



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τίτλος Πτυχιακής Εργασίας:

«Τουρισμός Κρουαζιέρας και οι Προοπτικές Ανάπτυξής του στο Βόρειο Αιγαίο»

Σπουδαστής: Ταράνης Χρήστος (Α.Μ.: 18090)

Εποπτεύων Καθηγητής: Δρ. Παπαθεοδώρου Ανδρέας

Μυτιλήνη, Σεπτέμβριος 2021

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την κυοφορούσα σύζυγο μου Ιωάννα για την αμέριστη συμπαράστασή της όλο αυτό το διάστημα συγγραφής του παρόντος εκπονήματος, το οποίο και αφιερώνω στον ερχόμενο γιο μας, καθώς και την κα Νάνσυ Γεωργοπούλου για την πολύτιμη βοήθειά της.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η εξέταση της υφιστάμενης κατάστασης του τουρισμού κρουαζιέρας στο Βόρειο Αιγαίο και οι προοπτικές ανάπτυξής του. Για το σκοπό αυτό έγινε λεπτομερής ανάλυση των χαρακτηριστικών της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και κατόπιν στρατηγική ανάλυση. Από την έρευνα έγινε γνωστό πως η Περιφέρεια Β. Αιγαίου έχει σημαντικούς ιστορικούς, αρχαιολογικούς, πολιτισμικούς και περιβαλλοντικούς πόρους. Οι λιμενικές υποδομές είναι τα δυνατά της σημεία και οι κυριότερες ευκαιρίες που της παρουσιάζονται είναι η παράταση της τουριστικής περιόδου, η αυξανόμενη ζήτηση για κρουαζιέρα, ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, και η στόχευση σε νέα τμήματα της αγοράς – Ασίας και Αυστραλίας. Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι υψηλή είτε όταν πιέζουν για μείωση των τιμών είτε όταν αποβλέπουν σε αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα δεν υφίσταται αλλά ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις είναι έντονος.

Προτάθηκε η ανάπτυξη να είναι συναρτώμενη με τα εξής: α) προϊόν – π.χ. εκσυγχρονισμός υφισταμένων αεροδρομίων, λιμενικών υποδομών – β) την τιμολογιακή πολιτική – περιορισμός της γραφειοκρατίας – γ) τα κανάλια διανομής – μέσω ιστοσελίδας – και δ) το μίγμα προώθησης και προβολής.

Λέξεις Κλειδιά: τουρισμός κρουαζιέρας, Περιφέρεια Β. Αιγαίου, ανάπτυξη, στρατηγική ανάλυση, υποδομές, προσφορά τουριστικού προϊόντος.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the current state of cruise tourism in the North Aegean and its development prospects. For this purpose, a detailed analysis of the characteristics of the North Aegean Region was performed and then a strategic analysis. The research revealed that the North Aegean Region has significant historical, archaeological, cultural and environmental resources. Port infrastructure is its strong point and the main opportunities presented to it are the extension of the tourist season, the growing demand for cruising, the development of alternative forms of tourism, and the targeting of new market segments - Asia and Australia. The bargaining power of buyers is considered high either when they push for price reductions or when they aim to increase the quality of services provided.

The threat of substitute products does not exist but competition between existing companies is intense.

It was proposed that the development be related to the following: a) product - e.g. modernization of existing airports, port infrastructure - b) pricing policy - reduction of bureaucracy - c) distribution channels - through a website - and d) the mix of promotion and promotion.

Keywords: cruise tourism, North Aegean Region, development, strategic analysis, infrastructure, tourism product offer.

Πίνακας Περιεχομένων

Περίληψη	2
ABSTRACT	3
Κεφάλαιο 1 Εισαγωγή	7
1.1 Αποσαφήνιση Βασικών Όρων	8
1.1.1 Τουρισμός.....	8
1.1.2 Θαλάσσιος Τουρισμός	8
1.1.3 Κρουαζιέρα	9
1.2 Σκοπός Εργασίας και Μεθοδολογία	9
1.3 Σημαντικότητα Θέματος.....	10
1.4 Διάρθρωση Εργασίας	11
ΜΕΡΟΣ Α Θεωρητικό Πλαίσιο	13
Κεφάλαιο 2 Ο Θαλάσσιος Τουρισμός.....	14
2.1 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Θαλάσσιου Τουρισμού	14
2.2 Προβλήματα Θαλάσσιου Τουρισμού	16
2.3 Μορφές Θαλάσσιου Τουρισμού.....	17
Κεφάλαιο 3 Τουρισμός Κρουαζιέρας.....	18
3.1 Ιστορική Αναδρομή.....	18
3.2 Διακρίσεις Κρουαζιέρας.....	20
3.2.1 Παρεχόμενες Υπηρεσίες	20
3.2.2 Κοινωνικοοικονομικά Κριτήρια	22
3.3 Κόστος Κρουαζιέρας	22
Κεφάλαιο 4 ανάπτυξη Κρουαζιέρας	24
4.1 Διεθνές Επίπεδο - Διαχρονική Ανάπτυξη	24
4.2 Κυριότεροι Προορισμοί.....	25

4.3 Κατηγορίες Λιμένων Κρουαζιέρας	25
4.3.1 Ελληνικοί Λιμένες Κρουαζιέρας	26
Κεφάλαιο 5 Θεσμικό πλαίσιο κρουαζιέρας-Καμποτάζ.....	27
Κεφάλαιο 6 Χαρακτηριστικά Επιβατών Κρουαζιέρας	28
6.1 Χαρακτηριστικά Επιβατών Κρουαζιέρας	28
6.2 Διάφορες «Γενιές» Επιβατών	28
6.3 Προέλευση Επιβατών Κρουαζιέρας.....	29
6.4 Επιβάτες Μεσογείου: Προφίλ	29
Κεφάλαιο 7 Τουρισμός Κρουαζιέρας: Τάσεις και εξελίξεις	31
7.1 Εκσυγχρονισμός Κρουαζιερόπλοιων.....	31
7.2 Μεγέθυνση Κρουαζιερόπλοιων	31
7.4 Διαφοροποίηση Προϊόντος.....	32
7.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	32
7.6 Κανάλια Διανομής	33
Κεφάλαιο 8 Τουρισμός Κρουαζιέρας και Επιπτώσεις	34
8.1 Οικονομικές Επιπτώσεις.....	34
8.2 Τοπικές Κοινωνίες	34
8.3 Περιβαλλοντικές	35
8.4 Ανθρωπογενές Περιβάλλον	35
8.5 Τουριστικό Τομέα	35
ΜΕΡΟΣ Β ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ : ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	36
Κεφάλαιο 9 Β. Αιγαίο : Τουριστικός Προορισμός	37
9.1 Γενικά Χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου.....	37
9.2 Πληθυσμός – Απασχόληση - Ανεργία - ΑΕΠ.....	39
9.3 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	44
9.3.1 Φυσικοί και Περιβαλλοντικοί Πόροι Τουριστικής Έλξης	45

9.3.2 Πολιτιστικοί και Ιστορικοί Πόροι	49
9.3.3 Ανθρωπογενείς Πόροι.....	51
9.3.4 Γενικές Τουριστικές Υποδομές και Υπηρεσίες	52
Κεφάλαιο 10 Στρατηγική Ανάλυση	56
10.1 Ανάλυση SWOT	56
10.2 Ανάλυση Ανταγωνισμού	59
10.2.1 Αξιολόγηση Ανταγωνιστών	59
10.2.2 Ανάλυση Ανταγωνιστικότητας – 5 Δυνάμεις του Porter.....	61
10.3 Ανάλυση Προϊόντος.....	65
10.4 Ανάλυση Επισκεπτών	77
ΜΕΡΟΣ Γ ΕΠΙΛΟΓΟΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	79
Κεφάλαιο 11 Συμπεράσματα.....	80
11.1 Συμπεράσματα Μελέτης Περίπτωσης	80
11.2 Προτάσεις Ανάπτυξης Τουρισμού Κρουαζιέρας στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου	82
11.2.1 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με το Προϊόν	82
11.2.2 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με τη Τιμολογιακή Πολιτική	83
11.2.3 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με τα Κανάλια Διανομής.....	84
11.2.4 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με το Μίγμα Προώθησης και Προβολής....	84
11.3 Περιορισμοί Έρευνας	86
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	87
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	91

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός κρουαζιέρας θεωρείται ένας από τους πλέον δυναμικά αναπτυσσόμενους τομείς του τουρισμού. Αν και η εξέλιξη του έχει ξεκινήσει από το τελευταίο μισό του προηγούμενου αιώνα, τα ενδιαφερόμενα μέρη - ναυτιλιακές εταιρείες και γενικότερα οι τουριστικές επιχειρήσεις – σε διεθνές επίπεδο άρχισαν να ασχολούνται πραγματικά στο τέλος του περασμένου αιώνα. Στις μέρες μας, η αγορά της κρουαζιέρας αν και είναι παγκοσμιοποιημένη, ελάχιστοι επιχειρηματίες κινούν τα νήματα, καθορίζουν τις εξελίξεις και επωφελούνται από την ανάπτυξή της συγκεκριμένης αγοράς.

Στους κραταιούς «παίκτες» του τουρισμού κρουαζιέρας συμπεριλαμβάνονται οι μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, οι οποίες είναι διαχωρισμένες σε δύο πόλους. Σκοπός τους είναι να διαμορφώνουν το σκηνικό, θέτοντας τους δικούς τους όρους και καθορίζοντας τις συνθήκες της ζήτησης και της προσφοράς. Στις μέρες μας, έχουν εδραιώσει την παρουσία τους σε κυρίως προορισμούς και προάγουν στρατηγικές ανακάλυψης νέων υπηρεσιών και δραστηριοτήτων σε αυτούς τους προορισμούς κρουαζιέρας διαφυλάσσοντας έναν κεντρικό και αμετάβλητο πυρήνα πελατών. Ταυτόχρονα, διεισδύουν σε νέους προορισμούς, στην Ασία και Αυστραλία και προσπαθούν να δημιουργήσουν νέες εμπειρίες τουρισμού.

Μέσα σε αυτό το μεταβαλλόμενο περιβάλλον, οι παλιοί προορισμοί αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο να χάσουν ένα αρκετά σημαντικό μέρος των εσόδων τους. Σε αυτούς τους προορισμούς συγκαταλέγονται τα ελληνικά λιμάνια κρουαζιέρας, τα οποία αν και δεν μπορούν να συμπεριληφθούν στους κυρίως προορισμούς κρουαζιέρας, μπορούν όμως να αποτελούν επιλογή του εναλλακτικού τουρισμού κρουαζιέρας. Για να μπορέσουν τα ελληνικά λιμάνια κρουαζιέρας να ανταπεξέλθουν στις νέες προκλήσεις είναι αναγκαίο να αναλάβουν πρωτοβουλίες, να αναπτύξουν δράσεις, συνεργασίες και να καινοτομήσουν. Οι απειλές και οι δυσκολίες θα υπερκεραστούν εάν συνολικά όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη – δημόσιοι φορείς, Υπουργεία, ιδιωτικές επιχειρήσεις

και γενικότερα η ναυτιλιακή και τουριστική βιομηχανία - συνεργαστούν για το σχεδιασμό στρατηγικών ανάπτυξης προσανατολισμένοι στις νέες εξελίξεις.

1.1 Αποσαφήνιση Βασικών Όρων

1.1.1 Τουρισμός

Ο τουρισμός θεωρείται ως μία δραστηριότητα, η οποία σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Επίσης, έχει χαρακτηριστεί ως ένας ιδιαίτερα πολύπλευρος τομέας καθώς είναι απαραίτητη η συμβολή και άλλως δεδομένων, όπως οικονομικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντικών.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (1993), ο τουρισμός εμπεριέχει δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και μένουν σε ένα μέρος διαφορετικό από τον τόπο κατοικίας τους για λιγότερο από ένα έτος και σκοπός τους είναι η αναψυχή.

1.1.2 Θαλάσσιος Τουρισμός

Με τον όρο θαλάσσιος τουρισμός εννοείται κάθε τουριστική δραστηριότητα, η οποία σχετίζεται με την θάλασσα και τις ακτές (Βενετσανοπούλου, 2006) .

Επίσης, ο όρος αυτός παραπέμπει σε ειδική και εναλλακτική μορφή τουρισμού και η ειδοποιός διαφορά ανάμεσα στον θαλάσσιο τουρισμό και την κυρίαρχη μορφή τουρισμού είναι η θάλασσα. (ICAP, 2000)

Ακόμη, ο θαλάσσιος τουρισμός έχει χαρακτηριστεί ως μία ειδική μορφή τουρισμού, με την οποία ο τουρίστας περνάει τον περισσότερο χρόνο του πάνω στο πλοίο προσφέρει στον τουρίστα – καταναλωτή του θαλάσσιου τουρισμού πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης, το οποίο και ακολουθείται πιστά. (Miller και Au Yong, 1991)

Επιπλέον, ο όρος θαλάσσιος τουρισμός χρησιμοποιείται για να δηλώσει όλες τις τουριστικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας (Ηγουμενάκης, 1996). Ένας άλλος ορισμός, εξηγεί πως στον θαλάσσιο τουρισμό ο τουριστικός προορισμός είναι η θάλασσα και οι καταναλωτές – τουρίστες ικανοποιούν τις ανάγκες τους πάνω στο πλοίο (Σφακιανάκης, 2000).

Επομένως, στον θαλάσσιο τουρισμό υπάγονται όλες οι ανθρώπινες δραστηριότητες, οι οποίες συντελούνται στο θαλάσσιο χώρο και στοχεύουν στην αναψυχή (Μυλωνόπουλος και Μοίρα, 2005). Ωστόσο, υπάρχουν και άλλοι ερευνητές οι οποίοι θεωρούν πως στον θαλάσσιο τουρισμό θα πρέπει να υπάγονται μόνο δραστηριότητες με τις οποίες πραγματοποιούνται διανυκτερεύσεις (Βελισσαρίου, 2000).

Κλείνοντας, αξίζει να σημειωθεί πως στον θαλάσσιο τουρισμό συμπεριλαμβάνονται οι δραστηριότητες που υπάγονται σε παράκτιο χώρο, όπως βόλτα και τουρισμός κρουαζιέρας μεταξύ άλλων. (Diakomixalis, 2007).

1.1.3 Κρουαζιέρα

Ο σκοπός της κρουαζιέρας είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών όχι μόνο του μαζικού τουρισμού αλλά και του ειδικού ή ποιοτικού τουρισμού. Η κρουαζιέρα θεωρείται πως αποτελεί ένα ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν, το οποίο εναρμονίζει τα εξής: μεταφορά, διατροφή, διανυκτέρευση και αναψυχή μεταξύ άλλων περισσότερο εξειδικευμένων τουριστικών δραστηριοτήτων.

Συνθέτει προϊόν του τουρισμού και της ναυτιλίας. Αντίθετα, το νομικό σκέλος παραπέμπει σε μικτό χαρακτήρα καθώς αποτελεί μία ενιαία σύμβαση, της οποίας τα τμήματα θεωρούνται πως αποτελούν άλλες τυπικές συμβάσεις. Έτσι, η κύρια παροχή παραπέμπει σε ένα σύνολο υπηρεσιών που παρέχονται στο πλοίο ενώ η κύρια συμβατική μορφή της είναι της θαλάσσιας μεταφοράς επιβατών. (Ευθυμιάτου-Πουλάκου, 2009)

1.2 Σκοπός Εργασίας και Μεθοδολογία

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η εξέταση της υφιστάμενης κατάστασης του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Βόρειο Αιγαίου και ποιες οι προοπτικές ανάπτυξής του.

Επομένως, θα διερευνηθούν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα

1. Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου.

2. Ποιες είναι οι προοπτικές ανάπτυξης του σε σχέση με το προϊόν, την τιμολογιακή πολιτική, τα κανάλια διανομής και το μίγμα προώθησης και προβολής.

Η μεθοδολογία θα βασιστεί σε δευτερογενή δεδομένα, ποσοτικά και ποιοτικά, τα οποία εντοπίστηκαν από τον ιστότοπο της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, ιστότοπους της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και των αντίστοιχων νομών και περιφερειακών ενοτήτων καθώς και από δημοσιεύσεις οργανισμών με αντικείμενο απασχόλησης τον τουρισμό κρουαζιέρας.

Για την ανάλυση του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος, αρχικά θα εξεταστούν λεπτομερώς τα χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Β. Αιγαίου. Η ανάλυση ξεκινάει με την παρουσίαση του πληθυσμού της υπό εξέταση περιοχής ανά περιφερειακή ενότητα. Κατόπιν, η συζήτηση εμπλουτίζεται με την παρουσίαση οικονομικών δεικτών όπως ΑΕΠ, ανεργία και απασχόληση.

Κατόπιν παρουσιάζονται οι φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι τουριστικής έλξης καθώς και πολιτιστικοί, ιστορικοί και ανθρωπογενείς πόροι. Ταυτόχρονα, αξιολογούνται οι τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες, τα τουριστικά καταλύματα καθώς και τα λιμάνια του Β. Αιγαίου.

Επίσης, γίνεται στρατηγική ανάλυση και εφαρμόζονται τα μοντέλα SWOT και οι 5 Δυνάμεις του Porter. Η συζήτηση εμπλουτίζεται με την ανάλυση ανταγωνιστών, προϊόντος και επισκεπτών.

Για την ανάλυση του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος, η μεθοδολογία βασίζεται σε δευτερογενή ποιοτικά δεδομένα και είναι το προϊόν κριτικής ανάλυσης της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας και μελέτες περίπτωσης αντίστοιχων περιπτώσεων.

1.3 Σημαντικότητα Θέματος

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, αν και βασίζεται σε δευτερογενή δεδομένα, θα προβάλει όλα τα θετικά και αρνητικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν την υφιστάμενη κατάσταση στον τουρισμό – κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου. Παράλληλα, θα αναδείξει τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας στην εν λόγω περιφέρεια με βάση το προϊόν (τουρισμός –

κρουαζιέρας), την τιμολογιακή πολιτική που πρέπει να εφαρμόζεται, τα κανάλια διανομής καθώς και το μίγμα προβολής και προώθησης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα είναι χρήσιμα για τη βιομηχανία του τουρισμού κρουαζιέρας, στην οποία μεταξύ άλλων συμπεριλαμβάνονται οι Οργανισμοί Λιμένος του εκάστοτε Νομού και Περιφερειακής Ενότητας, της Περιφέρειας του Β. Αιγαίου, καθώς επίσης τα εμπλεκόμενα Υπουργεία και άλλοι φορείς δημόσιοι, τοπικοί και ιδιωτικοί.

Τα εμπλεκόμενα μέρη θα πρέπει να κατανοήσουν τα θετικά στοιχεία που παρέχει η Περιφέρεια του Β. Αιγαίου στον τουρισμό κρουαζιέρας, διορθώσουν τα αρνητικά και να προσπαθήσουν να αξιοποιήσουν τις προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας.

Σίγουρα, με την καλύτερη εκμετάλλευση του τουρισμού κρουαζιέρας η τοπική οικονομία θα ενισχυθεί σε μεγάλο βαθμό κάτι που θα έχει περεταίρω θετικές επιπτώσεις και στην γενικότερη μακροοικονομική κατάσταση της χώρας.

1.4 Διάρθρωση Εργασίας

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελείται από βασικά τρία μέρη και την Εισαγωγή (Κεφάλαιο 1).

Το Κεφάλαιο 1 Εισαγωγή ξεκινάει με εισαγωγικά σχόλια για τον θαλάσσιο τουρισμό ώστε ο αναγνώστης να καταλάβει το αντικείμενο. Κατόπιν, αποσαφηνίζονται σημαντικοί όροι όπως τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός και κρουαζιέρα. Μετά παρουσιάζεται ο σκοπός της πτυχιακής, τα ερευνητικά ερωτήματα που θα εξεταστούν καθώς επίσης η μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί. Η συζήτηση εμπλουτίζεται με τη σημαντικότητα του θέματος και τις επιπτώσεις του στη τοπική κοινωνία και κατ' επέκταση και στη γενικότερη μακροοικονομική εικόνα της Ελλάδας. Το κεφάλαιο κλείνει με την διάρθρωση της πτυχιακής.

Μετά το Κεφάλαιο 1, ακολουθεί το πρώτο μέρος της πτυχιακής, το οποίο λειτουργεί ως θεωρητικό πλαίσιο και αποτελείται από 8 κεφάλαια, τα οποία ασχολούνται με τα εξής: θαλάσσιο τουρισμό (Κεφάλαιο 2), τουρισμό κρουαζιέρας (Κεφάλαιο 3), ανάπτυξη κρουαζιέρας (Κεφάλαιο 4), χαρακτηριστικά

επιβατών κρουαζιέρας (Κεφάλαιο 6), τάσεις και εξελίξεις στον τουρισμό κρουαζιέρας (Κεφάλαιο 7) και επιπτώσεις από τον τουρισμό κρουαζιέρας (Κεφάλαιο 8).

Το δεύτερο μέρος αποτελεί την μελέτη περίπτωσης του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου. Έτσι, το Κεφάλαιο 9 αναλύει τα γενικά χαρακτηριστικά της Περιφέρειας του Β. Αιγαίου όπου εκτός από τους πόρους τουριστικής έλξης παρουσιάζονται και μακροοικονομικά στοιχεία σε σχέση με τον τουρισμό καθώς επίσης τουριστικές υποδομές, καταλύματα και λιμάνια στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου.

Το Κεφάλαιο 10 κάνει στρατηγική ανάλυση με την εφαρμογή των μοντέλων SWOT και 5 Δυνάμεων του Porter. Εκτός από την ανάλυση ανταγωνισμού γίνεται ανάλυση προϊόντος και επισκεπτών.

Το τρίτο μέρος (Κεφάλαιο 11) συνοψίζει τα βασικά συμπεράσματα της ανάλυσης που προηγήθηκε στο δεύτερο μέρος της πτυχιακής. Επίσης, παρουσιάζει προτάσεις για ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου και το κεφάλαιο κλείνει με τους περιορισμούς της παρούσας πτυχιακής.

ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ο ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το Κεφάλαιο 2 επικεντρώνεται στο θαλάσσιο τουρισμό και εξετάζει τις προϋποθέσεις ανάπτυξής του, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και συνοψίζει τις μορφές του.

2.1 Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Θαλάσσιου Τουρισμού

Η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού προϋποθέτει ότι υπάρχει ειδική υποδομή καθώς απευθύνεται σε εξειδικευμένο τμήμα της αγοράς και για το λόγο αυτό πρέπει ο σχεδιασμός της οργάνωσης του να γίνει με έναν ιδιαίτερο τρόπο.

Η Ελλάδα, λόγω της γεωγραφικής της θέσης και της μορφολογίας της προσφέρεται για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. (Κοκκώσης κ.α., 2011)

Μερικά από τα πλεονεκτήματα που διαθέτει η Ελλάδα σχετικά με την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού συνοψίζονται ως εξής (Κοκκώσης κ.α., 2011· Κοκκώσης κ.α., 2011):

- ✚ Έχει πάρα πολλά νησιά (πολυνησιά) τα οποία βρίσκονται σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους αλλά και με την ηπειρωτική χώρα.
- ✚ Οι ελληνικές θάλασσες είναι αρκετά ασφαλείς για πλοία
- ✚ Τα σύγχρονα επαγγελματικά σκάφη έχουν ικανές μονάδες όλων των κατηγοριών και για πελάτες όλων των απαιτήσεων
- ✚ Οι Έλληνες έχουν ναυτική παράδοση
- ✚ Έχει πολύ καλό κλίμα – Μεσογειακό
- ✚ Χαρακτηρίζεται από μεταβαλλόμενα φυσικά τοπία
- ✚ Έχει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά
- ✚ Έχει πολλούς επισκέψιμους αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους
- ✚ Έχει ποικίλο αρχιτεκτονικό χαρακτήρα
- ✚ Η φιλοξενία που χαρακτηρίζει όλους τους Έλληνες

Ωστόσο, ο θαλάσσιος τουρισμός για να αναπτυχθεί χρειάζονται και μερικές προϋποθέσεις, μερικές εκ των οποίων συνοψίζονται παρακάτω (Κοκκώσης κ.α., 2011 · Παπαγεωργίου, 2010) :

- ✚ Αρχικά, κρίνεται απαραίτητη η ύπαρξη σύγχρονων, ποιοτικών και καλά συντηρημένων υποδομών στους λιμένες. Μερικές από αυτές τις υποδομές είναι:
 - ✓ Προκυμαία με επαρκή χώρο
 - ✓ Προβλήτες μεγάλες, ασφαλείς και καλά εξοπλισμένες
 - ✓ Καλή προσβασιμότητα από την θάλασσα
 - ✓ Καλή γεφύρωση, ώστε να έχουν πρόσβαση και τα μεγάλα κρουαζιερόπλοια
 - ✓ Επικοινωνίες καλής ποιότητας
 - ✓ Οι λιμενικές εγκαταστάσεις να είναι σύγχρονες και να υπάρχει και ένας σύγχρονος τερματικός σταθμός επιβατών
 - ✓ Η ύπαρξη καλών υποδομών μεταφοράς και η σύνδεση του λιμένα με τα κύρια μεταφορικά δίκτυα
 - ✓ Ύπαρξη αεροδρομίου σε κοντινή απόσταση

Επίσης, κρίνεται απαραίτητη,

- ✚ Η εξέλιξη ποιοτικών λιμενικών υπηρεσιών μεγάλου φάσματος
- ✚ Η προβολή των αξιοθέατων τα οποία έχουν χαρακτηριστεί ως εξαιρετικού ενδιαφέροντος όχι μόνο από πολιτισμικής, ιστορικής πλευράς αλλά και αναψυχής.
- ✚ Η οργάνωση ελκυστικών εκδρομών σε περιοχές κοντά στο λιμάνι προσέγγισης του κρουαζιερόπλοιου
- ✚ Γύρω από την περιοχή προσέγγισης να υπάρχουν ποιοτικά καταλύματα, εστιατόρια και εμπορικά κέντρα.
- ✚ Πρέπει να ενδυναμωθεί η ζήτηση από τις παραδοσιακές αγορές κρουαζιέρας (ΗΠΑ και Καναδάς) όπως επίσης και από τις αγορές χαμηλής απόδοσης (Ευρώπη) μέσω της συνεχούς επιχειρηματικής ανάπτυξης. Επίσης, η αέναη επιχειρηματική πρόοδος θα βοηθήσει να αυξηθεί η ζήτηση από τις αναδυόμενες αγορές (Ασία - Ρωσία)

- ✚ Παράλληλα, πρέπει να ενδυναμωθεί η ζήτηση με τη δημιουργία νέων και φθηνότερων προϊόντων συγκριτικά με τα υφιστάμενα που να απευθύνονται σε νεότερα άτομα και ομάδες χαμηλών εισοδημάτων.
- ✚ Για την προώθηση και προβολή του θαλάσσιου τουριστικού προϊόντος σε διεθνές επίπεδο θα πρέπει να υπάρξει από κοινού συνεργασία μεταξύ των δήμων, των λιμενικών αρχών καθώς και των τουριστικών ενώσεων περιηγητικών πρακτορείων.
- ✚ Για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών είναι απαραίτητη η υλοποίηση αντίστοιχων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για τους απασχολούμενους στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού.

