



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

Διπλωματική Εργασία

***ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ***

ΒΕΡΝΕΖΟΥ ΜΑΡΙΑ-ΕΛΕΝΑ

Πειραιάς, 2013

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Αφιερώνεται στους γονείς μου

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	7
1.3 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	7

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ

2.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ-ΟΡΙΣΜΟΙ-ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	9
2.2 Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ	12
2.3 Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	14
2.4 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
2.4.1 ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ	19
2.4.1.1 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ YACHTING	22
2.4.1.2 ΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ	26
2.4.2 ΠΑΡΑΚΤΙΑ ΤΟΥΡΙΤΙΚΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑ	27
2.4.2.1 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΚΤΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ	28
2.4.2.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΑΡΑΚΤΙΑΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	30

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΚΥΡΙΩΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1 Η ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	32
3.1.1 Η ΕΞΕΛΙΞΗ-Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	35

3.1.2 Η ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ ΔΙΕΘΝΩΣ ΤΙΣ ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ	39
3.1.3 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ	41
3.1.4 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	44
3.1.5 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΕΧΟΜ. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	45
3.1.6 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	47
3.1.7 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜ. ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	49
3.1.8 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	50
3.1.9 ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

Η ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

4.1 ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	59
4.1.1 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΑΕΠ	61
4.1.2 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	62
4.1.3 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ	63
4.1.4 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	63
4.1.5 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	66
4.1.6 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ	69
4.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΕΝΑΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	72
4.3 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΧΡΟΝΩΝ	76
4.3.1 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	76
4.3.2 Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ	83
4.3.3 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο

Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ SAVOTAGE

5.1 Η ΑΡΣΗ ΤΟΥ SAVOTAGE	89
5.2 ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΠΕΙΛΗΣΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	94
6.2 ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	96
6.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	97
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	98
Α) ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	98
Β) ΓΕΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.1 Εισαγωγή

Η έννοια του θαλάσσιου τουρισμού διεθνώς εμπεριέχει και περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων, ψυχαγωγίας και αναψυχής, που διεξάγονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Στις δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνονται η διαμονή, τα εστιατόρια, και τα καταστήματα διατροφής γενικά, καθώς και κάθε είδους έργα υποδομής, απαραίτητα για την τουριστική ανάπτυξη, όπως οι μαρίνες, οι επιχειρήσεις, οι εξοπλισμοί. Περιλαμβάνονται επίσης δραστηριότητες ψυχαγωγίας, όπως οι θαλάσσιες εκδρομές, ο παράκτιος και ο θαλάσσιος οικοτουρισμός οι κρουαζιέρες, το κολύμπι, το ψάρεμα οι καταδύσεις (Miller M.L and Ayong J., 1991: 80-99 και Miller M., 1993 : 183-190).

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία από τις δυναμικότερες μορφές του Σύγχρονου Τουρισμού, με σημαντική συμμετοχή στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που τον έχουν αναπτύξει (Hall M., 2001:601-648) και με τάσεις συνεχούς και ταχύτατης ανάπτυξης. Οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού συγκροτούν μία από τις μεγαλύτερες αγορές παγκοσμίως και είναι πιθανό να παρουσιάσει μια σταδιακή ανάπτυξη στα επόμενα έτη. Εντούτοις, ο τομέας χαρακτηρίζεται από μεγάλη δυσκολία καταγραφής δεδομένων και στατιστικών στοιχείων σε διεθνές επίπεδο για την ακρίβεια της εκτίμησης του πραγματικού μεγέθους του. Χαρακτηριστικό είναι ότι ο ακριβής αριθμός των τουριστών που επιλέγουν τον θαλάσσιο τουρισμό παραμένει άγνωστος. Συνεπώς η προσέγγιση του μεγέθους του παγκόσμιου θαλάσσιου τουρισμού επιχειρείται με την ποσοστιαία συμμετοχή του στο σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας κάθε περιοχής. Αυτή η προσέγγιση περικλείει αδυναμίες και περιορισμούς που μπορούν στην καλύτερη περίπτωση να αποδώσουν απλά μια ενδεικτική εκτίμηση.

Μία από τις πιο σημαντικές μορφές του θαλάσσιου τουρισμού είναι η κρουαζιέρα που εξετάζει αυτή η πτυχιακή μας εργασία. Είναι αυτή που φέρνει τα μεγαλύτερα έσοδα στον

θαλάσσιο τουρισμό και αποτελεί τον σημαντικότερο δείκτη καθορισμού και σύγκρισης των δεδομένων από χρονιά σε χρονιά.

1.2 Σκοπός και σημασία της εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση του περιβάλλοντος της κρουαζιέρας στην Ελλάδα. Ειδικότερα μελετάμε όλες τις αλλαγές που έχουν συμβεί στο περιβάλλον της κρουαζιέρας τα τελευταία χρόνια, πως κινείται η ελληνική αγορά σε σχέση με άλλες αγορές αλλά και αν υπάρχουν και ποιες είναι οι προοπτικές της αγοράς της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.

Για την επίτευξη του ανωτέρου σκοπού η εργασία εξειδικεύεται στους παρακάτω ερευνητικούς στόχους :

- A) Τη διερεύνηση του θεωρητικού πλαισίου των δραστηριοτήτων που συγκροτούν το θαλάσσιο τουρισμό.
- B) Τη διερεύνηση του θεωρητικού πλαισίου της αγοράς της κρουαζιέρας
- Γ) Την εκτίμηση των οικονομικών επιδράσεων που προκαλούνται από τον τομέα της κρουαζιέρας στον τουρισμό και στον θαλάσσιο τουρισμό.
- Δ) Τη διερεύνηση των προοπτικών της κρουαζιέρας στην ελληνική αγορά.

Η παρούσα εργασία επιδιώκει να προσεγγίσει θεωρητικά και ποσοτικά με στατιστικά στοιχεία, την κρουαζιέρα. Να σημειωθεί ότι υπήρξε δυσκολία σημαντική στην εύρεση στατιστικών δεδομένων, τα οποία σε μερικές περιπτώσεις όταν ζητήθηκαν αναλυτικά στοιχεία, αυτά είναι διαθέσιμα μέχρι και μετά από 10 χρόνια. Ομοίως σημαντική δυσκολία παρατηρείται σε ότι αφορά την ανεύρεση στοιχείων και αναλυτικών δεδομένων από τις επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις κρουαζιέρας με πολύ δυσκολία δίδουν στοιχεία από την δραστηριότητα και την εμπορική τους εκμετάλλευση.

1.3 Δομή της εργασίας

Η εργασία μας αποτελείται από 4 μέρη.

Το πρώτο μέρος της περιλαμβάνει το κεφάλαιο 2, όπου αναλύονται οι θεωρητικές προσεγγίσεις του θαλάσσιου τουρισμού γενικά, στη Ελλάδα και διεθνώς, αλλά και κάθε μία από τις τρεις δραστηριότητες που ασκούνται στην ελληνική αγορά χωριστά.

Το δεύτερο μέρος αποτελείται από το κεφάλαιο 3, όπου αναλύεται το πλαίσιο λειτουργίας της αγοράς της κρουαζιέρας κυρίως στην Ελλάδα.

Το τρίτο μέρος αποτελείται από τα κεφάλαια 4,5,6. Στο κεφάλαιο 4 γίνεται αναφορά στη αγορά της κρουαζιέρας στη Ελλάδα τα τελευταία χρόνια και στις επιδράσεις της στην οικονομία της χώρας. Το κεφάλαιο 5 αναφέρεται στην οικονομία της Ελλάδας. Το κεφάλαιο 6 αναλύει την άρση του καμποτάζ και τις προοπτικές της κρουαζιέρας. Τέλος, η εργασία μας συμπληρώνεται από βιβλιογραφία σχετική με το θαλάσσιο τουρισμό και την κρουαζιέρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

Ανάλυση του πλαισίου λειτουργίας των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και διεθνώς.

2.1 Εννοιολογική προσέγγιση-ορισμοί-δραστηριότητες

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. Στον όρο «θαλάσσιος τουρισμός» μπορούμε επομένως να περιλάβουμε 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, την κολύμβηση και την περιήγηση σε θαλάσσια πάρκα.

Σύμφωνα με τον καθηγητή Michael Hall¹, ο θαλάσσιος τουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με τον παράκτιο τουρισμό αλλά ταυτόχρονα περιλαμβάνει κάθε τουριστική δραστηριότητα που πηγάζει από τη θάλασσα, όπως ψάρεμα ανοιχτής θαλάσσης και κρουαζιέρες. Ο Mark Orams² 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 θεμάτων με θαλάσσια θηλαστικά (φάλαινες, δελφίνια, φώκιες), παραθαλάσσιους περιπάτους, χρήση κρουαζιερόπλοιων και δραστηριότητες yachting.

¹ Ο καθηγητής Michael Hall είναι πρόεδρος του τμήματος Τουρισμού και προΐσταται της Διεθνούς Ένωσης Γεωγραφικών Μελετών για τον Τουρισμό και την Αναψυχή, στο Otago School of Business, University of Otago, Dunedin, Νέας Ζηλανδίας (31 October 2001).

² Ο Mark Orams είναι καθηγητής στο κέντρο τουριστικών ερευνών του Massey University, στο Albany της Νέας Ζηλανδίας.

Με τον όρο «θαλάσσιος τουρισμός» αναφερόμαστε συνήθως στην ειδική μορφή τουρισμού, στην οποία η θάλασσα αποτελεί το κριτήριο διάκρισης του και ταυτόχρονα την ειδοποιό διαφορά σε σχέση με την κυρίαρχη μορφή του οργανωμένου παραθεριστικού ή μαζικού τουρισμού, καθώς και τις άλλες ειδικές μορφές τουρισμού.

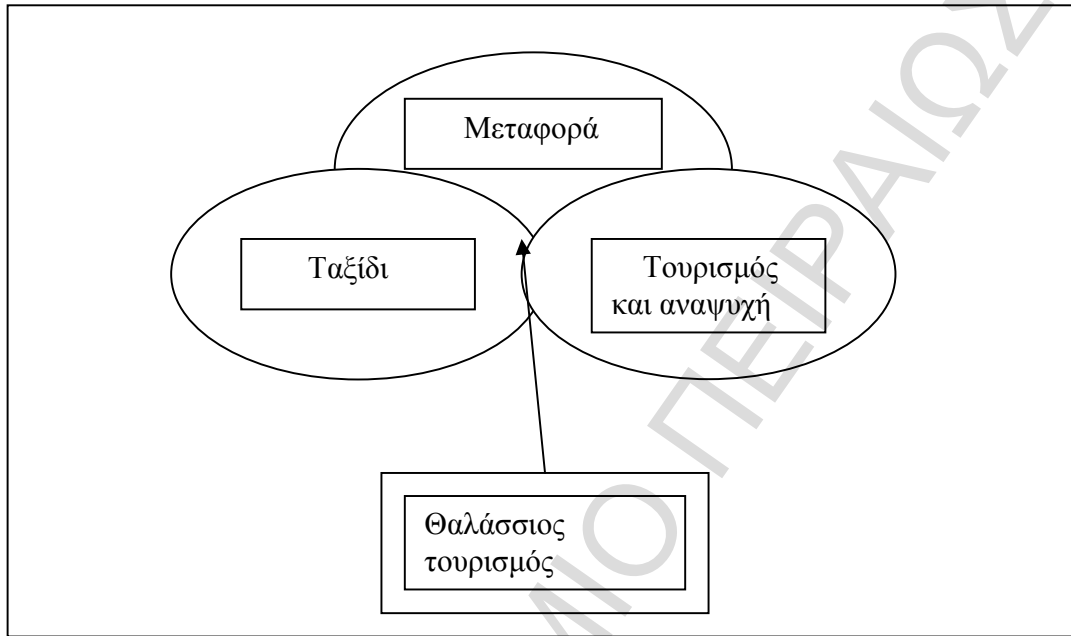
Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, το κόστος της οποίας είναι ιδιαίτερα υψηλό, κυρίως σε ότι αφορά την κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρινών για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και τη συνολική εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, των επιβατών και των πληρωμάτων τους.

Η συμβολή των υποδομών και των μέσων της ναυτιλίας στη συγκρότηση του ειδικού αυτού τουριστικού προϊόντος είναι αποφασιστική και περιλαμβάνει από τη μία πλευρά τα λιμάνια, τις μαρίνες, τα καταφύγια σκαφών και τους θαλάσσιους δρόμους, ενώ από την άλλη τα σκάφη και τα πλοία, σαν ένα ολοκληρωμένο σύστημα πλήρως ενταγμένο στις δραστηριότητες της αναψυχής που παρέχει ο θαλάσσιος τουρισμός.

Με τη συμμετοχή της Ναυτιλίας ο θαλάσσιος τουρισμός αποκτά το πραγματικό του περιεχόμενο και εκφράζεται με τη θαλάσσια περιήγηση, αφού παρέχει στον περιηγητή την επιλογή να βιώσει πολλές από τις προσδοκώμενες εμπειρίες του μέσα στο θαλάσσιο περιβάλλον. Σε αντίθετη περίπτωση, τόσο η προσέγγιση της παράκτιας ζώνης με άλλα μεταφορικά συστήματα (χερσαία ή εναέρια) όσο και η εγκατάσταση σε παράκτια καταλύματα αποδυναμώνουν την αμεσότητα του περιηγητή με τη θάλασσα και μειώνουν τη διάρκεια επαφής του με αυτή.

Θαλάσσιος Τουρισμός επομένως, είναι η 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.

ΣΧΗΜΑ 2.1 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



Πηγή:G.P Wild(International)Ltd.2000 p.p.315-333

Όμως, έχει αποτελέσει, όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα, να μην αποτελούν κριτήριο διάκρισης και να μην θεωρούνται ως χαρακτηριστικό σημείο αναφοράς της ειδικής τουριστικής πελατείας του θαλάσσιου τουρισμού. Για παράδειγμα δεν αποτελούν κριτήριο ή ειδικό ενδιαφέρον, το κολύμπι, η ιστιοσανίδα και άλλα θαλάσσια σπορ, ή η μετάβαση στα νησιά με πλοία της ακτοπλοΐας.

Ως κριτήριο διάκρισης για τις δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, θεωρήσαμε μόνο τη συμμετοχή σε οργανωμένη κρουαζιέρα με κρουαζιερόπλοιο και την πραγματοποίηση θαλάσσιων πλόων με τουριστικό πλοίο ή πλοιάριο³ επαγγελματικό ή αναψυχής, θαλαμηγό ή όχι, με πλήρωμα ή χωρίς (bareboat) , ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο (οι επιμέρους διακρίσεις αναλύονται κατωτέρω). Κατά συνέπεια, όταν αναφερόμαστε στο θαλάσσιο τουρισμό, αναφερόμαστε σε δύο κύριες τουριστικές δραστηριότητες: στην **Κρουαζιεροπλοΐα** και στο **Yachting** (επαγγελματικό, δηλ. Πραγματοποιούμενο με ολική ναύλωση επαγγελματικού πλοίου).

³ Ο όρος «τουριστικό πλοίο» επικράτησε από την έναρξη ισχύς του σχετικού Ν.438 το 1976 μέχρι το Νοέμβριο του 1999, οπότε και με τον νέο Ν.2743 αντικαταστάθηκε με τον όρο «πλοίο αναψυχής», που μέχρι τότε υποδήλωνε μόνο τα ιδιωτικής χρήσης σκάφη.

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 η **Κρουαζιέρα** και η **Θαλάσσια Περιήγηση**, που προσφέρει η χρήση σκαφών αναψυχής (**yachting**). Οι υπόλοιπες δραστηριότητες που έχουν αναφερθεί παραπάνω ασκούνται ανοργάνωτα και σποραδικά.

Οι κυριότερες λοιπόν μορφές της οργανωμένης αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού διεθνώς είναι:

- A) Η Κρουαζιεροπλοΐα
- B) Η Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση

2.2 Ο θαλάσσιος τουρισμός διεθνώς

Συνολικά ο τομέας του τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου και του θαλάσσιου τουρισμού, έχει σημειώσει σημαντική αύξηση τις τελευταίες δεκαετίες και έχει εξελιχθεί σε μία από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες. Έχει εκτιμηθεί ότι περισσότεροι από το μισό πληθυσμό του πλανήτη κατοικούν σε απόσταση 60 χλμ ή λιγότερο από παράκτιες περιοχές, με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται διαρκώς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την περαιτέρω αύξηση της ζήτησης των δραστηριοτήτων τουρισμού και αναψυχής.

Τα διαθέσιμα στοιχεία παγκοσμίως, συνήθως αναφέρονται στις διεθνείς τουριστικές εισπράξεις, στις οποίες δεν περιλαμβάνεται το σημαντικό μερίδιο της εσωτερικής αγοράς. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία που μπορέσαμε να συλλέξουμε, εξ' αιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης, παρατηρείται από το 2008 αποδυνάμωση της γενικής ζήτησης. Η γενική αύξηση κατά 2% του διεθνούς τουρισμού το 2008 στηρίζεται στα ισχυρά αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου του έτους, πριν την κατάρρευση των χρηματοοικονομικών αγορών. Το δεύτερο εξάμηνο παρουσίασε μια απότομη μετατόπιση στην τάση με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών, οι οποίες έμειναν στάσιμες ή παρουσίασαν αρνητικό πρόσημο για κάθε έναν από τους τελευταίους έξι μήνες του 2008. Συνολικά, η αύξηση 5% μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου 2008 μετατράπηκε σε πτώση 1% στο δεύτερο εξάμηνο. Αν και ο τουρισμός δε διαθέτει ανοσία απέναντι στις δυσμενείς οικονομικές εξελίξεις, αντιστάθηκε αρχικά στην οικονομική ύφεση καλύτερα από άλλους οικονομικούς τομείς, όπως οι κατασκευές, το real estate ή η

αυτοκινητοβιομηχανία. Καθώς το «ταραγμένο» οικονομικό σενάριο συνεχίστηκε και το 2009 -και πιθανώς και παραπέρα- η αρχική πρόβλεψη του παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) για αυτό το έτος ήταν μια ακόμη μετριότερη απόδοση. Σύμφωνα με τη έκδοση Ιανουαρίου 2009 του Βαρόμετρου του UNWTO, ο διεθνής θαλάσσιος τουρισμός αναμενόταν να «λιμνάσει» ή ακόμα και να μειωθεί κατά τη διάρκεια του έτους. Αλλά, υπάρχει ακόμα υψηλός βαθμός αβεβαιότητας και πολλά θα εξαρτηθούν από τις εξελισσόμενες οικονομικές συνθήκες. Εάν η οικονομία άρχιζε να παρουσιάζει σημάδια πρόωρης ανάκαμψης, ο διεθνής θαλάσσιος τουρισμός θα είχε αυξηθεί ελαφρά το 2009 αλλά, εάν η οικονομία είχε επιδεινωθεί περαιτέρω, τότε η τρέχουσα πρόβλεψη θα είχε μεταβληθεί αρνητικά.

Συνολικά, το 2008 όλες οι περιοχές ήταν θετικές εκτός από την Ευρώπη, η οποία υπέστη μια στασιμότητα στις αφίξεις. Οι καλύτερες αποδόσεις αποδόθηκαν στη Μέση Ανατολή (+11%), την Αφρική (+5%) και την Αμερική (+4%) - στην περίπτωση της Αμερικής, λόγω της ισχυρής κυκλοφορίας στις ΗΠΑ έως τον Αύγουστο και της ευνοϊκής απόδοσης των κεντρικών και νοτιοαμερικανικών προορισμών. Η ανάπτυξη τους τελευταίους έξι μήνες του 2008 τόσο στην Ευρώπη (-3%) όσο και στην Ασία (-3%). Η πτώση ήταν σημαντικότερη στην Ασία, δεδομένης της διψήφιας αύξησής της το 2007 και της εντυπωσιακής της παρουσίας το πρώτο μισό του 2008 (+6%). Από την άλλη μεριά, η Αμερική (+1%), η Αφρική (+4%) και η Μέση Ανατολή (+5%) παρουσίασαν θετικά αποτελέσματα στο δεύτερο εξάμηνο, αν και με μια σημαντική επιβράδυνση, αν συγκρίνουμε τα αποτελέσματα αυτά με εκείνα της περιόδου Ιαν. - Ιουν. Παρά τη γενική επιβράδυνση, το 2008 αρκετοί προορισμοί σε όλο τον κόσμο παρουσίασαν πολύ θετικά αποτελέσματα σε όλες τις περιοχές, -ειδικότερα αναφέρουμε τις: Ονδούρα, Νικαράγουα, Παναμάς, Ουρουγουάη, Δημοκρατία της Κορέας, Μακάο (Κίνα), Ινδονησία, Ινδία, Αίγυπτος, Λίβανος, Ιορδανία, Μαρόκο και Τουρκία.

Τα αποτελέσματα αυτά απεικονίζουν μόνο τις διεθνείς αφίξεις τουριστών, για τις οποίες τα επεξεργασμένα στοιχεία είναι σήμερα διαθέσιμα. Για τον εσωτερικό τουρισμό, ο οποίος είναι ιδιαίτερα σημαντικός για πολλούς προορισμούς, ο UNWTO αναμένεται ότι θα παρουσιάσει λίγο πολύ παρόμοια αποτελέσματα.

2.3 Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του '60 και, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς, σύμφωνα με όλα τα ποσοτικά στοιχεία των δραστηριοτήτων του.

Στα κύρια προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού που αναφέρθηκαν προηγουμένως και συγκροτούν τη διεθνή αγορά (Κρουαζιέρα και ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση), **εντάσσεται ως χωριστό προϊόν** και η Ημερήσια Θαλάσσια Περιήγηση (δηλαδή οι ημερήσιες κρουαζιέρες) η οποία συγκροτεί τη δραστηριότητα της **Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας**. Οι κυριότερες μορφές της οργανωμένης αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα που θα αναλυθούν στη συνέχεια είναι:

- Η Κρουαζιεροπλοία
- Η Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση
- Η Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία

Οι κρουαζιέρες που προσφέρονται εντάσσονται στο σύνολο τους στην κατηγορία των διεθνών κρουαζιέρων, 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 ή ακόμα και ενός λιμανιού.

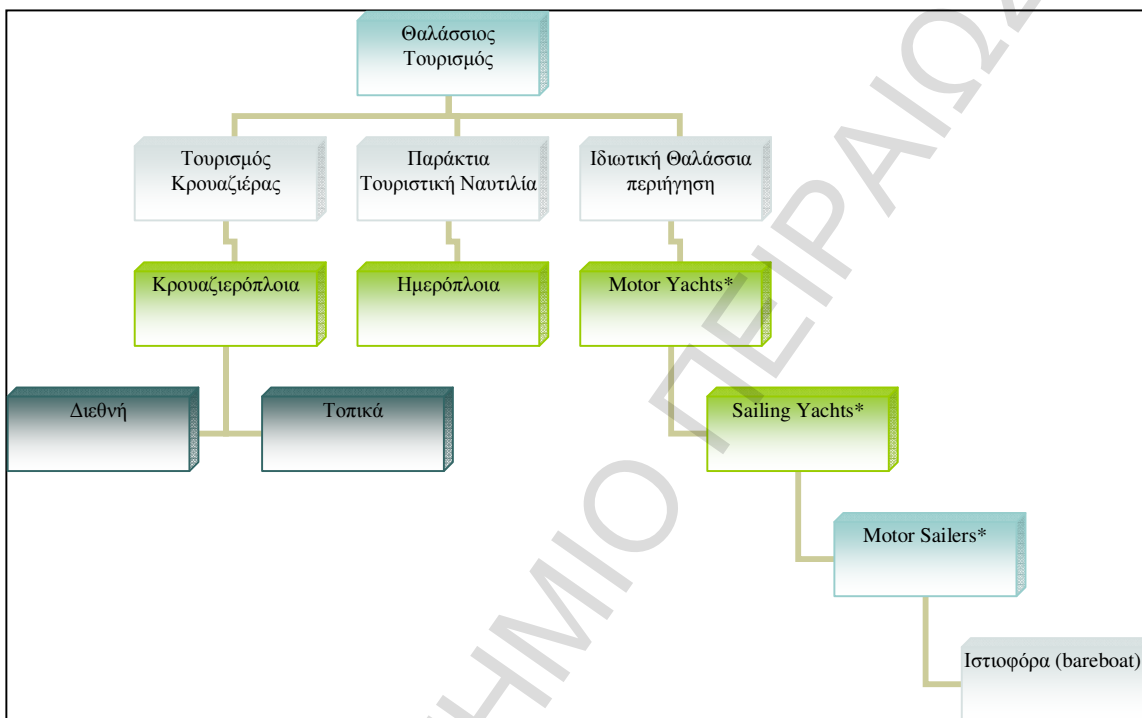
Το γιώτινγκ εμφανίζει στην Ελλάδα μια ανοδική πορεία και είναι εξαιρετικά δημοφιλές, τόσο στους αλλοδαπούς όσο και στους Έλληνες. Το υφιστάμενο δίκτυο μαρίνων και καταφύγιο τουριστικών σκαφών, αν και χρήζει περαιτέρω ανάπτυξης και βελτίωσης, παρέχει επιλογές θαλάσσιων περιηγήσεων που μπορούν να προσφέρουν στον επισκέπτη, πέραν από την απόλαυση της θαλάσσιας διαδρομής, τη γνωριμία πολλών περιοχών της νησιωτικής και της ηπειρωτικής Ελλάδας. Η Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση

στην Ελλάδα προσφέρεται με επανδρωμένα σκάφη αναψυχής (motor yachts κλπ) ή με ιστιοφόρα που συνήθως ναυλώνονται χωρίς πλήρωμα.

Ενδιαφέρουσα είναι η περίπτωση της Τουρκίας, που από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 κινητοποιείται συστηματικά στο χώρο των μαρίνων, με αποτέλεσμα σήμερα να προηγείται σημαντικά της χώρας μας σε αριθμό θέσεων ελλιμενισμού όσο και σε οργάνωση και επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών. Η Τουρκία έχει κατορθώσει να προσελκύσει σημαντική πελατεία για μόνιμο (διαχείριση, τακτική ετήσια συντήρηση) ή προσωρινό ελλιμενισμό. Αν και προωθεί εξίσου σημαντικά τις θαλάσσιες διαδρομές στα παράλια της, η Τουρκία στην πράξη έχει κατορθώσει να ελλιμενίζει και να εκμεταλλεύεται τουριστικά πλοία που κινούνται προς τα ελληνικά νησιά, αξιοποιώντας έτσι για λογαριασμό της το συγκριτικό πλεονέκτημα που δεν κατόρθωσε να εκμεταλλευτεί έγκαιρα η Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι ακόμα και ναυλομεσιτικές επιχειρήσεις διαθέτουν «βάση» εξυπηρέτησης και ναυλώσεων στην Τουρκία, εκμεταλλεόμενες το σχετικά ευνοϊκότερο επιχειρηματικό κλίμα που υπάρχει στη χώρα αυτή και την ευνοϊκή (φορολογική κλπ) μεταχείριση των ξένων επαγγελματιών.

Στο σχήμα που ακολουθεί αποτυπώνεται το σύνολο της αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα. Λεπτομερής αναφορά των χαρακτηριστικών των πλοίων και των προγραμμάτων του θαλάσσιου τουρισμού, γίνεται στα αντίστοιχα κεφάλαια της κρουαζιέρας, της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης και της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας.

ΣΧΗΜΑ 2.2 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



*Είναι επανδρωμένα. Τα ιστιοφόρα ναυλώνονται χωρίς πλήρωμα

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στη συνέχεια θα γίνει σύντομη αναφορά στο θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο της λειτουργίας του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, με σκοπό τη σαφή διατύπωση και ερμηνεία των όρων που αφορούν στο χαρακτηρισμό και στη διάκριση των μέσων παροχής των προϊόντων του θαλάσσιου τουρισμού, η οποία είναι απαραίτητη για την προσέγγιση των οικονομικών μεγεθών που αφορούν στις δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού. Κρίνεται σκόπιμο, για την για την πλήρη και ορθή εκτίμηση των οικονομικών μεγεθών των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού 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: **α) τα Επαγγελματικά Τουριστικά Πλοία και Πλοiάρια και β) τα**

Κρουαζιερόπλοια . Σύμφωνα με τον Ν. 438/76, **τουριστικό πλοίο ή πλοιάριο** είναι κάθε «σκάφος, που μπορεί να κινηθεί αυτοδύναμα στη θάλασσα , με ή χωρίς θαλάμους ενδιαίτησης και διανυκτέρευσης (δηλαδή «θαλαμηγό» ή όχι), που λόγο 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, εξαιρουμένου 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 το κριτήριο διάκρισης τους από τα «τουριστικά πλοία αναψυχής», δηλαδή τα χρησιμοποιούμενα από τους πλοιοκτήτες τους για πλόες χωρίς ναύλο και τα «ναυαθλητικά», δηλαδή τα χρησιμοποιούμενα από αναγνωρισμένους ναυαθλητικούς ομίλους για ιστιοπλοϊκούς αγώνες.

Ο Ν 438/76 ρυθμίζει, μεταξύ άλλων τον τρόπο της αναγνώρισης ενός τουριστικού πλοίου ως επαγγελματικού, 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 της αναγνώρισης πλοίου με ξένη σημαία ως επαγγελματικού, κ.λ.π. Ας σημειωθεί ότι τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία, κατά κανόνα, έχουν ελληνική σημαία, ενώ μετά την άρση του cabotage είναι δυνατή η αναγνώριση πλοίου με ξένη σημαία ως επαγγελματικού.

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

A) «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.

B) «Επαγγελματικό πλοίο αναψυχής»: Το πλοίο αναψυχής, που έχει μεταφορική ικανότητα μέχρι και σαράντα εννέα (49) επιβατών, το οποίο διαθέτη χώρους ενδιαίτησης, πέραν αυτών του πληρώματος , και χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με ολική ναύλωση.

Γ) «Ιστιοφόρο επαγγελματικό πλοίο αναψυχής»: Το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής. Το οποίο διαθέτει επαρκή ιστιοφορία, ως κύριο μέσο πρόωσης για ναυσιπλοΐα και βοηθητικό μέσο πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται από τις κείμενες διατάξεις, το οποίο και αναφέρεται στο πιστοποιητικό ασφαλείας.

Δ) «Μηχανοκίνητο επαγγελματικό πλοίο αναψυχής»: το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής, το οποίο διαθέτει μηχανή, ως κύριο μέσο πρόωσης για ναυσιπλοΐα, και βοηθητικό μέσο πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται από τις κείμενες διατάξεις, το οποίο αναφέρεται στο πιστοποιητικό ασφαλείας.

Ε) «Ιδιωτικό πλοίο αναψυχής»: Το πλοίο αναψυχής που δεν είναι επαγγελματικό σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου αυτού.

Το νομικό καθεστώς που καθορίζεται από τους 438/76 και Ν.3743/99 περιλαμβάνει διατάξεις που ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών τουριστικών πλοίων, καθώς και την προσέλκυση πλοίων στο ελληνικό νηολόγιο. Ουσιαστικά οι νομοθετικές ρυθμίσεις των ανωτέρω νόμων στοχεύουν στην προστασία του «κλάδου» από τα ιδιωτικά πλοία αναψυχής (που σχεδόν στο σύνολο τους φέρουν ξένη σημαία) τα οποία για λόγους φορολογικούς επιδιώκουν να εμφανίζονται ως επαγγελματικά, με αποτέλεσμα να θίγονται τα συμφέροντα των επαγγελματιών.

Τα Κρουαζιερόπλοια πραγματοποιούν κρουαζιέρες στις οποίες μετέχουν ομάδες τουριστών ή μεμονωμένοι τουρίστες, καταβάλλοντας κάποιο αντίτιμο κατ' άτομο για ένα πακέτο υπηρεσιών (μεταφορά, γεύματα, διασκέδαση, εκδρομές κλπ.) και διέπονται από τον Κώδικα Ναυτικού Δικαίου και το Ευρωπαϊκό και Εθνικό Δίκαιο περί παροχής υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές.

