



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΚΡΗΤΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ & ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

## ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΜΕΣΩ

## ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΣΤΟ ΑΙΓΑΙΟ



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**  
**Πέτσης Ιωάννης (Α. Μ: 176)**

Επιβλέπων: **Δημοτίκαλης Ιωάννης**

**Άγιος Νικόλαος**

**Απρίλιος 2013**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Από το σημείο αυτό θέλω να ευχαριστήσω τον δρ. Δημοτικάλη Ιωάννη για την βοήθειά του στην συλλογή των δεδομένων της εργασίας, και στην πολύτιμη βοήθειά του στην εκπόνησή της.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία αυτή παρουσιάζεται και ερευνάται η ανάπτυξη του τουρισμού μέσω των κρουαζιερόπλοιων στο Αιγαίο. Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια του τουρισμού και τα είδη τουρισμού κρουαζιέρας, ειδικά στην Ελλάδα. Επίσης αναλύονται οι επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στον πολιτισμό, στην κοινωνία και στην οικονομία. Τέλος περιγράφονται οι μορφές του θαλάσσιου τουρισμού. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η ανάπτυξη και η εκτέλεση τουρισμού κρουαζιέρας ανά τον κόσμο και υπάρχει ειδική αναφορά στην Τουρκία και στο Αιγαίο. Τελειώνοντας αυτή την ενότητα, αναφερόμαστε στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην κρουαζιέρα στην Μεσόγειο, το Αιγαίο και την Ευρώπη. Στο τρίτο τελευταίο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα λιμάνια και τα προγράμματα κρουαζιέρας στο Αιγαίο και οι σχετικές οικονομικές επιπτώσεις από αυτά. Στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας, συγκεντρώνεται η έρευνα που έχουμε κάνει βάση ενός ερωτηματολογίου που δημιουργήσαμε μόνοι μας. Τα βασικά ερωτήματά του είναι για την κρουαζιέρα στο Αιγαίο και για την ικανοποίηση των ερωτηθέντων, από μια τέτοια εκδρομή.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	iii
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ .....	vi
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ .....	vi
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	1
Η Έννοια του Τουρισμού και Είδη Τουρισμού Κρουαζιέρας .....	1
1.1 Εισαγωγή .....	1
1.2 Ποιό το Φαινόμενο του Τουρισμού Παγκοσμίως.....	3
1.3 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα .....	6
1.4 Εννοιολογική Προσέγγιση του Όρου .....	8
1.5 Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στον Πολιτισμό, στην Κοινωνία και στην Οικονομία.....	10
1.6 Μορφές Θαλάσσιου Τουρισμού Κρουαζιέρας.....	16
1.6.1 Ατομικός τουρισμός Κρουαζιέρας/ Μαζικός τουρισμός Κρουαζιέρας.....	16
1.6.2 Εσωτερικός Τουρισμός Κρουαζιέρας/ Εξωτερικός τουρισμός Κρουαζιέρας .....	16
1.6.3 Συνεχής τουρισμός Κρουαζιέρας/ Εποχιακός Τουρισμός Κρουαζιέρας ....	17
1.7 Οργάνωση του Θαλάσσιου Τουρισμού .....	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	20
Ο Τουρισμός Κρουαζιέρας στον Κόσμο – Ευρώπη – Μεσόγειο –Αιγαίο .....	20
2.1 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας ανά τον Κόσμο – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας και Προγράμματα Ψυχαγωγίας.....	20
2.2 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας στο Αιγαίο – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας .....	24
2.3 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας στην Τουρκία – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας και Προγράμματα Ψυχαγωγίας.....	25
2.4 Εταιρείες που Δραστηριοποιούνται στο Χώρο της Κρουαζιέρας στη Μεσόγειο, Αιγαίο και Ευρώπη .....	28
2.4.1 Luis Hellenic Cruises .....	28
2.4.2 Azamara Cruises Λέσχη .....	29
2.4.3 Monarch Classic Cruises.....	30
2.4.4 Διαφορές-ομοιότητες εταιρειών .....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	33
Λιμάνια και Προγράμματα Κρουαζιέρας στο Αιγαίο και Σχετικές Οικονομικές Επιπτώσεις .....	33
3.1 Λιμάνια Προορισμού και Ειδικά Προγράμματα Κρουαζιέρας στο Αιγαίο ...	33
3.2 Ανταγωνισμός της Ελληνικής Κρουαζιέρας στο Αιγαίο.....	34

3.3 Οικονομικές Επιπτώσεις στη Περιοχή, στα Λιμάνια και στις Ναυτιλιακές Επιχειρήσεις.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	42
Έρευνα .....	42
4.1 Μεθοδολογικό Πλαίσιο έρευνας.....	42
4.2 Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας .....	43
4.3 Αξιολόγηση ευρημάτων έρευνας.....	59
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	64

## **ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

**Διάγραμμα 1:** Αφίξεις με κρουαζιερόπλοια στην Ελλάδα 1970-2007

**Διάγραμμα 2:** Ποσοστό αφίξεων με κρουαζιερόπλοια στο σύνολο των αφίξεων στην Ελλάδα 1970-2007

**Διάγραμμα 3-**ΦΥΛΟ

**Διάγραμμα 4-**ΗΛΙΚΙΑ

**Διάγραμμα 5-**ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

**Διάγραμμα 6-**ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

**Διάγραμμα 7-**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

**Διάγραμμα 8-**ΕΚΔΡΟΜΕΣ

**Διάγραμμα 9-**ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

**Διάγραμμα 10-**ΑΝΑΠΤΥΞΗ

**Διάγραμμα 11-**ΕΠΙΣΚΕΨΗ

**Διάγραμμα 12-**ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

**Διάγραμμα 12.1-**ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

**Διάγραμμα 13-**ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

**Διάγραμμα 13.1-**ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

**Διάγραμμα 14-**ΑΡΝΗΤΙΚΟ

**Διάγραμμα 15-**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

**Διάγραμμα 16-**ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

**Διάγραμμα 17-**ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

## **ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ**

**ΣΔΙΤ** (Συμπράξεις Δημοσίου & Ιδιωτικού Τομέα)

**UNWTO** (United Nations World Tourism Organization)

**VIP** (Very Important Person)

**ΑΕΠ** (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν)

**DWT** (Deadweight Tonnage)

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## Η Έννοια του Τουρισμού και Είδη Τουρισμού Κρουαζιέρας

### 1.1 Εισαγωγή

Η έννοια του τουρισμού είτε διεθνής είτε τοπική, δημιουργεί μία συγχώνευση ανθρώπων από διαφορετικές κοινωνικές και πολιτισμικές ρίζες, και μία σημαντική αναδιανομή εισοδήματος από κυρίως εύρωστες βιομηχανικά περιοχές προς περιοχές που δεν έχουν βιομηχανική βάση ή κάποιον άλλο παράγοντα δημιουργίας μεγάλης προστιθέμενης αξίας (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008). Οι περισσότερες μελέτες για τις επιπτώσεις της επιστήμης του Μάρκετινγκ στην τουριστική ανάπτυξη των καταλυμάτων υπαίθρου και μιας χώρας σε αυτόν τον τομέα, οδήγησαν κυρίως σε οικονομικούς παράγοντες.

Αυτό δεν ήταν μόνο επειδή αυτές οι επιπτώσεις ήταν πιο εύκολα μετρήσιμες αλλά επειδή επικρατούσε και ένα κλίμα αισιοδοξίας ότι τέτοιες μελέτες θα έδειχναν πως η τουριστικής ανάπτυξη που προερχόταν από τον κλάδο της επιστήμης του Μάρκετινγκ, ήταν μεγάλου οικονομικού οφέλους για τους περισσότερους προορισμούς. Ωστόσο, αρκετές φορές αποδείχθηκε ότι ο τουρισμός έχει όχι μόνο θετικές οικονομικές συνέπειες αλλά συγχρόνως είναι και ο γενεσιουργός παράγοντας πολλών δυσμενών επιπτώσεων σε περιβαλλοντολογικό και κοινωνικό επίπεδο.

Ο τοπικός, εσωτερικός τουρισμός έχει παρόμοιες οικονομικές επιπτώσεις στις οικονομίες των τουριστικών προορισμών και οι οποίες έχουν ουσιαστικά προέλθει από την σωστή εφαρμογή του Μάρκετινγκ που υπάρχει στην κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τομέα του τουρισμού. Συμβάλλει και αυτή με την σειρά της στην τόνωση των τοπικών οικονομιών, αρκεί να εφαρμόζεται σωστά και αποτελεσματικά από τους διάφορους οργανισμούς. Παρ' όλα αυτά όμως ο εσωτερικός τουρισμός θεωρείται μία μορφή εξαγωγικής δραστηριότητας, αφού τα χρήματα που δημιουργούνται σε μία άλλη γεωγραφική περιοχή μέσα στα όρια της ίδιας χώρας, αναδιανέμονται σε κάποια άλλη περιοχή.

Άρα, ο τουρισμός σ' αυτήν την περίπτωση αποτελεί έναν πολύ αποτελεσματικό τρόπο αναδιανομής του εισοδήματος που δημιουργείται μέσα σε μία χώρα, από τις



πλουσιότερες προς τις φτωχότερες περιοχές και στο να συντελεστεί το γεγονός αυτό, καταλυτικό ρόλο κατέχει και η επιστήμη του Μάρκετινγκ.

Επίσης, η εφαρμογή πλάνων Μάρκετινγκ από μέρους των τουριστικών επιχειρήσεων και μέσω της ανάπτυξης που προσφέρει στον τουρισμό, φαίνεται σε πολλές περιπτώσεις να τον μετουσιώνει σε ένα πιο αποτελεσματικό κλάδο από άλλες βιομηχανίες και σχετικά με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ειδικά στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές και σ' αυτές που δεν υπάρχουν πολλές εναλλακτικές ευκαιρίες ανάπτυξης.

Η ανάπτυξη του τουρισμού μέσω της εφαρμογής πλάνων Μάρκετινγκ σε πολλές περιοχές απαιτεί την ανάπτυξη και ύπαρξη μίας ολοκληρωμένης υποδομής, όπως ξενοδοχειακών καταλυμάτων, άλλων εγκαταστάσεων που εξυπηρετούν τον τουρισμό καθώς και έργων υποδομής. Στα έργα υποδομής περιλαμβάνονται εκείνα για ανεπτυγμένο οδικό δίκτυο, αποχετευτικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης, παροχή ιατρικών υπηρεσιών, αεροδρόμια ή σταθμοί λεωφορείων ή τραίνων, λιμάνια κ.ά. Συνεπώς η εφαρμογή πλάνων Μάρκετινγκ από μέρους των επιχειρήσεων μπορεί να συνεισφέρει αποτελεσματικά σε δημιουργία έργων, τα οποία εκτός από τις θετικές επιπτώσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού προσφέρουν εξίσου θετικές επιπτώσεις στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του τοπικού πληθυσμού.

Οι εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό σε προορισμούς σε όλο τον κόσμο αυξήθηκε κατά 4% το 2012 φθάνοντας τα 1.075 δισεκατομμύρια δολάρια . Αυτή η αύξηση είναι ίση με την αύξηση 4% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών που έφθασε 1.035.000.000 το 2012. Επιπρόσθετα καταγράφηκαν 219 δισεκατομμύρια δολάρια στα έσοδα από τις διεθνείς μεταφορές επιβατών, με αποτέλεσμα το σύνολο των εξαγωγών που δημιουργούνται από τον διεθνή τουρισμό το 2012 να ανέρχεται σε 1.3 τρισεκατομμύρια δολάρια. (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012) Σύμφωνα με τις τελευταίες UNWTO World Tourism Barometer, οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις χτύπησε ένα νέο ρεκόρ το 2012, φθάνοντας κατ 'εκτίμηση 1075000 εκατομμύρια δολάρια (837 δισεκατομμύρια ευρώ) σε όλο τον κόσμο, μέχρι 4% σε πραγματικούς όρους, από 1.042 δισεκατομμύρια δολάρια (749 δισεκατομμύρια ευρώ) το 2011. (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012).

Από τις περιοχές, η Αμερική (+7%) σημείωσε τη μεγαλύτερη αύξηση των εσόδων, ακολουθούμενη από την Ασία και τον Ειρηνικό (+6%), την Αφρική (+5%) και η Ευρώπη (2%). Οι εισπράξεις στη Μέση Ανατολή ήταν ακόμα κάτω (-2%), παρόλα

αυτά παρουσιάστηκε μια σταθερή βελτίωση σε σύγκριση με την πτώση που σημειώθηκε το 2011. (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012). Σε απόλυτες τιμές, η Ευρώπη είδε 457.000.000.000 δολάρια σε έσοδα από τον τουρισμό (356 δισ. ευρώ) που αντιστοιχεί στο 43% των συνολικών εσόδων του τουρισμού στον κόσμο, το μεγαλύτερο μερίδιο από την περιοχή. Προορισμοί στην Ασία και τον Ειρηνικό (323.000.000.000 δολάρια ή ευρώ, 251 δισ. ευρώ) αντιπροσωπεύουν το 30% των διεθνών τουριστικών εσόδων και την Αμερική (215 δισεκατομμύρια αμερικανικά δολάρια ή ευρώ, 167 δισ. ευρώ) για το 20%. Στη Μέση Ανατολή (μερίδιο 4%) το σύνολο των εισπράξεων από τον τουρισμό έφθασαν 47 δισεκατομμυρίων δολαρίων (36 δισ. ευρώ) και στην Αφρική (3% των μετοχών), 34 δισεκατομμύρια δολάρια (26 δισ. ευρώ). (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012).

Οι 10 καλύτεροι προορισμοί από τα έσοδα παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητοι το 2012, με τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ισπανία, τη Γαλλία, την Κίνα και την Ιταλία, και ακολουθούν από το Μακάο (Κίνα), Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, το Χονγκ Κονγκ (Κίνα) και την Αυστραλία. (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012). Ορισμένοι από τις πιο ώριμους προορισμούς μεταξύ των 10 καλύτερων του κόσμου παρουσίασαν αξιοσημείωτα αποτελέσματα: οι Ηνωμένες Πολιτείες (+11%), τη Γαλλία (+7%), τη Γερμανία (+6%), το Ηνωμένο Βασίλειο (+5%) και το Χονγκ Κονγκ (Κίνα) (+14%). Στους οικονομικά αναπτυσσόμενους προορισμούς με ρυθμούς ανάπτυξης 10% ή παραπάνω περιλαμβάνεται η Σουηδία (+17%), την Ιαπωνία (+33%), τη Δημοκρατία της Κορέας (+14%) και τη Φινλανδία (+16%). (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012).

Μεταξύ των αναδύομενων προορισμών της οικονομίας υψηλότερη αύξηση εσόδων αναφέρθηκε από την Ταϊλάνδη (+25%), η Ινδία (+22%), την Πολωνία (+13%), Νότια Αφρική (+18%), η Αίγυπτος (+14%), το Βιετνάμ (+ 18%) και η Ουκρανία (+13%). (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), 2012).

## **1.2 Ποιό το Φαινόμενο του Τουρισμού Παγκοσμίως**

Ο Τουρισμός όπως τον γνωρίζουμε στις μέρες μας, αποτελεί κατεξοχήν φαινόμενο του 20ου αιώνα. Η αρχή μαζικού τουρισμού ξεκίνησε από την χώρα της Αγγλίας κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής επανάστασης με την άνοδο της αστικής τάξης και

την σχετική φθινή μεταφορά. Η δημιουργία της εμπορικής αεροπορικής βιομηχανίας μετά το τέλος του 2<sup>ου</sup> παγκοσμίου πολέμου και η μετέπειτα ανάπτυξη των υπερηχητικών αεροσκαφών στη δεκαετία του 1950, έδωσε το σήμα για την γρήγορη ανάπτυξη των υπερπόντιων ταξιδιών. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Αυτή η ανάπτυξη οδήγησε στη δημιουργία και ανάπτυξη μιας νέας βιομηχανίας, εκείνης της Τουριστικής. Με τη σειρά του, ο Διεθνής Τουρισμός έγινε το σημείο ενδιαφέροντος για έναν μεγάλο αριθμό κυβερνήσεων σε όλο τον κόσμο, αφού όχι μόνο έδινε νέες θέσεις εργασίας αλλά μετατρέποταν ένα σημαντικό μέσο για την εισροή ξένου συναλλάγματος. Ο τουρισμός στις μέρες μας έχει αναπτυχθεί σημαντικά σε οικονομική και σε κοινωνική σημασία, είτε αυτός απευθύνεται σε τουρισμό πόλης είτε υπαίθρου και στα διάφορα καταλύματα και ξενοδοχειακές μονάδες που λειτουργούν εκεί. Άλλωστε, ο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας των πιο αναπτυγμένων βιομηχανικά χωρών τα τελευταία χρόνια, είναι ο τομέας των υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα των υπηρεσιών είναι τα ταξίδια και ο τουρισμός. (Χρήστου Ε., 2009)

Αποτελεί αδιαμφισβήτητο γεγονός πως τουρισμός είναι δυνατόν να αποτελέσει μέσο αναζωογόνησης και ανανέωσης των ανθρώπων εκτός από απλό μέσο ξεκούρασης εντός μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Η βελτίωση των εγκαταστάσεων των τουριστικών πόλεων της χώρας με σύγχρονη υποδομή και εξοπλισμό, θεωρείται αναγκαία για την πλήρη αξιοποίηση των τουριστικών ιδιοτήτων των πόλεων αλλά και των τοπίων που επισκέπτονται οι τουρίστες που φθάνουν στην χώρα μας κάθε χρόνο. (Χρήστου Ε., 2009)

Ταυτόχρονα, η ένταξη των πόλεων και τοπίων αυτών σε ένα πλέγμα ποικίλων εγκαταστάσεων που μπορούν να συνδυάζουν και άλλες δραστηριότητες όπως αθλητισμός για όλες τις ηλικίες, πολιτιστικά, εγκαταστάσεις αναψυχής για νέους και παιδιά και πάρκα πρασίνου, επιτυγχάνεται μέσω της ανάδειξης νέων ανθρώπων οι οποίοι ασχολούνται με την βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα και απασχολούνται σε οργανισμούς και ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Επομένως βασικός σκοπός των αναπτυξιακών σχεδιασμών του τομέα του τουρισμού σε σχέση με την τουριστική ανάπτυξη των διαφόρων καταλυμάτων, θα πρέπει να είναι η προσέλκυση νέων επενδύσεων στον τομέα αυτό ώστε να αναπτυχθούν σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες, όπως ήδη γίνεται με ταχείς ρυθμούς στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Τα κέντρα αυτά προσφέρονται για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών του τουριστικού

προϊόντος και παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τελευταία. Ήδη έχει επιδειχθεί ενδιαφέρον από ξένους και Έλληνες επενδυτές για την αξιοποίηση των τουριστικών πηγών της Ελλάδας με απώτερο στόχο την μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού και αναψυχής.

Οι νέοι οι οποίοι σκοπεύουν να ασχοληθούν με την τουριστική βιομηχανία και αποφοιτούν από τις Ανώτερες σχολές τουριστικής εκπαίδευσης, έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την αναβάθμιση των περιοχών με ήδη αναπτυγμένη υποδομή για τις ανάγκες του εποχιακού τουρισμού και οι οποίες ξεκινούν με σημαντικό πλεονέκτημα συγκριτικά με περιοχές που δεν έχουν αναδειχθεί ακόμα σε αξιοσημείωτα τουριστικά κέντρα. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Οι απόφοιτοι των σχολών αυτών και οι οποίοι ξεκινούν να εργάζονται σε τουριστικές επιχειρήσεις, ξέρουν πως θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα στα μη καθιερωμένα τουριστικά κέντρα, παρόλα τα φυσικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν και αποτελούν νέους τουριστικούς τόπους. Γεγονός πάντως είναι πως οι τόποι αυτοί θα πρέπει να διαθέτουν πολύ καλό εξοπλισμό για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν με επιτυχία τα ήδη καθιερωμένα κέντρα. Για το λόγο λοιπόν ότι ο τουρισμός πλέον αποτελεί μια ολόκληρη βιομηχανία με απαιτήσεις που γεννιούνται σε καθημερινή βάση, οι ειδικοί προσπαθούν να εκπαιδεύουν τους νέους και μελλοντικά εργαζόμενους στη τουριστική βιομηχανία, με τρόπο τέτοιο ώστε να μπορούν να αντιλαμβάνονται πως βασικό αίτημα στον τομέα αυτό είναι η ευχέρεια προσπέλασης δηλαδή οι περιοχές που προορίζονται για κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και θα πρέπει να βρίσκονται κοντά σε αερολιμένα και να εξυπηρετούνται από καλό οδικό δίκτυο. (Χρήστου Ε., 2009)

Χαρακτηριστικό της τουριστικής ανάπτυξης υπαίθρου είναι η άμεση αλληλεξάρτηση των επαγγελματιών μεταξύ τους αλλά και με τον τουρίστα η οποία πηγάζει από το γεγονός ότι στο τουρισμό υπαίθρου ο τουρίστας είναι επισκέπτης, φίλος, θαυμαστής του τόπου, είναι ένας «φιλοξενούμενος», ένας ταξιδιώτης που αναζητά τα μυστικά, την αυθεντικότητα και την ομορφιά του τόπου, εστιάζοντας στην ήσυχη ζωή, τη φυσική κληρονομιά και όλα όσα μοναδικά και ξεχωριστά έχει να προσφέρει ο κάθε προορισμός. (Χρήστου Ε., 2009)

Ολόκληρη η φιλοσοφία του τουρισμού υπαίθρου βασίζεται στη διαπροσωπική, ανθρώπινη, άμεση και φιλόξενη σχέση μεταξύ του κατοίκου της και του επισκέπτη. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο ο επισκέπτης να έρθει σε επαφή με τη φύση, με την καλλιέργεια της γης, την περισυλλογή του καρπού, με τους ανθρώπους της

περιοχής. Ο επισκέπτης μαθαίνει να φτιάχνει στον αργαλειό, να κεντάει, να παρατηρεί τα ζώα και τα πουλιά, να δοκιμάζει το κρασί και το τσίπουρο, να συμμετέχει στην παραγωγή τους, να καταλαβαίνει τη σωστή ώρα του τρύγου, τη γεύση, το άρωμα, το χρώμα του κρασιού της περιοχής μας, τη χρήση του κρόκου, τη διαφορά στις ποικιλίες του μελιού, τη διαδικασία και επιλογή κατά την περισυλλογή των μανιταριών ή των κάστανων.