2.2 Προβλήματα Θαλάσσιου Τουρισμού

Ο τουρισμός έχει χαρακτηριστεί ως η «βαριά» βιομηχανία της Ελλάδας. Ωστόσο, οι διάφορες δυσλειτουργίες που προκύπτουν γίνονται αντιληπτές και η λήψη άμεσων μέτρων για την αντιμετώπισή τους καθίσταται αναπόφευκτη. Στις μέρες μας τα προβλήματα που απορρέουν από τις δυσλειτουργίες διογκώνονται λόγω της οικονομικής κρίσης και έτσι η πορεία της προόδου του θαλάσσιου τουρισμού κινδυνεύει.

Τα ουσιαστικότερα προβλήματα του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα συνοψίζονται ως εξής (Βελισσαρίου, 2000) :

- ✚ Η έλλειψη υποδομών – π.χ. έλλειψη μαρίνων και θέσεων ελλιμενισμού - και υπηρεσιών είναι εμφανής σε όλα τα λιμάνια. Παραδείγματος χάριν, η προσφορά υπηρεσιών και υποστήριξης στις υπάρχουσες μαρίνες είναι πενιχρή.
- ✚ Το λειτουργικό κόστος των ελληνικών επαγγελματικών πλοίων είναι αρκετά υψηλό εξαιτίας παραγόντων όπως επιβολή ΦΠΑ και αύξηση των τελών ελλιμενισμού μεταξύ άλλων.
- ✚ Ο ανταγωνισμός από την πλευρά της Τουρκίας θεωρείται υψηλός καθώς προσφέρει αρκετά προνόμια όπως εκπτώσεις, κίνητρα, διαφήμιση και σύνθεση πληρωμάτων. Παράλληλα, αρκετοί Έλληνες πλοιοκτήτες προσεγγίζονται από Τούρκους επιχειρηματίες, οι οποίοι προσπαθούν να

τους πείσουν να προβούν σε αλλαγή σημαίας και να ευεργετηθούν από τις ωφέλιμες διατάξεις της Τουρκικής νομοθεσίας.

- ✚ Ένα άλλο πρόβλημα σχετίζεται με τις αερομεταφορές στην Ελλάδα, και πιο συγκεκριμένα τις καθυστερήσεις, τις ματαιώσεις πτήσεων ή και τις ακυρώσεις δρομολογίων μεταξύ άλλων. Τα προβλήματα στις αερομεταφορές αποθαρρύνουν τους καταναλωτές της κρουαζιέρας (πελάτες κρουαζιερόπλοιων) και σκαφών αναψυχής.
- ✚ Κλείνοντας, το θεσμικό πλαίσιο το οποίο διέπει τη λειτουργία των επαγγελματικών σκαφών πρέπει να επανεξεταστεί καθώς είναι ανεπαρκές.

2.3 Μορφές Θαλάσσιου Τουρισμού

Ο θαλάσσιος τουρισμός ανάλογα με το θαλάσσιο χώρο και τη δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα και το πλωτό μέσο που χρησιμοποιείται διακρίνεται ως εξής (Μυλωνόπουλο και Μοίρα, 2005) :

- ✚ Παράκτιος τουρισμός
- ✚ Θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός
- ✚ Θαλάσσιος τουρισμός φύσης
- ✚ Θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός
- ✚ Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός
- ✚ Υποβρύχιος τουρισμός
- ✚ Ο Θαλάσσιος τουρισμός στην Μεσόγειο
- ✚ Ο Θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ

Η κρουαζιέρα υποδηλώνει ένα ταξίδι αναψυχής με ειδικό επιβατηγό πλοίο – κρουαζιερόπλοιο – το οποίο στην πραγματικότητα είναι ένα πλωτό ξενοδοχείο που προσφέρει όλες τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει ένα συμβατικό ξενοδοχείο (Σφακιανάκης, 2000).

Η κρουαζιέρα ονομάζεται επίσης θαλάσσιο περιηγητικό ταξίδι με τη μορφή κυκλικής πορείας με ειδικό επιβατηγό πλοίο, που καταλήγει στο λιμάνι – αφετηρία αφού πρώτα ολοκληρώσει προγραμματισμένες επισκέψεις σε έναν ή περισσότερα λιμάνια – προορισμούς. Απώτερος σκοπός αυτού του θαλάσσιου περιηγητικού ταξιδιού είναι η αναψυχή των τουριστών που έχουν επιβιβαστεί σε αυτό. (Ευθυμιάτου -Πουλάκου, 2009)

Σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι αρχικά να κάνει μία σύντομη ιστορική αναδρομή και κατόπιν να σχολιάσει την διάκριση της κρουαζιέρας με βάση τις παρεχόμενες υπηρεσίες, τα κοινωνικοοικονομικά κριτήρια και το κόστος.

3.1 Ιστορική Αναδρομή

Η ιδέα για κρουαζιέρα προτάθηκε για πρώτη φορά από τον Anderson το 1835 και η θαλάσσια περιήγηση θα ήταν από την Αγγλία προς τα νησιά Φερόες και τις ισπανικές ακτές. Σκοπός της κρουαζιέρας ήταν η απόλαυση του ήλιου κατά τη διάρκεια των χειμερινών μηνών. Το 1844 η εταιρεία P&O πρόσθεσε κρουαζιέρες στη λεκάνη της Μεσογείου. (Starr, 1993)

Η πρώτη αύξηση στη ναύλωση και τη διαχείριση των κρουαζιερόπλοιων έγινε το 1860. Στο τέλος της δεκαετίας αυτής (1868) συντελέστηκε η πρώτη κρουαζιέρα από τις ανατολικές ακτές των Η.Π.Α. στη Μεσόγειο. (Boniface και Cooper, 1996)

Όσο αφορά τους πρώτους καταναλωτές κρουαζιέρας ήτα άτομα εύπορα που όχι μόνο διέθεταν χρήμα αλλά και χρόνο για να κάνουν τη θαλάσσια περιήγηση.

Επιπλέον, στο επίκεντρο ήταν πάντα η απόλαυση του ταξιδιού. (Boniface και Cooper, 1996)

Από το 1881, ξεκίνησε η πώληση παλαιών ατμόπλοιων και η μετατροπή τους σε κρουαζιερόπλοια. Το 1889 η εταιρεία Orient Line of London συνεργάστηκε με την Pacific Steam Navigation Co και καθιέρωσαν τα πρώτα προγράμματα κρουαζιέρας προς τα φιόρδ της Νορβηγίας. Το 1893 επέκτειναν τη συνεργασία τους και καθιέρωσαν προγράμματα προς τη Μεσόγειο θάλασσα. (Dawson, 2000)

Μετά το τέλος του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου, επιβατηγά πλοία άλλαξαν χρήση και έγιναν κρουαζιερόπλοια για να μείνουν ενεργά. Τη δεκαετία του 1930 τα κρουαζιερόπλοια αποκτούν πλέον ιδιαίτερους χώρους υγιεινής. Το γνωστότερο κρουαζιερόπλοιο της εποχής ήταν το «Arandora Star» που ανήκε στην εταιρεία Blue Star Lines και βυθίστηκε κατά τη διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου (Maxtone και Graham, 2000).

Ο εκσυγχρονισμός των κρουαζιερόπλοιων ξεκίνησε από το 1960 ως μια προσπάθεια των πλοιοκτητών να ανταπεξέλθουν στις έντονες οικονομικές πιέσεις και στον υψηλό ανταγωνισμό. Το βασικό μειονέκτημα ήταν η έλλειψη ανοικτών χώρων και ευκολίες εξυπηρέτηση των τουριστών μεταξύ άλλων. (Starr , 1993)

Τη δεκαετία του 1970 γεννιέται η μοντέρνα βιομηχανία κρουαζιερόπλοιων με αποτέλεσμα τα κρουαζιερόπλοια να λειτουργούν καθαρά ως χώρος παροχής υπηρεσιών τουριστικού χαρακτήρα. Πλέον διαθέτουν ανοικτούς χώρους που ονομάζονται καταστρώματα για αθλητικές δραστηριότητες όπως τένις και πισίνες μεταξύ άλλων. (Boniface και Cooper, 1996)

Η Καραϊβική ήταν παρθένος προορισμός και ανεξερεύνητη. Επομένως, έγινε το πεδίο δράσης της εποχής σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι κύριοι καταναλωτές αυτής της κρουαζιέρας προέρχονταν από τις χώρες της βόρειας Αμερικής και της βορειοδυτικής Ευρώπης. (Boniface και Cooper, 1996)

Η παραγωγή των κρουαζιερόπλοιων «δεύτερης γενιάς» έγινε τη δεκαετία του 1980. Ήταν πλοία ειδικά σχεδιασμένα και σε αυτό συντέλεσε η μεγάλη διαφήμιση

εκστρατεία, οι ταινίες καθώς και οι τηλεοπτικές σειρές που είχαν σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία μιας ελκυστικής εικόνας για τις κρουαζιέρες. Συνεπώς, αυξήθηκε η ζήτηση για τη ναυπήγηση πλοίων μεγαλύτερης χωρητικότητας. Αξίζει να σημειωθεί πως τα κρουαζιερόπλοια της «δεύτερης γενιάς» διέθεταν πολύ περισσότερες εξωτερικές καμπίνες, ώστε οι καταναλωτές της κρουαζιέρας να απολαμβάνουν το φυσικό περιβάλλον. (Μοίρα και Μυλωνόπουλος , 2014)

Άλλη μία πρόοδος συντελέστηκε, τη δεκαετία του 1990, όπου ναυπηγούνται κρουαζιερόπλοια-«μεγαθήρια». Τα κρουαζιερόπλοια, αυτής της γενιάς, εκτός από πολυτέλεια διαθέτουν υψηλή παροχή υπηρεσιών ξενοδοχειακού τύπου, όπως για παράδειγμα εστίαση, ψυχαγωγία, ημερήσιες και νυχτερινές δραστηριότητες και ξεναγήσεις στις περιοχές των επισκέψεων. Έτσι, η κρουαζιέρα δεν είναι πλέον ταξίδι αναψυχής αλλά μια κατάμεστη εμπειρία διακοπών. Η κρουαζιέρα πλέον αποτελεί ένα ταχύτατα αναπτυσσόμενο τομέα της οικονομίας και ο ρυθμός ανάπτυξης της ήταν διπλάσιος συγκριτικά με την τουριστική δραστηριότητα στο σύνολό της. (Διακομιχάλης , 2009)

Η χωρητικότητα των νέο-ναυπηγούμενων κρουαζιερόπλοιων αυξάνεται διαρκώς καθώς πλέον προσφέρουν υπηρεσίες όμοιες με τα υπερπολυτελή ξενοδοχεία, όπως πολυκαταστήματα, spa, πισίνες - εξωτερικές και εσωτερικές – γυμναστήρια, γήπεδα τένις και μπάσκετ, κινηματογράφους, θέατρα, ακόμη και συνεδριακούς χώρους. (Διακομιχάλης, 2009)

3.2 Διακρίσεις Κρουαζιέρας

Οι κρουαζιέρες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες με βάση τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα κοινωνικοοικονομικά κριτήρια. Και οι δύο κατηγορίες παρουσιάζονται στις παρακάτω ενότητες.

3.2.1 Παρεχόμενες Υπηρεσίες

Οι κρουαζιέρες που ανήκουν στην κατηγορία των παρεχόμενων υπηρεσιών ομαδοποιούνται ανάλογα με το συνδυασμό των προϊόντων που προσφέρουν, τη διάρκεια και τον εξειδικευμένο σκοπό τους. Η ομαδοποίηση παρουσιάζεται παρακάτω (Διακομιχάλης, 2006):

- ✚ Παραδοσιακή Κρουαζιέρα (Traditional Cruise): είναι ένα κυκλικό ταξίδι αναψυχής ή θαλάσσια εκδρομή, με χρονική διάρκεια σύντομη (short cruises) ή μεγάλη (long cruises). Συνήθως η α διάρκεια είναι 14 - 21 ημερών και περιλαμβάνει 4 - 6 ενδιάμεσες προσεγγίσεις σε διαφορετικά λιμάνια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.
- ✚ Αεροπορικό ταξίδι και Κρουαζιέρα (Fly & Cruise) : οι καταναλωτές κρουαζιέρας μεταβαίνουν αεροπορικώς από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους στο λιμάνι από το οποίο αναχωρεί το πλοίο. Οι οργανωτές κρουαζιέρων έχουν κανονίσει ειδικές τιμές με τις αεροπορικές πτήσεις από μεγάλες πόλεις προς τις πόλεις με λιμάνια κρουαζιέρας.
- ✚ Μικρή Κρουαζιέρα (Mini Cruise) : έχει διάρκεια 3-5 ημερών, παραδείγματος χάριν, οι κρουαζιέρες στο Αιγαίο.
- ✚ Κρουαζιέρα και Παραμονή (Cruise and Stay) : οι καταναλωτές της κρουαζιέρας μένουν σε μια καθορισμένη ακτή, όπου έχουν προγραμματιστεί επισκέψεις σε τοπικά αξιοθέατα με λεωφορείο συνήθως.
- ✚ Εκπαιδευτική Κρουαζιέρα (Educational Cruise) : οι καταναλωτές κυρίως είναι σπουδαστές που ταξιδεύουν μαζί με τους καθηγητές τους. Εκτός από μαθήματα γίνονται και επισκέψεις σε περιοχές σχετικές με το αντικείμενο εκπαίδευσης. Εκτός από την εκπαίδευση και την ψυχαγωγία έναντι αμοιβής, προσφέρονται και άλλες υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, όπως βιβλιοθήκη, προγράμματα αναψυχής, κομμωτήριο, εστιατόρια, μπάρ, νυχτερινό κέντρο και οργανωμένο γυμναστήριο μεταξύ άλλων.

Γενικότερα, στις κρουαζιέρες προσφέρονται υπηρεσίες όμοιες με αυτές ενός καλά οργανωμένου ξενοδοχείου.

3.2.2 Κοινωνικοοικονομικά Κριτήρια

Οι κρουαζιέρες περαιτέρω με βάση τη διάρκειά τους - μονοήμερες ή πολυήμερες – και τον προορισμό - εγχώριες, διεθνείς και υπερατλαντικές, μεταξύ άλλων. Οι μονοήμερες κρουαζιέρες είναι τοπικές και θεωρούνται θαλάσσιες εκδρομές. Ωστόσο, οι πολυήμερες ομαδοποιούνται ως εξής (Βελισσαρίου, 2000):

- ✚ Εγχώριες κρουαζιέρες : έχουν διάρκεια μέχρι 10 ημέρες και οι στάσεις τους είναι σε δημοφιλή ελληνικά νησιά όπως η Μύκονος, Σαντορίνη και η Ρόδος. Λόγω της γεωγραφικής θέσης κάνουν και στάση στο Κουσάντασι της Τουρκίας.
- ✚ Κρουαζιέρες με προορισμό την Νοτιοανατολική (ΝΑ) Μεσόγειο : έχουν διάρκεια περίπου 11 ημέρες και τα λιμάνια προορισμού είναι της Ελλάδας, Κύπρου, Ισραήλ και Μέσης Ανατολής. Σε αυτή τη κατηγορία εντάσσονται και ξεναγήσεις στο Νείλο και στους Αγίους Τόπους.
- ✚ Κρουαζιέρες στη δυτική Μεσόγειο (Ιταλία, Ισπανία , Κανάρια νησιά) : έχουν διάρκεια μέχρι δέκα μέρες.
- ✚ Υπερατλαντικές κρουαζιέρες : τα λιμάνια προορισμού είναι της Καραϊβικής, των ΗΠΑ και του Μεξικού.

3.3 Κόστος Κρουαζιέρας

Η ζήτηση της κρουαζιέρας επηρεάζεται από το κόστος της μετακίνησης. Το κόστος αποτελείται από δύο βασικά στοιχεία : το κόστος διακίνησης των καταναλωτών της κρουαζιέρας από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους προς το λιμάνι αφητηρία της κρουαζιέρας και από το ναύλο, ο οποίος περιλαμβάνει εκτός από το ταξίδι και τη διατροφή, τα έξοδα αποβίβασης στα λιμάνια προσέγγισης και τις ξεναγήσεις. Επομένως, οι καταναλωτές της κρουαζιέρας είναι άτομα υψηλού εισοδήματος. (Διακομιχάλης, 2006)

Ωστόσο, το κόστος της κρουαζιέρας καθορίζεται και από άλλα στοιχεία, όπως το κόστος μιας κρουαζιέρας, τα χαρακτηριστικά του πλοίου, τη θέση της καμπίνας, τη περίοδο που πραγματοποιείται η κρουαζιέρα, το προορισμό της κρουαζιέρας, όπως το είδος και τη διάρκεια της κρουαζιέρας – π.χ. 3ήμερη, 4ήμερη, 5ήμερη, 7ήμερη, 12ήμερη. (Διακομιχάλης, 2006)

Τα προαναφερθέντα κόστη είναι προσδιορισμένα. Εκτός από αυτά είναι τα επιπρόσθετα κόστη, από προστιθέμενες υπηρεσίες και αγαθά που επιθυμεί να δαπανήσει ο καταναλωτής της κρουαζιέρας, όπως κομμωτήριο, ποτά και αγορές από τα καταστήματα μεταξύ άλλων. (Διακομιχάλης, 2006)

Οι εταιρείες κρουαζιέρας για να προσελκύσουν καταναλωτές συχνά χρεώνουν χαμηλές τιμές εισιτηρίων, οι οποίες καλύπτουν μόνο το κόστος ενώ δημιουργούν κέρδη από έσοδα από τις υπηρεσίες που παρέχουν, όπως καταστήματα, μπαρ, καζίνο και εστιατόρια μεταξύ άλλων. (Διακομιχάλης, 2006)

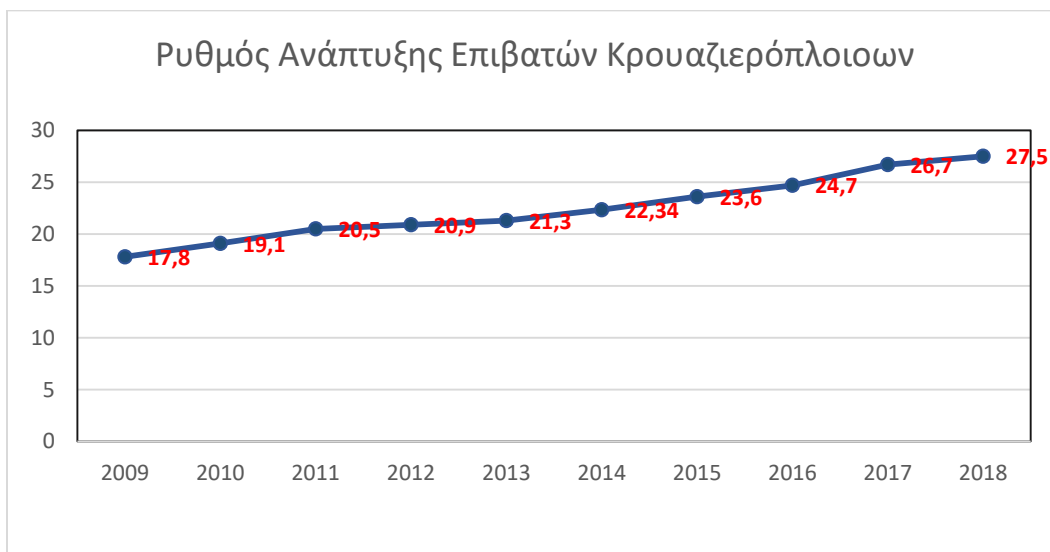
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ

Το παρών κεφάλαιο επικεντρώνεται στην ανάπτυξη του τουρισμού σε διεθνές επίπεδο. Η συζήτηση ξεκινάει με τη διαχρονική ανάπτυξη της κρουαζιέρας και κατόπιν παρουσιάζονται οι βασικότεροι περιορισμοί και οι κατηγορίες των λιμένων κρουαζιέρας με έμφαση και στους ελληνικούς.

4.1 Διεθνές Επίπεδο - Διαχρονική Ανάπτυξη

Όπως ήδη αναφέρθηκε η βιομηχανία της κρουαζιέρας αναπτύχθηκε ταχύτατα. Ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης της από το 1980 ήταν 7%. Ο ρυθμός ανάπτυξης της δεν περιορίστηκε ούτε την εποχή της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης του 2007-2008, αφήνοντας έτσι αμετάβλητο το βαθμό προτίμησης των τουριστών στην κρουαζιέρα. (Παπαδημητρόπουλος , 2012)

Γράφημα 4-1. Εξέλιξη Καταναλωτών Κρουαζιέρας από το 2009 – 2018. (Πηγή CLIA 2019, Επεξεργασία Ιδία)



Ο ρυθμός ανάπτυξης φαίνεται από το γεγονός πως το 1995 οι καταναλωτές κρουαζιέρας ήταν περίπου 5,6 εκατομμύρια. Το 2004 αυξήθηκαν σε 10 εκατομμύρια και το διάστημα 2005-2016, η αύξηση ήταν περίπου 3,9%.

Το 2017 έφθασε 26,7 εκατομμύρια επιβάτες και το 2018 27,5. Συγκριτικά με το 2009, η αύξηση ήταν 50%. (Γράφημα 4-1)

4.2 Κυριότεροι Προορισμοί

Ο δημοφιλέστερος προορισμός είναι η Καραϊβική, η οποία διατηρεί το υψηλό της ποσοστό με ελάχιστες ή μηδαμινές αυξομειώσεις κάθε χρόνο. Η περιοχή της Μεσογείου αποτελεί δεύτερη επιλογή των καταναλωτών κρουαζιέρας. Ωστόσο, η περιοχή της Μεσογείου τον 21^ο αιώνα αναδείχθηκε ως η περιοχή με τη ταχύτερη και μεγαλύτερη αύξηση συγκριτικά με τις άλλες περιοχές. Η Καραϊβική και η Μεσόγειος συγκεντρώνουν περισσότερο από το 50% των καταναλωτών κρουαζιέρας. Η Μεσόγειος βρίσκεται στις προτιμήσεις των καταναλωτών τους θερινούς μήνες ενώ το χειμώνα το μερίδιο είναι λιγότερο του 10%. Αντίθετα, η Καραϊβική αποτελεί δημοφιλή προορισμό τους μη θερινούς μήνες και το μερίδιο της το χειμώνα είναι 60%. Μία άλλη διαφορά έγκειται στο ότι, στην Καραϊβική η διάρκεια της κρουαζιέρας είναι λιγότερο από μία εβδομάδα ενώ στη Μεσόγειο μέχρι 15 ημέρες. (Τράπεζα της Ελλάδος, 2012).

Επιπρόσθετα, μεγάλη άνθιση έχει γνωρίσει η κρουαζιέρα τα τελευταία χρόνια στην περιοχή της Αλάσκας. Η Νότια Αμερική και η Βόρεια Ευρώπη αποτελούν εναλλακτικές επιλογές. Κλείνοντας, αξίζει να σημειώσουμε πως η βιομηχανία της κρουαζιέρας έχει αρχίσει να στρέφεται στις αγορές της Ασίας, της Αυστραλίας, της Ν. Ζηλανδίας καθώς επίσης και στα νησιά του Νότιου Ειρηνικού. (Pallis , 2015)

4.3 Κατηγορίες Λιμένων Κρουαζιέρας

Οι λιμένες κρουαζιέρας κατηγοριοποιούνται ως εξής (Πάλλης κ.α., 2017) :

- ✚ Λιμένας-αφετηρίας (homeport) : το κρουαζιερόπλοιο χρησιμοποιεί τις λιμενικές εγκαταστάσεις για υπηρεσίες αφετηρίας και τερματισμού της κρουαζιέρας. Οι λιμένες-αφετηρίας βρίσκονται σε πόλεις με μεγάλα αεροδρόμια και οδική πρόσβαση, ύπαρξη και επαρκείς επαρκείς λιμενικές εγκαταστάσεις. Οι προοπτικές του ενισχύονται από την ελκυστικότητα της τοποθεσίας ενώ η επιλογή του γίνεται από τις εταιρείες κρουαζιέρας με κάποιες προϋποθέσεις.
- ✚ Ενδιάμεσος λιμένας (port of call ή transit port): το κρουαζιερόπλοιο χρησιμοποιεί το λιμένα για ελλιμενισμό και παραμονή για ορισμένο χρόνο (transit)

- ✚ Υβριδικός λιμένας : για ορισμένα κρουαζιερόπλοια και για ένα υποσύνολο των επιβατών τους λειτουργεί ως λιμένας-αφετηρίας · αντίθετα, για τους επιβάτες άλλων κρουαζιερόπλοιων ως ενδιάμεσος λιμένας.

