



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Διπλωματική Εργασία

ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
YACHTING ΣΤΗ ΣΚΥΡΟ

Παούρης Γεώργιος

Πειραιάς, 2021



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

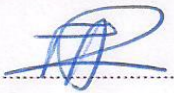
ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή –δεύτερη– σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
YACHTING ΣΤΗ ΣΚΥΡΟ

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο.....ΠΑΟΥΡΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Ημερομηνία.....22/2/2021

Η παρούσα διπλωματική εργασία έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και για το λόγο αυτό τα στοιχεία της δεν πρέπει να θεωρούνται ακριβή.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα, αρχικά, να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον Καθηγητή της Σχολής Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς και επιβλέποντα της παρούσας διπλωματικής εργασίας κ. Δημήτριο Γεωργακέλλο για την άψογη συνεργασία και την συνεχή υποστήριξή του καθ' όλη τη διαδικασία εκπόνησής της.

Επίσης, οφείλω να αναφέρω πως σε όλη αυτή την προσπάθεια συλλογής και άντλησης πληροφοριών, καθοριστικό ρόλο έπαιξαν διάφοροι φορείς και επαγγελματίες του κλάδου, που χωρίς την συμβολή τους δεν θα μπορούσε να υλοποιηθεί με επιτυχία η παρούσα διπλωματική εργασία.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και να τους υπενθυμίσω πως ότι επιτυγχάνω το χρωστάω στην αμέριστη αγάπη και υποστήριξη που μου παρέχουν σε όλες τις εύκολες και δύσκολες στιγμές της ζωής μου.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 - ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	18
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 - ΚΟΣΤΗ ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ.....	18
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1 - ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ.....	25
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2 - ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ (2017 - 2018).....	26
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ YACHTING ΣΚΥΡΟΥ.....	35
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4 - ΝΑΥΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΝΗΣΟΥ ΣΚΥΡΟΥ.....	36
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5 - ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ YACHTING(ΑΝΑ ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΕΥΡΩ 2006 – 09).....	37
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6 - ΧΩΡΟΘΕΤΗΜΕΝΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΙΝΕΣ.....	38
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7 - ΕΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΑΡΙΝΕΣ.....	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8 - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΛΙΜΕΝΑ ΣΚΥΡΟΥ 2019.....	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9 - ΑΕΠ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	46
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10 - ΔΗΜΟΦΙΛΗΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΝΑΥΣΙΠΛΟΙΑΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΟ ΑΙΓΑΙΟ.....	56
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11 - ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΛΙΜΑΝΙΟΥ ΣΤΗ ΣΚΥΡΟ 2019.....	62
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12 - ΣΚΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	67
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.13 - ΤΙΜΕΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΣΚΑΦΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ (ΑΝΑ ΕΒΔΟΜΑΔΑ ΚΑΙ ΗΜΕΡΑ ΣΕ ΕΥΡΩ).....	72
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.14 - ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΑ ΕΣΟΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΣΕΖΟΝ 2020.....	76
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.15 - ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΣΟΔΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΣΕΖΟΝ 2020 – 2023.....	76
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.16 - ΈΞΟΔΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2020 – 2023.....	78
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 - ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	79
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 - ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ Α' ΥΛΩΝ ΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	82
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3 - ΚΟΣΤΟΣ Α' ΥΛΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ.....	83
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4 - ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΟΣΤΟΥΣ Α' ΥΛΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ (2020 - 2023).....	83
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5 - ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΛΩΣΙΜΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ.....	84
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6 - ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΑΛΩΣΙΜΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 2020 – 2023.....	85
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 - ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΣΤΟΛΟΥ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	87
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 - ΚΟΣΤΗ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (2021).....	97

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 - ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΤΡΙΑ ΧΡΟΝΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (2021 - 2024).....	99
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 - ΚΟΣΤΟΣ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΤΙΡΙΟΥ.....	102
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 - ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΙΣΤΟΡΙΑΣ.....	102
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 - ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΤΙΡΙΟΥ (2020 - 2023).....	103
ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1 - ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ 2020 – 2023.....	111
ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1 - ΚΟΣΤΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΓΙΑ ΤΟ 10 ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (2020).....	118
ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2 - ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ 2020 – 2023.....	118
ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1 - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΛΙΜΕΝΑ ΤΗΣ ΛΙΝΑΡΙΑΣ.....	122
ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2 - ΚΟΣΤΟΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ (2020 – 2023).....	121
ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1 - ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	135
ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2 - ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	137
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1 - ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	138
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΚΑΛΥΨΗΣ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤ. Κ' ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ.....	138
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3 - ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (2020 - 2023).....	139
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4 - ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (2020 - 2023).....	140
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5 - ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΠΟΣΑ ΣΕ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ Κ' ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ.....	140
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6 - ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (1 ^ο ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ).....	141
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7 - ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	142
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8 - ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	142
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.9 - ΠΟΡΕΙΑ ΑΠΟΠΛΗΡΩΜΗΣ ΔΑΝΕΙΟΥ.....	143
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.10 - ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΠΟΣΑ ΣΕ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓ. Κ' ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ. (2020 - 2023).....	143
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.11 - ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ (2020 - 2023).....	144
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.12 - ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ (2020 - 2023).....	145
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.13 - ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ (2020 - 2023).....	146
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.14 - ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ - ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	148
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.15 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΣΥΝΟΛ. ΕΠΕΝΔΕΔΥΜΕΝΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ.....	149
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.16 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ.....	149
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.17 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΚΠΑ.....	150
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.18 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΠΑ ΓΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ.....	149
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.19 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΑ.....	151
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.20 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΑΜΕΙΑΚΟΥ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ.....	152
ΠΙΝΑΚΑΣ 10.21 - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ (2020).....	154

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1 - ΔΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	21
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2 - ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ.....	23
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3 - ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ (2017 - 2018).....	26
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΕΝΙΚΟΥ ΔΕΙΚΤΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ 2019.....	44
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΤΟ 2019.....	44
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6 - ΡΥΘΜΟΣ ΑΕΠ ΚΑΙ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	47
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7 - ΔΑΠΑΝΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	49
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.8 - ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ YACHTING ΑΝΑ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ.....	58
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ.....	63
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.1 - ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ " SKYROS YACHTS ".....	106
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.1 - ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	135

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	13
1.1 Σύνοψη του σκοπού και του ιστορικού του επενδυτικού σχεδίου.....	13
1.2 Σύνοψη ανάλυσης αγοράς και Marketing.....	13
1.3 Σύνοψη πρώτων υλών και άλλων εφοδίων.....	13
1.4 Σύνοψη Μηχανολογίας και Τεχνολογίας.....	13
1.5 Σύνοψη οργάνωσης και γενικών εξόδων	14
1.6 Σύνοψη Ανθρώπινων Πόρων	14
1.7 Σύνοψη Τοποθεσίας, Χώρου Εγκατάστασης και Περιβάλλοντος	14
1.8 Σύνοψη Χρονοδιαγράμματος Εκτελέσεως Επενδυτικού Προγράμματος	14
1.9 Σύνοψη Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγησης Επένδυσης.....	15
2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	15
2.1 Σκοπός του επενδυτικού σχεδίου.....	15
2.2 Υποστηρικτές του σχεδίου και Ιδρυτές.....	16
2.3. Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου.....	17
3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING	19
3.1.1 Ανάλυση Αγοράς.....	19
3.2 Ορισμός Τουρισμού.....	20
3.2.1 Δομή Τουριστικής Αγοράς	21
3.3 Παγκόσμια Τουριστική κίνηση	22
3.4 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	23
3.4.1 Τουρισμός και Αγορά Εργασίας.....	24
3.5 Θαλάσσιος Τουρισμός	26
3.5.1 Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ελλάδα και σε Διεθνές επίπεδο	27
3.6 Yachting.....	28
3.6.1 Η εξέλιξη του Yachting στην Ελλάδα	29
3.6.2 Τύποι και κατηγορίες σκαφών.....	29
3.7 Θεσμικό πλαίσιο	31
3.8 Η Ζήτηση του yachting στην Ελλάδα	33
3.9 Η προσφορά του yachting στην Ελλάδα.....	36
3.9.1 Μαρίνες, Καταφύγια και Αγκυροβόλια	41

3.9.2 Διαδικασία Χωροθέτησης.....	41
3.10 Pest Analysis.....	43
3.10.1 Πολιτικό Περιβάλλον (Political)	43
3.10.2 Οικονομικό Περιβάλλον (Economical).....	45
3.10.3 Κοινωνικό Περιβάλλον(Social).....	47
3.10.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological).....	48
3.11 SWOT Ανάλυση επενδυτών	50
3.11.1 Strengths / Δυνατά σημεία	50
3.11.2 Weaknesses / Αδύνατα σημεία	51
3.11.3 Opportunities / Ευκαιρίες.....	51
3.11.4 Threats/ Απειλές	51
3.12 Οι Δυνάμεις του Porter	52
3.12.1 Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο	52
3.12.2 Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών	53
3.12.3 Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών.....	54
3.12.4 Απειλή από υποκατάστατες Υπηρεσίες.....	55
3.12.5 Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων κλάδου	55
3.12.6 Other Stakeholders	56
3.13 Τμηματοποίηση αγοράς και κριτήρια	57
3.13.1 Δημογραφικά κριτήρια	57
3.13.2 Γεωγραφικά κριτήρια.....	59
3.13.3 Ψυχογραφικά κριτήρια.....	59
3.13.4 Συμπεριφορικά κριτήρια	61
3.15 Ανταγωνιστικές στρατηγικές του Porter.....	62
3.15.1 Στρατηγικές στόχευσης.....	63
3.16 Marketing Mix.....	65
3.16.1 Προϊόν	65
3.16.2 Τιμή	68
3.16.3 Προώθηση.....	73
3.16.4 Διανομή.....	74
3.17 Πρόγραμμα πωλήσεων και έσοδα επιχείρησης.....	75
3.18 Έξοδα Marketing	76

4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	79
4.1 Χαρακτηριστικά Α΄ υλών και λοιπών εφοδίων.....	79
4.1.1 Κριτήρια επιλογής Α΄ υλών και λοιπών εφοδίων	80
4.2 Επιλογή προμηθευτών.....	80
4.3 Υπολογισμός κόστους Α΄ υλών και λοιπών εφοδίων	82
4.3.1 Κόστος Α΄ υλών για ενέργεια και νερό	82
4.3.2 Κόστος αναλώσιμων γραφείου	84
5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	86
5.1 Δυναμικότητα του στόλου της εταιρείας	86
5.2 Τεχνικά και Μηχανολογικά χαρακτηριστικά των σκαφών	87
5.3 Μηχανολογικά σχέδια των σκαφών	91
5.4 Κόστος συντήρησης των σκαφών	98
5.5 Χωρομετρικά και Μηχανολογικά σχέδια της μονάδας	99
5.6 Σχέδια Πολιτικού Μηχανικού	100
5.7 Κόστος έργων Πολιτικού Μηχανικού	102
5.7.1 Κόστος οικοδόμησης και εξοπλισμού του κτιρίου	102
5.7.2 Αμοιβή Πολιτικού Μηχανικού	104
5.7.3 Κόστος συντήρησης κτιρίου και λοιπών έργων.....	104
6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	105
6.1 Οργάνωση μονάδας.....	105
6.2 Οργανωσιακές και Διαχειριστικές λειτουργίες	105
6.3 Οργανόγραμμα	106
6.4 Γενικά Έξοδα Επιχείρησης	107
7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	112
7.1 Ανάλυση Τμημάτων Επιχείρησης και Ανθρωπίνων Πόρων.....	112
7.1.1 Γενική Διεύθυνση.....	112
7.1.2 Χρηματοοικονομική Διοίκηση	112
7.1.3 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού	112
7.1.4 Τμήμα Μάρκετινγκ και Προώθησης	113
7.1.5 Τμήμα Αποθήκευσης και Προμηθειών.....	113
7.1.6 Ανθρώπινο Δυναμικό.....	114
7.1.7 : Εξωτερικοί Συνεργάτες	116

7.2 Προσέλκυση και Επιλογή Ανθρώπινου Δυναμικού	116
7.3 Εκπαίδευση Ανθρώπινου Δυναμικού	117
7.4. Ανάλυση κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού.....	117
8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	119
8.1 Σκύρος – Δημογραφικά χαρακτηριστικά	119
8.2 Τουριστικός Λιμένας Σκύρου	120
8.2.1 Παροχές Λιμένα Λιναριάς.....	120
8.3 Χώρος εγκατάστασης της εταιρείας	123
8.3.1 Πλεονεκτήματα τοποθεσίας	123
8.3.2 Μειονεκτήματα τοποθεσίας.....	124
8.4 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	124
9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	127
9.1 Στόχοι προγραμματισμού εκτελέσεως του σχεδίου	127
9.2 Ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης σχεδίου	128
9.3 Στάδια εκτελέσεως του έργου	128
9.4 Χρονοδιάγραμμα εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου	134
9.5 Εκτίμηση κόστους εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου	136
10. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	138
10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης.....	138
10.2 Πάγιο Ενεργητικό Επένδυσης	138
10.3 Υπολογισμός Συντελεστών Κάλυψης Κυκλ. Ενεργητικό κ' Βραχ. Υποχρεώσεις (1 ^ο έτος λειτουργίας).....	139
10.4 Γενικά Έξοδα (2020 – 2023)	140
10.5 Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας (2020 – 2023)	140
10.6 Απαιτούμενα ποσά σε Κυκλοφ. Ενεργητικό και Βραχ. Υποχρεώσεις (1 ^ο έτος λειτουργίας) ...	141
10.7 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης (1 ^ο έτος λειτουργίας)	142
10.8 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	142
10.9 Πηγές Χρηματοδότησης Επενδυτικού Κεφαλαίου	143
10.10 Πορεία Αποπληρωμής Δανείου	143
10.11 Απαιτούμενα ποσά σε Κυκλ. Ενεργητικό και Βραχ. Υποχρεώσεις (2020 – 2023)	144
10.12 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης (2020 – 2023).....	145
10.13 Κατάσταση Ταμειακών Ροών (2020 – 2023)	146

10.14 Ισολογισμός (2020 – 2023)	146
10.15 Κατάσταση Ταμειακών Ροών – Περίοδος Επανείσπραξης Κεφαλαίου.....	148
10.16 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Επένδυσης	149
10.16.1 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Συνολικού Επενδεδυμένου Κεφαλαίου.....	150
10.16.2 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Ίδιων Κεφαλαίων	150
10.17 Υπολογισμός Συντελεστών Προεξόφλησης για ΚΠΑ	150
10.17.1 Υπολογισμός ΚΠΑ για εναλλακτικούς συντελεστές προεξόφλησης	151
10.17.2 Υπολογισμός ΕΣΑ.....	152
10.18 Υπολογισμός Ταμειακού Νεκρού Σημείου	152
10.19 Υπολογισμός Αριθμοδεικτών.....	153

1. ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 Σύνοψη του σκοπού και του ιστορικού του επενδυτικού σχεδίου

Το παρόν Επενδυτικό Σχέδιο έχει ως σκοπό την δημιουργία μίας μικρομεσαίας επιχείρησης που θα δραστηριοποιείται στο ευραία ανεπτυγμένο κλάδο του Θαλάσσιου τουρισμού, και συγκεκριμένα στο υποκλάδο του Yachting . Ο κλάδος του Yachting, τα τελευταία χρόνια εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς, απευθυνόμενος σε διάφορες κατηγορίες πελατών και παρέχοντας όλο και περισσότερες υπηρεσίες πολυτελείας χρόνο με το χρόνο. Η επιχείρηση θα παρέχει μία γκάμα υπηρεσιών θαλάσσιου τουρισμού στους πελάτες της , οι οποίες θα ποικίλουν τόσο σε είδος όσο και σε τιμές.

1.2 Σύνοψη ανάλυσης αγοράς και Marketing

Λαμβάνοντας υπόψιν τις τελευταίες μελέτες που αφορούν τον εισερχόμενο τουρισμό , και συγκεκριμένα του θαλάσσιου, στη χώρα μας, η επιχείρηση θα πρέπει να έχει μία ικανοποιητική εικόνα της αγοράς πριν ξεκινήσει τη λειτουργία της. Επομένως, στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα μελετηθούν όλα τα ζητήματα εκείνα που αφορούν την στρατηγική Marketing που θα διαλέξει να ακολουθήσει η επιχείρηση, ώστε να διασφαλίσει την βιωσιμότητά της και να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της.

1.3 Σύνοψη πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι αρχικά, η παρουσίαση και κατηγοριοποίηση όλων των πρώτων υλών που είναι απαραίτητες για την λειτουργία της επιχείρησης, και στη συνέχεια η κοστολόγησή τους. Επισημαίνεται πως η έρευνα απόκτησης των πρώτων υλών έχει γίνει με ορθολογική αναζήτηση προμηθευτών και με σκοπό την ελαχιστοποίηση του κόστους της επιχείρησης.

1.4 Σύνοψη Μηχανολογίας και Τεχνολογίας

Η τεχνολογία που θα χρησιμοποιεί η υπό μελέτη επιχείρηση Yachting θα ακολουθεί τα κατάλληλα πρότυπα οργανωμένων επιχειρήσεων του κλάδου. Επομένως, όλες οι εγκαταστάσεις

και τεχνολογικές υποδομές της επιχείρησης θα υπακούουν στις κατάλληλες προδιαγραφές, όπως εκείνες ορίζονται από τον Ε.Ο.Τ. και το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Έτσι, σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθούν τα κόστη απόκτησης την κατάλληλης τεχνολογίας, αλλά και τα κόστη εξοπλισμού και συντήρησης της επιχείρησης.

1.5 Σύνοψη οργάνωσης και γενικών εξόδων

Στο παρών κεφάλαιο γίνεται λόγος για την οργανωσιακή δομή της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, θα παρουσιαστούν τα οργανωσιακά τμήματα όπως εκείνο του Manager, της υποδοχής, της ξενάγησης, της επισκευής κλπ. Θα αναλυθούν όλα τα απαιτούμενα γενικά έξοδα, καθώς και το οργανόγραμμα της επιχείρησης.

1.6 Σύνοψη Ανθρώπινων Πόρων

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία που καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία της επιχείρησης. Έτσι, θα δοθεί αρκετή έμφαση στην σωστή καταγραφή των κατηγοριών του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης πχ. Εκπαίδευση, καθήκοντα, μισθοί κλπ.. Οι μισθοί των υπαλλήλων θα καθορίζονται με βάση τη συλλογική σύμβαση εργασίας, λαμβάνοντας υπόψιν όλες τις άδειες, την ασφάλιση και τα επιδόματα.

1.7 Σύνοψη Τοποθεσίας, Χώρου Εγκατάστασης και Περιβάλλοντος

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι η παρουσίαση της τοποθεσίας στην οποία θα εδρεύει η επιχείρηση, καθώς και η επιλογή της κατάλληλης μαρίνας στην οποία θα γίνεται ο ελλιμενισμός των σκαφών της εταιρείας. Η εταιρεία θα εδρεύει στη νήσο Σκύρο και το οικόπεδο στο οποίο θα χτιστούν τα γραφεία της εταιρείας θα βρίσκονται κοντά στο λιμάνι του νησιού για λόγους εύκολης προσβασιμότητας. Επίσης, λόγω απόλυτης ιδιοκτησίας του πρώτου επενδυτή δεν θα υπάρχει καταβολή ενοικίου.

1.8 Σύνοψη Χρονοδιαγράμματος Εκτέλεσης Επενδυτικού Προγράμματος

Σε αυτό το σημείο, θα παρουσιαστούν με χρονολογική σειρά τα βήματα που θα πρέπει να ακολουθήσουν οι επενδυτές, με την μορφή χρονοδιαγράμματος, από την ολοκλήρωση της μελέτης μέχρι και τη λειτουργία της επιχείρησης.

1.9 Σύνοψη Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγησης Επένδυσης

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο υπολογίζεται το συνολικό κόστος της επένδυσης (οικοδόμηση, οργάνωση, εξοπλισμός) για μία 5ετία. Έτσι, θα γίνουν οι προβλεπόμενοι Ισολογισμοί, οι εκτιμώμενες ΚΑΧ (καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως) κ.α.

2. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

2.1 Σκοπός του επενδυτικού σχεδίου

Είναι ευρέως γνωστό πως η ελληνική οικονομία βασίζεται σε αρκετά μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό. Ο τουρισμός, μαζί με την ναυτιλία, αποτελούν βασικούς πυλώνες της οικονομίας και καθορίζουν σημαντικά της εξέλιξή της.

Σύμφωνα με τελευταίες έρευνες, η θέση της χώρας μας σε επίπεδο τουριστικής κίνησης είναι η 24^η Παγκοσμίως. Οι ετήσιες αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ, έφτασαν τους 30,1 εκατ. τουρίστες. Η τουριστική περίοδος της χώρας μας χαρακτηρίζεται από εποχικότητα, καθώς ο μεγαλύτερος αριθμός των αφίξεων παρατηρείται τους θερινούς μήνες. Συγκεκριμένα, το 2018, το 55% της τουριστικής κίνησης πραγματοποιήθηκε του μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Αύγουστο.

Όσον αφορά τον κλάδο μελέτης, οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με το yachting ελκύουν, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, σημαντικό επενδυτικό ενδιαφέρον τόσο λόγω γενικής ανάπτυξης του τουρισμού όσο και λόγω του ότι οι προοπτικές ανάπτυξης της οικονομίας διαμορφώνουν θετική εικόνα για τις επιχειρήσεις αυτές. Με βάση τα παραπάνω στοιχεία, αλλά και τις οδηγίες που παρέχονται από τα Υπουργεία Ανάπτυξης και Τουρισμού του Ελληνικού κράτους, μία

νεοεισερχόμενη επιχείρηση, ώστε να μπορέσει να διασφαλίσει την βιωσιμότητα και την κερδοφορία της, θα πρέπει να επενδύσει σε νέες και ανεπτυγμένες μορφές τουρισμού.

Επομένως, ένας δυνατός συνδυασμός, πάνω στον οποίο επενδύει η επιχείρησή μας μέσω του θαλάσσιου τουρισμού, είναι εκείνος του ήλιου και της θάλασσας. Αυτός ο συνδυασμός αποτελεί την κινητήρια δύναμη και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του τουριστικού προϊόντος μας για χρόνια. Ο θαλάσσιος τουρισμός, είναι μία μορφή τουρισμού που εκμεταλλεύεται και αναδुकνύει σε σημαντικό επίπεδο τον συνδυασμό «ήλιος κ'θάλασσα» βοηθώντας έτσι στην προσέλκυση τουριστών από όλο τον κόσμο.

Σκοπός του παρόντος επενδυτικού σχεδίου είναι η δημιουργία μίας μικρομεσαίας επιχείρησης που θα δραστηριοποιείται σε γενικό επίπεδο στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού και σε ειδικό επίπεδο στον υποκλάδο του yachting, έχοντας ως στόχο την παροχή ποικίλων υπηρεσιών στους πελάτες της (απλές και πολυτελείας) σε ένα αντίστοιχο εύρος τιμών.

2.2 Υποστηρικτές του σχεδίου και Ιδρυτές

Αρχικά, η ίδρυση της επιχείρησης ήταν μία κοινή ιδέα τριών φίλων του Α, του Β και του Γ. Οι τρεις αυτοί φίλοι κατάγονται από την Σκύρο και έχοντας τραβήξει ο καθένας την δική του πορεία σε προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο, αποφάσισαν, μετά από κάποια χρόνια, να ανοίξουν την δική τους επιχείρηση στον τόπο καταγωγής τους. Ο λόγος για τον οποίο το αποφάσισαν αυτό είναι επειδή και οι τρεις πάντα λάτρευαν την θάλασσα, αλλά και οι καριέρες τους συντέλεσαν στο να στηθεί ευκολότερα η συγκεκριμένη επιχείρηση yachting.

Ο επενδυτής Α είναι ο ιδιοκτήτης του οικοπέδου στο οποίο θα χτιστεί το κτίριο και είναι κάτοικος της Σκύρου. Κατέχει προπτυχιακό τίτλο Περιβαλλοντολόγου από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου και μεταπτυχιακό τίτλο Master in Business Administration στον Τουρισμό από το Πανεπιστήμιο Πειραιά. Ο επενδυτής Α δουλεύοντας για 10 χρόνια στο λιμενικό ταμείο της Σκύρου, είδε πόσο σημαντική είναι η ραγδαία αύξηση του yachting στο νησί, αλλά και πόσο κερδοφόρα θα μπορούσε να είναι μία επιχείρηση που παρέχει πρώτης ποιότητας υπηρεσίες θαλάσσιου τουρισμού στους τουρίστες του νησιού. Έτσι, αποφάσισε να αξιοποιήσει το οικόπεδο που είχε στην κατοχή του, ώστε να χτίσει μαζί με τους φίλους και επενδυτές του Β και Γ τα γραφεία της επιχείρησης yachting.

Ο επενδυτής Β κατάγεται και αυτός από τη Σκύρο αλλά δεν μένει μόνιμα στο νησί. Σπούδασε επίσης, στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου στο τμήμα της Θάλασσας και έχει μεγάλη προϋπηρεσία και εμπειρία ως skipper σε ναυλωμένα σκάφη δουλεύοντας σε διάφορες εποχικές επιχειρήσεις.

Επομένως, οι ικανότητές του παρουσιάζονται χρήσιμες για τις υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία yachting που θέλουν να δημιουργήσουν.

Το τρίτο μέλος της ομάδας, ο επενδυτής Γ κατάγεται επίσης από τη Σκύρο και είναι ιδιοκτήτης ενός λογιστικού γραφείου στο νησί. Είναι κάτοχος πτυχίου Οικονομικών από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Πειραιά. Είναι προφανές πως οι γνώσεις του πάνω στα οικονομικά θα βοηθήσουν αρκετά στο να υπολογισθούν σωστά τα λογιστικά θέματα της εταιρείας.

Από τα παραπάνω δεδομένα, φαίνεται πως η ομάδα των επενδυτών κατέχει όχι μόνο την κατάλληλη επαγγελματική κατάρτιση για την υλοποίηση του επενδυτικού τους σχεδίου, αλλά και την διάθεση και το όραμα για να οδηγήσουν την συγκεκριμένη επιχείρηση προς τον δύσκολο δρόμο της κερδοφορίας.

2.3. Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου

Το επενδυτικό σχέδιο της δημιουργίας εταιρείας yachting ήταν μία ιδέα του ιδιοκτήτη του κτήματος κατασκευής του κτιρίου, δηλαδή του επενδυτή Α. Ο επενδυτής Α, όντας μόνιμος κάτοικος του νησιού και δουλεύοντας στο λιμενικό ταμείο της Σκύρου, εξυπηρετούσε καθημερινά τουρίστες που έφερναν τα δικά τους σκάφη στο λιμάνι του νησιού και ήξερε από πρώτο χέρι πόσες προοπτικές μπορεί να έχει μία τέτοια επιχείρηση. Το γεγονός ότι είχε στην κατοχή του διαθέσιμο οικόπεδο για την κατασκευή των γραφείων της εταιρείας, έκανε ακόμα πιο εύκολη την απόφασή του καθώς δεν θα χρειαζόταν να πληρώνει ενοίκιο.

Όσον αφορά τους υπόλοιπους επενδυτές, η γνωριμία του με τους επενδυτές Β και Γ βοήθησαν ακόμη περισσότερο στην υλοποίηση της ιδέας. Ο επενδυτής Β έχοντας χρόνια εμπειρίας ως skipper μπορούσε να βοηθήσει σημαντικά επάνω στις υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία όχι μόνο σε πρακτικό αλλά και συμβουλευτικό επίπεδο. Επίσης, ο επενδυτής Γ με σπουδές στα οικονομικά και προυπηρεσία σε δικό του λογιστικό γραφείο θα λειτουργεί και ως σύμβουλος για τα οικονομικά της επιχείρησης. Το γεγονός πως και οι τρεις αποτελούν μία παρέα χρόνων κάνει την ατμόσφαιρα που επικρατεί σε όλα τα μήκη και πλάτοι της επιχείρησης ευχάριστη και ελπιδοφόρα.

Πίνακας 2.1 Μετοχική σύνθεση εταιρείας

A.A	ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
1	A	50%
2	B	25%
3	Γ	25%

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Πίνακας 2.2 Κόστη Προεπενδυτικών Μελετών

A ΦΑΣΗ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΟΣΤΟΥΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Κόστος Εκπόνησης Σκοπιμότητας	2.000,00€
2	-Τεχνική Υποστήριξη και Επίβλεψη -Επιμετρήσεις -Αρχιτεκτονική Μελέτη -Αμοιβή Αρχιτέκτων και – Μηχανολόγου	7.000,00€
3	Προέγκριση Χωροθέτησης Καταλληλότητα οικοπέδου	3.000,00€
4	Έκδοση Άδειων	4.000,00€
5	Λοιπά Έξοδα	5.000,00€
ΣΥΝΟΛΟ		21.000,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Επίσης, πρέπει να αναφερθεί πως κάθε χρόνο βάσει του ν. 4072/2012 ΦΕΚ86/Α/11- 4 για τις Ι.Κ.Ε. θα πρέπει η επιχείρηση να κάνει δημοσίευση της οικονομικής της έκθεσης και να καταθέτει την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο με κόστος 100,00 €.

3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

3.1 Ορισμός αγοράς¹

Η αγορά είναι ο μηχανισμός εκείνος που περιλαμβάνει την διανομή και το εμπόριο πόρων σε μία κοινωνία, επιτρέποντας παράλληλα την αξιολόγηση και την τιμολόγηση του κάθε εμπορεύματος.

Αναλυτικότερα, η αγορά περιλαμβάνει ορισμένους μηχανισμούς, σύμφωνα με τους οποίους α) γίνεται ο καθορισμός των τιμών των αγαθών ή υπηρεσιών που πωλούνται ή αγοράζονται, β) υπάρχει ευρέα διάδοση των τιμών των προϊόντων ή υπηρεσιών και γ) βοηθά στην ευκολότερη διεξαγωγή των συναλλαγών των προϊόντων ή υπηρεσιών. Εάν έπρεπε να εκφράσουμε με μία πρόταση τη σημασία της αγοράς, αυτή θα ήταν πως η αγορά αφορά τους πωλητές οι οποίοι προωθούν τα προϊόντα ή υπηρεσίες τους στους αγοραστές έναντι οικονομικού ανταλλάγματος.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί, πως, η τιμή την οποία θα καταβάλουν οι αγοραστές για να απολαύσουν ένα αγαθό ή υπηρεσία εξαρτάται από τους παράγοντες προσφοράς και ζήτησης της αγοράς, οι οποίες, όντας ανεξάρτητες η μία από την άλλη, επηρεάζονται κυρίως από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες. Μία αγορά, για να μπορέσει να είναι ανταγωνιστική και υγιής θα πρέπει να έχει πολλαπλούς πωλητές και αγοραστές. Σε περίπτωση που υπάρχει μόνο ένας πωλητής και πολλοί αγοραστές, έχουμε μονοπώλιο το οποίο σημαίνει ακραίος ατελής ανταγωνισμός.

3.1.1 Ανάλυση Αγοράς

Η ανάλυση της αγοράς περιλαμβάνει την επεξήγηση των παραγόντων προσφοράς και ζήτησης που καθορίζουν την αξία των προϊόντων ή υπηρεσιών που διαθέτουμε. Οι προσδιοριστικοί παράγοντες προσφοράς και ζήτησης είναι αυτοί που επηρεάζουν σημαντικά την αξία των προϊόντων και μας δίνουν μία εικόνα σχετικά με την οικονομική πορεία της υπηρεσίας που προσφέρουμε.

Στη δική μας περίπτωση η υπηρεσία που προσφέρουμε είναι η ενοικίαση σκαφών αναψυχής που ανήκουν στην προσφορά και η ζήτηση καθορίζεται από τους αγοραστές που επιθυμούν την κατανάλωση της συγκεκριμένης υπηρεσίας. Επομένως, παρακάτω θα

¹ <http://www.opengov.gr/minfin>

αναλυθούν οι δύο αυτοί κρίσιμοι παράγοντες της αγοράς, ώστε να κατανοηθεί πλήρως το περιβάλλον στο οποίο θα στηριχθεί το επενδυτικό σχέδιο της επιχείρησης.

3.2 Ορισμός Τουρισμού

Στην τουριστική βιομηχανία, πολλοί επιστήμονες και ερευνητές του χώρου ανά τα χρόνια έχουν προσπαθήσει να δώσουν έναν ακριβή ορισμό σχετικά με το τι είναι τουρισμός και τι είναι τουρίστας.

Πηγαίνοντας πίσω στο 1940, οι Hunzler & Krapf χαρακτηρίζουν ως τουρισμό τον αντίκτυπο που έχει ένα ταξίδι σε κάποιον που επισκέπτεται ένα μέρος, στο οποίο ούτε διαμένει, ούτε δουλεύει, ούτε παίρνει μέρος σε τοπικές εκδηλώσεις. Δηλαδή, στην μεταπολεμική περίοδο, τουρίστας ήταν εκείνος που δεν είχε άδεια παραμονής στο τόπο που επισκεπτόταν, δεν δούλευε και δεν λάμβανε μέρος στις εκδηλώσεις του τόπου. Αντίθετα, στις μέρες μας το να παίρνει μέρος στις εκδηλώσεις του τόπου είναι βασικό χαρακτηριστικό για να τον ορίσουμε ως τουρίστα, έχοντας έτσι τα διάφορα είδη τουριστών όπως οι convention travelers, business tourists, sport tourists, event tourists και πολλά ακόμη είδη και υποείδη.

Αργότερα, το 1975, σε έναν παρόμοιο τρόπο σκέψης, ο Kasper χαρακτήρισε τον τουρισμό ως ένα σύστημα κατά το οποίο ο τουρίστας επισκέπτεται ένα μέρος το οποίο δεν αποτελεί την μόνιμη κατοικία και τον χώρο εργασίας του. Οι περισσότεροι ορισμοί που ανακοινώθηκαν εκείνη την περίοδο τόσο από ερευνητές όσο και από επαγγελματίες του χώρου, ανακύκλωναν τις παραπάνω έννοιες και αδυνατούσαν να χαρακτηρίσουν πλήρως την έννοια του τουρισμού, δίνοντας έτσι την έλλειψη γνώσης και εμπειρίας του κόσμου πάνω στο συγκεκριμένο φαινόμενο που λέγεται τουρισμός.

Μετά από τέσσερα χρόνια, το 1979 ο Leiper, ένας από τους σημαντικότερους ερευνητές του τουρισμού, μίλησε για τον τουρισμό ως μία διαδικασία δράσεων που συντελούν στην εσκεμμένη μετακίνηση ενός ατόμου σε ένα τόπο διαφορετικό από εκείνον της μόνιμης κατοικίας και εργασίας του.

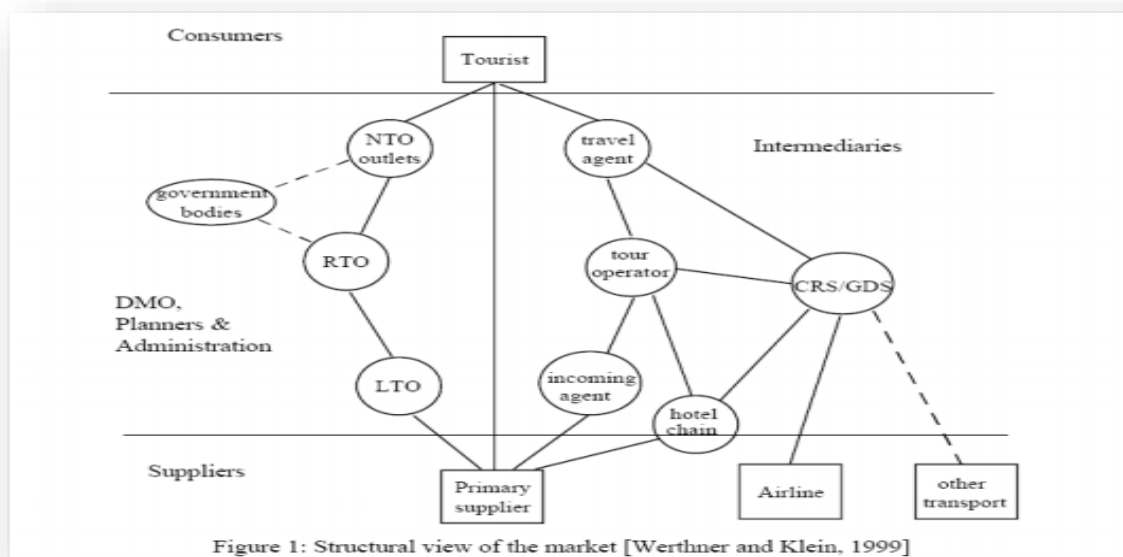
Με το πέρασμα των χρόνων και έχοντας κάνει μία σύντομη ιστορική αναδρομή όσον αφορά τους ορισμούς που έχουν δοθεί από διάφορους εξειδικευμένους ερευνητές του χώρου για το τι είναι τουρίστας και τι τουρισμός, φθάνουμε και στον ορισμό που έχει δοθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού UNWTO (United Nations World Tourism Organization), ο οποίος αναφέρει πως " Ο τουρισμός εμπεριέχει τις δραστηριότητες ενός ατόμου που ταξιδεύει και διαμένει σε ένα

μέρος εκτός του καθιερωμένου περιβάλλοντος όχι περισσότερο από ένα χρόνο για διασκέδαση, δουλειά και άλλες δραστηριότητες”²

3.2.1 Δομή Τουριστικής Αγοράς

Η δομή της Τουριστικής Αγοράς είναι αρκετά πολύπλοκη καθώς πάρα πολλοί φορείς εμπλέκονται στις επιμέρους διαδικασίες του. Έτσι, η προσπάθεια περιγραφής του αποτελεί δύσκολο έργο, όμως, το 1999 οι Wherthner και Klein παρέθεσαν ένα σχήμα το οποίο μας βοηθά να κατανοήσουμε αρκετά την δομή της Τουριστικής Αγοράς. Το συγκεκριμένο σχήμα απεικονίζει τα πολλαπλά επίπεδα τα οποία επηρεάζουν και αλληλεπιδρούν στην Τουριστική Αγορά, διαφοροποιώντας την προσφορά, τη ζήτηση και τους ενδιάμεσους³.

Διάγραμμα 3.1 Δομή Τουριστικής Αγοράς (Wherthner & Klein, 1999)



Πηγή : Whertner & Klein, 1999

² <https://www.unwto.org/>

³ https://www.researchgate.net/Information_Technology_and_Tourism_A_Challenging_Relation

Οι γραμμές δείχνουν τις σχέσεις και τη ροή πληροφοριών. Δηλαδή στο ένα άκρο παρατηρούμε την προσφορά, δηλαδή τις αεροπορικές εταιρείες, τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια κλπ. και στο άλλο τους τελικούς καταναλωτές, δηλαδή, τους τουρίστες. Ανάμεσα σε αυτές τις δύο κατηγορίες υπάρχουν οι ενδιάμεσοι, οι οποίοι χωρίζονται σε δύο κατηγορίες : αυτούς που βασίζονται στην ηλεκτρονική υποδομή CRS/GDS και τους Tour Operators που συντελούν στην ενοποίηση του προϊόντος. Τέλος, οι ενδιάμεσοι της αριστερής πλευράς είναι υπεύθυνοι για την διοίκηση και το branding ενός προορισμού.

3.3 Παγκόσμια Τουριστική κίνηση

Ο τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που αναπτύσσεται με τους πλέον γρηγορότερους ρυθμούς, ειδικά τα τελευταία χρόνια. Η σημασία του για την Παγκόσμια οικονομία είναι τεράστια καθώς η πολυπλοκότητα της δομής του τροφοδοτεί πολλαπλάσια τμήματα της αγοράς συνεισφέροντας σε πολύ μεγάλο βαθμό στο συνολικό επίπεδο της οικονομίας.

Ο τουρισμός, έχοντας ξεπεράσει μεγάλες παραγωγικές διαδικασίες όπως η εξαγωγή πετρελαίου, τα είδη διατροφής και τα αυτοκίνητα, αποτελούν μία από την κύρια πηγή εσόδων για πολλές ανεπτυγμένες χώρες. Επίσης, η συνεχόμενα αυξανόμενη τάση της Παγκόσμιας τουριστικής κίνησης τις τελευταίες δεκαετίες, έχει ως αποτέλεσμα την βελτίωση των κοινωνικών συνθηκών των χωρών και κατά συνέπεια της ευημερίας και του επιπέδου ζωής των κατοίκων.

Λαμβάνοντας υπόψιν το μεγάλο βαθμό επίδρασης που έχει ο τουρισμός στα διάφορα επίπεδα της οικονομίας ενός κράτους, παρακάτω παραθέτονται ορισμένα ενδεικτικά νούμερα με χρονολογική σειρά :

Αρχικά, η τουριστική κίνηση σε παγκόσμιο επίπεδο έδειχνε μεγάλη ανομοιομορφία καθώς μέχρι το 1950, το 88% των παγκόσμιων αφίξεων ανήκαν στους 15 κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς. Όμως, το γεγονός ότι το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 75% το 1970 και στο 57% το 2005, δείχνει πως η εξάπλωση του τουριστικών αφίξεων απέκτησαν μία γενική ομοιομορφία και ισοροπία. Επομένως, φαίνεται πως δεν είναι μόνο οι ανεπτυγμένες χώρες εκείνες που συμβάλλουν θετικά στην προώθηση της Παγκόσμιας τουριστικής κίνησης.

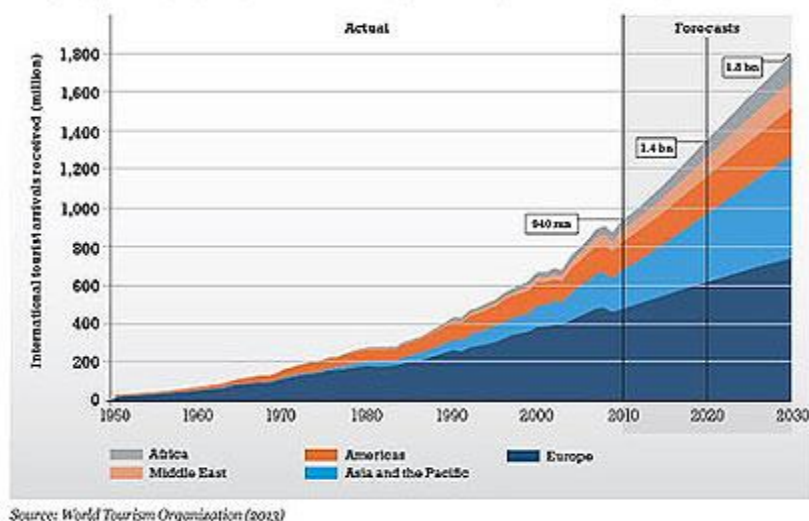
Μία μεγάλη ένδειξη της ταχύτατης αύξησης του Παγκόσμιου τουρισμού φαίνεται και απ' το ότι από το 1952 έως το 2005 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν από τις 25 στις 806 εκατ. . Το 2007, παρ' όλο που εμφανίζεται Παγκόσμια οικονομική κρίση, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις βιομηχανίες που συνεχίζουν την σταθερή ανοδική πορεία του. Αργότερα, το 2009 οι

Παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις αυξάνονται σε σχέση με το 2008 φθάνοντας τις 880 εκατ. . Επίσης ανοδική πορεία ακολουθούν και το 2011 με 2012 με τις αφίξεις των τουριστών να φθάνουν τα 983 εκατ. και το 1 δις. αντίστοιχα.

Μπορεί ο κορωνοϊός να δημιουργήσει μεγάλη ύφεση στον Παγκόσμιο τουρισμό όμως, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού λειτουργώντας καθαρά με τα στατιστικά στοιχεία είχε προβλέψει την αύξηση του ρυθμού μεταβολής των αφίξεων κατά 4,1% για το 2020. Φαίνεται, λοιπόν, πως το απρόβλετο περιβάλλον μπορεί να κάνει δύσκολη την πρόβλεψη της εξέλιξης του τουρισμού, καθώς η πανδημία αυτή έφερε μεγάλη ανισοροπία στην Παγκόσμια τουριστική κίνηση. Τέλος, αυτό φαίνεται και απ' ,το παρακάτω διάγραμμα που δείχνει την εκτιμώμενη πρόβλεψη των αφίξεων παγκοσμίως σύμφωνα με την εξέλιξη του τουρισμού στο πέρασμα των χρόνων.

Διάγραμμα 3.2 Προβλέψεις Διεθνών αφίξεων τουριστών Παγκοσμίως έως το 2030

Διάγραμμα 1: Προβλέψεις Διεθνών αφίξεων τουριστών παγκοσμίως έως το 2030



Πηγή : Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού

3.4 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα, κυρίως λόγω της καλής γεωγραφικής της θέσης, αποτελεί έναν από τους πιο γνωστούς εποχικούς τουριστικούς προορισμούς Παγκοσμίως. Τα πολυάριθμα νησιά της, το κλίμα, το φυσικό της περιβάλλον, ο συνδυασμός θάλασσας και στεριάς είναι μερικά από τα στοιχεία που την κάνουν τουριστικά επιτυχημένη.

