



ΕΚΕΤΑ – ΙΜΕΤ: ΣΧΕΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ (Π6.2)

31/10/2021



Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	5
2. Στρατηγικοί στόχοι και οφέλη από την πλατφόρμα και τις υπηρεσίες της.....	7
2.1. Σκοπός και στόχοι από την ανάπτυξη της πλατφόρμας NAYΣ	7
2.2. Δομή και υπηρεσίες της πλατφόρμας NAYΣ	8
2.2.1. Τελικοί χρήστες της πλατφόρμας.....	10
2.2.2. Δομή της πλατφόρμας NAYΣ.....	10
2.3. Αναγκαιότητα της πλατφόρμας NAYΣ	12
2.3.1. Πλεονεκτήματα και οφέλη των χρηστών από τη πλατφόρμα NAYΣ.....	12
2.3.2. Ευρύτερα κοινωνικο-οικονομικά οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας NAYΣ.....	14
3. Υφιστάμενη κατάσταση αγοράς	16
3.1. Αξιολόγηση μακρο-περιβάλλοντος της πλατφόρμας NAYΣ.....	16
3.1.1. Πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον	16
3.1.2. Οικονομικό περιβάλλον	24
3.1.3. Κοινωνικό περιβάλλον	25
3.1.4. Τεχνολογικό περιβάλλον.....	26
3.2. Αξιολόγηση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της πλατφόρμας NAYΣ	27
3.3. Ανάλυση SWOT.....	28
4. Επιλογή αγορών - στόχων.....	31
4.1. Τμηματοποίηση της αγοράς.....	31
4.2. Στόχευση στα επιμέρους τμήματα της αγοράς	32
4.2.1. Περιγραφή των επιμέρους τμημάτων αγοράς	32
4.2.2. Αξιολόγηση των επιμέρους τμημάτων της αγοράς	37
4.2.3. Επιλογή τμημάτων - στόχων της αγοράς.....	37
5. Στρατηγικές και στόχοι προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYΣ	39
5.1. Στάδιο κύκλου ζωής της πλατφόρμας NAYΣ.....	39
5.2. Φάση αγοράς	40
5.3. Γενικοί στόχοι.....	40
5.4. Επιμέρους στόχοι προβολής και προώθησης της πλατφόρμας NAYΣ.....	41
5.5. Στρατηγικές στόχευσης προβολής και προώθησης της πλατφόρμας NAYΣ	41

6.	Σχέδιο δράσης προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYΣ.....	43
6.1.	Πλάνο υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ.....	43
6.2.	Πλάνο τιμολόγησης των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ.....	44
6.3.	Πλάνο διανομής των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ	47
6.3.1.	Στόχοι διανομής.....	47
6.3.2.	Φυσική διανομή	48
6.3.3.	Επιλογή δικτύου διανομής.....	48
6.4.	Πλάνο πωλήσεων των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ	48
6.4.1.	Στόχοι πωλήσεων.....	48
6.4.2.	Περιοχές πωλήσεων.....	49
6.4.3.	Μέγεθος δύναμης των πωλητών	49
6.4.4.	Οργάνωση δύναμης των πωλητών.....	49
6.4.5.	Άντληση και επιλογή νέων πωλητών	50
6.4.6.	Εκπαίδευση των πωλητών	51
6.4.7.	Αμοιβές πωλητών.....	51
6.5.	Πλάνο προβολής και επικοινωνίας της πλατφόρμας NAYΣ.....	52
6.5.1.	Στόχοι προβολής και επικοινωνίας.....	52
6.5.2.	Εργαλεία προβολής.....	52
6.5.3.	Μηνύματα.....	56
6.5.4.	Υποστηρικτικές ενέργειες προβολής και επικοινωνίας	57
6.5.5.	Προϋπολογισμός πλάνου προβολής και επικοινωνίας	57
7.	Οργανωτικό σχήμα διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας NAYΣ	59
8.	Προϋπολογισμός σχεδίου της πλατφόρμας NAYΣ.....	62
8.1.	Προϋπολογισμός κόστους μισθοδοσίας.....	62
8.2.	Προϋπολογισμός προγράμματος προβολής και επικοινωνίας	62
8.3.	Προϋπολογισμός γενικών και απρόβλεπτων εξόδων.....	63
8.4.	Προϋπολογισμός πωλήσεων – Ανάλυση νεκρού σημείου	63
8.4.1.	Σενάριο Α	63
8.4.2.	Σενάριο Β	65
8.5.	Συμπεράσματα.....	66
9.	Επιχειρηματική βιωσιμότητα και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της πλατφόρμας NAYΣ.....	68

9.1. Οικονομική υπευθυνότητα	68
9.2. Κοινωνική υπευθυνότητα.....	70
9.3. Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα	71
10. Προτάσεις για την επιτυχή λειτουργία και αξιοποίηση της πλατφόρμας NAYΣ.....	73
Βιβλιογραφικές αναφορές	75
Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία	75
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία.....	75
Θεσμικά πλαίσια.....	77
Διαδικτυακοί τόποι.....	81

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1: Διαδικασία λειτουργίας και χρήσης της πλατφόρμας NAYΣ.....	8
Εικόνα 2: Στιγμιότυπο οθόνης στην καρτέλα Προϊόντων για Επιβάτες Κρουαζιέρας της πλατφόρμας NAYΣ.....	9
Εικόνα 3: Ο κύκλος ζωής προϊόντος και τα επιμέρους στάδιά του	39
Εικόνα 4: Προτεινόμενη οργανωτική δομή της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας NAYΣ	59
Εικόνα 5: Τριπλό αποτέλεσμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Πλατφόρμας NAYΣ	68
Εικόνα 6: Οικονομική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYΣ	69
Εικόνα 7: Κοινωνική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYΣ	71
Εικόνα 8: Περιβαλλοντική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYΣ	72

Πίνακας Πινάκων

Πίνακας 1: Αποτελέσματα ανάλυσης PORTER.....	27
Πίνακας 2: Αποτελέσματα ανάλυσης SWOT.	28
Πίνακας 3: Αξιολόγηση των επιμέρους τμημάτων της αγοράς.	37
Πίνακας 4: Προτεινόμενος προϋπολογισμός πλάνου προβολής και επικοινωνίας για την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας NAYΣ	57
Πίνακας 5: Προϋπολογισμός κόστους μισθοδοσίας.	62
Πίνακας 6: Προϋπολογισμός γενικών και απρόβλεπτων εξόδων.	63
Πίνακας 7: Προϋπολογισμός εσόδων πλατφόρμας για το σενάριο Α.	64
Πίνακας 8: Προϋπολογισμός εξόδων πλατφόρμας για το σενάριο Α.....	64
Πίνακας 9: Υπολογισμός νεκρού σημείου για το σενάριο Α.....	65
Πίνακας 10: Προϋπολογισμός εσόδων πλατφόρμας για το σενάριο Β.	65
Πίνακας 11: Υπολογισμός νεκρού σημείου για το σενάριο Β.....	66

1. Εισαγωγή

Στο πλαίσιο ανάλυσης της αγοράς και εμπορικής εκμετάλλευσης της πλατφόρμας ΝΑΥΣ, η διερεύνηση τόσο της υφιστάμενης κατάστασης της αγοράς στην οποία στοχεύει η πλατφόρμα, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της όσο και της βιωσιμότητας τους είναι απαραίτητη για την αξιοποίηση της μετά τη λήξη της Πράξης ΝΑΥΣ. Καθώς η ανάλυση της αγοράς και η διερεύνηση της βιωσιμότητας της πλατφόρμας αναλύθηκαν στο Παραδοτέο 6.1 «Εμπορική εκμετάλλευση και Ανάλυση βιωσιμότητας» της Πράξης, στο παρόν Παραδοτέο 6.2 «Σχέδιο λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας» καταρτίζεται λεπτομερώς το σχέδιο λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας. Το σχέδιο προτείνει το οργανωτικό σχήμα της διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας, καθώς επίσης τα επιμέρους σχέδια – πλάνα για τη λειτουργία, προώθηση και αξιοποίηση της. Μέσα από τα σχέδια – πλάνα αυτά εξετάζονται και προτείνονται οι στρατηγικές και οι δράσεις μέσα από τις οποίες δύναται να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της πλατφόρμας με όρους κυρίως οικονομικούς, αλλά και κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς.

Αναλυτικότερα, αρχικά παρουσιάζεται στην Ενότητα 2 η πλατφόρμα, αναδεικνύοντας τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προωθεί και προσδιορίζοντας τους τελικούς δυνητικούς της χρήστες, όπως προέκυψαν από προηγούμενες δράσεις της Πράξης (Παραδοτέα 4.1 «Ανάλυση των αναγκών των χρηστών της πλατφόρμας», Παραδοτέο 4.2 «Βασική αρχιτεκτονική της πλατφόρμας» και Παραδοτέο 4.2β «Εγχειρίδιο χρήσης της πλατφόρμας»). Επισημαίνονται, επίσης, τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα ως προς τη δομή και τις λειτουργίες της βάσει των αποτελεσμάτων του Πακέτου Εργασίας 4 «Αρχιτεκτονική της πλατφόρμας», καθώς και τα οφέλη της για τους τελικούς χρήστες, όπως αυτά προέκυψαν από τις δράσεις που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1 και συγκεκριμένα την έρευνα ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων που διεξήχθη σε ενδιαφερόμενους φορείς (παραγωγοί / προμηθευτές, εταιρείες κρουαζιέρας, εκπρόσωποι εταιρειών κρουαζιέρας, λιμενικοί φορείς, επιμελητήρια, κ.α.), αλλά και μέσα από τις απόψεις των φορέων αυτών, όπως καταγράφηκαν από την τελική εκδήλωση της Πράξης στη Μυτιλήνη (27-28/10/2021).

Στη συνέχεια, στην Ενότητα 3 παρουσιάζεται η υφιστάμενη κατάσταση της αγοράς βάσει των αποτελεσμάτων που εξήχθησαν στο πλαίσιο του Παραδοτέου 3.1 «Αξιολόγηση υφιστάμενης κατάστασης» και του Παραδοτέου 6.1. Από το Παραδοτέο 6.1 αντλήθηκαν κυρίως τα συμπεράσματα που προέκυψαν μέσα από τις αναλύσεις PORTER και SWOT. Η ανάλυση της αγοράς εμπλουτίστηκε μέσα από την εφαρμογή ανάλυσης PEST σύμφωνα με την οποία αξιολογήθηκε λεπτομερώς το μακρο-περιβάλλον της πλατφόρμας με ιδιαίτερη έμφαση στο πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον που την διέπει. Στην Ενότητα 4 πραγματοποιήθηκε η τμηματοποίηση της αγοράς και τα επιμέρους τμήματα που διαμορφώθηκαν αξιολογήθηκαν ως προς την ελκυστικότητά τους με σκοπό να επιλεγούν αυτά στα οποία είναι αποδοτικότερο να εστιάσουν οι δράσεις του σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας. Στην Ενότητα 5 προσδιορίστηκαν οι στρατηγικές

και οι στόχοι του σχεδίου προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας μέσα από την ανάλυση του κύκλου ζωής της πλατφόρμας και της φάσης της αγοράς.

Το προτεινόμενο σχέδιο προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας καταρτίζεται στην Ενότητα 6 μέσα από το οποίο προσδιορίστηκαν τα επιμέρους πλάνα υπηρεσιών, τιμολόγησης, διανομής, πωλήσεων και προβολής και επικοινωνίας για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της πλατφόρμας. Για την κατάρτιση των πλάνων αυτών αξιοποιήθηκαν επίσης τα αποτελέσματα από την αξιολόγηση της πλατφόρμας, όπως παρουσιάζονται στο Παραδοτέο 5.2 «Αξιολόγηση της πλατφόρμας». Στην Ενότητα 7 προτείνεται το οργανωτικό σχήμα της διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας ΝΑΥΣ. Τόσο στην κατάρτιση του σχεδίου προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας όσο και στον προσδιορισμό του καταλληλότερου οργανωτικού σχήματος διαχείρισης και λειτουργίας συνεισέφεραν οι Περιφέρειες Βορείου και Νοτίου Αιγαίου και το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο ως Δικαιούχοι της Πράξης ΝΑΥΣ, παρέχοντας ουσιώδεις εναλλακτικές προτάσεις.

Για την επιτυχή εφαρμογή του σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας είναι απαραίτητο να εξεταστεί ο απαιτούμενος προϋπολογισμός, ο οποίος δύναται να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της. Ο προϋπολογισμός καταρτίστηκε αναφορικά με τα κόστη μισθοδοσίας, του προγράμματος προβολής και επικοινωνίας, των γενικών και απρόβλεπτων εξόδων και των πωλήσεων. Ο προϋπολογισμός πωλήσεων συμπληρώνεται από αντίστοιχη ανάλυση νεκρού σημείου, η οποία ενισχύεται με την κατασκευή σεναρίων τα οποία συνεισφέρουν τόσο στη διερεύνηση της βιωσιμότητας της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας όσο και στον καθορισμό των απαιτούμενων πωλήσεων ούτως ώστε η βιωσιμότητα αυτή να επιτευχθεί. Οι προϋπολογισμοί αυτοί περιέχονται στην Ενότητα 8, ενώ για την κατάρτισή τους συνέβαλε το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο, το οποίο πραγματοποίησε αντίστοιχη διερεύνηση συγκεκριμένα για την Κύπρο. Στην Ενότητα 9 εξετάζεται ολιστικά η επιχειρηματική βιωσιμότητα της πλατφόρμας και η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στην οποία συνέδραμε ουσιαστικά το Ερευνητικό Ίδρυμα του Πανεπιστημίου Λευκωσίας. Καθώς η οικονομική υπευθυνότητα της διερευνήθηκε ενδελεχώς στην προηγούμενη ενότητα, στο σημείο αυτό αναδεικνύεται η δυνατότητά της να εξασφαλίσει την κοινωνική και περιβαλλοντική της υπευθυνότητα και να συμβάλει στην επίτευξη των ευρύτερων στόχων βιωσιμότητας σε εθνικό, διασυνοριακό, αλλά και Ευρωπαϊκό επίπεδο. Στην Ενότητα 10 παρουσιάζονται συμπληρωματικές προτάσεις, οι οποίες έχουν διατυπωθεί καθ' όλη τη διάρκεια της Πράξης ΝΑΥΣ μέσα από τις δράσεις της και ειδικότερα μέσω της έρευνας ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων που διεξήχθη στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, τις συναντήσεις εργασίας που έχουν υλοποιηθεί κατά τη διάρκεια της Πράξης, καθώς και από την προαναφερθείσα τελική εκδήλωση της Πράξης στη Μυτιλήνη.

2. Στρατηγικοί στόχοι και οφέλη από την πλατφόρμα και τις υπηρεσίες της

Η ακόλουθη ενότητα παρουσιάζει το σκοπό και τους στόχους από την ανάπτυξη της πλατφόρμας NAYΣ αναφορικά με τους χρήστες της και το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον των νησιωτικών περιφερειών της Κρήτης, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου της Ελλάδας και την Κύπρο (Ενότητα 2.1). Στη συνέχεια, περιγράφεται συνοπτικά η πλατφόρμα NAYΣ αναφορικά με τις βασικές λειτουργίες και υπηρεσίες της, τους τελικούς της χρήστες και τη δομή / αρχιτεκτονική της, όπως αυτά προέκυψαν από προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYΣ¹ (Ενότητα 2.2). Τέλος, αναδεικνύεται η αναγκαιότητα ανάπτυξής της, παρουσιάζοντας τα πλεονεκτήματα και οφέλη της ως προς τους τελικούς της χρήστες και ως προς το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον των παραπάνω περιοχών (Ενότητα 2.3).

2.1. Σκοπός και στόχοι από την ανάπτυξη της πλατφόρμας NAYΣ

Η ανάπτυξη της πλατφόρμας NAYΣ αποσκοπεί στη σύζευξη της προσφοράς και ζήτησης προϊόντων τα οποία παράγονται τοπικά στην Ελλάδα και την Κύπρο και μπορούν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες της βιομηχανίας της κρουαζιέρας σε τρόφιμα και ποτά. Κύριος στόχος της πλατφόρμας είναι η εμπορική προώθηση των προϊόντων αυτών, η υποστήριξη της διαχείρισης και εξυπηρέτησης της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας, καθώς και η παροχή υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας προς τους τελικούς της χρήστες ούτως ώστε να ενισχυθεί η κερδοφορία τους. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες της ανταποκρίνονται στις σύγχρονες ανάγκες των χρηστών της, όπως αυτές προέκυψαν από προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYΣ, με σκοπό την ανάπτυξη ενός προϊόντος με εξατομικευμένες υπηρεσίες και εργαλεία απευθυνόμενα συγκεκριμένα σε αυτούς, γεγονός που μπορεί να εξασφαλίσει και την εκτενή της χρήση.

Παράλληλα, στοχεύει στη δημιουργία ενός καινοτόμου δικτύου συνεργασίας, υποστηρίζοντας έτσι την ανάπτυξη οικονομιών κλίμακας τόσο στον παραγωγικό τομέα της Ελλάδας και της Κύπρου σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο όσο και μεταξύ των χρηστών της. Οι οικονομίες

¹ Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις δράσεις αυτές είναι διαθέσιμες στις ακόλουθες πηγές:

1. Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (2019). [Έκθεση αξιολόγησης υφιστάμενης κατάστασης \(Π3.1\)](#). Παραδοτέο 3.1 της Πράξης NAYΣ.
2. Περιφέρεια Κρήτης (2020). [Ανάλυση των αναγκών των χρηστών της πλατφόρμας \(Π4.1\)](#). Παραδοτέο 4.1 της Πράξης NAYΣ.
3. Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (2020). [Βασική αρχιτεκτονική της πλατφόρμας \(Π.4.2\)](#). Παραδοτέο 4.2 της Πράξης NAYΣ.
4. ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ (2020). [Εγχειρίδιο χρήσης της πλατφόρμας \(Π.4.2β\)](#). Παραδοτέο 4.2β της Πράξης NAYΣ.

αυτές κλίμακας δύνανται να ενισχύσουν την διεπαφή και επικοινωνία μεταξύ των τελικών χρηστών της πλατφόρμας, καθώς και την ανταλλαγή χρήσιμων πληροφοριών μεταξύ τους σχετικά με τις ανάγκες των εφοδιαστικών αλυσίδων της κρουαζιέρας.

Για την επίτευξη των παραπάνω, η ανάπτυξη της πλατφόρμας επιδίωξε την υιοθέτηση καινοτόμων τεχνικών σύζευξης της προσφοράς και της ζήτησης. Αναλυτικότερα, η ενσωμάτωση και αξιοποίηση σύγχρονων προηγμένων τεχνολογικών εργαλείων αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επίτευξη των παραπάνω, την προσφορά του βέλτιστου δυνατού αποτελέσματος και τη μελλοντική επέκταση των λειτουργιών και υπηρεσιών της πλατφόρμας ούτως ώστε να καλύψει τυχόν νέες ανάγκες των τελικών της χρηστών. Επιπροσθέτως, εξασφαλίζει τη δυνατότητα διαλειτουργικότητας της πλατφόρμας με τρίτα συστήματα (π.χ. Εθνική και Ευρωπαϊκή Ενιαία Ναυτιλιακή Θυρίδα, συστήματα πληροφοριών λιμενικών φορέων, κ.λπ.) και την ενίσχυση της συμμετοχής και συνεισφοράς λοιπών ενδιαφερόμενων φορέων (π.χ. κυβερνητικούς οργανισμούς, λιμενικές αρχές, τοπικοί και περιφερειακοί φορείς και εταιρείες, κ.λπ.) στα παραπάνω.

2.2. Δομή και υπηρεσίες της πλατφόρμας NAYS

Η πλατφόρμα NAYS αποτελεί ένα καινοτόμο δίκτυο συνεργασίας μεταξύ της βιομηχανίας της κρουαζιέρας και παραγωγών / προμηθευτών τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων που παράγονται σε προορισμούς κρουαζιέρας της Ελλάδας και της Κύπρου. Η κύρια υπηρεσία της συνοψίζεται στην παροχή υπηρεσιών υποστήριξης της διαχείρισης και εξυπηρέτησης της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας, όπου παραγωγοί / προμηθευτές των παραπάνω προϊόντων μπορούν να προωθούν τα υψηλής ποιότητας προϊόντα τους. Τα τελευταία προβλέπεται να διατεθούν για τον εφοδιασμό των κρουαζιερόπλοιων και των καταστημάτων που φέρουν και σε επιβάτες κρουαζιέρας, οι οποίοι ενδιαφέρονται να δοκιμάσουν τοπικά προϊόντα ελληνικών και κυπριακών προορισμών κρουαζιέρας.



Εικόνα 1: Διαδικασία λειτουργίας και χρήσης της πλατφόρμας NAYS. (Πηγή: ίδια επεξεργασία)

Η διαδικασία λειτουργίας της πλατφόρμας συνοψίζεται στα εξής: (α) στην καταχώρηση των διαθέσιμων προϊόντων από τους παραγωγούς / προμηθευτές, (β) στην αναζήτηση των επιθυμητών προϊόντων από τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους επιβάτες της και (γ) στην υποβολή της παραγγελίας τους. Η εκάστοτε παραγγελία παραδίδεται στον επιλεγμένο λιμένα κρουαζιέρας, λαμβάνοντας υπόψη τόσο την διαθεσιμότητα του εκάστοτε προϊόντος βάσει τοποθεσίας (λιμένα κρουαζιέρας) όσο και τους λιμένες στους οποίους πραγματοποιούνται προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων βάσει του δρομολογίου κρουαζιέρας. Στην Εικόνα 1 αναπαρίσταται γραφικά η διαδικασία λειτουργίας της πλατφόρμας και στην Εικόνα 2 παρατίθεται στιγμιότυπο οθόνης από την καρτέλα με τον κατάλογο των προϊόντων της πλατφόρμας NAYS για τους επιβάτες κρουαζιέρας.



Εικόνα 2: Στιγμιότυπο οθόνης στην καρτέλα Προϊόντων για Επιβάτες Κρουαζιέρας της πλατφόρμας NAYS. (Πηγή: <https://platform.naus-app.gr/el/product-category/products-for-cruise-passengers/?v=f214a7d42e0d>, ίδια επεξεργασία)

2.2.1. Τελικοί χρήστες της πλατφόρμας

Οι τελικοί χρήστες της πλατφόρμας απαρτίζονται από τους εξής:

1. Παραγωγοί / προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων από την Ελλάδα και την Κύπρο. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, η πλατφόρμα απευθύνεται σε παραγωγούς / προμηθευτές από τις Περιφέρειες Κρήτης και Βορείου και Νοτίου Αιγαίου. Δυνητικοί χρήστες αυτής της κατηγορίας μπορεί να είναι και πάροχοι logistics, συνεργαζόμενοι με τους παραπάνω παραγωγούς / προμηθευτές.
2. Εταιρείες κρουαζιέρας και εκπρόσωποί τους, που αποσκοπούν στον ανεφοδιασμό κρουαζιερόπλοιων με προϊόντα που μπορούν να συνδράμουν στη βελτίωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Δυνητικοί χρήστες αυτής της κατηγορίας μπορεί να είναι και καταστήματα εντός του κρουαζιερόπλοιου, όπως specialty restaurants, καταστήματα λιανικής, κ.λπ.
3. Επιβάτες κρουαζιέρας, οι οποίοι ενδιαφέρονται να δοκιμάσουν νέα για αυτούς τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα από τις νησιωτικές περιφέρειες Αιγαίου της Ελλάδας (Περιφέρειες Κρήτης, Νοτίου και Βορείου Αιγαίου) και την Κύπρο.

2.2.2. Δομή της πλατφόρμας NAYΣ

Η πλατφόρμα NAYΣ διακρίνεται σε δυο βασικά μέρη:

1. **Διαδικτυακή πύλη (Portal):** Παρέχει συνοπτικές πληροφορίες σχετικά με το σκοπό της πλατφόρμας και τις εξατομικευμένες υπηρεσίες που παρέχει στον κάθε χρήστη. Επιτρέπει, επίσης, την άμεση ενημέρωση για θέματα σχετικά με την πλατφόρμα και τον κλάδο της κρουαζιέρας.
2. **Σύστημα διαχείρισης της πλατφόρμας NAYΣ και των λειτουργιών της (Platform):** Το σύστημα διαχείρισης των λειτουργιών, υπηρεσιών και εργαλείων της πλατφόρμας NAYΣ. Οι επιβάτες κρουαζιέρας και οι απλοί επισκέπτες χωρίς λογαριασμό έχουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν στα διαθέσιμα προϊόντα που προσφέρονται στο πλαίσιο συνεργασίας επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C) χωρίς τη δημιουργία λογαριασμού, ο οποίος ωστόσο είναι απαραίτητος για την υποβολή παραγγελίας. Οι εταιρείες κρουαζιέρας για να περιηγηθούν στα διαθέσιμα προϊόντα, που προσφέρονται στο πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων (B2B), είναι απαραίτητο να έχουν δημιουργήσει λογαριασμό. Η δημοσίευση προϊόντων στη πλατφόρμα είναι εν μέρει ελεγχόμενη, καθώς η εγγραφή των παραγωγών / προμηθευτών σε αυτή είναι βασική προϋπόθεση. Οι τελευταίοι υποβάλλουν αίτημα εγγραφής στην πλατφόρμα συμπληρώνοντας φόρμα με τα απαιτούμενα στοιχεία, και στη συνέχεια ο διαχειριστής της πλατφόρμας ελέγχει τα στοιχεία τους και εγκρίνει την εγγραφή τους ούτως ώστε να αποκτήσουν δικαιώματα δημοσίευσης των προϊόντων τους.

Οι δύο παραπάνω εφαρμογές είναι προσβάσιμες μέσω ποικίλων ηλεκτρονικών μέσων (υπολογιστής ταμπλέτα, προσωπικός υπολογιστής, έξυπνο κινητό), με τη χρήση ενός σύγχρονου περιηγητή ιστού συνδεδεμένου στο διαδίκτυο. Είναι, επίσης, διαθέσιμες στην Ελληνική και

Αγγλική γλώσσα, για τη διευκόλυνση της πρόσβασης και χρήσης τους, δεδομένου ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εταιρειών και επιβατών κρουαζιέρας προέρχονται από το εξωτερικό.

Η βασική αρχιτεκτονική της πλατφόρμας συνοψίζεται στις ακόλουθες λειτουργίες και υπηρεσίες:

- 1. Εγγραφή χρήστη / Δημιουργία προφίλ:** Για την εγγραφή τους, οι παραγωγοί / προμηθευτές καταχωρούν στην αντίστοιχη φόρμα εγγραφής τα απαραίτητα στοιχεία (ονοματεπώνυμο, όνομα χρήστη, κωδικό πρόσβασης, ηλεκτρονική διεύθυνση, επωνυμία εταιρείας, Α.Φ.Μ., σύνδεσμο ηλεκτρονικού καταστήματος - e-shop, τοποθεσία επιχείρησης). Η εγγραφή τους εγκρίνεται και ολοκληρώνεται κατόπιν ελέγχου των στοιχείων αυτών από τον διαχειριστή της πλατφόρμας. Στη συνέχεια, ο παραγωγός / προμηθευτής μπορεί να εμπλουτίσει το προφίλ του, μεταφορτώνοντας το λογότυπό της εταιρείας, συμπληρώνοντας μια συνοπτική περιγραφή της εταιρείας του, μεταφορτώνοντας τυχόν πιστοποιήσεις ποιότητας της εταιρείας ή/και των προϊόντων τους, κ.λπ.
Οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι επιβάτες κρουαζιέρας εγγράφονται συμπληρώνοντας τα αντίστοιχα πεδία και ο λογαριασμός τους δημιουργείται χωρίς συναφή έλεγχο από τη διαχείριση της πλατφόρμας. Η δημιουργία λογαριασμού είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την υποβολή παραγγελίας προϊόντων, καθώς επίσης και για την περιήγηση των εταιρειών κρουαζιέρας στα προϊόντα της πλατφόρμας.
- 2. Καταχώρηση προϊόντων:** Τα προϊόντα που διατίθενται μέσω της πλατφόρμας απαρτίζονται από τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα που παράγονται στις νησιωτικές περιφέρειες της Κρήτης, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου της Ελλάδος και την Κύπρο. Τα προϊόντα αυτά περιλαμβάνουν κυρίως τρόφιμα (φρέσκα φρούτα και λαχανικά, τοπικά κρέατα, αλλαντικά και γαλακτοκομικά, παραδοσιακά γλυκά και είδη αρτοποιίας, είδη παντοπωλείου, κ.λπ.) και ποτά (αλκοολούχα, όπως τοπικά παραδοσιακά λικέρ και κρασιά). Σε μικρότερη διαθεσιμότητα και ποικιλία διατίθενται επίσης φυτικά και οργανικά καλλυντικά. Οι παραγωγοί / προμηθευτές καταχωρούν μέσα από ειδικές φόρμες λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που επιθυμούν να διαθέσουν μέσω της πλατφόρμας (π.χ. διαστάσεις, περιοχή προέλευσης, λιμένα παράδοσης, διαθέσιμη ποσότητα, τιμή, τύπος συσκευασίας, φωτογραφίες, κ.λπ.). Μπορούν, επίσης, να μεταφορτώσουν πιστοποιήσεις που αναδεικνύουν την υψηλή ποιότητα των προϊόντων τους.
- 3. Περιήγηση / αναζήτηση προϊόντων:** Η περιήγηση στα προϊόντα διαφοροποιείται ανάλογα με τον χρήστη, καθώς η πλατφόρμα προσφέρει υπηρεσίες συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) και συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C). Ο κατάλογος των προϊόντων προσφέρει ταξινόμηση αυτών ανά είδος, τιμή, εύρος τιμών και λιμένα κρουαζιέρας στον οποίο μπορεί να διατεθεί / παραδοθεί το προϊόν. Επιπλέον, υπάρχει διαθέσιμος κατάλογος των παραγωγών / προμηθευτών για την περιήγηση στα προϊόντα του συγκεκριμένου παραγωγού / προμηθευτή. Τα προϊόντα μπορούν επίσης να αναζητηθούν με τη χρήση λέξεων - κλειδιών.
- 4. Σύζευξη προσφοράς και ζήτησης:** Οι εταιρείες και οι επιβάτες κρουαζιέρας επιλέγουν τα προϊόντα που επιθυμούν να προμηθευτούν σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις τους.

5. **Ολοκλήρωση και παράδοση παραγγελίας:** Οι εταιρείες και οι επιβάτες κρουαζιέρας υποβάλλουν τις παραγγελίες τους, επιλέγοντας τον λιμένα στον οποίο επιθυμούν να παραλάβουν τα προϊόντα ανάλογα με τη διαθεσιμότητά τους². Επιπλέον, στην παραγγελία τους συμπληρώνουν το κρουαζιερόπλοιο το οποίο αφορά η παραγγελία της εταιρείας κρουαζιέρας ή στο οποίο επιβαίνει ο επιβάτης, ο οποίος κατά την παραγγελία υποδεικνύει την ημερομηνία παράδοσης βάσει του δρομολογίου του κρουαζιερόπλοιου και την ώρα παράδοσης, ανάλογα με τις ώρες και τη συνολική διάρκεια παραμονής του στον λιμένα.
6. **Αξιολόγηση χρηστών:** Με την διεκπεραίωση της παραγγελίας και την παραλαβή των προϊόντων, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα αξιολόγησης της συνεργασίας, καθώς και των προϊόντων που παρέλαβαν. Η αξιολόγηση υποστηρίζεται με βαθμολόγηση του χρήστη (έως 5 αστέρια, με το 1 να αντιστοιχεί στην πολύ κακή αξιολόγηση και το 5 στην πάρα πολύ καλή), καθώς και με την εισαγωγή σχολίων.

2.3. Αναγκαιότητα της πλατφόρμας NAYΣ

Η πλατφόρμα NAYΣ αποτελεί ένα καινοτόμο ψηφιακό εργαλείο προώθησης νέων τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων, το οποίο αξιοποιεί σύγχρονες τεχνικές και τεχνολογίες. Οι υπηρεσίες της αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας και συνεισφέρουν στον συντονισμό των διαδικασιών παράδοσης των προϊόντων ανεφοδιασμού. Επίσης, είναι εξειδικευμένες και εξατομικευμένες ούτως ώστε να ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες ανάγκες των τελικών της χρηστών και να εξασφαλιστεί η εκτενής χρήση της. Παράλληλα, η «ανοιχτή» αρχιτεκτονική της επιτρέπει την επέκταση ή αναδιαμόρφωση των λειτουργιών και υπηρεσιών της με σκοπό να μπορεί να ανταπεξέλθει στις τυχόν μελλοντικές ανάγκες των χρηστών της.

