



***Καινοτομία και επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό***

***Μάθημα: Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού***

***Τσαρτας Πάρις***

*Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης*

ΑΘΗΝΑ 2016-17

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.1. Λέξεις κλειδιά, ορολογία

Πίνακας 1

Θαλάσσιος τουρισμός	Παράκτια τουριστική ναυτιλία	Τουρισμός κρουαζιέρας
Καταδύσεις	Ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση	Μαρίνες
<u>Ναυταθλητισμός</u>	Τουρισμός θαλασσιών σπορ	Τουρισμός ιστιοπλοΐας
<u>Αλιεία</u>	<u>Ναυταθλητισμός</u>	Τουρισμός <u>γιώτινγκ</u>
<u>ΟΜΤΔ</u>	<u>Θαλάσσιες δραστηριότητες</u>	<u>EEMT</u>

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.2 Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Πίνακας 2

#### 4<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

<i>A. Θαλάσσιος τουρισμός</i>	<i>B. Τουρισμός γιότινγκ / Τουρισμός ιστιοπλοΐας</i>	<i>Γ. Τουρισμός κροναζιέρας</i>	<i>Δ. Τουρισμός θαλασσίων σπορ/ Ναυταθλητισμός</i>
-------------------------------	--	---------------------------------	--

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.3. Ιστορική εξέλιξη – Δυναμική

#### 4.3.1. Θαλάσσιος τουρισμός

*Με τον όρο θαλάσσιος τουρισμός χαρακτηρίζεται 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-(Διακομιχάλη Μ. (2009:42), Κραντονέλλη Κ. (1995)*

#### 4.3.2 Τουρισμός γιώτινγκ και ιστιοπλοΐας

*Πραγματοποιείται με την εκμίσθωση διαφορετικών τύπων σκαφών τα οποία δύνανται να χρησιμοποιηθούν ως τόπος διαμονής και αναψυχής από ομάδα ατόμων με ομοειδή χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν από κοινού πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης (Διακομιχάλης Μ. 2009:147).*

#### 4.3.3 Τουρισμός κρουαζιέρας

*Πρόκειται για ταξίδι – δώρο που προσφέρουν επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες, κυρίως, στον ιδιωτικό τομέα στα Ο Τουρισμός κρουαζιέρας συνδυάζει σε ένα ταξίδι μεταφορά, εστίαση, πολιτισμό, τουρισμό αναψυχής, δραστηριότητες ψυχαγωγία εν πλω (Διακομιχάλης Μ, 2009:62, Wild G. and Dearing J., 2000).*

#### 4.3.4 Τουρισμός θαλασσίων σπορ /Ναυταθλητισμός

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### **4.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα**

#### 4.4.1.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Θαλάσσιου Τουρισμού:

- **Σκοπός**
- **Οργάνωση / Διαχείριση**
- **Τύποι θαλάσσιου τουρισμού**

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.4.2. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Τουρισμού γιώτινγκ και ιστιοπλοΐας

- Σκοπός
- Οργάνωση / Διαχείριση
- Κατηγορίες Γιότ
- Κατηγορίες Γιότινγκ
- Είδη ναύλωσης γιότ με βάση το πλήρωμα
- Είδη ναύλωσης γιότ χωρίς πλήρωμα
- Κατηγορίες ιστιοπλοϊκών καταφυγίων
- Τύποι καταφυγίων
- Δραστηριότητες

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.4.3.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Τουρισμού κρουαζιέρας

- Σκοποί / Στόχοι
- Οργάνωση / Διαχείριση
- Κατηγορίες κρουαζιερόπλοιων
- Τύποι κρουαζιέρας ανάλογα με τον τουριστικό προορισμό που επιλέγεται
- Κατηγορίες οργανωμένων κρουαζιέρων ανάλογα με τη χρονική διάρκεια
- Μορφές κρουαζιέρας ανάλογα με το συνδυασμό προσφερόμενων προϊόντων  
Είδη ταξιδιού κινήτρων
- Εξειδικεύσεις: ανάλογα με το είδος της παρεχόμενης δραστηριότητας
- Δραστηριότητες

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

4.4.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα στον Τουρισμό θαλασσίων σπορ/Ναυταθλητισμό

- Σκοποί
- Οργάνωση/ διαχείριση
- Δραστηριότητες



## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### ***4.5. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης κάθε προϊόντος:***

- Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση
- Θέλγητρα, Πόροι, Ενδιαφέροντα