Ο τουρισμός, καταλαβαίνουμε πως είναι ένας απ' τους βασικότερους πυλώνες της οικονομίας της χώρας μας, αφού αποτελεί το ¼ ή αλλιώς το 31% του ΑΕΠ της Ελλάδας. Ο σημαντικός αυτός δείκτης της οικονομίας παραμένει σταθερά ανοδικός χρόνο με τον χρόνο, ανεβάζοντας τα τουριστικά έσοδα κατά 2,5 δις. το 2018 από το 2017. Η περσινή χρονιά αποτέλεσε μία από τις καλύτερες για την ιστορία του εισερχόμενου τουρισμού στην Χώρα μας, φθάνοντας το 2019 τις 30,1 εκατ. αφίξεις μη κατοίκων, με 8.121.761 αφίξεις στον αεροδρόμιο του Ελευθερίου Βενιζέλου και δεύτερο το αεροδρόμιο του Ηρακλείου με 3.319.392 αφίξεις⁴.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα υπάρχει από τα πολύ παλιά χρόνια. Οι έμποροι, για να μπορέσουν να πουλήσουν τα προϊόντα τους, ταξίδευαν ανά τις χώρες ψάχνοντας αγοραστές. Επιπλέον, από τα αρχαία χρόνια, ο αθλητικός τουρισμός αποτέλεσε μία απ' τις βασικές μορφές μορφές τουρισμού, καθώς στην Αρχαία Ολυμπία κατά την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων γυμνασμένοι άνδρες από όλο τον κόσμο αγωνίζονταν με σκοπό να γυρίσουν στον τόπο τους με το κλαδί της ελιάς επάνω στο κεφάλι τους. Πλέον, ο ιδανικός συνδυασμός ήλιου και θάλασσας, αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους παράγοντες έλξης τουριστών από όλο τον κόσμο που θέλουν να απολαύσουν τις ομορφιές της χώρας μας. Επίσης, ο Αρχαιολογικός τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικούς λόγους επίσκεψης για τους λάτρεις των πολυάριθμων αρχαίων Ελληνικών μνημείων και μουσείων.

Το 2019 οι ετήσιες αφίξεις μη κατοίκων στην Ελλάδα ήταν τρεις φορές περισσότερες από τον συνολικό πληθυσμό της χώρας, δείχνοντας σημάδια αισιοδοξίας για την πορεία του τουρισμού της Ελλάδας. Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η τουριστική περίοδος της Ελλάδας χαρακτηρίζεται από εποχικότητα, με κρισιμότερους μήνες εκείνους του Ιουνίου, του Ιουλίου και του Αυγούστου⁵.

3.4.1 Τουρισμός και Αγορά Εργασίας

Η συμβολή του τουρισμού στα ετήσια συνολικά έσοδα του κράτους δεν μπορεί να περάσει απαρατήρητη καθώς αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της οικονομίας. Το 2018, ο τουρισμός συνέβαλε στη δημιουργία του 11,7% του ΑΕΠ της χώρας με 21,6 δις. ευρώ, σύμφωνα με τα στοιχεία που δίνονται από το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), με τίτλο «Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2018».

⁴ <https://www.statistics.gr/>

⁵ <https://sete.gr/>

Συγκρίνοντας τα νούμερα αυτά με το 2017, βλέπουμε σαφή αύξηση, καθώς αυξήθηκε η συνεισφορά στο ΑΕΠ κατά 13,3%. Συνολικά (άμεσα και έμμεσα) ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε από 25,7% (47,4 δισ. ευρώ) έως 30,9% (57,1 δισ. ευρώ) στη δημιουργία του ΑΕΠ. Επίσης, ο τομέας του τουρισμού είχε σημαντική επενδυτική δραστηριότητα ύψους 5 δισ. ευρώ εκ των οποίων τα 1,9 δισ. ευρώ σε εγχώρια προστιθέμενη αξία. Στον πίνακα απεικονίζονται οι πολλαπλασιαστές των επιμέρους κλάδων της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη του ΚΕΠΕ (2014), καθώς και η ποσοστιαία συμβολή του κάθε υποκλάδου στην ελληνική τουριστική δραστηριότητα σύμφωνα με την μελέτη του IOBE (2012).

Πίνακας 3.1 Κατανομή Τουριστικών Εσόδων

Κατηγορία	%Κατανομή Τουριστικών Εσόδων	Πολλαπλασιαστής
Καταλύματα	45,3	2,50
Εστίαση	18,0	2,50
Θαλάσσιες Μεταφορές	9,0	2,41
Οδικές Μεταφορές	7,1	3,25
Εναέριες Μεταφορές	5,4	2,98
Εμπόριο	4,9	3,69
Ψυχαγωγία	3,8	1,90
Ταξιδιωτικά Γραφεία	3,7	3,68
Ενοικίαση Αυτ/των	1,8	1,39
Συνέδρια	1,0	4,13
Σταθμισμένος Μέσος Όρος		2,65

Πηγή : ΚΕΠΕ, IOBE

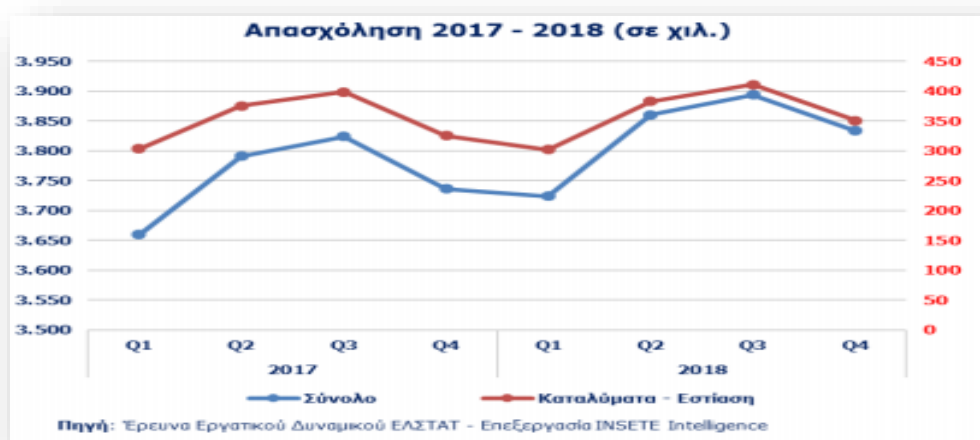
Όπως προαναφέρθηκε και απ' τα στοιχεία του IOBE, φαίνεται πως τα καταλύματα και η εστίαση αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο ποσοστό τουριστικών δαπανών στην Ελλάδα φθάνοντας το 63%. Επομένως, αυτές οι δύο κατηγορίες αποτελούν και τους κυρίαρχους κλάδους απασχόλησης των εργαζομένων της χώρας, όπου φαίνεται πως το 2018 ο τουρισμός απασχόλησε 650 χιλιάδες εργαζομένους ή αλλιώς το 16,7% της συνολικής απασχόλησης. Επίσης, συνετέλεσε βασικό παράγοντα μείωσης της ανεργίας και ιδιαίτερα για τις κατηγορίες των νέων και των γυναικών. Στους παρακάτω πίνακες φαίνεται η εξέλιξη της απασχόλησης όσον αφορά τις τουριστικές δραστηριότητες με τις γενικές, συγκρίνοντας το 2017 με το 2018.

Πίνακας 3.2 Εξέλιξη Απασχόλησης (2017 - 2018)

Εξέλιξη απασχόλησης για τα έτη 2017 – 2018 (σε χιλμ.)								
	2017				2018			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.659	3.791	3.824	3.736	3.724	3.860	3.894	3.834
%μεταβολή					1,8%	1,8%	1,8%	2,6%
Καταλύματα – Εστίαση	303	375	399	325	302	383	411	351
%μεταβολή					-0,5%	2,1%	3,1%	7,9%

Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

Διάγραμμα 3.3 Εξέλιξη απασχόλησης (2017 – 2018)



Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

3.5 Θαλάσσιος Τουρισμός

Εάν πρέπει να δώσουμε μία σαφή εξήγηση σχετικά με τον θαλάσσιο τουρισμό ως μία ειδική μορφή τουριστικής δραστηριότητας, τότε θα λέγαμε ότι είναι ένα σύστημα που αποτελείται από δύο βασικούς άξονες. Ο πρώτος άξονας έχει να κάνει με τις λιμενικές υποδομές (πχ. μαρίνες, λιμένες), ενώ ο δεύτερος έχει να κάνει με τα διάφορα μέσα Ναυτιλίας (πχ. σκάφη, πλοία). Για να μπορέσει ο ενδιαφερόμενος καταναλωτής να απολαύσει το συγκεκριμένο είδος τουρισμού θα πρέπει αυτοί οι δύο άξονες να λειτουργούν συνδυαστικά, παρέχοντας μία ολοκληρωμένη εμπειρία θαλάσσιου τουρισμού στον τουρίστα.

Ορισμένες μορφές τουρισμού ή αλλιώς δραστηριότητες που μπορούν να συνδυαστούν με τον θαλάσσιο τουρισμό είναι εκείνες όπως η φιλοξενία σε παράκτια καταλύματα, η προσέγγιση παράκτιας ζώνης με θαλάσσια, χερσαία ή εναέρια μέσα μεταφοράς, χαρακτηρίζοντας όμως την υπόστασή τους ως συμπληρωματικές δραστηριότητες του θαλάσσιου τουρισμού και όχι ως η ως μέρος των δραστηριοτήτων του. Το εύρος των δραστηριοτήτων του θαλάσσιου τουρισμού έχει να κάνει κυρίως με περιηγήσεις ή διάφορες δραστηριότητες σε παράκτιο και θαλάσσιο περιβάλλον, με μέσα όπως σκάφη αναψυχής, κρουαζιερόπλοια, ιστιοπλοικά σκάφη κλπ.. Ο θαλάσσιος τουρισμός έχει δύο βασικές μορφές :

→ Το yachting, το οποίο περιλαμβάνει θαλάσσιες περιηγήσεις με σκάφη διαφόρων μεγεθών και τα οποία μπορεί να είναι ιδιωτικά, μισθωτά, μηχανοκίνητα ή ιστιοπλοικά.

→ Η κρουαζιέρα, η οποία συνδυάζει θαλάσσιες περιηγήσεις και παροχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών με μεταφορικά μέσα τα κρουαζιερόπλοια.

3.5.1 Θαλάσσιος Τουρισμός στην Ελλάδα και σε Διεθνές επίπεδο

Ο Θαλάσσιος τουρισμός, ως μορφή τουρισμού, άρχισε να αναπτύσσεται στην Ευρώπη κατά τη δεκαετία του 60'. Αρχικά, οι χώρες οι οποίες αποτέλεσαν τις κυρίαρχες αγορές του συγκεκριμένου είδους τουρισμού ήταν οι ακτές της Γαλλίας, της Ισπανίας και της Ιταλίας. Αργότερα, η Ελλάδα, η Τουρκία και η Κροατία αποτέλεσαν επίσης ανερχόμενους προορισμούς θαλάσσιου τουρισμού στην Ευρώπη. Η κρουαζιέρα, όντας μία τουριστική δραστηριότητα η οποία δραστηριοποιείται κυρίως στη Μεσόγειο, εκτός από επισκέψεις σε πολλά λιμάνια της Ελλάδας, συνδυάζει και επισκέψεις σε λιμάνια της Ιταλίας, Τουρκίας αλλά και Αιγύπτου. Μερικά παραδείγματα γνωστών λιμανιών επίσκεψης των κρουαζιερόπλοιων στην Ελλάδα αποτελούν ο Πειραιάς, η Σαντορίνη και η Ρόδος.

Το πλούσιο φυσικό περιβάλλον των ακτών της Ευρώπης με την μεγάλη ποικιλία τοπίων, φυσικών καταφυγίων αλλά και μεγάλης παράδοσης και ιστορίας στη θάλασσα, αποτέλεσαν ιδανικό κριτήριο ώστε να αναπτυχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός στις περιοχές αυτές. Αυτό φαίνεται και από το γεγονός ότι αφενώς ο συγκεκριμένος τομέας απασχολεί περισσότερους από 2,36 εκατ. εργαζόμενους και αφετέρου απ' το ότι το 51% των ξενοδοχειακών καταλυμάτων βρίσκονται σε παράκτιες περιοχές. Σύμφωνα με το σχέδιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Γαλάζια ανάπτυξη ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία πολύ ελπιδοφόρα ανάπτυξη και παρουσίας δυνατοτήτων για μία κερδοφόρα, έξυπνη και χωρίς αποκλεισμούς από την Ευρώπη ανάπτυξη. Αυτό φαίνεται

και απίτο γεγονός ότι μέχρι το 2020 είχε προβλεφθεί ότι ο η κρουαζιέρα θα αυξήσει τις απασχολούμενες θέσεις εργασίας της κατά 100.000 άτομα.

Όσον αφορά την Ελλάδα, ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία βασική πηγή εσόδων για την τουριστική βιομηχανία, αναβαθμίζοντας σε σημαντικό βαθμό το επίπεδο των λιμανιών, της ναυπηγοεπισκευαστικές βιομηχανίες καθώς και τις δραστηριότητες που ειδικεύονται με την επάνδρωση σε κρουαζιερόπλοια και σε σκάφη αναψυχής. Μερικά από τα στατιστικά στοιχεία που δείχνουν την αξιοσημείωτη συμμετοχή του στην συνολική συμβολή του τουρισμού της χώρας μας είναι τα εξής :

- Ο στόλος των τουριστικών σκαφών υπολογίζεται γύρω στα 4.000 σκάφη.
- Από το 18% της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας, το 4% είναι από τον θαλάσσιο τουρισμό.
- Η Ελλάδα, το 2009, ήταν ο πρώτος τράνζιτ προορισμός στην Ευρώπη, με 4.973.000 συνολικές αφίξεις τουριστών και ποσοστό 20,9%.
- Σχεδόν το μισό ναυτεργατικό δυναμικό, δηλαδή πάνω από 10.000 ναυτικοί, εργάζονται στον κλάδο του yachting και σε κρουαζιερόπλοια που έχουν ελληνική σημαία.

3.6 Yachting

Με τον όρο Yachting (Ιδιωτική Θαλάσσια Περιήγηση) εννοείται η εκμίσθωση ενός σκάφους αναψυχής με στόχο την διαμονή ή την ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση από μία ομάδα ατόμων έχοντας οργανώσει το πρόγραμμα περιήγησης τους με σκοπό την ψυχαγωγία τους (Διακομιχάλης, Μ., 2009). Ο τουρίστας ή αλλιώς ο περιηγητής του σκάφους είναι άμεσα συνδεδεμένος το υγρό στοιχείο και όχι μόνο μπορεί να απολαύσει την θαλάσσια περιήγηση αλλά μπορεί και να ελέγξει ο ίδιος την ναυσιπλοία του σκάφους.

Γενικότερα, όταν μιλάμε για yachting εννοούμε την διαδικασία ενοικίασης σκαφών αναψυχής, με τις διαφορετικές κατηγορίες σκαφών να είναι οι θαλαμηγοί, τα ταχύπλοα και τα ιστιοφόρα που όμως έχουν ως κοινό στοιχείο την θαλάσσια περιήγηση ενός ή μίας ομάδας ανθρώπων με σκοπό την προσωπική τους ευχαρίστηση και αναψυχή. Η δραστηριότητα του yachting έχει την φήμη ότι απευθύνεται αποκλειστικά σε κατηγορίες πελατών ανώτερης οικονομικής κατάστασης, κάτι το οποίο δεν ισχύει απαραίτητα, καθώς, μπορεί η διαδικασία να είναι κοστοβόρα, λόγω πολλαπλής

παροχής υπηρεσιών (πχ. μέσο μεταφοράς, στέγασης κ' φιλοξενίας), όμως το κόστος αυτό διαιρείται σε ένα πλήθος ατόμων κάνοντας το ατομικό κόστος μειώνεται αισθητά.

3.6.1 Η εξέλιξη του Yachting στην Ελλάδα

Το 1960,ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος, έχοντας αναλάβει το 1968 την προβολή του ελληνικού yachting και την συμμετοχή σε διοργανώσεις διεθνείς και σε αγωνιστικές εκδηλώσεις, ήταν ο μόνος ναυτικός όμιλος που είχε υποδομές κατάλληλες για την φιλοξενία σκαφών αναψυχής. Το 1970, με την βοήθεια του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στο να δημιουργηθούν κατάλληλες υποδομές για την φιλοξενία και την παροχή των απαραίτητων υπηρεσιών στα εισερχόμενα σκάφη, άρχισε το yachting να αναπτύσσεται στη χώρα μας. Ωστόσο, το 1963 δημιουργήθηκε η πρώτη μαρίνα στη χώρα, εκείνη της Βουλιαγμένης. Στη συνέχεια ακολούθησαν και εκείνες του Πειραιά (Μαρίνα Ζέας), της Θεσσαλονίκης (Μαρίνα Αρετσού), της Αθήνας (Μαρίνα Αλίμου) και της Κέρκυρας (Μαρίνα Γουβιά).

Τη δεκαετία του 1980, με την απότομη ανάπτυξη του τουρισμού σε όλη τη χώρα, επήλθε και ταυτόχρονη ανάπτυξη και του yachting, με την μεγάλη αύξηση των ιδιωτικών και επαγγελματικών σκαφών αναψυχής. Αυτό έθεσε την ανάγκη της χώρας, σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, στο να δημιουργηθεί ένα νέο θεσμικό πλαίσιο, το οποίο θα βοηθούσε στην απλούστευση των διαδικασιών και στην ενίσχυση της ροής των επενδυτικών κεφαλαίων με σκοπό την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των λιμένων που εξυπηρετούν τα σκάφη αναψυχής.

Ένα στοιχείο, που είναι ιστορικά σημαντικό και καθιστά την Ελλάδα μοναδική πάνω σε αυτό, είναι ότι ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που, το 1976, με τον Νόμο 438 (σε ισχύ μέχρι και σήμερα) ίσχυσε το νομικό πλαίσιο που επιτρέπει τη λειτουργία εκμετάλλευσης σκαφών αναψυχής. Σήμερα, το yachting στην Ελλάδα παρουσιάζει συνεχώς αυξανόμενη πορεία, με τουρίστες από όλο τον κόσμο να επιθυμούν την ξενάγησή τους στις όμορφες παραθαλάσσιες περιοχές όλης της χώρας.

3.6.2 Τύποι και κατηγορίες σκαφών

Όσον αφορά τις κατηγορίες και τους διάφορους τύπους σκαφών αναψυχής με τα οποία μπορούν οι πελάτες να απολαύσουν τις θαλάσσιες δραστηριότητές τους, σύμφωνα με τον Διακομιχάλη (2009), αυτά είναι τα εξής :

- **Ιστιοφόρα (Sailing yachts)** : Αποτελούν σκάφη αναψυχής τα οποία χρησιμοποιούν ως μέσο πρόωσης τα πανιά και διαθέτουν πλήρωμα με καπετάνιο ή αλλιώς skipper υποχρεωτικά, και ναύτες και μάγειρα προαιρετικά.
- **Ιστιοφόρο χωρίς πλήρωμα (Bareboats)** : Είναι σκάφη τα οποία ναυλώνονται με πανιά και δεν διαθέτουν πλήρωμα.
- **Παραδοσιακά καΐκια (Motor sailers)** : Τα συγκεκριμένα σκάφη συνήθως μπορεί να είναι παραδοσιακά αλιευτικά ή κοινά καΐκια.
- **Πολυτελή καΐκια (luxury motor sailers)** : Τα πολυτελή αυτά σκάφη μπορεί να κινούνται με την βοήθεια μηχανής ή πανιών.
- **Μηχανοκίνητα μικρά (Small yachts)** : Στη συγκεκριμένη κατηγορία ανήκουν τα φουσκωτά σκάφη ή τα πολυεστερικά, δηλαδή μικρά σκάφη τα οποία κινούνται αποκλειστικά και μόνο με τη βοήθεια μηχανής.
- **Θαλαμηγοί (Mega yachts)** : Είναι συνήθως μεγάλα σε μέγεθος σκάφη, τα οποία κινούνται με μηχανή και έχουν μεγάλου μεγέθους πλήρωμα στο εσωτερικό τους.
- **Μεγάλα μηχανοκίνητα καΐκια** : Έχουν το μεγαλύτερο μέγεθος σε σχέση με τα υπόλοιπα, καθώς μπορούν να χαρακτηριστούν και ως μικρά κρουαζιερόπλοια αφού είναι ικανά να φιλοξενήσουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Τα σκάφη αναψυχής, σύμφωνα με το μέγεθος αλλά και με τη χρήση που του κάνουμε, κατηγοριοποιούνται στις εξής κατηγορίες (ICAP 2009) :

Σκάφη Βοηθητικά : Τα σκάφη αυτά ονομάζονται και αλλιώς σκάφη <<υπηρέτες>>, καθώς ο λόγος ύπαρξής τους είναι να υπηρετούν τις ανάγκες του μεγαλύτερου σκάφους. Είναι σκάφη μικρού μεγέθους, κυρίως φουσκωτά και συνήθως γύρω στα 6 μέτρα.

Σκάφη από 2,5 μ. έως 3,8 μ. : Το συγκεκριμένο σκάφος προορίζεται κυρίως για τη χρησιμοποίηση από τους αγοραστές οι οποίοι δεν έχουν εμπειρία με τη θάλασσα και έρχονται για πρώτη φορά σε επαφή μαζί της. Επομένως, τα σκάφη αυτά είναι ευκολόχρηστα, καθώς και απλά στο να ναυλωθούν. Τα υλικά απ' τα οποία προέρχονται αυτά τα σκάφη μπορεί να είναι φουσκωτά, ή πολυεστέρας ή και μέταλα. Τέλος, το ανώτατο όριο ατόμων που μπορούν να μεταφέρουν είναι μέχρι 3 άτομα καθώς περιέχουν και μηχανές χαμηλής ισχύος.

Σκάφη από 3,8 μ. έως 5 μ. : Τα σκάφη αυτής της κατηγορίας είναι ικανά στο να καλύψουν μεγαλύτερες αποστάσεις και να μεταφέρουν μεγαλύτερο αριθμό ατόμων. Είναι εξοπλισμένα με

μεγαλύτερης ισχύος μηχανές και μία από τις δραστηριότητες για τις οποίες είναι γνωστά είναι τα θαλάσσια σπορ.

Σκάφη από 5 μ. έως 8 μ. : Πρόκειται για μία κατηγορία σκάφους αρκετά δημοφιλή στη χώρα μας. Τα συγκεκριμένα σκάφη μπορούν να καλύψουν ανάγκες απαιτητικών ιδιοκτητών καθώς έχουν στο εσωτερικό τους καμπίνα η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως αποθηκευτικός χώρος, αλλά και για την μετακίνησή τους μπορεί να χρησιμοποιήσει εσωλέμβιους ή εξωλέμβιους κινητήρες μεγάλης ισχύος. Όσον αφορά τα υλικά κατασκευής τους, εκείνα μπορεί να είναι φουσκωτά ή φτιαγμένα από πολυεστέρα.

Σκάφη από 8 μ. έως 15 μ. : Η κατηγορία των συγκεκριμένων σκαφών αναφέρεται σε σκάφη με μεγαλύτερες ανέσεις και χώρους, καθώς μπορούν να περιέχουν στο εσωτερικό τους καμπίνες, σαλόνι, λουτρό / WC κλπ. Ως μέσο μετακίνησης τα σκάφη αυτά μπορούν να χρησιμοποιήσουν εσωλέμβιους ή εξωλέμβιους κινητήρες οποιασδήποτε ισχύος.

Σκάφη άνω των 15 μ. : Τα συγκεκριμένα σκάφη είναι γνωστά για τους μεγάλους χώρους που διαθέτουν στο εσωτερικό τους και χαρακτηρίζονται ως θαλαμηγοί. Επίσης, είναι σκάφοι τα οποία έχουν μεγάλη αυτονομία και μπορούν να καλύψουν μεγάλες αποστάσεις και να φιλοξενήσουν αρκετά άτομα.

Super & Mega Yachts : Αποτελούν την κατηγορία με τα μεγαλύτερα σκάφη, όπου τα super yachts έχουν μήκος έως 30 μέτρα και τα mega yachts μήκος από 30 μέτρα και πάνω.

3.7 Θεσμικό πλαίσιο

Αρχικά, το θεσμικό πλαίσιο, σύμφωνα με τους νόμους, βοηθά στην κατηγοριοποίηση των σκαφών σε επαγγελματικά και σκάφοι αναψυχής. Σκάφη αναψυχής είναι τα σκάφη τα οποία έχουν μέγεθος μεγαλύτερο από 7 μέτρα και είναι κατασκευασμένο ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί για ταξίδια αναψυχής και περιήγησης. Σκάφη επαγγελματικά, χαρακτηρίζονται εκείνα τα οποία έχουν την δυνατότητα να μεταφέρουν μέχρι και 49 άτομα, περιλαμβάνουν χώρους ενδιαιτήσης και η αποκλειστική τους χρήση είναι για ταξίδια αναψυχής και περιήγησης.

Ο νόμος κάτω από τον οποίο διέπονται τα τουριστικά σκάφη επαγγελματικής χρήσης είναι ο Ν. 2743/99 ο οποίος, μεταξύ άλλων, ορίζει την αδειδότηση, ναύλωση και οργανική σύνθεση των

σκαφών. Οι προϋποθέσεις, όπως ορίζονται από το νόμο, που οφείλουν να ακολουθούν όλοι οι ιδιοκτήτες τέτοιων σκαφών είναι οι εξής :

- Για να μπορέσει ένα σκάφος αναψυχής να θεωρείται επίσημα ως επαγγελματικό, θα πρέπει να φέρει την αντίστοιχη άδεια από το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας (Υπουργείο Ναυτιλίας και Αιγαίου).
- Τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής θα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο για περιηγήσεις αναψυχής και θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για ολική ναύλωση για τουλάχιστον 12 ώρες από τα μέλη του.
- Όσον αφορά τα δικαιώματα εκνάυλωσης : α) Οι πλοιοκτήτες έχουν για τα υποπλοιοκτησία τους σκάφη β) οι εφοπλιστές μόνο για τα επαγγελματικά πλοία που είναι υπό τον εφοπλισμό τους, γ) δικαίωμα κατέχουν οι ναυλομεσίτες και δ) όσοι κατέχουν άδεια λειτουργίας γραφείων γενικού τουρισμού.
- Τέλος, σχετικά με το κατώτατο όριο ναύλωσης το οποίο θα πρέπει να τηρούν τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής ισχύουν τα εξής :
 - ➔ Διάρκεια 300 ημερών, για σκάφη που εκναυλώνονται χωρίς να έχουν πλοίαρχο και πλήρωμα (ανά πενταετία).
 - ➔ Διάρκεια 200 ημερών, για σκάφη που εκναυλώνονται έχοντας πλοίαρχο και πλήρωμα (ανά πενταετία).
 - ➔ Διάρκεια 75 ημερών, για επαγγελματικά σκάφη αναψυχής παραδοσιακού χαρακτήρα, τα οποία δεν έχει σημασία εάν εκναυλώνονται με πλοίαρχο και πλήρωμα (ανά πενταετία).

Cabotage (ενδομεταφορές)

Ο Ν. 2932/2001 που ειδικεύεται στην άρση του cabotage αναφέρει “Ελεύθερη παροχή υπηρεσιών στις θαλάσσιες ενδομεταφορές- Σύσταση Γενικής Γραμματείας Λιμένων και Λιμενικής Πολιτικής- Μετατροπή Λιμενικών Ταμείων σε Ανώνυμες Εταιρείες και άλλες διατάξεις” (ΦΕΚ Α’ 145/27.6.2001).

Ο Ν. 2932/2001 περί cabotage, στο πρώτο άρθρο << Θαλάσσιες μεταφορές από ή προς λιμένες νησιών >> δίνει τις εξής οδηγίες :

α) Από την 1^η Νοεμβρίου 2002 επιτρέπεται η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών που :

- Παρέχονται έναντι αμοιβής από πλοιοκτήτη Κράτους-Μέλους της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (Ε.Κ.) ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.) ή της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελεύθερων Συναλλαγών (Ε.Ζ.Ε.Σ.) εκτός από την Ελβετία και
- Εκτελούνται μεταξύ λιμένων της ηπειρωτικής χώρας και νησιών ή μεταξύ λιμένων νησιών, από επιβατηγά και οχηματαγωγά πλοία, επιβατηγά ή φορτηγά, δρομολογημένα σε τακτική γραμμή επιβατικών μεταφορών και πορθμείων, καθώς και από τα πλοία που έχουν ολική χωρητικότητα μέχρι εξακόσιες πενήντα μονάδες υπολογισμού, σύμφωνα με τη διεθνή σύμβαση «Για την καταμέτρηση της 39 χωρητικότητας των πλοίων του 1969», την οποία κύρωσε ο Ν. 1373/1983 (ΦΕΚ 92 Α).

β) Ως πλοιοκτήτης στον παρόντα νόμο νοείται το πρόσωπο που ορίζεται στη διάταξη της παραγράφου 2 του άρθρου 2 του Κανονισμού (Ε.Ο.Κ.) με αριθμ. 3577/1992 του Συμβουλίου «για την εφαρμογή της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών στις θαλάσσιες μεταφορές στο εσωτερικό των Κρατών - Μελών (θαλάσσιες ενδομεταφορές) - L364/7-10/12- 12-92.

γ) Στην περίπτωση που δεν επαρκούν τα πλοία που αναφέρονται στην παράγραφο 1, με απόφαση του Υπουργού Ναυτιλίας, και ύστερα από την σύμφωνη γνώμη του Συμβουλίου Ακτοπλοικών Συγκοινωνιών (Σ.Α.Σ.), γίνεται επιτρεπτό το να παρέχονται υπηρεσίες θαλάσσιων μεταφορών με πλοία, φέροντας τη σημαία άλλου κράτους, σύμφωνα πάντα με τις προϋποθέσεις που ορίζονται από τον εκάστοτε νόμο.

3.8 Η Ζήτηση του yachting στην Ελλάδα

Το yachting είναι μία υπηρεσία την οποία οι πελάτες επιλέγουν ώστε να βιώσουν μία μοναδική εμπειρία η οποία θα τους κάνει να απολαμβάνουν σε πολύ μεγάλο βαθμό το τρίπτυχο ήλιος / θάλασσα / ξεκούραση, σε μία περίοδο που κατά κύριο λόγο λαμβάνει μέρος του καλοκαιρινούς μήνες. Θα έλεγε, επομένως κανένας, πως η Ελλάδα, λόγω των όμορφων τοπίων που διαθέτει αλλά και η διαθεσιμότητα της απόλαυσης του τρίπτυχου που προαναφέραμε, θα κατέχει μία από τις κορυφαίες θέσεις στην Ευρώπη στον τομέα του yachting, κάτι που δυστυχώς δεν ισχύει. Ναι μεν η Ελλάδα έχει κάνει κάποια σημαντικά βήματα προς την σωστή κατεύθυνση, όμως μένει ακόμα δρόμος να διανύσει ώστε να βρεθεί στην κορυφή στην αγορά του yachting ως τουριστική δραστηριότητα.

Γενικά, το yachting είναι μία υπηρεσία η οποία δεν προορίζεται για να καλύψει τις βασικές ανάγκες ενός τουρίστα, αλλά χρησιμοποιείται με σκοπό την ψυχαγωγία και τη διασκέδαση. Επομένως, το κόστος απόκτησης της υπηρεσίας εμφανίζει μεγάλη ελαστικότητα, όπως επίσης και οι ενέργειες που αφορούν τη χρησιμοποίηση, τη φύλαξη και τη συντήρηση. Μερικά απ' τα χαρακτηριστικά της αγοράς της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι πως αποτελούν επιχειρήσεις με μεγάλες επενδύσεις κεφαλαίων καθώς και μεγάλα οικονομικά και θεσμικά εμπόδια εισόδου στον κλάδο. Επίσης, μία ιδιαιτερότητα αποτελεί το γεγονός πως υπάρχει μεγάλο ποσοστό συνεισφοράς σε συνάλλαγμα, καθώς περίπου το 95% των πελατών αποτελούν αλλοδαπούς τουρίστες. Οι έμμεσοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του κλάδου αποτελούν εκείνοι που αφορούν τις υποδομές, δηλαδή το κατά πόσο σωστά είναι κατασκευασμένες οι μαρίνες που θα φιλοξενούν τα σκάφη, ή πόσο ακριβή θα είναι μία θέση στη μαρίνα του λιμανιού, καθώς και τι υπηρεσίες θα προσφέρει το λιμάνι στο ιδιοκτήτη σχετικά με τις ανάγκες του. Πλέον, έχουμε καταλήξει στο ότι η ζήτηση για τις μαρίνες καθορίζεται από τρία βασικά επίπεδα :

- 1) Κόστος παρεχόμενων υπηρεσιών και τέλη ελλιμενισμού
- 2) Ποιότητα παρεχόμενων υπηρεσιών
- 3) Ποσότητα παρεχόμενων υπηρεσιών

Η εποχικότητα είναι ένα αναπόφευκτο στοιχείο το οποίο επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση, καθώς η μεγαλύτερη κίνηση παρουσιάζεται του θερινούς μήνες, ενώ του χειμερινούς μήνες αυξάνεται η κίνηση των σκαφών για επισκευές και εργασίες συντήρησης. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τα δημοσιευμένα στοιχεία του ΕΟΤ, τα οποία αναφέρουν πως το 54% της ζήτησης υπάρχει για του μήνες Ιούνιο έως Αύγουστο, ενώ τους μήνες Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβρη έως Οκτώμβρη παρουσιάζεται ζήτηση που φθάνει το 40%.

Όσον αφορά το προφίλ των πελατών που επιλέγουν το yachting ως μέσο διασκέδασης, υπάρχουν ορισμένα χαρακτηριστικά που τους διακρίνουν. Αρχικά, είναι ευρέως γνωστό, πως λόγω του ότι το yachting αποτελεί μία σχετική ακριβή δραστηριότητα, οι πελάτες του χαρακτηρίζονται από μέτρια έως υψηλά εισοδήματα. Επίσης, αναφέραμε και προηγουμένως πως οι άνθρωποι που επιλέγουν τη συγκεκριμένη δραστηριότητα είναι λάτρεις της θάλασσας και του ήλιου και προσπαθούν να ζήσουν μοναδικές εμπειρίες συνδυάζοντας τα δύο αυτά μαζί. Σχετικά με το μέρος προέλευσης των συγκεκριμένων τουριστών, μπορεί το yachting να είναι αρκετά διαδεδομένο τα τελευταία χρόνια στους Έλληνες και να παρουσιάζει αυξητική τάση, όμως όπως έχει φανεί από έρευνες μεγάλη ζήτηση σε ενοικίαση yacht παρουσιάζουν εθνικότητες όπως οι Ιταλοί, οι Γάλλοι, οι Γερμανοί, οι Άγγλοι, οι Δανοί. Οι Αμερικάνοι, με τη σειρά τους, είναι περισσότερο λάτρεις των motor yachts αντί των ιστιοπλοικών. Τέλος, οι Έλληνες δείχνουν

ιδιαίτερη προτίμηση για τα σκάφη με skipper στο εσωτερικό τους, καθώς και για γυμνά σκάφη των οποίων τον έλεγχο παίρνουν πλήρως εκείνοι.

Ζήτηση στο λιμάνι της Σκύρου

Τέλος, για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε καλύτερα το προφίλ του τουρίστα που είναι λάτρης του yachting, θα παραθέσουμε απο κάτω ορισμένους πίνακες με σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο λιμάνι της Λιναριάς (Σκύρος), που είναι και η τοποθεσία που θα επιλέξουμε για την ίδρυση της εταιρείας μας, όπου αναλύθηκε το προφίλ των τουριστών yachting με αφορμή το 3^ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής. Το λιμάνι της Σκύρου αποτελεί ένα αρκετά αντιπροσωπευτικό δείγμα καθώς φημίζεται για την μεγάλη κίνηση σκαφών αναψυχής τους θερινούς μήνες, καθώς και για τις πληθώρες υπηρεσιών που παρέχει στους τουρίστες που επισκέπτονται το λιμάνι.

Πίνακας 3.3 Δημογραφικά Στοιχεία Τουριστών Yachting Σκύρου

Γένος	Άνδρας : 65% Γυναίκα : 33%
Ηλικία	18 – 25 : 0% 26 – 35 : 9% 36 – 45 : 0% 46 – 55 : 28% 56 – 65 : 46% 66 + : 17%
Μορφωτικό επίπεδο	Πρωτοβάθμια εκπαίδευση : 9% Δευτεροβάθμια εκπαίδευση : 11% Τριτοβάθμια εκπαίδευση : 80%
Εισόδημα (σε ευρώ)	0 – 10.000 : 9% 10.001 – 20.000 : 6% 20.001 – 40.000 : 17% 40.001 – 60.000 : 5% 60.001 – 80.000 : 6% 80.001 – 100.000 : 11% 100.001 – 120.000 : 2% 120.001 – 150.000 : 3% > 150.000 : 3% Κενό : 38%
Εθνικότητα	Ελληνική : 12% Άλλη : 88%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο

Πίνακας 3.4 Ναυτικό Προφίλ Τουρίστα Νήσου Σκύρου

Ιδιοκτήτες σκάφους αναψυχής	Ιδιωτικό: 62% Επαγγελματικό: 9% Όχι: 29%
Δίπλωμα	Skipper: 54% Cruiser: 31% Captain: 13% Όχι: 2%
Χρήση σκάφους αναψυχής	Μία φορά στα 10 χρόνια: 0% Μία φορά στα 5 χρόνια: 0% Μία φορά στα 2 χρόνια: 7% Μία φορά τον χρόνο: 27% Περισσότερο από μία φορά τον χρόνο: 66%
Είδος σκάφους	Cruiser: 9% Σκάφος με skipper: 13% Σκάφος χωρίς skipper (bareboat): 60% Yacht: 13% Άλλο: 1% Κενό: 4%
Μέσος όρος ημερών που αφιερώνονται στην ιστιοπλοία	1 ημέρα: 0% 2-3 ημέρες: 3% 4-7 ημέρες: 6% Περισσότερες από 7 ημέρες: 91%
Λιμάνια που επισκέφθηκαν	Ένα: 0% Δύο: 6% Τρία: 8% Τέσσερα ή παραπάνω: 86%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρου

3.9 Η προσφορά του yachting στην Ελλάδα

Την τελευταία δεκαετία, τα σκάφη τα οποία δηλώθηκαν ως επαγγελματικά στο Υ.Ε.Ν. κυμάνθηκαν από 5.800 έως 6.300. Τα σκάφη τα οποία χρησιμοποιούνταν επαγγελματικά λαμβάνοντας ρόλο στην αγορά ήταν από 3.800 έως 4.800, ενώ τα υπόλοιπα ήταν δηλωμένα για φορολογικούς λόγους και είχαν ιδιωτική χρήση. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες έπαιξαν πολλοί σημαντικό ρόλο στην διαφήμιση και την προώθηση του θαλάσσιου τουρισμού της χώρας, δημιουργώντας έτσι την περίοδο 2006 – 2008 σημαντική αύξηση των τουριστών που ασχολούνταν με το επαγγελματικό yachting. Συγκεκριμένα, το 2008 η αγορά του yachting είχε συνολικό οικονομικό μέγεθος αξίας 380.000, ενώ το 2006 είχε 310.000 ευρώ. Ο παρακάτω πίνακας δείχνει το μέγεθος της αγοράς σε αξία του επαγγελματικού yachting (ανά χιλιάδες ευρώ) για την περίοδο 2006 – 2009.

Πίνακας 3.5 Μέγεθος αγοράς σε αξία επαγγελματικού yachting (ανά χιλιάδες ευρώ) 2006 - 2009

Έτος	Σκάφη Επανδρωμένα	Σκάφη μη Επανδρωμένα	Σύνολο Αγοράς	Ρυθμός Μεταβολής
2006	250.000	60.000	310.000	-
2007	270.000	70.000	240.000	+ 9,7%
2008	300.000	80.000	380.000	+ 11,8%
2009	150.000	60.000	210.000	- 44,7%

Πηγή : ICAP

Όσον αφορά την περίοδο 2014 – 2018, σύμφωνα με στοιχεία της ICAP, το μέγεθος της αγοράς του επαγγελματικού yachting είχε, επίσης, ανοδική πορεία με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3,4%, με τον ελληνικό στόλο σκαφών αναψυχής να υπολογίζεται περίπου στα 6.000 σκάφη. Το γεγονός πως πέρυσι στην Ελλάδα έφθασαν περισσότεροι από 30 εκατ. τουρίστες έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αυξητική τάση του yachting, καθώς ο συγκεκριμένος κλάδος αντλεί περισσότερο από 80% των πελατών του από τον συνολικό εισερχόμενο τουρισμό.

Τα στοιχεία που έχουν δοθεί από τους παράγοντες του κλάδου και σύμφωνα με τα στοιχεία των νηολογίων που τηρούνται από το Υπουργείο Εμπορικής Ναυτιλίας, δείχνουν πως στην Ελλάδα ο στόλος επαγγελματικών σκαφών αναψυχής υπολογίζεται στα 6.000 σκάφη από τα οποία είναι ιστιοφόρα το 65% αυτών και το υπόλοιπο 35% είναι μηχανοκίνητα σκάφη. Ο Senior Consultant Οικονομικών Μελετών της ICAP, Κωνσταντίνος Παλαιολόγος, ο οποίος κάνοντας εκτενή έρευνα μέσω της κλαδικής μελέτης του για την αγορά του yachting, κατέληξε στο ότι ο ρυθμός αύξησης της αγοράς το 2018 αυξήθηκε κατά 4,4% σε σχέση με το 2017. Από δείγμα εταιρειών του κλάδου που πάρθηκε για λόγους της έρευνας, βρέθηκε πως υπήρξε αύξηση στις συνολικές πωλήσεις κατά 26% το 2017 σε σχέση με το 2013. Επίσης, σημαντικό είναι να αναφερθεί πως από τις 18 εταιρείες του δείγματος οι 13 ήταν κερδοφόρες για το 2017, ενώ υπήρξε και συνολική αύξηση του δείκτη της κερδοφορίας για το 2017 σε σχέση με το 2016.

Σύμφωνα με την Διευθύντρια Οικονομικών – Κλαδικών Μελετών της ICAP, Σταματίνα Παντελαίου, πιστεύει σε μία αισιόδοξη εξέλιξη της πορείας του κλάδου, αναφέροντας πως για την επόμενη τριετία 2019 – 2021 ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης του κλάδου θα αγγίζει το 5%. Η θετική αυτή τάση βασίζεται στο γεγονός πως ο τουρισμός στην Ελλάδα κάθε χρόνο ολοένα και αυξάνεται, το οικονομικό και βιωτικό επίπεδο της χώρας συνεχίζει σιγά σιγά να βελτιώνεται όλο και περισσότερο και τέλος, το γεγονός πως η κυβέρνηση προωθεί το πλάνο της ιδιωτικοποίησης

των λιμανιών θα προσελκύσει νέους επενδυτές και μεγάλες ξένες εταιρείες τουρισμού οι οποίες θα βοηθήσουν αισθητά στην αύξηση της ζήτησης του κλάδου.

Μαρίνες της Ελλάδας

Όσον αφορά τις ελληνικές μαρίνες, σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Τουρισμού, μέχρι το 2015 υπήρχαν 59 Μαρίνες χωροθετημένες σε 12 Περιφέρειες της Ελλάδας, απ' τις οποίες εν ενεργεία ήταν μόνο οι 28. Παρακάτω, στον πίνακα 3.6 παραθέτονται και οι 59 αυτές Μαρίνες.

