



**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα το  
2014. Προκλήσεις και Προοπτικές για το μέλλον.**

**ΜΑΡΙΑ ΓΙΑΝΝΑΔΑΚΗ Α.Μ:3759**

**ΕΠΟΠΤΗΣ: Δρ. ΙΩΑΝΝΗΣ ΒΑΡΔΑΣ**

**ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟ ΕΤΟΣ 2014-5**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ**

Copyright © Γιανναδάκη Μαρία, 2014

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου για όλα αυτά τα χρόνια της στήριξης τους για την ολοκλήρωση των ακαδημαϊκών μου σπουδών.

Όσον αφορά την παρούσα εργασία θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους βοήθησαν στην ολοκλήρωσή της.

Παράλληλα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Δρ. Ιωάννη Βάρδα για τις συμβουλές και τα σχόλια του για την επιτυχή ολοκλήρωση της εργασίας μου. Επίσης την αδερφή μου, Δρ. Ιφιγένεια Γιανναδάκη για την σημαντική βοήθεια της.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει έναν πολύ σημαντικό τομέα με πολλές δυνατότητες και προοπτικές στην χώρα μας, τον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Ο θαλάσσιος τουρισμός αναγνωρίζεται επίσημα σε νομοθετικό επίπεδο με το σχετικό νόμο του 1993 στη χώρα μας και έκτοτε έχουν γίνει κάποια σημαντικά βήματα για την προώθηση και ανάπτυξη του.

Πιο συγκεκριμένα, στο Πρώτο Κεφάλαιο της παρούσας εργασίας εξετάζουμε θεμελιώδεις έννοιες και τεχνική ορολογία, όπως την έννοια του τουρισμού και μελετάμε τις διάφορες διακρίσεις και μορφές του. Εν συνεχεία, μελετήσαμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, τον επαγγελματικό, τον θρησκευτικό, τον αγροτουρισμό, τον θεραπευτικό τουρισμό, τον θαλάσσιο τουρισμό (που αποτελεί την «καρδιά» της παρούσας μελέτης), τον ορεινό τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό και τον αθλητικό τουρισμό, με ιδιαίτερη έμφαση στην κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας.

Στο Δεύτερο Κεφάλαιο, μελετάμε τα κυριότερα αποτελέσματα του τουρισμού στην Ελλάδα, θετικά και αρνητικά. Πρωτίστως, γίνεται αναφορά στις συνέπειες του τουρισμού στην οικονομία – θετικές και αρνητικές: την αύξηση της εισροής συναλλάγματος στην χώρα και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού. Επιπλέον, συζητάμε τις θετικές επιπτώσεις στην αύξηση του ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) και την γενικότερη ανάπτυξη ως συνέπεια του τομέα του τουρισμού στην χώρα. Ταυτόχρονα, συζητάμε κάποιες αρνητικές συνέπειες του τουρισμού και ειδικότερα τον εποχιακό χαρακτήρα του, που έχει ως συνέπεια, πολλοί εργαζόμενοι στον τομέα του τουρισμού (παροχή υπηρεσιών και προϊόντων) να εργάζονται μόνο

τους καλοκαιρινούς μήνες, όταν η τουριστική κίνηση βρίσκεται στο απόγειό της, ενώ οι περισσότεροι από αυτούς μένουν άνεργοι τους χειμερινούς μήνες. Επίσης, αναλύουμε την θετική και αρνητική επίδραση του τουρισμού στη χώρα μας (το πρόβλημα της υπεράντλησης των υδάτων, που έχει ως αποτέλεσμα ελλείψεις σε υδάτινους πόρους, την αύξηση των αποβλήτων/ λυμάτων και την υποβάθμιση του περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων). Συμπληρωματικά σε αυτά, συζητάμε τις αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού στο τεχνητό περιβάλλον.

Στο Τρίτο Κεφάλαιο, επικεντρωνόμαστε στον θαλάσσιο τουρισμό και την ανάπτυξή του στη χώρα μας. Συζητάμε με λεπτομέρεια το είδος αυτό τουρισμού και τις διάφορες υποκατηγορίες του, με έμφαση στα στατιστικά στοιχεία σχετικά με την ανάπτυξη των μορφών θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα.

Στο Τέταρτο Κεφάλαιο, επιχειρούμε τη SWOT ανάλυση του θαλάσσιου τουρισμού, όπου αναλύουμε τα «δυνατά στοιχεία» του, τις «αδυναμίες» του, τις «ευκαιρίες» για περεταίρω ανάπτυξη και τις «απειλές», ώστε να καταλήξουμε στην παρουσίαση μιας ολοκληρωμένης εικόνας για την θαλάσσια τουριστική βιομηχανία στη χώρα μας, που είναι ένας από τους σημαντικότερους στόχους της διπλωματικής εργασίας.

Στο Πέμπτο Κεφάλαιο, η έμφαση είναι στις προκλήσεις που ο ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός αντιμετωπίζει στη χώρα μας, με έμφαση στις υποδομές, και κυρίως την κατάσταση των μαρίνων και των λιμανιών. Επίσης, μεγάλη έμφαση δίνεται στην μεγάλη πρόκληση του ανταγωνισμού της Ελλάδας με άλλες Μεσογειακές χώρες, οι οποίες προσφέρουν παρόμοια τουριστικά προϊόντα. Εξετάζουμε, ακόμη, στατιστικά στοιχεία που αφορούν τους βασικότερους ανταγωνιστές της

χώρας μας, την Κροατία, την Ιταλία, την Ισπανία και την Τουρκία. Τέλος, εξετάζουμε το ρόλο της φορολογικής πολιτικής και νομοθεσίας σχετικά με συγκεκριμένες μορφές της τουριστικής δραστηριότητας και την εισαγωγή νομοθεσίας ευνοικής για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, όπως η άρση του «καμποτάζ».

Στο Έκτο Κεφάλαιο, δίνουμε έμφαση στις προοπτικές του τουρισμού στη χώρα μας μέσα από μια σειρά πρωτοβουλιών που η Ελλάδα είναι απαραίτητο να εξετάσει προκρινόμενου να καταστήσει το θαλάσσιο τουριστικό προϊόν της πιο ανταγωνιστικό σε σχέση με τις γειτονικές χώρες. Αυτό θα ήταν εφικτό όχι μόνο με την ανάπτυξη νέων θαλάσσιων σπορ, αλλά, ακόμη, με την υιοθέτηση αποτελεσματικών τακτικών για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και την εισαγωγή ακόμη ευνοικότερης νομοθεσίας για την προσέλκυση επενδυτικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα. Η συνεχόμενη εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα θα έπρεπε, επίσης, να αποτελεί κεντρικό σημείο αναφοράς κάθε πρωτοβουλίας για την βελτίωση του θαλάσσιου ελληνικού προϊόντος (παροχή υπηρεσιών και ποιότητα υλικών αγαθών).

Τέλος, ακολουθούν τα «Συμπεράσματα» από αυτή τη μελέτη και η «Βιβλιογραφία».

## SUMMARY

The present study is devoted to one crucial sector of the Greek economy with many prospects of further development in our country, the sea tourism. The sea tourism is legally (in legislation) recognised as such in 1993 and it has been done important work on the development of this sector and the advertisement of our sea tourism products.

More specifically, in Chapter 1 of the present study, we discuss the fundamental technical terminology, such as the notion of 'tourism' and we study the various forms of tourism and categories. We then discuss the categories of alternative tourism (business, religious, agricultural, therapeutic/healing, sea tourism (which consists the 'heart' of the present dissertation), the mountaineering adventure tourism, the cultural, and the athletic, with special emphasis on the current situation of all these types of tourism in our country.

In Chapter 2, we discuss the consequences of tourism in the economy of our country, both the positive and negative impact: the increase of the currency and the creation of new jobs in the tourist market. In addition we discuss the increase in the GDP of the country and the general development this sector contributes to the economy of the country overall. However, we discuss some negative aspects of tourism and especially its 'seasonal' character, which has as a result many employees in business and services, related directly or indirectly with tourism, to work only the summer months, when tourism is at its peak, while most of them are unemployed during the winter season. We also analyse the positive and negative impact of tourism industry in our country from the environmental point of view (the overuse of water supply, which creates shortage, the increase of waste and the subsequent pollution resulting from that, degradation of physical

environment and species of animals and plants). Complementary to these, there are other negative consequences regarding the man-made environment.

In Chapter 3, we focus on the sea tourism and its development in our country. We discuss in detail this type of tourism and its various types with emphasis on the statistics about its development in Greece.

In Chapter 4, we attempt a detailed S.W.O.T analysis where all the four elements, 'strengths', 'weaknesses', 'opportunities' and 'threats' are given separate consideration, so that we draw a complete picture about the sea tourism industry of our country, which is one the most crucial aim of the present work.

In Chapter 5, we focus specifically on the challenges that tourism is facing in our country, with regards to infrastructure and especially, the condition of ports and marinas. We also emphasise the important challenge of competition of Greece with other Mediterranean countries which offer similar sea tourism products. We, also, examine the statistics with regards to Croatia, Italy, Spain, and Turkey. Finally, we touch upon the crucial role of the taxation policies of our country with regards to certain touristic activities and the introduction of a law recalling 'cabotage'.

In Chapter 6, we focus on the prospects of tourism in our country though a variety of initiatives Greece should consider in order to offer a competitive touristic product in comparison with other neighbouring countries. This would be possible not only with the development of new water sports, but also with adapting effective strategies for promoting its touristic product and pass beneficial legislation for attracting investors in Greek tourism industry. The continuous training of the employees in this sector and their professional development should also be central in any



initiative for the country to be able to offer high quality services and goods to the tourists which visit Greece.

Chapter 6 is followed by the 'Conclusions' section and the 'Bibliography'.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Copyright.....	2
Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	4
SUMMARY.....	7
<b>ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....</b>	<b>13</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>14</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Τουρισμός: Γενικές Έννοιες και ορολογία.....</b>	<b>15</b>
1.1 Η Έννοια του Τουρισμού.....	15
1.2 Διακρίσεις του τουρισμού.....	17
1.3 Η Έννοια του τουρίστα και του τουριστικού προϊόντος.....	19
1.4 Είδη/ Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.....	21
1.4.1. Επαγγελματικός Τουρισμός.....	22
1.4.2 Θρησκευτικός Τουρισμός.....	24
1.4.3 Ο Αγροτουρισμός.....	25
1.4.4 Τουρισμός Υγείας ή Ιαματικός/ Θεραπευτικός τουρισμός.....	26
1.4.5 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	26
1.4.6 Ορεινός Τουρισμός.....	27
1.4.7 Πολιτιστικός Τουρισμός.....	28
1.4.8 Αθλητικός Τουρισμός.....	28
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Αποτελέσματα του Τουρισμού στην Ελλάδα.....</b>	<b>29</b>
2.1 Θετικές επιπτώσεις στην Οικονομία.....	29
2.2 Αρνητικές επιπτώσεις στην Οικονομία.....	35
2.3 Επιπτώσεις του Τουρισμού στο Φυσικό και Τεχνητό Περιβάλλον.....	36

2.3.1 Θετικές Συνέπειες στο Φυσικό Περιβάλλον.....	37
2.3.2 Αρνητικές Συνέπειες στο Φυσικό Περιβάλλον.....	38
2.3.3 Συνέπειες στο Τεχνητό Περιβάλλον.....	42
2.3.4 Συνέπειες τουρισμού στην Κοινωνία.....	43
2.4 Συνέπειες τουρισμού για τον Παραθεριστή-Τουρίστα.....	46

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο θαλάσσιος Τουρισμός στην**

Ελλάδα.....	47
3.1 Το θαλάσσιο σκι.....	48
3.2 Ιστιοπλοΐα.....	50
3.3 Ιστιοσανίδα.....	53
3.4 Καταδύσεις.....	55
3.5 Κρουαζιέρες.....	57
3.6 Κανό ή Καγιάκ.....	59
3.7 Θαλάσσιο Αλεξίπτωτο.....	61

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: S.W.O.T Ανάλυση Θαλάσσιου Τουρισμού.....**

4.1 Ανάλυση S.W.O.T.....	61
4.1.1 «Δυνάμεις».....	63
4.1.2 «Αδύνατα σημεία».....	65
4.1.3 «Ευκαιρίες».....	69
4.1.4 «Απειλές».....	73

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Προκλήσεις Θαλάσσιου Τουρισμού.....**

5.1 Προκλήσεις.....	77
5.1.1 Υποδομές Θαλάσσιου Τουρισμού.....	78
5.1.1.1 Λιμάνια Τερματικά Κρουαζιερόπλοιων.....	79
5.1.1.2 Μαρίνες.....	80
5.1.3 Το ζήτημα του Ανταγωνισμού.....	84

5.1.3.1 Κροατία.....	90
5.1.3.2 Ιταλία.....	92
5.1.3.3 Ισπανία.....	95
5.1.4 Η Φορολογική Προσέγγιση.....	97
5.1.5 Η άρση του «Καμποτάζ».....	100
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Προοπτικές θαλάσσιου Τουρισμού.....</b>	<b>103</b>
6.1 Σημαντικές Προοπτικές σε καταδυτικά πάρκα.....	104
6.2 Επένδυση σε νέα θαλάσσια σπορ.....	106
6.3 Διαφήμιση τουριστικού προϊόντος μέσω διαδικτύου.....	108
6.4 Αναβάθμιση Υποδομών.....	109
6.5 Πλήρης Απελευθέρωση Κρουαζιέρας.....	109
6.6 Ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου Δυναμικού.....	110
6.7 Καταπολέμηση Εποχικότητας Θαλάσσιου Τουρισμού.....	111
6.8 Καθαρισμός θαλασσών και ακτών (Πρόγραμμα «Μπλε Σημαίες»).....	111
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Συμπεράσματα.....</b>	<b>111</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>114</b>

## ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Πίνακας 1.....	31
Διάγραμμα 1.....	33
Πίνακας i.....	32
Πίνακας 2.....	67
Πίνακας 3.....	71
Πίνακας 4.....	75
Πίνακας 5.....	83-84
Πίνακας 6.....	85-86
Πίνακας 7.....	86-87
Διάγραμμα 2.....	89
Πίνακας 8.....	90-91
Πίνακας 9.....	95-96
Πίνακας 10.....	97

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Τουρισμός είναι μια από τις πλέον έντονες μαζικές κοινωνικές εκδηλώσεις της παγκόσμιας κοινότητας με έντονα ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Η μαζική αυτή κοινωνική εκδήλωση που αναπτύχθηκε με έντονο ρυθμό στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα, αποτελεί σήμερα μια βιομηχανοποιημένη δραστηριότητα, η οποία έχει αναχθεί σε σημαντικό παράγοντα του εξωτερικού εμπορίου και σε κύρια πηγή εισροής συναλλάγματος, ενώ παράλληλα έχει συμβάλει στην δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος σε πολλές χώρες υποδοχής των τουριστών.<sup>1</sup>

Η Ελλάδα αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως και την τελευταία δεκαετία ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά, πράγμα που δηλώνει ότι το σημερινό προφίλ του τουρίστα απαιτεί διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας καθώς και την ανάπτυξη αντίστοιχης υποδομής για την προσέλκυση όσον το δυνατό μεγαλύτερου αριθμού τουριστών. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν καταλυτικό παράγοντα για την ανάπτυξη υποδομών και μετά την επιτυχή διοργάνωσή τους η Ελλάδα σημείωσε σημαντική αύξηση στις επισκέψεις τουριστών.

Σε αυτή την διπλωματική εργασία σκοπός μας είναι η μελέτη του τουρισμού στην Ελλάδα και ειδικότερα του θαλάσσιου τουρισμού καθώς και οι εξέλιξή του, κυρίως στο 2014. Έκτος από την εξέλιξή του, τις μορφές και τα χαρακτηριστικά του, θα διερευνήσουμε τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει και τις προοπτικές του για την οικονομία και ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Στο πρώτο κεφάλαιο θα εξετάσουμε την έννοια του τουρισμού και θα αναλύσουμε τις μορφές του.

---

<sup>1</sup> Λαγος Δ. (2005) 31.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα μελετήσουμε τα οφέλη και τις επιπτώσεις του τουρισμού στην οικονομία, την τοπική κοινωνία της χώρας υποδοχής αλλά και για τον επισκέπτη-τουρίστα. Φτάνοντας στο τρίτο κεφάλαιο θα εξετάσουμε την έννοια του θαλάσσιου τουρισμού, του κεντρικού ζητήματος της παρούσας εργασίας, καθώς και τις μορφές του. Στο τέταρτο κεφάλαιο θα εξετάσουμε τις συνέπειες του θαλάσσιου τουρισμού (πραγματοποιώντας SWOT ανάλυση). Το πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται στην εξέλιξη του θαλάσσιου τουρισμού έως σήμερα και τις μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στη χώρα μας, ενώ το έκτο πραγματεύεται τις προοπτικές του θαλάσσιου τουρισμού στη χώρα μας και ακολουθούν τα συμπεράσματα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΛΟΓΙΑ**

### **1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στο δυτικό πολιτισμό οργανωμένα ταξίδια με τη βοήθεια των υλικών υποδομών με σκοπό την παρατήρηση αξιοθέατων και με έμφαση σε συγκεκριμένους προορισμούς και για συγκεκριμένες εμπειρίες μπορούν να εντοπιστούν στην αρχαία Ελλάδα και Ρώμη, στις οποίες μπορούν να αναχθούν οι ρίζες και των ταξιδιών με σκοπό την επίσκεψη ιστορικών χώρων αναγνωρισμένης πολιτισμικής σημασίας και ταξιδιών αναψυχής σε θαλάσσιες περιοχές.<sup>2</sup>

Από γλωσσικής πλευράς, ο όρος «τουρισμός» δηλώνει την προσωρινή μετακίνηση ατόμων ή ομάδων από τον τόπο διαμονής τους σε άλλες

---

<sup>2</sup> Encyclopaedia Britannica, λήμμα «tourism». Για παράδειγμα τα επτά θαύματα του κόσμου έγιναν τόπος επίσκεψης για τους Έλληνες και τους Ρωμαίους.

περιοχές (της χώρας τους ή του εξωτερικού), με στόχο την επίσκεψη αξιοθέατων και γενικότερα την αναψυχή ή κάποιο ειδικό σκοπό.<sup>3</sup>

Ως προς την τεχνική σημασία του όρου, λόγω της ανάγκης συμφωνίας μεταξύ των διεθνών φορέων για την συνεργασία και κατανόηση της σημασίας του τουρισμού, γεννήθηκε η ανάγκη καθορισμού του περιεχομένου του όρου, αποδεκτού από τη διεθνή κοινότητα. Πιο συγκεκριμένα, ο World Tourism Organisation (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού) ορίζει τον τουρισμό (ύστερα από προσπάθειες που διήρκησαν σχεδόν τρία χρόνια) ως «ένα κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο το οποίο αφορά στην μετακίνηση ανθρώπων σε χώρες ή περιοχές εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για προσωπικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς. Αυτοί οι άνθρωποι καλούνται επισκέπτες (οι οποίοι μπορεί να είναι είτε τουρίστες είτε εκδρομείς, ντόπιοι ή μη ντόπιοι) και ο τουρισμός έχει να κάνει με τις δραστηριότητές τους, κάποιες από τις οποίες σχετίζονται με τουριστικές δαπάνες. Ως τέτοιος, ο τουρισμός έχει συνέπειες στην οικονομία, το φυσικό και τεχνητό περιβάλλον, τον ντόπιο πληθυσμό στον τόπο προορισμού και συνέπειες στους τουρίστες τους ίδιους. Λόγω των αποτελεσμάτων του τουρισμού σε όλα αυτά τα επίπεδα, η ευρεία γκάμα και ποικιλία των παραγόντων που επηρεάζουν την παραγωγή εκείνων των προϊόντων και των υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται από τους επισκέπτες και λόγω των πολλών παραγόντων που σχετίζονται με τον τουρισμό ή επηρεάζονται από αυτόν, υπάρχει η ανάγκη για μια συνολική προσέγγιση στην εξέλιξη του τουρισμού, στη διαχείριση και στην παρατήρησή του. Αυτή η προσέγγιση συστήνεται ανεπιφύλακτα ούτως ώστε να διαμορφώσει εθνικές και

---

<sup>3</sup> Μπαμπινιώτης (2012).



τοπικές τουριστικές πολιτικές καθώς και τις απαραίτητες διεθνείς συμφωνίες ή άλλες διαδικασίες σχετικές με τον τουρισμό».<sup>4</sup>

## 1.2 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ<sup>5</sup>

Ο τουρισμός παρουσιάζει επιμέρους διακρίσεις ανάλογα με τη χώρα προέλευσης των τουριστών, τη χρονική διάρκεια των τουριστικών δραστηριοτήτων, την κινητικότητα του τουρίστα κατά τον χρόνο παραμονής του σε έναν προορισμό και, τέλος, το σκοπό του ταξιδιού. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το κριτήριο προέλευσης των τουριστών ο τουρισμός διακρίνεται σε εσωτερικό και εξωτερικό. Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας και δεν ξεπερνά τα φυσικά της όρια. Αντίθετα, ο εξωτερικός τουρισμός ορίζεται ως η μετακίνηση που πραγματοποιείται από τους κατοίκους μίας χώρας, όταν την εγκαταλείπουν προσωρινά για να επισκεθθούν μία άλλη, ώστε να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες. Επίσης, η τελευταία κατηγορία συμπεριλαμβάνει και τους κατοίκους άλλων χωρών που επισκέπτονται έναν προορισμό ή όταν μόνιμοι κάτοικοι της χώρας υποδοχής επισκέπτονται άλλες χώρες για τουριστικούς σκοπούς. Ανάλογα με την περίοδο διεξαγωγής του ο τουρισμός χωρίζεται σε εποχιακό και συνεχή. Χαρακτηριστικό του εποχιακού τουρισμού είναι ότι δεν διαρκεί όλο το χρόνο μιας και οι σχετικές τουριστικές δραστηριότητες επηρεάζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις διάφορες εποχές στον τουριστικό προορισμό. Οι πιο αντιπροσωπευτικές μορφές αυτής της κατηγορίας είναι ο θερινός τουρισμός και ο χειμερινός τουρισμός. Σε αντίθεση με τον εποχιακό τουρισμό, ο συνεχής

<sup>4</sup> <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (WTO).

<sup>5</sup> Ενώ οι διακρίσεις του τουρισμού από σύγχρονους μελετητές γίνονται με τα ίδια κριτήρια, κάποιες φορές η ορολογία που χρησιμοποιούν για να περιγράψουν αυτές τις κατηγορίες ποικίλει. Στην παρούσα εργασία θα χρησιμοποιούμε την ορολογία όπως αναλύεται στην ενότητα αυτή.

πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και δεν επηρεάζεται από κλιματολογικές συνθήκες ή άλλους εξωτερικούς παράγοντες. Οι πιο αντιπροσωπευτικές μορφές αυτής της κατηγορίας είναι ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων, ο τουρισμός εκθέσεων, ο τουρισμός πόλεως και ο μορφωτικός τουρισμός.

Με βάση την κινητικότητα του τουρίστα κατά την παραμονή του στο χώρο που επισκέπτεται, έχουμε τη διάκριση σε στατικό και κινητικό τουρισμό. Στατικό τουρισμό έχουμε συνήθως, όταν ο τουρίστας διαμένει σε ένα ξενοδοχείο παραθέρισης και παραμένει εκεί καθ' όλη την διάρκεια της διαμονής του. Αυτό μπορεί να συμβαίνει λόγω πίεσης χρόνου ή από ανάγκη για ξεκούραση του τουρίστα. Αντίθετα, κινητικό τουρισμό έχουμε όταν ο τουρίστας επιθυμεί να εξερευνήσει την χώρα που επισκέπτεται και μετακινείται από τον χώρο παραμονής του στον προορισμό που επισκέπτεται.

Με κριτήριο την ηλικία του τουρίστα ο τουρισμός διακρίνεται σε νεανικό και τουρισμό «τρίτης ηλικίας». Ο νεανικός τουρισμός αποτελείται από άτομα περίπου από 18-30 ετών που προτιμούν συγκεκριμένες μορφές τουρισμού. Αυτή η κατηγορία ατόμων συγκεντρώνονται σε προορισμούς με αυξημένο αριθμό ατόμων και τουριστικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με την έντονη δραστηριότητα σε χώρους αναψυχής ή αθλητικής δραστηριότητας. Το αντίθετο συμβαίνει με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, τα οποία συνήθως επιλέγουν ήσυχα μέρη για τις διακοπές τους. Το ποσοστό των τουριστών της «τρίτης ηλικίας» ολοένα και αυξάνεται λόγω του ελεύθερου χρόνου και του σταθερού εισοδήματος των τουριστών που περιλαμβάνονται σε αυτήν την κατηγορία.

Τέλος, ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων, ο τουρισμός χωρίζεται σε μαζικό και ατομικό. Ο μαζικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την

ομαδική συμμετοχή των ατόμων στην τουριστική δραστηριότητα. Αυτή η μορφή τουρισμού χαρακτηρίζεται από την από κοινού οργάνωση του ταξιδιού και την επιλογή του τόπου διακοπών. Αντίθετα, ο ατομικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη και ατομική διοργάνωση τουριστικής δραστηριότητας από τους τουρίστες ατομικά. Αυτή η κατηγορία τουρισμού συνδυάζει ατομικά μέσα μετακίνησης όπως αυτοκίνητο, σκάφος κτλ.

### 1.3 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΚΑΙ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Γλωσσικά, ο όρος «τουρίστας» («τουρίστρια») αναφέρεται στο «πρόσωπο που επισκέπτεται για ένα χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του εικοσιτετραώρου (κυρίως σε περίοδο διακοπών) μια περιοχή για τα αξιοθέατά της και για αναψυχή».<sup>6</sup> Παρομοίως, σύμφωνα με την ορολογία του Διεθνούς Οργανισμού Τουρισμού ο τουρίστας είναι ένας επισκέπτης (ντόπιος, εσωτερικός ή εξωτερικός επισκέπτης) που το ταξίδι του/της περιλαμβάνει διαμονή που διαρκεί περισσότερο της μιας βραδιάς.<sup>7</sup>

Μια βασική διάκριση που πρέπει να αναφερθεί σχετικά με τον ορισμό είναι η διάκριση μεταξύ «τουριστών» και «εκδρομέων». Οι τουρίστες είναι άτομα που επισκέπτονται έναν προορισμό και διαμένουν σε αυτόν τουλάχιστον για ένα εικοσιτετράωρο και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές οι διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, συμμετοχή σε συνέδρια κτλ. Αντίθετα, οι εκδρομείς είναι άτομα που επισκέπτονται έναν προορισμό και διαμένουν σε αυτόν λιγότερο από ένα εικοσιτετράωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οι επιβάτες

---

<sup>6</sup> Μπαμπινιώτης (2012).

<sup>7</sup> <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (WTO).

κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που ταξιδεύουν αυθημερόν χωρίς να διανυκτερεύσουν, πληρώματα πλοίων, αεροπλάνων κτλ.<sup>8</sup>

Το «τουριστικό προϊόν» είναι μια σύνθετη έννοια που είναι δύσκολο να ορισθεί μιας και απαρτίζεται από προϊόντα, υπηρεσίες και φυσικά στοιχεία (φυσικός πλούτος μιας χώρας, π.χ θάλασσες, βουνά, ιστορικά μνημεία κτλ.). Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνει υπηρεσίες που αφορούν στην διαμονή των τουριστών, υπηρεσίες που σχετίζονται με την παροχή τροφής, σιδηροδρομικό και οδικό δίκτυο καθώς και μέσα θαλάσσιων μεταφορών/ συγκοινωνιών και αερομεταφορών. Το τουριστικό προϊόν, επίσης, περιλαμβάνει την ενοικίαση μεταφορικών μέσων, ταξιδιωτικές εταιρείες και άλλες υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών που ασχολούνται με την οργάνωση τουριστικής δραστηριότητας. Ακόμη το τουριστικό προϊόν περιλαμβάνει υπηρεσίες πολιτισμικής φύσεως, αθλητική δραστηριότητα και συγκεκριμένες υπηρεσίες ή αγαθά που εξαρτώνται από τον εκάστοτε προορισμό.<sup>9</sup>

Αξίζει να σημειώσουμε, ειδικότερα, ότι η ευρύτερη γεωγραφική περιοχή στην οποία βρίσκεται η χώρα μας, η Μεσόγειος, αποτελεί ένας από τους πιο διάσημους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ο εξωτερικός μαζικός τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται στις νησιωτικές περιοχές της Μεσογείου ύστερα από τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Στη χώρα μας, τουριστική ανάπτυξη άρχισε να εμφανίζεται από τη δεκαετία του 1960 οπότε άρχισε να αυξάνεται και ο αριθμός των τουριστών. Ο κορμός της Ελληνικής τουριστικής δραστηριότητας είναι ο τουρισμός του «ήλιου και της θάλασσας», δηλαδή οι καλοκαιρινές διακοπές των τουριστών σε παραθαλάσσιες περιοχές. Σύμφωνα με τη

---

<sup>8</sup> Πρβλ. ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)  
[http://sete.gr/\\_fileuploads/basic\\_tourism\\_terminology/OrismoisStatistikonTourismou.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoisStatistikonTourismou.pdf)

<sup>9</sup> Πλβλ. World Tourism Organization (WTO), *Γλωσσάρι*.

Eurostat<sup>10</sup> η πιο σημαντική τουριστική ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση όπως εκφράστηκε με την αύξηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων σε προορισμούς της Ευρώπης, σημειώθηκε στην Ελλάδα (+11,7%), τη Μάλτα (+7,8%) και τη Λιθουανία (+7,3%) το 2013.

