

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MBA»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Τουρισμός Κρουαζιέρας

Μελέτη Περίπτωσης για το νησί της
Κεφαλονιάς

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΟΛΓΑ ΓΙΤΣΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΥ

ΛΑΡΙΣΑ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΕΤΟΣ: 2019 – 2020

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	3
Κεφάλαιο 1^ο Ο τουρισμός κρουαζιέρας- Το κρουαζιερόπλοιο.....	5
1.1 Η εξέλιξη του τουρισμού κρουαζιέρας	5
1.2 Η Ιστορία κι η δομή της κρουαζιέρας	11
1.3 Τα κρουαζιερόπλοια.....	13
1.3.1 Το κρουαζιερόπλοιο ως προορισμός	13
1.3.2 Τα στοιχεία της κρουαζιέρας	14
1.4 Τα προϊόντα της κρουαζιέρας.....	14
1.4.1 Διαμονή.....	15
1.4.2 Το φαγητό στο κρουαζιερόπλοιο.....	16
1.4.3 Ο μπουφές.....	17
1.4.4 Το εστιατόριο.....	18
1.4.5 Η διασκέδαση	19
Κεφάλαιο 2^ο Ο κλάδος της κρουαζιέρας.....	20
2.1 Μελέτες στον τομέα της κρουαζιέρας.....	20
2.2 Οι επιπτώσεις της κρουαζιέρας.....	21
2.2.1 Η αύξηση των εσόδων	22
2.2.2 Οι κοινωνικοί / πολιτιστικοί παράγοντες.....	22
2.2.3 Περιβαλλοντικά ζητήματα	23
2.2.4 Οικονομικές επιπτώσεις	26
2.3 Ασφάλεια στην κρουαζιέρα.....	28
2.4 Η βιωσιμότητα του κλάδου της κρουαζιέρας	29
2.5 Παγκοσμιοποίηση και οι αλλαγές στον τουρισμό κρουαζιέρας	31
2.6 Το μέλλον της κρουαζιέρας	33
Κεφάλαιο 3^ο Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα- Η Κεφαλονιά.....	36
3.1 Η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα	36
3.2 Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα	38
3.3 Το νησί της Κεφαλονιάς	41
3.3.1 Ιστορικά γεγονότα-Μυθολογία.....	42

3.3.2 Η Κεφαλονιά στην αρχαία Ελλάδα	42
3.3.3 Φραγκοκρατία- Βενετοκρατία	43
3.3.4 Αγγλοκρατία	44
3.3.5 Σύγχρονα Ιστορικά γεγονότα	44
3.4 Αξιοθέατα της Κεφαλονιάς.....	45
3.4.1 Παραλία Μύρτος	45
3.4.2 Το λιμνοσπήλαιο της Μελισάνης	46
3.4.3 Το σπήλαιο Δρογκαράτη	46
3.4.4 Το Φισκάρδο.....	47
3.4.5 Βουνό Αίνος.....	47
3.4.6 Καταβόθρες.....	48
3.4.7 Η μονή του Αγίου Γερασίμου	48
3.4.8 Το ρωμαϊκό ναύαγιο	49
3.5 Η Κεφαλονιά ως λιμάνι	49
Κεφάλαιο 4 ^ο Μεθοδολογία της έρευνας.....	51
4.1 Σκοπός της έρευνας	51
4.2 Το εργαλείο της έρευνας	52
4.3 Στατιστική Ανάλυση	53
4.4 Αξιοπιστία Ερωτηματολογίου	53
4.5 Εμπειρικά αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης	55
Κεφάλαιο 5 ^ο Συμπεράσματα – Προτάσεις για βελτίωση	73
Παράρτημα	77
Βιβλιογραφικές αναφορές	80

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια η αγορά κρουαζιερόπλοιων έχει φτάσει σε υψηλά επίπεδα και αυξάνεται σε επίπεδο ανάπτυξης σε σύγκριση με τα άλλα τουριστικά τμήματα. Η αύξηση σε όρους παραγγελίας νέων πλοίων, χωρητικότητας κλίνης και αριθμού επιβατών δείχνουν την απόδοση της αγοράς κρουαζιερόπλοιων.

Οι ευρωπαϊκές αγορές οδηγούν αυτή την τάση με ρυθμό ανάπτυξης 10% των επιβατών, ακολουθούμενη από την αμερικανική και ασιατική αγορά. Αυτή η αύξηση της κυκλοφορίας δημιουργεί επίσης ζήτηση για νέα λιμάνια παρέχοντας νέους και περισσότερους επιβάτες για τα υπάρχοντα λιμάνια κρουαζιέρας, ιδιαίτερα στις περιοχές της Καραϊβικής και της Μεσογείου.

Αυτές οι τάσεις έχουν σημασία για τις αναπτυξιακές στρατηγικές στα λιμάνια και στις παράκτιες πόλεις. Οι κρουαζιέρες είναι σε θέση να προσφέρουν αυξανόμενο αριθμό καθημερινών επισκεπτών σε παράκτια εδάφη, αλλά θα μπορούσαν επίσης να εγγραφθούν εβδομαδιαίες ή μηνιαίες στάσεις σε περίπτωση επαναλαμβανόμενων δρομολογίων κρουαζιέρας.

Από την άποψη του πελάτη, η επιλογή της μεταφοράς με κρουαζιερόπλοιο, σε σύγκριση με έναν παραδοσιακό προορισμό, προσφέρει την ευκαιρία να επισκέπτεται διαφορετικά μέρη κατά μήκος του ταξιδιού. Με αυτόν τον τρόπο η στάση της κρουαζιέρας αντιπροσωπεύει τότε μια ευκαιρία δημιουργίας και χαρακτηρισμού της κρουαζιέρας ως ένα προϊόν που προσφέρεται με ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών εδαφών για επίσκεψη. Ο τουρισμός κρουαζιέρας, τα λιμάνια και το κρουαζιερόπλοιο είναι στενά συνδεδεμένα.

Από την άποψη του προορισμού, οι κρουαζιέρες δημιουργούν καθημερινούς επισκέπτες με όρους των εκδρομικών ροών και θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως ένας καλός τρόπος να υποστηριχθεί η τοπική οικονομία. Από την άποψη αυτή, πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι καθημερινά επισκέπτες κρουαζιέρας είναι υπεύθυνοι για τις δαπάνες τουρισμού, πράγμα που σημαίνει ότι ο οικονομικός αντίκτυπος στον προορισμό συνδέεται με τη συμπεριφορά των δαπανών τους.

Αυτό συνδέεται επίσης με τη διαθεσιμότητα των τοπικών εμπορικών δραστηριοτήτων καθώς και με τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τις δαπάνες, τη στιγμή της στάσης στο λιμάνι, τις ροές των επιβατών και τα πρότυπα δαπανών τους. Με τον τρόπο αυτό, οι κρουαζιέρες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο όσον αφορά τα οικονομικά οφέλη σε

παράκτιες περιοχές. Στην παρούσα διπλωματική εργασία αρχικά γίνεται μια εκτενής αναφορά στη βιομηχανία κρουαζιέρας και στα κρουαζιερόπλοια σε παγκόσμιο και εθνικό επίπεδο και στη συνέχεια μελέτη περίπτωσης για το νησί της Κεφαλονιάς. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε την τουριστική σεζόν του καλοκαιριού του 2019 στο λιμάνι σταθμό για τα κρουαζιερόπλοια στο Αργοστόλι και πήρανε μέρος 100 άτομα στην πλειοψηφία τους από τέσσερα μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Το περιεχόμενο των ερωτήσεων ήταν σχετικά με τις διαδικασίες του τουρισμού κρουαζιέρας και της στάσης τους στο νησί. Για τη διεξαγωγή των συμπερασμάτων πραγματοποιήθηκε στατιστική ανάλυση των δεδομένων της έρευνας με τη χρήση του στατιστικού πακέτου “SPSS 23.0 for Windows”.

Κεφάλαιο 1^ο Ο τουρισμός κρουαζιέρας- Το κρουαζιερόπλοιο

1.1 Η εξέλιξη του τουρισμού κρουαζιέρας

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, ο τουρισμός έχει αυξηθεί κατά 300% και με ρυθμό ανάπτυξης 5,9% και συνεπώς είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες παγκοσμίως. Είναι η δεύτερη μεγαλύτερη βιομηχανία στον κόσμο και για ορισμένες χώρες, είναι η σημαντικότερη πηγή εσόδων. Ο τουρισμός δημιουργεί επίσης πολλές θέσεις εργασίας συνεισφέροντας 74 εκατομμύρια θέσεις παγκοσμίως το 2003. Δημιουργεί 3,8 τοις εκατό του παγκόσμιου ΑΕΠ (Bailey et al., 2004).

Σχεδόν περισσότερα από 100 χρόνια, υπήρχε μια μορφή κρουαζιερόπλοιου, αλλά ο σύγχρονος τουρισμός κρουαζιέρας ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1970 στο Μαϊάμι των ΗΠΑ. Η αρχή έγινε με κρουαζιέρες σε όλη την Καραϊβική και στη συνέχεια αναπτύχθηκε σε μια παγκόσμια βιομηχανία (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού 2010) και πλέον αποτελεί μία από τις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες τουριστικές βιομηχανίες (Cruise Norway 2011). Τις πρώτες δεκαετίες μετά την εμφάνισή της, η κρουαζιέρα είχε ρυθμό ανάπτυξης άνω του 8% και μέχρι το 2020 ρυθμός ανάπτυξης αναμένεται να φτάσει το 4,1% (Bailey et al., 2004, Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού 2010).

Το 2003, περίπου 9,8 εκατομμύρια άνθρωποι πραγματοποίησαν διακοπές σε κρουαζιερόπλοιο. Αυτό δημιούργησε 14,7 δισεκατομμύρια δολάρια ακαθάριστα έσοδα στις ΗΠΑ δηλαδή 3,2% περισσότερα από το προηγούμενο έτος. Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων κυριαρχεί στη Βόρεια Αμερική και αντιπροσωπεύει το 80% των επιβατών κρουαζιερόπλοιων. Το 2003, 7.9 εκατομμύρια τουρίστες κρουαζιέρας ξεκίνησαν την κρουαζιέρα τους στη Βόρεια Αμερική με πιο δημοφιλή προορισμό την Καραϊβική (Bailey et al., 2004).

Η βιομηχανία κρουαζιέρας μπορεί να διατηρήσει υψηλά ποσοστά ανάπτυξης λόγω των συνεχών επενδύσεων στην καινοτομία και τη βελτίωση. Τα νέα πλοία κατασκευάζονται κάθε χρόνο, με μεγαλύτερη χωρητικότητα και καινοτόμες εγκαταστάσεις και δραστηριότητες. Επίσης, το μάρκετινγκ στον τουρισμό κρουαζιέρας αντιμετωπίζεται με καινοτόμο τρόπο (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού 2010).

Σε ολόκληρη την Ευρώπη, η κρουαζιέρα δημιούργησε 307.526 θέσεις εργασίας το 2010, γεγονός που δημιούργησε ένα σύνολο έσοδων ύψους 9,3 δισ. ευρώ. Συγκεκριμένα για μικρούς προορισμούς αυτό σημαίνει κυρίως μερικές θέσεις εργασίας στις μεταφορές και τις επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας και τη φιλοξενία, που μαζί αντιπροσωπεύουν το 18% της συνολικής απασχόλησης και το 20% του συνολικού εισοδήματος (G.P. Wild (International) (Limited & Business Research & Economic Advisors 2011).

Δεδομένου ότι η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει αποδειχθεί ότι είναι ολοένα και πιο ανταγωνιστική, είναι σημαντικό για τη διαχείριση της γραμμής κρουαζιέρας και των ταξιδιωτικών πρακτόρων να εξετάσουν τις μεταβλητές που επηρεάζουν τους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων για την αγορά ή / και την επαναγορά κρουαζιερόπλοιων.

Η δομή της εκτιμώμενης αξίας έχει προσδιοριστεί ως ένα από τα σημαντικότερα μέτρα για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και έχει υποστηριχθεί ότι είναι ο σημαντικότερος δείκτης των προθέσεων επαναγοράς. Ωστόσο, περαιτέρω έρευνες υποδηλώνουν ότι τα προβλήματα μπορεί να βρίσκονται μπροστά. Σύμφωνα με τους Lois et al. (2004), η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων χαρακτηρίζεται από μια ολιγοπωλιακή δομή, όπου το μεγαλύτερο μέρος της ανάπτυξης της αλιευτικής ικανότητας (ναυπηγική βιομηχανία) προέρχεται από τέσσερις μεγάλες γραμμές κρουαζιέρας.

Για να συνεχίσουν την τρέχουσα ισορροπία της αγοράς και να αποτρέψουν τους πιθανούς ανταγωνιστές από την είσοδο στην αγορά, αυτές οι κρουαζιέρες επενδύουν σε μεγάλο βαθμό στην αύξηση των μεγεθών των στόλων και στην αύξηση της αλιευτικής ικανότητας με την κατασκευή νέων, μεγαλύτερων πλοίων. Έχει προταθεί ότι αυτή η οικοδομική έκρηξη προκάλεσε κορεσμό στην αγορά, η οποία είχε ως αποτέλεσμα το 2001 να είναι ο πρώτος χρόνος που η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων παρουσίασε μείωση του συνολικού αριθμού επιβατών (Parasuraman and Grewal, 2000).

Ωστόσο, από την άποψη της εμπειρίας κρουαζιέρας έχουν ληφθεί κάποια σημαντικά στοιχεία. Η σχετική αμέλεια της βιομηχανίας κρουαζιέρας στις μελέτες τουρισμού είναι ατυχής όχι μόνο επειδή περιλαμβάνει έναν όλο και σημαντικότερο τομέα, αλλά και επειδή έχει αρκετά μοναδικά χαρακτηριστικά που έχουν επιπτώσεις για άλλες μορφές τουρισμού. Η πρώτη αφορά τον μοναδικό παγκόσμιο χαρακτήρα του τομέα

του τουρισμού κρουαζιερόπλοιων. Μια ποικιλία παραγόντων, κυρίως η θαλάσσια κινητικότητα και η αδυναμία των διεθνών ρυθμιστικών καθεστώτων, επέτρεψαν στα κρουαζιερόπλοια να λειτουργήσουν σε ένα μοναδικό περιβάλλον. Αυτό σχετίζεται με το δεύτερο μοναδικό χαρακτηριστικό, ότι σε πολύ σημαντικό βαθμό, το κρουαζιερόπλοιο δεν είναι μόνο ένας τύπος μεταφοράς αλλά ο ίδιος ο προορισμός.

Το φαινόμενο αυτό δεν είναι εντελώς νέο, ούτε είναι καθολικό. Σίγουρα παραμένει ως "προορισμός κρουαζιέρας" όπου το δρομολόγιο είναι πιο σημαντικό από το πλοίο. Ωστόσο, η προοδευτική κρουαζιέρα θεωρείται γενικά ως "εξειδικευμένη" αγορά στον κλάδο. Αυτό κάνει τα κρουαζιερόπλοια μια μοναδική μορφή τουριστικών μεταφορών. Οι άνθρωποι πηγαίνουν σε μια «κρουαζιέρα» περισσότερο από ό, τι πηγαίνουν σε ένα μέρος. Και όμως ο σημαντικότερος ανταγωνισμός τους δεν είναι άλλοι τρόποι μεταφοράς αλλά πραγματικοί άλλοι τόποι (Apoth, 2005).

Η δυσκολία γνώσης και κατανόησης της δυναμικής της βιομηχανίας είναι η έλλειψη συνολικών παγκόσμιων στατιστικών τόσο για την προσφορά όσο και για τη ζήτηση για κρουαζιέρες. Τα περισσότερα από τα δημοσιευμένα στοιχεία, συμπεριλαμβανομένων εκείνων των εμπορικών εκδόσεων, βασίζονται σε τριμηνιαίες και ετήσιες εκθέσεις που εκδίδει η Διεθνής Ένωση Κρουαζιερόπλοιων (CLIA), ένας οργανισμός με βάση τις ΗΠΑ, η γεωγραφική κάλυψη της οποίας δεν είναι καθόλου ολοκληρωμένη (Peisley, 2004).

Η CLIA επικεντρώνεται μόνο στις κρουαζιέρες που προσφέρονται στα ύδατα της Βόρειας Αμερικής ή αλλού στον κόσμο προς τους καταναλωτές της Βόρειας Αμερικής από τις γραμμές μελών τους ή από τους κυριότερους ανταγωνιστές τους όπως προσδιορίζονται από την CLIA. Υπάρχουν, ωστόσο, πολλές άλλες κρουαζιέρες που προσφέρονται από άλλες γραμμές, όπως φαίνεται στους δημοφιλείς οδηγούς καταναλωτών, ο πιο ολοκληρωμένος από τους οποίους είναι ο οδηγός Berlitz για κρουαζιερόπλοια.

Συνεπώς, οποιαδήποτε ανάλυση βασίζεται αποκλειστικά σε στοιχεία που απελευθερώνει η CLIA έχει γεωγραφική προκατάληψη (Ward, 2001). Ωστόσο, η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει εξελιχθεί σημαντικά από τις πρώτες ημέρες των πρώτων επιβατικών πλοίων. Ο Davidoff (1994) περιέγραψε πέντε ειδικά χαρακτηριστικά των κρουαζιέρων που απευθύνονται στους ταξιδιώτες.

1. Οι επιβάτες έχουν την ευκαιρία να επισκεφθούν μια ποικιλία θέσεων σε σύντομο χρονικό διάστημα χωρίς τα προβλήματα άλλων τρόπων μετακίνησης.
2. Τα πλοία είναι αυτοδύναμα.
3. Τα κρουαζιερόπλοια διαθέτουν διευθυντή κρουαζιερόπλοιων και προσωπικό με αποκλειστικό σκοπό να εξασφαλίζουν ότι οι επιβάτες έχουν ευχάριστο χρόνο.
4. Υψηλής ποιότητας τρόφιμα σερβίρονται με κομψό στιλ.
5. Όλοι συνήθως αρχίζουν και τελειώνουν τις διακοπές τους την ίδια μέρα.

Αναζητώντας πάντα νέους τρόπους για να ικανοποιήσει τις επιθυμίες των επισκεπτών, η κρουαζιέρα θα συνεχίσει να αναπτύσσεται μέσα από τη συνεχή επέκταση του στόλου σε όλη τη νέα χιλιετία. Τα κρουαζιερόπλοια υπόκεινται σε σημαντική ανακαίνιση του στόλου, με το μέσο μέγεθος των πλοίων να αυξάνεται. Η CLIA υποστηρίζει ότι η κρουαζιέρα αναψυχής θα συνεχίσει να οδηγεί ένα κύμα πρωτόγνωρης αύξησης και δημοτικότητας των επιβατών το 2015, ενισχυμένο από την έντονη ζήτηση των πελατών, έμφαση στις εισαγωγές πλοίων και στις καινοτομίες, ανανεωμένη ζήτηση για εξωτικά λιμάνια, (Mancini, 2000).

Το Συμβούλιο Cruise Lines εκτιμά ότι οι συνολικές οικονομικές επιπτώσεις της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιων ανέρχονται σε 23 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ ετησίως. Ο Ward (2001) υποδηλώνει ότι τα μελλοντικά πλοία θα συνεχίσουν με τις σημερινές τάσεις των μικρών, μεσαίων και μεγάλων πλοίων.

Τα μικρά πλοία θα είναι υψηλής ποιότητας, πολυτελή πλοία ικανά να έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερο αριθμό προορισμών και να προσφέρουν αυξημένες κρουαζιέρες περιπέτειας ή εκδρομών με μέγιστη άνεση. Τα πλοία μεσαίου μεγέθους θα γίνουν μεγαλύτερα με το «τέντωμα» των πλοίων τους με την προσθήκη νέων μεσαίων τμημάτων. Οι κυβερνήσεις μπαίνουν στην πράξη και οι εταιρείες κρουαζιερόπλοιων βρίσκονται τώρα με αυξημένους περιβαλλοντικούς κανονισμούς.

Η ίδια η βιομηχανία αλλάζει και οι πρόσφατες προσθήκες περιλαμβάνουν την εκκίνηση ενός πλοίου διαμερισμάτων και μιας γραμμής κρουαζιέρας χαμηλού κόστους. Έτσι, η ασφάλεια είναι η πιο σημαντική πτυχή που αντιμετωπίζει το μέλλον της βιομηχανίας και με αυτό θα προκύψει μια σειρά πρωτοβουλιών, πρωτοκόλλων, διαδικασιών, κανονισμών και προϊόντων. Αυτό δεν μπορεί να παραβλεφθεί και

αποτελεί ουσιαστικό μέρος της διασφάλισης του μέλλοντος της βιομηχανίας κρουαζιέρας (Charlier, 2004).

Ο πιο συνηθισμένος τρόπος για να περιγράψει κανείς την ανάπτυξη ενός τουριστικού προορισμού είναι ο κύκλος προορισμού, που ονομάζεται επίσης αλληλουχία Butler (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010). Αυτό είναι ένα μοντέλο που περιγράφει πέντε στάδια ανάπτυξης, τα οποία είναι η εξερεύνηση, η συμμετοχή, η ανάπτυξη, παγίωση και στασιμότητα. Προϋπόθεση για τη χρήση αυτού του μοντέλου είναι ότι υπάρχει μια ελεύθερη αγορά και οι συνθήκες ζήτησης διατηρούνται. Τα πέντε στάδια του μοντέλου μπορούν να ακολουθηθούν από τη στασιμότητα, μείωση ή ανανέωση, ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο ο διαχειριστής προορισμού τους απαντά (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010).

Κατά τη διάρκεια της εξερεύνησης, μόνο ένας μικρός αριθμός επισκεπτών έρχονται σε προορισμό. Οι επισκέπτες είναι ευπρόσδεκτοι και μπορεί να τους επιτραπεί να συμμετέχουν σε πολιτιστικές παραδόσεις και να κοιμηθούν στα σπίτια των κατοίκων. Οι κάτοικοι είναι ακόμα πολλοί σε έλεγχο λόγω του μικρού αριθμού επισκεπτών και έτσι η σχέση με τους επισκέπτες είναι καλή. Οι επισκέπτες χρησιμοποιούν τοπικές υπηρεσίες, για παράδειγμα αγοράζουν τα τρόφιμά τους στην τοπική αγορά και χρησιμοποιούν το τοπικό λεωφορείο. Ως εκ τούτου, η τοπική οικονομία επωφελείται από τους επισκέπτες, αν και στο σύνολο ο οικονομικός αντίκτυπος δεν είναι ακόμη πολύ μεγάλος (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010).

Όταν έρχονται περισσότεροι επισκέπτες, ένας προορισμός μπαίνει στο στάδιο της **συμμετοχής**. Αυτό χαρακτηρίζεται από το εμφάνιση μικρών ξενόνων, χώρων φαγητού, μικρών εταιρειών καθοδήγησης και ημι-εμπορικού χαρακτήρα. Μπορεί ακόμα να είναι τόσο απλό όσο οι κάτοικοι που διαθέτουν κάποια δωμάτια στο σπίτι τους με μια μικρή χρέωση. Λόγω της παροχής αυτών των υπηρεσιών, το ποσοστό των επισκεπτών θα αυξηθεί.

Καθώς η φάση της συμμετοχής συνεχίζεται, ο τουρισμός γίνεται πιο εμπορικός. Οι κάτοικοι πρέπει να βρουν τρόπους για να αντιμετωπίσουν τον αυξανόμενο τουρισμό. Ένα παράδειγμα είναι ότι οι τουρίστες δεν επιτρέπεται να συμμετέχουν σε πολιτιστικές παραδόσεις- εκδηλώσεις, αλλά οι κάτοικοι μπορούν να εκτελούν τέτοιες πολιτιστικές παραδόσεις με έναν κάπως αλλοιωμένο τρόπο στους τουρίστες και

ενδεχομένως να τους ζητήσουν εισιτήριο για αυτό (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010).

Το στάδιο της **ανάπτυξης** συνίσταται στην ταχεία ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας και σε μεγάλες αλλαγές σε ένα μικρό χρονικό διάστημα. Πόσο γρήγορα και με ποιον τρόπο συμβαίνει αυτή η ανάπτυξη, εξαρτάται από τους παράγοντες έλξης του ανθρώπου στον προορισμό και τον τρόπο με τον οποίο επιχειρείται η διαχείριση της ανάπτυξης.

Λόγω της ταχείας αλλαγής, ο προορισμός χάνει μέρος του ελέγχου, το οποίο αναλαμβάνεται από μη τοπικές εταιρείες. Η μοναδικότητα που σχετίζεται με τον προορισμό κατά τη διάρκεια της εξερεύνησης και της εμπλοκής το στάδιο εξαφανίζεται και οι αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον αυξάνονται γρήγορα (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010). Κατά τη φάση ενοποίησης ο ρυθμός ανάπτυξης του τουρισμού στον προορισμό μειώνεται, ενώ το συνολικό ποσό εξακολουθεί να αυξάνεται.

Συνήθως ο αριθμός των τουριστών κατά τη διάρκεια ενός έτους είναι μεγαλύτερος από τον συνολικό αριθμό των κατοίκων. Μερικοί κάτοικοι γίνονται ανταγωνιστικοί έναντι των τουριστών, ενώ άλλοι παρατηρούν την κατάσταση (Butler 1980 · Weaver & Lawton 2010). Κατά τη διάρκεια της **στασιμότητας** το ποσό του τουρισμού υπερβαίνει την χωρητικότητα του προορισμού, το οποίο οδηγεί σε πολέμους τιμών και επιδείνωση των προϊόντων και των υπηρεσιών (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010).

Το στάδιο της στασιμότητας μπορεί να συνεχίσει να υφίσταται για μεγάλο χρονικό διάστημα, αλλά συνήθως εξελίσσεται είτε σε παρακμή είτε σε αναζωογόνηση. Η πτώση χαρακτηρίζεται από αποτυχημένες προσπάθειες προσέλκυσης νέων τουριστών, έλλειψη ή αποτυχημένες προσπάθειες αναζωογόνησης του τουρισμού στον προορισμό και ενδεχομένως οι τουρίστες να μείνουν μακριά εξαιτίας μιας αρνητικής εικόνας του προορισμού λόγω αρνητικότητας των κατοίκων. Ο τουρισμός μπορεί επίσης να μειωθεί γιατί υπάρχουν και άλλοι ενδιαφέροντες τουριστικοί προορισμοί σε άλλα μέρη, οι οποίοι αποτελούν μια καλύτερη εναλλακτική λύση για τους τουρίστες.

Οι τουριστικές υπηρεσίες εγκαταλείπονται και τα ξενοδοχεία μετατρέπονται σε άλλου είδους επιχειρήσεις. Ο τουρισμός δεν αποτελεί πλέον τον κύριο κλάδο της περιοχής. Η **αναζωογόνηση** είναι ένα άλλο στάδιο που μπορεί ακολουθεί τη στασιμότητα ή μπορεί να έρθει μετά από παρακμή. Η αναζωογόνηση είναι η αλλαγή των τουριστικών προϊόντων σε έναν προορισμό. Η αναζωογόνηση γενικά δεν είναι κάτι που συμβαίνει από μόνο του, είναι μία σκόπιμη διαδικασία, με τη συμμετοχή διαχειριστών προορισμών και επιχειρηματιών. Τόσο το κοινό όσο και ο ιδιωτικός τομέας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανανέωση ενός προορισμού (Butler 1980, Weaver & Lawton 2010).

1.2 Η ιστορία και η δομή της κρουαζιέρας

Στο μάρκετινγκ και μερικές φορές στο ντεκόρ του πλοίου, η σύγχρονη βιομηχανία κρουαζιέρας αποδίδει φόρο τιμής στη χρυσή εποχή των μεγάλων υπερατλαντικών τακτικών γραμμών, τα οποία ξεπήδησαν από τη δεκαετία του 1860 έως τη δεκαετία του 1960. Τα επίπεδα επιβατών στην περίοδο μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο κορυφώθηκαν το 1957 και στη συνέχεια μειώθηκαν γρήγορα με την εμφάνιση των αεροπορικών πτήσεων χωρίς επιβίβαση στα τέλη της δεκαετίας του 1950.