Και οι δύο μορφές θαλάσσιων καταλυμάτων εποπτεύονται από το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας (και όχι από τον Ε.Ο.Τ.). Οι ναυλομεσίτες επιτελούν κατά συνέπεια τουριστικό επάγγελμα, οι όροι άσκησης του οποίου διέπονται (κατ' εξουσιοδότηση του παραπάνω νόμου) από κοινή απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας και του εποπτεύοντα του Ε.Ο.Τ. Υπουργού Τουρισμού. Τα ναυλομεσιτικά γραφεία ιδρύονται και λειτουργούν με βάση ρυθμίσεις ανάλογες με εκείνες των τουριστικών γραφείων.

Η επαγγελματική Ένωση των Ελληνικών Ναυτιλιακών εταιρειών που έχουν στην ιδιοκτησία τους Κρουαζιερόπλοια (τα οποία φέρουν την 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 Τουρισμού(Ε.Π.Ε.Σ.Τ.) και το Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών 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 Γ.Σ της 20/11/2005, αποφάσισαν ομόφωνα τη μετονομασία σε Π.Ε.Ν.Τ.Η.Σ., αντικαθιστώντας τη λέξη «Πλοιοκτητών» από τον τίτλο της ονομασίας τους με τη λέξη «Τουριστικών».

2.4 Διακρίσεις του θαλάσσιου τουρισμού

2.4.1 Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση

Με τον όρο **Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση** που προσφέρει η χρήση **σκαφών αναψυχής (Yachting)**, εννοούμε την εκμίσθωση ενός σκάφους για να χρησιμοποιηθεί τόσο ως τόπος διαμονής και ψυχαγωγίας όσο και ως μέσο μετακίνησης από μια ομάδα ατόμων που έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν και να διαμορφώσουν από κοινού το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησης τους, με σκοπό την αναψυχή τους.

Η Ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση, παρέχει στον περιηγητή ιδιαίτερη αμεσότητα με τη θάλασσα στο βαθμό που συνδυάζει από τη μια πλευρά την εμπειρία πλοήγησης και διακυβέρνησης του σκάφους σε προορισμούς προσωπικής επιλογής και από την άλλη αμεσότητα με το υγρό στοιχείο.

Η έννοια του γιώτινγκ (Yachting) είναι ταυτισμένη με την ενοικίαση διαφόρων κατηγοριών επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Τα πλοία αναψυχής, ιστιοφόρα ή θαλαμηγοί, είναι τα μέσα που χρησιμοποιεί μια μερίδα τουριστών για να πραγματοποιήσει ταξίδι αναψυχής στη θάλασσα, με σταθμούς σε διάφορα λιμάνια ή και ακτές. Η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως πολυτελών θαλαμηγών,

ιστιοφόρων, ταχυπλόων σκαφών, κ.α., θεωρείται η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού. Απευθύνεται επί το πλείστον σε πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης, ενώ η ζήτηση του προϊόντος παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση.

Οι διακοπές με ενοικιαζόμενο σκάφος αν και θεωρούνται υψηλού κόστους, έχουν τόσα πλεονεκτήματα που συχνά αποσβένουν τη φαινομενικά υψηλή τιμή τους, ιδίως όταν οι διακοπές σε σκάφος γίνονται από ομάδα επισκεπτών. Οι καλοκαιρινές διακοπές αυτού του είδους παρέχουν άνεση χρόνου για την οργάνωση των επισκέψεων σε αξιοθέατα ή άλλους προορισμούς, προσφέρουν απόλυτη ελευθερία κινήσεων, απαλλάσσουν από την αναμονή σε ουρές και τις συνηθισμένες τλαιπωρίες, ακόμα και από τη φροντίδα για κρατήσεις θέσεων και δωματίων.

Προπάντων όμως, το σκάφος αναψυχής προσφέρει στους επιβάτες του την ελευθερία της επιλογής των προορισμών. Δίνει τη δυνατότητα να οργανώνουν οι ίδιοι το πρόγραμμα τους και να το τροποποιούν ανάλογα με τις προτιμήσεις τους, να επισκέπτονται πολλούς χώρους, να απολαμβάνουν δραστηριότητες, όπως κολύμπι, καταδύσεις ή ψάρεμα, στο χρόνο που επιθυμούν και σε σημεία για τα οποία δεν υπάρχει άλλος τρόπος πρόσβασης.

Άλλωστε το χαρακτηριστικό πλεονέκτημα των διακοπών με σκάφος αναψυχής είναι η συνεχής μετακίνηση σε τόπους που δύσκολα προσεγγίζονται με άλλο μέσο, η ανακάλυψη γραφικών νησιών, λιμανιών και ακτών και η γεύση μιας αλλιώςτικής ζωής, μακριά από την καθημερινότητα και τη ρουτίνα.

Τα πληρώματα που επανδρώνουν αυτά τα σκάφη είναι πολύ πεπειραμένα. Είναι πρόθυμα να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους επιβάτες του σκάφους, να ικανοποιήσουν όλες τις γαστρονομικές προτιμήσεις με εκλεκτά μενού, να τους διδάξουν θαλάσσια σπορ, εξασφαλίζοντας με τη διακριτικότητα και τις φροντίδες τους μέρες ξεκούρασης και απόλαυσης για τους επιβάτες.

Οι επιλογές στους τύπους σκαφών είναι πολλές εξαιτίας της μεγάλης ποικιλίας. Πιο αναλυτικά, τα σκάφη αναψυχής διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

1. Ιστιοφόρα σκάφη που κινούνται μόνο με πανιά και νοικιάζονται με πλήρωμα. Γνωστά και ως Sailing Yachts.

2. Ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα (αποκαλούνται bare boats), για όσους κατέχουν τα μυστικά της ιστιοπλοΐας.
3. Παραδοσιακά καΐκια ή Motor Sailers.
4. Πολυτελή καΐκια ή Luxury Motor Sailers που συνδυάζουν πανιά και μηχανές.
5. Μηχανοκίνητα μικρά δηλ. τα Motor Yachts
6. Μηχανοκίνητα πολυτελείας ή Mega Yachts που κινούνται με μηχανή και νοικιάζονται με πλήρωμα
7. Μεγάλα καΐκια ή μεγάλα μηχανοκίνητα (γκρουπάδικα) που εξυπηρετούν πολλούς επιβάτες και συνήθως εκτελούν προκαθορισμένες κρουαζιέρες.

Για να αξιολογηθούν σωστά οι παραπάνω φαινομενικά ακριβές τιμές των διακοπών επάνω σε ένα σκάφος αναψυχής, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω:

- Ότι θα διαιρεθούν δια του αριθμού των επιβατών
- Ότι συμπεριλαμβάνουν όχι μόνο το ταξίδι αλλά: διαμονή, άνεση, περιποίηση ξενοδοχείου, ψυχαγωγία, περιηγήσεις, δωρεάν εκμάθηση σπορ (ανάλογα με τη συμφωνία που έχει γίνει) και τη μεγάλη πολυτέλεια της ανεξαρτησίας.

Ένα φαινόμενο ιδιαίτερα δημοφιλές στη Μεσόγειο είναι η ιστιοπλοΐα σε σχηματισμό στολίσκου που αποτελεί μια παραλλαγή του συστήματος ναύλωσης «γυμνού» πλοίου. Αναφέρεται στην ομαδική (μέχρι 12 σκάφη) κίνηση των ιστιοφόρων σκαφών με καθοδήγηση επαγγελματιών κυβερνητών. Προγράμματα Flotilla προσφέρονται και στην Ελληνική αγορά, τόσο στο Αιγαίο όσο και στο Ιόνιο.

Οι δύο κύριες κατηγορίες σκαφών είναι τα ιστιοφόρα (sail boats) και τα μηχανοκίνητα (motor boats). Τα αμιγώς ιστιοφόρα αποτελούν το 90% του επαγγελματικού στόλου αναψυχής και από αυτά άνευ πληρώματος (bare boats) είναι το 95%. Το υπόλοιπο 10% του συνόλου αποτελούν τα μηχανοκίνητα και τα ιστιοφόρα-μηχανοκίνητα. Στην κατηγορία των μηχανοκίνητων ανήκουν τα μετασκευασμένα αλιευτικά σκάφη και εμπορικά καΐκια, τα οποία είναι περισσότερο ευρύχωρα, φθηνότερα και αξιόπλοα. Μια τρίτη κατηγορία είναι αυτή των θαλαμηγών σκαφών, μεγάλος αριθμός των οποίων αφορά ιδιωτική και όχι επαγγελματική χρήση.

Η ζήτηση σκαφών αναψυχής έχει αλλοδαπή προέλευση σε ποσοστό περίπου 95%. Οι ευρωπαίοι (κυρίως Γερμανοί και Γάλλοι) προτιμούν τα ιστιοπλοϊκά, ενώ οι Αμερικάνοι τα μηχανοκίνητα. Συνήθως οι Έλληνες τουρίστες μισθώνουν ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα, αλλά και σκάφη με πλήρωμα όπως yachts και motor sailers.

Οι Έλληνες θεωρούνται από τους απαιτητικούς και υψηλής εισοδηματικής στάθμης πελάτες.

2.4.1.1 Η Ελληνική αγορά του yachting

Η Ελληνική αγορά **επαγγελματικών σκαφών αναψυχής** (Ιστιοπλοϊκά) άρχισε να δημιουργείται τη δεκαετία του 70. Το έτος 1960, με φορέα υλοποίησης τον Ε.Ο.Τ, άρχισε η κατασκευή και λειτουργία των σταθμών εξυπηρέτησης και ανεφοδιασμού θαλαμηγών με καύσιμα, νερό και εφόδια, σε 85 σημεία της χώρας. Σημαντική ήταν η συμβολή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) αναφορικά με τη δημιουργία της απαραίτητης τεχνικής και θεσμικής υποδομής. Κατασκευάστηκαν οι πρώτες μαρίνες (Βουλιαγμένης:1963, Ζέας:1966, Αρεστούς:1973), καθώς και 65 σταθμοί ανεφοδιασμού θαλαμηγών σε όλη τη χώρα για τον εφοδιασμό των τουριστικών πλοίων με καύσιμα, νερό και λοιπά εφόδια. Οι πρωτοβουλίες αυτές του ΕΟΤ υλοποιήθηκαν με τη συνεργασία του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας, του Υπουργείου Οικονομικών και του πρώην Βασιλικού Ναυτικού Ομίλου Ελλάδος (Β.Ν.Ο.Ε., σήμερα Ν.Ο.Ε.), που αποτελούσε τότε το μόνο οργανωμένο, με βάση τα διεθνή πρότυπα, ναυαθλητικό όμιλο. Το 1961 απλουστεύονται οι διαδικασίες κίνησης, εισόδου και εξόδου των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, καθιερώνεται το ειδικό δελτίο κίνησης, (Transit Log), καθώς και κίνητρα αφορολόγητων ειδών και καυσίμων.

Μέχρι τη δεκαετία του '60, ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος με υποδομή για τη φιλοξενία σκαφών αναψυχής, ο οποίος μάλιστα μέχρι το 1968 είχε αναλάβει την τήρηση στατιστικών στοιχείων κίνησης των σκαφών αναψυχής σε όλη τη χώρα, όπως και την προβολή του Ελληνικού yachting, με διεθνείς διοργανώσεις και αγωνιστικές εκδηλώσεις. Η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που έθεσε το νομικό πλαίσιο για τη λειτουργία εταιρειών εκμετάλλευσης. Συγκεκριμένα

το 1976 με το Νόμο 438, ο οποίος βρίσκεται σε ισχύ μέχρι σήμερα, αν 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.

Σύμφωνα με τα τηρούμενα στοιχεία στο Υ.Ε.Ν., 6.100 πλοία έχουν χαρακτηριστεί επαγγελματικά, από τα οποία εν ενεργεία είναι περίπου τα 4.800, δεδομένου ότι, όπως ήδη σημειώθηκε, για φορολογικούς λόγους αρκετά πλοία αναψυχής (δηλαδή χρησιμοποιούμενα από τους πλοιοκτήτες τους ιδιωτικά για πλόες χωρίς ναύλο) χαρακτηρίζονται επαγγελματικά χωρίς να εκναυλώνονται. Είναι σχεδόν βέβαιο ότι με το νέο νόμο (Ν.2743/99) τα μη εκναυλούμενα πλοία, τα εικονικά επαγγελματικά, θα περιοριστούν σε αριθμό και η ποσοτική εικόνα του επαγγελματικού yachting θα γίνει πιο διαυγής.

Δεν επιχειρείται με βάση τα ανωτέρω στοιχεία να γίνουν ποσοτικές συγκρίσεις των ρυθμών ανάπτυξης του yachting με τους ρυθμούς ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού γενικά μέσω των συγκρίσιμων βασικών μεγεθών, διότι οι συγκρίσεις αυτές δεν οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα, δεδομένης της ανεπαρκούς στατιστικής παρακολούθησης στο χώρο του yachting.

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 μιας σύμβασης – ναυλοσύμφωνου μεταξύ των συμβαλλομένων. Είναι ένα έντυπο εις τριπλούν, εγκεκριμένο από το ΥΕΝ, που αναφέρει τους όρους της ναύλωσης (ποσό ναύλωσης, ποσό εγγύησης, ημερομηνίες και λιμάνια αναχώρησης και επιστροφής). Υπογράφεται και από τις δύο πλευρές και δίδεται μια προκαταβολή στον πλοιοκτήτη ή στον αναγνωρισμένο αντιπρόσωπό του, ενώ το υπόλοιπο ποσό του ναύλου πρέπει να καταβάλλεται πριν από την αναχώρηση του σκάφους.⁴ Μαζί με το ναυλοσύμφωνο υπογράφεται και το έντυπο παραλαβής εξοπλισμού, σύμφωνα με το οποίο ο πλοιοκτήτης «χρεώνει» τον ναυλωτή με όλο τον εξοπλισμό που αναφέρεται σε αυτό.

Οι ναυλώσεις μπορούν να πραγματοποιηθούν κατά τους ακόλουθους τρόπους:

⁴ eot.gr/ταξιδιωτικός_οδηγός_/ναυλοσύμφωνο

1. Μέσω κάποιου αναγνωρισμένου ναυλομεσίτη ή ταξιδιωτικού πράκτορα
2. Απευθείας από τους πλοιοκτήτες και εφοπλιστές

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

Για την προστασία των ναυλωτών, το Ελληνικό κράτος απαιτεί οι ναυλομεσίτες να έχουν σχετική άδεια από τον ΕΟΤ και να έχουν καταθέσει εγγυητική επιστολή για την κάλυψη των τυχών απαιτήσεων της πελατείας τους. Σε όλες τις περιπτώσεις οι συμφωνίες ενοικίασης σκάφους πρέπει να γίνονται με το επίσημο έντυπο που ορίζει η Ελληνική Νομοθεσία.

«Ναυλομεσιτικά Γραφεία Θαλάσσιου Τουρισμού» είναι οι νόμιμα οργανωμένες επιχειρήσεις, οι οποίες, με τα μέσα που διαθέτουν και τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αναλαμβάνουν την εκμίσθωση πλωτού μέσου, οποιασδήποτε μορφής (Θαλαμηγού, Κρουαζιερόπλοιου επιβατηγού σκάφους, πλοιαρίου διαφόρων τύπων, κλπ.), με Ελληνική και ξένη σημαία, σε Έλληνες ή ξένους, για εκτέλεση πλόων αναψυχής με ολική ναύλωση, σύμφωνα με το ναυλοσύμφωνο εγκεκριμένου τύπου, εντός ή εκτός των ελληνικών υδάτων.

Ο έλεγχος και η εποπτεία των ναυλομεσιτικών γραφείων, ασκείται από το Υ.Ε.Ν., και τον Ε.Ο.Τ. (ή από την Τουριστική Αστυνομία μετά από παραγγελία του Ε.Ο.Τ)

Η επαγγελματική Οργάνωση του κλάδου των Ναυλομεσιτών είναι ο Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνομόνων Θαλαμηγών (Ε.Σ.Μ.Ε.Θ.), τα μέλη της οποίας συγκροτούνται σε τοπικά επιμελητήρια.

Μεταξύ των στόχων του (Ε.Σ.Μ.Ε.Θ) περιλαμβάνονται:

- Η 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.
- Η σύνταξη ενιαίου τύπου ναυλοσύμφωνου και ενιαίου συμφωνητικού αγοραπωλησίας σκαφών.
- Ο καθορισμός του ύψους των ημερήσιων ναύλων σκαφών.

- Ο καθορισμός του ύψους των προμηθειών στις ναυλώσεις και αγοραπωλησίες σκαφών.
- Η διαιτητική επίλυση διαφορών μεταξύ των μελών, και μεταξύ μελών και τρίτων, εφόσον θα ζητείται από τους ενδιαφερόμενους.

Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παροχή υπηρεσιών ναύλωσης και άλλων συναφών υπηρεσιών στο χώρο του yachting, είναι μέλη της ΕΣΜΕΘ. Από τα 90 συνολικά εγγεγραμμένα μέλη, τα 50 έχουν αποκλειστική απασχόληση τις ναυλώσεις σκαφών αναψυχής (yacht) και κατέχουν ανάλογη άδεια από τον ΕΟΤ. Τα υπόλοιπα 35 μέλη είναι κατά κύριο λόγο ναυπηγοί και εμπειρογνώμονες (μεσίτες αγοραπωλησιών). Εκτός από τα γραφεία – μέλη της ΕΣΜΕΘ, εκτιμάται ότι λειτουργούν (κυρίως στην περιφέρεια) επιπλέον 60 επιχειρήσεις με κύριο αντικείμενο τη ναύλωση yachts.

Η απασχόληση που δημιουργείται από τα μέλη της ΕΣΜΕΘ (ναυλομεσίτες και εμπειρογνώμονες) κυμαίνεται από 2 έως 7 άτομα ανά γραφείο. Μία μέση εκτίμηση είναι τα 4 άτομα ανά γραφείο. Επομένως συνολικά η παροχή υπηρεσιών ναύλωσης και μεσιτείας δημιουργεί απασχόληση για 360 άτομα.

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΠΕΣΤ, 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 και κλείνει τον πελάτη, και 10% η αμοιβή του γραφείου στο εσωτερικό. Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, π.χ Κυριακούλης, το γραφείο εξωτερικού μπορεί να λάβει το 15%, ενώ το 5% παραμένει στην ιδιοκτήτρια εταιρία. Τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί και αυξάνεται ολοένα το direct client, δηλαδή η συμφωνία ναύλωσης μέσω internet. Στους πελάτες που επιλέγουν το διαδίκτυο για τη ναύλωση του σκάφους παρέχεται έκπτωση 10%, ενώ το υπόλοιπο 20% της προμήθειας του πράκτορα (από το σύνολο 30%) καταλήγει στο γραφείο του εσωτερικού.

2.4.1.2 Μισθώσεις σκαφών αναψυχής

Η Ελλάδα είναι η χώρα που έχει τα περισσότερα πλεονεκτήματα στον τομέα θαλάσσιου τουρισμού έναντι των άλλων μεσογειακών χωρών, λόγω των δύο μεγάλων συμπλεγμάτων των νησιών Αιγαίου και Ιονίου, των εκτεταμένων ακτών της και του ευνοϊκού κλίματος της. Η τουριστική περίοδος έχει επτάμηνη διάρκεια (Απρίλιος – Οκτώβριος). Η αγορά ναυλώσεων, μικρών και μεγάλων σκαφών, παρουσιάζει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ, οι προσεγγίσεις σκαφών στην Ελλάδα επικεντρώνονται σε τρεις κυρίους περιόδους: από Ιούνιο μέχρι Αύγουστο που αντιστοιχεί στο 54% του συνόλου των προσεγγίσεων, από Απρίλιο μέχρι Μάιο και από Σεπτέμβριο μέχρι Οκτώβριο που αντιστοιχεί στο 40%.

Το **κόστος ενοικίασης (ναύλωσης)** σκάφους αναψυχής εξαρτάται από το μέγεθος του, τις ανέσεις που προσφέρει, το βαθμό πολυτελείας που παρέχει και την ανάλογη εξυπηρέτηση. Η βασική συμφωνούμενη τιμή (στο συμβόλαιο ενοικίασης ή ναυλοσύμφωνο) για ένα σκάφος με πλήρωμα, συνήθως περιλαμβάνει όλα τα τρέχοντα λειτουργικά έξοδα του σκάφους, αμοιβή και τροφοδοσία του πληρώματος, για τα επανδρωμένα (yachts).

Σε ορισμένες περιπτώσεις, ανάλογα με τον τύπο του σκάφους και την εποχή του έτους, είναι δυνατό να συμπεριλαμβάνονται καύσιμα και λιπαντικά, (παράδειγμα στα ιστιοφόρα), ή να χρεωθούν επιπλέον εκτός τιμής (παράδειγμα στα μηχανοκίνητα), ενώ είναι δυνατόν να συμπεριλαμβάνεται νερό και έξοδα για τα λιμενικά τέλη για ένα συγκεκριμένο αριθμό ωρών πλεύσης, Στην ημερήσια τιμή δεν συμπεριλαμβάνονται το κόστος τροφίμων, ποτών, αναψυκτικών, καθαριστήριο και οποιαδήποτε άλλη ειδική απαίτηση των ναυλωτών. Επίσης είναι εκτός τιμής η δαπάνη για τα τέλη του Ισθμού της Κορίνθου (εφ' όσον το σκάφος τον διέλθει) και λιμενικά έξοδα σε ελληνικά λιμάνια.

Πρακτικά συνηθίζεται οι πλοιοκτήτες να κάνουν ξεχωριστή συμφωνία με τους ενοικιαστές για την προμήθεια τροφίμων σε κάποια ημερήσια τιμή κατ' άτομο που συμφωνείται μεταξύ των μερών. Για τα σκάφη χωρίς πλήρωμα οι όροι ενοικίασης είναι διαφορετικοί

απ' αυτούς των επανδρωμένων σκαφών. Η τιμή ναύλωσης περιλαμβάνει αποκλειστικά τη ναύλωση του σκάφους και την ασφάλεια του. Απαιτείται η καταβολή εγγύησης, που αφορά την περίπτωση απώλειας στοιχείων εξοπλισμού, ή ζημιάς, η οποία επιστρέφεται αμέσως μετά την παράδοση του σκάφους, εφ' όσον αυτό βρίσκεται στην αρχική του κατάσταση.

Η αμοιβή κυβερνήτη (εφ' όσον ζητηθεί) δεν συμπεριλαμβάνεται στον ημερήσιο ναύλο. Οι ναυλωτές σκαφών χωρίς πλήρωμα συνήθως αναλαμβάνουν οι ίδιοι την τροφοδοσία τους, αλλά ο ναυλομεσίτης, αναλαμβάνει εάν του ζητηθεί, να κανονίσει την προμήθεια του σκάφους με τρόφιμα πριν την αναχώρηση του.

2.4.2 Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία

Στη δραστηριότητα αυτή του θαλάσσιου τουρισμού κατατάσσονται οι ημερήσιες κρουαζιέρες, οι οποίες για την διάκριση τους από την «κλασική» δραστηριότητα των κρουαζιέρων αποκαλούνται *Ημερήσιες Θαλάσσιες Περιηγήσεις*. Η ειδοποιός διαφορά του κλάδου της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας που παράγει το προϊόν των Ημερήσιων Θαλάσσιων Περιηγήσεων, από την κρουαζιερόπλοια είναι ότι προσφέρεται από πλοιάρια τα οποία είναι στο σύνολο τους ημερόπλοια, δηλαδή εκτελούν πλόες πάντα και μόνο κατά τη διάρκεια της ημέρας, διότι δεν έχουν τις προδιαγραφές (καμπίνες επιβατών, εστιατόρια, κτλ.) για ταξίδια κατά τη διάρκεια της νύχτας ή και για ταξίδια μεγάλης εμβέλειας, τα οποία είναι πολύωρα και περισσότερο κουραστικά για τους επιβάτες (Διακομιχάλης Μ. 2006).

Στη χώρα μας όπως και σε άλλες χώρες, θεωρούμε ότι μπορεί να χαρακτηριστεί ξεχωριστή δραστηριότητα αυτή των Ημερήσιων Κρουαζιέρων λόγω της ύπαρξης των νησιωτικών συμπλεγμάτων και των μικρών αποστάσεων από τις γειτονικές ακτές κάθε κύριου τουριστικού προορισμού, γεγονός που προσαυξάνει τη ζήτηση της δραστηριότητας, σε βαθμό που αποτελεί την κυριότερη μορφή τουρισμού για πολλές νησιωτικές και παράκτιες περιοχές.

Η Ημερήσια Θαλάσσια Περιήγηση που προσφέρεται από την Παράκτια τουριστική Ναυτιλία σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να έχει τη μορφή της Κρουαζιέρας, μικρότερης εμβέλειας, χωρίς ενδιάμεσους σταθμούς. Σε άλλες δε περιπτώσεις, το αντικείμενο των επιχειρήσεων είναι καθαρά μεταφορικό, όταν τα πλοία και σκάφη ναυλώνονται για ημερήσιες εκδρομές από παράκτια ή νησιωτικά λιμάνια που αποτελούν περισσότερο ή λιγότερο ανεπτυγμένους τουριστικούς προορισμούς προς γειτονικά λιμάνια της νησιωτικής ή ηπειρωτικής χώρας, στα οποία παρατηρείται μια δορυφορική εξάρτηση όσον αφορά την τουριστική δραστηριότητα τους (Διακομιχάλης Μ. 2004:311-312)

2.4.2.1 Η Ελληνική αγορά της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας

Η δραστηριότητα της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας εμφανίσθηκε στα νησιωτικά συμπλέγματα του Αιγαίου και του Ιονίου τη δεκαετία του '60. Η εμφάνιση της δραστηριότητας ήταν απόρροια της «ζήτησης» για ταξίδια σε «εξαρτώμενα» - συγκοινωνιακά, διοικητικά και αναπτυξιακά- γειτονικά νησιά των μεγαλύτερων και γνωστότερων, στα οποία παραθέριζαν ημεδαποί ή αλλοδαποί επισκέπτες. Τα κίνητρα των επισκέψεων ήταν τόσο η επίσκεψη σε τουριστικά αξιοθέατα των γειτονικών νησιών⁵ όσο και επαγγελματικά ή επιστημονικά ενδιαφέροντα των επισκεπτών⁶. Σε άλλες περιπτώσεις η εμφάνιση των θαλάσσιων περιηγήσεων ήταν αποτέλεσμα της προσπάθειας από την πλευρά της «προσφοράς» για εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με τη δυνατότητα παροχής περισσότερων επιλογών στους επισκέπτες (για παράδειγμα, εκδρομές από Ρόδο προς Σύμη, Τουρκία).

Στο διάστημα από την εμφάνιση της δραστηριότητας μέχρι και σήμερα, το «προϊόν» των **Ημερήσιων Θαλάσσιων Περιηγήσεων** έχει εξελιχθεί ποιοτικά και ποσοτικά. Σχεδόν σε κάθε λιμάνι νησιωτικού ή ηπειρωτικού τουριστικού προορισμού της χώρας υπάρχουν

⁵ Το 1963 πραγματοποιούνται ημερήσιες θαλάσσιες εκδρομές από δύο μετασκευασμένα αλιευτικά, από το Νυδρί – Λευκάδας προς τα νησάκια Σκορπιό, ιδιοκτησίας Α. Ωνάση και Μαδούρη, ιδιοκτησίας οικ. Βαλαωρίτη.

⁶ Το 1965 ταξιδεύει προς Νίσυρο το μετασκευασμένο φορτηγό ξύλινο πλοιάριο «Πούλια» από την Κω, μεταφέροντας πέντε μεταλλειολόγους – ηφαιστειολόγους οι οποίοι ήρθαν στην Ελλάδα για επιστημονικούς σκοπούς και ήταν οι πρώτοι τουρίστες που επισκέφθηκαν το νησί, με κίνητρο την παρατήρηση και μελέτη του ηφαιστείου της Νισύρου.

πλοiάρια που εκτελούν ημερήσιες θαλάσσιες περιηγήσεις. Οι προορισμοί και τα προγράμματα των εκδρομών έχουν εμπλουτιστεί, καθώς και οι παρεχόμενες υπηρεσίες, τόσο εν πλω όσο και στους παράκτιους προορισμούς. Παράλληλα τα πλοiάρια που ασκούν δραστηριότητα είναι σύγχρονα, μεγαλύτερου μεγέθους και με μεγαλύτερες ταχύτητες για τη μείωση του χρόνου ταξιδιού.

Ορισμένα **παραδείγματα ημερήσιων περιηγήσεων** που διεξάγονται στη χώρα μας είναι: Από Κω προς Νίσυρο, Κάλυμνο, Ψέριμο, Πάτμο, Τουρκία, από Ρόδο προς Σύμη, Χάλκη, Τήλο, Νίσυρο, Τουρκία, από Πάτμο προς Λειψούς, Αρκιούς, Λέρο, από Πάργα και Κέρκυρα προς Παξούς, Αντίπαξους, από Λευκάδα προς Κεφαλονιά, Ιθάκη, Μεγανήσι, από Σκιάθο προς Σκόπελο, Αλόνησο, παραλία Πηλίου, από Μύκονο προς Δήλο, Νάξο, από Πάρο προς Νάξο, Κουφονήσια, από Χίο προς Ψαρρά, Οινούσες, Τουρκία, από Ιεράπετρα προς Χρυσή και πολλές άλλες. Στην πρώτη περίπτωση, το αντικείμενο των πλοιαρίων και σκαφών είναι καθαρά περιηγητικό και αφορά σε εκδρομές με σκοπό την περιήγηση γύρω από τα νησιά, προς γειτονικές νησίδες και βραχονησίδες, προς παραλίες που δεν είναι προσβάσιμες με άλλα μέσα. Στις περιπτώσεις αυτό το μεταφορικό έργο είναι ένα μόνο από τα προσφερόμενα προϊόντα, ενώ προσφέρονται επί το πλείστον υπηρεσίες αναψυχής, σίτισης επί του πλοίου ή στις ακτές προσέγγισης. Στη δεύτερη περίπτωση, η δραστηριότητα των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται τα πλοiάρια περιορίζεται στη μεταφορά των πελατών τους από τον κύριο τουριστικό προορισμό στους γειτονεύοντες με αυτόν, είτε πρόκειται για μικρότερα νησιά ή για ακτές άλλων νησιών ή της ηπειρωτικής χώρας. Σε ορισμένες περιπτώσεις η κατεύθυνση της περιήγησης μπορεί να είναι αντίθετη. Δηλαδή το πλοiάριο να κατευθύνεται στον γειτονικό, ανεπτυγμένο τουριστικά και γνωστό προορισμό, με εκδρομείς που έχουν επιλέξει για τις διακοπές τους και διαμένουν στο λιγότερο ανεπτυγμένο ή μικρότερο ή λιγότερο γνωστό προορισμό.

Οι δύο κατηγορίες περιηγήσεων που αναφέρθηκαν, θεωρείται ότι συνθέτουν την αγορά της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας, που επίσης μπορεί να αποκαλείται ως αγορά της Ημερήσια Θαλάσσιας Περιήγησης.