#### **1.4 ΕΙΔΗ/ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο τουρισμός ανάλογα με τον σκοπό του χωρίζεται σε πολλές κατηγορίες, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, και γενικά υπάρχει η χρήση ποικίλης ορολογίας από μελετητές για να κατηγοριοποιήσουν τα αντίστοιχα είδη τουρισμού. Στην παρακάτω κατηγοριοποίηση έχουμε συμπεριλάβει τις πιο αντιπροσωπευτικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, αναγνωρίζοντας ότι τα ονόματα των κατηγοριών μπορεί να ποικίλουν σε σύγχρονες μελέτες:

1. επαγγελματικός
2. θρησκευτικός
3. αγροτουρισμός
4. τουρισμός υγείας
5. θαλάσσιος
6. ορεινός
7. πολιτιστικός
8. αθλητικός

---

<sup>10</sup> Αναφορά Ιανουαρίου 2014 (Πίνακας 2).

Ο εναλλακτικός τουρισμός, η ευρύτερη κατηγορία που περιλαμβάνει όλες τις παραπάνω μορφές, αναπτύσσεται πλέον σε μια ποικιλία ειδικών μορφών, οι οποίες στοχεύουν να ικανοποιήσουν τις πολλαπλές και διαφοροποιημένες ανάγκες του σύγχρονου τουρίστα. Οι ειδικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη ενός πρωταρχικού κινήτρου, που προσδιορίζει μια ομάδα προϊόντων αλλά και συνδυασμό αυτών, όπως, για παράδειγμα, ο τουρισμός στη φύση ή στην πόλη, πολιτιστικός, εκπαιδευτικός, επαγγελματικός, θαλάσσιος, ορεινός και υγείας. Παρακάτω θα αναφερθούν και θα αναλυθούν οι βασικότερες μορφές του τουρισμού.

#### **1.4.1 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο όρος επαγγελματικός τουρισμός αναφέρεται στη διανυκτέρευση ατόμων για τουλάχιστον ένα εικοσιτετράωρο σε έναν συγκεκριμένο προορισμό για να πραγματοποιήσουν σειρά τουριστικών δραστηριοτήτων, πέραν των επαγγελματικών τους υποχρεώσεων (επισκέψεις σε μουσεία, εστίαση, ψυχαγωγία). Σε αντίθετη περίπτωση, δηλαδή, εάν επισκεφθούν τον προορισμό καθαρά και μόνο για επαγγελματικούς σκοπούς χωρίς να διαμείνουν σε κάποιο κατάλυμα, τότε πραγματοποιούν επαγγελματικό ταξίδι και όχι επαγγελματικό τουρισμό. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι ενώ ο σκοπός είναι ο ίδιος και στις δύο περιπτώσεις, η διάρκεια παραμονής είναι εκείνη που διαφοροποιεί τις δύο έννοιες.

Υπάρχουν διάφορες εκφάνσεις επαγγελματικού τουρισμού, όπως η επίσκεψη και διαμονή σε έναν προορισμό με σκοπό τη συμμετοχή σε ένα συνέδριο· τότε μπορούμε να αναφερθούμε σε αυτήν τη μορφή ως συνεδριακό τουρισμό. Σε περίπτωση που η επίσκεψη σε έναν

προορισμό αφορά στη συμμετοχή των επαγγελματιών σε μία έκθεση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό εκθέσεων. Αντίστοιχα, στην περίπτωση παρακολούθησης σεμιναρίων, αναφερόμαστε στον τουρισμό σεμιναρίων, στην περίπτωση παρακολούθησης συμποσίων τον τουρισμό συμποσίων κτλ.<sup>11</sup> Τέλος, αν η επίσκεψη και η διαμονή σε ένα κατάλυμα είναι προσφορά ενός τουριστικού πακέτου που δίνεται στους επαγγελματίες ως αμοιβή για την καλή τους απόδοση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό κινήτρων, αφού τα τουριστικά πακέτα είναι κίνητρα που ωθούν τους επαγγελματίες σε μεγαλύτερες από τις συνηθισμένες αποδόσεις.

Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε ένα τόπο διαδραματίζει η διαθεσιμότητα των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών, όπως αμφιθεάτρων, εκθεσιακών χώρων, καταλυμάτων, υποδομών για καφέ και εστίαση, υπηρεσιών διερμηνείας κτλ. Επίσης, η εύκολη πρόσβαση στον τόπο πραγματοποίησης μιας επαγγελματικής δραστηριότητας, όπως αυτές που συζητήσαμε παραπάνω, είναι σημαντικός παράγοντας για τη διευκόλυνση της μετακίνησης του επαγγελματία στο χώρο της εκδήλωσης.

Τέλος, οι διάφορες μορφές επαγγελματικού τουρισμού στην πράξη συνδυάζονται μεταξύ τους με αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός σύνθετου τουριστικού προϊόντος. Για παράδειγμα, στα πλαίσια συνεδριακών δραστηριοτήτων είναι σύνηθες να διοργανώνονται και σχετικές εκθέσεις για να προσελκύουν περισσότερους επαγγελματίες.

---

<sup>11</sup> Γενικά, δεν υπάρχει ομοφωνία στην κατηγοριοποίηση των μορφών τουρισμού από τους μελετητές. Σε αυτήν την εργασία οι διάφορες εκφάνσεις του επαγγελματικού τουρισμού θεωρούνται όχι ως διαφορετικές μορφές τουρισμού, αλλά υποκατηγορίες του επαγγελματικού. πρβλ. Τσιαρτσιώνη,Θ «Η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα: θαλάσσιος, πολιτιστικός/θρησκευτικός προσκυνηματικός, επαγγελματικός» Πανεπιστήμιο Πειραιώς, σελ. 8 (γενικά για τους ορισμούς), 69.

## 1.4.2 ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Θρησκευτικός τουρισμός είναι η μορφή τουρισμού που αφορά μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς προορισμούς που βρίσκονται είτε στην χώρα διαμονής τους είτε σε μία άλλη χώρα. Βασικό κίνητρο του είδους αυτού τουρισμού είναι η εκπλήρωση του θρησκευτικού συναισθήματος και περιλαμβάνει επίσκεψη σε θρησκευτικά κέντρα, εκκλησίες ή ναούς, μοναστήρια, και προορισμούς όπου πραγματοποιούνται θρησκευτικές εκδηλώσεις. Ο θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, γεγονός που τον καθιστά μια ενδιαφέρουσα μορφή εναλλακτικού τουρισμού, με ιδιαίτερη συμβολή στην ανάπτυξη των λιγότερο αναπτυγμένων περιοχών της χώρας μας. Ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να ενισχυθεί περισσότερο, εφόσον οι περιοχές τουριστικού προορισμού εκτός από θρησκευτικά μνημεία διαθέτουν και άλλους τουριστικούς πόρους ή βρίσκονται στην ακτίνα επιρροής τουριστικών αξιοθέατων.<sup>12</sup> Τα βασικά αίτια που ενθαρρύνουν τις επισκέψεις σε θρησκευτικά μνημεία είναι: α) το θρησκευτικό συναίσθημα που παρακινεί τους τουρίστες για μετάβαση σε τόπους των θρησκευτικών εκδηλώσεων με την συμμετοχή τους σε αυτές, β) η ημερολογιακή σύμπτωση των θρησκευτικών εορτών με ημέρες αργιών, γ) η ελκυστικότητα των θρησκευτικών μνημείων και η συνολική τους αξία ως τόπων λατρείας και πολιτιστικών πόρων. Σε αυτά μπορούν να προστεθούν η έμφυτη επιθυμία για επίσκεψη σε τόπους καταγωγής και οικογενειακής προέλευσης, καθώς η ανάγκη για απομάκρυνση από τα αστικά κέντρα για μικρό χρονικό διάστημα. Τέλος, υπάρχουν μορφές εναλλακτικού τουρισμού, οι οποίες μπορούν να συνδυασθούν με τον θρησκευτικό τουρισμό, όπως ο πολιτιστικός τουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο

---

<sup>12</sup> Πολύζος (2002), Πολύζος και άλλοι (2007).



επιστημονικός τουρισμός, ο ορεινός και χειμερινός τουρισμός και ο περιηγητικός τουρισμός.<sup>13</sup>

### 1.4.3 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Από ετυμολογική άποψη, ο όρος «αγροτουρισμός» αποτελείται από το συνθετικό αγρο-, που προέρχεται από την ελληνική λέξη αγρός (χωράφι, ύπαιθρος) και τον όρο «τουρισμός». Αγροτουρισμός είναι η δραστηριότητα που αναπτύσσεται σε χώρο μη αστικό και έχει τη μορφή μικρών τουριστικών ξενοδοχειακών μονάδων πώλησης αγαθών και παροχής υπηρεσιών που σκοπό έχει την αναψυχή σε ένα γεωργικό περιβάλλον. Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο περιβάλλον αυτό στηρίζονται στην αξιοποίηση φυσικών, τοπικών πόρων με αποτέλεσμα την ανάπτυξη του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα. Ο αγροτουρισμός, λοιπόν, είναι μία από τις μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται σε αντίθεση με το μαζικό μοντέλο προσφέροντας στον επισκέπτη την δυνατότητα να περάσει χρόνο πιο κοντά στη φύση και να γνωρίσει τον πολιτισμό και την κουλτούρα του τόπου που επισκέπτεται συμμετέχοντας σε παραδοσιακές εργασίες και δραστηριότητες. Συνήθως, οι άνθρωποι που επιλέγουν αυτό το είδος διακοπών είναι οικογένειες ή άτομα που επιζητούν ησυχία. Με την παραμονή στην ύπαιθρο, ο τουρίστας μπορεί να ασχοληθεί με διάφορα σπόρ όπως η ορειβασία, η ποδηλασία, η αναρρίχηση, ο περίπατος. Συνεπώς, ο «αγροτουρίστας» εκτός από την ξεκούραση των διακοπών μπορεί να απολαύσει και την επαφή με τη φύση και την περιοχή που επισκέπτεται.

---

<sup>13</sup> Για όλες αυτές τις μορφές τουρισμού βλ. παρακάτω.

#### **1.4.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ Ή ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ/ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

«Τουρισμός υγείας» ορίζεται η συμμετοχή τουριστών σε τουριστική δραστηριότητα που περιλαμβάνει προγράμματα ιατρικής φροντίδας σχετικά με την υγεία και την υγιεινή. Πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που μπορεί να αναπτύσσεται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και σχετίζεται με το πολυτιμότερο αγαθό, την υγεία. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα σε άτομα με ειδικές ανάγκες και ασθενείς με χρόνιες παθήσεις, όπως νεφροπαθείς, καρδιοπαθείς, καρκινοπαθείς κ.ά., να ταξιδεύουν απρόσκοπτα σε τουριστικούς προορισμούς που επιθυμούν οι οποίοι παρέχουν το κατάλληλο περιβάλλον για δραστηριότητες σχετικές με την υγεία. Εκτός από αυτούς που πάσχουν από κάποια ασθένεια, το είδος αυτό τουρισμού απευθύνεται και σε άτομα υγιή που ψάχνουν ηρεμία και χαλάρωση και θέλουν να ξεφύγουν από το καθημερινό άγχος και πίεση της πόλης. Αναπτύσσεται κυρίως σε περιοχές προικισμένες από τη φύση με φυσικούς (θερμές πηγές) και τεχνητούς πόρους (κέντρα υγείας, θαλασσοθεραπείας, κλπ) και συνήθως συναντάμε αυτό το είδος του τουρισμού σε περιοχές με ήπια κλίματα και πλούσιους περιβαλλοντικούς πόρους (καθαρός αέρας, θάλασσα κλπ).

#### **1.4.5 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός ο οποίος σχετίζεται με οποιαδήποτε δραστηριότητα έχει να κάνει με την θάλασσα και θα μας απασχολήσει διεξοδικά σε επόμενα κεφάλαια της παρούσας εργασίας. Όταν αναφερόμαστε στον θαλάσσιο τουρισμό εννοούμε οποιοδήποτε σπορ που διεξάγεται σε θάλασσες και ακτές. Τέτοια θαλάσσια σπορ είναι το θαλάσσιο σκι, η ιστιοπλοΐα, το γιότινγκ (yachting), η ιστιοσανίδα, οι

καταδύσεις, οι κρουαζιέρες (όλα αυτά τα σπορ θα αναλυθούν σε ξεχωριστό κεφάλαιο στη συνέχεια της εργασίας). Λόγω της πλούσιας θαλάσσιας παράδοσης και κληρονομιάς, της μεγάλης ποικιλίας τοπίων και των φυσικών καταφυγίων που συνδυάζουν οι ακτές της Ευρώπης, ο θαλάσσιος τουρισμός έχει αναδειχθεί σε πολύ σημαντικό τουριστικό τομέα. Ο τομέας αυτός απασχολεί πάνω από 2,36 εκατομμύρια εργαζομένους, αντιπροσωπεύοντας το 1,1% της συνολικής απασχόλησης στην Ε.Ε. Το 51% των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών σε όλη την Ευρώπη βρίσκεται σε παράκτιες περιοχές.<sup>14</sup> Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα 16.300 χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών, το πλήθος των νησιών, οι προστατευόμενες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, τα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας και το ενδιαφέρον και εναλλασσόμενο τοπίο καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού.

#### **1.4.6 ΟΡΕΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο ορεινός τουρισμός περιλαμβάνει κάθε τουριστική εκδήλωση που πραγματοποιείται σε ορεινό έδαφος χωρίς να έχει κάποια συγκεκριμένη περίοδο πραγματοποίησης. Στις περιοχές όπου αναπτύσσεται αυτού του είδους ο τουρισμός, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία καταλυμάτων που δένουν αρμονικά με το φυσικό περιβάλλον. Επίσης, οι περιοχές αυτές πρέπει να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά για την διευκόλυνση της μεταφοράς και μετάβασης των τουριστών. Στον ορεινό τουρισμό υπάγεται η ορειβασία, η αναρρίχηση, η ορεινή ποδηλασία, η

---

<sup>14</sup> [http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal\\_tourism/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/index_el.htm).

ορεινή κατασκήνωση, η πεζοπορία σε δύσβατες περιοχές, όπως φαράγγια, και η ιππασία.

#### **1.4.7 ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Πολιτιστικός τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από τον τόπο διαμονής τους για να αποκτήσουν καινούρια γνώση για τα ιστορικά αυτά αξιοθέατα και να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Ο πολιτιστικός τουρισμός αναφέρεται στη δραστηριότητα του τουρίστα ο οποίος επιθυμεί να εξερευνήσει και να κατανοήσει τον χαρακτήρα ενός τοπίου, του ιστορία του και τον πολιτισμό του ως σύνολου. Αυτή η μορφή τουρισμού περιλαμβάνει εκπαιδευτικές παραστάσεις, φεστιβάλ, θέατρα, επίσκεψη σε αρχαιολογικούς τόπους και μνημεία. Συνήθως οι τουρίστες που εντάσσονται σε αυτήν την κατηγορία είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης και εισοδήματος.<sup>15</sup> Ο πολιτιστικός τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας όχι μόνο των μεγάλων αστικών κέντρων αλλά και των αγροτικών περιοχών.

#### **1.4.8 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Αθλητικός τουρισμός είναι μια ειδική μορφή τουρισμού που δίνει την δυνατότητα στην επένδυση μιας δυναμικής αγοράς. Σε αυτή την μορφή τουρισμού τα άτομα επιδίδονται σε διάφορα αθλήματα, ασκούν το σώμα τους και συμμετέχουν σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα για

---

<sup>15</sup> [http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=111&Itemid=126&lang=el](http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=126&lang=el)

αναψυχή και ανάπαυση. Αυτού του είδους τα άτομα μπορεί να αθλούνται επαγγελματικά ή ερασιτεχνικά. Εκτός από τα άτομα που έχουν άμεση σχέση με τον αθλητισμό υπάρχουν και άλλα που έχουν έμμεση σχέση με αυτόν. Τέτοιου είδους άτομα είναι προπονητές, που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς σκοπούς, φίλαθλοι-οπαδοί, συνοδοί αθλητών, βοηθητικό προσωπικό (π.χ. ιατρικό κτλ.). Όλες οι παραπάνω κατηγορίες ταξιδιωτών πριν και μετά τους αγώνες και κατά την διάρκεια τους αναπτύσσουν τουριστικές δραστηριότητες και συνεπώς, αυτή η τουριστική δραστηριότητα στο πλαίσιο αυτών των δραστηριοτήτων περιγράφεται ως «αθλητικός τουρισμός».

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Με τον όρο «αποτελέσματα» εννοούμε θετικές και αρνητικές συνέπειες από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα, οι οποίες θα συζητηθούν, ομαδοποιημένες σε θετικές και αρνητικές. Σε αυτό το κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στις έμμεσες συνέπειες.

### **2.1 ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Ο τουρισμός δημιουργεί μια πληθώρα ωφέλιμων επιδράσεων στην οικονομία μίας χώρας και συντελεί στην ανάπτυξη ορισμένων οικονομικών της δεικτών, όπως της εισροής συναλλαγματικών εσόδων, του εισοδήματος, της απασχόλησης, του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, του ΑΕΠ της χώρας,<sup>16</sup> όπως θα δούμε και παρακάτω.

---

<sup>16</sup> Ηγουμενάκης/ Κραβαρίτης/ Λύτρας (1999) 39.

Παράλληλα με τις βασικές ανάγκες, όπως η ανάγκη για τροφή, στέγη, ένδυση, ιατρική περίθαλψη, εκπαίδευση, ψυχαγωγία κτλ., οι άνθρωποι έχουν και τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Για την ικανοποίηση αυτών των τουριστικών τους αναγκών είναι απαραίτητη η δαπάνη χρημάτων, τα οποία αποτελούν συναλλαγματικά έσοδα για τις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας των τουριστών. Η πραγματοποίηση μιας δαπάνης από τους τουρίστες για αγορά τουριστικών αγαθών ή υπηρεσιών πριν την μετακίνηση ή κατά την διάρκειά της στους τόπους διαμονής δεν περιορίζεται αποκλειστικά σε αυτές τις συναλλαγματικές πράξεις, αλλά η ροή τους συνεχίζεται σε ένα ευρύτερο οικονομικό κύκλωμα. Συγκεκριμένα, μέσα σε μια ορισμένη χρονική περίοδο ξοδεύονται και εισπράττονται χρηματικά ποσά μεταξύ των συναλλασσόμενων στην τουριστική αγορά, δηλαδή, των πωλητών τουριστικών προϊόντων και των αγοραστών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προκύπτουν έσοδα για τους πρώτους και, κατ' επέκταση, της τοπικής οικονομίας και δαπάνες για τους δεύτερους. Οι βασικές κατηγορίες δαπάνης τουριστών σε τουριστικές δραστηριότητες είναι η διανυκτέρευση στα πάσης φύσεως τουριστικά καταλύματα νόμιμη ή μη, η διατροφή στα τουριστικά καταλύματα ή σε ταβέρνες και εστιατόρια, η διασκέδαση σε διάφορα κέντρα, οι οργανωμένες εκδρομές στο εσωτερικό της χώρας—χερσαίες ή θαλάσσιες—οι πληρωμές εισιτηρίων σε κάθε μορφής μέσο μεταφοράς, η ενοικίαση αυτοκινήτων, και οποιαδήποτε αγορά προϊόντων.

Δεδομένου του ότι ο τουρισμός προκαλεί την ανάπτυξη παραγωγικής δραστηριότητας και παράλληλα καταναλωτικής συμπεριφοράς, η έννοια της τουριστικής κατανάλωσης περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες που έγιναν από τον τουρίστα για την ικανοποίηση των αναγκών του. Εκείνο που δεν μπορεί να διαπιστωθεί είναι το ποσοστό των δαπανών που πραγματοποίησε ένας τουρίστας αποκλειστικά και μόνο

για την αγορά τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι κάποια αγαθά και υπηρεσίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο κατά την διαδικασία ικανοποίησης τουριστικών αναγκών όσο και μετά την ολοκλήρωσή τους. Στο διάγραμμα που ακολουθεί έχουν γίνει κάποιες εκτιμήσεις του ποσοστού της τουριστικής δαπάνης στην Ελλάδα τα τελευταία 10 έτη.

**Πίνακας 1**

---

<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΗΣ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>
Υπηρεσίες ύπνου	30%
Υπηρεσίες αναψυχής και μεταφορών	20%
Τρόφιμα-ποτά	30%
Αγορές λοιπών υλικών αγαθών	10%
Αγορές λοιπών υπηρεσιών	10%

---

Πηγή: ΣΕΤΕ

Μια ακόμη θετική άμεση επίδραση της ανάπτυξης του τουρισμού είναι η αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) της χώρας. Για να γίνει αυτή η έννοια κατανοητή, πρέπει να ορίσουμε πρώτα την Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ). Η ΑΠΑ ορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της αξίας παραγωγής και της συνολικής ενδιάμεσης

κατανάλωσης. Πρόκειται, δηλαδή, για τους πόρους που μένουν στην οικονομία για την πληρωμή μισθών, εργοδοτικών εισφορών, φόρων στην παραγωγή, αποσβέσεων κεφαλαίου και μερισμάτων στους μετόχους των εταιρειών, καθώς και συσσώρευση κεφαλαίου ως αποθεματικού κερδών των επιχειρήσεων, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για μελλοντικές επενδύσεις. Το άθροισμα, λοιπόν, της ΑΠΑ και των έμμεσων φόρων (εξαιρουμένων των επιδοτήσεων) επί των προϊόντων που καταναλώνονται συνθέτουν το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ). Το ΑΕΠ που προκύπτει από τον τουρισμό ισοδυναμεί με το ακαθάριστο προϊόν των κλάδων που συμμετέχουν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος.<sup>17</sup> Το ΑΕΠ αποτυπώνει την αξία σε χρηματικές μονάδες των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται στη διάρκεια ενός έτους. Σύμφωνα με την έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2010) η επίδραση του τουρισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας ανέρχεται στα 15,4 περίπου δισεκατομμύρια ευρώ, γεγονός που καταδεικνύει την σημασία του τουρισμού για την Ελληνική Οικονομία.

Πίνακας i: συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας

<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>% ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΣΤΟ ΑΕΠ*</b>	<b>ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ (ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ)</b>
2000	16,40	10.061,2
2001	16,90	10.579,9
2002	16,40	10.284,7
2003	15,70	9.495,3
2004	16,10	10.347,8
2005	17,40	10.729,5
2006	17,70	11.356,7
2007	17,50	11.319,2
2008	16,70	11.635,9
2009	15,70	10.400,2
2010	15,40	9.611,3

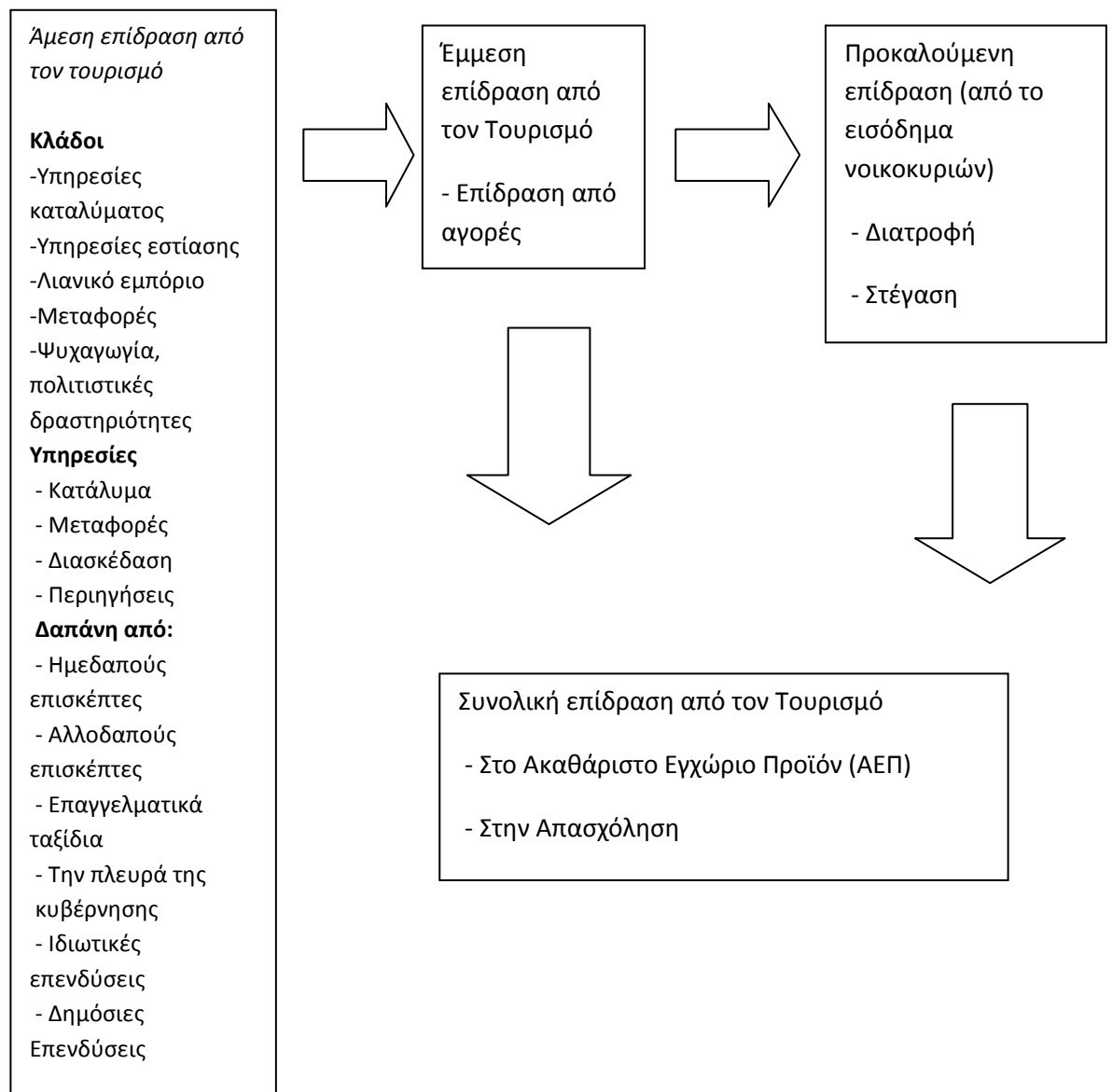
Πηγή: IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών)

<sup>17</sup> Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)



Εκτός από την αύξηση του ΑΕΠ έμμεση επίδραση ανάπτυξης του τουρισμού είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στους κλάδους που προμηθεύουν τις τουριστικές επιχειρήσεις για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών.

**Διάγραμμα 1:** Μορφές Επίδρασης Τουρισμού στην Οικονομία



Πηγή: WTTC

Εκτός από την αύξηση του ΑΕΠ, μια άλλη έμμεση επίδραση ανάπτυξης του τουρισμού είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που δημιουργούνται στους κλάδους που προμηθεύουν τις τουριστικές

επιχειρήσεις για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών. Οι κλάδοι αυτοί μπορεί να είναι στη βιομηχανία, ο κλάδος των κατασκευών ακόμη και ο αγροτικός κλάδος. Η αύξηση λοιπόν των θέσεων εργασίας είναι φυσικό επακόλουθο της καταναλωτικής ανάγκης ή επιθυμίας του τουρίστα, όπως αναφέραμε παραπάνω. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μελέτης του IOBE για την επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, το σύνολο της επίδρασης στην απασχόληση το 2010 εκτιμάται σε 446 χιλιάδες θέσεις εργασίας. Για το 2014 σύμφωνα με άρθρο της Ημερησίας (11/9/14) αναμένεται να δημιουργηθούν 50.000 μόνιμες και εποχιακές θέσεις εργασίας σύμφωνα με εκτιμήσεις του ΣΕΤΕ.

Εκτός από τις νέες θέσεις εργασίας, που προσφέρουν απασχόληση στους εργαζομένους, ο τουρισμός οδηγεί και στην αύξηση του εισοδήματος. Αυτό συμβαίνει λόγω της αύξησης του αριθμού των αυτοαπασχολούμενων που επενδύουν σε πάσης φύσεως τουριστικά καταστήματα. Οι τουριστικές αυτές επενδύσεις ατόμων σε συνδυασμό με την καλή λειτουργία τους οδηγούν στην αύξηση του εισοδήματος τους.