Πίνακας 3.6 Χωροθετημένες Ελληνικές Μαρίνες

Α/Α	ΘΕΣΗ	Α/Α	ΘΕΣΗ
1	ΘΑΣΟΣ	31	ΑΡΕΤΣΟΥ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ
2	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	32	ΣΑΝΗ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ
3	ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ	33	ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ
4	ΖΕΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ	34	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΛΙΜΑΝΙ
5	ΑΛΙΜΟΣ	35	ΠΥΛΑΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
6	ΦΛΟΙΣΒΟΣ	36	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
7	ΛΑΥΡΕΩΤΙΚΗ	37	ΗΡΑΚΛΕΙΟ
8	ΑΓΙΟΣ ΚΟΣΜΑΣ	38	ΡΕΘΥΜΝΟ
9	ΣΕΦ	39	ΓΟΥΒΕΣ ΠΕΔΙΑΔΟΣ
10	ΓΛΥΦΑΔΑ	40	ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ
11	ΜΕΘΑΝΑ	41	ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ
12	ΚΑΣΤΕΛΟ ΧΙΟΥ	42	ΚΙΣΣΑΜΟΣ
13	ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ ΣΑΜΟΥ	43	ΜΑΛΙΑ
14	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	44	ΚΩΣ
15	ΟΡΜΟΣ ΛΕΥΚΑΔΑΣ ΙΚΑΡΙΑΣ	45	ΣΦΑΓΕΙΑ Ν. ΡΟΔΟΥ
16	ΑΓΥΙΑ	46	ΤΟΥΡΛΟΣ Ν. ΝΥΚΟΝΟΥ
17	ΚΥΛΛΗΝΗ	47	ΠΗΔΑΛΙ ΣΥΡΟΥ
18	ΠΑΛΑΙΡΟΣ ΑΙΤ/ΝΙΑΣ CLEOPATRA	48	ΜΑΝΔΡΑΚΙ ΡΟΔΟΥ
19	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	49	ΛΟΥΤΡΑΚΙ
20	ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ	50	ΠΥΛΟΣ
21	ΓΡΙΜΠΟΒΟ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ	51	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ
22	ΓΙΑΤΡΑ ΕΝΤΟΣ ΛΙΜΕΝΑ	52	ΕΡΜΙΟΝΗ
23	ΠΡΕΒΕΖΑ	53	ΝΑΥΠΛΙΟ
24	ΣΚΙΑΘΟΣ	54	ΚΑΛΑΜΑΤΑ
25	ΓΟΥΒΙΑ	55	ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ
26	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	56	ΙΤΕΑ
27	ΛΕΥΚΑΔΑ ΑΛΥΚΕΣ	57	ΟΡΜΟΣ ΣΚΟΡΠΟΝΕΡΙΟΥ
28	ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ	58	ΑΧΙΛΙ ΣΚΥΡΟΥ
29	ΚΕΡΚΥΡΑ ΕΝΤΟΣ ΛΙΜΕΝΑ	59	ΚΑΜΜΕΝΑ ΒΟΥΡΛΑ
30			

Πηγή : Υπουργείο Τουρισμού

Πίνακας 3.7 Εν ενεργεία Ελληνικές Μαρίνες

A/A	ΘΕΣΗ	A/A	ΘΕΣΗ
1	ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ	15	ΓΟΥΒΙΑ
2	ΖΕΑ ΠΕΙΡΑΙΑΣ	16	ΛΕΥΚΑΔΑ ΑΛΥΚΕΣ
3	ΑΛΙΜΟΣ	17	ΑΡΕΤΣΟΥ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ
4	ΦΛΟΙΣΒΟΣ	18	ΣΑΝΗ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ
5	ΛΑΥΡΕΩΤΙΚΗ	19	ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ
6	ΑΓΙΟΣ ΚΟΣΜΑΣ	20	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
7	ΣΕΦ	21	ΓΟΥΒΕΣ ΠΕΔΙΑΔΟΣ
8	ΓΛΥΦΑΔΑ	22	ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ
9	ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ ΣΑΜΟΥ	23	ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ
10	ΜΥΤΙΛΗΝΗ	24	ΚΩΣ
11	ΠΑΛΑΙΡΟΣ ΑΙΤ/ΝΙΑΣ ΒΟΥΝΑΚΙ	25	ΜΑΝΔΡΑΚΙ ΡΟΔΟΥ
12	ΑΚΤΙΟ ΑΙΤ/ΝΙΑΣ CLEOPATRA	26	ΚΑΛΑΜΑΤΑ
13	ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ	27	ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ
14	ΠΡΕΒΕΖΑ	28	ΙΤΕΑ

Πηγή : Υπουργείο Τουρισμού

Προσφορά στο λιμάνι της Σκύρου

Εφόσον στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύεται η προσφορά του κλάδου της ενοικίασης σκαφών αναψυχής, είναι αρκετά χρήσιμο να παρουσιαστούν κάποια αποτελέσματα σχετικά με τις υπηρεσίες που προσφέρει το λιμάνι της Λιναριάς (Σκύρος) στο οποίο και θα εδρεύει η εταιρεία μας. Παρακάτω φαίνονται ορισμένα στοιχεία που αφορούν τις υπηρεσίες που παρέχει το λιμάνι στα εισερχόμενα σκάφη, όπως αυτές αξιολογήθηκαν από του ιδιοκτήτες των σκαφών. Η έρευνα έγινε με αφορμή το 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο σε συνδυασμό με το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.

Πίνακας 3.8 Αξιολόγηση υπηρεσιών λιμένα Σκύρου 2019

Κριτήρια	Υψηλού Επιπέδου (%)	Ικανοποιη- τικές (%)	Μέτριες (%)	Μη Ικανοποιητικές /ανεπαρκείς (%)	Κακές/ Ανύπαρκτες (%)	Δεν ξέρω/ Δεν απαντώ (%)	Κενό
Ασφάλεια	78%	20%	0%	0%	0%	2%	0%
Παροχή νερού και ρεύματος	95%	3%	0%	0%	0%	2%	0%
Υγειονομικοί χώροι	77%	17%	0%	3%	0%	3%	0%
Εγκαταστάσεις ανατροφοδότη- σης	78%	14%	3%	0%	0%	5%	0%
Κόστος αγκυροβόλησης	54%	33%	3%	0%	0%	2%	8%
Υπηρεσίες/Προ- σωπικό Λιμένα	87%	9%	2%	0%	0%	2%	0%
Υπηρεσίες από τελωνειακές αρχές	72%	16%	1%	0%	1%	8%	2%
Καθαριότητα Λιμένα	86%	3%	8%	0%	0%	1%	2%
Υπηρεσίες Δεσίματος	86%	9%	0%	0%	0%	2%	3%
Υπηρεσίες Τεχνικής Υποστήριξης	39%	11%	12%	2%	0%	19%	17%
Σύνδεση με το λιμένα/Υπηρεσίες μεταφοράς	36%	22%	23%	2%	3%	9%	5%
Υπηρεσίες πληροφοριών	72%	23%	0%	0%	0%	2%	3%
Περιβαλλοντική τάσταση/Λιμενική Υποδομή	78%	19%	0%	0%	0%	3%	0%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο

Τέλος, όσον αφορά την προσφορά ενοικίασης σκαφών που υπάρχει στη Σκύρο, φαίνεται πως υπάρχουν δύο εταιρείες, στο κεντρικό λιμάνι του νησιού, που δεν δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στον κλάδο του yachting, όμως παρέχουν υπηρεσίες ξενάγησης με mini κρουαζιέρες ή μεταφορά με επιβατηγό πλοίο.

Συγκεκριμένα, η μία εταιρεία ονομάζεται “ **ΣΚΥΡΟΣ ΝΑΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ** ” και έχοντας στην κατοχή της ένα ανακαινισμένο πλοίο ονόματι “ ΑΧΙΛΛΕΑΣ ”, πραγματοποιεί το εξής δρομολόγιο << Σκύρος - Κύμη – Αλόνησος – Σκόπελος >>.

Η δεύτερη εταιρεία ονομάζεται “ **SKYROS - Sea Tours** ” και το αντικείμενο λειτουργίας ταιριάζει περισσότερο με εκείνο μία επιχείρησης ενοικίασης σκαφών, καθώς οι υπηρεσίες που προσφέρει

αφορούν κατά κύριο λόγο την θαλάσσια περιήγηση και ξενάγηση, όμως περιλαμβάνει και άλλες δραστηριότητες, όπως, πεζοπορία.

3.9.1 Μαρίνες, Καταφύγια και Αγκυροβολία

Σύμφωνα με τον υπάρχον νόμο οι τουριστικοί λιμένες κατηγοριοποιούνται ως εξής :

- Μαρίνες
- Καταφύγια
- Αγκυροβολία

Με τον όρο τουριστικός λιμένας νοείται ο χερσαίος ή θαλάσσιος χώρος ο οποίος έχει ως μοναδική χρήση την λειτουργία του χώρου για ελλιμενισμό των σκαφών και ναυταθλητισμό.

- **Μαρίνες** : Μαρίνες ονομάζονται ο τουριστικοί εκείνοι λιμένες που διαθέτουν εγκαταστάσεις σε χερσαίο ή θαλάσσιο χώρο και τηρούν τις προδιαγραφές όπως εκείνες ορίζονται από παρ. 3 του άρθρου 31 του Ν.2160/1993, με σκοπό την εξυπηρέτηση των χρηστών των σκαφών αναψυχής.
- **Καταφύγια** : Καταφύγια είναι οι τουριστικοί λιμένες οι οποίοι διαθέτουν υποδομές κτιρίων τουλάχιστον 100 τ.μ. παρέχοντας ορισμένες υπηρεσίες όπως ρεύμα, τηλέφωνο, καύσιμο, περισυλλογή απορριμάτων, εγκαταστάσεις ύδατος, ενδιαίτησης και υγιεινής.
- **Αγκυροβολία** : Αγκυροβολία αποτελούν οι τουριστικοί λιμένες που έχουν δημιουργηθεί στο εσωτερικό προστατευμένων όρμων, καθώς και λιμνών και ποταμών ο οποίος διαθέτει συγκεκριμένο αριθμό θέσεων ελλιμενισμού και επομένως δεν συμβάλλει οριστικά στην αλλοίωση του περιβάλλοντος.

3.9.2 Διαδικασία Χωροθέτησης⁶

Την πρωτοβουλία για τη δημιουργία των τουριστικών λιμένων μπορεί να έχει:

α) Το Υπουργείο Τουρισμού.

β) Οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου.

Ειδικότερα, για τη δημιουργία μαρίνας με πρωτοβουλία φυσικού ή νομικού προσώπου δημοσίου

ή ιδιωτικού δικαίου απαιτείται αυτό είναι να είναι κύριος ή επικαρπωτής του παράκτιου ακινήτου, εμπροσθεν του οποίου ενδιαφέρεται να χωροθετήσει και να την κατασκευάσει.

Κατ' ελάχιστον απαιτήσεις Τουριστικών Λιμένων κάθε είδους :

Η υποβολή αιτήματος Χωροθέτησης προς τη Διεύθυνση Τουριστικών Λιμένων του Υπουργείου θα πρέπει να συνοδεύεται από μία σειρά μελετών και δικαιολογητικών που περιγράφονται στα άρθρα 31 και 34 του Ν.2160/1993, όπως τροποποιήθηκαν και ισχύουν. Σύμφωνα με την Υπουργική Απόφαση 11214/2012 (ΦΕΚ 2339/Β/21.08.2012), για τη δημιουργία και χωροθέτηση ενός τουριστικού λιμένα καθορίζονται οι ελάχιστες απαιτήσεις που πρέπει να πληρούνται ανά κατηγορία λιμένα. Αναλυτικότερα:

α) Οι κατ' ελάχιστον απαιτήσεις της μαρίνας είναι οι εξής:

1. Εγκαταστάσεις για τη διοίκηση του λιμένα συμπεριλαμβανομένων εγκαταστάσεων άλλων συναφών αρχών.
2. Θέση πρόσδεσης σκάφους του λιμενικού σώματος.
3. Εγκατάσταση σταθμού πρώτων βοηθειών (γραφείο, κ.λπ.).
4. Δίκτυο παροχών (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, επικοινωνιών, κ.λπ.).
5. Εγκαταστάσεις συλλογής προσωρινής αποθήκευσης και ασφαλούς απομάκρυνσης των Βιολογικών και των πετρελαιοειδών – ελαιωδών καταλοίπων.
6. Χώροι στάθμευσης.
7. Εγκαταστάσεις εξυπηρέτησεων υγιεινής και ενδιαίτησης με εξασφάλιση προσβασιμότητας Α.Με.Α.
8. Συστήματα ασφάλειας της ζώνης του τουριστικού λιμένα όπως ορίζονται στις κείμενες διατάξεις (πυρασφάλεια της ζώνης του λιμένα, συστήματα επίβλεψης των εγκαταστάσεων, κ.λπ.).
9. Εγκαταστάσεις αποθηκών.
10. Καταστήματα διάθεσης ειδών πρώτης ανάγκης.

β) Οι κατ' ελάχιστον απαιτήσεις του καταφυγίου είναι οι εξής:

1. Βασικές κτιριολογικές υποδομές εξυπηρέτησης – παροχής υπηρεσιών.
2. Εγκαταστάσεις εξυπηρέτησεων υγιεινής και ενδιαίτησης με εξασφάλιση προσβασιμότητας Α.Με.Α.
3. Δίκτυο παροχών (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, επικοινωνιών, κ.λπ.).

4. Πρόβλεψη – εξασφάλιση συλλογής προσωρινής αποθήκευσης και ασφαλούς απομάκρυνσης των βιολογικών και πετρελαιοειδών – ελαιωδών καταλοίπων.
5. Αποθήκες.
6. Συστήματα ασφάλειας της ζώνης του τουριστικού λιμένα όπως ορίζονται στις κείμενες διατάξεις (πυρασφάλεια, κ.λπ.).

γ) Οι κατ' ελάχιστον απαιτήσεις του αγκυροβολίου είναι οι εξής:

1. Εγκαταστάσεις εξυπηρετήσεων υγιεινής και ενδιαίτησης με εξασφάλιση προσβασιμότητας Α.Με.Α.
2. Δίκτυο παροχών (νερού, ηλεκτρικού ρεύματος, επικοινωνιών, κ.λπ.).
3. Πρόβλεψη – εξασφάλιση συλλογής προσωρινής αποθήκευσης και ασφαλούς απομάκρυνσης των βιολογικών και πετρελαιοειδών – ελαιωδών καταλοίπων
4. Συστήματα ασφάλειας της ζώνης του τουριστικού λιμένα όπως ορίζονται στις κείμενες διατάξεις (πυρασφάλεια, κ.λπ.).

3.10 Pest Analysis

3.10.1 Πολιτικό Περιβάλλον (Political) ⁷

Εννέα στους δέκα CEOs θεωρούν ότι η αλλαγή κυβέρνησης θα έχει μέτρια ως υψηλή θετική επίδραση στις οικονομικές επιδόσεις της χώρας, σύμφωνα με την 3μηνιαία έρευνα της Εταιρείας Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων (ΕΑΣΕ) στην οποία καταγράφεται επίσης ενίσχυση του γενικού δείκτη οικονομικού κλίματος (ΕΑΣΕ/ICAP-CEO General Index) στις 171 μονάδες το 2ο τρίμηνο του 2019 από 156 το προηγούμενο τρίμηνο. Η έρευνα σε δείγμα 3.020 Διευθυνόντων Συμβούλων/ Γενικών Διευθυντών των μεγαλύτερων ελληνικών επιχειρήσεων πραγματοποιήθηκε από την ΕΑΣΕ σε συνεργασία με την ICAP την περίοδο 14/06/2019 μέχρι 30/06/2019 ⁸.

⁶ <https://mintour.gov.gr/>

⁷ http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_2019_REP_GR.pdf

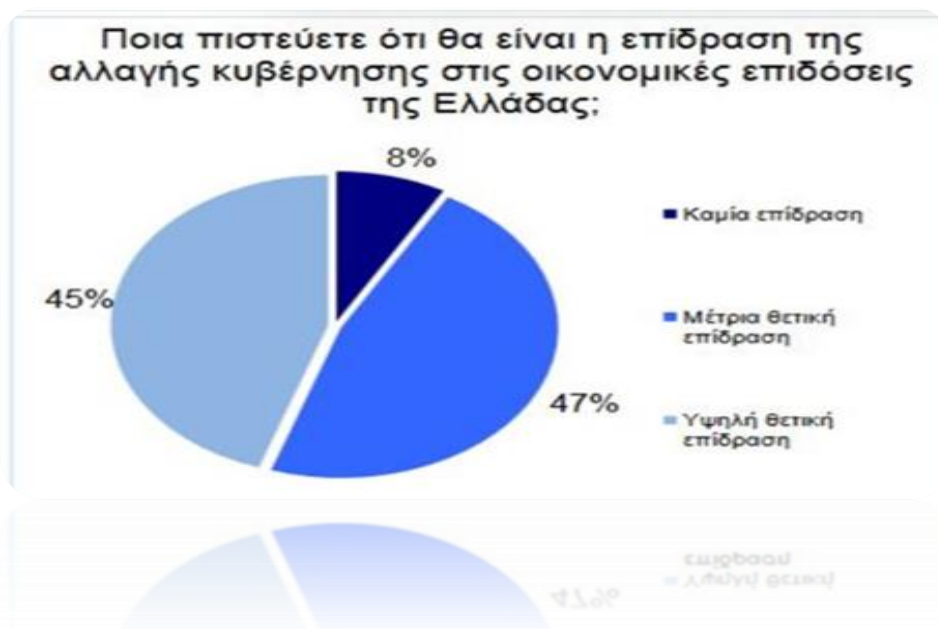
⁸ <https://www.capital.gr/epixeiriseis/3370079/ereuna-ease-icap-thetiki-epidراسi-apo-tin-allagi-kubernisis-blepoun-ennea-stous-deka-ceos>

Διάγραμμα 3.4 Ανάλυση γενικού δείκτη οικονομικού κλίματος (ΕΑΣΕ/ICAP-CEO General Index) 2019



Πηγή : ICAP

Διάγραμμα 3.5 Ανάλυση επίδρασης κυβέρνησης στις οικονομικές επιδόσεις της Ελλάδας 2019



Πηγή : ICAP

Σύμφωνα με τη Moody's η επικέντρωση της νέας Κυβέρνησης η οποία έχει ισχυρή πλειοψηφία στο ελληνικό κοινοβούλιο, στην επιτάχυνση των επενδύσεων θεωρείται θετικό πιστωτικό γεγονός. Όπως επισημαίνει, ο νέος πρωθυπουργός, Κυριάκος Μητσοτάκης, έχουν μία

ατζέντα φιλική προς τις επιχειρήσεις με επίκεντρο την προσέλκυση επενδύσεων μέσω της βελτίωσης του επενδυτικού κλίματος, τη μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης για τις επιχειρήσεις και την επιτάχυνση των ιδιωτικοποιήσεων. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει επίσης φορολογικές περικοπές για τα νοικοκυριά, ενώ ταυτόχρονα υπόσχεται τη διατήρηση της δημοσιονομικής πειθαρχίας.

Γενικότερα το επίπεδο του πολιτικού περιβάλλοντος επηρεάζει άμεσα τη στρατηγική της επιχείρησης, αφού πρέπει να γνωρίζει πότε θα γίνουν εκλογές καθώς και το πρόγραμμα των κομμάτων, ώστε να προβλέπει πιθανές αλλαγές κυβερνητικής πολιτικής.

3.10.2 Οικονομικό Περιβάλλον (Economic)

Ο Δείκτης Οικονομικού Κλίματος στην Ελλάδα το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου 2019 ήταν ελαφρά ενισχυμένος σε σύγκριση με το τρίτο τρίμηνό του, στις 107,7 μονάδες. Σε επίπεδο τομέων, οι επιχειρηματικές προσδοκίες στην Ελλάδα βελτιώθηκαν το τέταρτο τρίμηνο του 2019 σε σχέση με το προηγούμενο στο Λιανικό Εμπόριο και περισσότερο στις Κατασκευές, ενώ σημείωσαν οριακή υποχώρηση στη Βιομηχανία και ήπια εξασθένηση στις Υπηρεσίες. Στην πλευρά των καταναλωτών, σημειώθηκε ελαφρά επιδείνωση του δείκτη καταναλωτικής εμπιστοσύνης. Για το 2020 αναμένεται ενίσχυση της θετικής τάσης στις ιδιωτικές καταθέσεις, καθώς οι πολίτες ανακτούν σταδιακά την εμπιστοσύνη τους προς το τραπεζικό σύστημα, η οικονομία αναπτύσσεται και εφόσον οι ασκούντες πολιτική δώσουν προτεραιότητα σε φιλικές προς την μακροχρόνια ανάπτυξη μεταρρυθμίσεις. Η άρση των εναπομεινάντων περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων τον Σεπτέμβριο του 2019, ολοκλήρωσε έναν τετραετή κύκλο capital controls, του οποίου οι αιτίες είχαν κλονίσει σημαντικά την εμπιστοσύνη των πολιτών προς το τραπεζικό σύστημα.

Προβλέπεται για το τρέχον έτος και πρωτογενές πλεόνασμα ύψους 3,6% του ΑΕΠ, το οποίο καλύπτει τη συμβατική υποχρέωση της χώρας για πλεόνασμα 3,5% του ΑΕΠ. Ήδη από την άνοιξη, η μεταβολή του μείγματος δημοσιονομικής πολιτικής έγινε ευνοϊκά δεκτή από τις αγορές, γεγονός που αντανακλάται στη ραγδαία μείωση των επιτοκίων δανεισμού του Δημοσίου και στη διαμόρφωση από τον Οκτώβριο, για πρώτη φορά, αρνητικών αποδόσεων στο βραχυχρόνιο δανεισμό. Έτσι, τα επιτόκια των ελληνικών τίτλων προσέγγισαν, μετά από πολλά έτη, τα επιτόκια δανεισμού των άλλων χωρών της Ευρωζώνης. Αναμφισβήτητα, η μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης, ιδιαίτερα των επιχειρήσεων, θα έχει θετική επενέργεια στην οικονομία. Ωστόσο, το ερώτημα είναι εάν οι φορολογικές ελαφρύνσεις αποτελούν από μόνες τους αναγκαία και ικανή συνθήκη για άμεση τόνωση της παραγωγής και της οικονομικής δραστηριότητας.

Το ύψος της φορολογίας είναι ένας από τους πολλούς παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη και επηρεάζουν τις επενδυτικές αποφάσεις. Παράλληλα με τη μείωση των φόρων, στην περίπτωση της Ελλάδας απαιτούνται και άλλες βαθιές διαρθρωτικές μεταβολές στο ρυθμιστικό πλαίσιο, καθώς και αλλαγές σε νοοτροπίες, αντιλήψεις και αξίες, ώστε να αλλάξει ριζικά το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσεται η υγιής επιχειρηματική δραστηριότητα. Επίσης, είναι σκόπιμη η άμεση επίλυση του προβλήματος των κόκκινων δανείων ούτως ώστε, σε συνδυασμό με την πτώση των επιτοκίων, να εξασφαλιστεί άνετη και φθηνή χρηματοδότηση για τις επιχειρήσεις που πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις, αντίστοιχη με τις άλλες χώρες της Ευρωζώνης.

Τέλος, σύμφωνα με το ΕΣΠΑ, ενισχύεται η Ίδρυση και Λειτουργία Νέων Τουριστικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, ενισχύονται Πολύ Μικρές, Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, στον τομέα του Τουρισμού που θα διαθέτουν επιλέξιμο ΚΑΔ επένδυσης μέχρι και την 1η εκταμίευση της επιχορήγησης. Επιλέξιμες Μορφές Επιχειρήσεων: Α.Ε., Ο. Ε., Ε. Ε., Ι.Κ.Ε., Ε.Π.Ε., ατομικές επιχειρήσεις, Συνεταιρισμοί. Το ποσοστό επιδότησης καθορίζεται στο 45%, ωστόσο μπορεί να διευρυνθεί στο 50%, σε περίπτωση που στο επενδυτικό σχέδιο προβλέπεται πρόσληψη νέου προσωπικού. Ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός κάθε επενδυτικού σχεδίου κυμαίνεται από 25.000,00 € έως 400.000,00 €. Τέτοιες κινήσεις γίνονται πολύ συχνά από την Ευρωπαϊκή Ένωση ⁹.

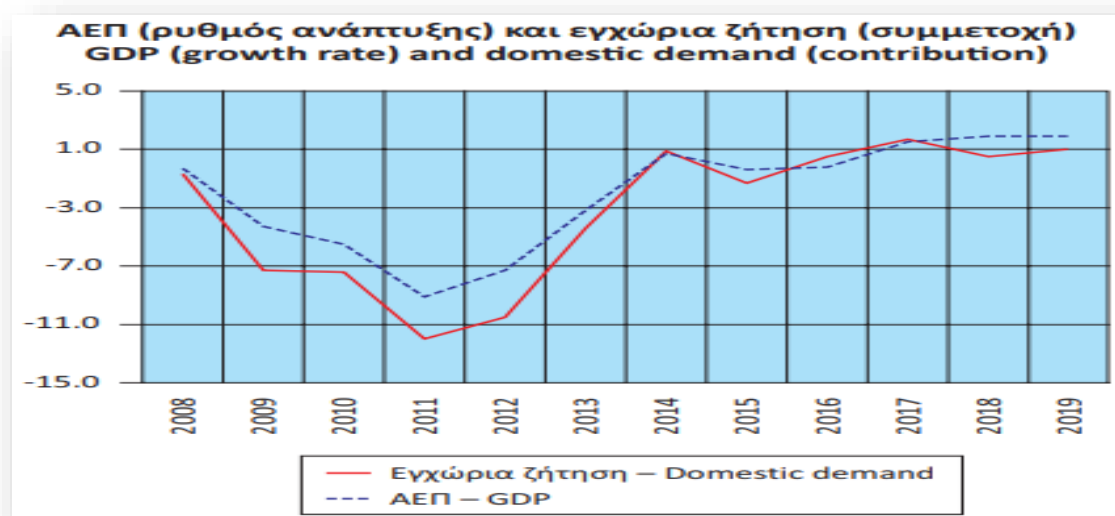
Πίνακας 3.9 ΑΕΠ της Χώρας ανά έτος και οικονομικά του τουρισμού

Τρίμηνο	ΑΕΠ		Τελική Κατανάλωση		Επενδύσεις		Εξαγωγές		Εισαγωγές	
	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής
2017*	186.938	1,4%	169.280	0,7%	22.481	9,5%	59.634	6,9%	65.302	7,4%
α' 2018	47.415	2,7%	42.558	1,0%	5.223	-23,2%	15.726	8,8%	15.923	-7,5%
β' 2018	47.353	1,4%	42.192	-0,4%	5.611	-2,4%	16.113	9,3%	16.730	2,8%
γ' 2018	47.869	2,0%	42.538	0,2%	6.327	41,0%	16.280	6,4%	17.976	15,6%
δ' 2018	47.886	1,6%	42.476	0,4%	5.673	4,2%	16.690	10,2%	16.606	2,2%
2018	190.523	1,9%	169.763	0,3%	22.835	1,6%	64.809	8,7%	67.235	3,0%
α' 2019	48.069	1,4%	42.528	-0,1%	5.985	14,6%	16.436	4,5%	17.486	9,8%
β' 2019	48.686	2,8%	42.915	1,7%	5.685	1,3%	17.055	5,8%	17.344	3,7%
γ' 2019	48.967	2,3%	42.745	0,5%	6.009	-5,0%	17.820	9,5%	17.457	-2,9%

Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

⁹ <https://www.espa.io/epidotisi/epidotisi-enoikiasi-aftokiniton-minivan-car-bike-espa/>

Διάγραμμα 3.6 Ρυθμός ΑΕΠ και εγχώριας ζήτησης



Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

Η ολοκλήρωση των επιδράσεων του εκλογικού κύκλου και οι σταδιακές αλλαγές πολιτικής από τη νέα κυβέρνηση, αποτελούν τις πλέον σημαντικές εξελίξεις στο πολιτικοοικονομικό περιβάλλον εγχωρίως στο τελευταίο τρίμηνο του 2019 και τουλάχιστον στο πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους.

Ως πλέον σημαντικές εξελίξεις στην οικονομική πολιτική θεωρούνται οι δημοσιονομικές παρεμβάσεις που υλοποιήθηκαν πέρυσι και αυτές οι οποίες περιλαμβάνονται στον προϋπολογισμό του 2020, ως επί το πλείστον φοροελαφρύνσεις (ν.4646/2019), ο αναπτυξιακός νόμος («Επενδύω στην Ελλάδα», ν.4635/2019), το Πρόγραμμα Ηρακλής, για την παροχή εγγυήσεων σε τιτλοποιήσεις μη εξυπηρετούμενων δανείων (ΜΕΔ) των τραπεζών στην Ελλάδα (ν.4649/2019) και ο επερχόμενος νόμος για το ασφαλιστικό σύστημα ¹⁰.

3.10.3 Κοινωνικό Περιβάλλον(Social)

Η κλιμάκωση της ενίσχυσης των εξαγωγών προϊόντων και των εξαγωγών υπηρεσιών στο καλοκαιρινό τρίμηνο πέρυσι αποτυπώθηκε αντιστοίχως στην απασχόληση των κλάδων οι οποίοι τα παράγουν. Σε συνδυασμό με την αύξηση των θέσεων εργασίας στην Εκπαίδευση, αποτέλεσαν τις βασικές αιτίες της νέας διεύρυνσης της απασχόλησης στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα,

¹⁰ http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_2019_REP_GR.pdf

κατά 2,0% ή 77,0 χιλ. άτομα. Στο σύνολο του εννιαμήνου Ιανουαρίου - Σεπτεμβρίου η ανεργία διαμορφώθηκε στο 17,5%, δύο ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερα από ότι πριν ένα έτος, χρονικό διάστημα στο οποίο περιοριζόταν εξίσου. Η πτώση της προήλθε κατά 91,0% από την κλιμάκωση της απασχόλησης (+88,0 χιλ. άτομα) και κατά 9,0% από τη μείωση του οικονομικά ενεργού πληθυσμού (-8,6 χιλ. άτομα).

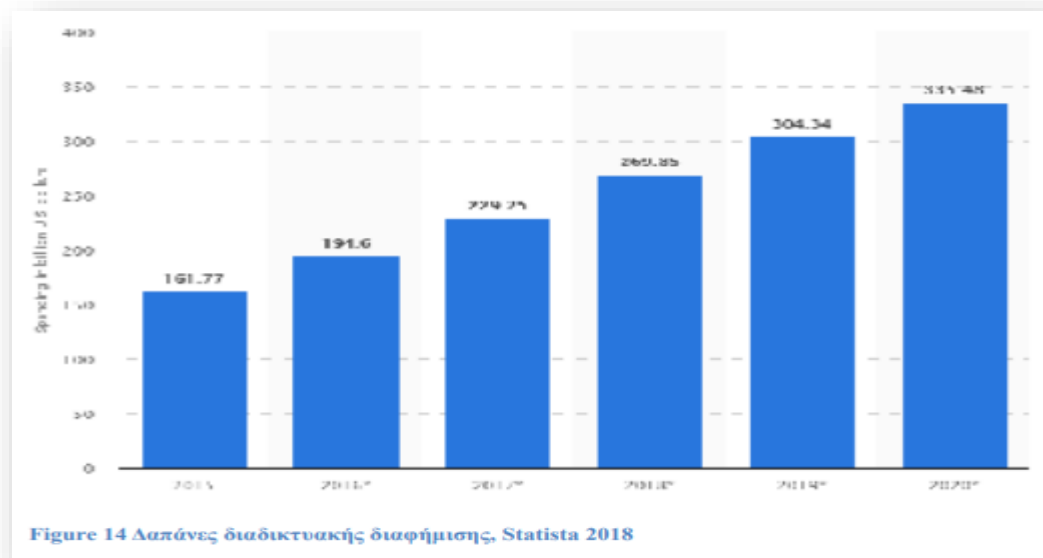
Οι περισσότερες θέσεις εργασίας σε σύγκριση με τα τρία πρώτα τρίμηνα του 2018 δημιουργήθηκαν πρωτίστως στον κλάδο της Εκπαίδευσης (+20,1 χιλ. ή +6,7%). Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενες εκθέσεις του IOBE για την ελληνική οικονομία, η έντονη διεύρυνση της απασχόλησης στην Εκπαίδευση από την αρχή του 2019, θεωρείται ασυνήθιστη για έναν κλάδο εν πολλοίς μη εμπορεύσιμων υπηρεσιών, λόγω της υψηλής δραστηριοποίησης σε αυτόν του δημόσιου τομέα. Ακολούθησαν σε άνοδο απασχόλησης ο τομέας του Τουρισμού (+19,6 χιλ. ή +5,4%) και ο κλάδος των Υπηρεσιών Μεταφοράς – Αποθήκευσης (+19,0 χιλ. ή +10,3%). Οριακά μικρότερη ήταν η διεύρυνση της απασχόλησης στην περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου πέρυσι στη Μεταποίηση (+18,1 χιλ. ή +5,1%). Στον αντίποδα, μείωση απασχόλησης σημειώθηκε κυρίως στον Πρωτογενή τομέα (-13,6 χιλ. ή -2,9%), και στις Χρηματοπιστωτικές - ασφαλιστικές (-3,3 χιλ. ή -3,7%).

3.10.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological)

Το διαδικτυακό marketing δεν αποτελεί πλέον μια πολυτέλεια λίγων επιχειρήσεων. Ανεξάρτητα από το μέγεθος τους, οι περισσότερες επιχειρήσεις κάνουν προσπάθεια να καλύπτουν μία έστω και μικρή θέση στον παγκόσμιο ιστό προκειμένου να διατηρήσουν τη βιωσιμότητα τους και να γίνουν ανταγωνιστικές αλλά και ευρύτερα γνωστές.

Οι τρόποι υλοποίησης της διαδικτυακής προβολής δεν απαιτούν ιδιαίτερα εξειδικευμένες γνώσεις τουλάχιστον στα πρώιμα στάδια τους, κάτι που δίνει τη δυνατότητα προβολής ακόμα και σε άτομα ή επιχειρήσεις με οικονομικό και άμεσο τρόπο. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται ο όγκος των δαπανών που διατέθηκαν για ψηφιακό μάρκετινγκ από το 2015 με πρόβλεψη έως και το 2020 σε τρισεκατομμύρια δολάρια. Η πρόβλεψη δείχνει ότι το 2020 η δαπάνη προβολής στο internet ενδέχεται να αγγίξει τα 335,50 δις. δολάρια.

Διάγραμμα 3.7 Δαπάνες διαδικτυακής διαφήμισης για τον τουρισμό



Πηγή : Statista, 2018

Ήδη η Ψηφιακή Οικονομία έχει αλλάξει τον τρόπο του επιχειρείν, όπως άλλωστε και τον τρόπο λειτουργίας των καταναλωτών.

Σε αυτό το νέο κόσμο των Ψηφιακών Τεχνολογιών, κάθε χρόνο πάνω από 30 εκατομμύρια συσκευές συνδέονται στο διαδίκτυο και περισσότερα από 4 terabyte δεδομένων θα αντιστοιχούν σε κάθε άτομο μέχρι το 2020. Σε αυτή την «ψηφιακή δίνη», επηρεάζονται πρώτα η Τεχνολογία, μετά τα media, το λιανεμπόριο, οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και εν τέλει όλοι οι κλάδοι και οι πάντες.

Μέχρι το 2020 θα έχουν ψηφιοποιηθεί ή θα έχει ξεκινήσει την ψηφιοποίηση του 75% των επιχειρήσεων και οργανισμών και από αυτές το 30% πιθανότατα θα αποτύχει γιατί δεν θα έχει επιλέξει το κατάλληλο μέσο ή τους κατάλληλους για τη μετάβαση.

Κι' όλοι, θα υποδεχθούν την ψηφιοποίηση δομών και λειτουργιών, γιατί αυτή θα δώσει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία σε προϊόντα και υπηρεσίες. Στον τραπεζικό τομέα έχουμε ήδη τις υπηρεσίες εξ' αποστάσεως και το πλαστικό χρήμα, στο retail τις πωλήσεις από το Διαδίκτυο και σε λίγα χρόνια θα μιλάμε για πλήρως αυτοματοποιημένα εργοστάσια, αλλά και για «έξυπνες» και πιο πράσινες πόλεις¹¹.

¹¹ <https://www.voria.gr/article/technologia-ke-perivallon-orizoun-ti-nea-ikonomia>

3.11 SWOT Ανάλυση επενδυτών

Η SWOT ανάλυση είναι ένα εργαλείο το οποίο μελετά το εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον μίας επιχείρησης ώστε να μπορέσει να δημιουργηθεί μία σαφής εικόνα σχετικά με την σκιαγράφηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στο οποίο θα δρα η επιχείρηση. Συνήθως μία SWOT analysis έχει ως σημείο αναφοράς την επιχείρηση, όμως επειδή στην δική μας περίπτωση η επιχείρηση δεν έχει φυσική υπόσταση, θα θεωρηθούν ως σημείο αναφοράς οι επενδυτές της επιχείρησης.

3.11.1 Strengths / Δυνατά σημεία

- ➔ Αρχικά, ο επενδυτής Α, κατέχοντας μεταπτυχιακό τίτλο Master of Business Administration, έχει το πλεονέκτημα πως κατέχει αρκετές γνώσεις χρήσιμες για έναν επιχειρηματία τόσο όσον αφορά τις βασικές ανάγκες μίας επιχείρησης, όσο και πρωτοπόρες επιχειρηματικές ιδέες.
- ➔ Επίσης, ο ίδιος, όντας μόνιμος κάτοικος της περιοχής, γνωρίζει πολύ καλά το μέρος καθώς και τους επιχειρηματίες του νησιού, κάτι που βοηθάει αρκετά την επιχείρηση να έχει καλή σχέση με την κοινότητα.
- ➔ Ο επενδυτής Β, μπορεί να φανεί πολύ χρήσιμος για την επιχείρηση, καθώς τα χρόνια προυπηρεσίας του ως skipper μπορούν να φανούν καθοριστικά στο να ξεναγήσει αλλά και να εκπαιδεύσει πιθανούς συνεργάτες της επιχείρησης.
- ➔ Ακόμη, λόγω του ότι και εκείνος κατάγεται από το νησί, σημαίνει πως γνωρίζει καλά τις καλύτερες διαδρομές που μπορεί να ξεναγεί τους πελάτες και δεν χρειάζεται καμία περαιτέρω εκπαίδευση.
- ➔ Ο επενδυτής Γ, όντας ιδιοκτήτης λογιστικού γραφείου και μέσα από τις γνώσεις του στα οικονομικά, μπορεί να συμβάλλει θετικά στην επιχείρηση αναλαμβάνοντας πλήρως τις λογιστικές της υποχρεώσεις.
- ➔ Τέλος, συνοψίζοντας τα θετικά στοιχεία των επενδυτών, παρατηρούμε πως αποτελούν μία ομάδα η οποία με τις γνώσεις της συμπληρώνει ο ένας τον άλλον και πως η όρεξή τους για δουλειά και φρέσκες ιδέες δείχνουν πως το αποτέλεσμα κατά πάσα πιθανότητα θα είναι πετυχημένο.

3.11.2 Weaknesses / Αδύνατα σημεία

- ➔ Ο μόνος που έχει προϋπηρεσία και επαφή με τον τομέα του yachting είναι ο επενδυτής Β.
- ➔ Λόγω του ότι η επιχείρηση είναι καινούργια, δεν υπάρχει κάποιο πελατολόγιο όπως έχουν άλλες εταιρείες οι οποίες είναι χρόνια στο χώρο.
- ➔ Οι επενδυτές δεν έχουν στη διάθεσή τους ένα ισχυρό brand που να προσελκύει κόσμο.

3.11.3 Opportunities / Ευκαιρίες

- ➔ Στην χώρα μας υπάρχει ναυτική παράδοση καθώς η Ελλάδα αποτελεί την πρώτη χώρα που θεσπίζοντας το Ν.438/76 επέτρεψε το επαγγελματικό yachting και από τότε αποτελεί μία από τις χώρες με τους καλύτερους επαγγελματίες και γνώστες του χώρου.
- ➔ Η Ελλάδα, λόγω του φυσικού της κάλους με τις όμορφες ακτογραμμές της και τα μοναδικά νησιά της, αποτελεί το κατάλληλο μέρος για την ίδρυση μία επιχείρησης yachting.
- ➔ Το yachting, αποτελεί ένα είδος τουρισμού το οποίο θεωρείτε αρκετά κερδοφόρο, καθώς ενώ ο μέσος τουρίστας, σύμφωνα με τον ΕΟΤ, υπολογίζεται πως καταναλώνει περίπου 75 δολάρια τη μέρα, ένας τουρίστας yachting καταναλώνει περίπου 120 δολάρια τη μέρα.
- ➔ Το οποίο στο οποίο θα ιδρυθεί η επιχείρηση έχει ελάχιστο ανταγωνισμό καθώς δεν υπάρχουν άλλες παρόμοιες εταιρείες yachting, επομένως, υπάρχει ελεύθερος χώρος επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- ➔ Τέλος, λόγω της διάθεσης της κυβέρνησης για ιδιωτικοποίηση των λιμένων και της αναβάθμισης των υπηρεσιών που προσφέρουν, η επιχείρησή μας μπορεί να ωφεληθεί αρκετά με τις νέες τεχνολογίες που θα ενσωματωθούν στους λιμένες,ν δημιουργώντας καλύτερες εμπειρίες στους πελάτες.

3.11.4 Threats/ Απειλές

- ➔ Όσον αφορά τις απειλές γειτονικών χωρών, στη Μεσόγειο το 75% των μαρινών είναι εγκατεστημένες σε Ιταλία, Γαλλία και Ισπανία. Επομένως, οι χώρες αυτές κατέχουν το

- μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, διαμορφώνοντας έτσι σ μεγάλο βαθμό τους παράγοντες ζήτησης και προσφοράς.
- ➔ Οι χώρες που αποτελούν ανερχόμενες δυνάμεις, και επομένως μελλοντικές απειλές, είναι η Τουρκία, η Μάλτα, η Κροατία, καθώς και η Κύπρος.
 - ➔ Η οικονομική κρίση αποτελεί μία σημαντική απειλή για την οικονομική εξέλιξη του χώρου και δημιουργεί ένα ασταθές περιβάλλον για την επιχείρηση.
 - ➔ Οι περισσότερες δραστηριότητες yachting, καθώς και οι καλύτερες λιμενικές εγκαταστάσεις βρίσκονται στην Αττική, επομένως τα νησιά αποτελούν μία μικρή, όχι τόσο ανεπτυγμένη αγορά.
 - ➔ Η έλλειψη εξειδίκευσης του προσωπικού που δουλεύει σε τέτοιες επιχειρήσεις, όχι μόνο υποβαθμίζει την συνολική εικόνα των υπηρεσιών του yachting, αλλά μπορεί και να οδηγήσει συχνά σε πιθανά ατυχήματα.
 - ➔ Τα σημερινά δεδομένα στην Ελλάδα, όσον αφορά τη θεσμοθέτηση του yachting, με την επιβολή αυστηρών θεσμικών πλαισίων και φορολογικών μέτρων, απωθούν τους επιχειρηματίες του κλάδου οδεύοντάς τους σε άλλους επιχειρηματικούς κλάδους.

3.12 Οι Δυνάμεις του Porter

Ο Porter, καθηγητής του Harvard, θεωρεί πως είναι πολύ σημαντική για την επιχείρηση η επίγνωση της έντασης του ανταγωνισμού που υπάρχει στον κλάδο στον οποίο ενεργεί. Οι πέντε δυνάμεις του Porter είναι, επομένως, τα εργαλεία που φανερώνουν την κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο από άποψη ανταγωνισμού και τις ευκαιρίες που υπάρχουν μέσα σε αυτόν. Σκοπός κάθε επιχείρησης είναι με την βοήθεια των δυνάμεων αυτών να αναλύσει το άμεσο περιβάλλον του και να αφομιώσει μία στρατηγική η οποία θα του δημιουργήσει στρατηγικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων.

3.12.1 Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο

Οι νέες επιχειρήσεις που εισέρχονται στον κλάδο γενικά δημιουργούν μία ένταση του ανταγωνισμού, καθώς προσπαθούν έντονα να κερδίσουν το δικό τους μερίδιο στην αγορά, να καθιερώσουν τη θέση τους και ίσως να προσφέρουν καινοτόμες υπηρεσίες ώστε να διαμορφώσουν πελατολόγιο. Συγκεκριμένα, για τον κλάδο του yachting στην Ελλάδα, οι νέο-

εισερχόμενες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλές δυσκολίες, καθώς, για να μπορέσει μία τέτοια επιχείρηση να αποδειχθεί βιώσιμη θα πρέπει να έχει γίνει καλός προγραμματισμός και σχεδιασμός της δομής της επιχείρησης, αλλά και στοχευμένη προώθηση και διαφήμισή της.

Όσον αφορά τα κόστη που απαιτούνται από μία νέα επιχείρηση yachting που εισάγεται στον κλάδο, αυτά είναι πολυάριθμα. Αρχικά, σημαντικό κόστος επένδυσης αποτελεί το κόστος ελλιμενισμού. Επίσης, για να μπορέσει μία τέτοια επιχείρηση να λειτουργήσει σωστά και να είναι ανταγωνιστική θα πρέπει να ξοδέψει μεγάλα χρηματικά ποσά στην αγορά των κατάλληλων σκαφών, όπως επίσης και στην σωστή συντήρησή τους. Ακόμη, αξιοσημείωτα έξοδα αποτελούν και το στήσιμο της εγκατάστασης των γραφείων της επιχείρησης, αλλά και τα κόστη προσωπικού.

Εμπόδια αποτελούν και τα νομικά πλαίσια, αφού οι υψηλές φορολογίες και οι πολυάριθμες πολιτικές κυρώσεις του κλάδου μπορούν να φανούν αποθητικές για τις νέο-εισερχόμενες εταιρίες. Από άποψη ανταγωνισμού, ο κλάδος αυτός δεν παρουσιάζεται αρκετά φιλικός για τις νέες επιχειρήσεις, διότι, οι γειτονικές χώρες αποτελούν ανερχόμενες δυνάμεις της αγοράς του yachting μειώνοντας έτσι το μερίδιο της Ελληνικής αγοράς. Τέλος, η απροθυμία των τοπικών παραγόντων στο να ενισχύσουν και να βοηθήσουν στο να εξελιχθούν οι υπηρεσίες των λιμένων της χώρας μπορεί να αποτελέσει, επίσης, σημαντικό εμπόδιο εισόδου.

3.12.2 Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Οι προμηθευτές αποτελούν ένα καθοριστικό κομμάτι της ανάλυσής μας καθώς αποτελούν έναν από τους κύριους συνεργάτες της επιχείρησης. Τα ναυπηγεία, δηλαδή οι κατασκευαστές των σκαφών, μπορούμε να πούμε με σιγουριά πως αποτελούν τους σημαντικότερους και κοντινότερους προμηθευτές των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο yachting. Επομένως, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών αυτών αποτελεί και την ισχυρότερη μεταξύ των άλλων, καθώς είναι εκείνοι που θα δημιουργήσουν το βασικό προϊόν που θα φέρει κέρδη στην επιχείρηση. Τα ναυπηγεία, έτσι, έχουν την μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ λόγω του προϊόντος που παράγουν, όμως οφείλουν να κατασκευάσουν το προϊόν στα μέτρα και τις απαιτήσεις του αγοραστή ώστε να είναι αποδοτικό. Υπάρχουν, όμως, και άλλοι προμηθευτές όπως, οι μαρίνες ελλιμενισμού, οι εταιρείες μίσθωσης σκαφών, οι πάροχοι υπηρεσιών συντήρησης και χειμερινής φύλαξης των σκαφών, καθώς και της παροχής καυσίμων. Αυτοί οι προμηθευτές έχουν επίσης διαπραγματευτική δύναμη, όμως σαφώς μικρότερη.