2.4.2.2 Προγράμματα Παράκτιας Κρουαζιέρας

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, τα προγράμματα που συνθέτουν την Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες

1. Αυτά που επιτελούν μόνο μεταφορικό έργο
2. Αυτά που αποτελούν μια ημερήσια, μικρής εμβέλειας κρουαζιέρα

Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν τα πλοία που συμμετέχουν σε ημερήσιες εκδρομές, από έναν τουριστικό προορισμό σε έναν άλλον, από τους οποίους ο ένας ή και οι δύο μπορεί να βρίσκονται σε νησί ή στην Ηπειρωτική Ελλάδα. Στα προγράμματα αυτά λαμβάνεται υπ' όψιν η απόσταση μεταξύ του τόπου αναχώρησης και του τόπου προορισμού, για να υπολογισθεί ο χρόνος που απαιτείται για το ταξίδι, γεγονός που θα συμβάλλει στον καθορισμό της ώρας αναχώρησης και άφιξης του πλοίου. Επίσης σημαντικό παράγοντα για τον καθορισμό του χρόνου άφιξης, αναχώρησης και διάρκειας της εκδρομής αποτελεί η απόσταση της περιοχής από όπου προέρχονται οι πελάτες- τουρίστες, ώστε να είναι γνωστό πόσος χρόνος απαιτείται για τη μεταφορά τους από το ξενοδοχείο προς το λιμάνι και αντίστροφα (transfer), με το πούλμαν του πρακτορείου που διοργανώνει την εκδρομή. Ο χρόνος αναχώρησης θα οριστικοποιηθεί, αφού ληφθεί υπ' όψιν ο παραπάνω παράγοντας, σε συνάρτηση με το γεγονός ότι οι πελάτες δεν μπορούν να αναχωρήσουν νωρίτερα από τη λήξη του χρόνου που ορίζεται για τη λήψη του πρωινού, από τη στιγμή που αυτό συμπεριλαμβάνεται στην τιμή της μεγάλης πλειοψηφίας των τουριστών (Συμφωνία κράτησης Bed & Breakfast, ή Half Board ή Full Board). Επίσης ανάλογος υπολογισμός γίνεται για τον υπολογισμό της ώρας επιστροφής του πλοίου στον τόπο απ' όπου αναχώρησε, αφού υπολογισθεί και ο απαιτούμενος χρόνος που θα χρειασθεί για τη μεταφορά των πελατών στα καταλύματα τους, ώστε να προλάβουν το δείπνο, το οποίο αρκετοί απ' αυτούς δικαιούνται.

Αφού έχουν καθοριστεί, σύμφωνα με τις παραπάνω προϋποθέσεις η αναχώρηση και η επιστροφή, η εκδρομή στην οποία το πλοίο συμμετέχει μόνο ως μεταφορικό μέσο, διεξάγεται σύμφωνα με το αναλυτικό πρόγραμμα της περιήγησης. Επί του πλοίου και

καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού δε γίνεται καμία εκδήλωση αναψυχής, ούτε περιλαμβάνεται κάτι άλλο στην τιμή που αντιστοιχεί στο ναύλο. Στο κυλικείο του πλοίου προσφέρονται σάντουιτς, αναψυκτικά, νερό, ποτά, τα οποία πληρώνουν οι πελάτες.

Στην περίπτωση **ημερήσιας κρουαζιέρας**, μικρής εμβέλειας και διάρκειας, όχι περισσότερης των 12 ωρών, ισχύουν όσα προαναφέρθηκαν για τον καθορισμό της αναχώρησης και της άφιξης του σκάφους.

Τα προγράμματα των ημερήσιων εκδρομών συνοψίζονται στις παρακάτω κατηγορίες.

- Εκδρομή σε μία ή περισσότερες παραλίες του νησιού ή του χερσαίου προορισμού
- Γύρος του νησιού με το σκάφος με στάσεις ή στάσεις για κολύμπι ή και για φαγητό
- Εκδρομή – Κρουαζιέρα σε αξιοθέατα που η πρόσβαση είναι δυνατή μόνο δια θαλάσσης.
- Εκδρομή με κύριο σκοπό θαλάσσια δραστηριότητα, όπως ψάρεμα, καταδύσεις ή άλλα θαλάσσια σπορ.

Στις παραπάνω εκδρομές-κρουαζιέρες, εκτός του μεταφορικού έργου που παρέχεται από το τουριστικό σκάφος, προσφέρονται και επιπλέον υπηρεσίες, είτε πάνω σε αυτό είτε σε κάποιο σημείο της ακτής που προσεγγίζει, όπως:

- Έτοιμο φαγητό (κρύο πιάτο), σνακ (σάντουιτς, κλπ), ποτό, αναψυκτικό, φρούτο.
- Ψυχαγωγικές δραστηριότητες, όπως ζωντανή μουσική, τραγούδι, κ.ά.
- Πικ-νικ στην παραλία ή barbeque ή beach party

Παράλληλα με τα παραπάνω ενδείκνυται και συνήθως προσφέρεται η στοιχειώδης ενημέρωση από κάποιο συνοδό ή οργανωτή της εκδρομής ή κάποιο μέλος του πληρώματος, εφ' όσον δεν υπάρχει επαγγελματίας ξεναγός, τόσο για τις δραστηριότητες που προγραμματίζονται όσο και για τη συγκεκριμένη περιοχή και τα αξιοθέατα της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Ανάλυση του πλαισίου λειτουργίας της κρουαζιέρας κυρίως στη Ελλάδα

3.1 Η Επισκόπηση της αγοράς της κρουαζιέρας

Η κρουαζιέρα, διαχρονικά και ποσοτικά στοιχεία

Η κρουαζιέρα ως τρόπος αναψυχής είναι γνωστή από την αρχαιότητα και αποτελούσε προνόμιο των εύπορων κοινωνικών τάξεων. Στην κρουαζιέρα έχει καταστεί σημαντικός τομέας του θαλάσσιου τουρισμού που προσελκύει πλήθος επιβατών, όχι μόνο υψηλού αλλά και μέσου οικονομικού επιπέδου.

Οι παράκτιες περιοχές από την αρχαιότητα προσέλκυαν τον άνθρωπο, καθώς αποτελούσαν το επίκεντρο των τροφο-συλλεκτικών δραστηριοτήτων του π.χ. αλιεία. Εκτός όμως από σημαντικό πεδίο επιβίωσης, οι παράκτιες περιοχές εξελίχθηκαν σε σημαντικό προορισμό των ταξιδιών αναψυχής. Η σχέση τους με το θαλασσινό κόσμο προσδίδει την αξία ενός μηνύματος που μεταφέρει τη σαγήνη της θάλασσας. Προκαλώντας το χρόνο και το χώρο, η θάλασσα αντιπαραθέτει την αιωνιότητα και την απεραντοσύνη της στις εφήμερες γενιές των ανθρώπινων πλασμάτων που είναι αγκυροβολημένα σε ένα συγκεκριμένο χώρο. Το θαλάσσιο στοιχείο είναι πηγή έμπνευσης και προκαλεί συμπεριφορές που κλιμακώνονται από τον φόβο μέχρι τα όνειρα ευτυχίας σε μια αναζήτηση του απείρου. Επιστήμες όπως η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία, η εθνογραφία, η ιστορία των θρησκειών προσπαθούν στη διαδρομή του χρόνου, αλληλοβοηθούμενες, να δώσουν εξηγήσεις στην αμφισημία της θάλασσας ως πηγή ζωής και θανάτου.

Η κρουαζιέρα συνδέει την ψυχαγωγία του επιβάτη στο κρουαζιερόπλοιο με την επίσκεψή του σε ένα ή περισσότερα κοσμοπολίτικα λιμάνια, ικανοποιώντας την ανάγκη για γνωριμία με νέους τόπους και επαφή με άλλους πολιτισμούς. Η κρουαζιέρα είναι αμιγής δραστηριότητα αναψυχής. Ένα σκάφος της γραμμής κρουαζιέρας είναι ένα επιβατηγό πλοίο που χρησιμοποιείται για τα ταξίδια ευχαρίστησης. Το ταξίδι το ίδιο

αποτελείται από, τη μεταφορά, τη στέγαση, το δείπνο, την ψυχαγωγία στο κατάστρωμα, ψυχαγωγικές δραστηριότητες, εσωτερικούς και ξένους λιμένες , και εξορμήσεις στις ακτές (Teye and Leclerc, 1998), που θεωρείται βασικό μέρος από την εμπειρία. Οι γραμμές κρουαζιέρας μπορούν να ποικίλουν από τη μικρή λιμενική κρουαζιέρα με πλοία που προσφέρουν τις κρουαζιέρες μικρής διάρκειας (λίγες ημέρες), με μεγάλους διεθνείς οργανισμούς που προσφέρουν μεγάλης διάρκειας περιηγήσεις (που διαρκούν για αρκετούς μήνες). Οι εταιρείες κρουαζιέρας παρέχουν ποικίλους συνδυασμούς διάρκειας και δρομολογίων για να ικανοποιήσουν τα διαφορετικά τμήματα από την αγορά. Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι ευδιάκριτη από άλλες μορφές τουρισμού δεδομένου ότι μια κρουαζιέρα μπορεί μπει και στην αγορά της μετακίνησης αλλά και του προορισμού (Ahmed et al., 2002). Με άλλα λόγια τα πακέτα κρουαζιέρας διαφέρουν από άλλους τύπους χερσαίων πακέτων τουρισμού με το συνδυασμό δύο βασικών στοιχείων (στέγασης και ψυχαγωγίας θερέτρου) (Hoseason, 2000).

Η προέλευση της κρουαζιέρας συζητείται από πολλούς παρατηρητές. Εντούτοις, οι απαρχές της κρουαζιέρας χρονολογούνται γύρω στο 1840 (Hoseason, 2000). Η σύγχρονη βιομηχανία κρουαζιέρας χρονολογείται στις αρχές της δεκαετίας του '60. Από τον 21ο αιώνα, η παγκόσμια βιομηχανία κρουαζιέρας έχει γρήγορη ανάπτυξη. Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1990-2009, η βιομηχανία έχει ένα ετήσιο ποσοστό αύξησης επιβατών 7.2% (CLIA, 2009a). Ο απολογισμός μόνο της αγοράς της Βόρειας Αμερικής σε σχέση με το μέσο ποσοστό είναι το 87.93% των παγκόσμιων επιβατών. Από το 1981 ως το 2008, η μέση χωρητικότητα αυξήθηκε σε ένα ποσοστό 7.46% (CLIA, 2009a). Ως το 2008, ο συνολικός αριθμός των σκαφών ήταν 185. Από το 2000, σχεδόν 130 νέα σκάφη είχαν εισαχθεί ως τα τέλη του 2009. Η χωρητικότητα των πλοίων κλιμακώνεται από 500 σε πάνω από 3000 επιβάτες. Στη βιομηχανία της κρουαζιέρας, οι περισσότερες καμπίνες είναι διπλές (πολλές καμπίνες μπορούν να κοιμίσουν 3-5 επιβάτες). Από το 2003, η χρησιμότητα των διπλών καμπινών είναι πάνω από 100%.

Αυτή τη στιγμή, τρεις είναι οι σημαντικές εταιρείες κρουαζιέρας, η Carnival, η Royal Caribbean και η Star/Norwegian Cruise Line (NCL) με περίπου 81 σκάφη και 140.000 κλίνες, 34 σκάφη και 67.900 κλίνες, 21 σκάφη και 32.300 κλίνες, αντίστοιχα (Gibson, 2008). Όλοι τους έχουν ιδιαίτερη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Για παράδειγμα η Carnival, που είναι ο ισχυρότερος παίχτης στον κόσμο, έχει ένα χαρτοφυλάκιο 12 εταιριών (brands) από Β. Αμερική, Ευρώπη και Αυστραλία. Σύμφωνα με το Datamonitor

(2006), η εταιρία παρουσίασε έσοδα 8759 εκ. δολάρια μέχρι το τέλος του Νοεμβρίου του 2005, με αύξηση 14% σε σχέση με το 2004. Το καθαρό της κέρδος ήταν 1873 εκ. δολάρια για το έτος 2005, μία αύξηση της τάξεως του 21,7% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Τα δημοφιλέστερα λιμάνια- προορισμοί στη Βόρεια Αμερική είναι η Καραϊβική, η Μεσόγειος, και η Αλάσκα.

Πάνω από το 80% των κρουαζιέρων έχουν διάρκεια 2- 8 ημέρες. Η μέση διάρκεια είναι περίπου 6-7 ημέρες. Οι επιβάτες μπορούν να κάνουν κράτηση της κρουαζιέρας τους και μέσω των ταξιδιωτικών πρακτόρων αλλά και μέσω της ιστοσελίδας των εταιριών κρουαζιέρας. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες παίζουν σημαντικό ρόλο στον προγραμματισμό και την κράτηση των κρουαζιέρων (Toh et al., 2005). Περίπου το 90% των κρατήσεων γίνεται από ταξιδιωτικά πρακτορεία (Gauri et al., 2009). Εντούτοις τα τελευταία χρόνια το ποσοστό της προμήθειας επί των πωλήσεων έχει συρρικνωθεί για τους περισσότερους πράκτορες, επειδή οι εταιρείες κρουαζιέρας έχουν ενισχύσει στρατηγικά τις ιστοσελίδες τους. Αν και η βιομηχανία της κρουαζιέρας έχει μικρή ιστορία, η δυνατότητα της αγοράς είναι μεγάλη (CLIA, 2009a). Μόνο περίπου το 19.9% του αμερικανικού πληθυσμού έχει προτιμήσει τις διακοπές κρουαζιέρας. Για το 2009, υπολογίζονταν 13.35 εκατομμύρια φιλοξενοούμενοι. Κατά τη διάρκεια των επόμενων πέντε ετών (2009-2013), η αγορά κρουαζιέρας υπολογιζόταν να καλωσορίσει 51 εκατομμύρια φιλοξενομένους (CLIA, 2009a) η χωρητικότητα της κρουαζιέρας θα μπορούσε να αυξηθεί σε ένα μέσο ποσοστό 4.2% (CLIA, 2009a). Αυτές οι τάσεις παρέχουν στη βιομηχανία κρουαζιέρας τεράστιο χώρο για την ανάπτυξη. Πάνω από το 94% των επιβατών κρουαζιέρας εκφράζουν την ικανοποίησή τους και το 44% είναι εξαιρετικά ικανοποιημένοι (CLIA, 2009b).

Σε αυτό το σημείο παρέχουμε μερικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών κρουαζιέρας. Η βιομηχανία κρουαζιέρας αποτελείται από 2 τύπους ταξιδιωτών, τους διακριτικούς και τους ταξιδιώτες ελεύθερου χρόνου με μια μεσαία ηλικία 52 και μεσαίο εισόδημα \$5700 για το 2002 (Toh et al., 2005). Οι επιβάτες κρουαζιέρας είναι νεώτεροι και λιγότερο πλούσιοι από πριν (Petrick, 2005). Για το 2008, η μεσαία ηλικία των επιβατών κρουαζιέρας είναι 46, κάτω από 49 μέσα στο 2006, που δείχνει ότι οι διακοπές κρουαζιέρας συνεχίζουν να απευθύνονται σε νεώτερους ταξιδιώτες (CLIA, 2009b).

Από την άλλη, οι εταιρίες κρουαζιέρας προσφέρουν πιο φθηνά εισιτήρια που κάνουν το μέσο άνθρωπο να ταξιδέψει με μια προσιτή επιλογή. Εντούτοις, αυτό το στυλ του

χαμηλού προϋπολογισμού που απευθύνεται στις μαζικές αγορές έχει καταστρέψει την ποιότητα της κρουαζιέρας. Η χρήση της μείωσης τιμών έχει δημιουργήσει νέα ευκαιρία για τις εταιρίες κρουαζιέρας να προσελκύσουν τους επιβάτες που θα κάνουν τη θετική αξιολόγηση και θα προωθούν τη θετική από στόμα σε στόμα διαφήμιση της εμπειρίας της κρουαζιέρας. Λόγω της ανάγκης διατήρησης της πελατείας (ανάκτηση), η προσφορά έκπτωσης στους επιβάτες της κρουαζιέρας μπορεί να φέρει τη μακροπρόθεσμη επιτυχία (Petrick, 2005).

Ο τομέας των ξενοδοχείων και το προφίλ της βιομηχανίας της κρουαζιέρας ως θέρετρο (Datamonitor, 2007) δείχνουν ότι παρήγαγαν το συνολικό εισόδημα των \$468.7 δισεκατομμυρίων το 2005, και έφεραν ποσοστό ετήσιας ανάπτυξης (CAGR) 6% για την πενταετή μέτρηση περιόδου 2002-2006. Το τμήμα της κρουαζιέρας συνέβαλε στο εισόδημα \$21.7 δισεκατομμυρίων το 2006, εξισώνοντας σε 4.6% του συνολικού εισοδήματος του τομέα. Στο στάδιο της ανάπτυξης αυτής της βιομηχανίας, πολλές διεθνείς μητροπόλεις έχουν επηρεαστεί από το στοιχείο «οικονομία κρουαζιέρας». Ένας σημαντικός αριθμός χωρών και περιοχών έχουν γίνει οικονομικά εξαρτώμενες από τη βιομηχανία (Teye και Leclerc, 1998).

3.1.1 Η εξέλιξη – ιστορία της κρουαζιέρας

Η θαλάσσια περιήγηση δεν αποτελεί φαινόμενο της σύγχρονης εποχής. Είναι ιστορικά αποδεδειγμένο ότι από την αρχαιότητα υπήρχαν πλοία τα οποία χρησιμοποιούνταν για ψυχαγωγικούς λόγους. Το πιο γνωστό από αυτά ήταν το περίφημο «Συρακουσία» που κατασκευάστηκε για τον Ιέρωνα (268-214 π.Χ.) τον τύραννο των Συρακουσών. Το πλοίο φέρεται ότι σχεδιάστηκε από τον Κορίνθιο Αρχία υπό τις οδηγίες του Αρχιμήδη και ναυπηγήθηκε από τον Φιλέα. Στη συνέχεια, ο Ιέρωνας δώρισε το πλοίο στον Πτολεμαίο της Αιγύπτου ο οποίος το μετονόμασε σε «Αλεξανδρίδα». Το πλοίο αυτό ήταν πολυτελέστατο διέθετε 30 δωμάτια, ναό της Αφροδίτης, βιβλιοθήκη με αναγνωστήριο και κήπο.

Επίσης, η Κλεοπάτρα της Αιγύπτου διέθετε πολυτελή θαλαμηγό. Αναφέρεται ότι οι Πτολεμαίοι είχαν περίπου 800 θαλαμηγά πλοία που ήταν πολυτελέστατα και μπορεί να

θεωρηθούν ως οι πρόδρομοι των σύγχρονων θαλαμηγών και τουριστικών πλοίων. Κατά τη Ρωμαϊκή περίοδο οι Ρωμαίοι πολίτες επισκέπτονταν ομαδικά αρχαίες ελληνικές πόλεις (Αθήνα, Κόρινθο, Ρόδο), με ειδικά ναυλωμένα πλοία, για να παρακολουθήσουν διάφορα θεάματα ή θρησκευτικές εορτές ή και για ανάπαυση. Ιδιαίτερα στην Κόρινθο κατέπλεαν πλούσιοι έμποροι από όλα τα τότε γνωστά σημεία της γης, για να πραγματοποιήσουν τις εμπορικές συναλλαγές τους και παράλληλα τις διακοπές τους. Είναι γνωστή η φράση «ου παντός πλειν ες Κόρινθον» που αποδίδει τη σημασία που είχε η θαλάσσια περιήγηση για τους εύπορους της εποχής εκείνης. Οι Ρωμαίοι αυτοκράτορες και πατρίκιοι πραγματοποιούσαν περιηγήσεις με πολυτελή επιβατηγά πλοία τύπου *Victoriae* και *Orariae*. Γνωστές περιηγήσεις της ρωμαϊκής περιόδου είναι αυτή του Ρωμαίου ύπατου Γερμανικού στην Αδριατική και στο Ιόνιο καθώς και του Νέρωνα, ο οποίος περιηγήθηκε στην Ελλάδα και έλαβε μέρος στα Πύθια, στα Ίσθμια, στα Νέμεα και στα Ολύμπια.

Στη διάρκεια του 15ου αιώνα, η Βενετία οργάνωσε κατά συστηματικό τρόπο την ομαδική θαλάσσια περιήγηση στην προσπάθειά της να διακινήσει τους προσκυνητές προς τους Αγίους Τόπους. Μάλιστα, υπήρξε τόσο μεγάλο το ενδιαφέρον της Βενετίας για τη θαλάσσια περιήγηση ώστε θέσπισε ειδικούς κανόνες για την ασφαλή ναυσιπλοΐα. Την περίοδο αυτή δημιουργήθηκαν τουριστικές επιχειρήσεις με έδρα τη Βενετία που λειτουργούσαν πρακτορεία σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης, με σκοπό τη συγκέντρωση ταξιδιωτών-προσκυνητών και τη διακίνησή τους στους Αγίους Τόπους. Στο 17ο αιώνα, η θαλάσσια περιήγηση με την εμφάνιση κυρίως των Άγγλων περιηγητών, αποκτά νέα μορφή που συνδυάζει την ψυχαγωγία με την αρχαιολατρία και γενικότερα την ιστορική έρευνα και φιλομάθειας. Κατά την περίοδο αυτή, εγκαταλείπεται ο ομαδικός χαρακτήρας της θαλάσσιας περιήγησης και επικρατεί η θαλάσσια περιήγηση των μεμονωμένων ατόμων ή των μικρών ομάδων, ειδικότερα στην περιοχή της Μεσογείου θάλασσας.

Από τότε μέχρι και σήμερα, η Μεσόγειος αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες περιοχές προσέγγισης κρουαζιερόπλοιων, μαζί με την Καραϊβική και τελευταία τη Βαλτική θέση της Μεσογείου. Στην αγορά της κρουαζιεροπλοΐας, ενισχύεται λόγω των φυσικών και πολιτισμικών δεδομένων μεσογειακής λεκάνης, εκτείνεται σε περίπου 2200 μίλια, από το Γιβραλτάρ στη Μαύρη Θάλασσα και στο Σουέζ. Είναι το λίκνο του Ελληνικού, Ρωμαϊκού,

και Αιγυπτιακού Πολιτισμού που αναπτύχθηκε σε ένα ευνοϊκό κλιματολογικό χώρο και σύγχρονων αναφορών.

Η ιδέα της κρουαζιεροπλοΐας, δηλαδή να ταξιδεύει κάποιος με πλοίο για αναψυχή και όχι για συγκοινωνιακούς λόγους, αποδίδεται στον Arthur Anderson, έναν από τους ιδρυτές της εταιρείας Peninsular and Oriental Steam Navigation Company που έγινε γνωστή στο χώρο της ναυτιλίας ως P & O. Το 1835, ο Anderson πρότεινε μια κρουαζιέρα από την Αγγλία προς τα νησιά Φερόες και στις ακτές της Ισπανίας με σκοπό την απόλαυση του ήλιου στη διάρκεια των χειμερινών μηνών. Το 1844 η P&O επέκτεινε τις κρουαζιέρες στη Μεσόγειο θάλασσα. Στις επόμενες δεκαετίες, οι κρουαζιέρες πραγματοποιούνταν και σε άλλες θαλάσσιες περιοχές.

Στη δεκαετία του 1860, επεκτάθηκε η ναύλωση και η διαχείριση των πλοίων για κρουαζιέρα. Το κύριο χαρακτηριστικό της ήταν η πολύμηνη διάρκεια και το υψηλό οικονομικό επίπεδο της πελατείας τους. Οι ταξιδιώτες διέθεταν άφθονο χρόνο και πλούτο και ταξίδευαν κυρίως για λόγους υγείας και όχι τόσο για να επισκεφθούν τα λιμάνια. Η κρουαζιέρα συνίστατο κυρίως στην απόλαυση του ταξιδιού και όχι τόσο στη γνωριμία των τόπων προσέγγισης του πλοίου. Έτσι το έτος 1868, το ατμόπλοιο «Quaker City», με χωρητικότητα 1.900 κ.ο.χ. πραγματοποίησε την πρώτη κρουαζιέρα από την Η.Π.Α. στη Μεσόγειο θάλασσα.

Το 1881, το ατμόπλοιο «Ceylon» της P&O πουλήθηκε στην Oceanic Yachting Company η οποία το μετέτρεψε σε πλοίο αναψυχής. Η εταιρεία Orient Line of London σε συνεργασία με την εταιρεία Pacific Steam Navigation Co καθιέρωσαν τα πρώτα προγράμματα κρουαζιέρας προς την Νορβηγία το 1889 και προς τη Μεσόγειο θάλασσα το 1893.

Πολλές φορές λόγω της εποχικότητας και λόγω της έλλειψης πελατείας τα επιβατηγά πλοία λειτουργούσαν ως κρουαζιερόπλοια. Έτσι, ο Albert Ballin που διηύθυνε την επιβατική γραμμή που συνέδεε το Αμβούργο με την Αμερική για να αντιμετωπίσει την απραξία των πλοίων στη διατλαντική αυτή γραμμή λόγω έλλειψης επιβατών, έστειλε το πλοίο «Augusta Victoria» (κατασκευής 1889, χωρητικότητας 7.661 κ.ο.χ.) σε κρουαζιέρα στη Μεσόγειο θάλασσα κατά τη διάρκεια του χειμώνα του έτους 1891. Το 1895 το «Lusitania» (3.877 κ.ο.χ.) πραγματοποίησε μια πολυτελή κρουαζιέρα 60 ημερών προς

τις Δυτικές Ινδίες, τη Μαδέρα, την Τενερίφη και τις Αζόρες. Το 1912 και ενώ διέσχισε τον Ατλαντικό, το φημισμένο κρουαζιερόπλοιο «Τιτανικός» συγκρούστηκε με ένα παγόβουνο. Όταν κατασκεύασαν τα σαλόνια, τις σουίτες και τις τραπεζαρίες της πρώτης θέσης οι υπεύθυνοι της White Star δεν είχαν παρά ένα πράγμα στο μυαλό τους. Πως να φτιάξουν τα έπιπλα καλύτερα και από τα πιο μεγάλα και πολυτελή ξενοδοχεία του Λονδίνου ή της Νέας Υόρκης και πράγματι έτσι έγινε, ο Τιτανικός διαμορφώθηκε σε πολυτελές καράβι που η κάθε σουίτα του στοίχιζε 14.000.000 δρχ. για ταξίδι 6 ημερών. Ο Τιτανικός ήταν και θα είναι το μεγαλύτερο και το πιο πολυτελές καράβι όλων των εποχών. Τα σαλόνια του ήταν έτσι σχεδιασμένα ώστε οι επιβάτες να είναι ευχαριστημένοι όχι μόνο από την ομορφιά αλλά και από την υπηρεσία του караβιού. Αλλά, ο «αβύθιστος κολοσσός» αποδείχτηκε οικτρά ανεπαρκής. Είχε μήκος έξι σχεδόν φορές μεγαλύτερο από το ύψος του «Αγάλματος της Ελευθερίας», ο Τιτανικός είχε σχεδιαστεί έτσι ώστε να μην πάθει τίποτα, αν πλημμύριζαν ακόμη και 4 από τα 16 στεγανά διαμερίσματά του.

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

Τα κρουαζιερόπλοια σταματούν ξανά την δραστηριότητα τους στη διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, όπου και πάλι χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά των στρατευμάτων. Κάθε δραστηριότητα γύρω από ταξίδια αναψυχής διακόπτεται ως και το τέλος του πολέμου.

Στη δεκαετία του 1960 κάνει την εμφάνιση της η μοντέρνα βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων. Τώρα οι εταιρείες των κρουαζιερόπλοιων επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στα ταξίδια αναψυχής σε νέες παρθένες περιοχές, όπως της Καραϊβικής και δημιουργούν την ιδέα των «fun ships», τα οποία καταφέρνουν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον πολλών επιβατών, που ποτέ δεν είχαν την ευκαιρία να ταξιδέψουν με superliners του '30 και του '40.

3.1.2 Η Κρουαζιέρα διεθνώς τις τελευταίες δεκαετίες

Τα τελευταία χρόνια, έχει παρατηρηθεί η γρήγορη ανάπτυξη της βιομηχανίας της κρουαζιέρας. Η βιομηχανία της κρουαζιέρας έχει γίνει ένας από τους ταχύτατα αναπτυσσόμενους και δυναμικούς τομείς του ταξιδιού και της Βιομηχανίας Τουρισμού (Dwyer and Forsyth, 1998; Wie, 2004, Marti, 2004).

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο δεκαετιών, η βιομηχανία έχει εξελιχθεί αρκετά, και έχει υποστεί μία γρήγορη ανάπτυξη από την άποψη του συνολικού αριθμού των επιβατών (CLIA, 2008). Εντούτοις, όλο και περισσότεροι ερευνητές έχουν παρατηρήσει ότι αυτή η βιομηχανία έχει λάβει περιορισμένη ερευνητική προσοχή (Teye and Leclerc, 1998, Marti, 2004, Toh et al., 2005, Biehn, 2006). Η έλλειψη έρευνας, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη κλίμακα και τη σημασία της βιομηχανίας, διαμόρφωσε το κίνητρο για αυτό το έγγραφο αναθεώρησης. Ο στόχος αυτού του εγγράφου είναι να παρουσιάσει μια συνοπτική βιβλιογραφική επισκόπηση και να προσδιορίσει ελπιδοφόρες ερευνητικές κατευθύνσεις. Το θέμα μας καλύπτει την έρευνα ζητημάτων γραμμών κρουαζιέρας σχετικά με την έρευνα μάρκετινγκ, διαχείριση εισοδήματος, σχέδιο περιήγησης / βελτιστοποίηση, βέλτιστη κατάτμηση αγοράς τιμολόγηση, βελτιστοποίηση εισοδήματος και οικονομικά ζητήματα.

Πιο συγκεκριμένα, δίνουμε περισσότερη προσοχή στην ακαδημαϊκή έρευνα για τις διαδικασίες και τη βελτιστοποίηση του εισοδήματος. Σήμερα η κρουαζιέρα προσελκύει διεθνώς πάνω από 11 εκ. πελάτες το χρόνο με έντονη αυξητική τάση. Από αυτούς, αθροιστικά τα 3,2 εκ. προέρχονται από την αγορά της Ευρώπης. Η κύρια όμως πηγή τουριστών κρουαζιέρας προέρχονται κυρίως από τις Η.Π.Α , που σαν αγορά έχει φτάσει στα 9,1 εκ. ετησίως. Στην Ευρώπη, η μεγαλύτερη σε παραγωγή αγορά είναι η Αγγλική και έχει ξεπεράσει το 1 εκ. ετησίως και ακολουθούν η Γερμανική με 640.000, η Ιταλική με 512.000, η Ισπανική με 380.000 και η Γαλλική με 235.000. Η ελληνική αγορά (σε παραγωγή) είναι ακόμη πολύ χαμηλά, αφού μόνο κάπου 14.000 συμπατριώτες μας πάνε κρουαζιέρα.

Με την αυξανόμενη ζήτηση, η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στη Μεσόγειο αναμένεται να είναι τόσο ραγδαία τα επόμενα χρόνια που σχετικά σύντομα μπορεί να πλησιάσει και τα μεγέθη της Καραϊβικής, που είναι σήμερα η κυρίαρχη περιοχή κρουαζιέρας.

Η κρουαζιέρα είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες τουριστικές βιομηχανίες στον κόσμο και στην ουσία ελέγχεται από 4 ομίλους γίγαντες που εδρεύουν στις Η.Π.Α. Η εμπορική δυναμική των εταιρειών αυτών leaders προέρχεται από την κυρίαρχη αγορά κρουαζιέρας της Βορ. Αμερικής, με τα μεγέθη που προαναφέραμε. Υπάρχουν βέβαια οι εταιρείες οι οποίες κάνουν κρουαζιέρες π.χ με μικρά πλοία, πανάδικα, κ.λ.π προγράμματα.

Για να πάρουμε μια καλύτερη εικόνα των μεγεθών των ομίλων που τώρα στοχεύουν στην ανάπτυξη της Μεσογείου, η Carnival, που είναι ο ισχυρότερος παίχτης στον κόσμο, έχει στην κατοχή της 12 ποιοτικά διαφορετικές εταιρείες (brands), ένα στόλο πάνω από 80 πλοία, ένα σύνολο 150.000 κρεβάτια και το 48,1% της αγοράς. Λαμβάνοντας υπ' όψιν το αναπτυξιακό της πρόγραμμα, το 2010 αναμένεται να φτάσει στα 220.000 κρεβάτια και το 50,1%. Μεταξύ των εταιρειών που ελέγχει πλήρως, είναι και οι Ευρωπαϊκές Costa Crociere, R80, Swan Hellenic και AIDA, που εξαγόρασε την τελευταία δεκαετία.