4.3.1 Ελληνικοί Λιμένες Κρουαζιέρας

Στην Ελλάδα υπάρχουν 43 λιμένες κρουαζιέρας, οι οποίοι διαχωρίζονται με βάση τον αριθμό των επιβατών που μπορούν να φιλοξενήσουν, σε κύριους και δευτερεύοντες. Οι κύριοι λιμένες διακινούν ετησίως περισσότερους από 100.000 επιβάτες, ενώ οι δευτερεύοντες λιγότερους. (Πάλλης κ.α., 2017)

Το βασικό μειονέκτημα των ελληνικών λιμένων είναι η ανεπάρκεια υποδομών για τον ελλιμενισμό κρουαζιερόπλοιων, τα οποία είναι μεγάλου μεγέθους. Έτσι, υπάρχουν δημοφιλή νησιά - Πάρος, Νάξος, Ίος – που η πλαγιοδέτηση των πλοίων είναι αδύνατη.

Στην Ελλάδα υπάρχουν 43 λιμάνια, εκ των οποίων τα 8 είναι κύριοι λιμένες. Αυτά είναι: Πειραιάς, Κέρκυρα, Κατάκολο, Μύκονος, Ρόδος, Σαντορίνη, Ηράκλειο και Χανιά (Σούδα).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ-ΚΑΜΠΟΤΑΖ

Το καμποτάζ αποτελεί εμπορικό όρο στις θαλάσσιες μεταφορές και θεσπίστηκε το 1801 στη Γαλλία. Η αναφορά του όρου αυτού άπτεται με την μεταφορά προσώπων και εμπορευμάτων μεταξύ δύο λιμένων και πλοία τα οποία είναι υπό τη σημαία του κράτους.

Ο όρος καμποτάζ αναφέρεται στο καθεστώς παραχώρησης του προνομίου κρουαζιέρας («εκτέλεσης περιηγητικών πλοίων») μέσα στην εθνική επικράτεια και αποκλειστικά σε πλοία που φέρουν την εθνική σημαία. (www.wikipedia.com).

Μέχρι το 1990, η παρέμβαση του κράτους στα ζητήματα της ναυσιπλοΐας υπήρξε έντονη καθώς υπήρχε νομοθετικό πλαίσιο και ψηφίσματα, τα οποία την ψήφιση κανόνων δικαίου που υποστήριζαν τα συμφέροντα των Ελλήνων πλοιοκτητών έναντι των αλλοδαπών πλοίων ή πλοίων που έφεραν ξένη σημαία.

Ο υπ' αριθμ.3577/1992 ευρωπαϊκός κανονισμός που αφορούσε την ελεύθερη πλεύση πλοίων με κοινοτική σημαία στις ελληνικές θάλασσες, είχε ως αποτέλεσμα την κατάργηση του καμποτάζ. Ωστόσο, μέσα στα πλαίσια αυτού του κανονισμού, επιτρεπόταν η μεταφορά τουριστών στους ελληνικούς λιμένες από πλοία ξένων συμφερόντων, με τον όρο το λιμάνι αφετηρίας ή τερματισμού να είναι εκτός Ελλάδας. Με άλλα λόγια απαγορεύονταν η εκτέλεση κυκλικών κρουαζιέρων εντός της ελληνικής επικράτειας. Κλείνοντας να τονιστεί πως σημειώθηκαν αρκετές καθυστερήσεις για την προσαρμογή στις κοινοτικές υποδείξεις ως αποτέλεσμα αντιδράσεων (N.2932/2001 ΦΕΚ/Α/145/27-06-2001)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ

Το κεφάλαιο αυτό επικεντρώνεται στα χαρακτηριστικά των επιβατών κρουαζιέρας, όπως αυτά έχουν αποτυπωθεί μέσα από διάφορες μελέτες. Η συζήτηση ξεκινάει με την παρουσίαση των χαρακτηριστικών των επιβατών κρουαζιέρας, τις διάφορες «γενιές» και την χώρα προέλευσής τους. Κατόπιν, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά επιβατών κρουαζιέρας Μεσογείου.

6.1 Χαρακτηριστικά Επιβατών Κρουαζιέρας

Τον περασμένο αιώνα κυριαρχούσε η αντίληψη πως η κρουαζιέρα ήταν για άτομα της τρίτης ηλικίας, τα οποία εκτός από την ανάλογη οικονομική ευχέρεια διέθεταν και αρκετό ελεύθερο χρόνο. (Σιταράς και Τζένος, 2007).

Ωστόσο, στον αιώνα που διανύουμε, η αντίληψη αυτή έχει πλέον εκλείψει καθώς οι καταναλωτές της κρουαζιέρας ανήκουν και σε νεότερες ηλικίες, δεν ήταν από την υψηλή κοινωνική τάξη και το εισόδημά τους ανήκει στη μεσαία ή χαμηλή κατάταξη. Η προσέλκυση επιβατών από τις χαμηλότερες κοινωνικές ομάδες και εισοδήματα είναι το αποτέλεσμα της αύξησης του μέσου αριθμού καταναλωτών κρουαζιέρας που οδήγησε σε μεγάλο βαθμό στη μείωση του κόστους της κρουαζιέρας. (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2006).

6.2 Διάφορες «Γενιές» Επιβατών

Η CLIA (2018) μελέτησε τα προφίλ των καταναλωτών κρουαζιέρας ανάλογα με τη χρονολογία γέννησής τους σύμφωνα με τον πίνακα 6-1.

Πίνακας 6-1 Διάφορες «Γενιές»

Χρονολογία Γέννησης	
1982-1998	Gen Y / Millennial
1967-1981	Gen X
1948-1966	Boomers
1917-1947	Traditionalists

Η πρώτη μεταπολεμική γενιά, οι boomers στήριξαν την κρουαζιέρα το τελευταίο τέταρτο του περασμένου αιώνα και συνεχίζουν. Η ενδιάμεση γενιά Gen X που αποτελούσε μία φυσιολογική συνέχεια των boomers, όμως το ηλικιακό μίγμα όμως αλλάζει με την είσοδο της γενιάς Gen Y / Millennials, η οποία και θα επηρεάσει την κρουαζιέρα πολύ περισσότερο από τη γενιά Gen X.

Οι boomers επιλέγουν σε μεγάλο ποσοστό σύγχρονες κρουαζιέρες ενώ το 23% αυτών επιλέγουν premium κρουαζιέρες, και μόλις το 4% luxury. Η γενιά Gen X έχει τις ίδιες προτιμήσεις με τους boomers με ελάχιστη διαφορά στις προτιμήσεις luxury διακοπών. Περαιτέρω διερεύνηση έδειξε πως η πλειοψηφία των καταναλωτών κρουαζιέρας (39%) είναι boomers, ακολουθούν οι Millennials με 25%, οι Gen X με 24% και τέλος οι traditionalists – αν και μεγάλοι πλέον ηλικιακά - με 12%. (CLIA, 2018)

6.3 Προέλευση Επιβατών Κρουαζιέρας

Από την έρευνα της CLIA (2017) έγινε γνωστό το 2016 οι καταναλωτές κρουαζιέρας έφτασαν τα 24,7 εκατομμύρια. Η πλειοψηφία τους ήταν από τις Η.Π.Α., Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Κίνα, Αυστραλία, ο Καναδάς, Ιταλία, Βραζιλία και Ισπανία μεταξύ άλλων.

6.4 Επιβάτες Μεσογείου: Προφίλ

Η Costa Cruises είναι μία από τις τέσσερις μεγαλύτερες εταιρείες κρουαζιέρας που δραστηριοποιούνται στην Μεσόγειο. Το χαρακτηριστικά των επιβατών της κατηγοριοποιούνται ως εξής (Πάλλης, κ.α., 2017):

- ✚ Είναι κυρίως Ευρωπαίοι, όπως Γερμανοί, Γάλλοι, Ιταλοί και Ισπανοί. Λιγότεροι είναι οι επιβάτες με καταγωγή από τη Β. Αμερική και το Η. Βασίλειο.
- ✚ Δεν μιλούν ξένες γλώσσες και έχουν ανάγκη από πολύγλωσσους ξεναγούς στους ενδιάμεσους λιμένες.
- ✚ Ακολουθούν σε ξεναγήσεις και σε νυχτερινές δραστηριότητες στους προορισμούς λόγω των συχνών διανυκτερεύσεων.

- ✚ Η μέση ηλικία είναι στα τέλη των 40 ετών, αλλά υπάρχουν και πολλά παιδιά που ακολουθούν τους γονείς τους κατά την διάρκεια των σχολικών διακοπών.

Οι επιβάτες στην MSC Cruises μοιράζονται τα ίδια χαρακτηριστικά με αυτούς της Costa Cruises. Ωστόσο, στην MSC Cruises η μέση ηλικία λίγο πάνω από τα 40 έτη. Παράλληλα, υπάρχουν Κινέζοι και Βραζιλιάνοι επιβάτες μικρότερης ηλικίας. (Πάλλης, κ.α., 2017)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ-ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Το κεφάλαιο αυτό επικεντρώνεται στις τάσεις και εξελίξεις στον τουρισμό κρουαζιέρας. Η συζήτηση περιστρέφεται στον εκσυγχρονισμό των κρουαζιερόπλοιων και τη μεγέθυνσή τους, η διαφοροποίηση του προϊόντος, τις κυριότερες εταιρείες κρουαζιέρας, την εταιρική κοινωνική ευθύνη και τα κανάλια διανομής των τουριστικών πακέτων κρουαζιέρας.

7.1 Εκσυγχρονισμός Κρουαζιερόπλοιων

Η εξέλιξη της ναυπηγικής συντέλεσε σε συνδυασμό με τον εκσυγχρονισμό των λιμανιών συντέλεσε καθώς επίσης και το συνεχώς εντεινόμενο ενδιαφέρον για νέους και εναλλακτικούς προορισμούς έκαναν επιτακτική την ανάγκη για τον εκσυγχρονισμό των κρουαζιερόπλοιων. Ο εκσυγχρονισμός των κρουαζιερόπλοιων θα βοηθήσει και στη βελτίωση του προϊόντος και των υπηρεσιών που προσφέρονται κατά την κρουαζιέρα κατά συνέπεια θα επαυξηθεί και η ικανοποίηση των επιβατών τους.

Έτσι, από το 2000 έως το 2016 έγιναν 172 συνολικά παραγγελίες για κρουαζιερόπλοια. Έτσι, από 2001 έως το 2015, στην αγορά εισήλθαν 134 νέα κρουαζιερόπλοια, εκ των οποίων το 57% είναι στην κατηγορία της 'σύγχρονης' (contemporary) κρουαζιέρας, το 32% στην κατηγορία 'premium' και το 10 % στην κατηγορία 'πολυτελείας' (luxury). (Peisley, 2014)

7.2 Μεγέθυνση Κρουαζιερόπλοιων

Οι σημερινές προδιαγραφές των πλοίων κρουαζιέρας απέχουν σημαντικά σε σύγκριση με τα αντίστοιχα της περασμένης δεκαετίας. Έτσι, η μέση διάσταση ενός σύγχρονου κρουαζιερόπλοιου είναι 200μ. μήκος, 26μ. πλάτος και χωρητικότητα 3.220 επιβάτες.

Αξίζει να σημειωθεί πως την περασμένη δεκαετία ελάχιστα μπορούσαν να μεταφέρουν πάνω από 2.000 επιβάτες ενώ εκείνα που μετέφεραν κοντά στους 3.000 επιβάτες θεωρούνταν «γιγαντιαία».

Από τις παραγγελίες για κατασκευή κρουαζιερόπλοιων φαίνεται υπάρχει μια τάση σταθεροποίησης με μέση χωρητικότητα μεγαλύτερη 2.700 επιβατών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η εταιρεία Carnival, η μεγαλύτερη εταιρεία κρουαζιέρας στον κόσμο. Η μεταφορική της ικανότητα αυξήθηκε κατά 10% από το 2014 έως το 2016. Η Carnival διατηρεί το μεγαλύτερο στόλο, τον οποίο ανανέωσε με 30 νέα πλοία από το 2007.

Ηγέτιδα εταιρεία είναι η Royal Caribbean, η οποία με τα πλοία της κατηγορίας Oasis, η οποία έχει τη δυνατότητα να φιλοξενεί πάνω από 6.000 επιβάτες και πλήρωμα 2.000 άτομα. (Πάλλης κ.α., 2017)

7.4 Διαφοροποίηση Προϊόντος

Επειδή οι απαιτήσεις των περιηγητών – ταξιδιωτών μεταβάλλονται, οι επαγγελματίες του τουρισμού κρουαζιέρας πρέπει εντοπίσουν τις ανάγκες των καταναλωτών τους και να τις ικανοποιήσουν. Συνεπώς, για να διεισδύσουν στις αγορές, τμηματοποιούν τους ταξιδιώτες και για κάθε τμήμα της αγοράς δημιουργούν νέα προϊόντα. Το ενδιαφέρον των ταξιδιωτών – πελατών τους εντείνεται μέσα από την προσφορά καλύτερων υπηρεσιών, νέων δρομολογίων, κρουαζιέρες επικεντρωμένες σε θεματικές ενότητες, όπως επίσης και πολλαπλές επιλογές που του προσφέρουν συνολική εμπειρία. Με την πρακτική αυτή επιτυγχάνουν δύο στόχους: αφενός ανταποκρίνονται στα εναλλασσόμενα πρότυπα διακοπών των επιβατών - κρουαζιέρας και αφετέρου επεκτείνουν το σύνολο του πληθυσμού των καταναλωτών – πελατών τους με νέα δημογραφικά χαρακτηριστικά. (Πάλλης κ.α, 2017)

7.5 Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Γενικά ο σύγχρονος τουρίστας – ταξιδιώτης είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένος θέλει να ταξιδεύει χωρίς να επηρεάζει και να επιβαρύνει το περιβάλλον. Για το λόγο αυτό οι εταιρείες κρουαζιέρας αλλάζουν πολιτικές και εφαρμόζουν πρακτικές εναρμονισμένες με την προστασία του περιβάλλοντος. (Satta κ.α. 2016)

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο περιορισμός της κατανάλωσης νερού, η διαχείριση υγρών και στερεών αποβλήτων και η εκπομπή ρύπων μεταξύ άλλων. (Satta κ.α. 2016)

Άλλες ενέργειες σχετίζονται με κοινωνικό-οικονομικές διαστάσεις, όπως εργασιακές σχέσεις, υγιεινή και ασφάλεια, ανθρώπινα δικαιώματα και προϊόντα που χρησιμοποιούνται και καταναλώνονται μεταξύ άλλων. (Satta κ.α. 2016)

Επιπλέον, ένα ποσοστό επιβατών εστιάζει σε θέματα σχετικά με τις οικονομικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας. (Satta κ.α. 2016)

7.6 Κανάλια Διανομής

Οι τουριστικοί πράκτορες συντελούν στο 70% των πωλήσεων στην βιομηχανία της κρουαζιέρας. Οι τουριστικοί πράκτορες συμβουλεύουν και παροτρύνουν τους καταναλωτές κρουαζιέρας να επιλέξουν ένα ταξίδι και παρουσιάζουν ακόμη και τις υπηρεσίες που το κρουαζιερόπλοιο προσφέρει. Η έρευνα του CLIA (2018) έδειξε πως οι 9 στους 10 είναι απόλυτα ικανοποιημένοι από τη βοήθεια του ταξιδιωτικού πράκτορα στον σχεδιασμό του ταξιδιού τους. .

Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία συμβάλουν στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας καθώς την προβάλλουν και την προωθούν. (Μοίρα και Μυλωνόπουλος, 2006)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται οι οικονομικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας – εισόδημα και κόστος – καθώς και οι επιπτώσεις της στις τοπικές κοινωνίες, το περιβάλλον και τον τουριστικό τομέα.

8.1 Οικονομικές Επιπτώσεις

Τα λιμάνια υποδοχής επωφελούνται από τον τουρισμό - κρουαζιέρας καθώς εκτός από οικονομικά οφέλη δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, αυξάνεται η πελατεία στις τοπικές επιχειρήσεις προσελκύονται επενδυτές και βελτιώνονται οι υποδομές μεταξύ άλλων. (Διακομιχάλης, 2006).

Συνοπτικά τα έσοδα ενός λιμανιού - προορισμού από την κρουαζιέρα κατατάσσονται ως εξής: (Πάλλης κ.ά., 2017)

1. Χρήματα που ξοδεύουν οι καταναλωτές κρουαζιέρας στο λιμάνι προορισμού και στην ευρύτερη περιοχή.
2. Χρήματα που δαπανά η εταιρεία της κρουαζιέρας στο λιμάνι που προσεγγίζει και αφορούν τη συντήρηση του πλοίου καθώς και την κάλυψη των υποχρεώσεών της.
3. Χρήματα που δαπανούν τα μέλη του πληρώματος.

8.2 Τοπικές Κοινωνίες

Οι θετικές επιπτώσεις του τουρισμού – κρουαζιέρας είναι οι εξής (Κοκκώσης και Τσάρτας, 1999):

- ✚ Κίνητρο για τους νέους να μείνουν στον τόπο τους και να εργαστούν
- ✚ Συμμετοχή όλων των φορέων στις τουριστικές υποδομές
- ✚ Αναβίωση τοπικών τεχνών – επαγγελμάτων
- ✚ Παραγωγή τοπικών προϊόντων
- ✚ Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- ✚ Διατήρηση και ενδυνάμωση της τοπικής κοινότητας

- ✚ Βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων με την ανάπτυξη στρατηγικών πολιτικής ανάπτυξης και την αναβάθμισης βασικών υποδομών και παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ✚ Διοργάνωση πολιτιστικών δράσεων και εκδηλώσεων.

8.3 Περιβαλλοντικές

Οι θετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις εκτός από την προστασία και ανάδειξη χώρων ιστορικής και αρχαιολογικής σημασίας όπως και την προστασία του περιβάλλοντος, σχετίζονται και με την αναβάθμιση υποβαθμισμένων περιοχών.

Στις αρνητικές επιπτώσεις υπολογίζεται η επιβάρυνση του παράκτιου περιβάλλοντος από διάφορα έργα υποδομής για την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας όπως η κατασκευή παράκτιων οδικών αρτηριών.

Άλλη επίπτωση είναι να μετατραπούν οι παράκτιοι φυσικοί πόροι σε χώρους προς αναψυχή των τουριστών, κάτι που θα προκαλέσει αλλοίωση, φθορά και εξαφάνιση. (Ηγουμενάκης, 2000)

8.4 Ανθρωπογενές Περιβάλλον

Οι επιπτώσεις του τουρισμού - κρουαζιέρας είναι θετικές στο ανθρωπογενές περιβάλλον καθώς συμβάλει στην ανάπτυξη του δομημένου περιβάλλοντος, τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, τη διατήρηση της τοπικής αρχιτεκτονικής καθώς και την ανάδειξη και αξιοποίηση των τοπικών πολιτιστικών πόρων. (ΕΟΤ, 2003)

8.5 Τουριστικό Τομέα

Οι επιπτώσεις του τουρισμού - κρουαζιέρας είναι εκτός από θετικές και άμεσες καθώς το τουριστικό προϊόν του τόπου υποδοχής διαφοροποιείται και έτσι αυξάνεται και η ανταγωνιστικότητά του. Μία άλλη εξίσου σημαντική επίπτωση είναι η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου .

ΜΕΡΟΣ Β: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ : ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ



Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (Πηγή: North Aegean Islands Map Province Area | Map of Greece Regional Political Province (map-greece.blogspot.com))

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: Β. ΑΙΓΑΙΟ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

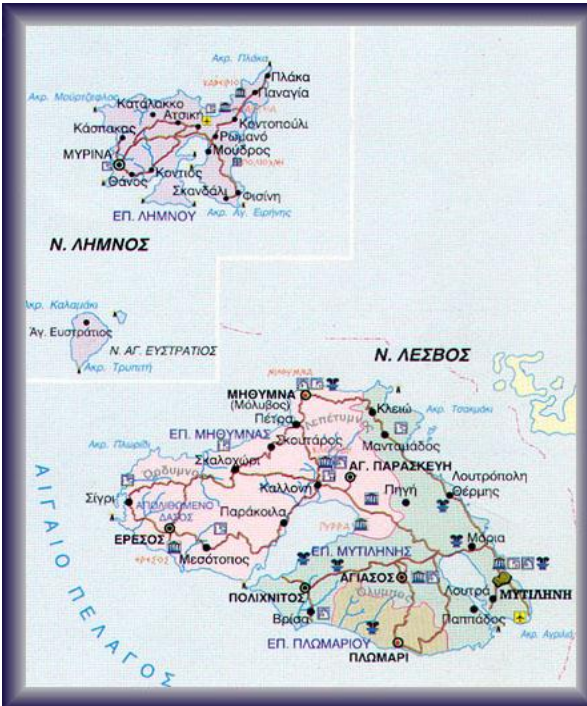
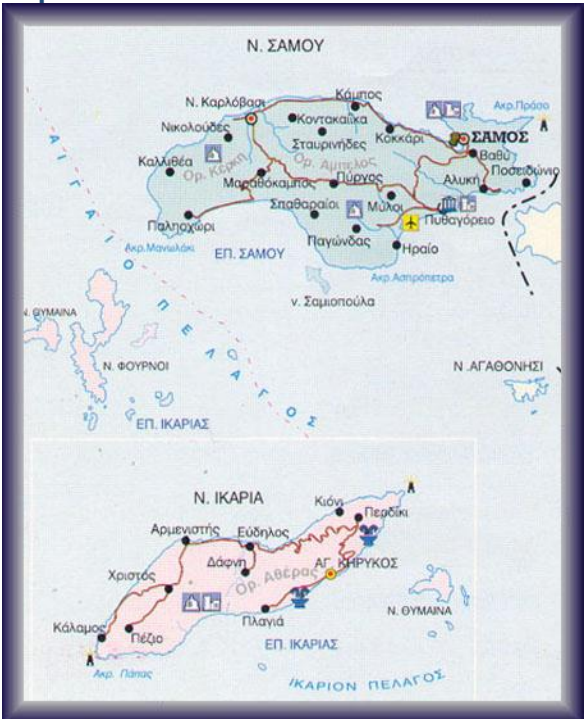
9.1 Γενικά Χαρακτηριστικά της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου

Το Βόρειο Αιγαίο ανήκει στην αντίστοιχη περιφέρεια και διοικητικά διαιρείται στις εξής πέντε περιφερειακές ενότητες: Ικαρίας, Λέσβου, Λήμνου, Σάμου και Χίου. Επίσης, αποτελείται από έντεκα Δήμους. Αναλυτικότερα, περιλαμβάνει πέντε μεγάλα σε έκταση για την κλίμακα των νησιών του Αιγαίου – Λήμνος, Χίος, Λέσβος, Σάμος και Ικαρία - και τέσσερα μικρότερα – Φούρνοι, Οινούσες, Ψαρά και Άγιος Ευστράτιος. Η Χίος και η Λέσβος συγκαταλέγονται στα μεγαλύτερα νησιά εντός της Ευρωπαϊκής Επικράτειας. Επίσης, τα νησιά αυτά είναι σε άμεση γειννίαση με την Τουρκία εξ ανατολών.

Η περιφέρεια Β. Αιγαίου έχει συνολική έκταση 3.836 τετραγωνικά χιλιόμετρα και συνολικό πληθυσμό περίπου 199.231. το ψηλότερο σημείο είναι η Κέρκη, στη Σάμο, με υψόμετρο 1.433 μέτρα. Ο Πίνακας 9-1 παρουσιάζει την περιφέρεια Β. Αιγαίου και τη διοικητική διαίρεσή της.

Τα νησιά της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση από την Ηπειρωτική Χώρα αλλά και μεταξύ τους. Η Μυτιλήνη είναι η έδρα της Περιφέρειας.

Πίνακας 9-1. Περιφέρεια Β. Αιγαίου και Διοικητική Διαίρεση.

Νομός	Περιφερειακή Ενότητα	Δήμος	Έδρα
Λέσβου 	Λέσβου	Δ. Λέσβου	Καλλονή
	Λήμνου	Μυτιλήνης	Μυτιλήνη
		Αγ. Ευστρατίου	Αγ. Ευστράτιος
Σάμου 	Ικαρίας	Ικαρίας	Αγ. Κήρυκος
	Σάμου	Φούρνων Κορσέων	Φούρνοι
		Δυτ. Σάμου	Σάμος (Βαθύ)
		Καρλόβασι	
Χίου	Χίου	Οινουσσών	Αιγνούσα (Μανδράκι)

		Χίου Ηρωικής Νήσου Ψαρών	Χίος Ψαρά
--	--	-----------------------------------	--------------

Η επόμενη ενότητα παρουσιάζει εκτός από την εξέλιξη του πληθυσμού της εν λόγω Περιφέρειας, στοιχεία σχετικά με τους δείκτες της απασχόλησης, της ανεργίας και το ΑΕΠ.

9.2 Πληθυσμός – Απασχόληση - Ανεργία - ΑΕΠ

Ο Πίνακας 9-2 παρουσιάζει την εξέλιξη του πληθυσμού της περιφέρειας Β. Αιγαίου ανά περιφερειακή ενότητα. Το 2013 ο συνολικός της εν λόγω Περιφέρειας ήταν 199.478 και το 2018 έφτασε στους 211.137. Αυξήθηκε δηλαδή κατά 6%. Η περιφερειακή ενότητα με την μεγαλύτερη αύξηση ήταν η Σάμος όπου ο πληθυσμός αυξήθηκε κατά 8%, ενώ στις άλλες δύο ενότητες από 5%.