Στο πλαίσιο αυτό, η πλατφόρμα έχει σημαντικά πλεονεκτήματα και οφέλη ως προς τους τελικούς της χρήστες, όπως επίσης ευρύτερα κοινωνικο-οικονομικά οφέλη τόσο για τις τοπικές οικονομίες των χωρών των οποίων τα προϊόντα προωθεί όσο και για τον ευρύτερο τομέα της κρουαζιέρας.

2.3.1. Πλεονεκτήματα και οφέλη των χρηστών από τη πλατφόρμα NAYΣ

Τα πλεονεκτήματα και οφέλη της πλατφόρμας προς τις δυο βασικές κατηγορίες τελικών χρηστών είναι τα εξής:

2.3.1.1 Παραγωγοί / προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων από την Ελλάδα και την Κύπρο

Η πλατφόρμα αποτελεί ένα ασφαλές και φιλικό προς το χρήστη μέσο προβολής, προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων τους και κατ' επέκταση παρέχει σημαντικές ευκαιρίες διεύρυνσης των αντίστοιχων καναλιών προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων τους.

² Η πλατφόρμα δεν υποστηρίζει ηλεκτρονικές πληρωμές. Η πληρωμή προβλέπεται να ολοκληρώνεται με αντικαταβολή στον λιμένα παράδοσης.

Επιπροσθέτως, ο τομέας της κρουαζιέρας αποτελεί για τους συγκεκριμένους χρήστες μια νέα, διεθνή αγορά στην οποία μέχρι πρότινος δεν είχαν άμεση πρόσβαση, με εξαίρεση τις δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρας κατά τη διάρκεια της παραμονής του κρουαζιερόπλοιου στους λιμένες των νησιών όπου εδρεύουν οι επιχειρήσεις τους ή/και τα καταστήματά τους και τις σχετικές εκδρομές που διοργανώνονται στο πλαίσιο της κρουαζιέρας. Μέσα από την πλατφόρμα, έχουν πλέον άμεση και διαδικτυακή πρόσβαση στη νέα για αυτούς αγορά της κρουαζιέρας και συγκεκριμένα στην εφοδιαστική της αλυσίδα. Διευρύνεται, έτσι, επίσης το δίκτυο των δυνητικών αγοραστών των προϊόντων τους, συμπεριλαμβάνοντας τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους εκπροσώπους τους, καθώς και τους επιβάτες κρουαζιέρας. Στο πλαίσιο αυτό, οι χρήστες έχουν σημαντικές ευκαιρίες σύναψης νέων συνεργασιών και ανάπτυξης νέων σχέσεων εμπιστοσύνης κυρίως με τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους εκπροσώπους τους.

Τα παραπάνω συνεισφέρουν επίσης στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων τους, μέσα από την ανάδειξη και προβολή τους, της μοναδικότητας και ιδιαιτερότητάς τους ως τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα που παράγονται αποκλειστικά τοπικά στις εν λόγω περιοχές, αλλά και της υψηλής ποιότητας και διατροφικής τους αξίας.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, η πλατφόρμα προσφέρει υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, καθώς οι ναυτιλιακές πληροφορίες που ενσωματώνει, συνδράμουν στο συντονισμό της διαδικασίας παράδοσης των προϊόντων στους λιμένες κρουαζιέρας. Οι πληροφορίες αυτές αφορούν στην ώρα άφιξης και αναχώρησης των προγραμματισμένων δρομολογίων κρουαζιέρας για τα λιμάνια Ηρακλείου, Θήρας, Σύρου και Μυκόνου και έμμεσα τη διάρκεια της διαθέσιμης χρονικής θυρίδας εφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων κατά την παραμονή του στο λιμένα κρουαζιέρας.

2.3.1.2 Εταιρείες και επιβάτες κρουαζιέρας

Το κυριότερο όφελος από τη χρήση της πλατφόρμας για τη συγκεκριμένη κατηγορία χρηστών είναι η πρόσβαση σε ποικιλία νέων, μοναδικών, πιστοποιημένων, υψηλής ποιότητας και υψηλής διατροφικής αξίας «παραδοσιακά» προϊόντα, τα οποία παράγονται και προμηθεύονται αποκλειστικά στις νησιωτικές περιφέρειες της Κρήτης, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου της Ελλάδας και στην Κύπρο. Στο πλαίσιο αυτό, οι εταιρείες κρουαζιέρας έχουν σημαντικές ευκαιρίες βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος που προσφέρουν στους επιβάτες τους. Ειδικότερα, τους δίδεται η ευκαιρία να ενισχύσουν το γαστρονομικό τουριστικό τους προϊόν και να παρέχουν μοναδικές «γευστικές» εμπειρίες στους επιβάτες τους. Επιπροσθέτως, οι ευκαιρίες ενίσχυσης εξειδικευμένων μορφών τουρισμού και συγκεκριμένα του «γαστρονομικού», συνεισφέρουν και στη διεύρυνση της εποχικότητας της κρουαζιέρας. Κι αυτό γιατί ο τομέας δεν περιορίζεται πλέον στην αξιοποίηση της εδραιωμένης τουριστικής ταυτότητάς της Ελλάδας και της Κύπρου τους ως δημοφιλών και ελκυστικών καλοκαιρινών προορισμών της Ευρώπης και της Μεσογείου, αλλά επεκτείνεται και στην αξιοποίηση των γαστρονομικών ιδιαιτεροτήτων τους.

Με αυτό τον τρόπο, προσφέρονται επίσης ευκαιρίες άμεσης και διαδικτυακής πρόσβασης σε νέα δίκτυα επαληθευμένων, πιστοποιημένων και αξιόπιστων παραγωγών / προμηθευτών τέτοιων

προϊόντων από τις παραπάνω χώρες. Κατ' επέκταση, δίνονται ευκαιρίες σύναψης νέων συνεργασιών, η επιτυχία των οποίων μπορεί να οδηγήσει στη ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης με τους νέους αυτούς παραγωγούς / προμηθευτές.

Επιπλέον, η πλατφόρμα παρέχει πληροφόρηση για τα προϊόντα αναφορικά με τη γεωγραφική τοποθεσία τους και τους λιμένες κρουαζιέρας στους οποίους μπορεί το κρουαζιερόπλοιο και οι επιβάτες του να τα προμηθευτούν. Έτσι, επιτρέπεται η ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα και τις δυνατότητες παραλαβής τους πριν την άφιξη του κρουαζιερόπλοιου και κατ' επέκταση ο καλύτερος συντονισμός και εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής του αλυσίδας βάσει των διαθέσιμων χρονικών θυρίδων εφοδιασμού.

2.3.2. Ευρύτερα κοινωνικο-οικονομικά οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας NAYS

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η επιτυχής λειτουργία και εμπορική αξιοποίηση της πλατφόρμας μπορεί να έχει επίσης αξιοσημείωτα πλεονεκτήματα και οφέλη προς το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον των νησιωτικών περιφερειών της Κρήτης, του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου της Ελλάδος και την Κύπρο. Πιο συγκεκριμένα, η είσοδος στην πλατφόρμα των παραγωγών / προμηθευτών από τις προαναφερθείσες περιοχές και η επιτυχής λειτουργία της προβλέπεται να ενισχύσει τη συμβολή του κλάδου της κρουαζιέρας στις τοπικές / περιφερειακές οικονομίες των περιοχών αυτών. Η αύξηση της ζήτησης των προϊόντων της πλατφόρμας, μπορεί να αποτελέσει επίσης σημαντική ευκαιρία για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης στις περιοχές αυτές, καθώς μπορεί να αποτελέσει μέσο επένδυσης για τις μικρής κλίμακας επιχειρήσεις τους ή να ενθαρρύνει τη δημιουργία νέων συναφών μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, η πλατφόρμα μπορεί να αξιοποιηθεί και ως ένα ψηφιακό εργαλείο παρακολούθησης της δραστηριότητας της εφοδιαστικής αλυσίδας της κρουαζιέρας. Ο συγκεκριμένος ρόλος αφορά στην παρακολούθηση και αξιολόγηση των αναγκών ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων αναφορικά με το επίπεδο εξυπηρέτησής τους από τις υφιστάμενες λιμενικές υποδομές, αλλά και τα προϊόντα που είναι σε ζήτηση. Όσον αφορά στα ζητούμενα προϊόντα, η παρακολούθησή τους μπορεί να πληροφορήσει τους ενδιαφερόμενους φορείς για τις απαιτήσεις ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων (π.χ. απαιτούμενες ποσότητες, είδη προϊόντων, κ.λπ.) και τις προτιμήσεις των επιβατών.

Με την αύξηση της ζήτησης των «παραδοσιακών» προϊόντων που παράγονται τοπικά στην Ελλάδα και την Κύπρο, προβλέπεται να αυξηθούν και οι δραστηριότητες ανεφοδιασμού στους λιμένες αφετηρίας των χωρών αυτών (π.χ. Πειραιάς ή/και Ηράκλειο για την Ελλάδα). Το γεγονός αυτό συμπληρωματικά με τις παραπάνω δυνατότητες παρακολούθησης της ζήτησης μπορεί να αποτελέσει μακροπρόθεσμα κίνητρο για τη βελτίωση / αναβάθμιση των υποδομών για την καλύτερη και συχνότερη εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας στους

υφιστάμενους λιμένες αφετηρίας των χωρών αυτών ή ακόμα να οδηγήσει στη διαμόρφωση και ανάδειξη και άλλων λιμανιών τους σε λιμένες αφετηρίας κρουαζιέρας.

Επιπροσθέτως, η «ανοιχτή» αρχιτεκτονική της πλατφόρμας επιτρέπει τη διαλειτουργικότητά της με άλλα ηλεκτρονικά συστήματα πληροφοριών και κατ' επέκταση της διασύνδεσή της με αυτά. Η διασύνδεση αυτή αφορά κυρίως στις Εθνικές Ενιαίες Ναυτιλιακές Θυρίδες, μόλις αυτές τεθούν σε πλήρη λειτουργία, και στη συνέχεια με την Ευρωπαϊκή Ενιαία Ναυτιλιακή Θυρίδα. Έτσι, μπορεί να ενισχυθεί η απρόσκοπτη ανταλλαγή χρήσιμων ναυτιλιακών πληροφοριών μεταξύ των χρηστών της πλατφόρμας (π.χ. χρόνος άφιξης και αναχώρησης του κρουαζιερόπλοιου, κ.λπ.), καθώς και με άλλους εμπλεκόμενους φορείς, όπως οι λιμενικές αρχές και τα λιμενικά ταμεία της Ελλάδας και της Κύπρου. Οι προοπτικές αυτές διαλειτουργικότητας και αναβάθμισης των λειτουργιών και υπηρεσιών της πλατφόρμας μπορείς επίσης να εξασφαλίσει την ενεργό συμμετοχή περισσότερων τοπικών και περιφερειακών φορέων τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα στη βελτίωση της εξυπηρέτησης της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας μακροπρόθεσμα.

3. Υφιστάμενη κατάσταση αγοράς

Η ενότητα αυτή παρουσιάζει συνοπτικά την υφιστάμενη κατάσταση της αγοράς, εστιάζοντας τόσο στο μακρο-περιβάλλον όσο και στο μικρο-περιβάλλον της πλατφόρμας. Βασίζεται επίσης στα αποτελέσματα της ανάλυσης της αγοράς που διεκπεραιώθηκε στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, στην έρευνα ερωτηματολογίων που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του ίδιου Παραδοτέου, καθώς και στα αποτελέσματα του Παραδοτέου 3.1. Αρχικά διεξάγεται μια ανάλυση PEST, στην οποία αναλύονται λεπτομερώς το ευρύτερο πολιτικό, θεσμικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον της Ελλάδας και της Κύπρου, καθώς και της Ευρώπης όπου κρίνεται απαραίτητο (Ενότητα 3.1). Αναφορικά με το θεσμικό περιβάλλον, η ανάλυση επικεντρώνεται στη διαδικασία ανεφοδιασμού των πλοίων και των κρουαζιερόπλοιων και τις φορολογικές και λοιπές δασμολογικές επιβαρύνσεις που τη διέπουν, το ηλεκτρονικό εμπόριο και την παροχή επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, το διεθνές εμπόριο, την προστασία του περιβάλλοντος και την απασχόληση. Στη συνέχεια, αξιολογείται το ανταγωνιστικό περιβάλλον της πλατφόρμας μέσω ανάλυσης PORTER (Ενότητα 3.2), καθώς και το μικρο-περιβάλλον της πλατφόρμας μέσω ανάλυσης SWOT (Ενότητα 3.3). Οι αναλύσεις PORTER και SWOT αποτελούν σύνοψη των αντίστοιχων αναλύσεων που παρουσιάστηκαν στο Παραδοτέο 6.1.

3.1. Αξιολόγηση μακρο-περιβάλλοντος της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

3.1.1. Πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον

3.1.1.1 Πολιτικό περιβάλλον

Ένα σταθερό (γεω)πολιτικό περιβάλλον μπορεί να συντελέσει στην ενθάρρυνση των οικονομικών δραστηριοτήτων μιας χώρας, καθώς και της αντίστοιχης κατανάλωσης των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Στο πλαίσιο αυτό, μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του μεγέθους παραγωγής των παραγωγών / προμηθευτών της Ελλάδας και της Κύπρου. Αντίστοιχα, μπορεί να συνδράμει στην προσέλκυση περισσότερων δρομολογίων κρουαζιέρας στις χώρες αυτές και κατ' επέκταση να διαμορφώσει ευκαιρίες για την αύξηση των αντίστοιχων δαπανών των επιβατών κρουαζιέρας στους προορισμούς αυτούς και της κατανάλωσης των τοπικών τους προϊόντων.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ερωτηματολογίων που διενεργήθηκε στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι εκπρόσωποί τους στην Ελλάδα και την Κύπρο θεωρούν ότι οι διάφοροι (γεω)πολιτικοί παράμετροι μπορούν να έχουν αρκετά σημαντική επίδραση στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας. Οι παράμετροι αυτοί επιδρούν κατ' επέκταση και στην επιλογή των λιμένων κρουαζιέρας για τον ανεφοδιασμό των κρουαζιερόπλοιων, καθώς και στην αξιοποίηση ενός ηλεκτρονικού μέσου για την

εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής αλυσίδας της. Συμπερασματικά, η πολιτική σταθερότητα και η σταθερότητα του αντίστοιχου θεσμικού πλαισίου μπορούν να ενθαρρύνουν αρκετά τις παραπάνω δραστηριότητες.

Τα παραπάνω ενισχύονται από τις πτωτικές τάσεις της δραστηριότητας της κρουαζιέρας στην Ελλάδα που παρατηρήθηκαν κατά την τελευταία δεκαετία, οι οποίες κορυφώθηκαν την περίοδο 2017 - 2018, με μείωση της τάξης του 26% στις κινήσεις επιβατών κρουαζιέρας και 12% στις προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων. Οι κυριότεροι λόγοι στους οποίους αποδίδονται τα παραπάνω, είναι (α) οι ασταθείς κοινωνικο-οικονομικές και (γεω)πολιτικές συνθήκες της Ελλάδας και της Κύπρου, (β) η έκρυθμη γεωπολιτική κατάσταση στην ευρύτερη Ανατολική Μεσόγειο και (γ) η προσφυγική κρίση που σημειώνεται ειδικότερα στις νησιωτικές περιοχές του Βορείου Αιγαίου της Ελλάδος (Πάλλης κ.α., 2017).

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, η ευρύτερη υγειονομική κρίση που προκλήθηκε από το ξέσπασμα της πανδημίας του Covid-19, οδήγησε αρχικά σε πλήρη παύση των δραστηριοτήτων της κρουαζιέρας σε παγκόσμιο επίπεδο (CLIA, 2021). Η βιομηχανία και οι λιμενικοί φορείς καταβάλουν σημαντικές προσπάθειες ανάκαμψης ήδη από τα μέσα περίπου του 2020, εφαρμόζοντας αυστηρά πρωτόκολλα υγειονομικής ασφάλειας τόσο για το προσωπικό όσο και για το επιβατικό κοινό (όπως διενέργεια εξέτασης για Covid-19 πριν την επιβίβαση, επίδειξη πιστοποιητικών εμβολιασμού, τήρηση αποστάσεων, κ.λπ.) (CLIA, 2021, Cruise Critic, 2021a, 2021b). Εν κατακλείδι, η παγκόσμια οικονομική και υγειονομική κρίση που βιώνουν τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα και η Κύπρος, καθώς οι (γεω)πολιτικές συνθήκες που επικρατούν στην Ανατολική Μεσόγειο έχουν διαμορφώσει ένα σχετικά ασταθές πολιτικό περιβάλλον για τις χώρες αυτές.

3.1.1.2 Θεσμικό περιβάλλον

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της προαναφερθείσας έρευνας ερωτηματολογίων, το νομικό / ρυθμιστικό περιβάλλον, καθώς και το καθεστώς φορολογίας αποτελούν σημαντικές παραμέτρους που επηρεάζουν κατά πολύ τη δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας της κρουαζιέρας και κατ' επέκταση την αξιοποίηση ενός ηλεκτρονικού μέσου για την εξυπηρέτησή της. Το θεσμικό πλαίσιο που άπτεται της δραστηριότητας της κρουαζιέρας και του σκοπού και ρόλου της πλατφόρμας ΝΑΥΣ σχετίζεται με τη φορολογία που διέπει την εισαγωγή / εξαγωγή των προϊόντων που προωθεί η πλατφόρμα, το ηλεκτρονικό εμπόριο και τη φορολογία του, τις εφοδιαστικές αλυσίδες και τη φορολογία τους, την ασφάλεια στα πλοία και τις λιμενικές εγκαταστάσεις, την απασχόληση και την προστασία του περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο αυτό, παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά πληροφορίες αναφορικά με το σχετικό νομικό / ρυθμιστικό περιβάλλον, συμπληρωματικά με τα αντίστοιχα αποτελέσματα των Παραδοτέων 3.1 και 6.1.

3.1.1.2.α Διαδικασία εφοδιασμού πλοίων, φορολογία και λοιπές δασμολογικές επιβαρύνσεις

Αναφορικά με τον εφοδιασμό των κρουαζιερόπλοιων και τις φορολογικές επιβαρύνσεις που τον διέπουν, οι αντίστοιχες θεσμικές ρυθμίσεις που σχετίζονται παράλληλα με τα προϊόντα που προωθεί η πλατφόρμα απαρτίζονται από τα εξής:

- Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο:
 - Κανονισμός (ΕΕ) 952/2013 για τη θέσπιση του Ευρωπαϊκού Ενωσιακού Τελωνιακού Κώδικα.
 - Κανονισμός (ΕΚ) 612/2009 για τις κοινές λεπτομέρειες εφαρμογής του καθεστώτος κατά την εξαγωγή για τα γεωργικά προϊόντα.
 - Οδηγία 2006/112/ΕΚ για το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας.
- Ελληνικό θεσμικό πλαίσιο:
 - Ν. 2859/2000 για την κύρωση κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας.
 - Ν. 2960/2001 για τον Εθνικό Τελωνιακό Κώδικα.
 - Υ.Α. Τ.1940/41/2003 για τις τελωνειακές διαδικασίες εφοδιασμού πλοίων, αεροσκαφών, διπλωματικών αποστολών και λοιπών προορισμών με τροφοεφόδια, καπνικά, καύσιμα, κ.λπ.
 - Ν. 3182/2003 για τη Ναυτιλιακή Εταιρεία Πλοίων Αναψυχής και άλλες διατάξεις (Αρ. 42 σχετικά με τις φορολογικές και άλλες διατάξεις που αφορούν τα επαγγελματικά και ιδιωτικά πλοία αναψυχής)
 - Ν. 2386/1996 για τις ρυθμίσεις θεμάτων εθνικών κληροδοτημάτων, δημοσίων και ανταλλάξιμων κτημάτων και άλλες διατάξεις (Αρ. 14 για τις ατέλειες που σχετίζονται με τα σκάφη αναψυχής)
 - Ν. 438/1976 για τα τουριστικά πλοία και πλοιάρια και ναυταθλητικά σκάφη και τις ρυθμίσεις δασμολογικών και φορολογικών θεμάτων για τα πλοία και πλοιάρια αναψυχής, καθώς και οι τροποποίηση των άρθρων 10 & 21 από τον Ν. 603/1977.
- Κυπριακό θεσμικό πλαίσιο:
 - Ν. 94 (I) 2004 για τον τελωνειακό κώδικα και τους φόρους κατανάλωσης.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των εταιρειών κρουαζιέρας και των εκπροσώπων τους στην έρευνα ερωτηματολογίων, οι δυνατότητες εφοδιασμού και οι θεσμικές ρυθμίσεις που διέπουν τον εφοδιασμό των πλοίων και τη σχετική φορολογία επηρεάζουν τις αποφάσεις τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα κρουαζιέρας και την αξιοποίηση ενός ηλεκτρονικού μέσου για την εξυπηρέτησή της. Πιο συγκεκριμένα, δήλωσαν ότι οι δυνατότητες εφοδιασμού μπορούν να επηρεάσουν τις παραπάνω αποφάσεις από αρκετά έως πολύ, ενώ οι θεσμικές ρυθμίσεις για την εφοδιαστική αλυσίδα και τη σχετική φορολογία μπορούν να τις επηρεάσουν κατά πολύ.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα κυριότερα σημεία των προαναφερθέντων θεσμικών πλαισίων, ενώ αναλύονται λεπτομερέστερα στο Παραδοτέο 3.1 της Πράξης ΝΑΥΣ³. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η φορολόγηση των προϊόντων που προωθεί η πλατφόρμας ΝΑΥΣ, καθώς και οι

³ Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (2019). [Έκθεση αξιολόγησης υφιστάμενης κατάστασης \(Π3.1\)](#). Παραδοτέο 3.1 της Πράξης ΝΑΥΣ.

σχετικές δασμολογικές επιβαρύνσεις στα σημεία εισόδου και εξόδου της χώρας, ρυθμίζονται από τα αντίστοιχα εθνικά θεσμικά πλαίσια σχετικά με τον Εθνικό Τελωνειακό Κώδικα, τις τελωνειακές διαδικασίες εφοδιασμού πλοίων και τον κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.) της Ελλάδος και της Κύπρου. Πιο συγκεκριμένα, στην Ελλάδα σύμφωνα με τον Εθνικό Τελωνειακό Κώδικα (Ν. 2960/01) τα προϊόντα που υπόκεινται σε Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης (Ε.Φ.Κ.) και τα οποία προορίζονται για τον εφοδιασμό των πλοίων (ή αεροσκαφών) απαλλάσσονται από τον Ε.Φ.Κ. (Άρθρο 68). Ομοίως, σύμφωνα με τους Ν. 603/1977 (Άρθρο 3 §1) και 438/1976 (Άρθρο 10 §3), τα τροφοεφόδια, τα έτοιμα προς κατανάλωση αλκοολούχα ποτά, τα βιομηχανοποιημένα καπνά και λοιπά παρεμφερή είδη απαλλάσσονται από δασμούς, τον Ε.Φ.Κ. και τον Φόρο Κατανάλωσης όταν προορίζονται για τον εφοδιασμό επαγγελματικών πλοίων, καθώς και στα επαγγελματικά τουριστικά πλοία ή πλοία ανεξαρτήτου χωρητικότητας. Αντίστοιχα, σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο της Κύπρου (Ν. 3849/29-4-2004), τα εμπορεύματα που προορίζονται για τον εφοδιασμό πλοίων και αεροσκαφών παραδίδονται χωρίς την καταβολή των αναλογούντων δασμών ή και φόρων (Άρθρο 22).

Αναφορικά με τις τελωνειακές διαδικασίες για τον εφοδιασμό των πλοίων (Υ.Α. Αριθ. Τ. 1940/41/2003), επιτρέπεται η ίδρυση καταστημάτων πώλησης αδασμολόγητων και αφορολόγητων ειδών σε επιβατηγά πλοία με ελληνική σημαία, τα οποία εκτελούν πλόες τρίτων χωρών ή μεικτές, ενώ σύμφωνα με το Άρθρο 27 του εν λόγω θεσμικού πλαισίου η λειτουργία των καταστημάτων αυτών απαγορεύεται κατά την παραμονή του πλοίου σε ελληνικά λιμάνια. Για την Κύπρο, η αντίστοιχη νομοθεσία (Κ.Δ.Π. 385/2004) ορίζει ότι τα πλοία που δικαιούνται να μεταφέρουν ή να φορτώσουν αδασμολόγητα και αφορολόγητα είδη είναι (α) τα πλοία με καθαρή χωρητικότητα όχι λιγότερη των 40 τόνων, διαφορετικά απαιτείται η έγκριση από τον Διευθυντή για τον ανεφοδιασμό τους, (β) τα αλιευτικά σκάφη που αλιεύουν σε διεθνή ύδατα οποιασδήποτε χωρητικότητας και (γ) τα γιοτ και άλλα ιδιωτικά σκάφη αναψυχής καθαρής χωρητικότητας όχι λιγότερης από 40 τόνους με προορισμό ταξιδίου λιμάνι εκτός της Δημοκρατίας της Κύπρου.

Όσον αφορά στον κώδικα Φ.Π.Α., σύμφωνα με τον ελληνικό Ν. 2859/2000 (Άρθρο 24), απαλλάσσεται από αυτόν η παράδοση αγαθών που εξάγονται εκτός της Κοινότητας (α) από τον πωλητή ή άλλο πρόσωπο που λειτουργεί για λογαριασμό του και (β) από τον μη εγκατεστημένο στο εσωτερικό της χώρας αγοραστή ή άλλο πρόσωπο που ενεργεί για λογαριασμό του. Εξαιρέση αποτελούν τα αγαθά που μεταφέρονται από τον αγοραστή και προορίζονται για τον εξοπλισμό ή εφοδιασμό σκαφών αναψυχής και οποιουδήποτε άλλου μεταφορικού μέσου ιδιωτικής χρήσης. Επιπροσθέτως, αναφορικά με τις λιανικές πωλήσεις αγαθών σε ταξιδιώτες, τα οποία μεταφέρονται στις αποσκευές τους, οι βασικές προϋποθέσεις απαλλαγής Φ.Π.Α. και οι οποίες οφείλουν να πληρούνται σωρευτικά είναι οι εξής (α) ο ταξιδιώτης να μην είναι εγκατεστημένος στο εσωτερικό της χώρας ή άλλου κράτους μέλους της Κοινότητας, (β) τα αγαθά να μεταφερθούν εκτός της Κοινότητας πριν την παρέλευση του τρίτου μήνα από τον μήνα παράδοσής τους και (γ) η συνολική αξία της παράδοσης (συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α.) να υπερβαίνει το ποσό που ορίζει κάθε φορά με απόφασή του το Υπουργείο Οικονομικών.

Παρόλα αυτά, οι δασμολογικές και φορολογικές απαλλαγές κατά τον εφοδιασμό των πλοίων που ορίζονται από τις παραπάνω θεσμικές ρυθμίσεις και διατάξεις δεν εφαρμόζονται στην Ελλάδα. Παράλληλα, η απαλλαγή από τον Φ.Π.Α. και τον Ε.Φ.Κ. των τροφοεφοδίων που προορίζονται για επαγγελματικά πλοία, συμπεριλαμβανομένων σε αυτά των επαγγελματικών τουριστικών πλοίων και πλοιαρίων ανεξαρτήτως χωρητικότητας και τα οποία εκτελούν πλόες εξωτερικού, καταργείται βάσει των νόμων 2386/1996 (Άρθρο 14) και 3182/2003 (Άρθρο 42) σε αντιδιαστολή με την αντίστοιχη απαλλαγή που ορίζεται από τους Ν. 438/1976 (Άρθρο 10 §3.β.4) και 603/1977 (Άρθρο 3 §1) που αναφέρθηκαν παραπάνω. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αποτρέπεται ο εφοδιασμός των πλοίων σε λιμένες της Ελλάδος και από ελληνικές εφοδιαστικές επιχειρήσεις και τα εν λόγω πλοία να επιλέγουν εφοδιαστές άλλων κρατών μελών της Κοινότητας ή Τρίτες χώρες (π.χ. Τουρκία), στις οποίες προσφέρεται απαλλαγή από δασμούς και λοιπούς φόρους.

3.1.1.2.β Ηλεκτρονικό εμπόριο και παροχή επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης

Η πλατφόρμα NAYΣ αποτελεί ένα ηλεκτρονικό σύστημα σύζευξης της προσφοράς και ζήτησης προϊόντων. Στο πλαίσιο αυτό επηρεάζεται από το σχετικό θεσμικό πλαίσιο που διέπει το ηλεκτρονικό εμπόριο και την παροχή επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης ή επιγραμμικών μηχανών αναζήτησης, το οποίο παρέχει επίσης κατευθύνσεις για την επίλυση τυχόν διαφορών μεταξύ του φορέα παροχής και του αποδέκτη των υπηρεσιών. Συμπληρωματικά, άλλα θέματα που σχετίζονται με τις υπηρεσίες αυτές είναι η προστασία των προσωπικών δεδομένων, η προστασία των καταναλωτών και οι συμβάσεις ψηφιακού περιεχομένου, ψηφιακών υπηρεσιών και πώλησης αγαθών. Το αντίστοιχο θεσμικό πλαίσιο σε Ευρωπαϊκό, ελληνικό και κυπριακό επίπεδο απαρτίζεται από τα εξής:

- Ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο:
 - Οδηγία 31/2000/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο, σύμφωνα με το οποίο τα κράτη μέλη της Ε.Ε. παροτρύνονται να εξασφαλίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας μεταξύ τους, να εναρμονίσουν τα εθνικά τους πλαίσια σχετικά με τις ηλεκτρονικές συμβάσεις και να επιτρέπουν μέσω αυτών τη σύναψη συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα.
 - Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 για την προστασία φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων).
 - Οδηγία (ΕΕ) 2019/770 σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν στις συμβάσεις ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών.
 - Οδηγία (ΕΕ) 2019/771 σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν στις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών, την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ και την κατάργηση της οδηγίας 199/44/ΕΚ
 - Κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150 για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης, ο οποίος ορίζει τους όρους και προϋποθέσεις για την παροχή

υπηρεσιών μέσω επιγραμμικών πλατφορμών, καθώς επίσης παρέχει αποτελεσματικές επιλογές προσφυγής για την επίλυση τυχόν διαφορών.

- Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΚ και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΚ για την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών.
- Ελληνικό θεσμικό πλαίσιο:
 - Ν. 2251/94 για την προστασία των καταναλωτών, όπου με το άρθρο 4 ρυθμίζονται οι συμβάσεις από απόσταση και κατ' επέκταση το ηλεκτρονικό εμπόριο.
 - Ν. 2472/97 για την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
 - Ν. 2774/99 για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τομέα των τηλεπικοινωνιών.
 - Π.Δ. 150/2001 για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.
 - Π.Δ. 131/2003 για την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 31/2000/ΕΚ για το ηλεκτρονικό εμπόριο.
 - Ν. 3471/2006 για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και τροποποίηση του Ν. 2472/1997.
 - Υ.Α. Ζ1/2013 για την προσαρμογή στην Οδηγία 2011/83/ΕΕ για τα δικαιώματα των καταναλωτών.
 - Υ.Α. 703/2015 για τις ρυθμίσεις σχετικά με την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών (Οδηγία 2013/11/ΕΕ)
 - Π.Δ. 10/2017 για τον κώδικα καταναλωτικής δεοντολογίας.
 - Ν. 4624/2019 για την αρχή προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, τα μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 και την ενσωμάτωση στην ελληνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680
 - Ν. 4753/2020 για τη λήψη συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150
- Κυπριακό θεσμικό πλαίσιο:
 - Ν. 156 (Ι) 2004 και η τροποποίησή του (Ν. 97(Ι)/2007) σχετικά με ορισμένες πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας και ειδικά του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς και για συναφή θέματα.
 - Ν. 133 (Ι) 2013 για τα δικαιώματα των καταναλωτών.
 - Ν. 11 (Ι) 2021 για την εφαρμογή του κανονισμού 2019/1150.

Αξίζει, ωστόσο, να συμπληρωθεί ότι οι θεσμικές ρυθμίσεις που διέπουν τη φορολόγηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και της παροχής επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης δεν ορίζονται σαφώς. Κατ' επέκταση, ακολουθούνται οι θεσμικές διατάξεις που ορίζονται για το Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.). Επιπροσθέτως, οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι εκπρόσωποί τους που συμμετείχαν στην έρευνα ερωτηματολογίων, δήλωσαν ότι τα θεσμικά πλαίσια που ορίζουν το η ηλεκτρονικό εμπόριο και τη φορολόγησή του δύνανται να επηρεάσουν κατά πολύ τις αποφάσεις

τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα κρουαζιέρας και τη χρήση ενός ηλεκτρονικού μέσου για την εξυπηρέτησή της.

