



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ
& ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

Διπλωματική Εργασία

“Επιδράσεις της Πανδημίας Covid-19 στον Τουρισμό Yachting και Ιστιοπλοΐας σε προορισμούς της Μεσογείου. Μια εμπειρική διερεύνηση”

Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια: **Βασιλική Νικάκη**

Διδάσκουσα: Δρ Άννα Κυριακάκη

Κέρκυρα, 2021

Στους γονείς μου, που είναι πάντα δίπλα μου.

Περίληψη

Ο τουρισμός είναι ένα πεδίο που παρουσιάζει έντονο ερευνητικό ενδιαφέρον καθώς επιδρά σε τομείς οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς με ποικίλους τρόπους. Συνδέει την προβολή ανθρωπογενών και φυσικών πόρων με την αναψυχή, δίνοντας έτσι την ευκαιρία επίσκεψής τους σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες, ενώ απευθύνεται σε ένα πολύ ευρύ κοινό (διεθνοποιημένη ζήτηση). Στη συγκεκριμένη εργασία, γίνεται ανάλυση της εναλλακτικής μορφής τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας με αναφορές στη διεθνή αγορά αλλά με έμφαση στον ελλαδικό και μεσογειακό χώρο. Θα απαντηθούν ερωτήματα όπως ποια είναι η δυναμική αυτής της μορφής τουρισμού, ποια είναι η συμβολή της στη διεθνή και εγχώρια οικονομία αλλά και η συνέργειά της με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού αλλά και ποιες είναι οι προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξής της.

Η εργασία εστιάζει στην επίδραση του Covid 19, της νέας εξαιρετικά μεταδοτικής ασθένειας που εκδηλώθηκε στα τέλη του 2019 και εξελίχθηκε σε πανδημία. Σαφέστατα αυτό το παγκόσμιο υγειονομικό φαινόμενο επηρέασε πολυδιάστατα όλες τις δραστηριότητες, όπως την οικονομία, την εκπαίδευση, τη λειτουργία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και φυσικά τον τουρισμό. Η απαγόρευση του ταξιδιού για οποιοδήποτε λόγο με μία πρώτη ματιά φαίνεται ως κάτι το αρνητικό που εμποδίζει την τουριστική δραστηριότητα και τη μετακίνηση με αιτία την αναψυχή. Η οικονομία, σε χώρες όπως η Ελλάδα, όπου ο τουρισμός συνιστά βασικό πυλώνα της, τόσο σε επίπεδο εργασιακής απασχόλησης όσο και επιχειρηματικής δραστηριότητας, δέχθηκε ένα μεγάλο πλήγμα.

Η επίδραση της πανδημίας Covid 19 στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας, είναι το κύριο αντικείμενο μελέτης και έρευνας της παρούσας εργασίας. Διερευνήθηκε σε ποιο βαθμό επηρεάστηκε η δραστηριότητά του τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και σε εγχώριο. Μελετήθηκαν τα νέα χαρακτηριστικά που υιοθέτησε αυτή η μορφή τουρισμού προκειμένου να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα που δημιουργήθηκαν λόγω της πανδημίας και των περιορισμών που προκάλεσε. Διερευνήθηκαν στοιχεία για την Ελλάδα και συγγενείς ευρωπαϊκές χώρες που ανήκουν στην ομάδα της μεσογείου και παρουσιάζουν μεγάλη δραστηριότητα στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την παρούσα έρευνα είναι σημαντικά για την εξέλιξη και δυναμική του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Η πανδημία έδωσε νέα χαρακτηριστικά σε αυτήν τη μορφή τουρισμού, κάτι που οδηγεί στη διαμόρφωση καινούριων στοιχείων που την πλαισιώνουν. Η ζήτηση και η προσφορά αποκτούν καινούρια χαρακτηριστικά και νέες απαιτήσεις.

Λέξεις κλειδιά:

Τουρισμός yachting και ιστιοπλοΐας, εναλλακτικός τουρισμός, yachting στην Ελλάδα, yachting στη Μεσόγειο, Covid -19.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Κατάλογος Εικόνων	7
Κατάλογος Πινάκων.....	7
Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1 : Η σημαντικότητα του τουρισμού στην οικονομία των χωρών και η επίδραση του COVID-19	9
1.1 Σημαντικότητα του τουρισμού στη διεθνή και ελληνική οικονομία	9
1.2 Πανδημία Covid -19. Εμφάνιση και Χαρακτηριστικά	12
1.3 Επίδραση Covid-19 στα ταξίδια και στον τουρισμό	15
Κεφάλαιο 2: Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τουρισμός Yachting.....	20
2.1 Αναπτυξιακά χαρακτηριστικά ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού	20
2.2 Τουρισμός Yachting – αναπτυξιακά χαρακτηριστικά.....	21
2.3 Συνέργεια τουρισμού Yachting με άλλες ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού	23
2.3.1 Πολιτιστικός Τουρισμός.....	24
2.3.2 Αθλητικός τουρισμός	25
2.3.3 Γαστρονομικός Τουρισμός.....	26
2.3.4 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	27
2.4 Επίδραση του τουρισμού Yachting στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον	28
2.5 Διεθνής πραγματικότητα, τάσεις και δυναμική του τουρισμού Yachting.....	30
2.6 Τουρισμός Yachting και Covid 19	32
Κεφάλαιο 3: Τουρισμός Yachting στη Μεσόγειο	35
3.1 Προσφορά και ζήτηση.....	35
3.2 Τουρισμός Yachting στην Ελλάδα (Εξέλιξη και σημασία).....	38
3.2.1 Χαρακτηριστικά προσφοράς και ζήτησης.....	39
3.2.2 Επίδραση στην ελληνική οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον	41
3.3 Τουρισμός Yachting στη Μεσόγειο και Covid 19	41
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία της Έρευνας.....	44
4.1 Ερευνητικοί Στόχοι	44
4.2 Μεθοδολογία	45
4.3 Δομή Οδηγού Συνέντευξης	45
4.4 Δείγμα.....	47
4.5 Διάρκεια έρευνας.....	47

4.6 Περιορισμοί Έρευνας.....	47
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα Έρευνών	49
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής.....	68
Βιβλιογραφία.....	71
Παράρτημα.....	74

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 Οικονομικός αντίκτυπος τουρισμού 2018.....	9
Εικόνα 2 Εισερχόμενος τουρισμός 2019	10
Εικόνα 3 Οικονομική συνεισφορά τουρισμού στην οικονομία.....	11
Εικόνα 4 Επιβεβαιωμένα κρούσματα 11.11.2020	13
Εικόνα 5 Ερευνητική ερώτηση για επιστροφή στις αερομεταφορές.....	16
Εικόνα 6 Διεθνείς τουριστικές αφίξεις 2020	18
Εικόνα 7 Προτίμηση σε τύπο σκάφους	22
Εικόνα 8 Απόβλητα στην Αδριατική Θάλασσα.....	29
Εικόνα 9 Sunreef 80 Eco	30
Εικόνα 10 Εισαγωγή νέων σκαφών στις χώρες της Μεσογείου.....	32
Εικόνα 11 Ποσοστά κρατήσεων	33
Εικόνα 12 Μαρίνες στην Ελλάδα	38
Εικόνα 13 Κρατήσεις που πραγματοποιήθηκαν το 2020 για το 2020.....	42
Εικόνα 14 Κρατήσεις για το 2021	43
Εικόνα 15 Κατάσταση των κρατήσεων στην Ιταλία	49
Εικόνα 16 Κατάσταση κρατήσεων στην Κροατία, την Ελλάδα και την Ισπανία.....	53
Εικόνα 17 Τουρίστες από την Ολλανδία και τη Γερμανία	54

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Αριθμός αγκυροβολιών στη Μεσόγειο	35
Πίνακας 2 Δημοφιλέστερες χώρες της Μεσογείου για τουρισμό ιστιοπλοΐας.....	55
Πίνακας 3 Τρεις δημοφιλέστεροι προορισμοί.....	56
Πίνακας 4 Ποσοστό τουριστών που προτιμούν ενοικίαση σκάφους στην Ελλάδα	57
Πίνακας 5 Ακυρώσεις κρατήσεων για το 2020	60
Πίνακας 6 Αναπρογραμματισμός κρατήσεων το 2020.....	61
Πίνακας 7 Αναπρογραμματισμός κρατήσεων το 2021.....	62
Πίνακας 8 Κρατήσεις το 2021	63

Εισαγωγή

Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας περιλαμβάνει ποικίλα οφέλη για την οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό τα οποία συναντώνται στα μέρη τα οποία αυτός δραστηριοποιείται. Πρόκειται για μία σημαντική μορφή τουρισμού που παρουσιάζει έντονη δυναμική τα τελευταία χρόνια καθώς αναπτύσσεται, εξελίσσεται και διαπιστώνεται ολοένα και πιο αυξημένη η ζήτηση του εν λόγω τουριστικού προϊόντος. Ειδικά για την Ελλάδα αλλά και για άλλες παραθαλάσσιες χώρες, όπως αυτές της Μεσογείου, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό στοιχείο, καθώς ενισχύει τις τοπικές οικονομίες και κοινωνίες και την τουριστική δραστηριότητα.

Η εργασία δομείται σε δύο μέρη, το θεωρητικό και το ερευνητικό. Περιλαμβάνει έξι κεφάλαια. Πιο συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σημαντικότητα του τουρισμού στην οικονομία, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Ακόμη, παρουσιάζεται η εμφάνιση και πορεία της πανδημίας Covid -19 και ο τρόπος που αυτή επηρέασε τα ταξίδια και τον τουρισμό. Το δεύτερο κεφάλαιο, αναφέρεται ειδικότερα στη μορφή τουρισμού γιότινγκ και τη θέση αυτής στην ελληνική επικράτεια αλλά και σε διεθνή επίπεδα. Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου γίνεται αναφορά στη σχέση της πανδημίας και του τουρισμού γιότινγκ.

Σε συνέχεια του δεύτερου κεφαλαίου έρχεται το τρίτο, να παρουσιάσει πιο συγκεκριμένα τα χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού, σε όρους προσφοράς και ζήτησης, αλλά και τη θέση αυτής στην οικονομία, στην κοινωνία και το περιβάλλον, τόσο στην Ελλάδα όσο και σε λοιπές χώρες της Μεσογείου. Η επιρροή της πανδημίας σε χώρες που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό γιότινγκ στη Μεσόγειο, αναφέρεται στο τέλος του κεφαλαίου όπου και ολοκληρώνεται το θεωρητικό μέρος της εργασίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στο ερευνητικό μέρος και ο τρόπος με τον οποίο αυτό πραγματοποιήθηκε. Τα δύο τελευταία κεφάλαια αναφέρουν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της έρευνας. Ειδικότερα, στο πέμπτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα ερευνητικά αποτελέσματα που θα οδηγήσουν στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας, που είναι τα συμπεράσματα και οι προτάσεις πολιτικής.

Κεφάλαιο 1 : Η σημαντικότητα του τουρισμού στην οικονομία των χωρών και η επίδραση του COVID-19

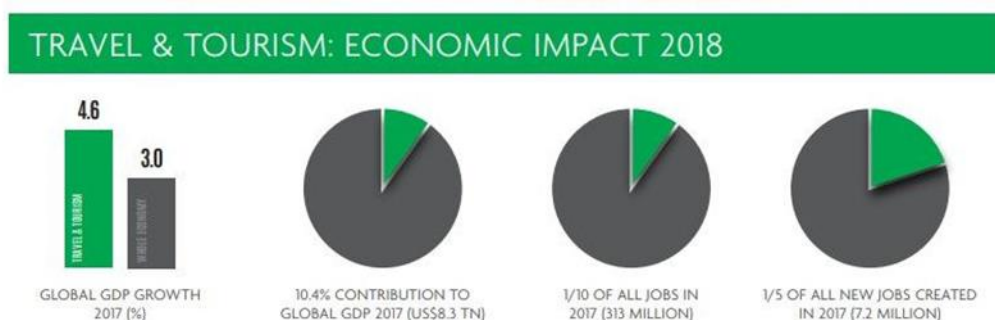
Ο τουρισμός αποτελεί για κάθε χώρα ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της οικονομίας της. Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει ανάλυση για το πως ο τουρισμός ενισχύει την οικονομία και σε ποιο βαθμό, με παράθεση σχετικών στοιχείων. Η εμφάνιση του νέου κορονοϊού Covid 19 πριν από περίπου ένα χρόνο, άσκησε μεγάλη επίδραση σε όλους τους τομείς, κρατικούς φορείς, εκπαίδευση, οικονομία, κοινωνία και στον τουρισμό. Παρακάτω θα δούμε σε ποιο βαθμό επηρέασε η πανδημία τα ταξίδια και τον τουρισμό.

1.1 Σημαντικότητα του τουρισμού στη διεθνή και ελληνική οικονομία

Ο τουρισμός συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό στην οικονομία σε παγκόσμια εμβέλεια. Όλες οι χώρες αξιοποιούν τουριστικά ένα μέρος, ένα αξιοθέατο ή κάποιο πολιτιστικό τους στοιχείο, κάτι το οποίο αποφέρει οικονομικά έσοδα. Για να μετατραπεί ένα στοιχείο σε τουριστικό προϊόν χρειάζεται να γίνουν κάποια βήματα, όπως η δημιουργία υποδομών και νέων θέσεων εργασίας. Τα τελευταία χρόνια, με την ανάπτυξη και τη δημιουργία των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, πολλές χώρες ανά τον κόσμο έχουν αναδείξει καινούρια τουριστικά προϊόντα και τουριστικές δραστηριότητες. Η διεθνής οικονομία, σε κάθε περίπτωση επωφελείται των τουριστικών αφίξεων.

Σε διεθνές επίπεδο, παρατηρούμε υψηλά ποσοστά, σε μεγαλύτερη ή μικρότερη κλίμακα ανά περιοχή. Μελετώντας και στοιχεία του 2017, σύμφωνα με τον WTTC, παρατηρούμε ότι ο τουρισμός συνεισέφερε περίπου 8,3 τρισεκατομμύρια στην παγκόσμια οικονομία, δημιούργησε 313 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και συγκέντρωσε περίπου το 4,5% των επενδυτικών κεφαλαίων.

Διάγραμμα 1.1: Οικονομικός αντίκτυπος τουρισμού 2018



Πηγή: WTTC

Πολλοί χαρακτηρίζουν το 2017, ως μία από τις καλύτερες και αποδοτικότερες χρονιές για τον ταξιδιωτικό και τουριστικό τομέα. Η εμπιστοσύνη του καταναλωτή στα τουριστικά προϊόντα και η οικονομική ανάκαμψη πολλών χωρών που είχαν πληγεί από οικονομική κρίση, οδήγησαν στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και στην εκκίνηση σχεδιασμού υποδομών και επενδύσεων. Σύμφωνα με τον ΙΑΤΑ, το 2017 οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες, σημείωσαν αύξηση 8,1% ανά επιβάτη και για πρώτη φορά ξεπέρασαν το 1 δις. Και αυτό το στοιχείο επιβεβαιώνει ότι ο τουριστικός παράγοντας έπαιξε σημαντικό ρόλο στην οικονομία πολλών χωρών διεθνώς.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με το ΣΕΤΕ, το 2019 σημειώθηκαν 31,3 εκατομμύρια αφίξεις μόνιμων κατοίκων άλλων χωρών και οι εισπράξεις ανέρχονται σε περίπου 17,8 δισεκατομμύρια. Όπως παρατηρούμε, οι αφίξεις και επομένως οι οικονομικές εισροές χαρακτηρίζονται από εποχικότητα (Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος, Σεπτέμβριος), πράγμα που υποδεικνύει ότι το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν της χώρας είναι ο ήλιος και η θάλασσα. Ακόμη, στη συγκεκριμένη έρευνα, τα έσοδα αφορούν αποκλειστικά χρήματα που καταναλώθηκαν μετά την άφιξή τους στη χώρα και κατά τη διάρκεια της διαμονής τους σε αυτήν.

Πίνακας 1.1: Εισερχόμενος τουρισμός 2019

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2019				
	Αφίξεις	%	Έσοδα (€)	%
Ιαν	659.982	2,1%	231.401.062	1,3%
Φεβ	503.540	1,6%	208.764.856	1,2%
Μαρ	772.507	2,5%	313.374.643	1,8%
Απρ	982.084	3,1%	505.454.000	2,8%
Μαι	2.386.667	7,6%	1.547.083.840	8,7%
Ιουν	4.102.215	13,1%	2.547.206.902	14,3%
Ιουλ	5.673.265	18,1%	3.579.139.035	20,1%
Αυγ	6.761.996	21,6%	4.109.640.000	23,1%
Σεπ	5.111.116	16,3%	2.790.246.507	15,7%
Οκτ	2.773.322	8,8%	1.376.952.112	7,7%
Νοε	929.502	3,0%	288.813.000	1,6%
Δεκ	692.183	2,2%	285.919.459	1,6%
Σύνολο	31.348.379	100%	17.783.995.416	100%
Αεροπορικώς	20.712.856	66%		
Οδικώς	9.588.263	31%		
Σιδηρ/μικώς	6.765	0%		
Θαλασσίως	1.040.495	3%		

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETE Intelligence
Το στοιχεία εσόδων για το 2019 υπόκεινται σε αλλαγή.

Πηγή: INSETE

Η οικονομική συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας άμεσα και έμμεσα, το 2019, υπολογίζεται περίπου στο 30,3% (ΕΛΣΤΑΤ). Το ΑΕΠ παρουσιάζει αύξηση περίπου 1,5% από το προηγούμενο έτος, πράγμα που αποδεικνύει πόσο σημαντικό

κομμάτι της οικονομίας αποτελεί ο τουρισμός. Ακόμη, παρατηρούμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εσόδων από τον τουρισμό, προέρχεται από το εξωτερικό, κάτι το οποίο τον διαμορφώνει σε προϊόν εξαγωγής. Το 2019, σύμφωνα με έρευνα του WTTC η Ελλάδα συγκεντρώνει παρόμοια ποσοστά, όπου αρκετό ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσό των θέσεων εργασίας στο χώρο του τουρισμού, το οποίο αγγίζει τις 846.200 και αντιστοιχεί στο 21,7% της συνολικής εργασιακής απασχόλησης.

Πίνακας 1.2: Οικονομική συνεισφορά τουρισμού στην οικονομία

Κατηγορία Δαπάνης	2018, € εκ.	2019, € εκ.	%Δ
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	€15.653	€17.784	13,6%
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	433	457	5,7%
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	120	127	5,7%
Αερομεταφορές	1.715	1.914	11,6%
Θαλάσσιες Μεταφορές	98	96	-2,0%
Εγχώριος Τουρισμός	1.715	1.886	10,0%
Επενδύσεις	1.411	1.178	-16,5%
Άμεση Επίπτωση Τουρισμού	€21.143	€23.442	10,9%
ως % ΑΕΠ	11,4%	12,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΙΟΒΕ	2,2	2,2	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€46.515	€51.573	10,9%
ως % ΑΕΠ	25,2%	27,5%	9,3%
πολλαπλασιαστής ΚΕΠΕ	2,65	2,65	0,0%
Έμμεσο και Άμεσο Αποτέλεσμα	€56.030	€62.122	10,9%
ως % ΑΕΠ	30,3%	33,1%	9,3%
ΑΕΠ	€184.714	€187.456	1,5%

Πηγή: INSETE Intelligence

Τα στοιχεία του ΑΕΠ υπόκεινται σε αλλαγή

Πηγή: INSETE

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας που δείχνει την αλληλεπίδραση τουρισμού και οικονομίας, αποτελούν τα επενδυτικά κεφάλαια. Οι επενδύσεις σε τουριστικές υποδομές είναι ένα συχνό φαινόμενο οικονομικής δραστηριότητας το οποίο τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σε ένα πιο έντονο ρυθμό. Τα τουριστικά προϊόντα και οι τουριστικές επιχειρήσεις παρατηρείται ότι είναι αντικείμενα οικονομικού ενδιαφέροντος και επενδύσεων για ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρηματιών νέων ή όχι. Οι νέοι επιχειρηματίες ευνοούνται ιδιαίτερα, αφού συχνά ανακοινώνονται επενδυτικά προγράμματα για ηλικίες μέχρι 35 ετών, φυσικά με τις ανάλογες προϋποθέσεις.

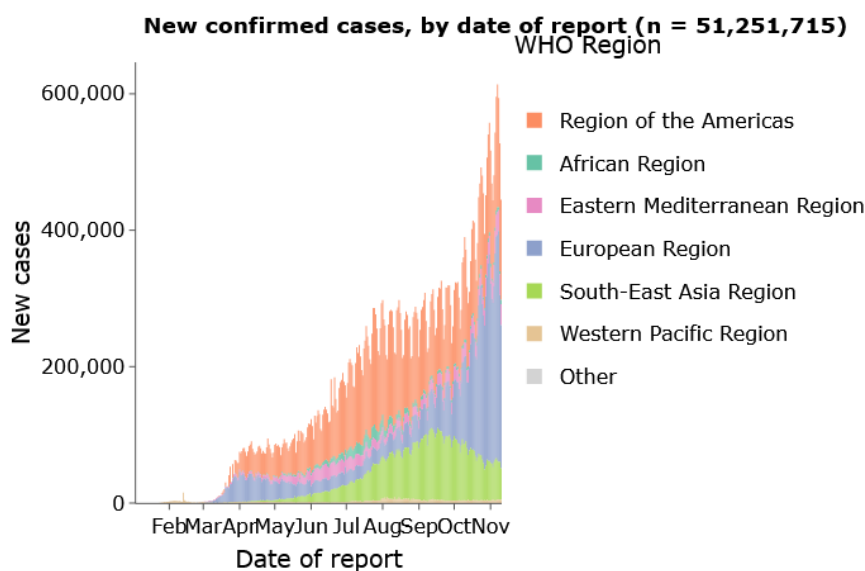
1.2 Πανδημία Covid -19. Εμφάνιση και Χαρακτηριστικά

Η πανδημία του κορωνοϊού 2019 (Covid - 19) από το Δεκέμβριο του 2019, όπου εντοπίστηκε πρώτη φορά, εξαπλώνεται με αλματώδεις ρυθμούς ανά τον κόσμο. Προκλήθηκε από τον ιό SARS-CoV-2 και τα πρώτα κρούσματα εντοπίζονται στην περιοχή Γιουχάν στην Κίνα. Πρόκειται για μία έντονα κολλητική ασθένεια, κατά τη διάρκεια της οποίας ο ασθενής εμφανίζει ήπια συμπτώματα κοινού κρυολογήματος και δεν είναι απαραίτητη η ιατρική περίθαλψη για την ίασή του. Άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας ή που έχουν ήδη υποκείμενα νοσήματα, όπως διαβήτη ή αναπνευστικά προβλήματα, εμφανίζουν πολύ πιο έντονα συμπτώματα και η ίασή τους χρήζει οπωσδήποτε ιατρικής περίθαλψης.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, τα πιο συχνά συμπτώματα του ιού είναι πυρετός, ξηρός βήχας και κούραση. Κάποιοι σε μικρότερα ποσοστά μπορεί να εμφανίσουν τα συμπτώματα της απώλειας γεύσης ή όσφρησης, πονοκέφαλο, μυϊκούς πόνους ή πόνους στις αρθρώσεις. Σημειώνεται ότι το 80% περίπου των ασθενών δε χρειάζονται ιατρική περίθαλψη για την ίασή τους από τον ιό, το 15% εμφανίζει σοβαρά συμπτώματα και απαιτεί υποστήριξη αναπνοής με οξυγόνο και το 5% βρίσκεται σε κρίσιμη κατάσταση και απαιτεί διαρκή ιατρική φροντίδα. Η επικινδυνότητα του ιού με βάση την ηλικία του ασθενή εντοπίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό στις μεγαλύτερες ηλικίες, άνω των 60 ετών αλλά και νεαρότερες ηλικίες έχουν βιώσει σοβαρά συμπτώματα.

Μέχρι και τις 18.03.2021 επιβεβαιώνονται 120.915.219 κρούσματα και 2.674.078 θάνατοι σε 219 χώρες παγκοσμίως, αριθμοί που δυστυχώς αυξάνονται σε καθημερινή βάση. Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής βρίσκονται στην πρώτη θέση με σχεδόν 10.000.000 επιβεβαιωμένα κρούσματα και 236.032 θανάτους. Στην Ευρώπη τα περισσότερα επιβεβαιωμένα κρούσματα συγκεντρώνει η Γαλλία με 1.772.551. Στον πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, μπορούμε να δούμε (στοιχεία μέχρι και τις 11.11.2020), την κλίμακα των κρουσμάτων ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (WHO, 2020).

Διάγραμμα 1.2: Επιβεβαιωμένα κρούσματα 11.11.2020



ΠΗΓΗ: WHO

Οι συστάσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας για την πρόληψη και μείωση κρουσμάτων, είναι η τήρηση αποστάσεων τουλάχιστον ενός μέτρου και η χρήση μάσκας. Η χρήση μάσκας, κρίνεται απαραίτητο μέτρο, για την αποφυγή μόλυνσης από τον ιό όταν βρισκόμαστε σε εξωτερικούς ή εσωτερικούς χώρους και ερχόμαστε σε επαφή με κόσμο. Χαρακτηριστικά αναφέρει, ότι η χρήση μάσκας θα πρέπει πλέον να είναι κάτι το φυσιολογικό όταν συναντάμε άλλους ανθρώπους. Η σωστή εφαρμογή της μάσκας είναι επίσης σημαντικό βήμα, θα πρέπει να καλύπτει τη μύτη, το στόμα και το πηγούνι για να είναι αποτελεσματική. Συνίσταται απαραίτητη η χρήση ιατρικής μάσκας στις ηλικιακές ομάδες άνω των 60 ετών, ατόμων κάθε ηλικίας που έχουν υποκείμενο νόσημα. Υφασμάτινες μάσκες, συνίσταται να χρησιμοποιούνται από όλους (WHO, 2020).

Η προσωπική υγιεινή αποτελεί ακόμη ένα σημαντικό βήμα πρόληψης του ιού. Η συχνή καθαριότητα των χεριών με αντισηπτικό ή σαπούνι είναι ένα σημαντικό μέτρο πρόληψης, αφού εξουδετερώνει όποια μικρόβια μπορεί να έχουν έρθει σε επαφή με τα χέρια μας. Οι οδηγίες συνιστούν την αποφυγή επαφής με τη μύτη, το στόμα και τα μάτια, εάν πρώτα δεν έχουν πλυθεί τα χέρια. Η κάλυψη του στόματος ή της μύτης με τον αγκώνα συνίσταται όταν κάποιος έχει τα συμπτώματα του βήχα ή του φτερνίσματος. Ακόμη, σε όλες οι επιφάνειες και στα αντικείμενα συχνής χρήσης, όπως πόμολλα ή θρόνες κινητών και υπολογιστών θα πρέπει να γίνεται συχνή απολύμανση. Σε περίπτωση που δε νιώθουμε καλά ή εμφανίζουμε κάποιο από τα παραπάνω συμπτώματα, το καλύτερο είναι να μείνουμε σπίτι μας μέχρι να αναρρώσουμε.

Όλα τα παραπάνω μας δείχνουν ότι πρόκειται για μια ασθένεια που βασίζεται στην αβεβαιότητα και μπορεί οποιοςδήποτε να νοσεί χωρίς να το γνωρίζει (ασυμπτωματικοί ασθενείς). Αυτό δημιουργεί ανησυχία και ακόμα χειρότερα το αίσθημα του φόβου, καθώς καλούνται να έρθουν αντιμέτωποι με μία ασθένεια που δε γνωρίζουν με ποιον τρόπο να την αντιμετωπίσουν. Οι ζωές όλων έχουν αλλάξει δραματικά και πλέον έχουν μπει καινούριες συνήθειες στην καθημερινότητα τους, όπως η χρήση μάσκας σε εσωτερικούς και εξωτερικού χώρους, το απαραίτητο πλέον αξεσουάρ όπως τονίζει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας. Η αποξένωση των ανθρώπων και ο περιορισμός μετακινήσεων είναι κάποια πράγματα που έχουν μεγάλη επίδραση στις ζωές όλων.

Ο περιορισμός των κοινωνικών επαφών και ο εγκλεισμός στο σπίτι, έχει δημιουργήσει κρίση στις ανθρώπινες σχέσεις, ενώ πολλοί που μένουν μόνοι τους υποφέρουν από κατάθλιψη. Κάποιοι βρίσκουν και μια θετική νότα σε αυτήν την κατάσταση, καθώς έχουν ίσως για πρώτη φορά την ευκαιρία να περάσουν χρόνο με την οικογένειά τους, που κάποιες φορές η απαιτητική καθημερινότητα δεν τους αφήνει. Βέβαια με τη βοήθεια της τεχνολογίας, μπορούν επικοινωνήσουν οι άνθρωποι μεταξύ τους και να διατηρήσουν τις κοινωνικές τους επαφές και σχέσεις, αν και σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τη δια ζώσης επικοινωνία.

Σε οικονομικό επίπεδο, η εξάπλωση του ιού έχει οδηγήσει πολλές επιχειρήσεις σε αναστολή ή ακόμη και σε πτώχευση, λόγω των μέτρων που έχουν ληφθεί για την αναχαίτιση της ανοδικής πορείας των κρουσμάτων. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα, οι χώροι εστίασης, εμπορικά καταστήματα (π.χ. ένδυσης), γυμναστήρια και άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες παύουν τη λειτουργία τους κατά τη διάρκεια των lock down, έχουν πληγεί σε μεγάλο βαθμό από την πανδημία. Καταστήματα που δεν έχουν ηλεκτρονικό κατάστημα, δυστυχώς δεν μπορούν πλέον να ανακάμψουν. Ακόμη, πολλοί εργαζόμενοι έχουν μείνει πλέον χωρίς εργασία, αφού οι επιχειρήσεις στις οποίες εργαζόνταν δεν μπορούν πλέον να τους απασχολήσουν. Σύμφωνα βέβαια με την ΕΛΣΤΑΤ, τα επίπεδα της ανεργίας δεν έχουν αυξηθεί για αυτούς τους μήνες, μπορούμε ακόμη να δούμε και μείωση, κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, λόγω της εποχιακής εργασιακής απασχόλησης (στατιστικά στοιχεία μέχρι και τον Αύγουστο 2020).