Ακόμη μια θετική επίδραση της ανάπτυξης του τουρισμού είναι στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών και στην αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων του κράτους. Το ισοζύγιο τρέχουσων συναλλαγών είναι κατηγορία του ισοζυγίου πληρωμών και αφορά στον ειδικό λογαριασμό στον οποίο καταγράφονται το ύψος και η εξελικτική πορεία όλων των οικονομικών συναλλαγών που διατηρεί μια χώρα με άλλες χώρες του κόσμου. Τα συναλλαγματικά έσοδα είναι οι εισπράξεις σε ξένο νόμισμα από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στους μη μόνιμους κατοίκους. Με την αξία των αγαθών και υπηρεσιών που πληρώνει ο τουρίστας κατά την αγορά τους πληρώνει, επίσης, διάφορους φόρους οι οποίοι συμβάλουν στην αύξηση των κυβερνητικών εσόδων. Η φορολόγηση του τουρισμού κρίνεται σκόπιμη λόγω της ιδιαίτερης φύσης

του, δηλαδή, λόγω της ιδιαίτερης εξάρτησής του σε ένα καθαρό και υγιές περιβάλλον, ένα αποτελεσματικό και λειτουργικό δίκτυο μεταφορών και συγκοινωνιών και ένα καλά δομημένο σύστημα υγείας και προστασίας. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφέρουμε πως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ) έχει ήδη αναγνωρίσει από το 1998 σαράντα διαφορετικούς φόρους που έχουν επιβληθεί στον τουρισμό που ενδεικτικά μπορούν να αναλυθούν σε φόρο εισοδήματος, φόρο προστιθέμενης αξίας στα αγαθά και τις υπηρεσίες, φορολογία στα ακίνητα, φορολόγηση αερολιμένων κτλ. Σύμφωνα με μελέτη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών από τις σαράντα φορολογικές επιβαρύνσεις που έχουν κατά καιρούς επιβληθεί οι εικοσιοκτώ καταβάλλονται άμεσα από τον τουρίστα και οι υπόλοιπες δώδεκα στις τουριστικές επιχειρήσεις.<sup>18</sup>

## **2.2 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός δημιουργεί αρκετά θετικά αποτελέσματα αλλά και αρνητικές επιπτώσεις που δεν μπορούν να αποφευχθούν όπως και σε κάθε κλάδο. Παρακάτω θα αναλύσουμε τα αρνητικά αποτελέσματα του τουρισμού στην οικονομία.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός παρουσιάζει έντονη εποχικότητα κατά την διάρκεια του έτους και κυρίως κατά την διάρκεια του καλοκαιριού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα νησιά τα οποία σφύζουν από ζωή τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ κάποια από αυτά τους υπόλοιπους μήνες θυμίζουν ερειπωμένο τοπίο. Αυτές οι εποχιακές διακυμάνσεις έχουν ως αποτέλεσμα την ανεργία των κατοίκων κατά τους «μη τουριστικούς» μήνες. Σύμφωνα με τα δεδομένα της Eurostat, το 2012 το 63,72% των

---

<sup>18</sup> Πατσουράτης (2000). Βλ. <http://www.sete.gr/files//Ebook/TAXATION.doc>.

αφίξεων σε τουριστικά καταλύματα στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν το διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου, οι περιφέρειες με υψηλότερη εποχικότητα από το σύνολο της επικράτειας είναι τα νησιά του Ιονίου, η Κρήτη και το Νότιο Αιγαίο. Αντίθετα οι περιφέρειες Αττικής και Ηπείρου εμφανίζουν σημαντικά χαμηλότερη εποχικότητα σε σχέση με την επικράτεια. Συμπεραίνουμε, λοιπόν, ότι ο σημαντικότερος παράγοντας γι' αυτό είναι το κλίμα και κυρίως η θάλασσα.

Είναι γνωστό πως όπου υπάρχει αυξημένη ζήτηση σε σχέση με την προσφορά οι τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών αυξάνονται με αρνητικές επιπτώσεις στο βιοτικό επίπεδο των μόνιμων κατοίκων, ιδίως αυτών που δεν επωφελούνται άμεσα από τον τουρισμό. Αυτή η αύξηση τιμών των αγαθών και υπηρεσιών έχει, επίσης, σαν αποτέλεσμα την αύξηση της τιμής στην αγορά γης.

Αξίζει ακόμη να σημειωθεί ότι τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού δεν είναι αρκετά, αν οι δαπάνες που πραγματοποιούνται δεν μένουν στα στενά πλαίσια της χώρας. Αυτό γιατί κατά την παραμονή τους στη χώρα οι τουρίστες καταναλώνουν προϊόντα (ποτά ή τρόφιμα) τα οποία είναι εισαγόμενα από άλλες χώρες. Τα έσοδα, λοιπόν, αυτών των δαπανών εισπράττονται από τις χώρες προέλευσης των αγαθών. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν και οι αεροπορικές εταιρίες που εδρεύουν σε μία συγκεκριμένη χώρα και οι οποίες προσφέρουν πτήσεις σε πολλές άλλες χώρες, εισπράττοντας χρήματα από αυτές.

## **2.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ (ΦΥΣΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ, ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΑ) ΚΑΙ ΤΕΧΝΗΤΟ (ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΟΙΚΙΣΜΩΝ) ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ<sup>19</sup>**

Όπως ήδη σημειώσαμε, ο τουρισμός είναι ένα σύνθετο φαινόμενο, η δραστηριότητα του οποίου συνδέεται με άλλες οικονομικές δραστηριότητες (π.χ. εμπόριο). Η ανάπτυξη ανθρώπινων δραστηριοτήτων αναφορικά με τον τουρισμό έχει επιπτώσεις και στο περιβάλλον και ένα σημαντικό ζήτημα που πρέπει να εξεταστεί είναι το κατά πόσο η τουριστική δραστηριότητα επιφέρει αλλαγές ή επηρεάζει με τον ένα ή τον άλλο τρόπο τη δομή των φυσικών και ανθρώπινων οικοσυστημάτων.

Ένας από τους βασικότερους παράγοντες που καθιστά ένα τουριστικό προορισμό ελκυστικό είναι η ποιότητα του φυσικού και τεχνητού περιβάλλοντος. Ως συνέπεια, είναι αναγκαία η διατήρησή του σε υψηλά επίπεδα ποιότητας και η λήψη μέτρων και πρωτοβουλιών για την ανάπτυξή του, διαφορετικά η τουριστική δραστηριότητα μπορεί να συμβάλει αρνητικά και να οδηγήσει στην υποβάθμισή του. Πιο συγκεκριμένα, σε συνάφεια με το περιβάλλον, μπορούμε να διαχωρίσουμε τις συνέπειες αυτές σε θετικές και αρνητικές.

### **2.3.1 ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Η βασικότερη θετική συνέπεια που απορρέει από τον τουρισμό είναι η προσπάθεια προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος και η εξοικονόμηση των απαραίτητων οικονομικών πόρων σε επίπεδο χώρας ή ευρωπαϊκό για το σκοπό αυτό. Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί

---

<sup>19</sup> Πρβλ. Αθανασίου (2007) 23-5.

ουσιαστικά τμήμα του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και, συνεπώς, η διαφύλαξή του θεωρείται υψίστης σημασίας.

Επιπλέον, ο τουρισμός παρέχει ένα σημαντικό κίνητρο στις χώρες υποδοχής να προστατέψουν τους ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, αλλά και να επενδύσουν στην ανάπτυξη και διατήρηση κτιρίων, λιμανιών, μαρίνων, προκειμένου όχι μόνο να βελτιώσουν τις υποδομές της χώρας υποδοχής, αλλά και να την καταστήσουν ελκυστικό προορισμό, παρέχοντας ένα ελκυστικό κι ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν. Όλα αυτά τα έργα ανάπτυξης και οι υποδομές βελτιώνουν ταυτόχρονα και την ποιότητα ζωής των μόνιμων κατοίκων της περιοχής και, συνεπώς, συντελούν στην τοπική ανάπτυξη, ειδικά σε περιοχές όπου ο ρυθμός τουριστικής ανάπτυξης είναι μικρός ή παρουσιάζει δυσκολίες λόγω γεωγραφικής θέσης ή μορφολογίας του εδάφους (π.χ. ορεινά χωριά και μικρά νησιά της παραμεθορίου).

### **2.3.2 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Ο τουρισμός, όπως κάθε ανθρώπινη δραστηριότητα, έχει συνέπειες στο περιβάλλον, στους φυσικούς πόρους και τα διάφορα οικοσυστήματα, οι οποίες προβληματίζουν έντονα, καθώς επιφέρουν αλλαγές στη δομή των ανθρωπίνων και φυσικών οικοσυστημάτων. Αξίζει να σημειώσουμε ότι ο τουρισμός δεν είναι αυτός καθ' αυτόν η μόνη ή η κύρια αιτία αυτών των αλλαγών, όσο η αδυναμία ελέγχου και διαχείρισης της τουριστικής δραστηριότητας, το είδος της τουριστικής αναπτυξιακής πολιτικής μιας περιοχής και τα χαρακτηριστικά της.

Οι εν λόγω επιπτώσεις αφορούν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, όπως είναι τα ύδατα, το έδαφος και ο αέρας, αλλά και του

τεχνητού περιβάλλοντος, όπως είναι η υποβάθμιση ή η φθορά της πολιτιστικής κληρονομιάς/ μνημείων κτλ. Πιο συγκεκριμένα, αυτές οι επιπτώσεις οφείλονται στη συμπεριφορά των τουριστών και στην συμπεριφορά και διαχείριση των περιβαλλοντικών πόρων από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε έναν προορισμό.

Ένα σημαντικό πρόβλημα είναι η υπεράντληση ύδατος, όταν η συγκέντρωση των επισκεπτών σε μια περιοχή είναι μεγάλη, με συνέπεια η ικανοποίηση των αναγκών τους κατά τη διάρκεια παραμονής τους να υπερβαίνει την δυνατότητα αναπλήρωσης των υδάτινων πόρων. Οι ανάγκες αυτές αφορούν τόσο στις ποσότητες κατανάλωσης πόσιμου νερού, για κάλυψη αναγκών καθαριότητας, συντήρησης κήπων, πισινών, γηπέδων γκολφ, και άλλων δραστηριοτήτων που απαιτούν μεγάλη κατανάλωση νερού (π.χ. τζακούζι, aqua parks). Ειδικά στη χώρα μας, η οποία παρουσιάζει σχετικά ξηρούς χειμώνες και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ιδιαίτερη ξηρασία σε διάφορες περιοχές (π.χ. Κρήτη), η ανάγκη κάλυψης όλο και περισσότερων τουριστικών αναγκών και προσφοράς όσο το δυνατόν καλύτερων υπηρεσιών οξύνει το πρόβλημα ύδρευσης και άρδευσης, ιδιαίτερος στις άνυδρες περιοχές. Ειδικά στην περίπτωση των γηπέδων γκολφ, παρουσιάζονται σοβαρές συνέπειες λόγω της αυξημένης κατανάλωσης των ήδη περιορισμένων υδάτινων αποθεμάτων.<sup>20</sup> Το πρόβλημα αυτό είναι ιδιαίτερα έντονο σε πολλά νησιά και παράκτιες περιοχές, τους μήνες που υπάρχουν μεγάλες απαιτήσεις σε νερό και έντονη προσέλευση τουριστών.

Παρομοίως, μια άλλη αρνητική συνέπεια είναι η μόλυνση των υδάτινων αποδεκτών, ως συνέπεια της ανεπάρκειας της διαχείρισης του όγκου των υγρών αποβλήτων, με αποτέλεσμα μολύνσεις στο φυσικό

---

<sup>20</sup> [http://politics.wwf.gr/images/stories/political/positions/wwf\\_golfmarch06.pdf](http://politics.wwf.gr/images/stories/political/positions/wwf_golfmarch06.pdf),  
[http://www.ekke.gr/estia/Cooper/Golf\\_3-05/Golf\\_3-05.htm](http://www.ekke.gr/estia/Cooper/Golf_3-05/Golf_3-05.htm).

περιβάλλον. Η έντονη τουριστική δραστηριότητα, ταυτόχρονα, εγκυμονεί κινδύνους μόλυνσης του περιβάλλοντος λόγω αδυναμίας διαχείρισης των στερεών αποβλήτων. Ειδικότερα στην Ελλάδα, οφείλουμε να αναγνωρίσουμε ότι έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος σχετικά με τον καθαρισμό των λυμάτων, πράγμα το οποίο οφείλεται κυρίως σε πρωτοβουλίες και επενδύσεις που έχουν χρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά ο κίνδυνος από την αύξηση των αποβλήτων, και κατά συνέπεια της υποβάθμισης της ποιότητας του περιβάλλοντος, λόγω της τουριστικής δραστηριότητας είναι ορατός.

Επιπλέον, υπάρχουν αρνητικές επιπτώσεις στον θαλάσσιο πλούτο και υποβάθμιση παραλιακών βιοτόπων, που συνεπάγεται την απώλεια φυτικών ή ζωικών οργανισμών με αποτέλεσμα να μειώνεται η βιοποικιλότητα ενός τόπου, όχι μόνο η παράκτια, αλλά και θαλάσσια. Ωστόσο, μέτρα έχουν ληφθεί από τη χώρα μας για την προστασία σπάνιων ειδών χλωρίδας και πανίδας τα οποία απειλούνται λόγω της έντονης τουριστικής ανάπτυξης. Για παράδειγμα, στο Λαγανά Ζακύνθου μέτρα έχουν ληφθεί για την προστασία της θαλάσσιας χελώνας «καρέτα-καρέτα» και στις Σποράδες για τη φώκια «μονάχους-μονάχους».

Ακόμη, σημαντικές επιπτώσεις παρατηρούνται στο έδαφος και την μορφολογία εδάφους πολλών περιοχών, που δημιουργείται ως αποτέλεσμα της παρεμπόδισης του υδρογραφικού δικτύου (με παράνομες κατασκευές ή μπαζώματα), το οποίο μεταφέρει ιζήματα προς τις παράκτιες περιοχές, με αποτέλεσμα τη διάβρωσή τους. Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, σε περιπτώσεις κακής χωροθέτησης έργων σε παράκτιες περιοχές (λιμάνια, μαρίνες, αποχετεύσεις), που παρεμποδίζουν την ολοκλήρωση του ιζηματογενούς κύκλου, με αποτέλεσμα τη διάβρωση του τοπίου.



Παράλληλα, η σημαντική αύξηση τουριστών σε έναν τόπο προορισμού αυξάνει την παραγωγή λυμάτων και σε πολλές περιοχές της χώρας μας, η ελλιπής ή λανθασμένη διαχείριση των χωματερών και χώρων υγειονομικής ταφής απορριμμάτων έχουν ως αποτέλεσμα την περαιτέρω μόλυνση του υδροφύτου ορίζοντα που βρίσκεται κάτω από τις χωματερές και σε αυτόν καταλήγουν τα στραγγίσματα των σκουπιδιών. Συχνό είναι και το φαινόμενο της ανάφλεξης ή σκόπιμης καύσης των σκουπιδιών σε παράνομες ή νόμιμες χωματερές, η οποία παράγει βλαβερές χημικές ουσίες που καταλήγουν στην ατμόσφαιρα. Αυτό εγκυμονεί και σοβαρούς κινδύνους πρόκλησης πυρκαγιών και στη χώρα μας το 10% των πυρκαγιών ετησίως οφείλεται σε παράνομες χωματερές.<sup>21</sup>

Μια ακόμη επίπτωση του τουρισμού εντοπίζεται στην μόλυνση της ατμόσφαιρας και την ποιότητα του αέρα, ως αποτέλεσμα της εκτεταμένης χρήσης διάφορων μεταφορικών μέσων προκειμένου ο τουρίστας να φτάσει στον προορισμό του αλλά και ως αποτέλεσμα της αποψίλωσης μεγάλων δασικών εκτάσεων, για την βελτίωση των υποδομών (π.χ. οδικού δικτύου). Η αποψίλωση έχει ως αποτέλεσμα την διάβρωση του εδάφους, έντονες κλιματολογικές αλλαγές και πλημμύρες, ειδικά σε περιοχές όπου τέτοια έργα αποψίλωσης έχουν σημαντικά μεταβάλει την μορφολογία του εδάφους που αδυνατεί να συγκρατήσει το νερό.

Ο τουρισμός, επομένως, συντελεί στην υποβάθμιση της ατμόσφαιρας όχι μόνο λόγω της αύξησης της ατμοσφαιρικής ρύπανσης που προκαλείται από την καύση στα διάφορων ειδών μέσα (οδικές μεταφορές, θαλάσσιες μεταφορές, αερομεταφορές), αλλά και λόγω έργων για τη βελτίωση των υποδομών της χώρας υποδοχής που μπορούν να προκαλέσουν σημαντική κλιματική αλλαγή ή διάβρωση του εδάφους, με συνέπεια να επηρεάζεται άμεσα η χλωρίδα και η πανίδα καθώς και η

---

<sup>21</sup> Τερχής (2009). Βλ. <http://www.eurobank.gr/Uploads/Images1024/TourismosPerivallon.pdf>.

ποιότητα ανθρώπινης διαβίωσης σε τέτοιες περιοχές. Πέρα από την ατμοσφαιρική ρύπανση, κάποιοι ρύποι, όπως το διοξείδιο του άνθρακα συντελούν στην κλιματική αλλαγή, επιβαρύνοντας το φαινόμενο του θερμοκηπίου, το οποίο δεν επηρεάζει μόνο τη χώρα μας, αλλά το κλίμα του πλανήτη γενικότερα.

### **2.3.3 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΟ ΤΕΧΝΗΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

Με τον όρο «τεχνητό περιβάλλον» εννοούμε τον περιβάλλοντα χώρο που έχει δημιουργηθεί από την ανθρώπινη δραστηριότητα, όπως για παράδειγμα, αρχαία μνημεία, παραδοσιακούς οικισμούς, τα «προϊόντα» πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας μας, τα οποία υφίστανται αλλοιώσεις και υποβάθμιση ως συνέπεια της αύξησης της τουριστικής δραστηριότητας σε τέτοιες περιοχές, χωρίς την λήψη παράλληλων, επαρκών μέτρων για την προστασία τους.

Ειδικότερα, σημαντικές είναι οι επιπτώσεις στην διαταραχή των οικοσυστημάτων (η οποία δεν οφείλεται αποκλειστικά στην τουριστική ανάπτυξη) λόγω της επέκτασης των υποδομών και των οικισμών για να καλύψουν τις αυξημένες τουριστικές ανάγκες εις βάρος των φυσικών εκτάσεων. Αρχιτεκτονικές αλλοιώσεις επέρχονται, λοιπόν, ως αποτέλεσμα της έντονης αστικοποίησης του φυσικού τοπίου, και της άναρχης δόμησης σε πολλές περιπτώσεις, η οποία αποτελεί ίσως την πιο αρνητική συνέπεια της τουριστικής δραστηριότητας.

Επιπλέον, απόρροια της αστικοποίησης είναι η αλλοίωση του παραδοσιακού πυρήνα των οικισμών και οικιστικών συνόλων, αλλά και οι επακόλουθες επιπτώσεις στον υδρολογικό κύκλο της περιοχής. Οι μεγάλες τουριστικές μονάδες που δεν εναρμονίζονται με την αισθητική και τις δυνατότητες δόμησης της περιοχής επηρεάζουν σημαντικά τα φυσικά οικοσυστήματα και το μικροκλίμα της περιοχής. Με αυτή την

αρνητική συνέπεια συνδέεται η παρεμπόδιση της διακίνησης και επικοινωνίας των ειδών, τα οποία περιορίζονται σε μικρή έκταση ζωτικού χώρου, λόγω της ανεξέλεγκτης δόμησης, του θορύβου που προκαλείται εξαιτίας της ανθρώπινης δραστηριότητας, και της κίνησης των οχημάτων.

Ταυτόχρονα, η χάραξη, κατασκευή και επέκταση του οδικού δικτύου ή αεροδρομίων και η δημιουργία δικτύων νερού και ηλεκτρισμού έχει ως αποτέλεσμα την εξάντληση της αντοχής των δικτύων υποδομής (δρόμοι, δίκτυα νερού και ηλεκτρισμού κτλ.) και ιδιαίτερα την περίοδο της τουριστικής αιχμής. Η υφιστάμενη υποδομή ενός τουριστικού προορισμού μπορεί να αποδειχθεί ανεπαρκής για την κάλυψη των αναγκών των τουριστών με αποτέλεσμα να προκύπτουν επιπρόσθετα προβλήματα υποδομών.

Σχετικά με το δομημένο περιβάλλον, ολοένα και περισσότερο αυξάνονται πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικές, θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες κτλ.) σε περιοχές με ιδιαίτερη πολιτισμική σημασία, οι οποίες αποτελούν πόλο έλξης για μεγάλο αριθμό τουριστών. Η μετακίνηση και παραμονή ενός μεγάλου αριθμού τουριστών για μικρό χρονικό διάστημα σε μια περιοχή απαιτεί την δημιουργία των απαραίτητων υποδομών, όπως καταλύματα, και μέσα μαζικής μεταφοράς, που απαιτούν αντίστοιχες παρεμβάσεις στην ανάπτυξη, το χαρακτήρα και λειτουργία μιας περιοχής. Αυτές οι συνέπειες συνοδεύονται από τις επιπτώσεις στην αρχιτεκτονική, η οποία εξελίσσεται με βάση τη λειτουργικότητα και τη μορφολογία της εποχής.

#### **2.3.4 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ**

Ο τουρισμός, εκτός από τις συνέπειες στο περιβάλλον, φυσικό και τεχνητό, έχει σημαντικές επιπτώσεις και στον ντόπιο πληθυσμό του τουριστικού προορισμού. Πιο συγκεκριμένα, με τον όρο «κοινωνικές επιπτώσεις» αναφερόμαστε σε όλες εκείνες τις αλλαγές ως συνέπεια του τουρισμού οι οποίες σχετίζονται με αλλαγές στην κοινωνική και πολιτισμική δομή του τουριστικού προορισμού.

Οι αλλαγές στα ήθη ή έθιμα του τόπου υποδοχής τουριστών είναι από τις πιο σημαντικές συνέπειες, καθώς οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τους ντόπιους κατοίκους, επηρεάζοντας μακροπρόθεσμα τους δεσμούς των ανθρώπων και θεμελιωδών θεσμών, όπως αυτός της οικογένειας. Συχνά, οι τουρίστες έχουν διαφορετικές κοινωνικές προτιμήσεις, συνήθειες και προκαταλήψεις, με αποτέλεσμα η τοπική κοινωνία του προορισμού να υιοθετεί πρότυπα και συμπεριφορές παραπλήσιες με εκείνες των τουριστών ούτως ώστε να επιτύχει την ικανοποίηση των τουριστών από τη διαμονή τους στη συγκεκριμένη περιοχή, προκειμένου να ξαναεπισκεπτούν τον προορισμό αυτό μελλοντικά. Πολλές φορές, τέτοιες αλλαγές στον χαρακτήρα της τοπικής κοινωνίας εκλαμβάνονται ως αρνητικές,<sup>22</sup> αλλά θα πρέπει κανείς να λαμβάνει υπόψη ότι τέτοιου είδους αλλαγές δεν είναι εξ ορισμού αρνητικές, αλλά η τοπική κοινωνία μιας περιοχής μπορεί να βελτιώνεται και να εξελίσσεται λόγω της «τριβής» της με ανθρώπους από άλλες κουλτούρες.

Ακόμη, ο τουρισμός έχει ως αποτέλεσμα αλλαγές στις εργασιακές σχέσεις, ως αποτέλεσμα της αύξησης θέσεων εργασίας όχι μόνο στον κλάδο του τουρισμού, αλλά και γενικότερα στον επιχειρηματικό και εμπορικό τομέα, καθώς νέες θέσεις εργασίας γίνονται διαθέσιμες

---

<sup>22</sup> Για παράδειγμα ακούμε συχνά για τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα συγκεκριμένων νησιών της χώρας μας, όπως για παράδειγμα η Μύκονος, η Σαντορίνη ή και η Κρήτη, λόγω της μεγάλης επισκεψιμότητας τουριστών, αλλά ταυτόχρονα υπάρχει μια προκατάληψη για την ποιότητα του τουρισμού που συγκεκριμένες περιοχές προσελκύουν, όπως για παράδειγμα, ο τουρισμός της Μυκόνου χαρακτηρίζεται συχνά ως «γκέι τουρισμός» (<http://www.efsyn.gr/?p=120577>).

προκειμένου ένας τουριστικός προορισμός να ανταποκριθεί στις ανάγκες του τουρισμού της περιοχής. Παρά τα θετικά που η αύξηση θέσεων εργασίας συνεπάγεται, κανείς πρέπει να παρατηρήσει και την μείωση ή εγκατάλειψη του αγροτικού τρόπου ζωής και της γεωργίας γενικά, που δεν συνεπάγεται απαραίτητα θετικές επιπτώσεις στην κοινωνία και οικονομία της περιοχής, μιας και η έντονη τουριστική βιομηχανία μπορεί να οδηγήσει σε κορεσμό, και η μείωση της αγροτικής παραγωγής σε ελλείψεις προϊόντων του πρωτογενούς τομέα παραγωγής.

Ως προς τις επιδράσεις του τουρισμού στο καθαρά πολιτιστικό επίπεδο, οι τοπικές θρησκευτικές και παραδοσιακές τελετές συχνά χάνουν τον μοναδικό χαρακτήρα τους ή τη σημασία τους για την τοπική κοινωνία, καθώς η τοπική κοινωνία προσπαθεί να τις προωθήσει με ένα πιο «εμπορευματικό» χαρακτήρα με σκοπό να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των τουριστών και να επωφεληθούν οικονομικά από την πώληση συγκεκριμένων προϊόντων, όπως για παράδειγμα σε πανηγύρια και άλλες περιστάσεις.

Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε τις επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης και στο γλωσσικό επίπεδο.<sup>23</sup> Συγκεκριμένα, παρατηρείται μια αλλοίωση στη γλώσσα της τοπικής κοινωνίας ή ακόμη και σε επίπεδο διαλέκτων (π.χ. Κρήτη), με τις προσμίξεις από ξένες γλώσσες και κυρίως την αγγλική, με αποτέλεσμα τη δημιουργία νεολογισμών που οδηγούν στην εγκατάλειψη του τοπικού ιδιώματος από γενιά σε γενιά. Με τη διευρυμένη χρήση της αγγλικής ή και άλλων γλωσσών προκειμένου να επιτευχθεί η επικοινωνία με τους τουρίστες, αναπόφευκτα οι εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα στρέφονται στην εκμάθηση αυτών των γλωσσών, τις οποίες χρησιμοποιούν για μεγάλο χρονικό διάστημα στην τουριστική

---

<sup>23</sup> Πρβλ. Π. Τσάρτας, *Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου* ΕΚΚΕ, Αθήνα, 1995, σελ 105.

σεζόν και ουσιαστικά, χάνουν τη γλωσσική τους ταυτότητα. Θα ήταν, όμως, λάθος να αντιμετωπίζουμε την γλωσσική αλληλεπίδραση των τουριστών με το ντόπιο πληθυσμό με αρνητική ματιά μόνο. Αξίζει να σημειωθεί η αυξημένη προσπάθεια εκμάθησης ξένων γλωσσών στη χώρα μας, που κάνει τους κατοίκους της «πολίτες του κόσμου», μιας και μπορούν να συννενοηθούν με τους τουρίστες άλλων λαών, ειδικά στα πλαίσια της παγκοσμιοποίησης και της ανάγκης γλωσσικής κατάρτισης προκειμένου κάποιος να μπορεί να αναζητήσει εργασία στον τουριστικό τομέα.

#### **2.4 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΤΗ-ΤΟΥΡΙΣΤΑ**

Έχοντας εξετάσει ένα ευρύ φάσμα συνεπειών του τουρισμού από κοινωνικό-πολιτικής και οικονομικής πλευράς, είναι εύλογη μια σύντομη αναφορά και στα αποτελέσματα του τουρισμού στον τουρίστα τον ίδιο κατά τη διάρκεια παραμονής του σε ελληνικούς προορισμούς. Ίσως η σημαντικότερη επίδραση στον τουρίστα είναι η εμπειρία διαμονής σε ένα διαφορετικό πολιτισμικό περιβάλλον, που διαφέρει σχεδόν πάντοτε από την χώρα προέλευσης. Ως αποτέλεσμα, ο τουρίστας γνωρίζει μια άλλη κουλτούρα και την παραδοσιακή, ελληνική φιλοξενία που έχει γίνει το αντικείμενο μελέτης και αναγνώρισης από τουρίστες και μελετητές διεθνώς. Έρχονται σε επαφή με αρχές και αξίες που ξενίζουν και γνωρίζουν πτυχές του ελληνικού πολιτισμού, του αρχαίου ελληνικού και του μοντέρνου ελληνικού, που τον διαφοροποιούν από οποιονδήποτε άλλο. Οι τουρίστες συχνά συμμετέχουν σε παραδοσιακούς εορτασμούς, θρησκευτικής και πολιτιστικής φύσεως, και πολλάκις δημιουργούν

ιδιαίτερους κοινωνικούς δεσμούς με το ντόπιο πληθυσμό και επιστρέφουν και μελλοντικά στον ίδιο τουριστικό προορισμό.

Επιπλέον, το ελληνικό κλίμα σε συνδυασμό με τα χιλιάδες νησιά της χώρας και την ηλιοφάνεια ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες προσφέρουν ένα φιλικό (κλιματολογικά) προορισμό, ιδιαίτερα σε τουρίστες από βόρεια κλίματα και χώρες με λιγιστή ηλιοφάνεια. Πολλοί είναι οι τουρίστες που επισκέπτονται τον ίδιο τουριστικό προορισμό περισσότερες φορές σε συνεχόμενα χρόνια, καθώς τους ικανοποιεί συγκεκριμένες ανάγκες, όπως η απόλαυση του ήλιου και της θάλασσας, των θαλάσσιων σπορ, της ελληνικής κουζίνας κτλ.

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η Ελλάδα διαθέτοντας μια από τις μεγαλύτερες ακτογραμμές του κόσμου περίπου 15.020,9 χλμ. μαζί με τις ακτές των νησιών και έχοντας περίπου 4.000<sup>24</sup> νησιά διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα για την ανάπτυξη θαλάσσιου τουρισμού. Ο θαλάσσιος τουρισμός ως βασιζόμενος αποκλειστικά στο θαλάσσιο στοιχείο μπορεί να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης για τις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας. Για πρώτη φορά ο θαλάσσιος τουρισμός, ως ειδική μορφή τουρισμού, απασχόλησε ουσιαστικά τη Δημόσια Διοίκηση το 1993. Ο Ν. 2160/93 ανέθεσε τη διοίκηση, τη διαχείριση, την εκμετάλλευση και τον έλεγχο των

---

<sup>24</sup> Στην πραγματικότητα τα νησαία εδάφη της Ελλάδας είναι 9.835, σύμφωνα με την Υδρογραφική Υπηρεσία του Πολεμικού Ναυτικού της χώρας, που έχει καταγράψει κάθε «κομμάτι» γης πάνω από την επιφάνεια της θάλασσας - μεγάλα και μικρά νησιά, ερημονήσια και κάθε βράχο. Τα Δωδεκάνησα είναι 1.090. Τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου 493. Τα νησιά του Βορειοδυτικού Αιγαίου, οι Βόρειες Σποράδες, 711. Οι Κυκλάδες, στο Κεντρικό και Νότιο Αιγαίο, 2.292. Και τα νησιά του Ιονίου, τα Επτάνησα, 153. (<http://greekvoyager.com/pagesgr/greece-peninsula-islands.html>) . Παρόλα αυτά δεν είναι όλα κατοικήσιμα και δεν διαθέτουν όλα υποδομές υποδοχής και εξυπηρέτησης τουριστικών αναγκών.