3.1.1.2.γ Διαδικασία ασφάλειας

Η διαδικασία της ασφάλειας τόσο στα πλοία όσο και στις λιμενικές εγκαταστάσεις διέπεται από τα παρακάτω θεσμικά πλαίσια:

- Διεθνές θεσμικό πλαίσιο:
 - Διεθνής Σύμβαση για την Ασφάλεια της Ανθρώπινης Ζωής στη Θάλασσα (SOLAS 74)
 - Διεθνής Κώδικας Ασφάλειας Πλοίων και Λιμένων (International ships and port facility security code – ISPS)
 - Κανονισμός 725/2004 για τη βελτίωση της ασφάλειας στα πλοία και τις λιμενικές εγκαταστάσεις
 - Κανονισμός 884/2005 για την καθιέρωση των διαδικασιών διεξαγωγής των επιθεωρήσεων της Επιτροπής στον τομέα της ασφάλειας της ναυσιπλοΐας
 - Οδηγία 2005/65/EK σχετικά με την ενίσχυση της ασφάλειας των λιμένων
- Ελληνικό θεσμικό πλαίσιο:
 - Π.Δ. 56/2004 κύρωση των τροποποιήσεων της Διεθνούς Σύμβασης «περί ασφάλειας της ανθρώπινης ζωής στη θάλασσα (ΠΑΑΖΕΘ-SOLAS), 74
 - Π.Δ. 26/2004 τροποποίηση του Π.Δ. 242/1999, Οργανισμός Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας
 - Ν. 3622/2007 για την ενίσχυση της ασφάλειας πλοίων, λιμενικών εγκαταστάσεων και λιμένων και άλλων διατάξεων
- Κυπριακό θεσμικό πλαίσιο:
 - Ν. 52(III)/2004 για την ενσωμάτωση της Διεθνούς Σύμβασης για την Ασφάλεια της Ανθρώπινης Ζωής στη Θάλασσα

Στην Ελλάδα ο ISPS εφαρμόζεται στους 13 Οργανισμούς Λιμένων (Πειραιώς, Θεσσαλονίκης, Πατρών, Ηρακλείου, Βόλου, Κέρκυρας, Ηγουμενίτσας, Ελευσίνας, Ραφήνας, Καβάλας, Αλεξανδρούπολης, Λαυρίου και Νήσου Ευβοίας), καθώς και στα Δημοτικά Λιμενικά Ταμεία:

- Σύρου
- Θήρας
- Μυκόνου
- Νότιας Δωδεκανήσου
- Πάτμου
- Χανίων
- Κω
- Ρεθύμνου
- Μήλου
- Σάμου

- Λέσβου
- Χίου
- Πύργου
- Κεφαλληνίας – Ιθάκης
- Ναυπλίου
- Καλαμάτας
- Αιγιαλείας

Τα κυπριακά λιμάνια έχουν συμμορφωθεί με τον Κώδικα ISPS από το 2004.

3.1.1.2.ε Διεθνές εμπόριο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων προς τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους εκπροσώπους τους, οι συνθήκες του διεθνούς εμπορίου και τα αναλογικά κόστη δύνανται να επηρεάσουν από λίγο έως πολύ τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα κρουαζιέρας και ειδικότερα την αξιοποίηση ενός ηλεκτρονικού μέσου για την εξυπηρέτησή της. Αντιθέτως, τυχόν θεσμικές ρυθμίσεις για τις εισαγωγές και εξαγωγές μπορούν να επηρεάσουν κατά πολύ τις αντίστοιχες αποφάσεις.

Ωστόσο, αναφορικά με την πλατφόρμα NAYΣ, η σταδιακή απελευθέρωση των εισαγωγικών και εξαγωγικών δραστηριοτήτων και οι δυνατότητες δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης αποτελούν τόσο ευκαιρία όσο και απειλή για την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας. Η απελευθέρωση της αγοράς επιτρέπει στην πλατφόρμα να προσεγγίσει περισσότερους χρήστες και ειδικότερα τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους επιβάτες τους, οι οποίες δραστηριοποιούνται κατά κόρον στο εξωτερικό. Από την άλλη, δημιουργείται το ενδεχόμενο γρήγορης ανάπτυξης ανταγωνιστικών προϊόντων, οι οποίες μπορούν να προσφέρουν αντίστοιχες ή και τις ίδιες υπηρεσίες με αυτές τις πλατφόρμας NAYΣ.

3.1.1.2.στ Προστασία περιβάλλοντος

Οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι εκπρόσωποί τους που συμμετείχαν στην έρευνα ερωτηματολογίων δήλωσαν ότι οι θεσμικές ρυθμίσεις για την προστασία του περιβάλλοντος μπορούν να επηρεάσουν αρκετά έως πολύ τις αποφάσεις τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα κρουαζιέρας και τη χρήση αντίστοιχων ηλεκτρονικών μέσων για την εξυπηρέτησή της. Η πλατφόρμα NAYΣ ως ψηφιακό εργαλείο εξυπηρέτησης της εφοδιαστικής αλυσίδας της κρουαζιέρας δεν επηρεάζεται άμεσα από τις περιβαλλοντικές θεσμικές ρυθμίσεις. Ωστόσο, μέσα από τις υπηρεσίες της συμβάλλει στην ενίσχυση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον τομέα των μεταφορών και συγκεκριμένα των θαλάσσιων μεταφορών και του κλάδου της κρουαζιέρας, συνεισφέροντας παράλληλα στη μείωση της παραγωγής αερίων ρύπων στις περιοχές γύρω από τους λιμένες.

3.1.1.2.ζ Απασχόληση

Οι θεσμικές ρυθμίσεις που σχετίζονται με την απασχόληση επηρεάζουν την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας NAYΣ με τον τρόπο που επηρεάζουν όλες τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, οι ρυθμίσεις αυτές μπορούν να επηρεάσουν από αρκετά έως πολύ τις αποφάσεις των εταιρειών κρουαζιέρας και των εκπροσώπων τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας και την αξιοποίηση ηλεκτρονικών μέσων εξυπηρέτησής της, όπως επισήμαναν οι συμμετέχοντες από τον κλάδο της κρουαζιέρας μέσα από την έρευνα ερωτηματολογίων.

3.1.2. Οικονομικό περιβάλλον

Η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει διαμορφώσει δυσμενείς συνθήκες για τις επιχειρήσεις την τελευταία δεκαετία, μειώνοντας την κερδοφορία τους. Παράλληλα, η υγειονομική κρίση από το 2019 επέφερε αντίστοιχα αποτελέσματα, αυξάνοντας ωστόσο την κερδοφορία των επιχειρήσεων μέσω των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με έρευνες της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών των ελληνικών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου για το 2020, σημειώθηκε αύξηση της τάξης του 18% στις λιανικές πωλήσεις μέσω διαδικτύου σε σύγκριση με το 2019. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε περισσότερα από 460 εκατ. € από τα 47 περίπου δις που καταγράφηκαν συνολικά από τις δραστηριότητες λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα. (<https://www.statistics.gr/el/infographic-ent-retail-trade-2020>)

Αναφορικά με τον οικονομικό αντίκτυπο της κρουαζιέρας, σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA, 2021), η συνολική της παραγωγή άγγιξε τα \$154,5 δις το 2019 παγκοσμίως. Την ίδια χρονιά απασχόλησε επίσης περίπου 1.166.000 άτομα και δαπάνησε σε μισθούς περίπου \$50,53 δις. Η πανδημία, ωστόσο, του κορονοϊού ανέστειλε κάθε δραστηριότητα της με εξαιρετικά δυσμενείς επιπτώσεις τόσο στα έσοδα της όσο και στο μέγεθος των απασχολούμενων της. Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική της δραστηριότητα ζημιώθηκε κατά περισσότερο από \$77 δις, ενώ περισσότεροι από 518.000 εργαζόμενοι έχασαν την απασχόλησή τους.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η βιομηχανία της κρουαζιέρας συνείσφερε το 2019 κατά \$64,5 δις στην ευρωπαϊκή οικονομία και υποστήριξε την απασχόληση περίπου 413.000 εργαζομένων (CLIA, 2020). Αναφορικά με την Ελλάδα, αποτελεί τον 3^ο δημοφιλέστερο προορισμό κρουαζιέρας στην Ευρώπη, παραμένοντας ωστόσο στην 9^η θέση αναφορικά με τον αντίκτυπο του κλάδου στην εθνική της οικονομία (CLIA, 2018). Όσον αφορά στις προσεγγίσεις των κρουαζιερόπλοιων στους ελληνικούς λιμένες κρουαζιέρας, λαμβάνοντας υπόψη τα διαχρονικά δεδομένα για το διάστημα 2015 - 2019, αγγίζουν κατά μέσο όρο τις 3.900 ετησίως, σημειώνοντας παράλληλα περίπου 5.000.000 κινήσεις επιβατών. Λεπτομερέστερη ανάλυση των παραπάνω στοιχείων έχει πραγματοποιηθεί σε προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYΣ και τα αποτελέσματα έχουν καταγραφεί στα Παραδοτέα 3.1 και 6.1.

Επιπρόσθετα με τα παραπάνω, αξίζει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με τα αποτελέσματα της προαναφερθείσας έρευνας ερωτηματολογίων στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, οι εταιρείες κρουαζιέρας και οι εκπρόσωποί τους δήλωσαν ότι οι ευρύτερες οικονομικές παράμετροι, όπως ο πληθωρισμός, οι τάσεις του ΑΕΠ, κ.λπ., επηρεάζουν αρκετά έως πολύ τις αποφάσεις τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας και την αξιοποίηση ηλεκτρονικών μέσων για την εξυπηρέτησή της.

3.1.3. Κοινωνικό περιβάλλον

Στην ενότητα αυτή διερευνάται το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο απευθύνεται η πλατφόρμας NAYS. Στη διερεύνηση αυτή λαμβάνονται υπόψη κυρίως τα δημογραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των δυνητικών χρηστών της και συγκεκριμένα των επιβατών κρουαζιέρας. Η ανάλυση εστιάζει κυρίως στους τελευταίους, καθώς εκτιμάται ότι μπορούν να επηρεάσουν στο μεγαλύτερο βαθμό την επιτυχή σύζευξη της προσφοράς και της ζήτησης των προϊόντων που προωθεί η πλατφόρμα. Λεπτομερέστερη ανάλυση για τις προτιμήσεις των επιβατών και τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά παρατίθενται στα Παραδοτέα 3.1 και 6.1 της Πράξης NAYS⁴.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Παραδοτέου 3.1, το μέσο προφίλ των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέπτονται Ελληνικούς προορισμούς διακρίνονται από (α) υψηλό μορφωτικό επίπεδο και (β) υψηλό οικογενειακό εισόδημα. Τα χαρακτηριστικά αυτά συνήθως αυξάνουν τις απαιτήσεις των καταναλωτών ως προς την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων και δημιουργεί ανάγκες συνεχούς βελτίωσής τους, καθώς και διαμόρφωσης νέων. Επιπροσθέτως, αποτελούν ένδειξη καταναλωτών εξοικειωμένων με τις σύγχρονες τεχνολογίες, των οποίων είναι τακτικοί χρήστες. Όσον αφορά στην εθνικότητά τους, η πλειοψηφία αυτών είναι Ευρωπαίοι πολίτες (35 - 40%), ενώ μεγάλο ποσοστό σημειώνουν και οι Αμερικανοί επιβάτες.

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με έρευνες (Lekakou, Stefanidaki & Vaggelas, 2011, Παπαδοπούλου, 2015, Πάλλης κ.α., 2017, Papadopoulou & Xesfingi, 2018), οι επιβάτες κρουαζιέρας φέρουν επίσης τα εξής δημογραφικά χαρακτηριστικά:

- Το φύλο των επιβατών παρουσιάζει μικρή διαφοροποίηση, με τις γυναίκες να υπερτερούν αριθμητικά σε μικρό βαθμό.
- Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 46 και 65 ετών.
- Πλειοψηφικά είναι έγγαμοι και πραγματοποιούν την κρουαζιέρα κυρίως ως ζευγάρι και σε μικρότερο βαθμό συνοδευόμενοι από τα ανήλικα τέκνα τους.
- Το ετήσιο ατομικό τους εισόδημα κυμαίνεται κατά μέσο μεταξύ των 30.000 - 40.000€.

Οι λόγοι επιλογής της κρουαζιέρας σε ελληνικό προορισμό συνοψίζονται (α) στην επιθυμία τους να επισκεφτούν προορισμούς ιστορικής σημασίας, (β) να γνωρίσουν τον ελληνικό πολιτισμό και

⁴ Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (2019). [Έκθεση αξιολόγησης υφιστάμενης κατάστασης \(Π3.1\)](#). Παραδοτέο 3.1 της Πράξης NAYS.

(γ) να γνωρίσουν τον ελληνικό τρόπο ζωής. Όσον αφορά στα προϊόντα που περιλαμβάνονται στις δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρας, αποτελούνται από αναμνηστικά, τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα, ενδύματα, καλλυντικά, κοσμήματα, κ.λπ.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη σε επιβάτες του κρουαζιερόπλοιου Western Caribbean κατά τη διάρκεια κρουαζιέρας (Baker και Fulford, 2016), οι επιβαίνοντες δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα του φαγητού που προσφέρεται εντός του κρουαζιερόπλοιου τόσο για να αξιολογήσουν την εμπειρία κρουαζιέρας που βίωσαν όσο και για να προτείνουν τη συγκεκριμένη κρουαζιέρα σε κάποιον άλλο. Σε μικρότερο βαθμό φαίνεται να την αξιολογούν και βάσει του προσφερόμενου φαγητού εκτός του κρουαζιερόπλοιου (π.χ. στον προορισμό κρουαζιέρας ή στην αφετηρία ή τον τερματικό προορισμό της).

Σύμφωνα με την CLIA (2021), περίπου 29,7 εκατομμύρια του παγκόσμιου πληθυσμού επέλεξαν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα κατά το 2019, οι οποίοι κατά μέσο όρο δαπάνησαν περίπου \$385 και \$100 στο λιμένα αφετηρίας και στους ενδιάμεσους λιμένες αντίστοιχα. Από αυτούς περίπου 7,71 εκατομμύρια επέλεξαν ως προορισμό κρουαζιέρας την Ευρώπη (CLIA, 2019). Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία κρουαζιέρας του ΕΛΙΜΕ διαχρονικά (2015 – 2019), όπως αναφέρθηκε και παραπάνω περίπου 5.000.000 κινήσεις επιβατών σημειώνονται ετησίως στους ελληνικούς λιμένες κρουαζιέρας. Η υγειονομική κρίση, ωστόσο, ανέστειλε κάθε δραστηριότητα της βιομηχανίας της κρουαζιέρας.

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τις απαντήσεις των εταιρειών κρουαζιέρας και των εκπροσώπων τους στην έρευνα ερωτηματολογίων, δήλωσαν ότι οι κοινωνικές και πολιτιστικές παράμετροι επηρεάζουν αρκετά έως πολύ τις αποφάσεις τους σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας και την αξιοποίηση ηλεκτρονικών μέσων για την εξυπηρέτησή της.

3.1.4. Τεχνολογικό περιβάλλον

Αναφορικά με το τεχνολογικό περιβάλλον, οι εξελίξεις είναι ραγδαίες τα τελευταία χρόνια και εκτιμάται ότι πρόκειται να ακολουθήσουν γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια. Ενισχύοντας το παραπάνω, αξίζει να αναφερθεί ότι η βιομηχανία της κρουαζιέρας έχει στραφεί τα τελευταία χρόνια με έμφαση στην παροχή ψηφιακών και άλλων υπηρεσιών βασισμένων στην τεχνολογία (όπως εφαρμογές για «έξυπνα» κινητά, Ωστόσο, η «ανοιχτή» αρχιτεκτονική της πλατφόρμας ΝΑΥΣ επιτρέπει την ενσωμάτωση τυχόν νέων τεχνολογιών, τη βελτίωση των υφιστάμενων υπηρεσιών της, την ανάπτυξη νέων, καθώς και τη διαλειτουργικότητά της με άλλα πληροφοριακά συστήματα.

3.2. Αξιολόγηση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της πλατφόρμας NAYS

Η ανάλυση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει η πλατφόρμα βασίζεται στην ανάλυση PORTER που πραγματοποιήθηκε στο Παραδοτέο 6.1 της Πράξης NAYS. Σύμφωνα με τα αποτελέσματά της, προέκυψαν τα εξής κύρια σημεία:

Πίνακας 1: Αποτελέσματα ανάλυσης PORTER.

Υφιστάμενος ανταγωνισμός
<p><u>Άμεσος ανταγωνισμός</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Ανταγωνισμός της πλατφόρμας με υφιστάμενες πλατφόρμες / εφαρμογές που προσφέρουν σχετικές υπηρεσίες στην Ελλάδα & τη Κύπρο ή άλλες που αναφέρονται σε άλλες (γειτονικές) αγορές και ενδιαφέρονται να επεκταθούν και στην Ελληνική & Κυπριακή αγορά• Ανταγωνισμός της πλατφόρμας με το σύνολο των ψηφιακών εφαρμογών που παρέχουν υπηρεσίες στον τομέα της κρουαζιέρας (π.χ. προτεραιοποίηση της προώθησης τέτοιων εφαρμογών από την πλευρά των εταιρειών κρουαζιέρας) <p>Άλλα επίπεδα ανταγωνισμού που ενδέχεται να επηρεάσουν τη επιτυχή εμπορική εκμετάλλευση και βιωσιμότητα της πλατφόρμας</p> <ul style="list-style-type: none">• Ανταγωνισμός μεταξύ των προορισμών κρουαζιέρας εντός της Ελλάδας και της Κύπρου (π.χ. μη ισορροπημένη εκπροσώπηση προορισμών βάσει του αριθμού των εγγεγραμμένων στη πλατφόρμα παραγωγών / προμηθευτών και αναλογικά με το μέγεθος της τοπικής αγοράς – συγκέντρωση δηλαδή σε συγκεκριμένες τοπικές αγορές) αλλά και διεθνώς (π.χ. εφοδιασμός προϊόντων σε άλλους προορισμούς, μείωση προσεγγίσεων και αριθμού επιβατών – δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας)
Διαπραγματευτική δύναμη παραγωγών / προμηθευτών
<ul style="list-style-type: none">• Αρκετά περιορισμένη, δεδομένης της υφιστάμενης δομής της εφοδιαστικής αλυσίδας και της υπέρμετρης προσφοράς όχι μόνο σε εθνικό αλλά διεθνές επίπεδο.• Δύναται όμως να ενισχυθεί ως αποτέλεσμα (α) αυξανόμενης ζήτησης προϊόντων (π.χ. από τους επιβάτες), ή/και (β) αναγωγή των υπηρεσιών που προσφέρει η πλατφόρμα σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μεταξύ των εταιρειών κρουαζιέρας. Ειδικά για παραγωγούς / προμηθευτές που προσφέρουν μοναδικές ποικιλίες προϊόντων, η διαπραγματευτική τους δύναμη δύναται να ενισχυθεί σημαντικά
Διαπραγματευτική δύναμη καταναλωτών (εταιρειών / επιβατών κρουαζιέρας)
<ul style="list-style-type: none">• Σημαντική, δεδομένης όπως αναφέρθηκε παραπάνω της υπέρμετρης προσφοράς όχι μόνο σε εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο.• Ισχυρή διαπραγματευτική ικανότητα των επιβατών κρουαζιέρας ως προς τα παρεχόμενα από τις εταιρείες κρουαζιέρας προϊόντα, καθώς οι τελευταίες συνήθως προσαρμόζουν τα προϊόντα και τις τιμές τους σύμφωνα με τις απαιτήσεις των επιβατών• Η ανάπτυξη της πλατφόρμας βασίστηκε στις ανάγκες των τελικών της χρηστών (παραγωγών / προμηθευτών Ελλάδας και Κύπρου και εταιρειών κρουαζιέρας)
Δυνητική είσοδος νέων ανταγωνιστών
<ul style="list-style-type: none">• Αρκετά πιθανή δεδομένης (α) της ταχείας ανάπτυξης ψηφιακών εφαρμογών, (β) της διάθεσης πόρων για την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών ιδεών, (γ) της ύπαρξης οικοσυστημάτων καινοτομίας σε Ελλάδα και Κύπρο τα οποία συμβάλλουν σημαντικά στην επιχειρηματική ανάπτυξη (π.χ. θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, προγράμματα mentoring, διαγωνισμοί καινοτομίας, κτλ.).• Η εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας αποτελεί ένα «κλειστό» τμήμα της αγοράς κρουαζιέρας και η είσοδος νέων παραγωγών / προμηθευτών και νέων υπηρεσιών κρίνεται σύνθετη
Απειλή υποκατάστατων προϊόντων και υπηρεσιών

- Αρκετά πιθανή (αναφορικά με τη πλατφόρμα). Ωστόσο, δύναται τα όποια υποκατάστατα προϊόντα να υστερήσουν κατά την ανάπτυξη τους όσον αφορά στην αξιολόγηση των αναγκών των δυνητικών χρηστών τους, λαμβάνοντας υπόψη τις πολυάριθμες δράσεις που απαιτήθηκαν στο έργο για την αντιπροσωπευτική καταγραφή και ανάλυσή τους.

Πηγή: Παραδοτέο 6.1 Πράξης ΝΑΥΣ, ίδια επεξεργασία.

3.3. Ανάλυση SWOT

Συμπληρωματικά με την ανάλυση PORTER, παρατίθενται τα αποτελέσματα της ανάλυσης SWOT που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1. Τα αποτελέσματα συνοψίζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 2: Αποτελέσματα ανάλυσης SWOT.

Πλεονεκτήματα	Αδυναμίες
<p><u>Για την αγορά και όλους τους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Υψηλή ποιότητα προϊόντων των παραγωγών / προμηθευτών Ελλάδας και Κύπρου • Μεγάλη ποικιλία «παραδοσιακών» προϊόντων σε Ελλάδα & Κύπρο με πολλά από αυτά να είναι διεθνώς γνωστά • Ευελιξία των παραγωγών / προμηθευτών να καλύψουν τις ανάγκες ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων • Προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων σε περισσότερους από έναν ελληνικούς λιμένες / προορισμούς (στην πλειοψηφία των περιπτώσεων 2 - 3 προορισμοί περιλαμβάνονται στα καταρτισμένα δρομολόγια) • Οργανωμένες πρωτοβουλίες σε τοπικό επίπεδο (σε μερικές των περιπτώσεων) για τη συλλογική προώθηση του εκάστοτε προορισμού κρουαζιέρας 	<p><u>Για την αγορά και όλους τους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Χαμηλή απήχηση και περιορισμένη αναγνωρισιμότητα των προϊόντων στον κλάδο της κρουαζιέρας και απουσία συμπερίληψης των προϊόντων αυτών στην εφοδιαστική της αλυσίδα • Μικρή συμβολή του τομέα της κρουαζιέρας στις τοπικές οικονομίες (μεγαλύτερες εξωτερικότητες συγκριτικά με τα οφέλη) • Μικρός αριθμός λιμένων σε Ελλάδα και Κύπρο που δρουν ως λιμάνια αφετηρίας κρουαζιέρας • Χωρικοί ή άλλοι περιορισμοί (π.χ. εγκαταστάσεις) σε υφιστάμενες λιμενικές υποδομές (ιδίως στον νησιωτικό χώρο της Ελλάδας) καθιστούν τη διαδικασία τροφοδοσίας των κρουαζιεροπλοίων δύσκολη ή/και προβληματική • Η εφοδιαστική αλυσίδα κρουαζιέρας αποτελεί ένα «κλειστό» τμήμα της αγοράς κρουαζιέρας και η είσοδος νέων παραγωγών / προμηθευτών και νέων προϊόντων κρίνεται σύνθετη • Μη ελκυστικό θεσμικό & φορολογικό πλαίσιο
<p><u>Για την πλατφόρμα</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Καινοτομία των υπηρεσιών και εργαλείων της πλατφόρμας • Παροχή ανταγωνιστικών προϊόντων, νέων ως προς τα ήδη παρεχόμενα στον κλάδο της κρουαζιέρας • Ανοιχτή αρχιτεκτονική, εύκολα επεκτάσιμη για την παροχή νέων υπηρεσιών και εργαλείων 	<p><u>Για την πλατφόρμα</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Καθυστερήση υλοποίησης και πλήρους λειτουργίας της Ενιαίας Ναυτιλιακής Θυρίδας (εν αναμονή της υλοποίησης της Ευρωπαϊκής Ενιαίας Ναυτιλιακής Θυρίδας) για τη διασύνδεση της πλατφόρμας με τρίτα συστήματα και την άντληση ναυτιλιακών πληροφοριών
Ευκαιρίες	Απειλές
<u>Για την αγορά</u>	<u>Για την αγορά</u>

- Προοπτικές δυνητικού εφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων με τα προϊόντα αυτά
- Ευκαιρίες επιτυχούς προώθησης και αξιολόγησης των προϊόντων. Ειδικότερα, προς τους επιβάτες κρουαζιέρας, η προώθηση και αξιολόγηση τους μπορεί να επιτευχθεί μέσω (α) της συμπερίληψης τους στα παρεχόμενα γεύματα και στους καταλόγους φαγητού στα εστιατόρια των κρουαζιερόπλοιων και (β) μέσω της διάθεσης δειγμάτων τους εντός των κρουαζιερόπλοιων (π.χ. τοποθέτηση σταντ με δείγματα)
- Συνεισφορά των προϊόντων αυτών στη βελτίωση της τουριστικής και ειδικότερα της «γευστικής» εμπειρίας των επιβατών κρουαζιέρας και διαφοροποίηση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος, εστιάζοντας κυρίως στη συλλογή αξέχαστων εμπειριών, χαρακτηριστικών του κάθε προορισμού κρουαζιέρας
- Προοπτικές διεύρυνσης της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τον τομέα της κρουαζιέρας
- Ευκαιρίες ανάπτυξης επιτυχών συνεργασιών και σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των εταιρειών κρουαζιέρας και των τοπικών παραγωγών και προμηθευτών από Ελλάδα και Κύπρο
- Ευκαιρίες κερδοφορίας για τους παραγωγούς / προμηθευτές από Ελλάδα και Κύπρο
- Πολιτική πρωτοβουλία και υποστήριξη, σε κεντρικό κυβερνητικό επίπεδο καθώς και σε επίπεδο τοπικής αυτοδιοίκησης, της ενίσχυσης του τομέα της κρουαζιέρας
- Ένταξη σχετικών προτεραιοτήτων στην Εθνική και τις Περιφερειακές Στρατηγικές Έξυπνης Εξειδίκευσης, καθώς και σε εθνικά προγράμματα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης
- Δημιουργία νέων δομών για την υποστήριξη καινοτόμων επιχειρηματικών δράσεων (π.χ. Elevate Greece στην Ελλάδα)
- Ευκαιρίες ενίσχυσης της απασχόλησης
- Ισχυρό το αρνητικό αντίκτυπο της υφιστάμενης υγειονομικής κρίσης (COVID-19) και νέες απαιτήσεις βάσει των αναθεωρημένων υγειονομικών πρωτοκόλλων
- Η πολυπλοκότητα της δομής και λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας, αλλά και της διαδικασίας έγκρισης και των κριτηρίων αξιολόγησης ενός νέου παραγωγού / προμηθευτή από μια εταιρεία κρουαζιέρας αποτελούν αποτρεπτικό παράγοντα για την είσοδο του στο τμήμα αυτό της αγοράς
- Απροθυμία / δυσκολία διαφοροποίησης από υφιστάμενες πρακτικές (υπάρχουσα δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας)
- Έλλειψη ευελιξίας από την πλευρά των εταιρειών κρουαζιέρας όσον αφορά στις προοπτικές αλλαγής προμηθευτών φαγητών και ποτών
- Περιορισμοί εισόδου νέων παραγωγών / προμηθευτών των προϊόντων στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας λόγω ισχυρού ανταγωνισμού από μεγάλα brand αντίστοιχων / υποκατάστατων προϊόντων και μεγάλες ανταγωνιστικές εμπορικές εταιρείες με ανταγωνιστικές τιμές
- Ανταγωνισμός από γειτονικές αγορές (π.χ. Τουρκία, Κροατία, Ιταλία, κτλ.)
- Ισχυρή διαπραγματευτική ικανότητα των επιβατών κρουαζιέρας ως προς τα παρεχόμενα από τις εταιρείες κρουαζιέρας προϊόντα, καθώς οι τελευταίες συνήθως προσαρμόζουν τα προϊόντα και τις τιμές τους σύμφωνα με τις απαιτήσεις των επιβατών
- Ισχυρή διαπραγματευτική ικανότητα των εταιρειών κρουαζιέρας σε σχέση με τους παραγωγούς / προμηθευτές
- Περιορισμένος χώρος πώλησης προϊόντων και περιορισμένος αριθμός διαθέσιμων κωδικών προϊόντων από τα καταστήματα εντός των κρουαζιερόπλοιων
- Πολυπλοκότητα στις απαιτήσεις τιμολόγησης των προϊόντων για τους διαφορετικούς χρήστες της πλατφόρμας
- Πιθανές αδυναμίες κάλυψης των απαιτούμενων ποσοτήτων και των απαιτήσεων σε ποικιλία προϊόντων από τους παραγωγούς και προμηθευτές
- Δυνητικά περιορισμένες δυνατότητες

	<p>κάλυψης των απαιτήσεων ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων στα σημεία ενδιαφέροντος / ανεφοδιασμού (λιμένες) κατά τη διαδικασία παράδοσης των προϊόντων από τους παραγωγούς και προμηθευτές (π.χ. ο μικρός χρόνος παραμονής των κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια προκαλεί περιορισμούς στο χρόνο παράδοσης των προϊόντων)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανεπάρκειες των υφιστάμενων λιμενικών υποδομών που φιλοξενούν κρουαζιερόπλοια για τον επιτυχή ανεφοδιασμό τους
<p><u>Για την πλατφόρμα</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ευκαιρίες επιτυχούς εισόδου στην αγορά και επιτυχούς εμπορικής χρήσης της πλατφόρμας λόγω της καινοτομίας των υπηρεσιών και εργαλείων της, καθώς αντίστοιχες ηλεκτρονικές πλατφόρμες αγοραπωλησίας αντίστοιχων προϊόντων απουσιάζουν από την αγορά κρουαζιέρας • Προοπτικές απήχησης της πλατφόρμας NAYS στον κλάδο της κρουαζιέρας λόγω (α) των νέων / ανταγωνιστικών της προϊόντων που πρόκειται να προσφέρει, τα οποία δεν απειλούνται από υποκατάστατα, (β) των τεχνολογιών αιχμής που αξιοποιεί, (γ) των δυνατοτήτων επέκτασης των υπηρεσιών και εργαλείων που παρέχει και (δ) των συνεπαγόμενων δυνατοτήτων της να καλύψει τις υφιστάμενες και δυνητικές ανάγκες της αγοράς κρουαζιέρας • Ευκαιρίες διεύρυνσης των καναλιών προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων μέσω της πλατφόρμας • Ευκαιρίες εισόδου νέων παραγωγών / προμηθευτών σε μια νέα αγορά και συγκεκριμένα στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας, μέσω της πλατφόρμας • Ευκαιρίες διεύρυνσης του δικτύου νέων δυνητικών αγοραστών και αύξησης των πωλήσεων • Ευκαιρίες δημιουργίας, ενίσχυσης και διατήρησης επιτυχών συνεργασιών μεταξύ των εταιρειών κρουαζιέρας και των παραγωγών / προμηθευτών από Ελλάδα και Κύπρο 	<p><u>Για την πλατφόρμα</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Το μεγάλο μέγεθος της αγοράς μπορεί να περιορίσει την επιθυμητή εμπορική χρήση της πλατφόρμας • Περιορισμοί επιτυχούς εμπορικής χρήσης της πλατφόρμας NAYS λόγω της ισχυρής διαπραγματευτικής ισχύος των εταιρειών κρουαζιέρας ως προς τα προϊόντα που πρόκειται να προωθηθούν μέσω της πλατφόρμας • Κίνδυνοι περιορισμού της επιτυχούς εμπορικής χρήσης και αξιοποίησης της πλατφόρμας από το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον (π.χ. πληθωρισμός, τάση ΑΕΠ κ.λπ. και κουλτούρα χρηστών της πλατφόρμας) • Ανταγωνισμός από άλλες σχετικές πλατφόρμες / εφαρμογές που παρέχουν επίσης υπηρεσίες σε Ελλάδα και Κύπρο (π.χ. Cruisito)

Πηγή: Παραδοτέο 6.1 Πράξης NAYS, ίδια επεξεργασία.