Πίνακας 9-2. Εξέλιξη Πληθυσμού Β. Αιγαίου (Πηγή : INSETE Intelligence, 2018)

Περιφερειακή Ενότητα	2013	2018	Διαφορά
Λέσβου	103.234	108.575	5%
Χίου	53.431	56.340	5%
Σάμου	42.813	46.222	8%
Β. Αιγαίο	199.478	211.137	6%

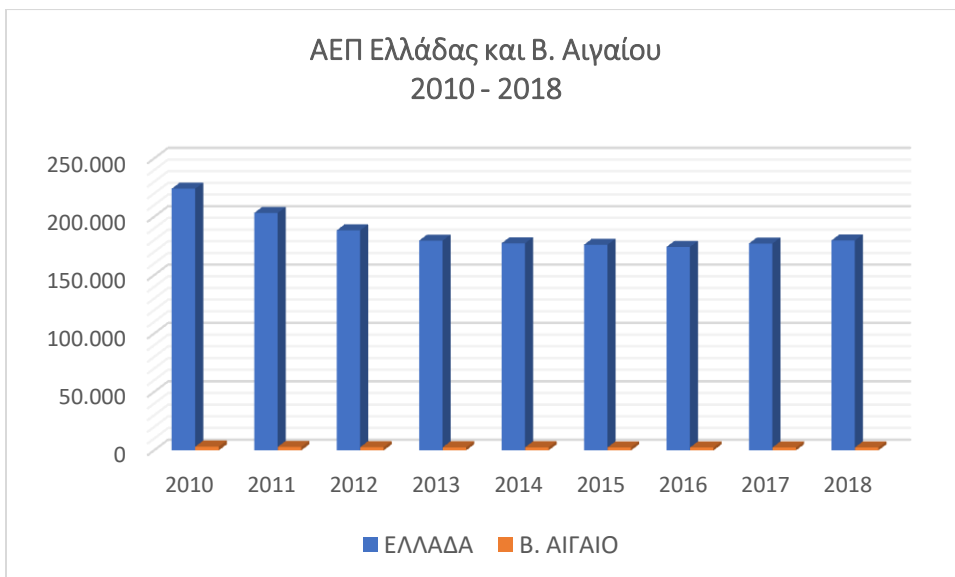
Ο οικονομικά ενεργό πληθυσμό στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου φτάνει το 55% όσο και στην Περιφέρεια Κρήτης. Έρχεται τρίτη μετά το Νότιο Αιγαίο (57%) και τα Ιόνια Νησιά (54%). Σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας αντιπροσωπεύει το 2% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της χώρας.

Πίνακας 9-3. ΑΕΠ Περιφέρειας Β. Αιγαίου και Ελλάδας (Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ)

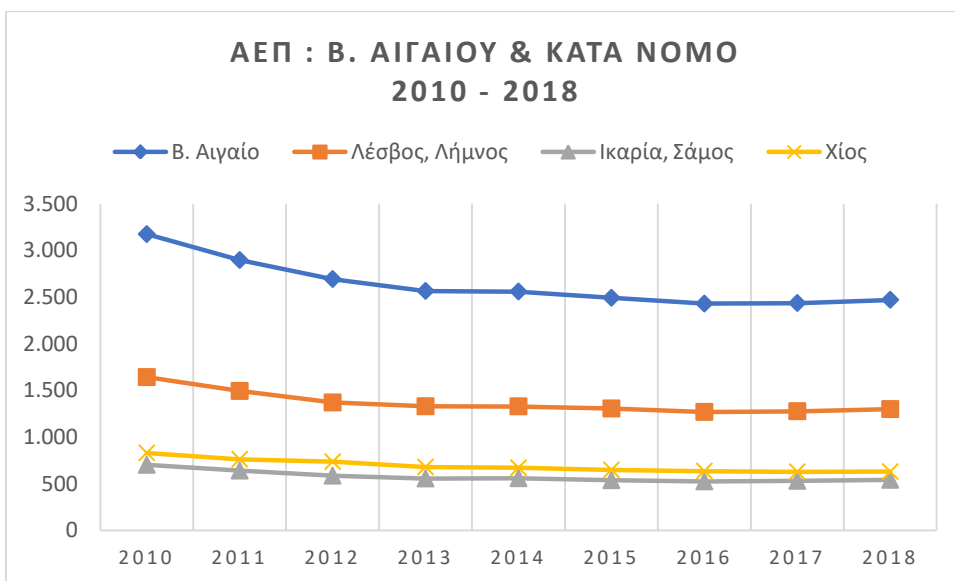
Έτος	ΕΛΛΑΔΑ	Β. ΑΙΓΑΙΟ	Λέσβος, Λήμνος	Ικαρία, Σάμος	Χίος
2010	224,124	3,175	1,642	702	830
2011	203,308	2,897	1,494	641	762
2012	188,389	2,693	1,371	587	736
2013	179,616	2,566	1,330	556	679
2014	177,349	2,559	1,329	559	671
2015	176,110	2,492	1,306	538	649
2016	174,237	2,430	1,269	525	636
2017	177,152	2,436	1,277	531	628
2018	179,727	2,471	1,299	542	630
Διαφορά 2010-2016	23%	22%			
Διαφορά 2013 -2016	5%	2%			

Στο Γράφημα 9-1 φαίνεται πως το ΑΕΠ της Ελλάδας από το 2010 μέχρι το 2016 είχε φθίνουσα πορεία και από το 2017 άρχισε να αυξάνεται.

Γράφημα 9-1. Εξέλιξη ΑΕΠ Περιφέρειας Β. Αιγαίου και Ελλάδας (Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία Ιδία)



Γράφημα 9-2. Εξέλιξη ΑΕΠ Περιφέρειας Β. Αιγαίου και Νομών (Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία Ιδία)



Το ΑΕΠ στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου μειώθηκε κατά 23% κατά την περίοδο 2010 – 2016, ενώ η μείωση ήταν 22% για το σύνολο της Ελλάδας . Ωστόσο, κατά την περίοδο 2013 -2016 η μείωση ήταν κατά πολύ μικρότερη από αφού έφθανε στο

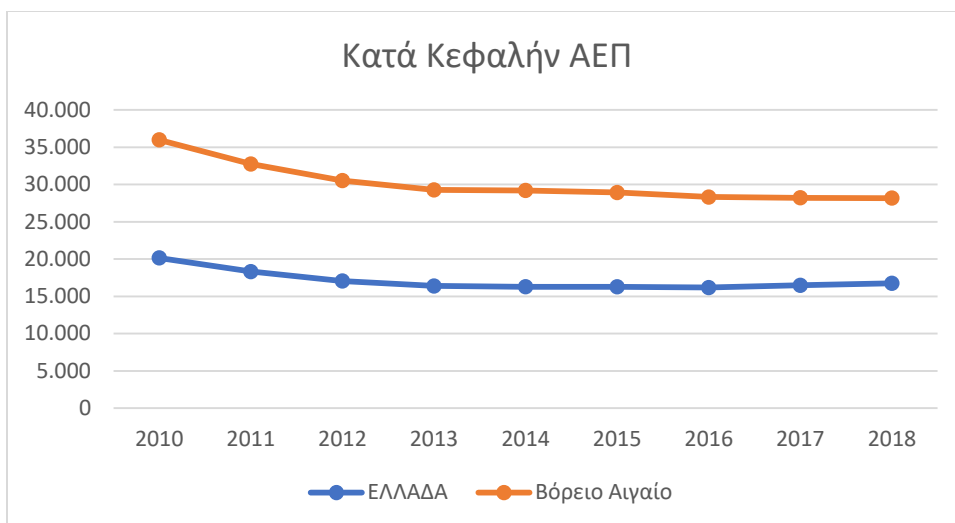
5% και για την Ελλάδα ήταν 2%. (Πίνακας 9-3, Διάγραμμα 9-2) (INSETE Intelligence, 2018)

Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μειώθηκε, επίσης. Από τα στοιχεία του Πίνακα 9-4 φαίνεται η καθοδική πορεία που σημειώθηκε από το 2010 μέχρι το 2018, τόσο συνολικά στην Ελλάδα όσο και στην Περιφερειακή Ενότητα του Β. Αιγαίου. Η πορεία αυτή είναι εμφανής και από το Διάγραμμα 9-3.

Πίνακας 9-4. Περιφέρεια Β. Αιγαίου: Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ ανά Περιφερειακή Ενότητα (Πηγή :ΕΛΣΤΑΤ)

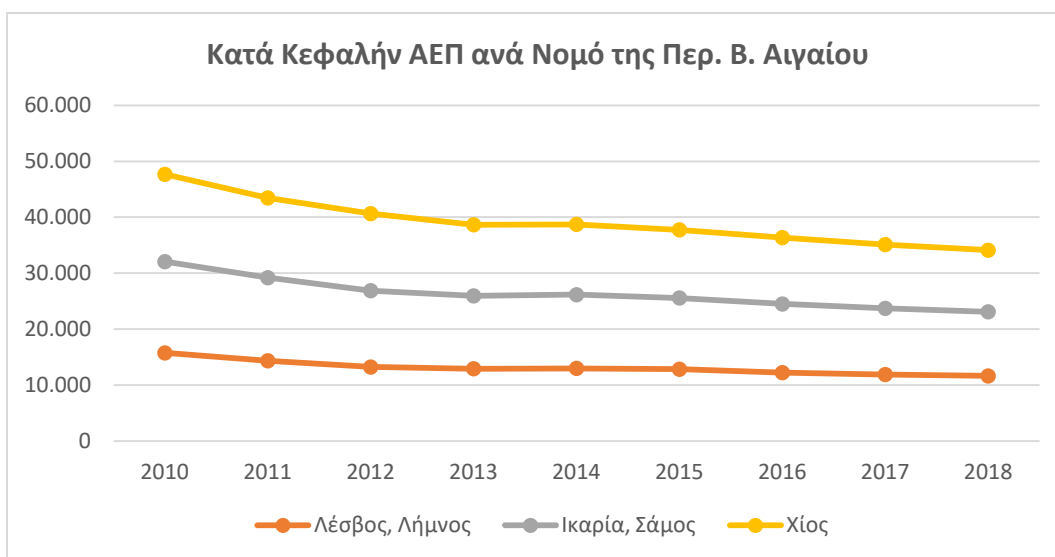
Έτος	ΕΛΛΑΔΑ	Βόρειο Αιγαίο	Λέσβος, Λήμνος	Ικαρία, Σάμος	Χίος
2010	20,153	15,834	15,755	16,318	15,598
2011	18,308	14,433	14,347	14,847	14,269
2012	17,056	13,463	13,227	13,653	13,771
2013	16,381	12,890	12,925	13,024	12,715
2014	16,282	12,917	12,996	13,158	12,577
2015	16,275	12,641	12,843	12,735	12,180
2016	16,169	12,140	12,228	12,269	11,866
2017	16,472	11,746	11,892	11,833	11,391
2018	16,745	11,434	11,634	11,471	11,011
Διαφορά 2010-2016			22%	23%	24%
Διαφορά 2013 -2016			6%	5%	2%

Γράφημα 9-3. Εξέλιξη κατά κεφαλήν ΑΕΠ Ελλάδας και Περιφέρειας Β. Αιγαίου
(Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία Ιδία)



Το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μειώθηκε σε όλες τις περιφερειακές ενότητες σχεδόν ισόποσα. Αναλυτικότερα, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ στη Χίο μειώθηκε στο 24% κατά την περίοδο 2010 -2016, στη Σάμο 23% και στη Λέσβο 22%. Ωστόσο, κατά την περίοδο 2013 – 2016, η μείωση ήταν κατά πολύ μικρότερη. Η Λέσβος είχε τη μεγαλύτερη μείωση 6%, ακολούθησε η Σάμος 5% και τέλος η Χίος 2%. (Πίνακας 9-4, Διάγραμμα 9-4) (INSETE Intelligence, 2018)

Γράφημα 9-4. Εξέλιξη κατά κεφαλήν ΑΕΠ στους Νομούς της Περιφέρειας Β. Αιγαίου
(Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία Ιδία)



Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 9-5, οι απασχολούμενοι στην εστίαση αυξήθηκαν κατά 59% από το 2013 έως το 2018, ενώ στα καταλύματα κατά 30%. Η εξέλιξη των απασχολούμενων κατά το ίδιο διάστημα αυξήθηκε συνολικά κατά 49%.

Πίνακας 9-5. Περιφέρεια Β. Αιγαίου: Εξέλιξη απασχολούμενων στις υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης (Πηγή : INSETE Intelligence, 2018)

Έτος	Εξέλιξη Απασχολούμενων	Εστίαση	Καταλύματα
2013	5.548	3.613	1.935
2014	6.054	4.319	1.735
2015	5.763	4.307	1.456
2016	7.784	5.122	2.662
2017	8.221	4.820	3.400
2018	8.270	5.758	2.511
Διαφορά 2013-2018	49%	59%	30%

Όσον αφορά την ποσοστιαία κατανομή των ανέργων για το 2018, η Περιφέρεια Β. Αιγαίου είχε το χαμηλότερο ποσοστό 2%.

9.3 Εναλλακτικός Τουρισμός

Στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου υπάρχουν σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι και δίνεται έτσι η ευκαιρία στα άτομα να συνδυάζουν τον πολιτισμό με τις διακοπές. Επίσης, υπάρχουν και οι συνθήκες για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο τουρισμός κρουαζιέρας. Ωστόσο, για την ανάπτυξη του η περιοχή πρέπει να χαρακτηρίζεται από πόρους (φυσικούς - περιβαλλοντικούς και ανθρωπογενείς), πολιτιστικούς και ιστορικούς χώροι, υποδομές και υπηρεσίες τα οποία συνθέτουν τα βασικά χαρακτηριστικά της τουριστικής προσφοράς. Ο Πίνακας 9-6 συνοψίζει τους πόρους αυτούς. (Τσάρτας και Κοκκώσης, 1999)

Πίνακας 9-6 Τουριστικοί Πόροι (Πηγή : Τσάρτας και Κοκκώσης, 1999)

Φυσικοί Περιβαλλοντικοί Πόροι	και	Ανθρωπογενείς Πόροι	Πολιτισμικοί – Ιστορικοί χώροι	Υποδομές και Υπηρεσίες
✚ Φυσικό Περιβάλλον		✚ Παραδοσιακοί οικισμοί	✚ Μνημεία	✚ Ξενοδοχεία
✚ Κλίμα		✚ Κτήρια	✚ Ιστορία περιοχής	✚ Πρακτορεία
✚ Ακτές		✚ Παραδοσιακή αρχιτεκτονική	✚ Παράδοση	✚ Εταιρείες μεταφορών
✚ Ορεινοί όγκοι – Τοπία – Λίμνες		✚ Μουσεία	✚ Ήθη και έθιμα	✚ Λιμάνια
✚ Φαράγγια		✚ Ιστορικά κέντρα	✚ Θρησκεία	✚ Αεροδρόμια
✚ Σπηλιές		✚ Θεματικά πάρκα	✚ Πολιτιστικές δραστηριότητες	✚ Οδικό δίκτυο
✚ Θάλασσα			✚ Γλώσσα	✚ Υποδομές αθλητισμού
✚ Άγρια φύση			✚ Μορφές τέχνης-	✚ Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής
✚ Εθνικοί δρυμοί			✚ Παραδοσιακά παραγόμενα προϊόντα	✚ Άλλες τουριστικές δραστηριότητες
✚ Περιβαλλοντικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές				

9.3.1 Φυσικοί και Περιβαλλοντικοί Πόροι Τουριστικής Έλξης

Η ελκυστικότητα μιας περιοχής ως τουριστικός προορισμός καθορίζεται από τους φυσικούς και περιβαλλοντικούς πόρους (Ζαχαράτος, 2000).

Το έδαφος των περισσότερων νησιών είναι ορεινό και ημιορεινό. Οι ορεινές εκτάσεις αποτελούν περίπου το 33% της συνολικής έκτασης της Περιφέρειας. Έτσι, το έδαφος της Λήμνου χαρακτηρίζεται ως ημιορεινό και πεδινό, ενώ της Σάμου ως ορεινό. Το έδαφος της Ικαρίας παρουσιάζει τις μεγαλύτερες κλίσεις ενώ της Λήμνου τις μικρότερες.

Ενώ τα νησιά ανήκουν στην κλιματολογική ζώνη του Αιγαίου, υπάρχουν διαφοροποιήσεις στα εξής νησιά: τη Λήμνο, η οποία αν και βορειότερα έχει λιγότερες βροχοπτώσεις και τη χαμηλότερη μέση θερμοκρασία σε αντίθεση με τη Σάμο και την Ικαρία, οι οποίες αν και βρίσκονται στο νοτιότερο σημείο

χαρακτηρίζονται από περισσότερες βροχοπτώσεις και υψηλότερη μέση θερμοκρασία.

Αναλυτικότερα, το κλίμα της της Λήμνου, του Άγιου Ευστράτιου και της Λέσβου χαρακτηρίζεται ως εύκρατο, με τη διαφορά πως τα δύο πρώτα νησιά έχουν τις λιγότερες βροχοπτώσεις. Μεσογειακό χαρακτηρίζεται το κλίμα της Χίου με ήπιους χειμώνες και ανομβρία κατά τη θερινή περίοδο. Οι Οινούσσες και τα Ψαρά έχουν κλίμα μεσογειακό θαλάσσιου χαρακτήρα, με ήπιο χειμώνα και παρατεταμένο ξηρό και θερμό καλοκαίρι. Επίσης, ήπιο χειμώνα έχουν η Σάμος, η Ικαρία και οι Φούρνοι αλλά με δροσερό καλοκαίρι.

Μεσογειακό Οικοσύστημα

Τα νησιά του Β. Αιγαίου έχουν χαρακτηριστεί ως μεσογειακά οικοσυστήματα, επειδή αν και καλύπτουν μία αρκετά περιορισμένη επιφάνεια, παρουσιάζουν ένα πολύπλοκο μωσαϊκό οικοσυστημικών τύπων. Αναλυτικότερα, παρουσιάζουν ένα σύνολο από χερσαία και υδατικά οικοσυστήματα, πλούσιο σε ενδημικά πτηνά αλλά σπάνια είδη τόσο πανίδας όσο και χλωρίδας. Έτσι, σε αυτό το γεωγραφικό τμήμα του Αιγαίου συγκεντρώνονται πάνω 5.000 διαφορετικά είδη ζώων και 1.000 περίπου είδη φυτών. Ωστόσο, μερικά από αυτά κινδυνεύουν να εξαφανιστούν ως αποτέλεσμα των πιέσεων που δέχεται το παράκτιο οικοσύστημα από τις οικολογικές ανισορροπίες.

Έτσι, οι υγρότοποι της Λήμνου και του κόλπου της Καλλονής στη Λέσβο προσφέρονται για birdwatching.

Όσο αφορά τα χερσαία οικοσυστήματα, το μεγαλύτερο ποσοστό χρησιμοποιείται σε αγροτικές καλλιέργειες – λ.χ. σιτηρά, ελιές, αμπέλια - και ένα άλλο επίσης μεγάλο ποσοστό ως βοσκότοποι. Ωστόσο, κάθε νησί έχει ξεχωριστή ποικιλότητα συστημάτων. Παραδείγματος χάριν, η Λέσβος έχει υψηλή ενώ οι Οινούσσες χαμηλά. Ξεχωριστή θέση κατέχει η μαστίχα της Χίου, τα κρασιά της Σάμου, το ελαιόλαδο της Μυτιλήνης και τα σιτηρά της Λήμνου. Παράλληλα, φημίζεται για τα αλιευτικά προϊόντα, όπως οι σαρδέλες Καλλονής, και την κτηνοτροφία της.

Θεσμοθετημένες Περιοχές Προστασίας

Στην συγκεκριμένη περιοχή ένας μεγάλος αριθμός περιοχών έχει χαρακτηριστεί ως θεσμοθετημένες περιοχές προστασίας. Έτσι, με βάση την υφιστάμενη εθνική και διεθνή νομοθεσία, οι περιοχές αυτές παρουσιάζονται στον Πίνακα 9-7.

Πίνακας 9-7. Θεσμοθετημένες Προστατευόμενες Περιοχές (Πηγή : INSETE Intelligence, 2018)

✚	11 Ειδικές ζώνες διαχείρισης (ΕΖΔ)
✚	16 Ζώνες ειδικής προστασίας (ΖΕΠ)
✚	1 Διατηρητέο μνημείο της φύσης (Απολιθωμένο δάσος Σίγρι στη Λέσβο)
✚	1 Περιοχή Σύμβασης Βαρκελώνης (Απολιθωμένο δάσος Σίγρι στη Λέσβο)
✚	16 Βιότοποι Corine,
✚	23 Τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και
✚	55 Παραδοσιακοί Οικισμοί.

Σε όλα τα νησιά ο επισκέπτης μπορεί να ευχαριστηθεί trekking σε μονοπάτια και δασωμένα τοπία.

Θάλασσα και Ακτές





Τα νησιά θα μπορούσαν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες: τα μεγάλα νησιά – Χίος, Λήμνος, Σάμος, Λέσβος και Ικαρία – τα οποία προσφέρονται για οικογένειες, ζευγάρια και παρέες, ενώ τα μικρότερα σε μέγεθος - Άγιος Ευστράτιος, Φούρνοι, Ψαρά και Οινούσες – προσφέρονται για εναλλακτικούς ταξιδιώτες που αγαπούν την εξερεύνηση. (Βόρειο Αιγαίο - Διακοπές στα νησιά του Βορείου Αιγαίου| Discover Greece)

Η Λήμνος έχει περισσότερες 100 παραλίες εκ των οποίων οι μισές είναι αμμουδερές. Στη Χίο υπάρχουν περισσότερες από 90 παραλίες ενώ το θαυμασμό του επισκέπτη αποσπούν τα περίφημα Μαύρα Βόλια, με τα σκούρα βότσαλα ηφαιστειογενούς προέλευσης. Ωστόσο στη Λέσβο βρίσκονται οι εξής παραλίες που έχουν χαρακτηριστεί ως οι καλύτερες του Αιγαίου : τα Βατερρά, το

Σίγρι, τον Άγιο Ισίδωρο και την Ερεσό. Στην Ικαρία εκτός από τη μεγάλη αμμώδη παραλία του Αρμενιστή, ο επισκέπτης εντυπωσιάζεται από τα σμαραγδένια νερά και τα εντυπωσιακά βράχια στις Σεϋχέλλες, τα οποία είναι προσβάσιμα από μονοπάτι. Τέλος, στη Σάμο η καλύτερη παραλία είναι η Χρυσή Άμμος. (Βόρειο Αιγαίο - Διακοπές στα νησιά του Βορείου Αιγαίου| Discover Greece)

Το 2018 βραβεύτηκαν 26 παραλίες με γαλάζια σημαία στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου. Ο Πίνακας 9-8 παρουσιάζει τις παραλίες αυτές ανά περιφερειακή ενότητα.

Πίνακας 9-8. Παραλίες με Γαλάζια Σημαία στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου. (Πηγή : INSETE Intelligence, 2018)

Ενότητα Σάμου	Ενότητα Χίου	Ενότητα Λέσβου	Ενότητα Λήμνου
<ul style="list-style-type: none">  Γλυκόριζα,  Δόρυσσα 	<ul style="list-style-type: none">  Αγ. Παρασκευή,  Αγ. Φωτεινή,  Δασκαλόπετρα,  Δημοτική πλαζ Χίου,  Καρφάς,  Κώμη,  Λιθί, Όρμος Λω 	<ul style="list-style-type: none">  Αγ. Ισίδωρος,  Αναξος,  Βατερά,  Εφταλού/Αγ. Ανάργυροι,  Κάγια,  Κανόνι  Θέρμης,  Μόλυβος,  Νυφίδα,  Πέτρα,  Σκάλα  Ερεσού,  Τσαμάκια,  Χαραμίδα 	<ul style="list-style-type: none">  Άγιος Ιωάννης,  Εβγάτης,  Θάνος,  Πλατύ.

Επομένως, οι επισκέπτες μπορούν να κάνουν wind surf, kite surf και θαλάσσιο σκι θα χαρείτε στη Σκάλα Ερεσού και τα Βατερά της Λέσβου, στις ανατολικές ακτές της Λήμνου και στο Κοκκάρι της Σάμου.

Ιαματικοί Φυσικοί Πόροι

Σύμφωνα με την Ειδική Επιτροπή Προστασίας Φυσικών Ιαματικών Πόρων του Υπουργείου Τουρισμού, στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου αναγνωρίστηκαν το 2019 οι εξής τρεις Ιαματικοί Φυσικοί Πόροι:

- ✚ Νερό πηγής Αγιασμάτων Δ. Χίου,
- ✚ Πηγή Κόλπου Γέρας Δήμου Λέσβου και
- ✚ Πηγή Θερμών Ηφαιστου Δήμου Λήμνου.

9.3.2 Πολιτιστικοί και Ιστορικοί Πόροι

Αρχαιολογικοί Χώροι

Οι σημαντικότεροι αρχαιολογικοί χώροι στην Ικαρία είναι οι εξής: Αρχαία Πόλη της Νας, Αρχαία Πόλη Δράκανο και Αρχαία Πόλη Θερμαί

Στην Λέσβο υπάρχουν οι εξής αρχαιολογικοί χώροι: αρχαία Μήθυμνα, αιολικού ιερού Κλοπέδης Λέσβου, το ιερό Μεσών, το αρχαίο θέατρο Μυτιλήνης, η ακρόπολη Ερεσού και ο αρχαιολογικός χώρος Θερμής.

Οι αρχαιολογικοί χώροι της Λήμνου περιλαμβάνουν την προϊστορική Μύρινα, το ιερό της Αρτέμιδος, το αρχαίο Βουλευτήριο και επίσης τους εξής χώρους: της Ηφαιστείας, του Καβειρίου και της Πολιόχνης.

Στη Σάμο το Ευπαλίνειο Όρυγμα αποτελεί ένα μοναδικό τεχνικό επίτευγμα του 6ου αιώνα π.χ., το οποίο κατασκευάστηκε την εποχή της τυραννίας του Πολυκράτη με σκοπό την τροφοδότηση της αρχαίας Σάμου με νερό. Ο αρχαιολογικός χώρος του Ηραίου έχει χαρακτηριστεί από το 1992 ως Μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO. Άλλοι αξιόλογοι αρχαιολογικοί χώροι είναι το Πυθαγόρειο, ο αρχαιολογικός χώρος Κάστρου Πυθαγόρειου και ο αντίστοιχος στο Ποτάμι Καρλοβάσου καθώς και ο κλειστός πολεμικός λιμένας της Αρχαίας πόλεως Σάμου.

Οι κύριοι αρχαιολογικοί χώροι στο νησί της Χίου είναι ο αρχαιολογικός χώρος Εμπορίου, ο Ναός του Απόλλωνα στα Φανά, του Αρχοντικού Ψαρών και ο Ανάβατος ή ο Μυστράς του Αιγαίου.

Μνημεία

Στη Λέσβο δεσπόζει το αρχοντικό Βαρελτζήδαινας και το Τσαρσί Χαμάμ.

Κάστρα και Φρούρια

Στην Λέσβο εξέχουσα θέση έχουν τρία κάστρα, το κάστρο Μολύβου, το κάστρο Σιγρίου και το κάστρο Μυτιλήνης.