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### ***4.6. Τουριστική ζήτηση – τάσεις και προοπτικές κάθε προϊόντος:***

- Χωρική διάσταση
- Χρονική διάσταση
- Αγορά-στόχος
- Ταξιδιωτική δαπάνη
- Τουριστικό πακέτο

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.7. S.W.O.T. Ανάλυση

Πίνακας 5

**S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 4ης ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ  
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)  
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

	ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ			
	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
<b>ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ</b>				
<b>Θεσμικός/ Αναπτυξιακός</b>	-Ευνοϊκό το ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο για τη θαλάσσια δραστηριότητα	-Ανάγκη θέσπισης νομοθετικών παρεμβάσεων	-Καθιέρωση brand name στο θαλάσσιο τουρισμό	-Ανεπαρκείς υποδομές σε σχέση με τον ανταγωνισμό
<b>Οικονομικός</b>	-Θετικό κλίμα για επενδύσεις και συνεργασίες στην Ελλάδα και διεθνώς	-Χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους για δανειοδότηση και ένταξη σε Νόμους περί κινήτρων	-Εξαγορές και συνεργασίες με ελληνικές επιχειρήσεις και παρουσία στην αγορά με σταθερή ζήτηση	-Επιθετική τιμολογιακή πολιτική από ανταγωνιστές εντός κι εκτός Ευρώπης
	-Ικανοποιητική χρηματοοικονομική κατάσταση για επιχειρήσεις		-Ικανοποιητική κερδοφορία στις επιχειρήσεις του κλάδου που αποτελεί βάση για πετυχημένες επενδύσεις	

<b>Ανθρώπινο δυναμικό</b>	-Επαρκής αριθμός απασχολούμενων στον κλάδο αυτό	-Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος ελλειμνισμού (προσωπικό) κυρίως σε μαρίνες	-Θέσεις εργασίας στον σταθερά αναπτυσσόμενο αυτό κλάδο	-Προβλήματα από ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και μάνατζερ
<b>Τουριστική προσφορά</b>	-Σημαντικές παρεμβάσεις (υποδομές, θεσμικό πλαίσιο, επενδύσεις) ώστε να εκσυγχρονιστά η υποδομή	-Μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων (μηχανοκίνητα σκάφη, κρουαζιερόπλοια κ.λπ.) απαιτούν εκσυγχρονισμό	-Γεωμορφολογία της χώρας, κλιματικές συνθήκες και σταθερή ζήτηση επιτρέπουν τον εμπλουτισμό του προϊόντος του θαλάσσιου τουρισμού και την παράταση του κύκλου ζωής του	-Συνεχώς αύξηση «φθηνών» ανταγωνιστών, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και αλλού

**Τουριστική  
προσφορά**

-Θετικό γεγονός ότι ο θαλάσσιος πλούτος άλλες χώρας θεωρείται περιβαλλοντικά ισόρροπος

-Ασαφής και συχνά μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα

-Σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού με τουριστικές δραστηριότητες (κυρίως των ΕΕΜΤ και του ΟΜΤΔ) με οικολογικό περιεχόμενο

-Μη επαρκής χωρική διασπορά δραστηριοτήτων και προϊόντων

-Υπαρκτή παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού στο πλαίσιο του τουριστικού προϊόντος «Ελλάδα»

-Δυνατότητα εμπλοκής στην αγορά και νέων παράκτιων και νησιωτικών προορισμών

-Επαρκής κάλυψη των διεθνώς προσφερόμενων προϊόντων

-Πεδίο ανάπτυξης νέων προϊόντων και δραστηριοτήτων

-Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες των ΕΕΜΤ, αλλά και του ΟΜΤΔ

