



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού

(MBA TOURISM MANAGEMENT)

Διπλωματική Εργασία

**Οικονομοτεχνική Ανάλυση και Αξιολόγηση Ίδρυσης Εταιρείας Παροχής
Τουριστικών Υπηρεσιών Πολυτελείας (Luxury Travel Services) στη Μύκονο**

Παναγιωτοπούλου Ευανθία



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

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή -δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

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

Οικονομολογική Ανάλυση και Αξιολογμένη Έκθεση για
Παροχής Τουριστικών Υπηρεσιών Ποιότητας (Quality Travel Services)
στον Αιόνα

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/τριας: Ευαγγελία Παπαδοπούλου

Όνοματεπώνυμο: Παπαδοπούλου Ευαγγελία

Ημερομηνία: 26/03/13

«Η παρούσα εργασία έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και ορισμένα από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή».

Η παρούσα διπλωματική αφιερώνεται στην οικογένεια μου και ιδιαίτερα στους γονείς μου Ευαγγελία και Θεόδωρο για όλη τη στήριξη που μου έχουν δώσει τόσα χρόνια και που πίστεψαν σε μένα.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	10
Σύνοψη της Προμελέτης Σκοπιμότητας	10
1.1 Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος	10
1.2 Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ	10
1.3 Πρώτες Ύλες και Εφόδια	12
1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογία	12
1.5 Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....	12
1.6 Ανθρώπινοι Πόροι.....	13
1.7 Τοποθεσία – Χώρος Εγκατάστασης – Περιβάλλον	13
1.8 Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου	13
1.9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση & Αξιολόγηση της Επένδυσης	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	15
Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος	15
2.1 Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου	15
2.1.1 Σύνοψη Περιγραφή του Επενδυτικού Σχεδίου	15
2.1.2 Ταυτότητα του Επενδυτικού Σχεδίου	16
2.1.3 Πολιτικές που Υποστηρίζουν το Επενδυτικό Σχέδιο	16
2.2 Ιδρυτές και Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου	17
2.2.1 Ιδρυτές του Επενδυτικού Σχεδίου	17
2.2.2 Ιστορική Εξέλιξη του Επενδυτικού Σχεδίου	17
2.3 Μελέτη Σκοπιμότητας	17
2.3.1. Φορέας Εκπόνησης της Μελέτης	17
2.3.2 Φορέας που Παρήγγειλε τη Μελέτη.....	17
2.4 Κόστος εκπόνησης της Μελέτης και των Σχετικών Ερευνών.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	21
Ανάλυση Αγοράς & Μάρκετινγκ.....	21
3.1 Τουριστική Βιομηχανία	21
3.1.2. Η Ιστορία των Τουριστικών Γραφείων και η Εξέλιξη τους.....	21
3.1.3 Ορισμός Τουριστικού Γραφείου.....	22
3.2 Η Ανάπτυξη του Τουρισμού	23
3.2.1 Ελληνικός Τουρισμός	25
3.2.1 Θετικοί και Αρνητικοί Παράγοντες για την Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού	28
3.2.2 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης.....	29

3.2.3 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Προσφοράς	31
3.3 SWOT Τουρισμού Ελλάδας	33
3.3.1 Δυνάμεις.....	33
3.3.2 Αδυναμίες.....	34
3.3.3 Ευκαιρίες	35
3.3.4 Απειλές	35
3.4 PEST	36
3.4.1 Πολιτικό Περιβάλλον.....	36
3.4.2 Οικονομικό Περιβάλλον	37
3.4.3 Κοινωνικό Περιβάλλον	38
3.4.5 Τεχνολογικό περιβάλλον	39
3.5 Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	40
3.5.1 Δημογραφικά Δεδομένα	41
3.5.2 Ξενοδοχειακό Δυναμικό.....	42
3.5.3 Οικονομικά Δεδομένα.....	43
3.5.4 Υποδομές & Ποιότητα ζωής	44
3.5.5 Τουριστικές Αφίξεις Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου	45
3.6 Βασικά Χαρακτηριστικά Κυκλάδων.....	46
3.7 Μύκονος.....	49
3.7.1 Γενικά Χαρακτηριστικά.....	49
3.7.2 Αξιοθέατα.....	50
3.7.3 Προσβασιμότητα.....	52
3.7.4 Εξυπηρετήσεις.....	53
3.7.5 Δραστηριότητες.....	54
3.7.6 Τουριστικά Πακέτα.....	55
3.7.7 Χαρακτηριστικά Τουρισμού Μυκόνου.....	55
3.7.8 Αγορά.....	57
3.7.9 Ανταγωνιστές.....	59
3.8 Σχέδιο Μάρκετινγκ	60
3.9 Κόστος του μάρκετινγκ και έσοδα πωλήσεων	63
Κεφάλαιο 4.....	65
Πρώτες ύλες και εφόδια	65
4.1 Εισαγωγή	65
4.2 Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων.....	65

