



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

Διπλωματική Εργασία

ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
YACHTING

Αικατερίνη Ευαγγέλου Κατσιφή

Πειραιάς, 2015

Αφιερώνεται στην οικογένειά μου.

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

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον Καθηγητή της Σχολής Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς και επιβλέποντα της παρούσας διπλωματικής εργασίας Δημήτριο Γεωργακέλλο για την άφογη συνεργασία σε όλη τη διάρκεια εκπόνησής της καθώς και για την υποστήριξή του σε όλη τη διαδικασία.

Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την απεριόριστη αγάπη και στήριξη που μου δίνουν σε όλες τις εύκολες και δύσκολες στιγμές της ζωής μου.

Τέλος, η ολοκλήρωση της κάτωθι διπλωματικής εργασίας με θέμα: “Προμελέτη Σκοπιμότητας ίδρυσης εταιρείας Yachting” συγχρηματοδοτήθηκε μέσω του Έργου «Υποτροφίες ΙΚΥ» από πόρους του ΕΠ «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση», του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ΕΚΤ) του ΕΣΠΑ, 2007-2013.

Κατάσταση πινάκων

1 Πίνακας 2.1 - Μετοχική σύνθεση της εταιρείας	17
2 Πίνακας 2.2 - Κόστη Προεπενδυτικής Μελέτης.....	17
3 Πίνακας 3.1 - Χώρες προέλευσης πελατών της «Κυριακούλης Μεσογειακαί Κρουαζιέραι Α.Ν.Ε.» για το έτος 2004.....	40
4 Πίνακας 3.2 – Μέγεθος αγοράς σε αξία του επαγγελματικού Yachting σε χιλ. Ευρώ (2006-2009)	41
5 Πίνακας 3.3 - Σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου	43
6 Πίνακας 3.4 - Οι πωλήσεις των σημαντικότερων εταιρειών του κλάδου για το 2004 – 2009 σε Ευρώ	43
7 Πίνακας 3.5 - Μεριδίο αγοράς βάση του συνόλου των σκαφών σύνολο 3500.....	45
8 Πίνακας 3.7 - Ελληνικές Μαρίνες.....	49
9 Πίνακας 3.8 - Ευρωπαϊκές Μαρίνες	50
10 Πίνακας 3.9 - Μαρίνες υπό κατασκευή στην Ελλάδα	51
11 Πίνακας 3.10 - Μεριδία Αγοράς Σε Αξία Εταιριών Ενοικίασης Σκαφών Αναψυχής (2008)	64
12 Πίνακας 3.11 - Μεριδία αγοράς εταιρειών ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής (2009)	65
13 Πίνακας 3.12 - Μεριδία αγοράς εταιρειών του κλάδου yachting για τις μαρίνες	66
14 Πίνακας 3.13 - Ιστιοπλοϊκά Σκάφη εταιρείας	82
15 Πίνακας 3.14 - Μηχανοκίνητα Σκάφη εταιρείας.....	84
16 Πίνακας 3.15 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Σποράδες – Χαλκιδική.....	88
17 Πίνακας 3.16 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Δωδεκάνησα.....	89
18 Πίνακας 3.17 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Ιόνιο.....	89
19 Πίνακας 3.18 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Κυκλάδες	89
20 Πίνακας 3.19 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Πελοπόννησο – Κύθηρα.....	90
21 Πίνακας 3.20 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Αττική – Αργοσαρωνικό.....	90
22 Πίνακας 3.21 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Κυκλάδες	90

23 Πίνακας 3.22 - Εκτίμηση τιμών πώλησης ανά έτος.....	92
24 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2014.....	93
25 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2015.....	94
26 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2016.....	94
27 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2017.....	95
28 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2018.....	96
29 Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2019.....	97
30 Πίνακας 3.24 - Εκτίμηση κόστους πωλήσεων για τα έτη 2014-2019.....	98
31 Πίνακας 4.1 - Χωρητικότητα καυσίμων και νερού των δεξαμενών του κάθε σκάφους	99
32 Πίνακας 4.2 - Κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (2014)	103
33 Πίνακας 4.3 - Κόστος γραφικής ύλης γραφείου σε ευρώ.....	104
34 Πίνακας 4.4 - Κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων για το χρονικό διάστημα 2015-2019	104
35 Πίνακας 5.1 - Χαρακτηριστικά ιστιοπλοϊκών σκαφών	105
36 Πίνακας 5.2 - Χαρακτηριστικά μηχανοκίνητων σκαφών	106
37 Πίνακας 5.3 - Κόστος συντήρησης των σκαφών για το έτος 2015.....	121
38 Πίνακας 5.4 - Προβλέψεις για το κόστος συντήρησης των σκαφών για την πενταετία 2015-2019.....	122
39 Πίνακας 5.5 - Προμηθευτές Καταδυτικού εξοπλισμού	123
40 Πίνακας 5.6 - Κόστος Καταδυτικού εξοπλισμού.....	124
41 Πίνακας 5.7 - Προμηθευτές εξοπλισμού γραφείου	126
42 Πίνακας 5.8 - Κόστος εξοπλισμού γραφείου	128
43 Πίνακας 6.1 - Ετήσιο κόστος ασφαλιστρων σε ευρώ	132
44 Πίνακας 6.2 - Ετήσιος ειδικός φόρος σκαφών σε ευρώ.....	133
45 Πίνακας 6.3 - Γενικά έξοδα εταιρείας	135
46 Πίνακας 6.4 - Ποσοστιαία κατανομή Γενικών εξόδων της εταιρείας	136
47 Πίνακας 7.1 - Εκτίμηση κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού σε ευρώ.....	142
48 Πίνακας 7.2 - Ετήσια κόστη Ανθρώπινου Δυναμικού σε ευρώ.....	143
49 Πίνακας 8.1 - Συγκριτική αξιολόγηση τοποθεσιών	145
50 Πίνακας 8.1 - Κόστος εκτελέσεως έργου σε ευρώ.....	153
51 Πίνακας 8.2 – Ετήσια κόστη εκτελέσεως έργου σε ευρώ	153

52 Πίνακας 9.1 - Κατάλογος δραστηριοτήτων, της σειράς αυτών καθώς και του χρόνου που απαιτείται για κάθε μία	160
53 Πίνακας 9.2 - Απλοποιημένο χρονοδιάγραμμα Gantt για την υπό μελέτη εταιρεία	161
54 Πίνακας 9.3 – Υπολογισμός Κόστους Επενδύσεως του Επενδυτικού Σχεδίου σε ευρώ.....	162
55 Πίνακας 10.1 - Πάγιο Ενεργητικό 2014	163
56 Πίνακας 10.2 - Διαχρονικές απαιτήσεις της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης για το χρονικό διάστημα 2014-2019.....	164
57 Πίνακας 10.3 - Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	165
58 Πίνακας 10.4 - Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παροχής Υπηρεσιών....	165
59 Πίνακας 10.5 - Τοκοχρεολυτικός πίνακας βραχυπρόθεσμου δανείου.....	166
60 Πίνακας 10.6 - Τοκοχρεολυτικός πίνακας μακροπρόθεσμου δανείου.....	167
61 Πίνακας 10.7 - Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως	168
62 Πίνακας 10.8 - Κατάσταση ταμειακών ροών	169
63 Πίνακας 10.9 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2014.....	171
64 Πίνακας 10.10 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2015.....	172
65 Πίνακας 10.11 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2016.....	173
66 Πίνακας 10.12 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2017.....	175
67 Πίνακας 10.13 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2018.....	176
68 Πίνακας 10.14 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2019.....	177
69 Πίνακας 10.15 - Καθαρές ταμειακές ροές της υπό μελέτη επιχείρησης	179
70 Πίνακας 10.16 - Υπολογισμός Παρούσας Αξίας.....	181
71 Πίνακας 10.17 - Εκτίμηση του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	182
72 Πίνακας 10.15 - Καταμερισμός Σταθερών και Μεταβλητών εξόδων 2014.....	184

Κατάσταση Διαγραμμάτων

1	Διάγραμμα 3.1- Πραγματικό Α.Ε.Π (Ρυθμός ετήσιας μεταβολής)	19
2	Διάγραμμα 3.2- Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις σε εκ.	23
3	Διάγραμμα 3.3 - Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις για το έτος 2013 σε εκ.	24
4	Διάγραμμα 3.4 – Η Κατάταξη της Ελλάδας σύμφωνα με το Δείκτη Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας, κατά την περίοδο 2001-2012.....	26
5	Διάγραμμα 3.5 – Μερίδιο αγοράς τουριστικών αφίξεων της Ελλάδας (2000)	27
6	Διάγραμμα 3.6 – Μερίδιο αγοράς τουριστικών αφίξεων Ελλάδας (2010).....	27
7	Διάγραμμα 3.7 - Διάρθρωση αγοράς Yachting για το έτος 2008	42
8	Διάγραμμα 3.8 - Μέγεθος της αγοράς (σε αξία) των ελληνικών τουριστικών λιμένων	52
9	Διάγραμμα 3.9 - Κατανομή Μαρίνων στην Ελλάδα	53
10	Διάγραμμα 3.10 - Περίοδοι Ναυλώσεων Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής	72
11	Διάγραμμα 3.11 – Εθνικότητες τουριστών Yachting	73
12	Διάγραμμα 3.12 – Κατανομή τουριστών Yachting με βάση τα ψυχογραφικά κριτήρια.....	75
13	Διάγραμμα 6.1 - Οργανόγραμμα εταιρείας	131

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	13
1.1 Σύνοψη του σκοπού και του ιστορικού του επενδυτικού σχεδίου.	13
1.2 Σύνοψη της ανάλυσης της αγοράς και Μάρκετινγκ.	13
1.3 Σύνοψη θεμάτων Α' Υλών και λοιπών εφοδίων.	13
1.4 Σύνοψη θεμάτων μηχανολογίας και τεχνολογίας.	13
1.5 Σύνοψη θεμάτων οργάνωσης και γενικών εξόδων.	13
1.6 Σύνοψη θεμάτων ανθρώπινων πόρων.....	14
1.7 Σύνοψη θεμάτων τοποθεσίας και περιβάλλοντος.....	14
1.8 Σύνοψη Χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	14
1.9 Σύνοψη Χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης.	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 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
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	18
3.1 Το Διεθνές Οικονομικό Περιβάλλον και η Ελλάδα.....	18
3.1.1 Προηγμένες και αναδυόμενες οικονομίες.....	18
3.1.2 Μακροοικονομικές εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	20
3.1.3 Μακροοικονομικές εξελίξεις στην Ελλάδα.....	21
3.2 Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση.....	21
3.3 Το Ελληνικό Τουριστικό Προϊόν.....	24
3.3.1 Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα.....	24
3.3.2 Η ανταγωνιστικότητα και οι προκλήσεις του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	26
3.4 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	28
3.5 Yachting.....	30
3.5.1 Κατηγορίες Σκαφών – Τύποι Σκαφών.....	30
3.5.2 Η εξέλιξη του Yachting στην Ελλάδα.....	36
3.6 Θεσμικό Πλαίσιο.....	37
3.6.1 Το cabotage.....	38

3.7 Η Ζήτηση στην Ελλάδα	39
3.8 Η Προσφορά στην Ελλάδα	41
3.8.1 Μαρίνες – Καταφύγια – Αγκυροβόλια	46
3.8.1.1 Υποβολή Αιτήματος Χωροθέτησης.....	47
3.8.1.2 Ελληνικές Μαρίνες.....	49
3.9 PEST Analysis (Γενικευμένο περιβάλλον της επιχείρησης)	53
3.9.1 Πολιτική Διάσταση	53
3.9.2 Οικονομική Διάσταση	55
3.9.3 Κοινωνική Διάσταση	57
3.9.4 Τεχνολογική Διάσταση	59
3.10 “5 Δυνάμεις του Porter” (Άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης)	60
3.10.1 Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων	60
3.10.2 Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών	61
3.10.3 Διαπραγματευτική Δύναμη των Αγοραστών.....	62
3.10.4 Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα.....	63
3.10.5 Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ Υφιστάμενων επιχειρήσεων	64
3.10.6 Άλλοι Stakeholders.....	68
3.11 S.W.O.T Analysis των επενδυτών της υπό μελέτη εταιρείας.....	68
3.11.1 Δυνάμεις (Strengths).....	68
3.11.2 Αδυναμίες (Weaknesses).....	69
3.11.3 Ευκαιρίες (Opportunities)	69
3.11.4 Απειλές (Threats).....	70
3.12 Ansoff Matrix.....	71
3.12.1 Υπάρχον προϊόν/υπηρεσία-Υπάρχουσα αγορά	71
3.12.2 Νέο προϊόν/υπηρεσία- Υπάρχουσα αγορά.....	71
3.12.3 Υπάρχον προϊόν/υπηρεσία- Νέα αγορά.....	71
3.12.4 Νέο προϊόν/ υπηρεσία- Νέα αγορά.....	71
3.13 Τμηματοποίηση της αγοράς.....	71
3.13.1 Κριτήρια Τμηματοποίησης της αγοράς του Yachting στην Ελλάδα	72
3.14 Στόχευση	76
3.14.1 Στόχευση: Αποφάσεις Στρατηγικής της Αγοράς	76
3.15 Τοποθέτηση	77
3.16 Λειτουργικές Διαστάσεις του Μάρκετινγκ (Το μίγμα ΜΚΤ)	78

3.16.1 Προϊόν	79
3.16.2 Τιμή.....	85
3.16.3 Προώθηση	91
3.16.4.Διανομή	91
3.17 Μεριδίο Αγοράς και πρόγραμμα πωλήσεων	92
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	99
4.1 Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και των άλλων Εφοδίων.....	99
4.2 Επιλογή και τρόπος προσδιορισμού των Πρώτων Υλών και των άλλων Εφοδίων	100
4.3 Μάρκετινγκ Προμηθειών	101
4.3.1 Επιλογή προμηθευτών.....	102
4.4 Υπολογισμός του κόστους Πρώτων Υλών και Λοιπών εφοδίων	103
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	105
5.1 Περιγραφή των σκαφών του στόλου.....	105
5.2 Τεχνικά – Μηχανολογικά χαρακτηριστικά των σκαφών	106
5.3 Μηχανολογικά σχέδια των σκαφών (Layouts).....	111
5.4 Κόστος συντήρησης σκαφών αναψυχής	120
5.5 Καταδυτικός Εξοπλισμός	122
5.6 Εξοπλισμός γραφείου της εταιρείας	124
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	129
6.1 Οργάνωση και Διαχείριση της Μονάδας.....	129
6.1.1 Οργανωσιακές λειτουργίες	129
6.1.2 Οργανόγραμμα.....	129
6.2 Γενικά έξοδα.....	131
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	137
7.1 Εκτίμηση του συνόλου των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους	137
7.2 Εκπαίδευση του Ανθρώπινου Δυναμικού.....	140
7.3 Καθορισμός πολιτικής Ανθρώπινου Δυναμικού	140
7.4 Εκτίμηση του κόστους του Ανθρώπινου Δυναμικού	142
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	144
8.1 Αναζήτηση και επιλογή τοποθεσίας	144
8.1.1 Κριτήρια επιλογής της τοποθεσίας.....	144
8.1.2 Εναλλακτικές τοποθεσίες ελλιμενισμού των σκαφών της εταιρείας.....	145
8.1.3 Αξιολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών	145

8.2 Ανάλυση των χαρακτηριστικών της επιλεχθείσας τοποθεσίας	146
8.2.1 Γενικά χαρακτηριστικά της μαρίνας Αλίμου	146
8.2.2 Υφιστάμενη κατάσταση – Μειονεκτήματα της μαρίνας Αλίμου	149
8.2.3 Υφιστάμενη κατάσταση του ευρύτερου περιβάλλοντος και νέες προτάσεις για τη βελτίωσή του	150
8.3 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του έργου	152
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ	154
9.1 Στόχοι του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου	154
9.2 Η ομάδα επιβλέψεως και εκτελέσεως του έργου.....	155
9.3 Στάδια εκτελέσεως του έργου.....	155
9.4 Χρονικός προγραμματισμός εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου	159
9.5 Εκτίμηση του κόστους εκτελέσεως του Επενδυτικού Σχεδίου	162
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	163
10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης	163
10.1.1 Πάγιο Ενεργητικό.....	163
10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	164
10.2 Ανάλυση Κόστους Παραγωγής.....	165
10.3 Τοκοχρεολυτικοί Πίνακες	166
10.4 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως	168
10.5 Κατάσταση Ταμειακών Ροών	169
10.6 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί επιχείρησης	170
10.7 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης	179
10.8 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	180
10.9 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης	181
10.10 Νεκρό Σημείο.....	183

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 Σύνοψη του σκοπού και του ιστορικού του επενδυτικού σχεδίου.

Σκοπός του παρόντος Επενδυτικού Σχεδίου είναι η ίδρυση μίας μικρομεσαίας επιχείρησης που θα δραστηριοποιείται στο ραγδαία αναπτυσσόμενο-τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο-κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού και πιο συγκεκριμένα στον υποκλάδο του yachting, παρέχοντας εξατομικευμένες υπηρεσίες στους πελάτες της, με μία μεγάλη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, που θα κυμαίνονται σε ένα επίσης μεγάλο εύρος τιμών

1.2 Σύνοψη της ανάλυσης της αγοράς και Μάρκετινγκ.

Σκοπός του παρόντος κεφαλαίου είναι η ανάλυση όλων των ζητημάτων που αφορούν τις στρατηγικές Μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η υπό μελέτη εταιρεία καθώς και η ανάλυση του εκτιμώμενου κύκλου εργασιών της.

1.3 Σύνοψη θεμάτων Α' Υλών και λοιπών εφοδίων.

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο πραγματεύεται ό,τι έχει σχέση με τα εφόδια και τις Α' Ύλες της εταιρείας και στο τέλος του γίνεται ανάλυση του κόστους αυτών.

1.4 Σύνοψη θεμάτων μηχανολογίας και τεχνολογίας.

Ο κλάδος του Yachting είναι άμεσα συνυφασμένος με την εξέλιξη της τεχνολογίας καθώς υπάρχει ενσωματωμένη στα σκάφη. Στο παρόν κεφάλαιο θα δούμε τα κόστη απόκτησης τεχνολογίας, κόστος Η/Μ εξοπλισμού και τα κόστη συντήρησης.

1.5 Σύνοψη θεμάτων οργάνωσης και γενικών εξόδων.

Εδώ περιλαμβάνονται όλα τα γενικά έξοδα καθώς και το οργανόγραμμα της επιχείρησης.

1.6 Σύνοψη θεμάτων ανθρώπινων πόρων.

Καθώς το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησης θα πρέπει να καταγραφούν λεπτομερώς οι ανάγκες για ανθρώπινο δυναμικό καθώς και να καθορισθεί το κόστος του.

1.7 Σύνοψη θεμάτων τοποθεσίας και περιβάλλοντος.

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται κυρίως αναφορά για την επιλογή της κατάλληλης μαρίνας ελλιμενισμού των σκαφών της εταιρείας.

1.8 Σύνοψη Χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.

Εδώ παρουσιάζονται με χρονικό προγραμματισμό όλα τα στάδια από την ολοκλήρωση της μελέτης μέχρι τη λειτουργία της επιχείρησης.

1.9 Σύνοψη Χρηματοοικονομικής ανάλυσης και αξιολόγησης της επένδυσης.

Στο παρόν κεφάλαιο υπολογίζονται οι προβλεπόμενοι Ισολογισμοί για την υπό μελέτη εταιρεία για μία πενταετία καθώς και το κόστος επένδυσης αυτής, οι εκτιμώμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως κ.α

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

2.1 Σκοπός του Επενδυτικού Σχεδίου

Ο Τουρισμός αποτελεί αδιαμφισβήτητα έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία του ΣΕΤΕ, σχετικά με τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας, συνεχίστηκε η αύξηση και κατά τη διάρκεια του Αυγούστου του 2014 κατά 13,6% σε σχέση με τον Αύγουστο του 2013. Σε επίπεδο οκταμήνου, η αύξηση αγγίζει το 15,8% σε σχέση με το ίδιο διάστημα πέρυσι. Ιδιαίτερα σημαντική εκτιμάται ότι θα είναι η συνεισφορά του τουρισμού στην ενίσχυση και άλλων τομέων της οικονομίας, όπως η γεωργική παραγωγή, η μεταποίηση και το εμπόριο. Σημειώνεται, πως οι στόχοι θα επιτευχθούν, παρά τις απώλειες τουριστικών εσόδων για το έτος 2014, λόγω της κρίσης σε Ρωσία και Ουκρανία, οι οποίες υπολογίζεται ότι θα ανέλθουν σε περίπου 300 εκατ. Ευρώ.

Ωστόσο, παρά την ιδιαίτερη σημασία του και την κεφαλαιώδη συνεισφορά του (συνεισφέρει 16,4% στο ΑΕΠ, καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του Εμπορικού Ισοζυγίου σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ), φέρει και αυτός ο τομέας τις παθογένειες της ελληνικής οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα, με το 56,4% των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών να πραγματοποιείται κατά το θερινό τρίμηνο (Ιούλιος, Αύγουστος, Σεπτέμβριος) για το 2013, το 66% της τουριστικής Προσφοράς να συγκεντρώνεται σε 4 γεωγραφικές περιοχές (Αττική, Κρήτη, Κυκλάδες, Χαλκιδική) και την τουριστική Προσφορά να αναπτύσσεται κατά πολύ ταχύτερα από την αντίστοιχη Ζήτηση. Επίσης, η Ελλάδα παρουσιάζει έλλειμμα ανταγωνιστικότητας, ιδίως έναντι εκείνων των ανταγωνιστών της που δεν ανήκουν στη Ζώνη του Ευρώ (Αίγυπτος, Κροατία, Τουρκία). Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι η Ελλάδα για το έτος 2011 κατατάσσεται στην 32η θέση ως προς την ανταγωνιστικότητά της και στην 23η θέση ως προς τις διεθνείς εισπράξεις από την τουριστική δραστηριότητα για το έτος 2012, που αντιστοιχεί σε 10.024,9 εκατομμύρια ευρώ παρουσιάζοντας μια αρνητική μεταβολή της τάξης του 4,6% σε σχέση με το 2011. Τέλος, ως προς τις αφίξεις, η Ελλάδα κατατάσσεται στη 17η θέση για το έτος 2012, ενώ την ίδια θέση κατείχε και το 2011.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία και τις επίσημες διακηρύξεις του Ελληνικού Κράτους μέσω των Υπουργείων Ανάπτυξης και Τουρισμού, κρίνεται από τους γράφοντες ότι οι νεοεισερχόμενες στον κλάδο επιχειρήσεις, προκειμένου να καταστούν καταρχήν βιώσιμες και εν συνεχεία κερδοφόρες, είναι σκόπιμο να επενδύσουν σε νεοπαγείς και ραγδαία αναπτυσσόμενες μορφές Τουρισμού.

Το βασικό τουριστικό προϊόν της χώρας, το οποίο συνίσταται στο δίπτυχο «ήλιος-θάλασσα» δε μπορεί να αγνοηθεί. Δεν πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι αυτός ακριβώς (ήλιος και θάλασσα) είναι με διαφορά ο κυριότερος λόγος πραγματοποίησης τουριστικών επισκέψεων στη χώρα μας. Στόχο, λοιπόν, αποτελεί ο εμπλουτισμός αυτού του προϊόντος μέσω της ανάπτυξης της ειδικής μορφής του Θαλάσσιου Τουρισμού.

Σκοπός του παρόντος Επενδυτικού Σχεδίου είναι η ίδρυση μίας μικρομεσαίας επιχείρησης που θα δραστηριοποιείται στο ραγδαία αναπτυσσόμενο-τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο-κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού και πιο συγκεκριμένα στον υποκλάδο του yachting, παρέχοντας εξατομικευμένες υπηρεσίες στους πελάτες της, με μία μεγάλη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, που θα κυμαίνονται σε ένα επίσης μεγάλο εύρος τιμών.

2.2 Υποστηρικτές του σχεδίου και Ιδρυτές

Ιδρυτές αλλά και υποστηρικτές του εν λόγω σχεδίου αποτελούν μία ομάδα τριών ατόμων με πολυετή εμπειρία στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού. Ο Α.Β με σπουδές πάνω στα οικονομικά και τη διοίκηση επιχειρήσεων, διετέλεσε Διευθύνων Σύμβουλος επί μία πενταετία στην εταιρεία *Yachting A.E*, η οποία είναι πρωτοπόρος στον υποκλάδο του Yachting στην Ελλάδα. Το δεύτερο μέλος της ομάδας, ο Γ.Δ έχει εργαστεί επί σειρά ετών ως κυβερνήτης (skipper) ναυλωμένων σκαφών, έχοντας αποκτήσει την κατάλληλη εμπειρία για το συγκεκριμένο χώρο από την «πρώτη γραμμή». Ο τρίτος υποστηρικτής του επενδυτικού σχεδίου είναι η Ε.Ζ με σπουδές πάνω στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων, είναι ιδιοκτήτρια του τουριστικού γραφείου *Cruise Travel* που ως κύριο αντικείμενο έχει τη διοργάνωση κρουαζιέρων στην Ελλάδα. Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι μία τέτοια ομάδα ανθρώπων με την προαναφερθείσα επαγγελματική εμπειρία, έχει πολύ καλή αντίληψη των πολλαπλών διαστάσεων και των πραγματικών συνθηκών που επικρατούν στην αγορά του Yachting έχοντας όραμα για το μέλλον και γερές βάσεις για ανάπτυξη μίας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

2.3 Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου

Η ιδέα για την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου ήταν συνιστώσα πολλών παραγόντων. Αρχικά, λόγω της οικονομικής κρίσης και της περικοπής μισθών ο Α.Β αναγκάστηκε να αποχωρήσει από την εταιρεία στην οποία εργαζόταν και να σκεφτεί τη δημιουργία μίας δικής του επιχειρηματικής δραστηριότητας σχετικής με το χώρο του Yachting. Σε αυτό το πλαίσιο, αναζήτησε τους συνεργάτες εκείνους που θα είχαν την κατάλληλη επαγγελματική εμπειρία, τις διασυνδέσεις αλλά και το όραμα και τα κίνητρα για να τον βοηθήσουν στο καινούριο του εγχείρημα. Έτσι, αποφάσισε να συνεργαστεί με την Ε.Ζ η οποία την περίοδο εκείνη αναζητούσε καινούριες ιδέες για την επέκταση των δραστηριοτήτων του γραφείου της και σε άλλους υποκλάδους του θαλάσσιου τουρισμού εκτός της κρουαζιέρας. Η ιδέα του να είναι υποστηρικτής στην ίδρυση μίας εταιρείας Yachting ήταν αυτό ακριβώς που έψαχνε. Τέλος, ο Ε.Ζ αποφάσισε να συνεργαστεί με τους προαναφερθέντες στο πλαίσιο μίας γενικότερης ανάγκης του για συνεργασία με νέα άτομα στο χώρο του Yachting.

1 Πίνακας 2.1 - Μετοχική σύνθεση της εταιρείας

A.A	ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΕΤΑΙΡΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
1	A.B	50%
2	Γ.Δ	25%
3	Ε.Ζ	25%

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

2 Πίνακας 2.2 - Κόστη Προεπενδυτικής Μελέτης

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΟΣΤΟΥΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	2.500
2	ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	12.000
3	ΑΜΟΙΒΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ	250
4	ΣΥΝΟΛΟ	14.750

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 Το Διεθνές Οικονομικό Περιβάλλον και η Ελλάδα

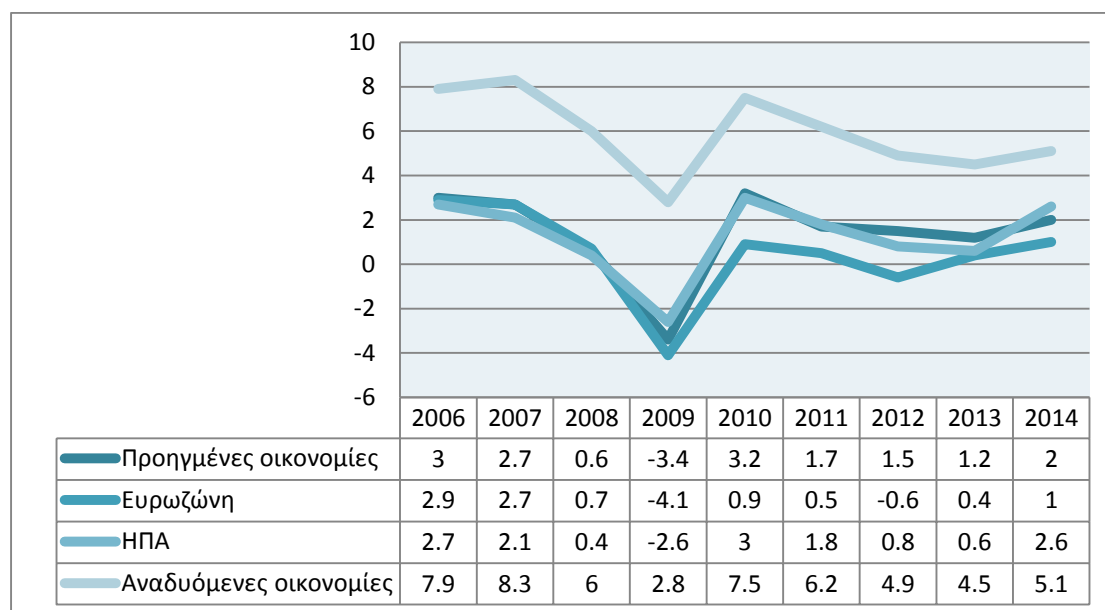
Η παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα παρέμεινε ασθενής και επιβραδύνθηκε περαιτέρω το 2013 (2,9% από 3,2% το 2012), τόσο στις προηγμένες όσο και στις αναδυόμενες οικονομίες. Η υποχώρηση του ρυθμού ανόδου του παγκόσμιου ΑΕΠ οφειλόταν στην εξασθένηση της εγχώριας ζήτησης, σε περιβάλλον ισχνής διεθνούς ζήτησης, και σε σημαντικό βαθμό ήταν αποτέλεσμα της εντεινόμενης άρσης των επεκτατικών δημοσιονομικών μέτρων στις προηγμένες ή των νομισματικών στις αναδυόμενες οικονομίες, τα οποία είχαν ληφθεί για την αντιμετώπιση της διεθνούς οικονομικής κρίσης του 2008-09. Ωστόσο οι επιδόσεις που σημειώθηκαν μεταξύ των μεγαλύτερων οικονομιών υπήρξαν αρκετά διαφοροποιημένες, καθώς η καθεμία αντιμετωπίζει διαφορετικό μείγμα προκλήσεων.

3.1.1 Προηγμένες και αναδυόμενες οικονομίες

Οι προηγμένες οικονομίες ως σύνολο επιβραδύνθηκαν περαιτέρω (1,2% από 1,5%), καθώς η μείωση της δημόσιας κατανάλωσης και η επιβράδυνση των επενδύσεων παγίου κεφαλαίου μόνο εν μέρει αντισταθμίστηκαν από τη διατήρηση ικανοποιητικού ρυθμού ανόδου της ιδιωτικής κατανάλωσης. Η εντονότερη εφαρμογή των προγραμμάτων δημοσιονομικής προσαρμογής (πλην Ιαπωνίας) και η αναγκαία απομόχλευση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και του υπερδανεισμένου ιδιωτικού τομέα, αν και λειτούργησαν ανασχετικά στην ανάκαμψη το 2013, συνέβαλαν παράλληλα στη σταδιακή αποκατάσταση της εμπιστοσύνης –η οποία είχε πληγεί σοβαρά το 2012, κυρίως στη Ζώνη του Ευρώ– και τελικά στη βελτίωση των προσδοκιών για μια πιο ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη μεσοπρόθεσμα. Η επιβράδυνση στις προηγμένες οικονομίες ως σύνολο εμπεριέχει εξαιρετικά διαφοροποιημένες εξελίξεις κατά χώρες (βλ. Διάγραμμα 3.1). Η οικονομία των ΗΠΑ επιβραδύνθηκε υπό το βάρος της έντονης δημοσιονομικής περιστολής, παρά τη συνέχιση της έντονα επεκτατικής νομισματικής πολιτικής. Η οικονομία της Ιαπωνίας αναπτύχθηκε με τον ίδιο ικανοποιητικό ρυθμό του προηγούμενου έτους υποβοηθούμενη όμως από την εφαρμογή μιας εξαιρετικά επεκτατικής δημοσιονομικής και νομισματικής πολιτικής, καθώς και από τη βελτίωση του εξωτερικού ισοζυγίου της. Η Ζώνη του Ευρώ κατά τη διάρκεια του έτους ανέκαμψε

από την ύφεση, όμως σε μέσα επίπεδα έτους κατέγραψε και πάλι μείωση του ΑΕΠ, μικρότερη εκείνης του 2012. Το ΑΕΠ στο Ηνωμένο Βασίλειο επιταχύνθηκε κυρίως λόγω βελτίωσης της ιδιωτικής κατανάλωσης και του εξωτερικού ισοζυγίου, παρά την έντονα περιοριστική δημοσιονομική πολιτική που ακολουθήθηκε.

1 Διάγραμμα 3.1- Πραγματικό Α.Ε.Π (Ρυθμός ετήσιας μεταβολής)



Πηγές: IMF, Eurostat

Στις αναδυόμενες και αναπτυσσόμενες οικονομίες το ΑΕΠ επιβραδύνθηκε περαιτέρω στο 4,5% το 2013 από 4,9% το 2012 κυρίως λόγω της σταθεροποίησης ή και της υποχώρησης των διεθνών τιμών των βασικών εμπορευμάτων των οποίων είναι εξαγωγείς, της περιοριστικότερης νομισματικής πολιτικής και του χαμηλότερου σε σχέση με το παρελθόν ρυθμού πιστωτικής επέκτασης. Η διαφαινόμενη σταθεροποίηση της ανόδου του ΑΕΠ ορισμένων από τις αναδυόμενες οικονομίες σε ρυθμούς υψηλότερους μεν των προηγμένων οικονομιών, αλλά χαμηλότερους του παρελθόντος,² καθώς και η προσδοκώμενη μεταβολή της νομισματικής πολιτικής και η άνοδος των μακροπρόθεσμων επιτοκίων στις ΗΠΑ έχουν προκαλέσει από τα μέσα του 2013 σημαντικές διεθνείς επιπτώσεις, όπως την εκροή κεφαλαίων και την υποχώρηση των συναλλαγματικών ισοτιμιών πολλών αναδυόμενων οικονομιών.

3.1.2 Μακροοικονομικές εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ-28), έπειτα από έξι συνεχή τρίμηνα υποχώρησης του πραγματικού ΑΕΠ, πέτυχε θετικό ρυθμό μεταβολής του το β΄ τρίμηνο του 2013 (+0,3% έναντι του προηγούμενου τριμήνου), ενώ η οικονομική δραστηριότητα εκτιμάται ότι σταθεροποιείται στις οικονομίες που αντιμετωπίζουν τις περισσότερες δυσχέρειες. Οι αποφασιστικές πρωτοβουλίες των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την αντιμετώπιση της κρίσης χρέους και των μακροοικονομικών ανισορροπιών εντός της Ζώνης του Ευρώ με τον Ενιαίο Εποπτικό Μηχανισμό των ευρωπαϊκών τραπεζών (SSM) στο δρόμο προς την τραπεζική ένωση κ.λπ., καθώς και η εξαιρετικά επεκτατική νομισματική πολιτική της ΕΚΤ συνέβαλαν στη μείωση της υψηλής αβεβαιότητας και στην πλήρη αποτροπή ακραίων σεναρίων, όπως ο κίνδυνος διάλυσης της Ευρωζώνης, ο οποίος είχε γίνει απτός την άνοιξη του 2012.³ Ωστόσο, η πιστωτική στενότητα και η υψηλή ανεργία σε αρκετές χώρες-μέλη, ως αποτέλεσμα των προσπαθειών μείωσης των χρηματοπιστωτικών και μακροοικονομικών ανισορροπιών, συνεχίζουν βραχυπρόθεσμα να αποτελούν τα σοβαρότερα εμπόδια για την οικονομική ανάκαμψη της ευρωπαϊκής οικονομίας. Το πραγματικό ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρέμεινε σταθερό το 2013 έναντι μείωσής του κατά 0,4% το 2012, ενώ προβλέπεται ότι θα αυξηθεί το 2014 κατά 1,4%. Το πραγματικό ΑΕΠ της Ζώνης του Ευρώ υποχώρησε κατά 0,4% το 2013 έναντι υποχώρησης κατά 0,7% το 2012, ενώ προβλέπεται ότι θα αυξηθεί το 2014 κατά 1,1%.

Οι εξελίξεις διαφέρουν σημαντικά μεταξύ των οικονομιών των κρατών-μελών. Σε ύφεση βρέθηκαν 7 χώρες της Ζώνης του Ευρώ το 2013, έναντι 10 χωρών το προηγούμενο έτος. Οι χώρες του «σκληρού πυρήνα» είτε συνέχισαν να υποφέρουν από πολύ χαμηλούς ρυθμούς μεγέθυνσης (Γερμανία, Γαλλία, Αυστρία) είτε συνέχισαν να είναι σε ύφεση (Ολλανδία, Φινλανδία). Από τις χώρες που αντιμετώπισαν σοβαρές μακροοικονομικές ανισορροπίες κατά τη διάρκεια της κρίσης, η Ιταλία, η Ισπανία, η Ελλάδα και η Πορτογαλία εξακολούθησαν να βρίσκονται σε ύφεση, αλλά μικρότερης έκτασης το 2013, ενώ η Ιρλανδία, που το Νοέμβριο ολοκλήρωσε το πρόγραμμα προσαρμογής και ετοιμάζεται να ξαναβγεί στις διεθνείς αγορές ύστερα από πέντε έτη, συνεχίζει να απολαμβάνει μικρό, αλλά θετικό ρυθμό μεταβολής του ΑΕΠ.

3.1.3 Μακροοικονομικές εξελίξεις στην Ελλάδα

Η ελληνική οικονομία, σε περιβάλλον ισχνούς διεθνούς ζήτησης μεν, αλλά μειωμένης σε σχέση με τα προηγούμενα έτη πολιτικής αστάθειας και οικονομικής αβεβαιότητας, αναγκασμένη μέσα σε ένα σύντομο χρονικό διάστημα να προβεί σε μεγάλες μακροοικονομικές και διαρθρωτικές προσαρμογές ταυτοχρόνως, βρέθηκε σε βαθιά ύφεση για έκτο συνεχόμενο έτος. Το πραγματικό ΑΕΠ εκτιμάται ότι υποχώρησε κατά 4% από 6,4% το 2012, ενώ το ονομαστικό ΑΕΠ πλέον βρίσκεται 22% κάτω του επιπέδου όπου είχε ανέλθει το 2008 και 33% άνω του επιπέδου όπου βρισκόταν το 2000. Μεταξύ των κρατών-μελών της ΕΕ-28 η Ελλάδα και η Κύπρος είχαν τη μεγαλύτερη ύφεση το 2013. Η ιδιωτική κατανάλωση αλλά και οι επενδύσεις παγίου κεφαλαίου υποχώρησαν με βραδύτερο ρυθμό, ενώ μεγάλη βελτίωση παρουσίασε το εμπορικό ισοζύγιο. Παρά το μη ευνοϊκό από πλευράς ζήτησης εξωτερικό περιβάλλον, αλλά και τους σοβαρούς περιορισμούς ρευστότητας που συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις, οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών αυξήθηκαν το 2013 κατά 2,5% έναντι μείωσής τους κατά 2,4% το 2012, ενώ οι εισαγωγές συνέχισαν να υποχωρούν, αλλά με βραδύτερο ρυθμό (-7,1% από -13,8% το 2012).

3.2 Παγκόσμια Τουριστική Κίνηση

Ο τουρισμός είναι ένας από τους δυναμικότερα αναπτυσσόμενους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας, τόσο σε απόλυτους όσο και σε σχετικούς όρους. Αποτελώντας κυρίαρχη δραστηριότητα σε πολλές χώρες, έχει αξιόλογες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στους άλλους τομείς της οικονομίας και συμβάλλει στη συνολική οικονομική ανάπτυξη των χωρών.

Στη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών σημείωσε αξιοσημείωτη μεγέθυνση, συνδεδεμένος άμεσα με την κοινωνικοοικονομική αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς συμβάλλει σημαντικά στην άνοδο του επιπέδου διαβίωσης των τουριστικά ανεπτυγμένων περιοχών και, συνακόλουθα, στην ευημερία των πολιτών. Ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού σε παγκόσμια κλίμακα ενδεχομένως ξεπερνά αυτόν των εξαγωγών πετρελαίου, ειδών διατροφής και αυτοκινήτων, ενώ παράλληλα παραμένει η βασική πηγή εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες.

Ο τουρισμός ως οικονομικός τομέας συνδέεται άμεσα με πολλούς άλλους τομείς της οικονομίας και της παραγωγής. Κατά συνέπεια, τα οφέλη που η αύξησή του επιφέρει

είναι πολυποίκιλα και στον τομέα της απασχόλησης. Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί του μεγέθους της συμβολής του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία:

Από το 1952 ως το 2005 ο αριθμός των διεθνών τουριστικών αφίξεων αυξήθηκε με ρυθμό 6,5% κατά έτος, με αποτέλεσμα ο συνολικός αριθμός των ταξιδιωτών να εκτιναχθεί από τα 25 στα 806 εκατομμύρια.

Ο ρυθμός αύξησης του εισοδήματος που προέκυψε από αυτές τις αφίξεις ήταν ιδιαίτερα μεγάλος, αγγίζοντας το 11,2% για την προαναφερθείσα περίοδο, γιγαντώνοντας την παγκόσμια οικονομία και αγγίζοντας τα 680 δις δολάρια το 2005.

Ως το 1950, οι 15 κορυφαίοι προορισμοί απορροφούσαν το 88% των παγκόσμιων αφίξεων, με το ποσοστό να μειώνεται στο 75% για το 1970 και στο 57% για το 2005, με αποτέλεσμα την πιο ομοιόμορφη κατανομή των οφελών του παγκόσμιου τουρισμού, συμπεριλαμβανομένων πλέον και νέων προορισμών, πολλοί εκ των οποίων βρίσκονται στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.

Το 2008 ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγει σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.

Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.

Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.

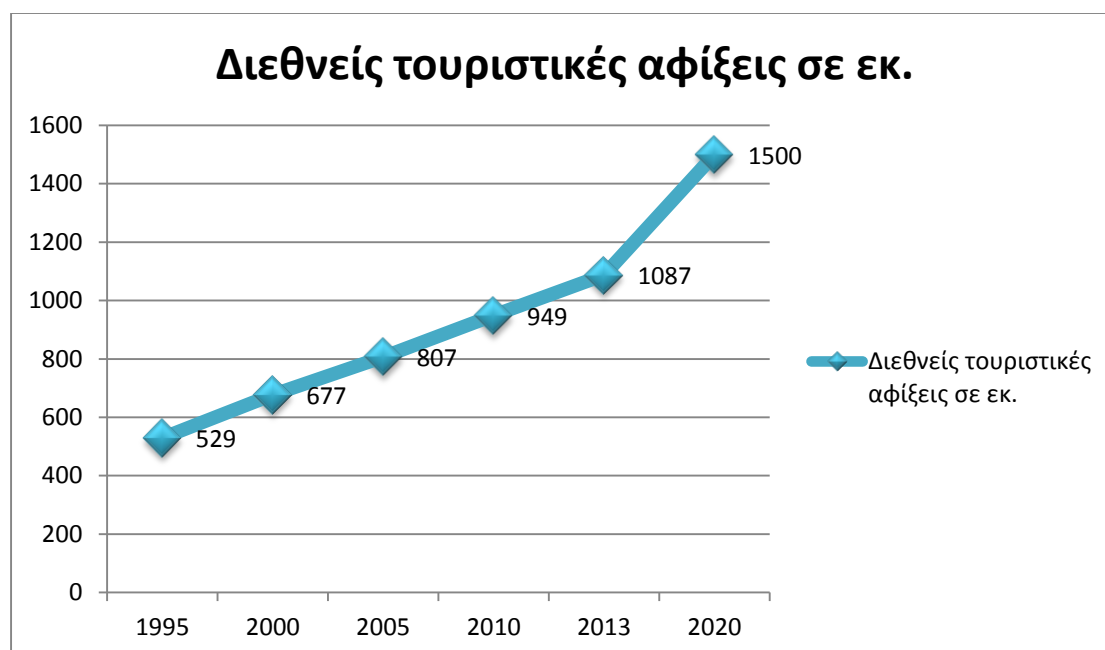
Το 2012 ο τουρισμός συνέχισε την ανάκαμψή του, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το φράγμα του 1 δις. στις διεθνείς αφίξεις.

Το 2013 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του και αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση των διεθνών αφίξεων μεταξύ 3-4%.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών. Χαρακτηριστικό είναι το διάγραμμα 3.2 που απεικονίζει αυτή ακριβώς την αύξηση.

Ωστόσο, ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εν όψει του 21ου αιώνα, οι οποίες σχετίζονται με τη βιώσιμη και ισόρροπη ανάπτυξη, την αντιμετώπιση των ανισοτήτων σε ζητήματα πλούτου και ευκαιριών αλλά και την ορθή κατανομή και διαχείριση των υπάρχοντων φυσικών πόρων, όπως ακριβώς συμβαίνει με κάθε ζωντανό κομμάτι της παγκόσμιας οικονομίας που έρχεται αντιμέτωπο με τη διαρκώς εξελισσόμενη διεθνή πραγματικότητα.

2 Διάγραμμα 3.2 - Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις σε εκ.



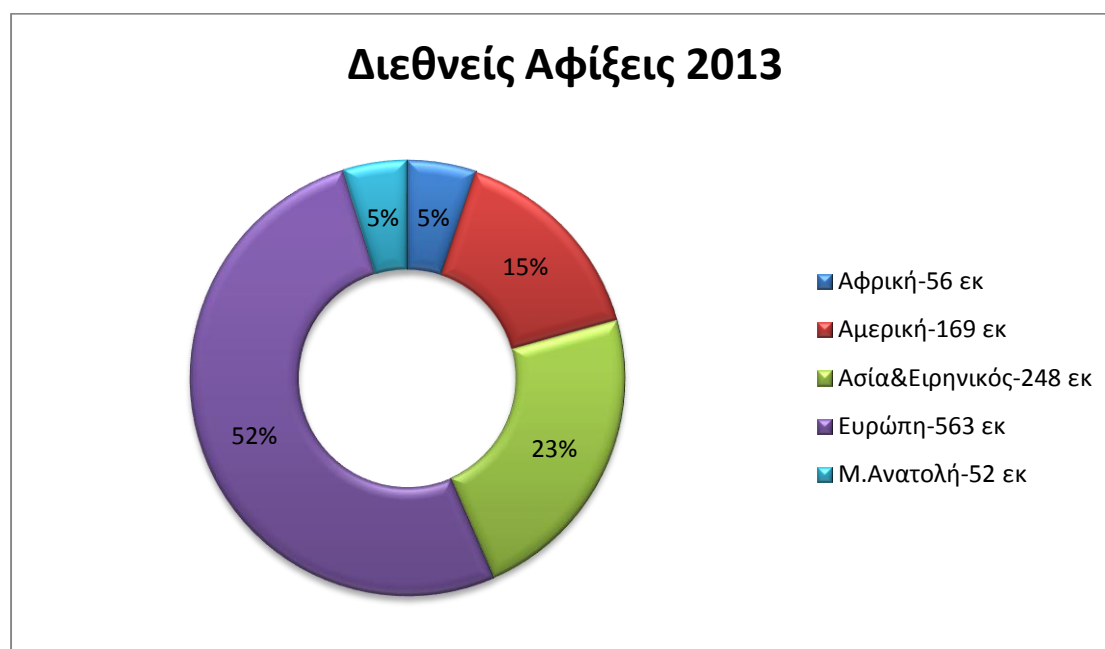
Πηγή: UNWTO, ΣΕΤΕ

Σύμφωνα με τις τελευταίες ανακοινώσεις του World Tourism Barometer (UNWTO) οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά 4,6% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2014. Οι προορισμοί σε παγκόσμιο επίπεδο δέχθηκαν περίπου 517 εκ. διεθνείς τουρίστες, μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου 2014, δηλαδή 22 εκατομμύρια περισσότερα από ότι την ίδια περίοδο του 2013. Η ανάπτυξη ήταν ισχυρότερη στην Αμερική (+ 6%),

ακολουθούμενη από την Ασία και τον Ειρηνικό και την Ευρώπη (και οι δύο + 5%). Ανά υποπεριοχή, η Νότια Ασία και η Βόρεια Ευρώπη (δύο + 8%) είχαν τις καλύτερες επιδόσεις, σε συνδυασμό με τη Βόρεια-Ανατολική Ασία και τη Νότια Μεσόγειο (και οι δύο + 7%).

Μέχρι στιγμής, τα αποτελέσματα είναι σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού που εκδόθηκε στις αρχές του 2014 για το σύνολο του έτους 2014. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αναμένεται να αυξηθούν κατά 4% έως 4,5% σε όλο τον κόσμο, πάνω από τη μακροπρόθεσμη πρόβλεψη του UNWTO της τάξης του 3,8% ετησίως για την περίοδο 2010-2020.

3 Διάγραμμα 3.3 - Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις για το έτος 2013 σε εκ.



Πηγή: UNWTO

3.3 Το Ελληνικό Τουριστικό Προϊόν

3.3.1 Η Σημασία του Τουρισμού στην Ελλάδα

Η τεράστια άνοδος του τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες, τον έχει καταστήσει δικαιολογημένα σε έναν από τους δυναμικότερους τομείς της διεθνούς οικονομίας. Οι λόγοι αυτής της αλματώδους ανάπτυξης ήταν η εξέλιξη της τεχνολογίας, η βελτίωση

των μέσων μαζικής μεταφοράς και οι αλλαγές που παρουσιάζονταν στην κοινωνία, με τη μετάβαση από τη μία δεκαετία στην επόμενη. Επιπλέον, οι έντονες διαφοροποιήσεις αλλά και η συνεχής ανάδειξη νέων προορισμών, συνέβαλαν με τη σειρά τους θετικά στους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού.

Στη σύγχρονη εποχή, κάνουμε λόγο για ένα κοινωνικό, πολιτιστικό και οικονομικό φαινόμενο της εποχής που αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του παγκόσμιου εμπορίου, με τις τουριστικές εισπράξεις να κατέχουν σημαντικό μερίδιο και να συναγωνίζονται εκείνες που προέρχονται από τις εξαγωγές καυσίμων, χημικών και προϊόντων της αυτοκινητοβιομηχανίας.

Ειδικότερα για την Ελληνική οικονομία, έχει μεγάλη σπουδαιότητα καθώς επηρεάζει θετικά το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, τις επενδύσεις και την απασχόληση ενώ συγχρόνως περιορίζει το έλλειμμα στο ισοζύγιο των πληρωμών. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή και το φυσικό περιβάλλον είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας. Συγκεκριμένα, ο τουρισμός, συνεισφέρει το 16,4% στο ΑΕΠ, απασχολεί έναν στους 5 εργαζόμενους της χώρας ενώ τέλος καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου.