### **1.3 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα**

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί έντονα το φαινόμενο της αύξησης του τουρισμού όχι μόνο με προορισμό τις χώρες του εξωτερικού αλλά και την Ελλάδα. Η αύξηση αυτή εξαρτάται σημαντικά από την οικονομική κατάσταση της κάθε χώρας και συνεπώς των κατοίκων της, την ηρεμία που επικρατεί στις σχέσεις μεταξύ των κρατών αλλά και στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον της κάθε χώρας. Αποτελεί γεγονός πως όταν υπάρχει μια κατάσταση σταθερής και υγιούς οικονομίας, ο πελάτης – τουρίστας μπορεί να προγραμματίσει σωστά την περίοδο των διακοπών του είτε χειμώνα είτε καλοκαίρι, βάση των εσόδων του. (Χρήστου Ε., 2009)

Για να μπορέσει όμως μια χώρα όπως η Ελλάδα να προσελκύσει έναν αριθμό τουριστών, θα πρέπει να διαθέτει εκείνο το φυσικό περιβάλλον στην ύπαιθρο το οποίο θα μπορεί να προσφέρει κάποιες φυσικές ομορφιές και στιγμές ξεγνοιασιάς και ξεκούρασης ή ακόμα και περιπέτειας κατά την διάρκεια των διακοπών αυτών. (Χρήστου Ε., 2009)

Υπάρχουν άνθρωποι οι οποίοι επιλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους σε διάφορες χρονικές περιόδους εντός του χρόνου και αντί να προτιμήσουν ένα ήσυχο μέρος για ξεκούραση με ωραία θάλασσα και αρμονική φυσική ζωή, προτιμούν να περάσουν ένα διάστημα μακριά από το άγχος της καθημερινότητας και της δουλειάς σε ένα περιβάλλον όπου θα τους προσφέρει την περιπέτεια και συγκεκριμένες δραστηριότητες. (Χρήστου Ε., 2009) Για το λόγο αυτό, έχουν αναπτυχθεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια διάφορα καταλύματα υπαίθριου τουρισμού τα οποία προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών με σκοπό την διαμονή σε αυτά και την απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος.

Φυσικά για να μπορέσει ένα αντίστοιχο τουριστικό κατάλυμα υπαίθρου να ανταπεξέλθει στην σωστή οργάνωση που απαιτείται για μια τέτοια διαμονή και

πλήρης λειτουργία το καλοκαίρι αλλά και το χειμώνα, θα πρέπει να διαθέτει την κατάλληλη εμπειρία και γνώση των στελεχών του προκειμένου να γνωρίζει τι ακριβώς αναζητά ο κάθε πελάτης και πως θα μπορέσει να ικανοποιήσει τα αιτήματα του. Στην προσπάθεια λοιπόν αυτή που καταβάλλει το κάθε τουριστικό κατάλυμα υπαίθρου, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει για την προστασία του τουριστικού τομέα ειδικούς νόμους και ψηφίσματα τα οποία ενισχύουν τον υγιή ανταγωνισμό των τουριστικών αυτών επιχειρήσεων εντός των χωρών της Ένωσης και φυσικά στην Ελλάδα.

Τα περισσότερα καταλύματα υπαίθρου που λειτουργούν στις μέρες μας φροντίζουν να προσφέρουν στους πελάτες τους δελεαστικά πακέτα διακοπών, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους στο έπακρον αλλά και να εξασφαλίσουν την μακροχρόνια πελατειακή σχέση μαζί τους. Τα καταλύματα αυτά έχουν πλέον κατανοήσει πως πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ως σκοπό την κάλυψη των αναγκών των πελατών τους στον τομέα του τουρισμού και των διακοπών, αλλά όχι για μια και μόνο φορά. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Σκοπός του κάθε ταξιδιωτικού καταλύματος υπαίθρου είναι να προσφέρει ευχάριστη και ήσυχη διαμονή στους τουρίστες που θα επισκεφτούν την Ελλάδα, με το δυνατόν χαμηλότερο κόστος προσφέροντας ταυτόχρονα στον κάθε πελάτη την άνεση και την πολυτέλεια που εκείνος επιθυμεί για τις διακοπές του. Το φαινόμενο του τουρισμού υπαίθρου, εμφανίστηκε στην Ελλάδα τα τελευταία 25 χρόνια περίπου και αποτελεί σημαντικό τομέα ανάπτυξης του Ελληνικού τουρισμού και διακοπών.

Τα σημεία τα οποία υπάρχουν εντός της Ελληνικής επικράτειας και μπορούν να προσφερθούν στους πελάτες για να περάσουν τέτοιου είδους διακοπές είναι πολλά και διάσπαρτα στα διάφορα μέρη. Το μόνο λοιπόν που πραγματικά μένει στους τουρίστες που θα προτιμήσουν ένα τέτοιο είδος διακοπών, είναι να αναφερθούν σε αυτούς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που συνδυάζει το κάθε μέρος στην ύπαιθρο και κατόπιν οι ίδιοι να επιλέξουν αυτό που πραγματικά επιθυμούν. (Χρήστου Ευαγ., 2009)

Η Ελλάδα διαθέτει μια πληθώρα τόπων και τουριστικών θερέτρων, όπου κάποιος μπορεί να απολαύσει ήσυχες ή περιπετειώδης διακοπές. Οι διακοπές στην ύπαιθρο διεξάγονται συνήθως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες ή την άνοιξη όπου και ο καιρός προσφέρεται για αυτές. Από τα πλέον δημοφιλέστερα μέρη όπου λειτουργούν καταλύματα στην ύπαιθρο, θεωρείται η περιοχή από την Στερεά Ελλάδα και πάνω.

Τα μέρη εκείνα διαθέτουν κατάλληλα ψηλά βουνά και τις φυσικές πηγές όπως ποτάμια, δάση και απότομες κορφές.

Γνωστός προορισμός είναι ο Όλυμπος για την δύσκολη πεζοπορία και ορειβασία με τις δύσκολες πλαγιές, αφού στο συγκεκριμένο βουνό διατίθεται και αντίστοιχο κατάλυμα και καταφύγιο. Άλλα παρόμοια φυσικά μέρη κατάλληλα για διεξαγωγή τουριστικών αποδράσεων υπαίθρου, θεωρούνται τα Καλάβρυτα και τα βουνά της Αράχοβας όπου σε εκείνα τα μέρη κάποιος μπορεί να συναντήσει και τον απόλυτο πολιτισμό με πολύ ωραία καταφύγια και ξενοδοχεία αλλά και να αισθανθεί την φύση κατά την διάρκεια της ημέρας με χιονοδρομίες και διεξαγωγή αθλημάτων στο χιόνι. Γενικότερα λοιπόν η Ελλάδα προσφέρει μια σημαντική ποικιλία τέτοιων τόπων οι οποίοι προσφέρονται για την τουριστική περιπέτεια και που τα ταξιδιωτικά πρακτορεία μπορούν να προτείνουν στους πελάτες τους για ξεχωριστές και όμορφες αποδράσεις περιπέτειας στην ύπαιθρο. (Χρήστου Ευαγ., 2009)

Ο τουρισμός υπαίθρου έχει ως σκοπό, ο τουρίστας να γνωρίσει καλύτερα τον τόπο και να περιηγηθεί στα δασώδη μονοπάτια, τις γαλήνιες λίμνες ή τα ορμητικά ποτάμια και γενικότερα σε ότι ιδιαίτερο υπάρχει η δυνατότητα να συναντήσει κανείς στο φυσικό τοπίο του τουριστικού του προορισμό. Το φυσικό αυτό τοπίο θα μπορούσε να συνδυαστεί με την δυνατότητα για αθλήματα περιπέτειας (extreme sports) καθώς και την ξενάγηση σε παλιές εκκλησιές και μοναστήρια, πέτρινα γεφύρια και αρχαιολογικά ευρήματα. Ιδιαίτερα σημαντική έτσι ώστε να εγκλιματιστεί πλήρως με την περιοχή και με τον καθημερινό τρόπο ζωής της ο τουρίστας, είναι η συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, γιορτές, έθιμα. Με λίγα λόγια ο τουρίστας γίνεται μέλος, έστω και προσωρινά, αυτού του τόπου που επισκέφθηκε και μέσω ουσιαστικά των διακοπών του και της ψυχαγωγίας του αποκτά γνώσεις για την περιοχή υπαίθρου που επισκέφτηκε. (Χρήστου Ε., 2009)

#### **1.4 Εννοιολογική Προσέγγιση του Όρου**

Πολλοί οι οποίοι ασχολούνται με το φαινόμενο του τουρισμού, έχουν διατυπώσει κατά καιρούς την ερώτηση Ποια πραγματικά είναι η κατάσταση του τουρισμού στις μέρες μας. (Χρήστου Ευαγ., 2009) Είναι πραγματικότητα πως ο τομέας αυτός είναι ιδιαίτερος σημαντικός, αφού έχει αποδειχτεί ότι συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην αύξηση του Α.Ε.Π. κάθε χώρας. Στις μέρες μας δραστηριοποιούνται πάνω από δύο

εκατομμύρια τουριστικές εταιρείες, όλες μέσα στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (Χρήστου Ευαγ., 2009) Ο αριθμός αυτών των επιχειρήσεων αναμένεται να αυξηθεί δραματικά τα επόμενα χρόνια, λόγω των δυνατοτήτων που προσφέρονται σε αυτόν τον τομέα. (Χρήστου Ευαγ., 2009)

Η έννοια του τουρισμού αρχίζει να απασχολεί τους υπευθύνους των κρατών αλλά και των επιχειρήσεων οι οποίες άρχισαν να δραστηριοποιούνται δυναμικά στο τομέα αυτό, μετά την έλευση του 1960 όπου όλο και περισσότεροι είναι εκείνοι που αναζητούν την ηρεμία της φύσης για ξεκούραση και χαλάρωση από το άγχος της καθημερινότητας. Ο τουρισμός ως έννοια είναι άμεσα συνδεδεμένος με την αποχή των ατόμων από την καθημερινή τους εργασία για ένα μικρό χρονικό διάστημα, συνήθως από 3-4 μέρες έως ένα μήνα περίπου και κατά το οποίο χρονικό διάστημα οι άνθρωποι ασχολούνται με πράγματα ευχάριστα και τα οποία τους διασκεδάζουν και τους χαλαρώνουν.

Στις μέρες μας το περιεχόμενο του τουρισμού είναι άμεσα συνδεδεμένο με την επιλογή ενός τόπου το οποίο κάποιος πραγματικά επιθυμεί να επισκεφτεί με σκοπό να γνωρίσει τα μέρη τα οποία υπάρχουν στο τόπο αυτό, να γευτεί τις παραδοσιακές συνταγές φαγητού αλλά και να γνωρίζει τα όποια πολιτιστικά ή άλλα αρχαιολογικά και νεότερα μνημεία διαθέτει.

Αναφορικά με τον τουρισμό υπαίθρου, θα πρέπει να αναφερθεί πως ο κλάδος αυτός έχει αναπτυχθεί από το 1980 και έπειτα όπου κάνουν την εμφάνιση τους μαζικότερα τα καταλύματα υπαίθρου παράλληλα με τις δραστηριότητες που αναπτύσσουν στις περιοχές που δραστηριοποιούνται. Ο τουρισμός υπαίθρου είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον χώρο υπαίθρου. Ουσιαστικά αποτελεί την παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που αποσκοπεί στην οικονομική και την κοινωνική αναβάθμιση των περιοχών της υπαίθρου, με την ανάδειξη και στήριξη:

- *της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών*
- *της τοπικής υπαίθριας παραγωγής*
- *της δημιουργίας και εμπορίας παραδοσιακών προϊόντων υπαίθρου*
- *του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της κάθε περιοχής*

Από την άποψη αυτή, η ανάπτυξη του τουρισμού υπαίθρου, ενδιαφέρει κυρίως φορείς και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτήν και σε αγροτικές περιοχές όπως παραδοσιακά καταλύματα, παραδοσιακά εστιατόρια και καφεενεία, παραγωγούς και



εμπόρους τοπικών προϊόντων, επιχειρήσεις δραστηριοτήτων, μουσεία κάθε είδους, διάφορους συλλόγους όπως Πολιτιστικούς, Φυσιολατρικούς η Ορειβατικούς και Συνεταιρισμούς όπως Γυναικείους και Αγροτικούς, την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τα σχολεία και Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Γενικότερα ο τουρισμός είναι πράγματι μία από τις οικονομικές δραστηριότητες με το σημαντικότερο δυναμικό για τη δημιουργία μελλοντικής ανάπτυξης και απασχόλησης στην Ε.Ε. Υπό το στενότερο ορισμό του, ο τουρισμός παράγει σήμερα πάνω από το 4% του ΑΕΠ της Ε.Ε. και ποικίλλει από 2% περίπου σε διάφορα νέα κράτη μέλη έως 12% στη Μάλτα. Η έμμεση συμβολή του στο ΑΕΠ είναι πολύ υψηλότερη - ο τουρισμός παράγει έμμεσα πάνω από 10% του ΑΕΠ της Ε.Ε. και παρέχει περίπου 12% του συνόλου των θέσεων εργασίας. (Χρήστου Ε., 2009)

### **1.5 Οι Επιπτώσεις της Τουριστικής Ανάπτυξης στον Πολιτισμό, στην Κοινωνία και στην Οικονομία**

Μέσω της κατάλληλης τουριστικής εκπαίδευσης που προσφέρεται στους νέους που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο του τουρισμού, δύναται να καταστεί σαφές από αυτά τα άτομα και γενικότερα από όλους όσους ασχολούνται με την τουριστική βιομηχανία ότι πριν από κάθε είδους ανάπτυξη για την αξιοποίηση των συγκεκριμένων πηγών, χρειάζεται να ληφθούν μέτρα για την προστασία του πολιτισμού και την εξασφάλιση της ακεραιότητάς της. Η τουριστική εκπαίδευση συμβάλει αποτελεσματικά στην διατήρηση του γνήσιου πολιτισμού στα κέντρα παραθερισμού και τουριστικών πόλεων και πρέπει να αποτελεί κύριο μέλημα. Είναι γνωστό ότι η όποια υποβάθμιση του πολιτισμού, συντελεί και στη μείωση της ανταγωνιστικότητας ενός συγκεκριμένου θέρετρου στην τουριστική αγορά.

Όπως είναι γνωστό στον χώρο της τουριστικής επιχειρηματικότητας, οι οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις από τις τουριστικές επενδύσεις διακρίνονται σε τρεις κύριες κατηγορίες (Χρήστου Ε., 2009):

- Άμεσες επιπτώσεις. Οι πληρωμές των τουριστών που δημιουργούν εισόδημα στις τουριστικές επιχειρήσεις, στα νοικοκυριά που εργάζονται σε αυτές, δημιουργούν απασχόληση με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, δημιουργούν τοπικά και εθνικά φορολογικά έσοδα, αλλάζουν συνήθειες και πολιτισμικά πρότυπα.

- Εμμεσες επιπτώσεις : Οι πληρωμές των τουριστικών επιχειρήσεων σε άλλες επιχειρήσεις για προμήθειες αγαθών και υπηρεσιών, πληρωμές προσωπικού, τοπική και εθνική φορολογία επιχειρήσεων, δημιουργία συνεργασιών και δικτύων μεταξύ επιχειρήσεων, δημιουργία ζήτησης από άλλες επιχειρήσεις για τις υπηρεσίες που παρέχουν, άνοδος αξιών γης και κόστους ζωής, πληθωριστικές πιέσεις.

- Παρακινηθείσες επιπτώσεις : Οι δαπάνες των νοικοκυριών των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων σε αυτές για διάφορες καθημερινές ανάγκες, αγορές διαρκών καταναλωτικών αγαθών, δημιουργία άλλων επιχειρήσεων άσχετων με τον τουρισμό, φορολογία φυσικών προσώπων, αλλαγές στην καθημερινή ζωή και στα πολιτισμικά πρότυπα, διάθεση για εκπαίδευση, πληθωριστικές πιέσεις.

Είναι ευνόητο στον χώρο της τουριστικής επιχειρηματικότητας, ότι όσο μεγαλύτερο ποσοστό από τις θετικές επιπτώσεις των τριών κατηγοριών παραμένει σε τοπικό - περιφερειακό επίπεδο, τόσο μεγαλύτερες οι πιθανότητες για τοπική - περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Όμως, το νέο πρότυπο το οποίο έχει κυριαρχήσει και το οποίο μέσω της τουριστικής επιχειρηματικότητας μπορεί και επιδιώκει τον έλεγχο της «συνολικής εμπειρίας» της κατανάλωσης του τουρίστα, απειλεί τη διασπορά των θετικών επιπτώσεων στην τοπική οικονομία. (Χρήστου Ε., 2009)

Τα παραπάνω είναι γνωστά σε όσες επιχειρήσεις ασχολούνται με τον τουρισμό και έχουν έλθει στην Ελλάδα με τα νέα πακέτα «*all inclusive*» για παράδειγμα και έχουν ως σκοπό να απορροφήσουν προσωπικό που έχει δεχθεί την κατάλληλη τουριστική εκπαίδευση για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του τόπου του.

Επιπρόσθετα ο ρόλος της τουριστικής ανάπτυξης σε κάθε χώρα και ειδικότερα στον κοινωνικό τομέα, είναι να εξασθενήσει το φαινόμενο της μερικής απασχόλησης των εργαζομένων στον τομέα αυτό και την εποχικότητα. Η απασχόληση και η αγορά εργασίας που δημιουργεί γενικά ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα και περιοδικότητα, από χαμηλές ειδικεύσεις, υψηλό δείκτη μη σταθερής στην ίδια μονάδα απασχόλησης, περιορισμένα ποσοστά συνδικαλισμού και γι' αυτό οι θέσεις εργασίας είναι χαμηλά αμειβόμενες και καλύπτονται κυρίως από γυναίκες, νέους - νέες που δουλεύουν «*part time*» και οικονομικούς μετανάστες. Σε όλα τα παραπάνω διακρίνονται τέσσερις κατηγορίες απασχολούμενων (Χρήστου Ε., 2009):

- *Διοικητικό ειδικευμένο προσωπικό στην έδρα της τουριστικής επιχείρησης. Το προσωπικό αυτής της κατηγορίας είναι ολιγάριθμο και ιδιαίτερα ειδικευμένο*

- Χαμηλής ειδίκευσης προσωπικό στην ξενοδοχειακή μονάδα σε τομείς υποδοχής, εστιατόρια και κουζίνα, λογιστήριο, τοπική διεύθυνση, δημόσιες σχέσεις, προμήθειες κ.α.
- Τεχνικό προσωπικό και προσωπικό συντήρησης εγκαταστάσεων, κήπων κλπ.
- Ανειδίκευτο προσωπικό, συνήθως γυναικείο που θα εκπαιδευθεί επιτόπου όπως καμαριέρες, καθαρίστριες, λαντζιέρηδες κλπ.

Τέλος, δεδομένου ότι η ύπαιθρος μιας χώρας μαστιάζεται από την εγκατάλειψη, κυρίως των νέων, καθώς και από τη συρρίκνωση του αγροτικού εισοδήματος, η λειτουργία των τουριστικών πηγών αποτελεί πολύτιμη εναλλακτική διεξοδος, η οποία αφενός αυξάνει την επισκεψιμότητα της περιοχής και αφετέρου αποτελεί τρανό παράδειγμα ανάπτυξης και αξιοποίησης των διαθέσιμων φυσικών πόρων. (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008)

Η σκέψη μπορεί να επέλθει και να πραγματοποιηθεί από ανθρώπους οι οποίοι έχουν σπουδάσει το αντικείμενο αυτό εις βάθος και γνωρίζουν όλες τις παραμέτρους εκείνες οι οποίες συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού στην κάθε χώρα. Τα οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν για την χώρα αλλά και τους ίδιους του τόπου τουρισμού, αναφέρονται ως ακολούθως (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008):

- Εισροή περισσότερου συναλλάγματος εφόσον θα έχουμε τουρισμό μακράς παραμονής
- Νέες θέσεις απασχόλησης με την τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας λόγω της ζήτησης για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς, όπως τράπεζες, καταστήματα και εστιατόρια
- Ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο και εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών καθώς και φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές
- Βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών, όπως αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις, κλπ.

