

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής
Ανάπτυξης & Τμήμα Οικονομικών Σπουδών



Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού»

Υπεύθυνος Καθηγητής: Μεταξάς Θεόδωρος
Αναπληρωτής Καθηγητής «Οικονομικής Ανάπτυξης», ΤΟΕ

Τίτλος Διπλωματικής:

“Τουρισμός Yachting στο λιμάνι του Βόλου: υφιστάμενη
κατάσταση και προοπτικές ανάπτυξης”

Ονοματεπώνυμο: Ευθυμία Χρήστου Κόρκου

E-mail: ekorkou@uth.gr

Βόλος, 2019

Δηλώνω ρητά πως η παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία εκπονήθηκε από εμένα την ίδια, αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις και αναφέρω πλήρως όλες τις πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

Ιούνιος, 2019

Κόρκου Ευθυμία

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η σημαντική ανάπτυξη του τουρισμού yachting σε μεσογειακό επίπεδο οδήγησε στην ανάδειξη του τομέα, στρέφοντας το ενδιαφέρον στη μελέτη αυτής της δυναμικής και σύγχρονης μορφής τουρισμού. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει την υφιστάμενη κατάσταση, αποσαφηνίζοντας τους παράγοντες κλειδιά της ανάπτυξης του τουρισμού Yachting και εξετάζοντας κατά πόσο η πόλη του Βόλου τους ικανοποιεί και αν διαθέτει τις προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου. Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας, επιλέχθηκαν οι συνεντεύξεις και το σύντομο ερωτηματολόγιο σε άτομα του επιχειρηματικού και διοικητικού τομέα. Αρχικά, αξιολογείται η υφιστάμενη κατάσταση, δηλαδή οι υποδομές της ενδοχώρας αλλά και τα λειτουργικά στοιχεία του κλάδου. Μελετάται, επίσης, το θέμα της επίδρασης του νομοθετικού και φορολογικού πλαισίου στον τομέα, τα προβλήματά του, ο ανταγωνισμός και η σημαντικότητα της συνέργειας των φορέων για την ανάπτυξή του. Αντικείμενο της έρευνας αποτελεί, επιπλέον, η σύνδεση του με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στο Βόλο, οι επιπτώσεις που θα έχει η ανάπτυξή του στην πόλη αλλά και η πιθανότητα χρήσης της αργοναυτικής εκστρατείας ως Brand. Τα αποτελέσματα της έρευνας αναδεικνύουν την υφιστάμενη κατάσταση του τομέα, τα δυνατά χαρακτηριστικά του Βόλου για την ανάπτυξή του, τα προβλήματα, οι επιπτώσεις που θα επιφέρει η άνθησή του και τέλος τα μέσα και οι προοπτικές εξέλιξής του.

Λέξεις κλειδιά: *Θαλάσσιος Τουρισμός, Τουρισμός Yachting, Λιμάνι Βόλου, Παρασητικός κόλπος, σκάφη αναψυχής, θαλάσσιες υποδομές, ιστιοπλοΐα*

“Yachting Tourism in the port of Volos: current situation and development prospects”

ABSTRACT

The significant development of yachting tourism in Mediterranean Sea has led to the emergence of the sector, focusing on studying this dynamic and modern form of tourism. The purpose of this master thesis is to investigate the current situation by clarifying the key factors of the development of Yachting tourism and examining whether the city of Volos satisfies them and if it has the prospects for the development of the sector. In order to achieve the purpose of the survey, interviews and a short questionnaire were selected for individuals in the business and administrative field. Initially, the existing situation, such as the inland infrastructure as well as the functional elements of the sector, is assessed. The issue of the impact of the legislative and fiscal framework on the sector, its problems, the competition and the importance of the agency's synergy for its development are also being studied. The subject of the survey is also the connection between the yachting tourism and the other alternative forms of tourism that are being developed in Volos, the impact of its development on the city and the possibility of using the Argonauts Campaign as a Brand. The results of the survey point out the current situation of the sector, Volos's strengths for its development, the problems, the impact of its growth and finally the means and prospects for its development.

Keywords: *yachting tourism, sailing tourism, nautical tourism, sailing, boats, yachts, Port of Volos, Pagasetic Gulf, maritime infrastructure*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ABSTRACT	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
1.ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	14
1.1. <u>Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</u>	14
1.2. <u>ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</u>	17
1.2.1. ΟΙ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
1.2.2. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
1.3. <u>YACHTING TOURISM – Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΜΕ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ.....</u>	23
1.3.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	23
2.ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING	26
2.1. <u>ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ YACHTING</u>	26
2.2. <u>ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΟΙΩΝ – ΣΚΑΦΩΝ</u>	28
2.3. <u>Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ</u>	32
2.4. <u>ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING</u>	34
2.5. <u>Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΝΑΥΠΗΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΣΚΑΦΩΝ - ΤΑ ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ.....</u>	39
2.6. <u>ΟΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING.....</u>	42
2.7. <u>Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING</u>	45
2.8. <u>ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ.....</u>	49
3. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	51

3.1. <u>Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ YACHTING TOURISM</u>	51
3.2. <u>Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING</u>	57
3.2.1. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	57
3.2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ- ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	57
3.2.3. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.	58
3.2.4.ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	60
3.2.5. ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΜΕ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ	65
3.2.6. ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	72
3.2.7. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ YACHT ΚΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ YACHT ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	73
3.2.8. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	76
3.2.9. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΚΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	78
3.2.10. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	81
4.ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ – ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ YACHTING TOURISM	83
5.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	89
6. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	93
6.1. <u>ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΒΟΛΟΥ</u>	94
6.2. <u>ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΛΙΜΑΝΙΟΥ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ</u>	96
6.3. <u>ΠΑΡΟΧΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΒΟΛΟΥ</u>	99
6.4. <u>ΤΑ ΣΩΜΑΤΕΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ YACHTING ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΒΟΛΟ.</u>	103
6.5 <u>Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΣΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2013- 2018.</u>	104
6.6. <u>ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ</u>	106

7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	108
7.1. <u>ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ</u>	108
7.2. <u>ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ</u>	111
7.2.1. Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΜΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	111
7.2.2. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ	113
7.2.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING.....	115
7.2.4. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ YACHTING	117
7.2.5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING	119
7.2.6. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ YACHTING ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	121
7.2.7. Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΡΓΟΝΑΥΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΩΣ BRAND ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΟ ΒΟΛΟ.....	124
7.2.8. ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΟ ΒΟΛΟ.....	125
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	128
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	135
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ	135
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	136
ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	142
ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	144
A) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ	145
B) ΣΥΝΤΟΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΡΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ.....	146

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΧΑΡΤΩΝ , ΕΙΚΟΝΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Πίνακας 1: Οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού.....σελ.18
Πίνακας 2: Θέσεις εργασίας στο τομέα του θαλάσσιου τουρισμού την περίοδο 2006-2011.....σελ.21
Πίνακας 3: Τύποι σκαφών αναψυχής.....σελ.28
Γράφημα 1: Η ζήτηση για superyachts την περίοδο 1991-2010.....σελ.30
Πίνακας 4: Επιχειρήσεις με ναυπηγό- επισκευή σε ευρωπαϊκό επίπεδο.....σελ.36
Πίνακας 5:Θέσεις εργασίας στο ναυπηγο- επισκευαστικό χώρο σε ευρωπαϊκό επίπεδο.....σελ.37
Πίνακας 6: Απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του yachting τουρισμού.....σελ.40
Γράφημα 2: Μέσος όρος δαπανών τουριστών yachting με βάση την χώρα καταγωγήςσελ. 44
Πίνακας 7: Αριθμός αφίξεων τουριστών, μαρίνων και θέσεων αγκυροβολίας στις χώρες της ανατολικής και δυτικής ζώνης της Μεσογείουσελ.47
Πίνακας 8: Αριθμός θέσεων ελλιμενισμού σε χώρες της Ευρώπη.....σελ.48
Γράφημα 3: Αριθμός μαρίνων superyacht σε μεσογειακό επίπεδο.....σελ.48
Πίνακας 9: Σκάφη αναψυχής και μαρίνες ανά χώρα.....σελ.50
Γράφημα 4: Έσοδα μαρίνων της Ελληνικής ένωσης μαρίνων την περίοδο 2009 – 2014.....σελ.53
Γράφημα 5: Ο αριθμός των ενεργών εμπορικών Yachts στην Ελλάδα την περίοδο 1995-2015.....σελ.55
Γράφημα 6: Κατάσταση λειτουργίας μαρίνων στην Ελλάδα.....σελ.56

Πίνακας 10: Τα χαρακτηριστικά των μαρίνων στην Ελλάδα.....σελ.58
Γράφημα 7: Ε.Π.Ε.Σ.Τ.: Είδη σκαφών.....σελ.69
Πίνακας 11: Αριθμός μαρίνων ανά χώρα.....σελ.72
Γράφημα 8: Αριθμός μαρίνων και βραβείων γαλάζιας σημαίας ανά χώρα.....σελ.73
Γράφημα 9: Κόστος απόκτησης θέσης αγκυροβολίας ανά μέτρο για σκάφη 40μ.σελ.73
Χάρτης 1: Η θέση του λιμένα Βόλου.....σελ.89
Πίνακας 12: Λειτουργικά Χαρακτηριστικά, Υποδομές και Υπηρεσίες για τις ανάγκες του τουρισμού Yachting :Λιμένας Βόλου.....σελ.90
Εικόνα 1: Αναφορά στο τουρισμό yachting στο brochure του Δήμου Βόλου.....σελ.92
Πίνακας 13: Αριθμός κατάπλων των επαγγελματικών τουριστικών σκαφών την περίοδο 2013-2018.....σελ.94
Πίνακας14: Αριθμός κατάπλων τουριστικών πλοίων αναψυχής με σημαία τρίτων χωρών.....σελ.94
Πίνακας 15: Αριθμός ιδιωτικών σκαφών όλων των κατηγοριών που ελλιμενίζουν στο λιμάνι του Βόλου.....σελ.95
Πίνακας 16: SWOT ANALYSIS για το λιμάνι του Βόλου.....σελ.96
Εικόνα 2: Το λιμάνι του Βόλου.....σελ. 98
Πίνακας 17- Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση ερωτήσεων (n=17).....σελ.100

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου προς τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Μεταξά Θεόδωρο, για την πολύτιμη καθοδήγησή του και την εποικοδομητική ανατροφοδότηση που μου προσέφερε κατά την διάρκεια της εκπόνησης της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Επίσης, οφείλω να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου για την κατανόηση, την ενθάρρυνση και την υποστήριξη καθ'όλη την διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, το ενδιαφέρον θεωρητικών και ερευνητών έχει επικεντρωθεί στον τουρισμό ως τομέα που συμβάλλει δυναμικά στην οικονομία και ανάπτυξη των χωρών. Ως τουρισμός ορίζεται το φαινόμενο του ταξιδιού και η περίοδος της παραμονής μακριά από το μέρος της μόνιμης κατοικίας. Ο τουρίστας με την αλλαγή του τόπου διαμονής του για κάποιο χρονικό διάστημα ικανοποιεί την ανάγκη του για αλλαγή, ξεκούραση, χαλάρωση, ψυχαγωγία, εξερεύνηση νέων τόπων αλλά και άλλες ποικίλες ανάγκες που προκύπτουν από διάφορα κίνητρα (Lukovic, 2013). Είναι η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως, προσφέροντας συνάλλαγμα στη παγκόσμια οικονομία, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και προσφέροντας κοινωνικό – πολιτιστικές αλληλεπιδράσεις (Sariisik et. al., 2011).

Στις μέρες μας, στον τομέα του τουρισμού, το ενδιαφέρον στρέφεται στις εναλλακτικές μορφές του. Στο πέρασμα του χρόνου άλλαξε μορφή και δυναμική, χωρίς να σταματήσει να εξελίσσεται και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες κάθε εποχής. Ο εναλλακτικός τουρισμός εμφανίστηκε τη δεκαετία του '80 με τη δημιουργία νέων μορφών τουριστικής δραστηριότητας με κύριο αποδέκτη κάποιες διακριτικές ομάδες του συνολικού τουριστικού πληθυσμού. Με το πέρασμα του χρόνου, οι νέες αυτές μορφές κατέληξαν να λειτουργούν με μαζικό ρυθμό, διατηρώντας, όμως, το διαφοροποιημένο τους χαρακτήρα σε σχέση με το μαζικό τουρισμό (Τσαλίκη, 1993 όπ. αναφ. στο Λουκίσσας, 1995: 83).

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μία από τις δυναμικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού στη βιομηχανία του σύγχρονου τουρισμού (Τσάρτας, κ.α., 2016). Στην βιβλιογραφία, αν και δεν έχει αναπτυχθεί ένας γενικά αποδεκτός ορισμός, συναντάμε πολλούς ορισμούς που ακολουθούν κάποιους κοινούς άξονες (Carrasco 2001· Lukovic, 2006· Lukovic, 2012· Rodriguez, 2004· Swiss W.Hunziker & K.Karpf· Orams, 1999). Στην ξένη βιβλιογραφία χρησιμοποιούνται οι όροι nautical tourism, maritime tourism και marine tourism. Συγκεκριμένα, ορίζεται ως οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα που επιλέγεται από άτομα στον ελεύθερο χρόνο τους και περιλαμβάνει και την έννοια του ταξιδιού, εντός ή στην επιφάνεια του νερού (Λεκάκου, 2015). Οι κυριότερες μορφές του θαλάσσιου τουρισμού είναι η κρουαζιέρα και το yachting και ως τρίτο ξεχωριστό μέρος ορίζονται οι ημερήσιες

κρουαζιέρες (Diakomihalis, 2007) ενώ σύμφωνα με τον Lukovic (2013) διακρίνεται σε τουρισμό yachting, κρουαζιέρας και θαλάσσιων σπορ. Ο θαλάσσιος τουρισμός άρχισε να αναπτύσσεται στην Ελλάδα από τη δεκαετία του 1960.

Αντικείμενο μελέτης της συγκεκριμένης έρευνας αποτελεί μία σύγχρονη και δυναμική κατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού, ο τουρισμός yachting. Στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία συναντάμε ένα μεγάλο εύρος ορισμών, που χαρακτηρίζουν το φαινόμενο και στηρίζονται στα βασικά του χαρακτηριστικά (Buckley, 2011· Chen et al., 2016· Diakomihalis, 2006· Isik & Cerit, 2009· Ivaldi, 2014· Κοκκώσης κ.α., 2001). Ο τουρισμός yachting ορίζεται ως η 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 (Κοκκώσης κ.α., 2011). Οι δύο βασικοί πυλώνες ανάπτυξης της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης που επιδρούν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τομέα είναι οι λιμενικές υποδομές και τα σκάφη αναψυχής (Ανδριανός, 2017).

Στην Ελλάδα, η αγορά επαγγελματικών σκαφών αναψυχής ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970, ενώ το 1960, ο ΕΟΤ ξεκίνησε την κατασκευή και τη λειτουργία σταθμών εξυπηρέτησης yacht, με την πρώτη μαρίνα να δημιουργείται το 1963 (Pardali & Sakellariadou, 2000). Η Ελλάδα μπορεί να θεωρηθεί ως ένας ιδανικός προορισμός για τον τουρισμό Yachting καθώς διαθέτει τα περισσότερα πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες εξαιτίας των πολλών συμπλεγμάτων των νησιών στο Ιόνιο και στο Αιγαίο πέλαγος, τη μεγάλη ακτογραμμή, το ιδανικό κλίμα και την ελληνική ναυτική παράδοση (Διαμαντίδης, 2016). Διαθέτει ακτογραμμή 17000 χλμ, και τα νησιωτικά συμπλέγματα της χώρας είναι πάνω από 4000 νησιά με αποτέλεσμα να ελκύουν μεγάλο αριθμό σκαφών αναψυχής. Η ύπαρξη πολλών νησιών, σε συνδυασμό με τα προστατευμένα νερά του Αιγαίου, μπορεί να δώσει τη δυνατότητα για ανάπτυξη πολλών και διαφορετικών διαδρομών (Haritonidis, 1995· Μακιαρέλας, 2011· Pardali et al, 2007).

Η σημαντική, όμως, ανάπτυξη του τουρισμού yachting οδήγησε στην ανάδειξη του τομέα και έστρεψε το ενδιαφέρον πολλών μελετητών στην έρευνα αυτής της δυναμικής και σύγχρονης μορφής τουρισμού. Πολλές έρευνες ξένης και ελληνικής βιβλιογραφίας έχουν δημοσιευτεί συμβάλλοντας στην καλύτερη κατανόηση του τομέα αλλά και στην ανάπτυξή του (Ανδριανός, 2017· Ασημακοπούλου, 2015· Cerovic, 2002· Chen et. al., 2016· Γκοτοβου, 2014·

Diakomihalis & Lagos, 2008· Gon et. al., 2016·Gonzalez et.al., 2015· Guner & Guler, 2000· Ivaldi, 2014· Ladkin, 2002· Pardali & Sakellariadou, 2000· Pardali, 2007· Sarisiik et. al., 2011). Εντούτοις, δεν έχει διερευνηθεί η ανάπτυξη του τομέα στο λιμάνι του Βόλου. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει την υφιστάμενη κατάσταση, αποσαφηνίζοντας τους παράγοντες κλειδιά της ανάπτυξης του τουρισμού Yachting και αξιολογώντας κατά πόσο η πόλη του Βόλου τους ικανοποιεί αλλά και τις πιθανότητες ανάπτυξης του κλάδου στην πόλη. Ακόμη, στοχεύει να αναδείξει για τους επενδυτές, τους γνώστες αλλά και αυτούς που δεν είναι εξοικειωμένοι με το αντικείμενο τη δυνατότητα ανάπτυξης του τομέα, τονίζοντας πως η επένδυση στη βιομηχανία του τουρισμού yachting είναι σημαντικά ωφέλιμη και κερδοφόρα για την πόλη του Βόλου.

Μελέτη περίπτωσης της παρούσας έρευνας αποτελεί ο Βόλος, μία από τις μεγαλύτερες πόλεις της Ελληνικής υπαίθρου με ένα από τα πιο δραστήρια λιμάνια της χώρας. Η επωφελής γεωγραφική θέση του, που τον θέλει ανάμεσα στις πλούσιες πεδιάδες της Θεσσαλίας και τους θαλάσσιους δρόμους ήταν ανέκαθεν σημαντικό πλεονέκτημα για τις μεταφορές και τις επικοινωνίες που έδωσαν το κίνητρο στην οικονομία της πόλης να αναπτυχθεί. Το λιμάνι του Βόλου με σημαντική γεωγραφική θέση του Παγασητικού, είναι το τρίτο μεγαλύτερο λιμάνι στο τέταρτο αστικό κέντρο της χώρας (ΟΛΒ, Master plan, 2010).

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την συλλογή πρωτογενών δεδομένων στην παρούσα εργασία ήταν η συνέντευξη. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε άτομα που εργάζονται στον επιχειρηματικό κόσμο του τουρισμού yachting αλλά και σε άτομα που βρίσκονται σε διοικητικές θέσεις σχετικές με ζητήματα θαλάσσιου τουρισμού. Η έρευνα διενεργήθηκε με 2 τρόπους: με σύντομο ερωτηματολόγιο σχετικά με το κατά πόσο ικανοποιεί ο Βόλος τα δέκα κριτήρια που είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting και με ερωτήσεις σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση και τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού yachting στο λιμάνι του Βόλου.

Η εργασία αποτελείται από επτά κεφάλαια. Στο πρώτο και το δεύτερο κεφάλαιο αποσαφηνίζεται το θεωρητικό πλαίσιο σχετικά με το θαλάσσιο τουρισμό γενικότερα και τον τουρισμό yachting ειδικότερα. Σχετικά με το Yachting αναλύονται θέματα σχετικά με το προφίλ του τουρίστα yachting, τις κατηγορίες και τη βιομηχανία των σκαφών, τις υποδομές, τον κλάδο της ναύλωσης, το νομοθετικό και

φορολογικό πλαίσιο καθώς και τις επιπτώσεις του φαινομένου. Το τρίτο κεφάλαιο αποτελείται από ενότητες σχετικά με την ευρωπαϊκή πραγματικότητα στον τομέα του yachting και αναλύεται λεπτομερώς η ελληνική πραγματικότητα, δίνοντας έμφαση στους ρυθμούς εξέλιξής του, στις υποδομές, στον ανταγωνισμό και στις δυνατότητες ανάπτυξής του. Στο επόμενο κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι έρευνες που έχουν γίνει ως τώρα για το φαινόμενο του τουρισμού yachting και στο πέμπτο η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Στο έκτο κεφάλαιο αναλύεται η μελέτη περίπτωσης, ερευνώντας την ταυτότητα και τα ιστορικά στοιχεία του, τα χαρακτηριστικά του, τις παροχές και υπηρεσίες του, τα σωματεία και την κίνηση των τουριστικών σκαφών στο λιμάνι του Βόλου, ενώ τέλος ακολουθεί SWOT analysis του φαινομένου. Στο έβδομο κεφάλαιο ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας και τέλος παρατίθενται τα συμπεράσματα της έρευνας.

1.ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

1.1. Η ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ως τουρισμός ορίζεται το φαινόμενο του ταξιδιού και η περίοδος της παραμονής μακριά από το μέρος της μόνιμης κατοικίας. ο τουρίστας με την αλλαγή του τόπου διαμονής του για κάποιο χρονικό διάστημα ικανοποιεί την ανάγκη του για αλλαγή, ξεκούραση, χαλάρωση, ψυχαγωγία, εξερεύνηση νέων τόπων και άλλες ποικίλες ανάγκες που προκύπτουν από διάφορα κίνητρα (Luković, 2013). Στο πέρασμα του χρόνου άλλαξε μορφή και δυναμική, χωρίς να σταματήσει να εξελίσσεται και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες κάθε εποχής.

Ο τουρισμός είναι ένα σημαντικό κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο με σημαντική πορεία και εξέλιξη τα τελευταία λιγότερο από 60 χρόνια στην Ελλάδα. Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πλούσιο φυσικό περιβάλλον, με μεγάλη ακτογραμμή και χιλιάδες νησιά, με ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, πλούσια ιστορία και παράδοση, χαρακτηριστικά που της προσδίδουν συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των χωρών – ανταγωνιστών αλλά και δυνατότητα να ανταπεξέλθει σε κάθε ειδικό ενδιαφέρον κάθε τουρίστα που την επισκέπτεται. Ο διεθνής τουρισμός αναπτύχθηκε με πολύ γρήγορους ρυθμούς στην Ελλάδα από το 1960 μέχρι σήμερα. Στις αρχές του 50, οι αφίξεις ήταν λιγότερες από 70.000, το 1960 ξεπέρασαν τις 520.000, το 1970 τα 1,4 εκ., το 1980 τα 6,5 εκ., και το 2007 τα 17, 5 εκ. ενώ το 2017 ξεπέρασαν τα 23εκ. (Κοκκώσης κ.α., 2011). Ενώ, βρίσκεται ανάμεσα στις 30 πιο ανταγωνιστικές χώρες στον τομέα του τουρισμού και συγκεκριμένα στην 24^η θέση και το 2017 δέχτηκε 23,599,455 αφίξεις τουριστών ¹(WEF, 2017).

Αναλυτικότερα, το φαινόμενο του τουρισμού άρχισε να εμφανίζεται στην Ελλάδα τα χρόνια μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου. Την δεκαετία του '60 παρατηρείται πρωτοφανής ανάπτυξη του τομέα με την είσοδο του στη χώρα που οφείλεται στην ανάπτυξη των συγκοινωνιών και στη διευκόλυνση των μετακινήσεων, στην αύξηση των πληρωμένων ημερών διακοπών αλλά και των εισοδημάτων, την

¹ <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=GRC>

αναγνώριση του τουρισμού ως κοινωνικού αγαθού κ.α. (Σφακιανάκης, 2000). Ξεκινώντας από τις παράκτιες περιοχές, το μοντέλο του μαζικού τουρισμού αναπτύχθηκε από το 1960 και εξαπλώθηκε στις περισσότερες περιοχές της χώρας. Αυτό το μοντέλο ανάπτυξης επέφερε τεράστια οικονομικά κέρδη. Οι επενδύσεις σε τουριστικά έργα δεν μοιράστηκαν όμως σε όλες τις περιοχές με αποτέλεσμα να προκύψουν προβλήματα, με σημαντικότερο πρόβλημα την έντονη εποχικότητα στη ζήτηση αλλά και στην ανάπτυξη μόνο ελάχιστων τουριστικών περιοχών. Την περίοδο 1970- 2000 οι περισσότεροι τουρίστες έφταναν στην Ελλάδα τον Ιούλιο και τον Αύγουστο (Tsartas, 2003).

Παρατηρήθηκε ακόμη σταδιακή μείωση των οικονομικών ωφελειών αυτού του μοντέλου καθώς τόσο οι περιοχές που δέχονταν πλήθος τουριστών κάθε χρόνο παρουσίασαν κορεσμό αλλά και ο ανταγωνισμός των γειτονικών χώρων αυξήθηκε. Επιπλέον, η περιφρόνηση και η αδιαφορία για το φυσικό και δομημένο περιβάλλον σε πολλές περιπτώσεις οδήγησε στο να χαθεί η ποιότητα που παλαιότερα αποτελούσε λόγο επίσκεψής τους. Η ύπαρξη του μαζικού τουρισμού ως μοναδικού μοντέλου ανάπτυξης για πολλές δεκαετίες οδήγησε στην υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, σε ένα πεδίο διεθνούς ανταγωνισμού όπου οι υπόλοιπες χώρες προσέφεραν ένα νέο προϊόν και υπηρεσίες κυρίως συγκεκριμένου ενδιαφέροντος (Tsartas, 2003).

Η δεκαετία του '80 ήταν μια δεκαετία πολλή σημαντική για την τουριστική πολιτική της χώρας καθώς νέα μοντέλα ανάπτυξης εμφανίστηκαν. Τα προβλήματα που είχαν παρουσιαστεί οδήγησαν σε εκτενή αμφισβήτηση του μαζικού τουρισμού και οδήγησαν στην αναζήτηση νέων μορφών τουρισμού ή πολιτικών που θα αναβάθμιζαν αυτό το μοντέλο. Δημιουργήθηκε μία τάση για αναζήτηση πιο φιλικών και ήπιων προς το περιβάλλον και πιο ανθρωποκεντρικών μορφών τουρισμού, μορφές που στο σύνολό τους συγκροτούν τον εναλλακτικό τουρισμό (Σφακιανάκης, 2000). Από το 1980 το μοντέλο ανάπτυξης του τουρισμού προσπαθούσε να προωθήσει την τοπικότητα το οποίο γίνεται εμφανές στον σχεδιασμό και στη διαχείριση της ανάπτυξης, όπου έμφαση δινόταν στην ανάδειξη και προώθηση του τοπικού περιβάλλοντος και των πολιτιστικών πηγών μίας περιοχής. Αυτό το είδος τουρισμού συνοδευόταν συνήθως από υποδομές και δραστηριότητες που πηγάζουν από ειδικό ενδιαφέρον όπως ο πολιτισμικός, αστικός, αγροτουρισμός, υγείας, γκολφ, θαλάσσιος, συνεδριών και αθλητικός τουρισμός. (Tsartas, 2003).

Γίνεται μία προσπάθεια τόσο από τον Ε.Ο.Τ αλλά και από τον πληθυσμό της χώρας να αναπτυχθούν αντι-εποχιακές μορφές τουρισμού και σε εκτός των κορεσμένων περιοχών (Σφακιανάκης, 2000) Από τη δεκαετία του '90 όλες οι απομονωμένες περιφέρειες με ή χωρίς παράκτιες περιοχές στην Ελλάδα προσέφεραν μια σημαντική ποσότητα υποδομών, υπηρεσιών και οργανωμένων δραστηριοτήτων σχετικών με το ειδικό ενδιαφέρον και τον εναλλακτικό τουρισμό. Η ποικιλία και η σημαντική αύξηση στις υποδομές είναι εμφανής στις δύο σημαντικές εκθέσεις «Φιλοξενία» και «Πανόραμα» που οργανώνονται στην Ελλάδα κάθε χρόνο. Οι τοπικές και περιφερειακές αρχές αποκτούν πλέον ενεργό ρόλο και δυνατότητες στο σχεδιασμό, στην ανάπτυξη προγραμμάτων, στη διαχείριση και στην προώθηση του τουριστικού προϊόντος (Tsartas, 2003).

Σήμερα, η στρατηγική επικοινωνία του ΕΟΤ στηρίζεται στο σποτ «Ελλάδα: τουρισμός 365 ημέρες το χρόνο». Οι κατηγορίες τουριστικών προϊόντων στην ανάπτυξη των οποίων δίνεται έμφαση είναι: Ήλιος και θάλασσα, Τουρισμός υπαίθρου, Περιηγητικός τουρισμός, Τουρισμός υγείας και ευεξίας/ιατρικός-ιαματικός τουρισμός, City breaks, Πολιτιστικός τουρισμός, Θρησκευτικός τουρισμός, Γαστρονομικός τουρισμός, Θαλάσσιος τουρισμός (ναυτικός τουρισμός, κρουαζιέρα, yachting, diving, Τουρισμός πολυτελείας, Συνεδριακός τουρισμός και τουρισμός κινήτρων και Αθλητικός-προπονητικός τουρισμός. Τέλος, ανάμεσα στους στόχους της στρατηγικής του ΕΟΤ για τη διετία 2017- 2018 αποτελεί πέρα από την αναβάθμιση του sea and sun τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη και προβολή στη διεθνή αγορά νέων και άγνωστων ελληνικών προορισμών 365 μέρες το χρόνο και η ενδυνάμωση της προώθησης της χώρας ως “Worldwide Destination”: sea and sun, luxury διακοπών, κρουαζιέρας και yachting².

2

<http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%A3%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%A4%CE%97%CE%93%CE%99%CE%9A%CE%97>

1.2. ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μία από τις δυναμικότερες εναλλακτικές μορφές στη βιομηχανία του σύγχρονου τουρισμού (Τσάρτας, κ.α., 2016). Αναπτύχθηκε στο πέρασμα των αιώνων, ξεκινώντας από την φυγή της ελίτ της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας στα νησιά μέχρι την ανακάλυψη του παράκτιου τουρισμού στη Δυτική Ευρώπη από το 1750- 1840 και έφτασε μέχρι τον μαζικό τουρισμό και τον ειδικού ενδιαφέροντος τουρισμό στα τέλη του 20^{ου} αιώνα. (Basiron, 1997). Στην βιβλιογραφία, αν και δεν έχει αναπτυχθεί ένας γενικά αποδεκτός ορισμός, συναντάμε πολλούς ορισμούς που ακολουθούν κάποιους κοινούς άξονες (Carrasco 2001· Lukovic, 2012· Lukovic, 2006·Swiss W.Hunziker & K.Karpf· Orams, 1999·Rodriguez, 2004,). Η φύση του διαθέτει πολλές μεταβλητές κάνοντας εξαιρετικά δύσκολο τον ορισμό του θαλάσσιου τουρισμού. (Luković 2007 όπ. ανάφ στο González, et al., 2015). Στην ξένη βιβλιογραφία χρησιμοποιούνται οι όροι nautical tourism, maritime tourism, marine tourism.

Σύμφωνα με τον Lukovic (2012) ο όρος nautical – ναυτικός αναπτύχθηκε από τους Έλληνες με τη λέξη ναῦς που σημαίνει πλοίο, βάρκα ή ναυτική τέχνη. Ο ορισμός του θαλάσσιου τουρισμού μπορεί να ποικίλει με βάση τη νομοθεσία της κάθε χώρας (Lukovic, 2012). Σύμφωνα με το Swiss W.Hunziker and K.Karpf όπ. ανάφ. στο Lukovic (2012: 400) *ο ναυτικός τουρισμός είναι το σύνολο πολύ- λειτουργικών δραστηριοτήτων και σχέσεων που προκαλούνται από τους τουρίστες εν πλω, ο οποίοι μένουν μέσα ή έξω από τα λιμάνια του ναυτικού τουρισμού και η χρήση των σκαφών ή άλλων αντικειμένων σχετικών με τις θαλάσσιες και τις τουριστικές δραστηριότητες, με σκοπό την αναμνηχή, τα σπορ, την ψυχαγωγία και άλλες ανάγκες.* Αρκετές δεκαετίες αργότερα ο Orams (1999 όπ. ανάφ. στο Diakomihalis, 2007: 421) τον ορίζει ως μία έννοια που περιλαμβάνει τις δραστηριότητες ψυχαγωγίας που εστιάζουν στο θαλάσσιο περιβάλλον, για την κατανάλωση ή τη χρήση των οποίων απαιτείται ο καταναλωτής να ταξιδέψει μακριά από τον τόπο κατοικίας του. Ο Carrasco (2001 όπ. ανάφ στο Gonzalez et al., 2015) ορίζει τον θαλάσσιο τουρισμό ως ένα πολυλειτουργικό τομέα καθώς καλύπτει ένα μεγάλο και συνεχώς αυξανόμενο αριθμό θαλάσσιων δραστηριοτήτων. και ως ένα τμήμα ατόμων υποκινούμενων από την

ανάγκη για αναψυχή, ψυχαγωγία και θαλάσσια σπορ (Carrasco 2001: 131 οπ. ανάφ στ et o Gonzalez al., 2015),

Σύμφωνα με τον Rodriguez, (2004 όπ ανάφ. στο Payeras et. al., 2011: 115) ορίζεται ως *οι διακοπές στις οποίες βρίσκεσαι σε επαφή με το νερό και επιτρέπει τη συμμετοχή σε όλα τα είδη των θαλάσσιων δραστηριοτήτων κατά την διάρκεια του ελεύθερου χρόνου: ιστιοπλοΐα, scuba diving, jet skiing, windsurfing, αλιευτικός τουρισμός. προσφέροντας ευχαρίστηση και απόλαυση της φύσης σε πολλές παράκτιες περιοχές*. Ένας πιο σύγχρονος ορισμός του θαλάσσιου τουρισμού δόθηκε από τον Lukovic (2006 όπ. ανάφ. στο Lukovic, 2012: 401): *ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια πολύ- λειτουργική τουριστική δραστηριότητα με σημαντικό το θαλάσσιο στοιχείο*. Ενώ το 2015 ορίζεται από την Λεκάκου (2015) ως οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα που επιλέγεται από άτομα στον ελεύθερο χρόνο τους και περιλαμβάνει την έννοια του ταξιδιού, εντός ή στην επιφάνεια του νερού.

Πρόκειται για μια κατηγορία τουρισμού που επεκτείνεται πέρα από τις δραστηριότητες στις παραλίες σε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων όπως scuba diving, καταδύσεις με αναπνευστήρα, windsurfing, jet skiing, ψάρεμα, kayaking στη θάλασσα, επίσκεψη σε ψαροχώρια, θαλάσσια πάρκα και ενυδρεία, ιστιοπλοΐα και θαλάσσια ιδιωτική περιήγηση με σκάφη αναψυχής, θαλάσσια γεγονότα και αγώνες, καθώς και κρουαζιέρες (Higham & Lück 2007). Ενώ ένα άλλο σημαντικό στοιχείο του θαλάσσιου τουρισμού είναι η ελκυστικότητα των νερών, καθώς μπορεί να υπάρξει σε κάθε νερό, σε θάλασσες, λίμνες, ποταμούς και κανάλια, εξού και η αντιστοιχία με το γερμανικό όρο “Wassertourismus” ή με τον όρο water tourism (Lukovic, 2012). Αντίθετα οι Μυλωνόπουλος και Μοίρα (2005 όπ. ανάφ στο Ανδριανός, 2017) υποστηρίζουν πως ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες αναψυχής που έχουν ως πεδίο αναφοράς / ανάπτυξης / δράσης το θαλάσσιο περιβάλλον και έτσι αποκλείονται από την έννοια του θαλάσσιου τουρισμού οι δραστηριότητες αναψυχής που έχουν σχέση, άμεση ή έμμεση, με το γλυκό υγρό στοιχείο, όπως ποταμούς και τις λίμνες. Με την επιλογή του θαλάσσιου τουρισμού ο τουρίστας – καταναλωτής επιλέγει να ξοδέψει το χρόνο των διακοπών του εν πλω, ως ένα μέρος διαμονής και αναψυχής με προκαθορισμένο πρόγραμμα για θαλάσσια ξενάγηση ή με δυνατότητα να αποφασίσει ο ίδιος την πορεία που θα ακολουθήσει.

1.2.1. ΟΙ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με τους Τσάρτας κ.α (2016) οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού μπορούν να διακριθούν με βάση το θαλάσσιο χώρο όπου λαμβάνει χώρα η δραστηριότητα ή με βάση το μέσο που χρησιμοποιείται σε: α) παράκτιος τουρισμός, β) υποβρύχιος τουρισμός, γ) θαλάσσιος τουρισμός φύσης, δ) θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός, ε) θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός, στ) θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός, ζ) γιώτινγκ και η) κρουαζιέρα.

Αναλυτικότερα, η βιομηχανία του θαλάσσιου τουρισμού αποτελείται από κύριες, συμπληρωματικές και δευτερεύοντες δραστηριότητες (Lukovic, 2012):

Πίνακας 1 Οι δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού

ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΝΤΕΣ	ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Κατάδυση ▪ Surfing ▪ Ράφτινγκ ▪ Κωπηλασία ▪ Ψάρεμα ▪ Τουρισμός περιπέτειας ▪ “Robinson” τουρισμός ▪ Lighthouse tourism 	<p>1) Εμπορικά λιμάνια για το σκοπό του θαλάσσιου τουρισμού:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Αγκυροβόλια ➤ Θέσεις ελλιμενισμού ➤ Μαρίνες <p>2) Ενοικίαση- Ναύλωση Σκαφών:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Μηχανοκίνητα yachts με ή χωρίς πλήρωμα. ➤ Ιστιοπλοϊκά με ή χωρίς πλήρωμα. <p>3) Λιμάνια κρουαζιέρας:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Κρουαζιερόπλοια:</i> <p>3.1. Τεράστια παγκόσμια κρουαζιερόπλοια 3.2. Τοπικά κρουαζιερόπλοια (παραδοσιακά) 3.3. Κρουαζιέρες μίας μέρας 3.4. Κρουαζιέρα πολλών ημερών</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Λιμάνια Κρουαζιέρας:</i> <p>A) Τεράστια λιμάνια κρουαζιέρας. Ειδικευμένα και μη λιμάνια, μέλη της Med Cruise, B) Λιμάνια για τοπικά παραδοσιακά σκάφη</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Παράκτια λιμάνια μικρών οικισμών ή νησιών</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ναυπηγική βιομηχανία mega-yacht ▪ Ναυπηγική βιομηχανία μικρών ιστιοπλοϊκών ▪ Παραγωγή εξοπλισμού για τον θαλάσσιο τουρισμό ▪ Υπηρεσίες skipper ▪ Υπηρεσίες πληροφόρησης ▪ Σχολές Ιστιοπλοΐας ▪ Άλλες τουριστικές δραστηριότητες

Πηγή: Lukovic, 2012

Με βάση τα στοιχεία του πίνακα 1, ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται σε 3 βασικά είδη: τις μαρίνες και τα λιμάνια, τα σκάφη και την κρουαζιέρα. Η βιομηχανία των εμπορικών λιμανιών και των μαρίνων είναι ένα σημαντικό κομμάτι κάθε ευρωπαϊκής οικονομίας. Η βιομηχανία των σκαφών, ως μια υποκατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού συνδέεται γενικά με τις μαρίνες και δε μπορεί να υπάρξει χωρίς αυτές. Ενώ ενισχύεται το εύρος της κατηγορίας των ενοικιάσεων σκαφών μέσα από την παροχή υπηρεσιών σχετικών με τα σκάφη. Η βιομηχανία των σκαφών είναι η λιγότερο αναπτυγμένη σε σύγκριση με τις υπόλοιπες υποκατηγορίες του θαλάσσιου τουρισμού. Ενώ η κρουαζιέρα είναι η πιο αναπτυγμένη βιομηχανία περιλαμβάνοντας 300 τεράστια διεθνή κρουαζιερόπλοια, ένα αυξανόμενο αριθμό σε μικρά πολυτελή κρουαζιερόπλοια (μέχρι 200 επιβάτες) και περίπου χιλιάδες τοπικά παραδοσιακά σκάφη για ημερήσιες κρουαζιέρες (Lukovic, 2012).

Σύμφωνα με μία άλλη διάκριση του θαλάσσιου τουρισμού, ως κύριοι τουριστικοί κλάδοι αναδεικνύονται (Miller M.L., Auyong J., 1991 όπ. ανάφ. στο Ανδριανός, 2017):

- α) Τα κρουαζιερόπλοια
- β) Ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση (χρήση σκαφών αναψυχής)
- γ) Εκδρομές διαμέσου ημερόπλοιων.

Τέλος, ως κοινό χαρακτηριστικό των υποκατηγοριών του θαλάσσιου τουρισμού είναι πως λαμβάνουν χώρα στα λιμάνια τα οποία ποικίλουν σε υποδομές, εγκαταστάσεις, υπηρεσίες, μέγεθος, σημασία και κύριες δραστηριότητες (González, et al., 2015). Με βάση το γεγονός πως ο παράκτιος τουρισμός περιλαμβάνει μία μεγάλη κατηγορία δραστηριοτήτων που λαμβάνουν θέση στην παράκτια ζώνη, αυτό απαιτεί την παράκτια τουριστική ανάπτυξη, την ανάπτυξη στην διαμονή και στα εστιατόρια, την ύπαρξη κρουαζιέρων, καθαρών νερών αλλά και υποδομές που να τον υποστηρίζουν όπως μαρίνες, ναυπηγεία κ. α. (Hall, 2001).

1.2.2. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η συμβολή των τριών κυρίων δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη είναι σημαντική και αγγίζει διαφορετικά ποσοστά σε κάθε κατηγορία (Cavlek, et. al., 2017).

Ο θαλάσσιος τουρισμός έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια σε Μεσογειακούς προορισμούς (Payeras etl. al., 2011). Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού παίζει καθοριστικό ρόλο για τις τοπικές κοινωνίες και ιδιαίτερα για τις παράκτιες περιοχές (Gomez, 2012. όπ ανάφ στο Gon et. al., 2016). Αποτελεί τη μεγαλύτερη παγκόσμια βιομηχανία του σύγχρονου τουρισμού με σημαντική συμμετοχή στην τουριστική οικονομία των χωρών και με τάση για συνεχή ανάπτυξη (Hall, 2001 όπ. ανάφ. στο Diakomihalis, 2007: 421).

Σημαντική είναι και η συμβολή του στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η μπλε στρατηγική ανάπτυξης “Blue Growth Strategy” αναγνωρίζει τον παράκτιο και θαλάσσιο τουρισμό ως μία από τους πέντε τομείς που μπορούν να φέρουν βιώσιμη ανάπτυξη και θέσεις εργασίας (Cavlek, et. al., 2017). Παράδειγμα αποτελεί η Ιταλία όπου σύμφωνα με το “Il diporto nautico in Italia, Roma” του “Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti” 2008, δημιουργήθηκαν 120.000 θέσεις εργασίας στην βιομηχανία του θαλάσσιου τομέα καθώς και 80.000 θέσεις εργασίας σε σχετικές και συνδεδεμένες με τον θαλάσσιο τουρισμό θέσεις εργασίας (Bizzarri & La Foresta, 2011).

Αναλυτικά σύμφωνα με έρευνα του Ecorys (2013) στις χώρες της Ε.Ε. περίπου 2.500.000 άνθρωποι εργάζονται στον χώρο του παράκτιου τουρισμού, πράγμα που ισοδυναμεί με το 1,1% των συνολικών θέσεων εργασίας. Πρώτη χώρα στους 28 της Ε.Ε. σε ποσοστό εργαζομένων στον τομέα του παράκτιου τουρισμού είναι η Κύπρος με ποσοστό 8,6%, ενώ ακολουθεί η Μάλτα με 7,2% και η Ελλάδα με 3,7% με πάνω από 165.000 εργαζομένους (Ecorys, 2013). Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά ο αριθμός των θέσεων εργασίας στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού σε χώρες της Ε.Ε την περίοδο 2006- 2011:

Πίνακας 2: Θέσεις εργασίας στο τομέα του θαλάσσιου τουρισμού την περίοδο 2006-2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Coastal tourism	2.360.000	2.408.000	2.372.000	2.351.000	2.411.000	2.507.000
Cruise	217.000	271.000	298.000	285.000	296.000	303.000
Yachting	291.000	306.000	321.000	337.000	354.000	372.000
Total	2.868.000	2.985.000	2.991.000	2.973.000	3.061.000	3.182.000

Πηγή: ECORYS 2013

Τα ακριβή μεγέθη όμως και ο ακριβής αριθμός των τουριστών του θαλάσσιου τουρισμού παραμένει άγνωστος καθώς ο κλάδος χαρακτηρίζεται από μεγάλη δυσκολία καταγραφής των στοιχείων του.

1.3. YACHTING TOURISM – Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΜΕ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

1.3.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η ναυσιπλοΐα ξεκίνησε από το 18^ο αιώνα από τις Αγγλοσαξονικές χώρες της Αγγλίας (Bo D. 2010 *οπ. αναφ στο Γκότοβου, 2014*) και βαθμιαία επεκτάθηκε και στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Από το 1800 έως το 1880 ο αριθμός των Britannic yachts αυξήθηκε από τα 80 στα 2000 (Bo, 2010). Κατά το 19^ο αιώνα, τα yacht χρησιμοποιούνταν από την αγγλική αριστοκρατία σε ιστιοπλοϊκούς αγώνες (Casasnovas, 2016). Μετά το δεύτερο Π.Π. οι μαρίνες και οι θέσεις ελλιμενισμού άρχισαν να αυξάνονται στην Ευρώπη (Τσαλίκη, 1993 *οπ. αναφ. στο Λουκίσσας, 1995: 83*). Μετά το τέλος του Β' Π.Π. οι δραστηριότητες του yachting άρχισαν να αναπτύσσονται μετά το 1970 και κατέστη προσιτή σε περισσότερες κοινωνικές ομάδες (Γκότοβου, 2014). Ο τουρισμός yachting πλέον αποτελεί μία σύγχρονη ονομασία που συνδέεται με τα ναυτικά τουριστικά λιμάνια και με τον τουρισμό ναυλωμένων σκαφών, δύο όροι που αποτελούν υποκατηγορίες του ναυτικού τουρισμού (Lukovic, 2012).