Η εκδήλωση και η εξάπλωση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης το 2008 είχε σημαντικότερες επιπτώσεις σε όλους τους τομείς δραστηριοτήτων των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η πτώση των σχετικά υψηλών ρυθμών ανάπτυξης, η αύξηση της ανεργίας και η μείωση της παραγωγής, μαρτυρούσαν την ύφεση στην οποία είχε περιέλθει η οικονομία και την υποβάθμιση του βιοτικού επιπέδου ζωής. Όπως ήταν αναμενόμενο, η πτώση των εισοδημάτων και ο περιορισμός της αγοραστική δύναμης των καταναλωτών για αγορά τουριστικών πακέτων, έπληξε τον τουρισμό σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο.

Οι δυσμενείς επιπτώσεις υπέδειξαν την ανάγκη για υιοθέτηση δράσεων στην κατεύθυνση προσαρμογής ενός νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Το μοντέλο αυτό θα πρέπει να δίνει έμφαση αφενός στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της χώρας που την κάνουν να ξεχωρίζει και αφετέρου στην τόνωση της εξωστρέφειας και των επενδύσεων. Ο τομέας του τουρισμού καλείται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας με τη δραστηριοποίηση στα πλαίσια ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος δηλαδή αυτό της Μεσογείου αλλά και με την ανάδειξη νέων προορισμών.

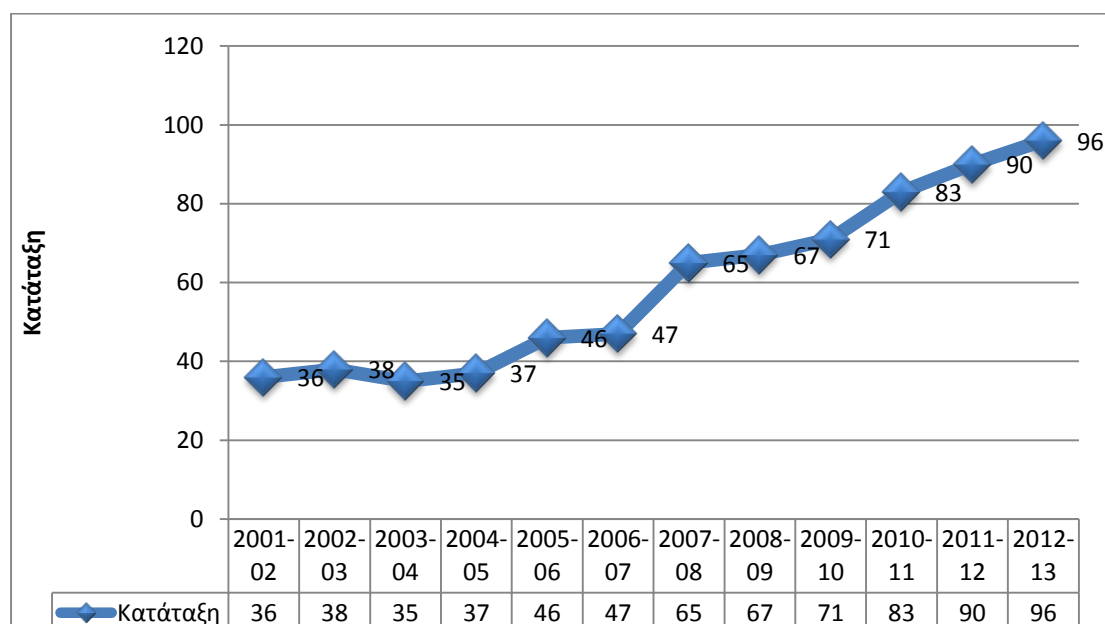
3.3.2 Η ανταγωνιστικότητα και οι προκλήσεις του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθούν ορισμένα στοιχεία τα οποία χρήζουν ειδικής μελέτης. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελούν: ο ήλιος, η θάλασσα με τις τεράστιες ακτογραμμές και η τεράστια πολιτιστική κληρονομιά. Γίνεται φανερό, ότι η πρώτη ύλη πάνω στην οποία μπορεί να πατήσει ο τουρισμός μιας ολόκληρης χώρας είναι παρούσα. Παρά το γεγονός αυτό όμως η θέση της χώρας μας σε σχέση με τον ανταγωνισμό είναι ενδεικτική των προβλημάτων που καλείται να αντιμετωπίσει.

Σύμφωνα λοιπόν με την ΕΛ.ΣΤΑΤ, σε σύνολο 144 χωρών, η Ελλάδα βρίσκεται:

- Στην 17η θέση παγκοσμίως στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις
- Στην 23η θέση στις εισπράξεις
- Στην 96η θέση στην ανταγωνιστικότητα

4 Διάγραμμα 3.4 – Η Κατάταξη της Ελλάδας σύμφωνα με το Δείκτη Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας, κατά την περίοδο 2001-2012

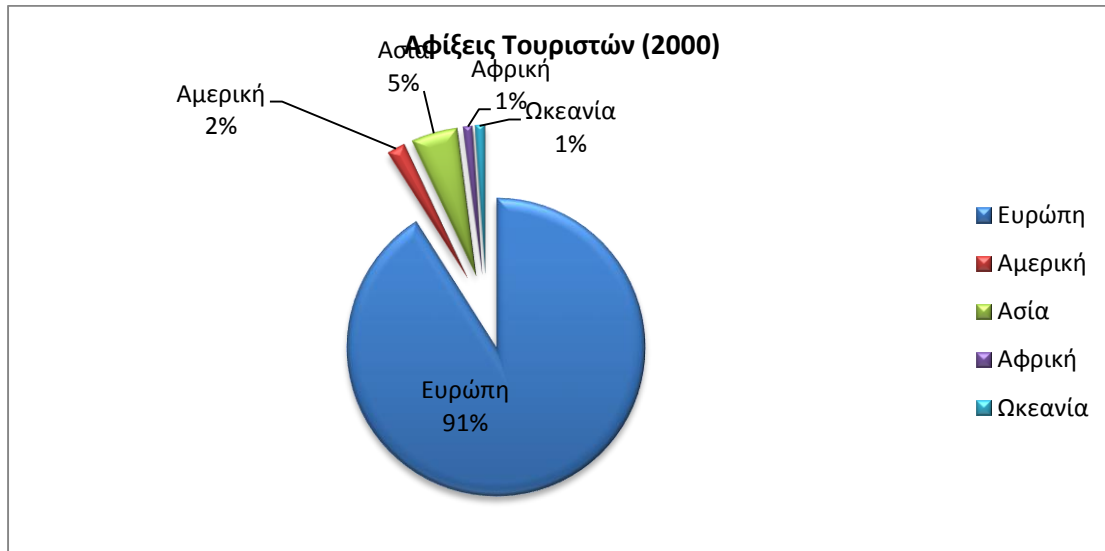


Πηγή: Deloitte

Όπως γίνεται εμφανές τα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού επεκτείνονται πέρα από την παρούσα οικονομική κρίση, κάτι το οποίο θα μπορούσε να αποτελέσει την

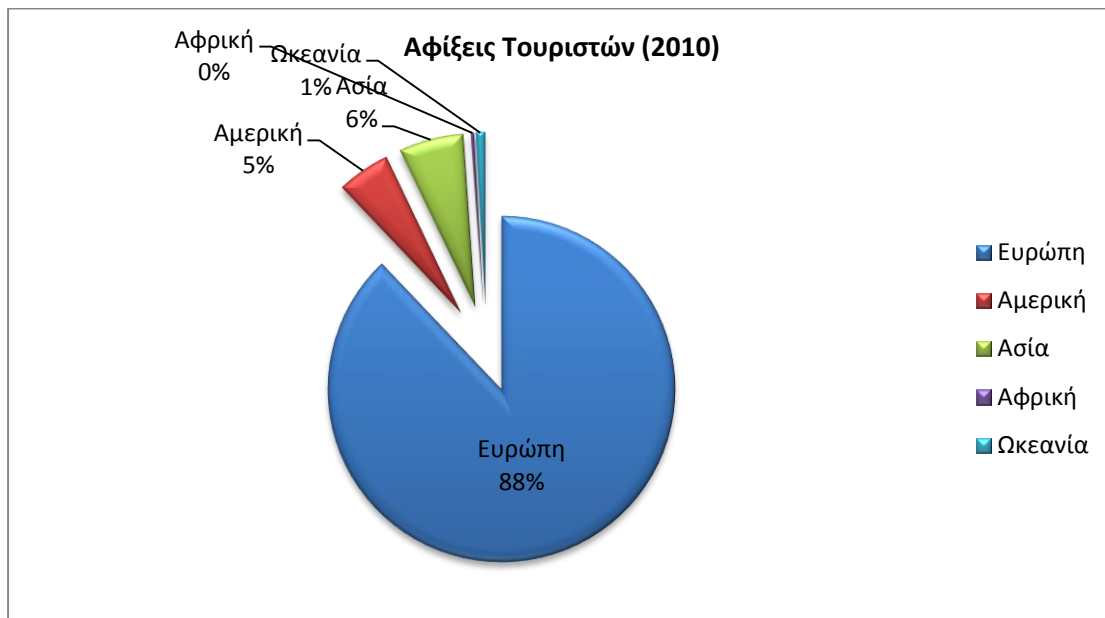
“εύκολη” ερμηνεία των παραπάνω στοιχείων. Εντούτοις, με μία προσεκτικότερη εξέταση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, εξάγουμε πολλά χρήσιμα συμπεράσματα.

5 Διάγραμμα 3.5 – Μερίδιο αγοράς τουριστικών αφίξεων της Ελλάδας (2000)



Πηγή: ΣΕΤΕ

6 Διάγραμμα 3.6 – Μερίδιο αγοράς τουριστικών αφίξεων Ελλάδας (2010)



Πηγή: ΣΕΤΕ

Όπως λοιπόν, γίνεται εμφανές και στα παραπάνω διαγράμματα 3.5 και 3.6, βασικό χαρακτηριστικό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος αποτελεί διαχρονικά ο γεωγραφικός προσδιορισμός της ζήτησης από το εξωτερικό, καθώς στο σύνολο της σχεδόν προέρχεται από την Ευρωπαϊκή ήπειρο, με την αναλογία μάλιστα να μην εμφανίζει μεταβολή την τελευταία δεκαετία. Το 2010 οι αφίξεις από τις ευρωπαϊκές χώρες ανήλθαν σε 13,3 εκατ., εκ των οποίων το 68% προήλθε από χώρες της Ε.Ε-27, ενώ το 40% αφορούσε επισκέπτες από χώρες-μέλη της Ευρωζώνης.

Σε επίπεδο χωρών δε, η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν διαχρονικά τις παραδοσιακές αγορές από τις οποίες προέρχεται ο μεγαλύτερος αριθμός ξένων επισκεπτών, αν και το μερίδιό τους βαίνει μειούμενο τα τελευταία χρόνια. Είναι ενδεικτικό ότι το 2010 το ποσοστό από τις χώρες αυτές διαμορφώθηκε στο 14% και 12% των συνολικών αφίξεων, όταν το 2000 κυμαίνονταν στο 19% και 22% αντίστοιχα.

Πάνω σε αυτή τη βάση, αξίζει να αναφέρουμε και το πλέον ενθαρρυντικό στοιχείο που ίσως μελλοντικά να αποτελέσει το επίκεντρο της τουριστικής πολιτικής της χώρας μας. Την τελευταία δεκαετία λοιπόν, αναδείχθηκαν νέες χώρες-αγορές από τις οποίες η Ελλάδα προσελκύει σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Οι χώρες αυτές είναι κυρίως η Ρωσία και οι γειτονικές Βαλκανικές με τις αφίξεις να αντισταθμίζουν ήδη εν μέρει την κάμψη από άλλες χώρες. Ιδιαίτερα οι αφίξεις από την Ρωσία εμφανίζουν σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 20% την περίοδο 2005-2010), συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην ενίσχυση των τουριστικών εισπράξεων, καθώς η μέση δαπάνη των επισκεπτών από τη χώρα αυτή κυμαίνεται σε διπλάσιο σχεδόν επίπεδο από τον αντίστοιχο μέσο όρο στο σύνολο των ξένων επισκεπτών (1.099 ευρώ έναντι 640 ευρώ μέση δαπάνη ανά ταξίδι το 2010). Αντίθετα, μικρός είναι ο αριθμός των επισκεπτών από χώρες όπως η Ιαπωνία και η Κίνα, γεγονός που υποδεικνύει την ύπαρξη και άλλων αγορών από τις οποίες η Ελλάδα θα μπορούσε να επωφεληθεί από την προσέλκυση σημαντικού αριθμού επισκεπτών.

3.4 Θαλάσσιος Τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αφορά στο σύνολο των δραστηριοτήτων που συνδυάζονται με το θαλάσσιο και το παράκτιο περιβάλλον και περιλαμβάνουν κυρίως θαλάσσιες περιηγήσεις και άλλες δραστηριότητες, όπως: κρουαζιέρες με κρουαζιερόπλοια ή

άλλα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής, ιστιοπλοΐα, yachting-motor boat-sailing boat κλπ. Οι κυριότερες μορφές θαλάσσιου τουρισμού είναι οι εξής:

α. Κρουαζιέρες: Οργανωμένες εκδρομές με κρουαζιερόπλοια που συνδυάζουν ξενοδοχειακές υποδομές με περιηγήσεις.

β. Yachting: Μικρά, μεσαία ή μεγάλα σκάφη (μισθωμένα ή ιδιωτικά, ιστιοπλοϊκά ή μηχανοκίνητα) που πραγματοποιούν θαλάσσιες εκδρομές με συγκεκριμένο προορισμό.

Λόγω της πλούσιας θαλάσσιας παράδοσης και κληρονομιάς, της μεγάλης ποικιλίας τοπίων και των φυσικών καταφυγίων που συνδυάζουν οι ακτές της Ευρώπης, ο παράκτιος και θαλάσσιος τουρισμός έχει αναδειχθεί σε πολύ σημαντικό τουριστικό τομέα. Ο τομέας αυτός απασχολεί πάνω από 2,36 εκατομμύρια εργαζομένους, αντιπροσωπεύοντας το 1,1% της συνολικής απασχόλησης στην ΕΕ. Το 51% των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών σε όλη την Ευρώπη βρίσκεται σε παράκτιες περιοχές.

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της ΕΕ για τη Γαλάζια ανάπτυξη, ο τομέας του θαλάσσιου και παράκτιου τουρισμού θεωρείται ότι παρουσιάζει ιδιαίτερες δυνατότητες όσον αφορά την προώθηση μιας έξυπνης, βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη στην Ευρώπη. Είναι ο σπουδαιότερος θαλάσσιος τομέας από την άποψη της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας και της απασχόλησης και, σύμφωνα με μελέτη για τη Γαλάζια ανάπτυξη, αναμένεται να αυξηθεί κατά 2-3% μέχρι το 2020. Ο τομέας της κρουαζιέρας από μόνος του θα δημιουργήσει 100.000 νέες θέσεις εργασίας μέχρι το 2020, σε σύγκριση με 150.000 θέσεις εργασίας και άμεσο κύκλο εργασιών ύψους 14,5 δισ. ευρώ το 2011.

Ο θαλάσσιος τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί δυναμική πηγή οικονομικής δραστηριότητας και παρέχει οφέλη σε σχεδόν όλους τους κλάδους που συνδυάζονται με τη θάλασσα και τον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων των λιμανιών, της ναυπηγοεπισκευαστικής βιομηχανίας και της δραστηριότητας που σχετίζεται με την επάνδρωση των κρουαζιερόπλοιων και των σκαφών αναψυχής. Ειδικότερα:

- Καλύπτει περίπου το 4% από το 18% της συμμετοχής του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας.

- Τα συνολικά έσοδα της Ελλάδας από την κρουαζιέρα ανήλθαν σε €598 εκ. το 2010 και αποτελούν το 4,3% των συνολικών εσόδων του κλάδου στην Ευρώπη.

- Οι άμεσες δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρων στον Πειραιά, έφτασαν τα €122 εκ. το 2008.
- Το 2009, η Ελλάδα αποτέλεσε τον πρώτο τράνζιτ προορισμό στην Ευρώπη, με ποσοστό 20,9% και συνολικές αφίξεις 4.973.000 επισκεπτών. Το 2010, κατέλαβε την 4η θέση.
- Ο ελληνικός στόλος επαγγελματικών τουριστικών σκαφών εκτιμάται σε 4.000 σκάφη.
- Στην κατηγορία του yachting, εκτιμάται ότι απασχολούνται άμεσα και έμμεσα περισσότεροι από 120.000 εργαζόμενοι, οι οποίοι είναι τεχνικοί, πληρώματα, τουριστικά γραφεία, τροφοδοσία, κλπ.
- Στο yachting και στα κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία, εργάζονται περισσότεροι από 10.000 ναυτικοί, σχεδόν το μισό ναυτεργατικό δυναμικό.

3.5 Yachting

Το yachting περιλαμβάνει τις ενοικιάσεις επαγγελματικών σκαφών αναψυχής (ιστιοπλοϊκά και μηχανοκίνητα). Η Ελλάδα έχει τις προδιαγραφές να αποτελέσει κορυφαίο προορισμό yachting σε παγκόσμιο επίπεδο και να πρωταγωνιστήσει στη Μεσόγειο, καθώς διαθέτει παράδοση στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού, σύγχρονο στόλο σκαφών και κατάλληλο περιβάλλον και κλίμα.

Οι εκτιμήσεις για το μέγεθος της δραστηριότητας του yachting ακολουθούν:

- Δραστηριοποιούνται περίπου 3.500-4.000 σκάφη:
- ❖ Τα 2/3 περίπου εξ αυτών είναι ιστιοπλοϊκά χωρίς πλήρωμα (φιλοξενούν μέχρι 10 άτομα),
- ❖ 800 περίπου, είναι μηχανοκίνητα και απασχολούν μόνιμο προσωπικό (4-9 άτομα)
- ❖ Απασχολούνται περίπου 3.000 Έλληνες ναυτικοί
- ❖ Τους καλοκαιρινούς μήνες, προσλαμβάνονται περίπου 10.000 εποχιακοί υπάλληλοι.

3.5.1 Κατηγορίες Σκαφών – Τύποι Σκαφών

Ανάλογα με το μέγεθος, τη χρήση, αλλά και τις “απαιτήσεις” του ιδιοκτήτη, τα σκάφη διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες.

Σκάφη Βοηθητικά: Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα σκάφη που προορίζονται για βοηθητική χρήση εξυπηρετώντας τις ανάγκες των μεγαλύτερων σκαφών (σκάφη «υπηρέτες»). Τα βοηθητικά αυτά σκάφη αποτελούν συνήθως μέρος του βασικού εξοπλισμού του σκάφους που εξυπηρετούν και μπορεί να είναι από μικρά φουσκωτά μέχρι εξάμετρα ή και παραπάνω με μηχανές μεγάλης ισχύος.

Σκάφη από 2,5μ. έως 3,8μ.: Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται τα σκάφη που προορίζονται για το αγοραστικό κοινό που έρχεται για πρώτη φορά σε επαφή με το “υγρό στοιχείο” και με δυνατότητες μικρών παράκτιων ταξιδιών. Στην προκειμένη περίπτωση το σκάφος πρέπει να είναι εύχρηστο και να μπορεί να μεταφερθεί και να φυλαχτεί εύκολα και γρήγορα. Μπορεί να είναι κατασκευασμένο από διάφορα υλικά, όπως για παράδειγμα, φουσκωτά πολυεστερικά ακόμη και μεταλλικά (από κράμα αλουμινίου), όταν πρόκειται για χρήση σε ήρεμα νερά όπως για παράδειγμα σε λίμνες. Τα σκάφη αυτής της κατηγορίας έχουν μεταφορική ικανότητα τριών ατόμων και είναι εφοδιασμένα με εξωλέμβιες μηχανές μικρής ισχύος.

Σκάφη από 3,8μ. έως 5μ.: Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα σκάφη των οποίων ο ιδιοκτήτης έχει αυξημένες απαιτήσεις σχετικά με τη διάνυση μεγαλύτερων αποστάσεων, τη μεταφορά περισσότερων ατόμων καθώς και την πραγματοποίηση θαλάσσιων σπορ. Το μήκος των σκαφών αυτών απαιτεί μεγαλύτερες ιπποδυνάμεις κινητήρων.

Σκάφη από 5μ. έως 8μ.: Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται τα σκάφη των οποίων οι ιδιοκτήτες είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί, τόσο από άποψη χρήσης όσο και από άποψη εξοπλισμού του σκάφους. Τα σκάφη αυτά διαθέτουν κάτω από το πιλοτήριο μικρή καμπίνα η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αποθηκευτικός και, όχι μόνον, χώρος. Για την πρόωσή τους μπορούν να χρησιμοποιηθούν εξωλέμβιοι ή έσω-εξωλέμβιοι κινητήρες μεγάλης ισχύος, ενώ το υλικό κατασκευής τους είναι πολυεστερικό ή ακόμη και φουσκωτό. Πρόκειται για μια κατηγορία σκαφών αρκετά δημοφιλή στη χώρα μας.

Σκάφη από 8μ. έως 15μ.: Στην κατηγορία αυτή διατίθενται σκάφη με μεγαλύτερες ανέσεις στα οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιοσδήποτε τύπος κινητήρα. Τα σκάφη αυτά διαθέτουν υπερκατασκευή με σχετικά άνετους εσωτερικούς χώρους που περιλαμβάνουν καμπίνες, σαλονάκι, κουζίνα και λουτρό/w.c. Ως μέσο πρόωσης χρησιμοποιούν έσω-εξωλέμβιους ή εσωλέμβιους κινητήρες με προτίμηση σε αυτούς του πετρελαίου για οικονομικότερη κατανάλωση.

Σκάφη άνω των 15μ.: Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται οι μεγάλες θαλαμηγοί. Πρόκειται για σκάφη τα οποία πέρα από τους μεγάλους χώρους που διαθέτουν, έχουν πολύ καλές επιδόσεις πλεύσης και αυτονομίας αφού είναι εξοπλισμένα με μεγάλες δεξαμενές καυσίμων και νερού.

Τέλος, η κατηγοριοποίηση των θαλαμηγών ολοκληρώνεται με την καθιερωμένη διεθνώς ορολογία των super yachts για σκάφη με μήκος μέχρι 30 μέτρα και των mega yachts για σκάφη με μήκος επάνω από 30 μέτρα.

Ανάλογα με το υλικό κατασκευής τους, τα σκάφη διακρίνονται σε πολυεστερικά, φουσκωτά, ξύλινα και μεταλλικά.

Με βάση το μέσο πρόωσης τους τα σκάφη αναψυχής χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Στα μηχανοκίνητα (motor yachts) και στα ιστιοφόρα (sailing yachts). Μηχανοκίνητα είναι τα σκάφη τα οποία ως μέσο πρόωσης χρησιμοποιούν μηχανές ενώ ιστιοπλοϊκά αυτά τα οποία κινούνται με ιστία δηλαδή με πανιά και διαθέτουν βοηθητική μηχανή.

Οι περιηγήσεις των θαλασσών γίνονται με ιστιοφόρα ή μηχανοκίνητα σκάφη, τα οποία είναι μισθωμένα από εταιρίες ενοικίασεως σκαφών ή μπορεί να είναι ιδιωτικά. Οι δραστηριότητες του yachting για τις δυο αυτές κατηγορίες σκαφών διακρίνονται σε:

- Flotilla : αφορά στην οργάνωση ενός στολίσκου 7-8 μικρών σκαφών των 6 ατόμων με έναν αρχηγό τα οποία επισκέπτονται συγκεκριμένα μέρη.
- Bareboat : είναι τα σκάφη που δεν διαθέτουν πλήρωμα. Ο ενοικιαστής έχει δίπλωμα skipper και μπορεί να κυβερνήσει μόνος του το σκάφος.
- Crewed Boats : είναι επανδρωμένα πλοία.

ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΑ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

- **Φουσκωτά Σκάφη**

Η ασφάλεια που προσφέρουν λόγω του χαμηλού κέντρου βάρους τους και της άνωσης των αεροθαλάμων, αλλά και το χαμηλό κόστος χρήσης- συντήρησής τους τα κάνουν πολύ δημοφιλή στην κατηγορία τους. Τα μειονεκτήματά τους είναι το υψηλό κόστος αγοράς τους (10%-20% ακριβότερα σε σχέση με άλλα) και οι περιορισμένοι χώροι τους λόγω του όγκου που καταλαμβάνουν τα μπαλόνια.

- **Ταχύπλοα ανοιχτά - Πολυεστερικά**

Έχουν χαμηλό κόστος αγοράς και συντήρησης σε σχέση με τα αντίστοιχα φουσκωτά. Διαθέτουν άνετους χώρους επαρκής για θαλάσσια αναψυχή και ψάρεμα. Είναι λιγότερο ασφαλή σε σχέση με τα φουσκωτά και έχουν μεγαλύτερο βάρος κάτι που καθιστά δύσκολη την ρυμούλκηση και μεταφορά τους.

- **Ταχύπλοα “καμπινάτα”**

Μπορούν άνετα να χρησιμοποιηθούν για πολυήμερες εκδρομές και διαμονή εντός του σκάφους αφού πέραν της άνεσης του χώρου διαθέτουν παροχές όπως τουαλέτα, ζεστό – κρύο νερό, ψυγείο κλπ. Μεγάλο τους μειονέκτημα είναι το κόστος συντήρησής τους αφού για την σωστή λειτουργία των εξαρτημάτων τους απαιτούνται αρκετά χρήματα. Ακόμη, το μήκος τους καθιστά δύσκολη την ρυμούλκησή τους και το βάρος τους επηρεάζει την πλεύση.

- **Ερασιτεχνικά Ψαράδικα Σκάφη**

Διαθέτουν μεγάλους ανοιχτούς χώρους στην κουβέρτα (deck) κατάλληλους για ψάρεμα αλλά και για όσους θέλουν ελευθερία κινήσεων. Έχουν χαμηλό κέντρο βάρους και είναι σχεδιασμένα για χρήση στην ανοιχτή θάλασσα. Δεν έχουν τις ανέσεις των “καμπινάτων” σκαφών και ρυμουλκούνται δύσκολα λόγω αυξημένου βάρους.

Ονοματολογία Μηχανοκίνητων Σκαφών

Έχει επικρατήσει διεθνώς για τα μηχανοκίνητα σκάφη ένας κώδικας ονοματολογίας που αφορά τον τύπο των σκαφών ανάλογα με τη χρήση και δίνεται παρακάτω.

- **DAY CRUISER:** Σκάφος με ανοικτό κατάστρωμα ή ημικαμπινάτο με μικρό χώρο ενδιαίτησης με μήκος που κυμαίνεται από έξι έως εννιά περίπου μέτρα.
- **CRUISER:** Καμπινάτο με επαρκή αυτονομία για τη διάνυση μεσαίων υδάτινων δρομολογίων με μήκος από εννιά έως δεκαέξι μέτρα.
- **SPORT / OFFSHORE:** Αναπτύσσουν πολύ υψηλές ταχύτητες και διαθέτουν λιτούς εσωτερικούς χώρους.
- **CONVERTIBLE / FISH:** Ειδικό για ψάρεμα με υπερυψωμένο πιλοτήριο. Μπορεί να είναι καμπινάτο ή ημικαμπινάτο.
- **FLYING BRIDGE:** Μηχανοκίνητο καμπινάτο που διαθέτει γέφυρα και διπλό πιλοτήριο.

- **OPEN:** Σκάφη των οποίων η οροφή ανοίγει και αναπτύσσουν υψηλές ταχύτητες.
- **SUPER YACHTS:** Πολυτελή θαλαμηγά σκάφη των οποίων το μήκος εκτείνεται συνήθως μέχρι τα 30 μέτρα.
- **MEGA YACHTS:** Πολυτελείς θαλαμηγοί με μήκος επάνω από 30 μέτρα.

ΙΣΤΙΟΦΟΡΑ ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Τα κύρια χαρακτηριστικά όλων των ιστιοφόρων σκαφών αναψυχής είναι το μεγάλο πλάτος και το μεγάλο βύθισμα. Τα περισσότερα σύγχρονα ιστιοπλοϊκά έχουν ένα μόνο κατάρτι με δύο τριγωνικά πανιά. Εκτός από τα μονοκάταρτά (sloops) υπάρχουν και τρεις τύποι δικάταρτων ιστιοπλοϊκών: α) το γιολ (yawl), που είναι ο πιο αποδοτικός τύπος για ιστιοπλοΐα, β) η γολέτα (ketch), που χρησιμοποιείται κυρίως σε ιστιοπλοϊκά αναψυχής και η σκούνα (schooner), που απαντάται σε σκάφη με σχετικά μεγάλο μέγεθος.

Τα ιστιοφόρα σκάφη αναψυχής διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με το σχήμα που έχει το κύριο ιστίο τους: α) σχήμα τετράπλευρου επίδρομου (gaffsail), β) σχήμα ωτοειδές (gunter), γ) σχήμα βερμούδας (bermudan). Τα κύρια χαρακτηριστικά όλων των ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής είναι το μεγάλο πλάτος και το μεγάλο βύθισμα. Τα περισσότερα σύγχρονα ιστιοπλοϊκά έχουν ένα μόνο κατάρτι με δύο τριγωνικά πανιά. Τα ιστιοφόρα όπως και τα μηχανοκίνητα σκάφη ταξινομούνται ανάλογα με το μέγεθός τους.

Στην πρώτη κατηγορία κατατάσσονται τα μικρά ιστιοπλοϊκά με μήκος από μέχρι 8 έως δέκα περίπου μέτρα. Τα σκάφη αυτά είναι μικρά, ευέλικτα και απευθύνονται στο αγοραστικό κοινό που επιθυμεί να πραγματοποιήσει μικρά κοντινά ταξίδια με μικρό αριθμό πληρώματος και χωρίς πολλές ανέσεις. Τα σκάφη αυτά διαθέτουν συνήθως δύο κρεβάτια και περιορισμένους χώρους.

Στη δεύτερη κατηγορία υπάγονται τα μεσαία σκάφη το μήκος των οποίων κυμαίνεται από δέκα έως δεκατρία περίπου μέτρα και απευθύνονται το κοινό που ενδιαφέρεται για την αγορά ή ενοικίαση ενός σκάφους που να μπορεί να φιλοξενήσει άνετα τέσσερα άτομα. Διαθέτουν τρεις ή ακόμη και τέσσερις καμπίνες, λουτρό/w.c. ένα μικρό καθιστικό και αντίστοιχη κουζίνα.

Στην τρίτη κατηγορία κατατάσσονται τα μεγάλα ιστιοπλοϊκά σκάφη με μήκος από 13 έως 15 μέτρα και μπορούν να φιλοξενήσουν στους μεγάλους τους χώρους έως έξι άτομα με άνεση. Διαθέτουν μεγάλα καταστρώματα και είναι κατάλληλα για μεγάλα

ταξίδια ενώ διαθέτουν και μεγάλη αυτονομία. Από εκεί και πέρα όπως συμβαίνει και στο χώρο των μηχανοκινήτων, υπάρχουν ακόμη μεγαλύτερα σκάφη με σαφώς πιο αναβαθμισμένους χώρους διαβίωσης, πολλούς αυτοματισμούς στους χειρισμούς των ιστίων και του σκάφους και απευθύνονται φυσικά σε μεγαλύτερο πλήρωμα. Περαιτέρω κατηγοριοποίησή τους μπορεί να πραγματοποιηθεί ανάλογα με:

- Το σχήμα τους και τον αριθμό των πανιών τους
- Την τοποθεσία και τον αριθμό των καταρτιών τους

Επτά βασικοί τύποι ιστιοφόρων είναι οι εξής:

- **SLOOP:** Το SLOOP έχει ένα κατάρτι και δύο πανιά, ένα φλόκο και μία μαϊστρα. Εάν ο πρότονος καταλήγει στην κορυφή του καταρτιού τότε το SLOOP λέγεται MASTHEAD. Εάν ο πρότονος δε καταλήγει στην κορυφή του καταρτιού, αλλά χαμηλότερα, τότε το SLOOP λέγεται FRACTIONAL.
- **CATBOAT:** Το CATBOAT έχει ένα κατάρτι και ένα πανί, με το κατάρτι τοποθετημένο προς τα πλώρα του σκάφους.
- **SCHOONER:** Το SCHOONER έχει δύο κατάρτια με το μεγαλύτερο κατάρτι τοποθετημένο στην πρυμνιά μέρος του σκάφους. Η ιστιοφορία του αποτελείται από: δύο ή τρεις φλόκους, μια μαϊστρα, μια μετζάνα.
- **KETCH:** Το KETCH έχει δύο κατάρτια. το πρυμνιά είναι το μικρότερο και είναι τοποθετημένο εμπρός του άξονα του πηδαλίου. Η ιστιοφορία του βασίζεται σε μία μαϊστρα, μία μετζάνα και σε δύο φλόκους.
- **YAWL:** Το YAWL έχει και αυτό δύο κατάρτια και η διαφορά του με το KETCH είναι ότι το πρυμνιά κατάρτι του είναι τοποθετημένο πίσω του άξονα του πηδαλίου. Επιπλέον το πρυμνιά κατάρτι ενός YAWL είναι μικρότερο από αυτό ενός KETCH και επομένως έχει μικρότερη μετζάνα. Η ιστιοφορία του βασίζεται σε μία μαϊστρα, μία μετζάνα και σε δύο φλόκους.
- **SUNFISH:** Το SUNFISH έχει ένα κατάρτι με ένα τριγωνικό πανί.
- **CATAMARAN:** Το CATAMARAN διαφέρει από τους άλλους τύπους ιστιοφόρων διότι έχει δύο γάστρες. Έχει ένα κατάρτι και ένα ή δύο πανιά, ανάλογα με το μέγεθός του.

Τέλος τα ιστιοφόρα σκάφη αναψυχής μπορούν να διακριθούν σε τρεις ακόμη κατηγορίες ανάλογα με το σχήμα που έχει το κύριο ιστίο τους: α) σχήμα τετράπλευρου επίδρομου (gaffsail), β) σχήμα ωτοειδές (gunter), γ) σχήμα βερμούδας (bermudan).

3.5.2 Η εξέλιξη του Yachting στην Ελλάδα

Μέχρι τη δεκαετία του 1960, ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος Ελλάδος ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος στην χώρα μας, με υποδομή για τη φιλοξενία σκαφών αναψυχής, ο οποίος μάλιστα μέχρι το 1968 είχε αναλάβει την τήρηση στατιστικών στοιχείων και την προβολή του ελληνικού yachting με διεθνείς οργανώσεις κι αγωνιστικές εκδηλώσεις.

Η ελληνική αγορά του επαγγελματικού yachting εμφανίστηκε το 1970 αφού ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, είχε ξεκινήσει την κατασκευή και λειτουργία σταθμών εξυπηρέτησης σκαφών κι αποβάθρες παρέχοντας στους οπαδούς του yachting τις βασικές υπηρεσίες. Η μαρίνα της Βουλιαγμένης ήταν η πρώτη που λειτούργησε (1963-1965) κι ακολούθησαν οι μαρίνες Ζέας (Πειραιάς), Αρετσού (Θεσσαλονίκη), Άλιμος (Αθήνα) και Γουβιά (Κέρκυρα).

Η ραγδαία ανάπτυξη τουρισμού στη δεκαετία του 1980 κι η μεγάλη αύξηση του αριθμού των ιδιωτικών κι επαγγελματικών σκαφών αναψυχής, οδήγησαν στην αναγκαιότητα δημιουργίας νέου θεσμικού πλαισίου που θα απλοποιούσε τις διαδικασίες. Σκοπός η ενίσχυση της ροής ιδιωτικών κεφαλαίων στην κατασκευή υποδομών θαλάσσιου τουρισμού, υπό την κρατική εποπτεία (παράδειγμα η Μαρίνα του Πόρτο Καρράς στην Χαλκιδική), με συμμετοχή του ΕΟΤ, των δήμων (Μαρίνα Γλυφάδας) και λιμενικών αρχών (μαρίνα Πάτρας).

Η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στον κόσμο που έθεσε το νομικό πλαίσιο για τη λειτουργία εταιρειών εκμετάλλευσης σκαφών αναψυχής. Συγκεκριμένα το 1976 με το Νόμο 438 , ο οποίος βρίσκεται σε ισχύ μέχρι και σήμερα, όπως τροποποιήθηκε με το Ν.2743/99 . Θεσμικό πλαίσιο για επαγγελματικό yachting : i) Ν.2160/93 , ii) Ν.2743/99 με τροποποίηση Ν.2638/98 iii) Ν.3182/03 και τέλος - εντός Απριλίου 2011- η κατάρτιση νέου σχεδίου νόμου για τον θαλάσσιο τουρισμό. Η ελληνική αγορά επαγγελματικών σκαφών αναψυχής άρχισε να δημιουργείται τη δεκαετία του '70 με σημαντική συμβολή του ΕΟΤ σε συνεργασία με τα αρμόδια Υπουργεία. Το 1961 απλουστεύθηκαν οι διαδικασίες κίνησης , εισόδου κι εξόδου των σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα και καθιερώθηκε το Δελτίο Κίνησης και τα κίνητρα για αφορολόγητα ναυτιλιακά είδη και καύσιμα.

Βασική διαδικασία στη λειτουργία της αγοράς είναι ναύλωση σκαφών αναψυχής κι η ασφάλιση τους Επαγγελματικές οργανώσεις–φορείς: ΣΙΤΕΣΑΠ (Σωματείο Ιδιοκτητών

Τουριστικών Σκαφών Αναψυχής), ΕΠΕΣΤ (Ένωση Πλοιοκτητών Σκαφών Αναψυχής), ΕΣΜΕΘ (Ελληνικός Σύνδεσμος Μεσιτών & Εμπειρογνομόνων Θαλαμηγών).

Σήμερα, το yachting στην Ελλάδα είναι ευρέως διαδεδομένο στην Ελλάδα ανάμεσα σε Έλληνες και κυρίως ξένους πελάτες κι η ζήτηση παρουσιάζει αυξητική τάση .

3.6 Θεσμικό Πλαίσιο

Η διάκριση μεταξύ των επαγγελματικών και μη, σκαφών αναψυχής γίνεται βάσει της νομοθεσίας. Πιο συγκεκριμένα, σκάφος αναψυχής θεωρείται κάθε σκάφος ολικού μήκους άνω των επτά (7) μέτρων, το οποίο, είτε διαθέτει είτε όχι χώρους ενδιαίτησης και έχει τη δυνατότητα από τη γενική κατασκευή του, να χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης. Επαγγελματικό σκάφος αναψυχής θεωρείται κάθε πλοίο αναψυχής, με μεταφορική ικανότητα μέχρι και σαράντα εννέα (49) επιβάτες, το οποίο διαθέτει χώρους ενδιαίτησης, πέραν αυτών του πληρώματος, και χρησιμοποιείται αποκλειστικά για την εκτέλεση ταξιδιών αναψυχής ή και περιήγησης με ολική ναύλωση.

Τα επαγγελματικά σκάφη αναψυχής διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

α. Ιστιοφόρα: Πλοία με επαρκή ιστιοφορία, ως κύριο μέσο πρόωσης, τα οποία φέρουν βοηθητικό κινητήρα.

β. Μηχανοκίνητα: Πλοία με μηχανή, ως κύριο μέσο πρόωσης και κάποιο βοηθητικό μέσο πρόωσης, εάν αυτό απαιτείται βάσει πιστοποιητικού ασφαλείας.

Τα επαγγελματικά τουριστικά σκάφη αναψυχής διέπονται από το Νόμο 2743/99 που ορίζει, μεταξύ άλλων, την αδειοδότηση, ναύλωση και την οργανική σύνθεση των σκαφών. Ακολουθούν βασικά σημεία του Νόμου:

•Ένα πλοίο αναψυχής χαρακτηρίζεται ως επαγγελματικό, εάν φέρει άδεια του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας (νυν Υπουργείο Ναυτιλίας και Αιγαίου).

•Η εκμετάλλευση των επαγγελματικών πλοίων αναψυχής επιτρέπεται μόνο με ολική ναύλωση διάρκειας τουλάχιστον δώδεκα (12) ωρών και έχει ως αποκλειστικό σκοπό την αναψυχή και την περιήγηση. Η ολική ή μερική ναύλωση για μεταφορά προσώπων με εισιτήριο ή αντικειμένων με ναύλο απαγορεύεται.

•Δικαίωμα εκναύλωσης έχουν οι πλοιοκτήτες για τα υπό την πλοιοκτησία τους σκάφη, οι εφοπλιστές για τα υπό τον εφοπλισμό τους επαγγελματικά πλοία αναψυχής, οι ναυλομεσίτες και οι κάτοχοι άδειας λειτουργίας γραφείων γενικού τουρισμού.

•Τα επαγγελματικά πλοία αναψυχής πρέπει να συμπληρώνουν κατώτατο όριο ημερών ναύλωσης:

α. 300 ημέρες, ανά πενταετία, όταν εκναυλώνονται χωρίς πλοίαρχο και πλήρωμα,

β. 200 ημέρες, ανά πενταετία, όταν εκναυλώνονται με πλοίαρχο και πλήρωμα και

γ. 75 ημέρες, ανά πενταετία, όταν πρόκειται για παραδοσιακά επαγγελματικά πλοία αναψυχής, ανεξάρτητα αν εκναυλώνονται με ή χωρίς πλοίαρχο και πλήρωμα.

3.6.1 To cabotage

Σύμφωνα με το νόμο 2932/2001 για την άρση του cabotage υπάρχει “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).

Παρακάτω γίνεται αναφορά στο νόμο 2932/2001 περί cabotage.

Στο πρώτο άρθρο του νόμου 2932/2001 «Θαλάσσιες μεταφορές από ή προς λιμένες νησιών» αναφέρονται τα εξής:

1) Από την 1η Νοεμβρίου 2002 είναι ελεύθερη η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών που:

α. 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

β. 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

χωρητικότητας των πλοίων του 1969», την οποία κύρωσε ο Ν. 1373/1983 (ΦΕΚ 92 Α) , εφόσον τα πλοία αυτά είναι νηολογημένα στην Ελλάδα ή άλλο Κράτος-Μέλος της Ε.Κ. ή του Ε.Ο.Χ. ή της Ε.Ζ.Ε.Σ εκτός από την Ελβετία και φέρουν τη σημαία του,

2) 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,

3) Κατ' εξαίρεση, αν τα πλοία που προβλέπονται στην παράγραφο 1 δεν επαρκούν, επιτρέπεται με απόφαση του Υπουργού Ναυτιλίας, ύστερα από γνώμη του Συμβουλίου Ακτοπλοϊκών Συγκοινωνιών (Σ.Α.Σ.), η παροχή υπηρεσιών θαλάσσιων μεταφορών από πλοία, που φέρουν τη σημαία άλλου κράτους, υπό τον όρο της αμοιβαιότητας και με τις προϋποθέσεις που τίθενται στο νόμο αυτό.

3.7 Η Ζήτηση στην Ελλάδα

Τα σκάφη αναψυχής όπως είναι γνωστό προορίζονται για ψυχαγωγία και συνεπώς δεν καλύπτουν τις βασικές ανάγκες των καταναλωτών. Έτσι, η κύρια συνέπεια είναι να παρουσιάζουν μεγάλη ελαστικότητα ως προς το κόστος απόκτησής τους, αλλά και ως προς το κόστος χρησιμοποίησης, συντήρησης και φύλαξης. Η ζήτηση για σκάφη αναψυχής εκδηλώνεται από ιδιώτες, λάτρεις της θάλασσας, μεσαίας κι υψηλής εισοδηματικής τάξης. Θεωρείται ως μία αγορά εντάσεως παγίου, με υψηλές επενδύσεις κεφαλαίων, υψηλά εμπόδια εισόδου στον κλάδο (οικονομικά – θεσμικά) και με αξιόλογη συνεισφορά σε συνάλλαγμα (95% των ναυλώσεων πραγματοποιείται από αλλοδαπούς τουρίστες). Οι πελάτες θέλουν να απολαύσουν το τρίπτυχο : ήλιος –θάλασσα – ξεκούραση, ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες . Επίσης υπάρχουν και άλλοι έμμεσοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του κλάδου που έχουν ως κύριο σημείο αναφοράς την υποδομή όπως: ο αριθμός των οργανωμένων μαρίνων που υπάρχουν, η τιμολογιακή πολιτική της κάθε μαρίνας και οι παροχές που προσφέρει η κάθε μαρίνα (ανακύκλωση και βιολογικός καθαρισμός των λυμάτων) καθώς και η φυσιογνωμία της περιοχής.

Η ζήτηση για μαρίνες καθορίζεται κυρίως από τρεις παράγοντες: το κόστος παρεχόμενων υπηρεσιών και τα τέλη ελλιμενισμού, η ποιότητα & ποσότητα

παρεχόμενων υπηρεσιών ανά θέση πρόσδεσης στις άλλες μεσογειακές χώρες κι η ανάπτυξη στην αγορά των σκαφών αναψυχής. Παράλληλα επηρεάζεται και από την εποχικότητα, με ιδιαίτερη κίνηση τη θερινή περίοδο. Το χειμώνα αυξάνεται η ζήτηση για θέσεις διαχείμασης και για εργασίες επισκευής και συντήρησης των σκαφών. Σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ η ζήτηση για υπηρεσίες από τις εταιρείες του κλάδου στην Ελλάδα διαμορφώνεται ως εξής: Ιούνιο με Αύγουστο περίπου το 54% της συνολικής ζήτησης, Απρίλιο – Μάιο & Σεπτέμβριο – Οκτώβριο το 40% .

Σήμερα, το yachting στην Ελλάδα είναι ευρέως διαδεδομένο στην Ελλάδα ανάμεσα σε Έλληνες και κυρίως ξένους πελάτες κι η ζήτηση παρουσιάζει αυξητική τάση. Μεγάλο ποσοστό των τουριστών που ζητούν υπηρεσίες ενοικίασης yacht είναι Ευρωπαίοι (Γερμανοί, Ιταλοί, Άγγλοι, Δανοί, Γάλλοι), ενώ οι Αμερικάνοι συνήθως προτιμούν τα motor yachts σε σχέση με τα ιστιοπλοϊκά. Οι Έλληνες ενοικιάζουν σκάφη επανδρωμένα (με skipper), αλλά και «γυμνά» (bare boat). Σύμφωνα με εμπειρικά δεδομένα, το ποσοστό των τουριστών yachting σε σχέση με το συνολικό ποσοστό τουριστών στην χώρα μας εκτιμάται περίπου στο 1,5 με 2 %. Η τουριστική περίοδος διαρκεί την χρονική περίοδο Απρίλιο έως Οκτώβριο, ενώ η αγορά ναύλωσης σκαφών (μικρών και μεγάλων), παρουσιάζει σημαντική δυναμική. Χαρακτηριστικός είναι ο πίνακας 3.1 που ακολουθεί και απεικονίζει τις χώρες προέλευσης των πελατών της μεγαλύτερης εταιρείας Yachting στην Ελλάδα, της «Κυριακούλης Μεσογειακά Κρουαζιέρα Α.Ν.Ε.» για το έτος 2004.

3 Πίνακας 3.1 - Χώρες προέλευσης πελατών της «Κυριακούλης Μεσογειακά Κρουαζιέρα Α.Ν.Ε.» για το έτος 2004.

Χώρα προέλευσης Πελατών	Ποσοστό % επί του συνόλου των πελατών
Γερμανία	29%
Ιταλία	11%
Μεγάλη Βρετανία	9%
Γαλλία	9%
Ολλανδία	8%
Αυστρία	7%
Σκανδιναβικές Χώρες	5%
Τσεχία	3%
Ελβετία	2%

Βέλγιο	2%
Η.Π.Α.	1%
Αυστραλία	1%
Άλλες Χώρες	12%
Ελλάδα	3%

3.8 Η Προσφορά στην Ελλάδα

Ο αριθμός των τουριστικών σκαφών που έχουν δηλωθεί ως επαγγελματικά στο Υ.Ε.Ν την τελευταία δεκαετία κυμάνθηκε από 5.800 – 6.300. Από αυτά περίπου τα 3.800 – 4.800 ήταν πραγματικά ενεργά στην αγορά ενώ τα υπόλοιπα για φορολογικούς λόγους χρησιμοποιούνται για ιδιωτική χρήση χωρίς να εκναυλώνονται παρόλο που έχουν χαρακτηριστεί ως επαγγελματικά. Έχουν δηλωθεί 4.500 περίπου ιδιωτικά, 1.000 υπό ξένη σημαία και 8.700 λεμβολογημένα. Ο νόμος Ν.2743/99 επιδιώκει να περιορίσει τον αριθμό των εικονικών επαγγελματικών σκαφών ώστε να είναι πιο ξεκάθαρη η εικόνα του επαγγελματικού yachting.

Στον παρακάτω πίνακα 3.2 παρουσιάζεται το μέγεθος της αγοράς του επαγγελματικού yachting για την περίοδο 2006-2009. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι τα αναγραφόμενα μεγέθη προέρχονται από το σύνολο των ναύλων που καταβλήθηκαν στα περίπου 3500 σκάφη που εκτιμάται ότι απαρτίζουν το συνολικό στόλο των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής με ελληνική σημαία.