Μερικά στοιχεία και αριθμοί για τον ελληνικό τουρισμό παρατίθενται παρακάτω:  
(πηγή ΣΕΤΕ)

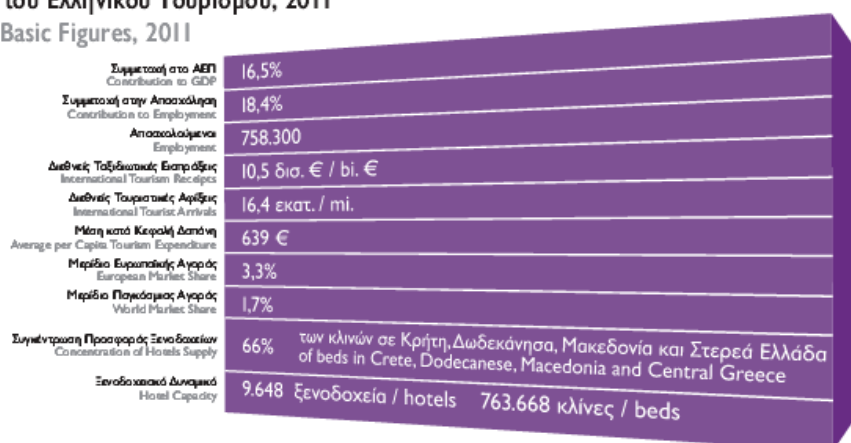
Διάγραμμα 1.1 Βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού, 2011

Πηγή

<http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/Facts%202020Figures%202012%20teliko.pdf>

## Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί Greek Tourism: Facts & Figures

### 01 Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού, 2011 Greek Tourism Basic Figures, 2011



Διάγραμμα 1.2 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις, Διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις και μέση κατά κεφαλή δαπάνη, Ελλάδα και Ανταγωνιστές- Θέση στην παγκόσμια κατάταξη, 2011

Πηγή

<http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/Facts%20%20Figures%202012%20teliko.pdf>

**02** Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις, Διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις και Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη, 2011  
International Tourist Arrivals, International Tourism Receipts and Average per Capita Tourism Expenditure, 2011

	Σύνολο Total	Μεταβολές Change	2011 2010
Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις International Tourist Arrivals	16.427.247	9,5%	
Διεθνείς Ταξιδιωτικές Εισπράξεις International Tourism Receipts	10.504,7 εκαι. € / ml. €	9,3%	
Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη Average per Capita Tourism Expenditure	639 €	-0,2%	

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος  
Source: SETE, based on data provided by the Bank of Greece

**03** Ελλάδα & Ανταγωνιστές - Θέση στην Παγκόσμια Κατάταξη, 2011  
Greece & Competitors - Position in the World Ranking, 2011



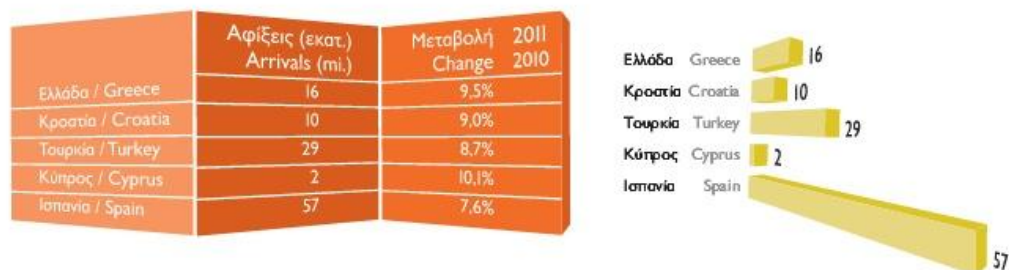
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ  
Source: SETE, based on data provided by the UNWTO and the World Economic Forum

Διάγραμμα 1.3 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις σε Ελλάδα και ανταγωνιστές, 2011 και μερίδιο των 5 κυριότερων αγορών προέλευσης στο σύνολο των διεθνών τουριστικών αφίξεων, 2000&2011

Πηγή

<http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/Facts%20%20Figures%202012%20teliko.pdf>

**04** Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις σε Ελλάδα και Ανταγωνιστές, 2011  
International Tourist Arrivals in Greece and Competitors, 2011



Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Τράπεζας της Ελλάδος και Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού Source: SETE, based on data provided by the Bank of Greece and the UNWTO

**05** Μερίδιο των 5 Κυριότερων Αγορών Προέλευσης στο Σύνολο των Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2000 & 2011  
Market Share of the Top 5 Origin Markets in International Tourist Arrivals, 2000 & 2011

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

## **1.6 Μορφές Θαλάσσιου Τουρισμού Κρουαζιέρας**

Ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται βάσει συγκεκριμένων χαρακτηριστικών του, στις ακόλουθες κατηγορίες (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008).

### **1.6.1 Ατομικός τουρισμός Κρουαζιέρας/ Μαζικός τουρισμός Κρουαζιέρας**

Ο ατομικός τουρισμός κρουαζιέρας είναι το αντίθετο του μαζικού. Κύριο χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας είναι η ατομικότητα και η πλήρης ικανοποίηση των αναγκών του ενδιαφερόμενου. Τα πακέτα αυτά περιέχουν ότι και του μαζικού, με εξαίρεση ότι η μετακίνηση μπορεί να γίνει με ιδιωτικό ιστιοφόρο ή μη, αλλά όχι ομαδικά. Στα πακέτα μαζικού τουρισμού η μετακίνηση γίνεται με κρουαζιερόπλοια από τους tour operators ενώ του ατομικού με ιστιοφόρα ή πολυτελή γιότ ναυλωμένα. Αυτός ο τύπος τουρισμού αναφέρεται κυρίως σε ανώτερης εισοδηματικής τάξης ενδιαφερόμενων λόγω του αυξημένου κόστους.

Το στοιχείο που χαρακτηρίζει τον μαζικό τουρισμό είναι η ομαδική συμμετοχή τουριστών σε ένα κρουαζιερόπλοιο. Ο τουρίστας επιλέγοντας ένα πακέτο μαζικού τουρισμού κρουαζιέρας, θα πρέπει να υπομείνει τις συμπεριφορές και τα θέλω των άλλων μελών της ομάδας, εξυπηρετώντας έτσι ένα ποσοστό των αναγκών του και ίσως όχι όλες του τις επιθυμίες. Τα τουριστικά πακέτα συνήθως δημιουργούνται από τα τουριστικά γραφεία και τους tour operators σύμφωνα με τα γενικά χαρακτηριστικά και ανάγκες που έχουν οι ενδιαφερόμενοι. Αυτά τα πακέτα περιλαμβάνουν τον τόπο προορισμού και τα μεγέθη πλοίων. Συνήθως τα πακέτα αυτά έχουν χαμηλό κόστος λόγω του ότι απευθύνονται σε μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων και γι' αυτό έχουν τόση μεγάλη ζήτηση.

### **1.6.2 Εσωτερικός Τουρισμός Κρουαζιέρας/ Εξωτερικός τουρισμός Κρουαζιέρας**

Ο εσωτερικός τουρισμός κρουαζιέρας πραγματοποιείται από τους κατοίκους της χώρας μέσα στα όρια της χώρας. Το όφελος αυτού του τύπου τουρισμού είναι η

συγκράτηση εκροής συναλλάγματος. Για την ανάπτυξη αυτού του φαινομένου θα πρέπει να αναπτυχθούν περισσότερες επιχειρήσεις και ταυτόχρονα πιο οικονομικά. Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός κρουαζιέρας γίνεται από άτομα που μένουν μόνιμα σε μια χώρα και φεύγουν προσωρινά για να επισκεφθούν κάποια άλλη για να ικανοποιήσουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες τους. Κύριο χαρακτηριστικό του είναι η εισροή συναλλάγματος.

### **1.6.3 Συνεχής τουρισμός Κρουαζιέρας/ Εποχιακός Τουρισμός Κρουαζιέρας**

Ο συνεχής τουρισμός πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου ανεξάρτητα από τις κλιματολογικές συνθήκες σε περιοχές που εμφανίζονται να είναι θερμότερες από εκείνες που διαμένει ο κάθε τουρίστας

Σε αντίθεση με τον συνεχή τουρισμό ο εποχιακός τουρισμός κρουαζιέρας επηρεάζεται άμεσα από τις κλιματολογικές συνθήκες, γι αυτό μπορεί να αναβληθούν προσωρινά.

## **1.7 Οργάνωση του Θαλάσσιου Τουρισμού**

Ως μάνατζμεντ θεωρείται η αποτελεσματική αξιοποίηση των ανθρωπίνων πόρων για την ύπαρξη μιας κοινωνικής οργάνωσης ή επιχείρησης με βάση τη λειτουργία του προγραμματισμού της οργάνωσης, της διοίκησης ή διεύθυνσης των ανθρώπων και του ελέγχου. (Διακομιχάλης Μ., 2011) Για την κατανόηση της ερμηνείας του όρου management στις επιχειρήσεις και τουριστικά γραφεία τα οποία ασχολούνται με το φαινόμενο της κρουαζιέρας και του θαλάσσιου τουρισμού και σχετικά με την αρτιότερη οργάνωσή του, θα αναλύσουμε τις επιμέρους λειτουργίες του και οι οποίες κατέχουν καθοριστικό ρόλο σε αυτό τον τομέα.

### **▪ Προγραμματισμός**

Στη λειτουργία αυτή προσδιορίζονται η παρούσα κατάσταση της τουριστικής επιχείρησης, π.χ. τα κέρδη, οι κοινωνική κατάσταση, οι εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την λειτουργία της επιχείρησης, και η μελλοντική επιθυμητή εξέλιξή της στο τομέα της κρουαζιέρας. Πιο συγκεκριμένα, θέτονται οι στόχοι, προσδιορίζεται η στρατηγική και η τακτική που θα ακολουθηθεί, καθορίζονται οι ενέργειες και τα μέσα



που θα χρησιμοποιηθούν σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ο προγραμματισμός σε μια εταιρία είναι η λειτουργία μέσω της οποίας γεφυρώνεται το χάσμα ή η απόσταση του σημείου που βρίσκεται σήμερα το άτομο ή η κοινωνική οργάνωση και του σημείου στο οποίο θέλει να βρίσκεται στο μέλλον, αποφασίζοντας τι θα γίνει, πώς θα γίνει, πότε θα γίνει και ποιος θα το κάνει.

Η οργάνωση στο θαλάσσιο τουρισμό είναι μια λειτουργία η οποία ακολουθεί τον προγραμματισμό και προσδιορίζει ποιες είναι οι εργασίες που πρέπει να γίνουν σε μια τουριστική επιχείρηση παροχής υπηρεσιών διακοπών μέσω κρουαζιέρας. Οι εργασίες αυτές, στην συνέχεια ανατίθενται σε ομάδες εργαζομένων και διαμορφώνονται οι σχέσεις μεταξύ τους καθώς επίσης προσδιορίζονται και οι πόροι της κοινωνικής οργάνωσης για την αποτελεσματική επίτευξη των στόχων. Η διεύθυνση στην περίπτωση αυτή, ασχολείται με τη λειτουργία που επηρεάζει άμεσα την συμπεριφορά των ομάδων και κάθε ατόμου στην εταιρία ξεχωριστά μέσω του ελέγχου, της επιβράβευσης και της καθοδήγησης, δίνοντας έτσι κίνητρα για την αποτελεσματική απόδοση εργασίας.

Τελευταία λειτουργία σε μια επιχείρηση παροχής τουριστικών υπηρεσιών θαλάσσιων υπηρεσιών και κρουαζιέρας είναι ο έλεγχος. Στην φάση αυτή εξετάζονται τα αποτελέσματα της εργασίας με βάση τα πρότυπα που έχουν τεθεί και αναφέρονται οι αποκλίσεις, τα αποτελέσματα και οι τυχόν διορθώσεις που πρέπει να γίνουν. Μια από τις λειτουργίες του μάνατζμεντ στις επιχειρήσεις αυτές αποτελεί η στελέχωση του ανθρώπινου δυναμικού, οι προσλήψεις, η εκπαίδευση κ.α. Κύριο στέλεχος του μάνατζμεντ στις τουριστικές αυτές επιχειρήσεις είναι ο μάνατζερ ο οποίος έχει την ευθύνη και το δικαίωμα της αποτελεσματικής αξιοποίησης των πόρων μιας οργάνωσης ασκώντας τις λειτουργίες του μάνατζμεντ στον τομέα αυτό. Επίσης ευθύνεται για αποτελέσματα άλλων ανθρώπων και ασκεί εξουσία πάνω σε αυτούς. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Σημαντικό ρόλο στη καλύτερη διαχείριση του θαλάσσιου τουρισμού, κατέχει και η συμβολή του τουριστικού πρακτορείου και το πόσο ενεργά προσπαθεί να αναπτύξει το συγκεκριμένο τομέα. Είναι γεγονός πως στις πρώτες μορφές του τουρισμού, οι τουριστικές ανάγκες δεν μπορούσαν να ικανοποιηθούν λόγω του φόβου της εγκληματικότητας. Με την πάροδο όμως του χρόνου και την τεχνολογική ανάπτυξη ήταν πιο εύκολο να ενημερωθούν για τους ασφαλείς τόπους προορισμού, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται ο τουρισμός. Στη δεκαετία του 1950, το επάγγελμα του τουριστικού πράκτορα άρχισε να έχει καθοριστική θέση στην τουριστική ανάπτυξη

και σήμερα παίζει τον ρόλο του ρυθμιστή της τουριστικής κίνησης.( Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008)

Πράκτορας, είναι ο άνθρωπος που αναλαμβάνει την διεκπεραίωση της υπόθεσης ενός τρίτου κατ' εντολή του. Τουριστικός πράκτορας είναι ο άνθρωπος που μεσολαβεί για την τακτοποίηση τουριστικών υποθέσεων άλλων.( Χρήστου Ευαγ., 2009) Με την πάροδο όμως των χρόνων, τα τουριστικά πρακτορεία εξελίχθηκαν και αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα στο χώρο της κρουαζιέρας. Το κάθε τουριστικό γραφείο είναι μια εμπορική επιχείρηση η οποία παίζει το ρόλο του μεσολαβητή ανάμεσα στον άνθρωπο τουρίστα και στα τουριστικά προϊόντα που διαθέτει και ένα εκ των οποίων είναι και εκείνο των διακοπών θαλάσσιου τουρισμού με μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Τα τουριστικά αυτά πρακτορεία διακρίνονται ανάλογα με το μέγεθός τους σε δύο κατηγορίες όπως (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008) :

- *Τους τουριστικούς οργανισμούς ή Tour Operators τους οποίους μπορούμε να χαρακτηρίσουμε σαν χονδρέμποροι του τουρισμού επειδή είναι σε θέση να προσφέρουν ολοκληρωμένα τουριστικά ταξίδια κρουαζιέρας*
- *Τουριστικά γραφεία τα οποία λειτουργούν αυτόνομα ή συνεργάζονται με τουριστικούς οργανισμούς για τον συγκεκριμένο κλάδο τουρισμού*

Σύμφωνα με την έδρα τους χωρίζονται επίσης σε:

- *Εκείνα που είναι εγκατεστημένα στις χώρες προέλευσης των τουριστικών ναυτιλιακών επιχειρήσεων και τα οποία αποτελούν δίκτυο διανομής των τουριστικών υπηρεσιών που συνθέτουν το τελικό τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής*
- *Σε εκείνα που βρίσκονται στις χώρες υποδοχής που εκτός από την πώληση μιας σειράς υπηρεσιών ασχολούνται και με την οργάνωση της υποδοχής στην κρουαζιέρα*

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Ο Τουρισμός Κρουαζιέρας στον Κόσμο – Ευρώπη – Μεσόγειο – Αιγαίο

#### 2.1 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας ανά τον Κόσμο – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας και Προγράμματα Ψυχαγωγίας

Με τον όρο τουρισμό κρουαζιέρας εννοούμε την επιλογή ενός κατάλληλα διαμορφωμένου πλοίου που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο ως τόπος διαμονής και ψυχαγωγίας όσο και ως μέσο μετακίνησης σύμφωνα με ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα, από ένα άτομο-τουρίστα, το οποίο αποδέχεται την ένταξή του σε ένα κοινό περιβάλλον, με ένα σύνολο ατόμων που συμμετέχουν στο κοινό πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησης με σκοπό την αναψυχή (Διακομιχάλης Μ., 2009)

Οι κρουαζιέρες αποτελούν οργανωμένες περιηγήσεις με ειδικά διαμορφωμένα πλοία. Τα κρουαζιερόπλοια είναι πρακτικά πλωτά ξενοδοχεία, τα οποία βρίσκονται σε κίνηση, δίνοντας την δυνατότητα στους ταξιδιώτες να πραγματοποιούν επισκέψεις και εκδρομές στα διάφορα λιμάνια που προσεγγίζουν. Εντός του πλοίου προσφέρονται ποικίλες υπηρεσίες διασκέδασης, άθλησης, φαγητού, αγορών έως και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.

Τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια, πέρα από επισκέψεις και εκδρομές σε λιμάνια τουριστικού ενδιαφέροντος, προσφέρουν στον τουρίστα διαμονή η οποία συνδέεται με υπηρεσίες διασκέδασης όπως χορό, κινηματογράφο, θέατρο, συνέδρια, εκθέσεις, άθληση, αλλά και δραστηριότητες εκτός του πλοίου, όπως διάφορα θαλάσσια σπορ. Σύμφωνα με τον ΕΟΤ, στο χώρο των κρουαζιέρων, τα κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία, που πραγματοποιούν μονοήμερες, 3ήμερες, 4ήμερες, 7ήμερες και πολυήμερες κρουαζιέρες σε ελληνικά λιμάνια και λιμάνια άλλων χωρών της Ανατολικής Μεσογείου, είναι άνω των 160.000 κόρων και έχουν συνολική δυναμικότητα άνω των 10.000 επιβατών (<http://www.gnto.gr>)

Αποτελεί γεγονός πως τα διάφορα ψυχαγωγικά προγράμματα και animation που εφαρμόζονται από τα κρουαζιερόπλοια στις μέρες μας διεθνώς, αποσκοπούν σε συγκεκριμένα πλεονεκτήματα αλλά και ενδυνάμωσης των κρουαζιερόπλοιων σε

οικονομική και διοικητική βάση. Θα πρέπει επίσης στο σημείο αυτό να τονιστεί πως τα προγράμματα τα οποία εφαρμόζονται στα διάφορα κρουαζιερόπλοια, έχουν ως σκοπό να επιτελέσουν τις ακόλουθες λειτουργίες :

- *Δημόσιες Σχέσεις και Νέες Τεχνικές Marketing*

Το τμήμα Marketing για οποιαδήποτε σύγχρονη επιχείρηση αποτελεί πλέον απαραίτητο κομμάτι για την πρόοδο και εξέλιξη αυτής, το ίδιο βέβαια και για τα κρουαζιερόπλοια. Το Μάρκετινγκ έχει ως αποστολή τη διαπίστωση των αναγκών των δυνατών πελατών των επιχειρήσεων και τη σχεδίαση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης προς ικανοποίησή τους, συνεπώς τα διάφορα προγράμματα animation και διασκέδασης έχουν ως σκοπό μέσω του Marketing να ενισχύσουν την εικόνα του κρουαζιερόπλοιου. Το πρόγραμμα αυτό έχει επίσης σαν στόχο να μυήσει τους εργαζομένους στα κρουαζιερόπλοια και στα μυστικά του Μάρκετινγκ, να τους εφοδιάσει με εργαλεία εφαρμογής του και να τους ασκήσει στη διαδικασία υλοποίησής τους στην επιχείρηση.

- *Εξυπηρέτηση πελατών και σύγχρονες τεχνικές πωλήσεων*

Αποτελεί γεγονός πως μια σημερινή σύγχρονη επιχείρηση όπως τα κρουαζιερόπλοια δεν πωλεί προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά οφέλη και συνεπώς όταν κάποιος αγοράζει ένα προϊόν, ουσιαστικά αγοράζει οφέλη ή πιο σωστά την ελπίδα της ωφέλειας που πηγάζει από το προϊόν ή την υπηρεσία. Οι πωλήσεις είναι η βάση κάθε επιχειρηματικής επιτυχίας. Για τους πωλητές και συνεπώς ιδιοκτήτες των κρουαζιερόπλοιων επιτυχία δεν είναι μόνο να πραγματοποιήσουν μια πώληση σε κάποιους πελάτες. Πραγματική επιτυχία για αυτούς σημαίνει να εξασφαλίσουν έναν ικανοποιημένο πελάτη και να πετύχουν ένα ικανοποιητικό κέρδος για την εταιρεία τους. Στόχος του κάθε συγκεκριμένου ψυχαγωγικού προγράμματος είναι να εξασφαλίσει θα επιτύχουν στην εξυπηρέτηση πελατών και αφετέρου θα τους δοθούν νέες δυνατότητες ανόδου και εξέλιξης για τις επιχειρήσεις τους.

Μια βασική συνισταμένη των προγραμμάτων ψυχαγωγίας που εφαρμόζουν τα κρουαζιερόπλοια διεθνώς, είναι και τα προγράμματα animation. Το μέλλον του τουρισμού στον ελληνικό χώρο αλλά και διεθνώς, βασίζεται σε μια ποιοτική αναβάθμισή του. Αυτό προϋποθέτει μια περισσότερο ανθρώπινη προσέγγιση των τουριστών στις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι ελλείψεις του τουριστικού κλάδου και συγκεκριμένα των ξενοδοχείων σε επαγγελματίες πάνω στην τουριστική ψυχαγωγία, εντούτοις είναι τεράστιες. Τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια βασίζουν την

διασκέδαση των τουριστών τους είτε σε αυτοσχεδιασμούς, είτε αναγκάζονται να απασχολούν αλλοδαπούς. Η απασχόληση όμως και η ψυχαγωγία ομάδων όπως τουριστών και ιδιαίτερα των παιδιών τους, προϋποθέτει την καλή χρήση της ελληνικής γλώσσας αλλά και διεθνών μεθόδων.