4.3 Διαδικασία Επιλογής των Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων.....	65
4.4 Πρόγραμμα Προμηθειών	66
4.5 Έλεγχος	67
4.6 Οικονομικά Στοιχεία.....	68
Κεφάλαιο 5.....	69
Μηχανολογικά & Τεχνολογία.....	69
5.1 Η Δυναμικότητα της Τουριστικής Επιχείρησης.....	69
5.2 Επιλογή Τεχνολογίας και Περιγραφή Τεχνολογίας.....	70
5.3 Κόστος Μηχανολογικών και Τεχνολογίας.....	71
Κεφάλαιο 6.....	72
Οργάνωση και διαχείριση του ταξιδιωτικού γραφείου.....	72
6.1 Εισαγωγή	72
6.2 Οργανωσιακές Λειτουργίες και Δομή της Τουριστικής Επιχείρησης	72
6.3 Εντοπισμός των Κέντρων Κόστους.....	74
6.4 Γενικά Έξοδα.....	75
Κεφάλαιο 7.....	76
Ανθρώπινοι Πόροι.....	76
7.1 Κατηγορίες και Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων.....	76
7.2 Ανάγκες του Επενδυτικού Σχεδίου σε Ανθρώπινο Δυναμικό	76
7.2.2 Προπαραγωγική Φάση.....	77
7.2.3 Λειτουργική Φάση.....	77
7.3 Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού και Επιλογή	78
7.3.1 Προγραμματισμός Πρόσληψης Προσωπικού	78
7.4 Εκτιμήσεις του Κόστους της Εργασίας.....	79
7.5 Κόστος ανθρώπινου δυναμικού/έτος λειτουργίας.....	80
Κεφάλαιο 8.....	81
Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης & Περιβάλλον	81
8.1 Εισαγωγή	81
8.2 Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας.....	81
8.2.1 Βασικές Απαιτήσεις Επιλογής Τοποθεσίας	81
8.2.2 Χαρακτηριστικά Στοιχεία Εναλλακτικών Τοποθεσιών και Αξιολόγηση.....	82
8.3. Χαρακτηριστικά Κτηρίου και Υπολογισμός Ενοικίασης Χώρου	83
Κεφάλαιο 9.....	84
Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου	84

9.1 Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου	84
9.2 Η ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης του Έργου	84
9.3 Χρονικός Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου	84
9.4 Εκτίμηση του Κόστους Εκτέλεσης του Προγράμματος	86
Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	88
10.1 Στόχοι Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγηση της Επένδυσης	88
10.2 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης	88
10.3 Χρηματοδότηση της Τουριστικής Επιχείρησης.....	92
10.4 Ανάλυση Κόστους Υπηρεσιών	93
10.5 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων.....	94
10.6 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης.....	98
10.7 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε Συνθήκες Αβεβαιότητας	100
10.8 Οικονομική Αξιολόγηση	101
Βιβλιογραφία	102
Ηλεκτρονικές Πηγές	103

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Σύνοψη της Προμελέτης Σκοπιμότητας

1.1 Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

Η βασική ιδέα για την εκπόνηση της παρούσας μελέτης είναι ο έλεγχος της σκοπιμότητας για την ίδρυση μιας τουριστικής επιχείρησης που θα ειδικεύεται στην παροχή υπηρεσιών και συγκεκριμένα θα προσφέρει πολυτελής υπηρεσίες στο νησί της Μυκόνου.

Σκοπός της επιχείρησης είναι να διατηρήσει το πρωταγωνιστικό της ρόλο στον χώρο του τουρισμού, αναπτύσσοντας ένα πλήθος υπηρεσιών. Στο πλαίσιο αυτό, επιδιώκει την μεγιστοποίηση των κερδών, μέσω καινοτόμων υπηρεσιών που θα προσφέρει. Ιδρυτές της υπό εξέταση τουριστικής επιχείρησης πρόκειται να είναι ο Mustafa, Αραβικής καταγωγής και έμπειρος επιχειρηματίας. Αναφορικά με τη σύσταση της επιχείρησης, επρόκειται να έχει τα χαρακτηριστικά της Ιδιόρρυθμης Κεφαλαιουχικής Εταιρείας (Ι.Κ.Ε.) και θα λειτουργεί με την επωνυμία Luxury Travel Services. Την εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας ανέλαβε η ειδική ομάδα μελετών με επικεφαλή την Ευανθία Παναγιωτοπούλου. Το συνολικό κόστος εκπόνησης της μελέτης συμπεριλαμβανομένου όλα τα κόστη για υποστήριξη και έρευνα, έχει υπολογιστεί ότι θα ανέρχεται στα 8,400€.

1.2 Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ

Όπως έχει παρατηρηθεί, ο τουρισμός στην Ελλάδα αυξάνεται ολοένα και περισσότερα. Από το 2015 έχει σημειωθεί αύξηση κατά 40% ενώ αν υπάρξει σταθερότητα στο εσωτερικό της χώρας, προβλέπεται το 2019, η Ελλάδα να έχει τουρισμό όλη τη διάρκεια του έτους καθώς και σταδιακή επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Για τη σωστή αποτελεσματικότητα του γεγονότος αυτού, κρίνεται αναγκαία η προωθητική δράση διαφόρων μορφών τουρισμού όπως πολιτιστικού, ιαματικού, αθλητικού κλπ. αλλά και η διαπραγμάτευση με ξένους πράκτορες.

Η αγορά που προσελκύει κυρίως η Ελλάδα είναι Βρετανοί και Γερμανοί. Όσον αφορά όμως την αγορά που προσελκύει το νησί της Μυκόνου όπου πρόκειται να ιδρυθεί η επιχείρηση είναι από το Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία, Αραβικές Χώρες και Ιταλία. Όλα τα άτομα που προσελκύουν το νησί, είναι κυρίως μορφωμένα, με υψηλό εισόδημα και ηλικίες μεταξύ 20 – 55 ετών.

Από την άλλη πλευρά, το νησί της Μυκόνου προσφέρει τις ανάλογες υπηρεσίες για τα άτομα αυτά διότι έχει χαρακτηριστεί ως το νησί των πλουσίων. Η Μύκονος προσφέρει μια πολυτελής ζωή, η οποία δεν μπορεί να συγκριθεί με κάποια άλλο νησί της Ελλάδος. Το νησί της Μυκόνου έχει γίνει γνωστό διεθνώς και το επισκέπτονται από όλες τις γωνιές του κόσμου, προκειμένου να ζήσουν στιγμές χλιδής και ατελείωτου clubbing. Σε μια εποχή του «φαίνεσται» μέσω των social media, η Μύκονος είναι αυτή που αναδεικνύεται μέσω γνωστών επιχειρηματιών.