Το συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε είναι πως οι προμηθευτές, ανάλογα με την αξία τους, έχουν και ανάλογη διαπραγματευτική δύναμη απέναντι στην επιχείρηση. Η επιχείρηση από την μεριά της πρέπει να πάρει την καλύτερη απόφαση ώστε να διασφαλίσει την κερδοφορία της. Για παράδειγμα, σήμερα, οι περισσότερες επιχειρήσεις yachting δεν αγοράζουν όλα τα σκάφη που έχουν στον στόλο τους, αλλά τα κάνουν leasing με σκοπό την ελαχιστοποίηση του κόστους. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως οι διαπραγματευτικές ικανότητες των προμηθευτών εξαρτάται σημαντικά και από τις συνθήκες της ποιότητας των υπηρεσιών του κάθε λιμένα στον οποίο ενεργεί η επιχείρηση.

3.12.3 Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Ο χαρακτηρισμός του αγοραστή του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση θα είναι ο κάθε τουρίστας που εισέρχεται στην Ελλάδα και θα ακολουθεί ένα συγκεκριμένο προφίλ το οποίο αρμόζει στον τουρίστα που απευθύνεται στο είδος του τουρισμού yachting. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), μέσα από έρευνες έχει δημιουργήσει ένα τέτοιο προφίλ με ορισμένα χαρακτηριστικά που ο πιο βασικός συνδυασμός τους είναι πως αποτελούν άτομα αλλοδαπής καταγωγής με σχετικά υψηλά χρηματικό εισόδημα. Η έρευνα έχει, επίσης, δείξει πως ενώ ο μέσος τουρίστας ξοδεύει μόνο 75 ευρώ ανά ημέρα παραμονής τους, ενώ ο μέσος τουρίστας yachting ξοδεύει περίπου 45 ευρώ παραπάνω, δηλαδή, 120 ευρώ ανά ημέρα παραμονής. Οι πιο πιθανοί αγοραστές του συγκεκριμένου είδους τουρισμού, όσον αφορά τον Ευρωπαϊκό χώρο, προέρχονται από χώρες όπως Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία, η Ισπανία κ.α.. Όσον αφορά το προφίλ του τουρίστα yachting της Σκύρου, όπως εκείνο έχει μελετηθεί από αρμόδιους φορείς της περιοχής, φαίνεται πως κατέχει τα εξής χαρακτηριστικά :Αλλοδαπός(88%), Άνδρας(65%), Ηλικία(56-65), Εισόδημα(20.000-40.000).

Οι αγοραστές που αποτελούν λάτρεις του yachting, λόγω του υψηλού κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών, ψάχνουν αρκετά ώστε να βρουν την κατάλληλη επιχείρηση. Βέβαια, επειδή το προϊόν το οποίο πουλούν οι εταιρείες yachting είναι αρκετά διαφοροποιημένο σε σχέση με τα υπόλοιπα είδη, οι πελάτες συνήθως παραμένουν πιστοί. Ακόμη, αξίζει να αναφερθεί πως τα τελευταία χρόνια, υψηλή παρουσιάζεται η διαπραγματευτική δύναμη των tour operators και των ναυτικών πρακτόρων, οι οποίοι σε συνεργασία με τις εταιρείες yachting εξυπηρετούν στο να προωθούν και να διαφημίζουν το συγκεκριμένο είδος τουρισμού.

3.12.4 Απειλή από υποκατάστατες Υπηρεσίες

Ο τουρισμός yachting αποτελεί μία δραστηριότητα η οποία έχει χαρακτηριστεί από πολλούς ως είδος πολυτελείας. Η αλήθεια είναι πως τα γραφεία που παρέχουν υπηρεσίες yachting μπορούν να απευθυνθούν σε άτομα με μεγάλο εύρος εισοδήματος και κυρίως σε εκείνους με υψηλό εισόδημα. Επομένως, οι αγοραστές οι οποίοι έχουν χαμηλό εισόδημα ή επιθυμούν να απολάυσουν υπηρεσίες χαμηλής αξίας, πολύ πιθανό να ψάξουν ένα υποκατάστατο αγαθό από αυτό του yachting.

Βέβαια, επειδή όπως προναφέραμε, η υπηρεσία του yachting είναι αρκετά διαφοροποιημένη με τις υπόλοιπες υπηρεσίες τουρισμού, δεν υπάρχει κάποιο πλήρες υποκατάστατό του, εκτός από ορισμένες δραστηριότητες που δραστηριοποιούνται στη θάλασσα. Η κυριότερη από αυτές είναι η κρουαζιέρα, που αποτελεί μία τουριστική δραστηριότητα με μεγάλο εύρος τιμών, οπότε ένας αγοραστής που δεν επιθυμεί να ξοδέψει ένα σχετικά μεγάλο ποσό μπορεί να την επιλέξει ως υποκατάστατο. Επίσης, τα θαλάσσια σπορ αποτελούν και αυτά μία μορφή υποκατάστατου προϊόντος για τους αγοραστές που επιθυμούν μία παρόμοια έντονη εμπειρία με το θαλάσσιο στοιχείο. Ακόμη, κάποιες επίσης εναλλακτικές μορφές τουρισμού που μπορεί να θεωρηθούν ως υποκατάστατες του yachting μπορεί να είναι ο καταδυτικός τουρισμός ή ο τουρισμός περιπέτειας. Συμπεραίνουμε, πως ναι μεν υπάρχουν ορισμένες μορφές τουρισμού που μπορεί να θεωρηθούν ως υποκατάστατες υπηρεσίες, όμως επειδή δεν υπάρχει κανένα ολικό υποκατάστατο προϊόν δεν υπάρχει σοβαρός κίνδυνος για τη ζήτηση και την κερδοφορία του τουρισμού yachting.

3.12.5 Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων κλάδου

Σε έναν κλάδο ο ανταγωνισμός που επικρατεί μεταξύ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν καθορίζει σε μεγάλο βαθμό τις ευκαιρίες που υπάρχουν και την κερδοφορία μίας νέο-εισερχόμενης επιχείρησης. Οι υπόλοιπες δυνάμεις του Porter, όπως η διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών και προμηθευτών, η απειλή υποκατάστατων και η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων, περιγράφουν την συνολική εικόνα που επικρατεί στον κλάδο. Έτσι, σκοπός της συγκεκριμένης δύναμης είναι η ανάλυση του ανταγωνισμού που υπάρχει μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων του άμεσου και άμεσου περιβάλλοντος της επιχείρησης.

Το άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή το νησί της Σκύρου, παρουσιάζει ελάχιστο ανταγωνισμό καθώς δεν υπάρχει άλλη παρόμοια επιχείρηση yachting, οπότε ο κίνδυνος στο

άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης από πλευράς ανταγωνισμού επικεντρώνεται στις υποκατάστατες υπηρεσίες του νησιού. Όσον αφορά το έμμεσο περιβάλλον, εκείνο λαμβάνει υπόψιν τις επιχειρήσεις yachting που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, αλλά και στην ευρύτερη Μεσόγειο. Ο παρακάτω πίνακας απεικονίζει την ζήτηση που υπάρχει στις περιοχές ναυσιπλοίας του Αιγαίου, δείχνοντας τον ανταγωνισμό που επικρατεί μεταξύ τους. Φαίνεται πως οι Κυκλάδες, τα Δωδεκάνησα και ο Αργοσαρωνικός έχουν μεγαλύτερη ζήτηση σε σχέση με τις υπόλοιπες περιοχές, πολύ πιθανόν λόγω της καλύτερης σύνδεσής των περιοχών αυτών με την Αττική.

Πίνακας 3.10 Δημοφιλής περιοχές ναυσιπλοίας σκαφών αναψυχής στο Αιγαίο

Α/Α	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΔΗΜΟΦΙΛΕΙΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ
1	ΑΡΓΟΣΑΡΩΝΙΚΟΣ	3.	1.
2	ΚΥΚΛΑΔΕΣ	1.	2.
3	ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ ΑΠΟ ΣΑΜΟ ΕΩΣ ΡΟΔΟ	2.	3.
4	ΜΟΝΕΜΒΑΣΙΑ ΕΩΣ ΧΑΝΙΑ	6.	Αναβάθμιση (*)
5	ΒΟΡΕΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΟ ΑΙΓΑΙΟ ΛΕΣΒΟΣ – ΧΙΟΣ	5.	Αναβάθμιση (*)
6	ΣΠΟΡΑΔΕΣ – Β. ΕΥΒΟΙΑ	4.	Αναβάθμιση (*)
7	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ – ΘΑΣΟΣ	7.	Αναβάθμιση (*)

Πηγή : Αζοράκος Σ., 2015

Όσον αφορά τον Διεθνή ανταγωνισμό, η Ελληνική αγορά του yachting έρχεται άμεσα αντιμέτωπη με χώρες της νοτιοδυτικής Μεσογείου όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία, καθώς και χώρες της νοτιοανατολικής Μεσογείου, όπως για παράδειγμα η Τουρκία και η Κροατία. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί πως η νοτιοδυτική Μεσόγειος καλύπτει περίπου το 80% της συνολικής αγοράς.

3.12.6 Other Stakeholders

Η κυβέρνηση ή οι εργαζόμενοι μέσω των σωματείων τους, μπορούν να θεωρηθούν ως άλλοι stakeholders του κλάδου του yachting.

3.13 Τμηματοποίηση αγοράς και κριτήρια

Με την τμηματοποίηση (market segmentation), χωρίζουμε την αγορά βάσει ορισμένων χαρακτηριστικών, με ομοιογένεια σε ομάδες. Σκοπός είναι να εντοπισθούν τα κοινά, αυτά, χαρακτηριστικά και να εκτιμηθεί ποιιά/ποιές από αυτές τις ομάδες θα στοχοποιηθούν (market targeting). Τέλος, γίνονται οι κατάλληλες κινήσεις ώστε να τοποθετηθεί το προϊόν στο μυαλό του καταναλωτή ή επισκέπτη, στην τουριστική βιομηχανία (Kotler & Keller, 2000). Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, απαιτείται αρχικά, μια αναγνώριση ορισμένων χαρακτηριστικών του πληθυσμού, όπως είναι τα γεωγραφικά, δημογραφικά, ψυχογραφικά και συμπεριφορικά κριτήρια.

Αναλύοντας τον κλάδο του yachting είναι απαραίτητο να υπενθυμίσουμε πως η τουριστική του κίνηση χαρακτηρίζεται κατά κύριο λόγο από εποχικότητα, με τους μήνες Ιούνιο έως Αύγουστο να συγκεντρώνουν το 54% της συνολικής κίνησης του χρόνου. Το 40% των ναυλώσεων πραγματοποιείται τους μήνες από Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβρη έως Οκτώμβρη, ενώ το υπόλοιπο 6% μοιράζεται στους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.

3.13.1 Δημογραφικά κριτήρια

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ενός δείγματος αποτελούν τα πιο διαδομένα στοιχεία στη διαδικασία μίας τμηματοποίησης και είναι και τα πιο εύκολα να συλλεχθούν. Τα δεδομένα που συλλέγονται κατά τη διαδικασία εύρεσης των δημογραφικών στοιχείων ενός δείγματος αφορούν την ηλικία, εθνικότητα, φύλο, εισόδημα, επίπεδο μόρφωσης κ.α.

Αρχικά, το κυρίαρχο ποσοστό των τουριστών yachting που επισκέπτονται την Ελλάδα έχουν ένα εύρος ηλικίας 46 – 55 ετών. Επίσης, η πλειοψηφία των ατόμων είναι απόφοιτη τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και έχουν εισόδημα πάνω από 20.000 ευρώ το χρόνο. Σχετικά με τις χώρες απ' τις οποίες προέρχονται γενικά οι συγκεκριμένοι τουρίστες φαίνεται πως είναι κατά κύριο λόγο Ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γερμανία, Γαλλία, Σουδία, Ολλανδία.

Όσον αφορά το προφίλ του τουρίστα yachting στην περιοχή της Σκύρου, όπου και θα εδρεύει η επιχείρηση, αυτό ακολουθεί ένα παρόμοιο μοτίβο. Δηλαδή, είναι κάτοχος διπλώματος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, έχει εισόδημα από 20.000 – 40.000 ευρώ, είναι αλλοδαπός, δέβαια έχει ανώτερη μέση ηλικία 56 – 65 ετών.

Παρακάτω παραθέτονται το διάγραμμα κατανομής ανά εθνικότητα των τουριστών yachting και ο πίνακας δημογραφικών χαρακτηριστικών του τουρίστα yachting στη Σκύρο.

Διάγραμμα 3.8 Τουρίστες yachting ανά εθνικότητα



Πηγή : Όμιλος Κυριακούλη

Πίνακας 3.4 Δημογραφικά στοιχεία τουριστών yachting Σκύρου

Γένος	Άνδρας : 65% Γυναίκα : 33%
Ηλικία	18 – 25 : 0% 26 – 35 : 9% 36 – 45 : 0% 46 – 55 : 28% 56 – 65 : 46% 66 + : 17%
Μορφωτικό επίπεδο	Πρωτοβάθμια εκπαίδευση : 9% Δευτεροβάθμια εκπαίδευση : 11% Τριτοβάθμια εκπαίδευση : 80%
Εισόδημα (σε ευρώ)	0 – 10.000 : 9% 10.001 – 20.000 : 6% 20.001 – 40.000 : 17% 40.001 – 60.000 : 5% 60.001 – 80.000 : 6% 80.001 – 100.000 : 11% 100.001 – 120.000 : 2% 120.001 – 150.000 : 3% > 150.000 : 3% Κενό : 38%
Εθνικότητα	Ελληνική : 12% Άλλη : 88%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο

3.13.2 Γεωγραφικά κριτήρια

Τα γεωγραφικά κριτήρια είναι αυτά που δείχνουν τους προορισμούς εκείνους που προτιμούν οι τουρίστες να απολαμβάνουν το είδος τουρισμού που επιλέγουν. Στη δική μας περίπτωση, οι εισερχόμενοι τουρίστες που δραστηριοποιούνται στο yachting επιλέγουν τους εξής δημοφιλείς προορισμούς της χώρας μας :

- Δωδεκάνησα
- Κυκλάδες
- Ιόνιο
- Σποράδες και Χαλκιδική
- Σαρωνικός και Πελοπόννησος

3.13.3 Ψυχογραφικά κριτήρια

Τα ψυχογραφικά κριτήρια αποτελούν σημαντικό εργαλείο για την αντίληψη του συνολικού προφίλ ενός τουρίστα, καθώς είναι εκείνα που περιγράφουν τα κίνητρα, τις επιθυμίες και τις προσωπικές επιθυμίες του τουρίστα και βοηθούν επομένως στην απεικόνιση της πλήρους εικόνας του. Όπως σε πολλά άλλα είδη τουρισμού, έτσι και στο yachting, υπάρχουν διάφορες κατηγορίες ατόμων με ξεχωριστά στοιχεία που επιθυμούν την απόλαυση του συγκεκριμένου είδους τουρισμού, ο καθένας για διαφορετικούς λόγους.

Αρχικά, μία από τις αρκετά διαδεδωμένες κατηγορίες είναι εκείνη των νεαρών ατόμων, ηλικίας 25 – 34 ετών, οι οποίοι είναι λάτρεις των κοινωνικών, αισθησιακών και ευχάριστων δραστηριοτήτων και προσπαθούν να κάνουν ότι μπορούν για να απολαύσουν όσο το δυνατόν περισσότερο γίνεται τις διακοπές τους. Τα άτομα της κατηγορίας αυτής έχουν αρκετά καλό επίπεδο μόρφωσης, όπως επίσης και υψηλό εισόδημα. Επομένως, αποτελούν μία ομάδα ατόμων αρκετά γνωστή στον κύκλο του yachting καθώς διαλέγουν συχνά μία τέτοια εμπειρία προσπαθώντας να απολαύσουν στο μέγιστο τις διακοπές τους.

Μία άλλη κατηγορία είναι εκείνη των τουριστών yachting που χαρακτηρίζονται από ωριμότητα. Οι άνθρωποι αυτοί έχουν αγάπη και συναισθηματική επαφή με αυτό που κάνουν και ξέρουν να απολαμβάνουν την κάθε τους στιγμή με το προϊόν έτσι όπως τους αρέσει. Το εύρος ηλικιών της συγκεκριμένης κατηγορίας είναι συνήθως από 55 – 65 ετών. Τέλος, επιθυμούν την

πλήρη χαλάρωση και πολύ δύσκολα θα οδηγηθούν στο αλκοόλ, τη διασκέδαση ή σε κάποια εναλλακτική μορφή τουρισμού.

Τελευταία ξεχωριστή κατηγορία αποτελούν οι τουρίστες εκείνοι που ενδιαφέρονται σημαντικά για την αθλητική πλευρά του yachting. Οι τουρίστες εκείνοι είναι πολύ καλά οργανωμένοι, διακρίνονται από πλήρη αφοσίωση και παίρνουν πολύ στα σοβαρά αυτό που κάνουν. Το πάθος τους για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού τους ωθεί στο να προσπαθούν μονίμως να βελτιώνονται και να αναζητούν νέους τρόπους ώστε να εξελίξουν αυτό που κάνουν. Το προφίλ των συγκεκριμένων ατόμων είναι κυρίως άνδρες, με καλό μορφωτικό επίπεδο και δαπανούν αρκετό τμήμα του μισθού τους πάνω στον εξοπλισμό του yachting.

Κάπου εδώ είναι σημαντικό να αναφερθεί πως στην προσπάθεια σκιαγράφησης του προφίλ του τουρίστα yachting που επισκέπτεται κάθε χρόνο τη Σκύρο, οι παράγοντες του νησιού, με έρευνα, συγκέντρωσαν ορισμένα χρήσιμα στοιχεία που αφορούν το ναυτικό προφίλ του τουρίστα, δηλαδή το υπόβαθρό του σχετικά με ναυτική εμπειρία, κατοχή ναυτικών διπλωμάτων κ.α. Παρακάτω απεικονίζονται τα συγκεκριμένα στοιχεία :

Πίνακας 3.5 Ναυτικό προφίλ τουρίστα yachting Σκύρου 2019

Ιδιοκτήτες σκάφους αναψυχής	Ιδιωτικό: 62% Επαγγελματικό: 9% Όχι: 29%
Δίπλωμα	Skipper: 54% Cruiser: 31% Captain: 13% Όχι: 2%
Χρήση σκάφους αναψυχής	Μία φορά στα 10 χρόνια: 0% Μία φορά στα 5 χρόνια: 0% Μία φορά στα 2 χρόνια: 7% Μία φορά τον χρόνο: 27% Περισσότερο από μία φορά τον χρόνο: 66%
Είδος σκάφους	Cruiser: 9% Σκάφος με skipper: 13% Σκάφος χωρίς skipper (bareboat): 60% Yacht: 13% Άλλο: 1% Κενό: 4%
Μέσος όρος ημερών που αφιερώνονται στην ιστιοπλοία	1 ημέρα: 0% 2-3 ημέρες: 3% 4-7 ημέρες: 6% Περισσότερες από 7 ημέρες: 91%
Λιμάνια που επισκέφθηκαν	Ένα: 0% Δύο: 6% Τρία: 8% Τέσσερα ή παραπάνω: 86%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο

3.13.4 Συμπεριφορικά κριτήρια

Τα συμπεριφορικά κριτήρια είναι εκείνα που βοηθούν στην τμηματοποίηση της αγοράς βοηθώντας στην έρευνα των συνηθειών, προτιμήσεων και αναγκών των τουριστών όσον αφορά το προϊόν και την τοποθεσία που επιλέγουν για τις διακοπές τους. Όσον αφορά το yachting, οι πληροφορίες που μπορούμε να αντλήσουμε από την συγκεκριμένη κατηγορία έχουν να κάνουν με τον τύπο σκάφους που χρησιμοποιούν ή το πόσο διαμένουν στις περιοχές και τα λιμάνια που επισκέπτονται ή και το ποιές υπηρεσίες του λιμανιού προτιμούν και ποιές είναι οι πιο σημαντικές για αυτούς.

Αρχικά, παρατηρείται πως οι τουρίστες προερχόμενοι από Ευρώπη, μισθώνουν κυρίως ιστιοφόρα σκάφη. Απ' την άλλη οι Αμερικάνοι προτιμούν κατά κύριο λόγο τα μηχανοκίνητα. Εάν θα έπρεπε να χαρακτηρίσουμε τις Ελληνικές τουριστικές προτιμήσεις θα λέγαμε πως προτιμούν κυρίως ιστιοφόρα χωρίς ή με πλήρωμα και είναι γνωστοί για τα υψηλά εισοδήματα και απαιτήσεις από τους παρόχους υπηρεσιών yachting.

Όσον αφορά τα στοιχεία εμπειρικών ερευνών φαίνεται πως η επικρατέστερη διάρκεια παραμονής του μέσου τουρίστα yachting είναι από 5 έως 7 ημέρες. Επίσης, σημαντικό ποσοστό έχει και η διαμονή 2 έως 3 ημερών. Οι υπηρεσίες που προτιμούν περισσότερο οι τουρίστες yachting είναι η σωστή και γρήγορη εξυπηρέτηση από τους αρμόδιους του λιμένα και οι κατάλληλες υπηρεσίες του λιμένα (π.χ. υδροδότηση, ηλεκτροδότηση). Επίσης, ψάχνοντας τον κυρίαρχο λόγο για τον οποίο οι τουρίστες yachting επισκέπτονται ένα συγκεκριμένο μέρος, αυτός φαίνεται πως είναι με σχετική διαφορά οι υπηρεσίες που προσφέρει ο λιμένας.

Για άλλη μία φορά, εφόσον βλέπουμε πως η ποιότητα των υπηρεσιών του λιμένα παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επίσκεψη ενός τουρίστα yachting, μέσα από την έρευνα της Σκύρου φαίνεται ο βαθμός ικανοποίησης των ιδιοκτητών των σκαφών πάνω στις παρεχόμενες υπηρεσίες του λιμανιού. Ξεχωρίζουν αισθητά η άριστα βαθμολογημένη συμπεριφορά του εργατικού προσωπικού, καθώς και η καθαριότητα του λιμένα.

Πίνακας 3.11 Βαθμός ικανοποίησης των υπηρεσιών του λιμανιού στη Σκύρο 2019

Κριτήρια	Ανεπαρκής (%)	Ικανοποιητική (%)	Καλή (%)	Πολύ Καλή (%)	Άριστη (%)	blank
Ποιότητα συμπεριφοράς προσωπικού λιμανιού.	0%	0%	6%	3%	89%	2%
Ποιότητα υπηρεσιών από άλλους (μαγαζιά, ταβέρνες κλπ.) στο λιμάνι της Λιναριάς.	0%	5%	20%	47%	23%	5%
Αναλογία ποιότητας/τιμής άλλων υπηρεσιών (μαγαζιά, ταβέρνα κλπ.) στο λιμάνι της Λιναριάς.	0%	1%	20%	52%	16%	11%
Αξιολόγηση υπηρεσιών (εκτός από τη Λιναριά)	0%	0%	14%	42%	16%	28%
Ποιότητα συμπεριφοράς κατοίκων και	0%	1%	8%	42%	33%	16%

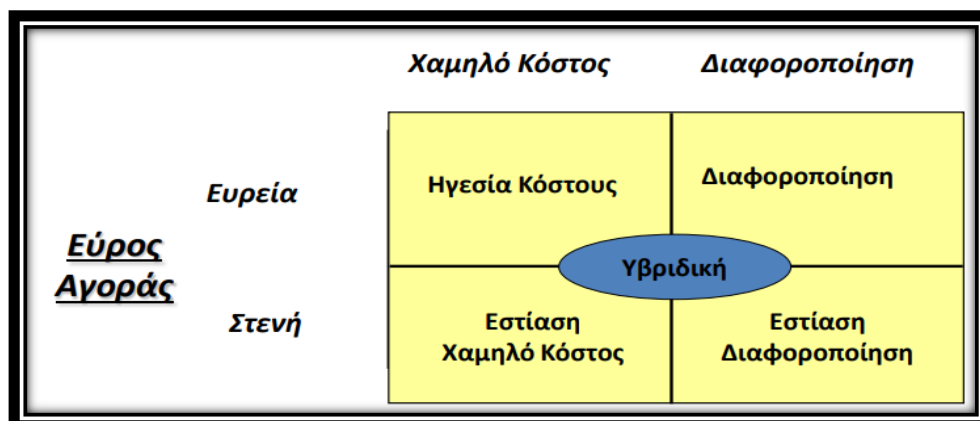
επαγγελματιών στη περιοχή της Λιναριάς.						
Αξιοθέατα.	0%	1%	22%	36%	27%	14%
Πρόσβαση στα αξιοθέατα.	1%	2%	30%	44%	9%	14%
Πληροφορίες για τη διαφήμιση.	0%	0%	17%	33%	17%	33%
Δρόμοι.	1%	8%	16%	36%	11%	28%
Παραλίες.	3%	0%	10%	25%	31%	31%
Κουζίνα.	0%	0%	19%	51%	14%	16%
Καθαριότητα.	0%	0%	2%	47%	42%	9%
Συνολική ποιότητα τουριστικών προϊόντων Σκύρου.	0%	2%	5%	56%	20%	17%

Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρο

3.15 Ανταγωνιστικές στρατηγικές του Porter

Κατά την ανάλυση του μάκρο και μικρο περιβάλλοντος, δίνεται η δυνατότητα διαμόρφωσης μιας στρατηγικής η οποία θα ορίσει το προϊόν, τις παροχές καθώς και την κερδοφορία και βιωσιμότητά της επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Michael Porter (1980), μια επιχείρηση έχει στη διάθεση της κάποιες στρατηγικές που μπορεί να εφαρμόσει. Θα πρέπει όμως πρώτα να έχει καθοριστεί ο τρόπος που θέλει η επιχείρηση να ανταγωνιστεί στον κλάδο της. Ο τρόπος αυτός εντοπίζεται στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντός της, τα αποτελέσματα της οποίας θα ορίσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της.

Διάγραμμα 3.9 Ανάλυση στρατηγικής στον κλάδο



Πηγή : Porter M., 1980

3.15.1 Στρατηγικές στόχευσης

Στρατηγική Ηγεσίας Κόστους

Η επιχείρηση που θα επιλέξει αυτήν την στρατηγική θα πρέπει να δώσει έμφαση στο ότι η τιμή της θα είναι χαμηλότερη σε σχέση με αυτήν των ανταγωνιστών αλλά με παρόμοια ποιότητα και χαρακτηριστικά προϊόντων. Από τις επιχειρήσεις που θα επιλέξουν αυτή τη στρατηγική, όπως είναι λογικό, μόνο μια θα καταφέρει να είναι ο ηγέτης κόστους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω οδηγών Ηγεσίας Κόστους και παραγόντων που επηρεάζουν το μοναδιαίο κόστος.

Οδηγοί Ηγεσίας Κόστους

- Οικονομίες Κλίμακας : αφορούν το μέγεθος, τη βέλτιστη παραγωγική δυναμικότητα και την τυποποίηση.
- Οικονομίες Μάθησης / Εμπειρίας: Η συνεχής μείωση μοναδιαίου κόστους, οι βελτιώσεις από τη μάθηση / συντονισμό / καινοτομία.
- Εκμετάλλευση παραγωγικής δυναμικότητας: αφορά την ικανότητα προσαρμογής της δυναμικότητας στο εκάστοτε επίπεδο ζήτησης.
- Σχεδιασμός προϊόντος: αφορά τη μείωση εξαρτημάτων και τις συνέργειες κατά την παραγωγή με χρήση πλατφόρμας.
- Κόστος εισροών: οι μακροχρόνιες σχέσεις με προμηθευτές, μετεγκατάσταση κοντά σε προμηθευτές α' υλών για μείωση μεταφορικού κόστους.

- Τεχνολογία στη διαδικασία παραγωγής: τα ευέλικτα βιομηχανικά συστήματα και η αυτοματοποίηση.
- Αποδοτικότητα της διοίκησης: οι γρήγορες και αποτελεσματικές αποφάσεις και οι αποτελεσματικοί ελεγκτικοί μηχανισμοί.
- Κάθετη Ολοκλήρωση: Η μείωση Κόστους Προμηθειών

Στρατηγική Διαφοροποίησης

Οι επιχειρήσεις που διαλέγουν αυτή την στρατηγική, εντοπίζουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα και δημιουργούν ένα προϊόν καινοτόμο που διατίθεται σε υψηλότερη τιμή από τους ανταγωνιστές της. Αυτή η στρατηγική μπορεί να χρησιμοποιηθεί από πολλές επιχειρήσεις ταυτόχρονα βρίσκοντας η καθεμία το συγκριτικό της πλεονέκτημα. Όσα περισσότερα χαρακτηριστικά διαφοροποιούν, τόσο πιο δύσκολα αντιγράφεται το προϊόν.

Τα βήματα Διαφοροποίησης είναι τα εξής:

1. Τμηματοποίηση αγοράς (segmentation):
2. Αναγνώριση διαφορετικών τμημάτων στην αγορά
3. Στόχευση (targeting) των τμημάτων που την ενδιαφέρουν
4. Εκτίμηση καταναλωτικών αναγκών κάθε τμήματος
5. Εντοπισμός των στοιχείων μοναδικότητας της επιχείρησης για κάθε τμήμα
6. Προσδιορισμός συνολικού κόστους από την υιοθέτηση της στρατηγικής διαφοροποίησης

Στρατηγική Εστίασης

Σε αυτή τη στρατηγική, η επιχείρηση επιλέγει να εστιάσει σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς και να εφαρμόσει είτε στρατηγική Ηγεσίας Κόστους, είτε Διαφοροποίησης.



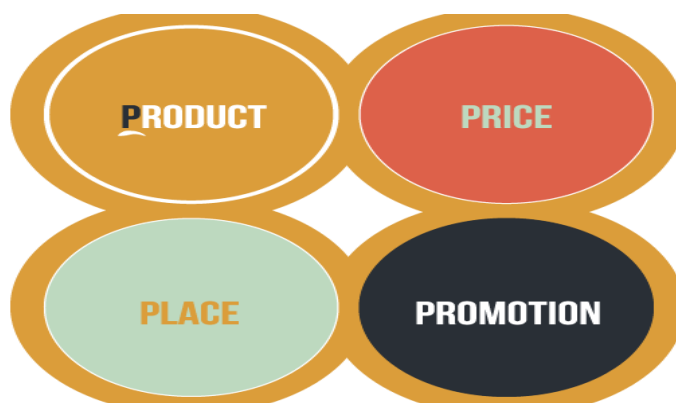
Τα βήματα της στρατηγικής Εστίασης είναι τα εξής:

1. Αναγνώριση κύριων μεταβλητών
2. Κατασκευή πίνακα τμηματοποίησης
3. Ανάλυση ελκυστικότητας των τμημάτων
4. Αναγνώριση παραγόντων επιτυχίας σε κάθε τμήμα
5. Ανάλυση οφέλους στενού ή μεγάλου εύρους.

Όσον αφορά τη δική μας επιχείρηση yachting, θα ακολουθήσει στρατηγική Εστίασης (στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα) με βάση τη Διαφοροποίηση (πολυτελή μοντέλα και υπηρεσίες σε σχέση με αυτά που παρέχονται ήδη στο νησί από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς).

3.16 Marketing Mix

Το μίγμα Μάρκετινγκ αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο του μάρκετινγκ, το οποίο χρησιμοποιείται συχνά από τους επαγγελματίες του κλάδου, ώστε να μπορέσουν να προσδιορίσουν την προσφορά ενός προϊόντος / υπηρεσίας.



Το μίγμα αυτό είναι ζωτικής σημασίας για την υλοποίηση κατάλληλου προγραμματισμού και σχεδιασμού των αρχών του Μάρκετινγκ. Τα τέσσερα P από τα οποία αποτελείται είναι τα εξής : Προϊόν(Product), Τιμή(Price), Προώθηση(Promotion), Τοποθέτηση(Placement).

3.16.1 Προϊόν

Με τον όρο προϊόν εννοούμε το σύνολο την υπηρεσία εκείνη (υλικής ή άυλης) που με την αγορά του ο αγοραστής καλύπτει την επιθυμία που έχει για το συγκεκριμένο προϊόν. Δηλαδή,

δημιουργεί μία ωφέλεια την οποία ο καταναλωτής εκμεταλλεύεται ώστε να ικανοποιήσει την εκάστοτε ανάγκη του.

Στη δική μας περίπτωση, το προϊόν που θα παρέχει η εταιρεία yachting θα είναι η ενοικίαση σκαφών αναψυχής σε συνδυασμό με κάποιες επιμέρους υπηρεσίες και παροχές.

Παρεχόμενες υπηρεσίες

- Μίσθωση σκάφους χωρίς κυβερνήτη

Πολλοί ενδιαφερόμενοι που επιλέγουν την ενοικίαση ενός σκάφους για τις διακοπές τους γνωρίζουν καλά τις απαιτούμενες διαδικασίες ναύλωσης του σκάφους. Επομένως, η εταιρεία παρέχει το σκάφος αυτό στους ενδιαφερόμενους ώστε να απολαύσουν την εμπειρία τους με τη θάλασσα χωρίς να χρειάζεται να δαπανήσουν έξτρα έξοδα για προσωπικό της εταιρείας.

- Μίσθωση σκάφους με κυβερνήτη

Αρκετές φορές υπάρχουν πελάτες οι οποίοι επιθυμούν να νοικιάσουν σκάφος όμως δεν γνωρίζουν πως να το πλοηγήσουν ή γνωρίζουν αλλά δεν θέλουν να αναλάβουν την ευθύνη. Έτσι, η εταιρεία παρέχει έμπειρο κυβερνήτη ή χειριστή σκάφους ο οποίος θα αναλάβει υπεύθυνα την πλοήγηση των πελατών και βοοηθώντας τους να απολάσουν όσο το δυνατόν περισσότερο την εμπειρία αυτή.

- 24ωρη τεχνική υποστήριξη

Σε περιπτώσεις ενοικίασης σκαφών αναψυχής μπορεί να ανά πάσα στιγμή να συμβεί κάποιο ατύχημα ή το πλήρωμα του σκάφους να χρειάζεται κάποια βοήθεια ή επεξήγηση. Επομένως, απ' την στιγμή που θα παραλάβει ο πελάτης το σκάφος από τη βάση υπάρχει τηλεφωνική επικοινωνία όλο το 24ωρο μεταξύ τους και γνωρίζοντας ανά πάσα στιγμή η εταιρεία που βρίσκεται το σκάφος μπορεί να παρέχει την κατάλληλη βοήθεια.

- Εξοπλισμός και είδη των επιβατών

Λόγω του ότι το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα της διαδικασίας της ενοικίασης το σκάφος θα είναι εν πλω, οι πελάτες θα πρέπει να διαλεξουν και να υπολογίζουν σωστά τις απαραίτητες προμήθειες που θα πρέπει να έχουν μαζί τους, λόγω του σχετικά μικρού αποθηκευτικού χώρου του σκάφους. Βέβαια, σχεδόν όλα τα λιμάνια στα οποία μπορεί το σκάφος να κάνει ελλιμενισμό θα υπάρχουν τα αντίστοιχα μαγαζιά που θα μπορούν οι πελάτες να προμηθευτούν ότι χρειάζονται.

Έξτρα υπηρεσίες

- Μεταφορά του πελάτη με όχημα της εταιρείας κατά την άφιξή του στο νησί από το καράβι προς το γραφείο της εταιρείας ή το ξενοδοχείο στο οποίο θα διανυκτερεύσει.
- Παροχή πακέτων μονοήμερης ξενάγησης των πελατών με σκάφος στα καλύτερα παραθαλάσσια μέρη του νησιού.
- Κρατήσεις αεροπορικών ή ακτοπλοϊκών εισιτηρίων μέσω της εταιρείας.
- Δημιουργία ειδικών εγκαταστάσεων εντός των ορισμένων σκαφών μπορούν να υποστηρίξουν την εξυπηρέτηση ανθρώπων με ειδικές ανάγκες (Α.Μ.Ε.Α.).

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται τα είδη των σκαφών (Ιστιοπλοϊκά και μηχανοκίνητα) που θα διαθέτει η εταιρεία προς ενοικίαση, καθώς και το κόστος αγοράς τους, έτος κατασκευής τους και μέγεθός τους.

Πίνακας 3.12 Σκάφη της επιχείρησης

Όνομασία Σκάφους	Κατηγορία Σκάφους	Αριθμός Σκαφών	Έτος Κατασκευής	Κόστος αγοράς σε ευρώ	Διαστάσεις σκάφους σε μέτρα (Μήκος)
Bavaria 32 cruiser	Ιστιοπλοϊκό	2	2015	50.000,00€	9,91m
Beneteau Oceanis 50	Ιστιοπλοϊκό	2	2011	115.000,00€	15,24m
Bavaria 44	Ιστιοπλοϊκό	2	2013	60.000,00€	13,95m
Sun Odyssey 44 DS	Ιστιοπλοϊκό	2	2016	140.000,00€	13,34m
Pershing 50	Μηχανοκίνητο	1	2016	290.000,00€	15,24m
Ferretti 760 Flybridge	Μηχανοκίνητο	1	2014	550.000,00€	23,50m
Σύνολο		10		1.570.000,00€	

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά την ικανότητα εξυπηρέτησης ανθρώπων με ειδικές ανάγκες, το σκάφος Sun Odyssey 44 DS είναι ένα αρκετά άνετο Ιστιοπλοϊκό σκάφος το οποίο μπορεί να καλύψει τις ανάγκες τέτοιων κατηγοριών.

Η ποικιλία των σκαφών που διαθέτει η εταιρεία επιλέχθηκε ώστε να μπορούν να παρέχουν στον πελάτη όλες τις απαραίτητες ανέσεις και στάνταρ που θα επιστρέψουν να έχει μία μοναδική εμπειρία στη θάλασσα. Τα συγκεκριμένα σκάφη, πληρούν όλες τις απαραίτητες προδιαγραφές ασφάλειας και άνεσης και μπορούν να καλύψουν ανάγκες διαφόρων ειδών πελατών. Επιπλέον, ο σχεδιασμός τους επιτρέπει την φιλοξενία αρκετών ατόμων, λόγω του ότι το καθένα διαθέτει από 2 με 3 εσωτερικές καμπίνες, κάνοντας έτσι την εμπειρία του yachting ακόμα πιο ομαδική και διασκεδαστική.

3.16.2 Τιμή

Όπως σε όλα σχεδόν τα είδη τουρισμού στην Ελλάδα, έτσι και στο γιώτινγκ η τουριστική περίοδος χαρακτηρίζεται από εποχικότητα, καθώς όπως αναφέραμε και σε προηγούμενη υποενοότητα, το 54% ης τουριστικής κίνησης πραγματοποιείται τους μήνες Ιούνιο έως Αύγουστο. Επίσης, ειπώθηκε πως το 40% των εισερχόμενων αφίξεων παρατηρείται τους μήνες Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβρη μέχρι τον Οκτώμβρη. Επομένως, η διαδικασία τιμολόγησης των υπηρεσιών της εταιρείας θα πρέπει να είναι συνυφασμένη με την αντίστοιχη περίοδο όπου η ζήτηση μεταβάλλεται.

Οι περίοδοι στις οποίες θα γίνει διαφορετική πολιτική τιμολόγησης θα είναι δύο. Η πρώτη περίοδος θα είναι η περίοδος υψηλής ζήτησης (ΥΖ) και θα αφορά τους μήνες Ιούνιο – Αύγουστο. Η δεύτερη περίοδος θα είναι η περίοδος μέσης ζήτησης (ΜΖ) και θα αφορά τους μήνες Απρίλιο – Μάιο και Σεπτέμβρη – Οκτώμβρη. Αξίζει να σημειωθεί πως η τιμή στην οποία θα νοικιάζεται το εκάστοτε σκάφος θα είναι τέτοια ώστε να καλύπτει τα συνολικά έξοδα λειτουργίας του σκάφους, καθώς και τα έξοδα του πληρώματος. Εννοείται πως η τιμή επίσης μεταβάλλεται ανάλογα με το μέγεθος, τον εξοπλισμό και το είδος του σκάφους.

Πώς διαμορφώνεται γενικά το κόστος ενοικίασης των σκαφών¹²

Ο τρόπος με τον οποίο κοστολογείται η ενοικίαση ενός σκάφους αναψυχής καθορίζεται κυρίως από το μέγεθος, την τεχνολογία, το έτος κατασκευής και γενικά τις ανέσεις που μπορεί να

προσφέρει στους ενδιαφερόμενους ενοικιαστές. Η τιμή που αναγράφεται στο ναυλοσύμφωνο που εκδίδεται κατά την ενοικίαση καλύπτει όλα τα προβλεπόμενα κόστη λειτουργίας του σκάφους, καθώς και τα μισθολογικά κόστη του προσωπικού, εφόσον αυτό εργάζεται στο σκάφος. Όσον αφορά τα καύσιμα του σκάφους, αυτά χρεώνονται έξτρα ανάλογα με τον τύπο σκάφους και την εποχή, καθώς και επιπλέον έξοδα μπορούν να αποτελέσουν τα λιμενικά τέλη για ορισμένες ώρες πλεύσης.

Τα έξοδα που αφορούν τις προμήθειες τροφίμων και ποτών δεν συμπεριλαμβάνονται στην τιμή, όπως επίσης και τα έξοδα διέλευσης (π.χ. τέλη Ισθμού της Κορίνθου) και τα λιμενικά έξοδα των ναυλωτών σε ξένα λιμάνια. Επομένως, όσον αφορά τις προμήθειες που μπορεί να επιθυμούν οι ενοικιαστές μέσα στο σκάφος τους, μπορεί να γίνει μία ξεχωριστή οικονομική συμφωνία μεταξύ εκείνων και του ενοικιαστή. Επιπλέον, η τιμή ενοικίασης του σκάφους είναι διαφορετική με εκείνη όταν θα είναι επανδρωμένο. Τέλος, είναι απαραίτητη η καταβολή εγγύησης για κάθε απώλεια ή ζημιά του παρεχόμενου εξοπλισμού του σκάφους ώστε να παραδοθεί το σκάφος στην αρχική κατάσταση απ' την οποία ενοικιάστηκε.

Υπάρχουν, όμως και ορισμένες έξτρα υπηρεσίες με επιπλέον επιβάρυνση από το γραφείο ενοικίασης. Αρχικά, μία από τις πιο συνηθισμένες είναι η παροχή κυβερνήτη ή πληρώματος ή και τα δύο όπου ως έξτρα επιβάρυνση θεωρείται το ημερομίσθιό τους καθώς και η διατροφή τους. Επίσης, ο καθαρισμός των καμπινών και των εσωτερικών χώρων του σκάφους αποτελεί επιπλέον έξοδο και τέλος, η επιλογή προϊόντων τροφοδοσίας που μπορεί να επιθυμούν οι πελάτες πριν την αναχώρησή τους από το λιμάνι. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο ενοικιαστής μπορεί να τους προτείνει τα κατάλληλα μαγαζιά της περιοχής σε τοπικές τιμές.

Στρατηγικές Τιμολόγησης με βάση:

➤ Τον ανταγωνισμό :

Η τιμή ανάλογα με αυτές των κύριων ανταγωνιστών

➤ Την αξία :

Μελετά την αγορά για να δει πώς την αξιολογούν οι πελάτες της και ανάλογα με την αξία που προσφέρει, καθορίζει τις τιμές.

¹² <http://www.epest.gr/>

➔ **Διακύμανση ζήτησης :**

Σε περιόδους χαμηλότερης ζήτησης εφαρμόζονται χαμηλότερες τιμές και υψηλότερες σε περιόδους αυξημένης ζήτησης. Έτσι προσελκύει πελάτες την περίοδο χαμηλής ζήτησης. Χρησιμοποιείται σε προϊόντα με μεγάλο κύκλο ζωής.

➔ **Το κόστος :**

Συνολικό κόστος: Η τιμή να στοχεύει σε κάποιο ποσοστό κέρδους πάνω από το κόστος.

Οριακό κόστος: Προσδιορίζεται το κόστος κάθε παραγόμενης μονάδας και βάση αυτού προσδιορίζεται η τιμή.

➔ **Διείσδυση στην αγορά :**

Κυρίως οι νέες επιχειρήσεις που βάζουν χαμηλές τιμές για να πάρουν μερίδιο αγοράς και να κάνουν πωλήσεις. Χρησιμοποιείται σε κλάδους που οι ανταγωνιστές παράγουν παρόμοιο προϊόν.

➤ **Ηγεσία ποιότητας του προϊόντος :**

Διατηρείται η σχέση υψηλής ποιότητας και υψηλής τιμής, απευθυνόμενοι σε ιδιαίτερο τμήμα της αγοράς.

➤ **Ξάφρισμα αγοράς :**

Υψηλή τιμή με στόχο το γρήγορο κέρδος από την αγορά. Χρησιμοποιείται σε προϊόντα με μικρό κύκλο ζωής π.χ τεχνολογία.

➤ **Ηγεσία τιμής και Ανταγωνισμός :**

Παρακολούθηση του ανταγωνισμού και των τιμών της αγοράς. Χρησιμοποιείται κυρίως όταν δεν υπάρχει διαφοροποίηση από τους ανταγωνιστές, οπότε και κινούνται σε παρόμοια πλαίσια.