Πολλές εταιρίες τακτικών γραμμών έπαψαν να λειτουργούν. Οι σημερινές κυριότερες εταιρίες κρουαζιέρας, Carnival και Royal Caribbean, δημιουργήθηκαν μετά την κατάρρευση της υπερατλαντικής βιομηχανίας τακτικών γραμμών. Το πρώτο σκάφος που σχεδιάστηκε εξ ολοκλήρου για την αγορά κρουαζιέρας της Βόρειας Αμερικής, Oceanic, χτίστηκε το 1965 για την εταιρεία Home Lines, και μερικοί έχουν γράψει αυτό ως την αρχή της σύγχρονης κρουαζιέρας.

Υπήρξαν αρκετές θεμελιώδεις εξελίξεις. Αρχικά, δεν υπήρχε ανάγκη σχεδιασμού για μεγάλη ταχύτητα ή για αποθήκευση και χειρισμό φορτίου. Δεύτερον, η χρήση κελύφους με σταθεροποιητές προκάλεσε την απομάκρυνση από το σχεδιασμό των "παραδοσιακών τακτικών" στο κουτί των περισσότερων σύγχρονων κρουαζιερόπλοιων, που μεγιστοποιούν το χώρο που παράγει. Η αισθητική της προηγούμενης γενιάς πλοίων εξηγεί τη νοσταλγία που συνδέεται με τον τουρισμό κρουαζιέρας, ειδικά σε σχέση με τα κλασικά σκάφη. Το κεντρικό επίτευγμα της βιομηχανίας κρουαζιέρας μετά τη δεκαετία του 1960 ήταν η επανατοποθέτηση της κρουαζιέρας ως προϊόντος μαζικής αγοράς (Dawson, 2000).

Επί του παρόντος, τα μεγαλύτερα σκάφη μπορούν να μεταφέρουν περίπου 4.000 άτομα και τα μικρότερα λιγότερα από 100 άτομα. Η κλίμακα ποικίλει ανάλογα με το σκοπό. Μεγάλα πλοία, όπως τα πλοία της κατηγορίας Eagle, μπορούν να φιλοξενήσουν μεγαλύτερους αριθμούς και μπορούν να προσφέρουν ευκαιρίες για μεγαλύτερη ποικιλία στο σκάφος. Μικρότερα σκάφη μπορεί να είναι πιο οικεία και να παρέχουν πρόσβαση σε λιμένες που τα μεγαλύτερα πλοία δεν μπορούν να επισκεφθούν λόγω του βάθους της καρίνας του πλοίου, του μήκους του σκάφους ή των περιορισμένων ελιγμών στον προορισμό. Ορισμένες αναλογίες όπως το μέγεθος του πληρώματος, ο χώρος των πελατών ανά πελάτη και το μέγεθος της καμπίνας σε δημόσιους χώρους διαδραματίζουν ένα ρόλο ανάλογα με τον τύπο του τουριστικού κρουαζιερόπλοιου (Charlier, 2004).

Ο τομέας της μαζικής αγοράς χωρίζεται γενικά σε τρεις κατηγορίες. Ο τομέας "προϋπολογισμού" είναι ο τομέας σχετικά μικρών επιχειρήσεων με παλαιότερα πλοία. Μερικοί από αυτούς μετέτρεψαν τα σκάφη ή τα φορτηγά από μια προγενέστερη εποχή. Διάφορες πράξεις ναύλωσης, μερικές φορές συνδέονται με ταξιδιωτικά γραφεία, καθώς και ορισμένες καθαρά τοπικές εταιρείες μικρής κλίμακας, καλύπτουν και αυτόν τον τομέα.

Ενώ οι τιμές κρουαζιέρας τους είναι χαμηλότερες από τους υψηλότερους τομείς, η διαφορά μεταξύ των τιμών "προϋπολογισμού" και των τιμών στην επόμενη βαθμίδα είναι σχετικά μικρή. Για τους καταναλωτές που προτιμούν τα παλαιότερα πλοία και το ύφος της ζωής στο πλοίο που διατηρούν, μια κρουαζιέρα προϋπολογισμού είναι μία από τις λίγες διαθέσιμες επιλογές.

Ο δεύτερος τομέας είναι αυτός που γενικά αναφέρεται ως ο "σύγχρονος" τομέας. Ο όρος δεν είναι πολύ αποκαλυπτικός, εκτός ίσως από την ομάδα των ηλικιωμένων «παιδιών», οι οποίοι αποτελούν τη μεγαλύτερη δημογραφική ομάδα επιβατών στον τομέα αυτό. Τα μεγάλα κέρδη που επετεύχθησαν σε αυτόν τον τομέα, λόγω των οικονομιών κλίμακας με τη νέα γενιά μεγα-πλοίων, επέτρεψαν στους δεσπόζοντες συντελεστές να εδραιωθούν σε αυτόν και σε άλλους τομείς. Το ανώτερο κλιμάκιο του τομέα της μαζικής αγοράς αναφέρεται γενικά ως "Premium" τμήμα.

Σε διαφορετικό βαθμό, οι κρουαζιέρες τείνουν να είναι κάπως πιο προσανατολισμένες προς τον προορισμό από ό, τι στον προϋπολογισμό και στον σύγχρονο τομέα (Michaelides, 2003). Πάνω από τον τομέα της μαζικής αγοράς

μπορεί να τοποθετηθεί ο τομέας "εξειδικευμένος". Από τη φύση του, συνεπάγεται μια εξαιρετικά διαφορετική ομάδα επιλογών κρουαζιέρας: ιστιοφόρα και γιοτ υψηλής ταχύτητας. Μολονότι ο βαθμός πολυτέλειας ποικίλλει σημαντικά στην κατηγορία αυτή, οι τιμές τείνουν να είναι σταθερά υψηλότερες.

Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εταιρειών στον εξειδικευμένο τομέα, αλλά οι περισσότερες είναι μικρές. Υπάρχει μεγάλη ποικιλομορφία σε αυτό που προσφέρεται σε αυτές τις διαφορετικές κρουαζιέρες, αλλά η μέση τιμή τείνει να είναι πολύ πάνω από το ασφάλιστρο. Για την ελίτ, η κρουαζιέρα έχει γίνει ένας μόνιμος τρόπος ζωής (Hamilton, 2002).

1.3 Τα κρουαζιερόπλοια

Τα πλοία έχουν γίνει μεγαλύτερα και τώρα μοιάζουν με πλωτά θέρετρα. Οι καινοτομίες δεν σταματούν στο πλοίο, αλλά εκτείνονται πριν, κατά τη διάρκεια και μερικές φορές μετά την κρουαζιέρα. Οι εταιρείες ανταγωνίζονται έντονα για να προσπαθήσουν να «ξεπεράσουν» τον ανταγωνισμό τους. Έτσι, τα νεότερα πλοία που ξεκίνησαν σήμερα περιλαμβάνουν νέες τεχνολογίες ψυχαγωγίας και επικοινωνίας, μια σειρά από αθλητικές εγκαταστάσεις και μεγαλύτερο χώρο για χώρους υγείας και σπα.

Επιπλέον έχουν επικεντρωθεί στους χώρους να είναι λιγότερο επίσημοι και πιο casual με περισσότερες επιλογές φαγητού και αυξημένη ψυχαγωγία. Οι καμπίνες αντικαθίστανται από σουίτες. Οι εξωτερικοί χώροι έχουν περιθωριακά ή ρέοντα καταστρώματα και πολλά πλοία είναι διακοσμημένα με ρέουσες τοιχογραφίες στις πλευρές τους. Οι εσωτερικοί χώροι αντανακλούν πολυτελή ξενοδοχεία θέρετρα με μεγάλα φουαγιέ και κομψή αρχιτεκτονική (Carbone, 2003).

Όλα τα κρουαζιερόπλοια σήμερα είναι πολύ διαφορετικά από αυτά της μόλις μιας δεκαετίας πριν και τα μελλοντικά πλοία θα είναι αναμφίβολα σημαντικά διαφορετικά από αυτά που χτίστηκαν σήμερα.

1.3.1 Το κρουαζιερόπλοιο ως προορισμός

Το κρουαζιερόπλοιο θεωρείται συχνά ως προορισμός από μόνο του. Ενώ ο βαθμός στον οποίο ο συγκεκριμένος τύπος μεταφοράς είναι ο προορισμός ποικίλλει ανάλογα με την πελατεία και τον τύπο της κρουαζιέρας. Οι επιβάτες κρουαζιέρας γενικά

ξοδεύουν πολύ περισσότερο στις διακοπές τους στο κρουαζιερόπλοιο από ό, τι στην ξηρά. Ο επιβάτης στο πλοίο είναι ζωτικής σημασίας για τα οικονομικά των κρουαζιερόπλοιων και ως εκ τούτου ο σχεδιασμός των κρουαζιερόπλοιων και των δρομολογίων του πακέτου μεγιστοποιούν τις ευκαιρίες για τους επιβάτες να περάσουν περισσότερο χρόνο στο πλοίο.

Η εμπειρία κρουαζιερόπλοιων μαζικής παραγωγής κατασκευάζεται εσκεμμένα και αποσπάται από την περιοχή στην οποία εκείνο ταξιδεύει. Σε κάποιο βαθμό αυτό αντανακλά το γεγονός ότι τα κρουαζιερόπλοια συχνά ταξιδεύουν σε διάφορες περιοχές του κόσμου σε διαφορετικές περιόδους του έτους.

1.3.2 Τα στοιχεία της κρουαζιέρας

Σύμφωνα με την Day και McRae (2001), ένα κρουαζιερόπλοιο παρέχει εύκολη πρόσβαση σε μερικούς από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς του κόσμου και αυτή η απλή δήλωση κατέχει το κλειδί στις τρέχουσες επιτυχίες που απολαμβάνει ο κλάδος. Για πολλούς τουρίστες, η εμπειρία της κρουαζιέρας ενσωματώνει μια σειρά από ισχυρά κίνητρα: συχνά θεωρείται ότι είναι ασφαλής, κοινωνική, φιλική προς τον πελάτη και προσανατολισμένη στις υπηρεσίες.

Ο τουρίστας προσαρμόζεται στη ζωή του πλοίου και μαθαίνει να χαλαρώνει σε μια ρουτίνα διακοπών (Gibson, 2003). Η γκάμα των τύπων κρουαζιερόπλοιων έχει επεκταθεί ώστε να περιλαμβάνει ευκαιρίες για όλα τα είδη των ανθρώπων. Με τον τρόπο αυτό, η κρουαζιέρα μπορεί να μην είναι τόσο κοινωνικά αποκλειστική: οι οικογένειες μπορούν να εξυπηρετηθούν ως ειδική αγορά, όπως και οι μεμονωμένοι τουρίστες, εκπρόσωποι συνεδρίων, ηλικιωμένοι ταξιδιώτες, ενεργοί τουρίστες, ομάδες κλπ.

1.4 Τα προϊόντα της κρουαζιέρας

Όπως ορισμένα άλλα τουριστικά προϊόντα, η κρουαζιέρα έχει δύο οικονομικά χαρακτηριστικά: ετερογένεια (ένα κρουαζιερόπλοιο είναι "ευπαθές" επειδή δεν μπορεί να αποθηκευτεί αν δεν πωληθεί) και συμπληρωματικότητα (το κρουαζιερόπλοιο δεν αποτελεί ενιαία υπηρεσία αλλά μια σειρά συμπληρωματικών υπηρεσιών). Η κρουαζιέρα είναι ένα καθορισμένο πακέτο που μπορεί να περιλαμβάνει τη μετακίνηση προς το λιμάνι επιβίβασης, ένα δρομολόγιο που καλύπτει ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα, ένα στοιχείο υπηρεσιών και

εγκαταστάσεων χωρίς αποκλεισμούς, στέγαση σε συγκεκριμένο πρότυπο και διάφορες άλλες υπηρεσίες που διατίθενται με επιπλέον χρέωση. Τα ακόλουθα στοιχεία απεικονίζουν τα προϊόντα της κρουαζιέρας (Kontes, 2003).

1.4.1 Διαμονή

Για πολλούς επιβάτες, η επιλογή της διαμονής φαίνεται να είναι απλώς θέμα προσδιορισμού της τιμής που είναι αποδεκτή σε σχέση με το διαθέσιμο επίπεδο διαμονής. Ωστόσο, μια ματιά στις δομές τιμολόγησης των εταιρειών κρουαζιέρας αποκαλύπτει γρήγορα ότι η επιλογή διαμονής είναι πιο πολύπλοκη από ό, τι φαίνεται να συμβαίνει. Ορισμένες εταιρείες κρουαζιερόπλοιων αναφέρονται στα καταλύματα ως καμπίνες, αλλά όροι όπως οι καμπίνες, οι μίνι σουίτες και οι σουίτες χρησιμοποιούνται συχνά για να αντικαταστήσουν ή να συμπληρώσουν αυτό το ναυτικό όρο.

Όλες οι καμπίνες στα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια τείνουν να είναι ιδιωτικές, δηλαδή, έχουν ντους, δωμάτιο και τουαλέτα ή μπανιέρα. Γενικά, οι καμπίνες είναι συμπαγείς εκδοχές του ισοδύναμου καταλύματος στο ξενοδοχείο. Οι χώροι αποθήκευσης σχεδιάζονται προσεκτικά για να μεγιστοποιηθεί η χρήση του χώρου, ώστε να δημιουργηθεί μια εντύπωση μιας πολύ αποτελεσματικής, προσαρμοσμένης εγκατάστασης.

Ο χώρος είναι συνήθως πριμοδότηση στα κρουαζιερόπλοια και τα σκάφη κατασκευάζονται για να μεγιστοποιήσουν την περιοχή που μπορεί να αποφέρει έσοδα. Λόγω αυτού του περιορισμένου σχεδιασμού, ορισμένες καμπίνες θα είναι αναπόφευκτα προτιμότερες από άλλες. Μπορεί να έχουν μια καλή θέα ή μια περιορισμένη θέα, μια τοποθεσία που θεωρείται ότι είναι περισσότερο ή λιγότερο ελκυστική λόγω της εγγύτητας σε ορισμένες εγκαταστάσεις (Mancini, 2000).

Ο συνηθέστερος τρόπος ταυτοποίησης των θέσεων καμπίνας είναι η χρήση σχεδίων καταστρώματος. Πρόκειται για σχέδια αντιπροσωπευτικού πλοίου τα οποία, σε συνδυασμό με ένα διάγραμμα διατομής του πλοίου, βοηθούν τους πελάτες να προσδιορίσουν την ακριβή θέση μιας καμπίνας ή μιας εγκατάστασης στο πλοίο. Αυτά τα σχέδια είναι μοναδικά για κάθε σκάφος, παρόλο που παρόμοια σκάφη μπορεί να έχουν πολλά κοινά χαρακτηριστικά (Carbone, 2003).

Τα σχέδια καταστρώματος παράγονται με το χρώμα, έτσι ώστε ένας κωδικός να μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αναγνώριση καμπίων κατά τύπο και, κατά συνέπεια, και με το κόστος. Σε ορισμένα σκάφη, οι καμπίνες που βρίσκονται στα χαμηλότερα καταστρώματα είναι λιγότερο δαπανηρές, ενώ οι καμπίνες που βρίσκονται σε υψηλότερα καταστρώματα είναι ακριβότερες.

Ωστόσο, αυτό το μοτίβο δεν είναι αξιόπιστο για όλα τα πλοία. Είναι δυνατόν σε ένα κατάστρωμα να αναγνωρίσετε καμπίνες ως εξής (Wood, 2000):

- Εσωτερικές καμπίνες. Αυτές οι καμπίνες δεν έχουν φυσικό φως, αν και η χρήση του εξαερισμού, του κλιματισμού, των καθρεπτών και του τεχνητού φωτός συχνά συγκαλύπτει αυτό το γεγονός. Οι εσωτερικές καμπίνες τείνουν να είναι το λιγότερο ακριβό κατάλυμα που προσφέρεται.
- Εξωτερικές καμπίνες. Αυτές οι καμπίνες θα έχουν μια θυρίδα ή ένα παράθυρο. Οι περισσότερες σύγχρονες καμπίνες τείνουν να έχουν μεγαλύτερα παράθυρα εικόνων.
- Εξωτερικές καμπίνες ή κρεβατοκάμαρες με βεράντα ή μπαλκόνι. Καθώς η κρουαζιέρα αναπτύσσεται, παράγονται περισσότερα καταλύματα που περιλαμβάνουν ιδιωτικές βεράντες ή μπαλκόνια με περισσότερο ιδιωτικό χώρο.
- Σουίτες ή ρετιρέ που μπορεί να είναι με ή χωρίς βεράντα ή μπαλκόνι. Αυτές οι καμπίνες τείνουν να είναι το πιο ακριβό κατάλυμα που προσφέρεται.
- Καμπίνες με επιπλέον κρεβάτια (κουκέτες).
- Καμπίνες ή κρεβατοκάμαρες με πόρτες διασύνδεσης.
- Καμπίνες ή κρεβατοκάμαρες ή σουίτες με εγκαταστάσεις κατάλληλες για άτομα με ειδικές ανάγκες.
- Καμπίνες ή κρεβατοκάμαρες με ντους ή μπανιέρα.
- Η εγγύτητα σε εγκαταστάσεις, ανελκυστήρες και θέση σε σύγκριση με άλλα καταστρώματα και καμπίνες.
- Η εγγύτητα με τον εξοπλισμό ασφαλείας, όπως οι σωσίβιες λέμβοι.

1.4.2 Το φαγητό στο κρουαζιερόπλοιο

Η αρχέτυπη θέα ενός κρουαζιεροπλοίου ως χώρου για να απολαύσει καλό φαγητό, καλό κρασί και καλή παρέα είναι το ίδιο αληθινή και σήμερα, όπως ήταν κατά την περίοδο της ακμής των παραδοσιακών τακτικών γραμμών. Τα τρόφιμα θεωρούνται

σημαντικό στοιχείο του προϊόντος κρουαζιέρας. Για τους περισσότερους επιβάτες, το κόστος κατανάλωσης στο πλοίο περιλαμβάνεται στην τιμή του ταξιδιού. Υπάρχουν εξαιρέσεις όπως τα εστιατόρια, τα οποία επιβαρύνονται με πρόσθετη χρέωση, αλλά κυρίως η φύση και η υψηλή προσδοκία των πελατών από την γευστική εμπειρία είναι θεμελιώδη ζητήματα. Οι περισσότερες κρουαζιέρες στοχεύουν να διαφοροποιηθούν με την παροχή τροφής και επιλογών φαγητού.

Μπορούν να δημιουργήσουν ευκαιρίες για να καθορίσουν το προϊόν και να διαφοροποιήσουν τη μάρκα, κατασκευάζοντας μενού με έμφαση σε ένα συγκεκριμένο στυλ κουζίνας και σχεδιάζοντας εστιατόρια και τραπεζαρίες με ιδιαίτερη διακόσμηση και ατμόσφαιρα. Ως εκ τούτου, σε ορισμένα πλοία το εστιατόριο μπορεί να έχει ένα ασιατικό θέμα με ιαπωνική κουζίνα. Η τραπεζαρία στα κρουαζιερόπλοια μπορεί να είναι πυκνοκατοικημένη, όμως οι σεφ φροντίζουν να ικανοποιούν διάφορες διατροφικές ανάγκες όταν σχεδιάζουν μενού (Hall, 2004).

Ορισμένες μάρκες έχουν εισαγάγει μεγαλύτερες επιλογές για προσωπική επιλογή στην τραπεζαρία. Με την απομάκρυνση από τις παραδοσιακές τραπεζαρίες που προσέφεραν δύο καθίσματα στο δείπνο συμπληρωμένες με ανοιχτή συνεδρίαση στο πρωινό και μεσημεριανό σε μεγάλες τραπεζαρίες, οι εταιρείες αυτές μπόρεσαν να αλλάξουν τον τύπο και να προσελκύσουν πελάτες που ήθελαν περισσότερη ευελιξία.

Η σύνδεση των συνεδριάσεων με τις υπηρεσίες διασκέδασης με τα προγράμματα ψυχαγωγίας εξασφαλίζει ότι οι επιβάτες δεν μένουν δυσαρεστημένοι από το γεγονός ότι πρέπει να πάνε σε ένα καθιστικό. Ο συντονισμός του πρωινού και του γεύματος είναι συνήθως θέμα μικρότερης σημασίας γιατί οι επιβάτες έχουν εναλλακτικές λύσεις όπως πρωινό σε μπουφέ ή υπηρεσία δωματίου και γεύμα σε μπουφέ (Derwaes, 2003).

1.4.3 Ο μπουφές

Ο μπουφές είναι μια ευέλικτη επιλογή σε ένα κρουαζιερόπλοιο. Συχνά βρίσκεται σε ένα ανώτερο κατάστρωμα και συχνά έχει σχεδιαστεί ώστε να εκτείνεται από τη μια πλευρά του πλοίου στο άλλο, με κάθε πλευρά να είναι μια κατοπτρική εικόνα του άλλου. Αυτή η ρύθμιση επιτρέπει σε μεγάλους αριθμούς επιβατών να κινηθούν χωρίς να δημιουργούνται σημεία συμφόρησης. Σε ήσυχες στιγμές και όταν η υπηρεσία

αλλάζει από ένα γεύμα σε άλλο, η μία πλευρά της λειτουργίας μπορεί να κλείσει για καθαρισμό και αλλαγή ή αναπλήρωση των ειδών διατροφής.

Ο μπουφές οργανώνεται συχνά με το μαγειρείο και το διακομιστή στη μέση του δωματίου, καθώς και με τραπέζια και καρέκλες γύρω από το εξωτερικό δίπλα στα παράθυρα (Cudahy, 2001).

1.4.4 Το εστιατόριο

Τα κυριότερα εστιατόρια τείνουν να αντικατοπτρίζουν ένα στυλ και ένα πρότυπο που είναι πικάντικο για μια πιο επίσημη γευστική εμπειρία, με τη χρήση στολών, σερβιτόρους, βοηθούς σερβιτόρους και την παρουσία επαγγελματιών όπως οι σομελιέ. Ο συνδυασμός λευκών τραπεζομάντιλων, γυαλικών, προσεγμένης επιλογής χρωμάτων, υλικών και επίπλων και υποτονικού φωτισμού προσθέτουν το αποτέλεσμα, όπως και η χαλαρή μουσική και η θεατρικότητα του περιβάλλοντος (Brogen, 2004).

Η ρύθμιση είναι σημαντική για να μπορούν οι επιβάτες να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και με το προσωπικό. Το φαγητό και το κρασί είναι ο λόγος που βρίσκονται στο εστιατόριο, αλλά η εμπειρία ενισχύεται και από τους κοινωνικούς παράγοντες. Οι μορφές υπηρεσιών ποικίλλουν ανάλογα με την προσδοκία του εμπορικού σήματος και των επιβατών. Η πλήρης ασημένια υπηρεσία μπορεί να υιοθετηθεί από τις μάρκες πολυτελείας, η ημι-ασημένια ή επιχρυσωμένη εξυπηρέτηση από τις σύγχρονες και premium μάρκες και οι μάρκες προϋπολογισμού μπορεί να έχουν συνδυασμό μπουφέ και επιχρυσωμένων υπηρεσιών.

Κάθε στυλ εξυπηρέτησης σχετίζεται με τις δεξιότητες του εξυπηρετητή και την αναλογία του προσωπικού προς τους επιβάτες. Η πλήρης ασημένια εξυπηρέτηση απαιτεί τη μεγαλύτερη δυνατή δεξιότητα για την εξυπηρέτηση και την παρουσίαση των τροφίμων και ως εκ τούτου υπάρχει ανάγκη για χαμηλότερη αναλογία προσωπικού προς τους πελάτες. Ενώ τα νέα εμπορικά σήματα δίνουν έμφαση στην ανεπάρκεια, ο κανόνας για τα περισσότερα εμπορικά σήματα κρουαζιέρας εξακολουθεί να δημιουργεί ευκαιρίες για τους επιβάτες (Maxtone-Graham, 2000).

1.4.5 Η διασκέδαση

Το προσωπικό ψυχαγωγίας εργάζεται για τον διευθυντή κρουαζιέρας, ο οποίος με τη σειρά του αναφέρει στον διευθυντή υπηρεσιών ξενοδοχείων ή επιβατικών υπηρεσιών. Αυτό το στοιχείο του προϊόντος κρουαζιέρας γενικά δεν δημιουργεί πρόσθετα έσοδα, αν και οι πωλήσεις που προκύπτουν από δραστηριότητες ψυχαγωγίας μπορούν να γίνουν έμμεσα. Τα θέατρα είναι ο τόπος διεξαγωγής των πρωταγωνιστικών δραστηριοτήτων όπως μουσικαλ, κωμωδίες ή σόου μαγείας. Τα θέατρα είναι επίσης τα μεγαλύτερα σημεία συγκέντρωσης για τους επιβάτες, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για ασκήσεις έκτακτης ανάγκης και ως σημείο συνάντησης για εκδρομές στην ξηρά. Το ημερήσιο πρόγραμμα δραστηριοτήτων παράγεται από το προσωπικό ψυχαγωγίας.

Εκδηλώσεις κατά τη διάρκεια της ημέρας δημοσιεύονται στην εφημερίδα του πλοίου. Αυτά τα γεγονότα μπορεί να είναι πολύ διαφορετικά για να ταιριάζουν στους τύπους επιβατών που βρίσκονται στο πλοίο. Η ομάδα περιλαμβάνει επίσης τους δασκάλους των λιμένων, τους εκπαιδευτές χορού και τους διδάσκοντες για τα cyber cafes ή τις σουίτες IT. Το προσωπικό ψυχαγωγίας μπορεί να διαχειρίζεται εκθέσεις μόδας, διαδηλώσεις τέχνης και χειροτεχνίας, μαγειρικές διαδηλώσεις και γευσιγνωσίες κρασιού, που συχνά συνεργάζονται με προσωπικό από άλλα τμήματα του σκάφους.

Το προσωπικό αναψυχής παρέχει υποστήριξη για αθλητικές δραστηριότητες όπως γήπεδο γκολφ και διάφορα θαλάσσια σπορ, όπως τζετ σκι, θαλάσσιο σκι, scuba και windsurfing που μπορεί να διατίθενται από την πρυμναία περιοχή ορισμένων κρουαζιερόπλοιων. Το σκάφος δίνει τη δυνατότητα στους επιβάτες νοικιάσουν ποδήλατα για να την ξηρά. Τα μαθήματα γυμναστικής όπως η αεροβική γυμναστική, το Pilates και η γιόγκα λειτουργούν μέσα σε σουίτες fitness. Μια ξεχωριστή ομάδα μπορεί να σχεδιάσει δραστηριότητες για παιδιά, σημειώνοντας τις συγκεκριμένες ανάγκες που σχετίζονται με διαφορετικές ηλικίες (Klein, 2002).

Κεφάλαιο 2^ο Ο κλάδος της κρουαζιέρας

2.1 Μελέτες στον τομέα της κρουαζιέρας

Πολλές μελέτες έχουν επικεντρωθεί στην οικονομική συμβολή και τη σημασία του κρουαζιερόπλοιου (Johnson, 2002, Brida και Zapata, 2010a, 2010b, BREIA, 2012) ή του τουρισμού γενικά (Ardahaey, 2011) και σε άλλα έγγραφα συζητούνται οι δαπάνες των επιβατών (Brida et al., 2010c, 2010d, Larsen et al., 2013). Υπάρχουν επίσης έγγραφα σχετικά με τους προορισμούς κρουαζιέρας (Raguž et al., 2012) και μερικά άλλα που ερευνούν την ανταγωνιστικότητα της αγοράς κρουαζιερόπλοιων (Ellis and Kriwoken, 2006).

Η εμπειρία των πελατών και η ικανοποίησή τους έχουν μετρηθεί επίσης (Brida et al., 2010a) μαζί με την πεποίθηση των πελατών (Brida et al., 2010d) και τα κίνητρα (Hung and Petrick, 2011). Ο Beckmann (2011) υποστηρίζει ότι η έρευνα κρουαζιέρας στερείται ενοποιητικού θέματος και συνεκτικού θεωρητικού πλαισίου. Οι Dowling και Cowan (2002) μιλάνε για την εικόνα της βιομηχανίας κρουαζιέρας και ο Klein (2008) ασχολείται με ζητήματα ασφάλειας και κινδύνου.

