

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ 2010-2015»



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΚΑΛΑΝΔΡΑΝΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ- ΝΑΤΑΣΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2018

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός είναι ένα πολυπρισματικό φαινόμενο, το οποίο φαίνεται να επηρεάζει την οικονομία μιας χώρας. Στις μέρες μας ειδικά, είναι ένας κλάδος ανερχόμενος και αναπτυσσόμενος, αλλά πάντα επηρέαζε και επηρεάζει τον τομέα της οικονομίας της Ελλάδας.

Το θέμα της παρούσης πτυχιακής εργασίας αφορά τον θαλάσσιο τουρισμό, ο οποίος είναι μια ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού, και την συμβολή του στην ανάπτυξη της χώρας, κυριώς από το 2010 έως το 2015.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται όροι και ορισμοί, που αφορούν το τουρισμό, τον τουρίστα και το τουριστικό προϊόν. Ακόμη, αναλύονται οι έννοιες αφενός της τουριστικής ζήτησης και αφετέρου της τουριστικής προσφοράς, καθώς και οι παράγοντες που τις επηρεάζουν αντιστοίχα.

Το δεύτερο κεφάλαιο αφορά την σημασία των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού όπως και τα είδη αυτών. Αναφέρονται και αναλύονται μερικώς όλα τα είδη εναλλακτικού τουρισμού. Επίσης, προσδιορίζονται τα είδη εναλλακτικού τουρισμού, που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται ο θαλάσσιος τουρισμός εκτενέστερα καθώς και οι δραστηριότητες, που περιλαμβάνει. Αφορά δραστηριότητες θαλάσσιων σπορ και γνώρισμα με αυτά αλλά και δραστηριότητες αναψυχής είτε με οργανωμένες ή μη κρουαζιέρες είτε ιδιωτικά ή ενοικιαζόμενα σκάφη – γιότ.

Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα. Ανάπτυξη στον θαλάσσιο τουρισμό θεωρείται κυρίως η κρουαζιέρα και τα γιοτ. Έχουν γίνει μετρήσεις σχετικά με την κίνηση των επιβατών και τους προορισμούς της κρουαζιέρας. Προβλέπεται μεγάλη άνοδος στην Ελλάδα λόγω Μεσογείου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού στην ανάπτυξη της Ελλάδας, κυρίως από το 2015 και μετά. Πρόκειται για μελέτες και έρευνες, που αφορούν τον κλάδο του τουρισμού και δείχνουν την θετική επίδραση κυρίως στην οικονομία της Ελλάδας, γεγονός το οποίο είναι χρήσιμο στην παρούσα φάση της χώρας.

Το έκτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τις επιπτώσεις, που έχει ή μπορεί να έχει ο θαλάσσιος τουρισμός. Πρόκειται για πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτής της εναλλακτικής μορφής τουρισμού, συγκεκριμένα.

Στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσης πτυχιακής εργασίας αναλύονται τα συμπεράσματα ύστερα από την μελέτη του θαλάσσιου τουρισμού και την συμβολή του στην ανάπτυξη στην Ελλάδα από το 2010 έως το 2015.

Ακολουθεί το παράρτημα της πτυχιακής εργασίας, το οποίο περιλαμβάνει επιπρόσθετα στοιχεία όσον αφορά τα νομικά πλαίσια, που κυριαρχούν στα ελληνικά ύδατα.

Στο τέλος της πτυχιακής εργασίας παρατίθεται όλη η βιβλιογραφία, όπου στηρίχθηκε όλη η μελέτη, η έρευνα και η καταγραφή των πληροφοριών καθώς και οι πηγές των εικόνων, των πινάκων και των διαγραμμάτων.

ABSTRACT

Tourism is a multi-prism phenomenon, which seems to effects the economy of a country. Nowadays, it is a growing and developing sector, but it has always influenced and still influences the Greek economy.

The topic of this thesis concerns sea tourism, which is a special and alternative form of tourism. The main fact that will be analyzed is the contribution of this form of tourism to the development of the country, concerning the time period 2010 to 2015.

In the first chapter the terms and definitions, related to tourism, the tourist and the tourist product, are analyzed. Furthermore, the concepts of tourism demand and tourism supply, as well as the factors affecting them. The second chapter concerns the importance of special and alternative forms of tourism as well as their categories. All kinds of alternative tourism are mentioned and analyzed separately. The types of alternative tourism that are being developed in Greece will also be identified.

The third chapter analyzes maritime tourism more extensively as well as its activities. Referring to water sports activities and features related with them like leisure activities whether with or without cruises, private or rented yachts.

The fourth chapter refers to the development of sea tourism in Greece. Growth in the sea tourism is mainly considered as cruise and yachts. Measurements have been made on passenger traffic and cruise destinations. A big surge is foreseen in Greece due to the Mediterranean.

The fifth chapter examines the contribution of sea tourism to the development of Greece, mainly from 2010 to 2015. It's about studies and surveys that concern the tourism sector and display the positive impact on the economy of Greece, a fact that is important for the country due to its current state.

The sixth chapter includes the impacts that the sea tourism has or may have. These are, specifically, the advantages and disadvantages of this alternative form of tourism.

The seventh and final chapter of this dissertation analyzes the findings of the study of sea tourism and its contribution to the economical development of Greece, the years 2010 to 2015.

The appendix of the dissertation is followed, which contains additional information on the legal frameworks prevailing in Greek waters.

At the end of the dissertation, the entire literature based on the study, the research and the recording of information as well as sources of images, tables and diagrams are quoted.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Κατά την συγγραφή της παρούσης πτυχιακής εργασίας συνέβαλλαν αρκετά άτομα, τα οποία και ευχαριστούμε θερμά.

Πρώτα από όλους, ευχαριστούμε πολύ τον Δρ. Αναστάσιο Παναγόπουλο για όλη την βοήθεια του στην συγγραφή και επιτυχημένη περάτωση της πτυχιακής εργασίας.

Ευχαριστούμε τις οικογένειές μας για όλη την ψυχολογική τους στήριξη καθόλη την διάρκεια της συγγραφής της εργασίας.

Ακόμη, ευχαριστούμε τον στενό κοινωνικό μας κύκλο για την βοήθεια του στην ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας, καθώς συνέβαλε στην έρευνα και μελέτη πληροφοριών και στοιχείων.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο κλάδος του τουρισμού συμβάλλει στην οικονομία μιας χώρας και ειδικότερα στην χώρα μας, την Ελλάδα, όπου υπάρχουν όλες οι θετικές προσεγγίσεις ανάπτυξης της οικονομίας, όπως ο ήλιος και οι καλές καιρικές συνθήκες, οι πλούσιες παραλίες καθώς υπάρχει τεράστιο μήκος ακτογραμμών, τα πάρα πολλά νησιά, η φιλοξενία και άλλα πολλά.

Γίνονται μελέτες πάνω στο κομμάτι του τουρισμού όχι μόνο όσον αφορά τις εννοιολογικές του προσεγγίσεις και την ορολογία αλλά και στην ανάπτυξη του σε όλους τους τομείς, τους οποίους περιλαμβάνει.

Ο τουρισμός δεν αφορά μόνο το πακέτο των διακοπών και την χαλάρωση, την ηρεμία, την ξεκούραση, την αναψυχή και την ψυχαγωγία. Υπάρχουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δηλαδή είδη του τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός κ.ά.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι είδη εναλλακτικού τουρισμού, όπως ο θαλάσσιος τουρισμός, ο οποίος αφορά τις διακοπές κοντά στην θάλασσα και δραστηριότητες σε αυτήν, όπως η ιστιοσανίδα, το σερφ, το θαλάσσιο σκί. Θαλάσσιος τουρισμός σημαίνει, επίσης, κρουαζιέρα, ιστιοπλοΐα, γιότινγκ. Αυτοί οι τομείς, ακριβώς, μπορούν να συμβάλλουν είτε με θετικό είτε με αρνητικό τρόπο στην ανάπτυξη μιας χώρας. Το καλό είναι ότι η κρουαζιέρα και το yachting είναι ο θαλάσσιος τουρισμός, που αναπτύσσεται στην Ελλάδα και μπορεί να αποφέρει κέρδη συμβάλλοντας στην οικονομία του κράτους. Συνεπάγεται η ανάδειξη και προβολή της Ελλάδας ως πρώτος δημοφιλής τουριστικός προορισμός λόγω της Μεσογείου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ABSTRACT.....	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	6
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	7
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο «Τουρισμός και ανάπτυξη»	11
1.1 Η έννοια του τουρισμού.....	11
1.2 Η έννοια του τουρίστα	13
1.3 Τουριστικό Προϊόν	15
1.4 Η τουριστική Ζήτηση.....	19
1.4.1 Η έννοια της Τουριστικής Ζήτησης	19
1.4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση	20
1.4.3 Χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης.....	24
1.5 Η Τουριστική Προσφορά	24
1.5.1 Η έννοια της Τουριστικής Προσφοράς	24
1.5.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά	24
1.6 Φορείς και Πολιτικές Τουρισμού.....	26
1.6.1 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)	26
1.6.2 Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.....	27
1.6.3 Tour-operator.....	31
1.6.4 Πολιτικές που αφορούν τον τουρισμό	32
1.7 Οφέλη και επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης.....	34
1.7.1 Επιπτώσεις στην οικονομία	34
1.7.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό	36
1.7.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο «Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού»	40
2.1 Ορισμός Εναλλακτικών μορφών τουρισμού	40
2.1.1 Πλεονεκτήματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού	42
2.1.2 Μειονεκτήματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού.....	43
2.2 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	44
2.2.1 Αγροτουρισμός.....	48
2.2.2 Οινοτουρισμός	49
2.2.3 Οικοτουρισμός.....	50
2.2.4 Επαγγελματικός Τουρισμός	50
2.2.5 Πολιτιστικός Τουρισμός.....	51

2.2.6 Μαθησιακός Τουρισμός.....	51
2.2.7 Θρησκευτικός Τουρισμός	52
2.2.8 Τουρισμός υγείας	53
2.2.9 Κοινωνικός Τουρισμός.....	53
2.2.10 Αθλητικός Τουρισμός.....	54
2.2.11 Γεωτουρισμός	55
2.2.12 Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός	55
2.2.13 Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων	56
2.2.14 Γενικός Τουρισμός	56
2.2.15 Περιπατητικός Τουρισμός.....	57
2.2.16 Ταξίδια με Zeppelin.	57
2.2.17 Διαστημικός Τουρισμός (Space tourism).....	57
2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην Ελλάδα.....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο «Θαλάσσιος Τουρισμός»	58
3.1 Έννοια Θαλάσσιου Τουρισμού	58
3.2 Θαλάσσια σπορ και τουρισμός	60
3.2.1 Θαλάσσιο-σκι (water ski)	60
3.2.2 Γιότινγκ και ιστιοπλοΐα (yacht and sailing)	61
3.2.3 Μηχανοκίνητο σκι (Jetski).....	63
3.2.4 Σκι χωρίς πέδιλα (Barefoot ski)	64
3.2.5 Σερφινγκ (Surfing)	65
3.2.6 Θαλάσσιο Αλεξίπτωτο (Parasailing).....	66
3.2.7 Ιστιοσανίδα (Windsurfing)	67
3.2.8 Κωπηλασία (Rowing)	68
3.2.9 Καταδυτικός τουρισμός (Scuba diving).....	69
3.2.10 Ψάρεμα (Fishing)	70
3.2.11 Κρουαζιέρες (Cruises).....	71
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο «Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα»	74
4.1 Ανάπτυξη της κρουαζιέρας – Παγκόσμια εξέλιξη	75
4.1.1 Η εξέλιξη της επιβατικής κίνησης	78
4.1.2 Η ζήτηση της Μεσογείου	79
4.1.3 Η Ελληνική κρουαζιέρα.....	82
4.1.4 Αποτελέσματα ανάπτυξης της κρουαζιέρας.....	83
4.2 Ο κλάδος του yachting - Εξέλιξη στην Ελλάδα.....	85
4.2.1 Αποτελέσματα ανάπτυξης του yachting στην Ελλάδα	87
4.3 Νομικά πλαίσια.....	89
4.3.1 Ισχύ νόμων από το 1999 μέχρι σήμερα	89

4.3.2 Cabotage	90
4.3.3 Ηλεκτρονικό μητρώο	95
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο «Η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού στην ανάπτυξη της Ελλάδας»	95
5.1 Συμβολή θαλάσσιου τουρισμού.....	96
5.2 Συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού	99
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο «Επιπτώσεις ανάπτυξης θαλάσσιου τουρισμού»	99
6.1 Πλεονεκτήματα.....	101
6.2 Μειονεκτήματα	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ^ο «Συμπεράσματα – Επισκόπηση».....	108
7.1 Σχέδιο Κοινής Υπουργικής Απόφασης για το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και την αλληλένδετη στρατηγική μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων.....	108
7.2 Συμπεράσματα	114
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	116
ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ	120
ΕΙΚΟΝΕΣ.....	124
ΣΧΗΜΑΤΑ	126
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ	126
ΠΙΝΑΚΕΣ.....	127

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο «Τουρισμός και ανάπτυξη»

1.1 Η έννοια του τουρισμού

Ο τουρισμός είναι ένα ιδιαίτερα σύνθετο φαινόμενο, που προσέλκυσε το ενδιαφέρον διαφόρων επιστημών. Σε αυτές συγκαταλέγεται μεταξύ άλλων η ψυχολογία, η παιδαγωγική, η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία, οι οικονομικές επιστήμες, η νομική, η γεωγραφία, η αρχιτεκτονική, χωροταξία, η ιστορία, η φιλοσοφία, η οικολογία, οι πολιτικές επιστήμες, η βιολογία και η ιατρική (Przeclawski 1993).

Διαπιστώνεται δηλαδή ότι οι επιστήμες, που ασχολούνται με τα τουριστικά ταξίδια, εφαρμόζουν διαφορετικές ερμηνείες της έννοιας «τουρισμός» (Frömbling 1993).

Η λέξη τουρισμός ουσιαστικά έχει προέλθει από τη γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει γύρος και την Αγγλική «Touring» που έχει να κάνει 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), με τη συμμετοχή των κατοίκων της εκάστοτε χώρας που ταξιδεύουν μόνο εντός της χώρας.
- Εισερχόμενος τουρισμός (inbound tourism), με τη συμμετοχή μη κατοίκων που ταξιδεύουν στην εν λόγω χώρα.
- Εξερχόμενος τουρισμός (outbound tourism), με τη συμμετοχή των κατοίκων που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.

Υπάρχουν και άλλες μορφές τουρισμού, όπως (Βικιπαίδεια, 2017):

· Διεθνής τουρισμός (international tourism): το σύνολο του εισερχόμενου και του εξερχόμενου τουρισμού.

· Εσωτερικός τουρισμός (internal tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εισερχόμενου τουρισμού

· Εθνικός τουρισμός: (national tourism): το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού

Όπως αναφέρουν οι Ηγουμενάκης και συν., (1999: 84) 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 σ' ένα προορισμό και τη διαμονή μη μόνιμων κατοίκων σ' αυτόν εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δε συνδέονται με οποιαδήποτε κερδοσκοπική δραστηριότητα». Ένας άλλος ορισμός έρχεται από τη Διεθνή Ακαδημία Τουρισμού (A.I.T.) η οποία θεωρεί ότι «ο τουρισμός είναι το σύνολο των ανθρώπινων μετακινήσεων και δραστηριοτήτων, που προκύπτουν απ' αυτές που προκαλούνται από την εξωτερίκευση και πραγματοποίησή του σε διάφορους βαθμούς και διάφορη ένταση, σε κάθε άτομο αδρανούντος πόθου και απόδρασης» (Ρούπας, 1993: 7).

Σύμφωνα με τον Λαγό (2005, Τουριστική Οικονομική) ο Schwihk (1924) ορίζει τον τουρισμό ως την κίνηση ενός ανθρώπου, που εγκαταλείπει τον τόπο μόνιμης κατοικίας του για πνευματικούς, σωματικούς ή επαγγελματικούς λόγους. Ο Marrioti (1950) ορίζει τον τουρισμό ως το σύνολο των σχέσεων και των γεγονότων, που σχετίζονται με τη διαμονή των ξένων, που ταξιδεύουν για αναψυχή, μόρφωση ή θεραπεία, χωρίς κερδοφόρους σκοπούς. Ο Καλφιώτης (1976) ορίζει τον τουρισμό ως την διακίνηση μεμονωμένων ή ομάδων ατόμων, σε διαφορετικό γεωγραφικό περιβάλλον από την μόνιμη κατοικία, η οποία αποσκοπεί στην ικανοποίηση ψυχικής ή πνευματικής επιθυμίας και προκαλεί οικονομικές δραστηριότητες. Το 1992, οι Mill και Morisson όρισαν τον τουρισμό ως «Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα, που αναπτύσσεται όταν οι τουρίστες ταξιδεύουν, και περιλαμβάνει οτιδήποτε σχετίζεται με την προετοιμασία και την πραγματοποίηση του ταξιδιού, την παραμονή, την επιστροφή και τις αναμνήσεις μετά από αυτό. Ακόμα, περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών, που γίνονται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τις αγορές που πραγματοποιούνται και τις αλληλεπιδράσεις, οι οποίες συμβαίνουν μεταξύ ξένων και ντόπιων, καθώς και τις επιπτώσεις που προκύπτουν.»

Τέλος, ο τουρισμός, σύμφωνα με τον Λαγό (2005) μπορεί να οριστεί ως «Ένα πολυπρισματικό, οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν τα άτομα αλλάζουν φυσικό περιβάλλον και ρυθμούς ζωής που τους ικανοποιούν 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 ένα έτος, όπου αναπτύσσονται συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, διακοπών, επιχειρηματικές, θρησκευτικές, κλπ.»

1.2 Η έννοια του τουρίστα

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα. Δύομιση δεκαετίες αργότερα, το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μία χώρα διαφορετική από εκείνη που διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος για το οποίο να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας την οποία επισκέπτεται. Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών (Βικιπαίδεια, 2017):

Ø **Τους τουρίστες:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον επί ένα 24ωρο, και των οποίων οι λόγοι επίσκεψης είναι τις περισσότερες φορές διακοπές, επαγγελματικοί, υγείας, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

Στην έννοια του τουρίστα περιλαμβάνονται οι ακόλουθες κατηγορίες (Λαγός, 2005):

- i. **Αλλοδαποί τουρίστες – μη μόνιμοι κάτοικοι** (foreigners- non nationals). Είναι άτομα, τα οποία επισκέπτονται μια χώρα διαφορετική από την δική τους για τουλάχιστον 24 ώρες και παραμένουν μέχρι ένα έτος.
- ii. **Υπήκοοι κάτοικοι εξωτερικού** (nationals residing abroad). Είναι άτομα, τα οποία μένουν μόνιμα στο εξωτερικό (μακροχρόνιοι μετανάστες) και επισκέπτονται και διαμένουν στη χώρα καταγωγής τους για τουλάχιστον 24 ώρες.
- iii. **Μέλη πληρωμάτων αλλοδαπών πλοίων ή αεροσκαφών – μη μόνιμοι κάτοικοι** (crew members – non residents). Είναι τα άτομα, τα οποία διακόπτουν προσωρινά το ταξίδι τους για ανεφοδιασμό και διαμένουν στη

χώρα, που επισκέπτονται για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των 24 ωρών και πραγματοποιούν μια τουλάχιστον διανυκτέρευση, χρησιμοποιώντας για τη διαμονή τους τα καταλύματα της χώρας υποδοχής.

Ø **Τους εκδρομείς:** άτομα που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται (Λαγός, 2005):

- i. **Επιβάτες κρουαζιεροπλοίων** (Cruise passengers), οι οποίοι είναι άτομα που ταξιδεύουν μια ή περισσότερες μέρες και διανυκτερεύουν σε πλοία.
- ii. **Ημερήσιοι εκδρομείς ή επισκέπτες ημέρας** (same-day visitors), που έρχονται και φεύγουν την ίδια μέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν.
- iii. **Μέλη πληρωμάτων πλοίων** (crews), που είναι άτομα τα οποία δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι της χώρας, αλλά επισκέπτονται και μένουν σε αυτή ολόκληρη την μέρα και πραγματοποιούν τις διανυκτερεύσεις τους εντός των πλοίων.
- iv. **Διασυνοριακοί αγοραστές** (border shopper), που είναι άτομα, τα οποία επισκέπτονται διασυνοριακές περιοχές, εκτός από το να εργαστούν, για να πραγματοποιήσουν αγορές (π.χ. τρόφιμα, ποτά, ρουχισμό κλπ.)

Το 1936, τουρίστας ορίστηκε ως «κάποιος που ταξιδεύει στο εξωτερικό για τουλάχιστον είκοσι τέσσερις ώρες» (Λαγός, 2005). Ο ΟΗΕ τροποποίησε τον ορισμό το 1945 λέγοντας πώς η μέγιστη παραμονή σε μια χώρα προορισμού είναι έξι μήνες. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού καθορίζει τους τουρίστες ως ανθρώπους «που ταξιδεύουν και διαμένουν στο εξωτερικό για διάστημα όχι μεγαλύτερο από ένα συνεχόμενο έτος για ψυχαγωγία, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς».

Τα χαρακτηριστικά των τουριστών είναι (Λαγός, 2005):

- Ø Τα κοινωνικο-οικονομικά δεδομένα (το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα, τα κίνητρα, οι προδοκίες, οι αντιλήψεις κ.λπ.).
- Ø Το επίπεδο της τουριστικής χρήσης (ο αριθμός τουριστών, η κατανομή τους στο χώρο και στο χρόνο, η τουριστική πυκνότητα κ.λπ.).
- Ø Η διάρκεια της τουριστικής παραμονής.
- Ø Η μορφή της τουριστικής δραστηριότητας.
- Ø Τα επίπεδα της τουριστικής ικανοποίησης.

Οι παράγοντες που διαμορφώνουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά του σύγχρονου τουρίστα είναι (Τσάρτας, 1996(α):177-186):

- Ø Κοινωνικοψυχολογικοί παράγοντες.
- Ø Καταναλωτικά πρότυπα (π.χ. θρησκεία, πολιτισμός, τρόπος ζωής, τύπος προσωπικότητας, συμπεριφορές).
- Ø Δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, εκπαίδευση, τόπος κατοικίας).
- Ø Οικονομικοί παράγοντες (εισόδημα, επίπεδο ανάπτυξης, χώρα προέλευσης, επάγγελμα, κόστος ταξιδιών, τόπος κατοικίας).
- Ø Θεσμικοί – Οργανωτικοί παράγοντες (π.χ. θεσμικό πλαίσιο πληρωμένων διακοπών, χορήγηση συντάξεων, διεθνείς σχέσεις, βαθμός ανάπτυξης του τουριστικού τομέα).

1.3 Τουριστικό Προϊόν

Γενικά το τουριστικό προϊόν και η έννοιά του δεν μπορεί να οριστεί λόγω της σύνθεσής του και έχει πολλές προσεγγίσιμες διαστάσεις. Ειδικά, το τουριστικό προϊόν αποτελείται από (Λαγός, 2005):

- Υλικά αγαθά, τα οποία αφορούν οτιδήποτε φαγώσιμο και πόσιμο.
- Άυλες υπηρεσίες, οι οποίες αφορούν καταλύματα και την οποιαδήποτε μετακίνηση των τουριστών.
- Φυσικά στοιχεία, τα οποία είναι το κλίμα, ο ήλιος, η θάλασσα κλπ.

Γι' αυτό το λόγο το τουριστικό προϊόν θεωρείται σύνθετο προϊόν (Λαγός, 2005).

Αναλυτικότερα, η δομή του τουριστικού προϊόντος αποτελείται από τα παρακάτω στοιχεία (Λαγός, 2005):

1. Μη αναπαραγόμενοι πόροι. Πρόκειται για στοιχεία φυσικά ή τεχνητά, τα οποία δεν μπορούν να ανανεωθούν ή να αναπαραχθούν. Ειδικότεροι μη αναπαραγόμενοι πόροι είναι:

- Οι φυσικοί πόροι, όπως ακτές, βουνά, λίμνες, ποτάμια, δάση, σπήλαια, ιαματικά λουτρά, φυσικά πάρκα κλπ.

- Οι ιστορικοί πόροι, όπως πόλεις τέχνης, ιστορικά μνημεία, μουσεία κλπ.

2. Αναπαραγόμενοι πόροι. Πρόκειται για ανανεώσιμα στοιχεία ή δραστηριότητες δημιουργημένα από τον ανθρώπινο πολιτισμό. Ειδικότεροι αναπαραγόμενοι πόροι είναι:

- Πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις, όπως πολιτιστικές παραστάσεις, εκδηλώσεις, πολιτιστικές εκθέσεις κλπ.
- Δραστηριότητες απασχόλησης ελεύθερου χρόνου, όπως άθληση, περιγιήσεις, παιχνίδια υπαίθρου κλπ.
- Επιχειρηματικές και επαγγελματικές εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, ημερίδες, εμπορικές εκθέσεις, αγορές κλπ.

1. Συμπληρωματικές υπηρεσίες. Πρόκειται για συμπληρωματικές υπηρεσίες των μη αναπαραγόμενων πόρων και των αναπαραγόμενων. Ειδικότερες συμπληρωματικές υπηρεσίες είναι:

- Υπηρεσίες υποδοχής και Καταλύματα, όπως ξενοδοχεία, διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια, κατασκηνώσεις κλπ.
- Υπηρεσίες διατροφής, όπως εστιατόρια, ταβέρνες, ζαχαροπλαστεία, καφενεία κ.ά.
- Εμπορικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, όπως καταστήματα λιανικού εμπορίου, τράπεζες, ανταλλακτήρια συναλλάγματος, γραφεία ταξιδιών και τουρισμού.
- Υπηρεσίες υποδομής, όπως δρόμοι, σιδηρόδρομοι, λιμάνια, αεροδρόμια, τηλεπικοινωνίες.
- Υπηρεσίες μεταφορικών μέσων, όπως, αεροπορικές, οδικές, σιδηροδρομικές, ακτοπλοϊκές.

1. Μη υλικά συστατικά στοιχεία. Πρόκειται για:

- Αισθητικές Αξίες, όπως παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες από τους τόπους προορισμού.

- Πολιτιστικές Αξίες, όπως παραδόσεις, λαογραφία.
- Προσδοκίες και ικανοποίηση τουριστών.

Στον τουρισμό, το τουριστικό προϊόν μπορεί να παρουσιαστεί ως (Λαγός, 2005):

- Ένα συνολικό προϊόν, που περιλαμβάνει το συνδυασμό όλων των αγαθών και υπηρεσιών, αλλά και των στοιχείων εξυπηρέτησης τα οποία παρέχει ένας τόπος προορισμού, και ο τουρίστας χρησιμοποιεί ή καταναλώνει, από τη στιγμή που φεύγει από τον τόπο της μόνιμης διαμονής του ως τη στιγμή που επιστρέφει σε αυτόν. Στο μυαλό του καταναλωτή, αυτό το προϊόν είναι μια ιδέα, μια προσδοκία ή ένα πνευματικό δημιούργημα στο σημείο πώλησής του.
- Ένα σύνολο επιμέρους στοιχείων ή δραστηριοτήτων, που συγκροτούν το συνολικό τουριστικό προϊόν, όπως κατάλυμα, μεταφορά, θέλητρα και λοιπές διευκολύνσεις προς τους τουρίστες.

Τα βασικά χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος είναι (Λαγός, 2005):

- Η αδυναμία αποθήκευσης.
- Η αμεταθετότητα.
- Η διαφοροποίηση.
- Η φθαρτότητα.
- Το υψηλό σταθερό κόστος.
- Η αλληλεξάρτηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η ετερογένεια της παραγωγικής του δομής.
- Η ανελαστικότητα ως προς τις μεταβολές της τουριστικής ζήτησης.
- Η ταύτιση του τόπου παραγωγής με τον τόπο κατανάλωσης.
- Η αρχικά μεγάλη επενδυτική δαπάνη για τουριστική υποδομή και ανωδομή.
- Η ευαισθησία στις μεταβολές της οικονομικής δραστηριότητας (έντονη εποχικότητα).

- Η συμπληρωματικότητα και η υποκατάσταση.

Το τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται, σύμφωνα με τους Τσάρτα, Λαγό, Σταυρινούδη, Πρωΐου (2014), από (Εικόνα 1):

- ∅ Έντονη εποχικότητα και αδυναμία ακριβούς πρόβλεψης της ζήτησης
- ∅ Αδυναμία αποθήκευσης
- ∅ Ανάγκη φυσικής παρουσίας του τουρίστα στον τόπο παραγωγής
- ∅ Εξάρτηση από πολυεθνικές επιχειρήσεις (tour operator)
- ∅ Εποχική λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων
- ∅ Φθαρτότητα και μόδα

Το προϊόν που παράγουν και πωλούν οι τουριστικές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, και ιδιαίτερα στη χώρας μας, χαρακτηρίζεται από:



Εικόνα 1: Τουριστικό προϊόν

Τέλος, οι οικονομικοί κλάδοι που σχετίζονται με την τουριστική δραστηριότητα είναι οι εξής (Τσιώνης Α. & Τσιώνης Κ., 2013):

1. Καταλύματα για τους επισκέπτες
 - i. Ξενοδοχεία
 - ii. Ενοικιαζόμενα δωμάτια,
 - iii. Camping

- iv. Κατασκήνωση, εγκαταστάσεις οχημάτων αναψυχής, ρυμουλκούμενα οχήματα.
 - 1. Δραστηριότητες συναφείς με τις υπηρεσίες εστίασης
 - i. Δραστηριότητες εστιατορίων και κινητών μονάδων εστίασης
 - ii. Υπηρεσίες τροφοδοσίας εκδηλώσεων
 - iii. Δραστηριότητες παροχής τροφών
 - 1. Σιδηροδρομικές μεταφορές επιβατών
 - 2. Οδικές μεταφορές
 - 3. Πλωτές μεταφορές
 - 4. Αεροπορικές μεταφορές
 - 5. Ενοικίαση μεταφορικού εξοπλισμού
 - 6. Ταξιδιωτικά γραφεία και λοιπές δραστηριότητες κρατήσεων
 - 7. Πολιτιστικές δραστηριότητες
 - i. Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες
 - 1. Ψυχαγωγικές δραστηριότητες
 - ii. Αθλητικές δραστηριότητες
 - i. Δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας
 - 2. Λιανικό εμπόριο τουριστικά χαρακτηριστικών αγαθών της χώρας
 - 3. Διοργάνωση εμπορικών εκθέσεων-συνεδρίων.

1.4 Η τουριστική Ζήτηση

1.4.1 Η έννοια της Τουριστικής Ζήτησης

Η τουριστική ζήτηση έχει διάφορες προσεγγίσεις, όπως οικονομική, ψυχολογική, γεωγραφική, ανθρωπολογική, τεχνική και πειραματική. Ο νόμος της τουριστικής ζήτησης αποτυπώνεται ως εξής (Λαγός, 2005):

Η συνήθης σχέση μεταξύ τιμής και ζητούμενης προσφοράς ενός τουριστικού προϊόντος/πακέτου είναι αντίστροφη. Αυτό σημαίνει ότι όταν αυξάνεται η τιμή του τουριστικού προϊόντος/πακέτου, μειώνεται η ζητούμενη ποσότητά τους, καθώς και το αντίθετο.

1.4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση

Οι παράγοντες, που επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση, είναι (Γιωγγάρας, Θανατούλα, Παπαδημητρίου, 2013):

1) Οικονομικοί παράγοντες.

i. Εισόδημα: Το εισόδημα των νοικοκυριών έχει προσδιοριστεί, με βάση μια πληθώρα μελετών, ως ο σημαντικότερος παράγοντας της τουριστικής ζήτησης. Οι αλλαγές στο εισόδημα των καταναλωτών μπορεί να προκαλέσουν αλλαγές στη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος, καθώς αυξάνεται η αγοραστική τους δύναμη. Στο συμπέρασμα αυτό κατέληξε και η μελέτη των Nicolau and Mas (2008), στην έρευνα που πραγματοποίησαν στην Ισπανία και αφορά την απόφαση των τουριστών για την πραγματοποίηση διακοπών. Συγκεκριμένα η μελέτη καταλήγει πως τα υψηλότερα ατομικά μηνιαία εισοδήματα σχετίζονται θετικά με την απόφαση για διακοπές, ωστόσο δεν επιλέγουν πάντα τους ακριβότερους προορισμούς. Ακόμα, τα εύπορα νοικοκυριά των οποίων το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα υπερβαίνει τις 35.000 € ταξιδεύει συχνότερα σε σύγκριση με τα οικονομικά χαμηλότερα νοικοκυριά, καθώς ο τουρισμός συγκαταλέγεται στα αγαθά πολυτελείας. Επίσης παρατηρείται ότι τα πιο εύπορα νοικοκυριά επιλέγουν περισσότερες μέρες διακοπών, διαμένοντας σε πιο ακριβά ξενοδοχεία και ιδιόκτητα ή ενοικιαζόμενα δωμάτια, γεγονός που επηρεάζει θετικά τις δαπάνες τους για διακοπές.

ii. Ο ρόλος της τιμής:

Ο ρόλος της τιμής αποτελεί το δεύτερο κατά σειρά προσδιοριστικό παράγοντα της τουριστικής ζήτησης μετά το εισόδημα. Για ένα προϊόν όπως ο διεθνής τουρισμός, η μεταβλητή της τιμής είναι πολύπλοκη καθώς αποτελεί συνάρτηση πολλών άλλων αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται από τους τουρίστες. Το κόστος μεταφοράς από τη χώρα προέλευσης στη χώρα προορισμού, οι τιμές των υποκατάστατων και συμπληρωματικών προϊόντων (προορισμών) και οι αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο και βαρύτητα την απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει (Crouch,1992).

iii. Εγχώριες τιμές:

Στις εγχώριες τιμές συμπεριλαμβάνεται το κόστος των αγαθών και των υπηρεσιών στη χώρα προορισμού, το κόστος διαμονής, η σίτιση, η διασκέδαση, οι μεταφορές κ.α. Επομένως μια αύξηση στο επίπεδο τιμών, της χώρας προορισμού αποθαρρύνει τους τουρίστες να κινηθούν προς αυτήν την κατεύθυνση. Αν οι τιμές στον προορισμό αυξηθούν κατά μεγαλύτερο ποσοστό από τις αντίστοιχες στη χώρα προέλευσης και η αύξηση αυτή δεν αντισταθμίζεται από τις αλλαγές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες τότε το σχετικό κόστος του ταξιδιού έχει σαφώς αυξηθεί. Αν όμως οι δύο επιρροές αντισταθμίζουν ακριβώς η μία την άλλη, τότε οι σχετικές τιμές παραμένουν αμετάβλητες. Συμπερασματικά, θα λέγαμε πως οι τουρίστες είναι ευαίσθητοι και αντιδρούν στις αλλαγές των τιμών στη χώρα προορισμού, με μια πτώση στις τιμές να συνεπάγεται αύξηση της ζήτησης του τουρισμού για τη χώρα αυτή.

iv. Κόστος μεταφοράς:

Η απόσταση αποτελεί σημαντικό παράγοντα ο οποίος επιδρά θετικά στις δαπάνες των τουριστών καθώς οι καταναλωτές (τουρίστες) καλούνται να πληρώσουν το κόστος μεταφοράς προκειμένου να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι. Με μεγαλύτερες αποστάσεις συνεπάγονται μεγαλύτερες δαπάνες που προκύπτουν λόγω του υψηλού μεταφορικού κόστους, ιδιαίτερα όταν επιλέγουν ως μέσο μεταφοράς το αεροπλάνο. Επιπλέον, σημαντικό παράγοντα που επιδρά θετικά στα έξοδα των διακοπών αποτελεί και ο προορισμός του ταξιδιού (εσωτερικός ή εξωτερικός τουρισμός). Άτομα που πραγματοποιούν ταξίδια στο εξωτερικό τείνουν να δαπανούν πολύ περισσότερα χρήματα συγκριτικά με εκείνους που επιλέγουν προορισμούς του εσωτερικού.