➤ **Στοχευμένη τιμολόγηση :**

Αφού προβλεφθούν τα έσοδα, υπολογιστούν τα κόστη και το νεκρό σημείο, καθορίζεται η τιμή που θα επιφέρει το προβλεπόμενο κέρδος.

Η τιμολογιακή στρατηγική της επιχείρησης πρέπει να έχει ως στόχο :

- να διευκολυνθεί η είσοδος της επιχείρησης στην αγορά
- να λαμβάνει υπόψη της τιμές ανταγωνιστών
- την πρόβλεψη πιθανής αντίδρασης όσον αφορά την τιμή, υποκατάστατων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων
- να καλύπτεται το κόστος των υπηρεσιών που παρέχονται
- να συνάδει με την ποιότητά τους
- να επιφέρει επιθυμητά έσοδα συνεισφέροντας και στην αύξηση της ζήτησης

Για τους παραπάνω λόγους, κρίνεται σκόπιμο η επιχείρηση να ακολουθήσει ένα συνδυασμό τιμολογιακών στρατηγικών έναντι μιας μεμονωμένης τιμολογιακής στρατηγικής. Συγκεκριμένα, η επιχείρηση θα ακολουθήσει τιμολόγηση με βάση το **Κόστος**, ώστε να διαμορφωθεί μία τιμή που θα ξεπερνάει το κόστος του προϊόντος και θα δημιουργεί κέρδος και τη **Διακύμανση της Ζήτησης**, καθώς η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης θα ξεχωρίζει ανάλογα με την περίοδο υψηλής και μέσης ζήτησης λόγω της εποχικότητας που επικρατεί στη Σκύρο.

Παρακάτω απεικονίζονται οι τιμές των προσφερόμενων αγαθών της εταιρείας με βάση το είδος κάθε προϊόντος και την περίοδο ενοικίασης.

Πίνακας 3.13 Τιμές ενοικίασης σκαφών αναψυχής εταιρείας (ανά εβδομάδα και ημέρα σε ευρώ)

Μοντέλο	Είδος	Περίοδος ΥΖ	Περίοδος ΜΖ
Bavaria 32 cruiser	Ιστιοπλοϊκό	1.900,00€ / εβδομάδα 271,00€ / ημέρα	1.200,00€ / εβδομάδα 171,00€ / ημέρα
Beneteau Oceanis 50	Ιστιοπλοϊκό	2.600,00€ / εβδομάδα 371,00€ / ημέρα	1.900,00€ / εβδομάδα 272,00€ / ημέρα
Bavaria 44	Ιστιοπλοϊκό	2.200,00€ / εβδομάδα 314,00€ / ημέρα	1.600,00€ / εβδομάδα 228,00€ / ημέρα
Sun Odyssey 44 DS	Ιστιοπλοϊκό	3.500,00€ / εβδομάδα 500,00€ / ημέρα	2.900,00€ / εβδομάδα 414,00€ / ημέρα
Pershing 50	Μηχανοκίνητο	8.000,00€ / εβδομάδα 1.142,00€ / ημέρα	5.500,00€ / εβδομάδα 785,00€ / ημέρα
Ferretti 760 Flybridge	Μηχανοκίνητο	13.000,00€ / εβδομάδα 1.857,00€ / ημέρα	8.500,00€ / εβδομάδα 1.214,00€ / ημέρα

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί πως θα υπάρχει μία διαφορετική τιμολογιακή πολιτική για ορισμένες κατηγορίες πελατών ή ιδιαίτερες συμφωνίες ενοικίασης των σκαφών. Δηλαδή, θα υπάρχει μία έκπτωση 5% για τους repeaters (πιστούς επαναλαμβανόμενους πελάτες), καθώς και έκπτωση 10% στη συνολική τιμή συμφωνίας εάν η ενοικίαση του σκάφους ξεπερνά τις 2 εβδομάδες. Όσον αφορά τα ιστιοπλοϊκά σκάφη, σε περίπτωση που οι πελάτες επιθυμούν skipper στο σκάφος τους, τότε θα πρέπει να πληρώσουν επιπλέον 150 ευρώ. Τα μηχανοκίνητα σκάφη περιλαμβάνουν ήδη στην τιμή τους την υπηρεσία του skipper. Μάλιστα, το πολυτελές

μηχανοκίνητο σκάφος Ferretti 760 Flybridge περιλαμβάνει επίσης έναν chef και έναν μετρ στις προσφερόμενες υπηρεσίες του.

3.16.3 Προώθηση

Οι προωθητικές ενέργειες που θα χρησιμοποιηθούν, χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: την online και την offline προώθηση της υπηρεσίας. Αυτές οι ενέργειες περιλαμβάνουν: την διαφήμιση, τις δημόσιες σχέσεις, την προώθηση πωλήσεων και την αξιοποίηση κάθε μέσου γενικά, είτε διαδικτυακού, είτε τηλεοπτικού, είτε έντυπου. Είναι πολύ σημαντικό να δοθεί έμφαση στην προώθηση και να στηριχθεί το προϊόν με τα καλύτερο δυνατό τρόπο. Αυτό απαιτεί αυξημένες δαπάνες, όμως είναι σημαντικό μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον για μια νέα επιχείρηση να μην κάνει περιορισμούς στο πιο σημαντικό κομμάτι του μείγματος μάρκετινγκ κατά την εκκίνηση της επιχείρησης. Σε επίπεδο διαφήμισης, ειδικά κατά τα πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης, θα πραγματοποιηθούν βασικές ενέργειες, ώστε ο κόσμος να ενημερωθεί για την επιχείρηση και τις υπηρεσίες που θα παρέχει. Η διαφήμιση θα περιλαμβάνει:

Online:

- Συνδρομή για την χρήση Google Adwords
- Δημιουργία διαφημιστικών κειμένων για χρήση τους στον ηλεκτρονικό τύπο
- Αξιοποίηση social media και συγκεκριμένα δημιουργία σελίδας στο Facebook, λογαριασμού στο Instagram και συνεχής ενημέρωση
- Δημιουργία website της επιχείρησης που θα εμπεριέχει online σύστημα κρατήσεων, τιμοκαταλόγους, διαθέσιμα πακέτα, δυνατότητα προεπισκόπησης του προϊόντος και διαθεσιμότητα.

Offline:

- Δημιουργία έντυπου υλικού και διανομή του σε επιλεγμένα σημεία. Το περιεχόμενο του υλικού θα διαφέρει ανάλογα με την ομάδα στόχου δηλαδή θα είναι διαφορετικό για ηλικιωμένους, διαφορετικό για τους νέους. Το έντυπο υλικό θα περιλαμβάνει flyers, τιμοκατάλογο, προσφορές και αναλυτική περιγραφή των υπηρεσιών και των παροχών.
- Στοχευμένη καταχώρηση banner σε εφημερίδες και περιοδικά που κάνουν ειδικά αφιερώματα στον τουρισμό.
- Συμφωνίες με ξενοδοχεία και ταξιδιωτικά γραφεία.
- Διαπροσωπική διαφήμιση (word of mouth)

Σε επίπεδο δημοσίων σχέσεων, στόχος είναι η δημιουργία θετικής εικόνας, μέσω συμφωνιών και συνεργασιών με όλους όσους ασχολούνται με τον τουρισμό στην Ελλάδα και σε διεθνές επίπεδο. Είναι αναγκαίο για μια επιχείρηση να αναγνωριστεί από τα πρώτα της βήματα καθώς μπορεί να επιτύχει από νωρίς πιστούς πελάτες και συνεργάτες. Οι δημόσιες σχέσεις σε βάθος χρόνου θα περιλαμβάνουν:

- Αμοιβαία συνεργασία με τοπικούς φορείς της Σκύρου και επιχειρήσεις ώστε να ωφελούνται όλοι από αυτή.
- Συνεργασία και ιδιαίτερη έμφαση στα ταξιδιωτικά πρακτορεία με την παροχή καλών τιμών για την πρόκληση ενδιαφέροντος.
- Συνεργασία με διαφημιστικές εταιρίες. Τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν σε αυτό το κομμάτι πρέπει να είναι τα κατάλληλα παρέχοντας στον χρήστη όλες τις διαθέσιμες επιλογές, όπως :
 - ➔ Την αξιοποίηση του website της επιχείρησης με την χρήση online συστήματος κρατήσεων
 - ➔ Διαφημιστικές καμπάνιες σε σελίδες σχετικές με τον τουρισμό και τη Σκύρο, καθώς και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
 - ➔ Τη δυνατότητα δημιουργίας πακέτων με διαμονή σε συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία.

3.16.4 Διανομή

Η διανομή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας είναι το σύνολο των λειτουργιών και δραστηριοτήτων που απαιτούνται για να μεταβιβαστεί το προϊόν από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Οι δραστηριότητες της διανομής περιλαμβάνουν την μεταφορά, την αποθήκευση και τις συναλλαγές των προϊόντων με τους πελάτες.

Στην περίπτωση της δικής μας επιχείρησης yachting, διανομή θεωρούνται τα σημεία στα οποία θα είναι διαθέσιμα τα σκάφη της εταιρείας και ο τρόπος με τον οποίο αυτό θα επιτευχθεί η επαφή του προϊόντος αυτού με τους πελάτες. Αυτή η επαφή θα γίνεται με τους εξής τρόπους :

- Αναχώρηση στο σημείο ανάληψης και παράδοσης του σκάφους ανάλογα με την περιοχή που είναι ελλιμενισμένα τα σκάφη.
- Τηλεφωνική επικοινωνία με το γραφείο κρατήσεων και υποδοχής της επιχείρησης.
- Επικοινωνία μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- Επίσκεψη στην επίσημη ιστοσελίδα της επιχείρησης που θα έχει ενσωματωμένη πλατφόρμα κρατήσεων.
- Επίσκεψη άλλων ιστοσελίδων οι οποίες πραγματοποιούν κρατήσεις και διαφημίζουν την επιχείρηση.
- Με ξενοδοχεία και τουριστικά γραφεία, με τα οποία θα συνεργάζεται η επιχείρηση.
- Κάλυψη της μεταφοράς του πελάτη από και προς το σκάφος με μεταφορικό μέσο της εταιρείας.

3.17 Πρόγραμμα πωλήσεων και έσοδα επιχείρησης

Σε αυτό το σημείο θα πραγματοποιηθεί ο υπολογισμός των εκτιμώμενων εσόδων της επιχείρησης για το έτος λειτουργίας 2020 σε περίοδο 6 μηνών, καθώς και θα ακολουθήσει η πρόβλεψη των μελλοντικών εσόδων για τα έτη 2021, 2022 και 2023. Η διαδικασία υπολογισμού των εσόδων έγινε με τα εξής βήματα. Αρχικά, διαμορφώθηκε η μέση τιμή πώλησης του κάθε σκάφους (ανά ημέρα), όσον αφορά τις δύο περιόδους υψηλής και μέσης ζήτησης. Στη συνέχεια, η τιμή αυτή πολλαπλασιάστηκε με την ανάλογη ποσότητα που διαθέτει η επιχείρηση στο συγκεκριμένο είδος σκάφους. Μετά, το αποτέλεσμα αυτό πολλαπλασιάστηκε με το σύνολο των εκτιμώμενων ημερών κρατήσεων για τη συγκεκριμένη περίοδο. Για παράδειγμα, για τη σεζόν 2020, πιστεύεται πως η πληρότητα των ενοικιάσεων θα βρίσκεται στο 75% (δηλαδή 135 ημέρες). Τέλος, όσον αφορά την εξέλιξη των εσόδων για τα επόμενα τρία χρόνια θεωρήθηκε πως θα υπάρχει μία διαδοχική αύξηση στην πληρότητα λόγω της συνεχόμενης αύξησης του εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα και επομένως και της ζήτησης.

Πίνακας 3.14 Εκτιμώμενα έσοδα πωλήσεων για τη σεζόν 2020

Μοντέλο	Ποσότητα	Τιμή πώλησης (ανά ημέρα)	Έσοδα πωλήσεων σεζόν 2020 (75% πληρότητα)
Bavaria 32 cruiser	2	221,00€	59.670,00€
Beneteau Oceanis 50	2	321,50€	86.805,00€
Bavaria 44	2	271,00€	73.170,00€
Sun Odyssey 44 DS	2	457,00€	123.390,00€
Pershing 50	1	963,50€	130.072,00€
Ferretti 760 Flybridge	1	1.535,50€	207.292,50€
Σύνολο	10	3.769,00€	686.399,50€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Πίνακας 3.15 Εξέλιξη εσόδων πωλήσεων για τις σεζόν 2020 - 2023

Σεζόν 2020 (75% πληρότητα)	Σεζόν 2021 (85% πληρότητα)	Σεζόν 2022 (90% πληρότητα)	Σεζόν 2023 (95% πληρότητα)
686.399,50€	755.039,45€	792.791,42€	832.430,99€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

3.18 Έξοδα Marketing

Στο πλαίσιο των εξόδων σχετικά με το Marketing, υπολογίζεται το κόστος για το έτος 2020. Τα γενικότερα έξοδα για το Marketing που θα πραγματοποιηθούν είναι τα εξής:

- Αγορά Domain Name
- Facebook Ads
- Instagram Ads
- Εκτύπωση φυλλαδίων (flyers)
- Δημιουργία Logo

Domain Name

Το όνομα της εταιρείας, όπως εκείνο αποφασίστηκε από τους ιδιοκτήτες, θα είναι «**Skyros Yachts**». Η επίσημη ιστοσελίδα της επιχείρησης θα έχει το **SkyrosYachts.com** ως domain name από τον προμηθευτή ιστοσελίδων DigitalArtworks.gr στην τιμή των **300 €** για ένα έτος. Στο πακέτο θα συμπεριλαμβάνονται οι παρακάτω υπηρεσίες:

- semi dynamic, responsive design, domain name, webhosting για 1 έτος
- εγκατάσταση CMS
- επιλογή & εγκατάσταση Theme
- δημιουργία & τροποποίηση Template
- εγκατάσταση & ρύθμιση Plugin
- σελίδες / ενότητες, έως 4 και έτοιμες επαγγελματικές εικόνες, έως 5
- εισαγωγή έτοιμων κειμένων, φωτογραφιών & βίντεο
- δήλωση στις μηχανές αναζήτησης, Google Maps και παρακολούθηση στατιστικών μέσω Google Analytics
- σύνδεση με social media, social media SHARE buttons
- manual διαχείρισης Ιστοσελίδας και ενέργειες SEO – Standard

Το συνολικό κόστος διατήρησης των παροχών αυτών ανέρχεται στα 100 ευρώ ανά έτος.

Facebook Ads

Η διάρκεια της διαφήμισης και στα Facebook Ads ορίζεται ανάλογα με τις ανάγκες και δυνατότητες της επιχείρησης. Συγκεκριμένα τα έξοδα για διαφήμιση στο Facebook ορίστηκαν στα 50 € το μήνα για την επιθυμητή γεωγραφική κάλυψη, συνεπώς στα **600 €** το χρόνο.

Instagram Ads

Τα έξοδα για διαφήμιση στο Instagram υπολογίστηκαν στα 20€ το μήνα για την αντίστοιχη κάλυψη, άρα στα **240€** το έτος.

Διαφημιστικά Φυλλάδια (Flyers)

Για τη παραγγελία και εκτύπωση των διαφημιστικών φυλλαδίων επιλέχθηκε ο προμηθευτής pressXpress. Το κόστος για 2.000 τεμάχια ανέρχεται στα 160€ για κάθε παραγγελία. Υπολογίζεται ότι θα πραγματοποιούνται 2 τουλάχιστον παραγγελίες το χρόνο, οπότε **220€** το χρόνο.

Δημιουργία Logo

Η επιχείρηση επέλεξε να αναθέσει σε γραφιστική εταιρεία να φτιάξει το Logo της. Η εταιρεία ζήτησε 200€ και το συμβόλαιο με το γραφίστα στα 100€. Άρα συνολικά θα χρειαστεί **300€**.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται τα έξοδα μάρκετινγκ που θα πραγματοποιήσει η επιχείρηση με την κοστολόγηση όλων των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν ώστε να διαφημιστεί όσο το δυνατόν καλύτερα γίνεται. Τα έξοδα αυτά αφορούν τα έτη 2020 έως και 2023, τα έξοδα μάρκετινγκ μειώνονται. Αυτό δικαιολογείτε με το ότι όσο αυξάνεται η ζήτηση και η επιχείρηση αποκτά πελατολόγιο, τόσο λιγότερη προτεραιότητα δίνεται στα μέσα προώθησης της εταιρείας.

Πίνακας 3.16 Έξοδα Μάρκετινγκ για τα έτη 2020 - 2023

	2020	2021	2022	2023
Domain Name	300,00€	100,00€	100,00€	100,00€
Instagram Ads	240,00€	240,00€	200,00€	200,00€
Facebook Ads	600,00€	600,00€	550,00€	500,00€
Διαφημιστικά Φυλλάδια	220,00€	220,00€	200,00€	100,00€
Logo	300,00€	-	-	-
Σύνολο	1.660,00€	1.160,00€	1.050,00€	900,00€

Πηγή : Ίδια επεξεργασία

4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 Χαρακτηριστικά Α΄ υλών και λοιπών εφοδίων

Οι πρώτες ύλες είναι ζωτικής σημασίας για την φυσιολογική λειτουργία και βιωσιμότητα μίας επιχείρησης. Έτσι και μία επιχείρηση yachting έχει ανάγκη ορισμένες βασικές πρώτες ύλες ώστε να μπορέσει να παρέχει στους πελάτες τις κατάλληλες υπηρεσίες. Ορισμένες βασικά εφόδια ενός γραφείου yachting αποτελούν το ηλεκτρικό ρεύμα, τα καύσιμα των σκαφών, καθώς και το πόσιμο νερό. Αρχικά, το ηλεκτρικό ρεύμα αποτελεί σημαντικό εφόδιο το οποίο συνήθως τα γραφεία yachting αξιοποιούν όταν τα σκάφη τους είναι αγκυροβολημένα στις μαρίνες, όπου και γίνεται η παροχή του. Στη συνέχεια, τα καύσιμα είναι η πρώτη ύλη που βοηθά στο να λειτουργούν και να μετακινούνται κυρίως τα μηχανοκίνητα σκάφη της επιχείρησης, καθώς και τα ιστιοπλοικά, όταν όμως κριθεί αναγκαίο. Τέλος, το πόσιμο νερό αποτελεί μία εξίσου σημαντική πρώτη ύλη, αφού είναι ένα μέσο που εξυπηρετεί τις ανάγκες των πελατών όχι μόνο όταν βρίσκονται εν πλω, αλλά και όταν το σκάφος τους είναι ελλιμενισμένο.

Παρακάτω παραθέεται ο πίνακας κατά τον οποίο φαίνονται οι απαιτούμενες ποσότητες σε καύσιμα και νερό που χρειάζεται το κάθε σκάφος της εταιρείας.

Πίνακας 4.1 Ποσότητες καυσίμων και νερού των σκαφών της εταιρείας

Μοντέλο σκάφους	Ποσότητα καυσίμων (σε λίτρα)	Ποσότητα νερού (σε λίτρα)
Bavaria 32 cruiser	150L	180L
Beneteau Oceanis 50	400L	850L
Bavaria 44	210L	360L
Sun Odyssey 44 DS	200L	330L
Pershing 50	2.400L	500L
Ferretti 760 Flybridge	5.900L	950L
Σύνολο	9.260L	3.170L

Πηγή : Ίδια επεξεργασία

4.1.1 Κριτήρια επιλογής Α' υλών και λοιπών εφοδίων

Τα σκάφη της εταιρείας, όσον αφορά τα καύσιμα τους, υπολογίζεται πως θα γεμίζουν οι δεξαμενές τους δύο φορές μέσα στο χρόνο. Η πρώτη, αφορά το γέμισμα της δεξαμενής κατά το οποίο το σκάφος παραδίδεται στον πελάτη με γεμάτο φορτίο καυσίμων. Η δεύτερη σχετίζεται με το ότι λόγω της συνεχόμενης χρήσης των σκαφών μέσα στη θερινή περίοδο, θα πρέπει ορισμένα σκάφη να σταλθούν σε ναυπηγία στην Αττική με έξοδα της εταιρείας. Πρέπει να σημειωθεί πως, σύμφωνα με το ναυλοσύμφωνο, ο πελάτης οφείλει να επιστρέψει την δεξαμενή καυσίμων του σκάφους πλήρες, ακριβώς όπως δηλαδή την παρέλαβε.

Όσον αφορά τα τελευταία αποτελέσματα σχετικά με την τιμή που επικρατούσε το 2019 στο πετρέλαιο της αγοράς, αυτή φαίνεται πως συνεχίζει να είναι κατηφορική φθάνοντας στα 80 ευρώ το βαρέλι. Αυτή η συνεχόμενη μείωση μπορεί να μην συμφέρει τους πετρελαιοπαραγωγούς, όμως φαίνεται να ευνοεί επιχειρήσεις όπως η δική μας που το πετρέλαιο αποτελεί την κύρια κινητήρια δύναμη των σκαφών τους. Επίσης, σχετικά με τα καύσιμα των σκαφών αναψυχής, πρέπει να σημειωθεί πως σύμφωνα με τη νομοθεσία δίνεται η δυνατότητα αγοράς αφορολόγητων καυσίμων για την προμήθεια των μηχανοκίνητων σκαφών. Βέβαια, το ίδιο δεν ισχύει για τα ιστιοφόρα σκάφη, καθώς θεωρούνται σκάφη με πολύ λιγότερη ανάγκη καυσίμων σε σχέση με τα μηχανοκίνητα. Οι τιμές αυτές βέβαια δεν είναι σταθερές στο πέρασμα του χρόνου.

Επιπροσθέτως, το γέμισμα των δεξαμενών καυσίμου των δύο μηχανοκίνητων σκαφών θα πραγματοποιείται 2 φορές το χρόνο, καθώς τη χειμερινή περίοδο που η επιχείρηση θα είναι κλειστή, τα σκάφη αυτά θα πηγαίνουν στα Ναυπηγεία της Χαλκίδας για επισκευές και συντηρήση με κόστος μεταφοράς από την εταιρεία. Τα 8 ιστιοπλοικά σκάφη θα αποθηκεύονται σε ειδικό χώρο που θα παρέχεται από το νησί σε κοντινή απόσταση από το λιμάνι της Λιναριάς. Το κόστος του νερού στο λιμάνι της Λιναριάς είναι 3,5 ευρώ ανά κυβικό μέτρο. Τέλος, η παροχή ηλεκτρικού ρεύματος στα σκάφη θα γίνεται με τη βοήθεια γεννήτριας όταν το σκάφος θα βρίσκεται εν πλω και όταν το σκάφος είναι ελλιμενισμένο θα γίνεται μέσω της μαρίνας. Σημειώνεται πως η τιμή του ρεύματος στο λιμάνι της Σκύρου είναι 0,22 ευρώ ανά kWh.

4.2 Επιλογή προμηθευτών

Για να μπορέσει μία επιχείρηση να έχει σταθερή ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες της θα πρέπει να βρει τους κατάλληλους προμηθευτές. Ορισμένα από τα βασικά χαρακτηριστικά που κρίνουν έναν σωστό προμηθευτή για μία εταιρεία, είναι το να παρέχει το προϊόν του στην

κατάλληλη τιμή, στον σωστό χρόνο, στην απαραίτητη ποσότητα ανάλογα με την ποιότητα που προσφέρει.

Το 1966, ο Dickson, στα πλαίσια μίας έρευνάς του με τίτλο " An analysis of vendor systems and decisions " προσπάθησε να βρει τα κατάλληλα κριτήρια της επιλογής ενός προμηθευτή, ρωτώντας 273 managers από την Η.Π.Α. και τον Καναδά. Ορισμένα από τα πιο σημαντικά κριτήρια που φανέρωσε το ερωτηματολόγιο ήταν τα εξής :

- Ο προμηθευτής πρέπει να είναι ικανός να παραδώσει την κατάλληλη ποιότητα της υπηρεσίας του με συνέπεια.
- Θα πρέπει να παρέχει υπηρεσίες επισκευής των προϊόντων του.
- Σημαντικό ρόλο παίζει η προσφερόμενη καθαρή τιμή, η οποία έχει αξιολογηθεί μαζί με εκπτώσεις και μεταφορικά.
- Τόσο η τοποθεσία όσο και οι εγκαταστάσεις του προμηθευτή που θα κρίνουν την δυναμικότητά του.
- Αξιόλογο κριτήριο αποτελεί και το ιστορικό των συνεργασιών του προμηθευτή.
- Η τεχνολογία που χρησιμοποιεί ο προμηθευτής και οι ευκαιρίες ανάπτυξής του.
- Θα πρέπει να είναι οργανωτικός και μεθοδικός.
- Τέλος, η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και καλής επικοινωνίας με τον προμηθευτή αποτελεί εξίσου σημαντικό κριτήριο.

Μελετώντας τη δική μας περίπτωση, φαίνεται πως υπάρχει ευνοϊκό κλίμα όσο αφορά την αξιολόγηση της επιλογή προμηθευτή, καθώς οι πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για τη λειτουργία της επιχείρησης δεν αλλάζουν πολύ ανάμεσα στους παρόχους. Συγκεκριμένα, το λιμάνι της Σκύρου, λόγω της μεγάλης προσπάθειας που έχουν κάνει οι τοπικοί φορείς στο να εξυγχρονίσουν τις υπηρεσίες του λιμένα, αποτελεί έναν αξιόλογο προμηθευτή νερού και ηλεκτρικού ρεύματος για τα σκάφη της εταιρείας. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί πως το λιμάνι της Λιναρίας, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, έχει δημιουργήσει όλες αυτές τις εγκαταστάσεις με πλήρη υπακοή στους περιβαλλοντικούς νόμους, κάνοντάς τον ένα από τους πιο φιλοπεριβαλλοντικούς προορισμούς της χώρας. Τέλος, η παροχή καυσίμων θα πραγματοποιείται από κάποιον κοντινό στο λιμάνι πάροχο. Η επιλογή αυτού του παρόχου, βέβαια, δεν θα είναι μόνιμη, καθώς όπως είναι γνωστό οι αυξομειώσεις της τιμής των καυσίμων αποτελεί συχνό φαινόμενο, οπότε ανάλογα με το συμφέρον της εταιρείας θα επιλέγεται και ο αντίστοιχος προμηθευτής.

Παρακάτω απεικονίζεται η επιλογή των προμηθευτών της εταιρείας για ορισμένες πρώτες ύλες όσον αφορά τα γραφεία της εταιρείας.

Πίνακας 4.2 Προμηθευτές Α' υλών των γραφείων της εταιρείας

Υλικά	Προμηθευτής	Λόγος Επιλογής
Γραφική ύλη	Plaisio.gr	Καλύτερες τιμές λόγω εγγραφής ως πελάτης χονδρικής
Όλα τα καθαριστικά	The Mart	Χαμηλή τιμή
Υλικά Φαρμακείο	The Pharmacy Mall	Καλύτερη τιμή
Υλικά Κουζίνας	The Mart	Χαμηλή τιμή

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

4.3 Υπολογισμός κόστους Α' υλών και λοιπών εφοδίων

Στην παρούσα φάση θα γίνει ανάλυση του κόστους των πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων της εταιρείας όσον αφορά το πρώτο έτος λειτουργίας της . Η ανάλυση θα χωριστεί σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος θα αφορά τις εξής κατηγορίες πρώτων υλών : καύσιμα, ρεύμα και νερό. Για τις συγκεκριμένες κατηγορίες θα πραγματοποιηθεί η εκτίμηση του κόστους για τη σεζόν 2020, αλλά και μία εκτίμηση για τα επόμενα τρία χρόνια, υπολογίζοντας τις πιθανές μεταβολές των τιμών ανά έτος. Το δεύτερο μέρος θα αφορά τις πρώτες ύλες που αφορούν τον εξοπλισμό των γραφείων της εταιρείας (π.χ. γραφική ύλη, καθαριστικά κλπ.).

4.3.1 Κόστος Α' υλών για ενέργεια και νερό

Η κατηγορία Α' υλών για ενέργεια περιλαμβάνει τις προμήθειες που αφορούν τα καύσιμα, το ρεύμα και το νερό που χρειάζονται τα σκάφη της εταιρείας για τη λειτουργία τους. Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται τα κόστη των κατηγοριών αυτών για το κάθε σκάφος της εταιρείας του πρώτου έτους λειτουργίας.

Πίνακας 4.3 Κόστος Α' υλών ενέργειας και νερού των σκαφών της εταιρείας για το πρώτο έτος λειτουργίας

Μοντέλο σκάφους	Κόστος καυσίμων	Κόστος ρεύματος	Κόστος νερού
Bavaria 32 cruiser	270,00€	210,00€	2,20€
Beneteau Oceanis 50	720,00€	210,00€	10,20€
Bavaria 44	378,00€	210,00€	4,30€
Sun Odyssey 44 DS	360,00€	210,00€	3,90€
Pershing 50	4.320,00€	210,00€	6,00€
Ferretti 760 Flybridge	10.620,00€	210,00€	11,40€
Σύνολο	31.608,00€	1.260,00€	38,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Παρακάτω απεικονίζεται η προβλεπόμενη εξέλιξη του κόστους των Α' υλών της εταιρείας όσον αφορά τα καύσιμα, το ρεύμα και το νερό, μέχρι και το 2023. Λόγω της συνεχόμενης μείωσης της τιμής του πετρελαίου θα υποθέσουμε σε μία συνεχόμενη μείωση της τάξης του 1%. Όσον αφορά το ρεύμα και το νερό, θα υποθέσουμε από κοινού αύξηση 0,5% για κάθε έτος που περνάει.

Πίνακας 4.4 Προβλεπόμενη εξέλιξη κόστους Α' υλών ενέργειας και νερού των σκαφών της εταιρείας (2020 - 2023)

Κατηγορία Α' υλών	2020	2021	2022	2023
Κόστος Καυσίμων	31.608,00€	31.291,00€	30.979,00€	30.669,00€
Κόστος ρεύματος	1.260,00€	1.266,00€	1.272,00€	1.278,00€
Κόστος νερού	38,00€	38,20€	38,40€	38,60€
Σύνολο	32.906,00€	32.595,20€	32.289,40€	31.985,60€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

4.3.2 Κόστος αναλώσιμων γραφείου

Τέλος, ολοκληρώνοντας το κεφάλαιο των Α΄ υλών και λοιπών εφοδίων, δεν πρέπει να παραλείψουμε εκείνα που αφορούν τα αναλώσιμα υλικά των γραφείων της εταιρείας. Επομένως, στον παρακάτω πίνακα φαίνεται το κόστος των αναλώσιμων υλικών γραφείου για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 4.5 Κόστος αναλώσιμων γραφείου για το πρώτο έτος λειτουργίας

Προϊόν	Ποσότητα	Τιμή
Μολύβια	12τμχ	2,00€
Στυλό	10τμχ	3,00€
Κόλλες Α4	5 πακέτα	35,00€
Σελοτέιπ	10τμχ	7,00€
Συνδετήρες	2 κουτιά	4,00€
Ζελατίνες	100τμχ	1,50€
Μελάνι εκτυπωτή	5 μαύρα / 5 έγχρωμα	195,00€
Μπλοκάκια Α3	10τμχ	9,99€
Ρολάκια Ταμειακής Μηχανής	30τμχ	15,00€
Έντυπα τιμολογίων (τριπλότυπο)	4τμχ	17,96€
Καθαριστικά γραφείου		80,00€
Σύνολο		370,45€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Τέλος, όσον αφορά την εξέλιξη του κόστους των αναλώσιμων υλικών γραφείου για τα επόμενα έτη λειτουργίας της επιχείρησης, υποθέτουμε πως λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και των καινοτόμων πρακτικών εργασίας θα ελλατωθούν οι κατά κύριο λόγο τα γραφικά και χαρτικά υλικά και θα υπερισχύσει η τεχνολογία με την χρήση υπολογιστών και ψηφιακών συστημάτων. Επομένως, στον παρακάτω πίνακα απεικονίζεται η εξέλιξη του κόστους των αναλώσιμων γραφείου για τα έτη 2020 – 2023, με προβλεπόμενη μείωση κατά 3%.

Πίνακας 4.6 Εξέλιξη κόστους αναλώσιμων γραφείου για τα έτη λειτουργίας 2020 - 2023

2020	2021	2022	2023
370,45€	359,33€	348,55€	338,10€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 Δυναμικότητα του στόλου της εταιρείας

Για μία επιχείρηση η οποία ειδικεύεται στο χώρο του yachting είναι πολύ λογικό να εστιάζει όλη της την προσοχή στον στόλο των σκαφών που διαθέτει. Τα σκάφη αναψυχής αποτελούν το προϊόν εκείνο που κάνει μία επιχείρηση yachting να υπερισχύει μίας άλλης. Για να μπορέσει μία εταιρεία να διασφαλίσει την επιτυχία της στον συγκεκριμένο κλάδο θα πρέπει να έχει στην κατοχή της σκάφη τα οποία θα μπορούν να ικανοποιήσουν διάφορες κατηγορίες πελατών. Επίσης, σημαντικά στοιχεία που θα πρέπει να έχουν τα σκάφη είναι η υψηλή ποιότητα υλικών και ανταλλακτικών, η ικανότητά τους στην πλεύση, καθώς και η εξωτερική εμφάνιση και η κομψότητα που πρέπει να τα διακρίνει.

Όσον αφορά τα σκάφη της δικής μας εταιρείας, της Skyros Yachts, επιλέχθηκαν σκάφη τα οποία θα μπορούν να καλύψουν τις απαιτήσεις των πιθανών πελατών της εταιρείας. Αρχικά, ο συνολικός στόλος της εταιρείας αποτελείται από 10 σκάφη, από τα οποία τα 8 είναι ιστιοφόρα και τα 2 είναι μηχανοκίνητα. Τα κριτήρια που έκριναν τις επιλογές αυτές βασίστηκαν στην έρευνα αγοράς του προηγούμενου κεφαλαίου. Συγκεκριμένα, τα ιστιοφόρα σκάφη απευθύνονται στην ευρέα ζήτηση, κυρίως των Ευρωπαίων, για το συγκεκριμένο είδος σκάφους θέλωντας να επισκεφθούν γειτονικά νησιά και να βιώσουν έντονα την ναυτική εμπειρία και την επαφή με τη θάλασσα. Απ' την άλλη, τα μηχανοκίνητα σκάφη της εταιρείας απευθύνονται κυρίως στους πελάτες με υψηλότερες απαιτήσεις, όσον αφορά τον εξοπλισμό και τις αποδόσεις, οι οποίοι είναι συνήθως από Αμερική και προτιμούν περισσότερες ανέσεις και κάλυψη μεγαλύτερων αποστάσεων κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται η λεπτομερής περιγραφή των σκαφών αναψυχής της εταιρείας.

Πίνακας 5.1 Γενικά χαρακτηριστικά του στόλου της εταιρείας

Όνομασία Σκάφους	Κατηγορία Σκάφους	Αριθμός Σκαφών	Έτος Κατασκευής	Κόστος αγοράς σε ευρώ	Διαστάσεις σκάφους σε μέτρα (Μήκος)	Αριθμός καμπινών
Bavaria 32 cruiser	Ιστιοπλοϊκό	2	2015	50.000,00€	9,91m	2
Beneteau Oceanis 50	Ιστιοπλοϊκό	2	2011	115.000,00 €	15,24m	5
Bavaria 44	Ιστιοπλοϊκό	2	2013	60.000,00€	13,95m	4
Sun Odyssey 44 DS	Ιστιοπλοϊκό	2	2016	140.000,00 €	13,34m	3
Pershing 50	Μηχανοκίνητο	1	2016	290.000,00 €	15,24m	3
Ferretti 760 Flybridge	Μηχανοκίνητο	1	2014	550.000,00 €	23,50m	4
Σύνολο		10		1.570.000,00€		

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

5.2 Τεχνικά και Μηχανολογικά χαρακτηριστικά των σκαφών

Στην παρούσα φάση θα παρουσιαστούν τα τεχνικά και μηχανολογικά χαρακτηριστικά για το κάθε σκάφος ξεχωριστά, προσπαθώντας έτσι να προβάσουμε την πλήρη εικόνα της δυναμικότητας των σκαφών της εταιρείας.

Bavaria 32 cruiser

Το συγκεκριμένο σκάφος ανήκει στην κατηγορία των ιστιοφόρων και αποτελεί ένα από τα πιο γνωστά σκάφη της Bavaria. Η χωρητικότητά του αποδुकνύεται ιδανική για να φιλοξενήσει μέχρι και 6 άτομα, καθώς διαθέτει 2 διπλές καμπίνες. Στο εσωτερικό του, επίσης, υπάρχει 1 WC και ένα μικρό σαλόνι με 2 έξτρα κρεβάτια. Όσον αφορά το μέγεθός του, έχει πλάτος 3 μέτρα και μήκος 9,91 μέτρα, δείχνοντας έτσι πως είναι αρκετά ευκίνητο στη θάλασσα. Το Bavaria 32 cruiser διαθέτει εξωτερικό GPS plotter και μηχανή με 18hp. Ακόμη, διαθέτει μηχανισμούς θέρμανσης, ηχοσύστημα και εσωτερικά ηχεία στις καμπίνες. Η πλήρως εξοπλισμένη κουζίνα του σκάφους περιλαμβάνει φούρνο, νεροχύτη, κουζίνα και μαγειρικά σκεύη. Τέλος, σχετικά με τον εργοστασιακό αποθηκευτικό χώρο, το συγκεκριμένο yacht διαθέτει 150 λίτρα αποθήκευσης καυσίμων αλλά και 180 λίτρα αποθήκευσης νερού.

Beneteau 50 oceanis

Το μοντέλο oceanis 50 της εταιρείας Beneteau αποτελεί ένα διάσημο σκάφος που προαναγγέλει μία νέα εποχή στην αγορά της κρουζιέρας. Το συγκεκριμένο σκάφος ειδικεύεται στο να παρέχει στον πελάτη μία εμπειρία γεμάτη διασκέδαση, άνεση, προγραμματισμό και απόδοση. Ο σχεδιασμός του σκάφους επιμελήθηκε από την εταιρεία Berret & Racoureau προσδίδοντας ένα ιστιοφόρο με σαγηνευτική όψη και υψηλές προδιαγραφές. Το ιστιοφόρο αυτό, λόγω των 5 καμπινών του (1 μονή και 4 διπλές), φαίνεται πως είναι αρκετά ευρύχωρο φιλοξενώντας μέχρι και 10 άτομα στο εσωτερικό του. Επίσης, διαθέτει 5 τουαλέτες και ντουσιέρα αλλά και κουζίνα εκοπλισμένη με ψυγείο, φούρνο, κουζίνα και μαγειρικά σκεύη. Το Beneteau 50 oceanis διαθέτει ηλιακά πάνελ, ηλεκτρικά βίντσια, γεννήτρια, εσωτερικό GPS plotter και Bimini. Όσον αφορά τα μεγέθη του, έχει πλάτος 4,82 μέτρα, μήκος 15,24 μέτρα και βύθισμα 2 μέτρα. Ο τύπος mainsail του είναι κλασική μαϊστρα και η υποδύναμη της μηχανής που διαθέτει είναι 75hp. Μερικές απ' τις ανέσεις που έχει στο εσωτερικό του, το συγκεκριμένο μοντέλο περιλαμβάνει τηλεόραση Flat screen, κλιματισμό (A/C), θέρμανση και εσωτερικό και εξωτερικό ηχοσύστημα καμπίνας και καταστρώματος. Τέλος, οι αποθηκευτικοί χώροι του σκάφους είναι 400 λίτρα καυσίμων και 850 λίτρα νερού.

Bavaria 44

Το Bavaria 44 είναι ένα ταχύπλοο σκάφος το οποίο κατασκευάστηκε για πρώτη φορά το 2002. Το πρώτο πράγμα που παρατηρούμε όταν μπαίνουμε σε αυτό το σκάφος είναι το μεγάλο πιλοτήριο και το κατάστρωμά του, καθώς καθίσταται εύκολη η μετακίνηση σε όλο το μήκος του. Το συγκεκριμένο σκάφος διαθέτει 3 διπλές καμπίνες και 1 κουκέτα με 2 κεφαλές. Επίσης, στο σαλόνι του υπάρχει ένα τραπέζι το οποίο γίνεται και κρεβάτι, βοηθώντας έτσι στην φιλοξενία έξτρα ατόμων. Είναι γνωστό για την καλή απόδοση που διαθέτει στην ιστιοπλοΐα αφού είναι πολύ καλό στην πλαγιοδρομία και στην αντίθετη κατεύθυνση. Επίσης, σε αυτό βοηθάει και ο κινητήρας VOLVO RENTA των 55hp με τον οποίο είναι εξοπλισμένος. Σχετικά με τις διαστάσεις του, έχει πλάτος 4,17 μέτρα, μήκος 13,95 μέτρα και βύθισμα 1,65 μέτρα. Στο εσωτερικό του υπάρχουν, ακόμη, 2 WC και 3 ντουσιέρες, καθώς και κουζίνα με ψυγείο, φούρνο και μαγειρικά σκεύη. Δεν θα μπορούσαν να λείπουν τα εξής : εσωτερικό GPS plotter, Bimini, πλατφόρμα μπάνιου, ηχοσύστημα και εσωτερικά ηχεία καμπίνας. Τέλος, μπορεί να αποθηκεύσει 210 λίτρα καυσίμου και 360 λίτρα νερού στις αποθηκευτικές δεξαμενές του.

Sun Odyssey 44 DS

Το παρόν ιστιοφόρο αποτελεί ένα σκάφος του οποίου ο σχεδιασμός του εσωτερικού του και του καταστρώματος έχουν επιμεληθεί οι Franck Darnet και Flahault Design, χαρίζοντας όχι μόνο ένα yacht ευχάριστο στην πλεύση αλλά και ξεχωριστά άνετο. Όλοι οι μηχανισμοί του βοηθούν στην εύκολη πλεύση του και με μικρό πλήρωμα. Οι διαστάσεις του δείχνουν πως έχει πλάτος 4,24 μέτρα, μήκος 13,34 μέτρα και θύθισμα 2,2 μέτρα. Η μηχανή που διαθέτει είναι η Yanmar με 57hp. Ο ευρύχωρος σχεδιασμός του φαίνεται από το ότι διαθέτει 4 καμπίνες και 3 WC, καθιστώντας το ικανό να φιλοξενήσει τουλάχιστον 10 άτομα. Ο εξοπλισμός του καταστρώματός του διαθέτει bow thruster, Bimini και Sprayhood. Ο ηλεκτρικός εξοπλισμός του περιλαμβάνει γεννήτρια, τηλεόραση flat screen, DVD player και Radio CD. Επίσης, όσον αφορά τα επιμέρους χαρακτηριστικά του, αυτά είναι ο κλιματισμός, η εξωλέμβια μηχανή και η κουζίνα με ηλεκτρικό ψυγείο, φούρνο και μαγειρικά σκεύη. Ακόμη, διαθέτει εξοπλισμό snorkeling για θαλάσσιες δραστηριότητες. Τέλος, το συγκεκριμένο σκάφος, μπορεί να αποθηκεύσει μέχρι και 200 λίτρα καυσίμου και 330 λίτρα νερού.

Pershing 50

Το παρόν μοντέλο της Pershing αποτελεί ένα μηχανοκίνητο σκάφος το οποίο είναι αρκετά γνωστό για τις πολύ καλές του επιδόσεις κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Το Pershing 50 φθάνει τη μέγιστη ταχύτητα πλεύσης στους 52 κόμβους με μέση κατανάλωση τα 500 λίτρα / ώρα. Διαθέτει δύο κινητήρες όπου ο καθένας έχει 800 ίππους και το καύσιμο που καίει είναι το πετρέλαιο. Όσον αφορά το μέγεθός του αυτό φθάνει το μήκος των 15 μέτρων. Η χωρητικότητά του δείχνει πως είναι ικανό να φιλοξενήσει πλήρωμα πλεύσης μέχρι 11 άτομα, αλλά πλήρωμα διανυκτέρευσης μέχρι 6 άτομα, καθώς διαθέτει 3 καμπίνες (2 με διπλά κρεβάτια και 1 με μονό) και 2 μπάνια. Οι παροχές που προσφέρει είναι οι εξής : γεννήτρια, κλιματισμός, ζεστό νερό, τέντα ηλίου, ντους στο κατάστρωμα, τραπέζι πιλοτηρίου, θέρμανση, ηλεκτρική τουαλέτα, μαγειρικά σκεύη, ψυγείο, φούρνος, καφετιέρα, μαγειρικές εστίες, MP3 Player και Radio CD. Το συγκεκριμένο yacht θα νοικιάζεται με Κυβερνήτη ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την πλοήγηση του σκάφους. Ένα ιδιαίτερο στοιχείο του συγκεκριμένου σκάφους είναι ότι διαθέτει ορισμένους έξτρα εξοπλισμούς για θαλάσσιες δραστηριότητες όπως jet ski, φουσκωτές κουλούρες, Wakeboard και αναπνευστήρες / μάσκες. Τέλος, οι αποθηκευτικοί του χώροι σε καύσιμα και νερό είναι 2.400 λίτρα και 500 λίτρα αντίστοιχα.