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα που προσφέρουν οι τοπικές σχολές και οργανώσεις στηρίζεται πλέον στις εξειδικευμένες απαιτήσεις της εργασίας και στοχεύει στο να αποκτήσει ο κάθε καταρτιζόμενος τις σύγχρονες γνώσεις με σκοπό να μπορεί μέσω των ψυχαγωγικών προγραμμάτων στα κρουαζιερόπλοια, να παρουσιάσει και να αναλύσει τα παρακάτω:

- *Να αναπτύσσει τις ανθρώπινες σχέσεις και επαφές.*
- *Να εντατικοποιεί και να ενισχύει το δίαυλο της επικοινωνίας στον ξενοδοχειακό χώρο.*
- *Να προσφέρει διεξόδους και ερεθίσματα για διασκέδαση, άθληση και επιμόρφωση του τουρίστα.*
- *Να δημιουργεί προγράμματα ψυχαγωγίας που να προσφέρουν ποικιλία στην εμπειρία των διακοπών.*
- *Να δημιουργεί ευκαιρίες για δράση και να φέρνει τον τουρίστα σ' επαφή με καινούργια θέματα τόσο από πλευράς άθλησης, όσο και από πλευράς πνευματικών ενασχολήσεων, που πιθανόν να συνεχίσει να καλλιεργεί και όταν επιστρέψει στην πατρίδα του.*
- *Να αυξήσει τις δυνατότητες του κρουαζιερόπλοιου για έσοδα, μέσα από τους διάφορους τρόπους κρουαζιερόπλοιων ψυχαγωγίας.*
- *Να εκτιμάει την συνεισφορά κάθε τμήματος ψυχαγωγίας στα συνολικά έσοδα της επιχείρησης*
- *Να εξηγεί γιατί κάποια προγράμματα ψυχαγωγίας έχουν αρνητικά αποτελέσματα για το ξενοδοχείο και να παίρνει γρήγορες διορθωτικές αποφάσεις.*
- *Να αντιλαμβάνεται, να ορίζει και να ικανοποιεί τις τουριστικές ανάγκες.*

Σε ένα κρουαζιερόπλοιο πολυτελείας τα ψυχαγωγικά προγράμματα που προσφέρονται είναι πολλά, αλλά διακριτικά. Οι φιλοξενούμενοι έχουν τη δυνατότητα είτε να συμμετάσχουν είτε να ηρεμήσουν και να ξεκουραστούν μέσω αυτών. Για κάθε ηλικία και για όλες τις ώρες της ημέρας, υπάρχει κάτι για τον καθένα. Οι γενικότερες ψυχαγωγικές δραστηριότητες οι οποίες παρέχονται από τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια συγκροτήματα στις μέρες μας, σχετίζονται με τα ακόλουθα:

➤ ***Fitness Club***

Γυμναστική στο ύπαιθρο με Cardio Fitness Room, μηχανήματα Star Trac – ποδήλατα γυμναστικής, διάδρομοι, hiker και ελεύθερα βάρη

➤ ***Διάφορα***

Πινγκ-πονγκ

Beach Volley

Boccia

Μπιλιάρδο

Αίθουσα για χαρτιά

Καλλιτεχνικό εργαστήριο με ζωγραφική σε T-shirts και μετάξι, δημιουργικές ασχολίες

➤ ***Πισίνες***

Εξωτερικές πισίνες με θαλασσινό νερό

Πισίνα για παιδιά

➤ ***Καθημερινή Ψυχαγωγία και Animation***

Η υπεύθυνη ομάδα ψυχαγωγίας του κάθε κρουαζιερόπλοιου προσφέρει στους φιλοξενούμενους μια σειρά δραστηριοτήτων που ξεκινούν από την πρωινή γυμναστική την αεροβική και τα παιχνίδια στην παραλία, και φθάνουν μέχρι τα μαθήματα χορού, τις απογευματινές παραστάσεις και τις μουσικές βραδιές με παραδοσιακή τοπική μουσική.

➤ ***Πρωινές Ψυχαγωγικές Δραστηριότητες***

Άθληση, πρωινή γυμναστική, αεροβική

Vita Aktiva, ασκήσεις αναπνοής και χαλάρωσης, δημιουργικές δραστηριότητες

Σπορ όπως πινγκ-πονγκ, beach volley, παιχνίδια στην παραλία και στην πισίνα

Διάφορα όπως περίπατοι, μαθήματα χορού, μαθήματα μαγειρικής, μαθήματα σχετικά με την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου

➤ ***Απογευματινές Ψυχαγωγικές Δραστηριότητες***

Δημοτικοί χοροί

Ζωντανή μουσική και χορός με την ορχήστρα του ξενοδοχείου

Πιάνο και πολλά άλλα όργανα

Γενικότερα και ως συμπέρασμα, θα πρέπει να αναφερθεί πως το κρουαζιερόπλοιο το οποίο απευθύνεται σε τουρίστες από διάφορες χώρες, προσπαθεί να προσφέρει ένα ποικίλο ψυχαγωγικό πρόγραμμα και το οποίο οργανώνεται τις περισσότερες φορές από μια ιδιωτική ψυχαγωγική εταιρία και περιλαμβάνει δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της μέρας, όπως θεματικές βραδιές, παραστάσεις, ζωντανή μουσική και

παραδοσιακούς χορούς. Η υπεύθυνη διεθνής ομάδα ψυχαγωγίας του κρουαζιερόπλοιου προσφέρει στους φιλοξενούμενους μια σειρά δραστηριοτήτων, που ξεκινούν από την πρωινή γυμναστική, την αεροβική και τα παιχνίδια στην παραλία και φθάνουν μέχρι τα μαθήματα χορού, τις απογευματινές παραστάσεις και τις μουσικές βραδιές με παραδοσιακή μουσική του κάθε τόπου.

## **2.2 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας στο Αιγαίο – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας**

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους κλάδους, ο οποίος, με βάση τα σχετικά πλεονεκτήματα που διαθέτει η χώρα, λογικά θα έπρεπε να ευημερεί. Παρ' όλα' αυτά, αποτελεί ίσως τον τουριστικό κλάδο εκείνο, ο οποίος έχει πληγεί στο μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τους υπόλοιπους από την παγκόσμια οικονομική κρίση. ( Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008)

Με βάση τις ανακοινώσεις της Ένωσης Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού, ειδικά για τα επανδρωμένα τουριστικά σκάφη μέχρι 12 επιβατών, η πτώση στις ναυλώσεις η οποία παρατηρείται είναι μεγαλύτερη από το 50% ([www.yen.gr](http://www.yen.gr)). Παράλληλα, ο συγκεκριμένος κλάδος δέχεται ασφυκτικές πιέσεις από τον ανταγωνισμό γειτονικών χωρών όπως για παράδειγμα η Τουρκία, όπου έχει τη δυνατότητα να προσφέρει πολύ χαμηλότερα λειτουργικά κόστη. Κατά συνέπεια ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού, βρίσκεται τη στιγμή αυτή σε εξαιρετικά δυσχερή θέση, έχοντας να επιλέξει ανάμεσα στη συρρίκνωση ή στην αλλαγή σημαίας των σκαφών. Αυτή τη δύσκολη και κρίσιμη στιγμή για τον Ελληνικό θαλάσσιο τουρισμό, η Πολιτεία αντί να στηρίξει το συγκεκριμένο κλάδο, έρχεται στην ουσία να του δώσει κυριολεκτικά τη «χαριστική βολή» με την αναγγελία των νέων φορολογικών μέτρων για το 2010. ([www.naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr))

Μεταξύ των μέτρων αυτών, περιλαμβάνεται και η επιβολή τελών κυκλοφορίας καθώς και η καταβολή έκτακτης εισφοράς στους κατόχους σκαφών αναψυχής, θέτοντας ως μοναδικό κριτήριο, το αν το σκάφος είναι άνω των 10 μέτρων και χωρίς να κάνει κανέναν απολύτως διαχωρισμό για το αν πρόκειται για ιδιωτικά ή επαγγελματικά τουριστικά σκάφη. Παρά την δηλωμένη πρόθεση του Υπουργείου Οικονομικών να βρεθεί τρόπος για να ξεχωρίσουν τα ιδιωτικά από τα αμιγώς επαγγελματικά τουριστικά σκάφη, στην πράξη δεν έχει γίνει απολύτως τίποτε, με αποτέλεσμα τα

συγκεκριμένα φορολογικά μέτρα να αφορούν και τα επαγγελματικά σκάφη του Θαλάσσιου Τουρισμού, δυσχεραίνοντας ακόμη περισσότερο τη θέση των επαγγελματιών, οι οποίοι ήδη έχουν πληγεί σημαντικά από την οικονομική κρίση. Να σημειωθεί τέλος ότι ο συγκεκριμένος κλάδος, πλήττεται επίσης και από τις παράνομες ναυλώσεις ιδιωτικών σκαφών αναψυχής ξένης σημαίας τα οποία είτε βρίσκονται μονίμως ελλιμενισμένα στη χώρα μας, είτε απλώς διέρχονται από αυτή. (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008)

### **2.3 Η Ανάπτυξη και Εκτέλεση του Τουρισμού Κρουαζιέρας στην Τουρκία – Σχετικά Πακέτα Διακοπών Κρουαζιέρας και Προγράμματα Ψυχαγωγίας**

Η σημασία του τουρισμού στην ελληνική οικονομία είναι προφανής, αφού τα έσοδα από αυτόν αντιστοιχούν στο 1/5 των συνολικών εσόδων της χώρας, στο 1/10 του ΑΕΠ, ενώ μία στις 6 θέσεις εργασίας συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό. (Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008) Τα κρίσιμα ζητήματα για την τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και σε σχέση με την ανταγωνίστρια χώρα της Τουρκίας και που χρειάζονται προσοχή είναι η ποιότητα και το κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών, το περιβάλλον, οι υποδομές, η εποχικότητα και τα νέα προϊόντα τουρισμού. Θα πρέπει να διαφοροποιηθεί το τουριστικό προϊόν από το μοντέλο «ήλιος, θάλασσα και αμμουδιά» και να επαναπροσδιοριστεί, εστιάζοντας στη μεγιστοποίηση των επιδόσεων και στην ελαχιστοποίηση του αντίκτυπου στο περιβάλλον και τις τοπικές κοινωνίες.

Η θεματική μορφή τουρισμού στην οποία η Ελλάδα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα είναι ο θαλάσσιος τουρισμός. Η Ελλάδα, με τα 15.000 χιλιόμετρα ακτών, το πλήθος των νησιών της, τις προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας, το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο της και τον ιστορικό και πολιτιστικό πλούτο της, έχει ένα σαφές και αναμφισβήτητο συγκριτικό πλεονέκτημα στον θαλάσσιο τουρισμό, τοποθετώντας την σε έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για τις επιχειρήσεις κρουαζιέρας και ιστιοπλοΐας στη Μεσόγειο. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Η σταθερή αυξητική τάση του yachting στην Ελλάδα και σε σχέση με την Τουρκία αλλά και ο κορεσμός στις θέσεις ελλιμενισμού στις δυτικές ακτές της Μεσογείου, αυξάνουν τη ζήτηση και επομένως τις προοπτικές ανάπτυξης στον τομέα του



θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα. Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα και σε σχέση με την Τουρκία, έχει τα κάτωθι ειδικά χαρακτηριστικά (Διακομιχάλης Μ., 2011):

Αναφέρεται σε πελάτες σχετικά υψηλού κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, που δρουν και ως διαμορφωτές γνώμης (opinion leaders) στη χώρα μας, ανάλογα βέβαια με την άποψη που έχουν αποκομίσει από τη χώρα μας κατά τη διάρκεια παραμονής τους.

Έχει πελάτες περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένους και κοινωνικά προηγμένους, με σαφή πλεονεκτήματα για τη χώρα μας, αφού ως τουρίστες επιβαρύνουν σαφώς λιγότερο το περιβάλλον

Έχει υψηλή συναλλαγματική και οικονομική ανταποδοτικότητα. Το σκάφος έχει πολύ ακριβότερο κόστος ενοικίασης από τα δωμάτια σε ξενοδοχεία, αντί για πτήσεις charter χρησιμοποιείται συνήθως από ανάγκη ο εθνικός αερομεταφορέας, η μέση δαπάνη για φαγητό, αγορές και διασκέδαση είναι εξαιρετικά αυξημένη.

Μπορεί να συντηρήσει μεγάλο φάσμα τουριστικών επιχειρήσεων και επαγγελματιών σε μικρά τουριστικά λιμάνια και σε απομακρυσμένα νησιά της Ελλάδος, που δύσκολα μπορούν αλλιώς να επιβιώσουν οικονομικά, π.χ. υπηρεσίες φύλαξης, χειμερινής συντήρησης και ανεφοδιασμού των σκαφών, τεχνικοί διαφόρων ειδικοτήτων, κυβερνήτες και πληρώματα ναυλωμένων σκαφών αναψυχής, προσωπικό καθαρισμού, εφοδιασμού και προετοιμασίας ναύλου, επιχειρήσεις ανταλλακτικών και αναλωσίμων σκαφών, ταβέρνες, κέντρα διασκέδασης, super markets κ.λπ.

Η ελληνική σημαία των επαγγελματιών τουριστικών σκαφών κυματίζει έτσι σε κάθε γωνιά των θαλασσών μας, τονίζοντας την ελληνικότητά τους. Επιπλέον, η οργάνωση ναυταθλητικών γεγονότων όπως η ενοικίαση σκαφών με παράλληλη οργάνωση σχετικών αγώνων, ο συνδυασμός με καταδύσεις αναψυχής, ο συνδυασμός της κρουαζιέρας με τη λειτουργία σχολών ιστιοπλοΐας ανοιχτής θαλάσσης, συνήθως από ναυτικούς ομίλους, αλλά και ο συνδυασμός μιας εβδομάδας σκάφους και μιας εβδομάδας ξενοδοχείου είναι μόνο μερικοί από τους τρόπους με τους οποίους ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές χρησιμοποιούν την πλατφόρμα του θαλάσσιου τουρισμού για να ενισχύσουν ποιοτικά και άλλες μορφές τουρισμού ή παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες. (Διακομιχάλης Μ., 2011)

Αξίζει να σημειωθεί πως ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα και σε σχέση με τη Τουρκία λειτουργεί αυτόνομα κατά κάποιον τρόπο, με αποτέλεσμα να μην επηρεάζεται σημαντικά από τις κρίσεις που δέχεται κατά περιόδους συνολικά ο

διεθνής και ελληνικός τουρισμός. Δυστυχώς όμως, σε σχέση με τις γειτονικές της χώρες και αναλογικά με τον αριθμό τουριστών και το μήκος ακτογραμμής, η Ελλάδα είναι η λιγότερο ανεπτυγμένη όσον αφορά τις υποδομές όμως του θαλάσσιου τουρισμού.

Αποτελεί γεγονός πως στην ελληνική θαλάσσια επικράτεια υπάρχουν συνολικά περισσότεροι από 1.250 λιμένες κάθε κατηγορίας, με τις υπό ιδιωτική εκμετάλλευση μαρίνες να μην ξεπερνούν τις 30, με το μεγαλύτερο μέρος αυτών να είναι για μικρά σκάφη. Οι μαρίνες της Ελλάδας έχουν συνολική δυναμικότητα που δεν υπερβαίνει τις 11.000 θέσεις ελλιμενισμού. (Διακομιχάλης Μ., 2011) Η ανάπτυξη του ιστιοπλοϊκού τομέα, και μάλιστα του πλέον προσοδοφόρου, που αφορά σκάφη μήκους άνω των 20 μέτρων, δεν ικανοποιείται από τις υποδομές, καθώς η Ελλάδα δεν διαθέτει αυτή τη στιγμή επαρκείς χώρους ελλιμενισμού, σε αντίθεση με τις χώρες του ανταγωνισμού όπως η Τουρκία, η οποία αν και δεν διαθέτει τον τεράστιο πλούτο της Ελλάδας σε ακτογραμμή, ποικιλία και αριθμό νησιών, έχουν ωστόσο καταφέρει να διαθέτουν περισσότερες μαρίνες, παρέχοντας ταυτόχρονα υψηλό επίπεδο υπηρεσιών.

(Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., 2008)

Σημειώνεται πως αν και μερικές ιδιωτικές μαρίνες είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν επάξια τον ανταγωνισμό, οι εγκαταστάσεις ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής που τελούν υπό διαχείριση από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα είναι εκτός ανταγωνισμού, καθώς παρουσιάζουν στον μεγαλύτερο βαθμό τους ελλείψεις σε υποδομές και προσωπικό, περιορισμένη συντήρηση των εγκαταστάσεων κ.λπ. Υπάρχουν λοιπόν πολλά παράπονα για τα εξής: (Διακομιχάλης Μ., 2011)

- *Κακή έως ανύπαρκτη διαχείριση απορριμμάτων και λυμάτων.*
- *Βρόμικα, ανοργάνωτα και παραμελημένα λιμάνια.*
- *Προβλήματα με την ασφάλεια και άνεση των αγκυροβολίων.*
- *Μεγάλη έλλειψη τουριστικών λιμενικών υποδομών.*

Η έλλειψη ικανοποιητικής προσφοράς θέσεων, σε συνδυασμό με την κακή έως ανύπαρκτη χωροθέτηση θέσεων και χρήσεων, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία έντονων καταστάσεων και συμπεριφορών από ψαράδες και επαγγελματίες με μικρά τουριστικά επιβατηγά που κάνουν δρομολόγια περιήγησης, αφού αισθάνονται ότι παραγκωνίζονται από τον χώρο τους και αποθαρρύνουν την προσέλευση ιστιοφόρων. Συνεπώς, είναι απαραίτητο να ενισχυθούν και να αυξηθούν οι τουριστικές λιμενικές υποδομές της χώρας μας, οι οποίες σε συνδυασμό με την προσφορά ποιοτικών

υπηρεσιών που θα ικανοποιούν τις απαιτήσεις των πελατών θα βελτιώσουν κατά πολύ τη συνολική εικόνα καθώς και την ανταποδοτικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

## **2.4 Εταιρείες που Δραστηριοποιούνται στο Χώρο της Κρουαζιέρας στη Μεσόγειο, Αιγαίο και Ευρώπη**

### **2.4.1 Luis Hellenic Cruises (Πηγές Επιχείρηση – Luis Hellenic Cruises)**

Η εταιρεία Luis ιδρύθηκε το 1998 στην Λευκωσία από τον Κώστα Λοΐζου με την επωνυμία *LUIS CRUISE LINES*. Είναι μια από τις πιο σημαντικές εταιρείες στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού αλλά και στον ξενοδοχειακό τομέα. Στις μέρες μας αποτελεί μια από τις πιο αναπτυσσόμενες δυνάμεις πάνω στον θαλάσσιο τουρισμό. Το 60% των κρουαζιέρων που πραγματοποιούνται στην Κύπρο ελέγχεται από την εταιρεία αλλά και σε ολόκληρη την Μεσόγειο.

Η επιχείρηση εγκαινιάστηκε τον Μάρτιο του 2005 με κρουαζιέρες υψηλής ποιότητας εκτελώντας δρομολόγια Ελλάδα - Ιταλία αλλά και μέσα στο Αιγαίο, Ανατολική και κεντρική Μεσόγειο, κάθε εβδομάδα. Η *LUIS HELLENIC CRUISES* κατέχει μια ξεχωριστή θέση στον θαλάσσιο τουρισμό αφού τα πλοία της συνδυάζουν μοναδικές κρουαζιέρες μαζί με την ανακάλυψη των ελληνικών νησιών και των κοσμοπολίτικών λιμανιών της Δυτική Μεσογείου.

Τα πλοία της διαθέτουν ξεχωριστό στυλ με συνεχή αναβάθμιση και με υψηλό επίπεδο υπηρεσιών. Η αναγνώριση της εταιρείας για την ποικιλία που πρόσφερε σε δραστηριότητες ήρθε το 2005. Τα προγράμματα που προσφέρει στους πελάτες της αποτελούν και σοβαρό κίνητρο για αυτούς στον να ζήσουν μοναδικές εμπειρίες και μοναδικές διακοπές. Αλλά και για την εταιρεία στο να αυξήσει την προώθηση του τουρισμού στον Πειραιά και την Ανατολική Μεσόγειο, σε μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η βασική στρατηγική της εταιρείας είναι να προωθήσει την διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων της αλλά να τις επεκτείνει στην Μεσόγειο και σε ολόκληρη την Ευρώπη. Ένα από τα τέσσερα πλοία εκτελούν δρομολόγια Ελλάδα – Ιταλία . Πιο συγκεκριμένα :

- Τα πλοία Perla, Emerald και Orient Queen, εκτελούν τριήμερες κρουαζιέρες αλλά και επταήμερες στο Αιγαίο και στα ελληνικά νησιά.
- Επίσης το πλοίο Coral εκτελεί επταήμερες κρουαζιέρες στην Δ. Μεσόγειο όπως στη Γένοβα, Μαγιόρκα, Γιβραλτάρ και Βαρκελώνη. Αλλά και επταήμερες κρουαζιέρες στην Μάλτα, Τυνησία και Λιβύη.

