



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ
ΜΟΝΑΔΑΣ**

Γιουρουκέλη Ολυμπία

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Π. Αρτίκης, Επίκ. Καθηγητής ΟΠΑ (Επιβλέπων)

Π. Σπαθής, Καθηγητής ΓΠΑ

Σ. Ροζάκης, Αναπλ. Καθηγητής ΓΠΑ

Αθήνα, Ιανουάριος 2013



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ
ΜΟΝΑΔΑΣ

Γιουρουκέλη Ολυμπία

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Π. Αρτίκης, Επίκ. Καθηγητής ΟΠΑ (Επιβλέπων)

Π. Σπαθής, Καθηγητής ΓΠΑ

Σ. Ροζάκης, Αναπλ. Καθηγητής ΓΠΑ

Αθήνα, Ιανουάριος 2013

Η μελέτη αυτή αφιερώνεται

*Στη μνήμη των πολυαγαπημένων μου γονέων, για την παρακαταθήκη των αξιών και
ιδανικών που μου μετέδωσαν.*

Η αγάπη και το παράδειγμά τους θα με συνοδεύει πάντα...

Στην αδελφή μου, Ελένη

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα ερευνητική εργασία διενεργήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας», του τμήματος Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Παναγιώτη Αρτίκη, επιβλέποντα της διπλωματικής εργασίας μου, που συνέβαλλε τόσο με τις παρατηρήσεις και συμβουλές του, όσο και με την εμπιστοσύνη που μου έδειξε, καθόλη τη διάρκεια συγγραφής του παρόντος κειμένου. Επίσης, θερμές ευχαριστίες οφείλω στον κ. Στέλιο Ροζάκη για το ουσιαστικό ενδιαφέρον και την καίρια συμβολή του στην ολοκλήρωση αυτής της μελέτης, όπως και σε όλους τους καθηγητές του τμήματος που συνέβαλλαν στο να γνωρίσω και να αγαπήσω κάτι τόσο διαφορετικό από το γνωστικό αντικείμενο των βασικών σπουδών μου.

Θα ήθελα επίσης να εκφράσω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους:

Δεμιρόπουλος Κωνσταντίνος Δ. (Συν-Διευθυντής της Μυκόνου GoDive, Ωκεανογράφος- Βιολόγος, MSc, PADI Instructor MSDT)

Στυλιανόπουλος Απόστολος (PADI IDC Staff Instructor στο Navys Waterworld Dive Center στη Σαντορίνη)

Γιάννης Λίγκος (Εκπαιδευτής 2* CMAS/ΕΟΥΔΑΑΤΚ, PADI, SDI/TDI στο καταδυτικό κέντρο "CROSTACEO" του ξενοδοχείου "POSEIDON RESORT")

Κατερίνα Μαμιδάκη (Commercial Manager, M Hotels A.E.)

Επιπλέον, ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω σε μία ομάδα ανθρώπων από διαφορετικούς χώρους που μου παραχώρησαν στοιχεία, συμβάλλοντας καθοριστικά στην εγκυρότητα και τεκμηρίωση της εν λόγω ερευνητικής εργασίας.

Τέλος, ένα ευχαριστώ μέσα από την καρδιά μου στην Αγαπημένη μου αδερφή, Ελένη για τη βοήθειά της σε γνώσεις, αλλά και για την υπομονή και ηθική συμπαράστασή της όλο αυτό το χρονικό διάστημα εκπόνησης της παρούσας μελέτης. Η κατανόηση και η βοήθεια που μου προσέφερε καθόλη την διάρκεια των σπουδών μου στο μεταπτυχιακό αυτό πρόγραμμα υπήρξε καθοριστική.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός ως κατεξοχήν εξωστρεφής τομέας ανοιχτός στον διεθνή ανταγωνισμό, είχε πάντα αναμφισβήτητα κυρίαρχη θέση στον οικονομικό χάρτη της χώρας, ως παράγοντας πλούτου και απασχόλησης. Μπορεί να αποτελεί το πιο αποτελεσματικό «όχημα» για την προβολή της χώρας μας σε όλο τον κόσμο, ωστόσο μία προσπάθεια περαιτέρω ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού όπως του καταδυτικού, θα έδινε μία σημαντική ώθηση στον τομέα τα επόμενα χρόνια.

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης, αποτελεί η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου για την ίδρυση καταδυτικού κέντρου στα πλαίσια μιας ξενοδοχειακής μονάδας στην περιοχή της Σαντορίνης, η ανάλυση τεχνοοικονομικών στοιχείων δημιουργίας της επιχείρησης καθώς και η αξιολόγηση της επένδυσης. Σκοπός της μελέτης είναι να πείσει για την αναγκαιότητα ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού, καθώς η Ελλάδα είναι μια χώρα που μπορεί και πρέπει να γίνει η «Καραϊβική της Ευρώπης».

Τα στοιχεία στα οποία βασίστηκε η μελέτη προέρχονται από επιστημονικά άρθρα, ηλεκτρονικές πηγές, άρθρα εφημερίδων, στατιστικές υπηρεσίες και από στοιχεία που συλλέχτηκαν κατόπιν προσωπικής συνέντευξης με επιχειρηματίες του κλάδου.

Η μελέτη χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος παρουσιάζονται κάποια βασικά στοιχεία για την πορεία του τουρισμού, γίνεται μια αναφορά στη μετάβαση από τον μαζικό τουρισμό στις εναλλακτικές μορφές του και αναλύεται η έννοια του Καταδυτικού Πάρκου στηριζόμενη σε παραδείγματα του εξωτερικού. Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του κλάδου, ακολουθεί η ανάλυση ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου, θέτονται οι κύριοι στόχοι της επιχείρησης σε επίπεδο στρατηγικής και ορίζεται το πρόγραμμα μάρκετινγκ. Στη συνέχεια, ακολουθεί η ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης της “Thira Diving Center” για την πρώτη πενταετία λειτουργίας της βάσει χρηματοοικονομικών δεικτών, αποδεικνύοντας ότι πρόκειται ουσιαστικά για μία κερδοφόρα, ανταγωνιστική επιχείρηση με επάρκεια ρευστότητας. Τέλος, πραγματοποιείται η αξιολόγηση της επένδυσης με τέσσερις διαφορετικούς τρόπους, ενώ από την πολυπαραμετρική ανάλυση ευαισθησίας που ακολουθεί, προκύπτει ότι πρόκειται ουσιαστικά για μία επένδυση χαμηλού επενδυτικού κινδύνου με πιθανότητα μόλις 4% η ΚΠΑ να πάρει αρνητικές τιμές.

Λέξεις Κλειδιά: Καταδυτικός τουρισμός, Αυτόνομη Κατάδυση, Καταδυτικά Πάρκα, Σαντορίνη, Ελλάδα, Thira Diving Center, Κλάδος Παροχής Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής, Πωλήσεις Υπηρεσιών, Αξιολόγηση, Αριθμοδείκτες, Καθαρή Παρούσα Αξία, Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης, Περίοδος Αποπληρωμής

ABSTRACT

The tourism sector is recognized as being extrovert, open to international competition, and it has always been unquestionably dominant in the economic map of the country, generating wealth and employment. It may be the most effective "vehicle" for the promotion of our country around the world, but an attempt to further development of special interest tourism, such as diving tourism, would give a significant boost to the sector in coming years.

The purpose of this study is to draft a business plan for establishing a diving center in a hotel unit, in the area of Santorini, to analyze, the technical and financial data of its creation and to evaluate the investment. This study also intends, to convince of the need that exists in our country to develop diving tourism, since Greece has all the requirements to become the "Caribbean of Europe".

The data on which the study was based on, derived from scientific articles, online sources, newspaper articles, statistical services and information collected from interviews with entrepreneurs of the industry.

The study is divided into two main sections. In the first part, some basic information on tourism is presented, noting the transition from mass tourism to alternative forms. Moreover, the concept of Marine Protected Areas at national and international level, is analyzed. In the second part, the characteristics of the recreational diving market, are mentioned, followed by an analysis of the competition between firms in this business sector. Furthermore, both the objectives of corporate and business strategy and the marketing plan are determined. Then, an analysis of the financial situation of "Thira Diving Center" for the first five years of operation, follows. It is based on the analysis of financial ratios, proving that it is essentially a profitable, competitive business with sufficient liquidity. Finally, the investment is evaluated on the basis of four different methods, while the multivariate sensitivity analysis shows that it is actually, a low risk investment with only a 4% chance of the NPV to take negative values.

Key Words: Diving Tourism, Scuba Diving, Marine Protected Areas, Santorini, Greece, Thira Diving Center, Recreational Diving Market, Sales of Services, Evaluation, Ratios, Net Present Value, Internal Rate of Depreciation, Payback Period

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	6
ΜΕΡΟΣ Α΄ - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	12
1.1. Οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού	13
1.2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα	18
1.3 Ο τουρισμός στις Κυκλάδες.....	28
1.4. Παρουσίαση νήσου Σαντορίνης	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	49
2.1 Το πέρασμα από τον μαζικό τουρισμό στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού	49
2.2 Οι καταδύσεις ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού.....	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ & ΤΑ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	61
3.1. Νομοθεσία.....	61
3.2 Στοιχεία προσφοράς- ζήτησης στον κλάδο	61
3.3 Καταδυτικά Πάρκα	63
3.4 Παραδείγματα από άλλα Καταδυτικά Πάρκα.....	65
3.5 Η δημιουργία Καταδυτικού Πάρκου στη Σαντορίνη.....	67
ΜΕΡΟΣ Β΄ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΓΙΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.....	73
1.1 Ιστορικά Στοιχεία.....	73
1.2 Τοποθεσία	74
1.3 Προϊόντα & Υπηρεσίες	74
1.4 Ανθρώπινοι Πόροι - Οργανόγραμμα.....	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ	76

2.1 Συνοπτική παρουσίαση του εγχειρήματος	76
2.2 Οργάνωση επιχείρησης.....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	79
3.1 Οργανόγραμμα επιχείρησης	79
3.2 Ανθρώπινο Δυναμικό	80
3.3 Επικοινωνιακές Ενέργειες	82
3.4 Προϊόντα- Υπηρεσίες.....	83
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	89
4.1 Γενικευμένο Περιβάλλον (Πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, περιβαλλοντικό, νομικό)	89
4.2 Ανάλυση Μικρο- περιβάλλοντος (Κλάδος)	95
4.3 Ανάλυση παραγόντων που επηρεάζουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης (Υπόδειγμα Porter)	105
ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T	110
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	113
5.1 Επιχειρησιακή Στρατηγική (Corporate Strategy)	113
5.2 Επιχειρηματική Στρατηγική (Business Strategy)	113
5.3 Στρατηγικές των επί μέρους λειτουργιών (Functional Strategy)	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ MARKETING	116
6.1 Ανάλυση της εταιρείας	116
6.2 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα	125
6.3 Αγορά-Στόχος.....	125
6.4 Στόχοι στρατηγικής Μάρκετινγκ	125
6.5 Χρονοδιάγραμμα ενεργειών Μάρκετινγκ	126
6.6 Προϋπολογισμός	131
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	134
7.1 Επένδυση- Εγκαταστάσεις.....	134
7.2 Μηχανολογικός και λοιπός εξοπλισμός.....	136
7.3 Οργάνωση παραγωγικής διαδικασίας	138
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ- ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ- ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ.....	140
8.1 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία προϊόντων/ υπηρεσιών	140

8.2 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία πωλήσεων	144
8.2 Σχέδιο χρηματοδότησης.....	146
8.3 Αποτελέσματα Χρήσης Πενταετίας 2013-2017	147
8.4 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί.....	154
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	156
9.1 Αριθμοδείκτες.....	156
9.2 Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV).....	165
9.3 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR).....	166
9.4 Περίοδος Αποπληρωμής (Pay Back Period)	167
9.5 Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break Even Point Analysis)	168
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΔΥΣΜΕΝΕΣ ΣΕΝΑΡΙΟ	171
10.1 Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης και Διάθεσης Κερδών	171
10.2 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί.....	175
10.3 Αξιολόγηση της επένδυσης	175
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ	180
11.1 Παράμετροι Ανάλυσης Ευαισθησίας	180
11.2 Πολυπαραμετρική Ανάλυση Ευαισθησίας (Monte Carlo)	183
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	186
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	188
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	192
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	202
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.....	207
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV.....	221
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V.....	236
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI.....	241

ΜΕΡΟΣ Α' - ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμπτωση θα μπορούσε να χαρακτηρίσει κανείς τη δημοσίευση ενός άρθρου στην «Καθημερινή», σχετικά με την εμπειριστατωμένη μελέτη δημιουργίας υποθαλάσσιου πάρκου, στην περιοχή της Σαντορίνης, που όμως αποτέλεσε έναυσμα για τη σύνταξη της παρούσας μελέτης. Αμέσως μετά την ανάγνωση του άρθρου τα πρώτα ερωτήματα δεν άργησαν να γεννηθούν και να πυροδοτήσουν με τη σειρά τους νέα, όπως: Για τι ακριβώς πρόκειται; έχει υπάρξει αντίστοιχη προσπάθεια στο παρελθόν στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό; πιο το όφελος μακροπρόθεσμα για την περιοχή και τους κατοίκους του νησιού; πως θα μπορούσε κάτι τέτοιο να αξιοποιηθεί προς όφελος των επιχειρηματιών της περιοχής και όχι μόνο; Η ανάγκη απάντησης λοιπόν, στα παραπάνω ερωτήματα αλλά και σε άλλα, σε συνδυασμό με την βαθιά πίστη πως ένα τέτοιο σχέδιο δημιουργίας Καταδυτικού Πάρκου μπορεί να αποτελέσει μια επιχειρηματική ευκαιρία ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στην περιοχή, γέννησαν την επιχειρηματική ιδέα στην οποία βασίζεται η παρούσα μελέτη.

Πρόκειται ουσιαστικά για ένα επιχειρηματικό σχέδιο δημιουργίας ενός καταδυτικού κέντρου, στα πλαίσια υφιστάμενης ξενοδοχειακής μονάδας στην περιοχή της Σαντορίνης. Το σχέδιο βασίζεται σε στοιχεία προσφοράς και ζήτησης αντίστοιχης περίπτωσης του εξωτερικού και απευθύνεται με την προσφορά ολοκληρωμένων πακέτων, κυρίως σε αυτοδύτες της Ευρώπης.

Απέναντι στις έντονες οικονομικές προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ελλάδα, το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί πέραν των άλλων μία προσπάθεια επισήμανσης της σπουδαιότητας ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού που αποτελεί ιδιαίτερα σημαντική δυναμική της χώρας μας. Μέσα από την αξιολόγηση λοιπόν αυτής της επένδυσης, δίνεται σε επενδυτές αλλά και επιχειρηματίες ένα κίνητρο στροφής προς την βιώσιμη ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ & ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

Το φαινόμενο του τουρισμού

Ο τουρισμός ως φαινόμενο, όπως μαρτυρά η ιστορική εξέλιξή του ξεκινάει από πολύ παλιά από την εποχή του αιγυπτιακού πολιτισμού, όπου τα ταξίδια πραγματοποιούνταν μόνο από εύπορα άτομα. Πολλά είναι δε, τα σημάδια που υπάρχουν από εκείνη την εποχή στην χώρα μας μαρτυρώντας το ενδιαφέρον που έδειχναν από τότε οι ταξιδιώτες στις ειδικές μορφές τουρισμού, καθώς μεγάλος ήταν ο αριθμός των ατόμων που ταξίδευαν από και προς την Ευρώπη με σκοπό την εκπαίδευση, τον πολιτισμικό και τον ιαματικό τουρισμό. Αργότερα, στην εποχή της Αναγέννησης το ενδιαφέρον άρχισε να στρέφεται προς την ψυχαγωγία, τη γνώση και τη μόρφωση. Παράλληλα, την ίδια εποχή ήταν που δόθηκε η ευκαιρία σε άτομα της μικρομεσαίας τάξης να πραγματοποιούν ταξίδια μία με δύο φορές το χρόνο λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης, έχοντας τη δυνατότητα να ταξιδέψουν με το σιδηρόδρομο εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας τους με χαμηλό κόστος.

Σήμερα, πολλοί είναι οι ορισμοί που καλούνται να δώσουν την έννοια του τουρισμού, τόσο στην ελληνική όσο και στη διεθνή βιβλιογραφία, με κοινό χαρακτηριστικό της πλειοψηφίας αυτών, τον χαρακτηρισμό του τουρισμού ως μία δραστηριότητα που συνδέεται άμεσα με την τάση του ανθρώπου για επικοινωνία, ψυχαγωγία και δημιουργία νέων εμπειριών μέσα από κάποιο ταξιδιωτικό προορισμό. Γενικά, ο τουρισμός αποτελείται από δραστηριότητες ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε διαφορετικά μέρη από το σύνηθες περιβάλλον τους, για χρονικό διάστημα όμως μικρότερο του ενός έτους (Π.Διονυσοπούλου, 2006). Είναι ένας συνδυασμός δραστηριοτήτων, υπηρεσιών, βιομηχανιών και εμπορικών επιχειρήσεων, όπως μεταφορικών μέσων, χώρων ψυχαγωγίας, εστιατορίων, τουριστικών γραφείων και tour-operators, εμπορικών μαγαζιών και πολλών άλλων δραστηριοτήτων που προσφέρουν μια ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλοντας παράλληλα στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου του πληθυσμού, στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, στην αύξηση των επενδύσεων και στην μεγέθυνση της οικονομίας.

Το γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους μοχλούς ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας είναι αναντίρρητα αποδεκτό από όλους τους εν γένει εμπλεκόμενους στο φαινόμενο αυτό. Σε αυτό έχει συμβάλει καθοριστικά η χωρική και γεωγραφική επέκταση του τουρισμού. Τόσο οι ανεπτυγμένες χώρες όσο και οι αναπτυσσόμενες, επιδιώκουν με κάθε τρόπο να επιταχύνουν την τουριστική

τους ανάπτυξη, δεδομένου ότι αυτή συμβάλλει αποφασιστικά στην οικονομική τους ευρωστία και κοινωνική τους ανέλιξη.

1.1. Οι τάσεις του διεθνούς τουρισμού

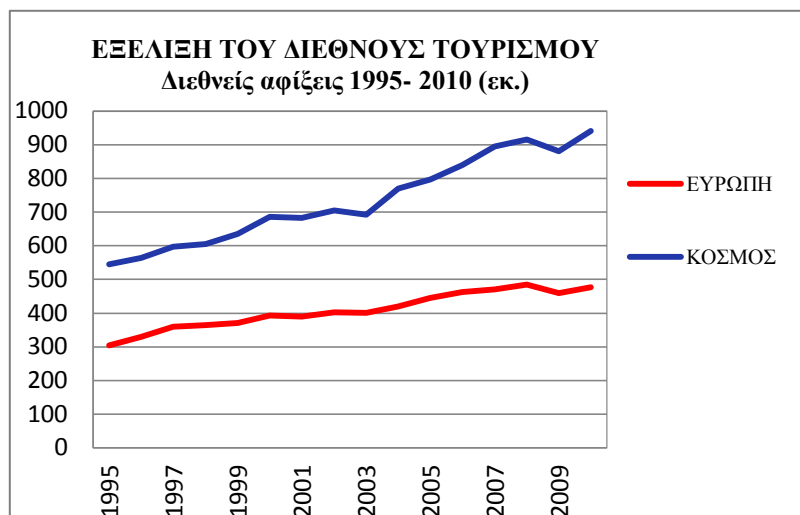
Είναι αναμφισβήτητο γεγονός, ότι ο διεθνής τουρισμός είναι ευάλωτος στις αναταράξεις της διεθνούς πολιτικής σκηνής, αλλά και στις διακυμάνσεις της διεθνούς οικονομίας, όπως φάνηκε με την πρόσφατη χρηματοοικονομική κρίση. Από ότι φαίνεται, όμως, επιδεικνύει ταυτόχρονα ιδιαίτερες αντοχές και ανακάμπτει σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και έτσι, παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις, η διεθνής τουριστική κίνηση εμφανίζει μακροπρόθεσμα θετική πορεία. Η ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού από το 2004 και μετά στηρίχτηκε σε μεγάλο βαθμό στην αποκατάσταση του αισθήματος ασφάλειας όλων των δυνητικών τουριστών, ιδιαίτερα στα υπερατλαντικά ταξίδια και, γενικότερα, στους μακρινούς (long-haul) προορισμούς (Αλέξης Χατζηδάκης, 2011).

Ωστόσο, η άνοδος των τιμών του πετρελαίου και η χρηματοπιστωτική κρίση, που ξεκίνησε από το 2008 στις ΗΠΑ αλλά σύντομα επεκτάθηκε στις διεθνείς οικονομίες, ανέκοψε προσωρινά τη ροπή για ταξίδια προς τις περισσότερες περιοχές, με εξαίρεση τους ασιατικούς προορισμούς. Με βάση τα έως τώρα διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO), εκτιμάται ότι το 2010 παρουσιάστηκε ανάκαμψη του παγκόσμιου τουριστικού ρεύματος, με αύξηση +6,6% ως προς το 2009. Αντίστοιχα, το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια, σε μια χρονιά που χαρακτηριζόταν από στασιμότητα της παγκόσμιας οικονομικής ανάκαμψης, σημαντικές πολιτικές αλλαγές στη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική και φυσικές καταστροφές στην Ιαπωνία (UNWTO, 2011), (UNWTO, 2012).

Ο Διεθνής τουρισμός λοιπόν χτύπησε νέο ρεκόρ το 2011, παρά τις δύσκολες συνθήκες. Επιπλέον, σε αντίθεση με τα προηγούμενα χρόνια, η αύξηση ήταν υψηλότερη στις προηγμένες οικονομίες (+5,0%) σε σχέση με τις αναδυόμενες (3,8%), γεγονός που οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα ισχυρά αποτελέσματα στην Ευρώπη, καθώς και στα εμπόδια στη Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική.

Εξετάζοντας τους επιμέρους εθνικούς προορισμούς στην παγκόσμια κατάταξη του UNWTO (Πίνακας 1.1), για το 2010 η Γαλλία, οι ΗΠΑ και η Κίνα ήταν οι τρεις πρώτες χώρες υποδοχής, τόσο ως προς τον αριθμό αφίξεων όσο και ως προς τις εισπράξεις από τον τουρισμό. Σημαντική κρίνεται επίσης, και η ανοδική πορεία που παρουσιάζει η Τουρκία μετά το 2007, με 27,0 εκ. αφίξεις ανεβαίνοντας στην 7η

θέση στην κατάταξη ως προς τις αφίξεις και την 10η ως προς τις εισπράξεις (βλ. Πίνακα 1.1).



Διάγραμμα 1.1 Εξέλιξη του διεθνούς τουρισμού
(Πηγή στοιχείων: [UNWTO](#))

Πίνακας 1.1 Η παγκόσμια κατάταξη τουριστικών προορισμών, (UNWTO, World Tourism Barometer, 2011), (WTO, 2006), (UNWTO, Tourism Highlights, 2011)

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (εκατομμύρια)					
Κατάταξη	2006	2007	2008	2009	2010
1. Γαλλία	78,9	80,8	79,2	76,8	76,8
2. Η.Π.Α.	51,0	56,0	57,9	54,9	59,8
3. Κίνα	49,9	54,7	53,0	50,9	55,7
4. Ισπανία	58,2	58,7	57,2	52,2	52,7
5. Ιταλία	41,1	43,7	42,7	43,2	43,6
6. Ηνωμένο Βασίλειο	30,7	30,9	30,1	28,2	28,1
7. Τουρκία	18,9	22,2	25,0	25,5	27,0
8. Γερμανία	23,5	24,4	24,9	24,2	26,9
9. Μαλαισία	17,5	21,0	22,1	23,6	24,6
10. Μεξικό	21,4	21,4	22,6	21,5	22,3
11. Αυστρία	20,3	20,8	21,9	21,4	22,0
12. Ουκρανία	18,9	23,1	25,4	20,8	21,2
13. Ρωσική Ομοσπονδία	20,2	20,6	21,6	19,4	20,3
14. Χόνγκ-Κονγκ	15,8	17,2	17,3	16,9	20,1
15. Καναδάς	18,3	17,9	17,1	15,7	16,1
16. Ταϊλάνδη	13,8	14,5	14,6	14,1	15,9
17. ΕΛΛΑΣ	16,0	16,2	15,9	14,9	15,0
18. Αίγυπτος	8,2	10,6	12,3	11,9	14,1
19. Πολωνία	15,7	15,0	13,0	11,9	12,5
20. Μακάο	10,7	12,9	10,6	10,4	11,9
21. Ολλανδία	10,7	11,0	10,1	9,9	10,9

Διεθνείς τουριστικές εισπράξεις (δισ. δολάρια)					
Κατάταξη	2006	2007	2008	2009	2010
1. Η.Π.Α.	85,7	96,7	110,0	94,2	103,5
2. Ισπανία	51,1	57,6	61,6	53,2	52,5
3. Γαλλία	46,3	54,3	56,6	49,4	46,6
4. Κίνα	33,9	37,2	40,8	39,7	45,8
5. Ιταλία	38,1	42,7	45,7	40,2	38,8
6. Γερμανία	32,8	36,0	40,0	34,6	34,7
7. Ηνωμένο Βασίλειο	34,6	38,6	36,0	30,1	30,6
8. Αυστραλία	17,8	22,3	24,8	25,4	30,1
9. Χόνγκ-Κονγκ (Κίνα)	11,6	13,8	15,3	16,4	22,2
10. Τουρκία	16,9	18,5	22,0	21,3	20,8
11. Ταϊλάνδη	13,4	16,7	18,2	15,7	19,8
12. Αυστρία	16,6	18,9	21,6	19,4	18,7
13. Μακάο (Κίνα)	9,8	13,1	16,8	17,6	-
14. Μαλαισία	10,4	14,0	15,3	15,8	18,3
15. Καναδάς	14,6	14,6	15,7	13,7	15,7
16. Ελβετία	10,8	12,2	14,4	13,8	15,0
17. Ινδία	8,6	10,7	11,8	11,4	14,2
18. Σιγκαπούρη	7,5	9,1	10,7	9,4	14,1
19. Ιαπωνία	8,5	9,3	10,8	10,3	13,2
20. Ολλανδία	11,3	13,3	13,3	12,4	13,0
21. ΕΛΛΑΣ	14,3	15,5	17,1	14,5	12,7

Πηγή στοιχείων: UNWTO, ΕΛΣΤΑΤ

Η **Ελλάδα** το 2009 διατηρούσε τη 16η θέση στην παγκόσμια κατάταξη χωρών με βάση τον αριθμό αφίξεων τουριστών, στην οποία είχε υποχωρήσει το 2008, με 14,9 εκ. αφίξεις. Το 2010 όμως η χώρα μας, υπερβαίνοντας ελάχιστα τα 15 εκ. αφίξεων (15.007.490), εκτοπίστηκε από την Ταϊλάνδη, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, και έτσι έχει βρεθεί πλέον στη 17η θέση της παγκόσμιας κατάταξης. Ως προς τις εισπράξεις (σε δολάρια), η Ελλάδα υποχώρησε στην 15η θέση το 2009 (από τη 12η που κατείχε το 2008), μετά το Χόνγκ-Κονγκ, την Ταϊλάνδη και τη Μαλαισία, παρουσιάζοντας σημαντική μείωση ως προς το 2008 (-10,6%) (ΤτΕ, Δεκ. 2010- Ιαν. 2011). Το 2010 η χώρα μας εισπράττοντας μόλις 12,7 δισ. δολάρια έχει πλέον υποχωρήσει μερικές θέσεις ακόμη κατεβαίνοντας στην 21η θέση, αφού, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία, την ξεπερνούν ο Καναδάς, η Ελβετία, η Ινδία και η Σιγκαπούρη (UNWTO, 2011). Εντυπωσιακή ωστόσο, είναι η ραγδαία άνοδος της Κίνας ως τουριστικού προορισμού ιδιαίτερα μετά το 2003, καθώς επίσης και της Τουρκίας. Τέλος, επισημαίνεται ότι την περίοδο 2001-2003 στους περισσότερους προορισμούς σημειώθηκε σχετική μείωση του ανοδικού ρυθμού της δεκαετίας του 1990 λόγω της διεθνούς κρίσης ασφάλειας μετά την 11η Σεπτεμβρίου 2001, ενώ η

ανάκαμψη, που παρατηρείται από το 2004 και μετά, ανακόπηκε το 2009 εξαιτίας της διεθνούς χρηματοοικονομικής κρίσης.

➤ **Η πορεία του διεθνούς τουρισμού το 2011.**

Η πρόσφατη κάμψη του διεθνούς τουρισμού ως συνέπεια της χρηματοοικονομικής κρίσης άρχισε να εμφανίζεται ήδη από το 2008. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) υποστήριξε τότε, ότι ο τουριστικός τομέας παρουσίασε απώλεια εμπιστοσύνης ως προς τη βραχυπρόθεσμη προοπτική, ενώ διατηρούσε την πεποίθησή του για τις μακροπρόθεσμες αντοχές του διεθνούς τουρισμού. Εκτίμηση που δείχνει να επιβεβαιώνεται ως ένα βαθμό, από τις μετέπειτα εξελίξεις.

Οι επιπτώσεις της πρόσφατης κρίσης του διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη έχουν αρχίσει να απορροφώνται και σημάδια ανάκαμψης έχουν εμφανιστεί ήδη από τους πρώτους μήνες του 2010. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουν συγκεντρωθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, το 2011 οι διεθνείς αφίξεις στο σύνολο των χωρών αυξήθηκαν κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια (UNWTO, 2012). Παρά την επίμονη οικονομική αβεβαιότητα, οι αφίξεις τουριστών στην **Ευρώπη** έφθασαν τα 503 εκατομμύρια το 2011, αντιπροσωπεύοντας τα 28 από τα 41 εκατομμύρια των επιπλέον διεθνών αφίξεων. Οι προορισμοί της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης καθώς και της Νότιας Μεσογείου, (+8% το καθένα) παρουσίασαν τα καλύτερα αποτελέσματα. Αν και μέρος της αύξησης αυτής προέκυψε ουσιαστικά από μια αλλαγή στην κίνηση μακριά από τις χώρες της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής.

Οι αφίξεις προς την **Ασία** και τον Ειρηνικό αυξήθηκαν (+6%) μέχρι και 11 εκατομμύρια το 2011, φθάνοντας συνολικά τα 216 εκατομμύρια διεθνών τουριστών. Αντιστοίχως, η Νότια και Νοτιοανατολική Ασία (και οι δύο +9%) ωφελήθηκαν από την ισχυρή ενδοπεριφερειακή ζήτηση, ενώ η αύξηση ήταν ασθενέστερη συγκριτικά στη Βόρειο-Ανατολική Ασία (+4%) και Ωκεανία (+0,3%), εν μέρει λόγω της προσωρινής μείωσης της εξερχόμενης ιαπωνικής αγοράς.

Η **Αμερική** (+4%) σημείωσε αύξηση 6 εκατομμυρίων στις αφίξεις, φθάνοντας τα 156 εκατομμύρια συνολικά. Η Νότια Αμερική, παρουσίασε κατά 10% αύξηση για δεύτερη συνεχή χρονιά, συνεχίζοντας να οδηγεί την ανάπτυξη, ενώ η Κεντρική Αμερική και η Καραϊβική (και οι δύο +4%) διατήρησαν τους ρυθμούς ανάπτυξης του 2010. Τέλος, η Βόρεια Αμερική, με αύξηση κατά 3%, δέχτηκε 100 εκατομμύρια τουρίστες το 2011.

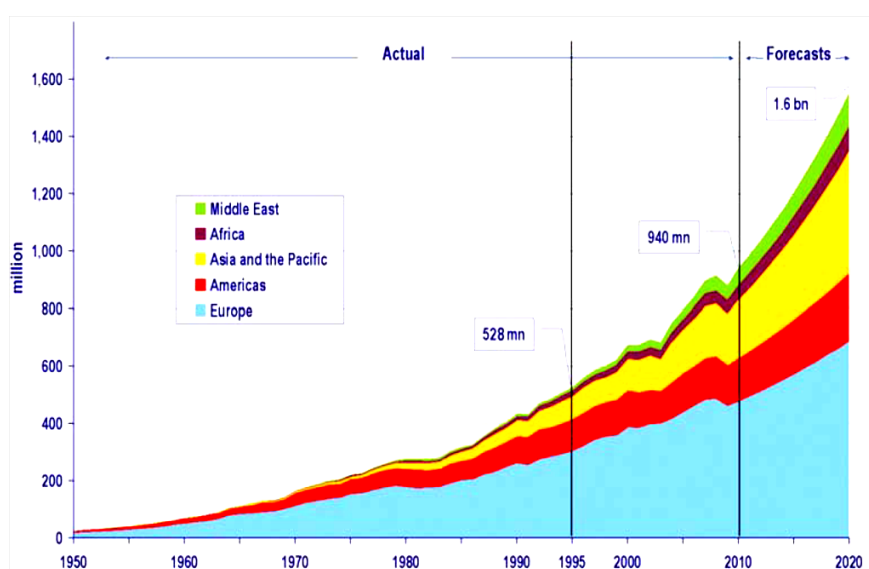
Η **Αφρική** διατήρησε τις διεθνείς αφίξεις της στα 50 εκατομμύρια, ενώ η Μέση Ανατολή (-8%) έχασε κατ' εκτίμηση 5 εκατομμύρια διεθνών αφίξεων τουριστών, συνολικού ύψους 55 εκατ. ευρώ. Παρ' όλα αυτά, ορισμένοι προορισμοί, όπως η Σαουδική Αραβία, το Ομάν και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα υπέστησαν σταθερή ανάπτυξη.

Όσον αφορά στην πορεία των εισπράξεων για το 2011, ακολουθεί πιστά και επιβεβαιώνει τη θετική τάση στις αφίξεις, με την Ευρώπη να ξεπερνά το μισό δις. ευρώ το 2011. Έτσι, μεταξύ των κορυφαίων δέκα τουριστικών προορισμών, τα έσοδα αυξήθηκαν σημαντικά στις ΗΠΑ (+12%), την Ισπανία (+9%), το Χονγκ Κονγκ (Κίνα) (+25%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (+7%). Ακολουθούμενες από τις από τις αναδυόμενες αγορές της Κίνας (+38%), της Ρωσίας (+21%), της Βραζιλίας (+32%) και της Ινδίας (+32%) που προηγούνται των παραδοσιακών αγορών. Οι ενδείξεις για το 2012 θεωρούνται αρκετά ικανοποιητικές, με βάση τις περισσότερες εκτιμήσεις διεθνών φορέων (UNWTO, ETC), ο τουρισμός συνεχίζει την ανάκαμψή του και αναμένεται να σημειώσει θετικά αποτελέσματα, με τις αφίξεις να ξεπερνούν για πρώτη φορά το 1 δις.

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

Στα πλαίσια αυτής της εξέλιξης, η ολοένα διευρυνόμενη χρήση του διαδικτύου με τις διάφορες εφαρμογές του (τόσο από τις τουριστικές επιχειρήσεις όσο και από τους καταναλωτές), η ανάπτυξη των αερομεταφορών χαμηλού κόστους και οι δημογραφικές εξελίξεις αποτελούν τους τρεις ισχυρότερους παράγοντες μελλοντικού μετασχηματισμού της τουριστικής αγοράς. Ειδικότερα, οι δημογραφικές εξελίξεις θα διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο. Η αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, ιδιαίτερα στην Ασία και τη Ν. Αμερική, και η μεταβολή στην ηλικιακή δομή του πληθυσμού των παραδοσιακών αγορών, όπως πχ. η γήρανση των κατοίκων των Ευρωπαϊκών χωρών, θα επιδράσουν σημαντικά στον διεθνή τουρισμό (UNWTO-ETC, 2010). Χαρακτηριστικά, το 2030 το μερίδιο του συνολικού πληθυσμού των χωρών της ΕΕ (27) άνω των 65 ετών υπολογίζεται ότι θα είναι 23,5% του συνόλου, έναντι 17,1% το 2008, ενώ ταυτόχρονα θα αυξηθεί ο αριθμός των εργένηδων και των ζευγαριών χωρίς παιδιά (EUROSTAT, 69/2008) (EUROSTAT, 1/2010).

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η πιο πρόσφατη πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) για την πορεία των διεθνών αφίξεων σε όλο τον κόσμο έως το έτος 2020. Υπολογίζεται ότι ο αριθμός των αφίξεων θα ακολουθήσει συνεχώς ανοδική πορεία και από 882 εκατομμύρια το 2009 (και 940 εκατομμύρια το 2010) θα φθάσει στα 1.560 εκατομμύρια το 2020 (UNWTO, 2011). Η σχετικά αισιόδοξη αυτή εκτίμηση υποστηρίζεται από τη διαπίστωση ότι, παρά τις κατά καιρούς εμφανιζόμενες αντιξοότητες της διεθνούς πολιτικής ή οικονομικής συγκυρίας ή τις φυσικές καταστροφές, ο διεθνής τουρισμός επιδεικνύει αξιοσημείωτη αντοχή. Τις πρόσκαιρες περιόδους ύφεσης ακολουθούν φάσεις ανάκαμψης και ταχείας επανόδου σε τροχιά ανάπτυξης.



Διάγραμμα 1.2 Ο διεθνής τουρισμός το 2020 κατά την πρόγνωση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO)

Πηγή: UNWTO, Tourism Highlights, 2011 Edition

1.2. Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί μια εξαιρετικά ποικιλόμορφη χώρα, με πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα να προβάλλει στον τομέα του τουρισμού. Η μοναδική ίσως χώρα που διαθέτει τόσους πολλούς πόρους ώστε να καλύπτει όλα τα είδη τουρισμού για όλες τις εποχές. Το μεσογειακό εύκρατο κλίμα της χώρας, η ποικιλομορφία του περιβάλλοντος, τα μνημεία και η ιστορία της, οι πεντακάθαρες θάλασσες και η παροιμιώδης φιλοξενία του ελληνικού λαού προσελκύουν εδώ και πάρα πολλά χρόνια μεγάλο αριθμό τουριστών στη χώρα. Η εκπληκτική της γεωγραφική θέση και οι ιδανικές καιρικές συνθήκες (αμιγώς μεσογειακό κλίμα), τα μαγευτικά τοπία, η πλούσια ιστορία της και οι θάλασσες που συγκαταλέγονται στις πιο καθαρές στον

κόσμο, την καθιστούν ιδανική για διακοπές κοντά στην φύση και τον πολιτισμό. Μάλιστα, μόνο και η αναφορά της λέξης "Ελλάδα" στις χώρες προέλευσης των τουριστών ταυτίζεται συχνά με τη θάλασσα. Το μήκος των ελληνικών ακτών προσεγγίζει περίπου τα 15.000 χλμ. (με 998 χλμ. μήκος αμμωδών ακτών-πλαζ), ενώ εκείνο της Ιταλίας τα 8.500 χλμ. και της Ισπανίας τα 6.000 χλμ. Φανερώνεται έτσι λοιπόν και το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας έναντι των άλλων ανταγωνιστριών χωρών, Ισπανίας και Ιταλίας (Βαρβαρέσος, 1998). Περιέχει ακόμα μια εκπληκτική ποικιλία από οικοσυστήματα, ορεινούς όγκους με πανέμορφες βουνοκορφές, παλιά δάση, υδροβιότοπους, γόνιμες κοιλάδες, λίμνες, ποτάμια που διασχίζουν μαγικά τοπία, χιλιάδες σπήλαια, νησιά με ήπιο κλίμα, μνημεία και αξιοθέατα που συμβάλλουν στην μοναδική της βιοποικιλότητα και στην δυναμική προσέλκυση τουριστικού ρεύματος με κάθε είδους ενδιαφέροντα.

Από τις δεκαετίες του '50 και του '70 ακόμα η εφαρμογή μιας σειράς από πρωτοποριακές πρακτικές και πρωτοβουλίες στον τομέα του τουρισμού, είχαν σαν αποτέλεσμα τόσο την προσέλκυση εκατομμυρίων τουριστών από όλο τον κόσμο, αλλά και την ταυτοποίηση σχεδόν της έννοιας της Ελλάδας με τον τουρισμό. Ο μεγάλος εθνικός φυσικός και πολιτισμικός πλούτος, η ποικιλία, το ευχάριστο κλίμα και η φιλοξενία αποτελούν σημαντικά πλεονεκτήματα που εξηγούν εν μέρει τη μέχρι τώρα τουριστική ανάπτυξη, αλλά και αναδεικνύουν τα σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης του τουρισμού στη χώρα μας. Ο ελληνικός τουρισμός αποτελεί το σημαντικότερο και δυναμικότερο τομέα της ελληνικής οικονομίας, συνεισφέροντας πολλαπλά σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο έως και σήμερα.



Εικόνα 1.1 Απεικόνιση φυσικού και πολιτισμικού πλούτου της Ελλάδας

Ιδιαίτερα την **τελευταία δεκαετία**, ο τουρισμός συνεισφέρει σταθερά περισσότερο από το 16 % του ΑΕΠ, απασχολεί το 19% του εργατικού δυναμικού και καλύπτει το 1/3 του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου (Αλέξης Χατζηδάκης, 2011). Ύστερα δηλαδή, από την περίοδο 2002-2004, οπότε είχε παρουσιαστεί και στην Ελλάδα μία στασιμότητα στην εισροή τουριστών από τις περισσότερες χώρες πηγές, με κατακόρυφη πτώση των αφίξεων ιδιαίτερα από τις ΗΠΑ, ακολούθησε μια ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού τα χρόνια έως το 2008, που καταγράφηκε και στη χώρα μας με την αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού. Έτσι, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, στις αφίξεις τουριστών προς τη χώρα μας παρατηρήθηκε αύξηση κατά (+10,91%), στη διάρκεια του 2005, (+8,63%) το 2006 και (+9,22%) το 2007.

Βέβαια, τα στοιχεία αυτά στηρίζονται σε προηγούμενο σύστημα καταγραφής αφίξεων αλλοδαπών στα σύνορα της ΕΣΥΕ, που υιοθετούσε έως το 2008 και το οποίο στηριζόταν σε καταγραφές των υπηρεσιών του Υπουργείου Δημόσιας Τάξης και της ΥΠΑ. Έτσι στους «αλλοδαπούς τουρίστες» συμπεριλαμβάνονταν για παράδειγμα και οι Αλβανοί υπήκοοι. Το σύστημα αυτό, έχει πλέον αντικατασταθεί από την υιοθέτηση των στοιχείων της Έρευνας Συνόρων, που πραγματοποιείται για λογαριασμό της Τράπεζας της Ελλάδος. Από το 2008 και εξής, η ΕΣΥΕ (νυν Ελληνική Στατιστική Αρχή ή ΕΛΣΤΑΤ) αποδέχεται και ανακοινώνει τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα αυτή, η οποία είναι δειγματοληπτική, διεξάγεται σε τακτά διαστήματα στους σταθμούς εισόδου-εξόδου από τη χώρα κατά την αναχώρηση των μη μονίμων κατοίκων Ελλάδας.

Το 2011, ο ελληνικός τουρισμός παρουσιάζει αύξηση 10%, τόσο στις διεθνείς αφίξεις όσο και στα έσοδα, συνεισφέροντας έτσι περισσότερο από το 17% του ΑΕΠ και το 20% στην απασχόληση. Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη της McKinsey, μέχρι το 2021, η Άμεση Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία του τουρισμού (άμεση και έμμεση συνεισφορά) μπορεί αυξηθεί κατά 18 δισ. Ευρώ και να φτάσει τα 50 δισ. Ευρώ, δημιουργώντας παράλληλα 220.000 νέες θέσεις εργασίας. Αυτό αντιστοιχεί στο 36% της εκτιμώμενης συνολικής ανάπτυξης της χώρας και στο 44% του αριθμού των νέων θέσεων εργασίας για την επόμενη δεκαετία (Αλέξης Χατζηδάκης, 2011).

Στις χώρες της Μεσογείου, ο τουρισμός ακολούθησε μια γενικά ανοδική πορεία την τελευταία δεκαετία, όχι όμως χωρίς διακυμάνσεις, οφειλόμενες σε σημαντικό βαθμό και στις πολιτικές συγκυρίες στην περιοχή αυτή (βλ. πίνακα 1.2), (UNWTO, World Tourism Barometer, 2011) (WTO, 2006) (WTO, Compendium of Tourism Statistics, 2005). Εκείνο που αξίζει να σημειωθεί όμως είναι η **ανοδική πορεία της Τουρκίας** τα τρία τελευταία χρόνια μετά την κάμψη του 2006, σε αντίθεση με την πτώση των αφίξεων σε προορισμούς της ζώνης του ευρώ (Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Μάλτα).

Πίνακας 1.2 Εξέλιξη αφίξεων τουριστών στις χώρες της Μεσογείου 2004-2010

Χώρα	(*) ¹	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1 ΙΣΠΑΝΙΑ	TF	52.430	55.914	58.190	58.666	57.192	52.178	52.677
	(share)	(30,6)	(30,8)	(30,5)	(28,8)	(28,0)	(26,1)	(26,1)
2 ΙΤΑΛΙΑ	TF	37.071	36.513	41.058	43.654	42.734	43.239	43.626
	(share)	(21,6)	(20,1)	(21,6)	(21,4)	(20,9)	(21,6)	(21,6)
3 ΤΟΥΡΚΙΑ	TF	16.826	20.273	18.916	22.248	24.994	25.506	27.000
	(share)	(9,8)	(11,2)	(9,9)	(10,9)	(12,2)	(12,8)	(12,8)
4 ΕΛΛΑΣ	TF	13.313	14.765	16.039	16.153	15.939	14.915	15.006
	(share)	(7,8)	(8,1)	(8,4)	(7,9)	(7,8)	(7,5)	(7,5)
5 ΑΙΓΥΠΤΟΣ	TF	7.795	8.244	8.646	10.610	12.296	11.914	14.051
	(share)	(6,8)	(5,9)	(5,9)	(6,1)	(3,4)	(3,2)	(3,2)
6 ΜΑΡΟΚΟ	TF	5.477	5.843	6.558	7.408	7.879	8.341	9.288
	(share)	(4,6)	(4,7)	(4,5)	(4,6)	(4,6)	(4,7)	(4,7)
7 ΚΡΟΑΤΙΑ	TCE	7.912	8.467	8.659	9.307	9.415	8.694	9.111
	(share)	(4,6)	(4,5)	(4,5)	(5,2)	(6,0)	(6,0)	(6,0)
8 ΣΥΡΙΑ	TCE	3.033	3.571	3.777	4.158	5.430	6.092	8.546
	(share)	(0,9)	(1,0)	(1,0)	(1,0)	(1,3)	(1,2)	(1,2)
9 ΤΥΝΗΣΙΑ	TF	5.998	6.378	6.550	6.762	7.049	6.901	6.902
	(share)	(3,2)	(3,2)	(3,4)	(3,6)	(3,9)	(4,2)	(4,2)
10 ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	TF	11.617	10.612	11.282	12.321	6.962	6.439	6.832
	(share)	(3,5)	(3,5)	(3,4)	(3,3)	(3,4)	(3,5)	(3,5)
11 ΙΣΡΑΗΛ	TF	1.506	1.903	1.825	2.068	2.572	2.321	2.803
	(share)	(1,4)	(1,4)	(1,3)	(1,2)	(1,2)	(1,1)	(1,1)
12 ΚΥΠΡΟΣ	TF	2.349	2.470	2.401	2.416	2.404	2.141	2.173
	(share)	(0,7)	(0,8)	(0,9)	(0,9)	(0,9)	(1,0)	(1,0)
13 ΑΛΓΕΡΙΑ	VF	1.234	1.443	1.638	1.743	1.772	1.912	-
	(share)	(0,3)	(0,4)	(0,4)	(0,8)	(0,8)	(0,8)	(0,8)
14 ΛΙΒΑΝΟΣ	TF	1.278	1.140	1.063	1.017	1.333	1.851	2.168
	(share)	(0,9)	(0,9)	(0,8)	(0,9)	(0,9)	(0,8)	(0,8)
15 ΑΛΒΑΝΙΑ		42	46	60	57	1.337	1.775	2.243
	(share)	(0,7)	(0,6)	(0,6)	(0,6)	(0,6)	(0,6)	(0,6)
16 ΣΕΡΒΙΑ & ΜΑΥΡ.	TCE	580	725	847	1.680	1.677	1.689	1.771
	(share)	(0,7)	(0,6)	(0,6)	(0,5)	(0,7)	(0,9)	(0,9)
17 ΣΛΟΒΕΝΙΑ	TCE	1.499	1.555	1.617	1.751	1.771	1.803	1.844
	(share)	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(0,2)	(0,2)	(0,2)	(0,2)
18 ΜΑΛΤΑ	TF	1.156	1.171	1.124	1.244	1.291	1.182	1.332
	(share)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(0,7)	(0,9)	(0,9)
19 ΒΟΣΝΙΑ ΕΡΖΕΓ.	TCE	190	217	256	306	322	311	365
	(share)	(1,8)	(2,0)	(2,0)	(2,0)	(2,7)	(3,0)	(3,0)
ΣΥΝΟΛΟ		17.1306	18.1250	19.0506	20.3569	204.369	199.781	200.781

¹ (*) TF = αφίξεις τουριστών στα σύνορα, TCE= αφίξεις σε συλλογικά καταλύματα
VF= αφίξεις επισκεπτών στα σύνορα

Η Ελλάδα διατηρεί σε γενικές γραμμές τη θέση της ανάμεσα στις βασικές ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, μετά την Ισπανία και την Ιταλία,

αισθανόμενη όμως ισχυρή πίεση τα τελευταία χρόνια, από την Τουρκία, όπως απεικονίζεται και στον παραπάνω πίνακα. Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας αντιμετωπίζει ήδη σημαντικές προκλήσεις, τόσο λόγω των διαρθρωτικών χαρακτηριστικών της και των εγγενών αδυναμιών της, όσο και εξαιτίας του ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Είναι σαφές πλέον, ότι ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται σε ένα στάδιο όπου η τουριστική παραγωγή παρουσιάζει στοιχεία «βιομηχανοποίησης», προερχόμενα κυρίως από τη στρατηγική επιλογή υιοθέτησης του πρότυπου του μαζικού τουρισμού σε μεγάλο ποσοστό των τουριστικών προορισμών της χώρας.

Το στάδιο αυτό ξεκίνησε από τα μέσα της δεκαετίας του '80 και συνδέθηκε με τη σημαντική αύξηση των αφίξεων, κυρίως μέσω πτήσεων charter. Αυτό οδήγησε στην τυποποίηση και σε μεγάλο βαθμό στην ομογενοποίηση της τουριστικής προσφοράς, προσπαθώντας να προσαρμοστεί στα χαρακτηριστικά και στις απαιτήσεις της ζήτησης. Η ομογενοποίηση αυτή δεν επέτρεψε τη διαφοροποίηση του προσφερόμενου προϊόντος, με αποτέλεσμα το εθνικό τουριστικό προϊόν να αντιμετωπίζεται ευθέως ανταγωνιστικά με το αντίστοιχο προϊόν γειτονικών προορισμών, με σαφώς μικρότερη τουριστική εμπειρία. Ταυτόχρονα, η ανάδειξη νέων κοντινών προορισμών στην περιοχή της Μεσογείου (Τουρκία, Κροατία, Βουλγαρία, Μαυροβούνιο), αλλά και αλλού που προβάλλουν με αξιώσεις παρεμφερές τουριστικό προϊόν, καθώς και ορισμένες παράμετροι του μακροοικονομικού περιβάλλοντος, όπως η ισχυρή ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου, η παρατεινόμενη δημοσιονομική και χρηματοοικονομική κρίση, επιβάλλουν στην ελληνική τουριστική βιομηχανία να γίνει περισσότερο ανταγωνιστική. Οι εκτιμήσεις δείχνουν ότι η πίεση αυτή από τις ανταγωνίστριες χώρες θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, στο μέτρο που εκείνες θα κατορθώσουν να διατηρήσουν και να αξιοποιήσουν τα τρία βασικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν, δηλαδή την παραμονή εκτός ζώνης του ευρώ, την πιο πρόσφατα δημιουργημένη τουριστική προσφορά και το χαμηλότερο κόστος των τουριστικών υπηρεσιών.

Με άλλα λόγια, είναι απόλυτα αναγκαίο να ενταθούν οι προσπάθειες για διατήρηση και βελτίωση της θέσης της χώρας μας στη διεθνή τουριστική αγορά. Οι σύγχρονες τάσεις που επικρατούν στο διεθνές τουριστικό περιβάλλον και οι έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες επιτάσσουν, αφενός, ανανέωση και διαφοροποίηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και, αφετέρου, προσανατολισμό προς τις τμηματοποιημένες αγορές, επανατοποθέτηση του προορισμού στη διεθνή αγορά και εξειδικευμένη στόχευση των δράσεων προώθησης.

Από την άλλη, οι πρόσφατες πολιτικές εξελίξεις και αναταραχές στις χώρες του Μαγκρέμπ, αλλά και στην Αίγυπτο και τη Συρία, θα έχουν μάλλον πρόσκαιρα θετικές επιπτώσεις στους ελληνικούς προορισμούς, οι οποίοι παρέχουν ασφαλέστερο περιβάλλον για την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάλογες διακυμάνσεις θα εμφανίζονται ενδεχομένως και στο μεσοπρόθεσμο μέλλον, αλλά δεν είναι βέβαιο ότι οποιοδήποτε αστάθμητοι παράγοντες θα ευνοούν πάντοτε ή θα αφήνουν αλώβητο τον ελληνικό τουρισμό.

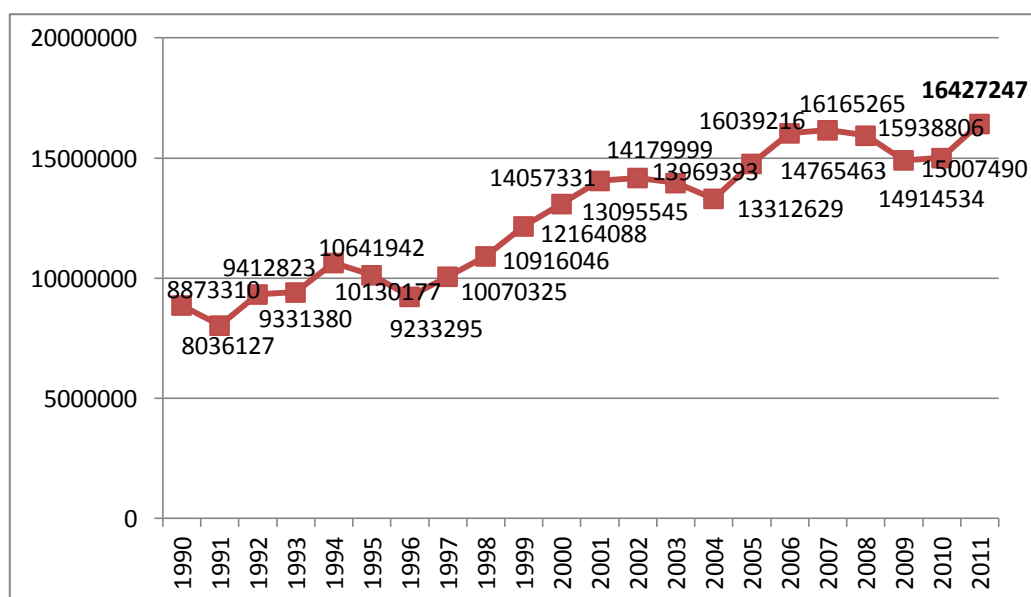
➤ **Η πορεία των αφίξεων**

Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, διαπιστώνεται ότι η τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας μετά την κάμψη των ετών 2001-2003 ακολούθησε ανοδική πορεία τα έτη 2004 έως 2007. Η γενικά θετική αυτή εξέλιξη εκείνης της περιόδου οφείλεται κατά κύριο λόγο στον θετικό αντίκτυπο των Ολυμπιακών Αγώνων. Αυτός συνίσταται αφενός, στην γενικευμένη αναβάθμιση των τεχνικών, συγκοινωνιακών και ξενοδοχειακών υποδομών και αφετέρου, στην ευρύτατη έκθεση και προβολή της εικόνας της Αθήνας και της Ελλάδας, με την ευκαιρία των Ο.Α. του 2004, ως ελκυστικού, ασφαλούς και σύγχρονου τουριστικού προορισμού. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, μετά το 2004 καταγράφηκε σημαντική ετήσια αύξηση των αφίξεων τουριστών στη χώρα μας, με βάση σύγκρισης τη χαμηλή επίδοση του 2004. Το 2005 η ετήσια αύξηση ήταν +10,91%, το 2006 +8,63% και το 2007 έφθασε το +9,22%.

Από το 2007 όμως άρχισαν να εμφανίζονται **τα πρώτα σημάδια στασιμότητας**. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται από την ΕΛΣΤΑΤ για τα βασικά μεγέθη της τουριστικής κίνησης για τα έτη 2009 και 2010, δηλαδή για τον αριθμό αφίξεων των τουριστών στα σύνορα και τον αριθμό αφίξεων και διανυκτερεύσεων τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα, επιβεβαιώνουν τη γενική εκτίμηση ότι τα δύο αυτά χρόνια εμφανίστηκε και στη χώρα μας σημαντική πτώση της τουριστικής κίνησης, σε σύγκριση με το 2008 (ΤτΕ, Απρίλιος 2011). Ειδικότερα, διαπιστώνουμε ότι μεγαλύτερη μείωση, ποσοστιαία αλλά και σε όγκο, από τις κυριότερες πηγές τουριστικών ροών σημείωσαν το έτος 2010 οι αφίξεις από τη Γερμανία (-13,8%), το Ηνωμένο Βασίλειο (-14,7%), την Ιταλία (-9,8%), τη Γαλλία (-9,8%), την Ολλανδία (-18,9%), τη Σουηδία (-21,5%). Η πτώση αυτή αντισταθμίστηκε από τις σημαντικές αυξήσεις που σημείωσαν οι αφίξεις από σχετικά «νέες» αγορές, οι οποίες εμφανίζονται να διεκδικούν δυναμικά τον χώρο που αφήνουν οι παραδοσιακές αγορές. Πιο συγκεκριμένα, είναι εντυπωσιακή η άνοδος της Τουρκίας (+180,1%), της Πολωνίας (+97,6%), της Ρωσίας (+63,5%) αλλά και της Σερβίας και του Μαυροβουνίου (+41,8%), καθώς και της Κύπρου (+32,2%).

Τη φάση της ύφεσης στην οποία βρισκόταν η χώρα από το 2008, όπου η ανταγωνιστικότητα και οι προοπτικές ανάκαμψης του ελληνικού τουρισμού έδειχναν να κλονίζονται, (Α.Χατζηδάκης, 2008) φαίνεται τελικά να ξεπερνάει η χώρα το 2011. Μία χρονιά σταθμό για τον ελληνικό τουρισμό στο τομέα των αφίξεων, καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και της Τράπεζας της Ελλάδας οι αφίξεις σημείωσαν άνοδο περίπου 9,5% σε σχέση με το 2010, αγγίζοντας τον αριθμό των 16.427.247 τουριστών. Αυτό καθιστά το **2011 την πλέον παραγωγική χρονιά** για τον ελληνικό τουρισμό ξεπερνώντας ακόμα και το 2007 όταν η Ελλάδα προσέλκυσε 16.165.265 τουρίστες (SETE, 2012). Την ίδια στιγμή, η αύξηση που σημειώθηκε στα τουριστικά έσοδα ήταν 9,45% φτάνοντας τα 10.504,70 εκ. ευρώ σε σχέση με τα 9.611 εκ. ευρώ του 2010, βοηθώντας τη συγκράτηση της ύφεσης κατά 1% (SETE, 2012).

Αναλυτικότερα, οι αφίξεις από την Ευρώπη, στην οποία αναλογεί το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων (90,0%), παρουσίασαν την περίοδο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2011 αύξηση 11,2%, έναντι της περιόδου Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2010, ενώ τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης κατέγραψαν αύξηση 5,6%. Σημαντική αύξηση εμφανίζουν οι αφίξεις από Πορτογαλία (89,9%), Αλβανία (75,9%), Ρωσία (58,0%), Λουξεμβούργο (52,6%) Γαλλία (35,9%) και Βέλγιο (32,3%), ενώ σημαντική μείωση των αφίξεων παρατηρείται από την Κύπρο (21,8%) και την Αυστρία (9,8%). Σε ό,τι αφορά στην κατανομή των αφίξεων μη κατοίκων κατά χώρα προέλευσης, τη μεγαλύτερη συμμετοχή κατέχει η Γερμανία (13,1%) και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο (10,4%) και η Γαλλία (7,3%).



Διάγραμμα 1.3 Εξέλιξη αφίξεων αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα 1990- 2011 (*) Πηγή στοιχείων: ΕΛΣΤΑΤ (πρώην ΕΣΥΕ)

(*) Σημείωση: Από το 2007 και εξής, αφίξεις μη μονίμων κατοίκων.

Κατά την ανάλυση των στοιχείων, ως προς το μέσο μεταφοράς και το σταθμό εισόδου, παρατηρείται ότι το αεροδρόμιο που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό κίνησης κατά το 2011, είναι το «Ελευθέριος Βενιζέλος» (17,7%) και ακολουθεί του Ηρακλείου (13,3%) και της Ρόδου (10,7%). Τα αεροδρόμια που συγκέντρωσαν τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων αλλοδαπών το 2011 εμφανίζονται κατά σειρά όγκου αφίξεων στον Πίνακα 1.3. Τα πέντε μεγάλα διεθνή αεροδρόμια (Αθήνας, Ηρακλείου, Ρόδου, Κέρκυρας και Θεσσαλονίκης) συγκέντρωσαν τα τρία τέταρτα (76,40 %) του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών το 2011, ενώ το υπόλοιπο μοιράστηκε στα περιφερειακά αεροδρόμια που υποδέχονται απευθείας πτήσεις από το εξωτερικό. Παρατηρούμε ότι η αναλογία αυτή παραμένει σχεδόν σταθερή τα τελευταία χρόνια, γεγονός που σημαίνει ότι τα περιφερειακά αεροδρόμια δεν έχουν κατορθώσει να προσελκύσουν ακόμη αεροπορικές εταιρείες, ιδιαίτερα τις λεγόμενες “low-cost carriers” (LCC), δηλαδή τους χαμηλού κόστους αερομεταφορείς. Αν ευοδωθούν οι προσπάθειες που καταβάλλονται πρόσφατα προς αυτήν την κατεύθυνση, και στο μέτρο που αυτές θα συνδυαστούν με κατάλληλα έργα υποδομής για την εξυπηρέτηση των επιβατών, η εικόνα αυτή θα μεταβληθεί, σε όφελος των περιφερειακών προορισμών.

Ο ανταγωνισμός μεταξύ προορισμών για την απόσπαση μεριδίου της τουριστικής αγοράς είναι οξύς, γεγονός που ασφαλώς δεν διευκολύνει την τουριστική ανάκαμψη της χώρας μας. Ενώ ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού διαπιστώνει ότι τα πρώτα σημάδια ανάκαμψης του διεθνούς τουρισμού εμφανίστηκαν ήδη από τα μέσα του 2010, η χώρα μας δεν κατάφερε να αποσπάσει ανάλογο μερίδιο από την αύξηση του διεθνούς τουριστικού ρεύματος κατά το 2010. Σταδιακή ανάκαμψη της ζήτησης για διακοπές στην Ελλάδα από το εξωτερικό παρατηρείται κατά το 2011, με ταυτόχρονη όμως μείωση στην κίνηση του εγχώριου τουρισμού διαπιστώνοντας αφενός, μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος και της ροπής προς κατανάλωση και αφετέρου, ότι η ελαστικότητα της εσωτερικής ζήτησης είναι, ούτως ή άλλως, αρκετά περιορισμένη, σε σύγκριση με εκείνη της εξωτερικής.

Πίνακας 1.3 Τα κυριότερα αεροδρόμια κατά σειρά αριθμού αφίξεων αλλοδαπών

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ	2007	2008	2009	2010	2011	Μεταβολή 2011/2010 (%)
Σύνολο	12.001.222	11.691.651	10.748.109	10.637.307	11.528.782	8,38
1. Αθηνών	3.872.156	3.472.845	3.170.478	3.092.195	2.871.525	-7,14
2. Ηρακλείου	2.087.144	2.135.198	1.946.544	1.914.820	2.161.577	12,89
3. Ρόδου	1.384.902	1.369.406	1.321.806	1.416.991	1.734.418	22,40
4.Θεσσαλονίκης	770.791	919.677	862.054	758.772	1.251.433	64,93
5. Κέρκυρας	839.460	806.713	733.137	722.699	789.546	9,25
6. Κω	681.313	671.660	627.533	697.613	851.489	22,06
7. Χανίων	678.510	669.122	608.361	587.825	656.791	11,73
8. Ζακύνθου	475.146	464.874	435.169	420.960	447.885	6,396
9. Σαντορίνης	192.018	162.941	151.367	161.666	202.139	25,03
Λοιπά αεροδρόμια	1.019.782	1.019.215	891.660	863.766	561.979	

Πηγή στοιχείων: ΕΛΣΤΑΤ

➤ **Η εποχικότητα των αφίξεων**

Η κατανομή των αφίξεων στη διάρκεια του έτους παρουσιάζει έντονα φαινόμενα υπερσυγκέντρωσης κατά τους θερινούς μήνες (Ιούνιος- Σεπτέμβριο). Το **φαινόμενο της εποχικότητας** που επί δεκαετίες επιδιώκεται η άμβλυνσή του, εξακολουθεί να θεωρείται **μία από τις μεγαλύτερες αδυναμίες** του ελληνικού τουρισμού, που παρά τις επιμέρους προσπάθειες που έχουν κατά καιρούς καταβληθεί, δεν έχει σημειωθεί καμία ουσιαστική πρόοδος. Με άλλα λόγια, το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει κατορθώσει να επανατοποθετηθεί στη διεθνή τουριστική αγορά και ο προορισμός Ελλάδα παραμένει κατεξοχήν τόπος θερινών διακοπών, και δη παραθαλάσσιων. Ο επιχειρηματικός και ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός πόλεων και σύντομων διακοπών (“city breaks”), ο πολιτιστικός τουρισμός αλλά και οι προβαλλόμενες μορφές «εναλλακτικού» τουρισμού (αγροτουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, οικοτουρισμός, γαστρονομικός, κλπ.) έχουν εμπλουτίσει αναμφισβήτητα το τουριστικό προϊόν, αλλά όχι σε βαθμό που να μπορεί να μεταβληθεί η φυσιογνωμία του και να επαναπροσδιοριστεί η ταυτότητα του προορισμού.

Είναι χαρακτηριστικό ότι τους τέσσερεις θερινούς μήνες (Ιούνιος-Σεπτέμβριος) του 2011 πραγματοποιήθηκε το 67,2% του συνόλου των αφίξεων του έτους, ενώ το μερίδιο της αντίστοιχης περιόδου των ετών 1995, 2000 και 2005, ήταν μικρότερο (64,4%, 65,1% και 61,2%, αντίστοιχα) (SETE, 2012).

Αντίστοιχα συμπεράσματα προκύπτουν και από την ανάλυση της εποχικότητας των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα. Οι προοπτικές για την πορεία της τουριστικής κίνησης τα επόμενα χρόνια θα εξαρτηθούν σε μεγάλο βαθμό, αφενός, από την ικανότητα προσαρμογής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στις ανανεωνόμενες απαιτήσεις της ζήτησης και από τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς του στη διεθνή τουριστική αγορά, και αφετέρου, από τις εξελίξεις στη διεθνή πολιτική σκηνή, στις αγορές της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, καθώς και από την τιμή των ενεργειακών πόρων. Επομένως, αξίζει να σημειωθεί ότι σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα απαιτείται αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, βάσει νέων κατευθύνσεων για προσέλκυση επισκεπτών υψηλότερου εισοδηματικού επιπέδου (ΤτΕ, Απρίλιος 2011).

➤ **Η πορεία των τουριστικών εισπράξεων**

Ο τουριστικός τομέας αποκτά ολοένα μεγαλύτερη σημασία στην εγχώρια οικονομική δραστηριότητα. Υπολογίζεται ότι το μερίδιο του κλάδου των ξενοδοχείων και των εστιατορίων στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία αυξήθηκε μεταξύ 2001 και 2008 κατά 0,3 εκατοστιαίες μονάδες (από 6,9% σε 7,5%) (P.Mylonas & N.Magginas, November 2010). Η αύξηση αυτή οφείλεται στη συνεχή αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών, σε συνδυασμό με τις ευνοϊκές επιπτώσεις στην τουριστική κίνηση από την απήχηση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, το συνολικό τουριστικό εισόδημα στο διάστημα μεταξύ 2004 και 2008 αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,7% σε ονομαστικούς όρους, ενώ το πραγματικό εισόδημα ανά αφικνούμενο τουρίστα αυξανόταν σχεδόν κατά 2,8% κάθε χρόνο. (P.Mylonas & N.Magginas, November 2010). Μετά το 2008 όμως, ο τομέας άρχισε να συρρικνώνεται εξαιτίας του δυσμενούς διεθνούς μακροοικονομικού περιβάλλοντος και της επιδείνωσης των τάσεων του διαθέσιμου εισοδήματος. Κατά το έτος 2010 παρατάθηκε μια περίοδος δυσμενών επιδόσεων ως προς τις εισπράξεις από τον τουρισμό, που ανακόπηκε το 2011 με τις εισπράξεις να φτάνουν τα 9.504,70 εκ. ευρώ (+9,30%) (Ι.Τ.Ε.Π., Νοέμβριος 2011).

Συνοψίζοντας λοιπόν μπορούμε να πούμε, ότι δεδομένου ότι το τουριστικό προϊόν αποτελεί έναν από τους βασικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας, η προσπάθεια διατήρησης της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα τουριστικής ανταγωνιστικότητας αποτελούσε και αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της πολιτείας. Τα στοιχεία που λαμβάνονται από τους φορείς του κλάδου δείχνουν ότι τόσο ο ελληνικός, όσο και ο παγκόσμιος τουρισμός, δεν παραμένουν αλώβητοι από την παγκόσμια κρίση. Παρά το γεγονός λοιπόν ότι η τρέχουσα τουριστική περίοδος είναι μια ιδιαίτερη περίπτωση, αυτή αποτελεί την αφορμή για προβληματισμό

σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση καθώς και ένα τεστ αντοχής και αποτελεσματικότητας των πολιτικών και των αποφάσεων που αφορούν στην ισόρροπη και βιώσιμη ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα κρίση μπορεί να αποτελέσει πρόκληση και εφιαλτήριο για τη ριζική αντιμετώπιση χρονιζόντων προβλημάτων και για τη βελτίωση της ελληνικής τουριστικής ανταγωνιστικότητας στο μεσο-μακροπρόθεσμο μέλλον.

1.3 Ο τουρισμός στις Κυκλάδες

Οι Κυκλάδες αποτελούν ένα πανέμορφο νησιωτικό σύμπλεγμα του Αιγαίου πελάγους μεταξύ Αττικής και Κρήτης, όπου κατά την αρχαιότητα αποτελούσαν γέφυρα για την ανάπτυξη του εμπορίου και την εξάπλωση του πολιτισμού. Πριν από δεκαπέντε εκατομμύρια χρόνια η σημερινή ηπειρωτική Ελλάδα, η Μικρά Ασία, το Αιγαίο και το κρητικό Πέλαγος αποτελούσαν μία εκτεταμένη περιοχή στεριάς, την Αιγηίδα. Πριν από 4,4- 2,5 εκατομμύρια χρόνια, η θάλασσα κατέκλυσε τις περιοχές της Αιγηίδος εκτός από τις κορυφές των βουνών της, που αποτέλεσαν έτσι τα νησιά του Αιγαίου. Ύστερα από αλλεπάλληλες γεωλογικές μεταβολές, μετακινήσεις του φλοιού της γης, σεισμούς και εκρήξεις ηφαιστειών, δόθηκε στο νησιωτικό σύμπλεγμα των Κυκλάδων η μορφή που έχει σήμερα. Νησιά όπως η Σαντορίνη, η Μήλος, η Κίμωλος και ένα τμήμα της Αντίπαρου σχηματίστηκαν από την ηφαιστειακή δραστηριότητα η οποία συνόδευσε τη δημιουργία του νησιωτικού τόξου του νοτίου Αιγαίου. Η ηλικία των ηφαιστειών αυτών ανάγεται στα 4 εκατομμύρια χρόνια. Όπως αναφέρεται, οι Κυκλάδες πήραν το όνομά τους από τις ομώνυμες Νύμφες τις οποίες μεταμόρφωσε σε βράχους ο Ποσειδώνας ή όπως λέγεται από τη λέξη «κύκλος» γιατί διαμορφώνονται σε ένα νοητό κύκλο γύρω από τη Δήλο το ιερό γενέθλιο νησί του Απόλλωνα.

Στις Κυκλάδες συγκαταλέγονται ένας μεγάλος αριθμός νησιών και βραχονησίδων 147 και πλέον, από τα οποία μόνο τα 24 είναι κατοικήσιμα, όπως είναι για παράδειγμα: η Σύρος, η Ανάφη, η Αμοργός, η Άνδρος, η Αντίπαρος, η Δονούσα, η Σχοινούσα, η Ηρακλειά, η Κέα, η Ίος, η Κύθνος, η Φολέγανδρος κ.α. καταλαμβάνοντας συνολική έκταση 2,572km² και μια θαλάσσια έκταση 8.000 km² με ακραία σημεία την Αντίμηλο στα δυτικά, την Αμοργό στα ανατολικά, την Άνδρο στα βόρεια και τη Σαντορίνη στα νότια. Μεγαλύτερο σε έκταση νησί των Κυκλάδων είναι η Νάξος, με 448 km² και πληθυσμό 20.000 κατοίκους, και μικρότερο το Πάνω Κουφονήσι με 3,5 km² και 300 μόνιμους κατοίκους. Διοικητικά οι Κυκλάδες συγκροτούν έναν αυτοτελή νομό, με πρωτεύουσα την Ερμούπολη της Σύρου, και με συνολικό πληθυσμό να ξεπερνά σήμερα τους 110.000 κατοίκους.

Οι Κυκλάδες συμπεριλαμβάνονται στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, όπου ανήκουν τα νησιωτικά συμπλέγματα των νομών Κυκλάδων και Δωδεκανήσων. Το κλίμα είναι εύκρατο και ήπιο, με χαρακτηριστικότερο κλιματικό γνώρισμα τους δυνατούς βόρειους ανέμους, που στην ήπια μορφή τους είναι γνωστοί ως μελέτμια. Από τη συνολική έκταση του νομού, που καλύπτει το 1,9% της συνολικής έκτασης της χώρας, το 25,5% αυτής είναι ορεινό, το 50,2% ημιορεινό και το 24,3% πεδινά εδάφη. Σήμα κατατεθέν των Κυκλάδων είναι οι γυμνοί βράχοι τα κάτασπρα σπίτια και το απέραντο γαλάζιο, συνδυάζοντας γεωγραφικές αντιθέσεις, ιστορία, τοπία σπάνιας φυσικής ομορφιάς, κυκλαδίτικη φιλοξενία, κουζίνα από τοπικά προϊόντα, έθιμα και πολιτισμό. Τα κτίσματα προσαρμοσμένα με σοφία στις καθημερινές ανάγκες των κατοίκων, η σοφία της οικονομίας των υλικών, του περιορισμένου στο ελάχιστο εσωτερικού χώρου και της επινοητικότητας που ήταν αναγκαία για την επιβίωση κάτω από σκληρές συνθήκες προκαλούν σήμερα το θαυμασμό.



Εικόνα 1.2 Παράδοση από Κυκλάδες

Έτσι, η προσαρμογή των κτισμάτων στις κλίσεις του εδάφους ώστε να αποφεύγονται οι μεγάλες εκσκαφές, καθώς και η εκμετάλλευση του ευνοϊκού προσανατολισμού για την προστασία από τους δυνατούς ανέμους του Αιγαίου, «δένουν» την αρχιτεκτονική με τον τόπο κάνοντάς την να γίνεται μέρος της ίδιας της φύσης. Τα μεγαλύτερα νησιά των Κυκλάδων έχουν ζωή όλο το χρόνο, ενώ τα μικρότερα γεμίζουν με κόσμο μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες. Ο τουρισμός αποτελεί κατά κύριο λόγο το κύριο εισόδημα για τους ντόπιους. Αν και ο νομός συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία της χώρας παρόλα αυτά είναι φανερό ότι χρειάζεται μια βαθιά τουριστική μεταρρύθμιση, έτσι ώστε να λυθούν προβλήματα όπως αυτά της έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού, της μη ύπαρξης επαγγελματισμού, της συρρίκνωσης της τουριστικής περιόδου και της ανεπάρκειας των έργων υποδομής. Ωστόσο, παρά τις αδυναμίες και τα όποια προβλήματα οι Κυκλάδες εξακολουθούν να είναι πόλος έλξης για χιλιάδες ταξιδιώτες από το εξωτερικό αλλά και από την Ελλάδα.

- Απασχόληση Πληθυσμού

Σχετικά με την απασχόληση, ο νομός των Κυκλάδων ήταν κυρίως γεωκτηνοτροφικός, παρά την περιορισμένη καλλιεργήσιμη γη και τα προβλήματα στην άρδευση, λόγω περιορισμένων υδρευτικών πόρων. Από τη δεκαετία του '70, οι επιπτώσεις του τουριστικού φαινομένου γίνονται αισθητές στην παραγωγική διάρθρωση, με τον πρωτογενή τομέα να αρχίζει να παρουσιάζει πτώση, το δευτερογενή μικρή αύξηση και τον τριτογενή απότομη έξαρση. Έτσι, σήμερα στις Κυκλάδες, ο τομέας των υπηρεσιών (τριτογενής τομέας απασχόλησης) ταυτίζεται με τις τουριστικές δραστηριότητες και απασχολεί παραπάνω από τους μισούς του ενεργού πληθυσμού του νομού, με την οικονομία του νομού να βασίζεται κυρίως στον τουρισμό, ενισχυόμενο από τη γεωργία, την κτηνοτροφία, την αλιεία, τη ναυτιλία και τον ορυκτό πλούτο (Χ.Αναγνώστου & Κανακάρη, 2005).

Πίνακας 1.4 Δραστηριοποίηση Οικονομικά Ενεργού Πληθυσμού του Νομού Κυκλάδων

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΝΕΡΓΟΙ			
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας	Δε δήλωσαν τομέα
	4.982	11.200	21.675	1.991

Πηγή Στοιχείων: ΕΣΥΕ, *Ιδία Επεξεργασία*.

- Συγκοινωνίες

Σε ότι αφορά τις συγκοινωνίες, ο όρος αφορά κυρίως το πλοίο, όπου για τα περισσότερα από τα νησιά των Κυκλάδων αποτελεί μοναδικό τρόπο φυγής από το νησί. Τα ακτοπλοϊκά δρομολόγια κατά την περίοδο του χειμώνα είναι πολύ λίγα, ενώ σε περιπτώσεις κακοκαιρίας τα περισσότερα νησιά δεν μπορούν να εφοδιαστούν ούτε τα βασικά. Η σύνδεση με τα λιμάνια του Πειραιά και της Ραφήνας γίνεται είτε απευθείας με τα μεγαλύτερα νησιά είτε με ακτοπλοϊκές γραμμές νησιών όπου η διάρκεια του ταξιδιού μπορεί να διαρκέσει πάνω από οκτώ ώρες. Ωστόσο, κατά τους θερινούς μήνες λόγω της μεγάλης ζήτησης, τα δρομολόγια αυξάνονται, με τακτική καθημερινή επικοινωνία μεταξύ των νησιών, διευκολύνοντας έτσι τη μεταφορά των τουριστών και δίνοντάς τους τη δυνατότητα επίσκεψης πολλών διαφορετικών νησιών μέσα σε λίγες ημέρες. Τα τελευταία δε χρόνια έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες επικοινωνίας των Κυκλάδων με τα Δωδεκάνησα αλλά και την Κρήτη, στηρίζοντας με αυτό τον τρόπο οικονομικά τις τοπικές κοινωνίες. Εντούτοις, εκτός από την επικοινωνία

ακτοπλοϊκώς, στο νομό των Κυκλάδων τα μεγαλύτερα νησιά όπως είναι η Νάξος, η Μύκονος, η Μύλος, η Σύρος, η Πάρος και η Σαντορίνη, μπορούν να επικοινωνήσουν αεροπορικώς με διάφορα σημεία της Ελλάδος αλλά και του εξωτερικού. Αυτά είναι και τα νησιά τα οποία δέχονται οργανωμένο τουρισμό (μέσω πτήσεων charter), και ένας μικρός αριθμός που διακινείται με πλοίο. Πολλά από αυτά τα νησιά παρουσιάζουν τους υψηλότερους δείκτες τουριστικής πίεσης, ενώ περιλαμβάνουν μη κορεσμένες περιοχές στις οποίες και πρέπει να στραφεί το ενδιαφέρον, λαμβάνοντας μέτρα προς βελτίωση της ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος, των υπηρεσιών αλλά και προς ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού.

