



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MBA)

Διπλωματική Εργασία

Οικονομοτεχνική μελέτη και αξιολόγηση ίδρυσης πολυτελών
τουριστικών καταλυμάτων στη νήσο Νάξο

Μαυρομάτη Δ. Αθανασία

Επιβλέπων καθηγητής: Δημήτριος Γεωργακέλλος

Πειραιάς, 2023

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

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

«Οικονομολογική μελέτη και αξιολόγηση... ιδρυμάτων...»
Πολυτελών τριβρυτιών κατασκευών και υψο Νάσο,
έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

Αθανασία Μαυρομάτη



«Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα πλαίσια απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών και ορισμένα από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.»

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δημήτριο Γεωργακέλλο για την πολύτιμη βοήθεια και τον χρόνο που διέθεσε αλλά και για την άριστη συνεργασία μας με σκοπό την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής.

Επίσης, οφείλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου, καθώς και τους συγγενείς και τους φίλους για την ηθική υποστήριξη σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	10
1.1 Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου.....	10
1.2 Μελέτη Σκοπιμότητας.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	13
2.1 Ανάλυση τουριστικής αγοράς.....	13
2.2 Ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου.....	17
2.3 Ανάλυση του γενικευμένου εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος (PEST Analysis).....	33
2.4 Το νησί της Νάξου.....	36
2.5 Η προσφορά του κλάδου στη Νάξο.....	38
2.6 Ανάλυση του άμεσου εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος (PORTER Analysis).....	39
2.7 Ανάλυση SWOT.....	42
ΔΥΝΑΜΕΙΣ	42
ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ.....	43
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	43
ΑΠΕΙΛΕΣ.....	43
2.8 Αποστολή και Όραμα.....	44
2.9 Στρατηγική της επιχείρησης.....	44
2.10 Μείγμα Μάρκετινγκ	45
Προϊόν.....	45
Τιμή.....	46
Προώθηση	47
Διανομή.....	47
2.11 Προϋπολογισμός εσόδων.....	48
2.11.1 Κόστος μάρκετινγκ.....	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	52
3.1 Χαρακτηριστικά πρώτων υλών.....	52
3.2 Επιλογή προμηθευτών.....	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	54
4.1 Χωροταξία και μηχανολογικός εξοπλισμός.....	54
4.2 Τεχνολογικός εξοπλισμός.....	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	57
7.1 Οργάνωση μονάδας.....	57
7.2 Γενικά έξοδα.....	58

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	61
8.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως.....	61
8.2 Αξιολόγηση επένδυσης.....	62
8.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	62
8.4 Μέθοδος εσωτερικού συντελεστή απόδοσης.....	63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	65

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	11
ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	11
ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΟΜΕΛΕΤΗΣ.....	12
ΠΙΝΑΚΑΣ 4: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2021-2022	20
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ 2021-2022.....	20
ΠΙΝΑΚΑΣ 6: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΑΜΠΙΝΓΚ 2021-2022.....	21
ΠΙΝΑΚΑΣ 7: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ 2021-2022.....	21
ΠΙΝΑΚΑΣ 8: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ 2021-2022	22
ΠΙΝΑΚΑΣ 9: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ 2021-2022.....	23
ΠΙΝΑΚΑΣ 10: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΚΑΜΠΙΝΓΚ 2021-2022.....	24
ΠΙΝΑΚΑΣ 11: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ 2021-2022.....	24
ΠΙΝΑΚΑΣ 12: ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΔΩΜΑΤΙΟΥ 2022	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 13: ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΟΝΑΔΩΝ, ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΔΩΜΑΤΙΟΥ 2022 ΣΤΗ ΝΑΞΟ.....	38
ΠΙΝΑΚΑΣ 14: ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ 2019 ΣΤΗ ΝΑΞΟ.....	38
ΠΙΝΑΚΑΣ 15: : ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΑΥΛΕΩΝ 2018 ΣΤΗ ΝΑΞΟ.....	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 16: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 4* ΝΑΞΟΥ	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 17: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 5* ΝΑΞΟΥ.....	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 18: ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ-ΒΙΛΛΕΣ ΝΑΞΟΥ	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 19: ΤΙΜΕΣ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	46
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 20: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ 10 – 50 ΕΤΟΣ.....</i>	<i>48</i>
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 21: : ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ 60 – 100 ΕΤΟΣ.....</i>	<i>48</i>
ΠΙΝΑΚΑΣ 22: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ 10 – 50 ΕΤΟΣ.....	49
ΠΙΝΑΚΑΣ 23: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ 60 – 100 ΕΤΟΣ.....	49
ΠΙΝΑΚΑΣ 24: ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 25: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΈΣΟΔΑ 10 – 50 ΕΤΟΣ.....	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 26: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΈΣΟΔΑ 60 – 100 ΕΤΟΣ	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 27: ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 28: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΈΞΟΔΑ 10 – 50 ΕΤΟΣ	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 29: ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΈΞΟΔΑ 60 – 100 ΕΤΟΣ.....	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 30: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ 10 – 50 ΕΤΟΣ	61
<i>ΠΙΝΑΚΑΣ 31: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ 60 – 100 ΕΤΟΣ.....</i>	<i>61</i>
ΠΙΝΑΚΑΣ 32: ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΑΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ	63
ΠΙΝΑΚΑΣ 33: ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	63

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 1: ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2005-2019	14
ΕΙΚΟΝΑ 2: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ 2022 ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	18
ΕΙΚΟΝΑ 3: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ 2022 ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	19
ΕΙΚΟΝΑ 4: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΑΦΙΞΕΩΝ 2022	22
ΕΙΚΟΝΑ 5: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ 2022	25
ΕΙΚΟΝΑ 6: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ 2021-2022	25
ΕΙΚΟΝΑ 7: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΚΑΜΠΙΝΓΚ 2021-2022	26
ΕΙΚΟΝΑ 8: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ 2021-2022	26
ΕΙΚΟΝΑ 9: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΤΥΠΟΥ 2021-2022	27
ΕΙΚΟΝΑ 10: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΚΑΜΠΙΝΓΚ 2021-2022	27
ΕΙΚΟΝΑ 11: ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ 2021-2022	28
ΕΙΚΟΝΑ 12: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2022	29
ΕΙΚΟΝΑ 13: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2021	29
<i>ΕΙΚΟΝΑ 14: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2022</i>	<i>30</i>
ΕΙΚΟΝΑ 15: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2021	30
ΕΙΚΟΝΑ 16: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΉΠΕΙΡΟ 2022	31
ΕΙΚΟΝΑ 17: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΉΠΕΙΡΟ 2021	32
ΕΙΚΟΝΑ 18: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΝΑ ΉΠΕΙΡΟ 2022	32
ΕΙΚΟΝΑ 19: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΝΑ ΉΠΕΙΡΟ 2021	33
ΕΙΚΟΝΑ 20: ΧΑΡΤΗΣ ΝΑΞΟΥ	36
ΕΙΚΟΝΑ 21: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΤΗΣ ΝΑΞΟΥ	37
ΕΙΚΟΝΑ 22: SWOT ANALYSIS	42
ΕΙΚΟΝΑ 23: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	53
ΕΙΚΟΝΑ 24: ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ	55
ΕΙΚΟΝΑ 25: ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ	57
ΕΙΚΟΝΑ 26: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	60

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο την οικονομοτεχνική αξιολόγηση μιας επένδυσης στον τουριστικό κλάδο και συγκεκριμένα στην ίδρυση πολυτελών τουριστικών καταλυμάτων στην Νάξο καθώς και στην ακριβοδίκαιη αποτύπωση της βιωσιμότητας αυτής σε βάθος τουλάχιστον μιας δεκαετίας. Στο πρώτο κεφάλαιο αποτυπώνονται τα βασικά στοιχεία της μελέτης καθώς αναπτύσσεται η βασική ιδέα γύρω από την παρούσα εργασία αλλά και τα βασικά στοιχεία του επενδυτικού πλάνου όπως είναι ο προϋπολογισμός, το χρηματοδοτικό σχήμα και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται εκτενής ανάλυση της αγοράς και του κλάδου δραστηριοποίησης μέσω της αποτύπωσης βασικών στοιχείων για τον τουρισμό στην Ελλάδα ως σήμερα καθώς και πως θα εξελιχθεί αυτός διαχρονικά. Επίσης παρατίθενται στατιστικά στοιχεία για τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα την τελευταία διετία. Επίσης στο κεφάλαιο δύο πραγματοποιείται ανάλυση τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης στοχεύοντας τόσο στα δυνατά σημεία και στις ευκαιρίες αυτής όσο και στα αδύναμα σημεία και τις απειλές που ενδέχεται να αντιμετωπίσει. Επιπλέον καταγράφεται το όραμα και η αποστολή αυτής.

Στο έβδομο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια συνοπτική καταγραφή της λειτουργίας και της οργάνωσης της επιχείρησης καθώς καταγράφονται τα βασικά εφόδια και τα αναλώσιμα υλικά που απαιτούνται για την επιχειρηματική της ανάπτυξη, η διαδικασία επιλογής των προμηθευτών, η τοποθεσία της επιχειρηματικής δομής καθώς και το οργανόγραμμα της επιχείρησης. Στο όγδοο κεφάλαιο γίνεται πλήρης καταγραφή και αποτύπωση του προϋπολογισμού, του χρηματοδοτικού σχήματος, των προβλεπόμενων εσόδων και εξόδων της επιχείρησης καθώς και των βασικών παραδοχών πάνω στις οποίες στηρίχθηκαν χρησιμοποιώντας δύο ευρέως γνωστές μεθόδους για την αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου. Τέλος παρατίθενται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την οικονομοτεχνική ανάλυση των δεδομένων και την αξιολόγηση αυτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

1.1 Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου

Η παρούσα μελέτη έχει συνταχθεί με σκοπό την αξιολόγηση από οικονομοτεχνικής σκοπιάς της ίδρυσης δύο πολυτελών τουριστικών καταλυμάτων (διαμερισμάτων) στην περιοχή Γλινάδο στο νησί της Νάξου. Φορέας της επένδυσης είναι η υπό ίδρυση ατομική επιχείρηση κατοίκου του νησιού. Η συγκεκριμένη νομική μορφή επιλέχθηκε λόγω της μεγάλης ευελιξίας και προσαρμοστικότητας στις αλλαγές της αγοράς, στην απουσία ύπαρξης ελάχιστου ορίου αρχικού κεφαλαίου, στην οικονομία λειτουργικού κόστους και στην ικανότητα λήψης γρήγορων αποφάσεων λόγω της απλότητάς που έχει στην διοικητική δομή της. Διαμέσου του παρόντος επενδυτικού πλάνου η ατομική επιχείρηση και συνεπώς ο ίδιος ο επιχειρηματίας στοχεύει στην πλήρη καταγραφή των επενδυτικών αναγκών για την αποτελεσματική υλοποίηση και ολοκλήρωση της επένδυσης και της απρόσκοπτης διαχρονικής λειτουργίας της υπό ίδρυσης επιχείρησης. Επιπλέον, μέσω του παρόντος στοχεύει στην περαιτέρω ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας η οποία δύναται να προσφέρει πολλαπλασιαστικά οφέλη και στην τοπική κοινωνία του νησιού μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, της ανάπτυξης της τοπικής προβολής και της ενίσχυσης του τοπικού τουρισμού καθώς και της ανάπτυξης προστιθέμενης αξίας συνεργασιών με τοπικούς προμηθευτές και λοιπούς επιχειρηματίες του νησιού αλλά και της ευρύτερης περιοχής. Η τοπική προστιθέμενη αξία που θα παραχθεί θα συνεισφέρει με την σειρά της στην εθνική ανάπτυξη της οικονομίας και της κοινωνίας.

Ειδικότερα, σύμφωνα με το παρόν επενδυτικό σχέδιο, η υπό ίδρυση ατομική επιχείρηση θα προβεί στην αγορά υφιστάμενου ημιτελούς συγκροτήματος δύο διαμερισμάτων, στην ανάθεση διενέργειας προμελέτης σκοπιμότητας, σε δαπάνες διαμόρφωσης – ολοκλήρωσης του υφιστάμενου συγκροτήματος, σε δαπάνες επίπλωσης & εξοπλισμού των δύο αυτών διαμερισμάτων καθώς και σε δαπάνες διαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρου. Ο προϋπολογισμός της επένδυσης παρατίθεται στον πίνακα που ακολουθεί:

A/a	Περιγραφή Επενδυτικής Δαπάνης	Κόστος Επένδυσης
1	Αγορά Συγκροτήματος Διαμερισμάτων	350.000 €
2	Ολοκλήρωση Διαμόρφωσης Υποδομών	100.000 €
3	Προμελέτη Σκοπιμότητας	8.000 €
4	Έξοδα Σύστασης Ατομικής Επιχείρησης	200 €
5	Δαπάνες Συμβουλευτικής Υποστήριξης	4.000 €
6	Δαπάνες Επίπλωσης Διαμερισμάτων	70.000 €
7	Δαπάνες Διαμόρφωσης Περιβάλλοντος Χώρου	20.000 €

8	Κεφάλαιο Κίνησης	10.000 €
Συνολικό Κόστος Επενδυτικού Σχεδίου		562.200 €

Πίνακας 1: Προϋπολογισμός Επένδυσης

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, το συνολικό κόστος της επένδυσης δύναται να ανέλθει στα 562.200 ευρώ. Η επένδυση θα υλοποιηθεί μέσω της αξιοποίησης πληθώρας χρηματοδοτικών επιλογών. Πιο συγκεκριμένα, το 50% του επενδυτικού κόστους θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια του ατομικού επιχειρηματία, και το υπόλοιπο 50% από επιχορήγηση του Ελληνικού Δημοσίου η οποία θα επιτευχθεί δυνάμει της αίτησης υποβολής της παρούσας επένδυσης στα πλαίσια του αναπτυξιακού νόμου. Το χρηματοδοτικό σχήμα της επένδυσης αποτυπώνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης			
1.	Ίδια Κεφάλαια	50%	281.100 €
2.	Τραπεζικός Δανεισμός	0%	- €
3.	Επιχορήγηση Δημοσίου	50%	281.100 €
Συνολικό Χρηματοδοτικό Κόστος			562.200 €

Πίνακας 2: Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης

Η επένδυση θα ολοκληρωθεί σε τρεις φάσεις υλοποίησης – πακέτα εργασίας καθένα από τα οποία περιλαμβάνει επί μέρους ενότητες εργασίας. Η πρώτη φάση υλοποίησης περιλαμβάνει την ίδρυση της ατομικής επιχείρησης, την αγορά των κτιριακών υποδομών του ημιτελή συγκροτήματος διαμερισμάτων, την σύνταξη της απαιτούμενης προμελέτης σκοπιμότητας καθώς και τον σχεδιασμό, την υποβολή και την παρακολούθηση της αίτησης υπαγωγής της επενδυτικής πρότασης στα πλαίσια του αναπτυξιακού νόμου. Η δεύτερη φάση υλοποίησης περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δαπάνες που απαιτούνται για την ολοκλήρωση των κτιριακών εγκαταστάσεων – δομών, την διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου καθώς και στην προμήθεια του απαιτούμενου εξοπλισμού επίπλωσης (κρεβατοκάμαρες, χωλ, κουζίνες, μπάνια, wc, κήπος, πισίνα κλπ). Η τρίτη και τελευταία φάση αφορά την εκταμίευση ενός κεφαλαίου κίνησης συνολικού ύψους 10.000 ευρώ ώστε να εξασφαλιστεί η αρχική ρευστότητα της επιχείρησης μέχρι να αρχίσει να παράγει κέρδη και έσοδα. Το κεφάλαιο κίνησης θα καλυφθεί από την εκταμίευση ιδίων κεφαλαίων του ίδιου του επιχειρηματία. Σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα που έχει τεθεί, η ατομική επιχείρηση θα ξεκινήσει την επιχειρηματική της λειτουργία τον Απρίλιο του 2024.

Μέσω της αποτελεσματικής ολοκλήρωσης του παρόντος επενδυτικού πλάνου και της απρόσκοπτης λειτουργίας της επιχειρηματικής μονάδας του ατομικού επιχειρηματία στο νησί της Νάξου δύναται να επιτευχθεί μια σειρά από επιμέρους επενδυτικούς στόχους που έχει θέσει ο ίδιος ο επιχειρηματίας. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του παρόντος ο επιχειρηματίας στοχεύει στην:

- Ανάπτυξη και λειτουργία μιας κερδοφόρου και ανταγωνιστικής επιχειρηματικής οντότητας η οποία θα συνεισφέρει στην τοπική, περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη της απασχόλησης ανθρωπίνου δυναμικού και της παράλληλης συνεισφοράς στην προσπάθεια για την μείωση της ανεργίας.
- Συμβολή της ενίσχυσης της εθνικής οικονομίας καθώς μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας της ατομικής επιχείρησης το κράτος θα κερδίζει έσοδα από φόρους και ασφαλίσεις ενώ ταυτόχρονα θα αναπτυχθούν συνεργασίες μεταξύ τοπικών φορέων και επιχειρήσεων που θα συμβάλλουν πολλαπλασιαστικά στην οικονομική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής, γεγονός το οποίο θα συμβάλλει στην περαιτέρω ενίσχυση της εθνικής οικονομίας και κοινωνικής ευημερίας.

Η επιχειρηματική στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση προκειμένου να επιτύχει τους στόχους που έχει θέσει αναφορικά με την ανάπτυξη της και την συμβολή της στην επιχειρηματική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής, στηρίζεται στην αξιοποίηση των δυνάμεων της επιχείρησης αλλά και των ευκαιριών του εξωτερικού της περιβάλλοντος, περιορίζοντας ταυτόχρονα τις όποιες αδυναμίες υφίστανται και εξουδετερώνοντας τις υπάρχουσες απειλές του εξωτερικού της περιβάλλοντος.

1.2 Μελέτη Σκοπιμότητας

Η διενέργεια προμελέτης σκοπιμότητας κρίθηκε απαραίτητη ώστε να διευκρινιστεί η σκοπιμότητα του παρόντος επενδυτικού σχεδίου. Η δαπάνη αυτή περιλαμβάνει τη συγγραφή της μελέτης, διάφορες έρευνες και ταξίδια καθώς και λοιπά έξοδα, τα οποία πρέπει να πραγματοποιηθούν στα πλαίσια της προμελέτης. Η εκτίμηση τους κόστους παρουσιάζεται συνοπτικά τον παρακάτω πίνακα:

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ €
Μελέτη Σκοπιμότητας	4.000
Έρευνες - Ταξίδια	2.000
Λοιπά Έξοδα	2.000
Σύνολο προεπενδυτικών δαπανών:	8.000

Πίνακας 3: Εκτίμηση Κόστους Προμελέτης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

2.1. Ανάλυση τουριστικής αγοράς

Ο τουριστικός κλάδος στην Ελλάδα διαδραματίζει τα τελευταία χρόνια καθοριστικό ρόλο στην αναπτυξιακή πορεία της χώρας έχοντας κερδίσει σημαντικό μερίδιο από τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα παραγωγής. Τα έσοδα του τουρισμού μέσα σε λίγα χρόνια έχουν καταγράψει τεράστια άνοδο και μάλιστα την περίοδο της οικονομικής κρίσης ο κλάδος αυτός αποτέλεσε την σανίδα σωτηρίας της ελληνικής οικονομίας. Τα τελευταία χρόνια, υφίσταται μια στρατηγική τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και σε Εθνικό επίπεδο η οποία επικεντρώνεται στην παροχή υπέρογκων ποσών επιχορηγήσεων για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ή και που επιθυμούν να δραστηριοποιούν στον τομέα του τουρισμού.