4 Πίνακας 3.2 – Μέγεθος αγοράς σε αξία του επαγγελματικού Yachting σε χιλ. Ευρώ (2006-2009)

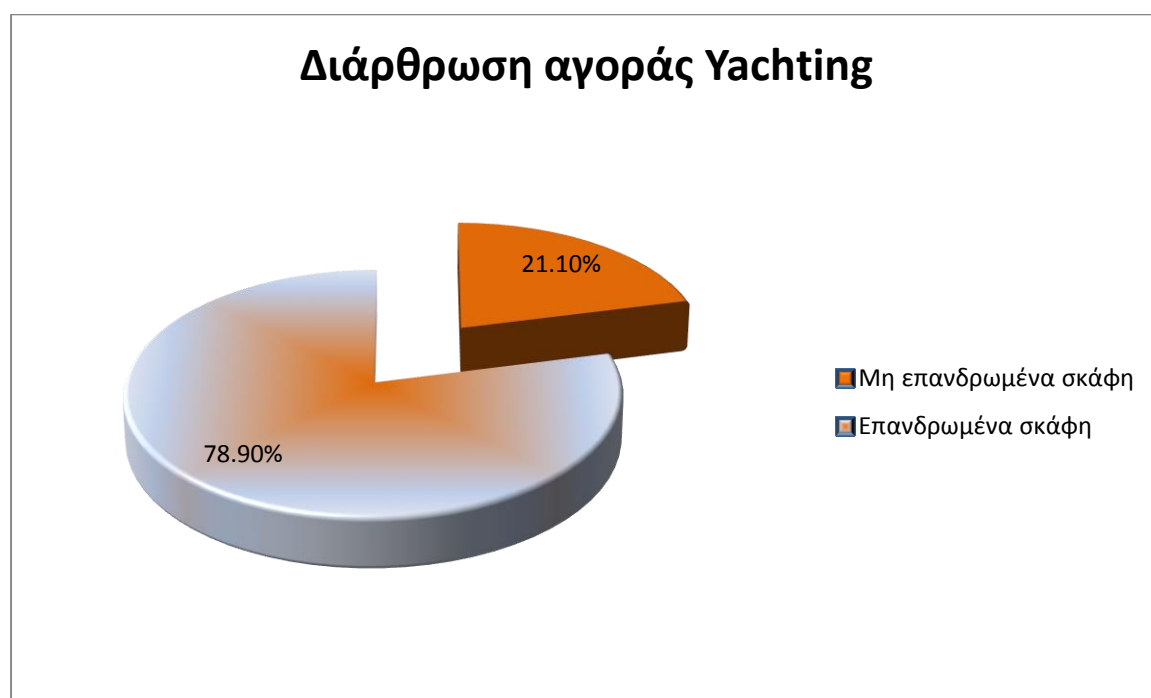
Έτος	Σκάφη Επανδρωμένα	Σκάφη μη Επανδρωμένα	Σύνολο Αγοράς	Ρυθμός Μεταβολής
2006	250.000	60.000	310.000	-
2007	270.000	70.000	240.000	+9,7%
2008	300.000	80.000	380.000	+ 11,8%
2009	150.000	60.000	210.000	- 44,7%

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, 2010*

Με αφορμή τον παραπάνω πίνακα μπορούμε να πούμε ότι λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 η Ελλάδα διαφημίστηκε σε παγκόσμιο επίπεδο και πολλοί τουρίστες την επέλεξαν ως τον ιδανικό προορισμό για θαλάσσιο τουρισμό. Έτσι, από το 2006 έως το 2008 έγινε μια σημαντική αύξηση του αριθμού των τουριστών στη χώρα και παράλληλα αυξήθηκε ο τζίρος των εταιρειών του επαγγελματικού Yachting. Από τα στοιχεία του πίνακα 3.2 παρατηρούμε ότι το 2008 το συνολικό μέγεθος της αγοράς του Yachting ήταν 380.000 ευρώ έναντι 310.000 ευρώ το 2006 (μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης 10,7%).

Ωστόσο, παρατηρούμε ότι το 2009 υπάρχει μια σημαντική μείωση στο μέγεθος της αγοράς του Yachting της τάξης του 44,7%, που οφείλεται κυρίως στη ραγδαία άνοδο της τιμής του πετρελαίου το καλοκαίρι του 2008, στη μεγάλη διαφορά της ισοτιμίας δολαρίου-ευρώ, στον έντονο ανταγωνισμό των γειτονικών χωρών που βρίσκονται εκτός της ζώνης του ευρώ (Κροατία-Τουρκία) αλλά και στην οικονομική κρίση που έπληξε την Ελλάδα από τα τέλη του 2008. Όπως εκτιμούν οι παράγοντες της αγοράς, ιδιαίτερα σημαντική ήταν η μείωση που υπέστη η αγορά των επανδρωμένων σκαφών, κυρίως μέχρι 12 ατόμων, καθώς οι ναύλοι αυτών εκτιμάται ότι μειώθηκαν κατά το ήμισυ την ίδια περίοδο. Ας σημειωθεί εδώ ότι το μέγεθος της αγοράς επανδρωμένων σκαφών αντιπροσωπεύει και το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο της αγοράς (78,9% το 2008), (Διάγραμμα 3.7).

7 Διάγραμμα 3.7 - Διάρθρωση αγοράς Yachting για το έτος 2008



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

5 Πίνακας 3.3 - Σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου

Επωνυμία	Μερίδιο (%)
Κυριακούλης Μεσογειακαί Κρουαζιέραι Α.Ν.Ε.	2,1
Περίπλους Α.Ε.	1,2
Βερνίκος Κότερα Α.Ε.	0,8
Α1 Γιωτ Τρεϊτ Κονσορτισιουμ Α.Ε.	0,7
Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές Α.Ε. & Ν.Ε.	0,6
Executive Yachting Α.Ε.	0,6
Βερ Σαν Κότερα Α.Ν.Ε.	0,6
Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.	0,4
Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων Α.Ε.	0,4
Πανταζής	0,4
Κεστρέλ Ναυτιλιακή Α.Ε.	0,4

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, 2010*

6 Πίνακας 3.4 - Οι πωλήσεις των σημαντικότερων εταιρειών του κλάδου για το 2004 – 2009 σε Ευρώ

Επωνυμία	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Αθηναϊκές Επιχειρήσεις	8.308.986	6.812.779	6.870.544	9.779.562	17.819.435	6.636.000
Όμιλος Κυριακούλη	10.967.057	7.330.280	7.554.526	7.814.129	7.828.256	Μ.Δ.*
Βερνίκος Κότερα ΑΕ	3.883.024	6.551.855	6.185.070	7.615.170	6.048.030	Μ.Δ.
Οδυσσεύς Ιστιοπλοϊκές διακοπές	726.323	611.170	746.683	910.807	768.562	Μ.Δ.
Ιονική Θαλάσσιες	2.141.994	1.931.238	1.916.615	2.832.902	Μ.Δ.	Μ.Δ.

Διακοπές Ε.Π.Ε.						
Περίπλους Α.Ε.	1.771.151	2.976.882	2.952.974	4.033.832	4.449.187	2.470.000
Βερ-Σαν Κότερα Α.Ν.Ε.	788.365	1.920.603	2.291.317	2.200.675	2.175.812	Μ.Δ.
Executive Yachting Α.Ε.	-	-	-	287.270	2.198.425	Μ.Δ.
Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.	1.164.617	1.241.128	1.559.307	1.44.713	1.670.086	Μ.Δ.
Πανταζής Α.Ε.	3.883.024	Μ.Δ.	7.237.352	6.568.318	7.589.110	6.396.521
Α.Ο. Ναυλώσεις Κότερων Α.Ε.	1.180.714	1.308.910	1.283.902	1.505.833	1.588.753	1.700.000
Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές Α.Ε. & Ν.Ε.	2.124.066	1.447.325	1.367.330	1.661.308	2.265.565	Μ.Δ.
Α.Ο. Τρεντ Κονσορτιουμ Α.Ε.	621.645	1.428.003	1.996.168	2.381.211	2.540.627	2.700.000
Κεστρέλ Ναυτιλιακή Α.Ε.	765.973	714.478	1.116.443	1.256.575	1.500.390	740.000

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, 2010*

*Μ.Δ.: Μη διαθέσιμο

Σύμφωνα με εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις επαγγελματικές ενώσεις ΕΠΕΣΤ και ΣΙΤΕΣΑΠ, αλλά και στοιχεία του Υ.Ε.Ν, οι μισθώσεις σκαφών αναψυχής για το 2001 ανήλθαν στις 30.000 ενώ το 2004 στις 41.000 με μέση διάρκεια ναύλωσης 7 ημέρες. Το 2006 καταγράφηκε αύξηση στις πωλήσεις σε σκάφη έως 49 ατόμων από 100% έως 150% σε σύγκριση με το 2005, ενώ στα επανδρωμένα σκάφη 21 έως 50 μέτρα για την ίδια περίοδο σημειώθηκε αύξηση των πωλήσεων 20% με

25%. Στα μη επανδρωμένα μηχανοκίνητα σκάφη και ιστιοπλοϊκά έως 20 μέτρα σημειώθηκε αύξηση της τάξεως του 15% με 20% την περίοδο των ετών 2005 – 2006. Είναι χαρακτηριστικό να αναφερθεί ότι το 95% των ναυλώσεων πραγματοποιήθηκε από αλλοδαπούς τουρίστες, με τις πιο δημοφιλείς αγορές να θεωρούνται αυτές της Γερμανίας, Βρετανίας, Ολλανδίας και Σουηδίας, με αποτέλεσμα να αυξηθούν τα συναλλαγματικά έσοδα.

Όσον αφορά τα παραπάνω στοιχεία, μπορεί να θεωρηθεί ότι απεικονίζουν την πλασματική εικόνα για τα επαγγελματικά σκάφη καθώς ο νόμος Ν.438 έχει οδηγήσει στο να υπάρχουν πολλά σκάφη που να δηλώνονται ως επαγγελματικά για φορολογικούς λόγους και τα οποία δεν εκναυλώνονται. Έτσι είναι προφανές πως ένας μεγάλος αριθμός επαγγελματικών σκαφών εξυπηρετούν τις ανάγκες αναψυχής των ιδιοκτητών τους.

7 Πίνακας 3.5 - Μερίδιο αγοράς βάση του συνόλου των σκαφών σύνολο 3500

Επωνυμία	Συνολικός Αριθμός Σκαφών	Μερίδιο (%)
Όμιλος Κυριακούλη	235	6,7
Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ	182	5,2
Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ	150	4,3
Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων ΑΕ	112	3,2
Τσιρόπουλος Γιώτ Εντερπράισις ΕΠΕ	79	2,3
Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτλιακή Α.Ε.	76	2,2
Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές ΑΕ & ΝΕ	75	2,1
Βερνίκος Κότερα Α.Ν.Ε.	70	2,0
BEN – ΣΑΡ κότερα Α.Ν.Ε.	60	1,7
Οδυσεύς Ιστιοπλοϊκές Διακοπές Α.Ν.Ε.	44	1,3

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, 2010*

Πίνακας 3.6 - Μερίδιο αγοράς ιστιοπλοϊκών, σύνολο 2.750

Επωνυμία	Αριθμός Ιστιοπλοϊκών	Μερίδιο (%)
Όμιλος Κυριακούλη	231	8,4
Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ	180	6,5
Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ	150	5,5
Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων ΑΕ	112	4,1
Τσιρόπουλος Γιώτ Εντερπράισις ΕΠΕ	79	2,9
Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.	76	2,8
Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές ΑΕ & ΝΕ	75	2,7
Βερνίκος Κότερα Α.Ν.Ε.	70	2,5
BEN – ΣΑΡ κότερα Α.Ν.Ε.	60	2,2

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, 2010*

3.8.1 Μαρίνες – Καταφύγια – Αγκυροβόλια

Τουριστικός λιμένας» σκαφών αναψυχής είναι ο χερσαίος και θαλάσσιος χώρος που προορίζεται κατά κύριο λόγο για/και υποστηρίζει λειτουργικά τον ελλιμενισμό σκαφών αναψυχής και ναυταθλητισμού. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία οι τουριστικοί λιμένες χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: α) Μαρίνες β) Καταφύγια γ) Αγκυροβόλια δ) Ξενοδοχειακοί Λιμένες (καταργήθηκαν με το Ν.4070/2012).

α) «Μαρίνα» είναι ο τουριστικός λιμένας που διαθέτει χερσαίες και θαλάσσιες εγκαταστάσεις και υποδομές προδιαγραφών που ορίζονται με απόφαση του Υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού, όπως προβλέπεται στην παρ. 3 του άρθρου 31 του Ν.2160/1993, για την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής και των χρηστών τους.

β) «Καταφύγιο» είναι ο τουριστικός λιμένας με βασικές κτιριοδομικές υποδομές τουλάχιστον 100 τ.μ. με παροχές και εξυπηρετήσεις ύδατος, ρεύματος, τηλεφώνου, καυσίμων, περισυλλογής καταλοίπων και απορριμμάτων, πυρόσβεσης, ενδιαίτησης και υγιεινής.

γ) «Αγκυροβόλιο» είναι ο τουριστικός λιμένας που δημιουργείται εντός προστατευμένου όρμου, εντός λιμνών και ποταμών, με ελαφρύ εξοπλισμό, ο οποίος δεν προκαλεί οριστική αλλοίωση του περιβάλλοντος με περιορισμένο αριθμό θέσεων ελλιμενισμού και βασικές εγκαταστάσεις.

3.8.1.1 Υποβολή Αιτήματος Χωροθέτησης

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, έμπροσθεν 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.Μ.Ε.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.Μ.Ε.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 εξυπηρέτησεων υγιεινής και ενδιαίτησης με εξασφάλιση προσβασιμότητας Α.Μ.Ε.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.).

3.8.1.2 Ελληνικές Μαρίνες

Με βάση τα στοιχεία της Ένωσης Μαρίνων Ελλάδος και του ΕΟΤ, στην Ελλάδα αυτή την στιγμή υπάρχουν 22 οργανωμένες μαρίνες, 55 χωροθετημένες και 80 τουριστικά καταφύγια. 14.400 είναι οι θέσεις ελλιμενισμού στην Ελλάδα. Στους παρακάτω πίνακες 3.7, 3.8 και 3.9 αναφέρονται οι οργανωμένες μαρίνες της Ελλάδας και της Ευρώπης και η χωρητικότητά τους με βάση τα στοιχεία του ΕΟΤ και της Ένωσης Μαρίνων Ελλάδος καθώς και οι υπό κατασκευή μαρίνες στην Ελλάδα.

8 Πίνακας 3.7 - Ελληνικές Μαρίνες

ΟΝΟΜΑ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΑΡΘΡΟΣΜΟΣ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΩΝ	ΕΚΜΕΤΑΛΕΥΣΗ
Marina Vouliagmeni	Βουλιαγμένη	112	Tourism Development Co
Marina Faliro	Π. Φάληρο/Αττική	232	Marina Falirou S.A.
Marina Alimos	Άλιμος/Αττική	964	Tourism Development Co
Marina Zea	Πειραιάς/Αττική	670	K.G.Med. Marinas Management
Marina Flisvos	Φάληρο/Αττική	302	Lamda Techol Flisvos Marina S.A.
Marina Olympic Marine	Λάυριο/Αττική	680	Olympic Marine S.A.
Marina Glyfada	Γλυφάδα/Αττική	780	Municipality of Glyfada
Marina Gouvia	Κέρκυρα/Τζάβρος	1.100	K.G.Med. Marinas Management
Marina Kleopatra	Πρέβεζα	100	Ioannis and Ilias Tefas S.A.
Marina Lefkadas	Λευκάδα	620	K. and G. Med. Marinas

			Management
Marina Kalamata	Καλαμάτα	250	K. and G. Med. Marinas Management
	Σάνη	215	
Marina Patras	Πάτρα/Αχαΐα	450	Patra Port Authority
Marina Aretsou	Καλαμαριά/Θεσσαλονίκη	242	Tourism Development C.o.
	Μυτιλήνη	222	
Marina Kos	Κως/Δωδεκάνησα	250	Municipality of Kos
Marina Samos	Σάμος	280	Delos Marinas
Marina Lakki - Agmar	Λέρος/Δωδεκάνησα	45	Agmar Marine S.A.
Marina Leros	Λέρος/Δωδεκάνησα	150	Marina Island of Leros Evros S.A.
Marina	Μέθανα	70	Municipality of Methana
Marina Mandraki	Ρόδος/Δωδεκάνησα	120	Municipal Seaport Fund of Dodecanese
Marina Agios Nikolaos	Αγ. Νικόλαος/Λασιθί	255	K. and G. Med. Marinas Management
Marina Porto Sani Hotel	Κασσάνδρεια/Χαλκιδική	215	Marina Sani S.A.
Marina Porto Karras Hotel	Νέος Μαρμαράς/Χαλκιδική	315	Delos Marinas
Marina Vounaki	Παλερός/Αιτωλοακαρνανία	70	Stahtiaras Achimastos S
Marina Xylokastro	Ξυλόκαστρο/Κόρινθος	220	Greek State
Σύνολο		8.929	

Πηγή: Ε.Ο.Τ

9 Πίνακας 3.8 - Ευρωπαϊκές Μαρίνες

ΧΩΡΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ	ΜΑΡΙΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΛΙΜΕΝΕΣ	ΘΕΣΕΙΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΦΥΓΙΑ	ΘΕΣΕΙΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΑΓΚΥΡΟΒΟΛΙΟ

ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	731.000	1.750	80.500	9
ΣΟΥΗΔΙΑ	753.000	1.000	200.000	4
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	55.000	28	7.845	7
ΠΟΛΩΝΙΑ	51.170	290	-	-
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	280.000	1.200	18.800	16
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	692.000	300	-	-
ΚΡΟΑΤΙΑ	105.000	123	13.878	8
ΙΤΑΛΙΑ	400.000	105	128.042	3
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	25.067	34	3.900	6
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	441.530	2.647	-	-
ΓΑΛΛΙΑ	752.935	376	224.000	3
ΒΡΕΤΑΝΙΑ	463.019	500	225.000	2
ΕΛΛΑΔΑ	17.700	22	1.732	-

10 Πίνακας 3.9 - Μαρίνες υπό κατασκευή στην Ελλάδα

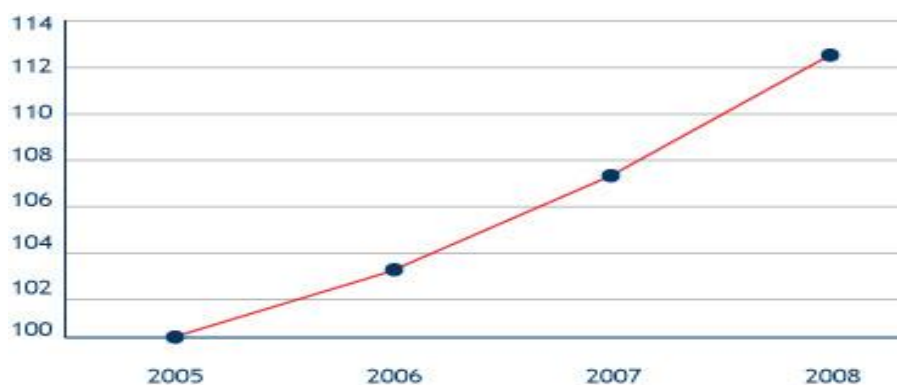
ΜΑΡΙΝΑ	ΠΕΡΙΟΧΗ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΑΧΙΛΙ	ΣΚΥΡΟΣ	150
ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ	ΑΓΙΑ ΓΑΛΗΝΗ, ΡΕΘΥΜΝΟ	112
ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ	ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ, ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ	190
ΖΑΚΥΝΘΟΣ	ΖΑΚΥΝΘΟΣ	150
ΙΚΑΡΙΑ	ΛΕΥΚΑΔΑ, ΙΚΑΡΙΑ	250
ΙΤΕΑ	ΙΤΕΑ, ΦΩΚΙΔΑ	146
ΘΑΣΟΣ	ΛΙΜΕΝΑΡΙΑ, ΘΑΣΟΣ	280
ΚΑΜΕΝΑ ΒΟΥΡΛΑ	ΦΘΙΩΤΙΔΑ	81
ΚΑΤΑΚΟΛΟ	ΚΑΤΑΚΟΛΟ, ΗΛΕΙΑ	235
ΚΥΛΛΗΝΗ	ΚΥΛΛΗΝΗ, ΗΛΕΙΑ	150
ΛΕΥΚΑΔΑ	ΛΕΥΚΑΔΑ	482
ΜΑΛΙΑ	ΜΑΛΙΑ, ΗΡΑΚΛΕΙΟ	300
ΜΥΤΙΛΗΝΗ	ΜΥΤΙΛΗΝΗ, ΛΕΣΒΟΣ	200
ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ	ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ, ΧΑΝΙΑ	140
ΠΙΔΑΛΙ	ΠΙΔΑΛΙ, ΣΥΡΟΣ	254
ΠΟΡΤΟ ΓΟΥΒΕΣ	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	72
ΠΡΕΒΕΖΑ	ΠΡΕΒΕΖΑ	261
ΠΥΛΟΣ	ΠΥΛΟΣ	-
ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ (ΣΑΜΟΣ)	ΠΥΘΑΓΟΡΕΙΟ	-
ΡΟΔΟΣ	ΣΦΑΓΕΙΑ, ΡΟΔΟΣ	500
ΤΟΥΡΛΟΣ	ΤΟΥΡΛΟΣ, ΜΥΚΟΝΟΣ	
ΧΙΟΣ	ΚΑΣΤΕΛΛΟ, ΧΙΟΣ	274

Πηγή: Ε.Ο.Τ

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι το μέγεθος της αγοράς (σε αξία) των ελληνικών τουριστικών λιμένων ήταν 30 εκατομμύρια Ευρώ το 2008 και παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 4% κατά την περίοδο 2005-2008. Το εκτιμώμενο μέγεθος της αγοράς προέρχεται από το σύνολο των εν λειτουργία θέσεων

ελλιμενισμού σε τουριστικούς λιμένες (μαρίνες), αγκυροβόλια, τουριστικά καταφύγια καθώς και ξενοδοχειακούς λιμένες της χώρας και αντιστοιχεί στο σύνολο των τελών ελλιμενισμού που καταβάλλει κάθε σκάφος που δένει σε κάποια θέση ενός τουριστικού λιμένα.

8 **Διάγραμμα 3.8 - Μέγεθος της αγοράς (σε αξία) των ελληνικών τουριστικών λιμένων**



Πηγή: ICAP, Market Estimations.

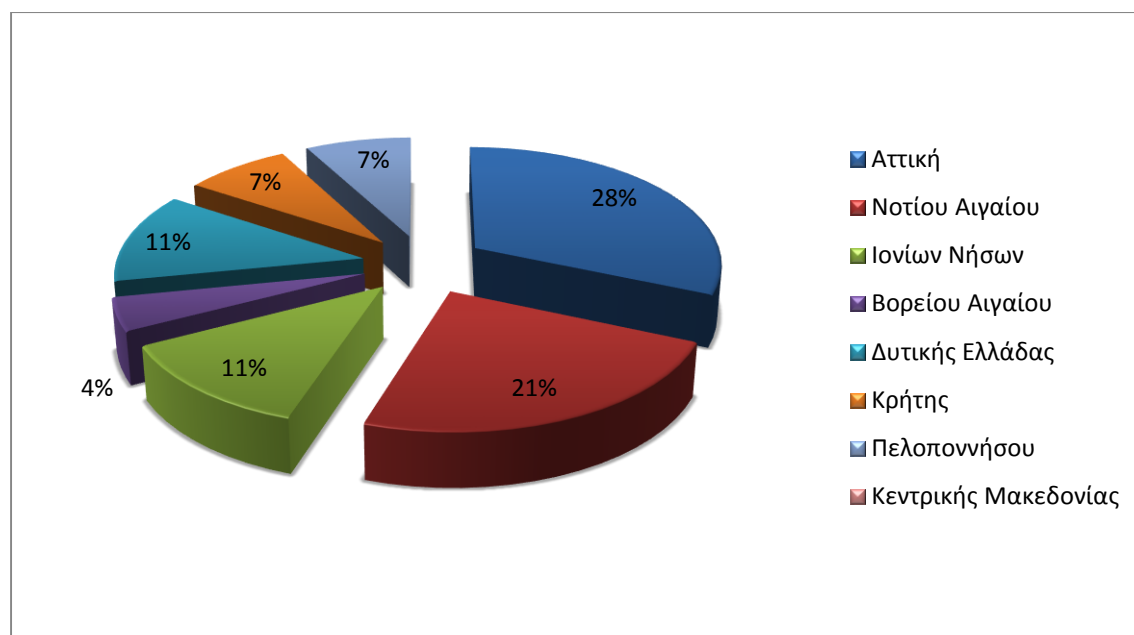
Ως βασικότερος παράγοντας ο οποίος επηρεάζει τη ζήτηση για υπηρεσίες τουριστικών λιμένων, θεωρείται ο θαλάσσιος τουρισμός και ειδικότερα το yachting και οι κρουαζιέρες. Η σταθερή αυξητική τάση του yachting στην Ευρώπη και διεθνώς και ο κορεσμός στις θέσεις ελλιμενισμού στις δυτικές ακτές της Μεσογείου αυξάνουν τη ζήτηση κι επομένως τις προοπτικές ανάπτυξης στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Καθώς η ζήτηση για υπηρεσίες επαγγελματικών μαρίνων αυξάνεται, ομοίως διευρύνονται και οι ευκαιρίες για επενδύσεις στον συγκεκριμένο τουριστικό κλάδο.

Παράγοντες του κλάδου, εκτιμούν ότι η τρέχουσα οικονομική κρίση θα επηρεάσει και τον κλάδο του yachting και των μαρίνων, για αυτό επιβάλλεται άμεσα η επιβολή ευνοϊκών μέτρων ανάπτυξης υποδομών και φορολόγησης. Οι μαρίνες της Ελλάδας χρήζουν σημαντικών αναβαθμίσεων προκειμένου να ανταποκριθούν στον αυξανόμενο αριθμό ιστιοπλοϊκών σκαφών και θαλαμηγών, ενώ παράλληλα αποτελούν εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες. Επιπλέον, απαιτείται η κατασκευή νέων μαρίνων καθώς η χώρα μας καλείται να φιλοξενήσει ακόμα περισσότερα σκάφη και τους ιδιοκτήτες τους.

Τα τελευταία χρόνια, ο Ε.Ο.Τ. και ορισμένες από τις 13 διοικητικές περιφέρειες της χώρας έχουν θέσει σε εφαρμογή πρόγραμμα δημιουργίας ενός ολοκληρωμένου

δικτύου αγκυροβολίας και συναφών υπηρεσιών για σκάφη, κατά μήκος των ελληνικών ακτών, πρόγραμμα που βρίσκεται σε φάση ολοκλήρωσης. Νέες σύγχρονες μαρίνες, ξενοδοχειακοί λιμένες και αγκυροβόλια για τον ασφαλή ελλιμενισμό σκαφών λειτουργούν ήδη ή τίθενται σταδιακά σε λειτουργία, προκειμένου να καλύψουν με τον πιο ικανοποιητικό τρόπο και υπό τις ασφαλέστερες συνθήκες τις ανάγκες των τουριστών ,που φθάνουν στην Ελλάδα από τη θάλασσα.

9 **Διάγραμμα 3.9 - Κατανομή Μαρίνων στην Ελλάδα**



Πηγή: Ελεύθερος Τύπος , “Οι μαρίνες στην Ελλάδα με αριθμούς”, 2011.

3.9 PEST Analysis (Γενικευμένο περιβάλλον της επιχείρησης)

3.9.1 Πολιτική Διάσταση

Η σημασία του τουρισμού για την χώρα μας επιβάλλει την εφαρμογή ενός μοντέλου τουριστικής πολιτικής με γνώμονα τη βελτίωση του τελικού τουριστικού προϊόντος. Βασικός φορέας ασκήσεως τουριστικής πολιτικής τα τελευταία χρόνια είναι το Υπουργείο Τουρισμού. Το 2009 έγινε συγχώνευση των Υπουργείων Πολιτισμού και του τότε Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης σε ένα. Η προκύψασα κυβέρνηση αναγνωρίζει τις συνέργιες που υπάρχουν μεταξύ των δύο κλάδων (δηλαδή πολιτισμού και τουρισμού): από διοικητικής πλευράς, ωστόσο, είναι απαραίτητο να υπάρξουν διακριτές αρμοδιότητες προκειμένου να αποφευχθεί νέος γραφειοκρατικός

φόρτος καθώς ελλοχεύει ο κίνδυνος να υποβαθμιστεί εκ νέου ο ρόλος του τουρισμού στην κυβερνητική agenda. Άλλωστε και με βάση το Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum), η διαφάνεια της κυβερνητικής τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα παρουσιάζει έντονα αρνητική πορεία, καθώς η χώρα κατέλαβε την 99η θέση το 2009 σε σχέση με την 74η το 2008. Έτσι, στις 21 Ιουνίου 2012 το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού καταργήθηκε και οι υπηρεσίες του οι σχετικές με τον Πολιτισμό συγχωνεύτηκαν με το Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων στο Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού, ενώ οι υπηρεσίες του σχετικά με τον Τουρισμό συγκρότησαν νέο υπουργείο, το Υπουργείο Τουρισμού.

Η πολιτεία, προς την κατεύθυνση της βελτίωσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και προκειμένου να περιορίσει τις αρνητικές συνέπειες της οικονομικής κρίσης, περιλαμβάνει τον κλάδο του τουρισμού στα κυβερνητικά πακέτα κινήτρων. Παράλληλα εξετάζει και υιοθετεί, όπου κρίνει σκόπιμο και αποδοτικό, πολιτικές μείωσης ή μερικής / ολικής αναστολής πληρωμής διάφορων χρεώσεων όπως είναι ο φόρος παρεπιδημούντων (που είχε όμως αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδα αρκετών ΟΤΑ). Χαρακτηριστική είναι η κατάργηση των τελών χρήσης (προσγείωσης και παραμονής) των αεροσκαφών στα περιφερειακά αεροδρόμια για την περίοδο Απριλίου - Σεπτεμβρίου 2009 με στόχο την τόνωση των τουριστικών αφίξεων. Σύμφωνα όμως με τα στοιχεία που αφορούν στις διεθνείς αφίξεις των περιόδων Ιανουαρίου – Οκτωβρίου 2008 και 2009 η παραπάνω κίνηση απέφερε μέσο όφελος ανά τουριστικό πακέτο €10 - €12 ποσό το οποίο όπως αποδείχθηκε δεν αποτέλεσε ισχυρό κίνητρο για την προσέλκυση ταξιδιωτών με αποτέλεσμα την μείωση των διεθνών αφίξεων κατά 7,42%.

Σε πολύ χειρότερη βάση βρίσκεται η χώρα όταν λαμβάνονται υπ' όψιν στοιχεία που αφορούν στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Σύμφωνα με στοιχεία του Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (World Economic Forum), η χώρα λαμβάνει 107η θέση το 2009 (επί συνόλου 133 χωρών) σημειώνοντας έντονα αρνητική πορεία καθώς το 2007 έλαβε την 89η και το 2008 την 94η θέση. Τα στοιχεία αυτά έρχονται σε ευθεία αντίθεση με το γεγονός ότι η Ελλάδα κατέχει την 3η θέση παγκοσμίως ως προς το βαθμό προτεραιότητας που δίνει σε ζητήματα του τουριστικού κλάδου. Είναι δε ιδιαίτερα ανησυχητικά καθώς αναδεικνύουν τη διαρθρωτική αδυναμία της Ελλάδας να προσελκύσει ξένα κεφάλαια που θα έχουν ουσιαστικό πολλαπλασιαστικό και όχι

απλά αναδιανεμητικό (από περιοχή σε περιοχή ή από κλάδο σε κλάδο) οικονομικό αποτέλεσμα.

Προσπάθειες γίνονται και για την αντιμετώπιση της εποχικότητας του τουρισμού αλλά και την αντιμετώπιση της υψηλής συγκέντρωσης της τουριστικής προσέλευσης σε συγκεκριμένες περιοχές της ελληνικής επικράτειας. Το μοντέλο τουριστικής μεγέθυνσης που εφαρμοζόταν μέχρι σήμερα και αφορούσε κυρίως στον παραθεριστικό τουρισμό χαρακτηρίζεται από σχετική αναπτυξιακή στασιμότητα και έλλειψη δυναμικής αδυνατώντας να προσεγγίσει τα περιθώρια ανάπτυξης που θα επέτρεπαν στη χώρα μας να διατηρήσει υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας. Τα παραπάνω έχουν ως αποτέλεσμα οι προσπάθειες της πολιτείας σταδιακά να επικεντρώνονται στη μείωση της διακύμανσης της πληρότητας και την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε περιοχές όπου είναι δυνατόν να αναπτυχθούν νέες μορφές τουρισμού και ολοκληρωμένα προγράμματα αναψυχής. Μεσοπρόθεσμος στόχος της πολιτείας λοιπόν είναι πέραν της περαιτέρω ανάπτυξης και η διασπορά της τουριστικής κίνησης στον ελλαδικό χώρο καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Η υψηλή εποχικότητα επηρεάζει σημαντικά την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών επιχειρήσεων οι οποίες αδυνατούν να είναι τιμολογιακά ανταγωνιστικές καθώς οφείλουν με τις εισπράξεις της περιορισμένης χρονικά τουριστικής περιόδου να συντηρήσουν την λειτουργική βιωσιμότητα της επιχείρησης όλο το έτος.

Ο πολιτικός σχεδιασμός των παρεμβάσεων στον τομέα του τουρισμού, στηριζόμενος στις δυνατότητες της Ελλάδας, επιχειρεί την προώθηση πολιτικών ανάπτυξης της τουριστικής κινητικότητας σε δωδεκάμηνη βάση. Αυτό προκύπτει αφενός λόγω του ότι σημαντικό ποσοστό των τουριστικών επιχειρήσεων έχει δυνατότητα λειτουργίας και εκτός της καλοκαιρινής περιόδου και αφετέρου επειδή υπάρχουν πολλές περιοχές στην ελληνική επικράτεια οι οποίες προσφέρονται για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η εν λόγω πολιτική εστιάζει στην ενθάρρυνση των απαραίτητων επιχειρηματικών κινήσεων αποσκοπώντας στην τόνωση της περιφερειακής ανάπτυξης και της πολυμορφίας που θα έπρεπε να χαρακτηρίζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

3.9.2 Οικονομική Διάσταση

Ο ελληνικός τουρισμός συνεισφέρει 16,4% στο ΑΕΠ, καλύπτει το 51,2% του ελλείμματος του Εμπορικού Ισοζυγίου, απασχολεί-άμεσα ή έμμεσα-έναν στους πέντε κατοίκους της χώρας και δημιουργεί 34 δισεκατομμύρια ευρώ συνολική ζήτηση στην

οικονομία. Ωστόσο, όλα αυτά λαμβάνουν χώρα σε ένα πολύ δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, διεθνώς αλλά και κυρίως σε εγχώριο επίπεδο. Τα έσοδα από τον τουρισμό μειώνονται στα 10 δισεκατομμύρια ευρώ το 2012 σε σχέση με τα 10,4 δις ευρώ το 2011.

Η οικονομική βιωσιμότητα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, ειδικά τους τελευταίους μήνες, βρέθηκε στο επίκεντρο της προσοχής τόσο της πολιτείας όσο και των φορέων του τουρισμού. Ιδιαίτερη σημασία έχει η προσπάθεια για την ενίσχυση της ρευστότητας και της δανειοδότησης από τις τράπεζες αλλά και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Οι τουριστικές επιχειρήσεις το πρώτο εξάμηνο του 2009 αναζητούσαν κεφάλαιο κίνησης για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους για τη νέα τουριστική περίοδο, αλλά η πιστοληπτική τους ικανότητα παρουσίαζε προβλήματα λόγω των μειωμένων κρατήσεων σε συνδυασμό με τις μεταχρονολογημένες υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές τους. Η πολιτεία προσπαθώντας να στηρίξει τον κλάδο ανακοίνωσε δέσμη μέτρων στήριξης του τουρισμού για την διετία 2009-2010. Μεταξύ άλλων ήταν η μείωση του ΕΤΑΚ σε 0,33% για τα έτη 2009 και 2010, η αναστολή για ένα έτος της καταβολής της εισφοράς του Ν.128/75 για το σύνολο των δανείων των τουριστικών επιχειρήσεων προς τις τράπεζες, η μείωση του τέλους παρεπιδημούντων από 2% σε 0,5%, η άμεση πίστωση στην επιχείρηση του προς επιστροφή Φ.Π.Α. και η τμηματική καταβολή του οφειλόμενου ΦΠΑ, η επιδότηση του δανεισμού μέσω του Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. κ.ά.

Όσον αφορά στα στοιχεία ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τουριστικής οικονομίας η κατάσταση δεν είναι θετική παρά το γεγονός ότι αυτή παρουσιάζει μικρά σημάδια ανάκαμψης. Η Ελλάδα παρουσιάζει έλλειμμα ανταγωνιστικότητας, ιδίως έναντι εκείνων των ανταγωνιστών της που δεν ανήκουν στη Ζώνη του Ευρώ (Αίγυπτος, Κροατία, Τουρκία). Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι η Ελλάδα για το έτος 2012 κατατάσσεται στην 32η θέση ως προς την ανταγωνιστικότητά της, έναντι της 29ης θέσης που καταλάμβανε για το 2011, στην 23η θέση ως προς τις διεθνείς εισπράξεις από την τουριστική δραστηριότητα, που αντιστοιχεί σε 10.024 εκατομμύρια ευρώ. Οι εν λόγω εισπράξεις παρουσιάζουν μείωση της τάξης του 5,5% έναντι αυτών του 2011. Ως προς τις αφίξεις, η Ελλάδα κατατάσσεται στη 17η θέση, ενώ την ίδια θέση κατείχε και το 2011. Αποτελεί γεγονός το ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις στη χώρα μας δυσκολεύονται να διατηρήσουν τις χρεώσεις σε χαμηλά επίπεδα καθώς μειώνεται η κερδοφορία και κατ' επέκταση οι δυνατότητες υλοποίησης βελτιωτικών επενδύσεων, διακυβεύεται η κατ' ελάχιστο διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των

παρεχόμενων υπηρεσιών και τελικά το κόστος είναι υψηλότερο από το επίπεδο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Επιπλέον, μια γενική επιδότηση προς την επιχειρηματική κοινότητα για αύξηση του αριθμού των προσφερόμενων καταλυμάτων με στόχο την αντιμετώπιση των υψηλών τιμών θα ήταν μάλλον καταστροφική, καθώς η χώρα χαρακτηρίζεται ήδη από συνθήκες υπερπροσφοράς δεδομένου ότι κατέχει την 4η θέση παγκοσμίως ως προς τον αριθμό κλινών σε σχέση με τον πληθυσμό της. Η μείωση, λοιπόν, του μοναδιαίου κόστους θα πρέπει να προέλθει μέσα από την αύξηση της παραγωγικότητας του κεφαλαίου και των εργαζομένων και την αντιμετώπιση χρόνιων προβλημάτων όπως οι ακαμψίες που υφίστανται στην αγορά εργασίας: ενδεικτικά αναφέρεται ότι η Ελλάδα έλαβε την 113η παγκοσμίως ως προς τις εργασιακές πρακτικές και τις δυσκολίες που υφίστανται στο καθεστώς προσλήψεων και απολύσεων.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση του Οικονομικού Περιβάλλοντος είναι αυτονόητο ότι ο κλάδος του Θαλάσσιου Τουρισμού και κατά συνέπεια και ο υποκλάδος του yachting αποτελούν πηγή συναλλάγματος για τη χώρα.

3.9.3 Κοινωνική Διάσταση

Οι κοινωνικοί παράγοντες αποτελούν μία από τις δυναμικότερες μεταβλητές του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, ιδιαιτέρως όταν αυτή δραστηριοποιείται στον τομέα του τουρισμού. Η επίδρασή τους μπορεί να είναι έμμεση, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις είναι τόσο έντονη που μπορεί να επηρεάσει τα αποτελέσματα της επιχείρησης με τον πλέον άμεσο τρόπο.

Σύμφωνα με το Ι.Τ.Ε.Π.14 οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας (<40), μεσαίας και κατώτερης εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης, ανώτερης / ανώτατης εκπαίδευσης (91%), συνταξιδεύουν κατά μέσο όρο με 1,8 άτομα ενώ συνήθως ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι λίγο πάνω από 10 μέρες, ενώ οι 7 διανυκτερεύσεις αποτελούν τη συχνότερη διάρκεια παραμονής (1 στα 5 ταξίδια προς την Ελλάδα). Οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτικού κοινού είναι η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ολλανδία και η Ιταλία. Αυξημένη ζήτηση για το ελληνικό τουριστικό προϊόν παρουσίασε η αναδυόμενη αγορά της κεντροανατολικής Ευρώπης, αλλά σαφώς σημαντικότερη δυναμική παρουσιάζει η αγορά της πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Η τουριστική κινητικότητα επέφερε αλλαγές στην απασχόληση καθώς στις περιοχές που παρουσίασαν τουριστική ανάπτυξη υπήρξε μεταστροφή του ανθρώπινου δυναμικού σε δραστηριότητες άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενες με τον κλάδο του τουρισμού. Η μεταστροφή αυτή στον τουρισμό επηρέασε τον τρόπο ζωής και τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των κατοίκων της περιφέρειας καθώς η ανάπτυξη του τριτογενή τομέα δραστηριότητας και ο μιμητισμός σταδιακά οδήγησε στην σύγκλιση της καθημερινότητας με αυτή των αστικών κέντρων. Όπως είναι φυσικό, η κοινωνική αυτή μεταβολή επηρεάζει και τον επαγγελματικό προσανατολισμό καθώς το παράδειγμα των ευημερουσών τουριστικών επιχειρήσεων, σε αντίθεση με την απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, έχει συνδεθεί με την επαγγελματική καταξίωση στις περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική κινητικότητα.

Για τη χώρα μας η «ελληνική φιλοξενία», όπως αυτή έχει εντυπωθεί στη συλλογική συνείδηση μέσω των ιδιαίτερων ηθών και εθίμων του λαού μας, αλλά και των ποικίλων παραδόσεων στην Επικράτεια, που προσδίδουν ένα μοναδικό «χρώμα» σε κάθε γωνιά της Ελλάδας αποτελεί ένα ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών μας.

Ιδιαίτερος σε ό,τι αφορά τον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού και, συνεπώς, και τον υποκλάδο του yachting, η μακροχρόνια ναυτική παράδοση της χώρας μας αποτελεί ένα σαφές σημείο υπεροχής έναντι των ανταγωνιστών μας. Το γεγονός δε ότι η ναυτική μας παράδοση έχει καταστεί παγκοσμίως γνωστή οφείλεται κατά βάση στις επιδόσεις της ελληνικής ναυτιλίας, του μόνου τομέα οικονομικής δραστηριοποίησης της χώρας που χαρακτηρίζεται από υψηλότατα επίπεδα ανταγωνιστικότητας σε παγκόσμια κλίμακα. Το προαναφερθέν, λοιπόν, σημείο υπεροχής μας χάρη στη διεθνή προβολή του δύναται να αποτελέσει για τη χώρα μας ένα ισχυρότατο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σε ό,τι αφορά τον κοινωνικό ιστό της χώρας, δεν μπορούμε να μην αναφερθούμε στην δυναμική που δείχνουν οι νεότερες ηλικίες που απασχολούνται στον τουριστικό κλάδο. Το γεγονός αυτό συνδυάζεται με μια σειρά από θετικές συνέπειες για τις επιχειρήσεις, όπως αυξημένη παραγωγικότητα, υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης, καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, διαφορετική (περισσότερο Ευρωπαϊκή κουλτούρα) αλλά και εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες και υπηρεσίες. Χαρακτηριστική είναι και η διαρκώς αυξανόμενη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική ζωή καθώς και ο

σημαντικός ρόλος που πλέον διαδραματίζουν σε ολοένα και περισσότερα επαγγέλματα. Ο τουριστικός κλάδος, λόγω και της φύσης του, είναι ένα από αυτά.

3.9.4 Τεχνολογική Διάσταση

Στον τομέα των νέων τεχνολογιών, ο ελληνικός τουρισμός δεν βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Συγκεκριμένα, στην τεχνολογική υποδομή, πάντα στον κλάδο του τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 40η θέση ανάμεσα στις 133 χώρες που συμπεριλαμβάνονται στην έκθεση του WEF. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι η χώρα μας βρίσκεται στην 97η θέση στη χρήση του διαδικτύου και στην 63η θέση στον αριθμό των χρηστών διαδικτύου στον κλάδο του τουρισμού. Θετικό της προσπάθειας εκσυγχρονισμού όμως είναι η 37η θέση (από 47η) το 2007 στον αριθμό συνδρομητών ευρυζωνικής σύνδεσης. Από τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι ο ελληνικός τουριστικός κλάδος σήμερα δεν είναι προσανατολισμένος στη νέα γενιά τουριστών και αν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν κάνουν σημαντικά άλματα εκσυγχρονισμού, η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής οικονομίας θα μειωθεί σημαντικά στο μέλλον.

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού τουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει φαινόμενα δύο ταχυτήτων ευθέως ανάλογα με το μέγεθος της τουριστικής μονάδας. Είναι εύκολα κατανοητό το γιατί η διείσδυση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών είναι σαφώς εντατικότερη στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις διευρύνοντας το χάσμα με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας μόνο 4 στα 10 μικρά ξενοδοχεία και 2 στα 10 ενοικιαζόμενα δωμάτια χρησιμοποιούν Η/Υ ενώ τα ποσοστά πρόσβασης στο διαδίκτυο είναι ακόμα μικρότερα. Οι τουριστικές επιχειρήσεις στην νησιωτική Ελλάδα παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Πανελλαδικά, ιδιόκτητη σελίδα στο διαδίκτυο διαθέτει το 63% των ξενοδοχείων και μόλις το 30% των ενοικιαζόμενων δωματίων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι υπάρχουν πολλές μικρές οικογενειακές τουριστικές επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από μικρή ή καθόλου τριβή με τις νέες τεχνολογίες και οι ιδιοκτήτες, οι οποίοι είναι συνήθως μεγάλοι σε ηλικία, βασίζονται κυρίως στους σταθερούς πελάτες και δεν αντιλαμβάνονται εύκολα την ανάγκη τεχνολογικού εκσυγχρονισμού της επιχείρησης.

Ελπιδοφόρο μήνυμα αποτελεί το γεγονός ότι οι νέοι επιχειρηματίες του κλάδου έχουν αντιληφθεί την αναγκαιότητα των νέων τεχνολογιών για τη βιωσιμότητα της επιχείρησής τους και θέτουν τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό ως μια από τις βασικές

προτεραιότητες τους. Θετικό στοιχείο αποτελεί επίσης η αύξηση της απορροφητικότητας των δράσεων του ΕΣΠΑ για την ενίσχυση του κλάδου του τουρισμού, η οποία θα αυξηθεί περαιτέρω με το πρόγραμμα «digi-lodge» το οποίο αφορά στην ψηφιακή ενίσχυση των καταλυμάτων για τη δημιουργία ιστοσελίδων με σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων.

Τέλος, για τον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού κρίνεται ότι οι νέες τεχνολογίες δεν έχουν ενσωματωθεί επαρκώς, γεγονός που διαφαίνεται από το ότι η πρακτική έχει δείξει ότι η διαμεσολάβηση ναυλομεσίτη καθίσταται σχεδόν απαραίτητη.

3.10 “5 Δυνάμεις του Porter” (Άμεσο περιβάλλον της επιχείρησης)

Ο καθηγητής του Harvard M.Porter, υποστηρίζει ότι μία επιχείρηση ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο στον οποίο ανταγωνίζεται. Ο βαθμός αυτής της έντασης καθορίζεται από πέντε βασικές ανταγωνιστικές δυνάμεις (παράγοντες) που καθορίζουν την κερδοφορία του κλάδου. Ο Porter ισχυρίζεται ότι η ανταγωνιστική στρατηγική είναι ένας συνδυασμός στόχων που θέτει η επιχείρηση και των πολιτικών με τις οποίες επιδιώκει να επιτύχει τους στόχους αυτούς. Σκοπός της ανταγωνιστικής στρατηγικής κάθε επιχείρησης, είναι να βρει την κατάλληλη θέση στον κλάδο που ανήκει, έτσι ώστε να αμυνθεί αποτελεσματικότερα από τις ανταγωνιστικές δυνάμεις ή να τις επηρεάσει υπέρ αυτής.

Στην παρούσα μελέτη θεωρούμε ότι ο υπό μελέτη κλάδος είναι εταιρείες Yachting που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

3.10.1 Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Οι νέο-εισερχόμενοι σε έναν κλάδο τυπικά εισάγουν σε αυτόν νέα δυναμικότητα, την επιθυμία να κερδίσουν μερίδιο αγοράς, καθώς και σημαντικούς πόρους. Όσον αφορά τις νέο-εισερχόμενες επιχειρήσεις στον κλάδο του Yachting στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν έντονους φραγμούς εισόδου καθώς απαιτείται προσεχτικός σχεδιασμός ως προς τη σκοπιμότητα και τη βιωσιμότητα της επένδυσης, εξεύρεση των απαιτούμενων κεφαλαίων, προβολή και διαφήμιση κυρίως στο εξωτερικό και στελέχωση της εταιρείας με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό. Σημαντικό μέρος της επένδυσης στο συγκεκριμένο κλάδο αφορά επίσης και το κόστος ελλιμενισμού και συντήρησης των σκαφών.

Από τεχνοοικονομικής σκοπιάς, η είσοδος νέων ανταγωνιστών στον κλάδο δεν θεωρείται ιδιαίτερα εύκολη. Η απόκτηση σύγχρονων σκαφών (που θα είναι ανταγωνιστικά) απαιτεί σημαντικές επενδύσεις, έχει σχετικά μακρύ χρονικό ορίζοντα απόσβεσης και ενέχει δυσκολίες.

Ο κλάδος του Yachting είναι αγορά εντάσεως κεφαλαίου, υπάρχουν υψηλά εμπόδια εισόδου (οικονομικά –θεσμικά) και έντονος ανταγωνισμός από γειτονικές χώρες. Τα εμπόδια εισόδου μειώνουν τον ανταγωνισμό για τις επιχειρήσεις εντός του κλάδου και ταυτόχρονα περιορίζουν τις εισροές παραγωγικών συντελεστών (ανθρώπινων και κεφαλαιακών πόρων) και εμποδίζουν τη διαδικασία συσσώρευσης και ανανέωσης της γνώσης. Τα εμπόδια αυτά, πέρα από οικονομικά και θεσμικά, μπορεί να σχετίζονται με την έλλειψη ή την απαγόρευση πρόσβασης σε πληροφορίες για την τοπική αγορά, τη λειτουργία των επιχειρήσεων και τη συμμετοχή σε τοπικά δίκτυα. Η απροθυμία διαμοιρασμού τέτοιας πληροφόρησης αυξάνει το κόστος εισόδου (σε χρόνο και χρήμα) μιας νέας επιχείρησης, αφού θα πρέπει να αποκτήσει γνώση των τοπικών συνθηκών μέσα από μια επαναλαμβανόμενη διαδικασία δοκιμών και λαθών αυξάνοντας τους κινδύνους και την αβεβαιότητα. Τέλος, σημαντικό εμπόδιο εισόδου αποτελεί η απροθυμία τοπικών παραγόντων-επενδυτών (πέρα από τα παραδοσιακά κρατικά ή τραπεζικά κανάλια χρηματοδότησης) να ενισχύσουν νέες επιχειρήσεις με κεφάλαια.

3.10.2 Διαπραγματευτική Δύναμη των Προμηθευτών

Οι προμηθευτές αποτελούν τους κύριους συνεργάτες των επιχειρήσεων. Έτσι και στην περίπτωση του υπό μελέτη κλάδου η επίδραση των προμηθευτών κρίνεται ζωτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις του. Οι σημαντικότεροι προμηθευτές των εταιρειών που δραστηριοποιούνται με το Yachting είναι οι κατασκευαστές σκαφών, δηλαδή τα ναυπηγεία. Επίσης, ως προμηθευτές μπορούμε να θεωρήσουμε και τις εταιρείες μίσθωσης σκαφών, τις μαρίνες μόνιμου ελλιμενισμού και transit, τους παρόχους υπηρεσιών χειμερινής φύλαξης και συντήρησης των σκαφών, τους παρόχους καυσίμων, καθώς και τις εταιρείες παραγωγής άλλων ειδών ναυτιλίας.

Αρχικά, οι κατασκευαστές σκαφών εξασκούν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη αφού το προϊόν τους είναι η σημαντικότερη εισροή για τη λειτουργία των εταιρειών Yachting και επίσης τα εκάστοτε σκάφη που διαθέτουν στις εταιρείες Yachting προσδίδουν σε αυτές την απαραίτητη διαφοροποίηση που επιθυμούν και γι αυτό το λόγο το κόστος μετακίνησης τους είναι αρκετά μεγάλο. Σε αυτό το σημείο πρέπει να

τονίσουμε, ότι η δυνατότητα των κατασκευαστών σκαφών για ολοκλήρωση προς τα εμπρός δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολη από τη στιγμή που ήδη παράγουν τη βασική πρώτη ύλη.

