



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ**

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΜΠΑΛΑΣΚΑ ΕΛΕΝΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑ ΖΩΗ

ΠΥΡΓΟΣ 2022

Περίληψη

Ο θαλάσσιος τουρισμός παίζει αρκετά σημαντικό ρόλο όσον αφορά την ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών. Η σύγχρονη μορφή τουρισμού είναι διαρκώς αναπτυσσόμενη από το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα. Η επένδυση στον θαλάσσιο τουρισμό δημιουργεί ένα περιβάλλον βελτίωσης των υποδομών σε τουριστικές περιοχές, μέσω της αναβάθμισης της ποιότητας της διαμονής και των δραστηριοτήτων αναψυχής ενώ ταυτόχρονα αυξάνει την παραγωγικότητα σε νησιωτικές και τοπικές οικονομίες. Παράλληλα, υπάρχει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων με τη κολύμβηση, τις καταδύσεις, την ιστιοπλοΐα, την αλιεία και τις διακοπές κρουαζιέρας να είναι αυτές που ξεχωρίζουν καθώς το σύνολο αυτών αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες αγορές διεθνώς.

Επιπρόσθετα, ο θαλάσσιος τουρισμός αποφέρει αρκετά οφέλη για την οικονομία της Ελλάδας, αφού δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας, βοηθώντας έτσι την ρήξη του ποσοστού ανεργίας στην χώρα. Επομένως, σκοπός της εργασίας είναι να διερευνηθούν οι τρόποι ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού, η συνεισφορά του στις τοπικές, μικρές και μεγάλες, αλλά και στις νησιωτικές οικονομίες καθώς και η επιρροή που ασκεί στις υπόλοιπες μορφές τουρισμού.

Οι παράκτιες ελληνικές περιοχές, εξαιτίας της πλεονεκτικής θέσης που έχουν, ελκύουν όλο και μεγαλύτερο κομμάτι του τουρισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Ως αποτέλεσμα έρχεται η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, ο οποίος σαν συχνό φαινόμενο επιφέρει ως συνέπεια την υποβάθμιση της ποιότητας των παράκτιων περιοχών. Ο παράκτιος χώρος και τα οικοσυστήματα που υπάρχουν σε αυτόν πρέπει να προστατεύονται επαρκώς, ωστόσο το υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο της χώρας είναι ελλιπές

Λέξεις κλειδιά: Θαλάσσιος τουρισμός, θαλάσσιες δραστηριότητες, διακοπές, κρουαζιέρα, γιότινγκ, οικονομική ανάπτυξη, παράκτιες περιοχές.

Abstract

Maritime tourism plays a very important role in the development of local economies. This form of tourism is constantly evolving from the second half of the 20th century. Investing in maritime tourism creates an environment for improving infrastructure in tourist areas, by upgrading the quality of accommodation and leisure activities while at the same time increasing productivity in new and local economies. At the same time, there is a wide range of activities with swimming, diving, sailing, fishing and cruise holidays being the ones that stand out as all of them constitute one of the largest international markets. In addition, maritime tourism brings several benefits to the Greek economy, as it creates new jobs, thus helping to break the unemployment rate in the country. Therefore, the purpose of this work is to investigate the ways of development of maritime tourism, its contribution to local, small and large, but also to the island economies as well as the influence it has on other forms of tourism. The Greek coastal areas, due to their advantageous position, attract an increasing number of tourism nationally and internationally. The result is the development of mass tourism, which as a common phenomenon leads to the degradation of the quality of coastal areas. The coastal area and the ecosystems that exist in it must be adequately protected, however the existing legal framework of the country is incomplete.

Key words: Maritime tourism, maritime activities, sea sports, vacation, cruises, yatching, economic growth, coastal areas.

Ευχαριστίες

Κατά την συγγραφή της παρούσης πτυχιακής εργασίας συνέβαλλαν αρκετά άτομα, τα οποία και ευχαριστώ θερμά. Πρώτα από όλους, ευχαριστώ πολύ την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα. Ζωή Καρανικόλα για όλη την συμβολή της στην συγγραφή και επιτυχημένη περάτωση της πτυχιακής εργασίας. Ευχαριστώ την οικογένειά μου για όλη την ψυχολογική τους στήριξη καθ'όλη την διάρκεια της συγγραφής της εργασίας. Ακόμη, ευχαριστώ τον στενό κοινωνικό μου κύκλο για την βοήθεια του στην ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας, καθώς συνέβαλε στην έρευνα και μελέτη πληροφοριών και στοιχείων.

Πρόλογος

Ο κλάδος του τουρισμού συντείνει στην οικονομία μιας χώρας και πόσο μάλλον στην Ελλάδα, όπου υπάρχουν όλες οι προδιαγραφές ανάπτυξης της οικονομίας αλλά και του κλάδου, όπως ο ήλιος και οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, οι αμέτρητες σε πλήθος και σε κάλλος παραλίες, καθώς υπάρχει μεγάλο μήκος ακτογραμμών, τα πολυάριθμα νησιά, η ελληνική κουλτούρα και η φιλοξενία.

Ο τουρισμός σαν έννοια δεν συμπεριλαμβάνει αποκλειστικά τα πακέτα διακοπών και την ηρεμία, την ψυχοσωματική χαλάρωση την ψυχαγωγία και την διασκέδαση. Σαφώς όλα αυτά εμπεριέχονται σε αυτόν, αλλά παράλληλα συμπεριλαμβάνονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός και άλλα είδη του.

Ο θαλάσσιος τουρισμός, ο οποίος εντάσσεται στις εναλλακτικές μορφές του, σχετίζεται με τις διακοπές κοντά σε θαλάσσια μέρη, συμπεριλαμβάνοντας και τις δραστηριότητες οι οποίες λαμβάνουν μέρος σε αυτή. Μερικές δραστηριότητες είναι το σερφ, η ιστιοσανίδα, το θαλάσσιο σκι, αλλά και εκτός από σπορ, εμπεριέχονται οι κρουαζιέρες, η ιστιοπλοΐα και το γιότινγκ. Επομένως, όλοι αυτοί οι τομείς μπορούν να συνεισφέρουν είτε θετικά είτε αρνητικά στην ανάπτυξη ενός κράτους. Συμπερασματικά, ο θαλάσσιος τουρισμός και ιδιαίτερα η κρουαζιέρα και το γιότινγκ, είναι ήδη ευρέως ανεπτυγμένα στην χώρα μας και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την χρηματική εισφορά η οποία επιδρά θετικά στην οικονομία της χώρας. Τέλος, την ίδια στιγμή η Ελλάδα προβάλλεται και αναδεικνύεται ως ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός της Μεσογείου.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	σελ.2
Abstract.....	σελ.3
Ευχαριστίες.....	σελ.4
Πρόλογος.....	σελ.5
Κεφάλαιο 1. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός.....	σελ.8
1.1 Η έννοια του Τουρισμού.....	σελ.8
1.2 Ο Ορισμός του Θαλάσσιου Τουρισμού.....	σελ.10
1.3 Η Ιστορική Εξέλιξη του Σύγχρονου Τουρισμού.....	σελ.13
1.4 Ο Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ελλάδα.....	σελ.16
1.5 Νομοθετικό πλαίσιο Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα.....	σελ.18
Κεφάλαιο 2. Η σύνδεση του Θαλάσσιου Τουρισμού με άλλα είδη.....	σελ.20
2.1 Ο παράκτιος τουρισμός.....	σελ.20
2.2 Ο ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού.....	σελ.21
2.2.1 Τα πλεονεκτήματα των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.....	σελ.22
2.2.2 Τα μειονεκτήματα των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.....	σελ.23
2.3 Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού.....	σελ.24
2.3.1 Οι δραστηριότητες του Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα.....	σελ.25
Κεφάλαιο 3. Θαλάσσιος Τουρισμός και Ανάπτυξη	σελ.29
3.1 Η έννοια της Τουριστικής Ζήτησης.....	σελ.29
3.2 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την Τουριστική Ζήτηση.....	σελ.29
3.3 Τα χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης.....	σελ.31
3.4 Η Τουριστική Προσφορά και η έννοια της.....	σελ.32
3.5 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την Τουριστική Προσφορά.....	σελ.32
3.6 Τα Οφέλη και οι Συνέπειες και η Ανάπτυξη του Θαλάσσιου Τουρισμού.....	σελ.34
3.7 Συμπεράσματα.....	σελ.38

3.8 Προτάσεις.....σελ.39
Βιβλιογραφία.....σελ.45

Κεφάλαιο 1. Ο Θαλάσσιος Τουρισμός

1.1. Η έννοια του τουρισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα που σχετίζεται άμεσα με αρκετούς κλάδους της οικονομίας. Περιγράφεται συχνά ως ιδιαίτερα πολύπλευρος τομέας καθότι απαιτεί τη συμβολή κοινωνικών, οικονομικών και πολιτιστικών δεδομένων. Αποδίδεται ο χαρακτηρισμός ως βιομηχανία, αν και χρησιμοποιείται, δεν θεωρείται απόλυτα σωστός διότι δεν παράγει συγκεκριμένα προϊόντα και η απόδοση του τουρισμού δεν είναι απτά μετρίσιμη. Ταυτόχρονα, ένας ακόμη παράγοντας που δυσκολεύει την εκτίμηση του αντίκτυπου της τουριστικής βιομηχανίας σε σύγκριση με άλλους κλάδους, είναι ο άυλος χαρακτήρας της. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία υπάρχουν ποικίλοι αποδεκτοί ορισμοί που δίνουν απάντηση στο ερώτημα τι αποτελεί τουριστική βιομηχανία. Τέλος, ο τουρισμός είναι ένα πολυπρισματικό, οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής με σκοπό να ικανοποιήσουν ψυχοσωματικές ανάγκες και πνευματικές περιέργειες, μέσα από συνειδητή και αποκλειστικά για το σκοπό αυτό πρόσκαιρη μετακίνηση σε ξένον γεωγραφικό χώρο παραμονής τους σε αυτόν για χρονικό διάστημα μέχρι και ενός έτους, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές, κλπ. (Λαγός, 2005)

Εξάλλου, το φαινόμενο αυτό είναι κατεξοχήν σύνθετο, τόσο πολύ δε, που προσέγγισε το ενδιαφέρον πολλών διαφορετικών επιστημών. Σε αυτές μεταξύ άλλων συγκαταλέγονται η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία, οι οικονομικές επιστήμες, η γεωγραφία, η αρχιτεκτονική, η ιστορία και η βιολογία (Przeclawski, 1993). Έτσι, προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι επιστήμες, που εμπλέκονται σημαντικά με τα τουριστικά ταξίδια, χρησιμοποιούν ποικίλλες ερμηνείες της έννοιας «τουρισμός» (Frömbing, 1993).

Η λέξη τουρισμός, συνθέτεται από τη γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που αφορά με την επίσκεψη των ανθρώπων σε περιοχές με αξιοθέατα. Το 1994, ο ΟΗΕ προσδιόρισε τρεις μορφές τουρισμού για τις Στατιστικές Τουρισμού:

- Εγχώριος τουρισμός (domestic tourism), όπου περιλαμβάνει τη συμμετοχή των κατοίκων της εκάστοτε χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism), όπου προσδιορίζεται από τη συμμετοχή μη κατοίκων που ταξιδεύουν στην εν λόγω χώρα.
- Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism), ο οποίος αποτελείται από τη συμμετοχή των κατοίκων που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.

Ταυτόχρονα, υπάρχουν και άλλες μορφές τουρισμού, όπως:

- Διεθνής τουρισμός (international tourism): ο οποίος ορίζεται ως το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.
- Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism): ο οποίος αποτελείται από το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού
- Εθνικός τουρισμός: (national tourism): ο οποίος αποτελείται από το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού (Λαγός, 2005, σελ. 42-43)

Όπως αναφέρεται, μία από τις πρώτες προσπάθειες ορισμού του φαινομένου ήταν αυτή των Hunziker και Krapf και είχε να κάνει με την άποψη ότι ο τουρισμός είναι « το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού σε ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα» (Ηγουμενάκης και συν., 1999, σελ. 84). Μια διαφορετική ερμηνεία δίνει η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού (Α.Ι.Τ.) η οποία αναφέρει ότι « είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων, που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993, σελ. 7).

Συγχρόνως, ορίζεται ως το σύνολο των γεγονότων, που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων, που ταξιδεύουν για αναψυχή, απόκτηση γνώσεων και εμπειριών ή θεραπευτικών σκοπών, χωρίς κερδοφόρους σκοπούς. Επίσης η έννοια του ορίζεται ως την διακίνηση μεμονωμένων ή ομάδων ατόμων, σε διαφορετικό γεωγραφικό τόπο από τον τόπο διαμονής, η οποία έχει ως στόχο την εκπλήρωση της ψυχικής ή πνευματικής επιθυμίας και προσδίδει οικονομικές δραστηριότητες. (Καλφιώτης, 1976). Τέλος, ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα αναπτυσσόμενη καθότι οι τουρίστες ταξιδεύουν και έτσι περικλείει, οτιδήποτε σχετίζεται με την προετοιμασία, τον προγραμματισμό και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή και την επιστροφή μετά από αυτό. Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των τουριστών, που γίνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές που πραγματοποιούνται και τις αλληλεπιδράσεις, οι οποίες συμβαίνουν μεταξύ επισκεπτών και ντόπιων, καθώς και τις συνέπειες που προκύπτουν (Mill & Morisson, 1992).

1.2. Ο ορισμός του θαλάσσιου τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός, ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Ως κύριο αντικείμενο ενασχόλησης έχει την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού κλπ. Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα 15.000 χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών, το πλήθος των νησιών, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές χιλιάδων τετραγωνικών χιλιομέτρων, το ήπιο κλίμα, η διαρκής ηλιοφάνεια σαν επικρατέστερο καιρικό φαινόμενο και το ενδιαφέρον αλλά και διαρκώς διαφορετικό τοπίο κάνουν την χώρα μας ένα πλέον άσπογο προορισμό όσον αφορά την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού.