4. Επιλογή αγορών – στόχων

Στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται η τμηματοποίηση της αγοράς στην οποία απευθύνεται η πλατφόρμα NAYΣ, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της και στην επιλογή των επιμέρους τμημάτων της, στα οποία είναι απαραίτητο να επικεντρωθούν οι προτεινόμενες δράσεις του παρόντος παραδοτέου για την επιτυχή επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας. Η τμηματοποίηση αυτή πραγματοποιείται λαμβάνοντας υπόψη διακριτά χαρακτηριστικά των τυχόν επιμέρους τμημάτων και παρουσιάζεται στην Ενότητα 4.1. Τα επιμέρους τμήματα που διαμορφώθηκαν, περιγράφονται στη συνέχεια ποιοτικά και συνοπτικά (Ενότητα 4.2.1) βάσει των αποτελεσμάτων προηγούμενων δράσεων της Πράξης NAYΣ (Παραδοτέα 3.1 και 6.1), καθώς και των αποτελεσμάτων της Ενότητας 3. Για την στόχευση ενώ επικεντρώνεται στην ποιοτική περιγραφή των εξής χαρακτηριστικών (α) μέγεθος του τμήματος, (β) ρυθμός ανάπτυξης του τμήματος, (γ) δυνατότητες κερδοφορίας του τμήματος, (δ) υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός από άλλες πλατφόρμες παροχής αντίστοιχων υπηρεσιών και προϊόντων, (ε) προσβασιμότητα στο τμήμα της αγοράς από την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας και (στ) δυνατότητες αξιοποίησης των δυνατοτήτων και πόρων και της πλατφόρμας. Ακολούθως, για τα επιμέρους τμήματα της αγοράς αξιολογείται η ελκυστικότητά τους (Ενότητα 4.2.2) και τέλος ιεραρχούνται ούτως ώστε οι προτεινόμενες δράσεις του σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας να δύνανται να υλοποιηθούν με προτεραιότητα (Ενότητα 4.2.3).

4.1. Τμηματοποίηση της αγοράς

Στο σημείο αυτό είναι απαραίτητο να προσδιοριστούν τα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνεται η πλατφόρμα NAYΣ, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της ούτως ώστε να επιλεγούν οι αγορές – στόχοι της πλατφόρμας και να εξειδικευτούν μετέπειτα οι στρατηγικές και δράσεις για την προβολή και προώθησή της και για την επιχειρησιακή λειτουργία της. Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα προγενέστερων δράσεων της Πράξης NAYΣ, τα τμήματα της αγοράς στα οποία στοχεύει η πλατφόρμα καθορίζονται από τους τελικούς δυνητικούς της χρήστες και προκύπτουν συνεπώς ως εξής:

- Τμήμα 1: Εταιρείες κρουαζιέρας και εκπρόσωποί τους
- Τμήμα 2: Επιβάτες κρουαζιέρας
- Τμήμα 3: Παραγωγοί και προμηθευτές τοπικών παραδοσιακών προϊόντων στις νησιωτικές Περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και στην Κύπρο

Τα επιμέρους τμήματα της αγοράς έχουν περιγραφεί επαρκώς κατά τη διάρκεια προηγούμενων δράσεων της Πράξης NAYΣ, στις οποίες έχει επίσης τεκμηριωθεί η επιλογή τους ως δυνητικοί χρήστες της πλατφόρμας NAYΣ.

4.2. Στόχευση στα επιμέρους τμήματα της αγοράς

Τα παραπάνω τμήματα της αγοράς είναι απαραίτητο να υποβληθούν σε αξιολόγηση της ελκυστικότητάς τους ούτως ώστε να αναδειχθεί σε ποια από αυτά οφείλουν να επικεντρωθούν οι στρατηγικές και δράσεις προβολής, προώθησης και επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας. Η αξιολόγηση πρόκειται να βασιστεί στο μέγεθος, τον ρυθμό ανάπτυξης και τις δυνατότητες αύξησης των κερδών κάθε επιμέρους τμήματος, την προσβασιμότητα στο καθένα από αυτά και τον υφιστάμενο ανταγωνισμό από αντίστοιχα προϊόντα και υπηρεσίες. Συμπληρωματικά, η ελκυστικότητα της πλατφόρμας NAYS πρόκειται να αξιολογηθεί λαμβάνοντας υπόψη τις δυνατότητες αξιοποίησης των υπηρεσιών και πόρων της από το εκάστοτε τμήμα της αγοράς.

4.2.1. Περιγραφή των επιμέρους τμημάτων αγοράς

4.2.1.1 Τμήμα 1: Εταιρείες κρουαζιέρας και εκπρόσωποί τους

4.2.1.1.α. Μέγεθος τμήματος

Η βιομηχανία κρουαζιέρας αποτελεί μια μεγάλη μεγέθους βιομηχανία της παγκόσμιας οικονομίας, με τη συνολική της παραγωγή να αγγίζει τα \$154,5 δις το 2019 (CLIA, 2021). Σύμφωνα μάλιστα με τα αποτελέσματα των Παραδοτέων 3.1 και 6.1, περίπου 28 εταιρείες κρουαζιέρας παρατηρήθηκαν να περιλαμβάνουν στα δρομολόγια τους ελληνικούς λιμένες κρουαζιέρας για το 2019. Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, τα μεγέθη των κρουαζιερόπλοιων καθιστούν τις ανάγκες τους σε εφόδια τροφίμων και ποτών εξαιρετικά απαιτητικές. Λαμβάνοντας δε υπόψη τις μελλοντικές τάσεις αύξησης του μεγέθους των κρουαζιερόπλοιων, οι παραπάνω ανάγκες σε τροφοεφόδια πρόκειται να αυξηθούν σημαντικά. Αντιστοίχως, αύξηση των αναγκών σε εφόδια έχει ήδη προκύψει από την σταδιακή διεύρυνση της εποχικότητας της κρουαζιέρας.

Παράλληλα με τα παραπάνω, οι εταιρείες κρουαζιέρας τα τελευταία χρόνια στοχεύουν στη διεύρυνση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων, επικεντρώνοντας τις δράσεις τους σε εξειδικευμένες μορφές τουριστικών υπηρεσιών, όπως ο γαστρονομικός τουρισμός ή ο εξερευνητικός. Ανάμεσα σε αυτούς τους στόχους τους είναι επίσης η σύνδεσή των προϊόντων και υπηρεσιών τους με τους προορισμούς κρουαζιέρας που περιλαμβάνονται στα δρομολόγια τους, με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησής σε τοπικά προϊόντα που αντικατοπτρίζουν την κουλτούρα και την ταυτότητα των προορισμών αυτών. Αντίστοιχα, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (Véronneau κ.α., 2015), ο αριθμός των εκπροσώπων κρουαζιέρας και των πρακτορείων που συμμετέχουν στον εφοδιασμό τους είναι περιορισμένος, ειδικά στην περίπτωση της εκπροσώπησής τους στην Ελλάδα και την Κύπρο. Σύμφωνα με διαθέσιμη λίστα των εκπροσώπων εταιρειών κρουαζιέρας στην Ελλάδα για το 2018 (GTP, 2018), μόλις 5 εταιρείες καταγράφηκαν με τον ρόλο αυτό.

4.2.1.1.β. Ρυθμός ανάπτυξης του τμήματος

Ο ρυθμός ανάπτυξης και οικονομικής μεγέθυνσης του συγκεκριμένου τμήματος μπορούν να θεωρηθούν συνεχείς. Ωστόσο, η διακοπή των δραστηριοτήτων του κλάδου λόγω της παγκόσμιας

υγειονομικής κρίσης αποτέλεσε σημαντική τροχοπέδη στις αναπτυξιακές δράσεις του κλάδου, οι οποίες όμως προβλέπεται να επανέλθουν παράλληλα με τη σταδιακή αποκατάσταση της «κανονικότητας». Επιπροσθέτως, το τμήμα αυτό της αγοράς πριν την πανδημία του κορονοϊού βρισκόταν σε ρυθμούς σταδιακής ανάπτυξης λαμβάνοντας υπόψη τις επιδιώξεις του κλάδου να διευρύνει το προφίλ των επιβατών του, την εποχικότητα της κρουαζιέρας και τα προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα, συμπεριλαμβάνοντας εξειδικευμένες μορφές τουρισμού (π.χ. εξερευνητικός, γαστρονομικός κ.λπ.)

4.2.1.1.γ. Δυνατότητες αύξησης κερδών

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν στην Ενότητα 3, η βιομηχανία της κρουαζιέρας είναι μια εξαιρετικά επικερδής αγορά της οποίας η ανάπτυξη και η μεγέθυνση μπορούν να θεωρηθούν συνεχείς. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη την αναχαίτιση των δραστηριοτήτων του κλάδου λόγω της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης, σημειώθηκε ραγδαία ύφεση στα κέρδη του. Παρόλα αυτά, ήδη από τα μέσα του 2021 στοχεύει στη δυναμική επαναφορά των δραστηριοτήτων του και στην αποδοτική οικονομική του ανάκαμψη, έχοντας προγραμματίσει σημαντικό αριθμό δρομολογίων για το 2022 και 2023. Ο αριθμός αυτών των δρομολογίων προβλέπεται να παραμείνει ακόμα περιορισμένος μέχρι να ξεπεραστούν οι κίνδυνοι διασποράς του κορονοϊού και να επανέλθει η λειτουργία του κλάδου σε συνθήκες «κανονικότητας».

4.2.1.1.δ. Υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός

Αναφορικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα της πλατφόρμας στις εταιρείες κρουαζιέρας, η πλατφόρμα δεν απειλείται από αντίστοιχα προϊόντα και υποκατάστατα, αναφερόμενα είτε σε τρόφιμα και ποτά είτε σε άλλες πλατφόρμες παροχής αντίστοιχων υπηρεσιών και προϊόντων. Ωστόσο, είναι ήδη διαθέσιμη στην αγορά συναφής πλατφόρμα, η οποία απευθύνεται σε επιβάτες κρουαζιέρας χωρίς ωστόσο να παρέχει αποκλειστικά υπηρεσίες σύζευξης της προσφοράς και ζήτησης των προϊόντων που προωθεί η πλατφόρμα NAYS.

4.2.1.1.ε. Προσβασιμότητα στο τμήμα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ερωτηματολογίων στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, επισημάνθηκε ότι η βιομηχανία της κρουαζιέρας είναι ένα εξαιρετικά κλειστό τμήμα της αγοράς. Οι εταιρείες κρουαζιέρας διατηρούν σταθερές συνεργασίες για τον εφοδιασμό των κρουαζιερόπλοιων και κατ'επέκταση η εισαγωγή μιας νέας υπηρεσίας για την εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας, νέων παραγωγών και προμηθευτών, αλλά και νέων προϊόντων προβλέπεται αρκετά δυσχερής.

4.2.1.1.στ. Δυνατότητες αξιοποίησης των υπηρεσιών και πόρων της πλατφόρμας NAYS

Η βιομηχανία της κρουαζιέρας, όπως αναφέρθηκε και στην Ενότητα 2, πρόκειται να έχει σημαντικά οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας τόσο για την καλύτερη εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής της αλυσίδας όσο και για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει στους επιβάτες της.

4.2.1.2 Τμήμα 2: Επιβάτες κρουαζιέρας

4.2.1.2.α. Μέγεθος τμήματος

Οι επιβάτες κρουαζιέρας αποτελούν ένα πολυπληθές μερίδιο των τουριστών που επιλέγουν κάποια μορφή θαλάσσιου τουρισμού για τις διακοπές τους. Πιο συγκεκριμένα, όπως αναφέρθηκε και στην Ενότητα 3, το 2019 η κρουαζιέρα άγγιξε περίπου τους 29,7 εκατομμύρια επιβάτες παγκοσμίως, με περίπου 1.226.000 από αυτούς να επισκέπτονται την Ανατολική Μεσόγειο (CLIA, 2021). Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη σε επιβάτες του κρουαζιερόπλοιου Western Caribbean κατά τη διάρκεια κρουαζιέρας (Baker και Fulford, 2016), οι επιβαίνοντες δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ποιότητα του φαγητού που προσφέρεται εντός του κρουαζιερόπλοιου τόσο για να αξιολογήσουν την εμπειρία κρουαζιέρας που βίωσαν όσο και για να προτείνουν τη συγκεκριμένη κρουαζιέρα σε κάποιον άλλο. Σε μικρότερο βαθμό φαίνεται να την αξιολογούν και βάσει του προσφερόμενου φαγητού εκτός του κρουαζιερόπλοιου (π.χ. στον προορισμό κρουαζιέρας ή στην αφετηρία ή τον τερματικό προορισμό της).

Επιπροσθέτως, θετική μπορεί να θεωρηθεί και η ανοδική τάση του γαστρονομικού τουρισμού παγκοσμίως κατά τα τελευταία χρόνια, η οποία θεωρείται μια αναπτυσσόμενη αγορά, καθώς και ο ρόλος που διαδραματίζει σε αυτόν η τοπική κουζίνα (UNWTO, 2012). Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (Rousta και Jamshidi, 2019), οι εμπειρίες των τουριστών από την κατανάλωση / δοκιμή της τοπικής κουζίνας (π.χ. γεύση, ποιότητα, διατροφική αξία, κ.λπ.) συσχετίζονται θετικά με την εμπειρία που αποκομίζουν από τις υπηρεσίες φιλοξενίας, με την επιλογή προορισμού, καθώς και με την προθυμία τους να επισκεφτούν ξανά τον προορισμό αυτό. Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, παρατηρείται αυξανόμενη ζήτηση παγκοσμίως για οργανικά, αλλά και για προϊόντα που παράγονται τοπικά και με μεθόδους βιωσιμότητας (Global Newswire, 2020). Ειδικότερα στην τελευταία περίπτωση, σημειώνεται ότι οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να διαθέσουν μεγαλύτερα χρηματικά ποσά για προϊόντα φαγητού και ποτού που θεωρούν πιο υγιεινά.

4.2.1.2.β. Ρυθμός ανάπτυξης του τμήματος

Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των επιβατών κρουαζιέρας έχει σημειώσει σημαντική αύξηση. Παράλληλα, το προφίλ των επιβατών έχει διευρυνθεί, συμπεριλαμβάνοντας περισσότερες ηλικιακές και κοινωνικές ομάδες μέσα από την παροχή εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων που καλύπτουν περισσότερες προτιμήσεις και ανάγκες.

4.2.1.2.γ. Δυνατότητες αύξησης κερδών

Η πλειοψηφία των επιβατών κρουαζιέρας διαθέτουν υψηλά ετήσια εισοδήματα, γεγονός που διαμορφώνει σημαντικές ευκαιρίες διεύρυνσης των κερδών του κλάδου από το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς και συνεπώς σημαντικές ευκαιρίες κερδοφορίας και για την πλατφόρμα NAYS. Επιπροσθέτως, το είδος των προϊόντων που προωθούνται μέσω της πλατφόρμας (τοπικά παραγόμενα, «παραδοσιακά», οργανικά, καλλιεργημένα με βιολογικές μεθόδους, υψηλής διατροφικής αξίας, πιστοποιημένα, κ.λπ.), όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, είναι ιδιαίτερα

ελκυστικά προς το ευρύτερο κοινό ανεξαρτήτως εισοδήματος, το οποίο είναι συνήθως και διατεθειμένο να διαθέσει μεγαλύτερα χρηματικά ποσά για να το αποκτήσει.

4.2.1.2.δ. Υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός

Στην αγορά υπάρχουν διαθέσιμες ποικίλες διαδικτυακές / ψηφιακές εφαρμογές υποστήριξης εύρεσης και κράτησης υπηρεσιών, οι οποίες απευθύνονται στους επιβάτες κρουαζιέρας τόσο επί του κρουαζιερόπλοιου όσο και εκτός αυτού και ειδικότερα διαθέσιμες στους προορισμούς κρουαζιέρας. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός από πλατφόρμες που προωθούν αποκλειστικά τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα προς επιβάτες κρουαζιέρας είναι πάρα πολύ μικρός.

4.2.1.2.ε. Προσβασιμότητα στο τμήμα

Οι επιβάτες κρουαζιέρας ως δυνητικοί χρήστες της πλατφόρμας NAYΣ μπορούν να χαρακτηριστούν ως ένα εύκολα προσβάσιμο μερίδιο της αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη τα ποικίλα κανάλια διανομής μέσω των οποίων μπορεί να προβληθεί και να προωθηθεί η πλατφόρμα, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της. Ωστόσο, εάν επιλεγεί η αξιοποίηση πιο στοχευμένων καναλιών διανομής (π.χ. εταιρείες κρουαζιέρας, τουριστικά πρακτορεία, κ.λπ.), η προσβασιμότητα μπορεί να γίνει πιο εύκολη, καθώς καθορίζεται πλέον από την επιτυχή πρόσβαση στις εταιρείες κρουαζιέρας ως προσφερόμενη υπηρεσία προς τους επιβάτες της.

4.2.1.2.στ. Δυνατότητες αξιοποίησης των υπηρεσιών και πόρων της πλατφόρμας NAYΣ

Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της πλατφόρμας NAYΣ προβλέπεται να αξιοποιηθούν από τους επιβάτες κρουαζιέρας. Λαμβάνοντας υπόψη τις παρεχόμενες και εξατομικευμένες υπηρεσίες που τους παρέχει η βιομηχανία της κρουαζιέρας μέσω της αξιοποίησης «έξυπνων» τεχνολογιών και ειδικότερα εφαρμογών «έξυπνου» τηλεφώνου, προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι επιβάτες κρουαζιέρας είναι εξοικειωμένοι και τακτικοί χρήστες τέτοιων τεχνολογιών. Συνεπώς, δημιουργούνται σημαντικές ευκαιρίες για την επιτυχή αξιοποίηση της πλατφόρμας NAYΣ από αυτούς τους χρήστες. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τα παραπάνω, τα προϊόντα που προωθούνται μέσω της πλατφόρμας συμπεριλαμβάνονται στις προτιμήσεις των τουριστών και συνεπώς αυξάνονται οι πιθανότητες να αξιοποιηθούν και από τους επιβάτες κρουαζιέρας.

4.2.1.3 Τμήμα 3: Παραγωγοί και προμηθευτές τοπικών παραδοσιακών προϊόντων στις νησιωτικές

Περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και στην Κύπρο

4.2.1.3.α. Μέγεθος τμήματος

Ο τομέας αγροδιατροφής της Ελλάδας και της Κύπρου αποτελούν μικρά τμήματα των περιοχών αυτών συγκριτικά με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας και συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης, κυρίως λόγω των μικρών εκτάσεων παραγωγής που διαθέτουν οι χώρες αυτές. Το πλεονέκτημα τους, ωστόσο, έγκειται στην μοναδικότητα, την ποιότητα και την υψηλή διατροφική αξία των προϊόντων αυτών. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τα αρμόδια Επιμελητήρια

των περιοχών που εντάσσονται στην Πράξη ΝΑΥΣ, τα μέλη τους που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και προμήθεια των παραπάνω προϊόντων είναι πολυπληθή. Για παράδειγμα, στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου μόνο δραστηριοποιούνται συνολικά 337 παραγωγοί και προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων. 175 από αυτούς εδρεύουν στις Κυκλάδες και 162 στα Δωδεκάνησα. Αναλυτικότερα, λαμβάνοντας υπόψη τη συμμετοχή των παραγωγών και προμηθευτών τοπικών παραδοσιακών προϊόντων σε προηγούμενες δράσεις της Πράξης ΝΑΥΣ, οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις που βρίσκονται στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου δραστηριοποιούνται στους κλάδους (α) της πρωτογενούς μεταποίησης, (β) οινοποιεία – ποτοποιεία, (γ) μελισσοκομία, (δ) παραγωγή τοπικών γλυκών, (ε) παραγωγή τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και (στ) το εμπόριο των παραπάνω προϊόντων.

Δεδομένου επίσης ότι η πλειοψηφία αυτών εστιάζουν την παραγωγή τους σε προϊόντα που παράγονται τοπικά, φέρουν ποικίλες πιστοποιήσεις (όπως ποιότητας, περιοχής προέλευσης, κ.λπ.), έχουν υψηλή διατροφική αξία, ενώ κάποια από αυτά είναι βιολογικά ή οργανικά. Τα χαρακτηριστικά αυτά, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω ενισχύουν την ελκυστικότητα των προϊόντων αυτών και την προθυμία των καταναλωτών να διαθέσουν περισσότερα χρήματα για να τα αποκτήσουν.

4.2.1.3.β. Ρυθμός ανάπτυξης του τμήματος

Δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για τον προσδιορισμό του ρυθμού ανάπτυξης του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς.

4.2.1.3.γ. Δυνατότητες αύξησης κερδών

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω σχετικά με την προθυμία των τουριστών να διαθέσουν περισσότερα χρήματα για προϊόντα τα οποία παράγονται τοπικά και με βιολογικές μεθόδους, καθώς επίσης αναφορικά με το ότι τα προϊόντα που προωθεί η πλατφόρμα φέρουν πιστοποιήσεις ποιότητας, αντικατοπτρίζουν την τοπική κουλτούρα μιας περιοχής και έχουν υψηλή διατροφική αξία, εκτιμάται ότι διαμορφώνονται σημαντικές ευκαιρίες αύξησης της κερδοφορίας για το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.

4.2.1.3.δ. Υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός

Στην ευρύτερη αγορά υπάρχει διαθεσιμότητα παρόμοιων υπηρεσιών για την προβολή, προώθηση και ηλεκτρονική πώληση των προϊόντων των παραπάνω παραγωγών και προμηθευτών. Ωστόσο, οι υπηρεσίες αυτές δεν απευθύνονται στη βιομηχανία της κρουαζιέρας και τους επιβάτες της, με αποτέλεσμα ο υφιστάμενος ανταγωνισμός να είναι ιδιαίτερα περιορισμένος.

4.2.1.3.ε. Προσβασιμότητα στο τμήμα

Το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς θεωρείται προσβάσιμο ειδικότερα αξιοποιώντας ως κανάλια επικοινωνίας και διανομής τα Εμπορικά Επιμελητήρια των περιοχών που καλύπτει η Πράξη ΝΑΥΣ. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα από προηγούμενες δράσεις του έργου, οι παραγωγοί και

προμηθευτές των παραπάνω περιοχών είναι ανοιχτοί στο να αξιοποιήσουν τις υπηρεσίες της εν λόγω πλατφόρμας και να προωθήσουν τα προϊόντα τους στα παραπάνω τμήματα της αγοράς, επιδιώκοντας ταυτόχρονα την αύξηση των πωλήσεών τους σε διεθνές επίπεδο.

4.2.1.3.στ. Δυνατότητες αξιοποίησης των υπηρεσιών και πόρων της πλατφόρμας NAYS

Οι παραγωγοί και προμηθευτές των νησιωτικών Περιφερειών του Αιγαίου της Ελλάδας και της Κύπρου, σε προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYS, έχουν δηλώσει πρόθυμοι να αξιοποιήσουν την πλατφόρμα NAYS και τις υπηρεσίες της για να προωθήσουν τα προϊόντα τους.

4.2.2. Αξιολόγηση των επιμέρους τμημάτων της αγοράς

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακα 3) συνοψίζονται και αξιολογούνται ποιοτικά τα στοιχεία περιγραφής των επιμέρους τμημάτων της αγοράς, όπως αυτά καταγράφηκαν στην προηγούμενη ενότητα (Ενότητα 4.2.1).

Πίνακας 3: Αξιολόγηση των επιμέρους τμημάτων της αγοράς.

Τμήμα αγοράς / Κριτήριο αξιολόγησης	Τμήμα 1 Εταιρείες κρουαζιέρας	Τμήμα 2 Επιβάτες κρουαζιέρας	Τμήμα 3 Παραγωγοί και προμηθευτές
Μέγεθος τμήματος	Μεγάλο	Μεγάλο	Μέτριο
Ρυθμός ανάπτυξης του τμήματος	Μέτριος	Μέτριος	Απροσδιόριστο
Δυνατότητες αύξησης κερδών	Μέτριες	Μεγάλες	Μεγάλες
Υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός	Μικρός	Μικρός	Μικρός
Προσβασιμότητα στο τμήμα	Μικρή	Μέτρια	Μεγάλη
Δυνατότητες αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYS	Μέτριες	Μεγάλες	Μεγάλες

Πηγή: ίδια επεξεργασία

4.2.3. Επιλογή τμημάτων - στόχων της αγοράς

Αξιολογώντας συνδυαστικά τα στοιχεία του Πίνακα 3, προκύπτει ότι το πιο ελκυστικό τμήμα της αγοράς είναι αυτό των επιβατών κρουαζιέρας. Συνεπώς, οι δράσεις προβολής και προώθησης στο πλαίσιο της λειτουργίας και εμπορικής αξιοποίησης της πλατφόρμας είναι απαραίτητο να εστιάσουν σε αυτό. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος των επιβατών κρουαζιέρας είναι πιο εύκολα προσβάσιμο μέσω των εταιριών κρουαζιέρας, οι οποίες συνεπώς είναι απαραίτητο να αξιοποιηθούν ως κανάλια επικοινωνίας και διανομής της πλατφόρμας.

Επιπροσθέτως, οι παραγωγοί και προμηθευτές των προϊόντων που πρόκειται να προωθούνται μέσω της πλατφόρμας, είναι επίσης απαραίτητοι καθώς εξασφαλίζουν την προσφορά των προϊόντων (π.χ. ποικιλία προϊόντων, επαρκείς ποσότητες, κ.λπ.) των οποίων η ζήτηση καθορίζεται

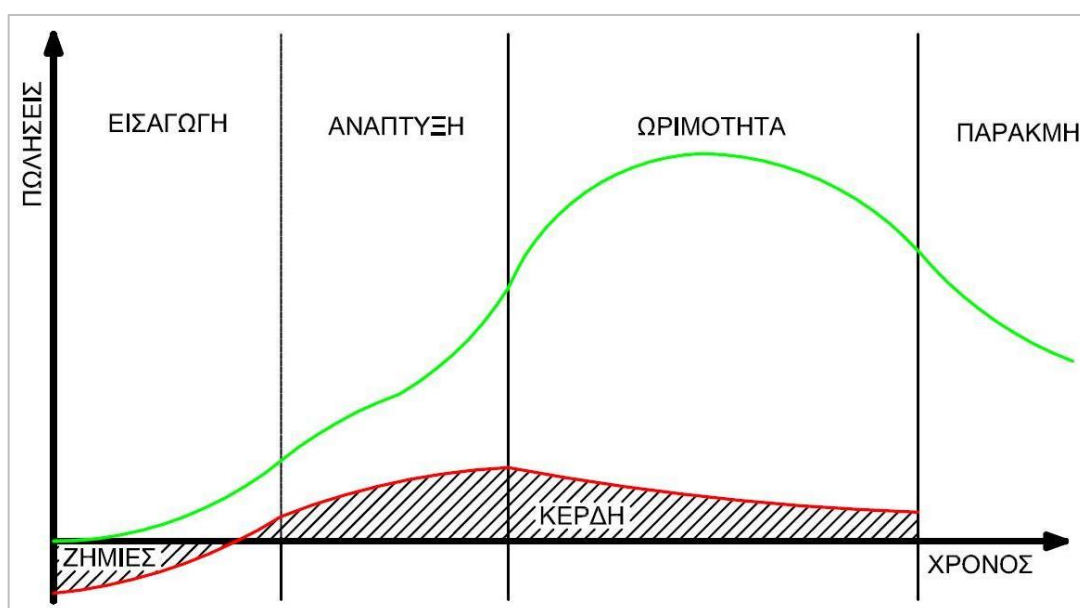
από τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους επιβάτες της. Συνεπώς, αντίστοιχα οι δράσεις προώθησης και προβολής της πλατφόρμας οφείλουν να επικεντρωθούν και σε αυτό το τμήμα της αγοράς.

5. Στρατηγικές και στόχοι προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

Στην ενότητα αυτή προσδιορίζονται οι στρατηγικές και οι στόχοι του σχεδίου προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας ΝΑΥΣ. Για τη διαδικασία αυτή αρχικά είναι απαραίτητο να προσδιοριστεί το στάδιο κύκλου ζωής της πλατφόρμας, εφαρμόζοντας τη μέθοδο του σταδίου κύκλου ζωής προϊόντος (Ενότητα 5.1). Στη συνέχεια, προσδιορίστηκε η φάση της αγοράς, στην οποία απευθύνεται η πλατφόρμα ΝΑΥΣ (Ενότητα 5.2). Οι διαδικασίες αυτές είναι απαραίτητες για την επιλογή των γενικών και επιμέρους στόχων του σχεδίου προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας και στη συνέχεια των στρατηγικών μέσω των οποίων επιδιώκεται να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί (Ενότητες 5.3, 5.4 και 5.5 αντίστοιχα).

5.1. Στάδιο κύκλου ζωής της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος και τα επιμέρους στάδιά του διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο σχεδιασμό της λειτουργίας και επιτυχούς αξιοποίησής του, στη χάραξη και εφαρμογή των στρατηγικών και δράσεων προώθησης και αξιοποίησης του και στη λήψη αποφάσεων κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής λειτουργίας του. Η παρακάτω εικόνα (Εικόνα 3) παρουσιάζει ενδεικτικά τον τυπικό κύκλο ζωής ενός προϊόντος και τα επιμέρους στάδιά του, των οποίων τα χρονικά διαστήματα συνήθως δεν είναι εφικτό να προσδιοριστούν με ακρίβεια καθώς εξαρτώνται από το είδος του προϊόντος και την αναγκαιότητά χρήσης του.



Εικόνα 3: Ο κύκλος ζωής προϊόντος και τα επιμέρους στάδιά του. (Πηγή: 4economist, 2015)

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα (Εικόνα 3), η πλατφόρμα NAYΣ τη δεδομένη στιγμή βρίσκεται στη φάση «εισαγωγής» της στην αγορά. Αυτό σημαίνει ότι η ζήτηση για τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της είναι περιορισμένη έως μηδενική, καθώς επίσης ότι υπάρχει προς το παρόν αδυναμία παραγωγής κέρδους από την επιχειρησιακή λειτουργία της.

Σε θεωρητικό επίπεδο, η λειτουργία της προβλέπεται προς το τέλος του σταδίου «εισαγωγής» να είναι επικερδής, με την προϋπόθεση την επιτυχή είσοδό της στην αγορά και την επιτυχή δημιουργία ζήτησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Για τα επόμενα στάδια του κύκλου ζωής της πλατφόρμας NAYΣ υπάρχει αβεβαιότητα και οι σχετικές στρατηγικές και δράσεις στο πλαίσιο της επιχειρησιακής λειτουργίας της δύνανται να επαναπροσδιοριστούν μελλοντικά.

5.2. Φάση αγοράς

Ο προσδιορισμός της φάσης της αγοράς στην οποία απευθύνεται η πλατφόρμα NAYΣ, οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της είναι απαραίτητος για την επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής προβολής και προώθησης της πλατφόρμας. Τα τμήματα της αγοράς που απαρτίζονται από τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους εκπροσώπους τους και από τους επιβάτες τους μπορούν να χαρακτηριστούν ως αναπτυσσόμενα, συνεκτιμώντας τη σχέση τους με τα προϊόντα που προωθεί η πλατφόρμα. Ωστόσο, η υγειονομική κρίση που επέφερε η πανδημία του Covid-19, έχει αναχαιτίσει την ανάπτυξη αυτή καθ' όλη τη διάρκεια της πανδημίας, καθιστώντας τις δράσεις ανάπτυξης και διεύρυνσης του κλάδου πιο συντηρητικές. Η συντηρητική αυτή διάθεση ενδέχεται να διαρκέσει για κάποιο χρονικό διάστημα και μετά το πέρας της πανδημίας έως ότου ο κλάδος ανακάμψει πλήρως. Όσον αφορά στους παραγωγούς – προμηθευτές των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων από τις νησιωτικές περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και από την Κύπρο, το τμήμα της αγοράς που διαμορφώνουν μπορεί να χαρακτηριστεί ως σταθερό.

5.3. Γενικοί στόχοι

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση του κύκλου ζωής που παρατίθεται στην Ενότητα 5.1, η πλατφόρμα, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της βρίσκονται στο στάδιο «εισαγωγής» στην αγορά. Στο στάδιο αυτό, η πλατφόρμα δεν έχει εισέλθει ουσιαστικά στην αγορά και η χρήση της είναι πολύ περιορισμένη έως μηδενική, καθώς και μη διαδεδομένη στους δυνητικούς τελικούς της χρήστες. Κατ' επέκταση, δεν υπάρχει ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της και δεν υπάρχουν επαρκή έσοδα ούτως ώστε να αντισταθμίζονται με τα έξοδα της. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρησιακές δράσεις που πρόκειται να υλοποιηθούν κατά τη λειτουργία και αξιοποίηση της, οφείλουν να επικεντρωθούν στην προβολή και προώθηση της πλατφόρμας στην αγορά και τους δυνητικούς της χρήστες και κατ' επέκταση οι κύριοι στόχοι τους είναι οι εξής:

1. Η επιτυχής είσοδος / διείδυση της πλατφόρμας στην αγορά.

