

**ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΝΑΥΤΙΚΟΥ  
Α.Ε.Ν ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**«Θαλάσσια τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα. Αποτύπωση της  
κατάστασης. Δυνατότητες επέκτασης.»**

**ΤΟΥ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ:**

**Α.Γ.Μ:**

**Ημερομηνία ανάληψης της εργασίας:**

**Ημερομηνία παράδοσης της εργασίας:**

<i>A/A</i>	<i>Όνοματεπώνυμο</i>	<i>Ειδικότητα</i>	<i>Αξιολόγηση</i>	<i>Υπογραφή</i>
<i>1</i>				
<i>2</i>				
<i>3</i>				
<b>ΤΕΛΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>				

**Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΧΟΛΗΣ :**

## Πίνακας Περιεχομένων

Πρόλογος .....	5
Κεφάλαιο 1 .....	5
Συνοπτική εικόνα των επιδόσεων της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας την τελευταία 3ετία .....	4
1.1 Οι επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2016 .....	5
1.2 Οι επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2017 .....	6
1.3 Οι προβλέψεις για τις επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2019 .....	7
Κεφάλαιο 2 .....	10
Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα: ο κλάδος του Yachting.....	10
2.1 Μια επισκόπηση του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα .....	10
2.2 Ο κλάδος της θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης (yachting).....	13
2.2.1 Ορισμός του yachting.....	13
2.2.2 Είδη σκαφών-πλοιαρίων αναψυχής.....	13
2.3 Οικονομική επίδραση του κλάδου του Yachting (συγκριτική ανάλυση).....	15
2.4 Τα προβλήματα του ελληνικού yachting.....	16
Κεφάλαιο 3 .....	20
SWOT Analysis του κλάδου του yachting στην Ελλάδα .....	20
3.1 Το εργαλείο του SWOT analysis.....	20
3.2 Εφαρμογή του SWOT analysis στο κλάδο του yachting: η περίπτωση της Ελλάδας και της ανταγωνίστριας Τουρκίας.....	22
3.3 SWOT Analysis του ελληνικού Yachting: συνέντευξη με τον CEO νεοσύστατης yachting company .....	24
3.4 Η υποεκτιμημένη «απειλή» της κλιματικής αλλαγής .....	26
Συμπερασματικά.....	28

## Πρόλογος

Ο τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα την «βαριά βιομηχανία» της χώρας μας. Το φάσμα της τουριστικής δραστηριότητας στον ελλαδικό χώρο αφορά ένα ευρύτατο φάσμα δραστηριοτήτων στο οποίο ο ναυτικός τουρισμός κάνει αισθητή την παρουσία του τόσο σε όρους συνεισφοράς στο ΑΕΠ όσο και σε όρους απασχόλησης ανθρώπινου δυναμικού. Ο όρος «ναυτικός τουρισμός» αφορά και αυτός ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, πυλώνες του οποίου είναι το yachting, η κρουαζιέρα και η ακτοπλοΐα.

Στα πλαίσια της τρέχουσας εργασίας χρησιμοποιούμε ποσοτικά αλλά και ποιοτικά δεδομένα από μελέτες στο κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού για να αποτυπώσουμε αλλά και να αποτιμήσουμε την τρέχουσα κατάσταση και τέλος να δούμε τις προοπτικές του κλάδου. Σημειώνουμε ότι στα πλαίσια του Κεφαλαίου 3 συλλέχτηκαν ποιοτικά δεδομένα κατόπιν συνεντεύξεως με τον διευθύνοντα σύμβουλο νεοφυούς εταιρίας yachting τα οποία ταξινομήθηκαν βάσει του SWOT analysis model σε *δυνατά σημεία (strengths)*, *αδύνατα (weaknesses)*, *ευκαιρίες (opportunities)* και *απειλές (threats)*. Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στο κλάδο του yachting καθώς αποτελεί δυναμικότερο κλάδο από αυτόν της κρουαζιέρας στον οποίο δραστηριοποιούνται εταιρίες με έδρα εκτός Ελλάδος.



## Κεφάλαιο 1

### Συνοπτική εικόνα των επιδόσεων της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας την τελευταία 3ετία

Πρόσφατες κλαδικές μελέτες καταδεικνύουν την σημαντική συνεισφορά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην ελληνική οικονομία. Οι συνεχώς βελτιούμενες επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού ακόμα και κατά τα ζοφερά χρόνια της οικονομικής επιτήρησης των πιστωτών της, αποδεικνύει ότι παραμένει ο «Δούρειος Ίππος» της ελληνικής οικονομίας, συμβάλλοντας τόσο στην μεγέθυνση του εγχώριου πλούτου όπως αυτός αποτυπώνεται στο ΑΕΠ όσο και στην αύξηση της απασχόλησης. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με στοιχεία του ΚΕΠΕ, κάθε 1 ευρώ που δημιουργείται από τον τουρισμό, δημιουργεί έμμεση πρόσθετη οικονομική δραστηριότητα ύψους 1,5 ευρώ, συμβάλλοντας κατά 2,5 ευρώ στο ΑΕΠ. Επίσης, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ), η τουριστική ζήτηση στην Ελλάδα από το 2012 διαγράφει μια ήπια αλλά σταθερά ανοδική πορεία. Συνοπτικά, σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της PriceWaterhouseCoopers (PWC), παρατηρήθηκε ότι η *τουριστική ζήτηση* στην Ελλάδα έχει τέσσερα θεμελιώδη χαρακτηριστικά:

- Το 35% του συνόλου προέρχεται από 4 συγκεκριμένες χώρες της ΕΕ με το υπόλοιπο ποσοστό να συνδέεται και αυτό με την ΕΕ. Πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με στοιχεία της ΤτΕ, οι χώρες της ΕΕ-28 αποτελούν την βασική πηγή τουριστών για την Ελλάδα, αντικατοπτρίζοντας το 68% του συνόλου παρουσιάζοντας μια αύξηση της τάξης του 40% την περίοδο 2014-2017.
- Πέντε προορισμοί συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.
- Η μεγαλύτερη ζήτηση του ελληνικών τουριστικών υπηρεσιών παρουσιάζεται κατά το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου.
- Οι ημερήσιες τουριστικές εισπράξεις παραμένουν ισχυρές μολονότι η μέση διαμονή μειώνεται συστηματικά. Σύμφωνα με μελέτη της PWC, αυτή η παρατήρηση θα μπορούσε να αποδοθεί μερικώς στους χρήστες της ψηφιακής πλατφόρμας Airbnb των οποίων οι δαπάνες δεν καταγράφονται.

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία εξακολουθεί να προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας οι οποίες την κατατάσσουν παγκοσμίως στους κορυφαίους παρόχους τουριστικού προϊόντος.

Το τρέχον κεφάλαιο αποσκοπεί στο να παρουσιάσει συνοπτικά τις επιδόσεις του ελληνικού τουριστικού κλάδου από το 2015 μέχρι και το 2018 αλλά και τις πιο πρόσφατες προβλέψεις για το 2019 όπως αυτές αποτυπώνονται στην μελέτη του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Κάποιοι από τους δείκτες που θα παρουσιαστούν είναι η διεθνής κατάταξη του ελληνικού τουριστικού κλάδου σε διεθνή κλίμακα, η διαχρονική διαμόρφωση των τουριστικών αφίξεων, τα έσοδα από τις ταξιδιωτικές εισπράξεις, η μέση κατά κεφαλή δαπάνη αλλά και άλλοι δείκτες όπως η συμμετοχή του στην απασχόληση, στο ΑΕΠ κλπ.

### 1.1 Οι επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2016

Σύμφωνα με το World Travel and Tourism Council (WTTC), το 2016 η συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ τείνει στο 20% (18,6%) ενώ η συμμετοχή του στην απασχόληση τείνει στο 25% (23,4%) με 860.315 θέσεις εργασίας. Επιπρόσθετα, το 2016 η ελληνική τουριστική βιομηχανία βρισκόταν στο νούμερο 24 της παγκόσμιας τουριστικής κατάταξης κερδίζοντας 7 θέσεις συγκριτικά με το 2015, ενώ πρώτη στην κατάταξη εντοπίζουμε την Ισπανία και την γειτονική Τουρκία στη θέση 44. Σημειώνεται ότι το έτος 2016 ευνόησε τους βασικούς ανταγωνιστές της Ελλάδας (Ισπανία, Κροατία και Κύπρος) αλλά και την ίδια τη χώρα σε όρους διεθνών τουριστικών αφίξεων με εξαίρεση την Αίγυπτο και την Τουρκία με τη δεύτερη να σημειώνει πτώση της τάξης του 30,1%. Αναλυτικότερα, αισθητή ήταν η αύξηση των αφίξεων από το Ηνωμένο Βασίλειο κατά 20,8% ακολουθώντας η Ρωσία με 16,1%, η Γερμανία με 11,7% και τέλος η Ιταλία με 2,3%. Δεν θα μπορούσε να περάσει απαρατήρητη η μείωση κατά 13,7% των αφίξεων από τη Γαλλία. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι το 56% των αφίξεων πραγματοποιήθηκε από τον Ιούλιο έως και το Σεπτέμβριο, ενώ κατά την ίδια περίοδο συγκεντρώθηκε και το 63% των εσόδων με πρώτους τους Γερμανούς (16,60%) και τους πολίτες του Ηνωμένου Βασιλείου να ακολουθούν (15,25%).

Μολονότι οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις, οι οποίες δεν συμπεριλαμβάνουν της αφίξεις κρουαζιέρας, άγγιξαν τα 24.799.346 άτομα σημειώνοντας μια ποσοστιαία αύξηση της τάξης του 5,1% συγκριτικά με το 2015, οι διεθνείς ταξιδιωτικές εισπράξεις, η μέση κατά κεφαλή δαπάνη καθώς και η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση μειώθηκαν αισθητά. Συγκεκριμένα, η μέση κατά κεφαλή δαπάνη σημείωσε πτώση της τάξης του 11,3% ενώ η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση πτώση της τάξης του 9,50%.