Το πλεονέκτημα αυτό ενισχύεται τόσο από την ναυτική παράδοση χιλιετηρίδων, όσο και από τις ευνοϊκές για θαλάσσιους πλόες συνθήκες (τα ελληνικά πελάγη θεωρούνται ασφαλή από την σκοπιά των ναυτικών κινδύνων, οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι κοντινές, ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας) (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

Δυο είναι οι κυρίαρχες απόψεις όσον αφορά τον θαλάσσιο τουρισμό. Η πρώτη άποψη αναφέρεται στο ότι ο Θαλάσσιος Τουρισμός είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον παράκτιο τουρισμό, αλλά ταυτόχρονα περιλαμβάνει κάθε τουριστική δραστηριότητα που πηγάζει από την θάλασσα, όπως το ψάρεμα και τις κρουαζιέρες. Η δεύτερη υποστηρίζει ότι περικλείει τις δραστηριότητες «Αναψυχής ή Κατανάλωσης» η χρήση των οποίων προϋποθέτει να ταξιδέψει ο καταναλωτής μακριά από τον τόπο διαμονής του, και οι οποίες έχουν ως βάση ή επικεντρώνονται στο θαλάσσιο περιβάλλον (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

Ως θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως «κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως βασικό κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές που περιλαμβάνει – είτε ως πεδίο δραστηριότητας του τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, όσον αφορά την αθλητική ή πολιτιστική διάσταση». Σαφώς, σε αυτή τη μορφή τουρισμού δεν εμπεριέχονται αντίστοιχες δραστηριότητες σε υδάτινες επιφάνειες όπως για παράδειγμα, λίμνες, ποτάμια.. Έτσι, ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε παράκτιο τουρισμό, όπως κολύμβηση, θαλάσσιο σκι, windsurfing, σε υποβρύχιο τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων της κατάδυσης, των υποβρύχιων σκάφων, σε θαλάσσιο τουρισμό φύσης που περιλαμβάνει δραστηριότητες, όπως παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών, ενυδρεία, σε θαλάσσιο αλιευτικό τουρισμό μέσω παρακολούθησης της διαδικασίας αλιείας, σε θαλάσσιο πολιτιστικό τουρισμό, όπως ναυτικά μουσεία, πλοία – μουσεία, σε θαλάσσιο αθλητικό τουρισμό με αγώνες σκαφών καθώς και σε περισσότερο διαδεδομένες μορφές, όπως ο τουρισμός γιότινγκ και κρουαζιέρας (Πλακιώτη, 2013).

Αρχικά, η Ευρωπαϊκή Ένωση στα πλαίσια των χρηματοδοτήσεων της, ενισχύει οικονομικά τον βιώσιμο αλιευτικό τουρισμό στην Μεσόγειο. Η δράση αυτή αφορά, ένα προσαρμοσμένο επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο θα δίνει την δυνατότητα στους αλιείς να αξιοποιούν τις αλιευτικές τους δραστηριότητες με θαλάσσιες τουριστικές διαδρομές, καθώς επίσης και την προώθηση τοπικών προϊόντων αλλά και την αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού πλούτου της εκάστοτε περιοχής. Η δράση αυτή, θα εφαρμοστεί σε διάφορες χώρες όπως η Ιταλία, η Ελλάδα, η Κύπρος, η Ισπανία, Η Γαλλία και η Αλβανία, ταυτόχρονα με εξειδικευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα και μία καινοτόμο ηλεκτρονική πλατφόρμα προώθησης και δικτύωσης των φορέων της τουριστικής βιομηχανίας (Κουβαράς, 2017).

Τα μέλη από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν συνάψει σχέσεις αμοιβαίας συνεργασίας με σκοπό την ανάπτυξη, τον έλεγχο, τη μεταφορά και την εφαρμογή τελικά του επιχειρηματικού αλιευτικού τουριστικού μοντέλου στην παράκτια περιοχή της Μεσογείου ως εναλλακτική μορφή βιώσιμου τουρισμού αλλά με την προϋπόθεση της διατήρησης του θαλάσσιου οικοσυστήματος και της παραδοσιακής αλιευτικής κουλτούρας. Για την επίτευξη του έργου αυτού συνεργάζονται οι εξής 10 φορείς: Prism Promozione Internazionale Sicilia-Mondo (Ιταλία), Promimpresa srl (Ιταλία), Delfi Partners & Company (Κύπρος), Πανεπιστήμιο Πειραιώς (Ελλάδα), Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου (Κύπρος), Δήμος Δυρράχου (Αλβανία) – Ιταλικό Εμπορικό Επιμελητήριο Μασσαλίας (Γαλλία), Petra Patrimonia Κορσική (Γαλλία), Haliéus (Ιταλία), Ferports- Λιμενικό Ινστιτούτο Μελετών και Συνεργασίας (Ισπανία) υπό τον συντονισμό του Δήμου της Trabia (Ιταλία) (Κουβαράς, 2017).

Όλες οι συνεργαζόμενες χώρες μοιράζονται ως κίνητρο την εύρεση νέων πρακτικών έναντι της ανησυχητικής εξάντλησης των θαλάσσιων πόρων, της παρακμής του παραδοσιακού αλιευτικού τομέα και των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού. Μερικές από τις αρνητικές επιπτώσεις είναι για παράδειγμα η κοινωνική εξάρθρωση, η απώλεια πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος η οικολογική υποβάθμιση του τόπου. Συνοψίζοντας, στόχος του έργου είναι η ενθάρρυνση ενός αλιευτικού τουρισμού υπό το πρίσμα της βιώσιμης πρακτικής στον τομέα του παράκτιου και ναυτικού τουριστικού στην περιοχή της Μεσογείου, με συνολικό προϋπολογισμό 2.1 εκατομμύρια Ευρώ (Πρόγραμμα Tourismed) (Κουβαράς, 2017).

Αδιαμφισβήτητα, ο θαλάσσιος τουρισμός, έχει υπάρξει και εξακολουθεί να είναι μία από τις πιο σημαντικές μορφές τουρισμού, αφού έχει ιδιαίτερη συμμετοχή στις τουριστικές οικονομίες των κρατών στις οποίες έχει αναπτυχθεί και αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι παρουσιάζει σημαντικές τάσεις διαρκούς ανάπτυξης. Εντούτοις, παρόλο που ο θαλάσσιος τουρισμός συγκροτεί ένα μεγάλο μερίδιο της βασική αγορά παγκοσμίως, έχοντας μεγάλη δυνατότητα ανάπτυξης στο μέλλον, χαρακτηρίζεται από το μειονέκτημα της σημαντικής δυσκολίας της καταγραφής δεδομένων και στατιστικών στοιχείων για την εκτίμηση του πραγματικού του μεγέθους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό της προσέγγισης του μεγέθους του θαλάσσιου τουρισμού, όσον αφορά την ποσοστιαία του συμμετοχή στο σύνολο της τουριστικής δραστηριότητας κάθε χώρας (Κουβαράς, 2017).

Επίσης, η αξιόπιστη και ακριβής εκτίμηση του θαλάσσιου τουρισμού, εμπεριέχει μόνο δραστηριότητες συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιών κρουαζιέρας και γιότινγκ, με αποτέλεσμα άλλες δραστηριότητες όπως ο καταδυτικός τουρισμός, να έχουν σαφώς μεγαλύτερη δυσκολία όσον αφορά την εκτίμηση αφού δεν υπάρχουν διεθνείς διαθέσιμες πληροφορίες. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εκτίμηση της παγκόσμιας αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού σε 174 δις. ευρώ το 2005, που μεταφράζεται στο 10,5% τω συνολικών δαπανών του τουρισμού. Η εκτίμηση αυτή δεν εμπεριείχε τις δαπάνες του ταξιδιού και τις δαπάνες στις παράκτιες περιοχές και σαφώς αν τις συμπεριλάμβανε το ποσοστό θα ήταν αρκετά μεγαλύτερο (Κουβαράς, 2017).

Παρότι ακόμη δεν έχει γίνει ξεχωριστή εκτίμηση των οικονομικών μεγεθών του κλάδου του θαλάσσιου τουρισμού, είναι προφανές ότι ο κύκλος εργασιών του είναι πολύ σημαντικός αφού οι επιρροές του έχουν αντίκτυπο στις εθνικές οικονομίες, με τους νησιωτικούς και παράκτιους προορισμούς να επηρεάζονται σε μεγαλύτερο ποσοστό, αφού ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μία από τις κύριες οικονομικές δραστηριότητες των παράκτιων περιοχών. Σύμφωνα με την μελέτη της ICAP με θέμα «Εγκαταστάσεις θαλάσσιου τουρισμού», οι επιμέρους δραστηριότητες που συνδέονται με τη θάλασσα όπως τα θαλάσσια σπορ και οι ακτοπλοϊκές μεταφορές, δεν θεωρούνται κριτήριο του θαλάσσιου τουρισμού εξαιτίας κυρίως της δυσκολίας της εκτίμησης τους (Κουβαράς, 2017).

Βάσει της ίδιας μελέτης, οι τομείς που μπορούν να δημιουργήσουν νέα προϊόντα στη χώρα μας μέσω συνέργειας-συνεργασίας είναι ο πολιτισμός, ο αθλητισμός, η εκπαίδευση, οι ιατρικές υπηρεσίες, η γαστρονομία και η ανάπτυξη τουριστικών κατοικιών. Η αγορά της τουριστικής κατοικίας παρουσιάζεται ως ιδιαίτερα ελκυστική καθώς εκτιμάται ότι περισσότεροι από ένα εκατομμύριο Ευρωπαίοι θεωρούν την Ελλάδα ως υποψήφιο προορισμό δεύτερης κατοικίας (ΣΕΤΕ, 2010). Το κοινό χαρακτηριστικό των συγκεκριμένων τομέων για τις ειδικές μορφές τουρισμού που προτείνονται στην μελέτη είναι ότι ενδιαφέρουν και αφορούν το σύνολο της κοινωνίας, έτσι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον από τις πολιτικές ηγεσίες.

1.3 Η Ιστορική Εξέλιξη του Σύγχρονου Τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός φαίνεται να έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα όσον αφορά τη θαλάσσια περιήγηση. Ως πρώτες μορφές θαλάσσιου τουρισμού καταμετρούνται οι περιηγήσεις στην αρχαία Ελλάδα αλλά και οι ομαδικές ναυλώσεις των Ρωμαίων πολιτών για την παρακολούθηση θεαμάτων και αυτές του Μέσου αιώνα για θρησκευτικούς λόγους. Ειδικότερα, 19ο αιώνα, εμφανίστηκε για πρώτη φορά στη Μεγάλη Βρετανία η σύγχρονη μορφή της θαλάσσιας περιήγησης με τη μορφή της κρουαζιέρας. Παράλληλα στην Ελλάδα η διεύρυνση του θαλάσσιου τουρισμού στις εγχώριες θάλασσες και με ελληνικά πλοία άρχισε γύρω στο 1950 όταν οι θάλασσες καθαρίστηκαν από τα ναρκοπέδια. Τέλος, την ίδια χρονολογικά περίοδο ξεκινά και ο ατομικός τουρισμός με ιδιωτικά σκάφη ή ενοικιαζόμενα μικρού μεγέθους σκάφη αναψυχής (Κουβαράς, 2017).

Η πρώτη γνωστή μορφή τουρισμού διαδραματίστηκε στα 1200 π.Χ και ήταν εμπορικής φύσης καθώς οι συναλλαγές που ανέπτυξαν ναυτικοί λαοί όπως οι φοίνικες, στην Μεσόγειο θάλασσα, αλλά και οι Σουμέριοι στα ταξίδια τους προς την Κίνα και την Ινδία, είχαν ως στόχο την κατάκτηση πλούτου και την ανακάλυψη νέων πολιτισμών, και έτσι επιβεβαιώνεται ιστορικά η ανάγκη του ανθρώπινου είδους για ταξίδια 3 χιλιάδες χρόνια πριν. Ύστερα, επαγγελματικά ταξίδια, όπως επίσης και ταξίδια αναψυχής φέρεται να έκαναν οι Ρωμαίοι σε περιοχές της αυτοκρατορίας όπως στην Αίγυπτο και την Ελλάδα. Ταυτόχρονα, οι Ολυμπιακοί αγώνες από το 776 π.Χ. συνετέλεσαν μια από τις πρώτες και ευρέως διαδεδομένες πλέον μορφές ειδικού τουρισμού, του αθλητικού (Αβδελιώδης, 2013).

Ακόμη, ο θρησκευτικός τουρισμός αναπτύχθηκε ραγδαία κατά τα μεσαιωνικά χρόνια, όπου παρατηρήθηκαν μεγάλες μετακινήσεις πληθυσμών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι μετακινήσεις Μουσουλμάνων προς την Μέκκα και Χριστιανών προς τους άγιους τόπους και κυρίως Ιερουσαλήμ. Επιπρόσθετα, τον 17^ο και τον 18^ο αιώνα για πολιτιστικούς και επαγγελματικούς λόγους συχνή ήταν η επίσκεψη των εμπορικών γεωγραφικά κέντρων της εποχής όπως η Φλωρεντία, το Παρίσι και η Ρώμη. Συνεπώς, την σημερινή εποχή, όλα τα προηγούμενα, θα αναφέρονταν ως ειδικές μορφές τουρισμού (Αβδελιώδης, 2013).

Για πρώτη φορά ο όρος του τουρισμού, χρησιμοποιήθηκε τον 19^ο αιώνα στην Αγγλία. Η δημιουργία του ανήκει στον Thomas Cook, ο οποίος είναι γνωστό πως διοργάνωνε περιηγήσεις με το τρένο για την υψηλή κοινωνία. Ειδικότερα, μίσθωνε το τρένο και λάμβανε ως αντίτιμο για τις υπηρεσίες του ένα μέρος από το εισιτήριο. Στη συνέχεια ιδρύθηκαν και άλλοι διάφοροι αξιόλογοι σύλλογοι, όπως το Touring club το 1890 στην Γαλλία, η Ελληνική «ποδηλατική εταιρία» στα 1895, η «Εταιρία των Φιλόξενων» το 1914 και άλλες (Αβδελιώδης, 2013).

Γενικότερα είναι γεγονός το ότι, ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με έντονη θεματική δυναμική. Τα τελευταία 50 πλέον χρόνια έχουν παρατηρηθεί πολυάριθμες και σημαντικές αλλαγές όσον αφορά

τόσο την μορφή αλλά και την ένταση του τουρισμού. Έτσι, γίνεται αντιληπτό ότι ο τουρισμός ακολουθεί μια εξελικτική πορεία και υπάρχει μια διαφοροποίηση ανάλογη των εξελίξεων και των πρότυπων των εκάστοτε κοινωνιών και των οικονομιών στις οποίες αναπτύσσεται (Πλακίωτη, 2013).

Η σύγχρονη εποχή του τουρισμού, έχει τις ρίζες της στην Αγγλία στις αρχές του 17^{ου} αιώνα και διαχωρίζεται σε τρεις περιόδους:

Πρώτη περίοδος

Η πρώτη περίοδος ξεκίνησε από την Αγγλία στις αρχές του 17^{ου} αιώνα με τα ταξίδια να συγκροτούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της εκπαίδευσης των νεαρών σε ηλικία ευγενών. Οι κύριοι τουριστικοί προορισμοί ήταν οι χώρες της Ευρώπης με πλούσιο πολιτισμό όπως η Γαλλία και η Ιταλία και τους έτσι οι πολιτισμοί αυτοί παρείχαν τα απαραίτητα εφόδια για την διεύρυνση του πνευματικού ορίζοντα των ταξιδευτών. Σκοπός αυτών των ταξιδιών, γνωστών και ως Grand Tour (Towner John, The Grand Tour, 2004) (1550- 1850), ήταν η αποδοχή των νεαρών ευγενών στις βασιλικές αυλές αλλά και η ανάπτυξη και καθιέρωση της επαγγελματική τους σταδιοδρομία ως δικηγόροι, στρατιωτικοί και διοικητικοί υπάλληλοι (Πλακίωτη, 2013).