2. Η δημιουργία ζήτησης των προϊόντων και υπηρεσιών της.
3. Η δημιουργία και σταδιακή αύξηση των εσόδων από την επιχειρησιακή λειτουργία της.

5.4. Επιμέρους στόχοι προβολής και προώθησης της πλατφόρμας NAYΣ

Οι επιμέρους στόχοι προβολής και προώθησης της πλατφόρμας NAYΣ, των υπηρεσιών και των προϊόντων της συνοψίζονται στους εξής:

1. Διάδοση των πλεονεκτημάτων και των ωφελειών από τη χρήση της πλατφόρμας από όλα τα επιμέρους τμήματα της αγοράς στα οποία στοχεύει και ειδικότερα:
 - i. Διάδοση των ευκαιριών πρόσβασης των παραγωγών και προμηθευτών από τις νησιωτικές περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και από την Κύπρο στη διεθνή αγορά της κρουαζιέρας
 - ii. Διάδοση των ευκαιριών πρόσβασης των εταιρειών και επιβατών κρουαζιέρας σε τοπικά «παραδοσιακά προϊόντα υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας
 - iii. Διάδοση των ευκαιριών ενίσχυσης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος των εταιρειών κρουαζιέρας προς τους επιβάτες κρουαζιέρας
 - iv. Διάδοση των ευκαιριών αξιοποίησης των υπηρεσιών υποστήριξης της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας από τις αντίστοιχες εταιρείες
2. Υποκίνηση της ζήτησης για την πλατφόρμα, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της αρχικά στην εγχώρια αγορά
3. Υποκίνηση δευτερευόντως της ζήτησης για την πλατφόρμα, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της στα τμήματα της αγοράς που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό
4. Δημιουργία μιας ισχυρής βάσης πελατών
 - i. Αύξηση των χρηστών της πλατφόρμας
 - ii. Διατήρηση των χρηστών της πλατφόρμας και διαφύλαξη της πιστότητάς τους

5.5. Στρατηγικές στόχευσης προβολής και προώθησης της πλατφόρμας NAYΣ

Οι στρατηγικές στόχευσης των δράσεων προβολής και προώθησης ενός προϊόντος ποικίλουν, ενώ η επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην παραπάνω διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς και αξιολόγησης της ελκυστικότητας των επιμέρους τμημάτων της, της ανάλυσης του κύκλου ζωής της πλατφόρμας και τον προσδιορισμό της τρέχουσας φάσης της αγοράς. Δεδομένου ότι όλα τα επιμέρους τμήματα που αναλύθηκαν παραπάνω είναι ελκυστικά και αποτελούν τμήματα – στόχους της πλατφόρμας NAYΣ, καθώς επίσης ότι η πλατφόρμα

διαφοροποιεί τις υπηρεσίες της και τα προϊόντα της ως προς τα Τμήματα 1 και 2 της αγοράς⁵, οι στρατηγικές που προτείνεται να εφαρμοστούν είναι η στρατηγική της πλήρους κάλυψης της αγοράς με διαφοροποιημένες δράσεις προβολής και προώθησης της πλατφόρμας (Kotler, 2000) και η στρατηγική διείσδυσης στην αγορά.

Σύμφωνα με την στρατηγική πλήρους κάλυψης της αγοράς με διαφοροποιημένες δράσεις προβολής και προώθησης, οι δράσεις αυτές στοχεύουν να καλύψουν όλα τα τμήματα της αγοράς. Ωστόσο, για την επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων στις δράσεις αυτές προτείνεται να αναπτυχθούν διαφορετικά προγράμματα προβολής και προώθησης, τα οποία να λαμβάνουν υπόψη τους τα διαφορετικά χαρακτηριστικά των επιμέρους τμημάτων της αγοράς. Με αυτό τον τρόπο, επιδιώκεται να προσελκυστούν περισσότεροι χρήστες, αλλά και να υποβληθούν περισσότερες παραγγελίες μέσω της πλατφόρμας. Αξίζει να σημειωθεί ότι η στρατηγική αυτή ενδέχεται να αυξήσει τα έξοδα προβολής και προώθησης της πλατφόρμας.

Αναφορικά με τη στρατηγική διείσδυσης στην αγορά, εκτιμάται ότι με τις κατάλληλες δράσεις προώθησης (π.χ. επιθετική διαφήμιση) θα διαμορφωθούν τα απαραίτητα περιθώρια αύξησης της χρήσης της πλατφόρμας και των υποβολών παραγγελιών. Σκοπός της στρατηγικής αυτής είναι η προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων χρηστών για την αξιοποίηση της πλατφόρμας και των υπηρεσιών της και στη συνέχεια η διατήρησή τους ως τακτικούς χρήστες της. Με τον τρόπο αυτό, σταδιακά προβλέπεται να κατακτηθεί το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, να εδραιωθεί η πλατφόρμα σε σχέση με δυνητικούς ανταγωνιστές που ενδέχεται να προκύψουν και μόλις δημιουργηθούν έσοδα από τη χρήση της πλατφόρμας, σταδιακά να μειωθεί το κόστος για την παροχή των υπηρεσιών της.

⁵ Όπως έχει αναφερθεί λεπτομερώς στην Ενότητα 2, η πλατφόρμα NAYΣ παρέχει υπηρεσίες B2B για τις συνεργασίες μεταξύ παραγωγών / προμηθευτών και εταιρειών κρουαζιέρας / εκπροσώπων τους και υπηρεσίες B2C για τις συνεργασίες των πρώτων με τους επιβάτες κρουαζιέρας.

6. Σχέδιο δράσης προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYΣ

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται το σχέδιο προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYΣ, το οποίο έχει τη δομή και τη μεθοδολογία σχεδίου marketing και αποσκοπεί στη διαμόρφωση επιμέρους σχεδίων – πλάνων που συνεισφέρουν στην επιτυχή προώθηση της πλατφόρμας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της και κατ' επέκταση στην επίτευξη των στόχων που τέθηκαν στην Ενότητα 5. Το συγκεκριμένο σχέδιο καταρτίστηκε με τη συνεισφορά των υπόλοιπων Δικαιούχων της Πράξης NAYΣ και ειδικότερα των Περιφερειών Βορείου και Νοτίου Αιγαίου από την Ελλάδα και του Κυπριακού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου. Οι Δικαιούχοι αυτοί προσέφεραν τις ουσιαστικές προτάσεις τους, οι οποίες λήφθηκαν υπόψη στη διαμόρφωση των επιμέρους πλάνων του σχεδίου προώθησης και αξιοποίησης της πλατφόρμας.

Στις ακόλουθες υποενότητες παρουσιάζεται αρχικά το πλάνο των υπηρεσιών της πλατφόρμας (Ενότητα 6.1), το πλάνο τιμολόγησης των υπηρεσιών αυτών (Ενότητα 6.2), το πλάνο διανομής τους (Ενότητα 6.3) για το οποίο καταρτίστηκαν οι στόχοι από τη διανομή των υπηρεσιών, ο τρόπος φυσικής διανομής τους, καθώς και τα κανάλια διανομής τους. Στη συνέχεια, διαμορφώνεται το πλάνο πωλήσεων (Ενότητα 6.4) για το οποίο προσδιορίστηκαν οι στόχοι των πωλήσεων, οι περιοχές πωλήσεων, το μέγεθος και η οργάνωση της δύναμης των πωλητών, η μέθοδος άντλησης και επιλογής των νέων πωλητών, η μέθοδος και το περιεχόμενο της εκπαίδευσής τους, καθώς και το ύψος της αμοιβής τους. Στην Ενότητα 6.5 παρατίθεται το πλάνο προβολής και επικοινωνίας των υπηρεσιών της πλατφόρμας για το οποίο καταρτίστηκαν οι στόχοι του, τα εργαλεία που προτείνεται να χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των στόχων αυτών, το μήνυμα που προτείνεται να προωθηθεί στους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας με σκοπό την προσέλκυσή τους, προτάσεις υποστηρικτικών ενεργειών, οι οποίες ενδέχεται να ενισχύσουν τα προαναφερόμενα εργαλεία και μηνύματα για την προβολή και επικοινωνία της πλατφόρμας, καθώς και εκτιμώμενος προϋπολογισμός του πλάνου αυτού.

6.1. Πλάνο υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ

Οι υπηρεσίες της πλατφόρμας NAYΣ έχουν διαμορφωθεί κατόπιν διερεύνησης και ανάλυσης των αναγκών και προτιμήσεων των δυνητικών χρηστών της, ούτως ώστε να παρέχει εξατομικευμένες (tailor-made) υπηρεσίες. Αναλυτικά οι λειτουργίες, οι υπηρεσίες και η αρχιτεκτονική της πλατφόρμας, οι δυνητικοί της χρήστες, οι ανάγκες που εξυπηρετεί και τα πλεονεκτήματα και

οφέλη για κάθε χρήστη της έχουν παρατεθεί στην Ενότητα 2 και σε προηγούμενα παραδοτέα της Πράξης ΝΑΥΣ^{6,7,8}.

Η πλατφόρμα έχει επίσης υποβληθεί σε δοκιμαστική λειτουργία και αξιολογήθηκε από δυνητικούς χρήστες της ως προς την χρηστικότητα της, την προσβασιμότητα της, τα τεχνικά και λειτουργικά της χαρακτηριστικά. Επιπροσθέτως, η αρχιτεκτονική της είναι «ανοιχτή» και επεκτάσιμη με αποτέλεσμα να επιτρέπει την αναδιαμόρφωσή της και την επέκταση των υπηρεσιών της εάν κριθεί αναγκαίο μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα για την προσαρμογή της σε νέες ανάγκες και απαιτήσεις των χρηστών της μελλοντικά και για την επιτυχή κάλυψή τους.

Επιπλέον, συμμορφώνεται με τα θεσμικά και ρυθμιστικά πλαίσια τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι επιταγές αυτές αφορούν τη σχεδίαση ιστοσελίδων, την προστασία προσωπικών και ευαίσθητων δεδομένων κ.ο.κ.. Ενδεικτικά, τα θεσμικά αυτά πλαίσια είναι τα εξής:

- Οδηγία 95/46/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.
- Οδηγία 2002/58/EK για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.
- Ν.2472/97 για «την προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα» όπως τροποποιήθηκε από ΦΕΚ 84/2000 και ΦΕΚ 109Α/2001.
- Ν.2774/1999 για την «Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα».

6.2. Πλάνο τιμολόγησης των υπηρεσιών της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

Στην ενότητα αυτή, προσδιορίζονται (α) οι τιμολογιακοί στόχοι, (β) οι τιμολογιακές μέθοδοι και (γ) οι τιμολογιακές πολιτικές της πλατφόρμας ΝΑΥΣ. Στο πλαίσιο αυτό, γίνεται η παραδοχή ότι η ζήτηση για τις υπηρεσίες της πλατφόρμας είναι ελαστική, δηλαδή η αύξηση της τιμής για τη χρήση της μπορεί να μειώσει τη ζήτηση, ενώ αντίστοιχα η μείωση της τιμής αυτής μπορεί να αυξήσει τη ζήτηση. Δεδομένου ότι η πλατφόρμα είναι στο στάδιο εισαγωγής στην αγορά, καθώς επίσης ότι βασικός στόχος του σχεδίου αυτού είναι η δημιουργία ζήτησης, το τελευταίο μπορεί να

⁶ Περιφέρεια Κρήτης (2020). [Ανάλυση των αναγκών των χρηστών της πλατφόρμας \(Π.4.1\)](#). Παραδοτέο 4.1 της Πράξης ΝΑΥΣ.

⁷ Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (2020). [Βασική αρχιτεκτονική της πλατφόρμας \(Π.4.2\)](#). Παραδοτέο 4.2 της Πράξης ΝΑΥΣ.

⁸ ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ (2020). [Εγχειρίδιο χρήσης της πλατφόρμας \(Π.4.2β\)](#). Παραδοτέο 4.2β της Πράξης ΝΑΥΣ.

εξασφαλιστεί μέσω της διατήρησης των τιμών για τη χρήση της σε χαμηλά επίπεδα για τους πρώτους 18 μήνες επιχειρησιακής λειτουργίας της.

Όσον αφορά στην τιμολόγηση των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της αξιολόγησης της πλατφόρμας⁹, στην οποία συμμετείχαν κυρίως παραγωγοί – προμηθευτές, μόνο το 30% όσων δραστηριοποιούνται στις νησιωτικές Περιφέρειες Αιγαίου της Ελλάδας και το 15% αυτών από Κύπρο δήλωσαν διατεθειμένοι να διαθέσουν κάποιο χρηματικό ποσό για την αξιοποίηση των υπηρεσιών της πλατφόρμας. Το πλέον επιθυμητό ποσό κυμαίνεται στα 5€ - 15€, ενώ πολύ λιγότεροι δήλωσαν πρόθυμοι να διαθέσουν 20€ - 25€ με την προϋπόθεση, ωστόσο, η χρήση της πλατφόρμας να αποδειχθεί επικερδής για αυτούς.

Επιπροσθέτως, από την έρευνα ερωτηματολογίων που διεξήχθη στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, η συντριπτική πλειοψηφία των παραγωγών – προμηθευτών δήλωσαν ότι για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας της πλατφόρμας και τη μελλοντική ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και λειτουργιών προτιμούν η χρήση της πλατφόρμας να τιμολογείται βάσει ποσοστιαίας προμήθειας επί του ποσού της εκάστοτε ολοκληρωμένης παραγγελίας. Ένας εκ των ερωτηθέντων δήλωσε υπέρ της προμήθειας αυτής, αφού ωστόσο αποδειχθεί στην πράξη ότι η χρήση της είναι κερδοφόρα. Η δεύτερη προτίμησή τους υποδεικνύει τη χρήση της πλατφόρμας μέσω ετήσιας συνδρομής. Όσον αφορά στις αντίστοιχες προτιμήσεις των εταιρειών κρουαζιέρας και των εκπροσώπων τους, οι απόψεις διίστανται, καθώς το 50% των ερωτηθέντων είναι υπέρ της διάθεσης ποσοστιαίας προμήθειας επί του ποσού της εκάστοτε ολοκληρωμένης παραγγελίας και το υπόλοιπο 50% υπέρ της ετήσιας συνδρομής.

Συμπληρωματικά με τις προτιμήσεις των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας, επιπρόσθετα στοιχεία που είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη στο πλάνο τιμολόγησης είναι ο υφιστάμενος και δυνητικός ανταγωνισμός, το κόστος για την προβολή και προώθηση της πλατφόρμας και η εξασφάλιση της βιωσιμότητας της. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες (Ενότητες 3 και 4), ο ανταγωνισμός από άλλες πλατφόρμες αντίστοιχων υπηρεσιών είναι μικρός και δεν αποτελεί σημαντική απειλή για τη βιωσιμότητα της πλατφόρμας. Το κόστος για την προβολή και προώθηση της πλατφόρμας λαμβάνεται επίσης υπόψη, ενώ πρόκειται να αναλυθεί εκτενώς σε επόμενη ενότητα (Ενότητα 6.5.5), στο πλάνο προβολής και επικοινωνίας της πλατφόρμας. Σχετικά με τη βιωσιμότητα της πλατφόρμας, για την εξασφάλισή της απαιτείται να δημιουργηθεί αρχικά ζήτηση η οποία με τις κατάλληλες επόμενες δράσεις να διατηρηθεί. Η σταδιακή επίσης διαμόρφωση αναγνώρισης των υπηρεσιών της πλατφόρμας (brand), μπορεί να συνδράμει στην εξασφάλιση της βιωσιμότητάς της. Στο πλαίσιο αυτό, κρίνεται απαραίτητο αρχικά η πλατφόρμα να διατίθεται στους χρήστες της σε χαμηλές τιμές ούτως ώστε να προσελκυστούν περισσότεροι χρήστες. Στη συνέχεια, με την επιτυχή λειτουργία της και την ανάδειξη των πλεονεκτημάτων και ωφελειών της, η τιμή για τη χρήση της μπορεί να αυξηθεί.

⁹ Ερευνητικό Ίδρυμα Πανεπιστημίου Λευκωσίας (2021). Αξιολόγηση της πλατφόρμας (Π.5.2). Παραδοτέο 5.2 της Πράξης NAYΣ.

Οι τιμολογιακοί στόχοι για τις υπηρεσίες της πλατφόρμας NAYΣ, μπορούν στο στάδιο αυτό να προσδιοριστούν μόνο ποιοτικά. Οι κυριότεροι στόχοι είναι:

- Η κάλυψη του κόστους λειτουργίας της πλατφόρμας.
- Η διαμόρφωση τιμών προς τους χρήστες της που να ανταποκρίνονται στη ζήτηση για τις υπηρεσίες της, στις προτιμήσεις τους και στην αποδοτικότητα της χρήσης της.
- Σταθερές τιμές για τους 12 πρώτους μήνες λειτουργίας της.
- Είσπραξη προμήθειας από τις ολοκληρωμένες παραγγελίες από το 2^ο χρόνο λειτουργίας της πλατφόρμας.
- Σταθερό ποσοστό προμήθειας επί του ποσού της παραγγελίας καθ' όλη τη διάρκεια του 2^{ου} έτους λειτουργίας της πλατφόρμας, το οποίο προτείνεται να κυμαίνεται στο 0,2% επί του συνολικού ποσού της παραγγελίας. Για τον 3^ο χρόνο λειτουργίας της πλατφόρμας προτείνεται η προμήθεια να αυξηθεί στο 0,3%, και από τον 4^ο χρόνο να σταθεροποιηθεί στο 0,5%.

Αναφορικά με τις τιμολογιακές μεθόδους προσδιορισμού της τιμολόγησης των υπηρεσιών της πλατφόρμας, επιλέχθηκε η ανάλυση νεκρού - σημείου. Με τη μέθοδο αυτή μπορεί να προσδιοριστεί ο απαιτούμενος αριθμός χρηστών ούτως ώστε η πλατφόρμα να είναι οικονομικά βιώσιμη, καθώς και για να είναι επικερδής. Επιπλέον, για τους πρώτους 12 μήνες λειτουργίας της προβλέπεται ο καθορισμός της ελάχιστης δυνατής τιμής για τη χρήση της, λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρθηκαν παραπάνω.

Οι τιμολογιακές πολιτικές της πλατφόρμας καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται οι τιμές για τη χρήση της πλατφόρμας στους χρήστες της. Οι προτεινόμενες τιμολογιακές πολιτικές είναι αυτή της διαφοροποιημένης τιμολόγησης ανάλογα με το χρήστη της πλατφόρμας και το τμήμα της αγοράς στο οποίο κατατάσσονται, όπως αυτά αναλύθηκαν σε προηγούμενη ενότητα (Ενότητα 4), και η πολιτική τιμολόγησης βάσει των υφιστάμενων ή/και επιδιωκόμενων σχέσεων με τους χρήστες της πλατφόρμας. Στο πλαίσιο αυτό, η προτεινόμενη τιμολογιακή πολιτική προωθεί την προσφορά ετήσιας συνδρομής προς τους χρήστες της και διαμορφώνεται ως εξής:

1. Προσφορά υπηρεσιών σε παραγωγούς - προμηθευτές τοπικών προϊόντων που είναι φυσικά πρόσωπα: Ετήσια συνδρομή (12 μήνες) ίση με 60€ ($5\text{€}/\text{μήνα} * 12 \text{ μήνες} = 60\text{€}$)
2. Προσφορά υπηρεσιών σε παραγωγούς - προμηθευτές τοπικών προϊόντων που είναι νομικά πρόσωπα: Ετήσια συνδρομή (12 μήνες) ίση με 120€ ($10\text{€}/\text{μήνα} * 12 \text{ μήνες} = 120\text{€}$)
3. Προσφορά υπηρεσιών σε εκπροσώπους εταιρειών κρουαζιέρας που είναι νομικά πρόσωπα: Ετήσια συνδρομή (12 μήνες) ίση με 120€ ($10\text{€}/\text{μήνα} * 12 \text{ μήνες} = 120\text{€}$)
4. Προσφορά υπηρεσιών σε εταιρείες κρουαζιέρας που είναι νομικά πρόσωπα για την εξυπηρέτηση της εφοδιαστικής τους αλυσίδας: Ετήσια συνδρομή (12 μήνες) ίση με 180€ ($15\text{€}/\text{μήνα} * 12 \text{ μήνες} = 180\text{€}$)
5. Προσφορά υπηρεσιών σε εταιρείες κρουαζιέρας που είναι νομικά πρόσωπα για την συμπερίληψη της πλατφόρμας στο προσφερόμενο τουριστικό προϊόν προς τους επιβάτες κρουαζιέρας: Ετήσια συνδρομή (12 μήνες) ίση με 180€ ($15\text{€}/\text{μήνα} * 12 \text{ μήνες} = 180\text{€}$)

6. Προσφορά υπηρεσιών στους επιβάτες κρουαζιέρας και στους λοιπούς επισκέπτες της πλατφόρμας που επιθυμούν να αγοράσουν προϊόντα της πλατφόρμας σε τιμές λιανικής: Δωρεάν διάθεση

Λαμβάνοντας επίσης υπόψη ότι μέσω της πλατφόρμας δεν πραγματοποιούνται ηλεκτρονικές πληρωμές, προτείνεται και η πιστωτική τιμολογιακή πολιτική, η οποία μπορεί να συμπεριληφθεί κατά τη διάρκεια του 2^{ου} έτους λειτουργίας της πλατφόρμας. Η πιστωτική πολιτική προτείνεται για την είσπραξη της προμήθειας από την κάθε ολοκληρωμένη παραγγελία μέσω της πλατφόρμας.

6.3. Πλάνο διανομής των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ

Στην ενότητα αυτή προσδιορίζονται (α) οι στόχοι διανομής των υπηρεσιών της πλατφόρμας, (β) τα δίκτυα διανομής της και (γ) τα μέλη του δικτύου διανομής. Η επιλογή των κατάλληλων δράσεων διανομής μπορεί να συνδράμει σημαντικά στην αύξηση των πωλήσεων των υπηρεσιών της πλατφόρμας και να διευκολύνει τη γρήγορη εισαγωγή και κατάκτηση μεγάλου μεριδίου της αγοράς. Η διανομή της θα πραγματοποιηθεί από τους πωλητές, οι οποίοι αποτελούν μαζί με άλλους φορείς τα κανάλια διανομής της πλατφόρμας, τα οποία πρόκειται να αναλυθούν παρακάτω. Στην ενότητα αυτή είναι απαραίτητο να διερευνηθούν επαρκώς τα «σημεία πώλησης», δηλαδή η δυνητική γεωγραφική κάλυψη των υπηρεσιών της πλατφόρμας σύμφωνα με τις δυνατότητες της, και τα κανάλια διανομής της.

6.3.1. Στόχοι διανομής

Οι προτεινόμενοι στόχοι από το πλάνο διανομής της πλατφόρμας NAYΣ είναι οι εξής:

- **Μείωση των δαπανών φυσικής διανομής:** Η μείωση των δαπανών αυτών μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την ομαδοποίηση των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας και την επίδειξη της σε αυτούς μαζικά. Με αυτό τον τρόπο περιορίζονται οι περιττές επιτόπιες επιδείξεις της πλατφόρμας μόνο στους δυνητικούς χρήστες που πραγματικά ενδιαφέρονται για την πλατφόρμα, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα της, εάν φυσικά είναι απαραίτητη μια επιτόπια επίδειξη της.
- **Διατήρηση ή αύξηση της αριθμητικής διανομής:** Οι δράσεις που προτείνονται για τη διατήρηση ή αύξηση της αριθμητικής διανομής της πλατφόρμας παρατίθενται στο πλάνο προβολής και επικοινωνίας της πλατφόρμας. Ο στόχος αυτός είναι σε πλήρη συμφωνία με τον παραπάνω στόχο μείωσης των δαπανών φυσικής διανομής, καθώς αυξάνοντας την αριθμητική διανομή περισσότεροι δυνητικοί χρήστες προσεγγίζονται μαζικά για την επίδειξη της πλατφόρμας.
- **Αύξηση και στη συνέχεια μείωση των καναλιών διανομής (πωλητές της πλατφόρμας):** Για ολόκληρη τη διάρκεια του σταδίου «εισαγωγής» του κύκλου ζωής της πλατφόρμας, είναι απαραίτητο σταδιακά να αυξάνονται τα κανάλια διανομής της πλατφόρμας ούτως ώστε να

επιδεικνύεται σε όσο το δυνατό περισσότερους δυνητικούς χρήστες. Με την κατάκτηση ενός ικανοποιητικού μεριδίου της αγοράς, σταδιακά τα κανάλια αυτά διανομής μειώνονται.

- **Αύξηση των καναλιών διανομής** (λοιποί φορείς): Η αξιοποίηση και άλλων καναλιών διανομής μέσω των οποίων μπορεί να προωθηθεί η πλατφόρμα, μπορεί να συντελέσει στην αύξηση της χρήσης της. Τα κανάλια αυτά είναι απαραίτητο να είναι συναφή με τους χρήστες και τις δραστηριότητές τους ούτως ώστε αξιοποιώντας την εμπιστοσύνη των χρηστών προς αυτά να ενθαρρυνθεί η χρήση της. Τέτοια κανάλια μπορεί να είναι Εμπορικά Επιμελητήρια των περιοχών στις οποίες εστιάζει η Πράξη NAYΣ.

6.3.2. Φυσική διανομή

Η πλατφόρμα NAYΣ αποτελεί υπηρεσία και συνεπώς η «διανομή» της δεν φέρει τα τυπικά χαρακτηριστικά της φυσικής διανομής των υλικών προϊόντων. Ωστόσο, η «φυσική διανομή» περιλαμβάνει τα εξής:

- **«Μεταφορά» στους δυνητικούς χρήστες:** Οι πωλητές είναι αρμόδιοι για την προσέγγιση δυνητικών χρηστών και την επίδειξη των υπηρεσιών της πλατφόρμας, καθώς και των ωφελειών από τη χρήση της για κάθε χρήστη.
- **«Αποθήκευση»:** Η πλατφόρμα είναι απαραίτητο να είναι διαρκώς διαθέσιμη και λειτουργική.
- **«Διαχείριση των πρώτων υλών και λοιπών υλικών πόρων»:** Οι πωλητές είναι απαραίτητο να εξασφαλίσουν τη διαρκή διάθεση προσφοράς και ζήτησης τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων. Συμπληρωματικά, είναι υπεύθυνη για τη διαρκή διάθεση των απαραίτητων πληροφοριών σχετικά με την πλατφόρμα, τις υπηρεσίες της και τα προϊόντα που προωθεί.
- **Επεξεργασία πληροφοριών των παραγγελιών:** Με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζεται η απρόσκοπτη είσοδος του εκάστοτε χρήστη στην πλατφόρμα.

6.3.3. Επιλογή δικτύου διανομής

Το δίκτυο διανομής που προτείνεται να επιλεγεί για την προσέλκυση χρηστών της πλατφόρμας είναι το άμεσο. Η διανομή της πλατφόρμας προτάθηκε να προωθείται κυρίως από τους πωλητές της. Με αυτή τη μέθοδο επιτρέπεται επίσης η άμεση παραχώρηση της χρήσης της πλατφόρμας στους ενδιαφερόμενους χρήστες.

6.4. Πλάνο πωλήσεων των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ

6.4.1. Στόχοι πωλήσεων

Οι στόχοι πωλήσεων είναι δύσκολο να προσδιοριστούν, καθώς δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση σχετικά με τα αριθμητικά μεγέθη των δυνητικών της χρηστών και συγκεκριμένα τους παραγωγούς / προμηθευτές από τις νησιωτικές περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και την Κύπρο. Εκτίμηση

των αριθμητικών στόχων των πωλήσεων πραγματοποιείται σε επόμενη ενότητα και συγκεκριμένα στην ανάλυση νεκρού σημείου στην Ενότητα 8.4.

6.4.2. Περιοχές πωλήσεων

Λαμβάνοντας υπόψη τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προωθεί η πλατφόρμας NAYΣ και τα χαρακτηριστικά της Πράξης NAYΣ, οι περιοχές πωλήσεων της πλατφόρμας είναι η εξής:

- Οι περιοχές που εντάσσονται στις νησιωτικές Περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και συγκεκριμένα η Περιφέρεια Κρήτης, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου. Έμφαση πρόκειται να δοθεί στις περιοχές που αποτελούν προορισμούς κρουαζιέρας. Οι περιοχές αυτές επιλέχθηκαν καθώς αποτελούν την κύρια πηγή παραγωγών – προμηθευτών τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων στην Ελλάδα, των οποίων τα προϊόντα μπορεί να προωθήσει η πλατφόρμα.
- Η Κύπρος τόσο ως πηγή παραγωγών – προμηθευτών τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων όσο και ως περιοχή προσέγγισης εκπροσώπων εταιρειών κρουαζιέρας
- Η Αθήνα και ο Πειραιάς στην Ελλάδα, καθώς στις περιοχές αυτές είναι εγκατεστημένη η πλειοψηφία των εταιρειών που εκπροσωπούν εταιρείες κρουαζιέρας.

Μεταγενέστερα, οι περιοχές πωλήσεων μπορούν να διευρυνθούν, καλύπτοντας και περιοχές του εξωτερικού. Σκοπός της πρότασης αυτής είναι η προσέλκυση και εξασφάλιση της χρήσης της πλατφόρμας από περισσότερες εταιρείες κρουαζιέρας που συμπεριλαμβάνουν στα δρομολόγια τους ελληνικούς και κυπριακούς λιμένες κρουαζιέρας, η πλειοψηφία των οποίων είναι εγκατεστημένες εκτός Ελλάδας και Κύπρου.

6.4.3. Μέγεθος δύναμης των πωλητών

Για τη υλοποίηση των πωλήσεων προτείνεται ο ορισμός 2 πωλητών, 1 εκ των οποίων προβλέπεται να καλύπτει τη γεωγραφική ενότητα των νησιωτικών Περιφερειών του Αιγαίου της Ελλάδας που αναφέρθηκαν παραπάνω (Ενότητα 6.4.2) και 1 να καλύπτει την Κύπρο και την Αθήνα και τον Πειραιά της Ελλάδας. Για την πρόταση αυτή έχει γίνει η παραδοχή ότι όλοι οι πωλητές θα έχουν την ίδια παραγωγικότητα και κατ' επέκταση θα πραγματοποιούν τον ίδιο όγκο πωλήσεων.

6.4.4. Οργάνωση δύναμης των πωλητών

Αναφορικά με την οργάνωση της δύναμης των πωλητών προτείνεται η γεωγραφική οργάνωση λαμβάνοντας υπόψη τα παρακάτω:

- Οι δυνητικοί χρήστες της πλατφόρμας είναι διάσπαρτοι γεωγραφικά στις περιοχές πωλήσεων που ορίστηκαν παραπάνω (Ενότητα 6.4.2).
- Ενδέχεται η συμπεριφορά των δυνητικών χρηστών να διαφέρει ανά γεωγραφική περιοχή.

- Ειδικότερα για την περίπτωση των παραγωγών / προμηθευτών, στην πλειοψηφία τους είναι επιχειρήσεις μικρού μεγέθους.

Εναλλακτικά, προτείνεται η οργάνωση των πωλητών βάσει των τμημάτων της αγοράς στα οποία απευθύνονται οι υπηρεσίες της πλατφόρμας, όπως αυτά παρουσιάστηκαν στην Ενότητα 4. Η πρόταση αυτή στηρίζεται στο γεγονός ότι η συμπεριφορά των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας ενδέχεται να διαφέρει λόγω κοινωνικών / πολιτιστικών χαρακτηριστικών τα οποία καθορίζονται από το τμήμα της αγοράς στο οποίο κατατάσσονται, με αποτέλεσμα να απαιτείται διαφορετική προσέγγισή τους. Μεταγενέστερα, ο τρόπος οργάνωσης των πωλητών μπορεί να αναπροσαρμοστεί, καθώς ενδέχεται να προκύψουν νέες ανάγκες στην προσέγγιση των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας σε διαφορετικό στάδιο του κύκλου ζωής της πλατφόρμας.

6.4.5. Αντληση και επιλογή νέων πωλητών

Οι νέοι πωλητές μπορούν αρχικά να αποτελούνται από κάποιους εταίρους της Πράξης ΝΑΥΣ. Δευτερευόντως, μπορούν να αντληθούν με ποικίλες μεθόδους, όπως ανάρτηση αγγελιών, γραφεία εύρεσης εργασίας, συναφή εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.ο.κ.

