με μεγαλύτερα ποσοστά εισερχόμενου τουρισμού.



**Διάγραμμα 4.** Θαλάσσιος Τουρισμός – Τμηματοποίηση προέλευσης επιβατών της παγκόσμιας αγοράς – 2005

**Πηγή:** Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05, 36.2005

Με βάση τις διεθνείς αφίξεις τουριστών από το 1995 μέχρι σήμερα, η πρόβλεψη για την εξέλιξη των αφίξεων τα επόμενα 15 χρόνια είναι της τάξεως του 4,1%, ποσοστιαία αύξηση ανά έτος μέχρι το 2020. Το ποσοστό αύξησης για την Ευρώπη εκτιμάται στο 3% για την ίδια χρονική περίοδο. Με βάση τη διακύμανση των περιφερειακών δεικτών ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού και με ετήσιο ποσοστό παγκόσμιας αύξησης 3%

ετησίως από το 2005, το συνολικό μέγεθος του εκτιμάται ότι θα είναι 205 δισ. Ευρώ το 2010 ( World Tourism Organization, Tourism 2020 Vision ).

Η συνολική αγορά του θαλάσσιου τουρισμού στη Δυτική Ευρώπη έχει αποτιμηθεί σε 74 δισ. Ευρώ για το 2005. Αν και το μεγαλύτερο μέρος του θαλάσσιου τουρισμού της Ευρώπης, κατά τη διάρκεια των τελευταίων 40 ετών επικεντρωνόταν παραδοσιακά στη μεσόγειο, έχει παρατηρηθεί ισχυρή αύξηση για τις αγορές της Βόρειας Ευρώπης, όπου προωθείται η αναδιαμόρφωση των περιοχών παλαιών λιμένων και μαρίνων. Οι ακτές της Βαλτικής και της Βόρειας Θάλασσας αποτελούν ελκυστικούς προορισμούς για δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού και διαθέτουν καλά ανεπτυγμένα θέρετρα, ( όπως το Ludeck και οι εκβολές του Flensburg ), που προσφέρονται για ναυσιπλοΐα, ναυαθλητικές δραστηριότητες και περιηγήσεις στις θαλάσσιες πόλεις ( Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05,37 ).

Η τουριστική δαπάνη που προκαλείται από το σύνολο των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού παγκοσμίως εκτιμάται σε 168 δισ. για το 2004, ποσοστό 10,5% της συνολικής τουριστικής δαπάνης. Παρακάτω παρατίθενται της τουριστικής κατανάλωσης διαφόρων περιοχών:

#### **Πίνακας 6.** Τουριστική Κατανάλωση

**Πηγή :** Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05, σελ. 37-38

<b><u>Χώρες</u></b>	<b><u>Τουριστική Κατανάλωση Σε Δισ. Ευρώ</u></b>
<b><u>Βόρεια Αμερική</u></b>	73
<b><u>Δυτική Ευρώπη</u></b>	72
<b><u>Ασία</u></b>	10
<b><u>Ανατολική Ευρώπη</u></b>	5
<b><u>Λατινική Αμερική( συμπεριλαμβάνεται και η Καραϊβική )</u></b>	4

Οι προβλέψεις της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης είναι ότι θα σημειωθεί μέση ετήσια αύξηση 4,1% στις διεθνείς αφίξεις για το διάστημα 2005 – 2020. Ο ρυθμός αύξησης στην Ευρώπη για το ίδιο διάστημα θα είναι μικρότερος και θα φτάνει το 3%. ( Douglas

– Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328, vol 05, 37-38 )

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου εμφανίστηκε το 1960. Η ζώνη ανάπτυξης εντοπίζεται στις βόρειες ακτές, από το Γιβραλτάρ μέχρι το Αιγαίο. Επίκεντρο αποτελούν τα παράλια της Ισπανίας, Γαλλίας και Ιταλίας όπου και εκεί διαμορφώνεται σε μεγάλο ποσοστό η αγορά, τόσο από τη πλευρά της ζήτησης όσο και από τη πλευρά της προσφοράς και κατά δεύτερο λόγο από την Ελλάδα, Τουρκία, Κροατία. Ανερχόμενη αγορά του θαλάσσιου τουρισμού θεωρούνται η Κύπρος, η Μάλτα και τα παράλια της Βόρειας Αφρικής και της Μέσης Ανατολής.

Όσον αφορά τη ζήτηση για τα προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού ή για τις θέσεις ελλιμενισμού στα τουριστικά λιμάνια, διατίθενται αντιφατικά στοιχεία από τις σχετικές έρευνες. Σύμφωνα με την ICAP (ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη :2), εκτιμάται ότι η ζήτηση για θέσεις ελλιμενισμού τουριστικών πλοίων στη Μεσόγειο προσεγγίζει τις 1,5 με 2,0 εκατομμύρια θέσεις, ενώ η υπάρχουσα προσφορά δε ξεπερνά τις 200.000 θέσεις. Παρακάτω παρατίθενται στοιχεία για τις θέσεις ελλιμενισμού των Μεσογειακών χωρών έως το 2002.

#### **Πίνακας 7. Θέσεις Ελλιμενισμού Μεσογειακών Χωρών έως το 2002**

**Πηγή:** Διακομιχάλης Μιχάλης, ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σ.48

<b><u>Χώρες</u></b>	<b><u>Θέσεις Ελλιμενισμού</u></b>
<b><u>Γαλλία</u></b>	40.000 περίπου ( και οι αντίστοιχες στα παράλια του Ατλαντικού πάνω από 20.000 )
<b><u>Ιταλία</u></b>	50.000
<b><u>Ισπανία</u></b>	50.000
<b><u>Τουρκία</u></b>	13.600
<b><u>Ακτές Πρώην Γιουγκοσλαβίας</u></b>	5.000

**Πίνακας 8.** Η υποδομή σε Μαρίνες Μεσογειακών χωρών έως το 2002

**Πηγή:** Διακομιχάλης Μιχάλης, ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σ.48

<u><b>Χώρες</b></u>	<u><b>Μαρίνες</b></u>
<u><b>Ισπανία</b></u>	260
<u><b>Ελλάδα</b></u>	19
<u><b>Πορτογαλία</b></u>	17
<u><b>Τουρκία</b></u>	15
<u><b>Κύπρος</b></u>	2
<u><b>Αίγυπτος</b></u>	2

Λόγω του ότι η ζήτηση θέσεων ελλιμενισμού είναι πολλαπλάσια της προσφοράς, μεγάλος αριθμός των τουριστικών πλοίων ελλιμενίζεται σε μη τουριστικές εγκαταστάσεις, όπως είναι τα

- εμπορικά λιμάνια
- αλιευτικά καταφύγια
- παραδοσιακά λιμάνια παραθαλάσσιων οικισμών
- μικρά λιμάνια ναυταθλητικών σωματίων

Το επίπεδο των υπηρεσιών των παραπάνω εγκαταστάσεων, σε σχέση με μια οργανωμένη μαρίνα, θεωρούνται υποβαθμισμένες. Η Τουρκία έχει κατορθώσει να αξιοποιήσει σε μεγάλο βαθμό τη ζήτηση του θαλάσσιου τουρισμού και να τη συνδέσει με την παραγωγή του τομέα μεταποίησης και την απασχόληση, με την προώθηση της ναυπήγησης σε ναυπηγία της ξύλινων σκαφών ( καϊκιών ) τύπου motor – sailer, τα οποία εκναυλώνονται με πλήρωμα, με αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης στον τομέα της μεταποίησης και των υπηρεσιών ( ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη ).

Ο κορεσμός θέσεων ελλιμενισμού στα βορειοδυτικά παράλια της Μεσογείου που πρωτοεμφανίστηκε τη δεκαετία του 1980, παράλληλα με τη σταδιακή αύξηση του κόστους ελλιμενισμού, αύξησε τη ζήτηση για θέσεις ελλιμενισμού στα βορειοδυτικά και στα νοτιοανατολικά παράλια της Μεσογείου, όπου έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια σημαντική αύξηση σε κατασκευές σύγχρονων μαρίνων.

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, τόσο στις ανεπτυγμένες χώρες της βόρειας Μεσογείου όσο και στη Βρετανία, τις Η.Π.Α. και τις Σκανδιναβικές χώρες, είναι συνυφασμένη με την άνθιση της ναυπηγικής βιομηχανίας και ιδίως αυτής των πλαστικών σκαφών. Επίσης έχει συνδεθεί με την αύξηση της αναγνώρισης του ναυταθλητισμού στη συνείδηση της κοινής γνώμης ( Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στη Γαλλία έχει συνδεθεί με την άνθιση της ναυπηγικής και την επικράτηση στη διεθνή αγορά των πλαστικών σκαφών τύπου Jeanneau και Beneteau, καθώς και με τους ιστιοπλοϊκούς άθλους γνωστών Γάλλων ιστιοπλόων όπως ο Eric Tabarly, ο Olivier de Kersauzon, η Florence Artaud, ο Titouan Lamazou, ο Mark Pajot, ο Bruno Loick Peyron και πιο πρόσφατα η Isabelle Autissier και ο Christophe Auguin κλπ. { ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη: 4 } ). Η σχέση αυτή ως ένα βαθμό ισχύει και για την Ιταλία που διαθέτει και αξιόλογη βιομηχανία ιστιοφόρων και μηχανοκίνητων σκαφών, αλλά και συμμετοχές σε διεθνούς σημασίας ιστιοπλοϊκές διοργανώσεις, με πιο πρόσφατη του σκάφους της Prada ( Luna Rossa ) στο Americas Cup στο Auckland της Νέας Ζηλανδίας (ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη:4).

### **2.3 Ο Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ελλάδα**

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 60 ενώ, ιδιαίτερα, τα τελευταία χρόνια εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. ( [www.greektourism.gr/θαλάσσιος τουρισμός](http://www.greektourism.gr/θαλάσσιος_τουρισμός), [www.TravelingInternet/Traveling news/](http://www.TravelingInternet/Traveling_news/) Επεκτείνονται οι ειδικές μορφές τουρισμού ). Στα κύρια προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού που αναφέρθηκαν προηγουμένως και συγκροτούν τη διεθνή αγορά ( Κρουαζιέρα και ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση – yachting ), εντάσσεται ως χωριστό προϊόν και η ημερήσια θαλάσσια περιήγηση ( ημερήσιες κρουαζιέρες ) η οποία συγκροτεί τη δραστηριότητα της παράκτιας τουριστικής ναυτιλίας. Οι κυριότερες μορφές της οργανωμένης αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα είναι:

- Η κρουαζιέρα
- Η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση
- Η παράκτια τουριστική ναυτιλία

Οι κρουαζιέρες που προσφέρονται εντάσσονται στο σύνολο τους στην κατηγορία των διεθνών κρουαζιερών και συγκεκριμένα των Μεσογειακών. Για ένα μεγάλο αριθμό

προγραμμάτων κρουαζιέρας, τα ελληνικά λιμάνια αποτελούν τον κύριο προορισμό, με συμπληρωματικούς προορισμούς γειτονικά λιμάνια της Ιταλίας, της Τουρκίας, της Κύπρου ή της Αιγύπτου. Σε άλλα προγράμματα η Ελλάδα αποτελεί συμπληρωματικό προορισμό, με προσέγγιση λίγων ή ακόμα και ενός λιμανιού.

Το γιώτινγκ εμφανίζει στην Ελλάδα μια ανοδική πορεία και είναι εξαιρετικά δημοφιλές, τόσο στους αλλοδαπούς όσο και στους Έλληνες. Το υφιστάμενο δίκτυο μαρίνων και καταφυγίων τουριστικών σκαφών παρόλο που χρήζει περαιτέρω ανάπτυξης και βελτίωσης, παρέχει στους επισκέπτες επιλογές θαλάσσιων περιηγήσεων όπου μπορούν να απολυόσουν τη διαδρομή και τη γνωριμία πολλών περιοχών της Ελλάδας. Η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση στην Ελλάδα προσφέρεται με επανδρωμένα σκάφη αναψυχής ( motor yachts ) ή με ιστιοφόρα που συνήθως ναυλώνονται χωρίς πλήρωμα.

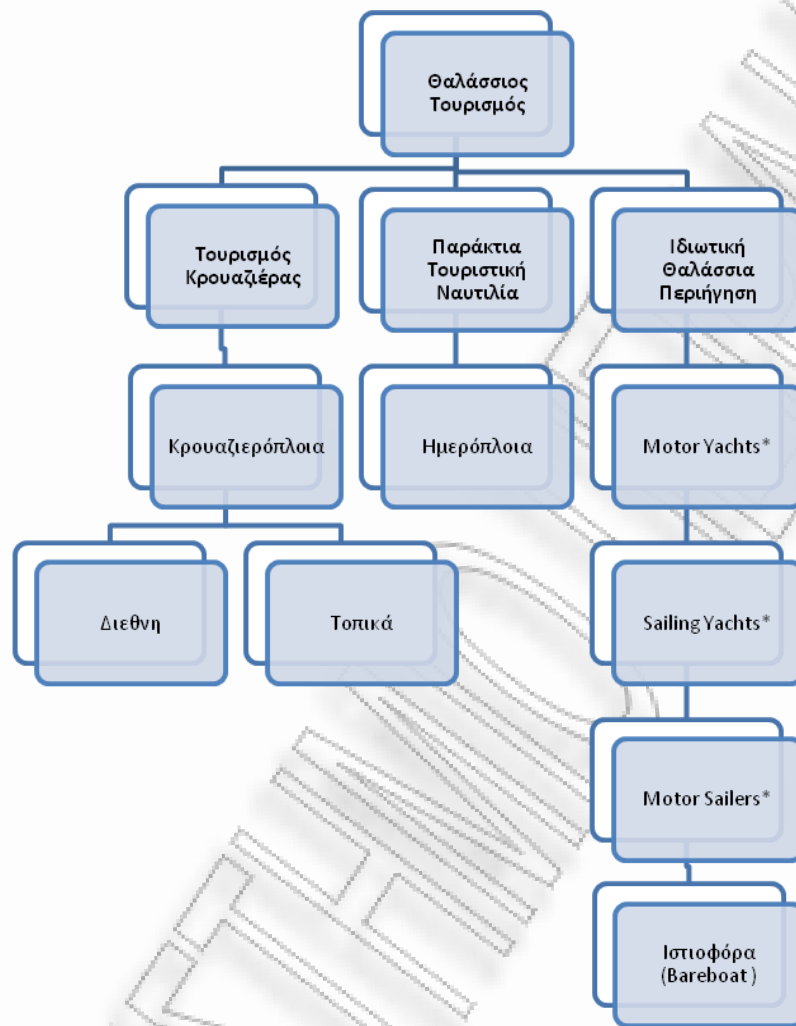
Παρόλο που το τουριστικό προϊόν του Αιγαίου συγκροτείται στο μεγαλύτερο ποσοστό του από θαλάσσιους πλόες στα Ελληνικά νησιά, η Ελλάδα υπολείπεται σε θέσεις ελλιμενισμού της Τουρκίας, καθώς και στο επίπεδο των υπηρεσιών που απαιτούν οι καταναλωτές του yachting. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η Τουρκία να προσελκύει εκτός από τους πελάτες που διαλέγουν τις θαλάσσιες διαδρομές στις ακτές της και αρκετούς από αυτούς που επιλέγουν τα ελληνικά νησιά, οι οποίοι προσεγγίζουν τουριστικά λιμάνια των Μικρασιατικών ακτών, προκειμένου να επωφεληθούν υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών, χαμηλότερο κόστος ελλιμενισμού, συντήρησης και διαχείμασης των τουριστικών σκαφών. Επιπλέον θα πρέπει να σημειωθεί πως η Τουρκία προσφέρει ευνοϊκό επιχειρηματικό πλαίσιο που έχει προσελκύσει πολλές ξένες επιχειρήσεις του κλάδου αλλά και Ελληνικές επιχειρήσεις προκειμένου να εξυπηρετήσουν τους υφιστάμενους πελάτες και τα σκάφη τους, έχοντας αποκτήσει βάση ναυλώσεων σε μαρίνες της Τουρκίας.

Όσον αφορά τα ημερόπλοια, προσφέρουν ημερήσιες κρουαζιέρες από ηπειρωτικά ή νησιωτικά λιμάνια σε παράκτιους ή νησιωτικούς προορισμούς, στο πλαίσιο των προγραμματισμένων ημερήσιων θαλάσσιων εκδρομών που διοργανώνουν οι τουριστικοί πράκτορες.

Στο παρακάτω σχήμα αποτυπώνεται το σύνολο της αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα.



**Σχήμα 1:** Τμηματοποίηση του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα



\*Είναι επανδρωμένα. Τα ιστιοφόρα ναυλώνονται χωρίς πλήρωμα

**Πηγή:** Διακομιχάλης Μ., (2006), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, α: 32.

## 2.4 Το Θεσμικό Πλαίσιο Που Διέπει Τον Θαλάσσιο Τουρισμό Στην Ελλάδα

Επιπλέον, θα πρέπει να γίνει αναφορά στο θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο της λειτουργίας του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα καθώς κρίνεται αναγκαία να γίνει η διατύπωση και ερμηνεία των όρων που αφορούν στον χαρακτηρισμό και τη διάκριση των μέσων παροχής των προϊόντων του θαλάσσιου τουρισμού, οι οποίοι είναι απαραίτητοι για την προσέγγιση των οικονομικών μεγεθών που αφορούν στις δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού. Επίσης, για την πλήρη και ορθή εκτίμηση των οικονομικών μεγεθών των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού είναι χρήσιμο να παρατεθούν οι προσδιορισμοί της νομοθεσίας που καθορίζουν ποια είναι τα επαγγελματικά πλοία και σκάφη.

Ειδικά καταλύματα και συγχρόνως μεταφορικά μέσα στην υπηρεσία του θαλάσσιου τουρισμού είναι

- Τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία και πλοiάρια
- Τα κρουαζιερόπλοια

Σύμφωνα με τον Ν.438/76 τουριστικό πλοίο ή πλοiάριο είναι κάθε σκάφος που μπορεί να κινηθεί αυτοδύναμα στη θάλασσα με ή χωρίς θαλάμους ενδιαίτησης και διανυκτέρευσης ( δηλαδή θαλαμηγό ή όχι ), που λόγω της εν γένει κατασκευής του χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση πλόων θαλάσσιας αναψυχής και περιήγησης. Αρχικά η δυναμικότητα των θαλαμηγών τουριστικών πλοίων δεν μπορούσε να υπερβαίνει τα 25 άτομα, εξαιρούμενου του πληρώματος, όμως η τροποποίηση του νόμου αύξησε τη δυναμικότητα σε 49 άτομα.

Τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία και πλοiάρια είναι αυτά που εκναυλώνονται και μάλιστα με τη μορφή της ολικής ναύλωσης και όχι με εισιτήριο όπως τα κρουαζιερόπλοια και αυτό είναι στην ουσία το κριτήριο διάκρισης τους από τα τουριστικά πλοία αναψυχής, δηλαδή τα χρησιμοποιούμενα από τους πλοιοκτήτες για τους πλόες χωρίς ναύλο και τα ναυαθλητικά, δηλαδή τα χρησιμοποιούμενα από τους αναγνωρισμένους ναυαθλητικούς ομίλους για ιστιοπλοϊκούς αγώνες.

Ο Ν. 2743/99 ( και μέχρι τη θέσπισή του, ο Ν. 438/76 ) ρυθμίζει :

- Τον τρόπο της αναγνώρισης ενός τουριστικού πλοίου
- Τις υποχρεώσεις του πλοιοκτήτη

- Θέματα σχετικά με την υποχρεωτική είσπραξη ελάχιστου ναύλου σε συνάλλαγμα και τη μετατροπή του στο ισότιμο νόμισμα της χώρας
- Τον τρόπο αναγνώρισης του πλοίου με ξένη σημαία ως επαγγελματικού κ.λπ.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι κατά κανόνα τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία έχουν Ελληνική σημαία, ενώ μετά την άρση του cabotage ( 01/11/2002, Ν. 2932/2001 ) είναι δυνατή η αναγνώριση του πλοίου με ξένη σημαία ως επαγγελματικού.

Με άδεια του Υφυπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας, η οποία εκδίδεται ύστερα από αίτηση του πλοιοκτήτη ή του εφοπλιστή προς την αρμόδια υπηρεσία του Υφυπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας ( Υ. Ε. Ν. ), μπορεί ένα πλοίο αναψυχής να χαρακτηριστεί επαγγελματικό. Η άδεια υπόκειται σε τακτική θεώρηση από τη αρμόδια διεύθυνση του Υ.Ε.Ν. ανά πενταετία. Η εν λόγω άδεια παύει να ισχύει μετά από αίτηση του δικαιούχου, καθώς και αν διαγραφεί το πλοίο από το νηολόγιο στο οποίο είναι εγγεγραμμένο. Για την παύση ισχύος εκδίδεται απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας.

Η εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με ολική ναύλωση πραγματοποιείται από πλοία αναψυχής υπό Ελληνική σημαία που έχουν χαρακτηριστεί ως επαγγελματικά ( άρθρο 3 ). Η εκμετάλλευση των επαγγελματικών πλοίων αναψυχής επιτρέπεται μόνο με ολική ναύλωση διάρκειας τουλάχιστον 12 ωρών και έχει ως στόχο την αναψυχή ή και περιήγηση. Η σύμβαση ολικής ναύλωσης αποδεικνύεται εγγράφως με την κατάρτιση ναυλοσυμφώνου. Δικαίωμα εκναύλωσης έχουν οι πλοιοκτήτες για τα υπο πλοιοκτησία τους επαγγελματικά πλοία αναψυχής και οι εφοπλιστές για τον υπό εφοπλισμό τους επαγγελματικά πλοία αναψυχής. Εφόσον η εκναύλωση γίνεται σε αλλοδαπούς, το συνάλλαγμα που εισπράττεται διατίθεται απο τον εκναυλωτή σύμφωνα με τις σχετικές ρυθμίσεις της Τράπεζας Της Ελλάδος. Το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής πρέπει να συμπληρώνει κατώτατο, ανά πενταετία, όριο ημερών ναύλωσης.

Το Υ.Ε.Ν. τηρεί για τα επαγγελματικά πλοία αναψυχής Μητρώο και Αρχείο ατομικών φακέλων τους ( άρθρο 6 ). Για την έκδοση άδειας επαγγελματικού πλοίου αναψυχής, την έκδοση νέας άδειας επαγγελματικού πλοίου αναψυχής, την κατ εξαίρεση θεώρηση της άδειας και την εκπρόθεσμη θεώρηση αυτής, καταβάλλεται παράβολο, το ύψος του οποίου ορίζεται σε τριάντα ( 30 ) Ευρώ ανά μέτρο ολικού μήκους του πλοίου (άρθρο 7).

Η μετακίνηση και κυκλοφορία επαγγελματικών πλοίων αναψυχής επιτρέπεται μόνο αν αυτά είναι ασφαλισμένα τουλάχιστον για αστική ευθύνη για ( ΦΕΚ Α 211/13.10.1999 ) :

- Θανάτους
- Σωματικές βλάβες και υλικές ζημιές επιβαινόντων και τρίτων από πρόσκρουση, σύγκρουση, ναυάγιο ή οποιαδήποτε άλλη αιτία
- Πρόκληση θαλάσσιας ρύπανσης

Σύμφωνα με τον ισχύοντα νόμο Ν.2743/99, ο οποίος αντικατέστησε τον νόμο Ν.438/76, οι κυριότεροι όροι που χρησιμοποιούνται έχουν την ακόλουθη έννοια :

- Πλοίο αναψυχής: κάθε σκάφος ολικού μήκους άνω των επτά ( 7 ) μέτρων, το οποίο είτε διαθέτει είτε όχι χώρους ενδιαίτησης, έχει τη δυνατότητα από τη γενική κατασκευή του, να χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης.
- Επαγγελματικό πλοίο αναψυχής: το πλοίο αναψυχής που έχει τη μεταφορική ικανότητα μέχρι και σαράντα εννιά ( 49 ) επιβατών, το οποίο διαθέτει χώρους ενδιαίτησης, πέραν αυτών του πληρώματος και χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με ολική ναύλωση.
- Ιστιοφόρο επαγγελματικό πλοίο αναψυχής: το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής το οποίο διαθέτει επαρκή ιστιοφορία ως κύριο μέσω πρόωσης, φέρει βοηθητικό κινητήρα πρόωσης και συγκεντρώνει τα κριτήρια καθορισμού του ως ιστιοφόρου, όπως αυτά ισχύουν.
- Μηχανοκίνητο επαγγελματικό πλοίο αναψυχής: το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής το οποίο διαθέτει μηχανή ως κύριο μέσω πρόωσης για ναυσιπλοΐα και βοηθητικό μέσω πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται από τις κείμενες διατάξεις, το οποίο αναφέρεται στο πιστοποιητικό ασφαλείας.
- Ιδιωτικό πλοίο αναψυχής: το πλοίο αναψυχής που δεν είναι επαγγελματικό σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου αυτού.

#### **2.4.1 Ιδιωτικά Πλοία Αναψυχής**

Όσον αφορά τα ιδιωτικά πλοία αναψυχής με ελληνική σημαία, απαγορεύεται η εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με καταβολή ναύλου. Τα ιδιωτικά πλοία αναψυχής με ελληνική σημαία, τα οποία ελλιμενίζονται μόνιμα στην Ελλάδα, εφοδιάζονται από την αρμόδια λιμενική αρχή με άδεια παραμονής και κυκλοφορίας.

Τα πλοία αναψυχής με ξένη σημαία δεν μπορούν να εκκινούν από ελληνικούς λιμένες ή να παραλαμβάνουν επιβάτες από ελληνικούς λιμένες με σκοπό την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με καταβολή ναύλου μεταξύ λιμένων ή και ακτών της ελληνικής επικράτειας.

Επιπλέον στα ιδιωτικά πλοία αναψυχής που φέρουν ξένη σημαία επιβάλλεται ειδική ανταποδοτική εισφορά υπέρ του Δημοσίου, για τρίμηνη διάρκεια παραμονής έναντι των διευκολύνσεων που τους παρέχονται κατά τη παραμονή τους στην Ελλάδα. Η εισφορά αυτή ανέρχεται στα 14,67 Ευρώ για κάθε μέτρο ολικού μήκους του ιδιωτικού πλοίου αναψυχής. Επιπλέον, δεν επιβάλλεται η εισφορά αυτή στα ιδιωτικά σκάφη αναψυχής που φέρουν Σημαία:

- Κράτους – Μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης ( Ε.Ε. )
- Χωρών του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου ( Ε.Ο. Χ )
- Χωρών της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών ( Ε. Ζ. Ε.Σ. )

Τα παραπάνω ισχύουν με την προϋπόθεση ότι στο έδαφος του κράτους που τηρούνται τα νηολόγια στα οποία είναι νηολογημένα τα πλοία αυτά, εφαρμόζεται η Συνθήκη Της Ευρωπαϊκής Κοινότητας ( ΦΕΚ Α 211/13.01.1999 ).

Όσον αφορά τα ολικού μήκους άνω των 7 μέτρων ιδιωτικά και επαγγελματικά πλοία αναψυχής, ανεξαρτήτως σημαίας που δεν ελλιμενίζονται μόνιμα σε Ελληνικούς λιμένες, καταβάλλονται τέλη κυκλοφορίας υπέρ των Ειδικών Λογαριασμών Κεφαλαίου Λιμενικής Αστυνομίας για τις διευκολύνσεις που τους παρέχονται κατά το χρόνο παραμονής τους στην Ελλάδα. Τα τέλη κυκλοφορίας ανέρχονται σε 5,87 Ευρώ για κάθε μέτρο ολικού μήκους του πλοίου.

Το νομικό καθεστώς που καθορίζεται από τους νόμους 438/76 και Ν.2743/99 περιλαμβάνει διατάξεις που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών τουριστικών πλοίων όπως και την προσέλκυση πλοίων στο Ελληνικό νηολόγιο. Οι ως άνω νόμοι με τις νομοθετικές τους ρυθμίσεις στοχεύουν στην προστασία του κλάδου από τα ιδιωτικά πλοία αναψυχής, που σχεδόν στο σύνολο τους φέρουν ξένη σημαία, τα οποία για φορολογικούς λόγους επιδιώκουν να εμφανίζονται ως επαγγελματικά, με αποτέλεσμα να θίγονται τα συμφέροντα των επαγγελματιών.

Όσον αφορά τα κρουαζιερόπλοια, πραγματοποιούν κρουαζιέρες στις οποίες μετέχουν ομάδες τουριστών ή μεμονωμένοι τουρίστες, καταβάλλοντας κάποιο αντίτιμο ανά άτομο για ένα πακέτο υπηρεσιών, όπως είναι η μεταφορά, τα γεύματα, διασκέδαση,

εκδρομές και διέπονται από τον κώδικα Ιδιωτικού Ναυτικού Δικαίου και το Ευρωπαϊκό όπως και το Εθνικό Δίκαιο περί παροχής υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές. Αυτές οι δύο μορφές θαλάσσιων καταλυμάτων εποπτεύονται από το υφυπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας και όχι από τον Ε.Ο.Τ.. Οι ναυλομεσσίτες επιτελούν τουριστικό επάγγελμα, οι όροι άσκησης του οποίου διέπονται, σύμφωνα με τον νόμο, από κοινή απόφαση του υφυπουργού Εμπορικής ναυτιλίας και του εποπτεύοντα του Ε.Ο.Τ. υφυπουργού Τουρισμού. Όσον αφορά τα ναυλομεσιτικά γραφεία, ιδρύονται και λειτουργούν με βάση τις ρυθμίσεις ανάλογες με εκείνων των τουριστικών γραφείων.

Η Επαγγελματική Ένωση των Ελληνικών ναυτιλιακών εταιρειών που έχουν στην ιδιοκτησία τους κρουαζιερόπλοια, τα οποία φέρουν Ελληνική σημαία, είναι ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Επιβατηγού Ναυτιλίας ( Σ. Ε. Ε. Ν ), πρώην Ένωση Εφοπλιστών Επιβατηγών Πλοίων ( Ε. Ε. Ε. Π. ). Οι επαγγελματικές ενώσεις του κλάδου των πλοιοκτητών τουριστικών σκαφών είναι η Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού ( Ε. Π. Ε. Σ. Τ. ) και το Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος ( Σ. Ι. Τ. Ε. Σ. Α. Π. ), τα μέλη των οποίων ανήκουν στο Ναυτικό Επιμελητήριο. Η Επαγγελματική Ένωση των ιδιοκτητών των Ημερόπλοιων είναι η Πανελλήνια Ένωση Πλοιοκτητών Ημερόπλοιων Σκαφών ( Π. Ε. Ν. Π. Η. Σ ), τα μέλη της οποίας στη Γενική Συνέλευση της 20/11/2005 αποφάσισαν ομόφωνα τη μετονομασία της σε Πανελλήνια Ένωση Επαγγελματικών Τουριστικών Ημερόπλοιων Σκαφών ( Π. Ε. Ν. Ε. Τ. Η. Σ. ).

Όσον αφορά το φορολογικό καθεστώς, το οποίο ρυθμίζει τα πλαίσια λειτουργίας των επιχειρήσεων του θαλάσσιου τουρισμού, καθορίζεται από το νόμο Ν. 1642/1986 και τροποποιήθηκε από τους νόμους Ν.2859/2000 και Ν.3453/2006, ενώ οι ειδικές απαλλαγές που ισχύουν για κάθε δραστηριότητα και για συγκεκριμένες εμπορικές συναλλαγές που αναφέρονται στο άρθρο 22. Η αναφορά στις διατάξεις που καθορίζουν τους ισχύοντες συντελεστές ΦΠΑ κρίνεται σκόπιμη για την προσέγγιση των οικονομικών μεγεθών σύμφωνα με τις απαιτήσεις του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού.

Παρακάτω αναγράφονται οι προϋποθέσεις σύμφωνα με τις οποίες καθορίζεται ο ΦΠΑ στα ναυλοσύμφωνα των επαγγελματικών τουριστικών σκαφών αναψυχής και έχουν ως εξής ( Γιαννακούρης Π., Κουκοβίνης Β., 1998 ):

- Τα τουριστικά πλοία που εκτελούν διεθνής πλόες και πέραν των ελληνικών χωρικών υδάτων, όταν αποδεδειγμένα προσεγγίζουν ξένο λιμάνι, απαλλάσσονται από το ΦΠΑ.

- Τα τουριστικά πλοία που εκτελούν διεθνής πλόες και πέραν των ελληνικών χωρικών υδάτων, χωρίς να αποδεικνύουν τη προσέγγιση τους σε ξένο λιμάνι, δικαιούνται ποσοστό έκπτωσης 60% στο ΦΠΑ ( κατηγορία I ).
- Τα τουριστικά πλοία που αναχωρούν από ελληνικό λιμάνι και πραγματοποιούν πλόες μεγάλης ακτοπλοΐας, όπως για παράδειγμα από Πειραιά προς Κέρκυρα, Βόρεια Ελλάδα, Μυτιλήνη, Κρήτη και Δωδεκάνησα, υπόκεινται σε ποσοστό έκπτωσης ΦΠΑ 50% ( κατηγορία II ).
- Τα τουριστικά πλοία που αναχωρούν από ελληνικό λιμάνι και εκτελούν πλόες μικρής ακτοπλοΐας, όπως για παράδειγμα από Πειραιά προς Κυκλάδες, Βόρειες Σποράδες, Ζάκυνθο, Κεφαλληνία, δικαιούνται ποσοστό έκπτωσης ΦΠΑ 40% ( κατηγορία III )
- Τα τουριστικά πλοία που εκτελούν πλόες περιορισμένης έκτασης, όπως για παράδειγμα από Πειραιά προς λιμένες Σαρωνικού και Αργολικού ή από λιμένες Βόρειου και Νότιου Ευβοϊκού μέχρι το Βόλο ή μεταξύ λιμένων εντός του Κορινθιακού έως τη Πάτρα, υπάγονται σε συντελεστή ΦΠΑ 9%.

Γενικότερα, η μη ολική ναύλωση επαγγελματικών σκαφών απαλλάσσεται από ΦΠΑ με την προϋπόθεση ότι τα σκάφη αυτά κατά τη πραγματοποίηση των πλόων τους προσεγγίσουν λιμένες, πέρα των Ελληνικών και άλλων χωρών. Εφόσον τα σκάφη αυτά πλέουν ή παραμένουν εκτός χωρικών υδάτων, απαλλάσσεται του ΦΠΑ μόνο το μέρος των ακαθάριστων εσόδων τους που αναλογεί πέραν των χωρικών υδάτων ( Γιαννακούρης Π., Κουκοβίνης Β., (1998), Ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας – Ερμηνεία και Κωδικοποίηση του Ν.1642/1986 σε συνδυασμό με ΚΒΣ και κώδικα Τελών Χαρτοσήμου ( Ν.2523/1997 ) : 655 ). Σύμφωνα με την απόφαση ΠΟΛ. 1156/97, τα Κρουαζιερόπλοια που προσεγγίζουν τουλάχιστον ένα λιμάνι εκτός συνθήκης Schengen, έχουν πλήρη απαλλαγή από το ΦΠΑ για όλη την κρουαζιέρα. Η περίπτωση αυτή αφορά το σύνολο εκείνο των κρουαζιερών που παράγονται στην Ελλάδα, καθώς σε όλες τις κρουαζιέρες, πέραν των Ελληνικών λιμανιών, γίνεται προσέγγιση σε τουλάχιστον ένα λιμάνι εκτός συνθήκης Schengen, στις περισσότερες των οποίων είναι το Κουσάντασι ή η Κωνσταντινούπολη.

Οι ως άνω φορολογικές ρυθμίσεις και το ισχύον νομικό καθεστώς παρέχουν πληροφορίες απαραίτητες για την εκτίμηση των οικονομικών μεγεθών, όπως η παραγωγή των σχετικών κλάδων σε καθαρή βάση, τα Δημόσια έσοδα κ.ά., κάθε δραστηριότητας του θαλάσσιου τουρισμού, σύμφωνα με τις οδηγίες και τις απαιτήσεις της μεθόδου του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού.

## 2.5 Χαρακτηριστικά Του Κλάδου Του Θαλάσσιου Τουρισμού

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά του θαλάσσιου τουρισμού έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

1. Κύριο προϊόν τους είναι η παροχή υπηρεσιών αναψυχής.
2. Οι υπηρεσίες που παρέχουν στους καταναλωτές δεν αποθηκεύονται.
3. Είναι επιχειρήσεις εντάσεως παγίου και απαιτούν σημαντικές επενδύσεις κεφαλαίων.
4. Κρίνεται απαραίτητη η εποπτεία της πολιτείας

Η προσέγγιση για το χαρακτηρισμό των αγορών της κρουαζιέρας και της ιστιοπλοΐας ( Λεκάκου Μ., (1994), Οικονομικές Απόψεις του Ακτοπλοϊκού Ζητήματος: Η Τιμολογιακή Πολιτική, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστημίου Πειραιώς, σ.187-188 ) απαιτείται ανάλυση και διερεύνηση των παρακάτω μεταβλητών που τις συναρτούν:

- Το πλήθος των επιχειρήσεων που εντάσσονται στις δραστηριότητες.
- Το πλήθος των καταναλωτών προϊόντων της κρουαζιέρας και της ιστιοπλοΐας.
- Η ομοιογένεια των προϊόντων που προσφέρονται και καταναλώνονται.
- Ο βαθμός κινητικότητας των επιχειρήσεων, όπου χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα υψηλός και για τις δύο δραστηριότητες.
- Η διαιρετότητα των χρησιμοποιούμενων συντελεστών παραγωγής.
- Η γνώση και η ικανότητα των επιχειρηματιών για πρόβλεψη των εξελίξεων στις αγορές.
- Το μέγεθος των εμποδίων εισόδου ( θεσμικά, οικονομικά ) νέων επιχειρήσεων και καταναλωτών.
- Οι συνθήκες παραγωγής που χαρακτηρίζουν το κόστος των παραγόμενων προϊόντων ( Douglas E.J., (1987), Managerial Economics: Analysis and Strategy, Prentice Hall International Editions, N. Jersey: 353 ).