Οι Hall και Braithwaite (1990) παρουσίασαν μια ανάλυση της Καραϊβικής, η οποία συνέκρινε τη διαρροή από τους ενδιάμεσους επισκέπτες με τους επισκέπτες της κρουαζιέρας. Η οικονομική συμπεριφορά των επιβατών κρουαζιέρας διερευνάται από διάφορους συντάκτες (Lois et al., 2001, Petrick και Sirakaya, 2004). Οι Ανδριώτης και Αγιομιργιανάκης (2010) εξέτασαν τα πρότυπα συμπεριφοράς των επιβατών κρουαζιερόπλοιων, συμπεριλαμβανομένου του κινήτρου, της ικανοποίησης και της πιθανότητας επιστροφής στο λιμάνι.

Οι Leste και Weeden (2004) συζήτησαν τη σημασία της συνεργασίας και του σχεδιασμού για την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρουαζιέρας, εστιάζοντας στην αντίφαση ανάμεσα στη μεγιστοποίηση των ευκαιριών και τη διαχείριση της βιώσιμης ανάπτυξης. Ο κρουαζιερόπλοιος τουρισμός προσφέρει πολλά οφέλη για την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Αυτού του είδους ο τουρισμός μπορεί να ωφελήσει τις εθνικές οικονομίες των διαφόρων χωρών που ασχολούνται με τον κλάδο της κρουαζιέρας μέσω της θετικής επίδρασης στα κέρδη συναλλάγματος, τους φόρους, την απασχόληση και τις εξωτερικές επιδράσεις. Πολλές εργασίες έχουν αναφέρει τις οικονομικές επιπτώσεις ολόκληρης της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιων.

Ορισμένες από αυτές αποτελούν παραδείγματα οικονομικών επιπτώσεων στις οικονομίες της Κεντρικής Αμερικής και, ειδικότερα, στην περίπτωση του Πουέρτο Ρίκο (Seidl et al., 2006). Η έρευνα των Larsen et al. (2013) αποδεικνύει ότι οι δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρας είναι χαμηλότερες από αυτές των άλλων τουριστών. Υπάρχουν επίσης συγκριτικά λιγότεροι υψηλοί καταναλωτές και περισσότεροι ταξιδιώτες που ταξιδεύουν με κρουαζιέρες σε σχέση με άλλους τουρίστες.

Η συμβολή της βιομηχανίας κρουαζιέρας στην εθνική οικονομία εξαρτάται από το επίπεδο των δαπανών που πραγματοποιούν οι παραγωγοί και οι καταναλωτές του προϊόντος κρουαζιέρας (Wilkinson, 1999). Ο οικονομικός αντίκτυπος του τουρισμού κρουαζιέρας εξαπλώνεται σε ολόκληρη την οικονομία μέσω ενός πολλαπλασιαστικού αποτελέσματος εισοδήματος (Sinclair and Stabler, 1997). Προκειμένου να προσδιοριστούν οι ροές οικονομικού αντίκτυπου, πρέπει να ληφθεί υπόψη το κατά πόσον ο λιμένας είναι ένα λιμάνι ενδιάμεσης στάσης (Vina and Ford, 1998).

2.2 Οι επιπτώσεις της κρουαζιέρας

Η τουριστική βιομηχανία επηρεάζει τόσο θετικά όσο και αρνητικά το οικονομικό, κοινωνικοπολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον. Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων δεν αποτελεί εξαίρεση και για μια τέτοια μικρή θέση οι επιπτώσεις της είναι δυσανάλογες σε σχέση με το μέγεθός της. Πρώτον, έχει σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις. Δεύτερον, ο κλάδος επηρεάζει επίσης τα έσοδα και τις δαπάνες της τοπικής αυτοδιοίκησης. Τα έσοδα που κερδίζουν οι τοπικές κυβερνήσεις από τη βιομηχανία κρουαζιέρας μπορεί να προέρχονται από (Dawson, 2000):

- φόρους επί των πωλήσεων που παράγονται από τις τοπικές κυβερνήσεις ως αποτέλεσμα της τοπικής δαπάνης από τους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων, το πλήρωμα και από τις γραμμές κρουαζιέρας απευθείας .
- μεταβατικοί φόροι δωματίων που καταβάλλονται από επιβάτες κρουαζιέρας.
- έσοδα από τα τέλη που καταβάλλουν οι κρουαζιέρες και οι επιβάτες κρουαζιέρας, συμπεριλαμβανομένων των τελών σύνδεσης, των τελών αποκομιδής και άλλων λιμενικών τελών.
- αμοιβές επιβατών, συμπεριλαμβανομένων εισιτηρίων και πληρωμών για ιατρικές υπηρεσίες .

- πληρωμές φόρων που πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις που πωλούν αγαθά και υπηρεσίες στους επισκέπτες της κρουαζιέρας ή τους φόρους επί των πωλήσεων που καταβάλλονται από τις επιχειρήσεις.
- τοπικές αγορές για την υποστήριξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους.
- φορολογικά έσοδα (όπως πληρωμές φόρων πωλήσεων και ακινήτων) που πραγματοποιούνται από υπαλλήλους της βιομηχανίας κρουαζιέρας.

2.2.1 Η αύξηση των εσόδων

Στο παρελθόν, τα κρουαζιερόπλοια πωλούνταν ως «διακοπές all-inclusive», δηλαδή όταν πληρώθηκε ο ναύλος, υπήρχαν λίγα επιπλέον χρήματα για να πληρώσουν άλλα αντικείμενα εκτός από εκείνα προσωπικής φύσης. Σήμερα, όλα αυτά έχουν αλλάξει και το all-inclusive στοιχείο έχει δώσει τη θέση του σε μια κατάσταση που «πληρώνει ο χρήστης». Αυτό περιλαμβάνει τα κέντρα εσόδων που περιλαμβάνουν προαιρετικά εστιατόρια και καταστήματα τροφίμων, μίνι μπαρ, ψυχαγωγικές δραστηριότητες και εφημερίδες ίδιας ημέρας. Οι χερσαίες γεννήτριες εσόδων περιλαμβάνουν χερσαίες εκδρομές και προγράμματα αγορών. Η βιομηχανία πέτυχε επίσης να μειώσει το κόστος, καθώς η εξοικονόμηση πραγματοποιήθηκε μέσω ενοποίησης και συγχωνεύσεων. Οι κρουαζιέρες διατηρούν επίσης την κερδοφορία τους, διατηρώντας το κόστος εργασίας χαμηλό, μειώνοντας το περιττό κόστος και κερδίζοντας παραχωρήσεις και κίνητρα από τους λιμένες (Anon, 2005).

2.2.2 Οι κοινωνικοί / πολιτιστικοί παράγοντες

Οι κοινωνικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας δεν περιορίζονται στις περιοχές προορισμού όπου επισκέπτονται τα πλοία. Η Διεθνής Ομοσπονδία Εργαζομένων στις Μεταφορές (ITWF) ισχυρίζεται ότι τα πληρώματα κρουαζιερόπλοιων έχουν κακές συνθήκες εργασίας με λίγες ώρες ελεύθερου χρόνου και φιλοξενούνται σε μη ικανοποιητικές συνθήκες. Το ITWF ισχυρίζεται ότι τα μέλη του πληρώματος δεν πληρώνονται και έχουν λίγα δικαιώματα - μια κατάσταση που σημειώνει ότι δεν έχει αλλάξει εδώ και δεκαετίες.

Ο Lee-Ross επισημαίνει ότι αυτό συμβαίνει επειδή η επαγγελματική κοινότητα της βιομηχανίας είναι ένα παράδειγμα μιας μοναδικής κουλτούρας στην πράξη που

ενισχύει την ηγεμονία, κυρίως λόγω της προσέγγισης διαχείρισης *topdown* και της ανομοιογένειας των εργαζομένων σε κρουαζιερόπλοια (Hamilton, 2002).

Οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις μπορεί να είναι δύσκολο να μετρηθούν και μπορεί να διαφέρουν από άτομο σε άτομο. Τι είναι αρνητικό σε ένα άτομο, αυτό δεν είναι απαραίτητα αρνητικό σε κάποιον άλλο (Bailey et al., 2004). Ο δείκτης ερεθισμού του Doxey, που ονομάζεται επίσης *irridex* (Weaver & Lawton 2010).

2.2.3 Περιβαλλοντικά ζητήματα

Στις μέρες μας υπάρχει όλο και περισσότερη ανησυχία για το περιβάλλον και είναι μια δημοφιλής τάση για τον τουρισμό οι επιχειρήσεις να γίνουν πιο φιλικές προς το περιβάλλον και ο οικοτουρισμός να αυξάνεται. Ακολουθεί μία επισκόπηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού και ειδικότερα του τουρισμού με κρουαζιέρες.

Ο τουρισμός μπορεί να έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον. Εάν ο προορισμός διατηρηθεί καθαρός για τουριστικούς λόγους, οι τοπικοί κάτοικοι επωφελούνται από αυτό. Οι τουρίστες μπορούν επίσης να αναφέρουν όταν εξαφανίζεται μια φυσική περιοχή για λάθος λόγους, συμβάλλοντας έτσι στη διατήρησή της. Και βλέποντας φυσικές τοποθεσίες που απειλούνται με εξαφάνιση, οι τουρίστες μπορούν να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος (Weaver & Lawton 2010). Παραδείγμα αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων που οφείλονται στον τουρισμό κρουαζιέρας είναι επιβλαβείς εκπομπές αέρα (Bailey et al.2004).

Τα περιβαλλοντικά ζητήματα που αντιμετωπίζει η κρουαζιέρα είναι πολλά και πολύπλοκα. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα δεδομένης της συχνότητας με την οποία οι κρουαζιέρες επισκέπτονται σήμερα σημαντικές περιοχές διατήρησης του πλανήτη. Η «διεθνής σύμβαση για την πρόληψη της ρύπανσης από τα πλοία 1973 και το πρωτόκολλο του 1978», κοινώς ονομαζόμενη MARPOL, καθορίζει τη διάθεση των αποβλήτων πλοίων, τις πρακτικές καταγραφής και τον εξοπλισμό ελέγχου της ρύπανσης που πρέπει να μεταφέρουν όλα τα πλοία. Οι κανονισμοί αυτοί τροποποιήθηκαν πρόσφατα σε νέο κανονισμό που τέθηκε σε ισχύ το 1998.

Καθορίζει τη χρήση τριών συμπληρωματικών τεχνικών διαχείρισης απορριμμάτων: μείωση των πηγών, ανακύκλωση και διάθεση. Ωστόσο, έχουν σημειωθεί πρόοδοι τον

τελευταίο καιρό. Ο Ward (2005) δηλώνει ότι τα κρουαζιερόπλοια απορρίπτουν πετρέλαιο, μεταχειρίζονται τα απορρίμματα με καύση σκουπιδιών, αλλά αυτό δεν αρκεί σήμερα, καθώς η πίεση συνεχίζει να αυξάνεται για τους καθαρούς ωκεανούς. Σημειώνει ότι «η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων προσεγγίζει ταχέως τη» μηδενική απόρριψη», πράγμα που σημαίνει ότι τίποτα δεν απορρίπτεται στους ωκεανούς του κόσμου ανά πάσα στιγμή.

Συνολικά, η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων αρχίζει να λαμβάνει σοβαρότερα τις περιβαλλοντικές ευθύνες της. Το 2001, η Royal Caribbean Cruises τιμήθηκε από την Αμερικανική Ακαδημία Περιβαλλοντικών Μηχανικών για την ανάπτυξη και την εφαρμογή του πρώτου ολοκληρωμένου συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης πιστοποιημένου από το ISO 14001 της βιομηχανίας κρουαζιέρας και του προγράμματος κατάρτισης περιβαλλοντικών αξιωματικών. Η γραμμή έχει εισαγάγει ένα βιώσιμο περιβαλλοντικό σύστημα που μειώνει τα απόβλητα των πλοίων και τις επιπτώσεις τους στο περιβάλλον. Περιλαμβάνει τη συνολική παρακολούθηση της λειτουργίας του πλοίου, την τεχνική πρόοδο και τις αλλαγές στο σύνολο του στόλου σε προγράμματα διαχείρισης. Αυτό περιλαμβάνει ένα εξελιγμένο εργοστάσιο αποβλήτων, προηγμένη ανακύκλωση, καθώς και ένα σύστημα ύδρευσης που επιτρέπει την επαναχρησιμοποίηση όλων των επιφανειακών υδάτων για τεχνικούς σκοπούς και όχι την εκφόρτωση τους στη θάλασσα (Bond, 2004).

Ο Johnson (2002) εξέθεσε τις επιπτώσεις του περιβαλλοντικού τουρισμού στις κρουαζιέρες που διαπιστώθηκε από μια μελέτη της British Airways στις Σεϋχέλλες:

- Τροποποιήσεις στο φυσικό και δομημένο περιβάλλον που επιτρέπουν στους προορισμούς να λειτουργήσουν ως προορισμός γραμμής κρουαζιέρας συνεπάγονται απώλεια φυσικού οικοτόπου, εκμετάλλευση τοπικών κατασκευών.
- Επιχειρησιακές επιπτώσεις που σχετίζονται με τη χρήση της ενέργειας, του νερού και εκείνες όπως αντιρρυπαντική και τυχαία ή σκόπιμη φυσική βλάβη στα θαλάσσια οικοσυστήματα.
- Επιπτώσεις που σχετίζονται με τη μεταφορά ατόμων από και προς σημεία αναχώρησης και προορισμού. αυξάνει τη χρήση των αεροπορικών ταξιδιών.
- Το περιβαλλοντικό κόστος του τομέα είναι ανυπολόγιστο λόγω της βιομηχανίας κρουαζιέρας που είναι, γενικά, μια μη ρυθμιζόμενη

δραστηριότητα. Επιπλέον, είναι δύσκολο να εκτιμηθούν ευρέως οι επιπτώσεις της, παρά την επιβολή των περιβαλλοντικών προτύπων για τη βιομηχανία. Αυτές οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις παράγονται κυρίως στις παράκτιες περιοχές που βρίσκονται κοντά στους πιο πολυσύχναστους λιμενικούς προορισμούς, μεταξύ των οποίων το Μαϊάμι, το Νασάου, η Αλάσκα και το Cozumel.

Ένα μεγάλο μέρος της διαμαρτυρίας εναντίον της κρουαζιέρας προέρχεται από τις ΗΠΑ, τη μεγαλύτερη αγορά και όπου οι κύριοι ιδιοκτήτες κρουαζιερόπλοιων έχουν την έδρα τους. Αρκετές περιβαλλοντικές ομάδες ήταν επίμονες στις προσπάθειές τους να κάνουν τη βιομηχανία να ενεργεί πιο υπεύθυνα. Υπάρχουν ελάχιστα στοιχεία ότι οι εταιρείες κρουαζιέρας αντιμετωπίζουν τις επιπτώσεις των σωρευτικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Ο Johnson (2002), περιγράφει μία από τις λίγες περιπτώσεις που η θάλασσα ζημιά οφείλεται σε μια γραμμή κρουαζιέρας. Η Holland American Line ανέπτυξε ένα οικολογικό έργο, το οποίο ήταν η αποκατάσταση του οικοσυστήματος κοραλλιογενών υφάλων του Cayman. Πραγματοποίησαν μια επιτυχημένη αποκατάσταση που περιλάμβανε τη διάσωση κατεστραμμένων θραυσμάτων υφάλων, την απομάκρυνση των ερειπίων, την επανεγκατάσταση των κοραλλιών και την παρακολούθησή του.

Η ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου έχει προκαλέσει ανησυχία για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένου του αποτυπώματος που απομένει στην ξηρά από τους τουριστικούς κρουαζιέρες - ο αριθμός των επιβατών κρουαζιερόπλοιων έχει αυξηθεί περισσότερο από 30 φορές μεταξύ του 1970 και του 2011, γεγονός που αποτελεί πολύ μεγαλύτερη περιβαλλοντική απειλή.

Επίσης, διεξάγονται συζητήσεις σχετικά με την οικονομία του κρουαζιερόπλοιου - την αξία των δαπανών επιβατών κρουαζιερόπλοιων και του κόστους που συνδέεται με την υποδομή που απαιτείται για την υποδοχή πλοίων, συμπεριλαμβανομένων των κρουαζιερόπλοιων που μπορούν να κοστίζουν 100 εκατομμύρια δολάρια ή περισσότερα - και τον αντίκτυπο του κρουαζιερόπλοιου στην τοπική κουλτούρα και την κοινωνία.

Αυτοί οι τρεις τομείς ενδιαφέροντος - το περιβάλλον, τα οικονομικά οφέλη και η διατήρηση της πολιτιστικής ακεραιότητας - εντάσσονται στην έννοια του «βιώσιμου τουρισμού». Οι εταιρείες, συμπεριλαμβανομένων των κρουαζιερόπλοιων, μιλούν για «βέλτιστες πρακτικές» ως παράδειγμα βιώσιμων πρακτικών ή ισοδυναμούν με τη συνάντηση ή την υπέρβαση των διεθνών κανονισμών με την αειφορία (Seatrade Insider, 2010α). Οι άμεσα επηρεαζόμενες τοπικές κοινότητες και τα ενδιαφερόμενα μέρη δεν περιλαμβάνονται κανονικά στον προσδιορισμό της βιωσιμότητας. Ένας τρόπος να τεθούν οι κοινότητες και τα ενδιαφερόμενα μέρη στην εξίσωση είναι να σκεφτούμε από την άποψη του υπεύθυνου τουρισμού.

2.2.4 Οικονομικές επιπτώσεις

Οι δαπάνες τουρισμού για κρουαζιέρες έχουν άμεσες, έμμεσες και επαχθείς επιπτώσεις στην οικονομία ενός προορισμού. Το άμεσο αποτέλεσμα είναι σε έναν προμηθευτή που πωλεί αγαθά και υπηρεσίες απευθείας σε κρουαζιερόπλοια, επιβάτες κρουαζιέρας και πλήρωμα. Οι δαπάνες που σχετίζονται με το κρουαζιερόπλοιο περιλαμβάνουν το λιμενικό κόστος, τα θαλάσσια έξοδα, τα τρόφιμα και τα ποτά, τα καύσιμα, το νερό και τη συντήρηση. Οι δαπάνες για επιβάτες κρουαζιέρας περιλαμβάνουν εκείνες που δεν αποτελούν μέρος της ίδιας της κρουαζιέρας, όπως ταξί, αναμνηστικά, εκδρομές στις ακτές, φαγητό και ποτά κλπ.

Οι δαπάνες του πληρώματος περιλαμβάνουν εστιατόρια, είδη λιανικής, ψυχαγωγικές δραστηριότητες, μεταφορές κλπ. των άμεσων προμηθευτών, όπως τα προϊόντα άλλων εταιρειών. Οι προκαλούμενες επιδράσεις προκύπτουν από τις δαπάνες άμεσων και έμμεσων δικαιούχων που παράγονται από τα αυξημένα εισοδήματά τους. Δεν είναι εύκολο να μετρήσουμε τις άμεσες και έμμεσες επιπτώσεις της δραστηριότητας κρουαζιέρας.

Τα περισσότερα κρουαζιερόπλοια είναι νηολογημένα στις Μπαχάμες, τη Λιβερία ή τον Παναμά. Οι Dwyer και Forsyth (2004) αναπτύσσουν ένα πλαίσιο για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου του κρουαζιερόπλοιου για ένα έθνος και τις υποπεριφέρειές του. Σύμφωνα με την CLIA (2007), οι σημαντικότερες οικονομικές επιπτώσεις της αμερικανικής κρουαζιέρας κατά τη διάρκεια του 2006 περιελάμβαναν τις έμμεσες οικονομικές επιπτώσεις, οι δαπάνες των κρουαζιερόπλοιων και του πληρώματός τους και των επιβατών ήταν υπεύθυνες για τη δημιουργία ακαθάριστων εκροών ύψους 35,7 δισ. σε σχέση με το 2005.

Αυτές οι συνολικές οικονομικές επιπτώσεις επηρέασαν πρακτικά όλες τις βιομηχανίες στις Η.Π.Α.: μη κατασκευαστές αγαθών, επαγγελματικές και τεχνικές υπηρεσίες, ταξιδιωτικές υπηρεσίες, κατασκευή ανθεκτικών αγαθών, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, αεροπορικές μεταφορές και χονδρικό εμπόριο. Η οικονομική συμβολή της βιομηχανίας κρουαζιέρας εξαρτάται από την κατηγορία του λιμένα: homeport ή λιμένα. Ένα λιμάνι είναι ένας προορισμός από τον οποίο τα πλοία αρχίζουν και τελειώνουν. Ενώ ένα λιμάνι κλήσης είναι μόνο μια ενδιάμεση στάση.

Κανονικά, ένας επιβάτης κρουαζιέρας ξοδεύει λιγότερο από δέκα ώρες σε ένα λιμάνι. Η επιχείρηση κρουαζιέρας έχει σε ένα homeport όπως το Miami, Port Canaveral, μεταξύ άλλων, άμεσες επιπτώσεις σε σχεδόν κάθε τομέα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας: μεταφορές, ξενοδοχεία και θέρετρα, εστιατόρια, αξιοθέατα κλπ. Ένα μεγάλο μέρος των επιβατών κρουαζιέρας θα περάσει μια νύχτα ή περισσότερο στον προορισμό ενώ περιμένουν να επιβιβαστούν.

Με αυτή την έννοια, τα κρουαζιερόπλοια είναι επίσης άμεσοι ανταγωνιστές στα μεγάλα χερσαία θέρετρα όπως το Κανκούν, το Κοζουμέλ, το Ορλάντο, το Λας Βέγκας κ.α. Seidl et al. (2006) σημειώνουν ότι η υπόθεση για την Κόστα Ρίκα, η εποχή του κρουαζιερόπλοιου τουρισμού και άλλες μορφές τουρισμού συμβαίνει ταυτόχρονα θέτοντας επιβάτες κρουαζιερόπλοιων σε άμεσο ανταγωνισμό με άλλους τουρίστες για τα ίδια τουριστικά αγαθά.

Κατά τη μεταφορά ατόμων σε διάφορους προορισμούς, τα κρουαζιερόπλοια αποτελούν υποκατάστατο των αεροπορικών ταξιδιών. Ως πλωτά ξενοδοχεία, προσφέρουν υπηρεσίες διαμονής. Όλο και περισσότερο, τα κρουαζιερόπλοια χαρακτηρίζονται ως θέρετρα και είναι γνωστό ότι μια σημαντική μειοψηφία επιβατών κρουαζιερόπλοιων δεν αποβιβάζονται ακόμη και στον διαφορετικό προορισμό λιμένων που επισκέπτονται. Δεδομένης της πρόσφατης έκρηξης της δραστηριότητας της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιων, είναι δύσκολο να βρεθούν στοιχεία για την ανάλυση των οικονομικών στοιχείων του κρουαζιερόπλοιου.

Ο Chase και ο Alon (2002) εισάγουν ένα κεϋνσιανό μοντέλο για την αξιολόγηση του αντίκτυπου του κρουαζιερόπλοιου και το δοκιμάζει στα οικονομικά του Μπαρμπάντος, αλλά χρησιμοποιώντας τα στοιχεία των τουριστικών δαπανών αντί των δαπανών των επιβατών κρουαζιέρας. Τα δεδομένα κρουαζιέρας είναι σπάνια και δεν είναι ομοιογενή. Οι καλύτερες βάσεις δεδομένων προέρχονται από τη Βόρεια

Αμερική, την Καραϊβική και την Ωκεανία. Για προορισμούς εκτός της Αμερικής και της Ωκεανίας είναι ακόμη πολύ δύσκολο να προσεγγίσουμε τον αριθμό των επιβατών κρουαζιερόπλοιων. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι περισσότερες από τις εμπειρικές μελέτες αναφέρονται σε προορισμούς σε αυτές τις περιοχές.

2.3 Ασφάλεια στην κρουαζιέρα

Η ασφάλεια αποτελεί χαρακτηριστικό γνώρισμα της κρουαζιέρας. Ωστόσο, υπήρχαν πάντα κίνδυνοι που σχετίζονται με τα ωκεανικά ταξίδια, μερικοί φυσικοί και άλλοι ανθρώπινοι. Η άνοδος των παγκόσμιων τρομοκρατικών ενεργειών σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρουαζιέρας έχει αναπόφευκτα οδηγήσει σε αυξημένο ενδιαφέρον για την ασφάλεια. Οι δύο κύριες πτυχές της ασφάλειας κρουαζιερόπλοιων είναι η προστασία από ατυχήματα και οι άμεσες απειλές.

Σύμφωνα με τον Ward (2005), τα αποτελέσματα των αυξημένων επιθέσεων και των πολέμων τα τελευταία 5 χρόνια έχουν μεταφραστεί σε μια έλλειψη εμπιστοσύνης στο *outravel* και αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η κρουαζιέρα έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλής. Τα ζητήματα αυτά θα αποτελέσουν το επίκεντρο των ενώσεων της κρουαζιέρας σε όλο τον κόσμο στο μέλλον. Τα ζητήματα ασφάλειας που αντιμετωπίζουν τα κρουαζιερόπλοια περιλαμβάνουν την πειρατεία, την τρομοκρατία, το λαθρεμπόριο ναρκωτικών, τη σεξουαλική επίθεση και τους λαθρεπιβάτες κλπ.

Η πειρατεία αποτελεί μορφή τρομοκρατίας που εδώ και χρόνια ασχολείται με τη ναυτιλιακή βιομηχανία, αλλά αγνοείται σε μεγάλο βαθμό από τις περισσότερες μορφές μέσω μαζικής ενημέρωσης λόγω της συχνότητας των επιθέσεων. Ωστόσο, οι πειρατές εξακολουθούν να αποτελούν απειλή, αν και μικρή για την κρουαζιέρα. Ενώ η πειρατεία είναι επίσης ένα πρόβλημα σε ορισμένα μέρη του κόσμου, η μόνη απειλή της τρομοκρατίας αποτελεί το σοβαρότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει σήμερα η κρουαζιέρα.

Τα τρομοκρατικά περιστατικά στο πλαίσιο της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιων ήταν πολύ σπάνια, ενώ λιγότερο από το 2% όλων των τρομοκρατικών επιθέσεων τα τελευταία 30 χρόνια πραγματοποιήθηκαν σε θαλάσσια σκάφη. Αυτό μπορεί να οφείλεται στη δύσκολη προσβασιμότητα και στις εξειδικευμένες δεξιότητες και εξοπλισμό που απαιτούνται από τους τρομοκράτες για τη διεξαγωγή θαλάσσιων

επιθέσεων σε αντίθεση με εκείνες που απαιτούνται για την επίθεση σε χερσαίες πηγές.

Ωστόσο, καθώς η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων αυξάνεται τόσο πολύ, μπορεί να υπάρξει τρομοκρατική επίθεση. Οι συστάσεις για την πρόληψη της πιθανότητας τρομοκρατικής επίθεσης στη βιομηχανία κρουαζιέρας είναι (Carbone, 2003)

- Να υιοθετηθεί μια αυστηρή σειρά δοκιμών αναφοράς για να εξασφαλιστεί ότι θα επιτευχθεί υψηλή συνέπεια της ασφάλειας σε όλα τα πλοία, τους λιμένες και τους προορισμούς, και σε τακτική βάση, όπως κάθε 6-12 μήνες.
- Να επιτρέψει στις αντιτρομοκρατικές μονάδες να ασκήσουν ασκήσεις επιβίβασης με κρουαζιερόπλοια με υψηλό αριθμό ομήρων
- Οι ναυτιλιακές αρχές θα πρέπει να καταστήσουν υποχρεωτική τη διέλευση των θαλάσσιων στρατιωτών στα κρουαζιερόπλοια που ταξιδεύουν κατά μήκος οδών υψηλού κινδύνου.
- Ενώ οι Κώδικες Ασφάλειας θα βελτιώσουν δραματικά την εκτίμηση της ασφάλειας των λιμένων, θα πρέπει να υπάρξει συνεχής ανάπτυξη της παρακολούθησης και του ελέγχου των λιμενικών εγκαταστάσεων και της αναβάθμισης του χώρου.

