

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
4506-ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Εισαγωγή στο θαλάσσιο τουρισμό-πλαίσιο λειτουργίας & διακρίσεις

Δρ. Άννα Κουρτεσοπούλου
Χειμερινό εξάμηνο 2020-21

ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΟΤΗΤΕΣ

1. Εισαγωγή στο θαλάσσιο τουρισμό-πλαίσιο λειτουργίας & διακρίσεις
2. Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού- Κρουαζιερόπλοια
 3. Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση
 4. Παράκτια Τουριστική Ναυτιλία
5. Οικονομικές Επιδράσεις του Θαλάσσιου Τουρισμού στην Εθνική Οικονομία
 6. Εκτίμηση Οικονομικών Επιδράσεων του Τουρισμού
7. Δορυφορικός Λογαριασμός Τουρισμού για το Θαλάσσιο Τουρισμό
 8. Η διοίκηση του θαλάσσιου τουρισμού
 9. Θαλάσσιος τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη
 10. Η διεθνής θαλάσσια περιβαλλοντική πολιτική
11. Ευκαιρίες χρηματοδότησης για τον παράκτιο τουρισμό στην Ευρώπη
 12. Προοπτικές θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα
13. Καλές Πρακτικές (Best Practices) αναγωνιστικών χωρών



Μέθοδοι αξιολόγησης:

01 Γραπτή τελική Εξέταση (70%) που περιλαμβάνει:

- Ερωτήσεις θεωρητικού περιεχομένου
- Θέματα κριτικής σκέψης.
- Ερωτήσεις λήψης απόφασης

02 Εκπόνηση ομαδικής ή ατομικής εργασίας (0-30%) σε θεματολογία συναφή με το γνωστικό αντικείμενο του μαθήματος



Ως Θαλάσσιος Τουρισμός νοείται

το σύνολο της οργανωμένης τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται στο θαλάσσιο χώρο και στις ακτές μιας περιοχής υποδοχής τουριστών. Ενδεικτικά διακρίνεται σε:

1. Τουρισμό Κρουαζιέρας, οποιοδήποτε ταξίδι αναψυχής εν ναύλου, διάρκειας τουλάχιστον δύο ημερών εν πλω, με κύριο σκοπό την παροχή υπηρεσιών διαμονής, εστίασης και ψυχαγωγίας των επιβατών στο πλοίο και την επίσκεψη τους σε προορισμούς ποικίλου ενδιαφέροντος.

2. Τουρισμό Γιώτινγκ (Yachting), οιαδήποτε θαλάσσια περιήγηση που πραγματοποιείται με ιστιοφόρα ή θαλαμηγούς παρέχοντας υπηρεσίες διαμονής και εστίασης στον τουρίστα, καθώς και τη δυνατότητα προσέγγισης σε νησιωτικές και παράκτιες περιοχές. Οι περιηγήσεις αυτές πραγματοποιούνται για λόγους αναψυχής με ιδιόκτητα ή μισθωμένα πλοία, τα οποία είτε περιλαμβάνουν στη μίσθωση το πλήρωμα (crewedboats) είτε προσφέρονται χωρίς αυτό (bareboats).

3. Καταδυτικό Τουρισμό αναψυχής, τη δραστηριότητα κατά την οποία με συγκεκριμένο εξοπλισμό και τεχνικές υποστηρίζεται η εκμάθηση ή/και καθοδήγηση ατόμων που καταδύονται για λόγους αναψυχής.

4. Αλιευτικό τουρισμό, την παροχή τουριστικών υπηρεσιών συνδεδεμένων με την αλιεία, τη σπογγαλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και τις σχετικές με αυτές πρακτικές και τεχνικές, παραδόσεις και τοπικά έθιμα, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία,



Τουρισμό Κρουαζιέρας



Τουρισμό Γιώτινγκ (Yachting)