Δεύτερη σε μέγεθος είναι η Royal Caribbean International, που αγόρασε και την πρώην Ελληνικών συμφερόντων (Χανδρή) Celebrity cruises και σήμερα κατέχει το 21,6% της αγοράς. Η τελευταία επίσης έχει σημαντική παρουσία στη Μεσόγειο και παρόλη την Ελληνική της καταβολή, χρησιμοποιεί για κόμβους λιμάνια της Ιταλίας.

Απ' όσο γνωρίζουμε, οι μεγάλες εταιρείες όπως Carnival, Royal Caribbean International, Star Cruises Group, κ.λ.π λόγω και του κόστους και των καυσίμων, προτιμούν κυκλική πρόσβαση στην Ανατολική μεσόγειο από την Ελλάδα. Αυτή είναι μία συγκυρία που φέρνει μεγάλες προοπτικές για τη χώρα μας.

3.1.3 Η Ιστορία των Ελλήνων στην κρουαζιέρα

Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα άρχισε από το 1930. Η Ελλάδα εθεωρείτο από τότε ως ένας από τους πιο προσφιλείς προορισμούς της Μεσογείου (CEU 2002). Παρόλα αυτά, μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει καμία ολοκληρωμένη έρευνα για την Κρουαζιεροπλοία στην Ελλάδα.

Η ελληνική κρουαζιεροπλοία, εμφανίσθηκε στη δεκαετία του '30, όταν οι πρώτες ελληνικές εταιρείες πρόσφεραν κρουαζιέρες στο Αιγαίο και στη Μεσόγειο. Από τις πρώτες ελληνικές εταιρείες κρουαζιέρας ήταν η ΑΚΤΕΛ η οποία πρόσφερε κρουαζιέρες στη Μεσόγειο από το 1935 μέχρι το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η ΕΛΜΕΣ (Ελληνικές Μεσογειακές γραμμές) προήλθε από την ΑΚΤΕΛ και συνέχισε την δραστηριότητα στην ακτοπλοία και στην κρουαζιεροπλοία. Το «AQUARIUS» είναι το πρώτο Ελληνικό κρουαζιερόπλοιο που ναυπηγήθηκε το 1972 για την ΕΛΜΕΣ και το «ΚΑΤΑΣΤΑΛΙΑ», που ναυπηγήθηκε το 1975, ήταν το μεγαλύτερο οχηματαγωγό πλοίο της εποχής του, που πρόσφερε κρουαζιέρες.

Τη δεκαετία του '30 (1932), η εταιρεία «Ατμόπλοια Καβουνίδης Ναυτιλιακή ΕΠΕ» θεωρήθηκε πρωτοπόρος στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Η κύρια δραστηριότητα της εταιρείας ήταν η ακτοπλοία και παράλληλα η μετασκευή μεταχειρισμένων (second hand) πλοίων σε κρουαζιερόπλοια. Το 1976 η εταιρεία αποσύρθηκε από την αγορά της ακτοπλοίας και δραστηριοποιήθηκε αποκλειστικά με την κρουαζιέρα, ιδρύοντας δύο θυγατρικές εταιρείες (Α.Μ.Κ. Ελληνικές Κρουαζιέρες) .Το 1987 η εταιρεία αποσύρθηκε από την Κρουαζιεροπλοία οριστικά. Ταυτόχρονα πολλές εταιρείες πρόσφεραν κρουαζιέρες ως δευτερεύον προϊόν της ακτοπλοίας.

Η εμφάνιση στα μέσα της δεκαετίας του '50 του πλοίου *Σεμίραμις* της εταιρείας Ποταμιάνου , θεωρείται ο προάγγελος της ανάπτυξης της σύγχρονης Κρουαζιεροπλοίας στον Ελληνικό χώρο. Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού άρχισε κυρίως από τη δεκαετία του 1960. Επί σειρά δεκαετιών οι αδελφοί Ποταμιάνοι έχουν συνδέσει το όνομα τους με τις κρουαζιέρες στο Αιγαίο Πέλαγος, που εκτελούνταν με πλοία της εταιρείας «Ηπειρωτική».

Η σύγχρονη κρουαζιεροπλοΐα ταυτίζεται με την εταιρεία ROC (Royal Olympic Cruises). Η εταιρεία αυτή ήταν αποτέλεσμα της συγχώνευσης των εταιρειών «Ηπειρωτική» (1965) της οικογένειας Ποταμιάνου και Sun Cruise Lines (1958) του Χ. Κισέογλου. Η συνεργασία αυτή έληξε το 1999 όταν η ROC είχε εισαχθεί στο χρηματιστήριο της Wall Street και είχε αποκτήσει ένα νέο βασικό μέτοχο, τον Κωστάκη Λοΐζο, επιχειρηματία με μεγάλη πείρα στον τομέα του τουρισμού. Η ROC συγχωνεύθηκε με την Κυπριακή εταιρεία Louis Cruise Lines.

Άλλες σημαντικές εταιρείες κρουαζιεροπλοΐας είναι η Celebrity (1989, πρώην Χανδρός), η οποία το 1997 συγχωνεύθηκε με την Caribbean Cruises, η Festival Cruises (1994) και η Golden Sea Cruises, που έχει στην ιδιοκτησία της ένα κρουαζιερόπλοιο. Οι Έλληνες που θέλησαν να παραμείνουν στην αγορά των κρουαζιερόπλοιων, μοιραία έπρεπε να κινηθούν σε περισσότερο διεθνές παρά σε εθνικό επίπεδο.

Στην παγκόσμια αγορά της κρουαζιέρας, οι Έλληνες συνεχίζουν να διεκδικούν σημαντικά μερίδια από αυτή, αν και κάποιοι σημαντικοί επιχειρηματίες, όπως οι αδελφοί Χανδρός και ο Περικλής Παναγόπουλος, αποφάσισαν να στρέψουν το ενδιαφέρον τους σε άλλες ναυτιλιακές δραστηριότητες. Οι αδελφοί Χανδρός το 1999, αποχώρησαν από την αγορά της κρουαζιέρας εστιάζοντας πλέον το ενδιαφέρον τους στα πλοία μεταφοράς χύδην και ξηρού φορτίου, καθώς και στα δεξαμενόπλοια. Ο Περικλής Παναγόπουλος, ιδρύει το 1971 στον Πειραιά, τη δική του εταιρεία, τη Royal Cruise Line. Η εταιρεία αυτή πρωτοεμφανίζεται στην αγορά με το πρωτοποριακό για την εποχή εκείνη κρουαζιερόπλοιο «Golden Odyssey» που είχε ναυπηγηθεί στη Δανία. Αρχές της δεκαετίας του 1980, η εταιρεία αποκτά ένα δεύτερο κρουαζιερόπλοιο, το «Royal Odyssey» και το 1985 ο Παναγόπουλος παραγγέλνει στην πρώην Ανατολική Γερμανία το τρίτο κρουαζιερόπλοιο, το «Crown Odyssey». Το τρίτο πλοίο της Royal Cruise Line κάνει το παρθενικό ταξίδι του τον Μάιο το 1988. Το 1989, με μία εντυπωσιακή κίνηση που ξάφνιασε τη διεθνή ναυτιλιακή βιομηχανία, ο Περικλής Παναγόπουλος πουλάει τη Royal Cruise Line σε Νορβηγούς.

Η Festival Crociere ιδρύεται το 1993 από τον Γιώργο Πουλίδη για να εξελιχθεί σιγά σιγά σε μία από τις πλέον σημαντικές ευρωπαϊκές εταιρείες κρουαζιέρων, μέχρι το 2003 που χρεοκόπησε. Η Festival Corporation στο διάστημα αυτό, ελέγχει δύο θυγατρικές εταιρείες, τη Festival Crociere που εδρεύει στη Γένοβα και την Festival Cruises που

εδρεύει στον Πειραιά, και διεκδικεί δυναμικά μερίδια από τις διεθνείς αγορές κρουαζιέρας. Σε λιγότερο από μία δεκαετία, η Festival είχε επενδύσει σχεδόν 950 εκατομμύρια ευρώ σε σύγχρονα πλοία. Τα 800 εκατομμύρια ευρώ αφορούν νέα κρουαζιερόπλοια που έχουν ναυπηγηθεί για λογαριασμό της μετά το 1996. Περίπου 96 εκατομμύρια ευρώ έχουν επενδυθεί στον εκσυγχρονισμό των παλαιότερης ηλικίας πλοίων της, ενώ σχεδόν 50 εκατομμύρια ευρώ έχουν δαπανηθεί για την προώθηση των πωλήσεων στην Ευρώπη και αλλού.

Ο στόλος της εταιρείας το 2002 αποτελείτο από 6 κρουαζιερόπλοια, με νεότερο το «European Star». Στο στόλο αυτό περιλαμβάνονται τα πλοία «Azure», «Bolero», «Flamenco», «Mistral», «European Vision» και «European Star». Το έτος 2000 η Festival Cruises καταλάμβανε το 14,7% της ευρωπαϊκής αγοράς κρουαζιέρων, το 2001 το 16,7% ενώ το 2002 έφτασε το 22%. Οι Ευρωπαίοι που ταξιδεύουν με τα πλοία της εταιρείας, σύμφωνα με τα στοιχεία του 2001, προέρχονται κατά 25% από τη Γαλλία, κατά 19,5% από την Ιταλία, κατά 18,3% από τη Γερμανία και κατά 7,3% από την Ισπανία.

Πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι το 1999, η Ελληνική Κρουαζιεροπλοία λειτουργούσε υπό το προνομιακό καθεστώς του cabotage⁷. Η πολιτική της Ε.Ε στόχευε στη δημιουργία αγορών απαλλαγμένων από κρατικούς παρεμβατισμούς και προστατευτισμούς, ενισχύοντας παράλληλα τις συνθήκες του ελεύθερου ανταγωνισμού, ώστε να είναι δυνατή η είσοδος στην αγορά σε όλες τις επιχειρήσεις. Το 2003 υπήρχαν εννέα πλοία υπό Ελληνική σημαία και περίπου 25 πλοία ελληνόκτητα. Οι μεταβολές που επήλθαν στην Ελληνική αγορά της κρουαζιέρας τα τελευταία χρόνια, δημιούργησαν αρνητικό κλίμα για την περαιτέρω ανάπτυξη της Ελληνικής κρουαζιέρας. Αποτέλεσμα αυτών ήταν η χρεοκοπία της ROC, μία από τις παλαιότερες ελληνικές εταιρείες κρουαζιέρας, το 2003.

⁷ Ο όρος cabotage είναι σχετικά παλιός και είναι γαλλικής καταγωγής και αναφέρεται στις θαλάσσιες μεταφορές. Σαν ναυτικός, λοιπόν, όρος, εννοεί ότι χωρίς τη χορήγηση του προνομίου του καμποτάζ, ένα ξένο πλοίο δεν μπορεί να μεταφέρει επιβάτες ή εμπορεύματα που επιβιβάστηκαν (φορτώθηκαν) από ένα λιμάνι σε ένα άλλο στην ίδια χώρα. Υπάρχουν 2 τύποι ναυτιλιακού καμποτάζ. Το μικρό καμποτάζ συνεπάγεται εμπορικές συναλλαγές ανάμεσα σε δύο λιμάνια της ίδιας ακτής μιας χώρας. Το μεγάλο καμποτάζ, συνεπάγεται εμπορικές συναλλαγές που αρχίζουν και τελειώνουν σε διαφορετικές ακτές της ίδιας χώρας.

3.1.4 Γεωγραφικοί τουριστικοί προορισμοί

Το προϊόν «κρουαζιέρα» είναι εξαιρετικά διαφοροποιημένο, ώστε να καλύπτει όλες τις απαιτήσεις, κι αυτό γιατί τα τελευταία 10 χρόνια η βιομηχανία αυτή πραγματοποίησε εκτεταμένη έρευνα αγοράς και προτιμήσεων του καταναλωτή, που οδήγησε στην προσθήκη νέων προορισμών, νέων πλοίων με άλλη σχεδιαστική αντίληψη, νέων δραστηριοτήτων στο πλοίο και στη στεριά, νέων θεματικών κρουαζιέρων, αλλά και στη διοργάνωση κρουαζιέρων με διάρκεια, που να αντανάκλα τα μεταβαλλόμενα χαρακτηριστικά της αγοράς.

Η Μεσόγειος (Β. και Ν. παράλια) αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους, από άποψη διακινούμενων μεγεθών, γεωγραφικούς χώρους κρουαζιέρων (ο σημαντικότερος παγκόσμια μετά την Καραϊβική). Η θέση της Μεσογείου στην αγορά της κρουαζιεροπλοΐας ενισχύεται λόγω των φυσικών και πολιτισμικών δεδομένων. Η Μεσογειακή λεκάνη εκτείνεται σε περίπου 2.200 μίλια, από το Γιβραλτάρ στη Μαύρη Θάλασσα και στο Σουέζ και είναι το λίκνο του Ελληνικού, Ρωμαϊκού και Αιγυπτιακού πολιτισμού, καθώς και η γενέτειρα της Χριστιανικής, της Μουσουλμανικής και Εβραϊκής θρησκείας. Από πολύ νωρίς προσέλκυσε το ενδιαφέρον για θαλάσσιες περιηγήσεις λόγω του ευνοϊκά κλιματολογικού περιβάλλοντος που διαθέτει, της ποικιλότητας και πληθώρας ιστορικών και σύγχρονων αναφορών, καθώς και για τα μοναδικά παράλια και χιλιάδες νησιά της.

Τα κυκλώματα των κρουαζιέρων της Μεσογείου απευθύνονται στις αγορές – πηγές της Βόρειας, Κεντρικής αλλά και Νότιας Ευρώπης (Ιταλία, Ισπανία) και κυρίως στις μακρινές, εκτός Ευρώπης, αγορές (ΗΠΑ, Καναδάς, Ιαπωνία κλπ). Είναι χαρακτηριστικό ότι στις ΗΠΑ και στον Καναδά, η μέση αύξηση των επιβατών κρουαζιέρων (7,9% για το διάστημα 1980-1998 σύμφωνα με στοιχεία του CLIA) είναι η μεγαλύτερη από όλες τις άλλες μορφές τουρισμού. Αντίθετα με τις συνήθεις διαδρομές του yachting, τα κυκλώματα αυτά συχνά περιλαμβάνουν περισσότερες από μία χώρες, συμπεριλαμβανομένων των χωρών του μεσογειακού Νότου.

Η μεσογειακή κρουαζιέρα κατά το διάστημα των τριών τελευταίων δεκαετιών δέχθηκε σοβαρές επιδράσεις από διάφορες συγκυρίες (τρομοκρατία, πόλεμος του Κόλπου, διαρροή ραδιενέργειας, ισοτιμία δολαρίου, Γιουγκοσλαβικές κρίσεις, κλπ) που με τη σειρά τους έχουν επηρεάσει την εξερχόμενη κίνηση των Αμερικανών, οι οποίοι αποτελούν και την κύρια πελατεία της.

Εκτός από την αγορά της Βόρεια Αμερικής (ΗΠΑ και Καναδάς), ανερχόμενες θεωρούνται και οι αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης με πρώτη τη Γερμανική, παρά το γεγονός ότι η Γερμανική πελατεία των κρουαζιέρων δεν υπερβαίνει προς το παρόν το 10% του συνόλου της αγοράς. Είναι πάντως χαρακτηριστικό ότι μεταξύ των τουριστών αυτών το 50% είναι επαναλαμβανόμενοι τουρίστες (repeaters), ενώ και η αγορά της κρουαζιέρας εστιάζει την προσπάθεια της για προσέλκυση τουριστικής πελατείας σε δύο ανερχόμενες μορφές ταξιδιών – πακέτων : στο all inclusive πακέτο υψηλής στάθμης και στο οικογενειακό πακέτο λογικού κόστους.

3.1.5 Τα Είδη της κρουαζιέρας και Παρεχόμενες υπηρεσίες

Οι κρουαζιέρες μπορούν γενικά να ομαδοποιηθούν στις παρακάτω μορφές, ανάλογα με το συνδυασμό των προϊόντων με τα οποία προσφέρονται, τη διάρκεια και τον εξειδικευμένο σκοπό τους:

A. Παραδοσιακή κρουαζιέρα (Traditional Cruise)

Χαρακτηρίζεται ένα ψυχαγωγικό ταξίδι ή εκδρομή στη θάλασσα, που ξεκινά από και επιστρέφει στο ίδιο λιμάνι. Η διάρκεια της κρουαζιέρας ανέρχεται σε 14-21 μέρες και περιλαμβάνει 4-6 ενδιάμεσες προσεγγίσεις σε διαφορετικά λιμάνια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Ανάλογα με τη χρονική διάρκεια τους οι κρουαζιέρες διακρίνονται σε σύντομες κρουαζιέρες (short cruises) και σε μεγάλης διάρκειας (long cruises) όπου η διάρκεια ταξιδιού είναι μεγαλύτερη από 21 ημέρες.

B. Αεροπορικό ταξίδι και κρουαζιέρα (Fly – Cruise)

Χαρακτηρίζεται ο συνδυασμός αεροπορικού ταξιδιού και κρουαζιέρας. Οι επιβάτες μεταβαίνουν αεροπορικώς από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους ή από το πλησιέστερο αεροδρόμιο, στο λιμάνι από το οποίο αναχωρεί το πλοίο. Οι οργανωτές κρουαζιέρων επιτυγχάνουν ειδικές τιμές από τις αεροπορικές εταιρείες για πτήσεις από μεγάλες πόλεις προς τις πόλεις λιμάνια, από όπου αναχωρούν τα κρουαζιερόπλοια.

Γ. Μικρή Κρουαζιέρα (Mini Cruise)

Χαρακτηρίζεται η σύντομη κρουαζιέρα που έχει διάρκεια 3-5 ημερών. Οι κρουαζιέρες στο Αιγαίο κατατάσσονται στην κατηγορία αυτή.

Δ. Κρουαζιέρα και Παραμονή (Cruise and Stay)

Χαρακτηρίζεται ο συνδυασμός κρουαζιέρας και παραμονής των επιβατών τουριστών σε καθορισμένη στην ακτή περιοχή. Πραγματοποιούνται επισκέψεις σε τοπικά αξιοθέατα με λεωφορείο ή με τρένο.

Ε. Εκπαιδευτική Κρουαζιέρα (Educational Cruise)

Χαρακτηρίζεται η κρουαζιέρα που πραγματοποιείται κυρίως με σπουδαστές που ταξιδεύουν μαζί με τους καθηγητές τους. Κατά τη διάρκεια του ταξιδιού γίνονται μαθήματα και ακολουθούν επισκέψεις σε περιοχές που έχουν σχέση με την εκπαίδευση. Προσφέρεται εκπαίδευση και ψυχαγωγία έναντι αμοιβής.

Η κρουαζιέρα όπως αναφέρθηκε παραπάνω, είναι ένα θαλάσσιο ταξίδι αναψυχής με πολυτελή κρουαζιερόπλοια, για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται στους ταξιδιώτες είναι ιδιαίτερα υψηλό. Μερικές από αυτές είναι: εστιατόριο, μπαρ – νυχτερινό κέντρο, προγράμματα αναψυχής, βιβλιοθήκη, οργανωμένο γυμναστήριο, κουρείο - κομμωτήριο, τηλεπικοινωνίες, εκδρομές σε λιμάνια προσέγγισης, φύλαξη παιδιών, παιδικές χαρές, καταστήματα αφορολόγητων ειδών, καζίνο, αίθουσα συνεδρίων, ιατρείο, πλυντήριο, φωτογραφείο, θυρίδες πολύτιμων

αντικειμένων, υπηρεσία δωματίου. Όλες οι παραπάνω υπηρεσίες που παρέχονται μέσα στο χώρο του κρουαζιερόπλοιου, θυμίζουν τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα καλά οργανωμένο ξενοδοχείο.

3.1.6 Η Ελληνική αγορά κρουαζιέρας

Η Κρουαζιεροπλοία στην Ελλάδα σήμερα προσφέρεται με:

- Σύγχρονα, μεγάλου μεγέθους πλοία, με αφετηρία τον Πειραιά ή ξένα λιμάνια που εκτελούν περιηγήσεις προσεγγίζοντας εθνικά λιμάνια ή και άλλων γειτονικών χωρών.
- Μικρότερα πλοία, ιστιοφόρα ή μηχανοκίνητα, κατασκευασμένα από χάλυβα, ξύλο ή πλαστική ύλη, τα οποία έχουν αφετηρία ελληνικά λιμάνια, με ενδιάμεσους σταθμούς επίσκεψης επίσης ελληνικά λιμάνια (Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ρόδος, Ηράκλειο, Κώς, Πάτμος, Μύκονος, Σαντορίνη, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Σκιάθος, κ.α) και εκτελούν περιηγήσεις μικρότερων αποστάσεων από ότι η κύρια κρουαζιεροπλοία σε προορισμούς εντός της χώρας επί το πλείστον, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις και σε λιμάνια γειτονικών χωρών, όπως της Τουρκίας.

Κρουαζιερόπλοια με Ελληνική σημαία ή και ξένη σημαία, πραγματοποιούν 3μερες, 4μερες, 7μερες και πολυήμερες κρουαζιέρες σε ελληνικά λιμάνια και σε λιμάνια άλλων χωρών της Ανατολικής Μεσογείου.

Στα ελληνικά παράλια και νησιά πραγματοποιούν κρουαζιέρες με:

- Πλοία που φέρουν Ελληνική σημαία, τα οποία μπορούν να έχουν ως προορισμούς των κυκλικών «κλειστών» διαδρομών τους μόνον ελληνικά λιμάνια
- Πλοία με σημαία κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, του Ευρωπαϊκού και της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών (πλην Ελβετίας) αλλοδαπών συμφερόντων. Τα πλοία αυτά δικαιούνται να χρησιμοποιούν ελληνικά λιμάνια – ως λιμάνια αφετηρίας ή και τελικού προορισμού -, αλλά δεν δικαιούνται να

περιλαμβάνουν στα πλαίσια των κυκλικών διαδρομών τους παρά μόνο λιμάνια της Ηπειρωτικής χώρας και όχι νησιωτικά (εκτός εάν πρόκειται για πλοία άνω των 650 τόνων , τα οποία έχουν δικαίωμα να προσεγγίζουν και νησιωτικά λιμάνια).

- Πλοία με άλλη, εκτός των ανωτέρω , ξένη σημαία, τα οποία δικαιούνται να επισκέπτονται ελληνικούς λιμένες μόνο στα πλαίσια κυκλικών διαδρομών με αφετηρία /τελικό προορισμό ξένο λιμένα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των πλοίων φέρουν **σημαίες ευκαιρίας ή ευκολίας**⁸ λόγω των φορολογικών κυρίως , αλλά και όλων των διευκολύνσεων που αυτές μπορεί να έχουν μειώνοντας το κόστος λειτουργίας για την επιχείρηση.

Τα μεγέθη των παραπάνω πλοίων κυμαίνονται κυρίως από 3.000- 30.000 gt, δηλαδή πλοία σχετικά μικρά. Υπάρχουν συνολικά επτά κατηγορίες κρουαζιερόπλοιων:

A) Yacht Style Ships: Τα πλοία αυτής της κατηγορίας έχουν ολική χωρητικότητα από 3.000 έως 8.000 gt και μπορούν να φιλοξενήσουν από 72 έως και 180 επιβάτες το μεγαλύτερο της κατηγορίας του, ενώ η διάρκεια των κρουαζιέρων κυμαίνεται από 7-21 ημέρες.

B) Exhibition Ships: Το μέγεθος αυτής της κατηγορία κρουαζιερόπλοιων κυμαίνεται από 50-24.000 gt, με ικανότητα φιλοξενίας 20 έως και 700 επιβατών και μέγιστης διάρκειας κρουαζιέρας τις 36 ημέρες. Στην κατηγορία αυτή ανήκει το Corinthian.

Γ) Masted Sailing Ships: Μεγέθους από 12-15.000 gt και χωρητικότητας από 12 έως και 439 επιβατών, τα πλοία αυτά πραγματοποιούν κρουαζιέρες μέγιστης διάρκειας 15 ημερών. Τα πλοία Club Med II, Sea Cloud, Sea Cloud II, Star Flyer, Wind Spirit, Star Clipper ανήκουν στην παραπάνω κατηγορία.

Δ) Small Cruise Ships: Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει πλοία, η χωρητικότητα των οποίων κυμαίνεται από 3.000 gt σε 30.000 gt, με ελάχιστη χωρητικότητα 72 επιβάτες

⁸ Καλούνται οι σημαίες των χωρών (π.χ Παναμά, Λιβερίας, Μπαχάμες) των οποίων οι νόμοι επιτρέπουν και διευκολύνουν τη νηολόγηση υπό τη σημαία των πλοίων ξένης πλοιοκτησίας (ανοιχτό νηολόγιο), για να γίνουν ανταγωνιστικότερα και να αποφύγουν βάρη και υποχρεώσεις που θα είχαν με τη σημαία της πατρίδας τους. Με τις σημαίες ευκολίας οι πλοιοκτήτες εξασφαλίζουν ευμενέστατη φορολογική μεταχείριση, πιο εύκολη δανειοληψία, λιγότερους κινδύνους από πολεμικές εμπλοκές, ελαστικότητα στην απόδειξη ναυτικής ικανότητας (πτυχία, διπλώματα)

και μέγιστη τους 1.200, ενώ η διάρκεια μιας κρουαζιέρας με κρουαζιερόπλοιο της κατηγορίας διαρκεί από 2 μέχρι 9 ημέρες.

E) Mid-Size Cruise Ships: Τα κρουαζιερόπλοια της κατηγορίας αυτής έχουν ελάχιστη χωρητικότητα 30.000 gt και μέγιστη 60.000gt, ενώ η ικανότητα φιλοξενίας επιβατών κυμαίνεται από 120 έως και 800 επιβάτες. Η κρουαζιέρα μεσαίου μεγέθους κρουαζιερόπλοιων διαρκεί από 2 μέχρι και 9 ημέρες.

ΣΤ) Large Cruise Ships: Από 60.000 έως 90.000 gt, τα πλοία της κατηγορίας έχουν χωρητικότητα από 1.380 μέχρι και 2.852 επιβάτες, σε κρουαζιέρες μέγιστης διάρκειας 21 ημερών.

Z) Mega Ships: Τελευταία κατηγορία κρουαζιερόπλοιων είναι αυτή των μέγα πλοίων με χωρητικότητα που κυμαίνεται από 90.000gt μέχρι και 150.000 gt και ικανότητα φιλοξενίας από 1.950 έως και 3.838 επιβάτες, σε κρουαζιέρες διάρκειας από 3 έως και 14 ημέρες.

3.1.7 Διακρίσεις και προγράμματα κρουαζιέρων στην Ελλάδα

Έχουν αναπτυχθεί τόσο στο χώρο του Αιγαίου όσο και του Ιονίου Πελάγους σημαντικές θαλάσσιες κρουαζιέρες. Οι εταιρείες που ασχολούνται με τις κρουαζιέρες εκτελούν τα προγράμματα τους από τον Απρίλιο έως το Νοέμβριο, ενώ κατά τη χειμερινή περίοδο, από Νοέμβριο έως Απρίλιο πραγματοποιούνται κρουαζιέρες εκτός ελληνικών υδάτων. Η διάρκεια μιας κρουαζιέρας ποικίλλει ανάλογα με τα λιμάνια που θα προσεγγίσει, το εύρος του προγράμματος και τους συνδυασμούς των προορισμών.

Οι οργανωμένες κρουαζιέρες που προσφέρονται στις ελληνικές θάλασσες, ανάλογα με την αφετηρία και τις προσεγγίσεις τους κατηγοριοποιούνται σε τρεις κατηγορίες:

A) Κρουαζιέρες εσωτερικού: Διεξάγονται μόνο εντός της ελληνικής επικράτειας, με αφετηρία τον Πειραιά ή άλλα ελληνικά λιμάνια και προσεγγίσεις μόνο Ελληνικών λιμένων.(Ανήκουν στη μορφή των mini cruises). Τα μικροκρουαζιερόπλοια (mini cruisers), χωρητικότητας από 50 μέχρι 100 επιβάτες, έχουν τη δυνατότητα να

προσφέρουν κρουαζιέρες για λίγους. Στην κατηγορία αυτή, σύμφωνα με το προσφερόμενο προϊόν, ανήκουν και τα επανδρωμένα yachts.

Στην ίδια κατηγορία ως προς το περιεχόμενο του προϊόντος, περιλαμβάνονται και οι *Ημερήσιες Θαλάσσιες Εκδρομές*, (μονοήμερες κρουαζιέρες), οι οποίες διεξάγονται συνήθως σε όλα τα νησιωτικά συμπλέγματα της χώρας και σε λιμάνια παράκτιων τουριστικών προορισμών, όπως Αργοσαρωνικό, Κυκλάδες, Δωδεκάνησα, Σποράδες, Κρήτη, Βόρειο Αιγαίο, Χαλκιδική, Νησιά Ιονίου⁹

Β) Μικτές Κρουαζιέρες: Έχουν αφετηρία ελληνικά λιμάνια αλλά προσεγγίζουν εκτός των ελληνικών λιμένων και λιμένες άλλων χωρών, όπως Κύπρου, Τουρκίας, Ιταλίας, Αιγύπτου, Ισραήλ, Κροατίας. Σε αυτές περιλαμβάνονται οι τριήμερες, τετραήμερες, και επταήμερες Κρουαζιέρες.

Γ) Μεσογειακές Κρουαζιέρες: Έχουν αφετηρία λιμάνια άλλων χωρών, αλλά προσεγγίζουν μεταξύ άλλων και ελληνικούς λιμένες. Σε αυτές περιλαμβάνονται ορισμένες επταήμερες κρουαζιέρες και οι κρουαζιέρες μεγαλύτερης διάρκειας, π.χ 12 ή 13 ημερών .

3.1.8 Στοιχεία κόστους της Κρουαζιέρας¹⁰

Το κόστος της μετακίνησης αποτελεί ένα βασικό παράγοντα που επηρεάζει τη ζήτηση της κρουαζιέρας. Τα βασικά στοιχεία του κόστους διακίνησης είναι δύο: α) το κόστος διακίνησης των τουριστών από τον τόπο προέλευσης τους μέχρι το λιμάνι επιβίβασης στο πλοίο και β) ο ναύλος που περιλαμβάνει το ταξίδι, τη διατροφή, τα έξοδα αποβίβασης στα λιμάνια προσέγγισης και τις ξεναγήσεις. Έτσι συμπεραίνεται ότι ο θαλάσσιος τουρισμός υποστηρίζεται κυρίως από τουρίστες με υψηλό εισόδημα.

⁹ Οι Ημερήσιες Θαλάσσιες Εκδρομές είναι το προϊόν της Παράκτιας Τουριστικής Ναυτιλίας, που αποτελεί την Τρίτη δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού.

¹⁰ Αναλυτικά στοιχεία που προσδιορίζουν τα έσοδα και τα κόστη της κρουαζιέρας, καθώς και την κατανάλωση των τουριστών επί του πλοίου και στα λιμάνια παρατίθενται στο κεφάλαιο με τα παραρτήματα.

Πέρα από τα παραπάνω, υπάρχουν και άλλα στοιχεία από τα οποία καθορίζεται το **κόστος μιας κρουαζιέρας**. Αυτά είναι τα εξής:

A) Τα χαρακτηριστικά του πλοίου. Όταν ένα πλοίο είναι καινούριο, υπερσύγχρονο, μεγάλο, με πολλαπλές επιλογές και ενδιαφέρουσες δραστηριότητες που μπορεί να ασχοληθεί ο κάθε επιβάτης, το κόστος είναι πολύ μεγαλύτερο συγκριτικά με αυτό ενός αντίστοιχου πλοίου μεγαλύτερης ηλικίας και περιορισμένων δυνατοτήτων.

B) Η θέση της καμπίνας που έχει κλείσει ο τουρίστας. Διαφορετικό κόστος έχει μια σουίτα εξοπλισμένη με όλες τις ανέσεις και με ιδιωτικό μπαλκόνι με θέα τη θάλασσα, από μία καμπίνα εξωτερική και ακόμα περισσότερο από μια εσωτερική. Η διαφορά της εξωτερικής καμπίνας από την εσωτερική είναι ότι η πρώτη διαθέτει παράθυρο προς τη θάλασσα και έχει εσωτερικό φωτισμό.