Τουριστικοί πόροι Κυκλάδων

Οι τουριστικοί πόροι των Κυκλάδων κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες:

Το φυσικό περιβάλλον: Τα νησιά των Κυκλάδων είναι πλούσια σε φυσική ομορφιά, μοναδικά όμορφες παραλίες, τεράστιο υποθαλάσσιο πλούτο, φυσικά σπήλαια, ορεινούς όγκους, χλωρίδα και πανίδα. Αυτή η ιδιαίτερη αντίθεση μεταξύ του λευκού των σπιτιών και του γαλάζιου της θάλασσας αλλά και την πανέμορφη αρχιτεκτονική καθιστούν τις Κυκλάδες ως ένα δημοφιλή προορισμό και παράλληλα ανταγωνιστικό.

Τα τοπικά προϊόντα: Τα διάφορα τοπικά προϊόντα αρκετά από τα οποία εξάγονται εντός και εκτός Ελλάδας, συνδυάζονται άριστα με την Κυκλαδίτικη κουζίνα και τα περισσότερα από αυτά έχουν διεθνή και ευρωπαϊκές διακρίσεις, όπως το τυρί «Σαν Μιχάλης» της Σύρου και η «Γραβιέρα της Νάξου» που έχουν χαρακτηριστεί ως ΠΟΠ (Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης) αλλά και η μυζήθρα της Ίου.

Το πολιτιστικό απόθεμα: Ένας ακόμη λόγος που κάνει τα νησιά των Κυκλάδων να ξεχωρίζουν από άλλους προορισμούς της Μεσογείου, είναι η μεγάλη πολιτιστική τους κληρονομιά, ο μεγάλος αριθμός αρχαιολογικών χώρων με σπάνια ευρήματα κυκλαδικής τέχνης, τα μουσεία, αρκετά μοναστήρια και η τοπική παράδοση (ενδυμασία, γλυκίσματα, μουσική, έθιμα).

Στα νησιά του νομού Κυκλάδων η δημογραφική αύξηση συνδέεται με την αντικατάσταση των παραδοσιακών δραστηριοτήτων από τουριστικές. Έτσι η συνολική απασχόληση στρέφεται κυρίως στον τριτογενή τομέα και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση της εποχικότητας ένα από τα αδύναμα χαρακτηριστικά του νομού.

Τα νησιά του νομού Κυκλάδων διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες:

- Τα μη τουριστικά νησιά που αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα πληθυσμιακής συρρίκνωσης και γεωγραφικής απομόνωσης, τα οποία είναι: τα Κουφονήσια, η Σχοινούσα, η Ηρακλειά, η Κέρος, η Κίμωλος, η Θηρασιά, η Σίκινος, η Φολέγανδρος, η Ανάφη και η Δονούσα.
- Τα αναπτυσσόμενα τουριστικά νησιά που διαθέτουν εκμεταλλεύσιμους πόρους, όπως είναι: η Σύρος, η Νάξος, η Άνδρος, η Τήνος, η Κύθνος, η Σίφνος, η Κέα, η Σέριφος, η Ίος, η Μήλος και η Αμοργός.
- Και τέλος εκείνα τα οποία έχουν μεγάλη τουριστική ανάπτυξη, γνωστά και σε διεθνή επίπεδο όπως η Μύκονος, η Πάρος και η Σαντορίνη.

Το νότιο αιγαίο ως ιδιόμορφη νησιωτική περιφέρεια έχει ανοιχτές προοπτικές συνεργασιών και δικτυώσεων, βρίσκεται σε μέσο οικονομικό επίπεδο, με καλές επιδόσεις στον τομέα της ανεργίας και πολύ υψηλό δείκτη απειλής από φυσικές καταστροφές.

Τουριστική Προσφορά

Η κατανομή του ξενοδοχειακού δυναμικού ανά γεωγραφική περιοχή, όπως είναι φυσικό δεν είναι ισόρροπη. Είναι χαρακτηριστικό ότι η μεγάλη πλειοψηφία των ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι εγκατεστημένη στους νησιωτικούς προορισμούς. Πράγματι, στα νησιά βρίσκεται το 59,03% του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας (5.695 μονάδες), ενώ παρατηρείται ο κύριος όγκος τους να συγκεντρώνεται στην Κρήτη και στα Δωδεκάνησα. Η γενικότερη εικόνα που παρουσιάζει η περιφέρεια νοτίου αιγαίου ως τουριστικά αναπτυγμένη περιοχή σημειώνει έντονες χωρικές και ποιοτικές διαφοροποιήσεις. Στα μικρά νησιά συνυπάρχουν μικρές και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες καθώς και ενοικιαζόμενα δωμάτια που λειτουργούν με τελείως διαφορετικές συνθήκες (Πίνακας 1.6). Στις Κυκλάδες βρίσκονται οι μικρότερες μονάδες με μέση δυναμικότητα 46,8 κλίνες ανά μονάδα (Πίνακας 1.5). Επισημαίνεται πάντως, ότι στις Κυκλάδες, σημαντικό μερίδιο των καταλυμάτων κατέχουν τα μη κύρια καταλύματα (ενοικιαζόμενα δωμάτια και ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα, τουριστικές επαύλεις και τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες) που όμως δεν περιλαμβάνονται στην παραπάνω καταγραφή.

Το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν είναι ο «ήλιος και η θάλασσα» (sunlust), γεγονός που σημαίνει ότι παραμένει τυπικά «μεσογειακό» και δεν έχει επιτύχει ακόμη να διαφοροποιηθεί, ώστε να αμβλύνει την εξάρτησή του από τον οργανωμένο παραθεριστικό τουρισμό και να επιμηκύνει την περίοδο ζήτησής του.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μειωμένη δυνατότητα ευελιξίας των τιμών και τη διακύμανσή τους σε χαμηλά επίπεδα λόγω της μεγάλης προσφοράς.

Πίνακας 1.5 Κατανομή ξενοδοχειακού δυναμικού ανά διοικητική Περιφέρεια-2011

Περιφέρεια	Αριθμός μονάδων	Αριθμός δωματίων	Αριθμός κλινών	Μ.Ο. κλινών/μονάδα
ΕΛΛΑΔΑ	9.648	397.322	763.668	79,2
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	2.052	96.850	187.734	91,5
(ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ)	1.041	72.352	140.456	134,9
(ΚΥΚΛΑΔΕΣ)	1.011	24.498	47.278	46,8
ΚΡΗΤΗΣ	1.528	85.971	162.762	106,5
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΙΩΝ	914	46.309	88.793	97,1
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	808	26.108	51.052	63,1
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	1.292	49.945	93.783	72,6
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	581	14.563	28.306	48,7
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	393	11.556	21.918	55,8
ΘΡΑΚΗΣ	109	3.655	7.078	64,9
ΗΠΕΙΡΟΥ	371	7.362	14.458	39,0
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	1.600	55.003	107.784	67,4

Πηγή στοιχείων: ΞΕΕ και ΕΛΣΤΑΤ

Πίνακας 1.6 Ξενοδοχειακό δυναμικό Κυκλάδων 2011

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2011							
ΚΥΚΛΑΔΕΣ							
ΝΗΣΙ		5*****	4****	3***	2**	1*	Γενικό Αθροισμα
ΑΜΟΡΓΟΣ	Μονάδες			3	8		11
	Δωμάτια			94	103		197
	Κλίνες			187	208		395
ΑΝΑΦΗ	Μονάδες			1			1
	Δωμάτια			12			12
	Κλίνες			24			24
ΑΝΤΙΠΑΡΟΣ	Μονάδες				4	5	9
	Δωμάτια				96	81	177
	Κλίνες				183	160	343
ΑΝΔΡΟΣ	Μονάδες	1	3	10	10	5	29
	Δωμάτια	17	68	282	304	89	760
	Κλίνες	39	96	539	554	148	1.376
ΙΟΣ	Μονάδες		2	6	27	9	44
	Δωμάτια		84	191	615	150	1.040
	Κλίνες		166	388	1.204	298	2.056
ΚΕΑ	Μονάδες		1	1	3	1	6
	Δωμάτια		35	20	78	16	149
	Κλίνες		68	34	148	32	282
ΚΙΜΩΛΟΣ	Μονάδες			1			1
	Δωμάτια			5			5
	Κλίνες			8			8

ΚΟΥΦΟΝΗΣΙ	Μονάδες		2	3	4		9
	Δωμάτια		42	78	52		172
	Κλίνες		86	153	104		343
ΚΥΘΝΟΣ	Μονάδες				3		3
	Δωμάτια				82		82
	Κλίνες				163		163
ΜΗΛΟΣ	Μονάδες		1	2	22	7	32
	Δωμάτια		29	23	457	96	605
	Κλίνες		58	46	886	183	1.173
ΜΥΚΟΝΟΣ	Μονάδες	12	46	28	41	37	164
	Δωμάτια	973	1.647	1.088	1.023	517	5.248
	Κλίνες	1.959	3.245	2.128	2.026	1.028	10.386
ΝΑΞΟΣ	Μονάδες	1	6	15	76	26	124
	Δωμάτια	42	192	745	1.429	336	2.744
	Κλίνες	87	399	1.457	2.737	667	5.347
ΤΗΝΟΣ	Μονάδες		4	13	19	5	41
	Δωμάτια		276	297	541	62	1.176
	Κλίνες		511	576	1.008	98	2.193
ΘΗΡΑΣΙΑ	Μονάδες	1					1
	Δωμάτια	2					2
	Κλίνες	6					6
ΠΑΡΟΣ	Μονάδες	2	15	20	83	18	138
	Δωμάτια	96	717	656	1.729	250	3.448
	Κλίνες	180	1.338	1.229	3.308	502	6.557
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	Μονάδες	15	81	58	77	46	277
	Δωμάτια	450	2.009	1.073	1.897	730	6.159
	Κλίνες	897	3.807	2.042	3.639	1.453	11.838
ΣΕΡΙΦΟΣ	Μονάδες			3	6	3	12
	Δωμάτια			33	132	47	212
	Κλίνες			60	251	84	395
ΣΙΚΙΝΟΣ	Μονάδες				1		1
	Δωμάτια				18		18
	Κλίνες				37		37
ΣΙΦΝΟΣ	Μονάδες		2	7	19	2	30
	Δωμάτια		61	123	307	25	516
	Κλίνες		100	243	596	53	992
ΣΧΟΙΝΟΥΣΣΑ	Μονάδες				2		2
	Δωμάτια				46		46
	Κλίνες				93		93
ΣΥΡΟΣ	Μονάδες	3	8	10	24	3	48
	Δωμάτια	28	377	290	533	35	1.263
	Κλίνες	56	707	547	1.014	57	2.381
ΦΟΛΕΓΑΝΔΡΟΣ	Μονάδες		3	11	14		28
	Δωμάτια		86	147	234		467
	Κλίνες		151	293	446		890
ΣΥΝΟΛΟ	Μονάδες	35	174	192	443	167	1.011
	Δωμάτια	1.608	5.623	5.157	9.676	2.434	24.498
	Κλίνες	3.224	10.732	9.954	18.605	4.763	47.278

1.4. Παρουσίαση νήσου Σαντορίνης

1.4.1 Γενικά χαρακτηριστικά

Η δυναμική πορεία του τουρισμού οδήγησε στη διαμόρφωση και παγίωση πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, ως αποτέλεσμα των παραμέτρων που διαμορφώνουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Τα πρότυπα αυτά σίγουρα εξασφαλίζουν την οικονομική ευημερία στις περιοχές που εκδηλώνονται και αποτελούν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης και χαρακτηρίζουν άμεσα το τουριστικό προϊόν που αυτή προσφέρει.

Η ανάγκη για μια «νέα» αντίληψη στην πολιτική του τουρισμού εμφανίστηκε ήδη από τη δεκαετία του '70, κυρίως με αφορμή τις κοινωνικές, οικολογικές και πολιτισμικές αρνητικές επιπτώσεις που συνεπάγεται η υπερβολική εξάρτηση ενός τόπου από τον τουρισμό, η ανάγκη αυτή, που στις μέρες μας καθίσταται επιτακτική, βρίσκει εφαρμογή στη **βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη**. Για να πραγματοποιηθεί κρίνεται απαραίτητος ο συνδυασμός της κοινωνικής προόδου με την αποτελεσματική περιβαλλοντική διαχείριση και τη διατήρηση υψηλών ρυθμών οικονομικής μεγέθυνσης και απασχόλησης. Η ανάγκη αυτή της ορθολογικής διαχείρισης με την προοπτική μιας στρατηγικής βιώσιμης ανάπτυξης, καθίσταται εντονότερη στην περίπτωση των παράκτιων περιοχών. Πιο συγκεκριμένα τα νησιά, και ιδιαίτερα τα μικρά νησιά, που χαρακτηρίζονται από έντονη νησιωτικότητα είναι γεγονός ότι αυτό οδηγεί σε μια ευαίσθητη ισορροπία ανάμεσα σε περιβάλλον, οικονομία και κοινωνία, μια ισορροπία που αν διαταραχτεί σίγουρα θα επιφέρει δυναμικές μεταβολές με άμεσες συνέπειες στη δυναμική και τη δομή του όλου συστήματος.

Ο ελληνικός λοιπόν νησιωτικός χώρος που αποτελεί ένα μοναδικό ανθρώπινο και φυσικό οικοσύστημα, τα τελευταία χρόνια, κατά γενική ομολογία, δέχεται σοβαρές πιέσεις από την άναρχη τουριστική ανάπτυξη. Στο γεγονός αυτό έρχονται να προστεθούν τα σημάδια κόπωσης και γήρανσης του υφιστάμενου μοντέλου ανάπτυξης, το οποίο δεν ενέχει καμιά βιώσιμη προοπτική και συνεπώς καμιά δυνατότητα ισόρροπης διατήρησης εύθραυστων καταστάσεων και δυναμικών, όπως αυτής των νησιών. Ως εκ τούτου, εντείνονται οι προσπάθειες προώθησης ενός προτύπου βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης, όπου η ανάπτυξη του τουρισμού θα πρέπει να σέβεται και να συμβαδίζει με τις εθνικές και τοπικές κοινωνικές, πολιτισμικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές ιδιαιτερότητες. Ωστόσο, μπορεί ο τουρισμός σε τόπους προορισμού όπως είναι τα νησιά να αποτελεί ευκαιρία, αλλά

ταυτόχρονα δεν παύει να παραμένει και ισχυρή πρόκληση (Π.Τσάρτας & Κοκκώσης, 2001).

Για αυτό, λαμβάνοντας υπόψη την φέρουσα ικανότητα κάθε περιοχής, θα πρέπει οι δράσεις που αφορούν την αποτελεσματικότερη διαχείριση του μαζικού τουρισμού, της διαφοροποίησης των τουριστικών προϊόντων και της ανάπτυξης των υποδομών να οργανωθούν στο πλαίσιο μιας διαδικασίας ολοκληρωμένης διαχείρισης. Έτσι για την επιτυχή εφαρμογή του νέου αυτού προτύπου ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στην προώθηση αναγκαίων θεσμικών και διοικητικών μεταρρυθμίσεων καθώς και στο ρόλο του χωροταξικού σχεδιασμού και τη βελτίωση των υπάρχοντων τεχνικών υποδομών.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης αυτού του νέου προτύπου τουρισμού, εντάσσονται και οι **εναλλακτικές μορφές τουρισμού** που βέβαια δεν μπορούν να αντικαταστήσουν το μαζικό τουρισμό, ωστόσο όμως δρουν συμπληρωματικά προς αυτόν, με κοινή συνισταμένη τη διατήρηση της τουριστικής φέρουσας ικανότητας του τόπου συμβάλλοντας στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών, στη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού, στην προστασία και ανάδειξη των ιδιαίτερων στοιχείων της περιοχής και των ανθρώπων της, όπως ο πολιτισμός, η αρχιτεκτονική, η ιστορία και η παράδοση.

Το νησί της Σαντορίνης είναι γνωστό ότι διαθέτει ισχυρή πολιτιστική και φυσική κληρονομία, επομένως, υπάρχει η δυνατότητα διαφοροποίησης της τουριστικής ανάπτυξης με προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Με αυτόν τον τρόπο θα αμβλυνθούν οι επιπτώσεις στο περιβάλλον του μαζικού και χρονικά εντοπισμένου τουρισμού που βιώνεται στο νησί της Σαντορίνης και παράλληλα θα αυξηθούν τα οικονομικά οφέλη από τον τουρισμό με επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και με διεύρυνση των ομάδων στόχων τουριστών που προσελκύονται στην περιοχή. Η Σαντορίνη μπορεί να συγκροτήσει ένα προορισμό εναλλακτικού τουρισμού συνδυάζοντας πολύμορφα την ποικιλία των πόρων που διαθέτει για την ανάπτυξη όλων σχεδόν των μορφών του τουρισμού. Μια μορφή εναλλακτικού τουρισμού με προοπτική ανάπτυξης στο νησί αποτελεί και ο καταδυτικός τουρισμός.

1.4.2 Ιστορική Αναδρομή του νησιού

Το νησί της Σαντορίνης ή Θήρας, βρίσκεται στο νότιο Αιγαίο πέλαγος, και μαζί με την Ανάφη είναι το νοτιότερο νησί των Κυκλάδων. Απέχει 134 ναυτικά μίλια από τον Πειραιά και 68 ναυτικά μίλια από το λιμάνι του Ηρακλείου Κρήτης. Η έκταση της είναι 79.194 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Η θέση της ως σταθμός στις θαλάσσιες επικοινωνίες ανάμεσα στην Κρήτη και την ηπειρωτική Ελλάδα, αλλά και η ηφαιστειακή προέλευση του εδάφους της, καθορίζουν την πολιτιστική εξέλιξη του

νησιού από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Το νησί στην αρχαιότητα ονομαζόταν Στρογγυλή λόγω του κυκλικού σχήματός της, το οποίο άλλαξε με την έκρηξη του ηφαιστείου, το 1630 π.Χ. και το κεντρικό μέρος του νησιού βυθίστηκε σχηματίζοντας έτσι την Καλντέρα. Η έκρηξη του ηφαιστείου ήταν και ο σημαντικότερος λόγος αποκοπής της μεγάλης ανάπτυξης του νησιού αφού μέχρι το 2000 π.Χ άνθιζε ο Μινωικός πολιτισμός.

Κατά την **Αρχαιότητα**, ο οικισμός του Ακρωτηρίου, θέση που κατοικούνταν από την Ύστερη Νεολιθική (5^η χιλ. π.Χ.) και την πρώιμη εποχή του Χαλκού (3^η χιλ. π.Χ.), και που άκμαζε το πρώτο μισό της 2^{ης} χιλιετίας π.Χ. αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πληροφόρησης για τον πολιτισμό της προϊστορικής Θήρας. Κατά το 13^ο αιώνα π.Χ. Φοίνικες εγκαθίστανται στο νησί και το ονομάζουν Καλλίστη, ενώ από τα τέλη του 12^{ου} αιώνα π.Χ. το αποικίζουν Λακεδαιμόνιοι, με επικεφαλής τον Θήραν, από τον οποίο προέρχεται και το όνομα του νησιού "Θήρα" (Δανέζης Μιχαήλ Α., 1971), (Κονταράτος Ν. Αντ., 1970).

Κατά τα **Βυζαντινά χρόνια**, και συγκεκριμένα από τον 4^ο αιώνα μ.Χ. το νησί ασπάστηκε τον χριστιανισμό και συγκρότησε την επισκοπή της Θήρας, ενώ ο Αλέξιος ο Α΄ ο Κομνηνός (1081- 1118) ίδρυσε το ναό της Παναγίας της Επισκοπής στη Γωνιά, στο κέντρο του νησιού. Μετά την Άλωση της Κωνσταντινούπολης από τους Φράγκους (1204), η Θήρα γίνεται έδρα της μίας από τις τέσσερις λατινικές επισκοπές του δουκάτου του Αιγαίου, ενώ οι Λατίνοι είναι εκείνοι που έδωσαν στο νησί το όνομα Σαντορίνη από την εκκλησία της Αγίας Ειρήνης (Santa Irene), την οποία πρωτοαντίκρισαν όταν το προσέγγιζαν.

Κατά τα **Νεότερα χρόνια** η Σαντορίνη παρουσιάζει ισχυρή ναυτιλιακή και εμπορική δραστηριότητα διαθέτοντας το 40% του συνολικού αριθμού πλοίων των Κυκλάδων. Η οικονομική ζωή του νησιού πριν από το 1960, όταν άρχισε σταδιακά η κίνηση ξένων επισκεπτών στο νησί για τουριστικούς λόγους, βασιζόταν κυρίως στις καλλιέργειες και στο εμπόριο, με κύριο εξαγωγικό προϊόν στις εξωτερικές αγορές το κρασί (85%). Η ανάπτυξη του τουρισμού στο νησί ξεκίνησε από τις αρχές του 1970 όπου και ξαναφέρνει την οικονομική άνθηση και κάνει την Σαντορίνη έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο.

Σήμερα η Σαντορίνη είναι γνωστή για το νεότερο ηφαίστειο της Ελλάδας και από τα πιο ενεργά ηφαίστεια της Ευρώπης. Η τελευταία ηφαιστειακή δραστηριότητα ήταν το 1950 και μελλοντικές εκρήξεις είναι σίγουρες. Η Σαντορίνη ανήκει στο ηφαιστειακό τόξο του Αιγαίου και χαρακτηρίζεται σαν ενεργό ηφαίστειο μαζί με τα Μέθανα, την Μήλο και την Νίσυρο. Το έδαφος του νησιού είναι ηφαιστειογενές και από την πλευρά του ηφαιστείου είναι εξαιρετικά βραχώδες, ενώ οι μαύρες

παραλίες του νησιού, οι απότομοι γκρεμοί και τα ηφαιστειογενή πετρώματα δίνουν στο νησί μια ιδιαίτερη φυσιογνωμία (Δανέζης Μιχαήλ Α., 1971).

1.4.3 Διοικητική διαίρεση

Το νησί της Σαντορίνης καθώς και τα νησιά Ασπρονήσι και Άνυδρος, το σύμπλεγμα νησιών Χρυστιανά και η Παλαιά και Νέα καμένη ανήκουν διοικητικά στο Δήμο Θήρας ο οποίος έχει πρωτεύουσα τα Φηρά και αποτελείται από τα τοπικά διαμερίσματα Φηρών, Ακρωτηρίου, Βόθωνος, Βουρβούλου, Εμπορείου, Έξω Γωνίας, Επισκοπή Γωνίας, Ημεροβιγλίου, Καρτεράδου, Μεγαλοχωρίου, Μεσαριάς και Πύργου Καλλίστης. Το υπόλοιπο τμήμα του νησιού μαζί με την νήσο Θηρασιά ανήκει διοικητικά στην κοινότητα Οίας με πρωτεύουσα την Οία, η οποία αποτελείται από τα κοινοτικά διαμερίσματα Οίας και Θηρασίας.

1.4.4 Μορφολογία

Η Σαντορίνη καταλαμβάνει έκταση 79.194 τ.χλμ. και το μήκος της ακτογραμμής ανέρχεται σε 67 χιλιόμετρα. Το έδαφος του νησιού είναι ηφαιστειογενές και από την πλευρά του ηφαιστείου το νησί είναι βραχώδες. Οι ακτές, ιδιαίτερα στην ανατολική πλευρά, είναι εξαιρετικά ομαλές, χωρίς έντονο διαμελισμό, σχηματίζοντας όμορφες παραλίες. Το τοπίο της Θήρας, μαζί με τους αρχαιολογικούς χώρους και την προσαρμοσμένη στη μορφολογία του εδάφους αρχιτεκτονική των οικισμών της, αποτελεί μοναδικό γεωλογικό και περιβαλλοντικό φαινόμενο, στο οποίο στηρίζεται μεγάλο μέρος της σημερινής τουριστικής αξιοποίησης του νησιού, μετατρέποντάς το σε έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς σε παγκόσμια κλίμακα.

1.4.5 Δημογραφικά στοιχεία

Κατά τη δεκαετία 1961-1971, λόγω των αντίξων κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών που επικρατούσαν, αλλά και λόγω του μεγάλου σεισμού το 1956 που προκάλεσε σοβαρές ζημιές σε οικισμούς και αρκετούς θανάτους, παρουσιάστηκε σημαντική πληθυσμιακή μείωση (Δανέζης Μιχαήλ Α., 1971). Μετά το 1971 όμως ο πληθυσμός του νησιού παρουσίασε αυξητική τάση με αποκορύφωμα την τελευταία δεκαετία (1991-2001) όπου και παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη αύξηση της τάξεως του 41,8%, (δηλαδή περίπου 3.669 άτομα).

Πίνακας 1.7 Πληθυσμιακή εξέλιξη της Σαντορίνης

Απογραφή	1961	1971	1981	1991	2001
Σαντορίνη	7.751	6.196	7.083	8.771	12.440
Μεταβολή (%)		-20	+ 14,3	+23,8	+ 41,8

Πηγή: (www.statistics.gr)

Εποχιακός πληθυσμός

Όπως παρατηρείται από τα στατιστικά στοιχεία, το 1996 ο μόνιμος πληθυσμός της Θήρας ήταν 10.680 άτομα, ενώ ο εποχιακός 47.220 άτομα, με το συνολικό (μόνιμο & εποχιακό) πληθυσμό να φτάνει τα 57.900 άτομα. Αντίστοιχα, το 1998, ο μόνιμος πληθυσμός της Θήρας ήταν 11.200 άτομα, και ο εποχιακός 49.806, συνολικά 61.006 άτομα. Με βάση τα μέχρι τώρα στατιστικά στοιχεία που έχουν καταγραφεί και τις ενδείξεις που υπάρχουν ο τουρισμός της Σαντορίνης δεν προβλέπεται να παρουσιάσει κάμψη ενώ, αναμένεται συνεχής αύξηση του μόνιμου και του συνολικού πληθυσμού. Αξίζει ακόμη να σημειωθεί ότι την περίοδο 15 έως 25 Αυγούστου, όπου και παρατηρείται ο πληθυσμός αιχμής, η Σαντορίνη φιλοξενεί περίπου 4,5 φορές τον πληθυσμό της σε τουρίστες.

1.4.6 Μεταφορές- κινητικότητα

Η Σαντορίνη συνδέεται με την υπόλοιπη Ελλάδα και με το εξωτερικό μέσω του αερολιμένα, ο οποίος βρίσκεται στην περιοχή του Μονόλιθου και μέσω του λιμανιού στην περιοχή του Αθινιού. Κατά την μετακίνηση από το λιμάνι του Αθινιού προς τα Φηρά υπάρχει το τελεφερίκ και τα σκαλοπάτια. Ωστόσο, η σημερινή υποδομή είναι εντελώς ανεπαρκής να ικανοποιήσει τις ανάγκες μεταφοράς των χιλιάδων τουριστών προς την πόλη, από το σημείο αποβίβασης στη Σκάλα Φηρών, που πραγματοποιείται με τα σκάφη της Ένωσης Λεμβούχων από τα κρουαζιερόπλοια, κυρίως λόγω της έλλειψης λιμενικής υποδομής. Το πρόβλημα γίνεται περισσότερο κατανοητό δεδομένου, ότι η υπάρχουσα υποδομή του τελεφερίκ μπορεί να μεταφέρει το ανώτερο 650 άτομα την ώρα, τη στιγμή που οι αποβιβαζόμενοι τουρίστες φτάνουν την περίοδο αιχμής και τους 6.500 επιβάτες την ώρα. Για το λόγο αυτό κρίνεται αναγκαία η κατασκευή δεύτερης εγκατάστασης – μονάδος τελεφερίκ στο νησί. Ακόμη, εναλλακτικές λύσεις για την ένωση του κέντρου της Οίας με το λιμάνι στο Αμμούδι και στους Αρμένιους αποτελούν τόσο τα σκαλοπάτια όσο και τα ζώα.

Αναφορικά με τον αερολιμένα του νησιού, ιδρύθηκε το 1972, από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, και βρίσκεται 7 χλμ. από τα Φηρά, καταλαμβάνοντας συνολική έκταση οικοπέδου, 1.378 στρέμματα. Το νησί της Σαντορίνης συνδέεται αεροπορικώς με Μύκονο, Ρόδο, Ηράκλειο Κρήτης και φυσικά Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Ακτοπλοϊκώς με φεριμπότ από Πειραιά και Θεσσαλονίκη καθώς επίσης και με Πάρο, Ίο, Μύκονο, Ανάφη, Νάξο, Σίκινο, Σύρο, Κίμωλο, Κύθνο, Μήλο, Σέριφο, Σίφνο, Τήνο, Φολέγανδρο, Αστυπάλαια, Κάρπαθο, Διαφάνι, Κάσο, Ρόδο, Χάλκη, Ηράκλειο Κρήτης, Σκιάθο, Σκύρο και Βόλο. Με ταχύπλοα «Δελφίνια» συνδέεται με την Ραφήνα και όλα τα παραπάνω νησιά, ενώ σχετικά με τις χερσαίες μεταφορές, στο νησί υπάρχει ένα καλό και οργανωμένο σύστημα μεταφοράς με

λεωφορεία. Το αμαξοστάσιο βρίσκεται στην πόλη των Φηρών και συνδέει όλο σχεδόν το νησί. Το πρόβλημα που παρουσιάζεται σχετικά με τα ΚΤΕΛ είναι το μέγεθος των λεωφορείων, καθώς για τις οδικές αρτηρίες του νησιού, θα ήταν καλύτερο η χρησιμοποίηση μικρότερων λεωφορείων, με πύκνωση των δρομολογίων. Εναλλακτικά, υπάρχουν ταξί. Είναι ευρέως διαθέσιμα και μπορείς να τα βρεις στο λιμάνι ή στο αεροδρόμιο κατά την άφιξη, ενώ υπάρχει πιάτσα στην κεντρική πλατεία της Θήρας.

1.4.7 Τουριστικοί πόροι, προσφορά και ζήτηση

Τουριστικοί πόροι

➤ Φυσικοί πόροι:

α) Παλαιά και Νέα Καμένη: Θεωρούνται από τα πιο νέα γεωλογικά ανοικοδομήματα της Ανατολικής Μεσογείου που δημιουργήθηκαν από πλήθος περιοδικών εκχύσεων, που δομούν ένα μεγάλο υποθαλάσσιο ηφαιστειακό βουνό. Η Νέα Καμένη αποτελεί το κεντρικό ηφαίστειο, το οποίο άρχισε να δημιουργείται το 1570 (ή 1573), με την δημιουργία αρχικά της Μικρής Καμένης και αποτελεί το πιο πρόσφατα δημιουργημένο τμήμα ξηράς στη Μεσόγειο, ενώ η Παλαιά Καμένη, ή παλιότερα και *Παλαιά Καϋμένη*, είναι μικρό ηφαιστειογενές νησί στο κέντρο της Καλδέρας της Σαντορίνης, το οποίο άρχισε να δημιουργείται με ηφαιστειακή έκρηξη μεταξύ 46-47 μ.Χ., με την δημιουργία αρχικά του νησιού **Θεία**. Κατά μήκος των ακτών της Παλαιάς Καμένης εμφανίζονται πολλές θερμές πηγές και κατά την διάρκεια του καλοκαιριού μεγάλος αριθμός τουριστών επισκέπτεται το νησί προκειμένου να κολυμπήσουν στα κίτρινα - από το θειάφι - νερά. Η κυριότερη θερμή πηγή του νησιού βρίσκεται στον όρμο του Αγίου Νικολάου.

Η σημερινή μορφή του νησιού της Σαντορίνης είναι αποτέλεσμα της βίαιης δραστηριότητας του ηφαιστείου στα προϊστορικά χρονιά. Στην πραγματικότητα το νησί οφείλει την ύπαρξη του στο ηφαίστειο. Τα ηφαίστεια της Σαντορίνης είναι: Η Νέα Καμένη (1707-1711 μ. Χ.), η Παλαιά Καμένη (46-47 μ.Χ.), το υποθαλάσσιο ηφαίστειο Κουλούμπος (1650 μ. Χ.), τα Χριστιάνα νησιά. Στα νησιά της Παλαιάς και της Νέας Καμένης υπάρχει σήμερα ολοκληρωμένο σύστημα παρακολούθησης της σεισμικής δραστηριότητας και δεκάδων άλλων παραμέτρων, το οποίο έχει εγκατασταθεί από το Ινστιτούτο Μελέτης και Παρακολούθησης του Ηφαιστείου Σαντορίνης (Ι.Μ.Π.Η.Σ.). Η Νέα και η Παλαιά Καμένη έχουν ενταχθεί στο κοινοτικό δίκτυο προστατευόμενων περιοχών **NATURA 2000**.

β) Καλδέρα: Η Καλδέρα από την ισπανική λέξη *Caldera* που σημαίνει καζάνι αποτελεί βύθισμα με απότομα τοιχώματα που σχηματίζεται όταν κατά την έκρηξη

ενός ηφαιστείου, αδειάσει ο υποκείμενος μαγματικός θάλαμος, ο οποίος βρίσκεται σε μικρό βάθος, και τότε το ηφαιστειακό οικοδόμημα μπορεί να καταρρεύσει μέσα στο κενό που δημιουργήθηκε. Η **Καλδέρα της Σαντορίνης**, σχηματίστηκε από την Μινωική έκρηξη το 1613 π.Χ. που ήταν από τις μεγαλύτερες Πλινιακές εκρήξεις των ιστορικών χρόνων. Μεταγενέστερες εκρήξεις, από το 197 π.Χ. έως το 1950, οι οποίες συνοδεύονταν από εκχύσεις δακτυκίων λαβών, διαμόρφωσαν τα νησιά στα οποία αναφερθήκαμε προηγουμένως, Παλαιά και Νέα Καμένη, στο κέντρο της καλδέρας.



Εικόνα 1.3 Η Παλαιά Καμένη, όπως φαίνεται από τη Νέα Καμένη. Photo: Σολδάτος Τ.

➤ **Πολιτιστικοί πόροι:**

α) Φηρά: Στα Φηρά υπάρχουν τρία μουσεία: Το *Αρχαιολογικό Μουσείο* εκθέτει ευρήματα, κυρίως κεραμικής, από τις ανασκαφές στην αρχαία Θήρα, τα περισσότερα της γεωμετρικής περιόδου (800-700 π.Χ.). Στο Μουσείο της προϊστορικής Θήρας μπορεί κανείς να δει προϊστορική κεραμική από την Νεολιθική μέχρι την Ύστερη Κυκλαδική εποχή, που έχουν βρεθεί σε διάφορα σημεία του νησιού, κυκλαδικά μαρμάρινα ειδώλια και διάφορα χάλκινα αντικείμενα. Χαρακτηριστικά εκθέματα είναι τα γύψινα ομοιώματα ξύλινων επίπλων από τις ανασκαφές στο Ακρωτήρι, όπως επίσης και δείγματα από απολιθωμένα φυτά.

Στο *Λαογραφικό Μουσείο* εκτίθενται διάφορα εργαλεία και σκεύη της καθημερινής ζωής του παρελθόντος, όπως στροφιλιές, κρασοβάρελα κλπ. Επίσης μια αναπαράσταση του παραδοσιακού λαϊκού σπιτιού, με τα έπιπλά του και τα υπόλοιπα σκεύη καθημερινής χρήσης, δίνει στον επισκέπτη μια ιδέα του τρόπου ζωής των κατοίκων του νησιού πριν από την εισβολή της σύγχρονης τεχνολογίας και του μαζικού τουρισμού.

Αρκετά κτίρια είναι επίσης αξιοπρόσεκτα. Οι δύο Καθεδρικοί Ναοί, ο ορθόδοξος και ο καθολικός, καθώς επίσης και το Γυναικείο Δομινικανό Μοναστήρι. Το

Βενετσιάνικο Μέγαρο Γκύζη, με μια ενδιαφέρουσα αρχιτεκτονική, στεγάζει σήμερα το Πολιτιστικό Κέντρο της πόλης όπου γίνονται, κυρίως το καλοκαίρι, διάφορες εκδηλώσεις πολιτιστικού χαρακτήρα, μεταξύ των οποίων και εκθέσεις φωτογραφίας, ζωγραφικής και γλυπτικής.

β) Ακρωτήρι: *Αρχαιολογικός χώρος ακρωτηρίου-Μινωική Πολιτεία:* Ένας από τους σημαντικότερους προϊστορικούς οικισμούς του αιγαίου του οποίου η αποίκηση χρονολογείται γύρω στην Νεολιθική εποχή. Ο οικισμός εκτείνεται σε μεγάλη έκταση, μαρτυρώντας μεγαλειωδώς την ανάπτυξη του (παρουσιάζει ένα εντυπωσιακά κατασκευασμένο αποχετευτικό σύστημα, κτίρια με υπέροχες τοιχογραφίες και έπιπλα). Οι σεισμοί και οι εκρήξεις που ακολούθησαν τα μετέπειτα χρόνια σήμαναν και το τέλος του οικισμού, στο τέλος του 17ου π.χ. αιώνα.

Βενετσιάνικο κάστρο "καστέλι": Τυπικός Κυκλαδίτικος οχυρωματικός οικισμός.

γ) Καμάρι: *Αρχαία Θήρα (ερείπια αρχαίων οικοδομών):* ένας ακόμη σημαντικός οικισμός που δημιουργήθηκε το 19ο αιώνα π.χ. και πήρε το όνομα του από τον Θήρα, τον ηγέτη των Δωριέων ιδρυτών του. Ο οικισμός συνεχίστηκε να αποικείται για πολλά χρόνια , μέχρι τη Βυζαντινή περίοδο, ενώ τα ευρήματα του, χρονολογούνται από την Ελληνιστική και τη Ρωμαϊκή περίοδο. Βρίσκεται στο βουνό ανάμεσα στο Καμάρι και την Περίσσα.

Παναγιά Επισκοπή: Βυζαντινή εκκλησία του 11ου π.χ. αιώνα με υπέροχες τοιχογραφίες.

δ) Οία: *Ναυτικό μουσείο:* Το Ναυτικό Μουσείο ιδρύθηκε το 1951 και στεγάζεται σε ένα καπετανόσπιτο του 19^{ου} αιώνα. Το μουσείο διαθέτει διαφορά αντικείμενα από τη ναυτική ιστορία του νησιού και μια σπουδαία συλλογή από βιβλία.

ε) Ημεροβίγλι: *Βενετσιάνικο κάστρο "Σκάρος"*

στ) Πύργος : *Μοναστήρι του προφήτη Ηλία*

Κάστρο Καστέλι (συλλογή εικόνων και εκκλησιαστικών και λειτουργικών κειμήλιων).

Τουριστική προσφορά

Το νησί της Σαντορίνης περιλαμβάνει πλήθος από:

❖ Ξενοδοχεία:

Επιχειρήσεις εστίασης και αναψυχής όπως ξενοδοχεία (όλων των αστέρων), καταλύματα, διαμερίσματα, παραδοσιακά διαμερίσματα, βίλες και άλλα προσφέρουν σε κάθε επισκέπτη άνετη διαμονή, σε κάθε περιοχή της Σαντορίνης. Κάποια από αυτά προσφέρουν και άλλες εγκαταστάσεις όπως spa, θεματικά εστιατόρια, γυμναστήριο κ.α. Αναφέρονται ενδεικτικά τα εξής: Santorini princess luxury spa hotel 5* Vedema suites and spa 5* Reviere traditional apartments 4*. Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος το ξενοδοχειακό δυναμικό της Σαντορίνης κυμάνθηκε τα τελευταία τρία χρόνια ελαφρώς ανοδικά, όπως δηλώνουν και τα νούμερα που δίνονται για τον αριθμό των ξενοδοχείων, των δωματίων και των κλινών των διαφόρων κατηγοριών (Πίνακας 1.8).

Πίνακας 1.8 Ξενοδοχειακό δυναμικό διαφόρων κατηγοριών

ΕΤΟΣ	1*			2**			3***		
	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες
2004	51	824	1.647	75	1.740	3.334	51	882	1.692
2005	49	765	1.541	75	1.801	3.441	53	907	1.746
2006	49	765	1.541	77	1.850	3.533	54	882	1.691
ΕΤΟΣ	4****			5*****			ΣΥΝΟΛΟ		
	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες	Ξενοδοχεία	Δωμάτια	Κλίνες
2004	58	1.250	2.307	6	140	275	241	4.836	9.255
2005	61	1.331	2.449	6	140	275	244	4.944	9.452
2006	65	1.449	2.694	6	173	330	252	5.119	9.789

❖ Εστιατόρια:

Επιχειρήσεις εστίασης όπως διάφορα εστιατόρια και ταβέρνες του νησιού προτείνουν τις παραδοσιακές γεύσεις του νησιού.

❖ Οινοποιεία Σαντορίνης:

Οινοποιείο Μπουτάρη: αυτό το οινοποιείο προσφέρει εμπειρίες οινογνωσίας γνωρίζοντας από κοντά όλη την διαδικασία παραγωγής και εμφιάλωσης οίνου. Οινοποιείο Αργυρού Οινοποιείο Santo Wines.

❖ Τουριστικά Γραφεία :

Γραφεία γενικού τουρισμού, δίνουν πληροφορίες σε κάθε επισκέπτη για εισιτήρια αλλά και γενικές δραστηριότητες και εκδρομές που πραγματοποιούνται στο νησί αλλά και στο ηφαίστειο.

❖ **Ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις :**

Υπάρχουν εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας και αθλητισμού για την διαχείριση ελεύθερου χρόνου του κάθε επισκέπτη όπως καταδυτικά κέντρα ,θαλάσσια σπορ, γήπεδα ποδοσφαίρου, γήπεδα τένις, κλειστό δημοτικό γυμναστήριο, ιππικό κέντρο, εγκαταστάσεις περιποίησης σώματος και spa.

Τέλος, πολλές είναι οι εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στο νησί κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου, προς απόλαυση τόσο των ντόπιων όσο και των τουριστών. Ενδεικτικά αναφέρονται:

Η Αναπαράσταση της έκρηξης του ηφαιστείου: Στα τέλη του Αυγούστου ο Δήμος Θήρας οργανώνει την αναπαράσταση της έκρηξης του ηφαιστείου. Χιλιάδες βεγγαλικά και φωτοβολίδες, συνοδευμένα από υπόκωφους θορύβους ξυπνούν μνήμες από την έκρηξη του ηφαιστείου, φόβος και δέος τόσο στους ντόπιους κατοίκους όσο και στους επισκέπτες του νησιού. Στο τέλος της βραδιάς πραγματοποιείται συναυλία από γνωστούς Έλληνες καλλιτέχνες.

«Χαλάρια»: Αθλητικές εκδηλώσεις προς τιμή του αδικοχαμένου Εμμανουήλ Χάλαρη, ενός σπουδαίου Θηραίου αθλητή ο οποίος έφυγε νωρίς από τη ζωή.

Παραδοσιακός Γάμος: Στο χωριό του Ακρωτηρίου παρουσιάζεται μια φορά κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, η διαδικασία της τέλεσης του παραδοσιακού Σαντορινιού γάμου, συνοδευμένη και από διάφορα τραγελαφικά συμβάντα και έθιμα.

Μεγάλη Παρασκευή, στον Πύργο: Χιλιάδες «ντενεκεδάκια» (σιδερένια κουτιά) που περιέχουν στουπιά ποτισμένα στο πετρέλαιο, ανάβουν σε όλα τα σοκάκια του χωριού την στιγμή της περιφοράς του επιταφίου από την εκκλησία για τη περιφορά του. Λόγω της γεωγραφικής θέσης του χωριού, το οποίο είναι κτισμένο πάνω σε λοφίσκο ορατό από όλη τη Σαντορίνη το θέαμα είναι πολύ εντυπωσιακό.

Το κάψιμο του Οβριού: Την ημέρα του Πάσχα πραγματοποιείται σε πολλά χωριά του νησιού το λαϊκό δικαστήριο του Οβριού (πάνινο ομοίωμα ανθρώπου), ο οποίος καταδικάζεται εις θάνατο, κρεμάται και καίγεται.

Πανηγύρια: Οι κάτοικοι της Σαντορίνης, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του νησιού, και της συμβίωσής τους με το φόβο ενός πιθανού «ξυπνήματος» του ηφαιστείου, αλλά παράλληλα και λόγω της ανεπτυγμένης ναυτιλίας αιώνων μέχρι και τη τελευταία έκρηξη του Ηφαιστείου τον 20ο αιώνα, έχουν αναπτύξει ένα **έντονο θρησκευτικό συναίσθημα**. Το γεγονός αυτό καταμαρτυρείται από τις

εκατοντάδες εκκλησίες και ξωκλήσια, τα οποία συνεχίζουν να λειτουργούν μέχρι σήμερα και να διοργανώνουν πανηγύρια παρά την αλλοτρίωση και τον αποπροσανατολισμό που έχει προκαλέσει η παρουσία του τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα **παρακάτω πανηγύρια**:

- **Το Πανηγύρι του Σωτήρος, στο Πύργο**: Εδώ υπάρχει το έθιμο οι νέοι του χωριού τις παραμονές της εορτής του Σωτήρος να κλέβουν από τις αυλές των κοριτσιών γλάστρες με βασιλικούς και να στολίζουν με αυτές το τρούλο του ναού.
- **Άγιος Γεώργιος «Σφουγγατάς», στο Φηροστεφάνι**: Κατόπιν επιθυμίας του ίδιου του αγίου, όπως αναφέρει η λαϊκή παράδοση, γίνεται από τους πιστούς η πανηγυρη του «Καμπονοσφουγγάτου» (είδος ομελέτας με «καμπούνες» και άλλα ντόπια χορταρικά).
- **«Άγιοι Εφταπαίδες»**: Ακριβώς πάνω στη Καλδέρα, υπάρχει ένα μικρό ξωκλήσι, στη περιοχή μεταξύ Ημεροβιγλίου και Οίας στο οποίο οι πιστοί μπορούν να προσεγγίσουν μόνο με βάρκες.

Τις ημέρες των μεγάλων θρησκευτικών εορτών όπως της **Παναγίας της Μυρτιδιώτισσας** στο Καμάρι, της **Παναγίας της Πλατσανής** στην Οία, του **Σταυρού** στο Εμπορείο, το **Δεκαπενταύγουστο** σε διάφορα χωριά, το πανηγύρι στο μοναστήρι του **Προφήτη Ηλία** γίνονται εορτές με διάφορους τοπικούς χορούς, φαγητό, μουσική και άφθονο κρασί.

Τουριστική ζήτηση

Με βάση την πρωτογενή έρευνα που πραγματοποίησε η Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε. και διεξήχθη το 2005/2006 καλύπτοντας τους μήνες από Απρίλιο έως Οκτώβριο (όπου και είναι η κύρια τουριστική περίοδος του νησιού) για την καταγραφή των χαρακτηριστικών της τουριστικής αγοράς της Σαντορίνης προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα: η εθνικότητα των επισκεπτών του νησιού είναι κατά 63% Έλληνες και οι λοιποί άλλης εθνικότητας. Πιο αναλυτικά: 27% Ιταλοί, 13% Άγγλοι, 8% από τις ΗΠΑ, 7% Αυστραλοί, 7% Ισπανοί, 6% Γάλλοι, 5% Γερμανοί, 3% Σουηδοί και 24% άλλης εθνικότητας. Ακόμη, αξίζει να σημειωθεί, ότι το νησί επισκέπτονται κυρίως οι νεότεροι σε ηλικία: 15-35 χρονών κατά 60% και 36 χρονών και άνω κατά 40%. Υπάλληλοι, φοιτητές και ελεύθεροι επαγγελματίες είναι τα κυριότερα επαγγέλματα των επισκεπτών, ενώ οι περισσότεροι από τους μισούς έχουν ανώτερη η ανώτατη μόρφωση (Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε., Απρίλιος 2007).

Τα στοιχεία για το 2007 αναφέρουν πάνω από 1,6 εκατομμύρια τουρίστες που επισκέφτηκαν συνολικά την Σαντορίνη, εκ τους οποίων οι 777.000 έπιασαν λιμάνι

με τα κρουαζιερόπλοια. Σύμφωνα με τα νεότερα στοιχεία που αφορούν το 2010, το αεροδρόμιο της Σαντορίνης συγκαταλέγεται μέσα στα 10 κορυφαία περιφερειακά αεροδρόμια της χώρας, όσο αφορά την επιβατική κίνηση. Συγκεκριμένα καταγράφονται 181.746 διεθνείς τουριστικές αφίξεις στο χρονικό διάστημα Ιανουάριος-Δεκέμβριος 2010 (Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από ΥΠΑ). Ενώ για το πρώτο εξάμηνο (Ιανουάριος-Ιούνιος) του 2011 καταγράφονται 56.515 αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο της Σαντορίνης, σημειώνοντας μια αύξηση της τάξεως του 5,4% σε σχέση με το αντίστοιχο χρονικό διάστημα του 2010.

1.4.8 Οικονομία (Απασχόληση- Παραγωγικοί Τομείς- Τάσεις)

Από τη δεκαετία του '70 και μετά, η ανάπτυξη της βιομηχανίας τοματοπολτού και η ανοδική τάση που παρουσίαζε ο τουρισμός είχαν ως αποτέλεσμα τη μείωση της μετανάστευσης και τη συγκράτηση του πληθυσμού στο νησί. Σταδιακά βέβαια οι γεωργικές δραστηριότητες άρχισαν να εγκαταλείπονται, με αποτέλεσμα σήμερα να βρίσκεται σε λειτουργία μόνο ένα από τα οχτώ εργοστάσια τοματοπολτού που λειτουργούσαν παλιότερα. Η επίπτωση ωστόσο που είχε στον πληθυσμό δεν φαίνεται να ήταν ιδιαίτερα αρνητική αφού ένα μεγάλο τμήμα του στράφηκε στον τουρισμό που ήταν πιο επικερδής. Το μεγαλύτερο ποσοστό των κατοίκων απασχολείται σε τομείς όπως αυτοί των κατασκευών και των ξενοδοχείων, ενώ ιδιαίτερη αύξηση του μόνιμου πληθυσμού σημειώνεται στους τουριστικά αναπτυγμένους και αναπτυσσόμενους οικισμούς, όπως αυτοί της Περίσσης, του Καμαρίου, και της Μεσαριάς.

Γενικά, η οικονομία του νησιού στηρίζεται στους παρακάτω τομείς:

- Γεωργία - Αλιεία
- Μεταποίηση
- Υπηρεσίες
- Υποδομή – Κατασκευές

Ωστόσο, όλοι οι παραπάνω τομείς, λειτουργούν για να εξυπηρετήσουν τον βασικό οικονομικό τομέα του νησιού, τον τουρισμό. Με βάση στοιχεία του 2004 η άμεση απασχόληση σε σχετικές με τον τουρισμό δραστηριότητες υπολογιζόταν σε 1.400 άτομα κατά τη θερινή περίοδο και 1.800 άτομα που απασχολούνταν σε παρεμφερείς δραστηριότητες, με σύνολο 3.200 άτομα επί συνολικής απασχόλησης 5.200 ατόμων, το οποίο είναι πάνω από το 60% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Όσον αφορά στις επιχειρήσεις, το 83% των επιχειρήσεων του νησιού, δηλαδή περίπου 3.300 επιχειρήσεις, είναι άμεσα ή έμμεσα συνδεδεμένες με τον τουρισμό.

Από τα στατιστικά στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε. για τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και τη θέση στο επάγγελμα του οικονομικώς ενεργού πληθυσμού του νησιού, παρατηρούμε ότι το 1991 ο πληθυσμός ασχολούνταν κατά κύριο λόγο με τον κλάδο των κατασκευών που ενισχύονταν συνεχώς από την αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας του νησιού, απαιτώντας περισσότερα ξενοδοχεία και γενικά κτήρια σχετικά με τον τουρισμό. Το 2001 όμως, η εικόνα ήταν διαφορετική, λόγω του πλήθους των τουριστικών συγκροτημάτων, η ανέγερση νέων οικοδομών μειώθηκε με αποτέλεσμα η απορρόφηση εργατικού δυναμικού στον κλάδο να μην είναι πλέον τόσο μεγάλη (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι). Έτσι, το 2001 εμφανίζεται πρώτος ο κλάδος των υπηρεσιών και συγκεκριμένα η απασχόληση σε ξενοδοχεία και εστιατόρια. Ο κλάδος αυτός εξακολουθεί να απασχολεί μεγάλο ποσοστό του ενεργού πληθυσμού μέχρι και σήμερα, και ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες όπου παρατηρείται ραγδαία προσέλευση τουριστών.

Για το 2001 λοιπόν, το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 18% του Δήμου Θήρας και αντίστοιχα το μεγαλύτερο ποσοστό της τάξης του 29% από την Κοινότητα της Οίας απασχολείται αμιγώς με τον τουρισμό (ξενοδοχεία και εστιατόρια). Από όλα τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του ενεργού οικονομικά πληθυσμού ασχολείται καθαρά με τον τουρισμό, ενώ αντίθετα ο γεωργικός πληθυσμός του νησιού δείχνει να μειώθηκε από 7,5% του συνολικού πραγματικού πληθυσμού το 1991 στο 5% το 2001.

1.4.9 Διαχείριση τουριστικού προϊόντος

Τα τελευταία χρόνια οι ξενοδοχειακές και των ενοικιαζόμενων δωματίων εγκαταστάσεις του νησιού που ανέρχονται στις 11.838 δηλωμένες (το 2011) και πάνω από 10.000 μη δηλωμένες κλίνες (Σινσιάτι, 2004) παρουσιάζουν σταθερή μείωση στην πληρότητα. Ωστόσο, παρόλο που υπάρχει αυτή η τάση, η κατασκευή νέων ξενοδοχείων και κυρίως ενοικιαζόμενων δωματίων συνεχίζεται. Ταυτόχρονα οι παραδοσιακές μορφές τουριστικών επισκέψεων στη Σαντορίνη αλλάζουν, με τις επισκέψεις από κρουαζιερόπλοια να αναμένονται να αυξηθούν. Η Σαντορίνη οφείλει ένα μεγάλο μέρος του τουρισμού της στην αίγλη της καλντέρας, και όχι σε άλλα σημεία ενδιαφέροντος ή στην ποιότητα των υπηρεσιών, στη διαφήμιση ή στο ανταγωνιστικό κόστος της. Αν και ο τουρισμός κυριαρχεί στην οικονομία του νησιού, το τουριστικό προϊόν δεν είναι επαρκώς διαφοροποιημένο και η πλειοψηφία των επισκεπτών έλκεται κυρίως από τα μοναδικά τοπία της καλντέρας. Πολύ λίγες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί ως σήμερα (σχετιζόμενες με σπορ, συνέδρια, γάμους και ταξίδια του μέλιτος) και αυτές σε πολύ μικρούς αριθμούς. Ταυτόχρονα η ποιότητα των υπηρεσιών συνεχίζει να φθίνει, οργανωμένο μάρκετινγκ δεν υπάρχει, ενώ το νησί είναι και θεωρείται

ολοένα και πιο ακριβό. Η ανάγκη αυτή για ποιοτικότερο τουρισμό διαφαίνεται και στην έρευνα που πραγματοποίησε η Αναπτυξιακή Εταιρία Κυκλάδων Α.Ε. «Πρωτογενή Έρευνα της Τουριστικής Αγοράς των Κυκλάδων». Αξιοσημείωτα είναι τα παραδείγματα επιχειρηματιών, οι οποίοι παίρνουν την πρωτοβουλία και προωθούν μαζί με την διαμονή στο νησί τα προϊόντα τους. Επίσης, οι προσπάθειες προώθησης του νησιού σε ευρωπαϊκά συνέδρια και η σύσταση εγκαταστάσεων που ταιριάζουν στο χαρακτήρα του νησιού, είναι βήματα μικρά αλλά ουσιαστικά προς την εδραίωση ενός ποιοτικού τουρισμού.

Τέλος, είναι γεγονός ότι στην Σαντορίνη ο εναλλακτικός τουρισμός βρίσκεται ακόμα σε πρώιμη κατάσταση. Αξιοσημείωτες είναι ωστόσο, οι προσπάθειες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, που προσπαθούν να συνδέσουν την παραγωγή κρασιού με τον τουρισμό. Έτσι, για παράδειγμα κατά την διάρκεια της διαμονής των τουριστών στο ξενοδοχείο διοργανώνεται παρουσίαση και έκθεση κρασιών ή διοργανώνονται επισκέψεις στα οινοποιεία, ενώ κατά καιρούς πραγματοποιούνται και διάφορα συνέδρια από όλο τον κόσμο, όπως για παράδειγμα το διεθνές συνέδριο Αστροφυσικής στα Φηρά, που πραγματοποιείται κατά τη διάρκεια επίσκεψης στο νησί. Οι προσπάθειες αυτές βέβαια αποτελούν κάποια πρώτα βήματα προς την αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης, ωστόσο χρειάζεται συλλογική προσπάθεια και συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς για τη δημιουργία αυτής της νέας φιλοσοφίας του εναλλακτικού τουρισμού ως ένα είδος ενεργητικού τουρισμού που θα αντιτίθεται στο πρότυπο μαζικής ανάπτυξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Το πέρασμα από τον μαζικό τουρισμό στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Εξαιτίας των αρνητικών συνεπειών των μαζικών αφίξεων, της ανάπτυξης της οικολογίας, αλλά και λόγω σπουδαίων αλλαγών τόσο στα κοινωνικά όσο και στα καταναλωτικά πρότυπα που καταγράφονται στις περισσότερες από τις ανεπτυγμένες χώρες παγκοσμίως, δημιουργήθηκε τις τελευταίες δεκαετίες η ανάγκη για αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης (Τσεκούρας Γ., 1991).

Τα δεδομένα λοιπόν αλλάζουν με τον ετήσιο αριθμό ταξιδιών να αυξάνει παράλληλα, με την αύξηση των ταξιδιών ειδικών μορφών τουρισμού. Ξεκίνησε δηλαδή μια ηπιότερη προσέγγιση ανάπτυξης τουριστικών προορισμών, δημιουργώντας έτσι μια νέα φιλοσοφία, τη φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού ως ένα είδος ενεργητικού τουρισμού που αντιτίθεται στο πρότυπο της μαζικής ανάπτυξης. Οι σύγχρονοι τουρίστες πλέον αναζητούν αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες και θέτουν υπό αμφισβήτηση την κυριαρχία του οργανωμένου πακέτου - ταξιδιού που τους στερούσε την αυτονομία κατά τη διάρκεια παραμονής τους στο χώρο υποδοχής. Ταυτόχρονα, αναζητούν περισσότερο να βρουν την καινοτομία και τη διαφορετικότητα στις επιλογές τους, εστιάζοντας στην περιβαλλοντική ευαισθησία και το σεβασμό στη φύση. Δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην προστασία της κοινωνίας, του πολιτισμού και του περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής τουριστών, συνεισφέροντας έτσι στην αειφόρο ανάπτυξη και στη μακροβιότητα των υπάρχοντων πόρων (Σφακιανάκης Μ. Κ., 2000).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορεί να είναι το προσφορότερο μέσο για την αειφορική ανάπτυξη, δεν μπορούν όμως να την εγγυηθούν. Η τήρηση ορίων στην ένταση του τουριστικού φαινομένου, τέτοιων ώστε να συμβαδίζουν με τις φυσικές δυνατότητες και αντοχές του τοπικού συστήματος είναι το κλειδί της αειφορίας, διαφορετικά η μη τήρηση της φέρουσας ικανότητας μιας τουριστικής περιοχής και της ορθολογικής χρήσης των πόρων είναι δυνατόν να φέρει ακόμα και την καταστροφή ενός τουριστικού αναπτυξιακού προγράμματος (Wolters, T.M., 1991), (Ceballos-Lascurain, H., 1996).

Εφόσον λοιπόν ο τουριστικός πληθυσμός παύει πια να ενδιαφέρεται μόνο για την κατανάλωση των υπηρεσιών που περιλάμβανε έως τώρα ένα τυπικό πακέτο μαζικού τουρισμού και αναζητά την απόκτηση νέων εμπειριών και την εμπλοκή του σε δραστηριότητες που ταιριάζουν στο προφίλ και τα ενδιαφέροντά του, χάνει πια την ομοιογένειά του, αποτελούμενος πλέον από διάφορες ομάδες, όπου κάθε μια

διακρίνεται από τα δικά της χαρακτηριστικά και ειδικά ενδιαφέροντα (target groups). Επομένως, το τουριστικό προϊόν διαφοροποιείται ώστε να απευθύνεται στις νέες ανάγκες της τουριστικής ζήτησης. Βάσει των εξειδικευμένων κινήτρων των τουριστών εξειδικεύεται και κάπως έτσι αναπτύσσονται και εδραιώνονται οι εναλλακτικές μορφές του (Vagionis N., Sofia, 22 June 2007).

Σύμφωνα με τον Butler (1990) (Andriotis, K., 2003) οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους προορισμούς υποδοχής τουριστών σε σύγκριση με εκείνες του μαζικού τουρισμού, χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα, γεγονός επιθυμητό από όλους όσους βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής καθώς και τον ντόπιο πληθυσμό. Μία από τις προϋποθέσεις ανάπτυξης όμως του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας στην τουριστική ανάπτυξη. Διαμέσου της συμμετοχής στην αναπτυξιακή διαδικασία, οι κάτοικοι μιας περιοχής έχουν την ευκαιρία να καθορίσουν οι ίδιοι την έκταση και τη μορφή της τουριστικής ανάπτυξης (Γαλάνη-Μουτάφη Β., 2002), (Cevat Tosun and Dallen J. Timothy, December 2003).

Επιπλέον, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναφέρονται και ως ειδικές ή ήπιες, αντιμετωπίζουν τις δυσμενείς κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του συμβατικού τουρισμού, ενώ κύριο χαρακτηριστικό τους γνώρισμα αποτελεί η πολυθεματικότητα, με ένα ευρύ φάσμα πεδίων εφαρμογής, όπως για παράδειγμα ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός, συνεδριακός και αθλητικός τουρισμός.

Στην συνέχεια θα αναλυθεί εκτενέστερα ο θαλάσσιος τουρισμός και ειδικότερα ο καταδυτικός, αφού αποτελεί τον τομέα εναλλακτικού τουρισμού στον οποίο ανήκει η επιχείρηση η οποία θα αναλυθεί στην παρούσα μελέτη.

➤ Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μία από τις δυναμικότερες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αφού η ανάπτυξή του είναι μεγάλης σημασίας για τις οικονομίες των χωρών με τις φυσικές και οικονομικές προϋποθέσεις. Όσον αφορά στη χώρα μας, το ήπιο κλίμα της, οι προστατευμένες θαλάσσιες περιοχές και ακτές, τα χιλιάδες ελληνικά νησιά, η ηλιοφάνειά τους, και γενικότερα ο πλούτος και η ποικιλία των ελληνικών θαλασσών καθιστούν την Ελλάδα ιδανικό προορισμό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων θαλάσσιου τουρισμού. Αυτό ενισχύεται τόσο από τη ναυτική παράδοση, όσο και από τις ευνοϊκές για θαλάσσιους πλόες ειδικές συνθήκες, όπως το γεγονός ότι τα

ελληνικά πελάγη θεωρούνται ασφαλή από τη σκοπιά των ναυτικών κινδύνων, ακόμη οι αποστάσεις μεταξύ των ακτών είναι μικρές, ενώ εξίσου ευνοϊκές είναι και οι συνθήκες, που σχετίζονται με την ένταση των ανέμων και τις θερμοκρασίες περιβάλλοντος και θάλασσας. Συνήθως ως θαλάσσιος τουρισμός νοούνται οι θαλάσσιες περιηγήσεις-κρουαζιέρες με κρουαζιερόπλοια ή άλλα σκάφη αναψυχής καθώς και ναυταθλητικές δραστηριότητες όπως ιστιοπλοΐα (yachting) με σκάφη αναψυχής, yachts-θαλαμηγούς ή τουριστικά σκάφη. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα κρουαζιερόπλοια με ελληνική σημαία, που πραγματοποιούν ολιγοήμερες ή πολυήμερες κρουαζιέρες σε ελληνικά λιμάνια αλλά και λιμάνια άλλων χωρών της Ανατολικής Μεσογείου, έχουν συνολική δυναμικότητα άνω των 10.000 επιβατών, ενώ κρουαζιερόπλοια με ξένη σημαία φέρνουν στα θαλάσσια σύνορα της χώρας περισσότερους από 500.000 επιβάτες, κατά έτος. Ωστόσο ο θαλάσσιος τουρισμός εκτός της μεταφοράς και αναψυχής περιλαμβάνει και μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων, όπως είναι το θαλάσσιο σκι, το υποβρύχιο ψάρεμα, οι καταδύσεις (scuba diving) και η θαλασσοθεραπεία-spa. Ο θαλάσσιος τουρισμός δε συνδέεται αποκλειστικά με τουρίστες υψηλών εισοδημάτων αλλά και με ένα εύρος δραστηριοτήτων στον θαλάσσιο- παράκτιο χώρο, όπως το windsurfing, η κωπηλασία και η κολύμβηση.

Δυστυχώς, λόγω έλλειψης ποσοτικών και στατιστικών στοιχείων που να αναφέρονται στον εναλλακτικό τουρισμό και να συλλέγονται από τη Στατιστική Υπηρεσία, κρίνεται σήμερα εξαιρετικά δύσκολος ο διαχωρισμός του τουριστικού χαρακτήρα των επισκεπτών σε έναν προορισμό. Επομένως, αυτό που μπορεί κανείς να παρατηρήσει είναι οι γενικότερες ενδεικτικές κατευθύνσεις, καθώς και το σύνολο των σχεδιασμών και ενεργειών που έχουν γίνει για τον εναλλακτικό τουρισμό. Οι περισσότερες προσπάθειες για ήπια εναλλακτική μορφή ανάπτυξης έγιναν στην Ευρώπη σημειώνοντας θετικά αποτελέσματα, όπως:

- η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής ήπιας κλίμακας
- η αναζωογόνηση της τοπικής οικονομίας σε περιοχές με έντονη προβληματικότητα
- χρήση φιλικών και ήπιων προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας
- η δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης για νέους και γυναίκες (άνεργοι ή με μόνη απασχόληση την αγροτική)
- η συσχέτιση και σύνδεση της τουριστικής δραστηριότητας με άλλους κλάδους της τοπικής οικονομίας (όπως παραγωγή βιοτεχνικών προϊόντων)
- η ηπιότητα ως προς τη χρήση των πόρων και κατά συνέπεια η δυνατότητα βιώσιμης ανάπτυξης μειονεκτούντων περιοχών

- η ανάπτυξη καινοτομικών πρωτοβουλιών από ντόπιους (ιδιωτική ή συνεταιριστική μορφή)
- τα εισοδήματα από τον τουρισμό σε ετήσια βάση και πολλά άλλα.

Από τα παραπάνω βέβαια αλλά και από τα εμπόδια και τις ελλείψεις που εντοπίστηκαν, κρίνεται απαραίτητη η επιστημονική μελέτη, η θεσμική κάλυψη καθώς και η σωστή διοικητική οργάνωση για την αειφορική τουριστική ανάπτυξη μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Προς αυτή την κατεύθυνση λοιπόν αξίζει να σημειωθεί ότι στη χώρα μας την τελευταία δεκαετία έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες τουλάχιστον σε επίπεδο προγραμματισμού και πιο συγκεκριμένα στην ανάπτυξη των βασικών δομών του εναλλακτικού τουρισμού. Ενδεικτικά αναφέρεται το Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010, στο οποίο καθοριζόταν μεταξύ άλλων στους ποιοτικούς στόχους η «Πρώθηση των εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής καθώς και των οργανωτικών υποδομών για την περαιτέρω ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ως «τμημάτων» του ελληνικού τουριστικού προϊόντος (π.χ. θαλάσσιος τουρισμός, θαλασσοθεραπεία, οικοτουρισμός κ.λπ. και κυρίως πολιτιστικός τουρισμός)». (Στρατηγικό Σχέδιο ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010, Σεπτέμβριος 2003).

Γενικά, έλαβαν χώρα διάφορες νομοθετικές παρεμβάσεις για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού, ενισχύοντας τη στήριξη πρότυπων επενδύσεων. Ταυτόχρονα, το Υπουργείο Ανάπτυξης αποφάσισε μία σειρά μέτρων και δράσεων που αφορούσαν την ολοένα και περισσότερο ισότιμη κοινωνική ένταξη των Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (ΑμεΑ) σε κάθε μορφή ανθρώπινης δραστηριότητας και ψυχαγωγίας με ανάπτυξη ειδικών προγραμμάτων που περιλάμβαναν τη δημιουργία ειδικών υποδομών και τεχνικών παρεμβάσεων, ώστε τα ΑμεΑ να βοηθούνται να προσεγγίσουν τους χώρους αναψυχής. Επιπλέον, οι επιδοτήσεις που δίνονταν με νόμο του 2007 έφτασαν σε ποσοστό έως και 60% σε όλες τις μορφές τουρισμού. Μέσω αυτών των επενδύσεων που υλοποιούνταν ή έβαιναν προς υλοποίηση προβλεπόταν η δημιουργία 23.441 νέων θέσεων εργασίας. Ακόμη, πολλές ήταν οι δράσεις που προβλέπονταν σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας με περιθώρια ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών, μέσω του Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου Τουρισμού όπως διαμορφώθηκε το 2007 (Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας, 11 Σεπτεμβρίου 2011).

Τέλος, σημαντικά ήταν και τα επενδυτικά κίνητρα που δόθηκαν για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μέσω της πράξης «Εναλλακτικός Τουρισμός», που αποτελεί μια επιμέρους πρωτοβουλία της Ειδικής Υπηρεσίας Πολιτισμού και

Τουρισμού στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα 2007-2013» (Ε.Π.Α.Ε.). Ο συνολικός προϋπολογισμός που θα διατεθεί μέσω αυτής της πράξης και προέρχεται από Δημόσια Δαπάνη ανέρχεται σε 20.000.000 € και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και ειδικότερα από το Ευρωπαϊκό ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) καθώς και από εθνικούς πόρους.

Ωστόσο, ο εναλλακτικός τουρισμός παρά τις όποιες δράσεις τον αφορούν και τις προσπάθειες που γίνονται προς αυτή την κατεύθυνση, δεν μπορεί να είναι ανεξάρτητος από την αειφόρο (βιώσιμη) ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες απευθύνεται (Κοκκώσης, Χ.& Τσάρτας, Π., 2001). Τα τελευταία χρόνια γίνεται σημαντική προσπάθεια προσαρμογής των δράσεων που αφορούν στις νέες μορφές τουρισμού, σε μια αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος, μέσω οικολογικών πιστοποιήσεων (ISO 14001) και οικολογικών σημάτων (ecolabels). Ακόμη, αρκετές είναι οι πηγές χρηματοδότησης των τελευταίων ετών για την ανάπτυξη του βιώσιμου-εναλλακτικού τουρισμού όπως:

- το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (FEDER) για τουριστικές επενδύσεις περιφερειακής ανάπτυξης,
- η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (BEI), ο ΕΟΤ (ν.216/93 και 2636/98) για ανάπτυξη τουριστικών ανωδομών και υποδομών διαχείρισης τουριστικών εγκαταστάσεων (και ΕΕΤΑ),
- επιχορηγήσεις σε τοπικές αρχές για πιλοτικά προγράμματα και τοπικές πρωτοβουλίες για εκπαίδευση, επιπλέον κατάρτιση, διεθνείς σχέσεις, κοινωνικό τουρισμό,
- το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (FSE),
- το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο (FEOGA).

Παρά τις σημαντικές προσπάθειες που έχουν γίνει σε πολλούς τομείς του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα μας, η παγκόσμια και εγχώρια οικονομική κρίση των τελευταίων ετών, καθώς και η κακή διαχείριση και πολιτική που ακολουθήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και τις ηγεσίες του σχετικά με την προβολή της χώρας, αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στις όποιες αξιόλογες προσπάθειες και ευοίωνες προοπτικές σημειώθηκαν πριν από κάποια χρόνια.

2.2 Οι καταδύσεις ως μορφή εναλλακτικού τουρισμού

2.2.1 Πίσω στο χρόνο

Από την αρχαιότητα ακόμη, ο άνθρωπος έκανε προσπάθειες να διεισδύσει στη θάλασσα. Η πρώτη πληροφόρηση που έχουμε περί ελεύθερης υποβρύχιας δραστηριότητας χρονολογείται στα 4.500 π.Χ. στη Μεσοποταμία, ενώ από την εποχή του Ομήρου ακόμα, γίνεται αναφορά στην κατάδυση με σκοπό την αλιεία και την εκμετάλλευση σφουγγαριών. Επιπλέον, αναφορά για χρήση Αθηναίων δυτών κατά την επίθεση στις Συρακούσες γίνεται και από τον Θουκυδίδη. Όπως επίσης, και για τις γυναίκες νησιών του Ειρηνικού που στα χρόνια πριν από τη γέννηση του Ιησού ακόμα καταδύονταν σε μεγάλα βάθη για την αλιεία μαργαριταριών και κοχυλιών. Ωστόσο παρά την εξέλιξη της κατάδυσης και τη χρησιμοποίηση υποβρυχίων αναπνευστικών συσκευών, οι ελεύθερες καταδύσεις συνέχισαν να απασχολούν πολλούς δύτες παγκοσμίως. Κι αυτό εξαιτίας του χαμηλού τους κόστους και της ευχέρειας που παρέχουν, καθώς τα μόνα που χρειάζονται είναι μάσκα, αναπνευστήρας, βατραχοπέδιλα και ίσως στολή με βάρη, αποφεύγοντας ταυτόχρονα και τις επιδράσεις από πίεση, αποπίεση.

Σημείο αναφοράς χρονικά αποτελεί το 1913 η κατάδυση του Έλληνα σφουγγαρά Γεώργιου Κάγγη που καταδύθηκε σε βάθος 75μ. για να περάσει ένα σχοινί στην άγκυρα του Ιταλικού πολεμικού σκάφους Regina Margharita. Έκτοτε η ελεύθερη κατάδυση έχει γίνει ένα σπορ, έχοντας ως κύριες δραστηριότητες το υποβρύχιο κυνήγι (ψαροντούφεκο) και το "κυνήγι" για την κατάκτηση του ρεκόρ βάθους, το οποίο μετά από πολλές προσπάθειες έχει πλέον καθιερωθεί στα 105μ. από τον Jacques Mayol.

Στα χρόνια που ακολούθησαν πολλοί ήταν εκείνοι που ασχολήθηκαν με την εφεύρεση συσκευών που θα επέτρεπαν στον άνθρωπο σχετική αυτονομία. Μετά τη χρησιμοποίηση των «κωδώνων» ή καμπάνων, ακολούθησε η ανακάλυψη του σκάφανδρου που έπειτα από πολλούς σχεδιασμούς πήρε τη μορφή στολής που κάλυπτε ολόκληρο το σώμα, ενώ το κεφάλι καλυπτόταν με μεταλλικό σκάφανδρο. Σημείο αναφοράς ωστόσο αποτέλεσε η ανακάλυψη της αυτόνομης αναπνευστικής συσκευής, που όμως δεν απέφερε αμέσως την πλήρη αυτονομία αέρα στους δύτες, οι οποίοι εξαρτούνταν ακόμα από την επιφάνεια.



Εικόνα 2.1 Μεταλλικό Σκάφανδρο

Μπορεί η αναγνώριση της αρχής του πεπιεσμένου αέρα για υποβρύχια χρήση να χρονολογείται στα 1808, όμως ουσιαστικά εφευρέτες του μοντέρνου ρυθμιστή αέρα είναι οι Γάλλοι Rouquayrol και Denayrouse, καθώς εφεύραν εκτός από ένα "ελαφρύ" είδος κράνους και μία αυτόνομη βαλβίδα για παροχή αέρα στον δύτη όταν και όπως ο ίδιος ήθελε, δίνοντάς του έτσι τον αποκλειστικό έλεγχο της ροής του αέρα χωρίς να εξαρτάται πλέον από την διαρκή και σε άτακτα χρονικά διαστήματα, παροχή αέρα από την επιφάνεια.

Ωστόσο, η χρήση του μοντέρνου ρυθμιστή αέρα συνδέθηκε με το όνομα του γνωστού εξερευνητή των θαλασσών Jacques Yves Cousteau, ο οποίος το 1942 ξεκίνησε στο Παρίσι μαζί με το μηχανικό Cagnan και με βάση τα σχέδια αυτού, το σχεδιασμό ενός καινούριου ρυθμιστή. Ύστερα από βελτιώσεις ο Cousteau καταδύθηκε με τη νέα συσκευή, τον Ιούνιο του 1943 σε βάθος 18μ. (60 ποδιών). Αυτή η εφεύρεση αποτέλεσε τον πρόδρομο των **σύγχρονων αυτόνομων υποβρύχιων αναπνευστικών συσκευών ανοικτού κυκλώματος [Self-Contained Underwater Breathing Apparatus (SCUBA)]**. Ο Cousteau είχε διαπιστώσει τις δυνατότητες ανάπτυξης του νέου σπορ και μετά το πέρας του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, μαζί με έναν μεγάλο Γερμανό εξερευνητή ασχολήθηκαν με την κινηματογράφηση και φωτογράφιση του υποβρύχιου κόσμου, προσελκύοντας έτσι το ενδιαφέρον εξερεύνησής του, σε εκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως (Συμεωνίδης Ν., 2000).

Έτσι στις μέρες μας, οι αυτόνομες καταδύσεις είναι διαδεδομένες ως δραστηριότητες αναψυχής, ενώ εκατομμύρια είναι εκείνοι που έχουν λάβει κάποιο επίπεδο πιστοποίησης αφού η εκπαίδευση σε αυτό το είδος εμπορευματοποιήθηκε

και διεθνοποιήθηκε ήδη από τη δεκαετία του 1930. Οι καταδύσεις είναι τώρα μία πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων βιομηχανία και ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα αθλήματα αναψυχής στον κόσμο (Musa, G. and Dimmock, K., 2012).

2.2.2 Ο υποβρύχιος κόσμος

Ο υποβρύχιος κόσμος, όντας ένας κόσμος τελείως διαφορετικός από αυτόν που ζούμε, και κατά ένα μεγάλο μέρος του άγνωστος ακόμη και σήμερα, ορίζεται από την εικόνα του βυθού που πουθενά δεν είναι η ίδια, και το θαλάσσιο περιβάλλον. Έτσι είναι δυνατόν να συναντήσει κανείς βραχώδεις βυθούς, αμμώδεις ή λασπώδεις βυθούς, αλλά και τροπικούς με κοραλλιογενείς υφάλους που κρατούν πυκνότερους πληθυσμούς από φυτά και ζώα από ότι οι αμμώδεις βυθοί. Οι τελευταίοι, που δεν υπάρχουν δυστυχώς στην Ελλάδα είναι φυσικά και οι πιο ελκυστικοί για τους δύτες, αν και υποφέρουν ιδιαίτερα από αυτούς που ορισμένες φορές με απρόσεκτες κινήσεις καταστρέφουν κοράλλια, που συχνά κάνουν δεκάδες χρόνια να αναπτυχθούν. Οι πιο φημισμένοι εξ αυτών, βρίσκονται στην Αυστραλία με πιο γνωστό το Great Barrier Reef.

Όσο και στη Μεσόγειο υπάρχουν κοραλλιογενείς βυθοί που βρίσκονται μετά τα 35μ. και τα χρώματά τους είναι μαγικά. Υπάρχουν επίσης ανάμικτοι βυθοί όπου μπορεί κανείς να συναντήσει σουπιές, χταπόδια, σπάρους κ.ά. Τέλος, υπάρχουν βυθοί που είναι καλυμμένοι με την Ποσειδωνία (*Posidonia oceanica*). Πρόκειται για τα λεπτά εκείνα μακριά φύκια, που φιλοξενούν συνήθως ένα πλήθος πλασμάτων όπως υπόκαμπους, κοχύλια, χειλούδες και καβούρια. Εκτός από τους καρχαρίες - που άδικα θεωρούνται επικίνδυνοι, καθώς μπορούν να αποτελέσουν απειλή για τον άνθρωπο σε εξαιρετικές περιπτώσεις και κυρίως όταν ο ίδιος το προκαλέσει- ο βυθός είναι γεμάτος από πλάσματα που είναι ικανά να προσφέρουν αρκετό πόνο και επομένως μια δυσάρεστη καταδυτική εξόρμηση. Σε κάθε περίπτωση όμως, δεν επιτίθενται εκτός αν προκληθούν ή φοβηθούν, ενώ η περίπτωση να τα ακουμπήσει κανείς κατά λάθος και να τραυματιστεί είναι καθαρά θέμα τύχης. Τέτοια είναι κάποια ψάρια που είναι εφοδιασμένα με δηλητηριώδη αγκάθια όπως συγκεκριμένα είδη σελαχιών, σμέρνες και δράκαινες, που υπάρχουν κυρίως στη Μεσόγειο. Επίσης, υπάρχουν μέδουσες, θαλάσσιες ανεμώνες, τοξικά (δηλητηριώδη) υδρόζωα και αχινοί, καθώς και κάποιοι καμουφλαρισμένοι θαλάσσιοι οργανισμοί, πλάσματα για τα οποία απλώς πρέπει να είμαστε προσεχτικοί. Στους τροπικούς βυθούς βέβαια, υπάρχουν μεγαλύτεροι και πιο ενισχυμένοι κάτοικοι. Γενικά λοιπόν ισχύει ο κανόνας θαυμάζουμε χωρίς να αγγίζουμε (Συμεωνίδης Ν., 2000).