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι είναι πολύ σημαντική η επιλογή του προμηθευτή από τον οποίο θα γίνει η μίσθωση των σκαφών. Είναι γνωστό, ότι οι περισσότερες εταιρείες Yachting στην Ελλάδα έχουν στην κατοχή τους έως δύο το πολύ σκάφη και τα υπόλοιπα τα αποκτούν με μίσθωση (leasing). Στην προκειμένη περίπτωση, είναι απαραίτητη η γνώση όλων εκείνων των τεχνικών χαρακτηριστικών που θα επιτρέψουν στην εταιρεία να κάνει την καλύτερη επιλογή σε συνδυασμό πάντα με το κόστος τους σκάφους καθώς όπως προαναφέρθηκε οι συγκεκριμένες εταιρείες διαθέτουν υψηλή διαπραγματευτική δύναμη.

Όσον αφορά τους λοιπούς προμηθευτές υπηρεσιών, υλικών-εξοπλισμού κλπ., η διαπραγματευτική τους δύναμη μετριάζεται δεδομένης της υπάρχουσας επαρκούς προσφοράς. Συγκριτικό πλεονέκτημα διατηρούν οι επιχειρήσεις εκείνες του κλάδου οι οποίες πέραν της εκμετάλλευσης επαγγελματικών σκαφών δραστηριοποιούνται είτε στην αντιπροσώπευση του ναυπηγείων του εξωτερικού, είτε στην διαχείριση μαρίνων, δηλαδή κάνουν κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός ή προς τα πίσω. Τέλος, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του κλάδου παίζουν οι υποδομές κι η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών των λιμένων σκαφών αναψυχής (μαρίνες).

Συνοψίζοντας, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και πιο συγκεκριμένα των εταιρειών κατασκευής και ενοικίασης σκαφών αναψυχής είναι μεγάλη.

3.10.3 Διαπραγματευτική Δύναμη των Αγοραστών

Ως αγοραστές του συγκεκριμένου κλάδου θα ορίσουμε όλους τους δυνητικούς ταξιδιώτες στην Ελλάδα με ένα συγκεκριμένο προφίλ. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.), το προφίλ των τουριστών που επιλέγουν τις υπηρεσίες Yachting στην Ελλάδα αφορά κυρίως σε αλλοδαπούς τουρίστες υψηλού εισοδήματος. Πιο συγκεκριμένα, την ίδια στιγμή που ο μέσος τουρίστας στην Ελλάδα ξοδεύει περίπου 75 δολάρια ανά ημέρα παραμονής, οι τουρίστες που έρχονται στην Ελλάδα με σκοπό να κάνουν θαλάσσιο τουρισμό δαπανούν περίπου 120 δολάρια ανά ημέρα παραμονής ανά άτομο. Οι αγορές-στόχοι είναι πολλές: Ινδία, Κίνα, Ρωσία, Κατάρ, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Μαρόκο,

Ρουμανία, Τουρκία, Ισραήλ, Αίγυπτος, ΗΠΑ αλλά και η Ιαπωνία. Οι βασικοί χρήστες σκαφών αναψυχής προέρχονται από Ευρωπαϊκές χώρες, όπως τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία, κ.λ.π., ενώ μικρότερη συμμετοχή στη ζήτηση υπηρεσιών σκαφών αναψυχής εμφανίζουν οι αμερικανικές και ασιατικές αγορές που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Όσον αφορά την κατηγορία πελατών που αναφέρθηκε παραπάνω, κρίνεται ότι οι αγορές που πραγματοποιούνται από τον αγοραστή σε προϊόντα του κλάδου αντιπροσωπεύουν ένα υψηλό ποσοστό του συνολικού τους κόστους. Στην περίπτωση αυτή οι αγοραστές θα προσπαθήσουν να ψάξουν για καλύτερες τιμές στις ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις του κλάδου. Ωστόσο, εξαιτίας του γεγονότος ότι το προϊόν που προσφέρουν οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο Yachting είναι αρκετά διαφοροποιημένο και μη τυποποιημένο οι αγοραστές παραμένουν πιστοί. Τέλος, η δυνατότητα ολοκλήρωσης των αγοραστών προς τα πίσω είναι ιδιαίτερα δαπανηρή, αφού κάτι τέτοιο θα συνεπαγόταν την αγορά ενός σκάφους.

Επίσης, δε θα πρέπει να ξεχνάμε και τους Tour operators στους οποίους έχουν στραφεί τα τελευταία χρόνια πολλές εταιρείες Yachting για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη προώθησή τους και οι οποίοι έχουν αρκετά μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη. Τέλος, είναι οι ναυτικοί πράκτορες –ναυλομεσίτες (brokers), οι οποίοι και αναλαμβάνουν να διαφημίσουν και να προωθήσουν τις υπηρεσίες που παρέχει ένα επαγγελματικό σκάφος αναψυχής. Η διαπραγματευτική δύναμη των ναυλομεσιτών είναι συνήθως ισχυρότερη αν και πολλές φορές οι προσωπικές γνωριμίες του πλοιοκτήτη μπορεί να επηρεάσουν την τιμή ενός ναύλου.

3.10.4 Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα

Μία εταιρεία που θέλει να δραστηριοποιηθεί στον κλάδο του Yachting στην Ελλάδα πρέπει να λάβει υπόψη της την μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης ως προς το εισόδημα που χαρακτηρίζει τον συγκεκριμένο κλάδο, καθώς πρόκειται για μία υπηρεσία πολυτελείας, και την απειλή του από τα υποκατάστατα προϊόντα τα οποία βρίσκονται εκτός του κλάδου με αποτέλεσμα ο δυνητικός χρήστης να είναι εύκολο να στραφεί προς ένα υποκατάστατο του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος. Ως βασικό υποκατάστατο προϊόν θεωρούμε ότι είναι οι κρουαζιέρες καθώς επίσης και διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με τον παράκτιο τουρισμό (θαλάσσια σπορ κ.α), άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού (καταδυτικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας) και ξενοδοχειακά συγκροτήματα που παρέχουν υψηλές υπηρεσίες

θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και στη Μεσόγειο όπως μίνι κρουαζιέρες, θαλάσσια σπορ κ.α. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να τονιστεί ότι δεν υπάρχει ολική υποκατάσταση του προϊόντος από κάποιο από τα υποκατάστατα και το γεγονός αυτό μαζί με το ότι τα υποκατάστατα είναι λίγα δεν διατηρούν τα κέρδη του κλάδου σε χαμηλό επίπεδο.

Συμπερασματικά, η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα εκτός του κλάδου δεν είναι μεγάλη λόγω κυρίως της απουσίας ολικής υποκατάστασης.

3.10.5 Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ Υφιστάμενων επιχειρήσεων

Η ένταση του ανταγωνισμού που υπάρχει σε έναν κλάδο είναι ένα σημαντικό στοιχείο που πρέπει να ληφθεί υπόψη στη διαμόρφωση της στρατηγικής μιας επιχείρησης. Η απειλή εισόδου και υποκατάστατων, καθώς και η διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών και αγοραστών παρέχουν το γενικό πλαίσιο ενός κλάδου. Το πόσο όμως κερδοφόρος είναι ο κλάδος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη μάχη που δίνεται από τους υφιστάμενους ανταγωνιστές.

Στην παρούσα μελέτη θα ορίσουμε ως άμεσους ανταγωνιστές τις εταιρείες στον κλάδο του Yachting που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Αττικής με αντικείμενο τον επαγγελματικό θαλάσσιο τουρισμό και τα σκάφη αναψυχής. Ως έμμεσους ανταγωνιστές θεωρούμε τις εταιρείες στον κλάδο του Yachting που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα καθώς και τις υπόλοιπες εταιρείες Yachting στη λεκάνη της Μεσογείου (Κύπρος, Τουρκία, Ιταλία, Κροατία, Ισπανία).

Οι εταιρείες που παρουσιάζονται στη συνέχεια είναι από τις κυριότερες στον κλάδο του yachting. Λειτουργούν κυρίως ως «ναυλομεσίτες», παρέχοντας υπηρεσίες ενοικίασης και πώλησης σκαφών, χωρίς να έχουν απαραίτητα στην ιδιοκτησία τους το στόλο σκαφών που διαθέτουν στους πελάτες τους.

11 Πίνακας 3.10 - Μεριδία Αγοράς Σε Αξία Εταιριών Ενοικίασης Σκαφών Αναψυχής (2008)

Επωνυμία	Μερίδιο (%)
Κυριακούλης Μεσογειακαί Κρουαζιέραι Α.Ν.Ε	2,1
Περίπλους Α.Ε.	1,2

Βερνίκος Κότερα Α.Ε.	0,8
Α1 ΓΙΩΤ ΤΡΕΙΝΤ ΚΟΝΣΟΡΤΣΙΟΥΜ Α.Ε	0,7
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ Α.Ε. & Ν.Ε.	0,6
EXECUTIVE YACHTING Α.Ε.	0,6
ΒΕΡ-ΣΑΝ ΚΟΤΕΡΑ Α.Ν.Ε.	0,6
ΚΟΣΜΟΣ ΓΙΩΤΙΝΓΚ ΕΛΛΑΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε.	0,4
Ο.Α. ΝΑΥΛΩΣΕΙΣ ΚΟΤΤΕΡΩΝ Α.Ε.	0,4
ΠΑΝΤΑΖΗΣ Χ.Ι. Α.Ε.	0,4
ΚΕΣΤΡΕΛ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ Α.Ε.	0,4

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Εκτιμήσεις Αγοράς, 2010*

¹² Πίνακας 3.11 - Μεριδία αγοράς εταιρειών ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής (2009)

Επωνυμία	Αριθμός Σκαφών	Μερίδιο (%)
Όμιλος Κυριακούλη	231	8,4
Αθηναϊκές Επιχειρήσεις Κότερων ΑΕ	180	6,5
Ιονική Θαλάσσιες Διακοπές ΕΠΕ	150	5,5
Ο.Α. Ναυλώσεις Κότερων ΑΕ	112	4,1
Τσιρόπουλος Γιώτ Εντερπράισης ΕΠΕ	79	2,9
Κόσμος Γιώτινγκ Ελλάς Ναυτιλιακή Α.Ε.	76	2,8
Ελληνικές Ιστιοπλοϊκές Διακοπές ΑΕ & ΝΕ	75	2,7
Βερνίκος Κότερα ΑΕ	70	2,5
ΒΕΝ -ΣΑΡ κότερα Α.Ν.Ε.	60	2,2

Πηγή: ICAP, *Ενοικιάσεις Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής, Εκτιμήσεις Αγοράς, 2010*

13 Πίνακας 3.12 - Μερίδια αγοράς εταιρειών του κλάδου yachting για τις μαρίνες

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΘΕΣΕΙΣ ΕΛΛΙΜΕΝΙΣΜΟΥ	ΜΕΡΙΔΙΟ
ΕΤΑ(ΜΑΡΙΝΕΣ ΑΛΙΜΟΥ , ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ , ΘΕΣ/ΚΗΣ)	1.355	13,5%
ΜΑΡΙΝΑ ΓΟΥΒΙΩΝ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗ)	1.235	12,3%
ΜΑΡΙΝΑ ΓΛΥΦΑΔΑΣ (ΔΗΜΟΤΙΚΗ)	780	7,8%
ΜΑΡΙΝΑ ΖΕΑΣ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗ)	742	7,4%
ΟΛΥΜΠΙΚ ΜΑΡΙΝΕ ΑΕ	680	6,8%
ΜΑΡΙΝΑ ΛΕΥΚΑΔΑΣ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗ)	609	6,1%
ΜΑΡΙΝΑ ΠΑΤΡΩΝ (ΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ)	450	4,5%
ΣΕΙΡΙΟΣ ΛΕΒΕ (ΜΑΡΙΝΑ ΑΓ.ΚΟΣΜΑ)	345	3,4%
ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ ΜΑΡΙΝΑ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ)	315	3,1%
ΛΑΜΔΑ ΦΛΙΣΒΟΣ ΜΑΡΙΝΑ ΑΕ	303	3,0%
ΣΑΜΟΣ ΜΑΡΙΝΕΣ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ)	280	2,8%
ΜΑΡΙΝΑ ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ (ΔΗΜΟΤΙΚΗ)	255	2,5%
ΜΑΡΙΝΑ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΕ (ΟΜΙΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗ)	250	2,5%
ΜΟΝΟΜΕΤΟΧΙΚΗ ΑΕ ΕΚΜ/ΣΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ	250	2,5%

Από τους παραπάνω πίνακες προκύπτει ότι ο αριθμός των υφιστάμενων επιχειρήσεων στον κλάδο του Yachting είναι μεγάλος και η αγοράς χαρακτηρίζεται από μέτρια ανάπτυξη. Επίσης, το σταθερό κόστος ή κόστος αποθήκευσης των συγκεκριμένων εταιρειών είναι ιδιαίτερα μεγάλο και για αυτό το λόγο γίνεται προσπάθεια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Επιπρόσθετα το προϊόν που προσφέρεται είναι άυλο και ιδιαίτερα φθαρτό και η διαφοροποίηση του είναι αρκετά μεγάλη εντός του συγκεκριμένου κλάδου. Τέλος, αξ σημειώσουμε ότι τα εμπόδια εξόδου είναι υψηλά και αυτό οφείλεται κυρίως στο υψηλό κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου και των Βαλκανίων, η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των πιο ώριμων αγορών, όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία. Οι ανταγωνίστριες Τουρκία και Κροατία έχουν καταφέρει να αποσπάσουν με τις υποδομές τους τον μεγαλύτερο όγκο πακέτων και εσόδων. Η Ελλάδα, με μόλις 20 οργανωμένους τουριστικούς λιμένες, με υποδομές μη συγκρίσιμες με άλλες χώρες της Μεσογείου, με 13.000 θέσεις ελλιμενισμού με βασικές παροχές (όταν η Γαλλία μετρά 226.000 και η 130.500 θέσεις) και τα υψηλά τέλη, δεν έχει καταφέρει ακόμη να εκμεταλλευτεί τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των ακτών της. Συνοπτικά:

- Οι ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας διαθέτουν περισσότερες και ποιοτικότερες μαρίνες, σε σύγκριση και με το μήκος των ακτογραμμών τους.
- Μόνο 19 μαρίνες λειτουργούν στη χώρα παρά τα 16.000 χλμ. ακτογραμμής, σε σύγκριση με την Κροατία, η οποία έχει 117 μαρίνες διαθέτοντας το 1/3 της ελληνικής ακτογραμμής.
- Η Τουρκία διέθετε 22 μαρίνες σε ακτογραμμή 8.300 χλμ. το 2009, ενώ 12 επιπλέον μαρίνες βρίσκονταν σε φάση ολοκλήρωσης ή προγραμματισμού.
- Η ανάπτυξη του Yachting στις δημοφιλείς ακτές της Μεσογείου και του Αιγαίου έχουν βοηθήσει την Τουρκία να αναπτύξει το Yachting ως σημαντική μορφή εναλλακτικού τουρισμού, ενώ σημαντικές είναι και οι κρατικές επενδύσεις στον τομέα αυτό.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι ο ανταγωνισμός εντός κλάδου μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι μεγάλος.

3.10.6 Άλλοι Stakeholders

Άλλοι συμφεροντούχοι του κλάδου του Yachting θεωρείται ότι είναι η κυβέρνηση, τα σωματεία των εργαζομένων κλπ.

3.11 S.W.O.T Analysis των επενδυτών της υπό μελέτη εταιρείας

Η ανάλυση S.W.O.T συγκεντρώνει τα δεδομένα από το εξωτερικό (μίκρο και μακρο περιβάλλον) και το εσωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης, τα οποία αποτελούν την πρώτη ύλη για τη σκιαγράφηση του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος.

Όσον αφορά την παρούσα μελέτη, επειδή πρόκειται για προμελέτη σκοπιμότητας και η εταιρεία δεν έχει ακόμη δημιουργηθεί, θα γίνει S.W.O.T Analysis των επενδυτών της.

3.11.1 Δυνάμεις (Strengths)

- Ιδρυτές αλλά και υποστηρικτές του εν λόγω σχεδίου αποτελούν μία ομάδα τριών ατόμων με πολυετή εμπειρία στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού έχοντας πολύ καλή αντίληψη των πολλαπλών διαστάσεων και των πραγματικών συνθηκών που επικρατούν στην αγορά του Yachting, με όραμα για το μέλλον και γερές βάσεις για ανάπτυξη μίας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Πιο συγκεκριμένα, ο εμπνευστής της ιδέας διετέλεσε Διευθύνων Σύμβουλος επί μία πενταετία στην εταιρεία Yachting A.E, η οποία είναι πρωτοπόρος στον υποκλάδο του Yachting στην Ελλάδα και έτσι διαθέτει όλες τις απαραίτητες οργανωτικές, διοικητικές και στρατηγικές ικανότητες για την υλοποίηση της δικής του επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Οι άλλοι δύο επενδυτές, έχοντας εργαστεί επί σειρά ετών ως κυβερνήτης (skipper) ναυλωμένων σκαφών ο ένας και ιδιοκτήτης τουριστικού γραφείου με κύριο αντικείμενο τη διοργάνωση κρουαζιερών στην Ελλάδα ο άλλος, διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία στον κλάδο του θαλάσσιου τουρισμού, που απαιτείται για την ίδρυση μιας εταιρείας Yachting.
- Συμπεραίνουμε έτσι ότι, η ενασχόληση των επενδυτών με ειδικές μορφές τουρισμού επιτρέπει την άμεση και εκ των έσω γνώση της αγοράς του κλάδου

Yachting, την ύπαρξη ήδη ανεπτυγμένων καναλιών διανομής και συστημάτων προώθησης για το μίγμα Μάρκετινγκ της υπό μελέτη εταιρείας και τέλος τη λεπτομερή γνώση των δυνάμεων και των αδυναμιών του κλάδου Yachting στην Ελλάδα.

3.11.2 Αδυναμίες (Weaknesses)

- Παρόλα αυτά, επειδή πρόκειται για μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα δεν υπάρχει δεδομένο πελατολόγιο σε αντίθεση με τις μεγάλες εταιρείες του κλάδου που διαθέτουν μια μεγάλη γκάμα πελατών.
- Για τον ίδιο λόγο υπάρχει και απουσία ενός ισχυρού Brand name για την επιχείρηση, η δημιουργία του οποίου θα χρειαστεί μία στοχευόμενη και πολυετή προώθησή της στους δυνητικούς πελάτες της.

3.11.3 Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η χώρα μας με το πλήθος των ακτογραμμών, των ανεξερεύνητων κολπίσκων και των νησιών που διαθέτει, κατατάσσεται υψηλά ως επιλογή προορισμού yachting .Συμβάλλουν επίσης θετικά το κλίμα και οι ήρεμες θάλασσες.
- Η ζήτηση στο yachting εκδηλώνεται από λάτρεις της θάλασσας, μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής τάξης. Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες (ΕΟΤ) ο τουρίστας yachting δαπανά κατά Μ.Ο. 120 δολάρια/ημέρα σε σχέση με Μ.Ο 75 δολάρια/ημέρα ενός άλλου τουρίστα.
- Η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα που έθεσε το νομικό πλαίσιο για το επαγγελματικό yachting Ν.438/76 και το 1960 ο Βασιλικός Ναυτικός Όμιλος ήταν ο μοναδικός ναυτικός όμιλος στη χώρα. Συνεπώς υπάρχει ναυτική παράδοση, γνώση πολυετής εμπειρία και μεράκι, ιδιαίτερα στους επαγγελματίες του χώρου.
- Το μήκος της ελληνικής ακτογραμμής έχει αξιοποιηθεί σε μικρό βαθμό, αναφορικά με την ίδρυση οργανωμένων τουριστικών λιμένων και υπάρχουν περιθώρια για νέες επενδύσεις.
- Σημαντική είναι η εισροή ιδιωτικών κεφαλαίων στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών λιμένων της χώρας και η ύπαρξη πιστοποίησης σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα και κανονισμούς .

- Τέλος, δεδομένου ότι τα γειτονικά παράλια Τουρκίας και Ελλάδας αποτελούν συμπληρωματικούς προορισμούς για πλήθος θαλάσσιων περιηγητών, πρόκληση αποτελεί η συνεργασία με τουρκικούς φορείς για κοινή προβολή.

3.11.4 Απειλές (Threats)

- Η οικονομική δυσπραγία της χώρας μας , σε συνδυασμό με τα αυστηρά φορολογικά μέτρα στρέφουν ιδιώτες και επαγγελματίες σε άλλες ευνοϊκότερες αγορές. Ήδη η πτώση στον κλάδο των ιστιοπλοϊκών εκτιμάται στο 7% για το 2011.
- Το 75 % των μαρίνων της Μεσογείου το καλύπτουν οι εγκαταστάσεις της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Γαλλίας κι οι χώρες αυτές διαμορφώνουν την αγορά, τόσο από την πλευρά της ζήτησης, όσο κι από την πλευρά της προσφοράς . Ανερχόμενες αγορές θεωρούνται οι γειτονικές χώρες: Κύπρος, Μάλτα, Κροατία, Τουρκία. Αντίθετα, η Ελλάδα με τα περισσότερα χιλιόμετρα ακτογραμμής, έχει τη μικρότερη αναλογία θέσεων/ακτογραμμής. Επίσης, στην Ελλάδα παρατηρείται τάση συγκέντρωσης των μαρίνων στην Αττική και η κατάταξη της αναφορικά με τη διάκριση της Γαλάζιας Σημείας σε μαρίνες, βρίσκεται στην τέταρτη θέση. Πιο συγκεκριμένα, η Τουρκία προσανατολίζεται σε σύσταση ενιαίας αρχής θαλάσσιου τουρισμού, παροχή αναπτυξιακών κινήτρων, απλοποίηση διαδικασίας επενδύσεων, ευέλικτα μοντέλα ΣΔΙΤ, κατασκευή πολυτελών μαρίνων και άνοιγμα στην αγορά θαλάσσιου τουρισμού υψηλής εισοδηματικής στάθμης.
- Αν και η Ελλάδα ήταν πρωτοπόρα στη θεσμοθέτηση του επαγγελματικού yachting , η σημερινή εικόνα παραπέμπει σε ανορθολογική χρήση κρατικών κονδυλίων δίχως την υλοποίηση αντίστοιχων υποδομών, αυστηρό θεσμικό πλαίσιο, σκληρά φορολογικά μέτρα που στρέφουν τους επαγγελματίες σε νέες αγορές και καθιστούν το yachting απαγορευτικό για τους οπαδούς του που ανήκουν και στη μεσαία τάξη.
- Τέλος, υπάρχει ελλιπής εκπαίδευση των πληρωμάτων των σκαφών αναψυχής, και γίνεται ταύτιση του yachting ως δραστηριότητα που αφορά λίγους, χωρίς ενημέρωση για τις θετικές του οικονομικές επιδράσεις.

3.12 Ansoff Matrix

3.12.1 Υπάρχον προϊόν/υπηρεσία-Υπάρχουσα αγορά

- 1.Παραλαβή/παράδοση του σκάφους σε λιμάνια και μαρίνες επιλογής του πελάτη
- 2.Πρόσβαση και διοργάνωση εκδρομών σε παραλίες και σημεία ιδιαίτερου τουριστικού ενδιαφέροντος μη προσβάσιμα στο ευρύ κοινό
- 3.Ευελιξία ως προς τη χρονική διάρκεια του Ναυλοσυμφώνου

3.12.2 Νέο προϊόν/υπηρεσία- Υπάρχουσα αγορά

- 1.Παροχή υπηρεσιών ξενάγησης για κάθε σημείο προορισμού του σκάφους
- 2.Επιπρόσθετες παροχές όπως υπηρεσίες ευεξίας και χαλάρωσης, κουζίνα επιλογής του πελάτη, wifi internet, εξοπλισμό jet ski κ.α.

3.12.3 Υπάρχον προϊόν/υπηρεσία- Νέα αγορά

- 1.Προσέλκυση τουριστών που επιλέγουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού σε συνδυασμό με το Yachting όπως καταδυτικός τουρισμός, τουρισμός θαλάσσιων σπορ κ.α.
- 2.Έμφαση στην προσέλκυση allocentric τουριστών με κύριο χαρακτηριστικό τους την προτίμησή τους στον τουρισμό περιπέτειας σε συνδυασμό με τη επίσκεψη σε ασυνήθιστα μέρη και τον υψηλό βαθμό δραστηριότητας

3.12.4 Νέο προϊόν/ υπηρεσία- Νέα αγορά

Ειδικός εξοπλισμός και ρυθμίσεις στο σκάφος για τη δυνατότητα εξυπηρέτησης Α.Μ.Ε.Α

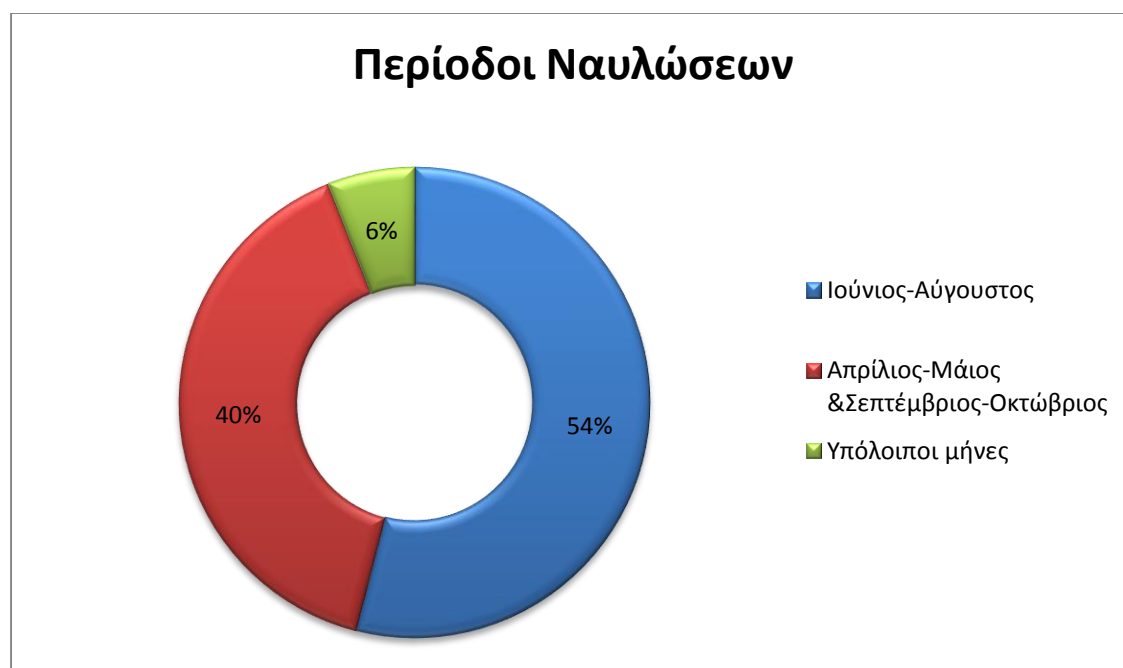
3.13 Τμηματοποίηση της αγοράς

Η τμηματοποίηση της αγοράς ως έννοια αναφέρεται στη συστηματική διαδικασία διαίρεσης μιας συνολικής αγοράς σε ομάδες καταναλωτών που έχουν παρόμοιες ανάγκες και που αντιδρούν παρόμοια σε μεταβλητές του μίγματος ΜΚΤ.

Όσον αφορά τον υποκλάδο του Yachting, η τουριστική περίοδος των ναυλώσεων σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, βάσει των στοιχείων του Ε.Ο.Τ, επιμερίζεται στην

υψηλή περίοδο, δηλαδή στους μήνες από Ιούνιο έως Αύγουστο που απορροφάται το 54% της κίνησης και στις μέσες περιόδους, δηλαδή από τους μήνες Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβριο έως Οκτώβριο, που απορροφούν συνολικά το 40% των ετήσιων ναυλώσεων. Οι υπόλοιποι μήνες απορροφούν το υπόλοιπο 6% των ετήσιων ναυλώσεων.

¹⁰ **Διάγραμμα 3.10 - Περίοδοι Ναυλώσεων Επαγγελματικών Σκαφών Αναψυχής**



Πηγή: Ε.Ο.Τ

3.13.1 Κριτήρια Τμηματοποίησης της αγοράς του Yachting στην Ελλάδα

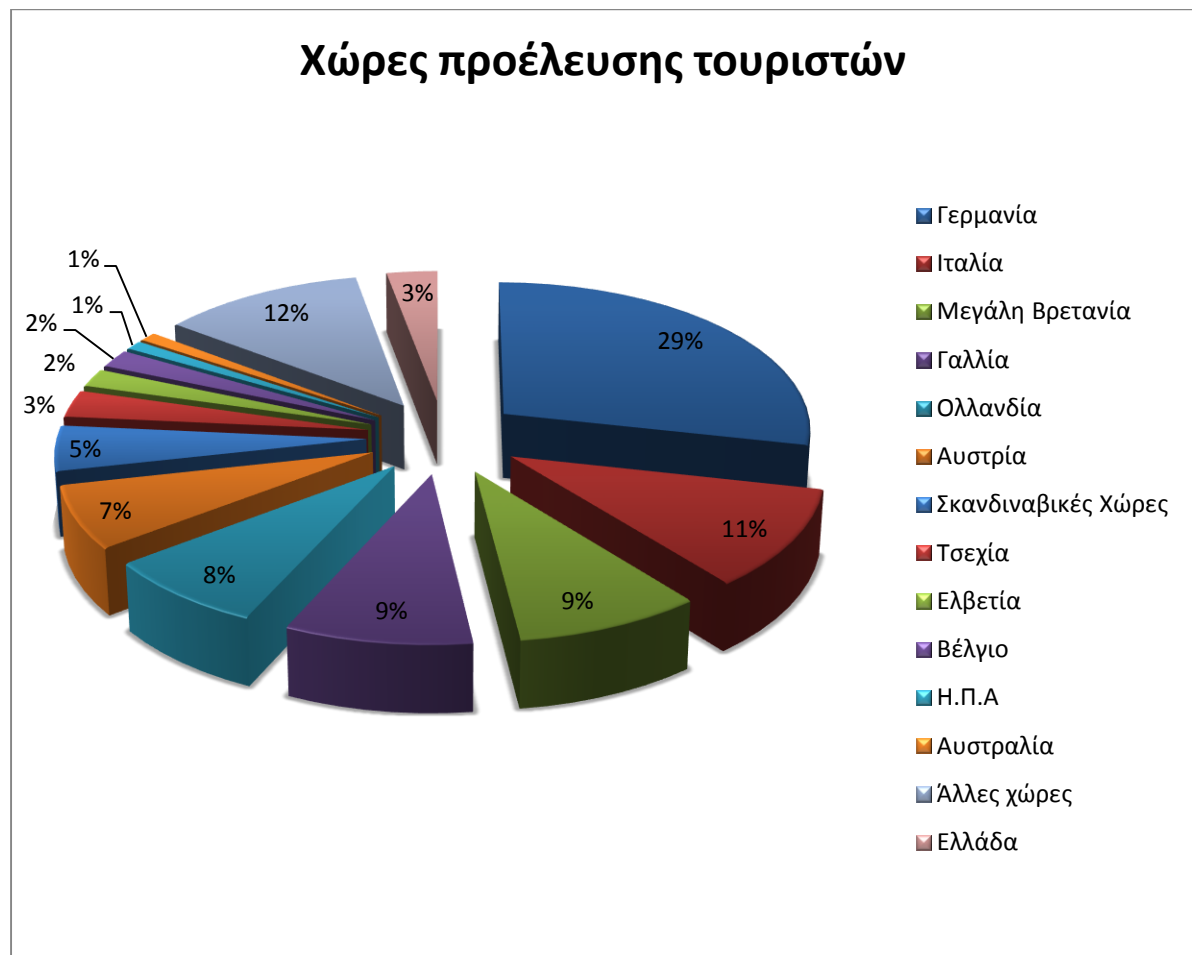
Τα κριτήρια που χρησιμοποιούμε για την τμηματοποίηση αγορών συνήθως κατηγοριοποιούνται σε ξεχωριστές ομάδες που συνιστούν τουλάχιστον πέντε κατηγορίες ή τύπους τμηματοποίησης. Για την τμηματοποίηση της αγοράς του Yachting στην Ελλάδα θα ακολουθήσουμε την ίδια μορφή τμηματοποίησης που χρησιμοποιείται και για τις υπόλοιπες αγορές. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα προαναφερθέντα κριτήρια τμηματοποίησης για την αγορά του Yachting.

α) Δημογραφικά κριτήρια.

Τα δημογραφικά κριτήρια είναι τα περισσότερο συχνά χρησιμοποιούμενα για την τμηματοποίηση και είναι πολύ εύκολα στη χρήση. Κάποια από αυτά είναι: η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το επάγγελμα, το επίπεδο μόρφωσης, η εθνικότητα κ.α.

Συγκεκριμένα, η ζήτηση για ναύλωση σκαφών αναψυχής εκδηλώνεται από ιδιώτες, λάτρεις της θάλασσας, μεσαίας κι υψηλής εισοδηματικής τάξης με κυρίαρχες εθνικότητες τη Γερμανία, τη Γαλλία, την Ολλανδία, τη Σουηδία και άλλες Ευρωπαϊκές κυρίως χώρες. Στο παρακάτω διάγραμμα 3.9 φαίνονται αναλυτικά οι χώρες προέλευσης των τουριστών Yachting.

11 Διάγραμμα 3.11 – Εθνικότητες τουριστών Yachting



Πηγή: Όμιλος Κυριακούλη

β) Γεωγραφικά κριτήρια

Ως γεωγραφικά κριτήρια θα θεωρήσουμε τα μέρη που προτιμούν οι τουρίστες στην Ελλάδα για να κάνουν Yachting. Οι δημοφιλέστεροι προορισμοί ιδιωτικής θαλάσσιας περιήγησης στην Ελλάδα είναι:

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

γ) Ψυχογραφικά κριτήρια

Τα ψυχογραφικά κριτήρια προσεγγίζουν τα ψυχολογικά κίνητρα που καθοδηγούν τη συμπεριφορά του καταναλωτή και οδηγούν στην ανάπτυξη μιας πλούσιας περιγραφής (προφίλ) του. Συγκεκριμένα, τα ψυχογραφικά κριτήρια περιλαμβάνουν: κίνητρα, προσωπικότητα και τρόπο ζωής.

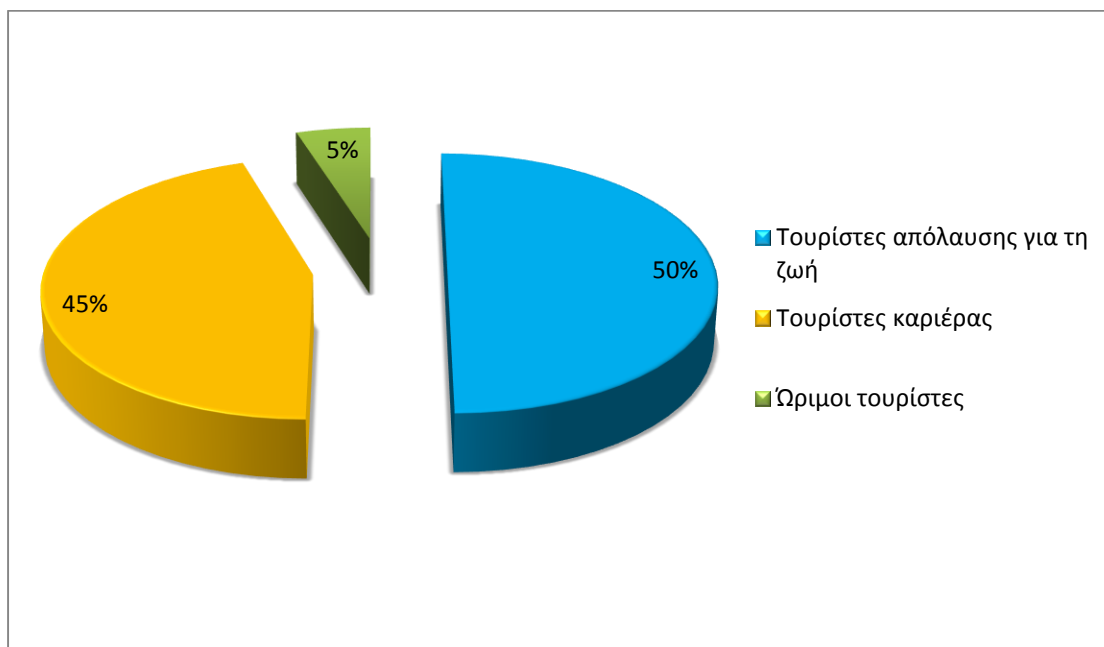
Όσον αφορά τον υποκλάδο του Yachting τα άτομα που κυρίως προτιμούν αυτόν τον τύπο διακοπών είναι οι ακόλουθες κατηγορίες:

- i. οι τουρίστες που εστιάζονται στην απόλαυση της ζωής. Είναι άτομα που παίρνουν ενεργό μέρος σε κοινωνικές, αισθησιακές, γεμάτες απόλαυση και ευχαρίστηση δραστηριότητες. Είναι κατά κύριο λόγο νέα άτομα 25-34 με υψηλή μόρφωση, που διαθέτουν ένα αρκετά ικανοποιητικό εισόδημα από την εργασία τους. Είναι πολύ λιγότερο πιθανό να ασχολούνται με δραστηριότητες μέσα στο σπίτι. Δραστηριοποιούνται αντίθετα σε ένα μεγάλο φάσμα αθλημάτων και δραστηριοτήτων εκτός σπιτιού. Γενικά τα άτομα αυτά ζουν μια ζωή γεμάτη ανάπαυση, διασκέδαση και κοινωνικές επαφές και αποτελούν την πλειοψηφία των ατόμων που επιλέγουν το Yachting ως εναλλακτικό τρόπο διακοπών.
- ii. οι τουρίστες καριέρας. Η κινητροποίησή τους πραγματοποιείται κυρίως μέσω επιτυχιών (καριέρα, κοινωνική αναγνώριση, επαγγελματική ανέλιξη, διακρίσεις) και κατεύθυνση (αυτό-προσανατολισμό). Τα προϊόντα που

αγοράζουν και χρησιμοποιούν οι συγκεκριμένοι είναι αυτά που υποδηλώνουν επιτυχία, κοινωνική αναγνώριση, και θαυμασμό από άλλους. Επιπλέον επιλέγουν δραστηριότητες οι οποίες βελτιώνουν τις δημιουργικές τους ικανότητες. Είναι περισσότερο μορφωμένοι καταναλωτές, άνδρες ή και νέα παντρεμένα ζευγάρια που δαπανούν πολλά για να ζήσουν καλά κάτι που υποστηρίζεται από τα διπλά εισοδήματα που διαθέτουν. Αποτελούν τη δεύτερη ομάδα σε βαθμό προτίμησης του Yachting ως εναλλακτικό τρόπο διακοπών.

- iii. οι ώριμοι τουρίστες. Κινητροποιούνται από την ωριμότητα (σοφία, πίστη, ανοχή, βαθιές συναισθηματικές σχέσεις, εκτίμηση για την ομορφιά της δημιουργίας). Είναι πολύ σπάνιο να τους ενδιαφέρει κάποιο αθλητικό γεγονός, να πίνουν αλκοολούχα ποτά ή να αναζητούν διασκέδαση εκτός σπιτιού. Αναζητούν την ηρεμία και την ξεκούραση από τις διακοπές τους. Στο τμήμα αυτό ανήκουν περισσότερο γυναίκες και περισσότερο ηλικιωμένοι (55-64 και 65 και άνω) τουρίστες σε σχέση με τα υπόλοιπα τμήματα και είναι το τμήμα που επιλέγει λιγότερο το Yachting ως εναλλακτικό τρόπο διακοπών.

¹² **Διάγραμμα 3.12 – Κατανομή τουριστών Yachting με βάση τα ψυχογραφικά κριτήρια**



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

δ) Συμπεριφορικά ή Προϊοντικά Κριτήρια

Είναι κριτήρια που σχετίζονται κατά κάποιον τρόπο με το προϊόν, εστιάζοντας απευθείας στις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών.

Συγκεκριμένα, για τον υποκλάδο του Yachting θα μπορούσαμε να κατηγοριοποιήσουμε την αγορά με τα εξής συμπεριφορικά κριτήρια:

i. Τύπος σκάφους

Οι Ευρωπαίοι τουρίστες, κυρίως Γερμανοί, Ιταλοί και Γάλλοι, μισθώνουν ιστιοφόρα, ενώ οι Αμερικάνοι σε μεγάλο ποσοστό επιλέγουν μηχανοκίνητα σκάφη. Όσον αφορά τους Έλληνες τουρίστες προτιμούν ιστιοφόρα χωρίς πλήρωμα, όμως και σκάφη με πλήρωμα που είναι τα motor yachts και τα motor sailers. Επίσης, οι Έλληνες θεωρούνται πελάτες υψηλής εισοδηματικής στάθμης και υψηλών προσδοκιών.

ii. Μέση διάρκεια ταξιδιού

Σύμφωνα με στοιχεία εμπειρικών ερευνών των εταιρειών Yachting στην Ελλάδα έχει διαπιστωθεί ότι η πιο συνηθισμένη διάρκεια ταξιδιού είναι περίπου 5 με 7 ημέρες. Επίσης, η αμέσως επόμενη προτιμώμενη διάρκεια είναι λιγότερο από μία εβδομάδα. Λιγότεροι τουρίστες επιλέγουν να κάνουν διακοπές πάνω σε σκάφος για πάνω από μία εβδομάδα και πολύ λιγότεροι είναι αυτοί που επιλέγουν να νοικιάσουν ένα σκάφος για έναν ή περισσότερους μήνες.

ε) Υβριδική ή Συνδυαστική Τμηματοποίηση

Στη συγκεκριμένη μέθοδο τμηματοποίησης συνδυάζονται στοιχεία από κάποιες από τις προηγούμενες μεθόδους ή όλες. Επειδή ο κλάδος του θαλάσσιου τουρισμού και πιο συγκεκριμένα ο υποκλάδος του Yachting είναι πολυδιάστατος θα χρησιμοποιηθούν στοιχεία από όλες τις παραπάνω τμηματοποιήσεις που έγιναν.

3.14 Στόχευση

3.14.1 Στόχευση: Αποφάσεις Στρατηγικής της Αγοράς

Αφού η επιχείρηση τμηματοποιήσει την αγορά, το επόμενο βήμα είναι να επιλέξει την κατάλληλη στρατηγική στόχευσης του τμήματος ή των τμημάτων που την

ενδιαφέρουν. Όσον αφορά την υπό μελέτη εταιρεία Yachting έχει αποφασιστεί να χρησιμοποιηθεί η υβριδική τμηματοποίηση και κατά συνέπεια η στρατηγική που προκύπτει ότι πρέπει να χρησιμοποιηθεί είναι αυτή του Διαφοροποιημένου Μάρκετινγκ.

Η στρατηγική αυτή στηρίζεται στην ξεχωριστή στόχευση πολλαπλών τμημάτων της αγοράς, δηλαδή για κάθε ξεχωριστό τμήμα αναπτύσσεται ξεχωριστό μίγμα Μάρκετινγκ. Όπως προαναφέρθηκε στο κεφάλαιο της τμηματοποίησης της αγοράς του Yachting, η υπό μελέτη εταιρεία θα εστιαστεί με βάση την υβριδική τμηματοποίηση στα εξής τμήματα της αγοράς:

α) Ευρωπαίοι τουρίστες που εστιάζονται στην απόλαυση της ζωής ηλικίας 25-34 ετών. Δραστηριοποιούνται σε ένα μεγάλο φάσμα αθλημάτων και δραστηριοτήτων εκτός σπιτιού και ζουν μια ζωή γεμάτη ανάπαυση, διασκέδαση και κοινωνικές επαφές. Επιλέγουν ιστιοπλοϊκά σκάφη κατά κύριο λόγο και η μέση διάρκεια ταξιδιού τους είναι 7 ημέρες.

β) Τουρίστες των Η.Π.Α και κάποιοι Ευρωπαίοι που τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που αγοράζουν και χρησιμοποιούν είναι αυτά που υποδηλώνουν επιτυχία, κοινωνική αναγνώριση, και θαυμασμό από τους άλλους. Αποτελούν κυρίως άτομα ηλικίας 35-45 ετών με υψηλή μόρφωση και εισόδημα και πολλοί από αυτούς είναι νέοι οικογενειάρχες. Επιλέγουν κατά κύριο λόγο μηχανοκίνητα σκάφη με μέση διάρκεια ταξιδιού έως και 2 εβδομάδες.

γ) Στην τελευταία κατηγορία συγκαταλέγουμε τους Έλληνες κυρίως τουρίστες ηλικίας έως 40 ετών οι οποίοι επιλέγουν το Yachting ως εναλλακτικό τρόπο διακοπών.

3.15 Τοποθέτηση

Αφού η επιχείρηση επιλέξει τα τμήματα που θα στοχεύσει, πρέπει να τοποθετήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στις αγορές-στόχους. Πρόκειται για την τρίτη φάση της διαδικασίας STP και σημαίνει τοποθέτηση του προϊόντος στο μυαλό του μέσου καταναλωτή της αγοράς-στόχου. Αυτό γίνεται με το να αντιληφθεί ο καταναλωτής το προϊόν ή την υπηρεσία, όπως η επιχείρηση επιθυμεί. Δηλαδή αναφερόμαστε στη δημιουργία μιας συγκεκριμένης εικόνας για το προϊόν ή την υπηρεσία σε σχέση πάντοτε με τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές «μάρκες». Κάτι τέτοιο γίνεται με την κατάλληλη ανάπτυξη του μίγματος MKT που θα αναπτυχθεί παρακάτω. Το

κατάλληλο μίγμα MKT θα πρέπει να κατοχυρώνει τη διαφοροποιημένη θέση της «μάρκας» μας στην αγορά, τονίζοντας τις ιδιότητες εκείνες του προϊόντος ή της υπηρεσίας και τα οφέλη εκείνα που προκύπτουν από τη χρήση του και το ξεχωρίζουν από τα υπόλοιπα.

Η τοποθέτηση είναι ουσιαστικά μια διαδικασία μεγιστοποίησης των πιθανοτήτων επιτυχίας της επιχείρησης. Επομένως, αποτελεί μια στρατηγική διαδικασία με τη βοήθεια της οποίας η επιχείρηση μπορεί και πρέπει προσεκτικά να αξιολογεί πού και πώς επιθυμεί να ανταγωνιστεί.

Σε αυτό το σημείο όπου έχει ήδη αναφερθεί η στρατηγική MKT που θα ακολουθηθεί, είναι σημαντικό να αναφέρουμε και ότι η αντίστοιχη επιχειρηματική στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση είναι εκείνη της Διαφοροποίησης που έγκειται κυρίως στην προσφορά μοναδικών προϊόντων που ευρέως δίδεται αξία από τους αγοραστές.

Έτσι, το προϊόν της υπό μελέτη εταιρείας θα τοποθετηθεί ως ένα high-end προϊόν η τιμολόγηση του οποίου θα δίνει το value for money. Συγκεκριμένα, η τιμολογιακή πολιτική θα συμβαδίζει απόλυτα με την υψηλή ποιότητα, το σχεδιασμό και τις υπηρεσίες που θα το πλαισιώνουν και θα ανταποκρίνονται στις επιθυμίες και στα γούστα των καταναλωτών. Το προϊόν θα τοποθετηθεί ως ανώτερο, η διανομή θα είναι αποκλειστική, η προώθηση θα εστιάζει στο κύρος και η τιμολόγηση θα περιλαμβάνει ένα premium το οποίο θα είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο πελάτης.

3.16 Λειτουργικές Διαστάσεις του Μάρκετινγκ (Το μίγμα MKT)

Το μίγμα MKT είναι το αποτέλεσμα του προγραμματισμού, στρατηγικού – τακτικού – εκτελεστικού, σε επίπεδο λειτουργίας, που γίνεται στα πλαίσια της επιχειρησιακής προσπάθειας υλοποίησης της ιδεολογίας του MKT. Η λέξη μίγμα, κοινή για όλα τα στοιχεία, υπογραμμίζει το γεγονός ότι για το MKT η παραλλαγή, η ποικιλία, η διαφοροποίηση και η ύπαρξη εναλλακτικών λύσεων είναι ο κανόνας και όχι η εξαίρεση.

3.16.1 Προϊόν

Προϊόν είναι ένα σύστημα υλικών και άυλων στοιχείων που διαμέσου των χρησιμότητων δημιουργεί ωφέλεια. Όταν κάποιος αγοράζει ένα προϊόν, ουσιαστικά αγοράζει τις χρησιμότητές του, την ωφέλεια που του παρέχει ή πιο σωστά την ελπίδα της ωφέλειας, όπως αυτός την αντιλαμβάνεται. Στη σύγχρονη θεώρηση της διοίκησης ο παραγωγός δεν πωλεί προϊόν αλλά ωφέλειες που πηγάζουν από το προϊόν.

Γενικότερα, το κύριο προϊόν που προσφέρει μια εταιρεία Yachting είναι τα σκάφη συνοδευόμενα από ένα πλήθος επιπλέον παροχών και υπηρεσιών.

Η ναύλωση και η πλοήγηση ενός ιστιοπλοϊκού σκάφους δεν αποτελεί πολύπλοκη ή χρονοβόρα διαδικασία για κάποιον ενδιαφερόμενο. Η ναύλωση ενός ιστιοπλοϊκού είναι το ίδιο εφικτή για έναν έμπειρο χειριστή, όσο και για έναν που δε διαθέτει εμπειρία. Σε πολλές περιπτώσεις, η ναύλωση ενός ιστιοπλοϊκού μπορεί να είναι πιο συμφέρουσα από ότι η διαμονή σε κάποιο ξενοδοχείο.

Επιπλέον, για την ασφαλέστερη όπως και για την καλύτερη αξιοποίηση των υπηρεσιών που παρέχονται στην Ελληνική αγορά yachting, παρατίθενται παρακάτω μια σειρά παραμέτρων που θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους οι ενδιαφερόμενοι και βασίζονται σε ερωτήσεις και απορίες των υποψήφιων χρηστών της ιστιοπλοΐας, σύμφωνα με την πρακτική που ασκείται στην αγορά του yachting και αυτές έχουν να κάνουν :

1. Με την ιδιαιτερότητα των διακοπών σε ένα ιστιοπλοϊκό. Οι διακοπές με ιστιοπλοϊκό μπορεί να κριθούν ως ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες, καθώς μέσω της ιστιοπλοΐας ο ενδιαφερόμενος έρχεται σε άμεση επαφή με τη θάλασσα και τον ήλιο και του δίδεται η δυνατότητα να ανακαλύψει όποιο μέρος επιθυμεί καθώς του παρέχεται η δυνατότητα ευελιξίας των τοποθεσιών που μπορεί να επισκεφτεί. Η ιστιοπλοΐα μπορεί να προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες σε άμεση επαφή με τη φύση και το υγρό στοιχείο.