τουριστικών λιμένων σε ειδικό φορέα. Η ενασχόληση του ανθρώπου με τη θάλασσα από παλιότερα μέχρι σήμερα ανέπτυξε πλήθος ατομικών και ομαδικών δραστηριοτήτων για τις διακοπές και την ψυχαγωγία του.

Τέτοιου είδους δραστηριότητες-σπορ είναι το θαλάσσιο σκι, η ιστιοπλοΐα-γιότινγκ (yachting), η ιστιοσανίδα, οι καταδύσεις, οι κρουαζιέρες, κανό ή καγιάκ, θαλάσσιο αλεξίπτωτο (πρβλ. Κεφ. 1). Εκτός από αυτές υπάρχουν δραστηριότητες ατομικού χαρακτήρα όπως ψαροντούφεκο, τζετ-σκι, ψάρεμα και άλλες οι οποίες μπορούν να ενταχθούν στο θαλάσσιο τουρισμό μόνο αν αποτελούν βασική τουριστική δραστηριότητα και σκοπό του ταξιδιού. Παρακάτω θα αναλύσουμε αυτά τα σπορ που μπορούν να αποτελέσουν τουριστική δραστηριότητα στη χώρα μας.

### 3.1 ΤΟ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΣΚΙ



**Εικόνα 1:** Ιωάννινα

Το θαλάσσιο σκι είναι το άθλημα το οποίο πραγματοποιείται σε υδάτινο έδαφος και αποτελεί την κίνηση του ατόμου στην επιφάνεια της



θάλασσας με τη βοήθεια ειδικών πεδίων, που επιτυγχάνεται χάρη στην έλξη του ατόμου από ταχύπλοο σκάφος, με τη βοήθεια κατάλληλου σχοινιού.<sup>25</sup> Συνδυάζει ταχύτητα και διασκέδαση και είναι από τα πιο διαδεδομένα θαλάσσια σπορ, το οποίο δεν απαιτεί ιδιαίτερη εξάσκηση όταν γίνεται ερασιτεχνικά. Το θαλάσσιο σκι «γεννήθηκε» γύρω στο 1900, από μια παρέα νεαρών που διασκέδαζε στα νερά μιας λίμνης των Η.Π.Α. Ο καπετάνιος της βάρκας που τους μετέφερε έριξε στο νερό ένα ξύλινο σκέπασμα κιβωτίου, το έδεσε με σχοινί στο σκάφος και, αφού ανέβηκαν πάνω του, τους ρυμούλκισε μέχρι την ακτή. Γρήγορα η μόδα εξαπλώθηκε, ενώ με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών στα σκάφη, αυξήθηκε η ταχύτητα, επομένως και η δυσκολία, ενώ παράλληλα το άθλημα άρχισε να γίνεται δημοφιλές. Στην Ελλάδα το θαλάσσιο σκι εμφανίστηκε το 1957 στον όρμο της Βουλιαγμένης ως άθλημα αναψυχής. Το 1959 ο ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης δίνει ώθηση στο αγωνιστικό μέρος του αθλήματος με την ίδρυση του πρώτου τμήματος αγωνιστικού θαλάσσιου σκι. Το 1963 ιδρύεται η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλασσιού Σκι (ΕΟΘΣκι) και από 1965 συμμετέχει σε διεθνείς αθλητικές διοργανώσεις.

Η ΕΟΘΣκι παρουσιάζει μια συνεχώς ανοδική πορεία: στον οργανωτικό τομέα, με την επιτυχημένη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων διεθνούς εμβέλειας (Μεσογειακοί, Βαλκανικοί, Πανευρωπαϊκοί και Παγκόσμιοι αγώνες) και στον αγωνιστικό τομέα, με τη συμμετοχή του τεχνικού δυναμικού της (εθνικοί και διεθνείς κριτές, πιλότοι κ.ά.) σε διεθνείς διοργανώσεις. Σταθμός παραμένει το Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ανδρών Γυναικών το 1994 που διοργανώθηκε με μεγάλη επιτυχία στα Ιωάννινα, όπως και το 51ο Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα το 1997, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις καινούριες εγκαταστάσεις θαλασσιού σκι της λίμνης Καϊιάφα στην

---

<sup>25</sup> Κόκκωσης/ Τσαρτας-/Γκριμπα (2011) 336.

Πελοπόννησο.<sup>26</sup> Όσον αφορά στον ερασιτεχνικό χαρακτήρα αυτού του σπορ, ο τουρίστας μπορεί να το απολαύσει σε πολλές παραλίες της χώρας. Κάποιες, βέβαια, προτιμώνται για τη γεωγραφική τους θέση, τις ευκολίες που παρέχονται από ναυτικούς ομίλους και σχολές που βρίσκονται εκεί. Τέτοιες παραλίες είναι το Καράβι στο Μαραθώνα, Eden Beach στη Σαρωνίδα, το Πόρτο Χέλι, η Βουλιαγμένη, ο Πόρος, η Σκιάθος, η Λίμνη Καϊάφα στην Ηλεία, το Καψάλι στα Κύθηρα, η Δασιά στην Κέρκυρα και το Κέντρο Θαλασσιών Ρόδων στη Χαλκιδική.<sup>27</sup>

### 3.2 ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΑ (YACHTING)



**Εικόνα 2:** Κυκλάδες

Η ιστιοπλοΐα αναφέρεται στη θαλάσσια δραστηριότητα κατά την οποία ο ταξιδιώτης-τουρίστας χρησιμοποιεί θαλαμηγό, μηχανοκίνητο

---

<sup>26</sup> <http://www.waterski.gr>.

<sup>27</sup> <http://www.visitgreece.gr>.

σκάφος ή ιστιοφόρο για λόγους αναψυχής.<sup>28</sup> Οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να δουν νησιά και απομακρυσμένες περιοχές, στις οποίες η μετάβαση είναι δύσκολη με άλλο μέσο, χρησιμοποιώντας ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο σκάφος, ενώ η σχεδόν απόλυτη ελευθερία μετακίνησης αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα. Σχεδόν όλα τα Ελληνικά νησιά αποτελούν προορισμούς ιστιοπλοΐας. Εκείνα όμως που ξεχωρίζουν σαν προορισμοί είναι τα νησιά του Ιονίου Πελάγους. Η Κέρκυρα και γενικά όλα τα νησιά του Ιονίου ενδείκνυνται για διακοπές με ιστιοπλοϊκό, λόγω των κλιματολογικών τους συνθηκών, τα πολλά αγκυροβόλια, και την ύπαρξη διεθνούς αεροδρομίου.

Η ναύλωση ενός ιστιοπλοϊκού δεν συνδέεται αποκλειστικά με τουρίστες μεγάλου εισοδήματος, είναι μία επιλογή διακοπών και για τουρίστες μεσαίου εισοδήματος, οι οποίοι έχουν την πολυτέλεια να ταξιδεύουν λίγες μέρες και να ανακαλύπτουν πολλούς προορισμούς. Η ιδιαιτερότητα του γιότινγκ είναι ότι ο επιβαίνων στο σκάφος είναι εκείνος που ορίζει το χώρο και το χρόνο της δραστηριότητας αναψυχής. Οι κατηγορίες των ιστιοπλοϊκών διακρίνονται σε ιδιωτικά πλοία αναψυχής τα οποία δεν διαθέτουν ναύλο και σε κότερα μεγαλύτερου μεγέθους που διαθέτουν, εκτός από ναύλο, και επιπλέον χώρους όπως κουζίνα χώρους υγιεινής κλπ.<sup>29</sup> Οι κατηγορίες γιότινγκ από άποψη εκμετάλλευσης είναι :

- γιότινγκ με ιδιόκτητο σκάφος το οποίο είναι ιδιωτικής χρήσης και δεν διαθέτει ναύλο στο οποίο ο ιδιοκτήτης του πραγματοποιεί θαλάσσιες δραστηριότητες αναψυχής μόνος ή με συνοδεία.
- γιότινγκ με επαγγελματικό σκάφος. Αυτό διαθέτει ναύλο και ο ενδιαφερόμενος το ναυλώνει για λόγους αναψυχής. Η

---

<sup>28</sup> Αποστολόπουλος/ Σδραλή (2009).145-146.

<sup>29</sup> Κόκκωσης/ Τσαρτας/ Γκριμπα (2011) 309-310.

ναύλωση επαγγελματικών σκαφών αναψυχής διακρίνεται σε ναύλωση σκάφους με πλήρωμα, δηλαδή, επανδρωμένα σκάφη με μόνιμο πλήρωμα, και σε ναύλωση σκάφους χωρίς πλήρωμα, δηλαδή μη επανδρωμένο τουριστικό πλοιάριο, χωρίς μόνιμο πλήρωμα.

Ακόμη με βάση το πλήρωμα έχουμε τα εξής είδη ναύλωσης:

- Μηχανοκίνητα μικρά ή θαλαμηγά είναι ταχύπλοα γιότ όπως κότερα, θαλαμηγοί, κρουζιερόπλοια με μεγαλύτερη χωρητικότητα. Όλα τα παραπάνω φιλοξενούν μεμονωμένους επιβάτες, ομάδες/γκρούπ τουριστών ή οικογένειες.
- Ιστιοφόρα σκάφη, τα οποία έχουν ως μέσο προώθησης τα πανιά ενώ φέρουν και βοηθητική μηχανή και είναι πιο μεγάλα από τα ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα. Αυτά νοικιάζονται πάντα με πλήρωμα, δηλαδή, τον καπετάνιο και τους εργαζόμενους που είναι υπεύθυνοι για τη διαμονή και τη διατροφή των τουριστών.
- Μηχανοκίνητα ιστιοφόρα είναι τα ιστιοφόρα με μηχανή και ισχύει ότι και στην προηγούμενη κατηγορία. Αυτά προσφέρουν υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών και υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης γι' αυτό αποτελούν μια ιδιαίτερα δημοφιλή κατηγορία. Συνήθως πρόκειται για μετακατασκευασμένα αλιευτικά ή καΐκια.
- Πολυτελή καΐκια τα οποία κινούνται με πανιά ή μηχανή.
- Θαλαμηγοί που μέσω προώθησης είναι η μηχανή.
- Skippered τα οποία επιλέγονται από εκείνους που έχουν μικρή ή καθόλου εμπειρία στην ιστιοπλοΐα. Ο τουρίστας

πληρώνει τόσο το ενοίκιο του γιοστ όσο και τις υπηρεσίες ενός καπετάνιου. Ο τουρίστας καθοδηγείται από τον καπετάνιο για να επιλέξει τον προορισμό επίσης ο τελευταίος τον πληροφορεί για την ιστορία της περιοχής και τις γεωγραφικές της λεπτομέρειες.

- Παραδοσιακά καΐκια. Αυτά ενοικιάζονται κυρίως από οικογένειες ή παρέες τουριστών.
- Και τέλος μεγάλα μηχανοκίνητα καΐκια, αυτά είναι μικρά πλοία που εκτελούν προκαθορισμένα δρομολόγια.<sup>30</sup>

Σήμερα η ιστιοπλοΐα είναι ένα από τα ολυμπιακά αθλήματα. Τα ιστιοπλοϊκά σκάφη κινούνται με την δύναμη του αέρα ή τη μηχανή (όσα διαθέτουν) και αποτελούνται από τρία βασικά μέρη το κυρίως σκάφος, το πανί και το πηδάλιο.

### 3.3 ΙΣΤΙΟΣΑΝΙΔΑ (Windsurfing)



---

<sup>30</sup> Κόκκωσης/ Τσαρτας/ Γκριμπα (2011) 307-308.

Η ιστιοσανίδα αποτέλεσε την ιδέα δύο φίλων (ενός ναυτικού και ενός οπαδού του surfing) οι οποίοι κατασκεύασαν έναν ειδικό μηχανισμό που μπορούσε να στερεώνεται σε μια σανίδα, να περιστρέφεται και να κινείται προς κάθε κατεύθυνση. Η πλεύση πάνω σε σανίδα κυμαίνεται από 2-4,7 μέτρα στην οποία έχει τοποθετηθεί μικρός ιστός που κινείται με την βοήθεια του ανέμου και τους κατάλληλους χειρισμούς. Η ιστιοσανίδα (windsurfing) δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, και τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική, με αποτέλεσμα να την κάνει προσβάσιμη σε μεγάλο εύρος τουριστών.

Εκτός από διασκέδαση και το ολυμπιακό άθλημα, το windsurfing έχει γίνει και επαγγελματικό σπορ από το 1985, καθώς και άθλημα επιδείξεων και αγώνων σε κλειστούς χώρους, όπου δημιουργούνται τεχνητά οι απαραίτητες συνθήκες. Καθώς στην Ελλάδα, οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές (ήπιο κλίμα, κατάλληλη ένταση ανέμων κ.λπ.) το άθλημα έχει γνωρίσει θεαματική ανάπτυξη και ολοένα και περισσότεροι Έλληνες ασχολούνται συστηματικά με αυτό. Με την πάροδο των χρόνων έχει γίνει σημαντική και η βελτίωση των σανίδων ούτως ώστε να μπορεί να διασχιστεί μεγάλη απόσταση, χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Νίκος Κακλαμανάκης που το 1997 έφτασε από την Αθήνα ως την Κρήτη με την σανίδα του μέσα σε δύο μέρες.

Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς.<sup>31</sup> Οι πιο γνωστές παραλίες για την εξάσκηση αυτού του σπορ είναι η Βάρκιζα, η Ραφήνα, η Ανάβυσσος, ο Ωροπόδος και η Βουλιαγμένη που βρίσκονται στην Αττική. Επίσης στη

---

<sup>31</sup> <http://archive.in.gr>.

Πελοπόννησο, τα πιο φημισμένα σημεία είναι ο Λακουβάρδος, η Καλαμάτα, ο Φοινικούντας και το Δρέπανο. Στην Αχαΐα η πιο γνωστή παραλία είναι η Ζαχάρω, στη Χαλκιδική η παραλία Σάνυ και στη Εύβοια η παραλία της Χιλιαδικής.<sup>32</sup> Στην Κρήτη ο νομός Χανίων και συγκεκριμένα η παραλία της Ελαφονήσου, τα Φαλάσαρνα και η Αγία Μαρίνα είναι ιδανικοί προορισμοί για τέτοιου είδους σπορ λόγω των ανέμων που πνέουν εκεί όλο το χρόνο.

### 3.4 ΚΑΤΑΔΥΣΕΙΣ



**Εικόνα 3:** Παυλοπέτρι Λακωνίας

Με τον όρο κατάδυση εννοούμε τις υποβρύχιες εξερευνήσεις έχοντας τον απαραίτητο καταδυτικό εξοπλισμό και την συνοδεία έμπειρου εκπαιδευτή-δύτη. Οι καταδύσεις αποτελούν μια από τις πλέον ενδιαφέρουσες ψυχαγωγικές δραστηριότητες αφού προσφέρουν άθληση,

---

<sup>32</sup> <http://www.in2life.gr/delight/hobbies/article/171248/surfing-mathainontas-ta-kymata.html>  
25/9/14.

γνώση, υγεία, πνευματική άσκηση και ηρεμία. Πολλοί αλλοδαποί επισκέπτες συχνά επιθυμούν να συνδυάσουν την περίοδο των διακοπών τους στην Ελλάδα με ασχολίες όπως οι καταδύσεις αναψυχής που είναι δύσκολο να πραγματοποιήσουν στην καθημερινή τους ζωή, καθώς η χώρα τους ίσως δεν διαθέτει τις απαιτούμενες γεωφυσικές δυνατότητες. Υπάρχουν οι ακόλουθες μέθοδοι κατάδυσης:<sup>33</sup>

- Κατάδυση στο νερό χωρίς βοηθητική συσκευή με το κράτημα της αναπνοής.
- Ελεύθερη κατάδυση.
- Κατάδυση με συμπιεσμένο αέρα ο οποίος παρέχεται από την επιφάνεια με τη χρήση ειδικών συσκευών που παρέχουν στο δύτη αέρα, θερμαίνουν τη στολή κατάδυσης και επιτρέπουν επικοινωνία με την επιφάνεια.
- (αυτό)κατάδυση με αναπνευστήρα στην οποία ο δύτης αναπνέει μέσω ενός σωλήνα, του αναπνευστήρα, που επικοινωνεί με το στόμα και τη μύτη του.
- Κατάδυση με αυτόνομη αναπνευστική συσκευή.
- Κατάδυση με βαθυσκάφος, δηλαδή, μικρά και ελαφριά υποβρύχια σκάφη που χρησιμοποιούνται για τουριστικούς σκοπούς και μπορούν να φτάσουν και τα 300 μέτρα.

Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Με τη χρήση μάσκας, οι τουρίστες μπορούν να εξερευνήσουν το βυθό σε κάθε περιοχή ελεύθερα ενώ με τη χρήση φιάλης ατμοσφαιρικού αέρα (80% άζωτο και 20% οξυγόνο) απαγορεύεται σε περιοχές με υποθαλάσσιες αρχαιότητες. Η Ελλάδα

---

<sup>33</sup> Μυλωνόπουλος / Μοίρα (2005) 67-68.



συγκαταλέγεται σε έναν από τους κορυφαίους προορισμούς της Μεσογείου για καταδύσεις σύμφωνα με τον ταξιδιωτικό ιστότοπο Luxury Travel Blog.<sup>34</sup> Αξίζει να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο το Παυλοπέτρι Λακωνίας το οποίο είναι μια πόλη βυθισμένη εδώ και 5000 χιλιάδες χρόνια. Από το 1967 που ανακαλύφθηκε μεγάλα ποσά ξοδεύονται από ερευνητικές ομάδες αρχαιολόγων για την εξερεύνηση της συγκεκριμένης περιοχής, προσελκύοντας πλήθος ερευνητών και τουριστών.<sup>35</sup> Μερικές από τις πιο φημισμένες υποθαλάσσιες διαδρομές είναι το Ιόνιο, οι Βόρειες Σποράδες, η Κρήτη (Γραμβούσα), οι Κυκλάδες, η νότια Εύβοια, η Σαλαμίνα, το Πόρτο Ράφτη. Η ελεύθερη κατάδυση εξασκείται εδώ και χιλιάδες χρόνια (όπως φαίνεται από ευρήματα ανασκαφών και από αναπαραστάσεις δυτών σε τοιχογραφίες), όμως ο καταδυτικός τουρισμός μόλις τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ευρεία εξάπλωση κερδίζοντας συνεχώς έδαφος.

### 3.5 ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΕΣ



<sup>34</sup> <http://www.ellines.com/good-news/13650-h-ellada-anamesa-stous-korufaious-proorismous-kataduseon-tis-mesogeiou>.

<sup>35</sup> <http://www.nottingham.ac.uk/pavlopetri/projectoverview2009-2013.aspx><http://www.underwaterarchaeology.gr/News/index.htm#Projects>.

#### Εικόνα 4: Λιμάνι Ηρακλείου

Η κρουαζιέρα ορίζεται ως οργανωμένη περιήγηση με ειδικά διαμορφωμένα πλοία τα οποία λαμβάνουν χώρα στην ανοιχτή θάλασσα. πραγματοποιείται από ένα πλοίο το οποίο είναι κινητό ξενοδοχείο που βρίσκεται στη θάλασσα και έτσι δίνει τη δυνατότητα στους τουρίστες που μεταφέρει να πραγματοποιούν επισκέψεις στα διάφορα λιμάνια που προσεγγίζουν. Κατά μέσον όρο, ένα κρουαζιερόπλοιο μεταφέρει περίπου 2.000-2.500 επιβάτες σε κάθε ταξίδι. Η κρουαζιέρα οργανώνεται από εξειδικευμένα ή μη τουριστικά πρακτορεία, τους ναυλομεσίτες και καλύπτει ανάγκες μαζικού ή ειδικού τουρισμού, ενώ παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις σε θέματα δρομολογίων, διάρκειας, κόστους, διάφορων συνδυασμών με άλλες τουριστικές δραστηριότητες στη χώρα προορισμού.

Οι τύποι κρουαζιέρας ανάλογα με το τουριστικό προϊόν που επιλέγεται διακρίνονται σε:<sup>36</sup>

- Κρουαζιέρες εσωτερικού ή εγχώριες, αυτές πραγματοποιούνται στα χωρικά ύδατα μιας χώρας. Π.χ κρουαζιέρες μόνο μέσα στον Ελλαδικό χώρο οι οποίες συνήθως είναι μικρής διάρκειας.
- Μικτές κρουαζιέρες. Αυτές πραγματοποιούνται με αφετηρία τη χώρα προέλευσης και κατάληξη τη χώρα προορισμού. Π.χ κρουαζιέρες που ξεκινούν από την Ελλάδα και καταλήγουν στις ακτές της Ιταλίας.
- Κρουαζιέρες εξωτερικού, που πραγματοποιούνται στα χωρικά ύδατα της χώρας προορισμού. Π.χ. με αφετηρία

---

<sup>36</sup> Κομίλης (1986) 81.

λιμάνια Ισπανίας κρουαζιερόποια αγκυροβολούν σε ελληνικά λιμάνια.

Μια θαλάσσια κρουαζιέρα διαρκεί συνήθως από δέκα έως δεκαπέντε ημέρες. Παρακάτω θα αναφέρουμε τις κατηγορίες οργανωμένων κρουαζιέρων ανάλογα με τη χρονική διάρκεια:<sup>37</sup>

1. Οι μονοήμερες κρουαζιέρες οι οποίες μοιάζουν περισσότερο με θαλάσσιες εκδρομές.
2. Οι τριήμερες, που πραγματοποιούνται συνήθως στο τέλος της εβδομάδας, δηλαδή Σαββατοκύριακα και αργίες.
3. Οι κρουαζιέρες μέσης διάρκειας που διαρκούν από 5 έως 10 ημέρες.
4. Οι μακράς διάρκειας κρουαζιέρες, οι οποίες διαρκούν περισσότερο από 15 ημέρες έως και 3 εβδομάδες.

Για να πραγματοποιηθούν κρουαζιέρες χρειάζονται καλές καιρικές συνθήκες. Στην Ελλάδα οι θαλάσσιες κρουαζιέρες πραγματοποιούνται από τον Απρίλιο έως τον Νοέμβριο με μέση διάρκεια 6,5 ημέρες. Τέλος οι πιο συχνοί προορισμοί είναι τα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου Πελάγους.

### 3.6 ΚΑΝΟ Ή ΚΑΓΙΑΚ

---

<sup>37</sup> Μυλωνόπουλος / Μοίρα (2005) 105-106.



**Εικόνα 5:** Τσαγαράδα, Πήλιο

Τα κανό είναι μικρά, ελαφριά σκάφη χωρίς καρίνα<sup>38</sup> και χωρίς μηχανή, τα οποία κινούνται με την μυϊκή δύναμη ενός ή και περισσότερων ατόμων που επιβαίνουν σε αυτά με τη βοήθεια κουπιού. Έχουν μήκος από 2 έως 4 μέτρα και χρησιμοποιούνται για άθληση και αναψυχή. Συνήθως τα κανό έχουν χωρητικότητα από ένα (για τους πιο έμπειρους) έως δύο άτομα (για τους αρχάριους), όμως υπάρχουν και μεγαλύτερα κανό.

Αρχικά, χρησιμοποιούνταν μόνο σε λίμνες και ποτάμια, αλλά στη συνέχεια εξελίχθηκαν σε μια θαλάσσια δραστηριότητα. Στην Ελλάδα υπάρχουν 30 ποταμοί που μπορεί να κάνει κάποιος κανό ή καγιάκ. Τα καγιάκ είναι μικρότερα σε μέγεθος (σε σχέση με τα κανό) και έχουν πιο μυτερές πρύμη και πλώρη και διαθέτουν μια μόνο θέση. Και τα δύο σκάφη είναι εφοδιασμένα με αεροστεγείς χώρους και ελαστικά δίχτυα αποσκευών που προσφέρουν αυτονομία σε μεγαλύτερα ταξίδια. Το κανό-

---

<sup>38</sup> «Καρίνα» είναι ναυτικός όρος και ορίζεται ως το κατώτερο μέρος του ποίου ή σκάφους που εκτείνεται από την πρύμη ως την πλώρη, αποτελείται από ένα ή περισσότερα δοκάρια και χρησιμεύει ως αντίβαρο για την καλύτερη ισορροπία του σκάφους.

καγιάκ εκτός από σωματική άσκηση προσφέρει στον τουρίστα τη δυνατότητα πρόσβασης και εξερεύνησης ιδιαίτερων περιοχών που η πρόσβαση τους με άλλο μέσο είναι δύσκολη ή και αδύνατη.

Όσον αφορά τα ποτάμια, ο τουρίστας μπορεί να παρατηρήσει τα διάφορα είδη ζώων και τη βλάστηση που αναπτύσσονται στις όχθες κάθε ποταμού αλλά και να πλεύσει σε ειδικούς θαλάσσιους δρόμους καθώς και να εξερευνήσει σπήλαια. Η δραστηριότητα αυτή είναι αρκετά ευαίσθητη στις καιρικές συνθήκες, δηλαδή απαιτούνται ήρεμα νερά.

### 3.7 ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ



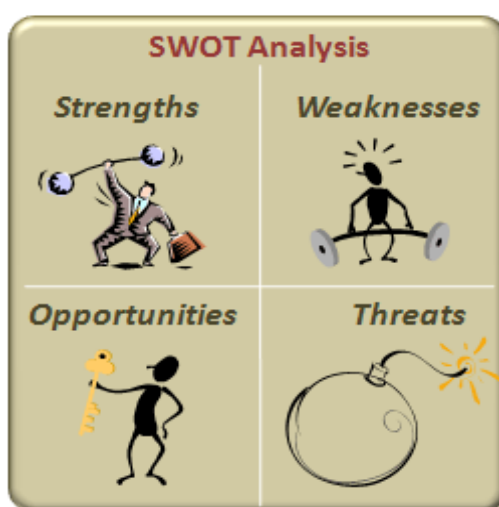
**Εικόνα 6:** Θάσος

Το θαλάσσιο αλεξίπτωτο είναι μια δραστηριότητα αναψυχής κατά την οποία το άτομο υψώνεται με τη βοήθεια ειδικού αλεξίπτωτου που έλκεται με ταχύπλοο σκάφος. Διαθέτει μια ή δύο θέσεις και συνδυάζει πτήση πάνω από τη θάλασσα και ταχύτητα. Η δραστηριότητα αυτή

διαδόθηκε τα τελευταία χρόνια, κυρίως, στην Ελλάδα και ελκύει άτομα νέας ηλικίας λόγω του ριψοκίνδυνου χαρακτήρα και της δράσης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: S.W.O.T ΑΝΑΛΥΣΗ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T



Η ανάλυση S.W.O.T είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, μιας οικονομίας ή ο,τιδήποτε άλλο εξετάζεται, και παρουσιάζει την υφιστάμενη κατάσταση σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Τα αρχικά αντιπροσωπεύουν τις λέξεις **Strength** (Δυνάμεις), **Weaknesses** (Αδυναμίες), **Opportunities** (Ευκαιρίες), **Threats** (Απειλές). Συνήθως τα «Δυνατά σημεία» και οι «Αδυναμίες» αναφέρονται στην περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης ενώ οι «Ευκαιρίες» και «Απειλές» στην ανάλυση της κατάστασης μελλοντικά.

Ειδικότερα στην παρούσα εργασία:

- οι **Δυνάμεις** είναι οι εσωτερικές συνθήκες που κάνουν ισχυρή τη θέση της χώρας μας όσον αφορά την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.
- Οι **Αδυναμίες** είναι οι εσωτερικές συνθήκες που παρουσιάζονται ως μειονεκτήματα για την ανάπτυξη της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού.
- Οι **Ευκαιρίες** είναι οι παρούσες ή μελλοντικές συνθήκες που επιδρούν θετικά στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στη χώρα μας.
- Τέλος, οι **Απειλές** είναι οι παρούσες ή μελλοντικές συνθήκες που επιδρούν αρνητικά στην προσπάθεια της Ελλάδας να προσελκύσει τουρίστες με τη μορφή τουρισμού που μελετάμε.

#### 4.1.1 «ΔΥΝΑΜΕΙΣ»

Η Ελλάδα με το Μεσογειακό της κλίμα, την μεγάλη ακτογραμμή και τα χιλιάδες νησιά τα οποία βρίσκονται κοντά μεταξύ τους αποτελεί έναν κορυφαίο τουριστικό προορισμό παγκοσμίως. Το όνομα της Ελλάδας είναι στενά συνδεδεμένο με τον ήλιο, τη θάλασσα, τον αρχαιοελληνικό πολιτισμό, και την διασκέδαση. Τα ελληνικά νησιά, έχοντας το κάθε ένα τη δική του ιδιομορφία, έχουν αναπτυχθεί λόγω των ιδιαίτερων γεωγραφικών συνθηκών.