2.2.3 Οι καταδύσεις αναψυχής

Οι καταδύσεις αποτελούν χωρίς αμφιβολία, μία από τις ωραιότερες και πιο ενδιαφέρουσες ψυχαγωγικές δραστηριότητες που προσφέρουν την ίδια στιγμή άθληση, γνώσεις, πνευματική άσκηση και ψυχική ηρεμία. Ανάλογα με το σκοπό, οι καταδύσεις διαχωρίζονται σε τέσσερα είδη που είναι τα εξής:

- Οι καταδύσεις με στόχο τις πολεμικές δραστηριότητες,
- Οι καταδύσεις με επιστημονικό σκοπό
- Οι επαγγελματικές καταδύσεις και
- Οι ερασιτεχνικές καταδύσεις

Οι πρώτες πραγματοποιούνται από βατραχανθρώπους του πολεμικού ναυτικού, ενώ οι δεύτερες έχουν ως θέματα τη μελέτη των υποθαλάσσιων κατοίκων, την εξερεύνηση των αρχαιολογικών ευρημάτων κ.ά. Οι επαγγελματικές γίνονται για κάθε είδους υποβρύχιας εργασίες όπως κατασκευή λιμανιών, και τέλος οι ερασιτεχνικές καταδύσεις είναι εκείνες που μας αφορούν περισσότερο, και μπορούν βέβαια να περιλαμβάνουν και διαφόρων ειδών εξερευνήσεις για προσωπικούς λόγους (Συμεωνίδης Ν., 2000). Στις παραπάνω περιλαμβάνονται και εξειδικευμένες καταδύσεις που μπορούν να αφορούν:

- την υποβρύχια φωτογράφιση
- τις καταδύσεις σε υψόμετρο (όσες γίνονται σε λίμνες, ποτάμια και σπήλαια, δηλαδή σε γλυκό νερό του οποίου η επιφάνεια βρίσκεται σε ψηλότερο επίπεδο από αυτό της θάλασσας)
- τις βαθιές καταδύσεις
- τον υποβρύχιο προσανατολισμό
- τη νυχτερινή κατάδυση
- τη ναυαγιοκατάδυση (που αποτελεί το όνειρο κάθε αυτοδύτη προσφέροντας πολλές συγκινήσεις)
- τη σπηλαιοκατάδυση (πρόκειται ίσως για την πιο ακραία μορφή ερασιτεχνικών καταδύσεων, τόσο από μεριάς υλικού και τεχνικής όσο και περιβάλλοντος με τους αυξημένους κινδύνους).

Ο καταδυτικός τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα σε παγκόσμιο επίπεδο. Κάθε χρόνο διακινείται παγκοσμίως μεγάλος όγκος συναλλάγματος που μεταφέρεται κατά κανόνα προς τις παράλιες χώρες και κυρίως σε όσες διαθέτουν τις απαιτούμενες γεωφυσικές δυνατότητες όπως ποικιλία χλωρίδας και πανίδας, ηφαιστεια στο βυθό κ.α. Επιπροσθέτως, αρκετές είναι οι χώρες που το εθνικό τους εισόδημα εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον καταδυτικό τουρισμό, όπως είναι

η Μαλαισία, ενώ για άλλες (όπως η Μάλτα, η Αίγυπτος, οι Μαλβίδες και η Τουρκία) ο τουρισμός αυτός αποτελεί βασική πηγή συναλλάγματος. Για αυτό το λόγο πολλές είναι οι χώρες που καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια αξιοποίησης του φυσικού τους περιβάλλοντος, με σκοπό να προσελκύσουν νέους επισκέπτες και παράλληλα να αυξήσουν τη συμμετοχή τους στα οφέλη της παγκόσμιας καταδουτικής δραστηριότητας.

Είναι γεγονός ότι οι υποβρύχιες δραστηριότητες αναψυχής είναι πολύ ελκυστικές κυρίως στους νέους και για αυτό το λόγο χώρες χωρίς θάλασσα, όπως η Ελβετία και η Αυστρία παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη με λέσχες (50 λέσχες στην Αυστρία και 100 στην Ελβετία), σχολές εκμάθησης και οργανωμένο τουρισμό. Ωστόσο, ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο μεγάλος αριθμός καταδουτικών προορισμών για τους ερασιτέχνες αυτοδύτες πολίτες της που βρίσκεται εκτός Ευρωπαϊκού Χώρου, με αποτέλεσμα τη διαρροή ευρωπαϊκού συναλλάγματος σε χώρες εκτός κοινότητας. Αν και το θέαμα που προσφέρουν τα παράλια των ευρωπαϊκών χωρών λόγω της υπεραλίευσής τους στους αυτοδύτες είναι φτωχό, ο βυθός τους έχει αξιόλογο κάλλος, και πλούσια χλωρίδα και πανίδα.

Όσον αφορά στη χώρα μας οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν, αλλά και η μορφολογία του βυθού (βραχώδης με χαράδρες, σπηλιές κ.α.), το πλήθος υδρόβιων φυτών και ζώων, αλλά και η πληθώρα παλιότερων και σύγχρονων ναυαγίων που κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες μπορούν να αποτελέσουν καταπληκτικούς προορισμούς για οργανωμένες καταδουτικές εξορμήσεις, καθιστούν τη χώρα μας εξαιρετικά ελκυστική τόσο στους τοπικούς, όσο και στους ξένους επισκέπτες (Scalkos, G., Strigas, A., Moudakis, C. and Stergioulas, A., 2009).

Λόγω όλων των παραπάνω, αλλά και λόγω του πλήθους των νησιών της χώρας και της μεγάλης έκτασης της ακτογραμμής της (15.021 χλμ.), της ποικιλίας ακτών και παραλίων με φιλικά νερά και του πλήθους θαλάσσιων δραστηριοτήτων, παρέχεται η δυνατότητα διενέργειας συστηματικών ψυχαγωγικών καταδύσεων για περίοδο οχτώ μηνών τουλάχιστον ετησίως, όπου σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, παράδοση αλλά και την ιστορικότητα της περιοχής ευνοούν την εισροή ξένων επισκεπτών και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Έτσι λοιπόν, αν η καταδουτική δραστηριότητα οργανωθεί σωστά και προσφερθεί στο κοινό ως εναλλακτικός τύπος διασκέδασης παρέχοντας ταυτόχρονα γνώση, εκπαίδευση και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση, μπορεί να αποκτήσει μέρος του target group των ερασιτεχνών και επαγγελματιών αυτοδυτών, καθιστώντας τη χώρα μας υποβρύχιο παράδεισο (Scalkos, G., Strigas, A., Moudakis, C. and Stergioulas, A., 2009). Με βάση λοιπόν όλα τα παραπάνω, αντιλαμβάνεται

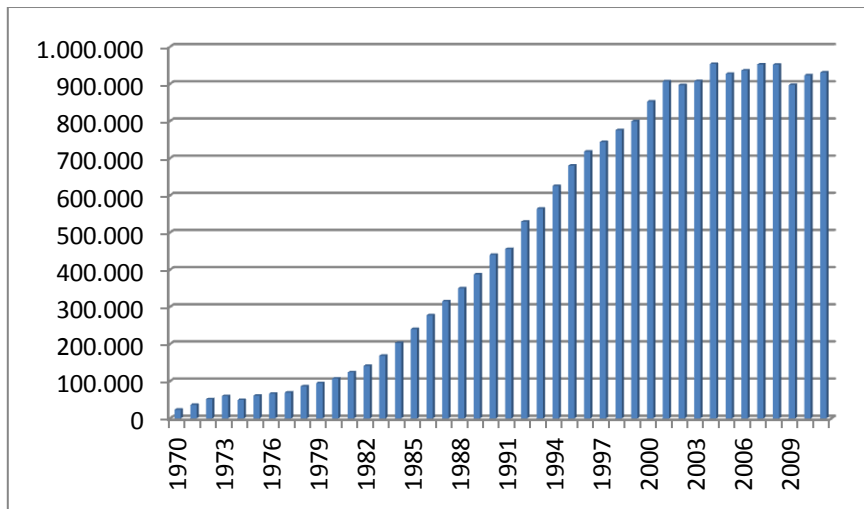
κανείς ότι καθίσταται επιβεβλημένη η ανάγκη ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας.

2.2.4 Στοιχεία καταδυτικού τουρισμού

Με τις καταδύσεις αναψυχής ή γνωριμίας όπως λέγονται, να έχουν γίνει πλέον στις μέρες μας ένα από τα δημοφιλέστερα θαλάσσια σπορ παγκοσμίως, ανοίγονται νέες προοπτικές για την καταδυτική δραστηριότητα αφήνοντας πίσω παλαιότερους συνειρμούς για κάτι το εξαιρετικά επικίνδυνο και απρόσιτο για τον κόσμο (Davis, D.& C. Tisdell,, 1996), (Musa, G. and Dimmock, K., 2012). Αναφερόμενοι λοιπόν, σήμερα στις καταδύσεις αναψυχής και στον καταδυτικό τουρισμό μιλάμε πλέον για μια ολόκληρη βιομηχανία, έναν σοβαρότατο κλάδο της διεθνούς οικονομίας, με ετήσιο τζίρο δις. δολάρια. Κράτη όπως η Καραϊβική, οι Σεϋχέλλες, οι Μαλδίδες, το Τομπάγκο κ.α. ζουν κυριολεκτικά από τις καταδύσεις.

Αντίθετα με τον τουρισμό, ο καταδυτικός τουρισμός στοχεύει σε ένα σχετικά μικρό ποσοστό περιοχών των τροπικών χωρών με μικρή ανάπτυξη της οικονομίας, ενώ σε κάποιες από αυτές τις χώρες όπως είναι η Αίγυπτος, η Ταϊλάνδη και τα Κανάρια Νησιά το εισόδημα από τον καταδυτικό τουρισμό αντιπροσωπεύει ένα από τα μεγαλύτερα τμήματα του κυβερνητικού προϋπολογισμού. Ο καταδυτικός τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που εκδηλώνεται μέσα από Διεθνείς Καταδυτικούς Οργανισμούς, Ομοσπονδίες, Λέσχες και Ιδρύματα τα μέλη των οποίων αριθμούν αρκετά εκατομμύρια. Στην Ευρώπη υπάρχουν περίπου 9.000.000 αυτοδύτες, στην Αμερική ο τριπλάσιος περίπου αριθμός οι οποίοι εκδηλώνουν κινητικότητα τουλάχιστον 2 με 3 φορές το χρόνο σε χώρες όπου αναδεικνύεται ο καταδυτικός τουρισμός όπως Ερυθρά, Μάλτα, Κροατία, Καραϊβική, Ταϋλάνδη και Αυστραλία.

Έτσι λαμβάνοντας υπόψη τα στατιστικά στοιχεία μόνο η PADI (Professional Association of Diving Instructors), που αποτελεί τον μεγαλύτερο και εγκυρότερο Διεθνή Οργανισμό Καταδύσεων, έχει πιστοποιήσει από το 1967 έως και το 2011, 20.313.807 αυτοδύτες, πιστοποιώντας σήμερα κατά μέσο όρο περίπου ένα εκατομμύριο δύτες κάθε χρόνο (Διάγραμμα 2.1) (Worldwide Corporate Statistics 2011, Updated February 2012).



Διάγραμμα 2.1 Παγκόσμιος αθροιστικός αριθμός πιστοποιήσεων της PADI, 1970-2011

Πηγή: (www.padi.com)

Κατά μέσω όρο οι δύτες αυτοί σε κάθε ταξίδι τους πραγματοποιούν περίπου 10 διανυκτερεύσεις και ξοδεύουν για αυτήν την δραστηριότητα πάνω από 1,5 δισ. ευρώ. Από τους πιο δημοφιλείς καταδυτικούς προορισμούς στην Ευρώπη είναι η Ισπανία, η Μάλτα, η Κύπρος ενώ στον κατάλογο προστέθηκαν τα τελευταία χρόνια δύο νέες χώρες η Κροατία και η Τουρκία. Μεταξύ των παραγόντων που συνέβαλλαν στην αύξηση της δημοτικότητας των καταδύσεων αναψυχής ήταν η πρόοδος της τεχνολογίας που υπόσχεται ασφαλέστερες καταδύσεις και απλοποίηση των καταδυτικών διαδικασιών με την ανάπτυξη ασφαλούς καταδυτικού εξοπλισμού (Davis, D. and C. Tisdell, 1995), σε συνδυασμό με την τεχνολογική πρόοδο που επιτρέπει στα θαλάσσια σκάφη να έχουν εύκολη πρόσβαση σε απομακρυσμένες τοποθεσίες κατάδυσης (Musa, G. and Dimmock, K., 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ & ΤΑ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΑ ΠΑΡΚΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1. Νομοθεσία

Αν και η ελληνική επικράτεια διαθέτει 270.000 τετραγωνικά χιλιόμετρα θάλασσας, με άριστο κλίμα και ζεστά νερά κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια του έτους, ο καταδυτικός τουρισμός διανύει προς το παρόν τα νηπιακά του βήματα. Το νομικό κατεστημένο για τις καταδύσεις στη χώρα μας αποτελούσε μέχρι και το 2005 ένα εξαιρετικά περίπλοκο θέμα που οδηγούσε σε αδιέξοδο και αντικατόπτριζε τα προβλήματα γραφειοκρατίας στη χώρα μας. Τα προβλήματα σε σχέση με το συγκεκριμένο ζήτημα αφορούσαν πρώτον, στην προστασία εναλίων αρχαιοτήτων και δεύτερον στην αναγνώριση των επαγγελματικών πτυχίων καταδύσεων, όπου αναγνωρίζονταν χωρίς κανέναν έλεγχο τα πτυχία ιδιωτικού ερασιτεχνικού σωματίου της Ε.Ο.Υ.Δ.Α.Α.Τ.Κ. (Ελληνική Ομοσπονδία Υποβρύχιας Δραστηριότητας, Αθλητικής Αλιείας και Τεχνικής Κολύμβησης), ενώ για τα πτυχία λοιπών διεθνών οργανισμών καταδύσεων (PADI, NAUI, BSC,SST, κ.α.) προβλέπονταν διαδικασίες αναγνώρισης χωρίς όμως να περιέχονται κριτήρια για την αναγνώριση και τη διαβάθμισή τους.

Ωστόσο, με την επιβολή του νόμου 3409/2005 διορθώνονται πολλά από τα κενά και τις ασάφειες που υπήρχαν στο μέχρι τότε νομοθετικό καθεστώς, με το **άνοιγμα του καταδυτικού τομέα** να αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία που έφερε ο νόμος αυτός (Νόμος 3409/2005). Σημαντικό είναι επίσης ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση προκειμένου να υιοθετήσει ενιαίες ρυθμίσεις για όλα τα κράτη μέλη στο θέμα των καταδύσεων, συνέστησε ομάδα εργασίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τυποποίησης (TC 329), η οποία εκπόνησε ενιαία πρότυπα για όλα τα επίπεδα αυτόνομης κατάδυσης, τόσο για τους ερασιτέχνες όσο και για τους εκπαιδευτές αυτοδύτες, αλλά και για την παροχή καταδυτικών υπηρεσιών. Με τις διατάξεις του νόμου 3409/2005 λοιπόν, θεσπίζονται κανόνες που επιβάλλονται από τις σύγχρονες ανάγκες και απαιτήσεις και συμπορεύονται με το κοινοτικό νομικό καθεστώς (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).

3.2 Στοιχεία προσφοράς- ζήτησης στον κλάδο

Με την επιβολή του νόμου αυτού και την απελευθέρωση των ελληνικών νερών για τους απανταχού αυτοδύτες, δόθηκε μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του καταδυτικού τομέα στη χώρα μας. Σύμφωνα, με τα στατιστικά στοιχεία του Ε.Σ.Ε.Κ (Ελληνικού Συνδέσμου Επαγγελματιών Κατάδυσης), η αύξηση των πτυχίων ερασιτεχνών αυτοδυτών που εκδόθηκαν στην Ελλάδα μετά την εφαρμογή του νέου Νόμου 3409 ήταν της τάξης του 30% φτάνοντας το 2007 στην έκδοση 9.000

περίπου. Τα χρόνια που ακολούθησαν οι αριθμοί αυτοί παρέμειναν αρκετά σταθεροί και σε υψηλά επίπεδα. Στα στοιχεία αυτά δεν συμπεριλαμβάνονται οι πιστοποιήσεις των καταδύσεων γνωριμίας (Discover Scuba), όπως επίσης και οι καταδύσεις των πτυχιούχων αυτοδυτών. Τα 80 λοιπόν καταδυτικά κέντρα και σχολές που λειτουργούσαν σε όλη την Ελλάδα μέχρι την επιβολή του Νόμου 3409/2005, έχουν γίνει σήμερα 240 στο σύνολο, 200 περίπου εκ των οποίων είναι πιστοποιημένοι παροχείς καταδυτικών υπηρεσιών από το YEN. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός, ότι η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα στην Ευρώπη στην οποία όλα τα καταδυτικά κέντρα απαιτείται να κατέχουν (ISO) Πιστοποίηση Παροχής Υπηρεσιών Συνοδευόμενης και καθοδηγούμενης Κατάδυσης, Ενοικίασης Καταδυτικού Εξοπλισμού (ΕΛΟΤ EN 14467) από τον διεθνή όμιλο **Bureau Veritas**. Επιπλέον, οι καταδυτικοί οργανισμοί που αναγνωρίζονται από την ελληνική νομοθεσία είναι οι εξής: A.N.D.I., C.M.A.S., I.A.N.T.D., P.A.D.I. και S.S.I.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού από τα 12.000.000 άτομα που επισκέφτηκαν το 2011 την Ελλάδα γενικά, τα 163.000 ήταν αυτοδύτες ή εν δυνάμει αυτοδύτες που έκαναν σχολεία. Σημαντικό είναι επίσης, το γεγονός ότι μέχρι το 2010 ο μέσος χρόνος διαμονής των αυτοδυτών στη χώρα μας ήταν 3 με 4 ημέρες, ενώ το 2011 αυξήθηκε στις 6 με 7 ημέρες, με περίπου 10 καταδύσεις στις 5 ημέρες. Σχετικά με το ύψος των εισπράξεων από τον καταδυτικό τουρισμό δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία, ωστόσο αυτό που μπορεί να αναφερθεί είναι ότι οι αυτοδύτες στη χώρα μας ξοδεύουν περίπου 200 με 300 ευρώ την ημέρα για διαμονή, διατροφή και καταδύσεις. Οι αυτοδύτες που διακινούνται στην Ελλάδα είναι ως επί το πλείστον το 98% αλλοδαποί από Ρωσία, Γερμανία, Αγγλία, Ιταλία, Ολλανδία, Ελβετία, Γαλλία κ.α. και μόλις το 2% είναι από την εγχώρια αγορά.

Παρόλα αυτά, έτσι όπως διαμορφώνεται **ο καταδυτικός κλάδος στη χώρα μας** αυτή τη στιγμή, **δεν** μπορεί να ειπωθεί ότι **στηρίζεται στην προσέλκυση αυτοδυτών του εξωτερικού** που θα ταξιδέψουν έως τη χώρα μας για αυτό το σκοπό, αφού η Ελλάδα δεν θεωρείται καταδυτικός προορισμός και γενικά επικρατεί ακόμη, η εντύπωση περί απαγόρευσης των καταδύσεων στις ελληνικές θάλασσες. Ο καταδυτικός κλάδος λοιπόν στη χώρα μας βασίζεται σε εκείνους τους αυτοδύτες ή τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα ούτως ή άλλως και παράλληλα κάνουν κάποιες καταδύσεις ή και σχολεία στα πλαίσια των δραστηριοτήτων αναψυχής τους. Τέλος, όσον αφορά στα καταδυτικά κέντρα, είναι γεγονός ότι από τα 5.000 περίπου καταλύματα που υπάρχουν στη χώρα, μόλις το 2% περιλαμβάνει κάποιο καταδυτικό κέντρο στις εγκαταστάσεις του.

Συμπεραίνεται επομένως, πως υπάρχει μια σαφέστατη ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού στη χώρα μας, αλλά όχι στον βαθμό που θα μπορούσε να υφίσταται, καθώς παρατηρείται έλλειψη σοβαρής προσπάθειας προώθησης και ανάπτυξης «καταδυτικών πακέτων». Η Ελλάδα έχει βέβαια αρκετά πλεονεκτήματα έναντι άλλων χωρών, όπως της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας, της Κύπρου και της Μάλτας, που όμως σήμερα απολαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος από την πίτα του καταδυτικού τουρισμού στη Μεσόγειο. Ωστόσο, το κυριότερο πρόβλημα όσον αφορά στη χώρα μας και σχετίζεται με τα παραπάνω είναι η έλλειψη ψαριών. Η υπεραλίευση έχει οδηγήσει σε δραματική μείωση των αποθεμάτων ιχθύων, με αποτέλεσμα να μειώνεται αντίστοιχα και το καταδυτικό ενδιαφέρον των τουριστών που αναζητούν πλούσια υποθαλάσσια ζωή. Παρόλα αυτά, οι υπέρμαχοι των καταδυτικών πάρκων υποστηρίζουν πως η χωροθέτηση αυτών, που συνοδεύεται από απαγόρευση της αλιείας, δεν αντιβαίνει τα συμφέροντα των ψαράδων. Αντίθετα στις προστατευμένες αυτές περιοχές, η ιχθυοπανίδα αναπαράγεται με ασφάλεια, με αποτέλεσμα να πληθαίνουν τα κοπάδια που αναπόφευκτα διαχέονται και εκτός του πάρκου.

3.3 Καταδυτικά Πάρκα

Πρόκειται για νόμιμα μισθωμένες από το κράτος θαλάσσιες εκτάσεις, έως και 2-3 τετραγωνικά χιλιόμετρα, που είναι σαφώς χωροθετημένες, σημασμένες και διαθέτουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, όπως ενδιαφέροντα βυθό, ρηγά νερά, διαύγεια κ.α. Στη θαλάσσια αυτή έκταση σταματά κάθε είδους αλιεία (επαγγελματική και ερασιτεχνική) καθώς και η μη ελεγχόμενη ναυσιπλοΐα. Στον χώρο του πάρκου επιτρέπονται μόνο οι οργανωμένες αυτόνομες καταδύσεις, συνοδεία υποβρύχιου ξεναγού, με εισιτήριο. Από το εισιτήριο αυτό πληρώνεται και η φύλαξη της έκτασης, χωρίς επιβάρυνση του κρατικού προϋπολογισμού. Έτσι, με την παρέλευση 2-3 ετών χωρίς αλιεία η υποβρύχια πανίδα αυτό-εμπλουτίζεται και ο βυθός πέραν της φυσικής του ομορφιάς, γίνεται ελκυστικότερος. Πιο συγκεκριμένα:

- Η μέση βιομάζα (ή βάρος) όλων των υποθαλάσσιων ειδών πανίδας και χλωρίδας είναι μεγαλύτερη κατά 400%
- Η μέση πυκνότητα των πληθυσμών (αριθμός ατόμων) κάθε είδους είναι κατά 300% μεγαλύτερη
- Η βιοποικιλότητα (διαφορετικά είδη υδρόβιων οργανισμών) είναι 70 % μεγαλύτερη
- Το μέσο μέγεθος των ψαριών είναι μεταξύ 20-30% μεγαλύτερο και η αναπαραγωγική ικανότητα όλων των ειδών είναι κατά πολλές φορές (μέχρι και 17 φορές σε ορισμένα είδη ψαριών) μεγαλύτερη (Benjamin S. Halpern, 2003).

Τα καταδυτικά πάρκα είναι ένα σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης των τοπικών κοινωνιών και ιδιαίτερα για τα μικρά νησιά είναι σωτήρια εξέλιξη, καθώς εξασφαλίζουν τουρισμό υψηλού οικονομικού επιπέδου για σχεδόν 12 μήνες τον χρόνο. Ακόμη, οι αυτοδύτες και οι συνοδοί τους μπορούν να υποστηρίξουν διάφορες δραστηριότητες πάνω στα νησιά και να δώσουν δουλειές στους ντόπιους σε ένα μοντέλο αειφόρου ανάπτυξης.

Ο νόμος του 2005 προβλέπει τη δημιουργία καταδυτικών πάρκων, αλλά παραπέμπει σε νέα ρύθμιση. Μέχρι σήμερα, η ρύθμιση αυτή που απαιτεί συνεργασία των συναρμόδιων υπουργείων (κυρίως των πρώην Ναυτιλίας, Περιβάλλοντος και Τουρισμού) δεν έχει προχωρήσει, αλλά οι αρμόδιοι διαβεβαιώνουν πως η προώθηση των καταδυτικών πάρκων δεν έχει εγκαταλειφθεί και πως η σχετική νομοθετική ρύθμιση βρίσκεται "υπό εξέλιξη". Θετικό στοιχείο παρά όλα αυτά αποτελεί το έντονο ενδιαφέρον που υπάρχει από ιδιώτες επενδυτές και Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης για τη δημιουργία καταδυτικών πάρκων σε διάφορες περιοχές. Αυτό που προτείνεται ώστε να επιτευχθεί η ισόρροπη ανάπτυξη σύμφωνα με τη φέρουσα ικανότητα του κάθε νησιού, είναι η συμμετοχή κοινωνικών και επιχειρηματικών φορέων του τόπου, όπως ο δήμος, οι αλιείς και οι ξενοδόχοι στις εταιρείες που θα συσταθούν για τη λειτουργία των πάρκων (Scalkos, G., Strigas, A., Moudakis, C. and Stergioulas, A., 2009). Παράδειγμα για τους φορείς του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα αποτελούν τα νησιά Μέντες (Illes Medes) στην Ισπανία. Κηρύχθηκαν προστατευμένα από την αλιεία περιοχή το 1990 και σήμερα έχουν μετατραπεί σε έναν υποβρύχιο παράδεισο, με περισσότερα από 1.350 είδη χλωρίδας και πανίδας.

Επιπλέον, γνωρίζοντας καλά την ύπαρξη ενός πολύ μεγάλου αριθμού αλλοδαπών, που όπως δείχνουν έρευνες θα πλήρωναν ακριβά για μια κατάδυση σε Ελληνικές αρχαιότητες, θα έπρεπε ίσως να προσανατολιστούμε και να εντείνουμε τις προσπάθειές μας σαν χώρα προς την οριοθέτηση Καταδυτικών Πάρκων. Έτσι, με τους κατάλληλους ελέγχους και διαδικασίες, όπως άλλωστε γίνονται και στους αρχαιολογικούς χώρους της ξηράς, οι καταδύσεις θα μπορέσουν να εξελιχθούν σε τρόπο προστασίας και ανάδειξης αντίστοιχων υποβρύχιων περιοχών. Κατά αυτόν τον τρόπο προβλέπονται σοβαρά κέρδη τόσο για την Αρχαιολογική Υπηρεσία, όσο και για το σύνολο του τουριστικού τομέα της χώρας γενικότερα. Αξίζει να γίνει λοιπόν μία συνολική προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση, γιατί η Ελλάδα έχει πράγματι όλα τα εχέγγυα για να γίνει «Καραϊβική της Ευρώπης».

Τέλος, στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητο να αναφερθεί πως η διαφορά των καταδυτικών πάρκων σε σχέση με τα εθνικά θαλάσσια πάρκα είναι στο μέγεθος, τον αριθμό και τον τρόπο διαχείρισης. Τα εθνικά θαλάσσια πάρκα, είναι τεράστιας

έκτασης και έχει διεθνώς παρατηρηθεί, ότι είναι δύσκολα στην διαχείριση, αστυνόμευση και χρηματοδότησή τους, αλλά και συνήθως εχθρικά για τις τοπικές κοινωνίες λόγω των ευρύτατης έκτασης απαγορεύσεων, που πολλές φορές επιβάλλουν. Στη χώρα μας έχουν ιδρυθεί το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο Ζακύνθου (Ε.Θ.Π.Ζ) και το Εθνικό Θαλάσσιο Πάρκο στην περιοχή Αλοννήσου-Βόρειων Σποράδων. Τα καταδυτικά πάρκα είναι μικρά, εύκολα χρηματοδοτήσιμα και αστυνομεύσιμα, οικονομικά αυτοδύναμα και ευέλικτα στην διαχείρισή τους, που μπορεί κάλλιστα να γίνεται από τον τοπικό Δήμο σε συνεργασία με τους επιχειρηματίες αλλά και τους ψαράδες της περιοχής. Τα καταδυτικά πάρκα μπορούν να υπάρχουν και μέσα σε εθνικά θαλάσσια πάρκα ή άλλες προστατευόμενες περιοχές, (Natura) προάγοντας όμως τις οργανωμένες αυτόνομες καταδύσεις στην περιοχή. Έτσι, ο όρος «Καταδυτικό Πάρκο» διατυπώνεται πρώτη φορά από Έλληνες επιστήμονες.

Διεθνώς στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει αντίστοιχος όρος, γίνεται όμως η χρήση του όρου “Marine Protected Areas (MPAs)” που αναφέρεται σε κάθε προστατευόμενη περιοχή, στην οποία η ανθρώπινη δραστηριότητα έχει τεθεί υπό ορισμένους περιορισμούς προς το συμφέρον της διατήρησης του φυσικού περιβάλλοντος, και επομένως μπορεί να περιλαμβάνει τόσο καταδυτικά πάρκα όσο και Εθνικά Θαλάσσια Πάρκα.

3.4 Παραδείγματα από άλλα Καταδυτικά Πάρκα

3.4.1 Το Καταδυτικό Πάρκο Medes στην Ισπανία

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, τα νησιά Medes στη Μεσόγειο αποτελούν ένα παράδειγμα επίτευξης των όσων αναφέρθηκαν παραπάνω. Βρίσκονται απέναντι από το τουριστικό θέρετρο L'Estartit Βορειοανατολικά της Ισπανίας και αποτελούνται από 7 νησάκια και αρκετούς υφάλους. Η αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού για την περιοχή ξεκίνησε από την ανάγκη αντιμετώπισης της ύφεσης στην τουριστική βιομηχανία των νησιών και η αυτόνομη κατάδυση προέκυψε ως μια πιθανή λύση περίπου στα μέσα της δεκαετίας του '80 (Lluís Mundet, Lluís Ribera, 2001). Σύντομα, η περιοχή εντάχθηκε σε καθεστώς προστασίας και εξελίχθηκε σε έναν από τους πιο σημαντικούς καταδυτικούς προορισμούς στη Δυτική Μεσόγειο δεχόμενη 20.000 αυτοδύτες ετησίως (9,3% του συνολικού τουρισμού) που πραγματοποιούν ένα μέσο όρο των 60.000 καταδύσεων (Luis Mundet, Lluís Ribera, 2001), (Jenner, P., & Smith, C. , 1992).

Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά τους μήνες Απρίλιο, Μάιο και Οκτώβριο που η τουριστική κίνηση είναι γενικά χαμηλή, οι δύτες αποτελούν το 90% του συνολικού τουρισμού, επιμηκύνοντας έτσι την τουριστική περίοδο από 3 σε 10 μήνες ετησίως

(Luis Mundet & Lluís Ribera, 2001). Η περιοχή που προστατεύεται περιλαμβάνει τόσο τη θαλάσσια (με περισσότερα από 1345 θαλάσσια φυτικά και ζωικά είδη), όσο και τη χερσαία περιοχή, όπου και υπάρχουν σημαντικά είδη πουλιών (Luis Mundet, Lluís Ribera, 2001). Το 1990 με τις καταδύσεις στην περιοχή να έχουν φτάσει τις 100.000 ετησίως (Zabala, M., 1999 στο Luis Mundet & Lluís Ribera, 2001), τέθηκε σε κίνδυνο η οικολογική ισορροπία (Blazquez, M. 1996 στο Luis Mundet & Lluís Ribera, 2001). Έτσι λοιπόν, έπειτα από διάφορα μέτρα που πάρθηκαν για να προστατευθεί η περιοχή, όπως η επιβολή εισιτηρίου, το 1995 αποφασίστηκε από την Κυβέρνηση να περιοριστούν οι καταδύσεις στις 450 ημερησίως. Αντίστοιχα και τα καταδυτικά κέντρα συνειδητοποιώντας ότι έπρεπε να προσαρμοστούν στους περιορισμούς ανέπτυξαν την ανάλογη στρατηγική, μειώνοντας τις τιμές τους κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο για να προσελκύσουν επιπλέον κόσμο και να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και αυξάνοντάς τες την υψηλή, για να ανταπεξέλθουν στη μείωση των εσόδων λόγω των μέτρων της κυβέρνησης. Λόγω του ότι ο κύριος λόγος επίσκεψης στα νησιά είναι η πλούσια θαλάσσια ζωή, καθίσταται δεδομένη η σπουδαιότητα διατήρησης της ποιότητας του περιβάλλοντος, για την επιβίωση της καταδυτικής και επομένως και της τουριστικής βιομηχανίας στην περιοχή. Εκτός αυτού υπήρξαν και άλλοι πολύ σημαντικοί παράγοντες που έπαιξαν ρόλο στην επιλογή αυτού του προορισμού, όπως είναι η προσβασιμότητα, η ποιότητα των υποδομών, η καθαρότητα της θάλασσας και η περίοδος που προτιμάται για κατάδυση.

3.4.2 Το Πάρκο Ras Mohammed στην Αίγυπτο

Το πάρκο δημιουργήθηκε το 1983 και η κοντινή σε αυτό πόλη του Sharm El-Sheik, αποτελούσε τότε έναν καταδυτικό προορισμό για λίγους που «διψούσαν» για περιπέτεια, καθώς η περιοχή, πέρα από τη φυσική της ομορφιά, δεν διέθετε τίποτε άλλο. Το 2003, ύστερα από μια μεθοδευμένη αξιοποίηση και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής, υποστηριζόμενη από διαφημιστικές εκστρατείες του αιγυπτιακού υπουργείου Τουρισμού, το Sharm El-Sheik μεταμορφώθηκε σε έναν καταδυτικό παράδεισο προσελκύοντας τουρίστες από όλο τον κόσμο. Η πόλη προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες κατάδυσης στα νερά της προστατευόμενης περιοχής του πάρκου, με θερμοκρασία νερού στους 20 °C το χειμώνα και στους 27°C το καλοκαίρι. Σήμερα υπάρχουν 40 καταδυτικά κέντρα, 300 καταδυτικά σκάφη και πάνω από 20.000 κλίνες, ενώ η τουριστική σεζόν διαρκεί 364 ημέρες τον χρόνο. Καθημερινά, 200 καταδυτικά σκάφη κατά μέσο όρο, μεταφέρουν περίπου 6.000 δύτες. Το κόστος ανά κατάδυση ανέρχεται κατά μέσον όρο στα 50 ευρώ, αντιστοιχώντας σε έσοδα ύψους περίπου 36 εκατ. ευρώ ετησίως.

3.5 Η δημιουργία Καταδυτικού Πάρκου στη Σαντορίνη

3.5.1 Υποδομές καταδυτικής δραστηριότητας

Το νησί της Σαντορίνης διαθέτει πέντε καταδυτικά κέντρα (Aegean Divers, Mediterranean Dive Club, Navys dive center, Santorini dive center, Volcano diving center), που παρέχουν υπηρεσίες κατάδυσης αναψυχής, καθώς και τη δυνατότητα ενοικίασης ή πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού. Κάποια από τα παραπάνω καταδυτικά κέντρα περιλαμβάνουν και προσφορές ειδικών πακέτων που περιλαμβάνουν διαμονή και κατάδυση. Ο καταδυτικός τουρισμός προβάλλεται κυρίως στο διαδίκτυο, αλλά δεν περιλαμβάνεται, προς το παρόν, σε κάποιο πακέτο οργανωμένων ταξιδιών και δεν είναι δυνατή η online κράτηση. Η Σαντορίνη διαθέτει ικανοποιητικό αριθμό καταδυτικών κέντρων σε σχέση με άλλα νησιά όπως η Μύκονος, η Κως, η Ρόδος που έχουν από 3 τα δύο πρώτα και 6 η τελευταία, ενώ αποτελεί έναν από τους πιο διάσημους παγκόσμιους προορισμούς που προβάλλονται από ξένα τουριστικά γραφεία και τους tour-operators.

3.5.2 Η πρόταση

Η πρόταση του 30χρονου Πιερ-Υβ Κουστώ, γιου του θρυλικού εξερευνητή και ιδρυτή του μη κερδοσκοπικού οργανισμού θαλάσσιας προστασίας Cousteau Divers, για δημιουργία προστασίας ελληνικών ζωνών θαλάσσης έρχεται και δίνει λύση στο πρόβλημα των χαμηλών επίπεδων ιχθυόμαζας που διαπιστώνεται από πολλές έρευνες στην περιοχή των Κυκλάδων. Η πρόταση αυτή για τα θαλάσσια συστήματα είναι ουσιαστικά αντίστοιχη του προγράμματος Natura για την προστασία των οικοτόπων της Ελλάδας, στο οποίο και έχουν ενταχθεί μέχρι τώρα αρκετές περιοχές της Σαντορίνης. Ο διάσημος Γάλλος προσπαθώντας να πείσει για τις καλές του προθέσεις συνεργάζεται με τον ωκεανογράφο-βιολόγο Πέτρο Νικολαΐδη αλλά και τον Δρ. Βιολογίας Μανέλ Γκάθο που προσπαθεί να μεταφέρει την εμπειρία του από το επιτυχημένο θαλάσσιο πάρκο της Ισπανίας: στις νήσους Μέντες, όπου σε ένα τ.χλμ. «μηδενικής αλιείας» η θαλάσσια ζωή αφθονεί, ο καταδυτικός τουρισμός γνωρίζει δόξες με 66.000 καταδύσεις τη σεζόν, ενώ οι ψαράδες επωφελούνται από τη διασπορά αλιευμάτων και η τοπική κοινωνία κερδίζει κάθε χρόνο 10 εκατ. ευρώ, εικοσαπλάσια από τα εισοδήματα που αποφέρει η αλιεία.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη τα παραπάνω οικονομικά μεγέθη, δεν είναι δύσκολο να φανταστεί κανείς πόσες φορές περισσότερα θα είχε να κερδίσει ένας προορισμός παγκόσμιας κλάσης, όπως η Σαντορίνη. Όταν μία εξόρμηση με μπουκάλες στοιχίζει έως και 90 ευρώ κατ' άτομο, εύκολα αντιλαμβάνεται κάποιος για τι οικονομικά μεγέθη μιλάμε, πολλαπλασιάζοντας επί εκατοντάδες χιλιάδες, στο χρονικό πλαίσιο μιας σεζόν που αρχίζει από τον Απρίλιο και λήγει τέλη Οκτωβρίου.

Σκοπός του εγχειρήματος που προτείνεται είναι προφανώς η προστασία του οικοσυστήματος και, φυσικά, η ενίσχυση του εναλλακτικού και δη ποιοτικού τουρισμού, αλλά απαραίτητη προϋπόθεση επιτυχίας του είναι η συνεργασία όλων (Καθημερινή, 27 Σεπτεμβρίου 2012).

Η ιδέα

Τριάντα χρόνια μετά το ντοκιμαντέρ για τη χαμένη Ατλαντίδα που γύρισε ο Ζακ-Υβ Κουστώ στη Σαντορίνη, ο Πιερ Υβ επισκέπτεται το νησί, βουτάει στα νερά του και δείχνει τέτοια αγάπη για τον τόπο που η ιδέα για τη δημιουργία ενός θαλάσσιου πάρκου προκύπτει ως φυσική συνέχεια. Έτσι, φέρνοντας ειδικούς και βοηθώντας στην οργάνωση και τη συγκέντρωση πόρων έως ότου νομοθετηθεί η προστατευόμενη ζώνη, παρουσιάζει μία εμπειριστατωμένη μελέτη δημιουργίας θαλάσσιου καταδυτικού πάρκου, που θα χρηματοδοτηθεί από το Ίδρυμα Σ. Νιάρχου.

Η μελέτη αυτή περιλαμβάνει τόσο την προτεινόμενη τοποθεσία, όσο και τρόπους προστασίας από τη λαθραλιεία και τρόπους ώστε το καταδυτικό πάρκο να γίνει οικονομικά βιώσιμο. Το σχέδιο περιλαμβάνει ακόμη, όλες εκείνες τις δυνάμεις της τοπικής κοινωνίας, όπως οι αλιείς, οι λεμβούχοι, οι εκπαιδευτές κατάδυσης, τα τουριστικά γραφεία και τα θαλάσσια ταξί, που θα συμμετάσχουν και θα δρέψουν φυσικά τα οφέλη του εγχειρήματος. Ακολουθώντας πάντα πιστά την πεποίθηση ότι μέσα σε πέντε χρόνια προστασίας, η Σαντορίνη μπορεί να γίνει ένας από τους κορυφαίους καταδυτικούς προορισμούς στη Μεσόγειο, η κεντρική ιδέα ουσιαστικά είναι να προστατεύει κανείς τα ψάρια, για να έχει περισσότερα. Έτσι και ο βυθός της Σαντορίνης που χαρακτηρίζεται από τη μοναδικότητά του, με ηφαιστειογενείς σχηματισμούς, σχισμάδες και υποβρύχιες σπηλιές θα αποκτήσει ζωή (Εικόνες 3.2-3.7). Όσο για το οικονομικό όφελος, υποστηρίζεται ότι θα προέλθει όχι μόνο από τις καταδύσεις, αλλά και από τις υποβρύχιες περιηγήσεις με αναπνευστήρα, το καγιάκ, τις ξεναγήσεις με βάρκες γυάλινου πυθμένα και, φυσικά, από το ψάρεμα στις γύρω περιοχές.

Δημιουργία του Καταδυτικού Πάρκου

Παρακολουθώντας κανείς τις έρευνες που έχουν γίνει σε 124 θαλάσσια καταφύγια σε 29 χώρες και που έδειξαν κατά μέσον όρο 21% αυξημένη βιοποικιλότητα, 28% μέσο μέγεθος των οργανισμών, 166% πυκνότητα ατόμων ανά κυβικό μέτρο και 446% βιομάζα (κιά ανά εκτάριο), αντιλαμβάνεται αμέσως ότι κάτι τέτοιο μεταφράζεται σε αυξημένο εισόδημα για την τοπική κοινωνία. Ωστόσο, παρατηρώντας τόσο στη χώρα μας όσο και σε άλλες χώρες τα προβλήματα από τον

συνεχή ανταγωνισμό της αλιείας αλλά γνωρίζοντας ταυτόχρονα ότι το εγχείρημα ενός θαλάσσιου πάρκου είναι πολύ δαπανηρό, ώστε να χρηματοδοτηθεί από κάποιον εφόρου ζωής, ο Πιερ Υβ προτείνει να ξεκινάει κανείς από κάτι μικρό και αποκομίζοντας τα οφέλη να συνεχίζει στην περαιτέρω ανάπτυξή του. Η πρότασή λαμβάνει απάντηση από το Ίδρυμα Νιάρχου, και εγκρίνει δωρεά για την ανάπτυξη της θαλάσσιας προστατευόμενης περιοχής. Η αρχική πρόταση βέβαια, συντάχθηκε με τη συνδρομή του Ισπανού υδροβιολόγου του National Geographic Society Ενρικ Σαλά, ενός από τους πιο δραστήριους υπέρμαχους των προστατευόμενων θαλάσσιων ζωνών στον κόσμο, και της Συλβέν Γιακουμή, του Τμήματος Θαλάσσιων Επιστημών του Πανεπιστημίου Αιγαίου, η οποία, στο πλαίσιο του διδακτορικού της, είχε πραγματοποιήσει δειγματοληψίες περιμετρικά του νησιού, ανά διαστήματα 5 χιλιομέτρων. Από τα 27 ειδών ψαριών που εντοπίστηκαν, αμελητέα ποσότητα με μόλις το 1% της συνολικής βιομάζας, αποτελούσαν οι ανώτεροι θηρευτές όπως ο μεσογειακός ροφός, ενώ σπάροι και σαργοί ήταν το σαρκοβόρο είδος με τη μεγαλύτερη παρουσία στη βιομάζα (23%). Η μεγαλύτερη βιομάζα εντοπίστηκε στην περιοχή του Εξωμύτη (κοντά στη Βλυχάδα), δευτερευόντως στην Περίσσα και ακολούθως εντός της Καλντέρας, την Οία και το Ημεροβίγλι. Δεν είναι όμως τα ψάρια το μοναδικό κριτήριο.

Η περιοχή ανάμεσα στο Καμάρι και την Περίσσα (Εικόνα 3.1) εμφανίζει σχετικά υψηλή βιομάζα, ένα ωραίο δάσος του φύκους κυστόσειρα, που αποτελεί οικοσύστημα πολλών ειδών, και ποσειδωνία. Η εναλλακτική τοποθεσία που προτείνεται από τους αλιείς έχει χαμηλότερη βιομάζα ψαριών, αλλά ένα θαυμάσιο λιβάδι ποσειδωνίας. Σε κάθε περίπτωση, χρειάζονται περισσότερες μελέτες. Βέβαια κατά την δρ. Γιακουμή και οι δύο περιοχές είναι εξίσου σημαντικές και ιδανικά θα έπρεπε να προστατευτούν. Παρόλα αυτά η τοποθεσία ανάμεσα στο Καμάρι και την Περίσσα είναι η πρώτη που προτείνεται, γιατί επιτυγχάνει τη χρυσή τομή ανάμεσα στη δυναμική αναγέννησης της θαλάσσιας ζωής, την ευκολία περιφρούρησης και την ώθηση στον καταδυτικό τουρισμό που θα μπορέσει να φέρει γρηγορότερα οικονομικά οφέλη. Επιπλέον, σε αυτή την τοποθεσία υπάρχουν καταδυτικά κέντρα, ναυαγοσώστες, ορατότητα από την ακτή και τους οικισμούς, συχνή διέλευση θαλάσσιων ταξί και τουριστικών σκαφών, καθιστώντας έτσι εξαιρετικά δύσκολο να μπει κάποιος να ψαρέψει παράνομα. Συνδυαζόμενα τα παραπάνω με θερμικές κάμερες που θα παρακολουθούνται από κάποιον φύλακα τις νύχτες ή κατά τη χειμερινή περίοδο, τότε ο έλεγχος διευκολύνεται κατά πολύ μεγάλο βαθμό.



Εικόνα 3.1 Χάρτης προτεινόμενων περιοχών για τη δημιουργία Θαλάσσιου Καταδυτικού Πάρκου

Μπορεί να πρόκειται για δύσκολο και μακρόπνοο έργο, όμως ο Πιερ-Υβ πιστεύει πως η Ελλάδα αν και στα μέσα μίας δύσκολης οικονομικά συγκυρίας, μπορεί και πρέπει να κάνει ένα βήμα μπροστά, δίνοντας παράδειγμα γενναιότητας και ελπίδας με τη Σαντορίνη να γίνεται πρωτοπόρος όχι μόνο στις Κυκλάδες αλλά και στη Μεσόγειο.

Όπως είδαμε στα παραπάνω αλλά και από παραδείγματα Θαλάσσιων Πάρκων-Καταφύγιων τόσο της Ελλάδας, όσο και του εξωτερικού, είναι γεγονός ότι η ανάπτυξη καταδυτικού τουρισμού σε μια περιοχή είναι εφικτή αν πραγματοποιηθούν κάποιες βασικές ενέργειες. Με βάση λοιπόν τα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως για την αναγνωριστικότητα της Σαντορίνης ως προορισμού παγκοσμίως, τον αριθμό των αυτοδυτών που συνεχώς αυξάνεται και τις προβλέψεις από σημαντικούς ανθρώπους στο χώρο, όπως ο Πιερ-Υβ Κουστώ για την επικείμενη δημιουργία Καταδυτικού Πάρκου στο νησί που θα το μετατρέψει σε έναν από τους πιο περιζήτητους καταδυτικούς προορισμούς, προέκυψε και η αρχική ιδέα στην οποία βασίζεται η παρούσα μελέτη. Αυτή αφορά στην επέκταση υφιστάμενης ξενοδοχειακής μονάδας στην περιοχή του Καμαρίου Σαντορίνης, με την σύσταση νέας επιχείρησης που θα εδρεύει στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου και θα αφορά στην παροχή καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί, ότι το γεγονός ότι η προτεινόμενη περιοχή δημιουργίας του πάρκου είναι κοινή με αυτή στην οποία βρίσκεται η ξενοδοχειακή μονάδα, μας κάνει να προσεγγίζουμε αρχικά θετικά αυτό το εγχείρημα. Ωστόσο, στο δεύτερο μέρος της παρούσας μελέτης αναπτύσσεται διεξοδικά επιχειρηματικό πλάνο για το

αν και κατά πόσο προβλέπεται οικονομικά συμφέρον, ένα τέτοιου είδους επιχειρηματικό εγχείρημα.



Εικόνα 3.2 Σπηλιά στο βυθό της Σαντορίνης



Εικόνα 3.3 Σπηλιά στο βυθό της Σαντορίνης



Εικόνα 3.4 Ο βυθός της Σαντορίνης



Εικόνα 3.5 Ο βυθός της Σαντορίνης



Εικόνα 3.6 Ναυάγιο στο βυθό της Σαντορίνης



Εικόνα 3.7 Ο βυθός της Σαντορίνης

**ΜΕΡΟΣ Β΄ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ ΓΙΑ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

1.1 Ιστορικά Στοιχεία

Η υπάρχουσα ξενοδοχειακή μονάδα τύπου επιπλωμένων διαμερισμάτων, περιλαμβάνει 45 επιπλωμένα studios και διαμερίσματα πλήρως εξοπλισμένα με κλιματισμό, θυρίδα ασφαλείας, ειδικό χώρο κουζίνας και μπαλκόνι, καθώς και 6 υπερπολυτελή ειδικά διαμορφωμένα δωμάτια για να ικανοποιούν και τους πιο απαιτητικούς πελάτες. Το ξενοδοχείο είναι χτισμένο σύμφωνα με την παραδοσιακή νησιωτική αρχιτεκτονική μέσα σε μία μεγάλη έκταση με δέντρα και λουλούδια, διαθέτει εξωτερική αλλά και μια μικρότερη πισίνα για τα παιδιά, που περιβάλλονται από τροπικούς φοίνικες και προσφέρει στιγμές διασκέδασης αλλά και ασφάλειας στους πελάτες του. Λειτουργεί 6 μήνες το χρόνο, και συνεργάζεται με πρακτορεία του εξωτερικού για να προσεγγίσει πελάτες, παραχωρώντας σχεδόν το συνολικό αριθμό των δωματίων του σε αυτά. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι tour operators του εξωτερικού παίρνουν προμήθειες που αγγίζουν το 30%. Η πελατεία του στηρίζεται κυρίως σε άτομα που απευθύνονται σε τουριστικά γραφεία του εξωτερικού για να οργανώσουν τις διακοπές τους, αλλά και σε μεμονωμένους Έλληνες ταξιδιώτες.

Τη διοίκηση της επιχείρησης έχουν αναλάβει οι ιδιοκτήτες του ξενοδοχείου, καθώς το εν λόγω ζευγάρι είναι γνώστες του αντικειμένου και δεν χρειάζεται κάποιον εξειδικευμένο στέλεχος για να αναλάβει τα διοικητικά καθήκοντα. Η φιλοσοφία της διεύθυνσης ουσιαστικά όλα αυτά τα χρόνια εστιάζει στην παροχή υψηλής ποιότητας παροχών διαμονής, με τήρηση των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας, με μοναδικό σκοπό τη δημιουργία υψηλού αισθήματος ικανοποίησης των πελατών μέσα σε ένα άνετο και φιλόξενο περιβάλλον. Ακόμη, μεγάλη σημασία δίνεται στη δημιουργία επαναλαμβανόμενων και μόνιμων πελατών, καθώς είναι εκείνοι που θα κάνουν γνωστή την ικανοποίησή τους και σε άλλους δυνητικούς πελάτες. Η στήριξή τους συνεπώς, αποτελεί προτεραιότητα και έναν από τους στόχους της επιχείρησης.

Τέλος, με δεδομένο ότι το ξενοδοχείο παρουσιάζει πληρότητα 95% κατά τους μήνες λειτουργίας του, δυνατότητες για ανάπτυξη θεωρητικά θα μπορούσαν να υπάρξουν μόνο με επέκταση και αύξηση του αριθμού των κλινών. Ωστόσο, μία ενδεχόμενη επέκταση του ξενοδοχείου με την σύσταση μιας νέας επιχείρησης εντός της ξενοδοχειακής μονάδας με κύρια δραστηριότητα την παροχή καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, θα μπορούσε να οδηγήσει ενδεχομένως στην προσέλκυση επιπλέον αριθμού πελατών για το ξενοδοχείο οδηγώντας σε μεγαλύτερη κερδοφορία. Το γεγονός αυτό θα μπορέσει να επιτευχθεί τόσο μέσω των νέων υπηρεσιών που θα προσφέρονται, αλλά κυρίως μέσω της επέκτασης της τουριστικής περιόδου (εφόσον αναδειχθεί η Σαντορίνη ως καταδυτικός

προορισμός), αλλά και της ανάθεσης μικρότερου αριθμού δωματίων σε πρακτορεία, αφού πλέον το ξενοδοχείο θα απευθύνεται και θα προσελκύει και ένα άλλο target group εκείνο των Ευρωπαίων αυτοδωτών και των οικογενειών τους.

1.2 Τοποθεσία

Η ξενοδοχειακή μονάδα που περιγράφεται βρίσκεται στο κέντρο του Καμαρίου, ενός παραθαλάσσιου οικισμού, που αποτελεί σήμερα ένα από τα δημοφιλέστερα τουριστικά θέρετρα της Σαντορίνης, στη νοτιοανατολική πλευρά του νησιού. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί η πλεονεκτική θέση του ξενοδοχείου, αφού βρίσκεται σε ιδανική θέση σε σχέση με το Καταδυτικό Πάρκο που πρόκειται να δημιουργηθεί, καθώς στο σχεδιασμό του προτείνεται ως πρώτη προτεινόμενη θέση η περιοχή μεταξύ Καμαρίου και Περίσσας. Ακόμη, το ξενοδοχείο απέχει 4χλμ. από το Διεθνές Αεροδρόμιο της Σαντορίνης και μόλις 50μ. από την εκτενή και πλήρως οργανωμένη, κοσμοπολίτικη μαύρη παραλία. Τέλος, πολύ κοντά στο ξενοδοχείο υπάρχουν εναλλακτικές προτάσεις για τους ενοίκους, όπως εστιατόρια, καφετέριες και bar-clubs.

1.3 Προϊόντα & Υπηρεσίες

Στη συνέχεια αναφέρονται τα προϊόντα του ξενοδοχείου, χωριζόμενα σε δύο κατηγορίες των υπηρεσιών διαμονής και των υπηρεσιών εστίασης. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν τα επιπλωμένα διαμερίσματα και Studios με εξοπλισμένη κουζίνα για παρασκευή πρωινού και απλού γεύματος και καθημερινή υπηρεσία καθαρισμού, καθώς και οι έξι σουίτες που διαθέτει το ξενοδοχείο, ενώ στη δεύτερη οι υπηρεσίες καφέ-μπαρ δίπλα στην πισίνα, που προσφέρει αναψυκτικά, ποτά, καφέδες και μικρά γεύματα. Ακόμη, προβλέπονται και οι εξής παροχές: ασύρματη πρόσβαση στο internet (Wi-Fi), χρηματοκιβώτια ασφαλείας, δωρεάν χώρο στάθμευσης, καθώς και laundry service-dry cleaning service. Το ξενοδοχείο μεριμνά ώστε να προσφέρεται αναγνώριση στον πελάτη, τα δωμάτια να είναι καθαρά, οι υπάλληλοι υποδοχής ευγενικοί, το περιβάλλον ευχάριστο και οικείο και το σέρβις υψηλής ποιότητας. Ο τρόπος παροχής των υπηρεσιών και αντιμετώπισης του πελάτη αποτελούν στοιχεία μοναδικότητας του ξενοδοχείου.

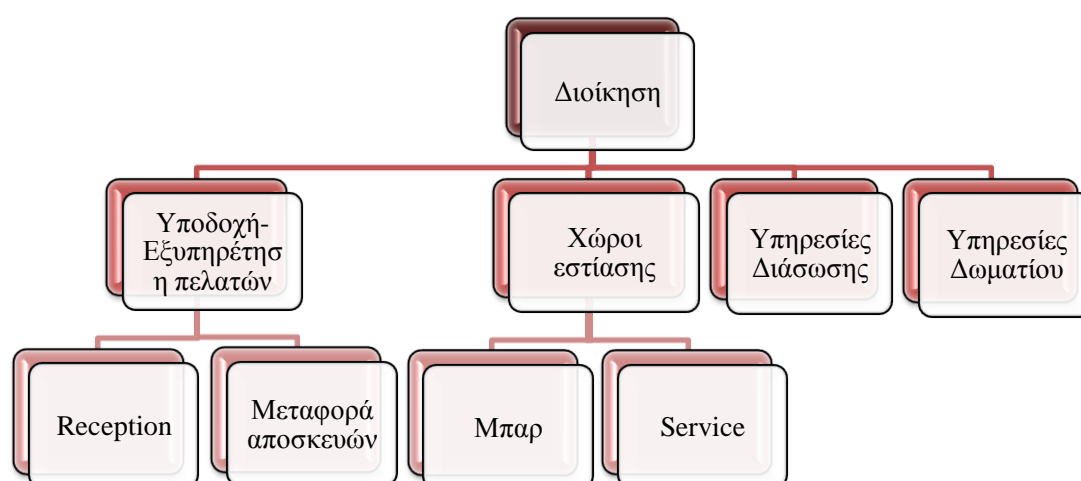
1.4 Ανθρώπινοι Πόροι - Οργανόγραμμα

Το ξενοδοχείο απασχολεί 9 εργαζόμενους (εξαρτημένη σχέση εργασίας) πλέον τις υπηρεσίες που παρέχουν οι δύο ιδιοκτήτες. Τα τμήματα της επιχείρησης και η στελέχωσή τους παρουσιάζονται πιο αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 1.1 Τμήματα του ξενοδοχείου

Τμήμα	Προσωπικό
Υποδοχή- Εξυπηρέτηση πελατών	2 άτομα στη reception
Χώροι εστίασης - (Καφέ μπαρ στην πισίνα)	1 άτομο στο χώρο του καφέ-μπαρ (παραγωγή) 2 άτομα στην εξυπηρέτηση (σερβιτόροι μπαρ)
Υπηρεσίες διάσωσης	1 άτομο στην πισίνα (ναυαγοσώστης)
Υπηρεσίες δωματίου	3 άτομα (καθαριότητα)
Διοίκηση	Οι ιδιοκτήτες

Οι αρμοδιότητες και οι ευθύνες του καθενός από τους εργαζομένους είναι απολύτως κατανοητές, όπως φαίνεται και στο οργανόγραμμα της επιχείρησης που ακολουθεί (Διάγραμμα 1.1). Κάθε είδους απόφαση λαμβάνεται από τη διοίκηση καθώς οι ιδιοκτήτες γνωρίζουν καλύτερα τη λειτουργία του ξενοδοχείου στο σύνολό της, όμως αρκετές φορές λαμβάνουν υπόψη τους και τις ιδέες και προτάσεις των τμημάτων. Την εκπαίδευση του προσωπικού επιμελείται κυρίως η Διεύθυνση του ξενοδοχείου, καθώς τα άτομα αυτά έχουν και το θεωρητικό υπόβαθρο, όπως έχει προαναφερθεί, αλλά και την εμπειρία. Η εκπαίδευση αφορά κυρίως τον τρόπο παροχής υπηρεσιών και γίνεται κατά τη διάρκεια του χειμώνα κυρίως εν είδη meeting.



Διάγραμμα 1.1 Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

2.1 Συνοπτική παρουσίαση του εγχειρήματος

Το εν λόγω επιχειρηματικό σχέδιο αφορά στην επέκταση υφιστάμενης ξενοδοχειακής μονάδας, που βρίσκεται στην περιοχή του Καμαρίου της Σαντορίνης. Η ανωτέρω επιχειρηματική ιδέα που αναλύεται λεπτομερέστερα στη συνέχεια, προέκυψε ύστερα από το ενδιαφέρον και τη σχετική πληροφόρηση του ερευνητή για την έναρξη πενταετούς προγραμματισμού για τη δημιουργία Καταδυτικού Πάρκου στην περιοχή, με την υπογραφή του Πιερ-Υβ Κουστώ. Δεδομένου λοιπόν αυτού, που θα αποτελέσει ένα ουσιαστικό βήμα προς την αναγνώριση της χώρας ως καταδυτικού προορισμού, αναπτύσσεται στη συνέχεια της παρούσας διατριβής η επιχειρηματική ιδέα. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τη μελέτη επέκτασης της υπάρχουσας ξενοδοχειακής μονάδας με τη σύσταση καταδυτικού κέντρου στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου και την αξιολόγηση της συγκεκριμένης επένδυσης με σκοπό τη λήψη της βέλτιστης απόφασης από μέρους της επιχείρησης για την πραγματοποίηση ή μη του συγκεκριμένου επιχειρηματικού εγχειρήματος.

Πιο συγκεκριμένα το εγχείρημα αφορά στη δημιουργία καταδυτικού κέντρου σε ιδιόκτητο οικόπεδο και στις ήδη υπάρχουσες ιδιόκτητες κτιριακές εγκαταστάσεις. Το καταδυτικό κέντρο θα είναι Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, και θα φέρει τον διακριτικό τίτλο “Thira Diving Center”. Θα πρόκειται ουσιαστικά, για μία πολύ μικρή επιχείρηση καθότι θα απασχολεί λιγότερα από 10 άτομα και ο κύκλος εργασιών θα είναι μικρότερος από 2 εκ. ευρώ, ακόμη θα υπάγεται στο νηολόγιο της Δ.Ο.Υ. Σαντορίνης και θα λειτουργεί 10 μήνες το χρόνο, από Μάρτιο έως και Δεκέμβριο.

2.2 Οργάνωση επιχείρησης

Η επιχείρηση που φέρει τον διακριτικό τίτλο “Thira Diving Center”, δραστηριοποιείται στον κλάδο των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, παρέχοντας υπηρεσίες τόσο κατάδυσης αναψυχής, όσο και υπηρεσίες εκπαίδευσης, ενοικίασης και πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού, στην περιοχή του Καμαρίου Σαντορίνης. Η επιχείρηση δεδομένης της επικείμενης δημιουργίας του Καταδυτικού Πάρκου Κουστώ, προσπαθεί να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν στον συγκεκριμένο κλάδο, κάνοντας τις απαιτούμενες κινήσεις, ώστε να κατακτήσει το ένα μερίδιο αγοράς της τάξεως του 4% στην τοπική αγορά μέσα στην πρώτη πενταετία, συνδέοντας την επίσκεψη στο Καταδυτικό Πάρκο και στο νησί, με το όνομα του καταδυτικού κέντρου ώστε να αποτελεί μοναδική επιλογή για τον πελάτη κάθε φορά που βρίσκεται στη Σαντορίνη. Με τον τρόπο αυτό όχι μόνο θα

επιτύχει τη βιωσιμότητά της, αλλά θα θέσει και τις βάσεις για μια επιτυχημένη πορεία στον κλάδο.

Οι επιμέρους στόχοι της επιχείρησης είναι οι εξής:

- Η παροχή υψηλής ποιότητας καταδυτικών υπηρεσιών με χρήση εξοπλισμού υψηλών προδιαγραφών
- Η ικανοποίηση των πελατών της, με τη φιλική- ζεστή προσέγγισή τους να αποτελεί προτεραιότητα
- Η απόκτηση φήμης (brand awareness)
- Η συνεχής εξέλιξη και αναβάθμιση του εξοπλισμού
- Η δημιουργία φιλικού και ευχάριστου περιβάλλοντος εργασίας για το προσωπικό της επιχείρησης
- Εξασφάλιση μέγιστου δείκτη ασφαλείας για τους πελάτες

Η νομική μορφή της επιχείρησης θα είναι Ε.Π.Ε. με διακριτικό τίτλο “Thira Diving Center”. Πιο αναλυτικά στο Παράρτημα II παρουσιάζεται η ροή των διαδικασιών που πρέπει να ακολουθηθούν για να γίνει η σύσταση της “Thira Diving Ε.Π.Ε.”, καθώς και η διαδικασία έκδοσης της Άδειας Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής όπως φαίνονται στα άρθρα 1-8 του ΦΕΚ (Αρ. Φύλλου 449).

Καινοτομικά Στοιχεία

Η καινοτομία της επιχείρησης έγκειται ουσιαστικά στη δυνατότητα προσφοράς δελεαστικών οικονομικά πακέτων παροχής καταδυτικών υπηρεσιών, διαμονής, παροχής πρωινού και μεσημεριανού γεύματος, καθώς και μεταφοράς των αυτοδυτών από και προς το αεροδρόμιο. **Το καταδυτικό κέντρο “Thira Diving Center” θα είναι το μόνο που στεγάζεται σε ξενοδοχείο** σε όλο το νησί, γεγονός που προσδίδει τα εξής πλεονεκτήματα:

- Δυνατότητα καλύτερης οργάνωσης των πακέτων και γενικότερα της διαμονής των αυτοδυτών στο νησί, αφού λόγω κοινής ιδιοκτησίας με το ξενοδοχείο εξαλείφεται το ενδεχόμενο σύγκρουσης συμφερόντων και ευοδώνεται η καλή συνεργασία.
- Δυνατότητα διαμόρφωσης πιο ολοκληρωμένων και ελκυστικότερων οικονομικά πακέτων στους πελάτες, σε σχέση με εκείνα που προσφέρονται από αντίστοιχες επιχειρήσεις του κλάδου που συνεργάζονται με ξενοδοχεία.

- Μείωση κόστους και χρόνου μεταφοράς των πελατών, αφού όλες οι προαναφερθείσες υπηρεσίες παρέχονται στα πλαίσια του ξενοδοχείου που βρίσκεται σε ιδανική τοποθεσία. [Μικρή απόσταση καταδυτικού από τη θάλασσα (30μ.) αλλά και από το επικείμενο Καταδυτικό Πάρκο-Κουστώ].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

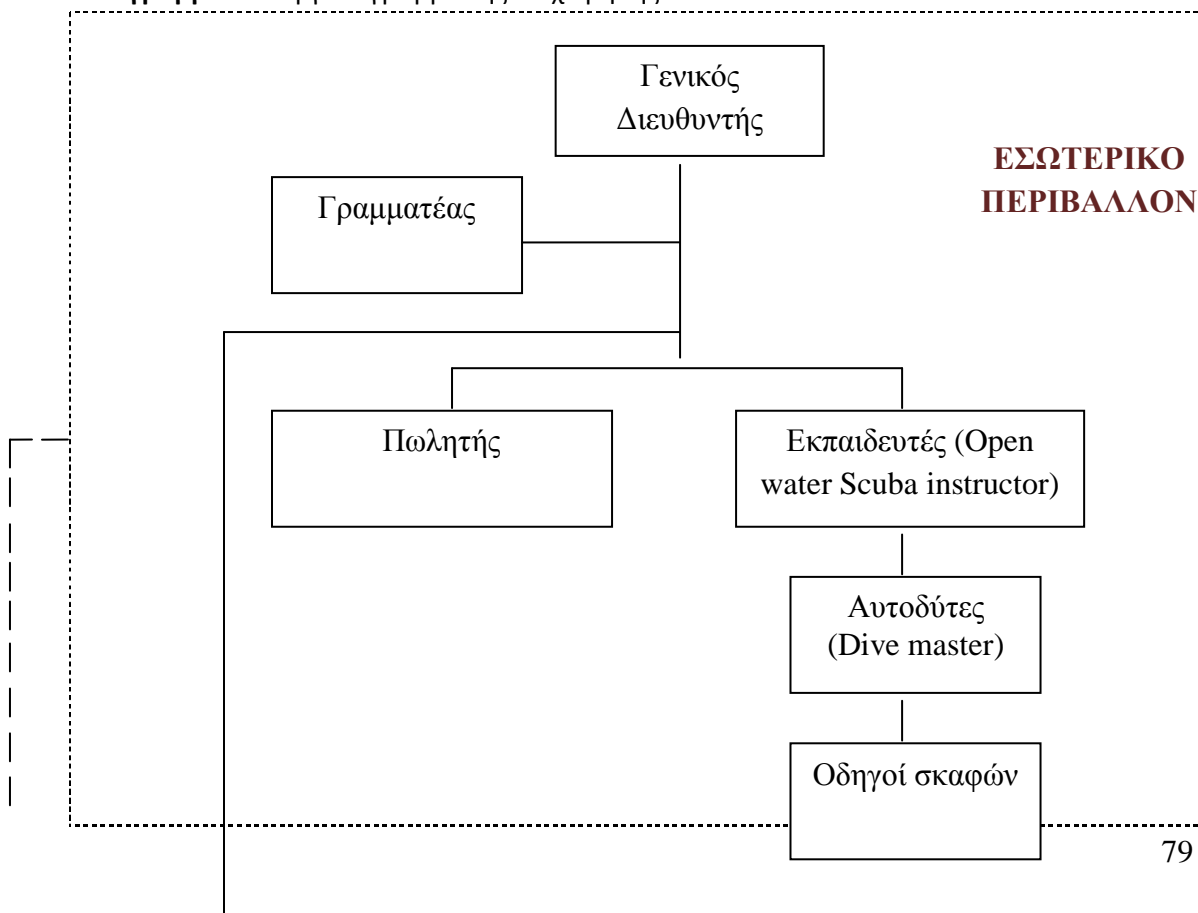
3.1 Οργανόγραμμα επιχείρησης

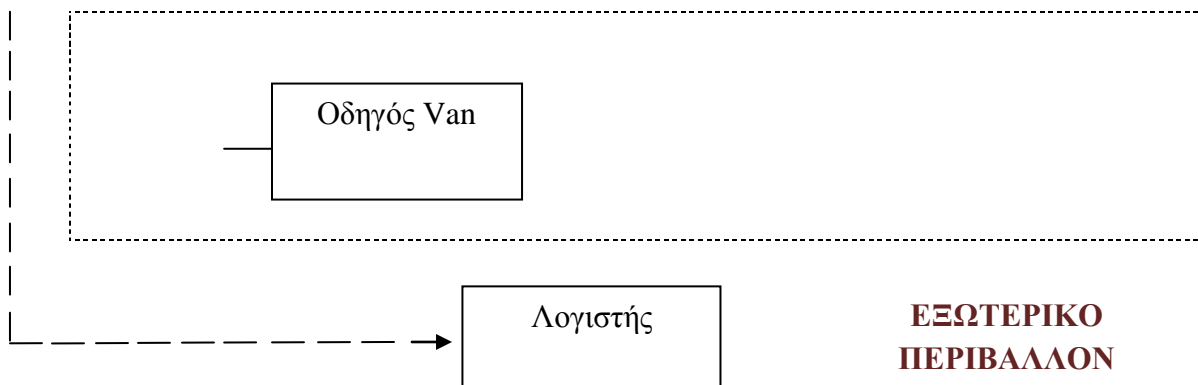
Η επιχείρηση θα αποτελείται από τα ακόλουθα τμήματα:

- Γενική Διεύθυνση
 - Διευθυντής
 - Γραμματεία
- Τμήμα Προώθησης-Προβολής- Επικοινωνίας
 - Πωλητής
- Τμήμα Καταδύσεων
 - Εκπαιδευτές
 - Δύτες (Dive Master)
 - Οδηγοί σκαφών
- Λοιποί συνεργάτες
 - Λογιστής
 - Οδηγός Van

Με βάση λοιπόν τον διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων δίνεται στη συνέχεια το οργανόγραμμα της επιχείρησης:

Διάγραμμα 3.1 Οργανόγραμμα της επιχείρησης





3.2 Ανθρώπινο Δυναμικό

Η επιχείρηση θα στελεχωθεί με ικανούς ανθρώπους που θα διαθέτουν πρωτίστως τις γνώσεις αλλά και την εμπειρία που μία επιχείρηση σαν αυτή έχει ανάγκη. Γενικά, το προσωπικό που θα απασχολεί η επιχείρηση εποχικής λειτουργίας, θα δεσμεύεται από την επιχείρηση με συμβάσεις ορισμένου χρόνου που λύνονται μόλις παρέλθει η περίοδος λειτουργίας του καταδυτικού κέντρου και θα επαναπρολαμβάνεται κατά τη νέα περίοδο εφόσον ο εργαζόμενος δηλώσει εγγράφως ότι επιθυμεί να απασχοληθεί.

Ο Γενικός Διευθυντής είναι φυσικά το πρόσωπο εκείνο που θα ηγείται της εταιρείας, υπεύθυνος για τον προσδιορισμό των στόχων της επιχείρησης, της χάραξης του στρατηγικού σχεδιασμού και της τελικής λήψης των αποφάσεων. Ακόμη, ο Γενικός παρουσιάζεται να είναι αρμόδιος για την σωστή προώθηση των υπηρεσιών που θα προσφέρει η επιχείρηση αλλά και εκείνος που θα φέρει την ευθύνη της οικονομικής διαχείρισης της εταιρείας, αφού το καταδυτικό κέντρο δεν θα διαθέτει Οικονομικό Διευθυντή. Ως εκ τούτου, στα καθήκοντά του προστίθενται και η παρακολούθηση της οικονομικής κατάστασης της εταιρείας, εξετάζοντας τα έσοδα και τις δαπάνες, και υπολογίζοντας την κερδοφορία και απόδοσή της. Ακόμη, αρμοδιότητά του αποτελεί η συνεχής παρατήρηση του ανταγωνισμού, των απαιτήσεων και της ικανοποίησης των πελατών, ενώ είναι υπεύθυνος και για τον ανθρώπινο παράγοντα, θέτοντας κίνητρα για τη βελτίωση της απόδοσής του. Η αμοιβή του Διευθυντή της επιχείρησης κυμαίνεται σε σχετικά υψηλά επίπεδα, με τα μικτά έσοδα ανά μήνα να είναι 2.000€. Οι μήνες πληρωμών είναι 12 και τα επιπλέον έξοδα έχουν υπολογιστεί στις 8.000€/έτος.

Ο πωλητής στο κατάστημα που θα περιλαμβάνει το καταδυτικό κέντρο θα έρχεται σε επαφή με τους πελάτες στοχεύοντας στην πώληση αλλά και στην ενοίκιαση εξοπλισμού που θα διατίθεται στο κατάστημα για αυτό τον σκοπό. Ο μικτός μισθός του πωλητή ανά μήνα είναι 800€. Επιπλέον, στην επιχείρηση θα

εργάζονται δύο εκπαιδευτές (κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους) με αμοιβή που ορίζεται στα 850€/μήνα (10 μήνες) και ένας αυτοδύτης με την πιστοποίηση του Dive master. Το πτυχίο αυτό αποτελεί το 1^ο για επαγγελματική κατάδυση παρέχοντας στον κάτοχό του το δικαίωμα να εργαστεί σε καταδυτικό κέντρο με την ιδιότητα του συνοδού. Η αμοιβή του Dive master ανέρχεται στα 650€/μήνα και οι μήνες πληρωμών είναι 10. Κατά του μήνες υψηλότερης ζήτησης η εταιρεία ενδέχεται να προβεί σε πρόσληψη ενός ή δύο ακόμα αυτοδυτών επιπέδου Dive Master. Ακόμη, η επιχείρηση θα απασχολεί έναν αρχικά οδηγό σκάφους, και κατά του μήνες υψηλότερης ζήτησης η εταιρεία ενδέχεται να προβεί σε πρόσληψη ενός ακόμα με αμοιβή 500€/ μήνα.

Τέλος, στην επιχείρηση θα εργάζεται μία Γραμματέας της οποίας η αμοιβή θα είναι 700€/μήνα (10 μήνες) και ένας οδηγός Van με αμοιβή 500€/μήνα (10 μήνες). Η εταιρεία θα συνεργάζεται τέλος, με εξωτερικό λογιστή που θα αμείβεται με 3.500€/ έτος, δεδομένου ότι οι εξωτερικοί λογιστές πληρώνονται με 250-450€/ μήνα αλλά και ότι θα χρησιμοποιηθεί ο ίδιος λογιστής που έχει αναλάβει και το ξενοδοχείο πετυχαίνοντας έτσι ευνοϊκότερη για τους ιδιοκτήτες συμφωνία.

Στον πίνακα 3.1 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αριθμός των εργαζομένων κατά το πρώτο έτος και το σύνολο αμοιβών τους, ενώ στον πίνακα 3.2 που ακολουθεί παρουσιάζεται η εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, όπου παρατηρείται και αύξησή του από το 2^ο έτος και μετά.

Πίνακας 3.1 Αριθμός και αμοιβές εργαζομένων κατά το πρώτο έτος

Θέση εργασίας	Αριθμός εργαζομένων	Αμοιβή (€/ μήνα)	Extra έξοδα (ετήσια)	Μήνες	Σύνολο αμοιβών
Γενικός Διευθυντής	1	2.000	8.000	12	32.000
Γραμματέας	1	700	0	10	7.000
Πωλητής	1	800	0	10	8.000
Εκπαιδευτής	2	850	0	10	17.000
Δύτες (Dive master)	1	650	0	10	6.500
Οδηγοί σκαφών	1	500	0	10	5.000
Οδηγός Van	1	500	0	10	5.000
Λογιστής					3.500

Πίνακας 3.2 Εξέλιξη Ανθρώπινου Δυναμικού, τα πέντε πρώτα έτη

Περιγραφή θέσης εργασίας	Αριθμός εργαζομένων 1 ^ο έτος	Αριθμός εργαζομένων 2 ^ο έτος	Αριθμός εργαζομένων 3 ^ο έτος	Αριθμός εργαζομένων 4 ^ο έτος	Αριθμός εργαζομένων 5 ^ο έτος
Γενικός Διευθυντής	1	1	1	1	1
Γραμματέας	1	1	1	1	1
Πωλητής	1	1	1	1	1
Εκπαιδευτής	2	2	3 (Για 6 μήνες)	3	3
Δύτες (Dive master)	1	1 (Για 6 μήνες)	1 (Για 6 μήνες)	1 (Για 6 μήνες)	1 1 (Υψηλή περίοδο)
Οδηγοί σκαφών	1	1	1	1 1 (Για 6 μήνες)	1 1 (Υψηλή περίοδο)
Οδηγός Van	1	1	1	1	1
Λογιστής	1	1	1	1	1

3.3 Επικοινωνιακές Ενέργειες

Η επιχείρηση για να γίνει γνωστή στους υποψήφιους πελάτες και για να τους προσεγγίσει όσο το δυνατόν περισσότερο, διατηρεί ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, σε πέντε γλώσσες (ελληνικά, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά). Ακόμη, από το 5^ο έτος της δημιουργίας της, έχει παρουσία στο 30% των διεθνών εκθέσεων καταδύσεων με το ποσοστό αυτό να αυξάνεται στα επόμενα χρόνια. Συγχρόνως, ο ίδιος ο διευθυντής γνωρίζει προσωπικά –με τα ονόματά τους- το μεγαλύτερο μέρος των επαναλαμβανόμενων πελατών και συζητά μαζί τους, τους καλωσορίζει ο ίδιος όταν έρχονται στο καταδυτικό κέντρο και τους αναγνωρίζει σε περίπτωση τηλεφωνικής τους επικοινωνίας μαζί του. Γενικά, το προσωπικό του κέντρου είναι πρόθυμο να συζητά με τους πελάτες γύρω από θέματα που έχουν σχέση με τις καταδύσεις την οικολογία αλλά και γενικότερου ενδιαφέροντος. Μέσα από τις συζητήσεις αυτές δομείται μια πιο στενή σχέση με τους πελάτες και ενδυναμώνονται οι δεσμοί που οδηγούν στην αφοσίωση.

3.4 Προϊόντα- Υπηρεσίες

Με τον όρο Παροχέας Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες υπηρεσίες: α) εκπαίδευση αυτοδυτών, β) οργανωμένη - καθοδηγούμενη κατάδυση, γ) εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού. Επιπλέον, η άσκηση αυτή της υποβρύχιας δραστηριότητας με αναπνευστικές συσκευές ή άλλα υποθαλάσσια μέσα, χάριν αναψυχής ή αθλητικών σκοπών, και τόσο η εκπαίδευση εκπαιδευτών αυτοδυτών, όσο και ερασιτεχνών αυτοδυτών, υπάγεται στην εποπτεία και στον έλεγχο του Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας. Επομένως, οι υπηρεσίες αυτές παρέχονται ύστερα από άδεια της αρμόδιας Λιμενικής Αρχής και ασκούνται στην περιοχή της αρμοδιότητάς της.