Ως θετική απόρροια των ταξιδιών όπου έλαβαν χώρα κατά την διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου ήταν τόσο η βελτίωση των οδικών δικτύων όσο και η εφεύρεση νέων μέσων μετακίνησης όπως η άμαξα. Παρόλα αυτά, το κόστος ταξιδιού ήταν υψηλό μέχρι και την βιομηχανική επανάσταση. Ύστερα, τον 18^ο αιώνα αναπτύχθηκε ραγδαία το φαινόμενο του ιαματικού τουρισμού ως συνέπεια της δημιουργίας λουτροπόλεων. Τον 19^ο αιώνα, επιπλέον, η εφεύρεση αλλά και επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου σε Ευρώπη και ΗΠΑ η οποία ξεκίνησε το 1830 και τελείωσε το 1860, αποτέλεσε τον λόγο στην πρώτη κατακόρυφη αύξησης της ζήτησης των ταξιδιών. Ταυτόχρονα η ανέγερση μεγάλων ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων σε κοντινή απόσταση από τους σιδηροδρομικούς σταθμούς στις μεγάλες πόλεις αλλά και τα ταχέως αναπτυσσόμενα τουριστικά θέρετρα ενίσχυσαν ακόμη περισσότερο την οικονομία της εποχής. Την ίδια στιγμή, η ναυπήγηση των ατμόπλοιου έγινε η αφορμή της έναρξης της ταχείας εξάπλωσης των επαγγελματικών μετακινήσεων, εμπορικών μεταφορών και ταξιδιών αναψυχής, μειώνοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό τα κόστη (Πλακίωτη, 2013).

Δεύτερη περίοδος

Η δεύτερη περίοδος, χαρακτηρίζεται ως η περίοδος μαζικότερου τουρισμού, χάρις την εφεύρεση αλλά και την τελειοποίηση του αυτοκινήτου αλλά και των τεχνολογικών καινοτομιών που εφαρμόστηκαν για την κάλυψη των αναγκών του πολέμου μέσω υπό την αιγίδα των κρατικών επιχορηγήσεων καθώς και της διαθεσιμότητας του μεγάλου αριθμού λεωφορείων. Αρχικά, πριν την έναρξη του Α΄

Παγκοσμίου πολέμου, παρατηρήθηκε αύξηση των ταξιδιών από τον πληθυσμό,. Σημαντική ήταν η επέκταση και βελτίωση του οδικού δικτύου, η δημιουργία των νέων τότε motel και restoroute αλλά και η εμφάνιση εθνικών διοικήσεων τουρισμού, με πρώτο το τμήμα τουρισμού της Ν. Ζηλανδίας (Πλακίωτη, 2013).

Μετά τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και όταν αποκαταστάθηκε η οικονομική ευημερία, τα ταξίδια ανέκαμψαν ενώ οι αερομεταφορές μετατράπηκαν σε μέσο συγκοινωνίας. Ωστόσο, παρά παρότι ξέσπασε Β΄ Παγκόσμιος Πόλεμος, η αεροπορική κίνηση εμφάνισε μια ταχεία ανάπτυξη. Ειδικότερα, η Imperial Airways, κατέγραψε σε περίοδο ακμής (1933) 220.000 επιβάτες. Επίσης κατά την διάρκεια της δεκαετίας του 30, διακρίνεται η θεσμική ενίσχυση του τουρισμού μέσω της καθιέρωση των πληρωμένων διακοπών για τους μισθωτούς. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, υπό την πίεση των συνδικάτων, να καθιερωθούν για πρώτη φορά οι άδειες εργασίας μετ' αποδοχών, αρχικά στην Γαλλία (1936) και στην Αγγλία (1938) και ύστερα και στις υπόλοιπες χώρες (Πλακίωτη, 2013).

Τρίτη περίοδος - μαζικός τουρισμός

Η τρίτη περίοδος, η αλλιώς η μεταπολεμική εποχή, ξεκίνησε από το 1945. Η συγκεκριμένη περίοδος έχει θεσπιστεί ιστορικά ως η περίοδος των τεχνολογικών επαναστάσεων με τα σημαντικότερα στοιχεία που την αποτελούν να είναι: (Πλακίωτη, 2013).

- η ταχεία αύξηση του τουριστικού φαινομένου (μαζικοποίηση του τουρισμού), η οποία οφείλεται στο γεγονός ότι αυξήθηκε το ενδιαφέρον του κράτους και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας.
- η μαζική αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, οι σπουδαίες αλλαγές στον τρόπο ζωής και η διεύρυνση του ελεύθερου χρόνου και συνεπώς του χρόνου διακοπών.
- η ανάπτυξη στον τομέα των μεταφορών που είχε ως θετική συνέπεια τη μείωση του κόστους και του χρόνου.
- η τεχνολογική ανάπτυξη.
- η μαζική ανάπτυξη των ταξιδιών στις πλουσιότερες χώρες και η γοργή αύξηση των τουριστικών οργανώσεων με στόχο τη επέκταση των τουριστικών προϊόντων και των προορισμών.
- η ραγδαία ανάπτυξη των αερομεταφορών, η βελτίωση και ανάπτυξη εξοπλισμού των αεροσκαφών και οι πτήσεις τσάρτερ.

1.4 Ο Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα

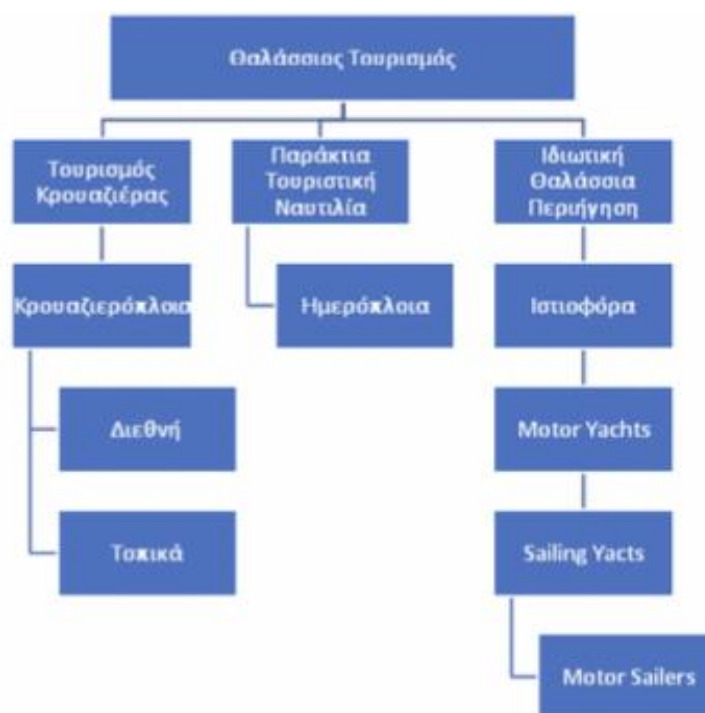
Αρχικά, η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην χώρα μας ξεκίνησε την δεκαετία του 1960 και ειδικότερα τα τελευταία χρόνια. Τις βασικότερες μορφές θαλάσσιου τουρισμού αποτελούν η κρουαζιέρα, το γιότινγκ (ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση) και η παράκτια τουριστική ναυτιλία. Ταυτόχρονα, οι κρουαζιέρες, συνήθως σε διεθνές επίπεδο έχουν ως επίκεντρο την Μεσόγειο, και έτσι εκτός από τα λιμάνια της χώρας μας γίνονται και επισκέψεις σε γειτονικά κράτη όπως η Κύπρος, η Τουρκία, η Ιταλία και η Αίγυπτος. Αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι ορισμένοι Ελληνικοί προορισμοί είναι ιδιαίτερα δημοφιλής ανά την υφήλιο, αφού στην πρώτη τριάδα σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης λιμένων Ελλάδος (Ε.ΛΙΜ.Ε) για το 2019 βρίσκεται το λιμάνι του Πειραιά που είναι στην πρώτη θέση με 622 αφίξεις ακολουθεί το λιμάνι της Σαντορίνης με 592 αφίξεις, το λιμάνι της Μυκόνου με 550 αφίξεις και το λιμάνι της Κέρκυρας με 420 αφίξεις (Νιφόρος, 2020).

Τα Ελληνικά λιμάνια ενίοτε αποτελούν κύριους προορισμούς κρουαζιερόπλοιων με συμπληρωματικούς κοντινούς λιμένες γειτονικών χωρών, και άλλοτε αποτελούν συμπληρωματικό προορισμό, με τα κρουαζιερόπλοια να προσεγγίζουν ελάχιστα Ελληνικά λιμάνια και σε αρκετές περιπτώσεις και μόνο ένα μέσα στο πρόγραμμα τους. Όμως, με την πλήρη άρση του καμποτάζ το 2011 ξεκίνησε μια προσπάθεια ώστε τα λιμάνια της χώρας μας να είναι λιμένες εκκίνησης για τα κρουαζιερόπλοια. Μπορεί αυτή η προσπάθεια να είναι ακόμα μικρή και να χρήζει ανάπτυξης, αλλά είναι ανάγκη να γίνουν και άλλες παρεμβάσεις και ειδικότερα στις σύγχρονες υποδομές στα Ελληνικά λιμάνια, αφού τα κρουαζιερόπλοια μεγαλώνουν διαρκώς τόσο σε χωρητικότητα αλλά και σε όγκο (Νιφόρος, 2020).

Όμως, παρόλο που η Ελλάδα έχει τη μεγαλύτερη περίμετρο ακτογραμμών σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες της, υστερεί σε θέσεις ελλιμενισμού, αλλά και σε ποιότητα υπηρεσιών. Αυτό έχει σαν επίπτωση, η Τουρκία να προσελκύει, εκτός από τουρίστες που την επιλέγουν για τις ακτές ως θαλάσσια διαδρομή και αρκετούς τουρίστες που επιλέγουν ελληνικά νησιά και ακτές. Αυτοί οι ταξιδιώτες όμως, προσεγγίζουν τα τουρκικά λιμάνια, με απώτερο σκοπό να επωφεληθούν από τις πιο υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και του συγχρόνως του χαμηλότερου κόστους ελλιμενισμού αλλά και της συντήρησης και διαχείρισης των τουριστικών σκαφών, αφού το θεσμικό πλαίσιο είναι αρκετά ευνοϊκό (Κουβαράς, 2017).

Είναι γεγονός ότι από το 2009, όλο και περισσότερα σκάφη εγκαταλείπουν τα ελληνικά λιμάνια και τις μαρίνες, εξαιτίας της έλλειψης λιμενικών υποδομών, αλλά και του πλαισίου για την εκμετάλλευση και την απόκτηση σκαφών αναψυχής. Μολαταύτα επιλέγουν χώρες, όπως για παράδειγμα τη Τουρκία και τη Κροατία ως βάση ελλιμενισμού. Επιπρόσθετα, το 2010, υπήρξαν απώλειες στον αριθμό σκαφών της τάξεως του 15%, κυρίως από ιδιωτικά σκάφη που ή αποχώρησαν από την Ελλάδα, ή ακύρωσαν την άφιξη τους εξαιτίας των φορολογικών μέτρων με αποτέλεσμα την μείωση του δυναμικού των γιοτ και των θέσεων εργασίας (Κουβαράς, 2017).

Τα επαγγελματικά σκάφη επίσης επιβαρύνονται ασταμάτητα, εν αντιθέσει με την Τουρκία, όπου τα σκάφη με τούρκικη σημαία έχουν έκπτωση της τάξης του 50% στο κόστος προσέγγισης στους λιμένες της χώρας, ενώ παράλληλα οι τράπεζες δίνουν μεγάλα κίνητρα για την ανανέωση στόλου. Σαφέστατα, το ευνοϊκό επιχειρηματικό πλαίσιο που προσφέρει η γειτονική μας χώρα σε ξένους επιχειρηματίες προσελκύει όπως είναι αναμενόμενο και αρκετούς Έλληνες επιχειρηματίες, οι οποίοι στοχεύουν στην εξυπηρέτηση των σκαφών τους αλλά και των πελατών τους και έτσι δημιούργησαν απέκτησαν βάσεις ναυλώσεων σε τουρκικές μαρίνες. Τέλος στην Ισπανία, παρατηρήθηκε μείωση του ΦΠΑ στα σκάφη, (χαρακτηριστικά είναι ο μικρότερος στην Ευρωπαϊκή Ένωση), με σκοπό την προσέλκυση των σκαφών και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας στις άρτια οργανωμένες ισπανικές μαρίνες (Κουβαράς, 2017).



Εικόνα 1. . Τμηματοποίηση του Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα (Κουβαράς, 2017).

1.5 Νομοθετικό Πλαίσιο Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα

Στην χώρα μας, τις βασικότερες και ευρέως διαδεδομένες μορφές του οργανωμένου θαλάσσιου τουρισμού αποτελούν οι κρουαζιέρες, οι οποίες εντάσσονται στην κατηγορία των διεθνών κρουαζιέρων και ειδικότερα των Μεσογειακών, η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση και η παράκτια τουριστική ναυτιλία, στο πλαίσιο της οποίας πραγματοποιούνται ημερήσιες θαλάσσιες περιηγήσεις. Επιπλέον τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία και πλοιάρια αλλά και τα κρουαζιερόπλοια, παρέχουν υπηρεσίες καταλυμάτων σε συνδυασμό με τη μεταφορά. Παρόλα αυτά, μέχρι και σήμερα δεν υπάρχει πλήρες νομοθετικό πλαίσιο, το οποίο αφορά τα κρουαζιερόπλοια και θα μπορούσε να λύσει τυχόν προβλήματα που προκύπτουν (Πλακίωτη, 2013).

Τα οφέλη αρχικά, από την άρση του καμποτάζ είναι αρκετά και τα αποτελούνται από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την διεύρυνση της χειμερινής κρουαζιέρας, την ανάπτυξη νέων ελληνικών προορισμών της κρουαζιέρας και την καλύτερη κατανομή των οφελών στην περιφέρεια, με αποτέλεσμα την σημαντική αύξηση εσόδων για τον ξενοδοχειακό κλάδο της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και της Κρήτης από προγράμματα πριν και μετά την κρουαζιέρα. Επιπλέον η σημαντική διεθνή προβολή της Ελλάδας από τις εταιρείες της κρουαζιέρας και της πελατείας τους θα δημιουργήσει σε ξηρά και θάλασσα νέες θέσεις εργασίας σε πολλούς τομείς (Κουβαράς, 2017).