Στα καθήκοντα των πωλητών των υπηρεσιών της πλατφόρμας ΝΑΥΣ συμπεριλαμβάνονται:

- Η εύρεση δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας.
- Η ταξινόμηση των πελατών βάσει κριτηρίων, όπως πιθανότητα πώλησης, τμήμα της αγοράς, κ.λπ.
- Η ενημέρωση των δυνητικών χρηστών για τις υπηρεσίες και τις δυνατότητες της πλατφόρμας, καθώς και για τα οφέλη από τη χρήση της για κάθε χρήστη.
- Η παρουσίαση / επίδειξη των υπηρεσιών και δυνατοτήτων της πλατφόρμας στους δυνητικούς χρήστες.
- Η ανταπόκριση σε απορίες και ερωτήσεις των χρηστών της πλατφόρμας και η διαχείριση τυχόν αρνητικών εντυπώσεων από τη χρήση της πλατφόρμας.
- Η υποστήριξη των χρηστών της πλατφόρμας στη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη χρήση της πλατφόρμας.
- Η εγγραφή νέων χρηστών στην πλατφόρμα, με την έννοια της λήψης παραγγελιών για τις υπηρεσίες της πλατφόρμας.
- Η είσπραξη των συνδρομών των χρηστών της πλατφόρμας.
- Ο έλεγχος της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους χρήστες της πλατφόρμας.
- Η παρακολούθηση των αναγκών των χρηστών της πλατφόρμας από τις υπηρεσίες της.
- Η διατήρηση επαφής με τους χρήστες της πλατφόρμας για την διατήρηση της πιστότητάς τους και τη δημιουργία σταθερού πελατολόγιου.
- Η επικοινωνία με τους χρήστες για την αξιολόγηση των υπηρεσιών της πλατφόρμας.

Μεταγενέστερα, τα καθήκοντα των πωλητών ενδέχεται να διευρυνθούν, π.χ. για την είσπραξη των προμηθειών από τις παραγγελίες που πρόκειται να ολοκληρώνονται μέσω της πλατφόρμας, εάν αυτή η τιμολογιακή πολιτική αποφασιστεί τελικά να υιοθετηθεί.

Βάσει των παραπάνω, τα ελάχιστα κριτήρια για την επιλογή των πωλητών είναι τα εξής:

- Ηλικία: έως 50 ετών
- Εμπειρία: τουλάχιστον 5 έτη εμπειρίας στις πωλήσεις, κατά προτίμηση ψηφιακών συστημάτων σύζευξης προσφοράς και ζήτησης
- Εκπαίδευση: μηχανολόγος μηχανικός, ηλεκτρολόγος μηχανικός, πληροφορικός, απόφοιτος σχολής εμπορίας, διαφήμισης και προώθησης προϊόντων
- Μεταπτυχιακές σπουδές: στα logistics ή στα ναυτιλιακά (επιθυμητές, όχι απαραίτητες)
- Λοιπά προσόντα – «ήπιες» δεξιότητες: υπευθυνότητα, ευχέρεια λόγου, αξιοπρεπής εμφάνιση, καλός χειρισμός διαπροσωπικής επικοινωνίας, διοικητικές και οργανωτικές δεξιότητες, δεξιότητες διαχείρισης χρόνου

6.4.6. Εκπαίδευση των πωλητών

Για την καλύτερη απόδοση και παραγωγικότητα των πωλητών είναι απαραίτητη η εκπαίδευσή τους στα θεματικά πεδία της εφοδιαστικής αλυσίδας (ειδικότερα της κρουαζιέρας), της εξυπηρέτησης πελατών, τη δομή και λειτουργία της βιομηχανίας της κρουαζιέρας και τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (κυρίως το γαστρονομικό τουρισμό). Συμπληρωματικά, η εκπαίδευση τους μπορεί να περιλαμβάνει και άλλα θεματικά πεδία, τα οποία να στοχεύουν στη βελτίωση των διοικητικών και οργανωτικών δεξιοτήτων τους, καθώς και να εξασφαλίσει την κατανόηση και υιοθέτηση της κουλτούρας της επιχείρησης. Η εκπαίδευση μπορεί να προσφέρει επίσης την εξοικείωση των πωλητών και των λοιπών εργαζομένων με νέες ιδέες, απόψεις και δράσεις κοινωνικού χαρακτήρα που εφαρμόζονται σε ένα σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον και τα οποία ενδέχεται να εφαρμοστούν στο πλαίσιο της διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας NAYS. Η εκπαίδευση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί από πιστοποιημένο πάροχο εκπαίδευσης και κατάρτισης.

6.4.7. Αμοιβές πωλητών

Η αμοιβή των πωλητών προτείνεται να ανέρχεται στα 1.000€ το μήνα. Επιπλέον του ποσού αυτού, λαμβάνεται υπόψη η αμοιβή για τυχόν επαγγελματικά ταξίδια στο πλαίσιο της επίδειξης της πλατφόρμας και της πραγματοποίησης της πώλησης. Προτείνεται, επίσης, για την περίπτωση που ο πωλητής προέρχεται από τους Δικαιούχους της Πράξης NAYS, η αμοιβή να είναι μη χρηματική.

6.5. Πλάνο προβολής και επικοινωνίας της πλατφόρμας NAYΣ

6.5.1. Στόχοι προβολής και επικοινωνίας

Οι στόχοι που τίθενται για την προβολή και επικοινωνία των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYΣ είναι οι εξής:

- Εδραίωση θετικής δημόσιας αναγνώρισης των υπηρεσιών της πλατφόρμας και της προστιθέμενης αξίας από την αξιοποίησή τους από τους δυνητικούς χρήστες της
- Αύξηση της εταιρικής αναγνωρισιμότητας του Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας της πλατφόρμας NAYΣ
- Πρόκληση ενδιαφέροντος για τις υπηρεσίες της από τους δυνητικούς χρήστες της
- Πρόκληση θετικών εντυπώσεων για τις υπηρεσίες της από τους δυνητικούς χρήστες της
- Προώθηση των κατάλληλων πληροφοριών για τις υπηρεσίες της πλατφόρμας και τα προϊόντα της προς τους δυνητικούς χρήστες της
- Παροχή κινήτρων προς τους δυνητικούς χρήστες για την αξιοποίηση της πλατφόρμας
- Δημιουργία πιστότητας των χρηστών ούτως ώστε να συνεχίσουν να τη χρησιμοποιούν
- Δημιουργία στενών σχέσεων με την κοινότητα, τους τοπικούς παράγοντες και τους δημόσιους φορείς των περιοχών που περιλαμβάνονται στην Πράξη NAYΣ (νησιωτικές περιφέρειες Αιγαίου της Ελλάδας και την Κύπρο)
- Δημιουργία επωφελών επιχειρηματικών σχέσεων με άλλους φορείς των παραπάνω περιοχών

6.5.2. Εργαλεία προβολής

Τα προτεινόμενα εργαλεία προβολής της πλατφόρμας είναι τα εξής:

- Διαφήμιση
- Άμεσο marketing
- Προώθηση των πωλήσεων
- Δημόσιες σχέσεις
- Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας

Τα εργαλεία αυτά επιλέχθηκαν λαμβάνοντας υπόψη:

- Τους στόχους της στρατηγικής προβολής και προώθησης της πλατφόρμας, αλλά και της λειτουργίας και εμπορικής αξιοποίησής της
- Το οικονομικό κόστος των εργαλείων αυτών για την αποτελεσματική προβολή και προώθηση της πλατφόρμας κατά τους 12 πρώτους μήνες λειτουργίας της
- Την αποτελεσματικότητα των εργαλείων αυτών για την ενημέρωση για τις υπηρεσίες της πλατφόρμας και τα προϊόντα της, αλλά και τα οφέλη προς τους χρήστες της για την προσέλκυση όσο το δυνατό περισσότερων δυνητικών χρηστών

- Τις δυνατότητες που παρέχουν για προσαρμογή των «μηνυμάτων» που προβάλλουν και προωθούν ανάλογα με τις ανάγκες του εκάστοτε δυνητικού χρήστη της, όπως αυτοί προσδιορίστηκαν στη διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς (Ενότητα 4)

Τα παραπάνω εργαλεία οφείλουν να είναι συμπληρωματικά και συνεκτικά μεταξύ τους ούτως ώστε να εξασφαλιστεί η πλήρης και ορθή πληροφόρηση των δυνητικών ενδιαφερόμενων χρηστών της πλατφόρμας και να ενισχυθεί η αποτελεσματικότητά τους. Η δυνατότητα επικοινωνίας οφείλει επίσης να είναι αμφίδρομη ούτως ώστε να καλυφθούν όλες οι προτιμήσεις επικοινωνίας όλων των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας. Επιπροσθέτως, είναι απαραίτητο να γίνει ορθολογική επιλογή των φορέων στους οποίους πρόκειται να απευθυνθούν οι δράσεις και τα εργαλεία προβολής και επικοινωνίας ούτως ώστε να καταστούν πιο αποδοτικά τόσο όσον αφορά στην αύξηση των δυνητικών χρηστών όσο και για την εξοικονόμηση οικονομικών πόρων, καθώς και για να επιτύχουν τη βέλτιστη ανταπόκριση.

Οι δράσεις προβολής και επικοινωνίας μέσω των προαναφερόμενων εργαλείων είναι απαραίτητο να είναι επαναλαμβανόμενες, ωστόσο σε ορθολογικό βαθμό με σκοπό να αποφευχθεί η διαρκής ενόχληση των δυνητικών χρηστών, η οποία μπορεί να επιφέρει αντίθετα αποτελέσματα. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται να εφαρμοστεί η προσέγγιση των δυνητικών χρηστών κατόπιν συναίνεσης (permission marketing), σύμφωνα με το οποίο το υλικό προβολής και επικοινωνίας αποστέλλεται στον δυνητικά ενδιαφερόμενο χρήστη και η επαφή μαζί του πραγματοποιείται κατόπιν αδειάς. Η προσέγγιση αυτή επιτρέπει στον δυνητικό χρήστη να διαγραφεί από τις λίστες επαφών της διαχείρισης της πλατφόρμας εάν το επιθυμεί.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω, για την επιτυχή αξιοποίηση των παραπάνω προτεινόμενων μέσων προβολής και επικοινωνίας των υπηρεσιών της πλατφόρμας, είναι απαραίτητη η συνεχής ανατροφοδότηση του σχεδιασμού των αντίστοιχων στόχων, στρατηγικών και δράσεων ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Στο πλαίσιο αυτό, για το βέλτιστο δυνατό αποτέλεσμα των εργαλείων αυτών και των συναφών δράσεων είναι απαραίτητο να διαμορφωθεί συντονιστικό όργανο, το οποίο να είναι αρμόδιο για την ορθή υλοποίηση των προγραμμάτων και προβολής και επικοινωνίας, αλλά και για την ανατροφοδότηση και τον ανασχεδιασμό των σχετικού σχεδίου προβολής και επικοινωνίας.

6.5.2.1 Διαφήμιση και άμεσο marketing

6.5.2.1.α Δημιουργία έντυπου διαφημιστικού υλικού

Το έντυπο διαφημιστικό υλικό που προτείνεται να δημιουργηθεί μπορεί να αποτελείται από τα εξής:

- Έντυπο πολλαπλής χρήσης, το οποίο να παρουσιάζει τις υπηρεσίες και λειτουργίες της πλατφόρμας και τα οφέλη από τη χρήση της για όλους τους δυνητικούς χρήστες
- Θεματικά έντυπα, για τα οποία να δημιουργηθούν τόσα όσοι είναι οι διαφορετικοί δυνητικοί χρήστες της πλατφόρμας, όπως αυτοί παρουσιάζονται στην Ενότητα 2, και στα οποία να

παρουσιάζονται οι υπηρεσίες και λειτουργίες της πλατφόρμας, καθώς και τα οφέλη από τη χρήση της για κάθε συγκεκριμένο χρήστη.

- Δημιουργία έντυπου πληροφοριακού υλικού, όπως οδηγός χρήσης της πλατφόρμας, ο οποίος έχει ήδη διαμορφωθεί σε προηγούμενη Δράση της Πράξης NAYΣ¹⁰ και αφορά την πιλοτική εκδοχή της πλατφόρμας, ενημερωτικά έντυπα, κ.λπ.

6.5.2.1.β Δημιουργία ηλεκτρονικού διαφημιστικού υλικού

Για τη δημιουργία ηλεκτρονικού υλικού προτείνονται αρχικά η ανάπτυξη και λειτουργία δικτυακού τόπου και η δημιουργία και διαχείριση ηλεκτρονικού περιεχομένου. Στο πλαίσιο προηγούμενων δράσεων της Πράξης NAYΣ, δημιουργήθηκε η διαδικτυακή πύλη της πλατφόρμας NAY, η οποία καλύπτει τις 2 παραπάνω μορφές ηλεκτρονικής διαφήμισης. Πιο συγκεκριμένα, η πύλη μπορεί να αξιοποιηθεί ως διαδικτυακός τόπος της πλατφόρμας, ενώ η ανάπτυξη της σε περιβάλλον Wordpress, το οποίο αποτελεί ηλεκτρονικό Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (Content Management System), επιτρέπει τη διαχείριση του περιεχομένου του. Μέσω της διαδικτυακής πύλης προβάλλονται νέα και ανακοινώσεις σχετικά με την πλατφόρμα και παρουσιάζονται τα οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας για κάθε χρήστη της. Η Διαδικτυακή Πύλη είναι επίσης δίγλωσση (Ελληνικά και Αγγλικά) και φέρει το λογότυπο της Πράξης NAYΣ.

Επιπροσθέτως, προτείνεται η ιστοσελίδα της πλατφόρμας να διαθέτει υπηρεσίες βελτιστοποίησης και φιλικότητας ιστοσελίδων για μηχανές αναζήτησης (Search Engine Optimization – SEO και Search Engine Friendly – SEF), ενημερωτικά δελτία (newsletter) των οποίων η προώθηση να επιτρέπεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μηνυμάτων κινητού τηλεφώνου, backup, site map, στατιστικά, κ.λπ.

Άλλες μορφές ηλεκτρονικής διαφήμισης που προτείνεται να αξιοποιηθούν είναι οι ακόλουθες:

- Διαφήμιση σε άλλες ιστοσελίδες κατά προτίμηση συναφείς με τους κλάδους οικονομίας στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα και τις υπηρεσίες της.
- Δημιουργία διαφημιστικού banner σε ιστοσελίδες συναφείς με τους κλάδους οικονομίας στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα και τις υπηρεσίες της.
- Διαφήμιση σε μηχανές αναζήτησης στο διαδίκτυο, οι οποίες μπορούν να γίνουν με πληρωμένες καταχωρήσεις.
- Διαφήμιση σε περιοδικά των κλάδων στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα και τα οποία «κυκλοφορούν» σε ηλεκτρονική μορφή (ή και έντυπη).
- Δημιουργία video για την προώθηση και επίδειξη της πλατφόρμας, το οποίο μπορεί να προωθείται μέσω συσκευών αποθήκευσης ψηφιακού υλικού (π.χ. CD-ROMs, κ.λπ.).
- Ανάπτυξη καμπάνιας με διαφημιστικά e-mail. Στο πλαίσιο αυτό, προτείνεται να προωθούνται ενημερωτικά δελτία, επιστολές παρακίνησης, ευχαριστήρια σημειώματα, φυλλάδια, κάρτες, διαφημιστικά έντυπα, ετήσιες αναφορές, κ.λπ.

¹⁰ ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ (2020). [Εγχειρίδιο χρήσης της πλατφόρμας \(Π.4.2β\)](#). Παραδοτέο 4.2β της Πράξης NAYΣ.

- Διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να προβάλλονται επίσης φωτογραφίες, άρθρα, ενημερωτικά δελτία, κ.λπ. από άλλες δράσεις προβολής και επικοινωνίας των υπηρεσιών της πλατφόρμας. Σε αυτό το εργαλείο επικοινωνίας είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη νομικά ζητήματα και βέλτιστες πρακτικές για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και του απορρήτου, καθώς επίσης να τηρείται επαγγελματική και επίσημη συμπεριφορά.
- Δημιουργία τηλεφωνικού κέντρου για την δυνατότητα αμφίδρομης επικοινωνίας και από την πλευρά των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας.

Η ηλεκτρονική διαφήμιση επιτρέπει επίσης την παρακολούθηση και αξιολόγηση με ποσοτικό τρόπο των δράσεων προώθησης και επικοινωνίας, διευκολύνοντας έτσι τον έλεγχο της απόδοσης τους. Οι παραπάνω ενέργειες διευκολύνουν επίσης την προσωπική επικοινωνία με τους δυνητικούς χρήστες, καθώς παρέχουν εξειδικευμένη ενημέρωση σύμφωνη με τις ανάγκες του εκάστοτε χρήστη. Επιτρέπουν, επίσης τη δημιουργία βάσης χρηστών της πλατφόρμας, η οποία με τις κατάλληλες δράσεις που να στοχεύουν στη δημιουργία πιστότητας από τους χρήστες αυτούς, μπορεί να εξελιχθεί σε σταθερή βάση.

6.5.2.2 Προώθηση πωλήσεων

Για την προώθηση των πωλήσεων προτείνονται οι εξής ενέργειες:

- Δωρεάν χρήση της πλατφόρμας για τους πρώτους 3 μήνες χρήσης της. Η ενέργεια αυτή μπορεί να απευθύνεται προς όλους τους χρήστες της πλατφόρμας.
- Δωρεάν χρήση της πλατφόρμας για τους πρώτους 6 μήνες για τους χρήστες και συγκεκριμένα σε όσους είναι μέλη φορέων συναφών με τους κλάδους στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα (π.χ. Επιμελητήρια, Ενώσεις, Σύλλογοι, κ.λπ.).
- Παροχή οικονομικών κινήτρων στους παραπάνω φορείς για την ανάπτυξη συνεργατικών ενεργειών marketing, οι οποίες να απευθύνονται στα μέλη τους.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις στην Ελλάδα και την Κύπρο σχετικές με τους κλάδους στους οποίους απευθύνεται η πλατφόρμα για την προσέγγιση δυνητικών χρηστών.
- Προσφορά τιμής «γνωριμίας» στους δυνητικούς χρήστες για τους 6 πρώτους μήνες χρήσης της πλατφόρμας.

6.5.2.3 Δημόσιες σχέσεις

Στο πλαίσιο των δράσεων προβολής και επικοινωνίας μέσω δημοσίων σχέσεων προτείνονται τα εξής:

- Δράσεις δημοσιότητας μέσω άρθρων στον τύπο, δελτίων τύπου, συνεντεύξεων τύπου, κ.λπ.
- Δημοσίευση ειδικών εκδόσεων, όπως ενημερωτικά δελτία, εταιρικοί ισολογισμοί, απολογισμοί εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, κ.λπ.

- Συμμετοχή σε εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, ημερίδες, στρογγυλά τραπέζια, συναντήσεις εργασίας, κ.λπ. Στις εκδηλώσεις αυτές προτείνεται να γίνονται παρουσιάσεις της πλατφόρμας, καθώς επίσης να προωθείται το έντυπο διαφημιστικό υλικό που αναφέρθηκε στην Ενότητα 8.5.2.1.α και αναμνηστικά, όπως καρφίτσες, αυτοκόλλητα, κ.λπ.
- Ειδικές παρουσιάσεις / επιδείξεις της πλατφόρμας, των υπηρεσιών και των δυνατοτήτων τους στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, κ.λπ.
- Διοργάνωση σεμιναρίων χρήσης της πλατφόρμας, τα οποία να απευθύνονται σε δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας και δυνητικούς συνεργάτες του φορέα διαχείρισής της.
- Επισκέψεις σε επιχειρήσεις, οι οποίες να αποτελούν δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας και δυνητικούς συνεργάτες του φορέα διαχείρισής της. Στο πλαίσιο αυτό προτείνεται να διαμορφωθεί εισαγωγική επιστολή και πρόταση δράσης, τα οποία μπορούν να αναπροσαρμόζονται ανάλογα με το είδος της επιχείρησης στο οποίο απευθύνονται.

6.5.2.4 Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας

Στο πλαίσιο δημιουργίας εταιρικής ταυτότητας προτείνονται:

- Η δημιουργία λογότυπου
- Η δημιουργία χάρτας γραφικών, όπως επιστολόχαρτα, φακέλους, κ.λπ.
- Η δημιουργία συνθήματος
- Η δημιουργία επαγγελματικής κάρτας

6.5.3. Μηνύματα

Τα κύρια μηνύματα που προτείνεται να προωθηθούν μέσω των ενεργειών προβολής και επικοινωνίας είναι απαραίτητο να καλύπτουν τις επιδιώξεις, ανάγκες και προτιμήσεις των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας και να προβάλουν τα οφέλη από τη χρήση της που έχει ο καθένας από αυτούς. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκεται οι δυνητικοί χρήστες να πειστούν να αξιοποιήσουν τις υπηρεσίες της πλατφόρμας και να αναγνωρίσουν την προστιθέμενη αξία που έχει η πλατφόρμα για τις επιχειρήσεις τους.

Το γενικό – κεντρικό μήνυμα που μπορεί να προβληθεί και το οποίο να απευθύνεται σε όλους τους χρήστες είναι (α) «η βελτίωση της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας των επιχειρήσεών τους», (β) «η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους» και (γ) «η δυνατότητα άμεσης εξυπηρέτησης των παραπάνω αποκλειστικά ηλεκτρονικά».

Στη συνέχεια, τα παραπάνω μηνύματα μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να ανταποκρίνονται στα διάφορα τμήματα της αγοράς στα οποία απευθύνεται η πλατφόρμα ΝΑΥΣ. Για παράδειγμα, τα γενικά – κεντρικά μηνύματα που παρατέθηκαν παραπάνω αδυνατούν να προβάλουν τα οφέλη της πλατφόρμας προς τους επιβάτες κρουαζιέρας. Το μήνυμα προς τους τελευταίους μπορεί να προσαρμοστεί αναδεικνύοντας την παροχή ενός βελτιωμένου τουριστικού προϊόντος και τις ευκαιρίες πρόσβασης σε μοναδικά τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα, συνυφασμένα με τους προορισμούς κρουαζιέρας και της τοπικής κουλτούρας καθενός από αυτούς.

6.5.4. Υποστηρικτικές ενέργειες προβολής και επικοινωνίας

Για την επιτυχή εφαρμογή των δράσεων προβολής και επικοινωνίας των υπηρεσιών της πλατφόρμας NAYS προτείνεται η ανάπτυξη των παρακάτω υποστηρικτικών ενεργειών:

- Δημιουργία Βάσεων Δεδομένων, οι οποίες να περιλαμβάνουν λίστες με τους δυνητικούς και υφιστάμενους χρήστες της πλατφόρμας, με φορείς που σχετίζονται με τους δυνητικούς χρήστες, με υφιστάμενους προμηθευτές της βιομηχανίας της κρουαζιέρας με αντίστοιχα προϊόντα, με πάροχους αντίστοιχων υπηρεσιών με αυτές που προσφέρει η πλατφόρμα και με δυνητικές πηγές χρηματοδότησης.
- Συμμετοχή στο Πρόγραμμα Συνεργατών της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA Executive Partner Programme), το οποίο αποτελεί μια πλατφόρμας ενημέρωσης και συμμετοχής στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τις γραμμές κρουαζιέρας. Μέσω του προγράμματος αυτού δίδονται ευκαιρίες πρόσβασης σε μεγάλο αριθμό εταιρειών κρουαζιέρας, καθώς και ευκαιρίες προβολής των επιχειρήσεων σε αυτές, των υπηρεσιών και των προϊόντων τους.

6.5.5. Προϋπολογισμός πλάνου προβολής και επικοινωνίας

Παρακάτω παρατίθεται ο προϋπολογισμός του πλάνου προβολής και επικοινωνίας (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Προτεινόμενος προϋπολογισμός πλάνου προβολής και επικοινωνίας για την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας NAYS

A/A	Δράση	Προϋπολογισμός
1	Δημιουργία έντυπου διαφημιστικού υλικού πολλαπλής χρήσης Στον προϋπολογισμό εκτιμάται το κόστος του δημιουργικού και της εκτύπωσης 1.000 αντιτύπων.	500,00€
2	Δημιουργία θεματικών διαφημιστικών εντύπων Δημιουργία 1 θεματικού εντύπου για παραγωγούς / προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων, 1 για εταιρείες κρουαζιέρας και εκπρόσωποί τους, 1 για επιβάτες κρουαζιέρας. Στον προϋπολογισμό συμπεριλαμβάνεται το κόστος του δημιουργικού και της εκτύπωσης 1.000 αντιτύπων για κάθε θεματική.	500,00€
3	Ανανέωση, διαχείριση και τεχνική υποστήριξη της ιστοσελίδας της πλατφόρμας Στις αρμοδιότητες της ανανέωσης, διαχείρισης και τεχνικής υποστήριξης μπορούν να συμπεριληφθούν οι υπηρεσίες SEO, SEF, newsletter, κ.λπ., οι οποίες συμβάλλουν στη διαφήμιση της πλατφόρμας μέσω της ιστοσελίδας της. Το κόστος αφορά τους 12 πρώτους μήνες επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας.	4.000,00€
4	Φιλοξενία της ιστοσελίδας σε dedicated server Το κόστος αφορά τους 12 πρώτους μήνες επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας.	1.000,00€
5	Διαφήμιση σε άλλες ιστοσελίδες Η διαφήμιση θα γίνει σε 3 ιστοσελίδες φορέων που σχετίζονται	4.500,00€

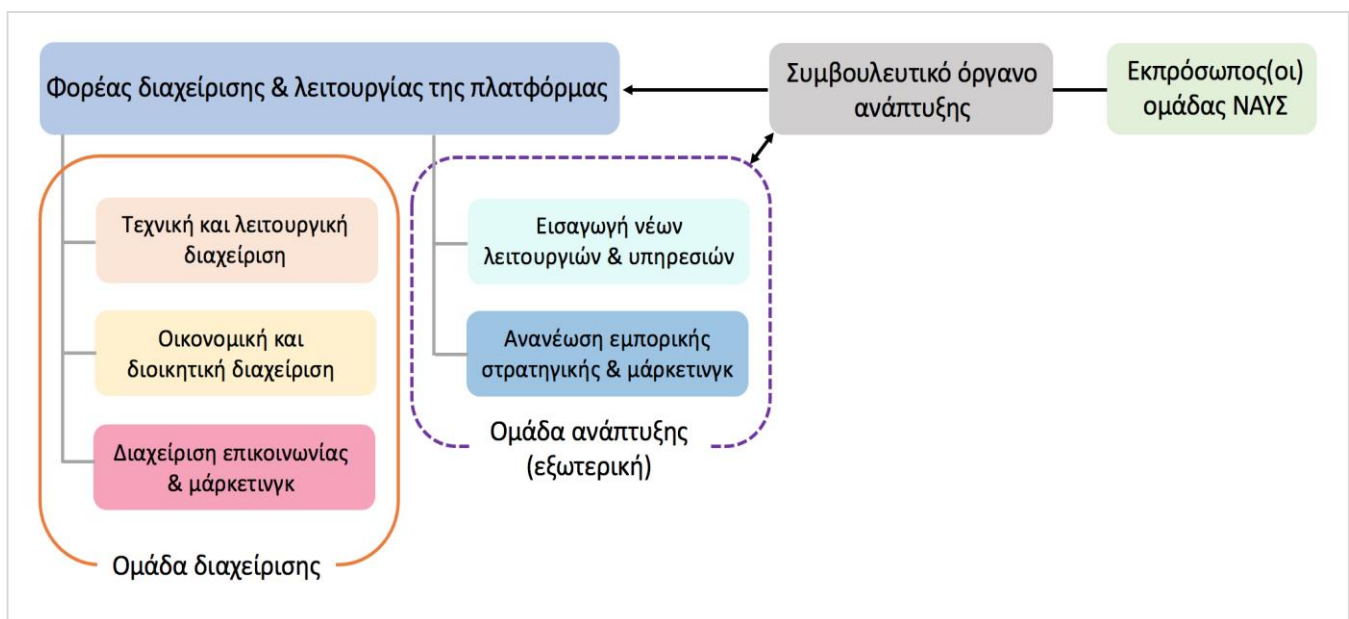
A/A	Δράση	Προϋπολογισμός
	με τους παραγωγούς / προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων στην Ελλάδα, σε 3 αντίστοιχες της Κύπρου και σε 3 σχετικές ιστοσελίδες που αφορούν τη βιομηχανία της κρουαζιέρας. Στον προϋπολογισμό λαμβάνεται υπόψη το κόστος διαφήμισης για 12 μήνες, με το κόστος διαφήμισης σε 1 ιστοσελίδα να εκτιμάται στα 500€.	
6	Διαφήμιση μέσω τοποθέτησης banner σε άλλες ιστοσελίδες Το banner προτείνεται να τοποθετηθεί σε αντίστοιχο αριθμό ιστοσελίδων αντίστοιχων φορέων με τις διαφημίσεις σε άλλες ιστοσελίδες και το κόστος τους εκτιμάται ότι φτάνει στο αντίστοιχο ύψος για την τοποθέτησή τους για 12 μήνες.	4.500,00€
7	Διαφήμιση σε μηχανές αναζήτησης στο διαδίκτυο με πληρωμένες καταχωρήσεις	2.000,00€
8	Διαφήμιση σε περιοδικά των κλάδων Οι διαφημίσεις θα τοποθετηθούν σε 2 ελληνικά και 2 κυπριακά τεχνικά περιοδικά του κλάδου των παραγωγών / προμηθευτών «παραδοσιακών» προϊόντων και σε 2 του κλάδου κρουαζιέρας. Το κόστος για κάθε διαφήμιση εκτιμάται στα 400€.	2.400,00€
9	Πρώθηση του video της πλατφόρμας μέσω συσκευών αποθήκευσης ψηφιακού υλικού (π.χ. CD-ROMs, USB sticks, κ.λπ.)	500,00€
10	Ανάπτυξη συνεργατικών ενεργειών marketing με τους φορείς που αναφέρθηκαν παραπάνω	1.000,00€
11	Ανάπτυξη Δελτίων Τύπου Στον προϋπολογισμό λαμβάνεται υπόψη η ανάθεση των δελτίων Τύπου σε εξωτερικό συνεργάτη, ο οποίος προβλέπεται να αποτελεί εταιρεία επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων που να διοργανώσει καμπάνια ενημέρωσης και επικοινωνίας για τους 12 πρώτους μήνες επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας. Τα Δελτία Τύπου οφείλουν να καλύπτουν τις περιοχές πωλήσεων της πλατφόρμας.	3.000,00€
12	Διοργάνωση Συνεντεύξεων Τύπου Στον προϋπολογισμό λαμβάνεται υπόψη η ανάθεση της διοργάνωσης Συνεντεύξεων Τύπου σε εξωτερικό συνεργάτη, ο οποίος προβλέπεται να αποτελεί εταιρεία επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων. Οι Συνεντεύξεις Τύπου οφείλουν να καλύπτουν τις περιοχές πωλήσεων της πλατφόρμας. Στον προϋπολογισμό λαμβάνονται υπόψη τα κόστη για τον εξωτερικό συνεργάτη, τους χώρους φιλοξενίας των συνεντεύξεων, της εταιρείας τροφοδοσίας (catering), κ.λπ.	5.000,00€
13	Συμμετοχή σε εκθέσεις σχετικές με τους κλάδους των δυνητικών χρηστών	1.000,00€
14	Δημιουργία εταιρικής ταυτότητας Στον προϋπολογισμό λαμβάνεται υπόψη η δημιουργία λογότυπου, χάρτας γραφικών και συνθήματος.	2.000,00€
Σύνολο Κόστους Προγράμματος Προβολής και Επικοινωνίας		31.900,00€

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

7. Οργανωτικό σχήμα διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται το προτεινόμενο οργανωτικό σχήμα της διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας ΝΑΥΣ. Οι προτάσεις αυτές προέκυψαν μέσα από την εξέταση των επιμέρους προτάσεων των υπόλοιπων Δικαιούχων της Πράξης ΝΑΥΣ και συγκεκριμένα των Περιφερειών Βορείου και Νοτίου Αιγαίου, του Κυπριακού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου και του Ερευνητικού Ιδρύματος του Πανεπιστημίου Λευκωσίας.

Η οργανωτική δομή της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας προτείνεται να είναι η εξής (Εικόνα 4):



Εικόνα 4: Προτεινόμενη οργανωτική δομή της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας ΝΑΥΣ. (Πηγή: ίδια επεξεργασία)

Ο Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας της πλατφόρμας ΝΑΥΣ προτείνεται αρχικά να αποτελείται από έναν συλλογικό φορέα ο οποίος να φέρει εθνική κάλυψη και να ανταποκρίνεται και στις δύο χώρες που συμπεριλαμβάνονται στην Πράξη ΝΑΥΣ (Ελλάδα και Κύπρος) ή να αποτελεί σύμπραξη δύο φορέων εθνικής κάλυψης, έναν από κάθε χώρα. Ο φορέας αυτός είναι σημαντικό να διαθέτει εμπειρία στην επιτυχή οργάνωση και διαχείριση ενός δικτύου συνεργασίας μεταξύ τοπικών παραγωγών και προμηθευτών από την Ελλάδα και την Κύπρο και εταιρειών κρουαζιέρας.