2.4 Η βιωσιμότητα του κλάδου της κρουαζιέρας

Η βιομηχανία κρουαζιέρων αντιμετωπίζει μια σειρά βασικών περιβαλλοντικών προκλήσεων που σχετίζονται με τις δραστηριότητές της στους ωκεανούς του κόσμου, ιδιαίτερα εντός και γύρω από περιοχές προτεραιότητας. Ο Διεθνής Ναυτιλιακός Οργανισμός (IMO) το έχει αναγνωρίσει ορίζοντας ιδιαίτερα ευαίσθητες θαλάσσιες περιοχές (PSSA). Έχουν αναγνωριστεί ότι έχουν σημασία για οικολογικούς, κοινωνικοοικονομικούς ή επιστημονικούς λόγους, οι οποίοι ενδέχεται να είναι ευάλωτοι στις ζημιές από τις διεθνείς ναυτιλιακές δραστηριότητες.

Υπάρχει σημαντικό δυναμικό για εκτεταμένες δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις από λανθασμένα απορρίμματα και ρύπους ή ανεπαρκώς προγραμματισμένες και εφαρμοζόμενες διαδικασίες διαχείρισης. Παρόλο που οι μεγάλες γραμμές κρουαζιέρας έχουν σημειώσει πρόοδο στην αντιμετώπιση και τον μετριασμό αυτών των επιπτώσεων, πρέπει να γίνουν ακόμη προσπάθειες για την ελαχιστοποίηση της επίδρασης της κρουαζιέρας στο φυσικό περιβάλλον.

Η ανάπτυξη του κρουαζιερόπλοιου παρουσιάζει τόσο ευκαιρίες όσο και προκλήσεις για τις κοινότητες προορισμού. Οι δυσμενείς περιβαλλοντικές επιπτώσεις περιλαμβάνουν την ατμοσφαιρική ρύπανση, την παράνομη απόρριψη λυμάτων και στερεών αποβλήτων, τον ανεπαρκή εξοπλισμό επεξεργασίας, τη ζημία στους κοραλλιογενείς υφάλους και τα ευαίσθητα θαλάσσια περιβάλλοντα. Αφού οι γραμμές κρουαζιέρας πλήρωναν τεράστια πρόστιμα για ρυθμιστικές παραβάσεις, οι γραμμές κρουαζιέρας άρχισαν να παρακολουθούν τη βελτίωση του φυσικού τους περιβαλλοντικού δίσκου σε αυτόν τον προορισμό.

Το κοινωνικοοικονομικό και πολιτιστικό κόστος είναι εξίσου σημαντικό, ιδιαίτερα στις απομονωμένες παράκτιες και νησιωτικές κοινότητες, όλο και περισσότερο ελκυστικές για τους επισκέπτες της κρουαζιέρας λόγω του αγροτικού τρόπου ζωής και των τοπικών παραδόσεων. Το φαινόμενο συμφόρησης που δημιουργείται όταν χιλιάδες επιβάτες κατεβαίνουν σε μια μικρή πόλη ή σε μια περιοχή άγριας φύσης αποτελεί μια αυξανόμενη ανησυχία στον κόσμο (Anderson, 2005).

Συνολικά, η κρουαζιέρα έχει υιοθετήσει περιβαλλοντικές ορθές πρακτικές και τώρα καταβάλλονται προσπάθειες για τον καθαρισμό των περιβαλλοντικών πρακτικών της βιομηχανίας μέσω της εγκατάστασης καθαρότερων κινητήρων πλοίων και της μείωσης των απορριμμάτων που απορρίπτονται στη θάλασσα. Καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι μεγάλες γραμμές κρουαζιέρας έχουν αρχίσει να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στις περιβαλλοντικές προκλήσεις των τελευταίων δεκαετιών.

Ωστόσο, πολλά ακόμη πρέπει να γίνουν για να εξασφαλιστεί ότι η ταχέως αυξανόμενη ζήτηση για κρουαζιέρες δεν κατακλύζει τα περιουσιακά στοιχεία ενός παρθένου περιβάλλοντος που προσελκύει τους ανθρώπους σε κρουαζιέρες και προορισμούς κρουαζιέρας (Cudahy, 2001). Η ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού αποτελεί μία από τις προκλήσεις για τη δημιουργία ενός φιλικού προς το περιβάλλον, οικονομικά βιώσιμου και κοινωνικά συνειδητού μέλλοντος των προηγούμενων υποβαθμισμένων περιοχών.

Ο μόνος τρόπος για να εξασφαλιστεί ένα θετικό μέλλον είναι εάν ο μαζικός τουρισμός - με τη σημερινή του μορφή και στα σημερινά του επίπεδα - πληροί τα κριτήρια για βιωσιμότητα με αυξανόμενη κανονικότητα. Ο κλάδος της διεθνούς κρουαζιέρας της τουριστικής βιομηχανίας έχει σημειώσει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια, γεγονός που οδήγησε σε σημαντική συζήτηση

σχετικά με το κόστος και την αξία αυτού του τύπου μαζικού τουρισμού. Με τους στενούς δεσμούς της με την περιφερειακή ανάπτυξη των ακτών, ο τουρισμός με κρουαζιέρες ειδικότερα αποτελεί ένα καλό παράδειγμα των προκλήσεων που ενέχει η ολοκληρωμένη αειφόρος ανάπτυξη.

Λειτουργώντας τόσο ως τεχνολογικό κομμάτι όσο και ως προορισμός διακοπών, τα ίδια τα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια δεν αντιπροσωπεύουν τις δυνατότητες σύγκρουσης. Αυτά τα πλοία είναι εν γένει υγιή παραδείγματα σύγχρονης τεχνολογίας. Ωστόσο, ο καθαρός όγκος και ο τρόπος με τον οποίο εκτελούνται τα πλοία δημιουργούν φορτία, τα οποία μπορούν να υπερβούν τα όρια χωρητικότητας του περιβάλλοντος. Το πραγματικό δυναμικό σύγκρουσης με τους στόχους της βιωσιμότητας πηγάζει από τον αντίκτυπο των εταιρειών κρουαζιέρας στις περιοχές τουριστικού προορισμού. Η οικονομική αξία του κρουαζιερόπλοιου παραμένει υπό αμφισβήτηση και οι κοινωνικοπολιτισμικές επιπτώσεις στις περιοχές αυτές θεωρούνται σε μεγάλο βαθμό αρνητικές από αυτούς που έχουν πληγεί (Dowling & Vasudavan, 2000).

2.5 Παγκοσμιοποίηση και οι αλλαγές στον τουρισμό κρουαζιέρας

Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι μοναδικά παγκόσμια. Η Καραϊβική, αν και παραμένει μακράν η πιο σημαντική αγορά, βρίσκεται σε διαδικασία μακροπρόθεσμης μείωσης του μεριδίου της στην αγορά, καθώς οι άλλες περιφέρειες αναπτύσσονται περισσότερο. Για παράδειγμα, η αγορά της κρουαζιέρας στην Αλάσκα έχει σημειώσει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, όπως και η ευρωπαϊκή αγορά. Παρά τις αναταράξεις που σχετίζονται με την ασιατική χρηματοπιστωτική κρίση και το SARS, η ταχύτερα αναπτυσσόμενη αγορά κατά την τελευταία δεκαετία ήταν στη Νοτιοανατολική Ασία.

Με πάνω από ένα εκατομμύριο αφίξεις κρουαζιερόπλοιων ετησίως, η Σιγκαπούρη έχει αναδειχθεί ως ο σημαντικότερος διεθνής προορισμός κρουαζιέρας και κόμβος στην περιοχή του ασιατικού Ειρηνικού. Το χάσμα μεταξύ της Ασίας και του Νότιου Ειρηνικού και της ευρωπαϊκής κρουαζιέρας μειώνεται. Ο τουρισμός κρουαζιέρας έχει γίνει μια παγκόσμια μορφή αναψυχής στη μεσαία τάξη.

Έτσι, οι καινοτομίες και οι τάσεις στη βιομηχανία τείνουν όλο και περισσότερο να είναι παγκόσμια και όχι καθαρά σε περιφερειακό επίπεδο. Η παγκοσμιοποίηση

συνοδεύεται συχνά από οικονομική συγκέντρωση και αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην κρουαζιέρα.

Το παγκόσμιο πεδίο εφαρμογής της κρουαζιέρας είναι πιθανό να αυξηθεί. Η βιομηχανία βλέπει τις δυνατότητες συνεχούς επέκτασης στον αριθμό των ανθρώπων στις παραδοσιακές αγορές της, οι οποίοι δεν έχουν κάνει ποτέ κρουαζιέρα, αλλά και στην έντονη ανάπτυξη νέων περιφερειακών αγορών, ιδιαίτερα στην Ασία. Επιπλέον, η νεοφιλελεύθερη παγκοσμιοποίηση αυξάνει την εξάρτηση από τον διεθνή τουρισμό σε πολλές χώρες, καθώς οι γεωργικές ή μεταποιητικές βιομηχανίες τους καταστρέφονται μετά το τέλος των επιδοτήσεων και των προτιμήσεων.

Τα λιμάνια σε όλο τον κόσμο θεωρούν τη βιομηχανία κρουαζιέρας ως δυνητική πηγή οικονομικής ανάπτυξης. Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι βαθιά ριζωμένη και εξαρτάται από βασικές διεργασίες και έργα παγκοσμιοποίησης. Όχι μόνο η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων προσεγγίζει τόσο πολύ όσο και κάθε βιομηχανία το νεοφιλελεύθερο ιδεώδες μιας άκρως απεριόριστης παγκόσμιας αγοράς, αλλά και κάποιες από τις υπερβολές του νεοφιλελευθερισμού που παράγουν κινήματα για να τον εμπλουτίσουν και να διερευνήσουν εναλλακτικά μοντέλα παγκοσμιοποίησης. Η παγκοσμιοποίηση της βιομηχανίας κρουαζιέρας περιλαμβάνει περισσότερο τη γεωγραφική διάδοση και την οικονομική συγκέντρωση.

Σε αντίθεση με τους χερσαίους ανταγωνιστές του, το κρουαζιερόπλοιο και η εμπειρία που προσφέρει μπορεί να επανατοποθετηθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα σχεδόν οπουδήποτε στον κόσμο. Επιπλέον, δεδομένου ότι τα πλοία εκτελούν τις περισσότερες φορές σε διεθνή ύδατα, είναι σε μεγάλο βαθμό απαλλαγμένα από εθνικές ρυθμίσεις και μόνο διέπονται από διεθνείς κανονισμούς. Η βιομηχανία κρουαζιέρας λειτουργεί σε ένα μοναδικό περιβάλλον, το οποίο προσεγγίζει το νεοφιλελεύθερο ιδεώδες μιας ελάχιστα ρυθμιζόμενης παγκόσμιας αγοράς (Klein, 2002).

Ωστόσο, το καθεστώς ανοιχτού μητρώου (σημαία ευκαιρίας) είναι το πιο βασικό στοιχείο για ολόκληρο τον κλάδο. Σχεδόν όλα τα μεγαλύτερα κρουαζιερόπλοια είναι νηολογημένα είτε σε κατάσταση σημαίας ευκαιρίας είτε σε "δεύτερα μητρώα" άλλων κρατών που εξυπηρετούν περίπου την ίδια λειτουργία. Αυτό επιτρέπει σε όλες τις μεγάλες εταιρείες να προσλαμβάνουν τα πληρώματά τους σε παγκόσμια βάση και

τους απαλλάσσει από την υποχρέωση τήρησης των περισσότερων εθνικών νόμων για την εργασία, τον κατώτατο μισθό, την υγεία, την ασφάλεια και το περιβάλλον.

Αυτή είναι μια σημαντική εξοικονόμηση, η οποία επιτρέπει στα κρουαζιερόπλοια να προσφέρουν καταλύματα, γεύματα και δωρεάν ψυχαγωγία για σημαντικά λιγότερα από ένα τέτοιο πακέτο που θα κόστιζε στα περισσότερα λιμάνια που επισκέπτονται. Το καθεστώς σημαίας ευκαιρίας βρίσκεται στο επίκεντρο της οικονομικής ανταγωνιστικότητας της βιομηχανίας κρουαζιερόπλοιων. Η έλλειψη βούλησης για την επιβολή διεθνών νόμων κατά της ρύπανσης αντικατοπτρίζει τη συνεχιζόμενη αδυναμία εφαρμογής του καθεστώτος του ανοικτού μητρώου. Ωστόσο, υπάρχουν αυξανόμενες ανησυχίες που δεν μπορούν να αγνοηθούν.

Για παράδειγμα, η Υπηρεσία Περιβαλλοντικής Προστασίας των ΗΠΑ ενέκρινε το 2000 μια αναφορά από πενήντα τρεις περιβαλλοντικές οργανώσεις για τη διερεύνηση της ρύπανσης των κρουαζιερόπλοιων και την καθιέρωση νέων κανόνων και μηχανισμών επιβολής (Ridolfi, 2000). Η βιομηχανία αρχίζει να δείχνει σημάδια ότι απευθύνεται σε μια κουλτούρα του χώρου εργασίας (τόσο στα πλοία όσο και στο γραφείο στο σπίτι) που δεν έχει λάβει σοβαρά περιβαλλοντικούς νόμους και ότι είναι έτοιμος να πραγματοποιήσει επενδύσεις σε μια νέα γενιά πλοίων με σημαντικά λιγότερα έσοδα.

2.6 Το μέλλον της κρουαζιέρας

Κατά την τελευταία δεκαετία η κρουαζιέρα ήταν η τουριστική εξειδίκευση που γνώρισε την ταχύτερη ανάπτυξη όλων. Ενώ η παγκόσμια ζήτηση για διεθνή ταξίδια αυξήθηκε σε περίπου 4,3%, η αγορά κρουαζιερόπλοιων αυξήθηκε σε 7,9%. Ωστόσο, αυτή η μορφή του τουρισμού είναι ακόμα σε μικρή ηλικία και δεν έχει εξεταστεί σχετικά καλά. Το μέλλον αναμένεται να είναι καλό και παρόλα αυτά η τελευταία δεκαετία χαρακτηρίστηκε από μια σειρά από εξαγορές και συγχωνεύσεις που δείχνουν ότι η αγορά υπόκειται σε συνεχείς αναταραχές και αλλαγές.

Σε αυτό το περιβάλλον είναι δελεαστικό να προβλέψουμε περισσότερα από τα ίδια μεσοπρόθεσμα, αλλά αυτό θα αγνοούσε σημαντικά ζητήματα που προέκυψαν. Πρώτον, οι μεγαλύτερες εταιρείες, η Carnival Corporation, η Royal Cruise Line της Καραϊβικής και η Star Cruises / NCL, κατέχουν μεταξύ τους σημαντική αγοραστική δύναμη. Δεύτερον, τα νέα πλοία δημιουργούν ένα φαινόμενο κύματος,

απελευθερώνοντας στην αγορά τα παλαιότερα σκάφη, τα οποία στη συνέχεια μπορούν να χρησιμοποιηθούν από αναδυόμενες ή νεοσυσταθείσες εταιρείες κρουαζιέρας. Τρίτον, οι εταιρείες κρουαζιέρας έχουν μάθει να προσέχουν τις συνθήκες της αγοράς και τα απρόβλεπτα γεγονότα.

Η κοινή γνώμη σχετικά με την παγκοσμιοποίηση, την επίπτωση της τρομοκρατίας και τις παγκόσμιες απειλές που προκαλούνται από προβλήματα υγείας όπως το σοβαρό οξύ αναπνευστικό σύνδρομο (SARS), που εμφανίστηκε στην Κίνα το 2002, μπορεί να επηρεάσει τη λήψη αποφάσεων από τους πελάτες. Δεδομένου του μοναδικού συνδυασμού μεταφορών και προορισμού μαζί με τα πλεονεκτήματα που αποκομίζει από τη μοναδική αποτοπιστική της, η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι πιθανό να συνεχίσει να αναπτύσσεται με ρυθμό υψηλότερο από τον ρυθμό ανάπτυξης του τουρισμού συνολικά.

Η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει λόγους να είναι σίγουρη για το μέλλον της, παρόλο που ο τρόπος με τον οποίο αυτό αντιμετωπίζεται από τον τουριστικό τομέα της γης εξαρτάται από το κατά πόσο η βιομηχανία θεωρείται ότι είναι κατά κύριο λόγο συμπληρωματική ή ανταγωνιστική (Brogen, 2004). Ωστόσο, η συνεχιζόμενη ικανότητα του κλάδου να στηριχθεί στην ελευθερία του από τη ρύθμιση σε ένα ευρύ φάσμα τομέων για την κερδοφορία και την ανταγωνιστική του θέση δεν είναι απολύτως ασφαλής. Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων είναι τόσο ισχυρή όσο και υβριστική.

Από πολλές απόψεις ο κλάδος αντανάκλα τις δυνάμεις που έχουν προκύψει ως αποτέλεσμα της αμείλικτης ανάπτυξης που συνδέεται με την παγκοσμιοποίηση. Ισχυρές εταιρείες υπάρχουν μέσα στον κλάδο και έχουν τους πόρους να συμβαδίζουν με τις συνεχείς απαιτήσεις που απαιτούνται όταν επενδύουν σε νέα πλοία. Οι χώρες που επωφελούνται από την παγκοσμιοποίηση γίνονται πλουσιότερες και, ως εκ τούτου, μεγάλα περιθώρια του πληθυσμού τους είναι καλύτερα σε θέση να αγοράσουν διακοπές κρουαζιέρας.

Η βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων ήταν το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας σε όλο τον κόσμο. Η ανάπτυξη της βιομηχανίας μπορεί να μετρηθεί από διαφορετικές πλευρές. Ειδικότερα, οι οικονομολόγοι ενδιαφέρονται να μετρήσουν την προσφορά, τη ζήτηση και την παραγωγή του τομέα. Ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας αναφέρεται συνήθως ως μέτρο ζήτησης (Bull, 1996).

Όλο και περισσότερο, η συνεχής ανάπτυξη σημαίνει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη και με τη σειρά της υπάρχει αυξημένη καινοτομία στην ανάπτυξη κρουαζιερόπλοιων. Η ζήτηση σε συνδυασμό με τη θετική δημοσιότητα φαίνεται να δημιουργεί μεγαλύτερη ζήτηση καθώς ο δυνητικός πληθυσμός που ταξιδεύει αναπτύσσεται περισσότερο για αυτόν τον τύπο διακοπών. Η βιομηχανία επωφελείται επίσης από την επαναλαμβανόμενη επιχειρηματική δραστηριότητα και τον υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης των πελατών. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα έχει αγκαλιάσει τη βιομηχανία, αλλά συνεχίζει να αντιστέκεται σε εκτελεστικές συμφωνίες και συνεχίζει να παραβιάζει συστηματικά τους περιβαλλοντικούς νόμους.

Ως αντίδραση, τα κράτη λιμένων στη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη έχουν γίνει πιο επιφυλακτικά και δημιουργικά στην εξεύρεση τρόπων για την επιβολή τόσο των εθνικών όσο και των διεθνών προτύπων. Επίσης, δρομολογούνται διάφορες πρωτοβουλίες μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ), όπως η Πρωτοβουλία Διαχείρισης Κρουαζιερόπλοιων του Blue Ocean Foundation και η εκστρατεία κρουαζιερόπλοιων του Bluewater Network. Η βιομηχανία κρουαζιέρας είναι πολύ συναρπαστική και έχει ένα λαμπρό μέλλον. Η κρουαζιέρα μπορεί να είναι μια ευημερούσα βιομηχανία που δεσμεύεται στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ευημερία.

Κεφάλαιο 3^ο : Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα- Η Κεφαλονιά

3.1 Η συμβολή του τουρισμού στην Ελλάδα

Σύμφωνα με μία έκθεση που πραγματοποίησε η τράπεζα της Ελλάδος το 2019, σημειώνεται ότι 33 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την Ελλάδα το 2018 δημιουργώντας 16 δισεκατομμύρια έσοδα. Η έκθεση περιλαμβάνει λεπτομερή στοιχεία σχετικά με την ισορροπία των ταξιδιωτικών υπηρεσιών, των εισπράξεων από ταξίδια, των εισερχόμενων ταξιδιωτών, των διανυκτερεύσεων, των κρουαζιερόπλοιων και των ταξιδιωτικών υπηρεσιών ανά περιοχή.

Πέντε περιφέρειες αντιπροσώπευαν το μεγαλύτερο μέρος με ποσοστό 88,1% των συνολικών εισπράξεων, δηλαδή το Νότιο Αιγαίο, την Κρήτη, την Αττική, την Κεντρική Μακεδονία και τα Ιόνια Νησιά. Βάσει των τελικών στοιχείων, το ισοζύγιο των ταξιδιωτικών υπηρεσιών το 2018 σημείωσε πλεόνασμα 13.895 εκατ. ευρώ, αυξημένο κατά 9,2% σε σχέση με το πλεόνασμα του 2017 που ήταν 12.725 εκατ. ευρώ.

Η εξέλιξη αυτή οφειλόταν στην μεγάλη αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων, μέχρι 1.456 εκατ. ευρώ ή 10%, από ό, τι στις πληρωμές ταξιδιού που παρουσίασαν αύξηση 286 εκατ. ευρώ ή 15,0%. Η αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων το 2018 οφείλεται κυρίως στην αύξηση κατά 9,7% του αριθμού των εισερχόμενων επισκεπτών μη κατοίκων, καθώς η μέση δαπάνη ανά ταξίδι αυξήθηκε μόνο οριακά κατά 1 ή 0,3% (2018: 486 ευρώ, 2017 ευρώ 485).

Συγκεκριμένα, οι δαπάνες ανά διανυκτέρευση αυξήθηκαν κατά 1,7% (2018: 70 €, 2017: € 69), ενώ η μέση διάρκεια παραμονής μειώθηκε ελαφρά κατά 1,5% σε ετήσια βάση σε 7 νύχτες ενώ το 2017 ήταν 7,1 νύχτες. Επιπλέον, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αυξήθηκε κατά 8,1% σε 230.727 χιλ. το 2018, από 213.516 χιλ. το 2017.

Σε ότι αφορά τις αποδείξεις, η έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδος, διαπιστώνει ότι οι εισπράξεις από ταξίδια ανήλθαν σε 16,086 εκατ. ευρώ, αυξημένες κατά 10,0% σε σύγκριση με το 2017. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην αύξηση κατά 11,5% των εισπράξεων από κατοίκους της ΕΕ28, οι οποίες ανήλθαν σε 11,009 εκατ. ευρώ ή

68,5%, αύξηση 7,3% των εσόδων από κατοίκους εκτός της ΕΕ28 σε 4,645 εκατ. ευρώ.

Συγκεκριμένα, οι εισπράξεις από κατοίκους της ζώνης του ευρώ αυξήθηκαν κατά 12,8% σε ετήσια βάση σε 7,102 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους χωρών εκτός ΕΕ της ζώνης του ευρώ αυξήθηκαν επίσης, κατά 9,2%, στα 3,907 εκατ. ευρώ. Μεταξύ των μεγάλων χωρών προέλευσης, οι εισπράξεις από τη Γερμανία αυξήθηκαν κατά 16,0% στα € 2.962 εκατ., ενώ οι εισπράξεις από τη Γαλλία μειώθηκαν κατά 4,0% σε € 954 εκατ. Τα έσοδα από το Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν επίσης κατά 6,2% σε 1,937 εκατ. ευρώ. Όσον αφορά τις χώρες εκτός ΕΕ28, οι εισπράξεις από τη Ρωσία μειώθηκαν κατά 18,5% στα 341 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκαν κατά 27,8% σε 1.040 εκατ. ευρώ.

Εξετάζοντας την κατανομή των εξόδων μη κατοίκων στην Ελλάδα, διαπιστώνουμε ότι τα ταξίδια για προσωπικούς λόγους αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος των εισπράξεων το 2018, με ποσοστό 94,6% των συνολικών δαπανών, από 94,3% το 2017, ενώ τα αντίστοιχα έσοδα αυξήθηκαν κατά 10,3%. Σε αυτή την κατηγορία, το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών δαπανών δηλαδή ποσοστό 85,3% το 2018 αντιπροσωπεύει τον ελεύθερο χρόνο, με τα αντίστοιχα έσοδα να αυξάνονται κατά 9,3% στα € 13,728 εκατομμύρια.

Οι εκδρομές για την επίσκεψη στην οικογένεια, με μερίδιο 6,2% στις συνολικές δαπάνες, παρουσίασαν άνοδο 37,8% στα αντίστοιχα έσοδα. Τα έσοδα από ταξίδια για υγειονομικούς λόγους μειώθηκαν κατά 11,3% σε 49 εκατ. ευρώ. Τέλος, τα έσοδα από επαγγελματικά ταξίδια αυξήθηκαν κατά 4,0%, αλλά το μερίδιό τους στα συνολικά έσοδα μειώθηκε καθώς το ποσοστό το 2018 ήταν 5,4% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2017 ήταν 5,7%.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο αριθμός των εισερχόμενων επισκεπτών αυξήθηκε κατά 9,7% σε 33.072 χιλ. από 30.161 χιλ. το 2017. Συγκεκριμένα, οι ροές επισκεπτών μέσω των αεροδρομίων αυξήθηκαν κατά 13,6%, ενώ οι ροές επισκεπτών μέσω οδικών σημείων διέλευσης αυξήθηκαν κατά 6,4%. Οι επισκέπτες από την ΕΕ28 αντιπροσώπευαν το 64,7% του συνολικού αριθμού επισκεπτών, ενώ οι επισκέπτες από χώρες εκτός της ΕΕ28 αντιπροσώπευαν το 26,4%.

Το 2018 οι επισκέπτες από την ΕΕ28 αυξήθηκαν κατά 15,1% σε σύγκριση με το 2017. Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται σε αύξηση του αριθμού των επισκεπτών από χώρες της ζώνης του ευρώ, καθώς και σε αύξηση του αριθμού των επισκεπτών από χώρες εκτός ΕΕ-28. Ο αριθμός επισκεπτών από χώρες εκτός ΕΕ28 αυξήθηκε κατά 1,3% σε 8.725 χιλιάδες.

Ειδικότερα, οι επισκέπτες από τη Γερμανία αυξήθηκαν κατά 18,2% σε 4,381 χιλιάδες, ενώ οι επισκέπτες από τη Γαλλία αυξήθηκαν επίσης, κατά 7,3% σε 1.524 χιλιάδες. Οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν κατά 2,0% σε 2.943 χιλιάδες. Τέλος, εξετάζοντας τις χώρες εκτός ΕΕ28, ο αριθμός επισκεπτών από τη Ρωσία μειώθηκε κατά 11,6% σε 520 χιλιάδες, ενώ ο αριθμός επισκεπτών από τις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκε κατά 26,9% σε 1.097 χιλιάδες.

Το 2018 ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα ανήλθε σε 230.727 χιλιάδες, σημειώνοντας αύξηση κατά 8,1% από 213,516 χιλιάδες το 2017. Αυτό οφείλεται στην αύξηση των νυχτερινών διανυκτερεύσεων των κατοίκων της ΕΕ κατά 10,1%, καθώς και στην αύξηση κατά 3,4% διανυκτερεύσεις κατοίκων χωρών εκτός ΕΕ28. Η αύξηση των διανυκτερεύσεων από κατοίκους της ΕΕ28 οφείλεται σε αυξήσεις κατά 12,2% στις διανυκτερεύσεις κατοίκων της ζώνης του ευρώ και κατά 6,8% σε διανυκτερεύσεις κατοίκων χωρών εκτός ΕΕ της ζώνης του ευρώ28.

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων αυξήθηκε κατά 13,2% για τους κατοίκους της Γερμανίας και κατά 12,1% για τους κατοίκους της Γαλλίας, ενώ μειώθηκε κατά 3,1% για τους κατοίκους του Ηνωμένου Βασιλείου. Όσον αφορά τις χώρες εκτός ΕΕ28, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων από κατοίκους της Ρωσίας μειώθηκε κατά 12,3%, ενώ οι διανυκτερεύσεις από κατοίκους των ΗΠΑ αυξήθηκαν κατά 22,2%.