Η παρουσία ενός μόνο προμηθευτή-παραγωγού ενός αγαθού ή υπηρεσίας αποτελεί το κύριο χαρακτηριστικό των μονοπωλίων. Μονοπωλιακές συμπεριφορές μπορεί να παρατηρηθούν σε αγορές με περιορισμένο αριθμό παραγωγών οι οποίοι καθορίζουν



από κοινού τη ποσότητα και την τιμή της προσφοράς. Το βασικό στοιχείο που καθορίζει τη διατήρηση των μονοπωλιακών αγορών σε μια οικονομία είναι το είδος και το μέγεθος των εμποδίων εισόδου ανταγωνιστριών επιχειρήσεων. Τα εμπόδια εισόδου νέων παραγωγών στην αγορά θα καθορίσουν τη διάρκεια της διατήρησης του ολιγοπωλίου ή του μονοπωλίου σε μια αγορά.

Οι δύο κύριες κατηγορίες εμποδίων εισόδου ανταγωνιστριών επιχειρήσεων σε μια αγορά είναι τα θεσμικά και οικονομικά εμπόδια.

Τα οικονομικά εμπόδια αναφέρονται παρακάτω και είναι:

1. Τα απαιτούμενα κεφάλαια, το κόστος ενός σύγχρονου κρουαζιερόπλοιου είναι αρκετά μεγαλύτερο από ένα φορτηγό πλοίο ή ενός ξενοδοχείου της ίδιας δυναμικότητας και κατηγορίας.
2. Οι οικονομίες κλίμακας, εντοπίζονται όταν το κόστος λειτουργία ανά καταναλωτή μειώνεται όσο αυξάνεται ο αριθμός των περιηγητών και όταν η αύξηση του αριθμού των περιηγητών, μειώνει το κόστος διαχείρισης του πλοίου ανά καταναλωτή-τουρίστα. Στη περίπτωση της επιχείρησης της Ιστιοπλοΐας, εντοπίζονται όταν η αύξηση του συνολικού χρόνου εκμετάλλευσης ( ναύλωσης ) του σκάφους μειώνει το κόστος ανά καταναλωτή. Επιπλέον, η αύξηση της χρονικής διάρκειας κάθε ναύλωσης σε συνδυασμό με τη μείωση του αριθμού των ναυλώσεων, μειώνονται σημαντικά τα διοικητικά έξοδα ανά καταναλωτή ( μείωση του off-hire χρόνου ).
3. Διαφορές κόστους, το κόστος παραγωγής των υπηρεσιών κρουαζιερόπλοιων και ιστιοπλοΐας παρουσιάζει κοινά στοιχεία με αυτό των ακτοπλοϊκών υπηρεσιών. Η ανάλυση του οδηγεί στα παρακάτω συμπεράσματα (Λεκάκου Μ., (1994), Οικονομικές Απόψεις του Ακτοπλοϊκού Ζητήματος: Η Τιμολογιακή Πολιτική, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστημίου Πειραιώς: 227): Υψηλό και σχεδόν αμετάκλητο αρχικό κόστος. Υψηλό σταθερό κόστος και χαμηλό μεταβλητό κόστος σαν ποσοστά του συνολικού κόστους. Παρουσία κοινού και συνδεδεμένου κόστους. Σταθερό οριακό κόστος.
4. Διαφοροποίηση προϊόντος, η διαφοροποίηση ( νέες τοπικές αγορές, ή βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσίας ) μπορεί να επιφέρει μονοπωλιακά κέρδη, όμως αυτά θα λειτουργήσουν και σαν κίνητρο για νέες βελτιώσεις

στην παρεχόμενη υπηρεσία. Ο νεοεισερχόμενος είναι δυνατό να ανταγωνιστεί τον προϋπάρχοντα, προσφέροντας εκσυγχρονισμένο εξοπλισμό, βελτιώσεις στην ταχύτητα και στην ασφάλεια. Είναι θέμα στρατηγικής της νέας επιχείρησης, η προσφορά παρόμοιας ή εντελώς διαφορετικής υπηρεσίας από αυτή του ήδη ενεργούντος (Λεκάκου Μ., (1994), Οικονομικές Απόψεις του Ακτοπλοϊκού Ζητήματος: Η Τιμολογιακή Πολιτική, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστημίου Πειραιώς: 219 ). Τόσο στην ευρύτερη αγορά της μεσογείου όσο και στην Ελλάδα όπου το κυριότερο συστατικό του προϊόντος είναι ήλιος και θάλασσα, την ουσιαστική διαφοροποίηση στις αγορές κρουαζιεροπλοίας και ιστιοπλοΐας θα καθορίσουν η τιμή και η ποιότητα.

Όσον αφορά τα θεσμικά εμπόδια, είναι αυτά που τίθενται από το κράτος. Ενώ τα οικονομικά εμπόδια είναι δυνατό να ξεπεραστούν, τα θεσμικά εμπόδια είναι απόλυτα. Το Υφυπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμός ρυθμίζουν όλα τα βασικά στοιχεία τα οποία συγκεντρώνονται σε κανονική βάση από τις διοικητικές υπηρεσίες και περιλαμβάνουν:

- Καταγραφές και αναφορές
- Επιθεωρήσεις επιχειρήσεων
- Νομοθετήματα
- Αποφάσεις δικαστηρίων

Αναφορικά με το περιβάλλον της τουριστικής αγοράς, η τουριστική ζήτηση στη περιοχή του Αιγαίου και του Ιονίου, ανταποκρίνεται στα γενικά χαρακτηριστικά των Μεσογειακών χωρών, τα οποία προσδιορίζονται από (Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν Αιγαίου, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος: 11-12 ):

- Τη μεγάλη συγκέντρωση των παράκτιων τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Την εποχικότητα της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος.
- Την υπέρμετρη συγκέντρωση του τουρισμού στις τέσσερις Ευρωπαϊκές Μεσογειακές χώρες ( Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελλάδα ).
- Την έντονη αύξηση των περιβαλλοντικών επιβαρύνσεων.

## Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 2

### Ελληνικά Βιβλιογραφία

- 1)Γιαννακούρης Π., Κουκοβίνης Β., (1998), Ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας – Ερμηνεία και Κωδικοποίηση του Ν.1642/1986 σε συνδυασμό με ΚΒΣ και κώδικα Τελών Χαρτοσήμου ( Ν.2523/1997 ) : 655.
- 2)Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, α: 32.
- 3)Διακομιχάλης Μ., ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- 4)Λεκάκου Μ., (1994), Οικονομικές Απόψεις του Ακτοπλοϊκού Ζητήματος: Η Τιμολογιακή Πολιτική, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστημίου Πειραιώς, σ.187-188.
- 5)Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν Αιγαίου, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος.
- 6)Λεκάκου – Τζαννάτος, (1998β), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Ιόνιο Πέλαγος, Thalassa '98, Αθήνα, σ.2.
- 7)ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη :2

## Ξένη Βιβλιογραφία

- 1) Douglas E.J., (1987), Managerial Economics: Analysis and Strategy, Prentice Hall International Editions, N. Jersey : 353.
- 2) Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05, 36.
- 3) JR Houston, international tourism and u.s. beaches, 1996, Cerc Vol 96-2, p.1-7, The cercular, Coastal Engeengering Research Center, <http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?AD=ADA314680&Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf>
- 4) Martin Landre ,Analyzing yachting patterns in the Biesbosch National Park using GIS technology, 2009, [Volume 29, Issue 9](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271734&_user=3828026&_pii=S0166497209000789&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Sep-2009&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkzS&md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf), p.602-610, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271734&\\_user=3828026&\\_pii=S0166497209000789&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Sep-2009&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIS-zSkzS&md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271734&_user=3828026&_pii=S0166497209000789&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Sep-2009&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkzS&md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf)
- 5) Mihail N. Diakomihalis,GREEK MARITIME TOURISM: EVOLUTION, STRUCTURES AND PROSPECTS, 2007, Volume 21, p.419-455, Maritime Transport: The Greek Paradigm Research in Transportation Economics, <http://202.114.89.60/resource/pdf/2358.pdf>
- 6) Miller M.L. and Auyong J., (1991), Coastal zone tourism: a potent force affecting environment and society, Marine Policy 15 2, pp 75-99.
- 8) Neil P. Buffett, Shaping the Shoreline: Fisheries and Tourism on the Monterey Coast, 2010, Volume 43, Number 3, p.245-246, Journal of Social History, <http://www.questia.com/library/jp-journal-of-social-history.jsp>
- 9) Paul Krugman ,the role of geography In development, (1999), 22, p.142-161, 2:, international regional science review, <http://ebour.com.ar/pdfs/The%20Role%20of%20Geography%20in%20Development.pdf>
- 10) Roger H. Charlier and Christian P. De Meyer,Tourism and the Coastal Zone: The Case of Belgium, 1992, Volume 18, Issues 2–4, p.231-240, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=096456919290026H&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDat](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=096456919290026H&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDat)

[e=31-Dec-1992&view=c&originContentFamily=serial&wchp=dGLzVlt-zSkzVb&md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=S0160738304000684&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzVb&_md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf)

11) Simon Jennings, COASTAL TOURISM AND SHORELINE MANAGEMENT, 2004, Volume 31, Issue 4, p.899-922, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271796&\\_user=3828026&\\_pii=S0160738304000684&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Oct-2004&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-zSkzV&\\_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=S0160738304000684&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Oct-2004&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkzV&_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf)

12) Theodore C. Syriopoulos, A dynamic model of demand for Mediterranean tourism, 1995, Volume 9, Issue 3, p.318-336, International Review of Applied Economics, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/758537633>

13) Wild G.P., ( 2003 ). Cruise Industry statistical review 2002.

### **Ιστοσελίδες**

[www.greektourism.gr](http://www.greektourism.gr)

## Κεφάλαιο 3

### Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση

#### 3.1 Ορισμοί Και Έννοιες

Με τον όρο ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση που προσφέρει η χρήση των σκαφών αναψυχής ( yachting ), είναι η διαδικασία κατά την οποία πραγματοποιείται η εκμίσθωση ενός σκάφους για να χρησιμοποιηθεί τόσο ως τόπος διαμονής και ψυχαγωγίας όσο και ως μέσω μετακίνησης, από μία ομάδα ατόμων που έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν και να διαμορφώσουν από κοινού το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησής τους, με σκοπό την αναψυχή τους. Η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση παρέχει στον περιηγητή ιδιαίτερη αμεσότητα με τη θάλασσα στο βαθμό που συνδυάζει από τη μία πλευρά την εμπειρία πλοήγησης και διακυβέρνησης του σκάφους σε προορισμούς προσωπικής επιλογής και από την άλλη την αμεσότητα με το υγρό στοιχείο (Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998 α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα: Ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν. Αιγαίο, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος).

Η έννοια του γιώτιγκ ( yachting ) είναι ταυτισμένη με την ενοικίαση διαφόρων κατηγοριών επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Τα πλοία αναψυχής, ιστιοφόρα ή θαλαμηγοί, είναι τα μέσα που χρησιμοποιεί μία μερίδα τουριστών για να πραγματοποιήσει ταξίδια αναψυχής στη θάλασσα, με σταθμούς σε διάφορα λιμάνια ή και ακτές. Η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως είναι αυτή των πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλων σκαφών, θεωρείται ως η πιο παραγωγική και με την μεγαλύτερη εισροή συναλλάγματος δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού (Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή Στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbook, Αθήνα, σ. 122 ). Η τουριστική δραστηριότητα του yachting απευθύνεται κυρίως σε πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης, ενώ η ζήτηση του προϊόντος παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση (Hall M., (2001), Trends In Ocean and Coastal Tourism: The End Of The Last Frontier? Ocean and Coastal Management, p. 601 – 648).

Οι διακοπές με σκάφη αναψυχής δίνουν τη δυνατότητα στους επιβάτες τους να χρησιμοποιήσουν τα σκάφη και ως μεταφορικά μέσα αλλά και ως καταλύματα. Επιπλέον, καθώς η ναύλωση γίνεται από ομάδα επισκεπτών, το κόστος που επιτάσσει

η χρήση των σκαφών αναψυχής επιμερίζεται. Επίσης, οι τουρίστες που επιλέγουν αυτό το είδος των διακοπών, έχουν τη δυνατότητα και την άνεση να οργανώνουν τις επισκέψεις τους σε αξιοθέατα ή σε άλλους προορισμούς, να απολαμβάνουν την ανεξαρτησία στις επιλογές τους και γενικότερα να οργανώσουν τις διακοπές τους με τον τρόπο που επιθυμούν με βάση το δικό τους πρόγραμμα χωρίς να υπάρχει η ανάγκη να εμπλακούν με άλλες, χρονοβόρες διαδικασίες που έχουν να κάνουν με κρατήσεις δωματίων και τρόπους μεταφοράς τους στους τόπους που επιθυμούν. Το βασικό πλεονέκτημα των διακοπών με σκάφος αναψυχής είναι η σχεδόν πλήρης ευχέρεια στην επιλογή των προορισμών από τους επιβάτες τους. Οι επιβάτες των σκαφών αναψυχής έχουν τη δυνατότητα να επισκέπτονται περιοχές με ιδιαίτερη φυσική ομορφιά, να απολαμβάνουν δραστηριότητες όπως η κολύμβηση, καταδύσεις, ψάρεμα στο χρόνο που επιθυμούν και στα σημεία στα οποία πιθανόν να μην υπάρχει άλλος τρόπος πρόσβασης. Επιπλέον, η σχεδόν απόλυτη ελευθερία μετακίνησης και η δυνατότητα εξερεύνησης γραφικών νησιών και ακτών είναι αποκλειστικό πλεονέκτημα αυτής της εναλλακτικής δραστηριότητας του θαλάσσιου τουρισμού. Όσον αφορά τα επανδρωμένα σκάφη αναψυχής, αυτά παρέχουν μέσω των εξειδικευμένων πληρωμάτων τους, υπηρεσίες υψηλής ποιότητας στους επιβάτες τους, τόσο για να ικανοποιούν τις γαστρονομικές τους επιθυμίες τους όσο και για τη μύηση τους σε θαλάσσια σπορ και άλλες δραστηριότητες.

### **3.1.1. Οι κυριότερες κατηγορίες των σκαφών αναψυχής**

Η αγορά του Yachting προσφέρει σκάφη διαφόρων τύπων που έχουν για την επιλογή τους οι καταναλωτές, ανταποκρινόμενη στις απαιτήσεις και τη οικονομική δυνατότητα των ενδιαφερόμενων. Οι κυριότερες κατηγορίες σκαφών αναφέρονται παρακάτω και είναι:

- **Τα ιστιοφόρα ( Sailing Yachts ).** Είναι σκάφη που διαθέτουν ως κύριο μέσο κίνησης τα πανιά και ναυλώνονται με πλήρωμα.
- **Τα ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα ( Bareboats ).** Είναι σκάφη που διαθέτουν ως κύριο μέσο κίνησης τα πανιά και ναυλώνονται χωρίς πλήρωμα.
- **Τα παραδοσιακά καΐκια ( Motor Sailers ).** Συνήθως πρόκειται για μετασκευασμένα αλιευτικά ή εμπορικά καΐκια.

- **Τα πολυτελή καΐκια ( Luxury Motor Sailers ).** Σκάφη που κινούνται και με πανιά και με μηχανή.
- **Τα μηχανοκίνητα μικρά σκάφη. ( Motor Yachts ).**
- **Οι θαλαμηγοί ή Mega Yachts.** Σκάφη με μέσο πρόωσης μηχανή και στο σύνολό τους ενοικιάζονται με πλήρωμα.
- **Μεγάλα μηχανοκίνητα καΐκια.** Πρόκειται για σκάφη που ουσιαστικά αποτελούν μικρά κρουαζιερόπλοια που εκτελούν προκαθορισμένες κρουαζιέρες.

Επιπλέον θα πρέπει να αναφερθεί πως μια αρκετά δημοφιλής δραστηριότητα που εκδηλώνεται σε πολλές περιοχές της Μεσογείου είναι η ιστιοπλοΐα ομάδας σκαφών σε σχηματισμό μικρού στόλου ( flotilla sailing ) που εντάσσεται στη κατηγορία ναύλωσης «γυμνού» πλοίου ( bareboat ). Αφορά στην ομαδική, ακόμα και περισσότερων των 10 σκαφών, θαλάσσια περιήγηση των ιστιοφόρων τα οποία καθοδηγούνται από επαγγελματίες κυβερνήτες ( skippers ). Τέτοια προγράμματα προσφέρονται στην Ελλάδα στις θάλασσες του Αιγαίου και του Ιονίου.

Ο στόλος των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής διακρίνεται σε δύο κύριες κατηγορίες (Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998 α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα: Ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν. Αιγαίο, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος, σ.11- 22 και ΕΠΕΣΤ: Στοιχεία Επαγγελματικών Σκαφών ):

- **Τα ιστιοφόρα ( sail boats ).** Τα αμιγώς ιστιοφόρα αποτελούν το 90% του συνόλου των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής και από αυτά το 95% είναι άνευ πληρώματος ( bare boats ).
- **Τα μηχανοκίνητα ( motor boats ).** Από τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής το 10% του συνόλου αποτελείται από τα μηχανοκίνητα σκάφη και τα ιστιοφόρα μηχανοκίνητα.

Στη κατηγορία των μηχανοκίνητων ανήκουν και τα μετασκευασμένα αλιευτικά σκάφη και εμπορικά καΐκια, τα οποία είναι περισσότερα ευρύχωρα, συγκριτικά φθηνότερα και αξιόπλοα. Στην τρίτη κατηγορία σκαφών εντάσσονται οι θαλαμηγοί, μεγάλος αριθμός των οποίων εξυπηρετεί ιδιωτική χρήση και όχι επαγγελματική εκμετάλλευση.



### 3.1.2. Οι πελάτες των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφερθεί πως σε ποσοστό περίπου 95% της ζήτησης στην Ελλάδα προέρχεται από πελάτες του εξωτερικού. Οι Ευρωπαίοι, κυρίως Γερμανοί, Ιταλοί και Γάλλοι, μισθώνουν ιστιοφόρα, ενώ οι Αμερικανοί σε μεγάλο ποσοστό επιλέγουν μηχανοκίνητα σκάφη. Όσον αφορά τους Έλληνες τουρίστες, προτιμούν ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα (bare boats), όμως και σκάφη με πλήρωμα, όπως είναι τα motor yachts και τα motor sailers. Επίσης, πρέπει να σημειωθεί πως οι Έλληνες θεωρούνται πελάτης υψηλής εισοδηματικής στάθμης και υψηλών απαιτήσεων. Επιπλέον, άξιο αναφοράς είναι τα στοιχεία που παρουσιάζονται κατά καιρούς από τις εταιρείες που ασχολούνται με το yachting στην Ελλάδα και που αφορούν την προέλευση των πελατών τους. Έτσι, σύμφωνα με στοιχεία της εταιρεία KIRIACOULIS MEDITERRANEAN CRUISES SHIPPING COMPANY SA που παρουσιάζονται για το 2004 η προέλευση των πελατών της είναι :

**Πίνακας 9.** Χώρες Προέλευση Πελατών Της KIRIACOULIS MEDITERRANEAN CRUISES SHIPPING COMPANY SA για το έτος 2004

**Πηγή:** TravelDailyNews.gr, Σεπτέμβριος, 2004: 18296 & subcategory\_1d6

<u>Χώρα Προέλευση Πελατών</u>	<u>Ποσοστό Της % Επί Του Συνόλου Των Πελατών</u>
<u>Γερμανία</u>	29%
<u>Ιταλία</u>	11%
<u>Μεγάλη Βρετανία</u>	9%
<u>Γαλλία</u>	9%
<u>Ολλανδία</u>	8%
<u>Αυστρία</u>	7%
<u>Σκανδιναβικές Χώρες</u>	5%
<u>Τσεχία</u>	3%
<u>Ελβετία</u>	2%
<u>Βέλγιο</u>	2%
<u>Η.Π.Α.</u>	1%
<u>Αυστραλία</u>	1%
<u>Άλλες Χώρες</u>	12%
<u>Ελλάδα</u>	3%

Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί πως από το 2001, ύστερα από τη τρομοκρατική επίθεση της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου στις Η.Π.Α., έως και το 2004 σημειώθηκε πτώση που υπολογίζεται στα 20% - 25% στην αγορά σκαφών αναψυχής χωρίς πλήρωμα (bare boats), σύμφωνα με στοιχεία της ΕΠΕΣΤ, παρόλο που η αγορά αυτή αποτελεί

προτίμηση κυρίως των Ευρωπαίων τουριστών ( TravelDailyNews.gr, 2004: 19235 & subcategory\_1d7 ).

## **3.2 Η Ελληνική Αγορά Του Yachting**

### **3.2.1. Ιστορική Αναδρομή Του Yachting Στην Ελλάδα**

Η ελληνική αγορά επαγγελματικών σκαφών αναψυχής ( Ιστιοπλοϊκά ), άρχισε να δημιουργείται τη δεκαετία του 70. Το 1960, με φορέα υλοποίησης τον Ε.Ο.Τ. όπου είχε σημαντική συμβολή αναφορικά με τη δημιουργία της απαραίτητης τεχνικής και θεσμικής υποδομής, άρχισε η κατασκευή και λειτουργία των σταθμών εξυπηρέτησης και ανεφοδιασμού των θαλαμηγών με καύσιμα, νερό και εφόδια, σε 85 σημεία της χώρας. Οι πρώτες μαρίνες που κατασκευάστηκαν ήταν:

- Η μαρίνα Βουλιαγμένης ( 1963 )
- Η μαρίνα Ζέας ( 1966 )
- Η μαρίνα Αρεστούς ( 1973 )

Επίσης, κατασκευάστηκαν και 65 σταθμοί ανεφοδιασμού καυσίμων, ειδών διατροφής και ναυτιλιακών εφοδίων για τουριστικά σκάφη αναψυχής όλων των κατηγοριών. Οι πρωτοβουλίες του Ε.Ο.Τ. υλοποιήθηκαν σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, το Υπουργείο Οικονομικών και του πρώην Βασιλικού Ναυτικού Ομίλου Ελλάδος ( Β.Ν.Ο.Ε., σήμερα ονομάζεται Ν.Ο.Ε. ) που ήταν ο μόνος οργανωμένος ναυταθλητικός όμιλος στην Ελλάδα, σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές. Επιπλέον, το 1961 απλουστευτήκαν οι διαδικασίες κίνησης, εισόδου και εξόδου των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα και καθιερώθηκε το ειδικό Δελτίο Κίνησης ( Transit Log ), καθώς και κίνητρα για αφορολόγητα ναυτιλιακά είδη και καύσιμα.

Έως τη δεκαετία του 60, ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος της Ελλάδος ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος στη χώρα με υποδομή για τη φιλοξενία σκαφών αναψυχής, οποίος μέχρι το 1968 είχε αναλάβει:

- Τη τήρηση στατιστικών στοιχείων κίνησης των σκαφών αναψυχής σε όλη τη χώρα.

- Τη προβολή του Ελληνικού Yachting, με διεθνής διοργανώσεις και αγωνιστικές εκδηλώσεις.

Η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που έθεσε νομικό πλαίσιο για τη λειτουργία εταιρειών εκμετάλλευσης σκαφών αναψυχής. Συγκεκριμένα, το 1976 με το νόμο Ν.438, ο οποίος βρίσκεται σε ισχύ μέχρι και σήμερα και εκσυγχρονίστηκε από το Υ.Ε.Ν. με το Ν.2743/99, αρχίζει η οργάνωση του επαγγελματικού yachting, με στόχο την παροχή κινήτρων για τα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη.

### **3.2.2. Η Συνοπτική Εικόνα Της Αγοράς Yachting**

Ο αριθμός των τουριστικών σκαφών που έχει δηλωθεί ως επαγγελματικά στο Υ.Ε.Ν. την τελευταία δεκαετία, κυμάνθηκε από 5.800- 6.300 σκάφη. Από αυτά περίπου τα 3.800 έως 4.800 ήταν πραγματικά ενεργά στην αγορά ενώ τα υπόλοιπα, παρόλο που έχουν χαρακτηριστεί ως επαγγελματικά για φορολογικούς λόγους, χρησιμοποιούνται κυρίως από τους πλοιοκτήτες για ιδιωτική χρήση χωρίς να εκναυλώνονται. Ο νόμος Ν.2743/99 επιδιώκει να περιορίσει τον αριθμό των εικονικών επαγγελματικών σκαφών, ώστε να είναι πιο ξεκάθαρη η ποσοτική εικόνα του επαγγελματικού yachting (ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη ).

Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με τα προαναφερθέντα στοιχεία, είναι αντιληπτή η ανεπάρκεια και η ελλιπής τήρηση των στατιστικών στοιχείων που αφορούν το yachting στην Ελλάδα και δεν επιτρέπεται η συγκριτική εκτίμηση του βαθμού ανάπτυξης του τα τελευταία χρόνια με τον αντίστοιχο βαθμό ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού στο σύνολο του. Όσον αφορά την εικόνα των εγγεγραμμένων σκαφών αναψυχής στις δύο επαγγελματικές ενώσεις στην Ελλάδα αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 10.** Σκάφη Ανά Κατηγορία, Εγγεγραμμένα Σε ΕΠΕΣΤ Και ΣΙΤΕΣΑΠ Το 2004

Πηγή: Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, : 62. Βάση των στοιχείων της ΕΠΕΣΤ και ΣΙΤΕΣΑΠ

\*Περιλαμβάνονται τα ξύλινα παραδοσιακά καΐκια

<u>Σκάφη Ανά Κατηγορία ( Εγγεγραμμένα Στην ΕΠΕΣΤ )</u>	<u>Αριθμός Σκαφών</u>
<u>Motor Yachts (Θαλαμηγοί) με πλήρωμα μήκους άνω των 20 μέτρων.</u>	135
<u>Motor Yachts (Θαλαμηγοί) χωρίς πλήρωμα μήκους κάτω των 20 μέτρων</u>	53
<u>Motor Sailers ( με ιστία και μηχανή ) με πλήρωμα*</u>	34
<u>Motor Sailers ( με ιστία και μηχανή ) χωρίς πλήρωμα*</u>	19
<u>Sailing Yachts με πλήρωμα</u>	11
<u>Sailing Yachts χωρίς πλήρωμα</u>	4
<u>Ιστιοφόρα</u>	946
<u>Σύνολο Σκαφών Με Πλήρωμα ( 1+3+5 )</u>	180
<u>Σύνολο Εγγεγραμμένων Στην ΕΠΕΣΤ</u>	1.202
<u>Εγγεγραμμένα Μέλη ΣΙΤΕΣΑΠ</u>	370
<u>Εγγεγραμμένα Στην ΣΙΤΕΣΑΠ Ιστιοπλοϊκά Σκάφη</u>	900

Θα πρέπει να σημειωθεί πως μέλη τα της ΣΙΤΕΣΑΠ είναι ιδιοκτήτες ιστιοφόρων. Οι ορισμένοι από αυτούς είναι πιθανό να είναι ταυτόχρονα μέλη στην ΕΠΕΣΤ. Ο αριθμός των σκαφών αναψυχής, των οποίων οι ιδιοκτήτες είναι μέλη των επαγγελματικών ενώσεων ΕΠΕΣΤ και ΣΙΤΕΣΑΠ, δε φαίνεται να αποτελούν το σύνολο του στόλου, καθώς υπάρχουν ορισμένοι ιδιοκτήτες σκαφών που δεν είναι εγγεγραμμένοι στις ως άνω επαγγελματικές ενώσεις. Η εξέλιξη του αριθμού των εν ενεργεία επαγγελματικών σκαφών τη τελευταία δεκαετία, σύμφωνα με στοιχεία εμπειρικής έρευνας, λαμβάνοντας υπόψη και τα δεδομένα των επαγγελματικών ενώσεων, εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα.

### Πίνακας 11. Αριθμός Σκαφών Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης ( Yachts )

Πηγή: Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος,: 62

<u>Έτος</u>	<u>1995</u>	<u>1997</u>	<u>1999</u>	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>
<u>Απομακρύνσεις</u>	-	-	-	-	-	-200	-	-300
<u>Νέες Επενδύσεις</u>	-	-	-	-	-	+300	+200	+700
<u>Καθαρή Μεταβολή</u>						+100	+200	+400
<u>Σύνολο Σκαφών</u>	4.500	4.230	3.980	3.413	3.300	3.400	3.600	4.000

Τα στοιχεία προήλθαν από την Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού (ΕΠΕΣΤ), το Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος (ΣΙΤΕΣΑΠ), το ΥΕΝ και από εμπειρική έρευνα. Ο αύξων αριθμός των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής ανέρχεται την 01/03/2005 σε 4.580 (η αρίθμηση άρχισε από το 2000). Υπολογίζεται πως το 20% έχει αλλάξει σημαία ή έχει πάψει να είναι επαγγελματικό. Από αυτά τα σκάφη το 5% έχει μόνιμο πλήρωμα ενώ το υπόλοιπο ποσοστό είναι χωρίς μόνιμο πλήρωμα.

Η αγορά της ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης, ξεκίνησε από 25 σκάφη που αρχικά ύψωσαν Ελληνική σημαία και σήμερα η ιστιοπλοΐα στην Ελλάδα προσφέρει τον μεγαλύτερο και νεότερο στόλο τουριστικών σκαφών άνευ πληρώματος (Ιστιοφόρων) στον κόσμο, σύμφωνα με τη ΣΙΤΕΣΑΠ (TravelDailyNews.gr, Φεβρουάριος, 2002). Επιπλέον, σύμφωνα με εκτιμήσεις των επαγγελματικών ενώσεων ΕΠΕΣΤ και ΠΕΝΕΤΗΣ, κάθε χρόνο διακινούνται με τα σκάφη αναψυχής και τα πλοία που εκτελούν ημερήσιες κρουαζιέρες, περίπου 4,5 εκατομμύρια τουρίστες στα ελληνικά νησιά και τα ηπειρωτικά λιμάνια της χώρας (TravelDailyNews.gr, 2004: 17333 & subcategory\_1d7).

#### 3.2.3. Η διαδικασία που υλοποιείται κατά την ναύλωση σκαφών αναψυχής

Βασική διαδικασία στη λειτουργία της αγοράς της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης είναι η ναύλωση των σκαφών αναψυχής. Για τη ναύλωση ενός σκάφους είναι απαραίτητη η υπογραφή μίας σύμβασης, ενός ναυλοσυμφώνου, μεταξύ των

συμβαλλομένων. Πρόκειται για ένα έντυπο εγκεκριμένο από το ΥΕΝ που αναφέρει τους όρους της ναύλωσης όπου αναφέρονται οι όροι της ναύλωσης που περιλαμβάνουν:

- Ποσό ναύλωσης
- Ποσό εγγύησης
- Ημερομηνίες και λιμάνια αναχώρησης και επιστροφής

Το εν λόγω ναυλοσύμφωνο υπογράφεται και από τις δύο συμβαλλόμενες πλευρές και δίδεται μία προκαταβολή στον πλοιοκτήτη ή στον αναγνωρισμένο αντιπρόσωπο του, ενώ το υπόλοιπο ποσό του ναύλου θα πρέπει να καταβάλλεται πριν από την αναχώρηση του σκάφους. Επιπλέον, μαζί με το ναυλοσύμφωνο υπογράφεται και το έντυπο παραλαβής του εξοπλισμού ( inventory List ), σύμφωνα με το οποίο ο πλοιοκτήτης χρεώνει το ναυλωτή με όλο τον εξοπλισμό που αναφέρεται στην εν λόγω λίστα ( eot.gr/ ταξιδιωτικός οδηγός/ ναυλοσύμφωνο ).

Οι ναυλώσεις μπορούν να πραγματοποιηθούν με τους ακόλουθους τρόπους (eot.gr/ ταξιδιωτικός οδηγός ):

- Μέσω κάποιου αναγνωρισμένου ναυλομεσίτη ή ταξιδιωτικού πράκτορα
- Απευθείας από τους πλοιοκτήτες και τους εφοπλιστές

Τόσο οι ναυλομεσίτες όσο και οι πλοιοκτήτες έχουν τους επαγγελματικούς τους συνδέσμους στους οποίους μπορούν να απευθύνονται για την παροχή των πληροφοριών.

Για την προστασία των ναυλωτών, το ελληνικό κράτος απαιτεί από τους ναυλομεσίτες να έχουν:

- Σχετική άδεια από τον Ε.Ο.Τ.
- Να έχουν καταθέσει εγγυητική επιστολή για τη κάλυψη των τυχόν απαιτήσεων της πελατείας τους
- Σε όλες τις περιπτώσεις οι συμφωνίες ενοικίασης σκάφους θα πρέπει να γίνονται με το επίσημο έντυπο που ορίζει η Ελληνική Νομοθεσία

Όσον αφορά τα Ναυλομεσιτικά Γραφεία Θαλάσσιου Τουρισμού, είναι οι νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις οι οποίες μετά μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αναλαμβάνουν την εκμίσθωση πλωτού μέσου, οποιασδήποτε μορφής (

Θαλαμηγού, Κρουαζιερόπλοιου, επιβατηγού σκάφους, πλοιαρίων διαφόρων τύπου και άλλα ), με Ελληνική και ξένη σημαία, σε Έλληνες ή ξένους, για εκτέλεση πλόων αναψυχής με ολική ναύλωση, σύμφωνα με ναυλοσύμφωνου εγκεκριμένου τύπου, εντός ή εκτός των ελληνικών υδάτων.

### 3.2.4 Ο έλεγχος και η εποπτεία των ναυλομεσιτικών γραφείων

Ο έλεγχος και η εποπτεία των ναυλομεσιτικών γραφείων ασκείται από το Υ.Ε.Ν. και τον Ε.Ο.Τ. ή από την τουριστική αστυνομίας κατόπιν εντολής του Ε.Ο.Τ. ( Ευθυμάτου – Πουλάκου Α., (1994), Τουριστικό Δίκαιο, Αντώνης Σάκκουλας, Αθήνα – Κομοτηνή και Ν. 438/76, και Κ.Υ.Α. 531353/129/77 και Χατζηνικολάου Ε., (2002), Το δίκαιο των Καταλυμάτων και των Λοιπών Τουριστικών Εγκαταστάσεων, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα).

- Η Επαγγελματική Οργάνωση του Κλάδου των Ναυλομεσιτών είναι ο Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνομώνων Θαλαμηγών ( Ε.Σ.Μ.Ε.Θ. ), τα μέλη της οποίας συγκροτούνται σε τοπικά επιμελητήρια. Οι στόχοι το που έχει θέσει το Ε.Σ.Μ.Ε.Θ. έχουν να κάνουν με :
- Την άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των ενασχολούμενων με τις θαλαμηγούς, σύμφωνα με τις απαιτήσεις της ηθικής και των χρηστών συναλλακτικών ηθών, καθώς και η διατύπωση κανόνων επαγγελματικής δεοντολογίας.
- Την σύνταξη ενιαίου τύπου ναυλοσυμφώνου και ενιαίου συμφωνητικού αγοραπωλησίας σκαφών.
- Το καθορισμό του ύψους των ημερήσιων ναύλων σκαφών.
- Τον καθορισμός του ύψους των προμηθειών στις ναυλώσεις και στις αγοραπωλησίες σκαφών.
- Τη διαιτητική επίλυση διαφορών μεταξύ των μελών και μεταξύ μελών με τρίτους, εφόσον ζητείται από τους ενδιαφερόμενους.

Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παροχή υπηρεσιών ναύλωσης και άλλων συναφών υπηρεσιών στο χώρο του yachting είναι μέλη της Ε.Σ.Μ.Ε.Θ.. Από τα συνολικά 90 εγγεγραμμένα μέλη, τα 55 έχουν αποκλειστική απασχόληση τις ναυλώσεις

σκαφών αναψυχής ( yacht ) και κατέχουν ανάλογη άδεια από το Ε.Ο.Τ.. Τα υπόλοιπα 35 μέλη είναι κατά κύριο λόγο ναυπηγοί και εμπειρογνώμονες ( μεσίτες αγοραπωλησιών ). Εκτός από τα γραφεία – μέλη της Ε.Σ.Μ.Ε.Θ., εκτιμάται ότι λειτουργούν, κυρίως στην περιφέρεια, επιπλέον 60 επιχειρήσεις με κύριο αντικείμενο τη ναύλωση yachts. Η απασχόληση που δημιουργείται από τα μέλη της Ε.Σ.Μ.Ε.Θ., ναυλομεσίτες και εμπειρογνώμονες, κυμαίνεται από 2 έως 7 άτομα ανά γραφείο. Συνολικά η παροχή υπηρεσιών ναύλωσης και μεσιτείας δημιουργεί απασχόληση για 360 άτομα.