Το καταδυτικό κέντρο “Thira Diving Center” συνεπώς, είναι παροχέας καταδυτικών υπηρεσιών αναγνωρισμένος από το ΥΕΝ, με αντικείμενο την εκπαίδευση αυτοδυτών όλων των βαθμίδων, την οργανωμένη- καθοδηγούμενη κατάδυση και την εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού. Ακόμη, το “Thira Diving Center” είναι πιστοποιημένο από τον Γαλλικό Νηογνώμονα Bureau Veritas, σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα EN 14467. Παρέχεται κάθε είδους υπηρεσία της Αυτόνομης Κατάδυσης Αναψυχής, σε συνεργασία με τους οργανισμούς καταδύσεων ANDI (American Nitrox Divers International) και PADI (Professional Association of Diving Instructors). Όλες οι καταδύσεις που διενεργούνται καλύπτονται με ασφάλεια αστικής ευθύνης από την (DAN EUROPE). Τα μαθήματα διεξάγονται σε τμήματα που αποτελούνται από ένα έως και έξι άτομα ανά εκπαιδευτή, στην ελληνική, αγγλική, γερμανική, γαλλική και ιταλική, ενώ το πεδίο καταδύσεων του καταδυτικού κέντρου περιλαμβάνει τουλάχιστον 32 διαφορετικά καταδυτικά σημεία που βρίσκονται κυρίως στη δυτική και νοτιοδυτική πλευρά του νησιού αλλά και μέσα στον κρατήρα του ηφαιστείου.

Σκοπός του “Thira Diving Center” από την πρώτη κιόλας μέρα της λειτουργίας του, είναι να προσφέρονται στους πελάτες κορυφαίες υπηρεσίες και εξοπλισμός ποιότητας. Αυτά σε συνδυασμό με την καλύτερη δυνατή, φιλική και επαγγελματική εξυπηρέτηση, συμβάλλουν στην καλύτερη απόδοση των σκοπών της επιχείρησης και στην καλύτερη διασκέδαση των επισκεπτών της. Η φιλική και ζεστή προσέγγιση του πελάτη η άψογη οργάνωση και η κατάλληλη πληροφόρηση καθιστούν εύκολη και άνετη την παραμονή του στο καταδυτικό κέντρο. Στη συνέχεια, αναφέρονται λεπτομερέστερα οι υπηρεσίες που προσφέρονται:

- Snorkeling
- Αυτόνομη κατάδυση PADI

- Εκπαίδευση αυτοδυτών όλων των επιπέδων έως και Master Scuba Diver του διεθνούς καταδυτικού οργανισμού PADI, αλλά και μαθήματα βοηθών εκπαιδευτή Divemaster, Assistant Instructor και Instructor - Εκπαιδευτών - Ψυχαγωγικής και Τεχνικής Κατάδυσης.
- Τα προγράμματα εκπαίδευσης της PADI όπως αναφέρονται στη συνέχεια:
 - *Open Water Diver* (Δύτης ανοιχτής θάλασσας)
Ολοκληρώνοντας τον παραπάνω κύκλο μαθημάτων, ο αυτοδύτης έχει δικαίωμα να οργανώνει τις δικές του καταδύσεις (χωρίς τη συνοδεία εκπαιδευτή), να νοικιάζει εξοπλισμό και γενικά να καταδύεται ελεύθερα σαν αυτοδύτης.
 - *Advanced Open Water Diver*
Το δημοφιλές αυτό πρόγραμμα για προχωρημένους ερασιτέχνες αυτοδύτες, προσφέρει στους απόφοιτους αυτού όλες τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες για να πραγματοποιούν με ασφάλεια εξειδικευμένες αυτόνομες καταδύσεις, όπως η βαθιά κατάδυση, δηλαδή κάτω από 18μ. βάθος και τους δίνει τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε όλες τις ειδικότητες (PADI Specialties).
 - *Rescue Diver*
Αποτελεί την επόμενη βαθμίδα εκπαίδευσης και χωρίζεται σε δύο κομμάτια:
 - α) το PADI Rescue Diver Course και
 - β) το Emergency First Response (EFR)
 Έχει ως στόχο να επεκτείνει τη γνώση και την εμπειρία του αυτοδύτη πέρα από το καθαρά ψυχαγωγικό επίπεδο, μαθαίνοντάς τον να ασχολείται με την ασφάλεια και την υγεία των άλλων δυτών. Έτσι ο Rescue Diver είναι σε θέση να φέρει εις πέρας μία διάσωση αυτοδύτη που κινδυνεύει στη θάλασσα και να αντιμετωπίζει με επιτυχία οποιοδήποτε επικίνδυνο περιστατικό.
 - *Dive Master*
Το πρόγραμμα αυτό είναι το πρώτο βήμα για να γίνει κάποιος επαγγελματίας στο χώρο της κατάδυσης. Δουλεύοντας κοντά σε έναν PADI εκπαιδευτή (Open Water Scuba Instructor, OWSI), ο υποψήφιος επεκτείνει τις γνώσεις και τις δεξιότητές του πέρα από τα όρια της απλής κατάδυσης αναψυχής και αναπτύσσει τις ηγετικές του ικανότητες, εκπαιδευόμενος να επιβλέπει καταδυτικές δραστηριότητες και να βοηθά εκπαιδευτές αυτοδυτών στη διαχείριση των μαθητών.
 - *Open Water Scuba Instructor (OWSI)*
Το πρόγραμμα αυτό αποτελεί και το τελευταίο βήμα στην προσπάθεια να γίνει κάποιος εκπαιδευτής αυτοδυτών. Στη διάρκεια του IDC (Instructor Development Course) οι υποψήφιοι μαθαίνουν να

χρησιμοποιούν και να προσαρμόζουν το εκπαιδευτικό σύστημα της PADI στις ανάγκες του κάθε μαθητή. Ο εκπαιδευτής PADI μπορεί ουσιαστικά να διδάξει μια ευρύτατη γκάμα προγραμμάτων PADI, από Discover Scuba έως το Divemaster.

- Οργανωμένες καταδυτικές εκδρομές
- Μαθήματα γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση, δωρεάν στην πισίνα του ξενοδοχείου (Discover Scuba Diving- PADI)
- Μαθήματα ειδικοτήτων όπως:
 - *Night Diver* (Νυχτερινή Κατάδυση), βοηθώντας τους αυτοδύτες να γνωρίσουν τον έξτρα εξοπλισμό και τη χρήση των φωτιστικών μέσων
 - *Deep Diver* (Βαθιά κατάδυση): Εκπαίδευση στην οργάνωση και πραγματοποίηση βαθιάς κατάδυσης ως και τα όρια της κατάδυσης ψυχαγωγίας (40 μέτρα).
 - *Peak Performance Buoyancy* (απόκτηση πλευστότητας επιδόσεων)
 - *Digital Underwater Photographer*
 - *Wreck diver* (Κατάδυση σε ναυάγια)
 - *Search and Recovery* (Ειδικότητα έρευνας και ανέλκυσης)
 - *Underwater Navigator* (μαθήματα υποβρύχιου προσανατολισμού)
 - *Emergency Oxygen Provider* (παροχή οξυγόνου έκτακτης ανάγκης μετά από καταδυτικό ατύχημα)
- Πλήρωση φιαλών
- Ενοικίαση εξοπλισμού καταδύσεων αναψυχής. Η ενοικίαση εξοπλισμού καταδύσεων αναψυχής αφορά στην εκμίσθωση πλήρους σετ κατάδυσης αναψυχής, στολής, σετ ρυθμιστή πίεσης, ρυθμιστές πλευστότητας, φιάλη αέρα, σετ μάσκας, πτερυγίων, αναπνευστήρα, ζώνη βαρών, Dive Computer και φακό.
- Πώληση και service καταδυτικού εξοπλισμού
Στα πλαίσια των παρεχόμενων υπηρεσιών του καταδυτικού κέντρου, υπάρχει η δυνατότητα καθοδήγησης των πελατών για την αγορά του καταδυτικού τους εξοπλισμού, ώστε να ταιριάζει στις ανάγκες και στις προσωπικές τους οικονομικές δυνατότητες. Τέλος, το καταδυτικό κέντρο συνεργάζεται με τις καλύτερες εταιρείες του χώρου προσφέροντας κορυφαίο after sales service.
- Σχολεία πρώτων βοηθειών
Τα μαθήματα πρώτων βοηθειών προσφέρονται με τα πιο σύγχρονα προγράμματα, της DAN, EFR και ANDI ως και το επίπεδο του εκπαιδευτή Α' βοηθειών, CPR και παροχής Οξυγόνου.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση και διευκόλυνση των επισκεπτών του καταδυτικού κέντρου, διατίθενται:

- Άνετες, κλιματιζόμενες αίθουσες διδασκαλίας και εκδηλώσεων άρτια εξοπλισμένες
- Καταδυτικός εξοπλισμός των γνωστότερων εταιρειών πιστοποιημένος σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα για Αυτόνομη Κατάδυση Αναψυχής
- Αεροσυμπιεστές ελληνικής εταιρείας, για την πλήρωση των αναπνευστικών συσκευών, οι οποίοι είναι εγκατεστημένοι σε ειδικό κλιματιζόμενο χώρο
- Δύο καταδυτικά σκάφη για την άνετη και ασφαλή μεταφορά των αυτοδυτών
- Τμήμα Α' βοηθειών που περιλαμβάνει συσκευή ανίχνευσης φυσαλίδων Doprieg - συσκευές παροχής O₂ και πλήρως εξοπλισμένα φαρμακεία
- Ειδικά διαμορφωμένος χώρος για το πλύσιμο και το στέγνωμα του καταδυτικού εξοπλισμού
- WiFi σύνδεση ελεύθερα σε όσους επιθυμούν.

Ο κορυφαίος **εξοπλισμός ποιότητας** του καταδυτικού κέντρου αλλά και το τακτικό service του, αποτελούν ουσιαστική προϋπόθεση για την εξασφάλιση των υψηλών προδιαγραφών ασφαλείας της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας διατίθενται:

- 20 καινούργιες φιάλες για αέρα στη διάθεση των αυτοδυτών, 12 lt στα 232 bars (3300 PSI) με DIN ή Yoke κλείστρα. Διατίθενται επίσης 7 lt για παιδιά, 10 lt για όσους επιθυμούν μικρότερη φιάλη και φυσικά 15 lt για αυτούς με τις μεγαλύτερες απαιτήσεις σε αέριο
- ρυθμιστές με DS4 πρώτο στάδιο, κονσόλα 2 οργάνων με βαθύμετρο και μανόμετρο και ελαφρύ και μικρό ^{2ο} στάδιο, επιστόμιο σιλκόννης και yoke (Int) προσαρμογέα
- καταδυτικά κομπιούτερ
- στολές αντοχής που εφαρμόζουν καλά διεθνούς εταιρείας, σε αντρικά, γυναικεία αλλά και παιδικά μεγέθη για κάθε είδους βουτιά όπως: 2,5mm κοντές, 5mm ολόσωμες, γιλέκα σε 5mm και βεβαίως κουκούλες. Ακόμη, για ειδικότητες προσφέρονται και στεγανές στολές
- BCD που είναι σε άριστη κατάσταση και Wings
- ακόμη, μάσκες, αναπνευστήρες και πέδιλα διαφορετικών μεγεθών και στυλ, προερχόμενα από τις καλύτερες εταιρείες του χώρου
- τέλος, διατίθενται και πολλά χρήσιμα μικρά πραγματάκια για κάθε χρήση όπως Φακοί, μπαλόνια ανάδυσης, κλιπάκια κ.α.



Εικόνα 3.1 Εξοπλισμός καταδυτικού κέντρου

Αξίζει να σημειωθεί ότι παρέχεται ακόμη και η δυνατότητα αποτύπωσης φωτογραφικά σε φίλμ ή CD-ROM αλλά και σε DVD των καταδυτικών εμπειριών των επισκεπτών του καταδυτικού, δίνοντάς τους έτσι την ευκαιρία να πάρουν μαζί τους στο σπίτι τις εμπειρίες τους.

Σχετικά με την **εκπαίδευση** των ερασιτεχνών αυτοδυτών, αξίζει να αναφερθεί ότι παρέχεται σε κλιματιζόμενη αίθουσα θεωρίας χωρητικότητας 10 ατόμων, με χρήση μοντέρνων οπτικοακουστικών μέσων και πλήρες εκπαιδευτικό υλικό. Ακόμη τα μαθήματα ασφαλούς περιβάλλοντος γίνονται στην θερμαινόμενη πισίνα του ξενοδοχείου, ενώ οι ακτές για τα μαθήματα στην ανοικτή θάλασσα είναι σε απόσταση μόλις 30μ. από το καταδυτικό κέντρο (αποφεύγοντας με αυτό τον τρόπο την επίπονη διαδικασία διάνυσης μεγάλων αποστάσεων με βαρύ εξοπλισμό).

Όσον αφορά στο **χώρο του καταδυτικού κέντρου** είναι άνετος, ευρύχωρος (135τ.μ.) και καθαρός. Ο αρκετά μεγάλος εξωτερικός χώρος με το ξύλινο τραπέζι και τους πάγκους συμβάλλει στη δημιουργία φιλικού και άνετου περιβάλλοντος, αφού δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες του καταδυτικού να περάσουν όμορφα αρκετές ώρες της ημέρας, χαλαρώνοντας με ένα βιβλίο ανάμεσα στις καταδύσεις. Ακόμη, στο δροσερό και σκιερό αυτό χώρο μπορούν να απολαύσουν τον καφέ ή το αναψυκτικό τους, ενώ στη διάθεσή τους είναι και πλήθος σνακ της κουζίνας. Τουαλέτες και ντους με ζεστό νερό είναι διαθέσιμα καθόλη τη διάρκεια της ημέρας, ενώ στο κατάστημα του κέντρου υπάρχει ποικιλία καταδυτικών ειδών σε άριστες τιμές. Τέλος, το καταδυτικό κέντρο διαθέτει άφθονους, καθαρούς αποθηκευτικούς χώρους, με ειδικές προσωπικές κρεμάστρες και ράφια για τον εξοπλισμό, αλλά και ευάερο χώρο για τα βρεγμένα, με ειδικά καλάθια για το στράγγισμα των μικροπραγμάτων και σκιερό χώρο για τις στολές και τα BCDs.

Ωστόσο, εκτός των υπηρεσιών που αναφέρθηκαν προηγουμένως, η επιχείρηση εστιάζει κυρίως στους αυτοδύτες του εξωτερικού που θα επισκεφτούν το νησί με σκοπό να καταδυθούν στο βυθό του και τους προσφέρει ένα σύνολο υπηρεσιών διαμονής, εστίασης (γεύμα και πρωινό), βουτιών και μεταφοράς από και προς το αεροδρόμιο. Σε αυτό συμβάλλει θετικά το γεγονός ότι το καταδυτικό όχι μόνο στεγάζεται στο ξενοδοχείο αλλά είναι κοινής ιδιοκτησίας επομένως με κοινό συμφέρον αποφεύγονται πολλά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν συνήθως ιδιοκτήτες καταδυτικών κέντρων που φιλοξενούνται σε ξενοδοχεία. Επιπλέον, το καταδυτικό κέντρο όντας το μοναδικό στο νησί που βρίσκεται μέσα σε ξενοδοχείο, έχει τη δυνατότητα προσφοράς ελκυστικών οικονομικά **καταδυτικών πακέτων** πολύ ανταγωνιστικών στον συγκεκριμένο κλάδο. Για την επίτευξη προσφοράς των παραπάνω υπηρεσιών το καταδυτικό κέντρο συνεργάζεται με παραλιακό εστιατόριο δίπλα στο ξενοδοχείο. Στη συνέχεια παρουσιάζονται ενδεικτικά κάποια από τα ολοκληρωμένα αυτά καταδυτικά πακέτα που προσφέρονται:

Πίνακας 3.3 Προσφερόμενα καταδυτικά πακέτα

Ολοκληρωμένα Καταδυτικά Πακέτα				
Ημέρες Διαμονής	Νύχτες Διαμονής	Ημέρες κατάδυσης	Βουτιές	Περιλαμβάνονται
8	7	5	6	Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, διαμονή, πρωινό και μεσημεριανό, ειδικός εξοπλισμός, φιάλες και βάρη, ασφάλιση, σνακ και αναψυκτικά ανάμεσα στις καταδύσεις, επαγγελματίας της PADI συνοδός κατάδυσης.
3	2	2	4	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης χωρίζεται σε δύο μέρη, το Γενικευμένο Περιβάλλον (societal environment) και το Άμεσο Περιβάλλον (task environment).

4.1 Γενικευμένο Περιβάλλον (Πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό, τεχνολογικό, περιβαλλοντικό, νομικό)

Το Γενικευμένο Περιβάλλον (societal environment) περιλαμβάνει δυνάμεις που δεν επηρεάζουν άμεσα τη βραχυχρόνια δραστηριότητα της επιχείρησης, όπως:

- ✓ Πολιτικές δυνάμεις (P)
- ✓ Οικονομικές εξελίξεις (E)
- ✓ Κοινωνικές δυνάμεις (S)
- ✓ Τεχνολογικές δυνάμεις (T)
- ✓ Νομικές δυνάμεις (L)
- ✓ Περιβαλλοντικές δυνάμεις (E)

Πολιτικές δυνάμεις:

Η ανάλυση του πολιτικού περιβάλλοντος αποκτά ιδιαίτερη σημασία για τον κλάδο των Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής, αφού όπως αποδεικνύεται μέχρι σήμερα παρατηρώντας τον παγκόσμιο χάρτη του κλάδου, τα ιδιαίτερα πολιτικά και νομικά καθεστάτα κάθε χώρας προάγουν ή αντίθετα περιορίζουν την εξέλιξη του καταδυτικού τουρισμού και κατά επέκταση έχουν τις αντίστοιχες επιπτώσεις και στη λειτουργία των παροχέων καταδυτικών υπηρεσιών.

- Το γεγονός ελέγχου της δημοσιονομικής πολιτικής της χώρας μας από το ΔΝΤ (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο) τα τρία τελευταία χρόνια, αλλά και η πολιτική αστάθεια που επικρατεί, ιδιαιτέρως μετά την εκλογή της κυβέρνησης συνεργασίας της 17^η Ιουνίου, επιδεινώνουν την κατάσταση στην ελληνική πραγματικότητα. Ταυτόχρονα, ο κίνδυνος προκλήσεως ταραχών, διαδηλώσεων, απεργιών και γενικότερα επεισοδίων στη χώρα προκαλεί φόβο και ανησυχία διεθνώς, δημιουργώντας ένα σημαντικό πλήγμα στον τομέα του τουρισμού στη χώρα μας.

Καθεστώς Ενισχύσεων

Την τελευταία δεκαετία είναι γεγονός πως τουλάχιστον σε επίπεδο προγραμματισμού, έγιναν σημαντικά βήματα για την ανάπτυξη των βασικών δομών του εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι:

- Το Στρατηγικό Σχέδιο Ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010

Γενικά, στόχοι όπως η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με ανάπτυξη θεματικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού, βρήκαν στήριξη μέσα από διάφορες νομοθετικές παρεμβάσεις για την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού, τη στήριξη πρότυπων επενδύσεων ή ακόμα και τη στήριξη των ατόμων με ειδικές ανάγκες (ΑμεΑ) μέσω μιας πρωτοποριακής για την εποχή προσέγγισης που αφορούσε το πρόγραμμα «Όλοι στην άμμο». Ακόμη, δόθηκαν επενδυτικά κίνητρα για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μέσω του αναπτυξιακού νόμου 3299/2004 για τη δημιουργία εγκαταστάσεων αθλητικού τουρισμού, ξενοδοχείων καθώς και αναπαλαίωση και διαμόρφωση παραδοσιακών κτηρίων σε ξενοδοχεία. Τελικά, μέσω των δύο φάσεων του επενδυτικού νόμου 3299/2004 οι επενδύσεις που υλοποιούνταν από το 2005 έως το 2008 ανέρχονταν στο ύψος των 9,3 δις. ευρώ, ενώ προβλέπονταν μέσω αυτών η δημιουργία 23.441 νέων θέσεων εργασίας. Τέλος, το κράτος βοηθά τις νέες επιχειρήσεις με προγράμματα επιχορηγήσεων όπως π.χ. το “Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα” 2007–2013, “Εναλλακτικός τουρισμός” κ.α.

Μισθοί – Συμβάσεις Εργασίας

Με το νομοσχέδιο που ψηφίστηκε το Φεβρουάριο του 2012, οι συλλογικές συμβάσεις καταργήθηκαν και το καθεστώς πρόσληψης νεοπροσλαμβανομένων έχει μετατραπεί με το βασικό μισθό να μειώνεται κατά πολύ. Επιπλέον, με το νέο πολυνομοσχέδιο που ψηφίστηκε τον Νοέμβριο του 2012, κοινώς λεγόμενο ως «μνημόνιο 3» θεσπίζεται νέο σύστημα καθορισμού του κατώτατου μισθού που θα τεθεί σε ισχύ από την 1^η Απριλίου του 2013, ενώ αναστέλλεται η προσαύξηση του κατώτατου μισθού και ημερομισθίου για προϋπηρεσία μέχρι η ανεργία να διαμορφωθεί σε ποσοστό κάτω του 10%. Ακόμη, από 1^η Ιανουαρίου 2013 καταργούνται όλα τα ειδικά επιδόματα ανεργίας, καθώς και τα δώρα Χριστουγέννων- Πάσχα και τα επιδόματα αδειάς.

Οικονομικές εξελίξεις:

Είναι γεγονός πως εδώ και δυόμισα χρόνια, η χώρα μας βιώνει μια πρωτοφανή για τα μεταπολεμικά δεδομένα οικονομική κρίση, προερχόμενη μεν από τη διεθνή χρηματοπιστωτική κατάρρευση του 2008, αλλά αποκτώντας τεράστιες διαστάσεις βρισκόμενη ταυτόχρονα εκτεθειμένη στα δίδυμα ελλείμματα του χρέους και της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας. Έτσι, τα τελευταία 4 χρόνια η Ελλάδα ήταν μετά την Ιρλανδία η χώρα με τη μεγαλύτερη συρρίκνωση του ΑΕΠ. Τα οριστικά στοιχεία για το 2011 διαμορφώνουν το έλλειμμα στην Ελλάδα στο 9,4% του ΑΕΠ, ενώ την ίδια περίοδο το χρέος -χωρίς να λαμβάνεται υπόψη η επίπτωση του PSI- εκτοξεύτηκε στο 170,6% του ΑΕΠ, με το χρέος να διαμορφώνεται σε απόλυτους αριθμούς στα 355,66 δις ευρώ από 329,51 δις ευρώ το 2010.

Ακόμη, η διεθνής χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση οδηγεί την Ευρωπαϊκή Ένωση προς ύφεση, με την οικονομική επιβράδυνση να επεκτείνεται ήδη από την περιφέρεια στις μεγαλύτερες οικονομίες του «πυρήνα», ενώ αλλάζει ριζικά το τοπίο δημιουργώντας μια ιδιαίτερα δυσχερή συγκυρία για τον κλάδο του τουρισμού.

Όσον αφορά στην προσφορά χρήματος, οι τράπεζες της Ελλάδος σήμερα είναι υπό καθεστώς πτώχευσης σύμφωνα με την ΕΚΤ (Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα) και αναμένεται να λειτουργήσουν σε κανονική ροή στην παγκόσμια αγορά με την ανακεφαλαιοποίησή τους μέσω του μηχανισμού του PSI και την παροχή εγγυήσεων από την ελληνική κυβέρνηση. Ωστόσο, οι τεχνικές επιπλοκές και οι αμφιβολίες ορισμένων ευρωπαϊκών κυβερνήσεων απειλούν να υπονομεύσουν το σχέδιο της Ευρωζώνης να επιτρέψει στο Μηχανισμό Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας (ESM) να ενισχύσει άμεσα την ανακεφαλαιοποίηση των αδύναμων τραπεζών.

Γεγονός είναι ακόμα, ότι τα επιτόκια δανεισμού που καλούνται να πληρώσουν οι επιχειρήσεις στις χώρες του νότου της Ευρωζώνης αυξήθηκαν απότομα τον Ιούλιο του 2012, σε αντίθεση με τα επιτόκια στη βόρεια Ευρωζώνη που ακολουθούν πτωτική τάση. Η μεγάλη απόκλιση των επιτοκίων προκαλεί ανταγωνιστικό μειονέκτημα στις επιχειρήσεις του νότου, επομένως και της χώρας μας σε σχέση με τις ανταγωνίστριές τους στο βορρά. Η επίπτωση από τα υψηλά επιτόκια δε, στην οικονομία της χώρας μας είναι ακόμη πιο αρνητική, επειδή η ελληνική κυβέρνηση έχει λάβει ήδη δρακόντεια μέτρα λιτότητας. Επομένως, κρίνεται δύσκολη η παρακίνηση του εκάστοτε επιχειρηματία, από το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα να ιδρύσει, να επεκτείνει ή και να λειτουργήσει μια επιχείρηση στηριζόμενος στον τραπεζικό δανεισμό.

Κοινωνικές δυνάμεις:

Η γήρανση του πληθυσμού της Ευρώπης που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σε αντίθεση με την αύξηση του πληθυσμού της Ασίας και της Αμερικής (που προβλέπεται να είναι 17% και 18% αντίστοιχα μέσα στα επόμενα 15 χρόνια), οδηγεί σταδιακά στην αύξηση των ατόμων του ευρωπαϊκού πληθυσμού ηλικίας άνω των πενήντα ετών. Ταυτόχρονα, όμως στην Ασία η πλειοψηφία του πληθυσμού θα είναι κάτω των σαράντα πέντε ετών, γεγονός που ενδεχομένως να οδηγήσει σε σταδιακή διαφοροποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των τουριστών αυτών των χωρών προέλευσης από αυτές που επικρατούν σήμερα.

Ακόμη, το χάσμα μεταξύ πλούσιων και φτωχών που έχει αρχίσει να φαίνεται κυρίως στις οικονομίες της δύσης, διαρκώς αυξάνεται δημιουργώντας ολοένα και μεγαλύτερη αβεβαιότητα για το μέλλον της μεσαίας τάξης. Το γεγονός αυτό θα επηρεάζει με διαφορετικό τρόπο την τουριστική ζήτηση που πιθανόν να οδηγήσει στην εκ νέου διαμόρφωση της τουριστικής προσφοράς.

Αυξητική χαρακτηρίζεται η τάση των πιστοποιημένων αυτοδυτών, με περισσότερους από 1.300.000 αυτοδύτες να πιστοποιούνται το χρόνο, παγκοσμίως και με συνολικό που ξεπερνά τα 24 εκατομμύρια σε όλο τον κόσμο. Σημαντικό είναι ακόμη το γεγονός αύξησης των αριθμών αυτών, καθώς χώρες όπως η Ινδία και η Κίνα πλησιάζουν όλο και περισσότερο τον ανεπτυγμένο κόσμο, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν τάσεις αύξησης του ρυθμού ανάπτυξης του κλάδου.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως η Ελλάδα ανταποκρίνεται στην διεθνή τάση για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού της προϊόντος τα τελευταία χρόνια, και προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Η πληθώρα τέτοιων εμπειριών που μπορεί να προσφέρει η χώρα σε συνδυασμό με νεωτεριστική επιχειρηματικότητα, μπορούν να αναδείξουν πρωτότυπες κερδοφόρες επενδυτικές ευκαιρίες στον κλάδο.

Τεχνολογικές δυνάμεις:

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ολοένα και μεγαλύτερη τεχνολογική-διαδικτυακή εξέλιξη με αύξηση της χρήσης του διαδικτύου και αυξημένη διάδραση των ατόμων στο πλαίσιο της κοινωνικής δικτύωσης (social media). Παρατηρείται επίσης συνεχής αναβάθμιση των πληροφοριακών συστημάτων με τους επαγγελματίες του τουρισμού να επενδύουν συνεχώς σε on-line στρατηγικές, εστιάζοντας στη διευκόλυνση της αγοραστικής διαδικασίας.

Αξιοσημείωτες είναι επίσης, οι εξελίξεις της τεχνολογίας και στον κλάδο των αερομεταφορών με αύξηση των απευθείας πτήσεων και με την παράλληλη μείωση του χρόνου του ταξιδιού να αποτελούν διαχρονικές τάσεις αυξάνοντας έτσι τον παγκόσμιο ανταγωνισμό.

Νομικές δυνάμεις:

Θεσμικό πλαίσιο:

Μετά από πολλά χρόνια αυστηρής νομοθεσίας στην Ελλάδα, που απαγόρευε τις καταδύσεις ψηφίστηκε το 2005 ο νέος καταδυτικός **νόμος 3409/2005** (ΦΕΚ 273Α) (Παράρτημα Ι) '**Καταδύσεις Αναψυχής και Άλλες Δραστηριότητες**', σύμφωνα με τον οποίο οι καταδύσεις επιτράπηκαν σε όλη την επικράτεια με εξαίρεση τις περιοχές αρχαιολογικού ενδιαφέροντος και τις περιοχές των Θαλάσσιων Πάρκων (Αλοννήσου και Ζακύνθου). Με τον νόμο αυτό ρυθμίστηκε μία σειρά θεμάτων που αφορούσαν κυρίως στην εκπαίδευση στις ερασιτεχνικές καταδύσεις και στην εφαρμογή των ευρωπαϊκών προτύπων για την κατάδυση, σε αυτήν. Ακόμη, ο νόμος πραγματευόταν την απελευθέρωση της αυτόνομης κατάδυσης στις ακτές της χώρας και τη ρύθμιση των απαγορεύσεων λόγω αρχαιολογικού ενδιαφέροντος σε ορισμένες περιοχές, που επεκτείνονται σε κάθε είδους ερασιτεχνική δραστηριότητα (ακόμη και ελεύθερη κατάδυση και υποβρύχιο ψάρεμα). Το τρίτο θέμα που κάλυπτε ο νόμος 3409/2005 ήταν η δημιουργία Περιοχών Οργανωμένης Ανάπτυξης Καταδυτικού Πάρκου (ΠΟΑΚΠ) (για συντομία 'Καταδυτικά Πάρκα'), όπου αποτέλεσε και την έναρξη ενός νομικού πλαισίου που θα επέτρεπε την ίδρυσή τους, ακόμη και από ιδιωτικούς φορείς και περιέγραφε τον τρόπο λειτουργίας τους. Η αυτόνομη κατάδυση στην Ελλάδα λοιπόν, είναι πλέον ελεύθερη. Τα καταδυτικά κέντρα και οι σχολές κατάδυσης οργανώνονται, πολλαπλασιάζονται και εξοπλίζονται και αρχίζει μια νέα εποχή για το θαλάσσιο τουρισμό και μια νέα μορφή εναλλακτικού τουρισμού: ο καταδυτικός τουρισμός.

Περιβαλλοντικές δυνάμεις:

Παράλληλα με τις βασικές δράσεις που αφορούν στον εναλλακτικό τουρισμό και έχουν λάβει χώρα στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, έχει γίνει ιδιαίτερα κατανοητό ότι όποια διαχείριση ή στήριξη προσπαθειών κι αν ακολουθήσει ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μπορεί να είναι ανεξάρτητος από την αειφόρο (βιώσιμη) ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες απευθύνεται. Τα τελευταία χρόνια λοιπόν, γίνεται αναφορά στην πράσινη επιχειρηματικότητα η οποία βέβαια αφορά και άλλους τομείς πλην του τουρισμού. Γίνεται λοιπόν προσπάθεια να προσαρμοστούν οι

όποιες δράσεις αλλά και οι ειδικές μορφές τουρισμού σε μια αειφορική διαχείριση του περιβάλλοντος.

Επιπλέον, οι κλιματικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια αποτελούν γεγονός, ενώ οι επιστήμονες προειδοποιούν ότι στο μέλλον θα έχουμε να αντιμετωπίσουμε συνεχόμενη αύξηση της μέσης θερμοκρασίας και άνοδο της στάθμης της θάλασσας. Η Βόρεια Ευρώπη, η Μεσόγειος και η Βόρεια Αμερική αναμένεται να αντιμετωπίσουν σημαντική αύξηση της θερμοκρασίας (πάνω από τον παγκόσμιο μέσο όρο) μέσα στα επόμενα χρόνια, γεγονός που μπορεί να επιδράσει στη συμπεριφορά των καταναλωτών ως προς τη μετακίνηση και τις ταξιδιωτικές τους επιλογές, διαμορφώνοντας εκ νέου το μίγμα αγοράς του ελληνικού τουρισμού.

Τα διάφορα ακραία φυσικά φαινόμενα (σεισμοί, τσουνάμι, τυφώνες) επίσης, που λαμβάνουν χώρα σε διάφορες περιοχές του κόσμου παρατηρείται ότι προσδίδουν ολοένα και μεγαλύτερη αξία στον παράγοντα ασφάλεια, ως κριτήριο επιλογής των τουριστικών προορισμών.

Επιπροσθέτως, στην Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (WSSD) το 2002 στο Γιοχάνεσμπουργκ, τέθηκε ως στόχος η καθιέρωση ενός παγκόσμιου συστήματος αντιπροσωπευτικών δικτύων Θαλάσσιων Προστατευόμενων Περιοχών μέχρι το 2012, γεγονός που προϋποθέτει την άμεση διεθνή δραστηριοποίηση. Η Παγκόσμια Επιτροπή για τις Θαλάσσιες Προστατευόμενες Περιοχές (ΠΕΘΠΠ), αν και χρειάζεται σημαντική ενίσχυση, προωθεί αυτό το στόχο. Η δημιουργία θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών συμβάλλει ουσιαστικά στη διατήρηση της θαλάσσιας βιοποικιλότητας και τη μακροχρόνια ευημερία των τοπικών περιοχών. Η φιλόδοξη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, «Στρατηγική για το Θαλάσσιο Περιβάλλον» θεσπίζει το πλαίσιο και τους κοινούς στόχους για την προστασία και τη διατήρηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος έως το 2021. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο στόχος τα κράτη – μέλη αξιολογούν την κατάσταση των θαλασσών τους και χαράζουν τις δικές τους στρατηγικές, θέτοντας σε εφαρμογή τα απαραίτητα διαχειριστικά σχέδια.

Τέλος, περισσότερα από 80 Καταδυτικά Πάρκα λειτουργούν παγκοσμίως με ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στην οικονομία και στο θαλάσσιο περιβάλλον ενώ παράλληλα στην Ελλάδα το ενδιαφέρον προς αυτή την κατεύθυνση γίνεται γνωστό μέσα από τις πρόσφατες πρωτοβουλίες για τη δημιουργία Καταδυτικών Πάρκων εκτός από τη Σαντορίνη και σε άλλα μέρη της χώρας όπως στην Κρήτη, τη Ρόδο, τη Μεθώνη, την Κάρυστο, τις Σποράδες και αλλού.

4.2 Ανάλυση Μικρο- περιβάλλοντος (Κλάδος)

Χαρακτηριστικές τάσεις του κλάδου

Ο κλάδος των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους αναψυχής παγκοσμίως. Ωστόσο, ενώ σε ευρωπαϊκό επίπεδο αριθμεί πάνω από 20 χρόνια ανάπτυξης, ο κλάδος των καταδυτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα έχει παρουσιάσει σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια. Με την επιβολή του νόμου 3409/2005 και την απελευθέρωση των ελληνικών νερών για τους απανταχού αυτοδύτες, δόθηκε μεγάλη ώθηση στην ανάπτυξη του καταδυτικού τομέα στη χώρα μας. Έτσι, τα αμέσως επόμενα χρόνια παρατηρείται είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο με μια αύξηση της τάξης του 200% μέσα στην επταετία που ακολούθησε, αριθμώντας πλέον σήμερα περίπου τα 240. Επιπλέον, μετά την επιβολή του νέου Νόμου (3409/2005), σημειώθηκε αύξηση κατά 30% των πτυχίων ερασιτεχνών αυτοδυτών που εκδόθηκαν στην Ελλάδα, φτάνοντας το 2007 στα 14.000 περίπου. Τα επόμενα χρόνια οι αριθμοί αυτοί παρέμειναν αρκετά σταθεροί και σε υψηλά επίπεδα. Οι Έλληνες αυτοδύτες αποτελούν ταχύτατα αυξανόμενο εσωτερικό τουρισμό, αλλά οι τάσεις που διαφαίνονται είναι ότι προτιμούν να καταδύονται μόνοι τους και όχι με καταδυτικά κέντρα, κυρίως λόγω των υψηλών τιμών. Ακόμη, φαίνεται πως αγοράζουν καταδυτικά υλικά απευθείας από το εξωτερικό και ίσως στο μέλλον αυξηθεί και ο αριθμός εκείνων που ταξιδεύουν στο εξωτερικό για να εκπαιδευτούν. Οι υπάρχουσες εταιρείες στον κλάδο πλέον διευρύνουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, με στόχο τόσο την προσέγγιση νέων πελατών όσο και την πιο αποτελεσματική εξυπηρέτησή τους.

Συνοψίζοντας, η παροχή καταδυτικών υπηρεσιών στα πλαίσια της ερασιτεχνικής κατάδυσης συνίσταται στα εξής:

- Παροχή συγκεκριμένου αριθμού καταδύσεων (βουτιών), σύμφωνα με την επιθυμία του πελάτη
- Προσφορά επιπλέον παροχών, που περιλαμβάνει εκτός από έναν αριθμό βουτιών και τη μεταφορά των αυτοδυτών στις εκάστοτε τοποθεσίες κατάδυσης και προτάσεις όσον αφορά στη διαμονή στο νησί
- Προσφορά εξειδικευμένων καταδύσεων όπως η νυχτερινή κατάδυση
- Εκπαίδευση για λήψη της επιθυμητής από τον πελάτη πιστοποίησης από κάποιον από τους 5 διεθνείς οργανισμούς που αναγνωρίζονται σήμερα από την ελληνική νομοθεσία
- Δυνατότητα αλλά και εκπαίδευση στην τεχνική κατάδυση, για όσους αρέσκονται στην ανάληψη ρίσκου και στις προσωπικές επιτεύξεις

- Ενοικίαση εξοπλισμού και τεχνική υποστήριξη αυτού.

Παρόλα αυτά, έτσι όπως διαμορφώνεται ο καταδυτικός κλάδος στη χώρα μας αυτή τη στιγμή, στηρίζεται ουσιαστικά σε εκείνους τους αυτοδύτες ή τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα μας για διακοπές και παράλληλα κάνουν κάποιες καταδύσεις ή και σχολεία στα πλαίσια των δραστηριοτήτων αναψυχής τους.

4.2.1 Ανάλυση Αγοράς

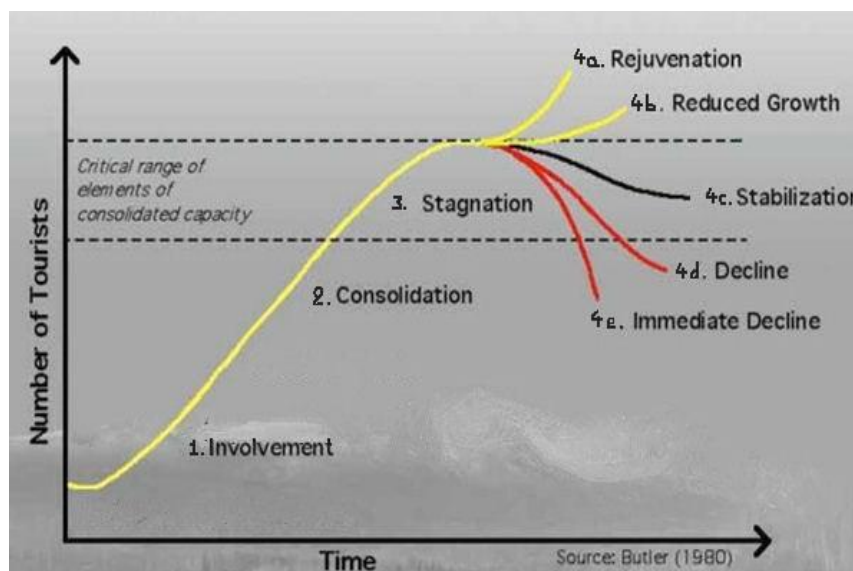
Κύκλος ζωής προϊόντος

Ως κύκλος ζωής προϊόντος θεωρείται το χρονικό διάστημα που απαιτείται από την έναρξη παραγωγής ως την τελική ωρίμανση και την απόσυρση από την αγορά. Επιπλέον, ο κύκλος ζωής ενός τουριστικού προϊόντος χαρακτηρίζεται από τέσσερις φάσεις: την εισαγωγή, την καθιέρωση και την ωριμότητα/στασιμότητα που καταλήγει είτε στην αναζωογόνηση είτε στην παρακμή του προϊόντος, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά στο διάγραμμα 4.1. Αντίστοιχα, και οι διάφορες περιοχές, δεδομένης των τουριστικών υποδομών και της εξέλιξης της ζήτησης, διαβαθμίζονται σε ζώνες τουριστικής ανάπτυξης ως εξής: Ζώνες αναξιοποίητες (στον κύκλο ζωής βρίσκονται σε φάση εισαγωγής), ζώνες δυναμικής τουριστικής ανάπτυξης (στάδιο ανάπτυξης), αναπτυσσόμενες ζώνες (στάδιο καθιέρωσης) και ζώνες ώριμης τουριστικής ανάπτυξης (που βρίσκονται σε θέση ωριμότητας ή παρακμής). Το ελληνικό τουριστικό προϊόν γενικά βρίσκεται σε φάση ωρίμανσης όντας αρκετά ευμετάβλητο στον ανταγωνισμό που επιβάλλουν οι άλλες μεσογειακές τουριστικές αγορές.

Όσον αφορά στον καταδυτικό τουρισμό συγκεκριμένα, ο κλάδος των παροχών καταδυτικών υπηρεσιών στο μεγαλύτερο μέρος του βρίσκεται σε στάδιο ωρίμανσης. Τόσο το νομικό πλαίσιο περί καταδύσεων που ίσχυε μέχρι και το 2005 στη χώρα μας και απαγόρευε τη δραστηριότητα σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, όσο και μετά την άρση της απαγόρευσης, η έλλειψη στοχευμένου στρατηγικού σχεδιασμού προώθησης του καταδυτικού τουρισμού, εμπόδισε την Ελλάδα να καταστεί ανταγωνιστική στον τομέα του εναλλακτικού τουρισμού σε σχέση με γειτονικές χώρες, όπως η Κύπρος, η Κροατία, και η Τουρκία. Εντούτοις, υπάρχουν λίγα παραδείγματα καταδυτικών κέντρων που βρίσκονται στο α' στάδιο.

Η περίπτωση της Σαντορίνης βρίσκεται στο στάδιο της στασιμότητας και τα καταδυτικά κέντρα της περιοχής περιορίζονται ουσιαστικά στην προσέλκυση των ήδη υφιστάμενων τουριστών του νησιού για την άσκηση της καταδυτικής δραστηριότητας στα πλαίσια της αναψυχής. Ωστόσο, θεωρείται ότι με τη δημιουργία του Καταδυτικού Πάρκου στην περιοχή ο κλάδος παροχής καταδυτικών

υπηρεσιών, θα περάσει στο στάδιο της ανανέωσης και ανάπτυξης με ένα νέο κύκλο ζωής να δημιουργείται εκ νέου για τον καταδυτικό τουρισμό.



Διάγραμμα 4.1 Κύκλος ζωής τουριστικού προϊόντος

Ζήτηση καταδυτικών υπηρεσιών

Όσον αφορά στη ζήτηση για τις καταδυτικές υπηρεσίες αναψυχής στη χώρα μας, χαρακτηρίζεται από έντονη εποχικότητα με το υψηλότερο σημείο στην καμπύλη της να παρατηρείται το διάστημα Ιουνίου έως Σεπτεμβρίου με κορυφή το μήνα Αύγουστο. Ωστόσο, επειδή η παρούσα μελέτη για τη δημιουργία καταδυτικού κέντρου βασίζεται στην παραδοχή της δημιουργίας του Καταδυτικού Πάρκου-Κουστώ στην περιοχή της Σαντορίνης και επομένως στην αναγνώριση της Ελλάδας ως καταδυτικό προορισμό, γίνεται μία προσπάθεια να δοθεί η νέα διάσταση του κλάδου μετά τη δημιουργία του Πάρκου. Στο παραπάνω πλαίσιο, θεωρώντας πλέον δεδομένη την εξάρτηση του κλάδου των καταδύσεων αναψυχής από τους αυτοδύτες του εξωτερικού που επιλέγουν τη χώρα μας και συγκεκριμένα τη Σαντορίνη για να καταδυθούν, γίνεται μία προσπάθεια εκτίμησης του μελλοντικού ισοζυγίου (προσφοράς-ζήτησης) των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, ώστε να γίνει όσο το δυνατόν καλύτερη η τοποθέτηση της επιχείρησής μας μέσα σε αυτόν.

Σε μια πρώτη προσέγγιση της μελλοντικής κατάστασης στον κλάδο συμβάλλει η μελέτη αντίστοιχων περιπτώσεων του εξωτερικού όπως εκείνης της Σαρμ ελ Σείχ (Sharm el- Sheikh) μιας πόλης στο Νότιο άκρο της χερσονήσου του Σινά, στην Αίγυπτο, αλλά και εκείνη των Νήσων Medes στην Ισπανία. Για την εκτίμηση των μεγεθών που απαιτούνται στην παρούσα μελέτη χρησιμοποιήθηκε ως πρότυπο η τελευταία περίπτωση των Νήσων Medes, που αποτελεί παράδειγμα επίτευξης των

όσων αναφέρθηκαν προηγουμένως. Πρόκειται ουσιαστικά για 7 νησάκια (βραχονησίδες) εξαιρετικής βιολογικής και οικολογικής αξίας που απέχουν 1 μίλι από το τουριστικό θέρετρο L'Estartit, στη δυτική Μεσόγειο στην περιοχή της Καταλονίας. Η αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού για την περιοχή ξεκίνησε από την ανάγκη αντιμετώπισης της ύφεσης στην τουριστική βιομηχανία των νησιών και από το 1983, η θαλάσσια αυτή περιοχή όπως φαίνεται στις εικόνες 4.1 και 4.2, εντάχθηκε σε καθεστώς προστασίας, που επεκτάθηκε δια νόμου (19/1990) το 1990.



Εικόνα 4.1 Τοποθεσία των Νησιών Medes στην περιοχή της Καταλονίας, Ισπανία (Source: Red Iberoamericana de Reservas Marinas, 2011)

Σύντομα, η περιοχή εξελίχθηκε σε έναν από τους πιο σημαντικούς καταδυτικούς προορισμούς στη Δυτική Μεσόγειο, δεχόμενη 20.000 αυτοδύτες ετησίως (9,3% του συνολικού τουρισμού) που πραγματοποιούν έναν μέσο όρο 66.000 καταδύσεων το χρόνο με καταδυτικά κέντρα. Επιπλέον, σημειώνεται ότι κατά τους μήνες Απρίλιο, Μάιο και Οκτώβριο που η τουριστική κίνηση είναι χαμηλή, οι αυτοδύτες αποτελούν το 90% του συνολικού τουρισμού, επιμηκύνοντας έτσι την τουριστική περίοδο από 3 μήνες σε 10 μήνες. Ο μέσος χρόνος παραμονής στο L'Estartit είναι 12 ημέρες, ενώ πάνω από το 70% του GDP της πόλης συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό αυτών των νησιών που προέρχεται κυρίως από τους αυτοδύτες, τους snorkelers και τα ταξίδια με τις βάρκες με γυάλινο πυθμένα (Luis Mundet & Lluís Ribera, 2001).

Ακόμη, αν ο αριθμός των αυτοδυτών που υποδέχονται τη μέρα είναι συνολικά 400 άτομα, ανάλογα με το κατά πόσο καθιερωμένο είναι το κάθε καταδυτικό κέντρο έχει και τον ανάλογο αριθμό αυτοδυτών, με αποτέλεσμα περίπου τα μισά από τα καταδυτικά (τα εννέα) να δέχονται 37 αυτοδύτες τη μέρα και τα υπόλοιπα 7 τα πιο μικρά να δέχονται περίπου 16 αυτοδύτες τη μέρα. Αρχικά λοιπόν, παρατηρείται αύξηση του αριθμού των καταδυτικών κέντρων από 1 σε 16 σε βάθος χρόνου μιας

εικοσαετίας από την ένταξη της περιοχής σε καθεστώς προστασίας. Θεωρώντας σταθερό το ρυθμό αύξησης των καταδυτικών στα πρώτα 20 χρόνια, η αύξησή τους υπολογίζεται στα 300% σε διάρκεια πενταετίας. Ενώ αντίστοιχα στην περίπτωση του Θαλάσσιου Πάρκου Ras Mohammed η αύξηση των καταδυτικών κέντρων στην περιοχή υπολογίζεται στα 500% στην πρώτη πενταετία.

Δεδομένου λοιπόν των παραπάνω στοιχείων η ζήτηση των καταδυτικών υπηρεσιών μετά την δημιουργία του Καταδυτικού Πάρκου εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί ως ακολούθως: Οι αφίξεις τουριστών στο νησί της Σαντορίνης ανέρχονται στους 1.600.000 τουρίστες ετησίως, από αυτούς εκτιμάται ότι το 9,3% θα αποτελέσουν τους αυτοδύτες που θα επισκέπτονται το νησί με σκοπό να καταδυθούν στο βυθό του, δηλαδή 148.000 αυτοδύτες ετησίως.

Για την εκτίμηση της μελλοντικής προσφοράς στην περιοχή της Σαντορίνης, λαμβάνονται υπόψη τα στοιχεία έτσι όπως δίνονται από την αντίστοιχη περίπτωση των νησιών Medes, και επομένως υπολογίζεται αύξηση κατά 300% των καταδυτικών κέντρων στην περιοχή της Σαντορίνης. Δηλαδή από πέντε που αριθμούν σήμερα εκτιμάται ότι θα φτάσουν περί τα είκοσι μετά την πρώτη πενταετία. Ακόμη, Στην περίπτωση των νησιών Medes ετησίως καταγράφονται κατά μέσο όρο 65.000 βουτιές, ουσιαστικά αντιστοιχώντας περίπου 3 βουτιές σε κάθε αυτοδύτη εφόσον ετησίως επισκέπτονται τα νησιά 20.000 αυτοδύτες. Αντίστοιχα, στην περίπτωσή μας ο αριθμός των βουτιών ετησίως εκτιμάται ότι θα ανέλθει στις 444.000 βουτιές (148.000 αυτοδύτες/ ετησίως *3 βουτιές). Τέλος, δεδομένου των στοιχείων της κατανομής των αυτοδυτών ανά καταδυτικό κέντρο στο παράδειγμα της Ισπανίας, τα 9 εκ των 20 καταδυτικών κέντρων στη Σαντορίνη θα δέχονται κατά 2,3 φορές περισσότερους αυτοδύτες τη μέρα από ότι τα υπόλοιπα 11 καταδυτικά κέντρα. Επομένως στο σύνολο των 148.000 αυτοδυτών, έστω x ο αριθμός των αυτοδυτών που θα επισκεφτούν τα 11 καταδυτικά κέντρα και y ο αριθμός των αυτοδυτών που θα επισκεφτούν τα υπόλοιπα 9 και έχουμε:

$$2,3*x + x = 148.000 \Rightarrow 3,3*x = 148.000 \Rightarrow x \approx 44.849 \text{ αυτοδύτες και κατά συνέπεια} \\ y = 2,3*x \Rightarrow y = 2,3*44.849 \Rightarrow y \approx 103.152 \text{ αυτοδύτες}$$

Συνεπώς, από τα παραπάνω συμπεραίνουμε πως σε θεωρητική βάση, στην χειρότερη περίπτωση ο μέσος αριθμός αυτοδυτών που εκτιμάται ότι θα επισκεφθεί το καταδυτικό κέντρο "Thira Diving Center" στο τέλος της πενταετίας, θα είναι ίσος με x_1 , όπου $x_1 = x/11$ δηλαδή $x_1 = 44.849/11 \approx 4.077$ αυτοδύτες/ετησίως, ενώ στην καλύτερη περίπτωση θα ισούται με y_1 , όπου $y_1 = y/9$ δηλαδή $y_1 = 103.152/9 \approx 11.461$ αυτοδύτες/ετησίως.

Ωστόσο, σε πρακτικό επίπεδο, υπάρχουν κάποιοι περιοριστικοί παράγοντες που στέκονται εμπόδιο στο να θεωρήσουμε την παραπάνω περιγραφείσα καλύτερη των περιπτώσεων, ως το προσδοκώμενο επίπεδο ζήτησης για την εκτίμηση των πωλήσεων στην παρούσα μελέτη. Στους περιοριστικούς αυτούς παράγοντες ανήκει τόσο η δυναμικότητα του υπάρχοντος ξενοδοχείου, όσο και του καταδυτικού κέντρου που δημιουργείται με μία επένδυση χαμηλότερου κόστους από αυτή που θα απαιτούνταν για να καλύψει την ζήτηση των 11.461 αυτοδυτών ετησίως. Ως εκ τούτου, ο προσδιορισμός των πωλήσεων, όπου παρουσιάζεται εκτενώς στο 8^ο κεφάλαιο, βασίζεται στην πρόβλεψη των 4.077 αυτοδυτών ετησίως κατά το 5^ο έτος. Μετά το πέρας της πενταετίας και με την προϋπόθεση επίτευξης των στόχων που έχει θέσει η επιχείρηση για αυτό το χρονικό διάστημα, θα προβεί σε νέα επένδυση ώστε να μπορέσει να καλύψει την επιπλέον ζήτηση. Τέλος, για τον προσδιορισμό του αριθμού των βουτιών αρκεί να πολλαπλασιαστούν τα παραπάνω μεγέθη (x_1 και y_1) με τον αριθμό 3(ο μέσος όρος βουτιών ανά αυτοδύτη).



Εικόνα 4.2 Τα Νησιά Medes μπροστά από το λιμάνι της L'Estartit στην Costa Brava. Η αυστηρά προστατευόμενη ζώνη είναι στο εσωτερικό πλαίσιο (Pozo M., et al. 2009).

4.2.2 Ανάλυση Καταναλωτή

Στο σημείο αυτό, περιγράφεται το αγοραστικό κοινό, τα βασικά χαρακτηριστικά του και οι παράγοντες που συμβάλλουν στην προτίμηση αυτού του είδους της υπηρεσίας. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι οι αναφορές που ακολουθούν αφορούν σε Ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, αφού η Ελλάδα σήμερα δεν αναγνωρίζεται ως καταδυτικός προορισμός, και επομένως η αγορά στην οποία

στοχεύει η εταιρεία, που είναι οι αυτοδύτες του εξωτερικού, δεν υφίσταται σήμερα για τις επιχειρήσεις που εδρεύουν στην περιοχή της Σαντορίνης.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε δειγματοληπτικά σε 3.815 αυτοδύτες των Η.Π.Α. όλων των επιπέδων (DEMA, Diver Acquisition Project of the most Active Divers in the US; Life-style and Demographic Study) παρατηρήθηκε ότι η μέση ηλικία των ενεργών αυτοδυτών της Αμερικής είναι μεταξύ 38-53 ετών, το 71% από αυτούς είναι παντρεμένοι και το 76% είναι άντρες, ενώ το εισόδημα για το 56% από αυτούς κυμαίνεται μεταξύ 75 και 100 χιλιάδων δολαρίων ετησίως. Δεδομένου λοιπόν της επικείμενης δημιουργίας του Καταδυτικού Πάρκου στη Σαντορίνη και την αναγνώριση σταδιακά της χώρας κατόπιν αυτού, ως καταδυτικό προορισμό, θα ήταν συνετό να παρουσιαστούν κάποια αριθμητικά μεγέθη που συνθέτουν τις διαστάσεις αυτής της αγοράς αλλά και τις **τάσεις του ευρωπαϊού καταναλωτή** όσον αφορά στην επιλογή αυτού του τουριστικού προϊόντος.

Τα τελευταία χρόνια λοιπόν, πιστοποιούνται παγκοσμίως περισσότεροι από 1.300.000 αυτοδύτες το χρόνο, με τον αριθμό των συνολικά πιστοποιημένων αυτοδυτών σε όλο τον κόσμο να ξεπερνά τα 24 εκατομμύρια (Worldwide Membership & Certifications Statistics). Σύμφωνα με στατιστικές μελέτες που δραστηριοποιούνται στην τουριστική βιομηχανία ο μέσος ευρωπαίος αυτοδύτης είναι ανώτερου μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου. Έτσι, στην Ευρώπη μόνο, καταγράφονται 4.000.000 πιστοποιημένοι αυτοδύτες, από τους οποίους το 70% επιλέγουν την Μεσόγειο ως προορισμό. Όσον αφορά στον οικονομικό προϋπολογισμό, οι μελέτες δείχνουν πως οι Ευρωπαίοι αυτοδύτες ξοδεύουν τουλάχιστον 2 δισεκατομμύρια ευρώ κάθε χρόνο, ενώ 825.000 από αυτούς πραγματοποιούν ένα ταξίδι 10 διανυκτερεύσεων ετησίως, ξοδεύοντας σε αυτό περισσότερα από 400 ευρώ την ημέρα και πάνω από 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως, ενώ επιπλέον ξοδεύουν 520.000.000 ευρώ σε έμμεσα ταξίδια. Όσον αφορά στην επιλογή του προορισμού ο Ευρωπαίος αυτοδύτης προτιμά χώρες που παρέχουν τα εχέγγυα ασφαλών καταδύσεων και αναζητά προορισμούς που συνδυάζουν καταδύσεις για τους ίδιους και ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα για τις οικογένειές τους. Συμπληρωματικά αξίζει να αναφερθεί στο σημείο αυτό, πως οι αυτοδύτες που επισκέπτονται τα νησιά Medes είναι μέσης ηλικίας άτομα (31-45 ετών) και ως επί το πλείστον αντρικού φύλου (80,6%).

Επιπλέον, από τη στατιστική μελέτη (2001) δείγματος 500 αυτοδυτών από πλήθος 20.000 που επισκέπτονται ετησίως τον καταδυτικό προορισμό των νησιών Medes στην πόλη L'Estartit της Ισπανίας, προκύπτει ότι η γνωστοποίηση του παραπάνω καταδυτικού προορισμού στους επισκέπτες του (σε ποσοστό πάνω του 50%) γίνεται κυρίως είτε μέσω φίλων είτε διαμέσου των καταδυτικών λεσχών. Το

γεγονός αυτό υπογραμμίζει την εξάρτηση του προορισμού από τις συστάσεις «από στόμα, σε στόμα» και ταυτόχρονα υπογραμμίζει την ανάγκη, του να λαμβάνουν οι επισκέπτες αυτοδύτες υψηλού επιπέδου ικανοποίηση. Σε μικρότερα ποσοστά οι καταναλωτές έγιναν γνώστες της συγκεκριμένης υπηρεσίας κατά τη διάρκεια προηγούμενης επίσκεψής τους στην ευρύτερη περιοχή και από καταδυτικές δημοσιεύσεις, ενώ σε ακόμα μικρότερα ποσοστά μέσω ταξιδιωτικών γραφείων ή μέσω εμπορικών εκθέσεων.

Τέλος, όσον αφορά στα κριτήρια επιλογής του συγκεκριμένου καταδυτικού προορισμού φαίνεται πως σπουδαιότερο για τους καταναλωτές κρίνεται η πλούσια υποθαλάσσια ζωή της περιοχής (που αποτελεί έναν από τους πέντε κύριους λόγους επιλογής της περιοχής για το 90% των ερωτηθέντων). Πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή τους αυτή παίζει ακόμα η γεωγραφική εγγύτητα, η ποιότητα των υποδομών, η καθαρότητα του θαλασσινού νερού αλλά και οι ημερομηνίες της καταδυτικής σεζόν.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η αγορά στην οποία στοχεύει η εταιρεία είναι δύο κατηγοριών: η πρώτη αφορά στους αυτοδύτες του εξωτερικού και συγκεκριμένα τους Ευρωπαίους αυτοδύτες, στους οποίους προσφέρονται κυρίως οι υπηρεσίες των αυτόνομων καταδύσεων αναψυχής και οι οργανωμένες καταδυτικές εκδρομές και η δεύτερη κατηγορία πελατών, που αφορά στις οικογένειες των αυτοδυτών στις οποίες προσφέρονται είτε μαθήματα γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση, είτε άλλες δραστηριότητες όπως snorkeling και αυτόνομες καταδύσεις για παιδιά.

4.2.3 Ανάλυση Ανταγωνιστών

Δεδομένου του μεγάλου αριθμού των καταδυτικών κέντρων που υφίστανται σήμερα, έγινε μία επιλογή πέντε καταδυτικών κέντρων, βάση δύο κριτηρίων που είναι τα εξής:

- Πρώτον, **βάση της εγγύτητας** των καταδυτικών κέντρων παγκοσμίως, **σε κάποιο Καταδυτικό Πάρκο**
- και δεύτερον, **βάση της γεωγραφικής τους κατανομής** επιλέγοντας τα καταδυτικά κέντρα που βρίσκονται εντός Ελλάδας. Το κριτήριο αυτό τέθηκε, λόγω της αδυναμίας εντοπισμού των θαλάσσιων περιοχών παγκοσμίως που περιλαμβάνουν Καταδυτικά Πάρκα, καθώς στην διεθνή βιβλιογραφία γίνεται ευρεία χρήση του όρου Marine Protected Areas (MPAs) για κάθε περίπτωση θαλάσσιας περιοχής που τίθεται υπό καθεστώς προστασίας.

Επομένως, με βάση τα παραπάνω, ο υπάρχον ανταγωνισμός ορίζεται στα πέντε καταδυτικά κέντρα που εδρεύουν σήμερα στο νησί της Σαντορίνης. Βέβαια, ο κλάδος των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, αφορά ως επί το πλείστον σε πολύ μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν. Ωστόσο, η μη δημοσίευση ετήσιων οικονομικών καταστάσεων και το γεγονός ότι δεν διατίθεται κάποια κλαδική μελέτη που να αφορά στον συγκεκριμένο κλάδο, καθιστά εξαιρετικά δύσκολη την έκθεση της όποιας πορείας των συνολικών πωλήσεων των παρουσιαζόμενων επιχειρήσεων, αλλά και των μεριδίων αγοράς που κατέχει η κάθε μία από αυτές. Επομένως, η παρούσα ενότητα δεν προσπαθεί παρά να δώσει κάποια βασικά χαρακτηριστικά των πέντε επιχειρήσεων που έχουν ως εξής:

- Το “Navys Waterworld Dive Centre”

Δημιουργήθηκε το 2005 και βρίσκεται στην περιοχή του Καμαριού. Αποτελεί **το μοναδικό πέντε αστέρων κέντρο ανάπτυξης εκπαιδευτών της PADI** (PADI 5 Star IDC) στο νησί, και **το μοναδικό PADI TecRec Dive Centre** της Ελλάδας. Παρέχει υπηρεσίες αυτόνομης κατάδυσης αναψυχής και εκπαίδευση όλων των βαθμίδων της PADI. Το καταδυτικό κέντρο Navys Waterworld αποτελεί ακόμη, πιστοποιημένο κέντρο επισκευών της Mares, και το προσωπικό του αποτελείται από οκτώ άτομα, πέντε από τα οποία είναι εκπαιδευτές, δύο “Dive Masters” και φυσικά ο διευθυντής σπουδών που πραγματοποιεί τα μαθήματα ανάπτυξης των εκπαιδευτών, μία-δύο φορές το χρόνο. Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός πως το συγκεκριμένο καταδυτικό κέντρο δίνει **ιδιαίτερη σημασία στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη** (Corporate Social Responsibility), εντάσσοντας στις επιχειρηματικές του πρακτικές, περιβαλλοντικές δράσεις. Προς αυτή την κατεύθυνση, αποτελούν και επίσημους εταίρους του “Project Aware”, που αποτελεί ένα αυξανόμενο κίνημα των αυτοδυτών για την προστασία των ωκεανών του πλανήτη.

- Το “Volcano Diving Center”

Δημιουργήθηκε το 1999 στο Καμάρι της Σαντορίνης, ενώ υπάρχει και δεύτερο καταδυτικό κέντρο που βρίσκεται στην Αθήνα. Αποτελεί πιστοποιημένο μέλος της IAND και της PADI, προσφέροντας προγράμματα αυτών αλλά και της CMAS. Παρέχει υπηρεσίες αυτόνομης κατάδυσης αναψυχής αλλά και εκπαίδευση. Ωστόσο, σχολεία τεχνικής εκπαίδευσης και μειγμάτων (nitrox- trimix) αλλά και μαθήματα ανάπτυξης εκπαιδευτών προσφέρονται μόνο στο καταδυτικό κέντρο της Αθήνας. Επιπλέον, το καταδυτικό κέντρο “Volcano” **αποτελεί επίσημο αντιπρόσωπο των ακόλουθων εταιρειών:** Scubapro, VR3, APDiving, DrySuits, OceanTechnologySystems, APValves, DiveRite και JokerBoatGommoni. Το προσωπικό του αποτελείται από τέσσερα άτομα, τρία από τα οποία είναι εκπαιδευτές. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί η

προσφορά ειδικών πακέτων διαμονής- καταδύσεων, αλλά και ομαδικών προσφορών (άνω των 4^{ων} ατόμων) που προσφέρει.

- Το “Aegean Divers”

Το καταδυτικό κέντρο βρίσκεται στην περιοχή της Αγίας Ειρήνης στον Πύργο. Το καταδυτικό κέντρο είναι πιστοποιημένο από την SSI και προσφέρει υπηρεσίες και μαθήματα αυτόνομης κατάδυσης αναψυχής, αλλά και **επαγγελματικά οργανωμένες καταδυτικές εκδρομές για όλα τα επίπεδα δυτών**. Ακόμη, το καταδυτικό κέντρο προσφέρει ειδικά πακέτα διαμονής (δυνατότητα επιλογής μεταξύ τριών ξενοδοχείων)- καταδύσεων, αλλά και ομαδικών προσφορών. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί το γεγονός, ότι είναι το μόνο καταδυτικό κέντρο που προσφέρει τη **δυνατότητα κατάδυσης σε τουλάχιστον 36 διαφορετικές περιοχές κατάδυσης σε όλο το νησί**.

- Το “Santorini Dive Center”

Το καταδυτικό κέντρο βρίσκεται στην περιοχή της Περίσσης όμως διατηρεί τη βάση για τις καταδύσεις του στην παραλία της Καλδέρας. Το καταδυτικό κέντρο αποτελεί μέλος της Ελληνικής Επαγγελματικής Καταδυτικής Ένωσης, αλλά και της PADI, προσφέροντας τόσο υπηρεσίες αυτόνομης κατάδυσης αναψυχής, όσο και προγράμματα εκπαίδευσης της PADI και της ANDI. Το προσωπικό του αποτελείται από 4 άτομα που είναι όλα εκπαιδευτές. Εκείνο που πρέπει να τονιστεί είναι η **τοποθεσία που βρίσκεται η βάση του καταδυτικού κέντρου** και από όπου ξεκινούν τις καταδύσεις, καθώς προσφέρει γρήγορη και εύκολη **πρόσβαση σε όλα σπουδαία ηφαιστειακά καταδυτικά σημεία**. Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ταξιδιωτική επιλογή που προσφέρεται στους πελάτες του συγκεκριμένου καταδυτικού κέντρου. Πρόκειται για ένα **ταξίδι 8 ημερών** σε πασίγνωστα κλασικά ιστορικά σημεία της Αθήνας, σε συνδυασμό με αρκετό ελεύθερο χρόνο, γευσίγνωσια κρασιού και αυτόνομες καταδύσεις και snorkeling στο νησί της Σαντορίνης.

- Το “MEDITERRANEAN DIVE CLUB”

Ιδρύθηκε το 1998 αποτελώντας ένα **από τα πρώτα καταδυτικά κέντρα στις Κυκλάδες** και βρίσκεται στην Περίσσα της Σαντορίνης. Αποτελεί παράρτημα του καταδυτικού κέντρου “MEDITERRANEAN DIVE CENTER” στην Αθήνα που λειτουργεί σαν club. Το καταδυτικό κέντρο προσφέρει υπηρεσίες αυτόνομης κατάδυσης αναψυχής, αλλά και προγράμματα εκπαίδευσης της PADI και της CMAS. Ακόμη, διαθέτει προσωπικό πέντε ατόμων που είναι όλοι τους εκπαιδευτές.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί, πως οι παραπάνω επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες και όλες τους εμφανίζουν πολύχρονη δραστηριότητα στον κλάδο με την πιο πρόσφατη να έχει δημιουργηθεί το 2005, υποδεικνύοντας ίσως και το στάδιο στο οποίο βρίσκεται τα τελευταία χρόνια το εν λόγω προϊόν. (Γεγονός μη αναμενόμενο, αν αναλογιστεί κανείς το θεσμικό πλαίσιο της χώρας μας, όπου με το νόμο 3409/2005 απελευθερώθηκε ουσιαστικά η αυτόνομη κατάδυση σε όλη Ελλάδα). Ακόμη, όλες οι επιχειρήσεις στις οποίες αναφερθήκαμε διατηρούν ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, όπου με υπερσυνδέσεις υπάρχει η δυνατότητα κράτησης, ενώ δύο από αυτές εκτιμάται ότι κάλυψαν από κοινού το 53,5% - 59% της εν λόγω αγοράς το 2011.






Τέλος, η παγκόσμια ευαισθητοποίηση που γίνεται πιο έντονη τα τελευταία χρόνια για την αύξηση του ποσοστού των προστατευόμενων θαλάσσιων περιοχών παγκοσμίως, σε συνδυασμό με την αντιμετώπιση των καταδυτικών πάρκων από επιστήμονες αλλά και τοπικούς φορείς ως εργαλείο ανάπτυξης των τοπικών κοινωνιών, αφήνει ανοιχτό το ενδεχόμενο δημιουργίας στο μέλλον και άλλων καταδυτικών πάρκων στη χώρα μας. Το ενδεχόμενο αυτό, που οδηγεί στην ενίσχυση των εν δυνάμει ανταγωνιστών του καταδυτικού κέντρου “Thira Diving Center” λαμβάνεται υπόψη προς εστίαση των στρατηγικών της επιχείρησης στη διατήρηση του κατεχόμενου έως τότε μεριδίου αγοράς, με την προσέλκυση νέων πελατών.

4.3 Ανάλυση παραγόντων που επηρεάζουν την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης (Υπόδειγμα Porter)

Το ανταγωνιστικό περιβάλλον περιλαμβάνει όλους εκείνους τους παράγοντες που αποτελούν τα στοιχεία κάθε κλάδου και που βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση με την επιχείρηση. Σκοπός λοιπόν κάθε επιχείρησης είναι να συνδυάζει αυτούς τους παράγοντες με τέτοιο τρόπο ώστε να αντλεί πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της (Thomas, L. Wheelen, David, L. Hunger, 07/17/2007). Επομένως, η κατανόηση και η αντίληψη των αναγκών του μικρο- περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση, θα πρέπει να αποτελεί μέλημα κάθε μίας από αυτές. Η σωστή εκτίμηση του κλάδου και της ελκυστικότητάς του, αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία για μια επιχείρηση, που σχετίζεται με την προοπτική της κερδοφορίας που έχει η ίδια στον κλάδο μέσα στον οποίο δραστηριοποιείται. Κατά συνέπεια, μια επιχείρηση εξαρτάται από την αλληλεπίδραση των διαφορετικών δυνάμεων του περιβάλλοντός της που επηρεάζουν και τη φύση του ανταγωνισμού.

Στη συνέχεια γίνεται χρήση του μοντέλου των πέντε δυνάμεων του Porter, για την αποτελεσματική ανάλυση και αποτύπωση του κλάδου.

Οι πέντε αυτές δυνάμεις είναι οι εξής:

-  *Ο ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων στον κλάδο*
-  *Η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο*
-  *Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα*
-  *Η Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών*
-  *Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών*

4.3.1 Ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων του κλάδου

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων σε ένα κλάδο οφείλεται στο γεγονός ότι ένας ή περισσότεροι ανταγωνιστές προσπαθούν να βελτιώσουν τη θέση τους στην αγορά. Όταν κάποιος εκ των ανταγωνιστών αντιδρά με τέτοιο τρόπο ώστε να προκαλούνται αντιδράσεις από τους υπόλοιπους, ο ανταγωνισμός εντατικοποιείται. Ανάλογα με την επιθετικότητα που επιδεικνύουν οι «παίκτες» για την απόκτηση πλεονεκτήματος, χαρακτηρίζεται και ο ανταγωνισμός ως έντονος, συγκροτημένος ή αδύναμος.

Ο κλάδος παροχής καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, παρά το χαμηλό βαθμό διαφοροποίησης του προϊόντος και το σχετικά υψηλό σταθερό κόστος δεν χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Η οικονομική συγκυρία βέβαια, στην οποία τοποθετούνται οι επιχειρήσεις, επιβάλλει την ανάγκη εισαγωγής πρόσθετων υπηρεσιών, επιπλέον παροχών και γενικότερα την ανάγκη για διαφοροποίηση. Σημαντικό όμως είναι το γεγονός, ότι στην αγορά κυριαρχούν λίγες και διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεις.

Τέλος, ενώ οι απαιτήσεις σε κεφάλαιο για την είσοδο είναι αρκετά μεγάλες, τα εμπόδια εξόδου δεν κρίνονται ιδιαίτερα υψηλά.

4.3.2 Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων

Η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής χαρακτηρίζεται μέτρια. Οι οικονομίες κλίμακας που επιτυγχάνουν οι υφιστάμενες επιχειρήσεις στον κλάδο, σχετίζονται κυρίως με τις επιδιώξεις των καταδυτικών κέντρων για κάλυψη των σταθερών τους εξόδων που είναι, συναρτήσει βέβαια του μεγέθους αυτών των επιχειρήσεων, αρκετά υψηλά. Ακόμη, σχετίζονται με τις επιδιώξεις τους για ενίσχυση της ζήτησης κατά τις περιόδους εκτός αιχμής, αλλά και την επίτευξη των καλύτερων δυνατών διακανονισμών με άλλες επιχειρήσεις.

Επιπλέον, οι απαιτήσεις σε κεφάλαιο για την είσοδο είναι αρκετά μεγάλες, καθώς απαιτείται ένα αρχικό ποσό επένδυσης στην αγορά καταδυτικού εξοπλισμού, οχημάτων μεταφοράς αλλά και σκαφών.

Ωστόσο, το προϊόν δεν είναι διαφοροποιημένο (εκείνο που το διαφοροποιεί κατά κάποιο τρόπο από τη μία επιχείρηση στην άλλη, είναι το συνολικό πακέτο υπηρεσιών που προσφέρει, δηλαδή συμπληρωματικές κυρίως υπηρεσίες). Στις συμπληρωματικές αυτές υπηρεσίες που παρέχουν κάποιες από τις επιχειρήσεις ανήκουν η πρόταση διαμονής σε ξενοδοχεία της περιοχής, η διοργάνωση κάποιου ταξιδιού στο νησί και η παρακολούθηση διαλέξεων σε σχετικά με τον υποβρύχιο νατουραλισμό.

4.3.3 Απειλή Από Υποκατάστατα Προϊόντα

Δεν υπάρχουν σημαντικοί κίνδυνοι υποκατάστασης του προϊόντος, διότι πρόκειται για ένα ιδιαίτερο προϊόν. Τα μόνα ίσως που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως πιθανά υποκατάστατα είναι το υποβρύχιο ψάρεμα και τα θαλάσσια σπορ, τα οποία όμως έχουν σαφείς διαφορές ως προς τα επιμέρους χαρακτηριστικά τους.

4.3.4 Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Δεδομένου ότι ο κλάδος συγκροτείται από επιχειρήσεις παροχής καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, στους προμηθευτές συμπεριλαμβάνονται ουσιαστικά, οι επιχειρήσεις εμπορίας καταδυτικού εξοπλισμού, οι εταιρείες που παρέχουν συντήρηση και επισκευή αυτού του εξοπλισμού, αλλά και οι εταιρείες πώλησης πλωτών μεταφορικών μέσων και του εξοπλισμού τους.

Όσον αφορά στους προμηθευτές καταδυτικού εξοπλισμού, πρόκειται για μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, λίγες στον αριθμό, από όπου προμηθεύονται τα καταδυτικά κέντρα τον εξοπλισμό τους, μέσω των εγχώριων διανομέων. Ο βαθμός διαφοροποίησης των προϊόντων τους είναι πολύ μικρός και η δυνατότητα υποκατάστασης αυτών ανύπαρκτη. Το κόστος μετακίνησης προς άλλους προμηθευτές όμως, χαρακτηρίζεται αρκετά μεγάλο. Η σημαντικότητα δέσμευσης του εκάστοτε καταδυτικού κέντρου με τον προμηθευτή του φαίνεται να αυξάνεται σε περιπτώσεις που το καταδυτικό κέντρο λαμβάνει επιπλέον παροχές από εκείνον (όπως η πιστοποίηση του κέντρου ως εξειδικευμένο κέντρο συντήρησης), τις οποίες στη συνέχεια «μεταπουλά» στους πελάτες του. Με αυτό τον τρόπο, αυξάνεται και η διαπραγματευτική δύναμη που ασκούν οι προμηθευτές του κλάδου παροχής καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, προς τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν.

Ακόμη, η διαπραγματευτική δύναμη των εταιρειών που παρέχουν συντήρηση και επισκευή του καταδυτικού εξοπλισμού, αλλά και εκείνων που πωλούν πλωτά μεταφορικά μέσα θεωρείται μάλλον περιορισμένη, καθώς η προσφορά προέρχεται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, που λειτουργούν σε καθεστώς αυξημένου ανταγωνισμού.

4.3.5 Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Οι ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις σε ένα κλάδο επιθυμούν να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητα των επενδυμένων κεφαλαίων τους, ενώ οι αγοραστές των προϊόντων επιθυμούν από την πλευρά τους μείωση τιμών στην αγορά και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Το τελικό αποτέλεσμα των διαπραγματεύσεων μεταξύ των δυο πλευρών εξαρτάται από τη διαπραγματευτική ισχύ κάθε πλευράς και αυτή με τη σειρά της εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων, όπως ο βαθμός συγκέντρωσης των αγοραστών, η διαφοροποίηση των προϊόντων/ υπηρεσιών, ο βαθμός σημαντικότητας αυτών αλλά και από ο βαθμός και η κατεύθυνση ολοκλήρωσης.

Στον κλάδο καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, τους αγοραστές αποτελούν οι καταναλωτές και αποδέκτες των παραπάνω υπηρεσιών, μέσω των ίδιων των καταδυτικών κέντρων. Παρά το γεγονός ότι το προϊόν που προσφέρεται δεν είναι αρκετά διαφοροποιημένο και το κόστος μετακίνησης από προμηθευτή σε προμηθευτή είναι αρκετά χαμηλό, ο αριθμός των προμηθευτών δεν είναι πολύ μεγάλος, με αποτέλεσμα οι αγοραστές να μην έχουν πληθώρα εναλλακτικών πηγών εφοδιασμού.