3.2 Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα

Η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι άλλων χωρών στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Σε μια στρατηγική τοποθεσία στη Μεσόγειο, έχει 15.000 χιλιόμετρα ακτής, πολυάριθμα νησιά, μεγάλες προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές, ήπιο κλίμα με άφθονη ηλιοφάνεια, κλπ. Λόγω του ενδιαφέροντος και του ποικίλου τοπίου καθώς και του ιστορικού και πολιτιστικού πλούτου της, είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς (Diakomihalis, 2007).

Ως εγχώριο λιμάνι, η Ελλάδα προσέλκυσε 313.000 επιβάτες το 2011, κατατάσσοντάς της στην 5η θέση στην ευρωπαϊκή λίστα, με το λιμάνι του Πειραιά να συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστών. Ωστόσο, ο τουρισμός κρουαζιέρας στην Ελλάδα δεν έχει το μερίδιο που έχει σε άλλες χώρες και παραμένει άγνωστος στους μέσους Έλληνες. Αυτό συμβαίνει διότι πολλοί είναι εκείνοι που θεωρούν ότι απευθύνεται σε μεγάλους προϋπολογισμούς και οι πολίτες συχνά το μπερδεύουν με την παράκτια ναυσιπλοΐα. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι πράκτορες κρουαζιέρας συνήθως χρησιμοποιούν τα λιμάνια αναχώρησης ως βάση από την οποία λαμβάνουν καύσιμα, τρόφιμα και άλλο εξοπλισμό και εκτελούν επίσης επισκευές σε μέρη του πλοίου.

Η Ελλάδα ήταν η 6η στην ευρωπαϊκή κατάταξη με βάση τα έσοδα από την κρουαζιέρα με το 46% να προέρχεται από τις μεταφορές, ενώ το 17% προέρχεται από επισκευές, ποσοστό μεγαλύτερο κατά 4,3% σε σχέση με το 2010 και ανέρχεται στο 4% του ευρωπαϊκού γενικού συνόλου. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι που απασχολούνταν άμεσα και έμμεσα στον κλάδο της κρουαζιέρας στην Ελλάδα υπολογίστηκαν σε 12.078 άτομα το 2011.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος (ΕΛΙΜΕ), οι αφίξεις κρουαζιερόπλοιων σε 43 λιμάνια της χώρας ανήλθαν το 2019 στις 3.899 (από 3.410 το 2018), σημειώνοντας αύξηση 14,34% και οι αφίξεις επιβατών κρουαζιέρας ανήλθαν στα 5.537.500 (από 4.788.642 το 2018), σημειώνοντας αύξηση 15,64%.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο τομέας του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα έχει πληγεί περισσότερο από την παγκόσμια ύφεση σε σχέση με άλλους προορισμούς (Ζαχαράτος και Τσάρτας, 2008). Αυτό συνέβη διότι η Ελλάδα είναι η λιγότερο αναπτυγμένη όσον αφορά τις λιμενικές υποδομές, οι οποίες γενικά παραμένουν στάσιμες και ανεπαρκείς (Diakomihalis, 2007). Παρόλα αυτά, τα ελληνικά νησιά και οι παράκτιες περιοχές θεωρούνται ελκυστικοί προορισμοί, ενώ οι εταιρείες κρουαζιέρας παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για τα ελληνικά λιμάνια.

Από το 2012, η Τράπεζα της Ελλάδος πραγματοποιεί έρευνες στον τομέα της κρουαζιέρας. Σύμφωνα με μια τυποποιημένη μεθοδολογία, συγκεντρώθηκαν λεπτομερή δεδομένα κρουαζιέρας για το 2018 σε 16 ελληνικούς λιμένες, καλύπτοντας το 89,3% όλων των αφίξεων των κρουαζιερόπλοιων στην Ελλάδα. Κατά

την εξεταζόμενη περίοδο σημειώθηκαν 3,214 αφίξεις κρουαζιερόπλοιων (2017: 3,271) και 4,734 χιλιάδες επισκέψεις κρουαζιερόπλοιων (2017: 4.600 χιλιάδες).

Τα συνολικά έσοδα από επιβάτες κρουαζιερόπλοιων το 2018 αυξήθηκαν κατά 2,0% σε ετήσια βάση στα 486 εκατ. Ευρώ. Από το ποσό αυτό, 53 εκατομμύρια ευρώ είχαν ήδη καταγραφεί στα στοιχεία της έρευνας των συνόρων, καθώς αντιπροσωπεύουν εισπράξεις από επισκέπτες που εγκατέλειψαν τη χώρα μέσω ελληνικών τελευταίων λιμένων, ενώ τα υπόλοιπα 433 εκατομμύρια ευρώ αφορούν πρόσθετα στοιχεία εισπράξεων που καταγράφηκαν από τη συμπληρωματική έρευνα κρουαζιέρας.

Το λιμάνι του Πειραιά κατατάσσεται καταρχήν με μερίδιο 43,7% στις συνολικές εισπράξεις κρουαζιερόπλοιων, ακολουθούμενο από το λιμάνι της Κέρκυρας με 15,7% και το λιμάνι της Σαντορίνης με 9,2%. Τα επτά σημαντικότερα λιμάνια αντιπροσωπεύουν το 92,4% των συνολικών εισπράξεων κρουαζιερόπλοιων και το 87,1% των συνολικών επισκέψεων κρουαζιερόπλοιων.

Κατά την εξεταζόμενη περίοδο, οι συνολικές διανυκτερεύσεις στην ξηρά αυξήθηκαν από έτος σε έτος κατά 4,2% σε 4,804 χιλιάδες και ο συνολικός αριθμός επισκεπτών κρουαζιερόπλοιων αυξήθηκε κατά 0,1% σε εκτιμώμενες ποσότητες 3,059 χιλιάδων, και οι δύο είχαν θετικό αντίκτυπο στις αποδείξεις κρουαζιέρας. Πέντε περιφέρειες αντιπροσώπευαν το 88,1% των συνολικών εισπράξεων, το Νότιο Αιγαίο (4,414 εκατομμύρια ευρώ), η Κρήτη (3,134 εκατομμύρια ευρώ), η Αττική (2,279 εκατομμύρια ευρώ) και τα Ιόνια Νησιά (1,691 εκατ. ευρώ). Οι υπόλοιπες περιοχές (Πελοπόννησος, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Θεσσαλία, Ήπειρος, Δυτική Ελλάδα, Κεντρική Ελλάδα, Βόρειο Αιγαίο και Δυτική Μακεδονία) ανέρχονται συνολικά σε 1.860 εκατ. Ευρώ.

Οι επισκέψεις στην Ελλάδα το 2018 ανήλθαν σε 34.831 χιλιάδες. Ο αριθμός επισκέψεων υπερβαίνει τον αριθμό των εισερχόμενων επισκεπτών, καθώς οι ταξιδιώτες μπορούν να επισκέπτονται περισσότερες από μία περιοχές κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού. Οι πέντε δημοφιλέστεροι περιφερειακοί προορισμοί, που αντιπροσωπεύουν το 81,9% των συνολικών επισκέψεων, ήταν: Κεντρική Μακεδονία (7,830 χιλιάδες επισκέψεις), Νότιο Αιγαίο (6,629 χιλιάδες), Αττική (5,681 χιλιάδες), Κρήτη (5,228 χιλιάδες) και Ιόνια νησιά χίλια).

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα κατά την εξεταζόμενη περίοδο ανέρχεται σε 227.012 χιλιάδες. Σύμφωνα με την κατανομή στις 13 περιφέρειες, πέντε περιφέρειες ανέρχονται στο 86,2% των συνολικών διανυκτερεύσεων, δηλαδή στο Νότιο Αιγαίο (51.084 χιλ. Νύχτες), στην Κεντρική Μακεδονία (44.690 χιλ.), Στην Κρήτη (43.819 χιλ.) Στην Αττική τα Ιόνια Νησιά (24.762 χιλ.). Οι υπόλοιπες περιοχές (Πελοπόννησος, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Θεσσαλία, Ήπειρος, Δυτική Ελλάδα, Βόρειο Αιγαίο, Κεντρική Ελλάδα και Δυτική Μακεδονία) ανέρχονται συνολικά σε 31.271 χιλιάδες διανυκτερεύσεις.

3.3 Το νησί της Κεφαλονιάς

Η Κεφαλονιά είναι το μεγαλύτερο και πιο ορεινό νησί των Επτανήσων και το τρίτο σε πληθυσμό μετά την Κέρκυρα και τη Ζάκυνθο. Συνορεύει με την Ζακύνθο στα βόρεια, με τη Λευκάδα στα νότια και με την Ιθάκη στα δυτικά. Η Κεφαλονιά καταλαμβάνει περίπου 734,014 τ.χλμ. και έχει περίπου 35.801 κάτοικους. Η πρωτεύουσα της Κεφαλονιάς είναι το Αργοστόλι και δεύτερη σε μέγεθος πόλη είναι το Ληξούρι που βρίσκεται 50 χλμ μακριά από το Αργοστόλι. Στο λιμάνι του Αργοστολίου υπάρχουν ferry boat που εκτελούν δρομολόγια κάθε μισή ώρα από νωρίς το πρωί μέχρι αργά το βράδυ και έτσι η πρόσβαση στο Ληξούρι είναι πολύ εύκολη.

Η Κεφαλονιά διαθέτει πλήθος καταλυμάτων από boutique hotels , ενοικιαζόμενα δωμάτια, βίλλες και σε μικρότερο αριθμό μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σε όλες τις πόλεις και τα χωριά του νησιού. Επιπλέον στο Αργοστόλι υπάρχει και οργανωμένο camping. Πλήθος επισκεπτών προτιμά τα καταλύματα στο Αργοστόλι καθώς βρίσκεται στο κέντρο του νησιού και η πρόσβαση σε όλα τα αξιοθέατα είναι πολύ εύκολη, ενώ αρκετοί προτιμούν και άλλες περιοχές όπως η Σκάλα, το Ληξούρι, η Λάσση και το Φισκάρδο. Η επιλογή του καταλύματος και της περιοχής εξαρτάται από την ηλικία των επισκεπτών και αν ταξιδεύουν μαζί με την οικογένεια τους, ζευγάρια ή μόνοι. Τα λιμάνια που συνδέουν την Κεφαλονιά με την ηπειρωτική Ελλάδα είναι το λιμάνι του Πόρου όπου εκτελούνται δρομολόγια από και προς την Πάτρα και την Κυλλήνη, το λιμάνι της Σάμης όπου εκτελούνται δρομολόγια από και προς την Πάτρα, τον Αστακό και το Μπαρι της Ιταλίας και το λιμάνι του Φισκάρδου όπου εκτελούνται δρομολόγια από και προς τη Λευκάδα μόνο τους θερινούς μήνες. Η Κεφαλονιά διαθέτει και ένα αεροδρόμιο το οποίο ανακαινίστηκε πλήρως την περίοδο

2018-2020 από τη στιγμή που πέρασε στα χέρια της fraport. Σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) οι αφίξεις στο αεροδρόμιο «Άννα Πολάτου» της Κεφαλονιάς την περίοδο του Απριλίου – Οκτωβρίου 2019 ήταν 330.329 ενώ την ίδια περίοδο το 2018 ήταν 325.772. Το 2019 ήταν χρονιά ρεκόρ και για τον τουρισμό κρουαζιέρας καθώς το λιμάνι της Κεφαλονιάς επισκέφθηκαν 133 κρουαζιερόπλοια έναντι 90 το 2018, αύξηση κατά 48% μεταφέροντας 259.261 επισκέπτες έναντι 144.074 το 2018 καταγράφοντας αύξηση κατά 80% που αντιστοιχεί σε 115.187 περισσότερους επισκέπτες.

3.3.1 Ιστορικά γεγονότα -Μυθολογία

Ο Μυθικός Κέφαλος ήταν ο γενάρχης του γένους των Κεφαλιδών στην Αττική, είναι ο πρώτος Βασιλιάς της Κεφαλονιάς ο άνθρωπος που έδωσε το όνομά του στο νησί. Υπάρχουν διάφορες αντικρουόμενες πηγές στην Ελληνική μυθολογία για τον Κέφαλο. Από κάποιες πηγές μαθαίνουμε ότι ήταν γιός του Ερμή ή σύμφωνα με άλλες του Αίολου ή του βασιλιά της Φωκίδας, Δηίωνα. Εξορίστηκε από τον Άρειο Πάγο όταν σκότωσε από λάθος την γυναίκα του. Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι ο Κέφαλος εξαγνίστηκε για το φόνο από τους Θηβαίους και έτσι βρέθηκε στη σημερινή Κεφαλονιά στο πλευρό του Αμφιτρίωνα στην εκστρατεία του ενάντια στον Πτερέλαο. Έπειτα ο Κέφαλος παρέμεινε στο νησί όπου απέκτησε πολλούς γιους που ίδρυσαν ο καθένας μια πόλη και τον Αρκείσιο που ήταν ο πατέρας του Λαέρτη και παππούς του ομηρικού Οδυσσέα. Επιπλέον γνωστός είναι και ο μύθος της αρπαγής του Κέφαλου από την Ηώ που τον καταδίωξε μέχρι τη Συρία για να ενωθεί μαζί του.

3.3.2 Η Κεφαλονιά στην αρχαία Ελλάδα

Η Κεφαλονιά αναφέρεται για πρώτη φορά στην ιστορία από τους Περσικούς πολέμους, όπου οι Κεφαλλήνες παίρνουν μέρος στη μάχη των Πλαταιών. Το 434 π.Χ. κεφαλληνιακά πλοία έλαβαν μέρος στη ναυμαχία των Κορινθίων εναντίον των Κερκυραίων, αποκρούοντας τα με επιτυχία. Στον Πελοποννησιακό πόλεμο και οι τέσσερις πόλεις της Κεφαλονιάς τάχθηκαν με τους Αθηναίους. Το 218 π.Χ. ο Φίλιππος Ε' έπλευσε εναντίον της Κεφαλονιάς με το στόλο του, αποβιβάστηκε στους Πρόννους, όμως το δύσβατο εδάφος τον ανάγκασε να αποχωρήσει και να στραφεί προς τη Πάλη. Ύστερα από αρκετό καιρό αποχώρησε καθώς απέτυχε να την καταλάβει.

3.3.3 Φραγκοκρατία-Βενετοκρατία

Ο στόλος των Σταυροφόρων λεηλάτησε την Κεφαλονιά το 1103 και στη συνέχεια ήρθαν στο νησί οι Ενετοί, μέχρι να περάσει στα χέρια των Νορμανδών και του βασιλιά Ρογήρου Β. Το 1185 πέρασε στα χέρια του βασιλιά της Σικελίας Γουλιέλμου Β η Κεφαλονιά, η Ζάκυνθος και η Ιθάκη από τους Βυζαντινούς με αποτέλεσμα τη δημιουργία της κομητείας Κεφαλονιάς □ Ζακύνθου και Ιθάκης.

Κατά το τέλος του πρώτου Βενετοτουρκικού πολέμου(1463-1479) ο Γκεντίκ Αχμέτ πασάς κατέλαβε την Κεφαλληνία. Όμως η Βενετία πάντα αποσκοπούσε στην κατάκτηση της ,όπως και των υπολοίπων νήσων, και τελικά στις 24 Δεκεμβρίου 1500 ο βενετός ναύαρχος Βενέδικτος Πεζάρο και ο ισπανός Φερνάντεθ δε Κόρδοβα με την βοήθεια των Ελλήνων κυριεύσαν την πρωτεύουσα του νησιού, το Κάστρο του Αγίου Γεωργίου.

Τη σύντομη τουρκική κατοχή, διαδέχτηκε μια μακρά περίοδος Ενετοκρατίας (1500-1797) κατά την οποία η Κεφαλονιά παρουσίασε αξιόλογη πνευματική και οικονομική ανάπτυξη παρά τις πειρατικές επιδρομές και τους σεισμούς. Τα χρόνια αυτά που στάθηκαν ορόσημο για το νησί, έγιναν σπουδαία οχυρωματικά έργα,(ανοικοδομήθηκε το κάστρο του Αγίου Γεωργίου, το φρούριο της Άσου) η πρωτεύουσα μεταφέρθηκε στο Αργοστόλι (1757) και η μεγάλη πνευματική πρόοδος συνοδεύτηκε από οικονομική ευημερία.

Το 1797 σταματά η Βενετοκρατία στα Επτάνησα. Νέοι κυρίαρχοι γίνονται, με τη συνθήκη του Campo Formio, οι δημοκρατικοί Γάλλοι. Τον Οκτώβρη του 1798 η Κεφαλονιά καταλαμβάνεται από τον ενωμένο ρωσο-τουρκικό στόλο Με τη συνθήκη του Tilsit, τον Ιούλιο του 1807, τα Επτάνησα παραχωρήθηκαν στη Γαλλία του Ναπολέοντα. Τον Οκτώβρη του 1809 η γαλλική φρουρά του νησιού παραδίδεται, χωρίς ιδιαίτερη αντίσταση στο βρετανικό στόλο, που έχει ήδη αποκλείσει την Κεφαλονιά και παρουσιάζεται ως ελευθερωτής και υπερασπιστής της ανεξαρτησίας των Επτανήσων. Η κατοχή θα διαρκέσει μέχρι το 1815, οπότε το θέμα των ιόνιων νησιών θα διευθετηθεί σε ευρωπαϊκό συνέδριο.

3.3.4 Αγγλοκρατία

Από το 1809 και μετά η κυριαρχία του νησιού πέρασε στα χέρια των Άγγλων. Ο τότε διοικητής Φίλιππος Ντε Μποσσέ, , κατασκεύασε δρόμους στο Αργοστόλι και τη Λειβαθό, αλλά και τη γνωστή γέφυρα που ενώνει το Αργοστόλι με το Δράπανο. Κατασκευάστηκαν επίσης το Δικαστικό Μέγαρο Αργοστολίου, το Τελωνείο, το Φανάρι των Αγίων Θεοδώρων από τον Κάρολο Ιάκωβο Νάπιερ. Από το 1848 ιδίως και μετά, ξεκίνησαν οι αγώνες των Επτανησίων κατά της Αγγλικής κατοχής με πρωτεργάτες τους Ριζοσπάστες της Κεφαλονιάς, Γεράσιμο Λιβαδά, Ηλία Ζερβό-Ιακωβάτο και Ιωσήφ Μομφεράτο. Ο Μομφεράτος και το Ζερβός εξορίζονται ξανά το 1851 από τους Άγγλους όμως τίποτε δε στάθηκε εμπόδιο να πραγματοποιηθεί η Ένωση των Επτανήσων με την υπόλοιπη Ελλάδα τον Μάιο του 1864, όπου και σημαίνει το τέλος της αγγλικής προστασίας – κατοχής.

3.3.5 Συγχρονα ιστορικά γεγονότα

Την περίοδο 1940- 1943 οι Ιταλοί ως σύμμαχοι των Γερμανών, είχαν υπό την κατοχή τους την Κεφαλονιά. Το 1943 και συγκεκριμένα τον Σεπτέμβριο διαδραματίστηκε στην Κεφαλονιά ένα από τα συγκλονιστικότερα γεγονότα του Β' Παγκοσμίου Πολέμου: Η Σφαγή χιλιάδων Ιταλών στρατιωτικών της □□Μεραρχία Acqui□□ από τους Γερμανούς κατά την Ιταλογερμανική σύρραξη, όπου οι νεκροί ήταν περισσότεροι από 10.000. Το Αργοστόλι βομβαρδιζόταν καθημερινά από τα Γερμανικά αεροπλάνα προκαλώντας δεκάδες θύματα από τον άμαχο πληθυσμό. Επίσης καταστράφηκαν πολλά κτήρια και αρχαιολογικοί χώροι. Η περίοδος της Γερμανικής κατοχής, αν και πιο μικρή από την υπόλοιπη Ελλάδα, υπήρξε ιδιαίτερα επώδυνη για τους Κεφαλλονίτες, όπου δεκάδες πατριώτες αγωνιστές εκτελέστηκαν από τα ναζιστικά στρατεύματα κατοχής. Στη συνέχεια μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 40 ακολούθησε ο αδελφοκτόνος εμφύλιος πόλεμος. Ότι είχε μείνει ανέπαφο από τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο και τον Εμφύλιο ισοπεδώθηκε από τους σεισμούς του 1953. Τα γεγονότα εκείνης της εποχής άλλαξαν δραματικά και την ιστορία του νησιού. Ο ισχυρότερος και καταστροφικότερος σεισμός 7,2 ριχτερ κατέστρωσε παραάνω από το μισό νησί και άφησε πίσω του δεκάδες νεκρούς και τραυματίες. Η μετανάστευση και η φυγή προς τη ναυτιλία ως διέξοδος στην ανεργία τα χρόνια που ακολούθησαν τον σεισμό του 1953 έφεραν, όχι μόνο την πληθυσμιακή κατάρρευση της Κεφαλονιάς, αλλά και τον οικονομικό μαρασμό, την πολιτιστική και κοινωνική

απραγία. Η δεκαετία του '80 αποτελεί την περίοδο της αναστροφής στην ευρύτερη περιοχή του νομού. Κατά την απογραφή του 1981 ο Νομός Κεφαλληνίας έχει την θλιβερή πρωτιά σε πληθυσμιακή μείωση σε όλη την Ελλάδα. Παρ' όλα αυτά, 20 χρόνια μετά □ στην απογραφή του 2001 ο Νομός Κεφαλληνίας είναι από τους πρώτους σε αύξηση πληθυσμού στην Ελλάδα. Μέχρι σήμερα συνεχίζει σταθερά τη δυναμική αναπτυξιακή του πορεία και αποτελεί μια από τις πιο δυναμικές τουριστικές περιοχές της χώρας μας.

3.4 Αξιοθέατα της Κεφαλονίας

Με πλούσια ιστορία και ενδιαφέρουσα γεωμορφολογία, η Κεφαλονιά θεωρείται το νησί των αντιθέσεων. Είναι ένα πραγματικό θαύμα της φύσης με σπήλαια, λίμνες και λιμνοθάλασσες σε συνδυασμό με μια εντυπωσιακή ακτογραμμή και χερσονήσους. Αν και ο σειμός του 1953 κατέστρεψε παραπάνω από τα τρία τέταρτα του νησιού μέχρι και σήμερα στέκουν ακόμη αρχαία ερείπια και τα περισσότερα ευρήματα εκτίθενται στο Αρχαιολογικό Μουσείο.

3.4.1 Παραλία Μύρτος

Ένα από τα διασημότερα αξιοθέατα του νησιού είναι η παραλία του Μύρτου που βρίσκεται στο βόρειο μέρος του νησιού μόλις 30 χιλιόμετρα βόρεια από το Αργοστόλι και ανήκει στο Δήμο Πυλαρέων. Το κοντινότερο χωριό είναι τα Διβαρατά και βρίσκεται μόλις στα 2,5 χλμ νότια της παραλίας περίπου πέντε λεπτά μακριά.

Η παραλία έχει μικρά λευκά βότσαλα και τα υπόγεια θαλάσσια ρευμάτα της περιοχής δημιουργούν κρυστάλλινα γαλανά νερά. Περιβάλλεται από γκρεμούς και έχει μήκος περίπου 800 μέτρα. Στην άκρη της παραλίας υπάρχουν μικρές σπηλιές. Έχει βραβευθεί με τη γαλάζια σημαία και έχει αναδειχθεί 11 φορές ως η καλύτερη παραλία της Ελλάδας, περισσότερες από κάθε άλλη παραλία. Όσο μαγευτική είναι η παραλία του Μύρτου είναι και άλλο τόσο επικίνδυνη διότι ως ανοικτός κόλπος, συχνά εμφανίζονται μεγάλα κύματα και πολλοί άνθρωποι έχουν χάσει τη ζωή τους, αν και είναι οργανωμένη παραλία και έχει και ναυαγοσώστη.

3.4.2 Το λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης

Το λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης είναι ένα από τα ωραιότερα αξιοθέατα του νησιού. Βρίσκεται στο χωριό Καραβόμυλος μόλις 30 χιλιόμετρα βορειοανατολικά του Αργοστολίου και συνδυάζει σπηλιά και λίμνη. Το 1951 ο σπηλαιολόγος Πετρόχειλος ανακάλυψε το λιμνοσπήλαιο και έπειτα από ειδικές κατασκευές πρόσβασης έχει γίνει επισκέψιμο από τον κόσμο. Το λιμνοσπήλαιο είναι μοναδικό καθώς μετά τους σεισμούς ένα μέρος της οροφής κατέρρευσε με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια τρύπα. Τις μεσημεριανές ώρες όταν ο ήλιος είναι στην κορυφή δημιουργείται ένα μοναδικό θέαμα από τις ηλιαχτίδες που καθρεπτίζονται στα σχεδόν διάφανα νερά του λιμνοσπηλαίου. Στην αρχαιότητα, η λίμνη ήταν μέρος λατρείας του θεού Πάνα και της νύμφης Μελισσάνθης. Σύμφωνα με τους μύθους η Μελισσάνθη αυτοκτόνησε μέσα στη λίμνη από τη λύπη της, επειδή ο Πάνας δεν ήταν ερωτευμένος μαζί της. Μία άλλη εκδοχή υποστηρίζει ότι η βοσκοπούλα Μελισσάνθη έχασε ένα πρόβατο και έπεσε μέσα στη λίμνη στην πορσπάθειά της να το βρει. Ο αρχαιολόγος Σ. Μαρινάτος ανακάλυψε ιερό του Πάνα, στο μικρό νησάκι στο εσωτερικό της λίμνης Μελισσάνης και τα ευρήματα εκτίθονται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Αργοστολίου. Ορισμένα από αυτά είναι ένα πήλινο ειδώλιο του θεού Πάνα, ένας πήλινος δίσκος που απεικονίζει νύμφες να χορεύουν, μια πήλινη πλάκα με πομπή νυμφών καθώς και ένα μικρό πλακίδιο με ανάγλυφη γυναικεία μορφή. Στο λιμνοσπήλαιο παρατηρείται ακόμη ένα φαινόμενο. Το νερό εισχωρεί τα ασβεστολιθικά πετρώματα, τα διαβρώνει και δημιουργούνται κοιλάματα σε μια διαδικασία που ονομάζεται καρστικοποίηση. Το 1963 διαπιστώθηκε ότι το λιμνοσπήλαιο επικοινωνεί με ολόκληρο το καρστικό δίκτυο του νησιού και μάλιστα επιβεβαιώθηκε όταν ερευνητές έριξαν νερό με χρώμα στις Καταβόθρες στο Αργοστόλι και το νερό βρέθηκε στο άλλο άκρο του νησιού. Οι επισκέπτες του λιμνοσπηλαίου απολαμβάνουν μια βαρκάδα περίπου είκοσι λεπτών όπου μπορούν να θαυμάσουν τους σταλακτίτες, τα παγωμένα διάφανα νερά και να δούνε ένα είδος αγριοπερίστερου που βρίσκεται μόνο σε αυτή τη σπηλιά.