Το κλίμα της Ελλάδας, επίσης, συμβάλλει πολύ στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού αφού οι μέρες ηλιοφάνειας είναι περίπου 300 το χρόνο. Ο κάθε νησιωτικός προορισμός ξεχωρίζει λόγω της ομορφιάς, των μνημείων, της τοπικής κουζίνας, της ιστορίας, ακόμη λόγω των

χαρακτηριστικών των κατοίκων του. Συγκεκριμένα, η Μύκονος και η Σαντορίνη, παρ' όλες τις δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν στην προσέγγιση των πλοίων, αποτελούν παγκόσμιο πόλο έλξης τουριστών καθώς ανήκουν σταθερά στα δεκαπέντε κερδοφόρα ευρωπαϊκά λιμάνια κρουαζιέρας. Το 2009, κατείχαν την πέμπτη και έκτη θέση αντίστοιχα, ενώ την τρίτη και τέταρτη είχαν η Βενετία και ο Πειραιάς αντίστοιχα.

Χαρακτηριστικό της Ελλάδας είναι και η φιλοξενία που χαρακτηρίζει κάθε προορισμό από τους κατοίκους της. Στην αρχαία Ελλάδα η φιλοξενία ήταν πράξη αρετής και είχε να κάνει με την υποδοχή και την περιποίηση των ξένων. Οι Έλληνες δίνουν μεγάλη έμφαση στη φιλοξενία και είναι αναπόσπαστο χαρακτηριστικό της κουλτούρας μας, το οποίο αναγνωρίζεται σε παγκόσμια κλίμακα. Η Ελλάδα, σύμφωνα με τους αναγνώστες του διάσημου περιοδικού Conde' Nast Traveller, ανακηρύχθηκε η πιο φιλόξενη χώρα στον κόσμο για το 2013.<sup>39</sup>

Οι Ελληνικές παραλίες στο σύνολό τους είναι πολλές και μικρές σε μήκος με πολλά στοιχεία εναλλαγής σε ακτογραμμή και θαλάσσιο/ υποθαλάσσιο πλούτο γεγονός που αποτελεί στοιχείο τουριστικού ενδιαφέροντος, ιδιαίτερα σε περιπτώσεις τουριστών που πραγματοποιούν καταδύσεις, για παράδειγμα, ή άλλα θαλάσσια σπόρ. Πολλές παραλίες είναι οργανωμένες και διαθέτουν υψηλή ποιότητα παροχής υπηρεσιών, όπως ομπρέλες, αναψυκτήρια, θαλάσσια σπορ. Οι Ελληνικές θάλασσες φημίζονται και για την καθαρότητά τους και τα καταγάλανα νερά τους και πλήθος αυτών έχουν διακριθεί με γαλάζιες σημαίες, μέσω του παγκόσμιου προγράμματος που έχει καθιερωθεί και επιβραβεύει τις παραλίες για την καθαρότητά τους, τις υπηρεσίες που παρέχουν και κυρίως περιβαλλοντικά κριτήρια καθώς και κατά πόσο τηρούνται οι

---

<sup>39</sup> <http://traveldailynews.gr/news/article/58396>.



σχετικοί κανόνες ασφαλείας. Για το 2014 με γαλάζιες σημαίες διακρίθηκαν 408 παραλίες και 10 μαρίνες της χώρας.<sup>40</sup>

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στη Ελλάδα έπαιξε η άρση του «καμποτάζ». Πριν την άρση του λεγόμενου «καμποτάζ», απαγορευόταν δια νόμου σε ξένες εταιρείες κρουαζιερόπλοιων (με ξένη σημαία) να επιβιβάσουν και να αποβιβάσουν κόσμο σε ελληνικά λιμάνια, παρέχοντας αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης των ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών από πλοία ελληνικής σημαίας και ελληνικής πλοιοκτησίας στο όνομα της ανταγωνιστικότητας. Για παράδειγμα επιβάτες ενός κρουαζιερόπλοιου με σημαία Παναμά, μπορούσαν να μπουν στο πλοίο στο λιμάνι του Πειραιά, αλλά δεν μπορούσαν να βγουν και πάλι στον Πειραιά ή σε οποιοδήποτε άλλο Ελληνικό λιμάνι, να πραγματοποιήσουν μια «κυκλική κρουαζιέρα».

Η άρση του «καμποτάζ» έγινε το Μάιο του 2010 και από τότε γίνεται όλο και πιο μεγάλη η προσέλκυση κρουαζιερόπλοιων στα ελληνικά λιμάνια. Πριν την άρση του καμποτάζ, πολλά κρουαζιερόπλοια χρησιμοποιούσαν τα ελληνικά λιμάνια για ολιγόωρες επισκέψεις, τα λιμάνια ήταν, δηλαδή, τόπος διέλευσης της κρουαζιέρας και δεν αποτελούσαν βάση της, λόγω του «καμποτάζ». Μετά την άρση του, τα ελληνικά λιμάνια έχουν πλέον τη δυνατότητα να αποτελέσουν αφετηρία και τελικό προορισμό μιας κρουαζιέρας και καθιστά, επίσης, δυνατόν να γίνονται κατασκευές ή συντήρηση των πλοίων στα ελληνικά λιμάνια, έτσι ώστε τα έσοδα τόσο από τις δραστηριότητες των τουριστών, όσο και από τις διάφορες εργασίες συντήρησης ή επισκευής να χρησιμοποιούνται ως τουριστικοί πόροι των ελληνικών λιμανιών.

Ακόμη ένα άλλο πλεονέκτημα της Ελλάδας αναφορικά με την ποιότητα του τουριστικού της προϊόντος είναι ο πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος της όχι μόνο στην ηπειρωτική χώρα (π.χ. Παρθενώνας)

---

<sup>40</sup> [www.eepf.gr](http://www.eepf.gr).

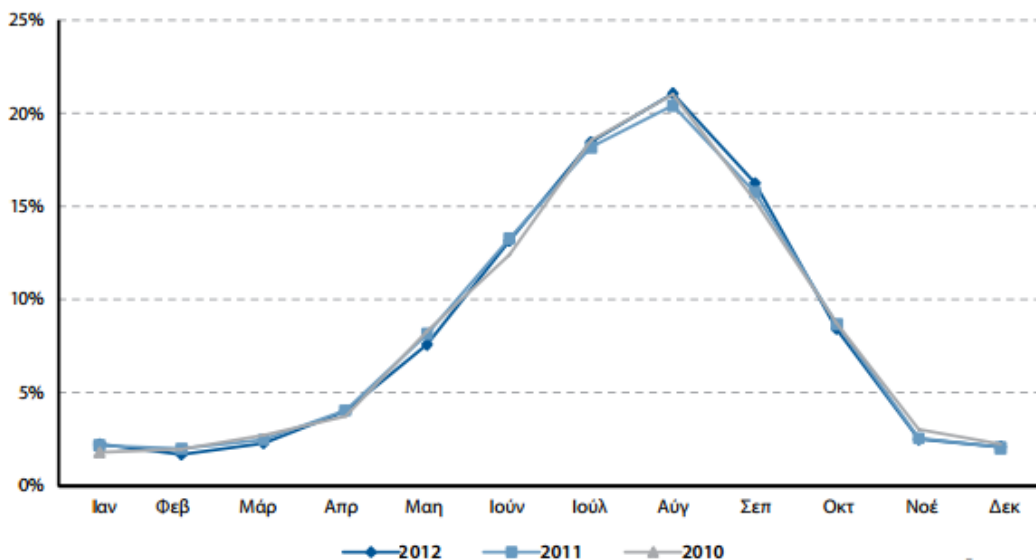
αλλά και σε άλλες νησιωτικές περιοχές, όπως τα Μινωικά ανάκτορα στην Κρήτη, που αποτελούν πόλο έλξης των τουριστών, καθώς επίσης και άλλες περιοχές θαλάσσιες, οι οποίες ευνοούν την πραγματοποίηση συγκεκριμένων δραστηριοτήτων, όπως εκείνες που σχετίζονται με τον τουρισμό υγείας, τα ιαματικά λουτρά (Καμένα Βούρλα, Αιδηψός, Λουτράκι).

#### 4.1.2 «ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ»

Ένα σημαντικό μειονέκτημα της Ελλάδας είναι η εποχικότητα των προορισμών της (βλ. Κεφ 2). Το ελληνικό τουριστικό προϊόν στηρίζεται κυρίως στον θαλάσσιο τουρισμό, με την ευρύτερη έννοια, που σημαίνει ότι περιορίζεται κυρίως στους θερινούς μήνες. Το γεγονός αυτό επηρεάζει σημαντικά την οικονομία της χώρας, αφού συνδέεται με το προσωπικό που εργάζεται σε διάφορους τομείς παροχής υπηρεσιών τουρισμού, σε εμπορικά καταστήματα και γενικά σε όλους τους τομείς όπου υπάρχει συναλλαγή με τους τουρίστες, που αναγκαστικά απασχολείται τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ διακόπτεται η εργασία του μετά το πέρας της θερινής τουριστικής περιόδου.

Όπως φαίνεται, για παράδειγμα, στο παρακάτω διάγραμμα σε εύρος δύο ετών, η μηνιαία κατανομή των αφίξεων δεν διαφοροποιείται αισθητά από χρόνο σε χρόνο. Η αιχμή των αφίξεων σημειώνεται παραδοσιακά τον Αύγουστο, κατά τον οποίο πραγματοποιείται το 20% περίπου των ετήσιων επισκέψεων.

**Πίνακας 2:** Μηνιαία κατανομή της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα 2010-2012



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Ένας ακόμη αρνητικός παράγοντας είναι η σχετική αδυναμία της χώρας μας να εκμεταλλευτεί στο έπακρο τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα σχετικά με την μορφολογία του εδάφους της, το κλίμα της, το φυσικό της πλούτο σε σχέση με τις άλλες Μεσογειακές χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Ιταλίας και Ισπανίας που κατέχουν κορυφαίες θέσεις στον τουρισμό και θαλάσσιο τουρισμό. Όσον αφορά στα σκάφη αναψυχής, για παράδειγμα, η χώρα μας έχει υιοθετήσει ένα «εχθρικό» θεσμικό πλαίσιο. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι παραμονή άνω των 45 ημερών κάθε σκάφους αναψυχής (ξένο ή ελληνικό) υπόκειται σε ειδικό φόρο.<sup>41</sup>

Επίσης, το κόστος του ελλιμενισμού δεν είναι αντίστοιχο με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στα λιμάνια και τις μαρίνες. Αν και η χώρα μας διαθέτει 19 μαρίνες με 6.661 θέσεις ελλιμενισμού, μόνο λίγες από αυτές υποδέχονται κρουαζιερόπλοια (Πειραιάς, Ηράκλειο, Ρόδος, Μύκονος, Σαντορίνη), με αποτέλεσμα τον μεγάλο περιορισμό των κρουαζιερόπλοιων και την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού μόνον

<sup>41</sup> [www.all4yachting.com](http://www.all4yachting.com).

σε συγκεκριμένες περιοχές που διαθέτουν θέσεις ελλιμενισμού μεγάλων κρουαζιερόπλοιων.<sup>42</sup>

Οι πρώτες μαρίνες στην Ελλάδα δημιουργήθηκαν στην δεκαετία του 1960. Το 1963 στην Βουλιαγμένη, το 1966 στην Ζέα και το 1973 στην Αρετσού. Ακόμη κατασκευάστηκαν 65 σταθμοί ανεφοδιασμού θαλαμηγών σε όλη την Ελλάδα για τον εφοδιασμό των τουριστικών πλοίων με καύσιμα, νερό και άλλα εφόδια. Τα έργα αυτά πραγματοποιήθηκαν από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, το Υπουργείο Οικονομικών και τον Ν.Ο.Ε. (Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος). Ενώ τέθηκαν κάποιες σημαντικές βάσεις, οι δεκαετίες που ακολούθησαν δεν ήταν τόσο ευνοϊκές για τον ελληνικό τουρισμό κρουαζιέρας, καθώς η δεκαετία του 1990 υπήρξε δύσκολη για τα Ελληνικά ναυπηγία μιας και διέκοψαν τη λειτουργία τους λόγω της κατάργησης των χρηματοπιστωτικών κινήτρων που αφορούσαν τη ναυπήγηση πλοίων. Σήμερα, τα περισσότερα σκάφη αναψυχής (επαγγελματικά ή μη) που πλέουν στις ελληνικές θάλασσες είναι κατασκευασμένα σε ναυπηγεία του εξωτερικού.<sup>43</sup>

Ταυτόχρονα, οι λιμένες διοικούνται από πολλούς και διαφορετικούς φορείς (οργανισμοί λιμένων, τοπικές αρχές, λιμενικά ταμεία) και ενώ δαπανούνται χρήματα για μελέτες, η γραφειοκρατία καθυστερεί πολύ την λήψη μέτρων για την υλοποίηση αποφάσεων και προτάσεων για την βελτίωση παροχής υπηρεσιών. Συνέπεια όλων αυτών είναι η ανορθολογική χρήση πόρων και η στασιμότητα ως προς την βελτίωση των απαραίτητων υποδομών που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε περαιτέρω ανάπτυξη των λιμένων και συνεπώς του τουρισμού κρουαζιέρας.

---

<sup>42</sup> [www.investingreece.gov.gr](http://www.investingreece.gov.gr).

<sup>43</sup> Έρευνα για την ανάδειξη της σημαίας των σκαφών αναψυχής στον θαλάσσιο τουρισμό και την εθνική οικονομία, *Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδας* (2012) 26.

Τέλος, στα αδύναμα σημεία προστίθεται και η απουσία συντονισμού ενός αρμόδιου φορέα με στόχο την κοινή προβολή των ελληνικών προορισμών κρουαζιέρας, που θα επικεντρώνεται σε αυτήν την πτυχή του θαλάσσιου τουρισμού και θα εσπεύει όχι μόνον την «κίνηση» του είδους αυτού του τουρισμού, αλλά θα δραστηριοποιείται στην έρευνα και συγκέντρωση πόρων, όχι μόνο από το εσωτερικό, αλλά και μέσω κοινοτικών προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με σκοπό την προβολή, βελτίωση παροχής υπηρεσιών των λιμένων και σύναψης συμφώνων συνεργασίας με άλλους Ευρωπαίους εταίρους για την επιτυχή προβολή των ελληνικών λιμανιών.

#### **4.1.3 «ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ»**

Η γεωγραφική και στρατηγική θέση της Ελλάδας ευνοεί τις κρουαζιέρες και προς Ανατολή (Τουρκία, Αίγυπτο, Ισραήλ, Κύπρο) αλλά και προς τη Δύση (Ιταλία, Μάλτα, Σικελία), μιας και βρίσκεται στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, Ασίας, Ευρώπης, Αφρικής και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους θαλάσσιους «δρόμους» της Μεσογείου. Η γεωγραφική θέση της χώρας μας αποτελεί, λοιπόν, σπουδαίο πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστικών χωρών της στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού που μπορεί να οδηγήσει σε περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και βελτίωση του θαλάσσιου τουριστικού προϊόντος, με σημαντικά για τη χώρα έσοδα.

Η σχετική ευελιξία στην πολιτική θαλάσσιου τουρισμού μπορεί να επιδράσει θετικά στην περιοχή μας, σε συνδυασμό με την έκρυθμη πολιτική κατάσταση των γειτονικών, ανταγωνιστικών προς την Ελλάδα χωρών, όπως για παράδειγμα, η ανερχόμενη τουριστικά, Αίγυπτος και Λιβύη. Η Ελλάδα μπορεί να προσελκύσει τουρίστες με αρχικό προορισμό

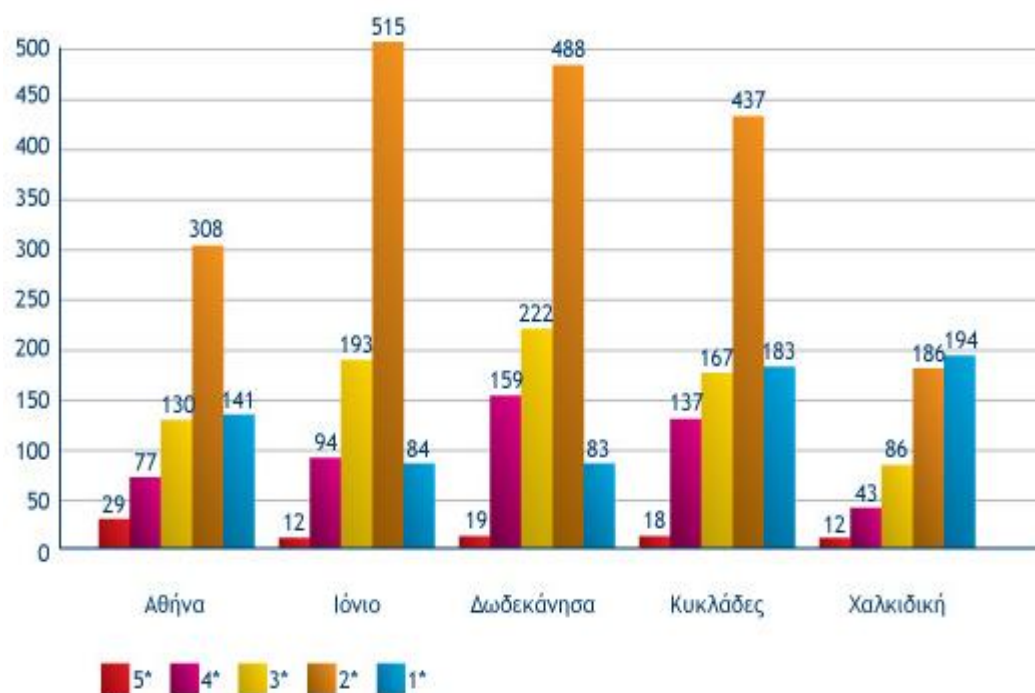
χώρες όπως οι παραπάνω, μιας και η εμπόλεμη ή έκρυθμη πολιτικά κατάσταση τους οδηγεί στην αναζήτηση παρόμοιου τουριστικού προϊόντος στις ακτές της Μεσογείου. Οι χώρες εκείνες που είναι έτοιμες να εκμεταλλευτούν το πλεονέκτημά τους, την στρατηγική θέση τους, την μεγάλη ακτογραμμή τους και γενικά την δυνατότητά τους να υποδεχθούν τουρίστες που επιθυμούν να περάσουν τις διακοπές τους σε ασφαλείς χώρες, χωρίς εσωτερικές διαταραχές, η χώρα μας θα μπορούσε να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέκλυση αυτών των τουριστών (προερχόμενοι από χώρες του εξωτερικού) στα νησιά, τις παραλίες και τα λιμάνια της.

Επίσης, η Ελλάδα έχει δοκιμαστεί στη διοργάνωση παγκοσμίου εμβέλειας αθλητικών δρώμενων, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες το 2004 και οι υποδομές της, ειδικά όσον αφορά στην υποδοχή των τουριστών έχει βελτιωθεί αισθητά. Ο Πειραιάς, πιο συγκεκριμένα, δοκιμάστηκε από άποψη μετακινήσεων αλλά και ασφάλειας και πληρεί όλες εκείνες τις προϋποθέσεις για να διαδραματίσει έναν πρωταγωνιστικό ρόλο, ένα μοχλό μεγαλύτερης ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού στη χώρα και στην Ανατολική Μεσόγειο, ανάλογο με εκείνον της Βαρκελώνης στην Δυτική Μεσόγειο.

Όσον αφορά την ποιότητα άλλων υποδομών της χώρας μας, η προοπτική βελτίωσής τους μπορεί να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη του τουρισμού γενικά, και του θαλάσσιου τουρισμού, ειδικότερα. Για παράδειγμα, τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα εντάσσονται στην κατηγορία των καταλυμάτων ενός και δύο αστέρων, που σημαίνει ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια για τους επενδυτές να δημιουργήσουν ξενοδοχειακές μονάδες τεσσάρων και πέντε αστέρων, που θα συνεπαγόταν την προσέλκυση τουριστών από μια ευρύτερη κοινωνικο-οικονομική βάση, πράγμα που θα ήταν ιδιαίτερα θετικό για την αύξηση των ποσοστών του τουρισμού.

Σύμφωνα με το Greek Hotel Branding Report, τα επώνυμα ξενοδοχεία στην Ελλάδα αποτελούν το 4% στο σύνολο των ξενοδοχείων και το 19% στη συνολική διαθεσιμότητα κλινών, ενώ σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 25 και 40%.<sup>44</sup> Τα ποσοστά περιγράφουν γλαφυρά ότι η Ελλάδα μπορεί να επικεντρωθεί στην βελτίωση των υποδομών της και των ανάλογων υπηρεσιών προς τους τουρίστες προκειμένου να γίνει ανταγωνιστική ως προς την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος συνολικά, και ειδικά στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές, όπου η συντριπτική πλειοψηφία των καταλυμάτων είναι ενός και δύο αστέρων (Ιόνιο, Δωδεκάνησα, Κυκλάδες).

**Πίνακας 3:** Κατανομή των ξενοδοχείων ανά κατηγορία (αστέρων) σε βασικούς τουριστικούς προορισμούς



Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

Επιπλέον, ο εσωτερικός τουρισμός μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην χώρα.

<sup>44</sup> <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=37&la=2>.

Σύμφωνα με τον ΣΕΤΕ αύξηση παρουσίασε ο εσωτερικός τουρισμός στη χώρα το 2014. Ειδικότερα, η αύξηση των αεροπορικών αφίξεων στο εξάμηνο έφθασε σε ποσοστό 13,5% ξεπερνώντας τα 2,53 εκατ. από 2,23 εκατ. το αντίστοιχο διάστημα του 2013. Επιπλέον, τον Ιούνιο το ποσοστό αύξησης των αφίξεων εσωτερικού ήταν υψηλότερο από το ποσοστό αύξησης των αφίξεων εξωτερικού. Έτσι, οι αφίξεις εσωτερικού αυξήθηκαν κατά 20,6% φθάνοντας τις 590.044 από 489.168 τον ίδιο μήνα πέρυσι ενώ οι αφίξεις εξωτερικού αυξήθηκαν κατά 13,3% φθάνοντας σε 2,48 εκατ. από 2,19 εκατ.<sup>45</sup> Αξίζει να σημειωθεί ότι η κινητικότητα αυτή στο εσωτερικό της χώρας συνδέεται κυρίως με καλοκαιρινούς – νησιωτικούς προορισμούς, πράγμα το οποίο φανερώνει ότι και ο εσωτερικός τουρισμός μπορεί να ωφελήσει σημαντικά τον θαλάσσιο τουρισμό στη χώρα μας και η ανοδική του πορεία μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση των υποδομών των περιοχών υποδοχής των εσωτερικών τουριστών, με σκοπό την συνεχώς αυξανόμενη εσωτερική τουριστική ανάπτυξη.

Τέλος, σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει η συνεργασία της Google, του διεθνούς διαδικτυακού κολοσσού, με τον ΕΟΤ και τον ΣΕΤΕ με σκοπό την παροχή των απαραίτητων ψηφιακών δεξιοτήτων και διαδικτυακών εργαλείων που θα ενισχύσουν την ανάπτυξή τους κατά την διάρκεια αλλά και πέραν της καλοκαιρινής περιόδου σε τουριστικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Λόγω του ότι η Ελλάδα αντιμετωπίζει πολύ έντονο πρόβλημα εποχικότητας, η συνεργασία αυτή θα έχει ως στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου μέσω μιας σειράς ψηφιακών εργαλείων της Google (My Business, Google AdWords) με σκοπό την βελτίωση της παρουσίας τους στα αποτελέσματα αναζητήσεων και στους χάρτες της Google και την προώθηση προσφορών των επιχειρήσεων σε περιόδους εκτός τουριστικής σεζόν. Αυτό θα επιτευχθεί επίσης, μέσα από

---

<sup>45</sup> <http://www.kathimerini.gr>



προϊόντα της Google όπως το Street View<sup>46</sup> το οποίο καλύπτει και την Ελλάδα από τις αρχές Ιουνίου και συμβάλλει στην περαιτέρω ανάδειξη της ομορφιάς της Ελλάδας σε όλο τον κόσμο.

Η συνεργασία αυτή του ΕΟΤ με τη Google ξεκίνησε τον Σεπτέμβριο του 2014 από την Κρήτη.<sup>47</sup> Πρωτοβουλίες σαν κι αυτήν συμβάλλουν στην στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Τα εμπλεκόμενα μέρη προσδοκούν πολύ θετικά αποτελέσματα από τη συνεργασία αυτή.

#### 4.1.4 «ΑΠΕΙΛΕΣ»

Μια από τις μεγαλύτερες «απειλές» που έχει να αντιμετωπίσει ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα είναι ο ανταγωνισμός με άλλες παραθαλάσσιες χώρες της Μεσογείου. Τα ελληνικά νησιά βρίσκονται πολύ κοντά στα παράλια της Τουρκίας, τα οποία διαθέτουν οργανωμένες, υπεροςύγχρονες μαρίνες, σε αντίθεση με τη χώρα μας.

Σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, για παράδειγμα, στην Τουρκία λειτούργησαν το 2014 30 μαρίνες ενώ στο Ανατολικό Αιγαίο 2. Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας, τα ημερήσια τέλη ελλιμενισμού της τουρκικής μαρίνας MarmarisMartı είναι υψηλότερα κατά 25% από την ελληνική μαρίνα της Κω, που αξίζει να σημειωθεί ότι η μια είναι απέναντι στην άλλη. Αντιστοίχως τα ημερήσια τέλη ελλιμενισμού της MiltaBodrum Marina, που θεωρείται και η ακριβότερη από όλες τις μαρίνες της ευρύτερης περιοχής, είναι κατά 50% ακριβότερη από τη μαρίνα της Κω.<sup>48</sup> Το παράδειγμα με την Κω και τις Τούρκικες μαρίνες είναι χαρακτηριστικό

---

<sup>46</sup> Η Ελλάδα γίνεται η 56η χώρα που εισέρχεται στο Street View, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες να εξερευνούν εικονικά μια γειτονιά μέσω πανοραμικών φωτογραφιών από το επίπεδο του δρόμου. Η εφαρμογή θα είναι επίσης διαθέσιμη στο **Google Earth** αλλά και στο **Google Maps** για κινητό τηλέφωνο.

<sup>47</sup> <http://www.naftemporiki.gr/story/847315/sunergasia-google-eot-sete-gia-tin-anaptuksi-tou-tourismou>.

<sup>48</sup> <http://www.newsbomb.gr>.

αν και η Ελλάδα δεν έχει να ανταγωνιστεί μόνο την Τουρκία αλλά και άλλες Ευρωπαϊκές χώρες που αναπτύσσονται ή έχουν αναπτυχθεί στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού.

Η Βαρκελώνη, ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα ανάπτυξης υποδομών, μετά τους ολυμπιακούς αγώνες του 1992, που από λιμάνι επίσκεψης μετατράπηκε σε έναν σημαντικό κόμβο της Δυτικής Μεσογείου. Καθοριστικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη διαδραμάτισε η στρατηγική της θέση, τα χρήματα που επένδυσε στις υποδομές, η ανοιχτή πολιτική που εφαρμόζει αλλά και η φήμη που απέκτησε μετά την επιτυχή διοργάνωση των αγώνων.<sup>49</sup> Επίσης, η Γαλλία παραμένει σταθερά ένας κλασικός προορισμός για τους τουρίστες όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά και παγκοσμίως.

Πέραν του ανηλεούς ανταγωνισμού, οι υποδομές αλλά και το προσωπικό εξυπηρέτησης στην Ελλάδα είναι ανεπαρκή σε σχέση με αυτό των ανταγωνιστών. Γενικότερα, όπως θα παρατηρήσουμε παρακάτω στον πίνακα 4, η θέση της χώρας μας αναφορικά με την κατάταξή της στον τομέα λιμενικών υποδομών έχει επιδεινωθεί κατά 16 θέσεις στο χρονικό διάστημα 2007-2009. Από την 41<sup>η</sup> θέση έχει περιέλθει στην 57<sup>η</sup>, δεδομένου ότι ο αριθμός σε κάθε κελί υποδηλώνει την κατάταξη της κάθε χώρας-λιμανιού, μεταξύ του συνόλου των 132 εξεταζόμενων χωρών (133 για το 2009). Αυτό δε σημαίνει ότι οι υποδομές αναγκαστικά υποβαθμίστηκαν, αλλά η υποβάθμιση της χώρας, επίσης, οφείλεται στο γεγονός ότι άλλες χώρες επένδυσαν στις λιμενικές τους υποδομές ενώ η Ελλάδα όχι.

Ανάλογη μείωση παρατηρείται και στην Ιταλία και Ισπανία. Αντίθετα, η Κύπρος με τη Μάλτα φαίνεται να έχουν επενδύσει στον τομέα αυτό. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η τιμή ελλιμενισμού είναι ανάλογη με το πλήθος, τις ανέσεις και την εξυπηρέτηση των τουριστών

---

<sup>49</sup> Σύμφωνα με τον κ. Γ. Ευαγγέλου (πρόεδρος του ΗΑΤΤΑ, Σύνδεσμος Τουριστικών Ταξιδιωτικών Γραφείων).

στις μαρίνες. Αυτό σημαίνει ότι η Ελλάδα μη διαθέτοντας τις κατάλληλες υποδομές δεν μπορεί να έχει υψηλό κοστολόγιο όσον αφορά το τουριστικό προϊόν που προσφέρει, όχι μόνο σε σχέση με τις μαρίνες, αλλά σε όλους τους τομείς του θαλάσσιου τουρισμού.