2. Με τα ιδιαίτερα προσόντα ή ικανότητες. Η νομοθεσία για τη ναύλωση γυμνού σκάφους (bareboat charter) στην Ελλάδα απαιτεί δύο άδειες –certificates, χειριστή ιστιοπλοϊκού. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ανάλογος θεσμός για την έκδοση άδειας χειριστή ιστιοπλοϊκού ή για τη χρήση της σε άλλη χώρα, με αποτέλεσμα κανένας από το πλήρωμα που επιθυμεί να ναυλώσει το σκάφος να μη πληροί τη προϋπόθεση που απαιτείται, δίνεται η επιλογή σε δύο από τα μέλη του πληρώματος

να δηλώσουν υπεύθυνα ότι είναι ικανά να αναλάβουν τη διακυβέρνηση του σκάφους ως κυβερνήτης και βοηθός κυβερνήτη. Επιπλέον, είναι απαραίτητη η επίδειξη των ικανοτήτων των χειριστών του σκάφους ενώπιον του διευθυντή του γραφείου. Σε περίπτωση αποδεδειγμένης δυσκολίας χειρισμού του σκάφους, η εταιρεία διατηρεί το δικαίωμα να ορίσει κατάλληλο πλήρωμα (skippers) με επιβάρυνση των ναυλωτών.

Εξυπηρέτηση

Η καλύτερη προτεινόμενη για διάρκεια ναύλωσης του σκάφους είναι δύο εβδομάδες. Βέβαια, υπάρχουν προτεινόμενα προγράμματα θαλάσσιας περιήγησης διάρκειας μιας εβδομάδας ή δέκα ημερών, ανάλογα με τον διαθέσιμο χρόνο και τις ανάγκες των πελατών.

Παροχές -Υπηρεσίες

α) Μίσθωση κυβερνήτη ή χειριστή του σκάφους

Παρατηρείται ότι πολλοί ναυλωτές, παρόλο που έχουν την ικανότητα και τις γνώσεις να κυβερνήσουν ένα σκάφος, προτιμούν να εκμισθώνουν κυβερνήτη ο οποίος θα γνωρίζει την περιοχή της περιήγησης και τη γλώσσα των ναυλωτών. Ένας εκμισθωμένος κυβερνήτης απαλλάσσει από τις έννοιες και τα προβλήματα της πλοήγησης, του ελλιμενισμού, της προμήθειας νερού και καυσίμου όπως και για τα θέματα μικροεπισκευών που μπορεί να προκύψουν. Επίσης ο εκμισθωμένος κυβερνήτης μπορεί να παράσχει τις γνώσεις του για τις καλύτερες περιοχές που μπορούν οι πελάτες να κολυμπήσουν, για τα καλύτερα εστιατόρια, για τα σημαντικότερα αξιοθέατα, μουσεία, ιστορικά μνημεία και άλλα.

β) Τεχνική υποστήριξη στην περίπτωση βλάβης ή προβλήματος όσο διαρκεί η ναύλωση

Υπάρχει τηλεφωνική 24ωρη υποστήριξη διαθέσιμη σε όλους τους ναυλωτές αμέσως μετά την επιβίβασή τους στο σκάφος. Τεχνική βοήθεια είναι διαθέσιμη στα περισσότερα νησιά και τα σημαντικότερα λιμάνια της ηπειρωτικής Ελλάδας. Θεωρείται σημαντικό να γνωρίζει η βάση την ακριβή θέση του σκάφους και να έχει μια περιγραφή του προβλήματος που ανακύπτει.

γ) Δυνατότητα τροφοδοσίας του σκάφους

Οι ναυλωτές μπορούν να αναλάβουν την αρχική τροφοδοσία είτε μόνοι τους είτε με τη βοήθεια της εταιρείας. Η εταιρεία θα παρέχει καταλόγους με είδη τροφοδοσίας,

στους οποίους μπορούν να συμπληρωθούν τα είδη που επιθυμεί ο πελάτης και να ενημερωθεί η εταιρεία για τις προμήθειες που απαιτούν πριν από την άφιξη τους, ώστε να εξυπηρετηθούν έγκαιρα πριν από την επιβίβαση τους στο σκάφος. Επιπλέον, η τροφοδοσία είναι δυνατή στα περισσότερα νησιά από τα ανάλογα καταστήματα πλησίον των λιμένων.

δ) Χρήση ή προμήθεια κινητού τηλεφώνου

Συστήματα, όπως το GSM network λειτουργούν και στην Ελλάδα. Βέβαια, υπάρχουν συγκεκριμένες μικρού εύρους περιοχές στην ανοικτή θάλασσα που δεν υπάρχει κάλυψη επικοινωνίας. Να σημειωθεί πως κινητά τηλέφωνα από τις ΗΠΑ δε χρησιμοποιούνται στις Ελληνικές θάλασσες. Επίσης, είναι δυνατή η ενοικίαση κινητού τηλεφώνου από την εταιρεία.

ε) Προσωπικά είδη και εξοπλισμός των ναυλωτών

Μεγάλο μέρος της χρονικής διάρκειας των διακοπών των πελατών θα βρίσκεται εν πλω. Επίσης, οι χώροι αποθήκευσης των σκαφών είναι περιορισμένοι και η επιλογή των προσωπικών ειδών των επισκεπτών θα πρέπει να είναι ανάλογη με την εποχή και τις καιρικές συνθήκες. Τέλος, όσον αφορά τα έγγραφα που απαιτούνται να διαθέτουν οι πελάτες, αυτά είναι τα διαβατήρια των πελατών, το ναυλοσύμφωνο και το voucher του ταξιδιωτικού γραφείου.

Πρόσθετες Παροχές –Υπηρεσίες

1. Transfer

Η μεταφορά του ναυλωτή μπορεί να ρυθμιστεί σε συνεννόηση με την εταιρεία και μπορεί να γίνει είτε με mini bus, είτε με λιμουζίνα ή ταξί, από και προς το αεροδρόμιο, από και προς τη μαρίνα ή το ξενοδοχείο που θα διανυκτερεύσει ο πελάτης.

2. Ξενοδοχειακό Κατάλυμα

Οι ναυλωτές –πελάτες έχουν τη δυνατότητα να διαμείνουν σε κάποιο ξενοδοχείο της Αθήνας ή σε κάποιο Ελληνικό νησί, πριν ή ύστερα από την ναύλωση του σκάφους. Επίσης δίδεται και η δυνατότητα στους πελάτες να παρατείνουν τη διαμονή τους στη περιοχή προτίμησης τους για ορισμένες μέρες.

3. Περιήγηση Στα Αξιοθέατα

Δίδεται η δυνατότητα στους πελάτες –ναυλωτές να προγραμματίσουν περιηγήσεις ορισμένων ημερών για να γνωρίσουν από κοντά τα ιστορικά αξιοθέατα της Ελλάδας.

4. Ενοικίαση Αυτοκινήτου

Δίδεται η δυνατότητα ενοικίασης αυτοκινήτου της προτίμησης του πελάτη, που μπορεί να γίνει είτε στο αεροδρόμιο ή στο ξενοδοχείο και συνήθως γίνεται χωρίς χρέωση.

5. Αεροπορικά ή Ακτοπλοϊκά Εισιτήρια

Είναι δυνατό να γίνουν κρατήσεις εισιτηρίων για την μεταφορά των πελατών προς και από το σημείο επιβίβασης στο σκάφος.

6. Δυνατότητα εξυπηρέτησης Α.Μ.Ε.Α.

Δίδεται η δυνατότητα εξυπηρέτησης ατόμων με ειδικές ανάγκες σε ένα από τα σκάφη της εταιρείας με ειδικές εγκαταστάσεις.

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα λόγω του πολυδιάστατου χαρακτήρα του υποκλάδου του Yachting και πιο συγκεκριμένα των πελατών του, το μίγμα ΜΚΤ της υπό μελέτη εταιρείας θα είναι διαφορετικό για κάθε μία από τις κατηγορίες αυτές.

Αρχικά, η αγορά στόχος, που η υπό μελέτη εταιρεία θα βασιστεί κατά κύριο λόγο, είναι Ευρωπαίοι τουρίστες που εστιάζονται στην απόλαυση της ζωής, ηλικίας 25-34 ετών. Η συγκεκριμένη ομάδα-στόχος επιλέγει κυρίως ιστιοπλοϊκά σκάφη για να κάνει Yachting. Για το λόγο αυτό έχει γίνει έρευνα για διάφορες κατηγορίες ιστιοπλοϊκών σκαφών που θα μπορούσαν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των συγκεκριμένων πελατών τα χαρακτηριστικά των οποίων παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

¹⁴ Πίνακας 3.13 - Ιστιοπλοϊκά Σκάφη εταιρείας

Ιστιοπλοϊκά					
Μοντέλο	Έτος κατασκευής	Τιμή αγοράς σε ευρώ	Καινούριο/ μεταχειρισμένο	Αριθμός καμπίνων	Μήκος σε μέτρα
Bavaria					
Bavaria cruiser 37	2014	91.900	Κ	2	11,5
Bavaria	2014	160.000	Κ	3	14,27

cruiser 46					
Bavaria cruiser 51	2014	260.000	K	4	16,75
Jeanneau					
Sun Fast 3200	2014	79.100	K	2	10,1
Sun Odyssey 349	2014	78.180	K	2-3	10,34
Sun Odyssey 44 DS *	2014	179.000	K	3	13,42
Beneteau					
Oceanis 38	2014	110.000	K	3	11,59
Σύνολο σε ευρώ		958.180			

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

***Δυνατότητα εξυπηρέτησης A.M.E.A.**

Τα συγκεκριμένα σκάφη έχουν επιλεγεί με κριτήριο την αίσθηση πολυτέλειας και χαλάρωσης που προσφέρουν μέσω των παροχών τους και του σχεδιασμού τους και λόγω των άριστων μηχανικών και τεχνολογικών προδιαγραφών τους που δίνουν και την απαραίτητη αίσθηση ασφάλειας που πρέπει να νιώθει ο τουρίστας όταν κάνει Yachting.

Επίσης, λόγω του δημιουργικού χαρακτήρα της συγκεκριμένης αγοράς και λόγω του ότι δραστηριοποιείται σε ένα μεγάλο φάσμα αθλημάτων και δραστηριοτήτων εκτός σπιτιού και ζει μια ζωή γεμάτη διασκέδαση και κοινωνικές επαφές θα μπορούσαν να προταθούν συγκεκριμένα πακέτα διακοπών πάνω στο σκάφος ιδανικά για αυτήν την κατηγορία.

Πρώτον, τα πακέτα που προτείνουμε για την αγορά αυτή έχουν έντονο το στοιχείο της δράσης και της περιπέτειας. Έτσι, ένα πιθανό πακέτο είναι η ιστιοπλοΐα στις Σποράδες και στη Χαλκιδική. Οι Σποράδες φημίζονται για τον τουρισμό περιπέτειας που προσφέρουν στους τουρίστες τους, αφού στα συγκεκριμένα νησιά ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να καταδυθεί και να «ανακαλύψει» ναυάγια που υπάρχουν στο βυθό της θάλασσας αλλά και να αναβιώσει τους μύθους των πειρατών, στοιχείο έντονο στα περισσότερα νησιά της Ελλάδας. Επίσης, η Χαλκιδική διαθέτει έναν από τους πιο ασφαλέστερους όρμους και αγκυροβόλια της Βορείου Ελλάδος, το Πόρτο

Κουφό που δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να προσδέσουν και καταδυθούν με ασφάλεια.

Στη συνέχεια, ένα άλλο πακέτο διακοπών στο σκάφος για τη συγκεκριμένη αγορά θα μπορούσε να είναι ο γύρος των Δωδεκανήσων, όπου οι τουρίστες θα έχουν την ευκαιρία να καταδυθούν στην υποβρύχια περιοχή της Καλύμνου, να κολυμπήσουν σε Κυρά Παναγιά, Αχάτα και Αμπελά στο νησί της Καρπάθου, να επισκεφθούν το Ναυτικό Μουσείο της Σύμης, να ανακαλύψουν τα δύο σπήλαια της Χάλκης και να επισκεφθούν το σπήλαιο της Αποκάλυψης και το μοναστήρι του Αγίου Ιωάννη του Θεολόγου στην Πάτμο.

Τέλος, η ιστιοπλοΐα στο Ιόνιο και στα νησιά του μπορεί να αποτελέσει μία μοναδική εμπειρία για όσους θέλουν να βιώσουν την περιπέτεια και τη γνωριμία με νέα μέρη. Όσοι επιλέξουν αυτό το πακέτο διακοπών θα έχουν την ευκαιρία να δουν και κολυμπήσουν δίπλα στα θεόρατα βράχια στη θάλασσα στο νησί Μαθράκι, να δοκιμάσουν λικέρ Κουμκουάτ από την Κέρκυρα, να δουν την Κουνόπετρα, ένα κινούμενο βράχο ανοικτά της Κεφαλονιάς, να καταδυθούν στις σπηλιές της Ζακύνθου και να κάνουν Windsurfing στην παραλία της Βασιλικής στη Λευκάδα.

Η δεύτερη αγορά που θα εστιάσει η υπό μελέτη εταιρεία είναι τουρίστες των Η.Π.Α κυρίως, αλλά και Ευρωπαίοι που τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που αγοράζουν και χρησιμοποιούν είναι αυτά που υποδηλώνουν επιτυχία, κοινωνική αναγνώριση, και θαυμασμό από τους άλλους. Όπως αναφέρθηκε και πρωτίτερα οι συγκεκριμένοι τουρίστες επιλέγουν κατά βάση μηχανοκίνητα σκάφη. Οι προτάσεις για μηχανοκίνητα σκάφη που θα διαθέτει η εταιρεία βρίσκονται στον παρακάτω πίνακα.

¹⁵ Πίνακας 3.14 - Μηχανοκίνητα Σκάφη εταιρείας

Μηχανοκίνητα					
Μοντέλο	Έτος κατασκευής	Τιμή αγοράς σε ευρώ	Καινούριο/ μεταχειρισμένο	Αριθμός καμπίνων	Μήκος σε μέτρα
Azimut					
Azimut 50	2014	1.100.00	Κ	3	15,25
Azimut 60	2014	1.700.00	Κ	3	18,3
Σύνολο σε ευρώ		2.800.000			

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Αντίστοιχα με την προηγούμενη αγορά υπάρχουν προτεινόμενα πακέτα διακοπών και για αυτή την αγορά. Αρχικά ο γύρος της Πελοποννήσου και των Κυθήρων

αποτελεί ένα ταξίδι από μόνο του με μοναδικές εμπειρίες για τον ταξιδιώτη. Έτσι, ο τουρίστας θα έχει τη δυνατότητα να επισκεφθεί την Αρχαία Ολυμπία, γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων, να περπατήσει στα γραφικά λιμανάκια της Μεσσηνίας, να επισκεφθεί το Παλαμήδι στο Ναύπλιο, να φάει φρέσκο ψάρι στην Ελαφόνησο και να καταδυθεί και να δει από κοντά το αρχαίο ναυάγιο στον Αβλέμονα των Κυθήρων.

Από τη στιγμή που η συγκεκριμένη αγορά έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση, επιτυχία και γνωριμία με αντίστοιχα μέρη που να της προσδίδει αυτή ακριβώς την κοινωνική επιτυχία, η ιστιοπλοΐα στην Αττική και τον Αργοσαρωνικό είναι ιδανική για αυτούς, αφού θα έχουν την ευκαιρία να περιπλανηθούν στους πρόποδες του βράχου της Ακρόπολης, μέσα από τα στενά δρομάκια της Πλάκας, προς το κέντρο της Αθήνας και να γνωρίσουν έτσι το σημαντικότερο μνημείο του Ελληνικού πολιτισμού. Επίσης, θα έχουν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν μια παράσταση στο Ηρώδειο, να προσδέσουν στο Μικρολίμανο του Πειραιά και να γευτούν λιχουδιές από θαλασσινά, να απολαύσουν τη θεαματική γιορτή της Αρμάτας που διοργανώνεται κάθε Σεπτέμβριο στις Σπέτσες και να γευτούν το κορυφαίας ποιότητας φιστίκι Αιγίνης, στην Αίγινα.

Τέλος, δε θα μπορούσαμε να μην αναφέρουμε και ένα πακέτο διακοπών που να περιλαμβάνει τις Κυκλάδες. Το συγκεκριμένο πακέτο διακοπών προτείνεται και για τις δύο κατηγορίες τουριστών αφού συνδυάζει το στοιχείο της περιπέτειας με το κοσμοπολίτικο. Ο ταξιδιώτης θα έχει τη δυνατότητα να πλεύσει δίπλα στους λευκούς βράχους που δίνουν την αίσθηση ενός σεληνιακού τοπίου στη Μήλο, να κάνει Windsurfing και θαλάσσιο σκι στην παραλία της Πούντας στην Πάρο, να προσδέσει στο απάνεμο λιμάνι της Σίφνου και στο Φοίνικα, την ασφαλέστερη αποβάθρα της Σύρου, να απολαύσει το μαγευτικό ηλιοβασίλεμα της Σαντορίνης, να ζήσει την κοσμοπολίτικη ζωή της Μυκόνου, να επισκεφθεί το μοναστήρι της Παναγίας της Χοζοβιώτισσας στην Αμοργό με θέα που σου κόβει την ανάσα και είναι ορατό μόνο από τη θάλασσα, να απολαύσει τα μικρά λιμανάκια και τις «αόρατες» παραλίες με τα γαλαζοπράσινα νερά προσιτές μόνο με βάρκα στην Κίμωλο και στο Κουφονήσι.

3.16.2 Τιμή

Η τουριστική περίοδος των ναυλώσεων σκαφών αναψυχής στην Ελλάδα, βάσει των στοιχείων του ΕΟΤ, επιμερίζεται στην υψηλή περίοδο, δηλαδή στους μήνες από Ιούνιο έως και Αύγουστο που απορροφάται το 54% της κίνησης και στις μέσες

περιόδους, δηλαδή από τους μήνες Απρίλιο έως Μάιο και Σεπτέμβριο έως Οκτώβριο, που απορροφούν συνολικά το 40% των ετήσιων ναυλώσεων.

Πιο αναλυτικά :

- Περίοδος Α – (Υψηλή) 20 Ιουλίου –14 Σεπτεμβρίου
- Περίοδος Β – (Μέση) 4 Μαΐου έως 20 Ιουλίου και 15 Σεπτεμβρίου έως 12 Οκτωβρίου
- Περίοδος Γ – (Χαμηλή) 12 Οκτωβρίου έως 4 Μαΐου

Γενικά για το κόστος ναύλωσης των σκαφών αναψυχής

Όσον αφορά το κόστος ναύλωσης, αυτό είναι ανάλογο με το είδος το μέγεθος και τον εξοπλισμό που διαθέτει το σκάφος αναψυχής και που έρχεται σε συνάρτηση με τις απαιτήσεις των πελατών. Η βασική τιμή που αναφέρεται σε ένα ναυλοσύμφωνο για την ενοικίαση επανδρωμένου σκάφους αναψυχής, καλύπτει όλα τα έξοδα λειτουργίας του, καθώς και την αμοιβή και το κόστος τροφοδοσίας του πληρώματος. Συγκεκριμένα, στη βασική τιμή ναύλωσης, για ορισμένα είδη σκαφών, όπως είναι τα ιστιοφόρα, περιλαμβάνονται τα καύσιμα και τα λιπαντικά, ενώ για άλλα είδη σκαφών όπως είναι τα motor yachts, το κόστος αυτό χρεώνεται πρόσθετα στη βασική τιμή ναύλωσης.

Επιπλέον ανάλογα με το τύπο του σκάφους και την εποχή που γίνεται η ναύλωση, μπορεί να συμφωνηθεί να περιελήφθη στην τιμή μέρος ή το συνολικό κόστος για νερό και για λιμενικά τέλη. Σε ένα τυπικό ναυλοσύμφωνο η βασική τιμή δεν περιλαμβάνει το κόστος τροφοδοσίας ή παροχή περαιτέρω υπηρεσιών προς τους πελάτες. Επίσης, κατόπιν επιθυμίας των ναυλωτών, η εταιρεία μπορεί να αναλάβει την τροφοδοσία του σκάφους με ξεχωριστή συμφωνία και κόστος. Όσον αφορά άλλα κόστη, όπως τα τέλη διέλευσης καναλιών(Ισθμός της Κορίνθου) και τα λιμενικά τέλη σε λιμάνια της αλλοδαπής, αυτά βαρύνουν τους ναυλωτές.

Αναφορικά για τα σκάφη χωρίς πλήρωμα, στην τιμή της ναύλωσης τους περιλαμβάνεται μόνο η ναύλωση του σκάφους και η ασφάλεια του. Επιπλέον, σε αυτή τη περίπτωση είναι απαραίτητη η καταβολή εγγύησης για την κάλυψη ζημιών ή απωλειών του εξοπλισμού του σκάφους. Η εγγύηση επιστρέφεται πίσω στους πελάτες ύστερα από τη παράδοση του σκάφους και αφού γίνει έλεγχος και διαπιστωθεί ότι το σκάφος βρίσκεται στην ίδια κατάσταση που παρελήφθη. Οι ναυλωτές μπορούν να ζητήσουν την πρόσληψη κυβερνήτη, με την ανάλογη

επιβάρυνση της αμοιβής του, η οποία δεν περιλαμβάνεται στον ημερήσιο ναύλο. Η τροφοδοσία των σκαφών χωρίς πλήρωμα γίνεται συνήθως από τους ναυλωτές.

Επιπλέον, μπορούν οι πελάτες να ζητήσουν από τον ναυλομεσίτη να αναλάβει την προμήθεια του σκάφους με τρόφιμα πριν την αναχώρησή του. Εν κατακλείδι, οι τιμές ναύλωσης ενός σκάφους αναψυχής είναι ανάλογες με:

- Την εποχή – χρονική περίοδο ναύλωσης.
- Τον τύπο του σκάφους.
- Το έτος και υλικό κατασκευής.
- Τον αριθμό κρεβατιών και καμπινών.
- Τις ανέσεις και τις υπηρεσίες που παρέχονται στους πελάτες.

Επίσης στην τιμή ναύλωσης περιλαμβάνονται :

- Κλιματισμός.
- Γεννήτρια.
- Το Φ.Π.Α.
- Ίματισμός.
- Υγραέριο.

Επιπλέον, χωρίς χρέωση παρέχονται:

- GPS
- Βοηθητική λέμβος με εξωλέμβια μηχανή μέχρι 3 ίππων.
- Αυτόματος πιλότος.
- Αδιάβροχη αναδιπλούμενη κουκούλα.
- CD-Player.
- Εναέρια και εντοιχισμένα ηχεία.

Επιπλέον επιλογές και επιβαρύνσεις

- Κυβερνήτης, ημερήσια αποζημίωση και διατροφή.

- Πλήρωμα ή Συνοδός (Hostess), ημερήσια αποζημίωση και διατροφή.
- Αυτόματος πιλότος, το κόστος ανά εβδομάδα.
- Καθαρισμός μετά το τέλος της ναύλωσης, έχει να κάνει με τον αριθμό των καμπινών.
- Τροφοδοσία –εφόδια, υπάρχει κατάλογος ανάλογα με τις προτιμήσεις.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει η επιλογή της τιμολογιακής πολιτικής που θα ακολουθηθεί από τη συγκεκριμένη εταιρεία μίσθωσης σκαφών αναψυχής. Πιο συγκεκριμένα, η εταιρεία θα ακολουθήσει την πολιτική της διαφοροποίησης των τιμών. Με τον όρο αυτό εννοούμε τη στρατηγική τιμολόγησης στην περίπτωση που πανομοιότυπα ή σε μεγάλο βαθμό παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες προσφέρονται σε διαφορετικές τιμές από τον ίδιο πάροχο σε διαφορετικές αγορές στόχους.

Η συγκεκριμένη τιμολογιακή πολιτική εξαρτάται από την περίοδο ενοικίασης του σκάφους που αναφέρθηκε παραπάνω, από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ταξιδιού που μπορεί να είναι τα μαζικά συμβόλαια, η απόσταση, ο κλασικός τύπος ταξιδιού (διάρκεια περίπου 1 εβδομάδα σε περίπου 5-6 συγκεκριμένα σημεία), η flotilla ή το ταξίδι λίγων ημερών και από τον τύπο του σκάφους που διαθέτει η εταιρεία.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι πίνακες των τιμών ενοικίασης των σκαφών για κάθε περίοδο ενοικίασης και για κάθε πακέτο διακοπών που θα προωθήσει η εταιρεία.

¹⁶ Πίνακας 3.15 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Σποράδες – Χαλκιδική

Ιστιοπλοϊκά			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Bavaria			
Bavaria cruiser 37	3.100	2.500	1.900
Bavaria cruiser 46	3.600	3.000	2.400
Bavaria cruiser 51	4.000	3.400	2.800
Jeanneau			
Sun Fast 3200	2.900	2.300	1.700
Sun Odyssey 349	3.000	2.400	1.800
Sun Odyssey 44 DS	3.400	2.800	2.200
Beneteau			
Oceanis 38	3.100	2.500	1.900

¹⁷ Πίνακας 3.16 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Δωδεκάνησα

Ιστιοπλοϊκά			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Bavaria			
Bavaria cruiser 37	3.500	2.900	2.300
Bavaria cruiser 46	4.000	3.400	2.800
Bavaria cruiser 51	4.400	3.800	3.200
Jeanneau			
Sun Fast 3200	3.300	2.700	2.100
Sun Odyssey 349	3.400	2.800	2.200
Sun Odyssey 44 DS	3.800	3.200	2.600
Beneteau			
Oceanis 38	3.500	2.900	2.300

¹⁸ Πίνακας 3.17 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Ιόνιο

Ιστιοπλοϊκά			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Bavaria			
Bavaria cruiser 37	3.400	2.800	2.200
Bavaria cruiser 46	3.900	3.300	2.700
Bavaria cruiser 51	4.300	3.700	3.100
Jeanneau			
Sun Fast 3200	3.200	2.600	2.000
Sun Odyssey 349	3.300	2.700	2.100
Sun Odyssey 44 DS	3.700	3.100	2.500
Beneteau			
Oceanis 38	3.400	2.800	2.200

¹⁹ Πίνακας 3.18 - Τιμές ενοικίασης ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής για Κυκλάδες

Ιστιοπλοϊκά			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Bavaria			
Bavaria cruiser 37	3.000	2.400	1.800
Bavaria cruiser 46	3.500	2.900	2.300
Bavaria cruiser 51	3.900	3.300	2.700

Jeanneau			
Sun Fast 3200	2.800	2.200	1.600
Sun Odyssey 349	2.900	2.300	1.700
Sun Odyssey 44 DS	3.300	2.700	2.100
Beneteau			
Oceanis 38	3.000	2.400	1.800

²⁰ Πίνακας 3.19 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Πελοπόννησο – Κύθηρα

Μηχανοκίνητα			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης/ εβδομάδα σε ευρώ		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Azimut			
Azimut 50	17.000	15.000	12.000
Azimut 60	32.000	27.000	22.000

²¹ Πίνακας 3.20 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Αττική – Αργοσαρωνικό

Μηχανοκίνητα			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης/ εβδομάδα σε ευρώ		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Azimut			
Azimut 50	16.000	14.000	11.000
Azimut 60	30.000	25.000	20.000

²² Πίνακας 3.21 - Τιμές ενοικίασης μηχανοκίνητων σκαφών αναψυχής για Κυκλάδες

Μηχανοκίνητα			
Μοντέλο	Τιμή ενοικίασης/ εβδομάδα σε ευρώ		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ
Azimut			
Azimut 50	17.500	15.500	12.500
Azimut 60	34.000	29.000	24.000

Θα πρέπει τέλος να αναφερθούν οι εκπτώσεις που θα υπάρχουν για συγκεκριμένες ομάδες πελατών:

- 5% έκπτωση για τους επαναλαμβανόμενους πελάτες
- 5% έκπτωση στις εκθέσεις σκαφών

- 10% έκπτωση για έγκαιρες κρατήσεις που γίνονται μέχρι της 15 Φεβρουαρίου
- 10% έκπτωση για ναύλωση 3 εβδομάδων
- έως και 15% για ναύλωση 4 εβδομάδων ή για περισσότερο κατόπιν συμφωνίας.

3.16.3 Προώθηση

Το μείγμα προώθησης που θα χρησιμοποιηθεί, το οποίο είναι και το πιο ορατό μέρος της στρατηγικής Μάρκετινγκ, θα περιλαμβάνει:

- Διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις μέσω του τουριστικού γραφείου διοργάνωσης κρουαζιέρων.
- Διαφήμιση σε δημοφιλείς τουριστικούς ιστότοπους.
- Προώθηση του Yachting ως συμπληρωματικού τουριστικού προϊόντος στο βασικό τουριστικό προϊόν της χώρας (ήλιος-θάλασσα).
- Έντονη παρουσία σε social media (facebook, twitter κλπ).
- Διαφήμιση σε έντυπα και ηλεκτρονικά περιοδικά που αφορούν το Yachting, όπως «Θάλασσα και τουρισμός».
- Παρουσία σε ευπώλητους τουριστικούς και αεροπορικούς οδηγούς.
- Διαφημιστική παρουσία σε αεροδρόμια.
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις.
- Χορηγίες πολιτιστικών εκδηλώσεων και φεστιβάλ σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς.

3.16.4.Διανομή

Με βάση τα όσα αναφέρει ο Ν. Ηγουμενάκης (1999), διανομή ενός προϊόντος είναι το σύνολο των λειτουργιών και δραστηριοτήτων που απαιτούνται για να μεταβιβαστεί το προϊόν από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Οι δραστηριότητες της διανομής περιλαμβάνουν τη μεταφορά και την αποθήκευση των προϊόντων και των υπηρεσιών όπως και τις συναλλαγές με του πελάτες.

Η διανομή των προϊόντων θα πραγματοποιείται μέσω συγκεκριμένων ενεργειών όπως:

- Ανάλογα με την περιοχή ναυσιπλοΐας, θα προσφέρεται η δυνατότητα επιλογής σημείων ανάληψης του σκάφους, αναχώρησης του όπως και παράδοσης, άφιξης του.
- Παρουσία μέσω δημοφιλών τουριστικών ιστοσελίδων/πλατφόρμων, όπως Trip Advisor, e-PEST κ.α.
- Συνεργασία με ξενοδοχεία για τη «διοχέτευση» δυνητικών πελατών.
- Παροχή μεταφορικού μέσου από και προς το σκάφος αναψυχής.

3.17 Μεριδίο Αγοράς και πρόγραμμα πωλήσεων

²³ Πίνακας 3.22 - Εκτίμηση τιμών πώλησης ανά έτος

Προϊόντα	Τιμή μονάδος			
	Περίοδος Α	Περίοδος Β	Περίοδος Γ	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος
Bavaria cruiser 37	3.250	2.650	2.050	2.650
Bavaria cruiser 46	3.750	3.150	2.550	3.150
Bavaria cruiser 51	4.150	3.550	2.950	3.550
Sun Fast 3200	3.050	2.450	1.850	2.450
Sun Odyssey 349	3.150	2.550	1.950	2.550
Sun Odyssey 44 DS	3.550	2.950	2.350	2.950

Oceanis 38	3.250	2.650	2.050	2.650
Azimut 50	16.833	14.833	11.833	14.500
Azimut 60	32.000	27.000	22.000	27.000
Σύνολο	72.983	61.783	49.583	61.450

²⁴ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2014

Προϊόντα	2014		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	5	13.250
Bavaria cruiser 46	3.150	5	15.750
Bavaria cruiser 51	3.550	5	17.750
Sun Fast 3200	2.450	5	12.250
Sun Odyssey 349	2.550	5	12.750
Sun Odyssey 44 DS	2.950	5	14.750
Oceanis 38	2.650	5	13.250
Azimut 50	14.500	5	72.500
Azimut 60	27.000	5	135.000
Σύνολο	61.450		291.500

²⁵ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2015

Προϊόντα	2015		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	7	18.550
Bavaria cruiser 46	3.150	7	22.050
Bavaria cruiser 51	3.550	7	24.850
Sun Fast 3200	2.450	7	17.150
Sun Odyssey 349	2.550	7	17.850
Sun Odyssey 44 DS	2.950	7	20.650
Oceanis 38	2.650	7	18.550
Azimut 50	14.500	7	101.500
Azimut 60	27.000	7	189.000
Σύνολο			430.150

²⁶ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2016

Προϊόντα	2016		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	8	21.200

Bavaria cruiser 46	3.150	8	25.200
Bavaria cruiser 51	3.550	8	28.400
Sun Fast 3200	2.450	8	19.600
Sun Odyssey 349	2.550	8	20.400
Sun Odyssey 44 DS	2.950	8	23.600
Oceanis 38	2.650	8	21.200
Azimut 50	14.500	8	116.000
Azimut 60	27.000	8	216.000
Σύνολο			491.600

²⁷ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2017

Προϊόντα	2017		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	9	23.850
Bavaria cruiser 46	3.150	9	28.350
Bavaria cruiser 51	3.550	9	31.950
Sun Fast 3200	2.450	9	22.050
Sun Odyssey 349	2.550	9	22.950
Sun Odyssey 44 DS	2.950	9	26.550

Oceanis 38	2.650	9	23.850
Azimut 50	14.500	9	130.500
Azimut 60	27.000	9	243.000
Σύνολο			553.050

²⁸ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2018

Προϊόντα	2018		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	9,5	25175
Bavaria cruiser 46	3.150	9,5	29.925
Bavaria cruiser 51	3.550	9,5	33.725
Sun Fast 3200	2.450	9,5	23.275
Sun Odyssey 349	2.550	9,5	24.225
Sun Odyssey 44 DS	2.950	9,5	28.025
Oceanis 38	2.650	9,5	25.175
Azimut 50	14.500	9,5	137.750
Azimut 60	27.000	9,5	256.500
Σύνολο			583.775

²⁹ Πίνακας 3.23 - Εκτίμηση εσόδων πωλήσεων για το έτος 2019

Προϊόντα	2019		
	Μ.Ο Τιμής πώλησης ανά έτος	Ποσότητες που θα πωληθούν (σε εβδομάδες)	Έσοδα Πωλήσεων (συμπ. Φ.Π.Α)
Bavaria cruiser 37	2.650	10	26.500
Bavaria cruiser 46	3.150	10	31.500
Bavaria cruiser 51	3.550	10	35.500
Sun Fast 3200	2.450	10	24.500
Sun Odyssey 349	2.550	10	25.500
Sun Odyssey 44 DS	2.950	10	29.500
Oceanis 38	2.650	10	26.500
Azimut 50	14.500	10	145.000
Azimut 60	27.000	10	270.000
Σύνολο			614.500

Στο Κόστος Πωλήσεων έχει εκτιμηθεί :

- Το κόστος διαφήμισης
- Τα έξοδα ταξιδίων του προσωπικού

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά τα κόστη πωλήσεων για την εξαετία 2014-2019.

30 Πίνακας 3.24 - Εκτίμηση κόστους πωλήσεων για τα έτη 2014-2019

2014		2015		2016		2017		2018		2019	
Περιγραφή	Κόστος	Περιγραφή	Κόστος	Περιγραφή	Κόστος	Περιγραφή	Κόστος	Περιγραφή	Κόστος	Περιγραφή	Κόστος
Κόστος πωλήσεων		Κόστος πωλήσεων		Κόστος πωλήσεων		Κόστος πωλήσεων		Κόστος πωλήσεων		Κόστος πωλήσεων	
Διαφήμιση	9.000	8.000		7.000		6.000		5.000		5.000	
Έξοδα ταξιδίων	3.000	3.000		3.000		3.000		2.000		2.000	
Σύνολο	12.000	11.000		10.000		9.000		7.000		7.000	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και των άλλων Εφοδίων

Οι πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για τη δημιουργία μιας εταιρείας ενοικίασης σκαφών αναψυχής είναι το φρέσκο νερό, το ηλεκτρικό ρεύμα και τα καύσιμα που είναι απαραίτητα για το κάθε σκάφος που έχει στην κατοχή της. Πιο συγκεκριμένα, το φρέσκο νερό χρησιμοποιείται κυρίως για τις ανάγκες των επιβατών του εκάστοτε σκάφους τόσο στις μαρίνες ελλιμενισμού όσο και όταν το σκάφος είναι εν πλω. Επίσης, το ηλεκτρικό ρεύμα χρησιμοποιείται κυρίως όταν το σκάφος είναι αγκυροβολημένο και η παροχή του γίνεται από τις μαρίνες. Τέλος, τα καύσιμα είναι η κύρια πρώτη ύλη για τη λειτουργία και κίνηση των μηχανοκίνητων σκαφών αλλά και των ιστιοπλοϊκών όταν κρίνεται απαραίτητο.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται λεπτομερώς οι ανάγκες για καύσιμα και φρέσκο νερό για καθένα από τα σκάφη της εταιρείας.

³¹ Πίνακας 4.1 - Χωρητικότητα καυσίμων και νερού των δεξαμενών του κάθε σκάφους

Μοντέλο	Fuel capacity	Water capacity
Ιστιοπλοϊκά		
Bavaria		
Bavaria cruiser 37	150 L	210 L
Bavaria cruiser 46	210 L	360 L
Bavaria cruiser 51	280 L	560 L
Jeanneau		
Sun Fast 3200	75 L	80 L
Sun Odyssey 349	130L	206L
Sun Odyssey 44 DS	200 L	330 L
Beneteau		
Oceanis 38	130 L	330 L

Μηχανοκίνητα		
Azimut		
Azimut 50	2.200 L	590 L
Azimut 60	2.800 L	630 L

4.2 Επιλογή και τρόπος προσδιορισμού των Πρώτων Υλών και των άλλων Εφοδίων

Στο σημείο αυτό γίνεται η παραδοχή ότι για το σύνολο των ιστιοπλοϊκών και των μηχανοκίνητων σκαφών του στόλου θα γεμίζουν οι δεξαμενές τους με πετρέλαιο κίνησης δύο φορές το χρόνο. Αυτή η παραδοχή γίνεται διότι θα προβλέπεται από το ναυλοσύμφωνο ότι το κάθε σκάφος θα παραδίδεται στον πελάτη με γεμάτες τις δεξαμενές πετρελαίου και θα επιστρέφεται επίσης με γεμάτες τις δεξαμενές του, σύμφωνα με τη συνήθη πρακτική των ομοειδών επιχειρήσεων τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Ο λόγος που γίνεται η προαναφερθείσα παραδοχή είναι ότι υποθέτουμε ότι λόγω της ευελιξίας που παρέχεται στους πελάτες ως προς τα σημεία παράδοσης/παραλαβής ίσως χρειαστεί μία φορά το χρόνο (στο τέλος της θερινής περιόδου πιθανότατα) να επιστρέψουν τα εν λόγω σκάφη στην Αττική με έξοδα της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της διεθνούς αγοράς η τιμή του πετρελαίου και των παραγώγων του έχει πέσει αισθητά το τελευταίο εξάμηνο και κυμαίνεται γύρω στα 80 δολάρια το βαρέλι με σαφή οφέλη για τις καταναλώτριες χώρες, ιδίως την Ευρώπη και τη ΝΑ Ασία. Αυτή η κατακόρυφη πτώση της τιμής του πετρελαίου προσφέρει βαθιά ανάσα και στις ακτοπλοϊκές εταιρείες.

Επιπρόσθετα, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι εταιρείες των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής έχουν τη δυνατότητα να προμηθεύονται τα καύσιμα για τα σκάφη τους αφορολόγητα έχοντας στην κατοχή τους ειδική άδεια για κάθε σκάφος. Έτσι, όσον αφορά την προμήθεια καυσίμων για τα μηχανοκίνητα σκάφη, που απαιτούν μεγάλες ποσότητες, αυτή γίνεται αφορολόγητα με την έκδοση της ειδικής άδειας που προαναφέρθηκε και η τιμή τους ανέρχεται στα 700 ευρώ/κυβικό μέτρο. Όσον αφορά τα ιστιοπλοϊκά σκάφη, επειδή οι ανάγκες του για καύσιμα είναι πολύ λιγότερες από αυτές των μηχανοκίνητων και επειδή η έκδοση της προαναφερθείσας άδειας για

προμήθεια αφορολόγητων καυσίμων έχει μεγάλο κόστος, οι εταιρείες ενοικίασης σκαφών αναψυχής εφοδιάζουν τα ιστιοπλοϊκά τους με diesel κίνησης του οποίου η τιμή μαζί με το φόρο κυμαίνεται στα 1.280 ευρώ/κυβικό μέτρο. Επίσης, η τιμή των καυσίμων εξαρτάται και από την περιοχή παράδοσης όπως επίσης και από την ποσότητα τους. Πρέπει τέλος να αναφέρουμε ότι οι τιμές που προαναφέρθηκαν αλλάζουν και δεν είναι σταθερές, αλλά για τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή που γίνεται η συγγραφή της παρούσας μελέτης διαμορφώνονται ως άνωθεν.

Σε ό,τι αφορά τις ανάγκες για παροχή νερού γίνεται η παραδοχή ότι οι δεξαμενές των σκαφών θα γεμίζουν κατά μέσο όρο τέσσερις φορές το χρόνο από την εταιρεία, όταν τα σκάφη θα βρίσκονται ελλιμενισμένα στη μαρίνα του Αλίμου, στην οποία η χρέωση του νερού είναι 5,2 ευρώ/κυβικό μέτρο.

Τέλος, όσον αφορά την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος στα σκάφη, αυτή γίνεται κυρίως μέσω των γεννητριών τους όταν είναι εν πλω και μέσω της μαρίνας όταν βρίσκονται ελλιμενισμένα. Σύμφωνα με την μαρίνα Αλίμου η χρέωση του ηλεκτρικού ρεύματος είναι 0,15 ευρώ/κιλοβατώρα.

4.3 Μάρκετινγκ Προμηθειών

Οι βασικοί στόχοι του μάρκετινγκ προμηθειών είναι η ελαχιστοποίηση του κόστους, που πραγματοποιείται μεταξύ άλλων με την επιλογή κατάλληλων προμηθευτών και με παραγγελίες σωστού όγκου και συχνότητας, η ελαχιστοποίηση του κινδύνου και η αξιοπιστία των προμηθευτών όσον αφορά τις ποσότητες, τις ποιότητες, τις ημερομηνίες παραδόσεως και τις τιμές και τέλος η καλλιέργεια αποδοτικών σχέσεων με τους προμηθευτές, το οποίο μακροπρόθεσμα μπορεί να είναι πλεονεκτικό στην ανάπτυξη σχέσεως εμπιστοσύνης. Συμπερασματικά, το μάρκετινγκ προμηθειών έχει σημαντική επίπτωση στη χρηματοοικονομική εφικτότητα ενός επενδυτικού σχεδίου, επομένως είναι ζωτικός παράγοντας επιτυχίας.

Όσον αφορά τη συγκεκριμένη επιχείρηση, το πρόγραμμα προμηθειών σχετίζεται με όλες τις κατηγορίες των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων που αναφέρθηκαν παραπάνω. Έτσι, θα πρέπει να αποτυπώνει τους προμηθευτές, την ποσότητα και την ποιότητα των πρώτων υλών, τους τρόπους παράδοσης και μεταφοράς και την εκτίμηση του κινδύνου. Η μεταφορά των πρώτων υλών περιορίζεται, στη μεταφορά των καυσίμων, η οποία θα γίνεται από την εταιρεία προμήθειάς τους. Όσο για την

προμήθεια του νερού και του ηλεκτρικού ρεύματος αυτή θα γίνεται από τη μαρίνα Αλίμου, η οποία θα είναι και ο τόπος ελλιμενισμού των σκαφών της εταιρείας.

Συμπερασματικά, τα υλικά που εμπíπτουν στην εν λόγω κατηγορία τεκμαίρεται ότι είναι ιδιαίτεως ομογενοποιημένα, χωρίς να υπάρχει καμία ουσιαστική διαφορά στην ποιότητά τους που να σχετίζεται με τον προμηθευτή τους. Για τους λόγους αυτούς θεωρείται ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση δε χρήζει απόμου αποκλειστικά υπεύθυνου για το Πρόγραμμα Προμηθειών, ενώ και το Μάρκετινγκ Προμηθειών είναι περιορισμένων απαιτήσεων.

4.3.1 Επιλογή προμηθευτών

Έχει αναπτυχθεί μια σειρά κριτηρίων που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία επιλογής προμηθευτή, μερικά από τα οποία είναι τα εξής:

- Οι παραγγελίες εκτελούνται στην ώρα τους, στην ποιότητα και την ποσότητα που έχουν συμφωνηθεί. Αυτό συντηρεί τη σταθερή πορεία των παραγωγικών λειτουργιών του οργανισμού που προμηθεύεται τα υλικά.
- Σωστή τιμολόγηση
- Ικανότητα να αντιδρά σε απρόβλεπτες αλλαγές, όπως μια αύξηση ή μια μείωση της ζήτησης, της ποιότητας, των προδιαγραφών ή των χρονοπρογραμμάτων των παραδόσεων, που παρουσιάζονται συχνά στις λειτουργίες.
- Συνεχής βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών.

Στην προκειμένη περίπτωση, όπως προαναφέρθηκε, η επιλογή προμηθευτή αποτελεί ήσσονος σημασίας ζήτημα, αφού οι πρώτες ύλες, που είναι απαραίτητες για την επιχείρηση, δεν διαφοροποιούνται ιδιαίτερα από προμηθευτή σε προμηθευτή. Έτσι, η επιλογή της μαρίνας Αλίμου ως προμηθευτή φρέσκου νερού και ηλεκτρικού ρεύματος έγινε βάσει στρατηγικών επιλογών της επιχείρησης που δε σχετίζονται άμεσα με την προμήθεια των παραπάνω πρώτων υλών και εφοδίων.

Τέλος, τα απαιτούμενα καύσιμα των σκαφών, θα προμηθεύονται από συγκεκριμένα πρατήρια, πλησίον της μαρίνας. Έτσι, θα επιλεγεί ένα από αυτά ως βασικός προμηθευτής καυσίμων χωρίς να είναι και αποκλειστικός, καθώς είναι γνωστό ότι οι τιμές των καυσίμων υπόκεινται σε περιοδικές αυξομειώσεις και θα επιλέγεται κάθε φορά το πρατήριο με την οικονομικότερη προσφορά. Κάποιες από τις εταιρείες προμήθειας καυσίμων για σκάφη είναι η Revoil, η Shell, η EKO, και η BP.

Τέλος, η μαρίνα Αλίμου έχει επιλεγεί ως ο τόπος ελλιμενισμού των σκαφών της επιχείρησης, ενώ θα είναι και ο προμηθευτής των υπηρεσιών συντήρησης των σκαφών, καθώς όπως θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης, θεωρείται ότι παρέχει τις υπηρεσίες με την καλύτερη δυνατή σχέση ποιότητας-τιμής (value for money).

4.4 Υπολογισμός του κόστους Πρώτων Υλών και Λοιπών εφοδίων

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας με το κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων της εταιρείας για το πρώτο έτος λειτουργίας της με όλες τις παραδοχές που έγιναν σε προηγούμενη ενότητα του κεφαλαίου και ο πίνακας του κόστους των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων για το χρονικό διάστημα 2015-2019 λαμβάνοντας υπόψη τις αναμενόμενες αναπροσαρμογές στην τιμή χρέωσης των σχετικών πρώτων υλών και εφοδίων κατά την προσεχή πενταετία.

³² Πίνακας 4.2 - Κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (2014)

Μοντέλο	Κόστος καυσίμων σε ευρώ	Χρέωση ρεύματος σε ευρώ	Κόστος νερού σε ευρώ
Ιστιοπλοϊκά			
Bavaria			
Bavaria cruiser 37	384	216	4,4
Bavaria cruiser 46	538	216	7,4
Bavaria cruiser 51	716	216	11,6
Jeanneau			
Sun Fast 3200	192	216	1,6
Sun Odyssey 349	332	216	4,2
Sun Odyssey 44 DS	512	216	6,8
Beneteau			
Oceanis 38	332	216	6,8
Μηχανοκίνητα			

Azimut			
Azimut 50	3.080	216	12,2
Azimut 60	3.920	216	13
Σύνολο	10.006	1.944	68

Τέλος, στις πρώτες ύλες και στα άλλα εφόδια περιλαμβάνονται και τα έξοδα για τη γραφική ύλη του γραφείου τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα.

³³ Πίνακας 4.3 - Κόστος γραφικής ύλης γραφείου σε ευρώ

Περιγραφή	Προμηθευτής	Κόστος σε ευρώ
Αναλώσιμα (Προμήθειες γραφείου, Αρχαιοθέτηση, Ταχυδρόμηση, Μελανοταινίες)	Πλαίσιο	150

³⁴ Πίνακας 4.4 - Κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων για το χρονικό διάστημα 2015-2019

Περιγραφή	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Κόστος καυσίμων σε ευρώ (μείωση 1%/έτος)	10.006	9.906	8.915	8.024	7.222	7.150
Χρέωση ρεύματος σε ευρώ (αύξηση 0,8%/έτος)	1.944	1960	1.976	1.992	2.008	2.024
Κόστος νερού σε ευρώ (αύξηση 0,8%/έτος)	68	68,5	69	69,6	70,4	71
Σύνολο	12.018	11.934,5	10.960	10.085,6	9.300,4	9.245

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 Περιγραφή των σκαφών του στόλου

Είναι αυτονόητο ότι το πιο σημαντικό περιουσιακό στοιχείο μιας επιχείρησης ενοικίασης σκαφών, αλλά συγχρόνως και ο βασικός της μηχανολογικός εξοπλισμός είναι τα σκάφη που αποτελούν το στόλο της. Ο στόλος μίας τέτοιας επιχείρησης δύναται να αποτελέσει ένα σαφές σημείο υπεροχής της έναντι των ανταγωνιστών της και τα σκάφη που θα απαρτίζουν το στόλο της έχουν επιλεγεί με αυτό ακριβώς το σκεπτικό. Ο κατασκευαστής παρέχει ένα ισχυρό και αναγνωρίσιμο brand, με δεδομένη εγγύηση ποιότητας των χρησιμοποιούμενων υλικών, ασφάλειας, ιδανικής συμπεριφοράς του σκάφους κατά την πλεύση, εργονομικού σχεδιασμού και κομψότητας.

Τα σκάφη της υπό μελέτη εταιρείας αποτελούνται από επτά ιστιοπλοϊκά και δύο μηχανοκίνητα. Ο λόγος που το μεγαλύτερο ποσοστό των σκαφών της θα είναι ιστιοπλοϊκά, έγκειται στο γεγονός ότι σύμφωνα με το σχέδιο Μάρκετινγκ που έχει αναπτυχθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, η κύρια ομάδα-στόχος που θα εστιαστεί η εταιρεία είναι Ευρωπαίοι τουρίστες που εστιάζονται στην απόλαυση της ζωής, ηλικίας 25-34 ετών και επιλέγουν κατά κύριο λόγο ιστιοπλοϊκά σκάφη.