Στην Ικαρία δεσπόζει το Κάστρο και η Παλαιοχριστιανική Βασιλική Μηλιωπού. Επίσης ένα άλλο σημαντικό κάστρο είναι του Κοσκινά.

Στη Λήμνο δεσπόζουν το κάστρο του Μούδρου και το φρούριο του Κότσινου. Ένα άλλο εξίσου σημαντικό μνημείο είναι το κάστρο της Μύρινας στη Λήμνο. Χτίστηκε από αυτοκράτορα Ανδρόνικο Α΄ τον Κομνηνό (1118-1185), στη βραχώδη και απόκρημνη χερσόνησο στη Μύρινα. Σήμερα αποτελεί ένα από τα πιο καλοδιατηρημένα του Αιγαίου.

Στη Σάμο, ο πύργος του Σαρακίνη αξίζει την προσοχή των επισκεπτών του νησιού. Ενώ στη Χίο, εξέχουσα θέση έχουν το κάστρο Χίου και οι πύργοι Δοτίων και Πιτίους.

Θρησκεία

Όσο αφορά τα Βυζαντινά χρόνια, το 1204 ιδρύθηκε η Νέα Μονή Χίου από τον αυτοκράτορα Κωνσταντίνο Θ΄ Μονομάχο και αφιερώθηκε στην Κοίμηση της Θεοτόκου. Βρίσκεται στο κέντρο του νησιού και έχει έκταση 17000 τετραγωνικών μέτρων. Έχει χαρακτηριστεί ως μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς της UNESCO.

Άλλα αξιόλογα μοναστήρια του νησιού είναι ο Άγ. Μάρκος, ο Αγ. Μηνάς, η Αγ. Μαρκέλλα, οι Αγ. Πατέρες και η Μονή Αγ. Κωνσταντίνου και Ελένης μεταξύ άλλων.

Πολιτιστικές Δράσεις

Πολλά πανηγύρια γίνονται στην Ικαρία, όπου παίζεται παραδοσιακή μουσική με παραδοσιακά όργανα.

Πολιτιστικές δράσεις λαμβάνουν μέρος σε όλα τα νησιά και είναι συνυφασμένες με τη θρησκευτική παράδοση ή με τα προϊόντα του νησιού.

9.3.3 Ανθρωπογενείς Πόροι

Μουσεία

Ένα από τα σημαντικότερα μουσεία είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Λήμνου στην Μύρινα, στο οποίο εκτίθεται η ιστορική διαδρομή και εξέλιξη του νησιού από την χαλκολιθική περίοδο ως τη ρωμαϊοκρατία.

Ένα άλλο εξίσου σημαντικό μουσείο είναι το αρχαιολογικό Μουσείο Μυτιλήνης, όπου τα εκτίθεται η ιστορική εξέλιξη του νησιού από τη Νεολιθική εποχή έως την εποχή του Χαλκού. Επίσης, αξιόλογη είναι και η Αρχαιολογική Συλλογή Ερεσού στην Σκάλα Ερεσού.

Επιπλέον, το Αρχαιολογικό Μουσείο Πυθαγορείου στη Σάμο στεγάζει μια έκθεση περίπου 3.000 ευρημάτων από την αρχαία ομώνυμη πόλη αλλά και την ύπαιθρό της. Η συλλογή αποτελείται από γλυπτά, αγγεία, νομίσματα και μικροαντικείμενα της καθημερινής ζωής μεταξύ άλλων τα οποία χρονολογούνται από την 4^η χιλιετία π.χ. μέχρι τον 7^ο αιώνα μ.χ. Παρομοίως, αξιόλογο είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Βάθος Σάμου, όπου εκτίθενται οι εξής συλλογές: αρχαϊκή γλυπτική, Κοροπλαστική, Κεραμική, Ξύλινα, Χάλκινα, Ελεφαντοστέινα, και Μικροτεχνία.

Όσο αφορά το νησί της Χίου, το σημαντικότερο είναι το Αρχαιολογικό Μουσείο Χίου, όπου η συλλογή των εκθεμάτων περιλαμβάνει την ιστορική διαδρομή του νησιού από την προϊστορική εποχή έως την Μυκηναϊκή περίοδο. Επίσης στα εκθέματα συμπεριλαμβάνονται δείγματα κοροπλαστικής και γλυπτά από τον 8^ο αιώνα π.χ. ως την ρωμαϊκή περίοδο καθώς επιτύμβιες στήλες και επιγραφές.

Κλείνοντας, το Αρχαιολογικό Μουσείο Βαθέως είναι το κυριότερο της Ικαρίας και τα εκθέματα χρονολογούνται από τα Γεωμετρικά μέχρι και τα Ρωμαϊκά χρόνια.

Οικισμοί

Στη Λήμνο κυριαρχεί ο Παλαιολιθικός οικισμός στο Λουρί.

9.3.4 Γενικές Τουριστικές Υποδομές και Υπηρεσίες

Η Περιφέρεια Β. Αιγαίου διαθέτει αρκετά σημαίνουσες τουριστικές υποδομές, οι οποίες εκτός από τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν λιμάνια, αεροδρόμιο στα μεγάλα νησιά – Χίος, Λήμνος, Λέσβος, Σάμος και Ικαρία – ειδικές υποδομές για γήπεδα γκολφ και οικοτουριστικά χωριά μεταξύ άλλων καθώς επίσης και από ένα πλήθος υποστηρικτικών επιχειρήσεων και ειδικών υποδομών.

Τουριστικά Καταλύματα

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 9-9, στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου διατίθενται 1.367 δωμάτια 5*, 1.633 δωμάτια 4*, 4.228 δωμάτια 3* και 4.313 δωμάτια 2* . Ο κύκλος των εργασιών των ξενοδοχείων αυτών ανέρχεται στα € 84 εκατ. Επιπλέον, τα στατιστικά στοιχεία υποδεικνύουν πως τα ξενοδοχεία 3* έρχονται πρώτα σε ποσοστά κύκλου εργασιών (18%) , ακολουθούν τα ξενοδοχεία 2* με ποσοστό 11% και τέλος τα ξενοδοχεία 4* με ποσοστό 8%.

Οι δείκτες Μακροπρόθεσμα Δάνεια προς Ίδια Κεφάλαια και Μακροπρόθεσμα Δάνεια προς Κερδοφορία φαίνονται υγιείς για όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων, με εξαίρεση τον δείκτη Μακροπρόθεσμα Δάνεια προς Κερδοφορία για την κατηγορία 4* ο οποίος είναι πολύ υψηλός.

Πίνακας 9-9. Περιφέρεια Β. Αιγαίου: Κατηγορίες Ξενοδοχείων και Χρηματοοικονομικά Μεγέθη - Δείκτες για το 2017 (Πηγή : INSETE Intelligence, 2018)

Κατηγορία	5*	4*	3*	2*
Δωμάτια	1.367	1.633	4.228	4.313
Κύκλος Εργασιών	20.947.397	16.614.515	30.224.970	16.006.865
% του Κύκλου Εργασιών	-	8%	18%	11%
Καθαρά Πάγια	-	0	0	5.957.322
Μακροπρόθεσμα Δάνεια/Ίδια Κεφάλαια	-	0,1	0,2	0,0
Μακροπρόθεσμα Δάνεια/Κερδοφορία	-	9,9	3,8	2,7

Λιμένες

Οι λιμενικές υποδομές θεωρούνται ένα σημαντικότατο κομμάτι όχι μόνο για την επικοινωνία των νησιών αλλά και για την ανάπτυξή τους. Σύμφωνα με την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου στην εν λόγω περιοχή υπάρχουν 5 κύρια λιμάνια, τα οποία είναι :

- ✚ το λιμάνι της Μύρηνas (Λήμνος),
- ✚ το λιμάνι της Χίου,
- ✚ το λιμάνι της Σάμου,
- ✚ το Λιμάνι Άγιος Κύρηκος (Ικαρία), και
- ✚ το λιμάνι της Μυτιλήνης.

Η Λήμνος είναι το βορειότερο νησί της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και το κύριο λιμάνι της που βρίσκεται στη Μύρηνas εξυπηρετεί όχι μόνο την εμπορική αλλά και επιβατική κίνηση προς τους εξής προορισμούς: τον Πειραιά, το Λαύριο, την Καβάλα, τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου, την Μύκονο, την Πάτμο και

την Σύρο. Παράλληλα, διαθέτει και ένα τουριστικό λιμένα, στον οποίο καταπλέουν όχι μόνο κρουαζιερόπλοια αλλά και ιδιωτικά σκάφη αναψυχής.

Ένα άλλο εξίσου σημαντικό λιμάνι είναι της Χίου, το οποίο αποτελεί σημαντικό εμπορικό και επιβατικό σταθμό, ο οποίος συνδέει τη νήσο Χίο με τον Πειραιά και τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου καθώς και της Βόρειας Ελλάδας. Επιπλέον, διαθέτει τουριστικό λιμένα στον οποίο καταπλέουν όχι μόνο κρουαζιερόπλοια αλλά και σε ειδικό χώρο μικρότερα σκάφη τα οποία διακινούν επιβάτες από την Χίο προς το Τσεσμέ της Τουρκίας καθώς επίσης και ιδιωτικά σκάφη αναψυχής.

Παρομοίως, το λιμάνι της Σάμου στο Βαθύ αποτελεί σημαντικό εμπορικό και επιβατικό σταθμό, ο οποίος συνδέει τη νήσο της Σάμου με τον Πειραιά, τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου και τη Βόρεια Ελλάδα. Στον τουριστικό λιμένα που διαθέτει καταπλέουν όχι μόνο κρουαζιερόπλοια αλλά και μικρότερα σκάφη, τα οποία διακινούν επιβάτες από Σάμο προς το Κουσάντασι της Τουρκίας, καθώς επίσης και ιδιωτικά σκάφη αναψυχής. Επιπλέον, το λιμάνι στο Καρλόβασι, εξυπηρετεί την επιβατική κίνηση της Σάμου με τον Πειραιά, καθώς επίσης τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου, της Βόρειας Ελλάδας, της Μυκόνου και της Σύρου.

Επίσης, σημαντικό εμπορικό και επιβατικό σταθμό αποτελεί το λιμάνι της Μυτιλήνης, το οποίο συνδέει το νησί με τον Πειραιά, τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου και τη Βόρεια Ελλάδα. Στον τουριστικό λιμένα που διαθέτει καταπλέουν όχι μόνο κρουαζιερόπλοια αλλά και μικρότερα σκάφη, τα οποία διακινούν επιβάτες από τη Μυτιλήνη προς το Αϊβαλί της Τουρκίας καθώς επίσης και ιδιωτικά σκάφη αναψυχής.

Το πέμπτο μεγαλύτερο λιμάνι της Περιφέρειας Β. Αιγαίου βρίσκεται στον Αγ. Κύρηκο στην Ικαρία. Ομοίως, το εν λόγω λιμάνι αποτελεί σημαντικότερο εμπορικό και επιβατικό σταθμό, ο οποίος συνδέει το νησί εκτός από τον Πειραιά, με τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου, την Σύρο και την Μύκονο. Επιπλέον, στην Ικαρία υπάρχει και ένα δεύτερο λιμάνι, το Εύδηλος που εξυπηρετεί κυρίως τη βόρεια πλευρά του νησιού με καθημερινά δρομολόγια,

σαν ενδιάμεσος σταθμός με τελικό προορισμό των πλοίων τη Σάμο και τον Πειραιά. Επίσης, εξυπηρετεί και εμπορικά πλοία.

Τα μικρότερα νησιά της Περιφέρειας Β. Αιγαίου – Αγ. Ευστράτιος, Οινούσες, Ψαρά και Φούρνοι - έχουν επίσης οργανωμένα λιμάνια, τα οποία εξυπηρετούν την εμπορική και επιβατική κίνηση.

Εκτός από αυτά τα λιμάνια υπάρχουν και άλλα μικρότερα τα οποία εξυπηρετούν την κίνηση των νησιών - εμπορική και επιβατική. Τα βασικότερα από αυτά είναι τα εξής: Σκάλας Καλλονής, Πλωμαρίου, Μεστών, Πυθαγόρειο, Μούδρου και Σκάλας Ερεσού.

Αερολιμένες

Οι κεντρικοί αερολιμένες της Περιφέρειας Β. Αιγαίου είναι της Μυτιλήνης και της Σάμου, καθώς εξυπηρετούν διεθνείς πτήσεις. Ωστόσο, οι αερολιμένες της Μυτιλήνης, της Χίου και της Ικαρίας δεν έχουν τη δυνατότητα εξυπηρέτησης διεθνών πτήσεων παρά μόνο εγχώριων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Το κεφάλαιο αυτό επικεντρώνεται στη στρατηγική ανάλυση και αρχικά εφαρμόζει το μοντέλο SWOT για να εξετάσει τα δυνατά (Strengths) σημεία και αδύνατα (Weaknesses) σημεία όπως επίσης τις ευκαιρίες (Opportunities) και τις απειλές (Threats) για την ανάλυση του εσωτερικού κα εξωτερικού περιβάλλοντος του Β. Αιγαίου ως τουριστικού προορισμού. Τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία αναφέρονται στη διερεύνηση του εσωτερικού περιβάλλοντος ενώ οι ευκαιρίες και οι απειλές στο εξωτερικό περιβάλλον.

Η ανάλυση SWOT αποβλέπει στον εντοπισμό του συγκριτικού πλεονεκτήματος σχετικά με τις ευκαιρίες της αγοράς – παρούσες και μελλοντικές – καθώς και με τις κυρώσεις που θα προκύψουν από τις απειλές της αγοράς – σημερινές ή μελλοντικές. (West and Olsen, 1989)

Στην παρούσα περίπτωση, ο σκοπός της ανάλυσης SWOT είναι η διερεύνηση των λιμένων της περιφέρειας του Β. Αιγαίου ως σημαντικό κέντρο κρουαζιέρας 'όχι μόνο στο Αιγαίο αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της Μεσογείου.

10.1 Ανάλυση SWOT

Δυνατά Σημεία (Strengths)

- ✚ Καλά οργανωμένοι λιμένες
- ✚ Χώροι λιμενισμού ιδιωτικών σκαφών
- ✚ Πλούσια πολιτιστική κληρονομιά : μνημεία, αρχαιολογικοί χώροι, κάστα και φρούρια, βυζαντινά κτίσματα και μοναστήρια με παγκόσμια αναγνωρισιμότητα
- ✚ Φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι π.χ. θάλασσα, ορεινοί όγκοι, λίμνες, προστατευμένες περιοχές, περιβαλλοντικά πάρκα
- ✚ Βιοποικιλότητα
- ✚ Ισχυρό brand name

- ✚ Σημαντική γεωπολιτική θέση στο Αιγαίο
- ✚ Παραδοσιακή κουζίνα και παραδοσιακά παραγόμενα προϊόντα, τα οποία είναι ΠΟΠ
- ✚ Δημοφιλής προορισμούς για Έλληνες και ξένους
- ✚ Υψηλή τουριστική ζήτηση
- ✚ Προσέλκυση επισκεπτών από όλες τις κοινωνικές τάξεις
- ✚ Ασφαλής προορισμός
- ✚ Δυνατότητα υποδοχής μεγάλων κρουαζιερόπλοιων
- ✚ Ανταγωνιστικές τιμές λιμενικών χρεώσεων
- ✚ Ύπαρξη Αεροδρομίων για πτήσεις εσωτερικού σε κάθε νησί και δύο Διεθνών Αεροδρομίων σε Μυτιλήνη και Σάμο. Σε κάθε αεροδρόμιο υπάρχει μεγάλος αριθμός αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.
- ✚ Ακτοπλοϊκή διασύνδεση μεταξύ των νησιών αλλά κυρίων λιμανιών, π.χ. Πειραιώς, Λαυρίου, Θεσσαλονίκης
- ✚ Κουλτούρα τουρισμού
- ✚ Κουλτούρα φιλοξενίας
- ✚ Μεγάλος αριθμός τουριστικών καταλυμάτων και υπηρεσιών, π.χ. ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια και σπίτια.
- ✚ Επαρκής αριθμός υποστηρικτικών υποδομών – π.χ. γήπεδα γκολφ και οικό-τουριστικά χωριά μεταξύ άλλων επιχειρήσεων καθώς και ειδικών υποδομών.
- ✚ Άριστες τουριστικές υποδομές
- ✚ Ζωντανές πόλεις με νυχτερινή διασκέδαση
- ✚ Έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό
- ✚ Ιδεώδες κλίμα - Μεσογειακό

- ✚ Μεσογειακό οικοσύστημα
- ✚ Θάλασσες καθαρές
- ✚ Παραλίες με γαλάζιες σημαίες
- ✚ Διεθνούς φήμης παραλίες
- ✚ Ισχυρή τοπική οικονομία
- ✚ Δυναμικοί τοπικοί συνεταιρισμοί
- ✚ Σημαντική διασύνδεση παραγωγικών τομέων
- ✚ Ικανοποιητική παραγωγική δομή
- ✚ Ισχυρό αναπτυξιακό περιβάλλον

Αδύνατα Σημεία (Weaknesses)

- ✚ Έντονη εποχικότητα τουριστικής ζήτησης
- ✚ Έντονη εποχικότητα τουρισμού κρουαζιέρας
- ✚ Ανύπαρκτο ένα σχέδιο μακροπρόθεσμο προβολής τουρισμού κρουαζιέρας
- ✚ Χαμηλή διαφοροποίηση τουριστικού προϊόντος
- ✚ Κυκλοφοριακή συμφόρηση τους καλοκαιρινούς μήνες
- ✚ Δυσλειτουργίες κρατικών μηχανισμών-γραφειοκρατία

Ευκαιρίες (Opportunities)

- ✚ Παράταση της τουριστικής περιόδου
- ✚ Συνεχής αύξηση της ζήτησης για κρουαζιέρα
- ✚ Μεγαλύτερη διείσδυση στα ήδη υπάρχον τμήματα της αγοράς
- ✚ Εξερεύνηση και ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού

- ✚ Αναβάθμιση υπηρεσιών που συνδέονται με τον τουρισμό κρουαζιέρας και τον θαλάσσιο τουρισμό
- ✚ Προσθήκη νέων υπηρεσιών στο ήδη υπάρχον προϊόν της τουριστικής κρουαζιέρας
- ✚ Στόχευση σε νέα τμήματα της αγοράς – εκτός Ευρώπης και ΗΠΑ
- ✚ Ανάδειξη και αξιοποίηση όλων των πόρων της Περιφέρειας του Β. Αιγαίου
- ✚ Αύξηση οικονομικών πόρων όλης της περιφέρειας

Απειλές (Threats)

- ✚ Κλιματική αλλαγή
- ✚ Αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον
- ✚ Γραφειοκρατία
- ✚ Εντονότερες προκλήσεις και παραβιάσεις από την Τουρκία
- ✚ Κίνδυνος τρομοκρατικού χτυπήματος
- ✚ Ισχυρότερος διεθνής ανταγωνισμός
- ✚ Αναδυόμενοι προορισμοί π.χ. Ασία
- ✚ Αλλαγή της τιμολογιακής πολιτικής – Νέα τιμολογιακή πολιτική

10.2 Ανάλυση Ανταγωνισμού

Στην παρούσα υπό-ενότητα αρχικά γίνεται αξιολόγηση ανταγωνιστών και κατόπιν ανάλυση ανταγωνιστικότητας με βάση τους πέντε παράγοντες του Porter .

10.2.1 Αξιολόγηση Ανταγωνιστών

Ένα άλλο στοιχείο που θα πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη στην ανάλυση του ανταγωνισμού είναι η αξιολόγηση των πιθανών ανταγωνιστών. Σύμφωνα με τον Buttle (1997) η ανάλυση του ανταγωνισμού σε στρατηγικό επίπεδο θα πρέπει να περιλαμβάνει τα εξής:

- ✚ Ανταγωνιστές : ποιοι είναι
- ✚ Στόχοι ανταγωνιστών
- ✚ Στρατηγικές: ποιες είναι οι στρατηγικές των ανταγωνιστών τους και ποιος ο βαθμός επιτυχίας τους
- ✚ Τα δυνατά και αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών τους
- ✚ Με ποιο τρόπο αντιδρούν

Ανταγωνιστές Λιμένων Περιφέρειας Β. Αιγαίου

Ως ανταγωνιστές των λιμένων της Περιφέρειας Β. Αιγαίου θα πρέπει να θεωρούνται όλοι λιμένες κρουαζιέρας της Ελλάδας με εξαίρεση της Κέρκυρας καθώς δραστηριοποιείται στην Αδριατική θάλασσα. Επομένως, κύριοι ανταγωνιστές εκτός από Πειραιά είναι η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος, το Ηράκλειο, τα Χανιά και το Κατάκολο.

Στρατηγικές και Βαθμός Επιτυχίας

Λαμβάνοντας υπόψιν ιστότοπους που είναι αφιερωμένοι στον τουρισμό και τον τουρισμό κρουαζιέρας (www.discovergreece.gr) φαίνεται πως η στρατηγική που χρησιμοποιούν είναι επιτυχημένη.

Δυνατά και Αδύνατα Σημεία Ανταγωνιστών Λιμένων

Ο λιμένας του Πειραιάς είναι ο μεγαλύτερος της Ελλάδας και το δυνατότερο σημείο του είναι η πολιτιστική κληρονομιά της Αθήνας. Αποτελεί σημαντικό προορισμό για κρουαζιερόπλοια εντός της Μεσογείου, καθώς μπορούν να εξυπηρετηθούν τα μεγαλύτερα πλοία κρουαζιέρας. Επίσης, μπορούν να προσδέσουν ταυτόχρονα 11 πλοία και λειτουργούν 3 επιβατικοί σταθμοί.

Δύο πολύ δημοφιλή νησιά, η Μύκονος και η Σαντορίνη έχουν δημιουργήσει το δικό τους brand name.

Η Μύκονος είναι ταυτισμένη με τον κοσμοπολίτικο και πολυτελή τρόπο ζωής, τα ξέφρενα πάρτι και την σεξουαλική απελευθέρωση. Αποτελεί τον

προορισμό των κυριότερων εκφραστών του πολυτελούς life style (www.discovergreece.gr).

Η Σαντορίνη έχει ταυτιστεί με το ομορφότερο νησί του κόσμου. Είναι γνωστή για με το περίφημο ηλιοβασίλεμά της. Είναι ταυτισμένη με τον ρομαντισμό, και κάθε χρόνο αυξάνονται οι τουρίστες από όλο τον κόσμο να παντρεύονται στο νησί για το λόγο αυτό (www.tripadvisor.gr)

Η Ρόδος, τα Χανιά και το Ηράκλειο είναι επίσης αναγνωρισμένοι τουριστικοί προορισμοί με σημαντικούς τουριστικούς πόρους. Η Κνωσός είναι ο διασημότερος αρχαιολογικός χώρος στην Κρήτη ενώ η Ρόδος είναι πλούσια σε αρχαιολογικούς χώρους, κάστρα και μνημεία.

Ένας άλλος σημαντικός λιμένας είναι του Κατάκολου. Η τουριστική περίοδος ελλιμενισμού κρουαζιερόπλοιων διαρκεί από τις 15 Μαρτίου έως τις 15 Νοεμβρίου. Λόγω της γεωγραφικής του θέσης αποτελεί ενδιάμεσο σταθμό κρουαζιερόπλοιων κυρίως των πλοίων που έχουν ως λιμάνι εκκίνησης κάποιο λιμάνι της Ιταλίας αλλά και της ανατολικής Μεσογείου. Ο σημαντικότερος τουριστικός προορισμός στην περιοχή του Κατάκολου είναι της αρχαίας Ολυμπίας που αποτελεί ένα σύμβολο παγκόσμιας εμβέλειας.

(Σπηλιόπουλος, 2015)

Πιθανός Τρόπος Αντίδρασης

Ο τρόπος αντίδρασης των ανταγωνιστικών λιμένων δεν αναμένεται να είναι δυναμικός καθώς στην αγορά κρουαζιέρας, τα δεδομένα σε κάθε περιοχή δεν είναι δυνατόν να αλλάξουν ριζικά μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα καθώς χρειάζονται θέλητρα και υποδομές.

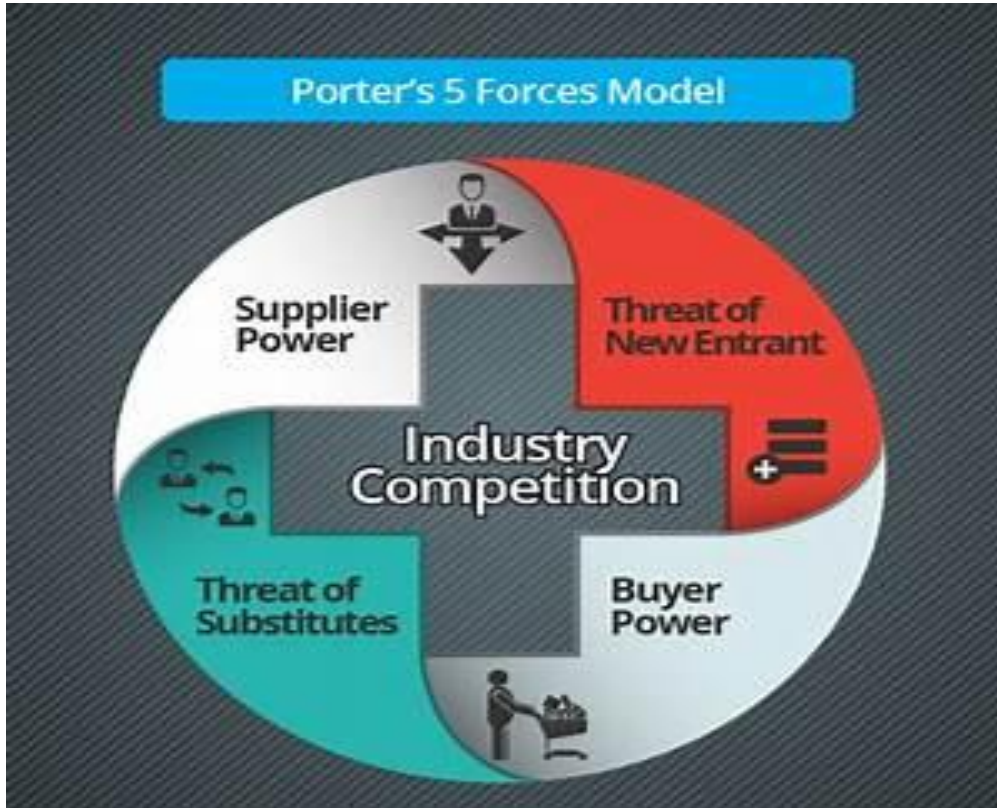
Στην επόμενη υπό-ενότητα η ανάλυση της ανταγωνιστικότητας γίνεται με βάση το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter.