Επιπλέον, σύμφωνα με στοιχεία της Ε.Π.Ε.Σ.Τ., η πρακτική που ακολουθείται στην ελληνική αγορά των ναυλώσεων προβλέπει ένα ποσοστό 30% επί του ναύλου ως προμήθεια των τουριστικών πρακτόρων που πραγματοποιούν τη ναύλωση. Από το ποσοστό αυτό το 20% είναι η αμοιβή του γραφείου στο εξωτερικό το οποίο κλείνει τη συμφωνία με τον ενδιαφερόμενο πελάτη και 10% η αμοιβή του γραφείου στο εσωτερικό. Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, όπως είναι η εταιρεία Κυριακούλης , τα γραφεία του εξωτερικού μπορούν να λάβουν το 15% ποσοστό επί του ναύλου, ενώ το 5% παραμένει στη πλοιοκτήτρια εταιρεία. Επιπλέον θα πρέπει να αναφερθεί πως τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί το direct client, δηλαδή η συμφωνία ναύλωσης μέσω του διαδικτύου. Στους πελάτες που επιλέγουν το διαδίκτυο για τη ναύλωση ενός σκάφους παρέχεται έκπτωση 10%, ενώ το υπόλοιπο 20% της προμήθειας του πράκτορα, από το σύνολο του 30%, καταλήγει στο γραφείο του εσωτερικού.

### **3.2.5. Το μέγεθος της αγοράς του επαγγελματικού yachting**

Στη παρούσα ενότητα επιχειρείται να εκτιμηθεί το μέγεθος της αγοράς επαγγελματικού yachting. Στον πίνακα 3.2.3 δίνεται μία εκτίμηση του συνολικού μεγέθους αγοράς ( σε αξία ) για την περίοδο 2006 – 2009. Θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα αναγραφόμενα μεγέθη προέρχονται από το σύνολο των ναύλων που καταβλήθηκαν στα περίπου 3.500 σκάφη που εκτιμάται ότι απαρτίζουν το συνολικό στόλο των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής με Ελληνική σημαία. Ειδικότερα, σε ότι αφορά την αγορά των επανδρωμένων σκαφών, αυτή υπολογίστηκε επί του συνόλου 1.000 σκαφών, με βάση 14 εβδομάδων ναύλωσης και με μέσο έσοδο ημερησίως ανά σκάφος 3.000 Ευρώ. Αντίστοιχα, αναφορικά με την αγορά των μη επανδρωμένων , αυτή υπολογίστηκε επί του συνόλου 2.500 σκαφών, με βάση 18,5 εβδομάδων ναύλωσης και μέσο εβδομαδιαίο έσοδο ανά σκάφος περίπου 1.750 ευρώ.



Ύστερα από την επιτυχημένη οργάνωση και διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα το 2004, καθώς η χώρα διαφημίστηκε σε παγκόσμιο επίπεδο και θεωρήθηκε ως ένας ασφαλής τουριστικός προορισμός, πολλοί από τους ξένους τουρίστες θεώρησαν την Ελλάδα ως ιδανικό τόπο προορισμού για θαλάσσιο τουρισμό. Κατά συνέπεια, τα χρόνια που ακολούθησαν από το 2006 έως το 2008 οδήγησαν σε σημαντική αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς τη χώρα μας και ταυτόχρονα αύξηση του επαγγελματικού θαλάσσιου τουρισμού, όπου σύμφωνα και με παράγοντες του κλάδου, ο αριθμός των ναύλων σημείωσε σημαντική αύξηση. Όπως προκύπτουν και από τα στοιχεία του πίνακα 4,1, το συνολικό μέγεθος της αγοράς του επαγγελματικού yachting εκτιμάται σε 380.000 χιλ. Ευρώ το 2008 έναντι 310.000 χιλ. Ευρώ το 2006 ( μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 10,7% ). Το μέγεθος της αγοράς των επανδρωμένων σκαφών αντιπροσωπεύει και το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο της αγοράς ( 78,9 % το 2008 )

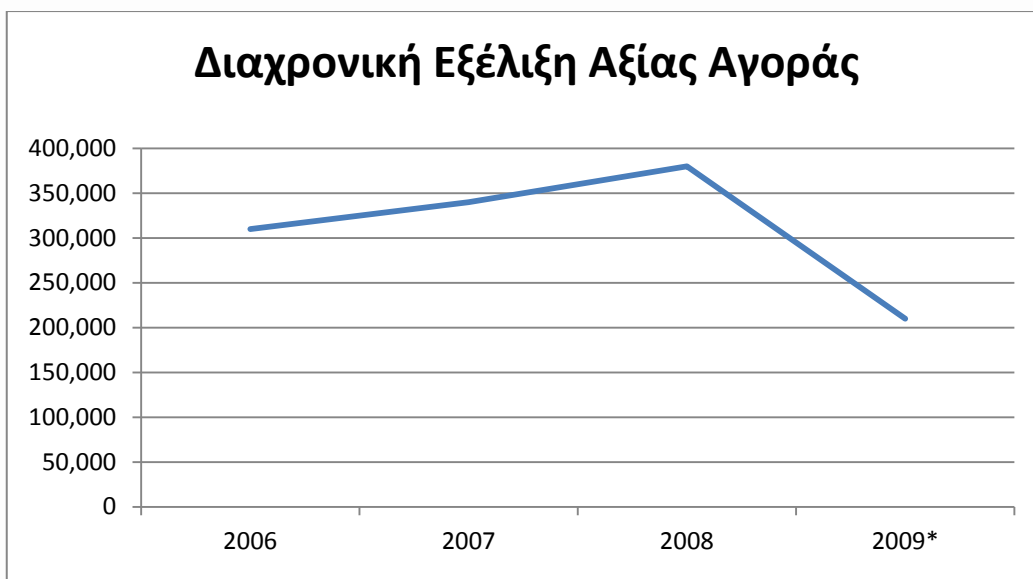
**Πίνακας 12.** Μέγεθος Αγοράς Σε Αξία Επαγγελματικού Yachting ( 2006- 2009)

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), εκτιμήσεις αγοράς

\*Αξία σε Χιλιάδες Ευρώ

<u>Έτος</u>	<u>Σκάφη</u> <u>Επανδρωμένα</u>	<u>Σκάφη</u> <u>Μη</u> <u>Επανδρωμένα</u>	<u>Σύνολο Αγοράς</u>	<u>Ρυθμός</u> <u>Μεταβολής</u> <u>Συνόλου</u> <u>Αγοράς</u>
<u>2006</u>	250.000	60.000	310.000	-
<u>2007</u>	270.000	70.000	240.000	+9,7%
<u>2008</u>	300.000	80.000	380.000	+11,8%
<u>2009</u>	150.000	60.000	210.000	- 44,7%

Η ραγδαία άνοδος της τιμής του πετρελαίου, το καλοκαίρι του 2008, αλλά και η μεγάλη διαφορά στην ισοτιμία δολαρίου και ευρώ, σε συνδυασμό με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης που έπληξε την Ελλάδα από τα τέλη του 2008, είχαν ως αποτέλεσμα τη πτώση του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού. Συνέπεια των αρνητικών αυτών εξελίξεων, σε συνδυασμό και με τον έντονο ανταγωνισμό από άλλες γειτονικές μας χώρες ( Τουρκία, Κροατία ), ήταν και η μείωση του συνολικού μεγέθους της συγκεκριμένης αγοράς κατά 44,7% το 2009 σε σχέση με το 2008. Όπως εκτιμούν παράγοντες της αγοράς, ιδιαίτερα σημαντική ήταν η μείωση που υπέστη η αγορά των επανδρωμένων σκαφών, κυρίως μέχρι 12 ατόμων, καθώς οι ναύλοι αυτών εκτιμάται ότι μειώθηκαν κατά το ήμισυ την ίδια περίοδο.

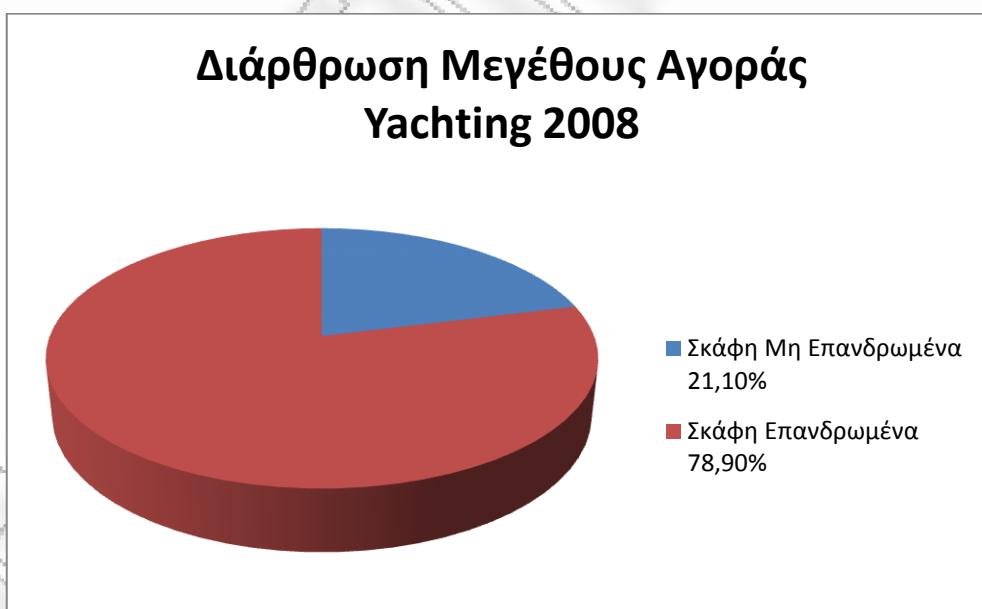


\*Εκτίμηση

Αξία σε Χιλιάδες Ευρώ

**Διάγραμμα 5.** Διαχρονική Εξέλιξη Αξίας Αγοράς ( 2006 – 2009 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς



**Διάγραμμα 6.** Διάρθρωση Μεγέθους Αγοράς Yachting ( 2008 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς

### 3.2.6 Μεριδία αγοράς κυριότερων επιχειρήσεων - Δείκτης Συγκέντρωσης

Στον πίνακα 13 παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς των κυριότερων εταιρειών του κλάδου βάσει των εσόδων τους από εκμετάλλευση σκαφών αναψυχής για το 2008. Διευκρινίζεται ότι τα αναγραφόμενα μερίδια υπολογίζονται επί του συνολικού μεγέθους της αγοράς, σε αξία, για το 2008 ( 380 εκατομμύρια Ευρώ ), ενώ δεν έχουν ληφθεί υπόψη τα έσοδα των εταιριών από πωλήσεις, εμπορία σκαφών.

**Πίνακας 13.** Μεριδία Αγοράς Σε Αξία Εταιριών Ενοικίασης Σκαφών Αναψυχής (2008)

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς

<u>Επωνυμία</u>	<u>Μερίδιο ( % )</u>
<u>Κυριακούλης Μεσογειακαί Κρουαζιέρας Α.Ν.Ε</u>	2,1
<u>Περίπλους Α.Ε.</u>	1,2
<u>Βερνίκος Κότερα Α.Ε.</u>	0,8
<u>Α1 ΓΙΩΤ ΤΡΕΙΝΤ ΚΟΝΣΟΡΤΣΙΟΥΜ Α.Ε.</u>	0,7
<u>ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ Α.Ε. &amp; Ν.Ε.</u>	0,6
<u>EXECUTIVE YACHTING Α.Ε.</u>	0,6
<u>ΒΕΡ- ΣΑΝ ΚΟΤΕΡΑ Α.Ν.Ε.</u>	0,6
<u>ΚΟΣΜΟΣ ΓΙΩΤΙΝΓΚ ΕΛΛΑΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε.</u>	0,4
<u>Ο.Α. ΝΑΥΛΩΣΕΙΣ ΚΟΤΤΕΡΩΝ Α.Ε.</u>	0,4
<u>ΠΑΝΤΑΖΗΣ Χ.Ι. Α.Ε.</u>	0,4
<u>ΚΕΣΤΡΕΛ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε.</u>	0,4

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 13, ηγετική θέση στην αγορά καταλαμβάνει η Κυριακούλης Μεσογειακαί Κρουαζιέρας Α.Ν.Ε με μερίδιο 2,1% στο σύνολο της αγοράς, σε αξία και ακολουθεί η Περίπλους Α.Ε. με μερίδιο 1,2%. Σε επίπεδο ομίλου, το μερίδιο του ομίλου Κυριακούλη εκτιμάται σε 3,1% για το 2008. Για να αξιολογηθεί η ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί στον κλάδο, εκτιμήθηκε ο συντελεστής συγκέντρωσης για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, ο οποίος προκύπτει από τον παρακάτω λόγο:

**$CR_n = \frac{\text{Έσοδα } n \text{ μεγαλύτερων επιχειρήσεων}}{\text{Συνολική αξία αγοράς επαγγελματικού yachting}} \times 100$**

Όπου ο αριθμητής είναι τα έσοδα των  $n$  μεγαλύτερων μονάδων και ο παρονομαστής το σύνολο της αξίας της αγοράς.

**Πίνακας 14.** Συντελεστής συγκέντρωσης στον κλάδο ( 2008 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 )

<u><i>N</i></u>	<u><i>CRn</i></u>
<i>n = 3</i>	3.9%
<i>n = 6</i>	5.9%
<i>n = 9</i>	7.3%
<i>n = 12</i>	8.4%

Όπως προκύπτει από τον πίνακα 14, τα έσοδα των 12 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου αντιπροσωπεύουν το 8,4% του συνόλου της αγοράς του επαγγελματικού yachting για το 2008, γεγονός που αντικατοπτρίζει τον χαμηλό βαθμό συγκέντρωσης της αγοράς.

Στον παρακάτω πίνακα, αναγράφονται τα μερίδια της αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων yachting στην Ελλάδα, με βάση τον αριθμό των σκαφών τους. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα συγκεκριμένα μερίδια υπολογίζονται στο σύνολο των επαγγελματικών σκαφών που ενοικιάζονται στην Ελλάδα και τα οποία εκτιμώνται σε 3.500 σκάφη, ιστιοπλοϊκά και μηχανοκίνητα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα, ηγετική θέση στην αγορά κατέχει ο όμιλος Κυριακούλη με 235 ιδιόκτητα σκάφη με μερίδιο 6,7% για το 2009. Ακολουθούν οι Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ με μερίδιο 5,2%, ενώ στη τρίτη θέση βρίσκεται η Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ με μερίδιο 4,3%.

**Πίνακας 15.** Μεριδία αγοράς εταιρειών ενοικίασης επαγγελματικών σκαφών αναψυχής ( 2009 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς

<u>Επωνυμία</u>	<u>Αριθμός Σκαφών</u>	<u>Μερίδιο (%)</u>
<u>Όμιλος Κυριακούλη</u>	235	6,7
<u>Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ</u>	182	5,2
<u>Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ</u>	150	4,3
<u>Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων ΑΕ</u>	112	3,2
<u>Τσιρόπουλος Γιώτ Εντερπράισης ΕΠΕ</u>	79	2,3
<u>Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.</u>	76	2,2
<u>Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές ΑΕ &amp; ΝΕ</u>	75	2,1
<u>Βερνίκος Κότερα ΑΕ</u>	70	2,0
<u>ΒΕΝ - ΣΑΡ κότερα Α.Ν.Ε.</u>	60	1,7
<u>Οδυσσεύς Ιστιοπλοϊκές Διακοπές Α.Ν.Ε.</u>	44	1,3

Αναφορικά με τα μερίδια αγοράς των κυριοτέρων επιχειρήσεων ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα 3.2.7. Τα συγκεκριμένα μερίδια αναφέρονται στο σύνολο των ιστιοπλοϊκών επαγγελματικών σκαφών αναψυχής που ενοικιάζονται στη χώρα μας και τα οποία εκτιμώνται σε περίπου 2.750 σκάφη.

**Πίνακας 16.** Μερίδια αγοράς εταιρειών ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής ( 2009 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς

<u>Επωνυμία</u>	<u>Αριθμός Σκαφών</u>	<u>Μερίδιο (%)</u>
<u>Όμιλος Κυριακούλη</u>	231	8,4
<u>Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ</u>	180	6,5
<u>Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ</u>	150	5,5
<u>Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων ΑΕ</u>	112	4,1
<u>Τσιρόπουλος Γιώτ Εντερπράισης ΕΠΕ</u>	79	2,9
<u>Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.</u>	76	2,8
<u>Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές ΑΕ &amp; ΝΕ</u>	75	2,7
<u>Βερνίκος Κότερα ΑΕ</u>	70	2,5
<u>BEN - ΣΑΡ κότερα Α.Ν.Ε.</u>	60	2,2

### 3.3 Ναυλώσεις Yacht Και Ιστιοπλοΐα Στην Ελλάδα

Η ναύλωση και η πλοήγηση ενός ιστιοπλοϊκού σκάφους δεν αποτελεί πολύπλοκη ή χρονοβόρος διαδικασία για κάποιον ενδιαφερόμενο. Η ναύλωση ενός ιστιοπλοϊκού είναι το ίδιο εφικτή για έναν έμπειρο χειριστή, όσο και για έναν που δε διαθέτει εμπειρία. Σε πολλές περιπτώσεις, ναύλωση ενός ιστιοπλοϊκού μπορεί να είναι πιο συμφέρουσα από ότι η διαμονή σε κάποιο ξενοδοχείο. Επιπλέον, για την ασφαλέστερη όπως και για τη καλύτερη αξιοποίηση των υπηρεσιών που παρέχονται στην Ελληνική αγορά yachting, παρατίθενται παρακάτω μια σειρά παραμέτρων που θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους οι ενδιαφερόμενοι και βασίζονται σε ερωτήσεις και απορίες των υποψήφιων χρηστών της ιστιοπλοΐας, σύμφωνα με την πρακτική που ασκείται στην αγορά του yachting και αυτές έχουν να κάνουν (Διακομιχάλης Μ., ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σ.156 – 159 ):

- 1) Με την ιδιαιτερότητα των διακοπών σε ένα ιστιοπλοϊκό.** Οι διακοπές με ιστιοπλοϊκό μπορεί να κριθούν ως ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες, καθώς μέσω της ιστιοπλοΐας ο ενδιαφερόμενος έρχεται σε επαφή άμεση με την θάλασσα τον

ήλιο και του δίδεται η δυνατότητα να ανακαλύψει όποιο μέρος επιθυμεί καθώς του παρέχεται η δυνατότητα ευελιξίας των τοποθεσιών που μπορεί να επισκεφτεί. Η ιστιοπλοΐα μπορεί να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσιών σε άμεση επαφή με τη φύση και το υγρό στοιχείο.

**2) Με τα ιδιαίτερα προσόντα ή ικανότητες.** Η νομοθεσία για τη ναύλωση γυμνού σκάφους ( bareboat charter ) στην Ελλάδα απαιτεί δύο άδειες – certificates, χειριστή ιστιοπλοϊκού. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ανάλογος θεσμός για την έκδοση άδειας χειριστή ιστιοπλοϊκού ή για τη χρήση της σε άλλη χώρα, με αποτέλεσμα κανένας από το πλήρωμα που επιθυμεί να ναυλώσει το σκάφος να μη πληροί τη προϋπόθεση που απαιτείται, δίνεται η επιλογή σε δύο από τα μέλη του πληρώματος να δηλώσουν υπεύθυνα ότι είναι ικανά να αναλάβουν τη διακυβέρνηση του σκάφους ως κυβερνήτης και βοηθός κυβερνήτη. Επιπλέον, είναι απαραίτητη η επίδειξη των ικανοτήτων των χειριστών του σκάφους ενώπιον του διευθυντή του γραφείου. Σε περίπτωση αποδεδειγμένης δυσκολίας χειρισμού του σκάφους, η εταιρεία διατηρεί το δικαίωμα να ορίσει κατάλληλο πλήρωμα ( skippers ) με επιβάρυνση των ναυλωτών.

**3) Με το τι περιλαμβάνεται στην τιμή ναύλωσης γυμνού σκάφους ( bareboat charter ).** Στα σκάφη παρέχεται ο απαραίτητος εξοπλισμός κουζίνας όπως και περιλαμβάνονται όλος ο απαραίτητος μαγειρικός εξοπλισμός, δε διατίθενται όμως εφόδια. Στο κόστος ναύλωσης περιλαμβάνεται:

- ο ιματισμός (πετσέτες, σεντόνια, μαξιλάρια, μαξιλαροθήκες κουβέρτες)
- η ασφάλεια του σκάφους (ο ναυλωτής είναι υπεύθυνος μέχρι του ποσού της προκαταβολής της εγγύησης)
- υγραέριο κουζίνας
- μικρή εξωλέμβια μηχανή για το φουσκωτό
- GPS
- Τέλος να σημειωθεί πως στα περισσότερα μοντέλα περιλαμβάνεται και αυτόματος πιλότος

**4) Επιπλέον έχουν να κάνουν με πρόσθετα έξοδα ή επιπλέον επιβαρύνσεις.** Στη τιμή της ναύλωσης δε περιλαμβάνονται καύσιμα και το νερό, όπως και το κόστος μεταφοράς από το αεροδρόμιο στη βάση της εταιρείας και το αντίθετο.

Επίσης, δε περιλαμβάνονται τα κόστη που έχουν με το καθάρισμα στο τέλος της ναύλωσης, τα λιμενικά τέλη και η τροφοδοσία.

**5) Έχουν να κάνουν με την ευθύνη για τις ζημιές, την ασφάλεια και την εγγύηση.** Όλα τα σκάφη είναι πλήρως ασφαλισμένα ως επαγγελματικά, ναυλωμένα πλοία και η εγγύηση που προκαταβάλλεται καλύπτει το ασφάλιστρο που επιστρέφεται στο τέλος. Πρόκειται για ένα χρηματικό ποσό, ανάλογα με τον τύπο του σκάφους, που πρέπει να καταβάλλει κάθε ναυλωτής στον διευθυντή της βάσης ναύλωσης, για τα ενδεχόμενα που μπορεί να συμβούν στη διάρκεια της ναύλωσης και που μπορεί να είναι:

- Ζημιές
- Απώλεια του σκάφους
- Απώλεια εξοπλισμού του σκάφους

Κατά την επιβίβαση και αποβίβαση των πελατών, στελέχη της εκναυλώτριας εταιρείας θα πρέπει να ελέγχουν για κάθε αντικείμενο και μέρος του εξοπλισμού του σκάφους και μια σύντομη τεχνική ενημέρωση θα πρέπει να είναι στη διάθεση των πελατών πριν παραλάβουν το σκάφος.

**6) Περιοχές και διάρκεια ναύλωσης του σκάφους.** Ανάλογα με την περιοχή ναυσιπλοΐας, οι εταιρείες ναύλωσης σκαφών θα πρέπει να προσφέρουν τη δυνατότητα επιλογής σημείων ανάληψης του σκάφους, αναχώρησης του όπικς και παράδοσης, άφιξης του. Η καλύτερη προτεινόμενη για διάρκεια ναύλωσης του σκάφους είναι δύο εβδομάδες. Βέβαια, υπάρχουν προτεινόμενα προγράμματα θαλάσσιας περιήγησης διάρκειας μιας εβδομάδας ή δέκα ημερών, ανάλογα με τον διαθέσιμο χρόνο και τις ανάγκες των πελατών.

**7) Χρόνος επιβίβασης και αποβίβασης από το σκάφος.** Έχει παρατηρηθεί πως οι ναυλωτές γυμνού πλοίου ( bareboat ), προτιμούν το Σάββατο ως ημέρα επιβίβασης και αποβίβασης από το σκάφος ( checking in & checking out ). Πάραυτα, είναι δυνατή η επιλογή οποιασδήποτε άλλης ημέρας μετά από αίτημα του πελάτη και ανάλογα της διαθεσιμότητας των σκαφών. Το ναυλοσύμφωνο τίθεται σε ισχύ στις 17:00 και συνήθως η παράδοση του σκάφους γίνεται μέχρι τις 14:00, εκτός αν υπάρχει ζημιά και απαιτείται άμεση επισκευή από το προηγούμενο ταξίδι και ενδεχομένως να υπάρξει καθυστέρηση. Επιπλέον, το ναυλοσύμφωνο λήγει στις 09:00, επομένως προτείνεται στους ναυλωτές να



προσεγγίζουν το λιμάνι παράδοσης του σκάφους το προηγούμενο βράδυ της ημέρας που λήγει το ναυλοσύμφωνο.

- 8) Η μίσθωση κυβερνήτη ή χειριστή του σκάφους.** Παρατηρείται ότι πολλοί ναυλωτές, παρόλο που έχουν την ικανότητα και τις γνώσεις να κυβερνήσουν ένα σκάφος, προτιμούν να εκμισθώνουν κυβερνήτη ο οποίος θα γνωρίζει την περιοχή της περιήγησης και την γλώσσα των ναυλωτών. Ένας εκμισθωμένος 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. Επίσης ο εκμισθωμένος κυβερνήτης μπορεί να παράσχει τις γνώσεις του για τις καλύτερες περιοχές που μπορούν οι πελάτες να κολυπήσουν, για τα καλύτερα εστιατόρια, για τα σημαντικότερα αξιοθέατα, μουσεία, ιστορικά μνημεία και άλλα. Επιπλέον, με την εκμίσθωση του κυβερνήτη ισχύει η υποχρέωση της καταβολής εγγύησης. Η διατροφή του κυβερνήτη καλύπτεται από τους ναυλωτές, χωρίς να υπάρχει η υποχρέωση για κοινή ώρα φαγητού, ούτε για την κάλυψη άλλων προσωπικών εξόδων. Επιπλέον, ο κυβερνήτης δε μπορεί να είναι ταυτόχρονα και μάγειρας ούτε συνοδός πλήρωμα. Ο ανειδίκευτος ναύτης – συνοδός μπορεί να εκμισθωθεί με επιπλέον κόστος για τους πελάτες.
- 9) Η τεχνική υποστήριξη στην περίπτωση βλάβης ή προβλήματος όσο διαρκεί η ναύλωση.** Υπάρχει τηλεφωνική 24ωρη υποστήριξη διαθέσιμη σε όλους τους ναυλωτές αμέσως μετά την επιβίβασή τους στο σκάφος. Τεχνική βοήθεια είναι διαθέσιμη στα περισσότερα νησιά και τα σημαντικότερα λιμάνια της ηπειρωτικής Ελλάδας. Θεωρείται σημαντικό να γνωρίζει η βάση ( εκναυλώτρια εταιρεία ) την ακριβή θέση του σκάφους και να έχει μια περιγραφή του προβλήματος που ανακύπτει. Οι εταιρείες εγγυώνται την επιστροφή του χρονοναύλου που χάθηκε λόγω της μη άμεσης επισκευής του σκάφους, για όσο χρόνο χρειαστεί αυτή.
- 10) Η δυνατότητα τροφοδοσίας του σκάφους.** Οι ναυλωτές μπορούν να αναλάβουν την αρχική τροφοδοσία είτε μόνοι τους είτε με τη βοήθεια της εταιρείας εκμίσθωσης. Οι εταιρείες παρέχουν καταλόγους με είδη τροφοδοσίας, στους οποίους μπορούν να συμπληρωθούν τα είδη που επιθυμεί ο πελάτης και να ενημερωθεί η εταιρεία για τις προμήθειες που απαιτούν πριν από την άφιξη τους, ώστε να εξυπηρετηθούν έγκαιρα πριν από την επιβίβαση τους στο σκάφος. Επιπλέον η τροφοδοσία είναι δυνατή στα περισσότερα νησιά από τα ανάλογα καταστήματα πλησίον των λιμένων.

**11) Χρήση ή προμήθεια κινητού τηλεφώνου.** Συστήματα, όπως το GSM network λειτουργούν και στην Ελλάδα. Βέβαια, υπάρχουν συγκεκριμένες μικρού εύρους περιοχές στην ανοικτή θάλασσα που δεν υπάρχει κάλυψη επικοινωνίας. Να σημειωθεί πως κινητά τηλέφωνα από τις ΗΠΑ δε χρησιμοποιούνται στις Ελληνικές θάλασσες. Επίσης, είναι δυνατή η ενοικίαση κινητού τηλεφώνου από τις εταιρείες εκμίσθωσης σκαφών.

**12) Προσωπικά είδη και εξοπλισμός των ναυλωτών.** Μεγάλο μέρος της χρονικής διάρκειας των διακοπών των πελατών θα βρίσκεται εν πλω. Επίσης, οι χώροι αποθήκευσης των σκαφών είναι περιορισμένοι και η επιλογή των προσωπικών ειδών των επισκεπτών θα πρέπει να είναι ανάλογη με την εποχή και τις καιρικές συνθήκες. Τέλος, όσον αφορά τα έγγραφα που απαιτούνται να διαθέτουν οι πελάτες, αυτά είναι:

- Τα διαβατήρια των πελατών
- Το ναυλοσύμφωνο
- Το voucher του ταξιδιωτικού γραφείου

### **3.4 Μισθώσεις Σκαφών Αναψυχής**

#### **3.4.1 Η γενική εικόνα των ναυλώσεων των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα**

Η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδανική για το θαλάσσιο τουρισμό και το yachting, καθώς διαθέτει εκατοντάδες κατοικημένα νησιά και βραχονησίδες στις θάλασσες του Αιγαίου και του Ιονίου, πλούσια σε φυσικές ομορφιές ακτογραμμή που ξεπερνά τα 15.000 χιλιόμετρα και ήπιο μεσογειακό κλίμα που δίνει τη δυνατότητα για επτάμηνη τουριστική περίοδο. Τα παραπάνω αυτά δεδομένα παρέχουν στον Ελληνικό τουρισμό και το yachting σημαντικές δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη. Η τουριστική περίοδος των ναυλώσεων σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, βάσει των στοιχείων του ΕΟΤ, επιμερίζεται στην υψηλή περίοδο, δηλαδή στους μήνες από Ιούνιο έως και Αύγουστο που απορροφάται το 54% της κίνησης και στις μέσες περιόδους, δηλαδή από τους μήνες Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβριο έως Οκτώβριο, που απορροφούν συνολικά το 40% των ετήσιων ναυλώσεων.

Σύμφωνα με στοιχεία που τηρούνται από τη ΕΣΥΕ και τον ΕΟΤ για τις μισθώσεις τουριστικών πλοίων, πραγματοποιήθηκαν 8.000 μισθώσεις από τα 4.867 σκάφη που εκμισθώθηκαν το 1984, δηλαδή αναλογία 1,6 μισθώσεις ανά σκάφος, ενώ το 1996 καταγράφηκαν 21.000 μισθώσεις από τα 19.148 σκάφη και θαλαμηγοί που εκμισθώθηκαν, δηλαδή αναλογία 1,09 μισθώσεις ανά σκάφος. Ο συνολικός αριθμός των ναυλώσεων παρουσίασε σταθερή ανοδική πορεία για όλη της πενταετίας 1991 έως το 1995 με συνολική αύξηση 42%. Το 1997 εκμισθώθηκαν συνολικά 21.436 σκάφη με 23.135 μισθώσεις και το 1998 ο αριθμός των σκαφών που εκμισθώθηκαν ανήλθε σε 21.788 σκάφη με 25.582 μισθώσεις, αναλογία 1,17 μισθώσεις ανά σκάφος αναψυχής( ICAP, (2000),Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη: 24). Το 2001 πραγματοποιήθηκαν περίπου 30.000 ναυλώσεις από 80 εταιρείες ναυλώσεων με μέση διάρκεια ναύλωσης 9 ημέρες ( ΕΟΤ, Διεύθυνση έρευνας και ανάπτυξης ). Όσον αφορά στα προαναφερθέντα στοιχεία, μπορεί να θεωρηθεί πως απεικονίζουν την πλασματική εικόνα για τα επαγγελματικά σκάφη, καθώς ο νόμος Ν.438 έχει οδηγήσει στο να υπάρχουν πολλά σκάφη που να δηλώνονται ως επαγγελματικά, για φορολογικούς λόγους και τα οποία δεν εκναυλώνονται, όπως και στις μισθώσεις των τουριστικών σκαφών φαίνεται να υπάρχει πλημμελής τήρηση των σχετικών στοιχείων (ICAP, (2000),Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη: 24). Επιπλέον, σύμφωνα με εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε που πραγματοποιήθηκε στις επαγγελματικές ενώσεις ΕΠΕΣΤ και ΣΙΤΕΣΑΠ, αλλά και στοιχεία του ΥΕΝ, οι μισθώσεις σκαφών αναψυχής για το 2001 ανήλθαν σε 30.000, ενώ για το 2004 σε 41.900 εκμισθώσεις με μέση διάρκεια ναύλωσης τις 7 ημέρες. Από τις εμπειρικές έρευνες διαπιστώθηκε τόσο η πλασματική εικόνα του αριθμού των επαγγελματικών σκαφών, όσο και ο πραγματικός αριθμός των ναυλώσεων. Είναι προφανές πως ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματικών σκαφών αναψυχής, ουσιαστικά εξυπηρετεί τις ατομικές ανάγκες αναψυχής των ιδιοκτητών τους. Ο χαρακτηρισμός τους ως επαγγελματικά σκάφη γίνεται μόνο για φορολογικούς λόγους και επιτυγχάνεται με τη σύναψη έστω και μίας ναύλωσης που μπορεί να είναι εικονική. Σύμφωνα με στοιχεία της Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού (ΕΠΕΣΤ), για το 2006 η αύξηση που καταγράφηκε στις πωλήσεις των ναύλων σε σκάφη έως 49 επιβάτες κυμάνθηκε από το 100% έως το 150% σε σύγκριση με το 2005. Όσον αφορά τα επανδρωμένα σκάφη από 21 έως 50 μέτρα για την ίδια περίοδο, σημειώθηκε μικρότερη αύξηση της τάξεως του 20% με 25%, ενώ στα μηχανοκίνητα άνευ πληρώματος σκάφη και ιστιοπλοϊκά έως 20 μέτρα, καταγράφηκε αύξηση της τάξεως 15% με 20% τη περίοδο των ετών 2005 - 2006. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης πως το 1995 το yachting στην Ελλάδα κάλυπτε

Όσον αφορά το έτος 2006, έχει χαρακτηριστεί από τους εκπρόσωπους του κλάδου εκμετάλλευσης μαρίνων ως μια θετική χρονιά καθώς σημειώθηκε αυξημένη τουριστική θαλάσσια ζήτηση και υψηλή πληρότητα θέσεων στις περισσότερες εγκαταστάσεις ελλιμενισμού. Συγκεκριμένα παρατηρήθηκε αυξημένη ζήτηση για το επαγγελματικό yachting και στις ναυλώσεις ιστιοπλοϊκών σκαφών όπως επίσης και στις μεγάλες ιδιωτικές θαλαμηγούς. Επιπλέον παρατηρείται πως η συνεισφορά του κλάδου σε συναλλαγματικά έσοδα είναι αξιόλογη καθώς το 95% των ναυλώσεων πραγματοποιείται από αλλοδαπούς τουρίστες, με πιο δημοφιλείς αγορές να θεωρούνται αυτές της Βρετανίας, Ολλανδίας, Γερμανίας, Σουηδίας και άλλες (Διακομιχάλης Μ., ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σ.161).