Όσον αφορά τα μηχανοκίνητα σκάφη της εταιρείας, αυτά θα απευθύνονται στην αμέσως επόμενη ομάδα - στόχο της που είναι τουρίστες των Η.Π.Α και κάποιοι Ευρωπαίοι, ηλικίας 35-45 ετών, που τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που αγοράζουν και χρησιμοποιούν είναι αυτά που υποδηλώνουν επιτυχία, κοινωνική αναγνώριση, και θαυμασμό από τους άλλους. Έτσι, τα μηχανοκίνητα σκάφη έχουν επιλεγεί με γνώμονα την πολυτέλεια και το κύρος που θα προσδώσουν στον τουρίστα.

Στους κάτωθι πίνακες παρουσιάζονται τα κύρια χαρακτηριστικά των σκαφών της εταιρείας.

³⁵ Πίνακας 5.1 - Χαρακτηριστικά ιστιοπλοϊκών σκαφών

Ιστιοπλοϊκά					
Μοντέλο	Έτος κατασκευής	Τιμή αγοράς σε ευρώ	Καινούριο/ μεταχειρισμένο	Αριθμός καμπίνων	Μήκος σε μέτρα
Bavaria					

Bavaria cruiser 37	2014	91.900	K	2	11,5
Bavaria cruiser 46	2014	160.000	K	3	14,27
Bavaria cruiser 51	2014	260.000	K	4	16,75
Jeanneau					
Sun Fast 3200	2014	79.100	K	2	10,1
Sun Odyssey 349	2014	78.180	K	2-3	10,34
Sun Odyssey 44 DS	2014	179.000	K	3	13,42
Beneteau					
Oceanis 38	2014	110.000	K	3	11,59

³⁶ Πίνακας 5.2 - Χαρακτηριστικά μηχανοκίνητων σκαφών

Μηχανοκίνητα					
Μοντέλο	Έτος κατασκευής	Τιμή αγοράς σε ευρώ	Καινούριο/ μεταχειρισμένο	Αριθμός καμπίνων	Μήκος σε μέτρα
Azimut					
Azimut 50	2014	1.100.00	K	3	15,25
Azimut 60	2014	1.700.00	K	3	18,3

5.2 Τεχνικά – Μηχανολογικά χαρακτηριστικά των σκαφών

1. Bavaria cruiser 37

Το συγκεκριμένο σκάφος αποτελεί ένα εξαιρετικά γρήγορο γιοτ πλεύσης με εξαιρετικά μεγάλο χώρο κάτω από το κατάστρωμα. Μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και τέσσερα άτομα και πίσω από το ευρύχωρο κρεβάτι κρύβεται ένα ντουλάπι αποθήκευσης στο μέγεθος ενός μικρού γκαράζ. Κατά τη διαδικασία πλαστικοποίησης χρησιμοποιούνται ισοφθαλικό οξύ (IPA) και ρητίνες στα εξωτερικά στρώματα, τα οποία εξασφαλίζουν ότι ο σκελετός του CRUISER 37 είναι της υψηλότερης ποιότητας. Επίσης, προσφέρουν αποτελεσματική προστασία κατά της όσμωσης και

έτσι εξασφαλίζουν τη μακροζωία του εν λόγω σκάφους. Ο σκελετός και το κατάστρωμα του CRUISER 37 σχηματίζεται από την κατασκευή τύπου «σάντουιτς» με ένθετα αφρού και το κατάστρωμα είναι ενισχυμένο με φύλλα αλουμινίου. Λίγο πριν από το τέλος της κατασκευής, το κατάστρωμα και ο σκελετός βιδώνονται και συγκολλούνται μεταξύ τους για σταθερότητα και μεγάλη διάρκεια ζωής.

Οι διαχειριστές της εταιρείας BAVARIA συνεργάστηκαν με τους σχεδιαστές από την αμερικανική εταιρεία Farr Yacht Design για την ανάπτυξη ενός εξαιρετικά ισχυρού πανιού και μια βέλτιστη ρύθμιση όλων των εξαρτημάτων για το CRUISER 37, το οποίο κάθε ιδιοκτήτης μπορεί να το προσαρμόσει στο προσωπικό του στυλ. Οι θέσεις των φύλλων του πλώριου πανιού είναι τοποθετημένες βαθιά μέσα στη δομή του, προκειμένου να διασφαλιστεί η καλύτερη δυνατή γωνία προς τον άνεμο. Τα πανιά του CRUISER 37 είναι Eivström από τη Δανία και έχουν αναπτυχθεί ειδικά για να καλύψουν τις απαιτήσεις της BAVARIA. Τέλος, υπάρχει δυνατότητα επιλογής διαφορετικών πανιών: από πανιά Dacron μέχρι πανιά κατασκευασμένα από την υψηλής απόδοσης μεμβράνη EPEX, ανάλογα με τις προσωπικές ανάγκες και το στυλ ιστιοπλοΐας των πελατών. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 11,3 μέτρα, το βύθισμά του που είναι 1,95 μέτρα, ο κινητήρας είναι Volvo Penta-Saildrive D1-20 και η ισχύς του 14 kW, το ύψος του καταρτιού του φτάνει τα 16,82 μέτρα και ανήκει στην κατηγορία CE A.

2. Bavaria cruiser 46

Το συγκεκριμένο ιστιοπλοϊκό προσφέρει χώρο, άνεση και ευκολία στο χειρισμό του. Χαρακτηρίζεται από ισορροπημένη ιστιοπλοΐα και ελιγμούς καθώς επίσης και εντυπωσιακές δυνατότητες ταχύτητας. Οι διπλές λεπίδες του πηδαλίου κάνουν το CRUISER 46 προσαρμόσιμο σε όλες τις συνθήκες ανέμου. Επίσης, διαθέτει μέσα πλοήγησης νέας γενιάς, όπως χρήση ασύρματου Internet στο tablet για καλύτερη οργάνωση του ταξιδιού. Διαθέτει τρεις καμπίνες, όπου μέσα από ένα έξυπνο και ευέλικτο διάφραγμα στην πλώρη, η άνετη καμπίνα master (κύρια καμπίνα) μπορεί να μετατραπεί σε δύο ευρύχωρες καμπίνες.

Κάθε κομμάτι του εξοπλισμού έχει τη σωστή θέση του στο κατάστρωμα με ακρίβεια χιλιοστού η κατασκευή του οποίου γίνεται με φύλλα αλουμινίου σε απανωτές στρώσεις τύπου «σάντουιτς» και δίνει άνω του μέσου όρου σταθερότητα σε αυτό το σκάφος. Τέλος, τα συστήματα ελέγχου TRIM και DOCK έχουν ως στόχο να πλεύσει ένα σκάφος αυτού του μεγέθους με ένα μικρό πλήρωμα και να είναι σε θέση να ελίσσεται με ασφάλεια σε κάθε θέση ελλιμενισμού στο λιμάνι. Το σύστημα TRIM CONTROL βασίζεται σε ισχυρά ηλεκτρικά βαρούλκα τα οποία σφίγγουν τα πανιά

προσφέροντας μεγαλύτερη ευκολία και ασφάλεια. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 14,27 μέτρα, το βύθισμά του που είναι 2,1 μέτρα, ο κινητήρας είναι Volvo Penta-Saildrive D2-55 και η ισχύς του 41 kW , το ύψος του καταρτιού του φτάνει τα 20,75 μέτρα και ανήκει στην κατηγορία CE A.

3. Bavaria cruiser 51

Το CRUISER 51 είναι ένα σκάφος που μπορεί να φιλοξενήσει έως οχτώ άτομα στην έκδοση των τεσσάρων καμπίνων. Η άνεση και η βέλτιστη απόδοση στην ιστιοπλοΐα το καθιστούν ένα από τα πιο δημοφιλή ιδιόκτητα σκάφη αναψυχής στον κόσμο. Έχει σχεδιαστεί στο διάσημο γραφείο σχεδιασμού του Farr Yacht Design στην Αννάπολη γεγονός που του προσφέρει δυναμικό υψηλής ταχύτητας, διατηρώντας παράλληλα την ασφαλέστερη δυνατή ιστιοπλοΐα. Επίσης, οι αρχιτέκτονες, Design Unlimited UK, έχουν διασφαλίσει τον εργονομικό του σχεδιασμό έτσι ώστε κάθε σπιθαμή του χώρου να προσφέρει την καλύτερη δυνατή χρήση.

Το CRUISER 51 διαθέτει ένα ευρύχωρο πιλοτήριο, με άνετα καθίσματα και εργονομία που αποτέλεσε την κορυφή της ατζέντας των σχεδιαστών. Ενώ ο πηδαλιούχος διατηρεί το CRUISER 51 στην πορεία με τη βέλτιστη δυνατή προβολή του καταστρώματος, το πλήρωμα μπορεί να απολαύσει την κρουαζιέρα από το πρόσφατα σχεδιασμένο «τραπέζι» του πιλοτηρίου με τα μεγάλα πλαϊνά φτερά του. Κατά τη διάρκεια της ιστιοπλοΐας, οτιδήποτε δε χρειάζεται, αποθηκεύεται στα μεγάλα και ευρύχωρα ντουλάπια και τον αποθηκευτικό χώρο κάτω από το δάπεδο του θαλάμου διακυβέρνησης. Το είδος του ξύλου που μπορεί να επιλέξει ο πελάτης για το συγκεκριμένο σκάφος ποικίλει και μπορεί να είναι μασόνι, δρυς, καρυδιά ή καστανιά.

Τέλος, η καμπίνα του ιδιοκτήτη αποτελεί μια πολυτελή σουίτα αφού διαθέτει ξεχωριστή καμπίνα ντους, ένα δωμάτιο-ντουλάπα, ένα ξεχωριστό γραφείο και ένα μεγάλο διπλό κρεβάτι. Οι δύο καμπίνες επισκεπτών είναι εξίσου πολυτελείς αφού διαθέτουν και ένα σύστημα ευέλικτου διαχωριστικού που καθιστά δυνατή τη μετατροπή τους σε δύο καμπίνες. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 14,99 μέτρα, το βύθισμά του που είναι 2,25 μέτρα, ο κινητήρας είναι Volvo Penta Saildrive D2-75 και η ισχύς του 55 kW , το ύψος του καταρτιού του φτάνει τα 23,35 μέτρα και ανήκει στην κατηγορία CE A.

4. Sun Fast 3200

Σχεδιασμένο από τον Daniel Andrieu, το συγκεκριμένο σκάφος παρέχει έναν συνδυασμό ταχύτητας και διασκέδασης. Έχει κατασκευαστεί χρησιμοποιώντας την τελευταία λέξη της τεχνολογίας για να εξασφαλίσει τις καλύτερες αναλογίες αντοχής – βάρους και είναι μοναδικά προσαρμοσμένο για μεγάλες επιδόσεις πλεύσης. Το Sun Fast 3200 έχει όλα τα απαραίτητα στοιχεία για μία ευχάριστη διαμονή. Πιο συγκεκριμένα, μια κουζίνα, ένα τραπέζι και δύο διπλές καμπίνες προσφέρουν άνεση που δεν συναντάται συχνά στα σκάφη αυτής της κατηγορίας. Τέλος, ο τεχνικός εξοπλισμός του έχει σχεδιαστεί με πρωταρχικό στόχο τη λειτουργικότητα και την αξιοπιστία. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 10,1 μέτρα, η ισχύς του κινητήρα του είναι 11 kW , το συνολικό εμβαδό των ιστίων είναι 59,9 m² και ανήκει στην κατηγορία CE A6.

5. Sun Odyssey 349

Σχεδιασμένο από τον Marc Lombard το Sun Odyssey 349 είναι ο τέλειος συνδυασμός απόδοσης, άνεσης και ασφάλειας στη θάλασσα. Σαγηνεύει με τις καθαρές γραμμές, το καλοσχεδιασμένο εσωτερικό του και το τελευταίας τεχνολογίας πιλοτήριο προσφέροντας πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων του. Είναι ιδανικό για αποδράσεις από την καθημερινή ρουτίνα έχοντας μαζί όλη την οικογένεια. Διαθέτει δύο ή τρεις καμπίνες, ένα ευρύχωρο σαλόνι, ένα πολύ λειτουργικό μαγειρείο και υψηλής ποιότητας ξύλινες εμφάσεις και καλά φωτισμένο εσωτερικό. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 10,34 μέτρα, η ισχύς του κινητήρα του είναι 15 kW , το συνολικό εμβαδό των ιστίων είναι 55,3 m² και ανήκει στην κατηγορία CE A6.

6. Sun Odyssey 44 DS

Ο σκελετός του συγκεκριμένου σκάφους είναι σχεδιασμένος από τον Philippe Briand και το κατάστρωμα και το εσωτερικό του από τον Franck Darnet & Flahault. Πρόκειται για ένα σκάφος εξαιρετικά άνετο που διαθέτει εκτός των άλλων και ειδικό χώρο εξυπηρέτησης A.M.E.A. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 13,34 μέτρα, η ισχύς του κινητήρα του είναι 40 kW , το συνολικό εμβαδό των ιστίων είναι 81,5 m² και ανήκει στην κατηγορία CE A8 / B10 / C12.

7. Oceanis 38

Το Oceanis 38 προσαρμόζεται σε τρεις κόσμους και εξελίσσεται ανάλογα με τις ανάγκες, τις επιθυμίες, και τον τρόπο ζωής του ταξιδιώτη. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για πολυήμερες κρουαζιέρες, για μονοήμερες αποδράσεις είτε οικογενειακά είτε με φίλους και για άθληση στη θάλασσα. Έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να αφήνει στον ιδιοκτήτη την επιλογή της διάταξης και να μπορεί να προσαρμοστεί στα στάδια της ζωής μέσα από την πρόσθεση και την αφαίρεση στοιχείων. Τέλος, το σκάφος αυτό έχει βραβευτεί ως το καλύτερο σκάφος κόσμου στην κατηγορία του και ως το καλύτερο ευρωπαϊκό σκάφος για το έτος 2014, ενώ έχει λάβει και βραβείο καινοτομίας για το ίδιο έτος από το διεθνή φορέα NMMA. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 11,5 μέτρα, η ισχύς του κινητήρα του είναι 30 CV - 30 HP και ανήκει στην κατηγορία CE A8 / B9 / C10.

8. Azimut 50

Αποτελεί ένα καινούριο σκάφος της εταιρείας Azimut και είναι σχεδιασμένο από τον Stefano Righini. Μερικά από τα χαρακτηριστικά του είναι το ενιαίο εντυπωσιακά μεγάλο παράθυρο - καθρέφτης και τα κάθετα παράθυρα στο κατάστρωμα. Οι εξωτερικοί χώροι περιλαμβάνουν ένα μεγάλο πιλοτήριο και μία τεράστια γέφυρα πλοήγησης με συνολικό εμβαδό 17,5 m² που το καθιστά ένα από τα μεγαλύτερα σκάφη στην κατηγορία του.

Όσον αφορά τους εσωτερικούς χώρους, αυτοί είναι σχεδιασμένοι από τον Carlo Galeazzi και περιλαμβάνουν ένα σαλόνι, τραπεζαρία με χώρο χαλάρωσης, κουζίνα κάτω από το κατάστρωμα, και λόμπι που οδηγεί στις καμπίνες. Η καμπίνα είναι στο μέσο του πλοίου και η καμπίνα VIP είναι προς την πλώρη. Υπάρχει επίσης χώρος και για μία τρίτη καμπίνα με δύο κρεβάτια. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν το ολικό του μήκος που είναι 15,88 μέτρα, οι δύο κινητήρες 670 MHP (493 kW) Volvo D11, η μέγιστη ταχύτητα που είναι 32 kn και ο κυβισμός του (σε πλήρες φορτίο) που είναι 24,85 t.

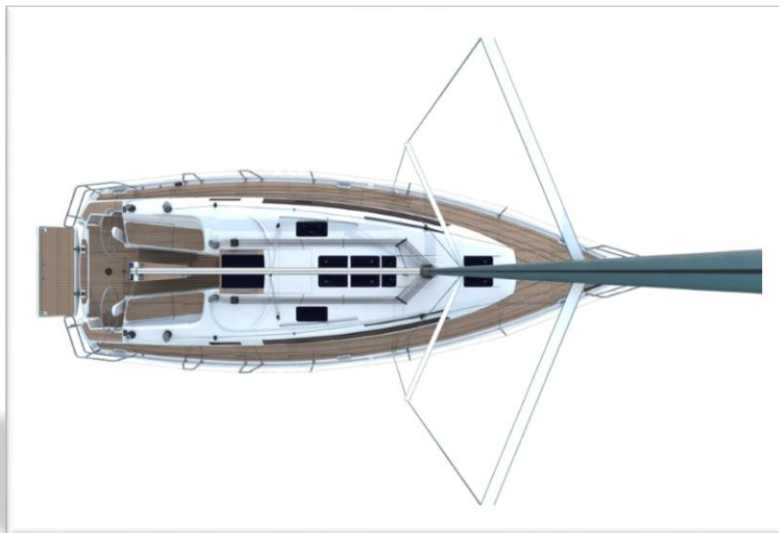
9. Azimut 60

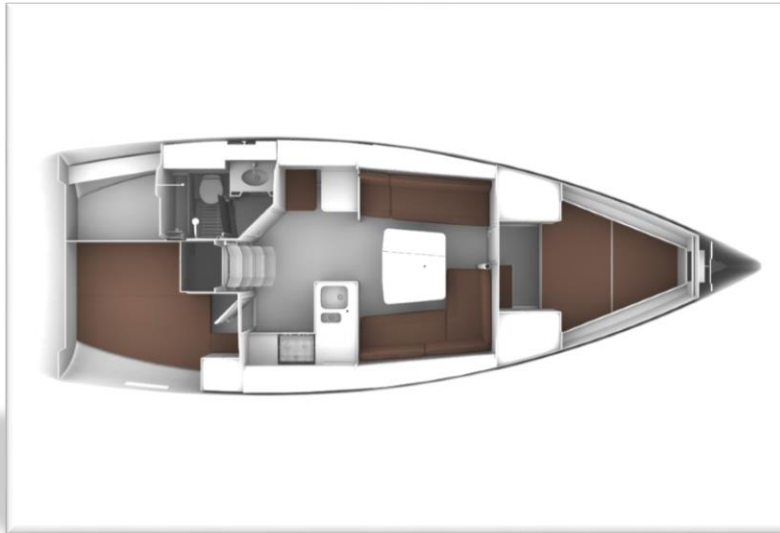
Σχεδιασμένο από τον Stefano Righini, το Azimut 60 ταιριάζει στην ανάγκη για την άνεση, την επιθυμία για ανοιχτούς χώρους και την ανάγκη για φως. Σε αυτό το γιοτ των 20 μέτρων, οι ταξιδιώτες μπορούν να κινούνται ελεύθερα, σε μια όαση της ιδιωτικής ζωής. Ως επιπλέον τεχνικά χαρακτηριστικά μπορούν να αναφερθούν, οι

δύο κινητήρες 800 MHP (588 kW) MAN R6, η μέγιστη ταχύτητα που είναι 32 κν και ο κυβισμός του (σε πλήρες φορτίο) που είναι 28,8 t.

5.3 Μηχανολογικά σχέδια των σκαφών (Layouts)

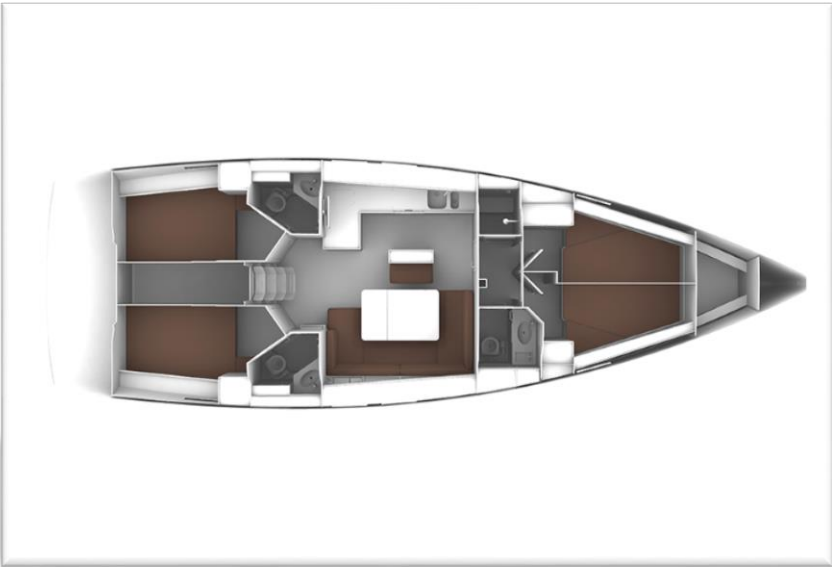
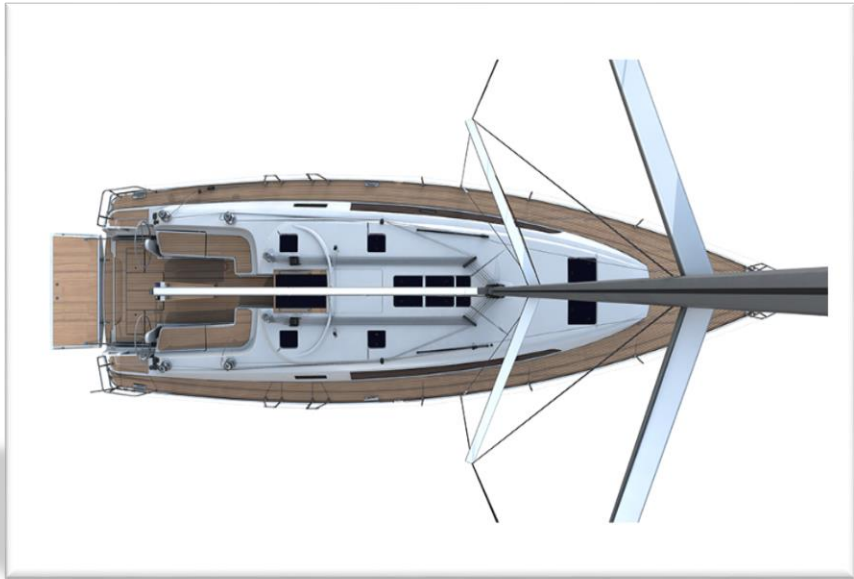
1. Bavaria cruiser 37



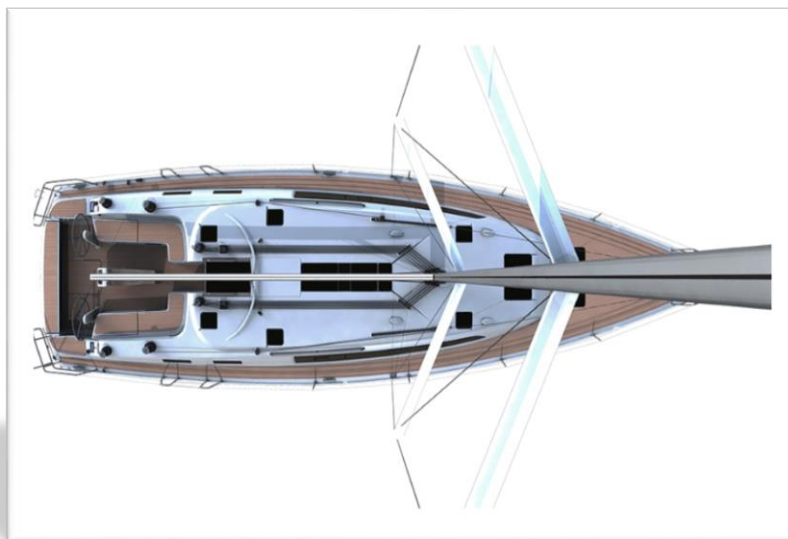


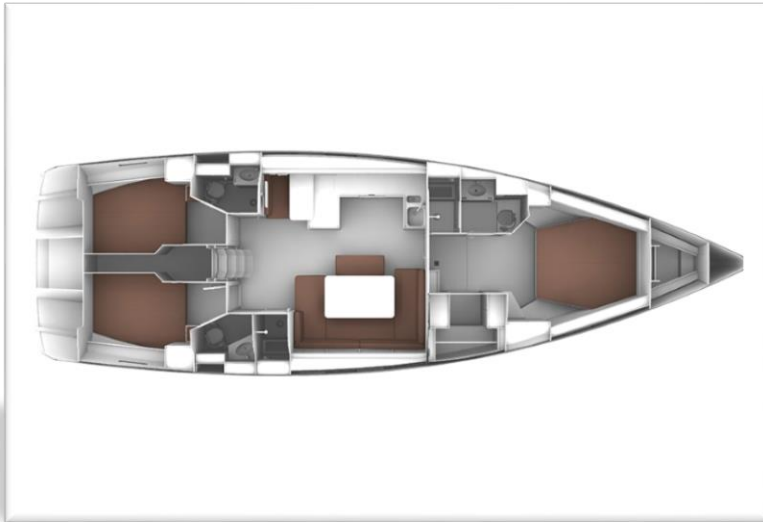
2. Bavaria cruiser 46



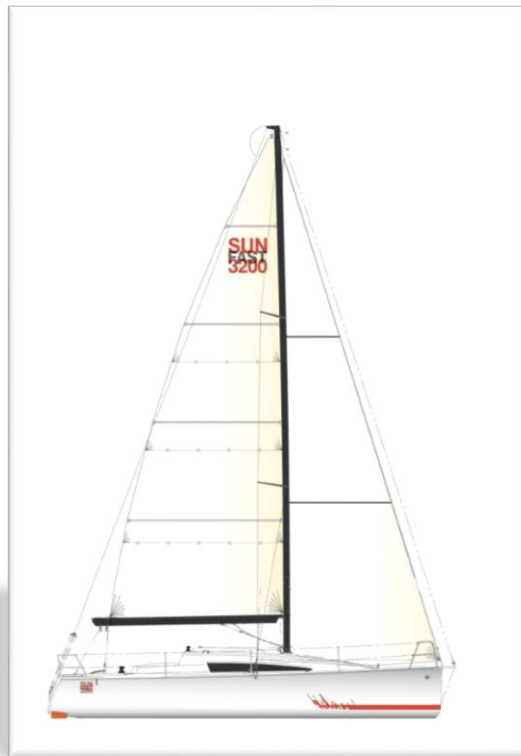


3. Bavaria cruiser 51





4. Sun Fast 3200





5. Sun Odyssey 349





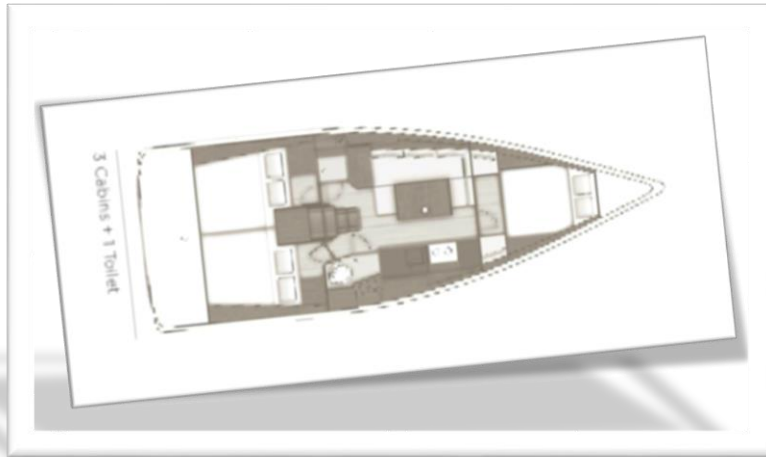
6. Sun Odyssey 44 DS





- 7. Oceanis 38 (Elected in the "Family cruiser" category 2014, Sail Best Boats elected 2014, Winner in its category 2014, NMMA Innovation Awards Winner 2014)**





8. Azimut 50



9. Azimut 60



5.4 Κόστος συντήρησης σκαφών αναψυχής

Σύμφωνα με έρευνα του Ναυτικού Επιμελητηρίου Ελλάδος το κόστος συντήρησης των επαγγελματικών σκαφών αναψυχής εξαρτάται κυρίως από τον τύπο του σκάφους (ιστιοπλοϊκό, μηχανοκίνητο), τα μέτρα του σκάφους, τη διάρκεια χρήσης του ανά έτος και το έτος κατασκευής του. Ωστόσο, σύμφωνα με τις παραδοχές που έχουν γίνει παραπάνω, τα σκάφη της εταιρείας είναι όλα καινούρια και η χρήση τους είναι αντίστοιχη των υπόλοιπων ομοειδών εταιρειών. Γι' αυτό το λόγο, αυτό που κυρίως επηρεάζει το κόστος συντήρησής τους είναι το μήκος τους. Επίσης, σύμφωνα με την ίδια έρευνα του Ναυτικού Επιμελητηρίου το κόστος συντήρησης των ιστιοπλοϊκών σκαφών αναψυχής δίνεται από τον τύπο: $\psi=8.0802 \cdot \chi^2 + 804,31 \cdot \chi -$

9569,3 , με $R^2= 0,4238$, όπου $\psi=$ το κόστος συντήρησης των ιστιοφόρων σκαφών και $\chi=$ το μήκος των σκαφών σε μέτρα. Αντίστοιχα το κόστος συντήρησης των μηχανοκίνητων σκαφών δίνεται από τον τύπο: $\psi= 69,021*\chi^2 - 1239,8*\chi + 6045,1$ με $R^2= 0.7347$, όπου $\psi=$ το κόστος συντήρησης των μηχανοκίνητων σκαφών και $\chi=$ το μήκος των σκαφών σε μέτρα.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα κόστη συντήρησης για κάθε ένα από τα σκάφη της υπό μελέτη εταιρείας με βάση τα παραπάνω δεδομένα. Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας, 2014, δεν υπολογίζεται κόστος συντήρησης, καθώς τα σκάφη που έχουν αγοραστεί είναι καινούρια. Έτσι υπολογίζεται το κόστος συντήρησης για το έτος 2015.

³⁷ Πίνακας 5.3 - Κόστος συντήρησης των σκαφών για το έτος 2015

Μοντέλο	Μήκος σε μέτρα	Ετήσιο κόστος σε ευρώ
Bavaria cruiser 37	11,5	750
Bavaria cruiser 46	14,27	935
Bavaria cruiser 51	16,75	1.100
Sun Fast 3200	10,1	660
Sun Odyssey 349	10,34	680
Sun Odyssey 44 DS	13,42	875
Oceanis 38	11,59	750
Azimut 50	15,25	6.500
Azimut 60	18,3	5.400

Σύνολο		17.650
---------------	--	---------------

Τέλος, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι προβλέψεις για τα κόστη συντήρησης των σκαφών για την πενταετία 2015-2019 με μία αύξηση αυτών κατά 3% κάθε χρόνο.

³⁸ **Πίνακας 5.4 - Προβλέψεις για το κόστος συντήρησης των σκαφών για την πενταετία 2015-2019**

Περιγραφή/έτος	2015	2016	2017	2018	2019
Ιστιοπλοϊκά	5.750	5.923	6.100	6.283	6.470
Μηχανοκίνητα	11.900	12.260	12.630	13.000	13.390
Σύνολο	17.650	18.183	18.730	19.283	19.860
Ποσοστό αύξησης	3%	3%	3%	3%	

5.5 Καταδυτικός Εξοπλισμός

Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζεται ο καταδυτικός εξοπλισμός που θα έχει στη διάθεσή της η εταιρεία στα πλαίσια παροχής των πληρέστερων και εξατομικευμένων κατά το δυνατό υπηρεσιών. Ο καταδυτικός εξοπλισμός θα παρέχεται κατόπιν παραγγελίας του πελάτη, ο οποίος θα έχει και την πλήρη ευθύνη του κατά τη διάρκεια του ταξιδιού με το σκάφος. Ο καταδυτικός εξοπλισμός που θα διαθέτει η εταιρεία, θα δίνει στον τουρίστα την ευκαιρία να δει τη θαλάσσια χλωρίδα και πανίδα, να εξερευνήσει ναυάγια και αρχαία υποθαλάσσια ευρήματα, ανάλογα με την περιοχή

στην οποία βρίσκεται. Τέλος, με τον ειδικό καταδυτικό εξοπλισμό που έχει προβλεφθεί, θα δίνεται και η δυνατότητα αυτόνομης κατάδυσης. Το κόστος ενοικίασης του καταδυτικού εξοπλισμού θα περιλαμβάνεται στο συνολικό κόστος ενοικίασης των σκαφών αναψυχής. Στους πίνακες 5.5 και 5.6 παρουσιάζεται αναλυτικά το σύνολο του καταδυτικού εξοπλισμού της εταιρείας, το κόστος απόκτησης του, όπως επίσης και οι προμηθευτές του.

³⁹ Πίνακας 5.5 - Προμηθευτές Καταδυτικού εξοπλισμού

Ποσότητα	Περιγραφή Καταδυτικού Εξοπλισμού	Προμηθευτής
10	Σετ Ανδρικού Εξοπλισμού XDIVE *	Must-Dive
10	Σετ Γυναικείου Εξοπλισμού XDIVE *	Must-Dive
5	Ενισχυμένη Καταδυτική Στολή Arnea	Diveshop
5	Φιάλη Οξυγόνου 3 lt	Extreme Divers
5	Ρυθμιστής Αναπνοής D-Synchro	Diveshop
5	Βατραχοπέδιλα CressiSub	Diveshop
5	Καταδυτική Μάσκα Bluewave Vera	Marinlife
5	Καταδυτικός Φακός 180 lumens CREE Q3 LED FLASHLIGHT DIVING	Addshop

⁴⁰ Πίνακας 5.6 - Κόστος Καταδυτικού εξοπλισμού

Περιγραφή	Ποσότητα σε μονάδες	Κόστος μονάδας σε ευρώ	Συνολικό Κόστος μονάδων σε ευρώ
Αντρικό σετ*	10	120	1.200
Γυναικείο σετ*	10	120	1.200
Ενισχυμένη καταδυτική στολή	5	250	1250
Φιάλη Οξυγόνου 3lt	5	140	700
Ρυθμιστής Αναπνοής	5	150	750
Βατραχοπέδιλα	5	23	115
Καταδυτική Μάσκα	5	8	40
Καταδυτικός Φακός	5	10	50
Συνολικό Κόστος Καταδυτικού Εξοπλισμού			5.305

*κάθε σετ περιλαμβάνει: καταδυτική στολή(1), γάντια (1 ζευγάρι), καλτσάκια (1 ζευγάρι), κουκούλα κατάδυσης(1), βατραχοπέδιλα (1 ζευγάρι), μάσκα(1) και αναπνευστήρα(1).

5.6 Εξοπλισμός γραφείου της εταιρείας

Σε αυτή την κατηγορία εντάσσουμε τις εγκαταστάσεις κλιματισμού, ηλεκτρολογικών και τηλεφωνικού κέντρου καθώς και την τοποθέτηση συστήματος συναγερμού και της κεντρικής μονάδας τροφοδοσίας (Server). Τέλος, εδώ περιλαμβάνεται και η αγορά και εγκατάσταση του λογισμικού Mariweb. Με το εν λόγω λογισμικό ο χρήστης λαμβάνει όλα τα δεδομένα πλοίων μέσω Internet, χωρίς την απαίτηση εγκατάστασης εξοπλισμού ή λογισμικού στον Η/Υ του χρήστη. Επιπλέον, η τεχνολογία του

λογισμικού MariwebTM επιτρέπει εκτός από την live απεικόνιση στόχων, την αναδρομική διαχείριση δεδομένων και στατιστικών στοιχείων, ενώ αποτελεί ένα πλήρες εργαλείο διαχείρισης εργασιών ναυτιλιακών οργανισμών και λιμένων. Μερικά από τα στοιχεία που βλέπει ο χρήστης με το λογισμικό αυτό είναι:

- ηλεκτρονικός χάρτης με pan & zoom
- δεδομένα πλοίου (όνομα, στίγμα, ταχύτητα, πορεία κ.α.)
- αναφορές – ημερήσιες, μηνιαίες κ.α.
- ιστορικά δεδομένα μέχρι και ένα έτος
- στατιστικές κίνησης σκαφών
- εικόνα λιμένα
- διαχείριση λιμένα
- διαχείριση δρομολογίων πλοίων
- μηνύματα συναγερμού σε email, κινητό κ.α.

Η υπηρεσία διατίθεται στους χρήστες με την έκδοση username και password.

Όσον αφορά την επίπλωση και τη διακόσμηση του γραφείου της εταιρείας αυτή περιλαμβάνει την επίπλωση του γραφείου (καναπές, καρέκλες, γραφεία, βιβλιοθήκη), τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση των δωματίων (ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τηλέφωνα, πολυμηχάνημα) καθώς και τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση της κουζίνας (μίνι μπαρ, πολυκαφετιέρα, φούρνος μικροκυμάτων).

Τέλος, οι κεντρικές μονάδες κλιματισμού θα προμηθευτούν από την εταιρεία «Κωτσόβολος Α.Ε.», το σύστημα συναγερμού από τα online stores Mimikos.gr και Alarmpro.gr , ενώ το λογισμικό Mariweb από την εταιρεία IMIS Hellas. Η προμήθεια, η επίπλωση και η διακόσμηση των γραφείων θα γίνει από την εταιρεία IKEA, η προμήθεια των ηλεκτρονικών, των ειδών γραφείου, των τηλεφώνων και του το μίνι μπαρ θα γίνει από το «Πλαίσιο Α.Ε.» και άλλα online stores, ενώ η πολυκαφετιέρα από την εταιρεία «Κωτσόβολος ΑΕ».

Στους πίνακες 5.7 και 5.8 παρουσιάζονται οι προμηθευτές του εξοπλισμού και τα κόστη του αντίστοιχα.

41 Πίνακας 5.7 - Προμηθευτές εξοπλισμού γραφείου

A/A	Ποσότητα	Περιγραφή Μηχανολογικού Εξοπλισμού	Προμηθευτής
1	1	HP ProLiant ML350p G8 646676-421 Server Intel Xeon E5-2620	www.exoplizin.gr
2	2	Apple iMac27" – ME89Z/A	Public
3	1	Λογισμικό Mariweb	IMIS Hellas
4	1	UPS EATON 9130 3000	www.you.gr
5	6	Περιφερειακά Η/Υ (2 Western Digital MyBook Studio Mac 2TB USB3.0, 2 Microsoft mouse Wireless laser Arc USB, 2 Ηχεία Logitech Speakers Z130)	www.visionstudio.gr
6	1	HP DeskJet 1510 AiO - Έγχρωμο Πολυμηχάνημα Inkjet A4	Πλαίσιο
7	10	Έπιπλα γραφείου (2 Γραφεία Malm, 2 Καρέκλες Torkel, 4 Καρέκλες Stoljan, 1 Καναπές Klippan, 1 Βιβλιοθήκη Billy)	IKEA
8	2	Σταθερά τηλέφωνα. Ασύρματα Panasonic KX-PRX120	www.electromart.gr
9	1	A/C Samsung AR09HSFNCWK	Κωτσόβολος
10	1	Mini Bar Morris W7148SD	Cheaptocheap.gr
11	1	Φούρνος μικροκυμάτων Rohnson R-1715	Comelectric.gr
12	1	Καφετιέρα Delonghi Nespresso	Κωτσόβολος
13	3	Ηλεκτρολογικός Εξοπλισμός (Διακοπτικό Υλικό, Ηλεκτρικός Πίνακας, Φώτα Τοίχου)	Καύκας

14	2	Σύστημα συναγερμού Roiscok (RP-208CN), Roiscok πληκτρολόγιο ζωνών Lcd (RP- 208KCLB)	Mimikos.gr Alarmpro.gr
----	---	---	---------------------------

⁴² Πίνακας 5.8 - Κόστος εξοπλισμού γραφείου

A/A	Ποσότητα	Μονάδες	Περιγραφή	Κόστος Μονάδας	Συνολικό Κόστος
1	1	Τεμ.	Server	1.576	1.576
2	2	Τεμ.	Η/Υ	2250	4500
3	1	Τεμ.	Λογισμικό	3000	3000
4	1	Τεμ.	UPS	1.155	1.155
5	1	Τεμ.	Περιφερειακά Η/Υ	Digital MyBook: 142 Microsoft mouse: 39 Ηχεία: 20	380
6	1	Τεμ.	Πολυμηχάνημα	49	49
7	10	Τεμ.	Έπιπλα γραφείου	Γραφείο: 129 Καρέκλα Torkel: 70 Καρέκλα Stoljan: 35 Βιβλιοθήκη: 214 Καναπέδες: 199	951
8	2	Τεμ.	Σταθερά Τηλέφωνα	250	250
9	1	Τεμ.	A/C	400	400
10	1	Τεμ.	Mini Bar	97	97
11	1	Τεμ.	Φούρνος Μικροκυμάτων	53	53
12	1	Τεμ.	Καφετιέρα	75	75
13	3	Τεμ.	Ηλεκτρολογικός Εξοπλισμός		250
14	2	Τεμ.	Σύστημα Συναγερμού		101
Συνολικό Κόστος εξοπλισμού					12.837

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 Οργάνωση και Διαχείριση της Μονάδας

Οργάνωση είναι ο τρόπος με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες, οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι οργανωσιακές μονάδες αντιπροσωπεύονται από το διευθυντικό και εργατικό δυναμικό και έχουν ως στόχο το συντονισμό και τον έλεγχο της απόδοσης της επιχείρησης και την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Η οργανωσιακή δομή δείχνει τη μεταβίβαση υπευθυνότητας στις διάφορες λειτουργικές μονάδες της εταιρείας και είναι στην πραγματικότητα ένα διάγραμμα, που συχνά αναφέρεται και ως οργανόγραμμα.

6.1.1 Οργανωσιακές Λειτουργίες

Οι οργανωσιακές λειτουργίες είναι οι δομικοί λίθοι μιας επιχείρησης και ομαδοποιούνται στις παρακάτω οργανωσιακές μονάδες ανάλογα και με τις απαιτήσεις της εκάστοτε εταιρείας:

- Γενική Διεύθυνση επιχείρησης.
- Χρηματοοικονομική διοίκηση, χρηματοοικονομικός έλεγχος και λογιστήριο.
- Διοίκηση προσωπικού.
- Μάρκετινγκ, πωλήσεις και διανομή.
- Προμήθειες, μεταφορές, αποθήκευση.

6.1.2 Οργανόγραμμα

Σχηματικά η οργανωτική δομή αποτυπώνεται στο οργανόγραμμα, το οποίο είναι η στατική διαγραμματική απεικόνιση του τρόπου με τον οποίο έχει κατανεμηθεί όλη η εργασία στην επιχείρηση και των σχέσεων εξουσίας μεταξύ ατόμων, ομάδων εργαζομένων, τμημάτων και διευθύνσεων, με τη μορφή τετραγωνιδίων και γραμμών που τα συνδέουν μεταξύ τους. Παρατηρώντας κανείς το οργανόγραμμα βλέπει σε πόσα και τι μέρη ή υποσύνολα εργασιών χωρίζεται η επιχείρηση και πώς αυτά ενώνονται μεταξύ τους, τι εργασίες γίνονται σε αυτά, ποιος αναφέρεται σε ποιον, πόσα επίπεδα εξουσίας υπάρχουν και την αλυσίδα των εντολών.

Πιο συγκεκριμένα, λόγω της φύσης της υπό μελέτη εταιρείας δεν υπάρχει γραμμή παραγωγής και το εργατικό δυναμικό είναι περιορισμένο. Ανάλογα με τις ειδικότητες και τις ικανότητές του, το προσωπικό οργανώνεται σε τμήματα, προκειμένου να υπάρξει ομαδοποίηση των δραστηριοτήτων και άριστη επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Στην κορυφή βρίσκεται η Διεύθυνση της επιχείρησης και ακολουθούν τα τμήματα Ανάπτυξης, Μάρκετινγκ, Οικονομικού και Προσωπικού.

Έτσι, κατόπιν συνέλευσης των μετόχων αποφασίστηκε ότι:

- Γενικός Διευθυντής θα αναλάβει ο κύριος Α.Β.
- Υπεύθυνος Ανάπτυξης θα αναλάβει ο κύριος Γ.Δ.
- Υπεύθυνος Μάρκετινγκ θα αναλάβει ο κύριος Γ.Δ.
- Υπεύθυνος Οικονομικού θα αναλάβει η κυρία Ε.Ζ.
- Υπεύθυνος Προσωπικού θα αναλάβει η κυρία Ε.Ζ.

Σύμφωνα με τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι η υπό μελέτη εταιρεία θα αποτελείται από τα παρακάτω τμήματα:

Διεύθυνση: που θα είναι υπεύθυνη για την οργάνωση και το συντονισμό όλων των λειτουργιών της επιχείρησης.

Τμήμα Μάρκετινγκ και Ανάπτυξης: που θα είναι υπεύθυνο για την προβολή και προώθηση της μονάδας, την τιμολόγηση και την έρευνα αγοράς.

Οικονομικό Τμήμα: που θα είναι υπεύθυνο για την παρακολούθηση των οικονομικών θεμάτων σε συνεργασία με τον εξωτερικό λογιστή για λογιστικές εργασίες όπως μισθοδοσία, προσλήψεις, έναρξη, μεταβολές, καταχωρήσεις, ενημέρωση οικονομικών στοιχείων, δηλώσεις Φ.Π.Α κ.α.

Τμήμα Προσωπικού: που θα είναι υπεύθυνο για τις προσλήψεις και την εκπαίδευση του προσωπικού.

Στο παρακάτω διάγραμμα (6.1) παρουσιάζεται το οργανόγραμμα της εταιρείας Yachting που δείχνει πως οργανώνεται η συγκεκριμένη επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων της.

13 Διάγραμμα 6.1 - Οργανόγραμμα εταιρείας



6.2 Γενικά έξοδα

1.Κόστος Συντήρησης

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας 2014 δεν υπολογίζεται κόστος συντήρησης, καθώς τα σκάφη που αγοράζονται είναι καινούρια. Το 2015 έχει εκτιμηθεί ότι το κόστος συντήρησης θα είναι 17.650 ευρώ ενώ θα υπάρξει ετήσιος ρυθμός αύξησης αυτών των εξόδων 3%.

2.Αποσβέσεις

Τα σκάφη έχουν ωφέλιμη διάρκεια ζωής 30 χρόνια, οι αποσβέσεις υπολογίζονται με σταθερό συντελεστή απόσβεσης και η ετήσια απόσβεση θα είναι 125.273 ευρώ.

3.Ασφάλιστρα

Η πολιτεία, έχοντας αναγνωρίσει την αναγκαιότητα της ασφάλισης, έχει θεσπίσει με το Νόμο 2743/1999 την υποχρεωτική ασφαλιστική κάλυψη της Αστικής Ευθύνης των σκαφών αναψυχής. Με τη νομοθετική αυτή ρύθμιση επιδιώκει να προστατεύσει τα συμφέροντα οποιουδήποτε μπορεί να ζημιωθεί από τη χρήση ενός σκάφους

αναψυχής. Όσον αφορά τα μηχανοκίνητα σκάφη αναψυχής άνω των 200HP τα ετήσια ασφάλιστρά τους κυμαίνονται στα 190 ευρώ, ενώ όσον αφορά τα ιστιοπλοϊκά σκάφη που έχουν χωρητικότητα έως 50 άτομα τα ετήσια ασφάλιστρά τους κυμαίνονται στα 200 ευρώ. Τα εκτιμώμενα ασφάλιστρα ανά έτος παραμένουν σταθερά. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα συνολικά ασφάλιστρα των σκαφών, που θα επιβαρυνθεί η συγκεκριμένη εταιρεία.

⁴³ **Πίνακας 6.1 - Ετήσιο κόστος ασφαλίσεων σε ευρώ**

Τύπος σκάφους	Ετήσια Ασφάλιστρα σε ευρώ
Ιστιοπλοϊκά	1.400
Μηχανοκίνητα	380
Σύνολο ετήσιων ασφαλίσεων	1.780

4.Κόστος ελλιμενισμού

Ο ελλιμενισμός των σκαφών της εταιρείας θα γίνει στη μαρίνα Αλίμου όπως θα παρουσιαστεί σε επόμενη ενότητα. Το κόστος ελλιμενισμού ορίζεται από την εκάστοτε μαρίνα και εξαρτάται από τα μέτρα του κάθε σκάφους και τη διάρκεια της χρονικής περιόδου ελλιμενισμού. Για τα κόστη ελλιμενισμού των σκαφών έχει προβλεφθεί ετήσια αύξησή τους κατά 2%, ενώ για το πρώτο έτος το συνολικό κόστος ελλιμενισμού ανέρχεται στα 16.875 ευρώ.

5.Κόστος ενοικίου γραφείου

Το γραφείο της εταιρείας θα βρίσκεται στον Άλιμο και το ενοίκιο του θα είναι σταθερό για την επόμενη πενταετία και θα ανέρχεται στα 6.720 ευρώ ανά έτος.

6.Κόστη πρόσθετων υπηρεσιών στη μαρίνα

Τα κόστη αυτά αφορούν κυρίως τα έξοδα παραλαβής και διακίνησης των αποβλήτων των σκαφών της εταιρείας. Για τα κόστη αυτά έχει προβλεφθεί ετήσια αύξησή τους κατά 1%, ενώ για το πρώτο έτος το συνολικό τους κόστους ανέρχεται στα 9.240 ευρώ.

7.Φόροι

Το άρθρο 2 του νόμου 3790/2009, που αφορά τον ειδικό φόρο των σκαφών αναψυχής, τροποποιήθηκε με το άρθρο 64 του νέου φορολογικού νόμου 3842/2010,

που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 58 στις 23/04/2010. Ο ειδικός φόρος επιβάλλεται σε μηχανοκίνητα σκάφη που υπερβαίνουν τα 10 μέτρα και σε ιστιοφόρα που υπερβαίνουν τα 15 μέτρα. Από το μήκος του σκάφους που υπολογίζεται για το φόρο, αφαιρούνται πλέον τα πρώτα 10 μέτρα για τα μηχανοκίνητα και τα 15 μέτρα για τα ιστιοπλοϊκά. Έτσι διαμορφώνεται ο φόρος των σκαφών της εταιρείας (που θεωρείται σταθερός για την πενταετία 2015-2019) ως ακολούθως:

44 Πίνακας 6.2 - Ετήσιος ειδικός φόρος σκαφών σε ευρώ

Σκάφη	Μήκος σε μέτρα		Ετήσιος Φόρος σε ευρώ
Bavaria cruiser 37	11,5		0
Bavaria cruiser 46	14,27		0
Bavaria cruiser 51	16,75		200
Sun Fast 3200	10,1		0
Sun Odyssey 349	10,34		0
Sun Odyssey 44 DS	13,42		0
Oceanis 38	11,59		0
Azimut 50 (μηχανοκίνητο)	15,25		2.000
Azimut 60 (μηχανοκίνητο)	18,3		3.900
Σύνολο			6.100

8.Κόστη Ηλεκτρικής Ενέργειας και νερού για τις ανάγκες του γραφείου

Τα κόστη ηλεκτρικής ενέργειας και νερού για τις ανάγκες του γραφείου περιλαμβάνονται στα γενικά έξοδα και θα παραμείνουν σταθερά στην πενταετία. Το ποσό αυτών των εξόδων θα ανέρχεται στα 450 ετησίως.

9. Έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών

Στα έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών υπολογίζονται τα έξοδα λογιστή που φτάνουν τα 520 Ευρώ το χρόνο και τα έξοδα Νομικού συμβούλου στα 500 Ευρώ το χρόνο.

10. Έξοδα προσωπικού

Τα έξοδα μισθοδοσίας του προσωπικού της εταιρείας και το τι αυτά περιλαμβάνουν αναλύεται στο κεφάλαιο 7 της παρούσας μελέτης. Πιο συγκεκριμένα, στα έξοδα προσωπικού περιλαμβάνονται οι αμοιβές του διευθυντή και των δύο στελεχών που ανέρχονται στα 16.800 ευρώ ετησίως έκαστος και η αμοιβή της γραμματείας που ανέρχεται στα 11.200 ευρώ ετησίως.

11. Έξοδα προώθησης προϊόντος & ταξιδίων

Τα έξοδα προώθησης του προϊόντος της εταιρείας, αφορούν όλα εκείνα τα έξοδα στα οποία προβαίνει η εταιρεία προκειμένου να διαφημίσει τα προϊόντα της στην αγορά. Τα έξοδα προώθησης περιλαμβάνουν έξοδα για διαφημίσεις στα Μέσα μαζικής ενημέρωσης και άλλες προωθητικές ενέργειες. Τα έξοδα αυτά είναι υψηλά τον πρώτο χρόνο ενώ μετά σταδιακά μειώνονται και επιδεικνύουν σταθεροποιητικές τάσεις με κάποιες αποκλίσεις.

12. Λοιπά γενικά έξοδα

Στα λοιπά γενικά έξοδα υπολογίζονται η γραφική ύλη και τα έξοδα τηλεφωνίας του γραφείου και ανέρχονται στα 270 ευρώ για το πρώτο εξάμηνο λειτουργίας της εταιρείας, θεωρώντας για τα υπόλοιπα έτη ότι παραμένουν σταθερά στο ποσό των 540 ευρώ ανά έτος.

⁴⁵ Πίνακας 6.3 - Γενικά έξοδα εταιρείας

Γενικά Έξοδα						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Έξοδα συντήρησης	0	17.650	18.183	18.730	19.283	19.860
Ασφάλιστρα	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780
Φόροι	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100
Ηλεκτρική Ενέργεια, Νερό	225	450	450	450	450	450
Έξοδα Προσωπικού	31.310	62.620	62.620	62.620	62.620	62.620
Έξοδα Προμήθειας Εξωτερικών Συνεργατών	760	1.020	1.020	1.020	1.020	1.020
Κόστος Ελλιμενισμού	16.875	17.213	17.557	17.908	18.266	18.631
Κόστος ενοικίου γραφείου	3.360	6.720	6.720	6.720	6.720	6.720
Κόστη πρόσθετων υπηρεσιών στη μαρίνα	9.240	9.332	9.425	9.519	9.614	9.710
Αποσβέσεις	125.273	125.273	125.273	125.273	125.273	125.273
Έξοδα Προώθησης Προϊόντος & Ταξιδίων	12.000	11.000	10.000	9.000	7.000	7.000
Λοιπά Γενικά Έξοδα	270	540	540	540	540	540
Σύνολο Γενικών Εξόδων	207.193	259.608	258.668	259.660	258.666	259.704

⁴⁶ Πίνακας 6.4 - Ποσοστιαία κατανομή Γενικών εξόδων της εταιρείας

Γενικά Έξοδα						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Έξοδα συντήρησης	0%	6,7%	7%	7,21%	7,45%	7,64%
Ασφάλιστρα	0,86%	0,68%	0,69%	0,68%	0,68%	0,68%
Φόροι	2,9%	2,34%	2,35%	2,34%	2,35%	2,34%
Ηλεκτρική Ενέργεια, Νερό	0,1%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%
Έξοδα Προσωπικού	15,1%	24,1%	24,2%	24,1%	24,2%	24,1%
Έξοδα Προμήθειας Εξωτερικών Συνεργατών	0,36%	0,39%	0,39%	0,39%	0,39%	0,39%
Κόστος Ελλιμενισμού	8,14%	6,6%	6%	6,89%	7%	7,17%
Κόστος ενοικίου γραφείου	1,6%	2,58%	2,59%	2,58%	2,59%	2,58%
Κόστη πρόσθετων υπηρεσιών στη μαρίνα	4,45%	3,59%	3,64%	3,66%	3,71%	3,73%
Αποσβέσεις	60,4%	48,25%	48,4%	48,2%	48,43%	48,23%
Έξοδα Προώθησης Προϊόντος & Ταξιδίων	5,8%	4,23%	3,86%	3,4%	2,7%	2,7%
Λοιπά Γενικά Έξοδα	0,13%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Σύνολο Γενικών Εξόδων	100%	100%	100%	100%	100%	100%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Για να πραγματοποιηθεί το επενδυτικό σχέδιο και για να λειτουργήσει ως παραγωγική μονάδα, πρέπει να γίνει η στελέχωσή του με την πρόσληψη του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι πάρα πολύ σημαντικός για την επιτυχία του επενδυτικού σχεδίου και γι' αυτό πρέπει να προγραμματίζεται η συμμετοχή του, να επιλέγεται και να αξιοποιείται με τη μεγαλύτερη δυνατή φροντίδα και προσοχή.

Όλοι οι ανθρώπινοι πόροι μέσα σε μία παραγωγική μονάδα, ανάλογα με την κατάρτιση, την εμπειρία και την ποιοτική στάθμη της εργασίας που προσφέρουν ή του ρόλου που διαδραματίζουν διακρίνονται σε διάφορες κατηγορίες. Ο αριθμός, οι ειδικότητες και η πείρα που απαιτούνται εξαρτώνται από τον τύπο της επιχείρησης, την τεχνολογία που χρησιμοποιείται, το μέγεθος της μονάδας, το πολιτισμικό, κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον του τόπου εγκαταστάσεως, καθώς και από την προτεινόμενη οργάνωση της επιχείρησης. Με βάση τις παραπάνω παραδοχές, στην υπό μελέτη εταιρεία οι κατηγορίες του ανθρώπινου δυναμικού θα είναι οι εξής:

- Διοικητικά στελέχη (ανώτερα, μεσαία, κατώτερα).
- Τεχνικό – βοηθητικό προσωπικό.

7.1 Εκτίμηση του συνόλου των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους

Η διοίκηση της εταιρείας εκτίμησε τις ανάγκες σε προσωπικό και κατόπιν προέβη στη στελέχωσή της συνυπολογίζοντας τους ακόλουθους παράγοντες:

- Την περιγραφή της θέσεως και των απαιτούμενων προσόντων για κάθε μία θέση εργασίας.
- Την περιγραφή των καθηκόντων κάθε θέσης.
- Την εκπόνηση ενός αποτελεσματικού προγράμματος εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού.
- Τον καθορισμό διαφόρων πολιτικών σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό όπως μισθοί, παροχές κινήτρων εργασίας και παραγωγικότητας.

Με βάση τις παραπάνω παραδοχές ακολουθεί η περιγραφή των θέσεων και του αντίστοιχου ανθρώπινου δυναμικού της υπό μελέτη εταιρείας.

Διοικητικό προσωπικό:

1.Γενικός Διευθυντής (1 άτομο): Ένα σοβαρό πρόβλημα στην εκτέλεση ενός προγράμματος είναι η έλλειψη ικανού και πεπειραμένου διευθυντικού προσωπικού. Ο σχεδιασμός του ανθρώπινου δυναμικού γι' αυτήν την κατηγορία πρέπει να έχει ληφθεί υπόψη εκ των προτέρων. Επίσης, η συγκεκριμένη κατηγορία προσώπων είναι αναγκαία και κατά την περίοδο πριν από τη λειτουργία της μονάδας και συχνά κατά τη διάρκεια της εκπονήσεως της μελέτης σκοπιμότητας. Η πείρα έχει δείξει ότι δεν είναι δύσκολο να χρηματοδοτηθεί μία πρόταση ενός προγράμματος και ότι συχνά δεν είναι πολύ δύσκολη η υλοποίησή του, αν το πρόγραμμα έχει καλή διευθυντική δομή. Έτσι, πριν αρχίσει ένα νέο επενδυτικό πρόγραμμα πρέπει να προσδιορίζονται οι πηγές και το κόστος του διευθυντικού επιτελείου.

Ο γενικός διευθυντής της εταιρείας θα είναι ο ίδιος ο επιχειρηματίας – ιδρυτής της μονάδας. Ο Α.Β με σπουδές στα οικονομικά και τη διοίκηση επιχειρήσεων διετέλεσε Διευθύνων Σύμβουλος επί μία πενταετία στην εταιρεία Yachting A.E, η οποία είναι πρωτοπόρος στον υποκλάδο του Yachting στην Ελλάδα. Ο Α.Β θα είναι υπεύθυνος για το σχεδιασμό των δραστηριοτήτων της μονάδας, την οργάνωση των εργασιών που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, το ανθρώπινο δυναμικό και τον έλεγχο όλης της μονάδας.

2.Υπόλοιπα στελέχη (2 άτομα): Τα στελέχη της εταιρείας θα είναι οι Γ.Δ και Ε.Ζ. Τα συγκεκριμένα στελέχη έχουν την απαραίτητη πείρα που χρειάζεται για το χώρο του Yachting με όραμα για το μέλλον και γερές βάσεις για ανάπτυξη μίας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο Γ.Δ έχει εργαστεί επί σειρά ετών ως κυβερνήτης (skipper) ναυλωμένων σκαφών, έχοντας αποκτήσει την κατάλληλη εμπειρία για το συγκεκριμένο χώρο από την «πρώτη γραμμή» και η Ε.Ζ με σπουδές στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων, είναι ιδιοκτήτρια του τουριστικού γραφείου Cruise Travel που ως κύριο αντικείμενο έχει τη διοργάνωση κρουαζιέρων στην Ελλάδα. Θα είναι κυρίως υπεύθυνοι για το σχεδιασμό των στρατηγικών μάρκετινγκ και την ανάπτυξη της εταιρείας καθώς επίσης και για τα οικονομικά της ζητήματα και για το ανθρώπινο δυναμικό της (τόσο για τη στρατολόγησή του όσο και για τη διοίκησή του).

3.Γραμματέας (1 άτομο): Τα καθήκοντα του γραμματέα είναι ιδιαίτερα απαιτητικά καθώς θα είναι το δεξί χέρι του διευθυντή και σε περίπτωση απουσίας του από το γραφείο θα είναι υπεύθυνος για την εύρυθμη λειτουργία του. Τα κυριότερα καθήκοντα θα είναι η διαχείριση της αλληλογραφίας της εταιρείας και των μέσων κοινωνικής

δικτύωσής της, η επικοινωνία με τους πελάτες της καθώς και η υποδοχής τους σε περίπτωση επίσκεψης τους στο χώρο του γραφείου.

Τεχνικό-Βοηθητικό προσωπικό (εξωτερικοί συνεργάτες):

Η χρονικά έγκαιρη πρόσληψη ειδικευμένου και ανειδίκευτου εργατικού δυναμικού είναι εξίσου σπουδαία με τη διαθεσιμότητα των διευθυντικών και εποπτικών στελεχών. Ο καθορισμός των ειδών του επαγγελματικού προσωπικού της ειδικευμένης εργασίας που χρειάζονται θα πρέπει να είναι σαφής, ώστε να εντοπίζεται η ελάχιστη ανάγκη εκπαίδευσης και η επαγγελματική πείρα που απαιτούνται για να προετοιμασθούν οι άνθρωποι για τις διαφορετικές απαραίτητες θέσεις. Οι ανάγκες της εταιρείας για τεχνικό και βοηθητικό προσωπικό παρουσιάζονται παρακάτω.

1.Skipper (8 άτομα): Τα άτομα που θα είναι οι κυβερνήτες των σκαφών της εταιρείας είναι άρτια εκπαιδευμένοι επαγγελματίες πλοηγοί και έχουν επιλεγεί από αυτήν με βάση ακριβώς αυτό το κριτήριο. Ο skipper θα είναι ο αποκλειστικά υπεύθυνος για ό,τι αφορά το σκάφος όπως η πορεία, το πρόγραμμα, τα καύσιμα και τα υλικά και θα εκπαιδεύεται σε μόνιμη βάση έτσι ώστε να είναι ενημερωμένος για όλες τις εξελίξεις και το χειρισμό των νέων τεχνολογιών των σκαφών.

2.Hostess (8 άτομα): Τα άτομα αυτά θα είναι επαγγελματίες με εμπειρία στην εν πλω εξυπηρέτηση. Η κύρια αρμοδιότητά τους θα είναι ο έλεγχος και ο συντονισμός του εσωτερικού τμήματος του σκάφους και θα εκτελούν χρέη καμαριέρας.

3.Chef (5 άτομα): Αντίστοιχα οι chef θα είναι επαγγελματίες μάγειρες με εμπειρία στις ιδιαιτερότητες της εν πλω εξυπηρέτησης. Θα είναι υπεύθυνοι για την προμήθεια των υλικών-τροφίμων, για την προετοιμασία των γευμάτων και τέλος, θα ανταποκρίνονται στις γευστικές προτιμήσεις του πελάτη παρέχοντας την κουζίνα της επιλογής του.

Ο αριθμός των παραπάνω τριών κατηγοριών εργαζομένων εξαρτάται από το βαθμό ενοικίασης των σκαφών αναψυχής και δε θα είναι σταθερός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ο αριθμός των ατόμων που αναφέρονται παραπάνω είναι ο μέγιστος δυνατός.

4.Νομικός Σύμβουλος (1 άτομο): Ο νομικός σύμβουλος θα έχει ως κύρια αρμοδιότητα να διευθετεί τα νομικά ζητήματα της εταιρείας καθώς και το μεγαλύτερο κομμάτι όλων των νομικών διαδικασιών που απαιτούνται για την ίδρυση της επιχείρησης. Η αμοιβή του όπως και αυτή του λογιστή υπολογίζεται σε ετήσια βάση.

5.Λογιστής (1 άτομο): Ο λογιστής θα είναι υπεύθυνος για το άνοιγμα και το κλείσιμο των λογιστικών βιβλίων της εταιρείας κάθε οικονομικό έτος καθώς και για οποιοδήποτε άλλο ζήτημα λογιστικής φύσης προκύψει κατά τη λειτουργία της.

7.2 Εκπαίδευση του Ανθρώπινου Δυναμικού

Αφού η έλλειψη ειδικευμένου και τεχνικού προσωπικού μπορεί να αποβεί περιοριστικός παράγοντας για την εκτέλεση και τη λειτουργία ενός προγράμματος, θεωρείται αναγκαίο να προβλέπεται εντατική εκπαίδευση προσωπικού ως μέρος του επενδυτικού προγράμματος. Η εκπαίδευση μπορεί να γίνεται από υψηλού επιπέδου διευθυντικό προσωπικό της επιχείρησης ή από ξένους ειδικούς. Η διάρκεια των εκπαιδευτικών προγραμμάτων είναι σημαντικής σπουδαιότητας, αφού το προσωπικό θα πρέπει να εκπαιδευτεί αποτελεσματικά για να καταστεί ικανό να αναλάβει υπηρεσία όπου κι αν απαιτηθεί.

Τα στελέχη της εταιρείας έχουν ήδη εμπειρία στην Οργάνωση και Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Η εκπαίδευση των στελεχών, του Γενικού Διευθυντή συμπεριλαμβανομένου, θα είναι συνεχής με στόχο:

- 1.Την εξοικείωσή τους με τις ιδιαιτερότητες του κλάδου του yachting.
- 2.Την παρακολούθηση των νέων εξελίξεων τόσο σε επίπεδο κλάδου όσο και ως προς τις τάσεις της ζήτησης.
- 3.Την ενσωμάτωση Νέων Τεχνολογιών σε όλη τη γκάμα των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Η διάρκεια και η εντατικότητα της εκπαίδευσης θα εξαρτώνται από τις προσωπικές ανάγκες του κάθε στελέχους. Γι αυτό το λόγο εκπαίδευση των στελεχών έχει ήδη ξεκινήσει.

7.3 Καθορισμός πολιτικής Ανθρώπινου Δυναμικού

Ένα από τα πιο σπουδαία θέματα για την υπηρεσία προσωπικού είναι εκείνο των μισθών και των ημερομισθίων. Οι μισθοί αποτελούν πηγή υποκίνησης για τους υπαλλήλους για να εργάζονται αποτελεσματικά. Ο συντελεστής αμοιβών που

προσφέρεται είναι ένα από τα πιο σπουδαία ανταλλάγματα προς ένα άτομο το οποίο σκέπτεται να αναλάβει μία νέα θέση. Τα περισσότερα θέματα και προβλήματα της πολιτικής αμοιβών μπορούν να επικεντρωθούν κυρίως στα επίπεδα των αμοιβών, στην εσωτερική δομή των αμοιβών, στον ατομικό καθορισμό πληρωμής, στις πληρωμές με βάση το χρόνο ή την παραγωγή, στα ειδικά προβλήματα στελεχών και υπόλοιπου προσωπικού, στα ωφελήματα και στις συμπληρωματικές αμοιβές και στον έλεγχο των αμοιβών.

Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια καθορισμού των αμοιβών που θα προσφέρει η υπό μελέτη εταιρεία Yachting θα εξαρτώνται από:

1. Τις επικρατούσες αμοιβές στις υπόλοιπες εταιρείες που ανήκουν στον κλάδο του Yachting.
2. Την ικανότητα πληρωμής από μέρους της διοίκησης. Γενικά ισχύει, ότι μέσα στο ίδιο είδος επιχειρήσεων, αυτές που πετυχαίνουν καλές πωλήσεις και κέρδη, σε τελική ανάλυση τείνουν να πληρώνουν υψηλότερες αμοιβές παρά εκείνοι που δυσκολεύονται να τα βγάλουν πέρα.
3. Το κόστος της ζωής. Συνήθως οι εταιρείες βασίζονται τις αμοιβές των εργαζομένων στη συμβολή τους στην εργασία παρά στις ανάγκες του. Ωστόσο, η συγκεκριμένη εταιρεία θα λάβει υπόψη της και το κόστος ζωής των υπαλλήλων της έτσι ώστε να τους προσφέρει όσο το δυνατόν πιο ικανοποιητικούς μισθούς για να εξασφαλίσει κατά ένα βαθμό την αποτελεσματικότερη εργασία τους.
4. Η παραγωγικότητα. Το κέρδος από την παραγωγικότητα μπορεί να περάσει στους εργαζόμενους με τον τύπο των υψηλότερων αμοιβών, στην ίδια την εταιρεία με τα καθαρά κέρδη και στον πελάτη με τη μορφή καλύτερης ποιότητας υπηρεσιών και χαμηλότερων τιμών.
5. Η διαπραγματευτική δύναμη μερικών εργατικών ενώσεων πετυχαίνει αύξηση των αμοιβών από την παραγωγικότητα, παρόλο που κάτι τέτοιο μερικές φορές οδηγεί σε ανεργία ή ύψωση των τιμών και πληθωρισμό.
6. Οι απαιτήσεις της θέσης εργασίας σύμφωνα με τις οποίες καθορίζεται η αξία τους.

Εκτός από τις αμοιβές των μισθών και των ημερομισθίων, που αποτελούν τα οικονομικά – άμεσα κίνητρα εργασίας, υπάρχουν και οι έμμεσες αμοιβές. Αυτές αναφέρονται στις συμπληρωματικές παροχές, δηλαδή στα πρόσθετα οφέλη και υπηρεσίες που οι εργαζόμενοι έχουν από τους εργοδότες σαν συμπλήρωμα των

μισθών τους. Οι έμμεση αμοιβή που μια εταιρεία είναι υποχρεωμένη από το νόμο να παρέχει είναι η κοινωνική ασφάλιση των εργαζομένων. Επίσης, υπάρχουν και αυτές που δεν επιβάλλονται από το νόμο όπως, οι πληρωμές από μέρος της επιχείρησης στους εργαζόμενους, οι οποίες περιλαμβάνουν κόστος προγραμμάτων συνταξιοδότησης, ζωής, ατυχημάτων, υγείας, νοσοκομειακής περίθαλψης και αποζημιώσεων κατά την κανονική αποχώρηση από της εργασία. Επιπρόσθετα υπάρχουν και αυτές που αναφέρονται σε αποζημιώσεις για χρόνο που δεν εργάζεται ο εργαζόμενος όπως, αργίες, γιορτές, περιόδους ανάπαυσης και ασθένεια. Μια τελική κατηγορία από οφέλη και υπηρεσίες περιλαμβάνει τέτοια στοιχεία, όπως ψυχαγωγικά και εκπαιδευτικά προγράμματα και αμοιβές για υποδείξεις.

7.4 Εκτίμηση του κόστους του Ανθρώπινου Δυναμικού

Τα άτομα που η μισθοδοσία τους προκύπτει άμεσα από την εταιρεία είναι ο γενικός διευθυντής, τα 2 στελέχη καθώς και ο γραμματέας, ο λογιστής και ο νομικός σύμβουλος. Όλοι οι υπόλοιποι, εκτός του λογιστή και του νομικού συμβούλου που θα πληρώνονται σε ετήσια βάση, θα πληρώνονται σε μηνιαία βάση και οι μισθοί τους προκύπτουν καταρχήν από τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας καθώς και από το γεγονός ότι πρόκειται για μία νεοσύστατη επιχείρηση. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι όσον αφορά τους εξωτερικούς συνεργάτες της εταιρείας (skipper, hostess, chef) το κόστος τους βαρύνει εξ ολοκλήρου τους επιβάτες του σκάφους. Ακολουθεί ο πίνακας εκτίμησης του κόστους του ανθρώπινου δυναμικού.

47 Πίνακας 7.1 - Εκτίμηση κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού σε ευρώ

Περιγραφή θέσης	Κόστος Θέσης	Κόστος Ασφάλισης
Γενικός Διευθυντής	990 ευρώ/μήνα	210 ευρώ/μήνα
Στέλεχος	990 ευρώ/μήνα	210 ευρώ/μήνα
Στέλεχος	990 ευρώ/μήνα	210 ευρώ/μήνα
Γραμματέας	660 ευρώ/μήνα*	140 ευρώ/μήνα
Νομικός Σύμβουλος	500 ευρώ/έτος	Αυτασφάλιστος
Λογιστής	520 ευρώ/έτος	Αυτασφάλιστος

*στο μηνιαίο μισθό συμπεριλαμβάνονται δώρα & επιδόματα.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα συνολικά ετήσια κόστη του ανθρώπινου δυναμικού για τα επόμενα πέντε έτη, τα οποία προβλέπονται να παραμείνουν σταθερά. Στα ετήσια κόστη των εργαζομένων των οποίων η ασφάλιση εξασφαλίζεται από την εταιρεία υπολογίζονται και τα δώρα Χριστουγέννων και Πάσχα, δηλαδή συνολικά μισθοί 14 μηνών. Για το έτος 2014 έχει γίνει η παραδοχή ότι η εταιρεία θα ξεκινήσει να λειτουργεί κατά το δεύτερο εξάμηνό του.

⁴⁸ Πίνακας 7.2 - Ετήσια κόστη Ανθρώπινου Δυναμικού σε ευρώ

Έτος	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Συνολικό Κόστος	31.310	62.620	62.620	62.620	62.620	62.620

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σε ένα επενδυτικό σχέδιο πρέπει να εντάσσεται και η ανάλυση της τοποθεσίας έτσι ώστε να εντοπισθούν τόποι κατάλληλοι γι' αυτό. Ένα επενδυτικό σχέδιο μπορεί να εγκαθίσταται σε πολλές εναλλακτικές περιοχές και η επιλογή της τοποθεσίας θα πρέπει να γίνεται από ευρεία γεωγραφική περιοχή, μέσα στην οποία θα πρέπει να εξετάζονται διάφοροι εναλλακτικοί χώροι. Η μελέτη σκοπιμότητας θα πρέπει να παρουσιάζει τους λόγους στους οποίους στηρίχθηκαν οι εναλλακτικές επιλογές για την τοποθεσία και να εξηγεί γιατί εγκαταλείφθηκαν άλλες περιοχές. Ωστόσο, η επιλογή της τοποθεσίας δε βασίζεται πάντοτε σε συστηματική ανάλυση, αλλά μπορεί να προτείνεται από τους ίδιους τους προωθητές του επενδυτικού σχεδίου.

Όσον αφορά τη συγκεκριμένη μελέτη σκοπιμότητας, πρωταρχικός της στόχος για το συγκεκριμένο κεφάλαιο είναι η επιλογή του τόπου εγκατάστασης των γραφείων της εταιρείας και η επιλογή της μαρίνας ελλιμενισμού των σκαφών της. Θα πρέπει λοιπόν να εκτιμηθούν σωστά και με ακρίβεια οι ανάγκες της επιχείρησης και οι απαιτήσεις της, όσον αφορά τους χώρους που κρίνονται απαραίτητοι για τη λειτουργία της.

8.1 Αναζήτηση και επιλογή τοποθεσίας

8.1.1 Κριτήρια επιλογής της τοποθεσίας

Ο στρατηγικός προσανατολισμός της επιλογής της κατάλληλης τοποθεσίας για τη συγκεκριμένη εταιρεία κρίνεται ότι απαιτεί την εκτίμηση, εκτός των άλλων και θεμάτων όπως:

- Αγοράς και Μάρκετινγκ
- Τεχνικών απαιτήσεων του σχεδίου
- Τεχνολογίας
- Μεγέθους της μονάδας και της μαρίνας
- Οργανωσιακών αναγκών
- Προσιτού κόστους
- Καλών κλιματολογικών συνθηκών
- Δυνατότητας διαθέσεως αποβλήτων

8.1.2 Εναλλακτικές τοποθεσίες ελλιμενισμού των σκαφών της εταιρείας

Έχει αποφασιστεί από το γενικό διευθυντή της εταιρείας το κεντρικό γραφείο της να στεγαστεί στην περιοχή του Αλίμου. Η έδρα του γραφείου θα είναι στη συγκεκριμένη περιοχή εξαιτίας κυρίως του γεγονότος ότι τα περισσότερα γραφεία των μεγαλύτερων εταιρειών Yachting βρίσκονται εκεί. Με αυτό τον τρόπο εξυπηρετούνται οι ανάγκες διαφήμισης και Μάρκετινγκ της υπό μελέτη εταιρείας με σκοπό την περαιτέρω αναβάθμιση του προφίλ της. Με δεδομένη την παραπάνω παραδοχή οι πιθανές τοποθεσίες ελλιμενισμού των σκαφών της εταιρείας είναι τρεις:

- Η μαρίνα Αλίμου
- Η μαρίνα Γλυφάδας
- Η μαρίνα Φαλήρου

8.1.3 Αξιολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών

Η επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας για το χώρο εγκατάστασης της υπό μελέτη επιχείρησης θα πρέπει να βασίζεται σε συστηματική διερεύνηση, ανάλυση και αξιολόγηση των υποψήφιων τοποθεσιών, ώστε να εντοπιστεί η βέλτιστη λύση για την επιχείρηση. Ο σκοπός αυτός θα επιτευχθεί μέσω της συγκριτικής αξιολόγησης των τριών εναλλακτικών περιοχών με βάση ορισμένα κριτήρια που έχουν ήδη αναφερθεί.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η διαδικασία επιλογής της ιδανικότερης τοποθεσίας μέσω της εκτίμησης των βασικών απαιτήσεων του επενδυτικού σχεδίου μέσω ενός μοντέλου αξιολόγησης, βάσει του οποίου αποδίδεται ένας συντελεστής βαρύτητας σε κάθε ένα από τα προαναφερθέντα κριτήρια. Οι συντελεστές αυτοί χρησιμοποιούνται για να σταθμίσουν τη βαθμολογία που συγκεντρώνει κάθε τοποθεσία, για κάθε επιμέρους κριτήριο. Η αξιολόγηση γίνεται με άριστα το 10.

⁴⁹ Πίνακας 8.1 - Συγκριτική αξιολόγηση τοποθεσιών

	Μαρίνα Αλίμου	Μαρίνα Γλυφάδας	Μαρίνα Φαλήρου	Συντελεστής Βαρύτητας	Μαρίνα Αλίμου	Μαρίνα Γλυφάδας	Μαρίνα Φαλήρου
Καλές κλιματολογικές συνθήκες	9	9	9	5	45	45	45

Ευχερής προμήθεια ηλεκτρικού ρεύματος & νερού	10	10	10	10	100	100	100
Ευχερής προμήθεια καυσίμων	9	7	6	20	180	140	120
Μεταφορικές διευκολύνσεις	9	7	8	10	90	70	80
Εξυπηρέτηση θεμάτων MKT & διαφήμισης	9	8	8	20	180	160	160
Εγγύτητα στα κεντρικά γραφεία	10	7	6	20	200	140	120
Αποδοχή από την τοπική κοινωνία	9	8	8	10	90	80	80
Σύνολο σταθμισμένης βαθμολογίας					885	735	705

Από τον παραπάνω πίνακα αξιολόγησης των εναλλακτικών τοποθεσιών για τον ελλιμενισμό των σκαφών της εταιρείας παρατηρούμε ότι η μαρίνα του Αλίμου είναι αυτή που προκρίνεται με βάση τα παραπάνω κριτήρια.

8.2 Ανάλυση των χαρακτηριστικών της επιλεχθείσας τοποθεσίας

8.2.1 Γενικά χαρακτηριστικά της μαρίνας Αλίμου

Η μαρίνα Αλίμου αποτελεί μία από τις πιο δημοφιλείς ελληνικές μαρίνες. Βρίσκεται Νοτιοδυτικά της Αθήνας 15 χλμ. από το κέντρο της πόλης, 8 χλμ. Νότια του Λιμανιού του Πειραιά και 30 χλμ. από το Διεθνές Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος. Εξυπηρετείται από ένα πυκνό δίκτυο συγκοινωνιών που αποτελείται από Τραμ, Λεωφορεία και Ταξί, με στάσεις 500 μέτρα από τη μαρίνα. Η μαρίνα Αλίμου Με χερσαίο χώρο

συνολικής έκτασης 171.030 τ.μ., θαλάσσιο χώρο 250.000 τ.μ. και λιμενοβραχίονες μήκους 1.170 μ., είναι μια από τις μεγαλύτερες μαρίνες της Ελλάδας με 1.000 μόνιμες θέσεις σκαφών εκ των οποίων 50 θέσεις για μεγάλες θαλαμηγούς άνω των 25 μέτρων. Το μέγιστο βάθος της Μαρίνας είναι 6.5 μέτρα.

Πιο συγκεκριμένα, Με την προβλεπόμενη αναδιάταξη της χερσαίας ζώνης της μαρίνας, διακρίνονται σε αυτή πέντε ζώνες χρήσεων και λειτουργιών με συγκεκριμένους όρους και περιορισμούς δόμησης. Η χρήση μίας εξ αυτών των ζωνών έχει παραχωρηθεί στο Ν.Ο.Κ. για ναυταθλητικές εγκαταστάσεις. Η μέγιστη επιτρεπόμενη εκμετάλλευση στο σύνολο των ζωνών αυτών ανέρχεται σε 18.520 m² και περιλαμβάνει χρήσεις σχετικές με τη λειτουργία της μαρίνας (όπως κτίριο διοίκησης, πύργο ελέγχου, καταστήματα ναυτιλιακών ειδών, super market, αποθηκευτικούς χώρους, χώρους υγιεινής, γραφεία κλπ.), χρήσεις αναψυχής και εστίασης, καθώς και εμπορικές χρήσεις (όπως εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους αναψυχής, αθλητικές εγκαταστάσεις, ξενοδοχείο, εκθεσιακό - συνεδριακό κέντρο, εμπορικά καταστήματα κλπ.). Επίσης, προβλέπεται χώρος χερσαίας απόθεσης σκαφών με προβλέψεις για την αναγκαία κτιριακή υποδομή. Οι ζώνες της μαρίνας περιλαμβάνουν ακόμη διαμορφωμένες υπαίθριες εγκαταστάσεις, πεζοδρόμους, χώρους στάθμευσης και χώρους αστικού πρασίνου.

Η οδική κυκλοφορία στο εσωτερικό της μαρίνας διασφαλίζεται από ένα κύριο οδικό άξονα που διασχίζει τη χερσαία ζώνη της μαρίνας από τον υπήνεμο έως τον προσήνεμο μώλο. Ακόμη, προβλέπεται η διαμόρφωση ειδικών εισόδων στη μαρίνα για τους πεζούς, οι οποίες συνδυάζονται με άνετες ζώνες κυκλοφορίας πεζών στο εσωτερικό της μαρίνας, ενώ προβλέπεται και η διαμόρφωση ποδηλατοδρόμου σε όλο το μήκος της χερσαίας ζώνης, παρά τη λωρίδα του τραμ.

Επίσης, οι διαθέσιμες υπηρεσίες στη μαρίνα Αλίμου περιλαμβάνουν:

- Φώτα εισόδου για ασφαλή πλοήγηση
- Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος
- Παροχή νερού
- Υπηρεσίες ανεφοδιασμού καυσίμων
- Πολλές και άνετες θέσεις στάθμευσης σε διαφορετικά σημεία της μαρίνας
- Δύο εστιατόρια Bar
- VHF επικοινωνία (Channel 71)
- Εξοπλισμός Πρώτων Βοηθειών

- Ασφάλεια Μαρίνας και PIR αυτόματα φώτα σε όλη τη μαρίνα

Εικόνα 8.1 - Πανοραμική άποψη της μαρίνας Αλίμου



Πηγή: Google Earth

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι υπεύθυνος φορέας για τη διαχείριση της Μαρίνας Αλίμου είναι η Εταιρία Ακινήτων Δημοσίου (ΕΤΑΔ) Α.Ε. Με την υπ' αριθμ. 218/13.08.2012 απόφαση της Διυπουργικής Επιτροπής Αναδιαρθρώσεων και Αποκρατικοποιήσεων (ΦΕΚ Β/2322/13.08.2012), μεταβιβάστηκε από το Ελληνικό Δημόσιο στο Ταμείο Αξιοποίησης Ιδιωτικής Περιουσίας του Δημοσίου (ΤΑΙΠΕΔ) Α.Ε. το δικαίωμα να παραχωρεί σε τρίτους το δικαίωμα χρήσης, λειτουργίας, διαχείρισης και εκμετάλλευσης της κινητής και/ή ακίνητης περιουσίας εντός της χερσαίας και/ή της θαλάσσιας ζώνης της Μαρίνας.

8.2.2 Υφιστάμενη κατάσταση – Μειονεκτήματα της μαρίνας Αλίμου

Η Μαρίνα Αλίμου δεν παρέχει σήμερα στα ελλιμενιζόμενα σκάφη και στους επισκέπτες της υπηρεσίες ανάλογης ποιότητας και επιπέδου με τις προσδοκώμενες για τη μεγαλύτερη μαρίνα της χώρας, σε ένα από τα καλύτερα σημεία του θαλασσιού μετώπου της Αττικής. Αντιθέτως εμφανίζει σοβαρότατες ελλείψεις και σε πολλές από τις λειτουργίες της κυριαρχεί η προχειρότητα και η κακή οργάνωση. Αποτελεί δε σε μεγάλο βαθμό αιτία δυσφήμισης της χώρας στον τομέα της υποδοχής και εξυπηρέτησης σκαφών αναψυχής, ειδικά αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό που εξυπηρετεί αφορά σε ενοικιαζόμενα σκάφη αναψυχής (μεγαλύτερο του 70%), κάτι το οποίο συνεπάγεται μεγάλο αριθμό επισκεπτών, τόσο Ελλήνων όσο και αλλοδαπών, που ενοικιάζουν σκάφη αναψυχής για τις διακοπές τους στα ελληνικά νησιά.

Ενδεικτικά αναφέρονται μερικά από τα βασικότερα λειτουργικά προβλήματα και ελλείψεις της μαρίνας:

- Κακή οργάνωση του θαλάσσιου χώρου με κύριο πρόβλημα τη μη ορθολογική αξιοποίηση της λιμενολεκάνης και την έλλειψη/κακή κατάσταση μόνιμων αγκυροβολίων (ρεμέτζων).
- Σοβαρές φθορές των πυργίσκων παροχών (ηλεκτρικό, νερό), οι περισσότεροι από τους οποίους είναι εκτός λειτουργίας.
- Έλλειψη σταθμού καυσίμων και παραλαβής λυμάτων και ελαιωδών καταλοίπων των σκαφών.
- Σοβαρά κυκλοφοριακά προβλήματα στις δύο εισόδους της μαρίνας.
- Έλλειψη αναγκαίων για τη λειτουργία της μαρίνας κτιριακών εγκαταστάσεων.
- Ανεκμετάλλετος και ανοργάνωτος χερσαίος χώρος.
- Αυθαίρετες πρόχειρες κατασκευές και καταλήψεις (κοντέινερ, τροχόσπιτα κλπ.).
- Κίνηση οχημάτων στις μόνιμες προβλήτες χωρίς έλεγχο και περιορισμούς.
- Έλλειψη σύγχρονων συστημάτων ελέγχου και ασφάλειας.
- Ανεπαρκής συντήρηση των λιμενικών και χερσαίων έργων με συνέπεια τις αστοχίες και την κακή αισθητική του χώρου.
- Έλλειψη σύγχρονης υποδομής ανέλκυσης/καθέλκυσης σκαφών.
- Πρόχειρη διαμόρφωση του χώρου χερσαίας απόθεσης/συντήρησης των σκαφών, με συνέπεια την περιβαλλοντική υποβάθμιση.

- Ασύμβατες οχλούσες χρήσεις στη χερσαία ζώνη της μαρίνας (κέντρα διασκέδασης).

8.2.3 Υφιστάμενη κατάσταση του ευρύτερου περιβάλλοντος και νέες προτάσεις για τη βελτίωσή του

Σύμφωνα με το Ειδικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό (Απόφαση 24208 ΦΕΚ1138/Β/11.6.2009), για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού επιβάλλεται η δημιουργία έντεκα ενοτήτων θαλάσσιου τουρισμού, με κέντρα τα οποία θα διαθέτουν σύγχρονες υποδομές ελλιμενισμού, ανεφοδιασμού και επισκευών και υπηρεσίες διοικητικής υποστήριξης για πρακτορεύσεις, ενοικιάσεις, αγοραπωλησίες κλπ. Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτών των κέντρων αποτελεί η ύπαρξη σύγχρονης υποδομής φιλοξενίας, εστίασης και ψυχαγωγίας και η γεινίαση με αεροδρόμιο. Επίσης, σύμφωνα και με το προτεινόμενο σχέδιο της νέας απόφασης για το Πλαίσιο Χωροταξικού Σχεδιασμού για τον Τουρισμό, επιβάλλεται η βελτίωση και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών των σημείων ελλιμενισμού (μαρίνες, αγκυροβόλια, καταφύγια) λαμβάνοντας υπόψη ολοκληρωμένες και επαρκείς υπηρεσίες στους ελλιμενιζόμενους (καύσιμα, νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, χώροι υγιεινής, συλλογή και διαχείριση αποβλήτων, τεχνική εξυπηρέτηση κλπ.).

Κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες υπήρξε ραγδαία ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού σε ολόκληρη την Ευρώπη και κύρια στο μεσογειακό χώρο. Η ανάπτυξη αυτή προκάλεσε την τεράστια αύξηση ζήτησης για θέσεις ελλιμενισμού σκαφών αναψυχής.

Η έλλειψη θέσεων σε οργανωμένες μαρίνες στον Ευρωπαϊκό χώρο και ειδικότερα στη Μεσόγειο, αποτυπώνεται σε όλες τις αναφορές των διάφορων διεθνών Οργανισμών που ασχολούνται με το yachting. Οι αναφορές τους μιλούν για την ύπαρξη άμεσης ανάγκης για περισσότερες από 70.000-80.000 θέσεις, ενώ ο αριθμός αυτός αυξάνεται συνεχώς μεγαλώνοντας τη σχέση προσφοράς και ζήτησης. Η έλλειψη αυτή σε συνδυασμό με τα υψηλά κόστη ελλιμενισμού και υπηρεσιών των μαρίνων της δυτικής και κεντρικής Μεσογείου, είχε ως επακόλουθο την δημιουργία ενός μεγάλου ρεύματος σκαφών προς την ανατολική Μεσόγειο. Έτσι, χώρες όπως η Ελλάδα, η Τουρκία και η Κροατία δέχθηκαν ένα μεγάλο αριθμό σκαφών και εξακολουθούν να καλούνται να καλύψουν μία συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση. Το πρόβλημα στην έλλειψη χώρων ελλιμενισμού παρατηρείται επίσης και στα μεγαλύτερα σκάφη, ο αριθμός των οποίων αυξάνεται συνεχώς.

Στην Ελλάδα σήμερα υπάρχουν 38 τουριστικοί λιμένες με συνολική δυναμικότητα περίπου 11.461 θέσεων ελλιμενισμού, επί συνόλου 728 και 305.470 αντίστοιχα στη Μεσόγειο. Δηλαδή η Ελλάδα διαθέτει ποσοστό περίπου 3,75 % του συνόλου των θέσεων ελλιμενισμού της Μεσογείου και ποσοστό περίπου 5,22 % του συνόλου των τουριστικών λιμένων της Μεσογείου. Οι αριθμοί και τα ποσοστά δείχνουν το περιθώριο ανάπτυξης των τουριστικών λιμένων στη χώρα μας, καθόσον τόσο η παρούσα χωρητικότητα των υφιστάμενων τουριστικών λιμένων όσο και οι θέσεις που είναι υπό κατασκευή δεν είναι αρκετές για να καλύψουν την υφιστάμενη ζήτηση.

Σύμφωνα με το Γενικό Προγραμματικό Σχέδιο της Μαρίνας Αλίμου προβλέπεται η γενικότερη αναβάθμιση της μαρίνας αλλά και η μέριμνα για την προστασία του φυσικού της περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα, βασικοί στόχοι του Γενικού Προγραμματικού Σχεδίου της μαρίνας Αλίμου είναι η λειτουργική σύνδεση της μαρίνας με την πόλη του Αλίμου και το γύρω αστικό περιβάλλον και ταυτόχρονα η δημιουργία ενός σύγχρονου πόλου αναψυχής και τουρισμού. Η επιτυχής «διασύνδεση» της μαρίνας τόσο με το παρακείμενο παράκτιο μέτωπο, όσο και με το αστικό περιβάλλον, θα συμβάλει ουσιαστικά στην αποκατάσταση του ρόλου που οφείλει να διαδραματίζει μια τέτοιας κλίμακας και σημασίας υποδομή, όπως η Μαρίνα Αλίμου, στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων μιας παραλιακής πόλης.

Επιπλέον, οι προβλεπόμενες κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, η χωροθέτηση συμβατών με την γεινιάζουσα περιοχή χρήσεων γης και η απομάκρυνση των αυθαιρεσιών έχουν σημαντική θετική επίπτωση στην αναβάθμιση της ποιότητας των μετακινήσεων και των καθημερινών δραστηριοτήτων των κατοίκων.

Επίσης, οι επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία, αν και δευτερογενείς ως προς την αμεσότητα, θα είναι θετικές και θα έχουν μόνιμο και σωρευτικό χαρακτήρα, γεγονός που οφείλεται στον περιορισμό των οχλήσεων που επιβαρύνουν την ανθρώπινη υγεία και γενικότερα στη βελτίωση των συνθηκών ζωής.

Επιπρόσθετα, οι επιπτώσεις στα υλικά περιουσιακά στοιχεία θα είναι πρωτογενείς, θετικές και θα έχουν μόνιμο και σωρευτικό χαρακτήρα, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των λιμενικών και χερσαίων εγκαταστάσεων της Μαρίνας Αλίμου με προφανή θετική επίπτωση για την αξία των υποδομών αυτών.

Είναι πολύ σημαντικό να σημειωθεί εδώ ότι οι επιπτώσεις στη βιοποικιλότητα, τη χλωρίδα και την πανίδα θα είναι πρωτογενείς, θετικές και θα έχουν μόνιμο και σωρευτικό χαρακτήρα, γεγονός που σχετίζεται με την προστασία του περιβάλλοντος

γενικότερα και τη συντήρηση και την επέκταση των χώρων πρασίνου στο χώρο της μαρίνας. Επίσης, όσον αφορά το έδαφος οι επιπτώσεις του προτεινόμενου σχεδίου θα είναι θετικές γεγονός που σχετίζεται αφ' ενός με την αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων εκτάσεων και αφ' ετέρου με την προστασία του εδάφους από τη διάβρωση και τη ρύπανση.

Όσον αφορά τα ύδατα, όπως προαναφέρθηκε βασικός λειτουργικός στόχος των σύγχρονων μαρίνων, όπως η Μαρίνα Αλίμου με την εφαρμογή του προτεινόμενου Σχεδίου, είναι η προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος από πηγές ρύπανσης που σχετίζονται με τη λιμενική δραστηριότητα και τη ναυσιπλοΐα σκαφών αναψυχής (σεντινόνερα, λύματα, υφαλοχρώματα, έλαια μηχανών, εκπλύσεις χερσαίας ζώνης απόθεσης σκαφών κλπ.), γεγονός που έχει σημαντική θετική επίπτωση στην ποιότητα των θαλάσσιων υδάτων στην άμεση αλλά και την ευρύτερη περιοχή. Όσον αφορά στην αύξηση των αναγκών σε υδάτινους πόρους για ύδρευση και άρδευση που θα επέλθει από την εφαρμογή του Γενικού Προγραμματικού Σχεδίου, θα καλυφθεί από το δίκτυο ύδρευσης της Αττικής το οποίο εκτιμάται ότι έχει ικανή επάρκεια.

Τέλος, στόχος του Γενικού Προγραμματικού Σχεδίου της Μαρίνας Αλίμου είναι η αποκατάσταση της εικόνας του παράκτιου τοπίου και η διασφάλιση της συνέχειας του παραλιακού μετώπου. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται σε σημαντικό βαθμό με τη διαμόρφωση ικανής έκτασης χώρων πρασίνου, την αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων / ανεκμετάλλεωτων χερσαίων εκτάσεων, τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό σύμφωνα με τους προβλεπόμενους όρους δόμησης (χαμηλό ύψος κτιρίων, μικρό συντελεστή δόμησης), την απομάκρυνση αυθαίρετων χρήσεων και γενικότερα την αύξηση της ελκυστικότητας του παραλιακού μετώπου, αλλά και έμμεσα με την ορθή και νόμιμη διαχείριση και διάθεση των παραγόμενων/συλλεγόμενων αποβλήτων.

8.3 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του έργου

Τα στοιχεία του κόστους σχετικά με την τοποθεσία της υπό μελέτη εταιρείας περιλαμβάνουν το κόστος ενοικίου του γραφείου της εταιρείας, το κόστος των θέσεων ελλιμενισμού των σκαφών της στη μαρίνα Αλίμου και το κόστος επιβάρυνσης του περιβάλλοντος εξαιτίας των λυμάτων που έγκειται κυρίως στο τέλος παραλαβής αποβλήτων (λύματα από τουαλέτες σκαφών) και είναι €0,34 το λίτρο. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά τα προαναφερθέντα κόστη.

⁵⁰ Πίνακας 8.1 - Κόστος εκτέλεσως έργου σε ευρώ

Είδος	Απαιτήσεις	Μηνιαίο Κόστος	Ετήσιο Κόστος
Γραφεία εταιρείας (ενοίκιο)	80 τ.μ	7€/τ.μ	6.720
Μαρίνα – Ελλιμενισμός*	9 σκάφη	1.875	16.875
Μαρίνα – Πρόσθετες Υπηρεσίες (Ασφάλεια – Πρόσδεση με σκάφος – Διαχείριση Αποβλήτων – Τεχνική υποστήριξη)	616 τ.μ	1.25 €/τ.μ	9.240
Σύνολο			32.835

*το κόστος ελλιμενισμού έχει υπολογιστεί με βάση τον τιμοκατάλογο της μαρίνας Αλίμου για επαγγελματικά σκάφη, οι τιμές των οποίων εξαρτώνται από τα μέτρα του κάθε σκάφους και από τον αριθμό των εβδομάδων που βρίσκονται ελλιμενισμένα στη συγκεκριμένη μαρίνα.

⁵¹ Πίνακας 8.2 – Ετήσια κόστη εκτέλεσως έργου σε ευρώ

Είδος	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Γραφεία εταιρείας	3.360	6.720	6.720	6.720	6.720	6.720
Μαρίνα – Ελλιμενισμός, Ποσοστό αύξησης 2%	16.875	17.213	17.557	17.908	18.266	18.631
Μαρίνα – Πρόσθετες Υπηρεσίες, Ποσοστό αύξησης 1%	9.240	9.332	9.425	9.519	9.614	9.710
Σύνολο	32.835	33.265	33.702	34.147	34.600	35.061

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 Στόχοι του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου

Η φάση εκτελέσεως του προγράμματος περιλαμβάνει τη χρονική περίοδο από την απόφαση για την επένδυση μέχρι την έναρξη της εμπορικής παραγωγής. Η φάση αυτή περιλαμβάνει ορισμένα στάδια όπως το στάδιο των διαπραγματεύσεων και της υπογραφής των συμβολαίων, το στάδιο των σχεδίων του προγράμματος, το στάδιο της κατασκευής και το στάδιο της θέσεως σε λειτουργία. Αν δε γίνει καλός προγραμματισμός αυτή η φάση μπορεί να επεκταθεί σε μακρά χρονική περίοδο έτσι που να κινδυνεύει η όλη οικονομική λειτουργία του προγράμματος. Το βασικό αντικείμενο του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου επομένως, είναι να προσδιορισθούν οι οικονομικές επιπτώσεις της φάσεως εκτελέσεως και να γίνει προσπάθεια να εξασφαλισθεί αποτελεσματική χρηματοδότηση προωθήσεως του προγράμματος μέχρι και πέρα από της έναρξη της παραγωγής. Ο τρόπος της χρηματοδότησης καθώς και οι επιπτώσεις των καθυστερήσεων στην επένδυση θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη.

Πιο αναλυτικά, Ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- Καθορισμός του τύπου των εργασιών οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου.
- Καθορισμός της λογικής αλληλουχίας των γεγονότων στις εργασίες του συνολικού έργου.
- Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτελέσεως του έργου, στο οποίο να απεικονίζονται ορθά, από άποψης χρόνου, οι διάφορες εργασίες και να υφίστανται οι κατάλληλες χρονικές περίοδοι για την υλοποίησή τους.
- Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας και αναφορά του αντίστοιχου κόστους.
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και κατάσταση χρηματικών ροών οι οποίες θα εξασφαλίζουν τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων κατά τη διάρκεια της φάσεως του επενδυτικού σχεδίου.

•Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτέλεσης του έργου, τα οποία επιτρέπουν το χρονικό και χρηματοοικονομικό προγραμματισμό, καθώς και τον προγραμματισμό των προβλέψεων που έγιναν στις προηγούμενες φάσεις της παρούσας μελέτης.