Ferretti 760 Flybridge

Το Flybridge 760 είναι το πιο πολυτελές yacht της εταιρείας μας και αποτελεί ένα εξαιρετικό μηχανοκίνητο σκάφος κατασκευασμένο από την αξιόπιστη κατασκευαστική εταιρεία σκαφών Ferretti. Κατασκευάστηκε το 2003 με τον κορμό του να αποτελείται από πολυεστέρα. Το συγκεκριμένο σκάφος διαθέτει μεγάλες ανέσεις, καθώς μπορεί να συμπεριλάβει στο προσωπικό του σκάφους καπετάνιο, σεφ και μετρ. Το μέγεθός του είναι αρκετά μεγάλο φθάνοντας το μήκος των 23,50 μέτρων, πλάτος 5,32 μέτρων και βυθίσματος 3,02 μέτρων. Είναι ικανό να φιλοξενήσει μέχρι και 12 επιβάτες, καθώς διαθέτει 4 καμπίνες και 4 WC. Το πολυτελές αυτό yacht είναι εξοπλισμένο με 2 κινητήρες MTU με 1500hp και δύο γεννήτριες Kohler. Είναι εξοπλισμένο με κάθε τι που αρμόζει σε ένα τέτοιο είδος σκάφους, δηλαδή, 72.000 BTU a/c, ηλεκτρικά αγκυροβόλια, πλυντήριο ρούχων, πλυντήριο πιάτων, πλευρικές πόρτες, δορυφορικές τηλεοράσεις, μεγάλα ψυγεία με δύο πόρτες, μεγάλη τραπεζαρία, πλήρως εξοπλισμένη γέφυρα κ.α. Είναι εμφανές πως ένα τέτοιο σκάφος μπορεί να καλύψει τις απαιτήσεις αρκετά απαιτητικών πελατών, καθώς εκτός από Κυβερνήτη, θα διαθέτει και έμπειρο Chef αλλά και Μετρ ο οποίος θα ικανοποιήσει στο μέγιστο τις ανάγκες των πελατών. Τέλος, όσον αφορά τους αποθηκευτικούς του χώρους, το Flybridge 760 μπορεί να αποθηκεύσει στις δεξαμενές του 5.900 λίτρα καυσίμου και 950 λίτρα νερού.

5.3 Μηχανολογικά σχέδια των σκαφών

Παρακάτω απεικονίζονται τα μηχανολογικά σχέδια όσον αφορά το εσωτερικό και το εξωτερικό των σκαφών της εταιρείας.

Bavaria 32 cruiser



Εικόνα 5.1 Ιστιοπλοϊκό σκάφος Bavaria 32 cruiser

Beneteau Oceanis 50



Εικόνα 5.2 Ιστιοπλοϊκό σκάφος Beneteau Oceanis 50

Bavaria 44



Εικόνα 5.3 Ιστιοπλοϊκό σκάφος Bavaria 44

Sun Odyssey 44 DS



Εικόνα 5.4 Ιστιοπλοϊκό σκάφος Sun Odyssey 44 DS

Pershing 50





Εικόνα 5.5 Μηχανοκίνητο σκάφος Pershing 50

Ferretti 760 Flybridge



Εικόνα 5.6 Μηχανοκίνητο σκάφος Ferretti 760 Flybridge

5.4 Κόστος συντήρησης των σκαφών

Το κόστος συντήρησης των σκαφών, όπως αναφέρει το Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδος, εξαρτάται κατά πρώτον από τον τύπο του σκάφους, δηλαδή από το εάν είναι ιστιοφόρο ή μηχανοκίνητο, και κατά δεύτερον, από το έτος κατασκευής τους, τα μέτρα τους, καθώς επίσης και τη χρήση τους. Επομένως, έχουν δοθεί από το Ναυτικό Επιμελητήριο Ελλάδος κάποιοι ορισμοί με τους οποίους μπορεί να υπολογιστεί το κόστος συντήρησης των σκαφών κυρίως με βάση το μήκος τους, αφού αφορά σκάφη τα οποία είναι καινούργια και το κόστος δεν επηρεάζεται σημαντικά από τις υπόλοιπες παραμέτρους. Αυτούς τους τύπους θα χρησιμοποιήσουμε και στη δική μας περίπτωση, καθώς, μπορεί τα σκάφη της εταιρείας να μην είναι καινούργια, όμως έχουν όλα δεχθεί πρόσφατα ανακατασκευή, βοηθώντας έτσι σημαντικά στην συντήρησή τους.

Για τα ιστιοπλοϊκά σκάφη θα χρησιμοποιηθεί ο εξής προτεινόμενος τύπος : $\psi = 8.0802 \cdot \chi^2 + 804,31 \cdot \chi - 9569,3$, με $R^2 = 0,4238$, όπου ψ = το κόστος συντήρησης των ιστιοφόρων σκαφών και χ = το μήκος των σκαφών σε μέτρα. Για τα μηχανοκίνητα σκάφη θα χρησιμοποιηθεί ο εξής προτεινόμενος τύπος : $\psi = 69,021 \cdot \chi^2 - 1239,8 \cdot \chi + 6045,1$ με $R^2 = 0.7347$, όπου ψ = το κόστος συντήρησης των μηχανοκίνητων σκαφών και χ = το μήκος των σκαφών σε μέτρα.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται τα κόστη συντήρησης των σκαφών αναψυχής της εταιρείας κατά το δεύτερο έτος λειτουργίας της (δηλαδή 2021), καθώς το πρώτο έτος θεωρείται πως τα σκάφη είναι έτοιμα για χρήση.

Πίνακας 5.2 Κόστη συντήρησης των σκαφών για το δεύτερο έτος λειτουργίας (2021)

Μοντέλο σκάφους	Μήκος σε μέτρα	Κόστος συντήρησης σε ευρώ
Bavaria 32 cruiser	9,91m	646,00€
Beneteau Oceanis 50	15,24m	993,00€
Bavaria 44	13,95m	910,00€
Sun Odyssey 44 DS	13,34m	870,00€
Pershing 50	15,24m	6.495,00€
Ferretti 760 Flybridge	23,50m	10.015,00€
Σύνολο		19.929,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά την μελλοντική πρόβλεψη του κόστους συντήρησης των σκαφών, αυτή υπολογίστηκε για τα επόμενα 3 χρόνια λειτουργίας της εταιρείας με έναν προβλεπόμενο συντελεστή αύξησης του κόστους κατά 3%.

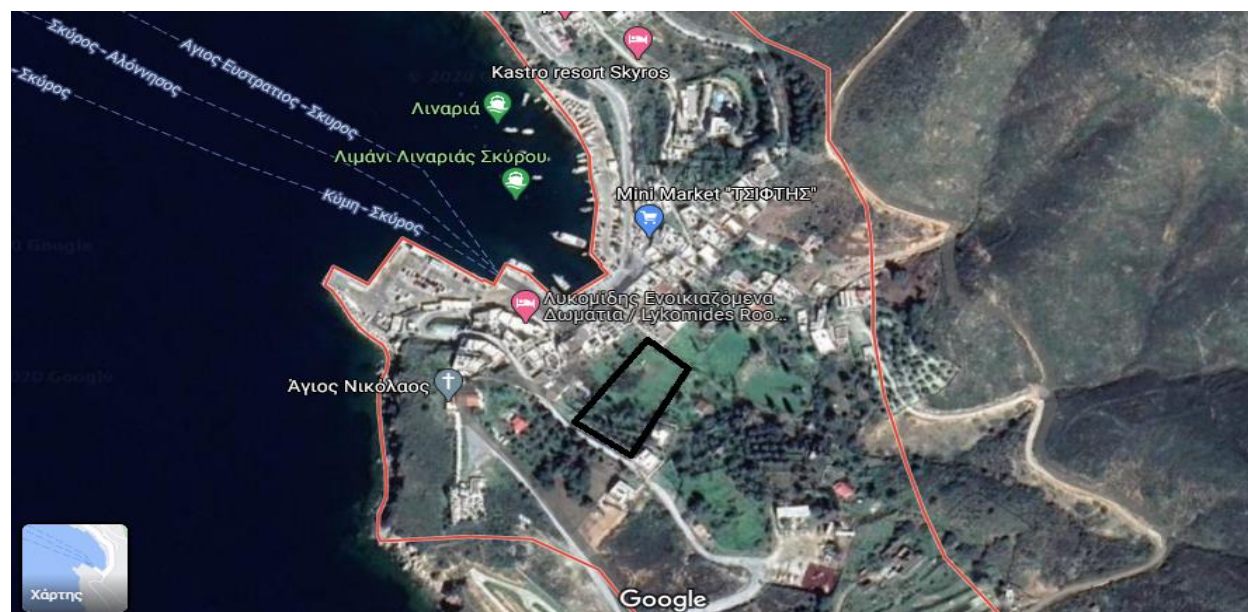
Πίνακας 5.3 Πρόβλεψη κόστους συντήρησης των σκαφών για τα επόμενα τρία χρόνια λειτουργίας (2021 - 2024)

2021	2022	2023	2024
19.929,00€	20.526,00€	21.141,00€	21.775,00€

Πηγή : Ίδια επεξεργασία

5.5 Χωρομετρικά και Μηχανολογικά σχέδια της μονάδας

Το οικόπεδο των τεσσάρων στρεμμάτων στο οποίο θα χτιστεί το κτίριο της επιχείρησης ανήκει στον ιδιοκτήτη Α της εταιρείας. Το οικόπεδο βρίσκεται κοντά στο κεντρικό λιμάνι Λιναριάς της Σκύρου και το μεγάλο του πλεονέκτημα είναι ότι βρίσκεται δίπλα σε δρόμο καθιστώντας το εύκολα προσβάσιμο και ορατό. Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνονται, με τη βοήθεια του Google Maps μέσω δορυφόρου, τα όρια του συγκεκριμένου οικοπέδου.



Εικόνα 5.7 Όρια οικοπέδου της εταιρείας μέσω Google Maps

5.6 Σχέδια Πολιτικού Μηχανικού

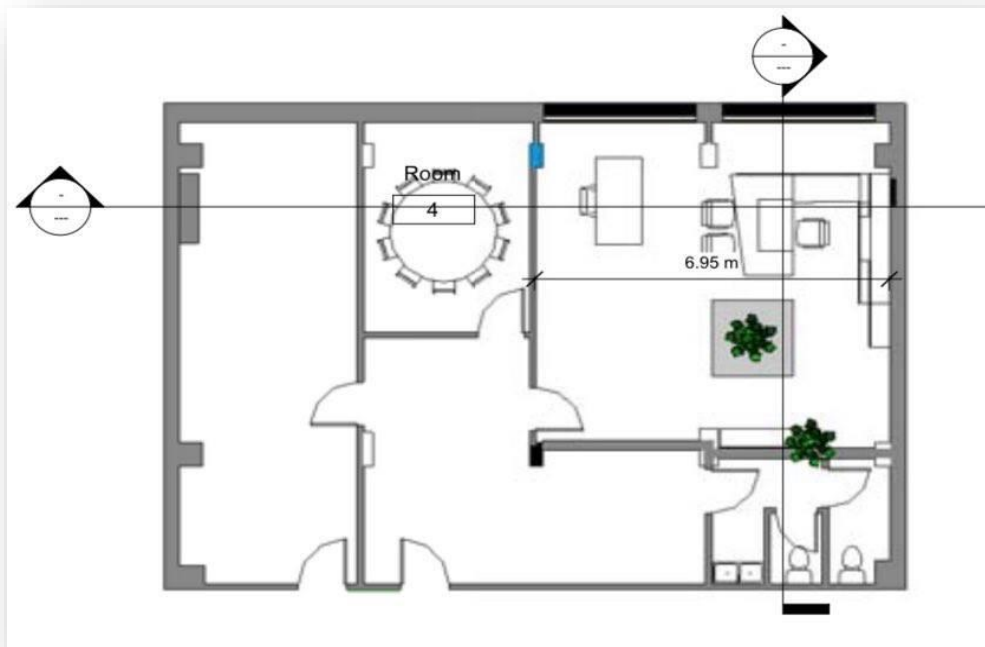
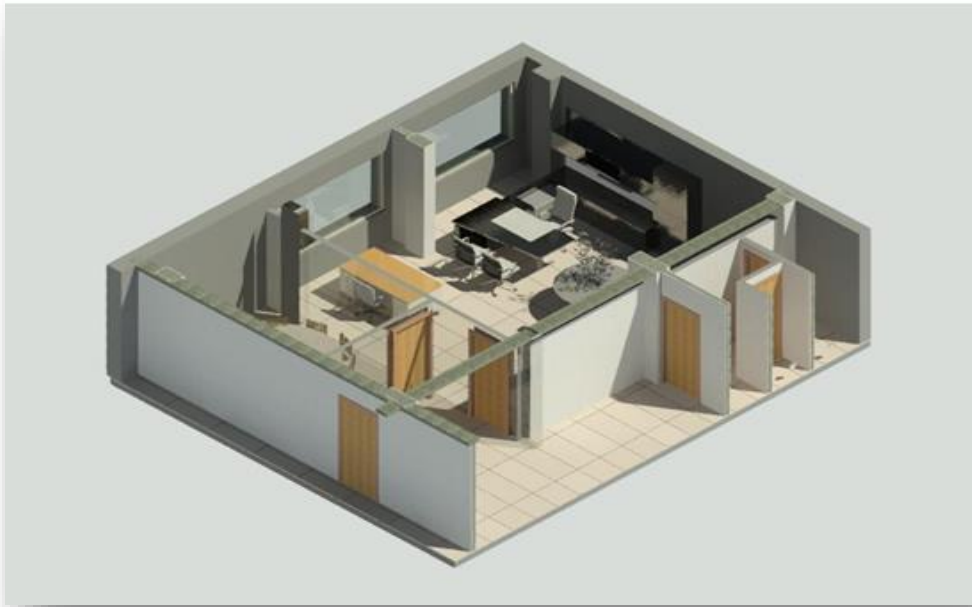
Γραφεία εταιρείας

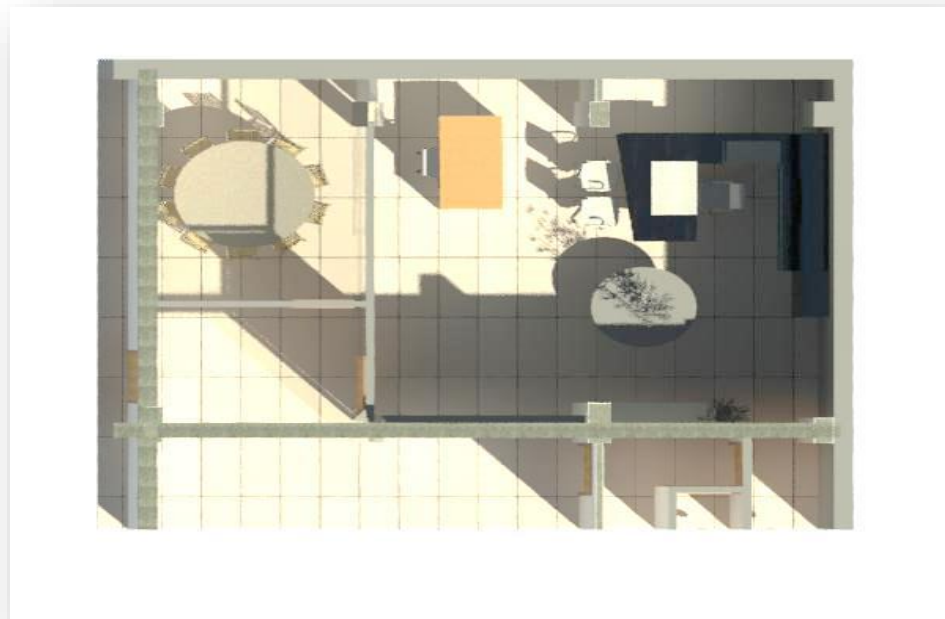
Η κτιριακή εγκατάσταση των γραφείων της επιχείρησης θα διαθέτει έναν κεντρικό χώρο υποδοχής και ένα γραφείο για τον team manager. Για την κατάλληλη λειτουργία του κεντρικού γραφείου της μονάδας απαιτείται ο παρακάτω εξοπλισμός γραφείου :

- 2 γραφεία
- 2 συρταριέρες
- Ντουλάπια
- Μικρό Ψυγείο και Κουζινικά Σκεύη
- 2 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και 2 Εκτυπωτές
- 2 Καρέκλες
- 2 Air-condition
- Τηλεφωνική εγκατάσταση και παροχή Internet (2 σταθερά τηλέφωνα – Fax)
- Ταμειακή μηχανή
- Μηχάνημα POS
- Έκδοση εντύπων τιμολογίων
- Καναπές τετραθέσιος για τον ενιαίο χώρο υποδοχής πελατών

Ο κεντρικός χώρος υποδοχής επίσης, θα διαθέτει αντρικές και γυναικείες τουαλέτες και έναν ενιαίο χώρο υποδοχής.

Κάτοψη κτιρίου γραφείων εταιρείας





Εικόνα 5.8 Κάτοψη κτιρίου γραφείων εταιρείας



5.7 Κόστος έργων Πολιτικού Μηχανικού

5.7.1 Κόστος οικοδόμησης και εξοπλισμού του κτιρίου

Την οικοδόμηση των κτιριακών εγκαταστάσεων θα την αναλάβει η κατασκευαστική εταιρεία NICON.S.A. η οποία και θα μας δώσει τη συνολική τιμή για όλο το έργο, στα 145.000€. Στο κόστος του περιβάλλοντος χώρου, που αναφέρεται παρακάτω, περιλαμβάνονται οι τιμεντοστρώσεις κατασκευή κρασπέδων, οι υδραυλικές εγκαταστάσεις, η αποχέτευση, ο φωτισμός και η περιφράξη των κτιρίων. Επιπλέον, στο κόστος υπολογίζεται και η εισφορά στο ΙΚΑ για τα κατασκευαστι



Στους παρακάτω πίνακες φαίνονται τα έξοδα των επενδυτών για τις κτιριακές εγκαταστάσεις, καθώς και το κόστος του εξοπλισμού των γραφείων της εταιρείας.

Πίνακας 5.4 Κόστος οικοδόμησης του κτιρίου

Είδος	Κόστος σε ευρώ
Άδεια και επίβλεψη	7.000,00€
Περιβάλλον χώρος	18.000,00€
Κτίριο γραφείων	70.000,00€
Σύνολο	95.000,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Πίνακας 5.5 Κόστος εξοπλισμού γραφείων ιστορίας

Είδος	Κόστος σε ευρώ
Εξοπλισμός γραφείου	3.450,00€
Επιγραφές διαφήμισης	1.600,00€
Έπιπλα γραφείου	1.300,00€
Air – Condition	1.200,00€
Σύνολο	7.550,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

5.7.2 Αμοιβή Πολιτικού Μηχανικού

Όσον αφορά τα έξοδα μόνο του πολιτικού μηχανικού, η τιμή που δώθηκε από τον ίδιο ήταν στα 15.000€. Άρα συνολικά, τα κατασκευαστικά κόστη μαζί με την αμοιβή του πολιτικού μηχανικού θα φτάνουν τα 110.000€.

5.7.3 Κόστος συντήρησης κτιρίου και λοιπών έργων

Εκτός από το συνολικό κόστος των τεχνικών εργασιών της κατασκευαστικής περιόδου, χρειάζεται να υπολογιστεί και το κόστος συντήρησης των υποδομών για τα επόμενα χρόνια, όπως για παράδειγμα η απολύμανση των κτιρίων, η συντήρηση του εξοπλισμού και των τοιχίων κ.α. Επίσης, υπολογίζεται και η προβλεπόμενη εξέλιξη του κόστους συντήρησης των κτιριακών εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού για τα επόμενα 3 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης με εκτιμώμενη αύξηση του κόστους κατά 3% για κάθε χρόνο.

Πίνακας 5.6 Κόστος συντήρησης κτιρίου (2020 - 2023)

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023
Κόστος συντήρησης κτιρίου και λοιπών έργων	5.000,00€	5.150,00€	5.305,00€	5.465,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 Οργάνωση μονάδας

Η σωστή οργάνωση αποτελεί την βασική αρχή κάτω από την οποία μία επιχείρηση μπορεί να οδηγηθεί σε κερδοφορία. Η οργάνωση βοηθά στο να δομηθούν σωστά οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Η κατάλληλη οργάνωση σε μία επιχείρηση επιτυγχάνεται με την κοινή συνεργασία του διεθυντικού και του εργατικού τομέα, μεταφέροντας ομαλά τις ευθύνες και τις δραστηριότητες στο κατάλληλο τμήμα, επιτυγχάνοντας στο τέλος τον κατάλληλο καταμερισμό των εργασιών και την επίτευξη των στόχων της εταιρείας. Προυπόθεση αποτελεί η σωστή δόμηση των τμημάτων αυτών ώστε να γίνει ξεκάθαρος ο διαχωρισμός των εργασιών και των λειτουργιών όλων των τμημάτων.

6.2 Οργανωσιακές και Διαχειριστικές Λειτουργίες

Οι οργανωσιακές και διαχειριστικές λειτουργίες είναι μείζονος σημασίας για μία επιχείρηση καθώς περιλαμβάνει όλα εκείνα τα οργανωσιακά τμήματα που προαναφέραμε στα οποία θα ανατεθεί το αντίστοιχο ποσοστό ευθυνών και εργασιών που θα κριθούν να βγάλουν εις πέρας.

Οι αρχές στις οποίες θα βασίζεται η οργανωσιακή λειτουργία της επιχείρησης είναι οι εξής:

- Εξειδίκευση των εργασιών, δηλαδή ένας επιμέρους καταμερισμός σε ατομικά καθήκοντα της εργασίας.
- Προκαθορισμένη ιεραρχία ώστε να αποφύγουμε τυχόν σύγχυση καθηκόντων αλλά και παράπονα από τους εργαζόμενους της επιχείρησης.
- Προκαθορισμένα καθήκοντα για κάθε τμήμα, για να γίνεται επικέντρωση στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

Οι οργανωσιακές μονάδες της δικής μας επιχείρησης κατηγοριοποιούνται ως εξής :

- ❖ Γενική Διεύθυνση
- ❖ Χρηματοοικονομική Διοίκηση
- ❖ Διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού
- ❖ Μάρκετινγκ και διανομή

- ❖ Προμήθειες και αποθήκευση
- ❖ Εργατικό δυναμικό

Παρακάτω θα αναλυθεί πως και από ποιούς θα στελεχωθούν τα συγκεκριμένα τμήματα.

6.3 Οργανόγραμμα

Η οργανωτική δομή μίας επιχείρησης η οποία, όπως προαναφέραμε, παρέχει όλα τα απαραίτητα διοικητικά στάδια, πολλές φορές είναι γνωστή και με τον όρο οργανόγραμμα. Το οργανόγραμμα, ουσιαστικά, είναι η απεικόνιση της οργανωτικής δομής μέσω ενός σχεδίου το οποίο φανερώνει όλα τα βασικά τμήματα της επιχείρησης με τις αντίστοιχες ευθύνες και αρμοδιότητες. Όσον αφορά το οργανόγραμμα της επιχείρησης **Skyros Yachts**, αυτό θα απεικονίζει τα κύρια τμήματα της εταιρείας, όπως προαναφέρθηκαν, και θα υπάρχει συγκεκριμένο μοτίβο στελέχωσης αυτών. Συγκεκριμένα, η Γενική Διεύθυνση της εταιρείας χωρίζεται ισόποσα στους τρεις επενδυτές και ιδιοκτήτες της εταιρείας, καθώς και οι τρεις κατέχουν ίσο ποσοστό μετοχών.

Ο **επενδυτής Α**, όντας μόνιμος κάτοικος του νησιού και έχοντας αρκετές επαφές με τους ντόπιους επιχειρηματίες, θα αναλάβει το Μάρκετινγκ και Προώθηση των προϊόντων της εταιρείας, καθώς και ην ευθύνη της Αποθήκευσης και εισαγωγής Προμηθειών της επιχείρησης.

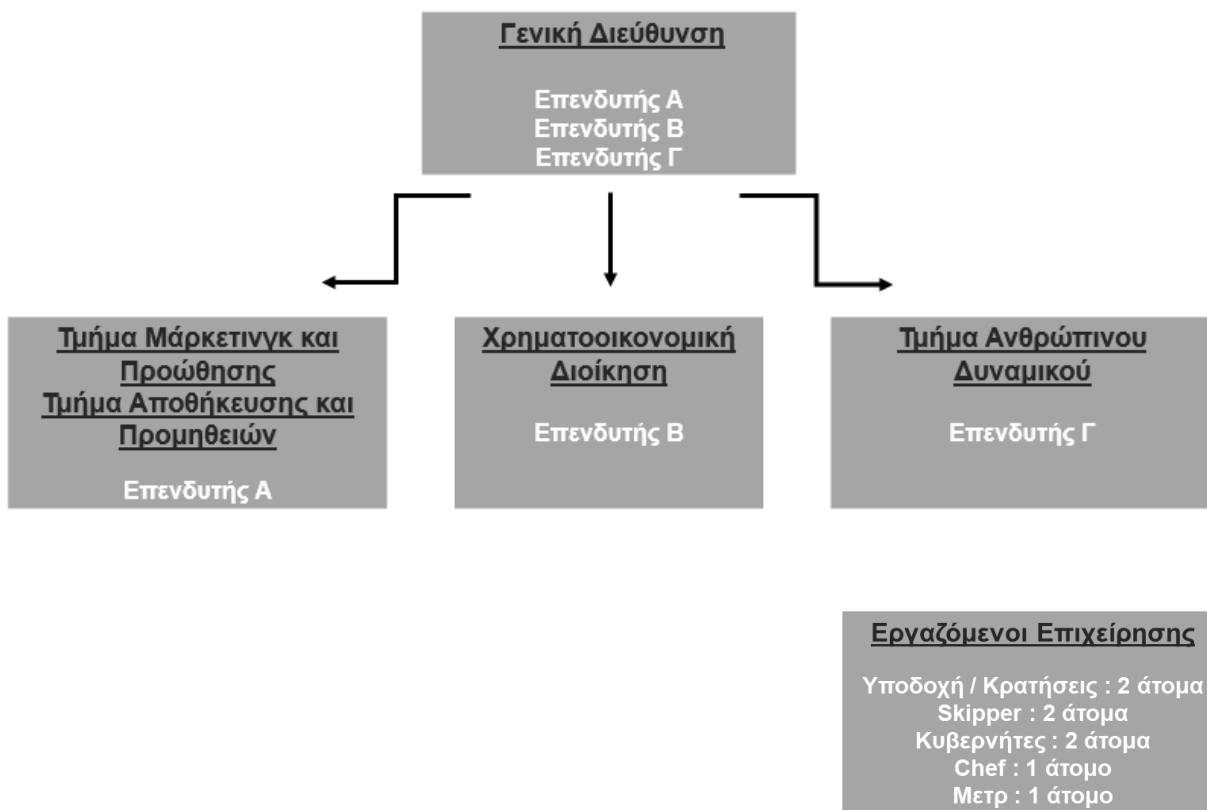
Το τμήμα της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης θα το αναλάβει ο **επενδυτής Β**, ο οποίος λόγω των σπουδών του στα οικονομικά αλλά και της εμπειρίας του μέσα από το λογιστικό γραφείο που κατέχει η οικογένειά του, κρίνεται ικανός στο να διαχειριστεί τα οικονομικά και λογιστικά θέματα της εταιρείας.

Τέλος, ο **επενδυτής Γ** θα είναι ο υπεύθυνος του τμήματος Ανθρώπινου Δυναμικού, αφού η πολυετής εμπειρία του πάνω στον κλάδο του yachting, καθώς και οι γνώσεις του πάνω στο επάγγελμα του skipper, τον καθιστά κατάλληλο για το συγκεκριμένο τμήμα.

Το εργατικό δυναμικό της εταιρείας, όπως θα αναλυθεί και περισσότερο στο Κεφάλαιο 7, θα αποτελείται από συνολικά 10 άτομα προσωπικό (2 άτομα Υποδοχή / Κρατήσεις, 4 Skipper ιστιοπλοικών σκαφών, 2 Κυβερνήτες μηχανοκίνητων σκαφών, 1 Chef και τέλος, 1 Μετρ).

Παρακάτω φαίνεται το διάγραμμα του οργανογράμματος της εταιρείας, όπως ακριβώς αναλύθηκε πηγουμένως.

Διάγραμμα 6.1 Οργανόγραμμα εταιρείας “ Skyros Yachts ”



Πηγή : Ίδια επεξεργασία

6.4 Γενικά Έξοδα Επιχείρησης

Παρακάτω φαίνεται η περιγραφή των γενικών εξόδων της εταιρείας για το πρώτο έτος λειτουργίας της (2020) :

- ❖ **Ασφάλιστρα** – Σύμφωνα με το Νόμο 2743/1999 καθίσταται υποχρεωτική η ασφαλιστική κάλυψη της αστικής ευθύνης των σκαφών αναψυζής. Ο νόμος αυτός προστατεύει τα συμφέροντα όσων μπορούν να ζημιωθούν από τη χρήση σκαφών αναψυχής. Συγκεκριμένα, τα ασφάλιστρα για τα ιστιοπλοϊκά σκάφη χωρητικότητας έως 50 ατόμων είναι 200 ευρώ και για τα μηχανοκίνητα σκάφη άνω των 200hp είναι 190 ευρώ. Επομένως, στη δική μας περίπτωση έχουμε :

Μηχανοκίνητα → 380€

Ιστιοπλοϊκά → 1.600€

Σύνολο → 1.980€

- ❖ **Κόστος ελλιμενισμού** – Το κόστος ελλιμενισμού για την περιοχή της Σκύρου περιλαμβάνει την ακόλουθη τιμολόγηση :

Σκάφη από 0μ – 7μ → 10€ / μέτρο

Σκάφη από 7μ – 10μ → 65€ / μέτρο

Σκάφη από 10μ – 15μ → 120€ / μέτρο

Σκάφη από 15μ και άνω → 180€ / μέτρο

Επομένως, όσον αφορά τα δικά μας σκάφη, το κόστος ελλιμενισμού τους είναι το εξής :

Bavaria 32 cruiser → 644,15€ X 2 = 1288,30

Beneteau 50 Oceanis → 2.743,2€ X 2 = 5.486,40

Bavaria 44 → 1.674,2€ X 2 = 3.348,00

Sun Odyssey 44 DS → 1.600,8€ X 2 = 3.201,60

Pershing 50 → 2.743,2€

Ferretti 760 Flybridge → 4.230,0€

Σύνολο → 20.297,50€

- ❖ **Κόστος συντήρησης** – Όπως προαναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, το κόστος συντήρησης των σκαφών ξεκινά από το δεύτερο εξάμηνο λειτουργίας της επιχείρησης. Επομένως, το κόστος συντήρησης για το 2021, όπως υπολογίστηκε προηγουμένως, θα είναι **19.929€**.

- ❖ **Κόστος ενοικίασης χώρου αποθήκευσης** – Η αποθήκευση των 8 ιστιοπλοϊκών σκαφών της εταιρείας θα πραγματοποιηθεί σε ειδικό χώρο του λιμένα της Λιναριάς και θα κοστίζει **2.000€** το εξάμηνο.

- ❖ **Διάφορα επιπρόσθετα κόστη λιμένα** – Τα συγκεκριμένα κόστη αφορούν τις διάφορες υπηρεσίες που παρέχει η μαρίνα, όπως η διακίνηση και η μεταφορά των αποβλήτων κ.α. Το κόστος των παροχών αυτών ανέρχεται στα **3.500€** για κάθε εξάμηνο λειτουργίας.

- ❖ **Αποσβέσεις** – Η ετήσια απόσβεση των σκαφών αναψυχής της εταιρείας υπολογίζεται με βάση τον σταθερό συντελεστή απόσβεσης (12,5%), ο οποίος πολλαπλασιάζεται με το αρχικό κόστος αγοράς του σκάφους. Επομένως, η συνολική απόσβεση των σκαφών είναι **216.506,25€**.

- ❖ **Δημοτικός φόρος** – Ο δημοτικός φόρος της Σκύρου ανέρχεται στα **450€** ετησίως.
- ❖ **Φορολογία (ΤΕ.Π.Α.Η.)** – Το ΤΕ.Π.Α.Η., ή αλλιώς Τέλος Πλοίων Αναψυχής και Ημερόπλοιων, ψηφίστηκε το 2013 με τον νόμο 4211/2013 ΦΕΚ 256Α το παλιό Τέλος Παραμονής και Πλόων. Ο νόμος αυτός απαιτεί την ετήσια καταβολή συγκεκριμένου φόρου από τους ιδιοκτήτες σκαφών ανάλογα με το μέγεθος του εκάστοτε σκάφους. Οι ιδιοκτήτες που χρησιμοποιούν σκάφη για καθαρά επαγγελματική χρήση έχουν έκπτωση 25% επί του συνολικού φόρου. Συγκεκριμένα :

Σκάφη από 7μ – 8μ → 16€ / μήνα

Σκάφη από 8μ – 10μ → 25€ / μήνα

Σκάφη από 10μ – 12μ → 33€ / μήνα

Σκάφη άνω των 12μ → Πολλαπλασιάζονται τα μέτρα επί 8€ (π.χ. 15,25μ → 15,25 X 8 = 122€ / μήνα)

Επομένως, το ΤΕ.Π.Α.Η. για τα σκάφη της δικής μας εταιρείας το ετήσιο κόστος θα είναι το εξής :

Bavaria 32 cruiser → 225€

Beneteau 50 Oceanis → 1,099€

Bavaria 44 → 1.005€

Sun Odyssey 44 DS → 960,5€

Pershing 50 → 1.098€

Ferretti 760 Flybridge → 1.668€

Σύνολο → 6.055,00€

- ❖ **Κόστος ΔΕΗ, ΟΤΕ και νερό της εταιρείας** – Το ετήσιο κόστος σε ρεύμα, τηλέφωνο και νερό όσον αφορά το κτίριο της επιχείρησης θα ανέρχεται στα **950€**.
- ❖ **Εξωτερικοί συνεργάτες** – Η επιχείρηση δεν χρειάζεται λογιστή ως εξωτερικό συνεργάτη καθώς την αρμοδιότητα αυτή θα αναλάβει ο επενδυτής Β, όμως θα υπάρχει ένας Νομικός Σύμβουλος του οποίου το ετήσιο κόστος θα είναι **500€**.
- ❖ **Έξοδα Μάρκετινγκ** – Τα έξοδα Μάρκετινγκ της εταιρείας αναλύθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο και ανέρχονται στα **1.660€** κατά το 2020.

- ❖ **Έξοδα Προσωπικού** – Το μόνιμο προσωπικό της εταιρείας θα αποτελείται από 10 άτομα και το κόστος μισθοδοσίας τους θα είναι το εξής :

Υποδοχή / κρατήσεις (2 άτομα) → 900€ / μήνα [σύνολο : 13.500€ / σεζόν]

Skipper (4 άτομα) → 1.200€ / μήνα [σύνολο : 28.800€ / σεζόν]

Chef (1 άτομο) → 1.500€ / μήνα [σύνολο : 9.000€ / σεζόν]

Μετρ (1 άτομο) → 1.100€ / μήνα [σύνολο : 6.600€ / σεζόν]

Κυβερνήτης (2 άτομα) → 3.000€ / μήνα [σύνολο : 36.000€ / σεζόν]

Σύνολο → 93.900€

- ❖ **Έξτρα έξοδα** – Τα έξοδα αυτά αφορούν ορισμένα απρόβλεπτα κόστοι που μπορεί να προκύψουν καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησης της επένδυσης και υπολογίζονται στα **500€** ετησίως.

Παρακάτω φαίνεται ο πίνακας με συγκεντρωμένα τα γενικά έξοδα της εταιρείας που προαναφέραμε. Τα χρονικά πλαίσια που απεικονίζονται αφορούν τα έτη 2020 – 2023 με τις αντίστοιχες προβλέψεις τυχόν αυξομειώσεων των εξόδων στο πέρασμα των χρόνων.

Πίνακας 6.1 Γενικά έξοδα εταιρείας 2020 – 2023

Κατηγορία	2020	2021	2022	2023
ΔΕΗ, ΟΤΕ, Ύδρευση	950,00€	950,00€	950,00€	950,00€
Κόστος Συντήρησης	-	19.929,00€	20.526,00€	21.141,00€
Κόστος Αποθήκευσης	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€	2.000,00€
Έξοδα Μάρκετινγκ	1.660,00€	1.160,00€	1.050,00€	900,00€
Πρόσθετα Κόστη Μαρίνας	8.650,00€	8.736,00€	8.823,00€	8.912,00€
Δημοτικός Φόρος	450,00€	450,00€	450,00€	450,00€
Έξτρα Έξοδα	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€
Εξωτερικοί Συνεργάτες	500,00€	500,00€	500,00€	500,00€
ΤΕ.Π.Α.Η.	6.055,00€	6.055,00€	6.055,00€	6.055,00€
Ασφάλιστρα	1.980,00€	1.980,00€	1.980,00€	1.980,00€
Αποσβέσεις	216.506,25€	216.506,25€	216.506,25€	216.506,25€
Σύνολο	164.470,05€	182.341,05€	180.662,05€	178.971,05€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 Ανάλυση Τμημάτων Επιχείρησης και Ανθρωπίνων Πόρων

7.1.1 Γενική Διεύθυνση

Η Γενική Διεύθυνση αποτελεί το βασικότερο τμήμα της εταιρείας καθώς έχει την απόλυτη ευθύνη για τις διαδικασίες που ακολουθούν όλα τα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης. Πρέπει να γνωρίζει καλά τις αρμοδιότητες του κάθε τμήματος και να μεριμνεί ώστε να εφαρμόζεται σωστά η πολιτική της εταιρείας από όλους. Η Γενική Διεύθυνση της “ **Skyros Yachts** ” θα αποτελείται σε ισάξιο ποσοστό από τους τρεις επενδυτές και συνιδιοκτήτες της εταιρείας. Οι επενδυτές Α, Β και Γ έχουν ίσο ποσοστό μετοχών στην εταιρεία και επομένως ίση ευθύνη όσον αφορά τις συνολικές διεργασίες της επιχείρησης.

7.1.2 Χρηματοοικονομική Διοίκηση

Το τμήμα της Χρηματοοικονομικής Διοίκησης είναι υπεύθυνο για τις οικονομικές δραστηριότητες της εταιρείας και αποτελεί σημαντικό κομμάτι της πετυχημένης πορείας της επιχείρησης στον κλάδο. Το συγκεκριμένο τμήμα θα ασχολείται κυρίως με τις λογιστικές υποχρεώσεις της εταιρείας, τις οικονομικές αναλύσεις και την πορεία των εσόδων και εξόδων, καθώς και με την κοστολόγηση των εργαζομένων. Υπεύθυνος του τμήματος Χρηματοοικονομικής Διοίκησης θα είναι ο επενδυτής Β, ο οποίος όπως προαναφέρθηκε, λόγω της προυπηρεσίας του στο λογιστικό γραφείο που εργαζόταν επί χρόνια αποτελεί το κατάλληλο άτομο για αυτήν τη θέση.

7.1.3 Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Το τμήμα Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού έχει ως προτεραιότητα την σωστή κατανομή των εργαζομένων στα αντίστοιχα τμήματα εξιδείκευσης της εταιρείας, καθώς και την ευθύνη των εργασιακών συνθηκών και αρμοδιοτήτων των υπαλλήλων. Σημαντική αρμοδιότητα του τμήματος Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού είναι η ευθύνη που κατέχει απέναντι στην σταθερή ποιότητα που θα πρέπει να έχουν οι προσφερόμενες υπηρεσίες της εταιρείας. Επειδή το μεγαλύτερο κομμάτι του ανθρώπινου δυναμικού αποτελείται από τους skipper, υπεύθυνος του συγκεκριμένου

τμήματος θα είναι ο επενδυτής Γ ο οποίος κατέχει μεγάλη εμπειρία στον τομέα του yachting έχοντας αρκετά χρόνια προυπηρεσίας ως skipper. Επίσης, θα βοηθήσει αρκετά στο κομμάτι της εκπαίδευσης των skipper της εταιρείας, ώστε να παρέχουν τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες πλοήγησης στους πελάτες.

7.1.4 Τμήμα Μάρκετινγκ και Προώθησης

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Προώθησης αποτελεί ένα πολύ σημαντικό τμήμα για την εταιρεία, ειδικά στα αρχικά επιχειρηματικά βήματά της, καθώς είναι υπεύθυνο για την σωστή προώθηση του προϊόντος που προσφέρει η επιχείρηση. Η σημασία της προώθησης είναι μεγάλη, ειδικά για τις τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς η διαφήμιση αποτελεί μεγάλο παράγοντα προσέλκυσης πελατών και διεύρυνσης των παρεχόμενων υπηρεσιών της επιχείρησης στο ευρύ κοινό. Τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για τη διαφήμιση της εταιρείας προαναφέρθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο και θα αφορούν κυρίως διάδοση μέσω των social media, λόγω της μεγάλης εξέλιξής τους τα τελευταία χρόνια. Αρμόδιος του συγκεκριμένου τμήματος θα είναι ο επενδυτής Α, αφού η πολύχρονη παρουσία του και οι γνωριμίες του στο νησί θα εμπνέουν ένα αίσθημα εμπιστοσύνης και οικειότητας στους ντόπιους πελάτες. Επίσης, το γεγονός πως γνωρίζει καλά τα είδη τουριστών που έρχονται επί χρόνια στο νησί θα βοηθήσει αρκετά στο να στοχεύσει η επιχείρηση τις κατάλληλες κατηγορίες τουριστών.

7.1.5 Τμήμα Αποθήκευσης και Προμηθειών

Το τμήμα Αποθήκευσης και Διανομής αποτελεί το τελευταίο διοικητικό τμήμα της εταιρείας αλλά όχι όμως το λιγότερο σημαντικό. Το συγκεκριμένο τμήμα θα έχει ως αρμοδιότητα την σωστή αποθήκευση του εξοπλισμού της εταιρείας (κυρίως τα σκάφη) για την χειμερινή περίοδο όπου εκείνη δεν θα λειτουργεί. Ακόμη, θα ασχολείται με την επιλογή των κατάλληλων προμηθειών που θα εισάγει η επιχείρηση σε περίπτωση έλλειψης ή αναπλήρωσης υλικών. Υπεύθυνος του τμήματος θα είναι, επίσης, ο επενδυτής Α καθώς, αρχικά, όσον αφορά την αποθήκευση των σκαφών θα είναι εκείνος που θα συννενοηθεί με το Δήμο της Σκύρου ώστε να παρέχεται στην εταιρεία για το χειμερινό εξάμηνο ο ειδικός χώρος αποθήκευσης των σκαφών με καταβολή ενοικίου. Επίσης, σχετικά με τις προμήθειες θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσει τις γνωριμίες του ώστε να βρει τους κατάλληλους προμηθευτές τόσο για τον εξοπλισμό των γραφείων της εταιρείας όσο και των σκαφών.

7.1.6 Ανθρώπινο Δυναμικό

Τμήμα Υποδοχής / Κρατήσεων

Το συγκεκριμένο τμήμα θα είναι το πρώτο με το οποίο θα έρχεται σε επαφή ο πελάτης και θα οφείλει να αφήσει την καλύτερη δυνατή εντύπωση για την εικόνα της επιχείρησης. Αναλυτικά τα καθήκοντα των εργαζομένων του τμήματος υποδοχής και κρατήσεων θα είναι τα εξής :

- **Γραμματειακή υποστήριξη** (π.χ. έγκαιρη απάντηση τηλεφώνων, διαχείριση παραπόνων σε συνεργασία με τον υπεύθυνο προσωπικού)
- **Υποδοχή και παροχή βοθηιών προς τους νεοεισερχόμενους επισκέπτες** (π.χ. διάθεση τοπικού χάρτη και σημείων ενδιαφέροντος του νησιού)
- **Παρουσίαση των κατηγοριών των σκαφών και του τιμοκατάλογου** (π.χ. επεξήγηση των χαρακτηριστικών τους και των δυνατοτήτων τους)
- **Υπευθυνότητα και στο χώρο εργασίας** (π.χ. καθαριότητα και συντήρηση του εσωτερικού χώρου του γραφείου)

Το τμήμα Υποδοχής / Κρατήσεων θα απαρτίζεται από δύο άτομα τα οποία θα είναι γνώστες της Αγγλικής γλώσσας, θα ξέρουν να χειρίζονται Η/Υ και θα πρέπει να έχουν το χάρισμα της επικοινωνίας και της εξυπηρέτησης του πελάτη.

Skipper

Οι skipper θα είναι εκείνοι που θα είναι υπεύθυνοι για την πλοήγηση των σκαφών της εταιρείας και που θα οφείλουν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες ανάλογα με την συμφωνία που έχουν πράξει με το γραφείο. Όσον αφορά τις δραστηριότητες και τα καθήκοντα που θα έχουν, αυτά σχετίζονται με την παραλαβή του σκάφους, τον έλεγχο της κατάστασης και του εξοπλισμού του, τις προμήθειες και τις ποσότητες σε νερό και καύσιμο που διαθέτουν και τέλος, την πλοήγηση των σκαφών σε παραλίες ή λιμάνια ανάλογα με τις επιθυμίες των ενοικιαστών. Η εταιρεία, παρ' όλο που τα ιστιοφόρα σκάφη θα είναι 8, θα διαθέτει 4 μόνιμους skipper, καθώς σε κάποιες περιπτώσεις οι πελάτες μπορεί να κατέχουν δίπλωμα πλοήγησης και να μην χρειάζονται skipper στο σκάφος τους. Σχετικά με τις δεξιότητες που θα πρέπει να πληρούν οι skipper της εταιρείας αυτά θα βασίζονται στα εξής :

- Καλή φυσική και σωματική κατάσταση
- Ικανότητες για αντιμετώπιση ειδικών μηχανικών ζητημάτων
- Προθυμία, συνέπεια και επιδεξιότητα

- Αντοχή και ψυχραιμία
- Γρήγορα αντανάκλαστικά
- Γνώση τουλάχιστον της Αγγλικής γλώσσας
- Να γνωρίζει να χειρίζεται τους ναυτικούς χάρτες και τα βιβλία
- Να χειρίζεται ναυτικά όργανα και τη χάραξη πορείας

Όσον αφορά τις επιδεξιότητες, ειδικά τις δύο τελευταίες, οι skipper θα υποβληθούν σε συνεχόμενη εκπαίδευση από τον υπεύθυνο ανθρώπινου δυναμικού (επενδυτή Γ) ώστε να είναι απόλυτα έτοιμοι να εξυπηρετήσουν και τους πιο απαιτητικούς πελάτες στις δυσκολότερες συνθήκες.