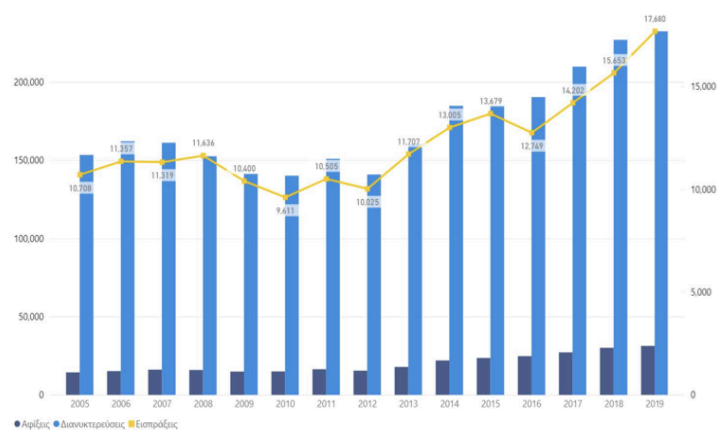
Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς κάθε χρόνο παγκοσμίως καθώς συνδυάζει μοναδικές παραλίες και λοιπά φυσικά περιβάλλοντα. Σε συνδυασμό μάλιστα με τις απίστευτες γευστικές απολαύσεις της ελληνικής κουζίνας αλλά και την διαχρονική φιλοξενία που παρέχουν οι Έλληνες, η Ελλάδα αποτελεί αδιαμφισβήτητη έναν από τους πιο προσιτούς τουριστικούς προορισμούς τόσο για οικογένειες όσο και για νεότερες ηλικίες που ψάχνουν μοναδικές στιγμές διασκέδασης.

Είναι γνωστό πως η Ελλάδα προωθεί το μοναδικό συνδυασμό προϊόντων «Ηλιος & Θάλασσα» και παρόλο που δεν αξιοποιεί στο έπακρο το σύνολο των τουριστικών δυνατοτήτων που εξασφαλίζονται από τη γεωγραφική θέση και το εύκρατο κλίμα της, το 2019 κατέκτησε την 13η θέση παγκοσμίως με τις περισσότερες επισκέψεις (Insete, 2021). Από το 1970 έως και σήμερα αποτελεί έναν από τους πιο ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς σε ολόκληρη την Ευρώπη χάρη στην τεράστια και παγκόσμιας φύσης ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά (Wikipedia, 2023). Αποτελεί μια χώρα που διαθέτει πλούσια ιστορία, μεσογειακό κλίμα, ανεπτυγμένες υποδομές, παραλιακά θέρετρα, μαρίνες, σπα και ιαματικά λουτρά. Επίσης διαθέτει αμέτρητα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους που μπορούν να επισκεφτούν οι τουρίστες. Επιπλέον, προσφέρει μοναδικές λύσεις εναλλακτικού τουρισμού όπως είναι για παράδειγμα θρησκευτικός τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, ο οικοτουρισμός καθώς και ο συνεδριακός τουρισμός. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι κατά την πανδημία του Covid-19, περίοδος που ο κλάδος του τουρισμού στη χώρα υπέστη σημαντικότερες πιέσεις καθώς είχαν επιβληθεί απαγορεύσεις μετακινήσεων του πληθυσμού σε παγκόσμια κλίμακα αλλά και μετά το πέρας του πρώτου και του δεύτερου κύματος έξαρσης κρουσμάτων και την άρση των περιοριστικών μέτρων όπου συνεχίζονταν να επικρατεί ένα κλίμα φόβου και αποφυγής της

διασποράς του ιού, ο εγχώριος τουρισμός διαδραμάτισε καθοριστικό ρόλο στην υποστήριξη της ελληνικής οικονομίας.

Τα τελευταία χρόνια η ζήτηση για διακοπές στην Ελλάδα αυξάνεται ραγδαίως από τις πιο ανατολικές χώρες όπως είναι η Ρωσία και η Κίνα, ενισχύοντας σημαντικά την θέση της Ελλάδας στον τουριστικό χάρτη. Λόγω του μεσογειακού κλίματος, των σύγχρονων υποδομών και της πλούσιας φυσικής ομορφιάς που διαθέτει, η Ελλάδα αναμένεται να αποτελέσει ένα μοναδικό πόλο έλξης εκατομμυρίων τουριστών από όλο τον κόσμο κερδίζοντας μία από τις πρώτες θέσεις τουριστικού ενδιαφέροντος παγκοσμίως. Για το λόγο αυτό οι επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού και των τουριστικών καταλυμάτων θα πρέπει να γίνονται με ιδιαίτερη προσοχή έτσι ώστε να εξασφαλίζονται όλα τα δυνατικά οφέλη.

Σύμφωνα με σχετική μελέτη της Insete (2021), ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα παρουσίασε μια σχετικά δυναμικά αυξητική τάση από το 2013 έως και το 2019 που αποτελεί το έτος προ της υγειονομικής κρίσης του Covid-19. Από το κάτωθι διάγραμμα μπορεί να καταστεί εφικτή η συνεισφορά του τουρισμού στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας την τελευταία σχεδόν δεκαετία.



Εικόνα 1: Συνολικά έσοδα τουρισμού στην Ελλάδα 2005-2019¹

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω διαγράμματος τα συνολικά έσοδα του τουρισμού στην Ελλάδα αυξήθηκαν μέσα στην δεκαετία 2009-2019 κατά 7.280 εκατομμύρια ευρώ αντιπροσωπεύοντας το 12,5% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας έναντι 9,5% το 2014.

¹ Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, Έρευνα Συνόρων

Σύμφωνα με αποτελέσματα ερευνών της Insete, το 2023 αναμένεται να είναι ένα πολύ καλό έτος για τον τουρισμό στην Ελλάδα καθώς τα έσοδα του πρώτου τριμήνου να έχουν παρουσιάσει σημαντική αύξηση με τα αντίστοιχα έσοδα του 2022 (ertnews.gr, 2023). Στα περισσότερα μάλιστα νησιά το έτος 2023 καταγράφηκαν σημαντικά αυξημένες κρατήσεις συγκριτικά με τις προηγούμενες σεζόν του καλοκαιριού (ertnews.gr, 2023). Το χαρτοφυλάκιο προϊόντων του ελληνικού τουρισμού συνδυάζει πληθώρα τουριστικών επιλογών όπως είναι ο ήλιος, οι θάλασσες και οι παραλίες καθώς και όλες εκείνες οι δομές και οι δραστηριότητες που υποστηρίζουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας, ο αθλητικός τουρισμός κλπ. Για το λόγο αυτό εκτιμάται ότι τα ελληνικά νησιά αλλά και η ενδοχώρα θα συνεχίσει να αποτελεί έναν προσιτό τουριστικό προορισμό για εγχώριους και ξένους τουρίστες.

Το μέλλον του ελληνικού τουρισμού θα στηριχθεί στις κάτωθι συνιστώσες:

- Ανάπτυξη Τεχνολογίας & Ψηφιακών Μέσων
- Δημογραφικές εξελίξεις
- Περιβαλλοντικό Αποτύπωμα

Οι τρεις αυτές κατευθυντήριες γραμμές θα πρέπει να αξιολογούνται τόσο μεμονωμένα όσο και συνδυαστικά καθώς αναμένεται τις επόμενες δεκαετίες να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας του παγκόσμιου τουρισμού. Έτσι καθίστανται σημαντικό οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στον κλάδο του τουρισμού και σε όλα τα επιμέρους παρακλάδια αυτού. Στην συνέχεια γίνεται μια συνοπτική περιγραφή για κάθε ένα από τα παραπάνω.

• **Ανάπτυξη Τεχνολογίας & Ψηφιακών Μέσων**

Η νέα ψηφιακή εποχή καθώς και τα εργαλεία που αναπτύσσονται θα συμβάλλουν καθοριστικά στην ενίσχυση της βιωσιμότητας, ανταγωνιστικότητας αλλά και ελκυστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων καθώς η χρήση αυτών με αποδοτικό τρόπο δύναται να αποφέρουν πολλαπλασιαστικά οφέλη τόσο στις ίδιες όσο και στους τουρίστες – επισκέπτες αυτών. Έως σήμερα ο ελληνική τουριστική βιομηχανία χρησιμοποιούσε τις νέες τεχνολογίες με σκοπό την προώθηση και την προβολή των προϊόντων – υπηρεσιών ενώ κατά την περίοδο του COVID-19, η επέκταση σε νέα ψηφιακά εργαλεία κατέστη επιτακτική με σκοπό να εξασφαλιστεί η διαφύλαξη της δημόσιας υγείας και ο περιορισμός του ιού.

Σύμφωνα με την Insete (2021), ο ελληνικός τουρισμός εστιάζει στην περαιτέρω χρήση ψηφιακών εργαλείων με απώτερο σκοπό την δημιουργία μιας ολοκληρωμένης προστιθέμενης αξίας τουριστικής εμπειρίας η οποία θα υφίσταται εντός ενός ενοποιούμενου τουριστικού

συστήματος και θα υποστηρίζει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των τουριστικών επιχειρήσεων. Απαραίτητη προϋπόθεση για την υποστήριξη του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι η ψηφιακή ασφάλεια και η ανάπτυξη και εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα ψηφιακών δεξιοτήτων.

Τέλος, η τεχνολογική εξέλιξη και η ψηφιοποίηση των διαδικασιών που αφορούν την αλυσίδα **οργάνωση ταξιδιού → ταξίδι → τουριστικό προϊόν → επιστροφή** με την ισχυρή διεύθυνση των πλατφόρμων P2P αποτελεί τη νέα πραγματικότητα. Οι πλατφόρμες αυτές προσφέρουν την δυνατότητα μίσθωσης ιδιωτικών περιουσιακών στοιχείων αναπτύσσοντας δυναμικά τον κλάδο των τουριστικών καταλυμάτων.

- **Δημογραφικές Εξελίξεις**

Εξίσου σημαντική με την τεχνολογική ανάπτυξη και την ψηφιοποίηση των μέσων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων, είναι και η πορεία που καταγράφει η δημογραφική εξέλιξη του παγκόσμιου πληθυσμού τα τελευταία χρόνια. Τις επόμενες δεκαετίες, η δημογραφική εξέλιξη του παγκόσμιου πληθυσμού θα διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην πορεία ανάπτυξης της τουριστικής βιομηχανίας καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία της Insete (2021), αναμένεται ηλικιακή ανακατανομή στον παγκόσμιο πληθυσμό τα επόμενα 35 χρόνια, με διπλασιασμό των ανθρώπων με ηλικία μεγαλύτερη των 60 χρόνων. Για τον λόγο αυτό οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στον τουριστικό τομέα θα πρέπει να κατανοήσουν πλήρως τα νέα δημογραφικά πρότυπα των τουριστών εξατομικεύοντας τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Μάλιστα, οι νέες αυτές δημογραφικές εξελίξεις αναμένεται να επηρεάσουν σημαντικά την καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών καθώς όπως ήδη έχει διαπιστωθεί οι νεότερες ηλικίες αναζητούν εμπειρίες εναλλακτικού τουρισμού.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι καλά προετοιμασμένες ώστε να μπορούν να αναλύσουν την αγορά και να στοχεύσουν τις υπηρεσίες τους στην ικανοποίηση των νέων καταναλωτικών επιθυμιών ανά ηλικιακό target group καθώς όπως καθίσταται κατανοητό διαφορετικές εμπειρίες τουρισμού αναζητούν οι νεότεροι άνθρωποι σε ηλικία από τους μεγαλύτερους.

Επιπλέον, η νέα πραγματικότητα και κυρίως μετά την υγειονομική κρίση του Covid-19, με μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού να εργάζεται με σύγχρονες μεθόδους τηλεργασίας, έχει δημιουργήσει νέα group ταξιδιωτών, του λεγόμενου ψηφιακούς νομάδες οι οποίοι αποτελούν πολύτιμους πόρους για την άρση της τουριστικής εποχικότητας και στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τουριστικών περιοχών.

- **Περιβαλλοντικό Αποτύπωμα**

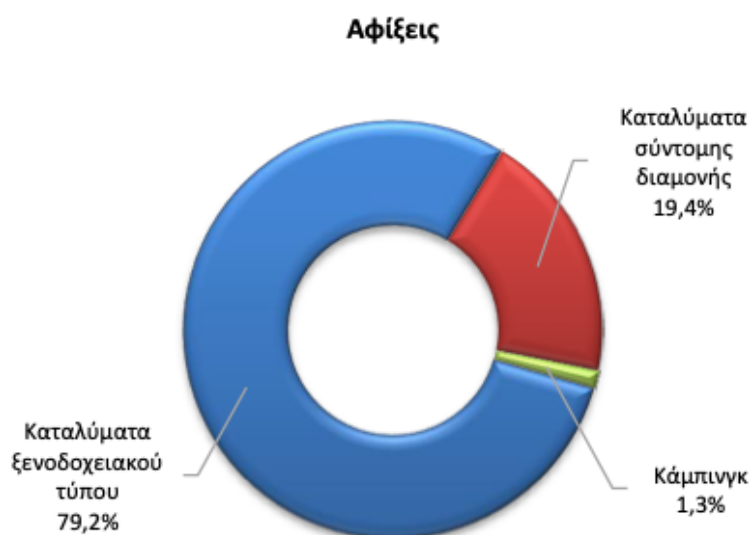
Η τελευταία συνιστώσα πάνω στην οποία θα στηριχθεί το μέλλον του ελληνικού τουρισμού αναφέρεται στο περιβαλλοντικό αποτύπωμα καθώς και στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα καθώς η ευαισθητοποίηση του πληθυσμού σε περιβαλλοντικά ζητήματα είναι μείζονος σημασίας. Οι κατευθυντήριες γραμμές και τα νέα πρότυπα που θα τεθούν τα επόμενα χρόνια για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη αφορούν το σύνολο του τουριστικού κλάδου. Η κλιματική αλλαγή και οι στρατηγικές για την αντιμετώπισή της αναμένεται να μετασχηματίσουν σημαντικές πτυχές της τουριστικής βιομηχανίας. Ολοένα και περισσότεροι τουρίστες, κυρίως αυτοί που ανήκουν στην κατηγορία των millennials, ενδιαφέρονται για τουριστικές εμπειρίες που βασίζονται στην αειφόρο ανάπτυξη.

Επιπλέον, η κλιματική αλλαγή αναμένεται να αλλάξει τα δεδομένα του έως τώρα τουρισμού. Αύξηση της θερμοκρασίας σε πολλές περιοχές και συχνά ακραία καιρικά φαινόμενα, φαίνεται ότι θα επηρεάσουν σημαντικά τον κλάδο του ελληνικού τουρισμού τόσο από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων όσο και από την πλευρά των τουριστών. Πιο συγκεκριμένα, τα καλοκαίρια προβλέπονται να διακατέχονται από υψηλές θερμοκρασίες – καύσωνες καθώς και τους χειμώνες, περιοχές φημισμένες για το χιονισμένο τοπίο τους αναμένεται να επηρεαστούν σημαντικά. Όλα τα ανωτέρω δύνανται να επηρεάσουν σημαντικά την ζήτηση για τουριστικές διακοπές στην Ελλάδα και για τον λόγο αυτό οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσαρμοστούν κατάλληλα. Ειδικότερα, η αυξημένη ενσυναίσθηση του κόσμου για την κλιματική αλλαγή και γενικότερα για την βιώσιμη ανάπτυξη αναμένεται να επηρεάσει σημαντικά τις αποφάσεις των τουριστών ως προς τον τρόπο και τον τόπο που επιλέγουν να περάσουν τις διακοπές τους.

2.2 Ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου

Ως απόρροια της αναπτυξιακής πορείας του τουρισμού στην χώρα, ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος παρουσιάζει σημαντική αναπτυξιακή δυναμική τα τελευταία χρόνια, με τα τουριστικά καταλύματα τόσο στα νησιά όσο και στην ηπειρωτική χώρα να πολλαπλασιάζονται συνεχώς με σκοπό να εξυπηρετηθεί η τεράστια εγχώρια και διεθνής ζήτηση. Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση επενδύσεων με σκοπό την κατασκευή και λειτουργία καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου ή και τουριστικών διαμερισμάτων είναι κρίσιμης σημασίας καθώς όπως φαίνεται και από την κατανομή τόσο των εθνικών όσο και των ευρωπαϊκών πόρων φαίνεται να παρέχουν προστιθέμενη αξία στην οικονομική ανάπτυξη της ευρωζώνης.

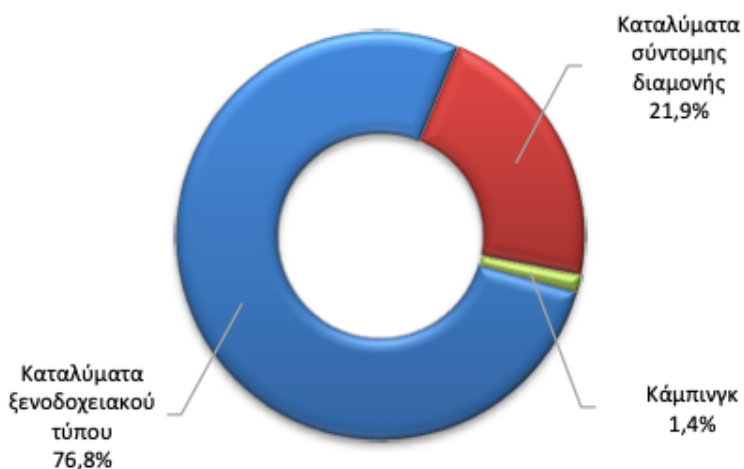
Η πορεία του ελληνικού τουρισμού από το 2015 έως και σήμερα παρουσιάζει σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες. Μάλιστα έως και το 2021, η πορεία του ελληνικού τουρισμού παρουσίασε σημαντική δυναμική ανάπτυξης. Ως αποτέλεσμα βεβαίως, η ανάπτυξη του τουρισμού επέφερε ανάπτυξη στα οικονομικά στοιχεία του ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα. Μάλιστα, όπως θα καταγραφεί και στη συνέχεια, το οικονομικό έτος 2022 ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος παρουσίασε σημαντική αύξηση από τα ήδη σημαντικά ενισχυμένα αποτελέσματα του 2021. Σύμφωνα με επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (2023) οι αφίξεις το 2022 αυξήθηκαν κατά 74,4% έναντι του 2021. Παρόμοια αύξηση παρουσίασαν και οι διανυκτερεύσεις το 2022 έναντι του 2021 (κατά 79,7%). Οι παραπάνω μεταβολές αφορούν τις αφίξεις και τις διανυκτερεύσεις στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ καθώς και στα ενοικιαζόμενα δωμάτια.



Εικόνα 2: Κατανομή Αφίξεων 2022 ανά τύπο καταλύματος²

² Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Διανυκτερεύσεις



Εικόνα 3: Κατανομή Διανυκτερεύσεων 2022 ανά τύπο καταλύματος³

Πιο συγκεκριμένα, οι συνολικές αφίξεις ημεδαπών και αλλοδαπών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ καθώς και σε ενοικιαζόμενα δωμάτια ανήλθαν στις 31.413.356 αφίξεις έναντι των 18.015.347 αφίξεων το 2021. Από το σύνολο αυτών, το 79% αφορά τα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, το 19% τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και μόλις 1% τα κάμπινγκ. Τα ποσοστά για το 2021 διαμορφώθηκαν στις 81, 2 και 17 ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα. Ίδια σχεδόν κατανομή παρουσίασαν και οι διανυκτερεύσεις που όπως αποτυπώνεται και στο παραπάνω διάγραμμα τα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου να καταλαμβάνουν την 1η θέση κατανομής έναντι των καταλυμάτων σύντομης διαμονής (ενοικιαζόμενα δωμάτια) και των κάμπινγκ. Τα αντίστοιχα ποσοστά για την κατανομή των διανυκτερεύσεων ανά τύπο το 2021 διαμορφώθηκαν στο 79%, 2% και 19% αντίστοιχα.

Στην συνέχεια παρατίθενται οι πίνακες που αφορούν τις αφίξεις για το 2022 και οι αντίστοιχες του 2021.

Μήνας	Συνολικές Αφίξεις 2022	Συνολικές Αφίξεις 2021
	Γενικό Σύνολο	Γενικό Σύνολο
Ιανουάριος	432.152	146.591
Φεβρουάριος	488.775	169.046
Μάρτιος	737.333	207.799

³ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Απρίλιος	1.818.043	193.278
Μάιος	3.193.521	605.147
Ιούνιος	4.469.678	1.921.447
Ιούλιος	5.506.656	3.765.280
Αύγουστος	6.222.628	4.438.395
Σεπτέμβριος	4.436.623	3.367.348
Οκτώβριος	2.409.230	2.031.278
Νοέμβριος	866.741	645.128
Δεκέμβριος	831.976	524.613
Σύνολο	31.413.356	18.015.350

Πίνακας 4: Συνολικές Αφίξεις 2021-2022⁴

Οι συνολικές αφίξεις όπως ήδη αναφέρθηκε ανωτέρω ήταν αυξημένες κατά 13.398.006 (+74%) έναντι του 2021. Ακολούθως, αποτυπώνονται οι συνολικές αφίξεις τουριστών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου για το 2021 και το 2022. Από τις συνολικές αφίξεις το 2022 το 79% αφορά αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και από αυτές το 73% αφορά αλλοδαπούς τουρίστες τρίτων χωρών και χωρών της Ευρωπαϊκής ζώνης. Το αντίστοιχο ποσοστό το 2021 ανήλθε στο 69%.