Στον τομέα της υγείας, ο οποίος επηρεάζεται άμεσα από την πανδημία, οι υποδομές δοκιμάζονται καθημερινά, καθώς τα κρούσματα αυξάνονται και όλο και περισσότεροι χρειάζονται ιατρική περίθαλψη. Το Υπουργείο Υγείας της Ελλάδας, στις 12.12.2020, δημοσίευσε ότι στη χώρα λειτουργούν συνολικά 1.305 κλίνες ΜΕΘ από τις οποίες οι 748 είναι Covid-19 ΜΕΘ. Από αυτές μέχρι και την ημερομηνία δημοσίευσης των στοιχείων οι 1083 ήταν κατειλημμένες. Όπως παρατηρούμε, οι νοσοκομειακές εγκαταστάσεις και το προσωπικό τους έρχονται αντιμέτωποι με την πανδημία καθημερινά και καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια για να βοηθήσουν τους ασθενείς.

Φυσικά η πανδημία έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό και τη βιομηχανία του τουρισμού και έχει απαγορεύσει σε πολλές περιπτώσεις τη δυνατότητα του ταξιδιού. Το 2020, είναι μία χρονιά που έθεσε περιορισμούς σε επαγγελματικά βήματα, κοινωνικές

σχέσεις και δοκιμάζει την οικονομία και τις υποδομές της υγείας καθημερινά. Τα ταξίδια, που για πολλούς είναι κάτι που σχεδιάζουν έναν ολόκληρο χρόνο και ανυπομονούν να δουν νέα μέρη, πέρα από αυτά που πραγματοποιούνται για επαγγελματικούς, προσωπικούς ή λόγους υγείας, δεν αποτέλεσαν επιλογή για τους τουρίστες του 2020.

1.3 Επίδραση Covid-19 στα ταξίδια και στον τουρισμό

Από τον Ιανουάριο του 2020, οπότε και εντοπίστηκε η πανδημία, ξεκίνησαν να γίνονται συζητήσεις για το ποιοι ταξιδιωτικοί περιορισμοί (ανάμεσα σε άλλους) θα έπρεπε να τεθούν σε ισχύ ούτως ώστε να περιοριστεί η διασπορά του ιού. Με τη ραγδαία εξάπλωση του ιού στα περισσότερα μέρη του κόσμου, κρίθηκε πλέον απαραίτητο στην αρχή η διακοπή των ταξιδιών προς και από περιοχές που σημείωναν πολλά κρούσματα και η ανακοίνωση μέτρων για τον τρόπο που θα διεξάγονται πλέον τα ταξίδια, κανονισμοί για το πώς θα διεξάγονται πτήσεις ή θαλάσσιες μεταφορές αλλά και κανονισμοί που πρέπει να τηρούν όσοι ταξιδεύουν.

Ο παγκόσμιος οργανισμός ταξιδιών, δημοσίευσε διάφορα άρθρα μέσα στους τελευταίους μήνες, με τα οποία εξηγεί πως η απαγόρευση ταξιδιών δεν περιορίζει την εξάπλωση της πανδημίας ουσιαστικά παρά πλήττει σε μεγάλο βαθμό την οικονομία και μπορεί να καθυστερήσει χρονικά την ιατρική βοήθεια προς κάποιο μέρος που έχει ανάγκη. Παρόλα αυτά δίνει οδηγίες προφύλαξης έναντι του ιού προς αυτούς που ταξιδεύουν, ανεξάρτητα από τα μέτρα που ανακοινώνονται τοπικά στον κάθε ταξιδιωτικό προορισμό. Η συχνή καθαριότητα των χεριών και η τήρηση των αποστάσεων είναι τα πρωταρχικά βήματα για την αποφυγή του ιού.

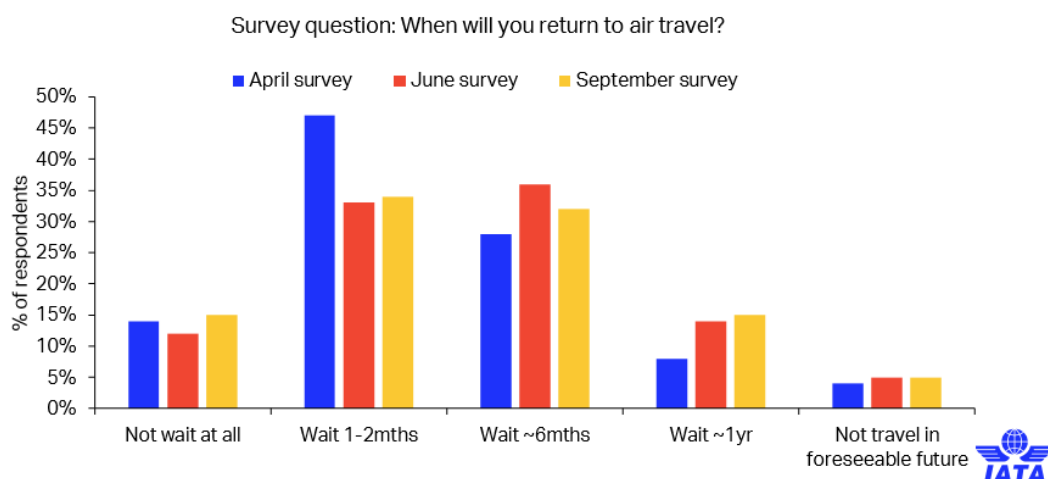
Στο ερώτημα, ποιοι θα πρέπει να αποφεύγουν να ταξιδεύουν, ο ΠΟΥ, συμβουλεύει, ότι όσοι νοσούν από τον ιό ή έχουν έρθει σε επαφή με κάποιον που έχει τον ιό, δε θα πρέπει να ταξιδεύουν. Επίσης, οι ομάδες που πάσχουν από χρόνια νοσήματα δε θα πρέπει να ταξιδεύουν ή να προσπαθούν να το αναβάλουν. Σε σχέση με τη χρήση μάσκας, που όλοι οι κλάδοι μεταφορών έχουν πλέον επιβάλλει, συμβουλεύει ότι οι ευπαθείς ομάδες, ηλικιωμένοι και άνθρωποι με ιατρικό ιστορικό θα πρέπει να φορούν χειρουργικές μάσκες. Οι νέοι άνθρωποι και αυτοί που δεν έχουν συμπτώματα και νιώθουν καλά, μπορούν να φορούν υφασμάτινες μάσκες, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Από την πλευρά των φορέων μεταφοράς, η εικόνα που διαμορφώνεται για το πώς έχει επηρεάσει η πανδημία τα ταξίδια είναι η παρακάτω. Αρχικά, οι αεροπορικές εταιρίες, δέχθηκαν ένα σφοδρό πλήγμα από την πανδημία και τους περιορισμούς των ταξιδιών. Σύμφωνα με τον IATA, πριν την πανδημία του ιού, είχε προβλέψει ότι το 2020 περίπου 4,72 δις ανθρώπων θα μετακινούνταν με αερομεταφορές και τα κέρδη των αεροπορικών εταιριών θα ήταν 581 δις. Μετά την εξάπλωση του ιού, υπολογίζεται ότι οι αεροπορικές εταιρίες έχασαν 314 δις. Πολλές αεροπορικές εταιρίες, όπως η Lufthansa Group χρειάστηκε να ζητήσουν οικονομική βοήθεια από κυβερνήσεις,

προκειμένου να καταφέρουν να συνεχίσουν τη λειτουργία τους, καθώς αντιμετώπισαν έντονο πρόβλημα ρευστότητας, σε αντίθεση με άλλες low cost αεροπορικές εταιρίες, όπως η Wizz Air, που δεν αντιμετώπισαν το ίδιο πρόβλημα.

Διάγραμμα 1.4: Ερευνητική ερώτηση για επιστροφή στις αερομεταφορές

There is a willingness to fly, but only 50% in 2020 Consumer sentiment towards air travel did not improve in September



Source: IATA Passenger Surveys

ΠΗΓΗ: IATA

Στο παραπάνω γράφημα, βλέπουμε έρευνα που πραγματοποιήθηκε προς δυνητικούς επιβάτες, πάνω στο ερώτημα πότε θα ξεκινήσουν να ταξιδεύουν ξανά με αερομεταφορές. Τον Απρίλιο παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, περίπου το 45%, απάντησαν ότι θα περιμένουν ένα με δύο μήνες, πριν ξεκινήσουν να ταξιδεύουν ξανά. Ωστόσο και στα αποτελέσματα των μηνών Ιουνίου και Σεπτεμβρίου, παρατηρούμε ότι τα ποσοστά αυτού του χρονικού διαστήματος, παραμένουν υψηλά. Ως δεύτερη απάντηση, έρχεται αυτή του χρονικού διαστήματος των περίπου 6 μηνών, από 25% -35%. Στις τελευταίες θέσεις, είναι οι απαντήσεις αυτών που θα ταξίδευαν αμέσως, αυτών που θα περιμένουν έναν περίπου χρόνο αλλά και αυτών που δε θα ταξιδεύσουν ξανά στο κοντινό μέλλον με αερομεταφορές.

Στον τομέα της κρουαζιέρας, οι επιπτώσεις της πανδημίας, είχαν και πάλι αρνητική επίδραση στον κλάδο. Σε αυτήν την περίπτωση, όπου πολλές χώρες απαγόρευαν την είσοδο στα λιμάνια, πολλά κρουαζιερόπλοια με επιβάτες, προσπαθούσαν να βρουν σε ποιο λιμάνι μπορούν να δέσουν. Τόσο οι επιβάτες όσο και τα πληρώματα, αναγκάζονταν σε καραντίνα πολλών εβδομάδων και σε πάρα πολλές περιπτώσεις οι ναυτιλιακές εταιρίες, προσπαθούν να βοηθήσουν τα πληρώματα να επιστρέψουν στις οικογένειές τους. Σε οικονομικό επίπεδο, τα κέρδη, τα οποία προέρχονται από δύο πολύ μεγάλες κατηγορίες, από τις πωλήσεις εισιτηρίων και από τις αγορές που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας, μέσα στο κρουαζιερόπλοιο, μειώθηκαν δραματικά με την πανδημία.

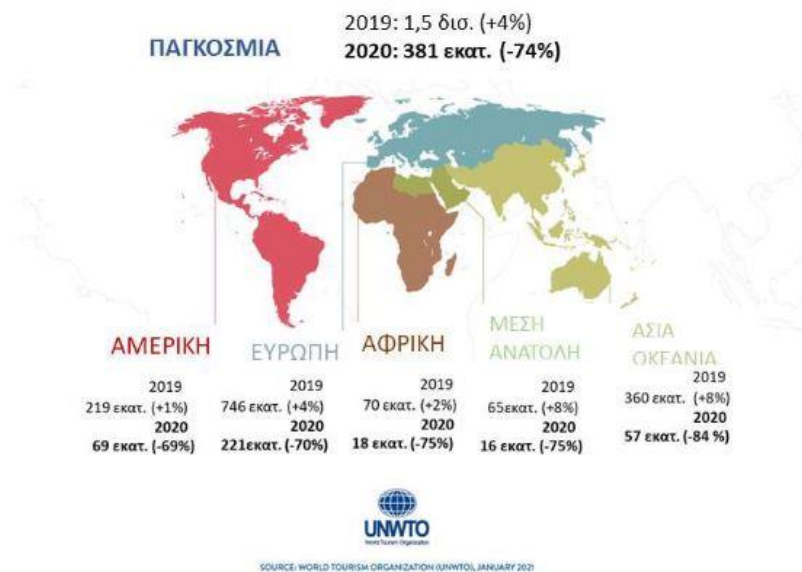
Και στις δύο περιπτώσεις βλέπουμε την επίδραση που είχε η πανδημία στους δύο πιο σημαντικούς άξονες μεταφοράς των τουριστών και ως επακόλουθο αυτής η μείωση των τουριστικών αφίξεων. Οι τουρίστες εν μέσω της πανδημίας του Covid-19, σε ένα μεγάλο ποσοστό τους, δεν κατάφεραν να ταξιδέψουν στους προορισμούς που είχαν πιθανότατα κλείσει να επισκεφθούν στις διακοπές τους. Αυτό δημιούργησε μεγάλη σύγχυση και στα ταξιδιωτικά πρακτορεία καθώς η πλειοψηφία των τουριστών ξεκίνησαν να ακυρώνουν τις κρατήσεις που είχαν ήδη πραγματοποιήσει πριν την εμφάνιση της πανδημίας.

Οι περισσότεροι τουρίστες ζητούσαν επιστροφή χρημάτων καθώς δε θα είχαν την ευκαιρία να ταξιδέψουν. Αυτό δυσκόλεψε τα ταξιδιωτικά γραφεία καθώς, ήταν αδύνατον να επιστρέψουν όλα τα χρήματα. Οι κυβερνήσεις, μεταξύ αυτών και η ελληνική, εξέδωσαν τη νομοθεσία του Voucher. Σύμφωνα με αυτήν, τα ταξιδιωτικά γραφεία και πρακτορεία, οι ξενοδοχειακές μονάδες, οι αεροπορικές και ακτοπλοϊκές γραμμές, είχαν τη δυνατότητα να εκδώσουν voucher στους πελάτες που λόγω ταξιδιωτικών περιορισμών και καραντίνας που οφείλεται στον κορονοϊό δεν μπορούν να ταξιδέψουν, με το ποσό το οποίο είχαν ήδη καταβάλει και περιθώριο δεκαοχτώ μηνών να αναπρογραμματίσουν. Με το πέρας αυτού του χρονικού διαστήματος και εφόσον οι πελάτες δεν έχουν ορίσει καινούριες ημερομηνίες για το ταξίδι τους, θα πραγματοποιείται επιστροφή χρημάτων.

Αυτό το μέτρο, έφερε μία ισορροπία στη σύγχυση που επήλθε στο χώρο του τουρισμού και καθησύχασε εν μέρει τους τουρίστες, οι οποίοι είχαν το φόβο ότι θα χάσουν τα χρήματά τους. Όμως αυτό το μέτρο, που σε πρώτη ανάλυση ήταν θετικό, έφερε και αρνητικές επιπτώσεις, οι οποίες επηρέασαν τους τουριστικούς φορείς. Αυτές αφορούν κυρίως την επόμενη τουριστική σεζόν αφού πλέον ο χώρος στο πλάνο κρατήσεων ήταν ήδη γεμάτος από τους πελάτες που αναπρογραμματίσαν για την επόμενη χρονιά. Επίσης τα χρήματα για αυτές τις κρατήσεις είχαν ήδη δοθεί από τον προηγούμενο χρόνο, πράγμα που σημαίνει ότι δε θα υπήρχαν καινούρια έσοδα.

2020 Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις

Ιανουάριος – Δεκέμβριος



Εικόνα 2: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις 2020

ΠΗΓΗ: UNWTO

Προσθέτοντας και άλλα στοιχεία σχετικά με την επίδραση του Covid 19 στα ταξίδια και στον τουρισμό, στον παραπάνω πίνακα, τον οποίο δημοσίευσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) τον Ιανουάριο του 2021, βλέπουμε ότι το 2020 σημειώθηκε σε παγκόσμιο επίπεδο 74% πτώση στις τουριστικές αφίξεις. Ο λόγος αυτού του συντριπτικού ποσοστού ήταν οι αμέτρητοι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, που έκαναν το ταξίδι δύσκολο ή ακόμη και απαγορευτικό για μία συντριπτική πλειοψηφία τουριστών. Στην Ευρώπη, το 2020 σημειώθηκε πτώση των αφίξεων κατά 70% με άφιξη μόλις 221 εκατομμυρίων τουριστών, σε αντίθεση με το 2019 όπου σημειώθηκαν αφίξεις 746 εκατομμυρίων τουριστών.

Ακόμη, σύμφωνα με στοιχεία που παρουσιάζει ο ΣΕΤΕ, οι διεθνείς αφίξεις στην Ελλάδα είχαν και αυτές καθοδική πορεία, σημειώνοντας πτώση 72,5% με άφιξη 5,9 εκατομμυρίων τουριστών σε αντιπαραβολή με το 2019 όπου οι διεθνείς αφίξεις στην Ελλάδα ήταν 21,5 εκατομμύρια τουρίστες. Επομένως, τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε τοπικό επίπεδο, ο Covid 19 ήταν ανασταλτικός παράγοντας για τα ταξίδια και την τουριστική κινητικότητα.

Συμπερασματικά, οι τουρίστες και όλες οι υπηρεσίες που τους εξυπηρετούν, επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό από την πανδημία. Οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί και η υποχρεωτική καραντίνα στην επιστροφή, έκαναν το ταξίδι απρόσιτο, δύσκολο και

ακατόρθωτο για τους περισσότερους τουρίστες. Ο φόβος, η αβεβαιότητα και τα μέτρα προστασίας, έκαναν τους τουρίστες να διστάσουν να μετακινηθούν το 2020. Σε αρκετές περιπτώσεις, βέβαια, ευνοήθηκε ο εσωτερικός τουρισμός, καθώς οι περισσότεροι προτίμησαν να μετακινηθούν εντός συνόρων. Οι οικονομικές επιπτώσεις που έφερε ο ιός στον τουριστικό τομέα είναι πολύ μεγάλες και αρκετές επιχειρήσεις δεν κατάφεραν να επιβιώσουν.

Κεφάλαιο 2: Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τουρισμός Yachting

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, με έμφαση στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του, τη σημαντικότητά του και τη συνέργειά του με άλλες μορφές τουρισμού. Επίσης, θα γίνει αναφορά στην επίδρασή του στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον αλλά και στην επιρροή που είχε η πανδημία του Covid 19 σε αυτόν.

2.1 Αναπτυξιακά χαρακτηριστικά ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελείται από πολλά και διαφορετικά τουριστικά προϊόντα τα οποία ανάλογα με τη ζήτηση που έχουν του δίνουν και διαφορετικές μορφές. Οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές αναφέρονται σε «καινούρια» τουριστικά προϊόντα και ανταποκρίνονται σε ειδικά κίνητρα. Η ζήτησή τους τα κάνει δημοφιλή και κατ' επέκταση δραστηριοποιεί τις περιοχές στις οποίες ευδοκιμούν. Οι τοπικές κοινωνίες και η οικονομία τους ενισχύονται σημαντικά. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των επιστημών, οι ανάγκες για διαφορετικούς, εναλλακτικούς τρόπους τουρισμού, έχουν προκύψει και απαντώνται σε νέες μορφές τουρισμού. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011).

Η προσφορά και η ζήτηση της σύγχρονης εποχής, αναζητά νέες μορφές που συνδυάζουν τα παραδοσιακά τουριστικά προϊόντα και προσπαθούν να ξεχωρίσουν από τα πρότυπα του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Έχουν δημιουργηθεί επομένως κάποιες μορφές τουρισμού που κατηγοριοποιούν τα είδη ανάλογα με τις ανάγκες που έχουν προκύψει και τις ανάγκες της εποχής που ζούμε. Το ταξίδι και ο τουρισμός αποτελούν μία τάση της εποχής μας, όπου προσδίδει κοινωνικό κύρος και ίσως έχει πλέον γίνει κοινωνική ανάγκη. Καθώς ζούμε στην εποχή της εικόνας και του βίντεο, η ανάγκη της προβολής εξωτικών ή διαφορετικών μερών από αυτά στα οποία ζούμε και προερχόμαστε γίνεται ολοένα και μεγαλύτερη.

Επίσης, έχουν ως πρωταρχικό στόχο τη βελτίωση διαβίωσης του ντόπιου πληθυσμού και το σεβασμό προς το περιβάλλον (Ανδριώτης,2008). Με το μαζικό τουρισμό, που ,ως κύριο στόχο έχει το κέρδος, πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες φθείρονται, φυσικά τοπία θυσιάζονται προς την κατασκευή σύγχρονων μονάδων και υποδομών για να προσελκύσουν πλήθος τουριστών. Οι εναλλακτικές μορφές, σε όρους ζήτησης, προσφέρουν κάτι αντισυμβατικό σε σχέση με το μαζικό τουρισμό. Δεν έχουν ως μοναδικό σκοπό την αναψυχή, αλλά το κοινωνικό έργο ή ακόμη και εθελοντικό ενδιαφέρον.

Παράδειγμα αυτών αποτελούν, ο ιατρικός και ο ιαματικός τουρισμός. Στη συνέχεια, ένα παράδειγμα εναλλακτικού τουρισμού και εθελοντικών ενεργειών αποτελεί ο

οικολογικός τουρισμός, που η προστασία του περιβάλλοντος, πρωτοστατεί και συνδυάζεται με το ταξίδι του τουρίστα ενώ ταυτόχρονα προσφέρει ηθική ικανοποίηση. (Σωτηριάδης, Φαρσάρη, 2009). Σε όρους προσφοράς, δίνουν την ευκαιρία στις κοινωνίες, να γίνουν αυτόνομες ως ένα σημείο. Μπορούν να δημιουργήσουν δικές τους υποδομές χωρίς εξωγενείς παρεμβάσεις, δίνοντας με αυτόν τον τρόπο προτεραιότητα στις ανάγκες του τόπου τους και τονίζοντας τα φυσικά τοπία και έθιμα, αναδεικνύοντάς τα και όχι προσπαθώντας να τα εναρμονίσουν με τα πρότυπα του μαζικού τουρισμού.

Βέβαια αυτό δε σημαίνει ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δε χρησιμοποιούν υποδομές, λειτουργίες ή συστήματα κρατήσεων που χρησιμοποιούνται στο μαζικό τουρισμό. Φυσικά με λάθος διαχείριση, οι λειτουργίες των ειδικών μορφών τουρισμού μπορεί να μετατραπούν σε αυτές του μαζικού τουρισμού. Αυτό που κάνει τη διαφορά είναι η ανάμειξη των ντόπιων σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αλλά και η μικρές κεφαλαιουχικές επενδύσεις για τη δημιουργία υποδομών και λειτουργίας μιας ειδικής μορφής. Για παράδειγμα, δεν απαιτείται τεράστιο κεφάλαιο επένδυσης όπως για την κατασκευή μιας τεράστιας ξενοδοχειακής μονάδας, για την ανακαίνιση κάποιου παλαιού οικήματος και την μετατροπή του σε ξενώνα.

Αυτό που επίσης διαφέρει ανάμεσα στο μαζικό τουρισμό και τον εναλλακτικό είναι ο τουρίστας. Ο τουρίστας που επιλέγει το μαζικό τουρισμό, είναι παθητικός (Σωτηριάδης, Φαρσάρη, 2009). Δε συμμετέχει ενεργητικά σε δραστηριότητες και δεν έχει ως σκοπό να γνωρίσει κάτι καινούριο. Σε αντίθεση, ο εναλλακτικός τουρίστας είναι ενεργητικός. Θέλει μέσα από το ταξίδι να γνωρίσει καινούρια πράγματα, να δει το φυσικό κόσμο χωρίς εξωτερικές παρεμβάσεις, να ζήσει την εμπειρία της τοπικής κοινωνίας που επισκέπτεται. Δεν τον εντυπωσιάζει ένα πολυτελές δωμάτιο ξενοδοχείου σε αστική περιοχή, αλλά ένας μικρός ξενώνας, πιθανότατα κτίριο ιστορικής σημασίας, δίπλα στη φύση, με πρόσβαση σε πολλές δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτήν.

2.2 Τουρισμός Yachting – αναπτυξιακά χαρακτηριστικά

Μία από τις ειδικές μορφές τουρισμού, αποτελεί ο τουρισμός Yachting. Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας αποτελεί μία εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία απευθύνεται σε ένα ευρύ και συνεχώς αυξανόμενο αγοραστικό κοινό. Είναι ένα ισχυρό τουριστικό προϊόν, το οποίο πολλοί τουρίστες επιλέγουν για να απολαύσουν τις διακοπές τους. Πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών (Διακομιχάλης, 2009). Μία ομάδα ατόμων, συνήθως έως και δέκα άτομα, μπορούν να ενοικιάσουν ένα σκάφος είτε ιστιοπλοϊκό ή μηχανοκίνητο για να περάσουν τις καλοκαιρινές τους διακοπές.

Η εν λόγω εναλλακτική μορφή τουρισμού δεν απευθύνεται μόνο σε όσους είναι λάτρεις της ιστιοπλοΐας ως άθλημα ή χόμπι, αλλά στον καθένα που επιθυμεί να δει κάτι καινούριο, να έχει πρόσβαση σε μέρη που από τη στεριά δεν είναι προσβάσιμα και να απολαύσει ένα πλούσιο φυσικό τοπίο. Επίσης δεν είναι απαραίτητα μια ακριβή και πολυέξοδη μορφή τουρισμού. Συχνά είναι πιο οικονομικό σε μια παρέα να προβεί στην

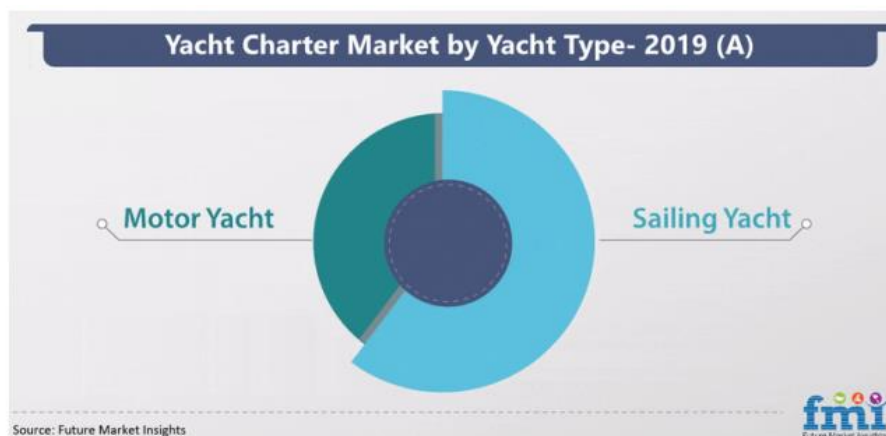
ενοικίαση σκάφους, όπου το ποσό της ενοικίασης διαμοιράζεται και ταυτόχρονα έχουν μέσο μετακίνησης, διαμονή και διατροφή.

Φυσικά, αυτό εξαρτάται πάντα από τις προτιμήσεις των πελατών, το αν θα χρειαστούν καπετάνιο, που είναι επιπλέον κόστος, ή αν θα έχουν οι ίδιοι διπλώματα διακυβέρνησης του σκάφους, οπότε θα μπορούν να το οδηγούν οι ίδιοι. Η ποικιλία των επαγγελματικών σκαφών που προσφέρονται προς ενοικίαση είναι πολύ μεγάλη και είναι σε θέση να ικανοποιήσει όλες τις προτιμήσεις των πελατών. Είτε ψάχνουν κάτι οικονομικό και πρακτικό ή κάτι πολυτελές που να προσφέρει μεγάλες ανέσεις, πλέον η αγορά διαθέτει κάθε τύπο σκάφους.

Η ποικιλία σκαφών που διατίθενται για ναύλωση είναι εξαιρετικά μεγάλη. Μια πρώτη κατηγοριοποίηση θα ήταν η διάκριση ανάμεσα σε ιστιοπλοϊκά και μηχανοκίνητα σκάφη. Η κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες διαιρείται σε υποκατηγορίες με κριτήρια τις καμπίνες του σκάφους, τον εξοπλισμό του, την ηλικία του κ.α. Στον τομέα των ναυλώσεων, ειδικότερα τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ζήτηση για ιστιοπλοϊκά σκάφη με τουλάχιστον τέσσερις καμπίνες, αρκετά καινούρια τουλάχιστον του 2016 και έπειτα και συνήθως να έχουν επιπρόσθετο εξοπλισμό κλιματισμό. Διαπιστώνεται με αυτόν τον τρόπο η μετάβαση από παραδοσιακούς ιστιοπλόους που ασκούν το άθλημα της ιστιοπλοΐας σε ένα νέο κοινό που αποζητά πολυτελείς κρουαζιέρες συνήθως με καπετάνιο ή και πλήρωμα.

Τα παραπάνω επιβεβαιώνονται και με τον παρακάτω διάγραμμα. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2019 (FMI), βλέπουμε την κυριαρχία του ιστιοπλοϊκού τύπου σκάφους (με 63,4%), έναντι του μηχανοκίνητου. Αυτό δείχνει ότι, πλέον ο τύπος του τουρίστα αυτής της μορφής, έχει αλλάξει και απευθύνεται σε ένα πιο ευρύ κοινό, το οποίο αποζητά την εμπειρία της ιστιοπλοΐας, έναν πιο οικολογικό τρόπο διακοπών – τα ιστιοπλοϊκά καταναλώνουν ελάχιστο ποσό καυσίμων σε σχέση με τα μηχανοκίνητα- και μια πιο οικονομική λύση που τους επιτρέπει να δοκιμάσουν αυτό το τουριστικό προϊόν.

Διάγραμμα 2.1: Προτίμηση σε τύπο σκάφους



ΠΗΓΗ: FMI

Η διάρκεια της ναύλωσης του σκάφους εξαρτάται και πάλι από την επιθυμία του πελάτη και φυσικά το τι προσφέρεται στην αγορά. Οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν να ενοικιάσουν το σκάφος για μία εβδομάδα (σύνηθες χρονικό διάστημα), ή κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε ένα μέρος να επιλέξουν κάποια σύντομη ημερήσια εκδρομή. Τα τελευταία χρόνια, πολλές μεγάλες παραθαλάσσιες ξενοδοχειακές μονάδες παρέχουν στους πελάτες τους τη δυνατότητα κοντινών ημερήσιων εκδρομών, σε συνεργασία με εταιρίες που διαθέτουν τα αντίστοιχα επαγγελματικά σκάφη.

