



# ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ: ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ (Π. 6.2.1)

---

Ημερομηνία  
29/10/2021



# Περιεχόμενα

<b>1. Εισαγωγή</b>	<b>3</b>
<b>2. Μεθοδολογία</b>	<b>6</b>
<b>3. Στόχοι σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης πλατφόρμας</b>	<b>8</b>
<b>4. Ανάλυση της αγοράς.</b>	<b>10</b>
<b>4.1 Ανάλυση των εφοδιαστικών αλυσίδων κρουαζιέρας</b>	<b>11</b>
4.1.1 Υφιστάμενο πλαίσιο λειτουργίας και ενδεικτικό μέγεθος αγοράς	11
4.1.2 Δομή εφοδιαστικής αλυσίδας	12
4.1.3 Τροφοδοσία κρουαζιέρας	12
<b>4.2 Καταγραφή αναγκών και προϊόντων εφοδιασμού</b>	<b>14</b>
4.2.1 Διερεύνηση και ανάλυση προτιμήσεων επιβατών κρουαζιέρας	14
4.2.2 Καταγραφή κύριων τοπικών προϊόντων	15
4.2.3 Αντιστοίχιση προτιμήσεων επιβατών κρουαζιέρας με τις τοπικές αγορές	15
<b>4.3. Κύρια συμπεράσματα και προτάσεις</b>	<b>16</b>
<b>5. Αποτελέσματα αξιολόγησης πλατφόρμας</b>	<b>18</b>
<b>6. Αποτελέσματα διερεύνησης εμπορικής εκμετάλλευσης και βιωσιμότητας της πλατφόρμας</b>	<b>20</b>
<b>6.1 Ανάλυση SWOT</b>	<b>20</b>
6.1.2 Αδυναμίες	22
6.1.3 Ευκαιρίες	22
6.1.4 Απειλές	24
<b>6.2 Ανάλυση PORTER</b>	<b>26</b>
6.2.1 Υφιστάμενος ανταγωνισμός	27
6.2.2 Διαπραγματευτική δύναμη παραγωγών/προμηθευτών:	28
6.2.3 Διαπραγματευτική δύναμη καταναλωτών	29
6.2.4 Δυνητική είσοδος νέων ανταγωνιστών	29
6.2.5 Απειλή υποκατάστατων προϊόντων και υπηρεσιών	30
<b>7. Δράσεις για τη Λειτουργία και Βιωσιμότητα της πλατφόρμας</b>	<b>31</b>
<b>7.1. Στρατηγικές προώθησης των προϊόντων και της πλατφόρμας</b>	<b>31</b>
<b>7.2. Προτεινόμενες δράσεις για την επιτυχή λειτουργία και βιωσιμότητα της πλατφόρμας</b>	<b>32</b>
<b>7.3 Διαχείριση, λειτουργία και οικονομική βιωσιμότητα της πλατφόρμας.</b>	<b>33</b>
7.3.1. Φορέας διαχείρισης και λειτουργίας	33
7.3.2 Οικονομική Βιωσιμότητα	35
<b>8. Βιβλιογραφία</b>	<b>37</b>
<b>Παράρτημα Ι</b>	<b>38</b>

# 1. Εισαγωγή

Η πράξη NAYΣ στοχεύει στην ενσωμάτωση και διασύνδεση των αγορών τοπικών προϊόντων της Ελλάδας και της Κύπρου στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας. Πρόκειται για ένα καινοτόμο εγχείρημα και διερευνάται ο βέλτιστος τρόπος επίτευξης αυτού. Στο πλαίσιο της πράξης NAYΣ, δημιουργήθηκε η πλατφόρμα “NAYΣ e-market place” προκειμένου να ξεκινήσει η επιχειρηματική συνεργασία των εμπλεκόμενων με την κρουαζιέρα φορέων με παραγωγούς/προμηθευτές παραδοσιακών τοπικών προϊόντων.

Στην πλατφόρμα NAYΣ e-market place, και στο πλαίσιο των εργασιών του 5<sup>ου</sup> πακέτου (ΠΕ 5) σύμφωνα με το τεχνικό δελτίο της πράξης έχουν εγγραφεί εβδομήντα (70) παραγωγοί/προμηθευτές τοπικών προϊόντων από την Ελλάδα και 16 από την Κύπρο. Οι ανωτέρω δυνητικοί χρήστες της πλατφόρμας, με τη βοήθεια των τεχνικών συμβούλων των Δικαιούχων της πράξης:

- Πραγματοποίησαν εγγραφή των επιχειρήσεών τους στην πλατφόρμα παρουσιάζοντας τα προϊόντα τους.
- Παρακολούθησαν είτε διαδικτυακά (διοργάνωση στρογγυλής τράπεζας από την Περιφέρεια Κρήτης και Νοτίου Αιγαίου) είτε δια ζώσης στο πλαίσιο των συναντήσεων της πράξης στη Λάρνακα και Λήμνο (Π.5.2) και στην Τελική συνάντηση της πράξης στη Μυτιλήνη (Π.1.2) τη λειτουργία της πλατφόρμας και συγκεκριμένα μια ολοκληρωμένη ηλεκτρονική αγορά.
- Αξιολόγησαν την πλατφόρμα όσο αφορά τη χρηστικότητα και τη λειτουργικότητά της στο πλαίσιο του Παραδοτέου Π.5.2.

Μετά από την ολοκλήρωση των συναντήσεων της πράξης NAYΣ και την κατάθεση των απόψεων και της τεχνογνωσίας από του φορείς κρουαζιέρας, αναδείχθηκε το εξής πρακτικό ζήτημα:

*Ο ανεφοδιασμός των κρουαζιεροπλοίων πραγματοποιείται από εταιρίες που δεν μπορούν να τις ανταγωνιστούν μικρής κλίμακας τοπικές επιχειρήσεις τόσο στις τιμές όσο και στην ποσότητα των προϊόντων ανεφοδιασμού.*

Σε συνέχεια αυτής της γνώσης και μέσα από ένα ευέλικτο σχήμα κατάθεσης απόψεων από τους συμμετέχοντες στις ανωτέρω συναντήσεις στην παρούσα φάση έμφαση θα δοθεί:

- Στην ενθάρρυνση δημιουργίας συμπράξεων μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων προκειμένου να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητά τους.
- Στην ενσωμάτωση στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας υψηλής ποιότητας μοναδικών τοπικών προϊόντων, και την πρόταση θεματικών γευμάτων/δείπνων σχετικών με τη διατροφική παράδοση του εκάστοτε προορισμού με στόχο τη δημιουργία «γαστρονομικής εμπειρίας» στους επισκέπτες των προορισμών αυτών.
- Στην ανάδειξη της δυνατότητας της πλατφόρμας για πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών με κύριους καταναλωτές τους επιβάτες των κρουαζιεροπλοίων.

Κατόπιν των παραπάνω στην παρούσα έκθεση διερευνάται η εμπορική εκμετάλλευση και βιωσιμότητα της πλατφόρμας στο πλαίσιο του Παραδοτέου Π.6.1 της πράξης.

Η έκθεση αποτελείται από επτά (7) κεφάλαια.

Το πρώτο κεφάλαιο είναι η εισαγωγή, στην οποία περιγράφονται συνοπτικά ο στόχος της πράξης, οι εργασίες που έχουν πραγματοποιηθεί αναφορικά με την πλατφόρμα NAYS e-market place και τα πρωταρχικά συμπεράσματα που προέκυψαν από τις συνολικές δράσεις (συζητήσεις και μελέτες) στο πλαίσιο της αξιολόγησης της πλατφόρμας.

Το δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση εναλλακτικών για την εμπορική εκμετάλλευση και βιωσιμότητα της πλατφόρμας.

Στο τρίτο κεφάλαιο τίθενται οι δυνητικοί στόχοι που αναμένεται να επιτευχθούν με το προτεινόμενο σχέδιο λειτουργίας και αξιοποίησης της πλατφόρμας.

Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά στην παρουσίαση της υφιστάμενης κατάστασης στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο προτείνονται δράσεις για τη λειτουργία και βιωσιμότητα της πλατφόρμας.

Στη έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται πιθανές στρατηγικές προώθησης της πλατφόρμας και των διασυνδεδεμένων σε αυτή επιχειρήσεων.

Τέλος στο έβδομο κεφάλαιο προτείνεται το οργανωτικό σχήμα διαχείρισης, λειτουργίας και οικονομικής βιωσιμότητας της πλατφόρμας.

## 2. Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε χρησιμοποίησε τόσο την ποσοτική όσο και την ποιοτική προσέγγιση. Στην ποσοτική αναλύεται η ποσότητα εμφάνισης του υπό εξέταση φαινομένου ενώ η ποιοτική εστιάζει σε συγκεκριμένα «ποιοτικά» χαρακτηριστικά όπως για παράδειγμα το είδος, ή ο συγκεκριμένος χαρακτήρας αυτού (Kvale, 1996: 67).

Προκειμένου να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα στην παρούσα έρευνα, δομήθηκαν δύο (2) φόρμες ερωτηματολογίων κλειστού τύπου που απευθύνθηκαν σε:

- Προμηθευτές/Παραγωγούς
- Φορείς Κρουαζιέρας.

Η Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου ( Δ2) ως συντονιστής του πακέτου εργασίας έξι (6) σε συνεργασία με το ΕΚΕΤΑ κατέληξαν στη δόμηση ερωτηματολογίων, τα οποία προωθήθηκαν σε όλους τους δικαιούχους. Η Π.Β.Α συνέλεξε όλα τα στοιχεία που προέκυψαν από πρωτότερες συναντήσεις με φορείς και εκπροσώπους της αγοράς, και με βάση αυτά το ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ συνέταξε δύο ερωτηματολόγια δομημένα στους ακόλουθους έξι (6) άξονες:

1. Μέγεθος αγοράς
2. Ανάγκες αγοραστών
3. Προοπτικές προώθησης των τοπικών "παραδοσιακών" προϊόντων
4. Αγοραστική δύναμη τομέα κρουαζιέρας
5. Ανταγωνισμός,
6. Προοπτικές εισαγωγής νέων ανταγωνιστών στην αγορά.

Η Δικαιούχοι της πράξης, προώθησαν τα ερωτηματολόγια στους εγγεγραμμένους αλλά και άλλους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας. Περαιτέρω για τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις. Δομήθηκαν τέσσερις οδηγοί συνεντεύξεων, για κάθε εμπλεκόμενο φορέα:

1. Φορείς επιμελητηρίων
2. Φορείς κρουαζιέρας
3. Φορείς λιμανιών (για παράδειγμα λιμενικό ταμείο, τελωνείο)

#### 4. Παραγωγοί/προμηθευτές τοπικών προϊόντων

Συνολικά απαντήθηκαν είκοσι επτά (27) ερωτηματολόγια και πραγματοποιήθηκαν δέκα τέσσερις (14) συνεντεύξεις, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

	ΕΛΛΑΔΑ		ΚΥΠΡΟΣ	
	Ερωτηματολόγια	Συνεντεύξεις	Ερωτηματολόγια	Συνεντεύξεις
Προμηθευτές / Παραγωγοί	20	3	5	3
Επιμελητήρια		2		
Λιμενικά Ταμεία		3		
Τελωνεία		1		
Εμπορικοί Σύλλογοι		1		
Εκπρόσωποι Κρουαζιέρας	1	1	1	
Σύνολο	21	11	6	3

Στόχος της ανωτέρω ερευνητικής διαδικασίας είναι η συλλογή χρήσιμων πληροφοριών και προτάσεων τόσο για τη βελτίωση της πλατφόρμας όσο και για τη λειτουργία και μελλοντική αξιοποίησή της. Παράλληλα, αποτελεί μια προσπάθεια εις βάθος μελέτης και κατανόησης των διαφορετικών αναγκών αλλά και δυναμικών διαφορετικών εμπλεκόμενων φορέων με απώτερο στόχο η ανωτέρω ποιοτική πληροφορία να ενσωματωθεί στο σχεδιασμό της εμπορικής εκμετάλλευσης και βιωσιμότητας της πλατφόρμας. Μιας πλατφόρμας που πέραν του αρχικού της ρόλου, που είναι η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών παραγγελιών/αγορών, παράλληλα δύναται να χρησιμοποιηθεί και ως εργαλείο μάρκετινγκ και προώθησης των «*ιδιαίτερων ποιοτικών προϊόντων*» της εκάστοτε τοπικής οικονομίας.