Οι υπηρεσίες που πρόκειται να προσφέρει η επιχείρηση είναι κατά κύριο λόγο η ενοικίαση βιλών, σκαφών, μεταφορών και διοργάνωση εκδηλώσεων. Η επιχείρηση θα κλείνει επίσης ιδιωτικά ελικόπτερα για τη μεταφορά πελατών, θα κάνει κρατήσεις σε ξενοδοχεία, εστιατόρια και θα εξυπηρετεί τον πελάτη σε οποιαδήποτε άλλη υπηρεσία ζητηθεί.

Η τιμολόγηση των παραπάνω υπηρεσιών θα γίνει βάσει της μεθόδου γοήτρου, η επιχείρηση δηλαδή επιδιώκει να θέσει τη τιμή πώλησης σε υψηλά επίπεδα. Η τιμή ευθυγραμμίζεται με το υψηλό κύρος των υπηρεσιών, της αμεσότητας και της εξυπηρέτησης που θα προσφέρει.

Η προβολή της επιχείρησης πρόκειται να γίνει μέσω διαφόρων προωθητικών δράσεων που θα αναπτύξει. Σίγουρα ένα μεγάλο μέρος των προωθητικών δράσεων θα γίνει μέσω των social media ,από φυλλάδια που θα διανέμονται αλλά και από οθόνες προβολής που θα τοποθετηθούν.

Όσον αφορά το δίκτυο διανομής, η επιχείρηση θα προσπαθήσει να έχει έμπιστους συνεργάτες, ευέλικτους με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών ώστε να μην μένουν ανικανοποίητοι και να μην δημιουργείται κακή φήμη.

1.3 Πρώτες Ύλεις και Εφόδια

Η συγκεκριμένη τουριστική επιχείρηση λόγω του ότι αποτελεί μια εταιρεία διαφόρων υπηρεσιών, δεν έχει τόσες πολλές πρώτες ύλεις και εφόδια από όσα θα είχε ένα ξενοδοχείο για παράδειγμα. Οι κύριες πρώτες ύλεις που πρέπει να έχει είναι ηλεκτρικό ρεύμα, νερό, ίντερνετ, γραφικές ύλεις, συντήρηση και καθαρισμός γραφείου. Τα παραπάνω σε συνδυασμό με το φαρμακείο, τις στολές των εργαζομένων και τα μικροαντικείμενα του γραφείου, δεν υπερβαίνουν τα 1.980 ευρώ για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης.

1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογία

Η επιχείρηση επειδή αποτελεί γραφείο δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο μηχανολογικό εξοπλισμό που θα πρέπει να διαθέτει. Σίγουρα, θα συμβαδίζει με την πρόοδο της τεχνολογίας και θα έχει τεχνολογικά εξελιγμένα μηχανήματα.

Το γραφείο που πρόκειται να ενοικιαστεί θα είναι 70 τ.μ. και θα διαθέτει χώρο για τη γραμματεία, για συναντήσεις και τα κατάλληλα γραφεία για το προσωπικό. Επίσης, θα διαμορφωθεί ειδικός χώρος για τις ανάγκες του προσωπικού (κουζινάκι και w/c).

Τα κόστη για τον αναγκαίο τεχνολογικό εξοπλισμό, έχουν εκτιμηθεί στις €29,144 για την επιχείρηση του Mustafa.

1.5 Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Η δομή της οργανωσιακής λειτουργίας της επιχείρησης πρόκειται να είναι μικρή και να αποτελείται από τον Διευθυντή, το τμήμα Μάρκετινγκ, τμήμα Πωλήσεων και το Λογιστήριο. Η επίβλεψη και ο συντονισμός όλων των επιμέρους τμημάτων πρόκειται να γίνει από τον Διευθυντή, στον οποίο θα ανήκει όλος ο έλεγχος.

Με βάση την παραπάνω δομή, καθίσταται εφικτός ο προγραμματισμός αλλά και ο έλεγχος του κόστους, μέσω της διαίρεσης του στα αντίστοιχα κέντρα κόστους, ο οποίος διευκολύνεται με βάση το οργανόγραμμα που οριοθετήθηκε.

1.6 Ανθρώπινοι Πόροι

Για την ανάπτυξη της επιχείρησης, ένα από τα βασικά σημεία είναι η στρατολόγηση του προσωπικού. Στη συγκεκριμένη επιχείρηση πρόκειται το προσωπικό να απαρτίζεται από τέσσερα άτομα και τον Διευθυντή. Δύο άτομα θα είναι στο τμήμα των πωλήσεων, ένα στο μάρκετινγκ και ένα στο λογιστήριο. Όλοι οι υποψήφιοι θα δέχονται μια συγκεκριμένη διαδικασία προκειμένου να επιλέγονται στο τέλος οι πιο κατάλληλοι για την επιχείρηση. Πριν εργαστούν, θα γίνονται ειδικά σεμινάρια για την ανάλογη θέση, θα μαθαίνουν δηλαδή για την επιχείρηση, τις υπηρεσίες της και τα καθήκοντα της κάθε θέσης.

Όσον αφορά τη πολιτική των αμοιβών, η υπό εξέταση επιχείρηση θα προσφέρει πέρα από τη μηνιαία αμοιβή και όλες τις πρόσθετες παροχές που προβλέπει ο νόμος. Βάσει αυτού, το συνολικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού που υπολογίζεται για το πρώτο έτος λειτουργίας, ανέρχεται στο ποσό των €46.230.

1.7 Τοποθεσία – Χώρος Εγκατάστασης – Περιβάλλον

Μέσω της αξιολόγησης εναλλακτικών περιοχών, επιλέχθηκε ως κατάλληλη περιοχή για την εγκατάσταση της υπό μελέτη μονάδας, το κτήριο Α, το οποίο αποτελεί πιο κεντρικό σημείο από το κτήριο Β. Για τα συγκεκριμένα κτήρια δεν θα προβούμε σε κάποια ανέγερση κτηρίου αλλά σε μίσθωση. Πρέπει να αναφερθεί ότι και τα δύο κτήρια έχουν το ίδιο μηνιαίο κόστος.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, το κόστος που υπολογίζεται είναι στις €270,00.