## 1.2 Οι επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2017

Σύμφωνα με στοιχεία της Τραπεζής της Ελλάδος αλλά και του World Travel and Tourism Council (WTTC), το 2017 η συμμετοχή του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ υπερέβη κατά πολύ αυτής του 2016 ξεπερνώντας το 27%. Η έμμεση συμμετοχή του κλάδου στην απασχόληση έτεινε στο 25% (24,8%) ενώ η άμεση ξεπέρασε οριακά το 12%. Επιπρόσθετα, το 2017 ο ελληνικός τουριστικός κλάδος διατηρεί την 24<sup>η</sup> θέση στην παγκόσμια κατάταξη ανταγωνιστικότητας με την Ισπανία και την γειτονική Τουρκία να διατηρούν τις θέσεις τους. Το 2017 ήταν μια επιτυχημένη χρονιά σε όρους διεθνών τουριστικών αφίξεων τόσο για την Ελλάδα με μια αύξηση της τάξης του 9,7%, όσο και για τους λοιπούς βασικούς ανταγωνιστές της με την Τουρκία και την Αίγυπτο να σημειώνουν εντυπωσιακές επιδόσεις. Αναλυτικότερα, οι αφίξεις από την Γερμανία αυξήθηκαν κατά 18,1% συγκριτικά με το 2016 ενώ οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκαν μόλις κατά 3,7%. Υπενθυμίζεται ότι το 2016 οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο είχαν αυξηθεί κατά 20,8% σε σχέση με το 2015. Σημαντική ήταν η συνεισφορά της Ολλανδίας σε όρους αφίξεων σημειώνοντας μια αύξηση της τάξης του 22,9% η οποία είναι και η μεγαλύτερη από τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Αξίζει να παρατηρηθεί ότι η Ρωσία οι αφίξεις από τη Ρωσία μειώθηκαν κατά 1,1% ενώ το αντίστοιχο μέγεθος κατά την περασμένη χρονιά είχε σημειώσει αύξηση της τάξης του 16,1%. Όπως αναμενόταν, το 57,3% του συνολικού αριθμού των αφίξεων πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου ενώ την ίδια περίοδο συγκεντρώθηκε το 61,2% των εσόδων.

Δεν θα μπορούσαν να περάσουν απαρατήρητες οι επιδόσεις του ελληνικού τουριστικού κλάδου σε όρους διεθνών ταξιδιωτικών εισπράξεων ανά χώρα προέλευσης. Την πρωτιά κατέχει η Γερμανία η οποία όπως έχει ήδη σημειωθεί, παρουσίασε και την μεγαλύτερη αύξηση σε αφίξεις. Αξιοσημείωτη είναι η συνεισφορά του Ηνωμένου Βασιλείου σε όρους ταξιδιωτικών εισπράξεων κατέχοντας τη δεύτερη θέση χωρίς την αντίστοιχη συνεισφορά σε όρους αφίξεων. Αντίθετα, η Ολλανδία η οποία σημείωσε την μεγαλύτερη αύξηση σε αφίξεις, συνείσφερε έξι φορές λιγότερο στις ταξιδιωτικές εισπράξεις από την Γερμανία.

Επιπρόσθετα και με αφορμή τον κλάδο του yachting που αποτελεί τον πυρήνα της τρέχουσας πτυχιακής εργασίας, παρατηρείται ότι τη μεγαλύτερη συμβολή στην περιφερειακή ανάπτυξη κατά το έτος 2017, την έχει επιτύχει η νησιωτική Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, οι περιοχές του Νοτίου Αιγαίου, της Κρήτης και των Ιονίων νήσων, έχουν συμβάλει σε ποσοστό 61% σε όρους

κατανομής εσόδων ως προς το συνολικό αριθμό εσόδων. Στις ίδιες περιοχές, ο τουριστικός κλάδος έχει συνεισφέρει συντριπτικά στο ΑΕΠ της εκάστοτε τοπικής οικονομίας.

Συγκεφαλαιώνοντας, παρατηρείται ότι ο τουριστικός κλάδος κατά την τελευταία τριετία σημειώνει αξιόλογες επιδόσεις παρά τις δυσμενείς οικονομικές συγκυρίες που επικράτησαν σε εθνικό επίπεδο ως επί το πλείστο.

### 1.3 Οι προβλέψεις για τις επιδόσεις της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας το 2019

Ένας από τους περιορισμούς που αντιμετωπίστηκαν κατά την εκπόνηση αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η έλλειψη μελετών αποτίμησης των επιδόσεων του τουριστικού κλάδου το 2018. Για αυτόν το λόγο, στα πλαίσια της τρέχουσας παραγράφου θα αξιοποιηθούν διαθέσιμα στοιχεία αναφορικά με τις προβλέψεις για το 2019 με έτος σύγκρισης το 2018, σύμφωνα με μελέτες του ΙΝΣΕΤΕ.

Γενικά, οι προοπτικές της τουριστικής κίνησης στα αεροδρόμια της περιφέρειας βάσει των διαθέσιμων στοιχείων του προγραμματισμού των θέσεων των αεροπορικών εταιριών με στοιχεία 31/01/2019, δείχνουν μια τάση σταθεροποίησης χωρίς να αποκλείεται και μια ήπια πτώση της τάξης του -7% ή -1,3 εκατ. θέσεων. Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι το 2018 η αύξηση στον προγραμματισμό των θέσεων των αεροπορικών εταιριών άγγιξε το 21% και κατά συνέπεια η αναμενόμενη ήπια σταθεροποίηση ή πτώση δεν θα πρέπει να αξιολογείται ως ιδιαίτερος κρίσιμη. Άλλωστε, τα παραπάνω στοιχεία που παρατίθενται στη μελέτη του ΣΕΤΕ<sup>1</sup>, αφορούν εκτιμήσεις καθώς ο προγραμματισμός μεταβάλλεται συνεχώς κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν ενώ οι αφίξεις συνηθίζουν να υπολείπονται του αριθμού των θέσεων.

Σύμφωνα με μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ που δημοσιεύτηκε τον Φεβρουάριο του 2019, η μείωση στη ζήτηση των αεροπορικών θέσεων κατά την καλοκαιρινή περίοδο οφείλεται σχεδόν αποκλειστικά σε παράγοντες που δεν σχετίζονται με την ελληνική οικονομία ή τον ελληνικό τουριστικό κλάδο καθαυτό. Τα εν λόγω αίτια φαίνεται να είναι:

---

<sup>1</sup> Outlook 2019: Οι προοπτικές του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα το 2019



1. Η επιβράδυνση της οικονομίας στην Ευρωζώνη συνολικά καθώς οι επιμέρους ρυθμοί ανάπτυξης των κρατών-μελών της Ευρωζώνης αναμένεται να αναπτυχθούν με χαμηλότερους ρυθμούς από τους αντίστοιχους του 2018.
2. Το περιβάλλον αβεβαιότητας που δημιουργεί η συνεχώς αναβαλλόμενη περίπτωση του Brexit ή ακόμα χειρότερα του no-deal Brexit, με δεδομένο ότι η Μ. Βρετανία αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους τροφοδότες της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας σε όρους αριθμού αφίξεων και τουριστών.
3. Η επάνοδος της γειτονικής Τουρκίας η οποία αποτελεί διαχρονικά ανταγωνιστή του ελληνικού τουρισμού σε όρους ανταγωνιστικών τιμών.
4. Η πτώχευση της Γερμανία η οποία είχε προγραμματίσει την άφιξη 318 χιλ. τουριστών.
5. οι υψηλές θερμοκρασίες κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους οι οποίες είτε κατάφεραν να «κρατήσουν» τους ευρωπαίους τουρίστες στους τόπους τους για διακοπές (staycations) είτε σε αναβολή της λήψης της απόφασης για διακοπές στο εξωτερικό.

Η εκκρεμότητα του Brexit και η χρεοκοπία της Γερμανία θα μπορούσαν πιθανότατα να εξηγήσουν τις σημαντικές μειώσεις που καταγράφονται στον προγραμματισμό των θέσεων προς τα περιφερειακά αεροδρόμια από τις αγορές της Γερμανίας (-16% ή -624 χιλ.) και του Ηνωμένου Βασιλείου (-6% ή -259 χιλ.). Πιο συγκεκριμένα, οι με

σημαντικά μειωμένες αναμένονται να είναι και οι ροές από τη Ρωσία (-14% ή 165 χιλ.), τη Σουηδία (-21% ή -155 χιλ.) και την Ελβετία (-27% ή 147 χιλ.). Παρ'όλα αυτά, σημαντικά αυξημένες δείχνουν οι εισερχόμενες ροές από την Τουρκία (51% ή 48 χιλ.), τη Γαλλία (15% ή 146 χιλ.), τη Ρουμανία (23% ή 32 χιλ.) με την Ιταλία και την Πολωνία να ακολουθούν με ποσοστά 3% και 4% αντίστοιχα.

Συνολικά, οι μεσοπρόθεσμες εκτιμήσεις για τον κλάδο του ελληνικού τουρισμού βάσει μελέτης της PWC<sup>2</sup>, είναι θετικές. Συνοπτικά, ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα συνεχίζει να

---

<sup>2</sup> Ελληνικός Τουρισμός-Η επόμενη μέρα.

αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες κινητήριες δυνάμεις της ελληνικής οικονομίας με συνεχώς βελτιούμενες επιδόσεις γεγονός που παγιώνει τη θέση της ανάμεσα στις πιο ανταγωνιστικές τουριστικές αγορές παγκοσμίως. Επίσης, οι απαιτούμενες βραχυπρόθεσμες επενδύσεις (2018-2022) κοστολογούνται στα 6 δις ευρώ ενώ χαρακτηρίζονται στην μελέτη της PWC ως «λελογισμένες» παρά τις υψηλές προσδοκίες που δημιουργεί η συστηματική αύξηση των τουριστικών αφίξεων. Στην ίδια μελέτη τονίζεται ότι η ελληνική τουριστική βιομηχανία δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερους κινδύνους τονίζοντας ότι μια σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου τομέα θα μπορούσε να δώσει μια πρόσθετη ώθηση στον κλάδο.