Τα δεδομένα που θα προκύψουν από την ανωτέρω διαδικασία (συμπλήρωση ερωτηματολογίων και συνεντεύξεις) θα τα επεξεργαστεί το ΕΚΕΤΑ/ΙΜΕΤ και με τη χρήση αναλύσεων SWOT και PORTER:

1. θα προσδιοριστούν οι προτιμήσεις των επιβατών και η σύνδεσή τους με τις τοπικές αγορές

2. Θα καταγραφούν οι αδυναμίες, τα πλεονεκτήματα, οι ευκαιρίες, οι απειλές για την αγορά και όλους τους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας αλλά και για την ίδια την πλατφόρμα.
3. Θα διερευνηθεί ο άμεσος ανταγωνισμός της πλατφόρμας NAYΣ e-market place με υφιστάμενες πλατφόρμες και ενδεχόμενοι ανταγωνισμοί που σχετίζονται με τη δυνητική είσοδο αντίστοιχων υπηρεσιών, την απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και τη διαπραγματευτική ικανότητα παραγωγών/προμηθευτών αλλά και καταναλωτών και στην προκειμένη περίπτωση φορέων και επιβατών κρουαζιέρας.

### 3. Στόχοι σχεδίου λειτουργίας και αξιοποίησης πλατφόρμας

Από την παρουσίαση της πλατφόρμας NAYΣ e-market place μέσα από τις συναντήσεις της πράξης αλλά και των συνολικών δράσεων δημοσιότητας αυτής, καθώς και από τη συλλογή των απόψεων των εγγεγραμμένων σε αυτή χρηστών, προκύπτει ότι προσφέρει ισχυρά κίνητρα στους συμμετοχής σε αυτή στους δυνητικούς χρήστες διότι:

- Δίνει τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης σε προϊόντα της τοπικής αγοράς σε καταναλωτές μέσω διαδικτύου.
- Ενισχύει την επιχειρηματικότητα.
- Λειτουργεί ως μέσο επένδυσης σε επιχειρήσεις μικρής κλίμακας που ως εκπρόσωποι του τόπου τους, αναδεικνύουν τον τοπικό πλούτο.
- Αναμένεται αύξηση του τζίρου, ως αποτέλεσμα της εξωστρέφειας που επιτυγχάνεται ανοίγει νέες θέσεις εργασίας.
- Εξασφαλίζεται η συνεχής δημοσιότητα και προβολή των ΠΟΠ προϊόντων σε συνδυασμό με καμπάνιες προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών (θεματικές βδομάδες).
- Προβάλλεται η πολιτιστική κληρονομιά των προορισμών.



Όπως προκύπτει από τα ανωτέρω η πλατφόρμα ΝΑΥΣ e-market place, αποτελεί σημαντικό καινοτόμο εργαλείο που αναμένεται να ενισχύσει τις τοπικές αγορές των προορισμών κρουαζιεροπλοίων και ο βασικός στόχος είναι η διασφάλιση:

1. Της επιτυχούς λειτουργίας και εμπορικής χρήσης αυτής.
2. Της βιωσιμότητας της.
3. Της ανεύρεσης του βέλτιστου τρόπου ενσωμάτωσης των τοπικών προϊόντων δεδομένης της προσφοράς και της ζήτησης στον κλάδο της κρουαζιέρας.

## 4. Ανάλυση της αγοράς.

Το όραμα της πλατφόρμας NAYS e-market place, είναι δυνατότητα εξέλιξης της «αγοράς» που αφορά στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας με την ένταξη σε αυτήν υψηλής ποιότητας παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, προσδίδοντας νέα διάσταση στην εμπειρία των επιβατών που σχετίζεται με την γαστρονομία και τη διατροφική κουλτούρα των προορισμών. Στο τρέχον κεφάλαιο παρουσιάζονται οι επιμέρους παράμετροι που προσδιορίζουν την εξεταζόμενη «αγορά-στόχο», όπως το μέγεθος, οι υποδομές, η υφιστάμενη κατάσταση, και ο ρυθμός τεχνολογικής καινοτομίας αυτής, μαζί με το προφίλ και τις ανάγκες των καταναλωτών. Αναφορικά με τους καταναλωτές στην παρούσα φάση έμφαση δίνεται στους επιβάτες κρουαζιέρας.

Ο τομέας της κρουαζιέρας αποτελεί κομμάτι του θαλάσσιου τουρισμού, μια από τις κυριότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού και ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά. Ο θαλάσσιος μαζί με τον τουρισμό, συμβάλλουν σήμερα στο 1/3 της θαλάσσιας οικονομίας στην Ευρώπη. Ο θαλάσσιος τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο, οι οποίες συχνά εμπεριέχουν την έννοια του ταξιδιού και έχουν ως σκοπό την αναψυχή και την πολιτισμική επικοινωνία (Λεκάκου, Μ. & Στεφανιδάκη, Ε. 2015).

Η κρουαζιέρα, η ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση αποτελεί μια από τις κυριότερες μορφές θαλασσίου τουρισμού. Ο τομέας της κρουαζιέρας ειδικότερα, είναι εκείνος που συμβάλει κατά το μεγαλύτερο βαθμό στη θαλάσσια οικονομία των χωρών που εξυπηρετεί. Ειδικότερα για την Ευρώπη, και δη για την περιοχή της Μεσογείου η οποία αποτελεί τη δεύτερη ελκυστικότερη περιοχή για κρουαζιέρα μετά την Καραϊβική, η οικονομική συμβολή του τομέα της κρουαζιέρας είναι ιδιαιτέρως σημαντική. Το 2017 μάλιστα, ο τομέας της κρουαζιέρας κατέγραψε επίδοση ρεκόρ συμβάλλοντας στην Ευρωπαϊκή οικονομία κατά €47.86 δις, αυξανόμενος κατά 16.9% σε σύγκριση με το 2015 (CLIA, 2018).

## **4.1 Ανάλυση των εφοδιαστικών αλυσίδων κρουαζιέρας**

Η Ελλάδα ως προορισμός κρουαζιέρας, ενώ καταλαμβάνει την τέταρτη θέση στη Μεσόγειο όσον αφορά στην κίνηση επιβατών κρουαζιέρας, κατατάσσεται μόλις όγδοη σε επίπεδο εθνικών εσόδων (Πάλλης, κ.ά., 2017).

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει προσπάθειες διαμόρφωσης κατάλληλων προϋποθέσεων για τη προσέλκυση κρουαζιεροπλοίων νέας γενιάς και την τροφοδοσία τους με Ελληνικά προϊόντα, ενισχύοντας έτσι την εξωστρέφεια των τελευταίων.

### **4.1.1 Υφιστάμενο πλαίσιο λειτουργίας και ενδεικτικό μέγεθος αγοράς**

Από τα αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του τρίτου πακέτου εργασιών της πράξης (Π 3.1), διαπιστώθηκε ότι σχεδόν αποκλειστικά, οι ναυτιλιακές εταιρείες που προσεγγίζουν κάποιο Ελληνικό λιμάνι συνεργάζονται με κάποιο κεντρικό προμηθευτή ο οποίος υποστηρίζει το σύνολο των εφοδιαστικών αναγκών του πλοίου.

Επιμέρους συμφωνίες δεν φαίνονται να λαμβάνουν χώρα. Ακόμη και η έκτακτες ανάγκες εφοδιασμού, καλύπτονται από τον κεντρικό προμηθευτή.

Πιο συγκεκριμένα, έχει υπολογιστεί ότι σε ένα κρουαζιερόπλοιο μεσαίου μεγέθους 2.000 επιβατών περίπου, το οποίο αντιπροσωπεύει το μέσο όρο χωρητικότητας των κρουαζιεροπλοίων που δραστηριοποιούνται σήμερα στη Μεσόγειο, σε μια εβδομαδιαία κρουαζιέρα καταναλώνονται περίπου

- 12 τόνοι κηπευτικά,
- 7 τόνοι πατάτες,
- 9 τόνοι φρέσκα φρούτα, και
- 114.000 φρέσκα αυγά

Η υπάρχουσα τάση μεγέθυνσης των πλοίων ωστόσο, αναμένεται να επηρεάσει και την περιοχή της Μεσογείου, με μεγαλύτερου μεγέθους πλοία (χωρητικότητας 2.600 επιβατών) να αναμένεται να αντιπροσωπεύουν σύντομα το νέο μέσο όρο.

#### **4.1.2 Δομή εφοδιαστικής αλυσίδας**

Οι εφοδιαστικές αλυσίδες κρουαζιέρας σχεδιάζονται βάση στοιχείων που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Η διεξόδυση στην εν λόγω αγορά προϋποθέτει έρευνα και αξιολόγηση των δεδομένων.

Αρχικά απαιτείται ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης. λεγχος όσο αφορά στα δρομολόγια που πρέπει να εξυπηρετηθούν και του τι προσφέρεται στους επιβάτες.

Ακολούθως, σημαντικός είναι ο προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που συνθέτουν το προφίλ των καταναλωτών, και κυρίως στους επιβάτες, όπως την εθνικότητά τους, τη διατροφική τους κουλτούρα καθώς και τις νέες τάσεις στη διατροφή (προϊόντα χωρίς γλουτένη – χορτοφαγία – vegan).

Στη συνέχεια τα ανωτέρω ποιοτικά δεδομένα πρέπει να κατηγοριοποιηθούν και να ποσοτικοποιηθούν προκειμένου να ανιχνευθεί η δυναμική κατανάλωση συγκεκριμένων προϊόντων.

Η ανεύρεση κατάλληλης στρατηγικής προώθησης των υπό ένταξη προϊόντων στη νέα αγορά (εκδηλώσεις ή θεματικές κρουαζιέρες), αποτελεί στοιχείο κλειδί για την επίτευξη των στόχων της πλατφόρμας.

Επιπρόσθετα, τυχόν περιορισμοί που αφορούν στη διαθεσιμότητα, διάρκεια ζωής, ποιότητα, ποσότητα, συσκευασία, μεταφορά των προϊόντων, οι οποίοι και δοκιμάζουν την ευελιξία, τη δυναμική, την οργανωτική βάση, τον επαγγελματισμό των παραγωγών, πρέπει να ανιχνευθούν και καταλλήλως να αντιμετωπιστούν.

#### **4.1.3 Τροφοδοσία κρουαζιέρας**

Στην Ελλάδα, λειτουργεί από το 1975, ο Πανελλήνιος Σύλλογος Εφοδιαστών Πλοίων και Εξαγωγέων - ΠΣΕΠΕ (<http://www.ship-suppliers.gr/>) ο οποίος αποτελείται από 111 μέλη – εταιρείες οι οποίες πέρα των τροφίμων, καλύπτουν και οποιαδήποτε άλλη ανάγκη τροφοδοσίας (π.χ. καύσιμα, υλικά, πάγο, σχοινιά, κτλ.).

Οι βασικές ανάγκες τροφοδοσίας των κρουαζιεροπλοίων στη Μεσόγειο φαίνεται να καλύπτονται σε μεγαλύτερα λιμάνια αφετηρίας όπως η Βαρκελώνη, Βενετία, Τσιβιταβέκια, Μασσαλία, και Κωνσταντινούπολη ενώ κάποιες δραστηριότητες τροφοδοσίας λαμβάνουν χώρα και στο λιμάνι του Πειραιά.