3.4.3 Το σπήλαιο Δρογκαράτη

Σε μικρή απόσταση από τη Μελισσάνη βρίσκεται το σπήλαιο της Δρογκαράτης. Η είσοδος του σπηλαίου ανακαλύφθηκε πριν από περίπου 300 χρόνια ύστερα από ένα σεισμό όταν έπεσε ένα τμήμα του σπηλαίου. Έχει βάθος 60 μέτρα, η θερμοκρασία του είναι περίπου στους 18°C και έχει αρκετά υψηλή υγρασία περίπου στο 90%

όμοια με πολλά άλλα σπήλαια. Οι αρχαιολόγοι εκτιμούν την ηλικία του σπηλαίου σε πάνω από 100 εκατομμύρια έτη. Επιπλέον είναι πολύ πιθανό να επικοινωνεί υπογείως με τους υπόλοιπους σπηλαιώδεις σχηματισμούς της περιοχής. Αν και το σπήλαιο είναι πολύ μεγάλο σε έκταση σήμερα η πρόσβαση είναι δυνατή σε ένα μόνο μέρος του. Στο εσωτερικό μπορεί κανείς να θαυμάσει τους σταλακτίτες και τους σταλαγμίτες που δημιουργήθηκαν από το πέτρωμα της σπηλιάς και συνδυασμό με το νερό που διάβρωσε τα συστατικά του και τους δημιούργησε. Κάθε 100 χρόνια το μέγεθος του σπηλαίου αυξάνεται κατά 1cm. Πολλοί από τους σταλακτίτες και τους σταλαγμίτες είναι κομμένοι λόγω των σεισμών και της ανθρώπινης παρέμβασης. Το σπήλαιο της Δρογκαράτης παραμένει ανοικτό ολοχρονικά, ενώ στην αίθουσα 900τμ στην είσοδο του σπηλαίου έχουν διοργανωθεί πολλές εκδηλώσεις λόγω της σπουδαίας ακουστικής του. Στο εσωτερικό του σπηλαίου υπάρχει έντονος φωτισμός σε σχέση με άλλα σπήλαια έτσι ώστε οι επισκέπτες να θαυμάζουν το μεγαλείο που δημιούργησε η φύση.

3.4.4 Το Φισκάρδο

Το κοσμοπολίτικο Φισκάρδο βρίσκεται στο βόρειο τμήμα του νησιού . Πήρε το όνομα του από τον νορμανδό Ροβέρτο Γυισκάρδο ο οποίος τον 11^ο αιώνα εγκαταστάθηκε στη συγκεκριμένη περιοχή. Οι σεισμοί του 1953 αφήσαν σχεδόν ανέπαφο το Φισκάρδο με αποτέλεσμα να διατηρεί ολοζώντανη την ιστορία του. Η φυσική ομορφιά του, ο γραφικός όρμος που το φιλοξενεί και τα παραδοσιακά αρχοντικά του κάνουν τους επισκέπτες να επιστρέφουν εκεί κάθε χρόνο. Το φημισμένο Φισκάρδο συδυάζει το παραδοσιακό , με τους διατηρητέους οικισμούς και τα αρχοντικά του , με το σύγχρονο καθώς στο λιμάνι του συναντά κανείς ιστιοπλοικά και κρουαζιερόπλοια σχεδόν καθημερινά. Στην ευρύτερη περιοχή του Φισκάρδου υπάρχουν ακόμα πολλές μικρές κρυμμένες παραλίες όπως η Έμπλυση, το Δαφνούδι, το Φώκι και το Καμίνι.

3.4.5 Βουνό Αίος

Ο Αίος είναι το πιο ψηλό βουνό της Κεφαλονιάς, αλλά και όλων των Επτανήσων. Ο Μεγάλος (Μέγας) Σωρός είναι η ψηλότερη κορυφή του με 1.628 μέτρα ύψος. Βρίσκεται ανατολικά του νησιού και καλύπτεται στο μεγαλύτερο μέρος του από έλατα που έχουν σκουρόχρωμο φύλλωμα και βαθύ πράσινο χρώμα και είναι

παγκοσμίως αναγνωρισμένα με το όνομα «Κεφαλληνιακή Ελάτη». Οι Ενετοί ονόμασαν το βουνό «Monte Nero» δηλαδή μαύρο βουνό καθώς τα έλατα είναι τόσο πυκνά που από μακριά κάνουν το βουνό να δείχνει μαύρο. Η Κεφαλληνιακή Ελάτη είναι ένα από τα σπανιότερα έλατα της Ευρώπης. Τα έλατα αυτά από τα αρχαία χρόνια χρησιμοποιήθηκαν στην κατασκευή πλοίων λόγω του σκληρού κορμού τους. Το 1961 ο Αίνος κυρήχθηκε Εθνικός Δρυμός καθώς αποτελεί το μοναδικό ελατόδασος σε ελληνικό νησί.

3.4.6 Καταβόθρες

Οι Καταβόθρες βρίσκονται σε απόσταση 2χλμ περίπου από το Αργοστόλι δίπλα στο ακρωτήριο των Αγίων Θεοδώρων και αποτελούν ένα μεγάλο γεωλογικό αξιοθέατο. Ουσιαστικά είναι ρωγμές – ανοίγματα δίπλα στη θάλασσα, όπου εισχωρεί το νερό κάνοντας μια μεγάλη διαδρομή διασχίζοντας υπόγεια σχεδόν ολόκληρο το νησί. Το 1963 οι γεωλόγοι Βίκτορ Μάουριν (Viktor Maurin) και Γιόζεφ Τσέτλ (Josef Zötl) από το Πολυτεχνείο του Γκρατς έριξαν 160 κιλά βαφής σε μία από τις καταβόθρες. Ύστερα από δύο βδομάδες σε πηγές στην άλλη πλευρά του νησιού, 14 χλμ. μακριά, και στο λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης βρέθηκαν ίχνη από το χρώμα. Η δύναμη που είχε η ροή του νερού είχε χρησιμοποιηθεί πριν πολλά χρόνια και στους νερόμυλους οι οποίοι σήμερα μένουν στο σημείο αυτό χωρίς καμία χρήση. Ο Άγγλος Stewens παρατήρησε πρώτος το φαινόμενο αυτό και τοποθέτησε τους μύλους εκεί.

3.4.7 Η μονή του Αγίου Γερασίμου

Η μονή του φύλακα και προστάτη του νησιού Αγίου Γερασίμου βρίσκεται στο χωριό Ομαλά όπου διατηρείται άφθαρτο και ευωδιάζον το σκήνωμα του Αγίου. Πριν το 1554 η μονή ήταν αφιερωμένη στην Παναγία. Ο Γεράσιμος Νοταράς, μοναχός από τα Τρίκαλα Κορινθίας, την ανέδειξε σε σημαντικό γυναικείο μοναστήρι μετά το 1560. Προς τιμήν του Αγίου γίνονται δυο μεγάλα πανηγύρια το χρόνο, στις 16 Αυγούστου (μέρα θανάτου του) και στις 20 Οκτωβρίου (μέρα ανακομιδής των λειψάνων του). Ο Άγιος Γεράσιμος κοιμήθηκε στις 15 Αυγούστου του 1579 και το πατριαρχείο τον ανακήρυξε Άγιο το 1622 όταν στις 20/10/1581 έγινε ανακομιδή των λειψάνων του και το σώμα του βρέθηκε άθικτο κι ανέδιδε μια ευχάριστη μυρωδιά.

Κάθε χρόνο προσκυνητές απ' όλη την Ελλάδα έρχονται για να προσκυνήσουν το θαυματουργό σκηνωμά του. Την ημέρα της εορτής του Αγίου γίνεται περιφορά του σκηνώματος του με πομπή, από την εκκλησία ως έναν μεγάλο πλάτανο όπου βρίσκεται 500 περίπου μέτρα μακριά δίπλα σε ένα πηγάδι που το έσκαψε ο ίδιος ο Άγιος με τα χέρια του. Εκτός από το νέο μοναστήρι στον ίδιο χώρο βρίσκεται και η παλιά εκκλησία με το ασκητήριο του Αγίου και διάφορα αντικείμενα που ο ίδιος χρησιμοποιούσε.

3.4.8 Το Ρωμαϊκό Ναυάγιο

Ίσως η πιο πρόσφατη ανακάλυψη το Ρωμαϊκό ναυάγιο περίπου 2.000 ετών βρίσκεται στο βυθό του Φισκάρδου και ήρθε για πρώτη φορά στα μάτια των ερευνητών του Πανεπιστημίου της Πάτρας επικεφαλής τον δρ Γιώργο Φερεντίνο τον Σεπτέμβριο του 2019. Σύμφωνα με την επιθεώρηση Journal of Archaeological Science το ναυάγιο εντοπίστηκε μετά από σάρωση του βυθού με ηχητική απεικόνιση και μετά την εξέταση των αμφορέων που βρέθηκαν σ' αυτό υπολογίστηκε ότι χρονολογείται μεταξύ του 1ου π.Χ. και του 1ου μ.Χ. αιώνα. Ο δρ Φερεντίνος, ειδικός στην ενάλια αρχαιολογία και ωκεανογραφία, είπε ότι αν ανασυρθεί μελλοντικά το ναυάγιο του Φισκάρδου – ένα από τα τέσσερα μεγαλύτερα της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, που έχουν εντοπιστεί στη Μεσόγειο- οι ερευνητές ενδέχεται να εντοπίσουν στο σκαρί του περισσότερα στοιχεία αναφορικά με την προέλευσή του. Ειδικοί εκτιμούν ότι το σκάφος μετέφερε έως και 6.000 αμφορείς όταν ναυάγησε κοντά στην Κεφαλονιά. Χημική ανάλυση δειγμάτων και τεστ DNA ενδέχεται να αποκαλύψουν το ακριβές περιεχόμενο των αμφορέων. Το ναυάγιο πιστεύεται ότι έχει μήκος 34 μ. και πλάτος 13 μ., πράγμα που σημαίνει ότι ίσως ήταν ένα από τα μεγαλύτερα πλοία που έκαναν την εποχή εκείνη ταξίδια στη Μεσόγειο, καθώς είναι σημαντικά μεγαλύτερο από τα συνηθισμένα ρωμαϊκά εμπορικά πλοία, που είχαν μήκος 15 έως 20 μέτρα.


3.5 Η Κεφαλονιά ως λιμάνι

Η Κεφαλονιά, ένας από τους πιο ανεπτυγμένους τουριστικούς προορισμούς, είναι ένα από τα νησιά του Ιονίου και είναι το μεγαλύτερο νησί του Ιονίου. Είναι δίπλα στην ηπειρωτική Ελλάδα και ανήκει διοικητικά στην Περιφέρεια Ιονίων Νήσων. Ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό στο μεγαλύτερο μέρος του νησιού και η τουριστική περίοδος διαρκεί έξι μήνες, από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο. Το λιμάνι

της πόλης, το Αργοστόλι, εξέφρασε την ικανοποίησή του για έναν αξιοσημείωτο αριθμό επιβατών κατά τα τελευταία έξι χρόνια, 2010-2016, που εξυπηρετεί ως λιμάνι όπου τα πλοία σταματούν κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας (Lekakou et al., 2009).

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που τηρούν το Λιμενικό Ταμείο Κεφαλονιάς και η Ομοσπονδία Ελληνικών Λιμένων διαπιστώνεται ότι ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων και των επιβατών μειώθηκε το 2014 και το 2016 σε σύγκριση με το 2013 και το 2015 κατά 11% περίπου. Ωστόσο, η απόδοση εξακολουθεί να είναι ικανοποιητική, δεδομένου ότι το 2014 είναι το τέταρτο έτος του λιμένα σαν τουριστικός προορισμός κρουαζιέρας. Το 2017 ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων μειώθηκε στα 70 όμως από το 2018 μέχρι σήμερα σημειώνει σημαντική άνοδο, με 90 κρουαζιερόπλοια το 2018, 133 το 2019 και 187 για το 2020 χρονιά ρεκορ για το νησί. Στην **Εικόνα 1** βλέπουμε αναλυτικά τα στοιχεία της κρουαζιέρας για τα λιμάνια της Ελλάδας τις χρονιές 2015-2019. Το λιμάνι της Κεφαλονιάς βρίσκεται στην 9^η θέση.

Εικόνα1.

 ΕΝΩΣΗ ΛΙΜΕΝΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ											
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ 2015 - 2019 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΩΡΑΣ											
α/α	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	2019		2018		2017		2016		2015	
		Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας
1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	622	1.098.091	524	961.632	576	1.055.559	625	1.094.135	621	980.149
2	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	592	980.771	474	749.286	406	620.570	572	783.893	636	791.927
3	ΜΥΚΟΝΟΣ	550	787.490	484	702.256	501	699.304	596	722.517	600	649.914
4	ΚΕΡΚΥΡΑ	420	767.673	413	735.832	410	679.681	481	748.916	407	647.347
5	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	199	413.716	221	468.046	271	567.047	274	505.111	242	459.882
6	ΡΟΔΟΣ	258	308.194	210	237.808	248	274.903	299	314.689	340	342.063
7	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	204	307.043	187	297.929	131	181.693	165	238.780	170	219.805
8	ΧΑΝΙΑ (ΣΟΥΔΑ)	132	265.956	78	139.944	84	128.067	86	147.915	59	96.612
9	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ-ΙΘΑΚΗ	133	259.261	90	144.074	50	61.598	77	85.463	112	149.227
10	ΠΑΤΜΟΣ	156	112.721	124	103.126	136	110.878	147	91.785	192	124.476
11	ΝΑΥΠΛΙΟ	88	34.704	75	57.894	86	29.689	94	51.551	62	46.075
12	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	37	32.500	24	13.616	43	28.972	49	26.560	52	37.762
13	ΣΥΡΟΣ	82	26.748	80	18.071	75	24.543	90	26.403	53	21.986
14	ΜΗΛΟΣ	38	23.641	27	16.667	23	9.222	32	14.735	28	15.394
15	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	20	17.226	17	14.284	17	13.104	29	25.175	8	5.742
16	ΒΟΛΟΣ	22	12.574	27	31.336	9	7.618	46	37.445	57	67.096
17	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ	55	10.107	43	9.154	39	7.742	44	12.904	38	10.391
18	ΣΑΜΟΣ	42	9.674	96	14.737	39	10.008	51	43.659	19	10.893
19	ΓΥΘΕΙΟ	19	9.674	18	8.642	16	6.738	33	13.019	23	10.448
20	ΣΥΜΗ	22	9.386	17	6.669	10	5.580	30	14.206	36	16.728
21	ΚΑΛΑΜΑΤΑ	11	9.288	8	7.281	11	8.020	28	28.132	31	38.549
22	ΙΤΕΑ	45	5.168	35	3.628	74	14.423	92	14.848	83	17.851
23	ΚΩΣ	19	5.150	10	4.153	16	6.451	41	19.222	41	18.277
24	ΠΑΡΟΣ	27	4.871	17	2.476	16	3.916	23	3.127	25	3.679
25	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	6	4.865	5	1.502	4	2.424	23	18.876	35	26.356
26	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	7	3.180	1	260	5	2.482	29	13.923	53	24.894
27	ΚΑΒΑΛΑ	7	2.699	5	1.954	6	3.226	19	6.042	22	12.783
28	ΧΙΟΣ	5	2.328	10	1.766	7	16.445	43	21.933	42	25.229

Συνολικά, ο κρουαζιερόπλοιος τουρισμός αποτελεί πλεονέκτημα για την τοπική κοινότητα, δημιουργώντας πολλά οικονομικά οφέλη. Οι αποβιβάσεις επιβατών ξοδεύουν χρήματα, τα οποία εισέρχονται στην τοπική οικονομία και ταυτόχρονα οι εμπειρίες τους λειτουργούν ως φθηνή ζωντανή δημοσιότητα παγκοσμίως. Οι βιομηχανίες που επωφελούνται περισσότερο από τον κλάδο της κρουαζιέρας είναι οι βιομηχανίες τροφίμων (τρόφιμα και ποτά), ο τομέας των μεταφορών, τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι πολιτιστικές δραστηριότητες (αρχαιολογικοί χώροι, μουσεία κλπ.)

Δεδομένης της ελκυστικότητας της περιοχής ως προορισμού κρουαζιέρας και του γεγονότος ότι οι λιμένες αποτελούν έναν από τους κύριους λόγους για τους οποίους οι τουρίστες επιλέγουν συγκεκριμένες κρουαζιέρες (Brida et al., 2014), πιστεύεται ότι η περιοχή θα παράσχει πολύτιμες πληροφορίες τόσο στους τοπικούς διευθυντές όσο και στις εταιρείες κρουαζιέρας, οι οποίες θα βοηθήσουν στην καλύτερη αξιοποίηση των πολλαπλών πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει ο τομέας αυτός προς την βιωσιμότητα του νησιού, τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο.

Κεφάλαιο 4^ο : Μεθοδολογία της έρευνας

4.1 Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι να εξετάσει ενδελεχώς το ζήτημα του τουρισμού κρουαζιέρας στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Κεφαλονιά. Βασικός στόχος μας είναι μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης αλλά και της εμπειρικής μελέτης:

- να αναλύσουμε το προφίλ των ταξιδιωτών
- να εντοπίσουμε τις μεταβλητές που επηρεάζουν τις αποφάσεις των ταξιδιωτών
- να μελετήσουμε την ικανοποίηση των ταξιδιωτών

Συγκεκριμένα, η εμπειρική μελέτη που θα διεξαχθεί θα περιλαμβάνει αρχικά ερωτήματα που θα αφορούν δημογραφικά χαρακτηριστικά ενώ στη συνέχεια θα υπάρχουν ερωτήσεις σχετικά με τον τουρισμό κρουαζιέρας τις οποίες καλούνται να απαντήσουν οι ερωτηθέντες.

4.2 Το εργαλείο της έρευνας

Για την εξυπηρέτηση του σκοπού της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, επιλέχθηκε ως εργαλείο η χρησιμοποίηση ερωτηματολογίου 18 ερωτήσεων. Έτσι, η επιλογή μας ανάμεσα στις μεθόδους για έρευνα ήταν η ποσοτική μέθοδος. Το πρώτο μέρος έχει να κάνει με γενικές πληροφορίες που αφορούν στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων στην έρευνα. Αυτές οι πληροφορίες, αφορούν το φύλο των ερωτηθέντων, την ηλικία τους, την οικογενειακή κατάσταση και την χώρα προέλευσής τους. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν την τουριστική περίοδο του καλοκαιριού 2019 και πιο συγκεκριμένα την περίοδο μεταξύ 24/04/2019 έως 23/06/2019 στη μαρίνα του Αργοστολίου όπου σταθμεύουν τα κρουαζιερόπλοια. Στην έρευνα πήρανε μέρος 100 άτομα στην πλειοψηφία τους από τα κρουαζιερόπλοια **Costa Riviera** της εταιρίας Costa Cruises κατασκευασμένο το 1999 και ανακαινισμένο το 2014 με αρχικό σταθμό τη Σαρδινία και χωρητικότητας περίπου 1200 ατόμων, το **Marella Celebration** κατασκευασμένο το 1984 και ανακαινισμένο το 2014 με αρχικό σταθμό τη Λεμεσό και τελικό σταθμό το Ντουμπρόβνικ χωρητικότητας περίπου 1200-1350 ατόμων, το **Costa Luminosa** της εταιρίας Costa Cruises κατασκευασμένο το 2008 χωρητικότητας περίπου 2800 ατόμων με αρχικό σταθμό τη Βενετία και ενδιάμεσες στάσεις τα λιμάνια της Κέρκυρας, της Κεφαλονιάς της Κροατίας και τέλος επιστροφή στη Βενετία και το **Costa Victoria** της εταιρίας Costa Cruises κατασκευασμένο το 1996 και ανακαινισμένο το 2007 χωρητικότητας περίπου 1900-2200 ατόμων με αρχικό τη Βενετία και ενδιάμεσες στάσεις τα λιμάνια του Μπάρι, της Κεφαλονιάς, του Πειραιά, της Σαντορίνης, της Ρόδου, της Κροατίας και επιστροφή στο λιμάνι της Βενετίας.

Ο χρόνος που απαιτήθηκε για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν περίπου δέκα λεπτά. Η πλειοψηφία των επιβατών αποφάνθηκε ότι το ερωτηματολόγιο ήταν ευχάριστο, σαφές και κατανοητό. Ωστόσο υπήρξαν αρκετά άτομα που δεν θέλησαν να πάρουν μέρος στην έρευνα καθώς ο χρόνος τους ήταν περιορισμένος καθώς οι περισσότεροι έπρεπε να επιβιαιτούν στα λεωφορεία που τους περίμεναν για τις οργανωμένες εκδρομές.

Στη συνέχεια, προχωρώντας στο επόμενο μέρος του ερωτηματολογίου, οι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν σε δεκατέσσερις ερωτήσεις σχετικά με τις διαδικασίες του τουρισμού κρουαζιέρας. Οι ερωτήσεις ακολούθησαν την κλίμακα Likert, σύμφωνα με την οποία ο ερωτώμενος καλείται να δηλώσει το βαθμό

συμφωνίας ή διαφωνίας του με μια σειρά προτάσεων σχετικών με τη θεματολογία της έρευνας.

Η κλίμακα Likert χρησιμοποιείται για τη συλλογή των αντιλήψεων στάσεων και απόψεων. Αυτή η κλίμακα χρησιμοποιείται συχνά για να κατανοήσουν τις βαθμολογίες των ερωτηθέντων και τα επίπεδα συμφωνίας με το θέμα. Οι απαντήσεις μπορούν να προσφερθούν σε διαφορετικά επίπεδα μέτρησης. Στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι καλύτερο να υπάρχει μία ουδέτερη απάντηση για εκείνους τους χρήστες που ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν.

Ως τεχνική συλλογής δεδομένων επιλέχτηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα μελέτη απαρτίζεται από 2 μέρη. Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από 4 ερωτήσεις αναφορικά με τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση και χώρα προέλευσης). Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από 14 ερωτήσεις οι οποίες έχουν ως στόχο τη διερεύνηση του τουρισμού κρουαζιέρα στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου αναλύθηκαν με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.

4.3 Στατιστική Ανάλυση

Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων της έρευνας έγινε με τη χρήση του στατιστικού πακέτου “SPSS 23.0 for Windows”, εφαρμόζοντας τη μέθοδο της περιγραφικής στατιστικής. Η περιγραφική ανάλυση περιλάμβανε την κατανομή συχνοτήτων των ποιοτικών μεταβλητών (απόλυτη και σχετική % συχνότητα) και εκτιμήσεις των παραμέτρων θέσης και διασποράς των ποσοτικών μεταβλητών (μέση τιμή, διάμεσος τιμή, σταθερή απόκλιση, ελάχιστη και μέγιστη τιμή). Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι συνολικά δόθηκαν και απαντήθηκαν 100 ερωτηματολόγια από ταξιδιώτες σε διάφορα κρουαζιερόπλοια που είχαν ως προορισμό την Κεφαλονιά.

4.4 Αξιοπιστία Ερωτηματολογίου

Στο πίνακα 1 φαίνονται η αξιοπιστία και τα περιγραφικά στατιστικά μέτρα των διαστάσεων του ερωτηματολογίου του δείγματος μελέτης. Η αξιοπιστία εσωτερικής συνοχής της Κλίμακας εκτιμήθηκε με το συντελεστή Cronbach's Alpha. Τιμή του

συντελεστή α μεγαλύτερη του 0,70 χαρακτηρίζει ως πολύ καλή την αξιοπιστία των ερωτήσεων μιας κλίμακας.

Από τον έλεγχο του Cronbach's Alpha που πραγματοποιήθηκε, προέκυψε ότι για το σύνολο των ερωτήσεων, η τιμή ανήλθε σε 0.756 (Πίνακας 1 Cronbach's Alpha) γεγονός που δηλώνει ότι είναι αρκετά ικανοποιητικό το αποτέλεσμα καθώς σύμφωνα με παλαιότερες έρευνες μία τιμή μεγαλύτερη του 0.70 υποδηλώνει αξιοπιστία του ερωτηματολογίου. Επιπλέον, σε ότι έχει να κάνει με τις επιμέρους τιμές του συγκεκριμένου δείκτη για κάθε ερώτηση διαπιστώνεται ότι η τιμή σε όλες τις περιπτώσεις είναι μεγαλύτερη από το 0,7.

Πίνακας 1-Cronbach's Alpha

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items			
,756	12			
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
<i>Με ποιο κρουαζιερόπλοιο ταξιδεύετε</i>	31,96	9,615	,049	,832
<i>Πως ταξιδεύετε</i>	31,68	8,018	,479	,775
<i>Πόσες μέρες συνολικά διαρκεί η κρουαζιέρα σας</i>	31,36	8,374	,252	,761
<i>Σε ποια θέση ταξιδεύετε</i>	31,83	7,650	,439	,715
<i>Ποια απάντηση σας αντιπροσωπεύει καλύτερα</i>	31,64	8,596	,323	,701
<i>Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Κεφαλονιά</i>	31,81	8,923	,294	,713
<i>Η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας</i>	31,66	8,893	,292	,752

<i>για την επιλογή της κρουαζιέρας σας</i>				
<i>Ποια μέρη επισκεφτήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά</i>	31,71	9,650	,222	,710
<i>Ποια είναι η συνολική σας εντύπωση για την Κεφαλονιά</i>	31,69	9,206	,239	,730
<i>Ποιοι παράγοντες ήταν ποιοι σημαντικοί για εσάς για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα</i>	31,77	9,310	,275	,753
<i>Πόσα ξοδέψατε για υπηρεσίες και αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο</i>	30,12	8,346	,213	,712
<i>Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιου</i>	31,90	8,983	,242	,786

4.5 Εμπειρικά αποτελέσματα περιγραφικής ανάλυσης

1) Φύλο

Στον πίνακα 2 που ακολουθεί, παρουσιάζεται το φύλο των ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Συνολικά παρατηρούμε ότι 41 άτομα είναι γυναίκες, ενώ 59 άτομα είναι άντρες.

Πίνακας 2-Φύλο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	41	41,0	41,0	41,0
	Αντρας	59	59,0	59,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

2) Ηλικία

Προχωρώντας στον επόμενο πίνακα, αναλύουμε τα αποτελέσματα από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά την ηλικία των ατόμων. Αναλυτικότερα, διαπιστώνουμε ότι το 15% ανήκει στην κατηγορία μεταξύ 18-25 ετών, 33 άτομα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 26-45 ενώ μόλις 11 άτομα ανήκουν στην κατηγορία των 66 ετών και άνω. Τέλος, διαπιστώνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό και συγκεκριμένα το 41% ανήκει στην κατηγορία 46-65 ετών.

Πίνακας 3-Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	15	15,0	15,0	15,0
	26-45	33	33,0	33,0	48,0
	46-65	41	41,0	41,0	89,0
	66+	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

3) Χώρας προέλευσης

Στη συνέχεια, ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τα αποτελέσματα από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά την χώρα προέλευσης των ατόμων.

Συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι 52 από τους συμμετέχοντες στην έρευνα προέρχονται από την Ελλάδα, ενώ 48 άτομα προέρχονται από το εξωτερικό.

Πίνακας 4-Χώρα προέλευσης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ελλάδα	52	52,0	52,0	52,0
	Εξωτερικό	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

4) Κρουαζιερόπλοιο

Προχωρώντας την ανάλυσή μας, ο πίνακας 5 παρουσιάζει τα αποτελέσματα σχετικά με το κρουαζιερόπλοιο που χρησιμοποίησαν οι τουρίστες. Παρατηρούμε ότι 13 άτομα ταξίδεψαν με το κρουαζιερόπλοιο Costa Luminosa , 28 με το κρουαζιερόπλοιο Costa no Riviera, 24 με το Costa Victoria, 21 με το Marella Celebration, ενώ υπάρχουν και 14 συμμετέχοντες στην έρευνα που δηλώνουν ότι χρησιμοποίησαν κάποιο άλλο κρουαζιερόπλοιο.

Πίνακας 5-Κρουαζιερόπλοιο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άλλο	14	14,0	14,0	14,0
	Costa Luminosa	13	13,0	13,0	27,0
	Costa no Riviera	28	28,0	28,0	55,0
	Costa Victoria	24	24,0	24,0	79,0
	Marella Celebration	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

5) Οικογενειακή κατάσταση

Στη συνέχεια, ο πίνακας 6 που ακολουθεί απεικονίζει τα αποτελέσματα της έρευνας, αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων. Αναλυτικότερα, παρατηρούμε ότι το 30% δηλώνει ότι δεν είναι παντρεμένοι, ενώ το μεγαλύτερο

ποσοστό και συγκεκριμένα το 64% δηλώνει ότι είναι παντρεμένοι. Τέλος, μόλις 6 άτομα υποστηρίζουν πως είναι διαζευγμένοι.