10.2.2 Ανάλυση Ανταγωνιστικότητας – 5 Δυνάμεις του Porter

Η ανταγωνιστικότητα επηρεάζεται από τους εξής πέντε παράγοντες (Porter, 1998): απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων (Threat of new Entrants), διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών και διανομέων (Supplier Power),

διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών (Buyer Power), απειλή από υποκατάστατα (Threat of Substitutes) και ανταγωνισμός ανάμεσα στις υπάρχουσες επιχειρήσεις (Industry Competition). Το σχήμα 10-1 απεικονίζει διαγραμματικά τις 5 δυνάμεις του Porter.

Κάθε ένας από τους προαναφερθέντες παράγοντες αναλύεται παρακάτω.



Σχήμα 10-1 Διαγραμματική απεικόνιση των 5 Δυνάμεων του Porter.

1. Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων στον Κλάδο Τουρισμός Κρουαζιέρας

Η είσοδος των νέων επιχειρήσεων σε ένα κλάδο αποτελεί απειλή για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ήδη, καθώς διεκδικήσουν μερίδιο αγοράς. Ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων αυξάνεται όταν στο συγκεκριμένο κλάδο υπάρχει περιθώριο κέρδους και έτσι θα διεκδικήσουν μερίδιο αγοράς. Οι υφιστάμενες επιχειρήσεις θέτουν φραγμούς στην είσοδο νέων επιχειρήσεων με οικονομίες κλίμακας, τη διαφοροποίηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας και την πρόσβαση σε νέα κανάλια διανομής μεταξύ άλλων.

Στην περίπτωση του τουρισμού κρουαζιέρας στη Περιφέρεια του Β. Αιγαίου ως απειλή νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων μπορεί να θεωρηθούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό κρουαζιέρας από νέες αγορές όπως της Ασίας και της Αυστραλίας. Η απειλή των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων μπορεί να χαρακτηριστεί ως ισχυρή καθώς στη Σαντορίνη έρχονται αρκετοί Ασιάτες για να παντρευτούν. (Παπαδάκης, 2007)

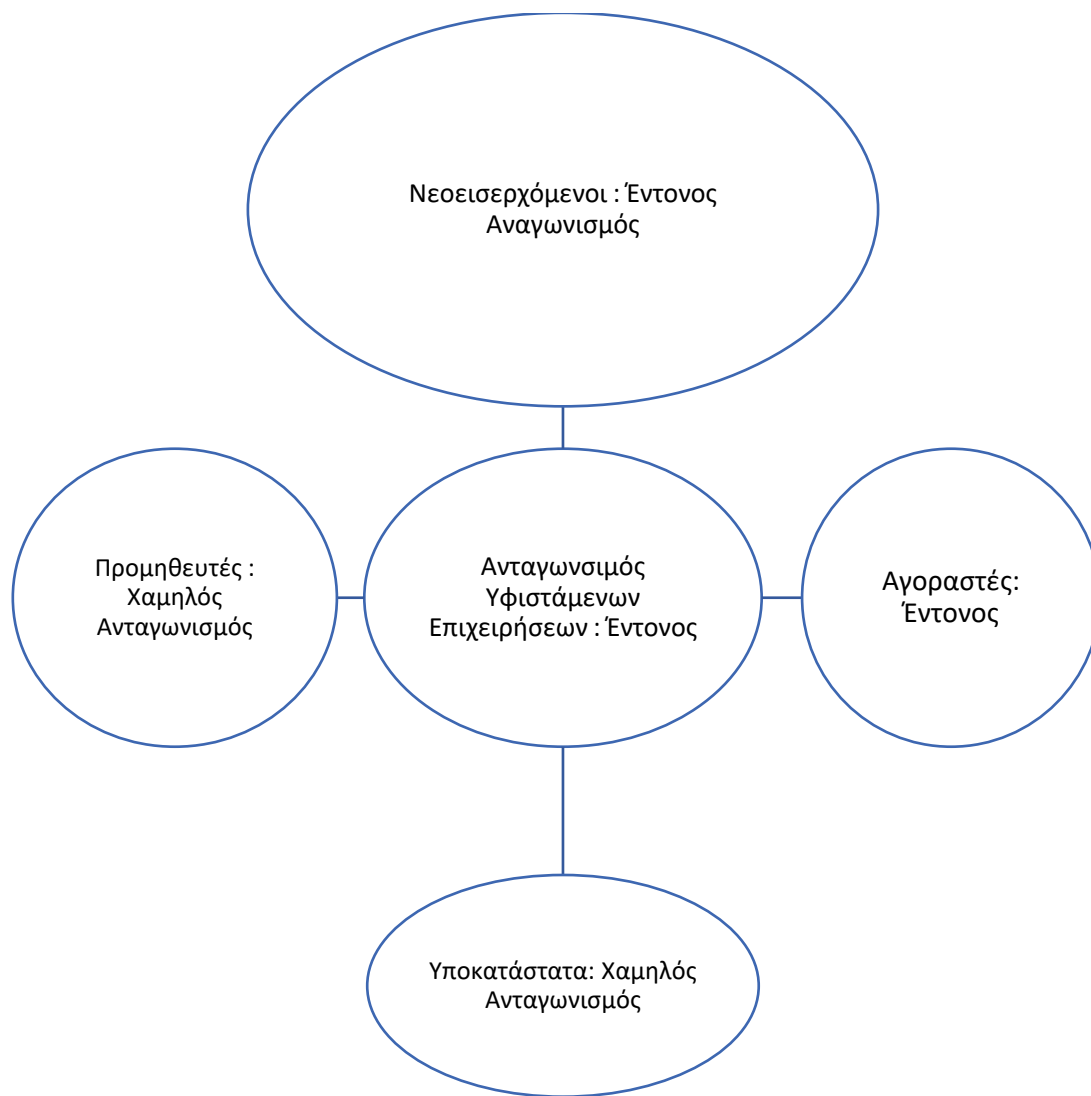
2. Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών και Διανομέων

Τα λιμάνια δεν επηρεάζονται από τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, η οποία και είναι ανύπαρκτη. Επίσης μικρή είναι και η διαπραγματευτική δύναμη των διανομέων (εταιρειών κρουαζιέρας) καθώς όσο μεγαλύτερη είναι η ζήτηση για έναν προορισμό, τόσο μικραίνει η διαπραγματευτική τους δύναμη. (Γεωργόπουλος, 2002)

3. Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Οι αγοραστές στα λιμάνια διακρίνονται σε ιδιώτες (ταξιδιώτες) και εταιρείες κρουαζιέρας. Η διαπραγματευτική δύναμη και των δύο αυτών αγοραστών θεωρείται υψηλή καθώς αποτελούν απειλή για τον λιμένα είτε όταν πιέζουν για μείωση των τιμών είτε όταν αποβλέπουν σε αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών (Γεωργόπουλος, 2002).

Ωστόσο, στην περίπτωση τουρισμού κρουαζιέρας, οι ιδιώτες (ταξιδιώτες) δεν έχουν άμεση επαφή, οπότε δεν έχουν και άμεση διαπραγματευτική δύναμη. Οι αγοραστές αποτελούνται από εταιρείες κρουαζιέρας, οι οποίες επηρεάζουν τους προορισμούς – δρομολόγια κρουαζιερόπλοιου – αλλά πάντα σε συνάρτηση με τη ζήτηση. Επομένως, η δύναμη των ιδιωτών (ταξιδιωτών) είναι έμμεση και εκφράζεται μέσα από την ζήτηση των προορισμών (δρομολογίων). Έτσι, κάθε που αυξάνεται η ζήτηση για ένα προορισμό αυξάνεται και η τιμή, και το αντίστροφο.



Σχήμα 10-2 Διαγραμματική απεικόνιση των 5 Δυνάμεων του Porter για τον Τουρισμό – Κρουαζιέρας στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου.

4. Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα

Όταν σε ένα κλάδο παρατηρείται πληθώρα υποκατάστατων προϊόντων, τότε οι επιχειρήσεις υποχρεώνονται σε ανταγωνισμό τιμών και ειδικότερα σε περιόδους με χαμηλή ζήτηση. Η διαφοροποίηση του προϊόντος αποτελεί τρόπο διαφυγής από την απειλή των υποκατάστατων προϊόντων – υπηρεσιών. (Παπαδάκης, 2007)

Ωστόσο, στον τουρισμό κρουαζιέρας δεν υπάρχουν υποκατάστατα προϊόντα – υπηρεσίες, οπότε η εν λόγω απειλή δεν υφίσταται.

5. Ανταγωνισμός Ανάμεσα Υφιστάμενες Επιχειρήσεις

Ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις εξαρτάται από αρκετούς παράγοντες. Μερικοί από τους εν λόγω παράγοντες που καθορίζουν την ένταση του ανταγωνισμού στον τουρισμό κρουαζιέρας είναι οι εξής: προορισμός (τοποθεσία – π.χ. Σάμος), ο αριθμός των επισκεπτών - ταξιδιωτών, η διάρκεια της σαιζόν καθώς και η προσφερόμενη ποιότητα των υπηρεσιών. (Γεωργόπουλος, 2002)

Όσο αφορά τους λιμένες κρουαζιέρας, η διοίκησή τους προσπαθεί με διάφορους μεθόδους να τους κάνει να επικρατήσουν των ανταγωνιστών τους. Μερικές από αυτές τις μεθόδους είναι η ενίσχυση του brand name, βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών και μειωμένη τιμολογιακή πολιτική μεταξύ άλλων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Ρόδος, η οποία μεταξύ άλλων άλλαξε την τιμολογιακή της πολιτική σε καλύτερες και πιο προσιτές τιμές συγκριτικά με τα άλλα ανταγωνιστικά λιμάνια, μείωσε τις τιμές του νερού για τις εταιρείες που επιλέγουν το λιμάνι της για Home Port, αναβάθμισε το σχέδιο ασφάλειας στα λιμάνια του νησιού και έφτιαξε Κέντρο Πρώτων Βοηθειών. (www.money-tourism.gr)

Επομένως, ο ανταγωνισμός μεταξύ των υφισταμένων επιχειρήσεων είναι έντονος.

10.3 Ανάλυση Προϊόντος

Η Περιφέρεια Β. Αιγαίου έχει καταστεί αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός με παγκόσμια φήμη και με ζήτηση συνεχώς ανοδική. Ο Πίνακας 10-1 παρουσιάζει τον αριθμό των αφίξεων αλλοδαπών και ημεδαπών στην περιφέρεια Β. Αιγαίου από το 2010 μέχρι το 2019 και το γράφημα 10-1 αναπαριστά τα δεδομένα.

Ο αριθμός των αφίξεων αλλοδαπών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου αυξήθηκε από 139.609 το 2010 σε 251.213 το 2015. Μέσα σε αυτό το διάστημα παρατηρήθηκε μία μείωση το 2012 στις 151.075 από 160.955 που ήταν την προηγούμενη

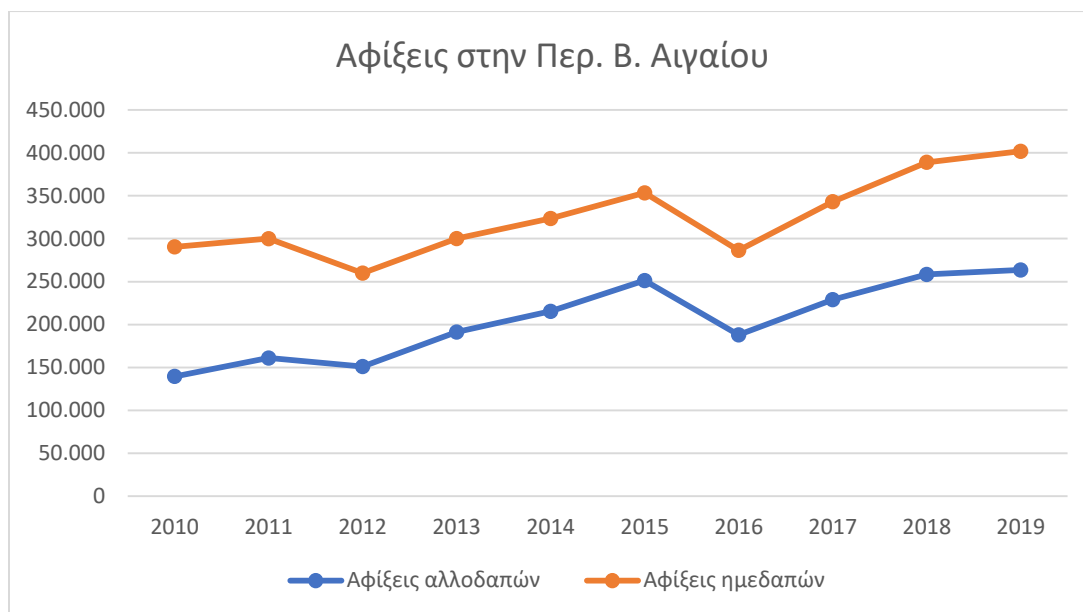
(2011) χρονιά. Ωστόσο, το 2013 ο αριθμός των αφίξεων των αλλοδαπών σημείωσε σημαντική άνοδο φτάνοντας τις 191.247 αφίξεις. Η άνοδος συνεχίστηκε μέχρι το 2015 με 251.213 αφίξεις, Ωστόσο, το 2016 οι αφίξεις μειώθηκαν στις 187.936 και από την αμέσως επόμενη χρονιά η άνοδος ήταν ραγδαία και αυξανόταν κάθε χρόνο φτάνοντας τις 263.527 αφίξεις. (Πίνακας 10-1, Γράφημα 10-1)

Πίνακας 10-1. Αφίξεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου: (ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία Ιδία)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Αφίξεις αλλοδαπών	139,609	160,955	151,075	191,247	215,351	251,213	187,936	228,977	258,360	263,527
Αφίξεις ημεδαπών	150,905	139,032	108,844	108,885	108,181	102,151	98,524	114,122	130,688	138,263

Όσο αφορά τις αφίξεις ημεδαπών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου, το 2010 ήταν 150.095 και από το 2011 ξεκίνησε μία πτωτική πορεία μέχρι το 2016 που έφτασε τις 98.524. Από το 2017 άρχισαν να αυξάνονται οι αφίξεις των ημεδαπών φτάνοντας τις 138.263 το 2019. (Πίνακας 10-1, Γράφημα 10-1)

Γράφημα 10-1. Αφίξεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Περιφέρειας Β. Αιγαίου
(Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία Ιδία)



Ο Πίνακας 10-2 παρουσιάζει τις αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου.

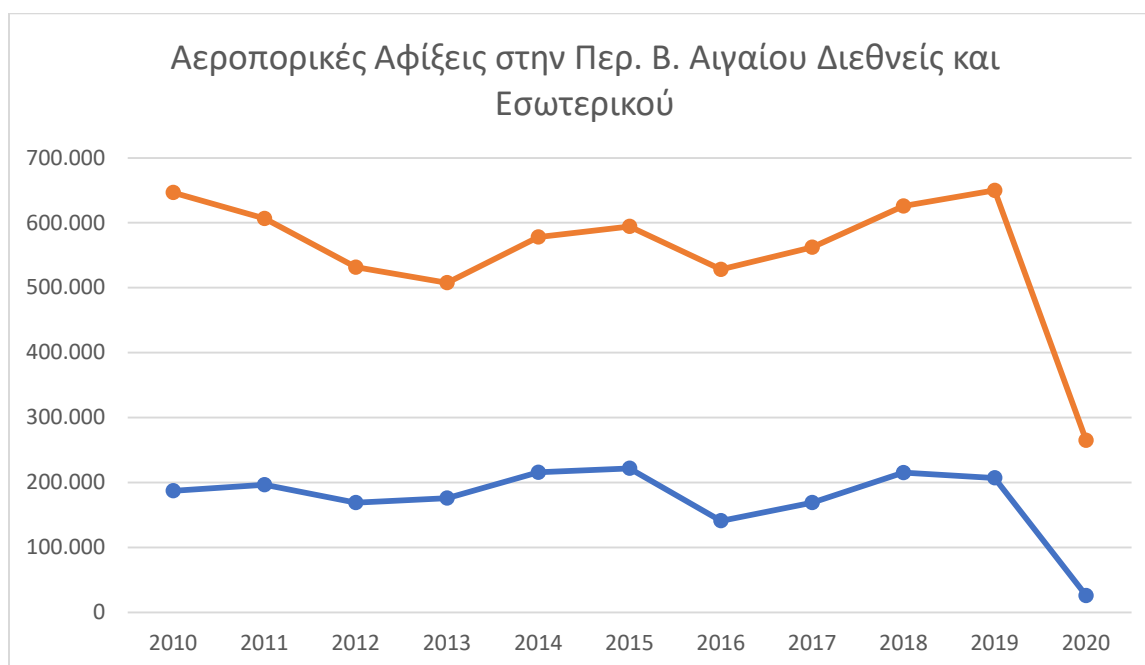
Από τα δεδομένα του Πίνακα 20-2 είναι εμφανές πως οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις το 2010 ήταν 187.182 και το 2011 αυξήθηκαν στις 196.415. Ωστόσο, το 2012 μειώθηκαν στις 168.934 και έκτοτε ξεκίνησαν μια ανοδική πορεία μέχρι το 2015 που έφτασαν τις 221.796. Το 2016 μειώθηκαν στις 141.055 και το 2018 έφτασαν τις 215,088. Το 2018 μειώθηκαν στις 207,096 ενώ το 2020 ήταν μόλις 25.723 λόγω της πανδημίας του COVID-19.(Πίνακας 10-2, Γράφημα 10-2)

Όσο αφορά τις αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού, το 2010 ήταν 459.434 και από το 2011 άρχισαν να μειώνονται σταδιακά φτάνοντας τις 331.776 το 2013. Έκτοτε άρχισαν να αυξάνονται σταδιακά – 362.481 το 2014 – φτάνοντας τις 442.659 το 2019. Το 2002 μειώθηκαν στις 239.133 λόγω του COVID-19. (Πίνακας 10-2, Γράφημα 10-2)

Πίνακας 10-2. Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου: (ΥΠΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Έτος	Αεροπορικές Αφίξεις	
	Διεθνείς	Εσωτερικού
2010	187,182	459,434
2011	196,415	410,085
2012	168,934	362,527
2013	175,906	331,776
2014	215,563	362,481
2015	221,796	372,542
2016	141,055	387,042
2017	168,999	393,266
2018	215,088	410,659
2019	207,096	442,659
2020	25,723	239,133

Γράφημα 10-2. Αεροπορικές Αφίξεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή : ΥΠΑ, Επεξεργασία Ιδία)

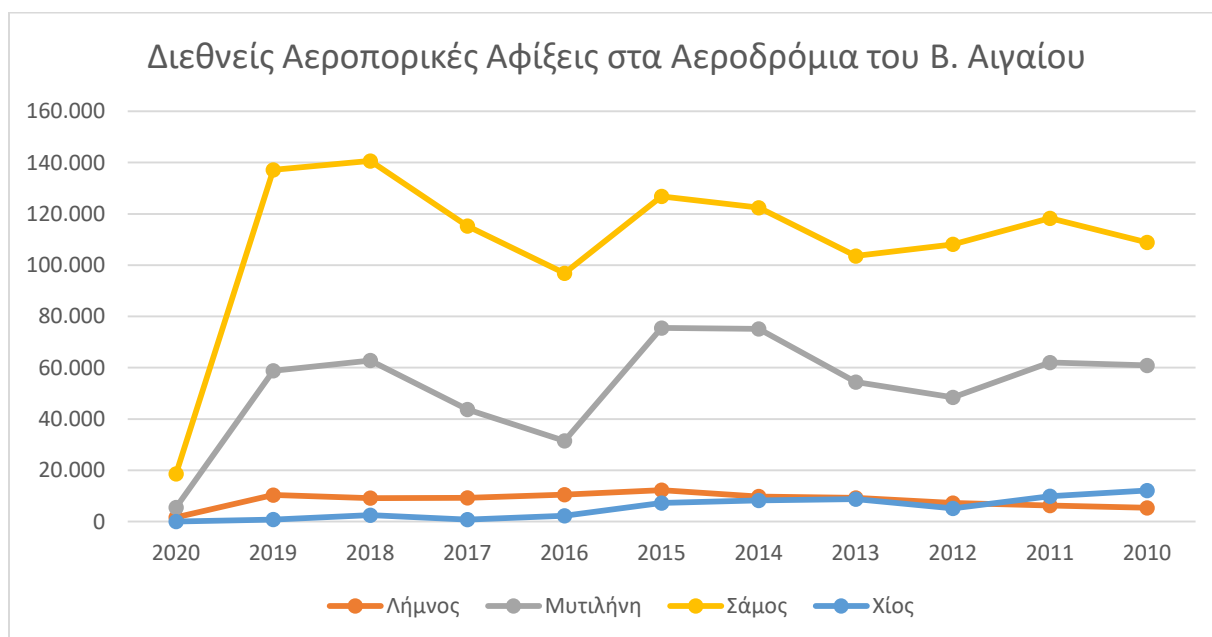


Περαιτέρω ανάλυση οδηγεί στην παρουσίαση και επεξεργασία των δεδομένων ανά αερολιμένα στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου. Ο Πίνακας 10-3 παρουσιάζει τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις ανά αερολιμένα και το Διάγραμμα 10-3 αναπαριστά τα δεδομένα.

Πίνακας 10-3. Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις ανά Αεροδρόμιο της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και συνολικά : (ΥΠΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις						
Έτος	Λήμνος	Μυτιλήνη	Σάμος	Χίος	Ικαρία	Σύνολο
2020	1,614	5,497	18,598	14	0	25,723
2019	10,323	58,818	137,153	804	0	207,098
2018	9,164	62,834	140,624	2,466	0	215,088
2017	9,253	43,715	115,260	771	0	168,999
2016	10,492	31,480	96,830	2,253	0	141,055
2015	12,266	75,475	126,830	7,224	1	221,796
2014	9,804	75,139	122,392	8,228	0	215,563
2013	9,213	54,395	103,563	8,735	0	175,906
2012	7,220	48,435	108,151	5,128	0	168,934
2011	6,248	62,008	118,274	9,885	0	196,415
2010	5,328	60,882	108,882	12,090	0	187,182

Γράφημα 10-3. Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις ανά Αεροδρόμιο της Περιφέρειας Β. Αιγαίου (Πηγή : Πίνακας 10-3, Επεξεργασία Ιδία)



Μετά από περαιτέρω επεξεργασία των δεδομένων, προκύπτει πως ο αερολιμένας της Σάμου είχε τη μεγαλύτερη κίνηση διεθνών αφίξεων καθώς είχε μέσο όρο 17.427,96 και δεύτερος ερχόταν της Μυτιλήνης με μέσο όρο 8392,13.

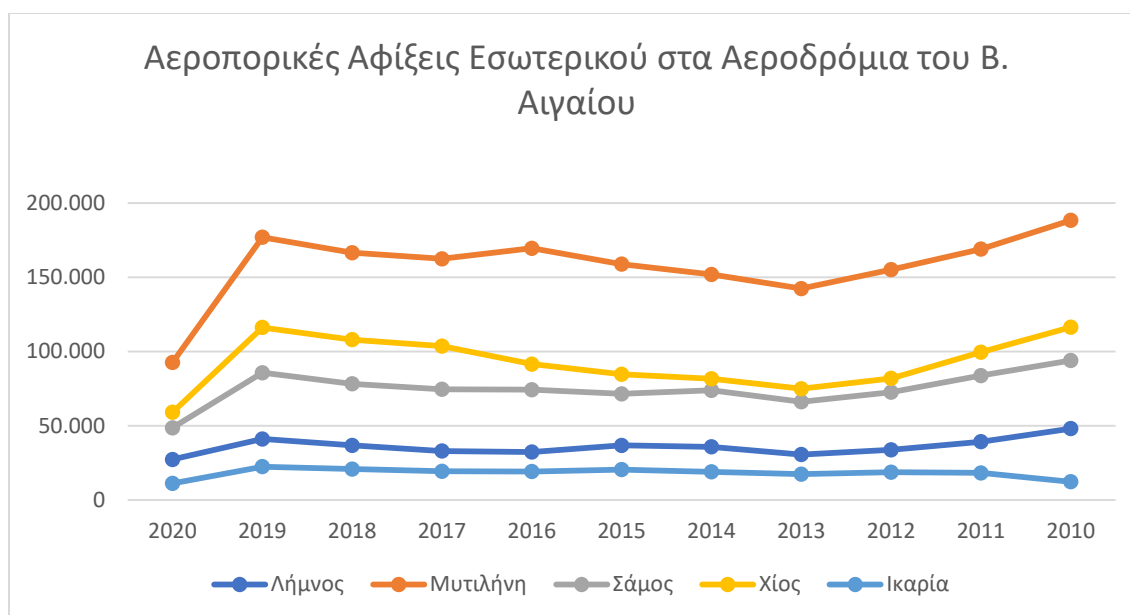
Τρίτος ο αερολιμένας της Λήμνου με μέσο όρο 1345,44 και τελευταίος της Χίου με 811,74. (Παράρτημα Πίνακας 1)

Πίνακας 10-4. Αεροπορικές Αφίξεις Εσωτερικού ανά Αεροδρόμιο της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και συνολικά : (ΥΠΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Αεροπορικές Αφίξεις Εσωτερικού						
Έτος	Λήμνος	Μυτιλήνη	Σάμος	Χίος	Ικαρία	Σύνολο
2020	27,337	92,695	48,648	59,171	11,282	239,133
2019	41,145	177,021	85,704	116,277	22,573	442,720
2018	36,835	166,535	78,330	108,064	20,895	410,659
2017	33,098	162,426	74,638	103,688	19,416	393,266
2016	32,404	169,504	74,314	91,528	19,292	387,042
2015	36,810	158,903	71,520	84,725	20,584	372,542
2014	35,904	151,913	73,886	81,704	19,074	362,481
2013	30,730	142,388	66,230	74,951	17,477	331,776
2012	33,870	155,168	72,686	82,004	18,799	362,527
2011	39,364	169,003	83,834	99,593	18,291	410,085
2010	48,184	188,384	94,025	116,422	12,419	459,434

Περαιτέρω επεξεργασία των δεδομένων, έδειξε πως από το 2010 μέχρι το 20020, ο πρώτος αερολιμένας σε αφίξεις πτήσεων εσωτερικού ήταν η Μυτιλήνη με μέσο όρο 25513.85 αφίξεις. Ακολουθούν της Χίου με μέσο όρο 14312.78, της Σάμου με 11576.59, της Λήμνου με 5506.469 και τέλος της Ικαρίας με 2896.177. (Παράρτημα Πίνακας 2)

Γράφημα 10-4. Αεροπορικές Αφίξεις Εσωτερικού ανά Αεροδρόμιο της Περιφέρειας Β. Αιγαίου (Πηγή : Πίνακας 10-4, Επεξεργασία Ιδία)



Η ΕΛΣΤΑΤ έκανε μία έρευνα σχετικά με την πληρότητα των διαθέσιμων κλινών στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου. Στο δείγμα της έρευνας συμμετείχε το 80% των διαθέσιμων κλινών λόγω έλλειψης πληροφορίας σχετικά με τη διάρκεια λειτουργίας των καταλυμάτων μέσα στο εκάστοτε οικονομικό έτος. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στον Πίνακα 10-5.