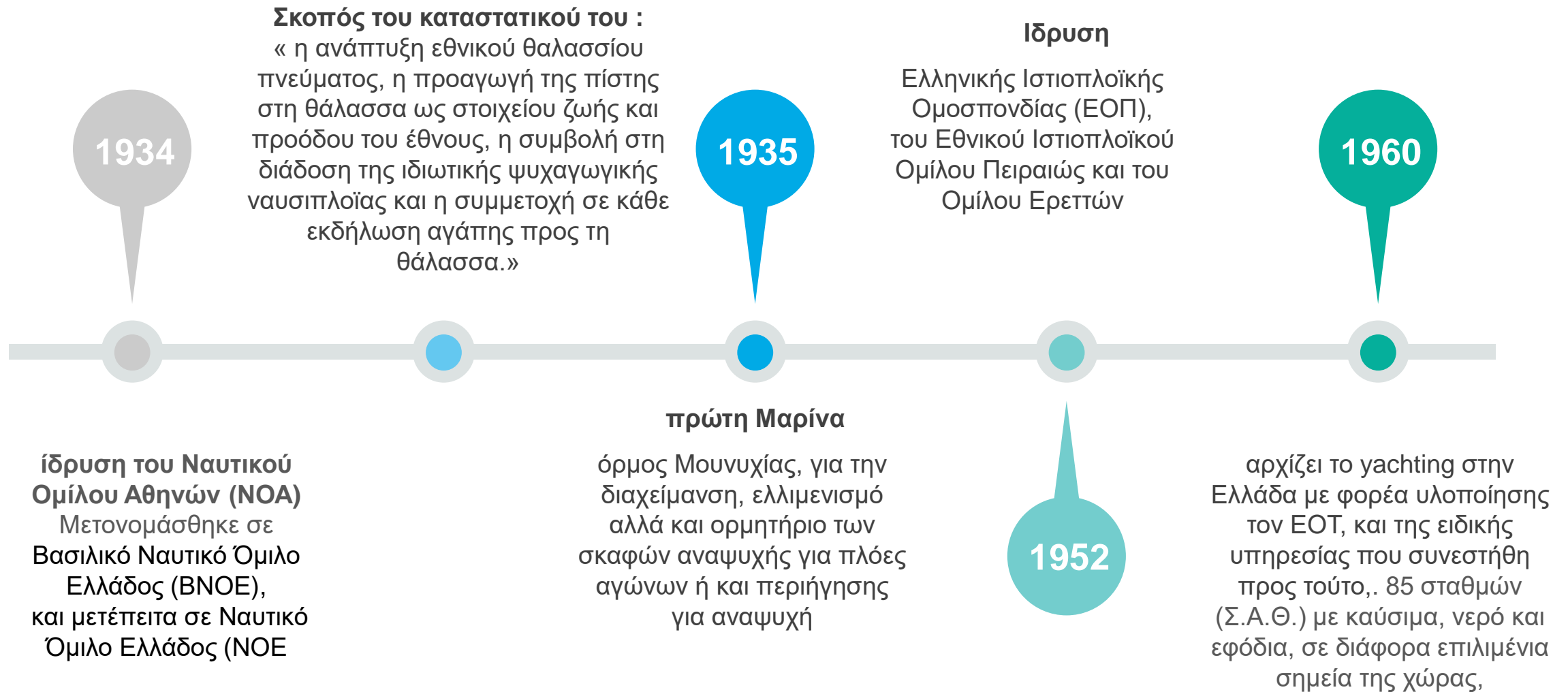


Καταδυτικό Τουρισμό αναψυχής



Αλιευτικό τουρισμό

Η ανάπτυξη του γιώτινγκ



Πηγή: Μουσείο Τουρισμού: <http://tourismmuseum.gr/thalassiotourismos/>

Βασικοί Ορισμοί



Κρουαζιέρα

Η κρουαζιέρα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και συνδυάζει στοιχεία μεταφοράς, τουρισμού, ψυχαγωγίας και ταξιδιού (Wild & Dearing, 2000)



Θαλάσσιος τουρισμός & ψυχαγωγία



η οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα, που βασίζεται στη ψυχαγωγία, επιλέγεται από οποιοδήποτε άτομο στον ελεύθερο χρόνο του και μπορεί να περιλαμβάνει και το στοιχείο του ταξιδιού, εντός ή στο νερό.

Contents Here

Easy to change colors, photos and Text.

Θαλάσσιος τουρισμός

οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα που επιλέγεται από άτομα στον ελεύθερο χρόνο τους και περιλαμβάνει και την έννοια του ταξιδιού (εντός ή στην επιφάνεια του νερού)



φαινομενικά οι δύο ορισμοί μοιάζουν



η βασική τους διαφορά έγκειται στο ότι στον πρώτο ορισμό το ταξίδι είναι κάτι το οποίο προαιρετικά μπορεί να συμπεριληφθεί στην αναψυχή. Στη πρώτη περίπτωση περιλαμβάνονται κυρίως τα διάφορα θαλάσσια αθλήματα. Αντίθετα στον δεύτερο ορισμό η έννοια του ταξιδιού αποτελεί προϋπόθεση

Θαλάσσιος τουρισμός

01

Αποτελεί μία από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου Τουρισμού, με σημαντική συμμετοχή στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που τον έχουν αναπτύξει.

02

Οι δραστηριότητες του Θαλάσσιου Τουρισμού συγκροτούν μια από τις μεγαλύτερες αγορές παγκοσμίως και είναι πιθανό να παρουσιάσει υψηλή αύξηση στα επόμενα έτη

03

Θέματα που αφορούν τις επιδράσεις του τουρισμού σε νησιωτικές κοινωνίες, τα φυσικά όρια των οποίων καθορίζονται από τη θάλασσα που τις περιβάλλει, άπτονται και αποτελούν ένα σημαντικό πεδίο έρευνας των επιδράσεων του Θαλάσσιου Τουρισμού

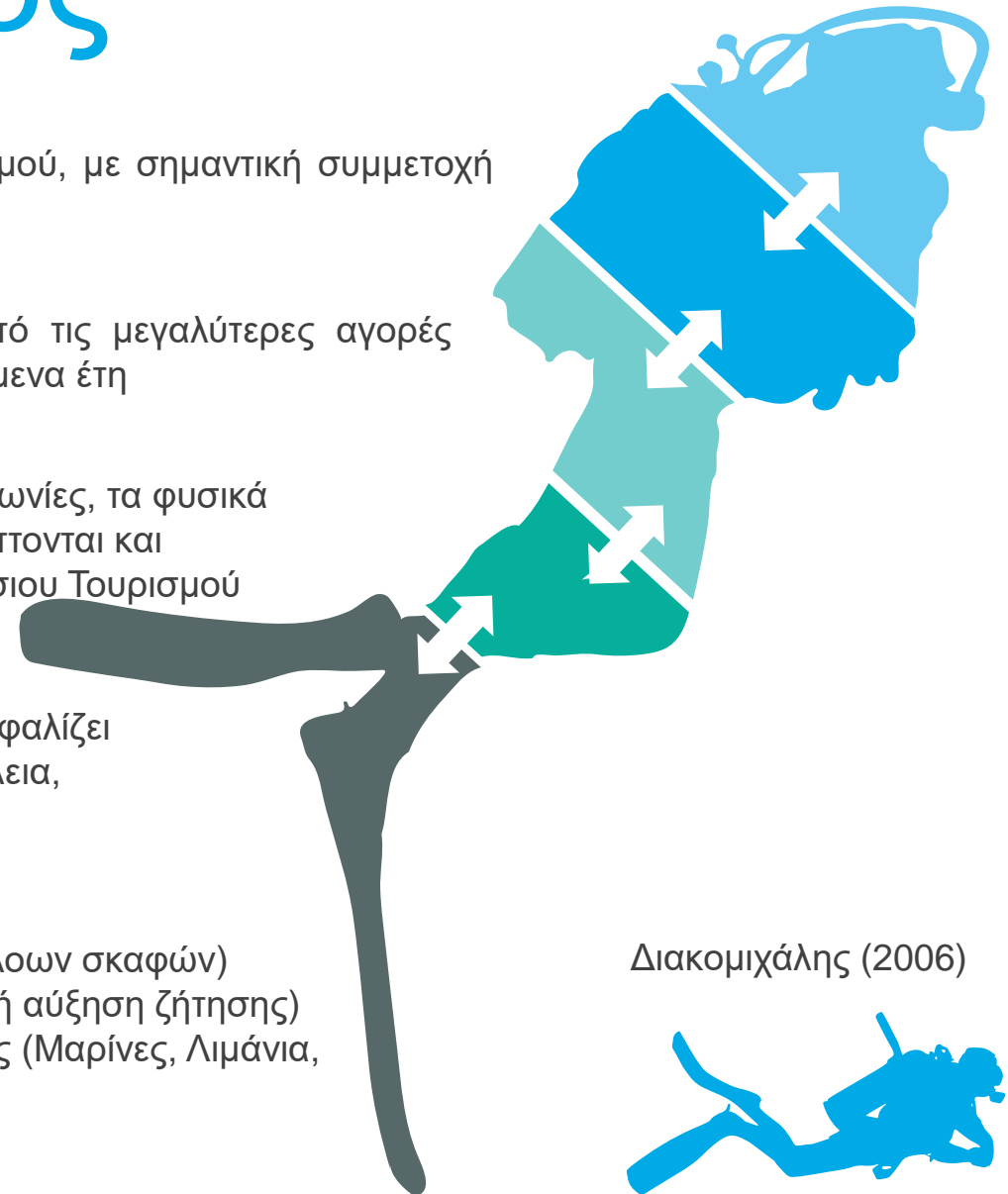
04

Είναι από τις δυναμικότερες μορφές του σύγχρονου Τουρισμού. Εξασφαλίζει υψηλή ποιότητα διαμονής & ψυχαγωγίας, Άνεση, Χαλάρωση, Πολυτέλεια, Ανεξαρτησία, Περιπέτεια