Με εξαιρετικό προσωπικό που ειδικεύεται στην τέχνη της φιλοξενίας αλλά και στην άψογη εξυπηρέτηση, το ταξίδι με την εταιρεία LUIS προσφέρει στους επιβάτες μια αξέχαστη εμπειρία με πολλές και ποικίλες δραστηριότητες, όπως οι παρακάτω :

- Κέντρο άθλησης, όπου οι επιβάτες μπορούν να αθληθούν κατά την διάρκεια της ημέρας αλλά παράλληλα να επισκεφθούν και το σαλόνι ομορφιάς ή το άρτια εξοπλισμένο κέντρο υγείας spa.
- Πισίνα, όπου μπορούν να ανανεωθούν πριν τις εκδρομές τους στην ξηρά.
- Χαλάρωση, που προσφέρεται από τον κινηματογράφο του πλοίου, από την βιβλιοθήκη του ή σε κάποιο από τα καταστρώματά του.
- Δραστηριότητες παιδιών, οι οποίες είναι σχεδιασμένες ειδικά για παιδιά μέχρι τους παππούδες τους.
- Γεύματα, από το πρωινό μέχρι το δείπνο άρτια γεύματα από τους ειδικά εκπαιδευμένους σεφ, δημιουργούν άψογη ατμόσφαιρα σε συνδυασμό με την επιλογή των κρασιών.
- Διασκέδαση, με διάφορα shows , το καζίνο, την ντίσκο και τον ρομαντικό περίπατο στο κατάστρωμα.

#### **2.4.2 Azamara Cruises Λέσχη (Πηγές Επιχείρηση- Azamara Cruises)**

Ιδρύθηκε το Μάιο του 2007 ως θυγατρική της Royal Caribbean Cruises ΕΠΕ. Η Azamara Club Cruises αποτελείται από 2 πλοία, το Azamara Journey και το Azamara Quest. Το καθένα έχει χωρητικότητα 694 «τυχερών» επιβατών που θα ανακαλύψουν τις μικρές γωνίες του κόσμου τις οποίες άλλα πλοία δε μπορούν να φτάσουν.

Η εταιρία Azamara Club Cruises προσφέρει νέες ταξιδιωτικές εμπειρίες στους επιβάτες που θέλουν να ζήσουν μια εμπειρία έξω από τα συνηθισμένα και να απολαύσουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και δραστηριότητες εν πλω. Οι μοναδικές προσφορές της είναι εκτός σύγκρισης: σε κάθε σουίτα υπάρχει υπηρεσία butler, οι εξορμήσεις/εκδρομές στα λιμάνια προσέγγισης είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε όλοι οι

επιβάτες να γίνουν μέρος της ζωής του εκάστοτε προορισμού αντί να συμμετέχουν ως απλοί παρατηρητές, τα προγράμματα εκμάθησης περιλαμβάνουν από μαγειρική μέχρι γνώσεις φωτογραφίας, ενώ λειτουργούν και δύο εστιατόρια με τη καλύτερη δυνατή κουζίνα και φυσικά άριστες υπηρεσίες από ένα άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό. Για να προσφέρουν ακόμη πιο «προσωπικές» εμπειρίες, το κάθε πλοίο δέχτηκε ανακαίνιση αξίας 17,5 εκατομμυρίων δολαρίων με νέες κρεβατοκάμαρες, τηλεοράσεις, νέα επίπλωση στις βεράντες και ασύρματο ιντερνέτ σε όλες τις καμπίνες και τους κοινόχρηστους χώρους. Επιπλέον, 93% των δωματίων έχουν θέα στον ωκεανό ενώ το 68% έχουν δικό τους μπαλκόνι.

Εκτελεί δρομολόγια στην Μεσόγειο, στην Ευρώπη, στα ελληνικά νησιά και στην Αδριατική, στην Μαύρη Θάλασσα και στο Αιγαίο, στους Αγίους Τόπους στην Κύπρο και στην Τουρκία.

Το Azamara Journey έχει ολική χωρητικότητα 30.277dwt, και χωρητικότητα 694 επιβατών (δίκλινο δωμάτιο), καθώς και 390 μέλη του πληρώματος. Ήταν χτισμένο το 2000 για το Renaissance Cruises. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα περιλαμβάνουν internet, ένα μπαρ μαρτίνι, καζίνο, πισίνα, και ψώνια. Το πλοίο διαθέτει επίσης δύο εστιατόρια ειδικότητας, Aqualina και του Πρωθυπουργού Γ.

Το Azamara Quest είναι ένα R-class κρουαζιερόπλοιο που μπήκε σε υπηρεσία για την Azamara Cruises στις 24 Οκτωβρίου 2007. Ήταν χτισμένο το 2000 για το Renaissance Cruises. Το Azamara Quest μεταφέρει περίπου 710 επιβάτες (δίκλινο δωμάτιο) καθώς και 410 μέλη του πληρώματος (1:2 αναλογία προσωπικού προς επισκεπτών). Πρώτη σεζόν του ήταν στην Καραϊβική . Λόγω του μικρού μεγέθους του είναι σε θέση να καλέσει σε μερικά από τα λιγότερο πολυσύχναστα λιμάνια, όπως του Αγίου Βαρθολομαίου και Γουαδελούπη . Τον Μάρτιο του 2012, το πλοίο υπέστη μια πυρκαγιά σε ένα από τα δωμάτια του κινητήρα. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα περιλαμβάνουν ένα καφέ με ασύρματο δίκτυο για το ιντερνέτ, ένα μπαρ μαρτίνι, καζίνο, πισίνα, και καταστήματα.

#### **2.4.3 Monarch Classic Cruises (Πηγές Επιχείρηση – Monarch Classic Cruises)**

Ιδρύθηκε το 2006, και αποτελεί μια από τις αναπτυσσόμενες εταιρείες στην εγχώρια και διεθνής τουριστική αγορά. Στόχος της είναι να επαναφέρει στο Αιγαίο και στην Ανατολική Μεσόγειο τις ποιοτικά αναβαθμισμένες κρουαζιέρες. Τόσο ο επικεφαλής

κος. Κολλάκης όσο και κ. Ποταμιάνος, πρόεδρος της εταιρείας, που δημιούργησαν την εταιρεία εκφράζουν την πεποίθησή τους πως η συγκεκριμένη κίνηση θα στεφθεί με επιτυχία.

Ο συνδυασμός των ποιοτικών προγραμμάτων της επιχείρησης με την φιλοσοφία της, προσφέρονται στο Αιγαίο, μέσα από πλοία μεσαίου, μεγέθους για να ταιριάζουν στο περιβάλλον του Ελληνικού Αρχιπελάγους και να σέβονται τις ιδιαιτερότητες των μικρών νησιών, επιτρέποντας μια άνετη διακίνηση σε σύντομο χρονικό διάστημα σε έναν μεγάλο αριθμό επιβατών.

Η χωρητικότητα των πλοίων είναι 600 επιβατών, με άψογες ξενοδοχειακές υπηρεσίες, φιλικό προσωπικό και σημασία στην κάθε λεπτομέρεια. Η κάθε κρουαζιέρα της εταιρείας αποτελεί και μια εμπειρία αλλά και βασικός λόγος να ταξιδέψουν ξανά στην Ελλάδα. Με αυτό το σκεπτικό οι επιβάτες απολαμβάνουν τις διακοπές τους, γνωρίζουν την ελληνική φιλοξενία και τους τόπους προορισμού, μέσα από τα προσεκτικά επιλεγμένα προγράμματα.

Η επαφή τους με τα λιμάνια που είναι γνωστά για την πολιτιστική κληρονομιά στο Αιγαίο από το 1700 π.χ. μέχρι σήμερα μένει αξέχαστη. Το πρόγραμμα των κρουαζιέρων για την σεζόν 2007 περιλαμβάνει 3-4 ημέρες και 7 ημέρες κρουαζιέρες με λιμάνι εκκίνησης τον Πειραιά και σταθμούς την Κωνσταντινούπολη, την Μύκονο, την Πάτμο, την Κνωσό και την Σαντορίνη. Τα πλοία της Monarch δραστηριοποιήθηκαν στο Αιγαίο το 2007 και είναι τα Ocean Monarch και το Blue Monarch χωρητικότητας 231 καμπίνων και 242 αντίστοιχα.

Βασικό χαρακτηριστικό των πλοίων αποτελεί οι εξωτερικές καμπίνες και οι κοινόχρηστοι χώροι οι οποίοι υποδηλώνουν και την άριστη λειτουργική κατάστασή τους. Τα πλούσια εδέσματα και διασκέδαση κατά την διάρκεια της κρουαζιέρας κάνουν μοναδική εμπειρία το ταξίδι. Η εκπαίδευση του πληρώματος μοναδική και αποτελεί και μοναδική φιλοσοφία της εταιρείας. Η εταιρεία στην προσπάθειά της να προσελκύσει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών προγραμματίζει να δώσει μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική τιμολογιακή πολιτική αλλά και άλλες ευχάριστες εκπλήξεις γύρω από τις κρουαζιέρες.

Μελλοντικά της σχέδια είναι η προσθήκη νέων μονάδων στο στόλο της, όσο αφορά την επέκτασή της στην Μεσόγειο. Νέα προγράμματα κρουαζιέρας με σημείο εκκίνησης την Ιταλία αλλά και την επέκταση των δραστηριοτήτων της στην Ανατολική Μεσόγειο. Από το 2007 και κατά την διάρκεια των χειμερινών μηνών

δημιουργεί προγράμματα κρουαζιέρων στην Καραϊβική και το Νότιο Ημισφαίριο με την Elisian Cruises, με την οποία θα συνεργάζεται.

#### **2.4.4 Διαφορές-ομοιότητες εταιρειών**

Οι 3 παραπάνω εταιρείες κρουαζιέρας- Luis Hellenic Cruises, Azamara Cruises Λέσχη, Monarch Classic Cruises- που δραστηριοποιούνται στην Μεσόγειο, στο Αιγαίο και στη Ευρώπη παρατηρούμε ότι έχουν περισσότερες ομοιότητες στις παροχές παρά διαφορές. Όλα παρέχουν εστιατόρια και καφέ με πλούσια εδέσματα και ποικιλίες φαγητών. Υπάρχει κινηματογράφος, πισίνα, χώροι διασκέδασης για μικρά παιδιά αλλά και για νέους, κέντρα αθλήσεως και καζίνο. Όλες οι καμπίνες είναι ευρύχωρες και πολυτελείας (έχουν γίνει ανακαινίσεις για βελτίωση τους). Το προσωπικό είναι φιλικό, ευγενικό και εξυπηρετικό. Οι διαφορές που υπάρχουν στα κρουαζιερόπλοια συνοψίζονται στο μέγεθός τους και σε μερικές παροχές πολυτελείας (π.χ. στον butler σε κάθε καμπίνα). Τα πακέτα που προσφέρει κάθε εταιρεία διαφέρουν επίσης, αλλά η κεντρική ιδέα για επίσκεψη όσο περισσότερων λιμανιών γίνεται, είναι η ίδια.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Λιμάνια και Προγράμματα Κρουαζιέρας στο Αιγαίο και Σχετικές Οικονομικές Επιπτώσεις

#### 3.1 Λιμάνια Προορισμού και Ειδικά Προγράμματα Κρουαζιέρας στο Αιγαίο

Το κλασικό πρόγραμμα μιας 7ήμερης κρουαζιέρας στην Κωνσταντινούπολη, στα Ελληνικά Νησιά και στην Τουρκία είναι η κρουαζιέρα η οποία συνδυάζει προσεγγίσεις στο λιμάνι της Κωνσταντινούπολης και του Κουσάντασι καθώς επίσης σε όλα τα κοσμοπολίτικα νησιά του Αιγαίου την Μύκονο, την Πάτμο, τη Ρόδο, την Κρήτη και τη Σαντορίνη. Η κρουαζιέρα πραγματοποιείται εβδομαδιαίως με το κρουαζιερόπλοιο που ανήκει σε κάθε μια από τις επιχειρήσεις. Τα παιδιά έως 16 ετών σαν 3ο ή 4ο άτομο, εφ' όσον μοιράζονται την καμπίνα με 2 ενήλικες, πληρώνουν μόνο λιμενικά έξοδα. Η όποια προσφορά των ειδικών τιμών, ισχύει για περιορισμένο αριθμό καμπινών ανά κατηγορία και περιλαμβάνει επίσης πακέτο ποτών για κάθε ενήλικα και παιδί ανά ημέρα.

Αναφέρεται επίσης πως υπάρχουν κρουαζιερόπλοια τα οποία πραγματοποιούν κρουαζιέρες με αναχώρηση και άφιξη από το λιμάνι του Πειραιά. Με προορισμό την Κωνσταντινούπολη, τα παράλια της Μικράς Ασίας καθώς και τα πλέον δημοφιλή Ελληνικά Νησιά. Στο πρόγραμμα της κρουαζιέρας αυτής περιλαμβάνεται και το all inclusive πακέτο ποτών που τους προσφέρει η πλοιοκτήτρια εταιρεία.



Εικόνα 3.1 3ημερη κρουαζιέρα στο Αιγαίο

Πηγή [seretistravel.gr](http://seretistravel.gr)



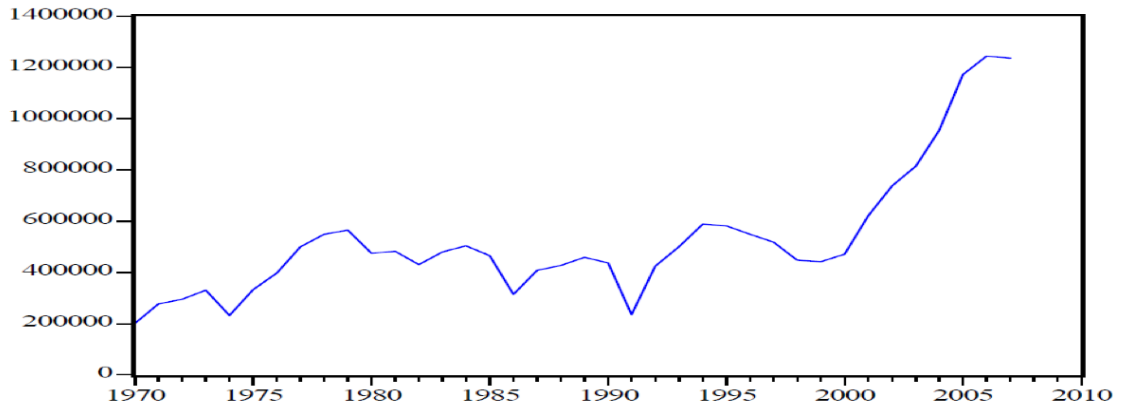
### 3.2 Ανταγωνισμός της Ελληνικής Κρουαζιέρας στο Αιγαίο

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

Στο παρακάτω διάγραμμα δίνεται ο αριθμός των αφίξεων με κρουαζιερόπλοια από το 1970 μέχρι τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία. Μέχρι και το 2000 η κρουαζιέρα στην Ελλάδα δεν ξεπερνούσε τις 600 χιλιάδες αφίξεις. Την τελευταία δεκαετία οι αφίξεις σχεδόν διπλασιάστηκαν, ακολουθώντας τις γενικότερες παγκόσμιες τάσεις.

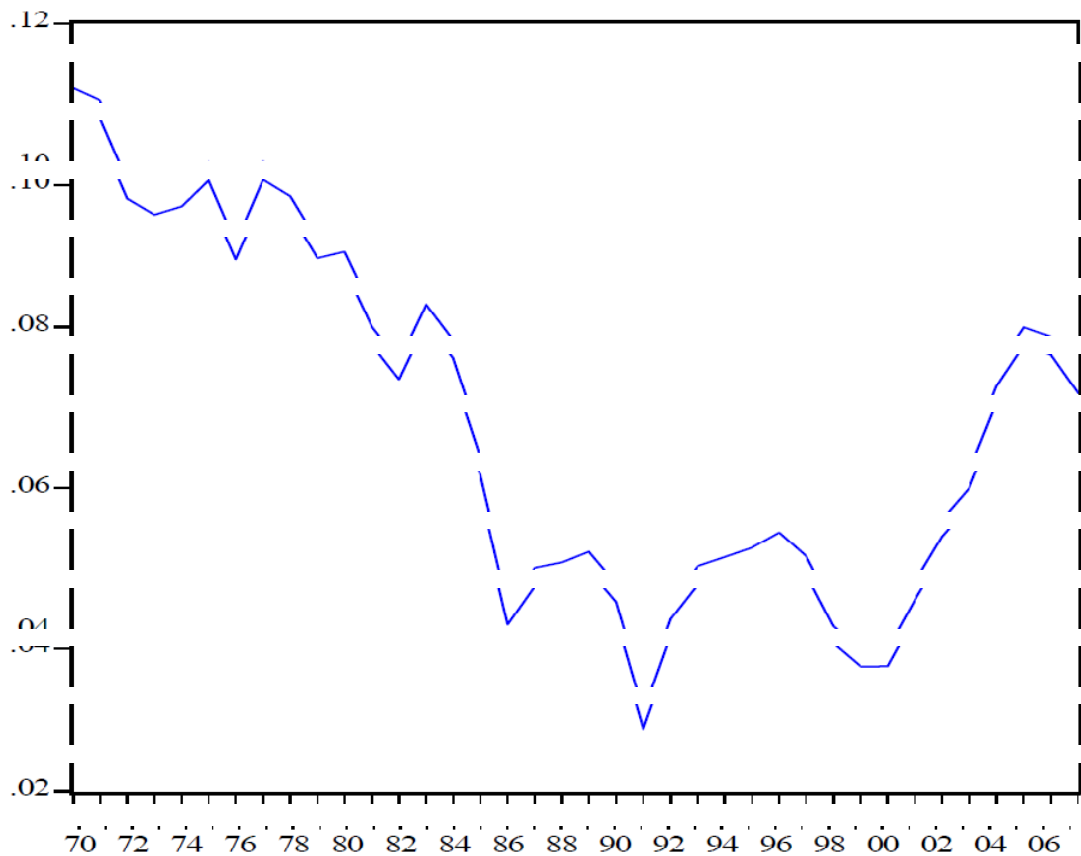
Διάγραμμα 3.1 Αφίξεις με κρουαζιερόπλοια στην Ελλάδα 1970-2007

Πηγή: ΑΤΕΜ “Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων”, Τεύχος 4, Ιούλιος 2010



Διάγραμμα 3.2. Ποσοστό αφίξεων με κρουαζιερόπλοια στο σύνολο των αφίξεων στην Ελλάδα, (1970-2007)

Πηγή: ΑΤΕΜ “Εξαμηνιαία Έκθεση Ανάλυσης των Τουριστικών Τάσεων”, Τεύχος 4, Ιούλιος 2010



Ο ρυθμός αφίξεων των κρουαζιερών παρουσίασε μέση αύξηση της περιόδου 1970-2007 6,8%. Την τελευταία δεκαετία, όμως, ο ετήσιος μέσος ρυθμός αύξησης ήταν 14,15%, σχεδόν υπερδιπλάσιος του παγκόσμιου ρυθμού αύξησης αυτού του είδους του τουρισμού. Στις αρχές της δεκαετίας του 1970, η κρουαζιέρα αντιστοιχούσε πάνω από το 10% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστικών αφίξεων, για να πέσει κάτω από το 4% στις αρχές της δεκαετίας του 1990. Στην τελευταία δεκαετία η κρουαζιέρα ανακάμπτει δυναμικά φθάνοντας και στο 8% με πολύ μεγάλες προοπτικές για το μέλλον. ( Διακομιχάλης Μ., 2011)

Στο διάστημα των τελευταίων ετών, επηρεάστηκε πολλές φορές από διάφορες κοινωνικο -πολιτικές συγκυρίες όπως : πόλεμος του Κόλπου, πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία, τρομοκρατία – Δίδυμοι Πύργοι ΗΠΑ, οικονομική κρίση. Παραδοσιακές θεωρούνται οι αγορές της Ισπανίας, Ιταλίας, Βρετανίας , από σκοπιά προσφοράς και ζήτησης. Σημαντική είναι η κίνηση θαλάσσιου τουρισμού που παρατηρείται στις μικρές χώρες , αλλά με γερή υποδομή όπως η Μάλτα κι η Κύπρος. Ο Πειραιάς διατηρεί το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα, αλλά αξιοθαύμαστη είναι κι η κίνηση ιδιαίτερα σε υποβαθμισμένες περιοχές όπως το Κατάκολο.

Τα ελληνικά νησιά καλύπτουν τις ανάγκες των επισκεπτών για το τρίπτυχο: ήλιος, θάλασσα, διασκέδαση και οι λιγότερο διάσημοι προορισμοί όπως π. χ το Κατάκολο διαθέτουν φυσική ομορφιά και πρόσβαση σε διάσημα ιστορικά κι αρχαιολογικά μνημεία. Η εικόνα αυτή αποδεικνύεται και μέσω συγκριτικών οικονομικών στοιχείων κι αριθμών που αφορούν την πρόσφατη εικόνα του κλάδου της κρουαζιέρας στην χώρα μας.

Παρατηρώντας τα οικονομικά δεδομένα των ημερών μας ως προς τους ελληνικούς προορισμούς κρουαζιέρας, διαφαίνεται ότι οι πιο διάσημοι είναι : Πειραιάς, Μύκονος, Σαντορίνη, Ρόδος, Κατάκολο, Ηράκλειο Κρήτης, Πάτμο, Αργοστόλι και Άγιος Νικόλαος Κρήτης και δεν είναι τυχαίο το επενδυτικό ενδιαφέρον που έχουν ήδη εκδηλώσει εταιρίες – κολοσσοί στη βιομηχανία της κρουαζιέρας, (ιδιαίτερα μετά την άρση του «cabotage»).