Ως τουρισμός yachting ή ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση όπως ονομάζεται στα ελληνικά ορίζεται *η ενοικίαση ενός σκάφους για διαμονή, αναψυχή και για μέσο μεταφοράς, από ένα σύνολο ατόμων που έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν από κοινού το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησής τους με σκοπό την αναψυχή και την διασκέδαση* (Diakomihalis, 2006 *οπ. αναφ στο Diakomihalis, 2007a:437*). Το yachting προσφέρει στον τουρίστα μια μοναδική εμπειρία, συνδυάζοντας από τη μια την εμπειρία της πλοήγησης του σκάφους σε προορισμούς τις επιλογής του τουρίστα και από την άλλη την αμεσότητα με τη θάλασσα. Σύμφωνα με τον Işik& Cerit, (2009), ο τουρισμός yachting ορίζεται σύμφωνα με το τούρκικο Master plan (Turkish yacht tourism master plan: 1992, 585) ως όλες οι τουριστικές δραστηριότητες που συμβαίνουν από την στιγμή που φτάνει ο τουρίστας στο yacht μέχρι και την αναχώρηση του από το γιοτ μετά από ένα ειδικό ταξίδι. Ενώ ο ίδιος το ορίζει ως οι ποικίλες τουριστικές δραστηριότητες συμπεριλαμβανομένων της χαλάρωσης, αναψυχής, ταξιδιού ή σκοπούς αθλητισμού ντόπιων ή ξένων τουριστών που πραγματοποιείται σε ιδιωτικό ή εμπορικό yacht ενοικιασμένο. Το 2011 ορίζεται ως η 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 θαλάσσια περιήγησης (Κοκκώσης κ.α.).

Ο Buckley το 2011 αναφέρει πως η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση με σκάφος συμπεριλαμβάνεται στον τουρισμό περιπέτειας, καθώς προσφέρει στους επισκέπτες μια περιπετειώδης εμπειρία, βασίζεται στην αδρεναλίνη και μπορεί να συμπεριλαμβάνει δραστηριότητες με σπορ, σε απομακρυσμένες περιοχές, ή ακόμα και ταξίδι με σκάφη υψηλής ταχύτητας. Μια δεκαετία αργότερα οι Chen, et. al., 2016 ορίζουν το yachting ως τη θαλάσσια δραστηριότητα αναψυχής κατά την οποία οι ταξιδευτές χρησιμοποιούν το yacht για ευχαρίστηση, ως μέσο για σκοπούς αναψυχής και ψυχαγωγίας. Όπως οι ίδιοι αναφέρουν ο όρος προέρχεται από την γερμανική λέξη jacht (Hunt) και αρχικά αναφερόταν σε ένα ταχύπλοο και ελαφρύ ιστιοπλοϊκό που χρησιμοποιούνταν από το γερμανικό ναυτικό για να πολεμήσουν τους πειρατές και τους παραβάτες. Με την αύξηση των ατμόπλοιων και άλλων ειδών μηχανοκίνητων σκαφών τα yachts άρχισαν να χρησιμοποιούνται ως σκάφη αναψυχής. Ενώ τέλος, όταν αναφερόμαστε στο yachting δε μιλάμε απλά για τις δραστηριότητες αναψυχής των τουριστών στη θάλασσα, αλλά και άλλες δραστηριότητες όπως τα ναυπηγεία, τη διαχείριση μαρίνων, αλλά και τις εταιρίες ενοικίασης σκαφών (Ivaldi, 2014).

Οι 2 βασικοί πυλώνες ανάπτυξης της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης που επιδρούν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τομέα είναι (Ανδριανός, 2017):

- Λιμενικές υποδομές: Στις οποίες συγκαταλέγονται οι μαρίνες, οι λιμένες, τα καταφύγια και τα αγκυροβόλια
- Μέσα: Στα οποία ανήκουν τα σκάφη αναψυχής

Οι λιμενικές υποδομές αποτελούν τον χώρο στον οποίο λαμβάνουν χώρα όλες οι απαραίτητες υπηρεσίες για τον τουρίστα όπως ασφαλή πρόσδεση των σκαφών, ηλεκτρικό ρεύμα, νερό, καύσιμα και γενικότερα εφόδια. Για την επαρκή ανάπτυξή τους απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια επενδύσεων. Για την εύρυθμη λειτουργία τους απαιτείται σωστή στελέχωση και διοίκηση και μη ύπαρξη γραφειοκρατικών εμποδίων. Ενώ τέλος οφείλουν να παρέχουν στους τουρίστες- χρήστες των σκαφών όλες τις απαραίτητες πληροφορίες.

Το yachting έχει ταυτιστεί με την ενοικίαση επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Τα σκάφη αποτελούν το δεύτερο πυλώνα ανάπτυξης αυτού του τομέα. Τα σκάφη αναψυχής, τα yachts και τα ιστιοπλοϊκά χρησιμοποιούνται από τους τουρίστες για να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι αναψυχής στη θάλασσα, σταματώντας σε

διάφορα λιμάνια και ακτές. Πάνω στα σκάφη προσφέρονται διασκέδαση, διαμονή, τροφοδοσία και άλλες δραστηριότητες αναψυχής (Chen, et. al., 2016). Επιπλέον, στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί πως ο όρος «Ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση» αναφέρεται και στην ιδιόχρηση του σκάφους πέραν της εκμίσθωσης (Ανδριανός, 2017). Στο επόμενο κεφάλαιο θα ακολουθήσει λεπτομερής περιγραφή των κατηγοριών των σκαφών.

Διαφέρει από τον τουρισμό κρουαζιέρας καθώς δεν ακολουθεί συγκεκριμένες διαδρομές και λιμάνια και χρησιμοποιεί τις μαρίνες ως πάροχο υπηρεσιών, ενώ η μαρίνα μπορεί να θεωρηθεί και ως η σημαντικότερη υποδομή του τουρισμού yachting (Saririk et al., 2011). Για την ανάπτυξη του yachting βασική προϋπόθεση αποτελεί η ύπαρξη υποδομών λιμανιού, καθώς και ο εξοπλισμός και οι υπηρεσίες του λιμανιού. Η μαρίνα εξυπηρετεί στη σύνδεση του λιμανιού με τη χερσαία ζώνη. Σημαντικό ρόλο στην επιλογή μιας περιοχής κατέχει επίσης το επίπεδο των υποδομών και των υπηρεσιών καθώς και το κόστος και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε λιμανιού και περιοχής (Diakomihalis, 2011).

2.ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

2.1.ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ YACHTING

Τις προηγούμενες δεκαετίες απευθύνονταν κυρίως σε πελάτες με υψηλό εισόδημα (Hall, 2001 όπ. ανάφ στο Diakomihalis, 2007a: 437). Αποτελούσε επομένως ένα είδος τουρισμού πολυτέλειας και απευθύνονταν μόνο στην ελίτ καθώς οι διακοπές πάνω σε σκάφος αναψυχής απαιτεί πολλά και υψηλά έξοδα αλλά στις μέρες μας έχει σταδιακά γίνει μέρος του γενικότερου θαλάσσιου τουρισμού. Τα yacht λειτουργούν επιπλέον ως μέσο μεταφοράς και διαμονής για τους επιβάτες καθιστώντας δικαιολογημένο το υψηλό τους κόστος. Ως αποτέλεσμα, η ενοικίαση ενός yacht μπορεί να αποτελέσει λύση για καταναλωτές με μεσαία εισοδήματα, για νέους και μεσήλικες τουρίστες με περιπετειώδη χαρακτήρα (Chen, et. al., 2016).

Τα τελευταία χρόνια, οι τουρίστες yacht προέρχονται από διαφορετικές χώρες και από διαφορετικά κοινωνικά στρώματα, εισοδήματα αλλά και προτιμήσεις. Οι Ευρωπαίοι (κυρίως οι Γερμανοί και οι Γάλλοι) επιλέγουν ιστιοπλοϊκά ενώ οι Αμερικανοί μηχανοκίνητα σκάφη. Οι Έλληνες τουρίστες είναι πελάτες με υψηλό εισόδημα και συνήθως ενοικιάζουν σκάφη χωρίς πλήρωμα αλλά και επανδρωμένα σκάφη όπως μηχανοκίνητα yachts και μηχανοκίνητα ιστιοπλοϊκά. Σύμφωνα με στοιχεία από το Kyriakoulis Mediterranean Cruises Shipping SA για το χρόνο 2004, 29% των πελατών των εταιριών προέρχονται από την Γερμανία, 11% από την Ιταλία, 9% από την Αγγλία, 9% από την Γαλλία, 8% από την Ολλανδία , 7% από την Αυστρία, 5% από τις Σκανδιναβικές χώρες , 3% από την Τσεχία, 2% από την Ελβετία, 2% από το Βέλγιο, 1% από τις Η.Π.Α. και την Αυστραλία, 12% προέρχονται από άλλες χώρες, ενώ 3% προέρχονται από την ελληνική αγορά (Diakomihalis, 2007). Τέλος, σχετικά με τις προτιμήσεις τους στο τύπο των σκαφών παρατηρείται πως τα ιστιοφόρα επιλέγονται από τους παραδοσιακούς ταξιδευτές, ενώ τα μηχανοκίνητα σκάφη προσελκύουν μαζικά νέους εξαιτίας της ευκολίας στην οδήγησή τους, της κομψότητας, της σχεδίασης, της άνεσης και της ταχύτητάς τους (ECSIP Consortium, 2015).

Τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα με την έρευνα του ECSIP Consortium (2015), παρατηρείται πως η μέση ηλικία των ιδιοκτητών σκαφών έχει αλλάξει κατά δέκα

χρόνια από 45 σε 55. Αυτό σημαίνει πως δεν έχουν εισαχθεί στην αγορά νέοι ιδιοκτήτες σκαφών. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην οικονομική κρίση, με την έλλειψη κεφαλαίου εκ μέρους των νέων ατόμων αλλά και εξαιτίας της αλλαγής στάσης τους απέναντι στην ιδιοκτησία σκάφους. Τα νέα άτομα εμφανίζονται να μην επιθυμούν να προετοιμαστούν για τις εκδρομές τους, να αναλάβουν την ετήσια συντήρηση τους ή και να αντιμετωπίσουν τυχόν προβλήματα που προκύπτουν. Επιθυμούν περισσότερο να ταξιδεύουν στους προορισμούς τους, ενοικιάζοντας ένα εξοπλισμένο σκάφος. Ενώ σχετικά με την ταυτότητα των επιβατών παρατηρήθηκε πως τη τελευταία δεκαετία το 51, 7% των τουριστών ήταν φίλοι, 25,1 % ήταν οικογένειες, 15% ήταν ζευγάρια, 5,3 % ήταν συνάδελφοι, και 2,8 άλλοι. Τέλος, η διάρκεια παραμονής τους ποικίλει ανάλογα με την χώρα προέλευσής τους (ECSIP Consortium, 2015).

Τέλος, παρατηρείται πως η ζήτηση για το Yachting αυξάνεται συνεχώς εξαιτίας των χαρακτηριστικών του όπως είναι το αίσθημα ελευθερίας που προσφέρει, η εγγύτητα του με την φύση, τα αθλήματα με τα οποία συνδυάζεται και την περιπέτεια μέσω της εξερεύνησης που προσφέρει (Izık & Cerit, 2009). Αρχικά, προσφέρει την πολυτέλεια του χρόνου για την οργάνωση των επισκέψεων στα αξιοθέατα ή σε άλλους προορισμούς, προσφέροντας ελευθερία κινήσεων. Οι επιβαίνοντες μπορούν να απολαύσουν τα αξιοθέατα χωρίς πίεση χρόνου και να πραγματοποιήσουν όσες στάσεις αυτοί επιθυμούν. Επιπλέον, το μεγαλύτερο προνόμιο που προσφέρει είναι η επιλογή του προορισμού. Ο τουρίστας έχει την δυνατότητα να οργανώσει ο ίδιος το πρόγραμμα του σύμφωνα με τις δικές του επιλογές για να απολαύσει δραστηριότητες όπως η κατάδυση, το ψάρεμα και το κολύμπι σε παραλίες που με άλλο τρόπο δεν είναι προσβάσιμες. Έχει την δυνατότητα να ανακαλύψει νέα μικρά γραφικά νησιά κ, λιμάνια και ακτές. Γενικότερα προσφέρει στον τουρίστα την εμπειρία μιας ήρεμης και χαλαρής ζωής μακριά από την καθημερινότητα (Diakomihalis, 2007b).

2.2. ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΟΙΩΝ – ΣΚΑΦΩΝ

Τα τουριστικά – πλοία, σκάφη διακατέχουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο τομέα του τουρισμού yachting καθώς πέρα από μέσο μεταφοράς αποτελεί και μέσο διαμονής αλλά και ψυχαγωγίας.

Ως yacht ορίζεται το ιστιοφόρο ή σκάφος που χρησιμοποιείται για αναψυχή, ή και σπορ ή ένα πολυτελές σκάφος με μηχανή (Medlik, 2012). Σύμφωνα με την Ε.Ε. και την οδηγία 94/25/EC το σκάφος αναψυχής ορίζεται ως *κάθε σκάφος κάθε είδους, ανεξάρτητα από την πρόωσή του, από 2,5 μέχρι 24 μ. που χρησιμοποιείται για σκοπούς αθλημάτων και αναψυχής*³. Ενώ, σύμφωνα με τον νόμο 438/ 76 ένα σκάφος αναψυχής είναι κάθε όχημα το οποίο πλέει με δικά του μέσα, με ή χωρίς καμπίνες και νυχτερινή διαμονή (αυτό είναι ένα πολυτελές yacht ή ένα ιστιοπλοϊκό) το οποίο χάρη στη κατασκευή του χρησιμοποιείται αποκλειστικά για θαλάσσια αναψυχή και για τουριστικά ταξίδια και περιηγήσεις. Μπορούν να επιβιβαστούν σε κάθε yacht μόνο 25 επιβάτες πέρα από το πλήρωμα. Με την τροποποίηση του 1999 του νόμου αυξήθηκε η δυνατότητα αυτή σε 49 επιβάτες.

Σύμφωνα με το Ν. 4256/2014 (ΦΕΚ Α 92/14-4-2014) «Τουριστικά πλοία και άλλες διατάξεις» τα τουριστικά πλοία διακρίνονται με βάση τη χρήση τους ως εξής:

- Πλοίο αναψυχής: Κάθε σκάφος ολικού μήκους άνω των επτά (7) μέτρων, το οποίο, είτε διαθέτει είτε όχι χώρους ενδιαίτησης, έχει τη δυνατότητα, από την γενική κατασκευή του, να χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης.
- Επαγγελματικό πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής μεταφορικής ικανότητας έως και σαράντα εννέα (49) επιβατών, το οποίο διαθέτει επαρκείς και κατάλληλους χώρους ενδιαίτησης ειδικά για τους επιβάτες, για την εκμετάλλευση του οποίου συνάπτεται σύμβαση ολικής ναύλωσης.
- Ιδιωτικό πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής το οποίο δεν είναι επαγγελματικό.

³ https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/recreational-craft_en

- Επαγγελματικό Τουριστικό Ημερόπλοιο: είναι το μικρό σκάφος ή το πλοίο αναψυχής ή το επιβατηγό τουριστικό πλοίο, το οποίο εκτελεί ημερήσιο θαλάσσιο ταξίδι, όπως ορίζεται στο άρθρο 12.

Υπάρχουν πολλά και διαφορετικά είδη σκαφών με βάση τη χρήση τους και το μέγεθός τους (Chen et. al., 2016). Τα σκάφη αναψυχής διακρίνονται στις εξής κατηγορίες (Diakomihalis, 20007):

- 1) Ιστιοφόρα που κινούνται μόνο με πανιά και ενοικιάζονται με πλήρωμα, γνωστά ως ιστιοπλοϊκά σκάφη - sailing yachts
- 2) Ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα ,ονομάζονται bareboats- (σκάφος χωρίς πλήρωμα) για αυτούς που κατέχουν τα μυστικά της ναυσιπλοΐας
- 3) Παραδοσιακά μικρά καΐκια ή motor sailers (ιστιοφόρα με κινητήρα)
- 4) Πολυτελή καΐκια ή πολυτελή ιστιοφόρα με κινητήρα, που συνδυάζουν πανιά και κινητήρα
- 5) Motor small boats – μηχανοκίνητο μικρό σκάφος – ή αλλιώς motor yachts
- 6) Μηχανοκίνητα πολυτελή σκάφη ή mega- yachts που κινούνται με κινητήρα και είναι επανδρωμένα
- 7) Μεγάλα καΐκια ή μεγάλα μηχανοκίνητα σκάφη που εξυπηρετούν πολλούς επιβάτες και συνήθως πραγματοποιούν προκαθορισμένες κρουαζιέρες

Κάθε κατηγορία και τύπος σκαφών έχει τα δικά της χαρακτηριστικά, τις δικές της διαστάσεις, επομένως και συγκεκριμένες απαιτήσεις από τον λιμένα εξυπηρέτησης. Ωστόσο οι δυο μεγάλες κατηγορίες των σκαφών μπορεί να γίνει με βάση το μέσο πρόωσής τους: α)τα Μηχανοκίνητα (motor yachts) και β) τα ιστιοφόρα (sailing yachts) (Πίνακας:3). Μηχανοκίνητα είναι τα σκάφη τα οποία ως μέσο πρόωσης χρησιμοποιούν μηχανές, ενώ ιστιοπλοϊκά αυτά τα οποία κινούνται με ιστία δηλαδή με πανιά και διαθέτουν βοηθητική μηχανή (Διαμαντίδης, 2016). Τα ιστιοφόρα αποτελούν το 90% των επαγγελματικού στόλου αναψυχής και το 95 % αυτών είναι χωρίς πλήρωμα, αποτελώντας τα πιο δημοφιλή σκάφη για ενοικίαση με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν το μεγαλύτερο ανταγωνισμό στο τομέα του τουρισμού yachting (Chen, et. al., 2016). Το υπόλοιπο 10% είναι ταχύπλοα και motor

sailers (Lekakou & Tzanatos, 2001, όπ. ανάφ. στο Diakomihalis, 2007). Ενώ από τα πολυτελή μηχανοκίνητα yacht, ένας μεγάλος αριθμός τους είναι ιδιωτικά και όχι για επαγγελματική χρήση (Diakomihalis, 2007).

Πίνακας 3: Τύποι σκαφών αναψυχής

Μηχανοκίνητα	Ιστιοφόρα
Φουσκωτά	Με σχήμα τετράπλευρου επιδρομου (Gaff sail)
Ταχύπλοα Ανοικτά	
Ταχύπλοα Κλειστά	Με σχήμα ωτοειδές (Gunter)
Ερασιτεχνικά Αλιευτικά	
Θαλαμηγοί (Yachts)	
Μεγάλες Θαλαμηγοί (Super Yachts)	Με σχήμα βερμούδας (Bermudan)
Πολύ Μεγάλες Θαλαμηγοί (Mega Yachts)	

Πηγή: Διαμαντίδης, 2016

Το yacht είναι ένα σκάφος μεγαλύτερο από 10μ. και το mega-yacht είναι μεγαλύτερο από 24μ μέχρι 50μ. (Chen, et. al., 2016). Το 2010 υπήρχαν 6,000 καταγεγραμμένα mega-yachts στο κόσμο, από τα οποία 4,419 ήταν πάνω από 30μ. σε μήκος. Το 60% των mega-yachts ανήκουν σε εταιρίες ενοικίασης σκάφων. Παρατηρείται πως ο αριθμός των Mega-yachts συνεχώς αυξάνεται. (Lukovic, 2012).

Επίσης, μια ακόμη διάκριση μπορεί να γίνει με βάση το μέγεθος και τις απαιτήσεις του ιδιοκτήτη. Έτσι διακρίνεται σε (Διακομιχάλης, 2009 όπ. ανάφ στο Ανδριανός, 2017):

➤ Βοηθητικά Σκάφη: Πρόκειται για σκάφη με βοηθητική συμπληρωματική χρήση εξυπηρετώντας μεγαλύτερα σκάφη. Τα μεγέθη τους ποικίλουν ανάλογα με τις ανάγκες, και μπορεί να είναι μικρά φουσκωτά μέχρι 6 μέτρα ή και περισσότερα.

- Σκάφη από 2,5 μ. έως 3,8 μ.: Απευθύνονται, σε χρήστες που δεν είχαν προηγούμενη επαφή με το yachting. Μπορούν να μεταφέρουν τρία άτομα και λειτουργούν με εξωλέμβιες μηχανές μικρής ισχύος.
- Σκάφη από 3,8 μ. έως 5μ.: Έχει τη δυνατότητα μεταφοράς περισσότερων ατόμων καθώς και διανύουν μεγαλύτερες αποστάσεις.
- Σκάφη από 5 μ. έως 8 μ.: Χαρακτηρίζονται από μικρή καμπίνα κάτω από το πιλοτήριο, και λειτουργούν με εξωλέμβιες ή έσω-εξωλέμβιες μηχανές μεγάλης ισχύος.
- Σκάφη από 8 μ. έως 15μ.: Διαθέτουν υπερκατασκευή με άνετους εσωτερικούς χώρους (καμπίνες, κουζίνα, λουτρό/WC) προσφέροντας άνεση. Λειτουργούν με πετρελαιοκίνητους εξωλέμβιους ή έσω-εξωλέμβιους κινητήρες.
- Σκάφη άνω των 15μ.: Πρόκειται για μεγάλες θαλαμηγούς. Είναι σκάφη με μεγάλους εσωτερικούς χώρους και εξοπλισμένα με δεξαμενές καυσίμων και νερού. Οι θαλαμηγοί διακρίνονται σε super yachts (έως 30 μέτρα) και mega yachts (από 30 μέτρα και πάνω).

2.3. Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Η βιομηχανία των σκαφών συνδέεται άρρηκτα με τη βιομηχανία των μαρίνων μέσω των αγκυροβολιών και τη χρήση των υπηρεσιών των μαρίνων. Η δουλειά των yacht εταιριών είναι συγκεκριμένη και περίπλοκη. Υπάρχει ένα μεγάλος αριθμός μικρών εταιριών στην αγορά που λειτουργούν με ένα ή περισσότερα σκάφη αλλά και με χιλιάδες σκάφη (Lukovic, 2012). Ο στόλος των εταιριών ενοικίασης σκαφών αποτελείται από σκάφη κάθε είδους.

Οι εταιρίες ενοικίασης σκαφών προσφέρουν γενικά 2 εναλλακτικά πακέτα:

- 1) Σκάφη με skipper
- 2) Άδεια σκάφη χωρίς skipper

Οι μεγάλες εταιρίες ενοικίασης σκαφών λειτουργούν σε τουριστικούς προορισμούς, προσφέροντας ένα μεγάλο εύρος yacht και υπηρεσιών. Η ζήτηση τείνει περισσότερο προς τα μεγάλα σκάφη ανεξάρτητα από το αν είναι ιστιοπλοϊκά ή μηχανοκίνητα. Συγκεκριμένα παρατηρείται τα τελευταία χρόνια να έχει αυξηθεί η ζήτηση για σκάφη 13μ. (ECSIP Consortium, 2015). Παρατηρείται μια ιδιαίτερα σημαντική αύξηση στη ζήτηση ειδικότερα για τα μεγάλα σκάφη, τύπου Superyacht. Ο στόλος τους αυξάνεται με ρυθμό που ξεπερνάει το 1,87% τις τελευταίες δεκαετίες, πράγμα που σημαίνει ότι και ο αριθμός των μαρίνων που μπορούν να εξυπηρετήσουν τέτοιου είδους σκάφη οφείλει να αυξηθεί με σκοπό να καλύψει την ζήτηση (Διαμαντιδης, 2016). Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά η αύξηση στη ζήτηση των superyacht με το πέρασμα του χρόνου:

Γράφημα 1: Η ζήτηση για superyachts την περίοδο 1991- 2010

Πηγή: Διαμαντίδης, 2016

Ένα άλλο σημαντικό κομμάτι της βιομηχανίας των σκαφών είναι οι skippers και οι υπηρεσίες τους. Από τη στιγμή που ο skipper αναλαμβάνει τα ηνία, είναι υπεύθυνος για το yacht και τους ανθρώπους μέσα σε αυτό. Οι βεβαιώσεις και τα διπλώματα των skippers ποικίλουν ανά χώρα, κάνοντας ακόμη πιο δύσκολη την τάξη και την συνέπεια στη βιομηχανία. Οι πιστοποιημένοι skippers θα πρέπει να έχουν εμπειρία σε όλα τα στοιχεία της λειτουργίας, την πλοήγηση και τη νομοθεσία που διέπει τη κάθε θαλάσσια ζώνη. Ενώ οι ναυλωτές των yachts είναι υπεύθυνοι για το πρόγραμμα, τα λιμάνια υποδοχής, το φαγητό κ.α. που οι εταιρίες προσφέρουν ως επιπλέον υπηρεσίες (Lukovic, 2012).

Συχνά η ενοικίαση ενός yacht συνοδεύεται από το πλήρωμα, το οποίο απαρτίζεται από ένα πολύ εξειδικευμένο και πρόθυμο προσωπικό που προσφέρει τις υπηρεσίες του, όπως να καλύψει τις γαστρονομικές επιθυμίες των επιβατών και κάθε άλλη επιθυμία τους όπως ακόμη και να τους μάθει κάποιο είδος θαλάσσιου σπορ (Diakomihalis, 2007a). Σύμφωνα με έρευνα του ECSIP Consortium (2015)η μικρότερη ηλικία για πλήρωμα είναι 31 και η μεγαλύτερη 51. Ενώ τέλος, ενδεικτικά αναφέρεται πως μια εταιρία ενοικίασης yacht θα πρέπει να διαθέτει τουλάχιστον 10 yacht για να διατηρεί μία ομάδα 10 εργαζομένων και για να εξισορροπήσει θα πρέπει να είναι νοικιασμένο το κάθε σκάφος για τουλάχιστον 10 εβδομάδες (Lukovic, 2012).

2.4.ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

2.4.1. Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

Αρχικά, ως θαλάσσιος τουριστικός χώρος ορίζεται ο γεωγραφικός χώρος τον οποίο επισκέπτονται οι τουρίστες εξαιτίας των θαλάσσιων αξιοθέατων του. Μπορεί να περιλαμβάνει θαλάσσιες περιοχές αλλά και χερσαίες με τις οποίες είναι λειτουργικά συνδεδεμένες σε αυτές. Αυτός ο χώρος μπορεί να μετατραπεί εύκολα έτσι ώστε να εξυπηρετεί τις ανάγκες των τουριστών (Butowski, 2014).

Ο θαλάσσιος τουριστικός χώρος διαχωρίζεται στις εξής κατηγορίες (Butowski, 2014)

- Ο παράκτιος τουριστικός χώρος (λειτουργικά συνδεδεμένος με ακτοπλοϊκές τουριστικές υπηρεσίες) που περιλαμβάνει κατοικίες και άλλα μέρη του οικισμού που είναι συνδεδεμένα με τον ακτοπλοϊκό τουρισμό.
- Ο παράκτιος τουριστικός χώρος που περιλαμβάνει τις θαλάσσιες περιοχές που βρίσκονται σε απόσταση πάνω από 20 ναυτικά μίλια από την ακτογραμμή. Χρησιμοποιείται κυρίως από τους ναύτες και τους τουρίστες και από γραμμές ferry, κρουαζιέρας, σκάφη ψαρέματος, φορτηγά και πολεμικά πλοία.
- Τέλος, είναι ο παραθαλάσσιος τουριστικός χώρος: όπου συγκεντρώνονται πολλές μορφές, υποδομές και υπηρεσίες θαλάσσιου τουρισμού. Περιλαμβάνει τα λιμάνια yacht και άλλες σχετικές υπηρεσίες όπως ενοικίαση σκαφών, ναυπηγεία κ.α. Η μαρίνα ανήκει και αυτή στην κατηγορία.

Ως «Τουριστικός λιμένας» σκαφών αναψυχής ορίζεται ο χερσαίος και θαλάσσιος χώρος που προορίζεται κατά κύριο λόγο για/και υποστηρίζει λειτουργικά τον ελλιμενισμό σκαφών αναψυχής και ναυταθλητισμού. Οι τουριστικοί λιμένες χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: α) Μαρίνες β) Καταφύγια γ) Αγκυροβόλια δ) Ξενοδοχειακοί Λιμένες (Ανδριανός, 2017).

Μαρίνα συνήθως αποκαλούνται τα μεγάλα λιμάνια αναψυχής τα οποία είναι ειδικά κατασκευασμένα για να δεχθούν 500- 2000 σκάφη αναψυχής σε καθημερινή βάση. Προσφέρουν καλά εξοπλισμένες θέσεις πρύμνης και θέσεις ελλιμενισμού, υπηρεσίες ασφάλειας, χώρους για την προστασία των σκαφών, χώρο στάθμευσης, καταστήματα για ψώνια, ναυπηγεία και μονάδες επισκευών. Οφείλει να έχει

οργανωμένο σύστημα συγκομιδής απορριμμάτων, χώρους υγιεινής, εστιατόρια και ένα σταθμό διοίκησης και υποδοχής (Diakomihalis, 2007).

Ένα μικρό αλιευτικό λιμάνι είναι πρακτικά μία μικρή μαρίνα με περιορισμένες δυνατότητες το οποίο έχει δημιουργηθεί σε ένα μέρος ενός ήδη υπάρχοντος εμπορικού, αλιευτικού ή ιστορικού λιμανιού. Προσφέρονται καλά εξοπλισμένες θέσεις ελλιμενισμού, κέντρο υποδοχής και διαχείρισης, μαγαζιά με φαγητό, συγκομιδή απορριμμάτων αλλά δεν υπάρχει ναυπηγείο και χώρος επιδιορθώσεων των σκαφών (Diakomihalis, 2007).

Το καταφύγιο για τα τουριστικά σκάφη θεωρείται ένα φυσικό λιμάνι το οποίο είναι φυσικά προστατευμένο από ανέμους και κακές καιρικές συνθήκες. Δημιουργείται σε προστατευόμενους κόλπους ή λιμάνια. Διαθέτει ελάχιστες απαιτούμενες υπηρεσίες για τα τουριστικά σκάφη όπως είναι η παροχή νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, συγκομιδή υπολειμμάτων και απορριμμάτων, προστασία από φωτιά, φαγητό και υγιεινή (Diakomihalis, 2007). Υπάρχουν διάφοροι τύποι καταφυγίων (Κοκκώσης κ.α , 2011):

- Emergency harbor: Παροχή αγκυροβολίου σε περίπτωση ανάγκης.
- Convenience harbor: Περιορισμένο αγκυροβόλιο για εξυπηρέτηση κατά την διάρκεια σύντομης διακοπής του ταξιδιού.
- Moorage harbor: Αγκυροβόλιο για αλλοδαπούς ιδιοκτήτες σκαφών με χαμηλό επενδυτικό κόστος.
- Pleasure harbor: εστιακό σημείο παραθεριστικού συστήματος
- Harbor Cities: λιμάνι όπου κάθε ατομική κατοικία είναι ανοιχτή σε ιδιωτική προκυμαία
- Yachting Center: Παροχή δραστηριοτήτων αναψυχή.

Τέλος, το «Αγκυροβόλιο» είναι ο τουριστικός λιμένας που δημιουργείται εντός προστατευμένου όρμου, εντός λιμνών και ποταμών, με ελαφρύ εξοπλισμό, ο οποίος δεν προκαλεί οριστική αλλοίωση του περιβάλλοντος με περιορισμένο αριθμό θέσεων ελλιμενισμού και βασικές εγκαταστάσεις⁴.

⁴ <http://www.mintour.gov.gr/>

2.4.2. ΟΙ ΜΑΡΙΝΕΣ

Οι μαρίνες αποτελούν βασικό πυλώνα ανάπτυξης της Ιδιωτικής Θαλάσσιας Περιήγησης και επιδρούν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τομέα. Είναι οικονομικά τα πιο σημαντικά λιμάνια του θαλασσιού τουρισμού.

Οι μαρίνες μπορούν να διακριθούν με βάση διάφορα κριτήρια όπως είναι ο βαθμός που είναι εξοπλισμένες, τα είδη των κατασκευών – υποδομών, τη θέση της θαλάσσιας ζώνης, την κυριότητα και την τοποθεσία της ως εξής :

- I. Με βάση το βαθμό που είναι εξοπλισμένες διακρίνονται σε:
 - Στάνταρ: πρόκειται για τις μαρίνες που προσφέρουν βασικές ευκολίες
 - Πολυτελείς: πρόκειται για τις μαρίνες που προσφέρουν ευκολίες και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου
 - Ερασιτεχνικές ή ψυχαγωγικές με την πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν επιπλέον σπορ, και δραστηριότητες αναψυχής και διασκέδασης.
- II. Με βάση τα είδη κατασκευών – υποδομών διακρίνονται σε:
 - Αμερικανικού τύπου
 - Ατλαντικού τύπου
 - Μεσογειακού τύπου
- III. Με βάση την κυριότητα της μαρίνας διακρίνονται σε:
 - Ιδιωτική
 - Δημοτική
 - δημόσια
- IV. Με βάση την τοποθεσία διακρίνονται σε:
 - Μαρίνα σε θάλασσα
 - Μαρίνα σε λίμνη
 - Μαρίνα σε ποταμό
 - Μαρίνα σε κανάλι

Πέρα από τις θέσεις ελλιμενισμού οι μαρίνες προσφέρουν και μια σειρά από υπηρεσίες οι οποίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής (Guner & Guler, 2000):

- Οι βασικές υπηρεσίες όπως είναι οι δυνατότητες για τον ελλιμενισμό και την παροχή καταφυγίου στα yachts.

- Οι περιφερειακές υπηρεσίες, δε μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους χρήστες αν δε χρησιμοποιηθούν πρώτα οι βασικές υπηρεσίες: όπως είναι οι τουαλέτες, τα αποδυτήρια, οι ραδιοφωνικές συνδέσεις, η δυνατότητα στάθμευσης οχημάτων, ο ηλεκτρισμός, η παροχή νερού, οι τηλεπικοινωνίες, η διαθεσιμότητα καυσίμων, η συγκομιδή απορριμμάτων, και οι χώροι εστίασης.

- Οι Base derived υπηρεσίες: χρησιμοποιούνται από τους πελάτες , το κάρναγιο, το yacht club, ο σταθμός καυσίμων, οι ναυτικές και ακτοπλοϊκές σχολές.

- Οι συμπληρωματικές υπηρεσίες: είναι αυτές που προστίθενται στις βασικές, περιφερειακές και base derived υπηρεσίες για να ενισχύσουν την προσφορά και να διαφοροποιήσουν την εταιρία από τους ανταγωνιστές τους. Τέτοιες υπηρεσίες είναι το πλυντήριο, οι προμηθευτές πλοίων , τα μαγαζιά, τα μαγαζιά τροφίμων κλπ.

Όπως ορίζει η ισχύουσα νομοθεσία με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού όπως προβλέπεται στην παράγραφο 3 του άρθρου 31 του νόμου 2160/1993, για να επιτραπεί η λειτουργία μιας μαρίνας θα πρέπει να πληρούνται κάποιες προϋποθέσεις (Διαμαντίδης, 2016):

- Εγκαταστάσεις για τη διοίκηση του λιμένα συμπεριλαμβανομένων εγκαταστάσεων άλλων συναφών αρχών
- Θέση πρόσδεσης σκάφους του λιμενικού σώματος.
- Εγκατάσταση σταθμού πρώτων βοηθειών (γραφείο, κλπ.).
- Δίκτυο παροχών (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, επικοινωνιών, κλπ.).
- Εγκαταστάσεις συλλογής, προσωρινής αποθήκευσης και ασφαλούς απομάκρυνσης των Βιολογικών και πετρελαιοειδών-ελαιωδών καταλοίπων
- Χώροι στάθμευσης.
- Εγκαταστάσεις εξυπηρετήσεων υγιεινής και ενδιαίτησης με εξασφάλιση προσβασιμότητας Α.Με.Α.
- Συστήματα ασφάλειας της ζώνης του τουριστικού λιμένα όπως ορίζονται στις κείμενες διατάξεις (πυρασφάλεια της ζώνης του λιμένα, συστήματα επίβλεψης των εγκαταστάσεων, κλπ.).
- Εγκαταστάσεις αποθηκών.
- Καταστήματα διάθεσης ειδών πρώτης ανάγκης

Σημαντικό ρόλο στην επιλογή μιας μαρίνας διαδραματίζουν πολλοί παράγοντες σχετικές τόσο με τις υποδομές και τον εξοπλισμό της ίδιας της μαρίνας όσο και με τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Σύμφωνα με τον (Ceroniό, 2002) οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την επιλογή του τουρίστα- χρήστη σκάφους είναι οι εξής:

- Η ποιότητα και ο εξοπλισμός των θέσεων αγκυροβολίας.
- Η ασφάλεια των θέσεων αγκυροβολίας .
- Η ποιότητα του εξοπλισμού των επισκευών και της συντήρησης των σκαφών και των ιστιοπλοϊκών, της μηχανής και του εξοπλισμού .
- Το επίπεδο των υπηρεσιών catering .
- Το επίπεδο άλλων υπηρεσιών που προφέρονται στις μαρίνες .

Τέλος, οι μαρίνες μπορούν να διαφοροποιηθούν μεταξύ τους με βάση τις υπηρεσίες που προσφέρουν και να χαρακτηριστούν ως υψηλής ποιότητας ή μη με βάση αυτές. Πιο συγκεκριμένα, μπορούν να πάρουν κάποιες ετικέτες ποιότητας, οι πιο συχνές είναι το Anchor Quality Scheme, και το Blue flag. Άλλος ένας οδηγός που αναφέρεται στην ποιότητα των μαρίνων και περιγράφει τις υπηρεσίες που αυτές προσφέρουν είναι το «ADAC Marina Guide που περιγράφει 2.200 μαρίνες στην ευρωπαϊκή ένωση (ECSIP Consortium, 2015).

2.5. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΝΑΥΠΗΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ ΣΚΑΦΩΝ - ΤΑ ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ

Ο κλάδος της ναυπήγησης – κατασκευής σκαφών αναψυχής κατέχει μία σημαντική θέση στην βιομηχανία τουρισμού yachting. Σύμφωνα με τη Eurostat, η κατασκευή σκαφών αναψυχής και αθλητισμού, ορίζεται ως η κατασκευή φουσκωτών σκαφών ή βαρκών, σχεδίων, ιστιοπλοϊκών με ή χωρίς βοηθητική μηχανή, μηχανοκίνητα σκάφη, hovercraft αναψυχής, προσωπικά σκαριά, κανό, καγιακ, βάρκες με κοπιά και λέμφους, σκιφ και super yachts (ECSIP, Consortium, 2015).

Οι κύριες χώρες παραγωγής σκαφών είναι η Ιταλία, η Ολλανδία, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία. Ενώ οι Βαλτικές χώρες και η Πολωνία κερδίζουν τμήμα της αγοράς εξαιτίας της αλλαγής των παραγωγικών δραστηριοτήτων στη Σκανδιναβία (ECSIP, Consortium, 2015). Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat (2014), στην Ευρώπη δραστηριοποιούνται περίπου 4.500 επιχειρήσεις. Το 2008 η οικονομική κρίση επηρέασε σημαντικά την ευρωπαϊκή βιομηχανία σκαφών αναψυχής. Κατά το διάστημα 2008-2012, σε ευρωπαϊκό επίπεδο παρατηρήθηκε μια μικρή μείωση στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτό το χώρο κατά -4% (Ανδριανός, 2017). Στον παρακάτω πίνακα αναγράφεται αναλυτικά ο αριθμός των επιχειρήσεων με την ναυπηγό-επισκευή σε ευρωπαϊκό επίπεδο:

Πίνακας 4: Επιχειρήσεις με ναυπηγό-επισκευή σε ευρωπαϊκό

Χώρα	Έτη					Μέση μεταβολή 2008-2012
	2008	2009	2010	2011	2012	
Ολλανδία	740	811	923	905	895	+5,08 %
Ιταλία	1.081	940	711	694	598	-13,41%
Σουηδία	610	596	583	576	564	-1,94%
Ηνωμ.	620	620	594	552	541	-3,31%
Γαλλία	-	352	385	394	390	-
Πολωνία	210	383	381	354	316	16,01%
Γερμανία	252	166	297	337	256	8,56%
Φινλανδία	259	259	253	254	238	-2,06%
Κροατία	107	105	103	105	103	-0,93%
Ελλάδα	45	45	44	44	75	17,06%
Ισπανία	49	52	57	47		-
EU 28	4.663	4.648	4.660	4.701	4.475	

Πηγή: ECSIP Consortium, 2015

Κατά το διάστημα 2008-2012, παρόλο που σε ευρωπαϊκό επίπεδο παρατηρήθηκε μια μικρή μείωση στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτό το χώρο, στην Ελλάδα παρατηρήθηκε μία θεαματική άνοδος κατά +66%. (Ανδριανός, 2017). Την συγκεκριμένη περίοδο στην Ελλάδα καταγράφηκε αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων με μέση ετήσια μεταβολή +17,06% η οποία ήταν αποτέλεσμα της ίδρυσης τριάντα ακόμη νέων εταιριών, γεγονός που συνέβαλε στο να καταταχθεί η χώρα ανάμεσα στις 10 πρώτες χώρες που ασχολούνται με την ναυπηγό – επισκευή σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η χώρα θα μπορούσε να ανελιχθεί και να βελτιωθεί στον συγκεκριμένο τομέα, καθώς ο μικρός αριθμός των επιχειρήσεων μπορεί να λειτουργήσει θετικά στην ύπαρξη ενός υγιούς ανταγωνισμού αλλά και μίας άρτιας συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων (Ανδριανός, 2017).

Στις επιχειρήσεις στη βιομηχανία της ναυπηγό-επισκευής σε ευρωπαϊκό επίπεδο εργάζεται ένας μεγάλος αριθμός ατόμων. Στην Ελλάδα, παρατηρήθηκε αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων κατά 66% την χρονική περίοδο 2008-2012, ο αριθμός των εργαζομένων αυξήθηκε κατά +116%. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της ναυπηγικής στην Ελλάδα είναι κατά κύριο λόγο μικρές επιχειρήσεις, κάτι που αποδεικνύει πως υπάρχουν μεγάλα περιθώρια για περαιτέρω ανάπτυξη και βελτίωση μέσα από την δημιουργία μεγαλύτερων ναυπηγείων και την εγκατάσταση εξειδικευμένων εταιριών. Τέλος αντίθετα με την Ελλάδα σε χώρες όπως η Ιταλία, η Γαλλία και η Ισπανία παρατηρήθηκε σημαντική μείωση του εργατικού δυναμικού στον κλάδο (Ανδριανός, 2017). Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν μετά την ίδρυση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων αυτού του τομέα:

Πίνακας 5: Θέσεις εργασίας στο ναυπηγο-επισκευαστικό χώρο σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Χώρα	Έτη					Ποσοστό
	2008	2009	2010	2011	2012	Μεταβολή
Ιταλία	13.271	11.416	9.732	9.060	8.337	-10,90%
Γαλλία	-	8.382	7.306	7.479	6.976	-
Γερμανία	5.019	3.668	4.664	5.772	5.440	4,56%
Ολλανδία	4.649	4.717	4.651	4.633	4.419	-1,24%
Πολωνία	3.746	3.588	3.663	3.888	3.756	0,15%
Φινλανδία	2.660	2.318	2.155	2.038	1.876	-8,32%
Σουηδία	2.334	1.703	1.506	1.564	1.321	-12,57%
Ισπανία	1.580	1.262	667	653	-	-
Πορτογαλία	597	239	305	284	420	2,16%
Κροατία	767	607	442	387	360	-16,87%
Εσθονία	454	284	205	-	342	-
Δανία	-	-	220	287	253	-
Ρουμανία	320	254	214	194	245	-4,86%
Ελλάδα	91	168	191	119	197	+31,54%
ΕΥ-28	35.738	38.696	36.813	36.358	33.942	

Πηγή: ECSIP Consortium, 2015

Τέλος, παρόλο που η αμερικανική αγορά είναι μεγαλύτερη αρκετά από την ευρωπαϊκή, η αγορά της Ευρώπης συνεχίζει να έχει μία δυνατή παγκόσμια θέση. Γνωστές ευρωπαϊκές μάρκες αποτελούν Group Beneteau της Γαλλίας, Sunseeker του Ηνωμένου Βασιλείου, Azimut Benetti της Ιταλίας, Ferretti της Ιταλίας, Princess του Ηνωμένου Βασιλείου, Bavaria Yachtbau της Γερμανίας, Hanse Group της Γερμανίας. Η μάρκα Made in Italy συνεχίζει να αποτελεί επιθυμητή υπογραφή ποιότητας και κύρους (ECSIP Consortium, 2015).

Παράδειγμα αποτελεί η βιομηχανία κατασκευής yacht στην Τουρκία η οποία ξεκίνησε στο τέλος του 1970. Τα ναυπηγεία βρίσκονται κυρίως στην Κωνσταντινούπολη. Οι κατασκευαστές yacht στην Τουρκία είναι περισσότεροι από 100. Ενώ, ιδιαίτερη σημασία έχουν τα ιστορικά και παραδοσιακά ξύλινα yachts της Τουρκίας που ονομάζονται gulets και κατασκευάζονται παραδοσιακά από ειδικευμένους. Είναι 15- 25 μ.. σε μήκος και ιδανικά για ομαδικά ταξίδια. Τα yachts της Τουρκίας εξάγονται κυρίως στην Ελλάδα και στην Γερμανία. (Guner & Guler, 2000).

2.6. ΟΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

Η ανάπτυξη του τουρισμού yachting προϋποθέτει την ύπαρξη κάποιων χαρακτηριστικών και κριτηρίων που καθιστούν δυνατή την ανταγωνιστική παρουσία του yachting σε μια περιοχή.

Απαραίτητο κριτήριο αποτελεί η ύπαρξη μαρίνας ή ειδικού τουριστικού λιμένα. Στη μαρίνα θα πρέπει να υπάρχουν θέσεις πρόσδεσης κατά μήκος κρηπιδωμάτων, παροχή νερού και ηλεκτρικού ρεύματος, τηλεπικοινωνιών, φύλαξη αλλά και υπαίθριους χώρους στάθμευσης για τους χειμερινούς μήνες (Κοκκώσης κ.α., 2011). Η μαρίνα θα πρέπει να διαθέτει την δυνατότητα να αυξήσει την χωρητικότητας της και ειδικότερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες μέσα από την χρήση πλωτών προβλητών. Απαιτείται φυσικά η ύπαρξη κέντρου υποδοχής και εξυπηρέτησης των ιδιοκτητών και επισκεπτών, εμπορικό και διοικητικό κέντρο, τελωνείο και λιμεναρχείο (Κοκκώσης κ. α., 2011). Στην ευρύτερη περιοχή της μαρίνας θα πρέπει να υπάρχουν καταστήματα όχι μόνο σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό για ανταλλακτικά και για εφόδια αλλά και χώροι εστίασης, υπηρεσίες τροφοδοσίας και επισιτισμού, καταστήματα τραπεζών ή μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων, καθιστώντας εύκολο τον ανεφοδιασμό των χρηστών οι οποίοι κάνουν στάση στη Μαρίνα και συνεχίζουν το ταξίδι τους προς κάποιο άλλο προορισμό.