05

Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα είναι:

- ✓ Η ναύλωση σκαφών αναψυχής (Θαλαμηγών, Ιστιοφόρων, Ταχύπλων σκαφών)
- ✓ Η Κρουαζιέρα με πολυτελή Πλοία (Παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση ζήτησης)
- ✓ Προϋπόθεση ανάπτυξης είναι η δημιουργία κατάλληλης Υποδομής (Μαρίνες, Λιμάνια, Καταφύγια κ.ά.) υψηλού κόστους



Διακομιχάλης (2006)

Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού στην Ελλάδα

Οργανωμένες Επαγγελματικά Δραστηριότητες

- ✓ Κρουαζιεροπλοΐα
- ✓ Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση (Yachting)
- ✓ Παράκτια Τουριστική Ναυσιπλοΐα

Ασκούμενες Σποραδικά και ανοργάνωτες Δραστηριότητες

Θαλάσσιο Σκι – Windsurfing
Υποβρύχιες Καταδύσεις – Ψάρεμα
Κολύμβηση
Περιήγηση σε Θαλάσσια Πάρκα

Κρουαζιεροπλοΐα

είναι η δραστηριότητα του Θαλάσσιου Τουρισμού που έχει ως αποκλειστικό αντικείμενο την παροχή του τουριστικού προϊόντος της κρουαζιέρας.

Είναι πολυσύνθετη και συνδυάζει ένα μεγάλο μέρος της γνωστής «τουριστικής αλυσίδας»: μεταφορά, εστίαση, τουρισμός, ψυχαγωγία και ταξίδι.

Η σημερινή οργανωμένη κρουαζιέρα συνδυάζει εκτός των παραπάνω και στοιχεία αγοράς προϊόντων (shopping), μορφωτικές και αθλητικές δραστηριότητες και αποτελεί από μόνη της έναν ιδιόμορφο «προορισμό».



Ομάδες προϊόντων

Πίνακας 8	
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΑΛΛΕΣ 4 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)	
Σύνδεση 4 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
1^η ΟΜΑΔΑ: ΦΥΣΗ, ΥΠΑΙΘΡΟΣ	<ul style="list-style-type: none">• Γιώτινγκ (φλοτίλα) με παράλληλες <u>οικοτουριστικές δραστηριότητες</u>.• <u>Ναυταθλητισμός</u> σε συνδυασμό με περιήγηση, παρατήρηση και διαμονή στη φύση.
2^η ΟΜΑΔΑ: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	<ul style="list-style-type: none">• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με εκπαίδευση (λειτουργία πανεπιστημίων και σεμιναρίων).• Ιστιοπλοϊκός τουρισμός σε συνδυασμό με πολιτιστικές επισκέψεις σε νησιά και παράλιους οικισμούς.
3^η ΟΜΑΔΑ: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ, ΕΡΓΑΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με επαγγελματικό συνέδριο.• Ιστιοπλοϊκός τουρισμός σε συνδυασμό με ταξίδια κινήτρων (εταιρίες).
5^η ΟΜΑΔΑ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ, ΥΓΕΙΑ, ΕΥΕΞΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με κοινωνικό τουρισμό ατόμων τρίτης ηλικίας.• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με προγράμματα ευεξίας.



Ομάδες προϊόντων

Πίνακας 8

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΑΛΛΕΣ 4^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)**

Σύνδεση 4 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
6^η ΟΜΑΔΑ: ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΤΡΟ	<ul style="list-style-type: none">• Κρουαζιέρα και καζίνο.• <u>Γιότιγκ</u> και γκολφ (σε οργανωμένες μονάδες υψηλών προδιαγραφών).
7^η ΟΜΑΔΑ: ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ, REAL ESTATE, TIMESHARING	<ul style="list-style-type: none">• <u>Ναυταθλητισμός/θαλάσσια σπορ</u> σε συνδυασμό με ιδιοκτησία δεύτερης κατοικίας (σε νησιωτικές ή παραθαλάσσιες περιοχές).• <u>Γιότιγκ/ιστιοπλοΐα</u> σε συνδυασμό με παραθεριστική κατοικία (σε παράλιες περιοχές με μαρίνες).
ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	<ul style="list-style-type: none">• Δραστηριότητες <u>ναυταθλητισμού/ θαλάσσια σπορ</u> σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.• Ιστιοπλοΐα σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.• Δραστηριότητες <u>γιότιγκ</u> σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.



Παράκτιος & Θαλάσσιος τουρισμός στην ΕΕ

σημαντικός τουριστικός τομέας:

- ✓ απασχολεί περίπου 3,2 εκατομμύρια άτομα
- ✓ παράγει ακαθάριστη προστιθέμενη αξία 183 δισ. Ευρώ
- ✓ ποσό που αντιπροσωπεύει πάνω από το ένα τρίτο της θαλάσσιας οικονομίας
- ✓ 51% των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών σε όλη την Ευρώπη βρίσκεται σε παράκτιες περιοχές.
- ✓ ο κλάδος της κρουαζιέρας αντιπροσώπευε 330.000 θέσεις εργασίας
- ✓ κύκλο εργασιών 15,5 δισ. Ευρώ (έτος αναφοράς 2012)

Πηγή: https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_el

Δράση 14 της ευρωπαϊκής στρατηγικής (COM 2014 86)

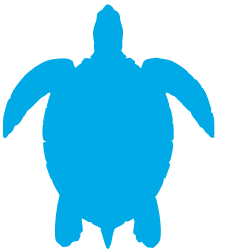
First Regional Cruise Dialogue for the Baltic.2016

Κύρια σημεία :