Συμπληρωματικά, τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί η συζήτηση όσον αφορά την καλύτερη αξιοποίηση του κλάδου της κρουαζιέρας για την ελληνική οικονομία. Η προσοχή επικεντρώνεται στην προσέλκυση και άλλων εταιρειών και πλοίων και συνεπώς επιβατών στα ελληνικά λιμάνια αλλά και την αξιοποίηση των λιμανιών σαν λιμάνια αφετηρίας και τερματισμού των ταξιδιών τους (homeport). Ειδικότερα, σε αυτό το πλαίσιο, προωθήθηκε τον Απρίλιο του 2012 με τον Ν.4072/2012 – μετά από έναν μααραθώνιο αναβολών και καθυστερήσεων, η πλήρης άρση του καμποτάζ. Αυτή η εξέλιξη αποτελεί την προσαρμογή της Ελλάδας στον κανονισμό 3577/1992 της Ε.Ε. για την «εφαρμογή της αρχής ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές στο εσωτερικό των κρατών – μελών (θαλάσσιες ενδομεταφορές καμποτάζ)» (Κουβαράς, 2017).

Έπειτα από αυτή τη ρύθμιση τον Απρίλιο του 2012, επιτρέπεται στις εταιρείες κρουαζιέρας (με σημαία εντός ή εκτός Ε.Ε.) να διενεργούν κυκλικά δρομολόγια με αφετηρία και τελικό προορισμό ελληνικά λιμάνια. Σε αυτό το σημείο, αξίζει να σημειωθεί, ότι αντίστοιχες προσπάθειες είχαν πραγματοποιηθεί παλιότερα, αλλά, δεν ήταν αποτελεσματικές λόγω της υποχρέωσης των εταιριών να υπογράφουν συμβάσεις με περιοριστικούς όρους (π.χ. συχνότητα διέλευσης, διάρκεια παραμονής στο λιμάνι, απασχόληση Ελλήνων ναυτικών), τακτική η οποία δεν ακολουθείται στα υπόλοιπα ανταγωνιστικά λιμάνια της Μεσογείου. Η υποχρέωση αυτή πλέον αποσύρθηκε και έτσι τα ελληνικά λιμάνια αποτελούν πλέον περισσότερο ελκυστικά λιμάνια εκκίνησης κρουαζιέρας. Επίσης, καταργείται ένα αναχρονιστικό καθεστώς που είχε

σαν συνέπεια τα κρουαζιερόπλοια τρίτων χωρών που είναι το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου, να χρησιμοποιούν κόμβους για τα ταξίδια τους τα λιμάνια της Ιταλίας, της Ισπανίας, της Τουρκίας, συμπεριλαμβάνοντας τα ελληνικά λιμάνια στο πρόγραμμα τους μόνο για απλές και ολιγόωρες προσεγγίσεις. Ως συνέπεια της συνθήκης αυτής ήταν τα σημαντικά οικονομικά και τουριστικά οφέλη να τα απολαμβάνουν οι άλλες χώρες (Κουβαράς, 2017).

Κεφάλαιο 2. Η σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού με άλλα είδη

2.1 Ο Παράκτιος Τουρισμός

Ως παράκτιος τουρισμός ορίζεται ο “τουρισμός παραλίας” συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων αναψυχής και διασκέδασης όπως για παράδειγμα, η κολύμβηση και η ηλιοθεραπεία, όπως επίσης και άλλες δραστηριότητες για τις οποίες η κοντινή απόσταση με τη θάλασσα είναι πλεονέκτημα, όπως για παράδειγμα οι παράκτιοι περίπατοι και παρατήρηση της άγριας ζωής.

Ταυτόχρονα ως παράκτια ζώνη ορίζεται κατά μια έννοια «μια ζώνη ξηράς και θάλασσας ποικίλου πλάτους, το οποίο εξαρτάται από τη φύση του περιβάλλοντος, τις ανάγκες διαχείρισης του, τις δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα και τις ευκαιρίες που προσφέρονται για περιβαλλοντική, κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη». Τέλος, οι παράκτιες ζώνες αποτελούν κομμάτι από τις πιο παραγωγικές περιοχές του κόσμου, και παρέχουν μια αρκετά μεγάλη ποικιλία αξιόλογων διαμονών και υπηρεσιών οικοσυστήματος που ήταν πάντα στο επίκεντρο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων (Κουρτεσοπούλου, 2020).

Παράλληλα, ο παράκτιος τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με το πρότυπο της μαζικής τουριστικής ανάπτυξης, χάρις τον μεγάλο αριθμό τουριστών, ο οποίος προσελκύεται ως επί των πλείστων τους θερινούς μήνες. Το πρότυπο του μαζικού τουρισμού των 3S (Sea, Sun, Sand), το οποίο αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1970, δημιουργήθηκε λόγω της αυξημένης ζήτησης για τουριστικές υπηρεσίες και έτσι μετατράπηκε ο τουρισμός σε μαζικό προϊόν (Κουρτεσοπούλου, 2020).

2.2 Ο ορισμός του εναλλακτικού τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός περιγράφεται ως μια νέα μορφή τουριστικής ανάπτυξης η οποία προσδιορίζεται από επίθετα, όπως «κατάλληλη», «ήπια», «ελεγχόμενη», «διαφορετική», «μικρής κλίμακας», «χαμηλών προσκρούσεων», «συμμετοχική» και «πράσινη». Είναι γεγονός ότι για τη νέα αυτή φιλοσοφία τουρισμού, έκτος από τους επιθετικούς προσδιορισμούς που αποδόθηκαν νωρίτερα, έχουν πραγματοποιηθεί πολύωρες ακαδημαϊκές συζητήσεις και πολυάριθμες απόπειρες σαφής εννοιολογικής προσέγγισης της έννοιας της, από αρκετούς σύγχρονους μελετητές, αφού το νόημα του όρου έχει τεθεί συχνά υπό αμφισβήτηση. Οι περισσότερες προσπάθειες αποσαφήνισης της έννοιας του όρου, καταλήγουν στο ότι ο εναλλακτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται για την επικοινωνία μεταξύ των γηγενών πληθυσμών και των τουριστών, ενώ ταυτόχρονα διατηρείται ο σεβασμός προς το περιβάλλον (Σολδάτου, 2020).

Επιπλέον, στις βασικές αρχές του εναλλακτικού τουρισμού συμπεριλαμβάνεται η μέγιστη δυνατή απόκλιση από τον μαζικό τουρισμό, δεδομένου του ότι ο εναλλακτικός τουρίστας αποφεύγει κοινότυπα ταξίδια. Ωστόσο, επιζητά να έρθει σε επαφή με τους ντόπιους και τον τοπικό πολιτισμό, ανεξάρτητος της τουριστικής υποδομής και επιδιώκει να αποκομίσει όσο το μπορεί περισσότερες εμπειρίες και γνώσεις στη διάρκεια του ταξιδιού του. Επομένως, πρόκειται, για μια μορφή τουρισμού η οποία θέτει στον πυρήνα του ενδιαφέροντος της τη δημιουργία θετικών σχέσεων ανάμεσα στους ντόπιους και τους τουρίστες, στα πλαίσια μίας προσπάθειας ανταλλαγής στοιχείων κουλτούρας και αξιών (Σολδάτου, 2020).

Συμπληρωματικά, ο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται ως μια σειρά ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών η οποία χαρακτηρίζεται από με κοινό την εξειδίκευση, η οποία βασίζεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες του τουριστικού κοινού. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι εναλλακτικές μορφές τουριστικής ανάπτυξης να αφορούν ένα περιορισμένο κοινό, το οποίο χαρακτηρίζεται για την οικολογική ευσυνειδησία και περιέχει δραστηριότητες οι οποίες είναι εναρμονισμένες με όλες τις προσπάθειες ανάδειξης του φυσικού περιβάλλοντος και του πολιτισμού της εκάστοτε περιοχής, χωρίς όμως να υπάρχει ο κίνδυνος της αλλοίωσης ή καταστροφής (Σολδάτου, 2020).

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο εναλλακτικός τουρισμός ως έννοια, συμπεριλαμβάνει την έννοια της βιωσιμότητας αφού εξυπηρετεί σκοπούς οι οποίοι συνδέονται με αυτή, όπως για παράδειγμα την διατήρηση των φυσικών, των πολιτισμικών, των κοινωνικών και των ιστορικών στοιχείων της εκάστοτε περιοχής τουριστικού προορισμού. Ταυτόχρονα, απευθύνεται σε εξειδικευμένες μικρές ομάδες τουριστών, όπως οικογένειες, ομάδες φίλων ή και συλλόγους, αλλά και σε μεμονωμένα άτομα με ειδικά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες, οι οποίες μπορούν να πραγματοποιηθούν όλο το χρόνο (Σολδάτου, 2020).

2.2.1 Τα Πλεονεκτήματα των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.

Σαφέστατα, όλες οι μορφές τουριστικής ανάπτυξης επιφέρουν μια ακολουθία πλεονεκτημάτων. Έτσι, και ο εναλλακτικός τουρισμός διακρίνεται από κάποια θετικά χαρακτηριστικά. Αρχικά από την ανάπτυξη του έως και την προέλευση των τουριστών στον τελικό προορισμό της υπαίθρου, προκύπτουν διάφορες επιπτώσεις στο χώρο και στην κοινωνία. Τα θετικά αυτά χαρακτηριστικά χωρίζονται στις εξής κατηγορίες (Παπαγεωργίου, 2013) :

Οικονομικά:

- Δημιουργία εισοδημάτων και θέσεων εργασίας.
- Δημιουργία διασυνδέσεων με άλλους τους της τοπικής οικολογίας.
- Περιφερειακή ανάπτυξη
- Αύξηση των πολλαπλασιαστικών επιδράσεων από την τουριστική κατανάλωση.
- Οικονομικά οφέλη από τη βιώσιμη χρήση των προστατευόμενων περιοχών

Περιβαλλοντικά:

- Αυξημένα κίνητρα για την προστασία του περιβάλλοντος και την αποκατάσταση βιοτόπων.
- Αναβάθμιση των βιοτόπων και των πολιτιστικών μνημείων (μέσω καλύτερης διαχείρισης και ελέγχου, πληρωμής εισιτηρίων εισόδου κτλ.)
- Αύξηση και βελτίωση της υποδομής και των υπηρεσιών προς χρήση από τον ντόπιο πληθυσμό.

Κοινωνικοπολιτιστικά:

- Αύξηση της συνειδητότητας των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού για τους κοινωνικό-πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής.
- Εμπλουτισμός της πολιτιστικής ταυτότητας.

2.2.2 Τα Μειονεκτήματα των μορφών εναλλακτικού τουρισμού.

Στον αντίποδα οι αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός, χωρίζονται εξίσου στις επιμέρους κατηγορίες (Παπαγεωργίου, 2013) :

Οικονομικές:

- Αύξηση τρεχουσών δαπανών για την συντήρηση της υποδομής, την προώθηση, κτλ.
- Αστάθεια εισοδημάτων.
- διαρροές εισοδήματος λόγω εισαγωγών.
- Εμπορευματοποίηση της άγριας πανίδας και γλωρίδας, καθώς και πολιτισμού.

Περιβαλλοντικές:

- Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας.
- Γρήγοροι ρυθμοί ανάπτυξης.
- Αυξημένες πιέσεις στη χρήση των φυσικών πόρων από την άσκηση λιγότερο ήπιων μορφών τουρισμού.

Κοινωνικοπολιτιστικές:

- Υιοθέτηση ενός ξενόφερτου συστήματος αξιών και εκτόπιση των τοπικών πολιτισμικών στοιχείων.
- Απώλεια του ελέγχου των πλουτοπαραγωγικών πόρων από τους ντόπιους.
- Πιθανή δυσαρέσκεια και ανταγωνισμός μεταξύ των ντόπιων.

2.3 Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες συνδέονται με την θάλασσα. Στη συνέχεια αναφέρονται τα σπορ και οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από τουρίστες και αλλά και ντόπιους (Αθανασόπουλος & Καλανδράνη, 2018):

- Θαλάσσιο σκι – water ski
- Γιότινγκ και ιστιοπλοΐα
- Μηχανοκίνητο σκι – jet ski
- Σκι χωρίς πέδιλα – barefoot ski
- Σερφινγκ
- Θαλάσσιο αλεξίπτωτο – parasailing
- Ιστιοσανίδα – windsurfing
- Κωπηλασία – rowing
- Καταδυτικός τουρισμός – scuba diving
- Ψάρεμα
- Κρουαζιέρες



Εικόνα 2 Τα θαλάσσια σπορ.

2.3.1 Οι δραστηριότητες του Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα

Πράγματι, είναι γνωστό ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας της χώρας μας. Η αρχικά αναπτυσσόμενη μορφή ήταν αυτή του μαζικού τουρισμού, ωστόσο με την πάροδο των χρόνων έχουν αναπτυχθεί ακόμη περισσότερες μορφές όπως και ο θαλάσσιος τουρισμός ο οποίος με την σειρά του επηρεάζει σημαντικά την οικονομία της χώρας. Έτσι λοιπόν ο θαλάσσιος τουρισμός, άρχισε να αναπτύσσεται ραγδαία από την δεκαετία του 60 μέχρι και σήμερα. Οι κυριότερες δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα είναι οι κρουαζιέρες, η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση και η παράκτια τουριστική ναυτιλία (Μιχαλόπουλος, 2012).

Όσον αφορά τις κρουαζιέρες, ένας μεγάλος αριθμός των προγραμμάτων της έχουν ελληνικά λιμάνια ως κύριο προορισμό, με συμπληρωματικούς προορισμούς τα λιμάνια γειτονικών χωρών όπως της Ιταλίας, Της Τουρκίας Της Κύπρου και της Αιγύπτου. Αντίθετα, σε άλλα προγράμματα κρουαζιέρας η Ελλάδα αποτελεί συμπληρωματικό προορισμό (Μιχαλόπουλος, 2012).