Γ) Η περίοδος που πραγματοποιείται η κρουαζιέρα. Για παράδειγμα, το Μάιο οι τιμές είναι χαμηλότερες σε σχέση με τον Αύγουστο που η ζήτηση είναι αυξημένη.

Δ) Ο προορισμός της κρουαζιέρας. Διαφορετικό είναι το κόστος της κρουαζιέρας στην Καραϊβική από ότι στην Αλάσκα και στη Μεσόγειο.

E) Το είδος / διάρκεια της κρουαζιέρας, όπως 3μερη, 4μερη, 5μερη, 7μερη, 12μερη.

Επιπλέον του προσδιορισμένου κόστους που καθορίζεται στην τιμή της κρουαζιέρας, δημιουργείται επιπρόσθετο κόστος, ανάλογα με τις προστιθέμενες υπηρεσίες και αγαθά που επιθυμεί να καταναλώσει ο επιβάτης.

Η τιμή της κρουαζιέρας περιλαμβάνει:

- α) Εγκαταστάσεις στο πλοίο (όλες οι καμπίνες διαθέτουν ανέσεις καμπίνων).
- β) Ισχύοντες φόρους (οι εταιρείες του νόμου 89/67 απαλλάσσονται από ΦΠΑ).
- γ) Διασκεδάσεις στο πλοίο, παιχνίδια, διαλέξεις και διάφορες επιδείξεις.
- δ) Όλα τα γεύματα στο πλοίο.
- ε) Καμαρότο και υπηρεσία δωματίου επί 24ώρου βάσεως.

στ) Βραδινή διασκέδαση, θεάματα, ζωντανή ορχήστρα και night club.

ζ) Γυμναστήριο και aqua spa.

η) Κοκτέιλ πάρτι του πλοιάρχου και μπουφέ γκαλά.

θ) Την εμπειρία επίσκεψης πολλών προορισμών σε μία μόνο κρουαζιέρα.

Προηγούμενη έρευνα για τη βιομηχανία της κρουαζιέρας εστιάζει κυρίως σε δύο πτυχές: γενική έρευνα μάρκετινγκ που περιλαμβάνει μελέτες που αφορούν τα χαρακτηριστικά του καταναλωτή, την αντίληψη και τη συμπεριφορά τους προς τις εταιρίες κρουαζιέρας, και διαχείριση εσόδων με σκοπό να μεγαλώσουν το εισόδημα. Σε αυτό το τμήμα, συνοψίζουμε τη γενική έρευνα μάρκετινγκ στη βιομηχανία κρουαζιέρας.

Βιβλιογραφία στη γενική έρευνα μάρκετινγκ για εταιρίες κρουαζιέρας είναι πιά σύνηθες από άλλες πτυχές, κυρίως συμπεριλαμβανομένου τον ανταγωνισμό της επιχείρησης, καταναλωτικά χαρακτηριστικά (καταναλωτική ικανοποίηση και πίστη, έξοδα επιβατών και δαπάνες, κ.λπ.) και κατάτμηση της αγοράς. Συζητήσεις για την ανάλυση των ανταγωνιστών με τη χρήση της θεωρίας του παιχνιδιού για τη βιομηχανία της κρουαζιέρας βρίσκεται σε Wie (2005) και Wie (2004). Η δυναμική συμπεριφορά των εταιριών κρουαζιέρας σχετικά με την επένδυση μπορεί να διατυπωθεί ως ολιγοπωλιακός ανταγωνισμός όπου ένας πεπερασμένος αριθμός επιχειρήσεων κρουαζιέρας ανταγωνίζεται, ώστε να βελτιώσει τις αποφάσεις για επένδυση προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τα συνολικά κέρδη στο προσεχές μέλλον (Wie 2005).

Οι μελέτες σε θέματα των καταναλωτών περιλαμβάνουν κυρίως τα καταναλωτικά χαρακτηριστικά και την ικανοποίηση (Teye και Leclerc, 1998 Qu and Ping, 1999 Petrick, 2005), πίστη των καταναλωτών (Petrick, 2004), αξιολόγηση και αξία των καταναλωτών (Ahmed και λοιποί., 2002 Duman και Mattila, 2005) και ούτω καθεξής.

Από την άποψη της καταναλωτικής ικανοποίησης, οι Teye και Leclerc (1998) παρουσίασαν μια διερευνητική μελέτη για να εξετάσουν την ικανοποίηση των επιβατών από το επιλεγμένο προϊόν της κρουαζιέρας και την παροχή υπηρεσιών στη βορειοαμερικανική αγορά. Τα αποτελέσματα της μελέτης τους έδειξαν, ότι οι προσδοκίες των επιβατών ικανοποιούνται ή ξεπερνιούνται, αλλά υπάρχουν βασικά προϊόντα και

περιοχές παροχής υπηρεσιών, οι οποίες παρέχουν στους φιλοξενούμενους την μεγαλύτερη ικανοποίηση. Επιπλέον, η μελέτη τους δείχνει ότι η εκπλήρωση ή η υπέρβαση των προσδοκιών των επιβατών μπορεί να είναι ένας παράγοντας υπεύθυνος για τα ποσοστά υψηλής ανάπτυξης στην βιομηχανία της κρουαζιέρας. Με τη γρήγορη άνοδο της βιομηχανίας της κρουαζιέρας, όλο και περισσότερο καταναλωτές με κριτήριο την τιμή προσελκύονται σε αυτήν την βιομηχανία.

Παραδείγματος χάριν, οι σπουδαστές αρχίζουν να δίνουν προσοχή στο νέο αυτό τομέα του τουρισμού. Οι εταιρίες κρουαζιέρας έχουν να αντιμετωπίσουν παλιούς και νέους πελάτες. Υπάρχει μια ερώτηση, εάν οι πιστοί επισκέπτες κρουαζιέρας είναι ή όχι οι πιο επιθυμητοί και από τους επισκέπτες που πάνε για πρώτη φορά κρουαζιέρα. Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία από την έρευνα ο Petrick (2004) διαπιστώνει ότι οι πιστοί επιβάτες είναι πιθανότερο να ξαναεπισκεφτούν, και είναι πρόθυμοι να διαφημίσουν διαδίδοντας από στόμα σε στόμα, ενώ οι λιγότερο πιστοί επισκέπτες είναι λιγότερο προσανατολισμένοι προς την τιμή, και είναι πιθανότερο να ξοδέψουν περισσότερα από τους πιστότερους.

Με την αύξηση του ανταγωνισμού, προκειμένου να ενισχυθεί ο όγκος επιβατών, οι εταιρείες κρουαζιέρας πρέπει να αλλάξουν τη δομή της τιμολόγησής τους και να χαμηλώσουν τις τιμές τους με τη μέθοδο των εκπτώσεων. Η χρήση εκπτώσεων στις τιμές έχουν δημιουργήσει νέες προκλήσεις για τη βιομηχανία της κρουαζιέρας, δεδομένου ότι έχουν προσελκύσει επισκέπτες πιο ευαίσθητους ως προς την τιμή, απ' ότι στο παρελθόν (Petrick, 2005).

Με σεβασμό στην αξιολόγηση των καταναλωτών ως προς την επιλογή εταιρείας κρουαζιέρας, σύμφωνα με έρευνα της Star Cruise (μετονομάστηκε σε Genting Hong Kong Limited στις 10 November 2009) και της Royal Caribbean Cruise στη Σιγκαπούρη (Ahmed et al., 2002), αποκάλυψαν ότι οι επιδράσεις της χώρας προέλευσης είναι ισχυρότερες από τις επιδράσεις της μάρκας όσον αφορά την αξιολόγηση των καταναλωτών σχετικά με την ποιότητα των εταιριών κρουαζιέρας, ενώ το εμπορικό σήμα έχει ισχυρότερα αποτελέσματα στις καταναλωτικές προθέσεις.

Όπως έχουμε αναφέρει ήδη, η εμπειρία της κρουαζιέρας αποτελείται όχι μόνο από το ίδιο το ταξίδι αλλά και τις παροχές του σκάφους. Εκτός από τα έσοδα ναύλου, τα έξοδα και τις δαπάνες των επιβατών παίζει σημαντικό ρόλο το συνολικό εισόδημα.

Τα έσοδα του πλοίου προέρχονται από τις πωλήσεις των προϊόντων και υπηρεσιών, όπως η στέγαση, η σίτιση, η ψυχαγωγία στο κατάστρωμα, ψυχαγωγικές δραστηριότητες, κ.α. Στην βιομηχανία της κρουαζιέρας, η διαθεσιμότητα των προϊόντων είναι ένα βασικό κομμάτι της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες (Erkoc et al., 2005). Επομένως, η αγορά και ο έλεγχος των επί του σκάφους προϊόντων, παίζουν σημαντικό ρόλο, στο σχεδιασμό των διαδικασιών για μια εταιρία κρουαζιέρας. Οι Erkoc et al. 2005 προτείνουν έναν δυναμικό μοντέλο για να βελτιστοποιήσουν τις εν πλω αποφάσεις σχετικά με τους καταλόγους με στοιχεία τροφίμων και ποτών για ένα σκάφος της εταιρίας κρουαζιέρας.

Το προτεινόμενο μοντέλο ενσωματώνει τα πολλαπλάσια στάδια ξαναγεμίματος που αποτελείται από δύο συμβεβλημένες και ταχεία αναπτυσσόμενες αγορές.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει αναγάγει τους πράκτορες σε ένα σημαντικό και ουσιαστικό βραχίονα της διοικητικής της στρατηγικής (Toh et al., 2005). Το μεγαλύτερο μέρος των κρατήσεων των ιδιωτών αντιμετωπίζονται μέσω των ταξιδιωτικών πρακτόρων. Επιπλέον, διάφορες εργασίες όπως η συλλογή των καταθέσεων και των πληρωμών, να εξυπηρετήσουν τις καθυστερημένες αφίξεις και να διευθύνουν σιωπηλές δημοπρασίες διευθύνονται από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (Toh et al., 2005).

Σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα, ο Petrick (2006, 2007) συζητά την πρόθεση των καταναλωτών να ξαναγοράσουν το ίδιο προϊόν και τη διαδικασία λήψης απόφασης στα πλαίσια της βιομηχανίας της κρουαζιέρας. Με βάση τα στοιχεία από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, οι Qu και Ping (1999) διαπίστωσαν ότι οι σημαντικότεροι και πιο καθοριστικοί παράγοντες του ταξιδιού μέσω κρουαζιέρας είναι η στέγαση, η σίτιση και η ψυχαγωγία στην αγορά του Hong Kong.

3.1.9 Ναυτιλιακές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο της κρουαζιέρας

Στην Ελλάδα, εμφανίζονται χρόνο με το χρόνο όλο και περισσότερες ναυτιλιακές εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον χώρο της κρουαζιέρας. Στη συνέχεια παρατίθενται μερικές από τις πιο γνωστές εταιρίες κ μια μικρή αναφορά στην κάθε μια ξεχωριστά.

CELEBRITY CRUISES

Από την ίδρυση της το 1989 η Celebrity Cruises έχει κρατήσει αληθινή τη δέσμευσή της να συνδυάζει τα καλύτερα στοιχεία της κλασσικής και κομψής κρουαζιέρας και να τα αναβαθμίζει στο σύγχρονο τρόπο διακοπών.

Το 1997 συγχωνεύτηκε με την Royal Caribbean International σχηματίζοντας την Royal Caribbean Cruises LTD, έναν από τους μεγαλύτερους ομίλους κρουαζιέρας στο κόσμο.

Αυτό που ξεχωρίζει την *CELEBRITY CRUISES* από άλλες επιλογές διακοπών σήμερα, είναι η αφοσίωση της, στο να προσφέρει στους φιλοξενούμενους μια εμπειρία κρουαζιέρας που υπερβαίνει τις προσδοκίες τους. Η εξαιρετική επίδοση της σε υπηρεσίες υψηλού επιπέδου έχει γίνει κανόνας της *CELEBRITY CRUISES*. Έχει θέσει με αυτό τον τρόπο ένα σύγχρονο διεθνές πρότυπο που έκανε διάσημη τη κρουαζιέρα σε άλλες εποχές, προσφέροντας υψηλή ποιότητα, κορυφαία αισθητική και διαρρύθμιση εσωτερικών χώρων, προσεκτικό service, άνετη διαμονή και εξαιρετική κουζίνα.

Η υπεροχή της *CELEBRITY CRUISES* συνεχίζεται με τη ναυπήγηση των κρουαζιερόπλοιων 'Solstice - class' στα οποία ενσωματώθηκαν ακόμα μεγαλύτερα τεχνολογικά επιτεύγματα και σημαντικές καινοτομίες ενώ παράλληλα διατήρησαν το ξεχωριστό στυλ, τη φιλοσοφία και τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την εταιρία.

Ο στόλος της σήμερα αποτελείται από 11 σύγχρονα κρουαζιερόπλοια που μπορούν να φιλοξενήσουν από 1.300 έως 2.300 επιβάτες και προσφέρουν μοναδικές κρουαζιέρες σ' όλο τον κόσμο.

COSTA CRUISE

Κρουαζιέρες **“Made in Italy”** σε 250 ξεχωριστούς προορισμούς , στη Μεσόγειο, Βόρεια Ευρώπη, Καραϊβική, Νότιο Αμερική , Βαλτική και τα Νορβηγικά Φιόρδ, Άπω Ανατολή και τον Ινδικό ωκεανό πάντα με τη φιλοσοφία **“Cruise Italian Style”**.

Η **COSTA** είναι ο μεγαλύτερος ταξιδιωτικός όμιλος της Ιταλίας και η πρώτη εταιρεία κρουαζιέρας στην Ευρώπη, που για 60 χρόνια προσφέρει ονειρεμένες διακοπές συνδυάζοντας την Ιταλική κουλτούρα και αισθητική.

Στα 15 κρουαζιερόπλοια της κυματίζει η Ιταλική σημαία και στο σύγχρονο στόλο της, οι ταξιδιώτες μπορούν να απολαύσουν Ιταλική φιλοξενία και κουζίνα καθώς και αμέτρητες προτάσεις για διασκέδαση και δραστηριότητες.

HYDRAIKI NAVAL COMPANY

Η Υδραϊκή Ναυτική Εταιρεία ιδρύθηκε το 1995 με μοναδική φιλοδοξία να οδηγήσει την αγορά της Μονοήμερης Κρουαζιέρας σε ένα υψηλότερο επίπεδο, καθώς οι ιδρυτές της είχαν ήδη περισσότερα από είκοσι χρόνια εμπειρίας και επιτυχίας στον τομέα του τουρισμού και της Κρουαζιέρας.

Προσφέρει, καλοσχεδιασμένα προγράμματα, κομψά πλοία, καινούργιες ιδέες και προϊόντα, δυνατότητες επιλογής ευέλικτων προγραμμάτων, προσαρμοσμένων στις εκάστοτε ανάγκες, και την υψηλότερη ποιότητα υπηρεσιών, στον τομέα της «Μονοήμερης Κρουαζιέρας».

Σήμερα, έχοντας εξυπηρετήσει περισσότερους από δύο εκατομμύρια επιβάτες, με διαρκείς καινοτομίες, συνεχίζοντας την εκπαίδευση και πρακτική άσκηση του προσωπικού της, επιμένοντας στην ποιότητα και ακούγοντας προσεκτικά τις απόψεις και τις παρατηρήσεις των πελατών έχει επάξια κυριαρχήσει σε ένα ακμαίο πλέον τουριστικό πεδίο.

Η ιδέα των «Μονοήμερων Διακοπών» με προτάσεις για κρουαζιέρες στον Αργοσαρωνικό και όχι μόνο, με ζωντανά προγράμματα ψυχαγωγίας, δραστηριότητες αναψυχής, περιηγήσεις με ξεναγούς, υπέροχα γεύματα και την προσωπική πάντοτε επαφή με τους πελάτες έχει βρει υψηλή ανταπόκριση και σε ομαδικές διοργανώσεις συλλόγων και εταιριών. Μπορείτε να απολαύσετε τις κρουαζιέρες είτε στη βάση μιας αποκλειστικής ναύλωσης είτε εξασφαλίζοντας τον ιδιωτικό σας χώρο, είτε απλώς συμμετέχοντας σε ένα από τα τακτικά ημερήσια προγράμματα.

LOUIS HELLENIC CRUISES

Η **Louis Cruises** με εμπειρία 25 ετών στην κρουαζιέρα προσφέρει μία ασύγκριτη εμπειρία κρουαζιέρας στα μεσαίου μεγέθους κλασικά πλοία της. Συνδυάζει την ποιοτική εξυπηρέτηση και γνήσια Ελληνική φιλοξενία, με ανταποδοτικότητα σε μια μοναδική σχέση, τιμής και παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η μεγάλη εμπειρία της **Louis Cruises** στις κρουαζιέρες στη Μεσόγειο φαίνεται στα επιτυχημένα δρομολόγια που σχεδιάζει. Κομψά μνημεία της κλασικής αρχαιότητας, ιστορικές εκκλησίες και μοναστήρια, δαιδαλώδη καλντερίμια και κατάσπρα νησιά, καθεδρικοί ναοί και μεσαιωνικά κάστρα αποτελούν μερικά από τα στοιχεία που συνθέτουν το σκηνικό των προορισμών της κρουαζιέρας σας.

Στη **Louis Cruises** αναζητούμε και επιλέγουμε ταξιδιωτικούς προορισμούς με ιδιαίτερη φροντίδα, έχοντας ως στόχο να σας προσφέρουμε μια ξεχωριστή ταξιδιωτική εμπειρία. Σχεδιάζουμε το πρόγραμμα των εκδρομών ξηράς με ιδιαίτερη προσοχή, για να αξιοποιήσουμε το χρόνο σας με τον καλύτερο τρόπο και να σας προσφέρουμε μια μεγάλη ποικιλία επιλογών.

ROYAL CARIBBEAN

Η **Royal Caribbean International** προσφέρει σύγχρονες και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες κρουαζιέρας.

Κατασκευάζοντας τα μεγαλύτερα ναυπηγικά θαύματα (πραγματικές πλωτές πολιτείες) και χρησιμοποιώντας καινοτόμες ιδέες και τεχνολογία αιχμής για τις δραστηριότητες και την ψυχαγωγία των επιβατών της, τα κρουαζιερόπλοια της αποτελούν τον «τελικό

προορισμό» πολλών ταξιδιωτών ανεξάρτητα την περιοχή που πλέουν.

Το **Oasis of the Seas** & το νεότευκτο **Allure of the Seas** είναι τα μεγαλύτερα κρουαζιερόπλοια που ναυπηγήθηκαν ποτέ στο κόσμο με ολική χωρητικότητα 220.000 τόνων μπορούν να φιλοξενήσουν 5.400 επιβάτες στις 2.700 καμπίνες τους. Διαθέτουν θεματικές γειτονιές που περιλαμβάνουν το πρώτο υδάτινο θέατρο στη βιομηχανία της κρουαζιέρας με επιδείξεις καταδύσεων και συγχρονισμένης κολύμβησης.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Κεφάλαιο 4^ο

4.1 Οι Επιδράσεις του θαλάσσιου τουρισμού στην οικονομία

Ο βαθμός στον οποίο ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί παράγοντα επίδρασης στο περιβάλλον, στην οικονομία και στις κοινωνιολογικές αλλαγές στις παραθαλάσσιες περιοχές, και η αντίστοιχη επίδραση της ανάπτυξης του στους παράγοντες αυτούς, αποτελεί ένα από τα σημαντικά πεδία του τουρισμού, που πρέπει να διερευνηθούν. Οι κυριότερες από τις πλέον πιθανές και γνωστές επιδράσεις αναφέρονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πιν. 4.1 Επιδράσεις του θαλάσσιου τουρισμού

Οικονομικές Επιδράσεις					
1					
	<table border="1"><thead><tr><th>Θετικές</th><th>Αρνητικές</th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των φορολογικών εσόδων από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από τους τουρίστες.• Αύξηση των θέσεων απασχόλησης στις περιοχές.• Αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος των κατοίκων.• Βελτίωση των υποδομών.</td><td><ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών λόγω της αύξησης και της ζήτησης.• Άνιση κατανομή των οικονομικών ωφελειών στους κατοίκους.• Διαρροή εσόδων σε επιχειρήσεις εκτός περιοχής.• Εποχιακά εισοδήματα για τους εργαζόμενους.</td></tr></tbody></table>	Θετικές	Αρνητικές	<ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των φορολογικών εσόδων από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από τους τουρίστες.• Αύξηση των θέσεων απασχόλησης στις περιοχές.• Αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος των κατοίκων.• Βελτίωση των υποδομών.	<ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών λόγω της αύξησης και της ζήτησης.• Άνιση κατανομή των οικονομικών ωφελειών στους κατοίκους.• Διαρροή εσόδων σε επιχειρήσεις εκτός περιοχής.• Εποχιακά εισοδήματα για τους εργαζόμενους.
Θετικές	Αρνητικές				
<ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των φορολογικών εσόδων από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από τους τουρίστες.• Αύξηση των θέσεων απασχόλησης στις περιοχές.• Αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος των κατοίκων.• Βελτίωση των υποδομών.	<ul style="list-style-type: none">• Αύξηση των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών λόγω της αύξησης και της ζήτησης.• Άνιση κατανομή των οικονομικών ωφελειών στους κατοίκους.• Διαρροή εσόδων σε επιχειρήσεις εκτός περιοχής.• Εποχιακά εισοδήματα για τους εργαζόμενους.				
Περιβαλλοντικές Επιδράσεις					
2					
	<table border="1"><thead><tr><th>Θετικές</th><th>Αρνητικές</th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την προστασία και την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, των ιστορικών και οικιστικών</td><td><ul style="list-style-type: none">• Αλλοίωση / επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος, της χλωρίδας και της πανίδας• Ρύπανση / επιβάρυνση λιμανιών</td></tr></tbody></table>	Θετικές	Αρνητικές	<ul style="list-style-type: none">• Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την προστασία και την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, των ιστορικών και οικιστικών	<ul style="list-style-type: none">• Αλλοίωση / επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος, της χλωρίδας και της πανίδας• Ρύπανση / επιβάρυνση λιμανιών
Θετικές	Αρνητικές				
<ul style="list-style-type: none">• Μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την προστασία και την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, των ιστορικών και οικιστικών	<ul style="list-style-type: none">• Αλλοίωση / επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος, της χλωρίδας και της πανίδας• Ρύπανση / επιβάρυνση λιμανιών				

	<p>αξιοθέατων που προσελκύουν επισκέπτες.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αυξημένη περιβαλλοντική ευαισθησία και επαγρύπνηση 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλλαγές στη συμπεριφορά θαλάσσιων ζώων και ψαριών λόγω της ανθρώπινης παρουσίας • Αλλαγές στη σύνθεση και την πυκνότητα ειδών του ζωικού βασιλείου • Ηχορύπανση από τα σκάφη και τα πλοίαρια . Ρύπανση της θάλασσας και του αέρα
3	Κοινωνικο – πολιτισμικές Επιδράσεις	
	<p>Θετικές</p> <ul style="list-style-type: none"> • Γνωριμία και εκτίμηση για άλλους πολιτισμούς τόσο από τους επισκέπτες όσο και από τους κατοίκους. • Βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής των κατοίκων λόγω της αύξησης των εισοδημάτων τους. • Μεγαλύτερη επιχειρηματική δραστηριότητα, αίσθηση της ιδιοκτησίας και συνεργασία των επιχειρηματιών του κλάδου για συνεισφορά στην τουριστική αξιοποίηση της περιοχής. 	<p>Αρνητικές</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συνωστισμός ανθρώπων σε πολυσύχναστες περιοχές, γεγονός που δρα αρνητικά στις εμπειρίες των επισκεπτών. • «Εκτοπισμός» των κατοίκων από διάφορες δραστηριότητες λόγω της μείωσης του ελεύθερου χρόνου τους και της αξιοποίησης των περιοχών σύμφωνα με τις «επιταγές» των επισκεπτών. • Αλλαγή του τρόπου ζωής των ντόπιων καθώς εγκαταλείπουν συνήθειες και παραδοσιακούς τρόπους απασχόλησης για δουλειές προσαρμοσμένες στις ανάγκες του τουρισμού. • Αλλαγή στα ήθη και έθιμα του τόπου καθώς οι κάτοικοι αποκτούν συνήθειες από τους επισκέπτες.
	(Πηγή: US DOC / NOAA / NOS NOAA Coastal services Center 2002)	

Από τις κατηγορίες των επιδράσεων του θαλάσσιου τουρισμού, οι οικονομικές είναι αυτές που αποτελούν το αντικείμενο της παρούσας εργασίας.

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μέρος της συνολικής τουριστικής δραστηριότητας της χώρας. Συνεπώς, οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού προκαλούν επιδράσεις στην εθνική οικονομία, καθώς και στις οικονομίες των συγκεκριμένων περιοχών όπου ασκούνται. Επηρεάζουν τα κυριότερα μακροοικονομικά μεγέθη, όπως το ΑΕΠ, την Απασχόληση, το Εμπορικό Ισοζύγιο, το Ισοζύγιο Άδηλων Πόρων, τα Δημόσια Έσοδα, τις Επενδύσεις κ.ά.

4.1.1 Επίδραση στο ΑΕΠ

Η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού, όπως και κάθε μορφής τουριστικής δραστηριότητας, στη διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος εκτιμάται με την αποτίμηση των δαπανών που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε τρέχουσες τιμές, αφού στη συνέχεια αφαιρεθούν τα αγαθά και οι υπηρεσίες (ενδιάμεσες εισροές) που αγοράστηκαν από τον κλάδο της οικονομικής δραστηριότητας.

Οι πληρωμές που γίνονται σε μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών από τα άτομα που την επισκέπτονται για τουριστικούς σκοπούς καταγράφονται σαν τουριστικό συνάλλαγμα. Το ποσό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος που διοχετεύεται από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε μια χώρα, συνίσταται από το εισόδημα αυτό, μείον τις ενδιάμεσες εισροές που συνεπάγεται η παροχή υπηρεσίας φιλοξενίας σε αυτούς. Η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού στο Α.Ε.Π. αποτελεί ένα χρήσιμο μέτρο για την αξιολόγηση της οικονομικής σημασίας του προϊόντος.

Δεν έχει πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα εκτίμηση των οικονομικών επιδράσεων του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα ή σε άλλη χώρα, με αποτέλεσμα να μην είναι γνωστή η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας.

4.1.2 Επίδραση στις επενδύσεις

Οι επενδύσεις που απαιτούνται για τις δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού μπορούν να διακριθούν σε 2 βασικές κατηγορίες:

- 1) Επενδύσεις Υποδομής, που αναλαμβάνονται κυρίως από κρατικούς φορείς.

Το δημόσιο (ο ΕΟΤ και δευτερευόντως οι ΟΤΑ) είναι ο κύριος φορέας κατασκευής και λειτουργίας μαρίνων, μέχρι τη δημοσίευση του Ν.1892/90, που χορηγεί για πρώτη φορά χρηματοπιστωτικά ή φορολογικά κίνητρα για ιδιωτικές επενδύσεις σε μαρίνες (ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός), οπότε και άρχισε να εκδηλώνεται σοβαρή επενδυτική δραστηριότητα ιδιωτών στο χώρο των εγκαταστάσεων του θαλάσσιου τουρισμού.

Το Σχέδιο Εθνικού Συστήματος Λιμένων Αναψυχής, (5ετές Πρόγραμμα 1983-1987, Σ.Ε.ΣΥ.Λ.Α.) προέβλεπε ένα πλήρες δίκτυο από 34 μαρίνες, 106 σκάλες και 250 αγκυροβόλια, με 15.000 συνολικά θέσεις ελλιμενισμού.

- 2) Επενδύσεις Ανωδομής, που αφορούν κυρίως τα επιχειρηματικά σχέδια απόκτησης παγίων κεφαλαιουχικών επενδύσεων, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων αφορά την απόκτηση πλοίων και σκαφών αναψυχής.

Οι επενδύσεις θαλάσσιου τουρισμού χαρακτηρίζονται από τον υψηλό βαθμό απορρόφησης κεφαλαίων, λόγω του υψηλού κόστους των τουριστικών υποδομών και ανωδομών. Ο ρόλος των τουριστικών επενδύσεων σε μια περιοχή είναι σημαντικός, διότι τα τουριστικά κεφαλαιουχικά αγαθά αποτελούν τα μέσα με τα οποία αυξάνεται η παραγωγική ικανότητα της τουριστικής οικονομίας και προσδιορίζουν το επίπεδο της τουριστικής ανάπτυξης. (Λάγος Δ., Λιαργκόβας Π., 2003:47).

4.1.3 Επίδραση στο Ισοζύγιο

Ο θαλάσσιος τουρισμός επηρεάζει το Ισοζύγιο Πληρωμών στο οποίο καταγράφονται οι εισπράξεις (πιστώσεις) και οι δαπάνες (χρεώσεις) μιας χώρας σε σχέση με άλλες ξένες χώρες. Το Ισοζύγιο Υπηρεσιών, που εντάσσεται στο Ισοζύγιο Άδηλων Πόρων, αποτελεί το στυλοβάτη του Ισοζυγίου Τρεχουσών Συναλλαγών.

Σημαντική μείωση κατά 807 εκατ. ευρώ, ή κατά 22,5%, σημείωσε τον Ιανουάριο του 2011 το έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών έναντι του Ιανουαρίου του 2010, υποχωρώντας στα 2,786 δισ. ευρώ.

Όπως αναφέρει σε ανακοίνωσή της η Τράπεζα της Ελλάδος, η εξέλιξη αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι το ισοζύγιο τρεχουσών μεταβιβάσεων παρουσίασε σημαντικό πλεόνασμα έναντι ελλείμματος τον Ιανουάριο του προηγούμενου έτους. Επιπλέον το πλεόνασμα του ισοζυγίου υπηρεσιών σημείωσε μικρή άνοδο. Αντίθετα αυξήθηκαν τα ελλείμματα του εμπορικού ισοζυγίου και του ισοζυγίου εισοδημάτων. Η διεύρυνση του εμπορικού ελλείμματος κατά 185 εκατ. ευρώ οφείλεται αποκλειστικά στην αύξηση των καθαρών πληρωμών για εισαγωγές καυσίμων κατά 598 εκατ. ευρώ ή 56%. Αντίθετα οι καθαρές πληρωμές για αγορές πλοίων μειώθηκαν κατά 36 εκατ. ευρώ.

Επίσης το εμπορικό έλλειμμα εκτός καυσίμων και πλοίων μειώθηκε κατά 377 εκατ. ευρώ, δεδομένου ότι η δαπάνη για εισαγωγές μειώθηκε κατά 264 εκατ. ευρώ ή 10,9%, ενώ οι αντίστοιχες εισπράξεις από εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 112,9 εκατ. ευρώ ή 14,1%.

4.1.4 Επίδραση στην απασχόληση

Και οι 3 κύριες δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού είναι μορφές τουρισμού «εντάσεως παγίων» , -αν και η πρώτη απαιτεί σημαντικό αριθμό εργαζομένων για την παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου-, λόγω του μεγάλου κόστους κατασκευής του νεότευκτου πλοίου ή αγοράς, μετασκευής και εξοπλισμού μεταχειρισμένου πλοίου, σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, που χαρακτηρίζεται «εντάσεως εργασίας».

Ο θαλάσσιος τουρισμός απαιτεί στελέχωση και με προσωπικό εξειδικευμένο στη ναυτιλιακή τέχνη και πρακτική, αλλά και με υψηλόβαθμα διοικητικά στελέχη για τη διοίκηση ναυτιλιακών επιχειρήσεων που έχουν ως αντικείμενο δραστηριότητας τον τουρισμό. Διαπιστώνονται επομένως διαφορές ως προς τα χαρακτηριστικά των απασχολούμενων στο θαλάσσιο τουρισμό σε σχέση με τους απασχολούμενους στο μαζικό τουρισμό (π.χ ξενοδοχεία).