Μήνας	Συνολικές Αφίξεις 2022		Συνολικές Αφίξεις 2021	
	Καταλύματα Ξενοδοχειακού Τύπου		Καταλύματα Ξενοδοχειακού Τύπου	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	293.428	94.120	109.077	25.879
Φεβρουάριος	322.442	122.033	129.438	27.284
Μάρτιος	412.626	270.124	151.400	40.449
Απρίλιος	574.076	1.058.622	132.060	46.335
Μάιος	543.811	2.238.438	221.367	304.224
Ιούνιος	650.629	2.867.128	512.777	1.025.518
Ιούλιος	788.151	3.220.971	669.063	2.263.857
Αύγουστος	944.643	3.344.224	815.219	2.524.132
Σεπτέμβριος	629.882	2.856.127	554.621	2.201.170
Οκτώβριος	538.194	1.558.306	457.187	1.326.912
Νοέμβριος	448.695	349.589	355.607	231.515
Δεκέμβριος	516.915	249.909	357.011	113.809
Σύνολο	6.663.492	18.229.591	4.464.827	10.131.084

Πίνακας 5: Συνολικές Αφίξεις Καταλυμάτων Ξενοδοχειακού Τύπου 2021-2022⁵

Όσον αφορά τις αφίξεις σε κάμπινγκ αυτές ανήλθαν μόλις στο 1% των συνολικών αφίξεων το 2022 έναντι του 2% το 2021 εκ των οποίων το 66% για το 2022 αφορούσαν αλλοδαπούς τουρίστες τρίτων χωρών.

⁴ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

⁵ Πηγή: : <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Μήνας	Συνολικές Αφίξεις 2022		Συνολικές Αφίξεις 2021	
	Κάμπινγκ		Κάμπινγκ	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	82	256	3	93
Φεβρουάριος	66	228	3	89
Μάρτιος	98	623	4	105
Απρίλιος	671	7.309	39	646
Μάιος	4.096	26.867	2.098	5.403
Ιούνιος	17.622	41.763	13.833	20.853
Ιούλιος	45.979	67.632	40.458	44.284
Αύγουστος	65.100	80.079	57.323	53.814
Σεπτέμβριος	7.932	41.521	7.468	31.787
Οκτώβριος	604	5.463	561	6.361
Νοέμβριος	158	598	43	531
Δεκέμβριος	120	339	38	272
Σύνολο	142.528	272.678	121.871	164.238

Πίνακας 6: Συνολικές Αφίξεις Κάμπινγκ 2021-2022⁶

Αντίστοιχα, οι συνολικές αφίξεις στα ενοικιαζόμενα δωμάτια παρουσίασαν μια αύξηση της τάξεως του 95% από το 2021 με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών σχεδόν να διπλασιάζονται μέσα σε ένα έτος.

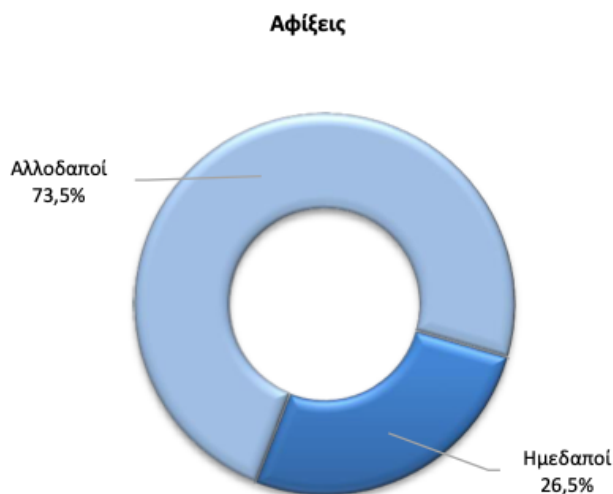
Μήνας	Συνολικές Αφίξεις 2022		Συνολικές Αφίξεις 2021	
	Ενοικιαζόμενα Δωμάτια		Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	34.371	9.895	9.443	2.096
Φεβρουάριος	33.018	10.988	10.102	2.130
Μάρτιος	40.954	12.908	12.970	2.871
Απρίλιος	58.495	118.870	11.198	3.000
Μάιος	66.600	313.709	27.995	44.060
Ιούνιος	172.918	719.618	125.346	223.120
Ιούλιος	309.054	1.074.869	242.101	505.517
Αύγουστος	473.528	1.315.054	373.255	614.652
Σεπτέμβριος	156.979	744.182	123.705	448.597
Οκτώβριος	65.394	241.269	50.848	189.406
Νοέμβριος	41.757	25.944	36.076	21.356
Δεκέμβριος	52.800	11.893	42.819	10.664
Σύνολο	1.505.868	4.599.199	1.065.858	2.067.469

Πίνακας 7: Συνολικές Αφίξεις Ενοικιαζόμενων Δωματίων 2021-2022⁷

⁶ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

⁷ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Σύμφωνα με τα ανωτέρω, ακολουθεί το διάγραμμα σχετικά με την κατανομή των εγχώριων και αλλοδαπών τουριστών στο σύνολο των αφίξεων για την οικονομική χρήση 2022.



Εικόνα 4: Κατανομή Αφίξεων 2022⁸

Παρόμοια εικόνα αντικατοπτρίζουν και οι συνολικές διανυκτερεύσεις τις δύο αυτές χρήσεις.

Μήνας	Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2022	Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2021
	Γενικό Σύνολο	Γενικό Σύνολο
Ιανουάριος	890.680	380.183
Φεβρουάριος	1.012.437	408.460
Μάρτιος	1.684.839	509.539
Απρίλιος	5.002.313	591.166
Μάιος	12.694.208	1.883.756
Ιούνιος	19.739.970	7.273.925
Ιούλιος	27.445.185	16.705.834
Αύγουστος	29.824.098	20.317.996
Σεπτέμβριος	20.688.693	14.995.441
Οκτώβριος	9.858.886	8.147.055
Νοέμβριος	1.967.281	1.574.631
Δεκέμβριος	1.937.314	1.098.827
Σύνολο	132.745.904	73.886.813

Πίνακας 8: Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2021-2022⁹

⁸ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

⁹ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Οι συνολικές διανυκτερεύσεις παρουσίασαν μια σημαντική αύξηση κατά περίπου 80% ήτοι +58.859.091 διανυκτερεύσεις έναντι του 2021 με τους μήνες Μάιο έως Σεπτέμβριο να παρουσιάζουν την μεγαλύτερη ένταση. Από τις συνολικές διανυκτερεύσεις όπως καταγράφηκε και ανωτέρω το 77% αφορούσε διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου έναντι 79% το 2021, το 1% διανυκτερεύσεις σε κάμπινγκ έναντι του 2% το 2021 και 22% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια έναντι του 19% το 2021. Στην συνέχεια παρατίθενται οι πίνακες με την κατανομή των διανυκτερεύσεων ανά τύπο καταλύματος και ανά μήνα τόσο για το 2021 όσο και για το 2022.

Μήνας	Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2022		Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2021	
	Καταλύματα Ξενοδοχειακού Τύπου		Καταλύματα Ξενοδοχειακού Τύπου	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	556.825	216.583	235.549	97.587
Φεβρουάριος	598.893	284.136	268.764	98.917
Μάρτιος	799.360	682.589	323.584	126.776
Απρίλιος	1.103.841	3.220.214	365.594	169.165
Μάιος	1.098.340	9.806.073	436.456	1.161.052
Ιούνιος	1.487.306	13.874.029	1.129.599	4.528.671
Ιούλιος	2.151.453	17.458.647	1.863.283	10.920.933
Αύγουστος	3.005.791	17.772.880	2.563.288	12.622.728
Σεπτέμβριος	1.444.384	14.458.259	1.255.272	10.714.834
Οκτώβριος	1.102.521	7.374.691	961.998	6.175.654
Νοέμβριος	838.694	868.718	697.240	687.163
Δεκέμβριος	1.066.104	630.692	673.448	267.089
Σύνολο	15.253.512	86.647.511	10.774.075	47.570.569

Πίνακας 9: Συνολικές Διανυκτερεύσεις Καταλυμάτων Ξενοδοχειακού Τύπου 2021-2022¹⁰

Μήνας	Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2022		Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2021	
	Κάμπινγκ		Κάμπινγκ	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	452	962	35	525
Φεβρουάριος	417	676	30	474
Μάρτιος	441	1.627	8	371

¹⁰ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Απρίλιος	2.595	17.501	245	2.917
Μάιος	24.917	87.464	6.070	18.340
Ιούνιος	101.744	166.617	52.151	87.889
Ιούλιος	242.839	281.617	196.780	193.850
Αύγουστος	360.372	329.378	301.913	232.325
Σεπτέμβριος	50.670	146.570	43.072	116.628
Οκτώβριος	3.089	14.962	2.037	18.458
Νοέμβριος	797	2.274	324	1.963
Δεκέμβριος	633	1.190	301	1.150
Σύνολο	788.966	1.050.838	602.966	674.890

Πίνακας 10: Συνολικές Διανυκτερεύσεις Κάμπινγκ 2021-2022¹¹

Μήνας	Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2022		Συνολικές Διανυκτερεύσεις 2021	
	Ενοικιαζόμενα Δωμάτια		Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	
	Ημεδαποί	Αλλοδαποί	Ημεδαποί	Αλλοδαποί
Ιανουάριος	87.021	28.837	38.522	7.965
Φεβρουάριος	98.704	29.611	33.490	6.785
Μάρτιος	165.393	35.429	48.113	10.687
Απρίλιος	186.215	471.947	39.659	13.586
Μάιος	204.485	1.472.929	73.440	188.398
Ιούνιος	591.083	3.519.191	370.356	1.105.259
Ιούλιος	1.105.287	6.205.342	881.936	2.649.052
Αύγουστος	1.521.173	6.834.504	1.257.280	3.340.462
Σεπτέμβριος	543.764	4.045.046	434.478	2.431.157
Οκτώβριος	268.258	1.095.365	163.054	825.827
Νοέμβριος	182.898	73.900	123.005	64.936
Δεκέμβριος	199.055	39.640	122.834	34.005
Σύνολο	5.153.336	23.851.741	3.586.167	10.678.119

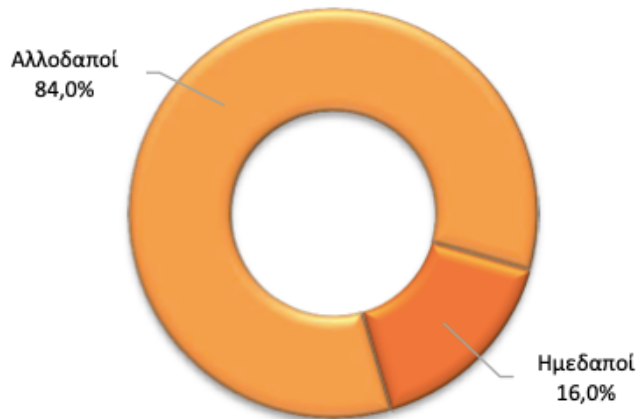
Πίνακας 11: Συνολικές Διανυκτερεύσεις Ενοικιαζόμενων Δωματίων 2021-2022¹²

Η ίδια εικόνα σχετικά με την κατανομή των τουριστών στις συνολικές αφίξεις αντικατοπτρίζεται και στις συνολικές διανυκτερεύσεις. Παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των συνολικών διανυκτερεύσεων αφορά αλλοδαπούς τουρίστες τρίτων χωρών και χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών παρουσιάζει μια αύξηση της τάξεως του 4% από το 2021.

¹¹ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

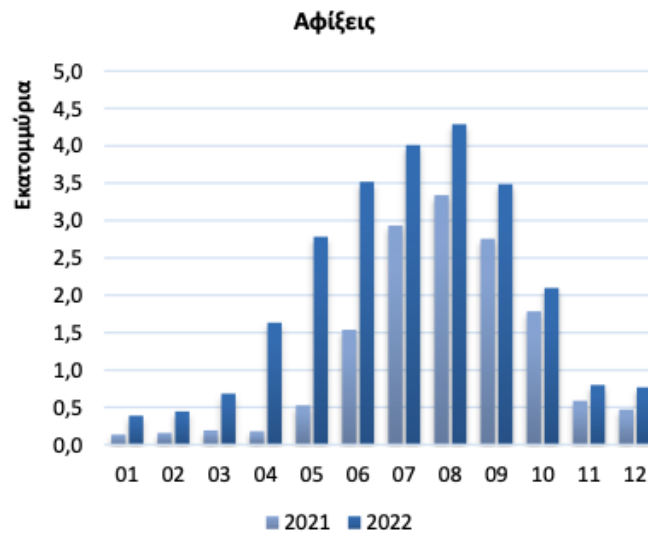
¹² Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Διανυκτερεύσεις



Εικόνα 5: Κατανομή Διανυκτερεύσεων 2022¹³

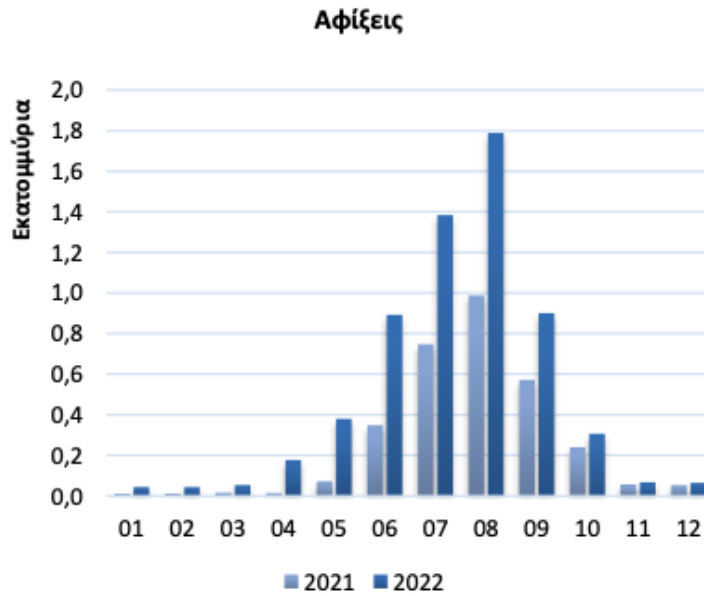
Είναι σημαντικό να αποτυπωθεί και η περιοδικότητα που παρουσιάζει ο ελληνικός τουρισμός, γεγονός το οποίο αποτυπώνεται στις συνολικές αφίξεις και διανυκτερεύσεις του ξενοδοχειακού κλάδου. Όσον αφορά την περιοδικότητα στις συνολικές αφίξεις κατά μήκος της ελληνικής επικρατείας στο σύνολο των καταλυμάτων (καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κάμπινγκ και ενοικιαζόμενα δωμάτια), παρατηρείται ότι υφίστανται σημαντική ένταση κατά τους μήνες Απρίλιο έως και Οκτώβριο.



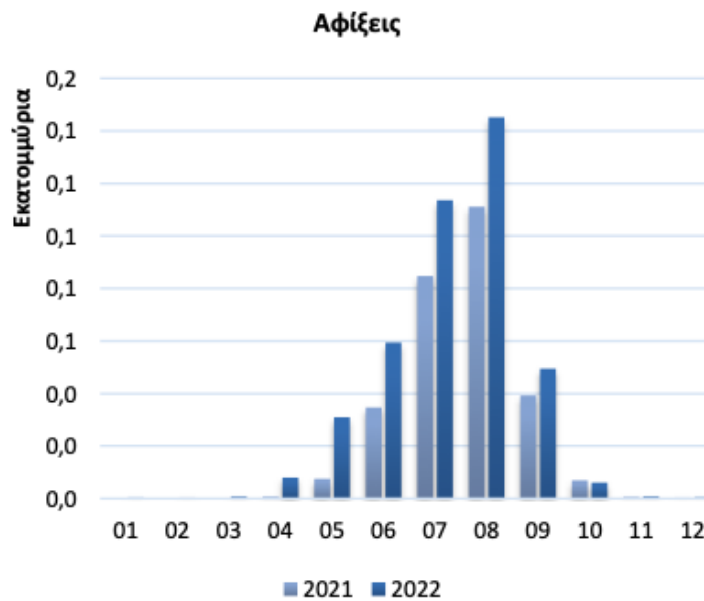
Εικόνα 6: Εποχικότητα Αφίξεων Καταλυμάτων Ξενοδοχειακού τύπου 2021-2022¹⁴

¹³ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

¹⁴ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



Εικόνα 7: Εποχικότητα Αφίξεων Κάμπινγκ 2021-2022¹⁵



Εικόνα 8: Εποχικότητα Αφίξεων Ενοικιαζόμενων Δωματίων 2021-2022¹⁶

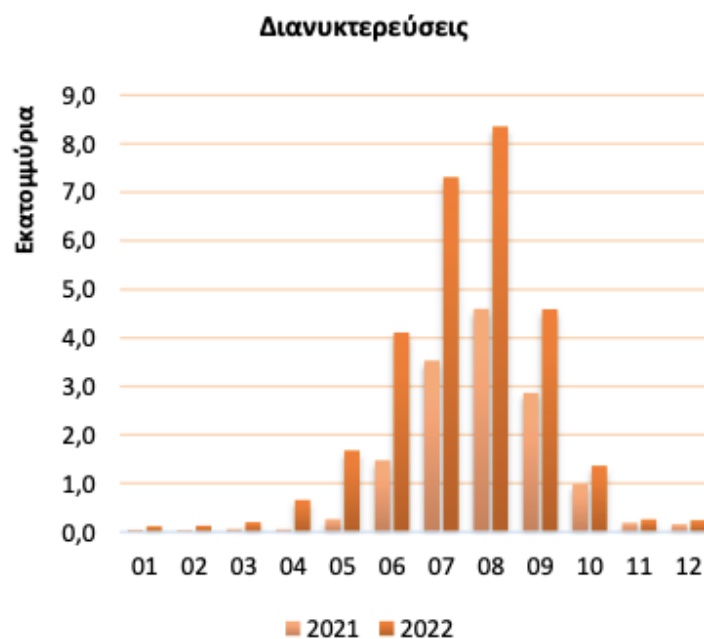
Αντίστοιχη εικόνα περιοδικότητας και για τις συνολικές διανυκτερεύσεις κατά το 2021-2022.