Ακόμη οφείλει να διαθέτει ξενοδοχεία ή ζώνες κατοικιών, κάτι το οποίο στο εξωτερικό είναι πολύ πιο συνηθισμένο καθώς πολλοί είναι οι τουρίστες που επιλέγουν να διανυκτερεύσουν εκτός του σκάφους τους. Ένα άλλο πολύ σημαντικό στοιχείο είναι η ύπαρξη σταθμού καυσίμων και λιπαντικών και ναυπηγοεπισκευαστικής μονάδας, καθώς πολλές φορές η ανάγκη για καθαρισμό αλλά και μικρές ή μεγάλες επισκευές είναι επιτακτική (Διαμαντίδης, 2016). Ενώ αναγκαία είναι και η ύπαρξη ειδικών σημεία συγκομιδής απορριμμάτων και αναρρόφησης λυμάτων των σκαφών και εγκαταστάσεις υγιεινής, ντουζ και αποδυτήρια (Κοκκώσης κ.α., 2011).

Πολύ σημαντικό για έναν λιμένα αναψυχής αποτελεί η συγκοινωνιακή του κάλυψη και η σύνδεση του με τον υπόλοιπο κόσμο. Οι τουρίστες προέρχονται από διάφορα μέρη του κόσμου για το λόγο αυτό είναι πολύ σημαντικό να βρίσκονται

κοντά σε αεροδρόμια, ελικοδρόμια και Μ.Μ.Μ., όπως ΚΤΕΛ, Τραμ, Λεωφορεία κ.α. Απαιτείται επιπλέον μια επαρκώς προστατευμένη λιμενολεκάνη από τους εξωτερικούς κυματισμούς κυρίως για τις ημέρες των έντονων καιρικών φαινομένων και ειδικότερα όταν ο άνεμος είναι προς την είσοδο της λιμενολεκάνης (Διαμαντίδης, 2016). Ενώ η ύπαρξη απαραίτητων υποδομών για την εξυπηρέτηση χρηστών με Ειδικές Ανάγκες μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για μια μαρίνα (Διαμαντίδης, 2016). Τέλος, πέρα από τις υποδομές και τις υπηρεσίες είναι ιδιαίτερα σημαντική η ύπαρξη μοντέρνου στόλου επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών αλλά και εκπαιδευμένου προσωπικού, ναυτικές και ακτοπλοϊκές σχολές και yacht club (Chen et al., 2016).

Υποδομές:

Ύπαρξη μαρίνας ή ειδικού τουριστικού λιμένα.

Επαρκώς προστατευμένη λιμενολεκάνη από τους εξωτερικούς κυματισμούς.

Θέσεις πρόσδεσης κατά μήκος κρηπιδωμάτων.

Διάθεση Κρηπιδωμάτων.

Δυνατότητα αύξησης της χωρητικότητας της μαρίνας τους καλοκαιρινούς μήνες μέσα από την χρήση πλωτών προβλητών.

Ύπαρξη κέντρου υποδοχής και εξυπηρέτησης των ιδιοκτητών και επισκεπτών.

Εμπορικό και διοικητικό κέντρο.

Τελωνείο και λιμεναρχείο.

Υπαίθριοι χώροι στάθμευσης.

Υποδομές για την εξυπηρέτηση χρηστών με Ειδικές Ανάγκες

Προσφερόμε**νες****υπηρεσίες:**

✓ Παροχή νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, τηλεπικοινωνιών και πυρόσβεση.

Ειδικά σημεία συγκομιδής απορριμμάτων και αναρρόφησης λυμάτων.

✓ Φύλαξη.

Σταθμός καυσίμων και λιπαντικών και ναυπηγοεπισκευαστική μονάδα.

Εγκαταστάσεις υγιεινής, ντους και αποδυτήρια.

✓ Καταστήματα σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό, υπηρεσίες τροφοδοσίας και επισιτισμού, καταστήματα τραπεζών

✓ Ξενοδοχεία ή ζώνες κατοικιών.

Ενδοχώρα:

Ύπαρξη θέλγητρων, πόρων και ενδιαφερόντων.

Μεγάλη θαλάσσια επιφάνεια και ακτογραμμή και μικρές αποστάσεις μεταξύ των νησιών.

Το φυσικό περιβάλλον και η ιστορική – πολιτιστική κληρονομιά, ενός τόπου.
Ειδικές συνθήκες για θαλάσσιους πλόες: ασφαλή θαλασσινά νερά,
ευνοϊκές συνθήκες ανέμων και θερμοκρασιών περιβάλλοντος και θάλασσας.

Άλλα χαρακτηρισ τικά:	✓	Εγγύτητα με αεροδρόμια, ελικοδρόμιο, Μ.Μ.Μ
	✓	Μοντέρνος στόλος επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών και εκπαιδευμένο προσωπικό, ναυτικές και ακτοπλοϊκές σχολές
	✓	Ύπαρξη εταιριών ενοικίασης yacht

Ιδιαίτερα σημαντική για την ανάπτυξη του αποτελούν και τα χαρακτηριστικά της ευρύτερης ενδοχώρας. Η ύπαρξη θέλγητρων , πόρων και ενδιαφερόντων μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την ελκυστικότητα του μέρους. Καθώς και η μεγάλη θαλάσσια επιφάνεια και ακτογραμμή αλλά και οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των νησιών. Σημαντικό κριτήριο αποτελεί και το φυσικό περιβάλλον, η ιστορική – πολιτιστική κληρονομιά, το αρχαιολογικό- ιστορικό ενδιαφέρον, καθώς και η πλούσια πολιτιστική παράδοση αλλά και ο αρχιτεκτονικός περίγυρος ενός τόπου. Τέλος, εξίσου σημαντικές είναι οι ειδικές συνθήκες για θαλάσσιους πλόες όπως είναι: τα ασφαλή θαλασσινά νερά προς τους ναυτικούς κινδύνους, οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των ακτών, οι ευνοϊκές συνθήκες ανέμων και θερμοκρασιών περιβάλλοντος και θάλασσας (Κοκκώσης κ.α., 2011).

Πίνακας 6: Απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του yachting τουρισμού

2.7. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

Η βιομηχανία του τουρισμού yachting αποτελεί σημαντικό κομμάτι της παγκόσμιας αγοράς τουρισμού. Τα αποτελέσματά του γίνονται αντιληπτά σε διάφορους τομείς καθιστώντας δύσκολη την ακριβή καταμέτρηση των αποτελεσμάτων του. Η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση μπορεί να συνδεθεί με την πώληση των σκαφών και εξοπλισμού, τις θέσεις ελλιμενισμού και αγκυροβολίας καθώς και μέσω της παράκτιας ανάπτυξης που περιλαμβάνει φυσικά και τις μαρίνες. (Buckley, 2006).

Σύμφωνα με την έρευνα του Lukovic (2012) ως έμμεσα αποτελέσματα του τουρισμού Yachting στη παγκόσμια αγορά καταγράφηκε η δημιουργία ετήσιου τζίρου περίπου 1 δις. δολάρια (Lukovic, 2012). Η ναύλωση σκαφών αναψυχής κάθε είδους αποτελεί ίσως την πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρο δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού. Πρόκειται για μια δραστηριότητα που προσελκύει επί το πλείστον τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης. (Τσάρτας κ. α., 2016). Η ενοικίαση κάθε είδους σκάφους είναι μια πολλή παραγωγική δραστηριότητα που προσφέρει εισροή ξένου συναλλάγματος (Ηγουμενάκης κ.ά., 1998 όπ. ανάφ. στο Diakomihalis, 2007). Η τιμή των σκαφών yacht εξαρτάται από το μέγεθος και το βαθμό εξοπλισμού του σκάφους. Ένα σκάφος για μια εβδομάδα 17-18 μ. υπολογίζεται πως κοστίζει 20.000€, και 60.000€ για ένα 30 μ. mega-yacht. Ενώ, η ενοικίαση ενός mega-yacht μπορεί να αγγίξει τα 200.000€/ εβδομάδα. Η τιμή της ενοικίασης mega-yacht καθορίζεται από το μήκος και τη ποιότητα και τον εξοπλισμό που είναι εγκατεστημένος. (Lukovic, 2012).

Σημαντικός είναι ο τζίρος που προέρχεται από την κατασκευή και λειτουργία των μαρίνων. Η κατασκευή της μαρίνας είναι πιο επιθυμητή από την κατασκευή ενός πολυλειτουργικού λιμανιού καθώς η ζήτηση είναι σταθερή και οι δαπάνες των yachtsmen μοιράζονται σε πολλές δραστηριότητες και σε σχετικές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να έχει υψηλότερο τζίρο από άλλες μορφές θαλάσσιου τουρισμού (Bizzarri & La Foresta, 2011). Πιο συγκεκριμένα το ποσό του κεφαλαίου στη βιομηχανία των μαρίνων ανέρχεται στα 60 δισεκατομμύρια €, λαμβάνοντας υπόψη τις θέσεις ελλιμενισμού και τις διάφορες δραστηριότητες. Σχετικά με το κόστος των μαρίνων έχει υπολογιστεί πως όταν χτίζεται μία μαρίνα στη Μεσόγειο η

αρχική της τιμή μίας θέσης ελλιμενισμού είναι περίπου 20,000€, και μίας πλήρους εξοπλισμένη μπορεί να αγγίζει τα 40,000€. Αν προσθέσουμε και το κεφάλαιο των σκαφών σε αυτό είναι φανερό πως αποτελούν μια πολλή σημαντική επένδυση στη μακρό- οικονομία της Ευρώπης(Lukovic, 2012).

Οι μαρίνες μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά το ακαθάριστο εθνικό προϊόν. Σχετικά με τον τομέα των μαρίνων παρατηρείται πως προσφέρει κέρδη περίπου 4 δισεκατομμύρια€. Υπολογίζεται πως σε ευρωπαϊκό επίπεδο εργάζονται 372.000 άτομα, από τα οποία 253.000 άτομα ασχολούνται άμεσα με τον τομέα και 119.000 έμμεσα όπως είναι οι κατασκευαστές μαρίνων κλπ. Σε πολλές χώρες όπως η Δανία, η Φιλανδία, η Ιρλανδία, η Πολωνία και το Ηνωμένο Βασίλειο ο αριθμός των θέσεων εργασίας έχει αυξηθεί ενώ σε χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία, η Ολλανδία, η Πορτογαλία και η Σουηδία αντιμετωπίζουν σταδιακή μείωση. Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί πως ο τομέας χαρακτηρίζεται από εποχικότητα τόσο στη ζήτηση όσο και στο τζίρο (ECSIP Consortium, 2015).

Επιπλέον, η κατασκευή των σκαφών αποτελεί τον πρώτο κρίκο στην αλυσίδα της βιομηχανίας που επιτρέπει την ύπαρξη μίας σειράς δραστηριοτήτων όπως είναι το εμπόριο, οι ενοικιάσεις, οι μισθώσεις, τα ινστιτούτα για επαγγελματική κατάρτιση, οι εμπορικές και επαγγελματικές υπηρεσίες, καθώς και τα συνέδρια και οι βιομηχανικές εκθέσεις σχετικές με το κλάδο. Οι κατασκευές λιμανιών από μόνες τους απαιτούν την ύπαρξη επιπρόσθετων υπηρεσιών όπως είναι οι περιοχές για συντήρηση και επισκευή, το προσωπικό ασφαλείας, οι περιοχές υποδοχής, αλλά και χώρους εστίασης (Bizzarri & La foresta, 2011).

Στην Ευρώπη συγκεκριμένα ανήκουν 6 εκατομμύρια σκάφη και 36 εκατομμύρια ευρωπαίοι πολίτες συμμετέχουν στις δραστηριότητες αναψυχής με σκάφη. Τα κέρδη στο τομέα ενοικιάσεων σκαφών υπολογίζονται στα 6 δις. €, με δημιουργία 20.000 θέσεων εργασίας. Στον τομέα του τουρισμού yachting κυριαρχούν 5 εταιρίες (Sunsail, Le boat και Footloose που ανήκουν στη TUI, Dream Yacht Charter, Kiriakoulis.) οι οποίες καλύπτουν το 80% της ευρωπαϊκής αγοράς.

Άλλο ένα σημαντικό κομμάτι της βιομηχανίας ενοικίασης σκαφών είναι οι Skippers και οι υπηρεσίες που προσφέρουν. Οι τιμές στις υπηρεσίες των skipper εξαρτώνται από τα προσόντα του και την εκπαίδευσή του αλλά και από το μέγεθος και την αξία του yacht. Η αρχική τιμή ενός skipper με Yacht Master δίπλωμα κατηγορίας A' είναι 130€/ μέρα, και για εβδομάδα περίπου 1,000€, ενός skipper με

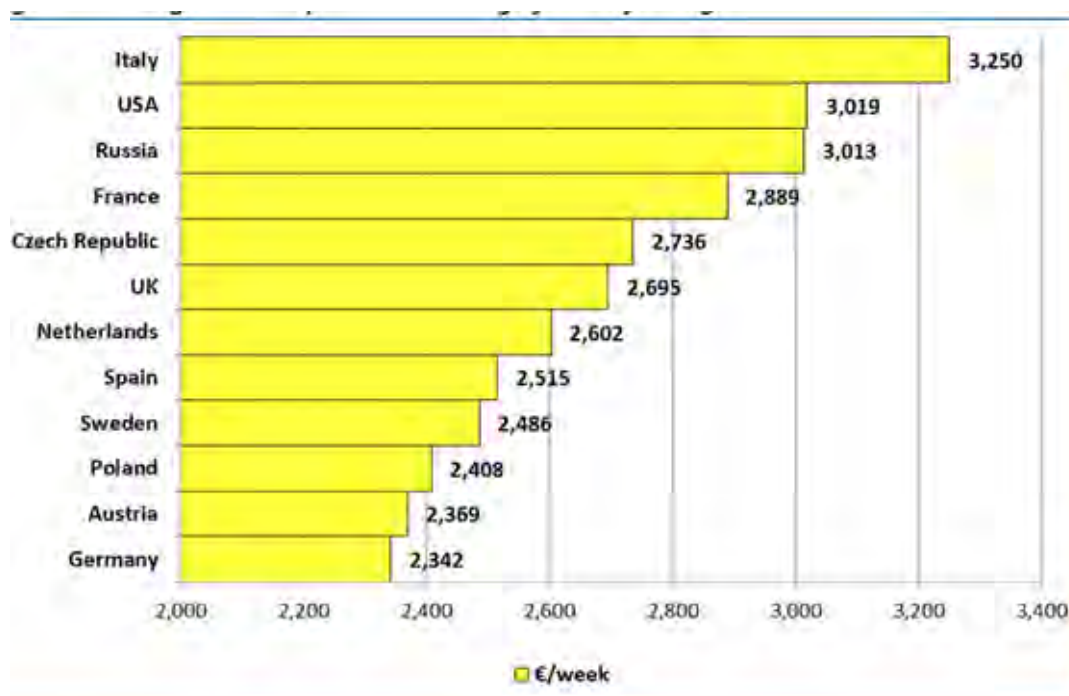
Yacht Master δίπλωμα κατηγορίας Β' η αμοιβή του μπορεί να τεθεί υπό διαπραγμάτευση με τον ιδιοκτήτη του mega yacht (Lucovic, 2012).

2.7.1.Η ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ YACHTING

Σε σύγκριση με άλλους χρήστες των λιμανιών οι χρήστες yachts έχουν μεγαλύτερη αγοραστική δύναμη. Πρόκειται για άτομα που είναι καλλιεργημένοι και μορφωμένοι ειδικευμένοι επαγγελματίες, ενώ συνήθως είναι αυτοαπασχολούμενοι (Bizzarri & La foresta, 2011)

Αρχικά, αν και δεν υπάρχει διαφορά στο ποσοστό δαπανών των yachtsmen, παρατηρείται πως οι δαπάνες είναι πολύ υψηλότερες από τους τουρίστες άλλων μορφών του θαλάσσιου τουρισμού. Σύμφωνα με στοιχεία του «Report on Nautical Tourism», οι δαπάνες των yachtsmen σε ποσοστό 80% αφορούν τις υπηρεσίες και τα καύσιμα και το υπόλοιπο 20% αφορά τη μετακίνηση, τα εστιατόρια, τα καφέ και τα μπαρ, τα ψώνια, η διασκέδαση και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (Bizzarri & La Foresta, 2011). Επιπλέον, οι δαπάνες των τουριστών στις υπηρεσίες yachting ποικίλουν ανάλογα με τη χώρα καταγωγής των τουριστών. Οι Ιταλοί φαίνεται να ξοδεύουν τα περισσότερα χρήματα με 3.250€ ανά εβδομάδα, ακολουθούν οι Αμερικανοί με 3.019€ ανά εβδομάδα, οι Ρώσοι με 3.013 ανά εβδομάδα και οι Γάλλοι με 2.889€⁵. Στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι Γερμανοί, Αυστριακοί και Πολωνοί. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι δαπάνες των τουριστών ανά εβδομάδα με βάση την χώρα καταγωγής τους:

⁵ <http://www.yachtsys.com/images/yacht-charter-infographic.aspx>

Γράφημα 3: Μέσος όρος δαπανών τουριστών yachting με βάση την χώρα καταγωγής

Πηγή: <http://www.yachtsys.com/images/yacht-charter-infographic.aspx>

Σύμφωνα με τον Diakomihalis (2011) οι τουρίστες Yachting στην Ελλάδα σπαταλούν 1.700€ ανά άτομο ενώ ο επιβάτης κρουαζιέρας ξοδεύει 1.100€ και ο επιβάτης τουριστικών ημερήσιων πλοίων 45€. Ένας τουρίστας Yachting σπαταλά 7 ημέρες για το ταξίδι του, ένας τουρίστας κρουαζιέρας 3,5 μέρες και τέλος ο επιβάτης ημερήσιων εκδρομών μόνο μία. Επομένως, υπολογίζεται πως ο τουρίστας yachting ξοδεύει 314€ την ημέρα, ο τουρίστας της κρουαζιέρας 243€ και ο τουρίστας της ημερήσιας εκδρομής εν πλω μόλις 45€ την ημέρα. Αναλυτικά ενώ ο τουρίστας κρουαζιέρας ξοδεύει 204€ για το κόστος της κρουαζιέρας και τις άλλες υπηρεσίες και 110€ εκτός πλοίου, ο τουρίστας ημερήσιας περιήγησης ξοδεύει 19€ για την περιήγηση εν πλω και 26€ για άλλη κατανάλωση άλλων βιομηχανιών ενώ ένας τουρίστας yachting ξοδεύει 125€ για την ενοικίαση του σκάφους και 118€ εκτός yacht.

2.8. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ

Οι σύγχρονες έρευνες υποδεικνύουν την σημαντικότητα της ενοικίασης ιδιωτικών σκαφών αναψυχής και γενικότερα του τουρισμού yachting για τις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες. Ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται το ίδιο και η κατανάλωσή τους αφού «καταναλώνουν» ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών αναψυχής συμπεριλαμβανομένων και των θαλάσσιων δραστηριοτήτων, συμβάλλοντας στην γενικότερη ανάπτυξη της οικονομίας και ενισχύοντας την αγορά εργασίας με νέες θέσεις (Jugovic et al., 2011 όπ. ανάφ στο Gon et. al., 2016). Ενώ, ο τουρισμός yachting μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία των τοπικών κοινωνιών και να διασφαλίσει την κοινωνική και πολιτιστική αρμονία των νησιωτικών και παράκτιων περιοχών (Diakomihalis, 2011).

Την αντιμετώπιση της ανάπτυξης του Yachting τουρισμού από την τοπική κοινωνία ερεύνησαν οι Gon et al.(2016), μέσα από μία έρευνα που πραγματοποίησαν σε κατοίκους στο βόρειο μέρος της Αδριατικής θάλασσας. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως οι κάτοικοι το αντιμετωπίζουν θετικά και θεωρούν πως έχει φέρει στην περιοχή σημαντικές επενδύσεις και αφίξεις τουριστών, βελτίωσε την εικόνα του προορισμού, και συνέβαλε στην ανάπτυξη του. Πολλοί ήταν οι κάτοικοι που στράφηκαν υπέρ της περαιτέρω προώθησης της περιοχής και της παροχής περισσότερων προνομίων. Οι κάτοικοι παρόλο που γνώριζαν τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές, πολιτιστικές επιπτώσεις του τουρισμού Yachting στην περιοχή, παρόλο αυτά τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν φαίνεται πως τα υπερβαίνουν .

Ενώ, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Κροατία από τους Favro & Gržetić (2008) σημαντικά είναι και τα οφέλη που έχουν προκύψει στην περιοχή εξαιτίας της ανάπτυξης του τα οποία διακρίνονται σε όλες αυτές της δραστηριότητες της οικονομίας που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με τον τουρισμό: στις μαρίνες, στις ενοικιάσεις σκαφών, στη κατασκευή και επισκευή σκαφών, στο λιανικό εμπόριο, στα ξενοδοχεία και στα εστιατόρια, στα μέσα μαζικής μεταφοράς και ιδιαίτερα στις αερομεταφορές. Σημαντικότερα είναι τα θετικά αποτελέσματα σε τοπικό επίπεδο και ιδιαίτερα σε μικρές πόλεις και νησιά, τα οποία είναι απομονωμένα εξαιτίας της γεωγραφικής τους θέσης και πολλές φορές είναι ακόμα και κοινωνικά απομονωμένα. Τα τοπικά λιμάνια και τα ακρωτήρια αυξάνουν τα έσοδα τους μέσω

των φόρων για τις θέσεις αγκυροβολίας. Επίσης, οι ντόπιοι έχουν την δυνατότητα απόκτησης επιπλέον κερδών μέσα από την συμμετοχή τους στις τουριστικές δραστηριότητες (σε πωλήσεις ψαριών, catering, τουριστικές υπηρεσίες). Ως αποτέλεσμα μειώνεται η μετανάστευση των κατοίκων καθώς υπάρχουν περισσότερες ευκαιρίες για δουλειά, γεγονός που επηρεάζει σημαντικά το βιοτικό επίπεδο καθώς αυξήθηκαν οι οικογένειες ((Favro & Gržetić, 2008).

Αντίθετα, πολλοί ερευνητές έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους στην μελέτη της ανάπτυξης του yachting tourism χωρίς την ύπαρξη σχεδιασμού και μελέτης. Αυτό το γεγονός μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιδράσεις σε διάφορους τομείς της κοινωνίας στην οποία λαμβάνει χώρα. Η κατασκευή μεγάλων λιμανιών και οι υποδομές τους μπορεί να περιορίσει την δυναμική του λιμανιού σε άλλους τομείς όπως το ψάρεμα καθώς μειώνεται η βιοποικιλότητα που προκαλείται από την αγκυροβόληση και καταστρέφεται σταδιακά το θαλάσσιο έδαφος. Ενώ, προκαλείται επίσης μείωση στο θαλάσσιο χώρο που επιτρέπεται η κολύμβηση και άλλες θαλάσσιες δραστηριότητες που απαιτούν ελεύθερη έκταση θάλασσας (Bizzarri & La foresta, 2011).

3. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ YACHTING TOURISM

Από τη δεκαετία του 1960 παρατηρείται έντονη ανάπτυξη του τουρισμού yachting σε παγκόσμιο επίπεδο με την είσοδο πολλών νέων τουριστών-καταναλωτών, με αποτέλεσμα την δημιουργία πολλών νέων μαρίνων. Στα χρόνια που ακολούθησαν δεν παρατηρήθηκε σημαντική ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να μην υπάρξει δημιουργία νέων θέσεων ελλιμενισμού. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ανάπτυξη στον τομέα της ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης, καθώς ο τομέας αναγνωρίζεται ως ένας ανταγωνιστικός και ταχέως αναπτυσσόμενος τομέας όπου οι μαρίνες θεωρούνται ως μέρη όχι μόνο ελλιμενισμού και παροχής υπηρεσιών αλλά και μιας σειράς πολιτιστικών, αθλητικών, γαστρονομικών δραστηριοτήτων κ.α. , αναβαθμίζοντας και εκσυγχρονίζοντας ακόμη περισσότερο το τουριστικό προϊόν (Ι. Πακαλία, 2012 όπ. ανάφ. στο Διαμαντίδης, 2016).

Ο τουρισμός Yachting αποτελεί ένα τομέα που αναπτύσσεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια και διακρίνεται από έντονο ανταγωνισμό ιδιαίτερα μεταξύ των χωρών της Μεσογείου που διαθέτουν όλα τα απαραίτητα θετικά στοιχεία για την ανάπτυξή του. Σήμερα η Μεσόγειος θάλασσα προσελκύει 70% από την παγκόσμια ζήτηση για ενοικίαση σκαφών, ενώ 36 εκ. κάτοικοι χρησιμοποιούν τις δραστηριότητες αναψυχής (ECSIP Consortium, 2015). Στη Μεσόγειο, υπάρχουν 2 κέντρα ανάπτυξης του τουρισμού Yachting, οι δυτικές μεσογειακές χώρες και οι ανατολικές. Η θαλάσσια ζώνη για τη Δυτική Μεσόγειο περιλαμβάνει την Γαλλία, την Ισπανία και την Ιταλία με κύρια χαρακτηριστικά τις μακρινές αποστάσεις μεταξύ των σημείων ιστιοπλοΐας, την χαμηλή θερμοκρασία του θαλάσσιου νερού, την υψηλή ποιότητα υπηρεσιών και τα υψηλά κόστη. Η ζώνη της Ανατολικής Μεσογείου περιλαμβάνει την Κροατία, την Ελλάδα, την Τουρκία και τη Κύπρο με κύρια χαρακτηριστικά την ιδανική θερμοκρασία του θαλάσσιου νερού, τις μικρές αποστάσεις μεταξύ των σημείων ιστιοπλοΐας, το υψηλό επίπεδο αρχαιολογικών μνημείων και τουριστικών ενδιαφερόντων, το υψηλό επίπεδο περιβαλλοντικής ποιότητας, τη μεγάλη δυνατότητα αύξηση των θέσεων αγκυροβολίας, τις χαμηλές τιμές συγκριτικά με τις δυτικές αλλά και την χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών (Pardali &

Sakellariadou, 2000). Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ο αριθμός των αφίξεων των τουριστών, των μαρίνων και των θέσεων αγκυροβολίας στις χώρες της ανατολικής και δυτικής ζώνης της Μεσογείου.

Πίνακας 7: Αριθμός αφίξεων τουριστών, μαρίνων και θέσεων αγκυροβολίας στις χώρες της ανατολικής και δυτικής ζώνης της Μεσογείου

Countries	Arrivals of Foreign tourists (millions)	Marinas (No)	Mooring places	Total Capacity of arriving vessels
Greece	10.1	15	6400	633.7
Cyprus	2.0	2	470	335.0
Turkey	-	21	8000	1230.8
Spain	45.1	84	33000	731.7
France	60.6	36	26500	437.3
Italy	29.2	45	23900	818.5

Πηγή: Pardali & Sakellariadou, 2000

Όπως αποτυπώνεται και στο πίνακα την χρονιά του 1998 στην πρώτη θέση στην κατηγορία του αριθμού μαρίνων ήταν η Ισπανία με 84 μαρίνες, ενώ ακολουθούσε με μεγάλη διαφορά η Ιταλία με 45 μαρίνες και στη τρίτη θέση η Γαλλία με 36 μαρίνες, κατά την ίδια περίοδο η Ελλάδα διέθετε μόνο 15 μαρίνες. Σχετικά με τις θέσεις ελλιμενισμού στη πρώτη θέση βρίσκεται πάλι η Ισπανία με 33.000, η Γαλλία με 26.500 και ακολουθεί η Ιταλία με 23.900 ενώ η Ελλάδα διέθετε 6.400.

Κατά την περίοδο 2000- 2012 στην Ευρώπη καταγράφονται περισσότερες από 1.000.000 θέσεις ελλιμενισμού για σκάφη αναψυχής, ενώ στην Μεσόγειο ο αριθμός φτάνει τις 520.000. Τις περισσότερες θέσεις ελλιμενισμού διαθέτει η Γαλλία με 227.000 θέσεις και ακολουθούν Ισπανία με 131.000 και Ιταλία με 130.000 θέσεις αντίστοιχα. Η Ελλάδα διαθέτει 9.862 θέσεις ελλιμενισμού σε μαρίνες και συνολική ακτογραμμή 16.300 km. Ενώ η Κροατία διαθέτει 13.416 και η γειτονική Τουρκία 11.747 (Κ. Γκιζιάκης et al, 2012 όπ. ανάφ. Διαμαντίδης, 2016). Οι θέσεις

ελλιμενισμού σε κράτη της Ευρώπης παρουσιάζονται αναλυτικά και στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 8: Αριθμός θέσεων ελλιμενισμού σε χώρες της Ευρώπης;

Χώρα	Θέσεις ελλιμενισμού	Ακτογραμμή (km)	Θέσεις ελλιμενισμού ανά km ακτογραμμής
Ελλάδα	9.862	16.300	0,60
Γαλλία	227.000	4.668	48,63
Ισπανία	131.000	4.964	26,39
Ιταλία	130.000	7.600	17,11
Κροατία	13.416	5.835	2,3
Κύπρος	687	64	10,73
Μάλτα	1.108	196,8	5,63
Σλοβενία	1.475	46	32,07
Τουρκία	11.747	7.200	1,63
Σύνολο	526.295	45.373,8	11,60

Πηγή: Διαμαντίδης, 2015 :5

Ενώ σχετικά με τις μαρίνες superyacht παρατηρείται ένας αυξημένος αριθμός σε μεσογειακό επίπεδο. Συγκεκριμένα; τη πρώτη θέση κατέχει η Ιταλία με 78 μαρίνες, ακολουθεί με 35 η Ισπανία και με 35 η νότια Γαλλία και το Μοντενέγκρο. Στην ανατολική πλευρά της Μεσογείου η Ελλάδα διαθέτει 11 μαρίνες, η Τουρκία 22, η Κύπρος 2 και η Κροατία με 25. Ο αριθμός των μαρίνων superyachts παρουσιάζεται αναλυτικά στο γράφημα:

Γράφημα 3: Αριθμός μαρίνων superyacht σε μεσογειακό επίπεδο



Πηγή: The Superyacht, Summer 2011 όπ. ανάφ. στο Διαμαντίδης 2016:9

Η Ιταλία με 8.200 χλμ ακτογραμμή και με σημαντική ναυτική παράδοση κατέχει μια πολλή σημαντική θέση στην βιομηχανία του yachting tourism. Διαθέτει συνολικά 478 μαρίνες και 167. 875 θέσεις αγκυροβολίας. Η ποιότητα και η ποσότητα των υποδομών μαζί με τις εταιρίες ενοικίασης σκαφών έχουν καταστήσει την περιοχή ιδανική για ιδιωτική περιήγηση με σκάφη (Gon et. al., 2016). Σύμφωνα με στοιχεία του Nautical National Observatory, υπάρχουν στην Ιταλία 489.000 σκάφη, από τα οποία τα 356.000 είναι με μηχανή, τα 132.000 είναι μικρά και 8000 είναι ιστιοφόρα χωρίς μηχανή (Ivaldi et al., 2017). Μέχρι το 2008 η Ιταλική θαλάσσια βιομηχανία επήλθε σε περίοδο ακατάπαυστης κρίσης. Παρατηρήθηκε μη ανανέωση του στόλου και πτώση των τιμών και νομοθεσία με αυστηρή και ποινική στάση απέναντι στους ιδιοκτήτες σκαφών. Το 2012, παρατηρήθηκε μείωση κατά 36.000 στα προσωρινά αγκυροβόλια, με αποτέλεσμα να χαθούν 10.000 θέσεις εργασίας. Κατά τη διετία 2014- 2015 η ιταλική κυβέρνηση έδωσε νέα ελπίδα στους ιδιοκτήτες σκαφών ακυρώνοντας κάποιους «ενοχλητικούς» νόμους (Ivaldi et al., 2017).

Σημαντική είναι και η ανάπτυξη που παρατηρείται στον τομέα του τουρισμού yachting στην Τουρκία. Οι πιο καθιερωμένες μαρίνες στη Τουρκία είναι οι ακόλουθες: Izmir, Cesme, Kuşadası, Bodrum, Datsa, Bozburun, Marmaris, Gocek, Fethiye, Kalkan, Kas, Finike, Kemer και Antalya. Σε αυτές τις επαρκώς εξοπλισμένες μαρίνες, οι yachters μπορούν να βρουν όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες και τον εξοπλισμό που απαιτείται ενώ υπάρχουν και τα αεροδρόμια Antalya, Dalaman, Izmir και Istanbul που προσφέρουν γρήγορες συνδέσεις με όλες τις τούρκικες μαρίνες (Guner & Guler, 2000).

Πέρα από την Ιταλία και την Τουρκία, ο θαλάσσιος τουρισμός και ιδιαίτερα ο yachting tourism παίζει ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο τουριστικό προϊόν της Κροατίας. Η ανάπτυξη του τουρισμού yachting στην Κροατία βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με άλλες μορφές τουρισμού. Παρατηρήθηκε η προσέλκυση νέων τουριστών και ξένων επενδύσεων και σχετικών επιχειρήσεων. Η εικόνα της χώρας προωθείται συνεχώς ενώ η χώρα παρουσιάζεται ως ισχυρός θαλάσσιος προορισμός (Favro & Gržetić, 2008). Οι περισσότεροι τουρίστες

θαλάσσιου τουρισμού που επισκέπτονται την Κροατία προέρχονται από την Αυστρία, την Ιταλία και την Γερμανία, καθώς και με συχνότερα τα πλοία από 10μ- 15μ. και τα ιστιοπλοϊκά αποτελούν το 60,6% της συνολικής κίνησης (Ceronic, 2002).

Σχετικά με τον αριθμό των σκαφών αναψυχής σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σύμφωνα με την «Έρευνα για την ανάδειξη της σημασίας των σκαφών αναψυχής στον θαλάσσιο τουρισμό και την εθνική οικονομία» το 2013, οι Σκανδιναβικές χώρες είναι αυτές με τα περισσότερα σκάφη αναψυχής στην Ευρώπη καθώς υπάρχουν 753.000 σκάφη αναψυχής στην Σουηδία και 1.000 περίπου Μαρίνες, 731.000 σκάφη στη Φιλανδία και 1.750 Μαρίνες και τέλος 692.000 σκάφη αναψυχής στην Νορβηγία και αντίστοιχα 300 Μαρίνες (Διαμαντίδης, 2016).

Πίνακας 9: Σκάφη αναψυχής και μαρίνες ανά χώρα

Χώρα	Σκάφη Αναψυχής	Μαρίνες
Ελλάδα	17.700	28
Γαλλία	752.935	376
Γερμανία	441.530	2.647
Ηνωμένο Βασίλειο	463.019	500
Ιρλανδία	25.067	34
Ιταλία	400.000	105
Κροατία	105.000	123
Νορβηγία	692.000	300
Ολλανδία	280.000	1.200
Πορτογαλία	55.000	28
Πολωνία	51.170	290
Σουηδία	753.000	1.000
Φιλανδία	731.000	1.750
Σύνολο	4.987.421	8.763

Πηγή: Διαμαντίδης, 2016

Ενώ, σχετικά με τον αριθμό των ιδιοκτητών σκαφών παρατηρείται πως ο μεγαλύτερος αριθμός ιδιοκτητών βρίσκεται στη βόρεια Ευρώπη, τη Σουηδία και ειδικότερα στις βαλτικές χώρες. Η Φιλανδία, η Σουηδία και η Νορβηγία διαθέτουν τα υψηλότερα ποσοστά ιδιοκτησίας σκαφών αναψυχής. Οι σκανδιναβικές και βαλτικές χώρες κατέχουν συνολικά 2 εκατομμύρια σκάφη αναψυχής. Ενώ, τα περισσότερα

σκάφη στην Ευρώπη υπολογίζονται να είναι συνολικά 7.5 μέτρα (ECSIP Consortium, 2015).

Τέλος, στη βιομηχανία της κατασκευής πολυτελών σκαφών σημαντικός είναι ο ρόλος της Ιταλίας αλλά και η Τουρκίας με σημαντικά αποτελέσματα στην οικονομία τους. Πιο συγκεκριμένα στην Ιταλία κατασκευάστηκε το 2010 το 32% του παγκόσμιου στόλου σκαφών τύπου superyacht με συνολικό μήκος 46.879 m ενώ στην Τουρκία το 5% με συνολικό μήκος 7.870 m (A. Carrato, 2011 όπ. ανάφ. στο Διαμαντίδης, 2016).

3.2. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

3.2.1. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΑΛΑΣΣΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός και η ναυτιλία από αρχαιότατους χρόνους αποτελούσαν τομείς κλειδιά για την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Από την δεκαετία του 1950 και μετά, παρατηρήθηκε ταχεία ανάπτυξη στους 2 κλάδους που είχε ως αποτέλεσμα το «θαύμα της Ελληνικής ναυτιλίας» και την «βαριά βιομηχανία του τουρισμού». Ήδη από τη δεκαετία του '60 ξεκίνησαν την λειτουργία τους οι πρώτες μαρίνες στην Ελλάδα. Πολλές μαρίνες δημιουργήθηκαν και ακόμα περισσότερες χωροθετήθηκαν. Η Ρόδος, η Σαντορίνη, η Κρήτη και τα Ιόνια νησιά ανέπτυξαν πρώτοι και έκαναν επενδύσεις στον θαλάσσιο τουρισμό (Ασημακοπούλου, 2015).

Οι κυριότερες μορφές του θαλάσσιου τουρισμού είναι η κρουαζιέρα και το yachting και ως τρίτο ξεχωριστό μέρος ορίζεται οι ημερήσιες κρουαζιέρες-περιηγήσεις (Diakomihalis, 2007b). Στη βιομηχανία της Κρουαζιέρας, οι κρουαζιέρες ανήκουν στο χώρο των παγκόσμιων και ιδιαίτερα των μεσογειακών θαλάσσιων χώρων και ειδικότερα της ανατολικής Ευρώπης (Diakomihalis, 2007b). Τα λιμάνια της Ελλάδας αποτελούν δημοφιλείς προορισμούς σε προγράμματα κρουαζιέρας με συμπληρωματικούς προορισμούς την Ιταλία, Τουρκία, Κύπρος ή Αίγυπτο. Τα ημερήσια πλοία προσφέρουν ημερήσιες κρουαζιέρες που φεύγουν από την ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα για παραλιακούς προορισμούς στο πλαίσιο ημερήσιων ξεναγήσεων που είναι οργανωμένες από τουριστικά γραφεία (Diakomihalis, 2007a).

3.2.2 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ- ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η Ελλάδα μπορεί να θεωρηθεί ως ένας ιδανικός προορισμός για τον τουρισμό Yachting καθώς διαθέτει τα περισσότερα πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες εξαιτίας των πολλών συμπλεγμάτων των νησιών στο Ιόνιο και στο Αιγαίο πέλαγος, την μεγάλη ακτογραμμή, το ιδανικό κλίμα και της ελληνικής ναυτικής παράδοσης (Διαμαντίδης, 2016). Διαθέτει ακτογραμμή 17000 χλμ, και τα νησιωτικά συμπλέγματα της χώρας είναι πάνω από 4000 νησιά με αποτέλεσμα να ελκύουν μεγάλο αριθμό σκαφών αναψυχής. Η ύπαρξη πολλών

νησιών, σε συνδυασμό με τα προστατευμένα νερά του Αιγαίου, μπορεί να δώσει την δυνατότητα για ανάπτυξη πολλών και διαφορετικών διαδρομών (Haritonidis, 1995, .Pardali et al, 2007).

Η ελληνική αγορά επαγγελματικών σκαφών αναψυχής (sailboats) ξεκίνησε τη δεκαετία του 1970. Το 1960, ο ελληνικός οργανισμός τουρισμού ξεκίνησε την κατασκευή και την λειτουργία σταθμών εξυπηρέτησης yacht (Pardali & Sakellariadou, 2000). Οι πρώτες μαρίνες κατασκευάστηκαν, το 1963 η μαρίνα της Βουλιαγμένης, το 1966 η μαρίνα της Ζέας στο Πειραιά, η μαρίνα Αρέτσου στη Θεσσαλονίκη το 1973 η μαρίνα του Αλίμου και η μαρίνα στα Γουβιά, στην Κέρκυρα (Ανδριανός, 2017). Αυτές οι πρωτοβουλίες από τον ΕΟΤ πραγματοποιήθηκαν σε συνεργασία με το Υπουργείο θαλάσσιων υποθέσεων, νήσων και αλιείας (Ministry of Mercantile maritime) και το Υπουργείο οικονομικών και το επίσημο yachting club της Ελλάδος (RYCG) (Diakomihalis, 2007a).

Το RYCG, το επίσημο yachting club της Ελλάδος ή ο ναυτικός όμιλος Ελλάδος όπως ονομάζεται σήμερα που ήταν το μόνο οργανωμένο διεθνές yachting club σύμφωνα με τα ξένα διεθνή πρότυπα. Μέχρι το 1960, το RYCG ήταν το μοναδικό Yachting club με τις απαραίτητες υποδομές για να φιλοξενήσει σκάφη αναψυχής. Μέχρι το 1968 είχε αναλάβει να καταγράφει όλα τα στατιστικά στοιχεία για το yachting σε ολόκληρη τη χώρα καθώς και την προώθηση του ελληνικού Yachting με διεθνείς οργανώσεις και αθλητικά events(Diakomihalis, 2007a).

3.2.3. Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

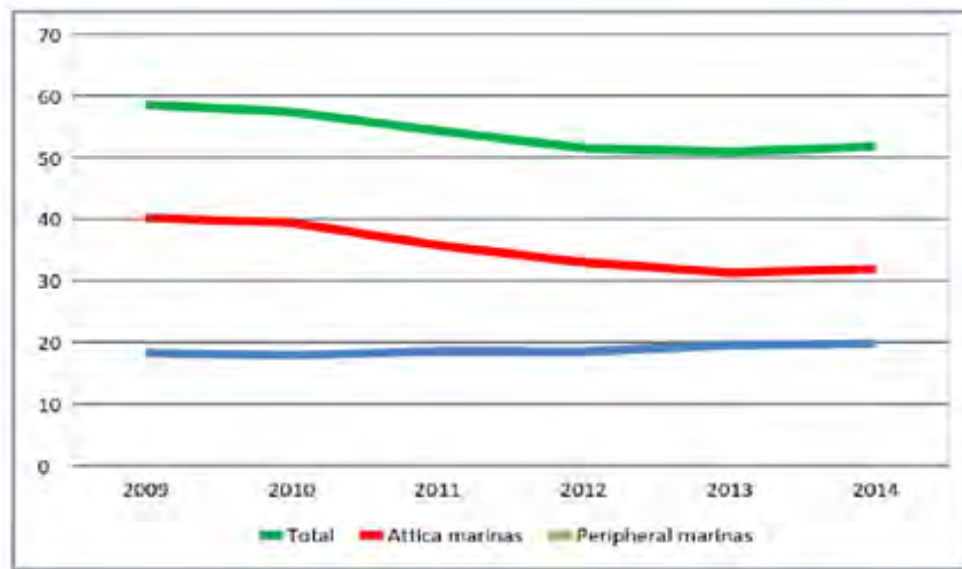
Με την ίδρυση του ΕΟΤ το 1960, οι δραστηριότητες και οι υπηρεσίες σχετικές με το Yachting πραγματοποιούνταν σε 85 γεωγραφικές τοποθεσίες στην Ελλάδα. Το 1961 απλοποιήθηκαν οι εργασιακές διαδικασίες για τις προμήθειες και τα καύσιμα των ιστιοφόρων. Στη συνέχεια το 1976 η Ελλάδα ψήφισε ένα νέο νομικό πλαίσιο για τις εταιρίες που σχετίζονται με το Yachting , ενώ η τουριστική αγορά για Yachting στην Ελλάδα αναπτύχθηκε σημαντικά μετά το 1970(Chen, et. al., 2016).

Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ για τις ενοικιάσεις των τουριστικών σκαφών το 1984, προκύπτει πως ενοικιάστηκαν 4.867 σκάφη αναψυχής και ο αριθμός των ενοικιάσεων ήταν 7.994. Το 1996 ο αριθμός των σκαφών έφτασε τα 19.148 και οι ενοικιάσεις τις 20.995. Ο συνολικός αριθμός των ενοικιάσεων δείχνει μία αύξηση 42% την περίοδο 1991- 1995. Το 1997 ήταν 21.436 ενοικιάσεις και το 1998 ο

αριθμός των σκαφών που ενοικιάστηκαν έφτασε τις 21. 788 με 25.582 ναυλώσεις. Το 2001 30.000 σκάφη ενοικιάστηκαν από 80 μεσιτικά γραφεία με διάρκεια 9 ημερών. Ενώ το 2004 είχε 40.000 ναυλώσεις με διάρκεια μέσης ναύλωσης 7 ημερών. Όπως παρατηρείται με την πάροδο του χρόνου σημειώθηκε μια σταδιακή και σημαντική αύξηση στον αριθμό των ενοικιάσεων γεγονός που αποδεικνύει την ανάπτυξη που παρατηρείται στον τομέα(Diakomihalis, 2007a).

Το yachting στην Ελλάδα το 1995 κάλυπτε σχεδόν 0,9% της ετήσιας τουριστικής κίνησης. Από τους 10. 712.145 τουρίστες που επισκέφτηκαν την χώρα, 93.000 αγόρασαν υπηρεσίες yachting. Πιο σύγχρονα στοιχεία, από έρευνα του 2004 το ποσοστό των τουριστών yachting στο σύνολο της τουριστικής κίνησης άγγιξε τα 0 1.56%. Ενώ κατά το 2007 από τα 15 εκατομμύρια τουρίστες που επισκέφτηκαν τη χώρα 234.000 τουρίστες αγόρασαν υπηρεσίες yachting. (Diakomihalis, 2007a). Όμως, μέχρι το 2008 ο ελληνικός τουρισμός yachting είχε μειωθεί κατά 30%. Πολλά ήταν τα yachts που αναγκάστηκαν να ελλιμενίσουν στις γειτονικές χώρες όπως στην Κροατία και στην Τουρκία εξαιτίας της αλλαγής στο φορολογικό σύστημα της Ελλάδας(Chen et.al., 2016).

Τα στατιστικά στοιχεία της Ένωσης Ελληνικών Μαρίνων, δείχνουν πως παρατηρήθηκε μείωση στη ζήτηση την χρονική περίοδο 2009-2014. Αυτό γίνεται εμφανές από την μείωση στα έσοδα στο σύνολο των μαρίνων, και ειδικότερα στις μαρίνες της Αττικής που καλύπτουν και το μεγαλύτερο μέρος. Αναλυτικότερα, τα έσοδα από τις παρεχόμενες υπηρεσίες των μαρίνων της Αττικής χερσονήσου ακολουθούν συνεχή πτωτική πορεία της τάξεως του 25% από το διάστημα 2000-2013 ενώ την διετία 2013-2014 παρατηρήθηκε μια σταθερή πορεία (Ανδριανός, 2017).