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία το 2011, εταιρίες κρουαζιέρας όπως η MSC, η Carnival, η Costa και η Caribbean έχουν δείξει ενδιαφέρον να εντάξουν στα προγράμματα κρουαζιέρας τους και τον ελλαδικό χώρο κι εκφράζουν απόψεις αναφορικά με αναβάθμιση των υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών των ελληνικών λιμανιών όπως π.χ : η εναρμόνιση του συστήματος κράτησης με το αντίστοιχο των ευρωπαϊκών λιμένων σε αντίθεση με το ισχύον ελληνικό σύστημα

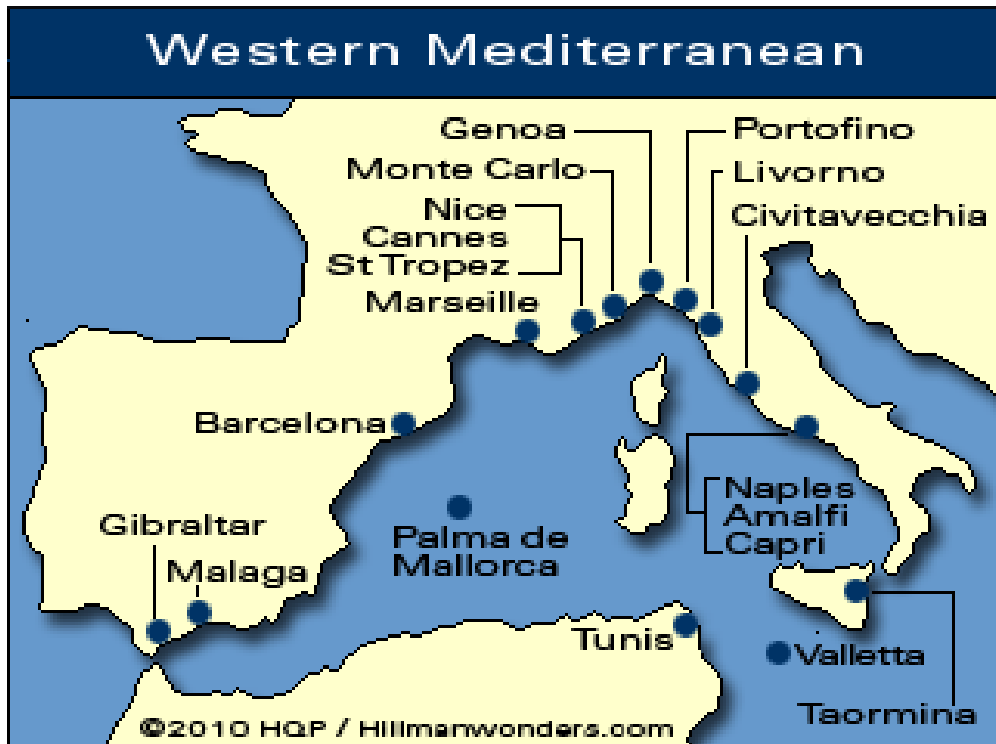
first –come, first served, κοινά πρότυπα πιστοποίησης, συμμετοχή σε ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης εγκαταστάσεων υποδοχής λυμάτων & απορριμάτων.Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα κριτήρια επιλογής των διάσημων αυτών ελληνικών προορισμών, η κατηγοριοποίηση τους κι η ποιότητα των υποδομών, όπως θα σχολιασθούν στην επόμενη ενότητα .

Εικόνα 3.3 Δημοφιλέστερα λιμάνια στην Δυτική Μεσόγειο

Πηγή

[http://www.hillmanwonders.com/mediterranean\\_cruise/mediterranean\\_cru\\_itinerary.h](http://www.hillmanwonders.com/mediterranean_cruise/mediterranean_cru_itinerary.htm)

tm



Εικόνα 3.4 Δημοφιλέστερα λιμάνια στην Ανατολική Μεσόγειο

Πηγή

[http://www.hillmanwonders.com/mediterranean\\_cruise/mediterranean\\_cru\\_itinerary.h](http://www.hillmanwonders.com/mediterranean_cruise/mediterranean_cru_itinerary.htm)

[tm](http://www.hillmanwonders.com/mediterranean_cruise/mediterranean_cru_itinerary.htm)



### 3.3 Οικονομικές Επιπτώσεις στη Περιοχή, στα Λιμάνια και στις Ναυτιλιακές Επιχειρήσεις

Τα οικονομικά οφέλη της κρουαζιέρας για καθένα από τους εμπλεκόμενους παράγοντες (εταιρείες, κράτη, επιχειρήσεις, τοπικές κοινωνίες κλπ) αποτελούν ίσως τον βασικότερο λόγο ενασχόλησης τους με τον κλάδο.

Οι κυριότερες οικονομικές επιπτώσεις (θετικές και αρνητικές) του θαλάσσιου τουρισμού συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα (Διακομιχάλης Μ., 2009)


Πίνακας 3.1 Επιπτώσεις του θαλάσσιου τουρισμού

Θετικές Επιπτώσεις	Αρνητικές Επιπτώσεις
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Αύξηση των φορολογικών εσόδων από την κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών από τους τουρίστες</li> <li>✚ Αύξηση των θέσεων απασχόλησης στις περιοχές</li> <li>✚ Αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος των κατοίκων</li> <li>✚ Βελτίωση των υποδομών</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Αύξηση των τιμών στα αγαθά και στις υπηρεσίες λόγω της αύξησης της ζήτησης</li> <li>✚ Άνιση κατανομή των ωφελειών στους κατοίκους</li> <li>✚ Διαρροή εσόδων σε επιχειρήσεις εκτός περιοχής</li> <li>✚ Εποχικά εισοδήματα για τους εργαζόμενους</li> </ul>

Στα 5.475.816 έφθασε ο αριθμός των αφίξεων επιβατών στα ελληνικά λιμάνια με κρουαζιερόπλοια το 2012, σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιοποίησε, η Ένωση Λιμένων Ελλάδος έπειτα από επεξεργασία των διαθέσιμων στοιχείων από 40 Οργανισμούς Λιμένων, λιμενικά ταμεία και λιμεναρχεία.

Εικόνα 3.5 Στοιχεία Κρουαζιέρας 2012

Πηγή Ένωση Λιμένων Ελλάδος (ΕΛΙΜΕ)

 <b>ΕΝΩΣΗ ΛΙΜΕΝΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ</b>			
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ 2012 - ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΩΡΑΣ			
α/α	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας (χωρίς αναχωρήσεις)
1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	763	1.208.050
2	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	718	838.875
3	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	337	749.892
4	ΜΥΚΟΝΟΣ	585	657.511
5	ΚΕΡΚΥΡΑ	485	624.179
6	ΡΟΔΟΣ	448	472.308
7	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	156	215.700
8	ΧΑΝΙΑ	54	129.087
9	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ	98	120.739
10	ΠΑΤΜΟΣ	286	110.678
11	ΑΓ.ΝΙΚΟΛΑΟΣ	71	48.204
12	ΚΩΣ	64	41.171
13	ΣΑΜΟΣ	29	37.374
14	ΝΑΥΠΛΙΟ	63	30.868
15	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	39	29.951
16	ΛΑΥΡΙΟ	19	17.339
17	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	49	13.504
18	ΣΥΡΟΣ	71	12.944
19	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	12	12.595
20	ΒΟΛΟΣ	21	11.926
21	ΙΤΕΑ	87	11.455
22	ΧΙΟΣ	25	8.349
23	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	11	8.014
24	ΓΥΘΕΙΟ	30	7.772
25	ΣΥΜΗ	15	7.521
26	ΜΗΛΟΣ	27	6.272
27	ΛΗΜΝΟΣ	25	6.183
28	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	9	5.630
29	ΠΑΡΟΣ	100	5.341
30	ΠΥΛΟΣ	18	5.028
31	ΝΑΞΟΣ	45	4.529
32	ΚΑΒΑΛΑ	10	4.323
33	ΡΕΘΥΜΝΟ	25	3.825
34	ΣΚΙΑΘΟΣ	12	3.446
35	ΑΝΔΡΟΣ	3	1.981
36	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	4	1.827
37	ΠΡΕΒΕΖΑ	4	667
38	ΠΑΤΡΑ	3	374
39	ΣΚΟΠΕΛΟΣ	2	320
40	ΣΗΤΕΙΑ	1	64
	<b>ΣΥΝΟΛΟ:</b>	<b>4.824</b>	<b>5.475.816</b>



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

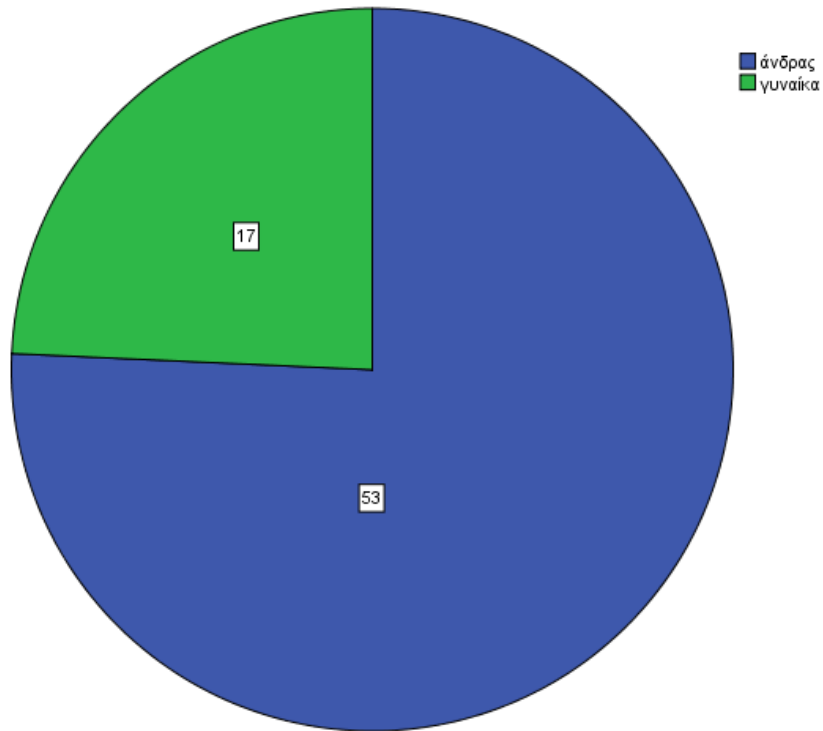
### Έρευνα

#### 4.1 Μεθοδολογικό Πλαίσιο έρευνας

Η ακόλουθη έρευνα ξεκίνησε τον Ιανουάριο και διήρκησε συνολικά 3 μήνες, έως τέλος Μαρτίου. Τα στοιχεία συλλέχτηκαν βάση ενός ερωτηματολογίου-παρατίθεται στο παράρτημα- που δημιούργησα σύμφωνα με τις ανάγκες της εργασίας. Οι ερωτήσεις 1-5 είναι δημογραφικές και οι υπόλοιπες αφορούν την εμπειρία της κρουαζιέρας. Οι ερωτηθέντες ήταν πρωτίστως άτομα που κατέφθαναν στο λιμάνι του Πειραιά, κυρίως με κρουαζιερόπλοια, αλλά επειδή η συχνότητα των κρουαζιερόπλοιων στον Πειραιά λόγω χειμερινής περιόδου δεν ήταν συχνή, επιλέχτηκαν και άτομα που επισκέπτονταν ταξιδιωτικά πρακτορεία. Στην συνέχεια, όταν ολοκληρώθηκε η έρευνα, χρησιμοποιώντας τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε, αναλύθηκαν με το πρόγραμμα στατιστικής επεξεργασίας IBM SPSS (Software Package for Statistical Analysis). Οι αναλύσεις τις παραθέτονται στις επόμενες ενότητες.

## 4.2 Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας

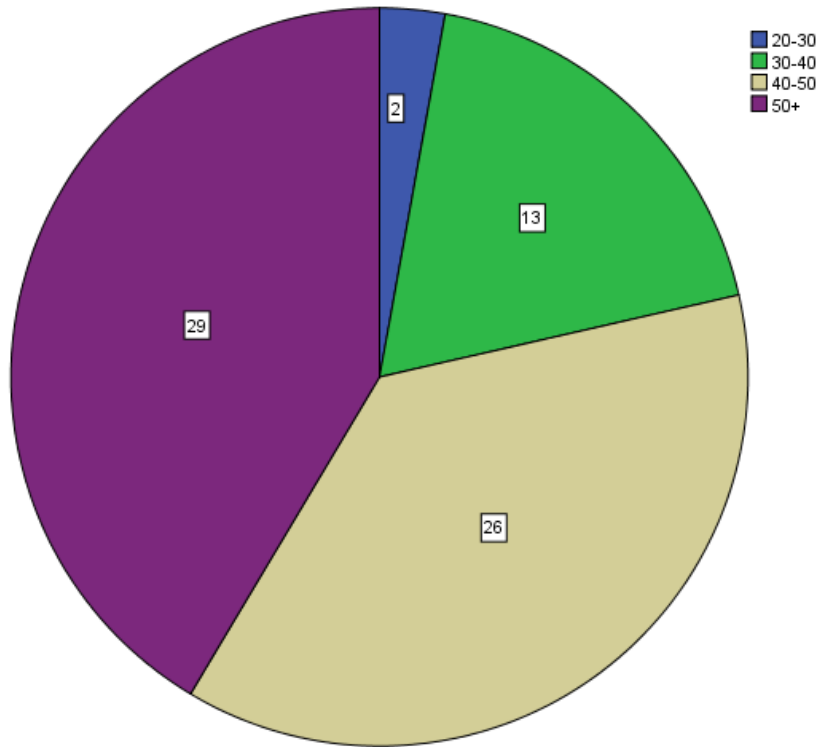
### 1. Φύλο:



Διάγραμμα 3-ΦΥΛΟ

Στο διάγραμμα 3 βλέπουμε ότι 53 Άντρες και 17 γυναίκες απάντησαν στο ερωτηματολόγιο μας

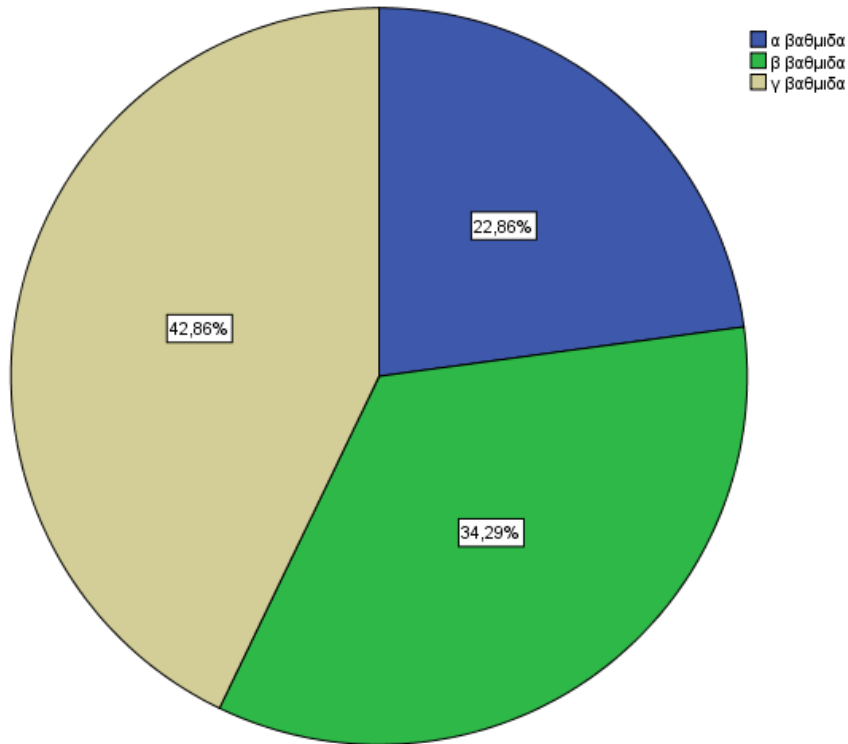
## 2. Ηλικία:



Διάγραμμα 4-ΗΛΙΚΙΑ

Οι ηλικίες των ερωτηθέντων σύμφωνα με το διάγραμμα 4 είναι οι εξής: 2 άτομα είναι μεταξύ 20 με 30 , 13 άτομα ανήκουν στην ηλικία των 30-40 . Στην ηλικία 40-50 ανήκουν 26 άτομα και τέλος στην πλειοψηφία ανήκουν τα άτομα άνω των 50 χρόνων.

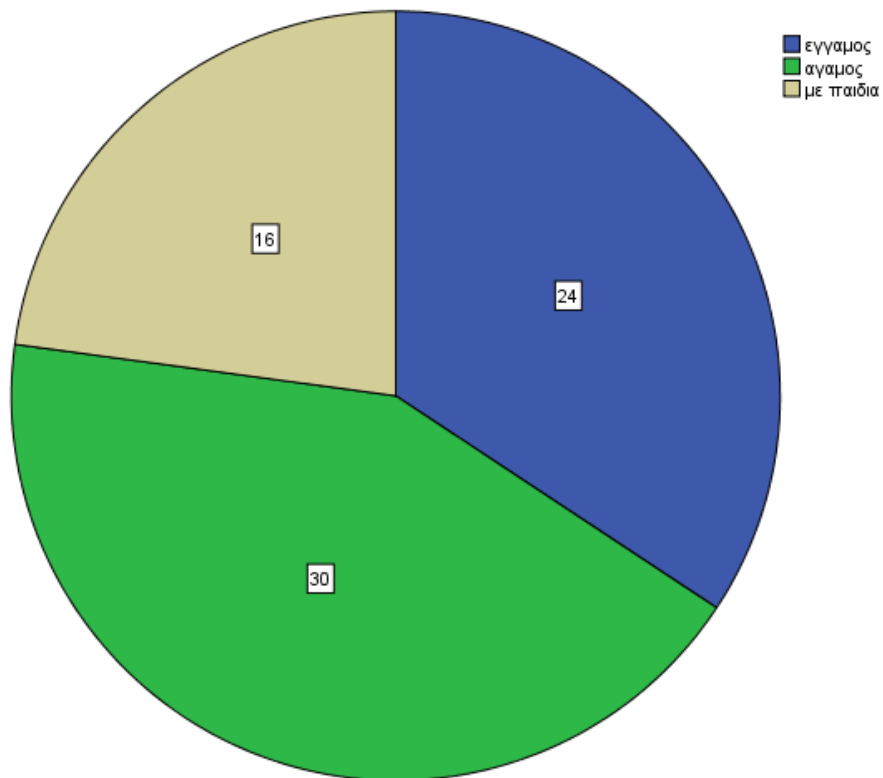
### 3. Μορφωτικό επίπεδο:



Διάγραμμα 5-ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Σύμφωνα με το διάγραμμα 5 το 42,88% ανήκει στην γ βαθμίδα εκπαίδευσης ,το 22,8% στην α βαθμίδα και τέλος το 34,29% ανήκει στην β βαθμίδα εκπαίδευσης

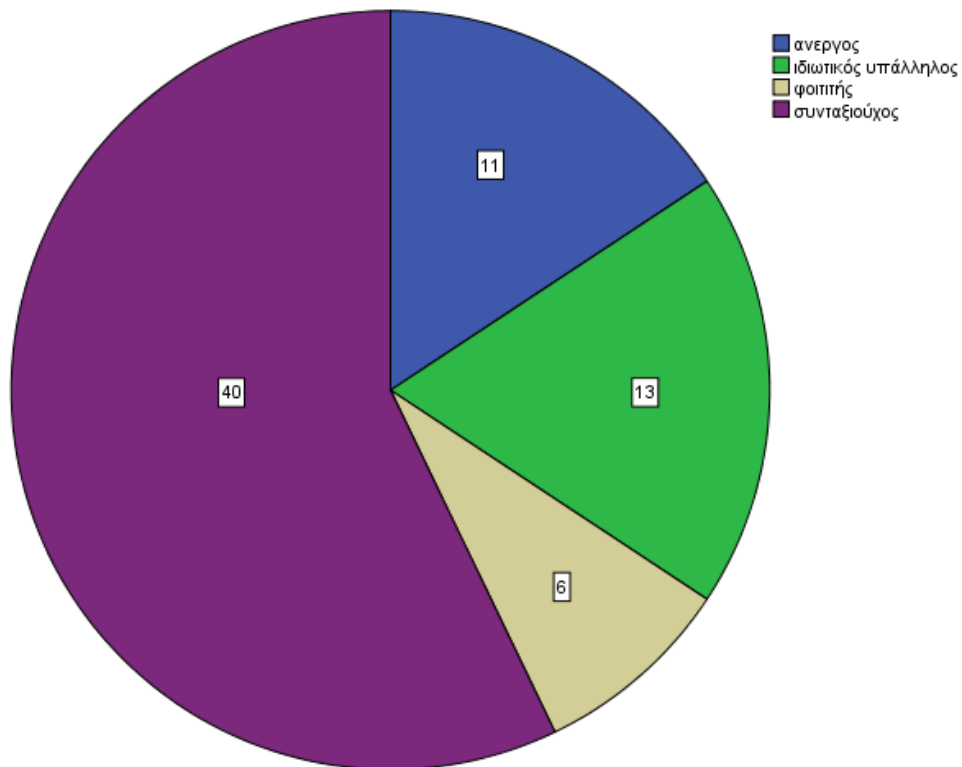
#### 4. Προσωπική κατάσταση:



Διάγραμμα 6-ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα 6 ,οι 16 από τους ερωτηθέντες έχουν παιδιά , οι 26 είναι απλά παντρεμένοι και οι 28 είναι ανύπαντροι .