¹⁵ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

¹⁶ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



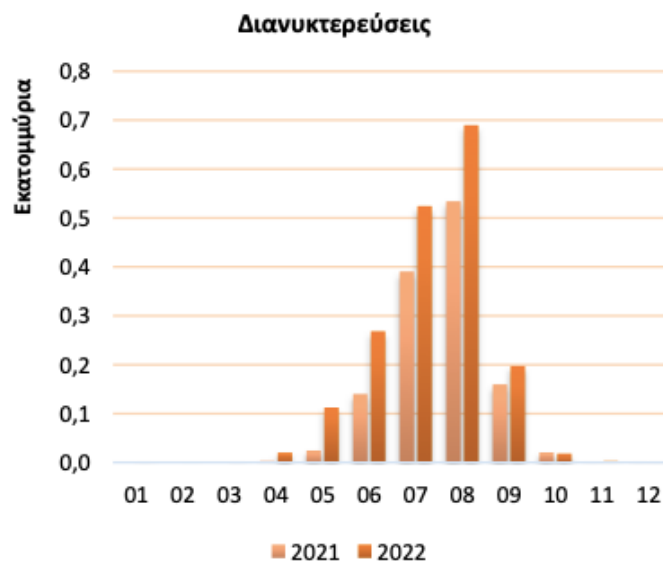
Εικόνα 9: Εποχικότητα Διανυκτερεύσεων Καταλυμάτων Ξενοδοχειακού Τύπου 2021-2022¹⁷



Εικόνα 10: Εποχικότητα Διανυκτερεύσεων Κάμπινγκ 2021-2022¹⁸

¹⁷ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

¹⁸ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



Εικόνα 11: Εποχικότητα Διανυκτερεύσεων Ενοικιαζόμενων Δωματίων 2021-2022¹⁹

Στην συνέχεια αποτυπώνεται η κατανομή των συνολικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων τόσο για το 2021 όσο και για το 2022 ανά περιφερειακή ενότητα. Όσον αφορά τις συνολικές αφίξεις ανά περιφέρεια για το 2022 και το 2021 παρατηρείται ότι η περιφερειακή ενότητα Νοτίου Αιγαίου αντικατοπτρίζει το 23% των συνολικών αφίξεων. Ακολουθεί η Κρήτη με 19%, η Αττική με 15% και η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με 12%. Τα ποσοστά δεν παρουσίασαν σημαντικές διακυμάνσεις από το 2021. Τα αντίστοιχα νούμερα σε επίπεδο αφίξεων συνοψίζονται ως εξής:

- + 13.398.009 αφίξεις από το 2021
- 3.013.764 αφορούν την περιφερειακή ενότητα Νοτίου Αιγαίου
- 2.513.222 αφορούν την Κρήτη
- 2.202.565 αφορούν την Αττική
- 1.717.515 αφορούν την περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

¹⁹ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



Εικόνα 12: Κατανομή Συνολικών Αφίξεων ανά Περιφέρεια 2022²⁰



Εικόνα 13: Κατανομή Συνολικών Αφίξεων ανά Περιφέρεια 2021²¹

Αντίστοιχη εικόνα και στην κατανομή των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά περιφέρεια για το 2021 και το 2022, με την μόνη διαφορά ότι εντοπίζεται μικρότερη διαφορά μεταξύ της

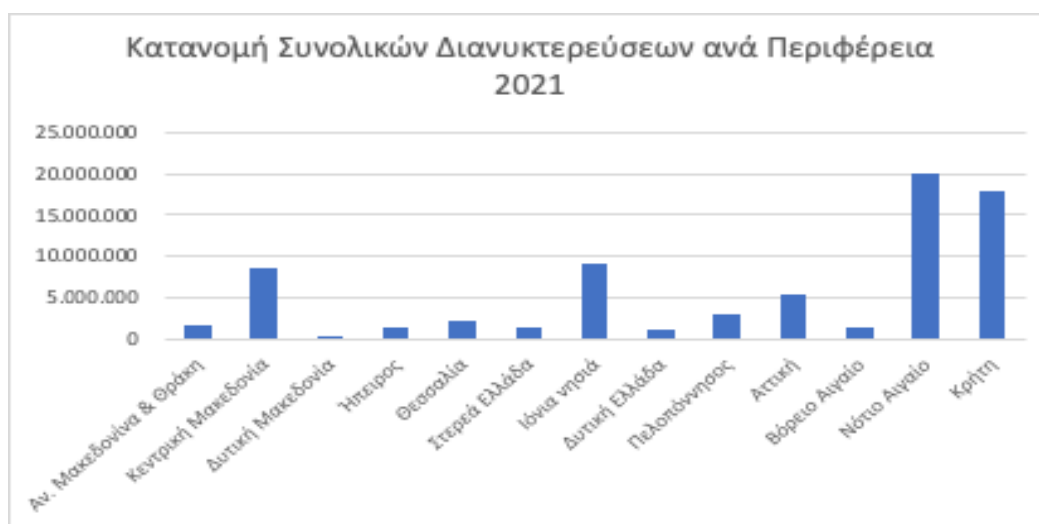
²⁰ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

²¹ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

περιφερειακής ενότητας Νοτίου Αιγαίου και της Κρήτης. Πιο συγκεκριμένα, πρωτιά και στην συγκεκριμένη περίπτωση έχει η περιφερειακή ενότητα Νοτίου Αιγαίου με 27% επί των συνολικών διανυκτερεύσεων εντός της ελληνικής επικράτειας και την Κρήτη, τα Ιόνια νησιά και την Κεντρική Μακεδονία να ακολουθούν με ποσοστά 24%, 12% και 12% αντίστοιχα.



Εικόνα 14: Κατανομή Συνολικών Διανυκτερεύσεων ανά Περιφέρεια 2022²²



Εικόνα 15: Κατανομή Συνολικών Διανυκτερεύσεων ανά Περιφέρεια 2021²³

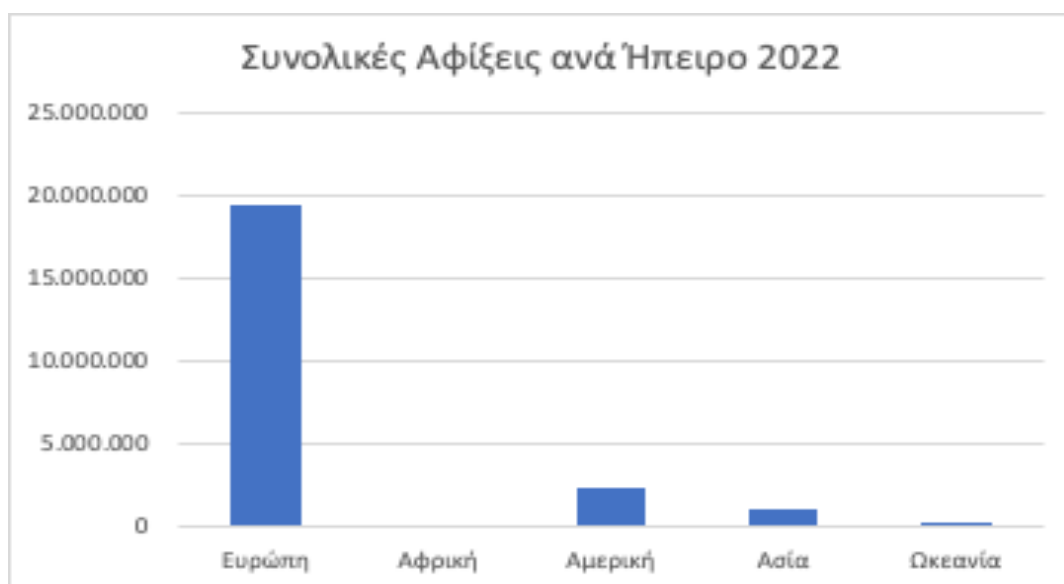
²² Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

²³ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

Τα αντίστοιχα νούμερα σε επίπεδο αφίξεων συνοψίζονται ως εξής:

- + 58.859.091 διανυκτερεύσεις από το 2021
- 16.261.396 αφορούν την περιφερειακή ενότητα Νοτίου Αιγαίου
- 14.051.481 αφορούν την Κρήτη
- 7.255.024 αφορούν τα Ιόνια Νησιά
- 7.207.800 αφορούν την περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

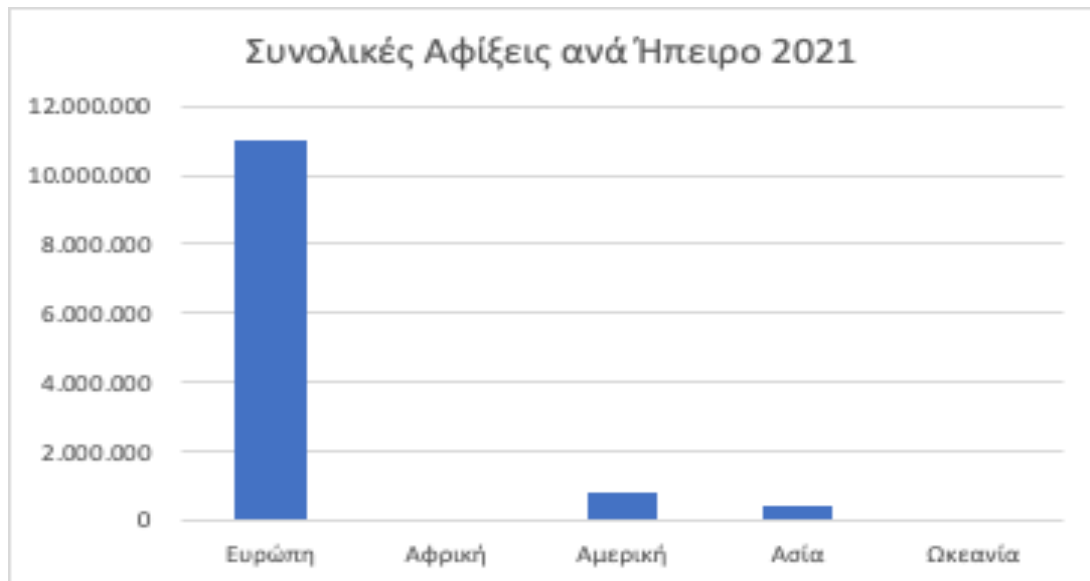
Ακολουθεί επιμέρους ανάλυση των συνολικών αφίξεων και διανυκτερεύσεων ανά Ήπειρο για το 2021 και το 2022. Παρατηρείται ότι οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν τον μεγαλύτερο «προμηθευτή» εξερχόμενου τουρισμού για την Ελλάδα με την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο να διαδραματίζουν καθοριστικότερο ρόλο στην ανάπτυξη του τουριστικού κλάδου.



Εικόνα 16: Συνολικές Αφίξεις ανά Ήπειρο 2022²⁴

Κατά το 2022 οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης καταλάμβαναν το 84% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα, ποσοστό το οποίο παρουσίασε μείωση κατά 6% από το 2021 το οποίο αναπληρώθηκε ωστόσο από την Αμερική.

²⁴ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



Εικόνα 17: Συνολικές Αφίξεις ανά Ήπειρο 2021²⁵

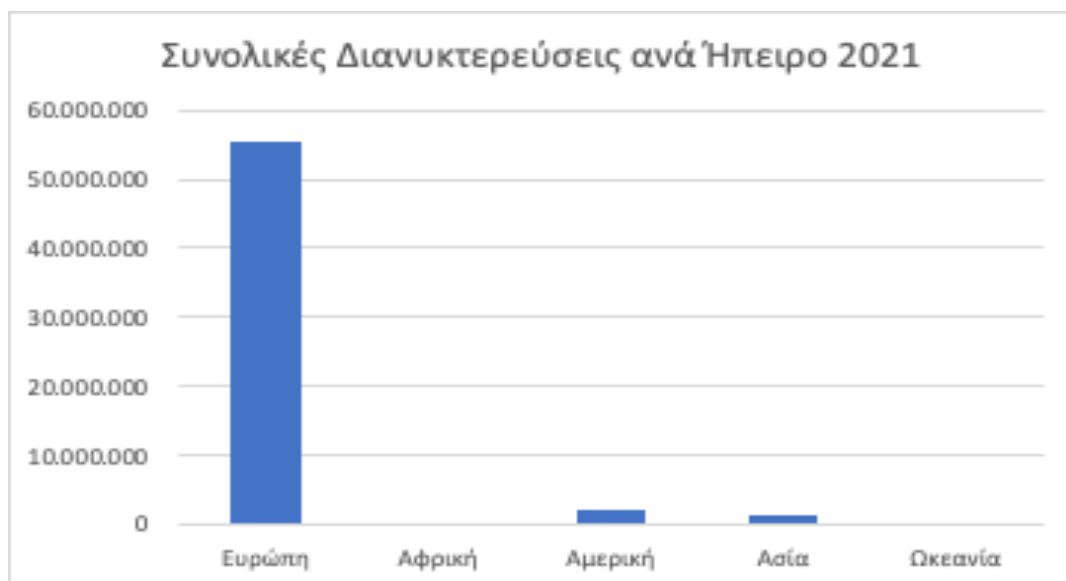
Αντίστοιχη εικόνα και στις συνολικές διανυκτερεύσεις ανά Ήπειρο για το 2021 και το 2022 με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και πιο συγκεκριμένα την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο να κατέχουν πρωτιά στις συνολικές διανυκτερεύσεις εντός της Ευρωπαϊκής επικρατείας.



Εικόνα 18: Συνολικές Διανυκτερεύσεις ανά Ήπειρο 2022²⁶

²⁵ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

²⁶ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>



Εικόνα 19: Συνολικές Διανυκτερεύσεις ανά Ήπειρο 2021²⁷

Τέλος, σύμφωνα με τα πρόσφατα δημοσιευμένα στοιχεία του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου Ελλάδος, παρατίθεται ο πίνακας με την κατανομή του αριθμού καταλυμάτων, των δωματίων και των κλινών ανά κατηγορία αστεριών για τουριστικά καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου.

Τύπος Δωματίων	Αριθμός Καταλυμάτων	Δωμάτια	Κλίνες
1*	1.222	23.203	46.667
2**	3.411	88.844	168.610
3***	2.903	103.236	202.421
4****	1.807	128.567	258.506
5*****	744	99.985	204.420
Σύνολο	10.087	443.835	880.624

Πίνακας 12: Αριθμός καταλυμάτων, δωματίων και κλινών ανά τύπο δωματίου 2022²⁸

2.3 Ανάλυση του γενικευμένου εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος (PEST Analysis)

Το εξωτερικό περιβάλλον όχι μόνο παρέχει ευκαιρίες για επιχειρηματική ανάπτυξη, αλλά θέτει επίσης απειλές για την επιβίωση της επιχείρησης. Για τους λόγους αυτούς, η μελέτη της

²⁷ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

²⁸ Πηγή: <https://www.statistics.gr/documents/20181/7cb8e68f-8edc-45b0-1286-529896eb56ef>

ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος είναι πολύ σημαντική για την καλύτερη διαχείριση μιας επιχείρησης, γιατί μέσω της ανάλυσης μπορούν να γίνουν ενέργειες προς όφελος της.

Πολιτικό περιβάλλον

Την τελευταία διετία στην Ελλάδα το πολιτικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται ως σταθερό μετά την αστάθεια που προέκυψε κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης και της πανδημίας COVID-19. Οι συχνές μεταβολές των κυβερνητικών σχηματισμών λόγω της οικονομικής κρίσης έφεραν αλλαγές στην τουριστική πολιτική της χώρας, γεγονός το οποίο επηρέασε τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Όμως, θετικό πρόσημο αποτελεί το γεγονός ότι το πολιτικό σύστημα της Ελλάδας διατήρησε σταθερή την κατεύθυνση της τουριστικής στρατηγικής στην ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών και στην αύξηση ξένων τουριστών. Επιπρόσθετα, ενισχύθηκε η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη με έργα σε υποδομές, όπως για παράδειγμα αναβάθμιση λιμένων και αεροδρομίων. Η ελληνική κυβέρνηση μέσω του προγράμματος «Τουρισμός για όλους» ενισχύει και τον εγχώριο τουρισμό. Επίσης, μέσω του Καθεστώτος «Ενίσχυση Τουριστικών Επενδύσεων» του Αναπτυξιακού Νόμου 4887/2022 προσπαθεί να ενισχύσει την επιχειρηματική πρωτοβουλία στον τουρισμό. Ουσιαστικά, το καθεστώς αυτό στοχεύει στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, μέσα από την στήριξη των επενδύσεων που σχετίζονται με την δημιουργία και τον εκσυγχρονισμό τουριστικών καταλυμάτων. Μέσα από το πρόγραμμα ΕΣΠΑ «Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων» στηρίζονται οι νέες επιχειρήσεις, οι οποίες πρόκειται να δραστηριοποιηθούν στον τουριστικό κλάδο.

Οικονομικό περιβάλλον

Με την έναρξη της πανδημίας του COVID-19 από τις αρχές Μαρτίου 2020 αλλά και ένα χρόνο μετά μέχρι τον Μάρτιο του 2022, ο τουριστικός τομέας στην Ελλάδα βίωσε μια από τις χειρότερες κρίσεις. Υπέστη σοβαρό οικονομικό πλήγμα, καθώς απαγορεύτηκαν οι εκδηλώσεις με φυσική παρουσία, τα σύνορα έκλεισαν, τα ξενοδοχεία σταμάτησαν εντελώς τη λειτουργία τους ή λειτουργούσαν υπό προϋποθέσεις και γενικότερα η τουριστική αγορά άνοιξε σταδιακά. Ειδικότερα στον ξενοδοχειακό τομέα, σύμφωνα με μελέτη της HARCO (2020), πολλά ξενοδοχεία δεν άνοιξαν. Τα τελευταία δύο χρόνια η ελληνική οικονομία παρουσίασε σημάδια σταθεροποίησης και ήπιας ανάκαμψης, αλλά οι επιπτώσεις της πανδημίας την επιβράδυναν. Μια σημαντική πηγή χρηματοδότησης επενδύσεων στην Ελλάδα προέρχεται από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΤΠΑ, ΕΚΤ, Ταμείο Συνοχής κ.α.), τα οποία χρηματοδοτούν μια σειρά από ευρείες επενδύσεις. Σε γενικές γραμμές υπάρχουν διάφορα εργαλεία χρηματοδότησης που μπορεί να εκμεταλλευτεί μια επιχείρηση του τουριστικού κλάδου για την χρηματοδότηση της.

Ωστόσο, ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας είναι το αυξανόμενο ποσοστό ανεργίας ιδίως μεταξύ των νέων κάτω των 25 ετών. Ταυτόχρονα, οι υψηλοί φόροι εξακολουθούν να αποτελούν εμπόδιο για την επέκταση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Εξάιρεση αποτελούν οι θετικές οικονομικές προοπτικές για τον τομέα του τουρισμού, όπου οι επενδύσεις είναι σημαντικές σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων του (μεγάλα ξενοδοχεία, διαμερίσματα κ.α).

Κοινωνικό περιβάλλον

Σε γενικές γραμμές το κοινωνικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από αντιθέσεις ως αποτέλεσμα της ευρύτερης οικονομικής κρίσης και αστάθειας της τελευταίας δεκαετίας και των επιπτώσεων της πανδημίας του COVID-19 στην Ελλάδα. Βέβαια, το άριστο κλίμα συνύπαρξης τουριστών με τον πληθυσμό και το υψηλό επίπεδο ασφάλειας ως ταξιδιωτικός προορισμός αποτελούν τα δύο βασικά πλεονεκτήματα του κοινωνικού περιβάλλοντος που συμβάλλουν στην αύξηση του τουριστικού ρεύματος στην Ελλάδα. Η σύγχρονη ελληνική κοινωνία καλείται να αντιμετωπίσει ορισμένες προκλήσεις, οι οποίες επηρεάζουν τον τουριστικό κλάδο. Μια σημαντική πρόκληση είναι αυτή της διαχείρισης των μεταναστευτικών ροών αλλά και της μετανάστευσης νέων καλλιεργημένων ανθρώπων. Σύμφωνα με στοιχεία που προκύπτουν από την ΕΡΓΑΝΗ είναι βέβαιο πως ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση της απασχόλησης.

Τεχνολογικό περιβάλλον

Οι τεχνολογικές υποδομές επηρεάζουν σημαντικά τον τουριστικό τομέα. Η τεχνολογική ανάπτυξη έχει τη δύναμη να διαμορφώσει νέες συνήθειες, να αλλάξει τον τρόπο εργασίας αλλά και διασκέδασης. Οι κύριοι τρόποι με τους οποίους η τεχνολογία εκδηλώνεται στον τουρισμό είναι μέσω του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μέσω της τεχνολογίας, το καταναλωτικό κοινό έχει απεριόριστες πηγές πληροφόρησης, γεγονός που καθιστά τον ταξιδιώτη καλά ενημερωμένο για τον προορισμό που επιλέγει. Προκειμένου να βελτιωθεί η ταξιδιωτική εμπειρία είναι απαραίτητη η ενσωμάτωση ψηφιακών τεχνολογιών στις επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου. Οι ψηφιακές λύσεις όπως τα smartphones, οι ανέπαφες πληρωμές, το Διαδίκτυο, η ρομποτική και οι εικονικές εμπειρίες τείνουν να αναδιαμορφώσουν τον τουριστικό κλάδο, να δημιουργήσουν νέα προϊόντα και να βελτιώσουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω της τεχνολογίας πλέον έχουν τη δυνατότητα να προσαρμοστούν στις προτιμήσεις των πελατών. Σύμφωνα με τον Οικονομικό Ταχυδρόμο, στον Δείκτη Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η Ελλάδα για το 2021 κατέχει την 25η θέση μεταξύ των 27 κρατών –

μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αυτό είναι κάτι που επιβεβαιώνει ότι παρά τις προσπάθειες που γίνονται για την τεχνολογική ανάπτυξη στον κλάδο, χρειάζονται ακόμη ραγδαίες αλλαγές.