Εκτός από τη δυναμική και την ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών προϊόντων (π.χ. τιμή, ποιότητα, κτλ.), παραιτέρω ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν καταλλήλως έτσι ώστε να διασφαλιστεί η πρόσβαση των τοπικών προϊόντων στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας συνοψίζονται ακολούθως:

- Όγκος παραγωγής: Σε πολλές περιοχές στην Ελλάδα δεν διατίθεται η ικανή ποσότητα προϊόντων προκειμένου να διασφαλιστεί ο ταχύς και ανεμπόδιστος εφοδιασμό κρουαζιερόπλοιων, για παράδειγμα χωρητικότητας 5.000-6.500 επιβατών.
- Αποθηκευτικοί χώροι: Αρκετά λιμάνια κρουαζιέρας στην Ελλάδα παρουσιάζουν ελλείψεις ή/και περιορισμένη χωρητικότητα όσο αφορά εγκαταστάσεις αποθήκευσης, ψυγείων, κτλ..
- Πιστοποιήσεις: Υπάρχουν ελλείψεις όσο αφορά την πιστοποίηση προϊόντων τα οποία χαρακτηρίζονται από αυξημένη ζήτηση, λόγω των διαφορετικών διατροφικών προτύπων που ισχύουν στα πλοία.
- Logistics: Πέρα από το χώρο των λιμένων, ελλείψεις σε αποθηκευτικούς χώρους υφίστανται και στην παρακείμενη ενδοχώρα.
- Διάρκους τροφοδοσία: Σε πολλές των περιπτώσεων, δεν δύναται να διασφαλιστεί η τροφοδοσία κρουαζιεροπλοίων και τις τρεις εποχές του χρόνου (άνοιξη, καλοκαίρι, φθινόπωρο). Ακόμα και η Κρήτη που διαθέτει μεγάλη παραγωγή οπωροκηπευτικών, δεν δύναται να ανταποκριθεί πλήρως σε ορισμένες χρονικές περιόδους (ανακατανομή σε πρώιμες ή όψιμες καλλιέργειες).

## 4.2 Καταγραφή αναγκών και προϊόντων εφοδιασμού

Η κωδικοποίηση των προϊόντων εφοδιασμού των κρουαζιεροπλοίων γίνεται σύμφωνα με τον «Οδηγό Καταστημάτων Ναυτιλιακών Ειδών» (MarineStoresGuide - MSG15), που θεωρείται η κορυφαία πηγή αναφοράς στον κόσμο για την αγορά και τη προμήθεια ειδών ναυτιλίας. Με την επικράτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, ο οδηγός πλέον περιλαμβάνει περισσότερους από 50.000 κωδικούς, οι οποίοι κατηγοριοποιούνται σε 34 ευρύτερες κατηγορίες που αφορούν σε επιτραπέζια και μαγειρικά σκεύη έως εξοπλισμό συγκόλλησης και στρώματα επικαλύψεων.

### 4.2.1 Διερεύνηση και ανάλυση προτιμήσεων επιβατών κρουαζιέρας

Το μέσο προφίλ επιβατών κρουαζιέρας που επισκέπτονται Ελληνικούς προορισμούς, χαρακτηρίζεται από υψηλό εκπαιδευτικό επίπεδο και παρουσιάζει αρκετά υψηλό οικογενειακό εισόδημα. Λαμβάνοντας τη Σαντορίνη ως μελέτη περίπτωσης, τον πιο ευρέως γνωστό προορισμό κρουαζιέρας στην Ελλάδα, έχει παρατηρηθεί από υφιστάμενες μελέτες (Παπαδοπούλου, 2015)

(α) μικρή διαφοροποίηση ως προς το φύλο των επιβατών, με τις γυναίκες επιβάτες να υπερτερούν ελάχιστα σε αριθμό έναντι των αντρών,

(β) το μεγαλύτερο ποσοστό επιβατών (>50%) να εντάσσεται στην ηλικιακή ομάδα 46-65 ετών,

(γ) κατά πλειοψηφία οι επιβάτες είναι παντρεμένοι και πραγματοποιούν την κρουαζιέρα τους ως ζευγάρι (~40%), ενώ σε μικρότερο ποσοστό συνοδεύονται και από τα παιδιά τους (ηλικίας κάτω των 18 ετών),

(δ) κατά κύριο λόγο οι επιβάτες είναι Ευρωπαίοι πολίτες (35-40%) ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό Αμερικανών πολιτών,

(ε) το ετήσιο ατομικό τους εισόδημα κυμαίνεται στα 30.000-40.000 € κατά μέσο όρο.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της εν λόγω έρευνας, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιβατών επέλεξαν να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα στην Ελλάδα για να επισκεφτούν προορισμούς

ιστορικής σημασίας, να ενημερωθούν περαιτέρω για την Ελληνικό πολιτισμό, και να γνωρίσουν από κοντά τον Ελληνικό τρόπο ζωής.

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών δεν είχε επισκεφθεί ξανά την Ελλάδα (~80%), αλλά είχε πραγματοποιήσει κάποια άλλη κρουαζιέρα στο παρελθόν.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιβατών ανέφερε ότι έλαβε σχετική ενημέρωση για την κρουαζιέρα από κάποιο τουριστικό πρακτορείο (~65%) και από εκεί έγινε και η κράτηση των εισιτηρίων.

#### **4.2.2 Καταγραφή κύριων τοπικών προϊόντων**

Οι περιοχές στις οποίες εστιάζει το έργο (νησιά Περιφερειών Βορείου και Νοτίου Αιγαίου, Κρήτη και Κύπρος) με στόχο την καλύτερη διασύνδεση των τοπικών αγορών τους με τις δραστηριότητες κρουαζιέρας, παράγουν πλήθος ξεχωριστών παραδοσιακών προϊόντων, η περαιτέρω προώθηση των οποίων στους επιβάτες κρουαζιέρας δύναται να ενισχύσει την τουριστική εμπειρία που επιθυμούν να βιώσουν οι τελευταίοι στον εκάστοτε προορισμό της Ελλάδας και της Κύπρου.

Ο εφοδιασμός των κρουαζιεροπλοίων με τοπικά παραδοσιακά προϊόντα, σε συνδυασμό με στοχευμένες δραστηριότητες / εκδηλώσεις (π.χ. θεματικό μενού, συνταγές από τοπικό σεφ, κτλ.), δύναται να δώσουν την ευκαιρία στους επιβάτες να έρθουν σε επαφή με πλήθος Ελληνικών και Κυπριακών γεύσεων, παρέχοντας τους έτσι μια πιο ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία και φέρνοντας τους σε στενότερη επαφή με τον τρόπο ζωής στην Ελλάδα και την Κύπρο.

#### **4.2.3 Αντιστοίχιση προτιμήσεων επιβατών κρουαζιέρας με τις τοπικές αγορές**

Το 1/3 των δαπανών των επιβατών κρουαζιέρας αφορούν ψώνια, όπου περιλαμβάνεται η αγορά τόσο αναμνηστικών και παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, όσο και ενδυμάτων, καλλυντικών, κοσμημάτων, κτλ. Κατά κύριο λόγο, οι μεγαλύτερες δαπάνες

πραγματοποιούνται από επιβάτες κρουαζιέρας οι οποίοι δεν ακολουθούν κάποια οργανωμένη εκδρομή αλλά αποφασίζουν να εκμεταλλευτούν το διαθέσιμο χρόνο τους και να περιηγηθούν στον εκάστοτε προορισμό.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας που διεξήχθη το 2011 στην πόλη των Χανίων, το 50% των επιβατών κρουαζιέρας που επισκέφθηκαν την πόλη δαπάνησε 50 € κατά μέσο όρο για αγορές σε τοπικά καταστήματα, το οποίο συνάδει με τον γενικότερο μέσο όρο που αναφέρθηκε προηγουμένως, ενώ το 25% αυτών δαπάνησε πάνω από 100 €, γεγονός που καταδεικνύει σε κάποιο βαθμό τη δυνητική συμβολή του τομέα της κρουαζιέρας στην περαιτέρω τόνωση της τοπικής οικονομίας.

Αναφορικά με το είδος των αγορών, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων,

- το 37% αφορούσε τοπικά παραδοσιακά προϊόντα,
- το 31% τουριστικά είδη,
- το 16% προϊόντα ένδυσης ή υπόδησης, και
- το υπόλοιπο 16% άλλες μικρότερες αγορές.

Σε αντίστοιχη έρευνα που έλαβε χώρα στην πόλη της Ρόδου (INEMY, 2013), αντίστοιχη μεγάλη προτίμηση διαπιστώθηκε όσο αφορά τοπικά παραδοσιακά προϊόντα και τουριστικά είδη (δώρα, ενθύμια).

### **4.3. Κύρια συμπεράσματα και προτάσεις**

Η παραπάνω καταγραφή των χαρακτηριστικών των εφοδιαστικών αλυσίδων κρουαζιέρας και της υφιστάμενης κατάστασης στους προορισμούς της Μεσογείου, μπορούν συνοψίζονται στα παρακάτω συμπεράσματα:

- Η τροφοδοσία κρουαζιεροπλοίων πραγματοποιείται κατά αποκλειστικότητα μέχρι τώρα από ένα κεντρικό προμηθευτή της εκάστοτε ναυτιλιακής εταιρείας. Στους λιμένες της Κρήτης, που αποτελούν προορισμούς κρουαζιέρας, και παρά την υψηλή παραγωγή τοπικών προϊόντων δεν δραστηριοποιείται μέχρι σήμερα κάποια εταιρεία τροφοδοσίας κρουαζιεροπλοίων.



- Οι μεγαλύτερες ανάγκες εφοδιασμού, και κατά συνέπεια δυνητικές ευκαιρίες, εντοπίζονται σε λιμένες αφετηρίας. Ωστόσο, στο λιμάνι του Ηρακλείου το οποίο αποτελεί λιμάνι αφετηρίας, δεν έχουν καταγραφεί προγραμματισμένες τροφοδοσίες, παρά μόνο έκτακτες που αφορούν αποκλειστικά σε φρέσκα οπωροκηπευτικά.
- Δεν υπάρχει καταρτισμένο σχέδιο προώθησης των τοπικών Ελληνικών προϊόντων στις ναυτιλιακές εταιρείες κρουαζιέρας που να προάγει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και το ρόλο που αυτά τα προϊόντα δύναται να διαδραματίσουν στην τουριστική εμπειρία που επιθυμεί να βιώσει ο κάθε επιβάτης κατά την επίσκεψη του σε κάποιο προορισμό κρουαζιέρας της Ελλάδας,
- Λόγω του μικρού αριθμού των τοπικών επιχειρήσεων παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων σε συνδυασμό με την παραγόμενη ποσότητα, δεν πληρούνται οι προδιαγραφές όπως αυτές ορίζονται από τις εταιρίες κρουαζιέρας, για γρήγορη, διαρκή και συνεπή τροφοδοσία.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις αποτέλεσαν τη βάση για τη διαμόρφωση κάποιων στοχευμένων προτάσεων λαμβάνοντας υπόψη και τις επισημάνσεις των εμπλεκόμενων φορέων, όπως αυτές διατυπώθηκαν στις συναντήσεις της πράξης αλλά και κατά τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων στο πλαίσιο του εν λόγω παραδοτέου.

Αυτές συνοψίζονται παρακάτω:

- Ανάδειξη των Ελληνικών λιμανιών σε λιμάνια αφετηρίας διότι οι μεγαλύτερες ευκαιρίες εφοδιασμού εντοπίζονται σε αυτά. Αυτό αποτελεί μακροχρόνιο στρατηγικό στόχο ανάπτυξης, και προϋποθέτει υποστηρικτικές δράσεις και ενέργειες όπως για παράδειγμα εξελισσόμενες επενδύσεις και υποδομές στο λιμενικό τομέα αλλά και στον ευρύτερο τομέα των μεταφορών (π.χ. αεροδρόμια)
- Είναι αναγκαία η περαιτέρω, ευρεία προβολή και παρουσίαση των τοπικών Ελληνικών προϊόντων στις εταιρείες κρουαζιέρας που προσεγγίζουν Ελληνικά λιμάνια με στόχο την ένταξη τους στους καταλόγους τροφοδοσίας τους. Πιθανώς αυτό θα μπορούσε να υποστηριχθεί με την εντονότερη παρουσία σχετικών

εταιρειών σε μεγάλες εκθέσεις ή/και με την απευθείας επαφή / επικοινωνία με τα τμήματα προμηθειών των ναυτιλιακών εταιρειών κρουαζιέρας. Στην τελευταία περίπτωση, ενδεχόμενα να ευνοούνταν και η καταγραφή των σχετικών απαιτήσεων των εταιρειών κρουαζιέρας σε τιμές και όγκους προϊόντων

- Προώθηση των τοπικών προϊόντων μέσω της δημιουργίας σχετικών περιπτέρων στο χώρο των λιμένων και κατά συνέπεια άμεση πρόσβαση των επιβατών σε αυτά.