-Σύνδεση διαφήμισης με το κυριότερο πρότυπο ανάπτυξης του τουρισμού διακοπών

<b>Τουριστική Ζήτηση</b>	-Ζήτηση από διαφορετικά και δυναμικά target – group πελατών με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	-Δυναμική της ζήτησης που δείχνει ότι διαθέτει πολλά περιθώρια ανάπτυξης ακόμη	-Δυνατότητες προσφερόμενες από νέες αγορές της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης	-Σχετικά υψηλού οικονομικού επιπέδου δυναμικά target-group που επηρεάζονται, συχνά, από την οικονομική κρίση
	-Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων μέσω αγορών και συνεργασιών		-Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	-Καθυστερημένη, συχνά, ανταπόκριση στις αλλαγές της διεθνούς ζήτησης, εξαιτίας της ελλιπούς υποδομής και του κόστους ελλιμενισμού
	-Σταθερή και μακροπρόθεσμη ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, ΗΠΑ) και ημεδαπούς πελάτες		-Χωρικά πλεονεκτήματα του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελληνική αγορά	-Διαμόρφωση εικόνας στο ευρύ καταναλωτικό κοινό ότι πρόκειται για ακριβό τουριστικό προϊόν
	-Σταθερή ζήτηση και χαρακτηριστικά <u>επαναληπτικότητας</u> , ιδιαίτερα από την ευρωπαϊκή αγορά		-Δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στη διάρκεια ενός ταξιδιού	
	-Δυναμικές ιδιωτικές εταιρείες εμπλέκονται στον κλάδο			

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα

Πίνακας 6

**S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 4ης ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ  
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)  
Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Σημαντικές παρεμβάσεις (υποδομές, θεσμικό πλαίσιο, επενδύσεις) ώστε να εκσυγχρονιστεί η υποδομή	Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος ελλειμνισμού (προσωπικό) κυρίως σε μαρίνες	Σύνδεση του θαλάσσιου τουρισμού με τουριστικές δραστηριότητες (των <u>ΕΕΜΤ</u> και του <u>ΟΜΤΑ</u> ) με οικολογικό περιεχόμενο	Επιθετική τιμολογιακή πολιτική από ανταγωνιστές εντός κι εκτός Ευρώπης
Ζήτηση από διαφορετικά και δυναμικά target – group πελατών με ποικιλία κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών	Ασαφής συχνά και μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα	Σημαντική θέση της συγκεκριμένης αγοράς διεθνώς και μεγάλη παράδοση	Διαμόρφωση εικόνας στο ευρύ καταναλωτικό κοινό ότι πρόκειται για ακριβό τουριστικό προϊόν

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

- Case study τουρισμού γιώτινγκ στην Ισπανία
- Case study τουρισμού κρουαζιέρας στην Καραϊβική
- Case study τουρισμού θαλάσσιων σπορ στις Η.Π.Α
- Case study θαλάσσιου τουρισμού Aegean Regatta



## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.9. Σύνδεση – Συνάφεια με λοιπές Ομάδες Προϊόντων

Πίνακας 7

**ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΕΙΑΣ ΤΗΣ 4<sup>ης</sup> ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ  
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ) ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΙ ΤΟΝ  
ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΔΙΑΚΟΠΩΝ**

		Υπόλοιπες Ομάδες προϊόντων						
		1 <sup>η</sup>	2 <sup>η</sup>	3 <sup>η</sup>	5 <sup>η</sup>	6 <sup>η</sup>	7 <sup>η</sup>	<u>ΟΜΓΑ</u>
Επίπεδο συνάφειας 4 <sup>ης</sup> Ομάδας προϊόντων	<i>Ελάχιστη ή μικρή συνάφεια</i>							
	<i>Μέτρια ή μεσαία συνάφεια</i>		√	√		√		
	<i>Μεγάλη ή πολύ μεγάλη συνάφεια</i>	√			√		√	√

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

Πίνακας 8

### ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΆΛΛΕΣ 4<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)

Σύνδεση 4 <sup>η</sup> Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
<b>1<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΦΥΣΗ, ΥΠΑΙΘΡΟΣ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γιώτινγκ (φλοτίλα) με παράλληλες οικονομικές δραστηριότητες.</li> <li>• Ναυταθλητισμός σε συνδυασμό με περιήγηση, παρατήρηση και διαμονή στη φύση.</li> </ul>
<b>2<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με εκπαίδευση (λειτουργία πανεπιστημίων και σεμιναρίων).</li> <li>• Ιστοπλοϊκός τουρισμός σε συνδυασμό με πολιτιστικές επισκέψεις σε νησιά και παράλιους οικισμούς.</li> </ul>
<b>3<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ, ΕΡΓΑΣΙΑ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με επαγγελματικό συνέδριο.</li> <li>• Ιστοπλοϊκός τουρισμός σε συνδυασμό με ταξίδια κινήτρων (εταιρίες).</li> </ul>
<b>5<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ, ΥΓΕΙΑ, ΕΥΕΞΙΑ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με κοινωνικό τουρισμό ατόμων τρίτης ηλικίας.</li> <li>• Κρουαζιέρα σε συνδυασμό με προγράμματα ευεξίας.</li> </ul>