2.4 Το νησί της Νάξου

Το νησί της Νάξου αποτελεί το μεγαλύτερο σε έκταση νησί των Κυκλάδων και ένα από τα στολίδια του νοτίου Αιγαίου με έκταση που ξεπερνά τα 400 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Κατά μήκος της γεωγραφικής της έκτασης εκτείνεται μια χαμηλή οροσειρά με 7 κορυφές ενώ στους πρόποδες εκτείνονται πολλά στρέμματα καλλιεργήσιμων εκτάσεων. Επίσης το νησί περικλείουν καταγάλανες θάλασσες με καθαρά νερά καθώς και πολλά ακρωτήρια. Αποτελεί ένα νησί με πλούσια βλάστηση και πολλές πηγές και ρεματάκια που συναντάς κατά μήκος του νησιού.



Εικόνα 20: Χάρτης Νάξου²⁹

Η Νάξος αποτελείται από πάρα πολλά γραφικά χωριά και έχει ως πρωτεύουσα την φημισμένη για το μεσαιωνικό της κάστρο και τα στενά λιθόστρωτα σοκάκια της, Χώρα. Η πρόσβαση στο νησί επιτυγχάνεται μέσα από τρία σημεία πρόσβασης και συγκεκριμένα από:

1. Κρατικός Αερολιμένας
2. Κεντρικό Λιμάνι

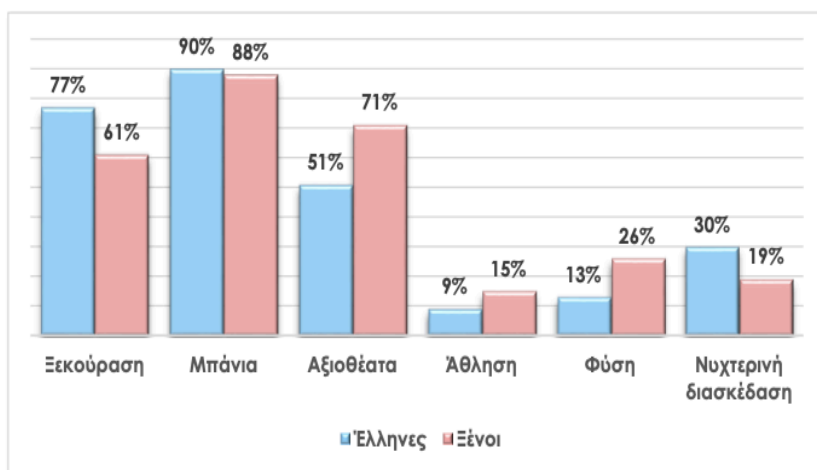
²⁹ Πηγή: <https://www.travelling-greece.com/el/cyclades/naxos/>

3. Αλιευτικό Καταφύγιο

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους τρεις βασικούς πυλώνες δραστηριοποίησης του νησιού. Εκτός από την γεωργία και την κτηνοτροφία που συναντάται κυρίως στις ορεινές εκτάσεις του νησιού, τα τελευταία χρόνια το νησί επενδύει στον τουρισμό και στο προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα» αναπτύσσοντας τις απαραίτητες υποδομές κυρίως στις πεδινές περιοχές. Οι πάρα πολλές όμορφες παραλίες με τις χρυσές αμμουδιές καθιστούν την Νάξο ένα προσιτό νησί τόσο για οικογένειες όσο και για άτομα που αναζητούν την ξέφρενη διασκέδαση. Παράλληλα, η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της Νάξου, που περιλαμβάνει αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και παραδοσιακά χωριά, προσελκύει πολιτιστικούς ταξιδιώτες. Ως προς τις ευκαιρίες ανάπτυξης του ξενοδοχειακού κλάδου, η Νάξος διαθέτει μεγάλο δυναμικό.

Με την συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για τον τουρισμό στην περιοχή, υπάρχει αυξημένη ανάγκη για κομψά και ποιοτικά καταλύματα. Η ποικιλία τουριστικών δραστηριοτήτων, από τις ορειβάσιες μέχρι και τα ναυτικά σπορ, παρέχει ευκαιρίες για διάφορες εμπειρίες στους επισκέπτες, ενισχύοντας τη ζήτηση για διαφορετικού είδους καταλύματα και εναλλακτικές μορφές φιλοξενίας.

Επιπρόσθετα, η Νάξος λόγω της γεωγραφικής της θέσης στο κέντρο των Κυκλάδων, αποτελεί πόλο έλξης επισκεπτών που ακολουθούν την φιλοσοφία του Island Hopping.



Εικόνα 21: Δραστηριότητες επισκεπτών της Νάξου³⁰

³⁰ Πηγή: Έκθεση Συμπερασμάτων για την έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών Νάξου 2012, Δρ. Δημήτρης Κούτουλας

Στο παραπάνω διάγραμμα, το οποίο προκύπτει από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Δήμου Νάξου και Μικρών Κυκλάδων το 2012 από τον σύμβουλο του Δήμου σε θέματα τουρισμού, Δημήτρη Κούτουλα, διακρίνονται τα χαρακτηριστικά των τουριστών της Νάξου μέσα από τις δραστηριότητες τις οποίες επιλέγουν. Ο πιο συνηθισμένος λόγος επίσκεψης στο νησί μεταξύ Ελλήνων και ξένων τουριστών είναι το μοτίβο «Ήλιος και Θάλασσα», ενώ ακολουθούν τα αξιοθέατα, η άθληση και η φύση, για τα οποία δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον οι ξένοι τουρίστες. Τέλος, η νυχτερινή διασκέδαση και η ξεκούραση είναι πιο σημαντικοί λόγοι για τους Έλληνες τουρίστες.

Τα τελευταία χρόνια η Νάξος αποκτά ολοένα και περισσότερη φήμη σε ένα ευρύ φάσμα ξένων και Ελλήνων επισκεπτών καθώς είναι σε θέση να καλύψει όλες τις προτιμήσεις.

2.5 Η προσφορά του κλάδου στη Νάξο

Σύμφωνα με τα στοιχεία από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος για το 2022, όπως αυτά φαίνονται στον πίνακα 11, το μεγαλύτερο μέρος του ξενοδοχειακού δυναμικού της Νάξου ανήκει στην κατηγορία 2*, ενώ στην κατηγορία των 5* παρατηρείται ο μικρότερος αριθμός.

Τύπος Δωματίων	Αριθμός Μονάδων	Δωμάτια	Κλίνες
1*	22	294	601
2**	92	1.163	3.212
3***	34	1.193	2.338
4****	17	562	1.187
5*****	5	202	430
Σύνολο	170	3.884	7.768

Πίνακας 13: Αριθμός μονάδων, δωματίων και κλινών ανά τύπο δωματίου 2022 στη Νάξο³¹

Τύπος Δωματίων	Αριθμός Μονάδων	Δωμάτια	Κλίνες
1K	114	768	1.711
2K	459	3.275	7.424
3K	279	1.887	4.289
4K	48	309	718
Σύνολο	900	6.239	14.142

Πίνακας 14: Δυναμικό ενοικιαζόμενων δωματίων 2019 στη Νάξο³²

³¹ Πηγή: https://www.grhotels.gr/app/uploads/2021/06/2020-Hotels_Regional.pdf

³² Πηγή: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_South_Aegean-2.pdf

Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια σύμφωνα με τα στοιχεία του 2019 υπερτερούν των ξενοδοχείων με 900 μονάδες και 14.142 κλίνες. Όπως συμβαίνει και με τα ξενοδοχεία, η μεγαλύτερη συγκέντρωση παρατηρείται στα ενοικιαζόμενα δωμάτια 2 κλειδιών.

Τουριστική Επιπλωμένη κατοικία & έπαυλη	
Μονάδες	224
Δωμάτια	296
Κλίνες	1.570

Πίνακας 15: : Δυναμικό τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών και επαύλεων 2018 στη Νάξο³³

2.6 Ανάλυση του άμεσου εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος (PORTER Analysis)

Το μικρο-περιβάλλον μιας επιχείρησης περιλαμβάνει δυνάμεις που επηρεάζουν άμεσα την λειτουργία της και κατά κύριο λόγο από στοιχεία που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους όπως για παράδειγμα πελάτες, ανταγωνιστές, προμηθευτές, κυβερνήσεις κ.α. Σύμφωνα με την ανάλυση Porter παρουσιάζονται πέντε κύριες δυνάμεις ανταγωνισμού:

Ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Βασικοί ανταγωνιστές της εν λόγω επιχείρησης είναι όλες οι επιχειρήσεις φιλοξενίας της Νάξου που παρέχουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες διαμονής. Αυτές είναι κυρίως οι τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες αλλά και τα ξενοδοχεία 4* και 5*, όπως φαίνονται στους Πίνακες 16,17 και 18. Σε γενικές γραμμές δεν υπάρχει μεγάλος αριθμός τέτοιων επιχειρήσεων και οι υπηρεσίες που προσφέρουν είναι αρκετά διαφοροποιημένες. Ο κλάδος αναπτύσσεται ραγδαία και η ζήτηση αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς, συνεπώς ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου δεν είναι τόσο έντονος.

	Ξενοδοχείο	Τοπωνύμιο
4*	Iria Beach Art Hotel	Αγία Άννα
	Alkyoni Beach Hotel	Χώρα
	Argo Boutique Hotel	Χώρα

³³ Πηγή: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-12_South_Aegean-2.pdf

Lagos Mare Hotel	Άγιος Προκόπιος
Kouros Art Hotel	Στελίδα
Cycladic Islands	Αγία Άννα

Πίνακας 16: Ξενοδοχεία 4* Νάζου³⁴

Ξενοδοχείο	Τοπωνύμιο
Nissaki Beach Hotel	Χώρα
18 Grapes Hotel	Άγιος Προκόπιος
Naxos Imperial	Άγιος Προκόπιος

Πίνακας 17: Ξενοδοχεία 5* Νάζου³⁵

Επιπλωμένη Κατοικία	Τοπωνύμιο
Naxos Rock Villas	Στελίδα
Villa Blue	Στελίδα
Diadema Villa	Στελίδα
Naxian Collection	Άγιος Προκόπιος
Villa Christina P	Στελίδα
Villa of Delight and Serenity	Πλάκα

Πίνακας 18: Επιπλωμένες τουριστικές κατοικίες-βίλλες Νάζου³⁶

Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Το θετικό της παρουσίας υποκατάστατων προϊόντων είναι ότι θέτουν ανώτατη τιμή πώλησης και δεν επιτρέπουν να αυξηθούν ανεξέλεγκτα οι τιμές των αγαθών του κλάδου. Στον συγκεκριμένο κλάδο, ως υποκατάστατο θεωρείται οτιδήποτε μπορεί να προσφέρει πολυτέλεια στη διαμονή, όπως για παράδειγμα το σκάφος, οι κρουαζιέρες και οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες. Σε γενικές γραμμές η απειλή από υποκατάστατα στον κλάδο είναι μεγάλη. Όμως η υπό μελέτη επιχείρηση θα προσφέρει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες κάτι το οποίο συμβάλλει στη μείωση της απειλής.

³⁴ Πηγή: ΞΕΕ

³⁵ Πηγή: ΞΕΕ

³⁶ Πηγή: ΞΕΕ

Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Σε κάθε περίπτωση οι αγοραστές επιδιώκουν την ικανοποίηση των συμφερόντων τους, όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση τις όσο το δυνατόν χαμηλότερες τιμές, ασκώντας έτσι πίεση στον εκάστοτε προμηθευτή τους. Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τη διαφοροποίηση του προϊόντος, το περιθώριο κέρδους, την πληροφόρηση των ίδιων αλλά και από το κόστος μετακίνησης. Εξετάζοντας τον συγκεκριμένο κλάδο, οι βασικοί αγοραστές εκτός από τους μεμονωμένους τουρίστες είναι τα τουριστικά πρακτορεία της Ελλάδας και του εξωτερικού αλλά και οι Tour Operators. Η διαφοροποίηση του προϊόντος των επιχειρήσεων του συγκεκριμένου κλάδου μειώνει τη δύναμη των αγοραστών. Ωστόσο, οι μεμονωμένοι τουρίστες λόγω της πρόσβασης σε μια πληθώρα πληροφοριών, αναπτύσσουν κριτική ικανότητα και σε συνδυασμό με το χαμηλό κόστος μετακίνησης τους, ενισχύουν τη διαπραγματευτική τους δύναμη. Κάτι αντίστοιχο ισχύει και για τους τουριστικούς πράκτορες, οι οποίοι λόγω του ότι αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι των καναλιών διανομής ενός ξενοδοχείου έχουν ενισχυμένη διαπραγματευτική δύναμη.

Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Σε κάθε επιχείρηση σημαντικό ρόλο κατέχουν οι εκάστοτε προμηθευτές και αυτό συμβαίνει γιατί μπορούν να επηρεάσουν τον κλάδο είτε αυξάνοντας τις τιμές είτε μειώνοντας την ποιότητα των υλών που προμηθεύουν την κάθε επιχείρηση. Στον κλάδο που δραστηριοποιείται η υπό μελέτη επιχείρηση ως προμηθευτές ορίζονται αυτοί που παρέχουν στην επιχείρηση τα απαραίτητα για τη δημιουργία της κάθε μονάδας από την αρχή έως και την καθημερινή λειτουργία της. Στις επιχειρήσεις φιλοξενίας οι βασικοί προμηθευτές είναι οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών, επιχειρήσεις παροχής και συντήρησης εξοπλισμού, εταιρείες μετακίνησης κ.α. Ο αριθμός των προμηθευτών του κλάδου είναι αρκετά μεγάλος άρα η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι περιορισμένη.

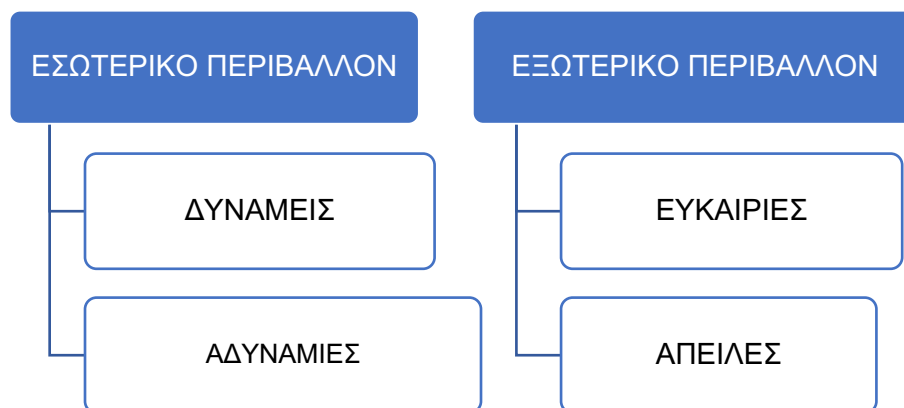
Απειλή από νέο-εισερχόμενους στον κλάδο

Ο ρυθμός με τον οποίο αυξάνεται η τουριστική ζήτηση έχει ως αποτέλεσμα ολοένα και περισσότερες νέες επιχειρήσεις να επιθυμούν την ένταξη τους στον κλάδο και κατά συνέπεια να προκαλούν αύξηση στον ανταγωνισμό που υπάρχει εντός αυτού. Προκειμένου να εισέλθει μια επιχείρηση στον συγκεκριμένο κλάδο απαιτείται μεγάλος αριθμός κεφαλαίων και αυτό δημιουργεί εμπόδια εισόδου στον κλάδο. Όμως, σε μια εποχή όπου η κυβερνητική πολιτική

στοχεύει στην ενίσχυση του τουρισμού μέσα από επιχορηγήσεις και προγράμματα στήριξης, οι επιχειρήσεις αποκτούν περισσότερα κίνητρα εισόδου. Επίσης, στο νησί της Νάξου υπάρχουν πολλοί ντόπιοι επιχειρηματίες, οι οποίοι γνωρίζοντας το τοπικό τουριστικό περιβάλλον επενδύουν ολοένα και περισσότερο σε μικρομεσαίες τουριστικές μονάδες φιλοξενίας. Υπάρχει, επίσης, μεγάλος αριθμός ξένων επενδυτών, που τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί, οι οποίοι διαθέτουν την τεχνογνωσία, την εμπειρία και τα κεφάλαια. Συνεπώς η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο

2.7 Ανάλυση SWOT

Η SWOT Analysis αποτελεί σημαντικό εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού της επιχείρησης. Αναλύεται το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, ώστε η επιχείρηση να λάβει μια απόφαση με τους στόχους που έχει θέσει.



Εικόνα 22: SWOT Analysis

ΔΥΝΑΜΕΙΣ

- ⇒ Εξαιρετική τοποθεσία (κοντά στο κεντρικό λιμάνι του νησιού καθώς και σε κοσμοπολίτικες περιοχές αυτού).
- ⇒ Άριστη ελληνική οικογενειακή φιλοξενία.
- ⇒ Οικογενειακή επιχείρηση – ο επιχειρηματίας έρχεται σε επαφή με τους επισκέπτες αναπτύσσοντας μια σχέση εμπιστοσύνης.
- ⇒ Σπουδές επιχειρηματία στον τομέα του Hotel Management αλλά και εργασιακή εμπειρία χρόνων στον τουριστικό κλάδο, συνεπώς έχει το πακέτο του «know how».

- ⇒ Διοίκηση βασισμένη στις αρχές και τις αξίες του επιχειρηματία, ο οποίος χαρακτηρίζεται από έντονο ενθουσιασμό για την εξυπηρέτηση πελατών, με σεβασμό στον πελάτη και κατανόηση των αναγκών του.
- ⇒ Το κόστος επένδυσης στηρίχθηκε σε ίδια κεφάλαια και επιχορήγηση δημοσίου δίχως να αναλαμβάνεται χρηματοοικονομικός κόστος και κίνδυνος.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- ⇒ Ο ιδιοκτήτης και επιχειρηματίας της παρούσας επιχείρησης συγκεντρώνει στο πρόσωπό του όλες τις διοικητικές λειτουργίες. Η συγκεντρωτική διοίκηση δημιουργεί εμπόδια στην εξισορρόπηση της εξουσίας στην επιχείρηση.
- ⇒ Υψηλό κόστος επανεπένδυσης κεφαλαίων σε κτιριακές υποδομές και εγκαταστάσεις.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- ⇒ Ο κλάδος του τουρισμού και ειδικότερα των τουριστικών καταλυμάτων αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης.
- ⇒ Αύξηση ποσοστού εξερχόμενου τουρισμού από τις χώρες της Ασίας (Ρωσία, Κίνα κλπ)
- ⇒ Προσφορά πληθώρας χρηματοδοτικών εργαλείων με σκοπό την δημιουργία και την ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων.

ΑΠΕΙΛΕΣ

- ⇒ Ζήτηση για low budget τουρισμό ανεξάρτητα από την προσφερόμενη ποιότητα υπηρεσιών και αγαθών.
- ⇒ Γεωπολιτικοί παράγοντες αποσταθεροποίησης της ευρύτερης περιοχής της Μεσογείου.
- ⇒ Η εξάρτηση της επιχείρησης από εξελίξεις σε άλλους κλάδους ή και από εξωγενείς παράγοντες (πχ αερομεταφορές, φυσικές καταστροφές κ.α). Ο κλάδος που ανήκει η επιχείρηση εξαρτάται από απρόβλεπτες συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία της επιχείρησης.
- ⇒ Το σημείο εγκατάστασης της επιχείρησης μπορεί να μην είναι τόσο πετυχημένο όσο απαιτείται, καθώς υπάρχει έντονη ζήτηση και μεγάλη ανεκμετάλλευτη έκταση για ανάπτυξη παρόμοιων επιχειρήσεων.

2.8 Αποστολή και Όραμα

Η αποστολή και το όραμα της εταιρείας αποτελούν δύο από τα σημαντικότερα στοιχεία της εταιρικής της ταυτότητας καθώς μέσω αυτών των δύο πηγάζουν όλα εκείνα τα στοιχεία που πρεσβεύει η επιχείρηση αλλά και πως αυτή θα πορευτεί στο μέλλον.

Αποστολή της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, σε κάθε επισκέπτη της Ελλάδας και του εξωτερικού, οι οποίοι αποτελούν τη βασική αγορά. Σημείο διάκρισης αποτελεί η συνδυασμένη επιλογή υψηλής ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών και της ενσωμάτωσης σε αυτών της τοπικής κουλτούρας και πολιτισμού προσφέροντας μοναδικής εμπειρίας υπηρεσίες σε κάθε επισκέπτη, ενισχύοντας την απέραντη ομορφιά του νησιού.