Στον Παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι πωλήσεις των εταιρειών yachting για το χρονικό διάστημα 2004 έως το 2009:

#### **Πίνακας 17.** Πωλήσεις Εταιρειών του Κλάδου ( 2004 – 2009 )

**Πηγή:** ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς

\*: Κατά Δήλωση

Μ.Δ.: Μη Διαθέσιμο

#### Σημειώσεις:

(1): Η πρώτη διαχειριστική χρήση καλύπτει τη περίοδο 08/05/2006-31/12/2007

(2): Ιδρύθηκε το 2006

(3) : Η πρώτη διαχειριστική χρήση καλύπτει τη περίοδο 12/08/2003-31/12/2004

(4): Η πρώτη διαχειριστική χρήση καλύπτει τη περίοδο 08/01/2004-08/01/2004-31/12/2005

(5): Ξεκίνησε δραστηριότητες το 2006

(6): Η πρώτη διαχειριστική χρήση καλύπτει τη περίοδο 21/11/2005-31/12/2006

(7): Η πρώτη διαχειριστική χρήση καλύπτει τη περίοδο 31/10/2004-21/12/2005

(8): Ως Ν.Ε.Π.Α. λειτούργει από το 2006

Σε ευρώ

<u>Επωνυμία</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>	<u>2009</u>
<u>ΑΘΗΝΑΙΚΕΣ</u> <u>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</u> <u>ΚΟΤΕΡΩΝ Α.Ε</u>	8.308.98 6	6.812.779	6.870.544	9.779.562	17.819.435	6.636.000*
<u>ΑΤΕΣΕ Α.Ε</u>	7.556.30 3	3.076.371	19.358.358	20.295.682	13.618.630	19.000.000*
<u>ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ</u> <u>ΜΕΣΟΓΕΙΑ ΚΑΙ</u> <u>ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΙ Α.Ν.Ε</u>	10.967.0 57	7.330.280	7.554.526	7.814.129	7.828.265	Μ.Δ
<u>ΠΑΝΤΑΖΗΣ Χ.Ι. Α.Ε</u>	3.883.02 4	Μ.Δ	7.237.352	6.568.318	7.589.110	6.396.521
<u>ΒΕΡΝΙΚΟΣ</u> <u>ΚΟΤΤΕΡΑ Α.Ε</u>	3.883.02 4	6.551.855	6.185.070	7.615.170	6.048.030	Μ.Δ
<u>ΠΕΡΙΠΛΟΥΣ Α.Ε</u>	1.771.15 1	2.976.882	2.952.974	4.033.832	4.449.187	2.470.000*
<u>ΣΤΑΤΟΥΣ ΓΙΩΤΙΝΓΚ</u> <u>Ι. ΑΛΕΞΙΑΔΗΣ -Ν.</u> <u>ΑΡΓΥΡΙΑΔΗΣ Ε.Π.Ε</u>	37.966	483.196	1.333.721	668.241	2.690.121	Μ.Δ
<u>Α1 ΓΙΩΤ ΤΡΕΙΝΤ</u> <u>ΚΟΝΣΟΡΤΣΙΟΥΜ</u> <u>Α.Ε</u>	621.645	1.428.003	1.996.168	2.381.211	2.540.627	2.700.000*
<u>ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ</u> <u>ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΕΣ</u> <u>ΔΙΑΚΟΣΕΣ</u> <u>Α.Ε.&amp;Ν.Ε.</u>	2.124.06 6	1.447.325	1.367.330	1.661.308	2.265.565	Μ.Δ
<u>EXECUTIVE</u> <u>YACHTING</u> <u>Α.Ε (1)</u>	-	-	-	287.270	2.198.425	Μ.Δ
<u>ΒΕΡ-ΣΑΝ ΚΟΤΕΡΑ</u> <u>Α.Ν.Ε</u>	788.365	1.920.603	2.291.317	2.200.675	2.175.812	Μ.Δ
<u>ΟΙΩΝΟΣ -</u> <u>ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ</u> <u>Ε.Π.Ε.</u>	1.530.49 6	1.632.504	1.538.446	2.058.358	1.910.791	Μ.Δ
<u>ΚΟΣΜΟΣ ΓΙΩΤΙΝΓΚ</u> <u>ΕΛΛΑΣ</u> <u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u>	1.164.61 7	1.241.128	1.559.307	1.445.713	1.670.086	Μ.Δ
<u>Ο.Α. ΝΑΥΛΩΣΕΙΣ</u> <u>ΚΟΤΤΕΡΩΝ Α.Ε.</u>	1.180.71 4	1.308.910	1.283.902	1.505.883	1.588.753	1.700.000*
<u>ΚΕΣΤΕΛ</u> <u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u> <u>Α.Ε</u>	765.973	714.478	1.116.443	1.256.575	1.500.390	740.000*
<u>ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ</u> <u>ΜΕΣΟΓΕΙΑ ΚΑΙ</u> <u>ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΙ</u> <u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u> <u>ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ</u> <u>Ε.ΠΕ</u>	920.194	1.161.770	983.229	1.206.302	1.312.920	Μ.Δ
<u>ΠΗΓΑΣΟΣ Ν.Ε.Π.Α</u>	-	-		Μ.Δ	1.299.903*	1.033.000*

<b>(2)</b>			M.Δ			
<b><u>ΕΠΤΑΛΟΦΟΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>	591.309	1.216.888	1.276.740	1.378.980	1.295.407	M.Δ
<b><u>ΚΟΣΤΑ ΚΡΟΥΖΙΝΚ Α.Ε</u></b>	766.359	1.136.897	1.511.975	1.655.023	1.274.763	1.000.000*
<b><u>ΤΡΙΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΘΑΛΑΜΗΓΩΝ Α.Ε</u></b>	1.229.35 1	1.669.823	872.151	831.735	1.175.625	M.Δ
<b><u>PRIME YACHTING</u></b>	14.423	15.339	895.817	1.225.121	1.040.442	801.000*
<b><u>ΝΑΒΙΓΚΑΡΕ ΓΙΩΤΙΝΓΚ Ε.Π.Ε</u></b>	246.091	279.298	767.981	807.191	934.370	M.Δ
<b><u>PRIVATSE YACHTING</u></b>	277.176	804.720	699.871	742.474	807.696	M.Δ
<b><u>ΤΣΙΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΙΩΤ ΕΝΤΕΡΠΑΙΣΕΣ Ε.Π.Ε</u></b>	485.542	568.142	620.713	1.885.252	775.247	M.Δ
<b><u>ΟΔΥΣΣΕΥΣ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ Α.Ν.Ε</u></b>	726.323	611.170	746.683	910.807	768.562	M.Δ
<b><u>SUNDUNES Α.Ε (4)</u></b>	-	680.000	435.000	390.000	679.500	645.000*
<b><u>ΑΛΙΜΟΣ ΓΙΩΤΙΝΓΚ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>	494.625	342.499	324.381	96.000	647.000	405.000*
<b><u>ΤΙΦΥΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>	299.884	171.579	183.290	0	564.064	M.Δ
<b><u>CORVUS MARITIME Α.Ε (5)</u></b>	-	-	230.909	388.756	483.292	800.000*
<b><u>CRISTALDI Α.Ε</u></b>	165.400	310.100	239.400	658.700	400.500	M.Δ
<b><u>ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ ΣΕΙΛΙΝΓΚ ΣΕΝΤΕΡ Α.Ε</u></b>	350.000	350.000	350.000	367.500	385.875	M.Δ
<b><u>Π. &amp; Ρ. Ε.Π.Ε</u></b>	616.000	619.500	590.000	473.000	350.660	320.000*
<b><u>ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΕΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>	239.831	280.359	504.695	365.963	355.852	340.000*
<b><u>ΑΦΡΟΔΙΤΗ ΓΙΩΤ Ε.Π.Ε</u></b>	441.447	344.340	375.500	441.200	347.550	M.Δ
<b><u>ΚΟΚΚΟΤΑΣ Ι. Α.Ε &amp; Β.Ε</u></b>	188.003	189.684	240.471	264.277	331.279	M.Δ
<b><u>ΦΥΣΙΟΚΡΑΤΗΣ Α.Ε</u></b>	392.308	380.861	332.057	419.139	321.532	M.Δ
<b><u>ROYALEAGLE YACHTING &amp; BROKERAGE ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε(6)</u></b>	-	-	547.947	456.281	313.210	250.000*
<b><u>ΓΙΩΤΙΝΓΚΣ ΠΑΟΥΕΡ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>	277.479	373.041	374.635	276.517	311.728	M.Δ
<b><u>ΑΛΦΑ ΓΙΩΤΙΝΓΚΣ Α.Ε</u></b>	2.128.38 5	1.233.277	366.000	468.000	292.000	M.Δ
<b><u>ΚΟΝΤΙ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Ε.Π.Ε</u></b>	107.500	384.500	647.218	649.850	282.000	146.400*
<b><u>AMADEUS</u></b>	-	371.130	319.360	407.070	275.215	M.Δ

<b><u>YACHTING</u></b>						
<b><u>A.E. (7)</u></b>						
<b><u>P&amp;A</u></b>	70.796	71.700	151.750	159.666	263.650	M.Δ
<b><u>ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ</u></b>						
<b><u>Ε.Π.Ε</u></b>						
<b><u>TELMAR</u></b>	242.593	206.422	267.890	44.000	226.400	M.Δ
<b><u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΦΛΟΚΟΣ Α.Ε.Τ.Ε</u></b>	171.265	124.467	85.400	44.000	226.400	M.Δ
<b><u>ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ</u></b>			158.650	172.531	190.508	M.Δ
<b><u>MARITIME Ν.Ε.Π.Α</u></b>	M.Δ	M.Δ				
<b><u>ΓΚΡΗΚ ΣΕΙΛΣ Ε.Π.Ε</u></b>				M.Δ	190.000*	220.000*
	M.Δ	M.Δ	M.Δ			
<b><u>ΒΙΚΙΓΚ ΣΤΑΡ</u></b>	-	-		M.Δ	182.021	141.000*
<b><u>ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ</u></b>			M.Δ			
<b><u>Ν.Ε.Π.Α (8)</u></b>						
<b><u>ΕΚΑΛΗ,ΝΑΥΤΙΛΙΑΚ</u></b>	321.792	290.347	418.486	395.086	161.103	M.Δ
<b><u>Η</u></b>						
<b><u>ΚΑΤΠΡΟ Ν.Ε.Π.Α.</u></b>	30.973	204.043	156.138	148.225	150.576	M.Δ
<b><u>ΣΤΟΛΙΣΚΟΙ</u></b>	116.040	60.935	49.220	101.790	118.120	M.Δ
<b><u>ΑΣΤΙΟΠΛΟΙΚΩΝ</u></b>						
<b><u>ΣΚΑΦΩΝ</u></b>						
<b><u>Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΡΟΞΥ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u></b>	460.000	390.000	374.000	561.000	96.000	M.Δ
<b><u>Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΕΛ-ΚΑ-ΣΩ</u></b>	131.638	138.388	113.662	112.174	88.430	M.Δ
<b><u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u></b>						
<b><u>Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u></b>	26.100		30.045	M.Δ	75.216	M.Δ
<b><u>ΕΤΑΙΡΙΑ</u></b>		M.Δ				
<b><u>ΘΑΛΑΜΙΓΩΝ Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΒΟΤΑ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ</u></b>	240.786	201.623	36.664	M.Δ	75.216	M.Δ
<b><u>Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΤΗΛΕΑΣ Α.Ε</u></b>	126.847	135.566	99.871	84.347	66.638	M.Δ
<b><u>ΚΟΤΕΡΑ ΑΙΓΑΙΟΥ</u></b>	83.408	63.038	82.399	76.063	66.092	60.000*
<b><u>Α.Ε</u></b>						
<b><u>ΙΟΝΙΚΗ ΘΑΛΛΑΣΙΕΣ</u></b>	2.141.99	1.931.238	1.916.615	2.832.902	M.Δ	M.Δ
<b><u>ΔΙΑΚΟΠΕΣ Ε.Π.Ε</u></b>	4					
<b><u>Σύνολο (σε Ευρώ)</u></b>	59.066.8	54.266.998	81.022.217	91.341.693	95.107.846	45.817.921
	65					

### 3.4.2 Το κόστος ναύλωσης των σκαφών αναψυχής

Όσον αφορά το κόστος ναύλωσης, αυτό είναι ανάλογο με το είδος το μέγεθος και τον εξοπλισμό που διαθέτει το σκάφος αναψυχής και που έρχεται σε συνάρτηση με τις απαιτήσεις των πελατών. Η βασική τιμή που αναφέρεται σε ένα ναυλοσύμφωνο για την ενοικίαση επανδρωμένου σκάφους αναψυχής, καλύπτει όλα τα έξοδα λειτουργίας του, καθώς και την αμοιβή και το κόστος τροφοδοσίας του πληρώματος. Συγκεκριμένα, στη

βασική τιμή ναύλωσης, για ορισμένα είδη σκαφών, όπως είναι τα ιστιοφόρα, περιλαμβάνονται τα καύσιμα και τα λιπαντικά, ενώ για άλλα είδη σκαφών όπως είναι τα motor yachts, το κόστος αυτό χρεώνεται πρόσθετα στη βασική τιμή ναύλωσης. Επιπλέον ανάλογα με το τύπο του σκάφους και την εποχή που γίνεται η ναύλωση, μπορεί να συμφωνηθεί να περιελήφθη στη τιμή μέρος ή το συνολικό κόστος για νερό και για λιμενικά τέλη. Σε ένα τυπικό ναυλοσύμφωνο η βασική τιμή δεν περιλαμβάνει το κόστος τροφοδοσίας ή παροχή περαιτέρω υπηρεσιών προς τους πελάτες. Επίσης, κατόπιν επιθυμίας των ναυλωτών, η πλοιοκτήτρια εταιρεία ή το ναυλομεσιτικό γραφείο μπορεί να αναλάβει τη τροφοδοσία του σκάφους με ξεχωριστή συμφωνία και κόστος. Όσον αφορά άλλα κόστη, όπως τα τέλη διέλευσης καναλιών ( Ισθμός της Κορίνθου ) και τα λιμενικά τέλη σε λιμάνια της αλλοδαπής, αυτά βαρύνουν τους ναυλωτές.

Αναφορικά για τα σκάφη χωρίς πλήρωμα, στη τιμή της ναύλωσης τους περιλαμβάνεται μόνο η ναύλωση του σκάφους και η ασφάλεια του. Επιπλέον σε αυτή τη περίπτωση είναι απαραίτητη είναι η καταβολή εγγύησης για την κάλυψη ζημιών ή απώλειες του εξοπλισμού του σκάφους. Η εγγύηση επιστρέφεται πίσω στους πελάτες ύστερα από τη παράδοση του σκάφους και αφού γίνει έλεγχος και διαπιστωθεί ότι το σκάφος βρίσκεται στην ίδια κατάσταση που παρελήφθη.

Οι ναυλωτές μπορούν να ζητήσουν την πρόσληψη κυβερνήτη, με την ανάλογη επιβάρυνση της αμοιβής του, η οποία δεν περιλαμβάνεται στον ημερήσιο ναύλο. Η τροφοδοσία των σκαφών χωρίς πλήρωμα γίνεται συνήθως από τους ναυλωτές. Επιπλέον, μπορούν οι πελάτες να ζητήσουν από τον ναυλομεσίτη να αναλάβει την προμήθεια του σκάφους με τρόφιμα πριν την αναχώρηση του ( ΕΟΤ, 2002 ). Εν κατακλείδι, οι τιμές ναύλωσης ενός σκάφους αναψυχής είναι ανάλογες με:

- Την εποχή – χρονική περίοδο ναύλωσης
- Τον τύπο του σκάφους,
- Το έτος και υλικό κατασκευής
- Τον αριθμό κρεβατιών και καμπινών
- Τις ανέσεις και τις υπηρεσίες που παρέχονται στους πελάτες

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι τιμές ναύλωσης ενός σκάφους έχουν να κάνουν, εξαρτώνται και από τη χρονική περίοδο κατά την οποία πραγματοποιείται η ναύλωση. Συγκεκριμένα :

- Περίοδος Α – ( Υψηλή ) 20 Ιουλίου – 14 Σεπτεμβρίου



- Περίοδος Β – ( Μέση ) 04 Μαΐου έως 20 Ιουλίου και 15 Σεπτεμβρίου έως 12 Οκτωβρίου
- Περίοδος C – ( Χαμηλή ) 12 Οκτωβρίου έως 04 Μαΐου

Στη τιμή ναύλωσης περιλαμβάνονται :

- κλιματισμός
- γεννήτρια
- το Φ.Π.Α
- ιματισμός
- υγραέριο

Επιπλέον, χωρίς χρέωση παρέχονται:

- GPS
- Βοηθητική λέμβος με εξωλέμβια μηχανή μέχρι 3 ίππων
- Αυτόματος πιλότος
- Αδιάβροχη αναδιπλούμενη κουκούλα
- CD –Player
- Εναέρια και εντοιχισμένα ηχεία

Θα πρέπει να αναφερθεί πως στα πλαίσια της πολιτικής των ναυλομεσιτικών γραφείων παρέχονται εκπτώσεις στη ναύλωση σκαφών αναψυχής, όπως αναφέρονται παρακάτω ( Διακομιχάλης Μ.( 2009 ) Θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σελ 162 ):

- 5% έκπτωση για τους επαναλαμβανόμενους πελάτες
- 5% έκπτωση στις εκθέσεις σκαφών
- 10% έκπτωση για έγκαιρες κρατήσεις που γίνονται μέχρι της 15 Φεβρουαρίου
- 10% έκπτωση για ναύλωση 3 εβδομάδων

- Δίδονται έως και 15% για ναύλωση 4 εβδομάδων ή για περισσότερο μετά από συμφωνία

Παρακάτω παρατίθενται οι πρόσθετες υπηρεσίες που μπορεί να παρέχονται από τις εκναυλώτριες εταιρείες σκαφών αναψυχής και αυτές είναι :

### ***I. Επιπλέον επιλογές και επιβαρύνσεις***

- Κυβερνήτης, ημερήσια αποζημίωση και διατροφή
- Πλήρωμα ή Συνοδός ( Hostess ), ημερήσια αποζημίωση και διατροφή
- Αυτόματος πιλότος, το κόστος ανά εβδομάδα
- Καθαρισμός μετά το τέλος της ναύλωσης, έχει να κάνει με τον αριθμό των καμπινών
- Τροφοδοσία – εφόδια, υπάρχει κατάλογος ανάλογα με τις προτιμήσεις

### ***II. Πρόσθετες Παροχές – Υπηρεσίες***

- **Transfer.** Η μεταφορά του ναυλωτή μπορεί να ρυθμιστεί σε συνεννόηση με τον εκναυλωτή και μπορεί να γίνει είτε με mini bus, είτε με λιμουζίνα ή ταξί, από και προς το αεροδρόμιο, από και προς τη μαρίνα ή το ξενοδοχείο που θα διανυκτερεύσει ο πελάτης.
- **Αγορά ή Ενοικίαση Κινητού Τηλεφώνου.** Δίδεται αυτή η διευκόλυνση για την κάλυψη της ανάγκης της επικοινωνίας του ναυλωτή. Επιπλέον, είναι δυνατή η αγορά κινητού τηλεφώνου μέσω της εκναυλώτριας εταιρείας .
- **Ξενοδοχειακό Κατάλυμα.** Οι ναυλωτές – πελάτες έχουν τη δυνατότητα να διαμείνουν σε κάποιο ξενοδοχείο της Αθήνας ή σε κάποιο Ελληνικό νησί, πριν ή ύστερα από την ναύλωση του σκάφους. Επίσης δίδεται και η δυνατότητα στους πελάτες να παρατείνουν τη διαμονή τους στη περιοχή προτίμησής τους για ορισμένες μέρες.
- **Περιήγηση Στα Αξιοθέατα.** Δίδεται η δυνατότητα στους πελάτες – ναυλωτές να προγραμματίσουν περιηγήσεις ορισμένων ημερών για να γνωρίσουν από κοντά τα ιστορικά αξιοθέατα της Ελλάδας.

- **Ενοικίαση Αυτοκινήτου.** Δίδεται η δυνατότητα ενοικίασης αυτοκινήτου της προτίμησης του πελάτη, που μπορεί να γίνει είτε στο αεροδρόμιο ή στο ξενοδοχείο και συνήθως γίνεται χωρίς χρέωση.
- **Αεροπορικά ή Ακτοπλοϊκά Εισιτήρια.** Είναι δυνατό να γίνουν κρατήσεις εισιτηρίων για την μεταφορά των πελατών προς και από το σημείο επιβίβασης στο σκάφος.
- **Τροφοδοσία Σκάφους.** Μία εβδομάδα πριν από την αναχώρηση του σκάφους για την περιήγηση, οι εκναυλώτριες εταιρείες λαμβάνουν από τους πελάτες τους τον κατάλογο τροφοδοσίας που τους έχουν δώσει με τις επιλογές των προϊόντων που επιθυμούν. Η εκναυλώτρια εταιρεία αναλαμβάνει να προμηθεύσει το σκάφος με τα επιθυμητά είδη και η πληρωμή τους γίνεται με την ανάληψη της διακυβέρνησης του σκάφους.

Τα παραπάνω δεδομένα αντικρούουν την άποψη που υποστηρίζει ότι οι διακοπές με σκάφος αναψυχής αναφέρονται σε τουρίστες υψηλών εισοδημάτων διότι στο συνολικό κόστος πέραν του ταξιδιού περιλαμβάνονται:

- Η διαμονή
- Οι ανέσεις ξενοδοχείου
- Η ψυχαγωγία
- Οι περιηγήσεις σε γραφικούς όρμους και ακτές
- Η ενασχόληση με θαλάσσια σπορ
- Η απόλαυση της ανεξαρτησίας

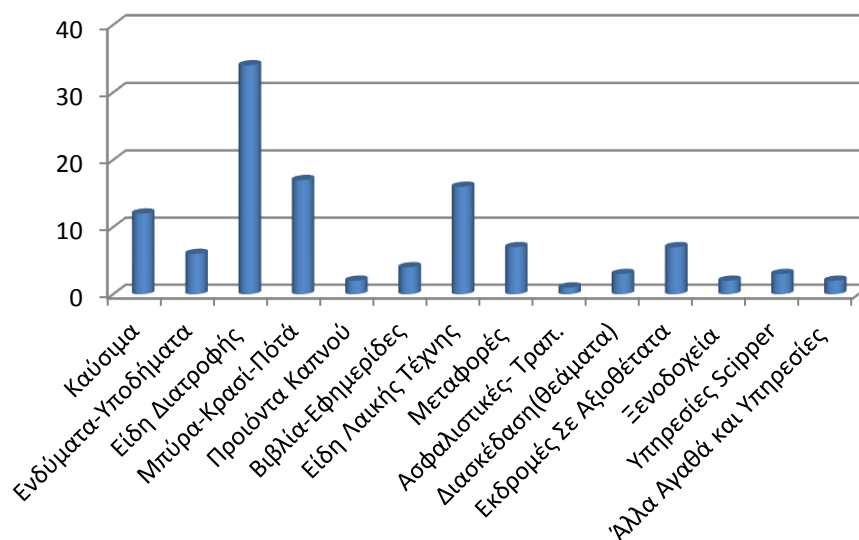
Επιπλέον θα πρέπει να συνεκτιμηθεί το γεγονός ότι το συνολικό κόστος θα μοιραστεί μεταξύ όλων των επιβατών που έχουν ναυλώσει το σκάφος. Στα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζονται η συνολική και η ημερήσια του ναύλου κατανάλωση ανά κατηγορία αγαθού των τουριστών yachting.



**Διάγραμμα 7.** Συνολική Επιπλέον Του Ναύλου Κατανάλωση ανά κατηγορία Αγαθού, Τουριστών Yachting

**Πηγή:** Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, σελ. 294

## Ημερήσια Επιπλέον Του Ναύλου Κατανάλωση ανά κατηγορία Αγαθού, Τουριστών Yachting



**Διάγραμμα 8.** Ημερήσια Επιπλέον Του Ναύλου Κατανάλωση ανά κατηγορία Αγαθού, Τουριστών Yachting

**Πηγή:** Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, σελ. 294

### 3.5 Η Ασφάλιση Των Σκαφών Αναψυχής

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα για τους επαγγελματίες του κλάδου των σκαφών αναψυχής αποτελεί η ασφάλιση των σκαφών. Ο νόμος Ν.2743/99 καθορίζει την υποχρέωση για την ασφάλιση της Αστικής Ευθύνης των πλοίων και σκαφών αναψυχής και αποτελεί μία από τις σημαντικότερες καλύψεις που αφορά στην πρόκληση ζημιών από τρίτους. Επιπλέον, δίδεται η δυνατότητα στο Συμβόλαιο Αστικής Ευθύνης για παροχή συγκεκριμένων επεκτάσεων στην ασφαλιστική κάλυψη, όπως η κάλυψη των μηχανικών βλαβών του σκάφους.

Είναι σημαντικό κάθε ασφαλιζόμενος, προκειμένου να διασφαλίσει την περιουσία του, να γνωρίζει τους κίνδυνους για τους οποίους ασφαρίζεται ένας σκάφος και με ποίους όρους. Στο ασφαλιστήριο συμβόλαιο διατυπώνεται ρητά ο ρόλος του ασφαλιζόμενου, της ασφαλιστικής εταιρείας και του ασφαλιστικού πράκτορα, καθώς και των εταιρειών που λειτουργούν ως ναυλομεσίτες. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην ειλικρίνεια και πλήρη ενημέρωση μεταξύ των συμβαλλομένων, δηλαδή της ασφαλιστικής εταιρείας, του πράκτορα και του πελάτη, καθώς αυτό αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο για μια επιτυχημένη συνεργασία. Έτσι, με την υπογραφή ενός ασφαλιστηρίου συμβολαίου απαιτείται να παρέχεται πλήρης ενημέρωση για τους όρους κάλυψης, βάση των οποίων η ασφαλιστική εταιρεία θα καθορίσει τις αποζημιώσεις που δικαιούνται οι ασφαλισμένοι, λαμβάνοντας υπόψη και συνεκτιμώντας όλες τις παραμέτρους.

Το Institute Yacht Clauses έχει καθορίσει, για την κάλυψη των κινδύνων που περιλαμβάνονται σε ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο σκαφών, τις παρακάτω περιπτώσεις:

Ολική απώλεια του σκάφους

- Τεκμαρτή ολική απώλεια ( όταν το κόστος επισκευής του σκάφους εκτιμάται ότι θα είναι μεγαλύτερο από την ασφαλιζόμενη αξία του )
- Ολική κλοπή
- Ολική και μερική απώλεια από πυρκαγιά
- Μερική κλοπή από διάρρηξη
- Αστική ευθύνη από τρίτους
- Ρυμούλκηση του σκάφους σε περίπτωση αδυναμίας κίνησης λόγω βλάβης ή ατυχήματος

Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σε ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο εξαιρούνται:

- Μηχανικές βλάβες ή ζημιές που προκλήθηκαν από σταθερά ή επιπλέοντα αντικείμενα
- Η ανάγκη ρυμούλκησης σκάφους που λόγω βλάβης δε μπορεί να κινηθεί. Η διαδικασία και οι όροι ρυμούλκησης θα ρυθμιστούν μεταξύ του ιδιοκτήτη του σκάφους και της εταιρείας που αναλαμβάνει τη ρυμούλκηση, κατόπιν συμφωνίας

Το κόστος της ασφαλιστικής κάλυψης, καθώς και των περιπτώσεων που καλύπτει ένα ασφαλιστικό πακέτο, θα εξαρτηθούν από:

- Τον τύπο του σκάφους
- Την ηλικία του σκάφους
- Την κατάσταση του σκάφους
- Το είδος των καυσίμων
- Το ύψος της ασφαλιζόμενης αξίας και τη χρήση του σκάφους ( επαγγελματική ή ιδιωτική )

Άλλοι παράγοντες που συνεκτιμώνται στο κόστος της ασφαλιστικής κάλυψης είναι η εμπειρία του ιδιοκτήτη, για την οποία λαμβάνεται υπόψη ο χρόνος απόκτησης του διπλώματος, το ιστορικό των ατυχημάτων, η περιοχή και το χρονικό διάστημα πλεύσης του σκάφους.

Όσον αφορά τη σύνταξη του ασφαλιστηρίου, αυτή καθορίζεται ύστερα από την πρόταση του πράκτορα, ο οποίος αφού έχει εξετάσει τα στοιχεία του σκάφους και του πελάτη, είναι σε θέση να εκτιμήσει τους κινδύνους και να προτείνει τη τελική τιμή του συμβολαίου. Πέραν της συνέπειας και της εμπειρίας του ασφαλιστικού πράκτορα, μεγάλο ρόλο παίζει και το κύρος της ασφαλιστικής εταιρείας που θα πρέπει ο ασφαλιζόμενος να λάβει σοβαρά στα υπόψη προκειμένου να πετύχει το κατάλληλο ασφαλιστικό συμβόλαιο.

### **3.6 Τα σκάφη Που Προσφέρονται Και Τα Χαρακτηριστικά Τους**

Τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής που προσφέρονται στην Ελληνική αγορά του yachting κατανέμονται σε πέντε κατηγορίες και παρατίθενται παρακάτω (<http://www.greecead.com>) :

- Σκάφη 46.1 Ποδών
- Σκάφη 49.5 Ποδών
- Σκάφη 51.1 Ποδών
- Σκάφη 51.2 Ποδών
- Σκάφη 56.1 Ποδών

**Σκάφη 46.1 Ποδών**

Ολικό Μήκος: 14,10 μέτρα( 46,1 πόδια )	Καμπίνες: 2 πρυμναίες με διπλά κρεβάτια, 1 με διπλό κρεβάτι, 1 με 2 μονά κρεβάτια
Μήκος Κήτους: 13,54 μέτρα	
Γραμμή Ισάλων: 11,30 μέτρα	Κλίνες ( κουκέτες ): 10 άτομα
Συνδετήριος Δοκός Νομέων: 4,18 μέτρα	Δεξαμενή Καυσίμων: 460 lit
Μέγιστο Βύθισμα: 1,95 μέτρα	Δεξαμενή Νερού: 600 lit
Βάρος Βυθισμένης Τρόπιδας: 4,00 τόνοι	Επιφάνεια Ιστίων: 93 Τετραγωνικών Μέτρων
Τύπος Μηχανής: YANMAR: 56HP	

**Σκάφη 49.5 Ποδών**

Ολικό Μήκος: 14,95 μέτρα( 49,5 πόδια )	Καμπίνες: 2 Διπλές + 2 Τριπλές + 1 Κυβερνήτη
Μήκος Κήτους: 14,37 μέτρα	
Γραμμή Ισάλων: 12,60 μέτρα	Κλίνες ( κουκέτες ): 10 άτομα + 1 Κυβερνήτη
Συνδετήριος Δοκός Νομέων: 4,58 μέτρα	Δεξαμενή Καυσίμων: 400 lit
Μέγιστο Βύθισμα: 2,00 μέτρα	Δεξαμενή Νερού: 900 lit
Βύθισμα Κύτους: 1,30 μέτρα	Κεντρικό Ιστίο: 39,50 Τετραγωνικών Μέτρων
Βάρος Βυθισμένης Τρόπιδας: 3.700 KG	Τυλιγόμενα Ιστία ( Furling Genoa ): 70 Τετραγωνικών Μέτρων
Τύπος Μηχανής: YANMAR: 88HP	Naval Architects: Εσωτερική Studio Navale Κατασκευή: Ippokampos s.a.

**Σκάφη 51.1 Ποδών**

Ολικό Μήκος: 15,45 μέτρα( 51,1 πόδια )	Καμπίνες: 2 Διπλές + 2 Τριπλές + 1 Κυβερνήτη
Μήκος Κήτους: 14,91 μέτρα	
Γραμμή Ισάλων: 13,32 μέτρα	Κλίνες ( κουκέτες ): 10 άτομα + 1 Κυβερνήτη
Συνδετήριος Δοκός Νομέων: 4,58 μέτρα	Δεξαμενή Καυσίμων: 460 lit
Μέγιστο Βύθισμα: 2,00 μέτρα	Δεξαμενή Νερού: 900 lit



Εκτόπισμα: 14,700 KG	Κεντρικό Ιστίο: 39,50 Τετραγωνικών Μέτρων	
Βάρος Βυθισμένης Τρόπιδας: 4.090 KG	Τυλιγόμενα Ιστία ( Furling Genoa ): 70 Τετραγωνικών Μέτρων	Τρίγωνο Ιστίο ( φλόκος ): 160 Τετραγωνικών Μέτρων
Τύπος Μηχανής: YANMAR: 100 HP	Σχεδιασμός: Ocean Yachts SA	

### **Σκάφη 51.2 Ποδών**

Ολικό Μήκος: 15,95 μέτρα( 51,2 πόδια )	Καμπίνες: 4 + 1 Κυβερνήτη / 3 + 1 Κυβερνήτη
Μήκος Κήτους: 14,91 μέτρα	
Γραμμή Ισάλων: 13,32 μέτρα	Κλίνες ( κουκέτες ): 10 άτομα + 1 Κυβερνήτη / 6 άτομα + 1 Κυβερνήτη
Συνδετήριος Δοκός Νομέων: 4,58 μέτρα	Δεξαμενή Καυσίμων: 460 lit
Μέγιστο Βύθισμα: 2,00 μέτρα	Δεξαμενή Νερού: 960 lit
Εκτόπισμα: 15,700 KG	Κεντρικό Ιστίο: 39,50 Τετραγωνικών Μέτρων
Συνολική Επιφάνεια Ιστιών: 109,50 Τετραγωνικών Μέτρων	Τυλιγόμενα Ιστία ( Furling Genoa ): 70 Τετραγωνικών Μέτρων
Τύπος Μηχανής: YANMAR: 100 HP Turbo Diesel	Σχεδιασμός: Ocean Yachts SA

### **Σκάφη 56.1 Ποδών**

Ολικό Μήκος: 16,55 μέτρα( 56,1 πόδια )	Καμπίνες: 2 πρυμναίες με διπλά κρεβάτια + 2 με τρία κρεβάτια + 1 με 2 μονά κρεβάτια + 1 Κυβερνήτη
Μήκος Κήτους: 15,99 μέτρα	
Γραμμή Ισάλων: 14,33 μέτρα	Κλίνες ( κουκέτες ): Για 12 με 14 Άτομα
Συνδετήριος Δοκός Νομέων: 5,10 μέτρα	Δεξαμενή Καυσίμων: 750 lit
Μέγιστο Βύθισμα: 2,30 μέτρα	Δεξαμενή Νερού: 1300 lit
Εκτόπισμα: 22.500 KG	Κεντρικό Ιστίο: 59,20 Τετραγωνικών Μέτρων
Βάρος Βυθισμένης Τρόπιδας: 6.300 KG	Τυλιγόμενα Ιστία ( Furling Genoa ): 85 Τετραγωνικών Μέτρων
Τύπος Μηχανής: YANMAR: 140 HP Turb	Σχεδιασμός: Ocean Yachts SA

### 3.7 Τα Δημοφιλέστερα Προγράμματα Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης

Στη παρούσα ενότητα παρουσιάζονται, συνοπτικά, οι δημοφιλέστερες περιοχές προσφέρονται προγράμματα ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης στην Ελλάδα διάρκειας 1 και 2 εβδομάδων και παρουσιάζονται παρακάτω (<http://www.greecead.com>):

- Σποράδες Και Χαλκιδική
- Δωδεκάνησα
- Σαρωνικός Και Πελοπόννησος
- Ιόνιο
- Κυκλάδες Και Σαρωνικό



### 3.8 Τα Προβλήματα Του Κλάδου Yachting στην Ελλάδα

Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο Ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός, αφορούν κυρίως σε θέματα υποδομής και οργάνωσης των συνολικών υπηρεσιών του. Σύμφωνα με τους εκπροσώπους των εταιριών σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, εφόσον τα προβλήματα αυτά επιλυθούν στο κοντινό μέλλον, οι δυνατότητες ανάπτυξης του κλάδου καθίστανται αναμφισβήτητα μεγάλες, ιδιαίτερα μετά την ανεπανάληπτη προβολή της Ελλάδας με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας.

Ένα πρώτο σημαντικό πεδίο προβληματισμού για την ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Κλάδου Yachting έγκειται στις μαρίνες σκαφών, και ειδικότερα στην πληρότητα, τον εκσυγχρονισμό και την ασφάλεια αυτών, καθώς σύμφωνα με τις απόψεις που έχουν κατά καιρούς εκφρασθεί δημοσίως από αρκετούς παράγοντες του κλάδου, παρουσιάζεται μία σημαντική έλλειψη επαρκούς αριθμού θέσεων ελλιμενισμού. Όσον αφορά στην υποδομή που έχει δημιουργηθεί μέχρι σήμερα στην Ελλάδα, εκτιμάται ότι υπάρχουν 15.850 περίπου θέσεις σκαφών αναψυχής, εκ των οποίων οι 14.400 θέσεις ανήκουν σε μαρίνες, οι 1.360 περίπου θέσεις ανήκουν σε καταφύγια τουριστικών σκαφών, και οι υπόλοιπες 90 περίπου θέσεις σε ξενοδοχειακούς λιμένες.

Ένα ακόμα σημαντικό πρόβλημα για τον Ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό αποτελεί ο σχετικά περιορισμένος αριθμός εταιριών επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Είναι μάλιστα χαρακτηριστικό το γεγονός ότι στην Ελληνική Αγορά υπάρχουν 100 περίπου εταιρίες εκμεταλλεύσεως σκαφών και συναφών πλοίων, εκ των οποίων όμως, μόνον το 1/3 περίπου ασχολούνται αμιγώς με την εκμετάλλευση και ναύλωση σκαφών κάτω των 15 μέτρων και χωρίς μόνιμο πλήρωμα. Κατά το παρελθόν, ο αριθμός των εταιριών αυτών μεταβαλλόταν είτε ανοδικά είτε καθοδικά, αναλόγως με το μέγεθος της ναυλαγοράς, ενώ σε δύσκολες συγκυρίες, κάποιες από τις επιχειρήσεις αυτές αναγκάστηκαν να αποχωρήσουν από τον κλάδο.

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, ο αριθμός των απασχολούμενων στις επιχειρήσεις του κλάδου παρουσιάζει μία έντονη διακύμανση, έχοντας ανέλθει κατά καιρούς έως και το επίπεδο των 50.000 ατόμων. Στο πλαίσιο αυτό, οι κλαδικές εταιρίες αρχίζουν να καταβάλουν συστηματικότερες προσπάθειες βελτίωσης του τεχνολογικού εξοπλισμού τους, προκειμένου να καλύψουν το πρόβλημα του ελλιπούς – κυρίως τεχνικού - προσωπικού. Επισημαίνεται ότι για τον υπολογισμό του πραγματικού αριθμού των

απασχολουμένων στον κλάδο, θα πρέπει να συμπεριληφθούν και οι διάφοροι επαγγελματίες, το αντικείμενο εργασίας των οποίων έχει άμεση ή έμμεση σχέση με την υποστήριξη του yachting. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι τεχνικοί ναυαγοσωστικών μονάδων, βιοτεχνιών εξοπλισμού, επιχειρήσεων ανεφοδιασμού, κλπ.

Συνοπτικά, τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο κλάδος της ενοικίασης σκαφών αναψυχής είναι τα εξής:

- Σημαντική αύξηση των τελών των μαρίνων,
- Οργανωτικές ελλείψεις στις Ελληνικές μαρίνες,
- Έλλειψη τουριστικής νοοτροπίας,
- Ελλιπή κίνητρα για την ανανέωση του στόλου των επιχειρήσεων,
- Ανεπαρκής ναυτική παιδεία,
- Έλλειψη εξειδικευμένων ομάδων για την παροχή τεχνικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου,
- Απουσία σύγχρονης νομοθεσίας σχετικά με το θαλάσσιο τουρισμό,
- Ανεπαρκής εξυπηρέτηση των σκαφών.