**Πίνακας 4:** Ταξινόμηση με βάση την ποιότητα λιμενικών υποδομών για τα έτη 2007, 2008, 2009

<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>ΕΛΛΑΔΑ</b>	<b>41</b>	<b>49</b>	<b>57</b>
<b>ΙΤΑΛΙΑ</b>	77	97	95
<b>ΙΣΠΑΝΙΑ</b>	23	25	33
<b>ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ</b>	36	38	42
<b>ΜΑΛΤΑ</b>	35	33	28
<b>ΚΥΠΡΟΣ</b>	32	39	26
<b>ΣΛΟΒΕΝΙΑ</b>	44	36	39
<b>ΚΡΟΑΤΙΑ</b>	72	89	90
<b>ΤΟΥΡΚΙΑ</b>	76	83	88
<b>ΑΙΓΥΠΤΟΣ</b>	61	79	69
<b>ΤΥΝΗΣΙΑ</b>	34	36	38

Πηγή: Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ Ετήσιες Εκθέσεις 2007, 2008, 2009<sup>50</sup>

Ένας άλλος αρνητικός παράγοντας που έχει να αντιμετωπίσει η χώρα μας σχετικά με τα προϊόντα θαλάσσιου τουρισμού που προσφέρει είναι η μόλυνση του θαλάσσιου περιβάλλοντος που μπορεί να προκληθεί από τη μεταφορά φορτίων. Η μόλυνση αυτή μπορεί να προκληθεί κυρίως

<sup>50</sup> Χατζημανωλάκη (2011) 60.

από λειτουργική ρύπανση που προέρχεται από λειτουργικές διαδικασίες ενός εμπορικού πλοίου ή μια διαρροή του φορτίου, από απόβλητα, μεταγγίσεις καυσίμων κτλ. Επίσης, δεν αποκλείεται η ρύπανση από διάφορα ναυτικά ατυχήματα όπως συγκρούσεις πλοίων, πυρκαγιές ή βυθίσεις πλοίων. Οι πετρελαιοκηλίδες που προκαλούνται από την ατυχηματική ή τη λειτουργική ρύπανση των δεξαμενόπλοιων αποτελούν σημαντική αιτία θαλάσσιας ρύπανσης. Το φαινόμενο αυτό είναι έντονο ιδιαίτερα σε περιοχές μεγάλης παραγωγής αλλά και στις κύριες μεταφορικές θαλάσσιες οδούς.<sup>51</sup>

Πολλά έχουν ακουστεί όσον αφορά την ρύπανση της Μεσογείου με τα χημικά όπλα της Συρίας που «αφοπλίστηκαν» στο θαλάσσιο χώρο μεταξύ της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Λιβύης. Παρόλο που οι ιθύνοντες στα Ηνωμένα Έθνη διαβεβαίωναν και συνεχίζουν να διαβεβαιώνουν ότι η υδρόλυση και ο αφοπλισμός αυτών των χημικών δεν θα επιφέρει καμία περιβαλλοντική μεταβολή ή μόλυνση, μια σειρά διαμαρτυριών έχει πραγματοποιηθεί σε κοντινές περιοχές με την θαλάσσια περιοχή της υδρόλυσης των χημικών και ιδίως στην Κρήτη.

Παρά τις διαβεβαιώσεις των υπευθύνων ότι η διαδικασία θα είναι ασφαλής για το θαλάσσιο περιβάλλον, ο τύπος τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, άρχισε να προβάλλει τις ακτές της Μεσογείου στην εν λόγω περιοχή σαν ήδη μολυσμένες περιοχές με αποτέλεσμα να συγχέονται αληθινά από τη μία πλευρά και ανακριβή από την άλλη, που συγχέουν την κοινή γνώμη και επηρεάζουν αρνητικά τους τουρίστες που πιθανότατα θα επιθυμούσαν να επισκεφθούν προορισμούς όπως η Κρήτη και τα νησιά του Ιονίου. Η μεγάλη διάσταση που έλαβε το θέμα και η αρνητική δημοσιότητα συντελεί στην αρνητική διαφήμιση της χώρας μας,

---

<sup>51</sup> Μοίρα (2007) 6.

όσον αφορά στον θαλάσσιο τουρισμό, αλλά και της περιοχής της Μεσογείου γενικότερα.

Τέλος, με την αρνητική ή την ελλιπή προβολή της χώρας στο εξωτερικό μέσω του διαδικτύου το γόητρο της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού πλήττεται σοβαρά. Ένα γλαφυρό παράδειγμα αρνητικής διαφήμισης που έφτασε ως τα όρια της προπαγάνδας είναι η προπαγάνδα των ξένων μέσω μαζικής ενημέρωσης όχι μόνον αναφορικά με την οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει η χώρα μας από το 2008, αλλά και τα άρθρα του ξένου τύπου με πολύ δυσμενή σχόλια για την κουλτούρα των Ελλήνων και τη νοοτροπία τους, που περιγραφόταν με τα πιο μελανά χρώματα.

Οι ξένοι τουρίστες απέφευγαν την Ελλάδα ως ταξιδιωτικό προορισμό, καθώς πίστευαν ότι θα συναντήσουν μια έκρυθμη πολιτική και κοινωνική κατάσταση, μια κοινωνία που προσιδιάζει περισσότερο σε τριτοκοσμική χώρα, το οποίο δεν ανταποκρινόταν στην πραγματικότητα. Αυτές οι προσπάθειες δυσφήμισης της χώρας μας προκειμένου να εξυπηρετήσουν συγκεκριμένα οικονομικά συμφέροντα ανταγωνιστικών χωρών, βρίσκουν πρόσφορο έδαφος και διευκολύνονται από τη χρήση του διαδικτύου και των ΜΜΕ, τα οποία πολλές φορές ενδιαφέρονται για την προβολή μιας είδησης, χωρίς απαραίτητα να ελέγχουν την ορθότητα και την ακρίβειά της, ή απλώς εξυπηρετούν συγκεκριμένα συμφέροντα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **5.1 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ**

Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός έχει ανακάμψει από την περίοδο ύφεσης (αρχές του 2000) και με την βοήθεια της προώθησής της

λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων και της παράλληλης σημαντικής αναβάθμισης στις γενικές και τουριστικές υποδομές έχει επανέλθει σε αναπτυξιακή τροχιά. Ως προορισμός, είναι καλά εδραιωμένος στη συνείδηση και επιθυμία του τουρίστα. Όμως το τουριστικό προϊόν που προσφέρει η Ελλάδα είναι χαμηλότερης ποιότητας από ό,τι θα μπορούσε να είναι και αυτό έχει μεγάλο αντίκτυπο ιδίως στον ανταγωνισμό της χώρας μας με άλλες Μεσογειακές χώρες, με καλύτερες υποδομές και υπηρεσίες για την εξυπηρέτηση των τουριστών.

Η πολιτική για τον τουρισμό βασίστηκε για πάρα πολλά χρόνια στην προώθηση του παραδοσιακού προτύπου τουριστικού προϊόντος, ήλιος, θάλασσα και αρχαιότητες. Ίσως στην πρώτη φάση ανάπτυξης του τουρισμού αυτό να ήταν ένα ικανοποιητικό μοντέλο προσέγγισης τουριστών. Την εποχή εκείνη που δεν υπήρχαν πρότυπα ούτε επιχειρηματική πρωτοβουλία σε ένα νέο προϊόν υπηρεσιών ούτε σοβαρές υποδομές, σωστά ανέλαβε η διοίκηση την ανάπτυξη ξενοδοχειακών και ειδικών τουριστικών υποδομών.

Στην δεύτερη φάση, όμως, η πολιτική που ακολούθησε η χώρα υστέρησε και δεν μπόρεσε να ακολουθήσει τις ανάγκες και προσδοκίες της σύγχρονης αγοράς. Αντίθετα αρκέστηκε στην ανοχή μιας άναρχης ανάπτυξης που οδήγησε σε πολλά προβλήματα οργάνωσης, προβολής και διαχείρισης του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Η διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος δεν συμπεριέλαβε και δεν συνεκτίμησε σε επαρκή βαθμό τις σύγχρονες τάσεις στον διεθνή τουρισμό, προσφέροντας και νέα προϊόντα που είναι προσαρμοσμένα στο σύγχρονο τρόπο διαβίωσης αλλά και υπηρεσίες που να μπορούν να ανταγωνιστούν ικανοποιητικά εκείνες τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι ανταγωνίστριες χώρες.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Κόκκωσης/ Τσαρτας/ Γκριμπα (2011) 50-52.

### **5.1.1 ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, η Ελλάδα αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα υποδομών. Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο προϊόν τόσο σε επίπεδο οργάνωσης, όσο και σε επίπεδο προσφοράς του τελικού προϊόντος που συμπεριλαμβάνει διάφορες μορφές θαλάσσιου τουρισμού, όπως τις έχουμε αναλύσει στο Κεφ.2. Συνεπώς, απαιτούνται πολυδάπανες υποδομές και υπηρεσίες, καθώς και αρμονική συνεργασία διαφόρων φορέων για την διαχείριση του θαλάσσιου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Στη λιμενική βιομηχανία,<sup>53</sup> για παράδειγμα, τα τερματικά κρουαζιερόπλοιων που εξυπηρετούν είτε ως λιμάνια βάσης (σημείο εκκίνησης και τερματισμού μιας κρουαζιέρας) είτε ως λιμάνια προσέγγισης (εκείνα στα οποία διέρχεται ένα κρουαζιερόπλοιο και παραμένει σε αυτά για ορισμένο χρονικό διάστημα) πρέπει να είναι λειτουργικά, ασφαλή, καθαρά και να προσφέρουν εύρος υπηρεσιών στους τουρίστες για να είναι ανταγωνιστικά.

#### **5.1.1.1 ΛΙΜΑΝΙΑ ΤΕΡΜΑΤΙΚΑ ΚΡΟΥΖΙΕΡΟΠΛΟΙΩΝ**

Στο λιμάνι-βάση είναι απαραίτητο να υπάρχουν επαρκείς στεγασμένες εγκαταστάσεις για την άφιξη των επιβατών και για την εκφόρτωση των αποσκευών τους στο τερματικό. Οι χώροι υποδοχής και αναμονής των επισκεπτών πρέπει να διαθέτουν κατάλληλο κλιματισμό και να είναι σχεδιασμένοι έτσι, ώστε η αποβίβαση που απαιτεί περισσότερο χώρο και χρόνο, να εκτελείται σε άλλο επίπεδο από την

---

<sup>53</sup> Χλωμούδης (2005).

επιβίβαση. Τα τερματικά στα λιμάνια προσέγγισης δεν χρειάζεται να είναι πολύπλοκα αλλά λειτουργικά, εύκολα προσβάσιμα, με καλό φωτισμό, άνετα, καθαρά και ασφαλή.

Σύμφωνα με τον ISPS CODE , είναι απαραίτητη η ύπαρξη φρακτών, σύγχρονα μέσα ελέγχου και τηλεπικοινωνίας για τον έλεγχο των σημείων πρόσβασης, των αποσκευών και των επιβατών. Ταυτόχρονα, στα πλαίσια της πράσινης ανάπτυξης κι όπως επιβάλλουν οι διεθνείς κανονισμοί, επιβάλλεται η ύπαρξη σύγχρονων εγκαταστάσεων περισυλλογής υγρών και στερεών καταλοίπων των πλοίων και του λιμένα γενικότερα. Η κατασκευή τους μπορεί να μην απαιτεί πολυπλοκότητα, αλλά σίγουρα προϋποθέτει σωστό σχεδιασμό και αρμονική συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων φορέων.

Η άντληση κεφαλαίων για την ανάπτυξη τερματικών κρουαζιερόπλοιων δρα ευεργετικά, άμεσα ή έμμεσα, σε εταιρείες κατασκευαστικές, επισκευαστικές, εφοδιαστικές με πάσης φύσεως αγαθά-ανταλλακτικά, τροφο-εφόδια, νερά, καύσιμα, εταιρείες αναψυχής – π.χ. καφετέριες ή εταιρείες εκμετάλλευσης θαλάσσιων αθλημάτων αναψυχής, ενοικιάσεων ταξί ή εκδρομικών λεωφορείων, γραφείων τουρισμού, πρακτόρων, φορτοεκφορτωτών, καθώς, επίσης, και μέσω λιμενικών και λοιπών φορολογικών τελών αποτελεί σημαντική κρατική πηγή εσόδων για την αναβάθμιση των λιμενικών υποδομών.

Ένα επιτυχημένο λιμάνι, ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος, πρέπει να αναπτύσσει στρατηγικές που θα του αποφέρουν μεγαλύτερα μερίδια αγοράς μέσω υιοθέτησης διοίκησης ποιότητας και ασφάλειας, με συνεχή εκπαίδευση προσωπικού, ανταπόκριση στις νέες τάσεις και τεχνολογίες, βελτίωση υποδομών και οργάνωση δικτύου ενδοχώρας, ικανοποίηση των αναγκών των πελατών – υψηλός συντελεστής



τιμής/ποιότητας και γενικά επαγγελματική συμπεριφορά των εμπλεκόμενων φορέων.

#### **5.1.1.2 ΜΑΡΙΝΕΣ**

Οι μαρίνες είναι ειδικά κατασκευασμένα λιμάνια για ελλιμενισμό και εξυπηρέτηση σκαφών αναψυχής. Μπορούν να δεχτούν συγκεκριμένο αριθμό σκαφών σε ειδικές θέσεις ανάλογα με το μέγεθός τους. Μια μαρίνα πρέπει να βρίσκεται κοντά σε αστικό κέντρο με διεθνές αεροδρόμιο (όσο αυτό είναι δυνατό) για την εύκολη άφιξη και αναχώρηση των αλλοδαπών ιδιοκτητών σκαφών, οι οποίοι έχουν αφήσει τα σκάφη τους στην Ελλάδα και έρχονται για να περάσουν τις διακοπές τους εδώ. Η φύλαξη σκαφών και ο εσωτερικός τους καθαρισμός είναι μερικές από τις υπηρεσίες που πρέπει να έχει μια οργανωμένη μαρίνα, ενώ ταυτόχρονα πρέπει να διαθέτει υπαίθριους χώρους στάθμευσης των σκαφών κατά τη διάρκεια του χειμώνα.

Εκτός από σταθμό ανεφοδιασμού καυσίμων αλλά και τροφίμων, νερού μια μαρίνα πρέπει να διαθέτει ναυπηγοεπισκευαστικές μονάδες για επισκευές και συντήρηση σκαφών. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δίνεται στη προστασία του θαλάσσιου και χερσαίου περιβάλλοντος από τη ρύπανση κατασκευάζοντας ειδικά σημεία συλλογής απορριμμάτων, απορρόφησης λυμάτων από τα σκάφη κλπ. Οι μαρίνες της Ελλάδας χρήζουν σημαντικών αναβαθμίσεων προκειμένου να ανταποκριθούν στον αριθμό ιστιοπλοϊκών σκαφών και θαλαμηγών, ενώ παράλληλα αποτελούν εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες.

Επιπλέον, απαιτείται η κατασκευή νέων μαρίνων και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Σύμφωνα με στοιχεία της ICOMIA (International Council of Marine Industry

Associations)<sup>54</sup> και του Πανεπιστημίου Πειραιά η Ελλάδα είναι τελευταία χώρα στην Ευρώπη τόσο σε αριθμό σκαφών αναψυχής όσο και σε αριθμό μαρίνων και θέσεων ελλιμενισμού. Υπάρχουν μόλις 19 μαρίνες στην Ελλάδα έναντι 320 στην Ισπανία και 261 στην Ιταλία. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι με διαφορετική φορολογική προσέγγιση, η Σουηδία διαθέτει 753.000 σκάφη αναψυχής, η Γαλλία 752.000, η Φινλανδία 731.000, η Νορβηγία 692.000, η Βρετανία 463.019, η Γερμανία 441.530, η Ιταλία 400.000, η Κροατία 105.000, Πορτογαλία 55.000, η Πολωνία 51.170, η Ιρλανδία 25.067. Η Ελλάδα, που είναι κατ' εξοχήν ναυτική χώρα και διαθέτει εκατοντάδες κατοικημένα νησιά, διαθέτει μόνο 17.700 σκάφη αναψυχής και αυτό οφείλεται στην αντίληψη που έχουν οι εκάστοτε κυβερνήσεις για τους κατόχους και χρήστες των σκαφών αναψυχής.<sup>55</sup> Ενώ υπάρχουν μαρίνες και σε άλλες περιοχές της χώρας βρίσκονται υπό κατασκευή και το θέμα της τελικής ολοκλήρωσης τους δεν γίνεται προτεραιότητα των αρμόδιων φορέων.

#### Πίνακας 5: Μαρίνες υπό κατασκευή

---

<sup>54</sup> Ιδρύθηκε το 1965 έχοντας ως στόχο την ενσωμάτωση όλων των εθνικών συνδέσμων που σχετίζονται με τον κλάδο σκαφών αναψυχής σε ένα παγκόσμιο οργανισμό με απώτερο σκοπό την αντιπροσώπευσή του σε διεθνές επίπεδο.

<sup>55</sup> [http://www.e-nautilia.gr/blog-post\\_4927/](http://www.e-nautilia.gr/blog-post_4927/).

ΜΑΡΙΝΑ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΑΧΙΛΙ	ΣΚΥΡΟΣ	150
ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ	ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ, ΡΕΘΥΜΝΟ	112
ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ	ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ, ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ	190
ΖΑΚΥΝΘΟΣ	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	150
ΙΚΑΡΙΑ	ΛΕΥΚΑΔΑ, ΙΚΑΡΙΑ	250
ΙΤΕΑ	ΙΤΕΑ, ΦΩΚΙΔΑ	146
ΘΑΣΟΣ	ΛΙΜΕΝΑΡΙΑ, ΘΑΣΟΣ	280
ΚΑΜΕΝΑ ΒΟΥΡΛΑ	ΦΘΙΩΤΙΔΑ	81

ΚΑΤΑΚΟΛΟ	ΚΑΤΑΚΟΛΟ, ΗΛΕΙΑ	235
ΚΥΛΛΗΝΗ	ΚΥΛΛΗΝΗ, ΗΛΕΙΑ	150
ΛΕΥΚΑΔΑ	ΛΕΥΚΑΔΑ	482
ΜΑΛΙΑ	ΜΑΛΙΑ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ	300
ΜΥΤΙΛΗΝΗ	ΜΥΤΙΛΗΝΗ, ΛΕΣΒΟΣ	200
ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ	ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ, ΧΑΝΙΑ	140
ΠΙΔΑΛΙ	ΠΙΔΑΛΙ, ΣΥΡΟΣ	254

ΠΟΡΤΟ ΓΟΥΒΕΣ	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	72
ΠΡΕΒΕΖΑ	ΠΡΕΒΕΖΑ	261
ΠΥΛΟΣ	ΠΥΛΟΣ	
ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ (ΣΑΜΟΣ)	ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ	
ΡΟΔΟΣ	ΣΦΑΓΕΙΑ, ΡΟΔΟΣ	500
ΤΟΥΡΛΟΣ	ΤΟΥΡΛΟΣ, ΜΥΚΟΝΟΣ	
ΧΙΟΣ	ΚΑΣΤΕΛΛΟ, ΧΙΟΣ	274

Πηγή<sup>56</sup>: ΕΟΤ

Συνοψίζοντας, οι μαρίνες θα πρέπει να διαθέτουν υποδομές για ασφαλή προσόρμιση και αγκυροβόληση, εφοδιασμό με νερό, καύσιμα, εφόδια, ηλεκτροδότηση, σταθμούς υποδοχής καταλοίπων, επισκευή σκαφών, πρακτόρευση πλοίων, ναυλώσεις, φύλαξη, υπηρεσίες τελωνείων, τραπεζικές και ταχυδρομικές υπηρεσίες, εμπορικές επιχειρήσεις και συνδέσεις με την ενδοχώρα (τηλέφωνο, διαδίκτυο).<sup>57</sup>

### 5.1.3 ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η ελκυστικότητα και κατά συνέπεια η ανταγωνιστικότητα ενός τουριστικού προορισμού εξαρτάται από τους φυσικούς πόρους (κλίμα, τοπία, αξιοθέατα κτλ.), τους πολιτιστικούς (μνημεία, ιστορία κτλ), τους ανθρώπινους (υποδοχή, εξυπηρέτηση, φιλικότητα, επαγγελματισμός κτλ.), τις υποδομές (μέσα μαζικής μεταφοράς, μαρίνες, λιμάνια, αεροδρόμια κτλ.), το νομοθετικό πλαίσιο (φόροι, γραφειοκρατία κτλ.),

<sup>56</sup> <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=44&la=2>.

<sup>57</sup> Ι. Παρδάλη (2007) .

αλλά και τη σχέση τιμής και ποιότητας του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Ως «ανταγωνιστικότητα», ορίζουμε το μέγεθος που προκύπτει από την σύγκριση κάποιου αγαθού – στην περίπτωση μας του θαλάσσιου τουρισμού – με άλλα παρόμοια προϊόντα ως προς την ποιότητά τους για συγκεκριμένη αξία στην οποία προσφέρονται. Η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός αντιμετωπίζει πιέσεις λόγω ανταγωνισμού με αναδυόμενους θαλάσσιους τουριστικούς προορισμούς στην περιοχή της Μεσογείου. Αυτό συμβαίνει γιατί οι χώρες που ανταγωνίζεται η Ελλάδα προσφέρουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν, καθώς έχουν το ίδιο κλίμα, πλούσια ακτογραμμή – λιμάνια, μαρίνες, παραλίες – και πλούσιο πολιτιστική κληρονομιά που ξεκινάει από τον αρχαιοελληνικό πολιτισμό δύομιση χιλιετίες πριν, με τα ιστορικά μνημεία να μένουν στις περιοχές της Μεσογείου και να αποτελούν πόλο έλξης για τους τουρίστες. Οι ανταγωνίστριες-χώρες της Ελλάδας στο επίπεδο του τουρισμού είναι κυρίως η Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Κροατία, Κύπρος αλλά και η Τουρκία όπως φαίνεται στον Πίνακα 6.

**Πίνακας 6:** Κατάταξη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού Ελλάδας και Ανταγωνιστών 2011 εν συγκρίσει με το 2013

Χώρα Country	Σειρά Κατάταξης Ranking	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (000) International Tourist Arrivals (000)	Διεθνείς Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. US\$) International Tourism Receipts (mi. US\$)	Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (US\$) Average per Capita Tourism Expenditure (US\$)	Πληθυσμός (εκατ.) Population (mi.)	Κατά κεφαλή ΑΕΠ (US\$) GDP per capita (US\$)	
Ισπανία	Spain	8	52.231,1	53.176,7	1.018	46,0	29.625,5
Πορτογαλία	Portugal	18	12.320,8	9.649,6	783	10,6	22.670,7
Κύπρος	Cyprus	24	2.141,2	2.162,4	1.010	0,9	28.503,7
Ελλάδα	Greece	29	14.914,5	14.506,2	973	11,3	29.839,2
Κροατία	Croatia	34	9.334,8	8.898,4	953	4,4	17.706,9
Τουρκία	Turkey	50	25.505,8	21.250,0	833	74,8	12.465,9
Αίγυπτος	Egypt	75	11.913,5	10.755,3	903	83,0	6.114,4

**Κατάταξη Ανταγωνιστικότητας Τουρισμού Ελλάδας και Ανταγωνιστών 2013\*\***

**Tourism Competitiveness Ranking - Greece and competitors 2013\*\***

Χώρα Country	Σειρά Κατάταξης Ranking	Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις (000) International Tourist Arrivals (000)	Διεθνείς Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. US\$) International Tourism Receipts (mi. US\$)	Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (US\$) Average per Capita Tourism Expenditure (US\$)	Πληθυσμός (εκατ.) Population (mi.)	Κατά κεφαλή ΑΕΠ (US\$) GDP per capita (US\$)	
Ισπανία	Spain	4	56.694,3	59.892,3	1.056	48,8	30.477,7
Πορτογαλία	Portugal	20	7.412,2	11.338,6	1.530	11,2	23.362,6
Κύπρος	Cyprus	29	2.392,2	2.543,0	1.063	1,1	27.520,8
Ελλάδα	Greece	32	16.427,2	14.622,6	890	12,0	26.258,0
Κροατία	Croatia	35	9.926,7	9.364,0	943	4,6	18.014,3
Τουρκία	Turkey	46	34.038,0	23.020,0	676	74,3	14.392,5
Αίγυπτος	Egypt	85	9.496,9	8.707,1	917	83,1	6.454,8

Πηγή:ΣΕΤΕ

**Πίνακας 7: Ταξίδια και τουριστικός ανταγωνισμός (σύγκριση 2013 και 2011)**

Χώρα/ οικονομία	Σειρά κατάταξης 2013	Σειρά κατάταξης 2011
Ελβετία	1	1
Γερμανία	2	2
Αυστρία	3	4
Ισπανία	4	8
Ηνωμένο Βασίλειο	5	7

<b>Ηνωμένες Πολιτείες</b>	6	6
<b>Γαλλία</b>	7	3
<b>Καναδάς</b>	8	9
<b>Σουηδία</b>	9	5
<b>Σιγκαπούρη</b>	10	10
...	...	...
<b>Ελλάδα</b>	<b>32</b>	<b>29</b>

Πηγή: WEF (World Economic Forum)

Ενδιαφέρουσα περίπτωση αποτελεί η γειτονική μας χώρα, η Τουρκία, η οποία έχει μπει δυναμικά στον χώρο του τουρισμού τα τελευταία χρόνια και κινητοποιείται συστηματικά όσον αφορά το θαλάσσιο τουρισμό.

Η Τουρκία αν και προωθεί διαδρομές μόνο στα παράλια της έχει καταφέρει να βελτιώσει τις υποδομές της και διαθέτει πιο πολλές μαρίνες σε σχέση με την Ελλάδα. Διαθέτει 25 μαρίνες ενώ έχει ακτογραμμή 7200 km σύμφωνα με στοιχεία του World Factbook της CIA. Δηλαδή, παρατηρούμε ότι ενώ έχει λίγο λιγότερη από τη μισή ακτογραμμή της Ελλάδας, ωστόσο διαθέτει περισσότερες μαρίνες από αυτήν. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι το γιότινγκ αναπτύχθηκε στην Τουρκία τα τελευταία χρόνια και η ταχεία ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού σε συνδυασμό με την πιο ευέλικτη νομοθετική πολιτική της έχουν σαν αποτέλεσμα την εκπόνηση σχεδίου για τη δημιουργία 10 ακόμη μαρίνων.

Η Τουρκία επενδύει πολύ στο θαλάσσιο τουρισμό αγοράζοντας ακόμη και Ελληνικές μαρίνες. Δύο όμιλοι τούρκικων συμφερόντων αναπτύσσονται ραγδαία στην Ελλάδα ο Dogus Holding A.S., που κατέχει τις μαρίνες του ομίλου Κυριακούλη σε Ζέα, Λευκάδα και Γουδιά Κέρκυρας

καθώς και στον Φλοίσβο, αλλά και ο όμιλος Setur που αγόρασε τη μαρίνα της Μυτιλήνης και θέλει και εκείνη της Σάμου, για την οποία προκλήθηκαν ισχυρές αντιδράσεις από ελληνικής πλευράς, καθώς και της Κω, της Λέρου, της Χίου κ.ά. Στόχος τους είναι να επεκταθούν τόσο στο Αιγαίο όσο και στο Ιόνιο, γεγονός που θα οδηγήσει στον έλεγχο των τιμών στην Ανατολική Μεσόγειο.<sup>58</sup>

Επίσης πολλοί ξένοι αγοράζουν σκάφη αναψυχής από την Τουρκία, αφού το κόστος κτήσης του είναι το μισό σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Είναι τύπου Gullet, ξύλινα σαν μεγάλα καϊκια και το κόστος τους είναι μικρότερο γιατί ναυπηγούνται εκεί. Ακόμη το κόστος ελλιμενισμού στην Τουρκία είναι φθηνότερο σε σχέση με το ελληνικό οπότε το γεγονός αυτό τους δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όσον αφορά τα Ελληνικά σκάφη αναψυχής, πωλούνται λόγω του ασταθούς φορολογικού περιβάλλοντος και τα αγοράζουν Τούρκοι επιχειρηματίες μεγαλώνοντας ακόμη περισσότερο το στόλο τους.

Για τη θέση της Ελλάδας στην κατάταξη ανταγωνιστικότητας σημαντικό ρόλο παίζει και ο θεσμός της γαλάζιας σημαίας. Η Γαλάζια σημαία είναι ένας διεθνής θεσμός που επιβραβεύει τις οργανωμένες ακτές και απονέμεται με αυστηρά κριτήρια σε περίπου 40 χώρες μέχρι σήμερα. Ο θεσμός αυτός έχει καθιερωθεί από το 1987 (στην Ελλάδα από το 1992) και αποτελεί σύμβολο οργανωτικής και περιβαλλοντικής ευσυνειδησίας. Έχει μεγάλη σημασία διότι μεγάλα ταξιδιωτικά πρακτορεία του εξωτερικού προωθούν τέτοιους προορισμούς (με κατοχή γαλάζιας σημαίας).<sup>59</sup>

## Διάγραμμα 2: Ποσοστό μπλε σημαίας ανά χώρα

<sup>58</sup> <http://www.rodiaki.gr/article/285887/toyrkoi-agorazovn-ellhnikes-marines>

<sup>59</sup> [http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/blue\\_flag.asp](http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/blue_flag.asp).