## 5. Αποτελέσματα αξιολόγησης πλατφόρμας

Η έρευνα αξιολόγησης της πλατφόρμας NAYS e-marketplace κατέδειξε την αξιοσημείωτη συνολική ικανοποίηση των εγγεγραμμένων χρηστών από τη λειτουργία της πλατφόρμας. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα εξέφρασαν την άποψη ότι με τις απαραίτητες τροποποιήσεις και προσθήκες, η πλατφόρμα θα μπορούσε να διευκολύνει σημαντικά τις συναλλαγές και να λειτουργήσει στο μέλλον ως βασική αναφορά εφοδιασμού. Δύο σημεία που πρέπει να απασχολήσουν τους δυνητικούς διαχειριστές της πλατφόρμας είναι η παροχή υποστήριξης μέσα από την υποβολή ερωτημάτων αλλά και τα ενδεχόμενα τεχνικά προβλήματα που κατά τη χρήση αυτής.

Παρακάτω συνοψίζονται τα βασικά τεχνικά προβλήματα:

Καθυστέρηση απόκτησης πρόσβασης στην πλατφόρμα μετά την εγγραφή

Δυσκολία χρήσης της πλατφόρμας από κινητή συσκευή

Ανάγκη για πιο χρηστικές και περιεκτικές πληροφορίες σχετικά με τα νέα προϊόντα που εισάγονται και τις εταιρείες που τα προσφέρουν

Προβλήματα στην αυτόματη μετάφραση από την αγγλική στην ελληνική γλώσσα

Κάτι άλλο που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι ένα σημαντικό ποσοστό συμμετεχόντων εκφράστηκε επιφυλακτικά σε σχέση με τη χρήση της πλατφόρμας. Μερικοί συμμετέχοντες εκτίμησαν την προτεινόμενη πλατφόρμα ως ένα αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ, αλλά όχι ως ένα ωφέλιμο εργαλείο για πώληση, διανομή και διεξαγωγή συναλλαγών. Επίσης, περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους υποστήριξαν πως η πλατφόρμα ίσως δεν δύναται να διευκολύνει την πώληση και διανομή προϊόντων μέσω διαλειτουργικότητας με άλλα λιμάνια.

Αυτή η επιφύλαξη θα μπορούσε ενδεχομένως να αποδοθεί στο γεγονός ότι η αγορά δεν είναι ακόμη έτοιμη να συνδιαλλαγεί μέσω της πλατφόρμας.

Από την έρευνα αξιολόγησης, προέκυψαν χρήσιμες προτάσεις βελτίωσης που θα μπορούσαν να ενισχύσουν σημαντικά τη χρηστικότητα και τη λειτουργικότητα της Πλατφόρμας.

## 6. Αποτελέσματα διερεύνησης εμπορικής εκμετάλλευσης και βιωσιμότητας της πλατφόρμας

### 6.1 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT αποτελεί εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού με το οποίο αναλύονται τα δεδομένα που χαρακτηρίζουν μια επιχείρηση σε αλληλεπίδραση με το εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο απευθύνεται αυτή. Αναδεικνύονται τα δυνατά (Strength) και αδύνατα (Weakness) σημεία μιας επιχείρησης καθώς και εντοπίζονται οι ευκαιρίες (Opportunities) και απειλές (Threats) που διαμορφώνονται στο εξωτερικό περιβάλλον αυτής.

Στην παρούσα ανάλυση, ανιχνεύονται οι ιδιότητες, τα χαρακτηριστικά και η δυναμική τόσο της πλατφόρμας όσο και των δυνητικών χρηστών αυτής, προκειμένου να διερευνηθούν οι ενδεχόμενες επιδόσεις της, σε επιχειρησιακό και χρηματοοικονομικό επίπεδο. Η ανάδειξη των απειλών και των ευκαιριών που διαμορφώνονται στο χώρο της ευρύτερης αγοράς που απευθύνεται η πλατφόρμα, και η δυνατότητα προσαρμογής αυτής αλλά των εγγεγραμμένων σε αυτήν χρηστών στις ανωτέρω προκλήσεις, θα καθορίσουν τη βιωσιμότητα και την εμπορική εκμετάλλευση της πλατφόρμας.

Η επεξεργασία των ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων, όπως αναφέρονται στο δεύτερο (2<sup>ο</sup>) κεφάλαιο της παρούσας έκθεσης παρουσιάζονται παρακάτω:

### 6.1.1 Δυνατά σημεία

Τα δυνατά σημεία αναδείχθηκαν από ερωτήματα που αναζητούν καινοτομίες και πλεονεκτήματα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Οι απαντήσεις κατηγοριοποιήθηκαν σε δυο ομάδες.

#### A. Για την αγορά και όλους τους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας

- Υψηλή ποιότητα και μεγάλη ποικιλία «παραδοσιακών» προϊόντων των παραγωγών/προμηθευτών Ελλάδας και Κύπρου με πολλά από αυτά να είναι διεθνώς γνωστά.
- Ευελιξία των παραγωγών/προμηθευτών στην ανεύρεση λύσεων για να καλύψουν τις ανάγκες ανεφοδιασμού των κρουαζιεροπλοίων.
- Προσεγγίσεις κρουαζιεροπλοίων σε περισσότερους από έναν ελληνικούς προορισμούς (2 έως 3 προορισμοί περιλαμβάνονται στα προγραμματισμένα δρομολόγια).
- Οργανωμένες πρωτοβουλίες σε τοπικό επίπεδο για τη συλλογική προώθηση περιοχών ως προορισμό κρουαζιέρας.

#### B. Για την πλατφόρμα

- Καινοτομία των υπηρεσιών και εργαλείων της πλατφόρμας.
- Ανοιχτή αρχιτεκτονική και εύκολα επεκτάσιμη για την παροχή νέων υπηρεσιών και προσθήκη εργαλείων.
- Παροχή ανταγωνιστικών προϊόντων, διαφορετικών ως προς τα ήδη παρεχόμενα στον κλάδο της κρουαζιέρας.

### 6.1.2 Αδυναμίες

Από την επεξεργασία απαντήσεων σε στοχευμένα ερωτήματα, αναδεικνύονται οι αδυναμίες, αναζητούνται τρόποι βελτίωσης και γίνεται μια προσπάθεια εντοπισμού ενεργειών που πρέπει να αποφευχθούν.

#### A. Για την αγορά και τους δυνητικούς χρήστες της πλατφόρμας

- Χαμηλή απήχηση και περιορισμένη αναγνωρισιμότητα των προϊόντων στον κλάδο της κρουαζιέρας με συνέπεια την απουσία αυτών στην εφοδιαστική της αλυσίδα.
- Μικρή συμβολή του τομέα της κρουαζιέρας στις τοπικές οικονομίες.
- Μικρός αριθμός λιμένων αφετηρίας σε Ελλάδα και Κύπρο.
- Χωρικοί ή άλλοι περιορισμοί στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις και λιμενικές υποδομές (κυρίως στις νησιωτικές περιοχές) καθιστούν την τροφοδοσία των κρουαζιεροπλοίων δύσκολη.
- Η εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας αποτελεί «κλειστό» τμήμα της ευρύτερης αγοράς κρουαζιέρας και η είσοδος νέων παραγωγών/προμηθευτών και νέων προϊόντων αποδεικνύεται σύνθετη διαδικασία.
- Μη ελκυστικό θεσμικό & φορολογικό πλαίσιο.

#### B. Για την πλατφόρμα

- Καθυστέρηση υλοποίησης και πλήρους λειτουργίας της Ενιαίας Ναυτιλιακής Θυρίδας(εν αναμονή της υλοποίησης της) για τη διασύνδεση της πλατφόρμας με τρίτα συστήματα και την άντληση ναυτιλιακών πληροφοριών.

### 6.1.3 Ευκαιρίες

Ακολούθως παρουσιάζονται οι ευκαιρίες που εμφανίζονται στο εξωτερικό περιβάλλον με το οποίο αλληλεπιδρούν οι υπηρεσίες και τα προϊόντα της πλατφόρμας, όπως οι αλλαγές στην τεχνολογία και τις αγορές. Αναζητούνται τρόποι βελτίωσης και ενδεχόμενες αστοχίες.

## A. Για την αγορά

- Προοπτικές δυνητικού εφοδιασμού των κρουαζιερόπλοιων με τα προσφερόμενα από την πλατφόρμα προϊόντα.
- Ευκαιρίες επιτυχούς προώθησης και αξιολόγησης των προϊόντων. Ειδικότερα, προς τους επιβάτες κρουαζιέρας, η προώθηση και αξιολόγηση τους μπορεί να επιτευχθεί είτε με την συμπερίληψη τους στα παρεχόμενα γεύματα και στους καταλόγους φαγητού στα εστιατόρια των κρουαζιερόπλοιων είτε με τη διάθεση δειγμάτων τους εντός των κρουαζιερόπλοιων (π.χ. τοποθέτηση stand)
- 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 γαστρονομικών 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.

## B. Για την πλατφόρμα

- 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 είναι πολύ περιορισμένες στην αγορά κρουαζιέρας.
- Προοπτικές απήχησης της πλατφόρμας στον κλάδο της κρουαζιέρας λόγω (α) των διαφορετικών/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.

### **6.1.4 Απειλές**

Τέλος παρουσιάζονται οι πιθανοί κίνδυνοι (απειλές) που ενδέχεται να προκύψουν κατά τη λειτουργία της πλατφόρμας οι οποίοι αντανakλούν μεταβλητές της αγοράς που απευθύνεται η πλατφόρμα αλλά και της ευρύτερης αγοράς. Οι απειλές αφορούν στην παγκόσμια οικονομική κρίση με ταυτόχρονη μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, αλλαγές στη νομοθεσία (φορολογική πολιτική, αλλαγή στις αδειοδοτήσεις),



πολιτικο-οικονομικές συγκυρίες. Το ζητούμενο είναι η ευελιξία και η προσαρμογή της πλατφόρμας και των εγγεγραμμένων χρηστών σε αυτές.

#### A. Για την αγορά

- Ισχυρός ο αρνητικός αντίκτυπος 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 στη συγκεκριμένη αγορά.
- Περιορισμοί εισόδου νέων παραγωγών/προμηθευτών προϊόντων στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας λόγω ισχυρού ανταγωνισμού από μεγάλα brands 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, και 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 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).
- Ανεπάρκειες των υφιστάμενων λιμενικών υποδομών που φιλοξενούν κρουαζιερόπλοια για τον επιτυχή ανεφοδιασμό τους.

#### B. Για την πλατφόρμα

- Το μεγάλο μέγεθος της αγοράς μπορεί να περιορίσει την επιθυμητή εμπορική χρήση της πλατφόρμας.
- Περιορισμοί επιτυχούς εμπορικής χρήσης της πλατφόρμας 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).

## 6.2 Ανάλυση PORTER

Το Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter αποτελεί ένα εργαλείο ανάλυσης που εστιάζει σε πέντε ανταγωνιστικές δυνάμεις που διαμορφώνουν κάθε κλάδο και βοηθούν στον προσδιορισμό των αδυναμιών και των δυνατοτήτων μιας επιχείρησης, όπως και στον προσδιορισμό του βαθμού ανταγωνιστικότητας που αυτή κατέχει στον τομέα της.

Στη περίπτωση της πλατφόρμας, οι πέντε δυνάμεις είναι :

- Υφιστάμενος ανταγωνισμός ( μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων).

- Διαπραγματευτική δύναμη παραγωγών / προμηθευτών.
- Διαπραγματευτική δύναμη καταναλωτών (εταιρειών / επιβατών κρουαζιέρας).
- Δυνητική είσοδος νέων ανταγωνιστών.
- Απειλή υποκατάστατων προϊόντων και υπηρεσιών.



Το διάγραμμα απεικονίζει την αλληλεπίδραση μεταξύ των Πέντε δυνάμεων του Porter.

### 6.2.1 Υφιστάμενος ανταγωνισμός

Εδώ μιλάμε για ανταγωνισμό της πλατφόρμας με αντίστοιχες υφιστάμενες εφαρμογές με ζητούμενο αυτών να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους.

Διακρίνονται οι παρακάτω μορφές:

- 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. προτεραιότητα στην προώθηση τέτοιων εφαρμογών από την πλευρά των εταιρειών κρουαζιέρας).

Επιπρόσθετα, υπάρχει και ο 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-δυσνητικών χρηστών της πλατφόρμας).