1.8 Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου

Για έναν αποτελεσματικό προγραμματισμό εκτέλεσης έργου αναγκαίος είναι ο προγραμματισμός με βάση τους πόρους και τη διάρκεια των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για κάθε επιμέρους στάδιο. Στη σύσταση της ομάδας επίβλεψης αλλά και επίβλεψης έργου θα μετέχουν πέρα από τα μέλη εκείνα που θα είναι επιφορτισμένα με εξειδικευμένες και αυτοτελείς εργασίες και ο ιδρυτής της τουριστικής επιχείρησης ο κ. Mustafa, ο οποίος θα έχει και την πλήρη

εξουσιοδότηση για όλες τις αποφάσεις που αφορούν στην υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η τουριστική επιχείρηση θα είναι σε θέση να λειτουργήσει μέσα του έτους 2019, ενώ το συνολικό κόστος για την επίβλεψη και την διεκπεραίωση όλων των αναγκαίων σταδίων υπολογίζεται στις €15.000.

1.9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση & Αξιολόγηση της Επένδυσης

Με βάση την αξιολόγηση που πραγματοποιήθηκε στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, υπολογίζεται ότι το κόστος της επένδυσης θα φθάσει το ποσό των 320,676€, από τα οποία τα 307,400€ θα αποτελούν τις πάγιες επενδύσεις και λοιπές προπαραγωγικές δαπάνες της μονάδας και τα υπόλοιπα 13,276€ θα χρησιμοποιηθούν για την κάλυψη των αρχικών αναγκών σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

Πρόγραμμα του ΕΣΠΑ πρόκειται να καλύψει το 35% του συνολικού κόστους της επένδυσης, ενώ το υπόλοιπο ποσό θα καλυφθεί από το μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης και την τραπεζική χρηματοδότηση (50% και 15% αντιστοίχως).

Τέλος, η επιχείρηση υπολογίζεται να εμφανίζει κέρδη αρκετά υψηλά από το ξεκίνημα της λειτουργίας της, σύμφωνα με τους οικονομικούς χάρτες που έχουν σχεδιαστεί (604,740€).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

2.1 Περιγραφή της Ιδέας του Επενδυτικού Σχεδίου

2.1.1 Σύνομη Περιγραφή του Επενδυτικού Σχεδίου

Στη παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας εξετάζεται το επενδυτικό πρόγραμμα που αφορά στην ίδρυση εταιρείας παροχής τουριστικού υπηρεσιών πολυτελείας που θα ειδικεύεται σε υψηλού επιπέδου παροχής υπηρεσιών. Πρόκειται να δημιουργηθεί στο νησί της Μυκόνου.

Όπως είναι γνωστό, το νησί της Μυκόνου εδώ και πάρα πολλά χρόνια απευθύνεται σε άτομα που θέλουν κυρίως να απολαμβάνουν την κάθε τους στιγμή σε επιλεγμένα μέρη, φημισμένα, διασκεδάζοντας και επιλέγοντας εστιατόρια με διάσημους σεφ. Γνωστές προσωπικότητες και διάσημοι επισκέπτονται κάθε χρόνο το νησί, όχι μόνο από την Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό. Εκτός από το νησί των ανέμων, πλέον θεωρείται και το νησί των πλουσίων.

Γι' αυτό τον λόγο, πρόκειται να δημιουργηθεί ταξιδιωτικό γραφείο, που θα ειδικεύεται στην εξυπηρέτηση πελατών, ικανοποιώντας κάθε επιθυμία, παρέχοντας ασφάλεια και ιδιωτικότητα σε κάθε πελάτη. Θα παρέχει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες όπως VIP μεταφορές, σκάφη, ενοικίαση βιλών και ξενοδοχείων. Ο κάθε πελάτης, θα δίνει το αίτημα του και το ταξιδιωτικό γραφείο, θα είναι έτοιμο να ανταπεξέρχεται σε κάθε επιθυμία, διευκολύνοντας τον πελάτη χωρίς να ταλαιπωρείται και να αναζητά ο ίδιος λύσεις.

Συνήθως, οι πελάτες τέτοιας κατηγορίας, αναζητούν υπηρεσίες, οι οποίες θα τους διευκολύνουν. Το συγκεκριμένο πελατολόγιο είναι συνηθισμένο σε τέτοιου είδους εξυπηρετήσεις και το ίδιο επιθυμούν όταν βρίσκονται στις διακοπές τους.

Παρ' όλα αυτά το νησί της Μυκόνου, ενδείκνυται για τέτοιου είδους υπηρεσίες, αφού θεωρείται ένα κοσμοπολιτικό νησί και έχει αναπτυχθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να δέχεται αυτό το τμήμα τουριστών.

2.1.2 Ταυτότητα του Επενδυτικού Σχεδίου

Η νομική προσωπικότητα του τουριστικού γραφείου θα έχει τα χαρακτηριστικά της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας (Ι.Κ.Ε.). Η Ι.Κ.Ε. έχει πλέον αντικαταστήσει την Ε.Π.Ε. και αποτελεί έναν ενδιάμεσο κρίκο ανάμεσα στην Ο.Ε , Ε.Ε και Α.Ε. Έχει τη δυνατότητα να προσαρμόζεται στη απαιτήσεις της επιχειρήσεις και να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ των εταίρων. Συνήθως, είναι κατάλληλη για οικογενειακές επιχειρήσεις και για νέες επιχειρήσεις νέων επιχειρηματιών. Το όνομα που θα λάβει η επιχείρηση θα είναι Luxury Travel Services και η έδρα της θα ανήκει στο Δήμο Μύκονο, Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου.