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

Πίνακας 8

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΆΛΛΗΣ 4<sup>ης</sup> ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ  
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ)**

Σύνδεση 4 <sup>ης</sup> Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
<p><b>6<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΤΡΟ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Κρουαζιέρα και καζίνο.</li> <li>• Γιώτινγκ και γκολφ (σε οργανωμένες μονάδες υψηλών προδιαγραφών).</li> </ul>
<p><b>7<sup>η</sup> ΟΜΑΔΑ:</b> <b>ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ, REAL ESTATE, TIMESHARING</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Ναυταθλητισμός/θαλάσσια σπορ</u> σε συνδυασμό με ιδιοκτησία δευτέρας κατοικίας (σε νησιωτικές ή παραθαλάσσιες περιοχές).</li> <li>• <u>Γιώτινγκ/ ιστιοπλοΐα</u> σε συνδυασμό με παραθεριστική κατοικία (σε παράλιες περιοχές με μαρίνες).</li> </ul>
<p><b>ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δραστηριότητες <u>ναυταθλητισμού/ θαλάσσια σπορ</u> σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.</li> <li>• <u>Ιστιοπλοΐα</u> σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.</li> <li>• Δραστηριότητες <u>γιώτινγκ</u> σε συνδυασμό με τουρισμό διακοπών καλοκαιριού.</li> </ul>

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.10. Σύνοψη – Συμπεράσματα

- Δυναμική ζήτηση από διαφορετικές αγορές στόχους (target-group) πελατών και σημαντική παράδοση διεθνώς
- Η παρουσία της Ελλάδας θεωρείται παραδοσιακά δυναμική, λόγω της εξαιρετικά πλεονεκτικής της γεωμορφολογίας για τον τύπο ταξιδιών και δραστηριοτήτων
- Οι προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες δεν είναι αντίστοιχες, στη χώρα μας, με τις προσφερόμενες από πολλούς ανταγωνιστές
- Λείπει -διεθνώς- ένα ικανοποιητικό και εξειδικευμένο μάρκετινγκ των δραστηριοτήτων και υπηρεσιών της Ομάδας προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα
- Πολύ ικανοποιητική η διασύνδεση των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού με άλλες ΕΕΜΤ, όσο και με τον ΟΜΤΔ
- Υψηλό κόστος στην ανάπτυξη των εξειδικευμένων υποδομών και υπηρεσιών της Ομάδας προϊόντων με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα
- Συχνά υπήρξαν δυσκολίες θεσμικού και αναπτυξιακού χαρακτήρα στη συγκρότηση των αναγκαίων δομών και υπηρεσιών

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.11. Ερωτήσεις κατανόησης

- Ποια είναι, κατά τη γνώμη σας, τα κοινά χαρακτηριστικά -εάν υπάρχουν- στα κίνητρα όσων επιλέγουν τον τουρισμό γιώτινγκ και της ιστιοπλοΐας, καθώς και σε όσους επιλέγουν τον τουρισμό των θαλάσσιων σπορ;
- Επιλέξτε τα κυριότερα, οικολογικού χαρακτήρα κίνητρα, τα οποία σχετίζονται με την Ομάδα προϊόντων που δραστηριοποιείται με κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τα ειδικότερα προϊόντα της.
- Ποια θεωρείτε ότι είναι τα βασικά χαρακτηριστικά της προσφοράς του τουρισμού κρουαζιέρας;
- Ποια εκτιμάτε ότι είναι τα χαρακτηριστικά της ζήτησης για το ναυταθλητισμό και τον τουρισμό θαλάσσιων σπορ;
- Ποια τα δυνατά και αδύνατα σημεία της S.W.O.T. ανάλυσης για την Ελλάδα;
- Επιλέξτε ένα είδος από αυτή την Ομάδα προϊόντων, σε κάθε περίπτωση και εξηγήστε γιατί θεωρείτε ότι είναι σημαντικό.

## Ενότητα 4η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΟ ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ

### 4.13. Παράρτημα

#### 4.13.1. Αγγλική ορολογία

Marine Tourism / Maritime Tourism	Θαλάσσιος Τουρισμός
Yachting Tourism	Τουρισμός γιότιγκ και Τουρισμός Ιστιοπλοΐας
Cruise Tourism	Τουρισμός Κρουαζιέρας
Marine/ Sea Sports Tourism	Τουρισμός Θαλάσσιων σπορ / Ναυταθλητισμός