Η ελληνική αγορά κρουαζιέρας εντάσσεται στην αγορά της ανατολικής Μεσογείου. Οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, ο μεγάλος αριθμός νησιών της χώρας μας, η ιστορία και ο πολιτισμός της, καθιστούν την Ελλάδα ως έναν δημοφιλή προορισμό με πολλές προοπτικές ανάπτυξης. Ειδικότερα, το 2015 η συνολική συνεισφορά κρουαζιέρας υπολογίστηκε στα 489 εκατομμύρια ευρώ, με την Ελλάδα να κατακτά στην 3η θέση στην Ευρώπη, όσον αφορά τον αριθμό επιβατών κρουαζιέρας, με την Ιταλία και την Ισπανία να προηγούνται. Σύμφωνα με στοιχεία της CLIA το 2015 η Ελλάδα δέχτηκε 4.176.500 ταξιδιώτες κρουαζιέρας (με ποσοστό 13,3% του συνόλου), ενώ η Ιταλία δέχτηκε 6.800.000 (ποσοστό 21,7%) και η Ισπανία 5.932.000 (13,3%). Όσον αφορά τα ελληνικά λιμάνια, ο Πειραιάς το 2014 βρέθηκε στην έβδομη θέση ανάμεσα στα 10 κορυφαία λιμάνια της Μεσογείου, με βάση τον αριθμό των επιβατών που τα επισκέφτηκαν. Ταυτόχρονα, σημαντική επισκεψιμότητα παρουσίασαν και τα υπόλοιπα λιμάνια κρουαζιέρας της χώρας, η Σαντορίνη, η Μύκονος, η Κέρκυρα και το Κατάκολο. Τα λιμάνια αυτά δέχτηκαν το 2014, 1.599 πλοία με 2.610.007 επιβάτες και το 2015 1.885 κρουαζιερόπλοια με 2.549.070 επιβάτες (Χριστοδούλου, 2016).

Σύμφωνα με την μελέτη της «διαNEOσις», στη Μεσόγειο η αύξηση του αριθμού των επιβατών ανά κρουαζιέρα την περίοδο 2010-2016 ήταν στο 23%, ενώ στην Ελλάδα ήταν 6% αφού τα Ελληνικά λιμάνια δεν μπορούν να φιλοξενήσουν μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Η ίδια μελέτη επίσης αναφέρει ότι το 50,4% των home porting της Μεσογείου γίνονται στους 7 λιμένες αφετηρίας της Ιταλίας και το 31,4% στους 15 λιμένες της Ισπανίας. Τα ελληνικά λιμάνια φαίνεται να μην είναι ένας ελκυστικός προορισμός για home porting αφού δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές για να υποδεχθούν μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Ειδικότερα, τα κριτήρια επιλογής που θέτουν οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων αφορούν στην ύπαρξη μεγάλου διεθνούς αεροδρομίου κοντά στο λιμάνι, τον αριθμό των αεροπορικών συνδέσεων και την αξιοπιστία των αεροπορικών μεταφορών, την ασφάλεια του προορισμού, το βάθος του λιμένα, τις

κατάλληλες υποδομές επιβίβασης-αποβίβασης και διαχείρισης των επιβατών, τις υπηρεσίες ασφάλειας και της ύπαρξης περιοχών ιστορικού ενδιαφέροντος κοντά στο λιμάνι με γρήγορη πρόσβαση. Τα μεγάλα λιμάνια της χώρα μας, Πειραιάς, Ηράκλειο, Ρόδος, Κέρκυρα, Θεσσαλονίκη και Λαύριο, μπορεί να γίνουν home ports αν ανταποκριθούν στα παραπάνω κριτήρια (Βανδώρου, 2018).

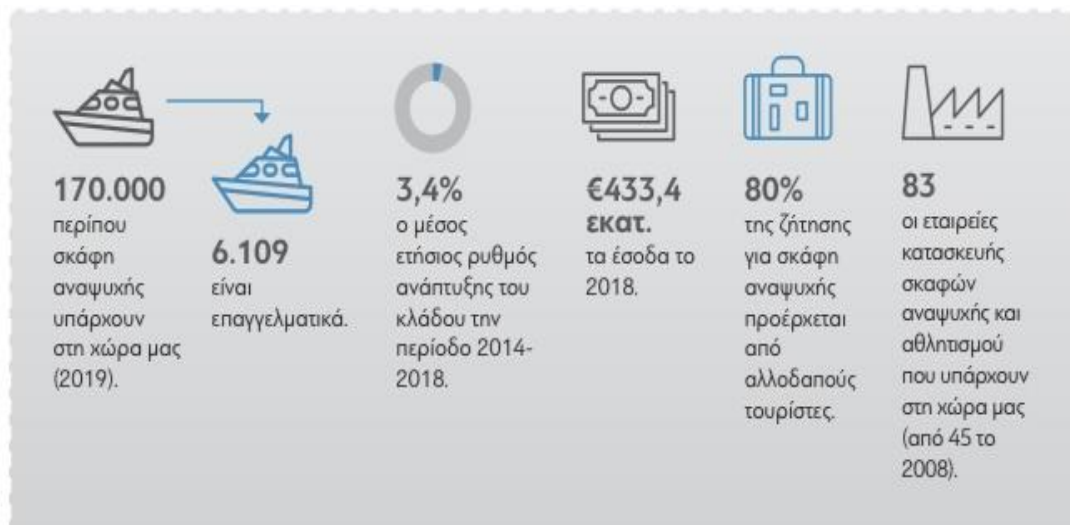


Εικόνα 2. Κρουαζιέρα της Celestyal Cruises στην Πάρο.

Όσον αφορά τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής – γιότινγκ, ξεκίνησε στην χώρα μας την δεκαετία του 1970 και σήμερα ο στόλος αποτελείται από 4.800 σκάφη εκ των οποίων το 90% είναι ιστιοφόρα και το 10% μηχανοκίνητα. Αναφορικά το 2015, το γιότινγκ στην Ελλάδα άγγιξε μόλις το 0.9% του συνόλου των τουριστικών αφίξεων ενώ στις μέρες μας κυμαίνεται μεταξύ του 1,5 – 2%. Οι ξένοι τουρίστες κυρίως είναι υπεύθυνοι για την ζήτηση σκαφών αναψυχής, αλλά και γενικά για την κατανάλωση του θαλάσσιου τουρισμού σε ποσοστό 27%. Η ζήτηση οφείλεται περισσότερο σε τουρίστες της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ένα ποσοστό της τάξης του 60% (Τσώνη, 2018).

Το νομικό πλαίσιο που διέπει τη δημιουργία τουριστικών λιμενικών εγκαταστάσεων στην Ελλάδα ορίζεται από τον Ν. 2160/1993 που, μεταξύ άλλων, ορίζει και τις συγκεκριμένες θέσεις και περιοχές στις οποίες μπορούν να

χωροθετηθούν τουριστικοί λιμένες. Μέχρι σήμερα στη χώρα μας έχουν χωροθετηθεί 168 τουριστικοί λιμένες, οι οποίοι με βάση τον σχεδιασμό περιλαμβάνουν 25.712 θέσεις ελλιμενισμού. Όμως, από τους 168 χωροθετημένους τουριστικούς λιμένες μόνο οι 37 λειτουργούν, και έτσι προκύπτουν 8.499 θέσεις ελλιμενισμού για σκάφη. Από τις 62 χωροθετημένες μαρίνες, λειτουργούν μόνο οι 23. Από τους 12 χωροθετημένους λιμένες ξενοδοχείων, λειτουργούν οι 9. Από τα 72 χωροθετημένα καταφύγια, λειτουργούν μόνο τα 5. Από τα 22 χωροθετημένα αγκυροβόλια, δεν έχει λειτουργήσει κανένα (Βαγγελιάς, Πάλλης, Κονταξή, κ.ά., 2021)



Εικόνα 3. Η αγορά των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα μελέτη διαNEOσις https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2021/11/Marines_Brochure.pdf

Η Ελλάδα διαθέτει έναν από τους μεγαλύτερους στόλους πολύ μεγάλων σκαφών αναψυχής στον κόσμο. Σύμφωνα με έρευνα του 2018, από τα σχεδόν 4.795 τέτοια σκάφη που υπάρχουν στον κόσμο, τα 407 ανήκουν σε πολίτες των ΗΠΑ, με τους Ρώσους να ακολουθούν (168) και τους Έλληνες να βρίσκονται στην τρίτη θέση (107) (Βαγγελάς, Πάλλης, Κονταξή, κ.ά., 2021)

Σημαντικός ρόλο επίσης στην αγορά του γιότινγκ είναι η μέση πυκνότητα τουριστικών λιμένων ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής. Σύμφωνα με τα παρακάτω στοιχεία από τον οργανισμό «διαΝΕΟσις» προκύπτει (Βαγγελάς, Πάλλης, Κονταξή, κ.ά., 2021) :

Χώρα	Θέσεις ελλιμενισμού (Α)	Χιλιόμετρα ακτογραμμής (Β)	Θέσεις ελλιμενισμού ανά κλμ. ακτογραμμής (Α/Β)
Ολλανδία	200.000	400	500
Πολωνία	48.400	770	62,9
Γαλλία	253.000	5.700	44,4
Ιταλία	184.000	7.375	24,9
Σλοβενία	805	47	17,1
Ισπανία	130.250	7.880	16,5
Μάλτα	2.093	253	8,3
Μαυροβούνιο	1.740	294	5,9
Αγγλία	95.000	17.381	5,5
Πορτογαλία	12.739	2.830	4,5
Κροατία	17.067	5.835	2,9
Σουηδία	100.000	48.000	2,1
Λετονία	991	498	2
Φινλανδία	80.900	46.200	1,8
Εσθονία	2.617	3.794	0,7
Ελλάδα	8.100	15.000	0,5

Εικόνα 4. Αριθμός θέσεων ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής (Βαγγελάς, Πάλλης, Κονταξή, κ.ά., 2021).

Η πρώτη θέση στη σχετική κατάταξη ανήκει στην Ολλανδία με 500 θέσεις ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής. Αναφορικά, η Ολλανδία διαθέτει ένα εκτεταμένο δίκτυο ποταμών και καναλιών τα οποία προσφέρουν χιλιάδες θέσεις ελλιμενισμού που σε συνδυασμό με τη μικρή ακτογραμμή της χώρας οδηγούν σε αυτό το αποτέλεσμα. Τη δεύτερη θέση κατέχει η Πολωνία με περίπου 63 θέσεις ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο και την τριάδα συμπληρώνει η Γαλλία με 44 θέσεις ελλιμενισμού. Η Ελλάδα βρίσκεται στην τελευταία θέση του δείγματος των χωρών αφού έχει πολύ μεγάλο μήκος ακτογραμμής και σχετικά περιορισμένες θέσεις ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής (Βαγγελάς, Πάλλης, Κονταξή, κ.ά., 2021)

Κεφάλαιο 3. Θαλάσσιος Τουρισμός και Ανάπτυξη.

3.1 Η έννοια της Τουριστικής Ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση εκπροσωπεί την τουριστική αγορά και αποτελείται από τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό τον τουρισμό. Ειδικότερα, είναι η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα μπορούν και θέλουν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε ειδική αγορά και δεδομένο χρόνο. Αυτή η ποσότητα για κάθε άτομο εξαρτάται από το εισόδημα του, τον ελεύθερο διαθέσιμο χρόνο που διαθέτει, την ηλικία, το επίπεδο των τιμών της κάθε χώρας υποδοχής και επίσης από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας όπως το κλίμα, το περιβάλλον και την δυνατότητα διασκέδασης (Γραβάνη, 2018).

Παράλληλα, ο νόμος της τουριστικής ζήτησης διατυπώνεται ως την συνήθη σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος ή πακέτου η οποία είναι αντιστρόφως ανάλογη, δηλαδή όταν αυξάνεται η τιμή του τουριστικού προϊόντος/πακέτου, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητά τους, καθώς και το αντίθετο (Αθανασόπουλος & Καλανδράνη, 2018).

3.2 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την Τουριστική Ζήτηση

Σύμφωνα με τους Baretje και Defert (Γραβάνη, 2018) υπάρχουν 3 κύριοι παράγοντες οι οποίοι διαμορφώνουν την τουριστική ζήτηση:

- **Κοινωνικό-ψυχολογικοί ή υποκειμενικοί παράγοντες:** Αυτοί σχετίζονται με την προσωπικότητα των ατόμων και τις βαθύτερες ανάγκες τους. Έτσι η κοινωνιολογική ερμηνεία του τουριστικού φαινομένου δίνει το περισσότερο βάρος στους λόγους αναχώρησης για διακοπές και λιγότερο στον σκοπό. Για παράδειγμα, η έξαρση της βίας, οι προβληματικές συνθήκες εργασίας, η γραφειοκρατία, κ.α. δημιουργούν τάσεις φυγής. Παράλληλα, οι προσωπικοί παράγοντες αποτελούνται από τις συνθήκες που χαρακτηρίζουν την καθημερινότητα, οι οποίες δημιουργούν στα άτομα επιθυμίες και ανάγκες που θέλουν να ικανοποιήσουν οι οποίες απορρέουν από τις βαθύτερες αναζητήσεις που πηγάζουν από την ίδια την ανθρώπινη φύση. Τέλος, η ανάγκη της επικοινωνίας και της γιορτής, δηλαδή, η περίοδος των διακοπών, όπου η ανάγκη αναζήτησης και επικοινωνίας με άλλα άτομα θεωρείται καθοριστική μιας και τα περισσότερα άτομα θεωρούν ότι η περίοδος των διακοπών τους είναι μια περίοδος γιορτής η οποία έρχεται σε αντίθεση με την ρουτίνα που βιώνουν τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.
- **Κοινωνικό-οικονομικοί παράγοντες:** Αυτοί έχουν να κάνουν κυρίως με το εισόδημα των καταναλωτών όπου η σύνθεση και η κατανομή του συνδέεται άρρηκτα με τη ζήτηση και την αγορά τουριστικών προϊόντων, τις τιμές, οι οποίες με την σειρά επηρεάζουν αρκετά την τουριστική ζήτηση, τους

τεχνολογικούς παράγοντες όπως τα μεταφορικά μέσα, των οποίων η μείωση του κόστους τους επηρέασε θετικά και βοήθησε στην αύξηση της ζήτησης και την επιμήκυνση της διάρκειας των διακοπών λόγω μεγαλύτερου διαθέσιμου χρόνου.

- **Δυναμικοί ή παθητικοί παράγοντες:** Αυτοί έχουν να κάνουν με το τουριστικό προϊόν της χώρας υποδοχής και χαρακτηρίζονται ως δυναμικοί ή παθητικοί παράγοντες. Ταυτόχρονα, αφορούν σε μεγάλο βαθμό το ίδιο το τουριστικό προϊόν της ζώνης υποδοχής και αποτελούνται από τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους, την απόσταση και προσπελασιμότητα, τις σχέσεις μεταξύ των χωρών προέλευσης και υποδοχής, και τον βαθμό προβολή και προώθησης της χώρας υποδοχής στις χώρες προέλευσης των τουριστών.