2.1.3 Πολιτικές που Υποστηρίζουν το Επενδυτικό Σχέδιο

Ο νέος αναπτυξιακός νόμος του 2016, πρόκειται να ωφελήσει τον ιδιόκτητη του ταξιδιωτικού γραφείου, αφού εστιάζει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Ο Αναπτυξιακός Νόμος 4399/2016 (ΦΕΚ 117/Α/22-6-2016) αποσκοπεί στα παρακάτω:¹

- “Επιτάχυνση και απλοποίηση διαδικασιών αδειοδότησης
- Ενίσχυση διαφάνειας και ελέγχου για τις ιδιωτικές επενδύσεις
- Άρση εμποδίων και αντικινήτρων για στρατηγικούς επενδυτές
- Ανάπλαση και ανάπτυξη εκτάσεων και ακινήτων
- Βελτίωση ρευστότητας και ευελιξίας χρηματοδότησης”.

¹ <http://www.mintour.gov.gr/Investments/DevelopmentLaw>

2.2 Ιδρυτές και Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου

2.2.1 Ιδρυτές του Επενδυτικού Σχεδίου

Ιδρυτής στην υπό μελέτη σκοπιμότητας, θα είναι ο κύριος Mustafa, ο οποίος έχει γεννηθεί στις αραβικές χώρες αλλά ζει στην Ελλάδα. Ως γνωστός επιχειρηματίας στη χώρα του και εντασσόμενος στον τουριστικό κλάδο, ενδιαφέρεται να ανοίξει και να είναι ο ιδιοκτήτης της τουριστικής επιχείρησης Luxury Travel Services.

2.2.2 Ιστορική Εξέλιξη του Επενδυτικού Σχεδίου

Το ενδιαφέρον του κύριου Mustafa, εκδηλώθηκε το 2017, όταν πραγματοποιήθηκε η πρώτη συνάντηση με την ομάδα μελετητών της Ευανθίας Παναγιωτοπούλου στην Αθήνα. Εκείνη την ημέρα, ορίστηκε ως χρόνος παράδοσης το έτος 2019.

Σημαντικός παράγοντας για το ξεκίνημα της συγκεκριμένης επιχείρησης αποτέλεσε η μακροχρόνια εμπειρία του στον τουριστικό κλάδο αλλά και την ραγδαία ανάπτυξη που έχει το νησί της Μυκόνου.

2.3 Μελέτη Σκοπιμότητας

2.3.1. Φορέας Εκπόνησης της Μελέτης

Την υπό εξέταση οικονομοτεχνική μελέτη εκπόνηση για την ίδρυση ταξιδιωτικού γραφείου, η καταξιωμένη ομάδα της Ευανθίας Παναγιωτοπούλου, στα πλαίσια του μεταπτυχιακού τμήματος «MBA -Tourism Management» .

2.3.2 Φορέας που Παρήγγειλε τη Μελέτη

Η παρακάτω υπό εξέταση μελέτη εκπονήθηκε για λογαριασμό της υπό ίδρυση τουριστικής επιχείρησης, κατόπιν παραγγελίας του κ. Mustafa, προκειμένου να ελεγχθεί η βιωσιμότητα της εν λόγω επένδυσης.

2.4 Κόστος εκπόνησης της Μελέτης και των Σχετικών Ερευνών

Για την αδειοδότηση της τουριστικής επιχείρησης απαιτούνται τα κάτωθι:

Για τη δημιουργία ίδρυσης μιας Ι.Κ.Ε. χρειάζεται να συντάξουν το καταστατικό, το οποίο μπορεί να είναι ένα απλό συμφωνητικό.

Τα έγγραφα που πρέπει να προσκομιστούν είναι:

1. Το καταστατικό που θα συνταχθεί πρέπει να είναι σε έντυπη μορφή, εμπεριέχοντας το πρωτότυπο και αντίγραφο του αλλά και σε ηλεκτρονική μορφή.
2. Υπεύθυνη Δήλωση – εξουσιοδότηση για τον ορισμό εκπροσώπου εάν αυτός είναι τρίτος, ή ορισμός εξουσιοδοτημένου από τους ιδρυτές-αντικλήτου εφόσον αυτοί προσέλθουν αυτοπροσώπως στην ΥΜΣ. Στην πρώτη περίπτωση οι ΥΔ – εξουσιοδοτήσεις συμπληρώνονται με γνήσιο υπογραφής από κάθε εταίρο ξεχωριστά. Εάν πρόκειται για ιδρυτή Ν.Π. συμπληρώνεται από τον νόμιμο εκπρόσωπο του Ν.Π. Εάν πρόκειται για ιδρυτή Φ.Π. μόνιμο κάτοικο εξωτερικού, απαιτείται εξουσιοδότηση (για χώρες που είναι στη συνθήκη της Χάγης) ή θεωρημένη από προξενική αρχή.²
3. Ο ιδρυτής ή εκπρόσωπος της εταιρείας απαιτείται να συμπληρώσει μια υπεύθυνη δήλωση για τη σύσταση της εταιρείας προς την υπηρεσία Μίας Στάσης, καταβάλλοντας το γνήσιο της υπογραφής του.
4. Στη συνέχεια χρειάζεται οι εταίροι να έχουν φωτοτυπία της ταυτότητας τους επικυρωμένη ή του διαβατηρίου ακόμα και αν αφορά για υπηκόους κρατών εκτός Ε.Ε. και άδεια διαμονής για άσκηση ανεξάρτητης οικονομικής δραστηριότητας.
5. Απαραίτητα στοιχεία που πρέπει να προσκομίσουν είναι:

²<http://www.i-profit.gr/startups/%CE%B9%CE%B4%CF%81%CF%85%CF%83%CE%B7-%CE%B9%CE%BA%CE%B5/>

Α) Πρέπει να δηλωθεί η διεύθυνση της εταιρείας από τους εταίρους ή από τον μοναδικό ιδρυτή της εταιρείας ή του εκπροσώπου.