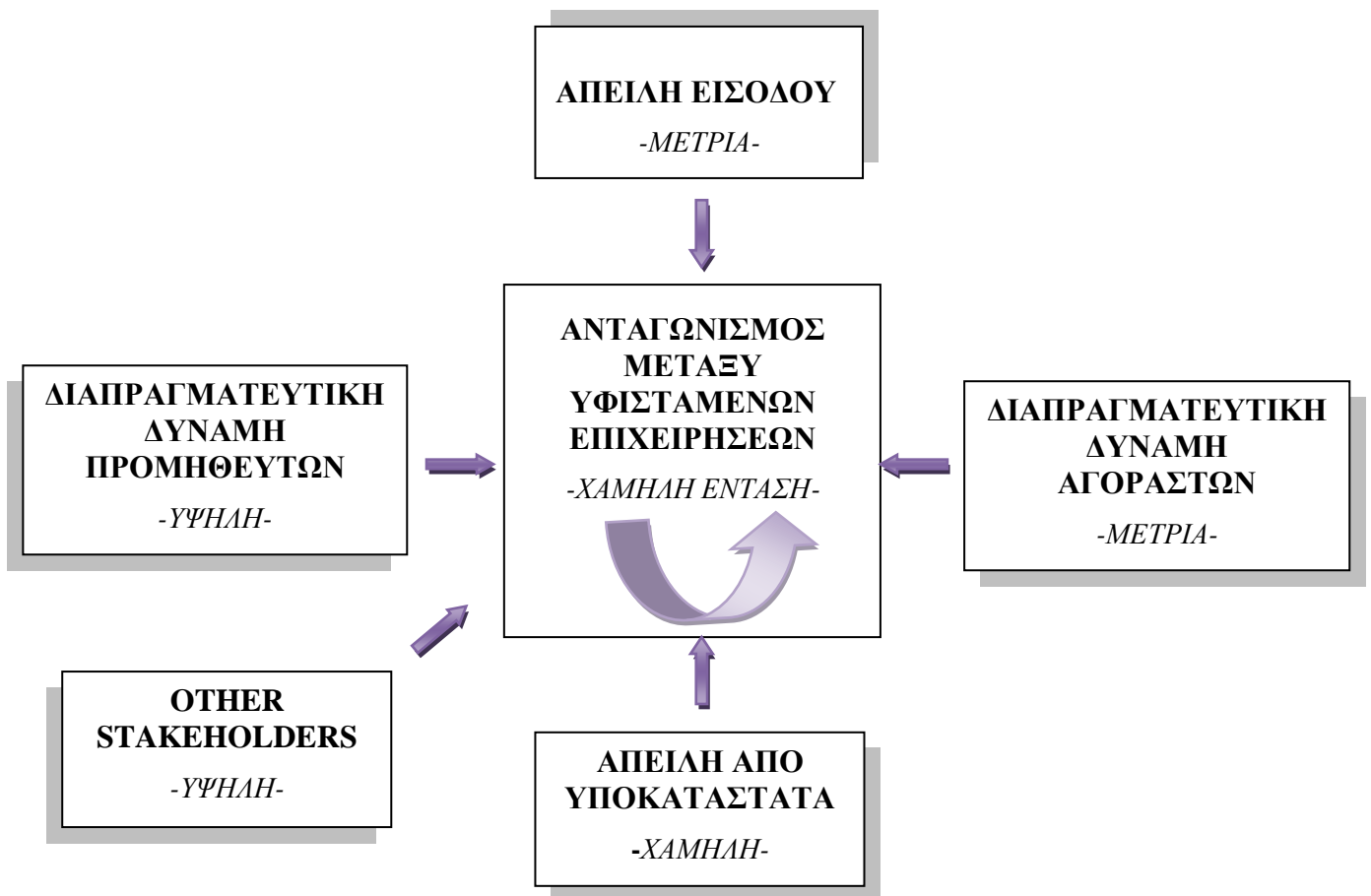
Δύναμη Υπόλοιπων Ενδιαφερομένων

Εκτός από τους παράγοντες που αναφέρθηκαν προηγουμένως, που βρίσκονται σε συνεχή αλληλεπίδραση με την επιχείρηση και αποτελούν τα στοιχεία του κάθε κλάδου, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η ανάλυση της δύναμης των υπόλοιπων ενδιαφερόμενων μερών. Τα ενδιαφερόμενα μέρη αποτελούν το περιβάλλον (άμεσο και έμμεσο) το οποίο αλληλεπιδρά με την επιχείρηση και έχει ενδιαφέρον από τις δραστηριότητές της. (Ο αγγλικός όρος που χρησιμοποιείται είναι: «Stakeholders»).

Στον εν λόγω κλάδο η διαπραγματευτική δύναμη που ασκείται από τα υπόλοιπα ενδιαφερόμενα μέρη θεωρείται αρκετά υψηλή. Σημαντική ώθηση αλλά και αντίθετα συγκράτηση της ανάπτυξης της εν λόγω αγοράς δίνεται, μέσω των διαφόρων νομικών πλαισίων που θεσμοθετούνται από την κυβέρνηση. Επιπλέον, σημαντική φαίνεται να είναι η επίδραση της τοπικής κοινωνίας στην προώθηση της εικόνας της εκάστοτε επιχείρησης στους αγοραστές, που είναι κυρίως αλλοδαποί.

Ακόμη, σημαντική σχέση εξάρτησης δημιουργείται μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου και συγκεκριμένων φορέων, όπως του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Οι εν λόγω επιχειρήσεις εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από την έντονη ή μη διαφημιστική προβολή των ελληνικών καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής, στις διεθνείς αγορές. Τέλος, θετική είναι και η αντίδραση των καταναλωτών σε προγράμματα κοινωνικής ευθύνης των επιχειρήσεων.

Στο διάγραμμα 4.2 παρουσιάζεται διαγραμματικά η αξιολόγηση των δυνάμεων του Porter για τον κλάδο των καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής.



Διάγραμμα 4.2 Υπόδειγμα Porter- Πέντε Δυνάμεις Ανταγωνισμού

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T

Η ανάλυση SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) αποτελεί ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού που χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης. Με τη χρήση της μελετώνται τα δυνατά και αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές που εμφανίζονται από το εξωτερικό περιβάλλον. Σκοπός της ανάλυσης είναι η αναγνώριση των δυνατών σημείων της επιχείρησης έτσι όπως προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που διαθέτει, αλλά και ο εντοπισμός των αδυναμιών της προς βελτίωσή τους. Επιπλέον, η ανάλυση των ευκαιριών και απειλών στοχεύει στον εντοπισμό μεταβλητών του εξωτερικού περιβάλλοντος στις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμοστεί ή να τις προσαρμόσει, όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό.

Δυνατά Σημεία

Από τα πιο σημαντικά σημεία της επιχείρησης “Thira Diving Center” είναι ότι βρίσκεται σε ιδανική τοποθεσία, αφού η περιοχή του Καμαριού αποτελεί τουριστική περιοχή υψηλού κύρους, ενώ ταυτόχρονα βρίσκεται πολύ κοντά στην θαλάσσια περιοχή δημιουργίας του Καταδυτικού Πάρκου. Το γεγονός αυτό σημαίνει κατά επέκταση και παροχή προστιθέμενης αξίας στους πελάτες, μέσω της προσφοράς άμεσης πρόσβασης στα επιλεγμένα καταδυτικά σημεία εντός του Πάρκου (περισσότερη ώρα κατάδυσης), αλλά ταυτόχρονα και μικρότερο κόστος μετακίνησης για την επιχείρηση. Τα χαμηλά κόστη που διατηρεί η επιχείρηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό αποτελούν ένα εξίσου δυνατό της σημείο.

Επιπλέον, η εν λόγω επιχείρηση είναι το μόνο καταδυτικό κέντρο που βρίσκεται εντός ξενοδοχειακής μονάδας που δραστηριοποιείται στην γεωγραφική περιοχή της Σαντορίνης. Κατά αυτό τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα εξασφάλισης ενός αριθμού πελατών από το ξενοδοχείο, γεγονός σημαντικό ειδικά κατά τα πρώτα χρόνια δημιουργίας του κέντρου.

Ακόμη, το καταδυτικό κέντρο “Thira Diving Center” δίνει ιδιαίτερη σημασία στην παροχή υψηλής ποιότητας καταδυτικού εξοπλισμού με μοναδικό γνώμονα την εξασφάλιση μέγιστης ασφάλειας για τους αυτοδύτες.

Τέλος, ισχυρό σημείο της επιχείρησης αποτελεί επίσης, η προσφορά αρκετά ανταγωνιστικών ολοκληρωμένων πακέτων (διαμονή, μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, καταδύσεις, προσφορά πρωινού και ενός γεύματος/ μέρα) στους

πελάτες, αλλά και η διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων και προγραμμάτων καταδυτικής επιμόρφωσης σε συγκεκριμένες περιόδους το χρόνο.

Αδύνατα Σημεία

Μία από τις σημαντικότερες αδυναμίες του καταδυτικού κέντρου είναι ο μεγάλος βαθμός εξάρτησης της επιχείρησης από τους προμηθευτές της, όπως η αποκλειστική συνεργασία του με κοντινό εστιατόριο. Η σημαντικότητα αυτού εντείνεται, δεδομένου ότι οι υπηρεσίες τις οποίες προμηθεύεται το καταδυτικό, «μεταπωλούνται» στη συνέχεια στους πελάτες του. Ακόμη, υπάρχει μεγάλος βαθμός εξάρτησης της επιχείρησης και από την εταιρεία-προμηθευτή του καταδυτικού εξοπλισμού, μειώνοντας έτσι το βαθμό ευελιξίας της. Επιπλέον, στα προβλήματα της εν λόγω επιχείρησης συνυπολογίζεται και η απειρία που υπάρχει στο συγκεκριμένο χώρο.

Ευκαιρίες

Η θετική αντίδραση των εγχώριων φορέων και της επιστημονικής κοινότητας στην διεθνή δραστηριοποίηση το τελευταίο χρονικό διάστημα, με στόχο την προστασία και διατήρηση του θαλάσσιου περιβάλλοντος, αποτελεί ενδεχόμενη ευκαιρία για περαιτέρω ανάπτυξη στο συγκεκριμένο κλάδο. Σε αυτό μπορεί να συμβάλει θετικά και η χορήγηση προγραμμάτων επιχορηγήσεων από μέρους της κυβέρνησης.

Ευκαιρία ακόμη αποτελεί για τον εν λόγω κλάδο και η δυνατότητα των επιχειρήσεων για καθετοποίηση των δραστηριοτήτων τους προς τα πίσω. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την είσοδο των καταδυτικών κέντρων στον τομέα δραστηριοποίησης των προμηθευτών τους. Έτσι υπάρχει η δυνατότητα για τον κάτοχο του καταδυτικού κέντρου να είναι και ταυτόχρονα αντιπρόσωπος μίας ή και περισσότερων εταιρειών καταδυτικού εξοπλισμού.

Τέλος, αξιοποιώντας κατάλληλα τη δημιουργία του Καταδυτικού Πάρκου στην περιοχή θα μπορούσε να αντληθεί πλεονέκτημα ταύτισης κάποιου καταδυτικού κέντρου με την προστατευμένη αυτή θαλάσσια περιοχή.

Απειλές

Σημαντική απειλή αποτελεί ο παγκόσμιος ανταγωνισμός που υφίσταται το καταδυτικό προϊόν, ιδιαίτερα για τη χώρα μας, από χώρες που έχουν μπει τα

τελευταία χρόνια στον κατάλογο των δημοφιλών καταδυτικών προορισμών όπως η Τουρκία και η Κροατία.

Ακόμη, μετά τη δημιουργία του Καταδυτικού Πάρκου στην Σαντορίνη διαφαίνεται η είσοδος νέων ανταγωνιστών στον κλάδο. Την απειλή αυτή έρχεται να ισχυροποιήσει περαιτέρω και η δημιουργία άλλων Καταδυτικών Πάρκων πέραν αυτού σε άλλες ελληνικές τοποθεσίες.

Τέλος, λόγω της δυσχερής οικονομικής συγκυρίας που βιώνει η Ελλάδα αλλά και η Ευρώπη γενικότερα αυτό το χρονικό διάστημα, αξίζει να σημειωθεί, πως σημαντική απειλή για τις επιχειρήσεις του κλάδου θα αποτελέσουν οι όποιες επαχθείς οικονομικά νέες κρατικές ρυθμίσεις / παρεμβάσεις λάβουν μέρος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πρωταρχικός σκοπός κάθε νέας επιχείρησης που επενδύει σημαντικά κεφάλαια, είναι η ταχεία και άμεση απόσβεση αυτών των κεφαλαίων, ώστε να μεριμνήσει εν συνεχεία για την περαιτέρω ανάπτυξή της και βελτίωση των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών της. Επομένως, οι στόχοι για την επιχείρηση “Thira Diving Center” ορίζονται ως εξής:

- Απόσβεση του επενδυμένου κεφαλαίου σε λιγότερο από 4 χρόνια.
- Επίτευξη καθαρών κερδών μετά από φόρους (EAT), άνω του 6% των καθαρών ετήσιων πωλήσεων για το έτος 2013.
- Κατάκτηση μεριδίου αγοράς της τάξεως του 4% έως το τέλος του 2017 και αύξηση της παραγωγικότητας με νέες επενδύσεις εξοπλισμού, μετά το πέρας της πενταετίας για κάλυψη της επιπλέον ζήτησης.

5.1 Επιχειρησιακή Στρατηγική (Corporate Strategy)

Η επιχείρηση εφαρμόζει στρατηγική ανάπτυξης (growth strategy) με σκοπό να αναπτύξει τις πωλήσεις, τα κέρδη και την επιρροή της στην αγορά. Πιο συγκεκριμένα από το δεύτερο έτος δημιουργίας της και μετά θα κάνει μια προσπάθεια να αποκτήσει «παρουσία» προς τα πίσω, εφαρμόζοντας κάθετη ολοκλήρωση προς τα πίσω. Αυτό θα το επιτύχει μπαίνοντας στις δραστηριότητες των αντιπροσώπων των εταιρειών καταδυτικού εξοπλισμού, οι οποίοι προμηθεύουν την “Thira Diving Center” με τον απαραίτητο καταδυτικό εξοπλισμό. Με αυτό τον τρόπο, η επιχείρηση θα μπορέσει να αξιοποιήσει τα περιθώρια κερδών που αποκόμιζαν οι αντιπρόσωποι και να επιτύχει μείωση του κόστους.

5.2 Επιχειρηματική Στρατηγική (Business Strategy)

Η στρατηγική την οποία ακολουθεί η επιχείρηση σε επίπεδο Διεύθυνσης είναι η στρατηγική εστίασης κόστους, στοχεύοντας στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των υπηρεσιών στην αγορά. Ακολουθώντας την εξειδικευμένη στρατηγική γίνεται στόχευση σε μία niche αγορά, όπου γίνεται προσπάθεια ικανοποίησης καταναλωτών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (ευρωπαίοι αυτοδύτες που πραγματοποιούν συχνά ταξίδια σε μεσογειακούς καταδυτικούς προορισμούς με τις οικογένειές τους). Με αυτό τον τρόπο εντείνονται οι προσπάθειες εμπορίας σε αυτό το τμήμα της αγοράς προσαρμόζοντας το μείγμα μάρκετινγκ σε αυτό, ώστε να υπάρχει η καλύτερη δυνατή ανταπόκριση στις ανάγκες της αγοράς-στόχου, με ταυτόχρονη προσπάθεια επίτευξης πλεονεκτήματος κόστους σε όλο το φάσμα των λειτουργιών/ δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Στόχος της επιχείρησης ακολουθώντας αυτή τη στρατηγική, είναι να λάβει υψηλό βαθμό πίστης/αφοσίωσης των πελατών στις υπηρεσίες που προσφέρει, αφού μπορεί να είναι κοντά στο πελάτη και να παρακολουθεί καλύτερα τις ανάγκες του.

5.3 Στρατηγικές των επί μέρους λειτουργιών (Functional Strategy)

■ Στρατηγική Marketing

Τιμολογιακή πολιτική: Η εταιρεία θέτοντας ως στόχο την παροχή κορυφαίου εξοπλισμού ποιότητας και υπηρεσιών ακολουθεί διαφορετική τιμολογιακή πολιτική όσον αφορά στους τουρίστες που επισκέπτονται το νησί στα πλαίσια κρουαζιέρων και επιλέγουν τις καταδύσεις αναψυχής, και στους αυτοδύτες που επισκέπτονται το νησί με σκοπό να πραγματοποιήσουν κάποιων αριθμό καταδύσεων.

Διανομή: Η διανομή των υπηρεσιών γίνεται κυρίως μέσω: τηλεφωνικής επικοινωνίας με το καταδυτικό κέντρο, επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (πληροφορίες και κρατήσεις), του ξενοδοχείου, της επίσημης ιστοσελίδας της επιχείρησης που θα έχει ενσωματωμένη πλατφόρμα κρατήσεων (Customer Reservation System-CRS) και τουριστικού γραφείου με το οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση και ειδικεύεται σε ταξίδια περιπέτειας και καταδύσεων.

Προώθηση: Το μίγμα προώθησης- προβολής που θα χρησιμοποιηθεί περιλαμβάνει διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων και δημόσιες σχέσεις.

Σχετικά με τη στρατηγική marketing της επιχείρησης, ακολουθεί λεπτομερέστερη ανάλυση των διαδικασιών που ακολουθούνται στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας (κεφάλαιο 6^ο).

■ Οικονομική στρατηγική

Η επιχείρηση απαιτεί για την έναρξη λειτουργίας της, επενδύσεις συνολικής αξίας 190.580,00 €. Μέρος από αυτές θα προέρχονται από ίδια κεφάλαια 50.000,00€, ενώ τα υπόλοιπα από τραπεζικό δανεισμό 140.000,00 €.

■ Στρατηγική R&D

Δεν υπάρχει διακεκριμένο τμήμα στην επιχείρηση, παρόλα αυτά οι εργαζόμενοι έχουν πολύ καλή γνώση του αντικειμένου των αυτόνομων καταδύσεων και μεγάλη εμπειρία στο χώρο. Την ευθύνη του τμήματος αυτού έχει αναλάβει ουσιαστικά ο Διευθυντής της επιχείρησης, ώστε να παρακολουθεί τις εξελίξεις στην αγορά, και να

προσθέτει καινοτομικά στοιχεία στον τρόπο λειτουργίας και παροχής των υπηρεσιών της επιχείρησης.

■ Στρατηγική HRM

Το προσωπικό της επιχείρησης στελεχώνεται από ικανά και εξειδικευμένα άτομα, που έχουν τις απαραίτητες γνώσεις και σχετική εμπειρία στο αντικείμενο που έχουν αναλάβει. Επιπλέον, λόγω του τύπου και του αντικειμένου δραστηριοποίησης της επιχείρησης, είναι δυνατή η κάλυψη διαφορετικού αριθμού θέσεων εργασίας κατά τη διάρκεια του έτους αναλόγως του μήνα λειτουργίας και του επιπέδου ζήτησης. Πέραν τούτου, υπάρχει διαρκής μέριμνα από μέρους της διεύθυνσης για δημιουργία ευχάριστου περιβάλλοντος και συνθηκών εργασίας.

■ Στρατηγική “Purchasing”

Η προμήθεια του καταδυτικού εξοπλισμού γίνεται στο 70% του συνόλου του από μία εταιρεία προμηθευτή γιατί κατά αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται ένα μεγάλο ποσοστό έκπτωσης, καθώς και επιπλέον παροχές, όπως η πιστοποίηση του καταδυτικού κέντρου ως εξειδικευμένο service center. Ακόμη, με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζει δωρεάν τα ανταλλακτικά του εξοπλισμού αλλά και τεχνογνωσία σχετικά με τον τρόπο συντήρησής του, προσδίδοντας έτσι μεγαλύτερο χρόνο ζωής στον εξοπλισμό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ MARKETING

6.1 Ανάλυση της εταιρείας

Το “Thira Diving Center” βρίσκεται στο Καμάρι μία από της πιο τουριστικές περιοχές της Σαντορίνης. Οι κορυφαίες υπηρεσίες και ο εξοπλισμός ποιότητας που προσφέρονται στους πελάτες, σε συνδυασμό με την καλύτερη δυνατή, φιλική και επαγγελματική εξυπηρέτηση, συμβάλλουν στην καλύτερη απόδοση των σκοπών της επιχείρησης και στην καλύτερη διασκέδαση των επισκεπτών της.

Το Μίγμα Μάρκετινγκ του “Thira Diving Center”

Προϊόντα και Υπηρεσίες

Το “Thira Diving Center” παρέχει κάθε είδους υπηρεσία στον τομέα της Αυτόνομης Κατάδυσης Αναψυχής, όπως η εκπαίδευση αυτοδυτών όλων των βαθμίδων, η οργανωμένη- καθοδηγούμενη κατάδυση, αλλά και η εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού. Ακόμη, προσφέρονται μαθήματα γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση, snorkeling, μαθήματα ειδικοτήτων και κάλυψη των αυτοδυτών με ασφάλεια αστικής ευθύνης από την (DAN EUROPE).

Εκτός των παραπάνω, προσφέρεται ένα ευρύ πεδίο καταδύσεων που περιλαμβάνει τουλάχιστον 32 διαφορετικά καταδυτικά σημεία, αλλά και ελκυστικά οικονομικά καταδυτικά πακέτα που περιλαμβάνουν ένα σύνολο υπηρεσιών διαμονής, εστίασης (γεύμα και πρωινό), καταδύσεων και μεταφοράς από και προς το αεροδρόμιο. Ο **κορυφαίος εξοπλισμός ποιότητας** του καταδυτικού κέντρου αλλά και το τακτικό service του, αποτελούν ουσιαστική προϋπόθεση για την εξασφάλιση των υψηλών προδιαγραφών ασφαλείας της επιχείρησης.

Διανομή

Οι υπηρεσίες της εταιρείας διατίθενται απευθείας στους καταναλωτές, στο κατάλληλα και πλήρως εξοπλισμένο καταδυτικό κέντρο στην περιοχή του Καμαριού στη Σαντορίνη. Η διανομή πραγματοποιείται μέσω:

- Τηλεφωνικής επικοινωνίας με το καταδυτικό κέντρο
- Επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (πληροφορίες και κρατήσεις)
- Του ξενοδοχείου, η προμήθεια του οποίου ανέρχεται στο 5% των πωλήσεων

- Της επίσημης ιστοσελίδας της επιχείρησης που θα έχει ενσωματωμένη πλατφόρμα κρατήσεων (Customer Reservation System-CRS), ώστε να αποφεύγονται τα διαφυγόντα κέρδη, να γίνεται ταχύτερη διεκπεραίωση των κρατήσεων με συνεχή και απρόσκοπτη λειτουργία
- Τουριστικού γραφείου που ειδικεύεται σε ταξίδια περιπέτειας και καταδύσεων.

Τιμολογιακή Πολιτική

Το «Thira Diving Center» θα ακολουθεί διαφορετικές τιμολογιακές πολιτικές όσον αφορά στους τουρίστες που επισκέπτονται το νησί στα πλαίσια κρουαζιέρων, και στους αυτοδύτες που επισκέπτονται το νησί για να πραγματοποιήσουν αυτόνομες καταδύσεις. Στους πρώτους, η εταιρεία εφαρμόζει την πολιτική στο «μέσο επίπεδο τιμών» σε σχέση με τους ανταγωνιστές, δεδομένου ότι οι παροχές των βασικών υπηρεσιών (κυρίως γνωριμίας με την κατάδυση) που ικανοποιούν το τμήμα αυτό των πελατών δεν διαφοροποιείται ιδιαίτερα από εκείνο των ανταγωνιστών.

Όσον αφορά στην κύρια υπηρεσία της επιχείρησης αυτής των ολοκληρωμένων καταδυτικών πακέτων, η τιμολογιακή μέθοδος που θα ακολουθηθεί θα είναι: τιμή/μονάδα κόστους + επιθυμητό περιθώριο κέρδους. Στόχος της επιχείρησης με την εφαρμογή της συγκεκριμένης πολιτικής είναι η διαμόρφωση της εικόνας ενός ανώτερου προϊόντος, με ταυτόχρονη την επίτευξη ικανοποιητικού περιθωρίου κέρδους. Εκτός των παραπάνω, η επιχείρηση επιχειρεί και διαφοροποίηση της τιμολόγησης που αφορά ως επί το πλείστον την κύρια υπηρεσία της επιχείρησης και έχει να κάνει με τον τρόπο με τον οποίο επιλέγει ο πελάτης να κάνει την κράτηση της υπηρεσίας αυτής. Έτσι, στα πλαίσια της πολιτικής εκπτώσεων, θα εφαρμόζεται έκπτωση της τάξης του 10% σε περίπτωση on-line κράτησης της υπηρεσίας μέσω της ειδικής φόρμας κρατήσεων της ιστοσελίδας της επιχείρησης.

Η εταιρεία έχει θέσει ως στόχο την παροχή κορυφαίου εξοπλισμού ποιότητας και υπηρεσιών. Στο τελευταίο συμβάλλει ουσιαστικά, η άριστη τοποθεσία του καταδυτικού κέντρου σε σχέση με το Καταδυτικό Πάρκο που θα δημιουργηθεί, αλλά και το γεγονός δημιουργίας του στα πλαίσια του ξενοδοχείου που δίνει τη δυνατότητα επιπλέον παροχών στους πελάτες (διαμονής, παροχής γεύματος και πρωινού). Τα παραπάνω είναι σημαντικά καθώς κατά αυτόν τον τρόπο ελαχιστοποιείται ο κόπος και ο χρόνος μεταφοράς εξοπλισμού από και προς τη μαρίνα, μεγιστοποιώντας την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται.

Επομένως, το κόστος παροχής των υπηρεσιών της εταιρείας για την «αγορά-στόχο» θα ξεκινάει από την ελάχιστη βάση που έχει ορίσει η ίδια, όσον αφορά στο περιεχόμενο και την ποιότητα των υπηρεσιών της. Στον Πίνακα 6.1 που παρατίθεται στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποιες ενδεικτικές τιμές πώλησης (συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α) της εταιρείας (οι τιμές των βασικών υπηρεσιών που προσφέρονται, διαμορφώθηκαν με βάση την αναλογία σταθερού και μεταβλητού κόστους στο συνολικό κόστος της κάθε υπηρεσίας, λαμβάνοντας όμως υπόψη και τις τιμές των ανταγωνιστών, μέσω των επαφών που πραγματοποιήθηκαν, κατά τη διάρκεια προετοιμασίας της μεταπτυχιακής μελέτης, με άτομα που δραστηριοποιούνται στο χώρο). Βέβαια οι τιμές αφορούν στη διαμονή σε διαμερίσματα και studios του ξενοδοχείου. Για την διαμονή σε κάποια από τις σουίτες του ξενοδοχείου οι τιμές των πακέτων διαμορφώνονται διαφορετικά.

Πίνακας 6.1 Ενδεικτικές Τιμές Πώλησης των Υπηρεσιών της Εταιρείας

ΑΥΤΟΝΟΜΗ ΚΑΤΑΔΥΣΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ		
ΑΤΟΜΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ		
<i>(Περιλαμβάνονται: πλήρης εξοπλισμός, συνοδός, ασφάλιση)</i>		
Υψηλή Περίοδος (Α): Πάσχα, Ιούλιος, Αύγουστος, Εορταστικά Τριήμερα, Γιορτές Αγίων		
Χαμηλή Περίοδος (Β): Απρίλιος, Μάιος, Ιούνιος, Σεπτέμβριος, Οκτώβριος, Νοέμβριος		
Τιμή ανά βουτιά		
Περίοδος Α	Περίοδος Β	
55 € (από σκάφος)	52 € (από σκάφος)	
48 € (από παραλία)	45 € (από παραλία)	
ΑΤΟΜΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ		
<i>(Περιλαμβάνονται: πλήρης εξοπλισμός, επαγγελματίας οδηγός, ασφάλιση)</i>		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β
4 Καταδύσεις	216 €	200 €
6 Καταδύσεις	318 €	288 €
8 Καταδύσεις	416 €	376 €
10 Καταδύσεις	500 €	450 €
ΟΜΑΔΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ (Άνω των 4 ^{ωv} ατόμων)		
<i>(Περιλαμβάνονται: πλήρης εξοπλισμός, επαγγελματίας οδηγός, ασφάλιση)</i>		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β
4 Καταδύσεις	180 €	160 €
6 Καταδύσεις	258 €	228 €
8 Καταδύσεις	336 €	296 €
10 Καταδύσεις	400 €	350 €

SNORKELING				
<i>(Περιλαμβάνονται: πλήρης εξοπλισμός, επαγγελματίας οδηγός, ενημέρωση, αναψυκτικά)</i>				
Από σκάφος:	1Tour	2 Tours	3 Tours	4+ Tours
	25 €	45 €	60 €	20 € το γύρο
Από παραλία:	20 €	35 €	50 €	15 € το γύρο
Μισή μέρα discovery tour :	60 €			

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΥΤΟΝΟΜΗΣ ΚΑΤΑΔΥΣΗΣ PADI		
<p>Σε όλα τα προγράμματα αυτόνομης κατάδυσης από το Open Water μέχρι και το Divemaster και σε όλες τις ειδικότητες παρέχεται πλήρες πακέτο στους μαθητές που περιλαμβάνει βιβλίο PADI, DVD PADI, δίπλωμα και καρτελάκι. Στο πρόγραμμα Open Water Diver παρέχονται επίσης Log-Book και e-RDP. <i>(Περιλαμβάνονται: μεταφορά, πλήρης εξοπλισμός, σνακ στο σκάφος και ασφάλιση)</i></p>		
	Περίοδος Α	Περίοδος Β
Discover Scuba Diving	78 €	72 €
<ul style="list-style-type: none"> • Κατάδυση γνωριμίας για παιδιά, μικρότερα των 12 ετών • Barbeque trip (εκδρομή με σκάφος, snorkeling, μπάμπεκικου, min 8 άτομα) • Κατάδυση γνωριμίας "Plus" (1 κατάδυση από παραλία και 1 από σκάφος) 	50 €	43 €
Scuba Diver	300 €	285 €
Open Water Diver (4 καταδύσεις με σκάφος)	368 €	336 €
Adventure Diver (2-3 ημέρες θεωρία, 5 βουτιές)	280 €	260 €
Advanced Open Water Diver (5 καταδύσεις με σκάφος)	350 €	330 €
Emergency First Response (Complete)	200 €	180 €
EFR Care for Children (Complete)	180 €	170 €
Rescue Diver (2 καταδύσεις με σκάφος)	410 €	380 €
Divemaster	720 €	690 €
Assistant instructor	560 €	540 €
EFR Instructor	360 €	340 €

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΠΑΚΕΤΑ	
<p>Όλα τα πακέτα περιλαμβάνουν ενοικίαση πλήρους εξοπλισμού, μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, διαμονή, ασφάλιση, επαγγελματία οδηγό, πρωινό και 1 γεύμα κατά τη διάρκεια όλων των ημερών παραμονής. Οι τιμές είναι ανά άτομο και βασίζονται σε διαμονή όπου τα δωμάτια μοιράζονται από δύο άτομα.</p>	
<p><i>*Η διαμονή για τους μη δύτες είναι στα 28 €/τη βραδιά</i></p>	
WEEKEND DIVING (3 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (2 βραδιές) ➤ 4 βουτιές σε ναυάγια, σπηλιές, υφάλους ➤ Πρωινό & γεύμα (2 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
326 €	280 €
ONE WEEK DIVING (8 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (7 βραδιές) ➤ 6 βουτιές σε ναυάγια στην Παλαιά και Νέα Καμένη, στις προστατευόμενες ζώνες ➤ Πρωινό & γεύμα (7 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
632 €	497 €
ONE WEEK DIVING PLUS (8 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (7 βραδιές) ➤ 12 βουτιές σε ναυάγια, καταδύσεις στις προστατευόμενες ζώνες, νυχτερινές... ➤ Πρωινό & γεύμα (7 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
914 €	749 €
ONE WEEK OPEN WATER DIVER COURSE (8 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (7 βραδιές) ➤ Πιστοποίηση από τον Οργανισμό της PADI ➤ Το μάθημα περιλαμβάνει: Διάλεξη εκπαιδευτή, όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και επαναγέμισμα των φιαλών, βιβλίο PADI, DVD PADI, δίπλωμα, καρτελάκι καθώς και Log-Book. Περιλαμβάνονται ακόμη η μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο και η ασφάλισή τους. ➤ Πρωινό & γεύμα (7 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
682 €	545 €

ONE WEEK ADVANCED OPEN WATER DIVER COURSE (8 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (7 βραδιές) ➤ Μαθήματα της PADI ➤ Τα μαθήματα περιλαμβάνουν: Διάλεξη εκπαιδευτή, όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και επαναγέμισμα των φιαλών, βιβλίο PADI, DVD PADI, δίπλωμα, καρτελάκι, τη μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο και την ασφάλιση των μαθητών. ➤ Πρωινό & γεύμα (7 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
664 €	539 €
OWD & AOWD WEEK PACKAGE (8 ΗΜΕΡΕΣ)	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Διαμονή σε επιπλωμένα διαμερίσματα ή studios (7 βραδιές) ➤ Μαθήματα της PADI (Open Water Diver και Advance Open Water) ➤ Τα μαθήματα περιλαμβάνουν: Διάλεξη εκπαιδευτή, όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό και επαναγέμισμα των φιαλών, βιβλίο PADI, DVD PADI, δίπλωμα, καρτελάκι, τη μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο και την ασφάλιση των μαθητών. ➤ Πρωινό & γεύμα (7 ημέρες) 	
ΠΕΡΙΟΔΟΣ Α	ΠΕΡΙΟΔΟΣ Β
967 €	815 €

ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	
Πλήρης Εξοπλισμός ανά ημέρα:	30,00 €
Μάσκα/ πέδιλα/ αναπνευστήρας:	10,00 €
Καταδυτική σημαδούρα:	6,00 €
Ρυθμιστής (Regulator):	8,00 €
Καταδυτικός φακός:	10,00 €
Τζάκετ (BCD):	8,00 €
Στολή:	8,00 €
ΠΛΗΡΩΣΗ ΦΙΑΛΩΝ	
Γέμισμα με αέρα:	7,00 €

Προώθηση

Το μίγμα προώθησης- προβολής που θα χρησιμοποιηθεί περιλαμβάνει διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων και δημόσιες σχέσεις. Αξίζει βέβαια να σημειωθεί, πως η διαδικασία προσέλκυσης των καταναλωτών γίνεται μέσα από τη διαδικασία ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων (επιχείρησης- πελάτη), με στόχο τη διαχρονική εξυπηρέτηση των πελατών, τις θετικές συστάσεις «από στόμα, σε στόμα» (“word of mouth”) και την αφοσίωσή (loyalty) τους στις υπηρεσίες που προσφέρονται.

Σε επίπεδο διαφήμισης θα πραγματοποιηθεί κυρίως:

Διαφήμιση μέσω Διαδικτύου:

- Σε αυτές τις ενέργειες ανήκει πρωτίστως η δημιουργία “website” με πλήρη περιγραφή των παρεχόμενων υπηρεσιών και των τιμών αυτών, εικονική ξενάγηση στους χώρους του καταδυτικού κέντρου, καθώς και στον εξωτερικό χώρο της πισίνας, περιγραφή των δρώμενων και εκδηλώσεων της τοπικής κοινωνίας και τέλος forum με σχόλια- εντυπώσεις των επισκεπτών.
- Απαραίτητη κρίνεται ακόμα, η δημιουργία λογαριασμού σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, twitter, MySpace)
- Η δημιουργία εταιρικού “mail”
- Η προβολή με video μέσω του YouTube
- Η εξασφάλιση λέξεων-κλειδιών για εσωτερική αναζήτηση μέσω του κλάδου επιχείρησης
- Συνδρομή για παρουσία σε μηχανές αναζήτησης (Google, Yahoo) και στην διαδικτυακή πύλη santorini.gr
- Προβολή μέσω Google Adwords,
- Προωθητικές ενέργειες με τη δημιουργία καμπάνιας και διαγωνισμών μέσω Facebook
- Διακεκριμένη προβολή μέσω banner διάστασης 725px x 120px στην κορυφή όλων των σελίδων του επαγγελματικού οδηγού, όπου ο διαφημιστής πληρώνεται αναλόγως με το πόσα κλικ έγιναν στο banner του διαφημιζόμενου [CPC (Cost Per Click)].

Σε επίπεδο προώθησης πωλήσεων, η εταιρεία εκτός των ειδικών εκπτώσεων που προσφέρει σε περιπτώσεις κράτησης μέσω Internet προγραμματίζει και την παρουσία ειδικών προβολών (σταντ) από το 2^ο έτος και μετά, στο παλιό λιμάνι όπου αποτελεί σημείο αφίξεων πολύ μεγάλου αριθμού τουριστών που επισκέπτονται το νησί με κρουαζιερόπλοια. Η ενέργεια αυτή συνδυάζεται και με διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων.

Επιπλέον, η εταιρεία προσφέρει άμεσα κίνητρα σε εκείνους τους πελάτες που επιλέγουν και πραγματοποιούν κάποιο από τα 3ήμερα ή 8ήμερα ολοκληρωμένα καταδυτικά πακέτα που προσφέρονται. Οι παροχές αυτές επιβράβευσης των πελατών που επιλέγουν τα συγκεκριμένα πακέτα, αφορούν στην προσφορά δωρεάν συμμετοχής σε διάφορα προγράμματα και “events”, που πραγματοποιούνται με τη διάρκεια του επόμενου έτους. Τέτοια προγράμματα μπορεί να είναι η συμμετοχή σε 3ήμερη ενημερωτική εκδήλωση γνωριμίας με τους κατασκευαστές καταδυτικού

εξοπλισμού ή η παρακολούθηση 3ήμερων προγραμμάτων καταδυτικής επιμόρφωσης. Μπορεί επίσης να τους παρέχεται και η δυνατότητα να γνωρίσουν σε δύο αγαπημένα τους πρόσωπα τον όμορφο κόσμο της κατάδυσης, προσφέροντάς τους δωρεάν το πρόγραμμα γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση της PADI.

Τέλος, όσον αφορά στις **δημόσιες σχέσεις**, στόχος της εταιρείας είναι να προβεί στις ακόλουθες ενέργειες:

- Συμμετοχή σε Καταδυτική Έκθεση του εξωτερικού με δικό της σταντ κατά το 5^ο έτος δημιουργίας του καταδυτικού κέντρου
- Εγγραφή στην Ελληνική Ομοσπονδία Καταδύσεων
- Ανάλυση δράσεων υποστήριξης περιβαλλοντικών επιχειρήσεων όπως ο «καθαρισμός του βυθού». Μέσω των δράσεων αυτών αποδεικνύεται εμπράκτως ότι σημαντικό μέρος της αποστολής της εταιρείας είναι η Κοινωνική Ευθύνη.

Οι άνθρωποι

Η εταιρεία δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στον ανθρώπινο παράγοντα, προσδοκώντας μέσα από την ανάπτυξη και προώθηση των διαπροσωπικών σχέσεων, στην αφοσίωση των πελατών. Στοχεύοντας λοιπόν, στην προσφορά κορυφαίων υπηρεσιών στελεχώνει το καταδυτικό κέντρο με πολύγλωσσους εκπαιδευτές και επαγγελματίες που συμβάλλουν στην καλύτερη απόδοση των σκοπών της επιχείρησης και στην καλύτερη διασκέδαση των επισκεπτών της.

Τέλος, η φιλική και ζεστή προσέγγιση του πελάτη, η άψογη οργάνωση και η κατάλληλη πληροφόρηση καθιστούν εύκολη και άνετη την παραμονή του στο καταδυτικό κέντρο.

Οι διαδικασίες

Το “Thira Diving Center” χρησιμοποιεί πολύ γνωστό, άριστης ποιότητας εξοπλισμό και έχει επιλέξει τα καταδυτικά σημεία ώστε να μεγιστοποιεί το χρόνο κατάδυσης των πελατών. Ακόμη, η άριστη τοποθεσία του στα πλαίσια του ξενοδοχείου δίπλα στη θάλασσα, δίνει τη δυνατότητα επιπλέον παροχών στους πελάτες (διαμονής, παροχής γεύματος και πρωινού). Τα παραπάνω είναι σημαντικά καθώς κατά αυτόν τον τρόπο ελαχιστοποιείται ο κόπος και ο χρόνος μεταφοράς εξοπλισμού από και προς τη μαρίνα, αλλά και εύρεσης των συμπληρωματικών υπηρεσιών που προαναφέρθηκαν, μεγιστοποιώντας έτσι την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται.

Επιπλέον, υπάρχει δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για όλες τις υπηρεσίες αλλά και για το service του εξοπλισμού, από το εξειδικευμένο προσωπικό του καταδυτικού κέντρου. Ακόμη, δίνεται η δυνατότητα κράτησης μέσω internet, αλλά και δυνατότητα εξόφλησης των υπηρεσιών των ολοκληρωμένων πακέτων που προσφέρει όπως ακολούθως:

- η προεξόφληση του 40% του συνολικού κόστους του πακέτου κατά την κράτηση της ημερομηνίας, μέσω πιστωτικής κάρτας (MasterCard, Visa) ή μέσω τραπεζικής κατάθεσης.
- η εξόφληση του υπόλοιπου 60% του συνολικού κόστους μετά το πέρας της περιόδου παραμονής τους.

Πολιτική Ακύρωσης Κρατήσεων

Εάν η ακύρωση της κράτησης γίνει:

- **22 ή περισσότερες ημέρες πριν** την ημερομηνία άφιξης του πελάτη-επισκέπτη, επιστρέφεται σε αυτόν η προκαταβολή
- **14 έως 21 ημέρες πριν** την ημερομηνία άφιξης του πελάτη-επισκέπτη, επιστρέφεται σε αυτόν το 50% της προκαταβολής
- **13 ή λιγότερες ημέρες πριν** από την ημερομηνία άφιξης του πελάτη-επισκέπτη, δεν επιστρέφεται κανένα ποσό από την προκαταβολή στον πελάτη.

Το περιβάλλον της επιχείρησης

Το “Thira Diving Center” βρίσκεται πολύ κοντά στην παραλία και εντάσσεται στα πλαίσια ξενοδοχειακής μονάδας, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα πραγματοποίησης μαθημάτων ασφαλούς περιβάλλοντος στην θερμαινόμενη πισίνα του ξενοδοχείου, ενώ οι ακτές για τα μαθήματα στην ανοικτή θάλασσα είναι σε απόσταση μόλις 30μ. από το καταδυτικό κέντρο. Επιπλέον, στον ευρύχωρο και καθαρό χώρο του καταδυτικού περιλαμβάνονται άνετες, κλιματιζόμενες αίθουσες διδασκαλίας και εκδηλώσεων άρτια εξοπλισμένες, ενώ υπάρχει και ειδικά διαμορφωμένος χώρος για το πλύσιμο και το στέγνωμα του καταδυτικού εξοπλισμού. Ο αρκετά μεγάλος εξωτερικός χώρος με το ξύλινο τραπέζι και τους πάγκους συμβάλλει στη δημιουργία φιλικού και άνετου περιβάλλοντος, αφού δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες του καταδυτικού να περάσουν όμορφα αρκετές ώρες της ημέρας, χαλαρώνοντας με ένα βιβλίο ανάμεσα στις καταδύσεις. Ακόμη στο δροσερό και σκιερό αυτό χώρο, μπορούν να απολαύσουν τον καφέ ή το αναψυκτικό τους.

6.2 Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Κάθε επιχείρηση αναζητά εκείνο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προέρχεται από τα δυνατά της σημεία, αλλά αποτυπώνεται στην αξία που δίνει στον πελάτη και είναι εκείνο που θα της επιτρέψει κατ' αρχήν να επιβιώσει στα πλαίσια του ανταγωνισμού και στη συνέχεια να αναπτυχθεί. Απώτερο σκοπό φυσικά, αποτελεί η διατήρηση αυτού και η εδραίωση της επιχείρησης στην αγορά. Για την επιχείρηση «Thira Diving Center» ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αποτελεί η άριστη τοποθεσία και η βελτιστοποίηση των διαδικασιών που προσδίδουν επιπλέον αξία στον πελάτη.

6.3 Αγορά-Στόχος

Είναι γνωστό πως οι πελάτες διατηρούν την υψηλότερη δύναμη και ασκούν τη μεγαλύτερη επίδραση σε μια εταιρεία. Για αυτό το λόγο κρίνεται χρήσιμος ο καθορισμός της αγοράς-στόχου στην οποία απευθύνεται η επιχείρηση όπως παρουσιάζεται στη συνέχεια.

Οι υπηρεσίες της εταιρείας απευθύνονται κατά κύριο λόγο στην ευρωπαϊκή αγορά αυτοδυτών, της οποίας τα ειδικότερα χαρακτηριστικά παρουσιάζονται στη συνέχεια. Ο μέσος ευρωπαίος αυτοδύτης είναι ανώτερου μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου, ενώ στην Ευρώπη καταγράφονται 4.000.000 πιστοποιημένοι αυτοδύτες, το 70% εκ των οποίων επιλέγουν τη Μεσόγειο ως προορισμό.

Ακόμη, 825.000 από αυτούς συνοδευόμενοι από φίλους ή τις οικογένειές τους, πραγματοποιούν ένα ταξίδι κάθε χρόνο τουλάχιστον 7 διανυκτερεύσεων. Το “Thira Diving Center” επενδύει σε αυτό το τμήμα της αγοράς, σε ευαισθητοποιημένους σε περιβαλλοντικά θέματα αυτοδύτες, προσφέροντας ολοκληρωμένα καταδυτικά πακέτα για εκείνους και τις οικογένειές τους.

6.4 Στόχοι στρατηγικής Μάρκετινγκ

Ως βασικοί στόχοι του Marketing ορίζονται οι εξής:

- Δημιουργία “Brand Awareness” για το «προϊόν» της εταιρείας στην αγορά-στόχο, και ενίσχυσή του από το τέλος του πρώτου έτους κατά 20% έως το Δεκέμβριο του 2015
- Επίτευξη του 35% των ετήσιων πωλήσεων κατά τους μήνες Μάρτιο έως Μάιο και από Σεπτέμβριο έως Δεκέμβριο, μέχρι τον Απρίλιο του 2018
- Διατήρηση πιστών και μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες.

Για την επίτευξη κάθε ενός στόχου από τους παραπάνω, γίνεται χρήση συγκεκριμένων επικοινωνιακών εργαλείων του τμήματος marketing της επιχείρησης. Έτσι, προς την επίτευξη του πρώτου στόχου, την ενίσχυση του “brand awareness”, γίνεται χρήση και των τριών εργαλείων, εκείνου της διαφήμισης, της προώθησης πωλήσεων και των δημοσίων σχέσεων με τις επιμέρους ενέργειες έτσι όπως αναφέρθηκαν αναλυτικά στο προηγούμενο κομμάτι της προώθησης.

Ακόμη για την επίτευξη του δεύτερου στόχου, γίνεται χρήση των επικοινωνιακών εργαλείων της διαφήμισης και της προώθησης πωλήσεων, ενώ για την επίτευξη του τέταρτου στόχου η προώθηση πωλήσεων και οι δημόσιες σχέσεις. Τέλος, προς επίτευξη του τρίτου στόχου γίνεται χρήση της προώθησης πωλήσεων, και πιο συγκεκριμένα επιτυγχάνεται με την άμεση παροχή κινήτρων στους καταναλωτές και ειδικών εκπτώσεων για τους συγκεκριμένους μήνες της χαμηλού περιόδου κίνησης.

6.5 Χρονοδιάγραμμα ενεργειών Μάρκετινγκ

Η επιλογή των συγκεκριμένων επικοινωνιακών εργαλείων που αναφέρθηκαν προηγουμένως για την επίτευξη των στόχων μάρκετινγκ μεταφράζονται σε συγκεκριμένες ενέργειες, χρονικά προσδιορισμένες, ανά εβδομάδα. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η κωδικοποίηση των ενεργειών που εμφανίζονται στους Πίνακες 6.2, 6.3, και 6.4, οποίοι αντιστοιχούν στο πρώτο, το δεύτερο και το τρίτο έτος εφαρμογής του παρόντος σχεδίου.

Ev.1: Δημιουργία video για προβολή της εταιρείας μέσω του You Tube

Ev.2: Εξασφάλιση λέξεων-κλειδιών για εσωτερική αναζήτηση μέσω του κλάδου επιχείρησης

Ev.3: Προβολή στο διαδίκτυο και συνδρομή για παρουσία σε μηχανές αναζήτησης και στην διαδικτυακή πύλη santorini.gr

Ev.4: Προβολή μέσω Google Adwords

Ev.5: Δημιουργία λογαριασμού σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Ev.6: Παρουσία ειδικών προβολών (σταντ) στο παλιό λιμάνι και διανομή διαφημιστικών φυλλαδίων

Ev.7: Προσφορά συμμετοχής σε διάφορα 3ήμερα προγράμματα και “events” κατά τη χαμηλή περίοδο επόμενου έτους. Σε περίπτωση επιτυχίας επανάληψη σε μετέπειτα χρονικό διάστημα

Ev.8: Διατήρηση βάσης δεδομένων για κάθε πελάτη ώστε να είναι εξατομικευμένες οι κάρτες που θα αποσταλούν τα Χριστούγεννα

Ev.9: Αποστολή ηλεκτρονικών χριστουγεννιάτικων καρτών στους καλύτερους πελάτες

Εν.10: Διακεκριμένη προβολή μέσω banner διάστασης 725px x 120px στο portal Σαντορίνης

Εν.11: Προωθητικές ενέργειες με τη δημιουργία καμπάνιας και διαγωνισμών μέσω Facebook

Εν.12: Συμμετοχή σε Καταδυτική Έκθεση του εξωτερικού με δικό της σταντ (δεν απεικονίζεται στα ακόλουθα χρονοδιαγράμματα καθώς προγραμματίζεται να πραγματοποιηθεί κατά το 5^ο έτος).

Πίνακας 6.2 Χρονοδιάγραμμα ενεργειών Μάρκετινγκ, 1^ο έτος εφαρμογής. Ο κάθε μήνας είναι χωρισμένος σε εβδομάδες. με το σκούρο χρώμα παρουσιάζεται η έναρξη και διάρκεια κάθε ενέργειας, ενώ με το ανοιχτό χρώμα απεικονίζεται πιθανή επανεφαρμογή των ενεργειών

2013											
Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος

Πίνακας 6.3 Χρονοδιάγραμμα ενεργειών Μάρκετινγκ, 2^ο έτος εφαρμογής. Ο κάθε μήνας είναι χωρισμένος σε εβδομάδες. με το σκούρο χρώμα παρουσιάζεται η έναρξη και διάρκεια κάθε ενέργειας, ενώ με το ανοιχτό χρώμα απεικονίζεται πιθανή επανεφαρμογή των ενεργειών

	2014											
	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
1	■										■	■
2	■											
3	■											
4	■		■	■	■	■						
5	■											
6						■	■		■	■		
7			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	■											
9												■
10											■	■
11			■	■		■	■		■	■		■
12												

Πίνακας 6.4 Χρονοδιάγραμμα ενεργειών Μάρκετινγκ, 3^ο έτος εφαρμογής. Ο κάθε μήνας είναι χωρισμένος σε εβδομάδες, με το σκούρο χρώμα παρουσιάζεται η έναρξη και διάρκεια κάθε ενέργειας, ενώ με το ανοιχτό χρώμα απεικονίζεται πιθανή επανεφαρμογή των ενεργειών

	2015											
	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
1	Active	Active	Active	Active								
2	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active
3	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active
4	Active	Active								Active	Active	Active
5	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active
6						Active	Active		Active			
7			Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active
8	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active	Active
9												Active
10	Active	Active	Active	Active							Active	Active
11			Active	Active		Active	Active				Active	Active
12												Active

6.6 Προϋπολογισμός

Ο προϋπολογισμός του μάρκετινγκ καλύπτει το κόστος διαφήμισης, προώθησης και δημοσίων σχέσεων. Γενικά, το ποσό για κάθε μια από τις παραπάνω δραστηριότητες διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, τις ετήσιες πωλήσεις και το μέσο κόστος διαφήμισης των ανταγωνιστών της. Ανάλογα με τον κλάδο που βρίσκεται η επιχείρηση ο προϋπολογισμός μπορεί να ξεκινά από το 1% των ετήσιων πωλήσεων της επιχείρησης και να αγγίζει μέχρι και το 30% τους. Ειδικά, οι νέες επιχειρήσεις μπορεί να ξοδεύουν μέχρι το 50% των πωλήσεων τους κατά το πρώτο έτος λειτουργίας τους. Ο προϋπολογισμός του «Thira Diving Center», είναι αρκετά μεγάλος, αφού παρά το μεσαίο μέγεθος της επιχείρησης τοποθετείται σε μία ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά. Στους πίνακες 6.5, 6.6 και 6.7 παρουσιάζονται αναλυτικά η κατανομή του κόστους για κάθε ενέργεια των τριών εργαλείων του μάρκετινγκ.

- **Διαφήμιση**

Πίνακας 6.5 Προϋπολογισμός διαφημιστικής καμπάνιας

Διαφημιστικές ενέργειες	Προϋπολογισμός
Έντυπη	
Φυλλάδια	4.505 € θα δαπανηθούν για την αγορά-εκτύπωση 20.000 φυλλαδίων και για τη διανομή τους.
Online	
<ul style="list-style-type: none">• Σχεδίαση- κατασκευή website (dynamic), σε 3 ξένες γλώσσες• Εφαρμογή on-line booking• Βελτιστοποίηση S.E.O. (Search Engine Optimization)• Ετήσιο πακέτο υποστήριξης• Φιλοξενία ενός έτους σε ασφαλή server• Διαφήμιση (Basic program και προβολή ενός έτους στο διαφημιστικό portal της συγκεκριμένης εταιρείας συμβούλων διαδικτύου	Το κόστος ανάπτυξης των ενεργειών αυτών από επιλεγμένη εταιρεία συμβούλων διαδικτύου κοστολογείται στα 1.400 €.
Δημιουργία σελίδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Κοστολογείται στα 400 €.

Social Media Marketing για έξι μήνες	Κοστολογείται στα 400 €.
Καμπάνια στο Facebook	Κοστολογείται στα 200 € ανά καμπάνια.
Διαγωνισμός στο Facebook	Κοστολογείται στα 200 € ανά διαγωνισμό.
Προβολή μέσω Google Adwords	Το κόστος διαφήμισης μέσω του Google Adwords μετράται ως κόστος ανά κλικ στην επωνυμία της εταιρείας και ορίζεται στα 200 € το μήνα από την επιχείρηση "Thira Diving Center".
Διακεκριμένη προβολή μέσω banner διάστασης 725px x 120px στην κορυφή του portal-santorini	Cost Per Click. Διάθεση έως 500 €.

Η προσφορά για τις παραπάνω ενέργειες από γνωστή εταιρεία συμβούλων διαδικτύου παρατίθεται στο Παράρτημα III. Η επωνυμία και τα επιμέρους στοιχεία της εταιρείας δεν αναγράφονται για λόγους επιχειρηματικής εμπιστευτικότητας, ωστόσο μπορούν να διατεθούν κατόπιν αιτήματος.

- **Πρώθηση Πωλήσεων**

Πίνακας 6.6 Προϋπολογισμός των ενεργειών πρώθησης πωλήσεων

Ενέργειες Πρώθησης Πωλήσεων	Προϋπολογισμός
Τοποθέτηση ειδικών προβολών (σταντ)	405 € αφορούν στην εκτύπωση και τοποθέτηση διπλής όψεως σταντ.
Ειδικές προσφορές συμμετοχής σε διάφορα 3ήμερα προγράμματα και "events"	Υπολογίζεται ότι δεν θα κερδηθούν εξαιτίας των προσφορών αυτών από 20.000 € έως 44.000 € ετησίως, αναλόγως την προσφορά που επιλέγεται κάθε φορά.

- **Δημόσιες Σχέσεις**

Τέλος, το κόστος συμμετοχής της επιχείρησης σε Καταδυτική Έκθεση του εξωτερικού κοστολογείται στα 4.000 €.

Συνοψίζοντας, με βάση τα παραπάνω παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί ο προϋπολογισμός των δαπανών του προγράμματος μάρκετινγκ για την πενταετία 2013-2017:

Πίνακας 6.7 Προϋπολογισμός δαπανών του Προγράμματος Μάρκετινγκ κατά την πρώτη πενταετία

Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ	1^ο έτος (2013)	2^ο έτος (2014)	3^ο έτος (2015)	4^ο έτος (2016)	5^ο έτος (2017)
Φιλοξενία (hosting)	-	125 €	125 €	125 €	125 €
Banner στο portal Σαντορίνης	500 €	500 €	500 €	500 €	-
Προβολή μέσω Google Adwords	1.000 €	800 €	400 €	800 €	400 €
Social Media Marketing	200 €	400 €	400 €	400 €	400 €
Καμπάνια στο Facebook	200 €	-	-	200 €	-
Διαγωνισμός στο Facebook	200 €	-	-	200 €	-
Εκτύπωση και τοποθέτηση ειδικών προβολών (stand double face)	405 €	50 €	50 €	50 €	50 €
Εκτύπωση και διανομή φυλλαδίων	4.505 €	4.505 €	4.505 €	4.505 €	2.250 €
Προσφορά 3ήμερων προγραμμάτων καταδυτικής επιμόρφωσης	10.000 €	20.000 €	-	-	20.000 €
Προσφορά προγραμμάτων γνωριμίας (Discover Scuba Diving) της PADI	-	-	13.800 €	22.190 €	-
Συμμετοχή σε καταδυτική έκθεση του εξωτερικού	-	-	-	-	4.000 €
ΣΥΝΟΛΑ	17.010 €	26.380 €	19.780 €	28.480 €	27.225 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

7.1 Επένδυση- Εγκαταστάσεις

Η επιχείρηση “Thira Diving Center” θα στεγάζεται σε κτηριακές εγκαταστάσεις υπάρχουσας ξενοδοχειακής μονάδας στην περιοχή του Καμαρίου Σαντορίνης. Οι λόγοι της επιλογής αυτής είναι προφανείς. Το καταδυτικό κέντρο δρέπει τα οφέλη από τη στέγασή του στους χώρους του ξενοδοχείου, εξασφαλίζοντας έναν αριθμό πελατών από την υπάρχουσα πελατεία του ξενοδοχείου (ιδιαίτερα σημαντικό για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης). Ταυτόχρονα μειώνονται οι αρχικές δαπάνες που περιορίζονται μόνο σε μικρές αλλαγές διαμόρφωσης των χώρων, και όχι στην κατασκευή κτηριακών εγκαταστάσεων εξ αρχής, ενώ υπάρχουν ήδη χωρίς να απαιτούνται πρόσθετες εργασίες, παροχές σε ρεύμα και νερό.

Επιπλέον, σημαντικό είναι το γεγονός ότι το καταδυτικό κέντρο και η ξενοδοχειακή μονάδα είναι κοινής ιδιοκτησίας επιχειρήσεις, γεγονός που εξαλείφει το σύνηθες πρόβλημα, σύγκρουσης συμφερόντων μεταξύ των επιχειρήσεων, που παρουσιάζεται σε αντίστοιχες περιπτώσεις. Ακόμη, η περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης εξυπηρετεί με τον καλύτερο τρόπο τα συμφέροντά της, καθώς βρίσκεται κοντά στο επικείμενο Καταδυτικό Πάρκο (Κουστώ) και στα επιλεγμένα σημεία κατάδυσης προς μείωση κόστους μεταφοράς από και προς αυτά. Τέλος, η μικρή απόσταση της επιχείρησης από τη θάλασσα συμβάλλει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των αναγκών των πελατών της, προσδίδοντάς τους ευκολία πρόσβασης στη μαρίνα.

Η επιχείρηση “Thira diving Center” θα λειτουργήσει σε οικόπεδο συνολικής επιφάνειας 255 τ.μ. τα 135 τ.μ. εκ των οποίων αποτελεί η στεγασμένη επιφάνεια, όπου θα φιλοξενηθεί το σύνολο των δραστηριοτήτων της. Μετά τη διαμόρφωση των χώρων το καταδυτικό κέντρο θα αποτελείται από:

- Το χώρο υποδοχής που περιλαμβάνει γραφείο (γραμματείας) και το μαγαζί πώλησης του καταδυτικού εξοπλισμού 30 τ.μ.
- Ειδικό χώρο που φυλάσσεται ο αεροσυμπιεστής για το γέμισμα φιαλών 7 τ.μ.
- Το γραφείο του διευθυντή 12τ.μ.
- Την αίθουσα διδασκαλίας 20 τ.μ.
- Τις τουαλέτες (με ντουζιέρες και αποδυτήρια) για τους πελάτες 16 τ.μ.
- Τις τουαλέτες για το προσωπικό 9τ.μ.
- Το χώρο της κουζίνας 10 τ.μ.
- Το χώρο αποθήκευσης του καταδυτικού εξοπλισμού 25 τ.μ.

- Το χώρο προσωρινής αποθήκευσης αντικειμένων 6 τ.μ.

Σχετικά με τον εξωτερικό χώρο των 120 τ.μ. θα υπάρξει:

- Ειδικά διαμορφωμένος χώρος για το πλύσιμο και το στέγνωμα του καταδυτικού εξοπλισμού 14 τ.μ.
- Σκεπαστός δροσερός χώρος με ξύλινους πάγκους που μπορούν να απολαύσουν οι πελάτες τον καφέ ή το αναψυκτικό τους 6 τ.μ. και
- Parking στον υπόλοιπο χώρο των 100 τ.μ.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται συνοπτικά οι επενδύσεις που απαιτούνται για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας:

Πίνακας 7.1 Προϋπολογισμός Επενδυτικής Δαπάνης

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ (σε Ευρώ)	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟ
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΧΩΡΩΝ	Διαμόρφωση εσωτερικών χώρων (τοίχοι, γυψοσανίδες, χωρίσματα)	30.000,00	15,74%
	Τοποθέτηση συστήματος εξαερισμού, θέρμανσης, κλιματισμού	15.000,00	7,87%
	Διαμόρφωση περιβάλλοντα χώρου (χώρος για πλύσιμο-στέγνωμα εξοπλισμού, parking)	10.000,00	5,25%
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	Μηχανολογικός & λοιπός εξοπλισμός παραγωγής	31.445,00	16,50%
	Εξοπλισμός γραφείου (έπιπλα, Η/Υ, λογισμικό)	10.500,00	5,51%
	Μεταφορικά μέσα	89.775,00	47,11%
ΣΥΝΟΛΟ		186.720,00	

ΆΥΛΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	Δημιουργία δυναμικού website με on-line booking, και σελίδας στα social media	1.800,00	0,94%
	Δημιουργία λογότυπου	700,00	0,37%
	Έκδοση άδειας λιμενικού	1.360,00	0,71%
ΣΥΝΟΛΟ		3.860,00	2,03%
ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ		190.580,00	

7.2 Μηχανολογικός και λοιπός εξοπλισμός

Η επιλογή του αεροσυμπιεστή υψηλής πίεσης αναπνεύσιμου αέρα έγινε από εταιρεία που ασχολείται αποκλειστικά και μόνο με την παραγωγή και επεξεργασία πεπιεσμένου αέρα. Η προσφορά του παραπάνω μηχανήματος παρουσιάζεται στο Παράρτημα III, ενώ τα στοιχεία της εταιρείας δεν αναφέρονται για λόγους ανταγωνισμού. Η εταιρεία θα αναφέρεται στο εξής ως Προμηθευτής Α. Το μηχάνημα θα περιλαμβάνει εκτός του βασικού εξοπλισμού και σύστημα ταυτόχρονης πλήρωσης δύο πιέσεων 225 & 330 bar με μειωτήρα, έναν επιπλέον σωλήνα πλήρωσης και αισθητήρα στάθμης ελαίου με alarm. Τέλος, η κατασκευαστική εταιρεία από την οποία θα προμηθευτεί το καταδυτικό κέντρο τον αεροσυμπιεστή θα αναλάβει και το service του μηχανήματος.

Ακόμη, η επιλογή του καταδυτικού εξοπλισμού έγινε εξολοκλήρου από μία πολυεθνική εταιρεία, που θα αναφέρεται στο εξής ως προμηθευτής Β, η προσφορά της οποίας παρουσιάζεται επίσης, στο Παράρτημα III. Με αυτή την επιλογή το "Thira diving Center" θα αποκτήσει τον εξοπλισμό που χρειάζεται σε τιμές χονδρικής, ενώ ταυτόχρονα θα έχει τη δυνατότητα να γίνει εξειδικευμένο κέντρο συντήρησης. Κατά αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζει αφενός την απαραίτητη εκπαίδευση στη συντήρηση όλου του εξοπλισμού, και αφετέρου δωρεάν προμήθεια όλων των σετ συντήρησης.

Ο εξοπλισμός που απαιτείται για την λειτουργία του καταδυτικού κέντρου είναι ο εξής:

- Πλήρως αυτοματοποιημένος αεροσυμπιεστής
- 20 φιάλες των 12lt

- 5 φιάλες των 10lt
- 2 φιάλες των 7lt
- 3 φιάλες των 15lt
- 20 Τζάκετ
- 15 σετ ρυθμιστών
- 30 στολές διαφόρων μεγεθών (S, M, L, XL, XXL), πάχους 5mm
- 6 στολές short πάχους 2,5mm
- 30 μάσκες
- 10 αναπνευστήρες απλούς
- 5 αναπνευστήρες με βαλβίδα
- 30 πέδιλα, διαφορετικών μεγεθών
- 5 πέδιλα για παιδιά (κλειστά στο πίσω μέρος)
- 30 μποτάκια
- 20 ζώνες βαρών
- 150kg βάρη συνολικά
- 15 ειδικές τσάντες χωρητικότητας 125lt για τη μεταφορά του εξοπλισμού
- 2 Computer
- 5 φακοί Led για νυχτερινή κατάδυση
- 2 μαχαίρια
- 2 φιάλες καθαρό οξυγόνο υπό πίεση
- 1 πλήρες σετ πρώτων βοηθειών
- Σετ πρώτων βοηθειών έκτακτης ανάγκης

Μεταφορικά Μέσα

Για την κάλυψη των αναγκών μεταφοράς των πελατών, κατά την άφιξη και αναχώρησή τους από και προς το αεροδρόμιο του νησιού, η εταιρεία θα προμηθευτεί με ένα καινούργιο Land Rover Defender, 2.400 κε., που θα μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι και 10 άτομα. Επιπλέον, για τη μεταφορά των αυτοδυτών στα σημεία κατάδυσης η εταιρεία επέλεξε να εξοπλιστεί με δύο ολοκαίνουργια φουσκωτά σκάφη (RIB) της Γαλλικής κατασκευαστικής εταιρείας “Zodiac”, για λόγους ασφάλειας και αξιοπιστίας. Και τα δύο σκάφη είναι ιδανικά για επαγγελματική χρήση, το πρώτο έχει μήκος 7,50μ., πλάτος 2,90μ., με δυνατότητα μεταφοράς έως και 16 άτομα, ενώ θα τροφοδοτείται με τετράχρονο κινητήρα Verado της Mercury F250hp, με ηλεκτρική μίζα και “power trim”. Το δεύτερο είναι ένα μικρότερο σε μήκος σκάφος 6,30μ., με δυνατότητα μεταφοράς έως 15 άτομα, που θα τροφοδοτείται με δύο κινητήρες Evinrude E-Tec 75hp ο καθένας. Η επιχείρηση θα προβεί στην αγορά του δεύτερου σκάφους στο τέλος του πρώτου έτους λειτουργίας της. Τέλος, την αγορά των δύο σκαφών θα συνοδεύει και η αγορά

κατάλληλων “trailer” για τη μεταφορά τους από και προς τη μαρίνα, καθώς επίσης και ο απαραίτητος εξοπλισμός των σκαφών.

7.3 Οργάνωση παραγωγικής διαδικασίας

Οι πωλήσεις της εταιρείας διαμορφώνονται από την προσφορά τριών ειδών υπηρεσιών αυτόνομης κατάδυσης αλλά και από την εμπορική δραστηριότητα του καταστήματος λιανικής πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού που περιλαμβάνει το καταδυτικό κέντρο.

Προσφορά ολοκληρωμένων καταδυτικών πακέτων: Η εταιρεία θα είναι σε θέση να γνωρίζει την ακριβή ημερομηνία αφίξεως των αυτοδυτών, τουλάχιστον 13 ημέρες πριν, όπου είναι και το όριο πέραν του οποίου δεν επιστρέφεται κανένα ποσό από την προκαταβολή του πελάτη. Ο πελάτης έχει δηλώσει πιο πακέτο θέλει και έχει κάνει κράτηση, είτε μέσω του website (on-line booking) της εταιρείας είτε μέσω του πρακτορείου με το οποίο συνεργάζεται η εταιρεία. Στην πρώτη περίπτωση με την κράτηση έχει προεξοφλήσει και το 40% του συνολικού κόστους. Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση οι πελάτες παραλαμβάνονται από το αεροδρόμιο και μεταφέρονται απευθείας στο ξενοδοχείο. Το επόμενο πρωί της άφιξης, με σημείο συνάντησης το καταδυτικό κέντρο, υπογράφονται κάποια συμφωνητικά και αναχωρούν για τα σημεία κατάδυσης. Η επιστροφή στο καταδυτικό κέντρο ορίζεται γύρω στις 14:30 το μεσημέρι και τις επόμενες μέρες το ημερήσιο πρόγραμμα καθορίζεται με βάση το πακέτο που έχουν επιλέξει. Την τελευταία ημέρα διαμονής στο νησί εξοφλείται και το υπόλοιπο 60% του συνολικού κόστους. Στην περίπτωση κράτησης μέσω του πρακτορείου η εταιρεία έχει τρίμηνη απαίτηση είσπραξης του ποσού που της αντιστοιχεί (με 20% προμήθεια του πρακτορείου), ενώ έχει πίστωση δύο μηνών από το ξενοδοχείο και από το εστιατόριο με το οποίο συνεργάζεται και καλύπτει την παροχή γευμάτων που περιλαμβάνονται στα πακέτα.

Υπηρεσία Snorkeling: Η υπηρεσία αυτή (κολύμβηση με αναπνευστήρα) δεν απαιτεί πολύ προετοιμασία αλλά καλό προγραμματισμό, καθώς είναι δυνατό ένας μικρός αριθμός ατόμων που θέλουν να κάνουν snorkeling να συνοδεύουν στην βάρκα τους αυτοδύτες που πάνε για αυτόνομη κατάδυση. Τα άτομα αυτά είτε είναι τουρίστες που βρίσκονται στο νησί για διακοπές είτε άτομα που συνοδεύουν τους πιστοποιημένους αυτοδύτες που έχουν επιλέξει κάποιο από τα ολοκληρωμένα πακέτα αυτόνομης κατάδυσης.

Υπηρεσίες μαθημάτων γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση και προγραμμάτων εκπαίδευσης: Στην περίπτωση αυτή οι πελάτες θα προέρχονται κυρίως από το

ξενοδοχείο, αλλοδαποί που βρίσκονται στο νησί για τουρισμό ή και τουρίστες που επισκέπτονται το νησί στα πλαίσια κρουαζιέρας (ενδιαφέρον για το Discover Scuba Diving για τους τελευταίους). Σε κάθε μια από τις παραπάνω περιπτώσεις η εξόφληση των μαθημάτων γίνεται αμέσως μετά το πέρας τους.

Εμπορική δραστηριότητα: Το καταδυτικό κέντρο διατηρεί μικρό κατάστημα λιανικής πώλησης εξοπλισμού, εντός του καταδυτικού. Λόγω της θέσης του βέβαια, καθότι βρίσκεται σε νησί και απευθύνεται κυρίως σε τουρίστες, περιορίζεται κυρίως στην πώληση αναλώσιμων. Η παραδοχή αυτή γίνεται καθώς είναι πιθανότερο με βάση τα μέχρι τώρα δεδομένα της αγοράς, οι τουρίστες να προβαίνουν κυρίως σε αγορές αναλώσιμων όπως μασκών, πέλδων, αναπνευστήρων παρά σε αγορές τζάκετ, ρυθμιστών, στολών που καλούνται και να μεταφέρουν κατά την επιστροφή τους πίσω στη χώρα τους. Με βάση τις προηγούμενες παραδοχές, το κατάστημα διατηρεί μικρό αριθμό αποθεμάτων στην αποθήκη του, που παραμένουν εκεί για ένα μήνα. Η πίστωση της εταιρείας προμηθευτή του εμπορεύματος είναι ένας μήνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ- ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ- ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

8.1 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία προϊόντων/ υπηρεσιών

Με βάση την ανάλυση αγοράς που έγινε στο κεφάλαιο 4.2.1 της παρούσας μελέτης, για την εκτίμηση της ζήτησης, καθορίζεται ο όγκος παροχής των υπηρεσιών στον οποίο θα προχωρήσει η επιχείρηση “Thira Diving Center” την πρώτη πενταετία, ως εξής:

- **Ολοκληρωμένα καταδυτικά πακέτα** (καλούμενα ως «Υπηρεσία Α» στο εξής) που υπολογίζονται στα 1.079 το πρώτο έτος και 2.613 το πέμπτο έτος.
- Οι υπηρεσίες **snorkeling** (καλούμενες ως «Υπηρεσία Β» στο εξής) προβλέπεται να επιλεγούν από 265 άτομα το πρώτο έτος και από 486 άτομα το πέμπτο έτος.
- Η ποσότητα των υπηρεσιών **Discover Scuba Diving και των προγραμμάτων εκπαίδευσης** (άτομα που την επιλέγουν) προβλέπεται στις 1.000 το πρώτο έτος και στις 1.464 το πέμπτο έτος. Στην κατηγορία αυτή (καλούμενη ως «Υπηρεσία Γ» στο εξής) περιλαμβάνεται και η υπηρεσία των μεμονωμένων βουτιών που επιλέγεται από ένα μικρό ποσοστό των τουριστών που βρίσκονται στο νησί και είναι πιστοποιημένοι αυτοδύτες.
- Οι προβλεπόμενη ποσότητα πωλήσεων για κάθε είδος, από την **δραστηριότητα του καταστήματος** προσδιορίζεται ως το 5% του συνολικού αριθμού των ατόμων που εξυπηρετούνται ετησίως και είναι η εξής:
 - Μάσκες: 117 τεμάχια το πρώτο έτος και 228 το πέμπτο έτος
 - Πέδιλα: 117 τεμάχια το πρώτο έτος και 228 το πέμπτο έτος
 - Παιδικά πέδιλα: 29 τεμάχια, το πρώτο έτος και 57 το πέμπτο έτος
 - Αναπνευστήρες: 117 τεμάχια το πρώτο έτος και 228 το πέμπτο έτος
 - Στολές: 23 το πρώτο έτος και 46 το πέμπτο
 - Τζάκετ: 23 το πρώτο έτος και 46 το πέμπτο
 - Ρυθμιστές: 20 το πρώτο έτος και 45 το πέμπτο

Η επιχείρηση με βάση τις εκτιμήσεις της ζήτησης που αναλύθηκαν λεπτομερέστερα σε προηγούμενο κεφάλαιο, φτάνει στην παροχή υπηρεσιών για 4.077 άτομα το 2017. Στην ποσότητα αυτή δεν συμπεριλαμβάνονται τα άτομα στα οποία παρέχεται η υπηρεσία του snorkeling. Ξεκινάει λοιπόν με μία ποσότητα παροχής υπηρεσιών, που αγγίζει τα 2.079 άτομα και υπολογίζεται μία αύξηση της

παραγόμενης ποσότητας της τάξεως του 60% από το 1^ο στο 2^ο έτος, περίπου 25% από το 2^ο στο 3^ο, ενώ σταθεροποιείται περίπου στο 10% τα δύο τελευταία χρόνια.

Πιο συγκεκριμένα, η προβλεπόμενη ποσότητα παροχής της «Υπηρεσίας Γ», για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης προσδιορίζεται με βάση τα δεδομένα του επιπέδου ζήτησης της συγκεκριμένων υπηρεσιών, που δόθηκαν από επαγγελματίες του κλάδου. Για τον προσδιορισμό της ποσότητας παροχής των υπηρεσιών αυτών τα επόμενα τέσσερα χρόνια, υπολογίζεται αύξηση της τάξεως του 10% ετησίως.

Όσον αφορά στην παροχή της «Υπηρεσίας Α», από τη συνολική ποσότητα των 2.079 ατόμων που αναμένεται να εξυπηρετηθούν το πρώτο έτος, αφαιρείται το πλήθος εκείνων που θα λάβουν την «υπηρεσία Γ» και προσδιορίζεται ο αριθμός των ατόμων που θα λάβουν την «Υπηρεσία Α». Η ποσότητα λοιπόν της συγκεκριμένης υπηρεσίας που θα παρέχει η επιχείρηση το πρώτο έτος, ορίζεται στα 1.079 άτομα προς εξυπηρέτηση (2.079 άτομα- 1.000 άτομα). Το σύνολο των 1.079 αυτών ατόμων, αφορούν κατά το ήμισυ άτομα που θα επιλέξουν τα 3ήμερα ολοκληρωμένα πακέτα και κατά το υπόλοιπο 50% άτομα που θα επιλέξουν τα 8ήμερα ολοκληρωμένα πακέτα. Ακόμη, υπολογίζεται ότι το 75% των ατόμων που θα επιλέξουν τα 8ήμερα ολοκληρωμένα πακέτα, θα επιλέξουν εκείνα των 6 βουτιών, ενώ το υπόλοιπο 25% αυτών θα επιλέξουν των 12 βουτιών (στο εξής θα αναφέρονται ως «8ήμερα plus»).

Επομένως, από τα 1.079 άτομα που θα επιλέξουν την «υπηρεσία Α» το πρώτο έτος, τα 540 θα επιλέξουν τα 3ήμερα ολοκληρωμένα πακέτα. Επειδή όμως οι παραπάνω αριθμοί αναφέρονται στην ημερήσια επιλογή της συγκεκριμένης υπηρεσίας, διαιρείται με τον αριθμό των ημερών που θα παρέχεται από την επιχείρηση (στην περίπτωση των 3ήμερων πακέτων, ορίζεται στις 2 ημέρες) και προσδιορίζεται τελικά το πλήθος των πακέτων που θα πωληθούν. Βλέπουμε λοιπόν, ότι θα πωληθούν 270 τριήμερα ολοκληρωμένα πακέτα. Αντιστοίχως, υπολογίζεται και το πλήθος των 8ήμερων πακέτων που θα πωληθούν, διαιρώντας με τον αριθμό 3 στην περίπτωση των πακέτων με τις 6 βουτιές (3 ημέρες θα παρέχεται η υπηρεσία από την επιχείρηση) και με τον αριθμό 5 στην περίπτωση των 8ήμερων plus πακέτων. Σύμφωνα με τα παραπάνω, το πλήθος των 8ήμερων πακέτων που θα παρέχει η επιχείρηση το πρώτο έτος, θα είναι 135 πακέτα και 27 οκταήμερα plus πακέτα.

Επιπλέον, στον προσδιορισμό των ποσοτήτων της «υπηρεσίας Α» που θα παρέχει η επιχείρηση στα επόμενα 4 έτη συνυπολογίζεται και ένας επιπλέον αριθμός

πακέτων (3ήμερων και 8ήμερων). Αυτό οφείλεται στην προσφορά μαθημάτων γνωριμίας με την αυτόνομη κατάδυση σε αγαπημένα πρόσωπα των αυτοδυτών, αλλά και στη δωρεάν συμμετοχή σε 3ήμερα σεμινάρια, που προσφέρει η επιχείρηση σε εκείνους που επιλέγουν κάποιο από τα ολοκληρωμένα πακέτα. Η προσφορές αυτές θα πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της χαμηλής περιόδου του επόμενου έτους. Στην περίπτωση λοιπόν της δωρεάν παρακολούθησης σεμιναρίων, η ανταπόκριση προβλέπεται από το 2^ο έτος στο 3^ο, στο 1/5 εκείνων που έλαβαν την προσφορά, ενώ στην περίπτωση δωρεάν παρακολούθησης μαθημάτων “Discover Scuba Diving” από αγαπημένα πρόσωπα ορίζεται στο 1/4 αυτών που έλαβαν την προσφορά. Τα πακέτα που κλείνονται λόγω αυτών των προσφορών αναφέρονται στη συνέχεια ως “extra” πακέτα και αφορούν την περίοδο χαμηλής κίνησης του έτους. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η κράτηση της «υπηρεσίας Α» γίνεται είτε μέσω on-line booking, είτε μέσω του πρακτορείου με το οποίο συνεργάζεται η εταιρεία.

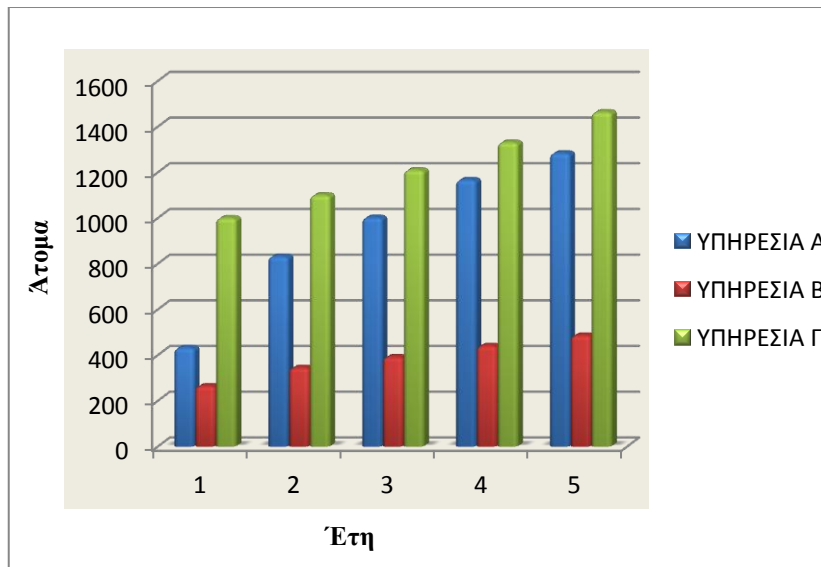
Σχετικά με τη ποσότητα της «υπηρεσίας Β» που θα παρέχεται τα πέντε πρώτα έτη από την επιχείρηση, προσδιορίζεται με βάση τα στοιχεία που έχουν δοθεί από επαγγελματίες του κλάδου και ισχύουν στην αγορά μέχρι σήμερα. Έτσι, υπολογίζεται ως ένα ποσοστό της τάξεως του 15% του συνολικού αριθμού πακέτων που επιλέγονται στα πλαίσια της υπηρεσίας Α και ως ένα ποσοστό του 20% των ατόμων που επιλέγουν την υπηρεσία Γ. Επομένως, το 2013 υπολογίζεται ότι θα η υπηρεσία Β θα πωληθεί σε 265 άτομα συνολικά. Δηλαδή, αναλυτικότερα σε 65 (15% του συνόλου των πακέτων που θα πουληθούν) και 200 (20% όσων επιλέξουν την υπηρεσία Γ) άτομα.