2) Κοινωνικό-δημογραφικοί παράγοντες.

- Παράγοντες όπως η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το επάγγελμα, και το επίπεδο εκπαίδευσης προκαλούν σημαντικές μεταβολές στη διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, δημιουργώντας νέες τμηματοποιήσεις των τουριστικών αγορών. Συγκεκριμένα, η ηλικία φαίνεται να επιδρά σε διαφορετικό βαθμό στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει καθώς οι νέοι και τα άτομα τρίτης ηλικίας διαθέτουν περισσότερο χρόνο για ταξίδια. Σε ό,τι αφορά τις δαπάνες των διακοπών, πιο

αυξημένες παρουσιάζονται αυτές των ηλικιακών ομάδων 26-46 ετών, ενώ μετά την ηλικία των 46 παρατηρείται πτώση στις δαπάνες τουρισμού, ως τα 65 έτη, όπου και οι δαπάνες φτάνουν στο χαμηλότερό τους επίπεδο (Nicolau and Mas, 2005a).

- Επιπλέον, το μέγεθος του νοικοκυριού λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας στην απόφαση για διακοπές. Η ύπαρξη παιδιών μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά στην επιλογή κάποιων τύπων διακοπών όπως τα μακρινά και περιπετειώδη ταξίδια, καθώς αυξάνεται ο οικογενειακός προϋπολογισμός για τις τουριστικές τους δαπάνες. Στα ίδια συμπεράσματα κατέληξε και η έρευνα των Dolnicar et al, που πραγματοποιήθηκε στην Αυστραλία το 2008, σύμφωνα με την οποία οι ανύπαντροι άνδρες χωρίς τέκνα, δαπανούν λιγότερα στις διακοπές τους από τα ζευγάρια ή τους παντρεμένους με παιδιά.

- Σημαντικό επίσης κρίνεται και το επίπεδο μόρφωσης, καθώς τα μορφωμένα άτομα έχουν καλύτερη πληροφόρηση και διαφορετικά κίνητρα για να ταξιδέψουν. Τέλος, δεν θα μπορούσε να παραληφθεί και η επίδραση του επαγγέλματος σε ό,τι αφορά τις δαπάνες ενός ταξιδιού. Τα άτομα που κατέχουν διευθυντικές θέσεις δαπανούν περισσότερο από τους τεχνίτες, τους πωλητές και τα διοικητικά στελέχη, και 3 φορές περισσότερο από τα άτομα που ασκούν χειρωνακτικό επάγγελμα (Cai, 1999). Συμπεραίνουμε λοιπόν, πως άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου με εξέχουσα επαγγελματική σταδιοδρομία, δαπανούν αρκετά μεγάλο χρηματικό ποσό για τα ταξίδια τους.

1) Πολιτικοί - διεθνείς παράγοντες.

Διάφοροι διεθνείς και πολιτικοί παράγοντες επηρεάζουν το διεθνή τουρισμό ασκώντας άλλοτε θετικές και άλλοτε αρνητικές επιδράσεις. Τα τρομοκρατικά χτυπήματα, η πολιτική αστάθεια στο εσωτερικό μιας χώρας και οι δραστηριότητες βίας και πολέμου προκαλούν μείωση του τουρισμού σε έναν προορισμό, ή και ακόμη την εξαφάνισή του από τον τουριστικό χάρτη, στρέφοντας τους τουρίστες στην αναζήτηση ασφαλέστερων προορισμών. Επίσης οι πετρελαϊκές κρίσεις, επηρεάζουν τις τιμές του τουρισμού αυξάνοντας το κόστος ταξιδιού και αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα στην απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει. Από την άλλη πλευρά αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες, και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, αυξάνουν την αναγνωσιμότητα των περιοχών αυτών με φυσικό επακόλουθο το αυξημένο τουριστικό ρεύμα προς τις συγκεκριμένες χώρες.

2) Ψυχολογικοί παράγοντες.

Το ταξίδι αποτελεί μια διέξοδο από την ρουτίνα και φυγή προς την ξεκούραση, την ηρεμία και το διαφορετικό περιβάλλον. Οι τουρίστες ωθούνται σε αυτή την επιλογή από την ψυχολογική τους ανάγκη να ξεφύγουν από έναν τρόπο ζωής που χαρακτηρίζεται από ένταση στους ρυθμούς εργασίας. Η απόφαση του τουρίστα να ταξιδέψει, επηρεάζεται από τα ατομικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και της ψυχοσύνθεσής του, τις επιθυμίες του, τα ενδιαφέροντά του και το πολιτιστικό του υπόβαθρο. Οι πολιτική αστάθεια που προκάλεσε η παγκόσμια οικονομική κατάσταση έχει ψυχολογικό αντίκτυπο στους τουρίστες που συνεπάγεται την μείωση της διεθνούς ζήτησης για τουρισμό.

3) Φυσικοί – κλιματολογικοί παράγοντες.

Τα ιδιαίτερα κλιματολογικά και φυσικά στοιχεία της κάθε χώρας προορισμού, όπως η μορφολογία του εδάφους, η βλάστηση, η ηλιοφάνεια, η θερμοκρασία κ.α παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού (θαλάσσιος τουρισμός, τουρισμός χειμερινών σπορ κτλ) και ανταποκρίνεται σε διαφορετικό βαθμό στις ψυχολογικές ανάγκες του κάθε ατόμου.

4) Τεχνολογικοί παράγοντες.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει ενσωματωθεί στους περισσότερους τομείς μιας χώρας. Οι τεχνολογίες πληροφόρησης (information technology) υποστηρίζεται ότι έχουν προκαλέσει την δεύτερη βιομηχανική επανάσταση, λόγω των σημαντικών επιπτώσεων τους. Η Νέα Οικονομία (ψηφιακή) “Digital Economy” (Tapscott, 1996) είναι μια οικονομία που στηρίζεται στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και δίκτυα, όπου υπάρχει μετακίνηση οικονομικών σχέσεων, αναπτύσσονται νέες δυναμικές, νέοι κανόνες και νέοι οδηγοί προς την επιτυχία. Οι κυριότεροι τεχνολογικοί παράγοντες είναι (Λαγός, 2005):

- Οι νέες τεχνολογίες (πληροφορικής, τηλεπικοινωνιών και τηλεματικής), που μετασχηματίζουν σταδιακά τις σύγχρονες κοινωνίες σε κοινωνίες πληροφοριών.
- Η είσοδος χωρών, περιοχών και επιχειρήσεων στην πύλη των νέων ηλεκτρονικών/ψηφιακών αγορών στο διαδίκτυο και στις κυβερναγορές.

- Η ανάπτυξη ολοκληρωμένων υπηρεσιών, και ειδικότερα των υπηρεσιών πολυμέσων (συνδυασμός επικοινωνιών φωνής, δεδομένων και εικόνας) και οι συστηματικές διεργασίες για την εμφάνιση δικτύων πολυμέσων.

1.4.3 Χαρακτηριστικά της Τουριστικής Ζήτησης

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της τουριστικής ζήτησης είναι (Λαγός, 2005):

- ✓ Η ετερογένεια
- ✓ Η εποχικότητα
- ✓ Η ελαστικότητα
- ✓ Η ευαισθησία
- ✓ Η αυξητική τάση

1.5 Η Τουριστική Προσφορά

1.5.1 Η έννοια της Τουριστικής Προσφοράς

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 (Λαγός, 2005).

1.5.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά

Οι παράγοντες, που επηρεάζουν την τουριστική προσφορά, είναι (Λαγός, 2005):

1) Η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Η τιμή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος αποτελεί κίνητρο για αύξηση ή μείωση της τουριστικής παραγωγής. Η μεταβολή της τιμής του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος δημιουργεί, κατά περίπτωση, μικρότερα ή μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους στις τουριστικές επιχειρήσεις, με συνέπεια την αντίστοιχη μεταβολή της παραγωγής τους.

2) Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων.

Οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων ποικίλλουν και διαφέρουν κατά περίπτωση. Συνήθως, αναφέρονται στην αριστοποίηση του οικονομικού αποτελέσματος, στην κατάκτηση ενός μεγαλύτερου μέρους της τουριστικής αγοράς, στην αποφυγή ανάληψης υπερβολικών κινδύνων κ.λπ. Γενικά, οι τουριστικές επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για σταθερό ύψος κερδών και για μεγαλύτερη χρονική περίοδο λειτουργίας τους, παρά για την αποκόμιση μεγάλων κερδών στη βραχυχρόνια περίοδο.

3) Οι μεταβολές στην τεχνολογία.

Οι μεταβολές στην τεχνολογία σημαίνουν μεταβολές στην συνάρτηση παραγωγής ενός τουριστικού προϊόντος, δηλαδή μετατοπίσεις στις καμπύλες προσφοράς των τουριστικών προϊόντων. Ας υποθέσουμε ότι η τεχνολογία, που χρησιμοποιείται για την παραγωγή ενός τουριστικού προϊόντος βελτιώνεται, γεγονός που σημαίνει ότι με τις ίδιες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών έχουμε αύξηση του τουριστικού προϊόντος, που παράγεται και προσφέρεται στην τουριστική αγορά.

4) Οι μεταβολές στις τιμές των συντελεστών τουριστικής παραγωγής.

Οι μεταβολές των τιμών των συντελεστών τουριστικής παραγωγής προκαλούν σοβαρή μεταβολή στο κόστος παραγωγής των τουριστικών προϊόντων. Έτσι, όταν αυξάνονται, αυξάνεται αυτόματα και το κόστος παραγωγής του τουριστικού προϊόντος, αφού για κάθε επίπεδο παραγωγής του, το σχετικό κόστος είναι υψηλότερο.

5) Οι τιμές των άλλων τουριστικών προϊόντων.

Η προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος μπορεί να επηρεαστεί από τις τιμές ενός άλλου τουριστικού προϊόντος της ίδιας τουριστικής περιοχής, ή ενός άλλου παρεμφερούς τουριστικού προορισμού. Όσο περισσότερο ανταγωνιστικά είναι

μεταξύ τους δύο ή περισσότερα τουριστικά προϊόντα τόσο εντονότερη είναι η μετατόπιση της καμπύλης τουριστικής προσφοράς του καθενός τουριστικού προϊόντος, λόγω της μεταβολής της τιμής του άλλου τουριστικού προϊόντος.

6) Οι προσδοκίες ή προβλέψεις των παραγωγών σχετικά με τις μελλοντικές τιμές των τουριστικών προϊόντων.

Οι προσδοκίες ή προβλέψεις των παραγωγών είναι ουσιαστικός παράγοντας στον τουρισμό, γιατί δίνει τη δυνατότητα στις τουριστικές επιχειρήσεις να αυξήσουν το ρυθμό παραγωγής και, κατά συνέπεια, την προσφορά των τουριστικών προϊόντων. Σημειώνεται ότι, στην τουριστική βιομηχανία, αποθεματοποίηση των τουριστικών προϊόντων δεν είναι εφικτή, οπότε το πρόβλημα της μεταβολής της τουριστικής προσφοράς αφορά μόνο τις μεταβολές των τιμών των ήδη υπαρχόντων τουριστικών προϊόντων.

7) Ο αριθμός των παραγωγικών τουριστικών μονάδων.

Είναι ευνόητο ότι το πλήθος των παραγωγικών μονάδων (τουριστικών επιχειρήσεων), που παράγουν ένα τουριστικό προϊόν, επηρεάζει θετικά ή αρνητικά την προσφορά του. Έτσι, αν μεταβληθεί ο αριθμός των μονάδων τουριστικής παραγωγής, θα μεταβληθεί και η προσφορά του τουριστικού προϊόντος.

1.6 Φορείς και Πολιτικές Τουρισμού

1.6.1 Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO)

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού καθώς και φορείς που εκπροσωπούν κλαδικά συμφέροντα στον τουριστικό τομέα (πράκτορες, ξενοδόχοι, εργαζόμενοι). Επιπλέον, περιλαμβάνονται οι επιστημονικοί σύλλογοι και τα σωματεία που έχουν διεθνή εμβέλεια και εκπροσωπούν διαφορετικούς κλάδους και μελετούν τον τουρισμό. Ο ρόλος του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού είναι εξαιρετικά σημαντικός σε ζητήματα όπως (Κρητικός, 2012):

1. καταγραφή και στατιστική ανάλυση δεικτών τουριστικής ανάπτυξης,
2. έκδοση ειδικών δημοσιευμάτων που καταγράφουν τις τάσεις της τουριστικής ζήτησης διεθνώς και σε συγκεκριμένες γεωγραφικές ζώνες,

3. συμμετοχή στη σχεδίαση και τον προγραμματισμό της πολιτικής και της ανάπτυξης του τουρισμού παγκοσμίως.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) είναι ο οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών υπεύθυνος για την προώθηση υπεύθυνου, βιώσιμου και παγκοσμίως προσβάσιμου τουρισμού. Είναι ο κορυφαίος διεθνής οργανισμός στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος προωθεί τον τουρισμό ως κινητήριο μοχλό οικονομικής ανάπτυξης, χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξης και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και προσφέρει ηγετική θέση και στήριξη στον τομέα της προώθησης των πολιτικών στον τομέα της γνώσης και του τουρισμού παγκοσμίως. Χρησιμεύει ως παγκόσμιο φόρουμ για θέματα πολιτικής τουρισμού και πρακτική πηγή γνώσης του τουρισμού. Ενθαρρύνει την εφαρμογή του Παγκόσμιου Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό¹ για τη μεγιστοποίηση της συμβολής του τουρισμού στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις του και δεσμεύεται να προωθήσει τον τουρισμό ως μέσο για την επίτευξη της βιώσιμης ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών Στόχοι (SDG), με στόχο την εξάλειψη της φτώχειας και την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης και της ειρήνης παγκοσμίως. Δημιουργεί γνώσεις αγοράς, προωθεί ανταγωνιστικές και βιώσιμες τουριστικές πολιτικές και μέσα, προωθεί την εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού και εργάζεται για να καταστήσει τον τουρισμό ένα αποτελεσματικό εργαλείο ανάπτυξης μέσω σχεδίων τεχνικής βοήθειας σε περισσότερες από 100 χώρες σε όλο τον κόσμο. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού περιλαμβάνει 156 χώρες, 6 εδάφη και πάνω από 500 μέλη θυγατρικών που εκπροσωπούν τον ιδιωτικό τομέα, εκπαιδευτικά ιδρύματα, τουριστικούς συλλόγους και τοπικές τουριστικές αρχές. Η έδρα του βρίσκεται στη Μαδρίτη² (Βικιπαίδεια, 2017).

1.6.2 Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού για πρώτη φορά ιδρύεται το 1929 (Βαρβαρέσσος, 2000). Όμως σημαντικό έργο πριν απ' αυτόν έχει να επιδείξει η

¹ "Global Code of Ethics for Tourism" «Παγκόσμιος κώδικας δεοντολογίας για τον τουρισμό», unwto.org, World Tourism Organization, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (2014)

² «Where we are», 2016

Υπηρεσία Ξένων και Εκθέσεων, η οποία δημιουργήθηκε το 1922. Η σύστασή της σήμαινε τη ρυθμιστική παρέμβαση του κράτους σχετικά με τον τουρισμό. Το 1936 ο Ε.Ο.Τ. αντικαταστάθηκε από του Υφυπουργείο Τύπου και Τουρισμού, το 1941 από το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και το 1945 από τη Γενική Γραμματεία Τουρισμού. Στις συνθήκες της δεκαετίας του 1950, οι ανάγκες ισόρροπης ανάπτυξης του τουρισμού οδήγησαν στην επανιδρύση του Ε.Ο.Τ. το 1951 με βάση το Ν. 1624/1951, ο οποίος επικυρώνει, τροποποιεί και συμπληρώνει το Ν. 1565/1950, δίνοντας ταυτόχρονα στον Ε.Ο.Τ. την υπόσταση του νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου. Ο Ε.Ο.Τ. είχε ρυθμιστικό χαρακτήρα και παράλληλα έπρεπε να λειτουργήσει και ως επιχειρηματίας επειδή η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν μπορούσε να αναπτύξει σημαντική δραστηριότητα. Οι σκοποί, οι αρμοδιότητες και η δομή του Ε.Ο.Τ. παρέχονται από τους Νόμους 2160/93 και 2636/98. Κύριος σκοπός του Ε.Ο.Τ. είναι η οργάνωση, η ανάπτυξη και η προώθηση του ελληνικού τουρισμού (Τσιώνης Α., Τσιώνης Κ., 2013).

Όσο αναφορά τις αρμοδιότητες του Ε.Ο.Τ., αυτές αφορούν κυρίως τους παρακάτω τομείς (Τσιώνης Α., Τσιώνης Κ., 2013):

- 1) Κανονιστικές / Νομοθετικές:
 - Ø Επενδύσεις (κίνητρα για την τουριστική ανωδομή καθώς και την ειδική τουριστική υποδομή).
 - Ø Καταλύματα (τεχνικές προδιαγραφές, κατάταξη, άδειες προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
 - Ø Τουριστικά και ναυλομεσιτικά γραφεία (προδιαγραφές, κατάταξη, άδειες, προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
 - Ø Ειδική τουριστική υποδομή (προδιαγραφές για συνεδριακά κέντρα, χιονοδρομικά κέντρα, ιαματικές πηγές, γήπεδα γκολφ, μαρίνες κ.λπ., προϋποθέσεις λειτουργίας, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
 - Ø Λοιπά τουριστικά επαγγέλματα (κατάταξη, άδειες, προϋποθέσεις, υποχρεώσεις και δικαιώματα, έλεγχος, κυρώσεις).
 - Ø Εναρμόνιση με νομοθεσία της ΕΕ (οδηγίες, αποφάσεις του δικαστηρίου) που αφορά τον τουρισμό.

- Ø Συναρμοδιότητα με άλλα υπουργεία σε θέματα που έμμεσα αφορούν τον τουρισμό (π.χ. χωροταξία, μεταφορές κ.λπ.).
- 1) Τουριστικός σχεδιασμός
 - Ø Χάραξη και εφαρμογή της τουριστικής πολιτικής.
 - Ø Διαχείριση των πόρων της ΕΕ.
- 1) Ανάπτυξη της τουριστικής ανωδομής και υποδομής: αφορά κυρίως χιονοδρομικά κέντρα, μαρίνες, παραδοσιακούς οικισμούς, ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ακτές κ.λπ.
- 2) Διαχείριση τουριστικών εγκαταστάσεων: περιλαμβάνει τη διαχείριση ξενοδοχείων (ΞΕΝΙΑ), μαρίνων, οργανωμένων ακτών, κάμπινγκ, ιαματικών πηγών, καζίνο, παραδοσιακών οικισμών, σπηλαίων, χιονοδρομικών κέντρων και τελεφερίκ.
- 3) Επιχορηγήσεις
- 4) Προβολή που περιλαμβάνει: εκδόσεις, διαφήμιση σε Ελλάδα και εξωτερικό, διαφήμιση σε συνεργασία με τους τουριστικούς πράκτορες, συνεργασία με τον τύπο και τα Μ.Μ.Ε., συνεργασία με τους τουριστικούς πράκτορες και τα τουριστικά γραφεία, συμμετοχή σε μεγάλες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, 27 διευθύνσεις Ε.Ο.Τ. εξωτερικού σε 19 κράτη, 10 περιφερειακές διευθύνσεις στην Ελλάδα, 11 γραφεία τουριστικών πληροφοριών, 8 γραφεία πληροφοριών στα σύνορα.
- 5) Έρευνα και εκπόνηση μελετών.
- 6) Συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους επαγγελματίες του τουριστικού τομέα και συντονισμός της δράσης τους.
- 7) Κοινωνικός τουρισμός
- 8) Διεθνείς σχέσεις
- 9) Διοργάνωση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων.

Ο Ε.Ο.Τ. αποτελείται από τρεις κύριες υπηρεσίες (Τσιώνης Α., Τσιώνης Κ., 2013):

- i. την κεντρική υπηρεσία
- ii. τις περιφερειακές υπηρεσίες εσωτερικού και
- iii. τις υπηρεσίες εξωτερικού

Θα πρέπει, όμως, εδώ να τονιστεί ότι οι λειτουργίες και οι δομές οργάνωσης του Ε.Ο.Τ. ανταποκρίνονται σε πολύ μικρό βαθμό στις νέες μεταβλητές που διαμορφώνει

η τουριστική βιομηχανία στα πλαίσια του νέου παγκόσμιου καταμερισμού εργασίας. Καθοριστικοί παράγοντες, όπως η τουριστική αξιοποίηση αναξιοποίητων μέχρι σήμερα φυσικών και πολιτιστικών πόρων στα νέα τουριστικά κράτη, οι επαναδιαμορφούμενες σχέσεις μεταξύ κρατών του Βορρά και του Νότου και ο επαναπροσδιορισμός της στρατηγικής θέσης των κλασικών χωρών υποδοχής του μαζικού οργανωμένου παραθεριστικού τουρισμού, όπως η Ελλάδα, θα μπορούσαν να συγκεκριμενοποιήσουν οποιαδήποτε έννοια ή θεώρηση τουριστικής ανάπτυξης και πολιτικής στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων και των λειτουργιών του Ε.Ο.Τ. και να συμβάλλουν στον επαναπροσδιορισμό των λειτουργικών του δομών και στρατηγικών, ώστε οι ενέργειές του στην συνέχεια να είναι σε θέση να παρακολουθούν και να προσαρμόζονται στις πρακτικές των ευμετάβλητων τουριστικών αγορών και δεδομένων. Μέχρι πρόσφατα ο Ε.Ο.Τ. κατέβαλε προσπάθεια να ανταποκριθεί στο ρόλο του ρυθμιστή, του σχεδιαστή και του επιχειρηματία έχοντας την διοίκηση, την διαχείριση και την εκμετάλλευση των επιχειρηματικών μονάδων και πλήθους τουριστικών περιουσιακών στοιχείων. Παράλληλα είχε αναλάβει την τουριστική προβολή της χώρας στο εσωτερικό και εξωτερικό, ελάμβανε μέτρα και ρυθμίσεις για την ομαλή λειτουργία της τουριστικής αγοράς, και ήλεγχε τουριστικές επιχειρήσεις και την τουριστική πολιτική της χώρας. Το εύρος αυτών των δραστηριοτήτων, γνώσεων και μεθόδων υλοποίησης ήταν τόσο μεγάλο που δεν είναι δυνατόν να ασκείται αποτελεσματικά από έναν μόνο οργανισμό, αφού κάθε μια από αυτές τις δραστηριότητες απαιτούσε ειδική στρατηγική. Με την ίδρυση του Υπουργείου Τουρισμού, έγιναν προσπάθειες να αποδεσμευτεί ο Ε.Ο.Τ. από μέρος των δραστηριοτήτων του ώστε να ασκήσει ικανοποιητικά τις υπόλοιπες. Όμως κάτι τέτοιο στην πράξη δεν ολοκληρώθηκε αφού δεν υπήρξε η κατάλληλη οργάνωση και στελέχωση των υπηρεσιών σε επίπεδο Υπουργείου. Το 1998 με την ψήφιση του Ν. 2636/98 δημιουργήθηκαν δύο ανώνυμες εταιρείες για να αναλάβουν μέρος των δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. που δεν ήταν δυνατόν να ασκούνται πλέον από φορέα με την μορφή Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου. Οι εταιρείες αυτές ήταν το «Ελληνικό Φεστιβάλ Α.Ε.», το οποίο ανέλαβε αμέσως το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ε.Ο.Τ. στον τομέα των καλλιτεχνικών εκδηλώσεων και η «Εταιρεία Αξιοποίησης Περιουσίας Ε.Ο.Τ.», η οποία άρχισε να παραλαμβάνει τις επιχειρηματικές μονάδες και τα περιουσιακά στοιχεία του Ε.Ο.Τ.. Η εταιρεία αυτή μετονομάστηκε σε «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα Α.Ε.» και οι μετοχές της περιήλθαν στο δημόσιο. Το 2001 δημιουργήθηκε η Γενική Γραμματεία Τουρισμού

στο Υπουργείο Ανάπτυξης, στην οποία περιήλθε το μεγαλύτερο τμήμα των αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ., ενώ την ίδια στιγμή το μεγαλύτερο τμήμα των ελεγκτικών αρμοδιοτήτων του Ε.Ο.Τ. αποκεντρώθηκε στις νεοσύστατες Διευθύνσεις Τουρισμού των 13 Περιφερειών (Τσιώνης Α., Τσιώνης Κ., 2013).

1.6.3 Tour-operator

Οι tour operator αποτελούν το δυναμικότερο κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τουρισμό, καθώς παράγουν, προωθούν και πωλούν το μεγαλύτερο μέρος του παγκόσμιου οργανωμένου τουρισμού. Η δραστηριότητα αυτή προέκυψε αρχικά από τη σταδιακή συγχώνευση πολλών τουριστικών πρακτορείων. Αυτή η σύνδεση είχε ως στόχους την ευκολότερη πρόσβαση στις χώρες υποδοχής τουριστών και την παροχή μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές. Οι στόχοι αυτοί επιτεύχθηκαν μέσα από τη συνεχή μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών, τα οποία έγιναν, ένα προϊόν ευρείας κατανάλωσης για τις αναπτυγμένες χώρες. Αυτή η μαζικοποίηση έγινε δυνατή λόγω της παραγωγής από τους τουρ οπερέιτορ των διαφορετικών τύπων οργανωμένων ταξιδιών σε διαφορετικές τιμές. Τα ταξίδια αυτά, εκτός από την ασφάλεια και την χαμηλή τιμή που προσέφεραν στους πελάτες, χαρακτηρίζονται από την τυποποίηση των υπηρεσιών και δραστηριοτήτων τους άσχετα με την χώρα ή την εποχή που πραγματοποιείται το ταξίδι. Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουρ οπερέιτορ συγκεντρώνεται στην Ευρώπη και κυρίως στη Γερμανία, στη Μ. Βρετανία, στη Γαλλία και στις σκανδιναβικές χώρες, όπου και ο οργανωμένος τουρισμός έχει μεγάλη παράδοση. Το γεγονός που επέτρεψε στους τουρ οπερέιτορ να αποτελούν έναν παράγοντα κλειδί στην ανάπτυξη του σύγχρονου τουρισμού είναι η στροφή τους, μέσω επενδύσεων, εξαγορών, σε όλους τους κλάδους του τουρισμού. Το μέγεθος τους συνδέεται με την ισχυροποίηση της θέσης τους στην ευρύτερη παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, όπου η παραγωγή και η πώληση οργανωμένων ταξιδιών είναι καθοριστικό στοιχείο της συνολικότερης λειτουργίας της τουριστικής αγοράς. Η οικονομική πολιτική τους επηρεάζει άμεσα τους άλλους δυο σημαντικούς κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας, όσο και την ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών. Αυτό εξηγεί και τη διαρκή επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε άλλους κλάδους και υπηρεσίες της τουριστικής βιομηχανίας. Το χαρακτηριστικό αυτό εξηγεί και τη δυσανάλογη σε σχέση με το μέγεθος τους θέση που κατέχουν στην αγορά των περισσότερων τουριστικών κρατών. Ιδιαίτερης σημασίας αποδεικνύεται αυτό το

γεγονός για την τουριστική ανάπτυξη περιοχών που αποτελούν νέους προορισμούς και τείνουν να εξαρτηθούν από τους τουρ οπερέιτορ, επειδή αυτοί μπορούν να προβάλουν και να προωθήσουν τη ζήτηση σε έναν συγκεκριμένο προορισμό. Τα τελευταία χρόνια, η πολλές φορές μονοπωλιακή θέση τους σε πολλές τουριστικές αγορές οδήγησε στη θέσπιση μέτρων και όρων λειτουργίας των εταιριών αυτών. Αυτό όμως δεν εμπόδισε την επέκταση του κύκλου εργασιών αυτών των εταιριών σε άλλους κλάδους του τουρισμού, ενώ παράλληλα υπάρχει και τάση ίδρυσης εταιριών τουρ οπερέιτορ από εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς κλάδους του τουρισμού (διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων, αεροπορικές εταιρίες). Έτσι διαμορφώνεται μια αμφίδρομη δυναμική σχέση στη διαδικασία ανάπτυξης και επέκτασης των σύγχρονων τουρ οπερέιτορ (Κρητικός, 2012).

1.6.4 Πολιτικές που αφορούν τον τουρισμό

Οι κυριότερες πολιτικές αφορούν στα εξής ζητήματα (Κρητικός, 2012):

1) Πολιτική περιφερειακής ανάπτυξης

Η πολιτική αυτή εφαρμόζεται συστηματικά με στόχο την ενίσχυση της παραγωγικής δομής της υπαίθρου και τη μείωση της μετανάστευσης προς τα αστικά κέντρα. Ειδικότερα σε μειονεκτικές περιοχές, (από πλευράς διάρθρωσης της απασχόλησης, γεωγραφικής θέσης), ο τουρισμός θεωρήθηκε δραστηριότητα ικανή να βελτιώσει τους όρους απασχόλησης και να εκσυγχρονίσει την παραγωγική δομή. Πολλές φορές τα αποτελέσματα αυτών των πολιτικών δεν ήταν πετυχημένα λόγω έλλειψης σωστού σχεδιασμού, οργάνωσης και τεχνογνωσίας, αλλά το σημαντικό ήταν ότι ενισχύθηκε η άποψη ότι στα θέματα που έχουν σχέση με την τουριστική ανάπτυξη απαιτείται η συμμετοχή των φορέων και όσων κατοικούν και δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

2) Πολιτική ενίσχυσης του αγροτικού τομέα

Υπήρξε από τις πιο σημαντικές πολιτικές των αναπτυγμένων χωρών, ιδιαίτερα της Ευρώπης, με στόχο την ενίσχυση του εισοδήματος των αγροτών μέσω της προώθησης νέων και δυναμικών παραγωγικών δραστηριοτήτων. Μεγάλη έμφαση δόθηκε στα πλαίσια αυτής της πολιτικής στην κατάρτιση νέων αγροτών σε σύγχρονες επαγγελματικές δραστηριότητες, ώστε να παραμένουν στις περιοχές όπου κατοικούν ή έχουν την αγροτική τους εκμετάλλευση. Ο τουρισμός και σ' αυτή την περίπτωση

προωθήθηκε ως επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία μπορούσε να ενισχύει το αγροτικό εισόδημα. Ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός στο ύπαιθρο, τα καταλύματα σε παραδοσιακούς οικισμούς και άλλες μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας στον αγροτικό χώρο ενισχύθηκαν άμεσα από αυτή την πολιτική και συνέβαλαν στη διαμόρφωση προτύπων ήπιας τουριστικής ανάπτυξης στην ύπαιθρο.

3) Πολιτική προστασίας και διαχείρισης του περιβάλλοντος

Η πολιτική αυτή έχει ως στόχο την προστασία του περιβάλλοντος σε περιοχές με πλούσιους φυσικούς πόρους ή με παραδοσιακά δομημένο περιβάλλον. Η προώθηση αυτής της πολιτικής είχε τα εξής αποτελέσματα για την τουριστική ανάπτυξη (Κρητικός, 2012):

- ✓ Πρόβαλε το πρότυπο μιας τουριστικής ανάπτυξης ήπιας και ενταγμένης στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον της περιοχής.
- ✓ Επισήμανε την ανάγκη ελέγχου και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης, ιδιαίτερα σε περιοχές με πλούσιους περιβαλλοντικούς ή πολιτιστικούς πόρους.
- ✓ Συνέβαλε στην προώθηση του προτύπου ορισμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως οικοτουρισμός, πολιτιστικός, αστικός τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου.
- ✓ Οδήγησε στην διαμόρφωση ειδικών πολιτικών για τη διαχείριση και τον έλεγχο της τουριστικής ανάπτυξης.

4) Πολιτικές τουρισμού

Σε αρκετές περιπτώσεις υπήρξαν και συγκροτημένες πολιτικές σχετικές με την ανάπτυξη του τουρισμού γενικά ή τμημάτων του. Κάποια από τα ζητήματα που απασχόλησαν αυτές τις πολιτικές είναι:

- ✓ Ο σχεδιασμός και προγραμματισμός στην ανάπτυξη, ώστε να αποφεύγονται δυσμενείς επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και το περιβάλλον, ειδικά σε αναπτυσσόμενες περιοχές.
- ✓ Η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού ως προτύπων τουρισμού που ενισχύουν μια τουριστική ανάπτυξη ήπια, ισόρροπη και αειφόρα σε τοπικό επίπεδο.
- ✓ Η προώθηση μιας πολιτικής που θα προστατεύει τα δικαιώματα των τουριστών – καταναλωτών.

✓ Η βελτίωση των δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης στον τουριστικό τομέα, με στόχο την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

✓ Η σύνδεση του τουρισμού με τον πολιτισμό ως τομέων άμεσα συνδεδεμένων στα πλαίσια μιας σύγχρονης αντίληψης για την τουριστική ανάπτυξη που στέκεται κριτικά απέναντι στο κυρίαρχο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού διακοπών.

Συγκεκριμένα η Ελλάδα έχει υιοθετήσει ένα μοντέλο, όπου συνδυάζεται η κεντρική διοίκηση του τουρισμού (Υπουργείο Ανάπτυξης, Ε.Ο.Τ.) και η αποκέντρωση αρμοδιοτήτων (νομαρχίες). Το μοντέλο αυτό επιδιώκει να συγκεράσει τον κεντρικό ρόλο του κράτους (με κύρια αρμοδιότητα τον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό της τουριστικής πολιτικής) και τον ρόλο των ΟΤΑ (με αρμοδιότητες σχετικές με την οργάνωση, την διαχείριση, την προβολή, αλλά και τον σχεδιασμό της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης του τουρισμού) (Κρητικός, 2012).

1.7 Οφέλη και επιπτώσεις τουριστικής ανάπτυξης

Η τουριστική ανάπτυξη έχει προκαλέσει αρκετές θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, κοινωνία, πολιτισμό και το περιβάλλον οι οποίες αναλύονται παρακάτω.