- Αναγνώριση βασικών ρόλων και καθηκοντα
- κοινωνική αποδοχή κλάδου
- Πολιτική αποδοχή κλάδου
- Ορισμός και συντονισμός τοπικού οράματος για την κρουαζιέρα και διάχυση στο κοινό
- Βιώσιμη ανάπτυξη
- Περιβαλλοντικά θέματα
- Τοπικές ιδιαιτερότητας και εμπόδια
- Οικονομικά οφέλη
- Αποτελεσματικούς τρόπους

Διαχείρισης εφοδιασμού

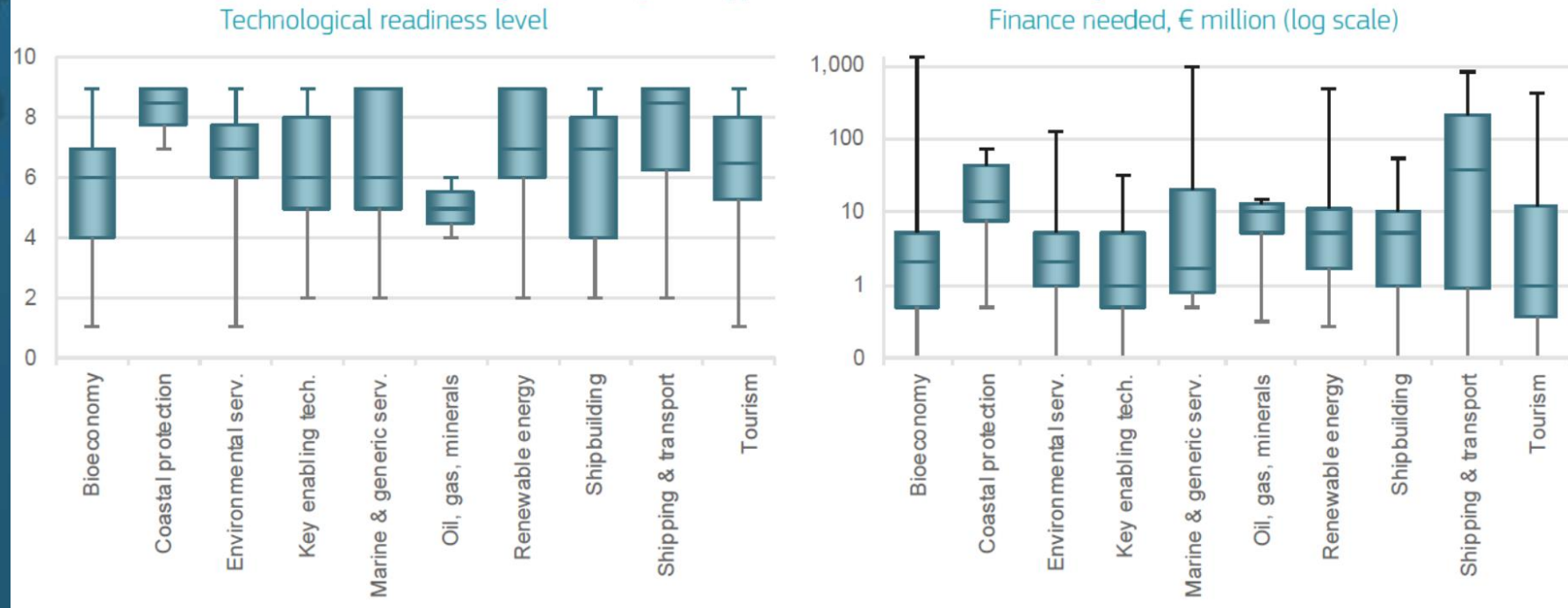
- Καινοτόμα προϊόντα
- Δημιουργία προϊόντων συνδεδεμένων με την ιστορία του τόπου



Εκτίμηση μεγέθους κλάδου

Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP με θέμα «Εγκαταστάσεις θαλάσσιου τουρισμού», οι επιμέρους δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα όπως για παράδειγμα τα θαλάσσια σπορ και οι ακτοπλοϊκές μεταφορές, δεν θεωρούνται κριτήριο του θαλάσσιου τουρισμού λόγω κυρίως της δυσκολίας της εκτίμησής τους.