Σύμφωνα με την έρευνα ερωτηματολογίων που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Π6.2, οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις από την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου δήλωσαν ότι προτιμούν τη διαχείριση της πλατφόρμας να αναλάβει ένας ιδιωτικός φορέας. Από την τελική εκδήλωση της

Πράξης ΝΑΥΣ, ωστόσο, οι παρευρισκόμενοι ανέφεραν ότι αρχικά η διαχείριση της πλατφόρμας είναι προτιμότερο να ανατεθεί σε κάποιον υφιστάμενο φορέα. Συμφώνησαν επίσης ότι είναι απαραίτητο να διαθέτει την απαιτούμενη εμπειρία στη δημιουργία και διατήρηση συνεργασιών μεταξύ των τοπικών παραγωγών και προμηθευτών, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Το Επιμελητήριο Δωδεκανήσου πρότεινε επίσης ότι για την εξασφάλιση επιτυχών αποτελεσμάτων, τη διαχείριση της πλατφόρμας οφείλει να αναλάβει αρχικά εξειδικευμένη ομάδα, η οποία να απασχολείται αποκλειστικά με αυτή. Συμπλήρωσαν επιπλέον ότι η λειτουργία της πρέπει να συμμορφωθεί με τους όρους της ελεύθερης αγοράς, να διαθέτει τους απαιτούμενους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους και να φέρει την αποδοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων.

Ως τέτοιος φορέας προτείνεται να τελέσει κάποιο επιμελητήριο (π.χ. Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο, κ.λπ.), κάποια αναπτυξιακή εταιρεία (π.χ. Ελληνική Αναπτυξιακή Εταιρεία, κ.λπ.), κάποιος σύνδεσμος ή σύλλογος επιχειρήσεων σχετικών με τα εμπλεκόμενα τμήματα της αγοράς (π.χ. Πανελλήνιος Σύλλογος Εφοδιαστών Πλοίων, κ.λπ.) ή κάποιος περιφερειακός φορέας (π.χ. Conference of Peripheral Maritime Regions – Balkan & Black Sea Commission, κ.λπ.).

Επιπροσθέτως, το Κ.Ε.Β.Ε. προτείνει τη σύσταση Διοικητικού Συμβουλίου και Νομικής Υπηρεσίας στην οργανωτική δομή της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας. Το Διοικητικό Συμβούλιο προτείνεται να εκπροσωπείται από τον φορέα ή τους φορείς που πρόκειται να αποτελέσουν το Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας της πλατφόρμας, το οποίο να είναι αρμόδιο και για τη γενική διεύθυνση της εταιρείας. Η Νομική Υπηρεσία προτείνεται για τη διασφάλιση της νομιμότητας των δράσεων στο πλαίσιο της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας.

Ο Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας προτείνεται αρχικά να είναι αρμόδιος για τον συντονισμό μόνο της Ομάδας Διαχείρισης της πλατφόρμας, η οποία να απαρτίζεται από τα εξής τμήματα:

- 1 τμήμα τεχνικής και λειτουργικής διαχείρισης, το οποίο να αποτελείται από 1 άτομο με ειδικευση στην Πληροφορική και το οποίο να είναι αρμόδιο για την παροχή τεχνικής υποστήριξης και την ορθή λειτουργία της πλατφόρμας. Το τμήμα αυτό μελλοντικά μπορεί να είναι αρμόδιο επίσης για την ανάπτυξη νέων και την αναδιαμόρφωση των υφιστάμενων λειτουργιών και υπηρεσιών της πλατφόρμας.
- 1 τμήμα οικονομικής και διοικητικής διαχείρισης, το οποίο να αποτελείται από 1 άτομο, το οποίο να παρέχει οικονομική και διοικητική υποστήριξη κατά την επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας
- 1 τμήμα διαχείρισης επικοινωνίας και marketing, το οποίο να αποτελείται από 3 άτομα, δηλαδή τους 2 πωλητές που προτάθηκαν σε προηγούμενη ενότητα (Ενότητα 8.4), οι οποίοι να είναι αρμόδιοι για την προώθηση της πλατφόρμας στις περιοχές πωλήσεων, και 1 άτομο το οποίο να είναι αρμόδιο (α) για το συντονισμό του τμήματος και κατ' επέκταση το συντονισμό των πωλήσεων, (β) για τις δημόσιες σχέσεις με τους διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς και δημοσιογράφους, (γ) για την εκτέλεση των δράσεων προώθησης και επικοινωνίας που δεν

εμπεριέχονται στις αρμοδιότητες των πωλητών και (δ) για την επίτευξη των στόχων πωλήσεων, προώθησης και επικοινωνίας που έχουν τεθεί.

Ο Φορέας Διαχείρισης και Λειτουργίας της πλατφόρμας προτείνεται επίσης να λαμβάνει υποστήριξη συμβουλευτικής από 1 Συμβουλευτικό Όργανο Ανάπτυξης και 1 εταίρο της Πράξης ΝΑΥΣ.

Μετά την επιτυχή διείσδυση της πλατφόρμας στην αγορά και την αύξηση της ζήτησης για τις υπηρεσίες της, προτείνεται η σύσταση Ομάδας Ανάπτυξης, η οποία να αποτελεί εξωτερικό συνεργάτη του Φορέα Διαχείρισης και Λειτουργίας, αλλά να τελεί υπό την υποστήριξη του Φορέα αυτού, του Συμβουλευτικού Οργάνου Ανάπτυξης και του Εταίρου της Πράξης ΝΑΥΣ. Η Ομάδα αυτή προτείνεται να είναι αρμόδια:

- Για τη διερεύνηση της εισαγωγής νέων λειτουργιών και υπηρεσιών στην πλατφόρμα και των αναγκών βελτίωσης ή αναδιαμόρφωσης των υφιστάμενων. Στο πλαίσιο αυτό δύναται επίσης να διερευνώνται οι ανάγκες για διεύρυνση του καταλόγου των προϊόντων σύμφωνα με τις προτιμήσεις των εταιρειών κρουαζιέρας και των επιβατών τους και τα επίπεδα τιμών των προϊόντων αυτών. Η διαδικασία αυτή μπορεί να τροφοδοτεί την Ομάδα Διαχείρισης, παρέχοντας κατευθύνσεις για τη διεύρυνση των συνεργασιών της πλατφόρμας με νέους παραγωγούς και προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων, οι οποίοι να μπορούν να καλύψουν τις νέες ανάγκες της βιομηχανίας της κρουαζιέρας στα παραπάνω προϊόντα.
- Για την ανατροφοδότηση του επιχειρηματικού σχεδίου και του σχεδίου marketing.

8. Προϋπολογισμός σχεδίου της πλατφόρμας ΝΑΥΣ

Στην παρούσα ενότητα εξετάζεται ο προϋπολογισμός του σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας ΝΑΥΣ, ο οποίος καταρτίζεται σε επιμέρους τμήματα για τη διευκόλυνση της ανάλυσής του. Τα επιμέρους τμήματα του προϋπολογισμού αφορούν στο κόστος μισθοδοσίας (Ενότητα 8.1), στο πρόγραμμα προβολής και επικοινωνίας (Ενότητα 8.2), γενικών και απρόβλεπτων εξόδων (Ενότητα 8.3) και πωλήσεων (8.4). Ο προϋπολογισμός πωλήσεων συμπεριλαμβάνει την ανάλυση νεκρού σημείου για την οποία εξετάστηκαν 2 διαφορετικά σενάρια και συνεισφέρει στον προσδιορισμό των απαραίτητων πωλήσεων ούτως ώστε η πλατφόρμα να είναι οικονομικά βιώσιμη. Στην κατάρτιση των προϋπολογισμών αυτών συνεισέφερε και συναφής ανάλυση, η οποία πραγματοποιήθηκε από το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο και η οποία αφορά συγκεκριμένα τη λειτουργία και αξιοποίηση της πλατφόρμας στην Κύπρο.

8.1. Προϋπολογισμός κόστους μισθοδοσίας

Ο προϋπολογισμός για τα κόστη μισθοδοσίας παρατίθεται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 5) και έχει καταρτιστεί βάσει όσων προβλέπονται στην εθνική νομοθεσία.

Πίνακας 5: Προϋπολογισμός κόστους μισθοδοσίας.

A/A	Τίτλος εργασίας	Αριθμός απασχολούμενων	Κόστος ανά απασχολούμενο	Συνολικό κόστος για 12 μήνες
1	Υπεύθυνος τεχνικής και λειτουργικής διαχείρισης	1	1.000,00€	12.000,00€
2	Υπεύθυνος οικονομικής και διοικητικής διαχείρισης	1	1.000,00€	12.000,00€
3	Υπεύθυνος διαχείρισης επικοινωνίας και marketing	1	1.300,00€	15.600,00€
4	Πωλητής	2	1.000,00€	24.000,00€
Σύνολο			5	63.600,00€

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

8.2. Προϋπολογισμός προγράμματος προβολής και επικοινωνίας

Ο προϋπολογισμός του προγράμματος προβολής και επικοινωνίας παρουσιάστηκε λεπτομερώς στην ενότητα 6.5.5 και ανέρχεται για τους 12 πρώτους μήνες λειτουργίας της πλατφόρμας στα 31.900,00€.

8.3. Προϋπολογισμός γενικών και απρόβλεπτων εξόδων

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται εκτίμηση του απαιτούμενου προϋπολογισμού για τα γενικά και απρόβλεπτα έξοδα της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται τα έξοδα σύστασης του φορέα, τα έξοδα για την εξασφάλιση του απαραίτητου εξοπλισμού, τα σταθερά ετήσια κόστη λειτουργίας της επιχείρησης, καθώς και τα μεταβλητά κόστη στα οποία λαμβάνονται υπόψη τα έξοδα για αναλώσιμα, για τη διάθεση της πλατφόρμας, τα γενικά έξοδα και οι τυχόν απρόβλεπτες δαπάνες. Οι σχετικές εκτιμήσεις παρατίθενται στον Πίνακα 6.

Πίνακας 6: Προϋπολογισμός γενικών και απρόβλεπτων εξόδων.

A/A	Κατηγορία κόστους	Συνολικό κόστος
1	Έξοδα σύστασης φορέα	5.000,00€
2	Έξοδα εξοπλισμού (γραφεία, ηλεκτρονικός εξοπλισμός, κ.λπ.)	5.000,00€
3	Σταθερά ετήσια κόστη (πάγια τηλεπικοινωνιών, συντήρηση εξοπλισμού, άδειες, κ.λπ.)	8.000,00€
4	Μεταβλητά κόστη (αναλώσιμα, έξοδα διάθεσης πλατφόρμας, γενικά έξοδα, απρόβλεπτες δαπάνες, κ.λπ.)	11.500,00€
4.1	Αναλώσιμα	500,00€
4.2	Έξοδα διάθεσης πλατφόρμας	5.000,00€
4.3	Γενικά έξοδα	3.000,00€
4.4	Απρόβλεπτες δαπάνες	3.000,00€
Σύνολο		29.500,00€

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

8.4. Προϋπολογισμός πωλήσεων – Ανάλυση νεκρού σημείου

Η ανάλυση νεκρού σημείου συνεισφέρει στην εύρεση των απαραίτητων πωλήσεων που πρέπει να πραγματοποιηθούν ώστε η επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας να θεωρείται κερδοφόρα. Οι υπολογισμοί που πραγματοποιήθηκαν λαμβάνουν υπόψη τον 1^ο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης, καθώς επίσης διαμορφώθηκαν 2 σενάρια.

8.4.1. Σενάριο Α

Το Σενάριο Α υπολογίστηκε λαμβάνοντας υπόψη ότι όλες οι εταιρείες κρουαζιέρας πρόκειται να χρησιμοποιήσουν την πλατφόρμα τόσο για τον εφοδιασμό του κρουαζιερόπλοιου όσο και για την παροχή της προς τους επιβάτες κρουαζιέρας ως τουριστική υπηρεσία της κρουαζιέρας. Επιπροσθέτως, λαμβάνοντας υπόψη ότι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου έχει περίπου 360 παραγωγούς / προμηθευτές που δραστηριοποιούνται στην περιφέρειά της, έγινε η παραδοχή ότι περίπου 200 παραγωγοί / προμηθευτές από κάθε νησιωτική Περιφέρεια του Αιγαίου της Ελλάδας (600 παραγωγοί / προμηθευτές συνολικά) και 50 από την Κύπρο πρόκειται να χρησιμοποιήσουν

την πλατφόρμα. Επιπλέον, έγινε η παραδοχή ότι οι παραγωγοί / προμηθευτές είναι μοιρασμένοι ισόποσα μεταξύ φυσικών και νομικών προσώπων.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 7) φαίνονται τα έσοδα από τις συνδρομές της πλατφόρμας για τον 1^ο χρόνο χρήσης της.

Πίνακας 7: Προϋπολογισμός εσόδων πλατφόρμας για το σενάριο Α.

A/A	Χρήστης	Κόστος ετήσιας συνδρομής (€)	Αριθμός συνδρομών	Σύνολο εσόδων από συνδρομές (€)
1	Παραγωγοί / προμηθευτές (φυσικά πρόσωπα)	60,00	325	19.500,00
2	Παραγωγοί / προμηθευτές (νομικά πρόσωπα)	120,00	325	39.000,00
3	Εκπρόσωποι εταιρειών κρουαζιέρας	120,00	5	600,00
4	Εταιρείες κρουαζιέρας	180,00	28	5.040,00
5	Επιβάτες κρουαζιέρας (μέσω της προσφοράς της από τις εταιρείες κρουαζιέρας)	180,00	28	5.040,00
Σύνολο		-	711	69.180,00

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

Το σύνολο των εξόδων που λαμβάνονται υπόψη στην ανάλυση συμπεριλαμβάνεται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 8).

Πίνακας 8: Προϋπολογισμός εξόδων πλατφόρμας για το σενάριο Α.

A/A	Κατηγορία εξόδων	Σύνολο εξόδων (€)
1	Σταθερά έξοδα (περιλαμβάνονται τα κόστη μισθοδοσίας της Ενότητας 9.1, και τα σταθερά ετήσια έξοδα της Ενότητας 9.3)	71.600,00
2	Μεταβλητά έξοδα (περιλαμβάνονται τα αντίστοιχα μεταβλητά κόστη της Ενότητας 9.3)	11.500,00
3	Λοιπά έξοδα (περιλαμβάνονται τα κόστη του προγράμματος προβολής και επικοινωνίας της Ενότητας 9.2 και τα έξοδα σύστασης του φορέα και για τον εξοπλισμό γραφείου της Ενότητας 9.3)	41.900,00
Σύνολο		125.000,00

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης νεκρού σημείου παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 9). Σύμφωνα με τον Πίνακα 9, ως παραγωγικότητα της πλατφόρμας θεωρείται το ποσοστό του συνολικού αριθμού συνδρομών που παρατίθενται στον Πίνακα 7. Συνεπώς, με 100% παραγωγικότητα εννοείται η συγκέντρωση των 711 συνδρομών, ακολουθώντας την κατανομή ανά κατηγορία χρήστη του Πίνακα 7.

Πίνακας 9: Υπολογισμός νεκρού σημείου για το σενάριο Α.

Παραγωγικότητα	Μεταβλητά έξοδα (€)	Σταθερά έξοδα (€)	Σύνολο εξόδων (€)	Σύνολο εσόδων (€)
0%	0,00	113.500,00	113.500,00	0,00
5%	575,00	113.500,00	114.075,00	3.459,00
10%	1.150,00	113.500,00	114.650,00	6.918,00
15%	1.725,00	113.500,00	115.225,00	10.377,00
20%	2.300,00	113.500,00	115.800,00	13.836,00
25%	2.875,00	113.500,00	116.375,00	17.295,00
30%	3.450,00	113.500,00	116.950,00	20.754,00
35%	4.025,00	113.500,00	117.525,00	24.213,00
40%	4.600,00	113.500,00	118.100,00	27.672,00
45%	5.175,00	113.500,00	118.675,00	31.131,00
50%	5.750,00	113.500,00	119.250,00	34.590,00
55%	6.325,00	113.500,00	119.825,00	38.049,00
60%	6.900,00	113.500,00	120.400,00	41.508,00
65%	7.475,00	113.500,00	120.975,00	44.967,00
70%	8.050,00	113.500,00	121.550,00	48.426,00
75%	8.625,00	113.500,00	122.125,00	51.885,00
80%	9.200,00	113.500,00	122.700,00	55.344,00
85%	9.775,00	113.500,00	123.275,00	58.803,00
90%	10.350,00	113.500,00	123.850,00	62.262,00
95%	10.925,00	113.500,00	124.425,00	65.721,00
100%	11.500,00	113.500,00	125.000,00	69.180,00

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

Μέσα από την ανάλυση νεκρού σημείου διαφαίνεται ότι τα έσοδα από την χρήση της πλατφόρμας δεν μπορούν να καλύψουν τα έξοδα.

8.4.2. Σενάριο Β

Για την κατάρτιση του σεναρίου Β λήφθηκαν υπόψη οι ίδιοι αριθμοί συνδρομών με αύξηση, ωστόσο, της τιμής της εκάστοτε συνδρομής. Τα κόστη των συνδρομών ανά κατηγορία χρήστη παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 10).

Πίνακας 10: Προϋπολογισμός εσόδων πλατφόρμας για το σενάριο Β.

A/A	Χρήστης	Κόστος ετήσιας συνδρομής (€)	Αριθμός συνδρομών	Σύνολο εσόδων από συνδρομές (€)
1	Παραγωγοί / προμηθευτές (φυσικά πρόσωπα)	180,00	325	58.500,00
2	Παραγωγοί / προμηθευτές (νομικά πρόσωπα)	240,00	325	78.000,00
3	Εκπρόσωποι εταιρειών κρουαζιέρας	240,00	5	1.200,00
4	Εταιρείες κρουαζιέρας	300,00	28	8.400,00
5	Επιβάτες κρουαζιέρας (μέσω της προσφοράς της από τις εταιρείες κρουαζιέρας)	300,00	28	8.400,00
Σύνολο		-	711	154.500,00

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

Το σύνολο των εξόδων παραμένει το ίδιο.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης νεκρού σημείου παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 11).

Πίνακας 11: Υπολογισμός νεκρού σημείου για το σενάριο Β.

Παραγωγικότητα	Μεταβλητά έξοδα (€)	Σταθερά έξοδα (€)	Σύνολο εξόδων (€)	Σύνολο εσόδων (€)
0%	0,00	113.500,00	113.500,00	0,00
5%	575,00	113.500,00	114.075,00	7.725,00
10%	1.150,00	113.500,00	114.650,00	15.450,00
15%	1.725,00	113.500,00	115.225,00	23.175,00
20%	2.300,00	113.500,00	115.800,00	30.900,00
25%	2.875,00	113.500,00	116.375,00	38.625,00
30%	3.450,00	113.500,00	116.950,00	46.350,00
35%	4.025,00	113.500,00	117.525,00	54.075,00
40%	4.600,00	113.500,00	118.100,00	61.800,00
45%	5.175,00	113.500,00	118.675,00	69.525,00
50%	5.750,00	113.500,00	119.250,00	77.250,00
55%	6.325,00	113.500,00	119.825,00	84.975,00
60%	6.900,00	113.500,00	120.400,00	92.700,00
65%	7.475,00	113.500,00	120.975,00	100.425,00
70%	8.050,00	113.500,00	121.550,00	108.150,00
75%	8.625,00	113.500,00	122.125,00	115.875,00
80%	9.200,00	113.500,00	122.700,00	123.600,00
85%	9.775,00	113.500,00	123.275,00	131.325,00
90%	10.350,00	113.500,00	123.850,00	139.050,00
95%	10.925,00	113.500,00	124.425,00	146.775,00
100%	11.500,00	113.500,00	125.000,00	154.500,00

Πηγή: ίδια επεξεργασία.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης νεκρού σημείου στο Σενάριο Β, η αύξηση στην τιμολόγηση των υπηρεσιών της πλατφόρμας ΝΑΥΣ επιτρέπει την κάλυψη των εξόδων της επιχείρησης στο 80% της παραγωγικότητας της.

8.5. Συμπεράσματα

Από τα σενάρια που διαμορφώθηκαν κατά την ανάλυση νεκρού σημείου προκύπτει ότι η πλατφόρμα ΝΑΥΣ δε μπορεί να θεωρηθεί βιώσιμη τόσο σύμφωνα με το Σενάριο Α όσο και με το Σενάριο Β. Συγκεκριμένα για το Σενάριο Β, παρόλο που η πλατφόρμα παρουσιάζει έσοδα ήδη από το 80% της παραγωγικότητά της, δηλαδή με την εξασφάλιση του 80% του συνόλου των συνδρομών που παρουσιάζονται στον Πίνακα 10, η επίτευξη αυτών των ποσοστών θεωρείται μη ρεαλιστική. Αναλυτικότερα, δεδομένου ότι η πλατφόρμα είναι στη φάση «εισαγωγής» της στην αγορά, καθώς και ότι ο κλάδος της κρουαζιέρας έχει πληγεί σημαντικά από την πανδημία του Covid-19 και ενδέχεται να βρίσκεται στη φάση ανάκαμψης και μετά το πέρας της πανδημίας, εφαρμόζοντας πιο συντηρητικές δράσεις ανάκαμψης, η εξασφάλιση συνδρομών από όλες τις εταιρείες κρουαζιέρας (σύνολο 28 εταιρείες) έχει μικρές πιθανότητες να γίνει πραγματικότητα.

Ωστόσο, για την περίπτωση που η πλατφόρμα συγκεντρώσει τις συνδρομές αυτές και παρουσιάσει έσοδα, αυτά προτείνεται να διατεθούν σε δράσεις (α) συντήρησής της, (β) προβολής

και προώθησής της και (γ) αναβάθμισης των υπηρεσιών της και συγκεκριμένα στη διερεύνηση νέων αναγκών των δυνητικών της χρηστών και στην ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και εργαλείων προστιθέμενης αξίας που δύνανται να βελτιώσουν την ποιότητα και την απόδοση συνολικά της πλατφόρμας, τα επίπεδα εξυπηρέτησης των εφοδιαστικών αλυσίδων των κρουαζιερόπλοιων στους λιμένες κρουαζιέρας και αναφορικά με τα προϊόντα που προμηθεύονται τοπικά, αλλά και να ενισχύσουν τις τοπικές αγορές «παραδοσιακών» προϊόντων στις νησιωτικές Περιφέρειες του Αιγαίου της Ελλάδας και της Κύπρου.

9. Επιχειρηματική βιωσιμότητα και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη της πλατφόρμας NAYΣ

Η βιωσιμότητα της πλατφόρμας NAYΣ λαμβάνει υπόψη της τους στρατηγικούς πυλώνες της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, οι οποίοι συνάδουν με τους πυλώνες της βιώσιμης ανάπτυξης και περιλαμβάνουν την Οικονομία, την Κοινωνία και το Περιβάλλον. Η ακόλουθη εικόνα παρουσιάζει διαγραμματικά τη συμπερίληψη των πυλώνων αυτών στην βιωσιμότητα της πλατφόρμας NAYΣ.



Εικόνα 5: Τριπλό αποτέλεσμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης Πλατφόρμας NAYΣ (Πηγή: ιδία επεξεργασία από τον Elkington (1994))

Σύμφωνα με το παραπάνω μοντέλο του Elkington (1994), οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να είναι οικονομικά «υγιείς», καθώς επίσης να επιδεικνύει την απαιτούμενη υπευθυνότητα απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, παρακάτω πρόκειται να αναπτυχθεί πώς η πλατφόρμα NAYΣ επιδεικνύει αυτή την υπευθυνότητα σχετικά με τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας.

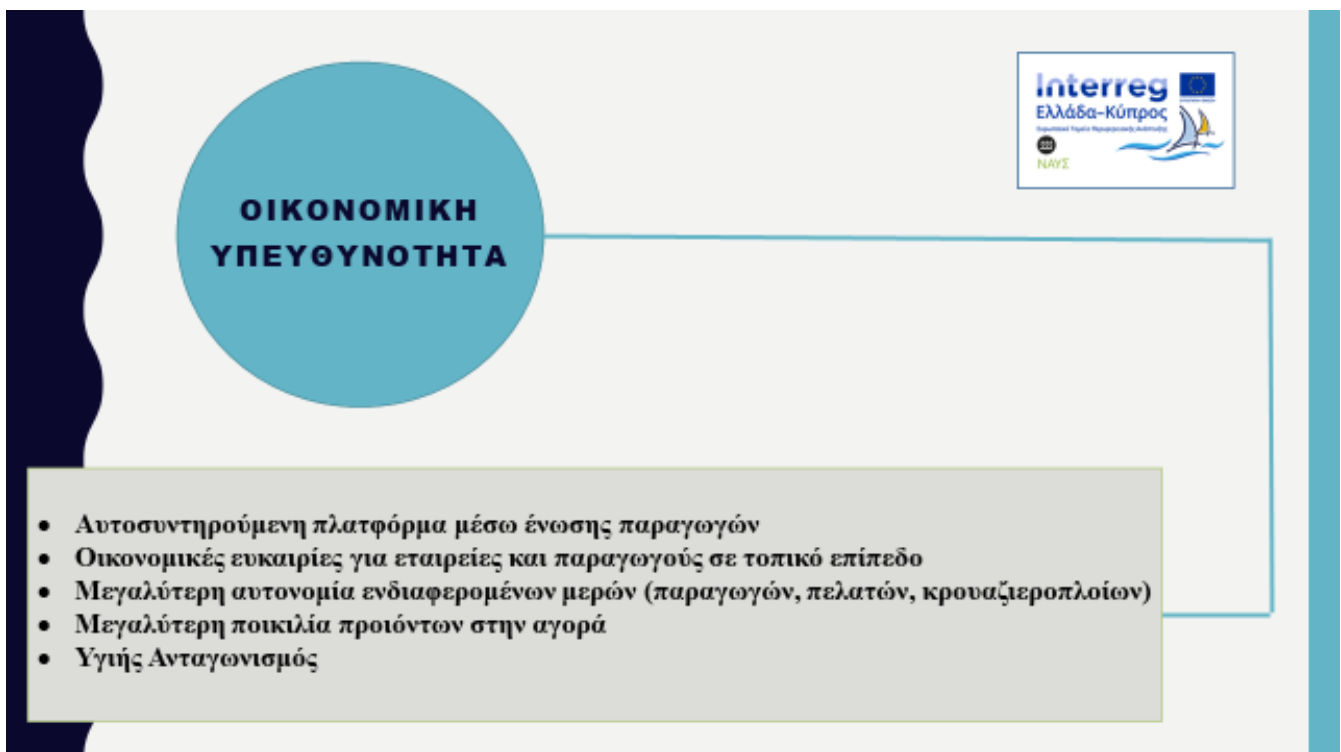
Στις παρακάτω ενότητες εξετάζεται η οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική υπευθυνότητα της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας NAYΣ, σύμφωνα με τις προτάσεις του Ερευνητικού Ιδρύματος του Πανεπιστημίου Λευκωσίας.

9.1. Οικονομική υπευθυνότητα

Σε προηγούμενη ενότητα (Ενότητα 8), παρουσιάστηκε το χρηματοοικονομικό σχέδιο της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας, σύμφωνα με το οποίο η εξίσωση των εσόδων και

εξόδων της επιχείρησης είναι ιδιαίτερα απαιτητική. Ωστόσο, λαμβάνοντας υπόψη τα πλεονεκτήματα και οφέλη της πλατφόρμας προς όλους τους χρήστες της και ειδικότερα τους παραγωγούς και προμηθευτές από τις νησιωτικές Περιφέρειες τους Αιγαίου της Ελλάδας και την Κύπρο, και συγκεκριμένα τις ευκαιρίες οικονομικής ενίσχυσης και πρόσβασης στην αγορά της κρουαζιέρας, το ετήσιο κόστος συντήρησης της πλατφόρμας κρίνεται αποδεκτό.

Στην παρακάτω εικόνα (Εικόνα 6) συνοψίζονται τα οικονομικά οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας NAYS, τα οποία τεκμηριώνουν παράλληλα την οικονομική της βιωσιμότητα. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των χρηστών της που διαμορφώνονται μέσω της πλατφόρμας, η προσφορά ποικιλίας προϊόντων και οι ευκαιρίες εισόδου στην αγορά της κρουαζιέρας και στα κανάλια εφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων. Ωστόσο, για την επίτευξη αυτών, η συμμετοχή των ενδιαφερόμενων φορέων είναι απαραίτητη και καθ' όλη τη διάρκεια της Πράξης NAYS η συμμετοχή αυτή εξασφαλίστηκε μέσα από μια σειρά δράσεων (ημερίδες, διημερίδες, συνεντεύξεις, συναντήσεις εργασίας, συμμετοχή στις πιλοτικές εφαρμογές της πλατφόρμας, κ.λπ.), τροφοδοτώντας με τις εμπειρίες και απόψεις τους τις τεχνικές δράσεις της Πράξης.

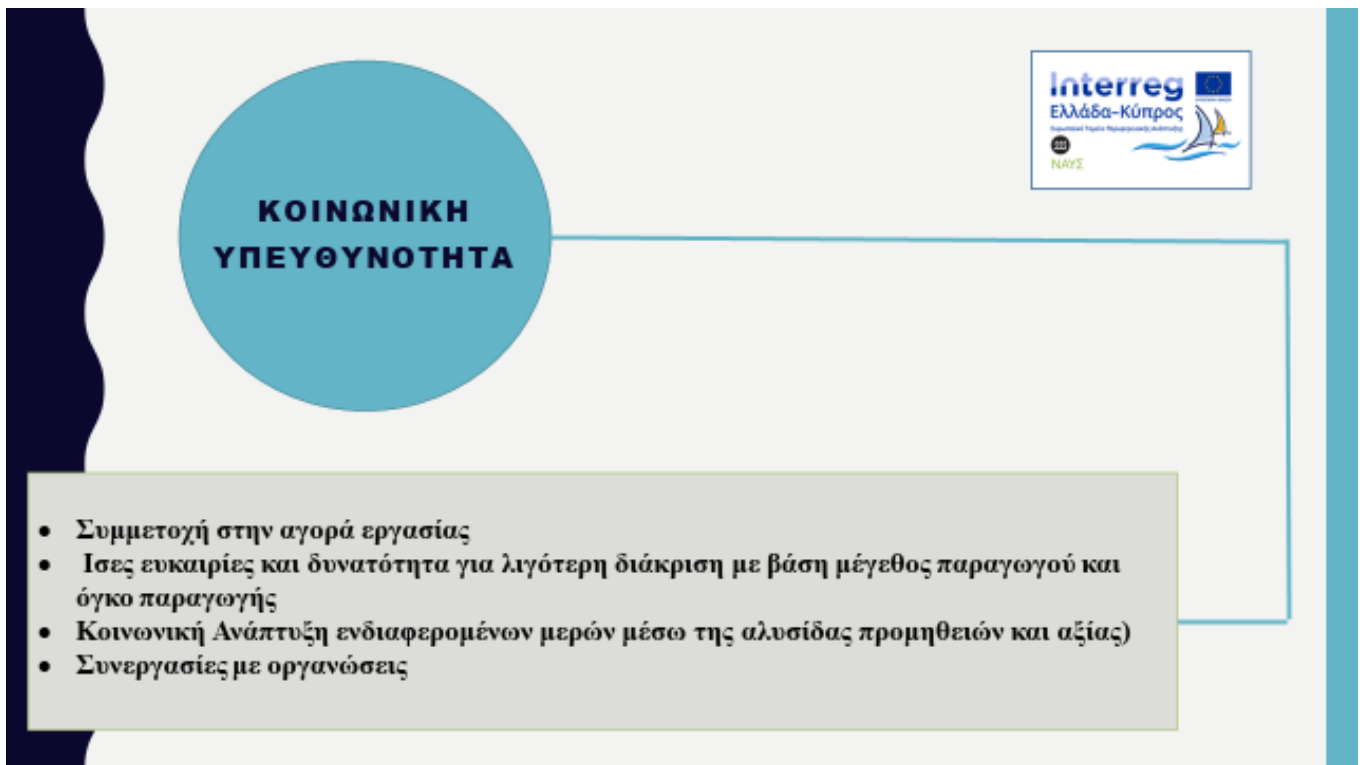


Εικόνα 6: Οικονομική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYS (Πηγή: ίδια επεξεργασία)

9.2. Κοινωνική υπευθυνότητα

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η συμπερίληψη των ενδιαφερόμενων φορέων στην επιχειρησιακή λειτουργία της πλατφόρμας είναι απαραίτητη για τη βιωσιμότητα της πλατφόρμας, καθώς επίσης και για την εξασφάλιση της οικονομικής της βιωσιμότητας. Η εξασφάλιση της συμμετοχής των φορέων αυτών αφορά στον πυλώνα της κοινωνικής υπευθυνότητας και βιωσιμότητας, η οποία σύμφωνα με την Ατζέντα των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη 2030 επιδιώκει την ισότητα, την ευημερία των πολιτών, την υγεία, την ποιότητα ζωής και εργασίας, καθώς και άλλα συναφή κοινωνικά ζητήματα. Σε επιχειρηματικό επίπεδο, εκτός της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων φορέων, ο πυλώνας αυτός αφορά επίσης την κοινωνική υπευθυνότητα της πλατφόρμας απέναντι στο εργατικό της δυναμικό και τους προμηθευτές της, μέσα από τις αλυσίδες αξίας και τις εφοδιαστικές αλυσίδες στις οποίες εμπλέκεται.