Οι ανωτέρω μορφές ανταγωνισμού ενδέχεται να επηρεάσουν την επιτυχή εμπορική εκμετάλλευση και βιωσιμότητα της πλατφόρμας.

### **6.2.2 Διαπραγματευτική δύναμη παραγωγών/προμηθευτών:**

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών έγκειται στο γεγονός ότι μπορεί να αυξήσουν τις τιμές τους ή να μειώσουν την ποιότητα των προϊόντων τους. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να πιεσθεί η κερδοφορία του κλάδου στο σύνολό της σε περίπτωση που δεν μπορεί να περάσει -συνολικά ή εν μέρει- την αύξηση των τιμών στους τελικούς καταναλωτές.

Συγκεκριμένα αυτή μπορεί να είναι αρκετά περιορισμένη, δεδομένης της υφιστάμενης δομής της εφοδιαστικής αλυσίδας και της υπέρμετρης προσφοράς όχι μόνο σε εθνικό αλλά και 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.

### **6.2.3 Διαπραγματευτική δύναμη καταναλωτών**

Η διαπραγματευτική δύναμη των καταναλωτών, στην περίπτωση μας εταιρίες και επιβάτες κρουαζιέρας, έγκειται στο γεγονός ότι μπορούν να πιέζουν τον κλάδο να μειώσει τις τιμές του, να αυξήσει την ποιότητα ενώ στρέφουν επίσης την τάδε επιχείρηση εναντίον της δείνα με αποτέλεσμα να μειώνεται η κερδοφορία.

Κατηγοριοποιείται σε :

- Σημαντική, δεδομένης όπως αναφέρθηκε παραπάνω της υπέρμετρης προσφοράς σε προϊόντα από εταιρείες εφοδιασμού 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).

### **6.2.4 Δυνητική είσοδος νέων ανταγωνιστών**

Εδώ εννοούνται επιχειρήσεις που παρόλο δεν δραστηριοποιούνται ανταγωνιστικά σε έναν κλάδο, έχουν την δυνατότητα να ενταχθούν δυναμικά σε αυτόν. Η ένταξη νέων ανταγωνιστών στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας είναι 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.).

Ωστόσο, όπως έχει προαναφερθεί, η εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας αποτελεί ένα «κλειστό» τμήμα της αγοράς κρουαζιέρας και η είσοδος νέων παραγωγών/προμηθευτών και υπηρεσιών είναι σύνθετη.

### **6.2.5 Απειλή υποκατάστατων προϊόντων και υπηρεσιών**

Εδώ μιλάμε για εισαγωγή ανταγωνιστικών προϊόντων που μπορούν να εκπληρώσουν τις ίδιες ανάγκες της αγοράς με μικρότερο κόστος ή άλλα πλεονεκτήματα για τον τελικό καταναλωτή. Αναφορικά με την πλατφόρμα και τη λειτουργία της, το ενδεχόμενο ένταξης στην αγορά υποκατάστατων εφαρμογών είναι πιθανό. Η διαδικασία ανάπτυξης της πλατφόρμας NAYΣ e-market place, βασίστηκε στις ανάγκες των δυνητικών χρηστών αυτής οι οποίες καταγράφηκαν μέσα από πολυάριθμες και χρονοβόρες δράσεις της πράξης. Δεδομένης της ανωτέρω εμπειρίας και δυναμικής που προσφέρει η εν λόγω πλατφόρμα, ενδέχεται οι υποκατάστατες εφαρμογές να μην καταξιωθούν τελικά στην αγορά, είτε να παρουσιάσουν σημαντική καθυστέρηση στην ανάπτυξή τους.

## 7. Δράσεις για τη Λειτουργία και Βιωσιμότητα της πλατφόρμας

Με βάση τα αποτελέσματα των αναλύσεων SWOT και PORTER, και σύμφωνα με τις απαντήσεις των εμπλεκόμενων φορέων και δυνητικών χρηστών της πλατφόρμας NAYS e-market place, που συγκεντρώθηκαν μέσω ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων, παρακάτω παρουσιάζεται σχέδιο στρατηγικής για την προώθηση των προϊόντων που περιλαμβάνει η πλατφόρμα και προτείνονται δράσεις για την επιτυχή εμπορική της αξιοποίηση και βιωσιμότητα αυτής.

### 7.1. Στρατηγικές προώθησης των προϊόντων και της πλατφόρμας

Παρακάτω παρουσιάζονται οι κυριότερες προτεινόμενες στρατηγικές προώθησης των προϊόντων και της πλατφόρμας.



- Θεματικά γεύματα στα εστιατόρια του κρουαζιερόπλοιου με τη συμπερίληψη των παραδοσιακών πιάτων των προορισμών Ελλάδας και Κύπρου, μαγειρεμένα με τη χρήση τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων.
- Τοποθέτηση stand με δείγματα των προϊόντων εντός των κρουαζιερόπλοιων τα οποία να απευθύνονται στους επιβάτες κρουαζιέρας,
- Δωρεάν διάθεση δειγμάτων στους επιβάτες κρουαζιέρας εντός του κρουαζιερόπλοιου ή κατά την αποβίβασή τους από αυτό.
- Τοποθέτηση διαφημίσεων, προωθητικών βίντεο, δωρεάν διάθεση διαφημιστικών φυλλαδίων και καταλόγων στους επιβάτες κρουαζιέρας εντός του κρουαζιερόπλοιου ή κατά την αποβίβασή τους από αυτό.

## **7.2. Προτεινόμενες δράσεις για την επιτυχή λειτουργία και βιωσιμότητα της πλατφόρμας**

Παρακάτω παρουσιάζονται οι προτεινόμενες δράσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη από το οργανωτικό σχήμα της διαχείρισης και λειτουργίας της πλατφόρμας προκειμένου να διασφαλιστεί η επιτυχή της λειτουργία και εμπορική της χρήση αλλά και η βιωσιμότητα της:

- Ανάπτυξη νέων και ενίσχυση των υφιστάμενων συνεργασιών των παραγωγών και προμηθευτών για την κάλυψη των αναγκών ανεφοδιασμού της κρουαζιέρας σε τοπικά «παραδοσιακά» προϊόντα, αλλά και για την συντονισμένη προώθησή τους σε αυτή την αγορά (π.χ. διασύνδεση λιμένων).
- Δημιουργία οικονομιών κλίμακας για την ανταπόκριση στις απαιτούμενες ποσότητες προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές, αλλά και για την επιτυχή είσοδο της πλατφόρμας στην αγορά και την επιτυχή εμπορική χρήση της.
- Διεκπεραίωση των πωλήσεων και παραδόσεων των προϊόντων υπό τη διαχείριση ενός κεντρικού προμηθευτή.



- Εφαρμογή κατάλληλων και αποδοτικών δράσεων διαφήμισης και προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων Ελλάδας και Κύπρου για την επιτυχή προώθησή τους μέσω της πλατφόρμας NAYS e-market place.
- Διαμόρφωση brand της εν λόγω γεωγραφικής περιοχής (Ελλάδα και Κύπρος) ως προς τα προϊόντα που παρέχονται μέσω της πλατφόρμας προς τις εταιρείες και τους επιβάτες κρουαζιέρας, και ανάπτυξη συνεργασιών με τοπικούς παραγωγούς/προμηθευτές «παραδοσιακών» προϊόντων από την Ελλάδα και την Κύπρο.
- Δυνατότητα δωρεάν δοκιμαστικής χρήσης της πλατφόρμας για την προώθηση της, και την ανάδειξη των υπηρεσιών και εργαλείων προστιθέμενης αξίας που προσφέρει, καθώς και της αποτελεσματικότητάς της.
- Δράσεις εκπαίδευσης των χρηστών για την εκμάθηση της χρήσης της πλατφόρμας.
- Ανάγκες ανάπτυξης κατάλληλου δικτύου με αποτελεσματικό συντονισμό, μέσω ενός αναγνωρισμένου φορέα, για την ανάπτυξη συνεργασιών και σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των παραγωγών και προμηθευτών και των εταιρειών κρουαζιέρας.

Τέλος δράσεις που αφορούν σε υποδομές όπως βελτίωση των λιμενικών υποδομών στους λιμένες κρουαζιέρας και διερεύνηση των δυνατοτήτων τοποθέτησης εκθετηρίων / πωλητηρίων στους χώρους αναμονής των επιβατών στους λιμένες αυτούς.

## **7.3 Διαχείριση, λειτουργία και οικονομική βιωσιμότητα της πλατφόρμας.**

### **7.3.1. Φορέας διαχείρισης και λειτουργίας**

Αναφορικά με τη διαχείριση και τη λειτουργία της πλατφόρμας και λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα των αναλύσεων αλλά και τη γνώμη εμπλεκόμενων φορέων στους οποίους έχει κοινοποιηθεί η πλατφόρμα και οι οποίοι συμμετείχαν στις συναντήσεις του πακέτου εργασιών 5 αλλά και στην τελική εκδήλωση της πράξης, προτείνονται τα ακόλουθα:

Ο φορέας διαχείρισης, πρέπει να είναι επίσημος κρατικός φορέας είτε μια σύμπραξη από επίσημους κρατικούς φορείς Ελλάδας και Κύπρου. Θα πρέπει να διαθέτει γνώση και εμπειρία τόσο της τοπικής αγοράς όσο και του θεσμικού πλαισίου των εξαγωγών και των λιμένων. Η διαχείριση της πλατφόρμας οφείλει να γίνει σε πλήρη συνεργασία με τους φορείς των λιμένων και των τελωνείων.

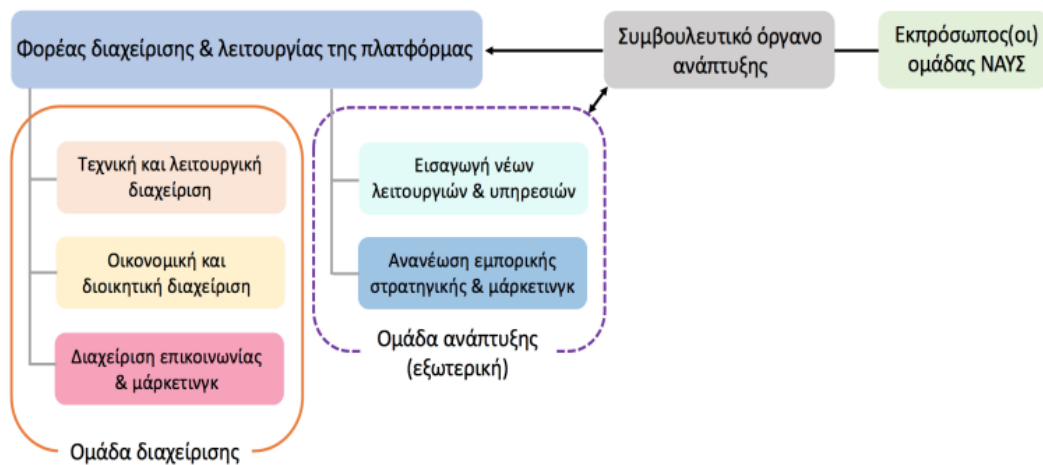
Στις δύο (2) στρογγυλές τράπεζες της τελικής εκδήλωσης, όπου και συμμετείχαν τοπικοί παραγωγοί από Ελλάδα και Κύπρο, φορείς κρουαζιέρας, επιμελητηρίων και λιμανιών ακούστηκα προτάσεις για τον φορέα διαχείρισης όπως:

- Αρμόδιο επιμελητήριο.
- Αναπτυξιακή εταιρία.
- Σύνδεσμος σχετικών επιχειρήσεων (π.χ. Πανελλήνιος Σύλλογος Εφοδιαστών Πλοίων).
- Διασυνοριακός περιφερειακός φορέας (π.χ. Conference of Peripheral Maritime Regions – Balkan & Black Sea Commission).