1.7.1 Επιπτώσεις στην οικονομία

Οι επιπτώσεις στην οικονομία αφορούν τα εξής ζητήματα (Κοντίτση, 2010):

^a Απασχόληση

Ο τουρισμός είναι τομέας έντασης εργασίας και δημιουργεί συχνά πολλές θέσεις εργασίας. Βεβαία λόγω του εποχικού χαρακτήρα της λειτουργίας του συνήθως επηρεάζει και τα χαρακτηριστικά αυτής της απασχόλησης, η οποία είναι σε μεγάλο ποσοστό εποχική, ανειδίκευτη και περιστασιακή. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του στην ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης (τουριστικές επιχειρήσεις, εμπορικά καταστήματα κλπ). Τις περισσότερες φορές η απασχόληση στον τουρισμό συνδυάζεται και με παράλληλη απασχόληση σε κάποιο άλλο κλάδο της οικονομίας

(π.χ. γεωργία, βιομηχανία), με αποτέλεσμα τη γενικότερη αύξηση των οικογενειακών εισοδημάτων. Στις τουριστικές περιοχές που λειτουργούν εποχικά, η πολλαπλή απασχόληση με επίκεντρο τον τουρισμό αποτελεί τον κανόνα για υψηλό ποσοστό του πληθυσμού (Ανδριώτης, 2003).

a Περιφερειακή ανάπτυξη

Σε πολλές περιπτώσεις ο τουρισμός έχει συμβάλει στη ενίσχυση της ανάπτυξης περιφερειών αποβιομηχανοποιημένων, γεωγραφικά απομονωμένων, ορεινών και μειονεκτικών ή με υποβαθμισμένο αγροτικό τομέα. Η ανάπτυξη του τουρισμού αύξησε τα εισοδήματα, την απασχόληση, τις επενδύσεις και διέυρνε την παραγωγική βάση της τοπικής οικονομίας, με αποτέλεσμα να σταματήσει η μετανάστευση και να βελτιωθεί το επίπεδο και η ποιότητα ζωής. Ειδικά στις περιοχές που διαθέτουν πλούσιους τουριστικούς πόρους, η ανάπτυξη είναι εξαιρετικά δυναμική σε ετησίους ρυθμούς (Ανδριώτης, 2003).

a Πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην τοπική οικονομία

Με τον τουρισμό υπάρχουν και θετικές επιδράσεις σε πολλούς κλάδους όπως βιομηχανία, βιοτεχνία, κατασκευές, υπηρεσίες, μεταφορές, εμπόριο, κατασκευές (Ανδριώτης, 2003).

a Φορολογικά έσοδα για το κράτος

Οι επενδύσεις στον τουριστικό τομέα δημιουργεί νέες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα του κράτους. Ένας άλλος παράγοντας είναι ο μεγάλος αριθμός των απασχολούμενων στον τομέα, η πλειοψηφία των οποίων έχει υψηλά εισοδήματα και αντίστοιχη καταναλωτική δαπάνη (Ανδριώτης, 2003).

a Πληθωρισμός και αύξηση των τιμών της γης

Παρατηρείται συχνά ότι ο τουρισμός δημιουργεί πληθωριστικές πιέσεις, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κόστος ζωής, ιδιαίτερα σε περιοχές όπου η ανάπτυξη του είναι μαζική και οργανωμένη. Συχνά επίσης, εξαιτίας και της ταχύτατης οικοπεδοποίησης, υπάρχει υπερβολική αύξηση στις τιμές της γης, γεγονός που

σχετίζεται και με τη γενικότερη τάση για χωρική επέκταση των δραστηριοτήτων του, ιδιαίτερα στις περιοχές με μαζικό οργανωμένο τουρισμό, όπου υπάρχει και η μεγαλύτερη ζήτηση (Ανδριώτης, 2003).

1.7.2 Επιπτώσεις στην κοινωνία και τον πολιτισμό

a Κοινωνική δομή

Αλλάζουν τόσο τα χαρακτηριστικά όσο και οι λειτουργίες της τοπικής κοινωνίας. Οι αλλαγές είναι περισσότερο εμφανείς σε περιοχές της υπαίθρου, σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές (π.χ. ορεινές κοινότητες ή νησιά), σε περιοχές αγροτικές. Οι περισσότερες αλλαγές σε αυτές τις περιπτώσεις σχετίζονται με την επικράτηση παραγωγικών δομών που συνδέονται με τον τουρισμό και άμεσα η έμμεσα οδηγούν στη διαμόρφωση μιας νέου τύπου «αστικοποιημένης» κοινωνικής δομής, όπου ο τουρισμός κυριαρχεί σε όλα τα επίπεδα (δραστηριότητες, παραγωγική δομή, απασχόληση, λειτουργίες κλπ) (Ανδριώτης, 2003).

a Επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα

Τα υψηλά εισοδήματα και η μεγαλύτερη κοινωνική αποδοχή των τουριστικών επαγγελματιών οδηγεί σε έντονη επαγγελματική και κοινωνική κινητικότητα με τελικό στόχο την απασχόληση στον τουρισμό ή σε επαγγέλματα σχετιζόμενα με αυτόν (εμπόριο, κατασκευές). Η κινητικότητα αυτή είναι εμφανής κυρίως από νέους και τις γυναίκες, αλλά σταδιακά τείνει να αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της κοινωνικής δομής των τουριστικών περιοχών, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης τους (Ανδριώτης, 2003).

a Το πλαίσιο και τα αποτελέσματα της επικοινωνίας των ντόπιων με τους τουρίστες

Η επικοινωνία των ντόπιων με τους τουρίστες συγκέντρωσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών του τουριστικού φαινομένου ως ένα σημαντικό παράδειγμα των επιπτώσεων του τουρισμού στην κοινωνική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις και αξίες των ντόπιων. Στο πλαίσιο στο οποίο πραγματοποιείται η επικοινωνία επηρεάζεται από τον τύπο ανάπτυξης του τουρισμού, τις εμπορικές διαστάσεις αυτής της συνάντησης, τις διαφορές των πολιτισμικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών

τουριστών και ντόπιων. Σε ότι αφορά στα αποτελέσματα, αυτά συνδέονται άμεσα με το στάδιο της ανάπτυξης του τουρισμού π.χ. όπου ο τουρισμός είναι οργανωμένος και μαζικός η επικοινωνία «εμπορευματοποιείται» με αποτέλεσμα τόσο οι ντόπιοι όσο και οι τουρίστες να καταλήγουν σε μια σχέση εμπορικής συναλλαγής όπου ένας πουλάει και ο άλλος αγοράζει (Ανδριώτης, 2003).

a Αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη και τα έθιμα.

Η συνολικότερη στροφή των κοινωνιών όπου αναπτύσσεται ο τουρισμός σε παραγωγικές δομές και τρόπο ζωής με χαρακτηριστικά αστικοποίησης και εκσυγχρονισμού, επιφέρει σημαντικές αλλαγές στις κοινωνικές σχέσεις, τα ήθη, και τα έθιμα. Τέτοιες αλλαγές έχουν παρατηρηθεί στις σχέσεις των δυο φύλων, στον τρόπο ζωής και συμπεριφοράς, στην εκτίμηση της τοπικής παράδοσης, στα έθιμα, στις σχέσεις ανάμεσα σε άτομα της ίδιας κοινότητας, κ.λπ. Οι αλλαγές αυτές προκαλούνται άμεσα ή έμμεσα από τις νέες παραγωγικές και κοινωνικές δομές οι οποίες εγκαθιδρύονται στις τουριστικές περιοχές της υπαίθρου και έχουν αστικά χαρακτηριστικά (Ανδριώτης, 2003).

a Εμπορευματοποίηση δραστηριοτήτων και προϊόντων του τοπικού πολιτισμού και της παράδοσης.

Μορφές τοπικού πολιτισμού όπως π.χ. πολιτιστικές εκδηλώσεις, βιοτεχνικά προϊόντα χειροτεχνήματα κ.λπ. μετατρέπονται σε τουριστικά προϊόντα και πωλούνται στους τουρίστες ως δείγμα της τοπικής πολιτιστικής παράδοσης ή ως αναμνηστικό ταξιδιού. Συχνά τα προϊόντα αυτά είναι πολύ χαμηλής ποιότητας και δεν αποδίδουν πιστά τα πραγματικά χαρακτηριστικά της τοπικής παράδοσης ή του πολιτισμού (Ανδριώτης, 2003).

1.7.3 Επιπτώσεις στο περιβάλλον

a Συγκρούσεις γης

Ο τουρισμός επεκτείνεται όλο και περισσότερο στο χώρο, με αποτέλεσμα να προκαλεί συχνά συγκρούσεις για την χρήση γης, που παρατηρούνται σε περιοχές με αγροτικές εκμεταλλεύσεις ή σε παραθαλάσσιες περιοχές. Και στις δυο αυτές περιπτώσεις παρατηρούνται συχνά φαινόμενα οικοπεδοποίησης, με αποτέλεσμα ο

τουρισμός να απορροφά εκτός από τη γη, το νερό αλλά και τις επενδύσεις που είναι αναγκαίες για την παραγωγική ανάπτυξη του αγροτικού τομέα. Μπορούμε ακόμα να επισημάνουμε ότι στις τουριστικές περιοχές αναπτύσσονται παρόμοιες ανταγωνιστικές σχέσεις και με χρήσεις σχετικές με τη βιοτεχνία, τη βιομηχανία και τις υπηρεσίες. Γενικότερα ο τουρισμός διεκδικεί διαρκώς περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητες και τις υποδομές (Ανδριώτης, 2003).

a Φυσικό περιβάλλον

Η τουριστική ανάπτυξη, με την επέκταση της στο χώρο της υπαίθρου αλλά και με την ανάπτυξη μεγάλης έκτασης και όγκου υποδομών, καταλήγει να επηρεάζει την ισορροπία του φυσικού περιβάλλοντος. Οι επιπτώσεις αυτές είναι πιο δραστικές σε περιοχές, που θεωρούνται οικολογικά «ευαίσθητες», όπως: παραθαλάσσιες περιοχές, ορεινές, υγροβιότοποι κ.λπ. Οι επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον αποτέλεσαν, εδώ και αρκετά χρόνια, αντικείμενο ειδικών μελετών που επισήμαναν την ανάγκη σχεδιασμού, προγραμματισμού και διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης (Ανδριώτης, 2003).

a Η φέρουσα ικανότητα τουριστικών περιοχών

Με το ορό «φέρουσα ικανότητα» κάποιας τουριστικής περιοχής αναφερόμαστε στις δυνατότητες της κοινωνικοοικονομικής δομής και του περιβάλλοντος της συγκεκριμένης περιοχής να απορροφήσουν συγκεκριμένο όγκο υποδομών και αριθμό τουριστών (Ανδριώτης, 2003).

a Μετατροπή οικιστικών συνόλων ή χωρικών ενοτήτων σε τουριστικούς πόρους
Ο συνδυασμός του δομημένου (παραδοσιακοί Οικισμοί) και του φυσικού (λίμνες, υγροβιότοποι, ποταμιά, φαράγγια) περιβάλλοντος διαμορφώνουν ένα ιδιότυπο τουριστικό πόρο που γίνεται πόλος έλξης τουριστών. Πρόκειται για την εξέλιξη, που επιβάλλει την αναζήτηση νέων τρόπων σχεδιασμού και διαχείριση παρόμοιων περιοχών, οι οποίες αποτελούν περιβαλλοντικά και πολιτισμικά «ευαίσθητους» τουριστικούς πόρους (Ανδριώτης, 2003).

a Προβλήματα ανάπτυξης, λειτουργίας και διαχείρισης τουριστικών περιοχών

Η αύξηση του αριθμού και των τύπων των τουριστικών θέρετρων στην μεταπολεμική περίοδο έθεσε ζητήματα λειτουργίας και διαχείρισης τους σε σχέση με το περιβάλλον, την χωροταξία και την πολεοδομία. Τα περισσότερα από αυτά τα ζητήματα έχουν σαν στόχο να διαμορφωθούν κανόνες και πρότυπα διαχείρισης, προστασίας και ελέγχου του συνθέτου περιβάλλοντος για τις περιοχές αυτές. Κοινή παράμετρος σε αυτές τις προσπάθειες υπήρχε η έννοια της αειφορίας και της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης (Ανδριώτης, 2003).

Όμως, ο τουρισμός μπορεί να έχει και θετικές επιπτώσεις στο περιβάλλον όπως (Κοντίτση, 2010):

Συμβολή στην προστασία και αναβάθμιση των φυσικών και πολιτισμικών πόρων μιας περιοχής λόγω της τουριστικής ανάπτυξης είτε άμεσα λόγω των έργων και πολιτικής ανάδειξης των πόρων της περιοχής είτε έμμεσα, όπως για παράδειγμα, οι ιδιωτικές πρωτοβουλίες αναστύλωσης ή αναβάθμισης παραδοσιακών κατοικιών ή η δημιουργία πιέσεων προστασίας των περιβαλλοντικών πόρων λόγω μεγαλύτερης ευαισθησίας στα θέματα προστασίας του περιβάλλοντος. Βελτίωση της ποιότητας ζωής και του περιβάλλοντος γενικότερα λόγω έργων υποδομής που δεν θα κατασκευάζονταν ή θα αργούσαν να κατασκευαστούν λόγω έλλειψης τουρισμού (Ανδριώτης, 2003).

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ο οριζόντιος χαρακτήρας των περιβαλλοντικών προβλημάτων περιπλέκουν ιδιαίτερα την αναζήτηση και κατάρτιση της κατάλληλης πολιτικής (Κοντίτση, 2010):

Ø Ορισμένα προβλήματα όπως το νέφος, το φαινόμενο του θερμοκηπίου (παγκόσμια άνοδος της θερμοκρασίας) και η μείωση του προστατευτικού στρώματος του όζοντος, δύσκολα απομονώνονται, καθώς είναι αποτέλεσμα πολλών μικρών συλλογικών δράσεων. Η αντιμετώπιση τους ξεπερνά συνήθως τις δυνατότητες των επί μέρους πολιτικών και απαιτεί συλλογικές προσπάθειες τόσο σε εθνικό, αλλά και σε υπερεθνικό επίπεδο, φέρνοντας στο προσκήνιο το θέμα της παγκόσμιας συλλογικής ευθύνης, το ρολό των διεθνών οργανισμών, των εθνικών πολιτικών, τις σχέσεις βιομηχανικά αναπτυγμένων και αναπτυσσομένων χωρών κ.λπ.

Ø Για κάποια περιβαλλοντικά προβλήματα υπάρχουν ακόμη ασάφειες ως προς την ευθύνη διαχείρισης των πόρων όπως π.χ. στην περίπτωση ατυχημάτων ρύπανσης,

στη ρύπανση του υπόγειου υδάτινου ορίζοντα κ.λπ. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών σχετίζεται με τη διάκριση μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών αγαθών, φέρνοντας στο προσκήνιο το ρολό του κράτους, τα δικαιώματα και τις ευθύνες των πολιτών.

Ø Άλλα περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν έντονα τοπικό χαρακτήρα (π.χ. ρύπανση), παρόλο που οφείλονται σε ευρύτερα κοινωνικοοικονομικά φαινόμενα (όπως ο τουρισμός) που έχει επιπτώσεις κυρίως στον τόπο προορισμού. Η αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών επιβαρύνει ιδιαίτερα τις τοπικές κοινωνίες χωρίς να υπάρχουν απαραίτητα και οι αντίστοιχες άμεσες ωφέλειες, φέρνοντας στο προσκήνιο το ρολό των εθνικών και τοπικών φορέων, την κατανομή κόστους – ωφελειών μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων κ.λπ.

Ø Ορισμένα προβλήματα έχουν τοπικό και υπερτοπικό χαρακτήρα όπως π.χ. τα θέματα διασυνοριακής ρύπανσης, όπου η αντιμετώπιση τους περιλαμβάνει θέματα διεθνούς πολιτικής, διακρατικών και διεθνών σχέσεων, και συγκρούσεων με οικονομικό και πολιτικό χαρακτήρα (Ανδριώτης, 2003).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο «Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού»

2.1 Ορισμός Εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια καινούρια φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Παρουσιάζει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά (Βικιπαίδεια, 2017):

- 1) προστασία του φυσικού περιβάλλοντος,

- 2) αποφυγή των κλασσικών τουριστικών προσφορών,
- 3) διατήρηση των οικοσυστημάτων,
- 4) αλληλεπίδραση του ανθρώπου με τα πολιτιστικά μνημεία,
- 5) στήριξη αγροτικών περιοχών και
- 6) επίλυση του προβλήματος του εποχιακού τουρισμού.

Με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μίας περιοχής. Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με την φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών, ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης του τουρισμού, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα (Βικιπαίδεια, 2017).

Ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται αυτές πέραν του μαζικού τουρισμού, οι οποίες επιδιώκουν την αποφυγή αρνητικών και τη δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Κύρια χαρακτηριστικά των μορφών αυτών είναι (“Αγροτουρισμός και άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού” (blog), 2008):

- 1) η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη,
- 2) η ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική / ανεξάρτητη βάση ή μικρής κλίμακας και
- 3) η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση των παραδοσιακών αξιών.

Σύμφωνα με το ηλεκτρονικό περιοδικό «Εναλλακτικός Τουρισμός» με τον όρο εναλλακτικός τουρισμός προσδιορίζεται το σύνολο εκείνων των τουριστικών υπηρεσιών, που διακρίνονται από εξειδίκευση. Απευθύνεται σε κοινό που αναζητάει

άλλες μορφές τουρισμού πέρα από τον παραδοσιακό. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός προσφέρει μεγάλη ποικιλία επιλογών, παρέχει τη δυνατότητα εναλλαγής παραστάσεων, όπως παραλία, βουνό, θάλασσα, δάση, ποτάμια, λίμνες, διαφορετικούς τρόπους αναψυχής και διασκέδασης, και εκπαίδευση. Γι' αυτό, ολοένα και περισσότεροι ενθαρρύνονται να ασχοληθούν με τον «ενεργητικό τουρισμό».

Η ανάπτυξη των Ε.Ε.Μ.Τ., σκοπεύει και στο να επιτευχθεί μείωση των αρνητικών επιδράσεων του τουρισμού στο περιβάλλον, ενώ συμβάλει κυρίως (Βαρβαρέσος, 2009):

- στη χρήση φιλικών προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας
- στη διαφύλαξη του φυσικού περιβάλλοντος
- στην περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των τοπικών κοινωνιών
- στην ανάδειξη της εκπαίδευσης αναφορικά με το περιβάλλον
- στην ανάπλαση παραδοσιακών οικισμών
- στην βιώσιμη ανάπτυξη

2.1.1 Πλεονεκτήματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Κάθε μορφή τουριστικής ανάπτυξης επιφέρει μια σειρά από επιπτώσεις. Από αυτόν τον κανόνα δε θα μπορούσε να εξαιρεθεί ο εναλλακτικός τουρισμός. Από την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού και την προέλευση των τουριστών σε ένα προορισμό της υπαίθρου, προκύπτουν διάφορες επιπτώσεις στο χώρο και στην κοινωνία. Σύμφωνα με τον Ανδριώτη (2008) τα θετικά χαρακτηριστικά είναι:

1) Οικονομικά:

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

2) 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.
- 3) Κοινωνικοπολιτιστικά:
- Αύξηση της συνειδητότητας των τουριστών και του ντόπιου πληθυσμού για τους κοινωνικό-πολιτιστικούς πόρους μιας περιοχής.
 - Εμπλουτισμός της πολιτιστικής ταυτότητας.

2.1.2 Μειονεκτήματα εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Οι αρνητικές επιπτώσεις είναι (Ανδριλωτης, 2008):

- 1) Οικονομικές:
- Αύξηση τρέχουσων δαπανών για την συντήρηση της υποδομής, την προώθηση, κτλ.
 - Αστάθεια εισοδημάτων.
 - Διαρροές εισοδήματος λόγω εισαγωγών.
 - Εμπορευματοποίηση της άγριας πανίδας και χλωρίδας, καθώς και πολιτισμού.
- 2) Περιβαλλοντικές:
- Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας.
 - Γρήγοροι ρυθμοί ανάπτυξης.
 - Αυξημένες πιέσεις στη χρήση των φυσικών πόρων από την άσκηση λιγότερο ήπιων μορφών τουρισμού.
- 3) 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.

Είναι φανερό ότι, ο εναλλακτικός τουρισμός επιφέρει περισσότερες θετικές επιπτώσεις από τον μαζικό. Στον εναλλακτικό τουρισμό οι αριθμοί των τουριστών, που επισκέπτονται έναν προορισμό, είναι σχετικά μικροί και επομένως οι αρνητικές επιπτώσεις περιορίζονται στο ελάχιστο. Παρόλο, που ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται ως μια ήπια μορφή τουριστικής ανάπτυξης με πολλά οφέλη για έναν τουριστικό προορισμό, αυτό δε σημαίνει ότι δεν προκαλεί καταστροφές. Δεν υπάρχει καμία μορφή τουρισμού, που να μην επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και στον αυτόχθονα πολιτισμό (Κοντίτση, 2010). Είναι αυτονόητο ότι παρόλο που ο εναλλακτικός τουρισμός επιχειρεί να μειώσει πολλά από τα περιβαλλοντικά προβλήματα του συμβατικού μαζικού τουρισμού, μπορεί να θεωρηθεί περισσότερο επιβλαβής σε σύγκριση με την παντελής έλλειψη ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας σε μια περιοχή (Ανδριώτης, 2008). Το βασικό θέλημα του εναλλακτικού τουρισμού είναι το μη αστικό περιβάλλον και πιο συγκεκριμένα αυτό που σχετίζεται με την φύση, την ύπαιθρο και την κουλτούρα. Για την ανάπτυξη λοιπόν του εναλλακτικού τουρισμού οι επενδύσεις δεν πρέπει να επιφέρουν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την κοινωνία και τον πολιτισμό μιας κοινωνίας υποδοχής, αλλά θα πρέπει να βρίσκονται σε σύμπνοια με την φύση και την πολιτιστική κληρονομιά (Ανδριώτης, 2008).

2.2 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Βασικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού σύμφωνα με την Βικιπαίδεια (2017) θεωρούνται οι ακόλουθες:

- I. Ιαματικός τουρισμός (SPA), ο οποίος συνδέεται με επισκέψεις σε τουριστικούς χώρους για τη θεραπεία διαφόρων ασθενειών (π.χ. τη θεραπεία άγχους, τη ψυχοθεραπεία, τη φυσιοθεραπεία, τη χαλάρωση, τη διατροφή, την ομορφιά, κλπ.), καθώς και για ξεκούραση και αναζωογόνηση του σώματος και της ψυχής.
- II. Αθλητικός τουρισμός αναψυχής, ο οποίος συνδέεται με όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή

μπορεί να είναι τυχαία ή και οργανωμένη, μπορεί να πραγματοποιείται για επιχειρηματικούς σκοπούς ή και για άλλους λόγους. Χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

- ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις ή διαγωνισμούς, όπως το γκολφ, τένις, ποδόσφαιρο, μπάσκετ, κωπηλασία κλπ.
 - παρακολούθηση των ευρωπαϊκών και παγκοσμίων κυπέλλων και πρωταθλημάτων, Ολυμπιακών Αγώνων και τα μεγάλα διεθνή τουρνουά.
- II. Αγροτουρισμός, ο οποίος αναπτύσσεται, όπως υποδηλώνει το όνομα του κυρίως σε αγροτικές περιοχές της χώρας και σχετίζεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες της περιοχής.
- III. Θρησκευτικός τουρισμός, ο οποίος συνδέεται με την επίσκεψη στα βυζαντινά μνημεία, μνημεία εκκλησιαστικής αρχιτεκτονικής, εκκλησίες και μοναστήρια.
- IV. Θαλάσσιος τουρισμός, ο οποίος περιλαμβάνει ένα εύρος δραστηριοτήτων με επίκεντρο τη θάλασσα (ναύλωση σκαφών, δημοφιλή ταξίδια με κρουαζιέρες κ.τ.λ).
- V. Πολιτιστικός τουρισμός, μια ιδανική μορφή τουρισμού για όσους επιθυμούν να ανακαλύψουν και να μάθουν για την κουλτούρα και τον πολιτισμό διαφόρων περιοχών, να λαμβάνουν ενεργά μέρος σε σεμινάρια και εργαστήρια, καθώς και γνώση της παραδοσιακής τέχνης, βυζαντινή ζωγραφική, φωτογραφία, κεραμική, γλυπτά, τοιχογραφίες, μουσικά όργανα, κλπ.
- VI. Εκπαιδευτικός τουρισμός, ο οποίος απευθύνεται κυρίως στους νέους. Βασικός σκοπός είναι εκμάθηση (επαγγελματική κατάρτιση του ταξιδιώτη, απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών).
- VII. Συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος αφορά ένα τουριστικό προορισμό, άμεσα συνδεδεμένο με την οργάνωση και συμμετοχή σε συνέδρια, σεμινάρια και εκθέσεις. Τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς και αποτελεί ένα σημαντικό τμήμα της τουριστικής αγοράς σε διεθνές επίπεδο.
- VIII. Οικοτουρισμός, μια μορφή τουρισμού που έχει αναπτυχθεί χρησιμοποιώντας τους πόρους του περιβάλλοντος: βουνά, λίμνες, λιμνοθάλασσες, κοιλάδες, σπηλιές, πλούσια χλωρίδα και πανίδα. Συνοπτικά είναι περιοχές, που προκαλούν υψηλό γεωλογικό ενδιαφέρον.
- IX. Ιατρικός τουρισμός, μια κατεύθυνση του τουρισμού, στόχος της οποίας είναι η οργάνωση μίας οικονομικά ανταγωνιστικής ιατρικής φροντίδας του ασθενούς στο εξωτερικό.

X. Μεταλλευτικός/γεωλογικός τουρισμός, μια μορφή μεταλλευτικής ή γεωλογικής περιήγησης σε περιοχές με παρόν αλλά και παρελθόν στη μεταλλευτική δραστηριότητα.

Όσον αφορά το ηλεκτρονικό περιοδικό «*Εναλλακτικός Τουρισμός*» οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι οι εξής (Εικόνα 2):

- αθλητικός τουρισμός (πεζοπορία, ράφτινγκ, σνόουμπορντ, 4x4, καγιάκ, κανό, ποδηλασία, ιστιοπλοΐα, καταδύσεις)
- οικοτουρισμός
- γεωτουρισμός
- τουρισμός περιπέτειας
- περιήγηση στα εθνικά πάρκα
- γνωριμία με τα μουσεία κάθε περιοχής της Ελλάδας
- επίσκεψη στα κάστρα
- διαμονή σε παραδοσιακά ξενοδοχεία και ξενώνες
- θρησκευτικός τουρισμός
- ιαματικός τουρισμός
- θαλασσοθεραπεία-spa
- σιδηροδρομικός τουρισμός
- αγροτουρισμός
- αρχαιολογικός τουρισμός
- γευστική επαφή με τις γαστρονομικές ιδιαιτερότητες κάθε τόπου και τα βιολογικά προϊόντα
- οι δρόμοι του κρασιού
- συνεδριακός τουρισμός
- θεματικά πάρκα



Εικόνα 2: Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Οι μορφές τουρισμού, που προκύπτουν, σύμφωνα με τους Κοκκώση, Τσάτα, Γκρίμπα (2011) είναι οι εξής:

- Οικοτουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός
- Ορεινός/Ορειβατικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός

- Εκπαιδευτικός/Επιστημονικός τουρισμός
- Αστικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων
- Ατομικό επαγγελματικό ταξίδι
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας
- Τουρισμός κρουαζιέρας
- Τουρισμός θαλάσσιων σπορ/Ναυταθλητισμός
- Ιαματικό/Θεραπευτικό τουρισμό
 - Ιατρικός τουρισμός
 - Τουρισμός ευεξίας
- Κοινωνικός τουρισμός
 - Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες
 - Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας
- Τουρισμός καζίνο
- Τουρισμός θεματικών πάρκων/μουσείων
- Τουρισμός γκολφ
- Τουρισμός περιπέτειας
- Mega Events (αθλητικού και πολιτιστικού χαρακτήρα)
- Παραθερισμός
- Οργανωμένο real estate εξοχικών κατοικιών
- Χρονομεριστική μίσθωση

2.2.1 Αγροτουρισμός

Αγροτουρισμός ονομάζεται η εναλλακτική εκείνη μορφή τουρισμού, η οποία αναπτύσσεται σε μη τουριστικά κορεσμένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους «οικοδεσπότες» όσο και στους «φιλοξενούμενους» των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Ως δραστηριότητα αναπτύσσεται από τους μόνιμους κάτοικους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι

οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. Τα άτομα, που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού, είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ» (ΦύσηΦιλία-Φιλοξενία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, παρατηρητές χλωρίδας και πανίδας, ορειβάτες κ.ά.) και είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά του αγροτουριστικού προϊόντος είναι (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

1. Η απόλαυση του φυσικού περιβάλλοντος και η γνωριμία με τα χαρακτηριστικά φυσικά τοπία, τα τοπία φυσικού κάλλους και την πανίδα και χλωρίδα των εκάστοτε περιοχών.
2. Η επαφή και η γνωριμία με την τοπική αγροτική πολιτιστική κληρονομιά, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων, η συμμετοχή σε τοπικές πολιτιστικές εκδηλώσεις κτλ.
3. Η προσφορά διαφοροποιημένων, υψηλής ποιότητας τουριστικών προϊόντων (για παράδειγμα βιολογικών παραδοσιακών προϊόντων, προϊόντων προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης).
4. Η παρατήρηση των γεωργικών δραστηριοτήτων και πιθανώς η συμμετοχή σε αυτές.
5. Η άσκηση παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο (ορειβασία, πεζοπορία, ανεμόπτερο πλαγιάς κτλ.).

2.2.2 Οινοτουρισμός

Η μορφή αυτή τουρισμού αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια σε πολλές οινοπαραγωγικές περιοχές του κόσμου καθώς εντάσσεται στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού ενώ αποτελεί υποκατηγορία του αγροτουρισμού³. Δέκα από τις περιοχές που έχουν αναπτυχθεί ήδη στα πλαίσια του οινοτουρισμού, χαρακτηρίζονται ως κορυφαίοι οινικοί προορισμοί αναψυχής, όπως είναι μεταξύ άλλων το Castello Banfi στην Tuscany (Ιταλία), το Chateau Lynch-Bages στο

³ Καλδής Π. «Οινοτουρισμός, Διαχείριση Τοπικού Περιβάλλοντος και Αειφορία», Σχολή Εφαρμοσμένων Οικονομικών-Μάρκετινγκ, Τμήμα Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών, Τ.Ε.Ι. Αθήνας

Bordeaux (Γαλλία) ή το Fournier στην Mendoza (Αργεντινή).⁴ Οι προορισμοί αυτοί προσφέρουν, εκτός της ενημέρωσης μέσω ξεναγήσεων και της συμμετοχής στην παραγωγή κρασιού, την ευχάριστη διαμονή σε φυσικό περιβάλλον, με εγκαταστάσεις που σέβονται τα στοιχεία της φύσης και βεβαιώνουν τη βιωσιμότητα τους. Επιπλέον προσφέρουν την ενημέρωση και απόκτηση γνώσεων για την ποικιλία των κρασιών, τη γεύση του, το συνδυασμό του με ομάδες τροφίμων, τη συντήρηση και διατήρηση του καθώς και την ωφελιμότητα του ως διαχρονικός φορέας αντιοξειδωτικών ουσιών. Ωστόσο οι δέκα αυτοί κορυφαίοι οινικοί προορισμοί από όλο τον κόσμο δεν περιλαμβάνουν την Ελλάδα παρά την παράδοση και τις μακροχρόνιες προσπάθειες πολλών ελλήνων επιχειρηματιών που βρίσκονται, παράγουν και συμβάλουν στον κλάδο, καθώς δεν έχουν γίνει σημαντικά βήματα συνδυασμού με τον αγροτουρισμό (Χαλκιαδάκης και Χανιωτάκης, 2010).

2.2.3 Οικοτουρισμός

Ως οικοτουρισμός ορίζεται ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης (και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος) και ο οποίος προάγει στη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη ενεργή κοινωνικο-οικονομική ανάμιξη του ντόπιου πληθυσμού (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.4 Επαγγελματικός Τουρισμός

Ως επαγγελματικός τουρισμός ορίζεται ο τουρισμός, που αναπτύσσεται κατά την διάρκεια επαγγελματικών ταξιδιών. Έχει μερικότερες διακρίσεις ανάλογες με το κριτήριο του σκοπού για τον οποίο γίνεται το επαγγελματικό ταξίδι. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή σε ένα συνέδριο, τότε ονομάζεται συνεδριακός τουρισμός. Αν σκοπός του ταξιδιού είναι η συμμετοχή των επαγγελματιών σε μία έκθεση, τότε πρόκειται για τον τουρισμό εκθέσεων. Αντίστοιχα, στην περίπτωση σεμιναρίων έχουμε τον τουρισμό σεμιναρίων, συμποσίων τον τουρισμό συμποσίων κτλ. Τέλος, αν το ταξίδι είναι ένα τουριστικό πακέτο που δίδεται στους επαγγελματίες σαν δώρο-

⁴ World news network, <http://article.wn.com>

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 (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.5 Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός σχετίζεται με την επίσκεψη σε ένα τόπο με στόχο την επαφή με τα πολιτιστικά στοιχεία αυτού (αρχαιολογικά, βυζαντινά, κλασικά ή νεότερα μνημεία, ιστορία, τέχνες, λαογραφία κτλ.). Συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν. Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα παλαιότερα και δημοφιλέστερα είδη τουρισμού. Από τους περασμένους αιώνες άτομα ή ομάδες περιηγητών, αναζητώντας τη γνώση, την εμπειρία, την προσωπική ανακάλυψη, πραγματοποιούσαν ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογικό, ιστορικό, λαογραφικό ή θρησκευτικό ενδιαφέρον, σε μέρη με διαφορετικό πολιτισμό και εθνολογικές ιδιομορφίες. Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής καθώς και στη σημερινή δημιουργία. Επίσης, περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε δραστηριότητες είτε παθητικές, όπως παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (μουσικών συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων κ.ά.), επισκέψεις σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, περιηγήσεις σε πολιτιστικές διαδρομές, είτε ενεργητικές, όπως εκμάθηση τοπικής μαγειρικής, τέχνης ή συμμετοχή σε λαογραφικές δραστηριότητες. Μία άλλη σημαντική παράμετρος, που χαρακτηρίζει αυτή την μορφή τουρισμού, είναι η στενή και ουσιαστική επαφή, που αποκτούν οι επισκέπτες με τον τοπικό πληθυσμό, τα ήθη και τις παραδόσεις του, σε συνδυασμό με τα πολιτισμικά δρώμενα στην περιοχή (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.6 Μαθησιακός Τουρισμός

Μαθησιακός τουρισμός είναι ο τουρισμός, που αναφέρεται στην μάθηση. Συγκεκριμένα, είναι κάθε μορφή τουρισμού, που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη μάθηση ή που η τουριστική πελατεία έχει θεσμική σχέση με τη μάθηση. Οι κυριότερες μορφές μαθησιακού τουρισμού είναι (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

1. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός.