Από την παρουσίαση των δεδομένων φαίνεται πως η μεγαλύτερη πληρότητα ήταν τα έτη 2015 με 38,9%, το 2010 με 38,7% και το 2011 με 37,8%. Ωστόσο, το 2012 μειώθηκε στο 29,9%. Από το 2013 άρχισε σταδιακά να αυξάνεται μέχρι το 2018 φτάνοντας στο 36,4% και το 2019 μειώθηκε στο 35%. (Πίνακας 10-5)

Πίνακας 10-5. Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών και Ημεδαπών συνολικά στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή : ΕΛΣΤΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Έτος	Διανυκτερεύσεις Αλλοδαπών	Διανυκτερεύσεις Ημεδαπών	Πληρότητα
2010	995,123	504,605	38.7%
2011	1,088,435	442,624	37.8%
2012	951,145	320,287	29.9%
2013	1,147,375	345,148	32.9%
2014	1,292,826	360,229	35.9%
2015	1,421,364	343,160	38.9%
2016	1,183,055	347,730	33.4%
2017	1,354,165	396,506	36.8%
2018	1,609,213	450,839	36.4%
2019	1,538,153	467,553	35.0%

Πίνακας 10-6. Πληρότητα Κλινών ανά Νομό, Περιφερειακή Ενότητα και Συνολικά στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή : ΕΛΣΤΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Έτος	Ν. Λέσβου		Ν. Σάμου		Ν. Χίου	Σύνολο Περιφέρειας Β. Αιγαίου
	Πληρότητα Λέσβου	Πληρότητα Λήμνου	Πληρότητα Σάμου	Πληρότητα Ικαρίας	Πληρότητα	Πληρότητα
2010	37.0%	22.5%	46.8%	27.7%	32.2%	38.7%
2011	37.1%	23.6%	45.9%	28.5%	28.1%	37.8%
2012	28.1%	17.9%	37.8%	17.1%	21.3%	29.9%
2013	32.4%	19.3%	39.0%	22.0%	24.8%	32.9%
2014	39.1%	21.3%	40.6%	22.6%	25.6%	35.9%
2015	39.8%	37.7%	44.3%	23.4%	28.2%	38.9%
2016	31.0%	35.0%	38.8%	20.1%	28.1%	33.4%
2017	33.1%	36.8%	45.4%	23.5%	26.0%	36.8%
2018	33.8%	33.8%	45.3%	20.1%	22.1%	36.4%
2019	31.3%	37.6%	42.9%	21.2%	22.1%	35.0%

Ο Πίνακας 10-6 παρουσιάζει την πληρότητα των κλινών ανά Νομό και Περιφερειακή Ενότητα. Έτσι, στην Περιφερειακή Ενότητα της Λέσβου, το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας κλινών ήταν το 2015 (39.8%) και το 2014 (39.1%) ενώ το μικρότερο το 2012 (28.1%). Στη Περιφερειακή Ενότητα της Λήμνου, το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας κλινών ήταν το 2015 (37.7%) και

το 2019 (37.6%) ενώ το μικρότερο σημειώθηκε το 2012 με 17.9%. (Πίνακας 10-6)

Όσο αφορά το Νομό Σάμου, στη Περιφερειακή Ενότητα Σάμου το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας κλινών σημειώθηκε το 2010 (46.8%) και το μικρότερο το 2012 (37.8%). Στην Περιφερειακή Ενότητα της Ικαρίας, το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας κλινών σημειώθηκε το 2011 (28.5%) και το μικρότερο το 2012 (17.1%). (Πίνακας 10-6)

Στο Νομό Χίου, το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας κλινών σημειώθηκε το 2010 (32.2%) και το μικρότερο το 2012 (21.3%). (Πίνακας 10-6)

Πίνακας 10-7. Επισκέψεις σε Μουσεία και Αρχαιολογικούς Χώρους σε Περιφ. Ενότητες και Συνολικά στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή : ΕΛΣΤΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Έτος	Λέσβου		Λήμνου		Σάμου		Χίου		Σύνολο	
	Μουσεία	Αρχ. Χώροι	Μουσεία	Αρχ. Χώροι	Μουσεία	Αρχ. Χώροι	Μουσεία	Αρχ. Χώροι	Μουσεία	Αρχ. Χώροι
2010	5,588	32,529	3,420	0	16,032	43,254	5,152	0	30,192	75,783
2011	6,772	23,710	3,830	0	25,036	41,358	6,981	0	42,619	65,068
2012	9,381	25,463	4,669	0	22,520	32,635	12,296	0	48,866	58,098
2013	10,003	34,444	4,694	0	22,532	36,436	15,305	3,405	52,534	74,285
2014	9,599	34,600	3,767	0	20,694	21,821	15,510	4,058	49,570	60,479
2015	8,212	29,419	4,008	0	21,884	20,611	16,743	3,147	50,847	53,177
2016	6,996	22,916	3,718	24,051	14,396	11,195	10,559	1,126	35,669	59,288
2017	6,779	22,798	4,206	23,624	15,961	25,095	15,736	921	42,682	72,438
2018	6,694	30,832	3,420	26,311	17,787	25,346	13,539	2,373	41,440	84,862
2019	9,925	41,725	5,533	21,403	17,280	27,977	15,175	909	47,913	92,014
2020	1,735	5,449	1,989	16,481	3,133	5,016	3,223	781	10,080	27,727

Στην Περιφερειακή Ενότητα της Λέσβου η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στα Μουσεία παρατηρήθηκε το 2013 (10.003) και η μικρότερη το 2020 (1.735) λόγω της πανδημίας με COVID-19. Η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στους αρχαιολογικούς χώρους παρατηρήθηκε το 2019 (41.725) λόγω πανδημίας

αυξήθηκαν οι επισκέψεις σε ανοιχτούς χώρους και η μικρότερη το 2020 (5.449). (Πίνακας 10-7)

Στην Περιφερειακή Ενότητα της Λήμνου, η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα σε μουσεία ήταν το 2019 (5.533) και η μικρότερη το 2020 (1.989) λόγω πανδημίας επίσης. Όσο αφορά τους αρχαιολογικούς χώρους, η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν το 2018 (26.311) και η μικρότερη το 2020 (16.481) (Πίνακας 10-7)

Όσο αφορά την Περιφερειακή Ενότητα Σάμου, τα μουσεία είχαν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα το 2011 (25.036) και τη μικρότερη το 2020 (3.133). οι αρχαιολογικοί χώροι είχαν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα το 2010 (43.254) και τη μικρότερη το 2020 (5.016). (Πίνακας 10-7)

Στη Χίο, η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στα μουσεία παρατηρήθηκε το 2015 (16.743) και η μικρότερη το 2020 (3223). Στους αρχαιολογικούς χώρους, η μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν το 2014 (4.058) και η μικρότερη το 2020 (781). (Πίνακας 10-7)

Ο Πίνακας 10-8 δείχνει την συνολική κίνηση – επιβίβαση και αποβίβαση - στα λιμάνια της Περιφέρειας Β. Αιγαίου από το 2013 – 2020.

Πίνακας 10-8. Διακίνηση Επιβατών Συνολικά στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή : ΕΛΣΤΑ – Επεξεργασία Ιδία)

Έτος	ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ (ΚΑΤΑΠΛΟΙ)	ΕΠΙΒΙΒΑΣΗ (ΑΠΟΠΛΟΙ)	ΣΥΝΟΛΑ ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΩΝ
2013	674,599	669,034	1,343,633
2014	1,272,240	1,789,190	3,061,430
2015	612,589	1,103,321	1,715,910
2016	703,815	771,784	1,475,599
2017	741,631	734,244	1,475,875
2018	724,614	722,480	1,447,094
2019	635,291	646,728	1,282,019
2020	397,783	396,442	794,225

Ο Πίνακας 3 στο Παράρτημα παρουσιάζει την κίνηση των επιβατών απόπλου και κατάπλου ανά λιμάνι περιφερειακής ενότητας από το 2013 μέχρι το 2020.

Πίνακας 10-9. Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο Λιμάνι της Σάμου 2013-2020. (Πηγή : Ένωση Λιμένων Ελλάδος)

Έτος	Κρουαζιερόπλοια	Μεταβολή %	Επιβάτες	Μεταβολή %
2013	25		38,676	
2014	23	-8.0%	24,865	-35.7%
2015	19	-17.4%	10,893	-56.2%
2016	51	168.4%	43,659	300.8%
2017	39	-23.5%	10,008	-77.1%
2018	96	146.2%	14,737	47.3%
2019	42	-56.3%	9,674	-34.4%
2020	0	-100.0%	0	-100.0%

Ο λιμένας της Σάμου το 2019 παρουσίασε πολύ μεγάλη πτώση 56.3% σε σχέση με το 2018, αφού ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων που το επισκέφτηκαν ήταν μειωμένος κατά 54. Ανάλογη ήταν και η μείωση των επιβατών, η οποία έφτασε το 34.4%. (Πίνακας 10-9)

Πίνακας 10-10. Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο Λιμάνι της Χίου 2013-2020. (Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος)

Έτος	Κρουαζιερόπλοια	Μεταβολή %	Επιβάτες	Μεταβολή %
2013	33		9,924	
2014	36	9.1%	16,963	70.9%
2015	42	16.7%	25,229	48.7%
2016	43	2.4%	21,933	-13.1%
2017	7	-83.7%	16,445	-25.0%
2018	10	42.9%	1,766	-89.3%
2019	5	-50.0%	2,328	31.8%
2020	0	-100.0%	0	-100.0%

Ο λιμένας της Χίου παρουσίασε πολύ μεγάλη πτώση το 2017 (83.7%) σε σχέση με το 2016, αφού ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων που το επισκέφτηκαν ήταν μειωμένος κατά 36 συγκριτικά με το 2016. Η μεγαλύτερη μείωση σε επιβάτες έγινε το 2018 και ήταν 89.3% συγκριτικά με το 2017. (Πίνακας 10-10)

Πίνακας 10-11. Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο Λιμάνι της Λέσβου 2013-2020.
(Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος)

Έτος	Κρουαζιερόπλοια	Μεταβολή %	Επιβάτες	Μεταβολή %
2013	56		42,423	
2014	53	-5.4%	34,150	-19.5%
2015	53	0.0%	24,894	-27.1%
2016	29	-45.3%	13,923	-44.1%
2017	5	-82.8%	2,482	-82.2%
2018	1	-80.0%	260	-89.5%
2019	7	600.0%	3,180	1123.1%
2020	0	-100.0%	0	-100.0%

Ο λιμένας της Λέσβου παρουσίασε πολύ μεγάλη πτώση το 2018 (80%) σε σχέση με το 2017. Επίσης, μεγάλη πτώση παρουσίασε το 2016 (45.3%) συγκριτικά με το 2015, αφού ο αριθμός των κρουαζιερόπλοιων που το επισκέφτηκαν ήταν μειωμένος κατά 24 συγκριτικά με το 2015. Η μεγαλύτερη μείωση σε επιβάτες έγινε το 2018 και ήταν 89.5% λιγότεροι συγκριτικά με το 2017. Ωστόσο, και το 2017 ο αριθμός των επιβατών ήταν 82.2% λιγότεροι συγκριτικά με το 2016. (Πίνακας 10-11)

Εντούτοις, το 2019 ο λιμένας της Λέσβου παρουσίασε αύξηση 600% συγκριτικά με το 2018. Ανάλογη ήταν και η κίνηση των επιβατών (1121.1%). Το 2020 με την πανδημία κανένα κρουαζιερόπλοιο δεν έφτασε στο λιμάνι. (Πίνακας 10-11)

Πίνακας 10-12. Κίνηση Κρουαζιερόπλοιων στο Λιμάνι της Λήμνου 2013-2020.
(Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος)

Έτος	Κρουαζιερόπλοια	Μεταβολή %	Επιβάτες	Μεταβολή %
2013	19		4,777	
2014	24	26.3%	7,657	60.3%
2015	41	70.8%	15,787	106.2%
2016	14	-65.9%	4,072	-74.2%
2017	2	-85.7%	381	-90.6%
2018	2	0.0%	346	-9.2%
2019	8	300.0%	2,035	488.2%
2020	1	-87.5%	26	-98.7%

Ο λιμένας της Λήμνου παρουσίασε τη μεγαλύτερη πτώση το 2017 (85.7%) και αρκετά μεγάλη το 2016 (65.9%). Αντίστοιχη ήταν και η μείωση σε επιβάτες το 2017 (90.6%) και το 2016 (74.2%). (Πίνακας 10-12)

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως το 2020 με την πανδημία μόνο ένα κρουαζιερόπλοιο έφτασε στο λιμάνι και στατιστικά λογαριάζεται για 87.5% μείωση συγκριτικά με το 2019. (Πίνακας 10-12)

10.4 Ανάλυση Επισκεπτών

Οι τουρίστες που επισκέπτονται την Περιφέρεια Β. Αιγαίου είναι όλων των ηλικιών και προέρχονται κυρίως από αστικές περιοχές. Έχουν ανώτερη μόρφωση και ανήκουν στα μεσαία εισοδήματα. Την περιοχή την επισκέπτονται κυρίως Τούρκοι, Άγγλοι, Αμερικάνοι, Γερμανοί, Ασιάτες, Ισραηλινοί καθώς και άλλοι λαοί. (www.insete.gr).

Οι σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης για την περιοχή αποτελούν τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και το διαδίκτυο.

Ο Πίνακας 10-13 παρουσιάζει τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου για το 2019.

Πίνακας 10-13. Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου (Πηγή: INSETE)

Βασικά Μεγέθη Εισερχόμενου Τουρισμού της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου 2019							
Περιφέρειες	Χώρες Προέλευσης	Επισκέψεις (σε χιλ.)	Εισπράξεις (σε εκ. €)	Διανυκτερεύσεις (σε χιλ.)	Δαπάνη/ Επίσκεψη (σε €)	Δαπάνη/ Διανυκτέρευση (σε €)	Μέση Διάρκεια Παραμονής
Βόρειο Αιγαίο	Τουρκία	118.6	24.7	444.6	207.9	55.4	3.7
	Ην. Βασίλειο	58.9	37.5	595.8	637.4	63.0	10.1
	ΗΠΑ	24.1	6.8	299.1	280.4	22.6	12.4
	Γερμανία	21.2	11.1	183.5	526.3	60.7	8.7
	Λοιπές	136.5	85.2	1,379.1	624.3	61.8	10.1
	Σύνολο	359.3	165.3	2,902.1	460.1	57.0	8.1
	% επί του συνόλου	1.0%	0.9%	1.2%			

Η μεγαλύτερη εισροή τουριστών ήταν από την Τουρκία με 118.6 χιλιάδες και ακολούθησε το Η. Βασίλειο με 60 χιλιάδες, οι ΗΠΑ με 24 χιλιάδες η Γερμανία με

22.2 χιλιάδες και 136,5 χιλιάδες ήταν από άλλες χώρες. Οι τουρίστες από το Η. Βασίλειο δαπάνησαν τα περισσότερα χρήματα (€637.4 ανά επισκέπτη) και ακολούθησαν οι Γερμανοί με €526.3 ανά επισκέπτη. Οι τουρίστες από τις ΗΠΑ άφησαν €280.4 ανά επισκέπτη και οι Τούρκοι €207.9. οι τουρίστες από τις ΗΠΑ έμειναν τις περισσότερες ημέρες (12.4), ακολούθησαν οι Άγγλοι με 10.1, οι Γερμανοί με 8.7 και οι Τούρκοι με 3.7. (Πίνακας 10-13).

ΜΕΡΟΣ Γ: ΕΠΙΛΟΓΟΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η εξέταση της υφιστάμενης κατάστασης του τουρισμού κρουαζιέρας στο Βόρειο Αιγαίο και οι προοπτικές ανάπτυξής του. Για το σκοπό αυτό έγινε λεπτομερής ανάλυση των χαρακτηριστικών της Περιφέρειας Β. Αιγαίου και κατόπιν στρατηγική ανάλυση.

Ο σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι αρχικά να συνοψίσει τα συμπεράσματα της μελέτης περίπτωσης. Κατόπιν, προτείνει τρόπους ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας και το κεφάλαιο κλείνει με τους περιορισμούς της παρούσας έρευνας.

11.1 Συμπεράσματα Μελέτης Περίπτωσης

Η περιφέρεια του Β. Αιγαίου διοικητικά διαιρείται σε τρεις νομούς – Λέσβου, Σάμου και Χίου - πέντε περιφερειακές ενότητες - Ικαρίας, Λέσβου, Λήμνου, Σάμου και Χίου – και έντεκα Δήμους.

Στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου υπάρχουν σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι και δίνεται έτσι η ευκαιρία στα άτομα να συνδυάζουν τον πολιτισμό με τις διακοπές. Παράλληλα, υπάρχουν και οι συνθήκες για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, όπως ο τουρισμός κρουαζιέρας, καθώς η περιοχή χαρακτηρίζεται από φυσικούς - περιβαλλοντικούς και ανθρωπογενείς πόρους, πολιτιστικούς και ιστορικούς χώρους, υποδομές και υπηρεσίες.

Τα δυνατά σημεία της Περιφέρειας Β. Αιγαίου για τουρισμό κρουαζιέρας είναι τα εξής: καλά οργανωμένοι λιμένες, χώροι λιμενισμού ιδιωτικών σκαφών, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, φυσικοί και περιβαλλοντικοί πόροι, σημαντική γεωπολιτική θέση στο Αιγαίο, δυνατότητα υποδοχής μεγάλων κρουαζιερόπλοιων και ανταγωνιστικές τιμές λιμενικών χρεώσεων μεταξύ άλλων.

Τα βασικότερα αδύνατα σημεία συνοψίζονται ως εξής: έντονη εποχικότητα τουριστικής ζήτησης και τουρισμού κρουαζιέρας όπως επίσης ανύπαρκτο μακροπρόθεσμο σχέδιο προβολής τουρισμού κρουαζιέρας.

Οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται σχετίζονται με την παράταση της τουριστικής περιόδου, την αυξανόμενη ζήτηση για κρουαζιέρα, την εξερεύνηση και ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, την αναβάθμιση υπηρεσιών καθώς και την στόχευση σε νέα τμήματα της αγοράς – εκτός Ευρώπης και ΗΠΑ, μεταξύ άλλων.

Οι απειλές σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή, τη γραφειοκρατία, αναδυόμενους προορισμούς - π.χ. Ασία – καθώς επίσης την απειλή ενός τρομοκρατικού κτυπήματος.

Οι βασικοί ανταγωνιστές των λιμένων κρουαζιέρας της Περιφέρειας Β. Αιγαίου είναι οι εξής: του Πειραιά, της Μυκόνου, της Σαντορίνης, της Ρόδου, του Ηρακλείου, των Χανίων, και του Κατάκολου.

Σύμφωνα με τους 5 παράγοντες ανταγωνισμού του Porter η απειλή των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων στον κλάδο τουρισμού κρουαζιέρας μπορεί να χαρακτηριστεί ως ισχυρή καθώς στη Σάμο έρχονται αρκετοί Γερμανοί.

Τα λιμάνια δεν επηρεάζονται από τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των διανομέων, η οποία μπορεί να και είναι ανύπαρκτη. Αντίθετα, υψηλή θεωρείται η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είτε όταν πιέζουν για μείωση των τιμών είτε όταν αποβλέπουν σε αύξηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα δεν υφίσταται αλλά ο ανταγωνισμός ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις είναι έντονος.

Η Περιφέρεια Β. Αιγαίου έχει καταστεί αναγνωρισμένος τουριστικός προορισμός με παγκόσμια φήμη και με ζήτηση συνεχώς ανοδική. Αυτό φαίνεται από τον αριθμό των αφίξεων αλλοδαπών και ημεδαπών στην εν λόγω περιφέρεια.

Οι τουρίστες που την επισκέπτονται έχουν ανώτερη μόρφωση και ανήκουν στα μεσαία εισοδήματα. Κυρίως είναι Τούρκοι, Άγγλοι, Αμερικάνοι και Γερμανοί μεταξύ άλλων.

Λαμβάνοντας υπόψιν την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης, στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται προτάσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας

στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου, σχετικά με το προϊόν, την τιμολογιακή πολιτική, τα κανάλια διανομής καθώς και το μείγμα προώθησης και προβολής.

11.2 Προτάσεις Ανάπτυξης Τουρισμού Κρουαζιέρας στη Περιφέρεια Β. Αιγαίου

11.2.1 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με το Προϊόν

Τα ήδη υπάρχοντα διεθνή αεροδρόμια στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου θα πρέπει να εκσυγχρονιστούν και να εξυπηρετούν πτήσεις εκτός από μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες, από μεγάλες πόλεις της Β. Αμερικής κυρίως και της ανερχόμενης ασιατικής τουριστικής αγοράς. Με τον εκσυγχρονισμό των αεροδρομίων θα πρέπει να εκσυγχρονιστεί και το οδικό δίκτυο που συνδέει το κάθε ένα από αυτά τα αεροδρόμια με το λιμάνι ώστε να εξυπηρετούνται οι τουρίστες κρουαζιέρας άμεσα και με λιγότερη ταλαιπωρία. Επίσης, θα πρέπει να εκσυγχρονιστούν και οι συγκοινωνιακές συνδέσεις με το λιμάνι.

Παράλληλα, θα πρέπει να εκσυγχρονιστούν και οι λιμενικές υποδομές και υπηρεσίες στους λιμένες κρουαζιέρας έτσι ώστε να πληρούν τα σύγχρονα πρότυπα σχετικά με τη χωρητικότητα και το χρόνο εξυπηρέτησης των επιβατών. Επιπρόσθετη βοήθεια θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται, όπως για παράδειγμα κατάλογος παρεχόμενων υπηρεσιών, κατατοπιστικός χάρτης τερματικών σταθμών, Wi-Fi και πλήρως ενημερωτική διαδικτυακή σελίδα μεταξύ άλλων. Στο επίκεντρο όλων θα πρέπει να βρίσκεται η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

Δύο βασικές ενέργειες στην ανάπτυξη τουριστικής κρουαζιέρας συναρτώμενες με το προϊόν είναι η δημιουργία τμήματος κρουαζιέρας και η τμηματοποίηση της αγοράς. Σε κάθε Οργανισμό Λιμένος της περιφέρειας Β. Αιγαίου, όπου υπάρχει τουρισμός κρουαζιέρας, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ξεχωριστό τμήμα με αντικείμενο απασχόλησης τον τομέα της κρουαζιέρας και τους ενδιαφερόμενους (stakeholders). Η στελέχωση του τμήματος αυτού θα πρέπει να γίνει από έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό. Ο στόχος του νέου αυτού τμήματος θα είναι η προβολή του αντίστοιχου λιμανιού και η ανάδειξη του ως προορισμό κρουαζιέρας.

Η τμηματοποίηση της αγοράς θα αναδείξει και θα στοχεύσει σε νέες αναδυόμενες αγορές.

Άλλες σχετικές ενέργειες είναι η δημιουργία ειδικών τουριστικών υποδομών για την ανάπτυξη του πλήρους τουριστικού προϊόντος, όπως η σήμανση αξιοθέατων και περιβαλλοντικών χώρων μεταξύ άλλων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε με τη δημιουργία ενός ειδικού info - desk σε κάθε αντίστοιχο λιμάνι είτε με τη δημιουργία ειδικής εφαρμογής για smartphones.

Επιπλέον ενέργειες σχετίζονται με τη συνέργεια δημοσίων και ιδιωτικών φορέων, την εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού και το σχεδιασμό πολιτιστικών εκδηλώσεων, μεταξύ άλλων.

Στην επόμενη υποενότητα παρουσιάζονται προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας σε σχέση με την τιμολογιακή πολιτική.

11.2.2 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με τη Τιμολογιακή Πολιτική

Η συνεχή βελτίωση της σχέσης ποιότητα και τιμής κρίνεται ζωτικής σημασίας καθώς οι τουρίστες κρουαζιέρας απαρτίζουν μια ιδιόζουσα κατηγορία τουριστών επειδή επισκέπτονται πολλούς παραπλήσιους προορισμούς σε ένα μόνο ταξίδι, μπορούν να αξιολογήσουν τη σχέση τιμής και ποιότητας.