9.2 Η ομάδα επιβλέψεως και εκτέλεσεως του έργου

Προκειμένου να τεθεί σε άμεση εφαρμογή η εκτέλεση του προγράμματος, πρέπει να σχηματιστεί μια ομάδα ατόμων, η οποία θα είναι υπεύθυνη για την παρακολούθηση της πορείας του έργου. Η αποτελεσματική εκτέλεση ενός προγράμματος εξαρτάται σημαντικά από τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει αυτή η ομάδα. Αυτή η ομάδα θα μπορούσε όχι μόνο να παραμείνει ενεργή κατά τη διάρκεια της εκτέλεσεως του έργου, αλλά να αποτελέσει επίσης ιδανικό πυρήνα του διοικητικού, τεχνικού και λειτουργικού επιτελείου που θα επιφορτισθεί με τη διαχείριση της λειτουργίας της μονάδας αργότερα. Για όλους τους παραπάνω λόγους έχει αποφασισθεί να ηγείται αυτής της ομάδας ο Γενικός Διευθυντής της εταιρείας, ο Α.Β.

Τα μεγαλύτερα προβλήματα που παρουσιάζονται στην ομάδα επιβλέψεως και γενικά σε αυτούς που είναι αρμόδιοι για την πραγματοποίηση του προγράμματος είναι τα εξής:

- Αποφυγή καθυστερήσεων στην εκτέλεση του έργου.
- Αποφυγή υπερβάσεων στο κόστος.
- Εξασφάλιση της ομαλής χρηματοδότησεως του έργου.
- Εξασφάλιση των προδιαγραφών εκτελέσεως ή γενικότερα της ποιότητας του έργου.
- Επιμέλεια για ασφάλεια των έργων.
- Οργάνωση αποτελεσματικού Μάρκετινγκ για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της εταιρείας.
- Εξεύρεση κατάλληλων στελεχών και υπαλλήλων για τη φάση της πλήρους λειτουργίας της μονάδας.

9.3 Στάδια εκτέλεσεως του έργου

Τα κυριότερα στάδια προγραμματισμού της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου, δεν ακολουθούν κάποια αυστηρή αλληλουχία, αλλά συνήθως υπάρχει αλληλοεπικάλυψη με σύγχρονο προγραμματισμό των διαφόρων δραστηριοτήτων.

Για το σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος ίδρύσεως και λειτουργίας της εταιρείας λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθες δραστηριότητες:

1. Ίδρυση της επιχείρησης (10 ημέρες)

Στάδια Ίδρυσης της επιχείρησης

i. Επιλογή νομικής μορφής.

Η νομική μορφή της εταιρείας θα είναι εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε). Τα χαρακτηριστικά της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης εν μέρει μοιάζουν με εκείνα της ανώνυμης εταιρείας (π.χ. συνέλευση εταίρων, περιορισμένη ευθύνη μελών εταιρείας κ.ο.κ.) και εν μέρει με εκείνα της προσωπικής εταιρείας (π.χ. ύπαρξη διαχειριστή αντί διοικητικού συμβουλίου).

Η Ε.Π.Ε. είναι ο εταιρικός τύπος που βρίσκεται ανάμεσα στην ανώνυμη και την προσωπική εταιρεία. Δεν έχει τα μειονεκτήματα της πρώτης (που είναι αμιγώς κεφαλαιουχική εταιρεία), όπως την ανάγκη μεγάλου κεφαλαίου και τη μειωμένη επιρροή των μικρών μετόχων στη διοίκηση της εταιρείας. Έχει όμως το βασικό πλεονέκτημα, που είναι το περιορισμένο της ευθύνης των εταίρων.

Στην Ε.Π.Ε. κάθε εταίρος έχει τόσους ψήφους, όσα εταιρικά μερίδια διαθέτει στο κεφάλαιο της εταιρείας. Οι αποφάσεις της συνελεύσεως λαμβάνονται με απλή πλειοψηφία (πλέον του μισού) του όλου αριθμού των εταίρων, που εκπροσωπούν πλέον του μισού ολοκλήρου του εταιρικού κεφαλαίου. Η πλειοψηφία αυτή είναι απλή πλειοψηφία, αλλά συγχρόνως είναι και διφυής. Απαιτεί, σωρευτικά, και πλειοψηφία κεφαλών (εταίρων), και πλειοψηφία κεφαλαίου (εταιρικών μεριδίων).

ii. Εγγραφή στο επιμελητήριο

Βάση νόμου (Ν.2081/92) στις περισσότερες περιπτώσεις ίδρυσης επιχειρήσεων είναι υποχρεωτική η εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο (Βιοτεχνικό, Εμπορικό-Βιομηχανικό και Επαγγελματικό), το οποίο προσδιορίζεται ανάλογα με το είδος της δραστηριότητας και το μέγεθος της επιχείρησης. Στο Επιμελητήριο γίνεται αναγγελία έναρξης, προεγγραφή και εκδίδεται βεβαίωση δικαιώματος χρήσης επωνυμίας και κατοχύρωσης διακριτικού τίτλου της επιχείρησης.

iii. Εγγραφή σε ασφαλιστικό φορέα

Η εγγραφή σε Ασφαλιστικό Φορέα σύμφωνα με το Ν2084/92 είναι υποχρεωτική για όλα τα φυσικά πρόσωπα και τα μέλη Νομικών Προσώπων, που έχουν συμπληρώσει

το 18ο έτος της ηλικίας τους και δραστηριοποιούνται σε πόλη άνω των 2.000 κατοίκων. Ο μεγαλύτερος αριθμός των νέων επιχειρηματιών εγγράφεται κατά κύριο λόγο, στα κατά τόπους Ταμεία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Ελλάδας (ΤΕΒΕ), τα Ταμεία Εμπόρων (ΤΑΕ) και σε ειδικές περιπτώσεις σε άλλα ταμεία όπως είναι το ΤΣΜΕΔΕ, ΤΣΑΥ και το ΙΚΑ.

iv. Άδεια εγκατάστασης και λειτουργίας

v. Άδεια ασκήσεως επαγγέλματος – Ειδική άδεια λειτουργίας

Για ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών όπως τα τουριστικά επαγγέλματα είναι απαραίτητη για την έναρξη επαγγελματικής δραστηριότητας η έκδοση Άδειας Ασκήσεως Επαγγέλματος. Επιπλέον, τα τουριστικά επαγγέλματα πέρα από την Άδεια Λειτουργίας που προαναφέρθηκε, υποχρεούνται στην έκδοση Ειδικής Άδειας Λειτουργίας.

vi. Δήλωση έναρξης επιτηδεύματος, αριθμός φορολογικού μητρώου (ΑΦΜ), θεώρηση βιβλίων και στοιχείων

Κάθε υποψήφια επιχείρηση υποχρεούται να υποβάλει στην αρμόδια Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (ΔΟΥ) Δήλωση Έναρξης Επιτηδεύματος. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την υποβολή:

- Του εντύπου Μ5 "Δήλωση υπό ίδρυση Επιχείρησης"
- Της δήλωσης διακοπής των εργασιών ίδρυσης
- Του εντύπου Μ2 "Δήλωση έναρξης / μεταβολής εργασιών Φυσικού Προσώπου" αν πρόκειται για Φυσικά Πρόσωπα ή του εντύπου "Δήλωση έναρξης / μεταβολής εργασιών Μη Φυσικού Προσώπου" αν πρόκειται για Νομικά Πρόσωπα

Εκτός από τα παραπάνω έντυπα, η υποψήφια επιχείρηση υποχρεούται να υποβάλει επιπλέον ένα αριθμό δικαιολογητικών για τα οποία μπορεί να ενημερωθεί από τη ΔΟΥ του τόπου όπου εδρεύει. Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, ότι κατά την έναρξη των εργασιών καταβάλλεται και ο φόρος συγκέντρωσης κεφαλαίου (1% του μετοχικού κεφαλαίου) καθώς και τέλη χαρτοσήμου, το ύψος των οποίων κυμαίνεται ανάλογα με την νομική μορφή της επιχείρησης και τον πληθυσμό του τόπου όπου ασκείται η δραστηριότητα. Υποχρεωτικά εκδίδεται ΑΦΜ για κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διενεργεί πράξεις φορολογικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα. Οι επιχειρήσεις και οι επαγγελματίες υποχρεούνται να χρησιμοποιούν ορισμένα θεωρημένα Βιβλία και Στοιχεία, που ορίζονται από τον Κώδικα Φορολογικών Βιβλίων

και Στοιχείων, ανάλογα με την νομική μορφή, το είδος της δραστηριότητας, την κατηγορία τήρησης Βιβλίων κ.λπ. Η θεώρηση γίνεται από την ΔΟΥ της έδρας της επιχείρησης, εκτός των Α.Ε. που υπάγονται σε ΔΟΥ ΦΑΒΕ και ΦΑΕΕ. Η οικεία ΔΟΥ ενημερώνει για την κατηγορία Βιβλίων, για τα είδη Βιβλίων και Στοιχείων που πρέπει να τηρούνται θεωρημένα και για τον χρόνο και τα δικαιολογητικά της θεώρησης.

Το τελευταίο βήμα είναι η κατοχύρωση του Εμπορικού Σήματος της εταιρείας. (Ν. 2239/94). Αρμόδιο το Υπ. Αν. Δ/ση Εμπορίου.

2. Λήψη των αδειών – Ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα (45 μέρες)

Στο στάδιο αυτό θα λάβουν χώρα όλες οι απαραίτητες ενέργειες λήψης αδειών και κατάθεσης φακέλου του επενδυτικού σχεδίου για ένταξη της επιχείρησης σε πρόγραμμα επιδοτήσεων.

3. Προγραμματισμός χρηματοδότησης (61 μέρες)

Αφού ληφθεί η απόφαση για την υλοποίηση της επένδυσης και αφού έχει γίνει γνωστό το κόστος επένδυσης και το χρονοδιάγραμμα εκτελέσεώς της, θα πρέπει να γίνουν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τη χρηματοδότηση του προγράμματος. Οι πηγές χρηματοδότησης του συγκεκριμένου σχεδίου είναι:

- Ίδια κεφάλαια από τον ιδρυτή της επιχείρησης
- Τραπεζική δανειοδότηση
- Χρηματική ενίσχυση από κοινοτικό πρόγραμμα

4. Οργάνωση γραφείου (30 μέρες)

5. Επιλογή διαφημιστή (7 μέρες)

6. Σχέδιο διαφημιστικής εκστρατείας (21 μέρες)

7. Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας (60 μέρες)

Καθώς είναι λογικό, η προετοιμασία προσέλκυσης των πελατών θα πρέπει να αρχίσει αρκετά νωρίτερα από την έναρξη της επιχείρησης, προκειμένου να εξασφαλισθεί ότι θα πραγματοποιηθούν πωλήσεις όπως προβλέπει το σχέδιο του Μάρκετινγκ που έχει αναλυθεί λεπτομερώς στο κεφάλαιο 3.

8. Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού (90 μέρες)

Στο στάδιο αυτό θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη το πρόγραμμα αφίξεως του μηχανολογικού εξοπλισμού που συμπεριλαμβάνει τα σκάφη καθώς και τον εξοπλισμό τους. Από τη στιγμή της παραγγελίας μέχρι να παραδοθεί ο εξοπλισμός στην εταιρεία χρειάζεται να περάσει ένα χρονικό διάστημα ώστε να υλοποιηθούν οι απαραίτητες δοκιμές και έλεγχοι σωστής λειτουργίας των σκαφών και του εξοπλισμού τους. Υπεύθυνος για την επίβλεψη κατά την παραλαβή των σκαφών, το συντονισμό τους καθώς και της δοκιμής τους είναι ο διευθυντής της μονάδας.

9. Προμήθεια πρώτων υλών και εφοδίων (10 μέρες)

Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου σταδίου θα πρέπει να πραγματοποιηθούν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τον έλεγχο και την παραλαβή των προβλεπόμενων και απαραίτητων εισροών οι κυριότερες από τις οποίες είναι τα καύσιμα, το νερό και το ρεύμα. Όσον αφορά τα τρόφιμα, αυτά θα τα αγοράζουν οι ίδιοι οι πελάτες κατά τη δική τους προτίμηση.

10. Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος (15 ημέρες)

Στην τελική φάση του προγραμματισμού απαιτείται ένα μικρό χρονικό διάστημα προσαρμογής του ανθρώπινου δυναμικού με τον μηχανολογικό εξοπλισμό, διενέργεια ορισμένων τεχνικών δοκιμών αποδόσεως της μονάδας, κ.α.

11. Έναρξη της επιχείρησης

9.4 Χρονικός προγραμματισμός εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου

Είναι ανάγκη να δημιουργηθεί ένα αποτελεσματικό και ισορροπημένο χρονοδιάγραμμα των απαιτούμενων εργασιών. Αυτό μπορεί να γίνει μόνο με ακριβή προγραμματισμό εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου. Οι περίοδοι που απαιτούνται για τις διάφορες εργασίες του έργου μπορούν να ορίζονται με βάση το χρονοπρόγραμμα του έργου που έχει γίνει μετά από συστηματική ανάλυση και προσομοίωση ολόκληρης της διαδικασίας.

Τα χρονοπρόγραμματα εκπονούνται συνήθως σε τρία βήματα:

1.Ο προγραμματιστής καθορίζει τη λογική σειρά των εργασιών στην εκτέλεση του έργου χωρίς να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην ακριβή διάρκεια κάθε δραστηριότητας. Η τοποθέτηση μερικών δραστηριοτήτων είναι αυταπόδεικτη.

2.Ο προγραμματιστής αναλύει πώς μπορούν να γίνουν οι συγκεκριμένες εργασίες. Η ανάλυση αυτή σκοπεύει στο γεγονός ότι μερικές εργασίες μπορούν να υποδιαιρεθούν σε υποέργα.

3.Ο αναλυτής μπορεί να ρυθμίσει το χρονοδιάγραμμα εκτελέσεως έτσι, ώστε να δείχνει την προτεινόμενη έναρξη και τη διάρκεια της εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου και τη σωστή τοποθέτηση και διάρκεια όλων των δραστηριοτήτων και εργασιών.

⁵²**Πίνακας 9.1 - Κατάλογος δραστηριοτήτων, της σειράς αυτών καθώς και του χρόνου που απαιτείται για κάθε μία**

Κωδικός δραστηριότητας	Περιγραφή δραστηριότητας	Αμέσως προηγούμενη δραστηριότητα	Χρόνος σε ημέρες
A	Ίδρυση της επιχείρησης	-	10 μέρες
B	Λήψη αδειών λειτουργίας	A	45 μέρες
Γ	Προγραμματισμός χρηματοδότησης	B	61 μέρες
Δ	Οργάνωση γραφείου	A,Γ	30 μέρες
E	Επιλογή διαφημιστή	Δ	7 μέρες
Z	Σχέδιο διαφημιστικής εκστρατείας	E	21 μέρες
H	Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας	Z	60 μέρες
Θ	Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού	A,B,Γ	90 μέρες
I	Προμήθεια Ά Υλών και Εφοδίων	Θ	10 μέρες
K	Επιθεώρηση συντονισμός και έλεγχος	A-I	15 μέρες

Για να γίνει πιο κατανοητή η πορεία των εργασιών από τον παραπάνω πίνακα θα κατασκευάσουμε το διάγραμμα Gantt, δηλαδή θα διαιρέσουμε την εκτέλεση του προγράμματος στις διάφορες δραστηριότητες και θα συμπεριλάβουμε τους

απαιτούμενους χρόνους για κάθε μία από αυτές έτσι, ώστε να δείξουμε ποιες δραστηριότητες προηγούνται ποιων και ποιες θα γίνονται παράλληλα.

⁵³ Πίνακας 9.2 - Απλοποιημένο χρονοδιάγραμμα Gantt για την υπό μελέτη εταιρεία

Δραστηριότητες	Χρόνος σε μήνες										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ίδρυση της επιχείρησης											
Λήψη αδειών λειτουργίας											
Προγραμματισμός χρηματοδότησης											
Οργάνωση γραφείου											
Επιλογή διαφημιστή											
Σχέδιο διαφημιστικής εκστρατείας											
Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας											
Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας											
Προμήθεια Α' Υλών και εφοδίων											
Επιθεώρηση συντονισμός κι έλεγχος											

9.5 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται και υπολογίζεται το κόστος του προγράμματος εκτέλεσης του έργου, το οποίο αποτελείται από τα έξοδα τα οποία είναι αναγκαία να πραγματοποιηθούν για τη χρονική περίοδο από τη λήψη της απόφασης για επένδυση μέχρι την έναρξη λειτουργίας της υπό μελέτη επιχείρησης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι η εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης κεφαλαιοποιείται ως προπαραγωγικό κόστος, αποτελώντας μέρος του συνολικού κόστους της επένδυσης.

Βάσει αυτών, παρουσιάζεται ο παρακάτω πίνακας με την εκτίμηση του κόστους επένδυσης, όσον αφορά την εκτέλεση του προγράμματος.

⁵⁴ Πίνακας 9.3 – Υπολογισμός Κόστους Επενδύσεως του Επενδυτικού Σχεδίου σε ευρώ

A/A	Περιγραφή δραστηριότητας	Κόστος
1	Ίδρυση της επιχείρησης και λήψη αδειών λειτουργίας *	1.000
2	Προγραμματισμός χρηματοδότησης	10.000
3	Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας (Μάρκετινγκ πριν την έναρξη)	10.000
4	Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού	5.000
5	Προμήθεια Ά Υλών και Εφοδίων	2.000
6	Επιθεώρηση συντονισμός και έλεγχος	1.000

*Η ίδρυση της επιχείρησης περιλαμβάνει:

- Το Γραμμάτιο Κόστους Σύστασης Εταιρείας
- Το τέλος καταχώρησης Γ.Ε.Μ.Η
- Το κόστος εγγραφής στο επιμελητήριο
- Το Τέλος υπέρ του Ταμείου Προνοίας Δικηγόρων Αθηνών
- Το δικαίωμα εγγραφής στον ΟΑΕΕ
- Το Φόρο Συγκέντρωσης Κεφαλαίου
- Την αμοιβή του συμβολαιογράφου
- Την αμοιβή του δικηγόρου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Το συνολικό κόστος της επένδυσης αποτελεί το άθροισμα του κόστους ιδρύσεως της επιχείρησης, των πάγιων επενδύσεων αυτής και του κεφαλαίου κίνησης. Αναλύοντας τις προαναφερθείσες συνισταμένες επισημαίνεται ότι οι πάγιες επενδύσεις αποτελούν τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, ήτοι ο μηχανολογικός της εξοπλισμός, το κόστος ιδρύσεως προσauξάνει την αξία των επενδύσεων σε πάγια στοιχεία, ενώ το κεφάλαιο κίνησης είναι απαραίτητο έτσι ώστε αυτή να μπορέσει να αναλάβει την επιχειρηματική της δραστηριότητα.

10.1.1 Πάγιο Ενεργητικό

Στο αρχικό πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης περιλαμβάνονται οι προπαρασκευαστικές δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν για την ίδρυση της επιχείρησης, καθώς και τα πάγια περιουσιακά της στοιχεία, δηλαδή ο στόλος της, ο εξοπλισμός γραφείου και ο καταδυτικός εξοπλισμός.

Στον κάτωθι πίνακα παρουσιάζονται τα στοιχεία αυτά συναρτήσει του αντίστοιχου κόστους.

⁵⁵ Πίνακας 10.1 - Πάγιο Ενεργητικό 2014

Περιγραφή	Κόστος
Έξοδα Ιδρύσεως-Οργανώσεως	
Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών	14.750
Πάγιες Επενδύσεις	
Μηχανολογικός Εξοπλισμός (σκάφη)	3.758.180
Εξοπλισμός Γραφείου	12.837
Καταδυτικός Εξοπλισμός	5.305
Σύνολο	3.791.072

10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης δίνεται από τη διαφορά μεταξύ του κυκλοφορούντος ενεργητικού, δηλαδή του αθροίσματος των εισπρακτέων απαιτήσεων της επιχείρησης από τους πελάτες της, των αποθεμάτων της και των χρηματικών διαθεσίμων, και του τρέχοντος παθητικού, δηλαδή των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης προορίζεται να καλύψει μελλοντικές λειτουργικές δαπάνες της υπό μελέτη επιχείρησης. Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω αποτελεί αναπόσπαστο μέρος των αρχικών κεφαλαιακών δαπανών της επιχείρησης.

Εν συνεχεία παρατίθεται ο πίνακας που παρουσιάζει τις διαχρονικές απαιτήσεις της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης για το χρονικό διάστημα 2014-2019.

⁵⁶ Πίνακας 10.2 - Διαχρονικές απαιτήσεις της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης για το χρονικό διάστημα 2014-2019

Περιγραφή	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I. Τρέχον Ενεργητικό	203.243,2	382.448,9	496.988,19	662.114,33	772.769,01	916.488,52
Λογαριασμοί εισπρακτέοι	80.000	89.358,3	97.981	192.848,2	285.208,5	164.264,1
Χρηματικά διαθέσιμα:						
Μετρητά στο ταμείο	7.575,2	126.940,6	184.007,19	154.266,13	167.560,51	276.112,21
Καταθέσεις όψεως	115.668	166.150	215.000	315.000	320.000	476.112,21
II. Τρέχον Παθητικό	178.610	150.002,5	114.593,96	75.974,68	33.856	34.221
Βραχυπρόθεσμοι δανεισμοί	150.000	117.199,5	81.446,96	42.476,68		
Προμηθευτές	20.235	23.933	24.277	24.628	24.986	25.351

Λογαριασμοί Πληρωτέοι	495	990	990	990	990	990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780
III. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης (I-II)	24.633,2	232.446,4	382.394,23	586.139,65	738.913,01	882.267,52

⁵⁷ Πίνακας 10.3 - Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Περιγραφή	Κόστος	Ποσοστό
Πάγιο Ενεργητικό	3.791.072	99%
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	24.633,2	1%
Σύνολο	3.815.705,2	100%

10.2 Ανάλυση Κόστους Παραγωγής

Η προκείμενη επιχείρηση θα είναι μία επιχείρηση παροχής υπηρεσιών. Επομένως το κόστος παραγωγής της ταυτίζεται με το κόστος παροχής αυτών των υπηρεσιών. Κατωτέρω παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη αυτού του κόστους για το διάστημα 2014-2019 ως ένα επιπρόσθετο στοιχείο στη διερεύνηση της βιωσιμότητας της επιχείρησης.

⁵⁸ Πίνακας 10.4 - Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παροχής Υπηρεσιών

Περιγραφή	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	12.018	11.934,5	10.960	10.085,6	9.300,4	9.245
Ασφάλιστρα	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780
Φόροι	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100

Ανθρώπινο δυναμικό	31.310	62.620	62.620	62.620	62.620	62.620
Παροχές τρίτων	760	1.020	1.020	1.020	1.020	1.020
Εργασίες συντήρησης σκαφών	0	17.650	18.183	18.730	19.283	19.860
Λοιπά γενικά έξοδα	270	540	540	540	540	540
Έξοδα marketing	12.000	11.000	10.000	9.000	7.000	7.000
Χρηματοοικονομικά έξοδα	28.500	25.140,19	21.490,24	17.524,75	13.216,2	12.701,4
Αποσβέσεις	127.087,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2
Συνολικό κόστος παροχής υπηρεσιών	219.825,2	267.821,89	262.730,44	257.437,55	250.896,8	250.903,6

10.3 Τοκοχρεολυτικοί Πίνακες

Στη συνέχεια θα πρέπει να υπολογιστούν οι ετήσιες τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης, δηλαδή ο τόκος και το χρεολύσιο (το μέρος του κεφαλαίου για την απόσβεση του δανείου χωρίς τους τόκους) που θα περιλαμβάνονται σε κάθε ετήσια πληρωμή (δόση). Προκειμένου να γίνει αυτό θα υπολογίζεται ο τόκος κάθε έτους με βάση τα επιτόκια του βραχυπρόθεσμου και του μακροπρόθεσμου δανείου που είναι 9% και 6% αντίστοιχα επί του ανεξόφλητου υπόλοιπου κεφαλαίου και το ποσό αυτό θα αφαιρείται από την ετήσια δόση του δανείου ούτως ώστε να προκύπτει τελικά το αντίστοιχο χρεολύσιο. Όλα τα παραπάνω παρουσιάζονται αναλυτικά στους πίνακες που ακολουθούν.

⁵⁹ Πίνακας 10.5 - Τοκοχρεολυτικός πίνακας βραχυπρόθεσμου δανείου

Βραχυπρόθεσμο Δάνειο			
ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΔΟΣΗ	ΤΟΚΟΙ (9%)	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ
150.000	46.300,5	13.500	32.800,5
117.199,5	46.300,5	10.547,955	35.752,55
81.446,96	46.300,5	7.330,22595	38.970,27
42.476,68	46.300,5	3.822,901286	42.477,60

60 Πίνακας 10.6 - Τοκοχρεολυτικός πίνακας μακροπρόθεσμου δανείου

Μακροπρόθεσμο Δάνειο			
ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΔΟΣΗ	ΤΟΚΟΙ (6%)	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ
250.000	21.796	15.000	6.796
243.204	21.796	14.592,24	7.203,76
236.000,24	21.796	14.160,0144	7.635,99
228.364,25	21.796	13.701,85526	8.094,14
220.270,11	21.796	13.216,20658	8.579,79
211.690,32	21.796	12.701,41897	9.094,58
202.595,74	21.796	12.155,74411	9.640,26
192.955,48	21.796	11.577,32876	10.218,67
182.736,81	21.796	10.964,20849	10.831,79
171.905,02	21.796	10.314,30099	11.481,70
160.423,32	21.796	9.625,399054	12.170,60
148.252,72	21.796	8.895,162998	12.900,84
135.351,88	21.796	8.121,112777	13.674,89
121.676,99	21.796	7.300,619544	14.495,38
107.181,61	21.796	6.430,896717	15.365,1
91.816,51	21.796	5.508,99052	16.287,01
75.529,5	21.796	4.531,769951	17.264,23
58.265,27	21.796	3.495,916148	18.300,08
39.965,19	21.796	2.397,911117	19.398,09
20.567,1	21.796	1.234,025784	20.561,97
5,12	21.796	0,307330842	21.795,69

10.4 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως είναι η λογιστική κατάσταση η οποία εμφανίζει το αποτέλεσμα το οποίο πέτυχε μία οικονομική μονάδα κατά τη διάρκεια μίας χρονικής περιόδου (συνήθως ένα έτος), καθώς και τους προσδιοριστικούς παράγοντες που διαμορφώνουν το αποτέλεσμα.

Με βάση τα παραπάνω οι προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως για την υπό ίδρυση εταιρεία από το πρώτο έτος λειτουργίας της (2014) έως το 2019 παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

61 Πίνακας 10.7 - Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Έσοδα από υπηρεσίες	291.500	430.150	491.600	553.050	583.775	614.500
(-) έξοδα εκμετάλλευσης						
Διαφήμιση	12.000	11.000	10.000	9.000	7.000	7.000
Αποσβέσεις	127.087,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2
Μισθοί	31.310	62.620	62.620	62.620	62.620	62.620
Ενοίκια	20.235	23.933	24.277	24.628	24.986	25.351
Εφόδια	12.018	11.934,5	10.960	10.085,6	9.300,4	9.245
Ασφάλιστρα	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780	1.780
Παροχές Τρίτων	760	1.020	1.020	1.020	1.020	1.020
Σύνολο Λειτουργικών Εξόδων	205.190,2	242.324,7	240.694,2	239.170,8	236.743,6	237.053,2
Μικτό Αποτέλεσμα	86.310	187.825,3	250.905,8	313.879,2	347.031,4	377.446,8
(-) φόροι ελλειμενισμού	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100	6.100
Αποτέλεσμα Μ.Φ ελλειμενισμού	80.210	181.725,3	244.805,8	307.779,2	340.931,4	371.346,8
(-)φόρος 20%	16.041,96	36.345,06	48.961,16	61.555,84	68.186,28	74.269,36

Αποτέλεσμα Μ.Φ	64.168	145.380,2	195.844,6	246.223,4	272.745,1	297.077,4
(-) τόκοι χρεωστικοί	28.500	25.140,2	21.490,24	17.524,76	13.216,21	12.701,42
=Καθαρό αποτέλεσμα (κέρδος-ζημία)	35.668	120.240	174.354,4	228.698,6	259.528,9	284.376

10.5 Κατάσταση Ταμειακών Ροών

62 Πίνακας 10.8 - Κατάσταση ταμειακών ροών

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Έσοδα	291.500	430.150	491.600	553.050	583.775	614.500
Γενικά Έξοδα	75.820	128.325	128.295	128.287	127.293	128.331
Κόστος Α' Υλών και εφοδίων	12.018	11.934,5	10.960	10.085,6	9.300,4	9.245
Σύνολο Εξόδων	87.838	140.259,5	139.255	138.372,6	136.593,4	137.576
Αποσβέσεις Σκαφών	125.273	125.273	125.273	125.273	125.273	125.273
Αποσβέσεις Εκπονήσεως Προμελέτης Σκοπιμότητας		2.950	2.950	2.950	2.950	2.950
Αποσβέσεις Γραφείου	1.283,7	1.283,7	1.283,7	1.283,7	1.283,7	1.283,7
Αποσβέσεις Καταδυτικού Εξοπλισμού	530,5	530,5	530,5	530,5	530,5	530,5
Σύνολο Αποσβέσεων	127.087,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2	130.037,2
ΚΠΦ	76.574,	159.853	222.307	284.640	317.144	346.886

		8	,3	,8	,2	,4	,8
ΚΜΦ(Ελλειμνισμού)		70.474,8	153.753,3	216.207,8	278.540,2	311.044,4	340.786,8
ΚΜΦ(20%)		56.379,84	123.002,64	172.966,24	222.832,16	248.835,52	272.629,44
ΚΤΡ		183.467,04	253.039,84	303.003,44	352.869,36	378.872,72	402.666,64
Υπολειμματική αξία Σκαφών							3.006.542
Υπολειμματική αξία Γραφείου							5.134,80
Υπολειμματική αξία Κατ. Εξοπλισμού							2.122
Κόστος επένδυσης	3.815.705,20						

10.6 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί επιχείρησης

Ο ισολογισμός είναι η λογιστική κατάσταση η οποία απεικονίζει τη χρηματοοικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης σε δεδομένη χρονική στιγμή. Η βασική λογιστική ισότητα στην οποία στηρίζεται ο ισολογισμός είναι η ακόλουθη:

$$\text{ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ} = \text{ΠΑΘΗΤΙΚΟ} + \text{ΚΑΘΑΡΑ ΘΕΣΗ}$$

Όπου το ενεργητικό εκφράζει τα μέσα δράσεως που κατέχει η επιχείρηση, το παθητικό εκφράζει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς το φορέα. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της επιχείρησης για όλα τα υπό εξέταση έτη παρατίθενται παρακάτω.

63 Πίνακας 10.9 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2014

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2014		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
Β.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	14.750	2.950	11.800
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.758.180	125.273	3.632.907
Εξοπλισμός γραφείου	12.837	1.283,7	11.553,3
Λοιπός εξοπλισμός (καταδυτικός)	5.305	530,5	4.774,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.776.322	127.087,2	3.649.234,8
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			80.000
IV.Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			80.000
Ταμείο			7.575,2
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			167.575,2
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.828.610

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2014	
Α.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
I.Εταιρικό κεφάλαιο		
Καταβεβλημένο κεφάλαιο		3.400.000
V.Αποτελέσματα εις νέον		
Υπόλοιπο κερδών εις νέον		35.668
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ		3.435.668
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
I.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Τραπεζικό Δάνειο		250.000
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		250.000

II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός		150.000
Προμηθευτές (ενοίκια, ελλειμενισμός)		20.235
Λογαριασμοί Πληρωτέοι (ηλεκτρικό, νερό, λοιπά έξοδα)		495
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί		1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		178.610
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		428.610
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		3.864.278

⁶⁴ Πίνακας 10.10 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2015

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2015		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
Β.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	11.800	2.950	8.850
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενσώματες Ακίνητοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.632.907	125.273	3.507.634
Εξοπλισμός γραφείου	11.553,3	1.283,7	10.269,6
Λοιπός εξοπλισμός	4.774,5	530,5	4.244
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.649.234,8	127.087,2	3.522.147,6
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			89.358,3
IV.Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			166.150
Ταμείο			126.940,6
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			382.448,9
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.913.446,5

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2015	
Α.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
Ι.Εταιρικό κεφάλαιο		
Καταβεβλημένο κεφάλαιο		3.400.000
Υ.Αποτελέσματα εις νέον		
Υπόλοιπο κερδών εις νέον		120.240
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ		3.520.240
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
Ι.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Τραπεζικό Δάνειο		243.204
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		243.204
ΙΙ. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός		117.199,5
Προμηθευτές		23.933
Λογαριασμοί Πληρωτέοι		990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί		1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		150.002,5
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		393.206,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		3.913.446,5

⁶⁵ Πίνακας 10.11 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2016

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2016		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
Β.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	8.850	2.950	5.900
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΙΙ. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.507.634	125.273	3.382.361
Εξοπλισμός γραφείου	10.269,6	1.283,7	8.985,9
Λοιπός εξοπλισμός	4.244	530,5	3.713,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.522.147,6	127.087,2	3.395.060,4

Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			97.981
IV.Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			215.000
Ταμείο			184.007,19
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			496.988,19
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.897.948,59

ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2016	
A.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
I.Εταιρικό κεφάλαιο		
Καταβεβλημένο κεφάλαιο		3.400.000
V.Αποτελέσματα εις νέον		
Υπόλοιπο κερδών εις νέον		174.354,39
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ		3.547.354,39
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
I.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Τραπεζικό Δάνειο		236.000,24
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		236.000,24
II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός		81.446,96
Προμηθευτές		24.277
Λογαριασμοί Πληρωτέοι		990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί		1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		114.593,96
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		350.594,2
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		3.897.948,59

66 Πίνακας 10.12 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2017

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2017		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
Β.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	5.900	2.950	2.950
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενσώματες Ακινητοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.382.361	125.273	3.257.088
Εξοπλισμός γραφείου	8.985,9	1.283,7	7.702,2
Λοιπός εξοπλισμός	3.713,5	530,5	3.183
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.395.060,4	127.087,2	3.267.973,2
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			192.848,2
IV.Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			315.000
Ταμείο			154.266,13
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			662.114,33
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.933.037,53
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2017		
A.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ			
I.Εταιρικό κεφάλαιο			
Καταβεβλημένο κεφάλαιο			3.400.000
V.Αποτελέσματα εις νέον			
Υπόλοιπο κερδών εις νέον			228.698,6
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ			3.628.698,6
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ			
I.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Τραπεζικό Δάνειο			228.364,25
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ			228.364,25

II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός		42.476,68
Προμηθευτές		24.628
Λογαριασμοί Πληρωτέοι		990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί		1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		75.974,68
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		304.338,93
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		3.933.037,53

67 Πίνακας 10.13 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2018

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2018		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
B.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	2.950	2.950	0
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.257.088	125.273	3.131.815
Εξοπλισμός γραφείου	7.702,2	1.283,7	6.418,5
Λοιπός εξοπλισμός	3.183	530,5	2.652,5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.267.973,2	127.087,2	3.140.886
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			285.208,5
IV.Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			320.000
Ταμείο			167.560,51
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			772.769,01
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.913.655,01
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2018		

A.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
I.Εταιρικό κεφάλαιο		
Καταβεβλημένο κεφάλαιο		3.400.000
V.Αποτελέσματα εις νέον		
Υπόλοιπο κερδών εις νέον		259.528,9
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ		3.659.528,9
Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
I.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Τραπεζικό Δάνειο		220.270,11
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		220.270,11
II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός		0
Προμηθευτές		24.986
Λογαριασμοί Πληρωτέοι		990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη		6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί		1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		33.856
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ		254.126,11
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		3.913.655,01

68 Πίνακας 10.14 - Προβλεπόμενος Ισολογισμός 2019

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2019		
	Αξία Κτήσης	Αποσβέσεις	Αναπόσβεστη αξία
B.ΕΞΟΔΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ			
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενσώματες Ακίνητοποιήσεις			
Μηχανολογικός εξοπλισμός	3.131.815	125.273	3.006.542
Εξοπλισμός γραφείου	6.418,5	1.283,7	5.134,8
Λοιπός εξοπλισμός	2.652,5	530,5	2.122
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.140.886	127.087,2	3.013.798,8
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II.Απαιτήσεις			
Πελάτες			164.264,1

IV. Διαθέσιμα			
Καταθέσεις όψεως			476.112,21
Ταμείο			276.112,21
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			916.488,52
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			3.930.287,32
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειομένης χρήσεως 2019		
A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ			
I. Εταιρικό κεφάλαιο			
Καταβεβλημένο κεφάλαιο			3.400.000
V. Αποτελέσματα εις νέον			
Υπόλοιπο κερδών εις νέον			284.376
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ			3.684.376
Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ			
I. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Τραπεζικό Δάνειο			211.690,32
ΣΥΝΟΛΟ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ			211.690,32
II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Βραχυπρόθεσμος δανεισμός			
Προμηθευτές			25.351
Λογαριασμοί Πληρωτέοι			990
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη			6.100
Ασφαλιστικοί Οργανισμοί			1.780
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ			34.221
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ			245.911,32
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ			3.930.287,32

10.7 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης (payback period method) δείχνει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών του προγράμματος. Η συγκεκριμένη μέθοδος παρέχει μία ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης. Με άλλα λόγια όσο βραχύτερη είναι η περίοδος επανείσπραξης, τόσο λιγότερο «επικίνδυνη», κατά τεκμήριο, είναι η επένδυση και μεγαλύτερη η ρευστότητά της. Παρόλα αυτά, η μέθοδος αυτή δε λαμβάνει υπόψη το μέγεθος και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών κατά τη διάρκεια της περιόδου επανείσπραξης, την οποία θεωρεί ως ενιαίο σύνολο. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιείται παράλληλα και με άλλες μεθόδους αξιολόγησης της επένδυσης που θα παρουσιαστούν παρακάτω.

Σύμφωνα με τον πίνακα 10.8 οι καθαρές ταμειακές ροές (ΚΤΡ) που προβλέπεται να εμφανίσει η υπό μελέτη επιχείρηση, οι οποίες έχουν υπολογιστεί ως Κέρδη μετά φόρων + Αποσβέσεις είναι οι εξής:

⁶⁹ Πίνακας 10.15 - Καθαρές ταμειακές ροές της υπό μελέτη επιχείρησης

Έτος	ΚΤΡ	Αθροιστική ΚΤΡ
2014	183.467,04	183.467,04
2015	253.039,84	436.506,88
2016	303.003,44	739.510,32
2017	352.869,36	1.092.379,68
2018	378.872,72	1.471.252,4
2019	402.666,64	1.873.919,04

Από τον παραπάνω πίνακα συμπεραίνουμε ότι μέσα στην πενταετία δεν γίνεται επανείσπραξη του αρχικού κόστους της επένδυσης που είναι 3.815.705,20 ευρώ. Άρα, η συγκεκριμένη μέθοδος αξιολόγησης δε συνιστά την υπό μελέτη επιχείρηση ελκυστική περίπτωση επένδυσης.

10.8 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Σε αντίθεση με την παραπάνω μέθοδο, η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας στηρίζεται στην προεξόφληση των καθαρών ταμειακών ροών και λαμβάνει υπόψη τόσο το μέγεθος, όσο και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών που προσδοκούνται σε κάθε περίοδο ζωής της επένδυσης (διαχρονική αξία χρήματος).

Με τη μέθοδο της Καθαρής Παρούσας Αξίας όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου). Πιο συγκεκριμένα ισχύει:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{t=1}^v \left[\frac{\text{ΚΤΡ}_t}{(1 + \kappa)^t} \right] - \text{ΚΕ}$$

Όπου:

ΚΠΑ= Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ_t= Καθαρή Ταμειακή Ροή την περίοδο t

ΚΕ= Κόστος Επένδυσης

κ= Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου

v= Αριθμός περιόδων

Για την υπό μελέτη περίπτωση άνισων ετήσιων καθαρών ταμειακών ροών η εξίσωση της Καθαρής Παρούσας Αξίας μπορεί να διατυπωθεί και ως εξής:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{t=1}^v \left[\text{ΚΤΡ}_t (\text{ΣΠΑ}_{\kappa, v}) \right] - \text{ΚΕ}$$

Όταν η ΚΠΑ είναι τουλάχιστον ίση ή μεγαλύτερη από το μηδέν η πρόταση της επένδυσης γίνεται αποδεκτή.

Βάσει των δεδομένων αυτών καθώς και των ετήσιων καθαρών ταμειακών ροών λαμβάνεται ο παρακάτω πίνακας, όπου χρησιμοποιείται κατάλληλο, σύμφωνα με τις προβλεπόμενες τραπεζικές συνθήκες, μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου 10%.

70 Πίνακας 10.16 - Υπολογισμός Παρούσας Αξίας

Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{10%,ν}	Παρούσα Αξία
	(1)	(2)	(1)*(2)
2014	183.467,04	0,9091	166.789,89
2015	253.039,84	0,8264	209.112,12
2016	303.003,44	0,7513	227.646,48
2017	352.869,36	0,6830	241.009,77
2018	378.872,72	0,6209	235.242,07
2019	402.666,64	0,5645	227.305,32
Συνολική Παρούσα Αξία			1.307.105,65

Άρα ΚΠΑ= Συνολική ΠΑ – ΚΕ= 1.307.105,65 - 3.815.705,20= -2.508.599,55

Η ΚΠΑ είναι μικρότερη του μηδενός οπότε θα αποφέρει αρνητικές αποδόσεις, επομένως δεν είναι συμφέρουσα η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

10.9 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Η μέθοδος της εσωτερικής απόδοσης δίνει την εσωτερική απόδοση της επένδυσης, η οποία είναι ο συντελεστής προεξόφλησης που εξισώνει το κόστος της επένδυσης με την παρούσα αξία των μελλοντικών καθαρών ταμιακών ροών. Με άλλα λόγια πρόκειται για το επιτόκιο για το οποίο η συνολική παρούσα αξία των καθαρών εισπράξεων από το επενδυτικό σχέδιο είναι ίση με την παρούσα αξία της επένδυσης, οπότε η ΚΠΑ είναι ίση με το μηδέν. Δηλαδή:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{\tau=1}^{\nu} [\text{ΚΤΡ}_{\tau} (\text{ΣΠΑ}_{\kappa,\nu})] - \text{ΚΕ} = 0 \quad \text{ή} \quad \sum_{\tau=1}^{\nu} [\text{ΚΤΡ}_{\tau} (\text{ΣΠΑ}_{\kappa,\nu})] = \text{ΚΕ}$$

Αν το r είναι τουλάχιστον ίσο ή μεγαλύτερο από το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου η πρόταση επένδυσης γίνεται αποδεκτή.

Προκειμένου να υπολογιστεί ο ΕΣΑ εφαρμόζεται η παρακάτω διαδικασία:

Αρχικά, υπολογίζονται οι καθαρές ταμιακές ροές, στη συνέχεια γίνεται προεξόφληση αυτών των ροών στο παρόν όχι μόνο με το προαναφερθέν επιτόκιο αλλά με διάφορα επιτόκια. Δεδομένου ότι η σχέση μεταξύ του r και της καθαρής παρούσας αξίας δεν είναι γραμμική παρά μόνο σε μικρά χρονικά διαστήματα, πρέπει τα r που χρησιμοποιούνται στις τελικές προσεγγίσεις να μην απέχουν πολύ μεταξύ τους. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να απαιτηθούν παραπάνω από δύο προσεγγίσεις προκειμένου να επιλεγούν τα κατάλληλα r .

Όταν η χρήση του χαμηλού επιτοκίου (IRR_1) δώσει θετική ΚΠΑ εφαρμόζουμε υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης. Εάν με αυτό (IRR_2) η ΚΠΑ γίνει αρνητική, ο ικανοποιητικά πιο ακριβής συντελεστής εσωτερικής απόδοσης βρίσκεται ανάμεσα στα δύο επιτόκια και υπολογίζεται με τον παρακάτω τύπο παρεμβολής:

$$IRR = IRR_1 + \frac{\ThetaΚΠΑ(IRR_2 - IRR_1)}{\ThetaΚΠΑ + ΑΚΠΑ}$$

Όπου:

ΘΚΠΑ= η θετική ΚΠΑ (στο χαμηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης)

ΑΚΠΑ= η αρνητική ΚΠΑ (στο υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης)

Έτσι προκύπτει ο παρακάτω πίνακας χρησιμοποιώντας τρία διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης.

⁷¹ Πίνακας 10.17 - Εκτίμηση του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{9%,v}	ΣΠΑ _{11%,v}	ΣΠΑ _{13%,v}	ΠΑ ₁	ΠΑ ₂	ΠΑ ₃
	1	2	3	4	(1)*(2)	(1)*(3)	(1)*(4)
2014	183.467,04	0,9174	0,901	0,885	168.312,66	165.303,80	162.368,33
2015	253.039,84	0,8417	0,812	0,783	212.983,63	205.468,35	198.130,19
2016	303.003,44	0,7722	0,731	0,693	233.979,25	221.495,51	209.981,38

2017	352.869,36	0,7084	0,659	0,613	249.972,65	232.540,90	216.308,91
2018	378.872,72	0,6499	0,593	0,543	246.229,38	224.671,52	205.727,88
2019	402.666,64	0,5963	0,535	0,480	240.110,11	215.426,65	193.279,98
Συνολική παρούσα αξία					1.351.587,68	1.264.906,75	1.185.796,70

Για $IRR_1 = 9\%$ θα έχουμε $KPA = 1.351.587,68 - 3.815.705,20 = - 2.464.117,52$ και

Για $IRR_2 = 13\%$ θα έχουμε $KPA = 1.185.796,70 - 3.815.705,20 = - 2.629.908,5$

Παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει IRR θετικό έτσι ώστε να γίνει προσδιορισμός του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης, επομένως δεν είναι συμφέρουσα η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

10.10 Νεκρό Σημείο

Το νεκρό σημείο (Break-Even Point ή BEP) ορίζεται ως το σημείο όπου τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις ισούνται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής. Δηλαδή : Έσοδα πωλήσεων = Κόστος παραγωγής.

Έτσι εάν:

X = ο όγκος των πωλήσεων

Ψ = η αξία των πωλήσεων

τ = η τιμή ανά μονάδα

μ = τα μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα

σ = τα σταθερά έξοδα

Θα είναι: $\psi = \tau * \chi \Rightarrow \psi = \sigma + \mu * \chi \Rightarrow \tau * \chi = \sigma + \mu * \chi \Rightarrow \chi = \sigma / (\tau - \mu)$.

Επειδή η εταιρεία παρέχει υπηρεσίες σε σκάφη ο καταμερισμός των εξόδων θα γίνει με βάση τον αριθμό των σκαφών που πρόκειται χρησιμοποιηθούν. Πιο αναλυτικά ο

καταμερισμός των εξόδων (σταθερών και μεταβλητών) παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

⁷² Πίνακας 10.15 - Καταμερισμός Σταθερών και Μεταβλητών εξόδων 2014

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ
Κόστος ΜΚΤ		12.000	56,3
Κόστος Α' Υλών & Εφοδίων		12.018	56,4
Αποσβέσεις	127.087,2		
Κόστος Ανθρ. Δυν.	31.310		
Ασφάλιστρα	1.780		
Κόστη Παροχών Τρίτων	760		
Κόστη Ενοικίων		20.235	95
ΣΥΝΟΛΟ	160.937,2	44.253	207,7

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα θα είναι:

$$X = \sigma / (\tau - \mu) = 160.937,2 / (213 - 207,7) = 160.937,2 / 5,3 = 30.365 \text{ σκάφη}$$

Άρα το νεκρό σημείο των εσόδων από τις πωλήσεις θα είναι:

$$\Psi = \tau * \chi = 213 * 30.365 = 6.467.745 \text{ ευρώ.}$$

→ **Χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου**

Σύμφωνα με τη συνολική ανάλυση που έγινε στην παρούσα μελέτη συμπεραίνουμε, ότι παρόλο που η ιδέα του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου είναι πολύ ελκυστική δεν μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη κρίνοντας από τα αποτελέσματα, που προέκυψαν στο παρόν κεφάλαιο της χρηματοοικονομικής ανάλυσης της εταιρείας.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Καρβούνης Κ. Σωτήρης *Μεθοδολογία τεχνικές και θεωρία για Οικονομοτεχνικές μελέτες*, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2006.

Σιώμκος Γεώργιος. Ι., *Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ*, εκδόσεις Σταμούλη, 2002.

Μάλλιαρης Γ. Πέτρος, *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, εκδόσεις Σταμούλη, 2001.

Διακομιχάλης Μ., *Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του*, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 2009.

Μιχαλόπουλος Δημήτριος, *Yachting και τουρισμός στην Ελλάδα, MBA Tourism Management*, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2012.

Ναυτικό Επιμελητήριο της Ελλάδος, Πανεπιστήμιο Πειραιώς «*ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΟΝ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ*», Πειραιάς, Νοέμβριος 2012.

ALPHA BANK “Εβδομαδιαίο Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων”, 2014.

Κλαδικές Στοχεύσεις, *Εναλλακτικός τουρισμός*, Οκτώβριος 2011.

Εργασία της εταιρείας HVS, Παύλος Παπαδημητρίου, Σύμβουλος Υπηρεσιών κι Αναλυτής, *The Greek Marina Industry*, Μάιος 2009.

ICAP, Κλαδική Μελέτη, *Εγκαταστάσεις Θαλάσσιου Τουρισμού*, 2000.

Ξενόγλωσση

Buhalis D., *Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges, Current Issues in Tourism, Vol. 4(5)*, 2001.

Investment Research & Analysis Journal, «*Η ανερχόμενη αγορά του Yachting στην Ελλάδα, Εταιρείες μίσθωσης επαγγελματικών σκαφών αναψυχής*», Απρίλιος 2005.

ITB (2013), “*World Travel Trends Report 2012/2013*”, ITB Berlin, December 2012.

UNTWO, “*Tourism Highlights*”, 2013 Edition.

UNTWO, “*World Tourism Barometer*”, Volume 11, August 2013.

World Travel Market, “*WTM Global Trends Report 2011*”, November 2011.

Ιστοσελίδες

ΣΕΤΕ <http://sete.gr/GR/Archiki/>

Σ.Ε.Τ.Ε “ Ελληνικός Τουρισμός, Στοιχεία και Αριθμοί,2013”
<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Ellinikos%20tourismos,%20sticheia%20&%20arithmo%20i/>

Ε.Ο.Τ <http://www.gnto.gov.gr/>

Υπουργείο Τουρισμού <http://www.mintour.gov.gr/>

ΕΛ.ΣΤΑΤ <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>

Τράπεζα της Ελλάδος <http://www.bankofgreece.gr/Pages/default.aspx>

ALPHA BANK <http://www.alpha.gr/files/infoanalyses/weekly31012014.pdf>

W.E.F (2013), “The Global Information Technology Report 2013”, World Economic Forum <http://www.weforum.org/issues/global-information-technology>

UNWTO <http://www2.unwto.org/>

Deloitte <http://www2.deloitte.com/gr/en.html>

Σ.Ε.Π.Ε (2013) “Ερευνες – Μελέτες” <http://www.sepe.gr/gr/ResearchStudies>

Ε.Ξ.Α.Α (2013) “Δελτία Τύπου” <http://www.all-athens-hotels.com/attica/webpage/press-releases>

Plefsi Magazine <http://www.plefsimag.gr/>