### **3.9 Οι Θετικές Επιπτώσεις Του Yachting Στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), το προφίλ των τουριστών που επιλέγουν τις υπηρεσίες yachting στην Ελλάδα αφορά κυρίως σε αλλοδαπούς τουρίστες υψηλού εισοδήματος. Πιο συγκεκριμένα, την ίδια στιγμή που ο μέσος τουρίστας στην Ελλάδα ξοδεύει περίπου 75 δολάρια ανά ημέρα παραμονής, οι τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα με σκοπό να κάνουν θαλάσσιο τουρισμό δαπανούν περίπου 120 δολάρια ανά ημέρα παραμονής ανά άτομο.

Η οικονομική ανάπτυξη του κλάδου αλλά και τα οφέλη της Ελλάδας από το yachting αναμένονται να ενισχυθούν περαιτέρω στο μέλλον, μέσω μιας σειράς παραγόντων που συνδέονται με την αναβάθμιση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό. Στον εκσυγχρονισμό της εικόνας της χώρας προς το διεθνές περιβάλλον, συνέβαλαν καθοριστικά τόσο οι επιτυχημένοι σε κάθε επίπεδο Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας κατά το 2004, όσο και η μετέπειτα προσπάθεια από τις Ελληνικές αρχές να αναδυθεί αποτελεσματικότερα το νέο πρόσωπο της Ελλάδας, καθώς και οι προοπτικές ή ευκαιρίες που μπορεί να προσφέρει η χώρα στον ξένο τουρίστα, αλλά και τον επιχειρηματία.

Επισημαίνεται ότι στα ευρύτερα έσοδα που αφορούν στις ναυλώσεις και κατευθύνονται προς την Ελληνική οικονομία, θα πρέπει να συνυπολογισθούν τόσο οι δαπάνες που πραγματοποιούν οι ναυλωτές (ενοικιαστές των σκαφών αναψυχής) κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα (αποτελούν έσοδα των ίδιων των εταιριών του κλάδου), όσο και τα έσοδα που προέρχονται από μια σειρά επαγγελματών ή επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με την υποστήριξη του Ελληνικού yachting (όπως για παράδειγμα, έσοδα που συνδέονται με την κατανάλωση καυσίμων, τις υπηρεσίες διασκέδασης ή αναψυχής, κλπ.).

Θα πρέπει, ωστόσο να σημειωθεί πως η μεγιστοποίηση όλων αυτών των ωφελειών θα προέλθει κυρίως από τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ίδιων των εταιριών του κλάδου yachting στην Ελλάδα. Κατά τα τελευταία χρόνια, οι εταιρίες του κλάδου εντατικοποιούν τις προσπάθειές τους για την ταχύτερη ανανέωση του στόλου τους (πώληση και αγορά νέων μοντέρνων σκαφών κάθε 4-5 χρόνια), καθώς και παροχή ολοκληρωμένου πακέτου υπηρεσιών μέσω της διαχείρισης ιδιόκτητων ή μισθωμένων μαρίνων ανά την Ελλάδα.

## Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 3

### Ελληνική Βιβλιογραφία

- 1) Διακομιχάλης Μ., (2006α), Ο θαλάσσιος Τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού Τουρισμού και της σύνδεσής του με το Εθνολογικό σύστημα. Α δημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος.
- 2) Διακομιχάλης Μ., ( 2009 ), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- 3) Ευθυμάτου – Πουλάκου Α., (1994), Τουριστικό Δίκαιο, Αντώνης Σάκκουλας, Αθήνα – Κομοτηνή.
- 4) Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή Στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbook, Αθήνα, σ. 122.
- 5) ICAP, (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική Μελέτη.
- 6) ICAP, (2010) Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Κλαδική Μελέτη
- 7) Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998 α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα: Ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν. Αιγαίου, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος.
- 8) Χατζηνικολάου Ε., (2002), Το δίκαιο των Καταλυμάτων και των Λοιπών Τουριστικών Εγκαταστάσεων, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

### Ξένη Βιβλιογραφία

- 1) Abdul Hamid Saharuddin, National ocean policy- new opportunities for Malaysian ocean development, 2001, Volume 25, Issue 6, p.427-436, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271824&\\_u=er=3828026&\\_pii=S0308597X01000276&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=tool&\\_ar&\\_coverDate=30-Nov\\_2001&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVltzSkzV&\\_md5=9422c5fa63540b656b793887d301efcc/1-s2.0-S0308597X01000276-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271824&_u=er=3828026&_pii=S0308597X01000276&_check=y&_origin=article&_zone=tool&_ar&_coverDate=30-Nov_2001&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVltzSkzV&_md5=9422c5fa63540b656b793887d301efcc/1-s2.0-S0308597X01000276-main.pdf)
- 2) Adele Ladkin, Geographical space and yachting Tourism, 2002, [Volume 4, Issue 1](#), p.57-64, [International Journal of Tourism Research](#), Wiley, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.331/pdf>

- 3)A.Karanci, I.Guler, A.Ergin, A.C. Yalciner, DEMAND FORECASTING FOR YACHT TOURISM PLANNING IN TURKEY, Proceedings of the 2011 Conference on Coastal Engineering Practice, <http://www.yukselproje.com.tr/down/makaleler/50.pdf>
- 4) American Institute of Higher Education 6th International Conference Proceedings, 2011, Volume 4, Number 1, p.1-406, [http://www.amhighed.com/documents/charleston2011/AIHE2011\\_Proceedings.pdf](http://www.amhighed.com/documents/charleston2011/AIHE2011_Proceedings.pdf)
- 5) Anca TURTUREANU ,TOURISM PRODUCTS: CHARACTERISTICS AND FORMS, 2005, Volume 1, Issue 1, p.141-157, [ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS. OECONOMICA,](http://www.journals.univdanubius.ro/index.php/oeconomica/article/download/89/86)  
<http://www.journals.univdanubius.ro/index.php/oeconomica/article/download/89/86>
- 6) Anthony, E.J. ,The status of beaches and shoreline development options on the French Riviera: a perspective and a prognosis, 1997, Volume 3, Issue 2 , p.167-178, Journal of Coastal Conservation [http://spicosa.databases.eucc-d.de/files/documents/00000482\\_C3.169-178.pdf](http://spicosa.databases.eucc-d.de/files/documents/00000482_C3.169-178.pdf)
- 7) Arthur Haulot, Tourism and Coastal Environment, 1978, Volume 33 Issue 1, p.10-12, Emerald,  
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1713087&show=abstract>
- 8)C. Cencini ,M. Marchi ,S. Torresani ,L. Varani , The Impact of Tourism on Italian Deltaic Coastlands: Four Case Studies, 1988, Volume 11, Issues 4–5, p.353-374, Elsevier,  
[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272889&\\_user=3828026&\\_pii=0951831288900148&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1988&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIS-zSkWz&\\_md5=6a66a519ea872b65d1e7d3e386d29b38/1-s2.0-0951831288900148-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272889&_user=3828026&_pii=0951831288900148&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1988&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkWz&_md5=6a66a519ea872b65d1e7d3e386d29b38/1-s2.0-0951831288900148-main.pdf)
- 9)C.P. Cooper, I. Ozdil From mass to 'responsible'tourism: the Turkish experience, 1992, Volume 13, Issue 4, p.377-386, Elsevier,  
[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=026151779290005R&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1992&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkzk&\\_md5=ff001a8d9d9219fe25041d9d57a72281/1-s2.0-026151779290005R-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=026151779290005R&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkzk&_md5=ff001a8d9d9219fe25041d9d57a72281/1-s2.0-026151779290005R-main.pdf)



- 10) Derya ATLAY IŞIK 1 , A. Güldem CERİT, YACHT TOURISM EDUCATION: A STUDY ON CURRICULUMS, p.585-592, <http://web.deu.edu.tr/maritime/imla2008/Papers/63.pdf>
- 11) Damien Bo, Governance of French Yachting Harbours : A Case Study, 2006, hal-00462487, version 1, p. 1-17, HAL, series Working Papers, <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/46/24/87/PDF/GovernanceofFrenchYharbours.pdf>
- 12) Dr. Carlo Ferrari, Analysis of the United States Yachting/Boating Sector, 2007, p.1-115, Adventus Research, [http://nauticity.it/fileadmin/user\\_upload/PDF/USA\\_Boat\\_Industry\\_Final\\_Report.pdf](http://nauticity.it/fileadmin/user_upload/PDF/USA_Boat_Industry_Final_Report.pdf)
- 13) Emma Tompkins, W Neil Adger and Katrina Brown, Institutional networks for inclusive coastal management in Trinidad and Tobago, 2002, volume 34, p.1095-1111, Environment and Planning A, <http://www.uea.ac.uk/env/people/adgerwn/envplanA.pdf>
- 14) Geoffrey Wall, The Tourism Industry: Its Vulnerability and Adaptability to Climate Change, 2006, p.39-47 Parks Research Forum of Ontario, <http://casiopa.mediamouse.ca/wp-content/uploads/2010/05/PRFO-2004-CCProceedings-p39-47-Wall.pdf>
- 15) Grace Koshida, Wendy Avis, The Canada Country Study: Climate Impacts and Adaptation, 1998, p.1-242, NATIONAL SECTORAL VOLUME, <http://publications.gc.ca/collections/Collection/En56-119-7-1998E.pdf>
- 16) Hall M., (2001), Trends In Ocean and Coastal Tourism: The End Of The Last Frontier? Ocean and Coastal Management, 44 ( 9- 10): 601 – 648
- 17) H. COCCOSSIS, INTEGRATED COASTAL MANAGEMENT AND RIVER BASIN MANAGEMENT, 2004, [Volume 4, Issue 4-5](#), p.411-419, Water, Air & Soil Pollution: Focus, <http://www.springerlink.com/content/q282285v6r338208/fulltext.pdf>
- 18) John Davenport\*, Julia L. Davenport, The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: A review, 2006, [Volume 67, Issues 1–2](#), p.280-292, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272396&\\_user=3828026&\\_pii=S0272771405003999&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Mar-2006&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIB-zSkzk&\\_md5=a88536c674dc0ed1852e61b858ae049f/1-s2.0-S0272771405003999-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272396&_user=3828026&_pii=S0272771405003999&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Mar-2006&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIB-zSkzk&_md5=a88536c674dc0ed1852e61b858ae049f/1-s2.0-S0272771405003999-main.pdf)



- 19) JR Houston, international tourism and u.s. beaches, 1996, Cerc Volume 96, Issue 2, p.1-7, The cercular, Coastal Engeneering Research Center, <http://www.dtic.mil/cgibin/GetTRDoc?AD=ADA314680&Location=U2&doc=GefTRDc.pdf>
- 20) Martin Landre ,Analyzing yachting patterns in the Biesbosch National Park using GIS technology, 2009, [Volume 29, Issue 9](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamImageURL&_cid=271734&_user=3828026&_pii=S0166497209000789&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Sep-2009&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkzS&_md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf), p.602-610, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamImageURL&\\_cid=271734&\\_user=3828026&\\_pii=S0166497209000789&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Sep-2009&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIS-zSkzS&\\_md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamImageURL&_cid=271734&_user=3828026&_pii=S0166497209000789&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Sep-2009&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkzS&_md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf)
- 21) Mihail N. Diakomihalis,GREEK MARITIME TOURISM: EVOLUTION, STRUCTURES AND PROSPECTS, 2007, Volume 21, Issue 1, p.419-455, Elsevier, <http://202.114.89.60/resource/pdf/2358.pdf>
- 22) M.L. Martíneza,A. Intralawana, G. Vázquezb, O. Pérez-Maqueoa, P. Suttond, R. Landgraveb, The coasts of our world: Ecological, economic and social importance, 2007, [Volume 63, Issues 2-3](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamImageURL&_cid=271867&_user=3828026&_pii=S0921800906005465&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Aug-2007&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIB-zSkWz&_md5=71f4fac0160fd4dbeee884b9d5221a48/1-s2.0-S0921800906005465-main.pdf), p.254-272, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamImageURL&\\_cid=271867&\\_user=3828026&\\_pii=S0921800906005465&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=01-Aug-2007&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIB-zSkWz&\\_md5=71f4fac0160fd4dbeee884b9d5221a48/1-s2.0-S0921800906005465-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamImageURL&_cid=271867&_user=3828026&_pii=S0921800906005465&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Aug-2007&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIB-zSkWz&_md5=71f4fac0160fd4dbeee884b9d5221a48/1-s2.0-S0921800906005465-main.pdf)
- 23) Neil P. Buffett, Shaping the Shoreline: Fisheries and Tourism on the Monterey Coast, 2010, Volume 43, Issue 3, p.245-246 Journal of Social History, [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:YkzJCcr9CH4J:scholar.google.com/+Fisheries+and+Tourism+on+the+Monterey+Coast&hl=el&as\\_sdt=0.5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:YkzJCcr9CH4J:scholar.google.com/+Fisheries+and+Tourism+on+the+Monterey+Coast&hl=el&as_sdt=0.5)
- 24) Paul Krugman ,the role of geography In development, 1999, Volume22, Issue 2, p.142-161, international regional science review, <http://ebour.com.ar/pdfs/The%20Role%20of%20Geography%20in%20Development.pdf>
- 25)Simon Jennings, COASTAL TOURISM AND SHORELINE MANAGEMENT, 2004, Volume 31, Issue 4, p.899-922, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamImageURL&\\_cid=271796&\\_user=382](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamImageURL&_cid=271796&_user=382)

[8026&\\_pii=S0160738304000684&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Oct-2004&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-zSkzV&\\_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0160738304000684&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Oct-2004&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkzV&_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf)

26) Roger H. Charlier and Christian P. De Meyer, Tourism and the Coastal Zone: The Case of Belgium, 1992, Volume 18, Issues 2-4, p.231-240, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=ImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=096456919290026H&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1992&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-zSkWb&\\_md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=ImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=096456919290026H&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkWb&_md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf)

27) Susan C. Stonich a , Jerrel H. Sorensen b & Anna Hundt, Ethnicity, class, and gender in tourism development: The case of the Bay Islands, Honduras, 1995, [Volume 3, Issue 1](http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669589509510705), p.1-28, Journal of Sustainable Tourism, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669589509510705>

28) Sung-Gwi Kim and Y.J. Edward Kim, Overview of Coastal and Marine Tourism in Korea, 1996, Volume 7, Issue 2, p.46-53, THE JOURNAL OF TOURISM STUDIES, <http://traacanada-torc.ca/torc/downs1/coastal%20tourism%20korea.pdf>

29) Syriopoulos, A dynamic model of demand for Mediterranean tourism, 1995, [Volume 9, Issue 3](http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/758537633), p.318-336, International Review of Applied Economics, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/758537633>

30) Terry Davies and Sarah Cahill, Environmental Implications of the Tourism Industry, 2000, Discussion Paper 00-14, <http://www.csu.edu/cerc/documents/EnvironmentalImplicationsTourismIndustry2000.pdf>

31) Vincenzo Zappino, Caribbean Tourism and development: An overview, 2005, Discussion Paper No. 65, European Centre for Development Policy Management, [http://www.ecdpm.org/Web\\_ECDPM/Web/Content/Download.nsf/0/C8C6E56F7D60C182C125703C004F1873/\\$FILE/05-65e-VZ%20-Caribbean.pdf](http://www.ecdpm.org/Web_ECDPM/Web/Content/Download.nsf/0/C8C6E56F7D60C182C125703C004F1873/$FILE/05-65e-VZ%20-Caribbean.pdf)

32) V. Yepes† and J. R. Medina, Land Use Tourism Models in Spanish Coastal Areas. A Case Study of the Valencia Region, 2005, Special Issue 49, p.83-88, Journal of Coastal Research,

[http://www.xesc.cat/ET2050\\_library/docs/med/land\\_use\\_valencia.pdf](http://www.xesc.cat/ET2050_library/docs/med/land_use_valencia.pdf)

33) Yehuda L. Klein, Jeffrey P. Osleeb and Mariano R. Viola, Tourism-Generated Earnings in the Coastal Zone: A Regional Analysis, 2004, Volume 20, Issue 4, p.1080-1088, Journal of Coastal Research, <file:///C:/Users/SISSY/Desktop/dipl%20dim/2%20%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF/4299366.htm> 18) Theodore C.

## Ιστοσελίδες

[www.eot.gr](http://www.eot.gr)

[www.greecead.com](http://www.greecead.com)

[www.TravelDailyNews.gr](http://www.TravelDailyNews.gr)

## Κεφάλαιο 4

### Οι Μαρίνες Στην Ελλάδα – Η Σημασία Των Μαρίνων Στην Ανάπτυξη Του Θαλάσσιου Τουρισμού Και Του Yachting

#### 4.1 Μαρίνες Και Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον καθώς παρατηρείται αύξηση της ζήτησης του σε παγκόσμιο επίπεδο. Θεωρείται δε ευρέως ως μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του σύγχρονου τουρισμού, με σημαντική συμμετοχή στην τουριστική οικονομία των χωρών που αναπτύσσουν αυτό το είδος τουρισμού ενώ γενικότερα διαπιστώνεται μία τάση για συνεχή με ταχείς ρυθμούς ανάπτυξη, σύμφωνα με τη διεθνή επιστημονική βιβλιογραφία.

Όσον αφορά τη χώρα μας, ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, οι μεγάλες σε έκταση χιλιόμετρων ελληνικές ακτές, τα χιλιάδες ελληνικά νησιά, οι θαλάσσιες προστατευόμενες περιοχές που καλύπτουν χιλιάδες τετραγωνικά χιλιόμετρα, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον εναλλασσόμενο τοπίο της Ελλάδας, καθιστούν τη χώρα μας έναν πολύ ελκυστικό προορισμό για την ανάπτυξη της θαλάσσιων δραστηριοτήτων του τουρισμού. Τα παραπάνω πλεονεκτήματα ενισχύονται από την μακράιωνη ναυτική παράδοση της Ελλάδας και τις ευνοϊκές καιρικές συνθήκες που επιτρέπουν τα θαλάσσια ταξίδια. Τα ελληνικά πελάγη θεωρούνται ως τα πλέον ασφαλή. Οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι μικρές, ενώ οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση του ανέμου, το περιβάλλον, τις θερμοκρασίες και τη θάλασσα είναι ευνοϊκές και ομοιόμορφες.

Πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα διαθέτει ακτογραμμή περίπου 16.500 χιλιόμετρα, συμπεριλαμβανομένων περίπου 6.000 νησιών και νησίδων που αποτελούν περίπου το ήμισυ των ακτών της χώρας. Άξιο αναφοράς είναι πως το 33% του ελληνικού πληθυσμού ζει σε παράκτιες πόλεις ή χωριά σε απόσταση μικρότερη των δύο χιλιομέτρων από την ακτή. Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί πως για το 2005, τα εμπορεύματα που διακινήθηκαν σε όλα τα ελληνικά λιμάνια ανήλθαν σε 151 εκατομμύρια τόνους και ο αριθμός των επιβατών που διήλθαν από τα λιμάνια αυτά ανήλθαν σε 86 εκατομμύρια (EU Maritime Policies: Facts and figures – Greece, accessed on 4 February 2009, ([http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country\\_factsheets/greece\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country_factsheets/greece_en.pdf))).

Όπως έχει αναφερθεί και σε προηγούμενο κεφάλαιο, τα κύρια προϊόντα θαλάσσιου τουρισμού αποτελούν:

- Η διεθνής αγορά κρουαζιέρας
- Το yachting
- Η παράκτια τουριστική δραστηριότητα

Πολύ σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη του yachting είναι οι υποδομές και τα λιμάνια υποδοχής όπως και η δυνατότητα παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους επιβάτες των σκαφών αναψυχής στα τουριστικά λιμάνια.

Οι μαρίνες θεωρούνται πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του yachting. Πρόκειται για μεγάλα λιμάνια αναψυχής, που έχουν κατασκευασθεί ειδικά για να δέχονται περίπου 500-2000 σκάφη αναψυχής σε καθημερινή βάση. Μεταξύ άλλων, οι σύγχρονες μαρίνες δύναται να διαθέτουν ασφαλή αποβάθρα και αγκυροβόλια, οι υπηρεσίες ασφαλείας, χώρους για την απομάκρυνση και εξασφάλιση των πλοίων, θέσεις parking για τους ιδιοκτήτες των σκαφών ή τους επισκέπτες και εμπορικό κέντρο για τρόφιμα, προμήθειες ναυτιλίας και άλλα.

Άλλες σημαντικές υπηρεσίες που αναμένεται να προσφέρονται στους ιδιοκτήτες των σκαφών αναψυχής από μία σύγχρονη μαρίνα είναι οι χώροι υγιεινής, ντους, εστιατόρια, ταβέρνες, καθώς και ένα σταθμό υποδοχής των επισκεπτών, τελωνειακές υπηρεσίες, λιμενικές αστυνομία, υπηρεσία καιρού, και άλλα. Επιπλέον μεγάλες σύγχρονες μαρίνες έχουν τη δυνατότητα να διαθέτουν ναυπηγικούς και επισκευαστικούς τομείς για την συντήρηση και επισκευή σκάφη αναψυχής. Επιπλέον μία σύγχρονη μαρίνα θα πρέπει να παρέχει επίσης μια οργανωμένη διαδικασία συλλογής απορριμμάτων και βιολογικό καθαρισμό, έτσι ώστε η θάλασσα και το περιβάλλον να προστατεύονται από τη ρύπανση. Οι υπηρεσίες που παρέχονται στις μαρίνες μπορεί να διαφοροποιούνται σε σημαντικό βαθμό, ανάλογα με το βαθμό της ποιότητας που επιθυμείται να παρέχεται. Συνοπτικά θα παρουσιαστούν οι υπηρεσίες που οι σύγχρονες μαρίνες οφείλουν να παρέχουν στο σύνολο τους και αυτές είναι:

- Ελλιμενισμός
- Ασφάλεια και φύλαξη των σκαφών
- Επισκευές σκαφών
- Γραφείο Υποδοχής για την εξυπηρέτηση των πελατών
- Ηλεκτρική Ενέργεια και το Νερό
- Ανεφοδιασμός

- Ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Πρόσβαση στο διαδίκτυο Wi-Fi
- Ενημέρωση για τον καιρό
- Τηλέφωνα
- Τουαλέτες
- Χώροι στάθμευσης οχημάτων των πελατών της μαρίνας

Στα παρακάτω κομμάτια της ενότητα θα παρουσιαστεί η ιστοπλοία στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα θα γίνει αναφορά στις εγκαταστάσεις μαρίνων που διαθέτει η χώρα μας και η σύγκρισή τους με τους άλλες σε γειτονικές χώρες.

#### **4.2 Η Ιστορική Αναδρομή Του Yachting Και Των Μαρίνων στην Ελλάδα.**

Η ελληνική αγορά των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1970, όταν ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) είχε πραγματοποιήσει τη κατασκευή σταθμών υποδοχής των τουριστικών σκαφών αναψυχής και τη λειτουργία σε αυτούς πρατηρίων υγρών καυσίμων, υπηρεσιών αποθήκευσης, προμηθειών και παροχής άλλων συναφών υπηρεσιών σε πολλαπλά σημεία της χώρας στις αρχές της δεκαετίας του 1960. Η συμβολή του ΕΟΤ ήταν σημαντική όσον αφορά τη δημιουργία της αναγκαίας τεχνικής και θεσμική υποδομής του yachting και των μαρίνων στην Ελλάδα. Η μαρίνα της Βουλιαγμένης στα νότια προάστια της Αθήνας ήταν η πρώτη μαρίνα που θα λειτουργούσε (1963-1965) και ακλούθησαν οι μαρίνες της Ζέας (Πειραιάς), της Αρέτσου (Θεσσαλονίκη), του Αλίμου (Αθήνα), και των Γουβιών (Κέρκυρα).

Τη δεκαετία του 1980 παρατηρήθηκε ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού όπως και μεγάλη αύξηση του αριθμού των ιδιωτικών επαγγελματικών σκάφων αναψυχής. Το γεγονός αυτό οδήγησε στην ανάγκη της δημιουργίας ενός σύγχρονου νομοθετικού πλαισίου που θα επιλύσει τη πολυπλοκότητα του υφιστάμενου καθεστώτος και να διευκολύνει την εισροή των ιδιωτικών κεφαλαίων προς την ιδιαίτερη υποδομή του θαλάσσιου τουρισμού. Αυτή η ειδική υποδομή ήταν σχεδόν αποκλειστικά υπό κρατικό έλεγχο, εκτός της μαρίνας του ξενοδοχείου Πόρτο Καρράς στη Χαλκιδική, με στελέχη από τον ΕΟΤ, από τους δήμους όπως η μαρίνα της Γλυφάδας ή κεφάλαια από το λιμενικό ταμείο, όπως η μαρίνα της Πάτρας.

Πίσω στο 1976, η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που είχε καθορίσει το νομικό πλαίσιο για τη λειτουργία των εταιρειών που εκμεταλλεύονται σκάφη αναψυχής με στόχο την παροχή κινήτρων για την εν λόγω αγορά. Παραδόξως, θεσμικό πλαίσιο για την δημιουργία μαρίνων στην Ελλάδα δεν υπήρχε πριν από το 1993. Το υπάρχον νομικό καθεστώς καθορίζει μια σειρά διαδικασιών για την κατασκευή μιας μαρίνας και απαιτεί την έγκριση πολλών συναρμόδιων αρχών (Υπουργείο Οικονομικών, του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας, του Υπουργείου Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Δημοσίων Έργων, το Πολεμικό Ναυτικό, ΕΟΤ). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την δημιουργία αυτών των επενδύσεων να αποκλειστούν.

Στις μέρες μας, το yachting στην Ελλάδα είναι πολύ δημοφιλής δραστηριότητα μεταξύ των Ελλήνων και αλλοδαπών τουριστών και φαίνεται να απολαμβάνει αυξανόμενη ζήτηση. Ένα υψηλό ποσοστό των τουριστών που απολαμβάνουν τις υπηρεσίες yachting προέρχονται κυρίως από την Ευρώπη (Γερμανία, Ιταλία, Βρετανία, Γαλλία, Ολλανδία). Όσον αφορά τις προτιμήσεις των τουριστών για τις υπηρεσίες yachting, οι Αμερικανοί προτιμούν τη χρήση μηχανοκίνητων σκαφών ενώ οι Έλληνες τουρίστες συνήθως προτιμούν bareboats, όπως και επανδρωμένα σκάφη είτε μηχανοκίνητα είτε και ιστιοπλοικά σκάφη. Επιπλέον θα πρέπει να αναφερθεί πως σήμερα στην Ελλάδα υπάρχουν δύο μεγάλες επαγγελματικές ενώσεις των ιδιοκτητών σκαφών αναψυχής και αυτές είναι:

- Η Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού ( Ε. Π. Ε. Σ. Τ. )
- Το Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος ( Σ. Ι. Τ. Ε. Σ. Α. Π. ),

Με βάση την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Ε. Π. Ε. Σ. Τ., υπολογίζεται πως το ποσοστό των τουριστών του yachting, ως μέρος της συνολικής τουριστικής κυκλοφορίας της χώρας, φτάνει περίπου 1,5-2%. Όσον αφορά τη τουριστική περίοδο, αυτή διαρκεί επτά μήνες και συγκεκριμένα από τον Απρίλιο έως και τον Οκτώβριο ενώ θα πρέπει να σημειωθεί πως η ναυλαγορά στην Ελλάδα για τα μικρά και μεγάλα σκάφη παρουσιάζει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης.

Όσον αφορά τη ζήτηση για τις υπηρεσίες μαρίνας, αυτή καθορίζεται κυρίως από τρεις παράγοντες:

- Το κόστος των υπηρεσιών που παρέχονται από οργανωμένες μαρίνες και τα λιμενικά τέλη



- Τη ποσότητα και τη ποιότητα των θαλάσσιων υπηρεσιών που παρέχονται ανά θέση πρόσδεσης σε άλλες χώρες της Μεσογείου
- Τις εξελίξεις της αγορά σκάφη αναψυχής.

Επιπλέον η ζήτηση για τις υπηρεσίες στις μαρίνες ποικίλλει ανάλογα με την εποχή του έτους. Κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου, παρατηρείται μεγάλη αύξηση της κυκλοφορίας των σκαφών αναψυχής με αποτέλεσμα την υψηλότερη ζήτηση για διαμονή σε μαρίνες και λιμάνια. Αντίθετα, κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου παρατηρείται αύξηση στη ζήτηση για καταφύγια και για χώρους επισκευής και συντήρησης των σκαφών αναψυχής. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ, η ζήτηση για τις υπηρεσίες των εταιρειών σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα επικεντρώνεται κυρίως σε τρεις περιόδους:

- Από τον Ιούνιο μέχρι τον Αύγουστο που αντιστοιχεί στο 54% της συνολικής ζήτησης,
- Από τον Απρίλιο έως το Μάιο
- Από το Σεπτέμβριο έως τον Οκτώβριο που αντιστοιχεί στο 40% της συνολικής ζήτησης.

#### **4.3 Οι Μαρίνες Στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με τη Διοίκηση των Τουριστικών Λιμένων του Υπουργείου Ανάπτυξης, η Ελλάδα διαθέτει 55 καταφύγια, διαφόρων τύπων όπως τουριστικοί λιμένες, μαρίνες, καταφύγια σκαφών αναψυχής, κ.λπ., συνολικής χωρητικότητας 10.015 θέσεων ελλιμενισμού. Ωστόσο, μόνο ένα μικρό ποσοστό των καταφυγίων αυτών μπορούν να ταξινομηθούν και να καταχωρηθούν ως μαρίνες σύμφωνα με τις επίσημες προδιαγραφές.

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται οι υπάρχουσες μαρίνες στην ελληνική επικράτεια με τα βασικά χαρακτηριστικά.



**Πίνακας 18.** Οι μαρίνες στην ελληνική επικράτεια και τα βασικά χαρακτηριστικά τους

Πηγή: Greek National Tourism Organization, HVS Research

<u>Name</u>	<u>Location</u>	<u>Number of Berths</u>	<u>Number of Dry Dock Spaces</u>	<u>Maximum Length (m)</u>	<u>Blue Flag Award</u>	<u>Management</u>
<b><u>1. Marina Aretsou</u></b>	Kalamaria/ Thessaloniki	242	-	30		Tourism Development Co
<b><u>2 Marina Porto Sani Hotel</u></b>	Kassandra/ Chalkidiki	215	-	25	•	Marina Sani S.A.
<b><u>3 Marina Porto Karras Hotel</u></b>	Neos Marmaras/ Chalkidiki	315	150	55	•	Delos Marinas
<b><u>4 Marina Gouvia</u></b>	Tzavros/ Corfu	1,100	520	80	•	K. and G. Med. Marinas Management
<b><u>5 Marina Kleopatra</u></b>	Preveza	100	400	30		Ioannis and Ilias Tefas S.A
<b><u>6 Marina Vounaki</u></b>	Paleros/ Etoloakarnania	70 A	20	25		Stahtiaris - Achimastos S.
<b><u>7 Marina Lefkas</u></b>	Lefkada	620	280	40	•	K. and G. Med. Marinas Management
<b><u>8 Marina Patras</u></b>	Patras/ Achaia	450	30	25		Patra Port Authority S.A.
<b><u>9 Marina Xylokastro</u></b>	Xylokastro/ Korinthos	220	20	17	•	Greek State
<b><u>10 Marina Samos</u></b>	Samos	280	170	25		Delos Marinas
<b><u>11 Marina Zea</u></b>	Piraeus/ Attica	670	520	80		K. and G. Med. Marinas Management
<b><u>12 Marina Flisvos</u></b>	P. Faliro / Attica	302	—	70	•	Lamda Technol Flisvos Marina S.A
<b><u>13 Marina Faliro</u></b>	P. Faliro/ Attica	232	—	130		Marina Falirou S.A.
<b><u>14 Marina Alimos</u></b>	Alimos/ Attica	964	600	40		Tourism Development Co
<b><u>15 Marina Gryfada</u></b>	Glyfada/ Attica	780	—	30		Municipality of Glyfada
<b><u>16 Marina Vouliagmeni</u></b>	Vouliagmeni/ Attica	113	10	40		Tourism Development Co
<b><u>17 Marina Olympic Marine</u></b>	Lavrio/ Attica	680	700	32	•	Olympic Marine S.A.
<b><u>18 Marina</u></b>	Methana/	70	—	25		Municipality of

<b><u>Methana</u></b>	Attica					Methana
<b><u>19 Marina Kos</u></b>	Kos/ Dodecanese	250	150	50	•	Municipality of Kos
<b><u>20 Marina Mandraki</u></b>	Rhodes/ Dodecanese	120	—	30		Municipal Seaport Fund of South Dodecanese
<b><u>21 Marina Kalamata</u></b>	Kalamata/ Messinia	250	150	25		K. and G. Med. Marinas Management
<b><u>22 Marina Aghios Nikolaos</u></b>	Aghios Nikolaos/ Lassithi	255	100	50		K. and G. Med. Marinas Management
<b><u>23 Marina Lakki - Agmar</u></b>	Lakki/ Dodecanese	45	260	40		Agmar Marine S.A.
<b><u>24 Marina Leros</u></b>	Lakki/ Dodecanese	150	800	15		Marina Island of Leros Evros S.A.
<b><u>Total / Average</u></b>		<b>8.493</b>	<b>4.880</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	

Σύμφωνα με έρευνα του EOT και της HVS ( [www.hvs.com](http://www.hvs.com) ), η συνολική δυναμικότητας θέσεων ελλιμενισμού στη Ελλάδα, για το 2008, ανέρχεται σε 8.493 θέσεις και παρέχονται από τις 24 μαρίνες που βρίσκονται σε λειτουργία. Οι περισσότερες από τις λιμενικές εγκαταστάσεις βρίσκονται στην Αθήνα δεδομένου ότι η πλειοψηφία των ιδιοκτητών των θαλαμηγών και ιστιοφόρων ζουν στην πόλη των Αθηνών και επιθυμούν ο χώρος που θα προσφέρει καταφύγιο στα σκάφη τους να βρίσκονται κοντά στον τόπο κατοικίας τους. Οι θέσεις νεώριου καταγράφονται πάνω από 4.800, ενώ το μέσο μέγιστο μήκος των σκαφών που μπορούν να φιλοξενηθούν από τις μαρίνες ανέρχεται στα 42 μέτρα. Επιπλέον, από τις 24 μαρίνες μόνο οκτώ είναι βραβευμένες με Γαλάζια Σημαία αποκαλύπτοντας πολλές ευκαιρίες για τη βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρουν οι μαρίνες. Σήμερα, η διοίκηση των μαρίνων, στη πλειοψηφία των περιπτώσεων, ασκείται από δημόσιους φορείς και σε μικρότερο βαθμό από ιδιωτικούς φορείς. Σε πολλές περιπτώσεις, μαρίνες που ελέγχονται από δημόσιους φορείς, κλίνουν συμφωνίες και συμβάσεις μίσθωσης με μακροπρόθεσμο ορίζοντα με ιδιωτικές επιχειρήσεις διοίκησης και διαχείρισης μαρίνων.

Επιπροσθέτως, εκτός από τις θέσεις ελλιμενισμού που παρέχονται από τις δημόσιες και τις ιδιωτικές μαρίνες, περίπου 3.000 και πλέον σκάφη αναψυχής μπορούν να φιλοξενηθούν στα λιμάνια της Ελλάδας. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι πολλά λιμάνια στην Ελλάδα, εκτός των μεγάλων εμπορικών λιμένων του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης, διαθέτουν κατάλληλα διαμορφωμένα και εξοπλισμένα αγκυροβόλια και έχουν κατασκευαστεί υποδομές, όπως κυματοθραύστες που παρέχουν ασφαλή καταφύγιο στα σκάφη αναψυχής και τις βασικές υπηρεσίες, καταβάλλοντας ως αντίτιμο

τα σχετική λιμενικά τέλη. Τέτοια λιμάνια έχουν δημιουργηθεί σε περιοχές όπως το Μικρολίμανο του Πειραιά, στα νησιά της Αίγινας, του Πόρου, της Ύδρα, στις Σπέτσες, στη Ζάκυνθος, στην Ιθάκη, στη Κεφαλονιά, στη Λευκάδα, στους Παξούς, στην Ίο, στη Μύκονος, στη Πάτμος, στη Σύμη, στη Σάμο, στη Λέσβο, στη Χίο καθώς και στο Ναύπλιο, στο Γύθειο, στη Πύλο και σε άλλα μέρη.