Β) Μισθωτήριο ή υπομισθωτήριο ή παραχωρητήριο θεωρημένο από την Δ.Ο.Υ.

Γ) Ο εκμισθωτής θα πρέπει να συμπληρώσει μια υπεύθυνη δήλωση στην οποία θα αναφέρεται για την δωρεάν παραχώρηση της χρήσης του ακινήτου καθώς και αντίγραφο τίτλου κυριότητας. Επίσης θα πρέπει να καταχωρηθεί η επωνυμία της επιχείρησης, η διάρκεια μίσθωσης και η χρήση για την οποία προορίζεται.

6. Ο κάθε εταίρος θα κατέχει την φορολογική του ενημερότητα.

7. Φορολογικά έντυπα, συμπληρωμένα και συγκεκριμένα:

- «Δήλωση έναρξης/μεταβολής εργασιών μη Φυσικού Προσώπου» Μ3
- «Δήλωση δραστηριοτήτων επιχείρησης» Μ6, όπου απαιτείται
- «Δήλωση Σχέσεων Φορολογούμενου» Μ7
- «Δήλωση Μελών Μη Φυσικού Προσώπου» Μ8, όπου απαιτείται

Το κόστος που χρειάζεται να πληρωθεί προκειμένου να ιδρυθεί η Ι.Κ.Ε. είναι αρκετά μικρότερο από άλλων ειδών εταιρειών. Στη συγκεκριμένη περίπτωση υπάρχει το τέλος καταχώρησης στο Γ.Ε.Μ.Η που ανέρχεται στα 10ευρώ, το τέλος υπέρ του ταμείου Πρόνοιας Δικηγόρων Αθηνών το οποίο είναι στα 5,80ευρώ, το κόστος εγγραφής στο επιμελητήριο και τέλος το γραμμάτιο κόστους σύστασης εταιρείας το οποίο είναι στα 70ευρώ.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας με τα συνολικά κόστη προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών:

Πίνακας 2.1 Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Ερευνών

Κόστος Εκπόνησης Μελέτης Σκοπιμότητας	€1,500
Αρχιτεκτονική Μελέτη	€5,200
Προέγκριση Χωροθέτησης	€1,200
Άλλα έξοδα	€500
Σύνολο	€8,400

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ανάλυση Αγοράς & Μάρκετινγκ

3.1 Τουριστική Βιομηχανία

3.1.2. Η Ιστορία των Τουριστικών Γραφείων και η Εξέλιξη τους

Η αρχή των τουριστικών γραφείων χρονολογείται από το 1841, όταν ο Thomas Cook αναγκάστηκε σε μικρή ηλικία να εγκαταλείψει το σχολείο και να ασχοληθεί οριστικά με τον κόσμο των επιχειρήσεων και της εργασίας. Όντας οπαδός σε ένα κίνημα της Βικτοριανής Αγγλίας, σκέφτηκε να διοργανώσει μια εκδρομή για την μεταφορά 500 ανθρώπων με τρένο προκειμένου να ακολουθήσουν το συνέδριο του κινήματος. Η πρώτη του αυτή επιτυχημένη κίνηση, έγινε το ξεκίνημα για την εξέλιξη του μαζικού τουρισμού. Το 1845 έγινε ο πρώτος ταξιδιωτικός πράκτορας στην Ευρώπη και διοργάνωνε εκδρομές από το Leicester στο Liverpool, Nottingham και στο Derby με διάφορα κόστη ανάλογα τη θέση που επέλεγε ο επιβάτης. Το 1855 ξεκίνησε τα πρώτα ευρωπαϊκά ταξίδια, οργανώνοντας ομάδες ατόμων από το Harwich στο Antwerp και μετά από εκεί σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες καταλήγοντας στο Παρίσι για την διεθνή έκθεση. Το 1865 αναφέρεται ότι ήταν ο πρώτος που πραγματοποίησε την πρώτη οργανωμένη κρουαζιέρα.

Μετά από 4 χρόνια, το ταξιδιωτικό γραφείο Thomas Cook συμπεριέλαβε στα οργανωμένα ταξίδια εκ των άλλων και την Ελλάδα ως ενδιάμεσο σταθμό στο ταξίδι «100 ημέρες στην Ανατολή». Η εταιρεία, έπειτα από αυτή τη κίνηση απέκτησε πρακτόρευση στην Αθήνα προσφέροντας μαζική διακίνηση των ταξιδιωτών και διαμονή σε επιλεγμένα καταλύματα.

Από την δεκαετία του 50' άρχισαν να εμφανίζονται τα ταξιδιωτικά γραφεία στην Ελλάδα και το 1956 καταγράφηκαν περίπου 17 στο σύνολο τους. Από τότε μέσα σε δέκα χρόνια ο αριθμός των ταξιδιωτικών γραφείων άρχισε να αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς. Μεταπολεμικά, η χρηματοδότηση του ΕΟΤ για τις

ξενοδοχειακές μονάδες, το σχέδιο Μάρσαλ ,η ανάπτυξη των αερομεταφορών και η ανάπτυξη των ταξιδιωτικών γραφείων, έδωσαν ώθηση για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού.