Σε αυτήν την ειδική μορφή τουρισμού, κάποιος μπορεί να σχεδιάσει τη διαδρομή και να επιλέξει τα μέρη που θέλει να επισκεφθεί, να τα επισκεφτεί το χρόνο που θέλει, να συνδυάσει την άγρια περιπέτεια με τη σχετική πολυτέλεια σε ένα πακέτο με όμορφο φυσικό περιβάλλον (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011). Φυσικά τοπία με ξεχωριστή ομορφιά, μικρά νησάκια και άλλα μέρη που κάποιος δεν μπορεί να δει διαφορετικά, μέσω του τουρισμού γιότινγκ του δίνεται η δυνατότητα να τα επισκεφθεί. Επίσης μπορεί να κάνει θαλάσσια σπορ, καταδύσεις, ψάρεμα και να απολαύσει οποιαδήποτε θαλάσσια δραστηριότητα, αφού βρίσκεται μέσα στη θάλασσα.

Σε όρους τουριστικής προσφοράς, καθοριστικό ρόλο παίζουν οι υποδομές και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε αυτές. Οι μαρίνες, που λειτουργούν ως κέντρα ανεφοδιασμού των σκαφών (νερό, ρεύμα, επισκευές, καύσιμα, κ.α.) και υπάρχουν τα γραφεία της κάθε εταιρίας, όπου οι πελάτες που νοικιάζουν τα σκάφη μπορούν να απευθυνθούν για οποιαδήποτε πληροφορία (Βενετσανοπούλου, 2006). Ουσιαστικά εκεί γίνεται η ολοκλήρωση της διαδικασίας της ενοικίασης, με την παράδοση (check in) του σκάφους στους πελάτες. Επίσης λειτουργούν συχνά καφετέριες και εστιατόρια, τα οποία μπορούν εύκολα να επισκεφθούν οι πελάτες.

Σε όρους τουριστικής ζήτησης, είναι ένα τουριστικό προϊόν που έχει μεγάλη ζήτηση παγκοσμίως. Η Ελλάδα ως προορισμός, είναι ιδανική τοποθεσία για να εξυπηρετήσει αυτό το προϊόν. Σχεδόν σε όλα τα παραθαλάσσια μέρη της, αλλού σε μεγάλο βαθμό αλλού σε μικρότερο, υπάρχουν σκάφη αναψυχής είτε για ημερήσιες εκδρομές ή για πολυήμερες ενοικιάσεις. Αποτελεί μια προσιτή επιλογή οικονομικά (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011), δεν απευθύνεται μόνο σε υψηλά εισοδήματα και διακοπές πολυτέλειας.

2.3 Συνέργεια τουρισμού Yachting με άλλες ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας είναι μία μορφή που συνδυάζεται και με λοιπές μορφές τουρισμού. Η πολυποίκιλη αγορά στην οποία απευθύνεται ο τουρισμός γιότινγκ, καθιστά δυνατή την επιτυχή συνέργειά του με άλλες μορφές τουρισμού, όπως τον πολιτιστικό, το γαστρονομικό, τον αθλητικό και άλλες (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011). Μπορεί να συνδυαστεί και να ενταχθεί τόσο στον οργανωμένο μαζικό τουρισμό (για παράδειγμα φλοτίλλα) ή να είναι ιδιωτικές διακοπές ειδικά

σχεδιασμένες σύμφωνα με τις απαιτήσεις του κάθε πελάτη. Παρακάτω θα δούμε αναλυτικά τον συνδυασμό του τουρισμού γιότινγκ με κάποιες άλλες εναλλακτικές μορφές.

2.3.1 Πολιτιστικός Τουρισμός

Μία από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, που ανθίζει από την αρχαιότητα ακόμη, είναι ο πολιτιστικός τουρισμός. Αποτελεί το ταξίδι που έχει ως σκοπό την επίσκεψη ενός μέρους, μνημείου ή εκδήλωσης πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Ο τουρίστας συνδυάζει την πνευματική του καλλιέργεια με την αναψυχή. Παλαιότερα, ταξίδια εμπόρων σε μεγαλύτερη κλίμακα, μπορούσαν να αποτελέσουν μία πρώιμη μορφή εναλλακτικού πολιτιστικού τουρισμού, καθώς συνάμα με την εμπορική δραστηριότητα, μάθαιναν και στοιχεία του πολιτισμού της κάθε περιοχής. Στη σημερινή εποχή, ο τουρίστας που έχει τη διάθεση να επισκεφτεί μουσεία ή μέρη πολιτιστικής αξίας, σε συνδυασμό με την αναψυχή, είναι αυτός που πραγματοποιεί πολιτιστικό τουρισμό.(Ανδριώτης, 2008).

Η μορφή αυτή μπορεί να συνυπάρξει και να συνδυαστεί και με άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, θα δούμε τις περιπτώσεις όπου μπορεί να συνδυαστεί με το θαλάσσιο τουρισμό και τον τουρισμό γιότινγκ. Η θάλασσα, δίνει την ευκαιρία στον τουρίστα να απολαύσει ξέγνοιαστες διακοπές και αν επιθυμεί, να γνωρίσει λίγο καλύτερα τον τόπο τον οποίο επισκέπτεται, σε πολιτιστική βάση. Στην περίπτωση του θαλάσσιου τουρισμού, υπάρχουν πολλές εκδρομές – κρουαζιέρες, που πραγματοποιούνται σε όλο τον κόσμο, με κρουαζιερόπλοια, δίνοντας την ευκαιρία στον τουρίστα να γνωρίσει καλύτερα τα μέρη που επισκέπτεται.

Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν πολλές κρουαζιέρες στη χώρα μας, όπου συμπεριλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους και επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, θα αποτελούσε μία κρουαζιέρα στο Αιγαίο, όπου στη στάση στο νησί της Ρόδου θα περιλαμβάνεται ξενάγηση στην παλιά πόλη καθώς και για την ιστορία και σημαντικότητά του, κατά την αρχαιότητα. Αυτό, θα δώσει στον τουρίστα, εν συντομία, μία γεύση πολιτισμού για τον τόπο τον οποίο επισκέπτεται, που ίσως του κινήσει περισσότερο το ενδιαφέρον.

Στον τουρισμό γιότινγκ, σε αντίστοιχη περίπτωση, πραγματοποιούνται πολλές ημερήσιες εκδρομές με ιστιοπλοϊκά, που συγκαταλέγονται ως επί τω πλείστον σε πακέτα εκδρομών all-inclusive, όπου ο τουρίστας μέσα σε μία μέρα μπορεί να απολαύσει το μπάνιο του σε πανέμορφες παραλίες, να απολαύσει τοπικές γεύσεις και να επισκεφθεί πολιτιστικά μνημεία. Ένα παράδειγμα θα μπορούσε να είναι μία ημερήσια εκδρομή από τη Μύκονο στο ιστορικό νησί της Δήλου. Οι τουρίστες, επισκέπτονται τη Δήλο, όπου μπορούν να δουν τα αρχαιολογικά ευρήματα και ύστερα να επιστρέψουν στο σκάφος να πάνε σε κάποια παραλία και έπειτα να απολαύσουν το μεσημεριανό τους στο σκάφος.

Επομένως, ο τουρισμός που συμπεριλαμβάνει στο περιεχόμενό του τον πολιτισμό, μπορεί σε ένα μεγάλο βαθμό να εμπεριέχεται και να συνδυαστεί με πολλές άλλες ειδικές μορφές τουρισμού. Από την αρχαιότητα και το συνδυασμό του με εμπορικές δραστηριότητες, στην εποχή της ανάπτυξης του GrandTour (17^{ος} αι.), που αποτέλεσε προνόμιο της αριστοκρατίας, με σκοπό την εκπαίδευση, κάνοντας ταξίδια σε διάφορες πόλεις της Ευρώπης. Φτάνοντας στη σημερινή εποχή, όπου ο καθένας μπορεί να συνδυάσει το ταξίδι αναψυχής με κάποια αναδρομή σε πολιτιστικά δρώμενα, στο βαθμό που ο ίδιος επιθυμεί και σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες. (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011).

2.3.2 Αθλητικός τουρισμός

Ο αθλητικός τουρισμός συμπεριλαμβάνεται στην ομάδα των προϊόντων που έχουν σχέση με τη φύση και συνοδεύονται από μια πληθώρα δραστηριοτήτων (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα, 2011). Εντάσσονται στο πλαίσιο των υπαίθριων δραστηριοτήτων με σκοπό την αναψυχή, συνδυάζουν δηλαδή την άμεση επαφή με τη φύση και το περιβάλλον αλλά και την άσκηση. Ο τουρίστας είτε συμμετέχοντας σε μία ομάδα ή ατομικά έχει την ευκαιρία να κάνει κάποιο άθλημα με σκοπό όμως την αναψυχή.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αθλητικού τουρισμού είναι ο Τουρισμός Ιστιοπλοΐας και Γιότινγκ. Η ιστιοπλοΐα αποτελεί ένα πολύ γνωστό και δημοφιλές άθλημα που πολλοί επιλέγουν να το συνδυάσουν με διακοπές είτε οικογενειακές ή με φίλους. Η επιλογή για παράδειγμα για διακοπές με ιστιοπλοϊκό σκάφος στο Αιγαίο, προσφέρει πολύ εύκολα τις καιρικές συνθήκες, εκμετάλλευση των ανέμων, για να κάνει κάποιος ιστιοπλοΐα αλλά ταυτόχρονα κάποιος έχει την ευκαιρία να απολαύσει τα νησιά των Κυκλάδων για παράδειγμα.

Επίσης, συχνά διοργανώνονται αγώνες ιστιοπλοΐας. Η regatta, χαρακτηριστικό παράδειγμα αθλητικής διοργάνωσης ιστιοπλοΐας είναι μια εκδήλωση που λαμβάνει συχνά χώρα σε διάφορα μέρη. Η συμμετοχή σε αυτήν είναι τεράστια, ενώ πολλοί το βρίσκουν σαν ευκαιρία να επισκεφθούν διάφορες περιοχές. Η διοργάνωσή της αποτελεί συνεργασία εταιριών που έχουν σκάφη αναψυχής, μαρίνες και φυσικά τη συνεργασία των τοπικών φορέων. Ουσιαστικά αποτελεί μια σειρά αγώνων που έχει ως σκοπό της πέρα από το άθλημα να αναδείξει και τα φυσικά τοπία των περιοχών.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα για τη χώρα μας αποτελεί η Aegean Regatta. Ξεκίνησε να πραγματοποιείται από το 2001 και μέχρι σήμερα είναι παγκοσμίως αναγνωρισμένη με πολλές συμμετοχές κάθε χρόνο. Σε δεύτερο αλλά όχι αμελητέο επίπεδο έχει ως στόχο να ενισχύσει και τις τοπικές κοινωνίες, αφού πλήθος κόσμου συρρέει σε όλα τα νησιά του Αιγαίου. Αυτή η εκδήλωση αθλητισμού και κατά επέκταση θα λέγαμε τουρισμού, γεφυρώνει τα νησιά του Αιγαίου και προσκαλεί ιστιοπλόους από όλο τον κόσμο να τα γνωρίσουν. Είναι μια μοναδική εμπειρία και ένα γεγονός που αποκτά μεγάλη ζήτηση από οπαδούς του αθλήματος της ιστιοπλοΐας.

Αυτό συμβαίνει και σε παγκόσμια εμβέλεια, με διάφορες εκδηλώσεις που διοργανώνονται, όπως για παράδειγμα το “CowesWeek” το οποίο πραγματοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο, ή το “OceanRace” η διεξαγωγή του επόμενου έχει προγραμματιστεί για το 2022 με αφετηρία το Alicante στην Ισπανία και πολλά άλλα, τα οποία συνεισφέρουν στις τοπικές οικονομίες και προσελκύουν τουρίστες, αφού συγκεντρώνονται ομάδες πληρωμάτων από όλα τα μέρη του κόσμου που επιθυμούν να συμμετέχουν με το σκάφος τους στους αγώνες. Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω μπορούμε να δούμε ότι ο αθλητικός τουρισμός συμπεριλαμβάνει και το άθλημα της ιστιοπλοΐας ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού.

2.3.3 Γαστρονομικός Τουρισμός

Μία εναλλακτική μορφή τουρισμού, που μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές, είναι αυτή του γαστρονομικού. Η γαστρονομία προκαλεί αρκετά συχνά το ενδιαφέρον στον άνθρωπο. Όταν κάποιος επισκέπτεται ένα καινούριο μέρος, συνήθως θέλει να δοκιμάζει και την τοπική κουζίνα, γεύσεις που του είναι άγνωστες και πιάτα που δεν έχει δοκιμάσει ξανά. Με αυτόν τον τρόπο προκύπτει και ο τύπος του γαστρονομικού τουρισμού. Πολλοί τουρίστες, τυχαίνει να επισκεφθούν έναν προορισμό επειδή τους ελκύει η γαστρονομία της περιοχής. Είναι και αυτός ένας τρόπος να γευτούν τον πολιτισμό ενός καινούριου μέρους.

Υπάρχουν αρκετά πακέτα στο μαζικό τουρισμό, που κάποιος μπορεί να κλείσει και σε αυτά να περιλαμβάνονται μαθήματα μαγειρικής κάποιων τοπικών εδεσμάτων, ή να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα ή να επισκεφθεί κάποιο εργαστήριο γαστρονομικού ενδιαφέροντος. Στην Ελλάδα, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο ελληνικό πρωινό. Πολλές ξενοδοχειακές μονάδες και τουριστικά καταλύματα, προωθούν το ελληνικό πρωινό ως γαστρονομική κουλτούρα και άρα κάτι που ο τουρίστας πρέπει να δοκιμάσει κατά την επίσκεψή του στη χώρα μας. Επομένως, η γαστρονομία στην Ελλάδα εντάσσεται εύλογα στην κατηγορία των τουριστικών προϊόντων.

Η γαστρονομία έχει επίσης τη δυνατότητα να αναβαθμίσει την τουριστική εμπειρία κάποιου σε ένα μέρος. Το ίδιο συμβαίνει και όταν εντάσσεται μέσα σε κάποια άλλη τουριστική δραστηριότητα. Για παράδειγμα μπορεί να συνδυαστεί με τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Διοργανώνονται πολλές δραστηριότητες στα πλαίσια του allinclusive, όπου κάποιος μπορεί να κάνει διακοπές με σκάφος και ταυτόχρονα κάποια μαθήματα μαγειρικής ντόπιας κουζίνας. Ακόμη σε ένα κρουαζιερόπλοιο, σε μια κρουαζιέρα στη μεσόγειο, μπορεί να διοργανωθεί βραδιά με ελληνική κουζίνα στο εστιατόριο, προσβάσιμη στους επιβάτες, που θα τους επιτρέψει να δοκιμάσουν ελληνικές γεύσεις.

Η γαστρονομία ενός τόπου είναι πόλος έλξης για πολλούς τουρίστες και αποτελεί κίνητρο για την επίσκεψη του εκάστοτε προορισμού. Συνδυάζεται άριστα και με τη μορφή του πολιτιστικού τουρισμού, αφού η γαστρονομία αποτελεί μέρος του πολιτισμού του κάθε τόπου. Έχει διαμορφωθεί σύμφωνα με τα ήθη και έθιμα, την κουλτούρα, τις ανάγκες αλλά και τα προϊόντα που ευδοκιμούν σε κάθε περιοχή. Στις

χώρες της Μεσογείου, για παράδειγμα, κυριαρχεί η μεσογειακή κουζίνα, που πολλοί τουρίστες από όλο τον κόσμο έρχονται για να δοκιμάσουν.

2.3.4 Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός, αποτελεί ακόμα μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού που εμπεριέχει διάφορα τουριστικά προϊόντα. Περιλαμβάνει παράκτιες τουριστικές δραστηριότητες, όπως ο τουρισμός παραλίας και η παρατήρηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος αλλά και το wind surfing και τουρισμό γιότινγκ. Μπορεί να συνδυαστεί άμεσα με τον τουρισμό ιστιοπλοΐας και το άθλημα αυτό καθώς και με τον πολιτιστικό τουρισμό. Δεν απευθύνεται σε κάποιον συγκεκριμένο τύπο τουρίστα, αλλά σε όλους όσους επιθυμούν να βρίσκονται κοντά στη θάλασσα ή να συμμετέχουν σε δραστηριότητες σε αυτήν.

Αυτή η ειδική μορφή τουρισμού συνδέεται άμεσα με την οικονομία. Όλες οι ηπειρωτικές παραθαλάσσιες περιοχές και φυσικά οι νησιωτικές, εκμεταλλεύονται τουριστικά το θαλάσσιο τουρισμό. Η οικονομία αυτών των περιοχών στηρίζεται στον τελευταίο. Η ύπαρξη μαρίνας και σχετικών υποδομών υποστηρίζουν τη διέλευση και ασφαλή αγκυροβολία σκαφών ιδιωτικών ή επαγγελματικών. Γύρω από αυτές δημιουργούνται χώροι εστίασης και άλλα τουριστικού περιεχομένου καταστήματα ή πολιτιστικού ενδιαφέροντος, όπως μουσεία ναυτικής ιστορίας της περιοχής, που στηρίζουν και ταυτόχρονα στηρίζονται από τους τουρίστες που καταφθάνουν.

Οι οργανωμένες παραλίες αποτελούν ακόμη έναν τουριστικό πόλο έλξης οι οποίες είναι τουριστικό προϊόν του θαλάσσιου τουρισμού. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες απαιτείται ένας αρκετά μεγάλος αριθμός εργατικού δυναμικού για να καλυφθούν οι ανάγκες που δημιουργούνται λόγω της τουριστικής ζήτησης. Επιπρόσθετα, εκτός από τις δραστηριότητες της κολύμβησης κάποιος μπορεί να διαλέξει ανάμεσα σε θαλάσσια παιχνίδια όπως κανό ή να συμμετέχει σε θαλάσσιες ξεναγήσεις – εκδρομές που μπορεί να διοργανώνονται. Ακόμη κάποιος μπορεί να συμμετέχει σε δραστηριότητες κατάδυσης για να γνωρίσει τον υποβρύχιο κόσμο της θάλασσας.

Η σχέση αυτής της τουριστικής μορφής με το περιβάλλον είναι άμεση. Όλες οι τουριστικές δραστηριότητες θα πρέπει να λειτουργούν με σεβασμό προς το θαλάσσιο περιβάλλον. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για τη διασφάλιση αυτού, όπως για παράδειγμα το πρόγραμμα ‘Γαλάζια σημαία’ το οποίο παροτρύνει ή ακόμη ενθαρρύνει τους τοπικούς φορείς να τηρούν τα κριτήρια του προγράμματος, ώστε οι ακτές να γίνουν πιο αξιόπιστες. Επίσης υπάρχουν πολλές εθελοντικές οργανώσεις που δημιουργούν προγράμματα για την καθαριότητα των ακτών και των ωκεανών.

Η άμεση και έμμεση σχέση του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας με άλλες μορφές ειδικού τουρισμού, όπως είδαμε και στα παραπάνω παραδείγματα, δείχνει τη σημαντικότητα αυτής της μορφής, ως τουριστικό προϊόν. Με τη συμβολή του, επηρεάζει τόσο τη διεθνή όσο και την τοπική οικονομία και κοινωνία, ακριβώς επειδή στηρίζεται στην πρωτοβουλία και στην ενασχόληση των ντόπιων αλλά και στην

προβολή του σε παγκόσμια κλίμακα. Στην επόμενη ενότητα, θα δούμε πιο αναλυτικά τη συμβολή αυτού του προϊόντος σε τρία επίπεδα, σε οικονομικό, κοινωνικό και σε αυτό του φυσικού περιβάλλοντος.

2.4 Επίδραση του τουρισμού Yachting στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον

Στο τομέα της οικονομίας, ο τουρισμός γιότινγκ αποφέρει 50 δις δολάρια, ενώ στη γεωγραφική περιοχή της Μεσογείου, αγγίζει το 70% του τζίρου, με 35 δις δολάρια (New Money, 2020). Κατ' επέκταση, ο τουρισμός Yachting, συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία της Ελλάδος. Σύμφωνα με έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ, το 2018, αυτός ο τομέας τουρισμού, έχει επίδραση στην οικονομία της χώρας περίπου στο 1,3% του ΑΕΠ. Αυτό σημαίνει ότι αυτή η μορφή τουρισμού συμβάλει σε μεγάλο βαθμό στην εγχώρια οικονομία. Με μία δυναμική περίπου 4.000 ιστιοπλοϊκών σκαφών, μεγάλο μέρος των οποίων λειτουργούν ως επαγγελματικά σκάφη αναψυχής, εύλογα δικαιολογείται το παραπάνω ποσοστό. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργεί αυτός ο τομέας τουρισμού είναι εξίσου πολλές. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, υπολογίζεται ότι απασχολούνται περίπου 25.000 εργαζόμενοι σε αυτόν το χώρο. Αυτός ο αριθμός, διαμοιράζεται ανάμεσα σε πληρώματα, εργαζόμενους στις υποδομές –μαρίνες, υποδοχή πελατών, επισκευές σκαφών, καθαρισμός σκαφών, κ.α.-, εργαζόμενους σε επιχειρήσεις που βρίσκονται κοντά σε λιμάνια, μαρίνες και κόλπους που φιλοξενούν σκάφη αναψυχής.

Με βάση τα παραπάνω, παρατηρούμε ότι ο τουρισμός γιότινγκ συμβάλλει σημαντικά και στις τοπικές οικονομίες. Πολλές επιχειρήσεις, όπως εστιατόρια, σουπερ μάρκετ, φαρμακεία, καταστήματα με τουριστικά είδη, αναπτύσσονται γύρω από μέρη που προσελκύουν τουρίστες με σκάφη αναψυχής. Ακόμα και τα πιο απομακρυσμένα νησιά που δεν έχουν τόσο μεγάλη προσέλευση τουριστών ή δεν είναι τόσο δημοφιλή, ενισχύονται οικονομικά τους καλοκαιρινούς μήνες από την προσέλευση τουριστών που τα επισκέπτονται κατά τη διάρκεια των διακοπών τους με ιστιοπλοϊκά σκάφη.

Σε συνέχεια αυτού, δεν ενισχύονται μόνο οι τοπικές οικονομίες, αλλά και οι τοπικές κοινωνίες. Η δημιουργία πολλών εκδηλώσεων, θρησκευτικού ή πολιτιστικού περιεχομένου είναι κάτι που συμβαίνει κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών και δίνουν την ευκαιρία στους τουρίστες να πάρουν μία εικόνα από τοπικά έθιμα και πολιτισμό. Επίσης, πολλοί τουρίστες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τους ντόπιους και να πάρουν ακόμη περισσότερα στοιχεία για το μέρος το οποίο επισκέπτονται. Σε κάθε περίπτωση αυτό είναι και ένα στοιχείο του εναλλακτικού τουρίστα, θέλει να είναι ενεργητικός, να μαθαίνει πράγματα για τα μέρη που επισκέπτεται ή και να τα ανακαλύπτει από μόνος του.

Βέβαια αυτή η κοινωνική δραστηριότητα γίνεται και από την πλευρά των τουριστών, οι οποίοι μπορεί να μεταδώσουν δικά τους στοιχεία στους ντόπιους. Σε ένα άλλο

επίπεδο, οι κοινωνίες των περιοχών που δέχονται τουρισμό γιότινγκ, προσθέτουν στις δραστηριότητές τους ότι είναι αναγκαίο για την υποδοχή των τουριστών και ίσως κάποιες φορές “αλλοιώνουν” κάποια έθιμα για να τα κάνουν πιο “τουριστικά” και πιο οικεία για τους τουρίστες. Αυτό ελλοχεύει πολλούς κινδύνους, όπως τη σταδιακή κατάρρευση εθίμων αλλά και την αποφυγή του μέρους από τον εναλλακτικό τουρίστα, ο οποίος ψάχνει κάτι το αυθεντικό και όχι κάτι προσαρμοσμένο σε αυτά που ήδη γνωρίζει.

Σε σχέση με το περιβάλλον, ο τουρισμός γιότινγκ είναι άμεσα συνδεδεμένος με τη θάλασσα και το θαλάσσιο κόσμο. Ο τουρίστας αυτής της μορφής έχει πολύ μεγάλη ευθύνη για τη συμπεριφορά του ως προς αυτό. Τα τελευταία χρόνια, έχουν δημιουργηθεί κάποιες εταιρίες εθελοντισμού για την προστασία των θαλασσών και των ακτών. Οι τουρίστες του γιότινγκ θα πρέπει πρωταρχικά να μην πετούν τίποτα στη θάλασσα, να μην αδειάζουν τις δεξαμενές αποβλήτων σε κόλπους, μαρίνες και λιμάνια και να φροντίζουν όταν υπάρχει ευνοϊκός άνεμος να χρησιμοποιούν πλεύση με ιστία και όχι με μηχανή. Αυτές είναι κάποιες απλές αλλά σωτήριες για το περιβάλλον πρακτικές που μπορούν με ευκολία οι τουρίστες να ακολουθήσουν. Όπως φαίνεται και στην εικόνα το θαλάσσιο περιβάλλον χρειάζεται πολύ χρόνο για να αποβάλλει ένα μικρό αντικείμενο που μπορεί κάποιος να πετάξει στη θάλασσα.

Εικόνα 2.1 Sunreef 80 Eco



ΠΗΓΗ: SUNREEF - YACHTS

Ακόμη, κάποιες εταιρίες προσπαθούν να δημιουργήσουν κατασκευαστικά, σκάφη που κινούνται με ηλιακή ενέργεια και έχουν μηχανές μόνο σε περίπτωση ανάγκης. Για παράδειγμα, αυτό το ιστιοπλοϊκό καταμαράν έχει κατασκευαστεί για να λειτουργεί με ένα από τα πιο εξελιγμένα ηλιακά συστήματα. Επίσης διαθέτει ανεμογεννήτριες εκτός από τα πολλά ηλιακά πάνελ που το περιβάλλον. Βέβαια αυτό είναι μόνο ένα δείγμα, μία πρώτη προσπάθεια, δεν είναι ακόμα διαθέσιμο για μαζική παραγωγή, αλλά δείχνει την ανάγκη που έχει δημιουργηθεί για βιωσιμότητα και στην κατασκευή σκαφών. Τέλος, η διατήρηση των καθαρών ακτών και οι εθελοντικές ενέργειες από όλους είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη σωτηρία του θαλάσσιου περιβάλλοντος.

Εικόνα 2.2: Απόβλητα στην Αδριατική Θάλασσα



ΠΗΓΗ: GREEN SAIL

2.5 Διεθνής πραγματικότητα, τάσεις και δυναμική του τουρισμού Yachting

Ο τουρισμός Yachting, έχει ζήτηση και πραγματοποιείται σε παγκόσμια κλίμακα. Σε όλα τα παραθαλάσσια μέρη συναντάμε επαγγελματικά σκάφη αναψυχής διαθέσιμα για ημερήσια ή εβδομαδιαία ενοικίαση ή για κάποια οργανωμένη περιήγηση. Στη Μεσόγειο οι περισσότερες χώρες ασχολούνται με αυτή τη μορφή τουρισμού. Οι σημαντικότερες αυτών είναι η Κροατία, η Ιταλία, η Ελλάδα, η Τουρκία και η Ισπανία. Σε άλλα μέρη του κόσμου, όπως στην Καραϊβική, σε εξωτικά μέρη – Ταϊτή, Ταϊλάνδη, κ.α. - και σε μέρη του Ατλαντικού Ωκεανού – Μπαχάμες, Φλόριντα, κ.α.- , ο τουρισμός Yachting είναι αρκετά δημοφιλής.

Το κάθε μέρος προσφέρει διαφορετικά τοπία, καιρικές συνθήκες και πλεύσεις. Στον τομέα του τουρισμού παρέχει στον τουρίστα την ευκαιρία να γνωρίσει καινούρια μέρη που δεν είναι προσβάσιμα με άλλο μέσο. Στον εργασιακό τομέα μπορεί να προσφέρει εργασία με πολύ καλές αποδοχές όλο το χρόνο. Είτε ως πλήρωμα ή ως εργαζόμενος στο λειτουργικό τομέα. Πέρα από τις εργασιακές ευκαιρίες, κάποιος μπορεί να συνδυάσει διακοπές με μαθήματα ιστιοπλοΐας, να γνωρίσει μέσα από μια εβδομάδα διακοπών ένα σύμπλεγμα νησιών, μια ακτογραμμή. Οι επιλογές που έχει ο τουρίστας του Yachting είναι πάρα πολλές και καλύπτουν διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές.

Στη συνέχεια, η εποχή στην οποία ζούμε, έχει καταστήσει το ταξίδι και την περιήγηση σε νέα μέρη ως πρωταρχική ανάγκη. Η εποχή της εικόνας και της ζωντανής περιήγησης επιτάσσει την πραγματοποίηση ταξιδιού και εκδρομής ανεξαρτήτως χρονικής

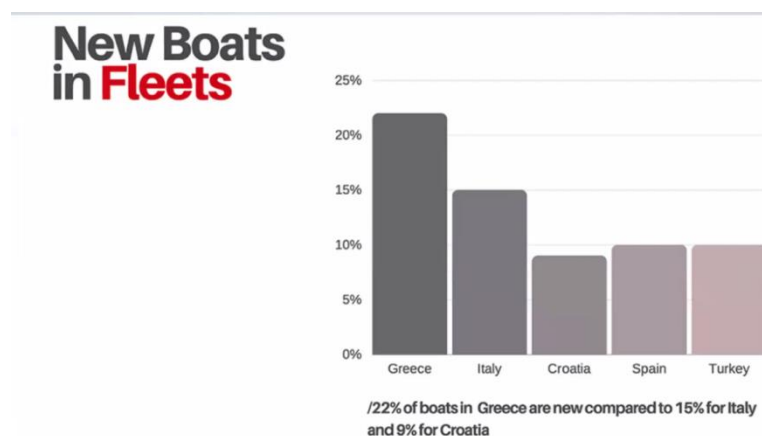
διάρκειας. Αυτή η ανάγκη για ταξίδι, σαφώς πραγματοποιείται και μέσω του τουρισμού Yachting. Ξεκινώντας ως μία παραδοσιακή μορφή τουρισμού αποκλειστικά για ιστιοπλόους, έχει πλέον εξελιχθεί σε μία εναλλακτική μορφή τουρισμού ανοιχτή και διαθέσιμη για όλους. Έχει γίνει τάση ανεξαρτήτως ηλικιακής ομάδας. Κάποιοι θέλουν να δοκιμάσουν αυτήν τη μορφή διακοπών, που ξεφεύγει από το παραδοσιακό ξενοδοχείο.