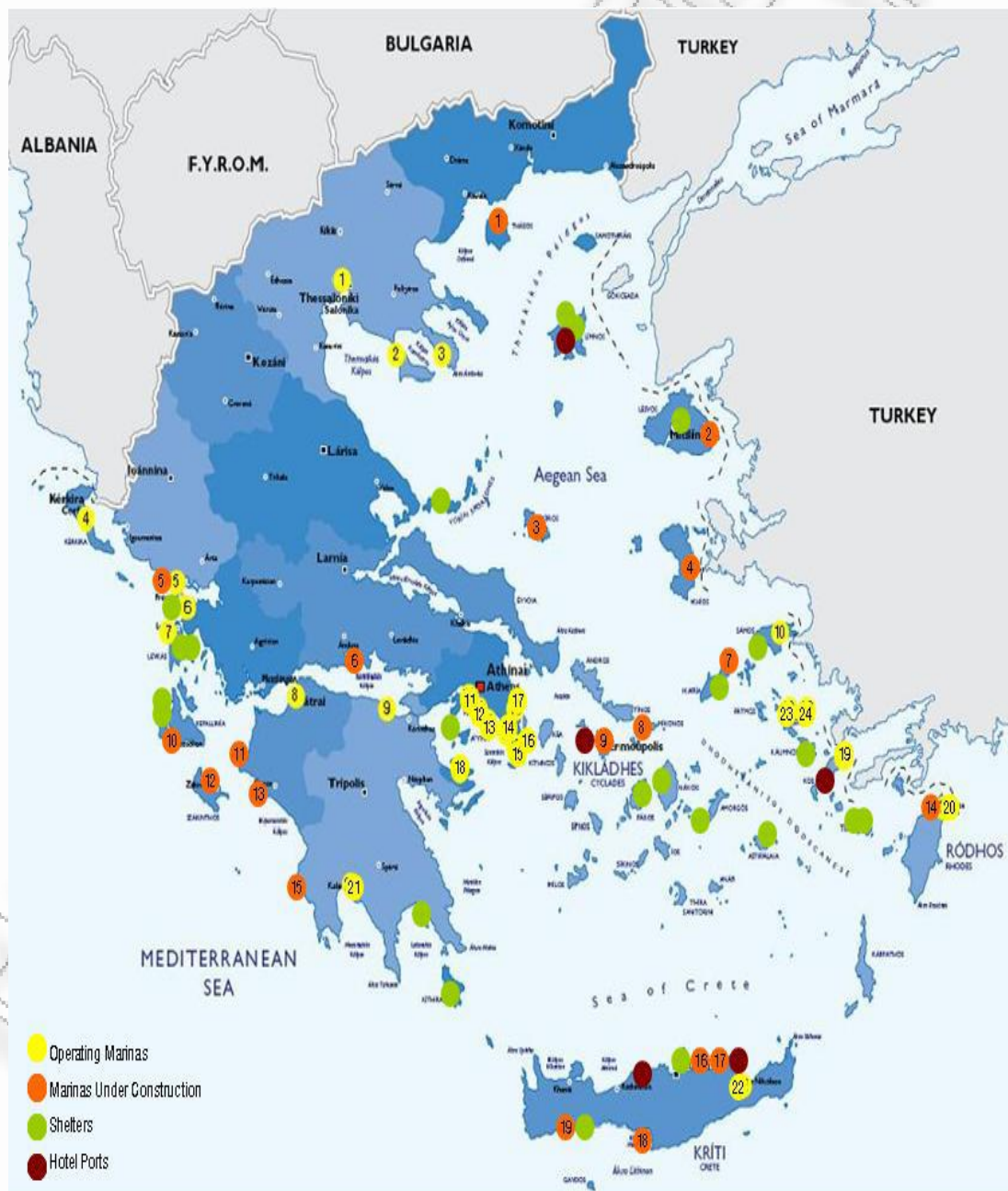
Παρόλο που κάποιος θα μπορούσε να υποθέσει πως κάθε ελληνικό νησί θα μπορούσε να διαθέτει μία μαρίνα, αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο οκτώ ελληνικά νησιά διαθέτουν μαρίνες. Ωστόσο, οι μαρίνες που αναμένεται να κατασκευαστούν στην Ελλάδα, οι περισσότερες προορίζονται για τα νησιά παρά για τις παραθαλάσσιες περιοχές της ηπειρωτικής χώρας. Σύμφωνα με πληροφορίες που δημοσιοποιήθηκαν από το Υπουργείο Ανάπτυξης, 73 καταφύγια είναι υπό κατασκευή με συνολικά 9.254 θέσεις ελλιμενισμού, από τα οποία τα 37 επιδοτούνται από κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάθε μία από τις μαρίνες που βρίσκονται υπό κατασκευή παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα και βρίσκονται σε διαφορετικές φάσης κατασκευής, αναμένεται να επιφέρουν περισσότερες από 4.200 θέσεις ελλιμενισμού του συνολικού δυναμικού της χώρας.

**Πίνακας 19.** Μαρίνες υπό κατασκευή - Ελλάδα 2009

Πηγή: HVS Research

<u>Location</u>	<u>City/Island</u>	<u>Berths</u>
<b>1 Limenaria</b>	Thassos	280
<b>2 –</b>	Mytilini	200
<b>3 Achilli Skyros Evia 150</b>	Skyros	150
<b>4 Kastello</b>	Chios	274
<b>5 –</b>	Preveza	261
<b>6 –</b>	Itea /Fokida	146
<b>7 Lefkada</b>	Ikaria /Samos	250
<b>8 Tourlos</b>	Mykonos	250
<b>9 Pidali</b>	Syros	254
<b>10 –</b>	Argostoli /Kefalonia	242
<b>11 –</b>	Kyllini /Iliia	150
<b>12 –</b>	Zakynthos	150
<b>13 –</b>	Katakolo /Iliia	235
<b>14 Sfaqia</b>	Rhodes	500
<b>15 –</b>	Pylos /Messinia	250
<b>16 Porto Gouves</b>	Crete /Heraklio	72
<b>17 Malia</b>	Crete /Heraklio	300
<b>18 Agia Galini</b>	Crete /Rethymno	112
<b>19 Paleochora</b>	Crete /Chania	140
<b><u>Total</u></b>		<b>4.216</b>

Στον παρακάτω χάρτη της Ελλάδας παρουσιάζονται οι μαρίνες που υπάρχουν στον Ελληνικό χώρο καθώς και τα μικρότερα λιμάνια και καταφύγια ξενοδοχείων. Όσον αφορά τα καταφύγια ξενοδοχείων, είναι ουσιαστικά μικρές μαρίνες ή φυσικά λιμάνια με περιορισμένες δυνατότητες και υπηρεσίες. Είναι προφανές ότι υπάρχουν σοβαρές επενδυτικές ευκαιρίες στις υποδομές μαρίνας, ιδίως σε ανεκμετάλλετες περιοχές όπως στην ανατολική ακτή της Αθήνας, τα παραλία της Κεντρικής και Βόρειας Ελλάδας, στα νησιά των Κυκλάδων και τη Κρήτη.

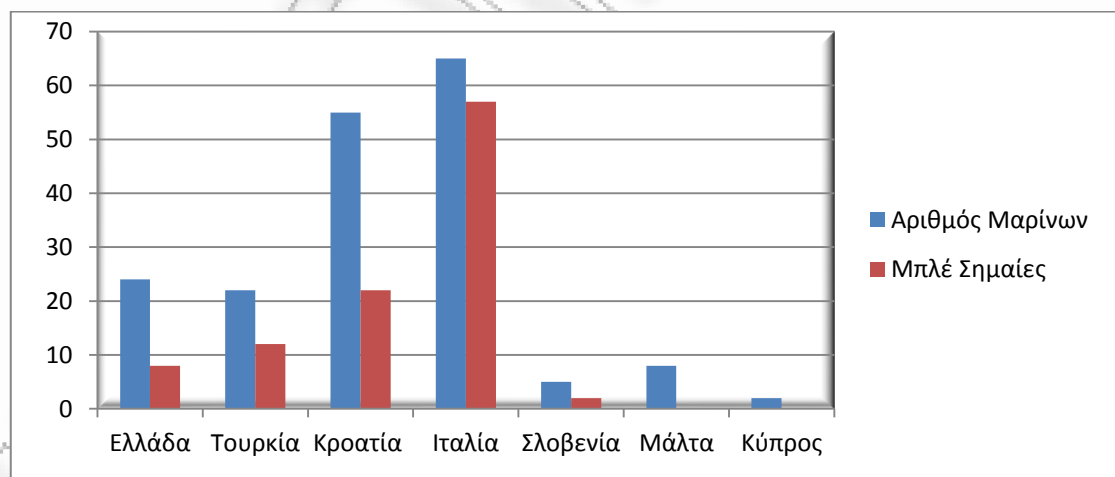


Πηγή: HVS Research

### 4.3 Ο Διεθνής Ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός για τις ελληνικές μαρίνες και το ελληνικό προέρχεται από το χώρες της νοτιοδυτικής Μεσογείου, τη Γαλλία, Ιταλία και την Ισπανία, όπως και από τις περιοχές της νοτιοανατολικής Μεσογείου, τη Τουρκία και τη Κροατία. Οι μαρίνες της νοτιοδυτικής Μεσογείου απορροφούν περίπου το 80% της συνολικής ζήτησης των υπηρεσιών μαρίνας στην περιοχή της Μεσογείου. Η Νοτιοανατολική ζώνη της Μεσογείου εξυπηρετεί το 14% της συνολικής ζήτησης, ενώ η υπόλοιπο 6% απορροφάται από την Αλγερία, το Μαρόκο, τη Κύπρος και την Αίγυπτο (Διακομιχάλης Μ., (2007), "Κεφάλαιο 13 Ελληνικού Τουρισμού στη Θάλασσα: Εξέλιξη, Δομές και Προοπτικές", Έρευνα στις Μεταφορές στην Οικονομία, 21, σ. 419-455)

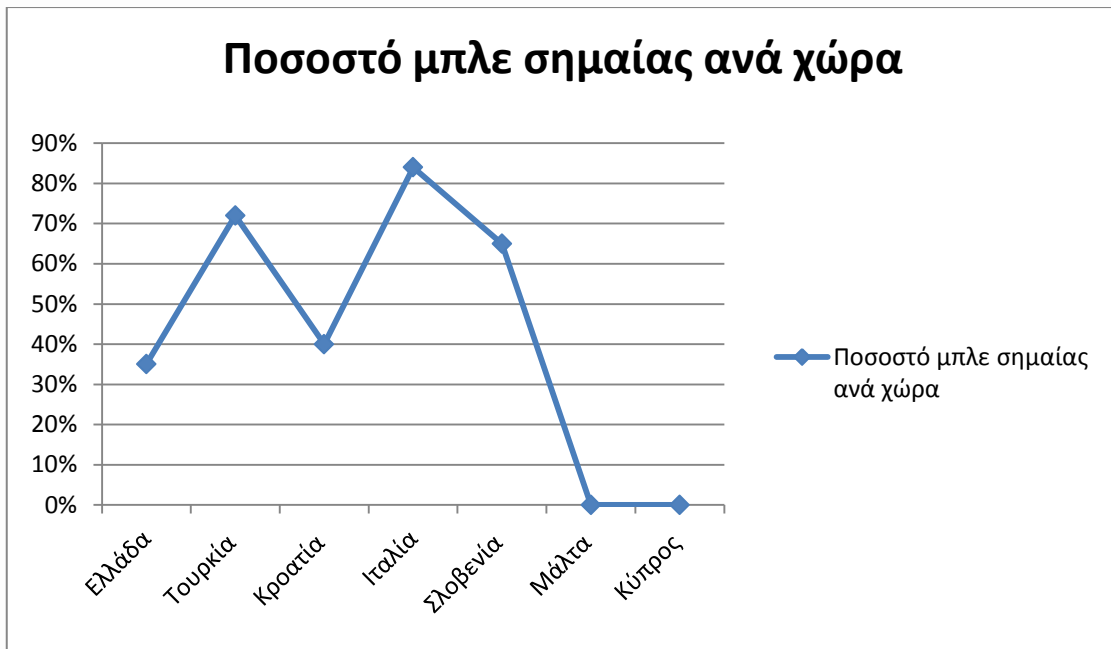
Στο σημείο αυτό θα συγκριθούν τα διάφορα δεδομένα που αφορούν τις μαρίνες στο νοτιοανατολικό τμήμα της Μεσογείου χώρες, δηλαδή την Ελλάδα, τη Τουρκία, τη Κροατία, την Ιταλία, τη Σλοβενία, τη Μάλτα και τη Κύπρος. Όσον αφορά τις Μαρίνες στις υπόλοιπες παράκτιες χώρες της Μεσογείου, όπως της πρώην Γιουγκοσλαβικής Δημοκρατίας καθώς και οι Βόρειες Αφρικανικές χώρες δεν ελήφθησαν υπόψη. Στα παρακάτω γραφήματα παρουσιάζεται ο αριθμός των μαρίνων σε καθεμία από τις χώρες οι οποίες υπόκεινται και στο αντίστοιχο ποσοστό της Γαλάζιας Σημαίας, που θεωρείται ως δείκτης της υψηλής ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν οι μαρίνες.



**Διάγραμμα 9.** Αριθμός Μαρίνων και Μπλε Σημαίες

Πηγή: HVS Research and Analysis





**Διάγραμμα 10.** Ποσοστό μπλε σημαίας ανά χώρα

**Πηγή:** HVS Research and Analysis

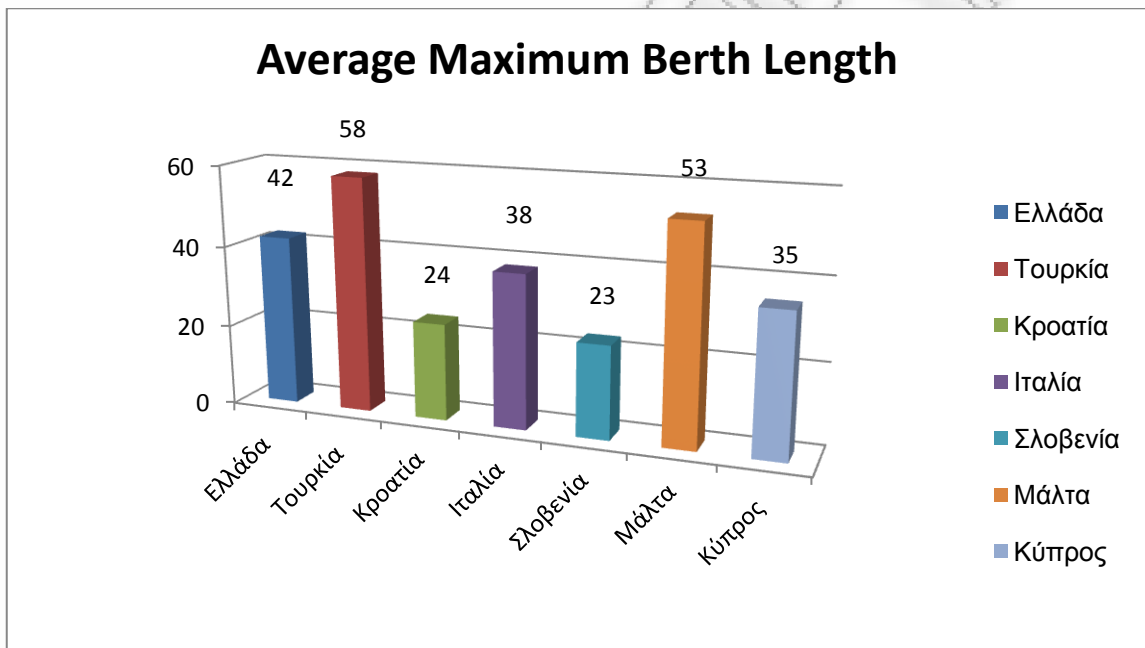
Όσον αφορά τις μαρίνες της Ιταλίας, περιλαμβάνονται μόνο εκείνες που συνδέονται με την Assomarinas, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο οδηγός Pagine Azzurre περιλαμβάνει περισσότερες από 250 μαρίνες και καταφύγια, γεγονός που αποδεικνύει την αναμφισβήτητη πρόοδο της ιταλικής πολιτικής για τον θαλάσσιο τουρισμό κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Στην Κροατία ο θαλάσσιος τουρισμός εμφανίζει πρωτοφανή ανάπτυξη, ύστερα από τη δεκαετία του 1980, διαθέτοντας αυτή τη στιγμή περισσότερες από 50 μαρίνες. Αναφορικά με την Ελλάδα, κατέχει την τρίτη θέση στον αριθμό των μαρίνων μεταξύ των χωρών που εξετάζονται και συνυπολογίζοντας το γεγονός ότι οι υπό κατασκευή μαρίνες δεν αναμένεται να ολοκληρωθούν στο προσεχές μέλλον, είναι πολύ πιθανό ότι η Τουρκία θα πάρει τη θέση της. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η δραστηριότητα του yachting στην Τουρκία άρχισε να εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια, ωστόσο, η ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού στη Τουρκία και σε συνδυασμό με το ευέλικτο νομικό πλαίσιο που διέπει τη δημιουργία μαρίνων και την οξυδέρκεια και διορατικότητα των εμπειρογνομώνων του τουρισμού της χώρας πρόκειται να εισάγουν δέκα επιπλέον μαρίνες στην αγορά στο άμεσο μέλλον. Τέλος, όσον αφορά τη Σλοβενία, τη Μάλτα και τη Κύπρο, πρόκειται για μικρές χώρες και δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, διαθέτουν περιορισμένο αριθμό μαρίνων και περιορίζονται λόγω του μικρού μήκους χιλιομετρικής τους ακτογραμμής.

Συγκρίνοντας τη χώρα μας με τις δυτικές χώρες της Μεσογείου, η Ελλάδα μειονεκτεί όχι τόσο στον αριθμό των εγκαταστάσεων μαρίνας αλλά στη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς οι μαρίνες στην Ελλάδα διαθέτουν χαμηλό ποσοστό στις μπλε σημαίες καθώς θεωρείται ως ένας σημαντικός δείκτης.

Το βραβείο της Γαλάζιας Σημαίας είναι ένα οικολογικό σήμα που απονέμεται σε πάνω από 3.200 παραλίες και μαρίνες σε 37 χώρες σε όλο τον κόσμο και προϋποθέτει έργο για την αειφόρο ανάπτυξη σε παραλίες και μαρίνες μέσω αυστηρών κριτηρίων που ασχολούνται με την ποιότητα του νερού, τη περιβαλλοντική εκπαίδευση και πληροφόρηση, τη διαχείριση του περιβάλλοντος, την ασφάλεια και άλλες υπηρεσίες. Η Ιταλία, η Κροατία και η Τουρκία κατατάσσονται στις τρεις πρώτες θέσεις με το μεγαλύτερο αριθμό των μπλε σημαίων σε μαρίνες, ενώ η Σλοβενία κατέχει την τρίτη θέση στην αντίστοιχη αναλογία των μαρίνων με μπλε σημαίες που διαθέτει ύστερα από το ρεκόρ της Ιταλίας με 84% και 72% της Τουρκίας. Όσον αφορά την Ελλάδα, έχει χαμηλή βαθμολογία καθώς διαθέτει πολύ χαμηλό ποσοστό σε μπλε σημαίες στις μαρίνες της, αποκαλύπτοντας τις αδυναμίες της ελληνικής αγοράς yachting απέναντι σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Τέλος, καμία από τις μαρίνες της Μάλτα και της Κύπρου δεν έχουν βραβευτεί με Γαλάζια Σημαία.

Σύμφωνα με ειδικούς της τουριστικής βιομηχανίας, τα έσοδα των μαρίνων στην Ελλάδα έχουν σημειώσει σημαντική αύξηση κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο δεκαετιών. Παρ'όλα αυτά, το κόστος των αγκυροβολιών στις ελληνικές μαρίνες είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο σε άλλες χώρες της Νοτιοανατολικής Μεσογείου. Η τιμή του καταφυγίου στις πιο ακριβές ελληνικές μαρίνες είναι 20-40% χαμηλότερη από τη μέση τιμή των μαρίνων στην περιοχή, αλλά είναι και κατά 30% υψηλότερη από τις αντίστοιχες τιμές στη Τουρκία, καθώς και εκείνης των χωρών της πρώην Γιουγκοσλαβικής Δημοκρατίας, όπως είναι της Κροατίας και της Σλοβενίας. Μέρος του ποσού των χαμηλών αυτών τιμών προέρχονται από τη χαμηλή ποιότητα των υπηρεσιών που οι μαρίνες στην Ελλάδα παρέχουν. Επιπλέον, θα πρέπει να σημειωθεί σε ότι αφορά τη τιμολογιακή πολιτική των μαρίνων, κατά τη διάρκεια της περιόδου χαμηλής ζήτησης, μαρίνες σε άλλες ανταγωνιστικές χώρες προωθούν ειδικές προσφορές (π.χ. έκπτωση ηλεκτρικής ενέργειας, δωρεάν ύδρευση, κλπ.), προκειμένου να προσελκύσουν ολοένα και περισσότερα σκάφη αναψυχής. Παρόλα αυτά, τέτοιου είδους τακτικές τιμολόγησης εξακολουθούν να μην είναι ευρέως διαδεδομένες μεταξύ των Ελληνικών επιχειρήσεων διαχείρισης μαρίνας, αν και είναι απαραίτητες ανάλογες ενέργειες καθώς επηρεάζουν τη ζήτηση των υπηρεσιών μαρίνας.

Παρακάτω παρατίθενται διαγράμματα που παρουσιάζουν κάποια πρόσθετα στατιστικά δεδομένα για τις επτά υπό εξέταση χώρες της νοτιοανατολικής Μεσογείου. Το μέσο μήκος των σκαφών που μπορούν να φιλοξενηθούν από τις μαρίνες, όπως και η μέση χωρητικότητα φιλοξενίας σκαφών στις μαρίνες και το μέγιστο αριθμό αγκυροβολίων που μπορούν να διαθέτουν οι μαρίνες, είναι αδύνατο να υπολογιστούν με ακρίβεια λόγω ανεπαρκών στοιχείων. Θα πρέπει να σημειωθεί πως ο αριθμός των αγκυροβολίων ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής προκύπτει από τη διαίρεση του συνολικού αριθμού των θέσεων ελλιμενισμού της χώρας με το αντίστοιχο μήκος της ακτογραμμής της.

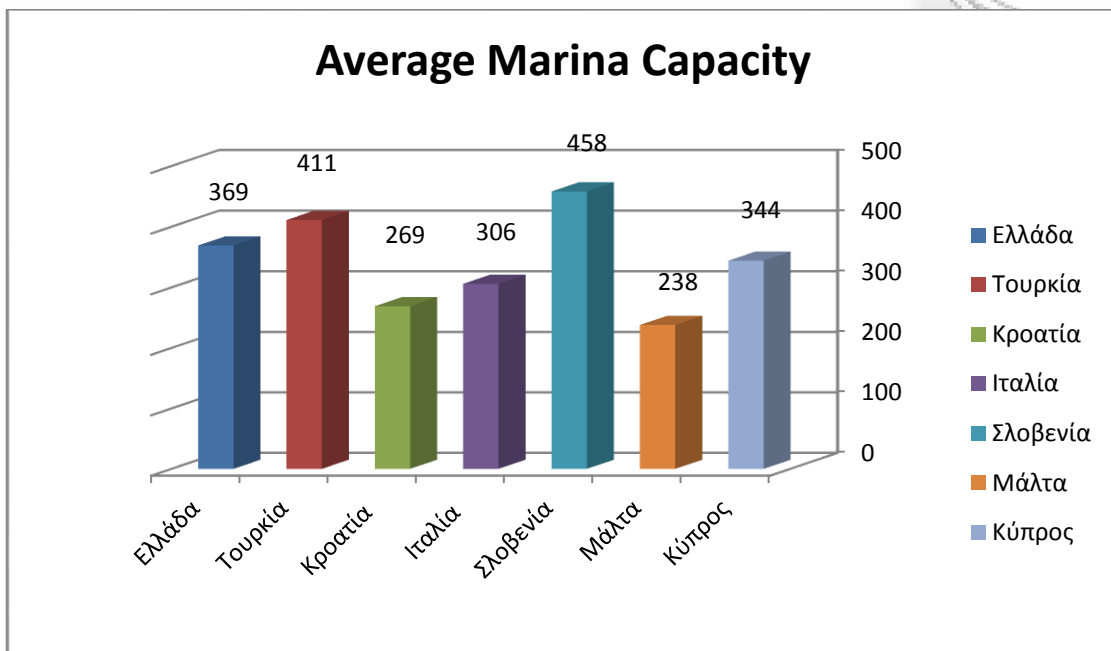


**Διάγραμμα 11.** Το μέσο μήκος των σκαφών που μπορούν να φιλοξενηθούν από τις μαρίνες

**Πηγή:** HVS Research and Analysis

Όσον αφορά το είδος των σκαφών αναψυχής που προσδένουν στις μαρίνες, η μέση μέγιστη διάρκεια του αγκυροβολίου στις μαρίνες αποτελεί ένδειξη του τι είδους σκάφη αναψυχής μπορούν να προσδέσουν στις μαρίνες της χώρας της εκάστοτε χώρας. Η Τουρκία έρχεται πρώτη σε αυτή τη κατηγορία ακολουθούμενη από τη Μάλτα και την Ελλάδα. Ως εκ τούτου, η δυνατότητα αυτών των χωρών αποτελεί έναν μαγνήτη για τα μεγάλα γιοτ και κατά συνέπεια, είναι ελκυστικότερες για πελάτες ιδιαίτερα υψηλού εισοδηματικού επιπέδου. Όσον αφορά την Ιταλία και τη Κροατία, ενώ μπορεί να διαθέτουν το μεγαλύτερο αριθμό των μαρίνων, φαίνεται όμως ότι τα περισσότερα από τα σκάφη αναψυχής που μπορούν να βρискουν καταφύγιο στις χώρες αυτές, πρόκειται για σκάφη μέχρι 38 και 24 μέτρων, αντίστοιχα.

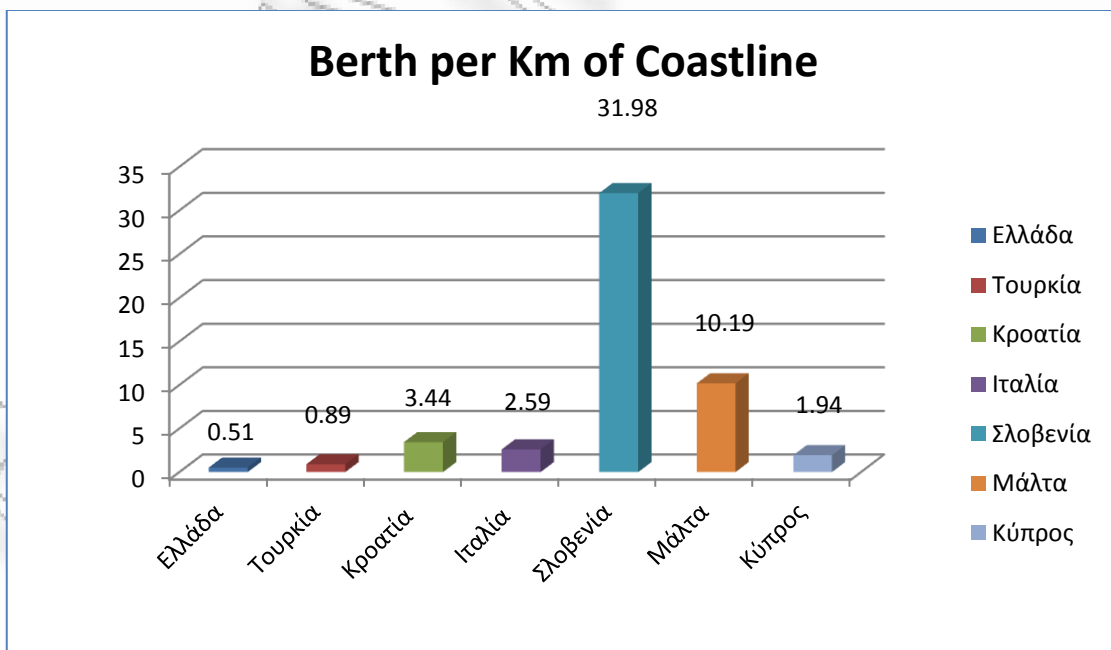




**Διάγραμμα 12.** Η μέση χωρητικότητα μαρίνας

**Πηγή:** HVS Research and Analysis

Η μέση χωρητικότητα κάθε μαρίνας, χρησιμοποιείται ως δείκτης για να καθορίσει το "μέγεθος" της εκάστοτε μαρίνας. Σε όλες τις χώρες οι οποίες υπόκεινται σε αυτό το δείκτη, διαθέτουν περισσότερες από 200 προβλήτες, με τις μεγαλύτερες μαρίνες να βρίσκονται στη Σλοβενία, στη Τουρκία και στην Ελλάδα.



**Διάγραμμα 13.** Θέσεις ελλιμενισμού σκαφών ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής

**Πηγή:** HVS Research and Analysis

Ο δείκτης που υποδηλώνει τις θέσεις ελλιμενισμού σκαφών ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής, αποκαλύπτει το βαθμό στον οποίο μια χώρα αξιοποιεί το πλεονέκτημα των ακτών της για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η Σλοβενία και η Μάλτα καταλαμβάνουν τις δύο πρώτες θέσεις στην κατηγορία αυτή, λόγω του περιορισμένου μήκους των ακτογραμμών τους, σε σύγκριση με τον αριθμό των θέσεων ελλιμενισμού που διαθέτουν. Επιπλέον, θεωρείται οξύμωρο το γεγονός ότι η Ελλάδα, η χώρα με το μεγαλύτερο, με διαφορά σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της νοτιοανατολικής Μεσογείου, μήκος ακτογραμμών, να έχει τη χαμηλότερη αναλογία στον αριθμό θέσεων ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής.

#### **4.4 Οι Μελλοντικές Εξελίξεις.**

Από τον Δεκέμβριο του 2008, όπως αναφέρεται και σε άρθρο της HVS με τίτλο "Το μεταβαλλόμενο πρόσωπο της Ελληνικής Αγοράς Φιλοξενίας", αναμένονται νέες, μεγάλης κλίμακας, επενδύσεις σε τουριστικά συγκροτήματα που θα μεταμορφώσει την εικόνα και τη δημοτικότητα της Ελλάδας θετικά ως τουριστικό προορισμό. Συγκεκριμένα αναμένονται νέες, μεγάλου μεγέθους πολυτελείς τουριστικές εγκαταστάσεις να εισέλθουν στην αγορά τα επόμενα χρόνια και πιστεύεται ότι η Ελλάδα θα εισέλθει δυναμικά στην αγορά πολυτελούς φιλοξενίας, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα των υποδομών και εγκαταστάσεων.

Νέες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις αναμένονται να δημιουργηθούν που θα περιλαμβάνουν νέες υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις μαρίνας αναμένεται να αυξήσουν την ικανότητά της Ελλάδας να προσελκύσει πελατεία συγκεκριμένων αγορών-στόχων, που διευκολύνουν την καλύτερη τοποθέτηση των ξενοδοχείων στη ευρύτερη τουριστική αγορά. Συμπερασματικά, η ναύλωση οποιουδήποτε τύπου σκαφών αναψυχής, όπως πολυτελή γιοτ, ιστιοπλοϊκά σκάφη, ταχύπλοα σκάφη και ούτω καθεξής, θεωρείται ως η πιο παραγωγική δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού, συμβάλλοντας παράλληλα στην αύξηση της άμεσης εισροής ξένου συναλλάγματος ( Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Π. Λύτρα (1998), Εισαγωγή στον τουρισμό, Interbooks, Αθήνα.).

Η επαρκής υποδομή των εγκαταστάσεων μαρίνας είναι ένα σημαντικό στοιχείο στην οικονομική υγεία και τη βιωσιμότητα των ελληνικών παράκτιων κοινοτήτων. Ανάπτυξη τόσο των μεγάλων όσο και των μικρότερων λιμένων συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική ευημερία τόσο των τοπικών οικονομιών καθώς και τις μεγαλύτερες περιφερειακές οικονομίες. Η ιστιοπλοϊα αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος και

απασχόλησης για τις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές της χώρας, δεδομένου ότι απευθύνεται κυρίως σε πελάτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου ενώ την ίδια στιγμή, η ζήτηση για τις υπηρεσίες αυτές απεικονίζει μία σημαντική αύξηση σε όλο τον κόσμο (Hall M. (2001), "Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier?", *Ocean and Coastal Management*, 44(9–10), 601–648).

Όσον αφορά την Ελλάδα, αποτελεί μονόδρομο η προσπάθεια επανατοποθέτησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Η χώρα μας δεν μπορεί, πλέον, να ανταγωνιστεί σε ένα βάση τη τιμή τους νέους ανταγωνιστικούς τουριστικούς προορισμούς σύμφωνα με την ισχύουσα τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζεται. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα διαθέτει όλα τα απαραίτητα εκείνα στοιχεία για να επαναπροσδιορίσει και να αναμορφώσει το τουριστικό της προϊόν και να λειτουργήσει στη παγκόσμια τουριστική αγορά πιο αποτελεσματικά και να διατηρήσει τη θετική φήμη που αποκτήθηκε κατά τα τελευταία χρόνια.

Επιπλέον, η ελληνική πολιτεία θα πρέπει να συνειδητοποιήσει τη δυναμική του τουρισμού καθώς και τα προβλήματα που προκαλούνται λόγω της στασιμότητας της διεύρυνσης του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας, η οποία έχει οδηγήσει σε μια μία σειρά προβληματισμών που διέπουν τον ελληνικό τουρισμό, όπως είναι η εποχικότητα και μείωση της ελκυστικότητας της Ελλάδας σε σύγκριση με άλλους προορισμούς στη Μεσόγειο. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να προωθηθούν κίνητρα για την τόνωση της επενδυτικής δραστηριότητας, να υπάρξουν ευέλικτες και αποτελεσματικές ρυθμίσεις που θα εμπλουτίσουν το υπάρχον τουριστικό προϊόν και να υποστηριχθούν σύνθετες επενδυτικές κινήσεις που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, υποδομές μαρίνας. Ήδη έχουν δημιουργηθεί κίνητρα στους υποψήφιους επενδυτές και που σκοπό έχουν να βοηθήσουν και να προωθήσουν κατασκευή μαρίνων, καθώς δίνεται η δυνατότητα η κατασκευή μαρίνας να υπόκειται στη χρηματοδότηση μέσω επιδοτήσεων από το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 - 2013 (πρόγραμμα του Ευρωπαϊκού κοινού ταμείου σε εθνικό επίπεδο). Συγκεκριμένα οι επενδύσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν μέχρι 40%, ανάλογα με τη τοποθεσία της μαρίνας, ενώ μπορεί να υπάρχει πρόσθετη επιδότηση της τάξης του 10% έως 20%, ανάλογα με το μέγεθος της επένδυσης.

Η Ελλάδα έχει τεράστιες και ανεκμετάλλευτες δυνατότητες για την ανάπτυξη και εκμετάλλευση του θαλάσσιου τουρισμού καθώς διαθέτει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, έναντι των ανταγωνιστριών χωρών, που βασίζεται στους εξής παράγοντες:

- Το μεγάλο συμπλέγμα των νησιών του Αιγαίου και του Ιονίου.
- Τις μεγάλες σε έκταση ακτές της.
- Το ευνοϊκό κλίμα.

Το υπάρχον δίκτυο από μαρίνες και καταφύγια σκαφών αναψυχής, αν και χρίζει ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη και βελτίωση τους, μπορεί να θέσει τις βάσεις για την έναρξη μιας νέας εποχής για το ελληνικό yachting, με τη προϋπόθεση ότι όλοι οι φορείς, δημόσιοι και ιδιωτικοί, που εμπλέκονται σε αυτό τον τομέα να συνεργαστούν αποτελεσματικά.