Πίνακας 3.1 Αριθμός Γραφείων και Πρακτορείων Ταξιδιών, Τουρισμού και Μεταναστεύσεων

Έτος	Αριθμός Γραφείων	Απασχολούμενοι
1969	974	3.349
1978	2.016	7.304
1987	2.654	8.779

Πηγή: Απογραφή των καταστημάτων βιομηχανικών, βιοτεχνικών και εμπορικών επιχειρήσεων 1969, 1978, 1988, Στατιστική Υπηρεσία

3.1.3 Ορισμός Τουριστικού Γραφείου

Σύμφωνα με τον νόμο 393/1976 ως τουριστικά γραφεία είναι νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση η οποία, δια των μέσων που διαθέτει και των υπηρεσιών που διαθέτει και των υπηρεσιών που προσφέρει, αναλαμβάνει την μεταφορά, τη διακίνηση και διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ταξιδιωτών εντός ή εκτός της χώρας.

Αποστολή ενός τουριστικού γραφείου είναι να προσφέρει διάφορες υπηρεσίες, εξυπηρετώντας τον τουρίστα. Οι υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει είναι φιλοξενίας, μεταφοράς, σίτισης και διασκέδασης.

Όλα αυτά μπορούν να γίνουν εφικτά εάν το ταξιδιωτικό γραφείο μπορέσει να αναλάβει τα εξής:

- Εξασφαλίζει τη διαμονή του ταξιδιώτη σε κατάλυμα
- Αναλαμβάνει την διατροφή, την αναψυχή και λοιπές δραστηριότητες που οι τουρίστες μπορούν να συμμετέχουν
- Ενημερώνει για την εκτέλεση διαφόρων εκδρομών και περιηγήσεων

- Μεσολαβεί για την ενοικίαση μέσων μεταφοράς για την διευκόλυνση του ταξιδιώτη
- Παρέχει υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό όπως πώληση εισιτηρίων σε πολιτισμικές εκδηλώσεις.
- Κλείνει εισιτήρια

3.2 Η Ανάπτυξη του Τουρισμού

Ο διεθνής τουρισμός, όπως επαληθεύτηκε, είναι ευάλωτος στις αναταράξεις της διεθνούς σκηνής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η 11η Σεπτεμβρίου αλλά και η χρηματοοικονομική κρίση που ξεκίνησε το 2008 από την Αμερική και κατευθύνθηκε στην Ευρώπη. Παρόλα αυτά η τουριστική κίνηση, δεν έπαψε να είναι πεδίο ζήτησης. Από το 2004, σημειώνονται αυξήσεις στην παγκόσμια τουριστική κίνηση. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, το 2015 σημειώθηκε αύξηση κατά 4% στις διεθνείς αυξήσεις τουριστών και έφτασαν τα 1.184 εκατομμύρια.

Στους προορισμούς προηγμένης οικονομίας καταγράφηκε αύξηση κατά 5% καθώς υπερέβη των αναδυόμενων οικονομιών που έφτασε έως 4%. Στην Ευρώπη, την Αμερική, την Ασία και τον Ειρηνικό, σημειώθηκε αύξηση της τάξης 5% το 2015 ενώ στη Μέση Ανατολή σημειώθηκε αύξηση κατά 3%. Από την άλλη στην Αφρική, υπήρξε μείωση 3%, λόγω των γεγονότων που διαδραματίζονται στην Βόρεια Αφρική και συγκεκριμένα στη Λιβύη.

Η συνεχής αύξηση του τουρισμού συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία καινούργιων θέσεων εργασίας σε όλο τον κόσμο. Αναγκαία προϋπόθεση για την διασφάλιση της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης αλλά και της συνεχής αύξησης της είναι η προώθηση πολιτικών δράσεων που θα αναπτύξουν τον τουρισμό, διευκολύνοντας τις μεταφορές, το ανθρώπινο δυναμικό και την βιωσιμότητα. Παράλληλα θα πρέπει να προωθηθεί η έννοια του ασφαλούς ταξιδιού. Τα τελευταία χρόνια, πολλές χώρες αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα από τις τρομοκρατικές επιθέσεις που δέχονται αλλά και από το μεταναστευτικό πρόβλημα που έχει επεκταθεί σε όλη την Ευρώπη.