Βέβαια και τα σκάφη αναψυχής πλέον έχουν εξελιχθεί και κατασκευάζονται με σκοπό να εξυπηρετούν τις ανάγκες των τουριστών. Δύσκολα πλέον συναντάμε κάποιο ιστιοπλοϊκό σκάφος που δεν παρέχει ανέσεις, όπως για παράδειγμα κλιματισμό. Κάποια έχουν μετατραπεί σε πλωτά πολυτελή διαμερίσματα, που δεν ξεχωρίζουν από κάποιο δωμάτιο ξενοδοχείου. Αυτό έχει κάνει τον τουρισμό Yachting πιο προσίτο σε όλους τους τουρίστες, ακόμη και σε αυτούς που ήταν διστακτικοί να περάσουν μία εβδομάδα στη θάλασσα. Παρέχοντας όλες τις ανέσεις και την ευκαιρία του διαφορετικού, είναι ιδανική επιλογή για πολλούς.

Όμως όλη αυτή η εξέλιξη και ζήτηση, δημιούργησε την ανάγκη για περισσότερα σκάφη και τη δημιουργία περισσότερων επιλογών για τον τουρίστα. Αυτό, έφερα άμεσα ανάπτυξη στον τομέα του τουρισμού Yachting. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, ο τομέας αυτός γνωρίζει πολύ μεγάλη ανάπτυξη. Με τη βοήθεια επενδυτικών κεφαλαίων από την ελληνική κυβέρνηση, προγράμματα ΕΣΠΑ, πολλές εταιρίες ανανέωσαν και επέκτειναν το στόλο τους, ενώ πολλοί ιδιώτες που δεν είχαν κάποια σχέση με τον τομέα αποφάσισαν να τον συμπεριλάβουν στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, να προστεθούν πάρα πολλά καινούρια σκάφη στη δυναμική του τουρισμού Yachting στην Ελλάδα.

Σε διεθνή κλίμακα επίσης, ο αριθμός των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής είναι πολύ μεγάλος και ικανός να εξυπηρετήσει όλες τις ανάγκες ζήτησης που προκύπτουν κάθε τουριστική χρονιά. Σε κάποια μέρη όπως στην Ελλάδα, πλέον έχει δημιουργηθεί και το πρόβλημα του κορεσμού. Ενώ ο αριθμός των σκαφών έχει αυξηθεί δραματικά, οι υποδομές που υπάρχουν δεν μπορούν να εξυπηρετήσουν όλα αυτά τα σκάφη και όλους τους τουρίστες που έρχονται με αυτά. Θα λέγαμε ότι υπάρχει ίσως μια άνιση διαφορά μεταξύ των δύο αυτών συνιστωσών. Σε άλλα μέρη του κόσμου αυτό το πρόβλημα δεν είναι τόσο μεγάλο όπως στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, στην Κροατία οι υποδομές είναι πολύ περισσότερες και αρκετά πιο λειτουργικές.

Διάγραμμα 2.2: Εισαγωγή νέων σκαφών στις χώρες της Μεσογείου



ΠΗΓΗ: MMK BOOKING MANAGER

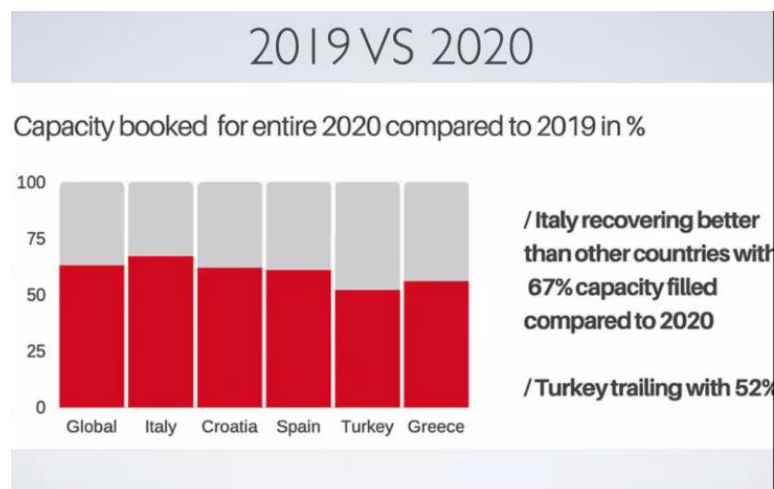
Στο παραπάνω διάγραμμα, μετά από έρευνα που έκανε το MMK Booking Manager, βλέπουμε ότι η Ελλάδα πρωτοστατεί στην εισαγωγή νέων σκαφών, με ποσοστό 22%. Ακολουθούν η Ιταλία με ποσοστό 15% και η Κροατία με ποσοστό 9%.

2.6 Τουρισμός Yachting και Covid 19

Όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο κεφάλαιο, ο Covid 19 επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό τα ταξίδια και κατά συνέπεια τον τομέα του τουρισμού. Στον τουρισμό Yachting, όμως, είχε και κάποια θετική πλευρά. Χώρες όπως η Ιταλία, ανέκαμψαν οικονομικά σε μεγάλο βαθμό, εξαιτίας του εσωτερικού τουρισμού. Αυτό το είδος τουρισμού, θεωρήθηκε το πιο ασφαλές, εν μέσω της πανδημίας, από ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών. Ο λόγος ήταν ότι οι τουρίστες αισθάνονταν μεγαλύτερη ασφάλεια να κάνουν τις διακοπές τους πάνω σε ένα σκάφος με την οικογένειά τους ή φιλικά και συγγενικά πρόσωπα, σε έναν χώρο που θα είναι μόνο αυτοί. Δεν υπάρχει ο κίνδυνος συναναστροφής με άλλα άτομα, όπως σε ένα ξενοδοχείο, κάτι που εκεί είναι αναπόφευκτο.

Ο εσωτερικός τουρισμός Yachting είναι ένα φαινόμενο το οποίο πραγματοποιήθηκε σε μεγάλο βαθμό στις Μεσογειακές χώρες. Σε έρευνα που πραγματοποίησε το MMK Booking Manager, η Ιταλία ήταν από τις χώρες που πρωτοστάτησαν. Στον παρακάτω πίνακα, βλέπουμε ότι κατάφερε να καλύψει το 67% των διαθεσιμοτήτων εξαιτίας του εσωτερικού τουρισμού.

Διάγραμμα 2.3: Ποσοστά κρατήσεων



ΠΗΓΗ: MMK BOOKING MANAGER

Σε υψηλά ποσοστά βρίσκονται και οι Κροατία, Ισπανία και Ελλάδα. Ακόμη αυτές οι χώρες προσέλκυσαν και ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό τουριστών που είχαν πρόσβαση οδικώς. Ο μεγαλύτερος φόβος ήταν οι πτήσεις, επομένως μπορούμε να πούμε ότι οι τουρίστες που “έσωσαν” την τουριστική χρονιά για το Yachting, ήταν οι εσωτερικοί – εγχώριοι και οι τουρίστες από γειτονικές χώρες. Στην Ελλάδα, ίσως για πρώτη φορά παρατηρήθηκε το φαινόμενο του εσωτερικού τουρισμού στον τομέα του Yachting.

Οι Έλληνες, που θεωρούσαν αυτό το είδος τουρισμού ακριβό και πολυτελές, υπό τις συνθήκες του ιού, αποφάσισαν να το δοκιμάσουν αφού ήταν από τους πιο ασφαλείς τρόπους για να κάνουν τις διακοπές τους και αφού οι τιμές για τη σεζόν του 2020 έπεσαν κατακόρυφα, με εκπτώσεις ακόμη και 50%. Υπήρχαν βέβαια και οι περιπτώσεις όπου χρειαζόταν πλήρωμα. Η νομοθεσία δεν έχει ορίσει και επιβάλλει ότι τα πληρώματα θα έπρεπε να έχουν κάνει τεστ για κορονοϊό πριν κάνουν ένα ναύλο. Κάποιοι πελάτες το θεώρησαν απαραίτητο, για να νιώσουν οι ίδιοι πιο ασφαλείς. Αλλά αυτό φάνηκε να είναι το μοναδικό πρόβλημα για τους τουρίστες.

Για τα γραφεία που διαχειρίζονται τις κρατήσεις, τα προβλήματα ήταν πάρα πολλά. Αρχικά, έπρεπε να γίνει η διαχείριση των κρατήσεων που είχαν πάρει voucher, να ενημερωθούν τα πλάνα διαθεσιμότητας και έπειτα να γίνει διαχείριση καινούριων “last minute” κρατήσεων. Το φαινόμενο του last minute πρωτοστάτησε την τουριστική χρονιά του 2020. Από τον Ιούλιο μέχρι και το Νοέμβριο, παρατηρήθηκαν έντονα τα φαινόμενα των last minute ακυρώσεων αλλά και των last minute κρατήσεων. Αυτό από τη μία μεριά ήταν καλό γιατί ο τομέας Yachting είχε τουριστική κίνηση, αλλά δεν υπήρχε κέρδος.

Οι τιμές των last minute κρατήσεων στην πλειοψηφία τους ήταν πολύ χαμηλές, οπότε οι εταιρίες των σκαφών αναψυχής είχαν κινητικότητα αλλά όχι κερδοφορία. Επίσης

όπως και σε όλους τους υπόλοιπους τουριστικούς τομείς αλλά και σε αυτούς της ζωής μας, ίσχυαν μέτρα πρόληψης κατά του κορονοϊού. Αυτό απαίτησε μεγάλη προσπάθεια οργάνωσης από όλους, τόσο από τους φορείς όσο και από τους πελάτες, προκειμένου να τηρηθούν τα μέτρα και να γίνουν σωστά όλες οι διαδικασίες. Το μόνο σίγουρο είναι ότι οι τουρίστες παρόλα τα μέτρα πρόληψης και τις απαγορεύσεις, προτίμησαν τις διακοπές με σκάφος από τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα.

Συμπερασματικά, η πανδημία covid-19 έφερε καινούριες συνθήκες σε όλους τους κλάδους του τουρισμού αλλά και στην καθημερινότητα όλων των ανθρώπων. Ο φόβος των ανθρώπων να ταξιδέψουν αλλά και οι απαγορεύσεις και τα μέτρα για την πρόληψη κατά του ιού, παρέλυσαν την κίνηση στον τουριστικό τομέα. Οι άνθρωποι στερήθηκαν τις διακοπές που σχεδίαζαν από καιρό και περίμεναν να κάνουν όλον το χρόνο, ενώ κάποιοι άλλοι έχασαν τις δουλειές τους. Πολλές αεροπορικές εταιρίες κατέρρευσαν και πολλά ξενοδοχεία δε λειτούργησαν καθόλου αυτόν το χρόνο. Ο τουρισμός Yachting, κατάφερε να διατηρήσει την κινητικότητά του μέσα στην πανδημία, βέβαια με πολύ διαφορετικά δεδομένα.

Κεφάλαιο 3: Τουρισμός Yachting στη Μεσόγειο

Ο τουρισμός Yachting γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη και έχει αρκετή ζήτηση στις παραθαλάσσιες χώρες της Μεσογείου. Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει ανάλυση της δραστηριότητας και συνεισφοράς της εναλλακτικής μορφής τουρισμού Yachting, στις χώρες της Μεσογείου και ιδιαίτερα στην Ελλάδα και ποια ήταν η επίδραση της πανδημίας του κορονοϊού ως προς αυτήν.

3.1 Προσφορά και ζήτηση

Στη Μεσόγειο, οι χώρες που δραστηριοποιούνται ενεργά με τον τουρισμό Yachting είναι η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Κροατία, η Ελλάδα, η Τουρκία και η Μάλτα.

Πίνακας 3.1: Αριθμός αγκυροβολιών στη Μεσόγειο

Αριθμός αγκυροβολιών στην Μεσόγειο			
Χώρα	Αγκυροβόλια	Ακτογραμμή (km)	μ.ό. αγκυροβόλια / Ακτογραμμή (km)
Γαλλία	196.200	6.136	31,98
Ισπανία	130.250	6.882	18,93
Ιταλία	172.000	9.532	18,04
Μαυροβούνιο	2.220	293	7,58
Μάλτα	1.108	197	5,62
Κύπρος	1.520	648	2,35
Κροατία	17.949	8.032	2,23
Τουρκία	18.552	9.827	1,89
Σλοβενία	1.475	1.381	1,07
Ελλάδα	12.769	15.147	0,84

ΠΗΓΗ: ΙΝΣΕΤΕ

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε τον αριθμό αγκυροβολιών που είναι διαθέσιμα σε αυτές τις χώρες. Την πρώτη θέση κατέχει η Γαλλία, με ποσοστό αξιοποίησης της ακτογραμμής της 31.98%. Οι υποδομές επομένως σε αυτές τις χώρες υπάρχουν άλλοτε σε μεγάλο βαθμό και άλλοτε σε μικρότερο. Σε κάθε περίπτωση είναι ικανές να υποδεχθούν σκάφη και τουρίστες.

Πέρα από τις υποδομές, πρέπει να διερευνηθεί το ερώτημα, γιατί επιλέγει ο τουρίστας τη Μεσόγειο για να κάνει τουρισμό Yachting. Σε πρώτο επίπεδο, επειδή ο τουρίστας μπορεί να συνδυάσει και πολλές άλλες μορφές τουρισμού μαζί με αυτήν. Για παράδειγμα, ένας τουρίστας από τις ΗΠΑ, αποφασίζει για τις καλοκαιρινές του διακοπές να επισκεφτεί την Ελλάδα και να νοικιάσει ένα ιστιοπλοϊκό σκάφος για μία εβδομάδα. Κατά την άφιξη του στην Αθήνα μπορεί να προγραμματίσει μία επίσκεψη

στο κέντρο, να κάνει μία περιήγηση στην Ακρόπολη και να δοκιμάσει ελληνικό φαγητό.

Στο παραπάνω παράδειγμα, ο τουρίστας αυτός, με αφορμή τις διακοπές του με ιστιοπλοϊκό σκάφος, συνδυάζει γαστρονομικό και πολιτιστικό τουρισμό. Πέραν αυτού του συνδυασμού, πολλοί επιλέγουν τη Μεσόγειο για τις καιρικές συνθήκες, όχι μόνο κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών αλλά και κατά τη διάρκεια της άνοιξης και του φθινοπώρου, που ο καιρός είναι ακόμη καλός. Στις περισσότερες χώρες της Μεσογείου η τουριστική σεζόν Yachting δεν περιλαμβάνει μόνο τους τρεις μήνες του καλοκαιριού, αλλά και τον Απρίλιο και το Μάϊο, το Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο.

Εκτός από το ευνοϊκό κλίμα, πολλοί τουρίστες επιλέγουν τη Μεσόγειο για να δοκιμάσουν και να γευτούν τη μεσογειακή κουζίνα. Η φημισμένη μεσογειακή διατροφή που βασίζεται στα φρέσκα φρούτα και λαχανικά που ευδοκιμούν στην περιοχή, έχει να προσφέρει μοναδικά γευστικά πιάτα. Επίσης, το φρέσκο ψάρι και οι διάφορες ποικιλίες θαλασσινών που υπάρχουν στην περιοχή, κάνουν και πάλι τις διακοπές σε αυτά τα μέρη περιζήτητες. Όπως είναι φυσικό, όλα τα παραπάνω δημιουργούν ζήτηση σε ενοικιάσεις σκαφών αναψυχής.

Ακόμη, οι ευνοϊκοί άνεμοι δημιουργούν τις ιδανικές καιρικές συνθήκες για ιστιοπλοΐα όλους αυτούς τους μήνες που διαρκεί η σεζόν. Φυσικά, το κάθε μέρος έχει τις ιδιαιτερότητές του και απαιτεί διαφορετικές πλεύσεις και ιστιοπλοϊκούς χειρισμούς. Αποτελεί όμως ταυτόχρονα και κριτήριο για την επιλογή της τοποθεσίας. Κάθε περιοχή προσφέρει διαφορετικές καιρικές συνθήκες προσφέροντας έτσι μία μεγάλη ποικιλία επιλογών.

Η ζήτηση για τον τουρισμό Yachting στις χώρες της Μεσογείου, κρατά μια σταθερή πορεία. Παρόλα τα προβλήματα και τις κρίσεις, οικονομικές, θεσμικές ή άλλες που μπορεί η κάθε χώρα να αντιμετωπίζει κατά καιρούς, η ζήτηση για αυτήν την ειδική μορφή τουρισμού δεν παύει να υπάρχει. Έχει ένα κοινό που επιλέγει μόνο αυτόν τον τρόπο διακοπών και εξερεύνησης ενός τόπου. Είναι επομένως κάποιοι οπαδοί αυτής της μορφής, ανεξάρτητα των τοπικών δυσχερειών κάθε μέρους. Για παράδειγμα, κάποιος μπορεί να επισκέπτεται κάθε χρόνο διαφορετική τοποθεσία, επιλέγοντας ωστόσο το ίδιο μέσο για να περάσει τις διακοπές του.

Ακόμη, μπορούμε πιο εύκολα να προβλέψουμε την πορεία της επόμενης σεζόν πολύ νωρίς, καθώς οι κρατήσεις όπως αναφέραμε και παραπάνω ξεκινούν από το καλοκαίρι της προηγούμενης σεζόν. Αυτό παραχωρεί το εξής ανταγωνιστικό θα λέγαμε πλεονέκτημα. Η κάθε εταιρία, έχει την ευκαιρία να δει τι διορθώσεις μπορεί να κάνει στον τρόπο που προωθεί τα σκάφη που έχει, να παρατηρήσει τις τάσεις στην αγορά, οι οποίες μπορεί να αλλάζουν από εβδομάδα σε εβδομάδα και να κινείται και εκείνη ανάλογα με τη ζήτηση.

Οι τιμές παίζουν σαφώς μεγάλο ρόλο στη ζήτηση. Πρέπει κάποιος να προσφέρει εκπτώσεις προκειμένου ο πελάτης να βρει την προσφορά πιο δελεαστική. Για

παράδειγμα, στην Κροατία κάποιος μπορεί να βρει μια πολύ πιο οικονομική τιμή στην ενοικίαση σκάφους από ότι στην Ελλάδα. Αυτό, όμως σημαίνει απλά ότι η ζήτηση μπορεί να μετατοπίζεται, δεν παύει όμως να υπάρχει. Βλέπουμε μία συνεχή κίνηση στην αγορά και πελάτες που αποζητούν και την εξέλιξη αυτής της μορφής. Συχνά, γίνονται εκθέσεις, boat shows, στα οποία τόσο οι εταιρίες που έχουν σκάφη αναψυχής, αλλά και οι πελάτες, έχουν την ευκαιρία να δουν καινούρια σκάφη, και μελλοντικά να θέλουν να κάνουν διακοπές με αυτά.

Σε αυτήν την περίπτωση οι εταιρίες σκαφών αναψυχής θα αγοράζουν τα καινούρια σκάφη, καθώς βλέπουν ότι υπάρχει ζήτηση από την ανακοίνωσή τους ακόμα. Αυτό είναι ένα ακόμα στοιχείο που μας κάνει να βλέπουμε ότι η ζήτηση είναι συνεχής και επαναλαμβανόμενη, ενώ ενθαρρύνει το καινούριο και την εξέλιξη. Χαρακτηριστικά, μπορούμε να αναφέρουμε ότι για το 2019 λαμβάνουν χώρα πάνω από 170 boat shows συνολικά σε όλον τον κόσμο. Από αυτό μπορούμε να καταλάβουμε πόσο σημαντικός είναι και ο αριθμός επισκεπτών που συμμετέχουν σε αυτές τις εκδηλώσεις και άρα πόσο σημαντικός και ο αριθμός των ζητήσεων.

Η ζήτηση, δημιουργεί και καινούριες ανάγκες οργάνωσης, καινούριους τρόπους λειτουργίας. Επειδή ο τουρίστας πάντα αναζητά κάτι πρωτότυπο, η ανάγκη για εξέλιξη της μορφής τουρισμού Yachting, παρουσιάζεται συχνά. Ακόμη και μία μικρή αλλαγή μπορεί να βοηθήσει και να ενισχύσει τη ζήτηση. Η βοήθεια της τεχνολογίας, είναι απαραίτητη για την εξέλιξή της. Για παράδειγμα, η μετατροπή του παραδοσιακού check in, από μία γραφειοκρατική και χρονοβόρα διαδικασία σε ηλεκτρονική μορφή, πιο σύντομη και αποφεύγοντας τη χρήση χαρτιού, άρα και φιλική προς το περιβάλλον.

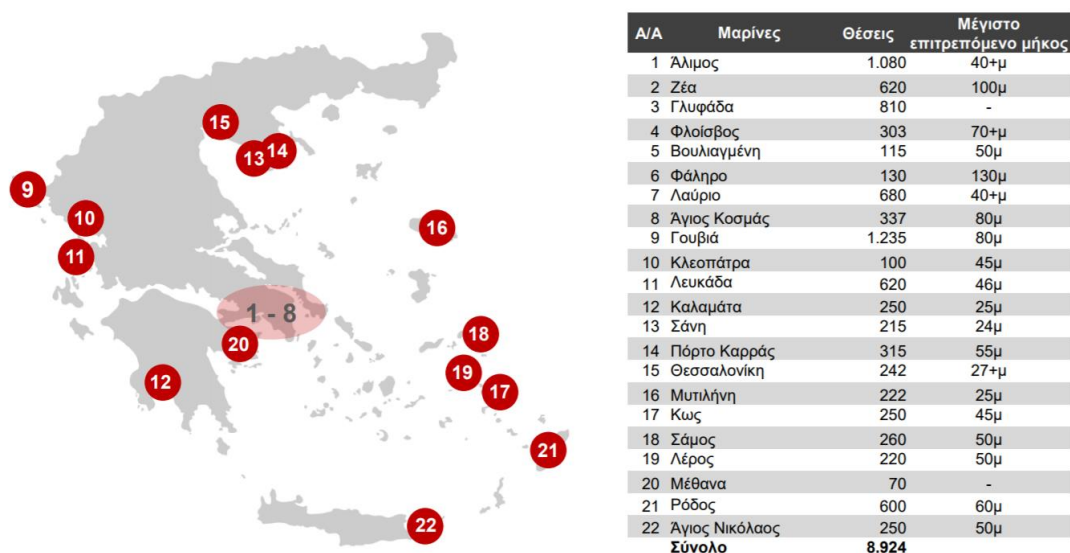
Χρόνο με το χρόνο πολλές εταιρίες καταφεύγουν σε τέτοιες καινοτομίες, καθώς όχι μόνο είναι πιο ελκυστικές για τον τουρίστα, αλλά ταυτόχρονα βοηθούν και την εσωτερική λειτουργία και οργάνωση. Επίσης, καθώς βιώνουμε την εποχή της εικόνας, η ζήτηση για αυθεντικές φωτογραφίες και βίντεο των σκαφών αναψυχής που είναι προς ενοικίαση αυξάνεται συνεχώς. Πλέον ο τουρίστας εμπιστεύεται πιο εύκολα να ενοικιάσει ένα σκάφος που έχει τη δυνατότητα να δει πως είναι πριν αποφασίσει να προχωρήσει με την κράτηση. Σε επόμενο βήμα, έρχεται και η τρισδιάστατη απεικόνιση. Εκεί ο τουρίστας έχει πραγματικά την ευκαιρία να περιηγηθεί μέσα στο σκάφος που πρόκειται να ενοικιάσει ανεξαρτήτως του που βρίσκεται.

Ανακεφαλαιώνοντας, τόσο η προσφορά όσο και η ζήτηση τουρισμού Yachting στη Μεσόγειο συγκεντρώνουν μεγάλα ποσοστά. Οι ευκαιρίες για εργασία και επενδύσεις στον τομέα αυτόν, είναι πάρα πολλές, καθώς φαίνεται να αποτελεί πόλος έλξης για τους τουρίστες κάθε χρόνο και η ανάγκη για βελτίωση και συντήρηση των υποδομών αυξάνεται διαρκώς. Αυτό δημιουργεί αρκετές θέσεις εργασίας και αναζωογονεί τις τοπικές οικονομίες. Η κάθε Μεσογειακή χώρα έχει να προσφέρει κάτι διαφορετικό, όμως όλες μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά. Ο τουρισμός Yachting ανθίζει σε αυτές τις περιοχές και είναι ένα από τα πιο δημοφιλή είδη τουρισμού.

3.2 Τουρισμός Yachting στην Ελλάδα (Εξέλιξη και σημασία)

Στην Ελλάδα, από τις αρχές τις δεκαετίας του 1970, ξεκίνησε να οργανώνεται πιο συστηματικά η δραστηριοποίηση με τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής. Ξεκινώντας με μία δυναμική περίπου 800 σκαφών (ΙΝΣΕΤΕ, 2015), φτάνει τα περίπου 6000 σήμερα. Αυτοί οι αριθμοί αποδεικνύουν την πολύ μεγάλη εξέλιξη και ανάπτυξη που γνωρίζει ο τουρισμός Yachting στη χώρα μας. Οι υποδομές αποτελούν βασικό κριτήριο ανάπτυξης. Στον παρακάτω πίνακα και χάρτη, μπορούμε να δούμε πιο συγκεκριμένα τις υποδομές που ήδη υπάρχουν στον ελλαδικό χώρο:

Εικόνα 3 Μαρίνες στην Ελλάδα



ΠΗΓΗ: ΙΝΣΕΤΕ

Παρατηρούμε ότι υπάρχουν συνολικά 22 μαρίνες, με 8.924 διαθέσιμες θέσεις ελλιμενισμού σκαφών. Φυσικά εδώ βλέπουμε τις οργανωμένες μαρίνες και θέσεις ελλιμενισμού. Τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα σε μόνιμη βάση φτάνουν τα 17.505 σκάφη, εκ των οποίων 4.060 ιστιοπλοϊκά και 13.445 μηχανοκίνητα σκάφη, σύμφωνα με την συνθετική μελέτη για τον Ναυτικό τουρισμό που εκπονήθηκε το 2018. Συγκριτικά με τις θέσεις ελλιμενισμού και τον αριθμό σκαφών βλέπουμε ότι υπάρχει μεγάλη ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη των υποδομών καθώς υπάρχει μια πληθώρα σκαφών που αυξάνεται χρόνο με το χρόνο.

Σύμφωνα με την εικόνα 5 του προηγούμενου κεφαλαίου, η Ελλάδα καλύπτει σε ποσοστό αγκυροβολίας μόλις το 0,84% της συνολικής της ακτογραμμής. Αυτό σημαίνει ότι για να μπορέσει να αναπτυχθεί σωστά και να συνεχίσει την αναπτυξιακή της πορεία θα πρέπει να δημιουργήσει περαιτέρω θέσεις αγκυροβολίας. Κάθε χρόνο παρατηρούμε ότι η δυναμική σκαφών στη χώρα αυξάνεται και η ζήτηση το ίδιο. Η

ανάγκη για βελτίωση και δημιουργία υποδομών για να υποστηρίξουν την πληθώρα καινούριων σκαφών και τις αυξανόμενες τουριστικές αφίξεις είναι πολύ μεγάλη (Διακομιχάλης & Λαγός, 2011).

Δεν είναι ανάγκη μόνο να δημιουργηθούν υποδομές για τον ελλειμενισμό και τη συντήρηση των σκαφών αλλά και υποδομές για τους τουρίστες, όπως τα αεροδρόμια των νησιωτικών περιοχών για παράδειγμα. Οι απευθείας πτήσεις είναι πάντα κάτι που ψάχνει ο τουρίστας για φτάσει πιο ξεκούραστος στον προορισμό του. Αυτό συνεπάγεται με βελτίωση των υποδομών των αεροδρομίων και των αεροδιαδρόμων ούτως ώστε να μπορούν να υποστηρίξουν την άφιξη μεγαλύτερων αεροσκαφών. Ένα ακόμη παράδειγμα θα μπορούσε να είναι το οδικό δίκτυο κάποιων περιοχών, για την ευκολότερη μεταφορά από το αεροδρόμιο ή κάποιο ξενοδοχείο προς το σημείο παραλαβής του σκάφους και αντίστροφα.

Φυσικά όλα τα παραπάνω απαιτούν μεγάλα επενδυτικά κεφάλαια και πολλές αλλαγές για τις τοπικές κοινωνίες. Όποτε τίθεται το ερώτημα, κατά πόσο είναι έτοιμες οι τοπικές κοινωνίες να υποδεχθούν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών. Πέρα από το εμφανές οικονομικό όφελος, με αυτή τη ραγδαία ανάπτυξη ελλοχεύει ο κίνδυνος να χαθούν φυσικά τοπία και να αλλοιωθούν τοπικά έθιμα και παραδόσεις. Χαρακτηριστικά παραδείγματα στην Ελλάδα αποτελούν τα νησιά του Αιγαίου όπως η Μύκονος και η Σαντορίνη, τα οποία έχουν κορεσμό τουριστικής δραστηριότητας κάθε τουριστική σεζόν. Επομένως απαιτείται προσεκτικός σχεδιασμός στα πλαίσια της ανάπτυξης.

3.2.1 Χαρακτηριστικά προσφοράς και ζήτησης

Όπως έχουν αναφερθεί και στα παραπάνω κεφάλαια, τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και της ζήτησης στον τουρισμό Yachting στη χώρα μας είναι κοινά με αυτά των υπολοίπων χωρών της Μεσογείου. Ιστιοφόρα και μηχανοκίνητα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής είναι διαθέσιμα προς ενοικίαση στον ελλαδικό χώρο, καλύπτοντας μία πολύ μεγάλη ποικιλία ειδών. Επίσης στην Ελλάδα, υπάρχει και η επιλογή bareboat charter, δηλαδή ναύλωσης σκάφους χωρίς πλήρωμα, όταν ο ίδιος ο τουρίστας διαθέτει το απαιτούμενο δίπλωμα αλλά και crewed charter, δηλαδή ναύλωσης σκάφους με πλήρωμα, όπου ο τουρίστας δε χρειάζεται να διαθέτει κάποιο δίπλωμα.