Γράφημα 4: Έσοδα μαρίνων της Ελληνικής ένωσης μαρίνων την περίοδο 2009 – 2014

Πηγή: Ανδριανός, 2017

Τα τελευταία χρόνια όμως ως αποτέλεσμα του συνδυασμού των αποτρεπτικών μέτρων πολιτικής, η ζήτηση για αυτό του είδους τουρισμού μειώθηκε στην εσωτερική αγορά της Ελλάδας. Ο αριθμός των ξένων τουριστών στην Ελλάδα μειώθηκε εξαιτίας της αύξησης του ανταγωνισμού στις γειτονικές χώρες. Γεγονός που κρίνει επιβεβλημένη την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών αλλά και την ύπαρξη ενός ακόμη πιο απλοποιημένου νομικού πλαισίου για το τουρισμό yachting. Σημαντικό πρόβλημα εντοπίζεται σε συγκεκριμένες διαδικασίες και στο σύστημα φορολόγησης όταν τα yachts βρίσκονται στις μαρίνες και ειδικότερα για αυτά εκτός ευρωπαϊκής ένωσης. Πρόβλημα δημιουργείται επίσης εξαιτίας του μικρού αριθμού εταιριών επαγγελματικών yacht καθώς κάποιες αναγκάστηκαν να αποχωρήσουν εξαιτίας της οικονομικής κρίσης (Ανδριανός, 2017).

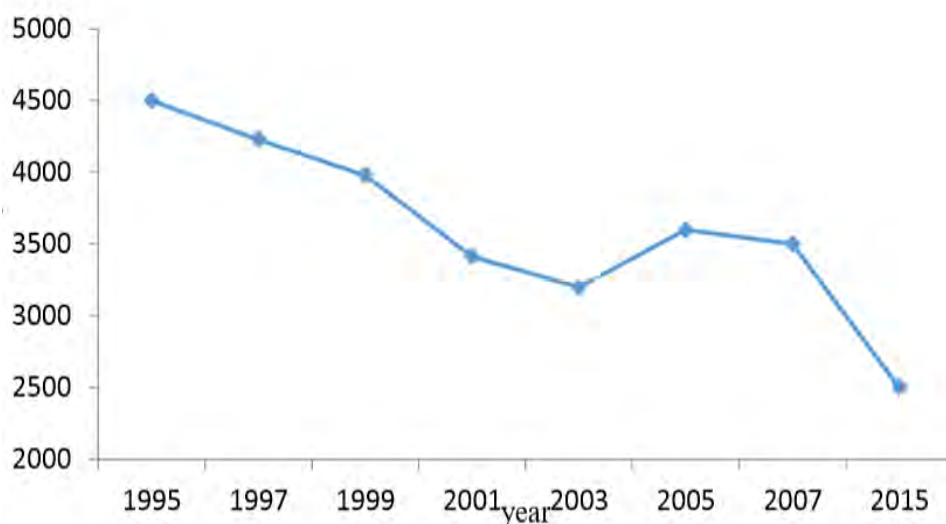
3.2.4.ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η αγορά ενοικίασης yacht και γενικότερα σκαφών αναδεικνύεται ως μια ιδιαίτερη δυναμική και με πιθανότητες μεγάλης ανάπτυξης πρακτική. Η τουριστική περίοδος διαρκεί 7 μήνες (Απρίλιος- Οκτώβριος). Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ, η εμφάνιση των σκαφών αναψυχής είναι πιο έντονη κατά τρεις περιόδους: Ιούνιο Αύγουστο κατά 54%, Απρίλιο – Μάιο και Σεπτέμβριο – Οκτώβριο κατά 40%

(Diakomihalis, 2007a). Κατά τους θερινούς μήνες και ιδιαίτερα κατά τον Ιούλιο – Αύγουστο αυξάνεται η ζήτηση για λιμενικές υπηρεσίες ενώ τους υπόλοιπους μήνες της τουριστικής περιόδου αυξάνεται η ζήτηση για υπηρεσίες ναυπήγησης και συντήρησης των σκαφών και κυρίως υπηρεσιών δεξαμενισμού. (Ανδριανός, 2017).

Σχετικά με το στόλο σκαφών αναψυχής σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Ναυτιλίας, από όλες τις Μεσογειακές χώρες η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο στόλο σκαφών αναψυχής. Αναφορικά με τον αριθμό των yachts αυτός κυμαίνεται από 5.800- 6.300, τα οποία όμως χρησιμοποιούνται κυρίως από τους ιδιοκτήτες τους για προσωπική αναψυχή. Από την δεκαετία του 1990 ο αριθμός των ενεργών εμπορικών yacht έχει μειωθεί, και συγκεκριμένα κατά την περίοδο 1995-2015 μειώθηκε από 4.500 σε 2.500 (Chen, et. al., 2016).

Γράφημα 5: Ο αριθμός των ενεργών εμπορικών Yachts στην Ελλάδα την περίοδο 1995-2015



Πηγή: Chen et al., 2016

Αρχικά, οι ελληνικές μαρίνες χωρίζεται σε επτά ιστιοπλοϊκά δίκτυα (Pardali, et al., 2007).

- Αττική, Κυκλάδες
- Βόρειο και Νότιο Ιόνιο Πέλαγος
- Σποράδες
- Νοτιοανατολικό Αιγαίο
- Βορειοανατολικό Αιγαίο

- Νότια Πελοπόννησος
- Αργολοσαρωνικός- Ανατολική Πελοπόννησος

Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ και της Ένωσης Μαρίνων Ελλάδος στην Αττική υπάρχουν 4.075 θέσεις ελλιμενισμού. Συγκεκριμένα, ο μεγαλύτερος αριθμός θέσεων ελλιμενισμού παρατηρείται στη μαρίνα των Γουβίων με περισσότερες από 1200, ακολουθεί η μαρίνα Αλίμου με περισσότερα από 1000, ενώ στη τρίτη θέση βρίσκεται η μαρίνα της Γλυφάδας. Στις υπόλοιπες μαρίνες υπάρχουν 8. 924 αγκυροβόλια.

Σύμφωνα με στοιχεία από την Ένωση Μαρίνων Ελλάδος οι χωροθετημένες ελληνικές μαρίνες είναι 59. Από αυτές μόνο οι 36 είναι σε λειτουργία (28 λειτουργούν και 8 υπολειτουργούν). Από τις εν λειτουργία μαρίνες, οι 22 ανήκουν στον Οργανισμό Ελληνικών Μαρίνων και οι 7 από αυτές βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής. Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται η κατάσταση λειτουργίας των μαρίνων στην Ελλάδα:

Γράφημα 6: Κατάσταση λειτουργίας μαρίνων στην Ελλάδα



Πηγή: Υπουργείο τουρισμού, 2016 όπ. ανάφ. στο Ανδριανός, 2017

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά τα χαρακτηριστικά των μαρίνων που ανήκουν στην «Ένωση μαρίνων Ελλάδας», και συγκεκριμένα αναγράφεται η γεωγραφική περιφέρεια στην οποία ανήκουν, ο αριθμός θέσεων ελλιμενισμού, ο διαχειριστής και αν κατέχουν ή όχι γαλάζια σημαία:

Πίνακας 10: Τα χαρακτηριστικά των μαρίνων στην Ελλάδα

A/A	Ονομασία	Περιφέρεια	Θέσεις ελλιμεν.	Γαλάζια σημαία	Διαχείριση
1	Zea Marina	Αθήνα	670		K&G Med. Marinas Management
2	Athens Marina		130		J&P-Avax Sa, Vioter, Vernicos Yachts SA
3	Flisvos Marina		303	*	Lamda Flisvos Marina SA
4	Alimos Marina		1080		Tourist Development Co
5	Vouliagmeni Marina		103		Tourist Development Co
6	Olympic Marine		680	*	Olympic Marine SA
7	Agios Kosmas Marina		337	*	Hellinikon SA
8	Mytilene Marina	Αιγαίο και Δωδεκάνησα	222		FolliFollie Group & Setur Marinas (Turkish)
9	Samos Marina		280		Delos Marinas
10	Leros Marina		220	*	Marina Island of Leros Evros SA
11	Kos Marina		250	*	Municipality of Kos
12	Rhodes Marina		600		Municipal Sea Port Fund of South Dodecanese
13	Agios Nikolaos Marina		255	*	K&G Med. Marinas Management
14	Gouvia Marina	Ιόνιο & Πελοπόννησος	1235	*	K&G Med. Marinas Management
15	Preveza Marina		300		
16	Kleopatra Marina		100	*	Ioannis and Ilias Tefas SA
17	Lefkas Marina		620	*	K&G Med. Marinas Management
18	Kalamata Marina		250		K&G Med. Marinas Management
19	Messolonghi Marina	Βόρεια Ελλάδα	180		K&G Med. Marinas Management
20	Aretsou Marina		242		Tourist Development Co
21	Sani Marina		215	*	Marina Sani SA
22	Porto Carras Marina		315	*	Delos Marinas
	Σύνολο		8.497	11	

Πηγή: Ένωση Μαρίνων Ελλάδας, 2017 όπ. ανάφ. στο Ανδριανός, 2017

Οι περισσότερες μαρίνες βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής καθώς οι περισσότεροι ιδιοκτήτες των σκαφών είναι κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας. Το 37,% των θέσεων ελλιμενισμού ανήκει σε μια εταιρεία ενώ το 64% σε τρεις εταιρείες συνολικά (Ανδριανός, 2017). Επομένως παρατηρούνται τάσεις για υψηλό συγκεντρωτισμό στην αγορά. Ενώ 12 είναι συνολικά οι μαρίνες που έχουν βραβευτεί με Γαλάζια Σημαία: η Μαρίνα Πόρτο Καρράς, η Μαρίνα Σάνη, η Μαρίνα Miraggio, η Olympic Marine, η Μαρίνα Γουβιών, η Μαρίνα Αγ. Νικολάου, η Μαρίνα Κω, η Μαρίνα Λέσβου, η Μαρίνα Αγ. Κοσμά, η Μαρίνα Φλοίσβου, η Μαρίνα Κλεοπάτρα και η Μαρίνα Λευκάδας⁶.

Σχετικά με το μήκος της ακτογραμμής, η Ελλάδα έχει λιγότερες θέσεις ελλιμενισμού yachting και υψηλής ποιότητας μαρίνες σε σχέση με τους ανταγωνιστές στη Μεσόγειο. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος το καλοκαίρι παρατηρείται μια μεγάλη έλλειψη για αγκυροβόλια mega yachts στην Ελλάδα (Chen et al., 2016). Ενώ, είναι χαρακτηριστικό πως υπάρχουν περιοχές στην Ελλάδα οι οποίες δεν διαθέτουν μαρίνες ή διαθέτουν μικρό αριθμό μαρίνων. Ειδικότερα στην Περιφέρεια της Θεσσαλίας δεν λειτουργεί ούτε μια μαρίνα, και στην περιοχή του Αιγαίου που πρόκειται για μία πολύ σημαντικά τουριστική περιοχή λειτουργούν μόνο τέσσερις και στο Ιόνιο μόνο δυο. Ενώ στις Κυκλάδες που είναι ένα μέρος της χώρας που προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών σε ετήσια βάση, προκαλεί έκπληξη το γεγονός πως δε διαθέτει μαρίνες(Διαμαντίδης, 2016).

Πέρα όμως από τις μαρίνες τα σκάφη αναψυχής μπορούν να φιλοξενηθούν επίσης και σε λιμάνια, δηλαδή εντός αγκυροβολίων αρκετών λιμένων εκτός από τον λιμένα Πειραιώς και Θεσσαλονίκης. Δια μέσου λιμενοβραχιόνων, έχουν δημιουργηθεί ασφαλείς χώροι για τον ελλιμενισμό των σκαφών. Οι χώροι αυτοί ονομάζονται Ζώνες Σκαφών Αναψυχής σε Υφιστάμενες Λιμενικές Εγκαταστάσεις (ΖΩ.Σ.Α.Υ.Λ.Ε.). Οι ζώνες αυτές βρίσκονται υπό την επιτήρηση την διαχείριση και την είσπραξη των τελών ελλιμενισμού των λιμενικών αρχών. Παραδείγματα λιμανιών με χώρους ΖΩ.Σ.Α.Υ.Λ.Ε. είναι: το Μικρολίμανο στον Πειραιά, το λιμάνι της Αίγινας, στον Πόρο, στην Ύδρα, στις Σπέτσες, στη Ζάκυνθο, στην Ιθάκη, στην Κεφαλονιά, στην Λευκάδα, στους Παξούς, στην Ίο, στην Μύκονο, στην Πάτμο, στην Σύμη, στην Λέσβο, στην Χίο, στον Ναύπλιο, στο Γύθειο, στην Πύλο, και σε άλλα μέρη

⁶ <https://eepf.gr/el/blueflag>

Τέλος, οι τουρίστες θαλάσσιας περιήγησης που επισκέπτονται τη χώρα είναι κυρίως Γερμανοί, Ιταλοί, Βρετανοί και Γάλλοι. Σύμφωνα με έρευνα οι Αμερικανοί τείνουν να προτιμούν σκάφη με μηχανή και όχι ιστιοπλοϊκά (Diakomihalis, 2008).

3.2.5. ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΜΕ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

3.2.5.1. Νομοθετικό πλαίσιο για τη κατασκευή υποδομών θαλάσσιου τουρισμού

Από το 1960 μέχρι και σήμερα έχει πραγματοποιηθεί μία σειρά από νομοθετικές παρεμβάσεις οι οποίες θέτουν τις βάσεις και τους κανόνες που διέπουν τον θαλάσσιο τουρισμό στο σύνολό του. Το έτος 1960 πάρθηκε η πρώτη απόφαση για την κατασκευή μαρίνων από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (Paradimitriou, 2009 όπ ανάφ στο Γκότοβου, 2014).

Κατά την περίοδο 1980- 81 με πρωτοβουλία του ΕΟΤ και έπειτα από επιθυμία για ίδρυση και ανάπτυξη δικτύου λιμένων σκαφών αναψυχής ανατέθηκε στην «Έδρα Λιμενικών Έργων» του Ε.Μ.Π., (μετέπειτα Εργαστήριο Λιμενικών Έργων Ε.Μ.Π.) η εκπόνηση του Σχεδίου Εθνικού Συστήματος Λιμένων Αναψυχής (Σ.Ε.Σ.Υ.Λ.Α) (Διαμαντίδης, 2016). Πρόκειται για την πρώτη προσπάθεια χωροταξικού σχεδιασμού, λιμένων σκαφών αναψυχής βάση κοινωνικοοικονομικών, γεωγραφικών, πολιτισμικών, γεωμορφολογικών, λειτουργικών, συγκοινωνιακών, τουριστικών κριτηρίων (Ανδριανός, 2017).

Σύμφωνα με το Σ.Ε.Σ.Υ.Λ.Α ο Ελλαδικός θαλάσσιος χώρος διακρίθηκε σε οκτώ Ζώνες Ναυσιπλοΐας Αναψυχής (Υποσυστήματα Εθνικού Συστήματος Λιμένων Αναψυχής): Ιόνιο Πέλαγος, Θρακικό Πέλαγος, Θερμαϊκός Κόλπος, Ανατολικό Αιγαίο – Δωδεκάνησα, Κρήτη, Νότια Πελοπόννησος, Σαρωνικός – Κορινθιακός – Αργολικός, Νότιος Ευβοϊκός – Νότιο Αιγαίο, Βόρειος Ευβοϊκός – Παγασητικός – Σποράδες. Δημιουργήθηκαν ακόμη συνολικά 380 εγκαταστάσεις υποδοχής και εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής. (Ανδριανός, 2017).

Μέχρι το 1993, η αγορά του Yachting και τα λιμάνια yacht στην Ελλάδα υποκινούνταν από τους δημόσιους νόμους και απαγορευόταν η κατασκευή μαρίνων από ιδιωτικό κεφάλαιο και η πλήρης εκμετάλλευσή τους. Ο νόμος 2160/93 αποτελεί μία από τις σημαντικότερες νομοθετικές παρεμβάσεις και ορίζει πως κάθε απλό η νομικό πρόσωπο με δημόσιο ή ιδιωτικό δικαίωμα, φυσικός ιδιοκτήτης ή χρήστης της ιδιοκτησίας μπορεί να αιτηθεί στη Γραμματεία υποστήριξης τουριστικών λιμανιών

για να κάνει μία μαρίνα. Με βάση αυτό το νόμο η πιθανότητα εκμετάλλευσης της μαρίνας που άνηκε στον ΕΟΤ χορηγήθηκε σε ανεξάρτητες ενώσεις ιδιωτικού ή δημόσιου ενδιαφέροντος μειώνοντας την γραφειοκρατία.

Για τη δημιουργία νέου τουριστικού λιμένα ή για την επέκταση, συμπλήρωση ή μετατροπή υπάρχοντος λιμένα σε τουριστικό εφαρμόζονται αποκλειστικά οι διατάξεις του παραπάνω νόμου. Το ίδιο ισχύει και για τη λειτουργία και τη διαχείριση του συνόλου των τουριστικών λιμένων ανεξαρτήτως του χρόνου δημιουργίας τους και του καθεστώτος διαχείρισής τους. Τη διοίκηση, διαχείριση, εκμετάλλευση και τον έλεγχο των τουριστικών λιμένων ανήκει στη Γενική Γραμματεία Τουρισμού του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού.

Με το νόμο Ν. 2160/93 οι Τουριστικοί Λιμένες στην Ελλάδα χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες οι οποίες είναι: 1) Μαρίνες 2) Καταφύγια και 3) Αγκυροβόλια. Ωστόσο θέσεις ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής διατίθενται επίσης και σε υφιστάμενους λιμένες άλλης χρήσης όπως Ακτοπλοϊκούς, Εμπορικούς κλπ, αλλά και σε ναύδετα. Παλαιότερα επίσης υπήρχε άλλη μια κατηγορία Τουριστικών Λιμένων, αυτή των Ξενοδοχειακών Λιμένων η οποία ωστόσο καταργήθηκε με το νόμο 4070 του 2012⁷.

Στη συνέχεια το 1999, η Μ.Ο.Δ. Α.Ε., (Μονάδα Οργάνωσης της Διαχείρισης Αναπτυξιακών Προγραμμάτων) εξέδωσε τον «Οδηγό Ωρίμανσης Έργων Τουριστικών Λιμένων», με στόχο την διευκόλυνση της χωροθέτησης και αδειοδότησης των Τουριστικών Λιμένων. Την περίοδο εκείνη παρατηρήθηκε έντονη κινητικότητα στο τομέα και καθώς δεν υπήρχε κάποιο χωροταξικό σχέδιο, εκπονήθηκε το σχέδιο «Εθνικό Σύστημα Λιμένων Αναψυχής» (Ε.Σ.Υ.Λ.Α.). Στο σχέδιο καταγράφηκαν οι ανάγκες της χώρας σε εγκαταστάσεις ελλιμενισμού και εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής και έγιναν προτάσεις για τις αναγκαίες νέες λιμενικές εγκαταστάσεις. Με το σχέδιο (Ε.Σ.Υ.Λ.Α.), επελέγησαν 7 περιοχές δημιουργίας "Λιμένων Σκαφών Αναψυχής (ΛΙ.Σ.Α.)" και 220 θέσεις διαμόρφωσης "Ζωνών Αναψυχής εντός υφισταμένων λιμενικών εγκαταστάσεων (ΖΩ.Σ.Α.Υ.Λ.Ε.)", που κάλυπταν όλους τους Νομούς της Χώρας(Ανδριανός, 2017).

Την περίοδο 1999- 2006 παρατηρήθηκαν έντονες τροποποιήσεις και μεταβολές στο θεσμικό πλαίσιο σχετικά με τους τουριστικούς λιμένες με αποτέλεσμα η Μ.Ο.Δ. Α.Ε. να επικαιροποιήσει και τελικά να επανεκδώσει το 2009 τον «Οδηγό

⁷ <http://www.mintour.gov.gr/Investments/touristikoilimenes/creattourlimena>

Ωρίμανσης Έργων Τουριστικών Λιμένων» (Ανδριανός, 2017). Από τότε έως σήμερα ο νόμος του 1993 έχει επέλθει σε τροποποίηση πολλές φορές, όπως για παράδειγμα με τους νόμους 2105/03 και 3220/04, επιφέροντας αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο σε σχέση τόσο με τη χωροθέτηση ενός τουριστικού λιμένα όσο και με τη δημιουργία και λειτουργία του. Με το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο είναι πολλοί οι εμπλεκόμενοι φορείς στη διαδικασία χωροθέτησης και λειτουργίας μιας μαρίνας, καθιστώντας την όλη διαδικασία εξαιρετικά χρονοβόρα και πολύπλοκη. Ενδεικτικά αναφέρονται 9 εμπλεκόμενους φορείς (Διαμαντίδης, 2016):

- Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, Υπουργείο Τουρισμού, Υπουργείο, Περιβάλλοντος, Υπουργείο Υποδομών Μεταφορών και Δικτύων, Υπουργείο Πολιτισμού, Λιμενικό Σώμα, Κτηματική Υπηρεσία, Περιφέρειες, Τοπική Αυτοδιοίκηση

Συμπερασματικά, από την σχετική νομοθεσία περί θαλάσσιου τουρισμού και λιμένων αναψυχής δημιουργούνται πολλά προβλήματα. Το θεσμικό πλαίσιο χαρακτηρίζεται από πολλές συχνές αλλαγές καθιστώντας δύσκολη και περίπλοκη την υλοποίηση ενός πλάνου δημιουργίας ή χωροθέτησης νέας μαρίνας. Ως αποτέλεσμα, για την βελτίωση και την ανάπτυξη του θαλάσσιου κλάδου, απαιτείται η απλούστευση των διαδικασιών και ο εκσυγχρονισμός του θεσμικού πλαισίου που διέπει τους τουριστικούς λιμένες (Διαμαντίδης, 2016)

3.2.5.2. Νομοθετικό πλαίσιο για τα τουριστικά πλοία- σκάφη

Σχετικά με τη νομοθεσία για τα τουριστικά πλοία, ο πρώτος νόμος εκδίδεται το 1976, ο Νόμος 438/1976 ,ΦΕΚ 256/Α'/27.9.1976 «Περί Τουριστικών πλοίων και πλοιαρίων και ναυταθλητικών σκαφών και ρυθμίσεως δασμολογικών και φορολογικών θεμάτων επί πλοίων ως και επί πλοιαρίων αναψυχής». Σύμφωνα με τον οποίο ρυθμίζεται ένα μεγάλο εύρος ζητημάτων όπως θέματα σχετικά με τα σκάφη αναψυχής και τα κρουαζιερόπλοια, το πλήρωμά, τις ναυλώσεις ακόμα και φορολογικά θέματά (Ανδριανός, 2017). Με το συγκεκριμένο νόμο που είναι ακόμα σε ισχύ αν και υπέστη επικαιροποίηση με το νόμο 2743/99 η ένωση των επαγγελματικών yachting ξεκίνησε να σκοπεύει στην παροχή κινήτρων για την αγορά σκαφών αναψυχής. Ενώ, θα πρέπει να επισημανθεί πως η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στο κόσμο που όρισε νομικό πλαίσιο για τις λειτουργίες των εταιριών εκμετάλλευσης σκαφών αναψυχής (Diakomihalis, 2007).

Στη συνέχεια, με το Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμ 347/1998 (ΦΕΚ /231/Α'/12.10.1998), «Εξοπλισμός των πλοίων σύμφωνα με την οδηγία 96/86/ΕΚ του Συμβουλίου της 20ης Δεκεμβρίου 1996», η ελληνική νομοθεσία εναρμονίζεται με την Ευρωπαϊκή και προδιαγράφεται ο εξοπλισμός των πλοίων για την ασφάλειά τους (πυρόσβεση κλπ.) (Ανδριανός, 2017). Το 1999 ψηφίστηκε ο νόμος 2743/99 “Τουριστικό πλοίο ή μικρό σκάφος” σύμφωνα με τον οποίο ορίστηκες τι είναι τουριστικό πλοίο ή σκάφος ορίζεται κάθε πλοίο με αυτόνομη πρόωση στη θάλασσα, με θαλάμους και καμπίνες για 49 άτομα. εκτός από τις καμπίνες που είναι για το πλήρωμα, οι οποίες με κατασκευή μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατ’ αποκλειστικότητα αναψυχή και ξεναγήσεις με πληρωμή ή όχι. Σύμφωνα με τον ίδιο νόμο τα πλοία που έχουν καμπίνες ονομάζονται τουριστικά yachts και αυτά που δεν έχουν ονομάζονται τουριστικά σκάφη ενώ ως ιδιωτικά χαρακτηρίζονται αυτά που δεν έχουν πληρωμή για την ενοικίαση τους διαφορετικά θεωρούνται επαγγελματικά. (Pardali et. al. 2007). Τον Απρίλιο του 2014 εκδόθηκε ο Ν.4256/2014 «Τουριστικά Πλοία και άλλες Διατάξεις» με βασικό σκοπό να εκσυγχρονιστεί το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο (Γκότοβου, 2014).

Το 2007 με τον Νόμο ΥΠ’ ΑΡΙΘ. 3551 (ΦΕΚ 76/Α’/2.4.2007), «Μητρώο επιχειρήσεων ναυπήγησης, μετατροπής, επισκευής και συντήρησης πλοίων», ιδρύθηκε το Μητρώο επιχειρήσεων ναυπήγησης πλοίων και τέθηκαν οι σχετικοί κανονισμοί. Στη συνέχεια με το Νόμο 3790/2009 (ΦΕΚ 143/Α’/7.8.2009) «Εταιρεία ιδιωτικών πλοίων αναψυχής, επιβολή ειδικού φόρου και έκτακτης εισφοράς στα πλοία αναψυχής, ρύθμιση φορολογικών θεμάτων, θεμάτων του Νομικού Συμβουλίου του Κράτους και λοιπές διατάξεις», καθορίστηκε η λειτουργία των ιδιωτικών σκαφών αναψυχής καθώς και φορολογικά θέματα.

Μια ακόμη σημαντική κυβερνητική απόφαση ψηφίζεται το 2014, Η ΚΥΑ_ Αριθμ. 8122.1/29/2014, (ΦΕΚ 2032/Β’/25.7.2014), «Αναπροσδιορισμός δικαιωμάτων Λιμενικών Ταμείων και Δημοτικών Λιμενικών Ταμείων», με βάση την οποία αναπροσδιορίζονται οι τιμές για τον ελλιμενισμό τουριστικών σκαφών εντός λιμένα, οι οποίες ήταν σε ορισμένες περιπτώσεις υπερβολικά χαμηλές (Ανδριανός, 2014).

Από το νέο νόμο 4256/2014 (ΦΕΚ Α 92/14-4-2014) «Τουριστικά πλοία και άλλες διατάξεις» προέκυψε μια σειρά θετικών αποτελεσμάτων που ενίσχυσαν την ανταγωνιστικότητα του κλάδου και συνέβαλαν και στην περαιτέρω ανάπτυξη του (Ανδριανός, 2017):

- ✓ Δημιουργήθηκε «Ηλεκτρονικό Μητρώο» με σκοπό να περιοριστεί σε μεγάλο βαθμό η γραφειοκρατία.
- ✓ Καταργείται η υποχρέωση έκδοσης άδειας ναυλώσεως.
- ✓ Οι ναυλώσεις των ιδιωτικών πλοίων μπορούν να τελούνται υπό προϋποθέσεις.
- ✓ Το επαγγελματικό πλοίο αναψυχής μπορεί να ιδιοχρησιμοποιείται από τον πλοιοκτήτη ή τον εφοπλιστή χωρίς κάποιο χρονικό περιορισμό, όταν δεν εκτελεί σύμβαση ναύλωσης.
- ✓ Τα πλοία με σημαία εκτός ΕΕ ή ΕΟΧ έχουν το δικαίωμα να πραγματοποιούν ναυλώσεις στις οποίες η παραλαβή και η οριστική αποβίβαση των επιβατών πραγματοποιείται μεταξύ ελληνικών λιμανιών, εφόσον είναι άνω των 35 m, υπό προϋποθέσεις .
- ✓ Παύει να υπάρχει η υποχρέωση λήψης άδειας απόπλου και δήλωσης κατάπλου για τα ιδιωτικά πλοία αναψυχής και όσα επαγγελματικά πλοία αναψυχής έχουν ολικό μήκος μέχρι και είκοσι τέσσερα (24) μέτρα όταν δεν έχουν πλήρωμα.
- ✓ Για σκάφη έως 24 μέτρα δεν απαιτείται πλήρωμα.
- ✓ Σκάφη που δεν έχουν ναυτολογημένο πλήρωμα δεν απαιτείται άδεια Απόπλου/ Κατάπλου, ενώ όσα έχουν πλήρωμα απαιτείται μόνον άδεια απόπλου από το αρχικό λιμάνι.
- ✓ Παύει να υφίσταται η υποχρέωση θεώρησης της κατάστασης επιβαινόντων.
- ✓ Απλοποιείται η διαδικασία Ναύλωσης και επιβίβασης των επιβατών χωρίς να περάσουν όλοι από την Λιμενική Αρχή.
- ✓ Απλοποιείται η διαδικασία υποβολής του Ναυλοσυμφώνου στις Αρχές με ηλεκτρονικό τρόπο (ακόμη δεν είναι σε ισχύ).
- ✓ Βελτιώνεται η απαίτηση και ο έλεγχος του ελάχιστου αριθμού ημερών ναύλωσης σε σχέση με το παρελθόν.
- ✓ Καταργείται η υποχρέωση λήψης άδειας ανέλκυσης ή καθέλκυσης (άρθρο 14 παρ. 6) και το αντίστοιχο παράβολο (άρθρο 16 παρ.3).
- ✓ Η ελάχιστη διάρκεια της ναύλωσης είναι οκτώ (8) ώρες (άρθρο 3 παρ. 2 περ.3). Επιτρέπονται 2 ναυλώσεις ανά ημέρα. (Ισχύει περισσότερα για ημερόπλοια)

- ✓ Καταργείται η ατομική ερασιτεχνική άδεια αλιείας και η αντίστοιχη άδεια για τα σκάφη (άρθρο 14 παρ.2).
- ✓ Σταδιακή μείωση στο ΦΠΑ που φθάνει στο 90%, στη φορολογητέα αξία με βάση την αρχική πώληση.

Με την Απόφαση υπ. Αριθμ. 3133.1/01/2015 (ΦΕΚ 775/Β'/ 4.5.2015), του υφυπουργού Ναυτιλίας καθορίστηκε ο τρόπος υπολογισμού των ημερών ναυλώσεως για τις οποίες φορολογείται κάθε επαγγελματικό σκάφος αναψυχής. (Ανδριανός, 2017).

Τέλος, όπως προκύπτει από την έρευνα του ECSIP Consortium (2015) προβλήματα ανακύπτουν και από τους κανονισμούς που διέπουν τον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού σχετικά με τις διάφορες προϋποθέσεις για τα διπλώματα των skippers και τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τις προδιαγραφές ασφάλειας και τις τεχνικές. Δυσκολίες παρατηρούνται εξαιτίας της έλλειψης ομοιογένειας στην εκπαίδευση και στα διπλώματα των skippers και της διαφοροποίησης των απαραίτητων προσόντων των skippers ανά κράτος μέλος. Δεν διαθέτουν όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε. το δίπλωμα International Competence Certificate γεγονός που δυσχεραίνει την αναγνώρισή τους. Ενώ, η ίδια ασάφεια παρατηρείται και στα απαραίτητα δικαιολογητικά για ασφαλή εξοπλισμό για τα σκάφη.

3.2.5.3. Νομοθετικό πλαίσιο σχετικά με το φορολογικό σύστημα στο τομέα του θαλάσσιου τουρισμού

Το φορολογικό σύστημα της Ελλάδας απέναντι στους ιδιοκτήτες σκαφών χαρακτηρίζεται από αστάθεια γεγονός που οδήγησε πολλά σκάφη σε ακινησία δημιουργώντας παράλληλα αίσθηση ανασφάλειας σχετικά με τις μελλοντικές ρυθμίσεις (Γκότοβου, 2014).

Μια σημαντική νομοθετική ρύθμιση για τη λειτουργία του τομέα των σκαφών αποτελεί ο Νόμος 3842/2010,(ΦΕΚ 58/Α'/23.4.2010), «Αποκατάσταση φορολογικής δικαιοσύνης, αντιμετώπιση της φοροδιαφυγής και άλλες διατάξεις» με τον οποίο φορολογούνται σημαντικά τα σκάφη αναψυχής, γεγονός που επηρέασε σημαντικά την αγορά και την ιδιοκτησία σκαφών αναψυχής. Στη συνέχεια με τον Νόμο 4211/2013 (ΦΕΚ256/Α'/28.11.2013), στο άρθρο 13, ορίζεται ένα ειδικό τέλος υπέρ του Δημοσίου με την ονομασία «Τέλος Παραμονής και Πλόων» (Τ.Π.Π.), το οποίο αντικαθιστά τον ειδικό φόρο και επιβαρύνει:

- α) όλα τα πλοία αναψυχής/ ιδιωτικά και επαγγελματικά
- β) τα μηχανοκίνητα μικρά σκάφη ολικού μήκους επτά (7) μέτρων και άνω
- γ) τα επαγγελματικά τουριστικά ημερόπλοια ολικού μήκους επτά (7) μέτρων και άνω.

Τα Τ.Π.Π. επιβάλλονται για όλα τα πλοία που ανήκουν στις παραπάνω κατηγορίες και τα μικρά σκάφη, ανεξάρτητα από τη σημαία τους, τα οποία πλέουν, ελλιμενίζονται ή αγκυροβολούν στα ελληνικά χωρικά ύδατα. Το Τ.Π.Π. είναι σημαντικά μειωμένο σε σχέση με τον ειδικό φόρο, μη ξεπερνώντας τα 100 € ανά μέτρο μήκους, σε ετήσια βάση. Το Τ.Π.Π. προσφέρει τη δυνατότητα υπολογισμού σε μηνιαία βάση, ενώ προσφέρονται μειώσεις της τάξης του 30 % στα σκάφη που επιλέγουν την Ελλάδα ως χώρα ελλιμενισμού. Η εφαρμογή του τέλους άρχισε από την 1/1/2014, όμως δεν έχει ακόμη εκδοθεί η σχετική ΚΥΑ η οποία θα ορίζει την διαδικασία είσπραξης του παραπάνω τέλους με αποτέλεσμα όχι μόνο να μην πραγματοποιείται η είσπραξη του αλλά και να παρατηρείται συνεχώς μεταβολή στο φορολογικό πλαίσιο σχετικά με τα σκάφη αναψυχής (Ανδριανός, 2017).

Όπως καταγράφηκε ήδη ιδιαίτερα σημαντική είναι η συμβολή του νέου Νόμου 4254/2014 (ΦΕΚ 85/Α'/7.4.2014), «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του Ν.4046/2012 και άλλες διατάξεις»

σύμφωνα με τον οποίο δημιουργείται στην Γενική Γραμματεία Δημοσίων Εσόδων του Υπουργείου Οικονομικών «Μητρώο τουριστικών πλοίων και μικρών σκαφών» με σκοπό την καταγραφή των ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Όλα τα σκάφη τα οποία είναι εγγεγραμμένα στο Μητρώο έχουν την δυνατότητα να ναυλώνονται. Σύμφωνα με το νέο νόμο έχουν δικαίωμα εκμίσθωσης και τα ιδιωτικά σκάφη αναψυχής, κάτι που δεν επιτρεπόταν από τον προηγούμενο νόμο. Επίσης, σύμφωνα με το νέο νόμο οι διαδικασίες αδειοδότησης απλοποιούνται και αυξάνονται τα μήκη των πλοίων για τα οποία δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη κυβερνήτη και λοιπού προσωπικού. Είναι εμφανές πως ο κλάδος τίθεται πια σε πιο ανταγωνιστική βάση.

3.2.6. ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η κατασκευή λιμανιών αποκλειστικά για σκάφη αναψυχής ξεκίνησε στην Ελλάδα στις αρχές του 1960 με πρωτοβουλία του ΕΟΤ. Η πρώτη μαρίνα που λειτούργησε στον ελλαδικό χώρο ήταν η μαρίνα Βουλιαγμένης, κατά την διετία 1963-65, ακολούθησε η μαρίνα Ζέας, η Αρέτσου στη Θεσσαλονίκη, η Αλίμου και των Γουβιών στη Κέρκυρα. Εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης για θέσεις ελλιμενισμού, η πρωτοβουλία του ΕΟΤ αποτέλεσε πρότυπο και ακολουθήθηκε το 1980 και από άλλους φορείς δημόσιους και μη όπως τους οργανισμούς της τοπικής αυτοδιοίκησης, το Λιμενικό ταμείο, καθώς και από ιδιωτικούς επενδυτές (Diakomihalis, 2007).

Μέχρι το 1993 στην Ελλάδα δεν υπήρχε ένα θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση των μαρίνων και των λειτουργιών τους, καθώς το υπάρχον θεσμικό καθεστώς επέτρεπε από τη μία την κατασκευή λιμανιών μετά την έγκριση από πολλές συναρμόδιες αρχές (στις οποίες συμπεριλαμβάνονται: το υπουργείο οικονομικών, το υπουργείο ΜΜΜ, το υπουργείο σχεδιασμού και δημοσίων έργων, το ναυτικό και ο ΕΟΤ) και από την άλλη απέκλειαν ιδιωτικές πρωτοβουλίες για τέτοιες επενδύσεις (Diakomihalis, 2007).

Με την ταχεία ανάπτυξη του τουρισμού το 1980 και τη μεγάλη ανάπτυξη και αύξηση των ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής δημιουργήθηκε η ανάγκη δημιουργίας νέου μοντέρνου θεσμικού πλαισίου που θα επέλυε την περιπλοκότητα του ήδη υπάρχοντος καθεστώτος και θα επέτρεπε την είσοδο του ιδιωτικού κεφαλαίου για ειδικές κατασκευές στον θαλάσσιο τουρισμό. Μέχρι τότε αυτές οι ειδικές υποδομές ήταν σχεδόν αποκλειστικά κάτω από τον έλεγχο του

κράτους (εκτός από την μαρίνα του Πόρτο Καρα) από τον ΕΟΤ, από τους δήμους (όπως η Μαρίνα της Γλυφάδας) η το ταμείο των λιμένων (όπως η Μαρίνα της Πάτρας) (Diakomihalis, 2007).

Το κόστος των ελληνικών μαρίνων είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο κόστος της βορειοδυτικής μεσογείου κατά 20-40%. αλλά κατά 30% υψηλότερο από το αντίστοιχο στην Τουρκία. Φυσικά και το κόστος των υπηρεσιών είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει την ζήτηση των υπηρεσιών, όμως δεν είναι ο μοναδικός αφού σημαντικό ρόλο παίζουν και η ποσότητα και γη ποιότητα των αγκυροβολιών καθώς και των υπηρεσιών στα άλλα λιμάνια της Μεσογείου, ενώ τέλος σημαντικός είναι και ο ρόλος της ανάπτυξης που παρατηρείται στην αγορά των σκαφών αναψυχής (Diakomihalis, 2007a).

Τέλος, πέρα από τις υπηρεσίες που προσφέρει και είναι διαθέσιμες, ο τουρίστας – χρήστης καλείται να πληρώσει ένα συγκεκριμένο ποσό για την παραμονή του στα ελληνικά λιμάνια το οποίο καθορίζεται από το υπουργείο ΜΜΜ. Το ποσό κατατίθεται στις αρχές του τοπικού λιμανιού για το Λιμενικό ταμείο και υπολογίζονται με βάση (Diakomihalis, 2007):

- Τη κατηγορία στην οποία ανήκει το σκάφος
- Το μήκος του σκάφους
- Τη διάρκεια παραμονής του στο λιμάνι.

3.2.7. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ YACHT ΚΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ YACHT ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μια βασική λειτουργία του τομέα του τουρισμού yachting είναι η ενοικίαση σκαφών. Για την ενοικίαση απαιτείται ένα συμβόλαιο μεταξύ των δύο παραγόντων της ενοικίασης. Το συμβόλαιο είναι μια αίτηση τριών μέρων, που έχει εγκριθεί από το Υπουργείο Μεταφορών και Υποδομών, το οποίο περιλαμβάνει τους όρους της ενοικίασης (ποσότητα φορτίου, ποσό εγγύησης, ημερομηνίες και λιμάνια αναχώρησης και επιστροφής) και είναι υπογεγραμμένο και στις δύο πλευρές. Μια προκαταβολή δίνεται αρχικά στον ιδιοκτήτη ή στον αναγνωρισμένο εκπρόσωπό του, και το υπόλοιπο ποσό ενοικίασης θα πρέπει να κατατεθεί πριν την αναχώρηση από το σκάφος. Μαζί με την ενοικίαση, ένα κατάλογος απογραφής υπογράφεται, σύμφωνα

με τον οποίο ο ιδιοκτήτης του σκάφους χρεώνει στον ενοικιαστή όλο τον εξοπλισμό που βρίσκεται πάνω στο σκάφος. Τα σύγχρονα χρόνια, εμφανίστηκε η άμεση αίτηση πελάτη το ποίο πρόκειται για ένα συμφωνητικό ναύλωσης μέσω ίντερνετ (Diakomihalis, 2007a).

Οι ενοικιάσεις μπορούν να πραγματοποιηθούν είτε μέσω κάποιου αναγνωρισμένου μεσίτη ή ταξιδιωτικού σύμβουλου ή από τον ιδιοκτήτη του σκάφους. Για την προστασία των ναυλωτών το ελληνικό κράτος προϋποθέτει ότι οι μεσίτες έχουν το σχετικό δίπλωμα από τον ΕΟΤ και ότι έχουν καταθέσει ένα γράμμα εγγύησης για την εξυπηρέτηση κάθε αιτήματος από τους πελάτες. Σε όλες τις περιπτώσεις τα συμφωνητικά ενοικίασης σκαφών θα πρέπει να πραγματοποιούνται κάτω από την επίσημη αίτηση που ορίζεται από τον ελληνικό νόμο (Diakomihalis, 2007a).

Συγκεκριμένα σχετικά με το κόστος ενοικίασης ενός σκάφους αυτό μπορεί να εξαρτηθεί από διάφορους παράγοντες. Συγκεκριμένα εξαρτάται από το μέγεθος, τις ανέσεις που προσφέρει, το βαθμό πολυτέλειας και τις σχετικές υπηρεσίες. Η βασική συμφωνημένη τιμή είναι για ένα σκάφος μαζί με το πλήρωμα, καλύπτοντας όλα τα λειτουργικά κόστη του σκάφους καθώς και πληρωμή και τροφοδοσία του πληρώματος. Κάποιες φορές, ανάλογα με τον τύπο σκάφους και την εποχή, είναι πιθανό να περιλαμβάνεται και το κόστος των καυσίμων και των λιπαντικών ή ακόμα είναι πιθανό το νερό και το λιμάνι για κάποιες ώρες να περιλαμβάνεται. Το κόστος του φαγητού, νερού, του πλυντηρίου και άλλων αναγκών δεν περιλαμβάνονται στην τιμή. Για τα σκάφη χωρίς πλήρωμα οι χρεώσεις είναι διαφορετικές. Ενώ τέλος, επιβάλλεται ένα σταθερό κόστος για την απώλεια του εξοπλισμού που υπάρχει στο σκάφος (Diakomihalis, 2007a).

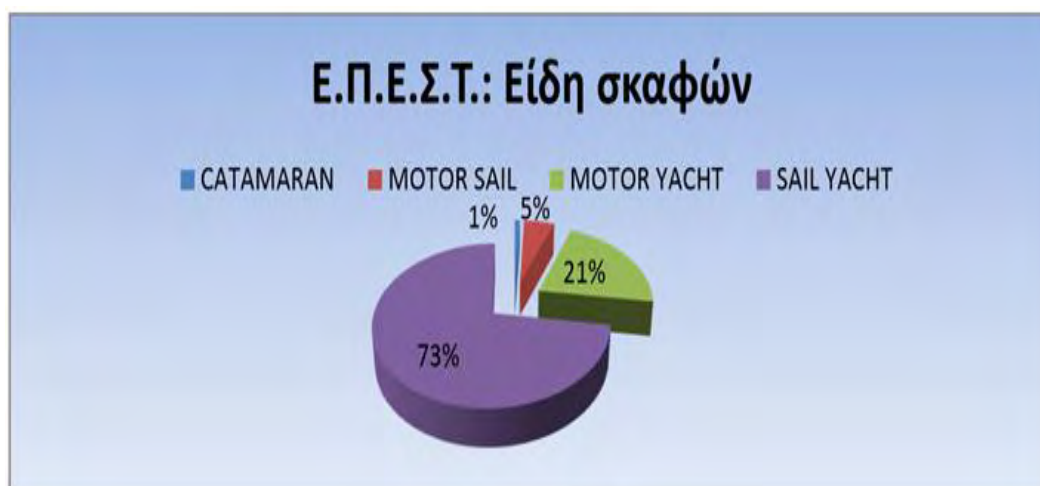
Η λειτουργία των επιχειρήσεων ενοικίασης βρίσκεται υπό την αιγίδα του ΕΟΤ και του Υπουργείου ναυτιλίας για να ρυθμίζονται θέματα σχετικά με τα πλοία και τα yachts (Diakomihalis, 2008). Τα γραφεία ενοικίασης αναλαμβάνουν την ενοικίαση πλωτών μέσων κάθε είδους με ελληνική ή ξένη σημαία, σε Έλληνες ή ξένους για την πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής με πλήρης ενοικίαση, σύμφωνα με ενοικιαστήριο μέσα ή έξω από τα νερά της Ελλάδας. Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 100 εταιρίες yachting ελληνικού ή ξένου ενδιαφέροντος που λειτουργούν έχοντας 4.000 σκάφη με ελληνική σημαία. Οι 4 από αυτές τις εταιρίες κρατούν τα ηνία στο χώρο του Yachting, κατέχοντας ένα ποσοστό 50% στην αγορά (Pardali et al, 2007). Η

επιτήρηση και η παρακολούθηση των γραφείων ενοικίασης γίνεται από το υπουργείο Ναυτιλίας και τον ΕΟΤ ή από την τουριστική αστυνομία μετά από διαταγή του ΕΟΤ. (Eythimiatou Roulakou, 1994, Hatzinikolaou 2002 όπ. ανάφ. στο Diakomihalis, 2007a).

Η επαγγελματική ένωση στο τομέα μεσιτών σκαφών είναι ο Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνομόνων Θαλαμηγών (ΕΣΜΕΘ), τα μέλη του οποίου είναι οργανωμένα σε μικρά σωματεία. Οι ναυτιλιακές εταιρείες πλοίων αναψυχής πρέπει υποχρεωτικά να εγγράφονται στο Τμήμα Επαγγελματικών Τουριστικών Σκαφών και Ν.Ε.Π.Α. (Ναυτιλιακών εταιριών πλοίων αναψυχής) του Υπουργείου Ναυτιλίας και έχουν καθαρά εμπορικό χαρακτήρα καθώς τα πλοία τους χαρακτηρίζονται ως επαγγελματικά / τουριστικά ενώ εταιρείες τουριστικές με άλλη νομική μορφή (π.χ. Ε.Π.Ε., Ο.Ε., Α.Ε., Ε.Ε.) δεν είναι απαραίτητο να μετατραπούν σε ΝΕΠΑ. Το σύνολο των εγγεγραμμένων Ν.Ε.Π.Α. αγγίζει τις 1.781. Από τις οποίες οι 1.042 ήταν ενεργές το έτος 2015, οι 119 βρίσκονται σε διαδικασία λύσης και οι 620 σε διαδικασία εκκαθάρισης. Επιπλέον, 1.216 είναι τα ενεργά πλοία και 983 είναι εκτός διαχείρισης λόγω λύσης και εκκαθάρισης των εταιρειών που τα διαχειρίζονταν (Ανδριανός, 2017). Οι επίσημες επαγγελματικές οργανώσεις – φορείς εκπροσώπησης της Θαλάσσιας περιήγησης στην Ελλάδα είναι οι εξής:

1.Σ.Ι.Τ.Ε.ΣΑ.Π. (Σωματείο Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής).