Οι επιδράσεις του τουρισμού στην απασχόληση συχνά συγκαλύπτονται. Η δημιουργία θέσεων στον τουρισμό πολλές φορές έχει σαν αποτέλεσμα την προσέλκυση εργατικού δυναμικού από άλλους κλάδους της οικονομίας, ειδικότερα από αγροτικές περιοχές. Μπορεί επίσης να προσελκύσει άτομα που δε συγκαταλέγονται επίσημα στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό, όπως για παράδειγμα, συνταξιούχους, νοικοκυρές, φοιτητές. Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού προκαλεί αύξηση των ειδικευμένων και ανειδίκευτων θέσεων εργασίας. Η ανειδίκευτη απασχόληση είναι συχνό και έντονο φαινόμενο στο ναυτιλιακό τομέα του θαλάσσιου τουρισμού, όπου είναι δεδομένη η απασχόληση αλλοδαπών σε κατώτερες θέσεις πληρωμάτων, κυρίως λόγω των χαμηλών αποδοχών και της μη ασφάλισης τους. Το γεγονός αυτό δυσκολεύει την εκτίμηση της πραγματικής επίδρασης του τουρισμού στην απασχόληση.

Οι επιδράσεις του θαλάσσιου τουρισμού στην απασχόληση δεν περιορίζονται μόνο στα στενά όρια ενός τουριστικού προορισμού μιας χώρας υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, αλλά και στις χώρες προέλευσης των καταναλωτών στις οποίες απασχολούνται οι διοργανωτές ταξιδίων (tour operators) για την δημιουργία και την προώθηση των προϊόντων του θαλάσσιου τουρισμού.

Οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον τουρισμό γενικά, και στο θαλάσσιο ειδικότερα, είναι πολλές φορές μόνο μερικής απασχόλησης, γεγονός που σημαίνει ότι μπορούν να καλυφθούν από άτομα που ζητούν δεύτερη εργασία για να συμπληρώσουν το εισόδημα τους. Στην περίπτωση αυτή ο τουρισμός προκαλεί μια πληρέστερη χρησιμοποίηση αυτών που ήδη απασχολούνται στην τουριστική οικονομία, ενώ σε άλλες περιπτώσεις ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός μπορεί να μετατοπισθεί από άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας στους τουριστικούς κλάδους. Η έλλειψη εργατικού δυναμικού που φυσιολογικά θα παρουσιασθεί στους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας από τους οποίους οικειοθελώς μετατοπίστηκε στο θαλάσσιο τουρισμό

ένα ποσοστό του εργατικού δυναμικού τους, ενδεχόμενα να αντιμετωπισθεί με εισαγόμενο εργατικό δυναμικό.

Η απασχόληση στον θαλάσσιο τουρισμό είναι κατά μεγάλο μέρος εποχιακή και συμβάλλει στις διακυμάνσεις της ανεργίας σε μια χώρα υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών σε όλα τα επίπεδα και συγκεκριμένα εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, ιδιαίτερα όταν ο τουριστικό κλάδος διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην οικονομία μιας χώρας. Η εποχιακή απασχόληση μπορεί να προσελκύσει εργατικό δυναμικό πλήρους απασχόλησης, γεγονός που θα αποθάρρυνε μη τουριστικές επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν σε περιοχές που υπάρχει σημαντική παρουσία επιχειρήσεων θαλάσσιου τουρισμού.

Οι περισσότερες επίσημες στατιστικές για την απασχόληση καλύπτουν κατά κανόνα μόνο τους απασχολούμενους στην τουριστική βιομηχανία και όχι τους αυτοαπασχολούμενους σε αυτήν, αλλά ούτε και τους εργοδότες. Το γεγονός αυτό αποδίδεται στο ότι η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από ένα μεγάλο μέρος μικρών τουριστικών μονάδων στις οποίες απασχολούνται πολλοί που υπάγονται στις κατηγορίες των αυτοαπασχολούμενων και των εργοδοτών. Για το λόγο αυτό υπάρχει αδυναμία απογραφής του πραγματικού αριθμού των συνολικά απασχολούμενων στο θαλάσσιο τουρισμό.

Οι διακρίσεις της τουριστικής απασχόλησης στο θαλάσσιο τουρισμό

Η ανάπτυξη κάθε τουριστικού κλάδου, επομένως και του θαλάσσιου τουρισμού, είναι συνυφασμένη με τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης σε διάφορους υποκλάδους οικονομικής δραστηριότητας της τουριστικής και ναυτιλιακής οικονομίας, αλλά και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, όπως στο Εμπόριο, στη Βιομηχανία, στο Ναυπηγοεπισκευαστικό κ.ά.

Την τουριστική απασχόληση στο θαλάσσιο τουρισμό μπορούμε να τη διακρίνουμε στις ακόλουθες μεγάλες κατηγορίες:

α) Η άμεση απασχόληση: Προκύπτει από τις δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες σε παραγωγικές μονάδες του θαλάσσιου τουρισμού. Αυτή ανταποκρίνεται στην

«καθαρά» τουριστική απασχόληση και αφορά θέσεις εργασίας στα κρουαζιερόπλοια, στα τουριστικά ημερόπλοια, στα ιστιοφόρα και τις θαλαμηγούς, καθώς και τους εργαζομένους στα γραφεία των ναυτιλιακών επιχειρήσεων, στα γραφεία ναυλώσεως σκαφών αναψυχής και στα τουριστικά γραφεία με αποκλειστικό αντικείμενο τη διοργάνωση και πώληση θαλάσσιων εκδρομών και κρουαζιέρων.

β) Η έμμεση απασχόληση: Αυτή ανταποκρίνεται σε δραστηριότητες που ένα μέρος τους χαρακτηρίζεται ως τουριστικό. Προκύπτει από δραστηριότητες της τουριστικής προσφοράς, αλλά δεν προκαλείται άμεσα από δαπάνες που πραγματοποιούν οι τουρίστες για την αγορά προϊόντων του θαλάσσιου τουρισμού. Η έμμεση απασχόληση αφορά τα εστιατόρια, μπαρ, τα κέντρα αναψυχής και αθλητισμού, τις ιαματικές πηγές κλπ.

γ) Η απορρέουσα ή επαγωγική απασχόληση: Αυτή αφορά μη τουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες όμως παράγουν αγαθά και υπηρεσίες που καταναλώνονται από τους τουρίστες, όπως η απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία, κλπ. Είναι η επιπλέον απασχόληση που προκύπτει από τις επιδράσεις του πολλαπλασιαστή του τουριστικού εισοδήματος, καθώς οι ντόπιοι κάτοικοι ξοδεύουν τα επιπλέον χρήματα που κέρδισαν. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες αξιολογήσεις θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στον τουρισμό γενικά, αλλά και στο θαλάσσιο τουρισμό ειδικότερα, αναφέρονται μόνο στην άμεση απασχόληση.

4.1.5 Διαχείριση εισοδήματος

Πρώτα περιγράψουμε την προέλευση και τη συνοπτική ιστορία της διαχείρισης εισοδήματος προτού μιλήσουμε για την έρευνα και τα σχετικά ζητήματα με τη βιομηχανία της κρουαζιέρας.

Οι περιορισμένες ως προς της χωρητικότητα εταιρείες παροχής υπηρεσιών όπως οι αερογραμμές, τα ξενοδοχεία, οι εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων, και ούτω καθεξής, οι οποίες πωλούν τα ευπαθή προϊόντα ή υπηρεσίες, αντιμετωπίζουν συχνά το πρόβλημα πώλησης μιας σταθερής ποσότητας άνω της πεπερασμένης περιόδου κράτησης στα διαφορετικά τμήματα πελατών. Η διαχείριση εισοδήματος(ή παραγωγής), μια μέθοδος για να διαχειρίζεσαι την ποσότητα επικερδώς, είναι κατάλληλη για τέτοιες εταιρίες παροχής υπηρεσιών περιορισμένες ως προς την ποσότητα.

Η διαχείριση εισοδήματος (RM) έχει την προέλευσή της στην αεροπορική βιομηχανία. Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, μερικές αερογραμμές άρχισαν την προσφορά περιορισμένων ως προς την έκπτωση ναύλου προϊόντων που ανάμιξαν χαμηλούς και υψηλότερης τιμής επιβάτες στα ίδια σημεία μέσα στο αεροσκάφος προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το συνολικό εισόδημα (McGill και Van Ryzin, 1999). Η αφετηρία για την διαχείριση του εισοδήματος ήταν ο νόμος άρσης των ελέγχων αερογραμμών του 1978.

Ο σκοπός της διαχείρισης εισοδήματος είναι να πωλήσει τα σωστά προϊόντα στους σωστούς πελάτες στις σωστές τιμές με στόχο το αναμενόμενο εισόδημα ή το κέρδος. Διαχείριση εισοδήματος γενικά είναι η πρακτική της μεγιστοποίησης των εσόδων μιας επιχείρησης με βέλτιστα να επιλέξει ποιους πελάτες θα εξυπηρετήσει, και τι τιμές να χρεώσει (Donaghy και λοιποί., 1995). Για να προωθηθεί η ανάπτυξη και η κατανόηση της διαχείρισης εσόδων στην ακαδημαϊκή κοινότητα και βιομηχανία, μετά από 15 έτη, πολλοί μελετητές έχουν αναθεωρήσει τη θεωρία και την πρακτική της διαχείρισης των εσόδων. Στην πραγματικότητα, η διαχείριση εισοδήματος δεν περιορίζεται στην βιομηχανία των αερογραμμών. Θα είναι κατάλληλο για όλες τις βιομηχανίες που έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά της κατάτμησης της αγοράς, διαφοροποίηση τιμών, διακυμάνσεις απαίτησης, και περιορισμένη χωρητικότητα.

Εκτός από τις αερογραμμές και τα ξενοδοχεία, η θεωρία διαχείρισης εσόδων έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως σε πολυάριθμες επιχειρήσεις και βιομηχανίες υπηρεσιών, όπως οι εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων, εξοπλισμών, διαφήμισης, εταιρίες κρουαζιέρας, στις τηλεπικοινωνίες, στην ενεργειακή βιομηχανία, στις κατασκευές, λιανική πώληση, κ.λπ. Τα κοινά χαρακτηριστικά διαχείρισης εσόδων είναι (Talluri και vanRyzin, 2004):

- Δυνατότητα να τέμνεται η αγορά
- Σχετικά σταθερή χωρητικότητα- ικανότητα
- Ευπαθή απογραφή
- Προϊόν που προπωλείται
- Κυμαινόμενη απαίτηση με την πάροδο του χρόνου
- Χαμηλές δαπάνες πωλήσεων /υψηλές δαπάνες παραγωγής

Η επιτυχία της διαχείρισης εσόδων στις διαφορετικές βιομηχανίες εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα του ελέγχου της ζήτησης. Ο Kimes (1989) παρέχει δύο

στρατηγικούς μοχλούς της διαχείρισης εισοδήματος: διαχείριση της διάρκειας και τιμολόγηση βασισμένη στην ζήτηση. Διαφορετικές βιομηχανίες υποβάλλονται σε διαφορετικούς συνδυασμούς ελέγχου της διάρκειας και τιμολόγησης.

Τρία πρόσφατα άρθρα που έχουν την ίδια άποψη είναι από Toh (2005), Biehn (2006) και Ji και Mazzarella (2007). Υποστηρίζουν πολλές διαφορές σχετικά με τη διαχείριση εισοδήματος μεταξύ της βιομηχανίας της κρουαζιέρας και της βιομηχανίας αερογραμμών και ξενοδοχείων. Η βιομηχανία της κρουαζιέρας αποτελείται από ταξιδιώτες αναψυχής (Toh et al., 2005). Στη βιομηχανία κρουαζιέρας, κάθε φιλοξενούμενος τιμολογείται και χειρίζεται ξεχωριστά (Biehn, 2006). Ένας ιδιώτης συνήθως εξυπηρετείται από έναν ταξιδιωτικό πράκτορα ή έναν αρμόδιο για το σχεδιασμό των διακοπών του. Η διαχείριση εισοδήματος που βασίζεται στη συνεργασία και τον ανταγωνισμό των εταιρειών κρουαζιέρας με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες παρέχει μια μοναδική πρόκληση στη βιομηχανία κρουαζιέρας. Στη βιομηχανία κρουαζιέρας, υπάρχει πολύς χρόνος για μεμονωμένες κρατήσεις. Δεδομένου ότι όλες οι καμπίνες πληρώνονται περίπου 60 ημέρες πριν από την αναχώρηση, οι εταιρείες κρουαζιέρας δεν ανησυχούν για τελευταίας στιγμής ακυρώσεις ή για πελάτες που δεν εμφανίστηκαν, και λαμβάνουν συνήθως ένα υψηλότερο ποσοστό κατοχής από τη διαχείριση ζήτησης (Toh et al., 2005).

Από τότε που τα κρουαζιερόπλοια κινούνται συχνά σε διάφορα κλίματα και ανταποκρίνονται στις αλλαγές του καιρού, υπάρχουν λιγότερες επιπτώσεις όσον αφορά την εποχικότητα στην κρουαζιέρα (Ji και Mazzarella, 2007). Ένα κρουαζιερόπλοιο έχει διαφόρων τύπων καμπίνες και σε μεγαλύτερο αριθμό, όλες σε ευδιάκριτες τιμές, από τους διαφόρους τύπους δωματίων των ξενοδοχείων (Biehn, 2006).

Η στρατηγική πώλησης, μέσω της αναβάθμισης κάτι μεγαλύτερου μεταξύ διαφόρων τύπων καμπίνων παρέχει στις εταιρείες κρουαζιέρας τις νέες ευκαιρίες για να ενισχύσουν τα έσοδα τους. Πέρα από τα έσοδα από τα εισιτήρια, οι εταιρείες κρουαζιέρας μπορούν να αντλήσουν εισόδημα από την επί του σκάφους χαρτοπαικτική λέσχη, πωλήσεις οινοπνευματωδών ποτών, εκδρομών, SPA, και μέσω της πώλησης άλλων αγαθών και υπηρεσιών (Ji και Mazzarella, 2007).

Από προηγούμενη ανάλυση, μπορούμε να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι ένα κρουαζιερόπλοιο είναι κάτι περισσότερο από ένα πλεούμενο ξενοδοχείο. Είναι ο

συνδυασμός ξενοδοχείων, θέρετρων, και μεταφοράς. Υπάρχουν πολλές διαφορές μεταξύ των ξενοδοχείων και των εταιρειών κρουαζιέρας, της τιμολόγησης και της βελτιστοποίησης του εισοδήματος, τα οποία προέρχονται από την κλασική θεωρία και την πρακτική της διαχείρισης του εισοδήματος τα οποία πρέπει να εξεταστούν πάλι.

Αν και οι εταιρείες κρουαζιέρας διαθέτουν όλα τα χαρακτηριστικά της βιομηχανίας της φιλοξενίας, όπως οι αερογραμμές και τα ξενοδοχεία, οι οποίες είναι κατάλληλες για την θεωρία και την πρακτική της διαχείρισης του εισοδήματος, υπάρχουν πραγματικές διαφορές (Biehn, 2006). Στην πραγματικότητα, οι εταιρείες κρουαζιέρας έχουν ξεπεράσει τα ξενοδοχεία στον τομέα της διαχείρισης της χωρητικότητας των δωματίων Toh και λοιποί(2005). Συγκρίνοντας τη βιομηχανία των αερομεταφορών και των ξενοδοχείων, ως έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της αγοράς του τουρισμού ελεύθερου χρόνου, εντούτοις, η βιομηχανία της κρουαζιέρας έχει λάβει συγκριτικά λίγη δημόσια ερευνητική προσοχή από τους εμπειρογνώμονες της διαχείρισης του εισοδήματος.

Από την άποψη της λογοτεχνίας σχετικά με τη διαχείριση του εισοδήματος στις εταιρείες κρουαζιέρας, μόνο τέσσερα άρθρα έχουν αγγίξει αυτό το ζήτημα και είναι: Ladany and Arbel (1991), Lieberman and Dieck (2002), Ji and Mazzarella (2007), Sun et al. (2010).

4.1.6 Περιφερειακές και άλλες επιδράσεις

Ο θαλάσσιος τουρισμός δημιουργεί επιδράσεις σε άλλους τομείς, όπως τη Ναυτιλία, το Εμπόριο, το Ναυπηγοεπισκευαστικό κλάδο, τις Υπηρεσίες.

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού δημιουργεί έσοδα για ένα τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού που απασχολείται είτε στο ναυτιλιακό τομέα είτε στον τουριστικό, καθώς επίσης και για ένα άλλο τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού το οποίο δεν απασχολείται σε επιχειρήσεις των παραπάνω κλάδων, αλλά σε επιχειρήσεις οι οποίες οφείλουν την οικονομική τους επιβίωση σε μεγαλύτερο βαθμό στον Τουρισμό ή στην Ναυτιλία. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι οι μεταφορικές, τροφίμων και ποτών, διασκέδασης και αναψυχής, γραφεία παροχής υπηρεσιών (ταξιδιωτικά, ναυλώσεων, ασφαλιστικά,

μεσιτικά, συμβούλων επιχειρήσεων, έρευνας αγοράς, επιθεωρήσεων πλοίων, κ.ά.), οι ναυπηγοεπισκευαστικές και πολλές μικρές ή μεγάλες επιχειρήσεις και επιτηδευματίες που προσφέρουν διάφορα αγαθά και υπηρεσίες στους τουρίστες, ή στις επιχειρήσεις του θαλάσσιου τουρισμού.

Εξετάζοντας τους δείκτες που αφορούν, στο κατά κεφαλή ακαθάριστο προϊόν και τη διάρθρωση του ανά τομέα, τη δημογραφία, την απασχόληση, το επίπεδο εκπαίδευσης των κατοίκων, την παραγωγικότητα, την πραγματοποιούμενη έρευνα, το επενδυμένο κεφάλαιο, τον αριθμό νέων προϊόντων κλπ., διαπιστώνει κανείς ότι, με ελάχιστες εξαιρέσεις, τα νησιά παρουσιάζουν εδώ και αρκετές δεκαετίες σημαντικές διαφορές με τις ευρωπαϊκές ηπειρωτικές περιφέρειες, ενώ έντονα είναι τα χαρακτηριστικά υπανάπτυξης σε αυτά. Η ανάπτυξη του τουρισμού – και του θαλάσσιου – σε ένα σημαντικό αριθμό νησιών είχε ως αποτέλεσμα να ανακοπεί ή και να αναστραφεί η καθοδική πορεία, χωρίς όμως να δρομολογηθεί κάποια αναπτυξιακή διαδικασία.

Η οργάνωση και η προώθηση νέων μορφών τουρισμού όπως είναι ο θαλάσσιος, οι υποδομές του τουρισμού αυτού (λιμάνια, μαρίνες, κ.ά) είναι οι εναλλακτικές και περισσότερο υποσχόμενες αναπτυξιακές επιλογές για τη νησιωτική Ελλάδα, αλλά και για τους παράκτιους προορισμούς της χώρας.

Μεγάλο μέρος των επιπτώσεων από τις δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού, δέχονται οι νησιωτικές και οι παράκτιες περιοχές της χώρας, αφού αποτελούν τους φυσικούς χώρους που αυτές αναπτύσσονται. Οι περιφερειακές επιδράσεις του κλάδου είναι σημαντικές για τις μικρής κλίμακας νησιωτικές οικονομίες.

Η Κρουαζιεροπλοΐα έχει εξελιχθεί σε σημαντική οικονομική δραστηριότητα για τα λιμάνια προσέγγισης των πλοίων αφού οι τουρίστες των Κρουαζιερόπλοιων είναι τουρίστες υψηλού οικονομικού επιπέδου και ξοδεύουν κατά μέσο όρο πολύ περισσότερα από όσα οι τουρίστες άλλων κατηγοριών.

Η δραστηριότητα της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης στην Ελλάδα συμβάλλει εκτός των άλλων και στη τόνωση των περιφερειακών οικονομιών λόγω των σημαντικών ποσών που διοχετεύονται σε αυτές, μέσω των απασχολούμενων στις επιχειρήσεις, μέσω των ελεύθερων επαγγελματιών, μέσω των εσόδων των Λιμενικών Ταμείων, των Μαρίνων και των άλλων συντελεστών που συγκροτούν τη δραστηριότητα.

Οι πελάτες που παίρνουν μέρος στις ημερήσιες θαλάσσιες εκδρομές είναι πελάτες-τουρίστες που περνούν τις διακοπές τους στον τόπο που διοργανώνεται η εκδρομή. Είναι για αυτούς ένα επιμέρους προϊόν που μπορούν να επιλέξουν, μια ευκαιρία να επισκεφθούν και ένα άλλο προορισμό, στον οποίο πραγματοποιούν σημαντική δαπάνη για την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών.

Οι τουρίστες –καταναλωτές και των τριών δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού διενεργούν σημαντική κατανάλωση στα λιμάνια- τόπους προορισμού που επισκέπτονται.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

4.2 Η Ελλάδα ένας σημαντικός ευρωπαϊκός προορισμός κρουαζιέρας

Στην Ελλάδα τις προηγούμενες δεκαετίες υπήρξε μια ελληνόκτητη κρουαζιέρα που κάποτε έλαμψε. Ήταν μια άλλη εποχή, τότε που τα ελληνικά κρουαζιερόπλοια λειτουργούσαν εποχιακά από τον Πειραιά και αν το χειμώνα δεν πήγαιναν Καραϊβική, οι πλοιοκτήτες τα έδεναν, όπου παρέμεναν ανενεργά μέχρι την επόμενη σεζόν.

Σήμερα η κρουαζιέρα, ως προς τις κοινοτικές σημαίες, είναι απελευθερωμένη και η εποχή έχει αλλάξει εντελώς. Αφήνουμε το παρελθόν πίσω μας, την διάλυση της ελληνικής κρουαζιέρας και τα αίτια της, γιατί αυτά αποτελούν μία άλλη αναφορά που θα ήταν εκτός θέματος.

Στα μέσα του '90, όταν η Carnival ξεκίνησε να ξεδιπλώνει τα μεγαλεπήβολα Ευρωπαϊκά της σχέδια, πρώτα επιχείρησε να εγκατασταθεί επενδυτικά στην Ελλάδα με την εξαγορά γνωστής τότε ελληνικής εταιρείας κρουαζιέρας. Φυσικά, διέβλεπε το αυτονόητο της στρατηγικής σημασίας του Πειραιά, σαν κόμβου κλειδί για την κυριαρχία της στην ανατολική Μεσόγειο. Το αποτέλεσμα ήταν ότι έφυγε και πήγε στην Ιταλία, όπου εξαγόρασε την Costa Crociere. Μέσα σε λίγα χρόνια μετέτρεψε την Costa Crociere στην ισχυρότερη εταιρεία κρουαζιέρας της Μεσογείου, φέρνοντας μεγάλη ανάπτυξη, δημιουργώντας τοπικό πλούτο και πολλές νέες εργασιακές θέσεις για Ιταλούς ναυτικούς και για τον ευρύτερο κλάδο. Η παρουσία της Carnival εκεί, τόνωσε όλους τους κλάδους που εξυπηρετούν την κρουαζιέρα, ενώ σαν leader της βιομηχανίας, έγινε ένας ισχυρός μαγνήτης ανταγωνιστικότητας που συνέβαλε καταλυτικά στην καθιέρωση της Ιταλίας σαν του σημαντικότερου κόμβου της διεθνούς κρουαζιέρας της Μεσογείου.

Η αναγέννηση αυτής της κρουαζιέρας στην Ιταλία ενθάρρυνε και τοπικούς επιχειρηματίες να επενδύσουν και έτσι σε λίγα μόνο χρόνια δημιουργήθηκε η σύγχρονη, αλλά καθαρά ιταλόκτητη, Mediterranean Shipping Company.

Παράλληλα τα ιταλικά λιμάνια παρέμειναν ανοικτά προς όλες τις σημαίες και έτοιμα να υποδεχθούν την αναμενόμενη έκρηξη στην περιοχή. Σαν αποτέλεσμα, εκατοντάδες εκατομμύρια εισρέουν σήμερα στην ιταλική οικονομία, καθώς η ελεύθερη αντιμετώπιση της χώρας αυτής, την καθιέρωσαν σαν κόμβο, όχι μόνο για τη δυτική αλλά και την ανατολική Μεσόγειο.

Στην Ελλάδα αφού ζήσαμε σχεδόν το απόλυτο κενό, τα τελευταία χρόνια η Louis Hellenic Cruises εγκαταστάθηκε στην Ελλάδα με ένα στόλο 5 κρουαζιερόπλοιων κάτω από την ελληνική σημαία και χαίρει κάποιων προνομίων σε ότι αφορά τις ασφαλιστικές εισροές. Άλλωστε κάτι τέτοιο κρίθηκε απαραίτητο για να σωθεί έστω και την τελευταία στιγμή η ελληνική κρουαζιέρα.

Παράλληλα πλοία με διάφορες σημαίες που έχουν σαν κόμβους λιμάνια της Δυτικής Μεσογείου, κυρίως της Ιταλίας, Ισπανίας και Τουρκίας, εντάσσουν τους πλόες τους και την Ελλάδα, κυρίως με απλές προσεγγίσεις στα λιμάνια μας.

Για τα περισσότερα όμως κρουαζιερόπλοια στην Μεσόγειο που ξεκινούν από κόμβους της Δυτικής Ευρώπης, η μεγάλη απόσταση τα αναγκάζει σε ένα γρήγορο πέρασμα από την περιοχή μας με μικρότερη δυνατότητα προσεγγίσεων σε ελληνικά λιμάνια. Όλα αυτά τα κρουαζιερόπλοια είναι ξένων συμφερόντων και σημαιών, που φέρνουν βέβαια κάποια οικονομικά οφέλη με τις προσεγγίσεις τους στα λιμάνια μας αλλά δυστυχώς τα σημαντικά τουριστικά και οικονομικά κέρδη παραμένουν εκτός συνόρων.

Οι δυνατότητες για πραγματοποίηση κυκλικών δρομολογίων τύπου «πεταλούδας» με βάση τα ελληνικά λιμάνια είναι σχεδόν απεριόριστες. Η «ελληνική πεταλούδα» χάρη στην προνομιακή θέση της χώρας μας και τον πλούσιο νησιωτικό της χώρο έχει πολύ περισσότερα από τα δύο φτερά που συνήθως αρκούν για την ανάπτυξη ενός κόμβου.

Η Ελλάδα βρίσκεται ψηλά στις προτιμήσεις των εκδρομέων ως προορισμός κρουαζιέρας, σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που παρουσιάστηκαν στο συνέδριο του European Cruise Council (ECC) στις Βρυξέλλες και αναφέρονται σε στοιχεία του 2009.

Τα στοιχεία είναι εντυπωσιακά και ίσως μας προβληματίσουν για τις απώλειες που θα έχει σε έσοδα ο τουρισμός μας αν τελικά οι προσπάθειες όσων μάχονται την άρση του καμποτάζ και κλείνουν τα ελληνικά λιμάνια «πιάσουν» τόπο.

Η έρευνα των G.P Wild (INTERNATIONAL) Limited, Business Research και Economics Advisors, στοιχεία της οποίας είχαν δημοσιευτεί στο LTC News στις 16/9/2010, σχετικά με τη λειτουργία της ευρωπαϊκής βιομηχανίας κρουαζιέρας και τη συμβολή της στην ευρωπαϊκή οικονομία για το έτος 2009, έδειξε ότι περίπου 5 εκ. άτομα επέλεξαν την Ελλάδα ως προορισμό για την κρουαζιέρα τους, ποσοστό που την καθιστά πρώτη μαζί με την Ιταλία στην ευρωπαϊκή αγορά με μερίδιο 20.9%.

Επίσης, περισσότεροι από 4,9 εκατομμύρια επιβάτες , εκ των οποίων 75% Ευρωπαίοι, επιβιβάστηκαν από Ευρωπαϊκά λιμάνια, μια αύξηση 3,2% σε σχέση με το 2008.

Η πλειονότητα των αναφερόμενων κρουαζιέρων επισκέφθηκαν λιμάνια της Μεσογείου και της Βαλτικής καθώς και άλλων Ευρωπαϊκών περιοχών. Αυτό μεταφράζεται σε 23,8 εκ. επισκέπτες σε ευρωπαϊκά λιμάνια, μια αύξηση 9,4% σε σχέση με τα στοιχεία του 2008. Επιπροσθέτως εκτιμάται ότι 12,4 εκ. πληρώματος αποβιβάστηκαν σε ευρωπαϊκά λιμάνια.

Η οικονομική ανάλυση των παραπάνω στοιχείων σε σχέση με τη βιομηχανία της κρουαζιέρας αποκαλύπτει: α) 14,1 δισεκατομμύρια σε άμεσες δαπάνες από τις γραμμές κρουαζιερόπλοιων, τους επιβάτες και το πλήρωμα, β) 34,1 δισεκατομμύρια σε ολικά έξοδα, γ) 296.288 θέσεις εργασίας και δ) 9 δισεκατομμύρια για αποζημίωση εργαζομένων.

Τα έξοδα στήριξης της λειτουργίας των κρουαζιέρων από τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους ευρωπαϊκούς συνεργάτες ανέρχονται στα 5,4 δισεκατομμύρια ευρώ, μια αύξηση 6% σε σχέση με το 2008. Επιπλέον 2,9 δισεκατομμύρια ευρώ διατέθηκαν για την κάλυψη των εξόδων πληρώματος και επιβατών. Τα συνολικά έξοδα των επιβατών αυξήθηκαν μόνο κατά 3% σε σχέση με το 2008.

Συγκεκριμένα για την Ελλάδα βρέθηκε ότι: α) τα άμεσα έξοδα της βιομηχανίας κρουαζιέρας για το 2009 είναι 598 εκ. ευρώ (4,3% των ευρωπαϊκών ολικών εξόδων), β) 503.000 άτομα επιβιβάστηκαν από την Ελλάδα (10,4%) και γ) 4.973.000 άτομα προτίμησαν την Ελλάδα ως προορισμό (20,9%).

Πίνακας 4.1 Επιβάτες ευρωπαϊκής κρουαζιέρας ανά χώρα προορισμού, 2009

Χώρα	Επιβάτες	Μερίδιο στο σύνολο (%)
Ελλάδα	4.973.000	20,9
Ιταλία	4.956.000	20,9
Ισπανία	4.118.000	17,3
Γαλλία	1.851.000	7,8
Νορβηγία	1.672.000	7,0
Πορτογαλία	825.000	3,5
Δανία	524.000	2,2
Σουηδία	514.000	2,2
Ην. Βασίλειο	454.000	1,9
Εσθονία	416.000	1,8
Μάλτα	414.000	1,7
Γιβραλτάρ	348.000	1,5
Φινλανδία	329.000	1,4
Γερμανία	328.000	1,4
Κύπρος	225.000	1,0
Ιρλανδία	160.000	0,7
Πολωνία	153.000	0,6
Ισλανδία	144.000	0,6
Ολλανδία	113.000	0,5
Υπόλοιπη Ευρώπη	984.000	4,1
Σύνολο	23.756.000	100,0

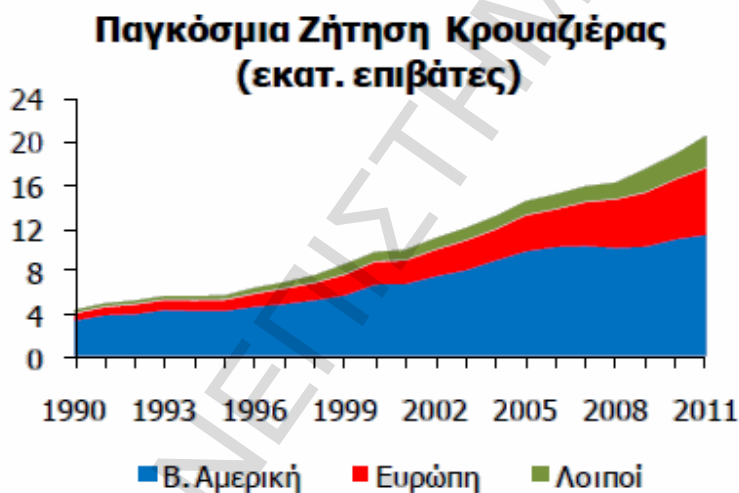
Σύμφωνα με τα στοιχεία πίνακα 4.1, πάνω από 4,9 εκατομμύρια Ευρωπαίοι έκαναν κράτηση εισιτηρίων κρουαζιέρας μέσα στο 2009, ποσοστό μεγαλύτερο κατά 12,1% σε σχέση με το 2008, εκπροσωπώντας ταυτόχρονα το 29% όλων των επιβατών κρουαζιέρας παγκοσμίως.