## Βιβλιογραφία κεφαλαίου 4

- 1) C. Michael Hall, Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?, 2001, Volume 44, Issues 9–10, p.601-618, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569101000710&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-2001&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-zSkzV&\\_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569101000710&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-2001&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzV&_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf)
- 2) Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, 1998, Volume 38, Issue 2, p.89-109, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569197000665&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=01-Apr-1998&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-zSkWb&\\_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569197000665&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Apr-1998&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkWb&_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf)
- 3) Diakomihalis M. (2007), "Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures, and Prospects", Maritime Transport: The Greek Paradigm, Research in Transportation Economics, Volume 21, 419–455.
- 4) Diakomihalis M., (2007), "Chapter 13 Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects", Research in Transportation Economics, 21, p. 419-455.
- 5) EU Maritime Policies: Facts and figures – Greece, accessed on 4 February 2009.
- 6) GRAEME J. INGLIS , VICTORIA I. JOHNSON , FERNANDO PONTE, Crowding Norms in Marine Settings: A Case Study of Snorkeling on the Great Barrier Reef, 1999, Volume 24, Issue 3, p.369-381, Environmental Management, <http://www.springerlink.com/content/pln5wewypbu9bv85/fulltext.pdf>
- 7) Hall M. (2001), "Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier", Ocean and Coastal Management, 44(9–10), 601–648.
- 8) Harilaos N. Psarftis and Apostolos D. Papanikolaou, IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES ON SHORTSEA SHIPPING IN GREECE, 1992, First European Research Roundtable Conference on Shortsea Shipping, Delft, the Netherlands, <http://www.martrans.org/docs/publ/REFEREED%20CONFERENCES/SSS%2092%20DELFT%201992.pdf>
- 9) Haritonidis, S, Marine research in Greece and the additional Greek marine research centres: Progress and present situation, 1995, Volume 49, Issue 1-4, p.417-422, Helgoländer Meeresuntersuchungen, <http://www.springerlink.com/content/a174j2675gk4501g/fulltext.pdf>

- 10) Igoumenakis N., Kravaritis K., and Lytras P. (1998), Introduction to tourism (in Greek), Interbooks, Athens.
- 11) Maja Uran and Daniela Gračan, THE ROLE OF NAUTICAL TOURISM IN THE PROCESS OF CREATING A CROATIAN COMPETITIVE PRODUCT, 2005, Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin, Slovenia, <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6573-03-9/uran.pdf>
- 12) Marc L. Miller, The Rise of Coastal and Marine Tourism, 1993, Volume 20, Issue 3, p.181-199, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900668&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIV-zSkWA&\\_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900668&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIV-zSkWA&_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf)
- 13) Mark B. Orams, Using Interpretation to Manage Nature-based Tourism, 1995, Vol. 4, No. 2, p.81-94, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, <http://www.spanglefish.com/DolphinSpaceProgramme/documents/Scientific%20Papers/Using%20interpretation%20to%20manage%20nature%20based%20tourism.pdf>
- 14) M. Carolyn Stewart, Sustainable Tourism Development and Marine Conservation Regimes, 1993, Volume 20, Issue 3, p.201-217, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900679&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVBA-zSkWz&\\_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900679&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVBA-zSkWz&_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf)
- 15) Mohd Nizam Basiron, MARINE TOURISM INDUSTRY - trends and prospects, 1997, Paper presented at the National Seminar on the Development of Marine Tourism Industry in South East Asia at Langkawi, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20costas/marine%20tourism%20industry%20in%20Malaysia.pdf>
- 16) Pavlos Papadimitriou, ( 2009 ), The Greek Marina Industry *Comparisons and Opportunities*, HVS – Athens Office, pp1-14.
- 17) P. Dee Boersma \*, Julia K. Parrish. Limiting abuse: marine protected areas, a limited solution, 1999, Volume 31, Issue 1, p.287-304, Elsevier, [http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma\\_Limiting.pdf](http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma_Limiting.pdf)
- 18) Richard Kenchington, Tourism in Coastal and Marine Environments--A Recreational Perspective, 1993, Volume 19, Issue 1, p.1-16, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900738&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIS-zSkWz&\\_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900738&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIS-zSkWz&_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf)

19)Tanya Greenwood and Gianna Moscardo, AUSTRALIAN AND NORTH AMERICAN COASTAL AND MARINE TOURISTS: WHAT DO THEY WANT?, 1999, p.253-260, Recent Advances in Marine Science and Technology(98), [http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable\\_tourism/pdf/GMSaxena.pdf](http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable_tourism/pdf/GMSaxena.pdf)

### **Ιστοσελίδες**

[www.hvs.com](http://www.hvs.com)

[http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country\\_factsheets/greece\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country_factsheets/greece_en.pdf)



## Κεφάλαιο 5

### Ο Διεθνής Θαλάσσιος Τουρισμός

#### 5.1 Η Διεθνής Αγορά Των Yachts Πολυτελείας

Από το 1992 και κάθε χρόνο δίνεται στη δημοσιότητα από το έγκυρο Αμερικανικό περιοδικό Showboats Magazine, η ετήσια έκδοση 'The Global Order Book', στη οποία και παρουσιάζεται ο αριθμός των super yachts, που πρόκειται για σκάφη αναψυχής άνω των 24 μέτρων, τα οποία κατασκευάζονται ή έχουν παραγγελθεί να κατασκευαστούν, με βάση της παραγγελίες σε περισσότερα από 120 ναυπηγεία σε ολόκληρο τον κόσμο. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 20, για το έτος 2008 κατασκευάστηκαν 916 super yachts σε ολόκληρο τον κόσμο, εκ των οποίων τα 856 σκάφη ήταν μηχανοκίνητα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία αναφέρονται στο σύνολο των super yachts χωρίς να γίνεται κάποιος διαχωρισμός σε αυτά που απευθύνονται σε επαγγελματική χρήση και σε αυτά που προορίζονται για ιδιωτική χρήση. Επιπλέον, σύμφωνα με το 'The Global Order Book' όσον αφορά τις παραγγελίες του 2009, αυτές ανήλθαν σε 1.019 yachts, σημειώνοντας αύξηση 11,2% σε σχέση με το 2008.

**Πίνακας 20.** Παγκόσμιες παραγγελίες super yachts ( 2000 – 2008 )

Πηγή: The Global Order Book

<u>Έτος</u>	<u>Ιστιοφόρα</u>	<u>Μηχανοκίνητα</u>	<u>Σύνολο</u>	<u>Ρυθμός Μεταβολής (%)</u>
<u>2000</u>	54	272	326	-
<u>2001</u>	63	365	428	31,3
<u>2002</u>	71	434	505	18,0
<u>2003</u>	68	413	481	-4,8
<u>2004</u>	62	445	507	5,4
<u>2005</u>	59	592	651	28,4
<u>2006</u>	52	636	688	5,7
<u>2007</u>	59	718	777	12,9
<u>2008</u>	60	856	916	17,9

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται οι παραγγελίες super yachts ανά μήκος σκάφους. Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2006, στην κατηγορία των ιστιοφόρων τη



μεγαλύτερη ζήτηση είχαν αυτά με μήκος 30 μέτρα έως 36 μέτρα, ενώ στην κατηγορία των μηχανοκίνητων σκαφών, πρώτα σε ζήτηση ήταν τα σκάφη μήκους από 24 μέτρα έως 27 μέτρα.

**Πίνακας 21.** Παγκόσμιες παραγγελίες super yachts ( ιστιοφόρων ) ανά μήκος σκάφους ( 2000 – 2008 )

Πηγή: The Global Order Book

<u>Μήκος</u> <u>Μέτρα</u>	<u>Σε</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>
<u>24 – 27</u>		17	18	13	11
<u>27 – 30</u>		8	8	8	4
<u>30 – 36</u>		14	9	16	13
<u>36 - 45</u>		15	13	12	12
<u>45 - +</u>		14	14	10	12
<u>Σύνολο</u>		68	62	59	52

**Πίνακας 22.** Παγκόσμιες παραγγελίες super yachts ( μηχανοκίνητων ) ανά μήκος σκάφους ( 2000 – 2008 )

Πηγή: The Global Order Book

<u>Μήκος</u> <u>Μέτρα</u>	<u>Σε</u>	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>
<u>24 – 27</u>		114	122	194	205
<u>27 – 30</u>		46	59	63	82
<u>30 – 36</u>		100	103	129	133
<u>36 - 45</u>		69	70	103	98
<u>45 - +</u>		84	91	103	118
<u>Σύνολο</u>		413	445	592	636

Όσον αφορά τη κατασκευή των εν λόγω σκαφών, η ηγέτιδα χώρα στην κατασκευή, γενικώς, σκαφών αναψυχής είναι η Ιταλία το μερίδιο της οποίας για το 2008 ανήλθε στο 46,6%, καθώς επί συνόλου 916 super yachts, τα 427 κατασκευάστηκαν σε ιταλικά ναυπηγία.

**Πίνακας 23.** Παραγγελίες super yachts στην Ιταλία ( 2000 – 2008 )

Πηγή: The Global Order Book

<u>Έτος</u>	<u>Ιταλία</u>	<u>Σύνολο</u>	<u>Μερίδιο Ιταλίας (%)</u>
<u>2000</u>	100	326	30,7
<u>2001</u>	140	428	32,7
<u>2002</u>	170	505	33,7
<u>2003</u>	178	481	37,0
<u>2004</u>	189	507	37,3
<u>2005</u>	249	651	38,2
<u>2006</u>	260	688	37,8
<u>2007</u>	347	777	44,7
<u>2008</u>	427	916	46,6

Οι Η.Π.Α. ακολουθεί στη δεύτερη θέση στη κατασκευή σκαφών στη παγκόσμια κατάταξη με 104 σκάφη για το 2008, ενώ στη τρίτη θέση βρίσκεται η Ολλανδία με 65 σκάφη. Με κριτήριο το μέσο μήκος του σκάφους, την πρώτη θέση κατέχει η Γερμανία ( 90 μέτρα ). Αναφορικά για το 2009, η Ιταλία εξακολουθεί να διατηρεί τη πρώτη θέση με 523 παραγγελίες ( μερίδιο 51,3 % επί του συνόλου 1.019 παραγγελιών ), ακολουθούν οι Η.Π.Α. με 113 παραγγελίες και μερίδιο 11%, η Ολλανδία με 77 παραγγελίες και μερίδιο 6,4% και η Γερμανία με 32 παραγγελίες και μερίδιο 3,1%.

**Πίνακας 24.** Οι πρώτες 10 χώρες κατασκευαστές super yachts ( 2008 )

Πηγή: The Global Order Book

<u>Χώρα</u>	<u>Σκάφη</u>	<u>Συνολικό Μήκος Σε Μέτρα</u>	<u>Μέσο Μήκος Σε Μέτρα</u>
<u>Ιταλία</u>	427	15.080	35
<u>Η.Π.Α.</u>	104	4.054	39
<u>Ολλανδία</u>	65	3.196	49
<u>Γερμανία</u>	31	2.780	90
<u>Ταϊβάν</u>	71	2.093	29
<u>Βρετανία</u>	57	1.762	31
<u>Τουρκία</u>	38	1.589	42
<u>Αυστραλία</u>	21	811	39
<u>Κίνα</u>	23	674	29
<u>Νέα Ζηλανδία</u>	13	527	41

Η Ευρωπαϊκή βιομηχανία σκαφών αναψυχής έχει ήδη γνωρίσει μία περίοδο ενοποίησης στο παρελθόν, με τις μεγαλύτερες εταιρείες να απορροφούν ή να

εξαγοράζουν μικρότερες και περισσότερο αδύναμες μονάδες. Όσον αφορά τα 10 πρώτα ναυπηγία super yachts στον κόσμο, η κορυφαία κατασκευάστρια εταιρεία γιότ μήκους άνω των 80 ποδιών, είναι η ιταλική Azimut – Benetti με 69 σκάφη για το 2006. Ακολουθεί η επίσης η ιταλική Ferretti Group με 77 σκάφη, ενώ στη Τρίτη θέση βρίσκεται η βρετανική Sunseeker με 49 σκάφη. Θα πρέπει να αναφερθεί πως η Ferretti Group εξαγοράστηκε το 2006 από τον βρετανικό όμιλο private equity Candover. Για το 2009, η Azimut – Benetti εξακολουθεί να παραμένει στην πρώτη θέση με 111 σκάφη συνολικού μήκους 3.972 μέτρα και ακολουθεί η Ferretti Group με 97 σκάφη συνολικού μήκους 3.093 μέτρα.

**Πίνακας 25.** Οι 10 πρώτες κατασκευάστριες εταιρείες super yachts στον κόσμο (2006)

Πηγή: The Global Order Book

<u>Κατασκευαστής</u>	<u>Σκάφη</u>	<u>Συνολικό Μήκος Σε Μέτρα</u>	<u>Μέσο Μήκος Σε Μέτρα</u>
<u>Azimut – Benetti</u>	69	2.576	37
<u>Ferretti Group</u>	77	2.456	32
<u>Sunseeker</u>	49	1.330	27
<u>Rodriguez Group</u>	36	1.036	29
<u>Royal Denship</u>	29	907	31
<u>FIPA Group</u>	21	719	34
<u>Feadship</u>	11	642	58
<u>Lurssen</u>	9	632	70
<u>Horizon</u>	22	604	27
<u>Trinity</u>	12	579	48

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφερθεί πως ισχυρή και σταθερά ανερχόμενη δύναμη στον τομέα της ναυπηγικής εμφανίζεται η Κίνα, η οποία σύμφωνα με διεθνής μελέτες εκτιμάτε ότι το 2012 θα συγκεντρώσει το ήμισυ περίπου της παγκόσμιας ναυπηγικής δραστηριότητας. Σε αυτή την εκτίμηση συντελούν πολλοί παράγοντες όπως το χαμηλό εργατικό κόστος, η εύκολη πρόσβαση σε φθηνή πρώτη ύλη όπως είναι ο χάλυβας και σε συνδυασμό της στήριξης του κλάδου από την κυβέρνηση της χώρας αποτελούν παράγοντες που ενισχύουν τη συγκεκριμένη τάση.

Ενώ κατά το παρελθόν η παραγωγή των ναυπηγιών ήταν σε μεγάλο βαθμό τυποποιημένη με αποτέλεσμα τη κατασκευή πανομοιότυπων σκαφών, οι απαιτήσεις των πελατών έχουν πλέον αυξηθεί καθώς πολλοί από αυτούς ζητούν τη σχεδίαση, κατασκευή και διαρρύθμιση του σκάφους να γίνει με βάση τις δικές τους επιθυμίες, προσωπικές ανάγκες και απαιτήσεις.

## 5.2 Μαρίνες Και Αγκυροβόλια Στην Ευρώπη

Όσον αφορά τον αριθμό των μαρίνων και αγκυροβολίων στην Ευρώπη, γίνεται σχετική αναφορά στον πίνακα 5.2.1 που βασίζεται στα στοιχεία του ICOMIA. Το διεθνές συμβούλιο ICOMIA ( International Council Of Marine Industry Associations – [www.lcomia.com](http://www.lcomia.com) ) ιδρύθηκε το 1965 έχοντας ως στόχο την ενσωμάτωση όλων των εθνικών συνδέσμων που σχετίζονται με τον κλάδο σκαφών αναψυχής, σε έναν παγκόσμιο οργανισμό με απώτερο σκοπό την αντιπροσώπευση τους σε διεθνές επίπεδο. Συγκεκριμένα :

- Διοργανώνει για τα μέλη του συνέδρια όπου εξετάζονται τα προβλήματα του κλάδου και αποφασίζονται η πολιτική που πρέπει να εφαρμοστεί
- Προτείνει λύσεις για τη βελτίωση της ασφάλειας των σκαφών
- Αντιπροσωπεύει τα μέλη στους επίσημους φορείς και αρχές και προασπίζει τα δικαιώματά τους
- Ενημερώνει τα μέλη του για τις εξελίξεις που συντελούνται στον κλάδο, για την ισχύουσα νομοθεσία και για τις τάσεις που επικρατούν

Μία από τις εννέα επιτροπές του ICOMIA είναι η IMC η οποία ειδικεύεται στη διαχείριση και λειτουργία μαρίνων και γενικότερα των τουριστικών λιμένων, με θέματα αρμοδιότητάς της την ασφάλεια, την προστασία του περιβάλλοντος, την ανάπτυξη νέων πρακτικών και εφαρμογών και άλλα θέματα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICOMIA, οι Γερμανία συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό σε μαρίνες – τουριστικούς λιμένες για το 2006 με 2.647 λιμένες, ενώ η Βρετανία παρουσιάζει τον μεγαλύτερο αριθμό σε αγκυροβόλια – τουριστικά καταφύγια 225.000 αγκυροβόλια. Τέλος τις περισσότερες θέσεις ελλιμενισμού ανά αγκυροβόλιο τις εμφανίζει η Ολλανδία με 15 θέσεις ανά αγκυροβόλιο. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι μαρίνες και τα αγκυροβόλια στην Ευρώπη για το 2006.

**Πίνακας 26.** Οι μαρίνες και τα αγκυροβόλια στην Ευρώπη (2006).

Πηγή: ICOMIA

<u>Χώρα</u>	<u>Αριθμός Σκαφών Αναψυχής</u>	<u>Μαρίνες – Τουριστικοί Λιμένες</u>	<u>Αγκυροβόλια – Τουριστικά Καταφύγια</u>	<u>Θέσεις Ελλιμενισμού Ανά Αγκυροβόλιο</u>
<u>Βρετανία</u>	463.019	500	225.000	2
<u>Γαλλία</u>	725.935	376	224.000	3
<u>Γερμανία</u>	441.530	2.647	-	-
<u>Ιρλανδία</u>	25.067	34	3.900	6
<u>Ιταλία</u>	400.000	105	128.042	3
<u>Κροατία</u>	105.000	123	13.878	8
<u>Νορβηγία</u>	692.000	300	-	-
<u>Ολλανδία</u>	280.000	1.200	18.800	15
<u>Πολωνία</u>	51.170	290	-	-
<u>Πορτογαλία</u>	55.000	28	7.845	7
<u>Σουηδία</u>	753.000	1.000	200.000	4
<u>Φινλανδία</u>	731.000	1.750	80.500	9

### 5.3 Η Ανάπτυξη Του Θαλάσσιου Τουρισμού Στη Μεσόγειο

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στο Μεσογειακό χώρο υπήρξε ραγδαία ιδιαίτερα από τη δεκαετία του 1960 και ύστερα. Παρόλα αυτά υπήρξαν πολλές διακυμάνσεις στη ζήτηση καθώς πολλές φορές επηρεάστηκε από διάφορες συγκυρίες όπως ήταν ο πόλεμος του Κόλπου, ο πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία ή τρομοκρατικές επιθέσεις που επηρέασαν την εξερχόμενη κίνηση κυρίως των Αμερικανών τουριστών οι οποίοι και αποτελούν και την κύρια πελατεία των κρουαζιέρων. Γεωγραφικά ο Μεσογειακός θαλάσσιος τουρισμός εντοπίζεται στα βόρεια παράλια της Μεσογείου, ενώ τα τελευταία χρόνια σημαντική είναι η ανάπτυξη και στα ανατολικά όπου βρίσκεται και η χώρα μας. Εκτός από την Ισπανία ( με επίκεντρο τις Βαλεαρίδες νήσους ), την Ιταλία ( με επίκεντρο το κοσμοπολίτικο Capri αλλά και τη Σικελία και τη Σαρδηνία) και τη Γαλλία ( με την Κυανή Ακτή και την Κορσική), οι οποίες κατέχουν σημαντική θέση από τη σκοπιά της ζήτησης και της προσφοράς υπηρεσιών θαλάσσιου τουρισμού ως παραδοσιακές αγορές, θα πρέπει να αναφερθεί πως η Κροατία, η Τουρκία, η Κύπρος, η Μάλτα και φυσικά η Ελλάδα, αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς. Το 2006 πραγματοποιήθηκαν 2.017 κρουαζιέρες στη Μεσόγειο με 138 πλοία συνολικής χωρητικότητας 131.710 καμπίνων με 22 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις, ενώ

μεταφέρθηκαν συνολικά 2,1 εκατομμύρια επιβάτες. Οι κρουαζιέρες ήταν μέσης διάρκειας 9 ημερών.

Δεδομένου ότι η υφιστάμενη ζήτηση θέσεων ελλιμενισμού υπερβαίνει αρκετά τη προσφορά, αρκετά είναι τα σκάφη εκείνα που ελλιμενίζονται σε εμπορικά και επιβατικά λιμάνια, σε αλιευτικά καταφύγια ακόμα και σε λιμενίσκους ναυταθλητικών ομίλων. Η έντονη στενότητα θέσεων στο βορειοδυτικό παραλιακό άξονα της Μεσογείου, όπως ήδη παρατηρείται από τη δεκαετία του 1980, σε συνδυασμό με το βαθμιαίο αυξανόμενο κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών, οδήγησε σε πιέσεις για θέσεις ελλιμενισμού στη βορειοανατολική λεκάνη της Μεσογείου και στο νότιο άξονά της, όπου παρατηρείται σημαντική αύξηση των σύγχρονων μαρίνων.

Ενδιαφέρουσα περίπτωση θεωρείται η περίπτωση της Τουρκίας, η οποία από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 κινητοποιείται συστηματικά στο χώρο των μαρίνων, με αποτέλεσμα σήμερα να προηγείται της Ελλάδας τόσο σε αριθμό μαρίνων, όπου διαθέτει 25 μαρίνες σε λειτουργία, όσο και σε οργάνωση και επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η Τουρκία έχει πετύχει να προσελκύσει πελατεία για μόνιμο, για διαχείμαση, ή προσωρινό ελλιμενισμό. Η Τουρκία, αν και προωθεί συστηματικά θαλάσσιες διαδρομές στα παράλια της, στην πράξη έχει κατορθώσει να ελλιμενίζει και να εκμεταλλεύεται τουριστικά σκάφη που κινούνται προς τα Ελληνικά νησιά, αξιοποιώντας έτσι το συγκριτικό πλεονέκτημα που δε κατόρθωσε να εκμεταλλευτεί έγκαιρα η Ελλάδα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η Τουρκία έχει υιοθετήσει το μοντέλο των φθηνών ξύλινων σκαφών, καθώς σήμερα διαθέτει 3.000 τέτοια σκάφη γνωστά και ως γκουλέτες, που ναυπηγούνται σε Τουρκικά ναυπηγεία και ναυλώνονται πάντοτε με πλήρωμα.

Αναφορικά με τη Κύπρο, το πλεονέκτημά της έγκειται στη γεωγραφική της θέση, με αποτέλεσμα μεγάλο μέρος των που την επισκέπτονται για διακοπές να συνδυάζει μία ολιγόημερη κρουαζιέρα σε κοντινούς προορισμούς της Μέσης ανατολής, όπως στο Ισραήλ. Όσον αφορά τις μαρίνες και τα αλιευτικά καταφύγια, 450 θέσεις ελλιμενισμού λειτουργούν στη μαρίνα της Λάρνακας, άλλες 250 θέσεις ελλιμενισμού λειτουργούν στη Λεμεσό, στη μαρίνα του Αγίου Ραφαήλ, ενώ στη χώρα λειτουργούν επίσης και αρκετά αλιευτικά καταφύγια. Ωστόσο, σημαντικές είναι οι επενδύσεις που πρόκειται να υλοποιηθούν στη Κύπρο, σε μια προσπάθεια προσέλκυσης τουρισμού υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και σε συνδυασμό με την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Το μεγαλύτερο και πλέον φιλόδοξο έργο αφορά τη κατασκευή της μαρίνας της Λεμεσού χωρητικότητας 1.000 θέσεων ελλιμενισμού. Το συγκεκριμένο έργο περιλαμβάνει τη κατασκευή τεχνητού νησιού και η αξία της επένδυσης εκτιμάται σε 230

εκατομμύρια Ευρώ με έτος αποπεράτωσης το 2013. Το δεύτερο μεγαλύτερο έργο προορίζεται για τη Λάρνακα όπου η υπάρχουσα μαρίνα θα αναβαθμιστεί και θα μεγεθυνθεί προκειμένου να εξυπηρετεί 1.000 σκάφη, μεταξύ των οποίων κρουαζιερόπλοια και super yachts. Το κόστος αυτής της επένδυσης εκτιμάται στο 1 δισεκατομμύριο Ευρώ με χρονικό ορίζοντα αποπεράτωσης το 2016. Επιπλέον ακόμα 3 μαρίνες πρόκειται να κατασκευαστούν στη Κύπρο και θα είναι στη περιοχή της Πάφου με 1.000 θέσεις, στην Αγία Νάπα με 900 θέσεις και στο Παραλίμνι με 250 θέσεις.

Τα τελευταία χρόνια, αλματώδης είναι η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Κροατία, γεγονός που τη καταδεικνύει ως σημαντικό διεθνές κέντρο yachting στη Μεσόγειο. Στην εν λόγω χώρα δημιουργήθηκαν, μόνο τη τελευταία δεκαετία, 102 σύγχρονες μαρίνες κατά μήκος των Δαλματικών ακτών με επίκεντρο τη περιοχή του Dubrovnik, ενώ πρόκειται να ξεκινήσει η κατασκευή μίας ακόμα κατάλληλης μαρίνας για σκάφη Mega yachts στη περιοχή Sibenik. Τη τελευταία πενταετία ο ανταγωνισμός που δέχεται η Ελλάδα από τη Κροατία είναι ιδιαίτερα οξύς προσελκύοντας κυρίως Ιταλικά σκάφη. Στο Μαυροβούνιο, έχει αποφασιστεί τα τελευταία χρόνια, η κατασκευή 4 μαρίνων, ενώ θα πρέπει να σημειωθεί πως η επένδυση της κατασκευής μαρίνας στη περιοχή Tivat περιλαμβάνει τον επανασχεδιασμό ολόκληρης της πόλης με την κατεδάφιση παλαιών κτιρίων και ανέγερση νέων παραδοσιακής αρχιτεκτονικής. Όσον αφορά τη Μάλτα, λειτουργούν 4 μαρίνες συνολικής δυναμικότητας 1.800 θέσεων, ενώ στόχος της χώρας είναι η ιδιωτικοποίηση τους. Τέλος, στην Ιταλία βρίσκεται σε εξέλιξη γιγαντιαίο κρατικό σχέδιο κατασκευής 60 νέων μαρίνων συνολικής χωρητικότητας 50.000 θέσεων, ενώ αρκετές μαρίνες υπό κατασκευή βρίσκονται στο Μονακό, την Ισπανία και τη Γαλλία. Ειδικότερα η Ιταλία και η Ισπανία έχουν επικεντρωθεί στη κατασκευή μαρίνων που διαθέτουν ειδικές εγκαταστάσεις για την υποδοχή κρουαζιερόπλοιων ( cruise terminal ), ενώ θα πρέπει να σημειωθεί πως το 75% περίπου της χωρητικότητας των μαρίνων της Μεσογείου καλύπτουν οι εγκαταστάσεις της Ιταλίας, της Γαλλίας και της Ισπανίας.

## Βιβλιογραφία Κεφαλαίου 5

- 1)C. Michael Hall, Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?, 2001, Volume 44, Issues 9–10, p.601-618, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569101000710&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-2001&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-zSkzV&\\_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569101000710&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-2001&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzV&_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf)
- 2)Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, 1998, Volume 38, Issue 2, p.89-109, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569197000665&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=01-Apr-1998&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-zSkWb&\\_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569197000665&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Apr-1998&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkWb&_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf)
- 3)GRAEME J. INGLIS , VICTORIA I. JOHNSON , FERNANDO PONTE, Crowding Norms in Marine Settings: A Case Study of Snorkeling on the Great Barrier Reef, 1999, Volume 24, Issue 3, p.369-381, Environmental Management, <http://www.springerlink.com/content/pln5wewypbu9bv85/fulltext.pdf>
- 4) Harilaos N. Psaraftis and Apostolos D. Papanikolaou, IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES ON SHORTSEA SHIPPING IN GREECE, 1992, First European Research Roundtable Conference on Shortsea Shipping, Delft, the Netherlands, <http://www.martrans.org/docs/publ/REFEREED%20CONFERENCES/SSS%2092%20DELFT%201992.pdf>
- 5) Haritonidis, S, Marine research in Greece and the additional Greek marine research centres: Progress and present situation, 1995, Volume 49, Issue 1-4, p.417-422, Helgoländer Meeresuntersuchungen, <http://www.springerlink.com/content/a174j2675gk4501g/fulltext.pdf>
- 6)ICAP, (2010) Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Κλαδική Μελέτη
- 7) ICOMIA ( International Council Of Marine Industry Associations – [www.lcomia.com](http://www.lcomia.com))
- 8) Igoumenakis N., Kravaritis K., and Lytras P. (1998), Introduction to tourism (in Greek), Interbooks, Athens.
- 9)Maja Uran and Daniela Gračan, THE ROLE OF NAUTICAL TOURISM IN THE PROCESS OF CREATING A CROATIAN COMPETITIVE PRODUCT, 2005, Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin, Slovenia, <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6573-03-9/uran.pdf>



- 10) [Marc L. Miller](#), The Rise of Coastal and Marine Tourism, 1993, [Volume 20, Issue 3](#), p.181-199, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900668&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIV-zSkWA&\\_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900668&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIV-zSkWA&_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf)
- 11) [Mark B. Orams](#), Using Interpretation to Manage Nature-based Tourism, 1995, Vol. 4, No. 2, p.81-94, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, <http://www.spanglefish.com/DolphinSpaceProgramme/documents/Scientific%20Papers/Using%20interpretation%20to%20manage%20nature%20based%20tourism.pdf>
- 12) [M.Carolyn Stewart](#), Sustainable Tourism Development and Marine Conservation Regimes, 1993, [Volume 20, Issue 3](#), p.201-217, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900679&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVBA-zSkWz&\\_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900679&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVBA-zSkWz&_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf)
- 13) [Mohd Nizam Basiron](#), MARINE TOURISM INDUSTRY - trends and prospects, 1997, Paper presented at the National Seminar on the Development of Marine Tourism Industry in South East Asia at Langkawi, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20costas/marine%20tourism%20industry%20in%20Malaysia.pdf>
- 14) P. Dee Boersma \*, Julia K. Parrish. Limiting abuse: marine protected areas, a limited solution, 1999, [Volume 31, Issue 1](#), p.287-304, Elsevier, [http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma\\_Limiting.pdf](http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma_Limiting.pdf)
- 15) [Richard Kenchington](#), Tourism in Coastal and Marine Environments--A Recreational Perspective, 1993, [Volume 19, Issue 1](#), p.1-16, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900738&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIS-zSkWz&\\_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900738&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIS-zSkWz&_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf)
- 16) Showboats Magazine, η ετήσια έκδοση ' The Global Order Book'
- 17) Tanya Greenwood and Gianna Moscardo, AUSTRALIAN AND NORTH AMERICAN COASTAL AND MARINE TOURISTS: WHAT DO THEY WANT?, 1999, p.253-260, Recent Advances in Marine Science and Technology(98), [http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable\\_tourism/pdf/GMSaxena.pdf](http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable_tourism/pdf/GMSaxena.pdf)

## Κεφάλαιο 6

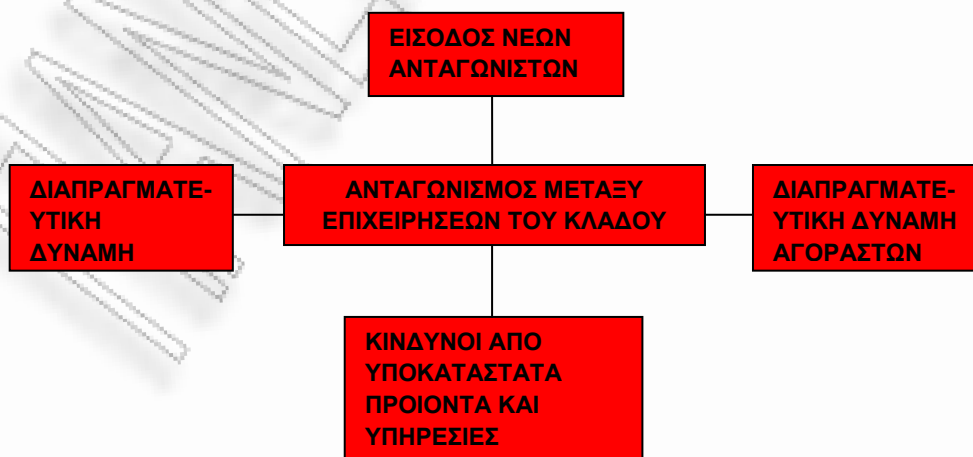
### Συμπεράσματα Και Προοπτικές Του Κλάδου

#### ΓΕΝΙΚΑ

Αρχικά θα πρέπει να ειπωθεί πως η Ελλάδα είναι από τις χώρες εκείνες που αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης σε διεθνές επίπεδο. Παράγοντες όπως ο πολιτισμός, η μεγάλη ακτογραμμή, το πλήθος των νησιών, το φυσικό περιβάλλον, το ήπιο μεσογειακό κλίμα και το εναλλασσόμενο τοπίο, την καθιστούν ως ένα ιδανικό μέρος για την ανάπτυξη του θαλασσίου τουρισμού και ειδικότερα των υπηρεσιών ενοικίασης σκαφών αναψυχής. Τα ελληνικά νησιά θεωρούνται παγκοσμίως ως ένας ασφαλής προορισμός για ευχάριστη διαμονή και διασκέδαση, αλλά και για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας συνδεδεμένης κυρίως με τον τομέα του τουρισμού. Ο επαγγελματικός θαλάσσιος τουρισμός, καθώς απευθύνεται κυρίως σε ξένους τουρίστες με υψηλό εισόδημα, είναι μια από τις σημαντικές συναλλαγματοφόρες πηγές για την εθνική οικονομία.

#### Ανάλυση Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

Για την ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος θα χρησιμοποιηθεί η ανάλυση του porter και θα βασιστεί στη σχετική μελέτη της ICAP με τίτλο "Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής" που πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο του 2010.



## **Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών**

Από τεχνοοικονομικής σκοπιάς, η είσοδος νέων ανταγωνιστών στον κλάδο δεν θεωρείται ιδιαίτερα εύκολη. Η απόκτηση ενός σύγχρονου σκάφους (που θα είναι περισσότερο ανταγωνιστικό) απαιτεί σημαντικές επενδύσεις, έχει σχετικά μακρύ χρονικό ορίζοντα απόσβεσης και ενέχει δυσκολίες. Απαιτείται ο προσεχτικός σχεδιασμός ως προς τη σκοπιμότητα και τη βιωσιμότητα της επένδυσης, η εξεύρεση των απαιτούμενων κεφαλαίων, η προβολή και η διαφήμιση κυρίως στο εξωτερικό και η στελέχωση με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό. Σημαντικό μέρος της επένδυσης στο συγκεκριμένο κλάδο αφορά επίσης και το κόστος ελλιμενισμένου και συντήρησης των σκαφών.

## **Κίνδυνοι από Υποκατάστατες Υπηρεσίες**

Η εναλλακτική δυνατότητα της πραγματοποίησης μιας οργανωμένης κρουαζιέρας μέσω ενός κρουαζιερόπλοιου, καθώς επίσης και οι διάφορες άλλες μορφές τουρισμού οι οποίες συνδέονται με τον ήλιο και τη θάλασσα παρέχοντας συνδυασμό περιπέτειας και ψυχαγωγίας, μπορούν να θεωρηθούν ως υποκατάστατα του επαγγελματικού yachting.

## **Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών**

Οι κατασκευαστές σκαφών (ναυπηγεία) είναι οι σημαντικότεροι προμηθευτές για τις εταιρίες εκείνες που δραστηριοποιούνται με το yachting. Πέραν όμως αυτών, εταιρείες που εκμεταλλεύονται - διαχειρίζονται μαρίνες και λιμένες, αποτελούν επίσης βασικούς προμηθευτές υπηρεσιών για τις εταιρείες του κλάδου. Οι δύο προαναφερόμενες κατηγορίες προμηθευτών διαθέτουν ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη. Όσον αφορά τους λοιπούς προμηθευτές υπηρεσιών, υλικών-εξοπλισμού κλπ., η διαπραγματευτική τους δύναμη μετριάζεται δεδομένης της υπάρχουσας επαρκούς προσφοράς. Συγκριτικό πλεονέκτημα διατηρούν οι επιχειρήσεις εκείνες του κλάδου οι οποίες πέραν της εκμετάλλευσης επαγγελματικών σκαφών δραστηριοποιούνται είτε στην αντιπροσώπευση του ναυπηγείων του εξωτερικού, είτε στην διαχείριση μαρίνων.

## **Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών**

Πελάτες των εταιρειών yachting είναι οι μεμονωμένοι τουρίστες, αλλοδαποί και έλληνες, καθώς επίσης και οι ναυτικοί πράκτορες – ναυλομεσίτες (brokers), οι οποίοι και αναλαμβάνουν να διαφημίσουν και να προωθήσουν τις υπηρεσίες που παρέχει ένα επαγγελματικό σκάφος αναψυχής. Η διαπραγματευτική δύναμη των ναυλομεσιτών είναι συνήθως ισχυρότερη αν και πολλές φορές οι προσωπικές γνωριμίες του πλοιοκτήτη μπορεί να επηρεάσουν την τιμή ενός ναύλου.

## **Ανταγωνισμός Μεταξύ των επιχειρήσεων**

Έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου υφίσταται στις θαλάσσιες εκείνες διαδρομές που η προσφορά, αλλά και η ζήτηση για υπηρεσίες yachting είναι μεγάλες. Καθώς ο αριθμός των επαγγελματικών σκαφών που πλέουν στις ελληνικές θάλασσες δεν είναι μικρός, ο κάθε ενδιαφερόμενος έχει να επιλέξει από μια μεγάλη ποικιλία τύπων σκαφών και παρεχόμενων υπηρεσιών. Επιπλέον, ιδιαίτερα έντονος καθίσταται τα τελευταία χρόνια ο ανταγωνισμός που υφίσταται οι επιχειρήσεις του κλάδου από τις γειτονικές μας χώρες και κυρίως την Τουρκία, η οποία διαθέτει, συγκριτικά με την Ελλάδα, πολύ μεγαλύτερο αριθμό θέσεων ελλιμενισμού σε ανταγωνιστικότερες τιμές.

## **Ανάλυση SWOT**

### **Δυνατά Σημεία**

Η Ελλάδα καταλαμβάνει υψηλές θέσεις στην παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών, 17<sup>η</sup> σε αφίξεις και 12<sup>η</sup> σε έσοδα, σύμφωνα με τον παγκόσμιο οργανισμό τουρισμού για το 2007, έχοντας να παρουσιάσει ένα κλασσικό και επώνυμο τουριστικό προϊόν βασιζόμενο στον ήλιο και τη θάλασσα, τη φύση, τον πολιτισμό και τη γαστρονομία. Ειδικότερα, όσον αφορά τον ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό, σημαντικά για αυτόν πλεονεκτήματα αποτελούν :

- η έντονη ναυτική παράδοση
- οι ήπιες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα μας

- ο εκτεταμένος νησιωτικός χώρος
- το μήκος των ακτών
- η καθαρότητα των θαλασσών
- οι σχετικά μικροί ναυτικοί κίνδυνοι που επιφυλάσσουν οι ελληνικές θάλασσες για τους ναυτιλλόμενους.

### **Αδύνατα Σημεία**

Ο ελληνικός τουρισμός εν γένει παρουσιάζει χρόνια και διαθρωτικά προβλήματα τα οποία και επιγραμματικά συνοψίζονται:

- στην έντονη εποχικότητα
- στην γεωγραφική συγκέντρωση
- στην ανεπάρκεια υποστηρικτικών δομών (συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, γήπεδα γκολφ, θεματικά πάρκα ,κλπ.)
- στο χαμηλό επίπεδο τουριστικής εκπαίδευσης
- στην απουσία ελληνικών αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους
- στην εξάρτηση των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων από τους μεγάλους διεθνές τουριστικούς οργανισμούς, με αποτέλεσμα τη χαμηλή τους διαπραγματευτική δύναμη.