Κυβερνήτες

Οι Κυβερνήτες θα είναι επεύθυνοι για τα δύο μηχανοκίνητα σκάφη της εταιρείας. Το είδος της εργασίας τους θα είναι παρόμοιο με εκείνο των skipper, όμως οι Κυβερνήτες θα έχουν περισσότερες ευθύνες καθώς θα είναι υπεύθυνοι για ολόκληρο το σκάφος και για όλο το εξάμηνο λειτουργίας της επιχείρησης. Επίσης, οι Κυβερνήτες της εταιρείας θα πρέπει να είναι απόφοιτοι ναυτικής σχολής είτε δημόσιας είτε ιδιωτικής, ώστε να παρέχουν πλήρη κατάρτιση στον κλάδο.

Chef

Η εταιρεία, στα πλαίσια εξυπηρέτησης των απαιτητικών πελατών, θα διαθέτουν έναν επαγγελματία Chef, ο οποίος θα είναι μόνιμα τοποθετημένος στο πολυτελές μηχανοκίνητο σκάφος της επιχείρησης, Ferretti 760 Flybridge. Στόχος της εργασίας του είναι να παρέχει γκουρμέ γεύματα στους ενοικιαστές καθ' όλη τη διάρκεια της ενοικίασης του σκάφους δημιουργώντας μία μοναδική γαστρονομική εμπειρία εν πλω. Τέλος, όσον αφορά τις προμήθειες του σκάφους, ο Chef θα είναι αποκλειστικά υπεύθυνος για την αγορά και την συμπλήρωση των τροφίμων για το συγκεκριμένο σκάφος στο οποίο και θα εργάζεται.

Μετρ

Ο μετρ της εταιρείας θα είναι τοποθετημένος και εκείνος στο πολυτελές σκάφος της εταιρείας, Ferretti 760 Flybridge, και θα αναλάβει την ευθύνη του hostess. Συγκεκριμένα, όταν οι επιβάτες εισέλθουν στο σκάφος, ο μετρ θα είναι υπεύθυνος στο να τους ξεναγήσει στο εσωτερικό του και να τους δείξει όλους τους διαθέσιμους χώρους που μπορούν να αξιοποιήσουν. Επίσης, θα πρέπει

να είναι υπεύθυνος για οτιδήποτε χρειαστούν οι πελάτες σχετικά με την διευκρίνιση των παροχών του σκάφους. Ο Μετρ θα πρέπει να είναι έμπειρος στον τομέα του, να γνωρίζει άπταιστα την Αγγλική γλώσσα και να φροντίζει πάντα να είναι ευπαρουσίαστος και φιλόξενος με τους ενοικιαστές.

7.1.7 : Εξωτερικοί Συνεργάτες

Ως εξωτερικοί συνεργάτες της επιχείρησης ορίζονται όσοι δεν έχουν σύμβαση εργασίας αορίστου χρόνου, όπως το μόνιμο προσωπικό της εταιρείας, αλλά δουλεύουν με εργόσημα ανάλογα με το πότε θα τους χρειαστεί η εταιρεία. Όσον αφορά τη δική μας εταιρεία, ως εξωτερικοί συνεργάτες θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά skipper, καθώς το μόνιμο προσωπικό των 4 ατόμων δεν επαρκεί στην περίπτωση που οι ενοικιαστές όλων των σκαφών επιθυμούν skipper. Οι skipper αυτοί θα είναι γνώστες του επαγγέλματός τους και δεν θα χρειάζονται επιπλέον χρόνο εκπαίδευσης μέχρι να ανοίξει η επιχείρηση.

7.2 Προσέλκυση και Επιλογή Ανθρώπινου Δυναμικού

Καθώς ολοκληρώθηκε η περιγραφή των αρμοδιοτήτων του κάθε τμήματος, στη συνέχεια, προχωράμε στην διαδικασία της προσέλκυσης του ανθρώπινου δυναμικού που θα πλαισιώσει τα τμήματα της επιχείρησης. Το γεγονός ότι η επιχείρηση δεν απαιτεί μεγάλη ποσότητα υπαλλήλων αλλά και το ότι δραστηριοποιείται σε ένα αρκετά κερδοφόρο κλάδο, μας κάνει να πιστεύουμε ότι δεν θα δυσκολευτούμε ιδιαίτερα στην εύρεση προσωπικού.

Το βασικότερο και πρωταρχικό κριτήριο που θα πρέπει να υπάρχει στην διαδικασία της στελέχωσης της επιχείρησης είναι η πληρότητα των απαιτούμενων κριτηρίων από τον υποψήφιο για το κάθε τμήμα. Είναι πολύ σημαντικό για την επιχείρηση να προσέξει στο να επιλέξει τα κατάλληλα άτομα με τα απαραίτητα προσόντα και δεξιότητες που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο υποκεφάλαιο. Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να γίνει η προσέλκυση των ενδιαφερόμενων για τις θέσεις εργασίας είναι οι εξής : Επαγγελματικές σχολές, ημέρες καριέρας, γραφεία ευρέσεως εργασίας, μέσα μαζικής ενημέρωσης, τοπική κοινωνία.

Το τελευταίο μέσο μπορεί να φανεί και το αποδοτικότερο στην περίπτωσή μας, καθώς, επειδή η επιχείρηση εδρεύει στη Σκύρο, μπορεί να γίνει πρόσληψη μόνιμων κατοίκων που θα γνωρίζουν καλά την περιοχή και δεν θα επιβαρύνουν την επιχείρηση με έξοδα διαμονής. Ωστόσο,

οποιαδήποτε αξιολόγηση και επιλογή των υποψηφίων θα πραγματοποιηθεί με την συλλογή και την εξέταση των βιογραφικών καθώς και με προσωπικές συνεντεύξεις με τους υποψηφίους.

7.3 Εκπαίδευση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού είναι αναγκαία ώστε να μπορέσουν οι υπάλληλοι να βελτιώσουν τις δεξιότητες και τις ικανότητές του και να γίνουν αποδοτικότεροι για την επιχείρηση. Η διαδικασία της εκπαίδευσης έρχεται αμέσως μετά την πρόσληψη των εργαζομένων και γίνεται ξεχωριστά στον καθένα σύμφωνα με τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες του κάθε τμήματος. Ο χρόνος που θα απαιτηθεί για την ολοκλήρωση της διαδικασίας εκπαίδευσης εξαρτάται από το σύνολο και την πολυπλοκότητα των καθηκόντων του κάθε τμήματος της επιχείρησης, αλλά, και από την ικανότητα του κάθε υπαλλήλου στο να δέχεται και να αφομοιώνει άμεσα νέες πληροφορίες.

Επιπλέον, η εκπαίδευση των εργαζομένων θα πρέπει να είναι συνεχής καθώς το εξωτερικό περιβάλλον αλλάζει και οι απαιτήσεις του επαγγέλματος ολοένα και αυξάνονται. Έτσι, το προσωπικό θα πρέπει να είναι πάντα ενήμερο για τις αλλαγές αυτές και έτοιμο να ανταπεξέλθει στις νέες προσδοκίες. Ακόμη, πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η αξιολόγηση των εργαζομένων κατά τη διάρκεια του χρόνου. Η αξιολόγηση έχει ως σκοπό την εξέταση του τρόπου με τον οποίο δουλεύουν οι εργαζόμενοι και την υπενθύμιση των απαραίτητων διαδικασιών λειτουργίας της επιχείρησης. Βοηθά στο να επιβραβεύονται εκείνοι που δουλεύουν σωστά και με όρεξη και να διορθώνονται εκείνοι που εκτελούν λανθασμένα τα καθήκοντά τους. Τέλος, πρωταρχικός στόχος είναι η συνεχής εξέλιξη της επιχείρησης μέσα απ' την διαρκή εξέλιξη των εργαζομένων.

7.4. Ανάλυση κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται η ανάλυση του κόστους του Ανθρώπινου Δυναμικού της εταιρείας όσον αφορά το πρώτο έτος λειτουργίας. Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελείται από 2 εργαζόμενους Υποδοχής, 4 skipper, 2 Κυβερνήτες, 1 Chef και 1 Μετρ. Το κόστος του μισθού των εργαζομένων θα υπολογισθεί για τους 6 μήνες λειτουργίας της επιχείρησης. Επίσης, στο συνολικό κόστος του κάθε εργαζόμενου συμπεριλαμβάνεται και το κόστος ασφάλισής του. Τέλος, το κόστος των εξωτερικών συνεργατών, δηλαδή των skipper, θα συμπεριλαμβάνεται στην τιμή που θα ενοικιάζει το σκάφος ο εκάστοτε πελάτης.

Πίνακας 7.1 Κόστη ανθρώπινου δυναμικού για το 1ο έτος λειτουργίας (2020)

Κατηγορία	Καθαρές αποδοχές	Κόστος ασφάλισης
Υποδοχή / Κρατήσεις	710,00€ x 2	190,00€
Skipper	950,00€ x 4	250,00€
Μετρ	900,00€	200,00€
Chef	1.200,00€	300,00€
Κυβερνήτης	2.700,00€ x 2	300,00€
Σύνολο		93.900,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Τέλος, υπολογίζεται η μελλοντική εξέλιξη του συνολικού κόστους του ανθρώπινου δυναμικού της εταιρείας, μέχρι και το 2023, με ρυθμό αύξησης 2% ανά χρόνο.

Πίνακας 7.2 Πρόβλεψη κόστους ανθρώπινου δυναμικού 2020 - 2023

2020	2021	2022	2023
93.900,00€	95.778,00€	97.692,00€	99.645,00€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 Σκύρος – Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Η Σκύρος είναι το νοτιότερο νησί των Βορείων Σποράδων αλλά και το μεγαλύτερο σε έκταση (210 τετρ. χλμ.). Βρίσκεται στο κέντρο του Αιγαίου πελάγους και τοποθετείται στο νησιωτικό σύμπλεγμα των Σποράδων. Απέχει περίπου 35 χλμ. Ανατολικά της Ευβείας και το μεγαλύτερο μέρος του νησιού χαρακτηρίζεται ως ορεινό. Όσον αφορά τον πληθυσμό του, σύμφωνα με πρόσφατες μετρήσεις, έχει 2.994 κατοίκους. Το κλίμα του νησιού χαρακτηρίζεται από θερμά καλοκαίρια και ήπιους χειμώνες.

Πρωτεύουσα του νησιού είναι η Σκύρος (ή αλλιώς Χώρα) η οποία βρίσκεται στην ανατολική ακτή. Το κύριο λιμάνι του νησιού, στο οποίο θα χτιστεί και η επιχείρηση, είναι το λιμάνι της Λιναριάς το οποίο συνδέεται με ασφατωμένο χώρο 11χλμ. με την πρωτεύουσα (Χώρα). Το λιμάνι της Σκύρου συνδέεται ακτοπλοικά σε καθημερινή βάση με τα λιμάνια της Εύβοιας και της Κύμης με δρομολόγια που εκτελούνται από την ακτοπλοική εταιρεία Ναυτική Εταιρεία Σκύρου (Skyros Shipping Co.).

8.2 Τουριστικός Λιμένας Σκύρου



Εικόνα 8.1 Τουριστικό Καταφύγιο (Marina) Σκύρου

Το τουριστικό καταφύγιο των 17 θέσεων εντός του Λιμένα Λιναριάς χωροθετήθηκε το 2005 (ΦΕΚ 921 Δ 2005). Το Λιμενικό Ταμείο Σκύρου είναι ο Φορέας διαχείρισης του από την 30-4-2010 και για 23 χρόνια (ΦΕΚ 563B 30.4.2010). Το Τουριστικό καταφύγιο Λιναριάς με την από 23/6/14 ΑΠ: 14059 (ΑΔΑ: ΩΛΨ700-ΛΜΗ) Απόφαση της Υπουργού Τουρισμού διαθέτει Άδεια Λειτουργίας, Εδικό Κανονισμό Λειτουργίας και τιμολόγια χρεώσεων. Τα βάθη στη λιμενολεκάνη του Τουριστικού Λιμένα κυμαίνονται από 10 έως 4 μέτρα. Τέλος, το λιμάνι προσβάλλεται από Δυτικούς και Βορειοδυτικούς ανέμους.

8.2.1 Παροχές Λιμένα Λιναριάς

Το λιμάνι της Λιναριάς έχει βελτιωθεί αρκετά τα τελευταία χρόνια όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχουν στα σκάφη αναψυχής των τουριστών. Το γεγονός αυτό εξυπηρετεί αρκετά και την δική μας επιχείρηση, καθώς οι πολλαπλές υπηρεσίες του λιμανιού μπορούν να κάνουν την εμπειρία των πελατών μας ακόμη πιο ευχάριστη και βολική. Επίσης, πρέπει να αναφερθεί πως το λιμάνι της Λιναριάς σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου έχουν δημιουργήσει όλες αυτές τις υπηρεσίες με φιλοπεριβαλλοντικό χαρακτήρα βοηθώντας έτσι όλο και περισσότερο στην

προστασία του λιμανιού και ως εκ τούτου και του περιβάλλοντος. Οι παροχές στο λιμάνι της Σκύρου είναι οι εξής :

- Παροχή μονοφασικού και τριφασικού ηλεκτρικού ρεύματος (220V)
- Παροχή πόσιμου νερού
- Ασύρματη εκπομπή internet προς τα ελλιμενιζόμενα σκάφη
- Δυνατότητα παροχής καυσίμων
- Δελτίο καιρού λιμένος
- Διαθέσιμα καρότσια τύπου super market για την μεταφορά τροφίμων
- Διαθέσιμα καρότσια για τη μεταφορά των σάκων απορριμάτων στους κεντρικούς κάδους απορριμάτων
- Δεξαμενές για τη συλλογή χρησιμοποιημένων ορυκτελαίων
- Δεξαμενές για τη συλλογή σεντινόνερων και λοιπών πετρελαιοειδών καταλοίπων
- Δεξαμενές για τη συγκέντρωση μαγειρικών ελαίων
- Χώρος απόρριψης χρησιμοποιημένων συσσωρευτών μολύβδου

Πρόσθετες υπηρεσίες και εξοπλισμός

- Γλίστρα ανέλκυσης / καθέλκυσης σκαφών
- Εγκεκριμένος σχέδιο παραλαβής και διαχείρισης αποβλήτων & καταλοίπων πλοίων
- Ανοξείδωτες σκάλες ασφαλείας
- Ανοξείδωτα σταντ με σωσίβια
- Αποκομιδή απορριμάτων από τις προβλήτες
- Συλλογή ανακυκλώσιμων υλικών
- Εθελοντική ομάδα 50 ατόμων για αντιμετώπιση της θαλάσσιας ρύπανσης
- Πυροσβεστικό δίκτυο
- Ανοξείδωτες δέστρες
- Χώροι στάθμευσης για ΙΧ και Μοτο
- Χώρος δωρεάν στάθμευσης σκαφών και τρέιλερ
- Λιμενικός σταθμός

Τέλος, το λιμανικό ταμείο της Σκύρου, στα πλαίσια του 3^{ου} Παρατηρητήριου για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρου, δημιούργησε την ετήσια έρευνα του σχετικά με την αξιολόγηση της σημαντικότητας των υπηρεσιών που παρέχει το λιμάνι της Λιναριάς στους

εισερχόμενους τουρίστες yachting για το 2019, βοηθώντας μας να καταλάβουμε τι προτιμούν περισσότερο οι συγκεκριμένοι τουρίστες. Παρακάτω φαίνονται οι πίνακες αξιολόγησης όπως συμπληρώθηκαν από τους τουρίστες, σχετικά με τις ορισμένες από τις σημαντικότες παροχές του λιμένα. Φαίνεται πως οι παροχές με το μεγαλύτερο ποσοστό σημαντικότητας ήταν εκείνες της παροχής νερού, των υπηρεσιών λιμενισμού, του ανεφοδιασμού καυσίμων, των χώρων καθαριότητας (WC, μπάνιο), καθώς και της περιβαλλοντικής πολιτικής.

Πίνακας 8.1 Αξιολόγηση σημαντικότητας υπηρεσιών του λιμένα της Λιναριάς

Κριτήρια	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου	Κενό
Υπηρεσίες λιμενισμού	31%	28%	19%	13%	2%	8%
Παροχή νερού	58%	22%	6%	5%	2%	8%
Παροχή ρεύματος	33%	34%	9%	6%	0%	17%
Wi-Fi	27%	22%	19%	16%	8%	9%
Πλύσιμο ρούχων	11%	27%	25%	19%	8%	11%
WC	45%	17%	23%	2%	3%	9%
Μπάνιο	47%	25%	13%	0%	5%	11%
Ανεφοδιασμός καυσίμων	39%	25%	13%	8%	2%	14%
Γραμματειακή οστήριξης	3%	22%	16%	13%	38%	9%
Τραπεζικές υπηρεσίες	9%	36%	23%	6%	17%	8%
Περιβαλλοντική πολιτική	41%	19%	14%	6%	3%	16%

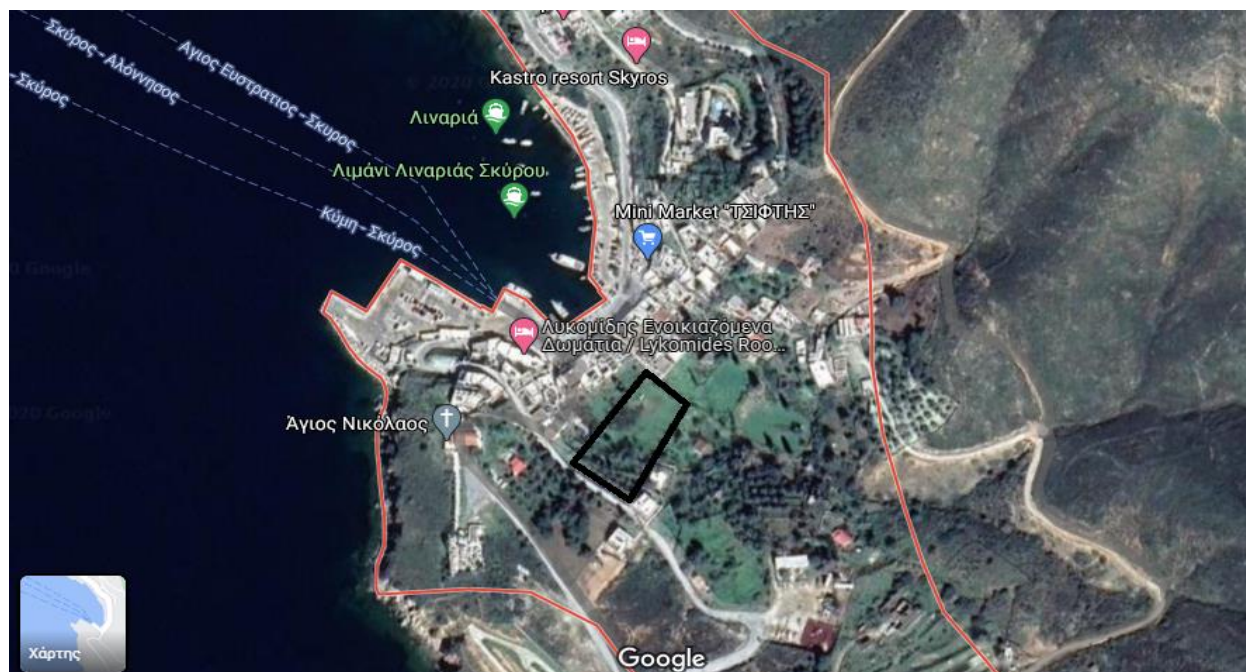
Πηγή : 3ο Παρατηρητήριο για τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρου

Πίνακας 8.2 Κόστος Ελλιμενισμού (2020 – 2023)

Κατηγορία	2020	2021	2022	2023
Κόστος Ελλιμενισμού	20.297,50€	20.297,50€	20.297,50€	20.297,50€

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

8.3 Χώρος εγκατάστασης της εταιρείας



Εικόνα 8.2 Όρια οικοπέδου της εταιρείας μέσω Google Maps

Το οικόπεδο στο οποίο θα χτιστεί το κτίριο της επιχείρησης, όπως προαναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, αποτελεί αποκλειστική ιδιοκτησία του επενδυτή Α χωρίς κανέναν άλλον συμμετέχοντα. Το συγκεκριμένο οικόπεδο των τεσσάρων στρεμμάτων βρίσκεται πολύ κοντά στο κεντρικό λιμάνι της Σκύρου και η επίπεδη επιφάνειά του το καθιστά κατάλληλο για την κατασκευή των υποδομών της επιχείρησης.

Όσον αφορά τα σκάφη της εταιρείας, αυτά θα βρίσκονται στον λιμένα κατά τη διάρκεια της εξάμηνης λειτουργίας της επιχείρησης και την χειμερινή περίοδο, εκτός από τα δύο μηχανοκίνητα σκάφη που θα παραμένουν μέσα στη θάλασσα, τα υπόλοιπα ιστιοπλοϊκά σκάφη θα αποθηκεύονται στον ειδικό χώρο του λιμανιού που θα παρέχεται προς ενοικίαση από τον Δήμο.

8.3.1 Πλεονεκτήματα τοποθεσίας

Η τοποθεσία του οικοπέδου στο οποίο θα χτιστούν τα γραφεία της εταιρείας καθορίζουν σημαντικά την πορεία και την εξέλιξη της επιχείρησης. Παρακάτω φαίνονται τα στοιχεία εκείνα που θα επηρεάσουν θετικά την λειτουργία της εταιρείας, ξεκινώντας από ειδικό και καταλήγοντας σε γενικό επίπεδο.

- Μεγάλη επιφάνεια οικοπέδου (4 στρέμματα)
- Μη καταβολή ενοικίου λόγω ιδιοκτησίας
- Επίπεδη επιφάνεια, φιλική προς οικοδόμηση κτιρίου
- Το οικόπεδο εφάπτεται με δημόσιο δρόμο κάνοντάς το εύκολα προσβάσιμο
- Βρίσκεται σε αρκετά κοντινή απόσταση με το κεντρικό λιμάνι
- Δεν υπάρχουν ανταγωνιστές στο γειτονικό περιβάλλον που να απειλούν την εταιρεία
- Αρκετές προσφερόμενες παροχές από το λιμάνι της Λιναριάς
- Πολλοί τουρίστες yachting επισκέπτονται κάθε χρόνο το νησί
- Το λιμάνι της Λιναριάς έχει βραβευτεί για τις φιλοπεριβαλλοντικές του δράσεις
- Η Σκύρος αποτελεί έναν όμορφο προορισμό με καλή γεωγραφική θέση και κλίμα

8.3.2 Μειονεκτήματα τοποθεσίας

Τα μειονεκτήματα της τοποθεσίας που ενεργήσει η επιχείρηση δεν είναι πολλά, όμως παίζουν και αυτά σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη της εταιρείας. Το εύρος τους, όπως και προηγουμένως, θα έχουν ειδικό και γενικό χαρακτήρα.

- Ο δρόμος του οικοπέδου δεν επιτρέπει την μεταφορά των σκαφών ώστε να αποθηκευτούν εντός του οικοπέδου της εταιρείας
- Το μέγεθος του λιμανιού δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλο
- Οι παροχές του λιμανιού είναι ειδικές στο να εξυπηρετούν άριστα ιδιοκτήτες σκαφών, μειώνοντας την ανάγκη τους για ενοικίαση από γραφείο
- Στο νησί δεν υπάρχει χώρος επισκευής σκαφών και επομένως θα πρέπει τα σκάφη να οδηγούνται για επισκευή στα ναυπηγεία της Χαλκίδας
- Δεν υπάρχει ακτοπλοϊκό δρομολόγιο μέσω του Πειραιά, δυσκολεύοντας έτσι την προσέλευση μεγάλης μερίδας τουριστών

8.4 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις

Η δημιουργία μίας τουριστικού γραφείου yachting μπορεί να αναβαθμίσει τουριστικά το νησί, όμως είναι σίγουρο πως εάν δεν τηθούν τα απαραίτητα θεσμοθετημένα μέτρα κατά την κατασκευή του, τότε θα δημιουργηθούν ποικίλες συνέπειες για τον περιβάλλοντα χώρο. Παρακάτω φαίνεται

το πλήθος των περιβαλλοντικών επιπτώσεων που μπορούν να εμφανιστούν κατά τη διάρκεια του έργου κατασκευής της επιχείρησης.

❖ **Αέριες εκπομπές**

Κατά τη διαδικασία της κατασκευής του κτιρίου της εταιρείας, τα διάφορα μηχανήματα όπως φορτηγά και εκσκαφείς, μέσω των διεργασιών τους στο εσωτερικό του οικοπέδου θα προκαλέσουν εκπομπές αέριων ρύπων. Οι χημικολογικές εργασίες των μηχανημάτων πολύ πιθανόν να προκαλέσουν νέφη σκόνης σε τοπικό όμως επίπεδο και για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, χωρίς να επηρεάζουν σημαντικά το γειτονικό περιβάλλον.

❖ **Υγρά - Στερεά απόβλητα**

Μεγάλο τμήμα των στερεών αποβλήτων που θα προκαλέσει η κατασκευή της επιχείρησης θα προέρχονται από διάφορα αδρανή υλικά, απορρίματα και προϊόντα εκσκαφών που θα δημιουργηθούν από τα μηχανήματα που θα ενεργούν στο εσωτερικό του οικοπέδου. Η διαχείρισή τους κρίνεται αναγκαία και επομένως η απομάκρυνσή τους από τον χώρο θα είναι άμεση με την βοήθεια ανατρεπόμενων οχημάτων. Επίσης, τα συγκεκριμένα απόβλητα, επειδή κατά κύριο λόγο αποτελούνται από μπάζα, θα βρέχονται συχνά ώστε να μην προκαλούν μεγάλα επίπεδα σκόνης.

Όσον αφορά τα υγρά απόβλητα αυτά δημιουργούνται από τα λύματα των κοινόχρηστων τουαλετών αλλά και από τις πλύσεις των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων των εγκαταστάσεων. Η διαχείριση των συγκεκριμένων λυμάτων, επειδή χαρακτηρίζονται ως αστικά, θα οδηγούνται μέσω αντλιών στον κεντρικό αγωγό ακαθάρτων της ΕΥΔΑΠ. Τέλος, τα αστικά στερεά απόβλητα θα τοποθετούνται στο αντίστοιχο δίκτυο κάδων απορριμάτων του Δήμου.

❖ **Ηχορύπανση**

Κατά τη διαδικασία της κατασκευής του κτιρίου είναι λογικό το να δημιουργηθούν πολλοί δυσάρεστοι θόρυβοι που θα είναι αισθητοί στους γειτονικούς χώρους. Οι θόρυβοι αυτοί θα είναι αποτέλεσμα κυρίως των βαρέων μηχανημάτων του εργοταξίου, αλλά και των εργαζομένων που θα εκτελούν τα έργα. Ωστόσο, μπορούν να μειωθούν με ορισμένες απλές ενέργειες όπως η επιλογή μηχανημάτων με χαμηλά επίπεδα θορύβου, καθώς και η ορθολογική χρήση τους, δηλαδή η απενεργοποίησή τους εκεί που δεν χρειάζεται. Η διάρκειά τους, βέβαια, θα λήξει μόλις ολοκληρωθεί το έργο και δεν θα αποτελεί πλέον πρόβλημα για τον περιβάλλοντα χώρο.

❖ **Χλωρίδα - Πανίδα**

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις που αφορούν την πανίδα και χλωρίδα του περιβάλλοντα χώρου σχετίζονται με την εκβλάστηση και την αλλοίωση της φυσικής μορφής του οικοπέδου για τις ανάγκες της κατασκευής του κτιρίου. Η ρύπανση αυτή θα είναι αμελητέα, καθώς η διαμόρφωση του οικοπέδου για την κατασκευή του κτιρίου θα επηρεάσει μόνο ένα συγκεκριμένο τμήμα του, ενώ το υπόλοιπο μέρος θα μείνει ανέπαφο διατηρώντας την υφιστάμενη βλάστησή του. Επίσης, ενέργειες όπως η δημιουργία κήπου και η φύτευση δέντρων και θάμνων θα βοηθήσουν στο να ομορφύνει η εξωτερική εικόνα του κτιρίου και να διατηρηθεί το φυσικό περιβάλλον της περιοχής.

9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ **ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

9.1 Στόχοι προγραμματισμού εκτελέσεως του σχεδίου

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται ο ακριβής προγραμματισμός και σχεδιασμός του χρονοδιαγράμματος του επιχειρηματικού σχεδίου και ο προϋπολογισμός κάθε επιμέρους δραστηριότητας. Ένας σωστός προγραμματισμός εξασφαλίζει την αποφυγή λαθών και η υλοποίηση του έργου πραγματοποιείται μέσα στο χρονοδιάγραμμα. Σε αντίθετη περίπτωση υπάρχει κίνδυνος επέκτασης του προβλεπόμενου χρόνου υλοποίησης του έργου, γεγονός που αυξάνει το κόστος για τον επιχειρηματία και μπορεί ακόμη να διακυβεύσει την λειτουργία όλου του προγράμματος. Τα κόστη του κεφαλαίου αυτού, θεωρούνται ως εφάπαξ πληρωμές κατά την έναρξη της δραστηριότητας και ανήκουν στο κόστος επένδυσης. Αναλυτικότερα, οι ενέργειες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου που αφορούν τον προγραμματισμό και τον προϋπολογισμό είναι οι εξής:

- Ο καθορισμός του τύπου εργασιών εντός και εκτός των εγκαταστάσεων.
- Η ιεράρχηση των δραστηριοτήτων με βάση μια λογική σειρά.
- Η προετοιμασία του χρονοδιαγράμματος στο οποίο θα απεικονίζονται οι διάφορες εργασίες και ο ακριβής προσδιορισμός του χρόνου που απαιτείται για την κάθε μία από αυτές.
- Ο καθορισμός των πόρων και του κόστους για κάθε επιμέρους δραστηριότητα.
- Η προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και η κατάσταση των χρηματοοικονομικών ροών.
- Η τεκμηρίωση όλων των προκρινόμενων στοιχείων εκτελέσεως του έργου.

Στόχος του κεφαλαίου είναι να υπολογιστούν τα πάγια (εφάπαξ) κόστη, ο χρόνος και η χρηματοδότηση που απαιτείται για την έναρξη της επιχείρησης, καθώς και η εκτίμηση πιθανών οικονομικών επιπτώσεων από λάθη.

9.2 Ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης σχεδίου

Για να μπορέσει ο προγραμματισμός εκτέλεσης ενός έργου να είναι επιτυχημένος και αποδοτικός, θα πρέπει να οριστεί μία ομάδα ατόμων οι οποίοι θα παρατηρούν και θα ελέγχουν τη διαδικασία σε όλο το μήκος της. Η ομάδα αυτών των ατόμων, ώστε να μπορέσει να κατανοήσει πλήρως τη διαδικασία της εκτέλεσης του έργου και των επιμέρους ενεργειών του, θα ήταν ιδανικό το να αποτελείται από το Διοικητικό τμήμα της εταιρείας. Επομένως, στη δική μας περίπτωση η ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης του σχεδίου θα απαρτίζεται από τους τρεις ιδιοκτήτες Α, Β και Γ της "Skyros Yachts". Τα άτομα αυτά αποτελούν την ιδανική περίπτωση για την στελέχωση της συγκεκριμένης ομάδας, καθώς κατέχουν εμπειρία στη διαδικασία εκτέλεσης και οργάνωσης μίας επιχείρησης.

Όσον αφορά τα καθήκοντά τους, θα πρέπει να φροντίσουν στο να αποφεύγονται οι καθυστερήσεις εκτελέσεως του έργου, να αποφεύγεται η υπέρβαση του προβλεπόμενου κόστους εργασιών, να φροντίσουν ώστε η χρηματοδότηση του έργου να γίνει στα προβλεπόμενα πλαίσια και τέλος στο να τηρούνται οι κατάλληλες προδιαγραφές σχετικά με την ποιότητα των εργασιών. Τέλος, μετά την ολοκλήρωση του έργου θα γνωρίζουν καλά όλες τις επιμέρους διαδικασίες που έλαβαν μέρος κατά την κατασκευή, βοηθώντας τους στο να διαχειριστούν καλύτερα τυχόν προβλήματα του μέλλοντος.

9.3 Στάδια εκτελέσεως του έργου

Από τη στιγμή που ένας επιχειρηματίας αποφασίζει να πραγματοποιήσει μια επένδυση μέχρι την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, περιλαμβάνονται όλα τα ενδιάμεσα στάδια για την εκτέλεση του έργου. Ο σχεδιασμός ενός χρονοδιαγράμματος, στο οποίο θα εντάσσονται όλες οι επιμέρους δραστηριότητες της επενδυτικής φάσης και ο χρονικός προγραμματισμός για κάθε μια εξ' αυτών είναι απαραίτητος. Το συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα δεν απαιτεί την αυστηρή αλληλουχία μεταξύ των σταδίων εκτελέσεως του έργου αλλά προϋποθέτει ένα καλό χρονικό προγραμματισμό και κάθε στάδιο ξεχωριστά. Για να γίνει αυτό πρέπει να ληφθούν υπόψη οι πόροι και η διάρκεια που απαιτείται για κάθε δραστηριότητα. Επομένως, από την ίδρυση της εταιρείας μέχρι και την έναρξή της θα μεσολαβήσουν οι εξής ενέργειες, όπως αναλύονται παρακάτω :

1) Ίδρυση της επιχείρησης (7 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο θα ιδρυθεί η επιχείρηση με ονομασία «Skyros Yachts». Επιλέχθηκε η σύσταση ΙΚΕ. Η διαδικασία της ίδρυσης θα ανατεθεί σε λογιστικό γραφείο που προϋποθέτει:

- ❖ Συμπλήρωση Υπεύθυνων δηλώσεων ως υποδείγματα 1,2,5 της Υπηρεσίας.
- ❖ Καταστατικό ΙΚΕ σε έντυπη μορφή (πρωτότυπο με υπογραφές και ένα αντίγραφο) και σε ηλεκτρονική μορφή.
- ❖ Φωτοτυπία ταυτότητας επικυρωμένη με γνήσιο της υπογραφής.
- ❖ Τραπεζική κατάθεση των οφειλόμενων ποσών για την σύσταση της εταιρείας και την εγγραφή αυτής στο Γ.Ε.ΜΗ, κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 1 του άρθρου 13 της Κ1-802/2012, τα αποδεικτικά κατάθεσης της τράπεζας.
- ❖ Φορολογική ενημερότητα του ιδρυτή.
- ❖ Έντυπα Δ.Ο.Υ Μ3(Δήλωση έναρξης/μεταβολής εργασιών μη Φυσικού Προσώπου), Μ6 (Δήλωση δραστηριοτήτων επιχείρησης), Μ7 (Δήλωση Σχέσεων Φορολογούμενου).
- ❖ IBAN Λογαριασμού Τράπεζας
- ❖ Υπεύθυνη Δήλωση του άρθρου 8 του ν. 1599/86 για την έδρα της υπό σύσταση εταιρείας.
- ❖ Μισθωτήριο εδαφικής έκτασης που υποβάλλεται στο taxis net

2) Προπαραγωγικό Μάρκετινγκ (10 ημέρες)

Η διαδικασία για την προσέλκυση πελατών γίνεται πριν από την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, υπολογίζεται ότι θα διαρκέσει 10 ημέρες περίπου. Σε αυτό το στάδιο θα εξασφαλισθεί ένας αριθμός πωλήσεων και θα εγκριθεί η διαφημιστική καμπάνια ως προς το κόστος, την διάρκεια και το περιεχόμενο της.

3) Προγραμματισμός χρηματοδότησης (12 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο γίνονται όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τη χρηματοδότηση του προγράμματος. Η φάση προγραμματισμού της χρηματοδότησης εκτιμάται ότι θα διαρκέσει 12 μέρες. Το επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει τα ίδια κεφάλαια των ιδρυτών της επιχείρησης και την τραπεζική δανειοδότηση.

4) Άδεια οικοδόμησης και σχέδια Μηχανικού (120 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο εκτιμάται ότι θα χρειαστούν 120 μέρες. Το χρονικό διάστημα είναι μεγάλο διότι σε αυτό συμπεριλαμβάνονται μελέτες οικοπέδου, η έγκριση καταλληλότητας του, η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου, η κατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων καθώς επίσης και μια σειρά από άλλες εργασίες όπως οι τσιμεντοστρώσεις, τα κράσπεδα, ο φωτισμός, οι υδραυλικές εγκαταστάσεις, η αποχέτευση και η περίφραξη του χώρου. Η επιχείρηση θα εγκατασταθεί σε 4 στρέμματα εδαφικής έκτασης.

5) Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου (45 ημέρες)

Κατά την διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου καθαρίζεται και προετοιμάζεται το οικόπεδο σε πρώτη φάση. Χωρίς αυτή την ενέργεια δεν μπορεί να ξεκινήσει καμία οικοδομική δραστηριότητα. Όσον αφορά την διαμόρφωση του οικοπέδου στο οποίο θα φιλοξενηθεί η επιχείρηση, περιλαμβάνονται ενέργειες τσιμεντοστρώσεων, κατασκευής κράσπεδων, φωτισμού, κατασκευής υδραυλικών εγκαταστάσεων και αποχέτευσης και περίφραξης.

6) Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων (80 ημέρες)

Για την κατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων, απαιτούνται 80 μέρες για να ολοκληρωθούν τα έργα του πολιτικού μηχανικού σύμφωνα με τα σχέδια που προβλέπουν την κτίση των τμημάτων των κτιρίων. Όταν αναφερόμαστε σε κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων εννοούμε την κτήση των κεντρικών γραφείων της εταιρείας.

7) Απόκτηση εξοπλισμού και μεταφορά (40 ημέρες)

Το συγκεκριμένο στάδιο είναι αρκετά σημαντικό και αφορά το χρονοδιάγραμμα άφιξης του μηχανολογικού εξοπλισμού της εταιρείας, δηλαδή τα σκάφη σε συνδυασμό με τον εξοπλισμό τους. Μπορεί τα σκάφη να είναι μεταχειρισμένα, όμως θα χρειαστούν συνολικά 40 ημέρες ώστε να γίνουν οι απαραίτητες δοκιμές που θα τα κρίνουν κατάλληλα και λειτουργικά για την επιχείρηση. Αρμόδιος για την παραλαβή των σκαφών και του εξοπλισμού θα είναι ο υπεύθυνος του τμήματος Αποθήκευσης και Προμηθειών (επενδυτής Α) και αρμόδιος της διαδικασίας δοκιμών των σκαφών θα είναι ο επενδυτής Γ, καθώς ως πρώην skipper είναι γνώστης της διαδικασίας.

8) Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού (30 ημέρες)

Για την πρόσληψη και εκπαίδευση του προσωπικού απαιτούνται 30 μέρες. Αυτή η χρονική περίοδος χωρίζεται σε δύο στάδια. Στο διάστημα αυτό θα πραγματοποιηθούν οι συνεντεύξεις για την επιλογή των καταλληλότερων υποψηφίων και το διάστημα της εκπαίδευσης τους, όπου θα δοθεί μεγάλη έμφαση στον τομέα των δραστηριοτήτων που απαιτούν εξειδικευμένη εκπαίδευση. Επίσης, στο ίδιο διάστημα θα εξεταστούν τα τυπικά προσόντα του εν δυνάμει υπαλληλικού προσωπικού, όπως π.χ. η πλοήγη των σκαφών για τους skipper της εταιρείας και η γνώση υπολογιστών και κρατήσεων για τους/τις υποψήφιους-ες της θέσης του τμήματος υποδοχής & κρατήσεων. Τέλος, στις επιμέρους διαδικασίες του συγκεκριμένου προγραμματισμού περιλαμβάνεται και η εκπαίδευση και ενασχόληση του προσωπικού με τον εξοπλισμό της επιχείρησης, ώστε να έχει πραγματοποιηθεί η απαραίτητη προετοιμασία μέχρι την έναρξή της.

9) Προμήθεια πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων (10 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο του προγραμματισμού, πραγματοποιούνται όλες οι ενέργειες που θα εξασφαλίσουν τον απαραίτητο αριθμό εισροών - προϊόντων για τη λειτουργία της επιχείρησης κατά την έναρξη, καθώς και ο έλεγχος αυτών (εισροών) ως προς την ποιότητα και καταλληλότητα τους. Ορισμένες από αυτές τις προβλεπόμενες πρώτες ύλες είναι τα καύσιμα, το νερό και το ρεύμα. Τα τρόφιμα δεν θα τα προμηθεύεται η εταιρεία, αλλά θα τα αγοράζουν οι πελάτες ανάλογα με την προτίμησή τους.

10) Άδεια λειτουργίας και χορήγηση σήματος Ε.Ο.Τ. (30 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο οι υποψήφιες επιχειρήσεις υποχρεούνται βάσει νόμου να υποβάλλουν στην αρμόδια ΔΟΥ για τη χορήγηση σήματος τα παρακάτω:

- Αίτηση (ως συνημμένο υπόδειγμα αριθ. 1). Η αίτηση υποβάλλεται από τον επιχειρηματία και στην περίπτωση νομικού προσώπου (εταιρείας) από τον νόμιμο εκπρόσωπο αυτού.
- (ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ) Καταστατικό ή ΦΕΚ που να εμφανίζεται και ο νόμιμος εκπρόσωπος.
- Αντίγραφο ποινικού μητρώου γενικής χρήσης του επιχειρηματία ή του νομίμου εκπροσώπου όταν πρόκειται για νομικό πρόσωπο.
(φωτοτυπία ταυτότητας.)

- Πιστοποιητικό Πρωτοδικείου περί μη πτώχευσης του αιτούντος (φυσικού προσώπου ή εταιρείας κατά περίπτωση).
 - Τίτλοι ιδιοκτησίας ή συμφωνητικό μίσθωσης ή παραχώρησης χρήσης από το οποίο να προκύπτει πλήρης και ανεξάρτητη γραφειακή εγκατάσταση της επιχείρησης με εμβαδόν τουλάχιστον 20 τ. μ.
 - Παράβολο υπέρ Ελληνικού Δημοσίου ΕΥΡΩ 150 πληρωτέο σε οποιαδήποτε ΔΟΥ στον κωδικό 3741.
 - Παράβολο υπέρ ΕΟΤ ΕΥΡΩ 150 πληρωτέο ή στην Τράπεζα Ελλάδος με κατάθεση υπέρ ΕΟΤ στον λογαριασμό IBAN GR 1401000240000000000261800, ή στο Ταμείο του ΕΟΤ (οδός Τσόχα 7, 10ς όροφος γρ. 1.14 ώρες 0.9.00'-13.30')
 - Παράβολο υπέρ ΤΑΥΤΕΚΩ ΕΥΡΩ 60 πληρωτέο στην Εθνική Τράπεζα λογαριασμός 040/546025-54.
 - Εγγυητική Επιστολή υπέρ ΕΟΤ ύψους 100 ΕΥΡΩ ανά εκμισθωμένο όχημα , το ποσόν της εγγυητικής δεν μπορεί να ξεπερνά τις τριάντα χιλιάδες ευρώ(30.000) και με πενταετούς διάρκεια.(ως συνημμένο υπόδειγμα αριθ. 2).
 - Τίτλοι ιδιοκτησίας ή συμφωνητικό μίσθωσης η παραχώρησης χρήσης από το οποίο να προκύπτει ότι τη επιχείρηση διαθέτει χώρο στάθμευσης για το σύνολο των οχημάτων. Το ελάχιστο εμβαδόν του χώρου στάθμευσης είναι 6τ.μ. ανά εκμισθωμένο όχημα.
 - Πιστοποιητικό ταξινόμησης και φωτοαντίγραφο των αδειών κυκλοφορίας των οχημάτων που διαθέτει η επιχείρηση.
 - Επιτρέπεται στις επιχειρήσεις εκμισθώσεως ΙΧ αυτοκινήτων να εκμισθώνουν και φορτηγά ΙΧ (ΦΙΧ) μικτού βάρους μέχρι 3,5 τόνους ιδιοκτησίας τους η φορτηγά αυτοκίνητα που έχουν μισθώσει από εταιρείες χρηματοδοτικής μίσθωσης.
 - Σύμφωνα με την τροποποίηση του ΦΕΚ 2156/Β (10/12/2012) για τη λειτουργία επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης, ακολουθείται η εξής διαδικασία:
1. Ο ενδιαφερόμενος ή ο εξουσιοδοτημένος προς τούτο εκπρόσωπός του αναγγέλλει τη λειτουργία της επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης στην Αρμόδια Διοικητική Αρχή (στην οικεία Π.Υ.Τ. του Ε.Ο.Τ.) ή τα Κ.Ε.Π. που λειτουργούν ως Ε.Κ.Ε. ή ηλεκτρονικά μέσω του δικτύου euگو (για τα ελληνικά ΕΚΕ μέσω της διεύθυνσης <http://www.ermis.gov.gr>), σύμφωνα με το Υπόδειγμα 1 του Παραρτήματος Ι της απόφασης αυτής και υποβάλλει αντίστοιχα τα προβλεπόμενα στο άρθρο 3 της απόφασης αυτής

- δικαιολογητικά. Η Αρμόδια Διοικητική Αρχή χορηγεί Βεβαίωση Υποβολής Αναγγελίας, σύμφωνα με το Υπόδειγμα 1 του Παραρτήματος Ι της απόφασης αυτής.
2. Η Αρμόδια Διοικητική Αρχή ελέγχει τα υποβληθέντα δικαιολογητικά για τη διαπίστωση συνδρομής των προϋποθέσεων νόμιμης λειτουργίας της επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης εντός δεκαπέντε (15) ημερών από την ημερομηνία υποβολής της αναγγελίας και της πλήρους υποβολής όλων των προβλεπόμενων νόμιμων δικαιολογητικών.
 3. Εντός δεκαπέντε (15) ημερών από την ημερομηνία υποβολής της αναγγελίας:

3α. Εάν η Αρμόδια Διοικητική Αρχή διαπιστώσει τη μη συγκέντρωση των νομίμων προϋποθέσεων ή τη μη συνδρομή τους από τα υποβληθέντα στοιχεία, απαγορεύει τη λειτουργία του και γνωστοποιεί εγγράφως στον ενδιαφερόμενο τους λόγους για τους οποίους δεν είναι δυνατή η λειτουργία της επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης.