Πίνακας 6-Οικογενειακή κατάσταση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	30	30,0	30,0	30,0
	Διαζευγμένος/ η	6	6,0	6,0	36,0
	Έγγαμος/η	64	64,0	64,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

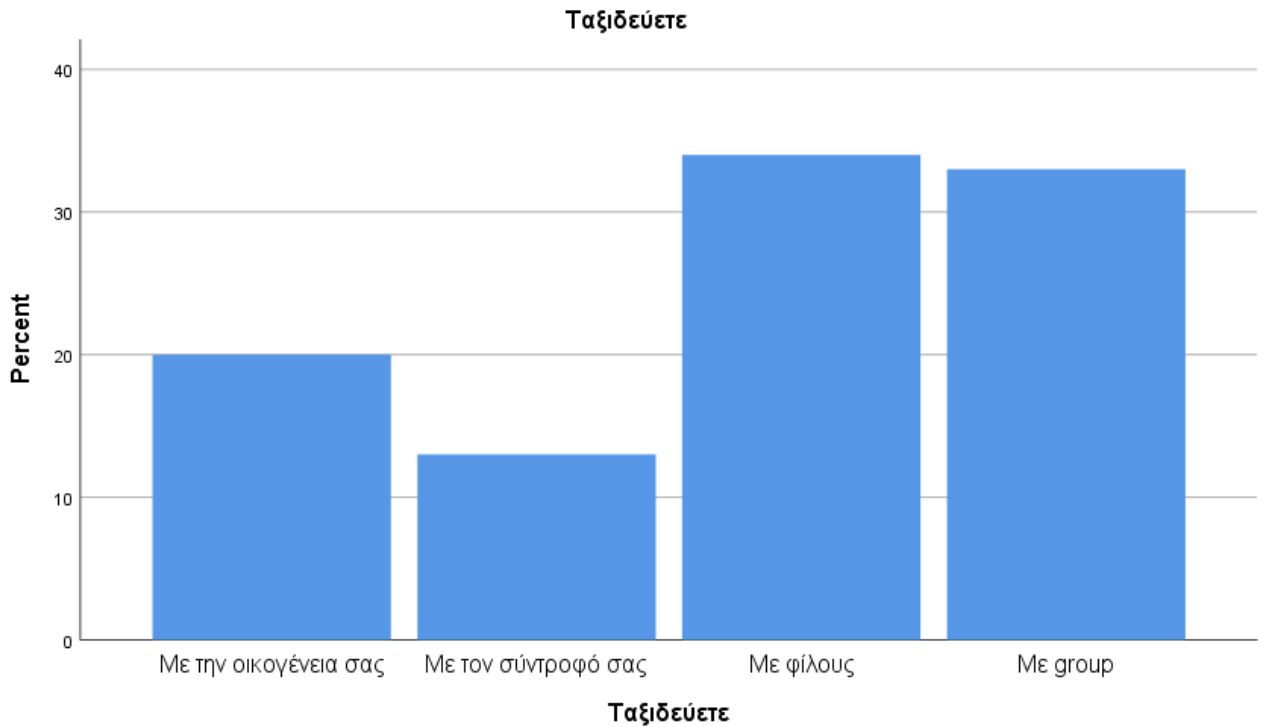
6) Πως ταξιδεύετε

Στον πίνακα 7 που ακολουθεί αλλά και στο διάγραμμα 1 αποτυπώνονται οι απαντήσεις στην ερώτηση “ Πως ταξιδεύετε”. Με βάση τις απαντήσεις διαπιστώνεται ότι το 20% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ταξιδεύει με την οικογένεια ενώ το 13% ταξιδεύει μαζί με τον σύντροφο. Τα μεγαλύτερα ποσοστά ωστόσο τα εντοπίζουμε στις απαντήσεις ότι ταξιδεύουν με φίλους και με group, με αντίστοιχα ποσοστά 34% και 33%.

Πίνακας 7-Πως ταξιδεύετε

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Με την οικογένεια σας	20	20,0	20,0	20,0
	Με τον σύντροφό σας	13	13,0	13,0	33,0
	Με φίλους	34	34,0	34,0	67,0
	Με group	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 1-Πως ταξιδεύετε



7) Πόσες μέρες διαρκεί η κρουαζιέρα

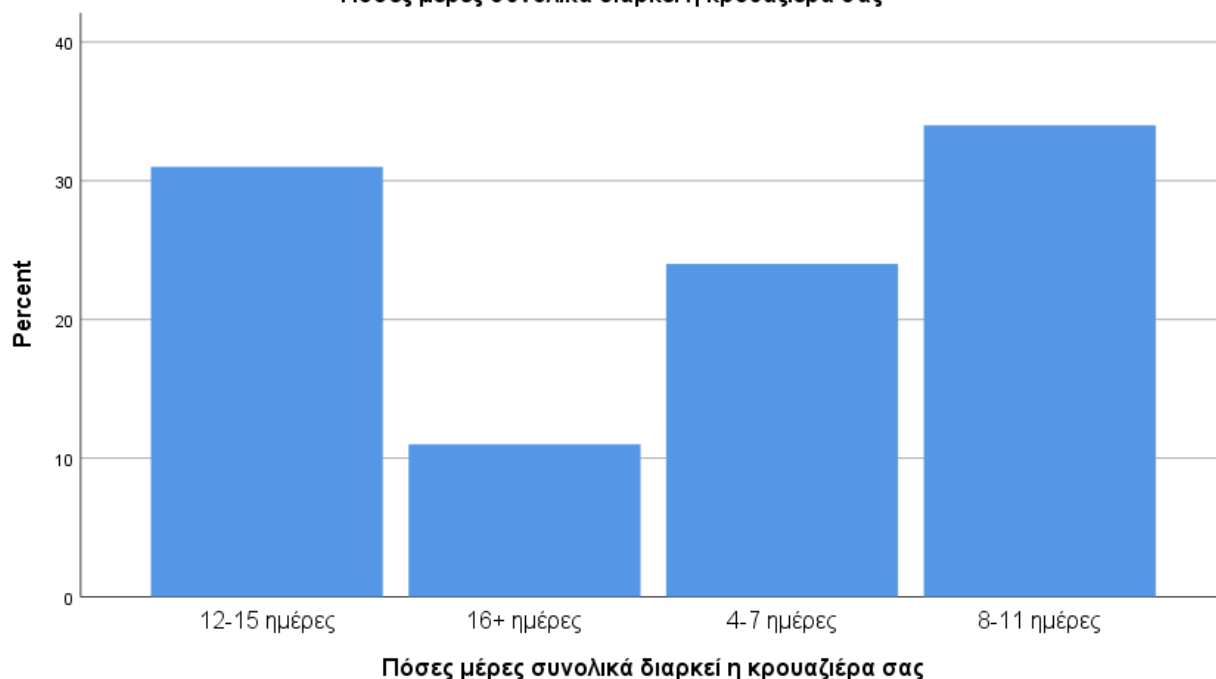
Στον πίνακα 8 που ακολουθεί αλλά και στο διάγραμμα 2 απεικονίζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση “ Πόσες μέρες συνολικά διαρκεί η κρουαζιέρα σας”. Με βάση τις απαντήσεις, παρατηρούμε ότι το 31% ταξιδεύει για 12-15 μέρες, το 11% για 16 μέρες και άνω ενώ 24 άτομα ταξιδεύουν για 4-7 μέρες. Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό με 34% το παρατηρούμε στην κατηγορία 8-11 ημέρες.

Πίνακας 8-Πόσες μέρες διαρκεί η κρουαζιέρα σας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-15 ημέρες	31	31,0	31,0	31,0
	16+ ημέρες	11	11,0	11,0	42,0
	4-7 ημέρες	24	24,0	24,0	66,0
	8-11 ημέρες	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 2-Πόσες μέρες διαρκεί η κρουαζιέρα σας

Πόσες μέρες συνολικά διαρκεί η κρουαζιέρα σας



8) Σε ποια θέση ταξιδεύετε

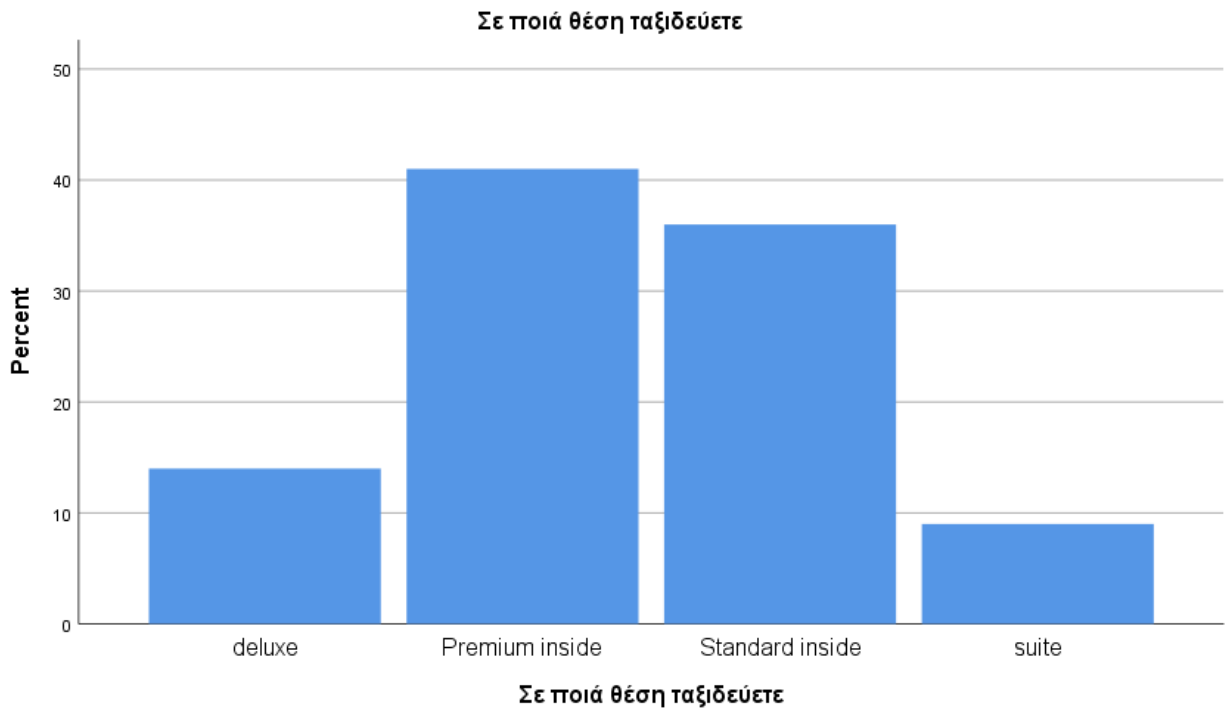
Προχωρώντας στην ανάλυσή μας, ο πίνακας 9 που ακολουθεί αλλά και στο διάγραμμα 3 απεικονίζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση “ Σε ποια θέση ταξιδεύετε”. Αναλύοντας τις απαντήσεις, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 41% ταξιδεύει Premium inside ενώ το μικρότερο ποσοστό με 9% ταξιδεύει σε suite. Επίσης, 36 άτομα ταξιδεύουν σε θέση Standard inside και 14 άτομα σε deluxe κατηγορία. Από όλα τα παραπάνω λοιπόν, διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες δεν επιλέγουν τις ακριβές και πολυτελείς κατηγορίες για να ταξιδέψουν.

Πίνακας 9-Σε ποια θέση ταξιδεύετε

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	deluxe	14	14,0	14,0	14,0
	Premium inside	41	41,0	41,0	55,0

Standard inside	36	36,0	36,0	91,0
suite	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 3-Σε ποια θέση ταξιδεύετε



9) Ποια από τις παρακάτω απαντήσεις σας αντιπροσωπεύει καλύτερα

Συνεχίζοντας στην ανάλυσή μας, ο πίνακας 10 που ακολουθεί αναλύει τις απαντήσεις στην ερώτηση “Ποια από τις παρακάτω απαντήσεις σας αντιπροσωπεύει καλύτερα”. Εξετάζοντας τις απαντήσεις, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 50% δηλώνει ότι έχει πραγματοποιήσει ξανά κρουαζιέρα, ενώ το μικρότερο ποσοστό με 5% υποστηρίζει ότι έχει έρθει στην Ελλάδα μόνο για κρουαζιέρα. Επίσης, 22 συμμετέχοντες, δηλώνουν ότι είναι η πρώτη φορά που πραγματοποιούν μία κρουαζιέρα, 23 άτομα υποστηρίζουν ότι έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα.

Πίνακας 10- Ποια από τις παρακάτω απαντήσεις σας αντιπροσωπεύει καλύτερα

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Έχω επισκεφθεί την Ελλάδα ξανά	23	23,0	23,0	23,0
Είναι η πρώτη φορά που πραγματοποιώ κρουαζιέρα	22	22,0	22,0	45,0
Έχω έρθει στην Ελλάδα μόνο για κρουαζιέρα	5	5,0	5,0	50,0
Έχω πραγματοποιήσει πάλι κρουαζιέρα	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

10) Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Κεφαλονιά

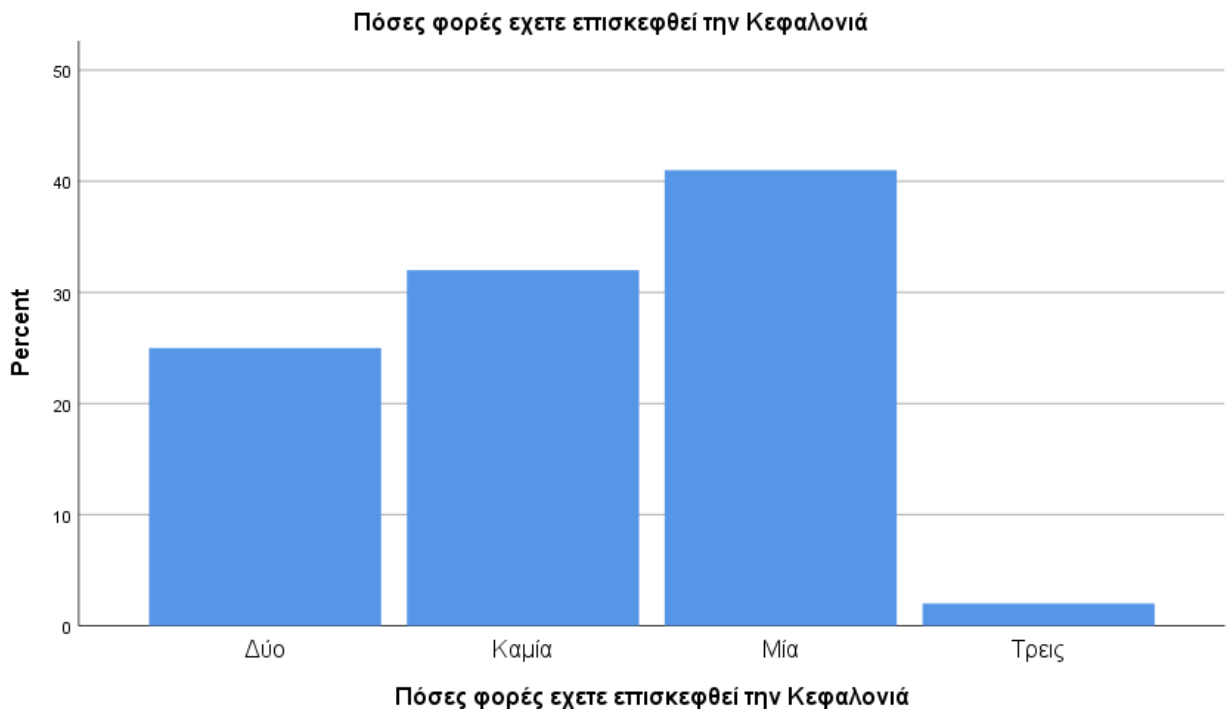
Στη συνέχεια, τόσο ο πίνακας 11 όσο και το διάγραμμα 4 αναλύουν τις απαντήσεις στην ερώτηση ‘‘Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Κεφαλονιά’’. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε, ότι 41 άτομα δηλώνουν ότι έχουν επισκεφτεί μόλις μία φορά την Κεφαλονιά, 32 συμμετέχοντες λένε ότι είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται την Κεφαλονιά. Επιπλέον, 25 άτομα υποστηρίζουν ότι είναι η δεύτερη φορά που επισκέπτονται το συγκεκριμένο νησί ενώ μόλις 2 άτομα λένε ότι είναι η Τρίτη φορά που επισκέπτονται την Κεφαλονιά.

Πίνακας 11- Πόσες φορές έχετε επισκεφτεί την Κεφαλονιά

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δύο	25	25,0	25,0
	Καμία	32	32,0	57,0
	Μία	41	41,0	98,0
	Τρεις	2	2,0	100,0

Total	100	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Διάγραμμα 4- Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί την Κεφαλονιά



11) Η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας για την επιλογή της κρουαζιέρας

Προχωρώντας στον πίνακα 12 παρατηρούμε ότι 59 άτομα δηλώνουν ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με την άποψη ότι η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας για την επιλογή της κρουαζιέρας. Επιπλέον, το 36% υποστηρίζει ότι συμφωνεί με την συγκεκριμένη άποψη και επομένως, το νησί της Κεφαλονιάς έχει επηρεάσει σημαντικά την απόφασή τους για την επιλογή της κρουαζιέρας. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι μόλις 5 άτομα, λένε ότι διαφωνούν με την συγκεκριμένη άποψη ότι δηλαδή η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας για την πραγματοποίηση της κρουαζιέρας.

Πίνακας 12- Η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας για την επιλογή της κρουαζιέρας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	διαφωνώ	5	5,0	5,0	5,0
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	59	59,0	59,0	64,0
	Συμφωνώ	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

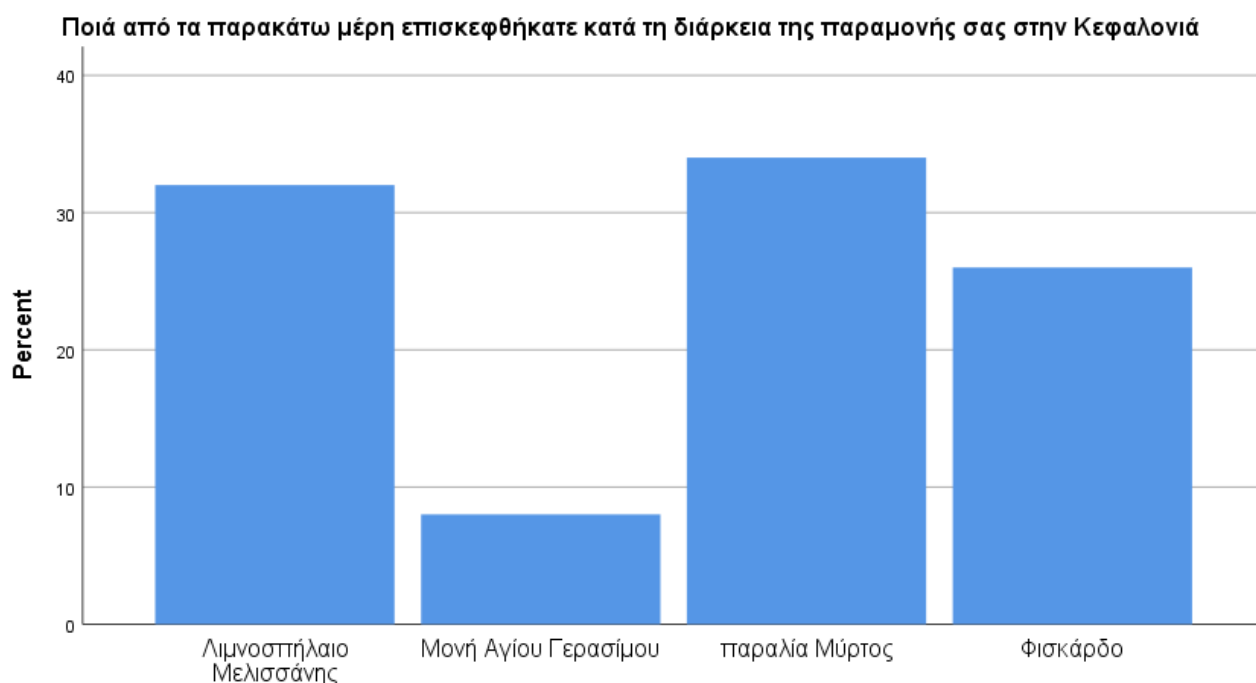
12) Ποιο από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά

Στη συνέχεια, τόσο ο πίνακας 13 όσο και το διάγραμμα 5 παρουσιάζουν τα αποτελέσματα σχετικά με την ερώτηση “ Ποιο από τα παρακάτω μέρη επισκεφτήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά. Παρατηρούμε ότι 32 άτομα επισκεφτήκαν το Λιμνοσπήλαιο Μελισσάνης, 34 άτομα την παραλία Μύρτος, 26 άτομα το Φισκάρδο και μόλις 8 άτομα τη Μονή Αγίου Γερασίμου.

Πίνακας 13- Ποιο από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Λιμνοσπήλαιο Μελισσάνης	32	32,0	32,0	32,0
	Μονή Αγίου Γερασίμου	8	8,0	8,0	40,0
	παραλία Μύρτος	34	34,0	34,0	74,0
	Φισκάρδο	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 5- Ποιο από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά



Ποιά από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά

13) Ποια είναι η συνολική σας εντύπωση για την Κεφαλονιά

Προχωρώντας στον πίνακα 14 και αναλύοντας τις απαντήσεις στην ερώτηση ‘‘ Ποια είναι η συνολική σας εντύπωση για την Κεφαλονιά’’, διαπιστώνουμε ότι το 74% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι είναι καλύτερη από την αναμενόμενη ενώ μόλις 4 άτομα υποστηρίζουν ότι είναι χειρότερη από την αναμενόμενη.

Πίνακας 14- Ποια είναι η συνολική σας εντύπωση για την Κεφαλονιά

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	αδιάφορη	22	22,0	22,0	22,0
	καλύτερη από την αναμενόμενη	74	74,0	74,0	96,0
	χειρότερη από την αναμενόμενη	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

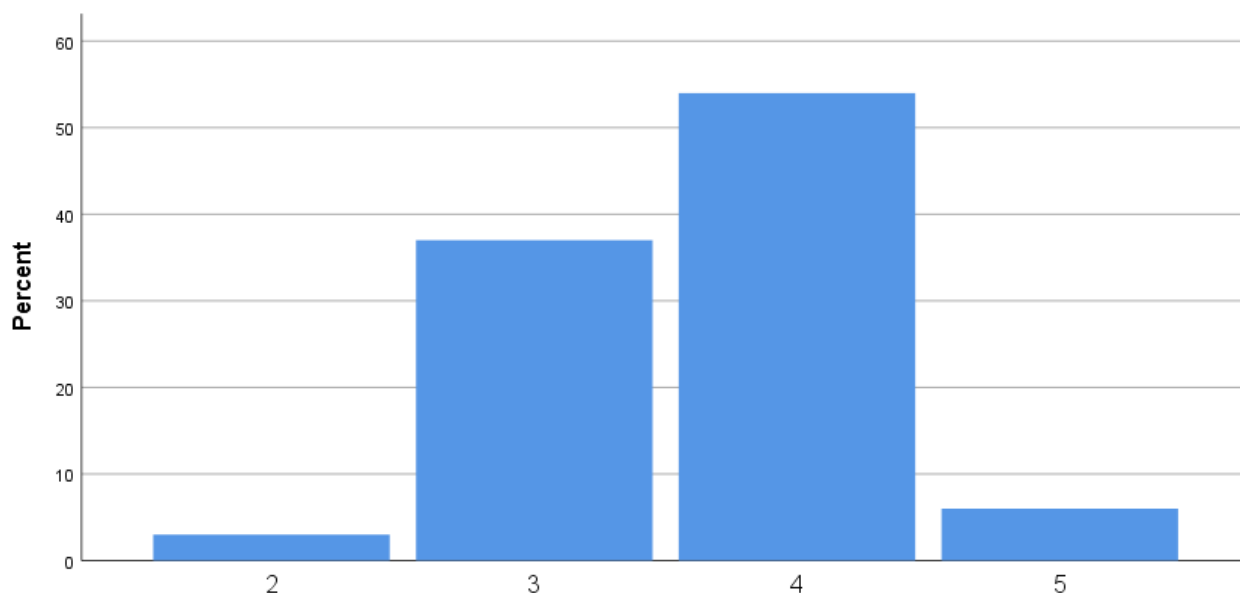
14) Ο παράγοντας να δω όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

Στη συνέχεια, ο πίνακας 15 και το διάγραμμα 6, παρουσιάζουν τις απαντήσεις αναφορικά με την ερώτηση, “ Ο παράγοντας να δω όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα”. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν, φανερώνουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 54% υποστηρίζει ότι ο συγκεκριμένος παράγοντας ήταν πολύ σημαντικός. 37 άτομα δηλώνουν ότι ήταν αρκετά σημαντικός, ενώ μόλις 3 συμμετέχοντες πιστεύουν ότι είναι λίγο σημαντικός και 6 άτομα ότι είναι πάρα πολύ σημαντικός. Συνεπώς, από όλα τα προαναφερθέντα γίνεται αντιληπτό ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες θέλουν αν δουν όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά.

Πίνακας 15- Ο παράγοντας να δω όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 - Λίγο σημαντικός	3	3,0	3,0	3,0
	3- Αρκετά σημαντικός	37	37,0	37,0	40,0
	4- Πολύ σημαντικός	54	54,0	54,0	94,0
	5 -Πάρα πολύ σημαντικός	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 6- Ο παράγοντας να δω όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα



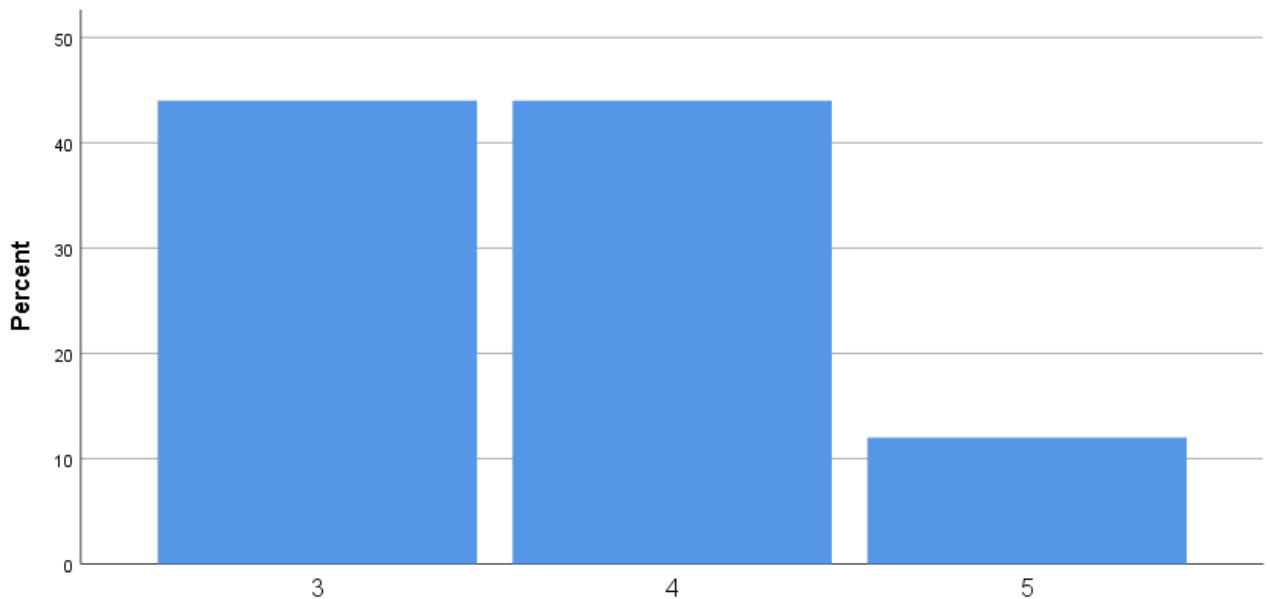
15) Ο παράγοντας μεγαλύτερη κατά το δυνατό παραμονή σε κάθε νησί έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

Στη συνέχεια, ο πίνακας 16 και το διάγραμμα 7 παρουσιάζουν τις απαντήσεις αναφορικά με την ερώτηση, “ Ο παράγοντας μεγαλύτερη κατά το δυνατό παραμονή σε κάθε νησί έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα”. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν, φανερώουν ότι το 44 άτομα υποστηρίζουν ότι είναι αρκετά σημαντικός παράγοντας και ομοίως άλλα 44 άτομα δηλώνουν ότι είναι πολύ σημαντικός παράγοντας. Επίσης, 12 άτομα απάντησαν ότι είναι πάρα πολύ σημαντικός παράγοντας. Συνεπώς, από όλα τα προαναφερθέντα γίνεται αντιληπτό ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες θέλουν να διαρκεί όσο το δυνατόν περισσότερο η κρουαζιέρα τους.