Επίσης ο τουρίστας Yachting έχει την ευκαιρία να επιλέξει την τοποθεσία των διακοπών του με βάση και τις καιρικές συνθήκες. Για παράδειγμα, οι λάτρεις του ανέμου και της ιστιοπλοΐας επιλέγουν το Αιγαίο, όπου προσφέρεται για αυτές τις δραστηριότητες. Φυσικά, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η συχνή ενημέρωση για τον καιρό, καθώς στο Αιγαίο είναι επιρρεπείς δυνατοί άνεμοι, όπως τα μελέμια. Στον αντίποδα, οι τουρίστες που ψάχνουν πιο ήρεμα νερά, μπορούν να επιλέξουν το Ιόνιο. Σε κάθε περίπτωση καταλήγουμε στο ότι η Ελλάδα μπορεί να παρέχει στον τουρίστα Yachting μία ευρεία ποικιλία σκαφών αλλά και επιλογή με βάση τις ιστιοπλοϊκές προτιμήσεις του καθενός.

Αυτά δημιουργούν και τη ζήτηση για το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν. Η Ελλάδα έχει να προσφέρει όλα όσα μπορεί να ζητήσει ο τουρίστας yachting. Τα υπέροχα τοπία και οι αμμουδερές παραλίες, οι γραφικοί κολπίσκοι, η ελληνική κουζίνα και οι ιδανικές καιρικές συνθήκες συγκροτούν το πακέτο αυτού του προϊόντος. Είναι ένα πακέτο διακοπών που κάθε χρόνο γίνεται όλο και πιο δημοφιλές ή ακόμη και επαναλαμβανόμενος προορισμός διακοπών για κάποιους. Τα τελευταία χρόνια προωθείται ακόμα και μέσα από πακέτα ταξιδιωτικών γραφείων που αναλαμβάνουν να οργανώσουν ολοκληρωμένα πακέτα διακοπών.

Οι παραδοσιακές εβδομαδιαίες κρατήσεις που πραγματοποιούνται από Σάββατο σε Σάββατο, δεν είναι πλέον δεδομένο. Έχει δημιουργηθεί έντονα η ζήτηση για ολιγοήμερες ενοικιάσεις σκαφών ή ακόμη και μονοήμερες, σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες. Με αυτόν τον τρόπο το τουριστικό προϊόν εξελίσσεται, παίρνει νέες διαστάσεις και γίνεται πιο ευέλικτο προκειμένου να ανταποκριθεί στη νέα ζήτηση. Αυτό όμως δημιουργεί νέες προκλήσεις για τις εταιρίες που έχουν δημιουργήσει όλα τα πλάνα κρατήσεων με βάση τις εβδομαδιαίες κρατήσεις από Σάββατο σε Σάββατο και τις λειτουργίες τους για την υποστήριξη των ναύλων.

Έτσι τίθεται το ερώτημα, αν θα πρέπει να αλλάξει ο παραδοσιακός τρόπος ναυλώσεων ή αν αυτή η ζήτηση είναι παροδική. Τα τελευταία δύο χρόνια οι low cost αεροπορικές εταιρίες, έχουν διαθεσιμότητα απευθείας πτήσεων από μεγάλες πόλεις των Ευρωπαϊκών χωρών προς νησιωτικές περιοχές, που πραγματοποιούνται στα μέσα της εβδομάδας, για παράδειγμα από Τρίτη σε Τρίτη. Επομένως δημιουργείται και η ζήτηση για το τουρισμό Yachting αυτές τις ημέρες. Με αυτόν τον τρόπο κάποιο κομμάτι της ζήτησης χάνεται αφού δεν υπάρχουν διαθεσιμότητες ή ο τουρίστας ψάχνει αυτό το τουριστικό προϊόν σε κάποια άλλη χώρα.

Στην Ελλάδα, οι τουρίστες γιότινγκ προέρχονται από όλο τον κόσμο. Γεωγραφικά, η Ελλάδα προσφέρει οδική πρόσβαση μόνο στις χώρες των Βαλκανίων, στις οποίες όμως το γιότινγκ δε είναι ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος διακοπών, με εξαίρεση τη χώρα της Βουλγαρίας (διαθέτει ιστιοπλοϊκούς συλλόγους και αποτελεί μία σημαντική αγορά στο χώρο του γιότινγκ). Αυτό το γεγονός μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η πλειοψηφία των τουριστών γιότινγκ στην Ελλάδα, προέρχεται από μέρη που συνδέονται με τη αυτήν μέσω αεροπορικών πτήσεων. Επομένως, σημαντικό κριτήριο για τους τουρίστες είναι η καλή αεροπορική σύνδεση για να επιλέξουν αυτόν τον τύπο τουρισμού.

Οι κύριες εθνικότητες των τουριστών γιότινγκ στην Ελλάδα, είναι Άγγλοι (σε μία πλειοψηφία είναι εξαιρέτοι ιστιοπλόοι), Γερμανοί, Ιταλοί (σε μεγάλο ποσοστό επισκέπτονται τη χώρα μας τον Αύγουστο), Γάλλοι και ένα μεγάλο ποσοστό από Αμερική. Επίσης, τη χώρα μας επιλέγουν πολλοί τουρίστες γιότινγκ από την Πολωνία και την Τσεχία, με προτίμηση το Αιγαίο.

3.2.2 Επίδραση στην ελληνική οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον

Η συνεισφορά του τουρισμού Yachting στην οικονομία της Ελλάδας είναι πολύ μεγάλη. Πέρα από τη συνολική της προσφορά στο ΑΕΠ της χώρας, το πιο σημαντικό είναι η επίδρασή της στις τοπικές οικονομίες. Φέρνει οικονομική ανάπτυξη και δημιουργεί θέσεις εργασίας για όλο το χρόνο. Εκτός από την προφανή οικονομική και εργασιακή δραστηριότητα κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, απαιτείται και τους υπόλοιπους μήνες προσπάθεια. Οι συντηρήσεις των σκαφών πραγματοποιούνται τους υπόλοιπους μήνες, όπου τα ταλαιπωρημένα σκάφη από όλη τη σεζόν πρέπει να συντηρηθούν και να προετοιμαστούν για την επόμενη σεζόν. Αυτό απαιτεί εργασίες από μηχανικούς, ηλεκτρολόγους, τεχνικούς, απαιτεί και υλικά και ανταλλακτικά. Επομένως υπάρχει οικονομική δραστηριότητα που κινεί και αυτούς τους τομείς. Ακόμη, η πλειοψηφία των κρατήσεων δημιουργούνται τους χειμερινούς μήνες, οπότε οι εταιρίες χρειάζεται να απασχολούν προσωπικό καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Βλέπουμε λοιπόν ότι το τουριστικό προϊόν του Yachting δε χαρακτηρίζεται από εποχικότητα, αποκλειστικά όπως για παράδειγμα στις ξενοδοχειακές μονάδες. Η επίδρασή του στην κοινωνία, είναι άμεσα συνδεδεμένη και με τους οικονομικούς παράγοντες. Οι κοινωνίες αναπτύσσονται και εξελίσσονται για να υποδεχτούν τους τουρίστες και εκσυγχρονίζονται. Παρατηρείται μία παράλληλη ανάπτυξη.

Στο τομέα του περιβάλλοντος, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή. Τόσο οι τουρίστες όσο και οι ντόπιοι θα πρέπει να διαφυλάξουν τον υποθαλάσσιο κόσμο και να προστατεύσουν τις ακτές. Με συλλογικότητα και εθελοντική πρωτοβουλία τις περισσότερες φορές επιτυγχάνεται. Οι εταιρίες που ενοικιάζουν τα σκάφη θα πρέπει να έχουν ενημερωμένες περιβαλλοντικές πολιτικές και να ενημερώνουν τους τουρίστες αντίστοιχα. Θα πρέπει οι τουρίστες να τηρούν με συνέπεια την πολιτική αυτή, ίσως θα ήταν σοφό να υπάρχουν ενδείξεις και μέσα στο σκάφος για ανακύκλωση και για τους κάδους σκουπιδιών.

Σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να σταματήσει παντελώς η ρύπανση των υδάτων και η ρύπανση του περιβάλλοντος γενικότερα. Τα σκάφη καταναλώνουν και αυτά καύσιμα οπότε δεν είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Συστήνεται προς τους τουρίστες των ιστιοφόρων να χρησιμοποιούν τα ιστία αντί των μηχανών όταν οι άνεμοι είναι ευνοϊκοί. Επίσης πρέπει οπωσδήποτε να απελευθερώνουν τις δεξαμενές αποβλήτων σε ανοιχτά νερά και όχι σε λιμάνια, μαρίνες και κόλπους. Στη συνείδηση του καθενός, όμως μένει αν θα τηρήσει τα παραπάνω και αν θα βοηθήσει στην προστασία του περιβάλλοντος, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα τις διακοπές του.

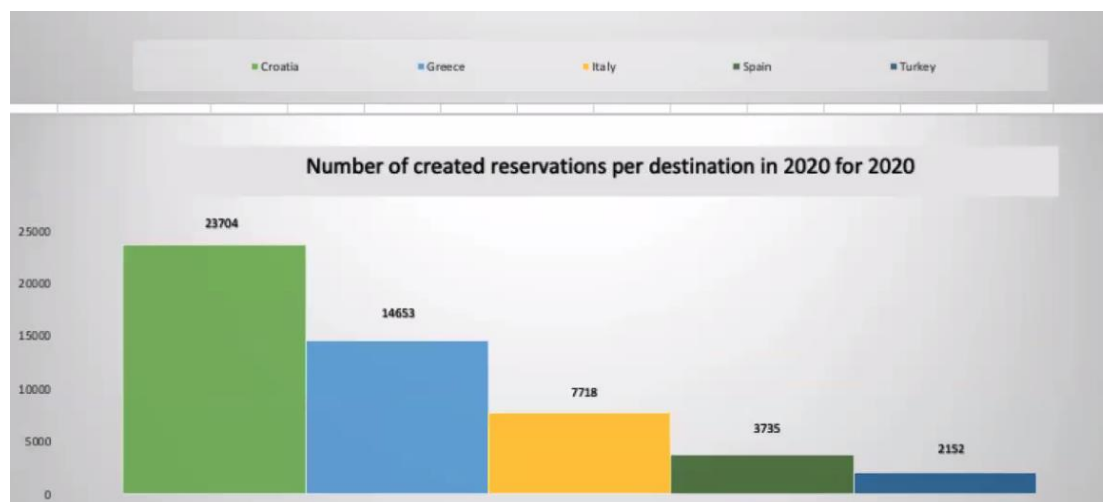
3.3 Τουρισμός Yachting στη Μεσόγειο και Covid 19

Ο Covid 19 επηρέασε τον τουρισμό Yachting όπως και όλες τις υπόλοιπες μορφές τουρισμού. Όλες οι χώρες της Μεσογείου προσαρμόστηκαν στα νέα δεδομένα και μέτρα πρόληψης κατά της πανδημίας του κορονοϊού. Οι λειτουργίες της κάθε εταιρίας αντιμετώπισαν την πρόκληση αυτής της προσαρμογής. Από τον Μάρτιο του 2020, όπου και έγινε καθολική η παρουσία της πανδημίας στην Ευρώπη και ξεκίνησε η

εμφάνιση πληθώρας κρουσμάτων, ξεκίνησαν μαζικά οι ακυρώσεις σε κρατήσεις που είχαν ήδη γίνει για τη σεζόν του 2020. Ήταν κάτι πρωτόγνωρο για όλους, τόσο για τους τουρίστες όσο και για τις εταιρίες που ασχολούνται με τον τουρισμό γιότινγκ.

Σύμφωνα με έρευνα του MMK Booking Manager, οι last minute κρατήσεις ήταν γεγονός σε όλες τις μεσογειακές χώρες.

Διάγραμμα 3.1: Κρατήσεις που πραγματοποιήθηκαν το 2020 για το 2020

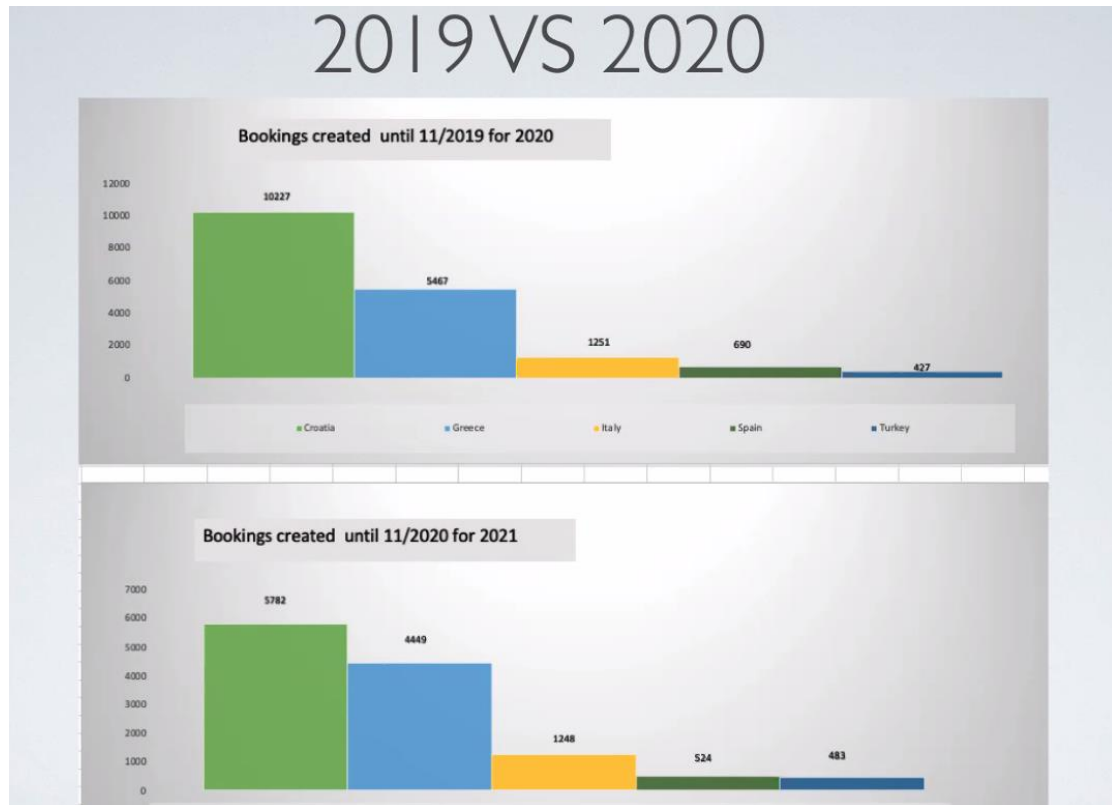


ΠΗΓΗ: MMK BOOKING MANAGER

Στην παραπάνω εικόνα βλέπουμε ότι η Κροατία είχε 23.704 κρατήσεις από το 2020 για το 2020. Στη δεύτερη θέση βλέπουμε την Ελλάδα με αριθμό κρατήσεων 14.653. Ακολουθούν οι Ιταλία, Ισπανία και Τουρκία. Με αυτούς τους αριθμούς καταλαβαίνουμε ότι ο τουρισμός Yachting είχε πολύ μεγάλη κινητικότητα κατά την περίοδο της πανδημίας. Σίγουρα, τα κέρδη της σεζόν του 2019 με αυτά της σεζόν του 2020 δε θα είναι τα ίδια, παρόλο που ο αριθμός κρατήσεων για τους μήνες Ιούλιο με Οκτώβριο μπορεί να ήταν ο ίδιος.

Σε επόμενη έρευνα του ίδιου φορέα βλέπουμε την κίνηση κρατήσεων για την επόμενη σεζόν.

Διάγραμμα 3.2: Κρατήσεις για το 2021



ΠΗΓΗ: MMK BOOKING MANAGER

Παρατηρούμε ότι ο αριθμός κρατήσεων μέχρι το Νοέμβριο του 2020 για τη σεζόν του 2021 είναι μειωμένος κατά το ήμισυ για την Κροατία σε σχέση με την περσινή χρονιά. Στην Ελλάδα, την Ιταλία, την Ισπανία και την Τουρκία, οι αριθμοί των κρατήσεων διατηρούνται σχεδόν ίδιοι με πέρυσι με μικρές αποκλίσεις. Ίσως μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η Κροατία θα συνεχίσει όπως και φέτος να πραγματοποιεί last minute κρατήσεις.

Μπορούμε να πούμε ότι όλες οι χώρες της Μεσογείου, επηρεάστηκαν από την πανδημία στον τουρισμό Yachting. Όμως προσαρμόστηκαν και κατάφεραν να διατηρήσουν τη δραστηριότητά τους με τις νέες συνθήκες. Το ερώτημα που τίθεται είναι σίγουρα αν θα διατηρηθούν οι last minute κρατήσεις και κατά πόσο και σε ποιο ποσοστό θα μπορέσει να γίνει επαναφορά των τιμών. Σε κάθε περίπτωση, όπως φαίνεται και στην παραπάνω εικόνα η ζήτηση υπάρχει ακόμη, αυτό που απομένει είναι πως θα χειριστούν οι εταιρίες αυτή τη ζήτηση και ποια θα είναι τα καινούρια δεδομένα που θα διαμορφώσουν το τουριστικό προϊόν του Yachting.

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία της Έρευνας

4.1 Ερευνητικοί Στόχοι

Στα προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας εργασίας, παρουσιάστηκαν θεωρητικά στοιχεία για την εναλλακτική μορφή τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας, τόσο διεθνή όσο και εγχώρια, για τον τρόπο με τον οποίο αυτή επηρεάζει την οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό. Η πανδημία του Covid – 19, σαφώς επηρέασε τον τομέα του τουρισμού σε όλες τις εκφάνσεις του. Ο κύριος στόχος της παρούσας έρευνας, είναι η διερεύνηση του βαθμού από τον οποίο επηρεάστηκε η δραστηριότητα του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας τόσο στην Ελλάδα όσο και στις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου. Αυτός ο γενικός στόχος, επιμερίζεται σε επιπλέον καθώς για να γίνει η συγκεκριμένη έρευνα έπρεπε να διερευνηθούν και άλλες παράμετροι.

Αρχικά, η γεωγραφική τοποθεσία της έρευνας, αφορά τη Μεσόγειο και δη την Ελλάδα και τις γειτονικές χώρες αυτής και συγκεκριμένα την Γαλλία, την Ισπανία, την Κροατία και την Ιταλία, καθώς σε αυτούς τους προορισμούς ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας αποτελεί ένα μεγάλο μέρος της τουριστικής δραστηριότητας.

Επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα που καλείται να απαντήσει η παρούσα έρευνα είναι τα παρακάτω,

- ✓ Ποιοι είναι οι λόγοι που κάνουν αυτές τις χώρες δημοφιλείς σε αυτό το είδος τουρισμού;
- ✓ Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα του τουρισμού γιότινγκ στις περιοχές αυτές;
- ✓ Ποιες είναι οι εθνικότητες των τουριστών που επιλέγουν ως επί τω πλείστων αυτόν τον τρόπο διακοπών;
- ✓ Ποιο είναι το ποσοστό των ακυρώσεων που πραγματοποιήθηκε λόγω του covid -19 κατά το έτος 2020;
- ✓ Ποιο είναι το ποσοστό του αναπρογραμματισμού των ναύλων που λόγω των έκτακτων μέτρων κατά της εξάπλωσης της πανδημίας, δεν μπόρεσαν να πραγματοποιηθούν;
- ✓ Ποια ήταν η τιμολογιακή πολιτική των εταιριών μπροστά στη νέα πραγματικότητα;

Όλοι οι επιμέρους ερευνητικοί στόχοι, έχουν σκοπό να οδηγήσουν στον πρωταρχικό, ο οποίος είναι η διερεύνηση των επιπτώσεων του Covid -19 στη δραστηριότητα του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στις ευρωπαϊκές χώρες της Μεσογείου.

4.2 Μεθοδολογία

Για την επίτευξη της ερευνητικής δραστηριότητας χρησιμοποιήθηκε τόσο η δευτερογενής όσο και η πρωτογενής έρευνα. Η ανεύρεση στοιχείων σε δευτερογενές επίπεδο, δηλαδή στοιχεία τα οποία υπάρχουν ήδη ως αποτελέσματα άλλων πρωτογενών ερευνών που έχουν ήδη διεξαχθεί, ήταν αρκετά δύσκολη. Ο λόγος που καθιστά τη συλλογή στοιχείων από δευτερογενή έρευνα δύσκολη είναι ότι το αντικείμενο της έρευνας της παρούσας μελέτης είναι ένα φαινόμενο επίκαιρο που βρίσκεται ακόμη σε εξέλιξη. Επομένως, υπάρχει σχετική αδυναμία στοιχείων σε δευτερογενές επίπεδο. Εξαιρέση αποτελούν τα πολύ χρήσιμα στοιχεία που παρουσιάζει το online σύστημα Yachtsys <https://www.yachtsys.com/YachtSys-Blog.html>, το οποίο δημοσίευσε αρκετά ερευνητικά άρθρα για την ενοικίαση σκάφους στη Μεσόγειο το 2020. Ακόμη, χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από online συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν το Νοέμβριο του 2020 από την ICE (International Charter Exposition) και MMK Booking Manager.

Εκτός από τη συγκέντρωση χρήσιμων δευτερογενών επίκαιρων στοιχείων πραγματοποιήθηκε και πρωτογενή ποιοτική έρευνα σε εκπροσώπους του κλάδου με δειγματοληψία κατά κρίση, σύμφωνα με την οποία το δείγμα επιλέγεται με βάση την κρίση του ερευνητή, με χρήση ημι-δομημένου οδηγού συνέντευξης (Babbie, 2011). Η δομή και οι ερωτήσεις του οδηγού συνέντευξης ακολουθούν τις διαμορφωμένες τάσεις στον τομέα του γιότινγκ και ιστιοπλοΐας και επιχειρούν να καλύψουν τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν.

Η μέθοδος της σκόπιμης δειγματοληψίας ή δειγματοληψίας κατά κρίση, αποτελεί είδος μη πιθανοτικής δειγματοληψίας και θεωρήθηκε η καταλληλότερη μέθοδος για την παρούσα έρευνα (Babbie, 2011). Σύμφωνα με αυτήν τη μέθοδο, η έρευνα απευθύνεται σε μονάδες των οποίων οι απαντήσεις θεωρούνται κατά κρίση πιο αντιπροσωπευτικές. Οι απαντήσεις μπορεί να στηρίζονται σε προσωπικές αλλά και αντιπροσωπευτικές ανά χώρα εμπειρίες, ως προς την επίδραση του ιού covid-19 στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Μονάδες έρευνας αποτέλεσαν εκπρόσωποι εταιρειών που δραστηριοποιούνται σε μεγάλο βαθμό με τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας σε Ευρωπαϊκές χώρες της Μεσογείου.

Δευτερογενή στοιχεία που συλλέχθηκαν από άλλες έρευνες συνδυάστηκαν στη συνέχεια με τα ερωτήματα που υπάρχουν και στον οδηγό συνέντευξης της παρούσας έρευνας, ώστε να εξαχθούν έγκυρα συμπεράσματα.

4.3 Δομή Οδηγού Συνέντευξης

Με βάση την παραπάνω μεθοδολογία και το συμπέρασμα ότι η πρωτογενής ποιοτική έρευνα είναι αυτή που θα προσφέρει το μεγαλύτερο μέρος των αποτελεσμάτων

δημιουργήθηκε ένας οδηγός συνέντευξης, που έθεσε τις κατάλληλες ερωτήσεις που απαντούν στα ερωτήματα που θέτουν οι ερευνητικοί στόχοι (Durbarry, 2020). Με μία σύντομη, απλή και ταυτόχρονα κατανοητή δομή, καλείται να καλύψει την ανάγκη για απαντήσεις αλλά και την υπόδειξη αυτών που απαντούν στα ερωτήματα, για ακριβείς, αξιόπιστες και συγκεκριμένες απαντήσεις. Στον οδηγό συνέντευξης συμπεριλαμβάνονται και οι δύο τύποι ερωτήσεων, κλειστού αλλά και του ανοικτού τύπου.

Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου (7, 11, 12, 13, 17) είναι αυτές στις οποίες ο συμμετέχων έχει να επιλέξει ανάμεσα σε κάποιες ήδη υπάρχουσες επιλογές. Με αυτόν τον τρόπο, οι απαντήσεις είναι πιο συγκεκριμένες και ακριβείς, ενώ ταυτόχρονα προσφέρουν μεγαλύτερη ευκολία στην επεξεργασία των απαντήσεων. Οι περισσότερες όμως ερωτήσεις στον οδηγό συνέντευξης είναι αυτές του ανοικτού τύπου (1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21), όπου δηλαδή ο συμμετέχων πρέπει να απαντήσει με την προσωπική του γνώμη και άποψη, πρέπει ο ίδιος να διατυπώσει την απάντηση.

Ειδικότερα, ο οδηγός συνέντευξης απαρτίζεται από 21 ερωτήματα. Από αυτά τα ερωτήματα 1 – 6 αφορούν γενικά ερωτήματα για τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στη Μεσόγειο. Οι ερωτήσεις 7 – 10 αφορούν αποκλειστικά τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στον Ελλαδικό χώρο. Σε επόμενο στάδιο, οι ερωτήσεις 11 – 16 αφορούν τις επιδράσεις της πανδημίας Covid -19 σε αυτό το είδος τουρισμού και τέλος στα ερωτήματα 17 – 21 οι συμμετέχοντες καλούνται να απαντήσουν σε ερωτήματα που αφορούν μελλοντικές προβλέψεις για την εξέλιξη του τουρισμού γιότινγκ σε συνάρτηση με την εξέλιξη της πανδημίας (βλ. Παράρτημα).

Αναλυτικότερα, στην πρώτη ομάδα των ερωτήσεων (1-5), ζητείται από τον συνεντευξιζόμενο να δημιουργήσει μία λίστα από τις χώρες της Μεσογείου που επιθυμούν περισσότερο να επισκεφτούν οι τουρίστες για τουρισμό γιότινγκ/ιστιοπλοΐας αλλά και μια λίστα των βασικών χωρών προέλευσης των τουριστών γιότινγκ/ιστιοπλοΐας. Η έκτη ερώτηση, αναφέρεται στα κύρια χαρακτηριστικά που έχει η ζήτηση του συγκεκριμένου είδους. Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων, περιέχει μία ερώτηση κλειστού τύπου (7) και δύο ανοικτού τύπου, όπου οι συμμετέχοντες πρέπει να κάνουν μία λίστα από πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του τουρισμού γιότινγκ/ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα. Στην τρίτη ομάδα ερωτήσεων, εμπεριέχονται και πάλι και τα δύο είδη ερωτήσεων, τόσο κλειστού τύπου (11, 12, 13) οι οποίες αφορούν ποσοστά ακυρώσεων και αναπρογραμματισμού ναύλων σε μελλοντικές ημερομηνίες όσο και ανοικτού τύπου (14, 15, 16) που υποδεικνύουν στους συμμετέχοντες τη δημιουργία λίστας από χώρες και εθνικότητες από τις οποίες προέρχονται οι ακυρώσεις των ναύλων αλλά και μία λίστα με τις χώρες που έχουν την περισσότερη ζήτηση για τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας για το 2020. Η τέταρτη και τελευταία ομάδα ερωτήσεων, περιέχει μία ερώτηση κλειστού τύπου (17) και τέσσερις ανοικτού τύπου. Σε αυτές ζητείται η γνώμη και η άποψη των συμμετεχόντων για τη μελλοντική εξέλιξη αυτού του είδους τουρισμού και τις συνέπειες της πανδημίας σε αυτό.

4.4 Δείγμα

Ο οδηγός συνέντευξης που περιγράφεται στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, απευθύνεται σε ανθρώπους που έχουν στενή και μακροχρόνια σχέση με τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Πιο συγκεκριμένα, σε επιχειρηματίες και προσωπικό εταιριών που δραστηριοποιούνται με αυτό το είδος τουρισμού. Η εμπειρία τους ανά τα χρόνια αλλά και η συνεχής προσπάθειά τους να εξελίξουν αυτή τη μορφή τουρισμού, τους καθιστούν κατάλληλο δείγμα ώστε να καλυφθούν με εγκυρότητα οι ερευνητικοί στόχοι που έχουν τεθεί. Ο οδηγός συνέντευξης στάλθηκε αρχικά σε 298 ηλεκτρονικές διευθύνσεις στελεχών τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας (οι οποίες αποκτήθηκαν μέσω παρακολούθησης των συνεδρίων MMK Booking Manager και ICE, 2020) στην Ελλάδα, στη Γαλλία, στην Ισπανία, στην Κροατία και στην Ιταλία, προκειμένου να μελετήσουν οι ενδιαφερόμενοι τις ερωτήσεις και να προετοιμαστούν για τη συνέντευξη. 120 συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τηλεφωνικά και διαδικτυακά - μέσω zoom και skype.

4.5 Διάρκεια έρευνας

Η έρευνα διήρκησε περίπου ένα έτος, κατά το οποίο έγινε η συλλογή των στοιχείων που παρουσιάζονται στην παρούσα έρευνα. Σε πρώτο στάδιο, έγινε η συλλογή στοιχείων της δευτερογενούς έρευνας, η οποία συνεχίστηκε παράλληλα και με την πρωτογενή, καθώς λόγω της επικαιρότητας και συνεχούς εξέλιξης της πανδημίας, τα δευτερογενή στοιχεία μεταβαλλόταν. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο του 2020 οπότε και συγκεντρώθηκε ένας ικανοποιητικός αριθμός απαντήσεων.

4.6 Περιορισμοί Έρευνας

Παρόλη την καταβληθείσα προσπάθεια για τη συγκέντρωση αξιόπιστων στοιχείων, όπως κάθε έρευνα έτσι και η συγκεκριμένη, έχει κάποιους περιορισμούς. Οι πιο μεγάλες δυσκολίες ήταν η συγκέντρωση στοιχείων από προηγούμενες έρευνες, καθώς δεν υπήρχαν αντίστοιχες που να εξετάζουν αυτό το αντικείμενο αλλά κυρίως η απαντητικότητα στις συνεντεύξεις. Ο Οδηγός συνέντευξης απευθύνθηκε σε πάρα πολλές εταιρίες που δραστηριοποιούνται τόσο στην Ελλάδα αλλά και σε λοιπές χώρες, όπως στη Γαλλία, στην Ισπανία, στην Κροατία και στην Ιταλία. Οι απαντήσεις έφτασαν σε έναν ικανοποιητικό αριθμό, παρόλα αυτά θα μπορούσαν σίγουρα να είναι περισσότερες. Ακόμη, το χρονικό διάστημα στο οποίο πραγματοποιήθηκε η έρευνα οι περισσότερες επιχειρήσεις καλούνταν να αντιμετωπίσουν μία καινούρια πρόκληση κάθε μέρα, λόγω της συνεχούς ραγδαίας εξέλιξης της πανδημίας και των περιορισμών που έπονταν. Αυτό ήταν κάτι αποτρεπτικό για τη συμμετοχή τους στην έρευνα.

Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα Έρευνών

Αρχικά θα παρουσιαστούν τα ευρήματα από δευτερογενείς έρευνες και στη συνέχεια αυτά της πρωτογενούς έρευνας.

Αποτελέσματα δευτερογενών ερευνών

Ως πρώτα στοιχεία δευτερογενούς έρευνας θα μελετήσουμε τα ευρήματα από το συνέδριο του International Charter Exposition, που πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, το Νοέμβριο του 2020 και στοιχεία έρευνας που παρουσιάζονται από τη Yachtsys. Θα αξιοποιήσουμε τη συνέντευξη που παρέθεσαν οι εκπρόσωποι τριών μεγάλης εμβέλειας στο χώρο εταιριών γιότινγκ από την Ιταλία, την Κροατία και την Ελλάδα (<https://youtu.be/vbjbtkXO4A4>)

Στη συνέντευξη αυτή, απαντώνται ερωτήματα που τίθενται και στον οδηγό συνέντευξης της πρωτογενούς έρευνας, ενώ κάθε εκπρόσωπος παραθέτει πληροφορίες σχετικά με την κατάσταση της κάθε χώρας και τον τρόπο με τον οποίο η κάθε μία έδρασε στην κατάσταση που δημιουργήθηκε στον κλάδο λόγω της πανδημίας.

Χρονικά, οι πληροφορίες που παρατίθενται στην εν λόγω συνέντευξη είναι πολύ χρήσιμες για την παρούσα έρευνα, καθώς πραγματοποιήθηκε μετά το πέρας της τουριστικής σεζόν, επιτρέποντας με αυτόν τον τρόπο στους εκπροσώπους να παρουσιάσουν μία ολοκληρωμένη εικόνα και άποψη. Ξεκινώντας παρουσιάζονται κάποια στοιχεία για τη γενικότερη εικόνα του τουρισμού γιότινγκ στη Μεσόγειο και το πως επηρεάστηκε από τον Covid - 19, τα οποία στην παρούσα εργασία παρατίθενται στο κεφάλαιο 3.3. Εν συντομία, τα σημαντικότερα αυτών ήταν το φαινόμενο των Last minute κρατήσεων και η τιμολογιακή πολιτική που επέφερε πτώση τιμών και πολύ μεγάλες εκπτώσεις.

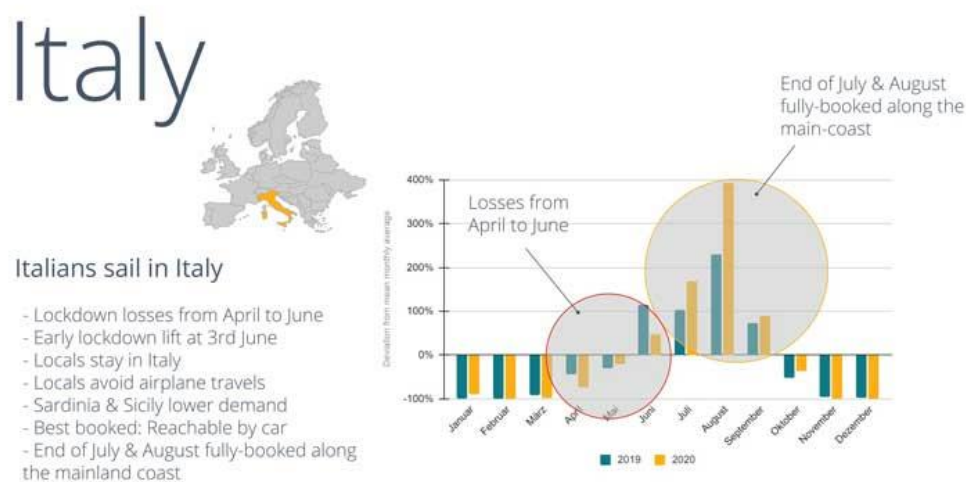
Ιταλία:

Η Ιταλία ήταν από τις χώρες που επλήγησαν σε πολύ μεγάλο βαθμό από τον Covid-19, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, με πάνω από 100.000 θανάτους. Παρόλα αυτά, κατάφερε να επιβιώσει και να διαπρέψει στον τομέα του τουρισμού γιότινγκ. Στην παραπάνω συνέντευξη όπου μίλησε για την Ιταλία και τον τουρισμό ιστιοπλοΐας εκπρόσωπος της εταιρίας Spartivento, μιας από τις μεγαλύτερες εταιρίες ενοικίασης σκαφών στην Ιταλία αναφέρει τα ακόλουθα: «*Η Ιταλία στράφηκε προς τον εσωτερικό τουρισμό. Βλέποντας τις διακοπές με σκάφος ως έναν από τους πιο ασφαλείς και ευχάριστους τρόπους για να περάσουν τις διακοπές τους, τις τελευταίες εβδομάδες του Ιουλίου 2020 και τις πρώτες του Αυγούστου, διαπιστώθηκε 100% πληρότητα στις κρατήσεις*».

Αυτό όμως που δείχνει να εντυπωσιάζει είναι ότι αν και οι κρατήσεις ήταν last minute, δεν πραγματοποιήθηκαν και οι αντίστοιχες εκπτώσεις. Σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες όπως για παράδειγμα την Κροατία ή την Ελλάδα, η Ιταλία σημείωσε ποσοστά

της τάξεως των 10% ή 0% έκπτωσης. Οι πελάτες προχωρούσαν σε κράτηση με full price, παρόλο που ήταν τελευταία στιγμή. Με αυτά τα δεδομένα και στοιχεία, η Ιταλία φαίνεται να διαπρέπει στον τουρισμό γιότινγκ εν μέσω της παγκόσμιας κρίσης που επέφερε ο Covid -19. Από μία άλλη οπτική θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι η ανάγκη για έστω μία βδομάδα διακοπών ήταν τόσο έντονη, που μόλις παρουσιάστηκε η ευκαιρία διακοπών με ‘ασφάλεια’, έσπευσαν να την εκμεταλλευτούν σε σημείο που δεν τους ένοιαζε να πετύχουν μια πιο οικονομικά προσιτή τελευταίας στιγμής κράτηση.

Διάγραμμα 5.1: Κατάσταση των κρατήσεων στην Ιταλία



FELIX WOLF - YACHTBOOKER NETWORK AG - November 2020 - © all rights reserved

ΠΗΓΗ: YACTBOOKER

Στο παραπάνω Διάγραμμα βλέπουμε να επιβεβαιώνονται τα παραπάνω στοιχεία που αφορούν την πορεία της Ιταλίας στο χώρο των ναυλώσεων κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου του 2020. Όπως παρατηρείται, ο εγχώριος τουρισμός κατέχει τον πρωταρχικό ρόλο στις ενοικιάσεις σκαφών που πραγματοποιήθηκαν στην Ιταλία. Οι παράγοντες που ευνόησαν αυτό το γεγονός ήταν αρχικά ότι η άρση του lock down ήρθε σχετικά νωρίς, δηλαδή από τις αρχές του Ιουνίου, γεγονός που βοήθησε να ξεκινήσει χωρίς άλλη καθυστέρηση και η τουριστική δραστηριότητα. Έπειτα ίσως το πιο σημαντικό ήταν η αποφυγή των πτήσεων και όλη η αβεβαιότητα που συνδέεται με αυτές (πιθανότητα ακύρωσης πτήσης τελευταίας στιγμής, πολύωρη αναμονή κ.ά.). Οι περιοχές που ήταν προσβάσιμες με αυτοκίνητο γνώρισαν τη μεγαλύτερη πληρότητα σε αριθμό κρατήσεων και αυτό επειδή είχαν δύο πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα, εύκολη και ασφαλή πρόσβαση χωρίς ταλαιπωρία, αναμονή και κούραση.

Επιπρόσθετα, ένα άλλο πολύ σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να κρατήσουμε από την παραπάνω εικόνα είναι η αύξηση στον αριθμό κρατήσεων που σημειώθηκε τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Το 2020 σημειώνεται δραματική αύξηση κατά τη διάρκεια

αυτών των μηνών σε σχέση με το 2019 με σχεδόν 100% πληρότητα τον Αύγουστο. Φυσικά, σε κάθε περίπτωση κρίσιμος ήταν και ο παράγοντας της ασφάλειας που υπόσχεται και το ίδιο το τουριστικό προϊόν, το οποίο υπόσχεται διακοπές με ιδιωτικότητα χωρίς έκθεση σε τρίτους (συνήθως είναι οικογένεια ή στενοί φίλοι) και άνεση. Όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα κεφάλαια τα σκάφη που πλέον προσφέρονται προς ενοικίαση τηρούν υψηλά στάνταρ και παρέχουν ανέσεις που κάλλιστα θα μπορούσε να βρει κάποιος και σε ένα πολυτελές δωμάτιο ξενοδοχείου.

Θα μπορούσαμε εν κατακλείδι να πούμε ότι για την Ιταλία ο εσωτερικός τουρισμός ήταν η λύση σε μία εποχή κρίσης τόσο από οικονομικής άποψης όσο και σε ένα ευρύτερο πλαίσιο όπου αποτελεί ίσως παράδειγμα προς μίμηση στον τομέα τουρισμού ιστιοπλοΐας. Μέσα σε μία ιδιαίτερη κατάσταση, η Ιταλία κατάφερε να σημειώσει ρεκόρ κρατήσεων και το πιο σημαντικό χωρίς μείωση τιμών. Με αυτά τα θετικά αποτελέσματα που σημειώθηκαν σε μία χώρα με έντονη δραστηριότητα στον τομέα γιότιγκ στη Μεσόγειο μπορούμε να πούμε ότι με μία πρώτη ματιά ο τουρισμός ιστιοπλοΐας κατάφερε να επιβιώσει και να σημειώσει σημαντικά ποσοστά κρατήσεων για το 2020.

Κροατία:

Μελετώντας την περίπτωση της Κροατίας, για την οποία μας δίνει στοιχεία εκπρόσωπος της εταιρίας NCP & Mare, σημειώνονται τα παρακάτω. Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 2.5, από το 2019 στο 2020 παρατηρείται ραγδαία αύξηση στον αριθμό των επαγγελματικών σκαφών στην Κροατία. Αυτό έφερε από τη μία πλευρά μία μεγάλη ποικιλία σκαφών διαθέσιμων προς ναύλωση αλλά από την άλλη πλευρά πολλές επιλογές για το δυνητικό πελάτη, δηλαδή την επιλογή του ίδιου τουριστικού προϊόντος από διαφορετικούς παρόχους.

Στην περίπτωση της Κροατίας, ο εσωτερικός τουρισμός λειτουργεί πολύ διαφορετικά από αυτόν της Ιταλίας. Μόλις το 10 με 15% των τουριστών που εξυπηρετεί η Κροατία αποτελεί εσωτερικό τουρισμό. Οι αλλοδαποί τουρίστες στηρίζουν με συντριπτική πλειοψηφία τον τουρισμό, κάτι που φαίνεται να αποτελεί ένα μεγάλο μειονέκτημα στην περίπτωση που μελετάμε. Ο λόγος είναι ότι εξωτερικοί παράγοντες, με κυριότερο αυτών, τα περιοριστικά μέτρα μετακίνησης που επιβλήθηκαν από διάφορες χώρες κατά την προσπάθεια μείωσης της εξάπλωσης του Covid -19, απέτρεψαν πολλούς αλλοδαπούς τουρίστες από το να εισέλθουν στη χώρα.

Ένα θετικό στοιχείο είναι ότι το παραπάνω πρόβλημα μετακίνησης, παρατηρήθηκε πιο έντονα στις αερομεταφορές με ακυρώσεις πτήσεων και λιγότερο στις χερσαίες μετακινήσεις. Η γεωγραφική θέση της Κροατίας, έφερε πολλούς τουρίστες από γειτονικές χώρες, όπως για παράδειγμα από τη Γερμανία ή την Αυστρία, οι οποίοι μέσα σε λίγες ώρες με το αυτοκίνητό τους μπορούσαν εύκολα να φτάσουν στον προορισμό της παραλαβής του σκάφους και να ξεκινήσουν τις διακοπές τους. Με αυτόν τον τρόπο επέρχεται μία ισορροπία σε σχέση με το πολύ χαμηλό ποσοστό εσωτερικού τουρισμού που φαίνεται να κατέχει.

Στο επίπεδο της τιμολογιακής πολιτικής, σε αντίθεση με την Ιταλία το ποσοστό των εκπτώσεων ήταν αισθητά αυξημένο. Παρατηρείται μεγάλη πτώση τιμών, προκειμένου να γίνει πιο ελκυστικό το εν λόγω τουριστικό προϊόν. Η Κροατία, που και τις εποχές πριν την πανδημία είχε προσιτές τιμές, τώρα παρατηρείται ακόμη πιο έντονο αυτό το φαινόμενο. Ένα πρώτο συμπέρασμα, θα μπορούσε να είναι ότι η τουριστική σεζόν για την Κροατία το 2020, δεν ήταν επιτυχημένη όσο αυτή της Ιταλίας, καθώς παρουσιάζει πληρότητα στις κρατήσεις αλλά με πολύ χαμηλές τιμές.

Ελλάδα:

Η Ελλάδα, η οποία εκπροσωπείται από τον εκπρόσωπο της εταιρίας Istion Yachting, φαίνεται να κινείται στα ίδια επίπεδα με την Κροατία. Αντίστοιχα, εμφανίζει μικρά ποσοστά εσωτερικού τουρισμού και οι αλλοδαποί τουρίστες στηρίζουν σχεδόν εξ' ολοκλήρου το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν. Ο τουρισμός στην Ελλάδα ξεκίνησε από τις αρχές Ιουλίου, με αποτέλεσμα την απώλεια τριών τουριστικά αξιοποιήσιμων μηνών. Αυτό το στοιχείο, φέρνει ήδη την Ελλάδα σε μειονεκτική θέση, καθώς ακυρώθηκαν οι κρατήσεις τριών μηνών, τα σκάφη έμειναν σε αδράνεια, με πολλά τρεχούμενα έξοδα, όπως για παράδειγμα τα έξοδα ελλιμενισμού.

Όμως, με το ξεκίνημα της τουριστικής σεζόν από τον Ιούλιο και τις πάρα πολλές ακυρώσεις, υπήρχε μεγάλη διαθεσιμότητα σκαφών για να καλύψουν τις last minute κρατήσεις. Οι τιμές όπως και στην Κροατία, είχαν καθοδική πορεία, προκειμένου να είναι πιο ελκυστικό το τουριστικό προϊόν και να καλυφθούν οι διαθεσιμότητες. Όπως είναι φυσικό με τις last minute κρατήσεις υπάρχει μία σχετική δυσκολία στη διεκπεραίωσή τους, καθώς δεν υπάρχει ένα χρονικό διάστημα προετοιμασίας και οργάνωσης. Αυτή η δυσκολία έγινε ακόμη πιο έντονη, αφού όλος ο όγκος των κρατήσεων από τον Ιούλιο ήταν στο μεγαλύτερο ποσοστό τελευταίας στιγμής.

Σε άλλο επίπεδο, η γεωγραφική θέση, είναι και πάλι καίριας σημασίας. Η Ελλάδα, είναι μία χώρα που στηρίζει την προσέλευση του εισερχόμενου τουρισμού της στις αερομεταφορές. Με την εκκίνηση της πανδημίας και των μέτρων κατά της εξάπλωσής της, η μετακίνηση από και προς την Ελλάδα έγινε πολύπλοκη και κάποιες φορές απαγορευτική. Τα περισσότερα ακριτικά μέρη, όπως τα νησιά, που είναι προσβάσιμα με πτήσεις τσάρτερ σε μεγάλο βαθμό, επλήγησαν από τη δυσλειτουργία των αερομεταφορών. Οι χερσαίοι προορισμοί, από την άλλη είχαν περισσότερη κινητικότητα και προσέλκυαν τουρίστες από τις χώρες των Βαλκανίων όπου είχαν εύκολη πρόσβαση με το αυτοκίνητό τους.

Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 2.5, στην Ελλάδα από το 2018 έως και σήμερα με τη βοήθεια επενδυτικών προγραμμάτων που εισήγαγε η κυβέρνηση για ανάπτυξη και δημιουργία τουριστικών επιχειρήσεων, έχουν προστεθεί περίπου 400 καινούρια επαγγελματικά σκάφη. Σε μία κανονική τουριστική σεζόν, χωρίς εξωτερικούς παράγοντες να τη δυσχεραίνουν, θα υπήρχε η δυσκολία της ανταγωνιστικότητας, λόγω της εξαιρετικά μεγάλης ποικιλίας εφάμιλλου τουριστικού προϊόντος. Με την πανδημία,

η κατάσταση έγινε ακόμη πιο δύσκολη. Ο μεγάλος ανταγωνισμός, έφερε αθέμιτες εκπτώσεις που οδήγησαν σε μία φθίνουσα τιμολογιακή πολιτική.

Μία άλλη παρατήρηση είναι, η πτώση σχεδόν κατά το ήμισυ στις κρατήσεις πολυτελών επαγγελματικών σκαφών. Ο λόγος είναι και πάλι η πανδημία και η δυσκολία πρόσβασης στη χώρα. Οι δύο κύριες εθνικότητες τουριστών που επιλέγουν να κάνουν τις διακοπές τους με αυτό το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν, προέρχονται από τη Ρωσία και την Αμερική. Και οι δύο αυτές χώρες δεν μπορούσαν να έρθουν, με αποτέλεσμα την ακύρωση των περισσότερων κρατήσεων. Επομένως, η περισσότερη κίνηση προήλθε από τους τουρίστες που επιλέγουν άλλες κατηγορίες επαγγελματικών σκαφών και που η πρόσβασή τους στη χώρα ήταν εφικτή.

Ο παρακάτω πίνακας, επιβεβαιώνει τα προαναφερθέντα για τις χώρες της Κροατίας και της Ελλάδας. Αρχικά, παρατηρείται ξανά η απώλεια των πρώτων μηνών της τουριστικής σεζόν. Βέβαια στην περίπτωση της Κροατίας, έχει χαθεί μόνο ένας μήνας, αφού από τα μέσα Μαΐου, ξεκίνησε η τουριστική δραστηριότητα, ενώ στην Ελλάδα χάθηκαν τρεις μήνες, με την έλευση των τουριστών να ξεκινάει τον Ιούλιο. Οι αερομεταφορές και σε αυτήν την έρευνα, έχουν μεγάλη σημασία, καθώς στέρησαν την πρόσβαση σε τουρίστες από τοποθεσίες «κλειδιά» όπως χαρακτηριστικά έχει αναφερθεί. Η μείωση πτήσεων και οι ποικίλες προϋποθέσεις που έπρεπε να τηρηθούν τόσο από τη μεριά των τουριστών αλλά και από αυτή των αεροπορικών εταιριών, έκανε ακόμη πιο δύσκολη την απόφαση για τους τουρίστες να ταξιδέψουν σε μακρινά μέρη για να κάνουν τις διακοπές τους. Τέλος, το γεγονός ότι στην Κροατία στα τέλη του Αυγούστου ανακοινώθηκαν για δεύτερη φορά ταξιδιωτικοί περιορισμοί και προειδοποιήσεις, δυσχέρανε περισσότερο την κατάσταση.

Croatia Greece Spain



North-European Sailors missing in High Season

- Were favourite destinations before 2020
- Heavy lockdown losses in spring
- Boat rentals Croatia started mid of May
- Charters in ES and GR from begin of July
- Annoying mask policy at airports and planes
- Fewer air travels from source countries
- Low summer occupancies in HR, GR and ES
- Croatia: 2nd travel warning end of August

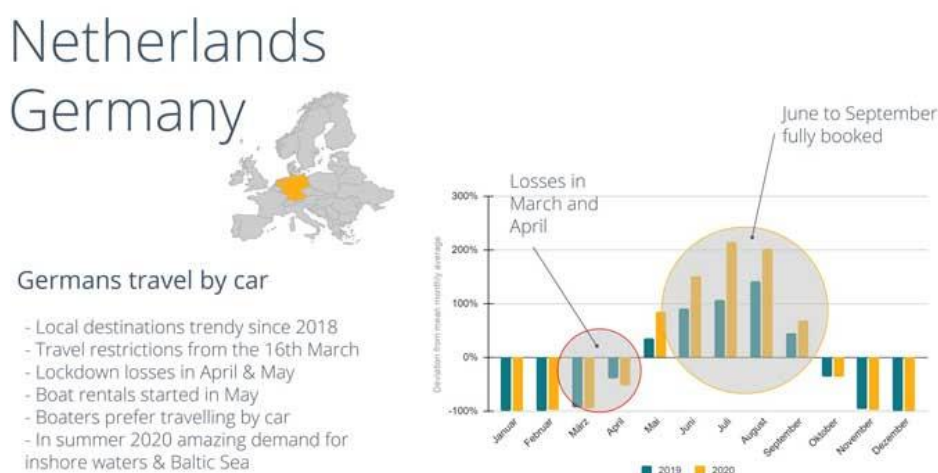


FELIX WOLF - YACHTBOOKER NETWORK AG - November 2020 - © all rights reserved

Διάγραμμα 5.2: Κατάσταση κρατήσεων στην Κροατία, την Ελλάδα και την Ισπανία

ΠΗΓΗ: YACHTBOOKER

Σε έναν άλλον πίνακα της Yachtsys, παρατηρούμε τη στροφή προς τον εσωτερικό τουρισμό ως φαινόμενο που αναπτύχθηκε ιδιαίτερα το 2020, παίρνοντας ως παράδειγμα δύο χώρες που είναι κύρια πηγή τουριστών ιστιοπλοΐας και γιότινγκ, την Ολλανδία και τη Γερμανία. Τα τελευταία χρόνια, μόλις από το 2018, ξεκίνησε να υπάρχει ζήτηση και για προορισμούς εντός της χώρας για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού σε αυτές τις χώρες. Από τον Ιούνιο μέχρι και το Σεπτέμβριο, παρατηρείται πληρότητα στις κρατήσεις για εγχώριους παράκτιους προορισμούς ή μέρη όπως η Βαλτική Θάλασσα, που είναι κοντινής απόστασης και προσβάσιμη με αυτοκίνητο από αυτές τις δύο χώρες.



FELIX WOLF - YACHTBOOKER NETWORK AG - November 2020 - © all rights reserved

Διάγραμμα 5.3: Τουρίστες από την Ολλανδία και τη Γερμανία

ΠΗΓΗ: YACHTBOOKER

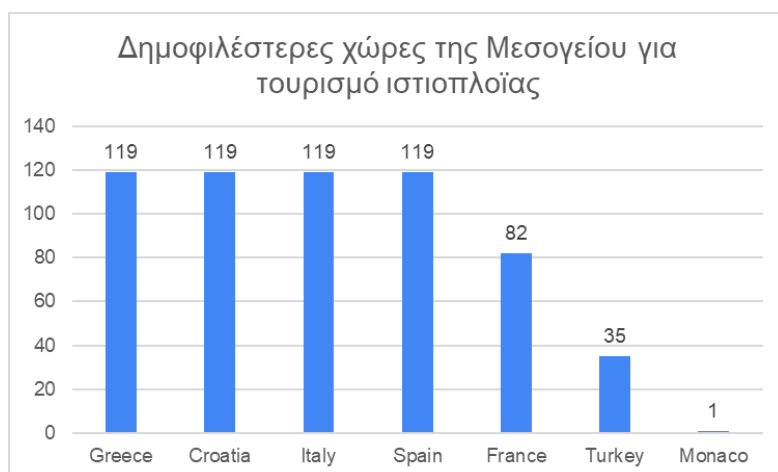
Τα παραπάνω στοιχεία, ως απόρροια της δευτερογενούς έρευνας, δίνουν μία πρώτη εικόνα, για τη διαμόρφωση της τουριστικής δραστηριότητας το 2020, υπό την επήρεια των συνεπειών που επέφερε η πανδημία Covid -19.

Αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας

Στη συνέχεια θα μελετηθούν τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας, που διεξήχθη με συνεντεύξεις και οδηγό συνέντευξης. Οι ερωτήσεις που τίθενται σε αυτό έχουν όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 4, στόχο αξιόπιστες και ακριβείς απαντήσεις που θα βοηθήσουν στη διαμόρφωση μιας πιο συνολικής εικόνας για την εξέλιξη της ειδικής μορφής τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας το 2020 υπό τις εξαιρετικές συνθήκες που επέφερε η πανδημία του covid-19.

1. Τουρισμός γιότινγκ στη Μεσόγειο

Η πρώτη ομάδα ερωτήσεων αφορά στον προσδιορισμό, ανεξαρτήτως της πανδημίας, του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας ως μορφή τουρισμού στη Μεσόγειο. Η πρώτη ερώτηση που απάντησαν οι συμμετέχοντες, είναι να ονοματίσουν τις πέντε πιο ελκυστικές χώρες της Μεσογείου για αυτό το είδος τουρισμού. Στο παρακάτω διάγραμμα, φαίνεται ότι οι τέσσερις πιο δημοφιλείς χώρες είναι η Ελλάδα, η Κροατία, η Ιταλία και η Ισπανία με ίσο αριθμό απαντήσεων. Ακολουθεί στην πέμπτη θέση η Γαλλία με 82 απαντήσεις, έπειτα με πολύ λιγότερες απαντήσεις είναι η Τουρκία και η υπήρχε και μόνο μία απάντηση για το Μονακό.



Διάγραμμα 5.4: Δημοφιλέστερες χώρες της Μεσογείου για τουρισμό ιστιοπλοΐας

Η δεύτερη ερώτηση της πρώτης ομάδας, αφορά τις πέντε χώρες της Μεσογείου που έχουν τις καλύτερες υποδομές για να υποστηρίξουν αυτή τη μορφή τουρισμού. Όπως και στις απαντήσεις της πρώτης ερώτησης, οι ίδιες χώρες πρωτοστατούν και σε αυτήν.

Η τρίτη ερώτηση που αφορά τη νομοθετική πλευρά, έχει πάλι ως απάντηση τις ίδιες πέντε χώρες. Κάποιος μπορεί να συμπεράνει ότι αυτές οι πέντε χώρες άλλες σε μεγαλύτερο και άλλες σε μικρότερο βαθμό έχουν δημιουργήσει υποδομές και νομοθεσία προκειμένου να υποστηρίξουν αυτή τη μορφή τουρισμού, εφόσον αποτελεί μέρος της τουριστικής τους δραστηριότητας.

Η τέταρτη ερώτηση ορίζει να ταξινομηθούν πέντε χώρες στη Μεσόγειο που ισοσταθμίζουν τις καλύτερες υπηρεσίες με τις καλύτερες τιμές. Για ακόμα μία φορά, οι πέντε χώρες είναι οι ίδιες με αυτές που φαίνονται στο παραπάνω γράφημα.

Η πέμπτη ερώτηση με σκοπό να μικρύνει ακόμη περισσότερο το δείγμα, ζητά από τους συμμετέχοντες να ορίσουν τρεις από τις πιο δημοφιλείς χώρες στη Μεσόγειο για τουρισμό γιότινγκ σύμφωνα με τις προτιμήσεις των πελατών. Στο παρακάτω γράφημα, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι τρεις πιο δημοφιλείς προορισμοί είναι η Κροατία, η Ελλάδα και η Ιταλία με ποσοστό 19%. Με μικρή διαφορά στην τέταρτη θέση είναι η Ισπανία με ποσοστό 14%.



Διάγραμμα 5.5: Τρεις δημοφιλέστεροι προορισμοί

2. Προτιμήσεις των τουριστών γιότινγκ

Η τελευταία ερώτηση της πρώτης ομάδας, αφορά τα χαρακτηριστικά της ζήτησης των πελατών όταν θέλουν να νοικιάσουν ένα σκάφος. Η πλειοψηφία των απαντήσεων συγκεντρώνει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά.

- Τοποθεσία – διαδρομές με σκάφος – τοπία (20%)
- Τιμή σκάφους και πακέτου – ισοστάθμιση τιμής και ποιότητας (30%)
- Συνδεσιμότητα μέρους παραλαβής σκάφους και πτήσεων – πρόσβαση με αυτοκίνητο – εύκολη πρόσβαση στο σημείο παραλαβής (20%)
- Επίπεδο παροχής υπηρεσιών – συντήρηση και κατάσταση σκαφών (10%)
- Πολιτική ακύρωσης – ασφάλεια – ευελιξία (10%)
- Καιρικές συνθήκες – ιδανικές για ιστιοπλοΐα (5%)
- Φήμη της εταιρίας που παρέχει το σκάφος και αξιολόγηση (5%)

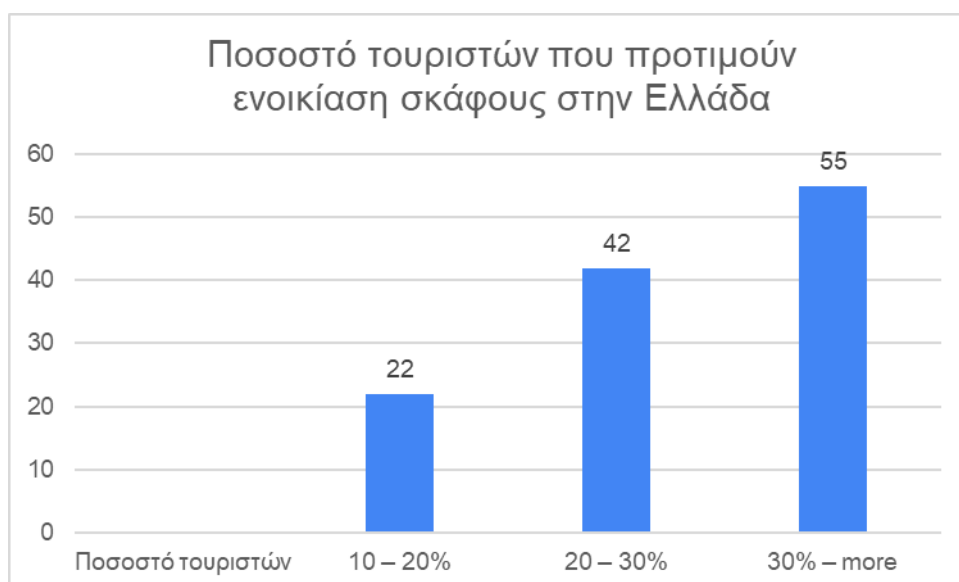
Τα παραπάνω μας δείχνουν ότι τα χαρακτηριστικά των προτιμήσεων των πελατών, όταν πρόκειται για ενοικίαση σκάφους, είναι απόλυτα συμβατά με την παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας. Όπως και σε κάθε άλλη αγορά τουριστικού πακέτου, η τιμή, η ποιότητα και η τοποθεσία παίζουν τον πιο σημαντικό ρόλο. Θα πρέπει το προϊόν να είναι ελκυστικό (παροχές, άνεση, τοπίο) και ταυτόχρονα να είναι ανταγωνιστικό σε τιμή για να το επιλέξει ο τουρίστας. Η πολιτική ακύρωσης είναι εξίσου σημαντική, καθώς ο τουρίστας για κάποιο λόγο μπορεί να μην καταφέρει να πραγματοποιήσει τις διακοπές του, θα πρέπει τόσο αυτός όσο και η εταιρία που παρέχει το τουριστικό προϊόν να έχουν αμφοτέρωτα κάποια κάλυψη.