Figure 2.4 Projects supported with EU research funding

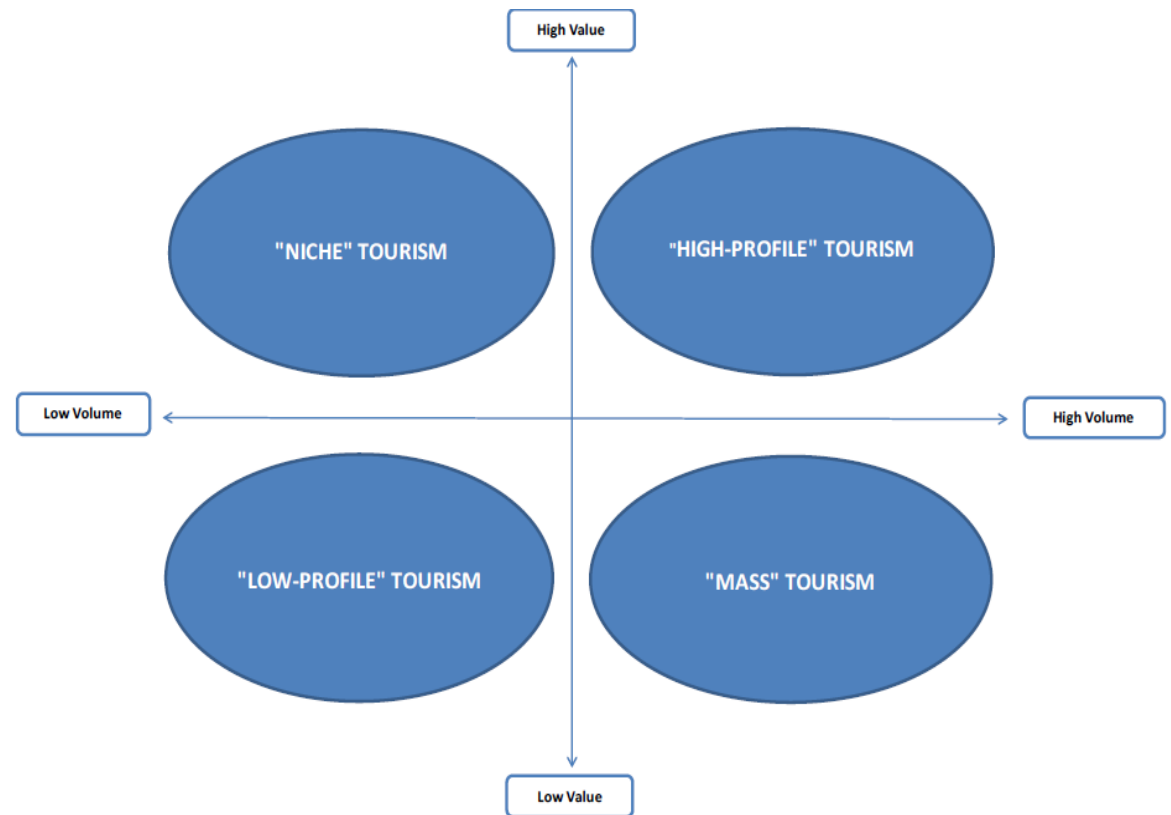


4 μοντέλα

Παράκτιου & θαλάσσιου τουρισμού

Διαστάσεις που λαμβάνονται υπόψιν >

- ✓ Το εύρος των προσφερόμενων δραστηριοτήτων
- ✓ Η διαφοροποίηση ως προς τον βαθμό επισκεψιμότητας χαμηλό-υψηλό του προορισμού
- ✓ Η αναγνώριση της σπουδαιότητας/ παραγόμενη αξία των δραστηριοτήτων (*upstream & downstream activities-value chains*)
- ✓ Η διαφοροποίηση του υποθαλάσσιου ανάγλυφου πυθμένα
- ✓ Η αναγνώριση των οικονομικών, περιβαλλοντικών & κοινωνικών επιδράσεων
- ✓ Εστίαση σε συγκεκριμένους συντελεστές τοπικής & περιφερειακής εμβέλειας καθώς και στις ΜμΕ διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην ελληνική εμπορική μη χρηματοπιστωτική οικονομία παράγουν το 63,6% της προστιθέμενης αξίας και το 85,2% της απασχόλησης, υπερβαίνοντας και στους δύο αυτούς τομείς τον ευρωπαϊκό μέσον όρο (56,8% και 66,4% αντίστοιχα).