2. Ε.Π.Ε.Σ.Τ. (Ένωση Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Αναψυχής). Τα μέλη της είναι πλοιοκτήτες- εταιρίες τουριστικών σκαφών ΝΕΠΑ ή άλλης νομικής μορφής. Στον παρακάτω γράφημα παρουσιάζονται σε ποσοστά τα είδη των σκαφών που ανήκουν στην Ε.Π.Ε.Σ.Τ.:

Γράφημα 7: Ε.Π.Ε.Σ.Τ.: Είδη σκαφών

Πηγή: Ανδριανός, 2017

3. Ε.Α.Ι.Σ.Α. (Ένωση Αντιπροσώπων Ιδιωτικών Σκαφών Αναψυχής)

4.Ε.Σ.Μ.Ε.Θ. (Ελληνικός Σύλλογος Μεσιτών και Εμπειρογνώμων Θαλαμηγών). Οι επιχειρήσεις που σχετίζονται με τις υπηρεσίες ενοικίασης και με άλλες σχετικές υπηρεσίες στο τομέα του yachting είναι μέλη του Ελληνικού Συνδέσμου Μεσιτών και Εμπειρογνώμων Θαλαμηγών. Συνολικά είναι εγγεγραμμένες 57 επιχειρήσεις- μέλη. Η πλειοψηφία των οποίων έχουν ως έδρα τους την Αττική. Ανάμεσα τους βρίσκονται και επιχειρήσεις άλλων περιοχών όπως η Ρόδος, η Θεσσαλονίκη, αλλά και ο Βόλος με το “Odyssey Sailing Greece”⁸.

3.2.8. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η συμβολή του yachting στην οικονομία της Ελλάδας είναι μικρή σχετικά, αλλά ιδιαίτερα σημαντική για τα νησιά και τις παράκτιες περιοχές. Θεωρείται μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα για τις περιοχές όπου οι μαρίνες και τα άλλα τουριστικά λιμάνια βρίσκονται. Αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων συναλλάγματος καθώς 95% των ναυλώσεων πραγματοποιείται από αλλοδαπούς τουρίστες (Diakomihalis, 2007a).

Αναλυτικότερα οι επιπτώσεις της βιομηχανίας του yachting μπορούν να εντοπιστούν σε διάφορους τομείς (Γκότοβου, 2014). Αρχικά, συμβάλλει στην

⁸ <https://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?ID=60096&lng=1>

Ελληνική οικονομία κατά 4.5% στο ΑΕΠ της χώρας ενώ ο τουρισμός γενικά κατά 18%. (Diakomihalis & Lagos, 2011). Έσοδα προέρχονται από την αύξηση των δημόσιων φορολογικών εσόδων τα οποία μπορούν να προέλθουν από φόρους που επιβάλλονται στους χρήστες των σκαφών όπως είναι το ΦΠΑ, ΕΦΚ, φόρος εισοδήματος και τέλος τα λιμενικά τέλη. Επιπρόσθετα, αυξάνονται οι θέσεις απασχόλησης σε επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στον κλάδο, σε άλλους κλάδους που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν χωρίς όμως να αποτελούν επιχειρήσεις του θαλάσσιου τουρισμού και τέλος σε επιχειρήσεις όπου η ζήτηση για το προσφερόμενο αγαθό τους και τις υπηρεσίες τους επηρεάζεται άμεσα από την αύξηση της τουριστικής δαπάνης του θαλάσσιου τομέα (Διακομιχάλης 2009 όπ. ανάφ. στο Γκότοβου, 2014). Παρατηρείται προσέλκυση επενδύσεων με υψηλό επίπεδο δαπανών και δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης (McConnell C., Brue S, 2005 όπ. ανάφ. στο Γκότοβου, 2014). Στον αντίποδα των θετικών επιπτώσεων ο (Plan Bleu, 2012 όπ. ανάφ στο Γκότοβου, 2014) αναφέρει πως για την ανάπτυξη του Yachting tourism απαιτείται η αύξηση των υποδομών η οποία όμως χωρίς πρόβλεψη για τις ανάγκες σε επίπεδο περιφερειών μπορεί να θεωρηθεί ως μη λειτουργική.

Οι μαρίνες, αποτελώντας ένα από τα πιο σημαντικά λειτουργικά στοιχεία του yachting tourism μπορούν να συνεισφέρουν θετικά στην τοπική, περιφερειακή και εθνική οικονομία (Papadimitriou, 2009 όπ. ανάφ. στο Γκότοβου, 2014). Στις οικονομικές επιπτώσεις συμπεριλαμβάνονται τα έσοδα των λιμανιών, οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται καθώς και οι συνολικές αγορές που πραγματοποιούνται εντός των μαρίνων. Ενώ, μπορεί να συμβάλει στην προώθηση των ελληνικών νησιών φέρνοντας έσοδα στη χώρα και δημιουργώντας θέσεις εργασίας. Στον τομέα του yachting tourism αποκλειστικά απασχολούνται με πλήρης εργασία 2.500 άτομα και 1.500 με μερική απασχόληση ενώ υπάρχουν 500 αυτοαπασχολούμενοι ιδιοκτήτες σκαφών. Υπάρχουν πολλές εργασίες που σχετίζονται με αυτό το τομέα όπως οι υπηρεσίες τροφοδοσίας, εμπορίας, οι τουριστικές υπηρεσίες με συνολικό αριθμό εργαζομένων μεγαλύτερο από 120.000 άτομα (Chen at. al., 2016).

Τέλος, σε σύγκριση με τις άλλες τρεις κύριες δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού το yachting έρχεται δεύτερο σε σημασία, σε μέγεθος, βαθμό και οργάνωση καθώς και στην εμφάνισή της στην τουριστική αγορά. Τη πρώτη θέση κατέχει η κρουαζιέρα καθώς η συμβολή της υπολογίζεται 55-60% στο σύνολο του θαλάσσιου τουρισμού. Το ποσοστό των δημόσιων εισοδημάτων που δημιουργείται από την

κρουαζιέρα είναι κάτω από 50% του συνολικού θαλάσσιου τουρισμού. Το yachting έρχεται πρώτο στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας σε σχέση με την κρουαζιέρα με ποσοστό 51 % καθώς έχει μεγαλύτερο αριθμό ιδιοκτητών και ατόμων που ασχολούνται αποκλειστικά με την προσφορά υπηρεσιών yachting (Diakomihalis, 2008). Ενώ κατατάσσεται τρίτο σε σχέση με τον αριθμό των ταξιδευτών. Ενδεικτικά αναφέρεται πως στην Ελλάδα κατά το 2004, 234.000 τουρίστες αγόρασαν υπηρεσίες yachting, σε σύγκριση με τους 815.000 τουρίστες κρουαζιέρας και με τα 4.000.000 τουρίστες των τουριστικών παράκτιων μέσων μεταφορών (Diakomihalis, 2011). Βρίσκεται στην τρίτη θέση σχετικά με τις επενδύσεις, καθώς μόνο οι επιδιορθώσεις των πλοίων στα ελληνικά ναυπηγεία προσμετρούνται στην ακαθάριστη απόκτηση κεφαλαίου της βιομηχανίας (Diakomihalis, 2008).

Συγκεντρωτικά, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε πως τα έσοδα στον τομέα του yachting tourism προέρχονται από τη ίδια την μαρίνα και τις επενδύσεις σε αυτές, τις λειτουργίες και τις υπηρεσίες που προσφέρονται στο χερσαίο χώρο και τις θέσεις που δημιουργούνται εκεί καθώς και από τα σκάφη που τη προσεγγίζουν και πληρώνουν τέλη ελλιμενισμού και αγοράζουν προμήθειες (Γκότοβου, 2014).

3.2.9. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΚΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Έντονος ανταγωνισμός παρατηρείται μεταξύ των μεσογειακών χωρών για το τουρισμό yachting. Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο οι χώρες της Δυτικής Μεσογείου αποτελούν μία ομάδα και της Ανατολικής την άλλη ομάδα προορισμών (Pardali et al, 2007). Το 80% ης τουριστικής κίνησης ανήκει στη Δυτική Μεσόγειο, το 14% στην Ανατολική Μεσόγειο ενώ το υπόλοιπο 6% στις υπόλοιπες χώρες όπως η Κύπρος, η Μάλτα, η Αλγερία, το Μαρόκο και η Αίγυπτος (Diakomihalis M., 2007a). Ο ανταγωνισμός μπορεί να διακριθεί με βάση τα ακόλουθα στοιχειώδη κριτήρια (Ανδριανός, 2017):

- Ο αριθμός μαρίνων και το σύνολο των θέσεων ελλιμενισμού
- Τον αριθμό των μαρίνων που έχουν βραβευθεί με Γαλάζια Σημαία.
- Οι τιμές για τις θέσεις αγκυροβολίας

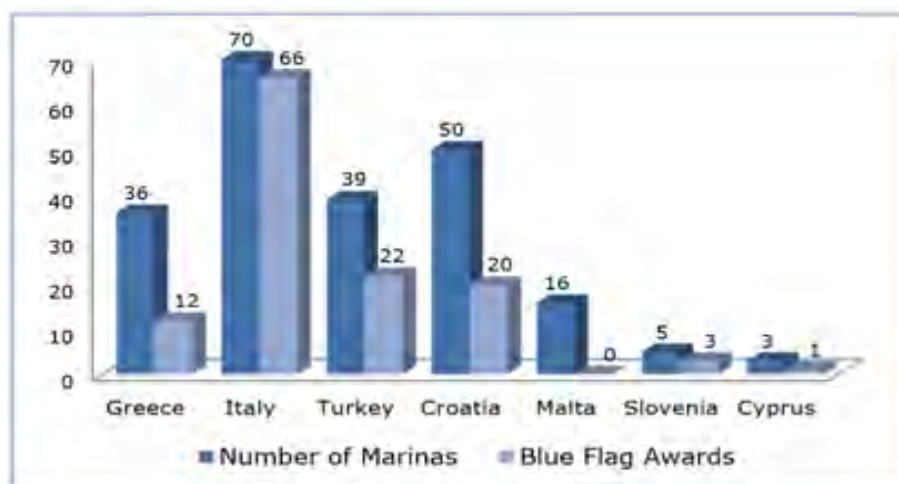
Σχετικά με τον αριθμό των μαρίνων, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται λεπτομερώς ο αριθμός των μαρίνων ανά χώρα. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα είναι εμφανές πως στο πρώτο κριτήριο η Ελλάδα έχει μείνει πολύ πίσω αφού διαθέτει μόνο 36 ενεργές μαρίνες σε σύγκριση με γειτονικές χώρες όπως η Κροατία με 123 μαρίνες και η Ιταλία με 105 μαρίνες.

Πίνακας 11: Αριθμός μαρίνων ανά χώρα

Χώρα	Αριθμός μαρίνων
Γερμανία	2.647
Φινλανδία	1.750
Ολλανδία	1.200
Σουηδία	1.000
Βρετανία	500
Γαλλία	376
Νορβηγία	300
Πολωνία	290
Κροατία	123
Ιταλία	105
Ιρλανδία	34
Πορτογαλία	28
Ελλάδα	36

Πηγή: Ανδριανός, 2017

Είναι επόμενο πως ο τουρίστας yachting πριν επιλέξει τον προορισμό που θα περάσει τις διακοπές του θα αναζητήσει αν υπάρχει βραβείο γαλάζιας σημαίας. Επομένως η ύπαρξη βραβείου γαλάζιας σημαίας μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα διάκρισης μίας χώρας έναντι των ανταγωνιστών. Στην Ιταλία σχεδόν κάθε μαρίνα διαθέτει Βραβείο Γαλάζιας Σημαίας, στην Τουρκία ο μ.ο. μαρίνων που έχουν γαλάζια σημαία είναι σχεδόν 2 και στην Κροατία 2,5, ενώ στην χώρα μας είναι 3(Ανδριανός, 2017).

Γράφημα 8: Αριθμός μαρίνων και βραβείων γαλάζιας σημαίας ανά χώρα

Πηγή: Ανδριανός, 2017

Συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας αποτελούν οι φθηνότερες τιμές για σκάφη αναψυχής 40μ. μήκους που προσφέρει σε σύγκριση με βασικούς ανταγωνιστές όπως η Ισπανία, η Τουρκία, η Ιταλία, η Κροατία και η Γαλλία όπως φαίνεται και στον πίνακα 13. Είναι φθηνότερη στο κόστος ενοικίασης αλλά και απόκτησης θέσης για σκάφη αναψυχής 40 μέτρων μήκους. Πρόκειται για σκάφη υψηλής κατηγορίας με αποτέλεσμα και τα ποσά που διαθέτουν οι χρήστες τόσο για την ψυχαγωγία τους όσο και για την διαβίωση τους να είναι υψηλότερα. Δυστυχώς όμως, η Ελλάδα δεν έχει προχωρήσει σε καμία επένδυση σε μαρίνες και προβλήτες τέτοιου μεγέθους σε αντίθεση με τις χώρες-ανταγωνιστές (Ανδριανός, 2017).

Γράφημα 9: Κόστος απόκτησης θέσης αγκυροβολίας ανά μέτρο για σκάφη 40μ.

Πηγή: Ανδριανός, 2017

3.2.10. ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που διαθέτει ένα πλήθος θετικών χαρακτηριστικών που μπορούν να επηρεάσουν θετικά την ανάπτυξη του τουρισμού Yachting. Αρχικά, παρατηρείται μια σταθερή παρουσία του τομέα στη βιομηχανία τουρισμού της χώρας. Πρόκειται για μια χώρα με πολλά νησιά, με εκτενής ακτογραμμή, ευχάριστο θερμό κλίμα και με μια μακρά παράδοση στη Ναυτιλία. Δεδομένου πως τα νησιά είναι οι πιο δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί στο κόσμο αυτό μπορεί να αποτελέσει και το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της Ελλάδας για την ανάπτυξη του yachting τουρισμού. Διαθέτει τοπία μοναδικού κάλλους και πολλά μνημεία και τόπους μεγάλης πολιτιστικής και ιστορικής σημασίας. Ενώ, παρατηρείται έντονη ζήτηση τόσο σε εσωτερικό όσο και σε εξωτερικό επίπεδο αλλά και την ανάπτυξη του τουρισμού Yachting στην κεντρική και στην ανατολική Ευρώπη γεγονός που ενισχύει την αγορά (Chen et. al., 2016).

Παρόλ' αυτά παρατηρούνται κάποιες αδυναμίες που επηρεάζουν αρνητικά την ανάπτυξη του τομέα. Συγκεκριμένα, πρόβλημα αποτελεί η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού στο τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Επιπλέον, δεν υπάρχουν νομοθετικά κίνητρα για την ενασχόληση με το τομέα ενώ δεν υπάρχει επαρκής διαφήμιση της χώρας για τις δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει στους τουρίστες θαλάσσιας περιήγησης. Οι αδυναμίες αυτές ενισχύονται ακόμη περισσότερο από την κακή οικονομική κατάσταση που χαρακτηρίζει την χώρα και από την οικονομική κρίση στην οποία επήλθε. Επιπλέον, παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός από τις γειτονικές χώρες με ανταγωνιστικές τιμές που καθιστούν ακόμη πιο δύσκολο για τη χώρα να αναπτυχθεί αν δεν έχει αναπτύξει ένα άρτιο τουριστικό προϊόν. Ενώ τέλος, εκλείπει ως προς την ύπαρξη μακροπρόθεσμου βιώσιμου σχεδιασμού ως προς τις υποδομές.(Chen et. al., 2016). Συγκεκριμένα, η χώρα υστερεί στις οργανωμένες μαρίνες με αποτέλεσμα να παρατηρείται μετανάστευση του τουρισμού σε γειτονικές χώρες όπως την Κροατία και την Τουρκία (Sariisik et al, 2011, 9).

Αυτό που παρατηρείται στη χώρα είναι πως ο σχεδιασμός και η κατασκευή των λιμανιών ακολουθεί μια διαδικασία όπου λείπει η συμμετοχή της κοινωνίας στις αποφάσεις, είναι μια διαδικασία "top-down". Οι αποφάσεις γίνονται από το Υπουργείο τουρισμού σε εθνικό επίπεδο χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες

κάθε κοινωνίας. Το μοντέλο του θαλάσσιου τουρισμού ανάπτυξης που ακολουθείται στην Ελλάδα δείχνει πως δεν λαμβάνονται υπόψη ούτε και οι ιδιαιτερότητες κάθε περιοχής. Τα λιμάνια δε σχεδιάζονται με ακόλουθο και αλληλοεξαρτώμενο τρόπο με την τοπική κοινότητα και μέχρι σήμερα τα λιμάνια ήταν κοντά μόνο σε μεγάλες πόλεις. Τώρα παρατηρείται μια αποκέντρωση αλλά χωρίς σημαντική οργάνωση και με παραμέτρους που δεν προωθούν την ανάπτυξη της περιοχή (Pardali, et. al., 2007).

Τέλος, οι ελληνικές μαρίνες έχουν την δυνατότητα να ελλιμενίσουν σκάφη μέχρι 42 μέτρων κατά μ.ο. Κατά την περίοδο 2006-2010 η Ελλάδα δεν προχώρησε σε έργα στις μαρίνες ώστε να δημιουργήσει περισσότερες θέσεις ελλιμενισμού για σκάφη ολικού μήκους 40-50 μέτρων, παρόλο που γνώριζε πως ο μ.ο των σκαφών που ελλιμενίζουν είναι 42 μέτρων. Δηλαδή, παρέβλεψε τις τάσεις αυξητικές τάσεις για ελλιμενισμό σκαφών από 40-50 μέτρα, με σκοπό να μην αποτελέσει στόχο του σχεδιασμού της η μελλοντική προσέλκυση περισσότερων σκαφών τέτοιου μήκους διευρύνει την ελκυστικότητα στα συγκεκριμένα σκάφη «πελάτες» (Ανδριανός, 2017).

4.ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ – ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΓΙΑ ΤΟ YACHTING TOURISM

Ο τουρισμός yachting αποτελεί υποκατηγορία του θαλάσσιου τουρισμού. Για το λόγο αυτό μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας εξέταζε το ερευνητικό αυτό αντικείμενο ως όλο και όχι ξεχωριστά τις υποκατηγορίες του. Έτσι στο πέρασμα του χρόνου εντοπίζονται πολλές έρευνες σπουδαίων ερευνητών με θέμα το θαλάσσιο τουρισμό συνολικά (Miller & Auyong, 1991, Miller, 1993, Basiron, 1997, Hall, 2001, Cerovic, 2003, Favro & Gržetić, 2008, Luck, 2010, Lucovic, 2012, Τσάρτας 2014, Butowski, 2014, Ivaldi, 2017).

Η σημαντική όμως ανάπτυξη του τουρισμού yachting οδήγησε την ανάδειξη του τομέα και έστρεψε το ενδιαφέρον πολλών μελετητών στην έρευνα αυτής της δυναμικής και σύγχρονης μορφής τουρισμού. Πολλές έρευνες ξένης και ελληνικής βιβλιογραφίας έχουν δημοσιευτεί συμβάλλοντας στην καλύτερη κατανόηση του τομέα αλλά και στην ανάπτυξή του. Αρχικά παρουσιάζονται οι έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε διάφορες μεσογειακές χώρες όπως η Κροατία, Ιταλία, Τουρκία και Γαλλία και στη συνέχεια στις ελληνικές παράκτιες περιοχές.

Αρχικά, το 2000 οι Guner και Guler ανέλυσαν τις συνθήκες και τα προβλήματα του τουρισμού yachting στην Τουρκία μέσα από την κατάσταση που επικρατεί στις μαρίνες. Στη συνέχεια το 2002 ο Ladkin, ερεύνησε το Mor Bras στη Γαλλία και το Solent στο Ηνωμένο Βασίλειο, συγκρίνοντας τη δυναμική τους. Ενώ κατά το ίδιο έτος ο Cerovic(2002) ερεύνησε τα κύρια χαρακτηριστικά γενικότερα του θαλάσσιου τουρισμού και ειδικότερα των σκαφών αναψυχής και τις δυνατότητες ανάπτυξης της Κροατίας, επικεντρώνοντας τη προσοχή του στα περιβαλλοντικά προβλήματα. Συμπέρανε πως κυριαρχεί ο τομέας της ενοικίασης σκαφών αναψυχής, διαθέτει δυνατότητα ανάπτυξης αλλά πρωτίστως απαιτείται κατάλληλη διαχείριση και σχεδιασμός, εστιάζοντας και στα περιβαλλοντικά θέματα.

Το 2009, οι Işik και Cerit ερεύνησαν ένα νέο αντικείμενο του τουρισμού yachting καθώς αξιολόγησαν τις εκπαιδευτικές απαιτήσεις του τομέα με βασικό στόχο την προετοιμασία των αποφοίτων παρόλο που υπάρχουν ελάχιστα πανεπιστήμια που συνδυάζουν εκπαιδευτική και επαγγελματική ανάπτυξη. Στη συνέχεια το 2010, ο Bo ερεύνησε τα γαλλικά λιμάνια Yachting και τη διοίκησή τους. Το 2011, οι Bizzarri και La Foresta εξέτασαν τη σχέση μεταξύ της ενοικίασης

σκαφών αναψυχής και την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη στη μαρίνα “Stabia” κοντά στην Νάπολη. Ιδιαίτερη σημασία δόθηκε στη ζήτηση για τις τουριστικές υπηρεσίες στο λιμάνι, στο σύστημα προσφοράς στη μαρίνα, στα μοντέλα διαχείρισης της μαρίνας, στη χρηματοδότηση για την ανάπτυξη των μαρίνων και των υπηρεσιών τους αλλά και στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές του επιπτώσεις. Κατέληξαν πως οι ιταλικές μαρίνες αποτελούν σημαντικό παράγοντα για την αναζωογόνηση των παράκτιων περιοχών ενώ απαιτείται το τουριστικό προϊόν να ενισχυθεί με άλλες δραστηριότητες που συνδέονται με την τοπική ταυτότητα.

Το 2011, οι Karanci et. al. επιχείρησαν να προβλέψουν και να υπολογίζουν τη ζήτηση για τις θέσεις αγκυροβολίας των Yacht μέχρι το 2030 στην Τουρκία. Η έρευνα έδειξε πως ο τουρισμός yacht θα συνεχίσει να εντείνεται με αυξημένη ζήτηση για τις υποδομές ενώ κρίνεται σημαντική η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη και σχεδιασμό στις εκλεκτές και υψηλής ζήτησης περιοχές. Τον ίδιο χρόνο, οι Sariisik et. al.(2011), ερεύνησαν την κατάσταση και τις συνθήκες διαχείρισης του Yachting στις μαρίνες Setus Kalamis και Atakoy της Τουρκίας. Συμπέραναν πως αν και υπάρχουν επαρκείς φυσικές και περιβαλλοντικές πηγές και μεγάλη χωρητικότητα των μαρίνων, παρατηρείται έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού και προβλήματα στην εικόνα και την προώθηση της χώρας.

Το 2014, ο Ivaldi ερεύνησε τον τουρισμό yachting στην Ιταλία από τα χρόνια της μεγάλης άνθησης μέχρι τα χρόνια της κρίσης. Ενώ ένα χρόνο αργότερα, το 2015, η ECSIP Consortium ερεύνησε τη συνολική ανταγωνιστικότητα του τομέα ενοικίασης σκαφών αναψυχής σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Συλλέχθηκαν πληροφορίες που δεν είναι διαθέσιμες στην βιβλιογραφία κάνοντας αντιληπτό τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η βιομηχανία της ενοικίασης σκαφών αναψυχής.

Το 2015, οι Gonzalez et. al. διεξήγαγαν έρευνα στα Κανάρια νησιά και στο Μαρόκο την περίοδο 2013- 2014, σχετικά με τις δραστηριότητες που ελκύουν περισσότερους τουρίστες Yachting με στόχο να καθοδηγήσουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Οι ερωτηθέντες ήταν χρήστες με βάση το λιμάνι, χρήστες σε μετάβαση με νοικιασμένα σκάφη στο λιμάνι και τουρίστες θαλάσσιων δραστηριοτήτων. Κατέληξαν πως 94% των χρηστών yachts χρησιμοποιούν το δικό τους σκάφος για διαμονή, για την επιλογή του προορισμού έπαιξε ρόλο το ιντερνέτ και οι φίλοι, και ο λόγος ταξιδιού ήταν η εμπειρία του θαλάσσιου τουρισμού. Η ποιότητα των υπηρεσιών του λιμανιού (νερό, καύσιμα, ηλεκτρισμός), η κατάσταση και η

προσβασιμότητα της μαρίνας και οι θαλάσσιες δραστηριότητες επηρεάζουν σημαντικά την ικανοποίηση των τουριστών. Τέλος, οι αγαπημένες δραστηριότητες των χρηστών yachts είναι η επίσκεψη σε εστιατόρια, τα ψώνια, τα σπορ, το ψάρεμα, η κατάδυση, το kayak και το surf.

Το 2016, οι Gon et al. έστρεψαν το ενδιαφέρον στην αντιμετώπιση του φαινομένου από την κοινωνία στο Grado και στο Lignano της Ιταλίας. Η έρευνα έδειξε πως για τους κατοίκους, τα σκάφη αναψυχής έχουν μακρά παράδοση και προσφέρουν βελτιώσεις και ανάπτυξη στις περιφέρειες. Θεωρούν πως βελτιώνεται η ποιότητα ζωής ενώ επιδρά αρνητικά στα περιβαλλοντικά προβλήματα. Θεωρούν πως πρέπει να γίνει προσπάθεια για ύπαρξη του τουρισμού καθ' όλο το χρόνο μέσα από διάφορες δραστηριότητες. Οι οικονομικές επιπτώσεις είναι φανερό πως επηρεάζουν σημαντικά τους κατοίκους και τους στρέφουν σε μια θετική στάση. Για το λόγο αυτό ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δίνεται έτσι ώστε οι επενδύσεις να βελτιώνουν και την ζωή των κατοίκων. Τέλος, Το 2016, οι Payeras et. al. ανέλυσαν την υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού Yachting στις Βαlearίδες νήσους. Κατέληξε πως απαιτείται συνεργασία διαφορετικών τομέων σχετικών με την ενοικίαση yacht και ειδικευμένα προγράμματα εκπαίδευσης για τη βελτίωση της κατάστασης.

Η μελέτη του τομέα στην ελληνική βιβλιογραφία ξεκίνησε από το 2000 με την έρευνα των Pardali και Sakellariadou σχετικά με τις μαρίνες καθώς αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Παρουσίασαν τη τωρινή κατάσταση και τις τάσεις ανάπτυξης των μαρίνων στην Ελλάδα αλλά και τα λειτουργικά προβλήματα και τις οικονομικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τομέα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε μαρίνες στην Αττική για να προσδιοριστεί η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται. Μέσα από την έρευνα κατέληξαν πως υπάρχει τάση στην Ελλάδα για κατασκευή νέων μαρίνων μέσω επέκτασης και εκσυγχρονισμού αλλά έντονη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στα περιβαλλοντικά θέματα. Η ανταγωνιστικότητα μπορεί να υπάρξει μέσα από την αύξηση της παραγωγικότητας, τη μείωση του κόστους, την ύπαρξη περισσότερων υπηρεσιών σχετικά με την επισκευή, την αναψυχή και τις προμήθειες.

Το 2007, η Pardali εξέτασε τις ελληνικές μαρίνες εφαρμόζοντας αρχές βιωσιμότητας σε μία προσέγγιση βασισμένη στο cluster, προτείνοντας στους δημιουργούς πολιτικών μία θεσμική αλλαγή έτσι ώστε ο θαλάσσιος τουρισμός να λειτουργήσει ως το κυρίαρχο κίνητρο για την τοπική ανάπτυξη. Καταλήγει πως ο

θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί στάσιμη αγορά λόγω δυσλειτουργιών μεταξύ του συστήματος διαχείρισης σε σχέση με το σχεδιασμό, τη λήψη και την εφαρμογή αποφάσεων και απαιτείται μια βιώσιμη προσέγγιση για την ανάπτυξη του.

Το 2008, το φαινόμενο ερευνήθηκε από οικονομική σκοπιά στρέφοντας το ενδιαφέρον στις επιπτώσεις του yachting στην ελληνική οικονομία μέσα από την τουριστική κατανάλωση, το εθνικό εισόδημα, το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, το εθνικό εισόδημα, τις προσλήψεις, τις επενδύσεις και τα δημόσια έσοδα με τη χρήση του δορυφόρου λογαριασμού τουρισμού (Diakomihalis & Lagos, 2008). Σύμφωνα με την έρευνα, το 2006 η επιρροή του yachting στο εθνικό προϊόν υπολογίζεται στα 222.08εκ. € ευρώ και τα δημόσια έσοδα που προέρχονται από το yachting υπολογίζονται στα 69.01 εκ. €. Υπολογίστηκε η εβδομαδιαία κατανάλωση του τουρίστα Yachting σε 1.700/ άτομο και 314 €/ ημέρα, ενώ έχει επιρροή 51% στην πρόσληψη εργαζομένων. Παρατηρείται, λοιπόν, πως έχει μικρές επιπτώσεις στην ελληνική οικονομία αλλά μεγάλη στην οικονομία των νησιών.

Το 2011, ο Diakomihalis ερεύνησε το ρόλο του κόστους του λιμανιού και των καυσίμων στο yachting. Μελέτες περίπτωσης ήταν τα Δωδεκάνησα, η Χίος, η Λέσβος, τα Κύθηρα, η Κρήτη, παράκτιες περιοχές της Νότιας Πελοποννήσου και η Επίδαυρος. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως η σημασία των 2 παραγόντων ποικίλει ανάλογα με την περιοχή και πως τα θέματα σχετικά με το κόστος δεν έχουν τόσο μεγάλη σημασία. Το κόστος ανεφοδιασμού θεωρείται βέβαια το πιο σημαντικό, ακολουθούν οι προσδέσεις για τα χειμερινά καταφύγια, για τις προσδέσεις ελλιμενισμού και τέλος για τις προσδέσεις ελλιμενισμού με πρύμνη.

Το 2014, η Γκότοβου εξετάζει συνολικά το κλάδο και την προσφορά του στην οικονομία της Ελλάδας αλλά και στις περιβαλλοντικές του επιπτώσεις. Συμπέρανε πως η ζήτηση εξαρτάται από τις συνθήκες της προσφοράς, τον ανταγωνισμό των γειτονικών χωρών και την ποιότητα. Τα έσοδα καθορίζονται από τον αριθμό των επιχειρήσεων, το προσωπικό των εταιριών, τους τουριστικούς πράκτορες το πλήρωμα, τις ασφαλίσεις σκαφών, τη πληρωμή τελών, τις προμήθειες και τον εξοπλισμό. Ενώ τα έσοδα από τα εισερχόμενα σκάφη εξαρτώνται από το μήκος, τις μέρες διαμονής, τα κίνητρα που προσφέρονται από τις ανταγωνιστικές χώρες. Έπειτα, το 2015, η Ασημακοπούλου εξέτασε το φαινόμενο της θαλάσσιας περιήγησης με σκάφη αναψυχής στις Σπέτσες. Ειδικότερα, εξέτασε το ρόλο των λιμενικών αρχών ως παράγοντας ανταγωνιστικότητας, συμπεραίνοντας πως πρόκειται

για ένα πολύ σημαντικό ρόλο καθώς προσέφεραν υπηρεσίες σχετικά με την ασφάλεια των τουριστών, την πληροφόρησή τους για το νησί αλλά και τις δράσεις που προσφέρονται στα πλαίσια ανάδειξης του εναλλακτικού τουρισμού στο νησί.

Το 2016, ο Διαμαντίδης πραγματοποίησε έρευνα στις μαρίνες όπου φιλοξενούνται τα σκάφη αναψυχής με σκοπό τη δημιουργία μιας βάσης δεδομένων με όλα τα χαρακτηριστικά των 28 εν λειτουργία μαρίνων της χώρας, έτσι ώστε να καταγραφούν τα δυνατά και αδύναμα τους σημεία για μελλοντική μελέτη. Από την έρευνα προέκυψε πως υπάρχουν προβλήματα λόγω της σύνθετης σχετικής νομοθεσίας που υπόκειται συχνά σε αλλαγές. Παρατηρείται έλλειψη μαρίνων σε πολλές περιοχές όπως στην Περιφέρεια Θεσσαλίας που δεν λειτουργεί καμία ενώ στο Αιγαίο λειτουργούν μόνο τέσσερις και στο Ιόνιο μόνο δύο. Ο κλάδος έχει δυνατότητες ανάπτυξης εξαιτίας της γεωγραφικής θέσης της χώρας που ευνοεί την ανάπτυξη του τουρισμού yachting ενώ υπάρχει δυνατότητα να κατασκευαστούν περισσότερες μαρίνες. Οι εγκαταστάσεις των εν λειτουργία μαρίνων είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα, αλλά με δυνατότητες βελτίωσης με σκοπό να μειωθούν οι κυματικές διαταραχές από ανακλάσεις στο εσωτερικό τους αλλά και να προωθηθεί η ύπαρξη περισσότερων ναυπηγοεπισκευαστικών εταιρειών. Επίσης, τονίζει ότι απαιτείται δημιουργία υποδομών που θα συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού αλλά και των κατά τόπους κοινωνιών, όπως ελικοδρόμια. Τέλος, υποστηρίζει πως απαιτείται η ύπαρξη κεντρικού σχεδιασμού.

Τον ίδιο χρόνο, οι Chen et. al. (2016) εξετάζουν τη βιωσιμότητα του yachting tourism στην Ελλάδα, σε 10 ελληνικές μαρίνες: Άλιμος, Φλοίσβος, Γλυφάδα, Ελληνικό, Βουλιαγμένη, Φάληρο, Ζέα, Γουβιά, Κορφού, Καλαμάτα και Πάτρα και σε 6 μαρίνες χωρίς υπηρεσίες ανεφοδιασμού: Πόρτο Ράφτη, Λαύριο, Μύρινα, Άγιος Νικόλαος, Κέα και Μυτιλήνη σε χρήστες και εταίρους yachts, σε ιδιοκτήτες εταιριών ενοικίασης yachting. Κύριος άξονας της έρευνας ήταν η ικανοποίησή τους από τις υπηρεσίες που προσφέρονται στις ελληνικές μαρίνες. Η έρευνα έδειξε πως η ικανοποίηση των χρηστών επηρεάζεται από τις δραστηριότητες ξενάγησης και περιήγησης, ενώ για τους υπόλοιπους εταίρους εξαρτάται από τις σχετικές με το yachting δραστηριότητες, την ανάπτυξη των νησιών, τη χρέωση του ελλιμενισμού και τις σχετικές υποδομές. Επίσης, φάνηκε ότι η νομοθεσία μειώνει την ικανοποίηση των χρηστών yacht ενώ βρέθηκε ότι τη μικρότερη ικανοποίηση έχουν οι ιδιοκτήτες εταιριών Yacht, ακολουθούν οι εργαζόμενοι, οι ιδιοκτήτες yacht και τέλος οι

δημόσιες ενώσεις yacht. Καταλήγουν πως απαιτείται να ενισχυθεί το προϊόν Yachting με παροχή περισσότερων κινήτρων, το χτίσιμο κατάλληλων μαρίνων για να επιτευχθεί βιώσιμη ανάπτυξη.

Η τελευταία έρευνα στη χώρα μας πραγματοποιήθηκε το 2017. Ο Ανδριανός (2017) ανέλυσε την υφιστάμενη κατάσταση σχετικά με τη ζήτηση και την προσφορά υπηρεσιών yachting στην Ελλάδα αλλά και τις προϋποθέσεις για την δημιουργία επιχειρηματικής συστάδας. Συμπέρανε πως η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από ανταγωνιστικά χαμηλό κόστος ενοικίασης θέσεων ελλιμενισμού για σκάφη 40μ. μήκος αλλά και από ποικιλία του περιβάλλοντος που είναι τοποθετημένες οι μαρίνες. Παρατηρείται υψηλή προτίμηση τουριστών για διανυκτέρευση στις παραθαλάσσιες περιοχές και υπάρχουν πολλές μικρές ναυπηγοεπισκευαστικές επιχειρήσεις. Ως μειονεκτήματα κατέγραψε την έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού και επιχειρήσεων σε περιοχές εκτός Αθηνών, χαμηλό ποσοστό μαρίνων βραβευμένων με γαλάζιες σημαίες και έντονη συγκέντρωση των επιχειρήσεων, των λιμένων, των προμηθευτών, των αντιπροσωπειών και των ναυπηγοεπισκευαστικών επιχειρήσεων στην περιοχή της Αττικής.

Από την παραπάνω βιβλιογραφική ανασκόπηση, προκύπτει ότι δεν έχει μελετηθεί το ζήτημα του τουρισμού Yachting όσον αφορά τη περίπτωση του λιμανιού του Βόλου. Η συγκεκριμένη έρευνα θέτει ως στόχο να καλύψει το συγκεκριμένο ερευνητικό κενό, ερευνώντας εκτενώς τη περίπτωση του τουρισμού yachting στο λιμάνι του Βόλου, σκιαγραφώντας την υφιστάμενη κατάσταση αλλά και τις προοπτικές ανάπτυξης του φαινομένου.

5.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Το ερευνητικό εργαλείο, που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων στην παρούσα εργασία, είναι η συνέντευξη και ένα σύντομο ερωτηματολόγιο. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν 17 συνεντεύξεις σε άτομα που εργάζονται στον επιχειρηματικό κόσμο του τουρισμού yachting αλλά και σε άτομα που βρίσκονται σε διοικητικές θέσεις σχετικές με ζητήματα θαλάσσιου τουρισμού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με 2 τρόπους, καθώς κάθε ερωτηθέντας κλήθηκε αρχικά να αξιολογήσει κατά πόσο ικανοποιεί ο Βόλος 10 κριτήρια που είναι απαραίτητα για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting και στη συνέχεια να απαντήσει σε 10 ερωτήσεις. Τα κριτήρια αφορούσαν:

- 1) Ύπαρξη απαραίτητων υποδομών μαρίνας ή ειδικού τουριστικού λιμένα.
- 2) Κέντρο υποδοχής και εξυπηρέτησης ιδιοκτητών και επισκεπτών, εμπορικό και διοικητικό κέντρο, τελωνείο, λιμεναρχείο.
- 3) Αριθμός θέσεων πρόσδεσης.
- 4) Προσφερόμενες υπηρεσίες (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, πυρόσβεσης, τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, ασφάλειας).
- 5) Ενδιαφέρουσα ενδοχώρα (πολιτιστικά, τουριστικά, αρχιτεκτονικά, φυσικό περιβάλλον).
- 6) Εγγύτητα με αεροδρόμια, ελικοδρόμιο, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, όπως ΚΤΕΛ, Τραμ, Λεωφορεία κ.α.
- 7) Μοντέρνος στόλος επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών και εκπαιδευμένο προσωπικό.
- 8) Ύπαρξη καταστημάτων σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό, χώροι εστίασης, υπηρεσίες τροφοδοσίας και επισιτισμού, καταστήματα τραπεζών ή μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων στην ευρύτερη περιοχή της μαρίνας.
- 9) Επαρκής αριθμός εταιριών ενοικίασης Yacht.
- 10) Υπηρεσίες επισκευαστικές.

Ενώ οι ερωτήσεις των συνεντεύξεων ήταν σχετικές με:

1. Τη σύνδεση του τουρισμού yachting με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην περιοχή του Βόλου.
2. Τα πιθανά οφέλη που θα προκύψουν από την ανάπτυξη του τουρισμού yachting στο λιμάνι του Βόλου.

3. Κατά πόσο η ασταθής φορολογική πολιτική και το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργεί αποτρεπτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού yachting.
4. Τις προσπάθειες συνεργασίας των δημοσίων φορέων, του ΟΛΒ, των επιχειρήσεων αλλά και των συλλόγων της περιοχής για το σχεδιασμό κοινών δράσεων.
5. Τα προβλήματα και οι απειλές που αντιμετωπίζει ο κλάδος.
6. Τον ανταγωνισμό σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.
7. Η χρήση της μακρόχρονης ελληνικής παράδοσης στη ναυτιλία και της αργοναυτική εκστρατείας ως Brand.
8. Τα μέσα και προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού Yachting στο λιμάνι του Βόλου.

Το κύριο ερευνητικό εργαλείο της εργασίας είναι οι συνεντεύξεις. Η ερευνητική συνέντευξη ορίζεται ως *η συζήτηση δύο ατόμων, που αρχίζει από τον συνεντευξιόζοντα με σκοπό την απόκτηση σχετικών με την έρευνα πληροφοριών και επικεντρώνεται σε περιεχόμενο καθορισμένο από τους στόχους της έρευνας με συστηματική περιγραφή, πρόβλεψη ή ερμηνεία* (Cannell & Kahn, 1968 όπ. ανάφ. στο Cohen & Manion, 1994: 374). Περιλαμβάνει τη συλλογή στοιχείων μέσα από την άμεση λεκτική επικοινωνία των ατόμων (Cohen & Manion, 1994). Ενώ οι Fontana και Fray (1994) επισημαίνουν πως η συνέντευξη *είναι ένας από τους ισχυρότερους τρόπους κατανόησης των ανθρώπινων σκέψεων*. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε μια πλήρως δομημένη συνέντευξη, καθώς είχε προκαθορισμένες ερωτήσεις, με προκαθορισμένη διατύπωση και διάταξη. Επιλέχθηκαν ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, δηλαδή ερωτήσεις στις οποίες ο ερωτώμενος απαντά ελεύθερα. Οι ανοικτού τύπου ερωτήσεις, προσφέρουν στον ερωτώμενο, αίσθημα ανεξαρτησίας και ευελιξίας. Επιπλέον, οι απαντήσεις καλύπτουν μεγαλύτερο εύρος πληροφοριών και ποικιλομορφία, ενώ επιφέρει καλύτερη και βαθύτερη κατανόηση σε σύγκριση με ένα ερωτηματολόγιο. Τέλος, επιλέχθηκαν, οι συνεντεύξεις ποιοτικής έρευνας καθώς είναι το πλέον κατάλληλο ερευνητικό εργαλείο για μια έρευνα που επικεντρώνεται στο νόημα που έχουν συγκεκριμένα φαινόμενα για τους συμμετέχοντες (Robson, 2007).

Οι συνεντεύξεις μπορούν να θεωρηθούν ως μια από τις πιο ευέλικτες ερευνητικές μεθόδους αποτελώντας ένα από τους αμεσότερους τρόπους για να λάβουμε απαντήσεις στα ερευνητικά μας ερωτήματα. Επιπλέον, προσφέρουν τη δυνατότητα τροποποίησης της διερευνητικής κατεύθυνσης αλλά και εμβάθυνσης

καθώς και τη δυνατότητα συνέχειας σε ενδιαφέρουσες απαντήσεις, κάτι που δε μπορούν να προσφέρουν τα ερωτηματολόγια (Cohen & Manion, 1994· Robson, 2007). Ακόμη, μέσα από τις μη λεκτικές ενδείξεις μπορούμε να λάβουμε επιπλέον μηνύματα, που θα συμβάλλουν στην καλύτερη κατανόηση των προφορικών απαντήσεων που λάβαμε, ενώ σε ακραίες περιπτώσεις μπορούν να αντιστρέψουν και εντελώς το νόημά τους. (Robson, 2007).

Πέρα από πλεονεκτήματα, οι συνεντεύξεις παρουσιάζουν κάποια μειονεκτήματα. Αρχικά, αποτελεί μια χρονοβόρα διαδικασία, καθώς η διάρκεια τους μπορεί να ποικίλει και πολύ συχνά ενδέχεται να ορίσει και την αξιοπιστία τους. Επιπλέον, κάθε συνέντευξη απαιτεί προσεκτική προετοιμασία και συντονισμό του χρόνου των συναντήσεων και απομαγνητοφώνηση, γεγονός που απαιτεί αρκετό χρόνο (Robson, 2007). Ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα των συνεντεύξεων έναντι των ερωτηματολογίων αποτελεί ο περιορισμένος αριθμός των συνεντευξιαζόμενων (Cohen, et. al., 2007). Η μεροληπτική στάση των συνεντευξιαζόμενων μπορεί να αποτελέσει μειονέκτημα των συνεντεύξεων καθώς πολύ συχνά παρατηρείται πως διάφορα κοινωνικά χαρακτηριστικά του ατόμου, όπως η θρησκεία, η κοινωνική τάξη και η ηλικία μπορούν να αποτελέσουν πηγές μεροληψίας (Cohen & Manion, 1994).

Τέλος, σχετικά με τα ερωτηματολόγια χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Likert. Οι ερωτηθέντες αξιολόγησαν το κατά πόσο το λιμάνι του Βόλου ικανοποιεί το λιμάνι του Βόλου, σε κλίμακα από το 1-7, όπου το 1 ήταν καθόλου και το 7 απόλυτα. Οι κλίμακες Likert είναι κλίμακες συμφωνίας του ερωτωμένου με μία άποψη, η οποία διατυπώνεται με καταφατική πρόταση (Ζαφειρόπουλος, 2015). Η κλίμακα Likert χρησιμοποιείται συχνά σε επταβάθμιες μορφές απαντήσεων κυρίως σε εργασίας μάρκετινγκ. Χρησιμοποιήθηκε, κλίμακα από το 1-7 καθώς όσο πιο πολλές τιμές - βαθμίδες απαντήσεων έχουμε, τόσο περισσότερο ικανοποιούνται κάποιες συνθήκες σύμφωνα με τις οποίες η στατιστική ανάλυση των απαντήσεων μπορεί να γίνει με όρους ποσοτικών μεταβλητών. Ως θετικά χαρακτηριστικά της θεωρείται πως δίνει τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να τοποθετηθεί σε ουδέτερο- μεσαίο σημείο ή να επιλέξει μια σαφή τοποθέτηση προς τη μία ή την άλλη κατεύθυνση της κλίμακας. Έχει τη δυνατότητα να τοποθετηθεί ακραία ή με μετριοπάθεια, ανεξάρτητα από την κατεύθυνση που έχει επιλέξει, γιατί έχει στη διάθεσή του τρεις βαθμίδες σε κάθε κατεύθυνση εκατέρωθεν του μεσαίου σημείου. ακόμη. Σε αντίθεση με την

πενταβάθμια βαθμίδα, η επταβάθμια, δίνει τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να επανεκτιμήσει τη στάση του και να επιλέξει ανάμεσα σε τρεις τοποθετήσεις. Μια τέτοια βαθμίδα ίσως και να μην είναι κατάλληλη σε έρευνες όπου απαιτείται συντομία και οικονομία χρόνου και χώρου, όμως κάτι τέτοιο δε χρειάστηκε στη παρούσα εργασία (Ζαφειρόπουλος, 2015).

6. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας αποτελεί ο Βόλος, μία από τις μεγαλύτερες πόλεις της Ελληνικής υπαίθρου και συγκεκριμένα το λιμάνι της πόλης το οποίο είναι ένα από τα πιο δραστήρια λιμάνια της χώρας. Το λιμάνι του Βόλου και η σημαντική γεωγραφική θέση του Παγασητικού, είναι το τρίτο λιμάνι στο τέταρτο αστικό κέντρο της χώρας (ΟΛΒ, 2010). Είναι κτισμένο στο κέντρο της πόλης και είναι λειτουργικά άμεσα συνδεδεμένο με αυτήν. Η επωφελής γεωγραφική θέση του, ανάμεσα στις πλούσιες πεδιάδες της Θεσσαλίας και τους θαλάσσιους δρόμους ήταν ανέκαθεν σημαντικό πλεονέκτημα για τις μεταφορές και τις επικοινωνίες που έδωσαν το κίνητρο στην οικονομία της πόλης να αναπτυχθεί. Αποτελεί εφελκυστικό παράγοντα ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής του Βόλου, αλλά και της Θεσσαλίας⁹.

Εικόνα 2: Το λιμάνι του Βόλου



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

⁹ <https://www.port-volos.gr/ftp/2018/politiki-poiotitas-perivallontikis.pdf>.

6.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΒΟΛΟΥ

Το λιμάνι του Βόλου γνώρισε μια σπουδαία ανάπτυξη στο πέρασμα του χρόνου σύμφωνα με στοιχεία του ΟΛΒ¹⁰. Η θαλάσσια επικοινωνία της περιοχής του Βόλου με άλλα μέρη του Αιγαίου ξεκίνησε στο τέλος της νεολιθικής περιόδου, με πρώτη θαλάσσια επικοινωνία με την Μακεδονία και την Θράκη. Κατά την Μυκηναϊκή περίοδο ο Ιωλκός αναπτύχθηκε με τις Παγασές ως λιμάνι, που συνδέεται με την εκστρατεία του Ιάσονα και των Αργοναυτών. Η Αργώ, μεταφέροντας τον Ιάσονα και τους Αργοναύτες, ξεκίνησε για τις περιοχές της Μαύρης Θάλασσας, προκειμένου να διεκδικήσουν το χρυσόμαλλο δέρας και να αναπτύξουν οικονομικές σχέσεις. Από την εποχή αυτή μέχρι τον 4ο αιώνα π.Χ. οι Παγασές εξελίχθηκαν σε ένα από τα πλέον σημαντικά λιμάνια της περιοχής, εξυπηρετώντας τις ανάγκες όλης της Θεσσαλίας. Κατά τη Ρωμαϊκή και Βυζαντινή περίοδο κατείχε μια σημαντική θέση μεταξύ των εμπορικών λιμανιών της Ελλάδας.

Μετά την προσάρτηση της Θεσσαλίας στο Ελληνικό κράτος (1881) ιδρύθηκε η Λιμενική Επιτροπή και το Λιμενικό Ταμείο Βόλου και επιβλήθηκαν ειδικοί λιμενικοί φόροι για τα έργα. Η κατασκευή του λιμανιού εντάσσεται στην τρίτη περίοδο λιμενικών έργων της χώρας (1889-1923). Ο Βόλος γρήγορα έγινε ένα από τα σημαντικά λιμάνια της εποχής του, με δυνατότητα να προσελκύει μεγάλα πλοία. Συγχρόνως άρχισαν έργα υποδομής με αποτέλεσμα τη σύνδεση του λιμανιού μέσω οδικών και σιδηροδρομικών δικτύων με την ενδοχώρα, συμπεριλαμβανομένου του Πηλίου, της Θεσσαλίας, της Ηπείρου και της δυτικής Μακεδονίας. Η βιομηχανία αναπτύχθηκε γρήγορα και ο Βόλος αναδείχθηκε σε ένα σημαντικό βιομηχανικό κέντρο όπου εγκαθιδρύθηκαν προξενεία διαφόρων Ευρωπαϊκών χωρών. Μαζί με την ανάπτυξη του λιμανιού παρατηρήθηκε το 1922 και δημογραφική ανάπτυξη, με σημαντική αύξηση του λιμανιού λόγω της άφιξης χιλιάδων προσφύγων από τη Μικρά Ασία.

Η πόλη τέθηκε σε μια αργή αλλά ανοδική πορεία, παρά τη διεθνή οικονομική κρίση του μεσοπολέμου και τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο. Το 1888 ο Γάλλος μηχανικός Trebouville ξεκίνησε η τοπογράφηση για την κατασκευή νέας αποβάθρας στο βόρειο μέρος του Λιμανιού. Το 1939, ο Βόλος αποτελούσε το τρίτο κατά σειρά

^{10 10} <https://www.port-volos.gr>

σπουδαιότητας λιμάνι της χώρας, μετά τον Πειραιά και τη Θεσσαλονίκη, διακινώντας ετησίως 250.000 τόνους εμπορευμάτων και 50.000 επιβάτες. Το 1948 υπογράφηκε σύμβαση μεταξύ του Λιμενικού Ταμείου, του Υπουργείου Δημοσίων Έργων και της AMAG για την ανακαίνιση του Λιμένας του Βόλου με την ανέγερση συγκροτήματος γραφείων του Λιμένας, υπόστεγου επιβατών και αποθήκης καυσίμων στον κεντρικό προβλήτα, την κατασκευή υπόστεγων έξω από το τελωνείο, την ολοκλήρωση της επισκευής των κρηπιδωμάτων.

Ο Βόλος εξακολουθούσε μεταπολεμικά να αποτελεί το τρίτο λιμάνι και το τέταρτο αστικό κέντρο της χώρας, όμως το λιμάνι του έχασε μέρος της εμπορικής και επιβατικής κίνησης. Αυτό οφείλονταν τόσο στις συνεχείς καταστροφές των εσοδειών του Πηλίου, στη σταδιακή συρρίκνωση της βιομηχανίας τη πόλης, στην εκτροπή της επιβατικής κίνησης του λιμανιού αλλά και στους σεισμούς που έπληξαν τη πόλη.

Η σημαντικότερη πρωτοβουλία της Λιμενικής Επιτροπής ήταν η ανάθεση οριστικής οικονομικής και τεχνικής μελέτης, για τη γενική ανάπτυξη του Λιμένας, στο γραφείο Δοξιάδη, τον Ιούνιο του 1965. Ως αποτέλεσμα αυτής της έρευνας επιλέχθηκε ως καινούργια χερσαία ζώνη η δυτική ακτή της πόλης, ο κεντρικός προβλήτας αποδόθηκε αποκλειστικά για εξυπηρέτηση του εσωτερικού εμπορίου και της επιβατικής κίνησης και η θαλάσσια επιφάνεια μεταξύ αυτού του λιμενοβραχίονα για αγκυροβόλιο σκαφών αναψυχής και αθλητισμού ενώ τέλος το μεγάλο εμπορικό λιμάνι διαμορφώθηκε μετά τον προβλήτα του Σιλό, με 4 μεγάλους προβλήτες.

Στη συνέχεια, τον Αύγουστο του 1977 το λιμάνι του Βόλου επιλέχθηκε ως σταθμός για την λειτουργία της πορθμειακής γραμμής Βόλου-Συρίας για εννέα χρόνια κάτι που έφερε πρωτόγνωρη κίνηση για τον Βόλο με σημαντικές επιπτώσεις οικονομικές και κοινωνικές, αλλά και μεγάλη πολεοδομική και περιβαλλοντική επιβάρυνση, αφού οι υποδομές της πόλης δεν ήταν κατάλληλα προετοιμασμένες. Η λειτουργία της πορθμειακής γραμμής προσέελκυσε το ενδιαφέρον ιδιωτικών εταιριών για την αξιοποίηση του λιμανιού. Από το 1988 μέχρι και σήμερα ο λιμένας Βόλου διατηρεί την τρίτη θέση μεταξύ των Ελληνικών λιμένων στη διακίνηση εμπορευμάτων. Ο λιμένας βρίσκεται σε γεωγραφικό πλάτος 39^ο, 20', 26'' και γεωγραφικό μήκος 22^ο, 51', 03''. Από το 1881 έως το 1973 φορέας διοίκησης του λιμένα Βόλου ήταν το Λιμενικό Ταμείο Βόλου. Με τον Ν. 2932/2001 το Λιμενικό Ταμείο Βόλου καταργήθηκε και έδωσε τη θέση του στην Ανώνυμη Εταιρεία

«Οργανισμός Βόλου (Ο.Λ.Β. Α.Ε.)» ως φορέα διοίκησης και διαχείρισης του λιμένα Βόλου.

6.2. ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΛΙΜΑΝΙΟΥ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Ο λιμένας του Βόλου, βρίσκεται στο μυχό του Παγασητικού Κόλπου, σε φυσικά προστατευόμενο όρμο, ανοικτό μόνο στους ανέμους από νότιες και νοτιοανατολικές διευθύνσεις (ΟΛΒ, 2010). Βρίσκεται κεντροβαρικά του Ελλαδικού χώρου και απέχει οδικά 315 χλμ από την Αθήνα, 215 χλμ από την Θεσσαλονίκη και 370 χλμ από την Ηγουμενίτσα. Ο Παγασητικός κόλπος είναι μια σχετικά κλειστή και ρηχή θάλασσα που σχηματίζεται ανάμεσα στην κύρια ελληνική χερσόνησο και την χερσόνησο του Πηλίου. Έχει έκταση 175 τετραγωνικά χιλιόμετρα και μέγιστο βάθος περίπου 102 μέτρα. Η είσοδος του λιμανιού έχει φυσικό πλάτος επαρκές για την άνετη διέλευση των σκαφών που μπορεί να δεχθεί το σημερινό λιμάνι με τα βάθη και την έκταση που διαθέτει και τον διάυλο εισόδου. Περιορίζεται νότια, προς τον Ευβοϊκό κόλπο και το Αιγαίο πέλαγος, ανάμεσα στο ακρωτήριο Τρίκερι, της Μαγνησίας, (ανατολικά), και το ακρωτήριο Σταυρός της βορειοανατολικής χερσαίας λωρίδας της Φθιώτιδας (δυτικά), διατηρώντας άνοιγμα μόνον 4 χλμ¹¹.

Η θαλάσσια έκταση του κεντρικού λιμένα ανέρχεται σε 1.350 km² περίπου. Διαθέτει εξωτερικά έργα προστασίας και συγκεκριμένα προσήνεμο μώλο μήκους 970μ (περίπου), αποσπασμένο κυματοθραύστη μήκους 300μ και ο διαθέσιμος κύκλος ελιγμών των πλοίων έχει διάμετρο περί τα 500m με ωφέλιμο βάθος της τάξης των 13μ, ώστε να επιτρέπει την εξυπηρέτηση πλοίων μέγιστου μήκους 200- 250m. Η είσοδος του λιμανιού έχει φυσικό πλάτος επαρκές για την άνετη διέλευση των σκαφών που μπορεί να δεχθεί το σημερινό λιμάνι με τα βάθη και την έκταση που διαθέτει και τον διάυλο εισόδου. Εσωτερικά διαθέτει τέσσερεις προβλήτες, τον κεντρικό και τους προβλήτες με αρίθμηση 1-3 με συνολικό μήκος κρηπιδωμάτων άνω των 3000μ, και παραλιακά κρηπιδώματα που ξεπερνούν τα 1500μ. Ο ελλιμενισμός των σκαφών αναψυχής λαμβάνει χώρα στις ακόλουθες περιοχές της λιμενολεκάνης: στη ρίζα του προσήνεμου μώλου και στον πλωτό προβλήτα, στο παραλιακό κρηπίδωμα μεταξύ προσήνεμου μώλου και κεντρικού προβλήτα, στο παραλιακό

^{11 11} <http://www.sailingvolos.gr/somateio/>

κρηπίδωμα μεταξύ κεντρικού προβλήτα και μαρίνας τελωνείου (μαζί με αλιευτικά σκάφη) και στα κρηπιδώματα και τους πλωτούς προβλήτες της μαρίνας τελωνείου. Δηλαδή στην κεντρική παραλία, στο κορδόνι και στη δυτική πλευρά του κεντρικού προβλήτα.

Στην χερσαία ζώνη διαθέτει εκτεταμένες κτιριακές εγκαταστάσεις. Συγκεκριμένα διαθέτει στη περιοχή του κεντρικού προβλήτα: γραφείο πλωτών και χερσαίων μέσων, τροχαία λιμενικής αστυνομίας, φυλάκιο parking, κτίριο αντλιοστασίου, κτίριο οργανισμού λιμένα, λιμεναρχείο, αίθουσα αναμονής επιβατών ακτοπλοΐας. Στην ευρύτερη περιοχή της χερσαίας ζώνης σύμφωνα με το Master plan (2010) λειτουργούν 36 συνολικά καταστήματα με διάφορες χρήσεις όπως εστιατόρια, καφετέριες, ανθοπωλείο, ιχθυοπωλείο και εμπορικά. Λειτουργεί επιπλέον συνεργείο-ηλεκτρολογείο ΒΔ του σιλό (ΟΛΒ, 2010).

Στο Βόλο το yachting αναπτύσσεται εκτός οργανωμένης μαρίνας. Ο λιμένας έχει χαρακτηριστεί ως επιβατικός, εμπορικός και αλιευτικός λιμένας και οι δραστηριότητες του επιβατικού λιμένα συγκεντρώνονται κυρίως στον κεντρικό προβλήτα. Το συνολικό εμβαδόν του προβλήτα ανέρχεται σε 33,5 στρέμματα περίπου. Τα κρηπιδώματα του προβλήτα έχουν συνολικό μήκος 698 m και βάθος 11m (ΟΛΒ, 2010). Παρακάτω απεικονίζεται η θέση του λιμένα Βόλου:

Χάρτης 1: Η θέση του λιμένα Βόλου



Πηγή: <https://www.port-volos.gr>

Βρίσκεται σε φυσικά προστατευμένο όρμο, ανοιχτό μόνο στους ανέμους από νότιες και νοτιοανατολικές διευθύνσεις. Η Θαλάσσια έκταση του κεντρικού λιμένα ανέρχεται σε 1350χλμ. Ο κεντρικός προβλήτας αποτελεί σημείο αναφοράς και εξυπηρετεί πλοία ακτοπλοϊκών γραμμών. Ο χώρος ανατολικά και δυτικά του κεντρικού προβλήτα ελλιμενίζει σκάφη αναψυχής καθώς και ο Κυματοθραύστης, μήκους 300μ (υπήνεμος μώλος) (ΟΛΒ, 2010).

6.3. ΠΑΡΟΧΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΒΟΛΟΥ

Σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρει, σε αυτές συγκαταλέγονται η παροχή νερού και ρεύματος από τις αυτόματες συσκευές (pillars) καθώς και το ολοκληρωμένο σύστημα ασφαλείας (ISPS). Η τελευταία αυτή υπηρεσία αποτελεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στο διεθνή ανταγωνιστικό χώρο και είναι το πιο σύγχρονο που υπάρχει στην Ευρώπη. Στο λιμάνι υπάρχουν, φυλάκιο κεντρικής πύλης / κέντρο ελέγχου ασφάλειας (ΚΕΑ), φυλάκιο προβλήτα Νο 3, σύστημα επιτήρησης με κάμερες, συστήματα επικοινωνίας, ηλεκτρονικούς μηχανισμούς ελέγχου πρόσβασης, ανιχνευτή μεταλλικών αντικειμένων, περιφράξεις, θύρες εισόδου-εξόδου οχημάτων, υπερυψωμένη πλατφόρμα ελέγχου Φ/Γ οχημάτων, προκατασκευασμένα στηθαία σκυροδέματος τύπου JERSEY και ηλεκτρολογικό εξοπλισμό – κόμβοι διανομής – καλωδιώσεις. Ακόμη, προσφέρονται υπηρεσίες ύδρευσης, και ηλεκτροδότησης.

Επιπλέον, άλλα χαρακτηριστικά της ευρύτερη περιοχής αλλά και του ίδιου του λιμανιού που μπορούν να συμβάλουν θετικά στην ανάπτυξη του yachting είναι η ιδανική θερμοκρασία του θαλάσσιου νερού, οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των σημείων ιστιοπλοΐας, το υψηλό επίπεδο αρχαιολογικών μνημείων και τουριστικών ενδιαφερόντων, το υψηλό επίπεδο περιβαλλοντικής ποιότητας, η μεγάλη δυνατότητα αύξηση των θέσεων αγκυροβολίας, οι χαμηλές τιμές συγκριτικά με τις δυτικές μεσογειακές χώρες. Επιπλέον, η προσέλευση στο Βόλο γίνεται από το κεντρικό οδικό δίκτυο της χώρας, εξυπηρετείται από τα αεροδρόμια της Νέας Αγχιάλου (35 χλμ) των Αθηνών – Ελ. Βενιζέλος (330 χλμ) και της Θεσσαλονίκης (220 χλμ) αλλά και από το σιδηροδρομικό δίκτυο.¹².

Στο Πίνακα 7 παρατίθενται αναλυτικότερα τα χαρακτηριστικά του Λιμένα Βόλου:

¹² ¹² <http://www.sailingvolos.gr/somateio/>

Πίνακας 12: Λειτουργικά Χαρακτηριστικά, Υποδομές και Υπηρεσίες για τις ανάγκες του τουρισμού Yachting :Λιμένας Βόλου

Γενικά Χαρακτηριστικά:	<ul style="list-style-type: none"> • Μαρίνες • Θέσεις Αγκυροβολίας • Ιδιωτικές Μαρίνες • Διάθεση Κρηπιδωμάτων • Καταφύγια • Χωροθετημ ένος Λιμένας με υπουργική απόφαση 	<ul style="list-style-type: none"> • Όχι • 280 • Όχι • 1224μ • Όχι • Όχι
Προσφερόμενες Υπηρεσίες:	Παροχή : <ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρικού Ρεύματος • Νερού • Πυρόσβεση • Πετρέλευση • Σύστημα ασφάλειας ISPS 	<ul style="list-style-type: none"> • Ναι • Ναι • Ναι • Ναι • Ναι
Λοιπές υπηρεσίες:	<ul style="list-style-type: none"> • Ύπαρξη εταιριών ενοικίασης yacht • Εύκολη κοινωνιακή κάλυψη 	<ul style="list-style-type: none"> • Ναι • Ναι (κεντρικό οδικό δίκτυο, αεροδρόμιο, ΚΤΕΛ, Σιδηροδρομικός σταθμός)

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Παρατηρείται πως γίνεται προσπάθεια σχετικά με την προώθηση και προβολή του Λιμένος Βόλου¹³. Συγκεκριμένα, ο Οργανισμός Λιμένος Βόλου Α.Ε. συμμετείχε στην έκθεση Posidonia – 2017 Sea Tourism Forum, με δικό του περίπτερο, με σκοπό

¹³ <https://www.port-volos.gr>

την προβολή του λιμένα και συνολικά στην προβολή της περιοχής της Μαγνησίας ως πόλου έλξης τουριστών κρουαζιέρας καθώς και τουριστών που χρησιμοποιούν σκάφη αναψυχής (yachts) ιδιωτικά ή επαγγελματικά. Επίσης, συμμετείχε ο ΟΛΒ ΑΕ στο Ετήσιο Συνέδριο του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Λιμένων (ESPO) "Ports in a Changing Climate, Changing World" με θέμα την Κλιματική Αλλαγή. Ακόμη, ο Οργανισμός Λιμένος Βόλου ΑΕ συμμετέχει στις εργασίες της Συνέλευσης και του Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης Λιμένων που πραγματοποιήθηκε στην Βαρκελώνη την 31 Μαΐου και 1 & 2 Ιουνίου 2017. Τέλος, συμμετείχε στο ετήσιο συνέδριο της Sail Training International στη La Corunna της Ισπανίας, με σκοπό να διεκδικήσει Regatta τα επόμενα έτη με λιμάνι αφητηρίας το λιμάνι του Βόλου όπου επετεύχθη να αποσπαστεί η υπόσχεση ώστε τον Οκτώβριο του 2016 να είναι ο Βόλος το λιμάνι εκκίνησης της Regatta Historical Seas.

Ενώ και μέσα από διάφορες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται είτε υπό την αιγίδα του Ο.Λ.Β είτε της τοπικής διοίκησης, το λιμάνι του Βόλου επιδιώκει να γίνει πόλος έλξης των θαυμαστών του θαλάσσιου τουρισμού. Τέτοιες εκδηλώσεις έχουν σκοπό να προβάλλουν τον Βόλο ιδιαίτερα στο χώρο της ιστιοπλοΐας προσφέροντας τουριστική προβολή στην Μαγνησία. Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιείται τον Ιούνιο η Ναυτική Εβδομάδα με ένα πλήθος δραστηριοτήτων σχετικών με τον θαλάσσιο τουρισμό. Το 2018 στα πλαίσια της ναυτικής εβδομάδας περίπου τριάντα ιστιοπλοϊκά σκάφη της τουρκικής Ένωσης Ερασιτεχνών Ιστιοπλών κατέπλευσαν στο Βόλο στα πλαίσια της Τουρκικής regatta με θέμα την Αργοναυτική εκστρατεία ¹⁴.

Σχετικά όμως με την παρουσία του τουρισμού yachting στο προωθητικό υλικό της πόλης, εκεί παρατηρείται μία αδυναμία. Ενώ ο τουρισμός yachting αποτελεί μια ξεχωριστή μορφή τουρισμού, στο brochure του δήμου Βόλου καταλαμβάνει μόνο ένα μικρό κομμάτι, όπου γίνεται μια σύντομη αναφορά σε αυτόν. Καποιοι από τους επαγγελματίες του χώρου έχουν αναλάβει με δική τους πρωτοβουλία την έκδοση διαφημιστικού υλικού που διατίθεται στο κέντρο τουριστικής πληροφόρησης του Βόλου.

¹⁴ <https://e-thessalia.gr/istioploika-skafi-apo-tin-toyrkia-sto-limani-toy-voloy/>

Εικόνα 1: Αναφορά στο τουρισμό yachting στο brochure του Δήμου Βόλου

Πηγή: Brochure Δ. Βόλου

Ενώ πολλές είναι οι προσπάθειες που έχουν γίνει για την αναβίωση της Αργοναυτικής Εκστρατείας και προβολή της. Ήδη στη Τουρκία το 2018 12 ιστιοπλοϊκά ακολούθησαν το ταξίδι της Αργούς στα πλαίσια της Τούρκικης regatta με έδρα την Κωνσταντινούπολη και θέμα «Στη ρότα των Αργοναυτών, αναζητώντας το χρυσόμαλλο δέρας»¹⁵.

¹⁵ <https://www.taxydromos.gr/Topika/300395-ston-bolo-ta-12-istioploika-poy-tha-akoloythsoyn-to-ta3idi-ths-argoys.html>

6.4. ΤΑ ΣΩΜΑΤΕΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ YACHTING ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΒΟΛΟ.

Ο Βόλος, αποτελώντας μια πόλη με έντονη την παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού, διαθέτει πολλές εταιρίες αλλά και ενώσεις που σχετίζονται με το yachting. Αρχικά, το σωματείο Ιδιοκτητών Επαγγελματικών Τουριστικών Σκαφών Θεσσαλίας ιδρύθηκε το 1995 με σκοπό την εξάπλωση του θαλασσίου τουρισμού στην Ελλάδα¹⁶. Διαθέτει περισσότερα από 50 ιστιοπλοϊκά σκάφη ανοιχτής θάλασσας και είναι ένα από τα μεγαλύτερα σωματεία στην Ελλάδα. Επιπλέον πολλές είναι οι εταιρίες ενοικίασης σκαφών αναψυχής που εδρεύουν ή δραστηριοποιούνται στο Βόλο. Μετά από έρευνα προέκυψε πως δραστηριοποιούνται συνολικά 16 εταιρίες. Παρακάτω καταγράφονται τα ονόματα των εταιριών Sailaegean, Silver – sailing, Patronis sailing, Stavento Sailing, Argonautes Sailing Experience, Aegeo sailing , Adonis, sail yacht, Perfect Sailing, Aegean yachting - Ενοικιάσεις Σκαφών Αναψυχής, Πορταριά, Sail with us, Ενοικιάσεις Τουριστικών Σκαφών, Μυλωνάς Αθανάσιος Π., Ενοικιάσεις Σκαφών Αναψυχής για Ιστιοπλοϊκές Κρουαζιέρες, Pagason Yacht and Sail. Τέλος, στο Βόλο υπάρχουν 2 ιστιοπλοϊκοί όμιλοι: η ιστιοπλοΐα αιγαίου ΝΕΠΑ και ο Ιστιοπλοϊκός Όμιλος Βόλου Ανοικτής Θαλάσσης, Himera Sailing. Ενώ το τελευταίο χρόνο στο δημόσιο ΙΕΚ Βόλου λειτουργεί μία νέα ειδικότητα αυτή του «Κυβερνήτης σκαφών αναψυχής»¹⁷.

¹⁶ <http://www.sailingvolos.gr/somateio/>

¹⁷ <https://www.taxydromos.gr/Topika/307445-gine-kybernhths-skafwn-anapsyxhs.html>

6.5 Η ΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΣΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2013- 2018.

Για τους σκοπούς της εργασίας συγκεντρώθηκαν για πρώτη φορά και καταγράφηκαν στατιστικά στοιχεία από το Λιμεναρχείο του Βόλου και συγκεκριμένα από το γραφείο ναυτολογίας σχετικά με την κίνηση των ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής στο λιμάνι του βόλου την χρονική περίοδο 2013-2018.

Αρχικά, στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται τα στατιστικά στοιχεία των κατάπλων των επαγγελματικών τουριστικών σκαφών κατά την περίοδο 2013 – 2018:

Πίνακας 13: Αριθμός κατάπλων των επαγγελματικών τουριστικών σκαφών την περίοδο 2013-2018

Έτος	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αριθμός	1.229	540	646	503	820	793
κατάπλων των επαγγελματικών τουριστικών σκαφών	κατάπλοι	Κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι

Ιδία Επεξεργασία

Στον επόμενο πίνακα αποτυπώνονται τα στατιστικά στοιχεία των κατάπλων των τουριστικών πλοίων αναψυχής τρίτων χωρών (εκτός Ε.Ε.):

Πίνακας14: Αριθμός κατάπλων τουριστικών πλοίων αναψυχής με σημαία τρίτων χωρών

Έτος	2014	2015	2016	2017	2018
Αριθμός	02	06	03	35	80
κατάπλων τουριστικών πλοίων αναψυχής με σημαία τρίτων χωρών	κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι	κατάπλοι

Ιδία επεξεργασία

Στο παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται ο αριθμός των ιδιωτικών σκαφών αναψυχής που ελλιμενίζονται στο λιμάνι του Βόλου την περίοδο 2013- 2018.

Πίνακας 15: Αριθμός ιδιωτικών σκαφών όλων των κατηγοριών που ελλιμενίζουν στο λιμάνι του Βόλου

Έτος	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αριθμός ιδιωτικών σκαφών όλων των κατηγοριών που ελλιμενίζουν στο λιμάνι του Βόλου	8 σκάφος	12 σκάφη	98 σκάφη	31 σκάφη	206 σκάφη	127 σκάφη

Ίδια επεξεργασία

6.6. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT ΓΙΑ ΤΟ ΛΙΜΑΝΙ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Θέμα διαπραγμάτευσης της ενότητας αποτελεί η παρουσίαση των δυνατών και αδύναμων σημείων, των ευκαιριών και των απειλών της μελέτης περίπτωσης σχετικά με την ανάπτυξη του τουρισμού yachting μέσα από την χρήση της SWOT analysis.

Πίνακας 16: SWOT ANALYSIS για το λιμάνι του Βόλου

<u>Δυνατά Σημεία</u>	<u>Αδύναμα Σημεία</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Οργάνωση του λιμένα με βάση τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς- σύστημα ISPS • Ήπιες κλιματικές συνθήκες - διεύρυνση της τουριστικής περιόδου. • Αργοναυτική εκστρατεία –Brand • Μοναδικά αξιοθέατα σε κοντινή απόσταση , Πήλιο, Μετέωρα, Σποράδες • Παροχή : ηλεκτρικού Ρεύματος, νερού, πυρόσβεση, πετρέλωση • Ύπαρξη εταιριών ενοικίασης yacht • Ποικιλομορφία ενδοχώρας και νησιών • Συγκοινωνιακές υποδομές (αεροδρόμια, κτελ, ΟΣΕ, εθνικοί οδικοί οδοί • Δυνατότητα σύνδεσης με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού: πολιτιστικός, γαστρονομικός, πεζοπορίας, κ.α. • Ύπαρξη εταιριών ενοικίασης yacht • Ύπαρξη καλά οργανωμένης και σύγχρονης ιστοσελίδας για το yachting. • Δυνατότητα ειδικευμένης επιμόρφωσης προσωπικού –Ύπαρξη εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Δ. Ι.Ε.Κ. Βόλου , Σχολή κυβερνητών σκαφών & Μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στο τουρισμό) • Ασφαλής προορισμός 	<ul style="list-style-type: none"> • Μη ύπαρξη μαρίνας • Μη ύπαρξη απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών • Μικρός αριθμός θέσεων πρόσδεσης (280) • Ελλιπής προώθηση και προβολή • Ανεπαρκής συνεργασία μεταξύ των φορέων • Μη ύπαρξη γαλάζιας σημαίας

Ευκαιρίες

- Η μακρά παράδοση των Ελλήνων με τη θάλασσα - ύπαρξη έμπειρου ανθρώπινου δυναμικού και υποδομών
- Η δυναμική της χώρας ως δημοφιλής τουριστικός προορισμός
- Brand name Μεσογείου
- Υπαρκτή παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού στο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας και στους τομείς ανάπτυξης του ΕΟΤ για το 2017 – 2018
- Σχέδιο ΕΟΤ 2017 η ανάπτυξη του yachting στο λιμάνι του Βόλου.
- Ανάπτυξη του τουρισμού yachting στη Μεσόγειο- Ελκυστικότητα Μεσογείου
- Ζήτηση από Target group πελατών με ποικίλα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά
- Σταθερή και μακροπρόθεσμη ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, ΗΠΑ)
- Χαρακτηριστικά επαναληπτικότητας ιδιαίτερα από την ευρωπαϊκή αγορά
- Δυναμικές ιδιωτικές εταιρίες εμπλέκονται στον κλάδο
- Νόμος 4256/2014 (ΦΕΚ Α 92/14-4-2014) «Τουριστικά πλοία και άλλες διατάξεις» - θετικά αποτελέσματα , ενισχύθηκε η ανταγωνιστικότητα του κλάδου
- Χαμηλό κόστος σε σχέση με άλλες μεσογειακές χώρες (Ιταλία, Ισπανία)
- Ασταθές πολιτικό κλίμα στην Τουρκία

Απειλές

- Έλλειψη νομοθετικών κινήτρων
- Ανταγωνισμός από τις γειτονικές χώρες
- Επιθετική κοστολόγηση στη διεθνή αγορά
- Αποτρεπτική φορολογία για νέες επενδύσεις
- Ασταθής φορολογική πολιτική
- Έλλειψη μακροπρόθεσμου σχεδιασμού
- Ανθηση του κλάδου σε γειτονικές χώρες με αμεσότερες αποφάσεις και μεγαλύτερες επενδύσεις
- Δυσφήμιση της χώρας λόγω του προσφυγικού ζητήματος
- Απουσία οργανωμένων μαρίνων στην Ελλάδα
- Κακή οικονομική κατάσταση της χώρας

7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Για τους σκοπούς της έρευνας, χρησιμοποιήθηκαν σύντομα ερωτηματολόγια σχετικά με το κατά πόσο ικανοποιεί ο Βόλος τα απαραίτητα κριτήρια για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting, όπως ορίζονται από τη διεθνή πρακτική. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από όλους τους συνεντευξιαζόμενους τόσο από τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό yachting όσο και από τα διοικητικά μέλη. Τα κριτήρια που ζητήθηκαν να αξιολογηθούν ήταν 10 και αφορούσαν: την ύπαρξη απαραίτητων δομών, τις υπηρεσίες υποδοχής και εξυπηρέτησης ιδιοκτητών και επισκεπτών, τον αριθμό θέσεων πρόσδεσης, τις προσφερόμενες υπηρεσίες, την ενδιαφέρουσα τουριστικά ενδοχώρα, την εγγύτητα με το αεροδρόμιο και με άλλα Μ.Μ.Μ, τον μοντέρνο στόλο επαγγελματικών σκαφών καθώς και το προσωπικό, την ύπαρξη καταστημάτων σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό αλλά και σχετικά με άλλες ανάγκες των τουριστών, τον επαρκή αριθμό εταιριών ενοικίασης σκαφών και τέλος τις επισκευαστικές υπηρεσίες.

Στον πίνακα 1 που ακολουθεί, παρουσιάζονται τα περιγραφικά στοιχεία των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου με μορφή ποσοστού, μέσης τιμής (Μ) και τυπικής απόκλισης (SD).

Πίνακας 17- Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση ερωτήσεων (n=17)

Ερωτήσεις	Διαβάθμιση	Ποσοστό	Μ	SD
Ύπαρξη απαραίτητων υποδομών (μαρίνας ή ειδικού τουριστικού λιμένα)	Καθόλου	29,4%	3,12	2,088
	Πολύ λίγο	23,5%		
	Λίγο	5,9%		
	Μέτρια	11,8%		
	Πολύ	17,6%		
	Πάρα πολύ	0%		
Κέντρο υποδοχής και εξυπηρέτησης ιδιοκτητών και επισκεπτών, εμπορικό και διοικητικό κέντρο, τελωνείο, λιμεναρχείο	Καθόλου	17,6%	2,94	1,676
	Πολύ λίγο	29,4%		
	Λίγο	23,5%		
	Μέτρια	17,6%		
	Πολύ	0%		
	Πάρα πολύ	5,9%		
Αριθμός θέσεων πρόσδεσης	Καθόλου	5,9%	3,94	1,560
	Πολύ λίγο	11,8%		
	Λίγο	23,5%		
	Μέτρια	17,6%		
	Πολύ	29,4%		
	Πάρα πολύ	5,9%		
	Απόλυτα	5,9%		

Προσφερόμενες υπηρεσίες (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, πυρόσβεσης, τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, ασφάλειας)	Καθόλου Λίγο Πολύ λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 11,8% 5,9% 17,6% 5,9% 41,2% 11,8%	4,76	1,855
Ενδιαφέρουσα ενδοχώρα (πολιτιστικά, τουριστικά, αρχιτεκτονικά, φυσικό περιβάλλον)	Καθόλου Λίγο Πολύ λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	0% 5,9% 0% 0% 23,5% 23,5% 47,1%	6,06	1,144
Εγγύτητα με αεροδρόμια, M.M.M. και	Καθόλου Πολύ λίγο Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 5,9% 5,9% 5,9% 11,8% 41,2% 23,5%	5,29	1,795
Μοντέρνος επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών και εκπαιδευμένο προσωπικό	Καθόλου Πολύ λίγο Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 5,9% 0% 23,5% 29,4% 23,5% 11,8%	4,82	1,590
Ύπαρξη καταστημάτων σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό, τροφοδοσίας, στην ευρύτερη περιοχή της μαρίνας	Καθόλου Πολύ λίγο Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 5,9% 0% 5,9% 35,3% 29,4% 17,6%	5,18	1,629
Επαρκής αριθμός εταιριών ενοικίασης σκαφών	Καθόλου Πολύ λίγο Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 0% 5,9% 17,6% 11,8% 41,2% 17,6%	5,24	1,602
Υπηρεσίες επισκευαστικές	Καθόλου Πολύ λίγο Λίγο Μέτρια Πολύ Πάρα πολύ Απόλυτα	5,9% 11,8% 0% 23,5% 41,2% 11,8% 5,9%	4,41	1,543

Η διακύμανση των τιμών στην κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε ήταν από 1 (Καθόλου) έως 7 (Απόλυτα), επομένως η τιμή 3,5 αποτελεί μία μέση κατάσταση στις απαντήσεις που δόθηκαν. Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα, οι

συμμετέχοντες της έρευνας, κατά μέσο όρο, δηλώνουν ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από τις υπάρχουσες υποδομές στην πόλη του Βόλου (μαρίνα ή ειδικός τουριστικός λιμένας) ($M= 3,12$, $SD= 2,088$: 58,8% Καθόλου- Πολύ λίγο- Λίγο). Όσον αφορά την ικανοποίηση από το κέντρο υποδοχής και εξυπηρέτησης ιδιοκτητών και επισκεπτών, εμπορικό και διοικητικό κέντρο, τελωνείο, λιμεναρχείο, οι συμμετέχοντες δηλώνουν χαμηλά επίπεδα ($M= 2,94$, $SD= 1,676$: 70,5% Καθόλου- Πολύ λίγο- Λίγο). Έπειτα, μέτρια επίπεδα ικανοποίησης παρουσιάζουν αναφορικά με τον αριθμό θέσεων πρόσδεσης ($M= 3,94$, $SD= 1,560$: 58,8% Καθόλου- Πολύ λίγο- Λίγο-Μέτριο).

Αντίθετα, υψηλά επίπεδα ικανοποίησης δηλώνουν όσον αφορά τις προσφερόμενες υπηρεσίες (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, πυρόσβεσης, τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, ασφάλειας) ($M= 4,76$, $SD= 1,855$: 58,9% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα), την ενδοχώρα (πολιτιστικά, τουριστικά, αρχιτεκτονικά, φυσικό περιβάλλον) ($M= 6,06$, $SD=1,144$: 94,1% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα), την εγγύτητα με αεροδρόμια, ελικοδρόμιο, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, όπως ΚΤΕΛ, Τραμ, Λεωφορεία κ.α. ($M= 5,29$, $SD=1,795$: 76,5% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα), το μοντέρνο στόλο επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών και το εκπαιδευμένο προσωπικό ($M=4,82$, $SD= 1,590$: 64,7% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα), την ύπαρξη καταστημάτων σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό (χώροι εστίασης, υπηρεσίες τροφοδοσίας και επισιτισμού, καταστήματα τραπεζών ή μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων) στην ευρύτερη περιοχή της μαρίνας ($M= 5,18$, $SD= 1,629$: 82,3% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα), τον επαρκή αριθμό εταιριών ενοικίασης Yacht ($M= 5,24$, $SD= 1,602$: 70,6% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα) και τις επισκευαστικές υπηρεσίες ($M= 4,41$, $SD= 1,543$: 58,9% Πολύ- Πάρα πολύ- Απόλυτα).

Δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις όσον αφορά τις απαντήσεις των ιδιοκτητών σκαφών ή εταιρειών ενοικίασης Yacht και των διοικητικών προσώπων που συμμετείχαν στην παρούσα μελέτη.

7.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

7.2.1. Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΜΕ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Ο τουρισμός yachting αποτελώντας πλέον Mainstream μορφή τουρισμού έχει συνδεθεί στο πέρασμα του χρόνου με διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού καθιστώντας το τουριστικό προϊόν κάθε περιοχής ακόμη πιο ελκυστικό. Στο πλαίσιο των συνεντεύξεων, οι ερωτηθέντες αναφέρθηκαν στην προτίμηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού από τους τουρίστες yachting στη περιοχή του Βόλου, για τις υπάρχουσες δραστηριότητες αλλά και για μελλοντικές συνδέσεις με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, οι οποίοι ασχολούνται επιχειρηματικά με τον τουρισμό yachting, ανέφερε πως άλλες μορφές του θαλάσσιου τουρισμού όπως το ψάρεμα, οι καταδύσεις, τα θαλάσσια σπορ αποτελούν από τις πρώτες επιλογές των τουριστών εν πλω και θα μπορούσαν να αναπτυχθούν περαιτέρω στο μέλλον. Επιπλέον, σημείωσαν ότι οι τουρίστες συχνά επιλέγουν τον αθλητικό τουρισμό, τον ορειβατικό ή το περιπατητικό, την αναρρίχηση και την ποδηλασία στα μονοπάτια του Πηλίου που αποτελούν μοναδικό προορισμό για τους λάτρεις του αθλητισμού και της φύσης. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες ανέφεραν, επίσης, τον γαστρονομικό τουρισμό ως μια ελκυστική πρόταση για τους τουρίστες yachting, καθώς ο Βόλος διαθέτει ιδιαίτερη γαστρονομία που μπορεί να προβάλλει, αλλά όπως τονίζουν κάποιοι από τους ερωτηθέντες η ανάπτυξή του βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο.

Μικρότερη εμβέλεια αλλά και πρόσφατη εμφάνιση έχει κάνει ο τουρισμός Yoga, όπως αναφέρθηκε από 2 τουριστικές επιχειρήσεις εννοκίας yacht του Βόλου. Επιπρόσθετα, ορισμένοι συνεντευξιζόμενοι έκαναν αναφορά και στον εκκλησιαστικό τουρισμό τονίζοντας πως πέρα από τα Μετέωρα και ο Βόλος και η ευρύτερη περιοχή διαθέτει μέρη εκκλησιαστικού ενδιαφέροντος που μπορεί να αναδείξει. Επιπλέον, σύμφωνα με τους ερωτηθέντες οφείλει να επισημανθεί πως είναι εφικτό ο τουρισμός yachting να συνδεθεί με πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού αλλά αυτό που παρατηρείται είναι πως η οργανωμένη και στοχευόμενη πληροφόρηση σχετικά με αυτές είναι σχεδόν ανύπαρκτη.

Σημαντικότερο, όμως, σημείο των συνεντεύξεων είναι πως όπως επισημαίνουν οι περισσότεροι ερωτηθέντες πέρα από τις μέρες ιστιοπλοΐας που

συνήθως πρόκειται για μία εβδομάδα οι τουρίστες αφιερώνουν σίγουρα μία μέρα πριν και μια μέρα μετά το ταξίδι τους με το ιστιοπλοϊκό στην πόλη του Βόλου. Ακόμη, αναφέρθηκε ότι πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν να περάσουν άλλη μία εβδομάδα πριν ή μετά το ταξίδι τους στη πόλη αλλά και στην ευρύτερη περιοχή, γεγονός που αποδεικνύει πως η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο λιμάνι του Βόλου, μπορούν να επεκτείνουν τη διαμονή τους. Χαρακτηριστικά, ιδιοκτήτης επιχείρησης ενοικίασης σκαφών επισημαίνει: «Όταν έρχονται την πρώτη μέρα μπορεί να μείνουν να διανυκτερεύσουν εδώ οπότε θα βγουν να φάνε και την τελευταία μέρα που έρχονται, δηλαδή την Παρασκευή θα μείνουν πάλι εδώ. Πολλοί συνδυάζουν την εβδομάδα αυτή με μια δεύτερη εβδομάδα που θέλουν να γυρίσουν το Πήλιο ή τα αξιόλογα τουριστικά μέρη του Βόλου». Ενώ και στο παρελθόν είχε παρατηρηθεί η σύνδεση του τουρισμού Yachting με ξενοδοχειακή μονάδα όπου προσφέρονταν διάφορες υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρει ιδιοκτήτης τουριστικής επιχείρησης: «Υπήρχαν στο παρελθόν εταιρείες οι οποίες στο παρελθόν όπως στη Μηλίνα το Sunsail, είχε τη βάση στη Μηλίνα και είχε και ξενοδοχείο».

Όσον αφορά τα διοικητικά μέλη, στο κομμάτι του τουρισμού yachting ανέφεραν πως ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει πρόταση για τους τουρίστες yachting, με τα σχετικά αξιοθέατα, μοναστήρια/ ναούς στη περιοχή της Μαγνησίας όπου αυτοί οι τόποι μπορούν να αποτελέσουν χώρους δυνητικής επίσκεψης των τουριστών που ναυλώνουν πλοία αναψυχής. Φυσικά ο αθλητικός τουρισμός αποτέλεσε απάντηση των περισσότερων καθώς οι τουρίστες yachting θεωρούνται άτομα πολύ δραστήρια. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός θεωρήθηκε από πολλούς ως μία ελκυστική πρόταση για τους λάτρεις του yachting, καθώς η πόλη του Βόλου διαθέτει πολιτιστικούς πόρους που οφείλει να αναδείξει και να προωθήσει ακόμη περισσότερο, προσφέροντας μία μοναδική εμπειρία στους επισκέπτες της.

7.2.2. ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΒΟΛΟΥ

Οι συνεντευξιαζόμενοι ερωτήθηκαν σχετικά με τις επιπτώσεις που θα μπορούσε να έχει στη πόλη του Βόλου η μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού yachting. Σύμφωνα με όσα ειπώθηκαν οι επιπτώσεις θα επηρεάσουν την οικονομική ανάπτυξη του τόπου, την εικόνα του και προβολή του, την επισκεψιμότητα και την περαιτέρω ανάπτυξη των υποδομών της.

Αρχικά, η πλειονότητα των ερωτηθέντων που διατηρούν επιχειρήσεις ενοικίασης σκαφών θεωρεί πως τα οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν από αυτή την ανάπτυξη θα είναι πολύ σημαντικά. Αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι ο τουρισμός yachting απευθύνεται σε ένα προφίλ τουρίστα που είναι οικονομικά πιο δυνατό και μπορεί να κινήσει όλες αυτές τις υποστηρικτικές βιομηχανίες. Αρχικά, θα παρατηρηθεί μεγαλύτερη ζήτηση και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας άμεσα καθώς απαιτούνται skippers, άτομα για τη συντήρηση των σκαφών αλλά και για τη διοίκηση των σχετικών επιχειρήσεων ενώ έμμεσα θα δημιουργηθούν επιπλέον θέσεις εργασίας λόγω της μεγαλύτερης ζήτησης στις βιομηχανίες που είναι υποστηρικτικές προς τον τουρισμό όπως σε εστιατόρια, ξενοδοχεία, μάρκετ, μαγαζιά θαλάσσιου τουρισμού, του προσωπικού μαρίνας αλλά και μέσα από την σύνδεση του με τις διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Σχετικά με τα ξενοδοχεία θα παρατηρηθεί αύξηση στην κίνηση καθώς οι ενοικιαστές σκάφους πραγματοποιούν διανυκτερεύσεις πριν και μετά από την ναύλωση στα ξενοδοχεία της περιοχής ενώ πολλοί είναι αυτοί που επιλέγουν να παραμείνουν σε κάποιο ξενοδοχείο της περιοχής και τις επόμενες μέρες μετά από τα διακοπές τους με το σκάφος.