4.3 Οι τελευταίες εξελίξεις στον τομέα της κρουαζιέρας – Ποσοτική Ανάλυση

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο αριθμός τουριστών κρουαζιέρας ξεπέρασε τα 20 εκατ. Το 2011 (περίπου 2% των συνολικών τουριστικών αφίξεων), σημειώνοντας μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 8% την τελευταία εικοσαετία (σε σχέση με το 4% για το συνολικό τουρισμό). Από τη διεθνή αυτή δυναμική, η Ελλάδα μπορεί να απορροφήσει σημαντικά οφέλη λόγω των φυσικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων της (γεωγραφικά, ιστορικά και κλιματολογικά). Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι η ανοδικά τάση της ζήτησης του κλάδου οδήγησε σε μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 15% στην επιβατική κίνηση κρουαζιέρας στο λιμάνι του Πειραιά κατά την τριετία 2009-2011.

4.3.1 Η διεθνής αγορά κρουαζιέρας

Διαγ.4.3.1 Παγκόσμια ζήτηση κρουαζιέρας



Πηγή: European Cruise Council, PSA, Cruise Market Watch

Η διεθνής ζήτηση προκύπτει σε μεγάλο βαθμό από την αγορά της Βόρειας Αμερικής (Η.Π.Α και Καναδάς) η οποία αποτελεί χώρα προέλευσης του 60% των επιβατών κρουαζιέρας. Ωστόσο οι Ευρωπαίοι τουρίστες (προερχόμενοι κυρίως από το Ην. Βασίλειο και τη Γερμανία) κερδίζουν συνεχώς μερίδιο αγοράς (30% το 2011, από 21% το 2000 και 14% το 1990). Επιπλέον, η Ευρώπη ως ήπειρος προέλευσης τουριστών κρουαζιέρας έχει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης καθώς οι επιβάτες κρουαζιέρας αποτελούν το περίπου το 1,5% του πληθυσμού στις βασικές ευρωπαϊκές αγορές, έναντι 3,3% στην αγορά της Βόρειας Αμερικής (όπου υπάρχει μεγαλύτερη εξοικείωση με τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού και συνεπώς είναι πιο κοντά στο σημείο κορεσμού). Επιπλέον, στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι οι Ασιατικές χώρες (που καλύπτουν το 7% της διεθνούς ζήτησης) έχουν σημαντικό περιθώριο ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια, καθώς οι επιβάτες κρουαζιέρας αποτελούν μόνο το 0.04% του πληθυσμού.

Πιν.4.3.1 Βασικά Μεγέθη Παγκόσμιας Κρουαζιέρας 2010

	Κρουαζιέρα	Τουρισμός	0% στον τουρισμό	
	2010	2010	2010	2000
Τουρίστες (εκατ.)	18,9	940	2,0%	1,4%
Δυναμικότητα (εκατ. Κλίνες)	0,4	46	0,9%	0,6%
Ζήτηση (εκατ. νύχτες)	140	4720	3,0%	1,9%
Μέση διάρκεια διαμονής (νύχτες)	7	5		
Συνολικά Έσοδα (\$ δις.)	33	919	3,6%	2,7%
Έσοδα/ νύχτα /επιβάτη (\$)	236	195		

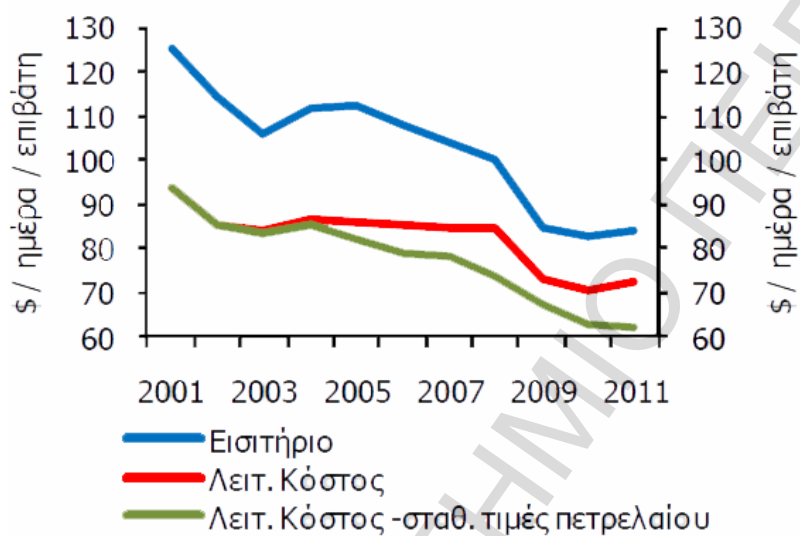
Πηγή: UNWTO, G.P. Wild, Cruise Market Watch, ISL Cruise Ship register, Δελτία εταιρειών κρουαζιέρας, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

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

διαχρονικά), η συνεισφορά της κρουαζιέρας στις συνολικές τουριστικές εισπράξεις ήταν 3,6% το 2010 από 2,7% το 2000.

Βασικές κινητήριες δυνάμεις αυτής της ανόδου είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος παγκοσμίως καθώς και η πτωτική πορεία σε σχετικούς όρους των τιμών που προσφέρονται στα πακέτα κρουαζιέρας.

Διαγ. 4.3.1.1 Έσοδα και κόστος κρουαζιέρας ανά επιβάτη*



* Αποπληθωρισμένες τιμές

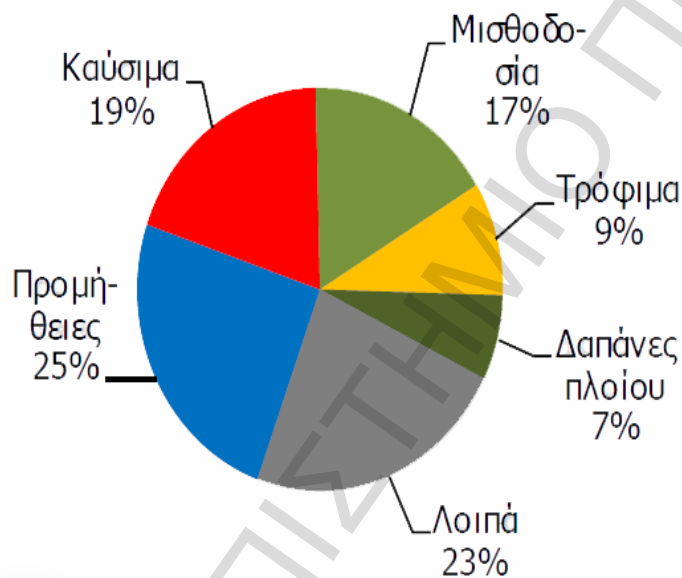
Πηγή: Ετήσια Δελτία εταιρειών κρουαζιέρας, Εκτιμ. ΕΤΕ

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος, ο διπλασιασμός της διεθνούς ζήτησης για κρουαζιέρα την τελευταία 15ετία οφείλεται κατά 60% στην πτώση των τιμών κρουαζιέρας σε σχέση με τις τιμές των ξενοδοχείων (πτώση σχετικής τιμής κατά 35% το 2010 έναντι του 1995) και κατά 40% στη άνοδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος σε σταθερές τιμές διεθνώς (αυξήθηκε κατά 22% στο αντίστοιχο διάστημα).

Η συγκράτηση των τιμών κρουαζιέρας επιτεύχθηκε σε μεγάλο βαθμό λόγω οικονομικών κλίμακας. Η αυξανόμενη ζήτηση για υπηρεσίες κρουαζιέρας καλύφθηκε όχι μόνο μέσω

αύξησης του αριθμού των πλοίων αλλά κυρίως μέσω του μεγέθους αυτών. Συγκεκριμένα, η διεθνής αγορά κρουαζιέρας το 2010 εξυπηρετήθηκε από 290 πλοία με μέση χωρητικότητα 1.400 επιβατών (έναντι 250 πλοίων μέσης χωρητικότητας 900 επιβατών το 2000) και μέση ηλικία τα 18 έτη. Η προσφορά του κλάδου είναι συγκεντρωμένη σε μεγάλο βαθμό σε δύο εταιρείες (Carnival και Royal Caribbean Cruises) στις οποίες αντιστοιχεί το 1/2 του στόλου σε αριθμού πλοίων. Ωστόσο, καθώς τα πλοία τους είναι νεότερα (11 ετών κατά μέσο όρο) και μεγαλύτερα (της τάξης των 2000 επιβατών), οι δύο αυτές εταιρείες συγκεντρώνουν το 70% της χωρητικότητας της διεθνούς αγοράς, έχοντας ισχυρή παρουσία σε Αμερική και Ευρώπη.

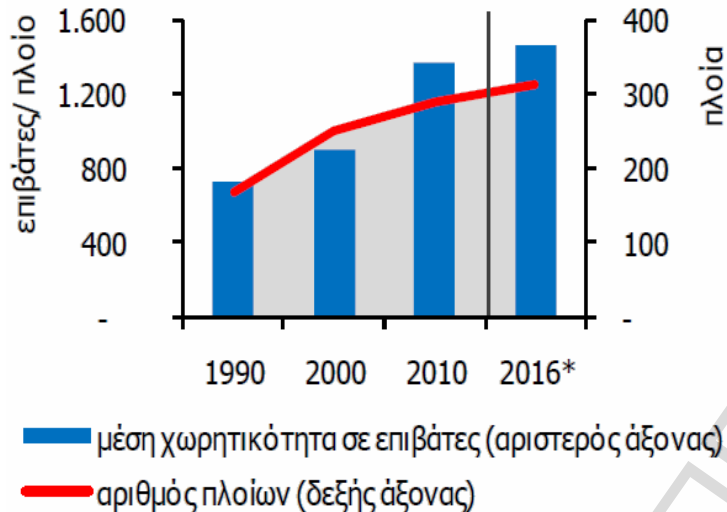
Διαγ. 4.3.1.2 Σύνθεση κόστους κρουαζιέρας 2011



Πηγή: Ετήσια Δελτία Εταιρειών

Στα στοιχεία κόστους των δύο αυτών μεγαλύτερων εταιρειών κρουαζιέρας αποτυπώνεται η επίδραση των οικονομικών κλίμακας που επιτεύχθηκαν από την αναδιάρθρωση του στόλου. Οι εταιρείες κρουαζιέρας απορρόφησαν την αύξηση του κόστους πετρελαίου και πέρασαν σχεδόν πλήρως στους επιβάτες την μείωση σε πραγματικούς όρους του λοιπού λειτουργικού κόστους.

Διαγ. 4.3.1.3 Παγκόσμιος Στόλος Κρουαζιέρας

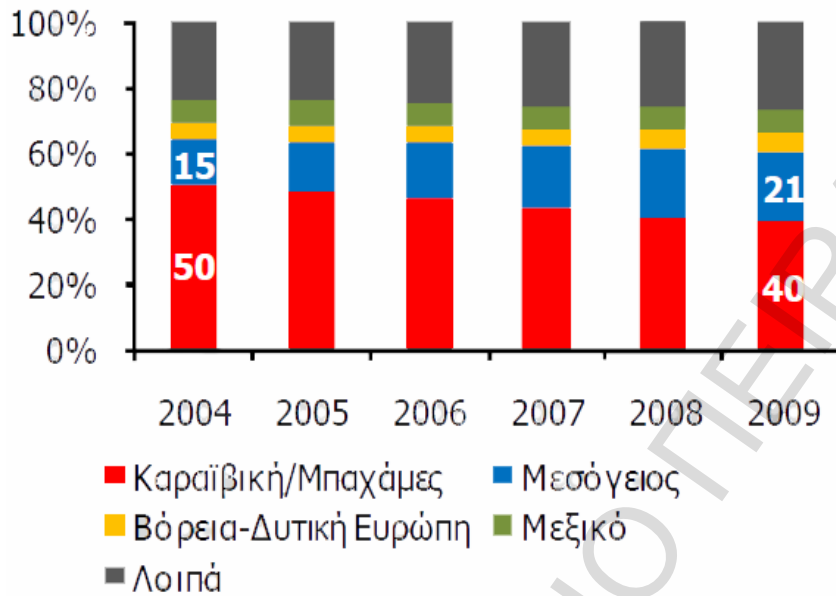


Πηγή: ISL Cruise register, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Σημειώνεται ότι η τάση κατασκευής πλοίων μεγαλύτερης χωρητικότητας αναμένεται να συνεχιστεί, δεδομένου ότι υπάρχουν παραγγελίες για 24 νέα πλοία στο διάστημα 2012-2016, μέσης χωρητικότητας 2.800 επιβατών. Συνεπώς, η επίδραση των οικονομιών κλίμακας αναμένεται να συνεχισθεί και ως ακόλουθο η δυνατότητα για συγκράτηση των τιμών.

Οι βασικότεροι προορισμοί κρουαζιέρας είναι η Καραϊβική και η Μεσόγειος, που συγκεντρώνουν διαχρονικά περισσότερο από το 60% των επιβατών κρουαζιέρας. Αξίζει να σημειωθεί ότι την τελευταία πενταετία το μερίδιο της Μεσογείου αυξάνεται, φθάνοντας το 21% το 2009 (έναντι 15% το 2004). Το αντίθετο συμβαίνει με την Καραϊβική (40% το 2009, από 50% το 2004), η οποία ωστόσο παραμένει ο δημοφιλέστερος προορισμός κρουαζιέρας, προσελκύοντας κυρίως επιβάτες από την Αμερική. Τα στοιχεία αυτά τα παρατηρούμε στο ακόλουθο διάγραμμα.

Διαγ. 4.3.1.4 Προορισμοί κρουαζιέρας(κατανομή επιβατών)

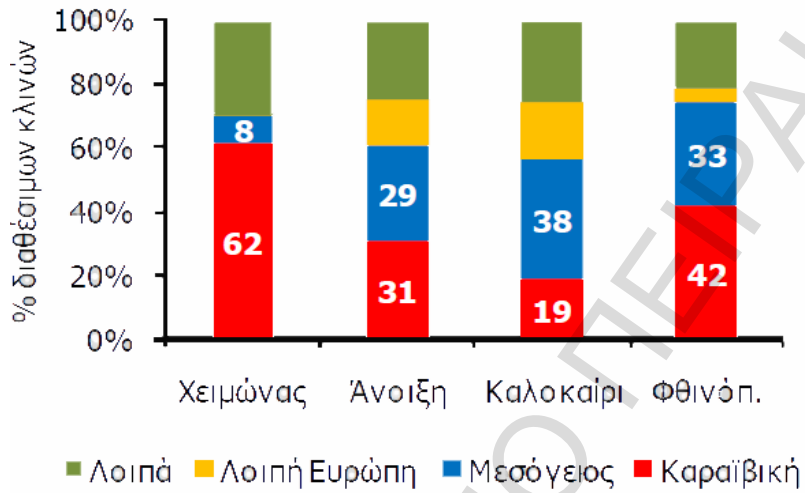


Πηγή: Republic of South Africa/ Cruise Industry News

Οι δύο αυτοί προορισμοί εμφανίζουν ορισμένες διαφορές:

- Κατ' αρχάς, η ανάπτυξη του στόλου κρουαζιέρας στις δύο περιοχές χαρακτηρίζεται από εποχικές διακυμάνσεις. Συγκεκριμένα, η Μεσόγειος συγκεντρώνει μεγαλύτερο ποσοστό της διαθέσιμης χωρητικότητας κατά τους θερινούς μήνες (της τάξεως του 40%, έναντι κάτω του 20% στην Καραιβική). Η Καραιβική προτιμάται ως προορισμός τους υπόλοιπους μήνες του έτους, με υψηλότερο μερίδιο το χειμώνα (άνω του 60%), όταν η Μεσόγειος σημειώνει τη χαμηλότερη επίδοση της (μερίδιο κάτω του 10%).

Διαγ. 4.3.1.5 Εποχικότητα Κρουαζιέρας: Κατανομή δυναμικότητας

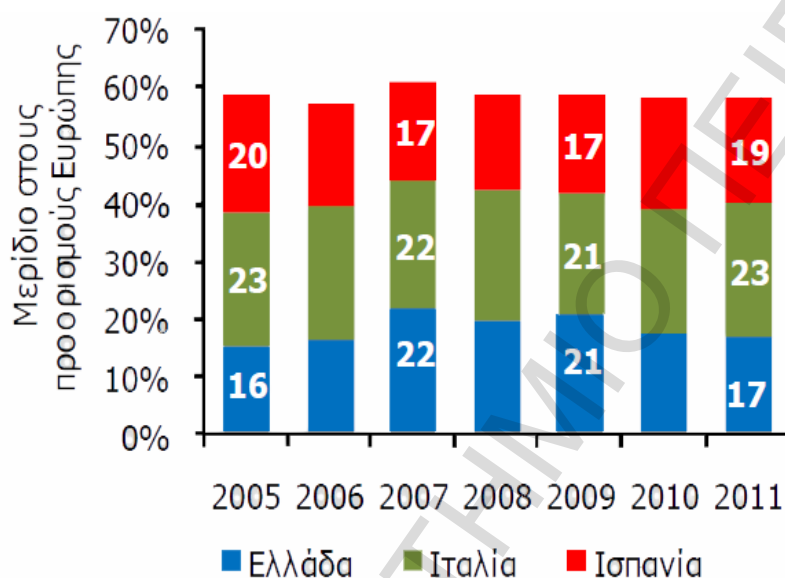


Πηγή: World Tourism Organization, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

- Επιπλέον, η μέση κρουαζιέρα διαρκεί λιγότερο από μία εβδομάδα στην Καριβική, ενώ μπορεί να φτάσει και τις δύο εβδομάδες στη Μεσόγειο.

4.3.2 Η Ευρωπαϊκή αγορά κρουαζιέρας

Διαγ. 4.3.2 Ευρωπαϊκοί προορισμοί κρουαζιέρας

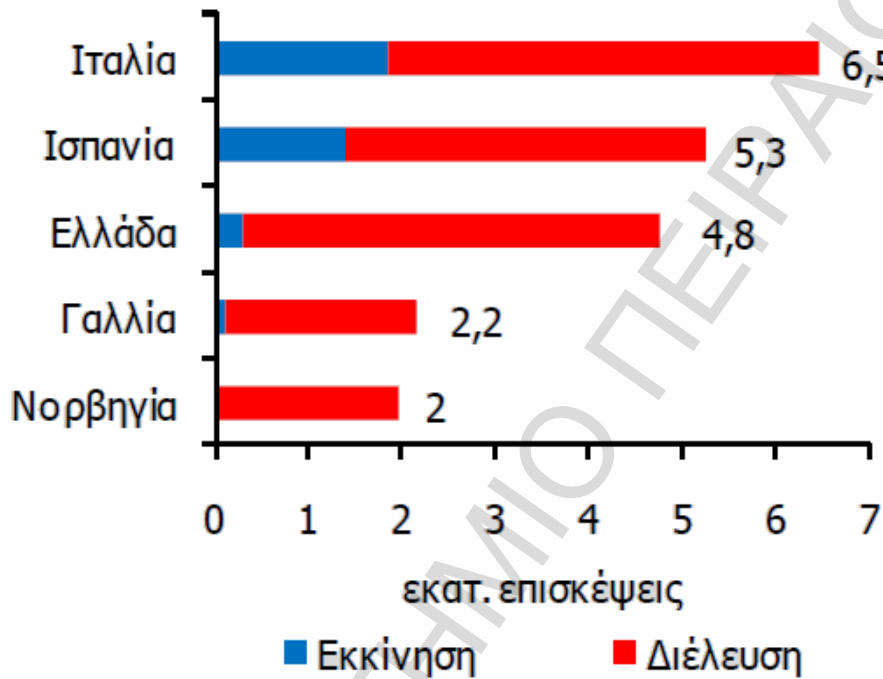


Πηγή: European Cruise Council

Εστιάζοντας στην ευρωπαϊκή αγορά, το 2011 δραστηριοποιήθηκαν έως και 200 κρουαζιερόπλοια με μέση χωρητικότητα 1.200 επιβατών, Η Μεσόγειος συγκέντρωσε περίπου το 75% των επιβατών που επέλεξαν ευρωπαϊκό προορισμό, ενώ οι υπόλοιποι μοιράστηκαν μεταξύ Βόρειας Ευρώπης και Ατλαντικού. Οι χώρες με την υψηλότερη επισκεψιμότητα είναι η Ιταλία, η Ισπανία και η Ελλάδα, οι οποίες συγκεντρώνουν διαχρονικά το 60% των επισκέψεων ευρωπαϊκής κρουαζιέρας. Συγκεκριμένα, σε κάθε μία από αυτές τις 3 μεσογειακές χώρες αντιστοιχούν 5-6,5 εκατ. Επισκέψεις τουριστών κρουαζιέρας ετησίως. Καθώς κάθε τουρίστας επισκέπτεται 2-3 λιμάνια ανά χώρα, η κάθε χώρα ελκύει περίπου 2-2,5 εκατ. τουρίστες κρουαζιέρας. Το μέγεθος αυτό αντιστοιχεί στο 11% του συνολικού αριθμού τουριστών εξωτερικού που επισκέπτονται την Ελλάδα. Το αντίστοιχο ποσοστό είναι κοντά στο 6% για την Ιταλία και στο 4% για την Ισπανία.

Ενώ η Ελλάδα υπερτερεί σε αριθμούς διελεύσεων, καταλαμβάνει την τρίτη θέση (μετά την Ιταλία και την Ισπανία) ως προς τις συνολικές επισκέψεις επιβατών κρουαζιέρας. Ακολουθεί γράφημα που αποτυπώνει αυτές τις παρατηρήσεις.

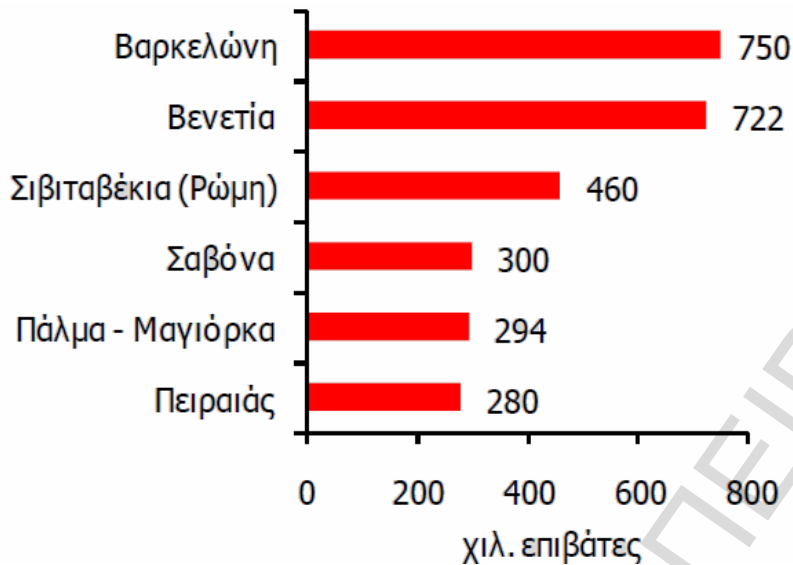
Διαγ. 4.3.2.1 Βασικές ευρωπαϊκές χώρες προορισμού κρουαζιέρας 2011



Πηγή: European Cruise Council, Υπολογισμοί ΕΤΕ

Κατά την τριετία 2007-2009, ο αριθμός των επισκέψεων σε ελληνικά λιμάνια προσέγγισε τον αντίστοιχο για τα ιταλικά λιμάνια. Ωστόσο, το αυξημένο μερίδιο αγοράς δεν διατηρήθηκε στα επόμενα, εν μέρη λόγω συνθηκών μη ομαλής λειτουργίας στα ελληνικά λιμάνια.

Διαγ.4.3.2.2 Κορυφαία μεσογειακά λιμάνια εκκίνησης κρουαζιέρας (2011)



Πηγή: European Cruise Council

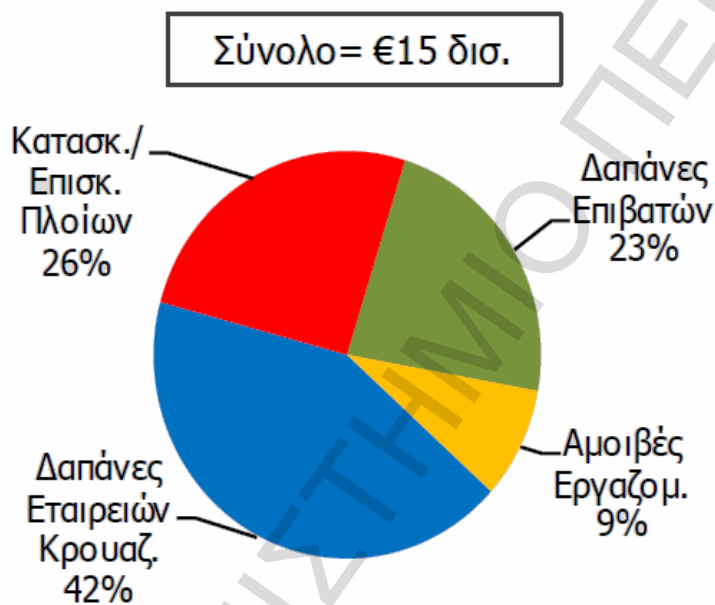
Η χαμηλά ανταγωνιστικότητα των ελληνικών λιμανιών αντανακλάται και στη χαμηλή χρήση τους ως σημείων εκκίνησης κρουαζιέρας (home porting). Συγκεκριμένα, μόλις το 16% των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέφθηκαν την Ελλάδα ξεκίνησαν από ελληνικό λιμάνι το 2011(ενώ το αντίστοιχο ποσοστό εκτιμάται κοντά στα $\frac{3}{4}$ στην Ιταλία και στην Ισπανία). Σε αυτό το πλαίσιο ο Πειραιάς καταλαμβάνει την 6^η θέση, με 280.000 επιβιβασθέντες επιβάτες. Κυρίαρχα λιμάνια εκκίνησης μεσογειακής κρουαζιέρας είναι η Βαρκελώνη και η Βενετία (ελκύνοντας περίπου 750.00 επιβάτες το καθένα το 2011)

4.3.3 Η οικονομική συνεισφορά του κλάδου κρουαζιέρας στην Ελληνική Οικονομία

Τα άμεσα έσοδα που προκύπτουν από τον ευρωπαϊκό κλάδο κρουαζιέρας έφτασαν τα €15 δις. το 2011 έναντι 8,5 δις. το 2005 ήτοι 12,5% μέση ετήσια αύξηση.

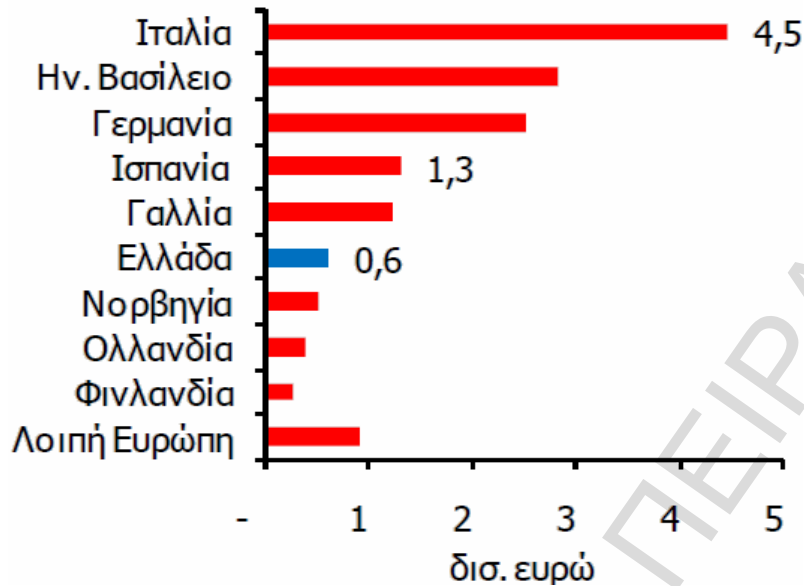
Ακολουθούν δύο διαγράμματα σχετικά με την συνεισφορά του ευρωπαϊκού κλάδου κρουαζιέρας για το 2011, αλλά και τα έσοδα από αυτόν.

Διαγ. 4.3.3 Άμεση συνεισφορά ευρωπαϊκού κλάδου κρουαζιέρας (2011).



Πηγή: European Cruise Council

Διαγ. 4.3.3.1 Έσοδα από τον ευρωπαϊκό κλάδο κρουαζιέρας (2011)



Πηγή: European Cruise Council

Η Ιταλία συγκεντρώνει το 30% των συγκεκριμένων εσόδων, ενώ 9% αντιστοιχεί στην Ισπανία και μόλις 4% στην Ελλάδα (έσοδα της τάξης των €600 εκατ. που αντιστοιχεί στο 0,3% του ΑΕΠ και στο 5,2% της συνολικής τουριστικής δαπάνης).

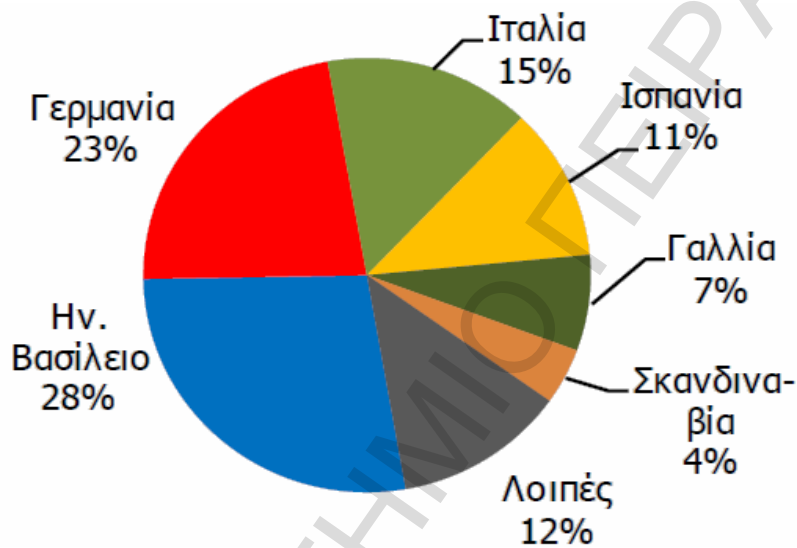
Το γεγονός ότι το όφελος της ελληνικής οικονομίας από το συγκεκριμένο κλάδο είναι σχετικά χαμηλό, παρά την ελκυστικότητά της ως προορισμός κρουαζιέρας (απορροφώντας το 17% των επισκέψεων σε ευρωπαϊκά λιμάνια), αντανακλά σε μεγάλο βαθμό δύο διαρθρωτικά ζητήματα:

Η κατασκευή κρουαζιερόπλοιων (η οποία συνεισφέρει το 26% των συνολικών εσόδων του ευρωπαϊκού κλάδου κρουαζιέρας) ουσιαστικά δεν υφίσταται στην Ελλάδα. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα πραγματοποιείται κυρίως στην Ιταλία και τη Γερμανία, οι οποίες συγκεντρώνουν το 1/2 των εν λόγω εσόδων, ενώ η Ελλάδα περιορίζεται σε μικροεπισκευές.

- Το χαμηλό μερίδιο Ελλήνων επιβατών στην ευρωπαϊκή ζήτηση για κρουαζιέρα εντός και εκτός ευρωπαϊκών προορισμών (της τάξης του 1%) περιορίζει τα έσοδα που απορροφά η χώρα μας από τις εταιρείες κρουαζιέρας.