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός έχει σαν κύριο τουριστικό προϊόν τη μάθηση. Οι τουρίστες, δηλαδή, μεταβαίνουν σε ένα τουριστικό προορισμό για να εκπαιδευτούν και κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής τους έχουν και τουριστικές δραστηριότητες. Ή κάνουν τουρισμό, ένα οποιοδήποτε είδος τουρισμού, και κατά τη διάρκεια των διακοπών τους έχουν και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Μορφές εκπαιδευτικού τουρισμού είναι τα διάφορα εκπαιδευτικά ταξίδια στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, που οργανώνουν διάφοροι εκπαιδευτικοί οργανισμοί. Είναι επίσης η συμμετοχή σπουδαστών ή φοιτητών σε εκπαιδευτικές αποστολές (ανασκαφές, διάφορες έρευνες, πρακτικές ασκήσεις κλπ.), όπως και η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά σεμινάρια, σε σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης και σε διάφορες εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις, αν και εφόσον η συμμετοχή προϋποθέτει μετακίνηση προς τον τόπο που λαμβάνουν χώρα.

2. Ο μαθητικός, σπουδαστικός, φοιτητικός τουρισμός.

Αυτές οι μορφές τουρισμού έχουν σαν κύριο χαρακτηριστικό τους, το ότι η τουριστική τους πελατεία αποτελείται από μαθητές, σπουδαστές ή φοιτητές. Είναι στην ουσία τουρισμός νέων. Είναι, επίσης, εκπαιδευτικός τουρισμός, αφού η τουριστική πελατεία αποτελείται από νέους, που έχουν θεσμική σχέση με την εκπαίδευση (φοιτούν σε κάποιο εκπαιδευτικό ίδρυμα). Κατά τη διάρκεια του μαθητικού, σπουδαστικού, φοιτητικού τουρισμού, οι μαθητές, σπουδαστές και φοιτητές αντίστοιχα ταξιδεύουν στα πλαίσια διαφόρων προγραμμάτων με την μαθησιακή τους ιδιότητα. Χωρίς την ιδιότητα αυτή, όταν ταξιδεύουν, απλά κάνουν τουρισμό νέων. Τα παραπάνω ταξίδια εκδηλώνονται συνήθως με την μορφή του κατασκηνωτικού τουρισμού ή με την μορφή εκδρομών (2-5 ημέρες) ή και μεγάλων εκδρομών (άνω των 5 ημερών).

2.2.7 Θρησκευτικός Τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής τουριστικής κίνησης και αφορά την επίσκεψη σε θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως μοναστήρια και εκκλησίες. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση με την θρησκευτική λατρεία. Ο θρησκευτικός τουρισμός αφορά κυρίως ευσεβείς περιηγητές, φιλέρευνους τουρίστες, αλλά και θαυμαστές της βυζαντινής

τέχνης, οι οποίοι, μέσα από πολιτιστικά οδοιπορικά στον ελληνικό χώρο, έρχονται σε επαφή με την πνευματικότητα της ορθοδοξίας. Ο θρησκευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

- i. προσκυνητές τουρίστες, στους οποίους επικρατεί το θρησκευτικό κίνητρο, επισκέπτονται μία περιοχή αποκλειστικά για την επίσκεψη στον θρησκευτικό χώρο
- ii. τουρισμός θρησκευτικής κληρονομιάς, του οποίου οι τουρίστες ταξιδεύουν ομαδικά και συνδυάζουν το ταξίδι τους και με άλλες τουριστικές δραστηριότητες.

2.2.8 Τουρισμός υγείας

Τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός, όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα, που σχετίζονται με την υγεία. Τα προγράμματα υγείας είναι: διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους/φυσικές μεθόδους και προγράμματα, που σχετίζονται και επηρεάζουν την υγεία, όπως υγιεινής διαβίωσης, υγιεινής διατροφής, ενεργητικής άθλησης, ψυχικής ισορροπίας, ομορφιάς, αδυνατίσματος, κοινωνικής επανένταξης κτλ. Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει μερικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και συγκεκριμένα τις εξής (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

1. Θεραπευτικός τουρισμός
2. Ιαματικός τουρισμός
3. Τουρισμός φυσιοθεραπείας
4. Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης
5. Τουρισμός ομορφιάς
6. Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός

2.2.9 Κοινωνικός Τουρισμός

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS: Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών, που προκύπτουν από την επιδοτούμενη πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στο σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη κατά προτεραιότητα, διαφόρων τομέων του τουρισμού ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό σαν τη διευκόλυνση, εκ μέρους των κρατώνμελών, της πρόσβασης στον τουρισμό ομάδων ατόμων, που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους

υγείας έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές. Και στα μέτρα, που προτείνει, είναι και τα μέτρα περιορισμού των εμποδίων, που συναντούν τα άτομα, με ειδικές ανάγκες στην πρόσβασή τους στον τουρισμό εντάσσοντας τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τον τουρισμό για όλους όπως ονομάζεται, στον κοινωνικό τουρισμό. Ο γενικός χαρακτηρισμός των δικαιούχων του κοινωνικού τουρισμού είναι «κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα» (ορισμός BITS) ή «ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές» (ορισμός της Ε.Ε.). Κάτω από αυτούς τους χαρακτηρισμούς μπορούν να υπαχθούν διάφορες κατηγορίες ατόμων, όπως (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

- εργαζόμενοι και συνταξιούχοι με χαμηλό εισόδημα
- άνεργοι
- άτομα με ειδικές ανάγκες συμπεριλαμβανομένων και των υπερηλίκων
- πολύτεκνοι των οποίων το εισόδημα είναι συνήθως ανεπαρκές λόγω των μεγάλων οικογενειακών δαπανών
- πολιτικοί πρόσφυγες, αγρότες και αγρότισσες των οποίων η πρόσβαση στον τουρισμό είναι δύσκολη ή δεν έχουν την απαιτούμενη πληροφόρηση και εμπειρία
- ανύπαντρες μητέρες και γυναίκες ή άντρες εν χηρεία, που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα οικονομικά προβλήματα η νεολαία, για τα προγράμματα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, που δεν έχει δικό της εισόδημα και αντιμετωπίζει δαπάνες σπουδών
- οι ασφαλισμένοι του ΙΚΑ, για τα προγράμματα της Εργατικής Εστίας, που κατά κανόνα είναι χαμηλόμισθοι και χαμηλοσυνταξιούχοι.

2.2.10 Αθλητικός Τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα. Η μορφή αυτή του τουρισμού ονομάζεται ειδικότερα αθλητικός τουρισμός ανάπαυσης ή αναψυχής. Όταν οι ασχολούμενοι με τον αθλητισμό (αθλητές, προπονητές, συνοδοί, βοηθητικό προσωπικό, οπαδοί) ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικούς αγώνες, αλλά ενδιάμεσα και μετά τους αγώνες αναπτύσσουν τουριστικές δραστηριότητες, τότε

προκύπτει η εναλλακτική μορφή του αθλητικού τουρισμού επιδόσεων ή άμιλλας (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.11 Γεωτουρισμός

Ο γεωτουρισμός θεωρείται μια νέα μορφή πολιτιστικο-περιβαλλοντικού τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί σε περιοχές που διαθέτουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πόλο προσέλκυσης τουριστών ειδικού ενδιαφέροντος. Κύριος στόχος του είναι η σύνδεση των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος με τη γεωλογική κληρονομιά κάθε τόπου, τα πολιτιστικά μνημεία και τις παραδόσεις του (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.12 Ορεινός-Ορειβατικός Τουρισμός

Στον ορεινό τουρισμό υπάγεται ο τουρισμός ορεινών αθλημάτων (απλή ορειβασία, τεχνητή ορειβασία, αναρριχήσεις), ο τουρισμός της ορεινής ποδηλασίας και ο τουρισμός ορεινών κατασκηνώσεων. Ο ορειβατικός τουρισμός είναι υπάλληλη έννοια του ορεινού τουρισμού και περιλαμβάνει μόνο την ορειβασία και τις αναρριχήσεις. Επειδή το κύριο χαρακτηριστικό του ορεινού τουρισμού είναι ότι αναπτύσσεται στις ορεινές περιοχές κρίνεται σκόπιμο να οριστούν οι περιοχές αυτές σύμφωνα με τον γεωγραφικό κατακόρυφο διαμελισμό (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

§ Λοφώδεις περιοχές, είναι εκείνες, που καλύπτονται από λόφους χαμηλούς και ομαλούς με ύψος 300 έως 500 μέτρα, βατούς και προσπελάσιμους καθ'όλη τη διάρκεια του έτους

§ Μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές, που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα με στρογγυλές κορυφές και όχι απότομες πλαγιές, βατές και προσπελάσιμες όλο το έτος εκτός από τον χειμώνα, οπότε οι βόρειες ημιορεινές περιοχές είναι δυνατόν να καλύπτονται από χιόνια

§ Ορεινές περιοχές, αυτές, που καλύπτονται από βουνά με υψόμετρο πάνω από 1500 μέτρα και είναι εύκολα προσπελάσιμες μόνο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.

2.2.13 Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων

Χιονοδρομικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Τις τελευταίες δεκαετίες, η χιονοδρομία και το άθλημα του σκι έγιναν εξαιρετικά δημοφιλή στην Ελλάδα. Σήμερα, στο ηπειρωτικό τμήμα της χώρας λειτουργούν, συνολικά, 19 χιονοδρομικά κέντρα σύγχρονων προδιαγραφών, που αποτελούν σημαντικούς πόλους για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων χειμερινού τουρισμού και είναι ιδιαίτερα προσφιλή τόσο στους Έλληνες, όσο και στους ξένους επισκέπτες της χώρας. Τουρισμός χειμερινών αθλημάτων (χιονοδρομικών ή παγοδρομικών) είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι η ενασχόλησή τους με τα χειμερινά αθλήματα. Σαν χειμερινά αθλήματα εννοούνται τα χιονοδρομικά και παγοδρομικά αθλήματα, τα αθλήματα δηλαδή που διεξάγονται πάνω στο χιόνι ή στον πάγο (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.14 Γενικός Τουρισμός

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών - αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Ο γενικός τουρισμός διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες (Ηγουμενάκης, 1997):

- 1) Σε τουρισμό περιήγησης, όπου ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα ή και από περιοχή σε περιοχή στην ίδια χώρα τουριστικού προορισμού.
- 2) Σε τουρισμό διαμονής, όπου ο τουρίστας παραμένει στην ίδια συγκεκριμένη περιοχή ή τόπο της χώρας του τουριστικού προορισμού σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του.
- 3) Σε τουρισμό μεικτού χαρακτήρα, που περιλαμβάνει τουρισμό περιήγησης και τουρισμό διαμονής.

2.2.15 Περιπατητικός Τουρισμός

Ο περιπατητικός τουρισμός ορίζεται ως η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, που αφορούν τη διενέργεια περιπατητικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας. Η πεζοπορία σαν φυσική σωματική δραστηριότητα είναι συμφυής της ανθρώπινης σωματικής οντότητας, εύκολη στην εξάσκηση της και προσιτή σε όλους. Η πεζοπορία γίνεται σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με σκοπό την ήπια σωματική άθληση μέσα σε ένα παρθένο φυσικό περιβάλλον και με τη δυνατότητα περιήγησης και επίσκεψης αξιοθέατων περιοχών που βρίσκονται κοντά στα μονοπάτια της πεζοπορίας. Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

2.2.16 Ταξίδια με Zeppelin.

Πρόκειται για μια πολύ νεότερη μορφή εναλλακτικής τουριστικής ψυχαγωγίας με εναέρια περιήγηση. Η χώρα στην οποία διατίθεται είναι η Γερμανία, με τα ιπτάμενα Zeppelin και με κόστος που κυμαίνεται ανάλογα με την περιήγηση (ωριαία, μονοήμερη ή πενθήμερη) και τους χώρους επίσκεψης.⁵

2.2.17 Διαστημικός Τουρισμός (Space tourism)

Θέμα χρόνου ο διαστημικός τουρισμός; Δεν αποτελεί πλέον σχέδιο για το απώτερο μέλλον καθώς από το 2001 καταγράφεται ο πρώτος αμερικανός τουρίστας του διαστημικού ταξιδιού⁶. Το 2012 αναμενόταν να ξεκινήσει ο Διαστημικός Τουρισμός από το Spaceport Sweden. Η εταιρεία Virgin Galactic, άρχισε υποτροχιακές πτήσεις από το Spaceport America το 2011 και στη συνέχεια από διαστημοδρόμιο της Σουηδίας στην Κιρούνα. Ανακοινώθηκε ότι συνεργάζεται με 5 Σκανδιναβικά τουριστικά γραφεία για την πώληση εισιτηρίων, έχουν πουληθεί ήδη περίπου

⁵ Zeppelin, περιήγηση με ιπτάμενα Zeppelin, <http://www.zepplin-europe-tours.com>

⁶ Διαστημικός Τουρισμός, http://en.wikipedia.org/wiki/Space_tourism

τριακόσια εισιτήρια, τα οποία αρχικά κοστίζουν €153.000 περίπου, ενώ το ποσό αυτό αναμένεται να μειωθεί δραστικά τα επόμενα χρόνια⁷.

2.3 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού που αναπτύσσονται στην

Ελλάδα.

Τα σημαντικότερα είδη τουρισμού που συνθέτουν αυτό που ονομάζουμε εναλλακτικό τουρισμό είναι:

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Μαθησιακός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Κοινωνικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Ορεινός-ορειβατικός τουρισμός
- Χιονοδρομικός τουρισμός και τουρισμός χειμερινών αθλημάτων
- Περιπατητικός τουρισμός

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο «Θαλάσσιος Τουρισμός»

3.1 Έννοια Θαλάσσιου Τουρισμού

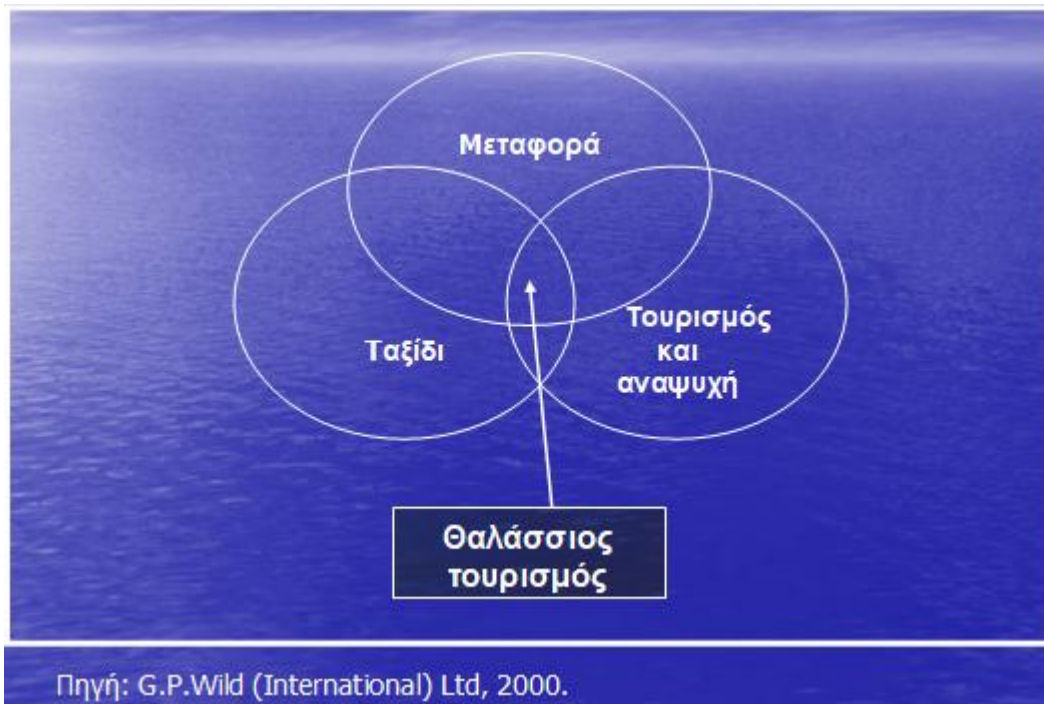
Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι ο τουρισμός, ο οποίος σχετίζεται με την πραγματοποίηση δραστηριοτήτων στη θάλασσα. Συνήθως αφορά την κολύμβηση και την αναψυχή στην παραλία, αλλά με την εναλλακτική του έννοια εμπεριέχει και λοιπές δραστηριότητες, όπως θαλάσσια σπορ, παρακολούθηση βυθού κλπ. Ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών, τα 15.000 χιλιόμετρα των ελληνικών ακτών,

⁷ Διαστημικός Τουρισμός, <http://www.spacetravels.gr>

το πλήθος των νησιών, οι προστατευμένες 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 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 μικρές, ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας) (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

Ο κ. Διακομιχάλης (2012) εκφράζει δύο απόψεις για τον θαλάσσιο τουρισμό:

- Θαλάσσιος Τουρισμός είναι στενά συνδεδεμένος με τον παράκτιο τουρισμό, αλλά ταυτόχρονα περιλαμβάνει κάθε τουριστική δραστηριότητα που πηγάζει από την θάλασσα, όπως το ψάρεμα και τις κρουαζιέρες (M.Hall).
- Ο Θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει 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 (M.Orams).



Σχήμα 1: Δομή της αγοράς του θαλάσσιου τουρισμού

3.2 Θαλάσσια σπορ και τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες, που συνδέονται με την θάλασσα. Παρακάτω αναφέρονται σπορ, τα οποία και δραστηριότητες, οι οποίες πραγματοποιούνται από τουρίστες και μή, όσον αφορά τα χόμπυ. Όλες οι θαλάσσιες δραστηριότητες έχουν κανονισμούς, οι οποίοι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και να τηρούνται αυστηρώς κυρίως για την ασφάλεια του ανθρώπου. Τέτοιοι κανονισμοί υπάρχουν στην ιστοσελίδα [«www.safewaterports.gr»](http://www.safewaterports.gr), οι οποίοι λόγω πληθώρας στοιχείων δεν έχουν συμπεριληφθεί παρακάτω, αλλά αξίζει να σημειωθούν.

3.2.1 Θαλάσσιο-σκι (water ski)

Το θαλάσσιο σκι «γεννήθηκε» γύρω στο 1900, από μια παρέα νεαρών που διασκεδάζε στα νερά μιας λίμνης των Η.Π.Α. (Εικόνα 3). Γρήγορα η μόδα εξαπλώθηκε, ενώ με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών στα σκάφη, αυξήθηκε η ταχύτητα, η δυσκολία αλλά και η δημοφιλία του αθλήματος. Στην Ελλάδα, ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης (στην περιοχή της Αττικής) ήταν το πρώτο σωματείο, που το 1957 ίδρυσε τμήμα θαλάσσιου σκι, ενώ το 1963 ιδρύθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλάσσιου Σκι, με στόχο τη διάδοση του αθλήματος στη χώρα. Το θαλάσσιο σκι

είναι πλέον από τα πιο διαδεδομένα σύγχρονα σπορ του νερού και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εξάσκηση όταν γίνεται ερασιτεχνικά. Σε όλη την Ελλάδα υπάρχουν ιδιωτικές σχολές εκπαίδευσης, οι οποίες λειτουργούν σε οργανωμένες παραλίες ή στις εγκαταστάσεις μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).



Εικόνα 3: Θαλάσσιο σκι - water ski

3.2.2 Γιότινγκ και ιστιοπλοΐα (yacht and sailing)

Η Ελληνική αγορά επαγγελματικών σκαφών αναψυχής (Ιστιοπλοϊκά) άρχισε να δημιουργείται τη δεκαετία του '70. Το έτος 1960, με φορέα υλοποίησης τον Ε.Ο.Τ., άρχισε η κατασκευή και λειτουργία των σταθμών εξυπηρέτησης και ανεφοδιασμού θαλαμηγών με καύσιμα, νερό και εφόδια, σε 85 σημεία της χώρας. Σημαντική ήταν η συμβολή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) αναφορικά με τη δημιουργία της απαραίτητης τεχνικής και θεσμικής υποδομής. Κατασκευάστηκαν οι πρώτες μαρίνες (Βουλιαγμένης: 1963, Ζέας: 1966, Αρεστούς: 1973), καθώς και 65 σταθμοί ανεφοδιασμού θαλαμηγών σε όλη τη χώρα για τον εφοδιασμό των τουριστικών πλοίων με καύσιμα, νερό και λοιπά εφόδια. Οι πρωτοβουλίες αυτές του ΕΟΤ υλοποιήθηκαν με τη συνεργασία του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας, του Υπουργείου Οικονομικών και του πρώην Βασιλικού Ναυτικού Ομίλου Ελλάδος

(B.N.O.E., σήμερα N.O.E.), που αποτελούσε τότε το μόνο οργανωμένο, με βάση τα διεθνή πρότυπα, ναυταθλητικό όμιλο (Διακομιχάλης, 2012).

Η ιστιοπλοΐα είναι ένα άθλημα, που συνδέεται άρρηκτα με τον ελληνικό λαό, μέσα από τη μακρόχρονη ιστορία της χώρας και τη μακραίωνη θαλασσινή παράδοσή της (Εικόνα 4). Σήμερα, είναι ένα από τα δημοφιλέστερα αθλήματα και χιλιάδες Έλληνες ασκούνται συστηματικά (ως πρωταθλητές ή απλοί αθλητές) σε όλους τους τύπους ιστιοπλοϊκών σκαφών (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

Ένα από τα ελάχιστα αθλήματα της θάλασσας που είναι ομαδικό. Στην ιστιοπλοΐα το κάθε μέλος αναλαμβάνει ορισμένες εργασίες αλλά πρέπει να γνωρίζει καλά κάθε εργασία και κάθε κομμάτι του σκάφους. Η συνεργασία με τα υπόλοιπα μέλη είναι το κλειδί της επιτυχίας, ενώ ο αέρας εμφανίζεται άλλοτε σα σύμμαχος και άλλοτε σαν εχθρός μας. Ο εξοπλισμός στα μεγάλα κυρίως ιστιοπλοϊκά είναι ακριβός αλλά αυτό που προέχει είναι η εκπαίδευση και η γνωριμία μας με το σκάφος. Τις υπηρεσίες αυτές μας τις παρέχουν οι κατά τόπους ιστιοπλοϊκοί όμιλοι, καθώς επίσης και άλλες χρήσιμες πληροφορίες γύρω από το άθλημα (www.nautiweb.gr, 2017).



Εικόνα 4: Γιότινγκ και ιστιοπλοΐα – yacht and sailing

Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως τόπος διαμονής και αναψυχής από ομάδα ατόμων με ομοειδή χαρακτηριστικά, που διαμορφώνουν από κοινού πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης (Διακομιχάλης, 2009).

Στον τουρισμό γιότινγκ περιλαμβάνονται οι εξής δραστηριότητες, εκτός από χώρος διαμονής, διατροφής και αναψυχής (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011):

- § Κατάδυση
- § Ερασιτεχνική αλιεία
- § Παρατήρηση θαλάσσιων θηλατικών
- § Προσέγγιση δυσπρόσιτων, από την ξηρά, ακτών
- § Θαλάσσιο σκι
- § Περιήγηση
- § Κολύμβηση σε απομονωμένα σημεία
- § Διάφορες καλλιτεχνικές, επιστημονικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις σε πλοίο ή πλοiάριο.

Κατηγορίες γιοτ (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011):

- § Πλοια αναψυχής θαλαμηγά
- § Κότερα συμβατικού ή μεγαλύτερου εκτοπίσματος, τα οποία φέρουν θαλάμους επιβατών κι λοιπούς χώρους (κουζίνα, χώρους υγιεινής κ. ά.).

Κατηγορίες γιότινγκ (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2005):

- § Γιότινγκ με ιδιόκτητο σκάφος (ιδιωτικής χρήσης, χωρίς ναύλο), όπου ο ιδιοκτήτης του σκάφους πραγματοποιεί θαλάσσιες δραστηριότητες αναψυχής, μόνος ή με συνοδεία.
- § Γιότινγκ με επαγγελματικό σκάφος (Επαγγελματικά, με ναύλο), όπου ο ενδιαφερόμενος ναυλώνει επαγγελματικό σκάφος αναψυχής. Η ναύλωση επαγγελματικών σκαφών αναψυχής διακρίνεται σε ναύλωση σκάφους με πλήρωμα (crewed yacht ή crewed boats), δηλαδή επανδρωμένα σκάφη με μόνιμο πλήρωμα, και σε ναύλωση σκάφους χωρίς πλήρωμα (bare boat), δηλαδή μη επανδρωμένο τουριστικό πλοiάριο, χωρίς μόνιμο πλήρωμα, για πέντε έως έξι άτομα.
- § Γιότινγκ με ερασιτεχνικό σκάφος.

3.2.3 Μηχανοκίνητο σκι (Jetski)

Για τους λάτρεις της ταχύτητας στο νερό, το jetski είναι ότι το μηχανάκι στη στεριά, είναι γρήγορο και ευέλικτο και προκαλεί τις αισθήσεις και τα βλέμματα του κόσμου

(Εικόνα 5). Με τα jetski γίνονται και αγώνες ταχύτητας και αγώνες δεξιοτεχνίας, μπορούμε να τα νοικιάσουμε ή ακόμη και να το αγοράσουμε αφού η τιμή του δεν είναι ιδιαίτερα υψηλή. Αυτό που πρέπει να προσέξουμε είναι να μην ενοχλούμε τους υπόλοιπους παραθεριστές ούτε να προκαλούμε συμπλέοντα σκάφη γιατί ο κίνδυνος παραμονεύει (www.nautiweb.gr, 2017).



Εικόνα 5: Μηχανοκίνητο σκι – Jetski

3.2.4 Σκι χωρίς πέδιλα (Barefoot ski)

Πρόκειται για μια παραλλαγή του θαλάσσιου σκι, με μόνη διαφορά ότι στην επαφή μας με το νερό δεν παρεμβάλλονται τα πέδιλα (Εικόνα 6). Θεωρείται extreme γιατί εκτός από το να καταφέρεις να σταθείς όρθιος (αρκετά επίπονο την πρώτη φορά) στο άθλημα περιλαμβάνονται και φηγούρες και άλματα. Αξίζει να το επιχειρήσει κάποιος, και αν γνωρίζει το κλασσικό θαλάσσιο σκι το barefoot ski θα το λατρέψει (www.nautiweb.gr, 2017).



Εικόνα 6: Σκι χωρίς πέδιλα (Barefoot ski or hand skiing)

3.2.5 Σερφινγκ (Surfing)

Το σέρφινγκ ή κυματοδρομία (*surfing* ή σερφάρισμα) είναι θαλάσσιο άθλημα στο οποίο ο αθλητής (σέρφερ) καβαλάει ένα κινούμενο κύμα (Εικόνα 7). Συνήθως τα κύματα αυτά βρίσκονται στον ωκεανό, αλλά μπορεί να βρίσκονται επίσης σε λίμνες ή ποτάμια, με τη μορφή στατικών ή παλιρροιακών κυμάτων, ή να είναι τεχνητά, όπως αυτά που δημιουργούνται από πλοία ή σε ειδικές πισίνες. Το σέρφινγκ μπορεί να γίνει με σανίδα, αλλά αυτό δεν είναι απαραίτητο. Στο σύγχρονο σέρφινγκ, συνήθως, όμως αφορά τον σέρφερ όρθιο πάνω σε ειδική σανίδα του σερφ. Παρόλα αυτά, υπάρχουν πολλές παραλλαγές, όπως με τον σέρφερ να είναι ξαπλωμένος πάνω στη σανίδα ή στα γόνατα, ή ακόμη και χωρίς τη χρήση σανίδας, χρησιμοποιώντας μόνο το σώμα του. Το σέρφινγκ κατάγεται από την Πολυνησία, όπου για αιώνες ήταν τμήμα του πολυνησιακού πολιτισμού. Η πρώτη φορά που το είδαν οι Ευρωπαίοι ίσως ήταν στην Ταϊτή το 1767, από τον Σάμουελ Γουόλις ή το 1769 από τον Τζόζεφ Μπανγκς, μέλος της πρώτης αποστολής του Τζέιμς Κουκ με το HMS Endeavour. Ο Τζορτζ Φριθ (*George Freeth*, 1883-1919) χαρακτηρίζεται συχνά ως ο πατέρας του σύγχρονου σέρφινγκ (Βικιπαίδεια, 2017).



Εικόνα 7: Σερφονγκ – Surf

3.2.6 Θαλάσσιο Αλεξίπτωτο (Parasailing)

Το πρώτο αλεξίπτωτο με αύξουσα ταχύτητα αναπτύχθηκε από τον Pierre-Marcel Lemoigne το 1962. Την ίδια χρονιά, ο Lemoigne ίδρυσε Κέντρο Αεροναυπηγικής Εκπαίδευσης για να εισαγάγει το νέο αλεξίπτωτο με αλεξίπτωτο πλαγιάς ως εκπαιδευτικό εργαλείο για τους αλεξιπτωτιστές. Το θαλάσσιο αλεξίπτωτο (parasailing), είναι μια ψυχαγωγική δραστηριότητα με χαρταετό, όπου ένα άτομο ρυμουλκείται πίσω από ένα όχημα (συνήθως ένα σκάφος), ενώ συνδέεται με ένα ειδικά σχεδιασμένο στέγαστρο με φτερά, που θυμίζει ένα αλεξίπτωτο. Ο υποκινούμενος χαρταετός μπορεί να στερεωθεί σε αυτοκίνητο, φορτηγό ή βάρκα. Ο ιμάντας ασφαλείας συνδέει τον πιλότο με το αλεξίπτωτο, το οποίο είναι συνδεδεμένο με το σκάφος ή με το όχημα με το συρματόσχοινο. Το όχημα στη συνέχεια κινείται μακριά, μεταφέροντας τον αλεξιπτωτιστή μαζί με το αλεξίπτωτο στον αέρα. Εάν το σκάφος είναι αρκετά ισχυρό, δύο ή τρία άτομα μπορούν να παρατάξουν πίσω από αυτό ταυτόχρονα (Εικόνα 8). Η δραστηριότητα είναι κατά κύριο λόγο μια διασκεδαστική βόλτα, ενώ δεν είναι ίδιο ακριβώς με το άθλημα της πτώσης με αλεξίπτωτο. Υπάρχουν εμπορικές αλεξιπτωτες επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο. Τα αλεξίπτωτα εδάφους έχουν, επίσης, μετατραπεί σε αγωνιστικό άθλημα στην Ευρώπη (Βικιπαίδεια, 2017).



Εικόνα 8: Θαλάσσιο αλεξίπτωτο – Parasailing

3.2.7 Ιστιοσανίδα (Windsurfing)

Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου (Εικόνα 9). Δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική. Εκτός από διασκέδαση και 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. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες (τουρνουά) και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς. Στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες της χώρας, έχετε τη δυνατότητα να χαρείτε το άθλημα της ιστιοσανίδας ή να πάρετε μαθήματα από εξειδικευμένους εκπαιδευτές (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).



Εικόνα 9: Ιστιοσανίδα – Windsurf

3.2.8 Κωπηλασία (Rowing)

Κωπηλασία ή ερεσία⁸, ονομάζεται ο τρόπος κίνησης των κωπήλατων λέμβων σε υδάτινη επιφάνεια (θάλασσα λίμνη ποταμό). Ανάλογα με τον τύπο των σκαφών, διαίρεται σε 4 βασικά είδη: κλασική, λαϊκή, με κανό και με μονόξυλο. Η κλασική κωπηλασία, ως άθλημα, γίνεται με ειδικά σκάφη, που έχουν ογκωτά σέλματα (κινητούς πάγκους) και φορητούς σκαρμούς που στερεώνονται στα πλευρά (Εικόνα 10). Η λαϊκή κωπηλασία εκτελείται με σκάφη που έχουν ακίνητα σέλματα (σταθερούς πάγκους) και σταθερούς σκαρμούς στερεωμένους στα πλευρά. Η κωπηλασία με κανό γίνεται με σκάφη ειδικού τύπου (κανό), όπου ο κωπηλάτης χειρίζεται δίπλατο, αστερέωτο κουπί. Στην κωπηλασία με μονόξυλο, κωπηλατούν με μονόπλατο κουπί και στέκονται γονατιστοί στο ένα πόδι. Η συστηματική άσκηση στην κωπηλασία αναπτύσσει το μυϊκό σύστημα, δυναμώνει την καρδιά, τους πνεύμονες και το νευρικό σύστημα (Βικιπαίδεια, 2017).

⁸ Ειδικότερα ερεσία λέγεται η ρυθμική κωπηλασία λέμβου με πολλά κουπιά.



Εικόνα 10: Κωπηλασία – Rowing

3.2.9 Καταδυτικός τουρισμός (Scuba diving)

Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού, αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Με μάσκα επιτρέπεται παντού η ελεύθερη κατάδυση, αλλά η κατάδυση με τη χρήση φιαλών ατμοσφαιρικού αέρα (80% άζωτο + 20% οξυγόνο) απαγορεύεται σε περιοχές με υποθαλάσσιες αρχαιότητες. Στην Ελλάδα λειτουργούν δεκάδες σχολές καταδύσεων, που υπόκεινται σε ειδική άδεια του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας. Όλοι οι αυτοδύτες υποχρεούνται να συμφωνούν και να τηρούν τους κανονισμούς και τους περιορισμούς του νόμου 5351/32 περί αρχαιοτήτων. Υποβρύχια δραστηριότητες με καταδυτικό εξοπλισμό επιτρέπονται από την ανατολή μέχρι τη δύση του ηλίου. Ειδικότερα, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να γνωρίζουν ότι απαγορεύεται (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006):

- το ψάρεμα με εξοπλισμό αυτόνομης κατάδυσης (το ψαροντούφεκο με μπουκάλια),
- η φωτογράφιση,
- η αφαίρεση ή η μεταφορά αρχαιοτήτων. Σε περίπτωση εντοπισμού αρχαίων πρέπει αμέσως να το αναφέρετε στην πλησιέστερη αρχαιολογική υπηρεσία του

υπουργείου Πολιτισμού (ή στην Εφορεία Εναλίων Αρχαιοτήτων), λιμενική ή αστυνομική αρχή,

- η χρήση και κατοχή (πάνω σε πλοίο) ειδικού εξοπλισμού ανεύρεσης αρχαιοτήτων.

Οι καταδύσεις μπορούν να συνδυαστούν και με άλλα ενδιαφέροντα, όπως εξερεύνηση βυθού, ναυαγίων, σπηλαίων (Εικόνα 11). Και αν οι καταδύσεις με μπουκάλες δε σας συγκινούν, η ελεύθερη κατάδυση θα σας χαρίσει αυτό που ζητάτε και θα σας κάνει να δείτε τον κόσμο διαφορετικά (www.nautiweb.gr, 2017).