Παράλληλα, οι αρμόδιοι φορείς θα πρέπει να παρακολουθούν στενά τον ανταγωνισμό αποβλέποντας στην έγκαιρη και αποτελεσματική αναδιαμόρφωση της εκάστοτε στρατηγικής.

Ταυτόχρονα, θα πρέπει να τεθεί σε εφαρμογή η παροχή εκπνώσεων και ειδικών προσφορών σε εταιρείες που έχουν συνεργασία με το αντίστοιχο λιμάνι της εν λόγω Περιφέρειας. Το Υπουργείο Ναυτιλίας θα πρέπει να προνοήσει ώστε να περιοριστεί η γραφειοκρατία και να δοθεί σύντομα ή άδεια για την παροχή έκπτωσης και προσφορών.

Επιπρόσθετα, θα πρέπει να εφαρμοστεί και διαφοροποίηση των τιμών ανάλογα με την εποχικότητα ώστε οι εταιρείες κρουαζιέρας να εκμεταλλεύονται το ενδεχόμενο και να προσεγγίζουν τα αντίστοιχα λιμάνια σε περιόδους χαμηλής ζήτησης. Η χρήση της νέας τεχνολογίας σε συνδυασμό με τη χάραξη μιας

μακροχρόνιας και σταθερής τιμολογιακής πολιτικής λιμενικών χρεώσεων καθώς και οι εντατικοί έλεγχοι στη σχέση τιμολόγηση και ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών θα συμβάλλει στην ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας στην εν λόγω Περιφέρεια με το βέλτιστο τρόπο.

Στην επόμενη υπό – ενότητα παρουσιάζονται προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου σε σχέση με τα κανάλια διανομής.

11.2.3 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με τα Κανάλια Διανομής

Αρχικά προτείνεται η δημιουργία ιστοσελίδας σχετικά με τον τουρισμό κρουαζιέρας από τα αντίστοιχα λιμάνια της Περιφέρειας Β. Αιγαίου. Η ιστοσελίδα θα πρέπει να είναι οργανωμένη εκτός από την ελληνική γλώσσα, σε τουλάχιστον 5 ξένες γλώσσες – Αγγλικά, Γαλλικά, Γερμανικά, Ιταλικά, Ισπανικά. Η σελίδα θα απευθύνεται εκτός από τους τουρίστες κρουαζιέρας και στις εταιρείες. Σκοπός της θα είναι η προσέλκυση κρουαζιέρας. Σαν μέσο θα χρησιμοποιηθεί η παροχή πληροφοριών σχετικά με τον λιμένα κρουαζιέρας και την ευρύτερη περιοχή του νησιού. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχουν σύνδεσμοι (links) με όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες και ο ιστότοπος να είναι συνδεδεμένος με μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το facebook και το Instagram. Για την καλύτερη προώθηση του τουρισμού κρουαζιέρας θα πρέπει να οριστεί ένα άτομο αρμόδιο για τη διαχείριση του ιστότοπου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Παράλληλα, ο κάθε ένας από τους λιμένες κρουαζιέρας της Περιφέρειας του Β. Αιγαίου θα πρέπει να συμμετέχει στις διεθνείς εκθέσεις κρουαζιέρας με σκοπό την απευθείας πώληση. (Γρούτας και Νικολαΐδης, 2000)

Στην επόμενη υπό – ενότητα παρουσιάζονται προτάσεις ανάπτυξης του τουρισμού κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου σε σχέση με το μίγμα προώθησης και προβολής.

11.2.4 Ανάπτυξη Συναρτώμενη με το Μίγμα Προώθησης και Προβολής

Στην συγκεκριμένη περίπτωση τα εξής μέσα προβολής και προώθησης θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν: διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις και άμεσο

μάρκετινγκ (Γρούτας και Νικολαΐδης, 2000)· επίσης, προώθηση πωλήσεων (Middleton, 1994).

Η διαφήμιση θα πρέπει να περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τα εξής (Γρούτας και Νικολαΐδης, 2000):

- ✚ Δημιουργία κύριου σλόγκαν, ξεχωριστό για κάθε λιμάνι της εν λόγω Περιφέρειας.
- ✚ Καταχωρήσεις σε ναυτιλιακά έντυπα, κανονικό τύπο ακόμη και σε ειδικά έντυπα που διανέμονται δωρεάν σε αεροδρόμια ή πλοία.
- ✚ Συνεχείς ανακοινώσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι δημόσιες σχέσεις θα πρέπει εκτός από τη διοργάνωση events, ταξιδιών και άλλων εκδηλώσεων σε ναυτιλιακούς πράκτορες με σκοπό τη γνωριμία και τη σύσφιξη των σχέσεων. Επίσης, το γραφείο τύπου θα γνωστοποιεί σε όλους τους ενδιαφερόμενους σχετικά άρθρα και αναρτήσεις αναφορικά με ειδήσεις και σχετικά θέματα. (Γρούτας και Νικολαΐδης, 2000)

Το άμεσο μάρκετινγκ προτείνεται να σχετίζεται με την ενημέρωση των εταιρειών κρουαζιέρας και των ναυτιλιακών πρακτόρων μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (e-mail). Επιπρόσθετα, θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και το συμβατό ταχυδρομείο με τους παραπάνω παραλήπτες για ενημέρωση, προσφορές, ευχητήριες κάρτες και ανατροφοδότηση. (Γρούτας και Νικολαΐδης, 2000)

Τέλος, η προώθηση πωλήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει τη δημιουργία τουριστικού οδηγού – χάρτη της περιοχής με κάθε λεπτομέρεια που να διατίθεται σε τουλάχιστον σε τρεις ξένες γλώσσες. Ο τουριστικός αυτός οδηγός θα διανέμεται δωρεάν στους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων. Στην προώθηση πωλήσεων θα περιλαμβάνεται η συμμετοχή σε εκθέσεις, στις οποίες το κάθε λιμάνι κρουαζιέρας της Περιφέρειας Β. Αιγαίου θα έχει το δικό του οργανωμένο περίπτερο και η ταξιδιωτική εμπειρία θα διατίθεται σε πλήρες έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό. Για τους διανομείς (εταιρείες κρουαζιέρας) θα πρέπει να έχει διαμορφωθεί ένα ειδικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα, το οποίο θα είναι ανταγωνιστικό. Τέλος, η προαγωγή της τοπικής διατροφής και η επισήμανση των

ΠΟΠ προϊόντων ή προϊόντων ΠΓΠ του νησιού του κάθε λιμένα κρουαζιέρας θα συντελέσει θετικά στο σκοπό προβολής και προώθησης. (Middleton, 1994)

Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται οι περιορισμοί της έρευνας.

11.3 Περιορισμοί Έρευνας

Η παρούσα έρευνα περιορίζεται μόνο στην παρουσίαση των γενικών χαρακτηριστικών της Περιφέρειας του Β. Αιγαίου και τη στρατηγική ανάλυση. Μολονότι, η εξέταση των στοιχείων δεν βασίστηκε μόνο στα ποιοτικά χαρακτηριστικά αλλά και στα διαθέσιμα ποσοτικά χαρακτηριστικά, η μελέτη έχει αρκετούς περιορισμούς.

Μία μελλοντική μελέτη θα πρέπει να βασιστεί πρωτογενή έρευνα και με τη χρήση ερωτηματολογίων να συλλέξει ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία αρχικά για την Περιφέρεια Β. Αιγαίου ως τουριστικό προορισμό κρουαζιέρας και μετά για κάθε λιμάνι κρουαζιέρας της Περιφέρειας Β. Αιγαίου ξεχωριστά.

Το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να οργανωθεί από έναν εξειδικευμένο επαγγελματία ή μια ομάδα από επαγγελματίες στο χώρο του μάρκετινγκ του τουρισμού κρουαζιέρας και των λιμένων κρουαζιέρας. Μερικά από τα θέματα που θα μπορούσαν να εξεταστούν είναι τα εξής:

1. Η στάση των φορέων, της τοπικής αυτοδιοίκησης καθώς και των εμπορικών επιχειρήσεων στην Περιφέρεια Β. Αιγαίου σχετικά με την ανάπτυξη του τουρισμού κρουαζιέρας.
2. Όλα τα θετικά και αρνητικά στοιχεία κάθε νομού της εν λόγω Περιφέρειας ώστε να αξιοποιηθούν.
3. Το προφίλ των επισκεπτών κρουαζιέρας στην Περιφέρεια του Β. Αιγαίου ανά νομό και περιφερειακή ενότητα. Επίσης, να διερευνηθεί ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες.
4. Οι κοινωνικό-οικονομικές επιπτώσεις της κρουαζιέρας στην εν λόγω Περιφέρεια.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Βελισσαρίου, Ε.(2000). Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών μορφών Τουρισμού, Πάτρα: ΕΑΠ

Βενετσανοπούλου, Μ.(2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό :Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Αθήνα, Interbooks,

Γεωργόπουλος, Ν. Β. (2002). Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Αθήνα: Γ. Μπένου

Γρούτας, Γ. και Νικολαΐδης, Χ. (2000). Διαφήμιση, Δημόσιες Σχέσεις, Προώθηση Πωλήσεων στον Τουρισμό, Πάτρα: ΕΑΠ

Διακομιχάλης (2006). Διδακτορική διατριβή : «Ο Θαλάσσιος τουρισμός : Η εκτίμηση των επιδράσεων του στην Ελληνική οικονομία μέσω του δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού και της σύνδεσής του με το εθνικολογιστικό σύστημα», Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος

Διακομιχάλης, Ν. Μ., (2009). Θαλάσσιος τουρισμός κι Οικονομικές Επιδράσεις, Εκδόσεις Σταμούλη.

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (2012). Κλαδική Μελέτη: Κρουαζιέρα - Ένας κλάδος με δυνητικά έσοδα ύψους €2δισ, Εθνική Τράπεζα, Αθήνα

Ευθυμιάτου – Πουλάκου, Α. (2009). Τουριστικό Δίκαιο, Αθήνα-Κομοτηνή: Αντ. Σάκκουλα

Ζαχαράτος, Γ. (2000). Package Tour: Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού, Αθήνα: Προπομπός

Ηγουμενάκης ,Ν. (1996). Τουριστικό marketing, εκδόσεις Interbooks

Ηγουμενάκης, Ν. (2000). Τουρισμός και ανάπτυξη, εκδόσεις Interbooks

Ηγουμενάκης, Ν.Γ., Κραβαρίτης, Κ.Ν. (2004). Τουρισμός. Βασικές έννοιες. Αθήνα: Interbooks.

Κοκκώσης, Χ και Τσάρτας, Π. (1999). Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό, Πάτρα: ΕΑΠ

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., Γκρίμπα, Ε. (2011). Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού - Ζήτηση και Προσφορά νέων Προϊόντων Τουρισμού, Κρητική, Αθήνα

Μοίρα, Π., Μυλωνόπουλος, Δ. (2014). Τουρισμός υγείας και ταξίδι υγείας. Κοινωνιολογική προσέγγιση και εννοιολογική διασαφήνιση, e περιοδικό επιστήμης και τεχνολογίας

Μοίρα, Π., Μυλωνόπουλος, Π. (2006). Η κρουαζιέρα ως τουριστική υπηρεσία. Κοινωνιολογική προσέγγιση. e-Journal of Science and Technology (e-JST), Τ.Ε.Ι. Αθήνας, τόμος 1, τεύχος 2, σελ. 28-38.

Μυλωνόπουλος, Δ. – Μοίρα, Π. (2005). Θαλάσσιος τουρισμός, Αθήνα εκδόσεις Interbooks,

Μυλωνόπουλος, Δ. & Τσακίρης, Δ. (2004). Η πολιτισμική και οικονομική διάσταση της λιμενικής πολιτικής στην περιφερειακή ανάπτυξη, πρακτικά 2ου Διεθνούς Επιστημονικού Συνεδρίου Τ.Ε.Ι. Ηπείρου/ΣΔΟ/Τμήμα Λογιστικής με θέμα Διευρυμένη Ευρώπη και Περιφερειακές Ανισότητες, Πρέβεζα, 3-4 Ιουνίου 2004, 204-212

Μυλωνόπουλος, Δ. (2004). Ναυτιλία: έννοιες, τομείς, δομές, εκδόσεις Σταμούλη

Παπαδημητρόπουλος, Ε. Ι. (2012). Ο Συνεδριακός Τουρισμός εν πλω στην Ελλάδα Προβλήματα και Προοπτικές στην Παρούσα Οικονομική και Πολιτική Συγκυρία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού, Πειραιάς

Πάλλης, Θ., Βαγγέλας, Γ.Κ., Αράπη, Κ., Κλαδάκη, Π. & Παπαχρήστου, Α. (2017). Η αναπτυξιακή Προοπτική της Κρουαζιέρας Αφειρησίας στην Ελλάδα, Διανέοσις, Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης

Σιπαράς, Θ., Τζένος, Χ. (2007). Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού. Αθήνα: Interbooks.

Ξένη

Boniface, B. – Cooper, C.(1996). The Geography of Travel and Tourism, 2nd Edition, BH., page 49

Buttle, F. (1997). Hotel and Food Service Marketing : A Managerial Approach, London: Cassell

Dawson, P. (2000). Cruise Ships: An Evolution in Design, Conway Maritime

Diakomihalis, M. (2007). Maritime Transport: The Greek Paradigm. Research in Transportation Economics, Volume 21, 419–455. Elsevier Ltd

Maxtone-Graham, J. (2000). Liners to the Sun, Sheridan House, N.Y. , page 47.

Middleton, V.T.C., (1994). Marketing in travel and tourism, London: Pitman.

Miller, M.L. Auyong, J.(1991). Coastal zone tourism: A potent force affecting environment and society, Marine policy, 15 (2) 80-99.

Mylonopoulos et al., (2009). Representations of naval cultural tourism in Greece, 10th International world cultural tourism conference of Cruise Tourism 2013. Washington DC: CLIA.

Pallis ,T. (2015). Cruise Shipping and Urban Development: State of the Art of the Industry and Cruise Ports, Discussion Paper, (2015-1), OECD

Peisley, T. (2014). End of The Beginning for Cruising. Colchester: Seatrade Communications Ltd.

Porter, M. (1998). Competitive Advantage, techniques for analyzing industries and competitors, New York: The Free Press

Satta, G., Parola, F., Penco, L., Persico , L. (2014). Destination satisfaction as a predictor of cruiser expenditures and behavioural intentions. International Association of Maritime Economists (IAME) 2014 Conference, Virginia, USA.

Satta, G., Persico, L. Parola, F., Penco, L. and Musso, E. (2016). Targeting the young cruisers market: Motivation and behavioural intentions. International Association of Maritime Economists (IAME) 2016 Conference, Hamburg, Germany.

Shaw, E. (1999). A guide to the qualitative research process: evidence from a small firm study, MCB UP Ltd

Starr, N.(1993) . Viewpoint. An Introduction to Travel, Tourism and Hospitality, Houghton Mifflin Company

West ,J.J. and Olsen, M.D. (1989). Environmental scanning, industry structure and strategy making: concepts and research in the hospitality industry, *International Journal of Hospitality Management* 8 (4)

World Tourism Organization (2010), *Cruise Tourism: Current Situation and Trends*. Madrid, Spain: WTO

Μελέτες

ICAP, (2000). Εγκαταστάσεις θαλάσσιου τουρισμού, Κλαδική μελέτη

ICAP, (2010). Κλαδική Μελέτη: Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής,

Αθήνα: ICAP

Sites

CLIA (2018). CLIA State of the industry. Ανακτήθηκε από:

<https://www.cruising.org/about-the-industry /research>

CLIA (2018). Consumer Research: 2018 CLIA Travel Report. Ανακτήθηκε από:

<https://www.cruising.org/about-the-industry /research>

Cruise Industry News (2017). Cruise Industry Infographic, August,

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας 1 : Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις : Περιγραφική Στατιστική

	Λήμνος	Μυτιλήνη	Σάμος	Χίος
Mean	1345.446154	8392.130769	17427.95385	811.7480315
Standard Error	214.2669775	1365.571547	2750.46905	169.757536
Median	152.5	1210	2059.5	14
Mode	0	0	0	0
Standard Deviation	2443.019421	15569.91119	31360.17218	1913.070274
Sample Variance	5968343.892	242422134.6	983460399.1	3659837.873
Range	12266	75475	140624	12090
Minimum	0	0	0	0
Maximum	12266	75475	140624	12090
Sum	174908	1090977	2265634	103092
Largest(1)	12266	75475	140624	12090
Smallest(1)	0	0	0	0

Πίνακας 2 : Αεροπορικές Αφίξεις Εσωτερικού: Περιγραφική Στατιστική

	Λήμνος	Μυτιλήνη	Σάμος	Χίος	Ικαρία
Mean	5506.46923	24513.8538	11576.5923	14312.7769	2896.17692
Standard Error	813.4404042	3574.833879	1696.210962	2112.60166	420.1853947
Median	2537.5	13296	5967	7501	1249
Mode	1684	15166	#N/A	#N/A	#N/A
Standard Deviation	9274.647587	40759.37737	19339.78055	24087.36495	4790.850611
Sample Variance	86019087.86	1661326844	374027111.6	580201150.3	22952249.57
Range	47993	187735	93720	116045	22496
Minimum	191	649	305	377	77
Maximum	48184	188384	94025	116422	22573
Sum	715841	3186801	1504957	1860661	376503
Largest(1)	48184	188384	94025	116422	22573
Smallest(1)	191	649	305	377	77

Πίνακας 3 : Διακίνηση Επιβατών ανά λιμάνι Περιφέρειας Β. Αιγαίου από το 2013 -2020 (Πηγή INSETE , 2021)

ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ 2013-2020					
ΕΤΟΣ	Περιφερειακή Ενότητα	Λιμάνι	ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ (ΚΑΤΑΠΛΟΙ)	ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΒΙΒΑΣΗ (ΑΠΟΠΛΟΙ)	ΣΥΝΟΛΑ ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΩΝ
			ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ	ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ
2020	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	20,625	19,724	40,349
		Εύδηλος Ικαρίας	21,367	19,533	40,900
		Θύμαινα Ικαρίας	1,556	1,367	2,923
	Λέσβου	Μυτιλήνης	92,978	100,050	193,028
		Σιγρί	2,163	2,101	4,264
	Σάμου	Βαθύ Σάμου	25,663	28,614	54,277
		Φούρνοι Σάμου	11,438	11,321	22,759
		Χρυσομηλιά	369	460	829
		Καρλόβασι Σάμου	21,757	19,179	40,936
		Πυθαγόρειο Σάμου	9,158	9,190	18,348
	Λήμνου	Μύρηνas Λήμνου	67,920	65,644	133,564
		Άγιος Ευστράτιος	5,349	5,191	10,540
	Χίου	Χίου	84,691	85,739	170,430
		Βολισσός Χίου	2,342	2,359	4,701
		Μεστά Χίου	10,166	6,479	16,645
		Οινούσσεas	13,374	12,609	25,983
		Ψαρά	6,867	6,882	13,749
	Σύνολο Περιφέρειας		397,783	396,442	794,225
2019	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	15,721	16,552	32,273
		Εύδηλος Ικαρίας	58,871	55,824	114,695

	Θύμαινα Ικαρίας	0	0	0	
Λέσβου	Μυτιλήνης	158,305	168,867	327,172	
Σάμου	Βαθύ Σάμου	33,429	35,948	69,377	
	Φούρνοι Σάμου	8,739	10,025	18,764	
	Χρυσομηλιά	0	0	0	
	Καρλόβασι Σάμου	46,411	45,227	91,638	
	Πυθαγόρειο Σάμου	17,181	16,893	34,074	
Λήμνου	Μύρηνas Λήμνου	100,316	99,169	199,485	
	Άγιος Ευστράτιος	7,220	7,195	14,415	
Χίου	Χίου	151,248	156,722	307,970	
	Βολισσός Χίου	1,834	1,916	3,750	
	Μεστά Χίου	8,337	5,830	14,167	
	Οινούσσεσ	19,457	18,380	37,837	
	Ψαρά	8,222	8,180	16,402	
Σύνολο Περιφέρειας		635,291	646,728	1,282,019	
2018	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	23,049	24,036	47,085
		Εύδηλος Ικαρίας	63,333	60,161	123,494
		Θύμαινα Ικαρίας	1,889	2,119	4,008
	Λέσβου	Μυτιλήνης	183,616	187,938	371,554
	Σάμου	Βαθύ Σάμου	39,738	45,523	85,261
		Φούρνοι Σάμου	17,924	17,759	35,683
		Χρυσομηλιά	634	971	1,605
		Καρλόβασι Σάμου	58,761	56,989	115,750
		Πυθαγόρειο Σάμου	15,039	15,146	30,185
	Λήμνου	Μύρηνas Λήμνου	104,816	100,368	205,184
		Άγιος Ευστράτιος	7,231	7,364	14,595
	Χίου	Χίου	177,177	175,394	352,571
		Βολισσός Χίου	2,543	2,470	5,013

		Μεστά Χίου	1,522	551	2,073
		Οινούσες	17,359	16,814	34,173
		Ψαρά	9,983	8,877	18,860
	Σύνολο Περιφέρειας		724,614	722,480	1,447,094
2017	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	34,236	32,505	66,741
		Εύδηλος Ικαρίας	53,603	52,805	106,408
		Θύμαινα Ικαρίας	1,715	2,622	4,337
	Λέσβου	Μυτιλήνης	192,795	198,875	391,670
	Σάμου	Βαθύ Σάμου	35,371	36,367	71,738
		Φούρνοι Σάμου	20,128	19,664	39,792
		Χρυσομηλιά	725	1,076	1,801
		Καρλόβασι Σάμου	65,308	64,480	129,788
		Πυθαγόρειο Σάμου	18,037	17,579	35,616
	Λήμνου	Μύρηνες Λήμνου	92,962	90,696	183,658
		Άγιος Ευστράτιος	6,044	6,129	12,173
	Χίου	Χίου	187,783	181,977	369,760
		Βολισσός Χίου	2,443	2,300	4,743
Μεστά Χίου		1,576	417	1,993	
Οινούσες		18,873	18,136	37,009	
Ψαρά		10,032	8,616	18,648	
Σύνολο Περιφέρειας		741,631	734,244	1,475,875	
2016	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	40,869	38,152	79,021
		Εύδηλος Ικαρίας	39,808	39,839	79,647
		Θύμαινα Ικαρίας	1,476	1,909	3,385
	Λέσβου	Μυτιλήνης	178,731	249,740	428,471
	Σάμου	Βαθύ Σάμου	39,966	46,521	86,487
		Φούρνοι Σάμου	18,578	17,851	36,429
		Καρλόβασι Σάμου	44,038	43,293	87,331
Πυθαγόρειο Σάμου		16,177	15,867	32,044	

	Λήμνου	Μύρηνas Λήμνου	100,381	81,736	182,117	
		Άγιος Ευστράτιος	7,028	6,281	13,309	
	Χίου	Χίου	186,056	199,205	385,261	
		Βολισσός Χίου	981	1,225	2,206	
		Μεστά Χίου	3,056	4,034	7,090	
		Οινούσσεσ	19,463	18,633	38,096	
		Ψαρά	7,207	7,498	14,705	
	Σύνολο Περιφέρειας		703,815	771,784	1,475,599	
	2015	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	30,575	28,667	59,242
			Εύδηλος Ικαρίας	41,944	43,043	84,987
Θύμαινα Ικαρίας			1,279	2,556	3,835	
Λέσβου		Μυτιλήνης	151,019	476,516	627,535	
Σάμου		Βαθύ Σάμου	39,964	113,640	153,604	
		Φούρνοι Σάμου	15,764	14,887	30,651	
		Καρλόβασι Σάμου	42,848	46,014	88,862	
		Πυθαγόρειο Σάμου	5,868	5,255	11,123	
Λήμνου		Μύρηνas Λήμνου	70,910	69,412	140,322	
		Άγιος Ευστράτιος	5,391	5,814	11,205	
Χίου		Χίου	181,564	271,914	453,478	
		Βολισσός Χίου	1,072	1,190	2,262	
		Μεστά Χίου	42	44	86	
	Οινούσσεσ	17,553	17,059	34,612		
	Ψαρά	6,796	7,310	14,106		
Σύνολο Περιφέρειας		612,589	1,103,321	1,715,910		
2014	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	20,473	18,284	38,757	
		Εύδηλος Ικαρίας	56,478	54,453	110,931	
		Θύμαινα Ικαρίας	1,624	2,140	3,764	
	Λέσβου	Μυτιλήνης	174,118	176,307	350,425	

2013	Σάμου	Βαθύ Σάμου	27,535	34,084	61,619	
		Φούρνοι Σάμου	16,466	15,240	31,706	
		Καρλόβασι Σάμου	57,839	57,165	115,004	
		Πυθαγόρειο Σάμου	8,860	8,554	17,414	
	Λήμνου	Μύρηνas Λήμνου	70,763	66,959	137,722	
		Άγιος Ευστράτιος	6,129	6,125	12,254	
	Χίου	Χίου	193,516	221,514	415,030	
		Μεστά Χίου	840	1,038	1,878	
		Οινούσσεσ	17,824	16,936	34,760	
		Ψαρά	7,186	7,070	14,256	
	Σύνολο Περιφέρειας		659,651	685,869	1,345,520	
	2013	Ικαρίας	Άγιος Κήρυκος Ικαρίας	19,492	18,424	37,916
			Εύδηλος Ικαρίας	52,685	51,133	103,818
Θύμαινα Ικαρίας			1,448	1,186	2,634	
Λέσβου		Μυτιλήνης	178,786	178,777	357,563	
Σάμου		Βαθύ Σάμου	37,512	42,059	79,571	
		Φούρνοι Σάμου	14,301	15,288	29,589	
		Καρλόβασι Σάμου	57,487	54,930	112,417	
		Πυθαγόρειο Σάμου	6,392	6,557	12,949	
Λήμνου		Μύρηνas Λήμνου	73,117	70,657	143,774	
		Άγιος Ευστράτιος	5,897	5,528	11,425	
Χίου		Χίου	195,592	193,735	389,327	
		Μεστά Χίου	6,384	6,419	12,803	
	Οινούσσεσ	17,521	16,567	34,088		
	Ψαρά	7,985	7,774	15,759		
Σύνολο Περιφέρειας		674,599	669,034	1,343,633		