3.3 Τα χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι η ετερογένεια και η εποχικότητα. Όσον αφορά την ετερογένεια, αρχικά, ο τουρίστας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του αλλά και κατά τη διάρκεια της διαμονής του στη χώρα υποδοχής, χρησιμοποιεί ένα εύρος αγαθών αλλά και υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών του. Έτσι έχει ως σκοπό να χρησιμοποιήσει στα πλαίσια του περιορισμένου χρόνου της παραμονής του μεταφορικά μέσα, φυσικούς πόρους, τουριστικά καταλύματα, να καταναλώσει τρόφιμα, να και του παραχωρηθούν υπηρεσίες αναψυχής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η ζήτηση αυτών των αγαθών και των υπηρεσιών, που επιθυμεί να καταναλώσει ο τουρίστας φαίνεται να είναι ετερογενής και απεικονίζει τη δομή του τουριστικού τομέα. Αφού η ζήτηση αφορά ετερογενή τουριστικά προϊόντα τα οποία προέρχονται από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους, προκύπτει το ότι δεν υπάρχει ένα τουριστικό προϊόν ή ένας τουριστικός κλάδος και η τουριστική δραστηριότητα συμμετέχει σε όλους σχεδόν τους οικονομικούς κλάδους μιας χώρας (Γραβάνη, 2018).

Όσον αφορά την εποχικότητα του τουρισμού, αυτή συγκροτεί το μείζον πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι χώρες υποδοχής τουριστών και ιδιαίτερα εκείνες που έχουν ανεπτυγμένη τουριστική οικονομία. Έτσι, το πρόβλημα αυτό συμβαίνει κυρίως καθώς ο περισσότερος κόσμος προτιμά να κάνει τις διακοπές του κατά τους θερινούς μήνες όπου οι κλιματολογικές συνθήκες είναι πιο ευνοϊκές στην πλειοψηφία των τουριστικών προορισμών. Ένας ακόμη λόγος που προωθεί την εποχικότητα στον τουρισμό είναι ότι κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου, αρχίζουν οι σχολικές και φοιτητικές διακοπές, οι οποίες είναι τρίμηνης διάρκειας και λόγω αυτού η βασική περίοδος που χορηγούνται οι άδειες στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα είναι το καλοκαίρι (Γραβάνη, 2018).

Για να επιλυθεί το ζήτημα της εποχικότητας το οποίο συνδέεται άμεσα με τις καλοκαιρινές διακοπές, πρέπει να προωθηθούν μεγάλα οικονομικά κίνητρα στους υποψήφιους ταξιδιώτες για να παρακινηθούν και να διαλέξουν τελικά διακοπές διαφορετικής χρονικής περιόδου. Ταυτόχρονα, απαιτείται να αλλάξουν ορισμένοι βασικοί θεσμοί της οικονομικής και κοινωνικής συμβίωσης για να γίνει ευκολότερη η μετακίνηση των τουριστών και τους υπόλοιπους μήνες εκτός του καλοκαιριού. Τέλος, προσπάθεια των αναπτυγμένων τουριστικά οικονομιών των χωρών υποδοχής τουριστών, να διευρύνουν τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου έχει καθοριστική σημασία, αφού το έμψυχο δυναμικό αλλά και το πάγιο κεφάλαιο της τουριστικής οικονομίας πρέπει να σταματήσει να βρίσκεται για μεγάλο χρονικό διάστημα σε αδράνεια ή να υποαπασχολείται. Αυτή η δυσμενής συνθήκη, αποτελείται ολοκληρωτικά από αρνητικές επιδράσεις στους όρους της λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων γενικά και ειδικά αυτών που παράγουν υπηρεσίες φιλοξενίας, αφού οι περισσότερες από αυτές αναγκάζονται να αναστέλλουν κάθε χρόνο την παραγωγική τους δραστηριότητα για μικρότερο ή μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (Γραβάνη, 2018).

3.4 Η Τουριστική Προσφορά και η έννοια της.

Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοούμε την ποσότητα των τουριστικών προϊόντων (αγαθών και υπηρεσιών) που οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πωλήσουν στην τουριστική αγορά σε συγκεκριμένη τιμή, στη διάρκεια μιας ορισμένης χρονικής περιόδου (Λαγός, 2005). Η σχέση που συνδέει την προσφερόμενη ποσότητα ενός τουριστικού προϊόντος με την τιμή του, όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες είναι σταθεροί, είναι ευθεία γραμμή, και κατά κανόνα έχει θετική κλίση. Αυτό σημαίνει ότι, όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος, τόσο μεγαλύτερη είναι και η προσφερόμενη ποσότητα εκ μέρους μιας τουριστικής επιχείρησης στην τουριστική αγορά. Αντίστροφα, όταν μειώνεται η τιμή ενός τουριστικού προϊόντος μειώνεται και η προσφερόμενη ποσότητα από μια τουριστική επιχείρηση. Αυτό δείχνει ότι, η κατεύθυνση της μεταβολής της προσφερόμενης τουριστικής ποσότητας είναι προς την ίδια κατεύθυνση με τη μεταβολή της τουριστικής τιμής. Αυτό το φαινόμενο είναι ο νόμος της τουριστικής προσφοράς (Αθανασόπουλος & Καλανδράκη, 2018).

3.5 Οι Παράγοντες που επηρεάζουν την Τουριστική Προσφορά.

Οι παράγοντες, που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά, είναι (Αθανασόπουλος & Καλανδράκη, 2018):

- Η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος η οποία αποτελεί βασικό κίνητρο για την άνοδο ή την κάθοδο της τουριστικής παραγωγής. Η μεταβολή της τιμής του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, δημιουργεί ενίοτε μικρότερα ή μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους στις τουριστικές επιχειρήσεις, με συνέπεια την αντίστοιχη μεταβολή της παραγωγής τους.
- Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων διαφοροποιούνται ανάλογα με την περίπτωση. Συχνά, αναφέρονται στην τελική βελτιστοποίηση του οικονομικού αποτελέσματος, στην κατάκτηση τελικά ενός μεγαλύτερου μέρους της τουριστικής αγοράς, στην αποφυγή της ανάληψης υπερβολικών κινδύνων κ.α. Γενικότερα, οι τουριστικές επιχειρήσεις στοχεύουν στο σταθερό ύψος κερδών και στην όσο το δυνατόν μεγαλύτερη χρονική περίοδο λειτουργίας τους, παρά για την αποκόμιση μεγάλων κερδών στη βραχυχρόνια περίοδο.
- Οι μεταβολές στην τεχνολογία οι οποίες αντιστοιχούν στις μεταβολές στην συνάρτηση παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος, δηλαδή στις μετατοπίσεις και τις καμπύλες προσφοράς των τουριστικών προϊόντων.

Υποθετικά, η τεχνολογία που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος βελτιώνεται, συνεπώς με τις ίδιες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών, επιτυγχάνεται αύξηση του τελικού τουριστικού προϊόντος που παράγονται και διατίθεται στην αγορά.

- Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών τουριστικής παραγωγής δημιουργούν σημαντική μεταβολή στο κόστος παραγωγής των τουριστικών προϊόντων. Κατά αυτόν τον τρόπο, όταν αυξάνονται οι συντελεστές, αυξάνεται αυτόματα και το κόστος παραγωγής του τουριστικού προϊόντος, αφού για κάθε επίπεδο παραγωγής του, το κόστος είναι υψηλότερο. Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων αποτελούν ένα καθοριστικό παράγοντα επιρροής της τουριστικής προσφοράς, αφού η προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος ενδέχεται να επηρεαστεί από τις τιμές ενός άλλου τουριστικού προϊόντος της ίδιας τουριστικής περιοχής, ή ενός άλλου παρεμφερούς τουριστικού προορισμού. Όσο περισσότερος ανταγωνισμός υπάρχει μεταξύ των δύο ή και περισσότερων τουριστικών προϊόντων, τόσο εντονότερη είναι η μετατόπιση της καμπύλης τουριστικής προσφοράς του κάθε τουριστικού προϊόντος, λόγω της μεταβολής της τιμής του άλλου τουριστικού προϊόντος.
- Οι προσδοκίες ή προβλέψεις των παραγωγών σχετικά με τις μελλοντικές τιμές των τουριστικών προϊόντων είναι ένας ουσιαστικός παράγοντας, αφού δίνει τη δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις να μεγαλώσουν το ρυθμό παραγωγής και την προσφορά των τουριστικών προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι, στην τουριστική βιομηχανία, η αποθεματοποίηση των τουριστικών προϊόντων δεν είναι δυνατή, με αποτέλεσμα το πρόβλημα της μεταβολής της τουριστικής προσφοράς να αφορά μόνο τις μεταβολές των τιμών των ήδη υπαρχόντων τουριστικών προϊόντων.
- Ο αριθμός των παραγωγικών τουριστικών μονάδων είναι εξίσου σημαντικός όσον αφορά την τουριστική προσφορά, καθότι είναι αντιληπτό το ότι το πλήθος των παραγωγικών μονάδων - τουριστικών επιχειρήσεων, που παράγουν ένα τουριστικό προϊόν, επηρεάζει είτε θετικά είτε αρνητικά την προσφορά του. Έτσι προκύπτει το γεγονός ότι, αν μεταβληθεί ο αριθμός των μονάδων τουριστικής παραγωγής, θα μεταβληθεί συνεπώς και η προσφορά του τουριστικού προϊόντος.

3.6 Τα Οφέλη, οι Συνέπειες και η Ανάπτυξη του Θαλάσσιου Τουρισμού.

Αρχικά, τα τελευταία χρόνια, οι τουρίστες επιλέγουν αρκετά μέρη ως τον τόπο των διακοπών τους, με αποτέλεσμα στα μέρη εκείνα να υπάρχουν ή να αναπτύσσονται εναλλακτικοί τύποι τουρισμού. Αυτή η στροφή των τουριστών στις περιοχές αυτές έχει ως θετικό αντίκτυπο την αύξηση της χωρητικότητας των πλοίων αλλά και των καταλυμάτων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία ανάπτυξης όλων των υποδομών που σχετίζονται με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα η δημιουργία περισσότερων τερματικών σταθμών σε διάφορες πόλεις, η ανάπτυξη της οικονομίας των περιοχών και το άνοιγμα νέων θέσεων εργασίας δηλαδή, η μείωση του ποσοστού ανεργίας. Η εισροή ξένου και ντόπιου συναλλάγματος στην τοπική οικονομία, επιτυγχάνεται σαφώς με την προβολή των θετικών στοιχείων της περιοχής (κλίματος, γεωγραφικής θέσης, ιστορίας). Έτσι, η περιοχή αναβαθμίζεται εξαιτίας του ανοίγματος νέων επιχειρήσεων που δημιουργούνται για την κάλυψη της ζήτησης των τουριστών. Τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν είναι πολλά, όμως, ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να επιφέρει και πολύ σημαντικά οφέλη και στο περιβάλλον. Επίσης η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού σε μια περιοχή μπορεί να ωφελήσει και το κοινωνικό επίπεδο. Χάρη στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, υπάρχει θετική επίδραση στην ψυχολογία του ατόμου και έτσι ωθείται στην κοινωνικοποίηση και την εξέλιξή του. Ακόμη, αυξάνονται οι υποδομές και οι κοινοτικές εγκαταστάσεις και βελτιώνονται οι περιβαλλοντολογικές συνθήκες με στόχο την προσέλκυση του κόσμου. Αναμφισβήτητα, ο τουρισμός με όποια μορφή και αν εμφανίζεται, αφήνει στην ευρύτερη περιοχή οικονομικά και όχι μόνο οφέλη. Εκτός των εγκαταστάσεων που αναπτύσσονται για την εξυπηρέτηση των τουρίστα υπάρχουν και τα μικρότερα μαγαζιά τα οποία σαφώς με την σειρά τους επωφελούνται της ύπαρξης τουριστών, όπως για παράδειγμα καταστήματα λιανικής και αναψυχής (Αυγουστής 2017).

Αν και υπάρχουν αρκετά πλεονεκτήματα, υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα τα οποία αναστέλλουν την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Καθοριστικό ρόλο παίζουν τα λιμάνια και γενικότερα οι τόποι άφιξης των επιβατών. Εξαιτίας της αργών ρυθμών κατασκευής ή βελτίωσης των λιμένων και των αεροδρομίων ελλοχεύει πολλές φορές ο κίνδυνος της μη ικανοποίησης των αναγκών των τουριστών, με αποτέλεσμα να υποβαθμίζεται η περιοχή μέσω των διάφορων κριτικών και συνεπώς μειώνεται η το ποσοστό προσέλευσης αρκετών τουριστών. Λόγω της δημιουργίας περισσότερων τόπων για να συνδυάσει κάποιος τις διακοπές και τα θαλάσσια σπορ, παρατηρείται εντονότερα η εμφάνιση η δημιουργία ανταγωνισμού μεταξύ των περιοχών. Επιπλέον, η εποχικότητα αποτελεί έναν ακόμη παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει τον τουρισμό της εκάστοτε περιοχής. Τέλος ακόμη και η προσαρμογή του τουρίστα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, αφού είναι αναγκαίο να μπορεί να προσαρμόζεται σε κάθε δραστηριότητα και πρόγραμμα που έχει το συγκεκριμένο είδος διακοπών (Αυγουστής 2017).

Μέσω της επιτυχούς και ορθής ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού μπορούν να προκύψουν αρκετά θετικά στοιχεία για την χώρα μας. Αρχικά, επιτυγχάνεται η αύξηση του συναλλάγματος και ταυτόχρονα η αύξηση των δραστηριοτήτων. Συνεπώς, ο θαλάσσιος τουρισμός προάγει την άνθιση των παραναυτικών δραστηριοτήτων και την βελτίωση του τρόπου ζωής των τοπικών κοινωνιών. Κάποιες από αυτές τις παραναυτικές δραστηριότητες είναι η τροφοδοσία των πλοίων με καύσιμα και διάφορα εφόδια και οι δραστηριότητες συντήρησης των διάφορων πλοίων που δένουν στα λιμάνια. Έτσι η συμβολή τους, έχει καθοριστική σημασία στην τοπική οικονομία καθώς ωθεί την αύξηση της εμπορίας τροφίμων και των διάφορων τοπικών προϊόντων (Αυγουστής 2017).

Παράλληλα, ο θαλάσσιος τουρισμός παίζει σημαντικό και πολλαπλασιαστικό ρόλο στην εκάστοτε κοινωνία, αφού δρα με την μορφή χρήματος το οποίο εισρέει στην τοπική κοινωνία. Εκτός από τους απασχολούμενους του συγκεκριμένου κλάδου ευνοούνται και όλοι όσοι έχουν επαφή με αυτόν όπως ο κλάδος του λιανεμπορίου αλλά και άλλοι κλάδοι. Μέσω της ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού σε περισσότερα μέρη της χώρας μας, οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να γνωρίσουν πολλούς διαφορετικούς προορισμούς και να υπάρξει ανάπτυξη σε διαφορετικά μέρη της Ελλάδας. Επίσης με την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού ωφελούνται και οι διάφορες εταιρείες που ασχολούνται άμεσα με τον τουρισμό, όπως τα ταξιδιωτικά γραφεία, τα πρακτορεία, τα ξενοδοχεία κλπ., και ταυτόχρονα, μέσα από τον θαλάσσιο τουρισμό ευδοκιμούν και οι υπηρεσίες ασφάλειας αλλά και δημιουργείται η ανάγκη γοργής ανάπτυξης διάφορων λιμενικών υπηρεσιών (Αυγουστής 2017).