Πίνακας 16- Ο παράγοντας μεγαλύτερη κατά το δυνατό παραμονή σε κάθε νησί έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-Αρκετά σημαντικός	44	44,0	44,0	44,0
	4 - Πολύ σημαντικός	44	44,0	44,0	88,0
	5- Πάρα πολύ σημαντικός	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 7- Ο παράγοντας μεγαλύτερη κατά το δυνατό παραμονή σε κάθε νησί έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα



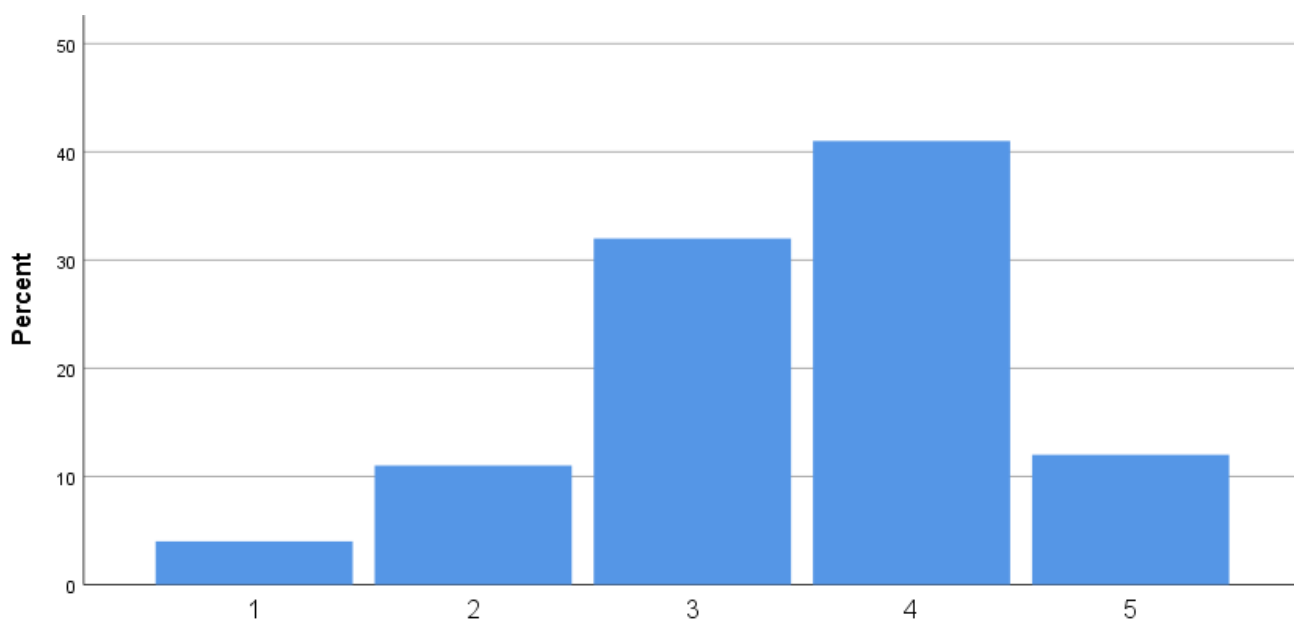
16) Ο παράγοντας επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και σε άλλα αξιοθέατα έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

Στη συνέχεια, ο πίνακας 17 και το διάγραμμα 8 απεικονίζουν τις απαντήσεις σχετικά με την ερώτηση, “ Ο παράγοντας επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και σε άλλα αξιοθέατα έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα”. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν, φανερόνουν ότι 4 άτομα θεωρούν πολύ σημαντικό το να υπάρχουν αξιοθέατα στο μέρος που θα επισκεφθούν. 32 συμμετέχοντες υποστηρίζουν ότι είναι αρκετά σημαντικός παράγοντας ενώ 12 άτομα θεωρούν ότι είναι πολύ σημαντικός. Τέλος, 11 άτομα πιστεύουν ότι είναι λίγο σημαντικός και 4 άτομα θεωρούν ότι δεν είναι καθόλου σημαντικός. Συνεπώς, συμπεραίνουμε ότι η ύπαρξη αξιοθέατων επηρεάζει την απόφαση των περισσότερων ατόμων για το μέρος που επρόκειτο να επισκεφθούν.

Πίνακας 17- Ο παράγοντας επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και σε άλλα αξιοθέατα έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1- Καθόλου σημαντικός	4	4,0	4,0	4,0
	2-Λίγο σημαντικός	11	11,0	11,0	15,0
	3- Αρκετά σημαντικός	32	32,0	32,0	47,0
	4- Πολύ σημαντικός	41	41,0	41,0	88,0
	5- Πάρα πολύ σημαντικός	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 8- Ο παράγοντας επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και σε άλλα αξιοθέατα έχει επηρεάσει την απόφασή σας για την συγκεκριμένη κρουαζιέρα



17) Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο

Στη συνέχεια, ο πίνακας 18 και το διάγραμμα 9 απεικονίζουν τις απαντήσεις σχετικά με την ερώτηση, “Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο”. Με βάση τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει διαπιστώνουμε ότι 40 άτομα έχουν ξοδέψει από 101-150 ευρώ, 36 άτομα έχουν ξοδέψει 51-100 ευρώ ενώ μόλις 4 άτομα φαίνεται να έχουν δαπανήσει περισσότερα από 201 ευρώ για αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο. Επίσης, 9 από τους συμμετέχοντες δηλώνουν ότι έχουν δαπανήσει από 151-200 ευρώ για αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο. Συνεπώς, από όλα τα προηγούμενα, διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των επιβατών έχει δαπανήσει από 51-150 ευρώ σε αγορές και σε υπηρεσίες πάνω στο κρουαζιερόπλοιο.

Πίνακας 18- Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	101-150	40	40,0	40,0	40,0
	151-200	9	9,0	9,0	49,0
	201 και πάνω	4	4,0	4,0	53,0
	51-100	36	36,0	36,0	89,0
	Έως 50	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 9- Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο



18) Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο

Προχωρώντας την ανάλυσή μας, ο πίνακας 19 και το διάγραμμα 10 απεικονίζουν τις απαντήσεις σχετικά με την ερώτηση, “Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιο”. Με βάση τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει παρατηρούμε ότι 37 άτομα έχουν ξοδέψει από 101-150 ευρώ, 33 άτομα έχουν ξοδέψει 51-100 ευρώ ενώ μόλις 4 άτομα φαίνεται να έχουν δαπανήσει περισσότερα από 201 ευρώ για αγορές σε ελληνικά λιμάνια προσέγγισης. Επίσης, 8 από τους συμμετέχοντες δηλώνουν ότι έχουν δαπανήσει από 151-200 ευρώ για αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης. Συνεπώς, από όλα τα προηγούμενα, διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των επιβατών έχει δαπανήσει από 51-150 ευρώ σε αγορές και σε υπηρεσίες στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιο.

Πίνακας 19- Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	101-150	37	37,0	37,0	37,0
	151-200	8	8,0	8,0	45,0
	201 και πάνω	4	4,0	4,0	49,0
	51-100	33	33,0	33,0	82,0
	Έως 50	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Διάγραμμα 10- Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιου



Κεφάλαιο 5^ο Συμπεράσματα- Προτάσεις για βελτίωση

Η κρουαζιέρα είναι ένας από τους σημαντικότερους αναπτυξιακούς τομείς στην αγορά τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια, η αγορά κρουαζιερόπλοιων έχει σημειώσει τεράστια αύξηση στον αριθμό των επιβατών, ενώ όλο και περισσότεροι νέοι προορισμοί κρουαζιέρας αναδύονται. Αυτή η αύξηση έχει οδηγήσει σε ζήτηση για πολύ μεγάλα κρουαζιερόπλοια. Τα σημερινά κρουαζιερόπλοια έχουν σχεδιαστεί για λειτουργικότητα, λαμβάνοντας υπόψη την επιθυμητή αγορά-στόχο.

Παρόλο που οι εταιρείες κρουαζιέρας καταβάλλουν προσπάθειες για την αύξηση της προβολής του ασφαλούς προφίλ του κρουαζιερόπλοιου, υπάρχουν πολλές προκαταλήψεις κατά του κρουαζιερόπλοιου, λόγω των σημαντικών αρνητικών επιπτώσεων των κρουαζιερόπλοιων στο περιβάλλον υποδοχής. Ο αντίκτυπος στον προορισμό και η πίεση στην τοπική κουλτούρα εξαιτίας του εσωτερικού χρόνου

επισκέψεων μεγάλου αριθμού επιβατών είναι μόνο ένας από τους βασικούς παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη.

Οι επιβάτες κρουαζιέρας ενδιαφέρονται για την τουριστική εμπειρία τους, ενώ οι εταιρείες κρουαζιέρας καταβάλλουν σημαντικές προσπάθειες για την κατασκευή κρουαζιερόπλοιων που έχουν σχεδιαστεί για να ανταποκριθούν στις προσδοκίες τους. Η εμπειρία της κρουαζιέρας ενσαρκώνει μια σειρά από ισχυρά κίνητρα: συχνά θεωρείται ότι είναι ασφαλής, κοινωνική, φιλική προς τον πελάτη και προσανατολισμένη στις υπηρεσίες. Οι αντιλήψεις των επιβατών για ποιότητα και αξία οδηγούν σε ικανοποίηση, γεγονός που αναπόφευκτα οδηγεί στην πρόθεσή τους να πραγματοποιήσουν ξανά μια κρουαζιέρα.

Στην έρευνα που πραγματοποιήσαμε σχετικά με τον τουρισμό κρουαζιέρας στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο νησί της Κεφαλονιάς καταλήξαμε στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Το 31% ταξιδεύει για 12-15 μέρες, το 11% για 16 μέρες και άνω ενώ 24 άτομα ταξιδεύουν για 4-7 μέρες. Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό με 34% το παρατηρούμε στην κατηγορία 8-11 ημέρες.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των ταξιδιωτών ταξιδεύουν με φίλους και με group, με αντίστοιχα ποσοστά 34% και 33%.
- Οι περισσότεροι ερωτηθέντες δεν επιλέγουν τις ακριβές και πολυτελείς κατηγορίες για να ταξιδέψουν.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό με 50% δηλώνει ότι έχει πραγματοποιήσει ξανά κρουαζιέρα, ενώ το μικρότερο ποσοστό με 5% υποστηρίζει ότι έχει έρθει στην Ελλάδα μόνο για κρουαζιέρα.
- Επίσης, 22 συμμετέχοντες, δηλώνουν ότι είναι η πρώτη φορά που πραγματοποιούν μία κρουαζιέρα, 23 άτομα υποστηρίζουν ότι έχουν επισκεφτεί ξανά την Ελλάδα.
- Επιπλέον, το 36% υποστηρίζει ότι συμφωνεί με την άποψη ότι το νησί της Κεφαλονιάς έχει επηρεάσει σημαντικά την απόφασή τους για την επιλογή της κρουαζιέρας.
- Σχετικά με τα μέρη που επισκέφθηκαν οι τουρίστες στην Κεφαλονιά, παρατηρούμε ότι 32 άτομα επισκεφτήκαν το Λιμνοσπήλαιο Μελισσάνης, 34

άτομα την παραλία Μύρτος, 26 άτομα το Φισκάρδο και μόλις 8 άτομα τη Μονή Αγίου Γερασίμου.

- Επίσης, διαπιστώνουμε ότι το 74% των συμμετεχόντων δηλώνει ότι η άποψη για την Κεφαλονιά είναι καλύτερη από την αναμενόμενη ενώ μόλις 4 άτομα υποστηρίζουν ότι είναι χειρότερη από την αναμενόμενη.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό με 54% υποστηρίζει ότι οι ταξιδιώτες θέλουν αν δουν όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά.
- Επίσης, γίνεται αντιληπτό ότι οι περισσότεροι ταξιδιώτες θέλουν να διαρκεί όσο το δυνατόν περισσότερο η κρουαζιέρα τους.
- Επιπλέον, συμπεραίνουμε ότι η ύπαρξη αξιοθέατων επηρεάζει την απόφαση των περισσότερων ατόμων για το μέρος που επρόκειτο να επισκεφθούν.
- Σχετικά με το χρηματικό ποσό που δαπανούν οι ταξιδιώτες για υπηρεσίες και αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των επιβατών έχει δαπανήσει από 51-150 ευρώ σε αγορές και σε υπηρεσίες πάνω στο κρουαζιερόπλοιο.
- Τέλος, σε ότι αφορά το χρηματικό ποσό που ξοδεύουν οι ταξιδιώτες για υπηρεσίες και αγορές στα ελληνικά λιμάνια, το χρηματικό ποσό παραμένει ίδιο δηλαδή κυμαίνεται από 51-150 ευρώ.

Ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό στο μεγαλύτερο μέρος του νησί, και η τουριστική περίοδος διαρκεί έξι μήνες, από τον Μάιο έως τον Οκτώβριο. Το λιμάνι της πόλης, το Αργοστόλι, υποδέχθηκε ένα αξιόλογο αριθμό επιβατών τα τελευταία εννιά χρόνια, 2010-2019, ζπου χρησιμεύει ως λιμένας κατάστασης όπου τα πλοία σταματούν κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας. Το 2020 αναμένεται να είναι χρονιά ρεκορ για τον τουρισμό κρουαζιέρας. Από όλα τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η Κεφαλονιά έχει μεγάλες δυνατότητες να γίνει μια σημαντική κρουαζιέρα προορισμού. Όμως το λιμάνι της Κεφαλονιάς μπορεί να εξυπηρετήσει μέχρι ένα κρουαζιερόπλοιο την ημέρα καθώς υπάρχουν ελλείψεις όπως η απουσία σταθμών εξυπηρέτησης πελατών. Δεδομένης της άφιξης 187 κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι της Κεφαλονιάς για την τουριστική σεζόν 2020 κρίνεται αναγκαία η αναβάθμιση του λιμανιού του Αργοστολίου, που θα παίζει σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη της κρουαζιέρας.

Ένα από τα συνηθισμένα παράπονα στους αρμόδιους tour operators από πελάτες κρουαζιέρας είναι η τεράστια αναμονή όταν επισκέπτονται το λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης. Η ξενάγηση στο λιμνοσπήλαιο γίνεται με μικρές βάρκες χωρητικότητας 8 ατόμων και διαρκεί 15 λεπτά. Τις ημέρες που υπάρχουν στο λιμάνι δύο κρουαζιερόπλοια υπάρχουν τουλάχιστον δέκα λεωφορεία με οργανωμένες εκδρομές που ακολουθούν όλα το ίδιο πρόγραμμα με αποτέλεσμα όταν φτάνουν στο λιμνοσπήλαιο η αναμονή για την ξενάγηση με τη βάρκα να ξεπερνά πολλές φορές τις δύο ώρες. Οι αρμόδιοι για τα κρουαζιερόπλοια tour operators του νησιού, από τη στιγμή που δεν μπορούν να καθορίσουν την ώρα άφιξης και αναχώρησης του κρουαζιερόπλοιου, θα μπορούσαν να προσαρμόσουν τις στάσεις των οργανωμένων εκδρομών έτσι ώστε να αποφευχθεί η αναμονή το λιμνοσπήλαιο και η δυσαρέσκεια των επισκεπτών.

Η ενίσχυση του brand name του νησιού και η προώθηση των πακέτων διαμονής στα ξενοδοχεία θα μπορούσε να βελτιώσει τη θέση της Κεφαλονιάς όσον αφορά τον τομέα της κρουαζιέρας με αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων στο νησί. Η προβολή του νησιού μπορεί να γίνει σε μεγάλες τουριστικές εκθέσεις που πραγματοποιούνται κάθε χρόνο τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, αλλά και μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που θα λειτουργήσουν πολλαπλασιαστικά στην προσέγγιση νέων επισκεπτών. Σε μία περίοδο οικονομικής ύφεσης της χώρας τουρισμός κρουαζιέρας αποτελεί σημαντικό μέρος των εσόδων του νησιού για το σκοπό αυτό θα πρέπει να υπάρξει μια θετική συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων αρχών, μαζί με ένα αποτελεσματικό σχέδιο δράσης, το οποίο θα προσελκύσει όλο και περισσότερους επισκέπτες.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

Σας παρακαλούμε πολύ όπως συμπληρώσετε το κάτωθι ερωτηματολόγιο, το οποίο θα μας βοηθήσει να αξιοποιήσουμε τις δικές σας εμπειρίες σχετικά με την κρουαζιέρα. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και η συμπλήρωσή του δε θα διαρκέσει πάνω από 10 λεπτά

1. Ποιό είναι το φύλο σας;
α. Αντρας β. Γυναίκα γ. Άλλο
2. Σε ποια ηλικιακή κατηγορία ανήκετε;
α. 18-25 β. 26-45 γ. 46-65 δ. 66+
3. Ποιά είναι η χώρα προέλευσή σας;
α. Ελλάδα β. Εξωτερικό
4. Με ποιο κρουαζιερόπλοιο ταξιδεύετε?
α. Costa no Riviera β. Marella Celebration γ. Costa Luminosa δ. Costa Victoria ε. Άλλο
5. Ποιά είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
α. Άγαμος/η β. Έγγαμος/η γ. Διαζευγμένος/η
6. Ταξιδεύετε
α. Μόνος/η β. Με φίλους γ. Με group δ. Με την οικογένεια σας/ σύντροφό σας
7. Πόσες μέρες συνολικά διαρκεί η κρουαζιέρα σας;
α. 4-7 ημέρες β. 8-11 ημέρες γ. 12-15 ημέρες δ. 16+ ημέρες
8. Σε ποιά θέση ταξιδεύετε;
α. Standard inside β. Premium inside γ. Standard outside δ. premium outside ε. deluxe στ. suite
9. Σημειώστε με X την απάντηση που σας αντιπροσωπεύει.
α. Έχω πραγματοποιήσει πάλι κρουαζιέρα β. Έχω επισκεφθεί την Ελλάδα ξανά γ. Έχω έρθει στην Ελλάδα μόνο για κρουαζιέρα δ. Είναι η πρώτη φορά που πραγματοποιώ κρουαζιέρα

10. Πόσες φορές εχετε επισκεφθεί την Κεφαλονιά;
α. Καμία β. Μία γ. Δύο δ. Τρεις ε. Τέσσερις και πάνω

11. Η Κεφαλονιά ήταν σημαντικός παράγοντας για την επιλογή της κρουαζιέρας σας;
α. διαφωνώ απολύτως β. διαφωνώ γ. Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ δ. Συμφωνώ ε. Συμφωνώ απολύτως

12. Ποιά από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στην Κεφαλονιά;
α. παραλία Μύρτος β. Λιμνοσπήλαιο Μελισσάνης γ. Μονή Αγίου Γερασίμου δ. Οينوποίο Ρομπόλα ε. Φισκάρδο

13. Ποιά είναι η συνολική σας εντύπωση για την Κεφαλονιά;
α. χειρότερη από την αναμενόμενη β. αδιάφορη γ. καλύτερη από την αναμενόμενη

14. Βαθμολογήστε τον παρακάτω παράγοντα αναφορικά με την συγκεκριμένη κρουαζιέρα, κυκλώνοντας από το 5 έως το 1, ανάλογα με το πόσο σημαντικός είναι για εσάς

	Πάρα πολύ σημαντικός	Πολύ σημαντικός	Αρκετά σημαντικός	Λίγο σημαντικός	Καθόλου σημαντικός
Να δώ όσο το δυνατόν περισσότερα νησιά	5	4	3	2	1

15. Βαθμολογήστε τον παρακάτω παράγοντα αναφορικά με την συγκεκριμένη κρουαζιέρα, κυκλώνοντας από το 5 έως το 1, ανάλογα με το πόσο σημαντικός είναι για εσάς

	Πάρα πολύ σημαντικός	Πολύ σημαντικός	Αρκετά σημαντικός	Λίγο σημαντικός	Καθόλου σημαντικός
Μεγαλύτερη κατά το δυνατόν παραμονή σε κάθε νησί	5	4	3	2	1

16. Βαθμολογήστε τον παρακάτω παράγοντα αναφορικά με την συγκεκριμένη κρουαζιέρα, κυκλώνοντας από το 5 έως το 1, ανάλογα με το πόσο σημαντικός είναι για εσάς

	Πάρα πολύ σημαντικός	Πολύ σημαντικός	Αρκετά σημαντικός	Λίγο σημαντικός	Καθόλου σημαντικός
Επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους και	5	4	3	2	1

άλλα αξιοθέατα					
-------------------	--	--	--	--	--

17. Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές πάνω στο κρουαζιερόπλοιο;

Έως 50	51-100	101-150	151-200	201 και πάνω
--------	--------	---------	---------	--------------

18. Πόσα ξοδέψατε σε υπηρεσίες και σε αγορές στα ελληνικά λιμάνια προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιο;

Έως 50	51-100	101-150	151-200	201 και πάνω
--------	--------	---------	---------	--------------

Βιβλιογραφικές αναφορές

Anderson, T. (2005). The cruise ship industry is adapting to evolving security demands. Available at: www.securitymanagement.com/library/000812.

Anon. (2003). Top 10 lines see numbers climb 9% in the first half. Lloyd's Cruise International.

Andriotis, K. and Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), pp. 390-404.

Ardahaey, F. T. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, 6(8), pp. 206-215

Bond, M. (2004). Editorial, *Seatrade Cruise Review Quarterly*. Carnival (2005, January 7 2005), Carnival expected to carry record 500,000 kids in 2004.

Brogen, K. (2004) *Guide (and Pocket Guide) 2004: Ferry, Cruise and Ro-Ro Register Yearbook*. ShipPax Information, Halmstad. Carbone, A. (2003). Customs primary protector of border security. *Manifest – Journal of Australian Customs* 6(2), 3–2

Brida, J. G., Pulina, M., Riaño, E. M. M., and Zapata-Aguirre, S. (2012). Cruise passengers' experience embarking in a Caribbean home port. The case study of Cartagena de Indias. *Ocean and Coastal Management*, 55, pp. 135–145.

Dawson, P. (2000). *Cruise ships: An evolution in design*. London: Conway Maritime Press.

Dervaes, C. (2003). *Selling the sea* (2nd Ed.). New York: Thomson.

Diakomihalis M (2007). Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects. In Pallis A (Eds.). *Maritime Trasport: The Greek Paradigm, Research in Transportation Economics* (pp.423-460). London: Elsevier

Dickinson, B., & Vladimir, A. (1997). *Selling the sea: An inside look at the cruise industry*. New York: Wiley.

Douglas, N., and Douglas, N. (2004). *The cruise experience: Global and regional issues in cruising*. French Forest, Australia: Pearson Education. Royal Caribbean Cruise Lines. *Wisconsin International Law Journal*, 19, 71–93.

Dowling, R. K., & Vasudavan, T. (2000). Cruising in the new millennium. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 17–27.

Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches, *Tourism Management*,

EOT Hellenic Organization of Tourism. (2016). [online] Available at: <http://www.gnto.gov.gr/>

Gibson, P. (2003). Learning, culture, curriculum and college: A social anthropology, Unpublished PhD, University of Exeter, Exeter.

Goldberg, W. A. (2000). Cruise ships, pollution, and international law: The United States takes on.

Hall, D. (2004). Ocean cruising: market dynamics, product responses and onshore impacts. In: Pinder, D. and Slack, B. (Eds) *Shipping and Ports in the 21st Century. Globalization, Technological Change and the Environment*. Routledge, London, pp. 99–130.

Johnson D. (2002). "Environmentally sustainable cruise tourism a reality check" *Marine Policy*.

Klein, R. A. (2002). *Cruise ship blues: The underside of the cruise industry*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers. Spartan Travel (2005). *Cruising styles*. Retrieved 22 March 2005, from <http://spartan.travwell.net/cruises/choosing/style/>

Kefalonia History Retrieved from: <http://www.kefaloniainfo.com/kefaloniaisland/kefaloniahistory/index.html>

Kefalonia: <http://www.greeceheaven.com/el/kefalonia>

Keep Talking Greece. Greece's heavy industry Tourism: 33mln tourists, €16bln revenues in 2018

Retrieved from: <https://www.keeptalkinggreece.com/2019/04/10/33million-tourists-greece-revenues-2018/>

Lekakou M, Pallis A, Vaggelas G (2009). "Which homeport in Europe: the cruise industry's selection criteria," *Tourismos: An International Multidisciplinary*. 4(4):215240

Lekakou M, Tzannatos E (2000). Cruising and sailing: A new tourist product for the Ionian Sea. Essays in Honor of Emeritus Professor M. Raphael, (pp. 475-496). University of Piraeus

Vogel, H. (2001). Travel industry economics: A guide for financial analysis. Cambridge: Cambridge University Press.

Ward, D. (2001). Complete guide to cruising and cruise ships 2002. London: Berlitz Publishing. [31] Ward, D. (2005). Berlitz – Ocean Cruising and Cruise Ships 2005. Berlitz Publishing, London.

White, K. (2004). Cruise line profile: Norwegian cruise line. Cruise Passenger 17, 86–88. [33] Wood, R. E. (2000). Caribbean cruise tourism: Globalization at sea. Annals of Tourism Research, 27(2), 345–370.

World Tourism Organization. (2003). Worldwide Cruise Ship Activity. World Tourism Organization, Madrid.

Zaharatos G, Tsartas P (2008). Τόμος Γ', Τουριστικός Τομέας , Έκδοση για ΕΑΠ

Ηλεκτρονική εφημερίδα για την τουριστική βιομηχανία, E travel news
<https://etravelnews.gr/krouaziera-auxisi-14-3-afixeis-ploion/>

Kefalonia Tours- ΚΑΤΑΒΟΘΡΕΣ

http://www.kefalonia-tours.gr/whattosee/kefalonia_siteseeing/katavothres.php

Kefalonia Island- ΜΟΝΗ ΑΓΙΟΥ ΓΕΡΑΣΙΜΟΥ

<https://kefaloniaisland.org/el/sights/saint-gerasimos-monastery/>

Κεφαλονιά: “Το γραφικό Φισκάρδο με την κοσμοπολίτικη αύρα.”

<https://kefaloniamagazine.gr/lifestyle/kefalonia-to-grafiko-fiskardo-me-tin-kosmopolitiki-ayra-pics-video/>

Νίκος Νέζης Τα Ελληνικά βουνά Γεωγραφική Εγκυκλοπαίδεια Τόμος 1, Α. Η Ελλάδα Β. Η νησιωτική Ελλάδα ,223-224

Το μεγαλύτερο ρωμαϊκό ναυάγιο της Μεσογείου εντοπίστηκε στην Κεφαλονιά

<https://www.cnn.gr/news/kosmos/story/200904/cnni-to-megalytero-nayagio-romaikoy-ploioy-tis-mesogeioy-entopistike-stin-kefalonia>

Τράπεζα της Ελλάδος , Εξελίξεις στο ταξιδιωτικό ισοζύγιο πληρωμών: 2018

<https://www.bankofgreece.gr/enimerosi/grafeio-typoy/anazhthsh-enhmerwsewn/enhmerwseis?announcement=39df63ac-60f8-45b4-8457-071c50a49829>

Οδηγός Κεφαλονιάς – Λιμνοσπήλαιο Μελισσάνης

http://www.gokefalonias.com/gr/attractions/melissani_lake_cave.html

Οδηγός Κεφαλονιάς – Σπήλαιο Δρογκαράτης

http://www.gokefalonias.com/gr/attractions/Drogarati_Cave.html

Σύνδεσμος Τουριστικών Ελληνικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) <https://sete.gr/el/>