Η πρόσβαση στο σημείο παραλαβής είναι σαφώς πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό επίσης. Συνήθως τα μέρη αυτά είναι ακριτικά ή βρίσκονται σε κάποια νησιωτική περιοχή, με αποτέλεσμα να είναι απαραίτητη η καλή σύνδεση με πτήσεις από ηπειρωτικές περιοχές. Κάποιες φορές αν όχι τις περισσότερες, αυτό παίζει καθοριστικό

ρόλο στην αγορά ή όχι του προϊόντος. Όσο πιο εύκολα προσβάσιμο είναι το μέρος παραλαβής του σκάφους, τόσο περισσότερες είναι και οι πιθανότητες αγοράς. Τέλος, οι καιρικές συνθήκες, είναι ύψιστης σημασίας για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού. Η ιστιοπλοΐα απαιτεί συγκεκριμένες πλεύσεις ανάλογα με τον καιρό και συγκεκριμένα σημεία αγκυροβολίας, ανάλογα με τη γεωγραφική τοποθεσία και τον καιρό.

3. Τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα

Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων αφορά τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα. Η πρώτη ερώτηση αφορά το ποσοστό των τουριστών που προτιμούν να ενοικιάσουν σκάφος στην Ελλάδα. Στον παρακάτω πίνακα, φαίνεται ότι υπερσχύει το ποσοστό των 30% και περισσότερων, με 55 απαντήσεις. Αυτό δείχνει ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα προτίμησης πολλών τουριστών που ασχολούνται με τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού. Με 42 απαντήσεις είναι το ποσοστό 20% - 30% και τελευταίο με 22 απαντήσεις είναι το ποσοστό των 10% - 20%. Σε όλες τις περιπτώσεις, οι συμμετέχοντες με τις απαντήσεις τους δείχνουν ότι η ενοικίαση σκάφους στην Ελλάδα βρίσκεται σε σημαντική θέση.



Διάγραμμα 5.6: Ποσοστό τουριστών που προτιμούν ενοικίαση σκάφους στην Ελλάδα

Η ερώτηση οκτώ, ζήτησε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν πέντε πλεονεκτήματα που συναντούν στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα. Η πλειοψηφία των απαντήσεων, συναντάται στα παρακάτω

1. Ιδανικές καιρικές συνθήκες – Φυσικά αυθεντικά τοπία (20%)
2. Μεγάλη ποικιλία σκαφών – ανταγωνιστικές τιμές (40%)
3. Χαμηλές τιμές σε κόστη ελλιμενισμού και παροχές νερού και ρεύματος σε μαρίνες και λιμάνια (20%)
4. Παράδοση – Ελληνική κουζίνα – Ιστορικά αξιοθέατα (10%)
5. Ποικιλία ιστιοπλοϊκών διαδρομών (10%)

Τα πέντε πλεονεκτήματα που κάνουν την Ελλάδα επιθυμητή σαν χώρα για διακοπές με σκάφος, πληρούν σε μεγάλο βαθμό και τα χαρακτηριστικά τουριστικών προτιμήσεων που είδαμε στην τελευταία ερώτηση της πρώτης ομάδας. Με πρώτο αυτό των καιρικών συνθηκών, ιδανικό κλίμα και ευνοϊκούς ανέμους, κάνουν τον προορισμό ιδιαίτερα ελκυστικό για τους έμπειρους και μη ιστιοπλόους. Στη συνέχεια, το φυσικό τοπίο, η άγρια ομορφιά της φύσης χωρίς την ανθρώπινη παρέμβαση, είναι στοιχεία που καθιστούν στις πρώτες επιλογές προορισμών την Ελλάδα. Ειδικά, η πρόσβαση με σκάφος σε μέρη που διαφορετικά κάποιος δεν μπορεί να επισκεφθεί με κάποιον άλλο τρόπο, δείχνουν τη μοναδικότητα του φυσικού τοπίου σε σχέση με τις διακοπές με σκάφος.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ραγδαία αύξηση επαγγελματικών σκαφών στην Ελλάδα. Αυτό εντάσσεται στα πλεονεκτήματα που έχει η χώρα ως προς αυτό το είδος τουρισμού σε συνδυασμό με την ανταγωνιστικότητα των τιμών. Οι τιμές που προσφέρονται είναι ανταγωνιστικές σε σχέση με το είδος και την ποιότητα του σκάφους, γεγονός που καθιστά το προϊόν ελκυστικό για τον τουρίστα. Σε συνέχεια αυτού, οι χαμηλές τιμές στο κόστος ελλιμενισμού και στις παρεχόμενες υπηρεσίες των μαρινών και λιμανιών το καθιστά ακόμη πιο ανταγωνιστικό. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι σε κάποια λιμάνια δεν υπάρχει καν κόστος ελλιμενισμού ή ακόμη και αν υπάρχει είναι κάποιο συμβολικό ποσό.

Το τέταρτο και σίγουρα αναμενόμενο πλεονέκτημα αφορά την ελληνική κουλτούρα, πολιτισμό και οπωσδήποτε τη γαστρονομία. Σαν τουριστικός προορισμός, προσφέρει στον τουρίστα την εμπειρία μιας νέας, ενδιαφέρουσας και φημισμένης ανά τον κόσμο κουζίνας, πλούσια ιστορία με αρχαία μνημεία και αξιοθέατα και πολλές επιλογές διασκέδασης και ύφους διακοπών. Αυτό είναι επίσης ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα, καθώς ο τουρίστας έχει να διαλέξει ανάμεσα σε πολλά μέρη, με τη δική του κουλτούρα το καθένα και για να συνδυάσουμε και το πέμπτο πλεονέκτημα ποικιλία ιστιοπλοϊκών διαδρομών. Κάποιος μέσα σε μία εβδομάδα (σύνηθες χρονικό διάστημα ενοικίασης σκάφους στην Ελλάδα) μπορεί να δει πολλά μέρη «island hopping» και να συνδυάσει διακοπές με ξενάγηση σε δημοφιλή αξιοθέατα ή ακόμη και να τα εξερευνήσει μόνος του.

Η ερώτηση εννέα, αφορά τα πέντε μειονεκτήματα που παρουσιάζει η Ελλάδα σε σχέση με τον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Με βάση τις ποικίλες απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση, τα κύρια πέντε μειονεκτήματα συνοψίζονται στα ακόλουθα:

1. Ελλιπείς Υποδομές (30%)
2. Φορολογία επαγγελματικών σκαφών – Γραφειοκρατία (20%)
3. Πολύς κόσμος κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών (10%)
4. Χαμηλή συνδεσιμότητα πτήσεων με νησιά (20%)
5. Υψηλή ανταγωνιστικότητα – Πολλές εταιρίες – Αναξιοπιστία (20%)

Με βάση τα παραπάνω, συναντούμε και σε αυτήν την περίπτωση κάποια από τα χαρακτηριστικά των προτιμήσεων των τουριστών αναφορικά με το συγκεκριμένο

τουριστικό προϊόν. Αρχικά, το μεγαλύτερο μειονέκτημα εντοπίζεται στις υποδομές. Οι υπηρεσίες στις μαρίνες και τα λιμάνια τις περισσότερες φορές δεν πληρούν τις προϋποθέσεις και δεν είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο. Καθώς ο αριθμός των σκαφών και η ζήτηση από τους τουρίστες αυξάνεται θα πρέπει και οι υποδομές να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τα νέα δεδομένα, κάτι το οποίο όπως φαίνεται δε συμβαίνει.

Το δεύτερο μειονέκτημα αφορά τη φορολογία των σκαφών και δη των μικρότερων σκαφών. Παρότι η δραστηριότητα των επαγγελματικών σκαφών στην Ελλάδα έχει ανοδική πορεία, η νομοθεσία περί φορολογίας δυσκολεύει συνεχώς τη συνέχισή της. Ένα άλλο πρόβλημα είναι η γραφειοκρατία, καθώς μόνο οι συναλλαγές με τις λιμενικές αρχές για τις διαδικασίες απόπλου απαιτούν από τον τουρίστα και τον πάροχο, μία σειρά εγγράφων και μία σειρά διαδικασιών που καθυστερεί και δυσκολεύει τον τουρίστα ήδη από το ξεκίνημα των διακοπών του.

Το τρίτο μειονέκτημα, που αφορά την πολυκοσμία, είναι κάτι που δεν μπορεί κάποιος να μεταβάλλει εύκολα. Τα δημοφιλή μέρη με τις εξωτικές παραλίες είναι ως επί το πλείστον μικρά και οι τουρίστες που θέλουν να τα επισκεφτούν πολλοί. Καθώς αυτές οι δύο μεταβλητές είναι δυσανάλογες, είναι εύλογο να δημιουργούνται συνθήκες συνωστισμού κατά τους μήνες αιχμής της τουριστικής δραστηριότητας, που αποτρέπουν τον τουρίστα να απολαύσει τα μέρη εκείνα στο βαθμό που φανταζόταν. Σε κάθε περίπτωση, αυτό είναι και πρόβλημα του σχεδιασμού της διαδρομής, κάποιος πριν επισκεφθεί τον προορισμό μπορεί να κάνει σχετική έρευνα για τα μέρη και να μάθει χρήσιμες πληροφορίες από τον πάροχο ούτως ώστε να προγραμματίσει τη διαδρομή όσο πιο καλά γίνεται.

Το τέταρτο μειονέκτημα αντανακλά ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά των προτιμήσεων των τουριστών, το οποίο είναι η συνδεσιμότητα του προορισμού παραλαβής του σκάφους με τον τόπο από τον οποίο προέρχεται ο τουρίστας. Η εύκολη πρόσβαση και η ελάχιστη ταλαιπωρία, είναι κάτι που ο τουρίστας σίγουρα θα προτιμήσει σε σχέση με ένα πολύωρο ταξίδι, αλλαγή δύο και τριών πτήσεων ή σε ακόμη χειρότερη περίπτωση αλλαγή πτήσεων και ενοικίαση αυτοκινήτου προκειμένου να φτάσει στο μέρος παραλαβής του σκάφους.

Το τελευταίο μειονέκτημα, είναι η αρνητική πλευρά ενός πλεονεκτήματος που είδαμε στην προηγούμενη ερώτηση, το οποίο είναι η μεγάλη ποικιλία σκαφών. Ως μειονέκτημα λειτουργεί με τον ακόλουθο τρόπο. Υπάρχουν διαθέσιμα πολλά και ίδιων χαρακτηριστικών σκάφη, τα οποία προμηθεύονται από διαφορετικές εταιρίες. Σε αυτό απαντά εύστοχα στη συνέντευξη της δευτερογενούς έρευνας που παρουσιάστηκε σε πρώτη φάση, ο εκπρόσωπος εταιρίας της Κροατίας, όπου σχολίασε ότι *«η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη των παλαιότερων εταιριών με εμπειρία στο χώρο κερδίζουν την ψήφο εμπιστοσύνης των πρακτόρων και κατά συνέπεια των τουριστών»*. Οι καινούριες εταιρίες, έρχονται πάντα δεύτερες όσο είναι άγνωστες και άρα όχι σίγουρα αξιόπιστες στην κοινότητα της εν λόγω τουριστικής μορφής.

4. Προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα

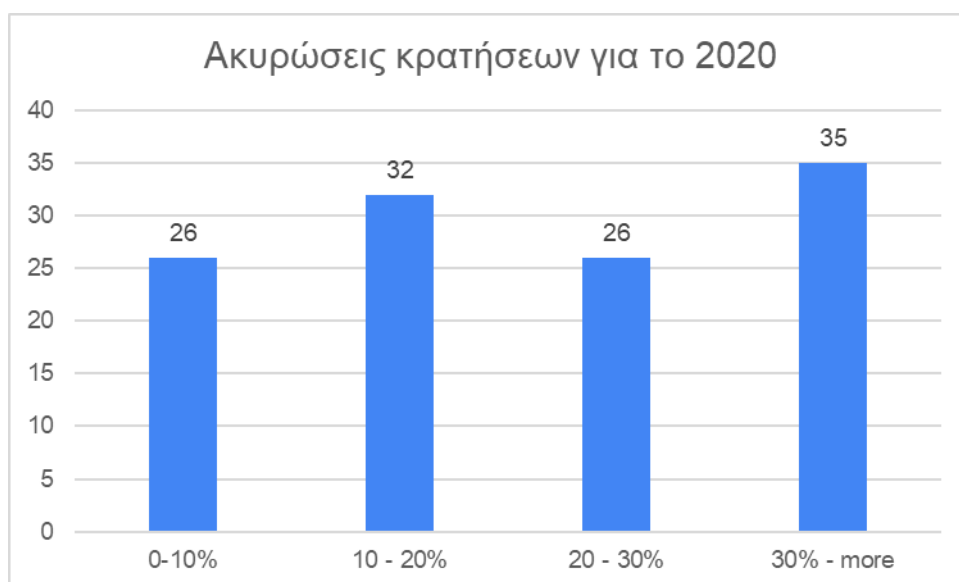
Η τελευταία ερώτηση της δεύτερης ομάδας, αφορά τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις που συγκεντρώθηκαν καθώς υπήρχαν και κάποιοι συμμετέχοντες που απάντησαν ότι δε γνωρίζουν, μπορούν να συνοψιστούν ως εξής.

Αρχικά, οι περισσότεροι αναφέρουν ότι οι προοπτικές ανάπτυξης είναι μεγάλες αρκεί να βελτιωθούν κάποιες συνθήκες, όπως ο εκσυγχρονισμός και η λειτουργικότητα των υποδομών, η μείωση της γραφειοκρατίας και η καλύτερη συνδεσιμότητα πτήσεων.

Σαν προορισμός υπερτερεί άλλων λόγω φυσικής ομορφιάς και επιλογών, αλλά υστερεί σε οργάνωση και υποδοχή μεγαλύτερων αριθμών τουριστών. Η ανάπτυξη επιτάσσει περισσότερους τουρίστες κάτι όμως το οποίο συνάδει με τη βελτίωση παροχής υπηρεσιών και διατήρηση της ποιότητάς τους. Η ποιότητα του προϊόντος δε θα πρέπει να μειωθεί προκειμένου να εξυπηρετηθεί μεγαλύτερος αριθμός τουριστών. Η ζήτηση για ενοικίαση σκάφους στην Ελλάδα είναι σε υψηλά επίπεδα και σε συνδυασμό με τη βελτίωση όλων των παραπάνω η ανάπτυξη θα επιτευχθεί αναπόφευκτα.

5. Οι επιδράσεις του Covid – 19 στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας

Η τρίτη ομάδα ερωτήσεων του οδηγού συνέντευξης, περιλαμβάνει τις ερωτήσεις που απευθύνονται στις επιδράσεις του Covid – 19 στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας. Ξεκινώντας με την πρώτη ερώτηση αυτής της ομάδας, στο παρακάτω γράφημα βλέπουμε τα ποσοστά των ακυρώσεων που επήλθαν λόγω αιτιών που σχετίζονται με την πανδημία.

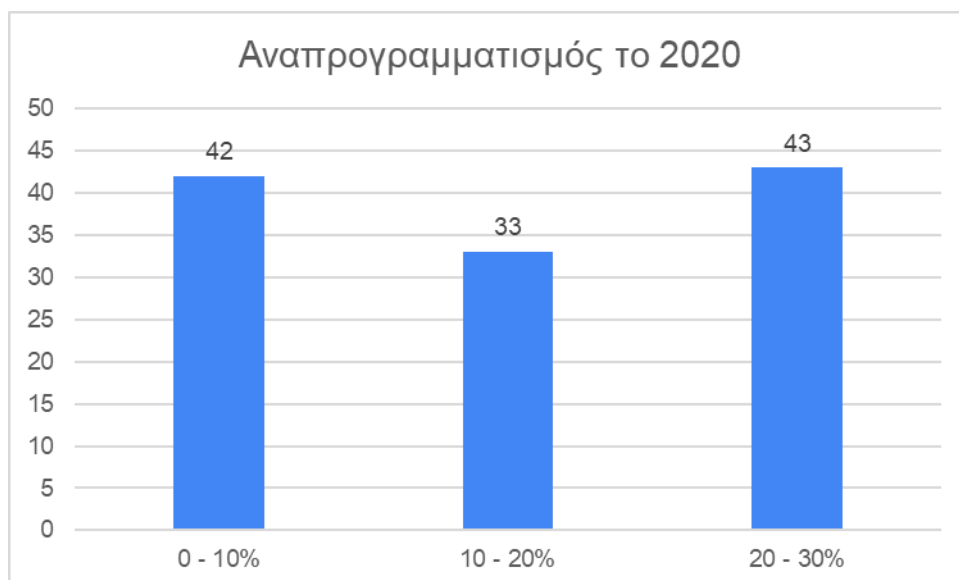


Διάγραμμα 5.7: Ακυρώσεις κρατήσεων για το 2020

Όπως παρατηρούμε, τις περισσότερες απαντήσεις 35, συγκεντρώνει το ποσοστό 35% ή περισσότερες ακυρώσεις, γεγονός το οποίο μας δείχνει και τη σημαντικότητα της επιρροής της πανδημίας πάνω στην μελετώμενη τουριστική δραστηριότητα. Στη

δεύτερη θέση με 32 απαντήσεις είναι το ποσοστό 10 – 20% ακυρώσεις, ενώ στην τρίτη θέση με ισοψηφία απαντήσεων 26 είναι τα ποσοστά 20 – 30% και 0 – 10% ακυρώσεις.

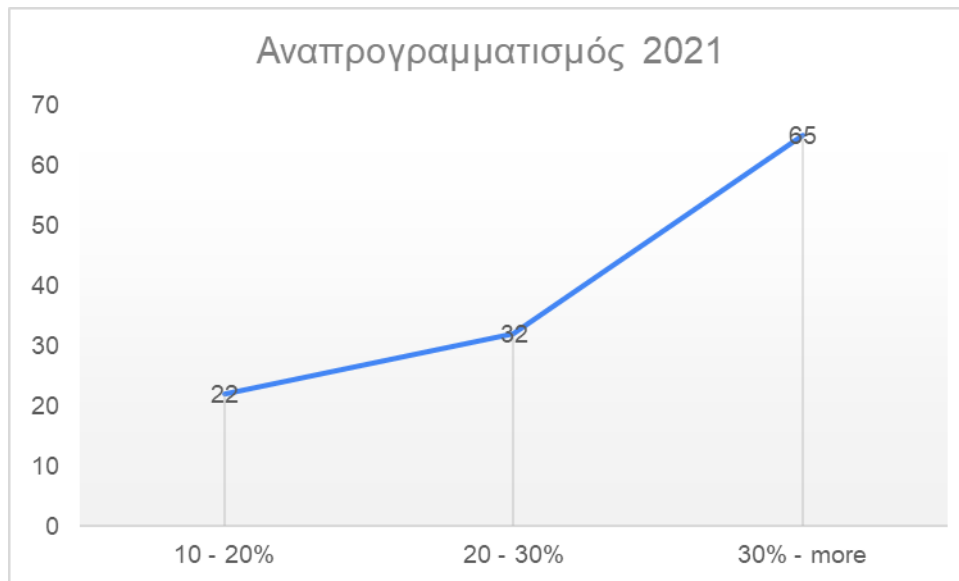
Η δεύτερη ερώτηση, που αφορά ποιο είναι το ποσοστό των κρατήσεων που θα αναπρογραμματιστούν μέσα στο ίδιο έτος, τα ποσοστά που συγκεντρώνονται όπως φαίνεται και στον παρακάτω Διάγραμμα είναι σχεδόν ισόποσα.



Διάγραμμα 5.8: Αναπρογραμματισμός κρατήσεων το 2020

Το ποσοστό 20 – 30% συγκεντρώνει τις περισσότερες απαντήσεις (43), ενώ αμέσως μετά με 42 απαντήσεις είναι το ποσοστό 0 – 10% και με 33 απαντήσεις το ποσοστό 10 – 20%. Οι σχεδόν ίσοι αριθμοί απαντήσεων, μας δείχνουν την αβεβαιότητα της κατάστασης. Η ραγδαία εξέλιξη της πανδημίας, έκανε ορισμένους να θέλήσουν να πάνε τις διακοπές του λίγο πιο μετά χρονικά, αλλά να μην τις χάσουν εντελώς, ενώ κάποιοι άλλοι αποφάσισαν να μην ταξιδέψουν με τίμημα να χάσουν τις διακοπές που είχαν σχεδιάσει τον προηγούμενο καιρό.

Η επόμενη ερώτηση σε συνέχεια της προηγούμενης, αφορά το ποσοστό αναπρογραμματισμού για τον επόμενο χρόνο, το 2021. Όπως βλέπουμε και στο παρακάτω γράφημα, η πλειοψηφία των απαντήσεων (65), απάντησαν ότι το ποσοστό 30% και περισσότεροι θα αναβάλουν τις διακοπές τους για το επόμενο έτος. Έπειτα με 32 απαντήσεις είναι το ποσοστό των 20% - 30% και τέλος με 22 απαντήσεις είναι το ποσοστό 10% - 20%. Το αποτέλεσμα είναι απόλυτα λογικό, με βάση την αβεβαιότητα που επικρατεί λόγω των έκτακτων μέτρων, των απαγορεύσεων μετακίνησης αλλά και του ρίσκου της ασθένειας.



Διάγραμμα 5.9: Αναπρογραμματισμός κρατήσεων το 2021

Η επόμενη ερώτηση, αφορά τις εθνικότητες των τουριστών, από όπου προέρχονται οι περισσότερες ακυρώσεις. Σε αυτή την ερώτηση οι απαντήσεις ποικίλουν. Κάποιοι συμμετέχοντες δεν υποδεικνύουν ονόματα χωρών όπως υποδεικνύει η ερώτηση, αλλά δίνουν ως απάντηση ότι δεν είναι ακυρώσεις αλλά αναβολές «Nobody accepts cancellations, only postponements were done». Θεωρητικά, αυτό είναι η πιο σωστή απάντηση, καθώς οι περισσότερες αν όχι όλες οι κρατήσεις, από τη στιγμή που η κυβέρνηση εξέδωσε την πολιτική του voucher. Ουσιαστικά ακυρώνονταν προσωρινά οι κρατήσεις για την παρούσα χρονική στιγμή και ο τουρίστας είχε το δικαίωμα να προγραμματίσει ξανά τις διακοπές του εντός των επόμενων 18 μηνών. Οπότε η ακύρωση ήταν μόνο παροδική.

Οι περισσότεροι όμως συμμετέχοντες απάντησαν, αν θέλουμε να συνοψίσουμε στον αριθμό των τριών κύριων χωρών, την Αμερική, την Αυστραλία και τη Ρωσία. Αυτό το αποτέλεσμα, είναι λογικό, καθώς η πρόσβαση στην περιοχή της Μεσογείου από αυτές τις χώρες έγινε σχεδόν ακατόρθωτη, λόγω των ακυρώσεων των πτήσεων που επέβαλαν είτε οι αεροπορικές εταιρίες, είτε τα μέτρα πρόληψης κατά της εξάπλωσης της πανδημίας που επέβαλε η εκάστοτε κυβέρνηση. Άλλες χώρες που αναφέρθηκαν λιγότερο ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Αυστρία.

Στη συνέχεια, η επόμενη ερώτηση του οδηγού συνέντευξης, ζητά από τους συμμετέχοντες να ονομάσουν τρεις εθνικότητες πελατών που ενδιαφέρονται να κάνουν κράτηση για τη σεζόν του 2020. Υπήρχαν κάποιες αρνητικές απαντήσεις, αλλά οι κύριες τρεις εθνικότητες που αναφέρονται είναι αυτές των Γερμανών, Αυστριακών και Ιταλών. Η γεωγραφική τοποθεσία αυτών των χωρών καθιστά το αποτέλεσμα των απαντήσεων λογικό, καθώς πολλοί προτίμησαν τη χερσαία μετακίνηση προς αποφυγή των αερομεταφορών. Έσπευσαν να αναζητήσουν σε κοντινές και γειτονικές χώρες της Μεσογείου το τουριστικό προϊόν ή να στραφούν στον εσωτερικό τουρισμό, όπως είδαμε το παράδειγμα της Ιταλίας.

Η τελευταία ερώτηση της τρίτης ομάδας, ποιες είναι οι τρεις χώρες της Μεσογείου που συγκεντρώνουν την περισσότερη ζήτηση για τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας το 2020. Όπως και στις απαντήσεις των πρώτων ερωτήσεων του οδηγού συνέντευξης, οι τρεις χώρες που πρωτοστατούν είναι η Κροατία, η Ιταλία και η Ελλάδα. Μία ενδεικτική απάντηση είναι η ακόλουθη «Italy (fully booked till end of sept) Croatia Greece». Κάποιες λιγότερες βέβαια απαντήσεις συμπεριλαμβάνουν και τις χώρες της Ισπανίας και της Γαλλίας. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι με αυτές τις απαντήσεις επιβεβαιώνεται η κυριαρχία των τριών αυτών χωρών ως κύριες προτιμήσεις προορισμών στη Μεσόγειο για τους τουρίστες αυτού του είδους.

6. Προβλέψεις και προοπτικές του τουρισμού γιότινγκ

Περνώντας στην τέταρτη και τελευταία ομάδα ερωτήσεων, που αφορούν προβλέψεις για την επόμενη τουριστική σεζόν, η πρώτη ερώτηση, ζητά το ποσοστό κρατήσεων που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί για την επόμενη σεζόν. Στο παρακάτω γράφημα μπορούμε να δούμε τα ποσοστά που συγκέντρωσαν τις περισσότερες απαντήσεις. Περίπου τις μισές απαντήσεις (54), συγκεντρώνει το ποσοστό 0 – 10%, έπειτα είναι το ποσοστό 20 – 30% (33 απαντήσεις) και με διαφορά μίας μόνο απάντησης (32) είναι το ποσοστό 10 – 20%. Το μικρότερο ποσοστό είναι λογική απάντηση, σκεπτόμενοι ότι οι απαντήσεις δόθηκαν τον Ιούνιο και το Σεπτέμβριο του 2020. Εδώ όμως εύλογα τίθεται και το ερώτημα, πόσες από αυτές τις κρατήσεις είναι καινούριες και πόσες voucher;



Διάγραμμα 5.10: Κρατήσεις το 2021

Σε αυτό το ερώτημα μας δίνεται η απάντηση στη συνέντευξη, τα στοιχεία της οποίας παρουσιάστηκαν στην αρχή αυτού του κεφαλαίου, ως μέρος της δευτερογενούς έρευνας. Σκεπτόμενοι ότι η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε το Νοέμβριο του 2020, οπότε και η εικόνα για τις κρατήσεις της επόμενης σεζόν είχε ξεκινήσει να σχηματίζεται, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι το συντριπτικό ποσοστό αυτών προέρχεται από τα voucher και ότι οι καινούριες κρατήσεις είναι ελάχιστες. Επομένως

από τα παραπάνω ποσοστά ίσως και λιγότερο από το 10% να αφορά καινούριες κρατήσεις.

Σταθερά και η απάντηση της δεύτερης ερώτησης, η οποία είναι να αναφερθούν οι χώρες που πιθανότατα θα έχουν την περισσότερη ζήτηση για την επόμενη σεζόν, είναι αυτές της Κροατίας, της Ιταλίας και της Ελλάδας. Οι τρεις αυτές χώρες παίζουν σημαντικό ρόλο στη δραστηριότητα του τουρισμού γιότινγκ στη Μεσόγειο, όπως πλέον αποδεικνύεται από την πλειοψηφία των απαντήσεων σε αυτήν την πρωτογενή έρευνα. Στην επόμενη ερώτηση, με πρωταγωνίστριες ξανά αυτές τις τρεις χώρες σε πολλές απαντήσεις, ζητείται η γνώμη των συμμετεχόντων για την τιμολογιακή πολιτική της επόμενης χρονιάς και πιο συγκεκριμένα εάν οι τιμές θα έχουν πτωτική πορεία ως επακόλουθο των οικονομικών δυσχερειών που επέφερε η πανδημία.