## Κεφάλαιο 2

### Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα: ο κλάδος του Yachting

#### 2.1 Μια επισκόπηση του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα

Οι πρώτες μορφές *θαλάσσιου τουρισμού* εμφανίστηκαν στην ελληνική επικράτεια την δεκαετία του '60 με τους σημαντικότερους ρυθμούς ανάπτυξης να λαμβάνουν χώρα τα τελευταία χρόνια. Ως *θαλάσσιο τουρισμό* ορίζουμε «κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της – είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση» (Διακομιχάλης, 2009) αποκλείοντας παρεμφερείς δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε υδάτινες επιφάνειες όπως για παράδειγμα ποτάμια και λίμνες.

Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του Υπουργείου Τουρισμού<sup>3</sup> και σύμφωνα με το άρθρο 09, ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται στις ακόλουθες κατηγορίες:

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

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

---

<sup>3</sup> <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1443>

γ. *Καταδυτικό Τουρισμό αναψυχής*, ήτοι τη δραστηριότητα κατά την οποία με συγκεκριμένο εξοπλισμό και τεχνικές υποστηρίζεται η εκμάθηση ή/και καθοδήγηση ατόμων που καταδύονται για λόγους αναψυχής. Δύναται να πραγματοποιείται σε:

A. Καταδυτικό Πάρκο κατά την έννοια του άρθρου 13 παρ. 2 του Ν. 3409/2005 (Α' 273), όπως ισχύει, ήτοι χαρακτηρισμένη περιοχή στην οποία πραγματοποιούνται κατ' αποκλειστικότητα καθοδηγούμενες καταδύσεις αναψυχής καθώς και συναφείς υποβρύχιες δραστηριότητες.

B. Υποβρύχια μουσεία κατά την έννοια του άρθρου 11 του Ν. 3409/2005 (Α' 273), ήτοι κηρυγμένους ενάλιους αρχαιολογικούς χώρους, στους οποίους επιτρέπεται καθοδηγούμενη κατάδυση, με συνοδεία δυτών φυλάκων αρχαιοτήτων ή αρχαιολόγων.

δ. *Αλιευτικό τουρισμό*, ήτοι την παροχή τουριστικών υπηρεσιών συνδεδεμένων με την αλιεία, τη σπογγαλιεία, την υδατοκαλλιέργεια και τις σχετικές με αυτές πρακτικές και τεχνικές, παραδόσεις και τοπικά έθιμα, τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και τοπική γαστρονομία, σύμφωνα και με τις επιμέρους διατάξεις της υπ' αριθμ. 414/2354/12.01.2015 κοινής απόφασης των υπουργών Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Τουρισμού και Ναυτιλίας και Αιγαίου (Β' 97).»

Σε αυτό το σημείο υπογραμμίζεται ότι ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού δεν θα πρέπει να συγχέεται με αυτόν του *ναυτικού τουρισμού*. Ο τελευταίος απαρτίζεται αποκλειστικά από τους κλάδους της ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης (yachting), της κρουαζιέρας και της ακτοπλοΐας.

Μπορεί εύκολα να γίνει αντιληπτό ότι οι επικρατούσες καιρικές συνθήκες στην Ελλάδα αλλά και ειδικότερα γεωγραφικά στοιχεία, δίνουν στους Έλληνες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού μια σημαντική αφετηρία εκκίνησης αν όχι ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα (Κοκκώσης, Τσάρτας και Γκρίμπα, 2011). Πιο συγκεκριμένα, έχει παρατηρηθεί στατιστικά ότι οι επικρατούσες καιρικές συνθήκες στην χώρα

μας συνοψίζονται στα υψηλά ποσοστά ηλιοφάνειας που αγγίζουν ακόμα και τις 250-300 ημέρες ετησίως, φαινόμενο που λειτουργεί προς όφελος του θαλάσσιου τουρισμού. Ο μεγάλος αριθμός νησιών και βραχονησίδων (μεγαλύτερος των 4.000) αλλά και οι πολυάριθμοι όρμοι και λιμενίσκοι αποτελούν αναμφισβήτητα ένα πρόσθετο φυσικό «περιουσιακό στοιχείο» ικανό να συμβάλλει στην ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού. Στην *πολυνησία*, θα μπορούσε να προστεθεί και η μακρά ακτογραμμή η οποία υπερβαίνει τα 16 χιλιόμετρα καθιστώντας την χώρα μας την χώρα-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την μεγαλύτερη ακτογραμμή. Τέλος, δεν θα μπορούσε να αγνοηθεί η πολυμορφία του ελληνικού φυσικού τοπίου και ειδικότερα εκείνου των ελληνικών νησιών και παραθαλάσσιων περιοχών. Το εναλλασσόμενο φυσικό τοπίο αποτελεί ένα πρόσθετο κίνητρο για τους καταναλωτές του προϊόντος του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού.

Συνοψίζοντας, θα πρέπει να τονιστεί ότι τα προαναφερθέντα θετικά στοιχεία (πολυνησία, καλοκαιρία, μακρά ακτογραμμή κλπ.) τροφοδοτούν και τροφοδοτούνται από μια σειρά παράλληλων τουριστικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον πολιτισμό, την ιστορία και το θρησκευτικό πνεύμα του τόπου μας. Συνεπώς, ο θαλάσσιος τουρισμός ως μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία έχει σαν κύρια αποστολή την ανάδειξη του θαλάσσιου και υποθαλάσσιου πλούτου της χώρας μας, δεν θα πρέπει να προσεγγίζεται αποκομμένος από την παράλληλη τουριστική δραστηριότητα. Αντίθετα, θα πρέπει να προσεγγίζεται ως συγκοινωνούν δοχείο το οποίο επωφελεί και επωφελείται από την παράλληλη τουριστική δραστηριότητα.



Τμηματοποίηση του ελληνικού Θαλάσσιου Τουρισμού  
(Διακομιχάλης, 2009, σ. 51)

## 2.2 Ο κλάδος της θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης (yachting)

### 2.2.1 Ορισμός του yachting

Με τον όρο του *yachting* ορίζουμε την εκμίσθωση ενός σκάφους από ιδιώτες με σκοπό την χρήση του ως πλωτό τόπο διαμονής, ψυχαγωγίας και φυσικά ως μέσο μετακίνησης. Τα σκάφη αναψυχής ενοικιάζονται ως επί το πλείστο από ομάδες ατόμων οι οποίες επιλέγουν να διαμορφώνουν από κοινού το ημερήσιο πρόγραμμά τους αλλά και τις ακτές και τα νησιά που θα επισκεφτούν ή θα περιηγηθούν. Αυτή θα μπορούσε να ειπωθεί ότι είναι και η ιδιαιτερότητα της υπηρεσίας του *yachting* σε αντιπαράθεση με την κρουαζιέρα όπου τα χρονοδιαγράμματα και οι τόποι επίσκεψης είναι προκαθορισμένα.

### 2.2.2 Είδη σκαφών-πλοιαρίων αναψυχής

Γενικά, «[τ]ουριστικό πλοίο ή πλοiάριο εννοείται κάθε σκάφος με αυτοδύναμη κίνηση στη θάλασσα, είτε με είτε χωρίς θαλάμους ενδιαίτησης και διανυκτέρευσης μέχρι είκοσι πέντε επιβατών, εκτός βέβαια από αυτούς που απαιτούνται για το πλήρωμα, το οποίο από την κατασκευή του γενικά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά για την εκτέλεση πλόων θαλάσσιας αναψυχής ή περιήγησης, είτε με καταβολή ναύλου είτε χωρίς» (Euthimiatou, A. 1997).

Ειδικότερα και σύμφωνα με τον Ν. 4256/2014:

α. Πλοίο αναψυχής: είναι κάθε σκάφος ολικού μήκους άνω των επτά (7) μέτρων ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο, το οποίο μπορεί από τη γενική κατασκευή του να χρησιμοποιείται για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής.

β. Ιστιοφόρο πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής, το οποίο διαθέτει επαρκή ιστιοφορία, ως κύριο μέσο πρόωσης, μπορεί να φέρει μηχανή για βοηθητική πρόωση και, αν είναι επαγγελματικό, πληροί επιπλέον τα κριτήρια τα οποία ορίζονται με την απόφαση της παραγράφου 2.

γ. Μηχανοκίνητο πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής, το οποίο διαθέτει μηχανή ως κύριο μέσο πρόωσης και βοηθητικό μέσο πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται.

δ. Επαγγελματικό πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής μεταφορικής ικανότητας έως και σαράντα εννέα (49) επιβατών, το οποίο διαθέτει επαρκείς και κατάλληλους χώρους ενδιαίτησης ειδικά για τους επιβάτες, για την εκμετάλλευση του οποίου συνάπτεται σύμβαση ολικής ναύλωσης.

ε. Ιδιωτικό πλοίο αναψυχής: είναι το πλοίο αναψυχής το οποίο δεν είναι επαγγελματικό.

στ. Μικρό σκάφος: είναι κάθε σκάφος ολικού μήκους έως και επτά (7) μέτρων, ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο.

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

η. Παραδοσιακό πλοίο: είναι το πλοίο υπό ελληνική σημαία, επαγγελματικό ή ιδιωτικό, το οποίο είναι πρωτότυπο ή ομοίωμα ιστορικού ή παλαιού πλοίου, που έχει κατασκευασθεί κατά το μεγαλύτερο μέρος του από υλικά όμοια με αυτά που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή του πρωτότυπου και συγκεντρώνει τα κριτήρια χαρακτηρισμού του ως παραδοσιακού, σύμφωνα με τα οριζόμενα στην απόφαση της παραγράφου 2.