3β. Εάν η Αρμόδια Διοικητική Αρχή διαπιστώσει τη νόμιμη συνδρομή των προϋποθέσεων, χορηγεί στον ενδιαφερόμενο Βεβαίωση συνδρομής των νόμιμων προϋποθέσεων για τη λειτουργία της επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης, η οποία επιδεικνύεται σε κάθε διενεργούμενο έλεγχο, σύμφωνα με το Υπόδειγμα 2 του Παραρτήματος Ι της απόφασης αυτής.

3δ. Μετά την άπρακτη παρέλευση της προθεσμίας των δεκαπέντε (15) ημερών ημιεπιχείρηση εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης λειτουργεί ελεύθερα και ο ενδιαφερόμενος μπορεί να ζητήσει σχετική βεβαίωση από την αρμόδια για την έκδοση της πράξης αρχή, σύμφωνα με την παρ. 4 του άρθρου 10 του ν.3230/2004 (ΦΕΚ Α'44), η οποία χορηγείται αυτόματα.

3ε. Οι επιχειρήσεις που πληρούν τις νόμιμες προϋποθέσεις για τη λειτουργία της επιχείρησης εκμίσθωσης επιβατηγών αυτοκινήτων Ιδιωτικής Χρήσης εγγράφονται στο οικείο μητρώο τουριστικών επιχειρήσεων της παραγράφου 3 του άρθρου 3 του ν.2160/1993.

11) Διαφημιστική καμπάνια (40 ημέρες)

Η διαφημιστική καμπάνια για την αποτελεί σημαντικό στάδιο του προγραμματισμού, καθώς στοχεύει να προσελκύσει τους πρώτους πελάτες. Όπως έχει υπολογιστεί στο κεφάλαιο 3, θα έχει διάρκεια 40 ημερών.

12) Έναρξη της επιχείρησης

Η επιχείρηση σύμφωνα με τον παραπάνω προγραμματισμό θα είναι έτοιμη να ξεκινήσει τις εργασίες της, την 1^η Απριλίου του 2021.

9.4 Χρονοδιάγραμμα εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται οι προγραμματισμένες διεργασίες που θα συντελέσουν στην υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου, κατηγοριοποιημένες σε χρονολογική σειρά, ανάλογα με το περιεχόμενό τους. Τα στοιχεία του πίνακα περιλαμβάνουν τις κωδικοποιημένες διεργασίες σε συνδυασμό με την αμέσως προηγούμενη, καθώς και την χρονική διάρκεια της κάθε εργασίας.

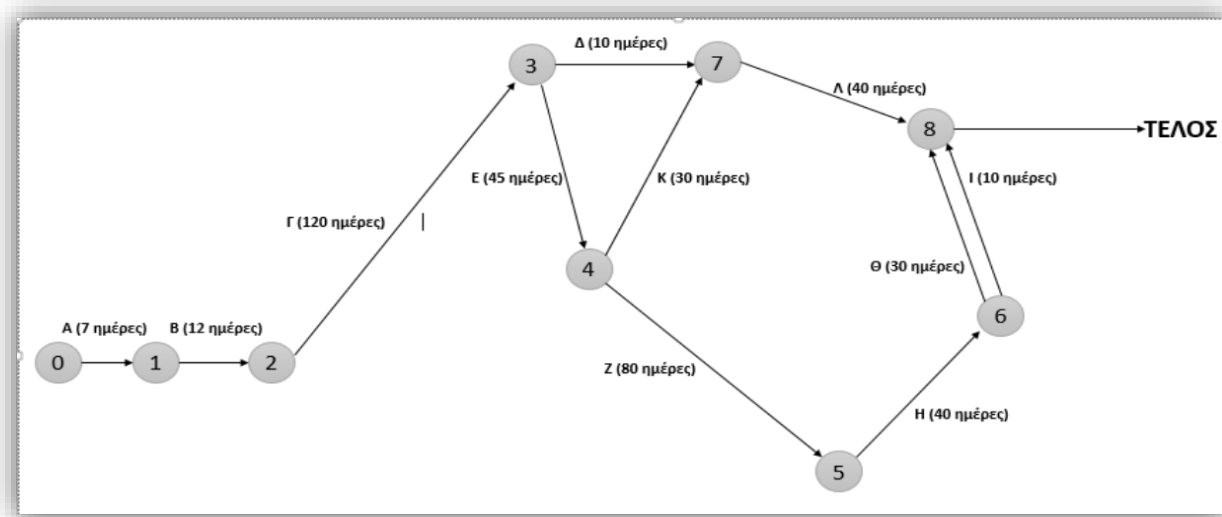
Πίνακας 9.1 Στάδια εκτελέσεως του σχεδίου

Κωδικός Δραστηριότητας	Περιγραφή Δραστηριότητας	Αμέσως	
		Προηγούμενη Δραστηριότητα	Χρόνος σε ημέρες
A	Ίδρυση της επιχείρησης	-	7 ημέρες
B	Προγραμματισμός Χρηματοδότης	A	120 ημέρες
Γ	Άδεια οικοδόμησης και σχέδια Μηχανικού	Γ	10 ημέρες
Δ	Προπαραγωγικό Μάρκετινγκ	A	10 ημέρες
Ε	Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	Δ	45 ημέρες
Z	Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων	Ε	80 ημέρες
Η	Απόκτηση εξοπλισμού και μεταφορά	Z	40 ημέρες
Θ	Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού	Η	30 ημέρες
Ι	Προμήθεια πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	Η	10 ημέρες
Κ	Άδεια λειτουργίας και χορήγησης σήματος Ε.Ο.Τ.	Z	30 ημέρες
Λ	Δημιουργία διαφημιστικής καμπάνιας	B, K	40 ημέρες
M	Έναρξη επιχείρησης		

Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Παρακάτω φαίνεται το χρονοδιάγραμμα εκτελέσεως της επιχείρησης, όπου αναλύονται όλα τα βήματα που θα ακολουθήσουν κατά το πέρασμα του επενδυτικού σχεδίου.

Διάγραμμα 9.1 Χρονοδιάγραμμα εκτελέσεως επιχείρησης



Πηγή : Ιδία επεξεργασία

Απαραίτητη διαδρομή από το διάγραμμα **CPR του "Skyros Yachts"** είναι η εξής :

➔ 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6a – 8 , (7 + 12 + 120 + 45 + 80 + 40 + 40 = 344 ημέρες)

Επομένως, η επένδυση αυτή δεν μπορεί να κρατήσει λιγότερο από **344 ημέρες**.

9.5 Εκτίμηση κόστους εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου

Ο παρακάτω πίνακας απεικονίζει το σύνολο των προεπενδυτικών εξόδων που λαμβάνουν μέρος πριν την έναρξη του επενδυτικού σχεδίου. Το σύνολο των συγκεκριμένων εξόδων συμπεριλαμβάνει τα έξοδα ίδρυσης της επιχείρησης και των αδειών λειτουργίας, τις δαπάνες της διαφημιστικής εκστρατείας, το κόστος μεταφοράς και απόκτησης του τεχνολογικού εξοπλισμού και των πρώτων υλών, και τέλος, τα έξοδα που απαιτούνται για την επιθεώρηση, αξιολόγηση και έλεγχο της υλοποίησης του έργου.

Πίνακας 9.2 Κόστος επενδύσεως του επενδυτικού σχεδίου

Κατηγορία κόστους	Κόστος
Ίδρυση της επιχείρησης και έκδοση της άδειας λειτουργίας	1.000,00€
Προγραμματισμός χρηματοδότησης	5.000,00€
Διαφημιστική εκστρατεία	10.000,00€
Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και εξοπλισμού	5.000,00€
Προμήθεια πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	1.500,00€
Επιθεώρηση και αξιολόγηση εκτέλεσης του έργου	1.000,00€
Σύνολο	23.500,00€

Πηγή : Ίδια επεξεργασία

10. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Το παρόν κεφάλαιο είναι το τελευταίο αλλά και το πιο σημαντικό, καθώς θα είναι εκείνο που θα αξιολογήσει χρηματοοικονομικά ολόκληρη την επένδυση και θα καθορίσει το αν στο πέρασμα του χρόνου η επιχείρηση θα είναι βιώσιμη. Το συνολικό κόστος μίας επένδυσης μεταφράζεται από το άθροισμα του κόστους ιδρύσεως της επιχείρησης, τις πάγιές της επενδύσεις, καθώς και από το κεφάλαιο κίνησης. Πιο αναλυτικά :

Το πάγιο ενεργητικό είναι:

- οι πόροι για την υλοποίηση του έργου από τον Πολιτικό μηχανικό
- ο μηχανολογικός εξοπλισμός της μονάδας

Το Κεφάλαιο κίνησης είναι:

- οι πόροι για να λειτουργήσει η μονάδα

10.2 Πάγιο Ενεργητικό Επένδυσης

Το πάγιο ενεργητικό περιλαμβάνει το κόστος αρχικής πάγιας επένδυσης και τις προπαραγωγικές δαπάνες. Παρακάτω φαίνεται ο πίνακας του Πάγιου Ενεργητικού της Επένδυσης φανερώνοντας το συνολικό κόστος του επενδυτικού σχεδίου.

Πίνακας 10.1 Πάγιο Ενεργητικό Επένδυσης

Πάγια Επένδυσης (1)	Πηγή	Ποσά σε (€)
Κόστος Επένδυσης για αγορά σκαφών	Πίνακας 3.12	1,570,000.00
Κόστος Επένδυσης για αγορά εξοπλισμού	Πίνακας 5.5	7,550.00
Κόστος Επένδυσης για οικοδόμηση κτιρίου	Πίνακας 5.4	110,000.00
Σύνολο (1)		1,687,550.00
Προπαραγωγικές Δαπάνες (2)		
Κόστος Εκπόνησης Μελετών και έκδοσης αδειών	Πίνακας 2.1	21,000.00
Κόστος Εκτέλεσης Επενδυτικού Σχεδίου	Πίνακας 9.2	23,500.00
Σύνολο (2)		44,500.00
Γενικό Σύνολο: (1)+(2)		1,732,050.00

10.3 Υπολογισμός Συντελεστών Κάλυψης Κυκλ. Ενεργητικό κ' Βραχ. Υποχρεώσεις

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι συντελεστές κάλυψης του Κυκλ. Ενεργητικού και των Βραχυχρ. Υποχρεώσεων όσον αφορά τον αριθμό των ημερών κάλυψης.

Πίνακας 10.2 Υπολογισμός Συντελεστών Κάλυψης Κυκλ. Ενεργητικού & Βραχ. Υποχρεώσεων

Κυκλοφορούν Ενεργητικό	Αρ. Ημερών Κάλυψης	Συντελεστής Κάλυψης (360/Αρ. ημερών Κάλυψης)
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι (Απαιτήσεις από Πελάτες)	30	12
Αποθέματα (Καύσιμα, Νερό, Αναλώσιμα)		
i. Α' ύλες σε ενέργεια και νερό για τη λειτουργία των σκαφών	20	18
ii. Αναλώσιμα Γραφείου	60	6
Ταμείο	15	24
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις		
Υποχρεώσεις προς προμηθευτές, καταβολή δόσεων δανείου	30	12

10.4 Γενικά Έξοδα (2020 – 2023)

Παρακάτω απεικονίζονται όλα τα γενικά έξοδα της επιχείρησης για τα έτη 2020 έως 2023. Στα συγκεκριμένα έξοδα **δεν** περιλαμβάνονται τα έξοδα αμοιβών προσωπικού, αποσβέσεων, έξοδα αύλων και χρηματοοικονομικά έξοδα.

Πίνακας 10.3 Γενικά Έξοδα (Πλην αμοιβών προσωπικού, Αποσβέσεων, Έξοδα αύλων, Χρηματοοικονομικών εξόδων)

<u>Περιγραφή</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
ΔΕΗ, ΟΤΕ, Ύδρευση	950.00	950.00	950.00	950.00
Κόστος Συντήρησης	-	19,929.00	20,526.00	21,141.00
Κόστος Αποθήκευσης	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Κόστος Ελλιμενισμού	20,297.50	20,297.50	20,297.50	20,297.50
Έξοδα Μάρκετινγκ	1,660.00	1,160.00	1,050.00	900.00
Πρόσθετα Κόστη Μαρίνας	8,650.00	8,736.00	8,823.00	8,912.00
Δημοτικός Φόρος	450.00	450.00	450.00	450.00
Έξτρα Έξοδα	500.00	500.00	500.00	500.00
Εξωτερικοί Συνεργάτες	500.00	500.00	500.00	500.00
ΤΕ.Π.Α.Η.	6,055.00	6,055.00	6,055.00	6,055.00
Ασφάλιστρα	1,980.00	1,980.00	1,980.00	1,980.00
Σύνολο	43,042.50	62,557.50	63,131.50	63,685.50

10.5 Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας (2020 – 2023)

Λαμβάνοντας υπόψιν πως η επιχείρηση χαρακτηρίζεται ως “ εποχική ”, δηλαδή θα προσφέρει υπηρεσίες για ένα χρονικό διάστημα 7 μηνών, ανάλογα διαμορφώνεται και το αντίστοιχο ετήσιο κόστος λειτουργίας της.

Πίνακας 10.4 Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας (2020-2023) (Ποσά σε ευρώ)

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023
Έξοδα για Ά ύλες σε ενέργεια και νερό	32,906.00	32,595.20	32,289.40	31,985.60
Έξοδα για αναλώσιμα γραφείου	370.45	359.33	348.55	338.10
Λοιπά Γενικά Έξοδα (Βλ. Πίνακα 10.3)	43,042.50	62,557.50	63,131.50	63,685.50
Έξοδα για αμοιβές προσωπικού	93,900.00	95,778.00	97,692.00	99,645.00
Αποσβέσεις	216,506.25	216,506.25	216,506.25	216,506.25
Χρηματοπιστωτικά Έξοδα (Τόκοι)	0.00	42,000.00	40,053.63	38,009.93
Σύνολο	386,725.20	449,796.28	450,021.33	450,170.38

10.6 Απαιτούμενα ποσά σε Κυκλοφ. Ενεργητικό και Βραχ. Υποχρεώσεις (1^ο έτος λειτουργίας)

Πίνακας 10.5 Απαιτούμενα ποσά σε Κυκλοφορούν Ενεργητικό & Βραχ. Υποχρεώσεις (1^ο έτος λειτουργίας)

Κυκλοφορούν Ενεργητικό	Συνολικό Ποσό	Συντελεστής Κάλυψης	Απαιτούμενα Ποσά για τη Λειτουργία του 1 ^{ου} Έτους (σε €)
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι (Απαιτήσεις από πελάτες)	250,000.00	12	20,833.33
Αποθέματα (Καύσιμα, Νερό, Αναλώσιμα):			
1)Α' ύλες σε ενέργεια και νερό για τη λειτουργία των σκαφών	32,906.00	18	1,828.11
2)Αναλώσιμα Γραφείου	370.45	6	61.74
Ταμείο	440,000.00	24	18,333.33
Σύνολική Αξία Κυκλοφορούντος Ενεργητικού			41,056.52
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Λογαριασμοί Πληρωτέοι (π.χ. προμηθευτές κ.λπ.)	170,000.00	12	14,166.67
Συνολική Αξία Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων			14,166.67

10.7 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης (1^ο έτος λειτουργίας)

Για την σωστή χρηματοδότηση της λειτουργίας είναι απαραίτητο η ανάλυση του καθαρού κεφαλαίου κίνησης της επιχείρησης. Το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης αποτελείται από το κυκλοφορούν ενεργητικό μείον το τρέχον παθητικό. Κυκλοφορούν Ενεργητικό είναι το άθροισμα των αποθεμάτων, των εισπρακτέων λογαριασμών και των μετρητών. Ενώ παθητικό είναι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης θα προσδιορίσει το κυκλοφορούν ενεργητικό που θα καλύψει τις ανάγκες του τρέχον παθητικού. Έτσι, η διαφορά τους θα καλύψει τις πληρωμές των υποχρεώσεων. Παρακάτω απεικονίζεται το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 10.6 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης για το 1ο έτος λειτουργίας

Περιγραφή	Ποσό σε ευρώ
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	41,056.52
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	14,166.67
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	26,889.85

10.8 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Πίνακας 10.7: Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Περιγραφή	Ποσό (σε €)	Ποσοστό επί του συνολικού κόστους επένδυσης (%)
Πάγιο Ενεργητικό	1,732,050.00	98.47%
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	26,889.85	1.53%
Συνόλο	1,758,939.85	100%

10.9 Πηγές Χρηματοδότησης Επενδυτικού Κεφαλαίου

Η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα χωριστεί σε δύο βασικά μέρη. Το ένα μέρος της χρηματοδότησης θα δοθεί με μετρητά σε ποσοστό 55,6% από τους ίδιους τους επενδυτές (Α, Β και Γ) με το ποσό του 1.000.000 ευρώ. Το δεύτερο μέρος της χρηματοδότησης, δηλαδή το υπόλοιπο 44,4%, θα καλυφθεί μέσω της έγκρισης τραπεζικού δανείου με επιτόκιο 5%, το οποίο θα φθάνει τα 800.000 ευρώ. Επομένως, παρακάτω φαίνεται ο πίνακας των πηγών της συνολικής χρηματοδότησης του επενδυτικού σχεδίου.

Πίνακας 10.8 Πηγές Χρηματοδότησης Επενδυτικού Σχεδίου

Περιγραφή	Ποσό (σε €)	Ποσοστό επί του συνόλου χρηματοδότησης (%)
Ίδια Κεφάλαια	1,000,000.00	55.6%
Ξένα Κεφάλαια (Τραπεζικός Δανεισμός)	800,000.00	44.4%
Σύνολο	1,800,000.00	100%

10.10 Πορεία Αποπληρωμής Δανείου

Όπως προαναφέραμε, το δάνειο που θα πάρουν οι επενδυτές θα καλύπτει το 44,4% του συνολικού κόστους της επένδυσης. Το αρχικό κεφάλαιο του δανείου θα φθάνει τα 800.000 ευρώ με επιτόκιο 5% ετησίως και η αποπληρωμή του δανείου θα γίνει σε 15 έτη. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται η πορεία αποπληρωμής του δανείου.

Πίνακας 10.9 Πορεία αποπληρωμής δανείου

<u>ΕΤΟΣ</u>	<u>ΤΟΚΟΙ</u>	<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ</u>	<u>ΕΤΗΣΙΑ ΔΟΣΗ</u>	<u>ΑΛΗΚΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</u>
2020	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ			840,000.00
2021	42000.00	38,927.50	80,927.50	801,072.50
2022	40053.63	40,873.88	80,927.50	760,198.63
2023	38009.93	42,917.57	80,927.50	717,281.06
2024	35864.05	45,063.45	80,927.50	672,217.61
2025	33610.88	47,316.62	80,927.50	624,900.99
2026	31245.05	49,682.45	80,927.50	575,218.54
2027	28760.93	52,166.57	80,927.50	523,051.97
2028	26152.60	54,774.90	80,927.50	468,277.06
2029	23413.85	57,513.65	80,927.50	410,763.42
2030	20538.17	60,389.33	80,927.50	350,374.09
2031	17518.70	63,408.80	80,927.50	286,965.29
2032	14348.26	66,579.24	80,927.50	220,386.06
2033	11019.30	69,908.20	80,927.50	150,477.86
2034	7523.89	73,403.61	80,927.50	77,074.25
2035	3853.71	77,073.79	80,927.50	0.47

10.11 Απαιτούμενα ποσά σε Κυκλ. Ενεργητικό και Βραχ. Υποχρεώσεις (2020 – 2023)

Πίνακας 10.10 Απαιτούμενα Ποσά σε Κυκλ. Ενεργητικό & Βραχ. Υποχρεώσεις (2020-2023) (Ποσά σε ευρώ)

<u>Κυκλοφορούν Ενεργητικό</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι (Απαιτήσεις από πελάτες)	20,833.33	22,916.67	24,062.50	25,265.63
Α' ύλες σε ενέργεια και νερό για τη λειτουργία των σκαφών	1,828.11	1,828.11	1,828.11	1,828.11
Αναλώσιμα Γραφείου	61.74	61.74	61.74	61.74
Ταμείο	18,333.33	20,166.67	21,175.00	22,233.75
Συνολική Αξία Κυκλ. Ενεργητικού (1)	41,056.52	44,973.19	47,127.35	49,389.23
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις				
Λογαριασμοί Πληρωτέοι (Προμηθευτές κ.λπ.)	14,166.67	18,416.67	18,416.67	18,416.67
Συνολική Αξία Βραχ. Υποχρεώσεων (2)	14,166.67	18,416.67	18,416.67	18,416.67
Συνολική Αξία Καθ. Κεφαλαίου Κίνησης (1)-(2)	26,889.85	26,556.52	28,710.69	30,972.56

10.12 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης (2020 – 2023)

Η Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης αποτελεί την λογιστική κατάσταση η οποία μας δείχνει αν το αποτέλεσμα που παρουσιάστηκε κάνει την επένδυση κερδοφόρα ή ζημιοφόρα, με βάσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες αποτελέσματος και μέσα στην χρονική περίοδο που απευθύνεται.

- Τα έσοδα είναι κάθε αύξηση της Καθαρής Θέσης "Ίδια Κεφάλαια"
- Τα έξοδα είναι κάθε μείωση της Καθαρής Θέσης

Βάσει όλων των ανωτέρω η κατάσταση αποτελεσμάτων για την μελλοντική επιχείρηση ενοικιάσεων οχημάτων θα γίνει για τα τέσσερα πρώτα χρόνια λειτουργίας.

Πίνακας 10.11 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως (2020-2023)

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023	
Έσοδα Παροχής Υπηρεσιών	686,399.50	755,039.45	792,791.42	832,430.99	
(-) Λειτουργικά Έξοδα (μη συμπεριλαμβανομένων τόκων)	386,725.20	407,796.28	409,967.70	412,160.45	
Μικτό Αποτέλεσμα	299,674.30	347,243.17	382,823.72	420,270.54	Φορ.Συντελεστής
(-)Φόρος Εισοδήματος (Φορολογικός συντελεστής 24%)	71,921.83	83,338.36	91,877.69	100,864.93	24%
(-)Χρηματοπιστωτικά Έξοδα (Τόκοι)	0.00	42,000.00	40,053.63	38,009.93	
Καθαρά Κέρδη / (Ζημίες) Χρήσης	227,752.47	221,904.81	250,892.40	281,395.68	

10.13 Κατάσταση Ταμειακών Ροών (2020 – 2023)

Στην συγκεκριμένη ενότητα υπολογίζεται το σύνολο των ταμειακών εισροών και εκροών της επιχείρησης για τα έτη λειτουργίας 2020 – 2023. Έτσι, με την αφαίρεση των παραπάνω καταλήγουμε στο σύνολο των καθαρών ταμειακών ροών.

Πίνακας 10.12 Κατάσταση Ταμειακών Ροών 2020-2023 (Απλοποιημένη μορφή)

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023
Χρηματικές Εισροές				
Χρηματικές Εισροές από Επενδυτή	1,000,000.00	-	-	-
Χρηματικές Εισροές από τη λήψη δανείου	800,000.00	-	-	-
Χρηματικές Εισροές από τη δραστηριότητα της επιχείρησης	686,399.50	755,039.45	792,791.42	832,430.99
Σύνολο Χρηματικών Εισροών (1)	2,486,399.50	755,039.45	792,791.42	832,430.99
2. Χρηματικές Εκροές				
Χρηματικές Εκροές για Πάγιο Ενεργητικό	1,732,050.00	-	-	-
Χρηματικές Εκροές (έξοδα λειτουργίας)	386,725.20	407,796.28	409,967.70	412,160.45
Χρηματικές Εκροές (φόρος εισοδήματος)	71,921.83	83,338.36	91,877.69	100,864.93
Χρηματικές Εκροές (Πληρωμή Τόκων)	0.00	42,000.00	40,053.63	38,009.93
Σύνολο Χρηματικών Εκροών (2)	2,190,697.03	533,134.64	541,899.02	551,035.31
Καθαρές Ταμειακές Ροές (1)-(2)	295,702.47	221,904.81	250,892.40	281,395.68
Συσσωρευμένες Καθαρές Ταμειακές Ροές	295,702.47	517,607.28	768,499.67	1,049,895.35

10.14 Ισολογισμός (2020 – 2023)

Μετά την ανάλυση των ταμειακών ροών μπορούμε να συντάξουμε τον ισολογισμό για την οικονομική χρήση 2020.

Ο ισολογισμός είναι το οικονομικό στοιχείο που περιέχει τα εξής 3 μέρη:

1. Τα μέσα δράσεως που κατέχει η επιχείρηση στο "Ενεργητικό", ότι ανήκει στην κυριότητα της (γήπεδα, κτίρια, αποθέματα, κ.α.).
2. Τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τρίτους στο "Παθητικό", ότι δηλαδή οφείλει σαν επιχείρηση σε τρίτους (δάνεια, οφειλές σε προμηθευτές κ.α.).
3. Τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τον φορέα της/ επενδυτές της, "Καθαρή Θέση", ότι δηλαδή δικαιούνται να λάβουν οι 3 επενδυτές μας.

Η βασική λογιστική ισότητα που συνδυάζει τις παραπάνω έννοιες και πάνω στην οποία βασίζεται ο ισολογισμός είναι η εξής :

$$\text{Ενεργητικό} = \text{Παθητικό} + \text{Καθαρή Θέση}$$

Με βάση τα παραπάνω ακολουθεί ο προβλεπόμενος ισολογισμός της επιχείρησης για τα πρώτα 4 χρόνια λειτουργίας της.

Πίνακας 10.13 Ισολογισμός 2020-2023

Ενεργητικό	2020	2021	2022	2023
Πάγιο Επένδυσης (1)	1,732,050.00	1,515,543.75	1,299,037.50	1,082,531.25
Αποσβέσιμα Πάγια (2)	216,506.25	216,506.25	216,506.25	216,506.25
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού (3)=(1)-(2)	1,515,543.75	1,299,037.50	1,082,531.25	866,025.00
Κυκλοφορούν Ενεργητικό (4)	41,056.52	44,973.19	47,127.35	49,389.23
Καθαρή Ταμειακή Ροή Συσσωρευμένη (Πρόσθετη στο Ταμείο) (5)	295,702.47	517,607.28	768,499.67	1,049,895.35
Λοιπά Στοιχεία Ενεργητικού (6)	301,538.23	490,866.84	672,884.38	853,198.42
Σύνολο Ενεργητικού (3)+(4)+(5)+(6)	2,153,840.97	2,352,484.80	2,571,042.66	2,818,508.01

Παθητικό	2020	2021	2022	2023
Εισφορά Επενδυτή (1)	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
Κέρδη Εις Νέον (2)	227,752.47	449,657.28	700,549.67	981,945.35
Σύνολο Καθαρής Θέσης (3)=(1)+(2)	1,227,752.47	1,449,657.28	1,700,549.67	1,981,945.35
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (4)	14,166.67	18,416.67	18,416.67	18,416.67
Φόροι Πληρωτέοι (5)	71,921.83	83,338.36	91,877.69	100,864.93
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις (Άληκτο κεφάλαιο) (6)	840000.00	801072.50	760198.63	717281.06
Σύνολο Υποχρεώσεων (7)=(4)+(5)+(6)	926,088.50	902,827.53	870,492.98	836,562.65
Σύνολο Παθητικού (8)=(3)+(7)	2,153,840.97	2,352,484.80	2,571,042.66	2,818,508.01

10.15 Κατάσταση Ταμειακών Ροών – Περίοδος Επανείσπραξης Κεφαλαίου

Η μέθοδος επανείσπραξης του επενδεδυμένου κεφαλαίου, μέσω της κατάστασης των ταμειακών ροών, μας δείχνει το σύνολο των ετών που απαιτούνται ώστε να λάβουμε πίσω όλο το κόστος κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης. Είναι, επομένως, ένας τρόπος ώστε να φανεί η επικινδυνότητα και η ρευστότητα της επένδυσης. Υποθετικά, όσο βραχύτερη είναι η περίοδος επανείσπραξης του συνολικού κόστους της αρχικής επένδυσης, τόσο λιγότερο επικίνδυνη θεωρείται ουσιαστικά η επένδυση. Στην παρούσα φάση θα παρουσιαστεί η κατάσταση των ταμειακών ροών της επιχείρησης για τα έτη 2020 έως 2023. Ο παρακάτω πίνακας φανερώνει πως το επενδεδυμένο κεφάλαιο θα επανεισπραχθεί ανάμεσα στο τρίτο και τέταρτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 10.14 Κατάσταση Ταμειακών Ροών - Περίοδος Επανείσπραξης Κεφαλαίου

Έτος	Εισφορά Επενδυτή	Καθαρά Κέρδη Χρήσης	Αποσβέσεις	ΚΤΡ (ανά έτος)	Αθροιστική ΚΤΡ
2020	-1,800,000.00	227,752.47	216,506.25	- 1,355,741.28	-1,355,741.28
2021	-	221,904.81	216,506.25	438,411.06	-917,330.22
2022	-	250,892.40	216,506.25	467,398.65	-449,931.58
2023	-	281,395.68	216,506.25	497,901.93	47,970.35
Σύνολα	-1,800,000.00	981,945.35	866,025.00	47,970.35	

10.16 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης

Ο απλός συντελεστής απόδοσης σχετίζεται με το ετήσιο καθαρό κέρδος της επιχείρησης μετά τις αποσβέσεις, τους τόκους και τους φόρους προς το επενδυμένο κεφάλαιο. Για την αξιολόγηση των επενδύσεων σαν την παρούσα χρειαζόμαστε Δύο συντελεστές απόδοσης.

1. Συντελεστής για την απόδοση επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου (συνολική επένδυση)

$$R: \frac{(\text{Καθαρό Κέρδος} + \text{Τόκοι}) * 100}{\text{Συνολικά Κεφάλαια}}$$

2. Ο Συντελεστής για την απόδοση επί του επενδυμένου μετοχικού κεφαλαίου (ίδια κεφάλαια)

$$Re: \frac{(\text{Καθαρό Κέρδος}) * 100}{\text{Μετοχικό Κεφάλαιο}}$$

10.16.1 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Συνολικού Επενδεδυμένου Κεφαλαίου

Πίνακας 10.15 Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης συνολικού επενδεδυμένου κεφαλαίου

Έτος	Καθαρά Κέρδη Χρήσης	Συνολικό Επενδεδυμένο Κεφάλαιο	Απόδοση Περιόδου
2020	227,752.47	1,800,000.00	12.65%
2021	221,904.81	1,800,000.00	12.33%
2022	250,892.40	1,800,000.00	13.94%
2023	281,395.68	1,800,000.00	15.63%

10.16.2 Υπολογισμός Συντελεστή Απόδοσης Ίδιων Κεφαλαίων

Πίνακας 10.16 Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης ιδίων κεφαλαίων

Έτος	Καθαρά Κέρδη Χρήσης	Συνολικό Ίδια Κεφάλαια	Απόδοση Περιόδου
2020	227,752.47	1,000,000.00	22.78%
2021	221,904.81	1,000,000.00	22.19%
2022	250,892.40	1,000,000.00	25.09%
2023	281,395.68	1,000,000.00	28.14%

10.17 Υπολογισμός Συντελεστών Προεξόφλησης για ΚΠΑ

Όσον αφορά την δική μας επένδυση, θεωρούμε πως οι συντελεστές προεξόφλησης είναι ρεαλιστικοί, καθώς σχετίζονται με το κόστος ευκαιρίας της επένδυσης.

Πίνακας 10.17 Υπολογισμός Συντελεστών Προεξόφλησης για ΚΠΑ

Περίοδος	Περίοδος σε έτη	Συντελεστής Προεξόφλησης (1%)	Συντελεστής Προεξόφλησης (1,5%)	Συντελεστής Προεξόφλησης (2%)
2020	1	0.990	0.985	0.980
2021	2	0.980	0.971	0.961
2022	3	0.971	0.956	0.942
2023	4	0.961	0.942	0.924

10.17.1 Υπολογισμός ΚΠΑ για εναλλακτικούς συντελεστές προεξόφλησης

Η καθαρή παρούσα αξία ως μέθοδος είναι πιο κατανοητή. Προεξοφλούμε όλα τα ποσά στην ίδια χρονική περίοδο και μπορούμε να βγάλουμε πιο εύκολα συμπεράσματα για την επένδυση μας.

Σε αυτή την μέθοδο προεξοφλούμε όλες τις καθαρές διαχρονικά ταμειακές ροές στο παρόν με τον εξής τύπο:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{r=1}^v \left[\frac{\text{ΚΤΡ}_r}{(1+k)^r} \right] - \text{ΚΕ}$$

ΚΠΑ: Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ_r: Καθαρή Ταμειακή Ροή στην περίοδο r

k: Μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου

v: Αριθμός περιόδων

Με την Βοήθεια του συντελεστή παρούσας αξίας θα λύσουμε την πιο πάνω εξίσωση με τον συντελεστή: ΣΠΑ(v,k).

Η επένδυση μας είναι αποδεκτή όταν το άθροισμα των παρουσών αξιών είναι ίσο ή μεγαλύτερο από το μηδέν

Πίνακας 10.18 Υπολογισμός ΚΠΑ για εναλλακτικούς συντελεστές προεξόφλησης

Περίοδος	ΚΤΡ	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (1%)	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (1,5%)	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (2%)
2020	- 1,355,741.2 8	-1,342,318.10	-1,335,705.70	-1,329,158.12
2021	438,411.06	429,772.63	425,548.85	421,387.02
2022	467,398.65	453,652.52	446,981.27	440,440.18
2023	497,901.93	478,473.97	469,115.35	459,984.42
	ΚΠΑ	19,581.02	5,939.77	-7,346.49

10.17.2 Υπολογισμός ΕΣΑ

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης είναι το επιτόκιο που μηδενίζει την Κ.Π.Α.

ΕΣΑ: ΚΠΑ=0

Η μέθοδος της εσωτερικής απόδοσης δείχνει την απόδοση της επένδυσης, δηλαδή το ότι ο συντελεστής προεξόφλησης εξισώνει το κόστος της επένδυσης με την παρούσα αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών. Ουσιαστικά πρόκειται για το επιτόκιο κατά το οποίο η καθαρή παρούσα αξία των καθαρών εισπράξεων του επενδυτικού σχεδίου ισούται με την παρούσα αξία ξτης επένδυσης.

Για τον υπολογισμό του ΕΣΑ ακολουθείτε η εξής διαδικασία :

Αρχικά, γίνεται ο υπολογισμός των ταμιακών ροών. Στη συνέχεια, γίνεται η προεξόφληση των ταμιακών ροών, τόσο με το προαναφερθέν επιτόκιο, όσο και με άλλα διάφορα επιτόκια. Όσον αφορά τη δική μας περίπτωση έγινε ο υπολογισμός του ΕΣΑ με επιτόκιο 1,7%, όπου η ΚΠΑ ισούται με μηδέν.

Πίνακας 10.19 Υπολογισμός ΕΣΑ (Επιτόκιο Προεξόφλησης για ΚΠΑ=0)

Περίοδος	ΚΤΡ	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (1%)	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (1,5%)	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (2%)	Παρούσα Αξία ΚΤΡ (2,5%)
2020	- 1,355,741.2 8	-1,342,318.10	-1,335,705.70	-1,329,158.12	-1,322,674.42
2021	438,411.06	429,772.63	425,548.85	421,387.02	417,285.96
2022	467,398.65	453,652.52	446,981.27	440,440.18	434,026.11
2023	497,901.93	478,473.97	469,115.35	459,984.42	451,074.57
	ΚΠΑ	19,581.02	5,939.77	-7,346.49	-20,287.78

10.18 Υπολογισμός Ταμειακού Νεκρού Σημείου

Το νεκρό σημείο ή αλλιώς break even point, είναι η κατάσταση κατά την οποία τα συνολικά έσοδα μίας επιχείρησης ισούνται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής. Σε αυτό το

σημείο η επιχείρηση δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία. Δηλαδή, είναι το σημείο όπου στις καμπύλες προσφοράς και ζήτησης τα έσοδα είναι ίσα με τα έξοδα.

$$\begin{aligned} \text{Έσοδα Πωλήσεων} &= \text{Κόστος παραγωγής} \\ &\text{ή} \\ \text{Έσοδα Πωλήσεων} &= \text{όγκος πωλήσεων} \times \text{τιμή μονάδας} \\ &\text{ή} \\ \text{Κόστος Παραγωγής} &= \text{Σταθερά έξοδα} + \text{μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα} \times \text{όγκο πωλήσεων} \end{aligned}$$

Όσον αφορά τη δική μας επιχείρηση, στον παρακάτω πίνακα φανερώνεται η χρονική στιγμή κατά την οποία η επιχείρησή μας φθάνει στο νεκρό σημείο.

Πίνακας 10.20 Υπολογισμός Ταμειακού Νεκρού Σημείου (σε ημέρες)

Περιγραφή	2020	2021	2022	2023
Έσοδα Παροχής Υπηρεσιών	686399.50	755039.45	792791.42	832430.99
(-) Λειτουργικά Έξοδα (μη συμπεριλαμβανομένων τόκων)	386725.20	407796.28	409967.70	412160.45
Μικτό Αποτέλεσμα	299674.30	347243.17	382823.72	420270.54
Νεκρό Σημείο (αρ. ημερών έως την κάλυψη λειτουργικών εξόδων)	203	194	186	178

10.19 Υπολογισμός Αριθμοδεικτών

Οι αριθμοδείκτες είναι μαθηματικές σχέσεις που βοηθούν τους αναλυτές να καθορίσουν τις χρηματοδοτικές ανάγκες των επιχειρήσεων κατά την χρηματοοικονομική ανάλυση των οικονομικών σχέσεων (Brookson, 2011). Όσον αφορά τη δική μας περίπτωση, οι αριθμοδείκτες που χρησιμοποιηθούν ώστε να κατανοήσουμε τις χρηματοδοτικές ανάγκες της εταιρείας μας είναι οι εξής :

➤ **Δείκτης Γενικής Ρευστότητας**

$$\text{Τύπος: } \frac{(\text{Διαθέσιμα} + \text{Απαιτήσεις} + \text{Αποθέματα}) \times 100}{\text{Βραχυχρ. Υποχρεώσεις}}$$

➤ **Δείκτης Ταμειακής Ρευστότητας**

$$\text{Τύπος: } \frac{\text{Διαθέσιμο Ενεργητικό}}{\text{Ληξιπρόθεσμες Υποχρεώσεις}}$$

➤ **Δείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους**

$$\text{Τύπος: } \frac{(\text{Μικτά Κέρδη}) \times 100}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}}$$

➤ **Δείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους**

$$\text{Τύπος: } \frac{(\text{Καθαρά Κέρδη}) \times 100}{\text{Καθαρές Πωλήσεις}}$$

➤ **Δείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού**

$$\text{Τύπος: } \frac{(\text{Καθαρά Κέρδη}) \times 100}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

➤ **Δείκτης Κυκλοφορίας Ενεργητικού**

$$\text{Τύπος: } \frac{\text{Πωλήσεις}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}}$$

➤ **Δείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια**

$$\text{Τύπος: } \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Ξένα Κεφάλαια}}$$

Πίνακας 10.21: Υπολογισμός Αριθμοδεικτών (Έτος 2020)

Περιγραφή	Κατηγορία Αριθμοδείκτη	Τύπος Υπολογισμού	Τιμή
Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας	Ρευστότητας	(Κυκλοφορούν Ενεργητικό + Ταμείο)/(Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις+Φόροι Πληρωτέοι)	3.91
Αριθμοδείκτης Ταμειακής Ρευστότητας	Ρευστότητας	(Ταμείο/Βραχ. Υποχρεώσεις + Φόροι Πληρωτέοι)	3.43
Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου ή Μικτού Κέρδους	Αποδοτικότητα	Μικτά Κέρδη Χρήσης/Έσοδα Παροχής Υπηρεσιών	44%
Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου ή Καθαρού Κέρδους	Αποδοτικότητα	Καθαρά Κέρδη Χρήσης/Έσοδα Παροχής Υπηρεσιών	33%
Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού	Αποδοτικότητα	Καθαρά Κέρδη Χρήσης/Σύνολο Ενεργητικού	11%
Αριθμοδείκτης Κυκλοφορίας Ενεργητικού	Δραστηριότητας	Έσοδα από Παροχή Υπηρεσιών/Σύνολο Ενεργητικού	32%
Αριθμοδείκτης Ξένα προς Ίδια Κεφάλαια	Δανειακής Επιβάρυνσης	Ξένα Κεφάλαια/Ίδια Κεφάλαια	80%

Χρηματοοικονομική αξιολόγηση και εκτίμηση της επένδυσης

Από το σύνολο των παραπάνω στοιχείων οικονομικής αξιολόγησης φαίνεται πως η επένδυση κατά τα πρώτα τέσσερα έτη λειτουργίας της δεν μπορεί να καλύψει το σύνολο των εξόδων της. Ωστόσο, από το τέταρτο έτος και μετά, φαίνεται πως τα κέρδη της επιχείρησης ξεπερνούν τις ζημιές της καθιστώντας την έτσι μία βιώσιμη και κερδοφόρα επιχείρηση σε βάθος χρόνου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Γεωργακέλλος Δ., *“ Μεθοδολογία Οικονομοτεχνικών Μελετών ”*, Μεταπτυχιακό Μάθημα τμήματος: MBA in Tourism του Πανεπιστημίου Πειραιά.
- Διακομιχάλης Μ., (2009), *“ Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του ”*.
- Διακομιχάλης Μ., (2012), *“ Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων ”*
- Διπλωματική Εργασία, (2013), *“ Μελέτη Σκοπιμότητας Ίδρυσης Μονάδας Αγροτουρισμού ”* του Πανεπιστημίου Πειραιώς.
- Διπλωματική Εργασία, Κατσιφή Α., (2015), *“ Προμελέτη Σκοπιμότητας Ίδρυσης Εταιρείας Yachting ”* του Πανεπιστημίου Πειραιώς.
- Δράκος Αναστάσιος Α., Καραθανάσης Γεώργιος Α., (2017), *“ Χρηματοοικονομική Διοίκηση των επιχειρήσεων (Α' έκδοση) ”*.
- Εταιρεία *“ NICON TEXNIKH ”*, Κατασκευαστική εταιρεία του κύριου Σκαλιστήρα Γρηγόρη
- Θεοδούλη Μ., (2015), *“ Υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές του Ναυτικού Τουρισμού - Προτάσεις πολιτικής ”*, Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Καρβούνης Σ., (2006), *“ Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες ”*.
- Σκαναβή Κ. κ.ά., (2020), *“ 3ο Παρατηρητήριο Για Τον Θαλάσσιο Τουρισμό Νήσου Σκύρου ”*, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής, Τμήμα Δημόσιας & Κοινωνικής Υγείας.
- Τσαγκαράκης Ν., *“ Χρηματοοικονομική Διοίκηση ”*, Μεταπτυχιακό Μάθημα τμήματος: MBA Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιά.
- Χυτήρης Λ., (2001), *“ Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων ”*.

Ξενόγλωσση

- 1 Behrens W. & Hawranek P. M., (1991), *“ Manual for the Preparation of Industrial Feasibility Studies ”*, United Nations Industrial Development Organization.
- 2 Buhalis D., (2001) *“ Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges, Current Issues in Tourism ”*.
- 3 Kotler P. & Keller K., (2000), *“ Marketing Management ”*.
- 4 Porter M., (1980), *“ Competitive Strategy ”*.

Ιστοσελίδες

- E.O.T. : <http://www.gnto.gov.gr/>
- ΕΛ.ΣΤ.Α.Τ. : <https://www.statistics.gr/>
- Eurostat : <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Σ.Ε.Τ.Ε. : <https://sete.gr/>
- I.O.B.E. : <http://iobe.gr/>
- UNWTO : <https://www.unwto.org/>
- Υπουργείο Τουρισμού : <https://mintour.gov.gr/>
- <https://nemorentaboat.gr/>
- <https://www.alveayachts.com/>
- <https://www.boataround.com/>
- <https://www.nautal.com/>
- <https://www.bednblue.com/>
- <https://www.boats.com/>
- <https://www.linariaport.gr/en/the-port/>
- Plaisio.gr
- TheMart.gr
- Tyropolis
- Google Maps