Επιπρόσθετα μια θετική επίδραση του θαλάσσιου τουρισμού είναι στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών η αύξηση των συναλλαγματικών εσόδων της χώρας μας. Το ισοζύγιο τρεχουσών 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 σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της υφηλίου.. 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 και τους φόρους οι οποίοι συντελούν στην αύξηση των κυβερνητικών εσόδων. Η φορολόγηση του τουρισμού γίνεται λόγω ιδιαίτερης φύσης του, δηλαδή αφού προϋποθέτει ένα καθαρό και υγιές περιβάλλον, ένα αποτελεσματικό και λειτουργικό δίκτυο μεταφορών και συγκοινωνιών και ένα καλά δομημένο σύστημα υγείας και προστασίας. (Γιανναδάκη, 2014).

Ειδικότερα, ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί έναν τρόπο αντιμετώπισης της κρίσης. Αρχικά από την πλευρά των περιοχών που απασχολούνται από αυτό το είδος τουριστικής δραστηριότητας αφού πρόκειται για μια πηγή εσόδων, και από την άλλη πλευρά, είναι αρκετά σημαντικός για τους τουρίστες οι οποίοι έχουν βρει έναν εναλλακτικό τρόπο τουριστικής δραστηριότητας ο οποίος είναι οικονομικότερος και πιο ευχάριστος για αυτούς. Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που υπάρχει στον Ελλάδα αλλά και σε όλη την Ευρώπη, η ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί ανάγκη

για την βελτίωση της οικονομίας των κρατών. Προτεραιότητα, πρέπει να είναι η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην χώρα μας, μιας και είναι μια κατεξοχήν νησιωτική χώρα με μακρόχρονη ιστορία και μπορεί να προσφέρει πολλά στους επισκέπτες της. Βασικός στόχος θα πρέπει να είναι η ανάδειξη και η ανάπτυξη των προορισμών στους τουρίστες αλλά και η καλύτερη προσαρμογή τους στο κάθε μέρος. Η επίτευξη αυτού του στόχου θα γίνει με την αναβάθμιση του τόπου και των υπηρεσιών που προσφέρονται. Προτεραιότητα της πολιτείας θα πρέπει να είναι επίσης και η προσέλκυση περισσότερων κρουαζιερόπλοιων αλλά και η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση τους (Αυγουστής 2017).

Ειδικότερα, στους περισσότερους προορισμούς υπάρχουν κάποιες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν οι οποίες είναι (Αυγουστής 2017) :

- οι εταιρίες με κρουαζιερόπλοια κάνουν ακόμα πιο δύσκολες τις διαπραγματεύσεις
- η μεγάλη κόντρα ανάμεσα στον θαλάσσιο και συμβατικό τουρισμό
- η δημιουργία μεγαλύτερων και πιο πολυτελών πλοίων κάνει επιτακτική την ανάγκη για μεγαλύτερα λιμάνια με περισσότερες ανέσεις

Συμπληρωματικά, αρνητικό απόηχο φαίνεται να έχει και στον περιβάλλον ο θαλάσσιος τουρισμός μέσω των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει, αφού γίνεται ρύπανση του παράκτιου και του θαλάσσιου οικοσυστήματος. Επίσης, δημιουργείται ηχορύπανση, ειδικά κατά την τουριστική περίοδο αιχμής, και έτσι επηρεάζεται η χερσαία και η θαλάσσια, χλωρίδα και πανίδα. Παράλληλα σαφώς και αυτό επιδρά αρνητικά στην ζωή των μόνιμων κατοίκων και των τουριστών. Ταυτόχρονα, υπάρχει απώλεια φυσικών πόρων οι οποίοι θεωρούνται δεδομένοι από τους τοπικούς πληθυσμούς αλλά και αλλοίωση του παράκτιου περιβάλλοντος λόγω της κατασκευής εγκαταστάσεων και υποδομών. Όλο αυτό έχει ως αποτέλεσμα να χάνεται η αισθητική και να υποβαθμίζεται το φυσικό περιβάλλον και τέλος να γίνεται υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας της εκάστοτε περιοχής (Αθανασόπουλος, Καλανδράνη, 2018).

Την ίδια στιγμή, η αυξημένη ζήτηση σε σχέση με την προσφορά δημιουργούν την αύξηση των τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών και έτσι υπάρχουν αρνητικές επιπτώσεις στο βιοτικό επίπεδο των μόνιμων κατοίκων της περιοχής. Συγχρόνως, τα οικονομικά οφέλη του τουρισμού δεν φθάνουν αφού οι δαπάνες που γίνονται δεν μένουν στα πλαίσια της χώρας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι τουρίστες δεν καταναλώνουν μόνο Ελληνικά προϊόντα, αλλά σε μεγάλο ποσοστό ποτά, τρόφιμα κ.α. εισαγόμενα από άλλες χώρες. Έτσι τα έσοδα από τις δαπάνες εισπράττονται από τις χώρες που προέρχονται τα αγαθά (Γιανναδάκη, 2014).

Τέλος, οι περιοχές με μεγάλη είσοδο τουριστών εμφανίζουν δείγματα κορεσμού και μείωσης της ασφάλειας λόγω του μεγάλου αριθμού ατόμων που τα επισκέπτονται και αυτό συνεπάγεται την καταστροφή της εικόνας του τόπου και την μείωση του επιπέδου ικανοποίησης όλου του φάσματος των τουριστών. Πράγματι, όλα τα

παραπάνω έχουν συντελούν στην δημιουργία μιας αρνητική εικόνα που περνάει στους μόνιμους κατοίκους της περιοχής για το σύνολο του τουρισμού, αφού υπάρχει μια διαρκείς κυκλική διαδικασία μεταξύ τουριστών και κατοίκων της περιοχής. Οι κάτοικοι έχουν ως κύριο στόχο την είσοδο χρήματος στην περιοχή τους και την εύρεση κάποιας θέσης εργασίας και την αύξηση των εισοδημάτων τους, και από την άλλη πλευρά οι τουρίστες έχουν ως βασικό σκοπό την ευχάριστη διαμονή στον εκάστοτε τόπο διακοπών. Όταν η διαδικασία αυτή έχει θετική έκβαση τότε η αντίληψη της κοινωνίας προς τον τουρισμό είναι θετική, ενώ όταν έχει αρνητική έκβαση η στάση της κοινωνίας είναι αποθαρρυντική προς την δραστηριότητα του τουρισμού (Αυγουστής 2017).

3.7 Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα προηγούμενα κεφάλαια, οι αγορές αλλά και οι στόχοι του θαλάσσιου τουρισμού ποικίλλουν όχι μόνο από την άποψη κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των τουριστών που τον επιλέγουν αλλά και υπό το πρίσμα των δημογραφικών και εθνικών γνωρισμάτων τους. Τα τελευταία χρόνια είναι ευδιάκριτο, το γεγονός ότι υπάρχει μια διαφοροποίηση της τάσης για τα προϊόντα του θαλάσσιου τουρισμού όπως το γιότινγκ και η κρουαζιέρα, όπου πλέον απευθύνονται σε μεγαλύτερη κλίμακα τουριστών, με σημαντικές διαφορές όσον αφορά το εισόδημα, επίπεδο μόρφωσης κ.λπ. Ταυτόχρονα, η χώρα μας χαρακτηρίζεται από πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με την γεωγραφική μορφολογία, το κλίμα και την θερμοκρασία, χαρακτηριστικά τα οποία είναι σημαντικά τον συγκεκριμένο τύπο ταξιδιών και δραστηριοτήτων, ενώ παράλληλα, έχει μεγάλη παράδοση στη ναυτιλία.

Ωστόσο, θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική μορφή τουρισμού για την χώρα μας, καθότι αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό που κατ'εξοχήν βρέχεται από θάλασσα και έτσι με κριτήριο τη θάλασσα δίνεται η ευκαιρία περαιτέρω ανάπτυξης όλων των μορφών θαλάσσιου τουρισμού. Παρόλα αυτά, το βασικό πρόβλημα στην ανάπτυξη της του θαλάσσιου τουρισμού είναι οι προσφερόμενες υποδομές, όπως για παράδειγμα οι μαρίνες και τα λιμάνια, και οι υπηρεσίες όπου υστερούν σε σύγκριση με τις αντίστοιχες προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες των ανταγωνιστικών χωρών.

Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα, εξαιτίας κατά κύριο λόγο της πλεονεκτικής γεωγραφικής θέσης της, θα μπορούσε να έχει πιο υψηλή θέση στην τουριστική παγκόσμια κατάταξη, δεν προσφέρει σε όλες τις περιοχές της, υπηρεσίες ανάλογες του κόστους τους. Επιπρόσθετα, την αυτή η κατάσταση διευρύνεται από το γεγονός ότι δεν υπάρχει ένα επαρκές και εξειδικευμένο στις ανάγκες μάρκετινγκ όσον αφορά τις δραστηριότητες και τις υπηρεσίες του θαλάσσιου τουρισμού. Την ίδια στιγμή, η χώρα μας έχει ελλείψεις σε θέματα που αφορούν την προβολή και το μάρκετινγκ σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της, αφού δεν παρουσιάζει στοχευμένες και συνεχείς δράσεις στο θέμα της διαφήμισης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το ότι η διαφημιστική μας καμπάνια και το λογότυπο της αλλάζουν συνεχώς, με αποτέλεσμα να μη μπορούν να συγκρατηθούν στο μυαλό των υποψήφιων τουριστών (Πλακίωτη, 2013).

3.8 Προτάσεις

Αξίζει να σημειωθεί ακόμη το ότι η Ελλάδα διαθέτει ένα μεγάλο ποσοστό αναξιοποίητων ακτογραμμών πολλών χιλιομέτρων, ενώ υπάρχουν αρκετά περιθώρια αύξησης των θέσεων ελλιμενισμού, και βελτίωσης όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται και των τουριστικών υποδομών μαρίνες. Έτσι προκύπτει η ανάγκη να αποδοθεί το απαιτούμενο ενδιαφέρον σε πολιτικές που αφορούν τον θαλάσσιο τουρισμό προκειμένου να ανταπεξέλθει η χώρα μας στον έντονο ανταγωνισμό, και να ανταποκριθεί άμεσα στις αλλαγές της διεθνούς ζήτησης ώστε να κατακτήσει το μερίδιο που της αναλογεί (Πλακίωτη, 2013).

Έπειτα, η χώρα μας έχει αποκτήσει με τα χρόνια μια σημαντική θέση στον θαλάσσιο τουρισμό διεθνώς, έχοντας μεγάλη παράδοση και ιδιαίτερη δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στην διάρκεια ενός ταξιδιού. Συνεπώς, ανεξάρτητα υπάρχουσα γενική κρίση, υπάρχουν περιθώρια για καθιέρωση του brand name στον θαλάσσιο τουρισμό και περιθώρια ανάπτυξης του μάρκετινγκ, όπως για παράδειγμα η διαφήμιση μέσω προσφορών, πακέτων διακοπών σε χαμηλή τιμή ειδικά σε χαμηλές τουριστικές περιόδους για να επιτευχθεί εξάλειψη της εποχικότητας. Παράλληλα, μέσω του κατάλληλου σχεδιασμού και προγραμματισμού και μέσω της ύπαρξης των απαιτούμενων κονδυλίων θα μπορούσαν να δημιουργηθούν τουριστικοί λιμένες, σε μεγάλο αριθμό νησιών ώστε να επιτευχθεί η ανάπτυξη του σε μεγαλύτερο εύρος της χώρας (Πλακίωτη, 2013).

Ειδικότερα, κάποιες προτάσεις ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και τη μεγιστοποίηση του οφέλους του είναι (Πλακίωτη, 2013) :

- Η διαμόρφωση μιας σταθερής κυβερνητικής πολιτικής για τα σκάφη αναψυχής και τις μαρίνες και ενός νομοθετικού και φορολογικού πλαισίου το οποίο θα προτρέπει τους επαγγελματίες και τους ιδιοκτήτες της χώρας μας ως προς την διατήρηση των σκάφη τους όλο το χρόνο σε αυτήν, με σκοπό την δημιουργία μιας διαρκής οικονομικής δραστηριότητας.
- Η πλήρης και ουσιαστική άρση του καμποτάζ τόσο στα επαγγελματικά σκάφη όσο και στην κρουαζιέρα.
- Η κάλυψη των ρυθμιστικών κενών της σύμβασης της θαλάσσιας περιήγησης για να μην υπάρχει αρνητική επιρροή στο επίπεδο της προστασίας του καταναλωτή.
- Η προσπάθεια δημιουργίας κατάλληλων υποδομών στους λιμένες και στις μαρίνες, αφού υπάρχει ανάγκη δημιουργίας νέων, μεγαλύτερου μεγέθους θέσεων, για κρουαζιερόπλοια και θέσεις ελλιμενισμού σε μαρίνες.
- Η αναβάθμιση των υπηρεσιών που παρέχονται και η ύπαρξη συστημάτων ασφαλείας στα υπάρχοντα λιμάνια και στις μαρίνες. Οι επενδύσεις στις λιμενικές υποδομές θα πρέπει έχουν ως στόχο την πολλαπλή εκμετάλλευσή τους, για την ακτοπλοΐα, την κρουαζιέρα, την μεταφορά φορτίων και την φιλοξενία μεγάλων σκαφών αναψυχής (mega yachts).