Οι απαντήσεις σε αυτήν την ερώτηση παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον. Αρχικά, κάποιες είναι μονολεκτικές, ναι οι περισσότερες και κάποιες άλλες όχι. Οι απαντήσεις που όμως είναι σημαντικές γιατί έχουν και κάποια αιτιολογία ή προβληματισμό και ξεχωρίζουν από αυτές του δε νομίζω ή ίσως ναι και ίσως όχι, είναι οι ακόλουθες:

- «maybe depending on the problem duration»
- «Cannot drop, otherwise not sustainable»
- «in Greece no, in Croatia majorly discounts up to 30% already for the next season»
- «Depends on the area / demand. Some will increase»

Η διάρκεια του προβλήματος είναι σίγουρα μία μεταβλητή όπως αναγνωρίζει η παραπάνω απάντηση, ως προς την πορεία της τιμολογιακής πολιτικής. Όπως είδαμε και στα πρώτα κεφάλαια, ο τουρισμός γενικότερα και όχι μόνο η συγκεκριμένη μορφή του, διαμορφώνεται και προσαρμόζεται σύμφωνα με εξωγενείς παράγοντες. Η σταθερότητα της οικονομίας, είναι ένα από αυτούς. Όσο η οικονομία ταλαντεύεται από έκτακτες καταστάσεις και περιοριστικά μέτρα, όπως για παράδειγμα η αναστολή λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων, το αντίκτυπο στην τουριστική δραστηριότητα θα είναι εμφανές. Επομένως, εύλογα, όσο διαρκεί η έκτακτη κατάσταση που επιβάλλει η πανδημία, η οικονομία δεν παρουσιάζει σταθερότητα και άρα ούτε η τιμολογιακή πολιτική του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος.

Η επόμενη απάντηση, είναι επίσης πολύ σημαντική, καθώς τονίζει τη σημασία της βιωσιμότητας. Πάντα υπάρχει στην τιμολογιακή πολιτική κάποια σχετική πτώση τιμών ή η εφαρμογή εκπτώσεων με ισχύ για ορισμένο χρονικό διάστημα. Όμως, αυτό γίνεται μέσα σε λογικά και θεμιτά ανταγωνιστικά πλαίσια. Για να επιβιώσει η συγκεκριμένη τουριστική βιομηχανία κάποια στάνταρ θα πρέπει να τηρούνται. Αν υπάρχει αλόγιστη χρήση εκπτώσεων και μεγάλη πτώση τιμών, δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός και επηρεάζεται η τιμολογιακή πολιτική όλων. Με αυτή την πτωτική πολιτική, η βιομηχανία δε θα μπορέσει να επιβιώσει, καθώς τα έξοδα λειτουργίας της είναι πολλά και σταθερά. Αν δεν υπάρχει κάποιο σταθερό εισόδημα, η σωστή και ποιοτική λειτουργία των υπηρεσιών της δε θα είναι πλέον εφικτή.

Στην επόμενη απάντηση, βλέπουμε την αναφορά στην πολιτική των δύο από τις τρεις σημαντικές χώρες όπως προαναφέρθηκαν στις προηγούμενες απαντήσεις, αυτές της Κροατίας και της Ελλάδας. Το παράδειγμα της Κροατίας, ως προς την τιμολογιακή της πολιτική στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας, δεν ήταν ποτέ σταθερό. Οι περισσότεροι τουρίστες προτιμούν την Κροατία, καθώς σχεδόν πάντα υπάρχουν μεγάλες εκπτώσεις και πιο ανταγωνιστικές τιμές. Με την απάντηση αυτή όμως φαίνεται ότι ήδη με 30% από τον Ιούνιο – Σεπτέμβριο για τον επόμενο χρόνο κινούμαστε σε πολύ μεγάλες εκπτώσεις, όταν η φυσιολογική έκπτωση για early booking κινείται στο ποσοστό των 10%. Από την άλλη μεριά, αισιόδοξη παραμένει η απάντηση ότι στην Ελλάδα οι τιμές δε θα πέσουν.

Η τελευταία απάντηση στον αντίποδα των προηγούμενων, έρχεται με ακόμη μεγαλύτερη αισιόδοξία και αναφέρει ότι εκτιμά να υπάρχει αύξηση στις τιμές, ανάλογα με την τοποθεσία. Σε εποχές κρίσης και αβεβαιότητας η αύξηση των τιμών δεν είναι κάτι που θα προσελκύσει τον τουρίστα. Όμως σε κάθε περίπτωση υπενθυμίζει την ποιότητα των υπηρεσιών και του ίδιου του προϊόντος, κάτι που είναι εξίσου σημαντικό. Και άλλες απαντήσεις υποστηρίζουν την αύξηση τιμών, ίσως υπό τη συνθήκη ότι εφόσον για τη σεζόν του 2020, για να επιτευχθούν κρατήσεις Last minute, οι τιμές έπεσαν σε μεγάλο βαθμό, για το 2021 θα πρέπει να αυξηθούν και να επανέλθουν σε φυσιολογικά επίπεδα.

Η προτελευταία ερώτηση αυτής της ομάδας είναι ποια θα είναι η αντίδραση των εταιριών που παρέχουν τα σκάφη σε αυτήν την κρίση. Οι απαντήσεις σε αυτήν την ερώτηση ήταν αρκετά ενδιαφέρον. Οι πιο σημαντικές και ακριβείς είναι οι ακόλουθες:

- «Higher the quality of service and be more flexible in booking conditions»
- «Promote safety & hygiene of the fleet, get special Covid free certificates, offer more flexible cancellation policies»
- «Local charter, new cancellation policy, communication»
- «More flexible cancellation policy, Flexible prices and Better communication»
- «i think the prices will drop so they can attract more people to come, as you are in a safer environment on a yacht than in a hotel»

Παρατηρείται ότι οι περισσότερες απαντήσεις εστιάζουν στην ευελιξία των όρων της κράτησης και της πολιτικής ακύρωσης. Είναι γεγονός ότι το μεγάλο πρόβλημα που δημιουργήθηκε για τις περισσότερες εταιρίες, ήταν οι μαζικές ακυρώσεις που μετατράπηκαν σε voucher και η μετέπειτα διαχείριση αυτών. Η δημιουργία μιας διαφορετικής πολιτικής ακύρωσης από την στάνταρντ, ήταν και είναι πρόκληση για τις εταιρίες. Ένας λόγος είναι ότι ο κάθε τουρίστας προέρχεται από διαφορετικό μέρος, με διαφορετική νομοθεσία και μέτρα για την πανδημία. Επομένως κάθε περίπτωση και κάθε τουρίστας θα πρέπει να έχει ειδική μεταχείριση.

Οι εταιρίες θα πρέπει να είναι ανοιχτές στο ενδεχόμενο μικρών παρεκκλίσεων από την όποια πολιτική ακύρωσης έχουν, για να μην αποκλείσουν δυνητικούς τουρίστες. Αυτό ελλοχεύει δυσκολίες στη διαχείριση των κρατήσεων αλλά και στην άμεση απόκριση

καθώς κάθε περίπτωση πρέπει να συζητιέται ξεχωριστά. Δεν παύει όμως να είναι ένας λόγος για τον οποίο ο τουρίστας θα προχωρήσει με την κράτηση. Εμπνέει σιγουριά και εμπιστοσύνη προς τον τουρίστα, ο οποίος προσπαθεί ανάμεσα σε μία πληθώρα επιλογών να διαλέξει την ευνοϊκότερη για εκείνον.

Το θέμα της ποιότητας των υπηρεσιών και των σκαφών παίζει και σε αυτήν την περίπτωση σημαντικό ρόλο. Οι εταιρίες θα πρέπει να εστιάσουν στην ποιότητα, προκειμένου να έχουν ευχαριστημένους πελάτες και να διατηρήσουν την καλή τους φήμη. Και τα δύο αυτά στοιχεία είναι καίριας σημασίας για τη μακροβιότητα και επιβίωση τους μέσα σε εποχές κρίσης όπως αυτές που επέφερε ο Covid - 19. Τα επίπεδα των υπηρεσιών θα πρέπει να μείνουν σταθερά ή ακόμη και να βελτιωθούν προκειμένου να συνεχίσουν την τουριστική τους δραστηριότητα σε αυτόν τον τομέα.

Το προβάδισμα του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας σε σχέση με τα ξενοδοχεία ή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και βίλες είναι η ιδιωτικότητα που προσφέρουν και η ελάχιστη έκθεση σε τρίτους. Στην εποχή του Covid – 19 που είναι μία ασθένεια έντονα μεταδοτική, οι διακοπές με σκάφος παρέχουν ασφάλεια καθώς οι τουρίστες περιτριγυρίζονται συνήθως από οικογενειακά ή φιλικά πρόσωπα. Ακόμη η απολύμανση του σκάφους πριν και αφού τελειώσει ένα ναύλο και η επίδειξη του σχετικού πιστοποιητικού είναι κάτι που κάνει ακόμη πιο αξιόπιστο αυτό το είδος τουρισμού.

Οι πάροχοι των σκαφών αναψυχής θα πρέπει να λάβουν το παραπάνω στοιχείο σοβαρά υπόψιν και να το εκμεταλλευτούν για τη μεγαλύτερη έλευση τουριστών. Επίσης, η επικοινωνία ως χαρακτηριστικό στοιχείο αντίδρασης των εταιριών, αναφέρεται συχνά στις απαντήσεις των συμμετεχόντων. Αποτελεί σε κάθε περίπτωση ένα στοιχείο αμεσότητας και καλύτερης συνεννόησης, όμως σε εποχές κρίσης θα πρέπει να κυριαρχεί για τη διασφάλιση ενός καλύτερου αποτελέσματος. Σε κάποιες απαντήσεις μάλιστα τονίζεται η ανάγκη για επίτευξη καλύτερης επικοινωνίας.

Η τελευταία ερώτηση της ομάδας και του οδηγού συνέντευξης, είναι πως επηρεάστηκε η αγορά του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στη Μεσόγειο από τον Covid – 19. Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση, οι απαντήσεις είναι υποκειμενικές. Δεν μπορούν να γενικευτούν αφού ο κάθε ένας από τους συμμετέχοντες απαντά με βάση την προσωπική του εμπειρία και οπτική. Κάποιες από τις απαντήσεις που ξεχωρίζουν είναι οι παρακάτω:

- «Heavily but with a fast recovery»
- «Obviously loss of many bookings for 2020 season and vouchers given out that may have to be transformed in cashback after the validity date expires, so there will be an aftershock in 2021. On the bright side, many people discovered yacht charter since it is a very isolated way of travelling away from others. »
- «Big impact on eastern destination such as Greece and Croatia, less impact for locals (French people went to France, Italian in Italy, etc.) »

- «as we only work with German speaking clients, i can tell you that they preferred to drive somewhere to start their charter rather than getting on a plane. yacht charters in France Italy and Croatia were super booked»

Οι παραπάνω απαντήσεις επιλέχθηκαν ενδεικτικά ως πιο τεκμηριωμένες και ακριβείς. Σαφώς ο Covid – 19 είχε αρνητικές επιδράσεις, όπως και σε όλους τους υπόλοιπους τομείς του τουρισμού, όμως ίσως είχε και κάποια θετικά. Όπως αναφέρει ένας από τους συμμετέχοντες, πολλοί τουρίστες ανακάλυψαν αυτό το είδος τουρισμού. Πολλοί για πρώτη φορά επέλεξαν να κάνουν διακοπές με σκάφος μόνο και μόνο επειδή θεωρήθηκε πιο ασφαλές και παρείχε ιδιωτικότητα. Αυτό είναι πολύ θετικό στοιχείο, καθώς δίνει μία άλλη διάσταση σε αυτή τη μορφή τουρισμού, την κάνει πιο δημοφιλή σε κοινό που δεν είχε στενή σχέση με την ιστιοπλοΐα, γεγονός που διευρύνει την αγορά και τους δυνητικούς τουρίστες.

Σαφώς η κρίση που επέφερε η πανδημία δεν επηρέασε μόνο την τουριστική σεζόν του 2020, αλλά θα επιφέρει και στη σεζόν του 2021 τα αρνητικά αποτελέσματά της. Ανατρέχοντας στην πολιτική των voucher, αναφέρεται η επιστροφή χρημάτων εάν περάσουν οι 18 μήνες και ο τουρίστας δεν αναπρογραμματίσει. Αυτό σημαίνει ότι η περίπτωση επιστροφής χρημάτων μετά από ένα ικανό χρονικό διάστημα είναι κάτι που οι εταιρίες πρέπει να έχουν υπόψιν τους και κάτι που μπορεί να τους επιβαρύνει οικονομικά στο κοντινό μέλλον.

Επιπρόσθετα αναφέρεται η επίδραση στην απώλεια των μηνών της άνοιξης, που για κάποιες χώρες όπως την Ελλάδα και την Κροατία, συμπίπτουν με θρησκευτικές εορτές και αποτελούν την εκκίνηση της τουριστικής σεζόν σε αυτές. Βέβαια για ακόμη μία φορά τονίζεται η σημασία του εσωτερικού τουρισμού και των προορισμών που κάποιος έχει πρόσβαση με αυτοκίνητο. Κάποιοι συμμετέχοντες για τους παραπάνω λόγους αναφέρουν στην απάντησή τους ότι ο τουρισμός γιότινγκ είχε απώλειες αλλά όχι τόσο μεγάλης εμβέλειας όπως αυτές άλλων τουριστικών μορφών, ενώ προσθέτουν και την ταχύτερη ανάκαμψή του.

Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής

Ξεκινώντας από την εισαγωγή στο φαινόμενο της πανδημίας Covid – 19 και την παρουσίαση της επίδρασής της στην οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό, με βεβαιότητα προκύπτει το συμπέρασμα ότι έχει μεταβάλλει τους κινητήριους κρατικούς μηχανισμούς, έχει δώσει άλλη υπόσταση στη ροή των εργασιών επηρεάζοντας την οικονομία και την κοινωνία στο σύνολό της. Πρόκειται για μία ασθένεια που με την έντονη μεταδοτικότητα και την απρόβλεπτη εξέλιξή της, έχει δημιουργήσει νέες συνθήκες και νέα δεδομένα. Στη συγκεκριμένη έρευνα, μελετάται η επίδρασή της ως προς τον τουρισμό και δη την ειδική μορφή του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας.

Τα καταναλωτικά πρότυπα της σύγχρονης κοινωνίας επιτάσσουν ως κύριο σύμβολό τους το ταξίδι και την ανάγκη για το διαφορετικό – εναλλακτικό τύπο αυτού (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκρίμπα , 2011). Η μορφή τουρισμού που μελετάται στην παρούσα έρευνα αποτελεί ακριβώς το ταξίδι με εναλλακτική διάσταση. Στα πρώτα κεφάλαια παρουσιάζεται η συμβολή του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στους τομείς της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος, τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εγχώριο επίπεδο. Από την παρουσίαση αυτών των στοιχείων διαπιστώνεται ότι η σημασία του για αυτούς τους τομείς είναι μεγάλη και ότι είναι μία μορφή τουρισμού με δυναμική και μελλοντική εξέλιξη.

Ο Covid – 19 σίγουρα έφερε αρνητικές επιπτώσεις, εγείρεται όμως ο προβληματισμός του κατά πόσο κλόνησε την ανερχόμενη δυναμική του τουρισμού γιότινγκ και ιστιοπλοΐας και σε ποιο βαθμό ή κατά πόσο αναστέλλεται η εξέλιξη και ανάπτυξή του. Με βάση τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν, αυτή η μορφή τουρισμού είχε απώλειες, αλλά σε μικρότερο βαθμό από άλλες μορφές. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε η ιδιωτικότητα που προσφέρουν οι διακοπές με σκάφος και η επαφή στο ελάχιστο με τρίτα άτομα. Τα δύο αυτά στοιχεία έκαναν δημοφιλή την επιλογή των διακοπών με σκάφος σε εποχές πανδημίας ακόμη και σε τουρίστες που δεν είχαν επαφή προγενέστερα με αυτόν τον τρόπο διακοπών και ταξιδιού.

Με αυτόν τον τρόπο, το κοινό αυτής της μορφής διευρύνεται και ξεφεύγει από αυτό των παραδοσιακών ιστιοπλοΐων. Τα τελευταία χρόνια είχαν γίνει προσπάθειες για την προσαρμογή της σε νέα μοντέλα και την εισαγωγή της σε καινούρια τουριστικά πακέτα, χωρίς όμως τη στερέωσή τους στην παγκόσμια αγορά. Η κρίση της πανδημίας κατάφερε να φέρει τη δραστική αλλαγή που προέκυψε από τη ζήτηση και την ανάγκη διακοπών με πιο ασφαλή και ιδιωτικό τρόπο. Επομένως ο τουρισμός γιότινγκ και ιστιοπλοΐας εξελίσσεται και παίρνει νέα μορφή και διάσταση προκειμένου να γίνει προσιτός και στον τουρίστα που δε γνωρίζει αυτήν την εμπειρία διακοπών.

Σε άλλο επίπεδο, πολύ σημαντικό εύρημα αυτής της έρευνας είναι η στροφή στον εσωτερικό τουρισμό. Με τα δύο παραδείγματα αυτό της Ιταλίας στη μία πλευρά και αυτό της Κροατίας στην άλλη, να αποδεικνύουν το κάθε ένα με τον τρόπο του την ανάγκη για ενθάρρυνση του εσωτερικού τουρισμού. Η Ιταλία κατάφερε να επιβιώσει

και να έχει μία επιτυχημένη τουριστική σεζόν το 2020, στηριζόμενη αποκλειστικά και μόνο στον εγχώριο τουρισμό και μάλιστα δίχως πτώση τιμών. Η Κροατία, που στηρίζεται στον εισερχόμενο τουρισμό και συγκεντρώνει πολύ μικρά ποσοστά εσωτερικού τουρισμού, δεν είχε τόσο ενθαρρυντικά αποτελέσματα, ενώ το ποσοστό των εκπτώσεων είχε δραματική αύξηση. Στην Ελλάδα, για να ενισχυθεί ο τουρισμός, γιότινγκ και ιστιοπλοΐας του οποίου τα ποσοστά είναι χαμηλά, θα μπορούσε να ενταχθεί σε προγράμματα κοινωνικού τουρισμού και να ενθαρρύνεται από τους φορείς.

Όσο αφορά την Ελλάδα, τα κύρια πλεονεκτήματα ήταν η μεγάλη ποικιλία σκαφών, οι ανταγωνιστικές τιμές και το φυσικό τοπίο. Στον αντίποδα αυτών, είναι τα μειονεκτήματα της συνδεσιμότητας των πτήσεων και η έλλειψη υποδομών. Καθώς αυτή η μορφή τουρισμού, απέδειξε ότι ακόμη και σε εποχές κρίσης, επιβίωσε και στήριξε την εγχώρια οικονομία σε καταστάσεις απόλυτης ανάγκης όπου άλλοι τομείς είχαν παραλύσει και αναστείλει τη λειτουργία τους, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή και μέριμνα. Συνίσταται ο προσεκτικός σχεδιασμός και η αμέριστη προσοχή των υπεύθυνων φορέων για την καλύτερη λειτουργία και την εξέλιξη της μορφής αυτής τουρισμού. Το τουριστικό προϊόν υπάρχει και είναι από μόνο του ελκυστικό. Η διατήρησή της ποιότητάς του και η ανάπτυξη υποδομών που θα το πλαισιώσουν είναι ύψιστης σημασίας και θα παίξουν καθοριστικό ρόλο για τη μετέπειτα πορεία του.

Πιο συγκεκριμένα, προτείνεται η μείωση της αυξημένης φορολογίας και η απλοποίηση της γραφειοκρατίας. Με αυτές τις δύο ενέργειες θα μπορούσε να διευκολυνθεί σημαντικά η τουριστική δραστηριότητα του γιότινγκ και να αναπτυχθεί περαιτέρω. Ακόμη, προτείνεται η δημιουργία οργανωμένων μαρίνων όπου φυσικά αυτό είναι εφικτό, χωρίς να αλλοιώνεται το φυσικό τοπίο. Στόχος θα πρέπει να είναι μία βιώσιμη ανάπτυξη, που να διευκολύνει τον τουρισμό γιότινγκ, προσφέροντας τις σωστές υποδομές και θέσεις ασφαλούς ελλιμενισμού, αλλά πάντα με γνώμονα το σεβασμό προς το περιβάλλον και τη φύση.

Ένα βήμα σε σχέση με τη συνδεσιμότητα των πτήσεων, εκτός από την επέκταση αεροδρομίων και την ενίσχυση των υποδομών, θα ήταν και η στροφή προς τον τουρισμό που εισέρχεται στην Ελλάδα με άλλα μέσα. Για παράδειγμα, τουρίστες που έρχονται με πλοία από γειτονικές χώρες, όπως από την Ιταλία ή μέσω των οδικών δικτύων, όπως από τις χώρες των Βαλκανίων. Με προσεκτικό σχεδιασμό και αντίστοιχο μάρκετινγκ, μπορεί να προσελκύσει και τουρίστες που η είσοδός του στη χώρα δεν εξαρτάται από τις αερομεταφορές. Με αυτόν τον τρόπο θα επεκταθεί ακόμη περισσότερο το δίκτυο τουριστών, το οποίο με τη σειρά του θα συνεισφέρει αποτελεσματικότερα στους οικονομικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς τομείς της χώρας.

Ο τουρισμός γιότινγκ, αποτελεί μία αναπτυσσόμενη εναλλακτική μορφή τουρισμού, που ακμάζει στη γεωγραφική περιοχή της Μεσογείου και σε περιόδους πανδημίας και παγκόσμιας κρίσης τόσο οικονομικής όσο και κοινωνικής κατάφερε να επιβιώσει. Η συνεισφορά της ήταν τόσο σε οικονομικό επίπεδο αλλά και σε κοινωνικό, καθώς σε εποχές κοινωνικής ανάγκης, όπου το ταξίδι για τον τουρίστα έγινε σχεδόν απρόσιτο,

για μία μεγάλη πλειοψηφία τουριστών έγινε πραγματικότητα. Αυτό το τουριστικό προϊόν απέκτησε δημοτικότητα και πλησίασε τουρίστες που δεν είχαν καμία προηγούμενη επαφή με αυτό. Στα επόμενα χρόνια με σωστό σχεδιασμό και στρατηγική θα καταφέρει να εδραιωθεί και να αναπτυχθεί ακόμη περισσότερο, ευνοώντας έτσι τις τοπικές και εγχώριες οικονομίες και κοινωνίες.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Αεράκη, Ε. (2015), *Η πολιτική του Yachting στην Ευρώπη*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Ανδριώτης, Κ. (2008), *Αειφορία και Εναλλακτικός Τουρισμός*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006), *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ιστορική εξέλιξη – Θεσμικό Πλαίσιο*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Διακομιχάλης, Μ. (2009), *Ο θαλάσσιος τουρισμός και οι οικονομικές επιδράσεις του*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Η Καθημερινή (2017), *Η γραφειοκρατία διώχνει νέες επενδύσεις σε μαρίνες*, 27/05/2017, σελ. 18.

ΙΝΣΕΤΕ (2015), *Μελέτη – Εμπειρογνωμοσύνη με τίτλο: Υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές του ναυτικού τουρισμού – Προτάσεις πολιτικής*, ΙΝΣΕΤΕ, 2015, Αθήνα.

ΙΝΣΕΤΕ (2021), *Στατιστικό Δελτίο Φεβρουάριος 2021, Ειδική έκδοση – Απολογισμός 2020*, Νο 66.

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., Γκρίμπα Ε. (2011), *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Μανωλόγλου, Σ. (2017), *Ο τομέας της ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης (Yachting) στην Ελλάδα, Τάσεις και προοπτικές ανάπτυξης*, Ευρωπαϊκό κέντρο αριστείας Jean Monnet.

Πολίτη, Κ. (2018), *Η προώθηση του Ελληνικού Yachting στη διεθνή αγορά*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου – Τμήμα Ναυτιλίας και Επιχειρηματικών Υπηρεσιών.

ΣΕΤΕ (2016), *Βασικά μεγέθη του ελληνικού τουρισμού*.

ΣΕΤΕ (2017), *Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία το 2017*.

Σωτηριάδης Μ., Φαρσάρη Ι. (2009), *Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού – Σχεδιασμός Management και Marketing*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

Ξενόγλωσση

Babbie, E. (2011), *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Bramwell, B. (2009), *Mediterranean tourism: Impacts and policy responses*, Journal of sustainable tourism, Vol 11, Issue 2- 3.

Chen, J. & Nijkamp, P. & Balomenou, C. & Poulaki, P. (2016), *The sustainability of yachting tourism: A case study on Greece*, International Journal of Research in Tourism and Hospitality (IJRTH), Volume 2, Issue 2, pp. 42-49.

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

Durbarry, R. (2020), *Μέθοδοι έρευνας για φοιτητές του τομέα του τουρισμού*, Gutenberg.

Gračan, D., Gregorić, M., Martinić, T., (2016), *Nautical Tourism In Croatia: Current Situation*, Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings, pp. 66-79

Ioannidis, S. (2019), ‘*An overview of Yachting Tourism and its role in the Development of Coastal Areas of Croatia*’, Journal of Hospitality and Tourism Issues, 1 (1), pp. 30 – 43.

Ito, H. & Hanaoka, S. & Kawasaki, T. (2020), *The cruise industry and the COVID-19 outbreak*, Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, Volume 5, May 2020, 100136.

Kizielewicz, J. (2013), *The Mediterranean Sea region – The leader in the cruise ship tourism in Europe*, Scientific journals, Maritime University of Szczecin, 2013, 36(108) z. 2 pp. 80–88.

Lapko, A. & Lucic, L. (2019), *The functioning of yacht charter companies in Croatia and Poland – a comparative perspective*¹, Research papers of Wrocław university of economics, 2019, vol. 63, nr 2

Rius, G. (2017), ‘*Yachts Charter Market - Global industry analysis, size, share, growth, trends, and forecast 2017-2025*’, <https://www.traveldailynews.com/post/yachts-charter-market-global-industry-analysis-size-share-growth-trends-and-forecast-2017-2025>

Varvaressos, S. & Sotiriadis, M. (2015), *A strategic analysis of the Greek Leisure Tourism: Competitive position, Issues and Challenges*, Mediterranean journal of social sciences, Vol 6 No1 S1.

World Economic Forum, (WEF) (2015), *The Travel & Tourism Competitiveness Report*.

World Travel and Tourism Council (WTTC), (2020) *Economic Impact Reports* <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Ιστοσελίδες

<http://www.cowesweek.co.uk/web/code/php/main.php?section=home>

<https://www.theoceanrace.com/>

<https://www.blueflag.gr/>

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

<https://www.transparencymarketresearch.com/yacht-charter-market.html>

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/yacht-charter-market>

https://www.horc.gr/Images/News/2019/7/Docs/1_SailTourism.pdf

<https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/nautilia/marines-ke-yachting-antistichoun-sto-141-tou-aep/>

<https://www.yachtsys.com/Takeaways-from-the-Boat-Rental-Season-2020.html>

<https://www.green-sail.com/our-movement/downloadable-materials>

<https://www.sunreef-yachts.com/en/news/sunreef-80-eco-unlimited-range-unlimited-customization>

<https://www.bookingmanagersummit.com/>

Παράρτημα

Οδηγός Συνέντευξης για τις επιδράσεις της πανδημίας Covid – 19 στον τουρισμό γιότινγκ και ιστιοπλοΐας στη Μεσόγειο.

Dear Partners,

My name is Vasiliki Nikaki and I am a postgraduate student of Master’s Degree, “Strategic Management for Tourism Destinations and Host Enterprises” at the University of the Aegean. This research caters for the needs of my thesis, entitled: “Sailing and Yachting Tourism in the Mediterranean – the Covid-19 impacts”. Your contribution in this questionnaire is of utmost importance and I kindly ask you to devote some of your time to fill it in.

Your answers are anonymous and confidential and will be used only for the needs of this research.

Thank you in advance.

Email

Interview guide

Unit A: General Questions on yachting tourism in the Mediterranean

1. Make a list of the five (5) most attractive countries on yacht charter tourism requests in the Mediterranean Sea (start from the most attractive).

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Make a list of five (5) countries across the Mediterranean Sea that have the most appealing infrastructure that meets the yacht charter tourism needs and standards (start from the country that has the best infrastructure).

.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....

3. Make a list of five (5) countries in the Mediterranean Sea according to how legislation/regulations of each country enhances/enhance yachting tourism industry/activity (Start from the one with the most favourable legislation).

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Classify five (5) countries in the Mediterranean Sea, with the best value for money for their standards/services, in the yacht charter tourism.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Name 3 countries in Mediterranean Sea which are top destinations, according to the clients' preferences.

.....
.....
.....
.....
.....

6. What do you think about the main characteristics of the new clients' yacht charter requests? Refer to 4 max. (e.g. location, flight connections, etc.)

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

Unit B: Regarding Greece yachting tourism

7. Is there collaboration with Greek yachting enterprises? YES or NO

8. What percentages of your clients prefer Greece for yachting tourism?

- a) 0 – 10%
- b) 10 – 20%
- c) 20 – 30%
- d) 30% – more

9. Mention five (5) advantages of Greece regarding yacht charter tourism.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

10. Mention five (5) disadvantages of Greece as far as yacht charter tourism is concerned.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

11. According to you what are the development prospects of the Greek yachting tourism?

.....
.....
.....
.....
.....

Unit 3: Covid-19 impacts on Yachting

What is the current situation?

12. What percentage of cancellations have you had so far, regarding 2020 bookings?

- a) 10 – 20%
- b) 20 – 30%
- c) 30% – more

13. How many clients are going to reschedule their trips (yachting vacation) this year?

- a) Most of them
- b) Some of them
- c) None

14. How many clients are going to reschedule their trips (yachting vacation) for next year?

- a) Most of them
- b) Some of them
- c) None

15. Where do the most cancellations come from? Name 3 countries.

.....
.....
.....
.....
.....

16. Are the clients interested in booking a yacht charter for this season? If yes, name 3 nationalities.

.....
.....
.....
.....
.....

17. Which countries have the highest demand in yacht charter this season? Name 3 countries.

.....
.....
.....
.....
.....

Next season's predictions

18. What is the percentage of reservations made for next season?

- a) 0-10%
- b) 10% – 20%.
- c) 20% – 30%.
- d) 30% – more.

19. Which countries will probably have the highest demand in yacht charter the next season? Name 3 countries.

.....
.....
.....
.....
.....

20. Will charter prices drop due to the economic straits that Covid-19 has brought to the worldwide economy?

.....
.....
.....
.....
.....

21. How do yacht charter companies intend to react to the crisis?

.....
.....
.....
.....
.....

22. According to you how has the Covid-19 virus affected the yacht charter market in Europe?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Thank you for participating!