Συνοπτικά, ο ελληνικός στόλος σκαφών αναψυχής απαριθμεί περίπου 4.800 ιστιοφόρα και μηχανοκίνητα σκάφη καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση σε Μεσογειακό επίπεδο από πλευράς αριθμού σκαφών (Μανώλογλου, 2017). Το 70% του στόλου απαρτίζεται από ιστιοφόρα σκάφη με το 30% να αφορά μηχανοκίνητα με την πλειοψηφία αυτών να δύνανται να φιλοξενήσουν από 6-12 άτομα. Σύμφωνα με στοιχεία του 2017 (ΣΕΤΕ, 2017), υπάρχουν κατά προσέγγιση 400 εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του yachting και οι οποίες έχουν στο

ενεργητικό τους ένα στόλο της τάξης των 3.500 σκαφών με ελληνική σημαία. Ένας από τους βραχείς στόχους που έχουν θέσει οι φορείς του ελληνικού τουρισμού είναι το 2020 να δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα 7.000 σκάφη με ελληνική σημαία.

### 2.3 Οικονομική επίδραση του κλάδου του Yachting (συγκριτική ανάλυση)

Η συνεισφορά του κλάδου του *ναυτικού τουρισμού* στο ελληνικό ΑΕΠ είναι αξιοσημείωτη. Η *άμεση επίδραση* του σε οικονομικούς όρους αγγίζει σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΣΕΤΕ (2019) τα 2.280 εκατ. ή 1,3% του ΑΕΠ. Αντίστοιχα, οι *έμμεσες επιδράσεις* του *ναυτικού τουρισμού* στην ελληνική οικονομία εκτιμώνται μεταξύ των 5 και 6 δις ευρώ, αντιπροσωπεύοντας το 2,9%-3,5% του ΑΕΠ. Στα πλαίσια της τρέχουσας παραγράφου παρουσιάζεται αναλυτικά ο οικονομικός αντίκτυπος του κλάδου του yachting συγκριτικά με τους λοιπούς κλάδους του θαλάσσιου τουρισμού.

Αναλυτικότερα, ο οικονομικός αντίκτυπος του yachting εκτιμάται σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2019) στα 800 εκατ. ευρώ υπερβαίνοντας οριακά το 30% της συνολικής συνεισφοράς του κλάδου ή διαφορετικά το 0,45% του ΑΕΠ του 2017. Το ποσό των 800 εκατ. Ευρώ *απαρτίζεται* από τις «πωλήσεις νέων σκαφών, μηχανών, αξεσουάρ και θαλάσσιου εξοπλισμού» με 17 εκατ. συμπεριλαμβανομένων των «δαπανών ιδιοκτησίας και χρήσης σκαφών» με 625 εκατ. σύν τις ναυλώσεις οι οποίες αγγίζουν τα 158 εκατ. Αναφορικά με το σκέλος της απασχόλησης και σύμφωνα πάντα με την μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2018), οι συνολικές θέσεις ελλιμενισμού προσφέρουν 550 άμεσα εργαζόμενους στις μαρίνες. Επιπρόσθετα, εκτιμάται ότι ο συνολικός αριθμός πληρώματος *ανέρχεται* σε 9.500 άτομα με πειπλέον 1.600 εργαζόμενους να εργάζονται στην αγορά ναύλωσης σκαφών. Εκτιμάται επίσης ότι για τις 13.500 θέσεις ελλιμενισμού στην Ελλάδα αντιστοιχούν 13.500 υποστηρικτικές θέσεις εργασίας, οι οποίοι είναι ως επί το πλείστο ελεύθεροι επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις που ενισχύουν την τοπική οικονομία. Συνολικά εκτιμάται ότι ο κλάδος του yachting απασχολεί 25.150 εργαζομένους.

Αξιοσημείωτες είναι οι επιδόσεις του κλάδου του yachting συγκριτικά με αυτές της κρουαζιέρας. Σε πρώτη ανάγνωση ο οικονομικός αντίκτυπος του κλάδου της κρουαζιέρας προσεγγίζει τα 580 εκατ. αντί των 800 εκατ. του κλάδου του yachting. Το εν λόγω ποσό προκύπτει από την άθροιση των «δαπανών των επιβατών», των «προμηθειών», την «κατασκευή και συντήρηση» και το «κόστος διοικητικού προσωπικού». Συνολικά, η



συνεισφορά του κλάδου της κρουαζιέρας στο ΑΕΠ δεν υπερβαίνει το 0,33% αντί του 0,45% του yachting. Αναφορικά με το σκέλος της απασχόλησης και με στοιχεία του έτους 2015, η συνολική απασχόληση ανέρχεται σε 9.983 θέσεις εργασίας ή κατά 1,5% λιγότερες ως προς το 2014. Σημειώνεται ότι στη συνολική απασχόληση συμπεριλαμβάνεται η άμεση, έμμεση και induced. Με άλλα λόγια, ο αριθμός των 9.983 θέσεων εργασίας δεν αφορά θέσεις εργασίας που σχετίζονται άμεσα με τον τομέα της κρουαζιέρας. Σύμφωνα με μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ (2019), 4.892 θέσεις εργασίας συνδέονται άμεσα με τον τομέα της κρουαζιέρας ή σε στρογγυλοποίηση 5.000 θέσεις στην ελληνική επικράτεια. Γίνεται συνεπώς αντιληπτό ότι και στον τομέα της απασχόλησης ο κλάδος του yachting αποδεικνύεται να συνεισφέρει περισσότερο από τον τομέα της κρουαζιέρας.

Τις επιδόσεις του yachting δείχνει να ξεπερνά μόνο ο κλάδος της ακτοπλοΐας ο οικονομικός αντίκτυπος του οποίου αγγίζει τα 900 εκατ. ευρώ ή διαφορετικά το 0,52% του ΑΕΠ. Σημειώνεται δε ότι η συνολική άμεση απασχόληση στον τομέα της ακτοπλοΐας εκτιμάται σε 6.000 θέσεις εργασίας. Γίνεται άμεσα αντιληπτό ότι οι θέσεις εργασίας που δημιουργεί ο τομέας της ακτοπλοΐας υπολείπεται σημαντικά αυτών του κλάδου της θαλάσσιας περιήγησης.

## 2.4 Τα προβλήματα του ελληνικού yachting

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη (Μανώλογλου, 2017), ο τομέας του yachting στην Ελλάδα αντιμετωπίζει ένα σύνολο μικρών μεν κρίσιμων δε προβλημάτων η επίλυση των οποίων θα μπορούσε να του δώσει ιδιαίτερη ώθηση. Τα προβλήματα του yachting στην Ελλάδα δείχνουν να αφορούν την οργάνωση των υπηρεσιών του κλάδου αλλά και τις υποδομές που απαιτούνται για την άρτια υποστήριξη των καταναλωτών της εν λόγω τουριστικής υπηρεσίας. Συνοπτικά, τα προβλήματα που επιβραδύνουν την ανάπτυξη του yachting αφορούν (α) τις υποδομές (μαρίνες σκαφών) σε όρους αρτιότητας σε θέματα ασφάλειας, ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών και επάρκειας θέσεων ελλιμενισμού, (β) την επάρκεια του αριθμού των εταιριών επαγγελματικών σκαφών αναψυχής, (γ) το φορολογικό καθεστώς σε συνδυασμό με το θεσμικό πλαίσιο και τέλος (δ) την εκμετάλλευση του ίδιου του κλάδου ως μέσο φοροδιαφυγής.

Αναφορικά με τις υποδομές, τονίζεται ότι οι παρεχόμενες υπηρεσίες στις μαρίνες χρήζουν εκσυγχρονισμού προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των καταναλωτών της υπηρεσίας του yachting. Σημαντικές ανησυχίες έχουν εκφρασθεί για την επάρκεια των θέσεων ελλιμενισμού. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία (Μανώλογλου, 2017), ο εκτιμώμενος αριθμός

θέσεων ελλιμενισμού αγγίζει τις 9.000με άλλες 9.254 θέσεις σε 79 τουριστικού λιμένες να βρίσκονται στο τελικό στάδιο. Όπως προκύπτει και από τον πίνακα 2.4, ο αριθμός των θέσεων ελλιμενισμού (berth) ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής (coastline) είναι 0,5 όταν εκτιμάται ότι ο ευρωπαϊκός μέσος όρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της Μεσογείου και της Τουρκία είναι 8,9 θέσεις ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής. Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι ο αριθμός των θέσεων είναι δυσανάλογα μικρός δεδομένου ότι η χώρα μας διαθέτει μακράν την μεγαλύτερη ακτογραμμή από τις ανταγωνίστριες χώρες στο χώρο του yachting που «βρέχονται» από την Μεσόγειο. Σύμφωνα με την ίδια μελέτη (Μανώλογλου, 2017), η Ελλάδα θα έπρεπε να διαθέτει 142.000 θέσεις υποδοχής θέτοντας πολύ ψηλά την στοχοθεσία του κλάδου σε όρους θέσεων ελλιμενισμού.