Σημαντικά θα είναι τα οφέλη, όπως δηλώνουν οι περισσότεροι ερωτηθέντες, στην επισκεψιμότητα και στην προβολή του Βόλου. Συγκεκριμένα, αναφέρουν πως ο τουρισμός yachting μπορεί να αποτελέσει λόγο επίσκεψης στη πόλη του Βόλου αλλά και στην ευρύτερη περιοχή του Πηλίου αλλά και μέσο για την περαιτέρω προβολή και προώθηση της περιοχής παγκοσμίως. Θα δώσει την ευκαιρία μεγαλύτερος αριθμός ανθρώπων να γνωρίσει την πόλη καθώς οι περισσότεροι τουρίστες μετά τις διακοπές τους με το σκάφος επιλέγουν να γνωρίσουν και την περιοχή του Βόλου. Εξάλλου, επισημαίνεται από πολλούς ερωτηθέντες ότι μεγάλος αριθμός τουριστών φτάνει ήδη στο λιμάνι του Βόλου λόγω του yachting καθώς συγκεκριμένα όπως

αναφέρει επιχειρηματίας του χώρου: «Στη φουλ σεζόν έρχονται περίπου 50 σκάφη στο Βόλο με μ.ο. 5-6 άτομα, άρα συνολικά γύρω στα 300 άτομα έρχονται κάθε Σάββατο στο λιμάνι του Βόλου. Είναι ένας μεγάλος αριθμός που πρέπει να εκμεταλλευτεί κατάλληλα ο δήμος ή ο οργανισμός λιμένα τουριστικά και να κινήσει το ενδιαφέρον τους να παραμείνουν ή να έρθουν την επόμενη φορά είτε με το σκάφος είτε να παραμείνει στο Βόλο».

Ακόμη, τονίστηκε ότι θα διευρυνθεί και η τουριστική περίοδος αφού ο τουρισμός yachting μπορεί να πραγματοποιηθεί από τα τέλη Απριλίου έως τα τέλη Οκτωβρίου. Τέλος, όπως αναφέρει γνώστης του χώρου και μέλος επιχείρησης ενοικίασης σκαφών: «Θα ενδυναμώνει φυσικά το Brand name του Βόλου, τον κάνει destination. Ο Βόλος αυτή τη στιγμή δεν είναι destination, το Πήλιο είναι. Αν χειριστούμε σωστά αυτή την αυξανόμενη ροή μπορούμε να κάνουμε τον Βόλο destination και έτσι καρπώνεται όλα τα οφέλη των μεγάλων brand name. Νομίζω αυτό μπορεί να έρθει μέσα από το yachting».

Επιπλέον, όπως αναφέρουν ορισμένοι από τους ερωτηθέντες σημαντική θα είναι και η ανάπτυξη που θα επιτευχθεί στις δομές και υποδομές της πόλης. Συγκεκριμένα, η ανάπτυξη του yachting θα μπορούσε να πυροδοτήσει την απόφαση για δημιουργία μαρίνας. Όπως χαρακτηριστικά δηλώνει ιδιοκτήτης ενοικίασης σκαφών: «Η δημιουργία μαρίνας θα είναι κάτι ιδανικό αν προκύψει, το ποσό για τις θέσεις ελλιμενισμού μπορεί να αυξηθεί αλλά θα μπει μια τάξη στο λιμάνι και θα υπάρχουν πολλές παροχές. Τώρα για παράδειγμα στις δικές μου θέσεις υπάρχει ένα Pilar όπου παίρνουν 9-10 σκάφη το καλοκαίρι και αυτό έχει 4 πρίζες». Επίσης, τονίστηκε 'ότι θα πυροδοτηθεί επιπλέον η ανάπτυξη του αεροδρομίου αλλά και η αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, των εμπορικών καταστημάτων και των καταστημάτων εστίασης.

Αντίθετα, τα άτομα που βρίσκονται σε θέσεις διοίκηση σε σχέση με τον θαλάσσιο τουρισμό, αναφέρουν πως το σημαντικότερο όφελος θα είναι η αναδιαμόρφωση του χώρου του λιμένα με τη δημιουργία και χωροθέτηση μαρίνας από τον ΟΛΒ ή κάποιο ιδιώτη επενδυτή ή συνδυασμό των 2, ενισχύοντας τα έσοδα του λιμένα και της περιοχής. Έτσι θα επιτευχθεί μεταβολή του χαρακτήρα του λιμένα από εμπορικό / επιβατικό σε τουριστικό. Συμπληρωματική θα είναι και η υποστήριξη του αεροδρομίου καθώς η μέχρι σήμερα τουριστική υποδομή (αριθμός κλινών/

μεγέθη καταλυμάτων) δεν φαίνεται να δημιουργούν την απαραίτητη δυναμική για την εγκατάσταση πτήσεων.

Φυσικά και τα άτομα που βρίσκονται στην διοίκηση αναφέρονται και στα οικονομικά οφέλη που θα προκύψουν. Αυτά εντοπίζονται κυρίως στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και αύξηση των ιδιωτικών εταιριών που μισθώνουν τέτοιου είδους σκάφη αλλά και στις υποστηρικτικές προς το yachting υπηρεσίες, δηλαδή οι υπηρεσίες σχετικά με τα καύσιμα, τα τροφοεφόδια αλλά και οι δημόσιες υπηρεσίες υπό την μορφή των τελών και αποζημιώσεων από τα σκάφη. Πρόκειται, επομένως, για μια δραστηριότητα που έχει πολλές παράπλευρες δραστηριότητες και πολλά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Τέλος, όπως επισημαίνεται από διοικητικό μέλος σχετικά με το προφίλ των τουριστών: *«Το κυριότερο είναι πως πρόκειται για επισκέπτες υψηλού βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου, που θα εκτιμήσουν τα πολιτιστικά και γαστρονομικά στοιχεία της περιοχής. Αυτό μπορούμε να το εκμεταλλευτούμε με την διοργάνωση πολιτιστικών δραστηριοτήτων, δημιουργώντας νέες θεματικές ενότητες, και θέλγητρα στη περιοχή».*

7.2.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν αν και κατά πόσο υπάρχει συνεργασία μεταξύ των εταιρών που συμμετέχουν στο τομέα του Yachting, όπως είναι οι επιχειρήσεις, οι δημόσιοι φορείς, ο ΟΛΒ αλλά και οι σύλλογοι της περιοχής για το σχεδιασμό κοινών δράσεων.

Αρχικά, η πλειονότητα των επιχειρηματιών στον κλάδο του τουρισμού Yachting απάντησαν πως η συνεργασία είναι επιβεβλημένη και πολύ σημαντική αλλά δυστυχώς πολύ δύσκολη, ενώ στο παρελθόν ήταν ανύπαρκτη. Σχετικά με το παρελθόν, οι περισσότεροι αναφέρουν πως πριν από 5 με 6 χρόνια η περιφέρεια και ο δήμος Βόλου αγνοούσε τη ύπαρξη τους, συγκεκριμένα ένας από τους ερωτηθέντες αναφέρει: *«Σχετικά με την συνεργασία το 2014 είχε γίνει μια μεγάλη έκθεση τουρισμού, για την οποία δεν είχαν ενημερώσει κανέναν από το χώρο του yachting. Ως πρόεδρος του σωματείου πήγα με δική μου πρωτοβουλία στην ημερίδα στο Δημαρχείο, αγνοούσαν την ύπαρξη μας. Έγινε προσπάθεια, και από τότε στάλθηκαν από την περιφέρεια ενημερώσεις για εκθέσεις».* Επισημάνθηκε, ωστόσο, ότι τα τελευταία χρόνια γίνονται

προσπάθειες συνεργασίας καθώς οι αντιπρόσωποι του Yachting στέλνονται σε εκθέσεις και το σωματείο βρίσκεται σε επικοινωνία και επαφή με τον ΟΛΒ.

Η πλειοψηφία, βέβαια, δηλώνει πως η συνεργασία τόσο με τον ΟΛΒ όσο και με την περιφέρεια και τον Δήμο βρίσκεται σε ένα αρχικό στάδιο επικοινωνίας αλλά απαιτούνται ακόμα μεγαλύτερες προσπάθειες, κοινά σχέδια και αποφάσεις. Αυτό που επιθυμούν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες είναι στις θέσεις που σχετίζονται με τον τομέα τους να βρίσκονται άτομα άρτια καταρτισμένα γύρω από τον θαλάσσιο τουρισμό, έτσι ώστε να ληφθούν σωστές αποφάσεις και να αντιλαμβάνονται τα προβλήματά τους και τις ανάγκες τους. Το ίδιο ισχύει και στο κομμάτι της προβολής, όπου τώρα στο Brochure του δήμου γίνεται μόνο μια μικρή αναφορά στο yachting, για το λόγο αυτό θα πρέπει να υπάρξει μια κοινή προσπάθεια και στο κομμάτι αυτό. Τέλος, αναδεικνύουν το θέμα της μαρίνας ως ένα θέμα τοπικό, όπου για να επιτευχθεί δεν είναι απλά ωφέλιμη αλλά αναγκαία η συνεργασία όλων των σχετικών εταιρών.

Τα διοικητικά μέλη αναδεικνύουν και οι ίδιοι την σημαντικότητα της συνέργειας μεταξύ των φορέων. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες αναφέρουν πως γίνονται συνεχώς προσπάθειες για συνεργασία τα τελευταία χρόνια ενώ υπάρχει και ήδη σημαντική συνεργασία μεταξύ φορέων. Ιδιαίτερα έντονη και διαρκή, όπως επισημαίνουν, είναι η συνεργασία μεταξύ Ο.Λ.Β και του συνδέσμου ιδιοκτητών τουριστικών σκαφών για θέματα κοινού ενδιαφέροντος. Ακόμη, τα τελευταία χρόνια, όπως τονίζουν, στο λιμάνι του Βόλου έχει ξεκινήσει μια πολύ καλή συνεργασία ανάμεσα σε όλους τους φορείς που εμπλέκονται στο λιμάνι, τόσο του οργανισμού λιμένα, όσο των λιμενικών αρχών και των τελωνειακών. Έχουν γίνει κοινές δράσεις και σημαντικές προσπάθειες συνεργασίας χάρη στις οποίες έχει επιτευχθεί τα τελευταία χρόνια η αύξηση του στόλου των σκαφών και των επιχειρήσεων που ασχολούνται με το yachting. Επισημάνθηκαν, ακόμη, οι ιδιαίτερα σημαντικές χωροταξικές αλλαγές στον προβλήτα που έγιναν τα τελευταία 2 χρόνια. Συγκεκριμένα, απομακρύνθηκαν σκάφη αλιευτικά και ρυμουλκά που βρισκόταν αγκυροβολημένα στο ανατολικό σημείο, με αποτέλεσμα να απελευθερωθεί χώρος ωφέλιμος για να μπορέσουν τα τουριστικά σκάφη να πλαγιοδετήσουν. Επιπλέον, στο κεντρικό λιμεναρχείο Βόλου λειτουργεί επί 24ώρου βάσεως βάρδια η οποία εξυπηρετεί τους ενδιαφερόμενους που διακινούνται με αυτά τα σκάφη.

Τέλος, όλοι οι ερωτηθέντες δήλωσαν ανοιχτοί σε μελλοντικές συνεργασίες. Συγκεκριμένα, ένας από τους ερωτηθέντες αναφέρει: « *Ευελπιστούμε στην ύπαρξη*

συνεργασίας ώστε να επιτυγχάνεται κοινή στρατηγική και στοχοθεσία, αλλά και να υπάρχει συνεννόηση και συντονισμός για τις υλοποιούμενες, από τον κάθε φορέα, δράσεις» ενώ ο β' ερωτηθέντας αναφέρει: «Θα είμαστε ανοιχτοί στο αν κάποιος υπάρξει συντονιστής μιας ευρύτερης προσπάθειας που αφορά το yachting, θα συμμετέχουμε και εμείς με ευχαρίστηση».

7.2.4. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΠΕΙΛΕΣ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ YACHTING

Τα προβλήματα και οι απειλές που αντιμετωπίζει ο κλάδος του yachting σύμφωνα με τους ερωτηθέντες αφορούν κυρίως την ανυπαρξία μαρίνας και υποδομών, την ελλιπή συνεργασία με τις διοικητικές αρχές, τη μη σωστή λειτουργία του αεροδρομίου, την ασταθή φορολογία και πολιτική, τις επιχειρήσεις «πειρατές» ενοικίασης σκαφών καθώς και τον ανταγωνισμό των άλλων περιοχών αλλά και χωρών.

Αρχικά, η πλειονότητα των ερωτηθέντων αναφέρθηκε στο πρόβλημα της μη χωροθέτησης και ύπαρξης μαρίνας αλλά και κατάλληλων υποδομών. Συγκεκριμένα, ένας από τους ερωτηθέντες αναφέρει πως η κατάσταση που επικρατεί είναι «προπολεμική» και απωθεί τον τουρίστα. Για του περισσότερους επαγγελματίες, το ίδιο το λιμάνι αποτελεί απειλή, καθώς βρίσκεται συνεχώς σε μία στάσιμη κατάσταση και δεν υπάρχουν επαρκείς θέσεις ελλιμενισμού αλλά και ανυπαρξία πραγματικών επαγγελματικών υποδομών με ότι αυτό συνεπάγεται καθώς και ανυπαρξία οργανωμένης μαρίνας, όπως για παράδειγμα η μαρίνα Λευκάδος, με άμεση πρόσβαση σε περιφερειακούς δρόμους. Σχετικά με τις υποδομές, αναφέρουν πως αρκετά προβλήματα δημιουργεί ακόμη και η απουσία Info kiosk στο λιμάνι του Βόλου όπου οι τουρίστες θα μπορούσαν να ενημερώνονται για θέματα σχετικά με την πόλη.

Έντονος λόγος γίνεται από τους περισσότερους ερωτηθέντες για τη δυσμενή συνεργασία μεταξύ των ατόμων που ασχολούνται επαγγελματικά με το χώρο του τουρισμού yachting και με τις διοικητικές αρχές. Αρχικά, θεωρούν πως είναι ιδιαίτερα προβληματική η σχέση τους με το λιμεναρχείο, οι οποίοι σε ορισμένες περιπτώσεις τους αντιμετωπίζουν ακόμη και «εχθρικά», ενώ όπως επισημαίνει ο επαγγελματίας ενοικίασης σκαφών: «δημιουργούν προβλήματα ακόμη και όταν οι πελάτες είναι έτοιμοι για τον απόπλου τους καθώς πραγματοποιούν συνεχείς ελέγχους»

ενώ όπως επισημαίνει άλλος επαγγελματίας του χώρου: «Στα αρνητικά είναι η έλλειψη συνεργασιών, αν υπήρχε συνεργασία θα είχαμε πολύ καλύτερες υπηρεσίες υποδοχής, είτε μέχρι να νοικιάσει το σκάφος είτε όσο μένει στη βάση».

Ιδιαίτερα σημαντικό πρόβλημα αποτελεί σύμφωνα με τους περισσότερους και το αεροδρόμιο της Αγχιάλου με τις μειωμένες πτήσεις του. Η ύπαρξη αεροδρομίου είναι πολύ σημαντικό κομμάτι καθώς όλοι οι μεγάλοι Brokers ενδιαφέρονται να υπάρχει ένα αεροδρόμιο κοντά στον ιστιοπλοϊκό προορισμό. Θεωρούν πως το αεροδρόμιο είναι αυτό που μπορεί να φέρει την ανάπτυξη καθώς μια άμεση σύνδεση με το λιμάνι του Βόλου από οποιαδήποτε χώρα θα μπορούσε να λειτουργήσει καταλυτικά στην ανάπτυξη του Yachting τουρισμού. Η μη ύπαρξη αρκετών πτήσεων αλλά και η μη έγκυρη ανακοίνωση των πτήσεων πριν την έναρξη της τουριστικής περιόδου έχει αναγκάσει πολλούς από τους επαγγελματίες του χώρου να μεταφέρουν τα σκάφη τους στην Σκιάθο, όπου το αεροδρόμιο λειτουργεί πολύ πιο οργανωμένα, και να τα ναυλώνουν από εκεί. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει επαγγελματίας του χώρου: «Αναγκαζόμαστε και πηγαίνουμε τα σκάφη μας στη Σκιάθο γιατί έχει περισσότερες πτήσεις και πιο πολλά δρομολόγια. Το αεροδρόμιο της Αγχιάλου, είναι πολύ μεγάλο πρόβλημα γιατί εμείς για παράδειγμα κλείνουμε ναύλα για τη σεζόν του 2019 για το καλοκαίρι έχουμε κλείσει από το 2018 δηλαδή πριν αλλάξει το έτος και το πρόγραμμα του αεροδρομίου της Αγχιάλου μας το δίνουν Μάρτιο».

Τέλος, το πρόβλημα της ασταθούς φορολογίας και πολιτικής κατάστασης αποτελούν απειλή για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού yachting. Συγκεκριμένα η πολυπλοκότητα και η συνεχής αλλαγή των νομοσχεδίων όπως αναφέρουν, λειτουργεί ως τροχοπέδη σε σύγκριση με άλλες χώρες, όπως η Κροατία και η Τουρκία όπου όλα τα διαδικαστικά θέματα επιλύονται πολύ πιο γρήγορα. Χαρακτηριστικά επαγγελματίας του τομέα αναφέρει: «Οι γειτονικές χώρες έχουν αναπτύξει τόσο το yachting, και ενώ στην Ελλάδα θα μπορούσαμε να είμαστε πρωτοπόροι, όλη η πολιτική αστάθεια και η αβεβαιότητα των τελευταίων ετών οδηγεί στο να μην είμαστε πλέον σχεδόν καθόλου ανταγωνιστικοί».

Για τα διοικητικά μέλη, τα προβλήματα και οι απειλές του τομέα περιορίζονται στον ανταγωνισμό, στην έντονη φορολογία και στην έλλειψη υποδομών. Συγκεκριμένα, τονίζεται πως παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός από χώρες αλλά και περιοχές που υφίσταται ανθούσα δραστηριότητα yachting, όπως η Τουρκία, οι χώρες που βρίσκονται στις Δαλματικές ακτές αλλά και στην Ελλάδα το

Ιόνιο και το Αιγαίο Πέλαγος. Επίσης, τονίζουν ότι και η φορολογία η οποία πέρα από σκληρή, αλλάζει και συνεχώς δε μπορεί να επιτρέψει στους επαγγελματίες να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους και να προγραμματίσουν την εξέλιξη των επιχειρήσεών τους σε ένα ασφαλές και σταθερό πλαίσιο. Για παράδειγμα, το καθεστώς επιχειρηματικότητας στη Τουρκία είναι θετικό όχι μόνο για αυτούς που έχουν σκάφη αλλά και τα αεροδρόμια, τις ναυπηγοεπισκευαστικές ζώνες και τις μαρίνες. Ακόμη, επισήμαναν το ζήτημα πως στην Ελλάδα δεν υπάρχουν μαρίνες που είναι υψηλού επιπέδου γεγονός που αποτελεί μεγάλο πρόβλημα για την περαιτέρω ανάπτυξη. Υποστηρίζουν πως χρειάζεται επείγοντως να καθοριστούν χώροι και να γίνει προκήρυξη για να αναλάβουν μεγάλες επιχειρήσεις την κατασκευή, διαχείριση και εκμετάλλευση των χώρων αυτών. Οι περισσότεροι καταλήγουν πως απαιτείται μεγάλη αναδιάρθρωση των υποδομών εν γένει.

Τέλος, η πιο σημαντική απειλή σύμφωνα με τα διοικητικά μέλη για το Βόλο, η οποία αναφέρθηκε και από κάποιους επιχειρηματίες, είναι οι επιχειρήσεις-πειρατές. Πρόκειται για εταιρίες που εμφανίζονται από ξένες χώρες ή ακόμα και από την Ελλάδα που δεν τηρούν τη νόμιμη διαδικασία αδειοδοτήσεων σκαφών και τελών και οφειλών, που διαθέτουν αβέβαια πιστοποιητικά αξιοπλοΐας αλλά και αβεβαιότητα ως προς την ικανότητα και εκπαίδευση. Όπως είναι αναμενόμενο αυτές οι επιχειρήσεις λειτουργούν εις βάρος όσων ασχολούνται νόμιμα με αυτή τη δραστηριότητα και απειλούν την ανάπτυξη του τουρισμού yachting στην περιοχή.

7.2.5. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING

Όλοι οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν στο κατά πόσο η φορολογική και πολιτική κατάσταση δρα αποτρεπτικά ή προσφέρει ευκαιρίες στην ανάπτυξη του yachting.

Αρχικά, οι επιχειρηματίες στο τομέα του Yachting χαρακτηρίζουν την φορολογική κατάσταση ως αποτρεπτική, αλλά δε πρόκειται για ένα στοιχείο που αφορά αποκλειστικά τον τουρισμό yachting αλλά γενικότερα όλο τον επιχειρηματικό τομέα. Υποστηρίζουν πως μια τέτοια κατάσταση ασφαλώς επηρεάζει αρνητικά τους ίδιους τους επιχειρηματίες χωρίς να δίνει κίνητρα. Ενδεικτικά ένας από τους ερωτηθέντες επιχειρηματίες αναφέρει: «Πριν τις γιορτές υπογράφηκε μια διάταξη

σχετικά με το φ.π.α σε κάτω από 12μ. σκάφη για την οποία δε ξέρει κανένας τι θα γίνει. Για τα επαγγελματικά σκάφη δε πληρώναμε φπα τώρα πληρώνουμε φπα. Είναι όλα σε εκκρεμότητα. Σήμερα είναι κλεισμένα, το 80% των ναύλων αλλά το τι θα πληρώσουμε σε φ.π.α δε το ξέρουμε ακόμη». Αυτή τη στιγμή το φ.π.α που καλούνται να πληρώσουν είναι μόνο 12% αλλά με το Ν1240 αυτό ενδέχεται να αλλάξει.

Η πολυπλοκότητα του συστήματος αλλά και οι συνεχείς αλλαγές φαίνεται πως προκαλεί προβλήματα στους επιχειρηματίες. Επιπλέον, λειτουργεί αποτρεπτικά για ακόμη ένα λόγο, καθώς αυξάνοντας τη φορολογία καθιστά το τουριστικό προϊόν λιγότερο ανταγωνιστικό, σε ένα τομέα όπου χώρες όπως η Κροατία και η Τουρκία προσφέρουν ένα αντίστοιχο προϊόν αλλά ακόμη πιο οργανωμένο σε υποδομές και με χαμηλότερη φορολογία. Αυτό που επισημαίνουν οι περισσότεροι είναι πως η φορολογία μπορεί ακόμη να λειτουργήσει αποτρεπτικά και για τους νέους επιχειρηματίες που θέλουν να εισέλθουν στον χώρο. Αντίθετα, ορισμένοι από τους συνεντευξιζόμενους υποστηρίζουν πως η φορολογία, δεν είναι τόσο αποτρεπτική αλλά μέχρι τώρα είναι και ευνοϊκότερη ειδικά για τις ναυτιλιακές εταιρίες τύπου Ν.Ε.Π.Α. από άλλες τουριστικές μορφές.

Σχετικά με το νομοθετικό πλαίσιο, οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν πως πρόκειται για ένα παράγοντα που δρα αρνητικά στην ανάπτυξη του Yachting. Δηλώνουν ότι, συνεχώς ψηφίζονται νέοι νόμοι, οι οποίοι δεν υλοποιούνται με αποτέλεσμα οι επαγγελματίες του χώρου να μη μπορούν να κάνουν μακροπρόθεσμους σχεδιασμούς για τα πλάνα της επιχείρησής τους καθώς η νομοθετική κατάσταση μπορεί ανά πάσα στιγμή να αλλάξει σε βάρος τους. Επιπλέον, η έντονη γραφειοκρατία που συνοδεύει την ενοικίαση ενός σκάφους μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την εμπειρία των τουριστών αφού απαιτείται πολύς χρόνος για την διεκπεραίωση της ναύλωσης. Με βάση τα παραπάνω, θεωρούν πως το κράτος δεν ευνοεί την ανάπτυξη του yachting τη στιγμή που στις χώρες – ανταγωνιστές το κράτος λειτουργεί ως σύμμαχος της ανάπτυξής του. Μόνο 2 από τους ερωτηθέντες τίθενται υπέρ του νομοθετικού πλαισίου θεωρώντας το ευνοϊκό όπως για παράδειγμα το Ν. 4256/ 2014 που συνέβαλε σε πολλά θέματα σχετικά με τον τομέα.

Τα διοικητικά μέλη, εκφέρουν παρόμοιες απόψεις με τους επιχειρηματίες σχετικά με το νομοθετικό και φορολογικό πλαίσιο αφού και οι ίδιοι θεωρούν πως λειτουργεί αποτρεπτικά. Τόσο το νομοθετικό όσο και το φορολογικό πλαίσιο χαρακτηρίζεται από την πλειονότητα των ερωτηθέντων ως «ευμετάβλητο»,

«πολύπλοκο», «ασταθές» και «δαιδαλώδες», λειτουργώντας ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη του τουρισμού yachting. Έπειτα, ένα νέο στοιχείο το οποίο αναφέρονται είναι το πόσο αποτρεπτικά λειτουργεί και η δύσκολη και απαιτητική διαδικασία για την δανειοδότηση ιδιωτικών μαρίνων, πλωτών εξέδρων και άλλων παρόμοιων υποδομών που θα λειτουργούσαν υποστηρικτικά στο τομέα του Yachting. Τέλος, και τα διοικητικά μέλη τονίζουν το πώς η αστάθεια στο φορολογικό και νομοθετικό πλαίσιο καθώς και η μη υποστήριξη του τομέα από το κράτος λειτουργεί αποτρεπτικά και αρνητικά για τη χώρα, ενώ οι γειτονικές χώρες αναπτύσσουν με τεράστιο ρυθμό τον τομέα, λαμβάνοντας συνεχώς μέτρα υπέρ του.

7.2.6. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ YACHTING ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σχετικά με τον ανταγωνισμό που έχει να αντιμετωπίσει το λιμάνι του Βόλου σε εθνικό και Μεσογειακό επίπεδο καθώς και για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημά του, οι απαντήσεις της πλειονότητας των ερωτηθέντων ταυτίζονται.

Αρχικά, οι προορισμοί ναυσιπλοΐας είναι τρεις: το Ιόνιο, με δύο βάσεις την Κέρκυρα και τη Λευκάδα, ακολουθούν οι Κυκλάδες και τέλος ο Αργοσαρωνικός. Σημείο εκκίνησης θα πρέπει να επισημανθεί πως είναι όπου υπάρχει αεροδρόμιο. Σε πρώιμο στάδιο είναι το Βόρειο Αιγαίο όπου δραστηριοποιείται μία εταιρεία στην Καβάλα. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν πως για την περιοχή ο Βόλος αποτελεί το μοναδικό προορισμό για να κάνει κανείς ιστιοπλοΐα στις Σποράδες, και επίσης κάθε σύμπλεγμα νησιών διακρίνεται από μοναδικά στοιχεία που δύσκολα μπορούν να συγκριθούν και να ανταγωνιστούν με τα υπόλοιπα, αφού ο λόγος επίσκεψής τους ποικίλει. Χαρακτηριστικά ένα από τους ερωτηθέντες αναφέρει: *«Η Ελλάδα όπως είπαμε είναι πολυνησιακή, το κάθε σύμπλεγμα έχει το δικό του ιδιαίτερο χαρακτηριστικό. Το πράσινο με τη θάλασσα δεν υπάρχει στις Σποράδες και στο Πήλιο, οι Κυκλάδες έχουν ωραία αρχιτεκτονική, τα Επτάνησα προσφέρουν κάτι το ευρωπαϊκό. Αυτό που προσφέρει αυτή η περιοχή είναι κάτι μοναδικό»*.

Παρ' όλα αυτά κάποιοι από τους ερωτηθέντες θεωρούν πως στην ευρύτερη περιοχή του Βόλου μοναδικός ανταγωνιστής του μπορεί να είναι το λιμάνι της Σκιάθου, όπου και πάλι δεν υπάρχει μαρίνα και πολλές φορές οι τουρίστες αντιμετωπίζουν τρομερή δυσκολία εύρεσης θέσεων ελλιμενισμού αλλά το

αεροδρόμιο της Σκιάθου με τις πολλές και διαρκείς πτήσεις που προσφέρει ευνοεί τις μετακινήσεις τουριστών yachting. Επίσης, η Σκιάθος αποτελεί ένα προορισμό που είναι ευρέως γνωστός σε αντίθεση με το Βόλο τον οποίο ελάχιστοι γνωρίζουν. Για την Β. Ελλάδα και συγκεκριμένα για τη Χαλκιδική όπου υπάρχουν μαρίνες, ισχυρίζονται πως δε μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστή καθώς έχει πολύ μεγάλη απόσταση από τις Σποράδες, με αποτέλεσμα αν νοικιάσει κανείς ένα σκάφος από την Χαλκιδική για να πλεύσει στις Σποράδες θα ξοδέψει δύο μέρες στη διαδρομή, γεγονός που τον αποθαρρύνει από το να την επιλέξει.

Ορισμένοι από τους ερωτηθέντες τονίζουν πως ο Βόλος, χωρίς μαρίνα και χωρίς τις κατάλληλες υποδομές και υπηρεσίες είναι πολύ πίσω ανταγωνιστικά, έρχεται τελευταίος και φυσικά δε μπορεί να ανταγωνιστεί τις Κυκλάδες ή το Ιόνιο. Κάποιος από τους ερωτηθέντες αναφέρει: *«Αν θα μπορούσαμε να ανταγωνιστούμε κάποιον θα ήταν τα Δωδεκάνησα. Η Αθήνα παίρνει τη μερίδα του λέοντος και μετά το Ιόνιο»*. Ενώ ένας άλλος επιχειρηματίας ισχυρίζεται πως: *«Σε πανελλήνιο επίπεδο είναι η Αθήνα, Λευκάδα, το Ιόνιο, οι Κυκλάδες που πάνε οι ακριβοί τουρίστες. Εδώ έρχονται οι φτηνοί τουρίστες. Όσο δεν έχουμε αεροδρόμιο να έχουμε πτήσεις θα έρχονται και φτηνοί τουρίστες και οι περισσότεροι θα προτιμούν πάντα τη Σκιάθο»*.

Σε σχέση με τον ανταγωνισμό σε επίπεδο Μεσογείου οι απόψεις των ερωτηθέντων και πάλι ταυτίζονται αφού οι περισσότερες απαντήσεις αναφέρουν πως 2 είναι οι ανταγωνιστικές χώρες, Κροατία και Τουρκία. Η Κροατία όπως αναφέρουν είναι πολύ ανταγωνιστική καθώς, πρόκειται για μια χώρα με πολλά μέρη με πράσινο και νησιά, μαρίνες περισσότερο ανταγωνιστικές ενώ παράλληλα το κράτος ευνοεί και τον τομέα να αναπτυχθεί. Το ίδιο ισχύει και για την γειτονική Τουρκία όπου ο τουρισμός yachting έχει αναπτυχθεί σημαντικά, φυσικά ενισχύεται δυναμικά από το κράτος και είναι και είναι νούμερο ένα χώρα στην αγορά σκαφών.

Σχετικά με το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του Βόλου, όλοι οι ερωτηθέντες υποστηρίζουν πως είναι το μοναδικό φυσικό περιβάλλον και τα καταπράσινα νερά του που δε μπορούν να συγκριθούν με τίποτα άλλο στον κόσμο. Τα συμπλέγματα των νησιών είναι μοναδικά, βρίσκονται το ένα πολύ κοντά στο άλλο καθιστώντας ακόμη πιο εύκολη την ιστιοπλοΐα. Ένας από τους ερωτηθέντες επισημαίνει: *«Τα νησιά είναι κοντά, έχεις ένα Παρασητικό που μπορείς να περάσεις 2-3 μέρες, έχεις προορισμούς, έχεις την Εύβοια, έχεις καλούς καιρούς, χωρίς εντάσεις στους ανέμους, που είναι πολύ βασικό για το yachting. Τα νησιά όμορφα, τα πράσινο αυτό δε το βλέπεις στο Ιόνιο*

πουθενά αλλού». Ακόμη δηλώνουν ότι και στις τιμές μπορεί να ανταγωνιστεί τους υπόλοιπους προορισμούς όπως είναι η Κροατία και η Τουρκία αλλά και στην καλοκαιρινή περίοδο που διαρκεί ακόμη περισσότερο σε σχέση με τις άλλες χώρες. Ενώ ένας από τους ερωτηθέντες επισημαίνει: *«Πρόκειται για μια ήσυχη ακατέργαστη περιοχή, κάτι που δε θα βρει στη Κροατία και στο Ιόνιο. Το ερημικό στοιχείο, γιατί δεν είναι τόσο εμπορικό, αυτό το natural κομμάτι δηλαδή»*.

Τα διοικητικά μέλη στο τομέα του yachting σχετικά με τον ανταγωνισμό που καλείται να αντιμετωπίσει το λιμάνι του Βόλου ταυτίστηκαν σε αρκετές απαντήσεις με τους επιχειρηματίες του χώρου αλλά και διαφοροποιήθηκαν σε ένα μεγάλο βαθμό. Οι περισσότεροι εξέφρασαν την άποψη πως θέμα ανταγωνισμού δε μπορεί να τεθεί από τη στιγμή που δεν υπάρχει μαρίνα. Από την άλλη, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες αναφέρουν πως δεδομένης της θέσης του Βόλου στο μέσο δυο μεγάλων αστικών κέντρων της Αθήνας – Πειραιά και Θεσσαλονίκης όπου έχουν τουριστικούς λιμένες, έχει να ανταγωνιστεί τον ευρύτερο χώρο της Αττικής, που είναι πιο κοντά στα νησιά και έχει καταπληκτική πρόσβαση στις Κυκλάδες. Ενώ πολύ τείνουν να συγκλίνουν στην άποψη πως το λιμάνι της Σκιάθου μπορεί να λειτουργήσει ανταγωνιστικά, καθώς διαθέτει μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα από την περιοχή του Βόλου και διαθέτει ακόμη το αεροδρόμιο. Σχετικά με τον ανταγωνισμό της Μεσογείου οι ερωτηθέντες δε θέλησαν να αναφερθούν καθώς όπως υποστήριξαν οι περισσότεροι, χωρίς υποδομές κάτι τέτοιο είναι αδύνατο να υπάρξει.

Τέλος, τόνισαν ότι πέρα από το μοναδικό φυσικό περιβάλλον ο Βόλος διαθέτει και ιδανικές συνθήκες ναυσιπλοΐας, αφού πρόκειται για ένα κλειστό όρμο με ήπιους ανέμους όπου σπάνια αναπτύσσονται ακραία καιρικά φαινόμενα. Οι περισσότεροι αναδεικνύουν το στοιχείο πως το πλεονέκτημά του είναι ότι το λιμάνι του Βόλου είναι το μοναδικό στη περιοχή αφού βόρεια υπάρχει μόνο το λιμάνι της Θεσσαλονίκης, στο νότο της Χαλκίδας και της Στυλίδας και φυσικά της Αθήνας. Τέλος, αναφέρουν ως ιδιαίτερα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα γενικότερα της Ελλάδας το γεγονός πως πρόκειται για ένα ναυτικά έμπειρο λαό, που γνωρίζει τα πάντα γύρω από τα σκάφη και έχει καλή ναυτοσύνη.

7.2.7. Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΑΡΓΟΝΑΥΤΙΚΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΩΣ BRAND ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΟ ΒΟΛΟ

Ένα άλλο βασικό ερώτημα στο οποίο κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτηθέντες είναι κατά πόσο και αν έχει αξιοποιηθεί η αργοναυτική εκστρατεία τόσο από τους ίδιους τους επιχειρηματίες όσο και από τα διοικητικά μέλη για την προώθηση του yachting αλλά και για τη χρήση του ως Brand.

Οι μισοί από τους ερωτηθέντες που ανήκουν στον επιχειρηματικό κόσμο του τομέα του yachting θεωρούν πως η αργοναυτική εκστρατεία δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο δικό τους τομέα, δεν είναι κάτι που ενδιαφέρει τους τουρίστες, ενώ θεωρούν πως είναι αρμοδιότητα του δήμου και όχι δική τους να το αξιοποιήσουν. Ειδικότερα, αναφέρουν πως η αργοναυτική εκστρατεία δε μπορεί να συνδεθεί με κάποιο τρόπο με τον τουρισμό yachting, φροντίζουν βέβαια να ενημερώνουν τους πελάτες τους για τα διάφορα ιστορικά στοιχεία της περιοχής, ενώ πολλές φορές οι τουρίστες έχουν ήδη φροντίσει να μάθουν από μόνοι τους για την περιοχή αλλά η προσπάθεια τους σταματά εκεί. Σχετικά με τους τουρίστες, υποστηρίζουν πως η πλειονότητα ενδιαφέρεται μόνο για το φυσικό περιβάλλον και τα νερά και ελάχιστοι για την ιστορία του τόπου. Κάποιοι μάλιστα από αυτούς δήλωσαν πως παλαιότερα είχαν γίνει προσπάθειες προβολής της αργοναυτικής εκστρατείας, ενώ είχε γίνει απόπειρα ακόμη και να γίνει το ταξίδι του Ιάσωνα, αλλά δεν ενισχύθηκε από τον δήμο και εγκαταλείφθηκε.

Αντίθετα, οι υπόλοιποι υποστηρίζουν πως η αργοναυτική εκστρατεία αποτελεί ένα πολύ σημαντικό στοιχείο της περιοχής που οφείλουν να εντάξουν στο τουριστικό τους προϊόν. Οι ίδιοι, βέβαια, σημειώνουν ότι δεν έχουν κάνει κάποια δράση για να φέρουν τους τουρίστες πιο κοντά στην Αργοναυτική εκστρατεία αλλά θεωρούν πως κάποια κοινή προσπάθεια μαζί με την περιφέρεια και τον δήμο θα μπορούσε να ευοδωθεί. Ακόμη, δηλώνουν βέβαια πως ήδη με Blogger και με δημοσιογράφους από το εξωτερικό προσπαθούν να επιτύχουν μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα για την περιοχή και την Αργοναυτική εκστρατεία. Υποστηρίζουν, ακόμη, πως ενώ πρόκειται για ένα μεγάλο πλεονέκτημα του Βόλου, και θα μπορούσε αναμφίβολα να αποτελέσει Brand, δυστυχώς δεν έχει γίνει καμία προσπάθεια από την Περιφέρεια, τον ΟΛΒ ή τον Δήμο Βόλου για την προβολή του yachting μέσω της αργοναυτικής εκστρατείας αφού ποτέ δεν έχει γίνει μια οργανωμένη δράση. Επιπλέον, όπως αναφέρει ένας από τους

ερωτηθέντες, ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι πως: *«Οι ξένοι γνωρίζουν την αργοναυτική εκστρατεία, δεν την έχουν όμως συνδυασμένη με το Βόλο ως σημείο εκκίνησης ιστιοπλοϊκών διακοπών».*

Τα διοικητικά μέλη, θεωρούν πως αναμφίβολα η αργοναυτική εκστρατεία είναι ένα στοιχείο του τόπου που πρέπει να αναδειχθεί και μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην προβολή της περιοχής αλλά και του yachting. Αναφέρθηκαν στην αργοναυτική εκστρατεία ως το *«σήμα κατατεθέν της περιοχής»*, θεωρώντας ως *«επιτακτική ανάγκη»* την προώθησή της. Τόνισαν ότι έχουν γίνει διάφορες δράσεις έτσι ώστε να γίνει γνωστή η αργοναυτική εκστρατεία και φυσικά ο Βόλος μέσα από αυτή όπως είναι η ναυπήγηση της Αργούς και η πραγματοποίηση του ταξιδιού της. Οι δράσεις είχαν ξεκινήσει από το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, στο εργαστήριο του Παντελή Λαζαρίδη, στις αρχές του 2000, ώστε να πραγματοποιηθεί όλη η διαδρομή από το Βόλο στην Κολχίδα. Ωστόσο, όπως αναφέρει μέλος του επιμελητηρίου: *«Το 2013 διοργανώσαμε στο επιμελητήριο μας την στρογγυλή τράπεζα όπου συμμετείχαν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς της ναυτιλίας και το επιμελητήριο Σμύρνης. όπου είχε σχεδιαστεί μία κρουαζιέρα με αυτή τη συγκεκριμένη θεματολογία στο Βόλο και στο Αιγαίο αλλά δεν ευοδώθηκε εξαιτίας των εξελίξεων στην Τουρκία».*

Καταλήγουν πως η αξιοποίησή της μπορεί να γίνει μέσω της ναυπήγησης με παραδοσιακό τρόπο της ιστορικής πεντηκοντόρου ΑΡΓΟΥΣ -μια δράση που έχει ήδη γίνει-, η δημιουργία του μουσείου της Αργούς -που ήδη προετοιμάζεται-, την αξιοποίησή της ως ένα ξεχωριστό τμήμα της πόλη που θα έχει την ευκαιρία να επισκεφτεί και να γνωρίσει ο τουρίστας, η προσπάθεια εγκατάστασης αγάλματος του Ιάσωνα στη Παραλία του Βόλου αλλά και άλλες δράσεις οι οποίες, όμως, όπως τονίζει ένας ερωτηθέντας: *«Για να αφήσει κάτι στο Βόλο, θέλει μια ειδική μελέτη. Πρέπει να οργανωθεί η τοπική κοινωνία και ο επιχειρηματικός κόσμος του yachting».*

7.2.8. ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ YACHTING ΣΤΟ ΒΟΛΟ.

Το τελευταίο ερώτημα της συνέντευξης στόχευε να εκμαιεύσει τις απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με ποια μέσα και κάτω από ποιες προϋποθέσεις θεωρούν ότι θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο τουρισμός yachting στο Βόλο και να ακολουθήσει την ανάπτυξη που παρατηρείται στις άλλες χώρες της Μεσογείου. Οι ερωτηθέντες

από τον επιχειρηματικό κόσμο του yachting αναφέρουν πως οι σημαντικότεροι παράγοντες είναι η βελτίωση των υποδομών, του αεροδρομίου, περισσότερη προβολή, καλύτερο ανθρώπινο δυναμικό στον τομέα με γνώσεις επί του θέματος και συνεργασία.

Αναλυτικότερα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες επισημαίνουν την σημαντικότητα της «εξωστρέφειας». Επισημαίνουν πως η πόλη έχει μεγάλη ανάγκη για προβολή και προώθηση. Είναι επιβεβλημένο, όπως τονίζουν, η περιφέρεια να συμμετέχει σε διεθνείς εκθέσεις, όπως στην Αγγλία και στην Γερμανία, με οργανωμένο προωθητικό υλικό που θα επικεντρώνεται στον τομέα του Yachting. Ακόμη, δηλώνουν ότι η δράση της προώθησης πρέπει να γίνει οργανωτικά από την περιφέρεια από άτομα που έχουν γνώσεις επί του θέματος και όχι ατομικά από την κάθε επιχείρηση, καθώς έτσι μόνο θα έχει ευνοϊκότερα αποτελέσματα για την πόλη του Βόλου.

Αρκετοί είναι ακόμη αυτοί που κάνουν λόγο για τις υποδομές του Βόλου, οι οποίες μόνο αν βελτιωθούν και δημιουργηθεί στην πόλη μαρίνα θα μπορέσει να αναπτυχθεί «σοβαρά», όπως οι περισσότεροι τονίζουν, ο τομέας του yachting. Επισημαίνεται, λοιπόν, η επιτακτική ανάγκη κατασκευής μαρίνας και κατάλληλων υποδομών καθώς και ανάπλαση στο χώρο του λιμανιού. Χαρακτηριστικά αναφέρει ένας από τους ερωτηθέντες: «*Η απαραίτητη προϋπόθεση είναι η δημιουργία οργανωμένης μαρίνας. Από τη στιγμή που θα έχει μια οργανωμένη μαρίνα τότε ανοίγουν όλες οι δυνατότητες ανάπτυξης του μεγάλου κεφαλαίου για το τουρισμό*».

Επιπρόσθετα, απαιτείται συνεργασία με την τοπική αγορά, καθώς όπως επισημαίνει ένας από τους επιχειρηματίες, όταν οι τουρίστες επιστρέφουν ή όταν ξεκινούν το ναύλο τους το σαββατοκύριακο αντιμετωπίζουν μεγάλη δυσκολία να βρουν ένα ανοιχτό κατάστημα για να κάνουν τις αγορές τους, γεγονός που συμβάλλει στο να αποκομίσει ο τουρίστας μία αρνητική εικόνα από την πόλη του Βόλου. Πέρα όμως, από τις υποδομές και τις υπηρεσίες, όπως υποστηρίζουν, απαιτείται και ένα άρτια εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό που να είναι ενημερωμένο για όλες τις νέες εξελίξεις στο χώρο και έτοιμο να λάβει αποφάσεις υπέρ της ανάπτυξης του τομέα.

Ακόμη, οι συμμετέχοντες υποστηρίζουν ότι σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του Yachting αποτελεί η ύπαρξη αεροδρομίου. Στην περίπτωση του Βόλου, αεροδρόμιο υπάρχει, όμως θα πρέπει η περιφέρεια μέσα από συνεργασίες να φροντίσει αυτό να λειτουργεί καλύτερα και να αυξηθούν τα δρομολόγια του και οι

συνεργασίες με αεροπορικές εταιρίες. Ένα από τους ερωτηθέντες αναφέρει σχετικά με το αεροδρόμιο: «*Φέτος πάλι κόπηκαν τα δρομολόγια από Βέλγιο με αποτέλεσμα οι πελάτες από Βέλγιο που έρχονται 2-3 φορές το χρόνο, φέτος δε θα πάρουν σκάφος από το Βόλο αλλά από τη Σκιάθο*». Ενώ ένα άλλος ερωτηθέντας αναφέρει: «*Αν δεν έχουμε αεροδρόμιο και πτήσεις Charter φτηνές, θα έρχονται μόνο Βαλκάνιοι τουρίστες που ξοδεύουν ελάχιστα χρήματα στη πόλη του Βόλου*». Τέλος, όλοι οι παραπάνω παράγοντες είναι καταλυτικοί μα το σημαντικότερο στοιχείο είναι η συνεργασία, όπως έχουν αναφέρει όλοι οι επιχειρηματίες και στις προηγούμενες ενότητες. Συγκεκριμένα, ένας από τους ερωτηθέντες αναφέρει: «*Απαιτείται συνεργασία μεταξύ αρχών, Ο.Α.Β, επιχειρηματιών, σλλόγων και τοπικής κοινωνίας έτσι ώστε ολόκληρη η πόλη του Βόλου να επωφεληθεί από την ανάπτυξη αυτού του τομέα*».