Εικόνα 11: Κατάδυση – Scuba diving

3.2.10 Ψάρεμα (Fishing)

Το αρχαιότερο και το πιο διαδεδομένο άθλημα στο νερό είναι το ψάρεμα ανεξάρτητα αν οι περισσότεροι το θεωρούμε επάγγελμα ή μέσω επιβίωσης. Το ψάρεμα, επιφανείας ή υποβρύχιο, σε γλυκά ή αλμυρά νερά, έχει φανατικούς οπαδούς σε όλο τον κόσμο. Ο εξοπλισμός που χρειάζεται για να ψαρέψουμε ποικίλει ανάλογα το είδος του ψαρέματος (πετονιά, καλάμι, καμάκι, ψαροντούφεκο κ.α), το είδος του ψαριού που κυνηγάμε (το δόλωμα και η μισινέζα παίζουν σημαντικό ρόλο) (www.nautiweb.gr, 2017).

3.2.11 Κρουαζιέρες (Cruises)

- Η Ελληνική Κρουαζιεροπλοΐα, εμφανίστηκε στη δεκαετία του '30, όταν οι πρώτες ελληνικές εταιρίες πρόσφεραν κρουαζιέρες στο Αιγαίο και στη Μεσόγειο.
- Η ΑΚΤΕΛ πρόσφερε κρουαζιέρες στη Μεσόγειο από το 1935 μέχρι το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Η ΕΛΜΕΣ (Ελληνικές Μεσογειακές γραμμές) προήλθε από την ΑΚΤΕΛ και συνέχισε τη δραστηριότητα στην ακτοπλοΐα και στην κρουαζιεροπλοΐα. Το "AQUARIUS" είναι το πρώτο Ελληνικό κρουαζιερόπλοιο που ναυπηγήθηκε το 1972 για την ΕΛΜΕΣ και το «ΚΑΣΤΑΛΙΑ», που ναυπηγήθηκε το 1975, ήταν το μεγαλύτερο (5.258dwt) οχηματαγωγό πλοίο της εποχής του, που πρόσφερε κρουαζιέρες.
- Τη δεκαετία του '30 (1932), η εταιρία «Ατμοπλοΐα Καβουνίδης Ναυτιλιακή ΕΠΕ» θεωρήθηκε πρωτοπόρος στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού.
- Η εμφάνιση στη δεκαετία του '50 του πλοίου *Σεμίραμις* της εταιρίας Ποταμιάνου, θεωρείται ο προάγγελος της ανάπτυξης της σύγχρονης Κρουαζιεροπλοΐας στον Ελληνικό χώρο.
- Η σύγχρονη κρουαζιεροπλοΐα ταυτίζεται με την εταιρία ROC (Royal Olympic Cruises) (1995). Η εταιρία αυτή ήταν αποτέλεσμα της συγχώνευσης των εταιριών «Ηπειρωτική» (1965) της οικογένειας Ποταμιάνου και Sun Cruise Lines (1958) του Χ. Κισέογλου.
- Η συνεργασία αυτή έληξε το 1999 όταν η ROC είχε εισαχθεί στο χρηματιστήριο της Wall Street και εξαγοράστηκε από την Κυπριακή εταιρία Louis Cruise Lines του Κωστάκη Λοΐζου.
- Άλλες σημαντικές εταιρίες κρουαζιεροπλοΐας είναι η Celebrity (1989, πρώην Χανδρής), η οποία το 1997 συγχωνεύθηκε με την Caribbean Cruises, η Festival Cruises (1994) και η Golden Sun Cruises, που έχει στην ιδιοκτησία της ένα κρουαζιερόπλοιο το Aegean 1.

Η Ελλάδα, ως τουριστικός προορισμός, αποτελεί ιδιυλλιακό χώρο για να πραγματοποιήσετε ολιγοήμερες ή πολυήμερες κρουαζιέρες, καθώς διαθέτει πολλά νησιά και λιμάνια που μπορείτε να επισκεφθείτε, αλλά και ιδανικό κλίμα, το οποίο επιτρέπει ένα ευχάριστο ταξίδι τις περισσότερες εποχές του χρόνου (Εικόνα 12). Επιπλέον, μια κρουαζιέρα στις ελληνικές θάλασσες σας δίνει την ευκαιρία να επισκεφθείτε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, μοναδικές εκκλησίες και

μοναστήρια, μνημεία νεώτερων χρόνων, εξαιρετικά ενδιαφέροντα μουσεία και παραδοσιακούς οικισμούς αλλά και να απολαύσετε τις φυσικές ομορφιές πολλών περιοχών της χώρας. Στην Ελλάδα λειτουργούν αρκετές εταιρείες, που διοργανώνουν κρουαζιέρες στις ελληνικές θάλασσες και νησιά, ενώ και ξένες εταιρείες δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό (Μαντζουράνη & Τζιφάκη, 2006).

Οι κρουαζιέρες μπορεί να είναι μονοήμερες, τριήμερες, μικρής διάρκειας (5 – 7 μέρες), μέσης διάρκειας (8 – 14 μέρες) ή μακράς διάρκειας (πάνω από 15 μέρες) όσον αφορά την χρονική διάρκεια (Μυλωνόπουλος & Μοίρα, 2005) και χωρίζονται ανάλογα με τον τουριστικό προορισμό σε (Κομίλης, 1896):

§ Κρουαζιέρες εσωτερικού ή εγχώριες, οι οποίες πραγματοποιούνται στα χωρικά ύδατα μιας χώρας (της χώρας προέλευσης του τουρίστα).

§ Μικτές κρουαζιέρες, οι οποίες πραγματοποιούνται με αφετηρία τη χώρα προέλευσης και κατάληξη τη χώρα προορισμού (διαφορετική από τη χώρα προέλευσης).

§ Κρουαζιέρες εξωτερικού (διεθνείς, υπερατλαντικές κ.ο.κ.), οι οποίες πραγματοποιούνται στα χωρικά ύδατα της χώρας προορισμού.

Κατηγορίες κρουαζιερόπλοιων (Διακομιγάλης, 2009):

- § Yatch style ships
- § Exhibition ships
- § Masted sailing ships
- § Small cruises ships
- § Mid-size cruise ships
- § Large cruise ships
- § Mega ships

Οι οργανωμένες κρουαζιέρες ανάλογα με τις παρεχόμενες δραστηριότητες χωρίζονται σε (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2009):

- § Αθλητικές
- § Εκπαιδευτικές
- § Τρίτης ηλικίας
- § Υγείας
- § Ταξιδιού κινητρων



Εικόνα 12: Κρουαζιέρα - Cruise

Οι δραστηριότητες, που περιλαμβάνει μια κρουαζιέρα, είναι (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2009):

- § Άθληση (γυμναστήρια, πισίνες, γήπεδα)
- § Αγορές (καταστήματα)
- § Μελέτη (βιβλιοθήκη, αίθουσες συνεδρίων)
- § Διασκέδαση (club, disco, bar, casino)
- § Ψυχαγωγία (θέατρο, κινηματογράφος, παιδική χαρά)
- § Καλλωπισμός (spa, κομμωτήριο)
- § Φύλαξη (ζώων, παιδιών)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο «Ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα»

Ο τουρισμός γενικότερα είναι ένας κλάδος, που αναπτύσσεται και αυτό φαίνεται στο Διάγραμμα 1, όπου οι διεθνείς αφίξεις αυξάνονται ανά τα χρόνια στην Ευρώπη.



Διάγραμμα 1: Διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ευρώπη

Ένας ευρύτατος χώρος στον τομέα του τουρισμού, που έχει αυξηθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια και που έχει τεράστιες προοπτικές για περαιτέρω αύξηση στο μέλλον, είναι ο κλάδος της κρουαζιέρας και το γιότινγκ. Στη σημερινή εποχή με τις τόσο δύσκολες συνθήκες και τα άγχη, που δημιουργούνται καθημερινά από την ζωή στους ανθρώπους, έχει αποδειχθεί ότι ο χρόνος των διακοπών σε κρουαζιερόπλοια είναι ό,τι καλύτερο μπορεί να περιμένει ο επιβάτης, που πραγματικά ζει μια ξένοιαστη ζωή απολαμβάνοντας εκτός από τα λουκούλεια εδέσματα κάθε είδους διασκέδαση. Και όλα αυτά σε ένα πάρα πολύ λογικό εισιτήριο που συγκρίνοντάς το με τις διακοπές στην ξηρά αποδουκνείται καλύτερο (Λεκάκου, 2012).

Ο θαλάσσιος τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται στην Ελλάδα τη δεκαετία του '60 και, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Στο χώρο των κρουαζιερών, τα κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία, που πραγματοποιούν ολιγοήμερες ή πολυήμερες κρουαζιέρες σε ελληνικά λιμάνια και λιμάνια άλλων χωρών της Ανατολικής Μεσογείου, είναι άνω των 160.000 Κ.Ο.Χ. και έχουν

συνολική δυναμικότητα άνω των 10.000 επιβατών. Όμως, τα ελληνικά λιμάνια επισκέπτονται και κρουαζιερόπλοια με ξένη σημαία, που φέρνουν στα θαλάσσια σύνορα της χώρας περισσότερους από 500.000 επιβάτες, κατ' έτος. Ο θαλάσσιος τουρισμός δε βρίσκεται στην κορυφή των προτιμήσεων του Έλληνα παραθεριστή. Τα νούμερα μιλούν από μόνα τους. Η εικόνα του θαλάσσιου τουρισμού σήμερα διαμορφώνεται ως εξής (Τσοπελογιάννης,2012):

- § Πλοία αναψυχής μέχρι 49 ατόμων πτώση 25-30 %.
- § Πλοία αναψυχής μέχρι 12 ατόμων πτώση μέχρι 80 %.
- § Ιστιοπλοϊκά πτώση 20-25 %.
- § Κατασχέσεις πλοίων αναψυχής από τράπεζες λόγω της έλλειψης ικανότητας αποπληρωμής δανείων, αριθμός πλοίων 18.
- § Δεμένα πλοία αναψυχής από την έναρξη της περιόδου, αριθμός 10.
- § Προβλεπόμενη ανεργία ανώτερων και κατώτερων πληρωμάτων.

4.1 Ανάπτυξη της κρουαζιέρας – Παγκόσμια εξέλιξη

Παλαιότερα, η κρουαζιέρα αποτελούσε “προνόμιο” των υψηλότερων οικονομικών εισοδημάτων, λόγω του υψηλού κόστους της. Στην παρούσα φάση, ο στρατηγικός προσανατολισμός των εταιρειών έχει μεταβληθεί, γεγονός το οποίο έχει οδηγήσει τόσο στην αύξηση των καταναλωτών του προϊόντος κρουαζιέρα αλλά και στην ύπαρξη επιβατών με διαφορετικό οικονομικό status, εντός του ίδιου πλοίου. Τα βασικά χαρακτηριστικά της περιόδου, που διέρχεται, ο κλάδος είναι (Λεκάκου, 2015):

- a) Η δημιουργία της CLIA (Cruise Line International Association), ως οργανισμού προώθησης των συμφερόντων των εταιρειών του κλάδου,
- b) η στενότερη επαφή και συνεργασία με τα κανάλια διανομής (ταξιδιωτικοί πράκτορες),
- c) η επανατοποθέτηση του προϊόντος της κρουαζιέρας σε υφιστάμενες αγορές και η αλλαγή της αντίληψης για τη φύση της κρουαζιέρας,
- d) η αλλαγή του τρόπου προσφοράς του προϊόντος και
- e) η επέκταση σε νέες αγορές.

Οι προσπάθειες του κλάδου για την προώθηση της κρουαζιέρας ως εναλλακτικού τρόπου διακοπών σε δυνητικούς καταναλωτές, έφερε επιπλέον σημαντικές αλλαγές

στην εσωτερική οργάνωση του ίδιου του κλάδου (Hobson, 1993). Μια αξιοσημείωτη αλλαγή ήταν η μεταβολή των δημογραφικών χαρακτηριστικών των χρηστών. Περισσότεροι νέοι χρήστες, ζευγάρια και οικογένειες με τα παιδιά τους άρχισαν να επιλέγουν κρουαζιέρα για τις διακοπές τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι μέχρι και τη δεκαετία του 1990 η επικρατούσα αντίληψη σχετικά με τους χρήστες της κρουαζιέρας ήταν ότι αυτοί ήταν υψηλής εισοδηματικής στάθμης και σχετικά μεγαλύτερης ηλικίας. Ενδεικτικό του παραπάνω είναι πως το 1985 η μέση ηλικία ενός επιβάτη κρουαζιέρας ήταν 58 ετών, ενώ στις αρχές της δεκαετίας του 1990, ο μέσος ηλικιακός όρος ήταν 43 ετών. Η βιωσιμότητα του κλάδου στηρίζεται στη στόχευση των εταιρειών σε νέες ηλικιακές ομάδες. Οι νέες αυτές κατηγορίες χρηστών δημιούργησαν νέα τμήματα της αγοράς και για το λόγο αυτό η βιομηχανία εισήγαγε σταδιακά αλλαγές προκειμένου να καλύψει τις νέες συνθήκες ζήτησης. Οι κύριες εξελίξεις που σηματοδότησαν αλλαγές στον κλάδο και καθόρισαν την παρούσα δομή του κλάδου συνοψίζονται παρακάτω (Page, 1987):

- α) το μέγεθος του πλοίου, το οποίο αυξάνεται σταδιακά, έτσι ώστε να φιλοξενεί μεγαλύτερο αριθμό των επιβατών
- β) το είδος των δραστηριοτήτων που προσφέρονται στα πλοία, μετατρέποντας τα κρουαζιεροπλοία σε πολυτελή ξενοδοχεία ξηράς παρέχοντας το μέγιστο των εγκαταστάσεων αναψυχής
- γ) η διάρκεια των προγραμμάτων κρουαζιέρας, η οποία αποτυπώνει τη γενική τάση προς συρρίκνωση της διάρκειας των προγραμμάτων. Αυτός είναι ο κύριος λόγος για την ύπαρξη προγραμμάτων με διαφορετική διάρκεια. Επίσης, η επιλογή κοντινών μεταξύ τους προορισμών επέτρεψε την προσφορά πιο ανταγωνιστικών προγραμμάτων κρουαζιέρας επιτρέποντας στις εταιρείες να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους
- δ) μεταβολές στα λιμάνια επιβίβασης, κατά τη δεκαετία του '80 τα "παραδοσιακά" home ports σταδιακά άρχισαν να αντικαθίσταται από νέα, τα οποία βρίσκονταν κοντά στους κύριους θαλάσσιους διαδρόμους. Η τάση αυτή ευνοήθηκε περαιτέρω και από την τάση του "fly and cruise" (Λεκάκου, 2012).

Σε μεγάλο ποσοστό αυτό οφείλεται και στο γεγονός ότι ο κλάδος της κρουαζιέρας επηρεάζεται από τις γενικές οικονομικές συνθήκες. Ωστόσο, τα αντανακλαστικά του κλάδου στα διάφορα οικονομικά και πολιτικά γεγονότα (πόλεμος στο Ιράκ, ιός SARS, οικονομική κρίση), αποδεικνύουν υψηλό βαθμό ευελιξίας και προσαρμογής

προς τις συνθήκες της αγοράς, αγγίζοντας υψηλά ποσοστά πληρότητας ακόμα και σε τέτοιες περιόδους (κυρίως μέσω προσαρμογής της τιμολογιακής τους πολιτικής μέσω εκπτώσεων και προσφορών) (Lekakou and Stefanidaki, 2012).

Κατά το έτος 2010 σύμφωνα με τα στοιχεία που εξάγονται από τις διεθνείς στατιστικές, το σύνολο των επιβατών, που ταξίδεψαν, παγκοσμίως σε κρουαζιέρες ξεπέρασε τα 13 εκατομμύρια εκ των οποίων περίπου 5,5 εκατομμύρια αναφέρονται σε επιβάτες, που προέρχονταν από τις αναπτυγμένες Ευρωπαϊκές χώρες. Πιο συγκεκριμένα, το 2010 ταξίδεψαν με κρουαζιερόπλοια (Τουριστική αγορά):

- 1,6 εκατ. Άγγλοι επιβάτες,
- 1,2 εκατ. Γερμανοί επιβάτες,
- 900.000 Ιταλοί,
- 650.000 Ισπανοί,
- 400.000 Γάλλοι και περίπου
- 750.000 από τα υπόλοιπα ανεπτυγμένα κράτη της Ευρώπης συμπεριλαμβανομένων των Σκανδιναβικών κρατών πλην της Ελλάδας φυσικά.

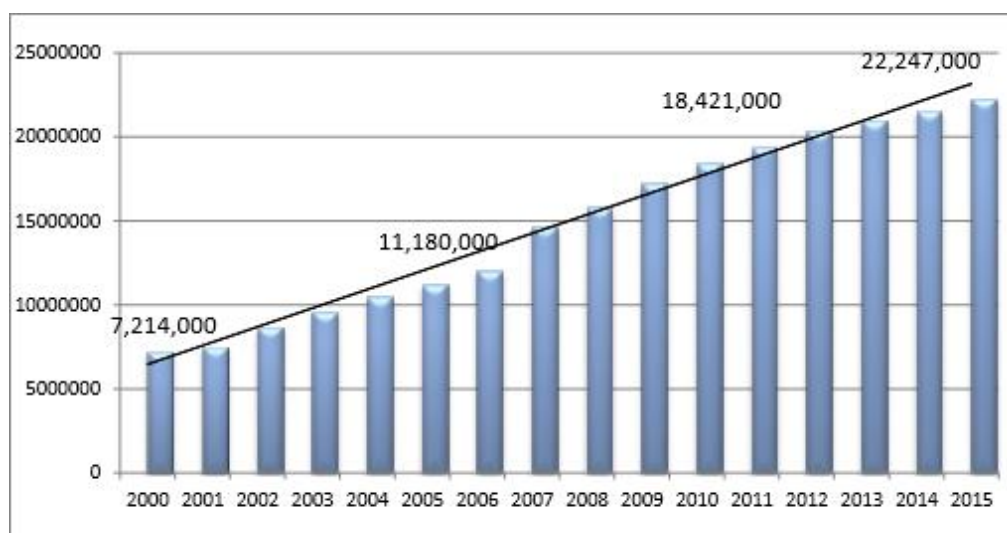
Τα ποσοστά της προτίμησης των Ευρωπαίων επιβατών κατά το έτος 2010 κατανέμονται ως εξής, σύμφωνα με το περιοδικό για την σύγχρονη τουριστική βιομηχανία «Τουριστική Αγορά» (Μιχάλης Λάμπρος, Αντιπρόεδρος ΣΕΕΝ Κλάδου Κρουαζιεροπλοίων και Γενικός Διευθυντής της εταιρείας Majestic International Cruises):

Επιβάτες προς Καραϊβική	17%
Επιβάτες προς Βόρεια Ευρώπη	19%
Επιβάτες προς τα νησιά Ατλαντικού	6%
Επιβάτες προς Μεσόγειο	43%
Επιβάτες προς άλλους προορισμούς	15%

Πίνακας 1: Προτίμηση προορισμών κρουαζιερας Ευρωπαίων

4.1.1 Η εξέλιξη της επιβατικής κίνησης

Έχει υπολογιστεί ότι ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας αυξάνεται με ετήσιο ρυθμό 7,38% για την περίοδο 1990-2015 (Cruise Market Watch, 2012). Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1998-2008, η παγκόσμια ζήτηση αυξήθηκε κατά 110% (CLIA, 2012), με το 40% της αύξησης να σημειώνεται κατά τη τελευταία πενταετία (Rodrigues, 2013). Από 15.779 εκατομμύρια επιβάτες το 2008 εκτιμάται ότι ο αριθμός των χρηστών κρουαζιέρας θα φτάσει τους 22.391 επιβάτες το 2015 (Cruise Market Watch, 2015) (Διάγραμμα 2). Από το σύνολο των επιβατών, που πραγματοποίησαν κάποια κρουαζιέρα η μεγάλη πλειοψηφία προέρχεται από την Β. Αμερική σε ποσοστό 59%, με τους Ευρωπαίους να αντιπροσωπεύουν το 26% της παγκόσμιου αριθμού επιβατών κρουαζιέρας. Η κυριαρχία των Αμερικανών χρηστών σχετίζεται με το γεγονός ότι η πλειοψηφία των εταιρειών κρουαζιέρας είναι εγκατεστημένες στις Η.Π.Α, με ρυθμό διείσδυσης στην αγορά που φτάνει στο 3,5% (CLIA, 2012) του πληθυσμού. Αντίστοιχα στην Ευρώπη το ποσοστό αυτό εκτιμάται στο 1,8%, στο Καναδά στο 2,4% και στην Αυστραλία στο 1,5%. Τα ποσοστά αυτά είναι αρκετά χαμηλά υποδηλώνοντας ότι υπάρχουν θετικές προοπτικές για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου (Λεκάκου, 2015).



Πηγή: Cruise Market Watch, 2015, Επεξεργασία συγγραφέων

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη επιβατών κρουαζιέρας 2000 – 2015



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2013; ΕΛΙΜΕ, 2013; Ιδία Επεξεργασία

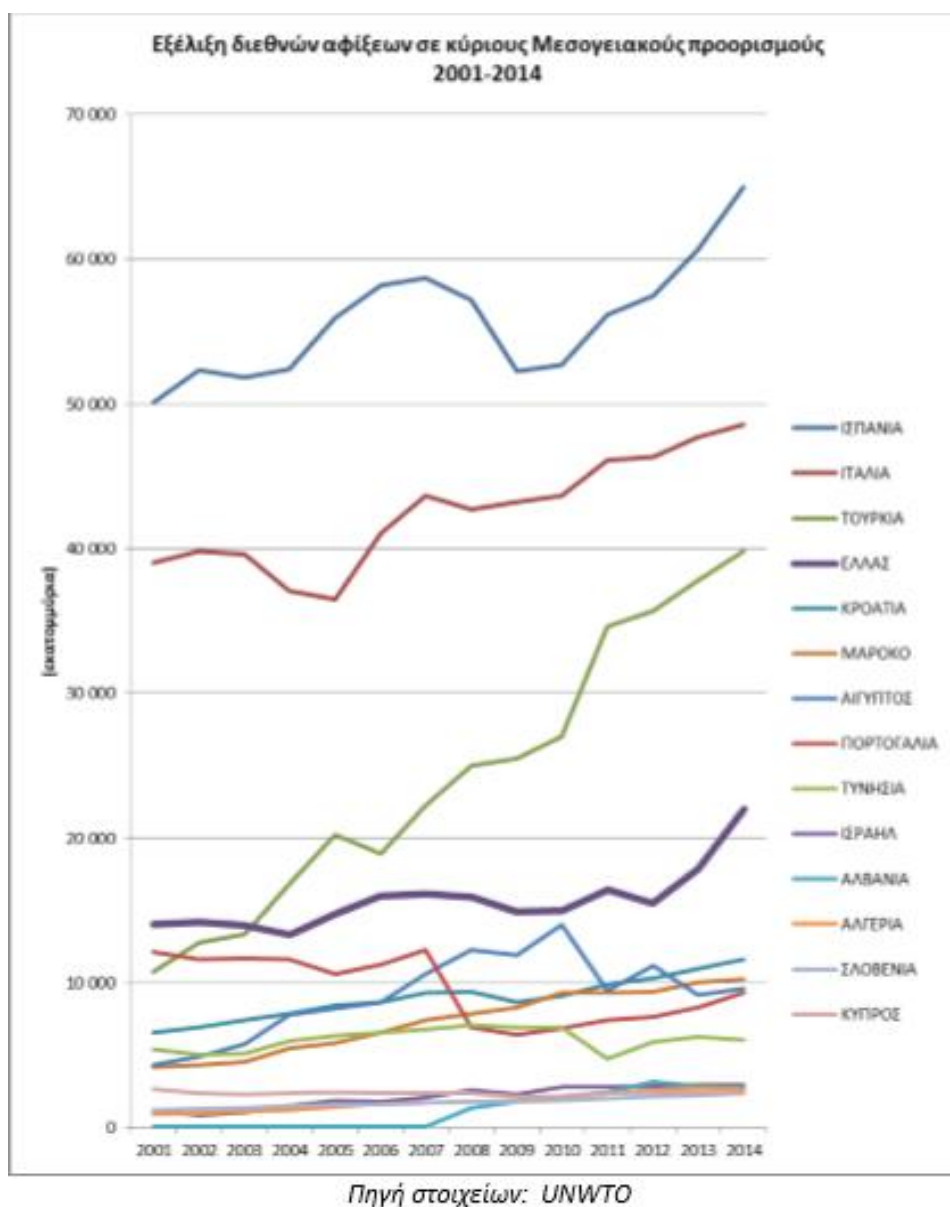
Διάγραμμα 3: Ελληνικά λιμάνια που παρουσίασαν υψηλή επιβατική κίνηση (Υπουργείο Τουρισμού, 2013)

4.1.2 Η ζήτηση της Μεσογείου

Η αύξηση του αριθμού των επιβατών είχε ως άμεση συνέπεια, η αγορά να αναζητήσει νέους εναλλακτικούς προορισμούς, προκειμένου να προσελκύσουν ακόμα μεγαλύτερο αριθμό προσφέροντας εναλλακτικούς λιμένες και υπηρεσίες. Παραδοσιακά η Καραϊβική και οι Μπαχάμες αποτελούν τον σημαντικότερο προορισμό, προσελκύοντας σχεδόν το 50% των διεθνών ροών. Ωστόσο, παρατηρείται συρρίκνωση του ποσοστού και σταδιακή στροφή των εταιρειών σε προορισμούς της Μεσογείου, κυρίως λόγω κλιματολογικών συνθηκών που επιτρέπουν την επέκταση της τουριστικής περιόδου (Λεκάκου, 2015).

Τα Ευρωπαϊκά λιμάνια και η ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου αποτελούν το 20% της αγοράς, ακολουθούμενη από Αλάσκα και Χαβάη. Τα τελευταία δέκα χρόνια η βιομηχανία της κρουαζιέρας αναπτύσσονταν στον άξονα Βόρειο Αμερική- Καραϊβική, καθώς όμως ο κλάδος παγκοσμιοποιείται, η τάση επεκτείνεται και στους προορισμούς, με αποτέλεσμα η Καραϊβική να θεωρείται πλέον «ώριμος» προορισμός, και αυτός είναι και ένας λόγος για τον οποίο οι Αμερικάνικες εταιρείες αναζητούν νέους προορισμούς στη Μεσόγειο (Διάγραμμα 4), ενώ ως αναδυόμενες αγορές

χαρακτηρίζονται η Μαύρη Θάλασσα, η Ασία, η Αφρική και η Μέση Ανατολή. Παράλληλα, το ίδιο το πλοίο προωθείται ως «προορισμός» ενώ χαρακτηριστικό της τάσης αυτής αποτελεί και το γεγονός της συρρίκνωσης των ωρών παραμονής στο εκάστοτε λιμάνι (Λεκάκου, 2015).



Διάγραμμα 4: Εξέλιξη αφίξεων στην Μεσόγειο 2001-2014

Η ζήτηση για κρουαζιέρες στη Μεσόγειο παρουσιάζει σταθερά ανοδικές τάσεις και ισχυρή ανάπτυξη (Πίνακας 2). Η αγορά της Μεσογείου μπορεί να υποδιαιρεθεί στην Ανατολική και την Δυτική, με την Ιταλική Χερσόνησο να αποτελεί ένα φυσικό σύνορο (Lekakou, Tzannatos, 2000). Μια σειρά από ειδικές γεωγραφικές αγορές

μπορούν να διακριθούν στην Ανατολική Μεσόγειο, και συγκεκριμένα (Λεκάκου, 2015):

- i. το Αιγαίο
- ii. η Μαύρη Θάλασσα
- iii. Λεβάντε (Κύπρος - οι Άγιοι Τόποι - Αίγυπτος) και,
- iv. η Βενετία - η Αδριατική - Ιόνιο Πέλαγος.

Περιοχή	2005	2009	2012
Καραϊβική	46.5%	40.5%	33.7%
Μεσόγειος	12.6%	17.8%	20,44%
Ευρώπη/ Σκανδιναβία	7.1%	8.7%	7,9%
Αλάσκα	8.3%	5.7%	6,18%

Πηγή: CLIA,2012

Πίνακας 2: Παγκόσμια κατάταξη προορισμών κρουαζιέρας 2005 - 2012

Με βάση τα στοιχεία της CLIA Europe, ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέφθηκαν 250 διαφορετικά ευρωπαϊκά λιμάνια από το 2008 έως το 2013 αυξήθηκε κατά 438% από 4,42 εκατομμύρια επιβάτες σε 6,36 εκατομμύρια⁹. Τα μεγέθη αυτά αποδεικνύουν τη δυναμική της ευρωπαϊκής αγοράς, η οποία αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 30% των επιβατών κρουαζιέρας σε όλο τον κόσμο. Το 2013 ο αριθμός των επιβατών, που επιβιβάστηκαν από κάποιο ευρωπαϊκό λιμάνι κρουαζιέρας, ανήλθε σε 6 εκατομμύρια επιβάτες, αυξημένοι κατά 5,2% από το προηγούμενο έτος (ECC, 2012/2013). Επιπλέον, οι ευρωπαίοι χρήστες αποτελούν περισσότερο από το 80% του συνολικού αριθμού των επιβατών. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, τα κορυφαία λιμάνια της Μεσογείου για το έτος 2013, ήταν (Λεκάκου,2015):

- ✓ Βαρκελώνη (2.599 χιλιάδες επιβάτες),
- ✓ Civitavecchia (2,538 χιλιάδες επιβάτες),
- ✓ Βενετία (1.8515 χιλιάδες επιβάτες) και

⁹ Σημειώνεται ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση επιβράδυνε την αύξηση των Ευρωπαίων χρηστών κατά 2,4% κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων ετών.

▼ Πειραιάς (1.302 χιλιάδες επιβάτες).

Σε γενικές γραμμές, η Ιταλία, η Ελλάδα και η Ισπανία είναι οι σημαντικότεροι ευρωπαϊκοί προορισμοί (Λεκάκου, 2015).

4.1.3 Η Ελληνική κρουαζιέρα

Η Ελληνική κρουαζιέρα αναπτύσσεται ήδη από τη δεκαετία του 1930, με την εμφάνιση των πρώτων εταιρειών οι οποίες παρείχαν αποκλειστικά υπηρεσίες ταξιδιών αναψυχής στο Αιγαίο και την ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου (Λεκάκου, 2012). Η θέση της Ελλάδας σε αριθμούς για την παγκόσμια κρουαζιέρα είναι ανύπαρκτη. Μπορεί η χώρα μας με τα νησιά της και τους αρχαιολογικούς της χώρους να βρίσκεται μέσα στις πρώτες επιλογές των επιβατών που επιλέγουν κρουαζιέρες στην Ανατολική Μεσόγειο και να έχουμε περίπου 5,5 εκατ. διερχομένους επιβάτες κάθε χρόνο, όμως οι συμπατριώτες μας δεν έχουν ακόμα συνηθίσει να απολαμβάνουν τις διακοπές τους σε κρουαζιερόπλοια (Τουριστική Αγορά).

Το 2013, ο συνολικός αριθμός επιβατών, που επισκέφθηκαν κάποιο ελληνικό προορισμό, έφτασε τα 4,6 εκατομμύρια επιβάτες, σημειώνοντας συρρίκνωση της τάξεως του 4% από το 2012. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην τρίτη θέση σε όρους διερχόμενων επιβατών (transit) και στην έβδομη θέση σε όρους επιβατών επιβίβασης (home-port) με 212,000 επιβάτες, αντιπροσωπεύοντας 3,5% των συνολικά επιβιβαζόμενων επιβατών σε Ευρωπαϊκό λιμάνι. Συγκρίνοντας τη θέση της Ελλάδας σε σχέση με την Ιταλία και την Ισπανία, οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 35,2% και 21,4% αντίστοιχα των επιβατών, αυτή ερμηνεύεται από το γεγονός ότι η Ελλάδα δεν είναι χώρα προέλευσης επιβατών κρουαζιέρας. Χαρακτηριστικό αυτού είναι ότι το ποσοστό διείσδυσης στην Ελληνική αγορά είναι 2/1000 άτομα πληθυσμό, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για την Αγγλία είναι 25/1000 και για την Ιταλία και Ισπανία 15/1000 (CLIA, 2013). Κύριο λιμάνι επιβίβασης επιβατών θεωρείται το λιμάνι του Πειραιά, το οποίο το 2013 υποδέχτηκε 1,3 εκατομμύρια επιβάτες (4ο λιμάνι μετά την Βαρκελώνη, Ρώμη και Βενετία). Άλλα λιμάνια επιβίβασης με μικρότερη κίνηση είναι το Ηράκλειο, η Κέρκυρα και η Ρόδος. Κατά πλειοψηφία οι ελληνικοί προορισμοί είναι προορισμοί προσέγγισης (port of call). Ο πίνακας 3 παρουσιάζει την εξέλιξη των επιβατών κρουαζιέρας στην Ελλάδα συνολικά και των επιβατών που χρησιμοποίησαν ελληνικό λιμμένα ως αφετηρία του προγράμματός τους (Λεκάκου, 2012).

	2009	2010	2011	2012	2013
Αριθμός επιβατών	5030000	4473000	4780000	4796000	4601000
Αριθμός home-port επιβατών	375000	336000	313000	244000	212000

Πηγή: ECC, CLIA, 2010, 2011, 2012, 2013

Πίνακας 3: Εξέλιξη επιβατών κρουαζιέρας στην Ελλάδα 2009 – 2013

Η Ελλάδα, το 2015, διατήρησε την κατάταξή της ως ο τρίτος πιο δημοφιλής προορισμός στην Ευρώπη, με 13.3% μερίδιο της ευρωπαϊκής κρουαζιέρας και συνολικά 4.176.500 επισκέψεις επιβατών κρουαζιέρας. Ως σημαντικότερα λιμάνια προορισμού αναδείχθηκαν η Σαντορίνη, ο Πειραιάς, η Μύκονος, η Κέρκυρα και το Κατάκολο, ενώ μέσα στο 2015, 980.049 επιβάτες, εκκινούν την κρουαζιέρα τους από τον Πειραιά (moneytourism.gr, 2016).