Πηγή: ΕΟΤ

Συγκρίνοντας την Χώρα μας με τις δυτικές χώρες τις Μεσογείου παρατηρούμε ότι για το πλήθος των ακτών της ο αριθμός εκείνων που έχουν διακριθεί με μπλε σημαία είναι μικρός. Οι χώρες με το μεγαλύτερο ποσοστό γαλάζιας σημαίας είναι η Ιταλία (84%) και η Τουρκία(72%) ενώ το ποσοστό της Ελλάδας είναι λίγο πάνω από το 30% που δείχνει το πλεονέκτημα των ανταγωνιστών της, πράγμα που κάνει τις παραλίες τους πιο περιζήτητες λόγω των περιβαλλοντικών κριτηρίων που πληρούν και της καθαρότητας των νερών τους. αξίζει να αναφέρουμε ότι το καλοκαίρι του 2014 αφαιρέθηκαν 38 γαλάζιες σημαίες ύστερα από έλεγχο των αρμόδιων φορέων στην Ελλάδα, επειδή δεν πληρούσαν τα αυστηρά κριτήρια προκειμένου να διατηρήσουν τη διάκρισή τους. Από τις 38 αξίζει να σημειωθεί ότι οι 23 βρισκόταν στην Κέρκυρα<sup>60</sup>. Οι επιθεωρήσεις που

<sup>60</sup> Κατάλογος των 38 ακτών:

Ακτή Ανάβυσσος Κεντρική – Δήμος Σαρωνικού – Αττική  
 Ακτή Αλυκανάς 2 – Δήμος Ζακύνθου – Ζάκυνθος  
 Ακτή Αλυκές 2 – Δήμος Ζακύνθου – Ζάκυνθος  
 Ακτή Θάσος/Πόλη Λιμανάκι – Δήμος Θάσου – Καβάλα  
 Ακτή Αγ. Γεώργιος – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
 Ακτή Αγ. Γόρδιος – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα

έγιναν κατέδειξαν σοβαρές ελλείψεις στην παροχή υπηρεσιών προς τους λουόμενους και επισκέπτες, στην τήρηση της καθαριότητας, στην ορθή πληροφόρηση, στις υπηρεσίες που αφορούν την ασφάλεια λουομένων και επισκεπτών και στις δράσεις προστασίας περιβάλλοντος, ακτής και παράκτιου χώρου. Σύμφωνα με τους όρους του προγράμματος «Μπλε Σημαίες» οι παραλίες αυτές δεν μπορούν να είναι υποψήφιες για την επόμενη χρονιά.<sup>61</sup>

### 5.1.3.1 ΚΡΟΑΤΙΑ

---

Ακτή Μπενίτσες – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Αρίλλας – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Σιδάρι – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Απράος Καλαμάκι – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Ρόδα – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Περίθεια/Αγ. Σπυρίδωνας – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Γιμάρι – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Καλαμιώνας – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Κερασιά – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Νησάκι/Κρουζερή – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Μαραθιάς – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Αγ. Ματθαίος/Πρασούδι – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Ίσος – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Μεσογγή – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Χαλικούνας – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Παλαιοκαστρίτσα – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Γλυφάδα – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Έρμονες – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Κοντόγιαλος – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Μπαρμπάτι – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Ύψος – Δήμος Κέρκυρας – Κέρκυρα  
Ακτή Σκάλα Ερεσού – Δήμος Λέσβου – Λέσβος  
Ακτή Πέτρα – Δήμος Λέσβου – Λέσβος  
Ακτή Νυφίδα – Δήμος Λέσβου – Λέσβος  
Ακτή Παγασών/Βόλος – Δήμος Βόλου – Μαγνησία  
Ακτή Πλατάνια – Δήμος Πρέβεζας – Πρέβεζα  
Ακτή Μέγα Άμμος – Δήμος Πρέβεζας – Πρέβεζα  
Ακτή Σούδα – Δήμος Αγ. Βασιλείου – Ρέθυμνο  
Ακτή Φανάρι/Δημοτική – Δήμος Κομοτηνής – Ροδόπη  
Ακτή Φανάρι/Camping – Δήμος Κομοτηνής – Ροδόπη  
Ακτή Τραγάνα – Δήμος Λοκρών – Φθιώτιδα  
Ακτή Βλυχάδα – Δήμος Λοκρών – Φθιώτιδα

<sup>61</sup> <http://www.aftodioikisi.gr/perifereies/piran-piso-ti-galazia-simaia-apo-38-ellinikes-aktes-lista>  
30/9/14.

Μια μεγάλη πρόκληση για τον ελληνικό τουρισμό και την τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας είναι η παράλληλη τουριστική ανάπτυξη που συντελείται σε άλλες χώρες της Μεσογείου, της Κροατίας, της Ιταλίας και Ισπανίας, Πορτογαλίας, όπως σημειώσαμε ήδη.

Η τουριστική ανάπτυξη της Κροατίας την τελευταία δεκαετία είναι αλματώδης και είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι η Κροατία έγινε μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης τον Ιούλιο του 2013, πράγμα το οποίο φαίνεται να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας, η οποία έχει πλούσια ακτογραμμή και Μεσογειακό κλίμα, που ευνοεί την τουριστική κίνηση, ιδίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Το κροατικό τουριστικό προϊόν, συνεπώς, είναι παρόμοιο με το ελληνικό, μιας και η χώρα εστιάζει στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και την αξιοποίηση των αρχαιολογικών μνημείων της. Την τελευταία δεκαετία, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η Κροατία έχει εδραιώσει με επιτυχία την παρουσία της ανάμεσα στους κορυφαίους ευρωπαϊκούς προορισμούς και οι αφίξεις τουριστών σημειώνουν ανοδική πορεία της τάξεως του 5%.

**Πίνακας 8:** Η εξέλιξη του τουρισμού στην Κροατία

ΜΗΜΑΣ	ΕΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΔΙΑΝΥΧΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
Σύνολο	2005	Εξωτερικό	7742792	44911258
Σύνολο	2006	Εξωτερικό	7987968	45884727
Σύνολο	2007	Εξωτερικό	8558686	48280416
Σύνολο	2008	Εξωτερικό	8664581	49267686
Σύνολο	2009	Εξωτερικό	8693796	49229508

ΜΗΜΑΣ	ΕΤΟΣ	ΤΥΠΟΣ	ΑΦΙΞΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΔΙΑΝΥΧΤΕΡΕΥΣΕΙΣ
Σύνολο	2010	Εξωτερικό	9110742	50992321
Σύνολο	2011	Εξωτερικό	9926674	54751305
Σύνολο	2012	Εξωτερικό	10369226	57522137
Σύνολο	2013	Εξωτερικό	10955168	59688187

Αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό και αριθμός διανυκτερεύσεων

(συνολικά). Πηγή: Croatian Bureau of Statistics

([http://www.dzs.hr/default\\_e.htm](http://www.dzs.hr/default_e.htm))

Όσο αφορά στο τουριστικό προϊόν καθεαυτό, σημαντικοί τουριστικοί προορισμοί περιλαμβάνουν το Ντουμπρόβνικ, μια μεσαιωνική πόλη, η παλιά πόλη της οποίας έχει χαρακτηριστεί ως περιοχή παγκόσμιας κληρονομιάς από την UNESCO το 1979. Δημοφιλής προορισμός είναι και το Σπλιτ, με πλούσια πολιτιστική κληρονομιά (το παλάτι του αυτοκράτορα Διοκλητιανού βρίσκεται σε αυτή την πόλη), το Σίβενικ, που είναι ένας «παράδεισος για το γιότινκ», μια περιοχή που αποτελείται από περίπου διακόσια σαράντα μικρά νησιά και υφάλους με μεγάλη ανάπτυξη της ιστιοπλοΐας και καταδύσεων. Η πόλη του Ζαντάρ είναι ακόμη ένας δημοφιλής προορισμός κυρίως για την έντονη πολιτιστική κληρονομιά της και τις υποδομές που παρέχει για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού (ιστιοπλοΐα, καταδύσεις). Τέλος, ακόμη ένας δημοφιλής προορισμός όσο αφορά στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού και των θαλασσιών σπορ είναι η Ιστρία, μια περιοχή με πολλές παραλίες (οι οποίες έχουν διακριθεί για την καθαρότητά τους με μπλε σημαία, 45 συνολικά, και τρεις μαρίνες – μόνο στην εν λόγω περιοχή).<sup>62</sup>

<sup>62</sup> Πρβλ. <http://croatia.hr/en-GB/Activities-and-attractions/Nautics>.

Γενικά, η πλούσια ακτογραμμή της χώρας (6.268 χμ.) και ο μεγάλος αριθμός νησιών, μαρίνων (55 συνολικά) καθιστούν την Κροατία μια αναδυόμενη δύναμη στην θαλάσσια τουριστική αγορά με πολύ έντονα ανταγωνιστικό θαλάσσιο προϊόν σε σύγκριση με αυτό της Ελλάδας, και ιδίως λόγω του μεγαλύτερου αριθμού μαρίνων που παρέχει για γιότιγκ και ιστιοπλοΐα. Ταυτόχρονα, το πλούσιο πολιτιστικό προϊόν της και η πλούσια ιστορία της, από του Ίστριους, Κέλτες, τους Ρωμαίους και μέσω αυτών, τους Βυζάντιους, Σλάβους και Βενετούς, μέχρι την Αυστροουγγαρική αυτοκρατορία, ενισχύουν την ποιότητα και ποικιλία του τουριστικού προϊόντος της και το καθιστούν έναν από τους αναδυόμενους ανταγωνιστές της χώρας μας.

### 5.1.3.2 ΙΤΑΛΙΑ

Η Ιταλία έχει ένα πολύ ανεπτυγμένο τουριστικό προϊόν και ως χώρα με μεγάλη ακτογραμμή (7,600 χμ.)<sup>63</sup> – ωστόσο περίπου το μισό από το μήκος της ακτογραμμής της χώρας μας – και με έντονη πολιτισμική κληρονομιά, αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές στο χώρο του τουρισμού για τη χώρα μας.

Η Ιταλία είναι μια χώρα της οποίας η τουριστική ανάπτυξη αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων για την οικονομία της και το 2013 τα έσοδα από τον τουρισμό ανήλθαν σε 159.6 δισ. ευρώ, που αντιστοιχεί στο 10.3% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος της. Η έντονη τουριστική ανάπτυξη είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία θέσεων εργασίας, περισσότερων από 2.6 εκατομ. θέσεις άμεσα ή έμμεσα σχετιζόμενων με τον τουρισμό, που δημιουργήθηκαν το 2013. Με άλλα λόγια, το 11.6% του συνολικού ποσοστού εργασίας.

---

<sup>63</sup> <http://web.archive.org/web/20120419075053/http://earthtrends.wri.org/text/coastal-marine/variable-61.html>.

Επίσης, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο αριθμός των εργαζομένων εκτιμάται ότι έχει αυξηθεί κατά 1.3% το 2014. Η σπουδαιότητα και η αξία της τουριστικής βιομηχανίας για την ιταλική οικονομία είναι υψηλότερη από τον παγκόσμιο μέσο όρο και το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.<sup>64</sup>

Πιο συγκεκριμένα, η Ιταλία, άλλη μια ακόμη μεσογειακή χώρα, τόσο από άποψη κλιματολογικών συνθηκών και ηλιοφάνειας, όσο και γεωγραφικής θέσης – μορφολογία εδάφους, βρίσκεται σε ανταγωνισμό με τη χώρα μας, μιας και προσφέρει κατεξοχήν θαλάσσιο τουριστικό προϊόν (αλλά όχι αποκλειστικά) αλλά διαθέτει και μεγάλα πολιτισμικά αποθέματα, ανάλογα με εκείνα τα οποία η χώρα μας προσφέρει. Η Ιταλία έχει 231 μαρίνες, πολλαπλάσιες από εκείνες της χώρας μας, και η σύγκριση δείχνει καθαρά την υπεροχή της ως προς το θαλάσσιο τουριστικό προϊόν της. 262 από τις ιταλικές παραλίες έχουν διακριθεί με μπλε σημαία το 2014 και 62 μαρίνες.<sup>65</sup> Τέλος, ο αριθμός των μαρίνων που έχουν διακριθεί στην Ιταλία με μπλε σημαία είναι συντριπτικά μεγαλύτερος από αυτών της χώρας μας (μόλις 10 μαρίνες).

Επιπλέον, η Ιταλία παρέχει σημαντικούς προορισμούς, δημοφιλείς για την πραγματοποίηση καταδύσεων και οργανωμένα καταδυτικά πάρκα. Από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς είναι η Έλμπα, η Σαρδηνία, η Σικελία και η Ούλστικα. Το νησί της Έλμπας έχει 8 καταδυτικά κέντρα, η Σαρδηνία έχει 8 καταδυτικά κέντρα και ένα προστατευόμενο θαλάσσιο πάρκο. Η Σικελία, το μεγαλύτερο νησί της Μεσογείου, έχει 6 καταδυτικά κέντρα, ενώ το μικρό νησί της Ούλστικα που βρίσκεται κοντά στο Παλέρμο, διαθέτει 5 καταδυτικά κέντρα και κάποιους από τους πιο

---

<sup>64</sup>

[http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in\\_evidenza/Contributo\\_economico\\_turismo\\_PIL\\_2013](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in_evidenza/Contributo_economico_turismo_PIL_2013).

<sup>65</sup> <http://www.blueflag.org/menu/awarded-sites/2014/northern-hemisphere/italy>.

διάσημους καταδυτικούς προορισμούς, όπως The Doctor's Rock και The Colombara Bank. Συνολικά η Ιταλία έχει 194 καταδυτικά κέντρα, ενώ η χώρα μας 169.<sup>66</sup>

Παρόλο που την κορυφαία θέση στην υποδοχή τουριστών που πραγματοποιούν κρουαζιέρες είναι η Ισπανία στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η Ιταλία είναι ανάμεσα στις πιο ισχυρές χώρες σε αυτόν τον τομέα και σύμφωνα με πρόσφατα στατιστικά στοιχεία της Eurostat, η Ιταλία δέχθηκε περισσότερους του μισού εκατομμυρίου τουριστών που πραγματοποιούσαν κρουαζιέρα το 2010, με πιο δημοφιλείς προορισμούς την Βενετία, τη Σαβόνα, τη Γένοβα και τη Νάπολη.<sup>67</sup> Ο πίνακας που ακολουθεί είναι ενδεικτικός για την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας στην Ιταλία από το 2003 μέχρι το 2009, που βλέπουμε το διπλασιασμό των τουριστών αυτής της κατηγορίας σε βάθος έξι χρόνων.

**Πίνακας 9:** Τουρισμός κρουαζιέρας στην Ιταλία

<b>Τουρισμός Κρουαζιέρας-Ιταλία</b>	
<b>Έτος</b>	<b>Επιβάτες</b>
<b>2003</b>	<b>346,000</b>

<sup>66</sup>

[http://www.scubadviser.com/destinations\\_1.aspx?id=1:35219&id2=0:36320,0:36084&id4=0:36511](http://www.scubadviser.com/destinations_1.aspx?id=1:35219&id2=0:36320,0:36084&id4=0:36511).

<sup>67</sup> Τα πιο πρόσφατα στοιχεία δημοσιευμένα από τη Eurostat:

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Coastal\\_region\\_statistics](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Coastal_region_statistics).

2004	400,000
2005	514,000
2006	517,000
2007	640,000
2008	682,000
2009	799,000

Πηγή: European Consumer Centre

### 5.1.3.3 ΙΣΠΑΝΙΑ

Η Ισπανία είναι από τις πιο ισχυρές χώρες παγκοσμίως, όσον αφορά την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος της, και σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που συγκέντρωσε το Διεθνές Οικονομικό Φόρουμ (WEF) για το έτος 2013, η Ισπανία βρίσκεται στην τέταρτη θέση της παγκόσμιας κατάταξης (ενώ το 2011 κατείχε την 8<sup>η</sup> θέση).<sup>68</sup>

Η Ισπανία παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον, μιας και παρέχει παρόμοιο τουριστικό προϊόν με αυτό της Ελλάδας λόγω της μορφολογίας του εδάφους της, της ακτογραμμής της και της ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού, και του κλίματός της. Πιο συγκεκριμένα, η Ισπανία γνώρισε μεγάλη τουριστική ανάπτυξη μετά την διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων το 1992 και είναι αξιοσημείωτη η ανάπτυξη της ναυσιπλοΐας αναψυχής (γιότινκ), που ξεπέρασε το 1 εκατομμύριο τουρίστες το 2010. Ενδεικτικά παραθέτουμε τον παρακάτω πίνακα που απεικονίζει τις διακυμάνσεις του τουρισμού κρουαζιέρας της Ισπανίας τα τελευταία χρόνια.<sup>69</sup>

#### Πίνακας 10: Τουρισμός Κρουαζιέρας στην Ισπανία

<sup>68</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf).

<sup>69</sup> Πρβλ. <http://www.ashcroftandassociates.com/images/ECC-LR.pdf>.



### Τουρισμός Κρουαζιέρας- Ισπανία

Έτος	Επιβάτες
2003	307,000
2004	300,000
2005	379,000
2006	391,000
2007	518,000
2008	497,000
2009	587,000

Πηγή: European Consumer Centre

Επιπλέον, η Ισπανία διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό μαρίνων, 273,<sup>70</sup> με πιο δημοφιλείς προορισμούς με βάση την επισκεψιμότητά τους, τη Βαρκελώνη, τη Μαγιόρκα και τα Κανάρια Νησιά, εν συγκρίσει προς τη χώρα μας. Αξίζει να σημειώσουμε ότι παρόλο που αριθμός των τουριστών κρουαζιέρας έχει αναπτυχθεί σημαντικά στις παράκτιες περιοχές της Ευρώπης και ο αριθμός των επιβατών που αφίχθη και αναχώρησε από τα λιμάνια της Μεσογείου ανήλθε στα 212.4 εκ. επισκέπτες το 2009.

Την περίοδο αυτήν το 60% των τουριστών αφίχθη και αναχώρησε στην Ιταλία, το 27% στην Ισπανία και μόλις το 8% στην Ελλάδα, ποσοστό που δείχνει το μέγεθος του ανταγωνισμού με τις δύο αυτές χώρες. Τα πιο δημοφιλή λιμάνια της Μεσογείου είναι της Βαρκελώνης (Ισπανία), της Νάπολης και της Γένοβας (Ιταλία).

Παρόλο που η χώρα μας έχει βελτιώσει την επίδοσή της στον θαλάσσιο τουρισμό, γίνεται φανερό ότι οι ανταγωνιστές μας στη Μεσόγειο έχουν εδραιώσει τη θέση τους και λόγω των ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών, της πολιτιστικής κληρονομιάς τους – μέρος

<sup>70</sup> <http://www.portbooker.com/en/moorings/spain>.

της οποίας μοιράζονται και με τη χώρα μας – και της σημαντικής γεωγραφικής θέσης τους. Τέλος, η Ισπανία ήρθε πρώτη στην κατάταξη και διάκριση ακτών και μαρίνων με μπλε σημαία: διακρίθηκαν 561 παραλίες και 103 μαρίνες, αριθμοί κατά πολύ πολλαπλάσιοι από τις μαρίνες και παραλίες που διακρίθηκαν στην χώρα μας.<sup>71</sup>

Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με το World Economic Forum 2013 και τις αναφορές για τον τουρισμό, η σημαντική βελτίωση των υποδομών της Ισπανίας έχει ιδιαίτερη μνεία, καθώς και ο τεράστιος αριθμός προστατευόμενων περιοχών και ιστορικών μνημείων στη χώρα που σε συνδυασμό με την βελτίωση στην ποιότητα των καταλυμάτων την καθιστούν μια εξαιρετικά ανταγωνιστική χώρα.

#### **5.1.4 ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

Με το άρθρο 28 του νόμου 3986/1-7-2011 (ΦΕΚ 152 Α') του κώδικα φορολογίας εισοδήματος στις παραγράφους 3 και 4 ορίζονται τα τεκμήρια σκαφών για το οικονομικό έτος 2014. Πρόκειται για την ετήσια αντικειμενική δαπάνη διαβίωσης που καλούνται να πληρώσουν οι κάτοχοι σκαφών αναψυχής, η οποία υπολογίζεται με βάση τον τύπο, το μέγεθος και την παλαιότητα του σκάφους. Πιο συγκεκριμένα:

##### **Α. Μηχανοκίνητα σκάφη ανοικτού τύπου, ταχύπλοα και μη:**

- Μέχρι 5 μέτρα - 4.000 ευρώ
- Πάνω από 5 και μέχρι 6 μ. - 6.000 ευρώ
- Πάνω από 6 και μέχρι 7 μ. - 8.000 ευρώ
- Πάνω από 7 και μέχρι 8 μ. - 10.000 ευρώ
- Πάνω από 8 και μέχρι 9 μ. - 12.000 ευρώ

---

<sup>71</sup> <http://www.blueflag.org/menu/awarded-sites>.

Γενικά, για κάθε παραπάνω μέτρο, η προσαύξηση τεκμηρίου είναι κατά 2.000 ευρώ το μέτρο.

## **B. Ιστιοφόρα ή μηχανοκίνητα ή μικτά σκάφη με χώρο ενδιαίτησης**

- Μέχρι 7 μέτρα - 12.000 ευρώ
- Πάνω από 7 και μέχρι 8 μέτρα - 15.000 ευρώ
- Πάνω από 8 και μέχρι 9 μέτρα - 18.000 ευρώ
- Πάνω από 9 και μέχρι 10 μέτρα - 21.000 ευρώ
- Πάνω από 10 και μέχρι 11 μέτρα - 28.500 ευρώ
- Πάνω από 11 και μέχρι 12 μέτρα - 36.000 ευρώ
- Πάνω από 12 και μέχρι 13 μέτρα - 51.000 ευρώ
- Πάνω από 13 και μέχρι 14 μέτρα - 66.000 ευρώ
- Πάνω από 14 και μέχρι 15 μέτρα - 81.000 ευρώ

Για τα παραπάνω σκάφη, που έχουν χώρους ενδιαίτησης, ακολουθούν και άλλες διαβαθμίσεις.

Βέβαια υπάρχουν και μειώσεις των παραπάνω τεκμηρίων οι οποίοι εξαρτώνται από τους παρακάτω παράγοντες

### 1. Ακινήσια σκάφους:

Μειώνει σημαντικά το τεκμήριο, που είναι ετήσιο, ανάλογα με το διάστημα που το σκάφος θα μείνει (και θα δηλωθεί) σε ακινήσια. Δηλαδή, το τεκμήριο θα ισχύει μόνον για τους μήνες χρήσης του σκάφους, αρκεί να αξιοποιηθούν οι σχετικές «ευεργετικές» διατάξεις. Παράδειγμα: Σκάφος αναψυχής ανοικτού τύπου μήκους πέντε (5) μέτρων έχει τεκμήριο για χρήση όλο το χρόνο 4.000 ευρώ. Αν όμως το σκάφος χρησιμοποιηθεί 3 μήνες, το τεκμήριο που θα ισχύει είναι μόνο 1000 ευρώ.

### 2. Παλαιότητα σκάφους:

Τα τεκμήρια μειώνονται κατά 15% μετά την παρέλευση 5ετίας, κατά 30% μετά την παρέλευση 10ετίας από την για πρώτη φορά εγγραφή στο Μηολόγιο ή στο Λεμβολόγιο ή στο Βιβλίο Εγγραφής Μικρών Σκαφών - Β.Ε.Μ.Σ., ανάλογα με το ολικό μήκος του σκάφους.

### 3. Ηλικία του κατόχου σκάφους:

Τα τεκμήρια μειώνονται κατά 30% στους συνταξιούχους που έχουν υπερβεί το 65ο έτος της ηλικίας τους.

### 4. Είδος του σκάφους:

Τα τεκμήρια μειώνονται κατά 50% για τα ιστιοφόρα με χώρους ενδιαίτησης και κατά το ίδιο ποσοστό 50% για τα πλοία αναψυχής που κατασκευάζονται στην Ελλάδα εξ ολοκλήρου από ξύλο (τύπων «τρεχαντήρι», «βαρκαλάς», «πέραμα», «τσερνίκι» και «λίμπερτυ», που προέρχονται από την ελληνική ναυτική παράδοση).

### 5. Μόνιμη κατοικία στο εξωτερικό:

Το τεκμήριο δεν εφαρμόζεται στα σκάφη αναψυχής ιδιωτικής χρήσης, κυριότητας ή κατοχής μονίμων κατοίκων εξωτερικού.

### 6. Επαγγελματικά σκάφη:

Τα σκάφη επαγγελματικής χρήσης δεν λαμβάνονται υπόψη για την αντικειμενική δαπάνη.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> <http://thalassamedia.gr/nomothesia/skafos/922-tekmhria-skafon-anapsyxhs.html>.

Η παραπάνω φορολογία εισοδήματος είναι αρκετά υψηλή για τους κατόχους σκαφών καθώς σε αυτήν προστίθενται και άλλοι φόροι όπως το τέλος ελλιμενισμού, το τέλος παραμονής και πλόων (πρώην φόρος πολυτελείας). Η φορολογία η οποία αυξάνεται κάθε χρόνο οδηγεί πολλούς Έλληνες κατόχους πλοίων στην πώληση τους, ενώ ταυτόχρονα η γείτονα Τουρκία ολοένα και περισσότερο εκδηλώνει ενδιαφέρον για την αγορά αυτών των σκαφών.

### **5.1.5 Η ΑΡΣΗ ΤΟΥ «ΚΑΜΠΟΤΑΖ»**

Το νομοθετικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με το «καμποτάζ» είναι συνδεδεμένο με την πολιτική των κρατών-μελών. Όλα τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η εθνική ναυτιλία του κάθε κράτους σχετικά με την σημαία, τις τιμές, το πλήρωμα, τις υπηρεσίες είναι συνδεδεμένες με την κρουαζιέρα. Η άρση του καμποτάζ αποτέλεσε στοιχείο αντιπαράθεσης για τα εμπλεκόμενα μέλη. Η βασικότερη κριτική είναι πως η άρση του καμποτάζ αποδυναμώνει τον προστατευτικό χαρακτήρα της κρατικής ναυτιλίας σε κάθε κράτος-μέλος.

Η Ελλάδα, ακολουθώντας το παράδειγμα της Ιταλίας και της Ισπανίας, προχώρησε στην άρση του καμποτάζ. Τον Μάιο του 2010 ψηφίστηκε επίσημα η άρση του καμποτάζ για κρουαζιερόπλοια με μη κοινοτικές σημαίες και σημαίες Ευρωπαϊκού Κοινοτικού Χώρου. Όμως ο νόμος περιείχε πολλές ανακρίβειες και προέβλεπε υπογραφή σύμβασης ανάμεσα στην πλοιοκτήτρια εταιρία και το Ελληνικό κράτος. Η σύμβαση αυτή περιελάμβανε μια σειρά άλλων ζητημάτων όπως η επιδότηση ασφαλιστικών εισφορών Ελλήνων ναυτικών που θα προσλαμβάνονται στα κρουαζιερόπλοια, το σύστημα κράτησης στις προβλήτες, ο

συνωστισμός στα λιμάνια, η αποβίβαση και επιβίβαση των επιβατών κ.ά.  
Πιο συγκεκριμένα οι προϋποθέσεις αφορούσαν:

- Τη σχέση αμοιβαιότητας μεταξύ τρίτων χωρών και των αντίστοιχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δηλαδή, στη χώρα της σημαίας την οποία φέρουν τα πλοία αυτά επιτρέπεται η διενέργεια αντίστοιχων πλόων από πλοία με σημαία κράτους-μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τη μεταφορική ικανότητα του πλοίου. Σύμφωνα με το νόμο, τα πλοία έχουν μεταφορική ικανότητα μεγαλύτερη των 49 επιβατών και εκτελούν κυκλικό περιηγητικό ταξίδι, μεταξύ του αφαιτήριου ελληνικού λιμένα και ελληνικών ή και ξένων λιμένων, με αποκλειστικό σκοπό την θαλάσσια αναψυχή και περιήγηση των επιβατών, έναντι ενιαίου εισιτηρίου (ναύλου) και υπό τον όρο ότι ο λιμένας της οριστικής αποβίβασης των επιβατών είναι ο αφαιτήριος λιμένας. Η διάρκεια του ταξιδιού είναι κατ' ελάχιστον σαράντα οκτώ (48) ώρες και η παραμονή στον αφαιτήριο ελληνικό λιμένα τουλάχιστον οκτώ (8) ώρες.
- Οι πλοιοκτήτριες εταιρείες υπογράφουν με το Ελληνικό Δημόσιο σύμβαση τριετούς διάρκειας η οποία προβλέπει την ασφάλιση των ελλήνων ναυτικών και την παροχή οικονομικών κινήτρων.
- Επίσης, οι συμβάσεις των Ελλήνων ναυτικών που προσλαμβάνονται, διέπονται από τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας, που ισχύουν εκάστοτε στην Ελλάδα για την ειδικότητά τους και οι εργαζόμενοι παραμένουν ασφαλισμένοι στον φορέα ασφάλισής τους, με τους ίδιους όρους ασφάλισης που προβλέπει η ελληνική νομοθεσία.

Τέλος, όσον αφορά τη λύση της σύμβασης γινόταν ύστερα από καταγγελία του Ελληνικού Δημοσίου για παράβαση οποιασδήποτε διάταξης του νόμου. Όλη αυτή η πολυπλοκότητα και η ανακρίβεια του νόμου δεν έφερε τα επιθυμητά αποτελέσματα στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας στη χώρα μας, αφού εταιρίες δε δέχονταν να υπογράψουν αυτή τη σύμβαση.

Τον Απρίλιο του 2012 τροποποιήθηκε η διάταξη της άρσης του καμποτάζ. Συγκεκριμένα, η τροποποίηση του ν. 3872/2010, όσο αφορά τη σύναψη σύμβασης ανάμεσα στην πλοιοκτήτρια εταιρεία ή την εταιρεία που εκμεταλλεύεται το πλοίο, καταργώντας στο εξής την απαίτηση της προηγούμενης υπογραφής της σχετικής σύμβασης.

Παράλληλα, ρυθμίσεις της Σύμβασης ενσωματώνονται στο νόμο, προκειμένου να διασφαλιστεί κυρίως η καταβολή εισφοράς και τα κίνητρα που δίδονται για την απασχόληση Ελλήνων ναυτικών. Όπως αναφέρεται στο νομοσχέδιο, από την μέχρι τώρα εφαρμογή του ν. 3872/2010 «Εκτέλεση περιηγητικών πλόων από πλοία με σημαία τρίτων χωρών με αφαιτηρία ελληνικό λιμένα και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 148) διαπιστώθηκε ότι η σύναψη της προβλεπόμενης από το άρ. 1 σύμβασης λειτούργησε αποτρεπτικά στο να δραστηριοποιηθούν πλοία με σημαία τρίτων χωρών στον χώρο της κρουαζιέρας στην χώρα μας, χωρίς ταυτόχρονα να αποκομίζει το Δημόσιο κάποιο σημαντικό όφελος από την κατάρτιση της σύμβασης.