Σε αυτό το σημείο όμως πρέπει να υπογραμμιστεί ότι οι υποδομές από μόνες τους δεν αποτελούν πανάκεια. Όπως τονίστηκε και στην αρχή του τρέχοντος κεφαλαίου, ο κλάδος της θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης δεν θα πρέπει να μελετάται και να προσεγγίζεται αποκομμένος από την υπόλοιπη τουριστική δραστηριότητα. Αυτή την άποψη έρχεται να υποστηρίξει μελέτη του πανεπιστημίου του Zagreb (Mikulic και άλλοι, 2015) σύμφωνα με την οποία η εμπειρία του καταναλωτή της υπηρεσίας του yachting στον τόπο προορισμού και όχι εν πλώ (Onshore destination experience), διαδραματίζει μείζονα ρόλο στην εντύπωση που ο ίδιος σχηματίζει για την ίδια την υπηρεσία. Ο αγγλικός όρος του *onshore destination experience* συμπεριλαμβάνει παραμέτρους και εμπειρίες που δεν σχετίζονται με την υπηρεσία του yachting καθαυτή αλλά με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στον εκάστοτε τόπο προορισμού είτε αυτές αφορούν πολιτιστικές ή αθλητικές δραστηριότητες είτε αυτές αφορούν τη γαστρονομία. Μάλιστα βρέθηκε ότι η παράμετρος του on shore destination experience ασκεί τη μεγαλύτερη επιρροή στην εικόνα που σχηματίζει ο καταναλωτής για την υπηρεσία του yachting. Γίνεται συνεπώς κατανοητό ότι ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί τόσο στις υποδομές ελλιμενισμού όσο και στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται σε αυτούς αλλά και στους τόπους προορισμού.

countries	number of berths	coastline (km)	average berths/km
Greece	8,924	16,040	0.56
France	222,600	6,316	35.24
Croatia	13,416	8,032	1.67
Italy	130,000	9,532	13.64
Spain	130,555	6,882	18.97
Turkey	8,659	9,827	0.88
Malta	1,108	197	5.62
Montenegro	837	293	2.86
Slovenia	1,475	1,381	1.07
Total	517,574	58,500	9.00

#### Πίνακας 2.4

#### Αριθμός των θέσεων ελλιμενισμού yachts στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες

(Πηγή: Chen και λοιποί, 2016:43)

Ο περιορισμένος αριθμός των εταιριών που δραστηριοποιούνται στο χώρο των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής έχει σημειωθεί ως μία ακόμη σκόπελος στην ανάπτυξη του κλάδου. Στη μελέτη του Μανώλογλου (2017) αναφέρεται ότι στην ελληνική αγορά του yachting δραστηριοποιούνται περίπου 400 εταιρίες εκμετάλλευσης σκαφών εκ των οποίων μόνο το 1/3 ασχολείται κατά αποκλειστικότητα με την εκμετάλλευση και ναύλωση σκαφών κάτω των 15 μέτρων και απουσία μόνιμου πληρώματος. Σημειώνεται επίσης ότι τα ποσοστά ανεργίας στον κλάδο των πληρωμάτων σκαφών αναψυχής τείνει στο 30% ενώ σημαντικό έλλειμμα παρουσιάζεται στο εξειδικευμένο-τεχνικό προσωπικό. Είναι σημαντικό να έχουμε υπόψη ότι για την ακριβέστερη εκτίμηση του αριθμού των απασχολούμενων στον εν λόγω κλάδο θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και όλους εκείνους τους επαγγελματίες που δεν σχετίζονται άμεσα με την υποστήριξη του yachting όπως τα στελέχη των ναυαγοσωστικών ομάδων, των επιχειρήσεων ανεφοδιασμού κ.α.

Όπως τονίστηκε και στην αρχή όμως της παραγράφου, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος του yachting δεν εξαντλούνται σε αυτά των υποδομών. Σύμφωνα πάντα με τη μελέτη του Μανώλογλου (2017), η φορολογική πολιτική των τελευταίων ετών δεν στήριξε τον επιχειρηματικό κλάδο του yachting με αποτέλεσμα η ανοδική πορεία του ελληνικού τουρισμού να μην καταφέρει να τον «συνεπάρει». Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στην γειτονική και ανταγωνίστρια Τουρκία τα σκάφη με τουρκική σημαία χαίρουν έκπτωση της τάξης του 50% στους χώρους ελλιμενισμού. Αντίθετα, ο συντελεστής ΦΠΑ (24%) στο χώρο του yachting επιβαρύνει την τιμή θέτοντας το εκτός ανταγωνισμού με αποτέλεσμα την αποχώρηση περίπου 40.000 σκαφών στο διάστημα 2009-2015 προς τις μαρίνες της Τουρκίας και της Κροατίας.

Επιπρόσθετα, η κακώς εννοούμενη εκμετάλλευση του κλάδου του yachting για λόγους που σχετίζονται με τη φοροδιαφυγή αποτελούν μια ακόμη τροχοπέδη στην ανάπτυξη του. Συγκεκριμένα, πολλοί ιδιώτες ιδιοκτήτες σκαφών προκειμένου να απολαμβάνουν τις προσφερόμενες απαλλαγές, τα δηλώνουν ως επαγγελματικά για να φοροδιαφεύγουν. Η αποθαρρυντική φορολόγηση σε συνδυασμό με το ασταθές θεσμικό πλαίσιο (Μανώλογλου, 2017), αποτρέπουν την επένδυση στον χώρο του yachting. Ιδιαίτερη μνεία στο θέμα της φοροδιαφυγής έχει γίνει από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με δελτίο τύπου της 8<sup>ης</sup> Μαρτίου του 2018 σύμφωνα με την οποία δημοσιεύει την απόφαση της να αποστείλει προειδοποιητικές επιστολές και στην Ελλάδα ανάμεσα σε άλλες χώρες (βλ. Κύπρο, Μάλτα) για μη είσπραξη του ορθού ποσού του φόρου προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ) σε ό,τι αφορά τη μίσθωση σκαφών αναψυχής. Πιο συγκεκριμένα, οι διαδικασίες επί παραβάσει που κινήθηκαν αφορούσαν «[τ]η μειωμένη βάση υπολογισμού του ΦΠΑ για τη χρηματοδοτική μίσθωση σκαφών αναψυχής – ένα γενικό καθεστώς ΦΠΑ που προβλέπεται από την Κύπρο, την Ελλάδα και τη Μάλτα»<sup>4</sup>. Μάλιστα, στο συγκεκριμένο δελτίο τύπου υπογραμμιζόταν ότι μολονότι «οι κανόνες της ΕΕ για τον ΦΠΑ επιτρέπουν στα κράτη μέλη να μην φορολογούν την παροχή υπηρεσιών σε περίπτωση που η πραγματική χρήση του προϊόντος γίνεται εκτός ΕΕ, οι εν λόγω κανόνες δεν επιτρέπουν να εφαρμόζεται γενική κατ' αποκοπή μείωση χωρίς αποδεικτικά στοιχεία του τόπου όπου γίνεται η πραγματική χρήση. Η Μάλτα, η Κύπρος και η Ελλάδα έχουν θεσπίσει κατευθυντήριες γραμμές βάσει των οποίων όσο μεγαλύτερο είναι το σκάφος, τόσο λιγότερο θεωρείται ότι η χρηματοδοτική μίσθωση γίνεται σε ύδατα της ΕΕ, γεγονός που μειώνει σημαντικά τον εφαρμοστέο συντελεστή ΦΠΑ»<sup>5</sup>.

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί περιγράφεται συνοπτικά το στρατηγικό εργαλείο του S.W.O.T. analysis το οποίο χρησιμοποιείται από αναλυτές και στελέχη στρατηγικού σχεδιασμού για την αποτύπωση των δυνατών (Strengths) και αδύναμων (Weaknesses) σημείων μιας επιχείρησης ή ενός κλάδου αντίστοιχα καθώς επίσης και για την αποτύπωση των ευκαιριών (Opportunities) που παρουσιάζονται αλλά και των κινδύνων-απειλών (Threats) που ελλοχεύουν.

---

<sup>4</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-1451\\_el.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-1451_el.htm)

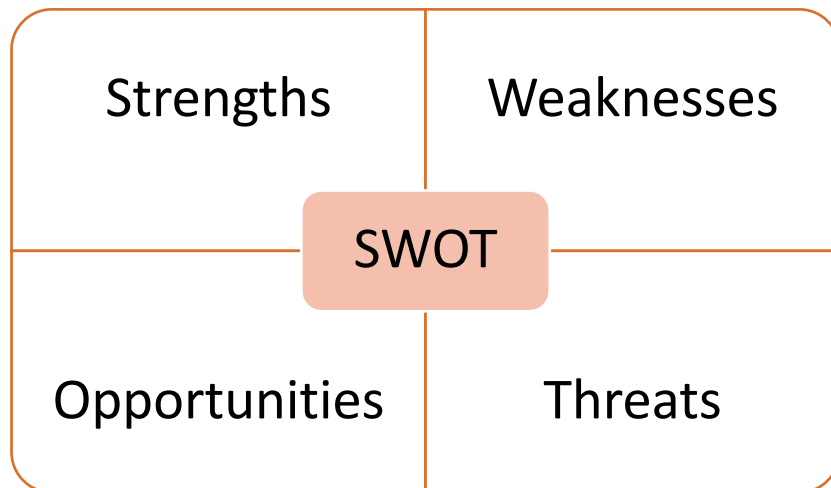
<sup>5</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-1451\\_el.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-1451_el.htm)

## Κεφάλαιο 3

### SWOT Analysis του κλάδου του yachting στην Ελλάδα

#### 3.1 Το εργαλείο του SWOT analysis

Το SWOT analysis αποτελεί ένα εργαλείο το οποίο έχει τις ρίζες του στην διοικητική επιστήμη (management) και το οποίο χρησιμοποιείται είτε από τα στελέχη υφιστάμενων εταιριών για την ολοκλήρωση του στρατηγικού τους σχεδιασμού είτε από συμβούλους επιχειρήσεων που αξιολογούν την βιωσιμότητα μιας επιχειρηματικής ιδέας. Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις *strength*, *weaknesses*, *opportunities*, *threats* και οι οποίες μεταφράζονται στα ελληνικά ως *δυνατά σημεία*, *αδυναμίες*, *ευκαιρίες* και *απειλές*.