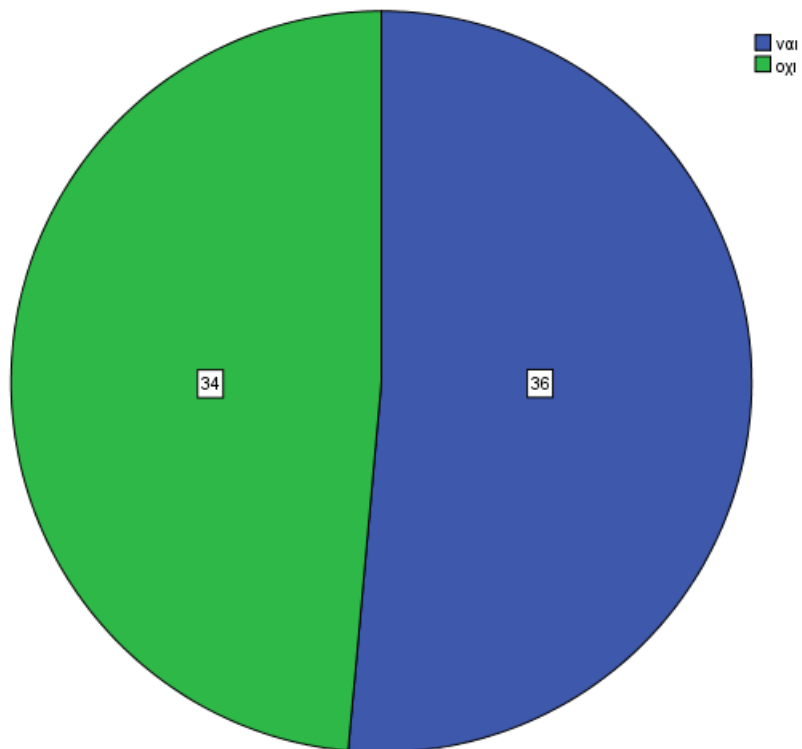
## 5. επαγγελματική κατάσταση



Διάγραμμα 7-ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Συμφώνα με το διάγραμμα 7 οι περισσότεροι είναι συνταξιούχοι (40 άτομα ), οι 6 φοιτητές .Ενώ 11 είναι άνεργοι και 13 ιδιωτικοί υπάλληλοι .

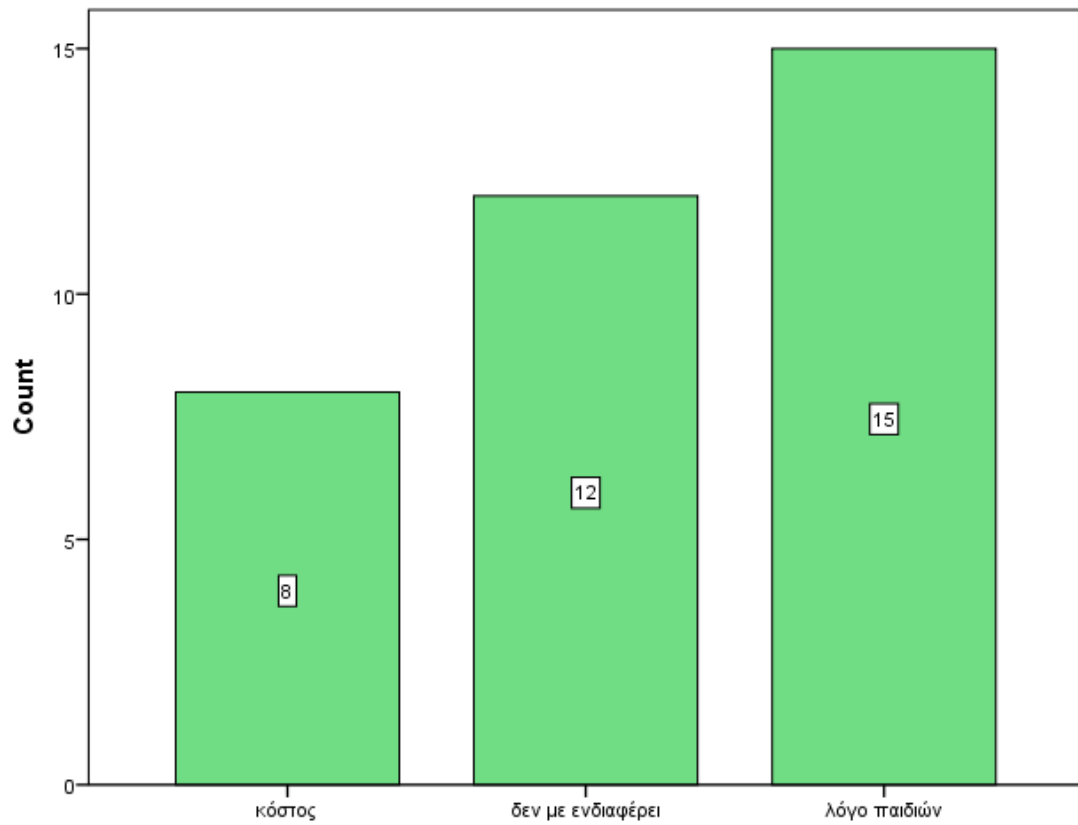
**6.πηγαίνετε εκδρομές με κρουαζιερόπλοιο:**



Διάγραμμα 8-ΕΚΔΡΟΜΕΣ

Αν συνηθίζουν να πηγαίνουν εκδρομές με το κρουαζιερόπλοιο τα αποτελέσματα έχουν ως εξής , οι 34 απάντησαν όχι ενώ οι 36 ναι .

**7. αν όχι ποιοι είναι οι λόγοι που δεν πηγαίνετε:**

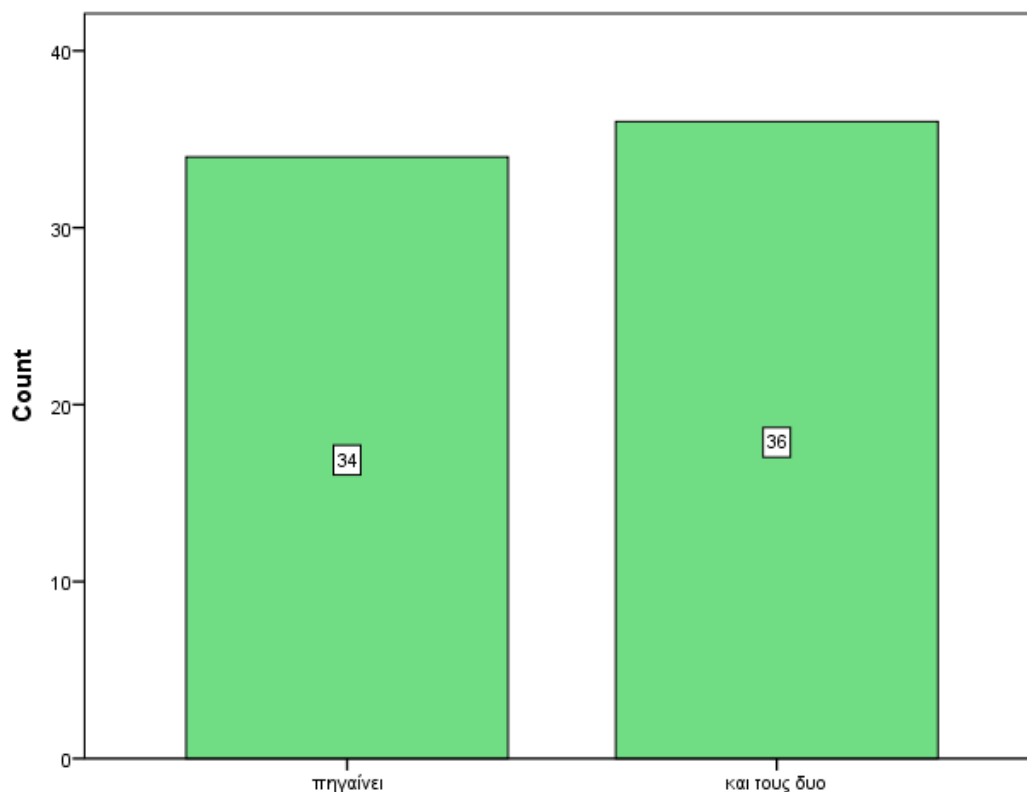


Διάγραμμα 9-ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Εξαιτίας των παιδιών αποφεύγουν να πηγαίνουν 15 άτομα , οι 12 δήλωσαν ότι τέτοιες εκδρομές δεν είναι ενδιαφέρον ενώ 8 άτομα είπαν όχι εξαιτίας του κόστους .



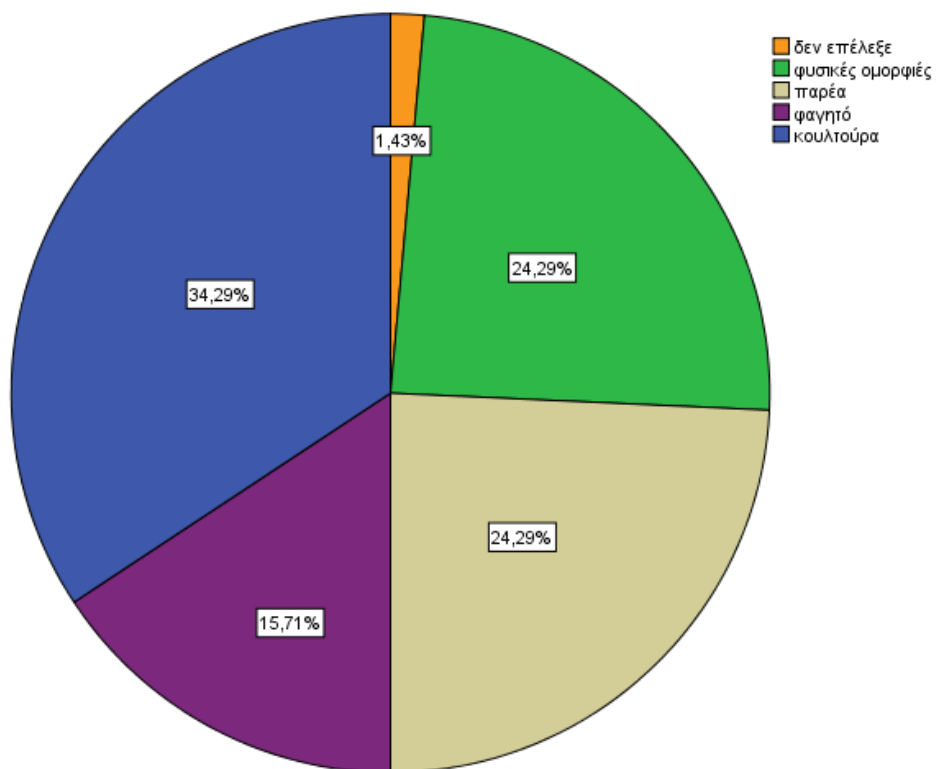
**8. Πιστευτέ ότι με την βοήθεια των κρουαζιεροπόλοιων υπάρχει ανάπτυξη στον τουρισμό στους:**



Διάγραμμα 10-ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η ανάπτυξη στους τόπους σύμφωνα με τους ερωτηθέντες γίνεται στον τόπο που πηγαίνει το κρουαζιεροπόλοιο (32 άτομα) και 36 άτομα δήλωσαν ότι γίνεται και στους δυο τόπους (αναχώρηση –προορισμό). Οι υπόλοιποι δυο δεν ήξεραν τι να απαντήσουν.

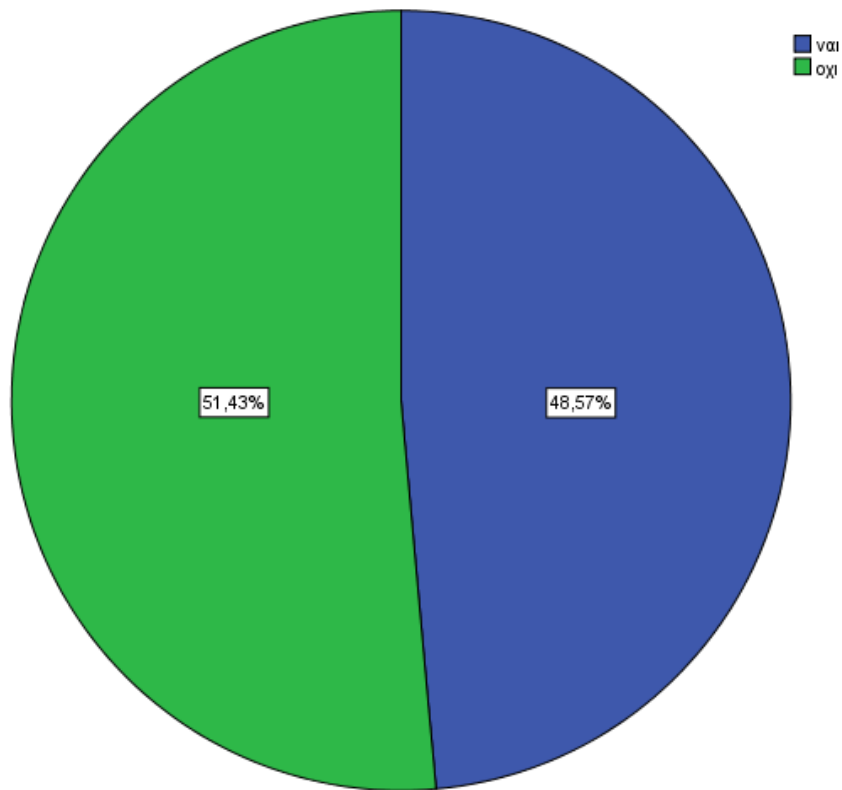
### 9. Τι σας κάνει να επισκεφτείτε ξανά το Αιγαίο :



Διάγραμμα 11-ΕΠΙΣΚΕΨΗ

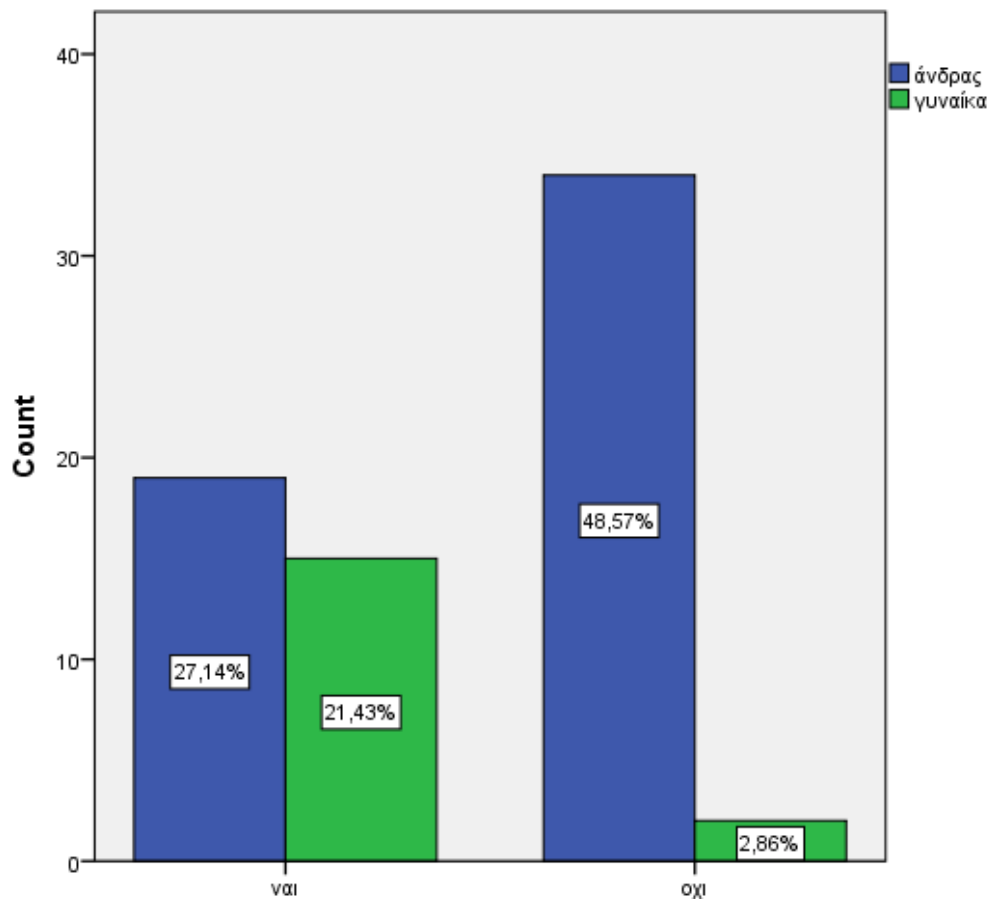
Το 27,14% δηλώνει πως ο λόγος επισκέψεως ξανά του αιγαίου είναι η παρέα τους. Το 35,71% λόγω της κουλτούρας του αιγαίου το 7,14% λόγω του φημισμένου φαγητού. Το 28,57% για να δει τις ομορφιές του αιγαίου .Το 1,43% δεν επέλεξε κάτι .

### 10. Ικανοποίηση από τις διακοπές:



Διάγραμμα 12-ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

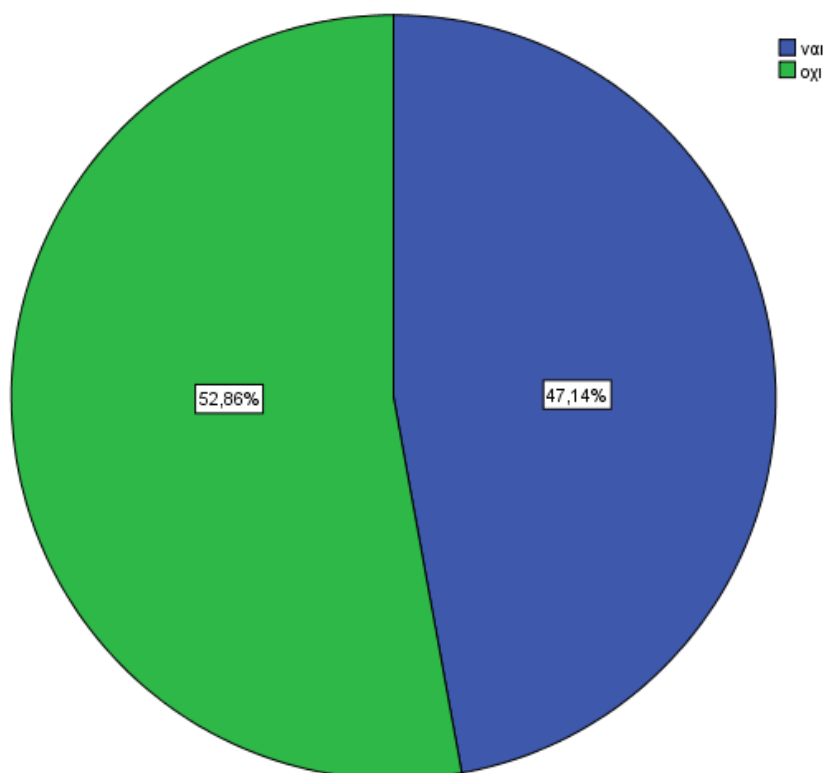
Το 48,57% δήλωσε πως δεν έμεινε ικανοποιημένο από τις διακοπές του με κρουαζιερόπλοιο αντίθετα το 51,43% δήλωσε πως έμεινε .



Διάγραμμα 12.1-ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

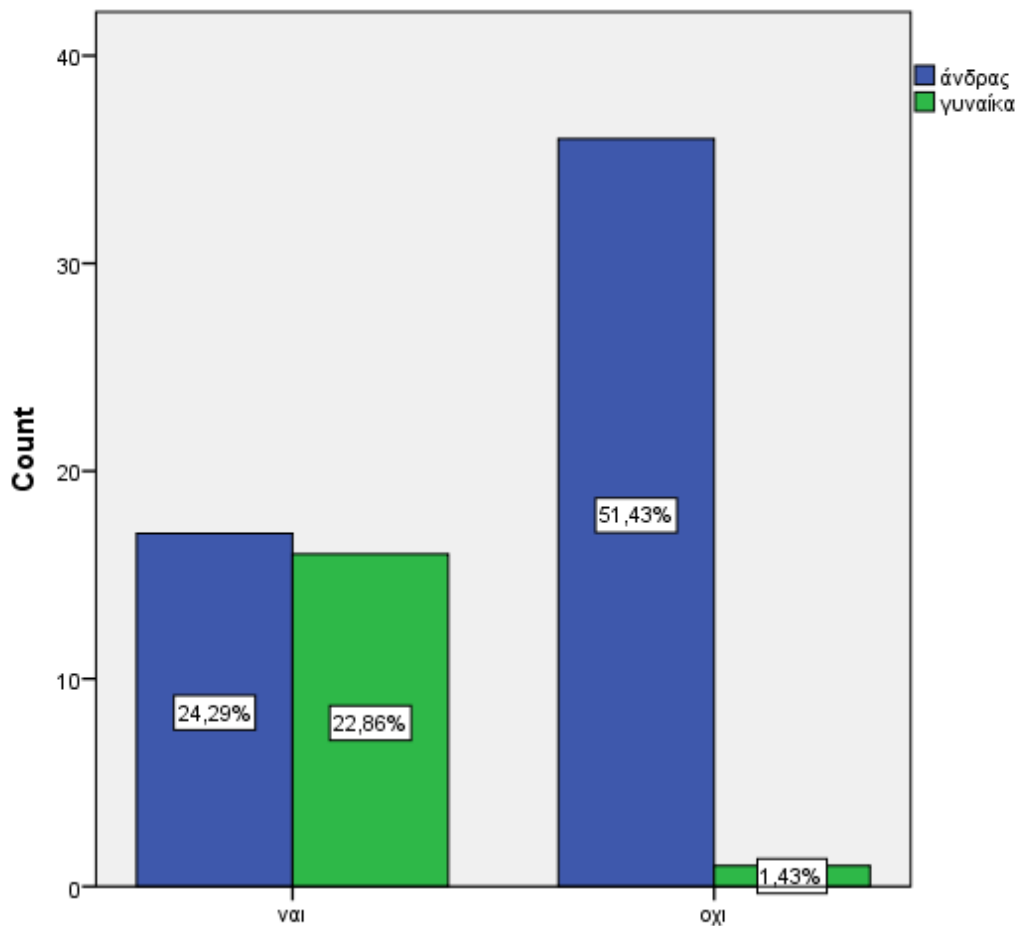
Από το 48,57% που δήλωσε ικανοποιημένο το 27,14% είναι άνδρες και το 21,43% είναι γυναίκες ενώ από αυτούς που δήλωσαν πως δεν έμειναν ικανοποιημένοι το 48,57% είναι άνδρες και το 2,86% γυναίκες.