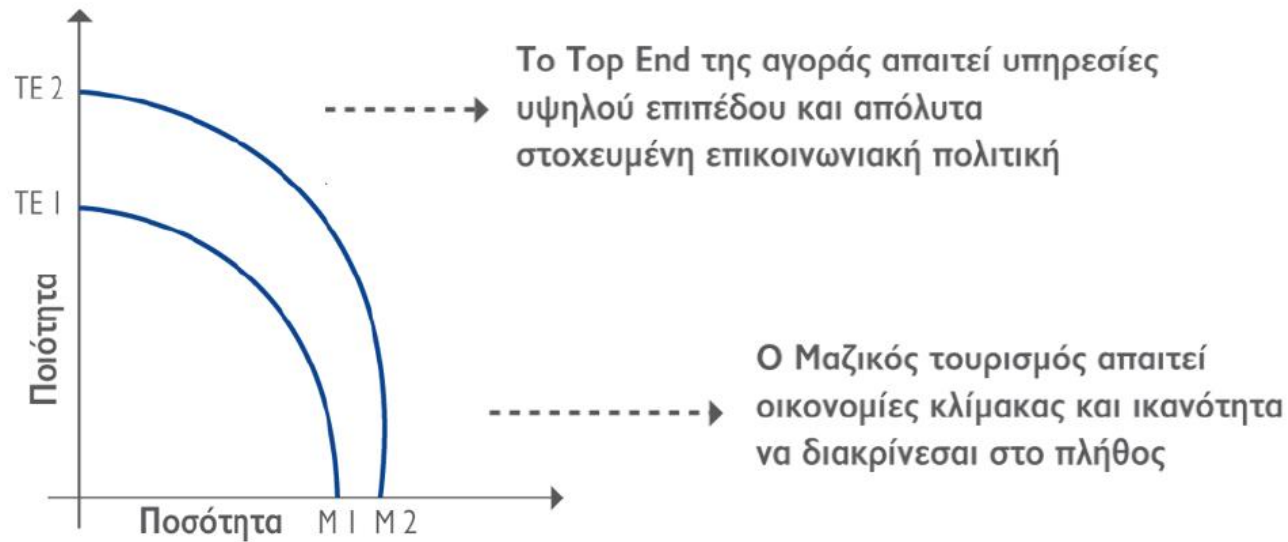


4 ΤΥΠΟΙ Παράκτιου & Θαλάσσιου τουρισμού

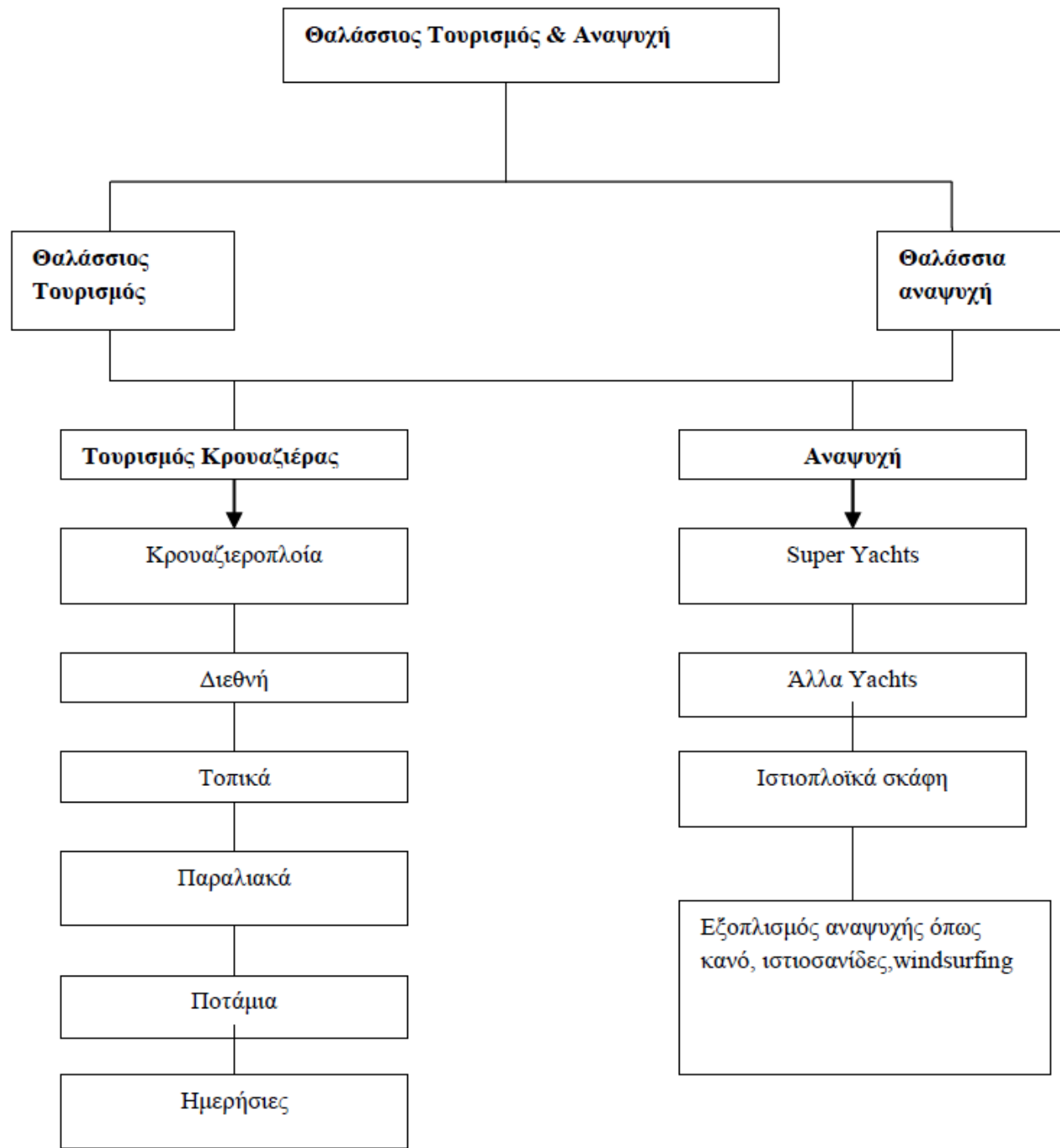
- 1. Μαζικός τουρισμός:** προσεγγίζει μεγάλους αριθμούς τουριστών με σχετικά χαμηλό διαθέσιμο ποσό δαπανών/κατανάλωσης. Οι τοποθεσίες δεν είναι σταθερές αλλά δυναμικές και συνεχώς μεταβάλλονται. Παραδοσιακοί προορισμοί αυτού του τύπου στην Μεσόγειο ενδεικτικά βρίσκονται στις ακτές της Ισπανίας (Costa Brava), της Ιταλίας “Riviera” (e.g. Romagna, Toscana) και των Ελληνικών νησιών όπως η Κως
- 2. Τουρισμός υψηλών προδιαγραφών ποιότητας & μοναδικής αξίας:** απευθύνεται σε μεγάλο σχετικά αριθμό ατόμων ή γκρουπ, εξασφαλίζει μεγάλο βαθμό πιστότητας και διάρκειας επίσκεψης σε διαφορετικές εποχές, αυτοί οι τουρίστες δαπανούν κατά μέσο όρο υψηλό ποσό χρημάτων στον τουριστικό προορισμό. Ενδεικτικές περιοχές τέτοιων προγραμμάτων έχουν αναπτυχθεί στις ακτές της Γαλλίας και Κροατίας.
- 3. Τουρισμός Αιχμής:** εστιάζει σε υπηρεσίες ή προορισμούς προστιθέμενης αξίας, προσελκύοντας μικρό αριθμό επισκεπτών αλλά που εκτιμούν υψηλά την ποιότητα και σε μικρότερο βαθμό την τιμή μιας υπηρεσίας και είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα. Ενδεικτικές μορφές του είναι ο τουρισμός που προσανατολίζεται στην ευεξία και την ιατρική, τα αθλήματα, τις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής, γαστρονομίας και άλλα.
- 4. Χαμηλού προφίλ τουρισμός, μικρής κατανάλωσης και επισκεψιμότητας:** δεν αναγνωρίζεται ως ένα επιχειρηματικό μοντέλο κλάδου, ωστόσο είναι γνωστό και αφορά τις μορφές τουρισμού που εστιάζουν στην φύση και στον οικοτουρισμό (διαμονή σε κάμπινγκ, σε καταφύγια κλπ. Επίσκεψη απομακρυσμένων περιοχών όπως ερήμους, ηφαίστεια)



Ποσότητα ή ποιότητα;



Τμηματοποίηση θαλάσσιου τουρισμού



Μελέτη περίπτωσης

14 δράσεις επικοινωνίας της ευρωπαϊκής στρατηγικής

1. Κάλυψη των κενών σε θέματα διαθεσιμότητας **δεδομένων** για τον τουρισμό
2. Προώθηση της **εστίασης** στον παράκτιο και θαλάσσιο τομέα,
3. Πανευρωπαϊκός διάλογος μεταξύ των **διοργανωτών** κρουαζιερών, λιμένων και ενδιαφερόμενων φορέων
4. Ανάπτυξη διακρατικών & διαπεριφερειακών εταιρικών σχέσεων, **δικτύων, συνεργατικών σχηματισμών και στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης**
5. Λήψη μέτρων σχετικά με τις απαιτήσεις **επαγγελματικών προσόντων** πλοιάρχων επαγγελματικών σκαφών & σκαφών αναψυχής
6. Λήψη μέτρων σχετικά με προβλέψεις για τον **εξοπλισμό ασφάλειας** στο πλαίσιο του θαλάσσιου τουρισμού.
7. Καινοτόμα συστήματα διαχείρισης μέσω της **ΤΠΕ** και της πύλης τουριστικών επιχειρήσεων.
8. Ανάπτυξη **οικοτουρισμού**, χρησιμοποιώντας το ευρωπαϊκό σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου (EMAS) και δείκτες οικολογικού σήματος της ΕΕ και θα ενθαρρύνει τη σύνδεση με άλλες δράσεις υπέρ της αειφορίας.
9. Εφαρμογή του πρωτοκόλλου της σύμβασης της Βαρκελώνης σχετικά με την **ολοκληρωμένη διαχείριση παράκτιων ζωνών** και τη σχετική σύσταση του Συμβουλίου και θα προωθήσει τον θαλάσσιο χωροταξικό σχεδιασμό και την πράσινη υποδομή, ώστε να διασφαλίσει τη βιώσιμη ανάπτυξη των παράκτιων περιοχών της ΕΕ.
10. Στρατηγικές για την **πρόληψη των αποβλήτων** και τη διαχείριση των θαλάσσιων απορριμμάτων ώστε να στηρίξει τον βιώσιμο παράκτιο και θαλάσσιο τουρισμό.
11. Ενθάρρυνση της **διαφοροποίησης και τη διασύνδεση** των πόλων έλξης τουρισμού τόσο στις παράκτιες περιοχές όσο και στην ενδοχώρα, μεταξύ άλλων, μέσω διακρατικών θεματικών δρομολογίων όπως πολιτιστικές, θρησκευτικές ή αρχαίες εμπορικές διαδρομές.
12. Εκπόνηση μελέτης για τον τρόπο **βελτίωσης της ακτοπλοϊκής σύνδεσης των νησιών** και τον σχεδιασμό καινοτόμων τουριστικών στρατηγικών για τα απομονωμένα νησιά.
13. Εκπόνηση μελέτης για τον εντοπισμό καινοτόμων πρακτικών, για την **κατασκευή μαρίνων**.
14. Ανάπτυξη ενός οδηγού επιγραμμής με συνοπτική παρουσίαση των κύριων **δυνατοτήτων χρηματοδότησης** που διατίθενται για τον τομέα (ιδίως για τις ΜΜΕ).