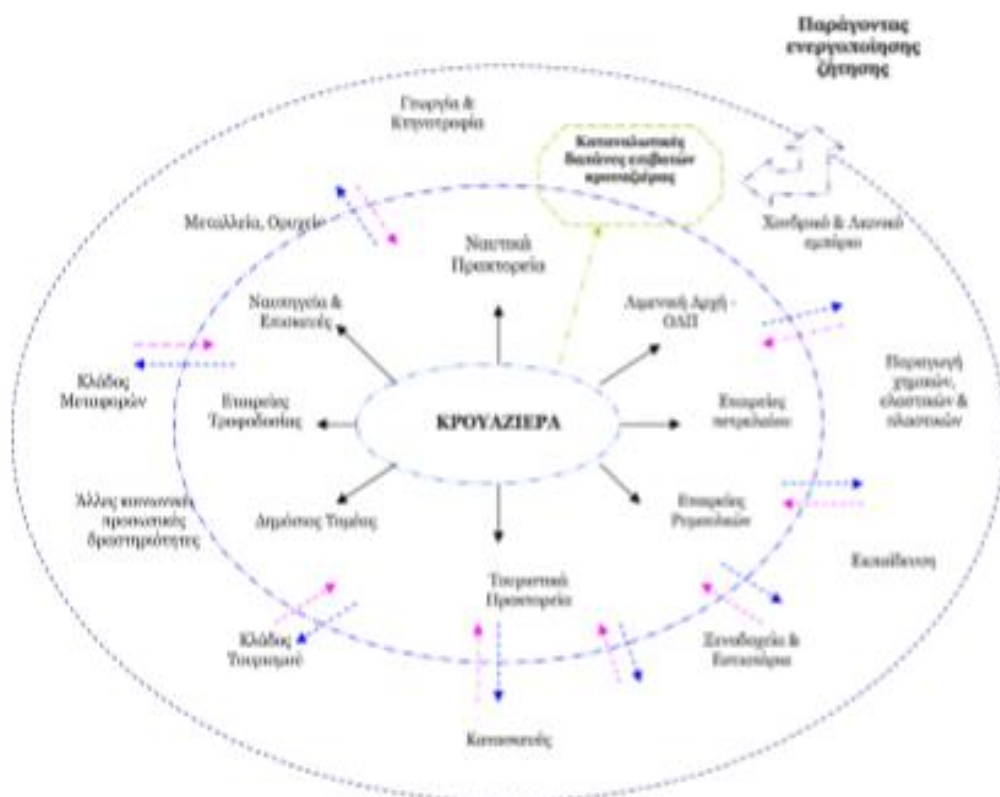
Μόλις το 2% του παγκόσμιου πληθυσμού έχει ζήσει την εμπειρία της κρουαζιέρας. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης στην Ασία και την Κίνα, κατά τα λεγόμενα του κ. Tom Fecke, γενικού γραμματέα της CLIA Europe. «Η Ελλάδα θα πρέπει να στραφεί προς την Κίνα και να διαφημιστεί συντονισμένα με στόχο να διαφοροποιηθεί από τους υπόλοιπους γειτονικούς προορισμούς που αντιμετωπίζουν εντάσεις. Επίσης, χρειάζεται να επενδύσει στη βελτίωση των υφιστάμενων υποδομών για να είναι έτοιμη να υποδεχθεί την είσοδο στην αγορά των νέων πλοίων δυναμικότητας άνω των 4.000 επιβατών. Στην κατηγορία αυτή θα κατατάσσονται περισσότερα από τα μισά νεότευκτα πλοία την περίοδο 2020-2026, πρόσθετης δυναμικότητας 230.000 επιβατών» (Το Βήμα, 2017).

4.1.4 Αποτελέσματα ανάπτυξης της κρουαζιέρας

Η υποστήριξη της ανάπτυξης του κλάδου τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο ερμηνεύεται στη βάση των προκαλούμενων οικονομικών επιπτώσεων. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Κρουαζιέρας, ο κάθε επιβάτης δαπανά 100 ευρώ στον αφετήριο λιμένα και αντίστοιχα 50 ευρώ σε κάθε λιμένα προσέγγισης. Η ανερχόμενη αντίληψη ότι η κρουαζιέρα είναι πηγή δημιουργίας εισοδήματος έχει ως αποτέλεσμα ολοένα και περισσότεροι προορισμοί να προσπαθούν να αναπτύξουν δραστηριότητες προώθησης με σκοπό να ενταχθούν στα προγράμματα των εταιρειών κρουαζιέρας προκειμένου να προσεγγίσουν ή και να

αυξήσουν τον αριθμό των προσεγγίσεων των κρουαζιερόπλοιων. Κάποια λιμάνια έχουν προχωρήσει περισσότερο αποσκοπώντας στην προσέλκυση εγκατάστασης εταιρειών κρουαζιέρας, καθώς με αυτόν τον τρόπο η οικονομική συμβολή στον τόπο αυξάνει σημαντικά και το αποτέλεσμα έχει διαχρονικά μεγαλύτερη σταθερότητα (Λεκάκου, 2015).

Η οικονομική επίπτωση του κλάδου όμως δεν είναι ομοιόμορφη για όλους τους προορισμούς αλλά είναι συνάρτηση της δομής της οικονομίας και της εξειδίκευσης του κλάδου. Στη πλειοψηφία των προορισμών προσέγγισης η επίπτωση προέρχεται κυρίως από τις δαπάνες των επιβατών ενώ στους αφετήριους λιμένες η επίπτωση προέρχεται επιπλέον και από τις δαπάνες των εταιρειών. Σημαντική παράμετρος διαφοροποίησης της επίπτωσης είναι η ύπαρξη εθνικών εταιρειών κρουαζιέρας με εγχώρια εγκατάσταση καθώς και η απασχόληση ντόπιων ναυτικών (όπως αποδεικνύει το επιτυχές παράδειγμα της Ιταλίας) (Λεκάκου, 2015). Το σχήμα 1 παρουσιάζει τις οικονομικές επιπτώσεις από τον κλάδο της κρουαζιέρας.



Πηγή: Lekakou and Stefanidaki, 2012

Σχήμα 1: Οικονομικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας

4.2 Ο κλάδος του yachting - Εξέλιξη στην Ελλάδα

Η απαρχή της δραστηριότητας της θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης στην Ελλάδα εντοπίζεται στις αρχές της δεκαετίας του 1970. Σήμερα ο επαγγελματικός στόλος σκαφών αναψυχής υπολογίζεται στα 4,800 σκάφη, η πλειοψηφία (90%) των οποίων αφορά ιστιοφόρα πλοία και το υπόλοιπο 10% μηχανοκίνητα. Με βάση τα στοιχεία της μελέτης για την Γαλάζια Ανάπτυξη, η θαλάσσια περιήγηση αποτελεί κατά προσέγγιση το 1,5% -2%¹² του συνολικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ήτοι 268 χιλιάδες. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη η ζήτηση για σχετικές υπηρεσίες αποτελεί το 27% των συνολικών δαπανών θαλάσσιου τουρισμού (Λεκάκου, 2015).

Στην ελληνική επικράτεια υπάρχουν 20¹⁰ μαρίνες με συνολική ικανότητα 6.661 θέσεων ενώ ο συνολικός αριθμός θέσεων εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής εκτιμώνται στις 10,000 (συμπεριλαμβανομένων θέσεων σε τουριστικούς λιμένες, καταφύγια και αγκυροβόλια) (Παρδάλη και συν.,χ.χ.). Σύμφωνα με τα στοιχεία του Διακομιχάλη (2012) συνολικά οι χωροθετημένες μαρίνες απαριθμούνται σε 53 ενώ καταγράφονται 24 καταφύγια-αγκυροβόλια και τέσσερις ξενοδοχειακές μαρίνες. Σύμφωνα με την ίδια πηγή ο συνολικά διαθέσιμος αριθμός θέσεων ελλιμενισμού ανέρχεται σε 20,300 θέσεις εκ των οποίων οι 15,300 αφορούν στις μαρίνες. Το μεγαλύτερο ποσοστό των διαθέσιμων θέσεων εντοπίζονται στην περιοχή της Αττικής (28%) (Λεκάκου,2015).

Συγκριτικά με άλλες χώρες της Μεσογείου, η Ελλάδα παρουσιάζει τα παρακάτω χαρακτηριστικά σε όρους υποδομών, με βάση τη συγκριτική μελέτη της HVS (2009) (Λεκάκου, 2015):

1. Μέγιστο μήκος προβλήτας: 42 μέτρα (Τουρκία «1^η») με μέση μέγιστη τιμή 58μέτρα). Τα μεγέθη αυτά υποδηλώνουν την ικανότητα εξυπηρέτησης των υφιστάμενων υποδομών και σύμφωνα με τα οποία η Τουρκία διαθέτει κατάλληλότερες υποδομές για την εξυπηρέτηση mega yachts.
2. Μέση χωρητικότητα ανά μαρίνα: 369 θέσεις (η Ελλάδα βρίσκεται στη τρίτη θέση της κατάταξης μετά την Σλοβενία «458 θέσεις») και την Τουρκία (411 θέσεις)
3. Θέσεις ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής: 0,51 (η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση ανάμεσα σε Σλοβενία «1^η», Μάλτα, Κροατία, Ιταλία, Κύπρο και Τουρκία). Συγκριτικά η Ελλάδα παρουσιάζει έλλειψη σε βασικές υποδομές σε σχέση με το μήκος των ακτογραμμών της.

¹⁰ Blue Growth Study, 2013

Η ζήτηση για υπηρεσίες αναψυχής προέρχεται κατά πλειοψηφία από Ευρωπαίους χρήστες με τους Γερμανούς χρήστες στη κορυφή της πελατειακής διάρθρωσης σε ποσοστό σχεδόν 30%, ακολουθούμενους από του Ιταλούς σε ποσοστό 11%. Αντίστοιχα, η εγχώρια ζήτηση είναι ιδιαίτερα περιορισμένη και εκτιμάται μόλις στο 3% (Λεκάκου, 2015).

Η ζήτηση για υπηρεσίες μαρινών εξαρτάται από τρεις κύριες συνθήκες¹¹:

- I. το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών
- II. τη ποιότητα και το εύρος των υπηρεσιών ανά θέση ελλιμενισμού και
- III. οι εξελίξεις στο κλάδο των σκαφών αναψυχής

Στο πλαίσιο αυτό η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία σε όρους αριθμού σκαφών αναψυχής αλλά και σε όρους μαρινών. Αυτό όπως ανέδειξε και η μελέτη του Ναυτικού Επιμελητηρίου Ελλάδας, είναι κάθε φορά συνάρτηση του ισχύοντος φορολογικού πλαισίου, το οποίο επηρεάζει δυνητικά την αγορά των σκαφών αναψυχής. Η φορολογική προσέγγιση άλλων Ευρωπαϊκών χωρών έχει ευνοήσει τον αντίστοιχο εγχώριο κλάδο και κατ' επέκταση και την κατασκευή σχετικών υποδομών. Ενδεικτικό του παραπάνω είναι ο αριθμός σκαφών ανά χώρα, 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. Συγκριτικά αν και η Ελλάδα διαθέτει το μεγαλύτερο μήκος ακτογραμμών διαθέτει μόνο 17,700 ιδιωτικά σκάφη αναψυχής (πρέπει να τονισθεί ότι ο διαχωρισμός σε ιδιωτικά και επαγγελματικά ισχύει μόνο στην Ελλάδα, όποτε στις άλλες χώρες αναφέρεται το σύνολο των σκαφών αναψυχής) (Λεκάκου, 2015).

Την ώρα που η Ελλάδα θέλει να προσελκύσει τουρίστες υψηλών εισοδημάτων, ο θαλάσσιος τουρισμός συνεχίζει να «βουλιάζει» στα λασπόνερα της κυβερνητικής αδιαφορίας. Αν και ταιριάζει απολύτως με τη γεωγραφική φυσιογνωμία των ελληνικών νησιών, η κυβέρνηση δείχνει να αδιαφορεί για την προβολή και την προώθηση ενός κλάδου, που καλύπτει ποσοστό 3,8% από το μερίδιο 18% της συνολικής συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ. Ο θαλάσσιος τουρισμός βρίσκεται

¹¹ OECD, 2014

στην «εντατική». Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται «κύμα φυγής» ελληνικών επαγγελματικών και ιδιωτικών θαλάσσιων σκαφών σε Τουρκία και Κροατία, εξαιτίας της κάμψης που παρουσιάζει ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού, αλλά και των φορολογικών επιβαρύνσεων στη χώρα. Σύμφωνα με την Ένωση Μαρίνων, ένα ποσοστό 25% των ελλιμενιζόμενων σκαφών έχει ήδη αποχωρήσει από την Ελλάδα. Τα περισσότερα σκάφη έχουν καταπλεύσει σε μαρίνες γειτονικών χωρών, αφού τα τέλη ελλιμενισμού είναι φθηνότερα και το θεσμικό πλαίσιο είναι πιο ξεκάθαρο, ενώ τα πλοία συνεχίζουν να ναυλώνονται διατηρώντας την ελληνική σημαία (Το χρήμα, 2016).

«Η χρονιά που πέρασε ξεκίνησε αρκετά αισιόδοξα, όμως οι εκλογές, το “grexit”, τα capital controls, το δημοψήφισμα συνέβαλαν στο φρενάρισμα της πολύ καλής χρονιάς που διαφάνηκε», τονίζει ο πρόεδρος της Ένωσης Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού (ΕΠΕΣΤ), Αντώνης Στελλιάτος, με αποτέλεσμα η αγορά του ελληνικού yachting για άλλη μια χρονιά να μην ακολουθήσει τη γενική άνοδο του τουρισμού. Οι λόγοι της συνέχισης αυτής της κάκιστης κατάστασης στην οποία βρίσκεται το ελληνικό yachting είναι, όπως εξηγεί ο ίδιος, οι εξής (Το χρήμα, 2016):

«Οι ναυλωτές ξένων σκαφών που δεν εφαρμόζουν τον νόμο 4256/2014. Τα υπό ευρωπαϊκή σημαία επαγγελματικά εκτελούν ναυλώσεις χωρίς να είναι εγγεγραμμένα στο ηλεκτρονικό μητρώο, όπως προβλέπει ο νόμος, τα δε σκάφη με σημαία τριτοκοσμική οργιάζουν σε ναυλώσεις στα πελάγη μας. Αποτέλεσμα, δεν εισπράττουμε ΦΠΑ ναύλωσης και φόρους, δεν γίνονται ναυλοσύμφωνα, δεν πληρώνουν NAT, δεν έχουν οργανικές συνθέσεις πληρωμάτων, όπως προβλέπει το υπουργείο Ναυτιλίας, τα υπό ελληνική σημαία επαγγελματικά μένουν δεμένα και στους Έλληνες ναυτικούς θα συνεχίσει να μεγαλώνει η ανεργία. Εάν κάποιος έβλεπε τι σκάφη κυκλοφορούσαν στα ελληνικά πελάγη το καλοκαίρι, θα αισθανόταν μεγάλη θλίψη. Όλες οι σημαίες, και ειδικά η κόκκινη, σε ολόκληρο το Αιγαίο. Σπάνια η γαλανόλευκη».

4.2.1 Αποτελέσματα ανάπτυξης του yachting στην Ελλάδα

Ο ελληνικός θαλάσσιος τουρισμός και συγκεκριμένα το ελληνικό yachting είναι η πιο αδικημένη και απαξιωμένη εναλλακτική μορφή τουρισμού:

- 1) Το ελληνικό yachting καλύπτει 3,8% από το 18% που συνεισέφερε ο τουρισμός στο ΑΕΠ.
- 2) Η ζώνη Περάματος λειτουργεί με το 90% των επαγγελματικών πλοίων. Πόσες ειδικότητες υπάρχουν που ασχολούνται με τα επαγγελματικά πλοία; Δεκάδες!
- 3) Περίπου 3.200 Έλληνες ναυτικοί απασχολούνται στα ελληνικά τουριστικά πλοία, ναυτολογημένοι στο NAT. Άρα το ελληνικό yachting συνεισφέρει στο NAT τα μέγιστα!
- 4) Δίνει ζωή στα απομακρυσμένα ελληνικά νησιά, στα οποία η πρόσβαση είναι δυνατή μόνο με σκάφος, διότι οι άγονες γραμμές περνάνε μία φορά την εβδομάδα. Δουλεύουν τα εστιατόρια, τα bar, τα καταστήματα. Με λίγα λόγια, τονώνεται η τοπική οικονομία και κοινωνία.
- 5) Οι μαρίνες, με τη μόνιμη θέση των επαγγελματικών σκαφών, κερδίζουν. Ασχέτως αν δεν υπάρχει μειωμένο επαγγελματικό τιμολόγιο.

Το yachting σε αριθμούς

- 25% των ελλιμενιζόμενων σκαφών έχει ήδη αποχωρήσει από την Ελλάδα.
- είναι τα επαγγελματικά τουριστικά πλοία, εκ των οποίων 2.700 ιστιοπλοϊκά αριθμεί ο στόλος των σκαφών.
- 3.150 Έλληνες ναυτικοί (αξιωματικοί, υπαξιωματικοί και ναύτες), ασφαλισμένοι στο NAT, απασχολούνται στα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη.
- 8.000-10.000 εποχικοί υπάλληλοι προσλαμβάνονται επιπλέον την καλοκαιρινή περίοδο.
- Σε 80% ανέρχεται η μείωση των ναυλωτών στα μηχανοκίνητα επανδρωμένα σκάφη με πλήρωμα 6 έως 8 άτομα.
- Σε 40% εκτιμάται η ανεργία των ναυτικών στον κλάδο του επαγγελματικού yachting.
- 3,8% από το μερίδιο 18% της συνολικής συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ καλύπτει ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού (Παρασκήνιο, 2016).

4.3 Νομικά πλαίσια

Συνοπτικά το σχετικό εθνικό πλαίσιο κατηγοριοποιείται σε τρεις βασικές περιόδους ως εξής (Λεκάκου, 2012):

- Ø Περίοδος Α: Πρίν το 1999 (cabotage)
- Ø Περίοδος Β: 1999-2010 (EC Regulation 3577/1992) και
- Ø Περίοδος Γ: 2012 μέχρι σήμερα (Νόμος 4072/2012)

4.3.1 Ισχύ νόμων από το 1999 μέχρι σήμερα

Μέχρι και το 1999, ο ελληνικός κλάδος κρουαζιέρας λειτουργούσε υπό καθεστώς προστατευσμού. Αυτό συνεπάγεται ότι μόνο τα πλοία φέροντα ελληνική σημαία είχαν το δικαίωμα της εκτέλεσης περιηγητικών πλοών με αφετηρία από ελληνικό λιμένα. Το 1992 ψηφίζεται ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός 3577/92 σχετικά με την ελεύθερη παροχή υπηρεσιών ενδομεταφορών. Ο στόχος ήταν η δημιουργία ενιαίας αγοράς μεταξύ των Κ-Μ και η εξίσωση όλων των Ευρωπαϊκών σημαιών. Στο πλαίσιο αυτό όλα τα Κ-Μ είχαν την υποχρέωση της εναρμόνισης της σχετικής εθνικής νομοθεσίας με την αντίστοιχη κοινοτική. Ωστόσο, στη περίπτωση της Ελλάδας υπήρξε εξαίρεση από την εφαρμογή του νόμου μέχρι το 2004, λόγω κυρίως για λόγους συνοχής και μόνο για τις νησιωτικές ακτοπλοϊκές υπηρεσίες. Η απελευθέρωση του κλάδου της κρουαζιέρας για τις ευρωπαϊκές σημαίες πραγματοποιήθηκε το 1999. Τον Αύγουστο του 2010, ο νόμος 3872/2010 προχώρησε ακόμη περισσότερο με την απελευθέρωση της εισόδου στην αγορά και για τρίτες σημαίες (μη –Ευρωπαϊκές) δίνοντας τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν ελληνικά λιμάνια για την εκτέλεση κυκλικών περιηγητικών πλοών. Ωστόσο, για τη δραστηριοποίηση πλοίων υπό ξένη σημαία, ο νόμος προέβλεπε την υπογραφή σχετικής σύμβασης με το ελληνικό δημόσιο. Η υποχρέωση αυτή αποτελούσε τεχνητό εμπόδιο για την περαιτέρω ανάπτυξη του home-porting στην Ελλάδα και ως εκ τούτου δεν επέφερε την επιθυμητά αποτελέσματα. Συνέπεια αυτού, η ψήφιση νέου νόμου το έτος 2012 (ν. 4072/2012) όπου στο άρθρο 222, αναιρείται η παραπάνω υποχρέωση , επιφέροντας την καθολική απελευθέρωση του κλάδου (Λεκάκου, 2012).

4.3.2 Cabotage

Όσον αφορά του νόμους του cabotage, παρακάτω γίνεται αναφορά στο νόμο 2932/2001 περί αυτού. Στο πρώτο άρθρο του νόμου 2932/2001 οι θαλάσσιες μεταφορές από ή προς λιμένες νησιών αναφέρονται τα εξής (Τσοπελογιάννης, 2012):

- 1) Από την 1η Νοεμβρίου 2002 είναι ελεύθερη η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών που:
 - i. Παρέχονται έναντι αμοιβής από πλοιοκτήτη Κράτους-Μέλους της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (Ε.Κ.) ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.) ή της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών (Ε.Ζ.Ε.Σ.) εκτός από την Ελβετία.
 - ii. Εκτελούνται μεταξύ λιμένων της ηπειρωτικής χώρας και νησιών ή μεταξύ λιμένων νησιών, από επιβατηγά και οχηματαγωγά πλοία, επιβατηγά ή φορτηγά, δρομολογημένα σε τακτική γραμμή επιβατικών μεταφορών και πορθμείων, καθώς και από τα πλοία που έχουν ολική χωρητικότητα μέχρι εξακόσιες πενήντα μονάδες υπολογισμού, σύμφωνα με τη διεθνή σύμβαση <<Για την καταμέτρηση της χωρητικότητας των πλοίων του 1969>>, την οποία κύρωσε ο Ν. 1373/1983 (ΦΕΚ 92 Α) , εφόσον τα πλοία αυτά είναι νηολογημένα στην Ελλάδα ή άλλο Κράτος-Μέλος της Ε.Κ. ή του Ε.Ο.Χ. ή της Ε.Ζ.Ε.Σ >> εκτός από την Ελβετία και φέρουν τη σημαία του.

1) Ως πλοιοκτήτης στον παρόντα νόμο νοείται το πρόσωπο που ορίζεται στη διάταξη της παραγράφου 2 του άρθρου 2 του Κανονισμού (Ε.Ο.Κ.) με αριθμ. 3577/1992 του Συμβουλίου «για την εφαρμογή της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές στο εσωτερικό των Κρατών - Μελών (θαλάσσιες ενδομεταφορές)» - L364/7-10/12- 12-92

2) Κατ' εξαίρεση, αν τα πλοία που προβλέπονται στην παράγραφο 1 δεν επαρκούν, επιτρέπεται με απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας, ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου Ακτοπλοϊκών Συγκοινωνιών (Σ.Α.Σ.), η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών από πλοία, που φέρουν τη σημαία άλλου κράτους, υπό τον όρο της αμοιβαιότητας και με τις προϋποθέσεις που τίθενται στο νόμο αυτόν.

Στο δεύτερο άρθρο του νόμου 2932/2001, αναφέρονται τα εξής:

- 1) Η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων ενδομεταφορών τελεί υπό την εποπτεία του κράτους, η οποία ασκείται από τους Υπουργούς Εμπορικής Ναυτιλίας και Αιγαίου.
- 2) Όπου αναφέρεται στον παρόντα νόμο Υπουργός και Υπουργείο, νοείται ο Υπουργός Εμπορικής Ναυτιλίας ή ο Υπουργός Αιγαίου και το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας (Υ.Ε.Ν.) ή το Υπουργείο Αιγαίου, αναλόγως αρμοδιότητας.
- 3) Το κράτος, οι οργανισμοί διοίκησης και εκμετάλλευσης των λιμένων και οι οργανισμοί της τοπικής αυτοδιοίκησης πρώτης και δεύτερης βαθμίδας, μεριμνούν στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη, τη λειτουργία και οργάνωση των λιμένων, καθώς και για την εξασφάλιση υπό συνθήκες ελεύθερου και υγιούς ανταγωνισμού της παροχής ασφαλών, σταθερών, αξιόπιστων και ποιοτικών θαλάσσιων υπηρεσιών μεταφοράς επιβατών, οχημάτων και εμπορευμάτων, της προστασίας των συμφερόντων του επιβατικού κοινού, της οικονομικής ανάπτυξης των νησιών, της συνοχής του νησιωτικού χώρου και της εδαφικής συνέχειας της χώρας.
- 4) «Οι θαλάσσιες ενδομεταφορές τακτικών γραμμών εκτελούνται από επιβατηγά και οχηματαγωγά, επιβατηγά ή φορτηγά, πλοία που δρομολογούνται σε γραμμή ή γραμμές του ενδεικτικού γενικού δικτύου ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών που καλύπτει τους λιμένες όλων των νησιών.». [Το πρώτο εδάφιο της παρ. 4 τίθεται όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 25 Ν. 3450/2006 (ΦΕΚ Α' 64)]. Το δίκτυο καθορίζεται μέχρι 31 Οκτωβρίου εκάστου έτους με απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας, ύστερα από γνώμη του Σ.Α.Σ, και οι δρομολογιακές γραμμές διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα με τη σημασία τους στις εσωτερικές και διεθνείς μεταφορές της χώρας, στη διοικητική διάρθρωσή της, στη διάταξη των λιμένων, τις ειδικές συνθήκες σε αυτούς και την ανάγκη εξασφάλισης τακτικής εξυπηρέτησής τους.
- 5) Πλοίο δρομολογούμενο σε γραμμή ορισμένης κατηγορίας μπορεί να εξυπηρετεί και λιμένα ή λιμένες, που περιλαμβάνονται σε γραμμή άλλης κατηγορίας.

Με απόφαση του Υπουργού, ύστερα από γνώμη του Σ.Α.Σ., μπορεί να επιβάλλονται στους πλοιοκτήτες, που ενδιαφέρονται για τη δρομολόγηση πλοίου σε ορισμένη ή ορισμένες γραμμές, υποχρεώσεις δημόσιας υπηρεσίας. Οι ανωτέρω υποχρεώσεις

επιβάλλονται για την εξυπηρέτηση λόγων δημόσιου συμφέροντος και περιλαμβάνουν, χωρίς να δημιουργούν διακρίσεις, όρους που αφορούν τους λιμένες, οι οποίοι επιβάλλεται να εξυπηρετούνται, την τακτική εξυπηρέτηση, τη συνέχεια, τη συχνότητα και ικανότητα παροχής μεταφορικών υπηρεσιών, το ναύλο και τη στελέχωση των πλοίων. Δεν απαιτείται γνώμη του Σ.Α.Σ. για την επιβολή υποχρεώσεων δημόσιας υπηρεσίας, όταν πρόκειται να εξυπηρετηθούν επείγουσες κοινωνικές ανάγκες ή λόγοι εθνικής ασφάλειας και άμυνας. Όσοι από το προσωπικό δεν είναι Έλληνες πρέπει να κατέχουν πιστοποιητικό ελληνομάθειας, σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Το Cabotage είναι μια νομοθετική ρύθμιση, που απαγορεύει σε σκάφη με ξένη σημαία να εκτελούν δρομολόγια σε ελληνικά λιμάνια και συγκεκριμένα από ένα ελληνικό λιμάνι σε άλλο. Η άρση του Cabotage αποτελεί το φόβητρο του yachting της ελληνικής ναυτιλίας. Το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα, γνωστό και ως cabotage, δεν επιτρέπει σε κρουαζιερόπλοια, που δεν φέρουν σημαία κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης να επιβιβάζουν και να αποβιβάζουν τουρίστες σε κάποιο ελληνικό λιμάνι. Ριζικές αλλαγές επιθυμεί να πραγματοποιήσει η Κυβέρνηση στον τομέα του τουρισμού με την πλήρη απελευθέρωση της κρουαζιέρας. Σε 10 ημέρες η άρση του cabotage στην κρουαζιέρα τόνισε η Υπουργός Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας κ. Άννα Διαμαντοπούλου. Κίνηση η οποία θα έχει οικονομικά οφέλη για την Ελλάδα, που φθάνουν τα 1,165 δισ. ευρώ τον χρόνο. Το cabotage δεν επιτρέπει κρουαζιερόπλοιο να αρχίζει και να τελειώνει στην Ελλάδα την κρουαζιέρα παρά μόνο όταν έχει σημαία Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι υποστηρικτές της άρσης του cabotage επισημαίνουν ότι εάν η Ελλάδα ακολουθήσει το παράδειγμα της Ισπανίας και της Ιταλίας που δεν υπάρχουν τέτοιου είδους περιορισμοί, θα μπορέσει να εξασφαλίσει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς, το οποίο αναμένεται να φθάσει τα επόμενα χρόνια στα 5 εκατομμύρια τουρίστες. Υπό τις προϋποθέσεις αυτές ο Πειραιάς μπορεί να διαδραματίσει για την ανατολική Μεσόγειο, τον ρόλο που έχει στη δυτική Μεσόγειο η Βαρκελώνη, η οποία κατάφερε να αυξήσει τις αφίξεις από το 1989 έως το 2005, σε διάστημα 16 ετών, κατά 920%. Τα οφέλη θα είναι πολλά και τα σημαντικότερα από αυτά είναι τα εξής (Τσοπελογιάννης, 2012):

1. Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την ανάπτυξη της χειμερινής κρουαζιέρας,

2. Ανάπτυξη νέων ελληνικών προορισμών για την κρουαζιέρα και, επομένως, καλύτερη κατανομή των οφελών στην περιφέρεια,
3. Σημαντική αύξηση εσόδων για τον ξενοδοχειακό κλάδο της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και της Κρήτης από προγράμματα πριν και μετά την κρουαζιέρα,
4. Σημαντική διεθνή προβολή της Ελλάδος από τις εταιρείες της κρουαζιέρας και της πελατείας τους.

Πέρα από τις νέες θέσεις εργασίας, που θα δημιουργηθούν σε ξηρά και θάλασσα (στην Ιταλία η κρουαζιέρα απασχολεί πλέον 4.000 Ιταλούς ναυτικούς), θέσεις εργασίας θα δημιουργηθούν και σε πολλούς άλλους τομείς. Θα αυξηθούν οι δραστηριότητες στο transit και στο home porting, όσο στους κλάδους που ασχολούνται με την τεχνική υποστήριξη πλοίων, την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, προμήθεια υλικών και τροφοδοσίας, ναυπηγεία κ.λπ. Παράλληλα, για την προστασία των εργαζόμενων στη ναυτιλία και την αύξηση της απασχόλησής τους θα πρέπει να γίνει σχεδιασμός για (Τσοπελογιάννης, 2012):

§ Την αναβάθμιση της εκπαίδευσης και κατάρτισης στους ναυτικούς ξενοδοχειακών ειδικοτήτων, ώστε να καταστούν ελκυστικοί στην αγορά εργασίας.

§ Την προώθηση Ελλήνων ναυτικών σε θέσεις ευθύνης στις εταιρείες κρουαζιέρας μέσω κυβερνητικών φορέων.

§ Την ένταξη των εργαζομένων στα κρουαζιερόπλοια σε πρόγραμμα επιδότησης, το οποίο καταρτίζεται αυτή την περίοδο και θα είναι αντίστοιχο με αυτό που έχει σήμερα ο ΟΑΕΔ για τους ξενοδοχοϋπαλλήλους.

Η Ελλάδα είναι μέσα στις τρεις πρώτες χώρες, πανευρωπαϊκά, στον τομέα της κρουαζιέρας (από πλευράς προσεγγίσεων), ωστόσο τα εμπόδια που υφίστανται λόγω cabotage αποστερούν την ελληνική οικονομία και τις τοπικές κοινωνίες (κυρίως νησιωτικές) από σημαντικά έσοδα. Σύμφωνα με τον νόμο 2932/2001 για την άρση του cabotage υπάρχει “Ελεύθερη παροχή υπηρεσιών στις θαλάσσιες ενδομεταφορές- Σύσταση Γενικής Γραμματείας Λιμένων και Λιμενικής Πολιτικής- Μετατροπή Λιμενικών Ταμείων σε Ανώνυμες Εταιρείες και άλλες διατάξεις” (ΦΕΚ Α’ 145/27.6.2001) (Τσοπελογιάννης, 2012).

Ο κυριότερος λόγος, που όλοι ελπίζουμε ότι η άρση του καμποτάζ θα βοηθήσει στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ανατολική Μεσόγειο, είναι συνυφασμένος με δύο βασικούς παράγοντες (Μιχάλης Λάμπρος, Αντιπρόεδρος ΣΕΕΝ Κλάδου Κρουαζιεροπλοίων και Γενικός Διευθυντής της εταιρείας Majestic International Cruises):

Ο πρώτος παράγοντας είναι η εξοικονόμηση καυσίμων και χρόνου πλεύσης των κρουαζιερόπλοιων τα οποία σήμερα ξεκινούν είτε από Ισπανικά λιμάνια είτε από Γαλλικά ή Ιταλικά με προορισμό την Ανατολική Μεσόγειο ενώ η χρησιμοποίηση του Πειραιά ως λιμάνι αφητηρίας εκτός από την εξοικονόμηση καυσίμων και χρόνου δημιουργεί και την ευχέρεια περισσότερων προορισμών συμπεριλαμβανομένων και λιμένων της Μαύρης Θάλασσας που τα τελευταία χρόνια έχει δείξει τεράστιο τουριστικό ενδιαφέρον αλλά θα δημιουργήσει συγχρόνως και μεγαλύτερους χρόνους παραμονής στα διάφορα λιμάνια.

Αυτός είναι ο δεύτερος παράγοντας, που θα σπρώξει, τις ξένες εταιρείες να ξεκινούν τις κρουαζιέρες τους από Ελληνικά λιμάνια.

Ένα άλλο σπουδαίο στοιχείο, που θα ενθαρρύνει, τους πλοιοκτήτες κρουαζιερόπλοιων να προτιμήσουν τα ελληνικά λιμάνια είναι το κόστος των λιμενικών και των άλλων εξόδων που σήμερα βρίσκονται σε ικανοποιητικά επίπεδα σε σύγκριση με άλλα λιμάνια γειτονικών χωρών. Πρέπει να διατηρηθούν σε επίπεδα ανταγωνισμού ούτως ώστε να προσελκύσουν περισσότερα πλοία. Απαραίτητος παράγοντας επίσης είναι η ασφάλεια των λιμανιών μας και για τα πλοία αλλά κυρίως και για τους επιβάτες. Σε πολλά από τα νησιά μας που προσεγγίζουν σήμερα κρουαζιερόπλοια, οι υποδομές ασφαλείας είναι είτε ανύπαρκτες είτε υποτυπώδεις. Τα περισσότερα λιμάνια μας δεν πληρούν δυστυχώς ούτε τους στοιχειώδεις διεθνείς κανόνες ασφαλείας. Τα συνολικά οφέλη που θα αποκομίσει η χώρα μας από την ανάπτυξη του κλάδου της κρουαζιέρας στην μετά καμποτάζ εποχή είναι πολλά, άλλα μεσοπρόθεσμα και άλλα μακροπρόθεσμα. Τα σπουδαιότερα είναι (Μιχάλης Λάμπρος, Αντιπρόεδρος ΣΕΕΝ Κλάδου Κρουαζιεροπλοίων και Γενικός Διευθυντής της εταιρείας Majestic International Cruises):

- Αύξηση του εισαγόμενου συναλλάγματος κατά περίπου 1,5 έως 2 δις ετησίως,
- Αύξηση των δραστηριοτήτων των παραναυτιλιακών επιχειρήσεων, π.χ., τροφοδοσίες πλοίων, καύσιμα, εφόδια, επισκευές κ.λπ.

- Αύξηση του προσωπικού των πρακτορειακών γραφείων, των ναυτιλιακών γραφείων καθώς επίσης και του προσωπικού των εταιρειών που διοργανώνουν εκδρομές,
- Τόνωση της αγοράς των νησιών μας αλλά και του Πειραιά, της Θεσσαλονίκης και της Κρήτης.