### 7.3.2 Οικονομική Βιωσιμότητα

Η οικονομική βιωσιμότητα της πλατφόρμας με την κοινή προσέγγιση της ανάλυσης εσόδων-εξόδων θα εξαρτηθεί από το παρακάτω ισοζύγιο και απεικονίζεται στο σχήμα που ακολουθεί:

<b>ΕΣΟΔΑ</b>	<b>ΕΞΟΔΑ</b>
Προτάσεις εσόδων: <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ετήσια συνδρομή από τους χρήστες με διαφοροποίηση ανά κατηγορία χρήστη</li><li>2. Χρέωση συγκεκριμένου ποσού ανά παραγγελία</li><li>3. Εισαγωγή διαφημίσεων στην πύλη της πλατφόρμας ΝΑΥΣ</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Λειτουργικά έξοδα (κόστος συντήρησης server, ανανέωση περιεχομένου, τεχνική και γραμματειακή υποστήριξη.</li><li>2. Κόστος επανασχεδιασμού και επέκτασης της πλατφόρμας με εισαγωγή νέων λειτουργιών και υπηρεσιών για την προσαρμογή της στις εξελίξεις στην αγοράς.</li></ol>



Ωστόσο, στην παρούσα φάση μόνο το 15% των εγγεγραμμένων χρηστών είναι πρόθυμο να καταβάλει ένα περιορισμένο τίμημα για τη χρήση της πλατφόρμας. Το αποτέλεσμα αυτό είναι αναμενόμενο. Η πλατφόρμα NAYΣ e-market place, χαιρετίζεται με ενθουσιασμό από τους δυνητικούς χρήστες, ωστόσο μόνο με δοκιμή της στην πράξη θα ποσοτικοποιηθούν τα οφέλη της και θα διορθωθούν οι ενδεχόμενες αδυναμίες της. Με την πάροδο μιας δοκιμαστικής περιόδου λειτουργίας, και αφού οι χρήστες εμπιστευτούν πλήρως την εφαρμογή και έρθουν αντιμέτωποι με τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που θα προσφέρει, τότε θα συνδράμουν οικονομικά στηρίζοντας τη λειτουργία τους και εξασφαλίζοντας τη βιωσιμότητά της αλλά και το εταιρικό τους κέρδος.

## 8. Βιβλιογραφία

Kvale, S. (1996). Ch. 11: Methods of Analysis. In Interviews—An introduction to Qualitative Research Interviewing (pp. 193-199). California: SagePublications.

Λεκάκου, Μ. & Στεφανιδάκη, Ε. (2015). Σχέδιο δράσης για το θαλάσσιο και αθλητικό τουρισμό στις Κυκλάδες, Παραδοτέο του Υποέργου «Δημιουργία μηχανισμών επιστημονικής παρακολούθησης τουρισμού στην Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου».

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

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

Παραδοτέο 3.1.πράξης ΝΑΥΣ

Παραδοτέο 5.2 πράξης ΝΑΥΣ

# Παράρτημα Ι

## Ι. Έντυπο ερωτηματολογίου προς Εταιρείες κρουαζιέρας

### ΝΑΥΣ – Αξιοποίηση Ναυτιλιακών Πληροφοριών στη Διαλειτουργικότητα Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προμηθευτικής

Ερωτηματολόγιο αναφορικά με τις ανάγκες των χρηστών της πλατφόρμας - **Εταιρείες  
κρουαζιέρας**

#### A. Στοιχεία ερωτηθέντος

Εταιρεία: .....

Όνοματεπώνυμο: .....

E-mail: .....

#### B. Εγγραφή στην πλατφόρμα

Θα προτιμούσατε να υπάρχει ένα κεντρικός εκπρόσωπος της εταιρείας σας ως μοναδικός χρήστης της πλατφόρμας ή πολλαπλοί χρήστες συνδεδεμένοι με ένα κεντρικό προφίλ;

- Κεντρικός μοναδικός χρήστης
- Πολλαπλοί χρήστες συνδεδεμένοι με το κεντρικό προφίλ της εταιρείας στην πλατφόρμα
- Με εξυπηρετούν και οι 2 παραπάνω τρόποι εγγραφής

#### Γ. Πληροφορίες – προφίλ χρήστη

Για την εισαγωγή πληροφοριών που θα διευκολύνουν τη χρήση της πλατφόρμας (π.χ. στόλος πλοίων και λεπτομέρειες δρομολογίων), θα επιθυμούσατε:

- Να παρέχεται διαλειτουργικότητα της πλατφόρμας με το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας για την εισαγωγή του συνόλου των σχετικών πληροφοριών
- Να εισάγονται χειροκίνητα όλες οι σχετικές πληροφορίες
- Να παρέχεται διαλειτουργικότητα της πλατφόρμας με το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας για την εισαγωγή μέρους των σχετικών πληροφοριών – θα επιθυμούσα κάποιες πληροφορίες να εισάγονται χειροκίνητα

Σε αυτή την περίπτωση ποιες πληροφορίες θα θέλατε να εισάγετε χειροκίνητα;

.....

#### Δ. Προϊόντα εφοδιασμού

Δ1. Θα προτιμούσατε να προμηθεύεστε μέσω της πλατφόρμας μόνο προϊόντα που συναντώνται αποκλειστικά στον εκάστοτε προορισμό («παραδοσιακά»), γενικού είδους προϊόντα ή και τα δύο;

- Μόνο «παραδοσιακά» προϊόντα
- Μόνο γενικούς είδους προϊόντα
- Και τα δύο

#### Δ1α. - «Παραδοσιακά»

1. Τι είδους «παραδοσιακά» προϊόντα θα επιθυμούσατε να προμηθεύεστε μέσω της πλατφόρμας;

- Τρόφιμα
- Ποτά - Αναψυκτικά
- Και τα δύο

2. Θα σας ενδιέφερε να υπάρχει διαθέσιμη μέσω της πλατφόρμας λίστα «παραδοσιακών» προϊόντων στον εκάστοτε προορισμό;

- Ναι, θα με ενδιέφερε για να την παρέχω και στους επιβάτες μου για δυναμικό υπολογισμό της δυνητικής ζήτησης και του όγκου της παραγγελίας
- Ναι, θα με ενδιέφερε αλλά μόνο για έμένα (για τη διευκόλυνση της παραγγελίας μου)
- Όχι, δεν θα με ενδιέφερε. Θα ήθελα εγώ να αναζητήσω τη διαθεσιμότητα κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος μέσω της πλατφόρμας

#### Δ1β. - Γενικού είδους προϊόντα

1. Τι γενικούς είδους προϊόντα θα επιθυμούσατε να προμηθεύεστε μέσω της πλατφόρμας (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Τρόφιμα
- Ποτά - Αναψυκτικά
- Βότανα - μπαχαρικά
- Νερό (φιάλες) - Πάγο
- Εξοπλισμός καμπίνας και καταστρώματος (π.χ. είδη υγιεινής, λευκά είδη, προϊόντα καθαρισμού, κτλ.)

- Γραφική ύλη και αναλώσιμα γραφείου
- Φαρμακευτικά είδη
- Εξοπλισμό αγκυροβολίου (π.χ. σχοινιά αγκυροβόλησης, κτλ.) και επισκευής (π.χ. εργαλεία, βίδες - παξιμάδια - ρουλεμάν, ηλεκτρονικός εξοπλισμός, ηλεκτρομηχανολογικός εξοπλισμός, μπουγιές, κτλ.)
- Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

2. Συγκεκριμένα, τι είδους τρόφιμα θα επιθυμούσατε να προμηθεύεστε (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Κρέατα
- Αλλαντικά
- Γαλακτοκομικά
- Τυριά
- Οπωροκηπευτικά
- Φρούτα
- Γλυκά

Δ2. Τι πληροφορίες θα επιθυμούσατε να σας παρέχει η πλατφόρμα για τη διευκόλυνση της επιλογής των προϊόντων (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Αναλυτική περιγραφή χαρακτηριστικών προϊόντος (π.χ. χρώμα, μέγεθος, καθαρό βάρος, εμπορικό σήμα, ημερομηνία παραγωγής, κτλ.)
- Διαθέσιμη ποσότητα
- Τρόπος και χαρακτηριστικά συσκευασίας (π.χ. υλικό συσκευασίας, διαστάσεις, βάρος)
- Τοποθεσία προέλευσης
- Τρόπος αποθήκευσης και μεταφοράς
- Φύλλο δεδομένων προϊόντος
- Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

Ε. Διαδικασία αγοραπωλησίας προϊόντων

Ε1. Με ποιο τρόπο θα επιθυμούσατε να κατηγοριοποιούνται τα διαθέσιμα προϊόντα;

- Ανά λιμάνι προσέγγισης (εμφάνιση λίστας προϊόντων)
- Ανά είδος προϊόντος (εμφάνιση λιμένων από όπου μπορεί να γίνει ο εφοδιασμός τους - πιθανά ωστόσο διαφορετικά χαρακτηριστικά ίδιων προϊόντων)
- Με οικονομικά κριτήρια (π.χ. τιμή προϊόντος, εύρος τιμών προϊόντων, κ.λπ.)



E2. Θα επιθυμούσατε να παρέχεται δυνατότητα ελεύθερης αναζήτησης προϊόντων (χρήση keywords);

Ναι

Όχι

E3. Με ποιο τρόπο θα επιθυμούσατε να διεξάγεται η διαδικασία αγοραπωλησίας των προϊόντων εφοδιασμού για τα οποία ενδιαφέρεστε (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

Προβολή διαθέσιμων προϊόντων σε λίστα και παραγγελία αυτών που εξυπηρετούν τις ανάγκες σας

Ζήτηση προϊόντων βάσει των αναγκών σας (π.χ. ανάρτηση πρόσκλησης), υποβολή οικονομικών προσφορών από ενδιαφερόμενους παραγωγούς / προμηθευτές και επιλογή προτιμότερης προσφοράς (βάσει οικονομικών κριτηρίων και κριτηρίων ποιότητας)

Ζήτηση προϊόντων βάσει των αναγκών σας (π.χ. ανάρτηση πρόσκλησης) με σαφώς ορισμένη τιμή, υποβολή προσφορών διαθεσιμότητας από ενδιαφερόμενους παραγωγούς / προμηθευτές και επιλογή προτιμότερης προσφοράς (βάσει κριτηρίων ποιότητας)

Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

E4. Πως θα επιθυμούσατε να γίνεται ο έλεγχος των πιστοποιητικών ποιότητας που διαθέτει ο κάθε παραγωγός / προμηθευτής (π.χ. ISO, πιστοποιητικά υγιεινής και παρασίτων, κτηνιατρικό πιστοποιητικό, κ.λπ.);

Θα προτιμούσα να ελέγγω το σύνολο των πιστοποιητικών ο ίδιος πριν την ολοκλήρωση της κάθε παραγγελίας

Θα προτιμούσα να ελέγχει τα ελάχιστα απαιτούμενα ο διαχειριστής της πλατφόρμας κεντρικά και να ελέγγω τυχόν πρόσθετα που διαθέτει ο εκάστοτε παραγωγός / προμηθευτής

E5. Θα επιθυμούσατε να έχετε τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τον παραγωγό / προμηθευτή;

Ναι, πριν τη υποβολή της παραγγελίας

Ναι, μετά την υποβολή της παραγγελίας

Όχι, προτιμώ όλη η διαδικασία να διεξάγεται μέσω της πλατφόρμας

E6. Υπάρχουν άλλες πληροφορίες σχετικά με τον παραγωγό/προμηθευτή που θα επιθυμούσατε να λαμβάνεται από την πλατφόρμα;

Παρακαλώ συμπληρώστε:.....