**11. Θα ξανά επισκεπτόσασταν το Αιγαίο με κρουαζιερόπλοιο :**



Διάγραμμα 13-ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

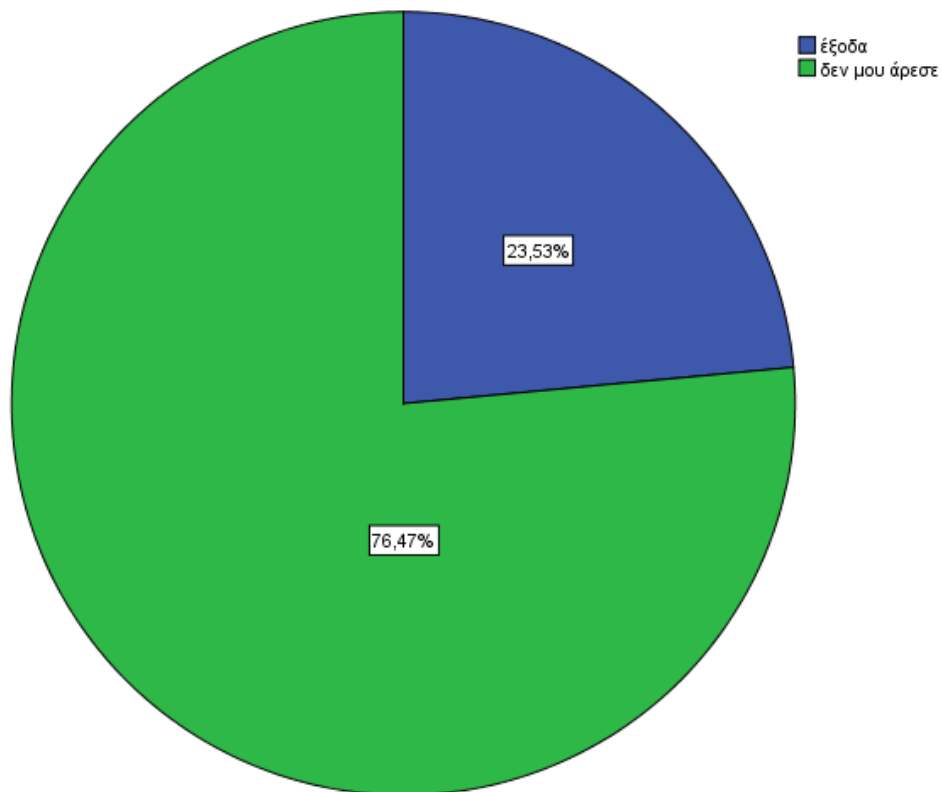
Το 52,86% δήλωσε ότι δεν θα ξανά επισκεπτόταν το αιγαίο με κρουαζιερόπλοιο ενώ το 47,14% δηλώνει πως θα το ξανά έκανε.



Διάγραμμα 13.1-ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ

Από το 52,86% που δήλωσε ότι δεν θα ξανά έρθει το 51,43% είναι άνδρες ενώ το 1,43% γυναίκες ενώ από το 47,14% που δήλωσε ότι θα ξανά έρθει το 24,29% είναι άνδρες ενώ το 22,86% γυναίκες.

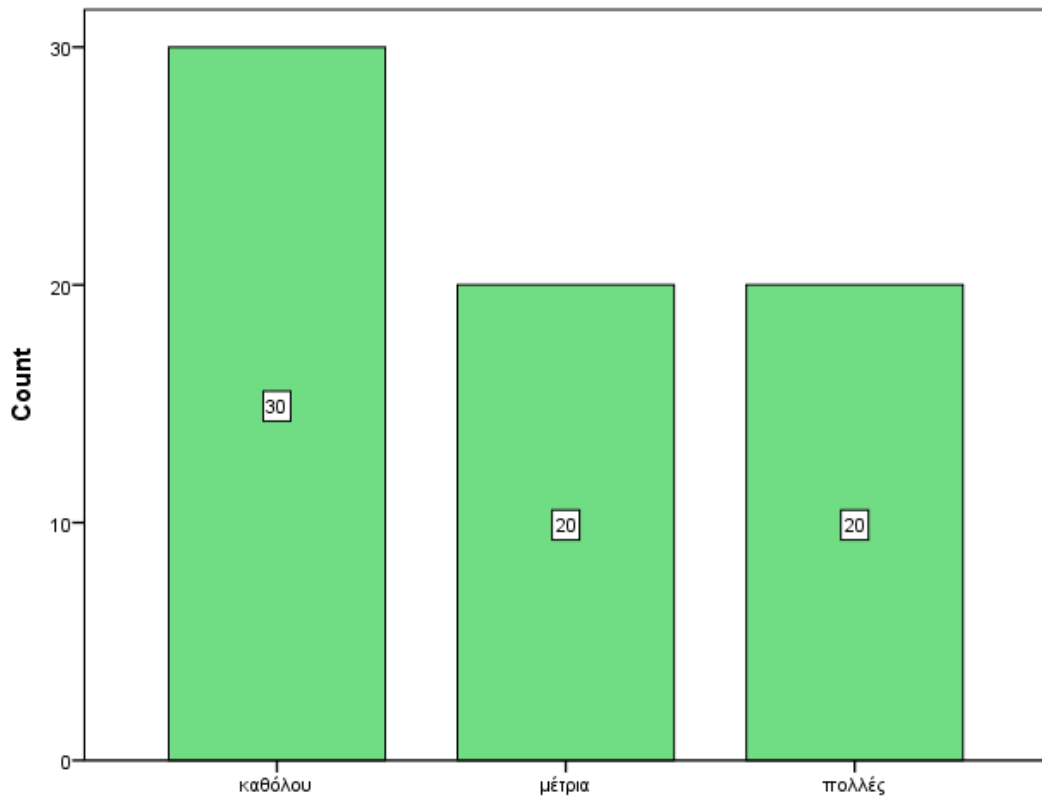
## 12. Αν όχι ,γιατί :



Διάγραμμα 14-ΑΡΝΗΤΙΚΟ

Οι λόγοι που δεν θα ξανά επισκεπτόντουσαν το Αιγαίο με κρουαζιερόπλοιο είναι για το 76,47% δεν του άρεσε και το 23,53% λόγω των εξόδων .

13. χαρακτηρίστε τις δραστηριότητες ,που σας δίνεται η δυνατότητα να κάνετε :

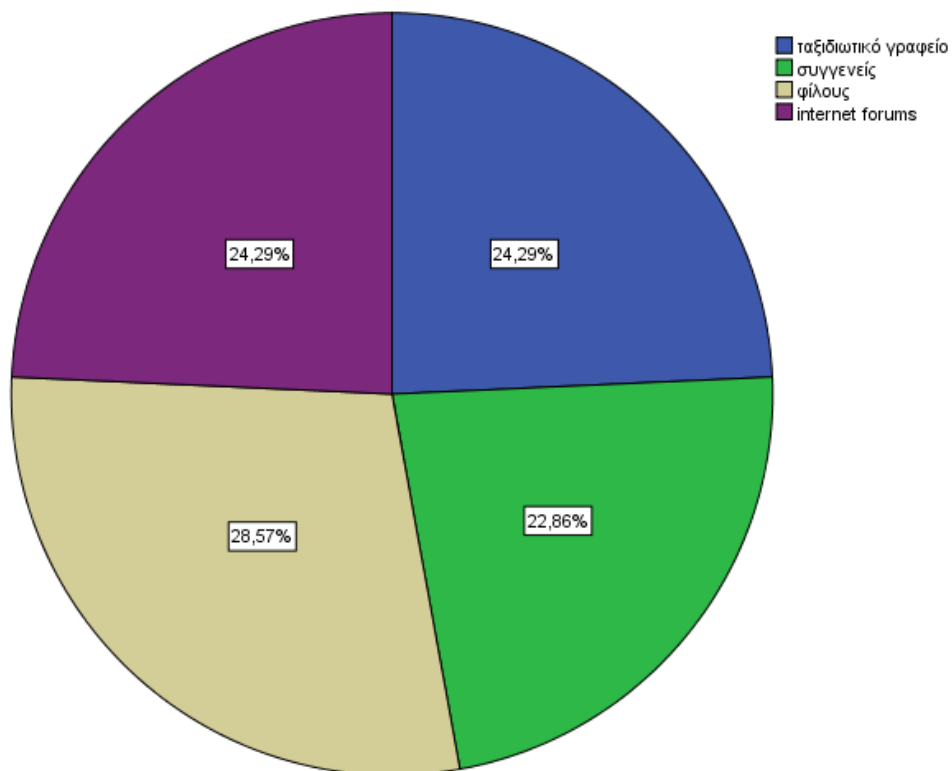


Διάγραμμα 15-ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Όπως παρατηρούμε 30 άτομα δηλώνουν ότι τέτοιες διακοπές δεν έχουν δραστηριότητες, ενώ 20 τις χαρακτηρίζουν μέτριες και μόλις 20 άτομα πολλές .



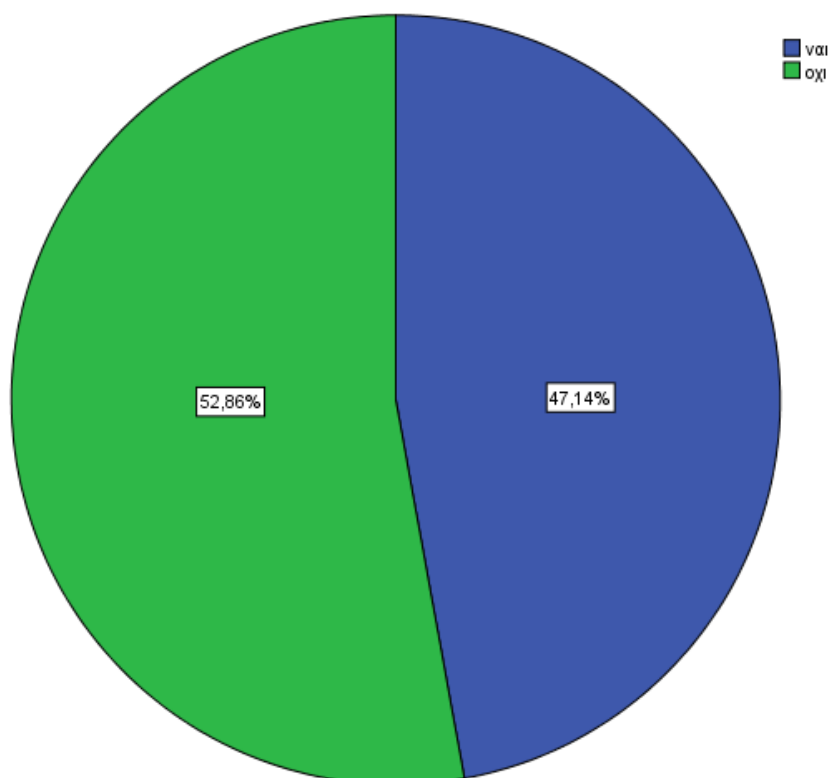
**14. Ποιος παράγοντας σας επηρεάζει περισσότερο όταν επιλέγετε μια κρουαζιέρα:**



Διάγραμμα 16-ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Οι παράγοντες που επηρέασαν τους ερωτηθέντες είναι: από συγγενείς επηρεάστηκε το 22,86% άτομα ,ενώ το 28,57% άτομα από τους φίλους τους. Από το internet επηρεάστηκε το 24,29% και το άλλο 24,29% από τα ταξιδιωτικά γραφεία .

**15. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης σας στο Αιγαίο , συμμετάσχετε σε κάποια οργανωμένη ξενάγηση ή σε εκδρομή με λεωφορείο :**



Διάγραμμα 17-ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

Το 52,86% δήλωσε πως κατά την επίσκεψη του στο αιγαίο δεν συμμετείχε σε καμία ξενάγηση ,ενώ το 47,14% δήλωσε πως συμμετείχε σε ξενάγηση .

### 4.3 Αξιολόγηση ευρημάτων έρευνας

Από τα παραπάνω αποτελέσματα παρατηρούμε ότι τα άτομα άνω των 50 συνηθίζουν να πηγαίνουν εκδρομή με κρουαζιερόπλοιο και είναι κατά κύριο λόγο συνταξιούχοι. Τα ερωτηθέντα άτομα πιστεύουν ότι υπάρχει ανάπτυξη, λόγω των κρουαζιερών, είτε στον τόπο αναχώρησης είτε στον τόπο προορισμού. Το μεγαλύτερο ποσοστό θα επισκεπτόταν το Αιγαίο λόγω της κουλτούρας και γι αυτό τον λόγο έμεινε ευχαριστημένο από αυτή την επίσκεψη και είναι πρόθυμο να πάει νέα κρουαζιέρα στο

μέρος αυτό. Το μόνο αρνητικό σε αυτή την έρευνα είναι ότι οι περισσότεροι θεωρούν ότι δεν υπάρχουν επαρκείς δραστηριότητες στις κρουαζιέρες.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο κλάδος της κρουαζιέρας συγκαταλέγεται ανάμεσα στους πλέον αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας. Η εξέλιξη του κλάδου στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είχε ως απόρροια της ανάπτυξης της κρουαζιέρας γενικότερα. Η ευρωπαϊκή αγορά ακολουθεί με αρκετή απόσταση. Αναδύομενες και πολλά υποσχόμενες είναι οι αγορές της Ασίας, της Αυστραλίας και της Λατινικής Αμερικής που με την γρήγορη αύξηση της μεσαίας τάξης και την γενικότερη ανάπτυξη που γνωρίζουν τελευταία δημιουργούνται οι απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας. Η κρουαζιέρα στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο είναι συνεχώς αυξανόμενη με την περιοχή της Μεσογείου να κατέχει δεσπόζουσα θέση σε αυτή. Η περιοχή της Μεσογείου αποτελεί ιδιαίτερα ελκυστικό προορισμό για τουρίστες και εταιρείες κρουαζιέρας καθώς διαθέτει συγκριτικά και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι άλλων περιοχών. Τα οικονομικά οφέλη της κρουαζιέρας για καθένα από τους εμπλεκόμενους παράγοντες (εταιρείες, κράτη, επιχειρήσεις, τοπικές κοινωνίες κλπ) αποτελούν ίσως τον βασικότερο λόγο ενασχόλησης τους με τον κλάδο. Για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα αλλά πολύ περισσότερο για την μεγιστοποίηση των ωφελειών και τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων απαιτούνται αλλαγές σε πολλά επίπεδα. Θα πρέπει να γίνουν σημαντικές παρεμβάσεις στις λιμενικές υποδομές αλλά και στις υποδομές των αεροδρομίων που εξυπηρετούν home-ports ώστε να μπορούν να φιλοξενήσουν διεθνείς πτήσεις. Οι επενδύσεις στις λιμενικές υποδομές θα πρέπει να κινούνται στην λογική της πολλαπλής εκμετάλλευσης τους, τόσο για την ακτοπλοΐα, την κρουαζιέρα, την μεταφορά φορτίων όσο και για την φιλοξενία μεγάλων σκαφών αναψυχής (mega yachts).

Στον τομέα του προγραμματισμού θα πρέπει να γίνεται σωστότερος προγραμματισμός των αφίξεων των κρουαζιερόπλοιων και συνδυασμός τους με τα χερσαία μέσα μεταφορών, τα ωράρια λειτουργίας των χώρων επίσκεψης και των καταστημάτων.

Στον τομέα της ασφάλειας θα πρέπει να βελτιωθούν οι ασκούμενες πρακτικές ενώ σε κάποιες περιπτώσεις θα πρέπει να γίνουν και παρεμβάσεις στις υποδομές των λιμένων (περιφράξεις, μηχανήματα αυτόματης σάρωσης κλπ).

Εν κατακλείδι, η κρουαζιέρα φαίνεται να αποτελεί μία ευκαιρία ανάπτυξης τόσο σε περιόδους οικονομικής ύφεσης όσο και γενικότερα. Στην Ελλάδα που εξαρτάται σε

μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό και την ναυτιλία, αποτελεί χαμένη ευκαιρία να μην ασχολείται σοβαρά με την κρουαζιέρα. Η ενασχόληση με την κρουαζιέρα και το πλαίσιο ανάπτυξης που θα θέτει, θα βγάλει την Ελλάδα από την δυσχερή θέση του απλού παρατηρητή των εξελίξεων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Διακομιχάλης Μ., (2011), “**Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects**”, Έρευνα σε «Transportation Economics», 21
2. Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π., (2008), Τόμος Γ’, “**Τουριστικός Τομέας**”, Έκδοση για ΕΑΠ
3. Χρήστου Ευαγ., (2009), “**Έρευνα Τουριστικής Αγοράς**”, εκδόσεις interbooks, Αθήνα
4. Διακομιχάλης Μιχαήλ (2009), “Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του”, εκδ. Σταμούλης σελ. 223
5. Διακομιχάλης Μιχαήλ (2009), “Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του”, εκδ. Σταμούλης σελ. 62

Πηγές από Ίντερνετ

1. [www.keremep-cree.org/european\\_policies2/eu\\_policies\\_3\\_gr.html](http://www.keremep-cree.org/european_policies2/eu_policies_3_gr.html), “Πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον Τουρισμό”
2. [www.eur.lex.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=com:2007:0621:FIN:EL:PDF](http://www.eur.lex.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=com:2007:0621:FIN:EL:PDF), “Ατζέντα για έναν αειφόρο και ανταγωνιστικό ευρωπαϊκό περιβάλλον”
3. [www.euro-info.gr/showProductsbyId.asp?Product\\_id=32580](http://www.euro-info.gr/showProductsbyId.asp?Product_id=32580), “Μέτρα για το περιβάλλον και τις μεταφορές”
4. [www.naftemporiki.gr](http://www.naftemporiki.gr), άρθρο “Το μέλλον του Τουρισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση”, δημοσίευση 12 Μαρτίου 2007.
5. [www.yen.gr](http://www.yen.gr), 2010
6. ICAP, Μελέτη για σκάφη αναψυχής, Ιούνιος 2009
7. Πηγή Luis Hellenic Cruises, 2010
8. Πηγή Monarch Cruises, 2010
9. <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-05-15/international-tourism-receipts-grew-4-2012>
10. <http://www.sete.gr/files/Media/Ebook/2012/Facts%20%20Figures%202012%20teliko.pdf>
11. <http://www.gnto.gr>
12. <http://cruisecollection.gr/companies/view/azamara-club-cruises>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

#### 1. Φύλο:

άνδρας  γυναίκα

#### 2. Ηλικία:

α. 20-30  β. 30-40  γ. 40-50  δ. 50+

#### 3. Μορφωτικό επίπεδο:

α. Α' βάρθμια εκπαίδευση  β. Βάρθμια εκπαίδευση   
γ. Γ' βάρθμια εκπαίδευση

#### 4. Προσωπική κατάσταση σας:

Έγγαμος   
Άγαμος   
Έγγαμος με παιδιά

#### 5. Επαγγελματική κατάσταση

Άνεργος   
Ιδιωτικός υπάλληλος   
Φοιτητής   
Συνταξιούχος

#### 6. Πηγαίνετε εκδρομές με κρουαζιερόπλοιο ?

α. Ναι  β. Όχι

#### 7. Αν όχι ποιοι είναι οι λόγοι που δεν πηγαίνετε ?

α. κόστος  β. δεν είναι ενδιαφέρον  γ. λόγω των παιδιών

**8. Πιστευτέ ότι με την βοήθεια των κρουαζιερόπλοιων υπάρχει ανάπτυξη στον τουρισμό στους:**

Τόπους που πάνε   
Τόπο το οποίο αναχωρεί το πλοίο   
Και στους δυο τόπους

**9. Τι σας κάνει να επισκεφτείτε ξανά το αιγαίο :**

Φυσικές ομορφιές   
Κουλτούρα   
Φαγητό   
Παρέα

**10. Ικανοποίηση από τις διακοπές:**

Ναι   
Όχι

**11. Θα ξανά επισκεπτόσασταν το Αιγαίο με κρουαζιερόπλοιο :**

Ναι   
Όχι

**12. Αν όχι ,γιατί :**

Λόγος των εξόδων   
Δεν έμεινα ικανοποιημένος   
Άλλο .....

**13.Χαρακτηρίστε τις δραστηριότητες ,που σας δύνεται η δυνατότητα να κάνετε :**

Καθόλου   
Μέτρια   
Πολλές   
Παρά πολλές



**14. Ποιος παράγοντας σας επηρεάζει περισσότερο όταν επιλέγετε μια κρουαζιέρα**

σύσταση από τον ταξιδιωτικό πράκτορα

σύσταση από συγγενείς

φίλους

internet forums

**15. Κατά τη διάρκεια της επίσκεψης σας στο Αίγιο , συμμετάσχετε σε κάποια οργανωμένη ξενάγηση η σε εκδρομή με λεωφορείο :**

Ναι

Όχι