Ακολουθεί διάγραμμα που αφορά τη ζήτηση των ευρωπαίων πολιτών σχετικά με την κρουαζιέρα για το 2011.

Διαγ. 4.3.3.2 Ζήτηση Ευρωπαίων για κρουαζιέρα* το 2011



* για προορισμούς εντός και εκτός Ευρώπης

Πηγή: European Cruise Council

- Το μεγαλύτερο κομμάτι των εσόδων που αποκομίζουν οι ευρωπαϊκές οικονομίες από τις εταιρείες κρουαζιέρας αφορά δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στις χώρες προέλευσης των επιβατών (π.χ. διαφημίσεις, αμοιβές πρακτορείων, έρευνες αγοράς). Σημειώνεται ότι περισσότερο από 1/2 της ευρωπαϊκής ζήτησης προκύπτει από τον Ην. Βασίλειο και τη Γερμανία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ CABOTAGE

5.1 Η άρση του cabotage

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο ο όρος Καμποτάζ είναι σχετικά παλιός και είναι γαλλικής καταγωγής και αναφέρεται στις θαλάσσιες μεταφορές. Σαν ναυτικός, λοιπόν, όρος, εννοεί ότι χωρίς τη χορήγηση του προνομίου του Καμποτάζ, ένα ξένο πλοίο δε μπορεί να μεταφέρει επιβάτες ή εμπορεύματα που επιβιβάστηκαν από ένα λιμάνι σε ένα άλλο στην ίδια χώρα.

Υπάρχουν δύο τύποι ναυτιλιακού καμποτάζ. Το μικρό καμποτάζ συνεπάγεται εμπορικές συναλλαγές ανάμεσα σε δύο λιμάνια της ίδιας ακτής μιας χώρας. Το μεγάλο καμποτάζ συνεπάγεται εμπορικές συναλλαγές που αρχίζουν και τελειώνουν σε διαφορετικές ακτές της ίδιας χώρας. Αναμφισβήτητα ο θαλάσσιος τουρισμός και η κρουαζιέρα είναι στην προμετωπίδα της ανάπτυξης της χώρας μας, τη στιγμή μάλιστα που η πατρίδα μας βρίσκεται σε μία δύσκολη δημοσιονομική συγκυρία και οφείλει να επενδύσει στα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, αν μάλιστα αναλογιστούμε ότι η ναυτιλία και ο τουρισμός απαρτίζουν το 30% του ΑΕΠ.

Εφ' όσον αναφερόμαστε στην άρση του καμποτάζ στην κρουαζιέρα, που ουσιαστικά αποτελεί μία άλλη μορφή τουρισμού και σε μία περίοδο όπου η ναυτιλία μας είναι ο μοναδικός τομέας στον οποίο έχουμε αύξηση των εσόδων, μπορούμε να αντιληφθούμε τη σπουδαιότητα του προτεινόμενου νομοσχεδίου. Το προστατευτικό για τα ελληνικά πληρώματα καθεστώσ του καμποτάζ που ισχύει στην Ελλάδα προβλέπει δηλαδή, ότι τα κρουαζιερόπλοια τα οποία έχουν υψωμένες σημαίες τρίτων χωρών εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν μπορούν να παραλάβουν και να αποβιβάσουν έναν επιβάτη-τουρίστα στο ίδιο λιμάνι εντός της ελληνικής επικράτειας.

Αξίζει να αναφέρουμε, το πρόσφατο παράδειγμα του κρουαζιερόπλοιου «Zenith», εταιρίας αμερικανικών συμφερόντων με σημαία Μάλτας, που εκτελεί κρουαζιέρες από

τον Πειραιά, δίχως όμως να απασχολεί στο πλήρωμά του Έλληνες ναυτικούς, παρ' ότι δεν υποχρεούται τυπικά προς τούτο αφού φέρει σημαία της Ε.Ε.

Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων περιγράφει με σκούρα χρώματα την περίπτωση της εταιρείας Royal Caribbean International (απασχολεί 1.100 Έλληνες ναυτικούς, όπως αναφέρει) η οποία αν και προγραμματίζει 33 εβδομαδιαίες κρουαζιέρες γι' αυτό το καλοκαίρι με λιμάνι επιβίβασης και αποβίβασης τον Πειραιά, είναι έτοιμη μετά την περιπέτεια του «Zenith» να ακυρώσει τα δρομολόγια και να μεταφέρει τη δραστηριότητά της είτε στο Μπάρι (για κρουαζιέρες στην Αδριατική) είτε στην Αττάλεια της Τουρκίας για την Ανατολική Μεσόγειο. Για το «Zenith», ο ΣΕΤΕ υποστηρίζει ότι θα έφερνε στην Ελλάδα πάνω από 100.000 Ισπανούς τουρίστες, δημιουργώντας έναν κύκλο εργασιών άνω των 10 εκατ. ευρώ που τώρα κινδυνεύουν να πάνε χαμένα.

Οι εκπρόσωποι του ΣΕΤΕ (Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων) όσο και του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών από την Ελλάδα ενημερώνουν ότι διέρχονται με κρουαζιερόπλοια περίπου ένα εκατ. επιβάτες, εκ των οποίων όμως μόνο οι 60.000 με 65.000 επισκέπτονται το ιστορικό κέντρο της Αθήνας. Έτσι, τυχόν άρση του καμποτάζ πιστεύεται πως θα εκτοξεύσει τον τουρισμό στην Αθήνα, όπως γίνεται μέχρι τώρα στα κέντρα κρουαζιέρας της Νότιας Ευρώπης– π.χ. Τουρκία, Αίγυπτο, Ιταλία- και τα έσοδα της χώρας από την άρση του καμποτάζ θα ανέλθουν σε 1,1 δισ. ευρώ περίπου ετησίως. Με την άρση του καμποτάζ, και τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια με σημαίες χωρών εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης θα μπορούν να «δένουν» στον Πειραιά και να αποβιβάζουν κόσμο, ο οποίος στη συνέχεια ή θα μένει στην Αθήνα (άρα θα είναι εν δυνάμει καταναλωτής τουρίστας) ή να αναχωρεί από εδώ για τη χώρα του. Θα κινηθούν οι αερομεταφορές, οι επίγειες υπηρεσίες(πούλμαν, ξεναγήσεις, ξεναγοί, ξενοδοχειακές κρατήσεις, μεταφορές, αλλά και οι τοπικές αγορές).

Όμως, οι ναυτικοί μας φοβούνται ότι μια πιθανή άρση θα οδηγήσει στην απώλεια εκατοντάδων θέσεων εργασίας, στις οποίες απασχολούνται σήμερα υποχρεωτικά Έλληνες, αφού έτσι ορίζει η παρούσα νομοθεσία.

Στην πραγματικότητα, όμως, το ανταγωνιστικό έλλειμμα υφίσταται ήδη, καθώς η υποχρέωση ύπαρξης ελλήνων ναυτικών ισχύει μόνο για τα υπό ελληνική σημαία πλοία και όχι για τα πλοία υπό άλλες κοινοτικές σημαίες. Με την άρση του καμποτάζ, πέρα από τις νέες θέσεις εργασίας που θα δημιουργηθούν σε ξηρά και θάλασσα (στην Ιταλία η

κρουαζιέρα απασχολεί πλέον 4.000 Ιταλούς ναυτικούς και στην Ισπανία 10.000), θέσεις εργασίας θα δημιουργηθούν και σε πολλούς άλλους τομείς. Αναμένεται να αυξηθούν οι δραστηριότητες τόσο στο transit και στο home porting, όσο και στους κλάδους που ασχολούνται με την τεχνική υποστήριξη πλοίων, την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, προμήθεια υλικών και τροφοδοσίας, ναυπηγεία και άλλα πολλά ακόμη.

Ένα κρουαζιερόπλοιο είναι μια μικρή πλωτή πολιτεία. Κατά μέσον όρο ένα κρουαζιερόπλοιο μεταφέρει περί τους 2.000-2.500 επιβάτες σε κάθε ταξίδι του, ενώ την ίδια ώρα απασχολεί επί του πλοίου τουλάχιστον 1.000 ανθρώπους σε κάθε ειδικότητα που απαιτείται για να λειτουργήσει η κρουαζιέρα, δηλαδή αυτή η μικρή πολιτεία. Ένα ταξίδι με κρουαζιέρα συνήθως προσφέρει τις παρακάτω υπηρεσίες :

- διαμονή υπερπολυτελείας, σε πλοία που ξεπερνούν ξενοδοχεία πέντε αστέρων.
- διατροφή με πλήρη γεύματα όλη μέρα, πρωινό, στις 11.00, μεσημεριανό, στις 17.00, βραδινό καθώς και μεσονύκτιο, διαφορετικών ειδών και γεύσεων
- πολλές και συχνές εναλλαγές λιμανιών ακόμα και δύο φορές την ημέρα.
- ψυχαγωγία, που ξεκινά από απλές αναρριχήσεις και γκολφ το πρωί, μουσική και χορό το βράδυ, παραστάσεις τύπου Χόλιγουντ, καζίνο και τυχερά παιχνίδια όλη τη νύχτα.

Οι νέες αγορές (όπως η Ρωσία), οι ήπιες κλιματικές συνθήκες στη Μεσόγειο κατά τον χειμώνα, ο συνδυασμός ξεκούρασης, ψυχαγωγίας με τον πολιτισμό δίνουν νέες δυνατότητες στην αγορά της κρουαζιέρας. Σημαντικό γεγονός στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας, φαίνεται ότι αποτελεί το προβλεπόμενο επενδυτικό πρόγραμμα του ΟΛΠ το οποίο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη στήριξη του κλάδου της κρουαζιέρας. Η επέκταση του λιμένα με 6 νέες θέσεις πρόσδεσης πλοίων νέας γενιάς, η υποθαλάσσια οδική διασύνδεση των ακτών του λιμένα, η πολιτιστική ακτή, η κατασκευή Monorail, η κατασκευή εκθεσιακού και συνεδριακού κέντρου, η μετατροπή της Παγόδας σε ξενοδοχείο 5 αστέρων, η δημιουργία και ο εκσυγχρονισμός δύο νέων σταθμών υποδοχής επιβατών, είναι κάποια από τα μελλοντικά σχέδια για τη στήριξη της κρουαζιέρας. Σε ότι αφορά την πλήρη άρση του καμποτάζ, περιλαμβάνει το σχέδιο

νόμου για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος του υπουργείου Ανάπτυξης Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας. Επίσης, καταργείται με υπουργική απόφαση η εισφορά ύψους 3,95 ευρώ ανά επιβάτη που προβλεπόταν για τα κρουαζιερόπλοια με τρίτες σημαίες.

Επίσης στο ίδιο σχέδιο νόμου προβλέπεται ότι η επιδότηση των ασφαλιστικών εισροών στο NAT των Ελλήνων ναυτικών επεκτείνεται σε όλα τα κρουαζιερόπλοια ανεξαρτήτως σημαίας. Αυτό αποτελεί κίνητρο για την πρόσληψη Ελλήνων ναυτικών σε κρουαζιερόπλοια ανεξαρτήτως σημαίας. Πάντως στο σχέδιο νόμου προβλέπεται και η δυνατότητα εργασίας Ελλήνων ναυτικών σε κρουαζιερόπλοια με τρίτες σημαίες χωρίς την προϋπόθεση ασφάλισης τους στο NAT. Στο σχέδιο νόμου έχει διαπιστωθεί ότι ο προηγούμενος νόμος που προέβλεπε την υπογραφή σύμβασης με τις εταιρείες λειτούργησε αποτρεπτικά στο να δραστηριοποιηθούν πλοία με σημαία τρίτων χωρών στο χώρο της κρουαζιέρας της χώρας μας, χωρίς ταυτόχρονα να αποκομίζει το Δημόσιο κάποιο σημαντικό όφελος από την κατάρτιση της σύμβασης. Το νομοσχέδιο δίνει επιπλέον τη δυνατότητα πρακτικής εκπαίδευσης των σπουδαστών των Ακαδημιών Εμπορικού Ναυτικού και σε πλοία ελληνικών συμφερόντων με ξένη σημαία, ώστε να δοθεί η δυνατότητα να απορροφηθούν όσοι σπουδαστές δεν βρίσκουν μπάρκο, στα υπό ελληνική σημαία πλοία.

Πιο συγκεκριμένα, στο άρθρο 222, προτείνεται η τροποποίηση του Ν. 3872/2010 «Εκτέλεση περιηγητικών πλόων από πλοία με σημαία τρίτων χωρών με αφετηρία ελληνικό λιμένα και άλλες διατάξεις», όσον αφορά στη σύναψη σύμβασης ανάμεσα στην πλοιοκτήτρια εταιρεία ή την εταιρεία που εκμεταλλεύεται το πλοίο, καταργώντας στο εξής την απαίτηση υπογραφής σχετικής σύμβασης. Ορίζεται ρητά ότι τα προνόμια της ρύθμισης του άρθρου 24 του Ν.3409/2005, όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, εφαρμόζονται και στην περίπτωση πλοίων με Κοινοτική σημαία ή σημαία του ΕΟΧ, για την άρση αμφισβητήσεων που είχαν προκύψει κατά την εφαρμογή του άρθρου αυτού.

Επίσης με το άρθρο 207 εναρμονίζεται η διαδικασία αδειοδότησης λιμενικών έργων μέσω της ΕΣΑΛ με το νομικό πλαίσιο του Ν.4014/201.Με τα άρθρα 208 και 209 συμπληρώνονται διατάξεις για τον ΟΛΠ και τον ΟΛΘ που αφορούν στις επισκευές-επεμβάσεις τοπικού χαρακτήρα φθορών και βλαβών που προκαλούνται από τη συνήθη χρήση αλλά και έκτακτες καταστάσεις όπως π.χ. φθορές λόγω χρόνου , υποσκαφές (σπηλαιώσεις), βλάβες από πρόσκρουση πλοίων στις εγκαταστάσεις, θεομηνίες κ.λπ.,

που ανάγονται στις αυτονόητες υποχρεώσεις του κατά περίπτωση φορέα διοίκησης και εκμετάλλευσης των λιμενικών εγκαταστάσεων.

5.2 Σημεία κλειδιά που μπορεί να απειλήσουν την ανάπτυξη του κλάδου

Τα σημεία κλειδιά που μπορεί να απειλήσουν την ανάπτυξη του κλάδου και έχουν αρνητική επίδραση στο θαλάσσιο τουρισμό στη Ελλάδα και γενικότερα στην ελληνική οικονομία είναι μερικά από τα ακόλουθα.

Το πρώτο είναι σχετικά με το νόμο περί άρσης του καμποτάζ. Πρέπει όμως να επισημάνουμε ότι οι όροι που υπάρχουν στη σημερινό νομοθετικό καθεστώς φαίνεται ότι δεν είναι ούτε σε οικονομικό ούτε σε διοικητικό επίπεδο ελκυστικό για τις εταιρείες της κρουαζιέρας. Η διεθνής εμπειρία στην βιομηχανία της κρουαζιέρας αναφέρει ότι όσο περισσότερο πολύπλοκο και άκαμπτο είναι το σύστημα τόσο λιγοστεύει η θέληση των εταιρειών να επενδύσουν και να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους μακροπρόθεσμα.

Το δεύτερο ζήτημα είναι οι αυξήσεις των τιμολογίων του ΟΛΠ. Το λιμάνι του Πειραιά πρόσφατα ανακοίνωσε αυξήσεις στα τιμολόγια του για την περίοδο 2011/2012 που δεν είναι μόνο υπερβολικές, αλλά και κοινοποιήθηκαν σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα που οι εταιρείες δεν πρόλαβαν να το συμπεριλάβουν στα πλάνα τους. Τα τιμολόγια ελλιμενισμού αυξήθηκαν σε ποσοστό περίπου 200% για το 2012.

Επίσης, σημαντικό στοιχείο είναι η ασφάλεια των επιβατών. Όλα τα λιμάνια πρέπει να συμμορφωθούν, με κάθε κόστος, στις προϋποθέσεις που θέτει ο διεθνής κώδικας ασφαλείας πλοίων και λιμενικών εγκαταστάσεων – ISPS Code. Η εφαρμογή του κώδικα θεσπίζει ένα καθεστώς ασφαλείας μέσα σε κάθε λιμάνι που αποτρέπει κάθε συμβάν που επηρεάζει τα πλοία και τους επιβάτες του, που προέρχονται από όλα τα μέρη του κόσμου.

Τέλος ακόμα ένα θέμα που απασχολεί έντονα είναι η κράτηση θέσεων παραβολής. Στην Ελλάδα ισχύει το σύστημα όποιος έρχεται πρώτος εξυπηρετείται και πρώτος (FIFO). Αυτό δεν αποτελεί μια αποδεκτή τακτική. Οι εταιρείες κρουαζιέρας σχεδιάζουν τα δρομολόγια τους σε βάθος τριετίας και χρειάζονται ξεκάθαρους κανόνες στο θέμα των παραβολών οι οποίοι και θα τηρούνται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Συμπεράσματα

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

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

Η Κρουαζιεροπλοΐα, αποτελεί μια παγκοσμιοποιημένη αγορά και δραστηριότητα. Αφενός η διαμόρφωση ευνοϊκών συνθηκών για την προσέλκυση Ελληνικών επιχειρήσεων στον «κλάδο» και αφετέρου η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των Ελληνικών προϊόντων που αποτελούν τις ενδιάμεσες εισροές του κλάδου, ώστε να προτιμώνται από τα εισαγόμενα που αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος τους (π.χ. το 70%

της τροφοδοσίας των κρουαζιερόπλοιων εισάγεται), θα συμβάλλουν στην αύξηση των οικονομικών ωφελειών για την εθνική οικονομία. Η αύξηση του μεριδίου της ελληνικής κρουαζιέρας (σε μεγαλύτερη διάρκεια από 3,5 ημέρες) απαιτεί την διεύρυνση του ελληνικού προϊόντος με νέους προορισμούς και την βελτίωση των υποδομών για τη δυνατότητα προσέγγισης των πλοίων σε περισσότερα λιμάνια, καθώς και για τη δυνατότητα προσέλκυσης περισσότερων και μεγαλύτερων πλοίων.

Επίσης μέσα από την μελέτη αναδείχθηκαν προβλήματα που υφίστανται και εμποδίζουν την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην πατρίδα μας. Πιο συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι οι περισσότερες εταιρείες κρουαζιέρας, αντιμετωπίζουν μεγάλα προβλήματα αφού παρατηρούν τις κρατήσεις τους να έχουν μειωθεί σε μεγάλο ποσοστό σε σχέση με το 2010-2011. Πρέπει να γίνει πιο ξεκάθαρο το νομοθετικό πλαίσιο, γιατί όσο υπάρχουν εμπόδια αναβάλλεται επ' αόριστον η ελπίδα προσέλκυσης ξένων εταιρειών κρουαζιερόπλοιων που πιθανόν να θέλουν να κάνουν χρήση της άρσης του cabotage και να χρησιμοποιήσουν ελληνικά λιμάνια ως αφετηρία για τις κρουαζιέρες, προς την ανατολική Μεσόγειο και τη Μαύρη Θάλασσα. Οι διάφοροι ταξιδιωτικοί πράκτορες που συνάπτουν συμβόλαια είναι πολύ διστακτικοί στο να καταβάλλουν τις συνήθεις προκαταβολές, κάτι που σημαίνει αβεβαιότητα για την πλοιοκτήτρια εταιρεία και κίνδυνο να γίνουν εύκολα ακυρώσεις. Απουσία συστήματος κράτησης θέσεων πρόσδεσης (berth allocation) των κρουαζιερόπλοιων (όπως ισχύει στα περισσότερα μεσογειακά λιμάνια), με αποτέλεσμα τα πλοία να εξυπηρετούνται βάσει της σειράς άφιξης στους στα λιμάνια, καθώς δε μπορεί να γίνει έγκαιρος και αποτελεσματικός σχεδιασμός των δρομολογίων.

6.2 Προτάσεις-Προοπτικές

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

- Χάραξη στρατηγικής για την ομαλή άφιξη των τουριστών ώστε να αποφευχθούν καθυστερήσεις που αποτρέπουν την ανάπτυξη του κλάδου. Η έλλειψη μιας τέτοιας στρατηγικής έχει οδηγήσει σε ματαιώσεις προσεγγίσεων κρουαζιερόπλοιων και αναζήτηση εναλλακτικών δρομολογίων εκτός Ελλάδας, θέτοντας σε κίνδυνο ακόμα και τα τρέχοντα έσοδα του κλάδου.
- Άρση των όποιων εμποδίων παραμένουν ακόμα τα οποία συντελούν στην αναποτελεσματική λειτουργία των ελληνικών λιμανιών. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική, ο έλεγχος των λιμανιών ανήκει σε κρατικούς φορείς, ωστόσο θα πρέπει να διερευνηθεί η πιθανότητα διαχείρισης των τερματικών σταθμών κρουαζιέρας από ιδιωτικές εταιρείες και κυρίως από τις ίδιες εταιρείες κρουαζιέρας. Η συμμετοχή τους θα μπορεί να διασφαλιστεί μέσω πολυετών συμβάσεων παραχώρησης. Η εφαρμογή ενός τέτοιου σχήματος στα ελληνικά λιμάνια θα επέτρεπε την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας των συγκεκριμένων εταιρειών για την πραγματοποίηση των αναγκαίων επενδύσεων σε υποδομές, καθώς και τη βελτίωση των διαδικασιών και των συστημάτων λειτουργίας. Παράλληλα, η δυνατότητα προσαρμογής των λιμανιών στις ανάγκες συγκεκριμένων εταιρειών κρουαζιέρας εξασφαλίζει διακίνηση περισσότερων επιβατών και κατ'επέκταση περισσότερα έσοδα για την εγχώρια αγορά. Συνεπώς είναι σημαντικό να ξεπεραστούν οι θεσμικές δυσχέρειες όσον αφορά την πραγματοποίηση συμβάσεων παραχώρησης, προκειμένου να προωθηθούν οι απαιτούμενες βελτιώσεις που θα επιτρέψουν στον εγχώριο κλάδο κρουαζιέρας να αξιοποιήσει τις προοπτικές του.
- Οι υποδομές σε πολλά ελληνικά λιμάνια διέλευσης αδυνατούν να εξυπηρετήσουν τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια μεγάλου μεγέθους, ενώ παρατηρούνται και άλλες σημαντικές ελλείψεις, όπως η απουσία κατάλληλων σταθμών εξυπηρέτησης επιβατών. Συνεπώς, υπάρχει τεράστιο περιθώριο ενδυνάμωσης της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών λιμανιών μέσω της κατασκευής βελτιωτικών

έργων, που θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν μέσω συμβάσεων παραχώρησης τύπου BOT (Built, Operate and Transfer).

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

6.3 Μελλοντικές κατευθύνσεις έρευνας

Αν και η βιομηχανία της κρουαζιέρας είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους και πιο ενεργούς τομείς της ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας, υπάρχει ακόμα αρκετό πεδίο για επιστημονική έρευνα σχετικά με αυτό τον τομέα.

Κατά τα τελευταία χρόνια, η βιομηχανία της κρουαζιέρας γνώρισε μια ραγδαία ανάπτυξη και έλαβε όλο και περισσότερη προσοχή. Εφ' όσον οι εταιρείες κρουαζιέρας μοιάζουν με τα ξενοδοχεία, προτείνουμε οι μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις να εστιάζονται κυρίως σε θέματα σχετικά με την τιμολόγηση και την διαχείριση των εσόδων. Στον κλάδο της κρουαζιέρας, θα πρέπει να ερευνηθεί μία νέα μορφή τιμολόγησης η οποία να βασίζεται στη διαφοροποίηση των τιμών και σε άλλου είδους μορφές τιμολόγησης.

Να ενισχυθεί η έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά των χρηστών της κρουαζιεροπλοίας ώστε να είναι δυνατή η καλύτερη εφαρμογή μιας τιμολογιακής πολιτικής καθώς επίσης και η υιοθέτηση κατάλληλων μορφών προώθησης της κρουαζιέρας προς αυτούς.

Θα θέλαμε επίσης να δούμε περισσότερα αποτελέσματα σε άλλες πτυχές όπως της σχέσης των δαπανών επί του σκάφους και της τιμής των ναύλων, ενίσχυση του brand name της χώρας μας στις διεθνείς αγορές, προσέλκυση αεροπορικών εταιρειών ναυλωμένων πτήσεων (charter) ή χαμηλού κόστους καθώς και η προώθηση ελκυστικών πακέτων διαμονής στα ελληνικά ξενοδοχεία. Όλες αυτές οι κατευθύνσεις θα μπορούσαν να στηρίξουν σημαντικά τη δυναμική της κρουαζιέρας στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A) Βιβλιογραφικές Αναφορές

- Cruise Industry News, Annual Report 2010
- Cruise Industry News , Carribean Cruise Capacity
- LTC News , « Κορυφαίος Ευρωπαϊκός προορισμός κρουαζιέρας η Ελλάδα το 2009»
- Το Βήμα, « Στους κορυφαίους ευρωπαϊκούς προορισμούς της κρουαζιέρας η Ελλάδα»
- Τουριστική Αγορά, «Η ελληνική κρουαζιέρα»
- Σχίζας Γιάννης, “Ο άλλος Τουρισμός”, Εναλλακτικές Εκδόσεις/Οικοτοπία, Αθήνα 1998
- Νίκος Γ Ηξουμενάκης, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, Περικλής Ν. Λύτρας, “Εισαγωγή στον τουρισμό”
- Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Κώστας Ν. Κραβαρίτης, “Τουρισμός, βασικές έννοιες”
- Το Βήμα, «Η άρση του καμποτάζ αλλάζει την ελληνική κρουαζιέρα», Σκορδίλης Γιώργος
- Travel Daily News, « Έτος ρεκόρ και το 2010 για την κρουαζιέρα», Τατιάνα Ρόκου
- Βαρβαρέσος Σ. (1997 & 2000), Τουρισμός-Οικονομικές προσεγγίσεις , Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα

- Βαρβαρέσος Σ. (2000), Τουρισμός, Έννοιες, μεγέθη, δομές, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
- ICAP (2000) Εγκαταστάσεις θαλάσσιου τουρισμού, Κλαδική μελέτη
- Ηλιόπουλος Σπύρος, (1993) Θαλάσσιος Τουρισμός, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Αθήνα
- ΕΣΥΕ Τμήμα Στατιστικών Εμπορικής Ναυτιλίας 1990-2004
- Λαγός Δ. (2005) Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις κριτική, Αθήνα
- Ναυτεμπορική, Τζίνα Αγγούρη « Προοπτικές για κρουαζιέρα και επενδύσεις, μετά την άρση του καμποτάζ
- ΕΟΤ 14/2/2010 Συνέντευξη με εκπροσώπους του τουρισμού κρουαζιέρας
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος
- Hellenic Statistical Authority Digital Library (ELSTAT)
- Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων, Ακαδημία τουριστικών μελετών & ερευνών
- Kyklades News, Νίκος Μπαρδούνιας, «Στα χαρτιά η άρση του καμποτάζ»
- Διαδικτυακός τόπος Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ)
- Διάφορες εκδόσεις ΕΟΤ
- Λαλούμης Δ., - Ρούπας Β., «Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων», εκδ. Σταμούλη, 1998

- Σαμπράκος Ε., «Εισαγωγή στην οικονομική των μεταφορών», εκδ. Σταμούλης , 2001
- Μοίρα Πολ. – Μυλωνόπουλος Δημ. (2005), Η κρουαζιέρα ως τουριστική υπηρεσία
- www.carnival.com
- www.celebrity-cruises.com
- www.cruising.org
- www.iccl.org
- www.isl.org
- www.louis-cruises.com
- www.atiner.gr
- www.cruisexperts.gr

Β) Γενική Βιβλιογραφία

Bell, P.C., Chen, J., 2006. Cutting costs or enhancing revenues? An example of a multi-product firm with impatient customers illustrates an important choice facing operational researchers. *Journal of the Operational Research Society* 57, 443–449.

Berman, B., 2005. Applying yield management pricing to your service business. *Business Horizons* 48, 169–179.

Biehn, N., 2006. A cruise ship is not a floating hotel. *Journal of Revenue & Pricing Management* 5, 135–142.

Bitran, G., Caldentey, R., 2003. An overview of pricing models for revenue management.

- Manufacturing Service Operations Management 5, 203–229.
- Boyd, E.A., Bilegan, I.C., 2003. Revenue management and e-commerce. *Management Science* 49, 1363–1386.
- Chiang, W.-C., Chen, J.C.H., Xu, X., 2007. An overview of research on revenue management: current issues and future research. *International Journal of Revenue Management* 1, 97–128.
- CLIA, 2008. Cruise Industry Overview., <http://www.cruising.org/Press/overview-2008/>.
- CLIA, 2009a. Cruise Industry Overview., <http://www.cruising.org/Press/overview-2009/>.
- CLIA, 2009b. 2008 Market Profile., <http://www.cruising.org/Press/research/Market Profile 2008.pdf>.
- Duman, T., Mattila, A.S., 2005. The role of affective factors on perceived cruise vacation value. *Tourism Management* 26, 311–323.
- Erkoc, M., Iakovou, E.T., et al., 2005. Multi-stage onboard inventory management policies for food and beverage items in cruise liner operations. *Journal of Food Engineering* 70, p.269–279.
- Hersh, M., Ladany, S.P., 1989. Optimal scheduling of ocean cruiser. *INFOR* 27, 48–57.
- Hoang, P., 2007. The future of revenue management and pricing science. *Journal of Revenue & Pricing Management* 6, 151–153.
- Ji, L., Mazzarella, J., 2007. Application of modified nested and dynamic class allocation models for cruise line revenue management. *Journal of Revenue & Pricing Management* 6, 19–32.
- Langenfeld, J., Li, W., 2008. Price discrimination and the cruise industry: implications for market definition, competition, and consumer welfare. *International Journal of the Economics of Business* 15, 1–25.
- Lieberman, W.H., Dieck, T., 2002. Expanding the revenue management frontier: optimal air planning in the cruise industry. *Journal of Revenue & Pricing Management* 1, 7–24.
- Pak, K., Piersma, N., 2002. Airline revenue management: an overview of OR techniques 1982–2001. *Econometric Institute Report EI 2002–2003*.
- Petrick, J.F., 2005. Segmenting cruise passengers with price sensitivity. *Tourism Management* 26, 753–762.
- Petrick, J.F., Li, X., et al., 2007. Cruise passengers' decision-making processes. *Journal of Travel Tourism Marketing*.23, 1.
- Petrick, J.F., Tonner, C., et al., 2006. The utilization of critical incident technique to

examine cruise passengers repurchase intentions. *Journal of Travel Research* 44, 73–280.

Ratliff, R., Vinod, B., 2005. Airline pricing and revenue management: a future outlook. *Journal of Revenue & Pricing Management* 4, 302–307.

Sun, X., Gauri, D.K., Webster, S., January 2010. Forecasting for cruise line revenue management. *Journal of Revenue & Pricing Management*, doi:10.1057/rpm.2009.55, advance online publication.

Teoman Dumana,* , Anna S. Mattilaba *Turizm ' Isletmeciligi ve Otelcilik Yuksek Okulu, University of Mersin, Tece Kampusu, Mersin, Turkey,* b *School of Hotel, Restaurant and Recreation Management, The Pennsylvania State University, 224 Mateer Building, University Park, PA 16802, USA.*

Teye, V.B., Leclerc, D., 1998. Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers. *Tourism Management* 19, 153–160.

Toh, R.S., Rivers, M.J., et al., 2005. Room occupancies: cruise lines out-do the hotels. *International Journal of Hospitality Management* 24, 121–135.

Wie, B.-W., 2004. Open-loop and closed-loop models of dynamic oligopoly in the cruise industry. *Asia-Pacific Journal of Operational Research* 21, 517–541.

Wie, B.-W., 2005. A dynamic game model of strategic capacity investment in the cruise industry. *Tourism Management* 26, 203–217.