Το όραμα πηγάζει από την αποστολή της εταιρείας και επικεντρώνεται στην προσπάθεια της ίδιας να αποτελέσει πόλο έλξης στο νησί για κάθε ταξιδιώτη που αναζητά την ελληνική φιλοξενία στο νησί. Ο ιδιοκτήτης οραματίζεται μια επιχείρηση, όπου οι εργαζόμενοι απολαμβάνουν κάθε βήμα της διαδρομής προκειμένου να παρέχουν άριστες υπηρεσίες και να βοηθούν στην οικοδόμηση μακροχρόνιων επιχειρηματικών σχέσεων με τους πελάτες, οι οποίες θα βασίζονται στις αξίες που έχει ως άνθρωπος.

2.9. Στρατηγική της επιχείρησης

Η στρατηγική που ακολουθεί κάθε επιχείρηση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο προκειμένου να αποκτήσει ένα διατηρήσιμο πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, μέσα από την αξιοποίηση των πόρων της έχοντας θέσει ξεκάθαρα τους στόχους της. Αφορά το σύνολο της επιχείρησης παρόλο που είναι μια λειτουργία της γενικής διεύθυνσης.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα ακολουθήσει στρατηγική εστίασης με διαφοροποίηση. Η πληθώρα των επιπλωμένων κατοικιών της Νάξου προσφέρουν απρόσωπες και τυπικές υπηρεσίες φιλοξενίας με χαμηλό κόστος. Η υπό μελέτη επιχείρηση θα προσφέρει ένα διαφοροποιημένο από τους ανταγωνιστές της προϊόν, με προσωποποιημένες υπηρεσίες εστιάζοντας στην πολυτέλεια και την άνεση, αλλά και στην οικοδόμηση μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες. Έτσι, οι πελάτες θα είναι πρόθυμοι να πληρώσουν κάτι παραπάνω καθώς θα απολαμβάνουν μοναδικές υπηρεσίες και παροχές.

Ένα βασικό στοιχείο πλεονεκτήματος ανταγωνισμού της επιχείρησης είναι η συνεργασία με πληθώρα εξωτερικών συνεργατών προκειμένου να οργανώνει και να υλοποιεί προσωποποιημένες εκδηλώσεις και υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα μαθήματα μαγειρικής παραδοσιακών συνταγών με ντόπια προϊόντα του νησιού, αλλά και γενικότερα κάθε επιθυμία των επισκεπτών.

2.10 Μείγμα Μάρκετινγκ

Το μείγμα μάρκετινγκ της εταιρείας περιλαμβάνει την αλυσίδα αξίας των 4P (Product – Price – Place – Promotion). Η επιχείρηση έχει προχωρήσει στον προσεκτικό σχεδιασμό κάθε μεταβλητής του μείγματος μάρκετινγκ καθώς μέσω αυτού θα ληφθούν στρατηγικές αποφάσεις κατά τον επιχειρηματικό σχεδιασμό.

Προϊόν

Η επιχείρηση προσφέρει μια μοναδική εμπειρία φιλοξενίας στο πανέμορφο νησί της Νάξου διαθέτοντας δύο πλήρως εξοπλισμένα πολυτελή διαμερίσματα με μοντέρνα αισθητική, εναρμονισμένη με το κυκλαδίτικο τοπίο και όλες τις ανέσεις που χρειάζεται ο επισκέπτης. Τα διαμερίσματα θα διαθέτουν κομψή επίπλωση με πλήρως εξοπλισμένη κουζίνα, πλυντήριο και στεγνωτήριο ρούχων, αυτόνομο κλιματισμό, δορυφορικές τηλεοράσεις σε κάθε δωμάτιο, μεγάλα σαλόνια με τριθέσιους καναπέδες, king-size κρεβάτια, ιδιωτικά μπάνια με όλα τα απαραίτητα πολυτελή είδη προσωπικής περιποίησης, μπουρνούζια, πετσέτες μπάνιου και θαλάσσης. Στον εξωτερικό χώρο υπάρχει πισίνα, κήπος και μπάμπεκιου. Καθημερινά προσφέρονται υπηρεσίες καθαρισμού, υπηρεσίες αφύπνισης και υπηρεσίες μεταφοράς. Με έξτρα χρέωση ο επισκέπτης μπορεί να απολαμβάνει μασάζ, υπηρεσίες κομμωτηρίου, μονοήμερες εκδρομές και τουρ με προσωπικό οδηγό, υπηρεσίες προσωπικού γυμναστή και ιδιωτικό σεφ για όλη τη διάρκεια της διαμονής του ή για συγκεκριμένες περιστάσεις όπως για παράδειγμα γενέθλια, επέτειος κ.α.

Τα καταλύματα βρίσκονται σε μια προνομιακή τοποθεσία στην καρδιά της Νάξου. Εκεί, οι επισκέπτες μπορούν να αναπνεύσουν τον αρωματικό αέρα του Αιγαίου, να απολαύσουν τον πανέμορφο ελληνικό τοπίο και να χαλαρώσουν στις γαλήνιες παραλίες. Η τοποθεσία αυτή αποτελεί έναν παράδεισο ηρεμίας και ανανέωσης για κάθε επισκέπτη. Παράλληλα, βρίσκονται σε ιδανική απόσταση από τα σημαντικότερα αξιοθέατα του νησιού, προσφέροντας μια πλούσια εμπειρία εξερεύνησης και ανακάλυψης της νησιωτικής κουλτούρας και ιστορίας.

Το πλεονέκτημα της τοποθεσίας είναι ότι προσφέρει μια αυθεντική εμπειρία της Νάξου. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν την τοπική ζωή, να περπατήσουν στα σοκάκια με τα λευκά σπίτια και να δοκιμάσουν τις νησιώτικες γεύσεις στα παραδοσιακά ταβερνάκια. Η πολυμορφία της τοπικής κουζίνας και η ζεστασιά των κατοίκων προσδίδουν στην εμπειρία τους μια μοναδική αξία, ενώ ταυτόχρονα βοηθούν στην ενσωμάτωση τους στον πολιτισμό της Νάξου.

Τιμή

Η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Μήνας	Μέση Τιμή
Μάιος	300 €
Ιούνιος	350 €
Ιούλιος	400 €
Αύγουστος	450 €
Σεπτέμβριος	350 €
Οκτώβριος	300 €

Πίνακας 19: Τιμές διαμερισμάτων ανά μήνα

και έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί τη στρατηγική δυναμικής τιμολόγησης που επιθυμεί να ακολουθήσει η επιχείρηση και επηρεάζεται από τους κάτωθι παράγοντες:

- Ζήτηση
- Διαθεσιμότητα
- Επιθυμητά έσοδα
- Διάρκεια παραμονής
- Περίοδος παραμονής

Λαμβάνοντας υπόψιν προσεκτικά τις συνθήκες του εξωτερικού κοινωνικοοικονομικού περιβάλλοντος της επιχείρησης αλλά και της στρατηγικής αυτής για την απόκτηση σχέσεων εμπιστοσύνης και ικανοποίησης με τους επισκέπτες, έχει προβεί στην ανωτέρω τιμολογιακή πολιτική. Οι τιμές των δωματίων περιλαμβάνουν τους φόρους ανά διανυκτέρευση καθώς και την χρήση της πισίνας και των παροχών του εξωτερικού χώρου.

Προώθηση

Ο ιδιοκτήτης και συνεπώς η ίδια η επιχείρηση αφοσιώνεται στο να μοιραστεί την μοναδική γοητεία της Νάξου με τους επισκέπτες του. Μέσω διαρκούς παρουσίασης σε διάφορα μέσα ενημέρωσης, κοινωνικά δίκτυα και συνεργασιών με τοπικούς φορείς, δύναται να ενθαρρύνει τους επισκέπτες να ανακαλύψουν την αυθεντική γοητεία της Νάξου με ευκολία και άνεση.

Η επιχείρηση, επιδιώκοντας να ακολουθήσει τις τάσεις της εποχής προκειμένου να αυξήσει την δημοτικότητα της θα στοχεύσει στο ψηφιακό μάρκετινγκ, ενισχύοντας την παρουσία της στο Facebook και στο Instagram μέσω διαφημίσεων επί πληρωμή. Θα στοχεύσει στην προώθηση μέσω Email Marketing, έτσι ώστε να δημιουργήσει αξία στον πελάτη, προσφέροντας του ειδικές εκπτώσεις ή ενημέρωση για ειδικά για αυτόν διαμορφωμένα πακέτα. Παράλληλα θα απλοποιήσει τον τρόπο κρατήσεων με την δημιουργία μιας φιλικής προς τον χρήστη ιστοσελίδας, η οποία θα είναι εύχρηστη και προσιτή όχι μόνο μέσω υπολογιστή αλλά και μέσω Smartphone και Tablet. Ακόμη, θα προστεθεί στην ιστοσελίδα της επιχείρησης η δυνατότητα εικονικής περιήγησης στον εξωτερικό και εσωτερικό χώρο των διαμερισμάτων ώστε ο επισκέπτης να έχει μια διαδραστική εμπειρία αλλά και μια πλήρη εικόνα για το προϊόν που πρόκειται να αγοράσει. Επιπρόσθετα, η επιχείρηση θα συνεργαστεί και με ταξιδιωτικούς bloggers και influencers, ώστε να ενισχύσει την εικόνα της στα κοινωνικά δίκτυα.

Επίσης, προτίθεται να συνεργαστεί με τοπικούς φορείς για τη διοργάνωση εκδηλώσεων και πακέτων εμπειριών, προσθέτοντας αξία στην διαμονή των επισκεπτών. Μέσω αυτών των συνεργασιών, προσφέρονται μοναδικές ευκαιρίες για την εξερεύνηση της τοπικής κουλτούρας, παρέχοντας πρόσβαση σε αυθεντικές εμπειρίες και γνώσεις που δεν θα μπορούσαν να αποκτήσουν αλλού. Με αυτόν τον τρόπο, επιδιώκουν να κάνουν τη διαμονή των επισκεπτών τους αξέχαστη, αφήνοντας τους μια διαρκή ανάμνηση της μαγείας της Νάξου.

Διανομή

Τα κανάλια διανομής αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της επιχείρησης, καθώς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις πωλήσεις. Κρίνεται σκόπιμο να βρεθούν τα απαραίτητα και τα σωστά κανάλια διανομής που θα βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει τις πωλήσεις της αλλά και να εδραιωθεί στον χώρο. Στην περίπτωση της επιχείρησης που μελετάμε αυτά είναι:

- ⇒ Ιστοσελίδα επιχείρησης με σύστημα απευθείας κρατήσεων.
- ⇒ Επικοινωνία μέσω τηλεφώνου και e-mail με την ρεσεψιόν.
- ⇒ Τουριστικοί πράκτορες και ταξιδιωτικά πρακτορεία.

- ⇒ Διαδικτυακοί πράκτορες και πλατφόρμες εύρεσης και κράτησης καταλυμάτων όπως για παράδειγμα Expedia και Booking.
- ⇒ Απευθείας κρατήσεις μέσα από τις διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

2.11 Προϋπολογισμός εσόδων

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και της INSETE, εκτιμήθηκε η εκτιμώμενη πληρότητα των διαμερισμάτων για μια δεκαετία. Ο υπολογισμός της εκτιμώμενη μηνιαίας πληρότητα βασίστηκε όπως αναφέρθηκε σε στατιστικά στοιχεία για την πληρότητα καταλυμάτων στην ευρύτερη περιοχή καθώς και στην παραδοχή ότι κάθε χρόνο θα παρουσιάζει μια διαχρονική αύξηση. Η διαχρονική αυτή αύξηση υπολογίστηκε σε ποσοστό της τάξεως του 3% για τους μήνες με χαμηλότερη ένταση ζήτησης (Μάιος – Οκτώβριος) και της τάξεως του 5% για τους μήνες με υψηλής ένταση ζήτησης (Ιούνιος – Ιούλιος – Αύγουστος – Σεπτέμβριος).

Εκτιμώμενη Πληρότητα	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Μάιος	75%	77%	80%	82%	84%
Ιούνιος	85%	89%	94%	98%	100%
Ιούλιος	95%	100%	100%	100%	100%
Αύγουστος	95%	100%	100%	100%	100%
Σεπτέμβριος	90%	95%	99%	100%	100%
Οκτώβριος	80%	82%	85%	87%	90%
Μέση Ετήσια Πληρότητα	87%	90%	93%	95%	96%

Πίνακας 20: Εκτιμώμενη Πληρότητα 1ο – 5ο έτος

Εκτιμώμενη Πληρότητα	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Μάιος	87%	90%	92%	95%	98%
Ιούνιος	100%	100%	100%	100%	100%
Ιούλιος	100%	100%	100%	100%	100%
Αύγουστος	100%	100%	100%	100%	100%
Σεπτέμβριος	100%	100%	100%	100%	100%
Οκτώβριος	93%	96%	98%	100%	100%
Μέση Ετήσια Πληρότητα	97%	98%	98%	99%	100%

Πίνακας 21: : Εκτιμώμενη Πληρότητα 6ο – 10ο έτος

Σύμφωνα με τα στοιχεία των ανωτέρω πινάκων, παρατηρείται ότι η μέση εκτιμώμενη ετήσια πληρότητα διαχρονικά αυξάνεται από το 87% στο 96% έως το πέμπτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης ενώ παρατηρείται ότι στη λήξη της υπό εξέταση χρονικής περιόδου θα επιτύχει ποσοστά πληρότητας 100%, ποσοστό σαφώς εφικτός ως στόχος δεδομένου ότι η πληρότητα

στο νησί της Νάξου τα τελευταία χρόνια ξεπερνάει το 100%. Επομένως, η επίτευξη πληρότητας ποσοστού της τάξεως του 100% μετά την δεκαετία αποτελεί ένα άκρως συντηρητικό προς απαισιόδοξο σενάριο πρόβλεψης και χρησιμοποιήθηκε με σκοπό την ακριβής αποτύπωσης της βιωσιμότητας του επενδυτικού πλάνου στην συνέχεια.

Με βάση τα στοιχεία της εκτιμώμενης πληρότητας, υπολογίστηκαν οι συνολικές διανυκτερεύσεις των δύο καταλυμάτων λαμβάνοντας υπόψη τις συνολικές ημέρες από τις οποίες αποτελείται ο κάθε μήνας λειτουργίας της επιχείρησης.

Εκτιμώμενες Διανυκτερεύσεις	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Μάιος	23	24	25	25	26
Ιούνιος	26	27	28	30	30
Ιούλιος	29	31	31	31	31
Αύγουστος	29	31	31	31	31
Σεπτέμβριος	27	28	30	30	30
Οκτώβριος	25	26	26	27	28
Εκτιμώμενες Συνολικές Διανυκτερεύσεις	159	167	171	174	176

Πίνακας 22: Εκτιμώμενες Διανυκτερεύσεις 1ο – 5ο έτος

Εκτιμώμενες Διανυκτερεύσεις	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Μάιος	27	28	29	29	30
Ιούνιος	30	30	30	30	30
Ιούλιος	31	31	31	31	31
Αύγουστος	31	31	31	31	31
Σεπτέμβριος	30	30	30	30	30
Οκτώβριος	29	30	31	31	31
Εκτιμώμενες Συνολικές Διανυκτερεύσεις	178	180	182	182	183

Πίνακας 23: Εκτιμώμενες Διανυκτερεύσεις 6ο – 10ο έτος

Παρατηρείται μια διαχρονική αύξηση της τάξεως του 2% καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέτασης χρονικής περιόδου και πιο συγκεκριμένα από τις 159 διανυκτερεύσεις το 1ο έτος στις 183 διανυκτερεύσεις κατά το 10ο έτος λειτουργίας. Με βάση τις εκτιμώμενες διανυκτερεύσεις των δύο καταλυμάτων καθώς και τις τιμές που υφίστανται για παρόμοιες επιχειρηματικές

δομές στην ευρύτερη περιοχή υπολογίστηκαν τα εκτιμώμενα συνολικά έσοδα της επιχείρησης. Ο πίνακας που ακολουθεί αποτυπώνει τις τιμές / διανυκτέρευσης για κάθε μήνα λειτουργίας.

Μήνας	Μέση Τιμή
Μάιος	300 €
Ιούνιος	350 €
Ιούλιος	400 €
Αύγουστος	450 €
Σεπτέμβριος	350 €
Οκτώβριος	300 €

Πίνακας 24: Τιμολογιακή Πολιτική Επιχείρησης

Τα στοιχεία των τιμών είναι αυτά που ισχύουν σήμερα σύμφωνα με επίσημη ιστοσελίδα ενοικίασης καταλυμάτων. Κατά τον υπολογισμό των εσόδων οι τιμές αυτές εκτιμήθηκαν ότι θα παραμείνουν σταθερές καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέτασης χρονικής περιόδου. Στην συνέχεια ακολουθούν οι πίνακες με τα συνολικά έσοδα. Μάλιστα, τα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας έχει εκτιμηθεί ότι η επιχείρηση θα λάβει την επιχορήγηση από τον αναπτυξιακό νόμο.

Εκτιμώμενα Έσοδα	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Μάιος	13.800 €	14.400 €	15.000 €	15.000 €	15.600 €
Ιούνιος	18.200 €	18.900 €	19.600 €	21.000 €	21.000 €
Ιούλιος	23.200 €	24.800 €	24.800 €	24.800 €	24.800 €
Αύγουστος	26.100 €	27.900 €	27.900 €	27.900 €	27.900 €
Σεπτέμβριος	18.900 €	19.600 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €
Οκτώβριος	15.000 €	15.600 €	15.600 €	16.200 €	16.800 €
Εκτιμώμενα Συνολικά Έσοδα	115.200 €	121.200 €	123.900 €	125.900 €	127.100 €

Λοιπά Έσοδα	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος

Έσοδα Επιχορήγησης Αναπτυξιακού Νόμου	95.367 €	95.367 €	95.367 €	- €	- €
---------------------------------------	----------	----------	----------	-----	-----

Πίνακας 25: Εκτιμώμενα Συνολικά Έσοδα 1ο – 5ο έτος

Εκτιμώμενα Έσοδα	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Μάιος	16.200 €	16.800 €	17.400 €	17.400 €	18.000 €
Ιούνιος	21.000 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €
Ιούλιος	24.800 €	24.800 €	24.800 €	24.800 €	24.800 €
Αύγουστος	27.900 €	27.900 €	27.900 €	27.900 €	27.900 €
Σεπτέμβριος	21.000 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €	21.000 €
Οκτώβριος	17.400 €	18.000 €	18.600 €	18.600 €	18.600 €
Εκτιμώμενα Συνολικά Έσοδα	128.300 €	129.500 €	130.700 €	130.700 €	131.300 €

Λοιπά Έσοδα	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Έσοδα Επιχορήγησης Αναπτυξιακού Νόμου	- €	- €	- €	- €	- €

Πίνακας 26: Εκτιμώμενα Συνολικά Έσοδα 6ο – 10ο έτος

Σύμφωνα με τα στοιχεία των ανωτέρω πινάκων, παρατηρείται ότι τα λειτουργικά έσοδα της επιχείρησης θα παρουσιάζουν μια διακύμανση αυξητική ακολουθούμενα την τάση αύξησης των εκτιμώμενων διανυκτερεύσεων ξεπερνώντας ήδη από το πρώτος έτος το 100.000 ευρώ. Παρατηρείται ότι καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέταση χρονικής περιόδου, τα συνολικά λειτουργικά έσοδα της επιχείρησης δεν παρουσιάζουν σημαντική αύξηση δεδομένου ότι η τιμές ενοικίασης παραμένουν σταθερές και έχει εκτιμηθεί συντηρητικό σενάριο πρόβλεψης αύξησης της ζήτησης με σκοπό να διευκρινιστεί ευκρινώς ή όχι η βιωσιμότητα του προτεινόμενου επενδυτικού εγχειρήματος.

2.11.1 Κόστος μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ είναι ένα σημαντικό εργαλείο ενίσχυσης της επιχείρησης και συμβάλλει στην εδραίωση και την επιβίωση της. Η επιχείρηση καθώς δεν έχει ακόμη έσοδα και το κόστος μάρκετινγκ είναι εξίσου σημαντικό θα ξεκινήσει στην αρχή με ένα μικρό ποσό από τα ετήσια έσοδα του για την διαφήμιση και γενικότερα στα μέσα προβολής του. Όσο περνάνε τα χρόνια

λειτουργίας των διαμερισμάτων, το ποσό αυτό θα αυξάνεται και σε συνδυασμό με την αναγνωρισιμότητα που θα έχουν αποκτήσει θα ενισχυθεί η επιβίωση της επιχείρησης αλλά και τα έσοδα της. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το κόστος μάρκετινγκ.