Στον Πίνακα που ακολουθεί, φαίνονται ο συνολικός αριθμός υπηρεσιών που θα παρέχει η εταιρεία και το σύνολο των προϊόντων που θα πωληθούν από την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης, τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας της.

Πίνακας 8.1 Προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών/ πώληση προϊόντων

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ/ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΑΝΑ ΕΤΟΣ (ΑΤΟΜΑ ΠΡΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ)								
	1 ^ο ΕΤΟΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ		3 ^ο ΕΤΟΣ		4 ^ο ΕΤΟΣ		5 ^ο ΕΤΟΣ	
			EXTRA ΠΑΚΕΤΑ		EXTRA ΠΑΚΕΤΑ		EXTRA ΠΑΚΕΤΑ		EXTRA ΠΑΚΕΤΑ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ Α:									
- 3ΗΜΕΡΑ	270	432	90	540	86	594	135	653	149
- 8ΗΜΕΡΑ	135	216	45	270	43	297	68	327	74
- 8ΗΜΕΡΑ PLUS	27	43	9	54	9	59	14	65	15
ΣΥΝΟΛΟ (Άτομα που επιλέγουν πακέτα)	432	835		1.002		1.167		1.283	
ΣΥΝΟΛΟ* (Αριθμός ατόμων προς εξυπηρέτηση)	1.079	1.727		2.159		2.375		2.613	
ΥΠΗΡΕΣΙΑ Β	265	345		392		441		485	
ΥΠΗΡΕΣΙΑ Γ*	1.000	1.100		1.210		1.331		1.464	
*ΣΥΝΟΛΟ (Α+Γ) :	2.079	2.827		3.369		3.706		4.077	
ΣΥΝΟΛΟ (Α+Γ) +Β :	2.344	3.172		3.761		4.147		4.562	
	ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΑΝΑ ΕΤΟΣ (ΤΕΜΑΧΙΑ)								
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:									
- Μάσκες	117	158		188		207		228	
- Πέδιλα	117	158		188		207		228	
- Πέδιλα παιδικά	29	40		47		52		57	
- Αναπνευστήρες	117	158		188		207		228	
- Στολές	23	32		38		41		46	
- Τζάκετ	23	32		38		41		46	
- Ρυθμιστές	20	30		35		40		45	
ΣΥΝΟΛΟ:	446	608		722		795		878	

Μια πιο ξεκάθαρη εικόνα για την προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών των πέντε πρώτων ετών δίνεται από το γράφημα που ακολουθεί:



Γράφημα 8.1 Προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών

8.2 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία πωλήσεων

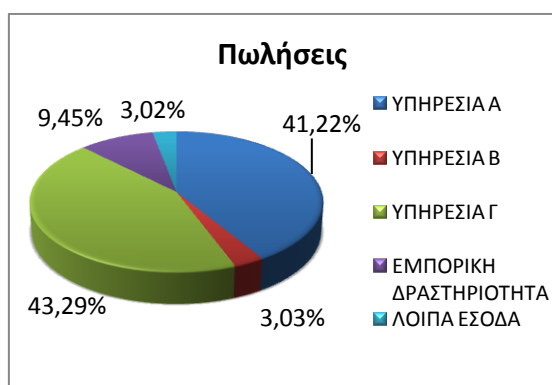
Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι κρατήσεις σχετικά με την «υπηρεσία Α» γίνονται είτε μέσω on-line booking, είτε μέσω του πρακτορείου με το οποίο συνεργάζεται η εταιρεία. Επομένως, ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης για τα πέντε πρώτα χρόνια, προσδιορίστηκε για τρεις περιπτώσεις:

- 1) **Περίπτωση Α:** όπου για το 25% των ολοκληρωμένων πακέτων που προσφέρονται, γίνεται κράτηση on-line και για το 75% αυτών μέσω πρακτορείου.
- 2) **Περίπτωση Β:** όπου για το 50% των πακέτων γίνεται on-line κράτηση και για το υπόλοιπο 50% κράτηση μέσω συνεργαζόμενου πρακτορείου.
- 3) **Περίπτωση Γ:** όπου θεωρείται ότι το 75% των πακέτων κλείνονται on-line ενώ το υπόλοιπο 25% μέσω του πρακτορείου.

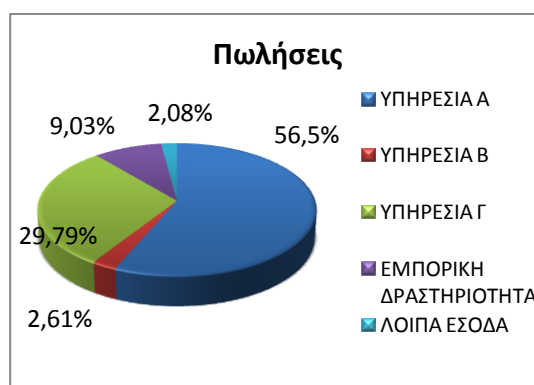
Όπως παρατηρείται από τα αποτελέσματα για τις τρεις παραπάνω περιπτώσεις που παρουσιάζονται αναλυτικά στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV, ευνοϊκότερη περίπτωση για την πορεία των πωλήσεων της εταιρείας είναι προφανώς η περίπτωση Γ. Ωστόσο, παρατηρείται πως σε ενδεχόμενο πραγματοποίησης της περίπτωσης Β, θα υπάρξει μία αύξηση του συνόλου των πωλήσεων, από το επίπεδο που θα βρίσκονταν εάν συνέβαινε η περίπτωση Α, της τάξεως του 2,3% για το 1^ο έτος και 3,2% για τα επόμενα έτη της πενταετίας. Το ίδιο παρατηρείται και στην περίπτωση Γ σε σχέση με τη Β. Οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης που ακολουθούν στη συνέχεια της

παρούσας μελέτης στηρίζονται στη διαμόρφωση των πωλήσεων με βάση την περίπτωση Β.

Ακόμη, το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, οι πωλήσεις της κύριας υπηρεσίας της επιχείρησης (Υπηρεσία Α), είναι χαμηλές (136.432,40 €) συνεισφέροντας κατά 41.22% στις συνολικές πωλήσεις. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι πρόκειται για μια καινούργια επιχείρηση στο χώρο που δεν είναι ακόμη γνωστή, αλλά και στο γεγονός ότι ευρωπαίοι αυτοδύτες στους οποίους κυρίως απευθύνεται, κλείνουν συνήθως τα ολοκληρωμένα πακέτα (Υπηρεσία Α) τουλάχιστον 5-6 μήνες πριν την πραγματοποίησή τους, γεγονός εξαιρετικά δύσκολο να συμβεί κατά το πρώτο έτος λειτουργίας. Ως εκ τούτου, η διαφορά στο ποσοστό συμμετοχής των πωλήσεων της υπηρεσίας Α επί των συνολικών πωλήσεων, μεταξύ πρώτου και πέμπτου έτους είναι μεγάλη, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά και στα παρακάτω γραφήματα:



Γράφημα 8.2 Ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων κάθε υπηρεσίας στο γενικό σύνολο το 1^ο έτος



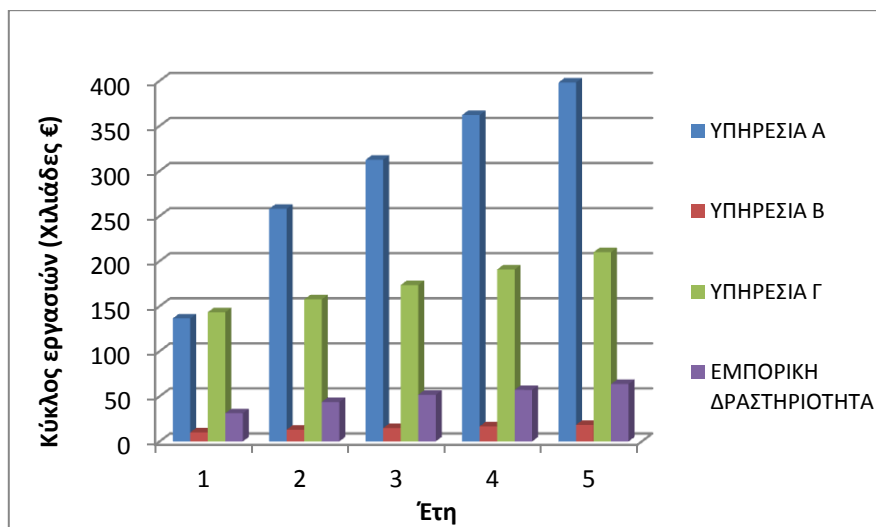
Γράφημα 8.3 Ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων κάθε υπηρεσίας στο γενικό σύνολο το 5^ο έτος

Όπως φαίνεται και στο ακόλουθο διάγραμμα, οι πωλήσεις της εταιρείας το τρίτο έτος ξεπερνούν τις 550.000 €, και συνεχίζουν να έχουν αυξητική τάση φτάνοντας το πέμπτο έτος τις 704.343,65 €.



Διάγραμμα 8.1 Κύκλος εργασιών της εταιρείας τα πέντε πρώτα χρόνια

Τέλος, στο γράφημα που ακολουθεί παριστάνονται οι πωλήσεις των υπηρεσιών ανά έτος.



Γράφημα 8.4 Κύκλος εργασιών ανά έτος

8.2 Σχέδιο χρηματοδότησης

Το συνολικό αρχικό κόστος επένδυσης ανέρχεται στα 190.580,00 €. Η χρηματοδότηση θα προέρχεται κατά 50.000,00 € από ίδια κεφάλαια, και το υπόλοιπο θα καλυφθεί με τραπεζικό δανεισμό. Όσον αφορά στον μακροπρόθεσμο δανεισμό, η εταιρεία θα πάρει τραπεζικό δάνειο ύψους 140.000,00 €, με επιτόκιο δανεισμού 6% και χρόνο αποπληρωμής τα 15 έτη. Οι τόκοι με τους οποίους θα επιβαρυνθεί η επιχείρηση το πρώτο έτος θα είναι 8.400 €.

Στον πίνακα 7.1 του προηγούμενου κεφαλαίου, φαίνονται αναλυτικά οι απαιτούμενες επενδύσεις για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

8.3 Αποτελέσματα Χρήσης Πενταετίας 2013-2017

Οι προβλέψεις αφορούν στον προσδιορισμό του κόστους πωληθέντων του προς πώληση καταδυτικού εξοπλισμού, του μικτού περιθωρίου κέρδους για την παροχή υπηρεσιών, αλλά και των λειτουργικών εξόδων που έχουν υπολογιστεί για την περίοδο 2013-2017. Επιπλέον, υπολογίζεται και το μικτό κέρδος (Gross Profit) για την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης. Προσδιορίζονται ακόμη, οι λειτουργικές δαπάνες της επιχείρησης, καθώς και οι ταμειακές ροές που πραγματοποιούνται ετησίως κατά τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Κόστος Πωληθέντων (CGS) και υπολογισμός Μικτού Κέρδους (GP)

Το περιθώριο μικτού κέρδους, δείχνει ποιο ποσοστό των πωλήσεων μετατρέπεται σε μικτό κέρδος, και μετράται με το κλάσμα του μικτού κέρδους προς τις πωλήσεις. Στη συνέχεια βλέπουμε πως διαμορφώνεται το περιθώριο κέρδους για τις πωλήσεις από την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης. Μοναδική πηγή κόστους των πωληθέντων στην προκειμένη περίπτωση, αποτελεί το κόστος αγοράς των πωληθέντων.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις	31.272,30 €	43.730,60 €	51.722,40 €	57.152,90 €	63.615,20 €
Μείον					
Κόστος Πωληθέντων					
Κόστος αγοράς εμπορεύματος	25.330,56 €	34.747,61 €	40.581,67 €	44.579,26 €	49.272,58 €
Μικτό Κέρδος	5.941,74 €	8.982,99 €	11.140,73 €	12.573,64 €	14.342,62 €
% Μικτού Κέρδους	19,00 %	20,54 %	21,54 %	22,00 %	22,55%

Παρατηρείται ότι το περιθώριο κέρδους φτάνει κατά μέσο όρο περίπου το 21% κατά την πρώτη πενταετία, και θεωρείται ικανοποιητικό. Ωστόσο, δεν μπορεί να γίνει αναγωγή στο σύνολο της επιχείρησης σχολιάζοντας το κατά πόσο οι λειτουργικές δαπάνες που προκύπτουν έχουν σημαντικό ή λιγότερο σημαντικό περιθώριο κέρδους για να καλυφθούν από τα έσοδα των πωλήσεων, αφού οι πωλήσεις από την εμπορική δραστηριότητα αποτελούν μόλις το 9,1 % κατά μέσο όρο πενταετίας, του συνόλου του κύκλου εργασιών της επιχείρησης.

Επιπλέον, στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται το περιθώριο μικτού κέρδους όσον αφορά στις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση. Από τις καθαρές πωλήσεις αφαιρείται το κόστος άμεσης εργασίας, καθώς και το κόστος προμηθειών προς το ξενοδοχείο και το εστιατόριο.

Προσδιορισμός Προμηθειών

Πίνακας 8.2 Κόστος Προμηθειών ανά πακέτο

	Προμήθεια Ξενοδοχείου (ανά πακέτο σε €)		Προμήθεια Εστιατορίου (ανά πακέτο σε €)
	Υψηλή Περίοδος	Χαμηλή Περίοδος	
3ήμερα πακέτα	70	40	20
8ήμερα πακέτα	224	119	70
8ήμερα plus πακέτα	224	119	70

Πολλαπλασιαζόμενα τα ανωτέρω ποσά με τον αριθμό των αντίστοιχων πακέτων, που προβλέπονται να πωληθούν ετησίως, όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 8.1 στο ΠΑΡΑΤΗΜΑ IV, υπολογίζεται το ποσό που θα δαπανηθεί για τις προμήθειες του ξενοδοχείου και του εστιατορίου όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις Μείον “Κόστος Πωληθέντων”	289.735,7 €	428.534,0 €	500.533,9 €	569.293,9 €	626.088,5 €
<i>Δαπάνες Προμηθειών</i>	71.928,0 €	130.422,0 €	154.504,0 €	180.612,0 €	199.799,0 €
<i>Δαπάνες Ανθρώπινου Δυναμικού</i>	33.500,0 €	37.400,0 €	42.500,0 €	50.600,0 €	50.600,0 €
<i>Σύνολο</i>	105.428,0 €	167.822,0 €	197.004,0 €	231.212,0 €	250.399,0 €
Μικτό Κέρδος	184.307,7 €	260.712,0 €	303.529,9 €	338.081,9 €	375.689,5 €
% Μικτού Κέρδους	63,61%	60,84%	60,64%	59,39%	60,01%

Από τον προηγούμενο πίνακα φαίνεται πως το μικτό κέρδος από την παροχή του συνόλου των υπηρεσιών διαμορφώνεται σε ικανοποιητικά επίπεδα (60,9% των πωλήσεων κατά μέσο όρο), για την πρώτη πενταετία. Ωστόσο, αυξημένο παρουσιάζεται το ποσοστό μικτού κέρδους την πρώτη χρονιά, κυρίως λόγω των μειωμένων δαπανών για προμήθειες που αφορούν αποκλειστικά στην υπηρεσία Α.

Υπολογισμός Λειτουργικών Δαπανών της Επιχείρησης

Για τον υπολογισμό των λειτουργικών δαπανών, κατηγοριοποιούνται οι δαπάνες στις εξής κατηγορίες:

- Δαπάνες προγράμματος Μάρκετινγκ όπως αυτές έχουν προσδιοριστεί στο κεφάλαιο 6.6.
- Δαπάνες για τη μισθοδοσία όπως αυτό έχει προσδιοριστεί στο κεφάλαιο 3.2, αφαιρώντας φυσικά τις δαπάνες για τη μισθοδοσία των ατόμων που έχουν άμεση σχέση με την παροχή των υπηρεσιών και έχουν χρησιμοποιηθεί στον υπολογισμό του μικτού κέρδους
- Δαπάνες για συνδρομές στους καταδυτικούς οργανισμούς της PADI, της IADD και στην Ελληνική Ομοσπονδία Υποβρύχιας Δραστηριότητας, Αθλητικής Αλιείας και Τεχνικής Κολύμβησης (ΕΟΥΔΑΤΚ) όπως παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί μετά τις αποσβέσεις
- Αποσβέσεις: Για τον υπολογισμό των αποσβέσεων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της σταθερής απόσβεσης. Όσον αφορά στους συντελεστές απόσβεσης χρησιμοποιήθηκαν για τα κτήρια και για τον εξοπλισμό τους, οι ανώτεροι συντελεστές απόσβεσης που είναι αντίστοιχα 8% και 15%. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν για την πενταετία παρατίθενται στη συνέχεια:

ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ

	2013	2014	2015	2016	2017
Εξοπλισμός	131.720,0 €	147.337,0 €	122.272,8 €	97.208,5 €	72.144,3 €
Νέος Εξοπλισμός	35.375,0 €				
Αποσβέσεις	19.758,0 €	19.758,0 €	19.758,0 €	19.758,0 €	19.758,0 €
Αποσβέσεις νέου εξοπλισμού		5.306,3 €	5.306,3 €	5.306,3 €	5.306,3 €
	147.337,0 €	122.272,8 €	97.208,5 €	72.144,3 €	47.080,0 €
Κτήρια	55.000,0 €	50.600,0 €	46.200,0 €	41.800,0 €	37.400,0 €
Αποσβέσεις	4.400,0 €	4.400,0 €	4.400,0 €	4.400,0 €	4.400,0 €
Σύνολο					
Αποσβέσεων	24.158,00 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €

- Δαπάνες μικτής ασφάλισης αυτοκινήτου και σκαφών, καθώς και δαπάνες ασφάλειας αστικής ευθύνης DAN EUROPE
- Χρεωστικοί τόκοι που έχουν υπολογιστεί σε 6% ετησίως στο κεφάλαιο 8.2 για μακροχρόνιο δάνειο ύψους 140.000 €.

- Δαπάνες συντήρησης αεροσυμπιεστή όπως παρουσιάζονται στο Παράρτημα III, αυτοκινήτου (συμπεριλαμβανομένης της φθοράς των ελαστικών) και των μηχανών των σκαφών όπως φαίνονται στον παρακάτω πίνακα
- Δαπάνες καυσίμων των μεταφορικών μέσων, όπως ορίζονται στον πίνακα υπολογισμού των συνολικών δαπανών
- Δαπάνες συνδρομής στον όμιλο Bureau Veritas για την Πιστοποίηση Παροχής Υπηρεσιών Συνοδευόμενης και Καθοδηγούμενης Κατάδυσης, ενοικίασης καταδυτικού εξοπλισμού (ΕΛΟΤ EN 14467)
- Δαπάνη μίσθωσης του ακινήτου
- Και τέλος, δαπάνες ηλεκτρικής ενέργειας, νερού και τηλεφώνου/Internet, όπως προσδιορίζονται στον ακόλουθο πίνακα

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΩΝ	2013	2014	2015	2016	2017	% ΣΥΜ/ΧΗΣ
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ	17.010,00 €	26.380,00 €	19.780,00 €	28.480,00 €	27.225,00 €	18,08%
Δαπάνες Μισθοδοσίας	50.500,00 €	50.500,00 €	50.500,00 €	50.500,00 €	50.500,00 €	36,71%
Δαπάνη μίσθωσης ακινήτου	1.600,00 €	1.600,00 €	1.600,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1,20%
Δαπάνες Συνδρομών:						
- PADI	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	0,29%
- IADD	90,00 €	90,00 €	90,00 €	90,00 €	90,00 €	0,07%
- ΕΟΥΔΑΤΚ	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	400,00 €	0,29%
- BUREAU VERITAS	492,00 €	492,00 €	492,00 €	492,00 €	492,00 €	0,36%
Δαπάνες Ασφάλισης:						
- Αυτοκινήτου/σκαφών	840,00 €	980,00 €	980,00 €	980,00 €	980,00 €	0,69%
- DAN EUROPE	385,75 €	385,75 €	385,75 €	385,75 €	385,75 €	0,28%
Τέλη κυκλοφορίας	904,00 €	904,00 €	904,00 €	904,00 €	904,00 €	0,66%
Δαπάνες Συντήρησης	1.611,73 €	1.811,73 €	1.811,73 €	1.811,73 €	1.811,73 €	1,28%
Δαπάνες Καυσίμων	4.981,00 €	6.740,50 €	7.992,13 €	8.812,38 €	9.694,25 €	5,51%
Δαπάνες ηλεκτρικής ενέργειας	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	2,62%
Δαπάνες νερού, τηλεφώνου/Internet	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €	0,35%
Δαπάνες Τεστ μπουκαλών	-	-	600,00 €	-	-	0,27%
Τόκοι	8.400,00 €	8.039,00 €	7.657,00 €	7.251,00 €	6.821,00 €	5,56%
Αποσβέσεις	24.158,00 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €	20,56%
Σύνολο	115.847,00 €	132.262,00€	127.132,0€	135.546,0€	134.743,0€	

Αποθέματα

Η εμπορική δραστηριότητα δεν αποτελεί την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης "Thira Diving Center", (περίπου 9% των συνολικών πωλήσεων) και ως εκ τούτου ο αριθμός των αποθεμάτων που διατηρεί δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλος. Τα αποθέματα αφορούν κυρίως αναλώσιμα και οι ημέρες αποθεμάτων ορίζονται στις 30.

Πίνακας 8.3 Αριθμός Αποθεμάτων για την πρώτη πενταετία

Αποθέματα				
1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος	4 ^ο έτος	5 ^ο έτος
2.111	2.896	3.382	3.715	4.106

Υποχρεώσεις και Απαιτήσεις

Η επιχείρηση θα έχει περίοδο πληρωμής των απαιτήσεων από το πρακτορείο 90 ημέρες, ενώ θα έχει άμεση απαίτηση πληρωμής από τους υπόλοιπους πελάτες που θα λαμβάνουν οποιαδήποτε από τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Έτσι, με βάση το μέσο σταθμικό όρο των ημερών η επιχείρηση θα έχει Μέση Περίοδο Απαιτήσεων 17 ημέρες καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της.

Αντίστοιχα, η περίοδος αποπληρωμής των προμηθευτών της επιχείρησης (που αφορούν αποκλειστικά την παροχή της υπηρεσίας Α) θα είναι οι 60 ημέρες, ενώ με βάση το μέσο σταθμικό όρο των ημερών ως Μέση Περίοδος Αποπληρωμής των προμηθευτών ορίζονται οι 21 ημέρες. Επιπλέον, στις υποχρεώσεις της επιχείρησης περιλαμβάνονται και οι προκαταβολές πελατών, που αφορούν στο 20,61% των πωλήσεων, για το πρώτο έτος.

Ταμειακές Ροές

Οι Ταμειακές ροές τόσο από λειτουργικές δραστηριότητες, όσο και από επενδυτικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες υπολογίζονται αν από τις εισροές αφαιρεθούν οι εκροές που πραγματοποιούνται ετησίως κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης. Αν και στο πρώτο έτος υπάρχει επιπλέον επιβάρυνση λόγω του αρχικού κόστους επένδυσης, το σύνολο των ταμειακών ροών είναι θετικό. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το σύνολο των ταμειακών ροών που θα αποφέρει η επένδυση κατά την πρώτη πενταετία.

Πίνακας 8.4 Ταμειακές Ροές Επένδυσης της Πρώτης Πενταετίας

	ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (σε €)				
	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος	4 ^ο έτος	5 ^ο έτος
ΑΠΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Κέρδη μετά από φόρους (EAT)	67.522	123.770	159.711	182.737	215.887
Συν Αποσβέσεις	24.158	29.464	29.464	29.464	29.464
Μείον αύξηση αποθεμάτων	2.111	785	486	333	391
Μείον αύξηση εισπρακτέων	13.844	8.537	3.673	3.570	2.970
Συν αύξηση πληρωτέων	7.221	4.228	2.045	2.343	1.319
ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Μείον δαπάνες επενδύσεων	35.375	-	-	-	-
ΑΠΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Συν αύξηση μακροχρόνιων δανείων	-6.015	-6.375	-6.759	-7.163	-7.594
ΣΥΝΟΛΟ	41.556	141.765	180.302	203.478	235.715

Προβλεπόμενοι Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης και Διάθεσης Κερδών

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης είναι μια έκθεση που περιέχει συνοπτικές πληροφορίες για έσοδα, έξοδα και ζημιές που έχουν γίνει σε μια συγκεκριμένη λογιστική χρήση. Στη συνέχεια λοιπόν, παρουσιάζονται οι Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης για την “Thira Diving Center”, βασιζόμενη σε προβλέψεις που έχουν γίνει για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 8.5 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης (ΚΑΧ) που αφορούν στην πρώτη πενταετία λειτουργίας της επιχείρησης

Καθαρές πωλήσεις	321.008	473.545	552.256	626.447	689.704
- Κόστος πωληθέντων	130.759	202.570	237.586	275.791	299.742
= Μεικτό περιθώριο	190.249	270.975	314.670	350.656	389.961
+ Άλλα λειτουργικά έσοδα	10.000	11.000	12.100	13.310	14.640
- Λειτουργικές δαπάνες	83.289	94.759	90.010	98.830	98.457
- Ετήσιες αποσβέσεις	24.158	29.464	29.464	29.464	29.464
= Κέρδη προ φόρων & τόκων (EBIT)	92.802	162.752	207.296	235.672	276.680
- Τόκοι έξοδα μακροχρονίων (INT Itl)	8.400	8.039	7.657	7.251	6.821
= Κέρδη προ φόρων (EBT)	84.402	154.713	199.639	228.421	269.859
- Φόροι	16.880	30.943	39.928	45.684	53.972
= Κέρδη μετά τους φόρους (EAT)	67.522	123.770	159.711	182.737	215.887
- Μέρισμα (DIV)					
= Αδιανέμητα κέρδη (RE)	67.522	123.770	159.711	182.737	215.887

8.4 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί

Ο Ισολογισμός (Balance Sheet) αποτελεί στην ουσία έναν λογιστικό πίνακα που εμφανίζει σε μία δεδομένη στιγμή, (συνήθως στις 31/12 ή στις 30/06) τα περιουσιακά στοιχεία, τις υποχρεώσεις και τις απαιτήσεις μιας επιχείρησης. Το Παθητικό απεικονίζει τις πηγές προέλευσης των κεφαλαίων που διαχειρίζεται η Επιχείρηση, και το Ενεργητικό το που είναι επενδεδυμένα ή υπό άλλη έννοια. Παθητικό είναι το που χρωστάει η επιχείρηση και Ενεργητικό το που έχει τοποθετήσει αυτά τα χρήματα. Με βάση τα στοιχεία που αναλύθηκαν καταρτίστηκε ο ισολογισμός της επιχείρησης “Thira Diving Center” για το πρώτο έτος λειτουργίας της όπως φαίνεται στη συνέχεια, ενώ οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί των επόμενων τεσσάρων ετών παρουσιάζονται στο ΠΑΡΑΤΗΜΑ V.

Πίνακας 8.6 Προβλεπόμενος Ισολογισμός 1^{ου} έτους λειτουργίας

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (FA)	197.937	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
Κτήρια	55.000	Κεφάλαιο (Cap)	50.000
Μηχανήματα	167.095	Αδιανέμητα κέρδη (RE)	67.522
Μείον Αποσβέσεις	24.158	ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	133.985
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	88.078	Μακροχρόνια δάνεια (LTL)	133.985
Αποθέματα (INV)	2.111	ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	34.507
Εισπρακτέα (AR)	13.844	Πληρωτέα (AP)	7.221
Ταμείο	72.123	Προκαταβολές Πελατών	27.286
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	286.015	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	286.015

Οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί προέκυψαν συνεκτιμώντας μια σειρά από παράγοντες και παραδοχές που αφορούν στη λειτουργία της νέας μονάδας, όπως τα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως για τα αποθέματα, τις υποχρεώσεις και τις απαιτήσεις της επιχείρησης.

Επιπροσθέτως, στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί, πως το κόστος των αποθεμάτων που αφορούν στην εμπορική δραστηριότητα μόνο της επιχείρησης, υπολογίζεται ως το 8% περίπου του κόστους πωληθέντων κάθε χρονιάς. Ακόμη, τα αδιανέμητα κέρδη αυξάνουν την καθαρή θέση της επιχείρησης, αυξάνοντας τα ίδια κεφάλαια, ενώ λόγω της ύπαρξης υψηλών διαθέσιμων όπως παρατηρείται από το

πρώτο έτος, δεν υπάρχει ανάγκη για επιπλέον δανεισμό για κάλυψη του κεφαλαίου κίνησης το οποίο και ορίζεται για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης στα 53.570 €.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Για την αξιολόγηση της επένδυσης θα χρησιμοποιηθεί η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας (NRV), του Βαθμού Εσωτερικής Απόδοσης (IRR) και της Περιόδου Αποπληρωμής (Pay Back Period), αλλά και συγκεκριμένοι αριθμοδείκτες όπως αυτοί παρουσιάζονται στη συνέχεια. Τέλος, γίνεται ο υπολογισμός ενός ισχυρού ποσοτικού εργαλείου, του Νεκρού Σημείου του κύκλου εργασιών (BEP) αλλά και του Βαθμού Ασφάλειας, που λειτουργούν ως οδηγοί στη διαχείριση μιας επιχείρησης.

9.1 Αριθμοδείκτες

Οι αριθμοδείκτες ή χρηματοοικονομικοί δείκτες είναι το πηλίκο μεταξύ επιλεγμένων αριθμητικών τιμών που λαμβάνονται από τις οικονομικές καταστάσεις μιας επιχείρησης και διακρίνονται σε 4 μεγάλες κατηγορίες:

- Αριθμοδείκτες Ρευστότητας (Liquidity ratios)
- Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας (Activity Ratios)
- Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας (Profitability Ratios)
- Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας (Financial structure and viability ratios)

Οι χρηματοοικονομικοί αυτοί δείκτες χρησιμοποιούνται από τους αναλυτές ως μέσα ανάλυσης των οικονομικών καταστάσεων (ισολογισμού, κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης και κατάστασης ταμειακών ροών) αλλά και μέσα πληροφόρησης σε γενικές γραμμές για την ρευστότητα, τη δραστηριότητα, την αποδοτικότητα και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης σε σχέση με τη διάρθρωση των κεφαλαίων της.

Στην παρούσα μελέτη η χρήση των αριθμοδεικτών αυτών συμβάλλει στην πραγματοποίηση διαχρονικής ανάλυσης, συγκρίνοντας τα χρηματοοικονομικά στοιχεία της επιχείρησης κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της, με τα αντίστοιχα που θα παρουσιάσει η ίδια στο προβλεπόμενο μέλλον. Εξετάζεται δηλαδή, εάν η χρηματοοικονομική κατάσταση ή απόδοση της επιχείρησης θα βελτιωθεί ή θα χειροτερεύσει με την πάροδο του χρόνου, καθότι η όποια διαστρωματική ανάλυση καθίσταται απαγορευτική στην προκειμένη περίπτωση, λόγω έλλειψης δημοσιευμένων χρηματοοικονομικών στοιχείων παρόμοιων επιχειρήσεων του κλάδου.

Αριθμοδείκτες Ρευστότητας

- ❖ Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας (Current Ratio)

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας, φανερώνει το μέτρο ρευστότητας της επιχείρησης καθώς και το περιθώριο ασφάλειας που διατηρεί η διοίκηση, προκειμένου να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μία ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κινήσεώς της. Ο δείκτης αυτός προκύπτει ως εξής:

$$\text{Αριθμοδείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$$

Γενικά, ο δείκτης θα πρέπει να ξεπερνά τη μονάδα έτσι ώστε οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις να μπορούν να εξοφληθούν από το κυκλοφορούν ενεργητικό. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο καλύτερη από πλευράς ρευστότητας είναι η θέση της επιχείρησης.

❖ Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας (Acid- test Ratio)

Ο αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας δείχνει πόσες φορές τα ταχέως ρευστοποιήσιμα στοιχεία της επιχείρησης καλύπτουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Αυτό που τον διαφοροποιεί από τον αριθμοδείκτη γενικής ρευστότητας είναι ότι ο συγκεκριμένος δεν περιλαμβάνει όσα στοιχεία δεν είναι άμεσα ρευστοποιήσιμα, όπως για παράδειγμα τα αποθέματα. Έτσι, προκύπτει:

$$\text{Αριθμοδείκτης Ειδικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό} - \text{Αποθέματα}}{\text{Βραχυχρόνιες Υποχρεώσεις}}$$

Ένας αριθμοδείκτης ειδικής ρευστότητας μεγαλύτερος της μονάδας θεωρείται ικανοποιητικός, εφόσον στις απαιτήσεις της επιχείρησης δεν συμπεριλαμβάνονται επισφαλείς ή ανεπίδεκτες εισπράξεως απαιτήσεις και επιπλέον, η περίοδος εισπράξεως των απαιτήσεων της επιχείρησης και εξοφλήσεως των υποχρεώσεών της είναι περίπου ίσες. Στο σημείο αυτό, αξίζει να επισημανθεί πως η ύπαρξη διαφοράς μεταξύ των αριθμοδεικτών γενικής και ειδικής ρευστότητας αποτελεί ένδειξη ύπαρξης αυξημένων αποθεμάτων στην επιχείρηση.

Οι δείκτες ρευστότητας της επιχείρησης “Thira Diving Center” και ο μέσος όρος τους για την περίοδο 2013-2017 παρουσιάζονται στον Πίνακα 9.1.

Πίνακας 9.1 Δείκτες Ρευστότητας για την περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Γενική Ρευστότητα	2,55	4,18	6,04	7,66	9,53	5,99
Ειδική Ρευστότητα	2,49	4,13	6,00	7,62	9,49	5,95

Από τα παραπάνω παρατηρείται πως ο δείκτης γενικής ρευστότητας όλη την πενταετία είναι μεγαλύτερος της μονάδας, συνεπώς η εταιρεία έχει επαρκή στοιχεία για να καλύψει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Εκτός αυτού η διαχρονική αύξηση του δείκτη φανερώνει μια αυξανόμενη δυνατότητα ανταπόκρισης στις τρέχουσες υποχρεώσεις. Ακόμη, ο δείκτης ειδικής ρευστότητας είναι εμφανώς μεγαλύτερος της μονάδας με τη διαφορά από τον δείκτη γενικής ρευστότητας να είναι αρκετά μικρή. Τέλος, η ταυτόχρονη αύξηση των δύο δεικτών οφείλεται στην μικρότερη συγκριτικά αύξηση των βραχυχρόνιων υποχρεώσεων σε σχέση με την αύξηση του συνόλου του ενεργητικού στη συγκεκριμένη περίοδο.

Αριθμοδείκτες Κερδοφορίας

- ❖ Αριθμοδείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους (Gross Profit Margin)

Ο αριθμοδείκτης του μικτού περιθωρίου κέρδους υπολογίζεται από το λόγο του μικτού κέρδους προς τις πωλήσεις της εταιρείας ως εξής:

$$\text{Μικτό Περιθώριο Κέρδους} = (\text{Μικτό Κέρδος} / \text{Πωλήσεις}) * 100$$

Ο συγκεκριμένος δείκτης μας δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει η επιχείρηση από πωλήσεις προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών αξίας 100 € και κατ' επέκταση τη λειτουργικότητα και την πολιτική των τιμών της. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης τόσο καλύτερη από πλευράς κερδοφορίας είναι η επιχείρηση. Έτσι, μια επιχείρηση με υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους μπορεί να καλύπτει τα έξοδά της και ταυτόχρονα να έχει ένα ικανοποιητικό περιθώριο κέρδους σε σχέση με τις πωλήσεις και τα συνολικά απασχολούμενα κεφάλαια.

- ❖ Αριθμοδείκτης Λειτουργικού Περιθωρίου Κέρδους

Ο αριθμοδείκτης λειτουργικού περιθωρίου κέρδους μας πληροφορεί για το κέρδος που έχει η επιχείρηση από τις λειτουργικές της δραστηριότητες. Για αυτό το λόγο στον υπολογισμό του χρησιμοποιείται το καθαρό κέρδος προ φόρων και τόκων, καθώς το μέγεθος αυτό, αντιπροσωπεύει το κέρδος της επιχείρησης από τις δραστηριότητές της προτού ληφθούν υπόψη οι φόροι και οι τόκοι. Ο δείκτης προσδιορίζεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$\text{Λειτουργικό Περιθώριο Κέρδους} = (\text{Λειτουργικό Κέρδος} / \text{Πωλήσεις}) * 100$$

- ❖ Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους

Ο αριθμοδείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που πετυχαίνει η επιχείρηση από τις πωλήσεις της και δίνεται από την ακόλουθη σχέση:

$$\text{Καθαρό Περιθώριο Κέρδους} = (\text{Καθαρό Κέρδος} / \text{Πωλήσεις}) * 100$$

❖ Αριθμοδείκτης Κέρδους EBITDA

Ο αριθμοδείκτης κέρδους EBITDA προσδιορίζεται από την εξής σχέση:

$$\text{Περιθώριο Κέρδους EBITDA} = (\text{EBITDA} / \text{Πωλήσεις}) * 100$$

Στον υπολογισμό του δείκτη αυτού χρησιμοποιείται το καθαρό κέρδος προ φόρων και τόκων προσαυξημένο των αποσβέσεων κάθε έτους.

Στον Πίνακα 9.2 παρουσιάζονται οι δείκτες κερδοφορίας της επιχείρησης “Thira Diving Center” για τη χρονική περίοδο 2013-2017.

Πίνακας 9.2 Αριθμοδείκτες Κερδοφορίας για την περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Περιθώριο Μικτού Κέρδους	59,27 %	57,22 %	56,98 %	55,98 %	56,54 %	57,20 %
Περιθώριο Λειτουργικού Κέρδους	28,91 %	34,37 %	37,54 %	37,62 %	40,12 %	35,71 %
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους	21,03 %	26,14 %	28,92 %	29,17 %	31,30 %	27,31 %
Περιθώριο Κέρδους EBITDA	36,44 %	40,59 %	42,87 %	42,32 %	42,39 %	41,32 %

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται πως το μικτό περιθώριο κέρδους εξαιρουμένου του πρώτου έτους είναι σταθερό και αρκετά υψηλό για τα δεδομένα της επιχείρησης. Ο υψηλός δείκτης δίνει τη δυνατότητα για περαιτέρω μείωση των λειτουργικών δαπανών και πιθανή αντιμετώπιση αύξησης του κόστους πωληθέντων. Το γεγονός ότι ο δείκτης το πρώτο έτος βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα από ότι τα επόμενα έτη, οφείλεται στο γεγονός ότι το κόστος πωληθέντων εμφανώς συνδεδεμένο με την υπηρεσία Α, θα κυμαίνεται σε αρκετά χαμηλά επίπεδα το 2013 λόγω του μικρού όγκου παροχής της συγκεκριμένης υπηρεσίας.

Το περιθώριο λειτουργικού κέρδους παρουσιάζει εμφανώς αυξητική τάση ακολουθώντας την αυξητική τάση των κερδών της επιχείρησης.

Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας

❖ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων (Return On Equity)

Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων είναι ουσιαστικά τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης σαν ποσοστό επί των ιδίων κεφαλαίων της και δείχνει την ικανότητα της εταιρείας να παράγει κέρδη από τη χρήση των ιδίων κεφαλαίων της. Ο δείκτης απεικονίζεται από την ακόλουθη σχέση:

$$\text{Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων} = (\text{Κέρδη Προ Φόρων} / \text{Ίδια Κεφάλαια}) * 100$$

❖ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Απασχολούμενων Κεφαλαίων (Return To Total Capital Employed)

Ο Αριθμοδείκτης αποδοτικότητας απασχολούμενων κεφαλαίων δείχνει την αποδοτικότητα μιας επιχείρησης ανεξάρτητα από τις πηγές προελεύσεως των κεφαλαίων της. Αναλυτικότερα, αυτός ο αριθμοδείκτης μας ενημερώνει για την κερδοφόρα δυναμικότητα των συνολικών απασχολούμενων κεφαλαίων (ιδίων και ξένων) στην επιχείρηση και δίνεται από την παρακάτω σχέση:

$$\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Απασχολούμενων Κεφαλαίων} = (\text{Κέρδη προ Φόρων} / \text{Συνολικό Κεφάλαιο}) * 100$$

❖ Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού (Return On Total Assets)

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετρά την αποδοτικότητα των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, αλλά και των επιμέρους τμημάτων αυτής ενώ ταυτόχρονα αποτελεί είδος αξιολογήσεως και ελέγχου της διοικήσεώς της. Προκύπτει από το λόγο του συνόλου των λειτουργικών κερδών της χρήσης προς το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων, δηλαδή το σύνολο του ενεργητικού, που παίρνουν μέρος στην πραγματοποίηση των συγκεκριμένων κερδών ως εξής:

$$\text{Αριθμοδείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού} = \text{Κέρδη Προ Φόρων Και Τόκων} / \text{Σύνολο Ενεργητικού}$$

❖ Αριθμοδείκτης Return On Sales (ROS)

Ο αριθμοδείκτης αυτός δίνεται από την ακόλουθη σχέση:

$$\text{ROS} = \text{Κέρδη προ Φόρων} / \text{Πωλήσεις}$$

Στον Πίνακα 9.3 παρουσιάζονται οι δείκτες αποδοτικότητας της επιχείρησης “Thira Diving Center” για τη χρονική περίοδο 2013-2017.

Πίνακας 9.3 Δείκτες Αποδοτικότητας για τη χρονική περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	168,80 %	309,42%	399,28 %	456,84 %	539,72 %	374,81 %
Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων	33,56 %	41,94 %	38,26 %	32,75 %	29,79 %	35,26 %
Return On Sales (ROS)	0,26	0,33	0,36	0,36	0,39	0,34

Όπως παρατηρούμε από τους παραπάνω δείκτες, ο δείκτης αποδοτικότητας των ιδίων κεφαλαίων είναι εξαιρετικά υψηλός αφού σε κεφάλαιο 100 ευρώ η επιχείρηση επιτυγχάνει μέσα κέρδη 374,81 ευρώ κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Ο δείκτης είναι αρκετά μεγάλος γιατί το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων σε σχέση με τα συνολικά κεφάλαια είναι σχετικά μικρό.

Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας

- ❖ Μέση Διάρκεια Είσπραξης Απαιτήσεων (Accounts Receivable Period)

Η μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων δίνεται από τον τύπο:

$$\text{Μέση Διάρκεια Είσπραξης Απαιτήσεων} = (\text{Απαιτήσεις Πελατών} / \text{Πωλήσεις}) * 365$$

Γενικά οι εταιρείες επιθυμούν μικρή μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων. Επειδή ο δείκτης εκφράζει το μέσο όρο των απαιτήσεων, δεν είναι αντιπροσωπευτικός όλων των πελατών της, καθώς κάποιος πελάτης μπορεί να αργεί να εξοφλήσει τις υποχρεώσεις του και να επηρεάζει το δείκτη αρνητικά, ή και το αντίθετο.

- ❖ Μέση Διάρκεια Εξόφλησης Προμηθευτών

Η μέση διάρκεια εξόφλησης των προμηθευτών δίνεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$\text{Μέση Διάρκεια Εξόφλησης Προμηθευτών} = (\text{Πιστώσεις Προμηθευτών} / \text{Κόστος Πωληθέντων}) * 365$$

Ο δείκτης αυτός δείχνει τον αριθμό των ημερών που οι υποχρεώσεις μιας επιχείρησης παραμένουν απλήρωτες ή το πόσο γρήγορα εξοφλεί τις υποχρεώσεις της στους προμηθευτές.

❖ **Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων**

Ένα μέτρο για το βαθμό που μία επιχείρηση χρησιμοποιεί τα περιουσιακά της στοιχεία είναι η ικανότητά της να πωλεί τα αποθέματά της σε μικρό χρονικό διάστημα. Ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων δείχνει πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Ο δείκτης υπολογίζεται από τον παρακάτω τύπο:

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων = (Αποθέματα / Κόστος Πωληθέντων) *365

❖ **Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων**

Ο αριθμοδείκτης αυτός μιας επιχείρησης δείχνει το βαθμό στον οποίο χρησιμοποιούνται τα πάγια περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Επιπροσθέτως, αποτελεί ένδειξη για το αν η επιχείρηση υπερεπενδύει σε πάγια περιουσιακά στοιχεία και πάλι σε σχέση με τις πωλήσεις της. Προκύπτει διαιρώντας το σύνολο των καθαρών πωλήσεων της επιχείρησης με τα συνολικά καθαρά πάγια της επιχείρησης, που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης χρήσης για την πραγματοποίηση των πωλήσεών της. Επομένως:

Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων = Καθαρές Πωλήσεις / Καθαρό Πάγιο Ενεργητικό

Με την παρακολούθηση αυτού του αριθμοδείκτη, συμπεραίνεται αν υπάρχει ή όχι υπερεπένδυση σε πάγια στοιχεία στην επιχείρηση.

Στον Πίνακα 9.4 παρουσιάζονται οι αριθμοδείκτες δραστηριότητας της επιχείρησης “Thira Diving Center” για τη χρονική περίοδο 2013-2017.

Πίνακας 9.4 Δείκτες Δραστηριότητας για τη χρονική περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Μέση Διάρκεια Είσπραξης Απαιτήσεων	15,74	17,25	17,22	17,25	17,25	17
Μέση Διάρκεια Εξόφλησης Προμηθευτών	20,16	20,63	20,73	20,96	20,89	21
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων	5,89	5,22	5,20	4,92	5,00	5,24
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων	1,62	2,81	3,97	5,72	8,61	4,55

Από τα παραπάνω παρατηρείται πως η μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων στην πενταετία είναι μικρότερη από τη μέση διάρκεια εξόφλησης των υποχρεώσεων της εταιρείας, γεγονός που σημαίνει πως η επιχείρηση θα εισπράττει συχνότερα από ότι πληρώνει, συνεπώς δε χρειάζεται να διατηρεί μεγάλα ποσά σε κυκλοφορικά στοιχεία και χρηματοδοτείται από τους πιστωτές της. Μια πιθανή εξήγηση είναι ότι η επιχείρηση λόγω της φύσης των δραστηριοτήτων της, πληρώνεται “on deal” για το μεγαλύτερο ποσοστό των υπηρεσιών που παρέχει. Ακόμη, παρατηρείται πως ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων είναι αρκετά υψηλός, γεγονός που δικαιολογείται από τη φύση της επιχείρησης που δεν θέλει την επιχείρηση να διατηρεί υψηλά αποθέματα, καθώς πρόκειται στην ουσία για αναλώσιμα που αφορούν αποκλειστικά την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης. Τέλος, η αύξηση του αριθμοδείκτη ταχύτητας κυκλοφορίας παγίων, στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο από το 2013 έως το 2017, θα μπορούσε να μαρτυρά μια εντατικοποίηση στη χρήση των πάγιων στοιχείων, χωρίς όμως να μπορεί να ειπωθεί κάτι τέτοιο με βεβαιότητα.

Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας

❖ Αριθμοδείκτης Ιδίων Προς Δανειακά Κεφάλαια

Ο αριθμοδείκτης αυτός, δείχνει την ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους δανειστές της και χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί αν υπάρχει υπερδανεισμός ή όχι. Αν είναι μεγαλύτερος από την μονάδα, μας δείχνει ότι οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν σε αυτή με περισσότερα κεφάλαια από ότι οι πιστωτές της. Ο αριθμοδείκτης δίνεται από την εξής σχέση:

$$\text{Ίδια Προς Δανειακά Κεφάλαια} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Ξένα Κεφάλαια}}$$

❖ Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού Προς Συνολικές Υποχρεώσεις

Ο αριθμοδείκτης αυτός εμφανίζει τη ρευστότητα των μακροχρόνιων υποχρεώσεων της επιχείρησης. Προκύπτει διαιρώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό της οικονομικής μονάδας, συμπεριλαμβανομένων των διαθέσιμων, με το συνολικό ύψος των υποχρεώσεων της. Επομένως:

Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού Προς Συνολικές Υποχρεώσεις = Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Σύνολο των Υποχρεώσεων

Ο συγκεκριμένος αριθμοδείκτης επηρεάζεται αντίστροφα (αρνητικά) από λειτουργικές και έκτακτες ζημιές. Είναι φανερό ότι οι βραχυχρόνιοι πιστωτές προστατεύονται περισσότερο καθώς το κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης αυξάνεται με κεφάλαια φορέων αυτής.

Στον Πίνακα 9.5 παρουσιάζονται οι αριθμοδείκτες διαρθρώσεως κεφαλαίων και βιωσιμότητας της επιχείρησης “Thira Diving Center” για τη χρονική περίοδο 2013-2017.

Πίνακας 9.5 Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως κεφαλαίων και βιωσιμότητας για τη χρονική περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Αριθμοδείκτης Ιδίων Προς Δανειακά Κεφάλαια	0,37	0,39	0,41	0,44	0,47	0,42
Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού Προς Συνολικές Υποχρεώσεις	0,52	1,38	2,33	3,35	4,55	2,43

Από τα παραπάνω φαίνεται πως ο δείκτης ιδίων προς ξένα κεφάλαια είναι μικρότερος της μονάδας γεγονός που δείχνει πως οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν σε αυτή με λιγότερα κεφάλαια από ότι οι πιστωτές, όμως είναι εμφανές πως η αναλογία αυτή των ιδίων κεφαλαίων προς τα ξένα αυξάνεται με ρυθμό της τάξεως του 27% κατά την περίοδο της πενταετίας 2013-2017. Τέλος, την ίδια περίοδο ο δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς τις συνολικές υποχρεώσεις παρουσιάζει μια διαχρονική αύξηση που αποτελεί ένδειξη ότι οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης, θα μπορέσουν ενδεχομένως να εξοφληθούν από τα κεφάλαια κίνησης, στην περίπτωση που δεν υπάρξουν ζημιές από τη ρευστοποίηση των κυκλοφοριακών στοιχείων.

9.2 Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV)

Η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας (NPV) αποτελεί τη συνηθέστερη μέθοδο αξιολόγησης μιας επένδυσης και δείχνει τη συμβολή της επένδυσης στην αξία της επιχείρησης. Η καθαρή παρούσα αξία ενός επενδυτικού προγράμματος ισούται με το άθροισμα της παρούσας αξίας των αναμενόμενων ταμειακών ροών προεξοφλημένων με ένα επιτόκιο ανάλογο του κινδύνου της επένδυσης, αφαιρώντας το αρχικό κόστος επένδυσης. Η παρούσα αξία κάθε ταμειακής ροής προσδιορίζεται ως εξής:

Παρούσα Αξία Ταμειακής Ροής = Ταμειακή Ροή/(1+i)^t

Όπου το «i» είναι το προεξοφλητικό επιτόκιο, δηλαδή η ελάχιστη απαιτούμενη απόδοση της επένδυσης. Συνήθως χρησιμοποιείται ως i το επιτόκιο αγοράς που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Ενώ «t» είναι το έτος στο οποίο συντελείται η Ταμειακή Ροή. Συνεπώς, η Καθαρή Παρούσα Αξία μιας επένδυσης δίνεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

όπου, NPV: η Καθαρή Παρούσα Αξία

r: Επιτόκιο Προεξόφλησης

n: Τα χρόνια της επένδυσης

I₀: Το αρχικό Κόστος Επένδυσης και

CF_t: Οι μελλοντικές ταμειακές ροές

Για την αξιολόγηση λαμβάνεται υπόψη το αποτέλεσμα της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως εξής:

- NPV > 0 → το επενδυτικό πρόγραμμα πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Εάν η επιχείρηση αποδεχτεί ένα πρόγραμμα με θετική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε οι ταμειακές ροές του προγράμματος αποδίδουν επιπλέον απόδοση από την απαιτούμενη, η οποία οδηγεί στην αύξηση της χρηματιστηριακής αξίας της εταιρείας.

- NPV = 0 → το επενδυτικό πρόγραμμα είναι οριακό.

Εάν η επιχείρηση αποδεχτεί ένα πρόγραμμα με μηδενική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε το μέγεθος της εταιρείας αυξάνεται, αλλά όχι η αξία της.

- $NPV < 0 \rightarrow$ το επενδυτικό πρόγραμμα δεν πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Εάν η επιχείρηση αποδεχτεί ένα πρόγραμμα με αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε τόσο το μέγεθος όσο και η χρηματιστηριακή της αξία μειώνονται.

Αυτή η μέθοδος λαμβάνει υπόψη τη διαχρονική αξία του χρήματος, προεξοφλεί με το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου και εκφράζεται σε χρηματικά ποσά. Μειονέκτημα ωστόσο αποτελεί η υπόθεση, ότι το μέσο σταθμικό κόστος μένει σταθερό σε όλη τη διάρκεια της επένδυσης.

Η Καθαρή Παρούσα Αξία στην περίπτωση της “Thira Diving Center” υπολογίζεται προεξοφλώντας τις ταμειακές ροές της επένδυσης για 5 χρόνια με διαφορετικά επιτόκια, ώστε να εξεταστεί η έκθεσή της σε κάθε ενδεχόμενο χρηματοοικονομικού κινδύνου. Τα αποτελέσματα όπως προκύπτουν για κάθε επιτόκιο προεξόφλησης 8%, 10%, 15% και 20% παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 9.6 Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας με διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης

Επιτόκιο Προεξόφλησης (r)	Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV)
8%	426.414,0 €
10%	389.021,6 €
15%	308.693,1 €
20%	243.555,8 €

Από τα όσα παρουσιάζονται στον Πίνακα 9.6 διαπιστώνεται πως ακόμη και στην περίπτωση που οι ταμειακές ροές προεξοφληθούν με επιτόκιο που ξεπερνά το 20%, γεγονός που αποτελεί ακραία περίπτωση για τα δεδομένα της οικονομίας της χώρας, η Καθαρή Παρούσα Αξία παραμένει θετική, οπότε και η επένδυση γίνεται αποδεκτή.

9.3 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR)

Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης φανερώνει την απόδοση ενός επενδυτικού προγράμματος και είναι το επιτόκιο προεξόφλησης εκείνο με το οποίο προεξοφλώντας τις μελλοντικές ταμειακές ροές της επένδυσης, μηδενίζει την Καθαρή Παρούσα Αξία της. Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης συνήθως συγκρίνεται

με τα επιτόκια της αγοράς που ισχύουν τη δεδομένη περίοδο ή με το θεμιτό κίνδυνο που θέλει να αναλάβει ο κάθε επενδυτής. Συνεπώς αξιολογείται ως ακολούθως:

- $IRR > r \rightarrow$ το επενδυτικό πρόγραμμα πρέπει να γίνει αποδεκτό.
- $IRR = r \rightarrow$ το επενδυτικό πρόγραμμα είναι οριακό.
- $IRR < r \rightarrow$ το επενδυτικό πρόγραμμα δεν πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης της επιχείρησης “Thira Diving Center” υπολογίστηκε στο 46,24% περίπου, με βάση τις ταμειακές ροές της για τα επόμενα 5 χρόνια. Η τιμή αυτή που δείχνει την αξία της επένδυσης και την αντοχή της σε χρηματοοικονομικούς κινδύνους, συγκρινόμενη με τα επιτόκια της αγοράς, είναι κατά πολύ υψηλότερη επομένως αξίζει να γίνει η επένδυση.

9.4 Περίοδος Αποπληρωμής (Pay Back Period)

Η μέθοδος αυτή δεν θεωρείται από τις πιο ορθολογικές μεθόδους αξιολόγησης επενδύσεων ωστόσο πολλές φορές προτιμάται από επενδυτές που θέλουν να διαπιστώσουν το χρόνο ανάκτησης του κεφαλαίου. Η μέθοδος αυτή συνεπώς, δείχνει το χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο ένα επενδυτικό έργο θα αποδώσει την αρχική του επένδυση. Στα πλαίσια αυτής συγκρίνεται η περίοδος επανείσπραξης του επενδυτικού προγράμματος με την απαιτούμενη μέγιστη χρονική περίοδο της επιχείρησης για την επένδυση. Εάν η περίοδος επανείσπραξης είναι μικρότερη ή ίση με την απαιτούμενη περίοδο, το επενδυτικό πρόγραμμα γίνεται δεκτό.

Η μέθοδος δίνει μια ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης. Όμως, δεν λαμβάνει υπόψη τις καθαρές ταμειακές ροές μετά την περίοδο επανείσπραξης, καθώς επίσης και το μέγεθος και τη διαχρονική αξία του χρήματος (δηλ. το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών).

Στην περίπτωση μας το αρχικό κόστος κεφαλαίου της επένδυσης είναι 186.720 € και έχουμε τις κάτωθι καθαρές ταμειακές ροές και εν συνεχεία το άθροισμά τους κατά έτος:

Πίνακας 9.7 Ταμειακές Ροές επένδυσης σε 5 χρόνια και το άθροισμά τους κατά έτος

Έτη	Καθαρές Ταμειακές Ροές	Πρόσθεση Ταμειακών Ροών Επένδυσης Κατά Έτος	
1 ^ο Έτος	41.556 €	1 ^ο Έτος + 2 ^ο Έτος	183.321 € (α)
2 ^ο Έτος	141.765 €	(α) + 3 ^ο Έτος	363.623 €
3 ^ο Έτος	180.302 €		
4 ^ο Έτος	203.478 €		
5 ^ο Έτος	235.715 €		

Από τα παραπάνω φαίνεται πως η επιχείρηση έπειτα από 2 χρόνια θα έχει ανακτήσει 183.321 € από τα 186.720 € που θα έχει επενδύσει. Επομένως, η εταιρεία θα χρειαστεί, για να ανακτήσει τα υπόλοιπα ($186.720 \text{ €} - 183.321 \text{ €} = 3.399 \text{ €}$), με βάση την ταμειακή εισροή του τρίτου χρόνου, 0,02 του χρόνου ($3.399 / 180.302 = 0,02$). Δηλαδή περίπου 1 εβδομάδα αφού $0,02 * 52 = 1,04$. Επομένως, συγκρίνοντας την περίοδο επανείσπραξης με την περίοδο-στόχο, έτσι όπως είχε τεθεί από την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης στο κεφάλαιο 5 που θέτει ως προϋπόθεση εκτέλεσης των εργασιών την απόσβεση του αρχικού κεφαλαίου σε 4 έτη, η επένδυση καλύπτει το στρατηγικό αυτό στόχο.

9.5 Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break Even Point Analysis)

Μία από τις καλύτερες μεθόδους διαπίστωσης της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης αποτελεί αυτή του Νεκρού Σημείου παραγωγής. Η μελέτη αυτού κρίνεται απαραίτητη γιατί μπορεί να οδηγήσει σε πολύ σοβαρές αναλύσεις ευαισθησίας και στην συνακόλουθη λήψη ορθολογικότερων αποφάσεων της διοίκησης σε πολλά θέματα, όπως για παράδειγμα στην τιμολόγηση των προϊόντων με ελεγχόμενο αποτέλεσμα.

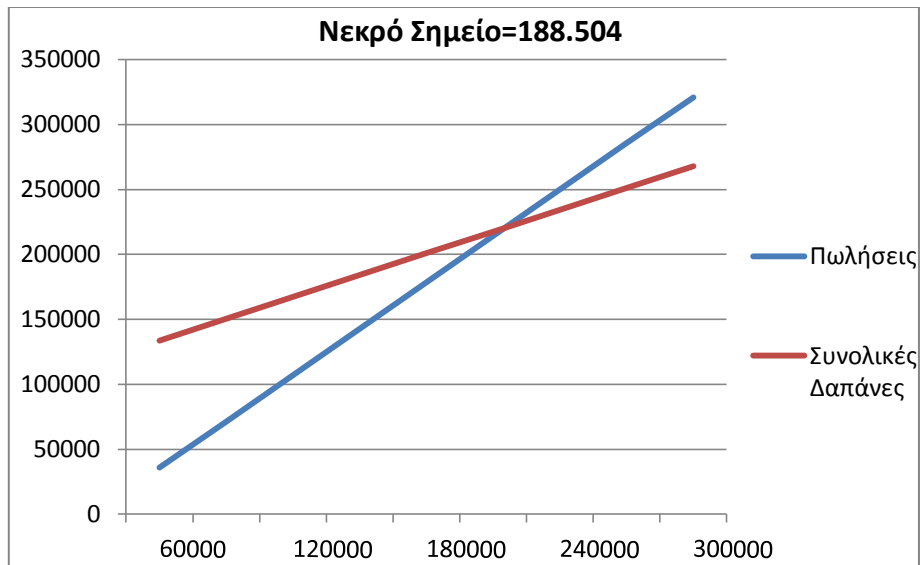
Συνεπώς, Νεκρό Σημείο ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που μια επιχείρηση καλύπτει το σύνολο των εξόδων της, σταθερά και μεταβλητά, χωρίς να πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημία. Η συγκεκριμένη έννοια μπορεί να εκφραστεί με τους ακόλουθους τρόπους:

- Ως αξία πωλήσεων. Στην περίπτωση αυτή, δείχνει πόση είναι η χρηματική αξία των πωλήσεων που πρέπει να πραγματοποιήσει η επιχείρηση, ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία.
- Ως ποσοστό επί των πωλήσεων, όπου φανερώνει σε ποιο ποσοστό επί των πωλήσεων που έχει πραγματοποιήσει ή που αναμένεται να κάνει η επιχείρηση, δεν παρουσιάζει ούτε κέρδος ούτε ζημία.
- Ως ποσότητα πωλήσεων, που δείχνει πόσα τεμάχια (ή άλλη μονάδα μέτρησης) του παραγόμενου προϊόντος πρέπει να πουλήσει η επιχείρηση ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία.
- Ως χρόνος, δηλαδή πόσο χρόνο αναμένεται ότι θα χρειαστεί η επιχείρηση ώστε να πουλήσει τον απαραίτητο αριθμό μονάδων προϊόντος, τέτοιον ώστε να μην εμφανίζει ούτε κέρδος ούτε ζημία.

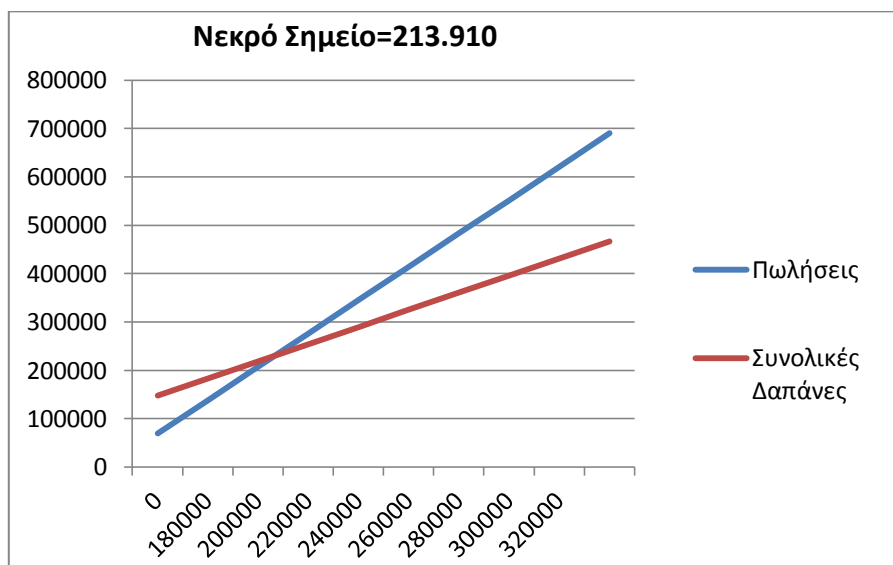
Είναι προφανές, ότι όσο πιο χαμηλό είναι το νεκρό σημείο, τόσο το καλύτερο για την επιχείρηση. Με χαμηλό Νεκρό Σημείο η επιχείρηση είναι πιο ευσταθής, αφού με λιγότερες πωλήσεις καλύπτει όλα της τα έξοδα και από το σημείο εκείνο και πέρα πραγματοποιεί κέρδος. Η μέθοδος του Νεκρού Σημείου βέβαια, στηρίζεται στην υπόθεση ότι οι δαπάνες της επιχείρησης χωρίζονται σε σταθερές και μεταβλητές. Με σταθερές δαπάνες να θεωρούνται εκείνες που είναι ανεξάρτητες από το ύψος των πωλήσεων, όπως τα ενοίκια, τα έξοδα συντήρησης και τα τέλη. Αντίθετα, ως μεταβλητές δαπάνες θεωρούνται εκείνες που επηρεάζονται αποκλειστικά και μόνο από το ύψος των πωλήσεων όπως για παράδειγμα το κόστος άμεσης εργασίας.

Στην περίπτωση της “Thira Diving Center” οι δαπάνες διαχωρίζονται σε σταθερές και μεταβλητές και στη συνέχεια υπολογίζεται το Νεκρό Σημείο κύκλου εργασιών, ως αξία πωλήσεων και ως ποσοστό επί των πωλήσεων, για κάθε ένα από τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Ακόμη, προσδιορίζεται και ο Βαθμός Ασφαλείας για κάθε ένα από τα παραπάνω έτη, που δείχνει το ποσοστό που μπορούν να μεταβληθούν οι πωλήσεις χωρίς να προκαλέσουν ζημία για την επιχείρηση. Τα αποτελέσματα παρατίθενται αναλυτικά στον Πίνακα ΠΝ.2 στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V.

Το Νεκρό Σημείο μπορεί να θεωρηθεί και ως ένας γενικός δείκτης παραγωγικότητας της επιχείρησης, γιατί μας δείχνει το πόσο της % των πωλήσεων αναλώνεται σε κόστη σε μία δεδομένη χρονική περίοδο (έτος) και επομένως, όσο μικρότερο καταφέρνει να το διατηρεί η επιχείρηση τόσο παραγωγικότερη μπορεί να θεωρηθεί. Από τον Πίνακα ΠΝ.2 αλλά και όπως φαίνεται στα γραφήματα που ακολουθούν, παρατηρείται πως το ποσοστό αυτό μειώνεται διαχρονικά αφού στο πρώτο έτος το Νεκρό Σημείο αποτελούσε το 58,72% των πωλήσεων ενώ στο πέμπτο έτος είναι το 31,01% αυτών.



Διάγραμμα 9.1 Γραφική απεικόνιση Νεκρού Σημείου το 1^ο έτος



Διάγραμμα 9.2 Γραφική απεικόνιση Νεκρού Σημείου το 5^ο έτος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΔΥΣΜΕΝΕΣ ΣΕΝΑΡΙΟ

Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν για την τεκμηρίωση του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου συλλέχτηκαν τόσο από έρευνα της βιβλιογραφίας, όσο και από την εμπειρία της αγοράς. Προκειμένου να αποφευχθεί μια πολύ αισιόδοξη εκτίμηση του σχεδίου, χρησιμοποιήθηκαν όσον αφορά στην παροχή της κύριας υπηρεσίας της εταιρείας, οι μέσοι όροι των τιμών υψηλής και χαμηλής περιόδου των μικρότερων δυνατών όμως, τιμών. Ωστόσο, λόγω της πιθανότητας να έχει συμβεί μία μη ρεαλιστική εκτίμηση, κρίνεται σκόπιμο να εξεταστεί και ένα δυσμενές σενάριο.

Το δυσμενές σενάριο αφορά στην περίπτωση που το Καταδυτικό Πάρκο δεν τύχει της αναμενόμενης ανταπόκρισης των Ευρωπαίων αυτοδυτών. Στην περίπτωση αυτή, ο προσδιορισμός των πωλήσεων γίνεται με βάση την τρέχουσα ζήτηση των υπηρεσιών κατάδυσης αναψυχής, στην περιοχή της Σαντορίνης. Με βάση αυτή την παραδοχή λοιπόν, η επιχείρηση θα φτάσει στην παροχή υπηρεσιών για 2.965 άτομα το 2017.

Τα οικονομικά αποτελέσματα του σεναρίου αυτού παρουσιάζονται στη συνέχεια, ενώ οι πίνακες ΠΙΥ.4 και ΠΙΥ.5 που παρουσιάζουν την προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών/ πώληση προϊόντων και την ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων αντίστοιχα για την πρώτη πενταετία, παρατίθενται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΥ. Στο παράρτημα παρουσιάζονται ακόμη, τα γραφήματα ΠΙΥ.1-ΠΙΥ.3 της προβλεπόμενης παροχής υπηρεσιών και των ποσοστών συμμετοχής των πωλήσεων επί του συνόλου κατά το 1^ο και 5^ο έτος, αντίστοιχα. Τέλος, παρατίθεται και διαγραμματική απεικόνιση του κύκλου εργασιών της εταιρείας κατά την πρώτη πενταετία.

10.1 Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης και Διάθεσης Κερδών

Στη συνέχεια ακολουθεί ο προσδιορισμός του κόστους πωληθέντων του προς πώληση καταδυτικού εξοπλισμού και ο υπολογισμός του μικτού περιθωρίου κέρδους, τόσο από την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης όσο και από την παροχή υπηρεσιών για τη χρονική περίοδο 2013- 2017.

Κόστος Πωληθέντων (CGS) και υπολογισμός Μικτού Κέρδους (GP)

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η διαμόρφωση του περιθωρίου κέρδους για τις πωλήσεις, από την εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις	11.831,90 €	21.979,60 €	29.341,20 €	37.516,80 €	40.552,00 €
Μείον					
Κόστος Πωληθέντων					
Κόστος αγοράς εμπορεύματος	10.057,12 €	18.344,43 €	24.196,62 €	30.763,78 €	33.034,64 €
Μικτό Κέρδος	1.774,78 €	3.635,17 €	5.144,58 €	6.753,02 €	7.517,36 €
% Μικτού Κέρδους	15,00 %	16,54 %	17,53 %	18,00 %	18,54%

Παρατηρείται ότι το περιθώριο κέρδους φτάνει κατά μέσο όρο περίπου το 17% κατά την πρώτη πενταετία, έναντι του 21 % που διαπιστώθηκε στο κύριο σενάριο. Αυτό είναι αναμενόμενο, λόγω της μεγαλύτερης έκπτωσης που πετυχαίνει η επιχείρηση στην πρώτη περίπτωση, εξαιτίας της αγοράς μεγαλύτερου όγκου εμπορεύματος.

Εν συνεχεία, παρουσιάζεται το περιθώριο μικτού κέρδους από την παροχή υπηρεσιών της επιχείρησης. Ο προσδιορισμός των προμηθειών γίνεται όπως έχει προσδιοριστεί ανωτέρω στον Πίνακα 8.2 της παρούσας μελέτης.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις	110.709,7 €	198.890,1 €	269.954,8 €	351.411,5 €	373.934,0 €
Μείον					
Κόστος Πωληθέντων					
Δαπάνες Προμηθειών	14.178,0 €	25.860,0 €	35.511,0 €	46.020,0 €	49.251,0 €
Δαπάνες Ανθρώπινου Δυναμικού	33.500,0 €	33.500,0 €	33.500,0 €	33.500,0 €	36.500,0 €
Σύνολο	47.678,0 €	59.360,0 €	69.011,0 €	79.520,0 €	85.751,0 €
Μικτό Κέρδος	63.031,7 €	139.530,1 €	200.943,8 €	271.891,5 €	288.183,0 €
% Μικτού Κέρδους	56,93%	70,15%	74,43%	77,37%	77,07%

Από τον προηγούμενο πίνακα φαίνεται πως το μικτό κέρδος από την παροχή του συνόλου των υπηρεσιών διαμορφώνεται σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα (71,19 % των πωλήσεων κατά μέσο όρο), για την πρώτη πενταετία. Ωστόσο, το ποσοστό αυτό κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα από το αντίστοιχο ποσοστό (60,09 %) έτσι όπως προσδιορίστηκε στο κύριο σενάριο. Το γεγονός αυτό εξηγείται λόγω της μικρής συμμετοχής της υπηρεσίας Α στις πωλήσεις και επομένως και των δαπανών προμηθειών που σχετίζονται άμεσα με αυτή στο κόστος πωληθέντων. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι λειτουργικές δαπάνες της επιχείρησης.

Πίνακας 10.1 Λειτουργικές Δαπάνες για την πενταετία 2013-2017

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΩΝ	2013	2014	2015	2016	2017	% ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ	12.010	16.380	8.880	11.580	17.225	11,40%
Δαπάνες Μίσθωσης ακινήτου	1.600	1.600	1.600	1.500	1.500	1,36%
Δαπάνες Μισθοδοσίας	50.500	50.500	50.500	50.500	50.500	43,89%
Δαπάνες Συνδρομών:						
- PADI	400	400	400	400	400	0,35%
- IADD	90	90	90	90	90	0,08%
- ΕΟΥΔΑΤΚ	400	400	400	400	400	0,35%
- BUREAU VERITAS	492	492	492	492	492	0,43%
Δαπάνες Ασφάλισης:						
- Αυτοκινήτου/σκάφους	840	980	980	980	980	0,83%
- DAN EUROPE	385,75	385,75	385,75	385,75	385,75	0,34%
Δαπάνες Συντήρησης	1.611,73	1.811,73	1.811,73	1.811,73	1.811,73	1,54%
Δαπάνες Καυσίμων	1.913	3.362	4.531	5.846	6.173	3,75%
Δαπάνες ηλεκτρικής ενέργειας	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3,13%
Δαπάνες νερού, τηλεφώνου/Internet	475	475	475	475	475	0,41%
Τέλη κυκλοφορίας	904,00	904,00	904,00	904,00	904,00	0,79%
Δαπάνες τεστ μπουκάλων	-	-	600	-	-	0,27%
Τόκοι	8.400,00	8.039,00	7.657,00	7.251,00	6.821,00	6,65%
Αποσβέσεις	24.158,00	29.464,25	29.464,25	29.464,25	29.464,25	24,62%
Σύνολο	107.779	118.883	112.770	115.680	121.222	

Στη συνέχεια παρουσιάζεται το σύνολο των ταμειακών ροών, από λειτουργικές, επενδυτικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες, που θα αποφέρει η επένδυση κατά την πρώτη πενταετία. Επιπλέον, παρουσιάζονται οι Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης για την “Thira Diving Center”, βασιζόμενη σε προβλέψεις που έχουν γίνει για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Ταμειακές Ροές

Πίνακας 10.2 Ταμειακές Ροές Επένδυσης της Πρώτης Πενταετίας

	ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (σε €)				
	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος	4 ^ο έτος	5 ^ο έτος
ΑΠΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Κέρδη μετά από φόρους (EAT)	-41.801	26.958	85.119	143.972	153.983
Συν Αποσβέσεις	24.158	29.464	29.464	29.464	29.464
Μείον αύξηση αποθεμάτων	838	691	488	547	189
Μείον αύξηση εισπρακτέων	5.763	4.590	3.699	4.240	1.172
Συν αύξηση πληρωτέων	3.266	800	661	720	427
ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Μείον δαπάνες επενδύσεων	35.375	-	-	-	-
ΑΠΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
Συν αύξηση μακροχρόνιων δανείων	-6.015	-6.375	-6.759	-7.163	-7.594
Συν αύξηση βραχυχρονίων δανείων	53.727	-50.301	-3.426	-	-
ΣΥΝΟΛΟ	-8.641	-4.734	100.872	162.206	174.918

Προβλεπόμενοι Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης και Διάθεσης Κερδών

Πίνακας 10.3 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης (ΚΑΧ) που αφορούν στην πρώτη πενταετία λειτουργίας της επιχείρησης

Καθαρές πωλήσεις	122.542	220.870	299.296	388.928	414.486
- Κόστος πωληθέντων	57.735	77.704	93.208	110.284	118.786
= Μικτό περιθώριο	64.806	143.165	206.088	278.645	295.700
+ Άλλα λειτουργικά έσοδα	5.470	9.690	13.080	17.000	18.000
- Λειτουργικές δαπάνες	75.221	81.380	75.649	78.964	84.937
- Ετήσιες αποσβέσεις	24.158	29.464	29.464	29.464	29.464
= Κέρδη προ φόρων & τόκων (EBIT)	-29.103	42.011	114.055	187.216	199.300
- Τόκοι έξοδα βραχυχρονίων (INT stl)	4.298	274			
- Τόκοι έξοδα μακροχρονίων (INT ltl)	8.400	8.039	7.657	7.251	6.821
= Κέρδη προ φόρων (EBT)	-41.801	33.698	106.398	179.965	192.479
- Φόροι		6.740	21.280	35.993	38.496
= Κέρδη μετά τους φόρους (EAT)	-41.801	26.958	85.119	143.972	153.983
- Μέρισμα (DIV)					
= Αδιανέμητα κέρδη (RE)	-41.801	26.958	85.119	143.972	153.983

Όπως παρατηρείται από τον πίνακα 10.3 η επιχείρηση εμφανίζει κατά το πρώτο έτος ζημία (-41.801 €) που μειώνει την καθαρή θέση της επιχείρησης. Ακόμη, το πρώτο έτος λειτουργίας της “Thira Diving Center” θα ληφθεί βραχυχρόνιο δάνειο ύψους 53.727 €, με επιτόκιο δανεισμού 8% και χρόνο αποπληρωμής τα δύο έτη ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες σε κεφάλαιο κίνησης που θα παρουσιάσει η επιχείρηση κατά το πρώτο έτος.

10.2 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί

Με βάση όλα τα προηγούμενα καταρτίστηκε ο ισολογισμός της επιχείρησης “Thira Diving Center” για το πρώτο έτος λειτουργίας της όπως φαίνεται στη συνέχεια, ενώ οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί των επόμενων τεσσάρων ετών παρουσιάζονται στο ΠΑΡΑΤΗΜΑ V.

Πίνακας 10.4 Προβλεπόμενος Ισολογισμός 1^{ου} έτους λειτουργίας της επιχείρησης

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (FA)	197.937	ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	8.199
Κτήρια	55.000	Κεφάλαιο (Cap)	50.000
Μηχανήματα	167.095	Αδιανέμητα κέρδη (RE)	-41.801
Μείον Αποσβέσεις	24.158	ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	133.985
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	6.601	Μακροχρόνια δάνεια (LTL)	133.985
Αποθέματα (INV)	838	ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	62.354
		Βραχυχρόνια δάνεια (STL)	53.727
Εισπρακτέα (AR)	5.763	Πληρωτέα (AP)	3.266
Ταμείο	-	Προκαταβολές Πελατών	5.361
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	204.538	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	204.538

10.3 Αξιολόγηση της επένδυσης

10.3.1 Αριθμοδείκτες

Ο ακόλουθος πίνακας δείχνει τα αποτελέσματα για κάθε επιμέρους δείκτη της επιχείρησης “Thira Diving Center” για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της.

Πίνακας 10.5 Αριθμοδείκτες για την “Thira Diving Center” την περίοδο 2013-2017

Δείκτες	Έτη					Μ.Ο.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Αριθμοδείκτες Ρευστότητας						
Γενική Ρευστότητα	0,08	0,68	6,48	12,35	18,40	7,60
Ειδική Ρευστότητα	0,07	0,59	6,37	12,24	18,29	7,51
Αριθμοδείκτες Κερδοφορίας						
Περιθώριο Μικτού Κέρδους	52,88 %	64,82 %	68,86 %	71,64 %	71,34 %	65,91 %
Περιθώριο Λειτουργικού Κέρδους	-23,75 %	19,02 %	38,11 %	48,14 %	48,08 %	25,92 %
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους	-34,11 %	12,21%	28,44 %	37,02 %	37,15 %	16,14 %
Περιθώριο Κέρδους ΕΒΙΤΔΑ	-4,04 %	32,36%	47,95 %	55,19 %	55,19 %	37,44 %
Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας						
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	-83,60	67,40	212,80	359,93	384,96	188,30
Αποδοτικότητα Απασχολούμενων Κεφαλαίων	-29,40	20,70	44,13	47,62	36,71	23,95
Return On Sales (ROS)	-0,34	0,15	0,36	0,46	0,46	0,22
Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας						
Μέση Διάρκεια Είσπραξης Απαιτήσεων	17,17	17,11	17,14	17,17	17,14	17
Μέση Διάρκεια Εξόφλησης Προμηθευτών	20,65	19,10	18,51	18,03	18,05	19
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Αποθεμάτων	5,30	7,18	7,89	8,49	8,46	7,46
Αριθμοδείκτης Ταχύτητας Κυκλοφορίας Παγίων	0,62	1,31	2,15	3,55	5,18	2,56
Αριθμοδείκτες Διαρθρώσεως Κεφαλαίων και Βιωσιμότητας						
Αριθμοδείκτης Ιδίων Προς Δανειακά Κεφάλαια	0,37	0,39	0,41	0,44	0,47	0,42
Αριθμοδείκτης Κυκλοφορούντος Ενεργητικού Προς Συνολικές Υποχρεώσεις	0,03	0,08	0,87	2,13	3,57	1,34

Από τα παραπάνω φαίνεται πως ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας είναι αρκετά μικρός τα δύο πρώτα χρόνια και ιδιαίτερα το πρώτο, φανερώνοντας μία όχι και τόσο ευνοϊκή κατάσταση της επιχείρησης από πλευράς ρευστότητας. Ωστόσο θετική κρίνεται η διαχρονική αύξηση του δείκτη που φανερώνει μια αυξανόμενη δυνατότητα ανταπόκρισης της επιχείρησης στις τρέχουσες υποχρεώσεις. Ακόμη, όσον αφορά στους αριθμοδείκτες κερδοφορίας ο δείκτης καθαρού κέρδους παίρνει

αρνητική τιμή την πρώτη χρονιά λειτουργίας αποτελώντας ένδειξη ζημιογόνου λειτουργίας της επιχείρησης, ωστόσο τα επόμενα χρόνια παρατηρείται ικανοποιητική αύξησή του. Αντίθετα, το περιθώριο μικτού κέρδους ορίζεται σε αρκετά υψηλά επίπεδα από το πρώτο κιάλας έτος, συνεχίζει αυξανόμενο τα επόμενα έτη και σταθεροποιείται κατά το 4^ο και 5^ο έτος. Σε συνδυασμό με τον προηγούμενο δείκτη φανερώνεται η ύπαρξη υψηλών λειτουργικών δαπανών για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης.