4.3.3 Ηλεκτρονικό μητρώο

Ο νόμος Βαρβιτσιώτη του Απριλίου του 2015 στηρίχθηκε στο ηλεκτρονικό μητρώο. «Κάθε σκάφος, με οποιαδήποτε σημαία πλέει στα ελληνικά χωρικά ύδατα, θα έπρεπε να ανακοινώνεται στο ηλεκτρονικό μητρώο, που θα υπήρχε στο υπουργείο Ναυτιλίας. Τι σκάφος είναι –ιδιωτικό, επαγγελματικό–, τι μεταφέρει –ιδιώτες, ναυλωτές–, τι σημαία έχει και πόσο χρονικό διάστημα θα παραμείνει στην Ελλάδα», εξηγεί ο κ. Στελλιάτος, ο οποίος επισημαίνει ότι ηλεκτρονικό μητρώο δεν υπάρχει μέχρι σήμερα, με αποτέλεσμα να μην εισπράττει η χώρα μας εκατομμύρια και να μη βοηθιέται η ελληνική οικονομία. Την ίδια στιγμή, η Κροατία εισπράττει από όποιο σκάφος εισέρχεται στα κροατικά χωρικά ύδατα, είτε ιδιωτικό είτε επαγγελματικό, για μία εβδομάδα παραμονής 700 ευρώ. Και προμηθεύει το σκάφος με ειδικό σήμα. Άρα είναι επιτακτική η ανάγκη εφαρμογής του ηλεκτρονικού μητρώου (Το χρήμα, 2016).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο «Η συμβολή του θαλάσσιου τουρισμού και του εναλλακτικού τουρισμού στην ανάπτυξη της Ελλάδας»

5.1 Συμβολή θαλάσσιου τουρισμού

Τα στοιχεία προκύπτουν από μελέτη της Eurobank με την η άμεση συμβολή του Τουρισμού στο ΑΕΠ τη χρονιά που πέρασε να υπολογίζεται στο 7,6% και η συνολική 18,5%, ενώ ταυτόχρονα η άμεση συμβολή στην απασχόληση να είναι 11,3% και 23,1% η συνολική, ποσοστά που μεταφράζονται σε 401 χιλ. και 822 χιλ. θέσεις εργασίας αντίστοιχα. Το συνολικό ποσό που δαπανήθηκε από ξένους τουρίστες στην Ελλάδα το 2015 ανήλθε σε 14,8 δισ. ευρώ και η συνεισφορά κλάδου στο σύνολο των επενδύσεων ήταν 2,7 δισ. ευρώ ή 16.5% επί του συνόλου. Παράλληλα, το 2015 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 82% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου. Τέλος, ο μέσος πολλαπλασιαστής ανέρχεται σε 2,65 δηλ. για κάθε 1 ευρώ προερχόμενο από την τουριστική δραστηριότητα προκαλείται έμμεση (πρόσθετη) οικονομική δραστηριότητα 1,65 ευρώ. Εντούτοις, όπως έδειξε η μελέτη, η Ελλάδα υστερεί στον τομέα των υποδομών επίγειων και θαλάσσιων μεταφορών, γεγονός εξαιρετικά ανησυχητικό καθότι εμποδίζει την ανάπτυξη του ναυτικού τουρισμού και της κρουαζιέρας. Επιπροσθέτως, η υστέρηση σε όρους ανταγωνιστικότητας τιμών προκαλεί προβληματισμό, ιδιαίτερα εάν ληφθεί υπόψη η μεγάλη μείωση του μισθολογικού κόστους τα τελευταία έτη. Παράγοντες που, ενδεχομένως ερμηνεύουν την εξέλιξη αυτή, σύμφωνα με την έρευνα συμπεριλαμβάνουν μεταξύ άλλων την υψηλή φορολογία και το υψηλό κόστος ενέργειας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες. "Σε κάθε περίπτωση, ιδιαίτερη προσοχή συνιστάται στην πολιτική τιμών από τις επιχειρήσεις του κλάδου έτσι ώστε να αποφεύγονται αδικαιολόγητες ανατιμήσεις στις παρεχόμενες υπηρεσίες" συμπεραίνει. (<http://www.economy365.gr>, 2016)

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους θεμελιώδεις πυλώνες της εθνικής οικονομίας. Η συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας είναι εξέχουσας σημασίας καθώς η οικονομική ανάπτυξη και ευημερία αρκετών περιοχών εξαρτώνται ως επί το πλείστον από αυτόν, ενώ αποτελεί και έναν από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής μας οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. Ήδη, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum - WEF) το 2011, η χώρα μας κατέλαβε την 29η θέση μεταξύ 139 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 83η. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα συμβάλλοντας άμεσα και έμμεσα στο

15% - 17,7% του ΑΕΠ (Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος), ενώ συμβάλει στην κάλυψη του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών, με τα έσοδα από τον αλλοδαπό τουρισμό να υπερβαίνουν το 1/3 των συνολικών εισπράξεων του ισοζυγίου υπηρεσιών¹². Στον πίνακα 4, παρουσιάζεται το ποσοστό συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ καθώς και οι τουριστικές εισπράξεις όπως διαμορφώθηκαν διαχρονικά. Σημαντική είναι επίσης και η επίδραση του τουρισμού στην απασχόληση, δεδομένου ότι αρκετά επαγγέλματα επηρεάζονται άμεσα, αλλά και έμμεσα από την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς κινητοποιεί ένα σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται. Ως προς την απασχόληση, ο τουρισμός εκτιμάται ότι συμβάλει στο 18,4% της συνολικής απασχόλησης, δηλαδή ο αριθμός των εργαζομένων που εμπλέκονται άμεσα και έμμεσα στον τουρισμό είναι περίπου 758.300 το έτος 2011. Με άλλα λόγια 1 στους 5 κατοίκους της Ελλάδας απασχολείται άμεσα και έμμεσα στον τουρισμό. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (38,6%). Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ, υπολογίζεται ότι η τουριστική κατανάλωση επηρεάζει το 60% των κλάδων της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο τουριστικός πολλαπλασιαστής εκτιμάται σε 2,184, δηλαδή κάθε ευρώ που καταναλώνεται στον τουρισμό δημιουργεί υπερδιπλάσια δευτερογενή κατανάλωση στην υπόλοιπη οικονομία. Ακόμη, είναι αξιοσημείωτο ότι για κάθε μία άμεση θέση απασχόλησης στον τουρισμό δημιουργείται σχεδόν ακόμα μία θέση στην ευρύτερη οικονομία. Η δραστηριότητα στον τουριστικό τομέα χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας, καθώς για την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που σχετίζονται με τη ζήτηση από τους επισκέπτες χρησιμοποιείται συγκριτικά περισσότερη εργασία από κεφαλαιουχικό εξοπλισμό, ενώ λόγω της εποχικότητας της ζήτησης, αυξάνεται σημαντικά τους θερινούς μήνες¹³.

¹² Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), Ο Τουρισμός πρωταγωνιστής στην Οικονομική και Κοινωνική Ανάπτυξη της Ελλάδας, Αθήνα 2010, σ. 18 και Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), Η Επίδραση του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, Αθήνα 2012, σ.11

¹³ Ομιλία Ανδρεάδη Ανδρέα, «Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ, κ. Ανδρέα Ανδρεάδη στο CEO Summit 2012 της ΕΕΔΕ», 11 Δεκεμβρίου 2012

Μήνας	Έτος						
	2001	2006	2007	2008	2009	2010	2011
% Συμμετοχή Τουρισμού στο ΑΕΠ	16,90%	17,70%	17,50%	16,70%	15,70%	15,40%	16,50%
Τουριστικές Εισπράξεις (εκατ. €)	10.580	11.357	11.319	11.636	10.400	9.611	10.505

Πίνακας 4: Συμβολή τουρισμού στην ανάπτυξη της Ελλάδας

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος και του World Travel & Tourism Council, Απρίλιος 2012.

Αντίστοιχα, σε πολλές μεσογειακές χώρες η συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση είναι εξαιρετικά σημαντική: για παράδειγμα, στην Τυνησία ο τουρισμός εκτιμάται ότι συμβάλει στο 12,9% της συνολικής απασχόλησης, στην Αίγυπτο στο 13,1%, στην Ισπανία στο 12,7%, στην Πορτογαλία στο 17,8%, ενώ στις μικρότερες χώρες όπως Μάλτα και Κύπρο συμβάλει στο 28,6% και 19,1% αντίστοιχα, δηλαδή περίπου στο 1/3 της συνολικής απασχόλησης. Ο διεθνής μέσος όρος είναι περίπου 13,6%. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι βάσει προβλέψεων του WTTC, ο δείκτης συμβολής του τουρισμού στην απασχόληση για τα ελληνικά δεδομένα θα έχει ανοδική πορεία και έως το 2022 θα ανέλθει στο 22,1 %, φθάνοντας τις 996.000 χιλιάδες θέσεις εργασίας στην επόμενη δεκαετία. Σημαντική παρουσιάζεται και η αύξηση των διεθνών τουριστικών αφίξεων και εισπράξεων που υπολογίζεται να φθάσουν τα 27.225.000 εκατομμύρια (16.894.000 εκατομμύρια το 2011) και 20 δις ευρώ (12,7 δις ευρώ το 2011) αντίστοιχα το 2022¹⁴. Τέλος, σε παγκόσμιο επίπεδο ο ελληνικός τουρισμός έχει καταγράψει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2011 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 19η σε επίπεδο εσόδων, ενώ εκτιμάται ότι έως και το 2019 η απασχόληση στην τουριστική οικονομία μπορεί να αυξηθεί τουλάχιστον κατά 360.000 άτομα, καλύπτοντας το 100% των ανέργων κατά το 2009. Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω στοιχεία μπορούμε να

¹⁴ World Travel and Tourism Council (WTTC), Greece : Travel & Tourism Economy Impact, 2012 Edition, p. 8

οδηγηθούμε στο συμπέρασμα ότι η πολιτική για τον τουρισμό πρέπει να κατέχει ιδιαίτερο ρόλο στη γενικότερη αναπτυξιακή πολιτική της χώρας (Πλακιώτη, 2013).

5.2 Συμβολή του εναλλακτικού τουρισμού

Το νέο μοντέλο τουρισμού σημαίνει για τις τοπικές οικονομίες και κοινωνίες (Τσουβελακίδου, 2009):

- Προσέλκυση επισκεπτών υψηλού επιπέδου. Υπολογίζεται ότι οι νέες μορφές τουρισμού αφορούν τουλάχιστον 20 εκ. τουρίστες μεσαίου ή ανώτερου εισοδήματος, με ετήσια αύξηση της ζήτησης κατά 10% το χρόνο.
- Αυξημένη κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη μέσα από τη σύνδεση της τουριστικής αγοράς με την εγχώρια προσφορά. Για παράδειγμα, μπορεί να προωθηθεί η τοπική αγροτική παραγωγή μέσα από ειδικά ελκυστικά προϊόντα τοπικής τουριστικής κατανάλωσης. Στον τομέα της μεταποίησης μπορούν να προωθηθούν σε πόλους τουριστικής έλξης όπως σε μουσεία, συλλογές και εκθέσεις προϊόντα τοπικής βιοτεχνίας και καλλιτεχνικής χειροτεχνίας, και είδη λαϊκής τέχνης.
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέχρι και 8 μήνες ετησίως. Δημιουργείται αγορά που αξιοποιεί το τοπικό κεφάλαιο όλο το χρόνο.
- Παροχή δυνατοτήτων για αυξημένη συμμετοχή της μικρομεσαίας ιδιωτικής πρωτοβουλίας στην τουριστική δραστηριότητα αλλά και ανάληψη πρωτοβουλιών από την Α'βάθμια Αυτοδιοίκηση. Ενώ με το μοντέλο του μαζικού τουρισμού οι επενδύσεις επικεντρώνονται σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, με το εναλλακτικό μοντέλο κινητοποιούνται πολλοί μικροί επιχειρηματίες (ξενοδόχος εστιατορες, τουριστικοί πράκτορες, επαγγελματίες του βουνού, βιοτέχνες τοπικών προϊόντων), αλλά και οι κοινότητες που φιλοξενούν τις τουριστικές δραστηριότητες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο « Επιπτώσεις ανάπτυξης θαλάσσιου τουρισμού»

Ορισμένοι ερευνητές είναι ιδιαίτερα δραματικοί στην ανάλυσή τους για τις επιπτώσεις του τουρισμού, π.χ. έχει υποστηριχθεί ότι ο τουρισμός μπορεί να ερημώσει τοπία, να εκμηδενίσει πολιτισμούς, να καταστρέψει τη μοναδικότητα και γενικά οδηγεί στη συνεχή υποβάθμιση της ζωής (Croall, 1995) στον πλανήτη. Αν και αρκετές από αυτές τις δηλώσεις μπορεί να είναι λίγο ακραίες, αποτελούν ενδείξεις της νεοεμφανιζόμενης άποψης ότι ο τουρισμός δεν αποτελεί πανάκεια, όπως θεωρείτο κάποτε. Σήμερα είναι ευρύτατα αποδεκτό ότι υπάρχουν πολλές αρνητικές επιπτώσεις που απορρέουν από αυτόν. Οι θεωρίες, που έχουν αναπτυχθεί σχετικά με την πορεία, που ακολουθεί η ανάπτυξη του τουρισμού, σε αυτές τις περιοχές είναι πολλές. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η θεωρία της «διαδοχής της αναψυχής» (Stankey, 1985), η οποία δείχνει τους κινδύνους που προκαλούνται από μικρές αλλά αυξανόμενες αλλαγές στο φυσικό περιβάλλον. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή το ξαφνικό ενδιαφέρον, που ακολουθεί την ανακάλυψη μιας «παρθένας και αμόλυντης» περιοχής, ακολουθεί η υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Σταδιακά, οι αρχικοί επισκέπτες, που προσελκύστηκαν από το αμόλυντο περιβάλλον, απομακρύνονται και αντικαθίστανται από μεγαλύτερους αριθμούς επισκεπτών, με λιγότερες προσδοκίες περιβαλλοντικής ποιότητας. Αυτή η αλυσίδα συνεχίζεται, με αποτέλεσμα τους ακόμα μεγαλύτερους αριθμούς επισκεπτών, την αυξανόμενη ανάπτυξη της υποδομής των περιοχών προκειμένου να ανταποκριθεί στις ανάγκες των τουριστών και τη σταδιακή υποβάθμιση της ποιότητας του περιβάλλοντος. Στο διάστημα αυτό, η αρχική ομάδα επισκεπτών, που την ονομάζουμε «ομάδα ανακάλυψης», μετακινείται, εξερευνά και «ανακαλύπτει» μια νέα παρθένα περιοχή και έτσι ξεκινά και πάλι η αλυσίδα «της διαδοχής της αναψυχής». Η θεωρία της «διαδοχής της αναψυχής» βρίσκει άμεση εφαρμογή στα παράκτια και ειδικότερα στα νησιωτικά περιβάλλοντα. Διότι στις περιοχές αυτές η συνάντηση της ξηράς με τη θάλασσα αποτελεί κατά κανόνα πεδίο ανάπτυξης ποικίλων θαλάσσιων δραστηριοτήτων, που αποτελούν ισχυρό πόλο έλξης τουριστών. Αποτέλεσμα αυτών είναι οι νησιωτικές κυρίως περιοχές να παρουσιάζουν υψηλό βαθμό τρωτότητας στον κίνδυνο του «αιφνίδιου ενδιαφέροντος» των τουριστών. Σχετικό με τη θεωρία της διαδοχής αναψυχής είναι και το μοντέλο για τον «κύκλο ζωής του τουρισμού» (Butler, 1990). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή μια περιοχή που ανακαλύπτεται για πρώτη φορά τουριστικά, μοιραία θα ακολουθήσει το τυπικό οικονομικό μοντέλο του «κύκλου παραγωγικής ζωής» που χρησιμοποιείται ευρύτατα στις περιοχές του μάρκετινγκ και της διοίκησης επιχειρήσεων. Σύμφωνα μ' αυτό ένα προϊόν θα ακολουθήσει το μοντέλο ανάπτυξης γέννηση – ανάπτυξη -

ωριμότητα. Το μοντέλο ανάπτυξης καταγράφηκε σε διάφορες περιοχές και σχετίζεται και με αρκετές περιοχές όπου αναπτύχθηκε ο θαλάσσιος τουρισμός. Για παράδειγμα, η περίπτωση του κόλπου Hanauma στο νησί Οάχου στη Χαβάη δείχνει τόσο τις δραματικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που μπορεί να προκύψουν ως αποτέλεσμα του θαλάσσιου τουρισμού καθώς και τα στάδια ανάπτυξης που σκιαγραφούνται στο μοντέλο του κύκλου ζωής (Μοίρα, 2002).

Οι επιπτώσεις στο παράκτιο περιβάλλον λόγω των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού είναι πολλές και συχνά λειτουργούν πολλαπλασιαστικά. Οι επιπτώσεις αυτές μπορούν να ομαδοποιηθούν ως εξής (Τσοπελογιάννης, 2012):

- 1) Ρύπανση του παράκτιου και θαλάσσιου οικοσυστήματος.
- 2) Ηχορύπανση, ιδίως στην περίοδο αιχμής, με επιπτώσεις στην τοπική χερσαία και θαλάσσια χλωρίδα και πανίδα αλλά και στη ζωή των κατοίκων και των ίδιων των τουριστών.
- 3) Απώλεια φυσικών πόρων τους οποίους οι τοπικοί πληθυσμοί παραδοσιακά θεωρούν δεδομένους.
- 4) Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας της περιοχής.
- 5) Αλλοίωση του παράκτιου περιβάλλοντος με την κατασκευή εγκαταστάσεων και υποδομών συχνά ξένων προς τον τοπικό και παραδοσιακό ρυθμό.
- 6) Αλλοίωση του φυσικού περιβάλλοντος και υποβάθμιση της αισθητικής.

6.1 Πλεονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα του θαλάσσιου τουρισμού παρατίθενται ως εξής (Τσοπελογιάννης, 2012):

- 1) Η Ελλάδα είναι η χώρα με το μεγαλύτερο μήκος ακτών. Διαθέτει ένα μοναδικό νησιωτικό σύμπλεγμα, ονειρεμένους φυσικούς κόλπους και αμέτρητα ακατέργαστα λιμανάκια. Έχει ακόμη τις ωραιότερες και ίσως τις καθαρότερες θάλασσες, έναν από τους μεγαλύτερους εμπορικούς στόλους στον κόσμο, ενώ διαθέτει ανεκτή οργάνωση και υποδομή σε ορισμένους τομείς τουρισμού. Με όλα αυτά θα έπρεπε να ήταν ένας παράδεισος για κάθε ιδιοκτήτη γιότ και ιδιαίτερα του πλούσιου Ευρωπαίου που θα άφηνε το σκάφος του εδώ και θα "πεταγόταν" τακτικά για ένα διήμερο-τριήμερο, για να απολαύσει τα αγαθά της φύσης.

2) Η Ελλάδα είναι ο ιδανικότερος χώρος για κρουαζιέρες, πιθανώς σε ολόκληρο τον κόσμο. Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν τυφώνες όπως υπάρχουν στη Φλόριντα, ούτε ρηγά και ξέρες όπως στις Μπαχάμες. Δεν υπάρχουν ομίχλες, παλίρροια και γενικά όλοι οι άλλοι κίνδυνοι που υπάρχουν στις θάλασσες του κόσμου. Ο γεωγραφικός παράγοντας θέτει τις βασικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στη χώρα. Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας στη Μεσόγειο θάλασσα, η γεωμορφολογία των ακτών και η νησιωτικότητα είναι στοιχεία που ευνοούν όλες τις μορφές του θαλάσσιου τουρισμού. Επίσης οι κλιματολογικές συνθήκες, δηλαδή η μικρά περίοδος ηλιοφάνειας, το ήπιο κλίμα, οι υψηλές θερμοκρασίες, επιτρέπουν τις θαλάσσιες δραστηριότητες αναψυχής στο μεγαλύτερο μέρος του έτους.

3) Υπάρχουν πάνω από 20.000 νησιά, σε μικρή απόσταση μεταξύ τους. Σίγουρα η Ελλάδα είναι η χώρα η οποία θα έπρεπε να είναι στην προτίμηση όλων των Ευρωπαίων που κάνουν διακοπές με σκάφος.

4) Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η τουριστική ανάπτυξη γενικά, συνεπάγεται πολλά οικονομικά οφέλη για τις κοινωνίες υποδοχής και φιλοξενίας. Είναι γεγονός ότι ένα οποιοδήποτε σκάφος ξοδεύει αρκετά χρήματα και βοηθάει την ελληνική οικονομία περισσότερο από κάθε άλλο είδος τουρισμού. Σκάφη που παραμένουν στην ελληνική επικράτεια δώδεκα μήνες τον χρόνο ξοδεύουν σημαντικότερα ποσά σε συνάλλαγμα εντός Ελλάδας και δίνουν δουλειά σε χιλιάδες άτομα. Είναι γεγονός ότι τα σκάφη, σε αντίθεση με τα σπίτια ή τα αυτοκίνητα κινούνται από χώρα σε χώρα και ευκολότατα αλλάζουν τόπο μόνιμης αγκυροβολίας αν βρουν κάπου αλλού ευνοϊκότερες συνθήκες. Τα συναλλαγματικά οφέλη προκύπτουν κατά κανόνα από τον θαλάσσιο τουρίστα που προέρχεται από ανεπτυγμένες χώρες και έχει υψηλό εισοδηματικό επίπεδο και προβαίνει σε καταναλώσεις, που αυξάνουν το εισόδημα των κατοίκων του τόπου υποδοχής. Βεβαίως το επίπεδο της κατανάλωσης εξαρτάται από τη μορφή της θαλάσσιας τουριστικής δραστηριότητας.

5) Με την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας. Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του απαιτεί εξειδίκευση απασχόλησης. Το θαλάσσιο περιβάλλον ως ιδιαίτερος χώρος εργασίας και αναψυχής απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και

ικανότητες. Έτσι ο θαλάσσιος τουρισμός ως τέτοια επιχειρηματική δραστηριότητα δημιουργεί θέσεις εργασίας με ιδιαίτερη εξειδίκευση. Σε αυτές τις θέσεις εργασίας δεν υπεισέρχεται η ετεροαπασχόληση, δηλαδή η ευκαιριακή και ανειδίκευτη εργασία που ενδεχομένως χαρακτηρίζει άλλους τομείς του τουρισμού.

6) Υπάρχουν τα κρατικά οφέλη τα οποία είναι οφέλη που προκύπτουν για το κράτος από τη θαλάσσια τουριστική δραστηριότητα. Πηγή των κρατικών εσόδων είναι η άμεση ή έμμεση φορολόγηση των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού (π.χ. επιχειρήσεων, εργαζομένων, κλπ.), η επιβολή τελών για παροχή υπηρεσιών θαλάσσιου τουρισμού (π.χ. ελλιμενισμό τουριστικών σκαφών, αδειοδότηση για άσκηση θαλάσσιας τουριστικής δραστηριότητας), η επιβολή προστίμων για παραβάσεις της θαλάσσιας τουριστικής νομοθεσίας, κλπ.

7) Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών όσον αφορά στην ασφάλεια των επιβατών, παρά τη μεγάλη ηλικία του στόλου, είναι σε πολύ καλό επίπεδο, ειδικά αν συγκριθεί με το επίπεδο ασφάλειας τόσο της ευρωπαϊκής όσο και της παγκόσμιας επιβατηγού ναυτιλίας.

8) Ο κλάδος των σκαφών αναψυχής είναι από τους πλέον ζωντανούς και δραστήριους κλάδους της βιομηχανικής παραγωγής της Ελλάδας σήμερα. Είναι ζωντανός, βιώσιμος και με πολύ καλές προοπτικές για το μέλλον. Έχουν πραγματοποιηθεί αξιόλογες επενδύσεις αλλά έχει επιτευχθεί και πολύ καλός καταμερισμός εργασίας. Το ελληνικό σκάφος είναι πολύ καλό ποιοτικώς, πράγμα που φαίνεται και από τις εξαγωγές που πραγματοποιεί ο κλάδος. Η ναυτιλία εξυπηρετεί το θαλάσσιο εμπόριο, συνδέει τα λιμάνια της χώρας και τα νησιά με την ηπειρωτική χώρα και δημιουργεί άλλες οικονομικές δραστηριότητες, άμεσες και έμμεσες της ναυτιλίας, όπως ναυπηγοεπισκευαστική βιομηχανία, παραγωγή ναυτιλιακού εξοπλισμού, μεσιτεία, εταιρείες τεχνικού ελέγχου, ασφάλιση, κλπ.

9) Η ιδιαίτερη καθαρότητα των ελληνικών θαλασσών και ο τεράστιος πλούτος του βυθού αποτελούν πόλο έλξης για όσους αναζητούν τη μαγεία της υποβρύχιας εξερεύνησης. Οι ελληνικές θάλασσες είναι οι ομορφότερες και μαγευτικότερες της Μεσογείου. Η κατάδυση κατά μήκος των δαντελωτών ακτών ή κοντά σε γραφικά νησιά εκπληρώνει και τους πιο απαιτητικούς. Σημαντικά πλεονεκτήματα είναι ο

πολιτισμός της Ελλάδας, η μοναδική πολυνησία, το φυσικό περιβάλλον, οι ιδεώδεις καιρικές συνθήκες, το ανεπανάληπτο φώς και το εκτεταμένο μήκος των ακτών. Έλληνες και θάλασσα ήταν, είναι και θα είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι. Δεν είναι τυχαίο ότι ο θαλάσσιος τουρισμός και κατ' επέκταση η ναυπήγηση σκαφών αναψυχής είναι από τους ιδιαίτερα σημαντικούς κλάδους που αναπτύσσονται στην Ελλάδα τις τελευταίες δεκαετίες. Η δύναμη της μεγάλης εμπορικής ναυτιλίας έδωσε στην Ελλάδα τη δυνατότητα πέρα από πολιτισμό, να μιλάει και για επενδύσεις. Ο πολιτιστικός παράγοντας αποτελεί ενισχυτικό μοχλό στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού, καθώς ο πλούσιος πολιτιστικός πλούτος των νησιών και των παράκτιων περιοχών μπορεί να αποτελέσει συμπληρωματικό ελκυστικό πόρο στην κάθε εξειδικευμένη θαλάσσια δραστηριότητα.

10) Ο πολιτικός παράγοντας, που συνίσταται στη δημιουργία ασφαλούς περιβάλλοντος για τον τουρίστα συντελεί επίσης στη διαμόρφωση θετικής εικόνας για το θαλάσσιο τουρισμό στην Ελλάδα. Η θετική αυτή εικόνα ενισχύθηκε και προβλήθηκε διεθνώς μετά την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004.

11) Τα ελληνικά σκάφη όχι μόνο δεν έχουν τίποτα να ζηλέψουν από τα εισαγόμενα αλλά προσφέρουν την άμεση επαφή με τον κατασκευαστή, διατίθενται σε ανταγωνιστικές τιμές και είναι προσαρμοσμένα και αξιοπλοία στα ελληνικά νερά.

12) Ο κλάδος αυτός έχει προοπτικές, συντελεί στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για την Ελλάδα και δημιουργεί ευκαιρίες για νέες θέσεις εργασίας. Η ναυτιλία ως κλάδος της οικονομίας παρουσιάζει έντονη ιδιομορφία που συνίσταται στην παγκοσμιότητα του χαρακτήρα της. Αποτελεί βασικό μοχλό για την οικονομική πρόοδο και ανάπτυξη. Προσφέρει θέσεις απασχόλησης στο εργατικό δυναμικό της χώρας και πολλές φορές στο εργατικό δυναμικό άλλων χωρών (απασχόληση αλλοδαπών). Επίσης συντελεί στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος (ναύλοι που εισπράττονται σε ξένο συνάλλαγμα για τη μεταφορά φορτίων τρίτων χωρών εισρέουν ως ναυτικό συνάλλαγμα).

13) Τέλος, άλλο ένα σημαντικό πλεονέκτημα το οποίο είναι ο κοινωνικός παράγοντας, που συνίσταται στη φιλόξενη διάθεση του ντόπιου πληθυσμού, στην παραδοσιακή κουζίνα, στον τρόπο διασκέδασης και συμπληρώνει την ελκυστικότητα της χώρας ως θαλάσσιου τουριστικού προορισμού. Οι ελληνικές θάλασσες και ακτές

με τα πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα που προσφέρουν, κατέστησαν το θαλάσσιο τουρισμό και συγκεκριμένα το γιώτινγκ πολύ δημοφιλή δραστηριότητα τόσο μεταξύ των Ελλήνων, όσο και μεταξύ των ξένων επισκεπτών της χώρας.

6.2 Μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα του θαλάσσιου τουρισμού είναι τα εξής (Τσοπελογιάννης, 2012):

1) Δεν υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες στα λιμάνια και είναι συχνό φαινόμενο οι επιβάτες, που φτάνουν σε κάποιο μεγάλο τερματικό λιμάνι (π.χ. Πειραιάς) να εγκαταλείπονται στην τύχη τους σχετικά με το πώς θα βγουν από το πλοίο. Παρά τη συνεχή ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα, η έλλειψη σε υποδομές (όσον αφορά τις θέσεις ελλιμενισμού) και σε παρεχόμενες υπηρεσίες είναι εμφανής. Η υπάρχουσα υποδομή σε θέσεις ελλιμενισμού ανέρχεται σε 8.000 ενώ οι ανάγκες αγγίζουν τις 20.000.

2) Οι προοπτικές είναι άριστες, οι δυσκολίες όμως ήταν και εξακολουθούν να είναι πολλές και ποικίλες. Το βασικό πρόβλημα είναι ότι η συμβολή της πολιτείας στην επιβολή και την ανάπτυξη του κλάδου δεν υπήρξε στον επιβαλλόμενο βαθμό ικανοποιητική. Η ελληνική φορολογική πολιτική ελάχιστα βοήθησε το επαγγελματικό σκάφος ως οικονομική μονάδα.

3) Στο κομμάτι του τουρισμού, που ακούει στο πακέτο υποδοχή σκαφών, η Ελλάδα υστερεί τραγικά. Οι μαρίνες δεν πληρούν τις διεθνείς προδιαγραφές και καμιά προσπάθεια δεν γίνεται προς τον στόχο αυτό. Επιπλέον τα γειτονικά κράτη είναι πιο μπροστά σε θέματα υποδομής αλλά και εκμεταλλεύονται την ανεπάρκεια της Ελλάδας στον χώρο. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τα λιμάνια είναι ελλιπείς αφού στα περισσότερα δεν υπάρχουν ευκολίες προς τους επιβάτες (αίθουσες αναμονής, τηλέφωνα, εστιατόρια, ταξί, κτλ).

4) Θα πρέπει επίσης να επισημανθεί ότι ενώ στην Ελλάδα το επαγγελματικό σκάφος επιβαρύνεται συνέχεια, στην Τουρκία τα σκάφη με τουρκική σημαία έχουν έκπτωση 50% στο κόστος προσέγγισης σε λιμάνια της χώρας ενώ ταυτόχρονα οι τράπεζες δίνουν μεγάλα κίνητρα για ανανέωση του στόλου κλπ., η νομοθεσία για τη

σύνθεση των πληρωμάτων αναπροσαρμόζεται συνεχώς και παράλληλα δαπανώνται τεράστια ποσά για διαφήμιση κ.α.

5) Η αύξηση στα τέλη ελλιμενισμού στις μαρίνες του ΕΟΤ (Αλίμου, Ζέας, Φλοίσβου) είχε ως αποτέλεσμα αυτές να βρεθούν στις δέκα ακριβότερες της Μεσογείου, χωρίς ωστόσο να προσφέρουν τις ανάλογες υπηρεσίες.

6) Η επιβολή ΦΠΑ στα ναυλοσύμφωνα και ο περιορισμός της ρευστότητας των εταιρειών λόγω της αλλαγής της διαδικασίας πετρέλευσης προκάλεσαν πλήγμα στην ανταγωνιστικότητα του ελληνικού επαγγελματικού σκάφους, τη στιγμή που στο Αιγαίο τα σκάφη υπό τούρκικη σημαία ύστερα από σχετικές κρατικές αποφάσεις πωλούν το ίδιο ακριβώς προϊόν χωρίς την παραμικρή επιβάρυνση του λειτουργικού κόστους. Πλήττεται και η οικονομία της χώρας αφού θα απολεσθούν πολύ περισσότερα έσοδα έναντι αυτών, που πρόσκαιρα επιχειρείται να εισπραχθούν.

7) Διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες καταργούν ή μειώνουν πολλά δρομολόγια για τα νησιά της χώρας και τις ακριτικές περιοχές. Οι επιπτώσεις είναι μεγάλες τόσο για τους κατοίκους όσο και για την εμπορική και τουριστική δραστηριότητα των περιοχών αυτών. Η μείωση των δρομολογίων θα σημάνει και την αύξηση των απολύσεων των εργαζομένων σε αυτές τις εταιρείες. Δυστυχώς αυτό δείχνει ότι έχει σχηματιστεί ένα καρτέλ με μόνο σκοπό το κέρδος και την εκμετάλλευση του επιβατικού κοινού.

8) Βασικό χαρακτηριστικό της ζήτησης είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζεται τους καλοκαιρινούς μήνες και οφείλεται στην τουριστική κίνηση. Η υπερφόρτωση των πλοίων κατά τους θερινούς μήνες μειώνει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, μπορεί να έχει επιπτώσεις τόσο στο επίπεδο της ασφάλειας όσο και στο επίπεδο της άνεσης, που απολαμβάνουν οι επιβάτες.

9) Το δίκτυο που συνδέει τα λιμάνια σήμερα αλλά και τα δρομολόγια των πλοίων, που κινούνται στο δίκτυο αυτό, παρουσιάζουν σημαντικά προβλήματα σχεδιασμού. Βασική αδυναμία είναι η συγκέντρωση των περισσότερων γραμμών στο λιμάνι του Πειραιά. Άλλη αδυναμία είναι η έλλειψη σύνδεσης νησιών που δεν ανήκουν στην ίδια

γραμμή. Είναι πολύ σύνηθες το φαινόμενο η σύνδεση δύο λιμανιών να γίνεται μέσω του Πειραιά.

10) Μία από τις συνήθεις οικονομικές επιπτώσεις της ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες είναι αυτή της αύξησης των τιμών. Λόγω της αυξημένης ζήτησης, που είναι αποτέλεσμα της επίσκεψης των τουριστών στην περιοχή, συνήθως παρατηρείται αύξηση των τιμών στα αγαθά και στις υπηρεσίες. Αυτό προκαλεί οικονομικές δυσκολίες στις τοπικές κοινωνίες.