- Η εξασφάλιση της ασφάλειας των επιβατών και του πληρώματος και πλοίου. Οι ελληνικοί λιμένες παρουσιάζουν ελλείψεις όσον αφορά τα θέματα ασφάλειας αφού αρκετοί από αυτούς δεν έχουν καταφέρει να πιστοποιηθούν σύμφωνα με το διεθνή κώδικα ασφαλείας πλοίων και λιμενικών εγκαταστάσεων (ISPS -International Ship and Port Facility Security Code). Ταυτόχρονα, οι ελλιπείς λιμενικές υποδομές και η έλλειψη συστήματος κρατήσεως θέσεων για τα πλοία στην πλειοψηφία των λιμανιών της χώρας, εκτός του Πειραιά, δημιουργούν κάποια προβλήματα αναφορικά με την αύξηση των προσεγγίσεων, καθότι οι εταιρείες κρουαζιέρας προγραμματίζουν τα δρομολόγια με λαμβάνοντας υπόψη την εξασφάλιση ασφαλούς θέσης πρόσδεσης για το πλοίο ένα με δυο έτη πριν από την εκτέλεση της κρουαζιέρας. Αξιοσημείωτο, είναι ότι και τα δυο αυτά θέματα έχουν αποτελέσει αίτημα του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Εταιρειών κρουαζιέρας (European Cruise Council).
- Η διεθνής προβολή των υψηλών επιπέδων ασφαλείας τα οποία χαρακτηρίζουν τον θαλάσσιο τουρισμό στην Ελλάδα και ειδική προβολή του θαλάσσιου τουρισμού, αφού είναι ένας τομέας που αναπτύσσεται διεθνώς με ρυθμό ανάπτυξης 12%, τη στιγμή που άλλοι τομείς τουρισμού παραμένουν σταθεροί.
- Η ευνοϊκότερη φορολογία των λιμενικών τελών, των εισφορών και η μείωση των ειδικών φορών. Απαραίτητη κρίνεται σε αυτό το σημείο η αξιολόγηση των τιμών των βασικότερων ανταγωνιστών μας και η συσχέτιση τιμής με ποιότητα.
- Η δημιουργία τουριστικών λιμένων κρουαζιέρας σε αρκετά ελληνικά νησιά τα οποία είναι δημοφιλή και δεν μπορούν να πλαγιοδετήσουν κρουαζιερόπλοια λόγω της έλλειψης προβλητών. Η Σαντορίνη, παρότι που είναι πρώτη στην κατάταξη επιβατών κρουαζιέρας σε εθνικό επίπεδο, δεν διαθέτει λιμένα πρόσδεσης κρουαζιερόπλοιων, αλλά μόνο αγκυροβολία.
- Η περαιτέρω ανάπτυξη των τομέων με τους οποίους σχετίζεται ο θαλάσσιος τουρισμός όπως οι κατασκευές, μετασκευές/επισκευές πλοίων, και η παροχή τεχνικών υπηρεσιών.
- Η βελτίωση των υποδομών των αεροδρομίων που θα εξυπηρετούν τα (νέα) home ports για να είναι ικανά να φιλοξενήσουν διεθνείς πτήσεις σε συνδυασμό με σημαντικές παρεμβάσεις σε λιμενικές υποδομές

- Η καθιέρωση αυστηρών κυρώσεων για την παράνομη ναύλωση σκαφών αναψυχής.
- Η ύπαρξη κατάλληλης χωροταξικής επιλογής και οργάνωσης κέντρων θαλάσσιων σπορ, όπου θα μπορεί εκτός από τις δραστηριότητες μιας σύγχρονης μαρίνας, να παρέχει και δυνατότητες εκπαίδευσης, οργάνωσης διεθνών ή ευρωπαϊκών αγώνων.
- Η μεγαλύτερη συμμετοχή των ελληνικών λιμένων στις παγκόσμιες εκθέσεις, για να έρχονται σε επαφή με εταιρείες ηγέτιδες στον κλάδο της κρουαζιέρας και να συνάπτουν συμφωνίες.
- Η μεγαλύτερη συμμετοχή των εταιρειών γιότινγκ που εδρεύουν στην Ελλάδα με κοινή και συντονισμένη παρουσία, σε παγκόσμιες και εθνικές εκθέσεις, ώστε να επιτευχθεί η αμεσότερη επαφή με ήδη υπάρχοντες αλλά και υποψήφιους πελάτες και μέσω στοχευόμενης διαφήμισης και προβολής να πραγματοποιούνται περισσότερες κρατήσεις ναυλώσεων σκαφών αναψυχής.
- Η δημιουργία ενός οργανωμένου δικτύου μαρίνων και τουριστικών καταφυγίων και πλήρως ενημερωμένων ιστοσελίδων δικτύων των μαρίνων με χρήσιμες πληροφορίες σε σχέση με τις παροχές, τις τιμές, και άλλα στοιχεία όπως τους τόπους επίσκεψης, την παράδοση, τον πολιτισμό και τις λοιπές δραστηριότητες στις εκάστοτε περιοχές επίσκεψης.
- Οι ενέργειες για περιορισμό της επικριτικής-συγκριτικής διαφήμισης, η οποία αποτελεί φαινόμενο σε αρκετές περιοχές που έχουν αξιόλογους λιμένες κρουαζιέρας όπως για παράδειγμα το Κατάκολο. Πιο αναλυτικά, το Κατάκολο που αποτελεί έναν από τους πρώτους σε αριθμό διελεύσεων λιμένα κρουαζιέρας, καλείται να αντιμετωπίσει προβλήματα σχετικά με την υπογραφή συμβάσεων των εταιρειών με τα καταστήματα της περιοχής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι τα πούλμαν που αναλαμβάνουν εκδρομές στην Αρχαία Ολυμπία συνήθως σταματούν έξω από συγκεκριμένα καταστήματα κατευθύνοντας έτσι στην ουσία τους

ταξιδιώτες, με αποτέλεσμα τη δημιουργία προβλημάτων στους υπόλοιπους επαγγελματίες. Η εν λόγω κατάσταση δεν αποτελεί ευθύνη των οδηγών των πούλμαν και των ξεναγών, αλλά ευθύνη της σύναψης συμβάσεων. Η διαφήμιση είναι επιτρεπτή, αλλά η επικριτική – συγκριτική διαφήμιση απορρίπτεται. Επιπλέον, στην εν λόγω περιοχή υπάρχουν καταστήματα τα οποία ίσως μεν να έχουν υπογράψει συμβάσεις με εταιρίες κρουαζιέρας αλλά να στερούνται προϊόντων, κατάλληλης οργάνωσης και προώθησης – προβολής. Προτείνεται οργάνωση των εν λόγω καταστημάτων για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των επισκεπτών.

- Η ύπαρξη απαραίτητων υποδομών οι οποίες θα συνεισφέρουν στην εξυπηρέτηση επιβατών στο χώρο του λιμένος, όπως οι οργανωμένοι σταθμοί υποδοχής και οι χώροι στάθμευσης, και στην ευκολότερη πρόσβαση και διακίνηση τους σε χώρους ενδιαφέροντος. Οι περισσότεροι ελληνικοί λιμένες αντιμετωπίζουν πρόβλημα σε αυτό το κομμάτι αφού δεν είναι σχεδιασμένοι για τη διακίνηση του μεγάλου αριθμού επιβατών που μεταφέρουν τα σημερινά μεγάλου μεγέθους κρουαζιερόπλοια.
- Η συνδυασμένη δράση με εμπλεκόμενους φορείς για την προσαρμογή στο πρόγραμμα των κρουαζιερόπλοιων (π.χ. ωράρια μουσείων, καταστημάτων).
- Η βελτίωση των βασικών υπηρεσιών εξυπηρέτησης κρουαζιερόπλοιων και των σκαφών όπως ο εφοδιασμός με καύσιμα και πόσιμο νερό, η παραλαβή διαφόρων εφοδίων, η εναπόθεση σε ευκολίες ξηράς των απορριμμάτων και άλλων καταλοίπων, με παράλληλη μείωση του κόστους ελλιμενισμού και των τελών.
- Ο σωστότερος προγραμματισμός των αφίξεων των κρουαζιερόπλοιων και η ευκολία σύνδεσης τους με τα χερσαία μέσα μεταφοράς.
- Η διαχείριση των τερματικών σταθμών κρουαζιέρας και από ιδιωτικές εταιρείες και από εταιρείες κρουαζιέρας με τον έλεγχο των λιμένων να ανήκει σε κρατικούς φορείς. Η διαχείριση των λιμένων εξασφαλίζεται με πολυετείς συμβάσεις παραχώρησης. Παράλληλα,

η εφαρμογή αυτής της πρακτικής θα είχε ως αποτέλεσμα την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας των εταιριών, έτσι ώστε να πραγματοποιηθούν οι αναγκαίες επενδύσεις τόσο σε υποδομές όσο και σε συστήματα λειτουργίας. Ωστόσο αυτή πρακτική εφαρμόζεται διεθνώς με χαρακτηριστικό παράδειγμα να αποτελούν αξιόλογοι home port λιμένες όπως οι λιμένες της Βαρκελώνης, όπου η διαχείριση των τερματικών λιμένων κρουαζιέρας ανήκουν στην Carnival και οι λιμένες της Τσιβιταβέκια, της οποίας η διαχείριση των τερματικών λιμένων πραγματοποιείται από τις Carnival, MSC και RCI. Έτσι, θα επιτευχθεί μεγαλύτερη διακίνηση επιβατών με αποτέλεσμα την ενίσχυση της εγχώριας αγοράς.

- Η περεταίρω σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού και με άλλες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού τόσο εν πλω όσο και σε περιοχές επίσκεψης των επιβατών. Ορισμένα παραδείγματα σύνδεσης θαλάσσιου τουρισμού με άλλες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι η κρουαζιέρα σε συνδυασμό με τη διεξαγωγή πανεπιστημιακών συνεδρίων και ο ιστιοπλοϊκός τουρισμός σε συνδυασμό με πολιτιστικές επισκέψεις σε ελληνικά νησιά που διαθέτουν πλούσιους αρχαιολογικούς και άλλους πόρους.
- Η ανάπτυξη θεματικών κρουαζιέρων, αφού αποτελούν την νέα τάση της αγοράς και παρουσιάζουν ιδιαίτερα αυξημένη ζήτηση διεθνώς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της Louis Cruises, η οποία παρουσίασε ένα νέο και πλούσιο θεματικό πρόγραμμα με κρουαζιέρες στην Ελλάδα και την Τουρκία, το οποίο περιελάμβανε μία σειρά εν πλω διαλέξεων, με εξειδικευμένο ιστορικό με τίτλο «Από τις αρχαίες αυτοκρατορίες ως τις σύγχρονες Μητροπόλεις».

Βιβλιογραφία

1. Δημήτρης Λαγός (2005) *Τουριστική Οικονομική*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
2. Przeclawski Krzysztof, (1993) Tourism as the subject of interdisciplinary research. In: Pearce, Tourism research: Critiques and Challenges (London: Routledge)
3. Frömbling, Simone (1993), Zielgruppenmarketing im Fremdenverkehr von Regionen: Ein Beitrag zur Marktsegmentierung auf der Grundlage von Werten, Motiven und Einstellungen, Diss. (Frankfurt & Berlin & Bern & New York & Paris & Wien: Peter Lang)
4. Δημήτρης Λαγός, (2005), Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
5. Ηγουμενάκης Γ. Ν., Κραβαρίτης Ν. Κ., Λύτρας Ν. Π., (1999) *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Interbooks, Αθήνα.
6. Ρούπας Β., (1993) Αρχές Τουρισμού, Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα
7. Καλφιώτης Σ., (1976) Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού, εκδόσεις Τυροβολάς, Αθήνα
8. Mill R. C., Morrison A. M., (1992), The tourism System, 2^η Έκδοση, Prentice-Hall International, Inc. London
9. Ανδρέας Κουβαράς (2009) *Παράκτιος και Θαλάσσιος Τουρισμός*, Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
10. Μαντζουράκη Κ., Τζιφάκη Χ. (2006) *Επιπτώσεις-Προοπτικές Εξέλιξης του Εναλλακτικού Τουρισμού στην Ελλάδα* (Πτυχιακή Εργασία), Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης.
11. Αβδελιώδης Γεώργιος (2013) *Ο Τουρισμός Κρουαζιέρας στην Ελλάδα, Παρούσα Κατάσταση και Προοπτικές* (Πτυχιακή Εργασία), Σχολή Επιστημών της Διοίκησης – Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιου Αιγαίου.
12. Πλακιώτη Ελισάβετ (2013) *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Θαλάσσιος τουρισμός και θεσμικό πλαίσιο* (Διπλωματική Εργασία), Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού (MBA IN TOURISM), Πανεπιστήμιο Πειραιά.

13. Κουρτεσοπούλου Άννα (2020) *Παράκτιος Τουρισμός & Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία, Θαλάσσιος Τουρισμός*, (Πτυχιακή Εργασία), Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού Πανεπιστήμιο Πατρών.
14. Σολδάτου Νιόβη (2020) *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού* (Πτυχιακή Εργασία), Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας και Ανάπτυξης, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
15. Αθανασόπουλος Δημήτριος, Καλανδράνη Αναστασία (2018) *Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2010-2015* (Πτυχιακή Εργασία), Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας – Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας.
16. Μιχαλόπουλος Δημήτριος (2012) *Yatching και Τουρισμός στην Ελλάδα* (Διπλωματική Εργασία), Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού (MBA IN TOURISM), Πανεπιστήμιο Πειραιά.
17. Γραβάνη Αθηνά (2018) *Τουρισμός και Οικονομική Ανάπτυξη στην Ελλάδα* (Πτυχιακή Εργασία), Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας – Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής Τ.Ε.Ι. Καλαμάτας.
18. Αυγουστής Ιωάννης (2017) *Θαλάσσιος Τουρισμός στο νησί της Χίου Τάσεις και Προοπτικές* (Πτυχιακή Εργασία), Σχολή Επιστημών της Διοίκησης, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
19. Νιφόρος Αλέξανδρος (2020) *Θαλάσσιος Τουρισμός Στην Ελλάδα (Η Περίπτωση Yatching)*, (Διπλωματική Εργασία) , Σχολή Κοινωνικών Επιστημών – Μεταπτυχιακό Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
20. Παπαγεωργίου Αργυρώ (2013) *Η Εξέλιξη του Τουρισμού και οι Εναλλακτικές Μορφές του : η περίπτωση της Ελλάδας* (Πτυχιακή Εργασία), Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, Α.Τ.Ε.Ι. Πειραιά.
22. Τσώνη Θεοδώρα (2018) *Ο Θαλάσσιος Τουρισμό στην Ελλάδα ως Αναπτυξιακός Παράγοντας της Εθνικής Οικονομίας στο πλαίσιο της Φορολογικής Πολιτικής του Yatching Προκλήσεις και Ευκαιρίες*, (Διπλωματική Εργασία) Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Μεταπτυχιακό Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
23. Βανδώρου Βασιλική (2018) *Τουρισμός Yatching στην Ελλάδα, Υφιστάμενη Κατάσταση και Προοπτικές Ανάπτυξης* (Διπλωματική Εργασία) Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, Μεταπτυχιακό Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
24. Βαγγέλας Κ. Γιώργος, Πάλλης Α. Θάνος, Κονταξή Χ. , Σουλτάνης Γ. , Λοΐζου Β. , Ρίμπα Ζ. , Νάκας Μ. , Μαρκαντωνάτος Π. , (2021) *Διαμόρφωση στρατηγικής*

ανάπτυξης τουριστικών λιμένων, μελέτη του Οργανισμού Έρευνας & Ανάπτυξης «διαΝΕΟσις» .

26. Χριστοδούλου Ευγενία (2016) *Η Σημασία & οι Συνέπειες της κεουαζιέρας στην Ελληνική Οικονομία. Η περίπτωση του Κατάκολου* (Διπλωματική Εργασία), Μεταπτυχιακό Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Πειραιά.

27. Γιανναδάκη Μαρία (2015) *Ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα το 2014. Προκλήσεις και Προοπτικές για το μέλλον* (Διπλωματική Εργασία), Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τ.Ε.Ι. Κρήτης.