Από τα παραπάνω παρατηρείται ακόμη, πως η μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων στην πενταετία είναι μικρότερη από τη μέση διάρκεια εξόφλησης των υποχρεώσεων της εταιρείας, γεγονός που σημαίνει πως η επιχείρηση θα εισπράττει συχνότερα από ότι πληρώνει. Ακόμη, παρατηρείται πως ο αριθμοδείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων είναι αρκετά υψηλός, γεγονός που δικαιολογείται από τη φύση της επιχείρησης που δεν θέλει την επιχείρηση να διατηρεί υψηλά αποθέματα.

Από τα παραπάνω φαίνεται πως ο δείκτης ιδίων προς ξένα κεφάλαια είναι μικρότερος της μονάδας γεγονός που δείχνει πως οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν σε αυτή με λιγότερα κεφάλαια από ότι οι πιστωτές. Τέλος, ο δείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς τις συνολικές υποχρεώσεις παρουσιάζει μια διαχρονική αύξηση που αποτελεί ένδειξη ότι οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης, θα μπορέσουν ενδεχομένως να εξοφληθούν από τα κεφάλαια κίνησης, στην περίπτωση που δεν υπάρξουν ζημιές από τη ρευστοποίηση των κυκλοφοριακών στοιχείων.

10.3.2 Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV)

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η Καθαρή Παρούσα Αξία στην περίπτωση της “Thira Diving Center” υπολογιζόμενη προεξοφλώντας τις ταμειακές ροές της επένδυσης για 5 χρόνια με διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης (8%, 10%, 15% και 20%).

Πίνακας 10.6 Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας με διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης

Επιτόκιο Προεξόφλησης (r)	Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV)
8%	119.568,40 €
10%	96.697,97 €
15%	48.218,45 €
20%	9.686,63 €
25%	-21.259,40 €

Από τα όσα παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.6 διαπιστώνεται ότι μόνο στην περίπτωση που το επιτόκιο με το οποίο θα προεξοφληθούν οι ταμειακές ροές φτάσει πάνω από 20% η Καθαρή Παρούσα Αξία γίνεται αρνητική, και τότε αποκλείεται η επένδυση.

10.3.3 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR)

Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης της επιχείρησης “Thira Diving Center” υπολογίστηκε στο 21,45 %, με βάση τις ταμειακές ροές της για τα επόμενα 5 χρόνια. Η τιμή αυτή που δείχνει την αξία της επένδυσης και την αντοχή της σε χρηματοοικονομικούς κινδύνους, συγκρινόμενη με τα επιτόκια της αγοράς, είναι αρκετά υψηλότερη επομένως ακόμα και στην περίπτωση του δυσμενούς σεναρίου αξίζει να γίνει η επένδυση.

10.3.4 Περίοδος Αποπληρωμής (Pay Back Period)

Στην περίπτωση της “Thira Diving Center” το αρχικό κόστος κεφαλαίου της επένδυσης είναι 186.720 €, εν συνεχεία παρουσιάζονται οι καθαρές ταμειακές ροές το άθροισμά τους κατά έτος:

Πίνακας 10.7 Ταμειακές Ροές επένδυσης σε 5 χρόνια και το άθροισμά τους κατά έτος

Έτη	Καθαρές Ταμειακές Ροές	Πρόσθεση Ταμειακών Ροών Επένδυσης Κατά Έτος	
1 ^ο Έτος	-8.641 €	1 ^ο Έτος + 2 ^ο Έτος	-13.375 € (α)
2 ^ο Έτος	-4.734 €	(α) + 3 ^ο Έτος	87.497 € (β)
3 ^ο Έτος	100.872 €	(β) + 4 ^ο Έτος	249.703 €
4 ^ο Έτος	162.206 €		

Από τα παραπάνω φαίνεται πως η επιχείρηση ακόμα και στην περίπτωση μειωμένης ζήτησης, έπειτα από 3 χρόνια θα έχει ανακτήσει 87.497 € από τα 186.720 € που θα έχει επενδύσει. Επομένως, η εταιρεία θα χρειαστεί, για να ανακτήσει τα υπόλοιπα ($186.720 \text{ €} - 87.497 \text{ €} = 99.223 \text{ €}$), με βάση την ταμειακή εισροή του τέταρτου έτους, 0,61 του χρόνου ($99.223 / 162.206 = 0,61$). Δηλαδή περίπου 3,81 εβδομάδες (οχτώ περίπου μήνες) αφού $0,61 * 52 = 31,81$. Επομένως, συγκρίνοντας την περίοδο επανείσπραξης με την περίοδο- στόχο, που θέτει ως προϋπόθεση εκτέλεσης των εργασιών την απόσβεση του αρχικού κεφαλαίου σε 4 έτη, η επένδυση καλύπτει οριακά το στρατηγικό αυτό στόχο, αφού η περίοδος αποπληρωμής υπολογίστηκε στα 3 χρόνια και 8 μήνες περίπου.

10.3.5 Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break Even Point Analysis)

Στην περίπτωση μειωμένης ζήτησης, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά στον Πίνακα ΠΝ.4 του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ V το Νεκρό Σημείο του κύκλου εργασιών της “Thira Diving Center” κατά το πρώτο έτος είναι αρκετά υψηλό (αποτελώντας το 81,42% του

Κύκλου Εργασιών) γεγονός όχι πολύ θετικό για την επιχείρηση. Ωστόσο κατά το πέρας της πρώτης πενταετίας παρατηρείται αξιοσημείωτη μείωση του νεκρού σημείου φτάνοντας στο πέμπτο έτος τα 161.358 € δηλαδή το 38,93% του κύκλου εργασιών της επιχείρησης, γεγονός που μαρτυρά πως η επιχείρηση γίνεται πιο ευσταθής με το πέρασμα κάθε έτους της πρώτης πενταετίας λειτουργίας της επιχείρησης, αφού με λιγότερες πωλήσεις καλύπτει όλα της τα έξοδα και από το σημείο εκείνο και πέρα πραγματοποιεί κέρδος. Όσον αφορά στον βαθμό ασφαλείας του πρώτου έτους ουσιαστικά ορίζεται στο 0% αφού η επιχείρηση εμφανίζει ζημία, ενώ αυξάνεται διαχρονικά φτάνοντας στο 61,07% κατά το 5^ο έτος.

Επιπλέον, το Νεκρό Σημείο θεωρούμενο ως γενικός δείκτης παραγωγικότητας της επιχείρησης, παρατηρείται πως μειώνεται σημαντικά διαχρονικά, γεγονός που μαρτυρά πως η επιχείρηση κατά τη διάρκεια της πρώτης πενταετίας γίνεται ολοένα και πιο παραγωγική με το πέρασμα κάθε χρόνου. Από τον Πίνακα ΠΝ.4 του ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΟΣ V φαίνεται πως κατά το πρώτο έτος λειτουργίας το Νεκρό Σημείο ως γενικός δείκτης παραγωγικότητας ορίζεται πάνω από το 100% του κύκλου εργασιών, γεγονός λογικό δεδομένης της ζημίας που εμφανίζει η επιχείρηση κατά τη χρονική αυτή περίοδο, ενώ το πέμπτο έτος το ποσοστό αυτό παρατηρείται μειωμένο στο 38,93% του κύκλου εργασιών του έτους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ

Είναι γεγονός, πως οι τιμές των διαφόρων παραμέτρων που χρησιμοποιούνται στην παρούσα μελέτη οικονομικής βιωσιμότητας της επιχείρησης “Thira Diving Center” εμπεριέχουν κάποιο βαθμό αβεβαιότητας. Αυτό συμβαίνει πρώτον, γιατί οι τιμές αυτές αποτελούν προβλέψεις (όπως ο ρυθμός αύξησης των κρατήσεων από έτος σε έτος κατά την πρώτη πενταετία). Δεύτερον, γιατί οι τιμές αυτές στηρίζονται σε στοιχεία προσφοράς και ζήτησης αντίστοιχης περίπτωσης του εξωτερικού (Νήσοι Mendes) και τρίτον, λόγω έλλειψης εμπειρίας στην περίπτωση αναγνώρισης κάποιας άλλης ελληνικής τοποθεσίας, ως καταδυτικού προορισμού.

Ως εκ τούτου, πέραν της μεμονωμένης περιπτώσεως του δυσμενούς σεναρίου που αναλύθηκε στο κεφάλαιο 10 και αποτελεί πιθανό ενδεχόμενο, κρίνεται αναγκαία η πραγματοποίηση μιας ανάλυσης ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας της επένδυσης.

Κατά αυτόν τον τρόπο, μπορούν να διερευνηθούν τυχόν αποκλίσεις από τις καθορισμένες τιμές των τεχνικών και οικονομικών παραμέτρων που έχουν υποτεθεί στο βασικό σενάριο της παρούσας μελέτης και να καθοριστεί τελικά το μέτρο που αυτές είναι δυνατόν να επηρεάσουν την οικονομική βιωσιμότητα της επένδυσης. Σκοπός τόσο του αξιολογητή όσο και του επενδυτή επομένως, είναι να εντοπιστεί και να προβλεφθεί σε ποιες από αυτές τις μεταβολές των παραμέτρων η Καθαρή Παρούσα Αξία παρουσιάζει μεγαλύτερη ελαστικότητα και στη συνέχεια να προσδιοριστεί η πιθανότητα η Καθαρή Παρούσα Αξία να είναι μικρότερη του μηδενός.

11.1 Παράμετροι Ανάλυσης Ευαισθησίας

Στην περίπτωση της “Thira Diving center” οι παράμετροι για τις οποίες πραγματοποιείται ανάλυση ευαισθησίας και οι τιμές αναφοράς τους παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 11.1 Παράμετροι Ανάλυσης Ευαισθησίας

Παράμετροι	Προσδοκώμενη Τιμή
Αριθμός 3ήμερων πακέτων	270
Αριθμός 8ήμερων πακέτων	135
Αριθμός 8ήμερων πακέτων Plus	27
Αριθμός πελατών των O.W.D	333
Ποσοστό κρατήσεων μέσω πρακτορείου, %	50
Δαπάνες μάρκετινγκ, Μ.Ο.	20.000

Ποσοστό αύξησης/ έτος Υπηρεσίας Γ, %	10
Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (1ο σε 2ο έτος), %	60
Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (2ο σε 3ο έτος), %	25
Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (3ο έτος και μετά), %	10
Τιμή Βενζίνης, €	1,7

Για την κάθε μία παράμετρο από τις παραπάνω επιλέγεται η ποσοστιαία μεταβολή για -10% και 10% καθώς και για -20% και 20% αντίστοιχα, ενώ η ΚΠΑ υπολογίζεται για επιτόκιο προεξόφλησης 10%. Κατά τη μεταβολή οποιασδήποτε παραμέτρου, οι τιμές των υπολοίπων διατηρούνται σταθερές και ίσες με τις αρχικές. Στη συνέχεια παρουσιάζεται η ποσοστιαία μεταβολή της ΚΠΑ στις μεταβολές των παραπάνω παραμέτρων.

Πίνακας 11.2 Ποσοστιαία μεταβολή της ΚΠΑ στις ποσοστιαίες μεταβολές των παραμέτρων

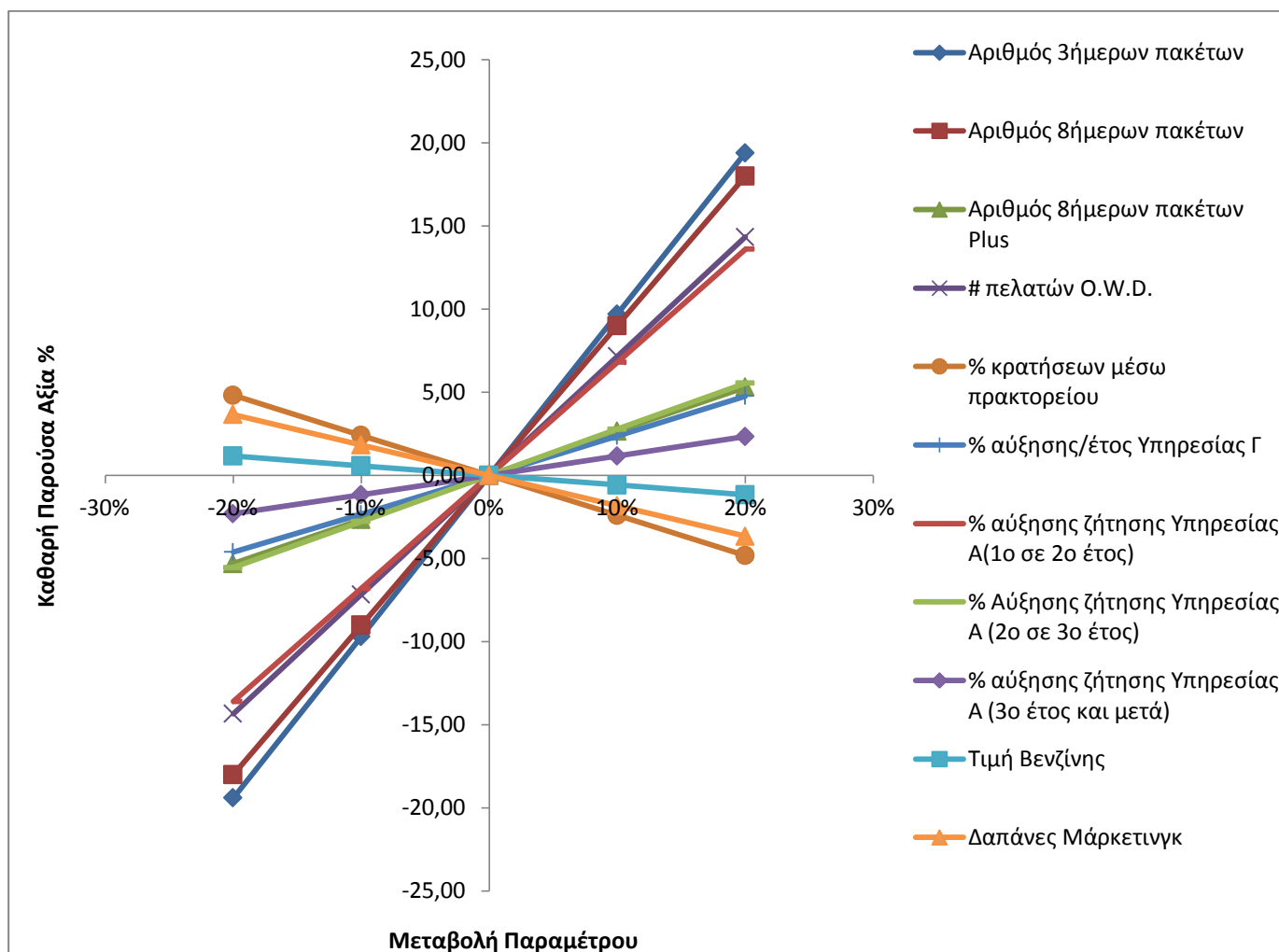
Ποσοστιαία μεταβολή τιμής παραμέτρου	Αριθμός 3ήμερων πακέτων	Αριθμός 8ήμερων πακέτων	Αριθμός 8ήμερων πακέτων Plus	Αριθμός πελατών των O.W.D	Ποσοστό κρατήσεων μέσω πρακτορείου	Δαπάνες μάρκετινγκ
-20%	-19,40 %	-18,01 %	-5,31 %	-14,34 %	4,82 %	3,67 %
-10%	-9,70 %	-9,00 %	-2,66 %	-7,17 %	2,41 %	1,83 %
0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10%	9,70 %	9,00 %	2,66 %	7,17 %	-2,41 %	-1,83 %
20%	19,40 %	18,01 %	5,31 %	14,34 %	-4,82 %	-3,67 %

Πίνακας 11.3 Ποσοστιαία μεταβολή της ΚΠΑ στις ποσοστιαίες μεταβολές των παραμέτρων

Ποσοστιαία μεταβολή τιμής παραμέτρου	Ποσοστό αύξησης/ έτος Υπηρεσίας Γ	Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπ/σίας Α (1ο σε 2ο έτος)	Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπ/σίας Α (2ο σε 3ο έτος)	Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπ/σίας Α (3ο έτος και μετά)	Τιμή Βενζίνης
-20%	-4,61 %	-13,61 %	-5,55 %	-2,31 %	1,17 %
-10%	-2,32 %	-6,81 %	-2,78 %	-1,16 %	0,58 %
0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10%	2,37 %	6,81 %	2,78 %	1,16 %	-0,58 %
20%	4,78 %	13,61 %	5,55 %	2,33 %	-1,17 %

Αναλυτικότεροι πίνακες με τις τιμές των παραμέτρων όπως προκύπτουν από κάθε μεταβολή, αλλά και η επίδραση αυτών στην τιμή της ΚΠΑ καθώς και οι ποσοστιαίες μεταβολές τους, παρατίθενται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI.

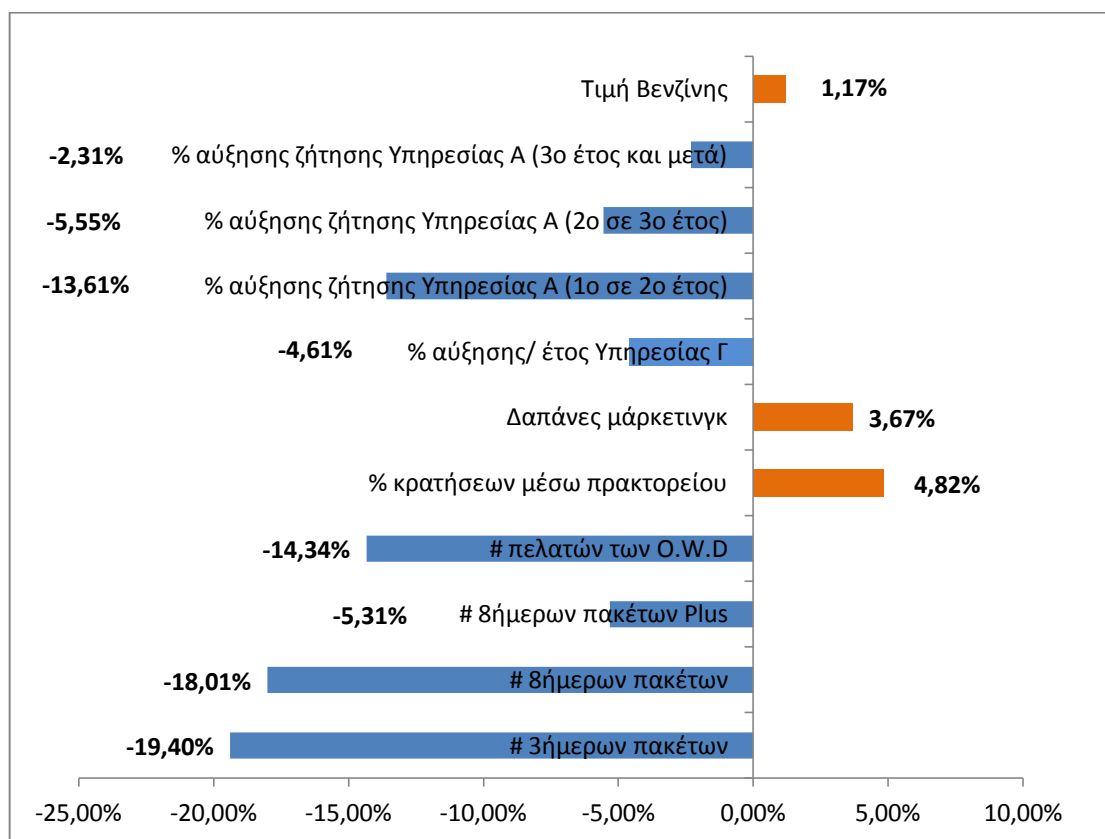
Στη συνέχεια στο διάγραμμα 11.1 συνοψίζονται τα αποτελέσματα της παραμετρικής ανάλυσης.



Διάγραμμα 11.1 Επίδραση της ποσοστιαίας μεταβολής των τιμών των παραμέτρων στην Καθαρή Παρούσα Αξία

Παρατηρείται από τα παραπάνω ότι η Καθαρή Παρούσα Αξία και κατά επέκταση η οικονομική βιωσιμότητα της “Thira Diving Center” είναι πολύ ευαίσθητη στη μεταβολή τόσο του αριθμού των 3 ήμερων πακέτων όσο και των 8 ήμερων πακέτων, αφού για μεταβολή κατά 10% αυτών των παραμέτρων προκαλείται αντίστοιχη περίπου μεταβολή στην Καθαρή Παρούσα Αξία. Ακόμη, σημαντική ελαστικότητα παρουσιάζει η ΚΠΑ στη μεταβολή του αριθμού των πελατών των O.W.D μαθημάτων αλλά και του ποσοστού αύξησης της ζήτησης της Υπηρεσίας Α από το 1^ο στο 2^ο έτος, ενώ από τους παράγοντες εκείνους που η μεταβολή τους παρουσιάζει αρνητική συσχέτιση με την μεταβολή της ΚΠΑ, μεγαλύτερη ευαισθησία δείχνει η ΚΠΑ στη μεταβολή του ποσοστού κρατήσεων μέσω του πρακτορείου.

Το διάγραμμα Tornado αποκαλύπτει καλύτερα ποιες παράμετροι έχουν τη μεγαλύτερη επίδραση στην Καθαρή Παρούσα Αξία και πως οι μεταβολές τους -10% και -20% αντίστοιχα επηρεάζουν την Καθαρή Παρούσα Αξία. Στο παρακάτω διάγραμμα γίνεται ευκρινές πόσο ευαίσθητη είναι η Καθαρή Παρούσα Αξία όταν οι κυριότερες παράμετροι υποστούν μείωση κατά 20% στην αρχική τους τιμή.



Διάγραμμα 11.2 Διάγραμμα Tornado για μείωση των παραμέτρων κατά 20%

Παρατηρείται ότι τη μεγαλύτερη αρνητική σχετική επίδραση έχει το ποσοστό κρατήσεων μέσω πρακτορείου, ενώ τη σημαντικότερη θετική σχετική επίδραση έχει ο αριθμός των 3ήμερων πακέτων. Το αντίστοιχο διάγραμμα για την επίδραση της μείωσης κατά 10% των παραμέτρων στην Καθαρή Παρούσα Αξία δίνεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI.

11.2 Πολυπαραμετρική Ανάλυση Ευαισθησίας (Monte Carlo)

Στην προηγηθείσα ανάλυση ευαισθησίας μελετάται η επίδραση της μεταβολής μίας οποιασδήποτε παραμέτρου στην οικονομική βιωσιμότητα της επιχείρησης, όταν οι τιμές των υπολοίπων διατηρούνται σταθερές και ίσες με τις αρχικές. Ωστόσο, για την εκτίμηση του επενδυτικού κινδύνου, που μπορεί να οφείλεται σε

παραπάνω από μία παράμετρο, κρίνεται αναγκαία η πραγματοποίηση της προσομοίωσης Monte Carlo. Κατά τη μέθοδο αυτή, λαμβάνονται υπόψη οι έντεκα παράμετροι που χρησιμοποιήθηκαν και στην προηγούμενη ανάλυση ευαισθησίας καθώς κρίνονται οι σημαντικότεροι παράμετροι που προσδίδουν αβεβαιότητα στην επένδυση. Σε κάθε περίπτωση παραμέτρου που θεωρείται ότι ακολουθεί κανονική κατανομή προσδιορίζονται οι τιμές του μέσου και της τυπικής απόκλισης, ενώ για εκείνες που θεωρείται ότι ακολουθούν ομοιόμορφη κατανομή καθορίζεται η ελάχιστη και η μέγιστη τιμή που μπορεί να λάβει η κάθε παράμετρος. Οι παράμετροι έχουν θεωρηθεί ότι ακολουθούν τις κατανομές πιθανοτήτων σύμφωνα με τον Πίνακα 11.3.

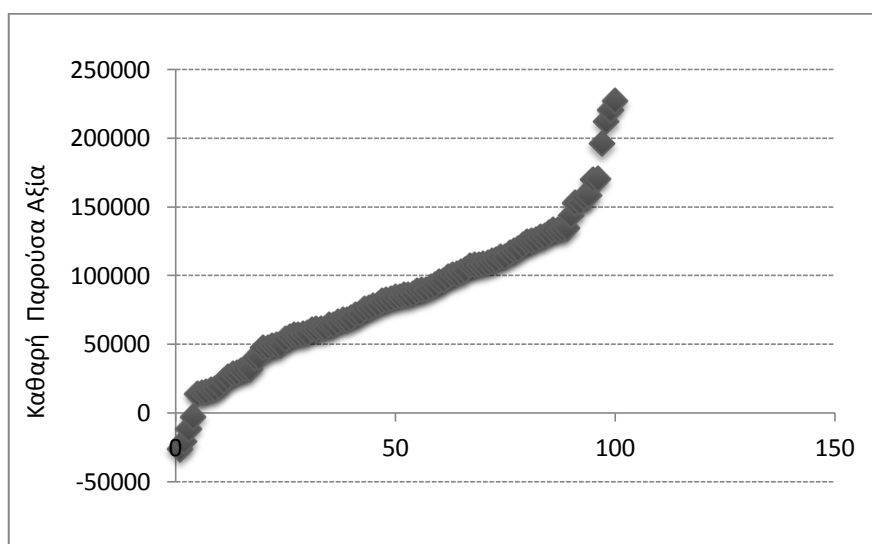
Πίνακας 11.3 Κατανομές Πιθανοτήτων των παραμέτρων για την προσομοίωση Monte Carlo

A/A	Επιλεγμένες Παράμετροι	Κατανομή	Μέσος	Τυπική Απόκλιση	Min	Max
1	# 3ήμερων Πακέτων	Κανονική	240	30	-	-
2	# 8ήμερων Πακέτων	Κανονική	100	10	-	-
3	# 8 ήμερων Πακέτων Plus	Κανονική	27	4	-	-
4	# πελατών O.W.D.	Κανονική	300	35	-	-
5	% Κρατήσεων μέσω Πρακτορείου	Ομοιόμορφη	-	-	40	70
6	αύξηση/ έτος Υπηρεσίας Γ	Ομοιόμορφη	-	-	0	0,1
7	Αύξηση ζήτησης Υπηρεσίας Α (1ο --> 2ο έτος)	Ομοιόμορφη	-	-	0,2	0,3
8	Αύξηση ζήτησης Υπηρεσίας Α (2ο --> 3ο έτος)	Ομοιόμορφη	-	-	0	0,2
9	Αύξηση ζήτησης Υπηρεσίας Α (3ο έτος και μετά)	Ομοιόμορφη	-	-	0	0,2
10	Τιμή Βενζίνης	Κανονική	1,7	0,2	-	-
11	Δαπάνες Μάρκετινγκ	Κανονική	20.000	2.000	-	-

Η προσομοίωση έχει γίνει για πλήθος 100 επαναλήψεων, όπου σε κάθε επανάληψη οι τιμές των παραμέτρων μεταβάλλονται τυχαία σύμφωνα με τις κατανομές που έχουν ορισθεί. Κατά αυτόν τον τρόπο, παράγονται σύνολα τιμών των παραμέτρων με βάση τις κατανομές των παραμέτρων αυτών, και για κάθε σύνολο τιμών υπολογίζεται η Καθαρή Παρούσα Αξία. Στη συνέχεια, προσδιορίζονται διαγραμματικά οι τιμές της Καθαρής Παρούσας Αξίας.

Στο Διάγραμμα 11.3 απεικονίζονται τα αποτελέσματα της προσομοίωσης Monte Carlo.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης δίνουν ένα εύρος τιμών στο οποίο κινείται η Καθαρή Παρούσα Αξία της επένδυσης, που παίρνει τιμές από -26.235 € έως 226.781 €. Η μέση τιμή της Καθαρής Παρούσας Αξίας για το εύρος αυτών των τιμών προσδιορίζεται στα 85.496 €, ενώ παρατηρείται ότι μόλις τέσσερις από τις εκατό τιμές που παίρνει η Καθαρή Παρούσα Αξία για κάθε σύνολο τιμών των παραμέτρων, είναι μικρότερες του μηδενός. Συνεπώς, η πιθανότητα η Καθαρή Παρούσα Αξία να είναι αρνητική είναι 4%. Τέλος, ορίζοντας ως κατώτατο όριο Καθαρής Παρούσας Αξίας τα 20.000 €, για να αναληφθεί ο κίνδυνος και να θεωρηθεί οικονομικά συμφέρουσα η εν λόγω επένδυση από κάποιον επενδυτή, σημειώνεται πως η πιθανότητα η Καθαρή Παρούσα Αξία να προκύψει κάτω αυτού του ορίου των 20.000 €, είναι 10%. Αυτό σημαίνει ότι η επένδυση μπορεί να θεωρηθεί χαμηλού επενδυτικού κινδύνου, καθώς και μία οικονομικά αποδεκτή επένδυση για τις συνθήκες που έχουν υποτεθεί.



Διάγραμμα 11.3 Διαγραμματική απεικόνιση των τιμών της Καθαρής Παρούσας Αξίας

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τη χρηματοοικονομική ανάλυση των προηγούμενων κεφαλαίων, για τη δημιουργία της επιχείρησης “Thira Diving Center”, συμπεραίνεται πως πρόκειται για μία οικονομικά βιώσιμη επένδυση. Η επιχείρηση παρουσιάζει κερδοφορία και θετικές ταμειακές ροές κατά τη διάρκεια της πρώτης πενταετίας, με το δείκτη γενικής ρευστότητας να είναι μεγαλύτερος της μονάδος, υποδηλώνοντας πως η επιχείρηση διαθέτει επαρκή στοιχεία για να καλύψει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της, κατά την περίοδο αυτή λειτουργίας της.

Κατόπιν υπολογισμού της Καθαρής Παρούσας Αξίας για επιτόκια προεξόφλησης 8%, 10%, 15% και 20%, ώστε να εξεταστεί η έκθεσή της σε κάθε ενδεχόμενο χρηματοοικονομικό κίνδυνο, κρίνεται πως η επένδυση μπορεί να θεωρηθεί οικονομικά αποδεκτή. Παρατηρείται πως ακόμη και αν οι ταμειακές ροές προεξοφληθούν με επιτόκιο που ξεπερνά το 20%, η Καθαρή Παρούσα Αξία παραμένει θετική.

Επιπλέον, από την ανάλυση ευαισθησίας που πραγματοποιήθηκε για διάφορες παραμέτρους που χρησιμοποιούνται στην παρούσα μελέτη και εμπεριέχουν κάποιο βαθμό αβεβαιότητας, προκύπτει ότι η Καθαρή Παρούσα Αξία και επομένως η οικονομική βιωσιμότητα της επιχείρησης, είναι ιδιαίτερα ευαίσθητη στη μεταβολή δύο παραμέτρων. Οι παράμετροι αυτοί αφορούν τόσο στον αριθμό των κρατήσεων των 3ήμερων πακέτων, όσο και στον αριθμό των 8ήμερων, αφού για μεταβολή κατά 10% αυτών των παραμέτρων προκαλείται αντίστοιχη περίπου μεταβολή στην Καθαρή Παρούσα Αξία.

Τέλος, από την πραγματοποίηση της προσομοίωσης Monte Carlo για εκατό επαναλήψεις, εκτιμάται ο επενδυτικός κίνδυνος αυτού του εγχειρήματος που βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα αφού η πιθανότητα η ΚΠΑ να πάρει αρνητικές τιμές είναι μόλις 4%. Ακόμη, για κάθε σύνολο τιμών των παραμέτρων που έχουν θεωρηθεί ότι προσδίδουν αβεβαιότητα στην επένδυση, προκύπτει μία σειρά τιμών για την ΚΠΑ που κυμαίνεται από -26.235 € έως 226.781 €, με τη μέση τιμή για το εύρος αυτών των τιμών να προσδιορίζεται στα 85.496 €.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί πως σε μία περίοδο δημοσιονομικής προσαρμογής και ανάταξης της ελληνικής οικονομίας, η παρούσα μελέτη αποτελεί μία πρόταση αξιοποίησης των μοναδικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων που διαθέτουμε ως χώρα στον τομέα του τουρισμού και μία προσπάθεια στήριξης των μακροπρόθεσμων προοπτικών του. Υποστηρίζεται επομένως, πως τέτοιου είδους

πρωτοβουλίες όπως αυτή της δημιουργίας της επιχείρησης “Thira Diving Center”, αποτελούν παραδείγματα εξωστρεφών επιχειρηματικών δυνάμεων. Τα παραπάνω μπορούν να αναδειχτούν καλύτερα, στα πλαίσια μιας οργανωμένης στρατηγικής ανάπτυξης ώστε να μπορέσει τελικά ο τουρισμός να ηγηθεί δυναμικά μαζί με άλλους τομείς, στην μεγάλη αναπτυξιακή προσπάθεια της χώρας, για έξοδο από την κρίση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- Α.Χατζηδάκης, (2008). *Εξέλιξη τουριστικής κίνησης 2005-2008*. Αθήνα.
- Α.Χατζηδάκης, (2008). *Εξέλιξη τουριστικής κίνησης 2005-2008*, Αθήνα.
- Αλέξης Χατζηδάκης, (2011). *Ανάλυση της Πορείας της Τουριστικής Κίνησης 2001-2010*. Αθήνα: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Β' Έκδοση.
- Αναπτυξιακή Εταιρεία Κυκλάδων Α.Ε. (Απρίλιος 2007). *Αποτελέσματα Πρωτογενούς Έρευνας Τουριστικής Αγοράς των Κυκλάδων (Α.Π.1091)*.
- Βαρβαρέσος Σ. (1998). *Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές. Η ελληνική πραγματικότητα*. Αθήνα: Προπομπός.
- Γαλάνη-Μουτάφη Β. (2002). *Έρευνες για τον τουρισμό στην Ελλάδα & την Κύπρο: μια ανθρωπολογική προσέγγιση*. Αθήνα: Προπομπός.
- Δανέζης Μιχαήλ Α. (1971). *Σαντορίνη*.
(11 Σεπτεμβρίου 2011). *Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας*.
Αρ. φύλλου 2037.
- Ι.Τ.Ε.Π. (Νοέμβριος 2011). *Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Αγοράς κατά τα έτη 2010-2011*. Αθήνα.
- Κοκκώσης, Χ.& Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*.
Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Κονταράτος Ν. Αντ. (1970). *Αναδρομή στην προϊστορία της Σαντορίνης*. Αθήνα.
- Νόμος 3409/2005. "Καταδύσεις αναψυχής και άλλες διατάξεις". *ΦΕΚ Α' 273/4.11.2005*.
- Π.Διονυσοπούλου, (2006). *Διεθνείς Φορείς στον Τουρισμό*. Αθήνα: ΕΣΔΔ.
- Π.Τσάρτας, & Κοκκώσης, Χ. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*.
Αθήνα.
- Σινισιάτι Π., (2004). *Έρευνα Σαντορίνη*.
(Σεπτέμβριος 2003). *Στρατηγικό Σχέδιο ανάπτυξης του Ελληνικού Τουρισμού 2004-2010*. Υπουργείο Ανάπτυξης.

- SETE, (2012). *Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί*.
- Συμεωνίδης Ν., (2000). *Αυτόνομη Κατάδυση*. Εκδόσεις Άκμον.
- Σφακιανάκης Μ. Κ., (2000). *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Ελλήν.
- Τσεκούρας Γ., (1991). *Μεταβολή του προτύπου του μαζικού Τουρισμού*. Αθήνα: ΕΤΒΑ.
- ΤτΕ., (Απρίλιος 2011). *Έκθεση του Διοικητή για το 2010*. Αθήνα.
- ΤτΕ., (Δεκ. 2010- Ιαν. 2011). *Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας*. τ. 135,.
- ΤτΕ., (Μάιος-Ιούνιος 2011). *Στατιστικό δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας*.
- Χ.Αναγνώστου, & Κανακάρη Κ., (2005). "Διαχείριση του νησιωτικού συμπλέγματος των Κυκλάδων με ολοκλήρωση του φυσικού ανθρωπογενούς περιβάλλοντος". Αθήνα: Σιδέρης.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Andriotis K., (2003). Host, guests and transformation of the coast. Implications for sustainable tourism development in Crete. *International Scientific Conference, University of the Aegean "sustainable Tourism Development and the Environment*. Chios Island, Greece 2-5 October.
- Benjamin S. Halpern, (2003). The Impact of Marine Reserves: Do Reserves Work and Does Reserve Size Matter? *Ecological Applications 13(1) Supplement*, pp. pp. 117-137.
- Blazquez, M. 1996 στο Luis Mundet & Lluís Rubera. (2001). Characteristics of divers at a Spanish resort. *Elsevier*, p. pp.503.
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature- Based Tourism around the World and Guidelines for its Development*. Gland and Cambridge.
- Cevat Tosun and Dallen J. Timothy. (December 2003). Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process. *The Journal of Tourism Studies, Vol.14, No 2*.
- Davis, D. and C. Tisdell. (1995). Recreational scuba diving and carrying capacity in marine protected areas. *Ocean Coast. Manage.*, 19-40.

- Davis, D.& C. Tisdell,. (1996). Economic management of recreational SCUBA diving and the environment. *Journal Environ. Manag.*, 229-248.
- EUROSTAT (1/2010). *Statistics in focus*.
- EUROSTAT (69/2008). *Statistics in focus*.
- Jenner, P., & Smith, C. . (1992). *In the tourism industry and the environment*. London: The Economist Intelligence Unit (Special Report 2453).
- Lluis Mundet, Lluís Ribera. (2001, August 14). Characteristics of Divers at Spanish resort. *Elsevier*, p. pp. 502.
- Luis Mundet & Lluís Ribera. (2001). Characteristics of divers at a Spanish resort. *Elsevier*, p. pp.508.
- Luis Mundet, Lluís Ribera. (2001). Characteristics of divers at a Spanish resort. *Elsevier*, p. pp. 501.
- Musa, G. and Dimmock, K. (2012). Scuba Diving Tourism Intoduction to Special Issue. *Tourism in Marine Environments, Vol.8, Nos. 1/2*, pp. pp.1-5.
- P.Mylonas, & N.Magginas. (November 2010). "*Unleashing Greece's medium- term growth potential*", *Economic & Market Analysis*. National Bank Of Greece.
- P.Mylonas, & N.Magginas. (November 2010). "*Unleashing Greece's Medium- Term Growth Potential*", *Economic & Market Analysis*. National Bank Of Greece.
- Scalkos, G., Strigas, A., Moudakis, C. and Stergioulas, A. (2009). Mapping of the Current State of Diving Tourism in Greece. *Joyrnal of Applied Sciences*.
- Thomas, L. Wheelen, David, L. Hunger. (07/17/2007). *Strategic Management and Business Policy*. Florida.
- UNWTO, (2011). Tourism Highlights.
- UNWTO, (2011, interim update August). World Tourism Barometer. .9,, p. .1.
- UNWTO, (2012, interim update January). World Tourism Barometer,. .10,.
- UNWTO-ETC, (2010). *Demographic Change and Tourism*.
- Vagionis N., (Sofia, 22 June 2007). *Enhancing alternative tourism development. Fostering SME and entrepreneurship development in the tourism sector in Bulgaria*. Greece: Centre of Planning and Economic Research (CPER).

Wolters, T.M. (1991). *Tourism Carrying Capacity*. Paris.
(Updated February 2012). *Worldwide Corporate Statistics 2011*. PADI.
WTO, (2005). *Compendium of Tourism Statistics*.
WTO, (2006). *Tourism Highlights*.
Zabala, M., 1999 στο Luis Mundet & Lluís Ribera. (2001). Characteristics of divers at a Spanish resort. *Elsevier*, p. pp. 503.

ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ

www.cycladesnews.gr. (n.d.).

www.diktioaigaiou.gr. (n.d.).

www.e-Kyklades.gr. (n.d.).

www.santoriniinfo.gr. (n.d.).

www.sete.gr. (n.d.).

www.statistics.gr. (n.d.).

Ανάκτηση από: <<http://www.athensguide.org/greek/santorini.htm>>

Ανάκτηση από: www.santorini.net.

Ανάκτηση από: www.thira.gr.

Ανάκτηση από: <<http://el.wikipedia.org>>

Ανάκτηση από: <http://www.geo.auth.gr/765/2_landforms/25_caldera.htm#5>

Ανάκτηση από: <<http://www.e-kyklades.gr/tourism/santorini?lang=el>>

Ανάκτηση από: <<http://www.santorini-airport-carhire.com/GR-aerodromio-santorinis.php>>

<<http://www.hellasdive.gr>> (n.d.).

<<http://www.padi.com/scuba/about-padi/PADI-statistics/default.aspx>> (n.d.).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Στο Παράρτημα αυτό παραθέτονται αναλυτικά:

- Από τα στοιχεία που δίνονται από την Ε.Σ.Υ.Ε., οι κύριοι παραγωγικοί κλάδοι που απασχολούν τον οικονομικώς ενεργό πληθυσμό της Σαντορίνης.
- Οι σχετικές διατάξεις του νόμου 3409/2005 που αφορούν στις καταδύσεις αναψυχής, έτσι όπως δημοσιεύτηκαν στο ΦΕΚ (Αρ. Φύλλου 273).

Πίνακας ΠΙ.1. Οικονομικώς ενεργός πληθυσμός κατά φύλο, ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα

Οικονομικώς ενεργός πληθυσμός κατά φύλο ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα									
ΔΗΜΟΣ ΘΗΡΑΣ (ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ)									
Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα	1991 Πραγματικός πληθυσμός			2001 Πραγματικός πληθυσμός			2001 Μόνιμος πληθυσμός		
	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις
Σύνολο	3.295	2.651	644	5.550	3.770	1.780	5.564	3.787	1.777
Γεωργία κτηνοτροφία, δασοκομία, αλιεία	248	238	10	276	169	107	282	170	112
Ορυχεία και λατομεία	17	16	1	13	12	1	13	12	1
Μεταποιητικές βιομηχανίες	179	162	17	262	228	34	259	222	37
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού	53	51	2	73	70	3	72	69	3
Κατασκευές	868	863	5	979	967	12	988	976	12
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων, οχημάτων, μοτοσυκλετών και ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης	401	288	113	836	529	307	848	538	310
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	386	241	145	1.024	487	537	1.048	506	542
Μεταφορές, αποθήκευση και επικοινωνίες	279	237	42	459	337	122	482	361	121
Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, διαχείριση ακίνητης περιουσίας	124	74	50	286	165	121	287	161	126
Δημόσια διοίκηση και άμυνα. Υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	203	167	36	298	229	69	290	224	66
Εκπαίδευση	110	49	61	203	77	126	199	77	122
Υγεία και κοινωνική μέριμνα	33	12	21	59	34	25	56	33	23
Λοιπές υπηρεσίες	121	77	44	325	177	148	305	165	140
Νέοι, μη δυνάμενοι να καταταγούν κατά κλάδο	273	176	97	457	289	168	435	273	162

Πηγή: (Ε.Σ.Υ.Ε.)

Πίνακας ΠΙ.2. Οικονομικώς ενεργός πληθυσμός κατά φύλο, ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα

Οικονομικώς ενεργός πληθυσμός κατά φύλο, ομάδες κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα									
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΟΙΑΣ (ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ)									
Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας και θέση στο επάγγελμα	1991 Πραγματικός πληθυσμός			2001 Πραγματικός πληθυσμός			2001 Μόνιμος πληθυσμός		
	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις	Σύνολο	Άρρενες	Θήλεις
Σύνολο	262	194	68	519	346	173	537	359	178
Γεωργία κτηνοτροφία, δασοκομία, αλιεία	32	24	8	25	18	7	25	18	7
Ορυχεία και λατομεία	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Μεταποιητικές βιομηχανίες	14	9	5	32	22	10	30	21	9
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού	1	1	0	5	5	0	5	5	0
Κατασκευές	56	56	0	77	76	1	78	77	1
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων, οχημάτων, μοτοσυκλετών και ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης	31	20	11	49	27	22	54	30	24
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	37	20	17	143	73	70	149	78	71
Μεταφορές, αποθήκευση και επικοινωνίες	41	37	4	37	34	3	41	36	5
Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, διαχείριση ακίνητης περιουσίας	8	4	4	18	10	8	18	9	9
Δημόσια διοίκηση και άμυνα. Υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	9	4	5	14	8	6	14	9	5
Εκπαίδευση	5	2	3	20	10	10	18	10	8
Υγεία και κοινωνική μέριμνα	6	1	5	7	3	1	9	3	6
Λοιπές υπηρεσίες	12	9	3	23	17	6	28	20	8
Νέοι, μη δυνάμενοι να καταταγούν κατά κλάδο	10	7	3	69	43	26	68	43	25

Πηγή: (Ε.Σ.Υ.Ε)

ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 3409

Καταδύσεις αναψυχής και άλλες διατάξεις.

**Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ**

Εκδίδομε τον ακόλουθο νόμο που ψήφισε η Βουλή:

ΜΕΡΟΣ Α΄

Άρθρο 1

Πεδίο εφαρμογής – Εποπτεία

Η άσκηση υποβρύχιας δραστηριότητας στη θάλασσα και στις λουπές περιοχές αρμοδιότητας του Υ.Ε.Ν. με αναπνευστικές συσκευές ή άλλα υποθαλάσσια μέσα, χάριν αναψυχής ή αθλητικών σκοπών, η εκπαίδευση εκπαιδευτών αυτοδυτών και ερασιτεχνών αυτοδυτών υπάγεται στην εποπτεία και στον έλεγχο του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας (Υ.Ε.Ν.).

Άρθρο 2

Εθνικά Πρότυπα Καταδύσεων Αναψυχής (Ε.Π.Κ.Α.)

Στις καταδύσεις αναψυχής οπουδήποτε και αν διενεργούνται εφαρμόζονται τα εκάστοτε σε ισχύ Εθνικά Πρότυπα Καταδύσεων Αναψυχής (π.δ. 39/2001, ΦΕΚ 28 Α΄) που αφορούν στις ελάχιστες απαιτήσεις ασφαλείας για την εκπαίδευση ερασιτεχνών αυτοδυτών και εκπαίδευση εκπαιδευτών αυτοδυτών, στις απαιτήσεις για τους παροχείς υπηρεσιών ερασιτεχνικής κατάδυσης, καθώς και στα εξαρτήματα κατάδυσης και αναπνευστικού εξοπλισμού.

Άρθρο 3

Οργανισμός πιστοποίησης αυτοδυτών

Οργανισμός πιστοποίησης αυτοδυτών (Οργανισμός) είναι το νομικό πρόσωπο δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου ή Ομοσπονδία που ασκεί, σύμφωνα με τα Εθνικά Πρότυπα Καταδύσεων Αναψυχής (Ε.Π.Κ.Α.) και τις διατάξεις του παρόντος νόμου, τις εξής δραστηριότητες:

α) Καταρτίζει πρόγραμμα εκπαίδευσης για καταδύσεις αναψυχής το οποίο παρέχει για εφαρμογή σε Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής, που αναγνωρίζονται από αυτόν ως ικανοί να παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες,

σύμφωνα με το πιστοποιημένο σχήμα εκπαίδευσης που διαθέτει και εφαρμόζει.

β) Ελέγχει και εξουσιοδοτεί Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής για την παροχή τέτοιων υπηρεσιών. γ) Εκδίδει πιστοποιητικά εκπαίδευσης στους εκπαιδευόμενους ερασιτέχνες και εκπαιδευτές αυτοδύτες που έχουν ολοκληρώσει την εκπαίδευση αυτόνομης κατάδυσης, σύμφωνα με το πιστοποιημένο πρόγραμμά του και τηρεί σχετικούς καταλόγους των αναγνωριζόμενων από αυτόν Παροχέων και των προσώπων στα οποία χορηγήθηκαν πιστοποιητικά εκπαίδευσης.

Άρθρο 4

Αναγνώριση Οργανισμού

1. Για την αναγνώριση νομικού προσώπου δημοσίου ή ιδιωτικού δικαίου ή Ομοσπονδίας ως Οργανισμού πρέπει το πρόσωπο αυτό να:

α) έχει έδρα σε κράτος μέλος του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.),

β) διατηρεί νόμιμο γραφείο εκπροσώπησής του στην γ) είναι πιστοποιημένο από διαπιστευμένο προς τούτο φορέα πιστοποίησης προϊόντων των κρατών μελών του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου. Ο φορέας αυτός πιστοποίησης πρέπει να έχει διαπιστευτεί από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης (Ε.ΣΥ.Δ. Α.Ε.) ή από άλλον εθνικό φορέα διαπίστευσης μέλος της σχετικής Συμφωνίας Αμοιβαίας Αναγνώρισης (MLA) της Ευρωπαϊκής Συνεργασίας για τη Διαπίστευση (EA),

δ) μην έχει κηρυχθεί σε κατάσταση πτώχευσης ή εκκαθάρισης,

ε) έχει νόμιμο εκπρόσωπο στην Ελλάδα, στο πρόσωπο του οποίου συντρέχουν οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

(αα) Να είναι πολίτης κράτους – μέλους του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.) ή πολίτης άλλου κράτους, ο οποίος έχει το δικαίωμα παραμονής και εργασίας στην Ελλάδα.

(ββ) Να μην έχει στερηθεί τα πολιτικά του δικαιώματα,

να μην έχει κηρυχθεί σε κατάσταση πτώχευσης, να μην έχει υποβληθεί σε στερητική ή επικουρική δικαστική συμπάρασταση, να μην έχει καταδικαστεί για αδίκημα, που αποτελεί κώλυμα για διορισμό σε δημόσια θέση στην Ελλάδα και να μην είναι φυγόποινος ή φυγόδικος για τέτοιο αδίκημα.

(γγ) Να μην ασκεί δραστηριότητες προμηθευτή, κατασκευαστή, εκμισθωτή ή πωλητή καταδυτικού εξοπλισμού και να μη συμμετέχει στη μετοχική δομή ή στη διοίκηση νομικού προσώπου που ασκεί τέτοιες ή συναφείς προς αυτές δραστηριότητες.

Για την αναγνώριση υποβάλλεται σχετική αίτηση στην αρμόδια Διεύθυνση του Υ.Ε.Ν., συνοδευόμενη από τα δικαιολογητικά που αποδεικνύουν τη συνδρομή των παραπάνω προϋποθέσεων, καθώς και από αποδεικτικό είσπραξης τέλους τριών χιλιάδων ευρώ υπέρ του Ελληνικού Δημοσίου. Το ανωτέρω ποσό αναπροσαρμόζεται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Εμπορικής Ναυτιλίας.

2. Με απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας ορίζονται τα δικαιολογητικά που υποβάλλονται με την αίτηση αναγνώρισης, καθώς και οι εξαιρετικοί λόγοι για τους οποίους μπορεί να παραταθεί η προθεσμία έκδοσης της απόφασης για την αποδοχή ή απόρριψη της αίτησης αναγνώρισης Οργανισμού από τον Αρχηγό Λ.Σ..

3. Η απόφαση του Αρχηγού Λ.Σ. εκδίδεται εντός διμήνου, από την υποβολή της αίτησης αναγνώρισης, που, για εξαιρετικούς λόγους, μπορεί να παραταθεί για έναν ακόμη μήνα. Κατά της απορριπτικής απόφασης του Αρχηγού Λ.Σ. ασκείται προσφυγή στον Υπουργό Εμπορικής Ναυτιλίας μέσα σε προθεσμία δύο μηνών από την κοινοποίησή της, ο οποίος αποφασίζει μέσα σε προθεσμία δύο, επίσης, μηνών.

4. Με αιτιολογημένη απόφαση του Αρχηγού Λ.Σ., η απόφαση αναγνώρισης ανακαλείται:

α) αν εκλείψει οποιαδήποτε από τις προϋποθέσεις έκδοσής της ή

β) στην περίπτωση της παραγράφου 2 του επόμενου άρθρου.

Κατά της απόφασης αυτής, ασκείται προσφυγή στον Υπουργό Εμπορικής Ναυτιλίας, μέσα σε προθεσμία δύο μηνών από την κοινοποίησή της.

Άρθρο 5

Υποχρεώσεις Οργανισμού

1. Ο Οργανισμός υποχρεούται να:

α) δηλώνει αμέσως και εγγράφως στο Υ.Ε.Ν. οποιαδήποτε μεταβολή των προϋποθέσεων έκδοσης της απόφασης αναγνώρισης της παραγράφου 3 του προηγούμενου άρθρου ή την παύση λειτουργίας του,

β) υποβάλλει τον Ιανουάριο κάθε έτους στο Υ.Ε.Ν. κατάσταση των εξουσιοδοτημένων από αυτόν Παροχέων Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής,

γ) υποβάλλει τον Ιανουάριο κάθε έτους στο Υ.Ε.Ν. κατάσταση με τα στοιχεία (ονοματεπώνυμο, όνομα πατρός, έτος γέννησης, υπηκοότητα) των προσώπων στα οποία χορηγήθηκαν από αυτόν, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του νόμου αυτού και κατά τη διάρκεια του προηγούμενου ημερολογιακού έτους, πιστοποιητικά εκπαίδευσης ως εκπαιδευτών αυτοδυτών και ως ερασιτεχνών αυτοδυτών στην Ελληνική Επικράτεια,

δ) παρέχει στο Υ.Ε.Ν., όταν του ζητηθεί, κάθε στοιχείο και πληροφορία που διαχειρίζεται κατά τις διατάξεις του νόμου αυτού.

2. Εάν δεν εκπληρώνει τις υποχρεώσεις της προηγούμενης παραγράφου, η αρμόδια Διεύθυνση του Υ.Ε.Ν. εισηγείται στον Αρχηγό Λ.Σ. την ανάκληση της απόφασης που αναγνωρίζει τον Οργανισμό και του επιτρέπει να ασκεί τις δραστηριότητες του άρθρου 3 στην Ελλάδα.

Για την αποδοχή ή την απόρριψη της εισήγησης εκδίδεται απόφαση του Αρχηγού Λ.Σ.. Κατά της απόφασης που ανακαλεί την αναγνώριση του Οργανισμού ασκείται προσφυγή στον Υπουργό Εμπορικής Ναυτιλίας, κατά τα οριζόμενα στην παράγραφο 4 του προηγούμενου άρθρου.

Άρθρο 6

Παροχές Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής

1. Ο Παροχέας Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής (Καταδυτικά Κέντρα, Σχολές Εκμάθησης Υποβρύχιας Κολύμβησης) είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω υπηρεσίες:

α) εκπαίδευσης αυτοδυτών σύμφωνα με το πιστοποιημένο πρόγραμμα εκπαίδευσης Οργανισμού

από τον οποίο έχει εξουσιοδοτηθεί,
β) οργανωμένης – καθοδηγούμενης κατάδυσης,
γ) εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού.

2.α) Οργανωμένη κατάδυση είναι η υπηρεσία μεταφοράς, υποβρύχιας συνοδείας, επιτήρησης και υποστήριξης, σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης, που προσφέρεται από Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής σε αυτοδύτες, οι οποίοι διαθέτουν προσόντα και εμπειρία σε επίπεδο ανάλογο με την καταδυτική δραστηριότητα.

β) Καθοδηγούμενη κατάδυση είναι η οργανωμένη κατάδυση κατά την οποία οι αυτοδύτες συνοδεύονται από τον Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής ή προστεθέντα αυτού, εφόσον έχουν τα προσόντα που προβλέπονται κατά περίπτωση από τα Ε.Π.Κ.Α..

Άρθρο 7

Άδεια Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής

1. Οι υπηρεσίες του προηγούμενου άρθρου παρέχονται από τους Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής:

α) Ύστερα από άδεια της αρμόδιας Λιμενικής Αρχής και ασκούνται στην περιοχή της αρμοδιότητάς της.

Μπορούν, επίσης, να ασκούνται και σε περιοχές αρμοδιότητας άλλων Λιμενικών Αρχών ύστερα από έγκρισή τους, που παρέχεται αμέσως, εφόσον δεν συντρέχουν λόγοι της παραγράφου 3, οι οποίοι όμως πρέπει να αιτιολογούνται επαρκώς.

β) Σύμφωνα με τα Ε.Π.Κ.Α. του άρθρου 2, και

αα) Για υπηρεσίες εκπαίδευσης αυτοδυτών σύμφωνα με τις απαιτήσεις του Οργανισμού από τον οποίο έχουν εξουσιοδοτηθεί.

ββ) Για υπηρεσίες οργανωμένης – καθοδηγούμενης κατάδυσης μετά από πιστοποίηση των υπηρεσιών του Παροχέα από διαπιστευμένο φορέα πιστοποίησης προϊόντων σύμφωνα με τα εκάστοτε σε ισχύ εθνικά πρότυπα παροχής καταδυτικών υπηρεσιών.

γγ) Για υπηρεσίες εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού μετά από πιστοποίηση καταδυτικού εξοπλισμού από διαπιστευμένο φορέα πιστοποίησης προϊόντων σύμφωνα με τα εκάστοτε σε ισχύ Ε.Π.Κ.Α. για τον καταδυτικό εξοπλισμό.

2. Με απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας

ορίζονται οι όροι και προϋποθέσεις για τη χορήγηση της άδειας του άρθρου αυτού, οι διαδικασίες ελέγχου από τη

Λιμενική Αρχή, οι ειδικές απαγορεύσεις και περιορισμοί άσκησης της δραστηριότητας, τα δικαιολογητικά που υποβάλλονται για την απόδειξη της συνδρομής των όρων και των προϋποθέσεων για την έκδοση και την ανανέωση της άδειας, την ισχύ της, η μορφή, το περιεχόμενο των πιστοποιητικών και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

3. Η Λιμενική Αρχή με έγκριση της αρμόδιας Διεύθυνσης του Υ.Ε.Ν. μπορεί, αν υπάρχουν λόγοι ασφάλειας της ναυσιπλοΐας, προστασίας των εκπαιδευομένων ή άλλοι λόγοι δημόσιου συμφέροντος, να επιβάλλει, με αιτιολογημένη απόφασή της, τοπικούς ή και χρονικούς περιορισμούς και απαγορεύσεις στην παροχή υπηρεσιών από τους Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής.

4. Η άδεια είναι πενταετούς ισχύος και μπορεί να ανανεώνεται για ίσο χρονικό διάστημα. Η αίτηση ανανέωσης και τα δικαιολογητικά που καθορίζονται με την απόφαση της παραγράφου 2, πρέπει να υποβάλλονται τρεις τουλάχιστον μήνες πριν από τη λήξη της άδειας. Για την έκδοση και την ανανέωση της άδειας, καταβάλλεται τέλος χιλίων ευρώ και πεντακοσίων ευρώ αντίστοιχα, υπέρ του Ελληνικού Δημοσίου. Τα ανωτέρω ποσά αναπροσαρμόζονται με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Εμπορικής Ναυτιλίας.

5. Ο Παροχέας Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής μπορεί να εξουσιοδοτηθεί από περισσότερους του ενός Οργανισμούς.

6. Η άδεια του Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής αφαιρείται:

α. Προσωρινά:

1) για χρονικό διάστημα ενός μηνός, αν επιβληθούν οι κυρώσεις της παραγράφου 3 του άρθρου 15 για δεύτερη φορά μέσα σε ένα χρόνο και

2) για χρονικό διάστημα τριών μηνών, αν επιβληθούν κυρώσεις της παραγράφου 3 του άρθρου 15 μέσα σε ένα χρόνο από την προσωρινή αφαίρεση της άδειας σύμφωνα με τα οριζόμενα στην προηγούμενη περίπτωση.

β. Οριστικά αν:

1) εκλείψει οποιαδήποτε από τις προϋποθέσεις χορήγησής της,

2) παρέλθουν έξι μήνες από την ανάκληση της εξουσιοδότησης ή την παύση της λειτουργίας του Οργανισμού, του οποίου το εκπαιδευτικό πρόγραμμα εφαρμόζει και δεν υποβάλει στη Λιμενική Αρχή εξουσιοδότηση από άλλον Οργανισμό ή την απόφαση αναγνώρισης ικανότητας που προβλέπεται στην παράγραφο 2 του άρθρου 10,

3) σε περίπτωση ατυχήματος, ανεξάρτητα από το βαθμό συμμετοχής και υπαιτιότητας του ιδίου ή προστηθέντος αυτού, δεν προσέφερε κάθε δυνατή βοήθεια στους παθόντες.

Άρθρο 8

Μητρώο Αδειών Παροχέων Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής

Στο Υ.Ε.Ν. τηρείται Μητρώο Αδειών, στο οποίο καταχωρούνται τα στοιχεία των Παροχέων Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής. Ο αύξων αριθμός μητρώου καταχωρείται στο έντυπο της άδειας. Κάθε αριθμός αντιστοιχεί αποκλειστικά σε έναν Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής και παραμένει δεσμευμένος ακόμα και σε περίπτωση παύσης των δραστηριοτήτων του συγκεκριμένου Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής ή οριστικής αφαίρεσης της χορηγηθείσας άδειας. Στο Μητρώο καταχωρούνται, επίσης, οι ανανεώσεις των αδειών των Παροχέων Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής, οι επιβαλλόμενες σε αυτούς κυρώσεις, καθώς και η προσωρινή ή και οριστική ανάκληση των αδειών.

Άρθρο 9

Πιστοποιητικά εκπαιδευτών και ερασιτεχνών αυτοδυτών

1. Τα πιστοποιητικά εκπαίδευσης των αυτοδυτών διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

α. Για εκπαιδευτές

β. Για ερασιτέχνες.

2. Τα Ε.Π.Κ.Α. προβλέπουν τα ελάχιστα επίπεδα των πιστοποιητικών κάθε κατηγορίας, όπως και τη θεωρητική εκπαίδευση και πρακτική εξάσκηση των αυτοδυτών για την απόκτησή τους.

3. Πιστοποιητικά ερασιτεχνών αυτοδυτών ή εκπαιδευτών αυτοδυτών, που εκδόθηκαν σύμφωνα με το εκπαιδευτικό πρόγραμμα Οργανισμού, που έχει αναγνωριστεί σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου αυτού,

αναγνωρίζονται και ισχύουν αυτοδίκαια από την έκδοσή τους.

4. Κάτοχοι πιστοποιητικού εκπαίδευσης ερασιτέχνη αυτοδύτη που έχει εκδοθεί από Οργανισμό ο οποίος δεν έχει αναγνωρισθεί στην Ελλάδα σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 4, καθώς και κάτοχοι πτυχίου ερασιτέχνη αυτοδύτη που έχει χορηγηθεί από Κέντρο Εκμάθησης Υποβρύχιας Κολύμβησης του υπ' αριθ. 5 Γενικού Κανονισμού Λιμένα, μπορούν να συμμετέχουν σε καταδύσεις αναψυχής συνοδευόμενοι από Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής.

5. Πτυχία του προσωπικού των Ενόπλων Δυνάμεων και του Λ.Σ. με ειδικότητα υποβρυχίου καταστροφέα ή υποβρυχίων αποστολών, αναγνωρίζονται ως ισότιμα της κατώτερης κατηγορίας πιστοποιητικών εκπαίδευσης για εκπαιδευτές αυτοδύτες κατά την περίπτωση α' της παραγράφου 1. Με Κ.Υ.Α. των Υπουργών Εμπορικής Ναυτιλίας και Εθνικής Άμυνας καθορίζονται οι προϋποθέσεις και η διαδικασία χορήγησης πιστοποιητικών ανώτερης κατηγορίας.

6. Πτυχία των αποφοίτων της Σχολής Δυτών Καλύμνου αναγνωρίζονται ως ισότιμα της ανώτερης κατηγορίας πιστοποιητικών εκπαίδευσης για ερασιτέχνες αυτοδύτες κατά την περίπτωση β' της παραγράφου 1.

7. Όποιος εκπαιδευτεί για να αποκτήσει πιστοποιητικό ερασιτέχνη αυτοδύτη πρέπει να έχει συμπληρώσει το δέκατο έκτο έτος της ηλικίας του. Πρόσωπο μικρότερης ηλικίας και οπωσδήποτε όχι μικρότερης από εκείνη που προβλέπεται από τα Ε.Π.Κ.Α., εκπαιδευτεί μόνο μετά από έγγραφη συναίνεση εκείνου που έχει την επιμέλειά του. Το πρόσωπο αυτό συμπληρώνει και την ιατρική δήλωση που προβλέπεται στα Ε.Π.Κ.Α.

Άρθρο 10

Λοιπές διατάξεις

1. Κάτοχοι επί δύο τουλάχιστον χρόνια άδειας χειριστή ταχύπλοου σκάφους ή άδειας διακυβέρνησης ιδιωτικού πλοίου αναψυχής, επιτρέπεται να κυβερνούν επιβατικά πλοία ή μικρά σκάφη, ολικού μήκους μέχρι δέκα μέτρων, αποκλειστικά για τη μεταφορά αυτοδυτών και εξοπλισμού καταδύσεων, εφόσον δεν απομακρύνονται από τις ακτές σε απόσταση μεγαλύτερη των έξι ναυτικών μιλίων.

2. Με απόφαση του Υπουργού Εμπορικής Ναυτιλίας συνιστάται επιτροπή αποτελούμενη από τον Διευθυντή του Κλάδου Λιμενικής Αστυνομίας, τον Διευθυντή της Διεύθυνσης Λιμενικής Αστυνομίας (Δ.Λ.Α.), τον Τμηματάρχη του Α΄ Τμήματος της Δ.Λ.Α. του Υ.Ε.Ν., έναν εκπρόσωπο του Εθνικού Συστήματος Διαπίστευσης (Ε.ΣΥ. Δ. Α.Ε.) και έναν εκπρόσωπο του Ελληνικού Οργανισμού Τυποποίησης (ΕΛΟΤ Α.Ε.). Αν μέχρι την 30.4.2006 δεν έχει αναγνωρισθεί Οργανισμός σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου αυτού και μέχρι την αναγνώριση ενός τουλάχιστον Οργανισμού, η επιτροπή με απόφασή της αναγνωρίζει τους Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής ως ικανούς να παρέχουν μία ή περισσότερες υπηρεσίες του άρθρου 6 με την προϋπόθεση εφαρμογής των Ε.Π.Κ.Α.. Η επιτροπή συνεδριάζει εντός των ωρών εργασίας.

3. Τροποποιούνται οι διατάξεις του εδαφίου β΄ της παραγράφου 2 και των εδαφίων α΄, β΄, κ΄ και κ΄ της παραγράφου 2 του άρθρου 50 του π.δ. 110/2001 (ΦΕΚ 101 Α΄), οι οποίες είχαν αντικατασταθεί με το άρθρο 2 του π.δ. 265/2003 (ΦΕΚ 237 Α΄) και οι οποίες έχουν ως εξής:

1.«β. Στη Διεύθυνση Περιβάλλοντος προΐσταται μόνιμος υπάλληλος του Κλάδου ΠΕ3 Μηχανικών.»

«κ) Στα Τμήματα Προστασίας Περιβάλλοντος και Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς προΐσταται μόνιμος υπάλληλος του Κλάδου ΠΕ3 Μηχανικών.»

«κα) Στα Γραφεία Προστασίας Περιβάλλοντος και Αρχιτεκτονικής Κληρονομιάς προΐσταται μόνιμος υπάλληλος του Κλάδου ΠΕ3 Μηχανικών.»

Άρθρο 11

Γενικές απαγορεύσεις – Υποχρεώσεις

1. Η άσκηση υποβρύχιας δραστηριότητας στη θάλασσα με αναπνευστικές συσκευές ή άλλα υποθαλάσσια μέσα, χάριν αναψυχής, επιτρέπεται σε όλη την επικράτεια, ενώ απαγορεύεται: α) σε προσδιορισμένες από τις αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού θαλάσσιες περιοχές εναλίων αρχαιολογικών χώρων σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα 12 και 15 του ν.3028/ 2002 (ΦΕΚ 153 Α΄) και β) σε συγκεκριμένα οικολογικά ευαίσθητα θαλάσσια οικοσυστήματα σύμφωνα με τους νόμους 1650/1986, 3044/2002 και την κ.υ.α. 33318/3028/1998. Η οριοθέτηση πραγματοποιείται αντιστοίχως με κοινή απόφαση των Υπουργών Πολιτισμού και Εμπορικής

Ναυτιλίας και των Υπουργών Περιβάλλοντος, Χωροταξίας Δημόσιων Έργων και Εμπορικής Ναυτιλίας. Κατ' εξαίρεση της απαγόρευσης της περίπτωσης α΄ της παραγράφου αυτής, με κοινή απόφαση των Υπουργών Πολιτισμού και Εμπορικής Ναυτιλίας, κηρυγμένοι ενάλιοι αρχαιολογικοί χώροι μπορούν να χαρακτηρίζονται ως υποβρύχια μουσεία, στα οποία επιτρέπεται καθοδηγούμενη κατάδυση, πάντα με συνοδεία δυτών φυλάκων αρχαιοτήτων ή αρχαιολόγων.

2. Οι καταδύσεις αναψυχής με αυτόνομη καταδυτική συσκευή απαγορεύονται σε περιοχές:

α. διέλευσης ή αγκυροβολίας πλοίων,

β. γυμνασίων ή άλλων δραστηριοτήτων πολεμικών πλοίων ή προσωπικού των Ενόπλων Δυνάμεων,

γ. διενέργειας πλόων εκμισθούμενων μηχανοκίνητων θαλάσσιων μέσων αναψυχής και σε απόσταση εκατό μέτρων εκατέρωθεν των σημείων εκκίνησής τους,

δ. όπου επιβάλλονται απαγορεύσεις από νομοθετήματα κήρυξης θαλάσσιων προστατευόμενων περιοχών ή από τους κανονισμούς διοίκησης και λειτουργίας ή τα σχέδια διαχείρισης των αρμόδιων διαχειριστικών αρχών τους,

ε. όπου υπάρχουν υποβρύχια καλώδια ή εγκατεστημένα συστήματα οργανισμών κοινής ωφέλειας,

στ. όπου η Λιμενική Αρχή, με αιτιολογημένη απόφασή της, επιβάλλει απαγορεύσεις για λόγους ασφάλειας πλοίων ή προσώπων.

3. Απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο διαφήμιση παροχής μεμονωμένων υπηρεσιών μεταφοράς ή επιτήρησης ή υποστήριξης ή συνοδείας αυτοδυτών, εφόσον ο διαφημιζόμενος δεν κατέχει την προβλεπόμενη από το άρθρο 7 άδεια.

4. Οι καταδύσεις αναψυχής, εφόσον δεν διενεργούνται με παροχή υπηρεσιών Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής, απαγορεύονται κατά το χρονικό διάστημα μία ώρα μετά τη δύση και μέχρι μία ώρα πριν την ανατολή του ήλιου, εκτός εάν υπάρχει έγγραφη άδεια της Λιμενικής Αρχής. Αν οι καταδύσεις αυτές διενεργούνται με παροχή υπηρεσιών Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής απαιτείται προηγούμενη ενημέρωση της αρμόδιας Λιμενικής Αρχής, η οποία μπορεί να μην επιτρέπει συγκεκριμένη κατάδυση, αν αυτό επιβάλλεται για λόγους ασφάλειας.

πλοίων ή προσώπων.

5. Απαγορεύονται οι καταδύσεις με αυτόνομη καταδυτική συσκευή σε πρόσωπα που δεν κατέχουν πιστοποιητικό αναγνωρισμένο από Οργανισμό του άρθρου 3 χωρίς την παροχή υπηρεσιών Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής.

6. Στους αυτοδύτες με αυτόνομη καταδυτική συσκευή απαγορεύεται η:

α. αλιεία με ψαροντούφεκο ή με άλλο μέσο, η συλλογή, όχληση και καταστροφή μεμονωμένων στοιχείων των ειδών της μικροπανίδας, μικροχλωρίδας, πανίδας και χλωρίδας της περιοχής, καθώς και οι ενέργειες που θα αλλοιώσουν – αναστείλουν τις οικολογικές διεργασίες στο οικοσύστημα της περιοχής,

β. ύπαρξη στο πλοίο ή στο πλωτό μέσο που τους συνοδεύει αλιευτικού εργαλείου υποβρύχιας αλιείας, καθώς και αλιευμάτων ή άλλων ζωικών ή φυτικών υδρόβιων οργανισμών,

γ. ανέλκυση, μετακίνηση ή φωτογράφιση αντικειμένων αρχαιολογικής ή άλλης αξίας, που βρίσκονται στο βυθό,

δ. φωτογράφιση και κινηματογράφιση σε περιοχές που απαγορεύονται οι καταδύσεις, εκτός αν υπάρχει έγγραφη άδεια της αρμόδιας Υπηρεσίας και

ε. κατάδυση χωρίς τη συνοδεία και άλλου αυτοδύτη.

7. Κάθε αυτοδύτης έχει υποχρέωση να ενημερώνει αμέσως και με κάθε πρόσφορο μέσο την αρμόδια Λιμενική Αρχή, αν εντοπίσει αντικείμενα αρχαιολογικού ή αστυνομικού ενδιαφέροντος ή ναυάγια.

8. Σε ειδικό ιστό του πλοίου που συνοδεύει αυτοδύτες αναρτάται η σημαία του γράμματος «Α», όπως ορίζεται στο Κεφάλαιο XI του Διεθνή Κώδικα Σημάτων 1969, ή η διεθνώς αναγνωρισμένη σημαία υποδήλωσης καταδύσεων (κόκκινη με άσπρη διαγώνια γραμμή).

9. Αυτοδύτες που απομακρύνονται σε οριζόντια απόσταση, μεγαλύτερη από πενήντα μέτρα από το πλοίο που τους συνοδεύει ή διενεργούν καταδύσεις χωρίς τη συνοδεία πλοίου, υποχρεούνται να φέρουν στην επιφάνεια της θάλασσας πλωτήρα χρώματος πορτοκαλί με το ειδικό σήμα ή τη διεθνώς αναγνωρισμένη σημαία της προηγούμενης παραγράφου.

10. Όλα τα πλοία και σκάφη οφείλουν να πλέουν σε απόσταση μεγαλύτερη των εκατό μέτρων από το σημείο

που βρίσκεται το ειδικό σήμα ή η διεθνώς αναγνωρισμένη σημαία των παραγράφων 8 και 9.

Άρθρο 12

Ασφάλιση

Ο Παροχέας Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής καλύπτει υποχρεωτικά την αστική του ευθύνη με ασφάλιση σε ασφαλιστική επιχείρηση ή διεθνώς αναγνωρισμένο αλληλασφαλιστικό συνεταιρισμό που εδρεύει σε κράτος- μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την αστική ευθύνη των εκπαιδευτών και των προστηθέντων αυτού έναντι των προσώπων στα οποία παρέχει υπηρεσίες, καθώς και έναντι τρίτων για θάνατο ή σωματικές τους βλάβες. Το κατώτερο ασφαλιστικό ποσό καθορίζεται κάθε φορά με αποφάσεις του Υπουργού Ανάπτυξης κατά τις διατάξεις της παραγράφου 5 του άρθρου 6 του κ.ν. 489/ 1979 (ΦΕΚ 331 Α').

Άρθρο 13

Περιοχές Οργανωμένης Ανάπτυξης Καταδυτικού

Πάρκου

1. Ο χαρακτηρισμός «Περιοχών Οργανωμένης Ανάπτυξης Καταδυτικού Πάρκου» (Π.Ο.Α.Κ.Π.) για τη διενέργεια καταδύσεων αναψυχής, εκπαίδευσης αυτοδυτών, επιστημονικής έρευνας ή έρευνας άλλης μορφής γίνεται σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 10 του ν.2742/1999 (Χωροταξικός Σχεδιασμός και Αειφόρος Ανάπτυξη και άλλες διατάξεις). Για το χαρακτηρισμό και οριοθέτηση εκτάσεων ως Π.Ο.Α.Κ.Π. υποβάλλεται στο Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημόσιων Έργων αίτηση από το φορέα της παραγράφου 2 του άρθρου 10 του ν. 2742/1999. Με απόφαση του Υπουργού Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημόσιων Έργων, που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, καθορίζονται τα δικαιολογητικά και έγγραφα που θα συνοδεύουν την αίτηση του φορέα, ο τύπος και το περιεχόμενο της αιτήσεως, ο χρόνος και τα στάδια ολοκλήρωσης της διαδικασίας και κάθε άλλη λεπτομέρεια που είναι αναγκαία για την εφαρμογή αυτής της παραγράφου. Για τη σύνταξη της ανωτέρω υπουργικής απόφασης συνιστάται από το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημόσιων Έργων επιτροπή στην οποία συμμετέχουν εκπρόσωποι των

συναρμόδιων υπουργείων. Η επιτροπή συνεδριάζει εντός των ωρών εργασίας.

Εφόσον για τη δημιουργία Π.Ο.Α.Κ.Π. απαιτείται η σύνταξη Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων, αυτή καταρτίζεται κατά τις κείμενες διατάξεις και υποβάλλεται μαζί με τα υπόλοιπα δικαιολογητικά της παραγράφου αυτής. Εφόσον η χρήση και η εκμετάλλευση της θαλάσσιας περιοχής ανήκει σε φορέα διοίκησης και εκμετάλλευσης λιμένα, για το χαρακτηρισμό της ως Π.Ο.Α.Κ.Π. απαιτείται η σύμφωνη γνώμη και του φορέα αυτού, ενώ, αν η θαλάσσια περιοχή ή μέρος της εμπίπτει σε περιοχή του δικτύου NATURA ή σε Τοπίο Ιδιαίτερου Φυσικού Κάλλους ή γενικότερα σε φυσική προστατευόμενη θαλάσσια περιοχή, για το χαρακτηρισμό της ως Π.Ο.Α.Κ.Π. απαιτείται η γνώμη και της αρμόδιας διαχειριστικής αρχής της.

2. Με τις διατάξεις του άρθρου αυτού δεν θίγονται οι διατάξεις του ν. 2971/2001 (ΦΕΚ 285 Α΄).

Άρθρο 14

Ίδρυση τμημάτων υπερβαρικής ιατρικής

1. Με κοινή απόφαση των Υπουργών Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης και Εμπορικής Ναυτιλίας, ορίζονται τα Περιφερειακά και τα Γενικά Νομαρχιακά Νοσοκομεία της Χώρας, στα οποία ιδρύονται τμήματα υπερβαρικής ιατρικής.

2. Με απόφαση του Υπουργού Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης, ρυθμίζονται τα θέματα που σχετίζονται με τον εφοδιασμό των τμημάτων της προηγούμενης παραγράφου, με τους θαλάμους αποσυμπίεσης, τον απαραίτητο υλικοτεχνικό εξοπλισμό, τη στελέχωση και εκπαίδευση του απαραίτητου ιατρικού και νοσηλευτικού προσωπικού, καθώς και κάθε άλλο σχετικό θέμα.

Άρθρο 15

Κυρώσεις

1. Με ποινή φυλάκισης τριών τουλάχιστον μηνών τιμωρείται το φυσικό πρόσωπο ή ο νόμιμος εκπρόσωπος νομικού προσώπου που ασκεί δραστηριότητα Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής και παρέχει ή διαφημίζει υπηρεσίες του άρθρου 6, χωρίς την προβλεπόμενη στο άρθρο 7 άδεια.

2. Με την ίδια ποινή τιμωρείται ο νόμιμος εκπρόσωπος νομικού προσώπου, που ασκεί τις δραστηριότητες

Οργανισμού χωρίς να έχει αναγνωρισθεί σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 4.

3. Ανεξάρτητα από τις κυρώσεις των προηγούμενων παραγράφων του άρθρου αυτού, στους Οργανισμούς στους Παροχείς Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής και στους αυτοδύτες που παραβαίνουν τις διατάξεις του νόμου αυτού ή των κανονιστικών πράξεων που εκδίδονται με εξουσιοδότησή του, επιβάλλονται και οι διοικητικές κυρώσεις του άρθρου 157 του Κώδικα Δημοσίου Ναυτικού Δικαίου, που κυρώθηκε με το άρθρο μόνον του ν.δ. 187/1973 (ΦΕΚ 261 Α΄), και κατά τη διαδικασία που προβλέπεται σε αυτόν.