Υπόδειγμα ενός SWOT analysis matrix

Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, αποτελεί στην πραγματικότητα ένα εργαλείο αποτύπωσης της αξιολόγησης τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης ή της εκάστοτε υπό μελέτη επιχειρηματικής ιδέας. Ο στόχος δεν είναι άλλος από το να συμβάλλει στην λήψη μιας όσο το δυνατό πιο βιώσιμης και άρα ορθής επιχειρηματικής απόφασης η οποία θα έχει στηριχτεί στα τέσσερα προαναφερόμενα στοιχεία. Για παράδειγμα, ένα SWOT analysis matrix το οποίο θα αφορούσε τα *δυνατά σημεία* του ελληνικού yachting θα μπορούσε να περιλαμβάνει το πολύ εξειδικευμένο προσωπικό, την πολυετή εμπειρία των ιδιοκτητών, την πρόσβαση σε οικονομίες κλίμακας, την ύπαρξη συνεργιών και αποκλειστικών συνεργασιών οι οποίες μειώνουν αισθητά το κόστος συγκριτικά με τους ανταγωνιστές του κλάδου. Οι *αδυναμίες* θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τον ίδιο το στόλο των σκαφών ή την

αδυναμία της εταιρίας να ανοιχτεί σε νέες αγορές ή να εξασφαλίσει πρόσθετη χρηματοδότηση από τα πιστωτικά ιδρύματα λόγω δυσμενών οικονομικών στοιχείων. Αντίστοιχα, οι ευκαιρίες θα μπορούσαν να αφορούν μια σημαντική νομική αναθεώρηση ή την πρόσβαση σε φθηνή χρηματοδότηση μέσω ειδικών αναπτυξιακών προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τέλος, οι *απειλές* θα μπορούσαν να συμπεριλαμβάνουν την εξομάλυνση της πολιτικής σκηνής στη γείτονα χώρα η οποία θα είχε ως απόρροια την αύξηση των εισροών της σε τουρίστες ή μια ύφεση στην οικονομία μιας χώρας η οποία συνήθιζε να τροφοδοτεί με σημαντικές μάζες τουριστών τις τουριστικές μονάδες της χώρας μας.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να υπογραμμιστεί ότι το συγκεκριμένο εργαλείο συμβάλλει στη λήψη μιας απόφασης και λειτουργεί επικουρικά μιας ευρύτερης εργαλειοθήκης αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων ενώ συχνά συγκεντρώνει και την κριτική ακαδημαϊκών η οποία συνήθως συνοψίζεται στο ότι (Wheelen και Hunger, 2002:109):

1. καταλήγει συχνά σε μακρές και όχι διαχειρίσιμες λίστες.
2. οι όροι και οι λέξεις που συχνά επιλέγονται είναι ασαφείς σε βαθμό που περισσότερο δυσκολεύουν παρά διευκολύνουν την λήψη μιας απόφασης.
3. ένα στοιχείο μπορεί να συμπεριλαμβάνεται ταυτόχρονα σε δυο κατηγορίες. Για παράδειγμα π.χ. οι καιρικές συνθήκες της χώρας μας μπορεί να αποτελούν ταυτόχρονα *ευκαιρία* αλλά και *δυνατό σημείο*.
4. Συχνά τα στοιχεία τα οποία περιλαμβάνονται στη λίστα δεν τεκμηριώνονται από ποσοτικά στοιχεία.

Το εν λόγω εργαλείο έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως από μελετητές του κλάδου του yachting στην Ελλάδα και το εξωτερικό σε μια απόπειρα να αποτυπώσουν και να αποτιμήσουν την κατάσταση του αλλά και να φωτίσουν τη δυναμική του. Στην παράγραφο που ακολουθεί γίνεται περιληπτική παρουσίαση πρόσφατης μελέτης των Chen, Balomenou, Nijkamp, Poulaki και Lagos (2016) αναφορικά με την βιωσιμότητα του κλάδου του yachting στην Ελλάδα καθώς επίσης και τα αποτελέσματα αντίστοιχης μελέτης για τον κλάδο του yachting στην Τουρκία (Sarisik και άλλοι, 2011).

### 3.2 Εφαρμογή του SWOT analysis στο κλάδο του yachting: η περίπτωση της Ελλάδας και της ανταγωνίστριας Τουρκίας.

Όπως έχει ήδη τονιστεί, το κάλλος του Αιγαίου Πελάγους με την πολυνησία και τις ήπιες καιρικές συνθήκες αποτελεί αναμφισβήτητα ένα από τα πλεονεκτήματα που διαθέτει στη «φαρέτρα» του ο κλάδος του ελληνικού τουρισμού αλλά και ειδικότερα ο κλάδος του yachting. Δεν θα πρέπει όμως να παραβλέπουμε ότι τις ανατολικές ακτές του Αιγαίου Πελάγους τις αξιοποιεί η Τουρκία η οποία αποτελεί τον πιο κοντινό μας ανταγωνιστή σε γεωγραφικούς όρους. Θα είχε συνεπώς μεγάλη αξία να δούμε επί του πρακτέου την εφαρμογή του εργαλείου του SWOT analysis στον κλάδο του yachting και των δύο ανταγωνιστριών και συνάμα γειτονικών χωρών.

Σύμφωνα με την σχετικά πρόσφατη μελέτη των Chen και άλλων (2016), ο κλάδος του ελληνικού yachting θα μπορούσε να συνοψισθεί στα ακόλουθα σημεία:

<b>Δυνατά σημεία</b>	<b>Αδύνατα σημεία</b>
Πολυνησία	Υψηλά κόστη ελλιμενισμού
Πολυμορφία ακτογραμμής	Έλλειψη φορολογικών/ νομικών κινήτρων
Μοναδική θέα	Ανεπαρκείς υποδομές
Ευχάριστο ζεστό κλίμα	Έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού
<b>Ευκαιρίες</b>	<b>Απειλές</b>
Υψηλή ζήτηση από την εσωτερική αγορά	Εγχώρια οικονομική κρίση
Υψηλή ζήτηση από την εξωτερική αγορά	Μη-βιώσιμος σχεδιασμός ανάπτυξης της ακτογραμμής
Αυξητική τάση στη ζήτηση του yachting tourism στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη	Ανταγωνισμός από γείτονες χώρες
Συνέργιες και συνεργασίες με τον μαζικό τουρισμό	Ισχυρός ανταγωνισμός σε επίπεδο τιμών
Συνδέσεις με ποικίλλους προορισμούς	

[Πηγή: Chen και άλλοι (2016) σέλ. 46]

Σύμφωνα με παρόμοια μελέτη που δημοσιεύτηκε 5 έτη νωρίτερα των Sariisik και άλλων (2011) συνόψιζε τον τούρκικο κλάδο του yachting στα ακόλουθα σημεία:

Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία
<p>Κατάλληλοι και αξιοποιήσιμοι φυσικοί πόροι</p> <p>Ισχυρή υποστήριξη από την κυβέρνηση</p> <p>Δέουσα τιμολόγηση/ κόστος</p> <p>Ταυτόχρονη υποστήριξη τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα</p> <p>Παραδοσιακά τούρκικα σκάφη (Gullet)</p> <p>Πολιτιστική κληρονομιά και παραδόσεις του τόπου</p> <p>Διαύγεια των θαλάσσιων υδάτων</p> <p>Κατάλληλος ΦΠΑ</p> <p>Υπηρεσίες υποστήριξης και συντήρησης σκαφών</p> <p>Μαρίνες υψηλών προδιαγραφών</p> <p>Ισχυρός κλάδος κατασκευής yacht</p> <p>Υψηλή εσωτερική ζήτηση της υπηρεσίας</p> <p>Καθαρότητα του παράκτιου και θαλάσσιου οικοσυστήματος</p>	<p>Τεχνικές προδιαγραφές</p> <p>Νομοθεσία</p> <p>Απουσία φεστιβάλ και εμπορικών γεγονότων προώθησης του τουρκικού κλάδου του yachting και των κατά τόπους clubs</p> <p>Πολύπλοκες διαδικασίες επένδυσης/ σύστασης εταιριών</p> <p>Μη αξιοποιήσιμες θέσεις σε θέσεις ελλιμενισμού</p> <p>Πολύ χαμηλή τιμολόγηση των υπηρεσιών του κλάδου του yachting συγκριτικά με αυτές των ανταγωνιστριών χωρών</p>
Ευκαιρίες	Απειλές
<p>Διαθεσιμότητα νέου και τεχνικά καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού</p> <p>Επενδυτικό ενδιαφέρον στην κατασκευή νέων θέσεων ελλιμενισμού</p> <p>Αυξανόμενες εισερχόμενες ροές τουριστών</p>	<p>Φορολόγηση αλκοόλ</p> <p>Συνεχώς αυξανόμενος ανταγωνισμός</p> <p>Αυξανόμενη φορολογία στην ναυπήγηση νέων σκαφών</p>



Συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον για τουριστικές δραστηριότητες συναφείς με το υδάτινο στοιχείο	Γραφειοκρατία
Πολιτικές υποστήριξης του τουριστικού προϊόντος	Πολιτικές που απαγορεύουν την αξιοποίηση παλαιότερων σκαφών
Μείωση των εμποδίων που απέτρεπαν την είσοδο επισκεπτών από διεθνής προορισμούς	Πολιτική αστάθεια στην περιοχή της Μεσογείου
	Αυξανόμενες τιμές πετρελαίου
	Ενδεχόμενη μόλυνση θαλάσσιων υδάτων
	Ισχυρός ανταγωνισμός τιμών

[Πηγή: Sariisik και άλλοι (2011), σελ.1023]

### 3.3 SWOT Analysis του ελληνικού Yachting: συνέντευξη με τον CEO νεοσύστατης yachting company

Στα πλαίσια της τρέχουσας πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με τον CEO νεοσύστατης εταιρίας με αντικείμενο την υπηρεσία του Yachting. Για λόγους εμπιστευτικότητας και κατόπιν αιτήματος του συνεντευξιαζόμενου δεν αναφέρεται στην τρέχουσα εργασία το όνομα του εταίρου ή της εταιρίας. Στόχος ήταν να ιδωθεί η αγορά του ελληνικού yachting από τη σκοπιά ενός νέου στο χώρο επιχειρηματία και να διαπιστωθεί πώς διαφοροποιούνται τα δυνατά και αδύνατα σημεία καθώς επίσης οι ευκαιρίες και οι απειλές για αυτόν/η.

Το SWOT analysis όπως αυτό προέκυψε από τη συνέντευξη, δεν έκρυβε ιδιαίτερες αποκλίσεις από τα ευρήματα που έχουν προκύψει σε παρεμφερής μελέτες. Ιδιαίτερος χρόνος όμως αφιερώθηκε στην ανάπτυξη μιας θεματολογίας οι οποία αφορούσε τις κλιματολογικές συνθήκες και το πώς αυτές μακροπρόθεσμα θα μπορούσαν να μεταβληθούν αλλάζοντας άρδην το τοπίο του ελληνικού τουριστικού κλάδου και άρα και αυτού του yachting. Στην παράγραφο που ακολουθεί αναλύεται εκτενώς η υποεκτιμημένη απειλή (Threat) της κλιματικής αλλαγής.