Ειδικότερα για τον κλάδο του yachting, προβλήματα αποτελούν:

- το φαινόμενο των παράνομων ναυλώσεων
- η γραφειοκρατία σε ότι αφορά τη διαδικασία αναγνώρισης ενός σκάφους αναψυχής ως επαγγελματικό
- το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του επαγγελματικού yachting προκειμένου να προσαρμοσθεί περισσότερο στις σύγχρονες συνθήκες
- η έλλειψη στοχευμένης διαφημιστικής καμπάνιας του ελληνικού τουρισμού στο εξωτερικό

- η απουσία κοινής και συντονισμένης παρουσίασης σε εξειδικευμένες εκθέσεις
- η ελλιπής εκπαίδευση των πληρωμάτων των τουριστικών επαγγελματικών σκαφών αποτελεί χρόνιο πρόβλημα για τον ευρύτερο κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού
- προβλήματα και ελλείψεις σε θέματα υποδομών και οργάνωσης, όπως η έλλειψη θέσεων ελλιμενισμού
- προβλήματα και ελλείψεις στην επιβολή ανταποδοτικών τελών σε ιδιοκτήτες σκαφών που ελλιμενίζονται μόνιμα στην Ελλάδα και δεν φέρουν σημαία της Ε.Ε., έχουν ως αποτέλεσμα ανταγωνίστριες χώρες να καταφέρνουν να αποσπούν μερίδιο από τον ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό.

## **Ευκαιρίες**

Σε ότι αφορά τις υποδομές, η συνεχής βελτίωση των υπάρχοντων αλλά και η κατασκευή νέων θέσεων ελλιμενισμού. Επιπλέον, αναξιοποίητος παραμένει μεγάλος αριθμός φυσικών και προστατευμένων κολπίσκων σε διάφορα ελληνικά νησιά, θα να αποτελέσουν μία σημαντική ευκαιρία για τον κλάδο.

Επίσης, μέσω των Συμπράξεων Ιδιωτικού και Δημοσίου Τομέα (Σ.Δ.Ι.Τ), επιδιώκεται η επέκταση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και στον τομέα των λιμενικών υπηρεσιών.

Η δημιουργία ενός οργανωμένου δικτύου μαρίνων και τουριστικών καταφυγίων, ακόμα δε περισσότερο η δημιουργία ενός δικτύου <<Μητροπολιτικών μαρίνων>> οι οποίες θα συνδέονται με τα γύρω νησιά αποτελώντας σημείο αφετηρίας, αποτελεί σημαντική ευκαιρία για το θαλάσσιο τουρισμό.

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου σε συνδυασμό με την προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, μπορεί να αποτελέσουν σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου ευκαιρίες για το ελληνικό yachting.

Προς την ίδια επίσης κατεύθυνση μπορεί να οδηγήσει και μια διαφήμιση εξειδικευμένη στον ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό σε χώρες του εξωτερικού.

## **Απειλές**

Η ύφεση της παγκόσμιας οικονομίας η οποία άρχισε στα τέλη του 2008, αποτελεί τη σοβαρότερη απειλή γενικά για τον τουριστικό κλάδο, καθώς επηρεάζει αρνητικά την τουριστική δαπάνη, ενώ αναγκάζει όλο και μεγαλύτερες ομάδες πληθυσμού να περιορίζουν τη διάρκεια των διακοπών τους ή ακόμα και να τις ματαιώνουν. Ειδικότερα απειλές για τον κλάδο του τουρισμού στην Ελλάδα θεωρούνται :

- η αστάθεια της τιμής του πετρελαίου
- η ισοτιμία του ευρώ σε σχέση με τα νομίσματα άλλων κρατών, αποτελούν πρόσθετο λόγο για επισκέπτες προερχόμενους εκτός της ζώνης του ευρώ να στραφούν σε φθηνότερους προορισμούς
- η πολιτική αστάθεια στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής
- η τρομοκρατία, αποτελεί μια μόνιμη απειλή για τον τουριστικό κλάδο στο σύνολό του.

Ο ελληνικός τουρισμός και ειδικότερα ο θαλάσσιος τουρισμός, έχει επιπλέον να αντιμετωπίσει τον έντονο ανταγωνισμό από γειτονικές κυρίως ανταγωνίστριες χώρες όπως η Τουρκία, η Κροατία και το Μαυροβούνιο, οι οποίες υιοθετώντας επιθετικότερες πολιτικές προβολής και marketing, σε συνδυασμό με πιο ευέλικτες στρατηγικές διαχείρισης των προορισμών τους αλλά και τις σαφώς καλύτερες υποδομές τους, έχουν πετύχει αύξηση στην τουριστική κίνηση και κατ' επέκταση και του μεριδίου τους στην αγορά.

## **Προοπτικές**

Η τρέχουσα οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σε σημαντικό βαθμό τόσο τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας όπως και το ύψος των δαπανών τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Όσον αφορά ειδικά τον κλάδο του επαγγελματικού θαλάσσιου τουρισμού, η εξέλιξη της διεθνούς οικονομικής συγκυρίας σε συνδυασμό και με άλλους παράγοντες, όπως είναι η διακύμανση των τιμών του πετρελαίου, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες ευρώ - δολαρίου, αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες σε ότι αφορά το ύψος της ζήτησης ειδικά για τις υπηρεσίες του yachting. Σε σχέση με το μέγεθος της εν λόγω αγοράς, ήδη το 2009 καταγράφηκε σημαντική υποχώρηση. Παράγοντες του κλάδου θεωρούν ότι στη δεδομένη χρονική στιγμή είναι πρόωρη και επισφαλής κάθε πρόβλεψη σχετικά με την εξέλιξη της αγοράς στο μέλλον,

επισημαίνοντας ωστόσο ότι οι γενικότερες συνθήκες δεν θα παρουσιάσουν δραστική μεταβολή.

## **Βιβλιογραφία Κεφάλαιο 6**

Πηγή: ICAP ( Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Φεβρουάριος 2010 ), Εκτιμήσεις Αγοράς.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Αντάπασης Α., (2001), Το σύστημα φορολογίας Εισοδήματος των Ελληνικών πλοίων, Εκδόσεις Α. Σάκουλα, Αθήνα.

Βαρβαρέσος Σ., (1997,2000), Τουρισμός –Οικονομικές προσεγγίσεις, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

Βαρβαρέσος Σ., (2000), Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

Γιαννακούρης Π., Κουκοβίνης Β., (1998), Ο φόρος Προστιθέμενης Αξίας –Ερμηνεία και κωδικοποίηση του Ν.1642\1986 σε Συνδυασμό με ΚΒΣ και κώδικα Τελών Χαρτοσήμου (Ν. 2523\1997), Αθήνα.

Γκαμαλέτσος Θ., (1981), θεωρητική Οικονομική, τόμος Β, Πειραιάς.

Γκίντενς Άντονι, (2002), Ο κόσμος των ραγδαίων αλλαγών, Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.

Γκίκας Χαρδούβελης ,(2006), Τουρισμός και Ελληνική οικονομία, Οικονομία και Αγορές. Eurobank Research, Τεύχος 8, Ι, σελ.1.

Γουλιέλμος Α., (1999), Management Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων, Τόμος Ι&ΙΙ, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Διακομιχάλης Μ., (2006 α), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός. Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην Ελληνική οικονομία μέσω του Δορυφορικού Λογαριασμού και σύνδεσής του με το Εθνικολογιστικό Σύστημα. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, 2006.

Διακομιχάλης Μ.,(2006β), Η Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία στην Ελλάδα και οι Οικονομικές Επιδράσεις της. Στο 8<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο της Ελληνικής Εταιρείας Οικονομικής Ιστορίας , Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικότητα στη Σύγχρονη Οικονομία, 17\19 Μαρτίου 2006, Καλαμάτα. Αθήνα ..Αρχείων Οικονομικής Ιστορίας, σελ. 225-241.

Διακομιχάλης Μ.,(2004),Μεθοδολογικές προσεγγίσεις στην εκτίμηση των οικονομικών επιδράσεων του Θαλάσσιου Τουρισμού. Πρακτικά του 3<sup>ου</sup> Συνεδρίου του ΤΕΙ Ηπείρου, Διευρυμένη Ευρώπη και Περιφερειακές Ανισότητες, 3<sup>η</sup> 2004,Πρέβεζα.Πρέβεζα ..ΤΕΙ Ηπείρου, σελ 309-326.

Διονυσοπούλου Π., (2002),Διαδικασίες συγκρότησης μιας τουριστικής πολιτικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση ,Διδ. Διατριβή, Παν. Αιγαίου, Χίος.

Ευθυμιάτου– Πουλάκου Αντ., (1994), Τουριστικό Δίκαιο , Αντ.Σάκκουλας, Αθήνα-Κομοτηνή.

Ζαχαράτος Γ., (2003), Package tour, β΄ έκδοση , Προπομπός, Αθήνα.

Ζαχαράτος Γ., (1986)Τουριστική κατανάλωση. Η μέθοδος υπολογισμού και η χρησιμότητά της για την έρευνα των επιδράσεων του Τουρισμού στην Εθνική Οικονομία, ΚΕΠΕ, επιστημονικές μελέτες, Νο 25, Αθήνα.

Ηγουμενάκης Ν., (1991), Τουριστική οικονομία, Εκδ. Interbooks, Αθήνα.

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., (1998), Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

ICAP. (2000), Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού, Κλαδική μελέτη.

ICAP, (2010) Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Κλαδική Μελέτη.

ΙΤΕΠ, (2005), Ελληνική οικονομία και τουρισμός, τεύχος 19&20, Αθήνα.

ΙΤΕΠ, (2004) Ελληνική οικονομία και τουρισμός, τεύχος 18, Αθήνα.

Καρδακάρης Κ., (2000),Ναυτιλιακή Λογιστική, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ. Αθήνα

Κατσέλη Λούκα Τ., Μαγουλά Χαραά Μ., (2002), Μακροοικονομική Ανάλυση και Ελληνική Οικονομία, Εκδόσεις Τυπωθήτω, Αθήνα.

Κομίλης Π., (1986 α), Τουριστικές δραστηριότητες, Κ.Ε.Π.Ε., Αθήνα.

Κομίλης Π., (1986 β), χωρική ανάλυση του τουρισμού, Κ.Ε.Π.Ε., Αθήνα.

Κομίλης Π., Βαγιονής Ν., (1999)Τουριστικός Σχεδιασμός-μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

Κουζέλης Α.,(1997), Επιπτώσεις της Συναλλαγματικής πολιτικής στις πρόσφατες επιδόσεις του Τουριστικού τομέα, Ι.Τ.Ε.Π., Αθήνα.

Κούτουλας Δ., (2000), Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού Μάρκετινγκ. Διδ. Διατριβή, Παν. Αιγαίου, Χίος.

Κώπτης Χ. Γεώργιος, (1996), Οικονομικά για όλους. Εκδόσεις Κριτική <<Το Οικονομικό>>, Αθήνα.

Λαγός Δ., (2005), Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Λαγός Δ.,(1996),Οικονομικές Επιπτώσεις του Τουρισμού στην Περιφερειακή Ανάπτυξη, Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.

Λαγός Δ., Λιαργκόβας Π., ( 2003 ), Τουριστική Οικονομία Ο.Ε.Δ.Β., Αθήνα.

Λεκάκου Μ., (1994), Οικονομικές Απόψεις του Ακτοπλοϊκού Ζητήματος: Η Τιμολογιακή Πολιτική, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Λεκάκου Μ., Τζαννάτος Ε., (1998α), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Αιγαίο Πέλαγος, Θερινός Κύκλος Διαλέξεων, Παν Αιγαίου, Τμήμα ΝΑ.Μ.Ε., Χίος.

Λεκάκου – Τζαννάτος, (1998β), Κρουαζιέρα και Ιστιοπλοΐα, ένα νέο τουριστικό προϊόν για το Ιόνιο Πέλαγος, Thalassa '98, Αθήνα.

Λεκαράκου – Νιζάμη Κ., Παπασπύρου Α., (2001), Ναυτιλιακή Λογιστική, Πειραιάς.

Μυλωνάς Νικόλαος Α., (1999), Πίνακες Εισροών – Εκροών της ελληνικής οικονομίας για τον τουρισμό. ΙΤΕΠ, Μελέτες: 6. Αθήνα.

Παυλόπουλος Παναγιώτης Γ., (1999), Το Μέγεθος και η Δυναμική του Τουριστικού Τομέα, ΙΤΕΠ, Μελέτες: 7, Αθήνα.

Πουρναράκης Ε., Χατζηκωνσταντίνου Γ., (2004), Αρχές Οικονομικής, Εκδόσεις Ζυγός, Θεσσαλονίκη.

Πρόταση Για Το Νέο Αναπτυξιακό Μοντέλο 2020 (2010),Αθήνα: ΣΕΤΕ & Eurobank EFG.

Πρώτοψάλτη Ν., (1999), Γενική και Αναλυτική Λογιστική Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα.

Σκούντζος Θεόδωρος Α., Λίβας Πέτρος Χ., (2000), Σύστημα Εθνικών Οικονομικών Λογαριασμών, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Σπινάλης Ιωάννης, (1999), Σχέδιο Περιφερειακής Ανάπτυξης 2000-2006, Μυτιλήνη.

Σχέδιο Δράσης για την Ποιοτική Αναβάθμιση του Ελληνικού Τουρισμού (1995), Αθήνα: ΣΕΤΕ.

Τράπεζα της Ελλάδος, (2006), Έκθεση του Διοικητή για το 2005, Αθήνα.

Χατζηνικολάου Ε., (2002), Το δίκαιο των Καταλυμάτων και των λοιπών τουριστικών εγκαταστάσεων, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα.

Χυτήρης Λ. (1995) «Τουριστικά Γραφεία: Ίδρυση-Οργάνωση-Λειτουργία, Εκδόσεις Interbooks.

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Abdul Hamid Saharuddin, National ocean policy- new opportunities for Malaysian ocean development, 2001, Volume 25, Issue 6, p.427-436, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271824&\\_u\\_er=3828026&\\_pii=S0308597X01000276&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=tool\\_ar&\\_coverDate=30-Nov\\_2001&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlt\\_zSkzV&\\_md5=9422c5fa63540b656b793887d301efcc/1-s2.0-S0308597X01000276-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271824&_u_er=3828026&_pii=S0308597X01000276&_check=y&_origin=article&_zone=tool_ar&_coverDate=30-Nov_2001&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlt_zSkzV&_md5=9422c5fa63540b656b793887d301efcc/1-s2.0-S0308597X01000276-main.pdf)

Adele Ladkin, Geographical space and yachting Tourism, 2002, [Volume 4, Issue 1](#), p.57-64, [International Journal of Tourism Research](#), Wiley, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/itr.331/pdf>

A.Karanci, I.Guler, A.Ergin, A.C. Yalciner, DEMAND FORECASTING FOR YACHT TOURISM PLANNING IN TURKEY, Proceedings of the 2011 Conference on Coastal Engineering Practice, <http://www.yukseproje.com.tr/down/makaleler/50.pdf>

American Institute of Higher Education 6th International Conference Proceedings, 2011, Volume 4, Number 1, p.1-406, [http://www.amhighed.com/documents/charleston2011/AIHE2011\\_Proceedings.pdf](http://www.amhighed.com/documents/charleston2011/AIHE2011_Proceedings.pdf)

Anca TURTUREANU ,TOURISM PRODUCTS: CHARACTERISTICS AND FORMS, 2005, Volume 1, Issue 1, p.141-157, [ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS. OECONOMICA](#), <http://www.journals.univdanubius.ro/index.php/oeconomica/article/download/89/86>

Anthony, E.J. ,The status of beaches and shoreline development options on the French Riviera: a perspective and a prognosis, 1997, Volume 3, Issue 2 , p.167-178, Journal of Coastal Conservation [http://spicosa.databases.eucc-d.de/files/documents/00000482\\_C3.169-178.pdf](http://spicosa.databases.eucc-d.de/files/documents/00000482_C3.169-178.pdf)

Anthony S. Travis, Tourism development and regional planning in East Mediterranean countries, 1980, Volume 1, Issue 4, p. 207-218, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272622&\\_user=3828026&\\_pii=0143251680900444&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1980&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkWz&\\_md5=782d5111c042ab8a26ff3b33d5f73708/1-s2.0-0143251680900444-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272622&_user=3828026&_pii=0143251680900444&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1980&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkWz&_md5=782d5111c042ab8a26ff3b33d5f73708/1-s2.0-0143251680900444-main.pdf)

Arthur Haulot, Tourism and Coastal Environment, 1978, Volume 33 Issue 1, p.10-12, Emerald, <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1713087&show=abstract>

C. Cencini ,M. Marchi ,S. Torresani ,L. Varani , The Impact of Tourism on Italian Deltaic Coastlands: Four Case Studies, 1988, Volume 11, Issues 4–5, p.353-374, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272889&\\_user=3828026&\\_pii=0951831288900148&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1988&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIS-zSkWz&\\_md5=6a66a519ea872b65d1e7d3e386d29b38/1-s2.0-0951831288900148-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272889&_user=3828026&_pii=0951831288900148&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1988&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkWz&_md5=6a66a519ea872b65d1e7d3e386d29b38/1-s2.0-0951831288900148-main.pdf)

C. Michael Hall, Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?, 2001, [Volume 44](#), [Issues 9–10](#), p.601-618, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569101000710&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-2001&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIt-zSkzV&\\_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569101000710&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-2001&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIt-zSkzV&_md5=bd0b77825c004dff49840b2168e3f63d/1-s2.0-S0964569101000710-main.pdf)

Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management, 1998, [Volume 38](#), [Issue 2](#), p.89-109, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=S0964569197000665&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=01-Apr-1998&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-zSkWb&\\_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=S0964569197000665&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Apr-1998&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkWb&_md5=e4321137b0f186f8c5de038c89ec31cb/1-s2.0-S0964569197000665-main.pdf)

C.P. Cooper, I. Ozdil From mass to 'responsible' tourism: the Turkish experience, 1992, Volume 13, Issue 4, p.377-386, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=026151779290005R&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1992&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkzk&\\_md5=ff001a8d9d9219fe25041d9d57a72281/1-s2.0-026151779290005R-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=026151779290005R&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkzk&_md5=ff001a8d9d9219fe25041d9d57a72281/1-s2.0-026151779290005R-main.pdf)

Derya ATLAY IŞIK 1 , A. Güldem CERİT, YACHT TOURISM EDUCATION: A STUDY ON CURRICULUMS, p.585-592, <http://web.deu.edu.tr/maritime/imla2008/Papers/63.pdf>

Damien Bo, Governance of French Yachting Harbours : A Case Study, 2006, hal-00462487, version 1, p. 1-17, HAL, series Working Papers, <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/46/24/87/PDF/GovernanceofFrenchYharbours.pdf>

Diakomihalis M. (2007), "Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures, and Prospects", Maritime Transport: The Greek Paradigm, Research in Transportation Economics, Volume 21, 419–455.

Diakomihalis M., (2007), "Chapter 13 Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects", Research in Transportation Economics, 21, p. 419-455.

Dimitrios Buhalis, Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness and Development, 1999, Res. 1, 341±358, INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH, [http://www2.eqi.ua.pt/cursos\\_2005/files/TT/Buhalis%20Tourism%20on%20the%20Greek%20Islands%20Issues%20of%20peripherality%20competitiveness%20and%20development.pdf](http://www2.eqi.ua.pt/cursos_2005/files/TT/Buhalis%20Tourism%20on%20the%20Greek%20Islands%20Issues%20of%20peripherality%20competitiveness%20and%20development.pdf)

Dimitrios Buhalis, Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges, 2001, Vol. 4, No. 5, p.440-480, Current Issues in Tourism, [http://bournemouth.academia.edu/DimitriosBuhalis/Papers/73362/Tourism\\_in\\_Greece\\_Strategic\\_Analysis\\_and\\_Challenges](http://bournemouth.academia.edu/DimitriosBuhalis/Papers/73362/Tourism_in_Greece_Strategic_Analysis_and_Challenges)

Dimitris G. Lagos and Mihail N.Diakomihalis, Possibilities for a Greek Tourism Satellite Account development, 2006, University of the Aegean, <http://tour.teipat.gr/Files/Synedrio/Conference%20Articles/Diakomihalis%20Paper.pdf>

Douglas E.J., (1987), Managerial Economics: Analysis and Strategy, Prentice Hall International Editions, N. Jersey : 353.



Douglas – Westwood Ltd, (2005), World Marine Markets: A report to WTSH, report number 328 – 05, 36.

Dr. Carlo Ferrari, Analysis of the United States Yachting/Boating Sector, 2007, p.1-115, Adventus Research, [http://nauticity.it/fileadmin/user\\_upload/PDF/USA Boat Industry Final Report.pdf](http://nauticity.it/fileadmin/user_upload/PDF/USA_Boat_Industry_Final_Report.pdf)

Emma Tompkins, W Neil Adger and Katrina Brown, Institutional networks for inclusive coastal management in Trinidad and Tobago, 2002, volume 34, p.1095-1111, Environment and Planning A, <http://www.uea.ac.uk/env/people/adgerwn/envplanA.pdf>

Erdener Kaynak, Yavuz Odabasi and Alican Kavas, Tourism Marketing in developing economy: Frequent and infrequent Visitors Contrasted, 1986, Volume 6, Issue 1, p.42-60, The Service Industries Journal, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02642068600000004>

EU Maritime Policies: Facts and figures – Greece, accessed on 4 February 2009.

Geoffrey Wall, The Tourism Industry: Its Vulnerability and Adaptability to Climate Change, 2006, p.39-47 Parks Research Forum of Ontario, <http://casiopa.mediamouse.ca/wp-content/uploads/2010/05/PRFO-2004-CCProceedings-p39-47-Wall.pdf>

GRAEME J. INGLIS , VICTORIA I. JOHNSON , FERNANDO PONTE, Crowding Norms in Marine Settings: A Case Study of Snorkeling on the Great Barrier Reef, 1999, Volume 24, Issue 3, p.369-381, Environmental Management, <http://www.springerlink.com/content/pln5wewypbu9bv85/fulltext.pdf>

Grace Koshida, Wendy Avis, The Canada Country Study: Climate Impacts and Adaptation, 1998, p.1-242, NATIONAL SECTORAL VOLUME, <http://publications.gc.ca/collections/Collection/En56-119-7-1998E.pdf>

Hall M., (2001), Trends In Ocean and Coastal Tourism: The End Of The Last Frontier? Ocean and Coastal Management, 44 ( 9- 10): 601 – 648

Harilaos N. Psaraffis and Apostolos D. Papanikolaou, IMPACT OF NEW TECHNOLOGIES ON SHORTSEA SHIPPING IN GREECE, 1992, First European Research Roundtable Conference on Shortsea Shipping, Delft, the Netherlands, <http://www.martrans.org/docs/publ/REFEREED%20CONFERENCES/SSS%201992%20DELFT%201992.pdf>

Haritonidis, S, Marine research in Greece and the additional Greek marine research centres: Progress and present situation, 1995, Volume 49, Issue 1-4, p.417-422, Helgoländer Meeresuntersuchungen,

<http://www.springerlink.com/content/a174j2675gk4501g/fulltext.pdf>

Harry Coccossis, sustainable development of the greek islands, 1993, Serie A/ n° 44, p. 391-394, Options Mediterraneennes

H. COCCOSSIS, INTEGRATED COASTAL MANAGEMENT AND RIVER BASIN MANAGEMENT, 2004, [Volume 4, Issue 4-5](#), p.411-419, Water, Air & Soil Pollution: Focus, <http://www.springerlink.com/content/q282285v6r338208/fulltext.pdf>

ICOMIA ( International Council Of Marine Industry Associations – [www.lcomia.com](http://www.lcomia.com))

Igoumenakis N., Kravaritis K., and Lytras P. (1998), Introduction to tourism (in Greek), Interbooks, Athens.

John Davenport\*, Julia L. Davenport, The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: A review, 2006, [Volume 67, Issues 1–2](#), p.280-292, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=272396&\\_user=3828026&\\_pii=S0272771405003999&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Mar-2006&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIB-zSkzk&\\_md5=a88536c674dc0ed1852e61b858ae049f/1-s2.0-S0272771405003999-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=272396&_user=3828026&_pii=S0272771405003999&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Mar-2006&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIB-zSkzk&_md5=a88536c674dc0ed1852e61b858ae049f/1-s2.0-S0272771405003999-main.pdf)

JR Houston, international tourism and u.s. beaches, 1996, Cerc Vol 96-2, p.1-7, The cercular, Coastal Engeneering Research Center, <http://www.dtic.mil/cgi-bin/GetTRDoc?AD=ADA314680&Location=U2&doc=GetTRDoc.pdf>

Martin Landre ,Analyzing yachting patterns in the Biesbosch National Park using GIS technology, 2009, [Volume 29, Issue 9](#), p.602-610, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271734&\\_user=3828026&\\_pii=S0166497209000789&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Sep-2009&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIS-zSkzS&\\_md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271734&_user=3828026&_pii=S0166497209000789&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Sep-2009&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIS-zSkzS&_md5=d6ad0420cfac845c8815ccd1a904ec14/1-s2.0-S0166497209000789-main.pdf)

Maja Uran and Daniela Gracan, THE ROLE OF NAUTICAL TOURISM IN THE PROCESS OF CREATING A CROATIAN COMPETITIVE PRODUCT, 2005, Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper



Congress Centre Bernardin, Slovenia, <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6573-03-9/uran.pdf>

Marc L. Miller, The Rise of Coastal and Marine Tourism, 1993, Volume 20, Issue 3, p.181-199, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900668&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIV-zSkWA&\\_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900668&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIV-zSkWA&_md5=c63ee662c9cc1845895b3a99783430b2/1-s2.0-0964569193900668-main.pdf)

Mark B. Orams, Using Interpretation to Manage Nature-based Tourism, 1995, Vol. 4, No. 2, p.81-94, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, <http://www.spanglefish.com/DolphinSpaceProgramme/documents/Scientific%20Papers/Using%20interpretation%20to%20manage%20nature%20based%20tourism.pdf>

M.Carolyn Stewart, Sustainable Tourism Development and Marine 'Conservation Regimes, 1993, Volume 20, Issue 3, p.201-217, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900679&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVBA-zSkWz&\\_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900679&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVBA-zSkWz&_md5=289a0e4f5a74fedfe1c7d187efea2085/1-s2.0-0964569193900679-main.pdf)

Mihail N. Diakomihalis, GREEK MARITIME TOURISM: EVOLUTION, STRUCTURES AND PROSPECTS, 2007, Volume 21, Issue 1, p.419-455, Elsevier, <http://202.114.89.60/resource/pdf/2358.pdf>

Miller M.L. and Auyong J., (1991), Coastal zone tourism: a potent force affecting environment and society, Marine Policy 15 2, pp 75-99.

M.L. Martíneza, A. Intralawana, G. Vázquezb, O. Pérez-Maqueoa, P. Suttond, R. Landgraveb, The coasts of our world: Ecological, economic and social importance, 2007, Volume 63, Issues 2-3, p.254-272, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271867&\\_user=3828026&\\_pii=S0921800906005465&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=01-Aug-2007&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIB-zSkWz&\\_md5=71f4fac0160fd4dbeee884b9d5221a48/1-s2.0-S0921800906005465-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271867&_user=3828026&_pii=S0921800906005465&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=01-Aug-2007&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIB-zSkWz&_md5=71f4fac0160fd4dbeee884b9d5221a48/1-s2.0-S0921800906005465-main.pdf)

Mohd Nizam Basiron, MARINE TOURISM INDUSTRY - trends and prospects, 1997, Paper presented at the National Seminar on the Development of Marine Tourism Industry in South East Asia at Langkawi, <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20de%20costas/marine%20tourism%20industry%20in%20Malaysia.pdf>

Neil P. Buffett, Shaping the Shoreline: Fisheries and Tourism on the Monterey Coast, 2010, Volume 43, Issue 3, p.245-246 Journal of Social History, [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:YkzJCcr9CH4J:scholar.google.com/+Fisheries+and+Tourism+on+the+Monterey+Coast&hl=en&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:YkzJCcr9CH4J:scholar.google.com/+Fisheries+and+Tourism+on+the+Monterey+Coast&hl=en&as_sdt=0,5)

Nikolaos Dritsakis, TOURISM AS A LONG-RUN ECONOMIC GROWTH FACTOR: AN EMPIRICAL INVESTIGATION FOR GREECE USING CAUSALITY ANALYSIS, JEL O10,C22, 2003, Department of Applied Informatics University of Macedonia Economics and Social Sciences, [http://users.uom.gr/~drits/publications/tourism-economic\\_growth.pdf](http://users.uom.gr/~drits/publications/tourism-economic_growth.pdf) <http://ressources.ciheam.org/om/pdf/a44/02001609.pdf>

Panos Mourdoukoutas, Seasonal Employment, Seasonal Unemployment and Unemployment Compensation: The Case of the Tourist Industry of the Greek Islands, 1988, Vol, 47, No. 3, p. 319-330, American Journal of Economics and Sociology, Wiley Online Library, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.15367150.1988.tb02044.x/pdf>

Paris Tsartas, Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues, 2003, Vol. 11, No. 2&3, p.116-132, JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM, <http://myweb.facstaff.wvu.edu/zaferan/lthaca%20Curriculum/tourism%20economy/Tourism%20in%20Islands%20and%20social%20Impacts.pdf>

Paul Krugman ,the role of geography In development, 1999, Volume22, Issue 2, p.142-161, international regional science review, <http://ebour.com.ar/pdfs/The%20Role%20of%20Geography%20in%20Development.pdf>

Pavlos Papadimitriou, (2009), The Greek Marina Industry *Comparisons and Opportunities*, HVS – Athens Office, pp1-14.

P. Dee Boersma\*, Julia K. Parrish. Limiting abuse: marine protected areas, a limited solution, 1999, Volume 31, Issue 1, p.287-304, Elsevier, [http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma\\_Limiting.pdf](http://upi-yptk.ac.id/Ekonomi/Boersma_Limiting.pdf)

Peter J. Buckley and Socrates I. Papadopoulos, Marketing Greek tourism- the planning process, 1986, Volume 7, Issue 2, p.86-100, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=0261517786900191&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Jun-1986&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVIV-](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=0261517786900191&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Jun-1986&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVIV-)

[zSkzS&md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=0160738382900718&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1982&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzS&_md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf)

Philippas Loukissas, TOURISM REGIONAL DEVELOPMENT IMPACTS A Comparative Analysis of the Greek Islands, 1982, Volume 9, Issue 4, p. 207-218, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271796&\\_user=3828026&\\_pii=0160738382900718&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1982&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=0160738382900718&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1982&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzS&_md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf)

[zSkzS&md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=0160738382900718&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1982&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkzS&_md5=613951bc8dc17287cda5593d658003ea/1-s2.0-0160738382900718-main.pdf)

Py P “Le Tourisme – Un Phenomene economique” (1991), La Documentation Francaise, Paris pp. 11

Richard Kenchington, Tourism in Coastal and Marine Environments--A Recreational Perspective, 1993, Volume 19, Issue 1, p.1-16, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=0964569193900738&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1993&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIS-](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900738&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIS-zSkWz&_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf)

[zSkWz&md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=0964569193900738&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1993&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIS-zSkWz&_md5=c50de696b4cf905b440c4bfac87cf763/1-s2.0-0964569193900738-main.pdf)

Roger H. Charlier and Christian P. De Meyer, Tourism and the Coastal Zone: The Case of Belgium, 1992, Volume 18, Issues 2–4, p.231-240, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271816&\\_user=3828026&\\_pii=096456919290026H&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Dec-1992&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVlt-](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=096456919290026H&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkWb&_md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf)

[zSkWb&md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271816&_user=3828026&_pii=096456919290026H&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Dec-1992&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVlt-zSkWb&_md5=56e7a02f198ef26be3ae0551d1520415/1-s2.0-096456919290026H-main.pdf)

Simon Jennings, COASTAL TOURISM AND SHORELINE MANAGEMENT, 2004, Volume 31, Issue 4, p.899-922, Elsevier,

[http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiailImageURL&\\_cid=271796&\\_user=3828026&\\_pii=S0160738304000684&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=31-Oct-2004&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLbVlk-](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=S0160738304000684&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Oct-2004&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkzV&_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf)

[zSkzV&md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiailImageURL&_cid=271796&_user=3828026&_pii=S0160738304000684&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=31-Oct-2004&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLbVlk-zSkzV&_md5=8f6653cb10b08c84ea3a6cc4d2558cd1/1-s2.0-S0160738304000684-main.pdf)

Sara Proença and Elias Soukiazis, Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries, 2008, 14 (4), p. 791–806 *Tourism Economics*, <http://www.esac.pt/cernas/concursofct2010documentos/pedro/Proenca.pdf>

Socrates Papadopoulos and Hafiz Mirza, Foreign tourism in Greece An economic analysis, 1985, Volume 6, Issue 2, p. 125-137, Elsevier, [http://pdn.sciencedirect.com/science?\\_ob=MiamiImageURL&\\_cid=271716&\\_user=3828026&\\_pii=0261517785900214&\\_check=y&\\_origin=article&\\_zone=toolbar&\\_coverDate=30-Jun-1985&\\_view=c&\\_originContentFamily=serial&\\_wchp=dGLzVIV-zSkWz&\\_md5=0b364f6dedf68679a2ea1a28bf860f6a/1-s2.0-0261517785900214-main.pdf](http://pdn.sciencedirect.com/science?_ob=MiamiImageURL&_cid=271716&_user=3828026&_pii=0261517785900214&_check=y&_origin=article&_zone=toolbar&_coverDate=30-Jun-1985&_view=c&_originContentFamily=serial&_wchp=dGLzVIV-zSkWz&_md5=0b364f6dedf68679a2ea1a28bf860f6a/1-s2.0-0261517785900214-main.pdf)

Susan C. Stonich a , Jerrel H. Sorensen b & Anna Hundt, Ethnicity, class, and gender in tourism development: The case of the Bay Islands, Honduras, 1995, Volume 3, Issue 1, p.1-28, *Journal of Sustainable Tourism*, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09669589509510705>

Sung-Gwi Kim and Y.J. Edward Kim, Overview of Coastal and Marine Tourism in Korea, 1996, Volume 7, Issue 2, p.46-53, *THE JOURNAL OF TOURISM STUDIES*, <http://ttracanada-torc.ca/torc/downs1/coastal%20tourism%20korea.pdf>

Tanya Greenwood and Gianna Moscardo, AUSTRALIAN AND NORTH AMERICAN COASTAL AND MARINE TOURISTS: WHAT DO THEY WANT?, 1999, p.253-260, *Recent Advances in Marine Science and Technology*(98), [http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable\\_tourism/pdf/GMSaxena.pdf](http://www.reef.crc.org.au/research/sustainable_tourism/pdf/GMSaxena.pdf)

Terry Davies and Sarah Cahill, Environmental Implications of the Tourism Industry, 2000, Discussion Paper 00-14, <http://www.csu.edu/cerc/documents/EnvironmentallImplicationsTourismIndustry2000.pf>

Theodore C. Syriopoulos, A dynamic model of demand for Mediterranean tourism, 1995, Volume 9, Issue 3, p.318-336, *International Review of Applied Economics*, <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/758537633>

Vasileios A. Vlachos, INTERNATIONAL CONFERENCE ON INTERNATIONAL BUSINESS, 2010, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, [www.icib.eu](http://www.icib.eu)

Vincenzo Zappino, Caribbean Tourism and development: An overview, 2005, Discussion Paper No. 65, European Centre for Development Policy Management,



[http://www.ecdpm.org/Web\\_ECDPM/Web/Content/Download.nsf/0/C8C6E56F7D60C182C125703C004F1873/\\$FILE/05-65e-VZ%20-Caribbean.pdf](http://www.ecdpm.org/Web_ECDPM/Web/Content/Download.nsf/0/C8C6E56F7D60C182C125703C004F1873/$FILE/05-65e-VZ%20-Caribbean.pdf)

V. Yepes† and J. R. Medina, Land Use Tourism Models in Spanish Coastal Areas. A Case Study of the Valencia Region, 2005, Special Issue 49, p.83-88, Journal of Coastal Research, [http://www.xesc.cat/ET2050\\_library/docs/med/land\\_use\\_valencia.pdf](http://www.xesc.cat/ET2050_library/docs/med/land_use_valencia.pdf)

Wild G.P., ( 2003 ). Cruise Industry statistical review 2002.

Yehuda L. Klein, Jeffrey P. Osleeb and Mariano R. Viola, Tourism-Generated Earnings in the Coastal Zone: A Regional Analysis, 2004, Volume 20, Issue 4, p.1080-1088, Journal of Coastal Research, <file:///C:/Users/SSSY/Desktop/dipl%20dim/2%20%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF/4299366.htm> 18)Theodore C.

## Ιστοσελίδες

[www.sete.gr](http://www.sete.gr)

[www.greektourism.gr](http://www.greektourism.gr)

[www.eot.gr](http://www.eot.gr)

[www.greecead.com](http://www.greecead.com)

[www.TravelDailyNews.gr](http://www.TravelDailyNews.gr)

[www.hvs.com](http://www.hvs.com)

[http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country\\_factsheets/greece\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/country_factsheets/greece_en.pdf)

[www.lcomia.com](http://www.lcomia.com)

# РАСЧЕТНО ТЕРА