Με τη σειρά τους, τα διοικητικά μέλη όταν ερωτήθηκαν για το ίδιο θέμα αποκρίθηκαν, όπως και τα άτομα του επιχειρηματικού κόσμου, πως σημαντικότερη προϋπόθεση είναι η ύπαρξη μαρίνας και υποδομών. Η ύπαρξη μαρίνας αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για να προσελκύσει τουρίστες yachting παρόλο που το λιμάνι ήδη μπορεί να παρέχει κάποιες υπηρεσίες μαρίνας. Αναφέρουν πως από τη στιγμή που θα έχει μια οργανωμένη μαρίνα τότε ανοίγουν όλες οι δυνατότητες ανάπτυξης αυτού του μεγάλου κεφαλαίου για το τουρισμό. Επίσης, τονίζουν τη σημαντικότητα της προβολής και προώθησης της πόλης ως ένα προορισμό yachting μέσα από τη συμμετοχή της περιφέρειας. Επισημαίνουν και αυτοί με τη σειρά τους, ότι είναι πολύ σημαντικό να συμμετέχουν σε διεθνή φόρουμ του τουρισμού στο εξωτερικό και σε μεγάλες εκθέσεις έτσι ώστε να αναδειχθεί ο Βόλος ως ένας λιμένας που δύναται να δεχθεί τουρίστες από όλες τις χώρες του εξωτερικού. Ακόμη, δηλώνουν ότι απαιτούνται και αλλαγές στο φορολογικό έτσι ώστε να γίνει ευνοϊκότερο το πλαίσιο και να επιτρέψει την ύπαρξη νέων επενδύσεων.

Τέλος, ανέφεραν ότι θα μπορούσε να αναπτυχθεί και να αποτελέσει σημαντικό προορισμό yachting ο Βόλος, αν δημιουργηθούν πόλοι προσέγγισης τουριστών στην περιοχή όπως έχουν προτείνει διάφορα σχέδια που αναπτύχθηκαν για την πόλη στο πέρασμα του χρόνου. Ένας από τους ερωτηθέντες αναφέρει: «*Μπορούν να δημιουργηθούν πόλοι έλξης όπως είναι το τελεφερίκ από το Βόλο – Μακρυνίτσα – Πορταριά, το μουσείο της Αργούς. ίσως ένα θεματικό πάρκο σχετικό με τη μπλε οικονομία και τη θάλασσα, και φυσικά όλο αυτό επενδυμένο με την Αργοναυτική εκστρατεία*».

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μέσα από την έρευνα αλλά και τη βιβλιογραφική ανασκόπηση του φαινομένου προέκυψαν συμπεράσματα σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση του Βόλου, όσο αναφορά τον τουρισμό Yachting, τα δυνατά σημεία της περιοχής που θα μπορούσαν να συντελέσουν περαιτέρω στην εξέλιξη του τουρισμού yachting, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ανάπτυξη του τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο, οι χώρες – ανταγωνιστές, οι επιπτώσεις που θα έχει η άνθησή του για την πόλη καθώς και τα μέσα και οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση του Βόλου προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα. Αρχικά, βρέθηκε πως αναφορικά με τα απαραίτητα κριτήρια για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting, ο Βόλος μπορεί να ικανοποιήσει σε υψηλά επίπεδα τους τουρίστες yachting όσον αφορά την ενδοχώρα, αφού πρόκειται για μια περιοχή πλούσια σε φυσικά, πολιτιστικά, περιβαλλοντικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά. Σε υψηλά επίπεδα ικανοποίησης είναι και οι προσφερόμενες υπηρεσίες ρεύματος, νερού, πυρόσβεσης και τηλεπικοινωνιών καθώς και σε προσβασιμότητα αφού τόσο το αεροδρόμιο της Ν. Αγχιάλου όσο και ο υπεραστικός σταθμός λεωφορείων και ο σιδηροδρομικός σταθμός βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από το λιμάνι. Τέλος, σε ικανοποιητικό επίπεδο βρίσκονται και θέματα σχετικά με την ενοικίαση των yacht, αφού επαρκής αριθμός εταιρειών ενοικίασης yacht εδρεύει στο Βόλο, με ικανοποιητικό αριθμό μοντέρνου στόλου αλλά και προσωπικού, ενώ στην ευρύτερη περιοχή λειτουργεί ένας σημαντικός αριθμός καταστημάτων σχετικών με το θαλάσσιο τουρισμό και επισκευαστικών υπηρεσιών, τραπεζών αλλά και καταστημάτων εστίασης.

Η πόλη του Βόλου, όμως, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, διαθέτει κάποια χαρακτηριστικά που δε δύνανται να ικανοποιήσουν τον επισκέπτη είτε λόγω της μέτριας ή χαμηλής τους ποιότητας είτε λόγω της ολικής απουσίας τους. Αρχικά, πρόβλημα φθίνουσας σημαντικότητας αποτελεί ο αριθμός θέσεων πρόσδεσης στο χώρο του λιμανιού, όπου στην παρούσα κατάσταση επαρκούν οριακά για τον ελλιμενισμό των ήδη υπάρχοντων σκαφών αλλά σε περίπτωση αύξησης είτε των επαγγελματικών σκαφών είτε των βραχύχρονων ελλιμενισμένων τουριστικών σκαφών, ενδέχεται να δημιουργήσουν πρόβλημα. Ακόμη, τροχοπέδη για την περαιτέρω ανάπτυξη και άνθηση του τουρισμού yachting στο Βόλο, αποτελεί η

έλλειψη των απαραίτητων υποδομών και φυσικά της μαρίνας. Ειδικότερα, θεωρείται αδύνατο και ανέλπιστο να αναπτυχθεί αυτό το είδος του τουρισμού σε ένα χώρο όπου δε λειτουργεί οργανωμένη μαρίνα ή τουριστικός λιμένας με όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες και υποδομές. Επιπλέον, για την ομαλή λειτουργία και ανάπτυξη του τομέα απαιτείται στο λιμάνι του Βόλου να λειτουργεί καθημερινά και ειδικότερα κατά το Σαββατοκύριακο κέντρο υποδοχής και εξυπηρέτησης των τουριστικών σκάφων αναψυχής για την άρτια εξυπηρέτησή τους και την επίλυση τυχόντων ζητημάτων και προβλημάτων, τα οποία θα αποτελούνται από ανθρώπινο δυναμικό άρτια καταρτισμένο και ειδικευμένο στον τομέα.

Μέσα από την έρευνα αναδεικνύονται, ακόμη, τα δυνατά σημεία του Βόλου που θα μπορούσαν να συντελέσουν περαιτέρω στην ανάπτυξη του τουρισμού yachting. Αρχικά, βρέθηκε πως ένα πλεονέκτημα για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting είναι πως στην πόλη του Βόλου αλλά και στην ευρύτερη περιοχή, είναι δυνατό να αναπτυχθούν διάφορες μορφές τουρισμού, όπως αθλητικού τουρισμού αλλά και θαλάσσιου, καταδυτικού, ψαρέματος κ.λπ., περιπατητικού, γαστρονομικού και πολιτιστικού τόσο εντός του Παγασητικού όσο και στην περιοχή του Πηλίου. Για να επιτευχθεί, όμως, αυτό και να μπορέσει ο Βόλος να καρπωθεί αρκετά από τα οφέλη του, θα πρέπει να υπάρχει οργανωμένη προσπάθεια και στοχευόμενη πληροφόρηση. Επιπρόσθετα, σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της πόλης του Βόλου είναι το φυσικό περιβάλλον και το μοναδικό σύμπλεγμα νησιών που βρίσκεται κοντά, των Σποράδων, αλλά και ο θαλάσσιος χώρος που χαρακτηρίζεται από ευνοϊκό καιρό με χωρίς εντάσεις ανέμους, ιδανικός για την ιστιοπλοΐα. Το περιβάλλον, μη έχοντας αναπτύξει ακόμα μαζικό τουρισμό, διατηρεί τη «φυσικότητά» του, διαθέτει ήσυχα ακατέργαστα νησιά, κάτι που επιθυμούν οι περισσότεροι τουρίστες.

Ακόμη, αποτελεί το μοναδικό λιμάνι στην ευρύτερη περιοχή από το οποίο οι τουρίστες μπορούν να έχουν εύκολη πρόσβαση και να κάνουν ναυσιπλοΐα στις Σποράδες. Επιπλέον, σε αντίθεση με τις γειτονικές χώρες, όπως η Τουρκία και η Κροατία, η τουριστική περίοδος διαρκεί ακόμη περισσότερο. Τέλος, έχοντας την Αργοναυτική Εκστρατεία, ένα παγκοσμίως γνωστό μύθο που συνδέεται με το θαλάσσιο στοιχείο, μπορεί να την αξιοποιήσει ως Brand και να την εντάξει στο τουριστικό προϊόν της περιοχής. Για το σκοπό αυτό, απαιτούνται οργανωμένες προσπάθειες από την περιφέρεια, το δήμο αλλά και τον επιχειρηματικό κόσμο έτσι ώστε να αξιοποιηθεί και να συνδεθεί η ήδη γνωστή παγκοσμίως αργοναυτική

εκστρατεία με την πόλη του Βόλου και με την ναυσιπλοΐα. Πέρα. όμως, από την χρήση της ως brand, θα πρέπει έπειτα από σχεδιασμό και ειδική μελέτη να οργανωθούν δράσεις, μουσεία και εκθέσεις σχετικά με αυτή καθώς και η ναυπήγησή της. Με αυτό τον τρόπο, θα μπορέσει να ενταχθεί άρτια στο τουριστικό προϊόν και να λειτουργήσει θετικά για τον τουρισμό yachting.

Από την έρευνα, αναδείχθηκαν ακόμη τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ανάπτυξη του τουρισμού Yachting τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Αρχικά, σχετικά με το Βόλο, όπως παρατηρήθηκε και στην αξιολόγηση της υφιστάμενης κατάστασης το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι η μη χωροθέτηση και ύπαρξη μαρίνας αλλά και των υπόλοιπων απαραίτητων για το yachting υποδομών και υπηρεσιών. Για το λόγο αυτό, απαιτείται σύμπραξη δημοσίου και ιδιωτικού κεφαλαίου για τη διαχείριση και αναδιάρθρωση εν γένει των υποδομών. Η ύπαρξη μίας μαρίνας υψηλού επιπέδου θα μπορούσε να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες και να συμβάλλει στην ανάπτυξη όλης της περιοχής. Πρόβλημα προκύπτει, ακόμη, από την ανύπαρκτη κατά το παρελθόν και ελλιπή για τον παρόν συνέργεια μεταξύ των επιχειρηματιών του κλάδου του yachting και των διοικητικών μελών της περιφέρειας και του δήμου. Χωρίς συνεργασία τόσο σε θέματα προβολής όσο και σε θέματα διαχείρισης, πληροφόρησης και οργάνωσης δε θα μπορέσουν να υπάρξουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Η έλλειψη συνεργασίας αποτελεί ένα θέμα που γίνεται αντιληπτό στο σύνολο της χώρας, αφού παρά το γεγονός πως η Ελλάδα είναι μια χώρα όπου ο θαλάσσιος τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ακόμα και κυρίαρχη μορφή τουρισμού, δε παρατηρείται η κατάλληλη «στήριξη» από το κράτος. Συγκεκριμένα, όπως προέκυψε από την έρευνα, παρατηρούνται συνεχώς αλλαγές στο φορολογικό και νομοθετικό πλαίσιο χωρίς να δίνονται κίνητρα για επενδύσεις, με αποτέλεσμα να παρεμποδίζεται η ανάπτυξή του. Ένα ακόμη σημαντικό μειονέκτημα που θα πρέπει να εξαλειφθεί έτσι ώστε να μπορέσει να αναπτυχθεί ο κλάδος στο Βόλο είναι το αεροδρόμιο με τις μειωμένες πτήσεις που διαθέτει αλλά και με τη μη έγκυρη ανακοίνωση των πτήσεων, γεγονός που δυσχεραίνει το έργο των επιχειρηματιών. Το αεροδρόμιο είναι ένα χαρακτηριστικό των προορισμών που ενδιαφέρει τους διεθνείς brokers και συχνά επηρεάζει τις συμφωνίες, επομένως η περιφέρεια οφείλει να μεριμνήσει για το ζήτημα αυτό μέσα από τη συνεργασία με περισσότερες εταιρείες και διευρύνοντας τον αριθμό και τη συχνότητα των πτήσεων.

Γενικότερα, σε πανελλήνιο επίπεδο, παρατηρείται πως το νομοθετικό και φορολογικό πλαίσιο πλήττει τους επιχειρηματίες αυτού του τομέα. Το φορολογικό πλαίσιο, σύμφωνα με την έρευνα, είναι αποτρεπτικό για επιχειρηματικές ενέργειες, ενώ η συνεχώς αυξανόμενη φορολογία καθιστά ακόμη λιγότερο ανταγωνιστικό το προϊόν σε ένα τομέα όπου η Κροατία και η Τουρκία προσφέρουν αντίστοιχο προϊόν σε πιο οργανωμένες και σύγχρονες υποδομές και με χαμηλότερη φορολογία. Έπειτα, σχετικά με το νομοθετικό πλαίσιο, προκύπτει πως δρα αρνητικά, καθώς είναι ασταθές και ευμετάβλητο με αποτέλεσμα οι επαγγελματίες του χώρου να μη μπορούν να κάνουν μακροπρόθεσμους σχεδιασμούς. Επιπρόσθετα, και η διαδικασία ναύλωσης ενός σκάφους, συχνά, συνοδεύεται από γραφειοκρατία και πολυπλοκότητα με αποτέλεσμα να επηρεάζεται αρνητικά η εμπειρία του επισκέπτη.

Με βάση τα παραπάνω, κρίνεται σημαντικό να υπάρξουν αλλαγές τόσο στο νομοθετικό όσο και στο φορολογικό σύστημα, λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντικότητα αυτής της μορφής τουρισμού για τη χώρα και αποσκοπώντας στην απλοποίηση των διαδικασιών, στην επίτευξη ενός σταθερού πλαισίου και στην παροχή κινήτρων για την εμπλοκή νέων επιχειρηματιών στο χώρο αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξη των ήδη υπαρχόντων. Ακόμη, ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα το οποίο, ωστόσο, πιθανότατα δεν περιορίζεται στην πόλη του Βόλου και ανακύπτει μέσα από την έρευνα είναι οι εταιρείες – «πειρατές», όπως τις αποκαλούν, οι οποίες δε τηρούν τις νόμιμες διαδικασίες αδειοδότησης και τελών των σκαφών με αβέβαια πιστοποιητικά ναυσιπλοΐας αλλά και εκπαιδευμένο προσωπικό. Επομένως, απαιτείται οι λιμενικές αρχές να πραγματοποιούν περισσότερους ελέγχους, έτσι ώστε να τηρούνται όλες οι απαραίτητες προϋποθέσεις και οι τουρίστες yachting να νιώθουν ασφάλεια στην πλοήγησή τους καθώς οι χαμηλής ποιότητας υπηρεσίες που προσφέρουν είναι πιθανό να επηρεάσουν την εικόνα της χώρας στο κόσμο του τουρισμού.

Επιπρόσθετα, ο ανταγωνισμός που αντιμετωπίζει τώρα το λιμάνι του Βόλο στον τομέα του τουρισμού yachting αλλά και στο μέλλον σε περίπτωση που θα αναπτυχθεί αποτελεί ένα ζήτημα το οποίο ερευνήθηκε και έφερε σημαντικά αποτελέσματα. Στην παρούσα κατάσταση, κύριος ανταγωνιστής του λιμανιού αποτελεί το λιμάνι της Σκιάθου, η οποία παρόλο που δε διαθέτει μαρίνα και οργανωμένες υποδομές και υπηρεσίες yachting, εξαιτίας της άρτιας λειτουργίας του αεροδρομίου της ελκύει περισσότερους τουρίστες. Με βάση τις υποδομές που

διαθέτει ακόμη η περιοχή, δε δύναται να ανταγωνιστεί μεγαλύτερους και πιο οργανωμένους προορισμούς, όπως είναι το Ιόνιο και οι Κυκλάδες. Η δημιουργία μαρίνας και υποδομών βρέθηκε ότι αποτελεί βασική συνιστώσα για να διαθέτει την ευκαιρία η πόλη να ανταγωνιστεί ισάξια ακόμη και τους μεγάλους προορισμούς yachting αφού θα αποτελέσει τη μοναδική μαρίνα στην περιοχή και τη μοναδική αφετηρία για τις Σποράδες. Εξάλλου, σε Μεσογειακό επίπεδο, όπως αποδείχθηκε κύριες ανταγωνιστικές περιοχές αποτελούν η Κροατία και η Τουρκία με τις σύγχρονες μαρίνες τους, τα μοναδικά τοπία και νησιά αλλά και την αμέριστη στήριξη του τομέα από το κράτος.

Αξιολογώντας την υφιστάμενη κατάσταση, τα δυνατά του σημεία καθώς και τα προβλήματα ως προορισμός Yachting, αναλύοντας, επομένως, σφαιρικά το φαινόμενο του τουρισμού yachting, αναδείχθηκαν οι τρόποι και τα μέσα που θα μπορούσαν να συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του στο Βόλο. Αρχικά, πρωταρχικός σκοπός θα πρέπει να αποτελέσει η εν γένει αναδιαμόρφωση των υποδομών, με την κατασκευή μαρίνας αλλά και όλων των απαραίτητων υποδομών και υπηρεσιών που απαιτούνται για την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των τουριστών yachting, αλλά και η εύρυθμη λειτουργία του αεροδρομίου. Αυτή η προσπάθεια μπορεί να επιτευχθεί κα μέσα από την σύμπραξη δημοσίου και ιδιωτικού κεφαλαίου, με την προσέλκυση ιδιωτών επενδυτών για την περαιτέρω ανάπτυξη των λιμενικών εγκαταστάσεων.

Επιπλέον, είναι επιβεβλημένο στις διοικητικές θέσεις σχετικά με το θαλάσσιο τουρισμό να εργάζονται άτομα άρτια εκπαιδευμένα και καταρτισμένα σε θέματα θαλάσσιου τουρισμού αλλά και γνώστες των ειδικότερων απαιτήσεων της ανάπτυξης της δικής τους αγοράς, έτσι ώστε να λαμβάνονται σωστές αποφάσεις που δε θα πλήττουν τον τομέα, προσφέροντας ευκαιρίες ανάπτυξης. Απαιτείται ακόμη, άρτια συνεργασία μεταξύ των διοικητικών μελών και των επιχειρηματιών του χώρου και όλων των εμπλεκόμενων φορέων για την αμεσότερη επίλυση τυχόντων προβλημάτων, το σχεδιασμό κοινών δράσεων αλλά και νέων τουριστικών πόλων εντός της πόλεως που θα μπορούσαν να καταστήσουν την πόλη ακόμη πιο ελκυστική και ανταγωνιστική.

Ωστόσο, πέρα από το σχεδιασμό δράσεων από τις τοπικές αρχές, δεδομένου των χαρακτηριστικών της χώρας, απαιτείται η ύπαρξη ενός εθνικού μακροπρόθεσμου πλαισίου που θα διαφυλάσσει το Θαλάσσιο Τουρισμό και θα καταφέρει να τον

αναγάγει σε μείζον κλάδο του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδος. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να εναρμονιστεί τόσο το νομοθετικό όσο και το φορολογικό πλαίσιο με τις άλλες μεσογειακές χώρες- ανταγωνιστές έτσι ώστε να επιτευχθεί μία κοινή πολιτική που δε θα θέτει σε κίνδυνο την ανταγωνιστικότητα της χώρας. Παράλληλα, όμως, θα πρέπει να παρέχονται φορολογικά και νομοθετικά κίνητρα έτσι ώστε να αναπτύσσονται περαιτέρω οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις του τομέα αλλά και να εμπλακούν νέα άτομα. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί, επίσης, στην «εξωστρέφεια» του τομέα, δίνοντας βαρύνουσα σημασία στην προώθηση και στην προβολή του τουρισμού yachting στο Βόλο, στο σχεδιασμό κατάλληλου προωθητικού υλικού καθώς και τις συχνές συμμετοχές σε διεθνείς εκθέσεις τουρισμού.

Με τις παραπάνω προϋποθέσεις, θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο τουρισμός Yachting στην περιοχή, η οποία όπως ήδη αναφέραμε διαθέτει πολλά στοιχεία που ευνοούν την περαιτέρω εξέλιξή του, με αποτέλεσμα η πόλη του Βόλου να καρπωθεί τα πολλαπλά οφέλη που θα προκύψουν. Αρχικά, θα πυροδοτήσει τις ενέργειες για τη δημιουργία μαρίνας αλλά και τη γενικότερη αναδιαμόρφωση του θαλάσσιου και χερσαίου χώρου γύρω από τη μαρίνα. Πρόκειται, επιπλέον, για ένα είδος τουρισμού με πολλαπλασιαστικά οφέλη αφού θα επηρεάσει και τις υποστηρικτικές προς τον τουρισμό βιομηχανίες και όχι μόνο τις τουριστικές. Με αυτό τον τρόπο, θα προκύψουν πολλά οικονομικά οφέλη για την περιοχή, όπως περισσότερες θέσεις εργασίας και η ζήτηση θα αυξηθεί, προωθώντας την ανάπτυξη και των υποστηρικτικών προς το yachting εταιρειών και συγκεντρώνοντας περισσότερα κέρδη. Ενώ, τέλος θα αυξηθεί η επισκεψιμότητα και η αναγνωρισιμότητα του τόπου αφού θα αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που τον επισκέπτονται κάθε χρόνο.

Η παρούσα εργασία καλύπτει ένα εύρος θεμάτων και έγινε προσπάθεια για ένα ορθό επιστημονικό εγχείρημα. Το ερώτημα της ανάπτυξης του τουρισμού yachting, όμως, στην περιοχή θα μπορούσε να ερευνηθεί περαιτέρω σε νέες μελλοντικές έρευνες. Μια ποσοτική έρευνα που θα απευθυνόταν στους τουρίστες yachting που επισκέπτονται το λιμάνι του Βόλου, θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμη καθώς θα έδινε την ευκαιρία να αποτυπωθεί η άποψη των ίδιων των τουριστών σχετικά με την αξιολόγηση των παροχών του Βόλου ως προορισμός Yachting. Επιπλέον, για να μελετηθεί επαρκώς η τουριστική κίνηση των σκαφών στο λιμάνι του Βόλου, απαιτείται η καταγραφή τους και η ύπαρξη στατιστικών στοιχείων από το

λιμεναρχείο, κάτι που ακόμη δεν έχει επιτευχθεί. Το γεγονός αυτό δυσχεραίνει την έρευνα και τα αποτελέσματά της καθώς δε μπορεί να εκτιμηθεί άρτια η αναπτυξιακή συνεισφορά τους αλλά και οι αναγκαίες πολιτικές για την ανάπτυξή τους. Τέλος, σε εθνικό επίπεδο, ο ακριβής αριθμός των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα δεν είναι διαθέσιμος καθώς δεν υπάρχουν στοιχεία στο Ναυτικό Επιμελητήριο Ελλάδος, ώστε να είναι δυνατή η συγκριτική μελέτη των στοιχείων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

Ασημακοπούλου, Α. Γ. (2015). *Οι λιμενικές αρχές ως παράγοντας ανταγωνιστικότητας στον θαλάσσιο τουρισμό: μια θεωρητική προσέγγιση και ανάλυση στην Ελλάδα σήμερα* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Ανδριανός, Σ. (2017). *Το cluster θαλάσσιου τουρισμού: ο ρόλος των μαρίνων σκαφών αναψυχής* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Γκότοβου, Μ. Α. (2014). *Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα: Αναπτυξιακές προοπτικές* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Δασκαλάκης, Α. (2016). *Φορολογικό καθεστώς της ναυτιλίας στην Ελλάδα και ανταγωνισμός με άλλες ευρωπαϊκές χώρες και χώρες του ΕΟ Χ* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Διαμαντίδης, Κ., & Diamantidis, Κ. (2016). *Βάση Δεδομένων Μαρίνων Ελλάδος*.

Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015). *Πως γίνεται μια επιστημονική εργασία; Επιστημονική έρευνα και συγγραφή εργασιών*. Κριτική.

Ηγουμενάκης, Γ. Ν., Κραβαρίτης, Ν. Κ. και Λύτρας, Ν. Π. (1998) *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα, Interbooks.

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. και Γκρίμπα Ε. (2011) 'Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού'. Κριτική, Αθήνα.

Λουκίσσας, Φ. (1995) Πρακτικά Ημερίδας: *Θαλάσσιος τουρισμός- Ανάπτυξη Προοπτικές*. Βόλος, Ήχος-Γραφή ΕΠΕ.

Λεκάκου, Μ. (2015), *Σχέδιο Δράσης για τον θαλάσσιο και αθλητικό τουρισμό στις Κυκλάδες*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Μακιαρέλας Χ. (2011) «*Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα, προβλήματα, προοπτικές*», Επιστημονική διημερίδα για την υποδοχή και εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων σε υφιστάμενους λιμένες : Έργα, Υπηρεσίες, Οργάνωση, 15-17 Απριλίου 2011, Μυτιλήνη, Ελλάδα.

Μυλωνόπουλος, Δ. (2015). *Το εύρος των ευκαιριών αναψυχής στο παράκτιο περιβάλλον*.

ΟΛΒ, Γενικό Προγραμματικό Σχέδιο (Master Plan) Λιμένα Βόλου/ Τεχνική Έκθεση, Μάιος, 2010.

Σφακιανάκης, Μ. (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Αθήνα.

Τέφα, Σ. (2008). *Προμελέτη σκοπιμότητας για την δημιουργία: " μικτού ξενοδοχειακού συγκροτήματος με ιδιωτική μαρίνα σκαφών αναψυχής στην περιοχή Ακτίου του νομού Αιτωλοακαρνανίας"* (Master's thesis).

Τζήκα, Ε. Α. (2014). *Θαλάσσια χωροταξία: βασικά δεδομένα και αναγκαίες θεσμικές προσαρμογές για την εφαρμογή της πρότασης"* οδηγία για τη θέσπιση πλαισίου για τον θαλάσσιο χωροταξικό σχεδιασμό και την ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών" για την Ελλάδα (Bachelor's thesis).

Τσάρτας, Π., Μοίρα, Π., Λαγός, Δ., Σταμπουλής, Γ., & Μπάρλας, Α. (2016). 15η Διδακτική ενότητα. *Η οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων ειδικού και εναλλακτικού τουρισμού.*

Χατζημανωλάκη, Ε. (2011). *Θαλάσσιος τουρισμός και η θέση της Ελλάδας: Συγκρίσεις και ευκαιρίες* (Master's thesis).

Χιώτη, Ε. (2015). *Το φορολογικό καθεστώς του ναυτιλιακού τομέα στην Ελλάδα του σήμερα* (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Basiron, M. N., & Laut, J. R. (1991). *MARINE TOURISM INDUSTRY-trends and prospects*. Compendium, 455, 261-070.

Bizzarri, C., & La Foresta, D. (2011). *Yachting and pleasure crafts in relation to local development and expansion: Marina di Stabia case study*. WIT Transactions on Ecology and the Environment, 149, 53-61.

Bo, D. (2006). *Governance of French Yachting Harbours: a case study*.

Buhalis, D. (2001). *Tourism in Greece: strategic analysis and challenges*. Current Issues in Tourism, 4(5), 440-480.

Buhalis, D. (1999). *Tourism on the Greek Islands: Issues of peripherality, competitiveness and development*. International journal of tourism research, 1(5), 341-358.

Buckley, R. (2006). *Adventure tourism*. Cabi.

Buckley, R. (2011). *Adventure tourism management*. Routledge.

Bull, C., & Weed, M. (1999). *Niche markets and small island tourism: the development of sports tourism in Malta*. Managing leisure, 4(3), 142-155.

Butowski, L. (2014). *Maritime Tourism Space*. Turyzm, 24(1), 51-57.

Čavlek, N., Ladkin, A., & Willis, C. (2017). *All at Sea: Sustaining livelihoods through maritime tourism in Croatia*. African Journal for Physical Activity and Health Sciences (AJPHES), 23(Supplement 1), 66-88.

Casasnovas, A. A. (2016) *Yachting Tourism In: Jafari, J.& Xiao, H. (eds). Encyclopedia of Tourism*. Switzerland, Springer International Publishing, pp. 1033-1034.

Cerović, Z. (2002). *Management of the nautical tourism supply in Croatian marinas*. Pomorski zbornik, 40(1), 523-539.

Chen, J., Balomenou, C., Nijkamp, P., Poulaki, P., & Lagos, D. (2016). *The sustainability of yachting tourism: A case study on Greece*.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007) *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Αθήνα, METAIXMIO

Cohen, L., & Manion, L. (1994) *Μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας*. Αθήνα, METAIXMIO.

ĆORLUKA, G., RADIĆ, M., & GEIĆ, S. (2013). Selective Forms of Tourism--the Way of Extending the Summer Season. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 16(2).

De Sousa, J. F., Fernandes, A., & Carpinteiro, A. (2009). Developing nautical recreational activities as a territorial strategy: a perspective on the tagus estuary. *Journal of coastal research*, 1154-1158.

Diakomihalis, M. N. (2012). *Maritime tourism tax revenues in Greece: A new framework for collection*.

Diakomihalis, M. N. (2011). *The role of Port and Refuelling Costs in Yachting development in Greece*. In Proceedings of the 4th International

Diakomihalis, M. N., & Lagos, D. G. (2011). An empirical approach to coastal leisure shipping in Greece and an assessment of its economic contribution. *Tourism Economics*, 17(2), 437-456.

Diakomihalis, M. N., & Lagos, D. G. (2008). Estimation of the economic impacts of yachting in Greece via the tourism satellite account. *Tourism Economics*, 14(4), 871-887.

Diakomihalis, M. N. (2007). The impact of maritime tourism on the Greek economy via the tourism satellite account. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(3), 231-244.

Diakomihalis, M. N. (2007). Greek maritime tourism: evolution, structures and prospects. *Research in Transportation Economics*, 21, 419-455.

Ecorys (2013). *Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level Specific contract under FWC MARE/2012/06 - SC D1/2013/01-SI2.648530*. Rotterdam, Brussels.

ECSIP Consortium (2015). *Study on the competitiveness of the recreational boating sector*. Final report.

Favro, S., & Gržetić, Z. (2008). Nautical tourism—the advantages and effects of development. *Sustainable Tourism III*, 3, 35.

Favro, S., & Glamuzina, N. (2005). Contemporary problems of nautical tourism development in Croatia. *Promet-Traffic-Traffico*, 17(2), 107-112.

Fontana, A., & Frey, J. (1994). The art of science. *The handbook of qualitative research*, 361376.

Gon, M., Osti, L., & Pechlaner, H. (2016). Leisure boat tourism: residents' attitudes towards nautical tourism development. *Tourism Review*, 71(3), 180-191.

González, Y. E. L., González, C. J. L., & de León Ledesma, J. (2015). *Highlights of consumption and satisfaction in nautical tourism. A comparative study of visitors to the Canary Islands and Morocco*. *Gestión y Ambiente*, 18(1), 129-145.

Gračan, D. (2005). *The role of nautical tourism in the process of creating a Croatian competitive product*. In Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper.

Guner, S. I., & Guler, N. (2000). *The conditions and problems of Turkish yacht tourism*. WIT Transactions on The Built Environment, 51.

Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?. *Ocean & coastal management*, 44(9-10), 601-618.

Haritonidis, S. (1995). Marine research in Greece and the additional Greek marine research centres: progress and present situation. *Helgoländer Meeresuntersuchungen*, 49(1), 417.

Higham, J. E., & Lück, M. (Eds.). (2007). *Marine wildlife and tourism management: Insights from the natural and social sciences*. CABI.

IŞIK, D. A., & CERİT, A. G. (2009). *Yacht tourism education: a study on curriculums*.

Issari, P., Pourkos, M., Ίσαρη, Φ., & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική μεθοδολογία έρευνας?*

Ivaldi, E., Soliani, R., & Ugolini, G. M. (2017). *The effects of the crisis on nautical tourism: an analysis of the Italian situation regarding port features, linked economic*

activities and taxation. In *Global Financial Crisis and Its Ramifications on Capital Markets* (pp. 587-601). Springer, Cham.

Ivaldi, E. (2014). *Yachting and nautical tourism in Italy: an analysis of the sectors from the years of maximum expansion to the years of deep crisis*. *J Empir Econ*, 2(1), 29-45.

Jugović, A., Mezak, V., & Lončar, S. (2006). Organization of maritime passenger ports. *Pomorski zbornik*, 44(1), 93-104.

Karanci, A., Guler, I., Ergin, A., & Yalciner, A. C. (2011). *Demand Forecasting for Yacht Tourism Planning in Turkey*. In *Coastal Engineering Practice* (2011) (pp. 1078-1087).

Kiši, H. (2002). *Contingency planning in marina management*.

Kovačić, M., Favro, S., & Mezak, V. (2016). Construction of nautical tourism ports as an incentive to local development. *Environmental Engineering & Management Journal* (EEMJ), 15(2).

Kovačić, M., Dundović, Č., & Bošković, D. (2007). NAUTICAL TOURISM DEVELOPMENT THROUGH INTEGRATED PLANNING. *Pomorstvo/Journal of Maritime Studies*, 21(1).

Kovačić, M. (2010). Selecting the Location of a Nautical Tourism Port by Applying PROMETHEE And GAIA Methods Case Study–Croatian Northern Adriatic. *Promet-Traffic & Transportation*, 22(5), 341-351.

Kovačić, M., Gržetić, Z., & Bosković, D. (2011). Nautical tourism in fostering the sustainable development: a case study of Croatia's coast and island. *Tourismos*, 6(1).

Kovačić, M., & Luković, T. (2007). Spatial characteristics of planning and construction of nautical tourism ports. *Geoadria*, 12(2), 131-147.

Kizielewicz, J., & Luković, T. (2013). The Phenomenon of the marina development to support the European model of economic development. *TransNav, International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*, 7(3).

Ladkin, A. (2002) *Geographical space and yachting Tourism*, Volume 4, Issue 1, p. 58-64, *International Journal of Tourism Research*, Wiley, <http://online.library.wiley.com/doi/10.1002/jtr.331/pdf>

Lagos, D., & Diakomihalis, M. (2005, June). Possibilities for a Greek tourism satellite account development. In *Proceedings of the 1st International Tourism Conference*.

Lam González, Y. E., de León Ledesma, J., & León González, C. J. (2015). European nautical tourists: exploring destination image perceptions. *Tourism and hospitality management*, 21(1), 33-49.

- Lück, M. (2007). Conclusion: Is Nautical Tourism Sustainable?. *Nautical Tourism—Concepts and Issues*, New York, 141-145.
- Lück, M. (2007). *Nautical tourism development: opportunities and threats. Nautical tourism: concepts and issues*. Cognizant Communication Corporation, New York Google Scholar.
- Luković, T. (2012). Nautical tourism and Its function in the economic development of Europe. *In Visions for Global Tourism Industry-Creating and Sustaining Competitive Strategies*. InTech.
- Lukovic, T. (Ed.). (2013). *Nautical tourism*. Cabi.
- McCalla R. (1996), *An investigation into site and situation: cruise ship ports*, Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 89 (1) 44-55.
- McElroy, J. L. (2003). *Tourism development in small islands across the world*. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, 85(4), 231-242.
- Medlik, S. (2012). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. Routledge.
- Miller, M. L. (1993). The rise of coastal and marine tourism. *Ocean & Coastal Management*, 20(3), 181-199.
- Miller, M. L., & Auyong, J. (1991). *Coastal zone tourism: A potent force affecting environment and society*. Marine Policy, 15(2), 75-99.
- Orams, M. (2002). *Marine tourism: development, impacts and management*. Routledge.
- Pardali, A., & Sakellariadou, F. (2000). *Economic and environmental impacts from the operation of marinas: the Greek case*. WIT Transactions on The Built Environment, 51.
- Pardali, A., Stathopoulou, C., & Thalassinou, T. (2007, August). *A cluster-based analysis for sustainable marine tourism development in Greece*. In 47th ERSA Congress, Paris (pp. 29-08).
- Payeras, M. A. R. G. A. R. I. T. A., Jacob, M. A. R. T. A., García, M. A., Alemany, M., Alcover, A., & Martínez, L. (2011). The yachting charter tourism SWOT: A basic analysis to design marketing strategies. *Tourismos: An International Multidisciplinary Refereed Journal of Tourism*, 6(3), 111-134.
- Robson, C. (2007) *Η Έρευνα του Πραγματικού Κόσμου: Ένα Μέσον για Κοινωνικούς Επιστήμονες και Επαγγελματίες Ερευνητές*. Αθήνα, GUTENBERG.

Sariisik, M., Turkay, O., & Akova, O. (2011). How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.

Sari, F. O., Bulut, C., & Pirnar, I. (2016). Adaptation of hospitality service quality scales for marina services. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 95-103.

Vidučić, V. (2008). Sustainable Development of Maritime Tourism in Croatia 2007–2015. *Transition Studies Review*, 15(2), 321-333.

Tsartas, P. (2003). Tourism development in Greek insular and coastal areas: sociocultural changes and crucial policy issues. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 116-132.

Uran Maravić, M., Martinič, N., & Barkidija Sotošek, M. (2016). An Analysis of Nautical and Cruise Tourism in Slovenia (2005-2015) and its Position among other Mediterranean countries. *Pomorski zbornik*, 52(1), 113-131.

ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Ν. 4256/2014 (ΦΕΚ Α 92/14-4-2014) Τουριστικά πλοία και άλλες διατάξεις.

Οδηγία 2013/53/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Νοεμβρίου 2013 , για τα σκάφη αναψυχής και τα ατομικά σκάφη και την κατάργηση της οδηγίας 94/25/ΕΚ

Νόμος 438/1976 (ΦΕΚ 256/Α'/27.9.1976), «Περί Τουριστικών πλοίων και πλοιαρίων και ναυταθλητικών σκαφών και ρυθμίσεως δασμολογικών και φορολογικών θεμάτων επί πλοίων ως και επί πλοιαρίων αναψυχής», στο <http://www.eio.gr/inside/law/438.pdf>

Νόμο ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3551 (ΦΕΚ 76/Α'/2.4.2007), «Μητρώο επιχειρήσεων ναυπήγησης, μετατροπής, επισκευής και συντήρησης πλοίων», <https://www.e-nomothesia.gr/kat-naytilia-nausiploia/nafpigikes-ergasies/n-3551-2007.html>

Νόμο 3790/2009 (ΦΕΚ 143/Α'/7.8.2009) «Εταιρεία ιδιωτικών πλοίων αναψυχής, επιβολή ειδικού φόρου και έκτακτης εισφοράς στα πλοία αναψυχής, ρύθμιση φορολογικών θεμάτων, θεμάτων του Νομικού Συμβουλίου του Κράτους και λοιπές διατάξεις», στο <https://www.e-nomothesia.gr/kat-naytilia-nausiploia/n-3790-2009.html>

Νόμος 3842/2010,(ΦΕΚ 58/Α'/23.4.2010), «Αποκατάσταση φορολογικής δικαιοσύνης, αντιμετώπιση της φοροδιαφυγής και άλλες διατάξεις» <https://www.taxheaven.gr/laws/law/index/law/189>

Νόμος 4211/2013 (ΦΕΚ256/Α'/28.11.2013),στο <https://www.taxheaven.gr/laws/law/index/law/560>

Νόμος 4254/2014 (ΦΕΚ 85/Α'/7.4.2014), «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του Ν.4046/2012 και άλλες διατάξεις». στο <http://apografi.gov.gr/images/kanonistiko/N4254-2014.pdf>

Ν. 4256/2014 (ΦΕΚ Α 92/14-4-2014) Τουριστικά πλοία και άλλες διατάξεις. στο <https://www.forin.gr/laws/law/3160/4256-2014-touristika-ploia-kai-alles-diatakseis>

Νόμος 438/1976 «Περί Τουριστικών πλοίων και πλοιαρίων και ναυταθλητικών σκαφών και ρυθμίσεως δασμολογικών και φορολογικών θεμάτων επί πλοίων ως και επί πλοιαρίων αναψυχής. (Α' 256)» (ΦΕΚ Α' 24/27.9.1976) <http://www.eio.gr/inside/law/438.pdf>

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Υπουργείο Τουρισμού(2019).Ανάκτηση 22-10-2018, από <http://www.mintour.gov.gr/>).
- Υπουργείο Τουρισμού (2019). Τουριστικού Λιμένες. Ανάκτηση20-11-2018,από <http://www.mintour.gov.gr/Investments/touristikoilimenes/creattourlimena4>
- European Commission(2019).Coastal and maritime tourism. Ανάκτηση 23-8-2018, από https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_en
- European Commission (2019). Recreational crafts. Ανάκτηση 10-6-2018 από:https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/recreational-craft_en
- YachtBooker (2013). What good to know about bareboat yacht charters. Ανάκτηση 11-12-2018 από <http://www.yachtsys.com/images/yacht-charter-infographic.aspx>
- Ελληνική Εταιρία Προστασία της Φύσης. (2018). Ελληνική Σημαία. Ανάκτηση 11-12-2018 από <https://eepf.gr/el/blueflag>
- Greek Travel Pages (2018). Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών και Εμπειρογνομόνων Θαλαμηγών (ΕΣΜΕΘ). Ανάκτηση 18-9-2018 από <https://www.gtp.gr/TDirectoryDetails.asp?ID=60096&lng=1>
- World Economic Forum. (2018). Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 Ανάκτηση 13-2-2019 από <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/country-profiles/#economy=GRC>
- Ταχυδρόμος (2018). Στον Βόλο τα 12 ιστιοπλοϊκά που θα ακολουθήσουν το ταξίδι της Αργούς. Ανάκτηση 10-6-2018 από <https://www.taxydromos.gr/Topika/300395-ston-bolo-ta-12-istioploika-poy-tha-akoloythhsoyn-to-ta3idi-ths-argoys.html>
- Υπουργείο Τουρισμού(2018). Στρατηγική. Ανάκτηση 13-2-2019 από <http://www.gnto.gov.gr/el/%CE%A3%CE%A4%CE%A1%CE%91%CE%A4%CE%97%CE%93%CE%99%CE%9A%CE%97>
- Οργανισμός λιμένα Βόλου (2018). Πολιτική περιβαλλοντικής ποιότητας. Ανάκτηση 11-12-2018 από <https://www.port-volos.gr/ftp/2018/politiki-poiotitas-perivallontikis.pdf>.
- Οργανισμός Λιμένος Βόλου (2018). Ανάκτηση 10-6-2018 από <https://www.port-volos.gr>
- E- thessalia (2018). Ιστιοπλοϊκά σκάφη από την Τουρκία στο λιμάνι του Βόλου. Ανάκτηση 10-6-2018 από <https://e-thessalia.gr/istioploika-skafi-apo-tin-toyrkia-sto-limani-toy-voloy/>
- Sailing Volos (2018). Ανάκτηση 08-9-2018 από <http://www.sailingvolos.gr/somateio/>
- Χάνου. Ε. (2018). Γίνε... κυβερνήτης σκαφών αναψυχής. Ανάκτηση 11-3-2019 από <https://www.taxydromos.gr/Topika/307445-gine-kybernhths-skafwn-anapsyxhs.html>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

A) ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

1. Μπορεί να υπάρξει σύνδεση του τουρισμού yachting με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται στην περιοχή του Βόλου;
2. Ποια είναι κατά τη γνώμη σας τα πιθανά οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξη του τουρισμού yachting στο λιμάνι του Βόλου;
3. Θεωρείτε πως η ασταθής φορολογική πολιτική και το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργεί αποτρεπτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού yachting και δεν ευνοεί την ύπαρξη νέων επενδύσεων;
4. Για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting, έτσι ώστε να επωφεληθεί η ευρύτερη περιοχή του Βόλου, πέρα από τις υποδομές, απαιτείται συνεργασία των δημοσίων φορέων, του ΟΛΒ, των επιχειρήσεων αλλά και των συλλόγων της περιοχής για το σχεδιασμό κοινών δράσεων; Έχει γίνει κάποια προσπάθεια συνεργασίας;
5. Ποια προβλήματα και απειλές αντιμετωπίζει ο κλάδος (εταιρίες ενοικίασης yacht);
6. Ποιες περιοχές έχει να ανταγωνιστεί το λιμάνι του Βόλου σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο; Σε τι θα μπορούσε να ανταγωνιστεί τις υπόλοιπες χώρες - ανταγωνιστές; (κόστος υπηρεσιών, ποιότητα υπηρεσιών κλπ); Ποιο είναι το πλεονέκτημά του έναντι των άλλων περιοχών;
7. Θα μπορούσε η μακρόχρονη ελληνική παράδοση στη ναυτιλία και συγκεκριμένα στην περίπτωση του Βόλου η αργοναυτική εκστρατεία να χρησιμοποιηθεί ως Brand; Έχουν γίνει κάποιες δράσεις γι' αυτό;
8. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της ζήτησης του τουρισμού yachting στην Κεντρική και Ανατολική Μεσόγειο. Υπό ποιες προϋποθέσεις και με ποια μέσα θα μπορούσε ο Βόλος να εκμεταλλευτεί αυτή την κατάσταση;

B) ΣΥΝΤΟΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΡΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Κατά πόσο πιστεύετε πως η πόλη του Βόλου ικανοποιεί τα παρακάτω κριτήρια για την ανάπτυξη του τουρισμού yachting; Αξιολογήστε τα κριτήρια από το 1- 7, όπου το ένα είναι καθόλου και το 7 απόλυτα.

10 Κριτήρια για την ανάπτυξη του τουρισμού Yachting	Αξιολόγηση						
1) Ύπαρξη απαραίτητων υποδομών (μαρίνας ή ειδικού τουριστικού λιμένα).	1	2	3	4	5	6	7
2) Κέντρο υποδοχής και εξυπηρέτησης ιδιοκτητών και επισκεπτών, εμπορικό και διοικητικό κέντρο, τελωνείο, λιμεναρχείο	1	2	3	4	5	6	7
3) Αριθμός θέσεων πρόσδεσης	1	2	3	4	5	6	7
4) Προσφερόμενες υπηρεσίες (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, πυρόσβεσης, τηλεπικοινωνιών, καυσίμων, ασφάλειας)	1	2	3	4	5	6	7
5) Ενδιαφέρουσα ενδοχώρα (πολιτιστικά, τουριστικά, αρχιτεκτονικά, φυσικό περιβάλλον)	1	2	3	4	5	6	7
6) Εγγύτητα με αεροδρόμια, ελικοδρόμιο, Μέσα Μαζικής Μεταφοράς, όπως ΚΤΕΛ, Τραμ, Λεωφορεία κ.α.	1	2	3	4	5	6	7
7) Μοντέρνος στόλος επαγγελματικών σκαφών όλων των κατηγοριών και εκπαιδευμένο προσωπικό	1	2	3	4	5	6	7
8) Ύπαρξη καταστημάτων σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό, χώροι εστίασης, υπηρεσίες τροφοδοσίας και επισιτισμού, καταστήματα τραπεζών ή μηχανήματα αυτόματης ανάληψης χρημάτων στην ευρύτερη περιοχή της μαρίνας	1	2	3	4	5	6	7
9) Επαρκής αριθμός εταιριών ενοικίασης Yacht	1	2	3	4	5	6	7
10) Υπηρεσίες επισκευαστικές	1	2	3	4	5	6	7