11) Χαριστική βολή για τον θαλάσσιο τουρισμό χαρακτηρίστηκαν τα τελευταία φορολογικά μέτρα για τους ιδιοκτήτες σκαφών. Το yachting έχει πληγεί περισσότερο από τους υπόλοιπους κλάδους από την παγκόσμια οικονομική κρίση με μείωση στις ναυλώσεις που υπερβαίνει και το 50%. Το κράτος όμως δεν το λαμβάνει αυτό υπόψη και επιβάλλει και άλλες επιβαρύνσεις όπως τέλη κυκλοφορίας και έκτακτη εισφορά στους κατόχους σκαφών αναψυχής. Οι συνέπειες από την επιβολή του Ειδικού Φόρου και της Έκτακτης Εισφοράς είναι τραγικές τόσο για τον θαλάσσιο τουρισμό όσο και για τον τουρισμό γενικότερα. Προσβάλλεται η αξιοπιστία της χώρας όταν επιβάλλει εισπρακτικά μέτρα με αναδρομική ισχύ. Ο θαλάσσιος τουρισμός ήδη πλήττεται από άλλους προγενέστερους κανονισμούς, νόμους, αποφάσεις των εκάστοτε αρμοδίων και ασαφείς διαδικασίες. Υπάρχουν αρνητικές συνέπειες στις ιδιωτικές και μη μαρίνες στις οποίες η πληρότητα και κατ' επέκταση τα έσοδα αναμένεται να μειωθούν σε ποσοστό άνω των 30% και μάλιστα σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Πλήττονται και οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους χώρους των τουριστικών λιμένων όπως είναι τα εμπορικά καταστήματα, οι χώροι εστίασης, οι τεχνικοί, οι συντηρητές σκαφών, τα ναυπηγεία, κλπ.

12) Ο αριθμός των μαρίνων στην Ελλάδα είναι αρκετά μικρός. Η κατάσταση των μαρίνων δεν είναι καθόλου θετική. Τα κυριότερα προβλήματα είναι η έλλειψη ικανοποιητικού αριθμού μαρίνων, η ανεπάρκεια χώρου στις υπάρχουσες μαρίνες, καθώς και οι ελλειψείς υποδομές εξυπηρέτησης. Υπάρχουν μόλις 19 μαρίνες έναντι 320 στην Ισπανία και 261 στην Ιταλία. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ιδιωτικές μαρίνες στην Ελλάδα καταβάλλουν στο κράτος υπέρογκα ποσά ως ενοίκια, που σε συνδυασμό με άλλους δυσμενείς παράγοντες καθιστά την λειτουργία τους δύσκολη και επισφαλή. Υπάρχουν αρνητικές συνέπειες για τις τοπικές κοινωνίες, ιδιαίτερα των

απομακρυσμένων από τη Αττική, για τις οποίες η ύπαρξη της μαρίνας αποτελεί πολύ απλά πηγή ζωής και είναι ένα μέσο αναβάθμισης του τόπου τους και απασχόλησης εργατικού δυναμικού.

13) Συμπερασματικά, λοιπόν, σήμερα η Ελλάδα επιλέγει με κάποιον τρόπο να τιμωρήσει τον όποιο ξένο επιλέγει να επισκεφθεί και να παραμείνει με το σκάφος του στα ελληνικά νησιά και στις μαρίνες. Ταυτόχρονα προσφέρει την καλύτερη διαφημιστική προβολή για τον θαλάσσιο τουρισμό των γειτονικών χωρών. Ο κοινός νους αντιλαμβάνεται, πως με τα στοιχεία αυτά, μία από τις πιο προσοδοφόρες μορφές τουρισμού, ο θαλάσσιος τουρισμός, βρίσκεται στα πρόθυρα πλήρους αφανισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο «Συμπεράσματα – Επισκόπηση»

7.1 Σχέδιο Κοινής Υπουργικής Απόφασης για το Ειδικό Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης για τον Τουρισμό και την αλληλένδετη στρατηγική μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Στο Άρθρο 06 του Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης παρατίθενται μορφές εναλλακτικού τουρισμού και τα σχέδια συμβολής στην ανάπτυξη. Παρακάτω αναλύεται ο θαλάσσιος τουρισμός συγκεκριμένα (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, 2013).

Ο θαλάσσιος τουρισμός, αφορά τουριστική δραστηριότητα αιχμής, με μακροχρόνια δραστηριότητα στην Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει σταθερή τάση ανάπτυξης, τόσο όσον αφορά στο τουρισμό κρουαζιέρας, όσο και στο τουρισμό με σκάφη αναψυχής. Η ανοδική πορεία του θαλασσίου τουρισμού πρέπει να υποστηριχθεί από πολιτική χωρικής οργάνωσης για τη σταθερή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του.

1) Τουρισμός κρουαζιέρας.

Στρατηγικές κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης και ανάπτυξης:

- a) Βελτίωση και εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων και δημιουργία πυλών εισόδου επιβατών κρουαζιέρας (home ports) με σύγχρονες εγκαταστάσεις κατά προτεραιότητα σε αναπτυγμένες, αναπτυσσόμενες και μητροπολιτικές περιοχές, που διαθέτουν αεροδρόμια διεθνών συνδέσεων.
- b) Δημιουργία εγκαταστάσεων εξυπηρέτησης επιβατών κρουαζιέρας (ports of call) σε λιμάνια που έχουν ήδη δυνατότητα, ή μπορούν να αποκτήσουν τη δυνατότητα να εξυπηρετούν μεγάλα κρουαζιερόπλοια και βρίσκονται σε περιοχές τουριστικού ενδιαφέροντος. Κατά προτεραιότητα οι περιοχές αυτές είναι: Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Κατάκολο, Ρόδος, Βόλος, Καβάλα, Κως, Πάτμος, Μύκονος, Σαντορίνη, Καλαμάτα, Κέρκυρα, Κρήτη.
- c) Ειδικά για την περίπτωση της Αττικής διερεύνηση της δυνατότητας δημιουργίας εγκαταστάσεων εξυπηρέτησης επιβατών κρουαζιέρας στον Πειραιά, στην ευρύτερη περιοχή του Φαληρικού Όρμου και στο Λαύριο.
- d) Ανάδειξη των σταθμών κρουαζιέρας σε πολυθεματικούς προορισμούς μέσω διασύνδεσής τους με τα θεματικά δίκτυα των ευρύτερων περιοχών (πολιτιστικά, θρησκευτικά, φυσιολατρικά κ.ά.).
- e) Εξασφάλιση πρόσβασης των επιβατών κρουαζιέρας στους τουριστικούς πόρους των ευρύτερων περιοχών των σταθμών (βελτίωση συγκοινωνιών, διεύρυνση ωραρίου λειτουργίας μουσείων, αρχαιολογικών χώρων κλπ.).
- f) Πρόβλεψη διαχωρισμού λιμενικής ζώνης σε ζώνη για εξυπηρέτηση κρουαζιέρας και ζώνη εμπορικού / επιβατικού-ακτοπλοϊκού λιμένα και προσδιορισμός χρήσεων στην λιμενική ζώνη για εξυπηρέτηση τουρισμού κρουαζιέρας με αντίστοιχες λιμενικές και χερσαίες εγκαταστάσεις.
- g) Ανάπτυξη στις παρυφές των σταθμών κρουαζιέρας χώρων εμπορικών χρήσεων, ψυχαγωγίας και προώθησης τοπικών προϊόντων.

2) Τουρισμός με σκάφη αναψυχής.

Στρατηγικές κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης και ανάπτυξης:

- a) Διαμόρφωση Ζωνών Ναυσιπλοΐας Αναγκυράς σε όλο το θαλάσσιο εύρος της χώρας, που αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της Απόφασης αυτής ως εξής:

Ø	Z.N.A. 1: Θερμαϊκός-Βόρειες Σποράδες
Ø	Z.N.A. 2: Θρακικό πέλαγος-Βόρειο Αιγαίο
Ø	Z.N.A. 3: Κεντρικό-Ανατολικό Αιγαίο
Ø	Z.N.A. 4: Νοτιανατολικό Αιγαίο – Δωδεκάνησα
Ø	Z.N.A. 5: Κρήτη
Ø	Z.N.A. 6: Κυκλάδες
Ø	Z.N.A. 7: Νότια Πελοπόννησος
Ø	Z.N.A. 8: Σαρωνικός – Αργολικός
Ø	Z.N.A. 9 Ιόνιο Πέλαγος
Ø	Z.N.A. 9α: Κορινθιακός (υποσύστημα Z.N.A. 9)

- b) Σχεδιασμός με βάση την ενδεικτική αποτύπωση/περιγραφή σε επίπεδο Επικράτειας των βέλτιστων (με κριτήρια περιβαλλοντικά, τουριστικά, δημοσιονομικά και οικονομικά) γεωγραφικών θέσεων για χωροθέτηση τουριστικών λιμένων με γνώμονα την ιδανική διασπορά τους, που αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της Απόφασης αυτής.

- c) Βελτίωση και εκσυγχρονισμός των λιμενικών υποδομών (μαρίνες, αγκυροβόλια, καταφύγια), λαμβάνοντας υπόψη:

§ Ολοκληρωμένες και επαρκείς υπηρεσίες στους ελλιμενιζόμενους (καύσιμα, νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, χώροι υγιεινής, συλλογή και διαχείριση απόβλητων, τεχνική υποστήριξη, κλπ).

§ Σχεδιασμός, ανάπτυξη και λειτουργία, με βάση τα χαρακτηριστικά των κύριων ομάδων στόχου (τύποι σκαφών και μέγεθος, διακύμανση της εποχικότητας και διαφοροποίηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των επισκεπτών ανά εποχή, μακροχρόνιος ελλιμενισμός, κλπ).

§ Εφαρμογή διαδικτυακής ενημέρωσης, πληροφόρησης, κράτησης, παροχή υπηρεσιών διαδικτύου στις λιμενικές υποδομές, εφαρμογή

ηλεκτρονικών έξυπνων συναλλαγών (διακίνηση εγγράφων, καταβολή τελών και άλλες χρήσεις).

§ Εφαρμογή εξοπλισμού και μεθόδου διαχείρισης φιλικών προς το περιβάλλον, στη κατεύθυνση των πράσινων υποδομών.

d) Πύκνωση του δικτύου τουριστικών λιμένων (μαρίνες, αγκυροβόλια, καταφύγια) με χωροθέτηση και κατασκευή νέων, ώστε να εξασφαλίζεται η λειτουργική συνοχή του δικτύου σε συνδυασμό με τις Ζώνες Ναυσιπλοΐας Αναψυχής.

Η επιλογή των θέσεων του δικτύου θα πρέπει να συνυπολογίζει:

- τις αρχές της ολοκληρωμένης διαχείρισης της παράκτιας ζώνης,
- τη συμβατότητα των χρήσεων της κάθε περιοχής παρέμβασης,
- την προστασία του παράκτιου οικοσυστήματος και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος,
- τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης,
- τον καθορισμό ελάχιστων αποστάσεων 30 Ν.μ. μεταξύ μαρίνων και 15 Ν.μ. μεταξύ μαρίνων και αγκυροβολίων, εξαιρούμενων των μητροπολιτών περιοχών.

Σε κάθε περίπτωση οι ελάχιστες αποστάσεις μπορούν να διαφοροποιούνται μεταξύ των Ζ.Ν.Α. με βάση πληθυσμιακά κριτήρια, κριτήρια στόχευσης και ζήτησης υπηρεσιών ελλιμενισμού τουριστικών σκαφών, κριτήρια προσέγγισης ορίου περιβάλλοντος, ανάγλυφου της ακτογραμμής και μετεωρολογικών δεδομένων.

e) Ενσωμάτωση – ένταξη των λιμένων στον ευρύτερο σχεδιασμό για την ολοκληρωμένη διαχείριση του παράκτιου χώρου και της γειτονικής ενδοχώρας, με στόχο την ανάπτυξη συναφών – συγγενών δράσεων σε θεματικές ενότητες.

f) Αξιοποίηση τουριστικών λιμένων που έχουν παραμείνει ημιτελείς και ολοκλήρωση των απαιτούμενων υποδομών για άμεση ένταξή τους στο υφιστάμενο δίκτυο.

- g) Αναβάθμιση αργούντων και σχολαζόντων κρηπιδωμάτων με προσθήκη των απαιτούμενων υποδομών και ένταξή τους στο δίκτυο τουριστικών λιμένων.
 - h) Συνδυασμός της λειτουργίας επιλεγμένων τουριστικών λιμένων με κατά περίπτωση συναφείς χρήσεις, όπως –ενδεικτικά– ναυταθλητισμός, υδατοδρόμια, σταθμοί θαλάσσιων «ταξί», ημερόπλοια κλπ.
 - i) Ανάπτυξη «πράσινων υποδομών» (ενέργεια, διαχείριση απορριμμάτων κλπ.).
 - j) Ανάπτυξη και λειτουργία ενιαίου συστήματος ηλεκτρονικής ενημέρωσης για διαθεσιμότητα θέσης, κόστος κλπ. σε όλες τις κατηγορίες τουριστικών λιμένων.
- 3) Άλλες μορφές θαλάσσιου τουρισμού (Αλιευτικός, καταδυτικός).

Αλιευτικός τουρισμός

Στρατηγικές κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης και ανάπτυξης:

Ο αλιευτικός τουρισμός, αφορά δυναμική μορφή τουριστικής δραστηριότητας, στον οποίο η Χώρα παρουσιάζει υστέρηση, τόσο ως προς το θεσμικό πλαίσιο των επιτρεπόμενων δραστηριοτήτων, όσο και ως προς τη λήψη μέτρων ανάδειξης και προώθησης του.

Ο αλιευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει δυναμικό στοιχείο και του εισαγόμενου τουρισμού, εφ' όσον οι ελληνικές θάλασσες – συγκριτικά με άλλες – παραμένουν σε καλή σχετικά κατάσταση και εφ' όσον οι υδρόβιοι οργανισμοί είναι εξαιρετικής ποιότητας και ως προς τα χαρακτηριστικά της υγιεινής τους και ως προς τα γευσιγνωστικά και γαστρονομικά χαρακτηριστικά.

Δραστηριότητες αλιευτικού τουρισμού, μπορούν να πραγματοποιούνται:

1. Στο θαλάσσιο χώρο και όπου επιτρέπεται η αλιεία στα πλαίσια θεσμικών δεσμεύσεων που ισχύουν από την εκάστοτε νομοθεσία και αφορούν είτε ειδικά καθεστώτα προστασίας – Εθνικά θαλάσσια Πάρκα, Δίκτυο Φύση – 2000/NATURA – είτε ειδικές δεσμεύσεις – π.χ. αλιευτικά πεδία με ειδικές και περιορισμένες διατάξεις, δεσμευμένες θαλάσσιες περιοχές για λόγους προστασίας υδρόβιων οργανισμών ή

περιοχών αναπαραγωγής, κ.λπ., είτε αφορούν κεντρικές πολιτικές ολοκληρωμένης προσέγγισης, – π.χ. ολοκληρωμένη θαλάσσια πολιτική.

2. Στα εσωτερικά επιφανειακά ύδατα – λίμνες, ποτάμια, υφάλμυρα οικοσυστήματα – και στα οποία επιτρέπεται η αλιεία, στα πλαίσια θεσμικών δεσμεύσεων που ισχύουν από την εκάστοτε νομοθεσία και αφορούν είτε ειδικά καθεστώτα προστασία – Εθνικά πάρκα, Δίκτυο Φύση – 2000/NATURA – είτε λοιπές κανονιστικές διατάξεις.

3. Σε μισθωμένα τμήματα του θαλάσσιου ή χερσαίου χώρου, με χρήση εκτροφής υδρόβιων οργανισμών, υπό των προϋποθέσεων που θέτει το πλαίσιο αδειοδότησης των μονάδων αυτών.

Οι δραστηριότητες αλιευτικού τουρισμού μπορούν να αναπτύσσονται σε συνδυασμό με προγράμματα ολοκληρωμένης διαχείρισης της παράκτιας ζώνης.

Τουρισμός καταδύσεων αναψυχής

Στρατηγικές κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης και ανάπτυξης:

§ Ανάπτυξη τουρισμού καταδύσεων, αυτόνομων ή οργανωμένων, με στόχο τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος.

§ Δημιουργία θαλάσσιων καταδυτικών πάρκων, τα οποία οριοθετούνται σε θαλάσσιες περιοχές εφαιπόμενες ή μη της ακτής, προστατευμένες από την αλιεία και από άλλες θαλάσσιες και υποθαλάσσιες δραστηριότητες, εντός των οποίων αναπτύσσονται και διεξάγονται καταδυτικές δραστηριότητες για λόγους αναψυχής ανάπτυξη υποθαλάσσιων μουσείων με στόχο την αναψυχή και σε θαλάσσιες περιοχές με κατάλληλο ενάλιο απόθεμα, υπό τους όρους και τις δεσμεύσεις που αφορούν τα αρχαιολογικά μνημεία και τόπους.

Τα θαλάσσια καταδυτικά πάρκα αναπτύσσονται σε περιοχές που διαθέτουν τους απαιτούμενους προς τούτο πόρους (υποθαλάσσιοι γεωλογικοί σχηματισμοί και πλούσια σε ιχθυοπανίδα οικοσυστήματα ή επιδεχόμενα αναβάθμισης σε αριθμό και μέγεθος ειδών με κατάλληλα μέτρα, ναυάγια, ενάλιες αρχαιότητες, στοιχεία ιδιαίτερης τεχνητής μορφολογίας κλπ), προσβασιμότητα και πληρούν τις προδιαγραφές που καθορίζονται από την οικεία νομοθεσία, ιδίως επί θεμάτων υγείας και ασφάλειας.για τη χωροθέτηση καταδυτικών και πάρκων και υποβρύχιων μουσείων, απαιτούνται:

- ▼ επαρκής οδική προσβασιμότητα,
- ▼ λιμενική υποδομή σε απόσταση μικρότερη των 10 Ν.μ.

7.2 Συμπεράσματα

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα, αντί να εκμεταλλεύεται τη δυναμική της ζήτησης, εμφανίζεται σήμερα ως μια στατική αγορά. Το καθεστώς αυτό φαίνεται να αποτελεί τη συνέπεια μιας δυσλειτουργίας τόσο της στρατηγικής για την οργάνωσή του όσο και του διαχειριστικού πλαισίου (ή πλαισίου διακυβέρνησης) σε θέματα σχεδιασμού, προγραμματισμού, λήψης αποφάσεων και εφαρμογής αυτών. Παρά τις προσπάθειες αναμόρφωσης της σχετικής πολιτικής, μέσα από τις συμπράξεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, σε θεσμικές παρεμβάσεις μέσω πιο ευέλικτων μορφών διοίκησης η δυναμική της αγοράς παραμένει ανεκμετάλλευτη. Η συγκρότηση και διακυβέρνηση επιχειρηματικής συστάδας Yachting στην Ελλάδα με βάση τις μαρίνες κάθε περιοχής, η οποία θα συνδυάζει περιφερειακά πλεονεκτήματα και τις δυνάμεις της αγοράς με τις αρχές της βιωσιμότητας, μπορεί να δημιουργήσει ένα ανταγωνιστικό σύμπλεγμα, με παγκόσμια έλξη. Η διάδραση με την τοπική κοινότητα αποτελεί ζωτικό παράγοντα για την επιτυχία μιας τέτοιας προσέγγισης. Το από κάτω προς τα πάνω μοντέλο διακυβέρνησης, με ουσιαστικό ρόλο και αρμοδιότητα σε θέματα σχεδιασμού και εκμετάλλευσης των αποτελεσμάτων της συστάδας είναι ο παράγοντας κλειδί για την προτεινόμενη αναπτυξιακή διαδικασία. Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, που θα προκύψουν από την ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής συστάδας θαλάσσιου τουρισμού (Yachting), θα διαχέονται στην ενδοχώρα και θα συμβάλουν στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Έτσι κάθε περιοχή θα έχει τη δυνατότητα να παράγει ένα πλήρες πακέτο προϊόντων θαλάσσιου τουρισμού με την προοπτική της ανταγωνιστικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η Ελλάδα έχει μεγάλη ακτογραμμή, πολλά νησιά και κατάλληλες καιρικές συνθήκες, οι οποίες ευνοούν τους τουρίστες στα ταξίδια είτε προς Ελλάδα είτε εντός Ελλάδας. Λόγω των νησιών και την κοντινή τους απόσταση το γιότινγκ είναι ένας κλάδος θαλάσσιου τουρισμού, που μπορεί να αναπτυχθεί στην Ελλάδα, και να έχει διάφορες πτυχές, δηλαδή οργανωμένο και μή.

Τέλος, το θέμα της φορολογίας και των εγκαταστάσεων, όσον αφορά τα σκάφη, θα πρέπει να συζητηθεί και να βρεθούν λύσεις έτσι ώστε να αναπτυχθεί ο κλάδος αυτός, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, αλλά και προσελκύοντας περισσότερο κόσμο

μέσα από τις διάφορες δραστηριότητες και τα προγράμματα, που περιλαμβάνει ένα τουριστικό πακέτο διακοπών και αναψυχής μέσω των ταξιδιών με σκάφος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση:

1. AIT, 1961, Dictionnaire Touristique International, Monte-Carlo
2. Butler, R.W. 1990, «Alternative tourism: pious hope or Trojan horse?», Journal of Travel Research 28(3)
3. Cai, L.A. (1999), «Relationship of Household Characteristics and Lodging Expenditure on Leisure Trips», Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 6 (2)
4. Croall, J., 1995, Preserve or Destroy: Tourism and the Environment. Calouste Gulbenkan Foundation, London
5. Crouch G. I., 1992, Effect of income and price on international tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 19
6. Dolnicar et all, 2002, A Review of Data-Driven Market Segmentation in Tourism, Vol 12
7. 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)
8. Hall M., 2001, “Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?” Vol.44, Issues 9-10
9. Hobson J.S.P, 1993, Analysis of the U.S. cruise line industry. Tourism Management, 14(4)
10. Hunziker W., Krapf K., 1942, Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Zurich
11. Mill R. C., Morrison A. M., 1992, The tourism System, 2^η Έκδοση, Prentice-Hall International, Inc. London
12. Nicolau and Mas, 2005a, An analysis of households’ appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism, Vol. 31, issue 1 February 2010
13. Orams M., 1999, Marine tourism: development, impacts and management, Routledge, London
14. Page, K., 1987, The future of cruise shipping, Tourism Management, Vol. 8(6)

15. Przeclawski Krzysztof, 1993, Tourism as the subject of interdisciplinary research. In: Pearce, Douglas G. and Richard W. Butler (eds.), *Tourism research: Critiques and Challenges* (London: Routledge)
16. Stankey, G. 1985, *Carrying Capacity in Recreational Planning: An Alternative Approach*. United States Department of Agriculture - Forest Service.
17. Stefanidaki E. and Lekakou M. 2012, Liberalization assessment: The Greek cruise market, *Tourism*, Vol. 60, No 1.
18. Stefanidaki E., and Lekakou, M., 2012, Generated economic impact to cruise destinations: The Piraeus case. In *Cruise Tourism and Society. A socioeconomic perspective* edited by A.Papathanassis, T.Lucovic and M.Vogel (Springer-Verlag Berlin Heidelberg)
19. Tapscott Don, 1996, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw - Hill

Ελληνική:

1. Ανδριώτης Κ., 2003, Τουριστική ανάπτυξη και σχεδιασμός, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
2. Ανδριώτης Κ., 2008, Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
3. Βαρβαρέσος Σ., 2009, Η Συνεισφορά των Εναλλακτικών και Ειδικών Μορφών Τουρισμού στην Ανάπτυξη της Τουριστικής Δραστηριότητας, Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού – Σχεδιασμός Management και Marketing, Interbooks , Αθήνα
4. Βαρβαρέσος Σ., 2000, Τουρισμός, έννοιες, μεγέθη, δομές, εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
5. Βίγκλας Π. και άλλοι, (Συγγρ.-επιμ.), 2007, ISBN- 978-960-88010-8-0 «Τουριστικές διαδρομές στη φύση και στην παράδοση του ψηλορείτικου χωριού». Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Μακρινίτσας. Υπουργείο Εθνικής Παιδιάς και Θρησκευμάτων. Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων
6. Διακομιχάλης Μ. 2009, Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του, Σταμούλη, Αθήνα
7. Ηγουμενάκης Νίκος, 1997, Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α΄, έκδοση Β΄, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
8. Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π., 1998, Εισαγωγή στον Τουρισμό, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
9. Καλφιώτης Σ., 1976, Εισαγωγή εις την θεωρίαν του τουρισμού, εκδοσεις Τυροβολάς, Αθήνα
10. Καρασούλα Κ., 2010, Επιβλέπον καθηγητής Αναστάσιος, Γ. Διπλωματική Εργασία «Η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας στον Τουριστικό Τομέα. Η περίπτωση του Νομού Αχαΐας και η ανάπτυξη των Ειδικών και Εναλλακτικών μορφών Τουρισμού », Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα MBA: Νέες Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πατρών
11. Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε., 2011, Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόνων τουρισμού (Τουρισμός και Αναψυχή), εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ, Αθήνα
12. Κομίλης Π., 1986, Τουριστικές Δραστηριότητες, ΚΕΠΕ, Θέματα Προγραμματισμού Δ10, Αθηνά

13. Κοντίτση Δ., 2010, «Ανάπτυξη και Προώθηση Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού: Η περίπτωση του αγροτουρισμού στη Ρόδο», Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Κρήτης
14. Κρητικός Γ., 2012, Η Τουριστική Ανάπτυξη και οι Επιπτώσεις της στην κοινωνία και το Περιβάλλον, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Κρήτης
15. Λαγός, Γ. Δημήτρης, 2005, Τουριστική Οικονομική, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ
16. Λιναρδάτου Χ., Επιστημονική ευθύνη: Τσαούση Α., Δρ. Κοινωνιολογίας, Επικ. Καθηγήτρια ALBA, "Πολιτιστικός Τουρισμός - Εναλλακτικές μορφές τουρισμού", Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ενηλίκων, Ινστιτούτο διαρκούς εκπαίδευσης ενηλίκων, Πολιτισμός-τέχνες-διαχείριση ελεύθερου χρόνου
17. Μαντζουράνη Κ., Τζιφάκη Χ., 2006, Επιπτώσεις – Προοπτικές εξελίξεις του εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΑΤΕΙ Κρήτης
18. Μυλωνόπουλος Δ., Μοίρα Π., 2005, Θαλάσσιος Τουρισμός, Interbooks, Αθήνα
19. Ρούπας Β., 1993, Αρχές Τουρισμού, Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα
20. Τσάρτας Π., 1996^α, Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα
21. Τσάρτας Π., Λαγός Δ., Σταυρινούδης Θ., Πρωΐου Ε., 2014, Μια εισαγωγή στον τουρισμό.Βασικές Έννοιες και σύγχρονες εξελίξεις (1^η διδακτική ενότητα), Πρόγραμμα επικαιροποίησης γνώσεων αποφοίτων ΑΕΙ στην “οργάνωση, διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων και στην προώθηση τουριστικών προορισμών”, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Θεσσαλίας & Αθηνών
22. Τσιώνης Α., Τσιώνης Κ., 2013, Τουριστικός Τομέας στην Ελλάδα. Επιδράσεις – Επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Λογιστικής, ΑΤΕΙ Ηπείρου
23. Χαλκιαδάκης Ε., Χανιωτάκης Α., 2010, Σύγχρονες Μορφές Τουρισμού και Μελλοντικές Τάσεις, Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Ηρακλείου

ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ

1. <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/BMA547/%CE%91%CE%9D%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%A4%CE%91%20%CE%91%CE%9A%CE%91%CE%94%CE%97%CE%9C%CE%91%CE%AA%CE%9A%CE%91%20%CE>

%9C%CE%91%CE%98%CE%97%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%91/%CE%A3
%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82%20%CE%BC%CE%B1%CE%B8%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%
CE%BF%CF%82%20%CE%95%CE%B9%CF%83%CE%B1%CE%B3%CF%89%
CE%B3%CE%AE%20%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD%20%CE%A4%CE
%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%20%CE%BA%CE
%B1%CE%B9%20%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%A4%CE%BF%CF%85
%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9F
%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1.p
df

2. <https://el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός>
3. http://apothetirio.teiep.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/870/log_20130028.pdf?sequence=1
4. http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2189/2/2189_1%ce%b7%20%ce%94%ce%95.pdf
5. <http://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/6637/file0.pdf?sequence=1>
6. www.unwto.org
7. https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_Organization#cite_note-2
8. <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2010/KontitsiDespoina/attached-document-1290592338-484524-26779/Kontitsi2010.pdf>
9. <http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/9314/3/Iliopoulou%28bio%29.pdf>
10. <http://www.etmagazine.eu/content/view/12/29/lang,el/>
11. https://el.wikipedia.org/wiki/Εναλλακτικός_τουρισμός
12. <https://agrotourismos.wordpress.com/2008/05/14/alter/>
13. <http://www.oryktosploutos.net/2010/05/blog-post.html>
14. http://www.samos-dialogos.gr/c/document_library/get_file?p_l_id=24552&folderId=24568&name=DLF-E-1807.pdf
15. <https://safewatersports.gr/el/>
16. <http://fitnessinfo.gr/fitnessgeneralinfo/fitnesstraining/athleticactivitiesfitness/waterski/index.html>
17. <https://el.wikipedia.org/wiki/Σέρφινγκ>

18. <http://www.alohasurfguide.com/parasailing/>
19. <https://en.wikipedia.org/wiki/Parasailing>
20. www.tour.teithe.gr/get_file.php?f=699
21. <http://www.nautiweb.gr/pagesgr/tourismos/istioploia.htm>
22. <http://www.nautiweb.gr/pagesgr/tourismos/katadysi.htm>
23. <http://www.nautiweb.gr/pagesgr/tourismos/jetski.htm>
24. <http://www.nautiweb.gr/pagesgr/tourismos/barefootski.htm>
25. <https://el.wikipedia.org/wiki/Κωπηλασία>
26. <http://www.nautiweb.gr/pagesgr/tourismos/psarema.htm>
27. <http://www.touristiki-agera.gr/article.asp?ID=2618>
28. http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/Xatzidakis_2015.pdf
29. <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1238713/pos-o-peiraias-tha-metatrapei-se-touristiko-proorismo>
30. <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-CE%98CE%B1CE%BBCE%ACE%CF%83CE%83CE%B9CE%BF%CF%82-CE%A4CE%BF%CF%85CE%81CE%B9CE%83CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>
31. http://www.pcci.gr/evepimages/E16_F2623.Yachtingclusters.pdf
32. OECD, 2014, Competition Assessment Reviews: Greece. <http://www.oecd.org/daf/competition/Greece-Competition-Assessment-2013.pdf>
33. <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1233918/me-05-dis-euro-enisxuei-kai-fetos-tin-oikonomia-i-krouaziera>
34. <http://money-tourism.gr/CE%BA%CF%81CE%BF%CF%85CE%B1CE%B6CE%B9CE%AD%CF%81CE%B1-CE%B1CF%86CE%AE%CE%BD%CE%B5CE%B9-CF%83CF%84CE%B7CE%BD-CE%B5CE%BBCE%BBCE%ACE%B4CE%B1-CE%ACE%BC%CE%B5CF%83CE%B1-489/#axzz4pYFojPZN>
35. <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1239240/ypsiles-epaggelmatikes-prooptikes-prosferei-o-thalassios-tourismos>
36. http://polyxenimoira.weebly.com/uploads/3/0/4/6/30464652/_____.pdf

37. <http://www.toxrima.gr/pnigetai-to-elliniko-yachting/>
38. <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2012/TsopelogiannisGeorgios/attached-document-1354012498-483119-611/TsopelogiannisGeorgios2012.pdf>
39. <http://www.economy365.gr/article/2150/sto-185-i-symvoli-toy-toyrismoy-sto-aep-kai-231-stin-apasholisi>
40. http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/8313/Plakioti_Elisabet.pdf?sequence=1
41. http://nestor.teipel.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/15305/SDO_DMTA_00881_Medium.pdf?sequence=1
42. <http://www.sete.gr>
43. http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/greece.pdf
44. <http://www.opengov.gr/minenv/?p=5145>

ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνες Εξωφύλλου:

- i. <http://www.meganisitimes.gr/wp-content/uploads/2011/07/219629.jpg>
- ii. http://www.edem.gr/KILONAXB/wp-content/uploads/2015/05/637300998_ea5ec74d23_o.jpg
- iii. <http://static.dimokratiki.gr/uploads/2014/03/costa-744x506.jpg>
- iv. <https://aquaworld.com.mx/en/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Where-to-go-scuba-diving-in-Cancun-Aquaworld-has-the-answer.jpg>
- v. <http://sportcyclades24.gr/wp-content/uploads/2017/06/kitesurfing.jpg>
- vi. <http://sportcyclades24.gr/wp-content/uploads/2017/06/kitesurfing.jpg>
- vii. <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-%CE%98%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>

Εικόνες:

1. Εικόνα 1: http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/2189/2/2189_1%ce%b7%20%ce%94%ce%95.pdf
2. Εικόνα 2: <http://www.etmagazine.eu/content/view/12/29/lang,el/>
3. Εικόνα 3: https://hawaiiwatersportscenter.com/wp-content/uploads/2015/02/HWS_Waterski.jpg
4. Εικόνα 4: <https://www.alphayachting.com/images/upload/yachtshire632/PRO.jpg>

5. Εικόνα 5: <http://www.ert.gr/wp-content/uploads/2016/06/jet-1.jpg>
6. Εικόνα 6:
https://www.waterskimag.com/sites/waterskimag.com/files/styles/1000_1x_/public/import/embedded/files/2010/06/hand-skiing-600x393.jpg?itok=CBOiGbUE
7. Εικόνα 7: http://www.iefimerida.gr/sites/default/files/surf1_1.jpg
8. Εικόνα 8: http://westmauiparasail.com/wp-content/uploads/2015/10/parasail_slider_4-c.jpg
9. Εικόνα 9: <https://www.bigwinds.com/images/pages/windsurfing/jp-750.jpg>
10. Εικόνα 10: <http://press724.gr/wp-content/uploads/2016/07/kopilasia.jpg>
11. Εικόνα 11:
[https://fthmb.tqn.com/EC7QI9BoWasFfrfMPzji3zWN3zk=/768x0/filters:no_upscale\(\)/about/OCtopus-and-Diver-56a847743df78cf7729d6bfa.jpg](https://fthmb.tqn.com/EC7QI9BoWasFfrfMPzji3zWN3zk=/768x0/filters:no_upscale()/about/OCtopus-and-Diver-56a847743df78cf7729d6bfa.jpg)
12. Εικόνα 12: https://www.pressmare.it/it/compagnie-di-navigazione/msc-crociere/2016/6-23/3004/msc-crociere-stringe-una-nuova-esclusiva-partnership_12550.jpg

ΣΧΗΜΑΤΑ

Ø Σχήμα 1: www.tour.teithe.gr/get_file.php?f=699

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

· Διάγραμμα 1:
https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/docs/body/coastal-and-maritime-tourism_el.pdf

· Διάγραμμα 2 & 4:
<http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-%CE%98%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>

· Διάγραμμα 3:
http://www.mintour.gov.gr/userfiles/de145b9b-fc1f-4650-91eb-b6315a192e52/tourismos_krouazieras.zip

ΠΙΝΑΚΕΣ

§ Πίνακας 1: <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-%CE%98%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>

§ Πίνακας 2: <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-%CE%98%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>

§ Πίνακας 3: <http://tourismobservatory.ba.aegean.gr/wp-content/uploads/2015/12/P4.1-%CE%98%CE%B1%CE%BB%CE%AC%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-2.pdf>

§ Πίνακας 4: http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/8313/Plakioti_Elisabet.pdf?sequence=1