## Z. Αξιολόγηση

Z1. Μετά την παραλαβή και τον έλεγχο των προϊόντων, θα επιθυμούσατε να αξιολογήσετε την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών από τον εκάστοτε παραγωγό / προμηθευτή;

- Ναι
- Όχι

### Αν ναι

Z1α. Πώς θα προτιμούσατε να πραγματοποιείται η αξιολόγηση (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Να δίδεται ένα συνολικός βαθμός (π.χ. αστέρια ή κλίμακα 1-5)
- Να αξιολογούνται συγκεκριμένα στοιχεία (π.χ. ποιότητα προϊόντων, συνέπεια, ευελιξία, επικοινωνία, κτλ.)
- Να δίδεται η δυνατότητα εισαγωγής σχολίων (ελεύθερο κείμενο)

Z1β. Στην περίπτωση που παρέχεται η δυνατότητα αξιολόγησης του παραγωγού / προμηθευτή, η βαθμολογία και τα σχόλια των αξιολογήσεων θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πραγματοποίηση ή μη μιας συνεργασίας μαζί του;

- Ναι
- Ίσως, παρακαλώ τεκμηριώστε: .....
- Όχι

Z1γ. Θεωρείτε ότι κάποιος παραγωγός / προμηθευτής με χαμηλή βαθμολογία αξιολόγησης θα πρέπει να αποκλείεται από την πλατφόρμα;

- Ναι
- Όχι

### Αν ναι:

- Από ποια βαθμολογία και κάτω (5 - Άριστα);

- Κάτω από 1
- Κάτω από 2
- Κάτω από 3

- Ποιος θεωρείται ότι είναι ικανός αριθμός αξιολογήσεων;

- 5 - 10
- 10 - 20
- 20 - 30
- 30 - 50
- Πάνω από 50

## II. Έντυπο ερωτηματολογίου προς τοπικούς παραγωγούς και προμηθευτές

### ΝΑΥΣ – Αξιοποίηση Ναυτιλιακών Πληροφοριών στη Διαλειτουργικότητα Εφοδιαστικών Αλυσίδων Προμηθευτικής

Ερωτηματολόγιο αναφορικά με τις ανάγκες των χρηστών της πλατφόρμας - **Παραγωγοί & προμηθευτές**

#### A. Στοιχεία ερωτηθέντος

Εταιρεία: .....

Πόλη: .....

Όνοματεπώνυμο: .....

E-mail: .....

#### B. Εγγραφή στην πλατφόρμα

Θα προτιμούσατε να υπάρχει ένα κεντρικός εκπρόσωπος της εταιρείας σας ως μοναδικός χρήστης της πλατφόρμας ή πολλαπλοί χρήστες συνδεδεμένοι με ένα κεντρικό προφίλ;

- Κεντρικός μοναδικός χρήστης
- Πολλαπλοί χρήστες συνδεδεμένοι με το κεντρικό προφίλ της εταιρείας στην πλατφόρμα
- Με εξυπηρετούν και οι 2 παραπάνω τρόποι εγγραφής

#### Γ. Πληροφορίες – προφίλ χρήστη

Για την εισαγωγή πληροφοριών που θα διευκολύνουν τη χρήση της πλατφόρμας (π.χ. λίστα και χαρακτηριστικά διαθέσιμων προϊόντων), θα επιθυμούσατε:

- Να παρέχεται διαλειτουργικότητα της πλατφόρμας με το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας για τη εισαγωγή του συνόλου των σχετικών πληροφοριών
- Να εισάγονται χειροκίνητα όλες οι σχετικές πληροφορίες

- Να παρέχεται διαλειτουργικότητα της πλατφόρμας με το πληροφοριακό σύστημα της εταιρείας για τη εισαγωγή μέρους των σχετικών πληροφοριών – θα επιθυμούσα κάποιες πληροφορίες να εισάγονται χειροκίνητα

Σε αυτή την περίπτωση ποιες πληροφορίες θα θέλατε να εισάγετε χειροκίνητα;:

.....

#### Δ. Προϊόντα εφοδιασμού

Δ1. Τι είδους προϊόντα θα σας ενδιέφερε να παρέχετε μέσω της πλατφόρμας στις εταιρείες κρουαζιέρας (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Τρόφιμα
- Ποτά - Αναψυκτικά
- Βότανα - μπαχαρικά
- Νερό (φιάλες) - Πάγο
- Εξοπλισμός καμπίνας και καταστρώματος (π.χ. είδη υγιεινής, λευκά είδη, προϊόντα καθαρισμού, κτλ.)
- Γραφική ύλη και αναλώσιμα γραφείου
- Φαρμακευτικά είδη
- Εξοπλισμό αγκυροβολίου (π.χ. σχοινιά αγκυροβόλησης, κτλ.) και επισκευής (π.χ. εργαλεία, βίδες – παξιμάδια – ρουλεμάν, ηλεκτρονικός εξοπλισμός, ηλεκτρομηχανολογικός εξοπλισμός, μπογιές, κτλ.)
- Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

Για τα επιλεγμένα προϊόντα παρακαλώ συμπληρώστε αν θέλετε περισσότερες πληροφορίες / λεπτομέρειες: .....

Δ2. Συγκεκριμένα, τι είδους τρόφιμα θα επιθυμούσατε να προμηθεύεστε (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Κρέατα
- Αλλαντικά
- Γαλακτοκομικά
- Τυριά
- Οπωροκηπευτικά
- Φρούτα
- Γλυκά

Δ3. Τι πληροφορίες θα επιθυμούσατε να παρέχονται μέσω της πλατφόρμας αναφορικά με τα διαθέσιμα προϊόντα σας (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Αναλυτική περιγραφή χαρακτηριστικών προϊόντος (π.χ. χρώμα, μέγεθος, καθαρό βάρος, εμπορικό σήμα, ημερομηνία παραγωγής, κτλ.)
- Διαθέσιμη ποσότητα
- Τρόπος και χαρακτηριστικά συσκευασίας (π.χ. υλικό συσκευασίας, διαστάσεις, βάρος)
- Τοποθεσία προέλευσης
- Τρόπος αποθήκευσης και μεταφοράς
- Φύλλο δεδομένων προϊόντος
- Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

#### Ε. Διαδικασία αγοραπωλησίας προϊόντων

Ε1. Σε ποια λιμάνια θα μπορούσατε να παρέχετε τα προϊόντα σας (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- |   |   |                                    |
|---|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Λεμεσός                                | <input type="checkbox"/> Κάρπαθος             | <input type="checkbox"/> Πάτμος    |
| <input type="checkbox"/> Λάρνακα                                | <input type="checkbox"/> Καστελόριζο          | <input type="checkbox"/> Πάτρα     |
| <input type="checkbox"/> Πάφος                                  | <input type="checkbox"/> Κατάκολο             | <input type="checkbox"/> Πειραιάς  |
| <input type="checkbox"/> Αλεξανδρούπολη (& Σαμοθράκη)           | <input type="checkbox"/> Κέρκυρα              | <input type="checkbox"/> Πόρος     |
| <input type="checkbox"/> Άγιος Νικόλαος                         | <input type="checkbox"/> Κεφαλλονιά (& Ιθάκη) | <input type="checkbox"/> Πρέβεζα   |
| <input type="checkbox"/> Αμοργός                                | <input type="checkbox"/> Κόρινθος             | <input type="checkbox"/> Πύλος     |
| <input type="checkbox"/> Άνδρος                                 | <input type="checkbox"/> Κύθηρα               | <input type="checkbox"/> Ρέθυμνο   |
| <input type="checkbox"/> Βόλος                                  | <input type="checkbox"/> Κως                  | <input type="checkbox"/> Ρόδος     |
| <input type="checkbox"/> Γύθειο <input type="checkbox"/> Λαύριο | <input type="checkbox"/> Σάμος                |                                    |
| <input type="checkbox"/> Δήλος<br>(& Θήρα)                      | <input type="checkbox"/> Λήμνος               | <input type="checkbox"/> Σαντορίνη |
| <input type="checkbox"/> Ελαφώνησος                             | <input type="checkbox"/> Μήλος                | <input type="checkbox"/> Σητεία    |
| <input type="checkbox"/> Ζάκυνθος                               | <input type="checkbox"/> Μονεμβασιά           | <input type="checkbox"/> Σίφνος    |
| <input type="checkbox"/> Ηγουμενίτσα                            | <input type="checkbox"/> Μύκονος              | <input type="checkbox"/> Σκιάθος   |
| <input type="checkbox"/> Ηράκλειο                               | <input type="checkbox"/> Μυτιλήνη             | <input type="checkbox"/> Σκόπελος  |
| <input type="checkbox"/> Θάσος                                  | <input type="checkbox"/> Νάξος                | <input type="checkbox"/> Σπέτσες   |
| <input type="checkbox"/> Θεσσαλονίκη                            | <input type="checkbox"/> Ναύπλιο              | <input type="checkbox"/> Σύμη      |
| <input type="checkbox"/> Ιθάκη                                  | <input type="checkbox"/> Νίσυρος              | <input type="checkbox"/> Σύρος     |

- |  |  |                                   |
|--|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ίος               | <input type="checkbox"/> Νυδρί             | <input type="checkbox"/> Ύδρα     |
| <input type="checkbox"/> Ιτέα              | <input type="checkbox"/> Παξοί – Αντίπαξοι | <input type="checkbox"/> Φισκάρδο |
| <input type="checkbox"/> Καβάλα<br>(Σούδα) | <input type="checkbox"/> Πάργα             | <input type="checkbox"/> Χανιά (& |
| <input type="checkbox"/> Καλαμάτα          | <input type="checkbox"/> Πάρος             | <input type="checkbox"/> Χίος     |

E2. Με ποιο τρόπο θα επιθυμούσατε να διεξάγεται η διαδικασία αγοραπωλησίας των προϊόντων εφοδιασμού για τα οποία ενδιαφέρεστε (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Ανάρτηση λίστας των διαθέσιμων προϊόντων σας χωρίς ενδεικτικό εύρος τιμών (υπολογισμός τιμής βάσει προ-παραγγελίας)
- Ανάρτηση λίστας των διαθέσιμων προϊόντων σας με ενδεικτικό εύρος τιμών
- Ανάρτηση από τις εταιρείες κρουαζιέρας των αναγκών τους σε προϊόντα και υποβολή οικονομικής προσφοράς
- Ανάρτηση από τις εταιρείες κρουαζιέρας των αναγκών τους σε προϊόντα με σαφώς ορισμένη τιμή και υποβολή προσφοράς
- Άλλο, παρακαλώ συμπληρώστε: .....

E3. Πως θα επιθυμούσατε να γίνεται ο έλεγχος των πιστοποιητικών ποιότητας που διαθέτετε (π.χ. ISO, πιστοποιητικά υγιεινής και παρασίτων, κτηνιατρικό πιστοποιητικό, κ.λπ.);

- Θα προτιμούσα να παρέχω όλα τα πιστοποιητικά κατά την εγγραφή μου και να ελέγχονται από τον διαχειριστή της πλατφόρμας
- Θα προτιμούσα να καθίστανται διαθέσιμα στην εταιρεία κρουαζιέρας πριν την ολοκλήρωση κάποιας παραγγελίας
- Θα ήμουν σύμφωνος να πραγματοποιούνται και οι δύο παραπάνω διαδικασίες

E4. Θα επιθυμούσατε να έχετε τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τον σχετικό υπεύθυνο της εταιρείας κρουαζιέρας;

- Ναι, πριν τη υποβολή της παραγγελίας
- Ναι, μετά την υποβολή της παραγγελίας
- Όχι, προτιμώ όλη η διαδικασία να διεξάγεται μέσω της πλατφόρμας

E5. Κατά μέσο όρο, πόσο χρόνο θεωρείτε ότι χρειάζεστε για την επεξεργασία και παράδοση μιας παραγγελίας;

- Λιγότερο από 3 ημέρες
- Τουλάχιστον 7 ημέρες
- Πάνω από 10 ημέρες
- Πάνω από 20 ημέρες

Ε6. Υπάρχουν άλλες πληροφορίες σχετικά με τις εταιρείες κρουαζιέρας που θα επιθυμούσατε να λαμβάνεται από την πλατφόρμα;

Παρακαλώ συμπληρώστε:.....