Η απαίτηση για μετάφραση όλων των προβλεπομένων εγγράφων στα ελληνικά αποδείχθηκαν διαδικασίες χρονοβόρες και με σημαντικό κόστος, γεγονός το οποίο δεν συμβάλλει στην δημιουργία φιλικού επενδυτικού κλίματος. Παρ' όλα αυτά (την τροποποίηση του νόμου) σύμφωνα με τον ΣΕΕΝ (Συνδέσμου Επιχειρήσεων Επιβατηγού

Ναυτιλίας), ο Πειραιάς δεν κατάφερε μέσα στο 2012 να προσελκύσει περισσότερους επιβάτες ως «home port», καθώς στο πρώτο επτάμηνο του 2012 μόνον 170.000 επιβάτες επιβιβάστηκαν στο λιμάνι του Πειραιά σε σύνολο 1.100.000 που μετακινήθηκαν μέσω των υποδομών του.<sup>73</sup>

Η Ελλάδα, λοιπόν, πρέπει να επιβάλει ένα σταθερό και ασφαλές λειτουργικό πλαίσιο δράσης και να υιοθετήσει, τελικά, ένα νομοθετικό πλαίσιο ξεκάθαρο και απλό κατά την εφαρμογή του.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ο θαλάσσιος τουρισμός και συγκεκριμένα ο κλάδος της κρουαζιέρας και του γιότινγκ έχει τη μοναδικότητα να συνδυάζει τη ναυτιλιακή δραστηριότητα ταυτόχρονα με την τουριστική και, συνεπώς, τα κέρδη και τα οφέλη είναι διπλά. Στον τομέα της βιομηχανίας (ναυπήγηση, επισκευή, κατασκευές), των εισαγωγών, των εξαγωγών, του εμπορίου, των υπηρεσιών (μεταφορές, εκδρομές, ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, αεροδρόμια, ιατρικές υπηρεσίες, υπηρεσίες ασφάλειας), της απασχόλησης (πλήρωμα πλοίων, εργαζόμενοι σε πρακτορεία, τουριστικά μαγαζιά).

Σύμφωνα με μελέτες της Ευρωπαϊκής επιτροπής η θαλάσσια ενέργεια, ο τουρισμός, η βιοτεχνολογία υδατοκαλλιέργεια και η εξόρυξη από το θαλάσσιο βυθό έχουν τις μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης. Ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ κ. Ανδρέας Ανδρεάδης υποστηρίζει ότι οι προοπτικές του θαλάσσιου τουρισμού για το 2014 είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικές, υπό τη βασική προϋπόθεση διατήρησης της πολιτικής σταθερότητας.

---

<sup>73</sup> <http://www.efsyn.gr/?p=4845>.



## 6.1 ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΕ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ

Οι καταδύσεις είναι μια ιδιαίτερη θαλάσσια δραστηριότητα που η ανάπτυξή της μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη για την τοπική οικονομία αλλά και για την στήριξη των θαλάσσιων βιότοπων οι οποίοι είναι υπέρ-αλιευμένοι. Η Ελλάδα, με το σπάνιο φυσικό θαλάσσιο περιβάλλον της και τους ενδιαφέροντες βυθούς, γεμάτους υφάλους, σπήλαια, ναυάγια, πόλεις κάτω από το νερό αλλά και το πλήθος βραχονησίδων, μπορεί να συγκροτήσει έναν ιδιαίτερα αξιόλογο πόλο καταδυτικού τουρισμού.

Καταδυτικά πάρκα είναι μικρής έκτασης θαλάσσιες περιοχές στις οποίες απαγορεύεται η αγκυροβολία, κάθε είδους αλιεία, και ανθρώπινη παρέμβαση, ενώ επιτρέπεται μόνο η δραστηριότητα καταδύσεων για λόγους αναψυχής. Τα καταδυτικά πάρκα εκτός από τα σημαντικά έσοδα που μπορούν να αποφέρουν συμβάλουν στην αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος, της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας. Ήδη έχουν γίνει προσπάθειες και έρευνες σε πολλές περιοχές της Ελλάδας για τη δημιουργία τέτοιων πάρκων. Ένα μεγάλο εγχείρημα υλοποιείται στις Βόρειες Σποράδες και στον Δυτικό Παγασητικό για τη δημιουργία θαλάσσιου πάρκου που αναμένεται να λειτουργήσει το 2015.

Το υποβρύχιο αυτό μουσείο-πάρκο αποτελείται από 2.500 τετραγωνικά χιλιόμετρα και έχει ενταχθεί στο ΕΣΠΑ με το ποσό των 1.600.000 ευρώ. Στην περιοχή βρίσκονται τουλάχιστον δέκα ναυάγια που κλείνουν μέσα τους την ιστορία αιώνων. Στις Βόρειες Σποράδες έχουν εντοπιστεί το κλασικό ναυάγιο της Νήσου Περιστεράς το οποίο είναι ένα από τα σημαντικότερα κλασικά ναυάγια που έχουν ερευνηθεί ποτέ, λόγω κυρίως του μεγέθους του, που άλλαξε με την ανακάλυψή του, την αντίληψη για το μέγεθος των πλοίων που μπορούσαν να ναυπηγηθούν εκείνη την εποχή γύρω στο 400 π.Χ και ήταν γεμάτο αμφορείς. Επίσης, τα Βυζαντινά ναυάγια της Περιστεράς, τρία ναυάγια σε κοντινή απόσταση

μεταξύ τους και βυθίστηκαν στην δυτική πλευρά της νήσου. Άλλα ναυάγια που εντοπίζονται εκεί είναι το ναυάγιο Ακρωτηρίου «Τσέλιος», του «Αγ. Δημητρίου» στην Αλόνησο, το Ναυάγιο στην Άκρας Κλιμός καθώς και ο προϊστορικός βυθισμένος οικισμός «Μετόχι» στον όρμο Νηές.

Η ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού θεωρείται βασική πηγή εσόδων παγκοσμίως. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το Αιγυπτιακό Σαρμ Ελ Σειχ όπου υπάρχουν πάνω από 40 καταδυτικά κέντρα, ενώ πάνω από 200 καταδυτικά σκάφη μεταφέρουν πάνω από 6.000 δύτες, οι οποίοι καταλύουν στις περίπου 200.000 κλίνες, που υπάρχουν στην ευρύτερη περιοχή, αφήνοντας πίσω τους έσοδα που αγγίζουν τα 36 εκατ. ευρώ ετησίως.

Στην περίπτωση της Μάλτας η καταδυτική δραστηριότητα συνεισφέρει εκπληκτικά στον ΑΕΠ κατά 27%, ενώ και η Κροατία γνώρισε μια τεράστια αύξηση στον καταδυτικό τουρισμό, της τάξεως του 270% από το 2006 έως το 2010. Πολύ σημαντική είναι η συνεισφορά των καταδυτικών πάρκων σε περιβαλλοντικό επίπεδο αφού εκεί προστατεύονται φυτά και ζώα της θάλασσας χωρίς να κινδυνεύουν να αλιευτούν.<sup>74</sup>

## **6.2 ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΝΕΑ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΣΠΟΡ**

Πολλοί είναι εκείνοι οι τουρίστες που εκτός από ξεκούραση και χαλάρωση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους διασκεδάζουν κάνοντας θαλάσσια σπορ. Το ελληνικό τουριστικό προϊόν μπορεί να επωφεληθεί από την ανάπτυξη νέων θαλάσσιων σπορ.

---

<sup>74</sup> <http://www.koinignomi.gr/news/oikonomia/epiheirimatikotita/2014/09/30/megales-prooptikes-gia-ta-katadytika-parka.html>.



**Εικόνα 7:** Ακρωτήριο, Κως

Το flyboard, για παράδειγμα, είναι ένα νέο θαλάσσιο σπορ που γνωρίζει εξαιρετική επιτυχία στο εξωτερικό, το οποίο έφτασε και στην χώρα μας. Το flyboard ανακαλύφθηκε από τον Γάλλο Franky Zapata. Πρόκειται για ένα ζευγάρι ειδικές μπότες πάνω σε ένα τζετ το οποίο είναι συνδεδεμένος με ένα σωλήνα που εκτοξεύει νερό με μεγάλη πίεση.

Η συσκευή ρουφάει νερό και στη συνέχεια το απομακρύνει με μεγάλη δύναμη, με αποτέλεσμα ο χρήστης που είναι συνδεδεμένος μαζί της να μπαίνει και να βγαίνει από το νερό με μεγάλη ταχύτητα και με πολλούς τρόπους. Το Flyboard έχει ιπποδύναμη 100 ίππων και μπορεί να εκτοξεύσει κυριολεκτικά κάποιον μέσα από το νερό σε ύψος μέχρι και δέκα μέτρα, καθώς μιμείται την κίνηση των δελφινιών. Το πρώτο Flyboard

στην Ελλάδα αγοράστηκε από δύο κατοίκους της Κω με το αντίτιμο των 5.000 ευρώ περίπου.<sup>75</sup>



**Εικόνα 8:** Subwing

Το subwing είναι ένα θαλάσσιο σπορ που εμφανίστηκε στη Ζάκυνθο για πρώτη φορά παγκοσμίως. Ο νεαρός Νορβηγός Σιμόν Σίβερτσεν είχε την ιδέα κατασκευής της συγκεκριμένης «σανίδας». Το subwing επιτρέπει στον λούμενο να πραγματοποιεί πτήση κάτω από τα κύματα καθώς έλκεται από ένα σκάφος, ιδανικά γύρω στα 15 μέτρα. Η κατασκευή αποτελείται από ένα ενισχυμένο πλαστικό υλικό («φτερό»), το οποίο έχει λαβές για να κρατιέται ο λούμενος κατά τη διάρκεια της προσέλευσής του. Η διάρκεια κάτω από το νερό μπορεί να είναι 10-15 δευτερόλεπτα, επιτυγχάνοντας κατάδυση γύρω στα 3 μέτρα, αλλά με εξάσκηση επιτυγχάνονται βαθύτερες καταδύσεις. Το πρώτο επίσημο κέντρο Subwing δημιουργήθηκε στη Ζάκυνθο, στο Πελεγόني κλάμπ (Peligoni club).<sup>76</sup>

<sup>75</sup> <http://deramar.com/gr/toy-rentals/flyboard/item/322-flyboard>.

<sup>76</sup> <http://interestingengineering.com/subwing-is-changing-water-sports-and-lets-you-fly-underwater>.

### **6.3 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

Η διαφήμιση μέσω του διαδικτύου είναι η καλύτερη προώθηση του τουριστικού προϊόντος. Οι τουρίστες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τις εφαρμογές του για να συλλέξουν πληροφορίες για τον προορισμό που προτίθενται να επισκεφθούν και να κλείσουν τις διακοπές τους, και η σωστή διαχείριση και διατήρηση των διαδικτυακών τόπων που προσφέρουν τις τελευταίες ενημερώσεις για προορισμούς και υπηρεσίες παρεχόμενες προς τους τουρίστες σε αυτούς τους προορισμούς αφ' ενός για να διευκολύνουν την αναζήτηση και επιλογή προορισμού, και αγ' ετέρου, την στοχευμένη διαφήμιση και προβολή της χώρας μας μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής διαδικτύωσης.

Μια καλή αφετηρία για την προβολή της χώρας μας μέσω διαδικτύου και για την παροχή ψηφιακών υπηρεσιών και δεξιοτήτων σε τουριστικές επιχειρήσεις είναι η συνεργασία της χώρας μας με την Google, για το πρόγραμμα «Grow Greek Tourism Online». Πρωτοβουλίες σαν κι αυτή μπορούν να προβάλλουν σημαντικά το ελληνικό θαλάσσιο τουριστικό προϊόν και με στοχευμένη χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης και επικοινωνίας, μπορεί να επιτευχθεί η αύξηση του τουρισμού και η ευκολότερη πρόσβαση στους ταξιδιωτικούς προορισμούς, καθώς και ευκολότερη πρόσβαση σε διάφορες υπηρεσίες κατά τη παραμονή των τουριστών στο τόπο προορισμού.

### **6.4 ΑΝΑΒΑΘΜΗΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ**

Η Ελλάδα για το μέγεθος της ακτογραμμής της διαθέτει πολύ μικρό αριθμό μαρίνων, όπως ήδη έχουμε σημειώσει. Πρέπει, λοιπόν, να χρηματοδοτηθούν έρευνες για να γίνει ο απαραίτητος χωροταξικός έλεγχος για την δημιουργία νέων και να ληφθούν πρωτοβουλίες για την επιτυχή αποπεράτωση των υπο κατασκευή μαρίνων, που θα αυξήσει την επισκεψιμότητα των ελληνικών νησιωτικών και παράκτιων περιοχών. Επίσης, είναι απαραίτητη η βελτίωση της ακτοπλοϊκής σύνδεσης των νησιών με την κεντρική Ελλάδα και ο σχεδιασμός καινοτόμων τουριστικών στρατηγικών για τα (απομονωμένα) νησιά.

Εκτός από την αναβάθμιση των υπάρχουσών υποδομών, θα πρέπει να συντελεσθεί και βελτίωση της ποιότητας παροχής υπηρεσιών και της εξυπηρέτησης πελατών. Όσον αφορά στο δεύτερο, θα ήταν σκόπιμη η επιδότηση εκπαιδευτικών σεμιναρίων για την εξυπηρέτηση των τουριστών και παροχής υπηρεσιών σε ένα ευρύ φάσμα, από την ώρα της άφιξης του τουρίστα μέχρι την ώρα της αναχώρησης.

## **6.5 ΠΛΗΡΗΣ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ**

Κρίσιμο ζήτημα για την Ελλάδα αποτελεί το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει την κρουαζιέρα και το γιοτινγκ. Η πολυπλοκότητα, η μη σαφήνεια των νόμων αλλά και η υψηλή φορολογία στους κατόχους σκαφών έχει οδηγήσει στην πτώση της ανάπτυξης αυτού του κλάδου. Το καμποτάζ αλλά και άλλοι νόμοι και φορολογικά μέτρα έχουν στρέψει κρουαζιερόπλοια και μικρότερα πλοία αναψυχής σε άλλες χώρες με λιγότερους περιορισμούς και ελαφρύτερα κόστη ελλιμενισμού. Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο να γίνουν συντονισμένες ενέργειες από τους εμπλεκόμενους φορείς για την τροποποίηση ή την ψήφιση νόμων τέτοιων, ώστε τα μεγαλύτερα ελληνικά λιμάνια να μετατραπούν σε λιμάνια

εκκίνησης κρουαζιέρων και τα μικρότερα να αυξησουν σημαντικά την κίνησή τους.

## **6.6 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

Για την καλύτερη και σωστή εξυπηρέτηση των τουριστών θα μπορούσαν να διοργανώνονται ειδικά σεμινάρια κατάρτισης ανέργων, εργαζομένων, αυτοαπασχολούμενων καθώς και στελεχών των φορέων που διαχειρίζονται τουριστικά προϊόντα. Επίσης μπορούν να διοργανώνονται αντίστοιχα σεμινάρια για την εκμάθηση ξένων γλωσσών.

Η χώρα μας φαίνεται να υστερεί σε αυτόν τον τομέα της συνεχούς κατάρτισης του προσωπικού που παρέχει υπηρεσίες στον τουριστικό τομέα, με αποτέλεσμα η ανεπαρκής και ελλιπής παροχή υπηρεσιών να μην βοηθάει στην προώθηση και προβολή του θαλάσσιου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας. Συμβαίνει μάλιστα το αντίθετο. Κάποιες φορές η ανεπαρκής παροχή υπηρεσιών οδηγεί στην δυσαρέσκεια των τουριστών με αποτέλεσμα την αρνητική διαφήμιση της χώρας μας στο εξωτερικό, μέσω των εμπειριών που οι ίδιοι οι τουρίστες αποκομίζουν και οι ίδιοι εμφανίζονται διστακτικοί στην πραγματοποίηση άλλων ταξιδιών σε προορισμούς, όπου η υποδοχή και ποιότητα υπηρεσιών είναι ανεπαρκής την ώρα που μπορούν να απολαύσουν παρόμοιο τουριστικό προϊόν σε γειτονικές μας χώρες.

## **6.7 ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΙΣΗ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Όσον αφορά την εποχικότητα των προορισμών θα μπορούσαν να δοθούν πακέτα διακοπών σε πιο χαμηλή τιμή για να προσελκύσουν τουρίστες από τον Νοέμβριο μέχρι τον Φεβρουάριο. Η πιο χαμηλή τιμή δεν θα αφορά μόνο το ταξίδι αλλά και άλλες δραστηριότητες που κάνουν οι τουρίστες κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Τα εισιτήρια σε αρχαιολογικά μουσεία μπορούν να μειωθούν τους μήνες αυτούς καθώς να αυξηθεί και το ωράριο λειτουργίας τους.

#### **6.8 ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΘΑΛΑΣΣΩΝ ΚΑΙ ΑΚΤΩΝ (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΠΛΕ ΣΗΜΑΙΕΣ)**

Δυστυχώς το πρόβλημα των σκουπιδιών σε θάλασσες, λιμάνια, δρόμους είναι σύννηθες φαινόμενο στην Ελλάδα. Η εικόνα που επικρατεί σήμερα σε ακτές και μεγάλα αστικά κέντρα αφήνουν μια αρνητική εντύπωση στον τουρίστα. Μπορούν να αγοραστούν σκάφη μέσα από επιχορηγήσεις τοπικών αρχών και να προσληφθούν συνεργεία καθαριότητας για την απομάκρυνση σκουπιδιών από τις μολυσμένες περιοχές. Ακόμη να γίνουν όλες εκείνες οι απαραίτητες ενέργειες ούτως ώστε ακόμη πιο πολλές ελληνικές παραλίες να διακριθούν με το πρόγραμμα γαλάζιας σημαίας που αποτελεί μια πολύ αποτελεσματική μορφή διαφήμισης ειδικά για τον θαλάσσιο τουρισμό της χώρας.

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η εργασία αυτή είχε σαν στόχο τη μελέτη της έννοιας του τουρισμού στην Ελλάδα και ειδικότερα του θαλάσσιου τουρισμού καθώς και η εξέλιξή του κυρίως στην τελευταία δεκαετία, με έμφαση στις τελευταίες εξελίξεις με βάση τα πιο πρόσφατα στατιστικά στοιχεία



διαθέσιμα από διάφορους οργανισμούς και την Eurostat για το τρέχον έτος.

Αρχικά αναλύθηκε ο τουρισμός και τα διάφορα είδη του και στη συνέχεια επικεντρωθήκαμε στην έννοια του θαλάσσιου τουρισμού, την επίσημη αναγνώριση (με νομικό πλαίσιο) του είδους αυτού τουρισμού και αναλύσαμε το θαλάσσιο τουριστικό προϊόν της χώρας μας (SWOT ανάλυση), όχι μόνο αυτό καθαυτό, αλλά και σε σύγκριση με το τουριστικό προϊόν άλλων γειτονικών, ανταγωνιστικών χωρών. Συζητήσαμε αναλυτικά τα δυνατά σημεία του τουρισμού, τα αδύνατα σημεία, τις ευκαιρίες και σημαντικές «απειλές» του θαλάσσιου τουρισμού.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στο κεφάλαιο των προκλήσεων και προοπτικών, όπου εκτέθηκαν οι σημαντικότερες προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει ο ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός, όσο αφορά στις υποδομές, το νομικό πλαίσιο, τον ανταγωνισμό με γειτονικές χώρες. Τέλος, αναλύθηκαν οι προοπτικές που έχει ο θαλάσσιος τουρισμός στη χώρα μας και παρουσιάστηκαν προτάσεις που θα μπορούσαν να βελτιώσουν την ποιότητα του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού και να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα της χώρας μας τόσο σε επίπεδο Ευρώπης, όσο και σε παγκόσμια κλίμακα, μιας και η χώρα μας διαθέτει εξαιρετικά πλούσια μορφολογία και ευνοϊκό κλίμα.

Επίσης, είδαμε τον κομβικό ρόλο που διαδραματίζει η στρατηγική προώθησης του ελληνικού θαλάσσιου προϊόντος μέσω του διαδικτύου και μέσω συμφωνιών που συνάπτονται με διεθνείς διαδικτυακούς κολοσσούς, όπως η Google, με σκοπό την καλύτερη διαφήμιση του θαλάσσιου προϊόντος της χώρας μας, πέραν από τους θερινούς μήνες και την αιχμή της τουριστικής κίνησης. Όπως επίσης, σημειώσαμε, η επένδυση στις υποδομές (μαρίνες, βελτίωση ποιότητας υπηρεσιών) και σε νέα σπορ που

προσελκύουν το ενδιαφέρον των τουριστών αποτελούν εξαιρετικές ευκαιρίες για προώθηση του θαλάσσιου τουρισμού στη χώρα μας.

Επιπλέον, εντοπίσαμε κάποιες πρωτοβουλίες της χώρας μας ως προς την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας, με την άρση του καμποτάζ, αλλά μένει η θέσπιση ευνοϊκότερων νόμων για την κρουαζιέρα και τροποποίηση του υπάρχοντος νομοθετικού πλαισίου για την καλύτερη εφαρμογή των νόμων, αφού απαλλαχτούν από ασάφειες και σκοτεινά σημεία.

Συνοψίζοντας, είδαμε ότι ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια σημαντικότερη πηγή εσόδων για τη χώρα μας, που μπορεί να οδηγήσει σε δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για τον ντόπιο πληθυσμό και προσφορά καλύτερης ποιότητας τουριστικού προϊόντος, αυξάνοντας σημαντικά τα κρατικά έσοδα. Η χώρα μας, βασιζόμενη στον φυσικό πλούτο της και μέσω αποτελεσματικών στρατηγικών διαφήμισης και μέσω σύναψης συμφωνιών με διεθνείς οργανισμούς ή συμμετοχής της σε προγράμματα αξιολόγησης των ελληνικών ακτών, παραλιών και μαρίνων, όπως η «Μπλε Σημαία», μπορεί να πρωτοστατήσει στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου και να αντεπεξέλθει στον μεγάλο ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει προς το παρόν.

## Βιβλιογραφία

### Α. Έντυπη

Αθανασίου, Λ. (2007) *Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβαλλοντική Προστασία*, Αθήνα (ΙΤΕΠ).

Αποστολόπουλος Κ. και Σδραλή Δ. (2009) *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου*, Αθήνα.

Ηγουμενάκης, Ν. Γ. / Κραβαρίτης, Κ. Ν. / Λύτρας, Π. Ν. (1999) *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Αθήνα.

Κοκκώσης Χ./ Τσάρτας Π./ Γκρίμπα Ε., (2011) *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Ζήτηση και Προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*, Αθήνα.

Λαγος, Δ. (2005) *Tourism Economics*, Αθήνα.

Μοίρα, Π. (2007) *Η θαλάσσια μεταφορά πετρελαίου. Απειλή στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού*, Αθήνα.

Μπαμπινιώτης, Γ (2012) *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, Αθήνα ('Δ έκδοση).

Μυλωνόπουλος Μ. και Μοίρα Π. (2005) *Θαλάσσιος Τουρισμός*, Αθήνα.

Κομίλης, Π. (1986) *Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού*, Αθήνα.

Παρδάλη, Ι. (2007) *Οικονομική και Πολιτική των λιμένων*, Αθήνα.

Πατσουράτης, Β. (2000) *Η φορολογική επιβάρυνση του τουριστικού προϊόντος*, Αθήνα.

Πολύζος, Σ. (2002), *Ανάλυση Παραγόντων Επιρροής και Εμπειρική Διερεύνηση των Εσωτερικών Τουριστικών Ροών στην Ελλάδα*, Αθήνα.

Polyzos, S., Minetos, D., Sdrolias, L. (2007) "Productivity and spatial diffusion of technology in Greece: An empirical analysis", *Journal of International Business and Economy*, 8(1), pp.105-123.

Τερζής, Ε. (2009) *Οδηγός για το Περιβάλλον-Διαχείριση Απορριμάτων*, WWF Ελλάς, Αθήνα.

Τσάρτας, Π. (1995) *Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού στους νομούς Κέρκυρας και Λασιθίου ΕΚΚΕ*, Αθήνα.

Τσιαρτσιώνη, Θ «Η ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα: θαλάσσιος, πολιτιστικός/θρησκευτικός προσκυνηματικός, επαγγελματικός» Πανεπιστήμιο Πειραιώς [Διπλωματική Εργασία]

Χατζημανωλάκη, Ε. (2011) «Θαλάσσιος Τουρισμός και θέση της Ελλάδος Συγκρίσεις και Ευκαιρίες» [Διατριβή Πανεπιστήμιο Πειραιώς].

Χλωμούδης, Κ. (2005) «Λιμενικός Σχεδιασμός στη σύγχρονη λιμενική βιομηχανία» *J&J Hellas*.

## **B. Ηλεκτρονική**

- [http://www.e-nautilia.gr/blog-post\\_4927/](http://www.e-nautilia.gr/blog-post_4927/)
- <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=44&la=2>
- [http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/blue\\_flag.asp](http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/blue_flag.asp)
- [http://www.aftodioikisi.gr/perifereies/piran-piso-ti-galazia-simaia-apo-38-ellinikes-aktes-lista\\_30/9/14](http://www.aftodioikisi.gr/perifereies/piran-piso-ti-galazia-simaia-apo-38-ellinikes-aktes-lista_30/9/14)
- [http://www.dzs.hr/default\\_e.htm](http://www.dzs.hr/default_e.htm)
- <http://croatia.hr/en-GB/Activities-and-attractions/Nautics>.
- <http://web.archive.org/web/20120419075053/http://earthtrends.wri.org/text/coastal-marine/variable-61.html>.

- [http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in\\_evidenza/Contributo\\_economico\\_turismo\\_PIL\\_2013](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in_evidenza/Contributo_economico_turismo_PIL_2013)
- <http://www.blueflag.org/menu/awarded-sites/2014/northern-hemisphere/italy> (Μπλε Σημαίες, Ιταλία)
- [http://www.scubadviser.com/destinations\\_1.aspx?id=1:35219&id2=0:36320,0:36084&id4=0:36511](http://www.scubadviser.com/destinations_1.aspx?id=1:35219&id2=0:36320,0:36084&id4=0:36511) (Καταδύσεις)
- [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Coastal\\_region\\_statistics](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Coastal_region_statistics) (Eurostat)
- [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf) (Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ, Αναφορά 2013)
- <http://www.ashcroftandassociates.com/images/ECC-LR.pdf>
- <http://www.portbooker.com/en/moorings/spain> (Ισπανικά Λιμάνια)
- <http://www.blueflag.org/menu/awarded-sites> (Πρόγραμμα «Μπλε Σημαιες»)
- <http://thalassamedia.gr/nomothesia/skafos/922-tekmhria-skafon-anapsyxhs.html> (Τεκμήρια σκαφών αναψυχής)
- <http://www.efsyn.gr/?p=4845> (Ελληνικός τύπος)
- <http://www.koinignomi.gr/news/oikonomia/epiheirimatikotita/2014/09/30/megales-prooptikes-gia-ta-katadytika-parka.html> (Καταδυτικά πάρκα)
- <http://deramar.com/gr/toy-rentals/flyboard/item/322-flyboard> (Flyboard)
- <http://interestingengineering.com/subwing-is-changing-water-sports-and-lets-you-fly-underwater> (Subwing)
- [http://www.mediasoup.gr/node/93054#.VDGxtvl\\_smM](http://www.mediasoup.gr/node/93054#.VDGxtvl_smM)
- <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (WTO)
- <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (WTO)

- <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=36&sectorID=37&la=2>
- <http://www.naftemporiki.gr/story/847315/sunergasia-google-eot-sete-gia-tin-anaptuksi-tou-tourismou>
- <http://traveldailynews.gr/news/article/58396>
- [www.eepf.gr](http://www.eepf.gr)
- [www.all4yachting.com](http://www.all4yachting.com)
- [www.investingreece.gov.gr](http://www.investingreece.gov.gr)
- <http://archive.in.gr/>
- <http://www.in2life.gr/delight/hobbies/article/171248/surfing-mathainontas-ta-kymata.html> 25/9/14
- <http://www.elines.com/good-news/13650-h-ellada-anamesa-stous-korufaious-proorismous-kataduseon-tis-mesogeiou/>
- <http://www.nottingham.ac.uk/pavlopetri/projectoverview2009-2013.aspx><http://www.underwaterarchaeology.gr/News/index.htm#Projects>
- <http://www.waterski.gr>
- <http://www.visitgreece.gr/>
- [http://politics.wwf.gr/images/stories/political/positions/wwf\\_golfmarc\\_h06.pdf](http://politics.wwf.gr/images/stories/political/positions/wwf_golfmarc_h06.pdf)
- [http://www.ekke.gr/estia/Cooper/Golf\\_3-05/Golf\\_3-05.htm](http://www.ekke.gr/estia/Cooper/Golf_3-05/Golf_3-05.htm)
- <http://www.eurobank.gr/Uploads/Images1024/TourismosPerivallon.pdf>
- <http://www.sete.gr/files//Ebook/TAXATION.doc>
- [http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal\\_tourism/index\\_el.htm](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/index_el.htm)
- [http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=111&Itemid=126&lang=el](http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=126&lang=el)

- [http://sete.gr/fileuploads/basic\\_tourism\\_terminology/OrismoistatistikonTourismou.pdf](http://sete.gr/fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoistatistikonTourismou.pdf) (ΣΕΤΕ, Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)
- <http://www.nee.gr/>
- <http://www.britannica.com/> (Encyclopaedia Britannica)