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πολυνησία</li> <li>• Μέγεθος στόλου</li> <li>• Τεχνογνωσία</li>   <li>• Ακτογραμμή</li> <li>• Κρατική υποστήριξη</li> <li>• Ναυτοσύνη</li> <li>• Ηλιοφάνεια</li> <li>• Επιχορήγηση στο καύσιμο</li> <li>• Real Estate επενδύσεις</li> <li>• High-end σκάφη</li> <li>• Φθηνότεροι από τον βασικότερο ανταγωνιστή</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ΕΣΠΑ: η επιδότηση για αγορά σκαφών αυξάνει την προσφορά και μειώνει την τιμή της προσφερόμενης υπηρεσίας συμπαρασείροντας μαζί της την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας.</li> <li>• Ασταθές νομικό καθεστώς</li> <li>• Ασταθές φορολογικό καθεστώς</li> <li>• Θέσεις ελλειμισμού</li> <li>• Πλήρωμα: μη-πιστοποιημένο προσωπικό</li> <li>• Ατέλειες στην αλυσίδα τροφοδοσίας σκαφών</li> </ul>
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Real-Estate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τουρκία: πολύ φθηνότερη</li> <li>• Κροατία: πολύ πιο οργανωμένη</li> <li>• Νομικό πλαίσιο</li> <li>• Τιμές πετρελαίου</li> <li>• Πολιτική αστάθεια στην Τουρκία</li> <li>• Κλιματική αλλαγή</li> </ul>

### 3.4 Η υποεκτιμημένη «απειλή» της κλιματικής αλλαγής

Όπως έχει επανειλημμένως υπογραμμισθεί, ένα από τα δυνατά σημεία (Strengths) του ελληνικού τουριστικού κλάδου, είναι οι εύκρατες και ήπιες κλιματολογικές συνθήκες οι οποίες δίνουν ένα προβάδισμα στον τουριστικό κλάδο της χώρας μας ως προς τις ανταγωνίστριες χώρες. Παρόλα αυτά, πρόσφατη μελέτη της Τραπεζής της Ελλάδος (ΤτΕ) αναφορικά με την επιρροή που θα ασκήσουν οι επικείμενες κλιματικές αλλαγές στον κλάδο του ελληνικού τουρισμού, δείχνει να μην έχουν ληφθεί σοβαρά υπόψη από τους μελετητές του κλάδου. Όπως είδαμε στα SWOT analysis της Ελλάδος και της μείζονος ανταγωνίστριας της, Τουρκίας, απουσιάζουν από τις απειλές (Threats) στοιχεία και παράγοντες που να σχετίζονται με την εν εξελίξει μείζονα κλιματική αλλαγή. Στην ακόλουθη παράγραφο συνοψίζονται τα κύρια συμπεράσματα της μελέτης της ΤτΕ.

Πιο συγκεκριμένα, η εν λόγω μελέτη καταλήγει στο ευρύτερο συμπέρασμα ότι η κλιματική αλλαγή θα οξύνει τα διαχρονικά προβλήματα του ελληνικού τουρισμού προς τα τέλη του 21<sup>ου</sup> αιώνα. Η συγκεκριμένη εκτίμηση προέκυψε από τη χρήση του δείκτη TCI ο οποίος «χρησιμοποιεί ένα συνδυασμό επτά παραμέτρων, τρεις από τις οποίες είναι ανεξάρτητες και δύο σε ένα βιοκλιματικό συνδυασμό. Περιλαμβάνει το δείκτη άνεσης κατά τη διάρκεια της ημέρας (daytime comfort index), που αποτελείται από τη μέση μέγιστη θερμοκρασία του αέρα και τη μέση ελάχιστη σχετική υγρασία, το δείκτη ημερήσιας άνεσης (daily comfort index), που αποτελείται από τη μέση θερμοκρασία και τη μέση σχετική υγρασία, το ύψος των βροχοπτώσεων, την ημερήσια ηλιοφάνεια και τη μέση ταχύτητα ανέμου.» (Ματζαράκης και άλλοι, 2014:72). Σύμφωνα με υπολογισμούς που προέκυψαν από τη χρήση του TCI εκτιμάται ότι ο τουριστικός κλάδος και κατ' επέκταση και αυτός του yachting θα επηρεαστούν τόσο σε επίπεδο εσόδων όσο και σε επίπεδο κόστους λειτουργίας. Αναλυτικότερα, εκτιμάται ότι οι δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί της χώρας μας θα υποστούν μεγάλες μειώσεις στις αφίξεις κατά τους καλοκαιρινούς μήνες οι οποίοι αποτελούν παραδοσιακά τους μήνες με τη μεγαλύτερη συγκέντρωση τουριστικών μαζών. Για παράδειγμα, υπολογίζεται ότι για τους θερινούς της τελευταίας δεκαετίας του αιώνα που διανύουμε, η νησιωτική περιοχή των Δωδεκανήσων αλλά και της Κρήτης θα υποστούν μια μείωση των εισπράξεων της τάξης των 370 εκατ. και 280 εκατ. ευρώ αντίστοιχα. Μάλιστα υπογραμμίζεται ότι στον συγκεκριμένο υπολογισμό δεν έχουν ληφθεί υπόψη ενδεχόμενες απώλειες στα έσοδα ως αποτέλεσμα της μετακίνησης των διεθνών τουριστικών ροών προς τις βόρειες χώρες λόγω της βελτίωσης των κλιματολογικών τους συνθηκών. Αναφορικά με την αύξηση των δαπανών λειτουργίας των

τουριστικών επιχειρήσεων εξαιτίας της κλιματικής αλλαγής, σημειώνεται ότι αναμένεται αύξηση στις δαπάνες που αφορούν στην κατανάλωση ενέργειας, στην αύξηση του ρυθμού απόσβεσης, στα κόστη μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος (environmental footprint) αλλά και στις στα κόστη που σχετίζονται με τα κόστη συντήρησης και τα ασφάλιστρα. Γίνεται συνεπώς αντιληπτό ότι η μείωση των εσόδων σε συνδυασμό με την επικείμενη αύξηση των λειτουργικών εξόδων θα πλήξουν την κερδοφορία του κλάδου και κατ' επέκταση τη βιωσιμότητα των εγκαταστάσεων του κλάδου.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να υπογραμμιστεί ότι μολονότι η κλιματική αλλαγή εκτιμάται να πλήξει τις επιδόσεις του τουριστικού κλάδου κατά τους θερινούς μήνες οι οποίοι παραδοσιακά συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αριθμό τουριστικών αφίξεων, εκτιμάται ότι πιθανότατα να υπάρξει αντιστάθμιση ή ακόμα και πλήρη ανατροπή των ζημιών κατά την περίοδο του φθινοπώρου και της άνοιξης. Βέβαια, οι εν λόγω εκτιμήσεις στηρίζονται στην υπόθεση ότι θα εντοπισθούν νέες στοχευμένες τουριστικές αγορές όπως συνταξιούχοι, weekend breaks, επαγγελματικός και συνεδριακός τουρισμός οι οποίοι δεν επηρεάζονται ευθέως από το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής. Συμπεραίνεται λοιπόν από τις παραπάνω εκτιμήσεις ότι θα πρέπει να αναληφθούν τέτοιες πρωτοβουλίες που σαν στόχο να έχουν τη μείωση της εποχικότητας, τη διασπορά του τουριστικού προϊόντος σε μεγαλύτερο μέρος της επικράτειας.

## Συμπερασματικά

Στα πλαίσια της τρέχουσας πτυχιακής εργασίας μελετήθηκε λεπτομερώς ο κλάδος του ελληνικού yachting ως αναπόσπαστο μέρος της ευρύτερης «τουριστικής βιομηχανίας» του τόπου. Στο Κεφάλαιο 1 έγινε μια συνοπτική παρουσίαση της απόδοσης του ελληνικού τουρισμού τα τελευταία 3 χρόνια σε όρους αφίξεων αλλά και οικονομικών επιδόσεων και συνεισφοράς σε όρους ΑΕΠ. Στο Κεφάλαιο 2 χαρτογραφήθηκε συνοπτικά ο κλάδος του ελληνικού θαλάσσιου τουρισμού με έμφαση στον κλάδο του yachting. Τέλος, στο Κεφάλαιο 3 προσεγγίστηκε ο κλάδος του yachting μέσα από το εργαλείο του SWOT analysis εμφανίζοντας στα δυνατά αλλά και στα αδύνατα σημεία του ελληνικού yachting καθώς επίσης στις ευκαιρίες και στις απειλές που αντιμετωπίζει ο κλάδος. Στο επιλογικό μέρος της εργασίας με τίτλο «συμπεράσματα» παρατίθεται μια σειρά από προτάσεις για την βελτίωση των επιδόσεων και της ανάπτυξης του ελληνικού yachting όπως αυτές προέκυψαν μέσα από την συνέντευξη του CEO της νεοφυούς επιχείρησης του κλάδου αλλά και τις προτάσεις μελετητών του κλάδου.