	1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος	4 ^ο έτος	5 ^ο έτος	6 ^ο έτος	7 ^ο έτος	8 ^ο έτος	9 ^ο έτος	10 ^ο έτος
Κόστος μάρκετινγκ	1.152 €	1.212 €	1.239 €	1259 €	1.271 €	1283 €	1.295 €	1.307 €	1.307 €	1.313 €

Πίνακας 27: Κόστος μάρκετινγκ

Η εταιρεία προτίθεται να διαθέτει το 1% των συνολικών εσόδων της για δαπάνες προώθησης και μάρκετινγκ έτσι ώστε να είναι σε θέση διαχρονικά να επιτυγχάνει την επιθυμητή ανάπτυξη στα επίπεδα πληρότητας και κερδοφορίας της. Τα έξοδα προώθησης περιλαμβάνουν την δημιουργία και συντήρησης ιστοσελίδας, η προβολή σε αναγνωρισμένες ιστοσελίδες καταλυμάτων και ξενοδοχείων, οι προμήθειες κράτησης καταλυμάτων μέσω ιστοσελίδων καθώς και οι διαφημιστικές δαπάνες μέσω κοινωνικών δικτύων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

3.1 Χαρακτηριστικά πρώτων υλών

Ένας από τους πρωταρχικούς στόχους της επιχείρησης πρέπει να είναι η υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει στους πελάτες της. Αν οι πελάτες μείνουν ικανοποιημένοι, τότε θα προτιμήσουν ξανά την επιχείρηση και έτσι θα καταφέρει να διακριθεί. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να γίνεται σωστή επιλογή πρώτων υλών.

Οι πρώτες ύλες και τα λοιπά εφόδια που απαιτούνται για την ανάπτυξη και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης αφορούν αναλώσιμα υλικά τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για να καλύψουν τις ανάγκες των επισκεπτών των τουριστικών καταλυμάτων. Πιο συγκεκριμένα τα αναλώσιμα αυτά αφορούν αναλώσιμα είδη μάνιου και υγιεινής, καθώς και αναλώσιμα για την διοικητική υποστήριξη της επιχείρησης. Επίσης, στις πρώτες ύλες συγκαταλέγονται οι ύλες π καθαρισμού και συντήρησης.

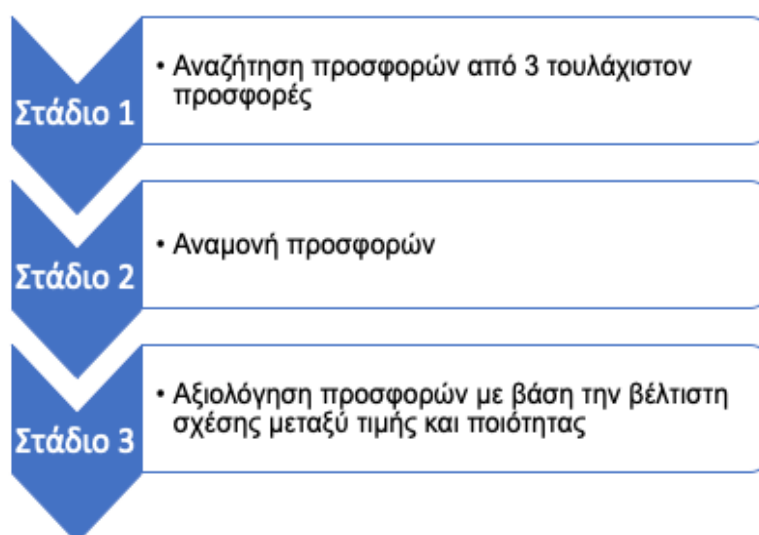
Σε γενικές γραμμές η επιχείρηση θα συνεργαστεί με εξωτερικά συνεργεία καθαρισμού και συνεργεία φροντίδας εξωτερικών χώρων, τα οποία θα διαθέτουν δικές τους πρώτες ύλες.

3.2 Επιλογή προμηθευτών

Η επιχείρηση θα ακολουθήσει συγκεκριμένη πολιτική για την εύρεση και επιλογή των προμηθευτών με τους οποίους θα συνεργαστεί. Η πολιτική αυτή έγκειται στο γεγονός ότι η επιχείρηση θα επικοινωνεί με τουλάχιστον τρεις προμηθευτές για την αναζήτηση προσφορών. Η αναζήτηση των προμηθευτών θα πραγματοποιείται κατόπιν σχετικής έρευνας αγοράς. Αφού λάβει τις αντίστοιχες προσφορές από τρεις τουλάχιστον προμηθευτές θα προχωράει στην αξιολόγηση αυτών και με βάση τη βέλτιστη σχέση μεταξύ τιμής και ποιότητας. Η πολιτική της διαδικασίας εύρεσης και επιλογής προμηθευτών βασίζεται στα κάτωθι αδιαπραγμάτευτα στοιχεία:

- ⇒ Ποιοτικά προσφερόμενα αγαθά και υψηλής προστιθέμενης αξίας υπηρεσίες
- ⇒ Προσιτές τιμές
- ⇒ Αξιοπιστία προμηθευτή – αντιπροσώπου
- ⇒ Αυστηρά ορθές πρακτικές διαχείρισης & μεταφοράς αγαθών
- ⇒ Προσαρμοστικότητα & ευελιξία προμηθευτή σε περίπτωση αλλαγής μιας παραγγελίας
- ⇒ Πρόβλεψη για την αντιμετώπιση πιθανών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια της παράδοσης μιας παραγγελίας
- ⇒ Δυνατότητες μελλοντικής βελτίωσης της ποιότητας, αλλά και της ποικιλίας των αγαθών που προσφέρουν

Ακολουθεί διαγραμματική απεικόνιση της διαδικασίας επιλογής προμηθευτών.



Εικόνα 23: Διαδικασία Επιλογής Προμηθευτών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

4.1 Χωροταξία και μηχανολογικός εξοπλισμός

Ο επιχειρηματίας θα προβεί στην αγορά ημιτελούς συγκροτήματος κατοικιών 430 τ.μ. σε οικόπεδο 5.000 τ.μ. στο Γλινάδο Νάξου συνολικού ύψους 350.000 ευρώ κατόπιν αναζήτησης σε ιστοσελίδα εύρεσης αγοράς ακινήτων. Το συγκρότημα είναι κατασκευασμένο από το 2010 και σύμφωνα με τα την ιστοσελίδα αναζήτησης διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Ενεργειακό Πιστοποιητικό: Υπό έκδοση
- Πέτρινο
- Παραδοσιακή οικία
- Πισίνα
- Κήπος
- Πάρκινγκ

Οι κτιριακές εγκαταστάσεις του τουριστικού καταλύματος εκτείνονται σε ένα οικόπεδο συνολικού εμβαδού 5.000 τ.μ. ενώ η καθαρή επιφάνεια των υποδομών ανέρχεται στα 430 τ.μ. Σύμφωνα με τους ειδικούς θα επιτευχθεί μετά την απαιτούμενη διαμόρφωση των κτιριακών εγκαταστάσεων συνολικού κόστους 100.000 ευρώ.

Η υπό μελέτη επιχείρηση θα αποτελείται από δύο πολυτελή τουριστικά επιπλωμένα διαμερίσματα, τα οποία θα μπορούν να φιλοξενήσουν έως 10 άτομα την ημέρα. Θα διαθέτουν πισίνες, κήπο και θα έχουν θέα στη θάλασσα. Θα υπάρχει ένας μεγάλος ιδιωτικός χώρος στάθμευσης και τα διαμερίσματα θα διαθέτουν κλιματισμό, εξαερισμό, μπάρμπεκιου, σύστημα πυρασφάλειας, εξόδους κινδύνου και δωρεάν πρόσβαση στο Ίντερνετ.

4.2 Τεχνολογικός εξοπλισμός

Η τεχνολογία αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της επιχείρησης, καθώς συμβάλλει στην αναβάθμιση της ποιότητας των διαμερισμάτων αλλά και στην απόδοση αξίας για τους επισκέπτες. Η τεχνολογία, επίσης, βοηθάει στην εξατομίκευση της εμπειρίας διαμονής των επισκεπτών και συνεπώς γίνεται αντιληπτό ότι είναι ολοένα και πιο σημαντική για τη λειτουργία της επιχείρησης. Σύμφωνα με τις προδιαγραφές που απαιτούνται για την κατηγορία των διαμερισμάτων θα επιλεγθεί συγκεκριμένη τεχνολογία, η οποία θα είναι φιλική στο περιβάλλον και τον χρήστη, εύχρηστη και ασφαλής.

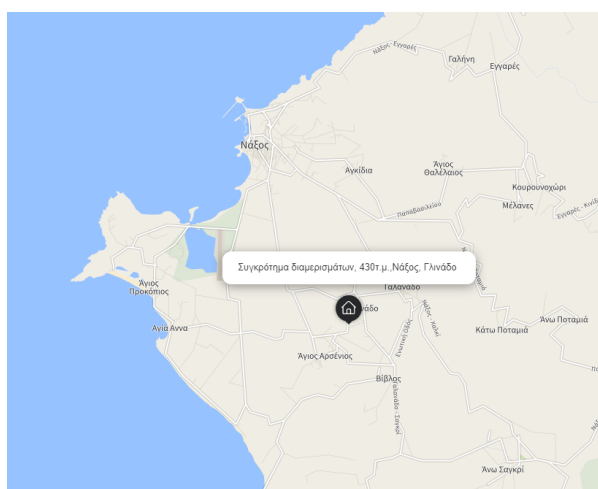
Ο επιχειρηματίας έχει προβεί σε επικοινωνία με τον πωλητή του συγκροτήματος διαμερισμάτων ο οποίος σύμφωνα με σχετική έκθεση μηχανικού, ενημέρωσε τον επιχειρηματία ότι για να καταστεί πλήρως λειτουργικό το συγκρότημα θα πρέπει να διενεργηθούν οι κάτωθι δαπάνες:

- Εισαγωγή κουφωμάτων
- Εισαγωγή εσωτερικών πορτών
- Φωτοβολταϊκά πάνελ οροφής
- Μικροκατασκευαστικές δαπάνες

Το ύψος όλων των ανωτέρω σύμφωνα με σχετική έκθεση προϋπολογισμού του μηχανικού ανέρχεται στα 100.000 ευρώ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης θα λάβει χώρα στο χωριό Γλινάδο της νήσου Νάξος, ένα μικρό χωριό με λιγότερους από 1.000 κατοίκους στην νοτιοδυτική πλευρά του νησιού. Χαρακτηριστικό στοιχείο του χωριού είναι η κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική των σπιτιών καθώς αποτελεί μία από τις πιο εύφορες περιοχές του νησιού με πολύ καλά αναπτυγμένες υποδομές. Στην εικόνα που ακολουθεί αποτυπώνεται η θέση του τουριστικού συγκροτήματος διαμερισμάτων της παρούσας μελέτης.



Εικόνα 24: Γεωγραφική θέση συγκροτήματος καταλυμάτων

Η επιχειρηματική δομή της επιχείρησης απέχει μόλις λίγα χιλιόμετρα από πολυσύχναστες παραλίες ενώ μάλιστα βρίσκεται λίγα λεπτά μακριά από την πρωτεύουσα του νησιού και από το κεντρικό εμπορικό λιμάνι αυτής. Η θέση στην οποία θα αναπτυχθεί η επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης δεν είναι τυχαία, καθώς εξασφαλίζει πολύπλευρα πλεονεκτήματα για τους τουρίστες που θα επιλέξουν να περάσουν την διακομή τους σε αυτήν καθώς είναι εύκολα και γρήγορα προσβάσιμη από το κεντρικό λιμάνι του νησιού, ενώ στην ευρύτερη περιοχή λειτουργούν τοπικά σούπερ μάρκετ, ταβέρνες και καταστήματα λοιπού ενδιαφέροντος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Η κατάλληλη επιλογή ανθρώπινου δυναμικού στις επιχειρήσεις είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας της επιχείρησης. Τα προσόντα των υπαλλήλων, οι ιδέες, η συνεργασία, η ομαδικότητα, η εργατικότητα και η σωστή εκπαίδευση αποτελούν μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για μια επιχείρηση. Στην υπό μελέτη επιχείρηση την επιλογή του προσωπικού που χρειάζεται σύμφωνα με τις ανάγκες της λειτουργίας της επιχείρησης θα την κάνει ο Γενικός Διευθυντής, ο οποίος είναι ο ίδιος ο ιδιοκτήτης.

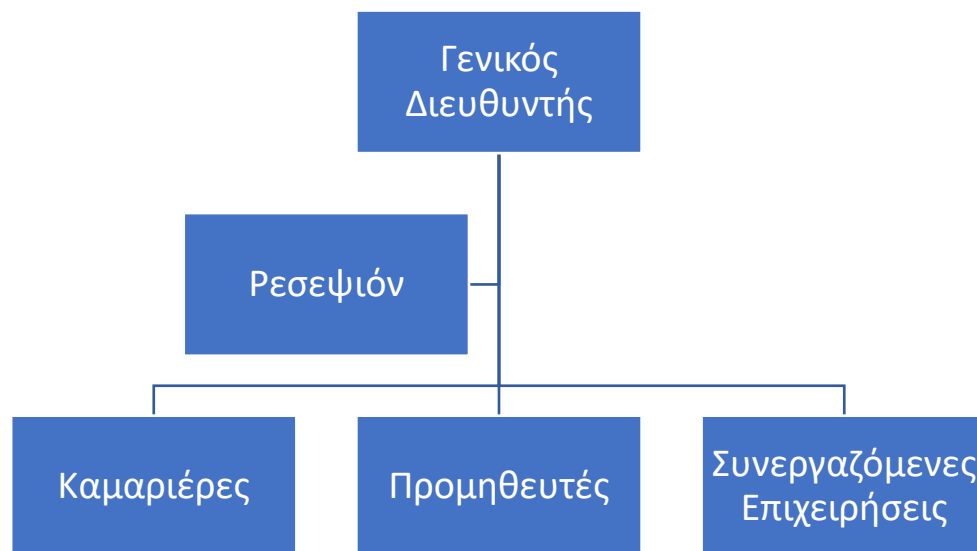
Η εύρεση ανθρώπινου δυναμικού θα πραγματοποιηθεί μέσω αγγελιών στο Facebook και το LinkedIn, οι οποίες θα περιγράφουν αναλυτικά τις ανάγκες που πρέπει να καλύψει η εκάστοτε θέση. Μετά την επιλογή του προσωπικού από τον Γενικό Διευθυντή ακολουθεί η εκπαίδευση του προσωπικού, μέσα από σεμινάρια και από επίδειξη των απαιτήσεων της κάθε θέσης από τους υπεύθυνους.

Για την πλήρη υποστήριξη της επιχειρηματικής δομής κρίθηκε αναγκαίο να προσληφθούν δύο άτομα πλήρους απασχόλησης οι οποίοι θα υποστηρίζουν την επιχειρηματική λειτουργία της επιχείρησης. Οι θέσεις των ατόμων αφορούν την θέση ενός υπαλλήλου υποδοχής και μιας καμαριέρας με μηνιαίο μισθό 1.000 ευρώ. Τα ποσά αυτά πρόκειται για επιπρόσθετες αμοιβές της επιχείρησης προς το προσωπικό καθώς το συνολικό βασικό κόστος μισθοδοσίας του προσωπικού θα καλυφθεί από προγράμματα απασχόλησης του ΟΑΕΔ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

7.1 Οργάνωση μονάδας

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η επενδύτρια επιχείρηση θα είναι ατομικής μορφής που αυτό σημαίνει ότι ο έλεγχος και η διοίκηση θα ασκείται εξ' ολοκλήρου από τον ίδιο τον επιχειρηματία. Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι ο επιχειρηματίας θα επωμίζεται κάθε όφελος και ζημία που προκύπτει ή όχι από τη συνήθη επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης. Παρόλο που η διοίκηση θα ασκείται από ένα μόνο άτομο κρίνεται αναγκαίο να αναπτυχθεί η κατάλληλη οργανωτική δομή ώστε να αναπτυχθεί με αποτελεσματικό τρόπο το σύνολο των λειτουργικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης.



Εικόνα 25: Οργανωτική δομή

Στο διάγραμμα με την οργανωτική δομή της επιχείρησης έχουν συμπεριληφθεί και οι εξ επιχειρηματικοί φορείς όπως είναι οι εν δυνάμει προμηθευτές της επιχείρησης καθώς και οι εν δυνάμει συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Έχουν αποτυπωθεί στο οργανόγραμμα με σκοπό να αποτυπωθεί ευκρινώς πως θα γίνεται η επικοινωνία μεταξύ αυτών και της επιχείρησης

Γενικός Διευθυντής

Χρέη γενικού διευθυντή θα επιτελεί ο ίδιος ο επιχειρηματίας ο οποίος θα έχει τον πλήρη έλεγχο της διοίκησης και της διαδικασίας λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων. Τα γενικά καθήκοντα σε επίπεδο γενικού διευθυντή θα είναι ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και η παρακολούθηση

επενδύσεων, η λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων, η σύναψη συνεργασιών με λοιπές επιχειρηματικές μονάδες, η αναπροσαρμογή των τιμών καθώς και η διαχείριση του κόστους.

Ρεσεψιόν

Το άτομο που θα απασχοληθεί στη ρεσεψιόν θα δρα κάτω από τον γενικό διευθυντή και θα είναι υπεύθυνο για την εξασφάλιση της εύρυθμης καθημερινής λειτουργίας των δύο διαμερισμάτων. Αποκλειστική ευθύνη του ατόμου αυτού είναι η εξυπηρέτηση των τουριστών που επιλέγουν για τη διανομή τους τις δομές της επιχείρησης καθώς και η εξασφάλιση όλων των αναγκαίων υλών για την αποτελεσματική ανάπτυξη της επιχειρηματικής λειτουργίας σε καθημερινή βάση.

Καμαριέρες

Κάτω από τις δύο προαναφερόμενες θέσεις θα δρα μια καμαριέρα η οποία θα είναι πλήρους απασχόλησης και θα είναι υπεύθυνη για την αλλαγή και την συντήρηση των κλινών. Επιπλέον θα είναι υπεύθυνη για την καθημερινή καθαριότητα των διαμερισμάτων (σκούπισμα, σφουγγάρισμα, ξεσκόνισμα, έλεγχος και ανεφοδιασμός υλών, αλλαγή σκουπιδιών κλπ). Επιπλέον, η καμαριέρα θα βοηθάει στο πρωινό που θα παρέχεται στους τουρίστες – επισκέπτες των καταλυμάτων.

7.2 Γενικά έξοδα

Τα έξοδα της επιχείρησης περιλαμβάνουν την μισθοδοσία του προσωπικού, τα λειτουργικά έξοδα (λογαριασμοί κοινής ωφέλειας, α' ύλες, κόστος συντήρησης πισίνας, κόστος catering), τις υπηρεσίες καθαριότητας, τις υπηρεσίες περιποίησης του εξωτερικού χώρου, οι δαπάνες για επισκευές και συντηρήσεις, τα έξοδα προώθησης και μάρκετινγκ, η λογιστική και νομική υποστήριξη της επιχείρησης καθώς και τα ασφάλιστρα της επιχειρηματικής μονάδας.