Στο πλαίσιο αυτό, η κοινωνικής υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYΣ διαφαίνεται από την προσφορά ευκαιριών συμμετοχής των ενδιαφερόμενων φορέων της στην αγορά εργασίας και ειδικότερα στην αγορά της κρουαζιέρας για τους παραγωγούς και προμηθευτές και στην αγορά τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων της Ελλάδας και της Κύπρου για τις εταιρείες κρουαζιέρας και τους επιβάτες τους. Επιπροσθέτως, η πλατφόρμα εξασφαλίζει την ισότητα πρόσβασης στις ευκαιρίες αυτές για όλους τους χρήστες της χωρίς διακρίσεις, όπως λόγω μεγέθους της επιχείρησης του χρήστη ή/και του όγκου παραγωγής του. Η κοινωνική υπευθυνότητα της πλατφόρμας δύναται επίσης να επιτευχθεί μέσα από συνεργασίες με συναφείς εθνικούς ή/και διεθνείς φορείς και τις πρωτοβουλίες τους, οι οποίοι μπορούν να συμμετάσχουν στη διαχείριση της επιχειρησιακής λειτουργίας της πλατφόρμας και στις λοιπές δράσεις περαιτέρω ανάπτυξης και διεύρυνσης των υπηρεσιών της μελλοντικά. Τέτοιες συνεργασίες μπορούν να δημιουργηθούν μέσα από τη συμμετοχή στο Πρόγραμμα Συνεργατών της Διεθνούς Ένωσης Γραμμών Κρουαζιέρας (CLIA Executive Partner Programme) που παρουσιάστηκε σε προηγούμενη ενότητα (Ενότητα 6.5.4), τον Κυπριακό Σύνδεσμο Αειφόρου Τουρισμού (Cyprus Sustainable Tourism Initiative - CSTI) ή/και τη Συνεργασία για Διαδικτυακές Πλατφόρμες & Βιώσιμη Ανάπτυξη (Partnership for Online Platforms & Sustainable Development), η οποία παρουσιάζει επίσης σημαντική συνάφεια με τους Στόχους για Βιώσιμη Ανάπτυξη των Ηνωμένων Εθνών (Sustainable Development Goals - SDGs). Στην ακόλουθη εικόνα συνοψίζονται τα χαρακτηριστικά της πλατφόρμας ως προς την κοινωνική της υπευθυνότητα. Στην Εικόνα 7 συνοψίζονται τα κοινωνικά οφέλη από τη χρήση της πλατφόρμας NAYΣ.

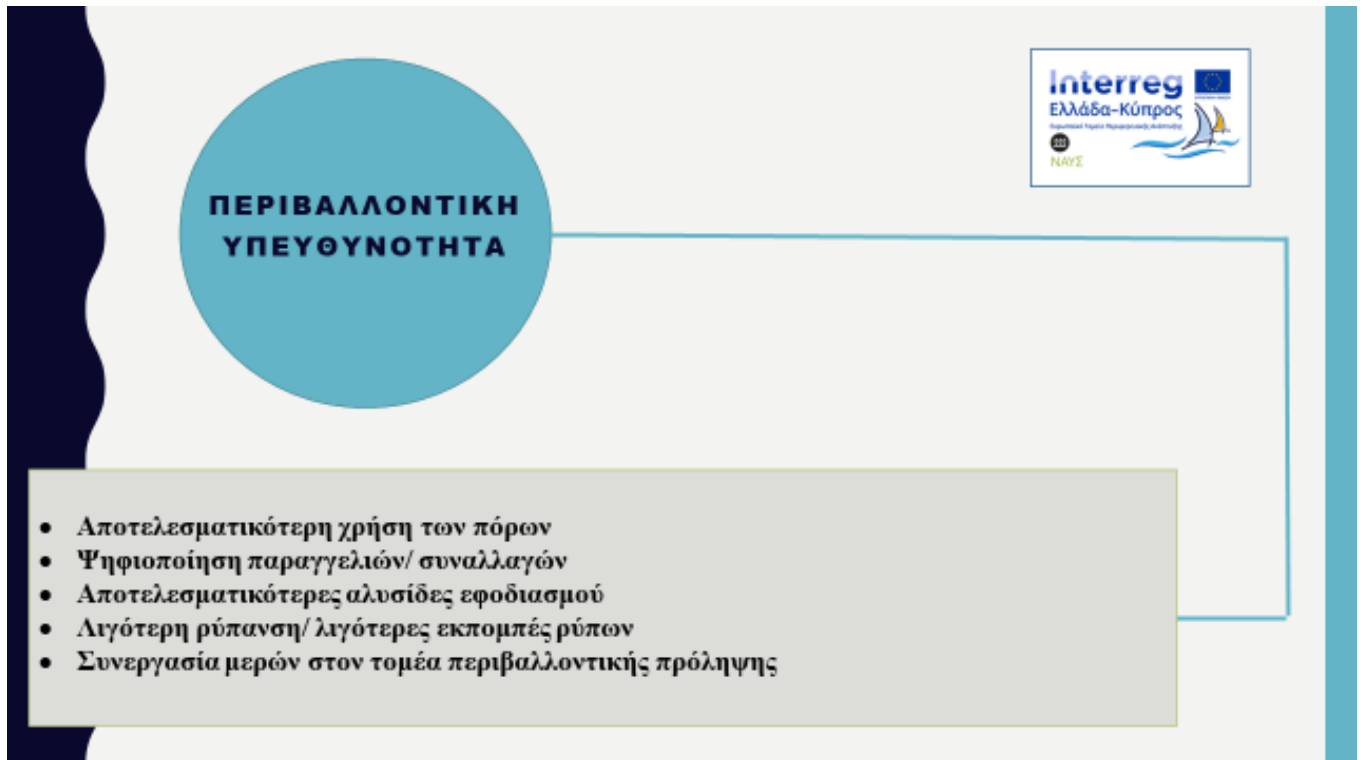


Εικόνα 7: Κοινωνική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYS (Πηγή: ίδια επεξεργασία)

9.3. Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα

Η περιβαλλοντική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYS διαφαίνεται στη συνεισφορά της στη βελτίωση της διαχείρισης και εξυπηρέτησης της εφοδιαστικής αλυσίδας κρουαζιέρας που προσφέρει, η οποία ενισχύεται μέσα από τις δυνατότητες διαλειτουργικότητάς της με άλλα συστήματα ναυτιλιακών πληροφοριών (π.χ. πληροφοριακά συστήματα λιμενικών φορέων, Εθνική Ενιαία Ναυτιλιακή Θυρίδα). Συμβάλει έτσι στην καλύτερη αξιοποίηση των μικρών χρονικών θυρίδων εφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων στους λιμένες κρουαζιέρας, μειώνοντας έτσι το χρόνο αναμονής στους λιμένες κρουαζιέρας και κατ' επέκταση την εκπομπή αέριων ρύπων στις περιοχές γύρω από αυτούς.

Η παρακάτω εικόνα (Εικόνα 8) συνοψίζει τα κύρια σημεία της περιβαλλοντικής υπευθυνότητας της πλατφόρμας NAYS.



Εικόνα 8: Περιβαλλοντική υπευθυνότητα της πλατφόρμας NAYS. (Πηγή: ίδια επεξεργασία)

Αναφορικά με τη διαλειτουργικότητα της πλατφόρμας με άλλα συστήματα ναυτιλιακών πληροφοριών, σε προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYS διερευνήθηκε η δυνατότητα διασύνδεσής της με την Ευρωπαϊκή και την Εθνική Ενιαία Ναυτιλιακή Θυρίδα. Για το λόγο αυτό, η αρχιτεκτονική της πλατφόρμας διατηρήθηκε «ανοιχτή» και επεκτάσιμη ούτως ώστε να μπορεί μελλοντικά να διασυνδεθεί με τις Θυρίδες αυτές

10. Προτάσεις για την επιτυχή λειτουργία και αξιοποίηση της πλατφόρμας NAYΣ

Από τις αναλύσεις που προηγήθηκαν στις προηγούμενες ενότητες και λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα τις έρευνας ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων στο πλαίσιο του Παραδοτέου 6.1, προκύπτουν συμπεράσματα και προτάσεις τα οποία μπορούν να ληφθούν υπόψη στο σχέδιο λειτουργία και αξιοποίησης της πλατφόρμας NAYΣ ούτως ώστε να εξασφαλιστούν η επιτυχής λειτουργία και εμπορική της χρήση και η βιωσιμότητά της. Οι προτάσεις αυτές μπορούν να συνεισφέρουν συγκεκριμένα στις δράσεις προβολής και προώθησης της πλατφόρμας, στις δράσεις επιχειρηματικής λειτουργίας της και στο οργανωτική και διοικητική δομή της. Αναλυτικότερα, είναι απαραίτητο μέσα από το σχέδιο λειτουργίας και εμπορικής αξιοποίησης της πλατφόρμας:

- Να αναπτυχθούν νέες και να ενισχυθούν οι υφιστάμενες συνεργασίες μεταξύ των παραγωγών και προμηθευτών των νησιωτικών περιφερειών του Αιγαίου της Ελλάδας και της Κύπρου για την πιο αποτελεσματική σύζευξη της προσφοράς και ζήτησης των προϊόντων που προωθούνται μέσω της πλατφόρμας. Με αυτό τον τρόπο, προβλέπεται να καλύπτονται πιο αποδοτικά οι ανάγκες ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων αναφορικά τόσο με την απαιτούμενη ποικιλία σε τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα όσο και με τις απαιτούμενες ποσότητες σε αυτά. Συμπληρωματικά, μπορεί να υποστηριχτεί η συντονισμένη προώθησή τους, όπως επί παραδείγματι μέσα από τη διασύνδεση λιμένων για την «συλλογή» των προϊόντων από περισσότερους από έναν προορισμούς για τη διεκπεραίωση μιας παραγγελίας.
- Να δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας στις περιοχές από τις οποίες προέρχονται οι παραγωγοί / προμηθευτές για την καλύτερη ανταπόκρισή τους στις απαιτούμενες ποσότητες προϊόντων, για την παροχή πιο ανταγωνιστικών τιμών, αλλά και για την επιτυχή είσοδο της πλατφόρμας στην αγορά και την επιτυχή εμπορική χρήση της¹¹.
- Να είναι εφικτή η διεκπεραίωση παραγγελιών, συμπεριλαμβάνοντας τόσο την υποβολή της όσο και την παράδοσή της στον λιμένα επιλογής του «αγοραστή», υπό τη διαχείριση ενός κεντρικού προμηθευτή.
- Να προσφερθούν τα κατάλληλα κίνητρα προς τις εταιρείες κρουαζιέρας για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης συνεργασιών με τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές «παραδοσιακών» προϊόντων από τις παραπάνω περιοχές.
- Να εξασφαλιστεί η συμμετοχή ενός αναγνωρισμένου φορέα για την ανάπτυξη, τη διατήρηση και το συντονισμό του κατάλληλου δικτύου συνεργασίας μεταξύ των παραγωγών / προμηθευτών των παραπάνω περιοχών και των εταιρειών κρουαζιέρας και των εκπροσώπων

¹¹ Σύμφωνα με προηγούμενες δράσεις της Πράξης NAYΣ, οι παραγωγοί και προμηθευτές από τις περιοχές που συμπεριλαμβάνονται στην Πράξη δήλωσαν ότι η συστηματική χρήση και η ένδειξη εμπιστοσύνη στην πλατφόρμα και τις υπηρεσίες της από έναν παραγωγό ή προμηθευτή μπορεί να ενθαρρύνει τη χρήση της και από τους υπόλοιπους.

τους. Ο φορέας αυτός μπορεί να ενισχύσει παράλληλα και την ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων.

- Να εφαρμοστούν κατάλληλες και αποδοτικές δράσεις προβολής και προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων των νησιωτικών περιφερειών του Αιγαίου της Ελλάδας και της Κύπρου. Με αυτό τον τρόπο, προβλέπεται να είναι πιο επιτυχής και η προβολή και προώθηση της πλατφόρμας και των υπηρεσιών της. Στο πλαίσιο αυτό, η πλειοψηφία των ενδιαφερόμενων παραγωγών και προμηθευτών παραδοσιακών προϊόντων εκτιμούν ότι τα προϊόντα τους μπορούν να προωθηθούν πιο αποτελεσματικά στις εταιρείες κρουαζιέρας και ειδικότερα στους επιβάτες τους (α) κυρίως μέσα από την προσφορά γευμάτων σε εστιατόρια του κρουαζιερόπλοιου στα οποία να περιλαμβάνονται τα παραπάνω προϊόντα, (β) μέσω της τοποθέτησης σταντ με δείγματα των προϊόντων αυτών εντός του κρουαζιερόπλοιου, (γ) μέσα από τη δωρεάν διάθεση δειγμάτων των προϊόντων στους επιβάτες και (δ) μέσω της πώλησης των προϊόντων αυτών στα καταστήματα λιανικής εντός του κρουαζιερόπλοιου (Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου).
- Να επιδιωχθεί η δημιουργία brand της γεωγραφικής περιοχής, δηλαδή των νησιωτικών περιφερειών του Αιγαίου της Ελλάδας και της Κύπρου, ως προς τα προϊόντα που προσφέρονται μέσω της πλατφόρμας.
- Να εξασφαλιστεί η αρχική δωρεάν δοκιμαστική χρήση της πλατφόρμας για την παρότρυνση των δυνητικών της χρηστών να την αξιοποιήσουν. Η δράση αυτή μπορεί να αποτελέσει μια αποτελεσματική στρατηγική προβολής και προώθησης της πλατφόρμας και να εξασφαλίσει την ανάδειξη των υπηρεσιών και εργαλείων προστιθέμενης αξίας που προσφέρει, καθώς και την αποτελεσματικότητά της.
- Να σχεδιαστούν και να προσφερθούν δράσεις εκπαίδευσης των δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας για την αποτελεσματική εκμάθηση της χρήσης της πλατφόρμας
- Να εξασφαλιστεί η διαδραστικότητα μεταξύ των χρηστών της πλατφόρμας και του φορέα διαχείρισής της ούτως ώστε να λαμβάνονται υπόψη μεταγενέστερα οι μεταβολές στις ανάγκες και προτιμήσεις τους όσον αφορά στις υπηρεσίες και τα προϊόντα της πλατφόρμας, καθώς και η τρέχουσα ικανοποίηση τους από τη χρήση της. Με αυτό τον τρόπο, η πλατφόρμα μπορεί να εμπλουτίζεται και να βελτιώνεται ή να αναδιαμορφώνεται με σκοπό να αποτελεί διαχρονικά ένα εργαλείο σύγχρονων και εξατομικευμένων υπηρεσιών για τους χρήστες της.

Λοιπές δράσεις οι οποίες μπορούν να ληφθούν υπόψη είναι η συνεχής ανάδειξη από τον διαχειριστή της πλατφόρμας της σημασίας των λιμενικών υποδομών για την εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας. Βελτιώνοντας τις υποδομές αυτές μπορεί να βελτιωθεί η εξυπηρέτηση του ανεφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων και να διευρυνθούν οι λιμένες κρουαζιέρας της Ελλάδας και της Κύπρου που λειτουργούν ως λιμένες αφετηρίας. Επιπροσθέτως, μπορεί να επιδιωχθεί η τοποθέτηση εκθετηρίων ή / και πωλητηρίων στους χώρους αναμονής των επιβατών των λιμένων αυτών. Ωστόσο, οι δράσεις αυτές έχουν μακροπρόθεσμο και στρατηγικό χαρακτήρα.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ελληνόγλωσση βιβλιογραφία

Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (2020). *Βασική αρχιτεκτονική της πλατφόρμας (Π.4.2)*. Παραδοτέο 4.2 της Πράξης NAYΣ

ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ (2020). *Εγχειρίδιο χρήσης της πλατφόρμας (Π.4.2β)*. Παραδοτέο 4.2β της Πράξης NAYΣ

Ερευνητικό Ίδρυμα Πανεπιστημίου Λευκωσίας (2021). *Αξιολόγηση της πλατφόρμας (Π.5.2)*. Παραδοτέο 5.2 της Πράξης NAYΣ

Πάλλης, Θ., Βαγγέλας Γ., Αράπη, Κ., Κλαδάκη, Π. & Παπαχρήστου, Α. (2017). Η Αναπτυξιακή Προοπτική της Κρουαζιέρας Αφετηρίας στην Ελλάδα. Διανέοσις – Οργανισμός Έρευνας & Ανάλυσης. Διαθέσιμο σε https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/09/limania_krouaziera_final.pdf.

Παπαδοπούλου, Γ. (2015). *Διερεύνηση των χαρακτηριστικών που επηρεάζουν τη δαπάνη επιβατών κρουαζιέρας στην Ελλάδα*. (Διδακτορική διατριβή) Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Σχολή Οικονομικών, Επιχειρηματικών και Διεθνών Σπουδών, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, Πειραιάς.

Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου (2019). *Έκθεση αξιολόγησης υφιστάμενης κατάστασης (Π3.1)*. Παραδοτέο 3.1 της Πράξης NAYΣ

Περιφέρεια Κρήτης (2020). *Ανάλυση των αναγκών των χρηστών της πλατφόρμας (Π4.1)*. Παραδοτέο 4.1 της Πράξης NAYΣ

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Baker, D.McA., and Fulford, M.D. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend. *Tourism & Management Studies*, 12(1), pp. 74 – 85. Retrieved from <https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/714/0>

Cruise Critic (2021a). *Coronavirus: Updated cruise ship policies and cancellations*. Available at <https://www.cruisecritic.co.uk/news/5016/>

Cruise Critic (2021b). *When are Cruise Lines around the world expected to resume service?* Available at <https://www.cruisecritic.co.uk/news/5206/>

Cruise Lines International Association (CLIA) (2018). *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2017*. Available at <https://es.cruiseexperts.org/media/2971/2017-europe-economic-impact-report.pdf>

Cruise Lines International Association (CLIA) (2019): *2019 Cruise Trends & Industry Outlook*. Available at <https://cruising.org/-/media/eu-resources/pdfs/CLIA%202019-Cruise-Trends--Industry-Outlook>

Cruise Lines International Association (CLIA) (2020). *The economic contribution of the international cruise industry globally in 2019*. Available at <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/global-cruise-impact-analysis---2019-final.ashx>

Cruise Lines International Association (CLIA) (2021). *State of the cruise industry outlook 2021*. Available at https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2021-state-of-the-cruise-industry_optimized.ashx

Efthymiou, L., Dekoulou, E., Orphanidou, Y., Sdoukopoulos, E., Perra, V.M., Boile, M. and Bras, I. (2021). Crisis, adaptation and sustainability: digital system interoperability in the Cruise Industry. In Thrassou, A., Vrontis, D., Weber, Y., Shams, R., Tsoukatos, E., Efthymiou, L. (Eds) *Business Under Crisis: Avenues for Innovation, Entrepreneurship and Sustainability*. Book series: Palgrave Studies in Cross-Disciplinary Business Research, In Association with EuroMed Academy of Business, Palgrave Macmillan (Springer), Cham, Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76583-5_5

Elkington, J. (1994). *Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development*. California Management Review, 36, 90-100. <http://dx.doi.org/10.2307/41165746>

Global Newswire by notified (2020, Oct 15). *Demand for local and organic food is on the rise, positively impacting the food and beverage market, as per the global food and beverage market report 2020*. Retrieved from <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/10/15/2109006/0/en/Demand-For-Local-And-Organic-Food-Is-On-The-Rise-Positively-Impacting-The-Food-And-Beverage-Market-As-Per-The-Global-Food-And-Beverage-Market-Report-2020.html>

Greek Travel Pages (2018). *Cruises. Companies & General Agents*. Available at <https://about.gtp.gr/wp-content/uploads/2018/05/gtp-cruise-companies.pdf>

Kotler, P. (2000). *Marketing Management, Millennium Edition* (10th Edition). Pearson Custom Publishing.

Lekakou, M., Stefanidaki, E., and Vaggelas, G. K. (2011). The economic impact of cruise to local economies. The case of an island. *Athens Tourism Symposium 2011*, Athens, Greece. Available at: https://www.researchgate.net/profile/George_Vaggelas/publication/269094253_The_economic_impact_of_cruise_to_local_economies_The_case_of_an_island/links/547f2db30cf2c1e3d2dc4058.pdf.

Mitsotakis, A. (2018). Air Quality Measurement in Ports. Center for Research and Technology Hellas. Poseidon Med II LNG Bunkering Project. Presentation February 16, 2018, Piraeus, Event Hall PPA

Papadopoulou, G., and Xesfingi, S. (2018). Understanding cruise passengers' motivations: The case of Greece. *Munich Personal RePEc Archive*. Available at: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/89840/>.

Roust, A., and Jamshidi, D. (2019). Food tourism value: Investigating the factors that influence tourists to revisit. *Journal of Vacation Marketing*, 26(1), pp. 73 - 95. DOI: <https://doi.org/10.1177/1356766719858649>

UN World Tourism Organization (2012). *Global Report on Food Tourism*. UNWTO, Madrid. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284414819>

Véronneau, S., Roy, J., and Beaulieu, M. (2015). Cruise ship suppliers: A field study of the supplier relationship characteristics in a service supply chain. *Tourism Management Perspectives*, 16, pp. 76 - 84. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/282315384_Cruise_ship_suppliers_A_field_study_of_the_supplier_relationship_characteristics_in_a_service_supply_chain

Θεσμικά πλαίσια

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. (11.06.2005). Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 884/2005 της Επιτροπής της 10ης Ιουνίου 2005 για καθιέρωση διαδικασιών διεξαγωγής των επιθεωρήσεων της Επιτροπής στον τομέα της ασφάλειας της ναυσιπλοΐας. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 148, σ.σ. 25 - 29. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005R0884&from=DE>

Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. (17.07.2009). Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 612/2009 της Επιτροπής της 7ης Ιουλίου 2009 για τις κοινές λεπτομέρειες εφαρμογής του καθεστώτος των επιστροφών κατά την εξαγωγή για τα γεωργικά προϊόντα. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 186. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:02009R0612-20130701&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (23.11.1995). Οδηγία 95/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 1995 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 281, σ.σ. 31 - 50. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995L0046&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (17.07.2000). Οδηγία 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 8ης Ιουνίου 2000 για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά («οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο»). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 201, σ.σ. 37 - 47. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (31.07.2002). Οδηγία 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Ιουλίου 2002, σχετικά με την

επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (οδηγία για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 201, σ.σ. 37 – 47. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0058&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (29.04.2004). Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 725/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 31ης Μαρτίου 2004 για τη βελτίωση της ασφάλειας στα πλοία και στις λιμενικές εγκαταστάσεις. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 129, σ.σ. 6 – 91. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:02004R0725-20090420&from=SK>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (25.11.2005). Οδηγία 2005/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Οκτωβρίου 2005 σχετικά με την ενίσχυση της ασφαλείας των λιμένων. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 310/28. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0065>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (10.10.2013). Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 952/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 9ης Οκτωβρίου 2013, για τη θέσπιση του ενωσιακού τελωνειακού κώδικα. *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 269, σ.σ. 1 – 101. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:02013R0952-20161224&from=EN>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (04.05.2016). Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων) (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 119, σ.σ. 1 – 88. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (22.05.2019). Οδηγία (ΕΕ) 2019/770 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 2019, σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για την προμήθεια ψηφιακού περιεχομένου και ψηφιακών υπηρεσιών (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 136, σ.σ. 1 – 27. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0770&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (22.05.2019). Οδηγία (ΕΕ) 2019/771 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 2019, σχετικά με ορισμένες πτυχές που αφορούν τις συμβάσεις για τις πωλήσεις αγαθών, την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΕ) 2017/2394 και της οδηγίας 2009/22/ΕΚ, και την κατάργηση της οδηγίας 1999/44/ΕΚ (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής*

Ένωσης, L 136, σ.σ. 28 - 50. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0771&from=el>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (11.07.2019). Κανονισμός (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Ιουνίου 2019, για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 186, σ.σ. 57 - 79. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019R1150&from=EL>

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (18.12.2019). Οδηγία (ΕΕ) 2019/2161 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27ης Νοεμβρίου 2019 για την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου, και των οδηγιών 98/6/ΕΚ, 2005/29/ΕΚ και 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά την καλύτερη επιβολή και τον εκσυγχρονισμό των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 328, σ.σ. 7 - 28. Διαθέσιμο σε: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L2161&from=EL>

Νόμος υπ' αριθμόν 438/1976 «Περί Τουριστικών πλοίων και πλοιαρίων και ναυταθλητικών σκαφών και ρυθμίσεως δασμολογικών και φορολογικών θεμάτων επί πλοίων ως και επί πλοιαρίων αναψυχής. (Α' 256)» (ΦΕΚ Α' 24/27.9.1976).

Νόμος υπ' αριθμόν 603/1977 «Περί συμπληρώσεως ενίων διατάξεων του δια του Ν.Δ. 187/1973 κυρωθέντος Κωδικός Δημοσίου Ναυτικού Δικαίου (ΦΕΚ 261 Α`) και τροποποιήσεως των άρθρων 10 και 21 του Ν. 438/1976» (ΦΕΚ Α' 162/10.6.1977).

Νόμος υπ' αριθμόν 2251/1994 «Προστασία των καταναλωτών» (ΦΕΚ 191 Α/16.11.1994)

Νόμος υπ' αριθμόν 2386/1996 «Ρυθμίσεις θεμάτων εθνικών κληροδοτημάτων, δημόσιων και ανταλλάξιμων κτημάτων και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 43 Α/7.3.1996).

Νόμος υπ' αριθμόν 2472/1997 «Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα» (ΦΕΚ 50 Α/10.04.1997)

Νόμος υπ' αριθμόν 2774/1999 «Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τηλεπικοινωνιακό τομέα» (ΦΕΚ 287 Α/22.12.1999)

Νόμος υπ' αριθμόν 2859/2000 «Κύρωση Κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας» (ΦΕΚ 248 Α/7-11-2000)

Νόμος υπ' αριθμόν 2960/2001 «Εθνικός Τελωνιακός Κώδικας» (ΦΕΚ Α' 265/22-11-2001).

Νόμος υπ' αριθμόν 3182/2003 «Ναυτιλιακή Εταιρία Πλοίων Αναψυχής και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 220 Α/ 12.9.2003).

Νόμος 94 (I) του 2004 «Περί Τελωνειακού Κώδικα Νόμος, Κ.Δ.Π. 385/2004, γνωστοποίηση με βάση το άρθρο 22(2)» (3849/30.04.2004).

Νόμος 156 (I) του 2004 «Περί Ορισμένων Πτυχών των Υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και ειδικά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου καθώς και για Συναφή Θέματα» (3851/30.04.02004)

Νόμος 52 (III) του 2004 «Περί της Διεθνούς Συμβάσεως περί Ασφάλειας της Ανθρώπινης Ζωής στη Θάλασσα (Κυρωτικός) και περί Συναφών Θεμάτων (Τροποποιητικός)» (3919/05.11.2004)

Νόμος υπ' αριθμόν 3471/2006 «Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τροποποίηση του ν. 2472/1997» (133 Α/28.06.2006)

Νόμος 97 (I) του 2007 «Περί Ορισμένων Πτυχών των Υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας και ειδικά του Ηλεκτρονικού Εμπορίου καθώς και για Συναφή Θέματα (Τροποποιητικός)» (4135/18.07.2007)

Νόμος υπ' αριθμόν 3622/2007 «Ενίσχυση της ασφάλειας πλοίων, λιμενικών εγκαταστάσεων και λιμένων και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 281 Α/20.12.2007)

Νόμος υπ' αριθμόν 4072/2012 «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος - Νέα εταιρική μορφή - Σήματα - Μεσίτες Ακινήτων - Ρύθμιση θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 86/11-04-2012).

Νόμος 133 (I) του 2013 «Περί των Δικαιωμάτων των Καταναλωτών» (4412/08.11.2013)

Νόμος υπ' αριθμόν 4624/2019 «Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, μέτρα εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27^{ης} Απριλίου 2016 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ενσωμάτωση στην εθνική νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/680 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 27^{ης} Απριλίου 2016 και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 137 Α/29.08.2019)

Νόμος υπ' αριθμόν 4753/2020 «Λήψη συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΕ) 2019/1150 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20^{ης} Ιουνίου 2019 για την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης και της διαφάνειας για τους επιχειρηματικούς χρήστες επιγραμμικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης (L 186), ρυθμίσεις για τη Διυπηρεσιακή Μονάδα Ελέγχου Αγοράς, την Επιτροπή Ανταγωνισμού, τη λειτουργία της αγοράς και λοιπές διατάξεις» (ΦΕΚ 227 Α/18.11.2020)

Νόμος 11 (I) του 2021 «Περί της Εφαρμογής του Κανονισμού για την Προώθηση της Δίκαιης Μεταχείρισης και της Διαφάνειας για τους Επιχειρηματικούς Χρήστες Επιγραμμικών Υπηρεσιών Διαμεσολάβησης Νόμος του 2021 εκδίδεται με δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Κυπριακής Δημοκρατίας σύμφωνα με το Άρθρο 52 του Συντάγματος» (4808/22.02.2021)

Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 150/2001 «Προσαρμογή στην Οδηγία 99/93/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές» (ΦΕΚ 125 Α/25.06.2001)

Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 131/2003 «Προσαρμογή στην Οδηγία 2000/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά. (Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο)» (ΦΕΚ 116 Α/16.05.2003)

Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 26/2004 «Τροποποίηση του Π.Δ. 242/1999 Οργανισμός Υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας» (ΦΕΚ 201 Α/30.09.1999)

Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 56/2004 «Κύρωση των τροποποιήσεων της Διεθνούς Σύμβασης «περί ασφάλειας της ανθρώπινης ζωής στη θάλασσα, (ΠΑΑΖΕΘ-SOLAS) '74», που υιοθετήθηκαν στη Διάσκεψη των Συμβαλλόμενων Κυβερνήσεων της Διεθνούς Σύμβασης την 12^η Δεκεμβρίου 2002» (ΦΕΚ 47 Α/11.02.2004)

Προεδρικό Διάταγμα υπ' αριθμόν 150/2001 «Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας» (ΦΕΚ 23 Α/01.03.2017)

Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (11.12.2006). Οδηγία 2006/112/ΕΚ του Συμβουλίου της 28^{ης} Νοεμβρίου 2006 σχετικά με το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, L 347, σ. 1 - 118. Διαθέσιμο στο <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006L0112&from=EL>

Υπουργική Απόφαση αριθ. Τ1940/41 «Τελωνειακές διαδικασίες εφοδιασμού πλοίων, αεροσκαφών, διπλωματικών αποστολών και λοιπών προορισμών με τροφοεφόδια, καπνικά, καύσιμα κ.λπ.» (ΦΕΚ 516 Β/ 2-5-2003)

Υπουργική Απόφαση αριθ. Ζ1/2013 «Προσαρμογή στην Οδηγία 2011/83 για τα δικαιώματα των καταναλωτών»

Υπουργική Απόφαση αριθ. 703/2015 «Ρυθμίσεις σχετικά με την εναλλακτική επίλυση καταναλωτικών διαφορών (Οδηγία 2013/11/ΕΕ)» (ΦΕΚ 1421 Β/2015)

International Maritime Organization (1974). *International Convention for the Safety of Life at Sea (SOLAS)*.

International Maritime Organization (2003). *Code of practice on security in ports*.

Διαδικτυακοί τόποι

Ελληνική Στατιστική Αρχή. Εξέλιξη Κύκλου Εργασιών Επιχειρήσεων Λιανικού Εμπορίου (2020). Διαθέσιμο στο <https://www.statistics.gr/infographic-ent-retail-trade-2020>

Πλατφόρμα NAYΣ, Προϊόντα για επιβάτες κρουαζιέρας. Διαθέσιμο στο <https://platform.naus-app.gr/el/product-category/products-for-cruise-passengers/?v=f214a7d42e0d>

4economist (2015). Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος. Διαθέσιμο στο <https://4economist.wordpress.com/2015/01/21/%CE%BF-%CE%BA%CF%8D%CE%BA%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CE%B6%CF%89%CE%AE%CF%82-%CE%B5%CE%BD%CF%8C%CF%82-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CE%BD%CF%84%CE%BF%CF%82/>.