1. **Κρατική στήριξη/ Κοινοτικοί πόροι:** όπως σημείωσε ο CEO της νεοφυούς yachting επιχείρησης, η κρατική-κοινοτική υποστήριξη μέσα από πόρους που διατίθενται από προγράμματα ΕΣΠΑ έχουν συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη του κλάδου μέσα από κονδύλια τα οποία ενθαρρύνουν την απόκτηση νέων σκαφών. Μάλιστα, η μεγέθυνση του στόλου βελτιώνει το λόγο νέα προς παλαιά σκάφη ενθαρρύνοντας τους δυνάμει επιχειρηματίες-επενδυτές στην απόκτηση κορυφαίων σκαφών (high-end). Ταυτόχρονα η επιχορήγηση στο καύσιμο αποτελεί μια πρόσθετη βοήθεια προς τους υφιστάμενους ή δυνάμει επιχειρηματίες μειώνοντας το κόστος. Η συμβολή των δύο προαναφερόμενων δράσεων στη μείωση του κόστους οφείλεται να αντικατοπτριστεί στην τιμή της προσφερόμενης υπηρεσίας προσελκύοντας νέους πελάτες. Παρόλα αυτά, ο διευθύνων σύμβουλος επισήμανε ότι από τη μία τα εν λόγω κίνητρα ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα από την άλλη η αύξηση στην προσφορά του εν λόγω τουριστικού προϊόντος οδηγεί στη μείωση της τιμής του συμπαρασείροντας πολλές φορές και την ποιότητα προς την ίδια κατεύθυνση. Το συγκεκριμένο δεδομένο θα πρέπει να αποτελέσει σημείο προβληματισμού για τους ασκούντες την τουριστική πολιτική αν και εκτιμώ ότι βραχυπρόθεσμα η ύπαρξη ανταγωνισμού θα απομακρύνει τους φιλόδοξους μεν άπειρους δε επιχειρηματίες από το χώρο προς όφελος του κλάδου.

2. **Υποδομές και στελέχωση:** όπως μπορεί να γίνει εύκολα να γίνει αντιληπτό, ένας οργανισμός ή ένας κλάδος χαρακτηρίζεται ταυτόχρονα από την ποιότητα των υποδομών αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού που το στελεχώνει. Δεδομένα που συγκεντρώθηκαν τόσο από τον CEO της νεοφυούς επιχείρησης όσο και από συναφείς μελέτες της τρέχουσας πτυχιακής εργασίας, δείχνουν ότι υπάρχει σημαντικό περιθώριο βελτίωσης τόσο στην αναβάθμιση των υποδομών όσο και στην βελτίωση της κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού. Όπως έχει τονίσει ο Παπαδημητρίου (2009) σε παλαιότερη του μελέτη, δεν είναι μόνο ο αριθμός των θέσεων ελλιμενισμού που κρίνεται ανεπαρκής αλλά και το επίπεδο των παρεχόμενων σε αυτές υπηρεσιών ακόμα και σε επίπεδο ασφάλειας. Αρκεί να αναφερθεί ότι στην ανταγωνίστρια Κροατία απαιτείται σε ορισμένες μαρίνες ακόμα και GPS για τον ακριβή εντοπισμό της θέσης ελλιμενισμού του σκάφους λόγω του μεγάλου αριθμού θέσεων όταν η Ελλάδα έχει κατά μέσο όρο 0,5 θέσεις ελλιμενισμού ανά χιλιόμετρο ακτογραμμής έναντι 8,9 θέσεων που διαθέτει η Τουρκία. Η αναβάθμιση των θέσεων ελλιμενισμού θα πρέπει να συνοδεύεται και από την βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας η οποία έχει επίσης πολλά περιθώρια βελτίωσης. Συγκεκριμένα, από τη συνέντευξη προέκυψε ότι οι μαρίνες δεν εξυπηρετούν όπως θα έπρεπε τον ανεφοδιασμό των πλοίων σε προμήθειες (νερό, τροφή κλπ.) με αποτέλεσμα να είναι μονόδρομος ο ανεφοδιασμός μέσα από τις κατά τόπους αγορές των νησιών ή των ακτών. Επιτακτική δεν είναι μόνο η αναβάθμιση των υποδομών υποδοχής των πλοίων αλλά και των υποδομών εκπαίδευσης. Όπως σημειώνει ο Μανώλογλου(2017:16) «εκτός από τις επενδύσεις σε υποδομές και σκάφη, απαιτείται βελτίωση και οργάνωση των δομών της εκπαίδευσης και της κατάρτισης». Η έλλειψη άλλωστε επαγγελματικά πιστοποιημένου προσωπικού αποτελεί τροχοπέδη για την απόδοση της δέουσας ποιότητας στην πολυτελή υπηρεσία του yachting. Δεδομένης της μακράς ναυτικής παράδοσης του τόπου και της ταύτισης της Ελλάδας με την θαλάσσια παράδοση, θα ήταν ίσως μεγάλη ευκαιρία η ίδρυση ανωτέρων σχολών μετα-λυκειακού επιπέδου που θα ήταν ικανές να παράγουν στελέχη υψηλής ποιοτικής στάθμης στον τομέα του θαλάσσιου τομέα και την θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης.
3. **Τιμολογιακή πολιτική:** με δεδομένο ότι η Τουρκία διαθέτει την υπηρεσία του yachting σε πολύ χαμηλότερες τιμές από αυτές της χώρας μας, θα πρέπει να υπάρξει μια προσπάθεια επανατιμολόγησης της εν λόγω υπηρεσίας με πνεύμα καλής θέλησης τόσο από το συλλογικό επαγγελματικό όργανο των ιδιοκτητών σκαφών όσο και από το αρμόδιο υπουργείο. Είναι πραγματικότητα ότι οι χρεώσεις των θέσεων ελλιμενισμού

της χώρας μας δεν είναι ανταγωνιστικές. Όπως αναφέρει σε μελέτη του ο Μανώλογλου (2017), η αύξηση στα τέλη ελλειμνισμού στις μαρίνες του ΕΟΤ (Αλίμου, Ζέας, Φλοίσβου) τις οδήγησε στις δέκα ακριβότερες θέσεις στη λεκάνη της Μεσογείου. Η εφαρμογή της φορολογικής πολιτικής στον κλάδο της θαλάσσιας περιήγησης θα πρέπει να επανεξεταστεί όχι μόνο στο σκέλος που αφορά τις μαρίνες αλλά και στο σκέλος που αφορά την ίδια την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας του yachting. Μολονότι υπάρχει οδηγία σύμφωνα με την οποία τα πλοία ευρωπαϊκών χωρών που πλέουν σε ανοιχτές θάλασσες απαλλάσσονται από τον ΦΠΑ, το Αιγαίο Πέλαγος δεν λογίζεται ως ανοικτή θάλασσα και ως εκ τούτου δεν δύναται να εφαρμοσθεί η προβλεπόμενη απαλλαγή. Στη μελέτη του Μανώλογλου (2017) αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι η «άστοχη» φορολογική πολιτική που εφαρμόζεται στο χώρο του yachting στοίχισε στη χώρα μας 40.000 θέσεις ελλειμνισμού οι οποίες εγκαταλείφθηκαν από τους ιδιοκτήτες εμπορικών σκαφών για να καταλήξουν είτε στις μαρίνες είτε στις Τουρκίας. Σημειώνεται σε αυτό το σημείο ότι η Τουρκική φορολογική πολιτική προβλέπει μηδενικό ΦΠΑ με το μέσο κόστος για ένα σκάφος 12,5 μέτρων στα 4.500 ευρώ όταν το αντίστοιχο μέγεθος στην ελληνική επικράτεια είναι υπερδιπλάσιο (Μανώλογλου, 2017).

Συγκεφαλαιώνοντας επιλογικά, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ο κλάδος του yachting αποτελεί ένα κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας ο οποίος θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως αναπτυσσόμενος με μεγάλα περιθώρια βελτίωσης τόσο σε επίπεδο υποδομών όσο και σε επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών. Η επένδυση σε θέματα υποδομών και ανάπτυξης προσωπικού αποτελεί ένα πεδίο το οποίο επιδέχεται σημαντικών βελτιώσεων και το οποίο θα μπορούσε να δώσει ένα σημαντικό προβάδισμα στη χώρα μας έναντι των γειτονικών ανταγωνιστριών χωρών. Επιπρόσθετα, κατέστη σαφές ότι ο σχεδιασμός της όποιας πολιτικής μπορεί να αφορά τον κλάδο του yachting δεν θα πρέπει να γίνει αποκομμένη από την υπόλοιπη τουριστική δραστηριότητα. Η προβολή σε διεθνές επίπεδο της ποικιλίας των δράσεων και των υπηρεσιών που μπορεί να απολαύσει κάποιος στη χώρα μας, θα μπορούσε να αυξήσει τις ροές των εισερχόμενων τουριστικών μαζών τροφοδοτώντας ανάμεσα σε άλλους και τον κλάδο του yachting με νέα πελατεία. Η απόλαυση υπηρεσιών υψηλής ποιότητας σε ανταγωνιστικές τιμές θα πρέπει να αποτελέσει στοίχημα για τους φορείς και τα πρόσωπα που χαράσσουν πολιτική. Τέλος, κλειδί θα αποτελέσει όχι μόνο για τον κλάδο του yachting αλλά και για την υπόλοιπη τουριστική δραστηριότητα η χάραξη μιας μακροπρόθεσμης φορολογικής πολιτικής η οποία δεν θα είναι τιμωρική απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

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

Ευθυμιάτου Α. (1997), Τουριστικό Δίκαιο, Εκδόσεις «Σακουλλάς», Αθήνα.

Ίγκκος Ά. και Κουτσός Σ. (2019), «Οι προοπτικές του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα το 2019», Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. και Γκρίμπα Ε., (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού», Εκδόσεις «Κριτική».

Μανώλογλου Σ. (2017), «Ο τομέας της θαλάσσιας ιδιωτικής περιήγησης (yachting) στην Ελλάδα – Τάσεις και προοπτικές ανάπτυξης», Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet.

Παπαδημητρίου, Π., (2009), «The Greek Marina Industry», HVS

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, «Απολογισμός 2017».

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, «Απολογισμός 2016».

PriceWaterhouseCoopers (2018), «Ελληνικός τουρισμός: η επόμενη μέρα», κλαδική μελέτη.

### Ξένη

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

Matzarakis, Andreas & Nastos, Panagiotis & Zerefos, Christos & Kapsomenakis, Ioannis. (2014). Τουριστική Κλιματολογία.

Mikulić, J., Krešić, D., & Kožić, I. (2015). Critical factors of the maritime yachting tourism experience: An impact-asymmetry analysis of principal components. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(sup1), S30-S41.

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

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2002). *Strategic management and business policy*. Boston: pearson.