Κόστη Λειτουργίας	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Μισθοδοσία Προσωπικού	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Λειτουργικά Έξοδα	10.152 €	10.152 €	10.152 €	10.152 €	10.152 €
Δόση Επιχειρηματικού Δανείου	- €	- €	- €	- €	- €
Υπηρεσίες Καθαριότητας	1.800 €	1.800 €	1.800 €	1.800 €	1.800 €
Υπηρεσίες Φροντίδας Εξωτερικών Χώρων	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €

Επισκευές & Συντηρήσεις	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €
Έξοδα Προώθησης & Μάρκετινγκ	1.152 €	1.212 €	1.239 €	1.259 €	1.271 €
Λογιστική & Νομική Υποστήριξη	2.440 €	2.440 €	2.440 €	2.440 €	2.440 €
Ασφάλιστρα Επιχειρηματικής Μονάδας	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €
Εκτιμώμενα Συνολικά Έξοδα	29.794 €	29.854 €	29.881 €	29.901 €	29.913 €

Πίνακας 28: Εκτιμώμενα Συνολικά Έξοδα 1ο – 5ο έτος

Κόστη Λειτουργίας	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Μισθοδοσία Προσωπικού	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €	12.000 €
Λειτουργικά Έξοδα	10.152 €	10.152 €	10.152 €	10.152 €	10.152 €
Δόση Επιχειρηματικού Δανείου	- €	- €	- €	- €	- €
Υπηρεσίες Καθαριότητας	1.800 €	1.800 €	1.800 €	1.800 €	1.800 €
Υπηρεσίες Φροντίδας Εξωτερικών Χώρων	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €
Επισκευές & Συντηρήσεις	450 €	450 €	450 €	450 €	450 €
Έξοδα Προώθησης & Μάρκετινγκ	1.283 €	1.295 €	1.307 €	1.307 €	1.313 €
Λογιστική & Νομική Υποστήριξη	2.440 €	2.440 €	2.440 €	2.440 €	2.440 €
Ασφάλιστρα Επιχειρηματικής Μονάδας	900 €	900 €	900 €	900 €	900 €
Εκτιμώμενα Συνολικά Έξοδα	29.925 €	29.937 €	29.949 €	29.949 €	29.955 €

Πίνακας 29: Εκτιμώμενα Συνολικά Έξοδα 6ο – 10ο έτος

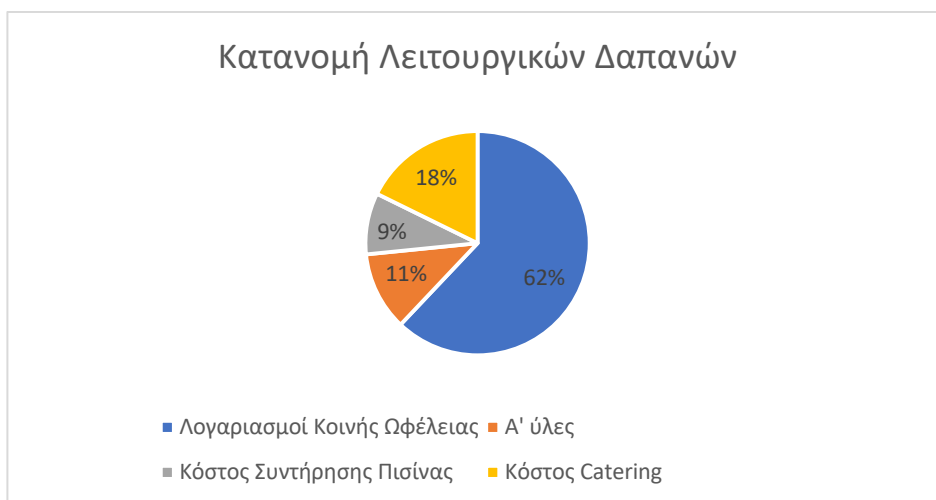
Τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης περιλαμβάνουν τους λογαριασμούς κοινής ωφέλειας, τις πρώτες ύλες, το κόστος συντήρησης της πισίνας καθώς και το κόστος του catering. Πιο συγκεκριμένα το κόστος των λογαριασμών κοινής ωφέλειας στα 9.300 ευρώ ετησίως με την κάτωθι παραδοχή:

- Τους έξι μήνες που θα λειτουργεί η επιχείρηση εκτιμάται ότι θα πληρώνει μεσοσταθμικά 400 ευρώ μηνιαίως για ηλεκτρικό ρεύμα, 200 ευρώ για νερό και 100 για τηλεπικοινωνίες ενώ τους έξι μήνες που δεν θα λειτουργεί το κόστος αυτό θα

μειωθεί στις απαιτούμενες πάγιες δαπάνες των λογαριασμών κοινής ωφέλειας και δαπάνες διατήρησης αυτών και πιο συγκεκριμένα υπολογίζεται ότι η ΔΕΗ θα έρχεται 100 ευρώ μηνιαίως, το νερό 100 ευρώ και το κόστος τηλεπικοινωνιών θα παραμείνει σταθερό δυνάμει συμβολαίου στα 100 ευρώ.

- Το κόστος του ηλεκτρικού ρεύματος υπολογίστηκε στα 100 ευρώ μηνιαίως για τους έξι μήνες μη λειτουργίας (δηλαδή 600 ευρώ) κόστος που δύναται να καλύψει μέρος των μηνών λειτουργίας.
- Επιπλέον το κόστος της ΔΕΗ προϋπολογίστηκε μεσοσταθμικά στα 400 ευρώ μηνιαίως λόγω των ανατιμήσεων στην τιμή της ηλεκτρικής ενέργειας και με την παραδοχή ότι αυτή θα είναι η νέα πραγματικότητα. Ωστόσο αναμένεται να επιτευχθεί όφελος από την χρήση των φωτοβολταϊκών στέγης που δύναται να εγκατασταθούν στα δύο διαμερίσματα.

Επιπλέον, το κόστος των πρώτων υλών αφορά είδη υγιεινής και φροντίδας (σαπούνια, χαρτί τουαλέτας, καθαριστικά κλπ) τα οποία υπολογίστηκαν ως ποσοστό της τάξεως του 1% των συνολικών εσόδων. Οι δαπάνες αυτές είναι αισθητά μειωμένες καθώς η επιχείρηση θα προσλάβει ιδιωτική εταιρεία για τον καθαρισμό των δωματίων της. Το κόστος συντήρησης της πισίνας ανέρχεται στο ποσό των 150 ευρώ μηνιαίως για τους έξι λειτουργικούς μήνες και περιλαμβάνει την εβδομαδιαία συντήρηση της πισίνας καθώς και τη χημική ανάλυση νερού και διόρθωση τιμών pH-cl, τον καθαρισμό τοιχωμάτων και πυθμένα, τον καθαρισμό φίλτρων, τον έλεγχο του μηχανοστασίου καθώς και τις ρυθμίσεις του εξοπλισμού. Τέλος, έχουν προβλεφθεί δαπάνες catering μηνιαίου κόστους 300 ευρώ για έξι μήνες οι οποίες περιλαμβάνουν ένα πλήρες πρωινό σε καθημερινή βάση για τα δύο καταλύματα. Από την ανάλυση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης υπολογίστηκε η κατανομή - επιβάρυνση των επιμέρους δαπανών λειτουργίας στο σύνολο αυτών.



Εικόνα 26: Κατανομή Λειτουργικών Δαπανών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

8.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως

Από τα στοιχεία των εκτιμήσεων για τα συνολικά έσοδα και έξοδα της ατομικής επιχείρησης έχει υπολογιστεί η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως για όλη την υπό εξέταση χρονική περίοδο. Επιπλέον για τον υπολογισμό των καθαρού αποτελέσματα έχουν υπολογιστεί και έχουν αφαιρεθεί οι αποσβέσεις του εξοπλισμού της επιχείρησης καθώς και ο φόρος εισοδήματος. Οι αποσβέσεις υπολογίστηκαν ως ποσοστό της τάξεως του 10% κάθε χρόνο και η φορολογία εισοδήματος υπολογίστηκε στο 28% σύμφωνα με την ισχύουσα φορολογική νομοθεσία.

Αποτελέσματα Χρήσεως	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	4ο Έτος	5ο Έτος
Συνολικά Έσοδα	208.900 €	214.900 €	217.600 €	125.900 €	127.100 €
Συνολικά Έξοδα	29.794 €	29.854 €	29.881 €	29.901 €	29.913 €
Μικτό Αποτέλεσμα	179.106 €	185.046 €	187.719 €	95.999 €	97.187 €
Αποσβέσεις	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €
Φόρος Εισοδήματος	50.150 €	51.813 €	52.561 €	26.880 €	27.212 €
Καθαρό Αποτέλεσμα	119.956 €	124.233 €	126.158 €	60.119 €	60.975 €

Πίνακας 30: Αποτελέσματα Χρήσεως 1ο – 5ο έτος

Αποτελέσματα Χρήσεως	6ο Έτος	7ο Έτος	8ο Έτος	9ο Έτος	10ο Έτος
Συνολικά Έσοδα	128.300 €	129.500 €	130.700 €	130.700 €	131.300 €
Συνολικά Έξοδα	29.925 €	29.937 €	29.949 €	29.949 €	29.955 €
Μικτό Αποτέλεσμα	98.375 €	99.563 €	100.751 €	100.751 €	101.345 €
Αποσβέσεις	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €	9.000 €
Φόρος Εισοδήματος	27.545 €	27.878 €	28.210 €	28.210 €	28.377 €
Καθαρό Αποτέλεσμα	61.830 €	62.685 €	63.541 €	63.541 €	63.968 €

Πίνακας 31: Αποτελέσματα Χρήσεως 6ο – 10ο έτος

Παρατηρείται ότι τα καθαρά αποτελέσματα της ατομικής επιχείρησης δεν θα παρουσιάσουν σημαντική δυναμική ανάπτυξης δεδομένου ότι ο υπολογισμός αυτών έχει βασιστεί σε συντηρητικά σενάρια πρόβλεψης με αποτέλεσμα να αποτυπωθεί ευκρινώς η βιωσιμότητα ή όχι του προτεινόμενου επενδυτικού εγχειρήματος.

8.2 Αξιολόγηση επένδυσης

Στο κεφάλαιο αυτό θα πραγματοποιηθεί η αξιολόγηση της βιωσιμότητας της προτεινόμενης επένδυσης βάσει των στοιχείων που αποτυπώθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια. Για την αξιολόγηση του προτεινόμενου επενδυτικού εγχειρήματος ως προς την βιωσιμότητα του, χρησιμοποιήθηκαν δύο ευρέως γνωστές τεχνικές μέθοδοι αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων. Η πρώτη αφορά στην μέθοδο υπολογισμού της Καθαρής Παρούσας Αξίας (ΚΠΑ) των προβλεπόμενων χρηματοροών καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέταση χρονικής περιόδου και η δεύτερη στην μέθοδο του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης της Επένδυσης (IRR).

8.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Η Καθαρά Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) μιας επένδυσης είναι η διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των καθαρών ταμειακών ροών της επένδυσης, προεξοφλημένων στο παρόν με επιτόκιο i και του αρχικού κεφαλαίου K_0 που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η επένδυση σήμερα.

- Σε περίπτωση που η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών από την επένδυση σήμερα είναι υψηλότερη από το απαιτούμενο κόστος της επένδυσης, δηλαδή η $KPA > 0$, η επένδυση γίνεται αποδεκτή.
- Σε περίπτωση που η $KPA = 0$, ο δυνητικός επενδυτής πρέπει να είναι αδιάφορος με βάση αυτή το κριτήριο επιλογής.
- Σε περίπτωση που η $KPA < 0$, η επένδυση δεν πρέπει να γίνει αποδεκτή.

Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας	
Έτος	Καθαρή Ταμειακή Ροή
1ο Έτος	119.956 €
2ο Έτος	124.233 €
3ο Έτος	126.158 €
4ο Έτος	60.119 €
5ο Έτος	60.975 €
6ο Έτος	61.830 €
7ο Έτος	62.685 €
8ο Έτος	63.541 €

9ο Έτος		63.541 €
10ο Έτος		63.968 €
Προεξοφλητικό Επιτόκιο		8,50%
Κόστος Επένδυσης	-	562.200 €
Καθαρά Παρούσα Αξία		1.769,51 €

Πίνακας 32: Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Στην εξεταζόμενη περίπτωση η Καθαρά Παρούσα Αξία με επιτόκιο 8,5% ανέρχεται σε 1.769,51€ και κατά συνέπεια κρίνεται αρχικά βιώσιμη η επένδυση.

8.4 Μέθοδος εσωτερικού συντελεστή απόδοσης

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (ΕΣΑ ή IRR) είναι το υπολογιζόμενο επιτόκιο (δηλαδή η εσωτερική αποδοτικότητα), όπου η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών είναι ίση με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών. Με άλλα λόγια είναι ο συντελεστής που εξισώνει την συνολική παρούσα αξία των εισροών με την παρούσα αξία των εκροών του σχεδίου επένδυσης. Δηλαδή είναι ένα μοναδικό «εσωτερικό επιτόκιο», που κάνει την ΚΠΑ να είναι ίση με μηδέν. Στην εξεταζόμενη περίπτωση ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (ΕΣΑ ή IRR) είναι 8,58%. Αυτό σημαίνει ότι για κάθε τιμή του επιτοκίου προεξόφλησης μικρότερη του ΕΣΑ, δηλαδή μικρότερη του 8,58%, η επένδυση συμφέρει να πραγματοποιηθεί. Αντίθετα όταν το επιτόκιο προεξόφλησης συμβεί να είναι μεγαλύτερο του ΕΣΑ, τότε η επένδυση δεν θα είναι συμφέρουσα.

Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης	
Έτος	Καθαρή Ταμειακή Ροή
Κόστος Επένδυσης	- 562.200 €
1ο Έτος	119.956 €
2ο Έτος	124.233 €
3ο Έτος	126.158 €
4ο Έτος	60.119 €
5ο Έτος	60.975 €
6ο Έτος	61.830 €
7ο Έτος	62.685 €
8ο Έτος	63.541 €
9ο Έτος	63.541 €
10ο Έτος	63.968 €
Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης	8,58%

Πίνακας 33: Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Επειδή επιτόκιο κεφαλαίου σε αυτά τα ύψη είναι αδύνατο να επιτευχθεί από κανένα τραπεζικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού φαίνεται ξεκάθαρα η βιωσιμότητα και η λογική της επένδυσης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Ελλάδα και κατά συνέπεια τα ελληνικά νησιά όπως η Νάξος, κατέχει μια εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού. Ακόμη και κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και της πανδημίας COVID-19 υπήρξε από τους πιο σημαντικούς πυλώνες ανάπτυξης. Αυτό αποδεικνύεται και από τις συνεχείς προσπάθειες της ελληνικής κυβέρνησης να ενισχύσει τις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά και να αναβαθμίσει τα τουριστικά προϊόντα.

Στη συγκεκριμένη μελέτη μέσα από την επεξεργασία και την ανάλυση των δεδομένων αποδεικνύεται η βιωσιμότητα του προτεινόμενου επενδυτικού εγχειρήματος. Η συγκεκριμένη επιχείρηση σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί σε μια κερδοφόρα αγορά, όπου η ζήτηση αυξάνεται ραγδαία, άρα παρουσιάζονται σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Η συγκεκριμένη επένδυση κρίνεται βιώσιμη και από οικονομοτεχνικής σκοπιάς και αυτό είναι κάτι που επιβεβαιώνεται από τις δύο τεχνικές μεθόδους αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων, αυτή του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης και αυτή της καθαρής παρούσας αξίας.

Μάλιστα η μελέτη έχει στηριχθεί σε συντηρητικό σενάριο εκτίμησης των προβλεπόμενων στοιχείων, με την έννοια ότι χρησιμοποιήθηκαν τιμές και εκτιμήσεις καθ' όλη την εκπόνηση αυτής, ελαφρώς δυσμενέστερες από τις προβλεπόμενες, με απώτερο σκοπό να καταδειχθεί ευκρινώς η βιωσιμότητα ή όχι του προτεινόμενου εγχειρήματος διαχρονικά. Τα αποτελέσματα αξιολόγησης των δύο μεθόδων αποτυπώνουν την αποδοτικότητα, την κερδοφορία και της προοπτικές ανάπτυξης του παρόντος επενδυτικού πλάνου. Οι αναμενόμενες ταμειακές ροές κρίνονται επαρκής ώστε να καλύψουν το κόστος της επένδυσης και να δημιουργήσουν περιθώρια κέρδους για τον ατομικό επιχειρηματία. Ως εκ τούτου, η επένδυση φαίνεται να είναι ασφαλής και συμφέρουσα, και πιθανότατα αξίζει τον κόπο να πραγματοποιηθεί. Ωστόσο, πρέπει να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες και κίνδυνοι πριν ληφθεί οριστική απόφαση. Η ίδρυση και λειτουργία ενός συγκροτήματος αποτελεί μια πολύπλοκη απόφαση που απαιτεί διεξοδική αξιολόγηση.

Πέρα από τα οικονομικά οφέλη, η επένδυση θα συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, θα προωθήσει την τοπική κουλτούρα και παράδοση, και θα βελτιώσει την τουριστική υποδομή της περιοχής. Επιπλέον, θα αποτελέσει παράγοντα προσέλκυσης περισσότερων τουριστών στο νησί, συντελώντας στην ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού και στην αύξηση των οικονομικών εσόδων της περιοχής. Εντούτοις, η λήψη της τελικής απόφασης πρέπει να γίνει με προσοχή, λαμβάνοντας υπόψιν όλες τις πτυχές της επένδυσης και τις επιπτώσεις της στην τοπική κοινότητα, το περιβάλλον και την κοινωνία και όχι βασιζόμενοι μόνο στο οικονομικό αποτέλεσμα. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι πρόθεση του επενδυτή είναι μετά την δεκαετία να επανεπενδύσει μεγάλο μέρος των κερδών του για την ανάπτυξη και λειτουργία περισσότερων συγκροτημάτων στην ευρύτερη περιοχή δραστηριοποίησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Γεωργακέλλος Δ. (2022), Σημειώσεις στο μάθημα οικονομοτεχνικές μελέτες
- Γεωργόπουλος, Ν. (2013). Στρατηγικό Μάνατζμεντ. [3 η εκδ.], Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου.
- Μαλλιάρης Γ. Πέτρος (2001), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Kotler P. (2006), Marketing Management, Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Διαδικτυακές πηγές

- https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/ΣΕΤΕ_Ο_τουρισμός_το_2040-1.pdf
- <https://el.wikipedia.org/wiki/Ελλάδα>
- <https://www.ertnews.gr/eidiseis/mono-sto-ertgr/ereyna-ertnews-gr-to-2023-provlepetai-na-spasei-kathe-rekor-o-ellinikos-tourismos/>
- https://www.statistics.gr/el/statistics?p_p_id=documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_cacheability=cacheLevelPage&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=4&p_p_col_pos=1&_documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_javax.faces.resource=document&_documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_in=downloadResources&_documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4I

[N_documentID=505762&_documents_WAR_publicationsportlet_INSTANC](#)
[E_qDQ8fBKKo4IN_locale=el](#)

- <https://services.grhotels.gr/el/searchaccomodation/>
- <https://www.ot.gr/2023/10/30/tourismos/tourismos-pano-apo-29-ekat-touristes-irthanstin-ellada-to-9mino-tou-2023-analysi-insete/>
- <https://www.ot.gr/2023/08/21/oikonomia/tourismos-to-diplo-ofelos-gia-tin-elliniki-oikonomia/>
- <https://www.anaptyxiakos-nomos.gr/anaptyxiakos-nomos-tourismos/>
- <https://insete.gr/greektourism2030/>
- https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/11257/kordi_mde1617.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- https://www.statistics.gr/el/home?p_p_id=com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_INSTANCE_3&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_INSTANCE_3_mvcpa th=%2Fview_content.jsp&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_INSTANCE_3_assetEntryId=1186878&_com_liferay_portal_search_web_portlet_SearchPortlet_INSTANCE_3_type=document
- [https://www.grhotels.gr/touristikos-odigos/anazitisi-ksenodocheion-kai-kampingk/?s_municipality=398&location_term_id=398&s_listing_island=396&s_listing_rating\[\]=279&s_listing_rating\[\]=205](https://www.grhotels.gr/touristikos-odigos/anazitisi-ksenodocheion-kai-kampingk/?s_municipality=398&location_term_id=398&s_listing_island=396&s_listing_rating[]=279&s_listing_rating[]=205)
- https://www.e-kyklades.gr/travel/tourism/naxos_accommodation?lang=el
- <https://e-naxos.eu>
- <https://mynaxos.gr/2018/05/glinado-2>
- <https://etravelnews.gr/ellinikos-tourismos-16-2-touristes-10-3-dis-esoda/>
- <https://www.google.gr/maps/place/Γλινάδο+843+00/@37.0721553,25.3954033,16z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x149809486cef3427:0x109b2505ad74a51118m2!3d37.071307!4d25.4017697!16s%2Fm%2F03cdvsq?hl=el&entry=ttu>
- <https://money-tourism.gr/sta-5-5-dis-e-oi-eispraxeis-sta-7-ekat-oi-afixeis-all-inclusive-sta-taxidia-ilio-thalassa/>