Η κάθε χώρα ξεχωριστά εστιάζει στρατηγικά σε μεγάλες κατηγορίες τουριστικών προϊόντων.

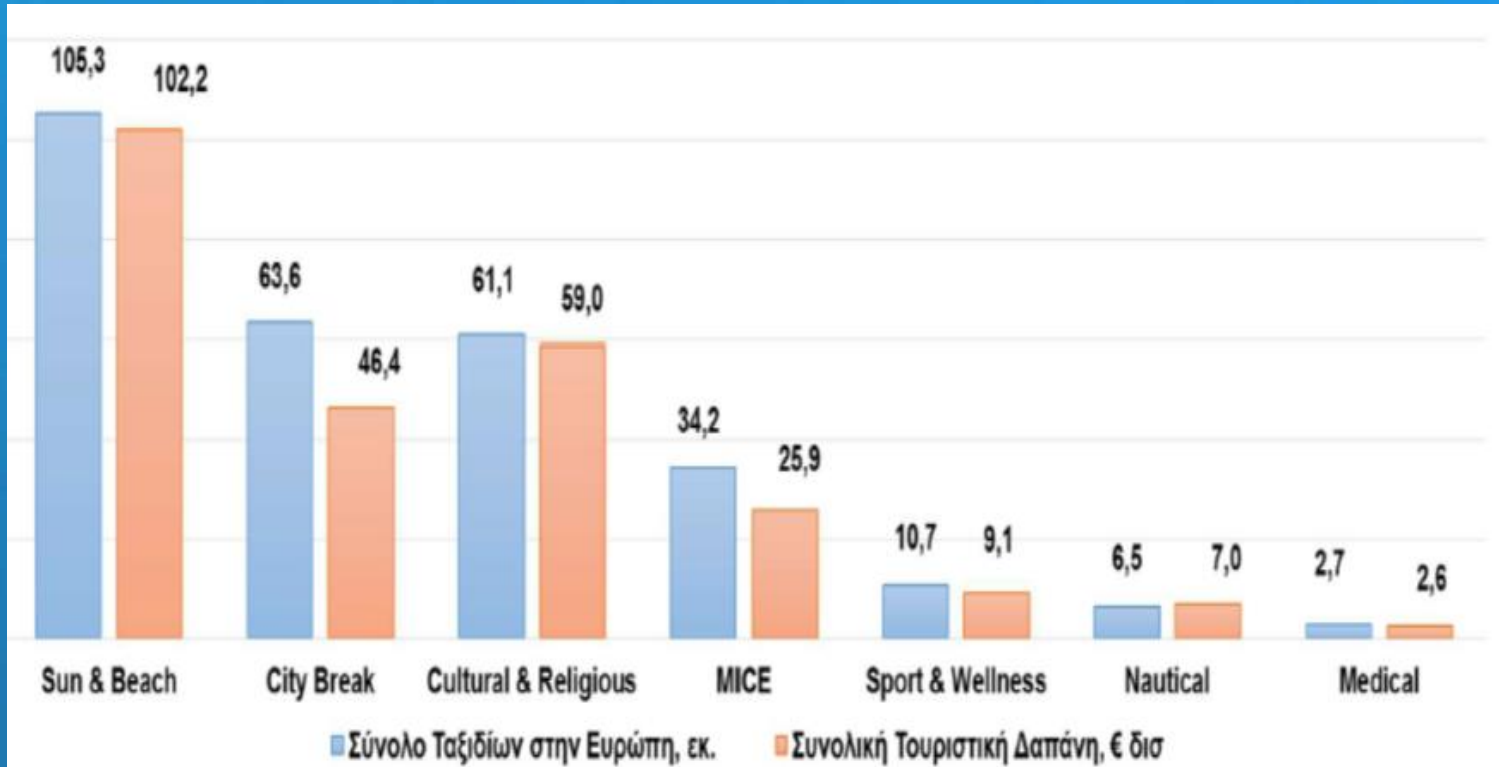
Για παράδειγμα η **Ελλάδα** έχει θέσει κύρια προτεραιότητα τη δημιουργία ενός ισχυρού και διαφοροποιημένου χαρτοφυλακίου **προϊόντων 6 «κύριων» προϊόντων**, καθώς και μια σειρά από «συμπληρωματικά και εξειδικευμένα προϊόντα».

Για κάθε ένα από τα κύρια προϊόντα έχει αναπτυχθεί εξειδικευμένο πλάνο που περιλαμβάνει την κατάλληλη στρατηγική αγοράς, τμηματοποίηση πελατείας, ανάπτυξη υποδομών και στρατηγική προώθησης.

Κατηγορίες τουριστικών προϊόντων



1. Ήλιος & Θάλασσα (Sun & Beach)
2. Τουρισμός Πόλης (City Break)
3. Πολιτιστικός Τουρισμός
4. Συνεδριακός Τουρισμός (MICE- Meetings, Incentives, Conferences, Events)
5. Αθλητισμός & Ευεξία (S&W)
6. Ναυτικός Τουρισμός(Naut)



	S&B	CB	C&R	MICE	S&W	Naut	Med
Μερίδιο αγοράς της Ελλάδας, σε ταξίδια	8,5%	1,1%	2,4%	1,4%	1,6%	8,3%	0,6%
Σύνολο Ταξιδιών στην Ελλάδα, εκ.	9,0	0,7	1,5	0,5	0,2	0,5	0,0

ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

S.W.O.T. Ανάλυση



Πίνακας 5				
S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 4ης ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ) <u>Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</u>				
	ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ			
	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ				
Θεσμικός/ Αναπτυξιακός	-Ευνοϊκό το ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο για τη θαλάσσια δραστηριότητα	-Ανάγκη θέσπισης νομοθετικών παρεμβάσεων	-Καθιέρωση brand name στο θαλάσσιο τουρισμό	-Ανεπαρκείς υποδομές σε σχέση με τον ανταγωνισμό
Οικονομικός	-Θετικό κλίμα για επενδύσεις και συνεργασίες στην Ελλάδα και διεθνώς	-Χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους για δανειοδότηση και ένταξη σε Νόμους περί κινήτρων	-Εξαγορές και συνεργασίες με ελληνικές επιχειρήσεις και παρουσία στην αγορά με σταθερή ζήτηση	-Επιθετική τιμολογιακή από ανταγωνιστές εντός κι εκτός Ευρώπης
	-Ικανοποιητική χρηματοοικονομική κατάσταση για επιχειρήσεις		-Ικανοποιητική κερδοφορία στις επιχειρήσεις του κλάδου που αποτελεί βάση για πετυχημένες επενδύσεις	

ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

S.W.O.T. Ανάλυση



Ανθρώπινο δυναμικό	-Επαρκής αριθμός απασχολούμενων στον κλάδο αυτό	-Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος ελλειμνισμού (προσωπικό) κυρίως σε μαρίνες	-Θέσεις εργασίας στον σταθερά αναπτυσσόμενο αυτό κλάδο	-Προβλήματα από ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και μάντζερ
Τουριστική προσφορά	-Σημαντικές παρεμβάσεις (υποδομές, θεσμικό πλαίσιο, επενδύσεις) ώστε να εκσυγχρονιστεί η υποδομή	-Μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων (μηχανοκίνητα σκάφη, κρουαζιερόπλοια κ.λπ.) απαιτούν εκσυγχρονισμό	-Γεωμορφολογία της χώρας, κλιματικές συνθήκες και σταθερή ζήτηση επιτρέπουν τον εμπλουτισμό του προϊόντος του θαλάσσιου τουρισμού και την παράταση του κύκλου ζωής του	-Συνεχώς αύξηση «φθηνών» ανταγωνιστών, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και αλλού

ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

S.W.O.T. Ανάλυση



Τουριστική προσφορά	-Θετικό γεγονός ότι ο θαλάσσιος πλούτος άλλες χώρας θεωρείται περιβαλλοντικά ισόρροπος	-Ασαφής και συχνά μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα	-Σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού με τουριστικές δραστηριότητες (κυρίως των <u>ΕΕΜΤ</u> και του <u>ΟΜΤΔ</u>) με οικολογικό περιεχόμενο	-Μη επαρκής χωρική διασπορά δραστηριοτήτων και προϊόντων
	-Υπαρκτή παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»		-Δυνατότητα εμπλοκής στην αγορά και νέων παράκτιων και νησιωτικών προορισμών	
	-Επαρκής κάλυψη των διεθνώς προσφερόμενων προϊόντων		-Πεδίο ανάπτυξης νέων προϊόντων και δραστηριοτήτων	
			-Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες των <u>ΕΕΜΤ</u> , αλλά και του <u>ΟΜΤΔ</u>	
			-Σύνδεση διαφήμισης με το κυριότερο πρότυπο ανάπτυξης του τουρισμού διακοπών	

ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

S.W.O.T. Ανάλυση



Τουριστική ζήτηση	-Ζήτηση από διαφορετικά και δυναμικά target – group πελατών με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	-Δυναμική της ζήτησης που δείχνει ότι διαθέτει πολλά περιθώρια ανάπτυξης ακόμη	-Δυνατότητες προσφερόμενες από νέες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης	-Σχετικά υψηλού οικονομικού επιπέδου δυναμικά target-group που επηρεάζονται, συχνά, από την οικονομική κρίση
	-Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων μέσω αγορών και συνεργασιών		-Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	-Καθυστερημένη, συχνά, ανταπόκριση στις αλλαγές της διεθνούς ζήτησης, εξαιτίας της ελλιπούς υποδομής και του κόστους ελλιμενισμού
	-Σταθερή και μακροπρόθεσμη ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, ΗΠΑ) και ημεδαπούς πελάτες		-Χωρικά πλεονεκτήματα του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελληνική αγορά	-Διαμόρφωση εικόνας στο ευρύ καταναλωτικό κοινό ότι πρόκειται για ακριβό τουριστικό προϊόν
	-Σταθερή ζήτηση και χαρακτηριστικά επαναληπτικότητας, ιδιαίτερα από την ευρωπαϊκή αγορά		-Δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στη διάρκεια ενός ταξιδιού	
	-Δυναμικές ιδιωτικές εταιρείες εμπλέκονται στον κλάδο			

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα

ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

S.W.O.T. Ανάλυση



Πίνακας 6

**S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 4^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)
Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Σημαντικές παρεμβάσεις (υποδομές, θεσμικό πλαίσιο, επενδύσεις) ώστε να εκσυγχρονιστεί η υποδομή	Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος ελλειμνισμού (προσωπικό) κυρίως σε μαρίνες	Σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού με τουριστικές δραστηριότητες (των <u>ΕΕΜΤ</u> και του <u>ΟΜΤΔ</u>) με οικολογικό περιεχόμενο	Επιθετική τιμολογιακή πολιτική από ανταγωνιστές εντός κι εκτός Ευρώπης
Ζήτηση από διαφορετικά και δυναμικά target – group πελατών με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	Ασαφής συχνά και μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα	Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	Διαμόρφωση εικόνας στο ευρύ καταναλωτικό κοινό ότι πρόκειται για ακριβό τουριστικό προϊόν

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα



Επόμενη Διδακτική ενότητα

2. Δραστηριότητες Θαλάσσιου Τουρισμού-
Κρουαζιερόπλοια

Βιβλιογραφία

Διακομιχάλης, Μ. (2006). Ο θαλάσσιος τουρισμός: Η εκτίμηση των επιδράσεών του στην ελληνική οικονομία μέσω του δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού και της σύνδεσής του με το εθνικολογιστικό σύστημα (Διδακτορική διατριβή). Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Διακομιχάλης, Μ. Ν (2009). Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του. ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ

Μυλωνόπουλος, Δ. & Μοίρα, Π. (2005). Θαλάσσιος Τουρισμός. Εκδόσεις: Interbooks Μουσείο Τουρισμού: <http://tourismmuseum.gr/thalassioستourismos/>

ΕΕ (2020). Παράκτιος και θαλάσσιος τουρισμός. https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_el

ECORYS (2013). Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level. https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/docs/body/study-maritime-and-coastal-tourism_en.pdf

ΣΕΤΕ (2020). Πρόταση για το νέο αναπτυξιακό μοντέλο. <https://www.slideshare.net/setgreece/greek-tourism2020-ppt-6528562>



Σας ευχαριστώ για την
συμμετοχή σας