Άρθρο 16

Ρύθμιση για το Ελληνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών

1. Των διατάξεων του παρόντος εξαιρούνται οι ερευνητικές καταδύσεις δυτών, επανδρωμένων βαθυκαφών, αυτόνομων υποβρυχίων οχημάτων ή άλλων υποθαλάσσιων μέσων, που πραγματοποιούνται από το Ελληνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.).

2. Οι ερευνητικές καταδύσεις της προηγούμενης παραγράφου ρυθμίζονται με κανονισμό, ο οποίος εγκρίνεται από τους Υπουργούς Εμπορικής Ναυτιλίας και Ανάπτυξης μετά από πρόταση του Ελληνικού Κέντρου Θαλάσσιων Ερευνών.

(Παράλειψη Άρθρων 17-24)

Άρθρο 25

Έναρξη ισχύος

Η ισχύς του Μέρους Α΄ του νόμου αυτού αρχίζει μετά την παρέλευση τριών μηνών από τη δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Από την έναρξη ισχύος του Μέρους Α΄ του νόμου αυτού καταργείται κάθε άλλη διάταξη που αντίκειται στις διατάξεις του νόμου αυτού ή ρυθμίζει ίδια θέματα κατά διάφορο τρόπο. Η ισχύς του Μέρους Β΄ αρχίζει από τη δημοσίευση του νόμου στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, εκτός αν σε επί μέρους διατάξεις του ορίζεται διαφορετικά. Παραγγέλλουμε τη δημοσίευση του παρόντος στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και την εκτέλεσή του ως νόμου του Κράτους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Στο Παράρτημα αυτό παρατίθενται αναλυτικά τα εξής:

- Η διαδικασία σύστασης και δημοσιότητας της Ε.Π.Ε.
- Η διαδικασία απόκτησης της άδειας Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής

1.1. Σύσταση της Ε.Π.Ε.

Για τη σύσταση της Ε.Π.Ε. απαιτείται καταστατικό έγγραφο από δύο τουλάχιστον φυσικά ή νομικά πρόσωπα, τους ιδρυτές της εταιρείας. Το καταστατικό καταρτίζεται από συμβολαιογράφο και βάσει του άρθρου 6 του Ν. 3190/55 πρέπει υποχρεωτικά να περιέχει:

1. Το όνομα, το επώνυμο και το επάγγελμα των εταίρων, την κατοικία και την ιθαγένεια αυτών.
2. Την εταιρική επωνυμία, που σχηματίζεται είτε από όνομα ενός ή περισσότερων εταίρων ή από συνδυασμό και των δύο. Απαραίτητη προϋπόθεση να περιέχονται στην επωνυμία ολογράφως οι λέξεις «Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης».
3. Την έδρα της εταιρείας.
4. Το σκοπό της εταιρείας.
5. Το κεφάλαιο της εταιρείας, τη μερίδα συμμετοχής και τα εταιρικά μερίδια, καθώς και τη βεβαίωση των ιδρυτών για την καταβολή του εταιρικού κεφαλαίου.
6. Σε περίπτωση εισφορών σε είδος, το αντικείμενο των εισφορών, την αποτίμησή τους, το όνομα του εταίρου που εισφέρει σε είδος και το σύνολο της αξίας των εισφορών σε είδος.
7. Τη διάρκεια της εταιρείας.

1.2. Δημοσιότητα της Ε.Π.Ε.

Η Ε.Π.Ε. αποκτά νομική προσωπικότητα εφόσον συντελεσθούν οι διατυπώσεις περί δημοσιότητας της Εταιρείας. Σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 3190/55 η σύσταση της Ε.Π.Ε. συντελείται:

1. Με την κατάθεση αντιγράφου της εταιρικής σύμβασης είτε από κάποιον εταίρο ή από το διαχειριστή, είτε υποχρεωτικά από το συμβολαιογράφο που συνέταξε το καταστατικό, εντός μηνός από την ημερομηνία της κατάρτισής του, στο Γραμματέα του Πρωτοδικείου της έδρας της εταιρείας και την καταχώρηση του καταστατικού στο ειδικό βιβλίο.
2. Με τη δημοσίευση στην εφημερίδα της Κυβερνήσεως (Δελτίο Ανώνυμων Εταιρειών και Εταιρειών Περιορισμένης Ευθύνης) περίληψης του καταστατικού της.

Όσον αφορά τη δημοσιότητα, στην Ε.Π.Ε. ισχύουν ότι ισχύει και στην Ανώνυμη Εταιρεία, δηλαδή στο τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε. της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως δημοσιεύονται, εκτός από την ιδρυτική πράξη και όλες οι άλλες πράξεις που ο νόμος επιβάλλει την δημοσιότητα τους.

2. Άδεια Παροχέα Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής

Οι συγκεκριμένες υπηρεσίες ρυθμίζονται από το Ν. 3409/2005 «Καταδύσεις αναψυχής και άλλες διατάξεις» και την ΥΑ 2123/02/28-03-2006 (ΦΕΚ Β' 449/13-4-2006). Ο Παροχέας Καταδυτικών Υπηρεσιών Αναψυχής (καταδυτικά κέντρα, σχολές εκμάθησης υποβρύχιας κολύμβησης, εφεξής Παροχέας) είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο που παρέχει μία ή περισσότερες από τις παρακάτω υπηρεσίες:

i) Εκπαίδευσης αυτοδυτών σύμφωνα με το πιστοποιημένο πρόγραμμα εκπαίδευσης του Οργανισμού από τον οποίο έχει εξουσιοδοτηθεί

ii) Οργανωμένης - καθοδηγούμενης κατάδυσης

iii) Εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού.

Αρμόδιος φορέας είναι το Υπουργείο Προστασίας Του Πολίτη, ο χρόνος διεκπεραίωσης μπορεί να φτάσει έως και 15 ημέρες, ενώ το κόστος για την έκδοση ορίζεται ως εξής:

- Διπλότυπο εισπραξης ή παράβολο δημοσίου τέλους χιλίων (1000) ευρώ
- Διπλότυπο τύπου Α' από Δ.Ο.Υ. (στον κωδικό ΚΑΕ 3435) ποσού διακοσίων (200) ευρώ
- Αποδεικτικό εισπραξης υπέρ ΕΚΟΕΜΝ εκατό (100) ευρώ
- Τριπλότυπο υπέρ ΜΤΝ τρία (03) ευρώ.
- Τετραπλότυπο εισπραξης τέλους διακοσίων (200) ευρώ υπέρ του Ειδικού Λογαριασμού Κεφαλαίου Λιμενικής Αστυνομίας της εκδούσας Λιμενικής Αρχής.

Η Άδεια Παροχέα εκδίδεται από την αρμόδια Λιμενική Αρχή (Λιμενική Αρχή Θήρας στην προκειμένη περίπτωση), αφού ο ενδιαφερόμενος υποβάλλει αίτηση, στην οποία γνωστοποιεί το είδος ή τα είδη των υπηρεσιών της παραγράφου 1 του άρθρου 6 του ν. 3409/2005, που επιθυμεί να παρέχει. Τα δικαιολογητικά που επισυνάπτονται στην άδεια είναι τα ακόλουθα:

- α) Πιστοποιητικό αναγνώρισης από Οργανισμό Πιστοποίησης Αυτοδυτών του άρθρου 4 του Ν.3409/2005 για την παροχή υπηρεσιών εκπαίδευσης αυτοδυτών ή πιστοποιητικό φορέα διαπιστευμένου από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης (Ε.ΣΥ.Δ.Α.Ε.) ή από άλλον Εθνικό φορέα διαπίστευσης – μέλους της σχετικής Συμφωνίας Αμοιβαίας Αναγνώρισης (Μ.Ι.Α.) της ευρωπαϊκής συνεργασίας για τη διαπίστευση, για την παροχή υπηρεσιών οργανωμένης – καθοδηγούμενης κατάδυσης ή υπηρεσιών εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού,
- β) Φωτοαντίγραφο του δελτίου της αστυνομικής ταυτότητας του αιτούντος, με την επίδειξη του πρωτότυπου,
- γ) Απόσπασμα Ποινικού Μητρώου έκδοσης του τελευταίου τριμήνου (αναζητείται υπηρεσιακώς),
- δ) Πιστοποιητικό Εισαγγελικής Αρχής, έκδοσης του τελευταίου τριμήνου, από το οποίο να προκύπτει ότι δεν διώκεται ως φυγόποινος ή φυγόδικος (αναζητείται υπηρεσιακώς),
- ε) Πιστοποιητικό αρμόδιας δικαστικής ή διοικητικής Αρχής, έκδοσης του τελευταίου εξαμήνου, από το οποίο να προκύπτει ότι δεν έχει κηρυχθεί σε κατάσταση πτώχευσης και στερητική ή επικουρική δικαστική συμπαράσταση,
- στ) Τρεις (3) ασπρόμαυρες φωτογραφίες του αιτούντος,
- ζ) Θεωρημένο αντίγραφο της δήλωσης έναρξης εργασιών από την αρμόδια Δ.Ο.Υ., με δραστηριότητα την παροχή καταδυτικών υπηρεσιών αναψυχής,
- η) Πιστοποιητικό υγείας με το οποίο βεβαιώνεται ή υγεία και η ικανότητα άσκησης του επαγγέλματος. Δεν απαιτείται πιστοποιητικό υγείας Παροχέα, ο οποίος δεν θα συμμετέχει στην εκπαίδευση αυτοδυτών,
- θ) Ασφαλιστήριο συμβόλαιο σε ισχύ, όπως αυτό προβλέπεται στο άρθρο 12 του ν. 3409/2005,
- ι) Πιστοποιητικό φορολογικής ενημερότητας
- ια) Πίνακας απασχολούμενου προσωπικού ως εκπαιδευτών με τα δικαιολογητικά που αναφέρθηκαν προηγουμένως στα εδάφια β), γ), δ), και η) για καθέναν εξ αυτών,
- ιβ) Φωτοαντίγραφα των πιστοποιητικών του σκάφους με την επίδειξη των πρωτοτύπων (εφόσον διαθέτει σκάφος),
- ιγ) Βεβαίωση ασφαλιστικής ενημερότητας του Παροχέα, από τον ασφαλιστικό φορέα (ή τους ασφαλιστικούς φορείς) για την καταβολή των ασφαλιστικών εισφορών του απασχολούμενου από τον Παροχέα προσωπικού,
- ιδ) Τίτλος ιδιοκτησίας ή μισθωτήριο συμβόλαιο των κτιριακών εγκαταστάσεων του Παροχέα ή άλλο έγγραφο που παρέχει νόμιμα δικαιώματα χρήσης επαγγελματικής στέγης. Στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών οργανωμένης –

καθοδηγούμενης κατάδυσης, αντί των κτιριακών εγκαταστάσεων, δύναται ο Παροχέας να διαθέτει επαγγελματικό μηχανοκίνητο σκάφος (χρησιμοποιούμενο) αποκλειστικά με την συγκεκριμένη δραστηριότητα, το οποίο θα έχει τις εκάστοτε ισχύουσες από την νομοθεσία τεχνικές προδιαγραφές για την κατηγορία και τον προορισμό του.

ιε) Έγγραφα νομιμοποίησης εταιρείας των νομικών προσώπων (Καταστατικό, τροποποιήσεις, βεβαίωση σύστασης).

Για παροχή υπηρεσιών εκμίσθωσης καταδυτικού εξοπλισμού, δεν απαιτείται η υποβολή των η), ια) και ιβ) δικαιολογητικών, ενώ απαιτείται επιπλέον Πιστοποιητικό φορέα πιστοποίησης προϊόντων για τη σωστή συντήρηση του συστήματος παραγωγής των αερίων αναπνοής των δυτών, σύμφωνα με τις τεχνικές προδιαγραφές του κατασκευαστή του συστήματος.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

Στο παράρτημα αυτό παραθέτονται οι προσφορές που συλλέχτηκαν για το λειτουργικό σχέδιο της εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα παρατίθενται:

1. Η προσφορά για τη δημιουργία “website” αλλά και διαφήμισης της εταιρείας μέσω διαδικτύου, από εταιρεία συμβούλων σε θέματα Μάρκετινγκ.
2. Η προσφορά της εταιρείας «Προμηθευτής Α», όπως αναφέρεται, για την προμήθεια του αεροσυμπιεστή υψηλής πίεσης αναπνεύσιμου αέρα.
3. Η προσφορά της εταιρείας «Προμηθευτής Β», για την προμήθεια του συνόλου του καταδυτικού εξοπλισμού.



ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟ -
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Από: «ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α. Ε.Π.Ε.»

ΠΑΡΟΧΗ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ MARKETING - ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ
ΔΙΑΘΕΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: - ΤΗΛ. -
E-mail: etaireia-a@etairia-a.gr URL: <http://www.etaireia-a.gr>

Προς: κ.α. Ολυμπία Γιουρουκέλη,
E-mail: olympiagiouroukeli9@gmail.com

Αθήνα, 11 Δεκεμβρίου 2012

ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	ΚΟΣΤΟΣ
A. ΣΧΕΔΙΑΣΗ –ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ WEBSITE Dynamic Το πακέτο Dynamic είναι η βέλτιστη λύση για τις επιχειρήσεις που αναζητούν μια πλήρη διαχείριση του website στο Διαδίκτυο. Αναλυτικά το πακέτο περιλαμβάνει: <ul style="list-style-type: none">• προσχέδιο προς έγκριση• σελίδες με βάση το δείγμα (πχ. προφίλ, υπηρεσίες, κτλ),• έως 50 φωτογραφίες και κείμενα με βάση το δείγμα• ασφαλή φόρμα επικοινωνίας• χάρτης περιοχής μέσω google map• τοποθέτηση σε μηχανές αναζήτησης• φιλοξενία ενός έτους σε ασφαλή server	700,00 € + 400,00 €

- συντήρηση ενός έτους
- προβολή ενός έτους στο διαφημιστικό portal <http://www.etaireia-a.gr>
- στατιστικά στοιχεία
- keywords ανά σελίδα
- αperiόριστους λογαριασμούς email
- δυναμική παρουσίαση περιεχομένου
- πίνακας ελέγχου διαχείρισης περιεχομένου

Εφαρμογή on –line booking **400,00€**

Εγκατάσταση επιπλέον γλωσσών **πέραν των ελληνικών** €100,00 ανά γλώσσα. Η παραπάνω τιμή δεν περιλαμβάνει μετάφραση υλικού.



B. ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ S.E.O. (Search Engine Optimization)

- Τοποθέτηση σε μηχανές αναζήτησης
- Εύρεση κατάλληλων keywords ανά κατηγορία και προϊόν
- Εύρεση κατάλληλης περιγραφής ανά κατηγορία και προϊόν
- Κατασκευή κώδικα
- Αναγνώριση του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνεται η αγορά σας online
- Επιλογή εμπορικών λέξεων και φράσεων για τις οποίες η ιστοσελίδα σας θα προωθηθεί στην κορυφή των αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης
- Παροχή μηχανισμών μέτρησης και αξιολόγησης των αποτελεσμάτων της καμπάνιας, σε σχέση με τον αρχικό στόχο που έχει τεθεί.

Κόστος: 300,00€

ΔΩΡΕΑΝ



C. ΕΤΗΣΙΟ ΠΑΚΕΤΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ (365 ημέρες support)

- I. Τεχνικές διορθώσεις
- II. Αναπροσαρμογή γλώσσας κώδικα
- III. Καταγραφή στατιστικών
- IV. Παρακολούθηση ανταγωνιστών
- V. Καθημερινό Back up

Κόστος: 300,00€

ΔΩΡΕΑΝ



D. ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ (ενός έτους σε ασφαλή server)

- I. 300 MB χώρος δίσκου
- II. Έως και 3 subdomains
- III. 10 GB/μήνα κίνηση
- IV. 1 Βάση MySQL
- V. FTP πρόσβαση
- VI. Online Στατιστικά επισκεψιμότητας
- VII. Web mail

*ενδεικτικό κόστος επόμενης χρονιάς hosting 100,00 €- 150,00 €

Κόστος: 100,00-€

ΔΩΡΕΑΝ

E. Social Media Marketing

Προτεινόμενη υποστήριξη:

Ανάλυση κατάστασης- Σχεδιασμός στρατηγικής- Στόχευση προσέγγιση κοινών

- Αναρτήσεις προσφορών ή νέων της επιχείρησής σας σε όλους τους λογαριασμούς facebook PRO και Twitter PRO της ΕΤΑΙΡΕΙΑ-Α GROUP
- Εβδομαδιαία ενημέρωση και εβδομαδιαία παρακολούθηση **επί (6) μήνες** με ταυτόχρονη **εκπαίδευση 2 ωρών**

400,00 €



F. ΚΑΜΠΑΝΙΑ στο Facebook (προαιρετικά)

Κατασκευή διαφήμισης μέσα στο facebook απευθυνόμενη σε **συγκεκριμένο προφίλ κοινού κατ υπόδειξή σας**, με link στο site σας

Δεν συμπεριλαμβάνει PPC (Pay per click)

Το ποσό το οποίο επιθυμείτε να διαθέσετε για τη διαφήμιση σας στο facebook είναι στη διακριτική σας ευχέρεια.

**200,00 € ανά
καμπάνια**



G. ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΣ στο Facebook (προαιρετικά)

Κατασκευή διαγωνισμού μέσα στο facebook απευθυνόμενη σε **συγκεκριμένο προφίλ κοινού κατ υπόδειξή σας**, με link στο site σας

Δεν συμπεριλαμβάνει PPC (Pay per click)

Το ποσό το οποίο επιθυμείτε να διαθέσετε για τη διαφήμιση σας στο facebook είναι στη διακριτική σας ευχέρεια.

**200,00 € ανά
διαγωνισμό**



Η. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

(προβολή ενός έτους στο διαφημιστικό portal (<http://www.etaireia-a.gr>))

Basic Programme

- I. Ατομική σελίδα με στοιχεία επιχείρησης (προφίλ)
- II. Ατομική σελίδα με φωτογραφικό υλικό (έως 10 φωτογραφίες) και link στο site της εταιρίας
- III. Κλαδική σελίδα με ατομικό πίνακα επιχείρησης που περιλαμβάνει λογότυπο και διαφημιστικό κείμενο
- IV. Συμμετοχή στο πρόγραμμα FOCUS-ON BENEFITS (κάρτα PVC – VIP Member).
- V. Λέξη κλειδί (Κλάδος Επιχείρησης) για αναζήτηση μέσω του Google
- VI. Ημερήσια προβολή κεντρικής σελίδας στη θέση «Νέες Διαφημίσεις»
- VII. Ατομικός χάρτης με το στίγμα της επιχείρησης
- VIII. Αποστολή 1000 SMS (η βάση δεδομένων ορίζεται από τον πελάτη)
Αποστολή 1000 ατομικών e-mail (περιλαμβάνεται σχεδιασμός μακέτας– η βάση δεδομένων ορίζεται από τον πελάτη)
- IX. Control panel μέσω username και password όπου παρέχεται στη διαφημιζόμενη εταιρία το προνόμιο διαχείρισης του εταιρικού της χώρου
- X. Κουπόνι Google campagne 50,00 €
- XI. Συνέντευξη επιχειρηματία – Προβολή επιχείρησης
- XII. Video μέσω του YouTube (μέγιστος χρόνος προβολής 10 λεπτά)
- XIII. Ανάρτηση προσφορών στο blog επιχειρηματιών
- XIV. Απεριόριστη συντήρηση καθ' όλη τη διάρκεια του προγράμματος
- XV. Συμβουλές οργάνωσης, διοίκησης και marketing μέσω των εξειδικευμένων συμβούλων μας
- XVI. 20 λέξεις – κλειδιά για εσωτερική αναζήτηση μέσω του κλάδου
- XVII. Προτάσεις επιχειρηματία
- XVIII. Προβολή στο Facebook
- XIX. Εγγύηση επιστροφής χρημάτων
- XX. Χρήση υπηρεσίας "αποστολή σε φίλο"

ΔΩΡΕΑΝ

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ :

700,00 - 1.400 ,00€

Παρατηρήσεις:

- Στις ανωτέρω τιμές δεν συμπεριλαμβάνεται ο ΦΠΑ
- Η τελική αξία του έργου διαμορφώνεται από τον αριθμό των εργασιών που θα ανατεθούν
- Τρόπος πληρωμής: Προκαταβολή 50% με την ανάθεση της εργασίας και το υπόλοιπο μετά την εκπαίδευση χειρισμού και παράδοση του έργου και έκδοση του τιμολογίου.
- Χρόνος υλοποίησης και παράδοσης e-shop έως 20 εργάσιμες από την λήψη του υλικού.

Προς: ΓΙΟΥΡΟΥΚΕΛΗ ΟΛΥΜΠΙΑ – ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Τηλ: -

Υπ' όψιν : Κα. ΓΙΟΥΡΟΥΚΕΛΗ

E-mail: olympiagiouroukeli9@gmail.com

Ημ/νία : 03/12/12

Αρ. Προσφοράς: 12192/ΓΠ/εδ

Θέμα: ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΑΕΡΟΣΥΜΠΙΕΣΤΗ ΥΨΗΛΗΣ ΠΙΕΣΗΣ ΑΝΑΠΝΕΥΣΙΜΟΥ ΑΕΡΑ

TÜV AUSTRIA HELLAS



No. : 201009868

Κυρία Γιουρουκέλη,

Ανταποκρινόμενοι στο ενδιαφέρον σας, έχουμε την ευχαρίστηση να υποβάλλουμε την ακόλουθη προσφορά:

Τ Ε Χ Ν Ι Κ Η Π Ε Ρ Ι Γ Ρ Α Φ Η

Εμβολοφόρος αεροσυμπιεστής υψηλής πίεσης αναπνεύσιμου αέρα, τριβάθμιος, αερόψυκτος, **ανοιχτού τύπου**, ελαιολίπαντος, κατασκευής **ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ Α, ανοιχτού** τύπου, με κινητήρα **5,5 kW-7,5 Hp/400V-50Hz**, max. πίεσης λειτουργίας: **350 bar**, παροχής αέρα: **15,0 m³/h (250 lit/min)**, με πιστοποίηση CE.

■ **Τεχνικά Χαρακτηριστικά**

• Τύπος αεροσυμπιεστή:	Ανοιχτός
• Max. πίεση λειτουργίας :	350 bar
• Πίεση λειτουργίας :	225 bar
• Παροχή αέρος (FAD) :	250 l/min (15 m ³ /h)
• Αρ. βαθμίδων :	3
• Αρ. κυλίνδρων :	3
• Διάταξη κυλίνδρων :	W
• Διάμετρος κυλίνδρου 1 ^{ης} βαθμ. :	80 mm

• Διάμετρος κυλίνδρου 2 ^{ης} βαθμ. :	36 mm
• Διάμετρος κυλίνδρου 3 ^{ης} βαθμ. :	14 mm
• Διαδρομή εμβόλου :	60 mm
• Στροφές αεροσυμπιεστή :	1100 rpm
• Πίεση 1 ^{ης} βαθμίδας :	5,5 bar
• Πίεση 2 ^{ης} βαθμίδας :	30 bar
• Χωρητικότητα λαδιού :	2,2 lt
• Θερμοκρασία Εξόδου Αέρα :	8-10 °C above ambient temperature
• Min-Max θερμοκρασία περιβάλλοντος :	+5° to + 45°C
• Μέγιστη Κλίση του Συμπιεστή :	15°
• Ισχύς κινητήρα :	7,5 Hp/400V/50Hz
• Μετάδοση κίνησης :	Τραπεζοειδείς μάντες
• Διαστάσεις Μ-Π-Υ :	107 x 54 x 70 cm
• Βάρος μηχανήματος :	155 kg

■ Standard Εξοπλισμός

- Μικρονικό Φίλτρο αέρος εισαγωγής
- **Τελικό φίλτρο εξευγενισμού του αέρα** αποτελούμενο από προ-φίλτρο coalescing (με ικανότητα συγκράτησης ελαίου έως 0,5 mg/m³) και 2 στοιχεία φ42X180 molecular sieve (αφύγρανση) - ενεργού άνθρακα (απόσμηση - παρακράτηση λαδιού) προσφέροντας σύμφωνα με το πρότυπο της Ευρωπαϊκής Ένωσης EN 12021.
- Ανοξείδωτοι μεταψύκτες σε όλες τις βαθμίδες συμπίεσης.
- Βαλβίδες Ασφαλείας σε όλες τις βαθμίδες συμπίεσης.
- Ανεμιστήρας ψύξεως Φ500 υψηλής απόδοσης, για τέλεια ψύξη κυλίνδρων & μεταψυκτών καθιστώντας τον αεροσυμπιεστή ικανό για συνεχή λειτουργία.
- Διαχωριστής συμπυκνωμάτων μετά τη 2η βαθμίδα.
- Βαλβίδα ελαχίστης πίεσεως και αντεπιστροφής.

- **Αυτόματες και εναλλακτικά χειροκίνητες αποστραγγίσεις συμπυκνωμάτων.**
- Πλήρης ηλεκτρικός πίνακας εκκίνησης/λειτουργίας αεροσυμπιεστή.
- Διακόπτης start/stop.
- Διακόπτης Emergency stop.
- Ωρομετρητής.
- **Αυτόματο σταμάτημα αεροσυμπιεστή στην επιθυμητή πίεση.**
- Θερμική προστασία ηλεκτροκινητήρα.
- Μανόμετρα 1ης, 2ης και 3ης (τελικής) βαθμίδας.
- Δοχείο συλλογής συμπυκνωμάτων.
- Αντικραδασμικά πέλματα.
- Αυτόματη τάνυση μάντα .
- **Δύο (2) σωλήνες πλήρωσης 1,2m έκαστος, DIN + INT'L διακόπτης πλήρωσης με εξαεριστική βαλβίδα ασφαλείας για την ομαλή αποσύνδεση των φιαλών**

Τιμή : (6.150,00 € - 20%) = 4.920,00 €

Προαιρετικός εξοπλισμός :

ο Σύστημα ταυτόχρονης πλήρωσης δύο πιέσεων 225 & 330 bar με μειωτήρα

Τιμή : (450,00 € - 20%) = 360,00 €

ο Επιπλέον σωλήνας πλήρωσης

Τιμή : (120,00 € - 20%) = 96,00 € /τμ

ο Αισθητήρας στάθμης ελαίου με alarm

Τιμή : (120,00 € - 20%) = 96,00 €



Οι ανωτέρω τιμές νοούνται για παράδοση εντός Αττικής και επιβαρύνονται με Φ.Π.Α.

Παράδοση : 6-8 εργάσιμες εβδομάδες.

Πληρωμή : 20% προκαταβολή με κατάθεση , το υπόλοιπο κατάθεση με την εντολή φόρτωσης ή την παραλαβή από την έδρα μας.

Ισχύς προσφοράς : 30 ημέρες.

Εγγύηση: 2 χρόνια για την κεφαλή των αεροσυμπιεστών, 1 χρόνο για τα υπόλοιπα μέρη.

15 Χρόνια τουλάχιστον διαθεσιμότητα ετοιμοπαράδοτων όλων των αντ/κών.
Η εγγύηση ισχύει ΜΟΝΟ εφόσον χρησιμοποιούνται αυθεντικά
ανταλλακτικά & αναλώσιμα από την εταιρία μας.

■ **Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ Α, ΩΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΡΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**

- κατασκευάζει τους αεροσυμπιεστές της με βάση την ποιότητα, την αντοχή και το **χαμηλό κόστος λειτουργίας.**
- προσφέρει **ΑΜΕΣΟ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟ SERVICE.**
- διαθέτει το **100% των ανταλλακτικών και αναλωσίμων υλικών, πάντοτε ετοιμοπαράδοτα** και σε **ιδιαίτερα χαμηλές τιμές.**

Είμαστε στη διάθεσή σας για οποιαδήποτε συμπληρωματική πληροφορία θελήσετε.

Με εκτίμηση

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ Α ΑΕΒΕ

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

(Σχετικά με το μέσο ετήσιο κόστος συντήρησης του αεροσυμπιεστή)

- **Αναλώσιμα (Ετήσια βασική συντήρηση):**
 - Λιπαντικό ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ Α, ΗΡ (2.2ml για κάθε αλλαγή – αλλαγή μετά τις 20 πρώτες ώρες λειτουργίας και μετά κάθε 200 ώρες λειτουργίας) Τιμή : 24,90 € / Lt
 - Στοιχείο Φίλτρου Αναπνεύσιμου Αέρα (2 τεμάχια / αλλαγή – Αλλαγή κάθε 20 ώρες λειτουργίας) Τιμή: 16,00 € / pc
 - Προ φίλτρο Κατακράτησης Ελαίου (1 τεμάχιο για αλλαγή – αλλαγή κάθε 200 ώρες λειτουργίας ή εναλλακτικά μία φορά το χρόνο) Τιμή : 34,73 € / pc
 - Στοιχείο Φίλτρου Αέρος Εισαγωγής (1 τεμάχιο για αλλαγή – αλλαγή κάθε 200 ώρες λειτουργίας ή εναλλακτικά μία φορά το χρόνο) Τιμή : 15,20 € / pc

Οι παραπάνω τιμές δεν συμπεριλαμβάνουν ΦΠΑ

Διάρκεια ζωής αναλώσιμων/ανταλλακτικών

	Operating hours								
	Every 20 hrs	30 hrs	50 hrs	Every 100 hrs	Every 200 hrs	Every 500 hrs	Every 1000 hrs	Every 6 mths	Every 12 mths
Check V - Belt tension	1 st			X					
Check oil level *	Daily								
Change of oil **	1 st					X		X	
Replace the air intake cartridge***					X				X
Replace the BA filter cartridge ***	Open 15	X							X
Replace the coalescing cartridge ***					X				X
Check Valves						X			
Replace Valves							X		
Replace pistons and piston rings							X		
Replace filling hoses	Every 2000 hrs or once per 5 years								

Η διάρκεια ζωής του σώματος αλουμινίου των φίλτρων σύμφωνα με την οδηγία της ευρωπαϊκής ένωσης 97/23/EC είναι 20 χρόνια ενώ χρειάζονται υδροστατικό έλεγχο κάθε 5 χρόνια.

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ

B



Διεύθυνση -- Τηλ.-- E-mail: info@promitheutisb.gr

Προς: Κα Γιουρουκέλη Ολυμπία,

Αθήνα, 10 Δεκεμβρίου 2012

Προσφορά Εξοπλισμού

Η προσφορά αφορά τη συγκεκριμένη παραγγελία:

ΕΙΔΟΣ		ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ	ΕΙΔΟΣ		ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ
▪ Φιάλες των 12 lt	(20)	280 €	▪ Αναπνευστήρες με βαλβίδα	(5)	22 €
▪ Φιάλες των 10 lt	(5)	255 €	▪ Πέδιλα	(30)	79 €
▪ Φιάλες των 15 lt	(3)	315 €	▪ Πέδιλα παιδικά	(5)	59 €
▪ Φιάλες των 7 lt	(2)	230 €	▪ Μποτάκια	(30)	36 €
▪ Σετ ρυθμιστών	(15)	430 €	▪ Ζώνες Βαρών	(20)	21 €
▪ Jackets	(20)	279 €	▪ 150 kg Βάρη		9 €
▪ Στολές (5mm)	(30)	199 €	▪ Τσάντες 125 lt	(15)	79 €
▪ Στολές short (2,5mm)	(6)	75 €	▪ Computers	(2)	459 €
▪ Μάσκες	(30)	48 €	▪ Φακοί Led	(5)	165 €
▪ Αναπνευστήρες	(10)	9 €	▪ Μαχαίρια	(2)	60 €
ΣΥΝΟΛΟ:		28.260 €	ΣΥΝΟΛΟ:		8.673 €
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		36.933 €			

Στις πιο πάνω τιμές περιλαμβάνεται ο Φ.Π.Α. και ισχύει για αποστολή του εξοπλισμού εντός του Ν. Αττικής.

Στο παραπάνω γενικό σύνολο ισχύει έκπτωση 15% με την τιμή να διαμορφώνεται στα 31.393 €, και στην περίπτωση χονδρικής πώλησης η τελική προσφορά για την παραπάνω παραγγελία ορίζεται στις 25.000 €.

ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ :

- Προκαταβολή για την υποβολή της παραγγελίας 50% του ποσού.
- Το υπόλοιπο 50% καταβάλλεται με την παραλαβή του εξοπλισμού. Με την υποβολή της παραγγελίας συντάσσεται δελτίο παραγγελίας και αποδοχής των συμφωνηθέντων όρων από τις δύο πλευρές.

Ισχύς προσφοράς μέχρι 1 Μαρτίου 2013

Πάντοτε πρόθυμοι για κάθε περαιτέρω πληροφορία και διευκρίνιση

Με εκτίμηση για την

Προμηθευτής Β

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV

Στο παράρτημα παρουσιάζονται τα προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία των πωλήσεων τόσο για το βασικό σενάριο όσο και για το δυσμενές. Ακόμη, για το δυσμενές σενάριο παρατίθενται:

- Τα γραφήματα ΠΙV.1-ΠΙV.3 που αφορούν στην προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών και στα ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων επί του συνόλου κατά το 1^ο και 5^ο έτος, αντίστοιχα και
- διαγραμματική απεικόνιση του κύκλου εργασιών της εταιρείας κατά την πρώτη πενταετία.

Πίνακας ΠΙΥ.1 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων- Περίπτωση Α (συνέχεια)

ΠΡΟΪΟΝ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΤΕΜΑΧΙΑ)					ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ (σε ευρώ)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	117	158	188	207	228	40,3	40,3	40,3	40,3	40,3
- Πέδιλα	117	158	188	207	228	66,4	66,4	66,4	66,4	66,4
- Πέδιλα παιδικά	29	40	47	52	57	49,6	49,6	49,6	49,6	49,6
- Αναπνευστήρες	117	158	188	207	228	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6
- Στολές	23	32	38	41	46	167,2	167,2	167,2	167,2	167,2
- Τζάκετ	23	32	38	41	46	234,4	234,4	234,4	234,4	234,4
- Ρυθμιστές	20	30	35	40	45	361,2	361,2	361,2	361,2	361,2
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	446	608	722	795	878					

Σημειώσεις:

1) Στις στήλες που αφορούν στην ΠΟΣΟΤΗΤΑ συμπληρώνεται ο αντίστοιχος αριθμός ανά έτος καθώς και η μονάδα μέτρησης (άτομα που επιλέγουν την κάθε υπηρεσία και αριθμός τεμαχίων όσον αφορά στα προϊόντα προς πώληση)

2) Στις στήλες που αφορούν στην ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ συμπληρώνεται το ποσό σε ευρώ που αντιστοιχεί στην καθαρή αξία (χωρίς Φ.Π.Α)

Πίνακας ΠΙΥ.1 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων - Περίπτωση Α (συνέχεια)																		
ΥΠΗΡΕΣΙΑ-ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)									ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)								
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος		3 ^ο Έτος		4 ^ο Έτος		5 ^ο Έτος		1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος		3 ^ο Έτος		4 ^ο Έτος		5 ^ο Έτος	
Α. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Α**																		
			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.			E.P.		E.P.		E.P.		E.P.
- 3ΗΜΕΡΑ	58.407,80	93.452,4	17.992,8	116.815,50	17.193,1	128.497,1	26.989,2	141.260,2	29.788,0	18,06	19,93	3,84	21,36	3,14	20,74	4,36	20,73	4,36
- 8ΗΜΕΡΑ	54.414,45	87.063,1	15.969,4	108.828,90	15.259,7	119.711,8	24.131,5	131.804,0	26.261,0	16,82	18,31	3,41	19,90	2,79	19,32	3,89	19,31	3,85
- 8ΗΜΕΡΑ PLUS	16.030,58	25.530,2	4.813,4	32.061,15	4.813,4	35.029,8	7.487,5	38.592,1	8.022,3	4,96	5,44	1,03	5,86	0,88	5,65	1,21	5,65	1,18
ΣΥΝΟΛΟ Α	128.852,8	244.821,22		294.971,68		341.846,80		375.727,23		39,84	51,95		53,92		55,17		55,09	
Β. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Β																		
SNORKELING	10.017,0		13.041,0		14.817,60		16.669,80		18.370,8	3,10	2,78		2,71		2,69		2,69	
ΣΥΝΟΛΟ Β	10.017,00		13.041,00		14.817,60		16.669,80		18.370,80	3,10	2,78		2,71		2,69		2,69	
Γ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Γ																		
- D.S.D	21.042,0		23.121,0		25.452,0		27.972,0		30.744,0	6,51	4,93		4,65		4,51		4,50	
- 2πλήβουτιά	23.776,2		26.203,8		28.774,2		31.701,6		34.843,2	7,35	5,59		5,26		5,12		5,11	
- Μάθημα O.W.D.	98.468,1		108.226,0		119.167,0		130.995,1		144.302,0	30,45	23,08		21,79		21,14		21,14	
ΣΥΝΟΛΟ Γ	143.286,30		157.551,00		173.393,00		190.668,70		209.889,00	44,30	33,60		31,70		30,77		30,75	

Πίνακας ΠΙΥ.1 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων- Περίπτωση Α (συνέχεια)										
ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)					ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	4.715,1	6.367,40	7.576,40	8.342,10	9.188,40	1,46	1,36	1,39	1,35	1,35
- Πέδιλα	7.768,8	10.491,20	12.483,20	13.744,80	15.139,20	2,40	2,24	2,28	2,22	2,22
- Πέδιλα παιδικά	1.438,4	1.984,00	2.331,20	2.579,20	2.827,20	0,44	0,42	0,43	0,42	0,41
- Αναπνευστήρες	889,2	1.200,80	1.428,80	1.573,20	1.732,80	0,27	0,26	0,26	0,25	0,25
- Στολές	3.845,6	5.350,40	6.353,60	6.855,20	7.691,20	1,19	1,14	1,16	1,11	1,13
- Τζάκετ	5.391,2	7.500,80	8.907,20	9.610,40	10.782,40	1,67	1,60	1,63	1,55	1,58
- Ρυθμιστές	7.224,0	10.836,00	12.652,00	14.448,00	16.254,00	2,23	2,31	2,31	2,33	2,38
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	31.272,30	43.730,60	51.722,40	57.152,90	63.615,20	9,67	9,33	9,46	9,22	9,32
Ε. ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	10.000,00	11.000,00	12.100,00	13.310,00	14.640,00	3,09	2,35	2,21	2,15	2,15
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	323.428,4	470.144,22	547.004,98	619.648,20	682.241,23	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<p>Σημειώσεις:</p> <p>1) Τα ποσά στις στήλες που αφορούν στο ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ προκύπτουν από τον πολλαπλασιασμό της ποσότητας επί την τιμή μονάδας.</p> <p>2) Το ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ της υπηρεσίας ή του προϊόντος υπολογίζεται στο γενικό σύνολο των πωλήσεων</p> <p>3) Στα ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ συμπληρώνονται τα στοιχεία από τυχόν άλλες δραστηριότητες όπως η εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού κ.α.</p> <p>** Οι πωλήσεις για την ΥΠΗΡΕΣΙΑ Α υπολογίζονται στην περίπτωση που για το 25% των πακέτων γίνεται κράτηση on-line και για το υπόλοιπο 75%, κράτηση μέσω συνεργαζόμενου πρακτορείου που διατηρεί προμήθεια 20%. Οι αναγραφόμενες τιμές μονάδος αφορούν την on-line κράτηση.</p>										

Πίνακας ΠΙΒ.2 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων - Περίπτωση Β																		
ΥΠΗΡΕΣΙΑ-ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)									ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)								
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος		4 ^ο Έτος		5 ^ο Έτος		1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος					
Α. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Α**																		
			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.			E.P.		E.P.		E.P.		E.P.
- 3ΗΜΕΡΑ	61.843,5	98.949,6	19.051,2	123.687,0	18.204,5	136.055,7	28.576,8	149.569,7	31.540,0	18,68	20,48	3,94	21,92	3,23	21,27	4,47	21,3	4,48
- 8ΗΜΕΡΑ	57.615,3	92.184,5	16.908,7	115.230,6	16.157,3	126.753,7	25.551,0	139.557,0	27.806,0	17,41	18,81	3,50	20,42	2,86	19,81	3,99	19,8	3,95
- 8ΗΜΕΡΑ PLUS	16.973,6	27.032,0	5.096,5	33.947,1	5.096,5	37.090,4	7.927,9	40.862,3	8.494,2	5,13	5,59	1,05	6,02	0,90	5,80	1,24	5,8	1,21
ΣΥΝΟΛΟ Α	136.432,4	259.222,34	312.322,95		361.955,40		397.828,65			41,22	53,37	55,34	56,58		56,50			
Β. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Β																		
SNORKELING	10.017,0	13.041,0	14.817,60	16.669,80	18.370,80	3,03	2,70	2,63	2,61	2,61								
ΣΥΝΟΛΟ Β	10.017,00	13.041,00	14.817,60	16.669,80	18.370,80	3,03	2,70	2,63	2,61	2,61								
Γ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Γ																		
- D.S.D	21.042,0	23.121,0	25.452,0	27.972,0	30.744,0	6,36	4,78	4,51	4,37	4,36								
- 2πλήβουτιά	23.776,2	26.203,8	28.774,2	31.701,6	34.843,2	7,18	5,42	5,10	4,96	4,95								
- Μάθημα O.W.D.	98.468,1	108.226,0	119.167,0	130.995,1	144.302,0	29,75	22,39	21,12	20,48	20,48								
ΣΥΝΟΛΟ Γ	143.286,30	157.551,00	173.393,00	190.668,70	209.889,00	43,29	32,60	30,72	29,80	29,79								

Πίνακας ΠΙΒ.2 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων - Περίπτωση Β (συνέχεια)

ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)					ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	4.715,1	6.367,40	7.576,4	8.342,10	9.188,40	1,42	1,32	1,34	1,30	1,30
- Πέδιλα	7.768,8	10.491,2	12.483,4	13.744,80	15.139,20	2,35	2,17	2,21	2,15	2,15
- Πέδιλα παιδικά	1.438,4	1.984,00	2.331,2	2.579,20	2.827,20	0,43	0,41	0,41	0,40	0,40
- Αναπνευστήρες	889,2	1.200,80	1.428,8	1.573,0	1.732,80	0,27	0,25	0,25	0,25	0,25
- Στολές	3.845,6	5.350,40	6.353,6	6.855,20	7.691,20	1,16	1,11	1,13	1,07	1,09
- Τζάκετ	5.391,2	7.500,80	8.907,2	9.610,40	10.782,40	1,63	1,55	1,58	1,50	1,53
- Ρυθμιστές	7.224,0	10.836,0	12.642	14.448,00	16.254,00	2,18	2,24	2,24	2,26	2,31
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	31.272,30	43.730,60	51.722,40	57.152,90	63.615,20	9,45	9,05	9,16	8,93	9,03
Ε. ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	10.000,00	11.000,00	12.100,00	13.310,00	14.640,00	3,02	2,28	2,14	2,08	2,08
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	331.008,00	484.544,94	564.356,25	639.756,80	704.343,65	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Σημειώσεις:

- 1) Τα ποσά στις στήλες που αφορούν στο ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ προκύπτουν από τον πολλαπλασιασμό της ποσότητας επί την τιμή μονάδας.
- 2) Το ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ της υπηρεσίας ή του προϊόντος υπολογίζεται στο γενικό σύνολο των πωλήσεων
- 3) Στα ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ συμπληρώνονται τα στοιχεία από τυχόν άλλες δραστηριότητες όπως η εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού κ.α.

**** Οι πωλήσεις για την ΥΠΗΡΕΣΙΑ Α υπολογίζονται στην περίπτωση που για το 50% των πακέτων γίνεται κράτηση on-line και για το υπόλοιπο 50%, κράτηση μέσω συνεργαζόμενου πρακτορείου που διατηρεί προμήθεια 20%. Οι αναγραφόμενες τιμές μονάδος αφορούν την on-line κράτηση.**

Πίνακας ΠΙΒ.3 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων - Περίπτωση Γ																			
ΥΠΗΡΕΣΙΑ-ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)									ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)									
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος				
Α. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Α**																			
			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.				E.P.		E.P.		E.P.		E.P.
-3ΗΜΕΡΑ	65.279,25	104.447,0	20.109,6	130.558,5	19.215,8	143.614,4	30.164,4	157.879,08	33.293,0	19,28	20,99	4,04	22,44	3,30	21,76	4,57	21,8	4,58	
- 8ΗΜΕΡΑ	60.816,15	97.305,84	17.848,1	121.632,3	17.054,9	133.795,5	26.970,5	147.310,0	29.350,0	17,96	19,28	3,59	20,91	2,93	20,28	4,09	20,3	4,04	
- 8ΗΜΕΡΑ PLUS	17.916,53	28.533,7	5.379,7	35.833,1	5.379,7	39.150,9	8.368,4	43.132,4	8.966,1	5,29	5,73	1,08	6,16	0,92	5,93	1,27	5,94	1,23	
ΣΥΝΟΛΟ Α	144.011,9	273.623,44		329.674,23		382.064,10		419.930,08		42,53	54,72		56,67		57,90		57,82		
Β. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Β																			
SNORKELING	10.017,0	13.041,0		14.817,60		16.669,80		18.370,8		2,96	2,62		2,55		2,53		2,53		
ΣΥΝΟΛΟ Β	10.017,00	13.041,00		14.817,60		16.669,80		18.370,80		2,96	2,62		2,55		2,53		2,53		
Γ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Γ																			
- D.S.D	21.042,0	23.121,0		25.452,0		27.972,0		30.744,0		6,21	4,65		4,38		4,24		4,23		
- 2πλήβουτιά	23.776,2	26.203,8		28.774,2		31.701,6		34.843,2		7,02	5,27		4,95		4,80		4,79		
- Μάθημα O.W.D.	98.468,1	108.226,0		119.167,0		130.995,1		144.302,0		29,08	21,75		20,49		19,85		19,86		
ΣΥΝΟΛΟ Γ	143.286,30	157.551,00		173.393,00		190.668,70		209.889,00		42,32	31,66		29,81		28,90		28,88		

Πίνακας ΠΙΒ.3 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων- Περίπτωση Γ (συνέχεια)

ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)					ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	4.715,1	6.367,40	7.576,40	8.342,10	9.188,40	1,39	1,28	1,30	1,26	1,26
- Πέδιλα	7.768,8	10.491,20	12.483,20	13.744,80	15.139,20	2,29	2,11	2,15	2,08	2,08
- Πέδιλα παιδικά	1.438,4	1.984,00	2.331,20	2.579,20	2.827,20	0,42	0,40	0,40	0,39	0,39
- Αναπνευστήρες	889,2	1.200,80	1.428,80	1.573,20	1.732,80	0,26	0,24	0,25	0,24	0,24
- Στολές	3.845,6	5.350,40	6.353,60	6.855,20	7.691,20	1,14	1,08	1,09	1,04	1,06
- Τζάκετ	5.391,2	7.500,80	8.907,20	9.610,40	10.782,40	1,59	1,51	1,53	1,46	1,48
- Ρυθμιστές	7.224,0	10.836,00	12.642,00	14.448,00	16.254,00	2,13	2,18	2,17	2,19	2,24
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	31.272,30	43.730,60	51.722,40	57.152,90	63.615,20	9,24	8,79	8,89	8,66	8,75
Ε. ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	10.000,00	11.000,00	12.100,00	13.310,00	14.640,00	2,95	2,21	2,08	2,02	2,01
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	338.587,50	498.946,44	581.707,53	659.865,50	726.445,08	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Σημειώσεις:

1) Τα ποσά στις στήλες που αφορούν στο ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ προκύπτουν από τον πολλαπλασιασμό της ποσότητας επί την τιμή μονάδας.

2) Το ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ της υπηρεσίας ή του προϊόντος υπολογίζεται στο γενικό σύνολο των πωλήσεων

3) Στα ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ συμπληρώνονται τα στοιχεία από τυχόν άλλες δραστηριότητες όπως η εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού κ.α.

**** Οι πωλήσεις για την ΥΠΗΡΕΣΙΑ Α υπολογίζονται στην περίπτωση που για το 75% των πακέτων γίνεται κράτηση on-line και για το υπόλοιπο 25%, κράτηση μέσω συνεργαζόμενου πρακτορείου που διατηρεί προμήθεια 20%. Οι αναγραφόμενες τιμές μονάδος αφορούν την on-line κράτηση.**

ΔΥΣΜΕΝΕΣ ΣΕΝΑΡΙΟ

Πίνακας ΠΙV.4 : Ανάλυση της προβλεπόμενης παροχής υπηρεσιών/πώλησης προϊόντων																		
ΥΠΗΡΕΣΙΑ-ΠΡΟΪΟΝ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΑΤΟΜΑ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΓΟΥΝ ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ)									ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ (σε Ευρώ)								
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος		3 ^ο Έτος		4 ^ο Έτος		5 ^ο Έτος		1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος		3 ^ο Έτος		4 ^ο Έτος		5 ^ο Έτος	
Α. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Α																		
			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.
3ΗΜΕΡΑ	53	91	11	121	18	153	30	160	38	254,5	254,5	235,2	254,5	235,2	254,5	235,2	254,5	235,2
8ΗΜΕΡΑ	27	45	5	61	9	77	15	80	19	474,2	474,2	417,5	474,2	417,5	474,2	417,5	474,2	417,5
8ΗΜΕΡΑ PLUS	5	9	1	12	2	15	3	16	4	698,5	698,5	629,2	698,5	629,2	698,5	629,2	698,5	629,2
ΣΥΝΟΛΟ Α	212	380		513		661		700										
Β. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Β																		
SNORKELING	141	251		339		439		465		37,8	37,8		37,8		37,8		37,8	
ΣΥΝΟΛΟ Β	141	251		339		439		465										
Γ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Γ																		
- D.S.D	182	323		436		567		600		63	63		63		63		63	
- Διπλή βουτιά	182	323		436		566		600		71,4	71,4		71,4		71,4		71,4	
- Μάθημα O.W.D.	183	323		436		567		600		295,7	295,7		295,7		295,7		295,7	
ΣΥΝΟΛΟ Γ	547	969		1.308		1.700		1.800										

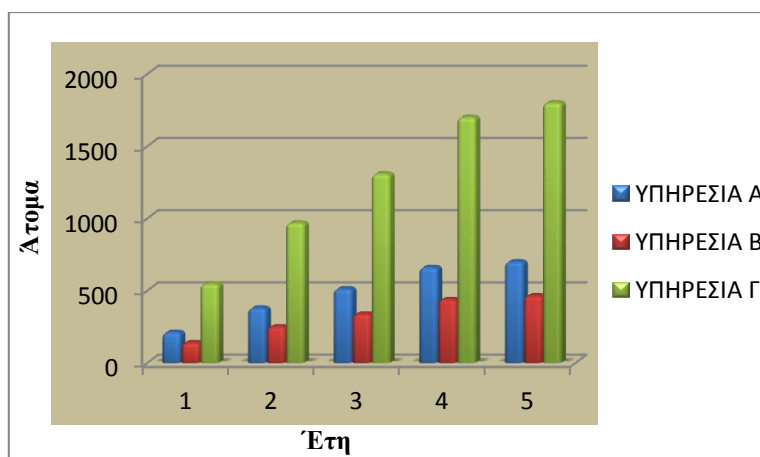
Πίνακας ΠΙΥ.4 : Ανάλυση της προβλεπόμενης παροχής υπηρεσιών/πώλησης προϊόντων (συνέχεια)										
ΠΡΟΪΟΝ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΤΕΜΑΧΙΑ)									
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	45	80	108	140	148	40,3	40,3	40,3	40,3	40,3
- Πέδιλα	45	80	108	140	148	66,4	66,4	66,4	66,4	66,4
- Πέδιλα παιδικά	11	20	27	25	37	49,6	49,6	49,6	49,6	49,6
- Αναπνευστήρες	45	80	108	140	148	7,6	7,6	7,6	7,6	7,6
- Στολές	9	16	21	28	30	167,2	167,2	167,2	167,2	167,2
- Τζάκετ	9	16	21	28	30	234,4	234,4	234,4	234,4	234,4
- Ρυθμιστές	7	15	20	25	27	361,2	361,2	361,2	361,2	361,2
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	171	307	413	526	568					
<p>Σημειώσεις:</p> <p>1) Στις στήλες που αφορούν στην ΠΟΣΟΤΗΤΑ συμπληρώνεται ο αντίστοιχος αριθμός ανά έτος καθώς και η μονάδα μέτρησης (άτομα που επιλέγουν την κάθε υπηρεσία και αριθμός τεμαχίων όσον αφορά στα προϊόντα προς πώληση)</p> <p>2) Στις στήλες που αφορούν στην ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ συμπληρώνεται το ποσό σε ευρώ που αντιστοιχεί στην καθαρή αξία (χωρίς Φ.Π.Α)</p>										

Πίνακας ΠΙΝ.5 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων																			
ΥΠΗΡΕΣΙΑ-ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)									ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)									
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος				
Α. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Α**																			
			Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.		Extra Pack.				E.P.		E.P.		E.P.		E.P.
- 3ΗΜΕΡΑ	12.139,70	20.843,6	2.328,5	27.715,1	3.810,2	35.044,7	6.350,4	36.648,0	8.043,8	9,48	9,04	1,01	8,87	1,22	8,63	1,56	8,47	1,86	
- 8ΗΜΕΡΑ	11.523,06	19.205,1	1.878,8	26.033,6	3.881,8	32.862,1	5.636,3	34.142,4	7.139,3	9,00	8,33	0,81	8,83	1,08	8,10	1,39	7,89	1,66	
- 8ΗΜΕΡΑ PLUS	3.143,25	5.657,9	566,3	7.543,8	1.132,6	9.429,8	1.698,8	10.058,4	2.265,1	2,46	2,45	0,25	2,41	0,36	2,32	0,42	2,33	0,52	
ΣΥΝΟΛΟ Α	26.805,96	50.480,01		69.616,98		91.021,95		98.297,01		20,94	21,89		22,29		22,42		22,73		
Β. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Β																			
SNORKELING	5.329,8	9.487,8		12.814,2		16.594,2		17.577,0		4,16	4,12		4,10		4,09		4,06		
ΣΥΝΟΛΟ Β	5.329,8	9.487,8		12.814,2		16.594,2		17.577,0		4,16	4,12		4,10		4,09		4,06		
Γ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ Γ																			
- D.S.D	11.466,0	20.349,0		27.468,0		35.721,0		37.800,0		8,96	8,83		8,79		8,80		8,74		
- 2πλήβουτιά	12.994,8	23.062,2		31.130,4		40.412,4		42.840,0		10,15	10,00		9,97		9,96		9,91		
- Μάθημα O.W.D.	54.113,1	95.511,1		128.925,2		167.661,9		177.420,0		42,27	41,43		41,27		41,30		41,02		
ΣΥΝΟΛΟ Γ	78.573,90	138.922,30		187.523,60		243.795,30		258.060,00		51,38	60,25		60,03		60,06		59,67		

Πίνακας ΠΙV.5 : Ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων (συνέχεια)

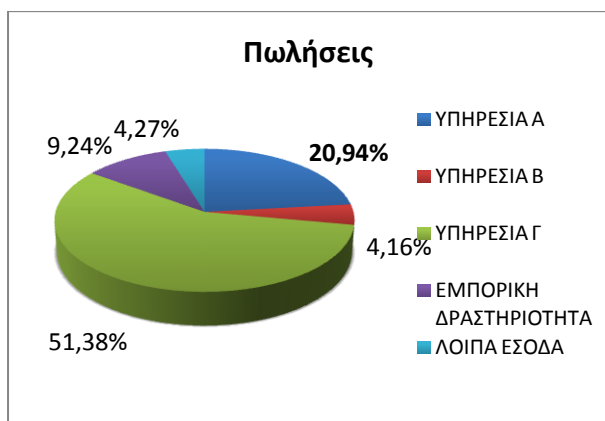
ΠΡΟΪΟΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Καθαρή Αξία σε €)					ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ (%)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
Δ. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ										
- Μάσκες	1.813,50	3.224,00	4.352,40	5.642,00	5.964,40	1,42	1,40	1,39	1,39	1,38
- Πέδουλα	2.988,00	5.312,00	7.171,20	9.296,00	9.827,20	2,33	2,30	2,30	2,29	2,27
- Πέδουλα παιδικά	545,60	992,00	1.339,20	1.240,00	1.835,20	0,43	0,43	0,43	0,31	0,42
- Αναπνευστήρες	342,00	608,00	820,80	1.064,00	1.124,80	0,27	0,26	0,26	0,26	0,26
- Στολές	1.504,80	2.675,20	3.511,20	4.681,60	5.016,00	1,18	1,16	1,12	1,15	1,16
- Τζάκετ	2.109,6	3.750,40	4.922,40	6.563,20	7.032,00	1,65	1,63	1,58	1,62	1,63
- Ρυθμιστές	2.528,4	5.418,00	7.224,00	9.030,00	9.752,40	1,98	2,35	2,31	2,22	2,25
ΣΥΝΟΛΟ Δ :	11.831,90	21.979,60	29.341,20	37.516,80	40.552,00	9,24	9,53	9,39	9,24	9,38
Ε. ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	5.470,00	9.690,00	13.080,00	17.000,00	18.000,00	4,27	4,20	4,19	4,19	4,16
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	128.011,60	230.559,70	312.376,00	405.928,30	432.486,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<p>Σημειώσεις:</p> <p>1) Τα ποσά στις στήλες που αφορούν στο ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ προκύπτουν από τον πολλαπλασιασμό της ποσότητας επί την τιμή μονάδας.</p> <p>2) Το ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ της υπηρεσίας ή του προϊόντος υπολογίζεται στο γενικό σύνολο των πωλήσεων</p> <p>3) Στα ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ συμπληρώνονται τα στοιχεία από τυχόν άλλες δραστηριότητες όπως η εκμίσθωση καταδυτικού εξοπλισμού κ.α.</p> <p>** Οι πωλήσεις για την ΥΠΗΡΕΣΙΑ Α υπολογίζονται στην περίπτωση που για το 50% των πακέτων γίνεται κράτηση on-line και για το υπόλοιπο 50%, κράτηση μέσω συνεργαζόμενου πρακτορείου που διατηρεί προμήθεια 20%. Οι αναγραφόμενες τιμές μονάδος αφορούν την on-line κράτηση.</p>										

Μια πιο ξεκάθαρη εικόνα για την προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών των πέντε πρώτων ετών δίνεται από το γράφημα που ακολουθεί:

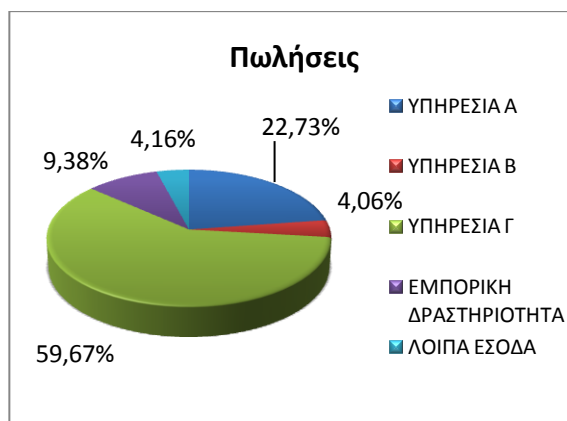


Γράφημα ΠΙV.1 Προβλεπόμενη παροχή υπηρεσιών

Από τους πίνακες ΠΙV.4 και ΠΙV.5 παρατηρείται πως στην περίπτωση του δυσμενούς σεναρίου, κύρια παρεχόμενη υπηρεσία της επιχείρησης καθόλη τη διάρκεια της πενταετίας 2013-2017 είναι η υπηρεσία Γ, σε αντίθεση με το κύριο σενάριο όπου το ποσοστό συμμετοχής της υπηρεσίας Γ επί των πωλήσεων έχει φθίνουσα τάση, με την υπηρεσία Α να φτάνει να κατέχει το σημαντικότερο ποσοστό των πωλήσεων κατά το 5^ο έτος. Στην προκειμένη περίπτωση, η αύξηση του ποσοστού συμμετοχής επί των πωλήσεων της υπηρεσίας Γ (από 51,38% σε 59,67%) είναι μεγαλύτερη από εκείνη της υπηρεσίας Α (από 20,94% σε 22,73%), από το 1^ο στο 5^ο έτος, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά στα γραφήματα ΠΙV.2 και ΠΙV.3.

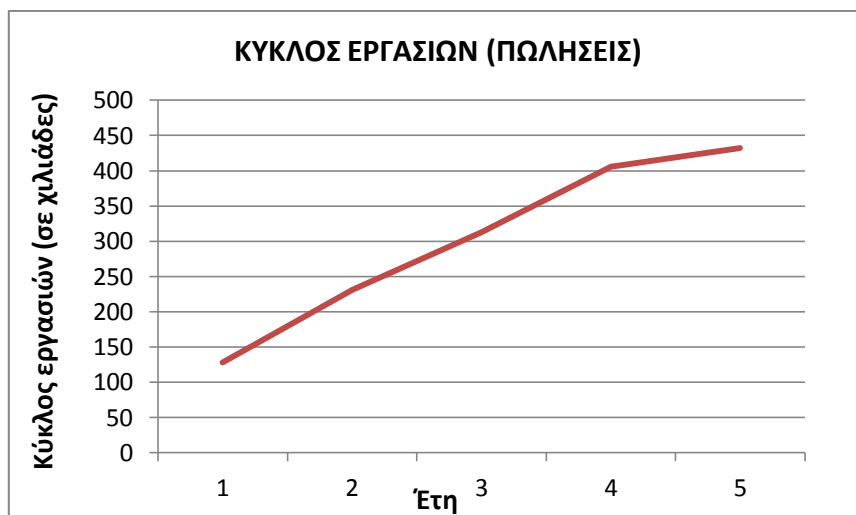


Γράφημα ΠΙV.2 Ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων κάθε υπηρεσίας στο γενικό σύνολο το 1^ο έτος

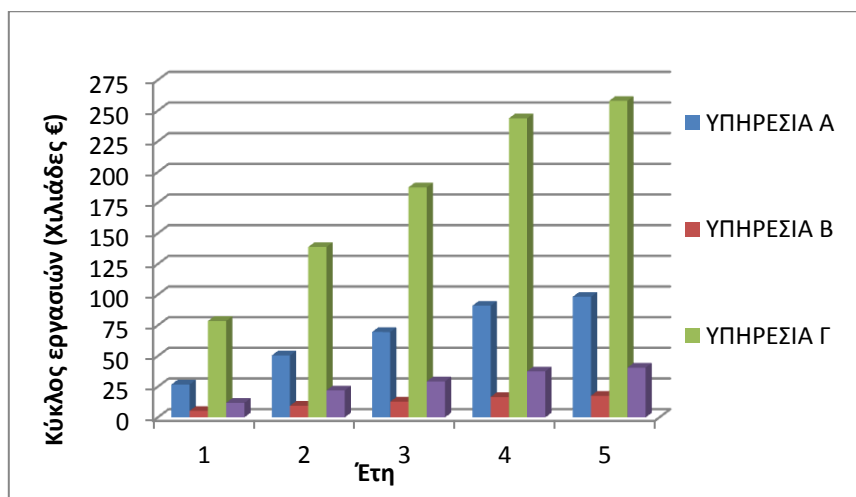


Γράφημα ΠΙV.3 Ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων κάθε υπηρεσίας στο γενικό σύνολο το 5^ο έτος

Το γεγονός αυτό είναι λογικό, δεδομένου ότι οι πωλήσεις της υπηρεσίας Α στηρίζονται κατά πολύ στην αναγνωρισιμότητα του Καταδυτικού Πάρκου στο εξωτερικό και στους Ευρωπαίους αυτοδύτες που λόγω αυτού θα προσέλθουν στην περιοχή. Στο διάγραμμα που ακολουθεί βλέπουμε την πορεία των πωλήσεων για την πενταετία 2013-2017, με το ρυθμό αύξησης να μειώνεται τα τελευταία δύο χρόνια.



Διάγραμμα ΠΙV.1 Κύκλος εργασιών της εταιρείας τα πέντε πρώτα χρόνια



Γράφημα ΠΙV.4 Κύκλος εργασιών ανά έτος

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V

Στο Παράρτημα αυτό παρατίθενται:

- Οι ισολογισμοί της εταιρείας “Thira Diving Center” που αφορούν στα έτη 2014-2017.
- Ο υπολογισμός του Νεκρού Σημείου Κύκλου Εργασιών και του Βαθμού Ασφάλειας

και αντίστοιχα για το **δυσμενές σενάριο**:

- Οι ισολογισμοί της εταιρείας “Thira Diving Center”, των ετών 2014-2017
- Ο υπολογισμός του Νεκρού Σημείου Κύκλου Εργασιών και του Βαθμού Ασφάλειας

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΧΡΗΣΗΣ (Ποσά σε Ευρώ)

Πίνακας ΠΝ.1 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί 2^{ου}, 3^{ου}, 4^{ου} και 5^{ου} έτους της “Thira Diving Center”

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2^ο Έτος	3^ο Έτος	4^ο Έτος	5^ο Έτος
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Κτήρια	50.600,00	46.200,00	41.800,00	37.400,00
Μηχανήματα	147.337,00	122.273,00	97.209,00	72.144,00
Μείον Αποσβέσεις	29.464,00	29.464,00	29.464,00	29.464,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	168.473,00	139.009,00	109.545,00	80.080,00
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Αποθέματα (INV)	2.896,00	3.382,00	3.715,00	4.106,00
Εισπρακτέα (AR)	22.381,00	26.053,00	29.623,00	32.594,00
Ταμείο	238.189,00	429.368,00	642.772,00	885.708,00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ/ΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	263.466,00	458.803,00	676.110,00	922.408,00
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	431.939,00	597.812,00	785.655,00	1.002.488,00
ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ				
Κεφάλαιο (Cap)	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Αδιανέμητα κέρδη (RE)	191.292,00	351.003,00	533.740,00	749.627,00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	241.292	401.003	583.740	799.627
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ				
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ				
Μακροχρόνια δάνεια (LTL)	127.610,00	120.851,00	113.688,00	106.094,00
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ				
Πληρωτέα (AP)	11.449,00	13.493,00	15.836,00	17.155,00
Προκαταβολές Πελατών	51.588,00	62.465,00	72.391,00	79.612,00
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	190.647,00	196.809,00	201.915,00	202.861,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	431.939	597.812	785.655	1.002.488

Πίνακας ΠΝ.2 Υπολογισμός Νεκρού Σημείου Κύκλου Εργασιών & Βαθμού Ασφάλειας

	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	321.008 €	473.545 €	552.256 €	626.447 €	689.704 €
ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ	7.010 €	6.380 €	5.980 €	6.290 €	7.225 €
Δαπάνες Μισθοδοσίας	50.500 €	50.500 €	50.500 €	50.500 €	50.500 €
Δαπάνη μίσθωσης κτηρίου	1.600,00 €	1.600,00 €	1.600,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Δαπάνες Συνδρομών	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €
Δαπάνες Ασφάλισης	1.225,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €
Τέλη κυκλοφορίας	904,00€	904,00 €	904,00 €	904,00 €	904,00 €
Δαπάνες Συντήρησης & Καυσίμων	6.592,73 €	8.552,23 €	9.803,86 €	10.624,11 €	11.505,98 €
Δαπάνες ηλεκτρικής ενέργειας	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €
Δαπάνες νερού, τηλεφώνου/Internet	475,00€	475,00 €	475,00 €	475,00€	475,00 €
Δαπάνες Τεστ μπουκαλών	-	-	600 €	-	
Τόκοι	8.400,00 €	8.039,00 €	7.657,00 €	7.251,00 €	6.821,00€
Αποσβέσεις	24.158,00€	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €
ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	105.847 €	112.262 €	113.332 €	113.356 €	114.743 €
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
Κόστος Πωληθέντων:					
- Αμοιβές προσωπικού (εποχιακοί)	130.759 €	201.898 €	234.290 €	275.791 €	299.742 €
- Προμήθειες					
- Κόστος αγοράς εμπορεύματος					
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ:					
- Προσφορές 3ήμερων Προγραμμάτων	10.000 €	20.000 €	13.800 €	22.190 €	20.000 €
ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	140.759 €	221.898 €	248.090 €	297.981 €	319.742 €
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ					
- Σε Ευρώ	188.504 €	211.253 €	205.770 €	216.191 €	213.910 €
- Επί % του κύκλου εργασιών	58,72	44,61	37,26	34,51	31,01
ΒΑΘΜΟΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ (%)	41,28	55,39	62,74	65,49	68,99
<p>Σημειώσεις:</p> <p>Ο υπολογισμός του Νεκρού Σημείου και του Βαθμού Ασφάλειας έγιναν από τους παρακάτω τύπους:</p> <p>(Ν.Σ.) Νεκρό Σημείο = (ΚΕ*ΣΔ)/ (ΚΕ-ΜΔ)</p> <p>(α) Βαθμός Ασφάλειας (%) = (ΚΕ- ΝΣ)/ΚΕ όπου,</p> <p>ΚΕ: Κύκλος Εργασιών, ΣΔ: Σταθερές Δαπάνες, ΜΔ: Μεταβλητές Δαπάνες</p>					

ΔΥΣΜΕΝΕΣ ΣΕΝΑΡΙΟ

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΧΡΗΣΗΣ (Ποσά σε Ευρώ)

Πίνακας ΠΝ.3 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί 2^{ου}, 3^{ου}, 4^{ου} και 5^{ου} έτους της "Thira Diving Center"

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Κτήρια	50.600,00	46.200,00	41.800,00	37.400,00
Μηχανήματα	147.337,00	122.273,00	97.209,00	72.144,00
Μείον Αποσβέσεις	29.464,00	29.464,00	29.464,00	29.464,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	168.473,00	139.009,00	109.545,00	80.080,00
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
Αποθέματα (INV)	1.529,00	2.016,00	2.564,00	2.753,00
Εισπρακτέα (AR)	10.353,00	14.052,00	18.293,00	19.465,00
Ταμείο	-	104.700,00	271.186,00	447.560,00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ/ΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	11.882,00	120.768,00	292.043,00	469.778,00
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	180.355,00	259.777,00	401.587,00	549.858,00
ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ				
Κεφάλαιο (Cap)	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Αδιανέμητα κέρδη (RE)	-14.843,00	70.276,00	214.248,00	368.231,00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	35.157,00	120.276,00	264.248,00	418.231,00
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ				
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ				
Μακροχρόνια δάνεια (LTL)	127.610,00	120.851,00	113.688,00	106.094,00
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ				
Βραχυχρόνια δάνεια (STL)	3.426,00			
Πληρωτέα (AP)	4.066,00	4.727,00	5.447,00	5.873,00
Προκαταβολές Πελατών	10.096,00	13.923,00	18.204,00	19.659,00
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	145.198,00	139.501,00	137.339,00	131.626,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	180.355,00	259.777,00	401.587,00	549.858,00

Πίνακας ΠΝ.4 Υπολογισμός Νεκρού Σημείου Κύκλου Εργασιών & Βαθμού Ασφάλειας

	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	122.542 €	220.870 €	299.296 €	388.928 €	414.486 €
ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ	7.010 €	6.380 €	5.980 €	6.290 €	7.225 €
Δαπάνες Μισθοδοσίας	50.500 €	50.500 €	50.500 €	50.500 €	50.500 €
Δαπάνη μίσθωσης κτηρίου	1.600,00 €	1.600,00 €	1.600,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Δαπάνες Συνδρομών	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €	1.382,00 €
Δαπάνες Ασφάλισης	1.225,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €	1.365,75 €
Τέλη κυκλοφορίας	904,00€	904,00 €	904,00 €	904,00 €	904,00 €
Δαπάνες Συντήρησης & Καυσίμων	3.524,23	5.173,48	6.342,23	7.657,61	7.984,86
Δαπάνες ηλεκτρικής ενέργειας	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €	3.600,00 €
Δαπάνες νερού, τηλεφώνου/Internet	475,00€	475,00 €	475,00 €	475,00 €	475,00 €
Δαπάνες Τεστ μπουκαλών	-	-	600 €	-	
Τόκοι	14.123,00 €	11.608,00 €	7.657,00 €	7.251,00 €	6.821,00€
Αποσβέσεις	24.158,00€	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €	29.464,25 €
ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	108.502 €	112.452 €	109.870 €	110.390 €	111.222 €
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
Κόστος Πωληθέντων:					
- Αμοιβές προσωπικού (εποχιακοί)	57.735,12 €	77.704,43 €	93.207,62 €	110.283,78 €	118.785,64 €
- Προμήθειες					
- Κόστος αγοράς εμπορεύματος					
Δαπάνες Προγράμματος Μάρκετινγκ:					
- Προσφορές 3ήμερων Προγραμμάτων	5.000 €	10.000 €	6.900 €	11.095 €	10.000 €
ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	62.735,12 €	87.704,43 €	100.107,62 €	121.378,78 €	128.785,64 €
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ					
- Σε Ευρώ	222.316 €	186.514 €	165.088 €	160.471 €	161.358 €
- Επί % του κύκλου εργασιών	181,42 %	84,45 %	55,16 %	41,26 %	38,93 %
ΒΑΘΜΟΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ (%)	-81,42	15,55	44,84	58,74	61,07
<p>Σημειώσεις:</p> <p>Ο υπολογισμός του Νεκρού Σημείου και του Βαθμού Ασφάλειας έγιναν από τους παρακάτω τύπους:</p> <p>(Ν.Σ.) Νεκρό Σημείο = (ΚΕ*ΣΔ)/ (ΚΕ-ΜΔ)</p> <p>(α) Βαθμός Ασφάλειας (%) = (ΚΕ- ΝΣ)/ΚΕ όπου,</p> <p>ΚΕ: Κύκλος Εργασιών, ΣΔ: Σταθερές Δαπάνες, ΜΔ: Μεταβλητές Δαπάνες</p>					

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI

Στο Παράρτημα αυτό παρατίθενται:

- Αναλυτικοί πίνακες με τις τιμές των παραμέτρων όπως προκύπτουν για κάθε μεταβολή -10%, 10%, -20% και 20%, αλλά και η επίδραση αυτών στην τιμή της ΚΠΑ καθώς και οι ποσοστιαίες μεταβολές τους
- Το Διάγραμμα Tornado για μείωση των παραμέτρων κατά 10%

Πίνακας ΠVI.1 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «αριθμός 3ήμερων πακέτων»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
216	-20%	311.128,00	-19,40
243	-10%	348.571,00	-9,70
270	0	386.015,00	0,00
297	10%	423.459,00	9,70
324	20%	460.903,00	19,40

Πίνακας ΠVI.2 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «αριθμός 8ήμερων πακέτων»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
108,0	-20%	316.495,00	-18,01
121,5	-10%	351.255,00	-9,00
135,0	0	386.015,00	0,00
148,5	10%	420.775,00	9,00
162,0	20%	455.535,00	18,01

Πίνακας ΠVI.3 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «αριθμός 8ήμερων πακέτων Plus»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
21,6	-20%	365.506,00	-5,31
24,3	-10%	375.760,00	-2,66
27,0	0	386.015,00	0,00
29,7	10%	396.270,00	2,66
32,4	20%	406.525,00	5,31

Πίνακας ΠVI.4 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «αριθμός πελατών των O.W.D.»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
266,4	-20%	330.659,00	-14,34
299,7	-10%	358.337,00	-7,17
333,0	0	386.015,00	0,00
366,3	10%	413.693,00	7,17
399,6	20%	441.371,00	14,34

Πίνακας ΠΝΙ.5 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Ποσοστό κρατήσεων μέσω πρακτορείου»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
0,40	-20%	404.614,00	4,82
0,45	-10%	395.315,00	2,41
0,50	0	386.015,00	0,00
0,55	10%	376.716,00	-2,41
0,60	20%	367.416,00	-4,82

Πίνακας ΠΝΙ.6 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Δαπάνες μάρκετινγκ»

Τιμή Παραμέτρου ανά έτος					Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
1ο	2ο	3ο	4ο	5ο			
11.508	19.279	14.399	20.559	20.855	-20%	400.172,00	3,67
13.209	21.917	16.377	23.407	23.578	-10%	393.093,00	1,83
14.910	24.555	18.355	26.255	26.300	0	386.015,00	0,00
16.611	27.193	20.333	29.103	29.023	10%	378.936,00	-1,83
18.312	29.831	22.311	31.951	31.745	20%	371.858,00	-3,67

Πίνακας ΠΝΙ.7 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Ποσοστό αύξησης/ έτος Υπηρεσίας Γ»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
0,08	-20%	368.232,00	-4,61
0,09	-10%	377.043,00	-2,32
0,10	0	386.015,00	0,00
0,11	10%	395.150,00	2,37
0,12	20%	404.449,00	4,78

Πίνακας ΠΝΙ.8 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (1^ο σε 2^ο έτος)»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
0,48	-20%	333.467,00	-13,61
0,54	-10%	359.741,00	-6,81
0,60	0	386.015,00	0,00
0,66	10%	412.289,00	6,81
0,72	20%	438.563,00	13,61

Πίνακας ΠVI.9 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (2^ο σε 3^ο έτος)»

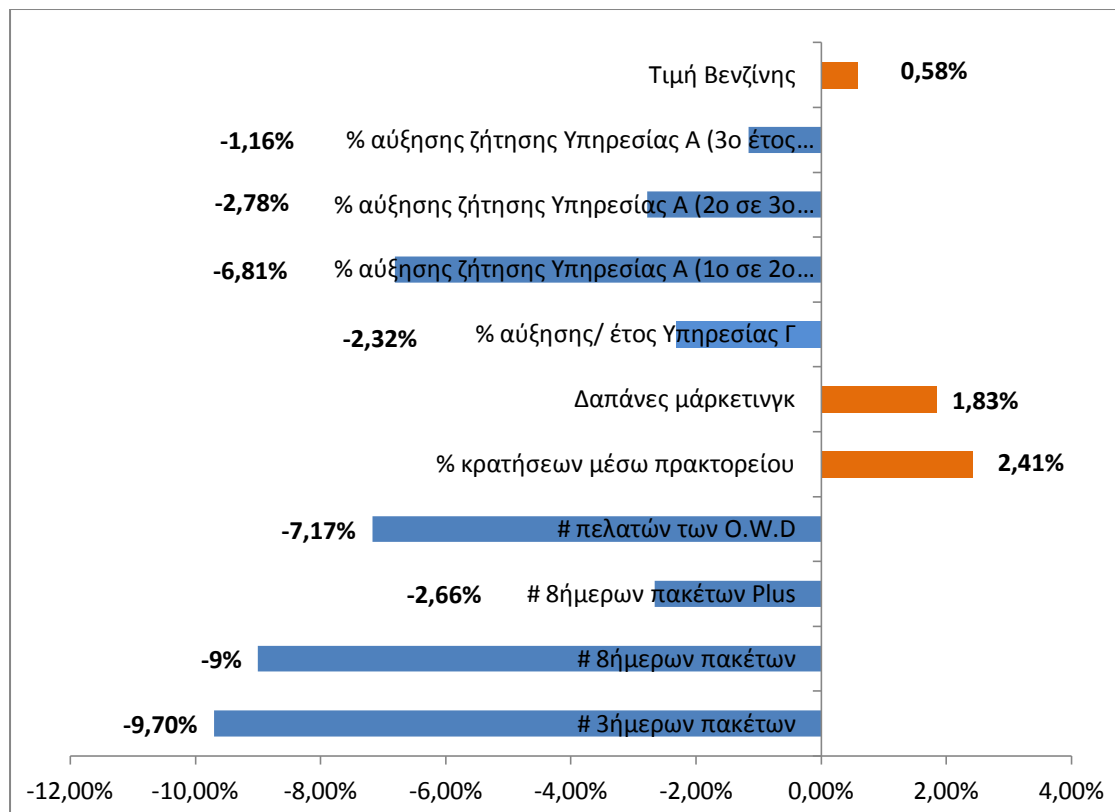
Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
0,200	-20%	364.573,00	-5,55
0,225	-10%	375.294,00	-2,78
0,250	0	386.015,00	0,00
0,275	10%	396.736,00	2,78
0,300	20%	407.457,00	5,55

Πίνακας ΠVI.10 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Ποσοστό αύξησης ζήτησης Υπηρεσίας Α (3^ο έτος και μετά)»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
0,08	-20%	377.103,00	-2,31
0,09	-10%	381.547,00	-1,16
0,10	0	386.015,00	0,00
0,11	10%	390.508,00	1,16
0,12	20%	395.026,00	2,33

Πίνακας ΠVI.11 Μεταβολή τιμής και ποσοστού της ΚΠΑ στις μεταβολές των τιμών της παραμέτρου «Τιμή Βενζίνης»

Τιμή Παραμέτρου	Ποσοστιαία μεταβολή	Τιμή ΚΠΑ	Ποσοστιαία Μεταβολή
1,36	-20%	390.519,00	1,17
1,53	-10%	388.267,00	0,58
1,70	0	386.015,00	0,00
1,87	10%	383.763,00	-0,58
2,04	20%	381.511,00	-1,17



Διάγραμμα ΠΝΙ.1 Διάγραμμα Tornado για μείωση των παραμέτρων κατά 10%