## Z. Αξιολόγηση

Z1. Μετά την παράδοση των προϊόντων και την ολοκλήρωση της συναλλαγής, θα επιθυμούσατε να αξιολογήσετε μέσω της πλατφόρμας την εταιρεία κρουαζιέρας με την οποία συνεργαστήκατε;

- Ναι
- Όχι

### Αν ναι

Z1α. Πώς θα προτιμούσατε να πραγματοποιείται η αξιολόγηση (δυνατότητα περισσότερων της μιας απάντησης);

- Να δίδεται ένα συνολικός βαθμός (π.χ. αστέρια ή κλίμακα 1-5)
- Να αξιολογούνται συγκεκριμένα στοιχεία (π.χ. συνέπεια, επικοινωνία, κτλ.)
- Να δίδεται η δυνατότητα εισαγωγής σχολίων (ελεύθερο κείμενο)

Z1β. Στην περίπτωση που παρέχεται η δυνατότητα αξιολόγησης της εταιρείας κρουαζιέρας, η βαθμολογία και τα σχόλια των αξιολογήσεων θα μπορούσαν να επηρεάσουν την πραγματοποίηση ή μη μιας συνεργασίας;

- Ναι
- Ίσως, παρακαλώ τεκμηριώστε: .....
- Όχι

Z1γ. Θεωρείτε ότι κάποια εταιρεία κρουαζιέρας με χαμηλή βαθμολογία αξιολόγησης θα πρέπει να αποκλείεται από την πλατφόρμα;

- Ναι
- Όχι

### Αν ναι:

- Από ποια βαθμολογία και κάτω (5 - Άριστα);

- Κάτω από 1
- Κάτω από 2
- Κάτω από 3

- Ποιος θεωρείται ότι είναι ικανός αριθμός αξιολογήσεων;

- 5 -10
- 10 - 20
- 20 - 30
- 30 - 50
- Πάνω από 50

## ΝΑΥΣ – Οδηγός συνεντεύξεων προς επιμελητηριακούς φορείς

### A. Προοπτικές προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων

1. Θεωρείτε ότι η σύσταση ενός σχετικού δικτύου συνεργασίας σε τοπικό επίπεδο (με πιο άμεση επικοινωνία ενδιαφερόμενων παραγωγών & προμηθευτών) δύναται να συμβάλει σημαντικά στην καλύτερη αξιοποίηση των ευκαιριών που επιχειρεί να δημιουργήσει η πλατφόρμα ΝΑΥΣ;
2. Είστε θετικοί ή περιλαμβάνεται στον προγραμματισμό σας η δημιουργία νέων πρωτοβουλιών για την καλύτερη προώθηση τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων στις εταιρείες και επιβάτες κρουαζιέρας (π.χ. χώρος με σταντ για δοκιμή προϊόντων, σχετική ενημέρωση επιβατών, κ.λπ.);

### B. Η πλατφόρμα ΝΑΥΣ

3. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα ΝΑΥΣ θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για τους προορισμούς κρουαζιέρας ή και νέες απαιτήσεις (π.χ. καλύτερη οργάνωση και στοχευμένου μάρκετινγκ της τοπικής αγοράς);
4. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρισιμότεροι παράγοντες και ρίσκα που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της πλατφόρμας;
5. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα ΝΑΥΣ θα πρέπει να εισαγάγει νέες υπηρεσίες στο μέλλον; Αν ναι, ποιες θα προτείνατε να είναι αυτές;

## ΝΑΥΣ – Οδηγός συνεντεύξεων προς εταιρείες κρουαζιέρας και εκπροσώπους τους

### A. Μέγεθος αγοράς και ανάγκες αγοραστών

6. Κατά τη γνώμη σας, τι είδους «παραδοσιακά» προϊόντα στην Ελλάδα και τη Κύπρο δύναται να έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση στο επιβατικό κοινό;
7. Μπορείτε να δώσετε μια τάξη μεγέθους αναφορικά με τις ποσότητες που θεωρείτε ότι μια εταιρεία κρουαζιέρας θα ενδιαφερθεί να προμηθευτεί τέτοια προϊόντα (ενδεχόμενα και ποσοστιαία σε σύγκριση με τα προϊόντα που λαμβάνει τώρα); Πιστεύετε ότι αυτές οι ποσότητες ενδεχόμενα να αυξηθούν στο μέλλον (π.χ. λόγω μεγαλύτερης ζήτησης);



8. Ποιοι είναι οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν τη δομή της εφοδιαστικής αλυσίδας σας και την επιλογή των σημείων εφοδιασμού;

#### **B. Προοπτικές προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων**

9. Θεωρείτε ότι η παροχή μιας «γευστικής εμπειρίας» στον εκάστοτε προορισμό κρουαζιέρας (π.χ. μέσω προετοιμασίας ενός συγκεκριμένου πιάτου στο μενού) θα αξιολογηθεί θετικά από τους επιβάτες και θα δύναται να βελτιώσει τις υπηρεσίες που παρέχετε; Ποιοι άλλοι τρόποι κατά την άποψη σας θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη προώθηση αυτών των προϊόντων και τη ταυτόχρονη ικανοποίηση των απαιτήσεων των επιβατών (π.χ. διάθεση των προϊόντων από κάποια κατάστημα στο κρουαζιερόπλοιο, οργανωμένες δράσεις κατά την αποβίβαση των επιβατών, κ.λπ.)

#### **Γ. Αγοραστική δύναμη τομέα κρουαζιέρας**

10. Κατά τη γνώμη σας, ποιοι είναι οι κρισιμότεροι παράγοντες που δύναται να ωθήσουν μια εταιρεία κρουαζιέρας στη διάθεση / προώθηση τέτοιων προϊόντων (π.χ. ανταγωνιστικές υπηρεσίες) και ποιοι δύναται να δράσουν ανασταλτικά (π.χ. υψηλότερο κόστος, πολυπλοκότερη διαδικασία, μεγαλύτερος αριθμός εφοδιασμών, κ.λπ.);
11. Θεωρείτε ότι οι εταιρείες κρουαζιέρας έχουν ισχυρή διαπραγματευτική ικανότητα απέναντι στους παραγωγούς / προμηθευτές τέτοιων προϊόντων; Αν ναι, ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κυριότεροι λόγοι (π.χ. μεγάλος αριθμός παραγωγών / προμηθευτών, ύπαρξη πολλών συναφών προϊόντων ικανοποιητικής ποιότητας, έλλειψη ευελιξίας παραγωγών/προμηθευτών για προσαρμογή τιμών, υπηρεσιών, κ.λπ.).

#### **Δ. Ανταγωνισμός**

12. Κατά τη γνώμη σας υπάρχει σαφής γεωγραφική συγκέντρωση των κύριων προμηθευτών και των σημείων εφοδιασμού της κρουαζιέρας (π.χ. σε κάποιο συγκεκριμένο λιμάνι ή περιοχή της Μεσόγειου);
13. Θεωρείτε ότι η ανάπτυξη της πλατφόρμας NAYΣ σε διμερές επίπεδο (Ελλάδα-Κύπρος) είναι προτιμητέα έναντι ενδεχόμενα της υιοθέτησης κάποιας άλλης αντίστοιχης τεχνολογικής λύσης που έχει αναπτυχθεί σε κάποια άλλη χώρα;

#### **Ε. Προοπτικές εισαγωγής νέων ανταγωνιστών στην αγορά**

14. Υπό ποιες προϋποθέσεις θεωρείτε ότι κάποια εταιρεία κρουαζιέρας αποφασίζει να διαφοροποιήσει ή να επεκτείνει το δίκτυο των προμηθευτών της; Κατά τη γνώμη σας, τι λαμβάνεται κυρίως υπόψη σε μια τέτοια απόφαση;

#### **ΣΤ. Υποκατάστατα προϊόντα**

15. Θεωρείτε ότι οι επιβάτες κρουαζιέρας δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο brand ή την προέλευση των προϊόντων που καταναλώνουν στην κρουαζιέρα τους; Υπάρχει η τάση προτίμησης μόνο ευρέως γνωστών προϊόντων ή και προϊόντων που συναντούν για πρώτη φορά;

#### **Ζ. Η πλατφόρμα NAYΣ**

16. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYΣ θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας ή και νέες απαιτήσεις (π.χ. από την πλευρά των επιβατών);
17. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρισιμότεροι παράγοντες και ρίσκα που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της πλατφόρμας;
18. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYΣ θα πρέπει να εισαγάγει νέες υπηρεσίες στο μέλλον; Αν ναι, ποιες θα προτείνατε να είναι αυτές;

## **NAYΣ - Οδηγός συνεντεύξεων προς λιμενικές αρχές**

### **A. Προοπτικές προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων**

1. Καταγράφονται ηλεκτρονικά τα στοιχεία άφιξης και παραμονής των κρουαζιεροπλοίων στο λιμάνι σας (δλδ εκτιμώμενη και πραγματοποιηθείσα άφιξη και χρόνος ελλιμενισμού); Αν ναι, τι είδους σύστημα διευκολύνει αυτή τη διαδικασία;
2. Πραγματοποιείται εφοδιασμός κρουαζιεροπλοίων στο λιμάνι σας; Αν ναι, (α) τι είδους εφόδια παραλαμβάνονται συνήθως, (β) πως καθορίζεται το σχετικό χρονικό παράθυρο για την ολοκλήρωση της διαδικασίας αυτής, (γ) ποιες είναι οι σχετικές πληροφορίες που λαμβάνετε για αυτά τα προϊόντα και που καταχωρούνται;
3. Θα βλέπατε θετικά την υποστήριξη κάποιων δράσεων προώθησης τοπικών προϊόντων στις εταιρείες και επιβάτες κρουαζιέρας (ενδεχόμενα και εντός του λιμενικού χώρου π.χ. με τοποθέτηση κάποιων σταντ ή σχετικών πληροφοριών); Έχει επιχειρηθεί κάτι τέτοιο στο παρελθόν; Αν ναι, ποια ήταν τα αποτελέσματα (θετικά που προέκυψαν καθώς και προβλήματα που ενδεχομένως να εντοπίστηκαν);

## **NAYΣ - Οδηγός συνεντεύξεων προς παραγωγούς και προμηθευτές τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων**

### **A. Μέγεθος αγοράς και ανάγκες αγοραστών**

4. Μέχρι στιγμής περιλαμβάνονται στους πελάτες σας εταιρείες ή επιβάτες κρουαζιέρας; Αν ναι, (α) καλύπτουν μεγάλο ποσοστό των πωλήσεων; (β) χρησιμοποιήθηκε συγκεκριμένη στρατηγική μάρκετινγκ για αυτούς; (γ) γνωρίζετε πως ενημερώθηκαν σχετικά με τα προϊόντα σας ή τι τους προσέληξε να τα αγοράσουν;

### **B. Προοπτικές προώθησης των τοπικών «παραδοσιακών» προϊόντων**

5. Θεωρείτε ότι υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για εσάς στον τομέα της κρουαζιέρας; Θα σας ενδιέφερε να επενδύσετε σε αυτόν τον τομέα μέσω για παράδειγμα πιο στοχευμένου μάρκετινγκ (π.χ. σταντ με δείγματα προϊόντων για τους επιβάτες κρουαζιέρας); Θεωρείτε ότι θα πρέπει να

υποστηριχθούν τέτοιες πρωτοβουλίες από τοπικούς φορείς (π.χ. δήμο, λιμενική αρχή, επιμελητήριο, κ.λπ.);

6. Ποιες απαιτήσεις των εταιρειών κρουαζιέρας (ή των επιβατών) θεωρείτε ότι είναι πιο δύσκολο να καλυφθούν (π.χ. ποσότητες προϊόντων, χρονικό διάστημα για τη παράδοση, κ.λπ.);
7. Θεωρείτε ότι μπορούν να αναπτυχθούν και να συντηρηθούν σχέσης συνεργασίας μεταξύ εταιρειών κρουαζιέρας και τοπικών παραγωγών / προμηθευτών; Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYS θα συντελέσει

#### **Γ. Αγοραστική δύναμη τομέα κρουαζιέρας**

8. Κρίνετε θετικά τη συνεργασία με άλλους παραγωγούς / προμηθευτές για τη επιτυχή κάλυψη των απαιτήσεων των εταιρειών κρουαζιέρας; Αν ναι, ποιες προϋποθέσεις θα πρέπει να υπάρχουν;

#### **Δ. Ανταγωνισμός**

9. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYS ενδεχόμενα να συντελέσει στην αύξηση του ανταγωνισμού σε τοπικό

#### **Ε. Προοπτικές εισαγωγής νέων ανταγωνιστών στην αγορά**

10. Θεωρείτε ότι το μεγαλύτερο σύνολο των τοπικών παραγωγών / προμηθευτών δύναται να προσφέρει επιτυχώς υπηρεσίες στον τομέα της κρουαζιέρας;

#### **ΣΤ. Η πλατφόρμα NAYS**

11. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYS θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες στην εφοδιαστική αλυσίδα της κρουαζιέρας ή και νέες απαιτήσεις (π.χ. από την πλευρά των επιβατών);
12. Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι κρισιμότεροι παράγοντες και ρίσκα που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας της πλατφόρμας;
13. Θεωρείτε ότι η πλατφόρμα NAYS θα πρέπει να εισαγάγει νέες υπηρεσίες στο μέλλον; Αν ναι, ποιες θα προτείνατε να είναι αυτές;