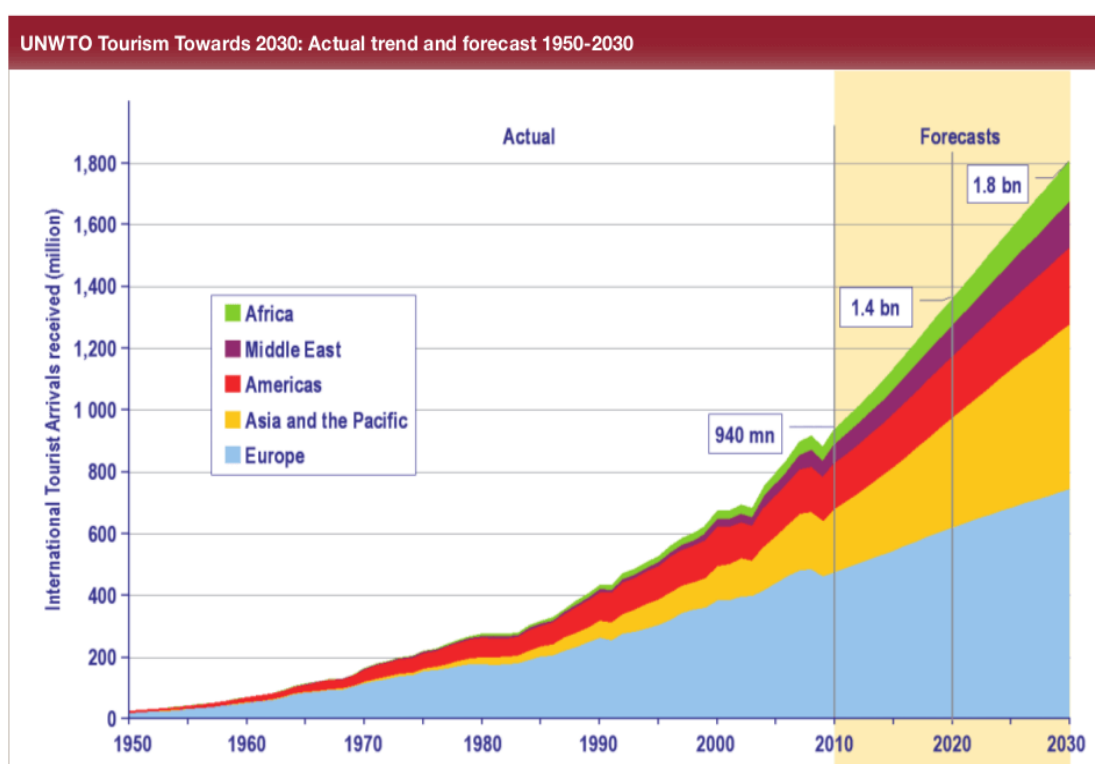
Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως μεταβαλλόμενος, αφού έχει να αντιμετωπίσει όλες τις προκλήσεις(πολιτικές, κοινωνικές) αλλά και ως ανθεκτικός αφού έχει καταφέρει να ξεπεράσει όλες τις κρίσεις, να ισοσταθμίσει και εν τέλη να αυξήσει τη παγκόσμια τουριστική τάση. Ο τουρισμός πρέπει να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του κόσμου διότι συνέχεια διαφοροποιείται, αναπτύσσεται και εξελίσσεται. Η τεχνολογική πρόοδος, έχει αποτελέσει πηγή ανάπτυξης του τουρισμού, αφού βοήθησε ιδιαίτερα τις αεροπορικές εταιρείες να αναπτυχθούν, δίνοντας την ευκαιρία στους ανθρώπους να έρθουν πιο κοντά και να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς. Από την άλλη, η ανάπτυξη της τεχνολογίας, ενίσχυσε τον ανταγωνισμό ανάμεσα στους προμηθευτές της τουριστικής βιομηχανίας, αφού γνωστές πλατφόρμες τουριστικών υπηρεσιών ή αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους, είναι πλέον οι βασικοί πρωταγωνιστές στη διαμόρφωση των τιμών. Το διαδίκτυο έχει πρωταγωνιστήσει στην εποχή μας, αποτελούμενο ένα ισχυρό μέσο ενημέρωσης.

Στη σημερινή εποχή, ο δυνητικός τουρίστας, έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί και να πληροφορηθεί για το ταξίδι του, μαθαίνοντας όλες τις λεπτομέρειες για το τόπο προορισμού μέσα από το διαδίκτυο αλλά και αποκτώντας γνώμη για τα εστιατόρια, ξενοδοχεία μέσω των διάφορων πλατφορμών. Η δυνατότητα αυτή ενισχύει ακόμη περισσότερο την εξατομίκευση της αναψυχής και του τουρισμού(Yeoman I.,2008).

Σήμερα ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί ως ένα μαζικό φαινόμενο, μια κοινωνική ανάγκη που εστιάζει στην αναψυχή, φαινόμενο με πολύ μεγάλη σημασία από τη πλευρά της παγκόσμιας κοινωνίας και την ανάπτυξη ενός τόπου. Ο σύγχρονος τουρίστας, χαρακτηρίζεται ως πιο απαιτητικός όσον αφορά τη ποιότητα των υπηρεσιών και της εξυπηρέτησης που αναμένει σε έναν προορισμό. Παράλληλα, ο σύγχρονος τουρίστας διαθέτει τον ελεύθερο του χρόνο, γνωρίζοντας καινούργιους τόπους σε μικρότερες περιόδους(διάσπαρτες) παρά σε μια ενιαία περίοδο. Με αυτό τον τρόπο, ο δυνητικός τουρίστας, πολλαπλασιάζει τους προορισμούς και τις εμπειρίες κατά τη διάρκεια του έτους, με αποτέλεσμα να διαφοροποιείται η ανταγωνιστικότητα και η εποχικότητα.

Είναι αξιοσημείωτο να αναφέρουμε ότι έχουν αναπτυχθεί νέοι δυνητικοί προορισμοί (Κίνα, Ινδία), οι οποίοι συναγωνίζονται ήδη υπάρχων τουριστικούς προορισμούς. Όμως, τα διαφορετικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά, διαφοροποιούνται από τα παραδοσιακά πρότυπα (ήλιος-θάλασσα) που προσελκύουν Άραβες, Κινέζους. Οι διαφοροποιήσεις που δημιουργούνται, θα φέρουν νέες αλλαγές στο προσκήνιο, εντείνοντας τόσο την ανταγωνιστικότητα των προορισμών όσο και τον προσανατολισμό στα τουριστικά προϊόντα.

Διάγραμμα 1: Η Εξέλιξη του Παγκόσμιου Τουρισμού από το 1950 έως το 2030



3.2.1 Ελληνικός Τουρισμός

Βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας αποτελεί ο τουρισμός. Το πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον, οι ακτές και τα νησιά, το ήπιο μεσογειακό κλίμα, η πλούσια ιστορία και η πολιτισμική παράδοση είναι ορισμένα χαρακτηριστικά που την καθιστούν μοναδική και κατατασσόμενη ως τους σημαντικότερους προορισμούς παγκοσμίως.

Η τουριστική θέση της Ελλάδας σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες, παραμένει σε υψηλή θέση στον δείκτη ανταγωνιστικότητας και συγκεκριμένα το 2016 κατείχε την 24η θέση σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ. Σημείωσε λοιπόν, μια αύξηση κατά 7 θέσεων σε σχέση με το έτος 2015.

Το έτος 2016, παρουσίασε αύξηση τόσο στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις αλλά και στις αφίξεις κρουαζιέρας. Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανήλθαν σε 24,7 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 5,1% και οι αφίξεις κρουαζιέρας σε 3,3 εκατομμύρια, παρουσιάζοντας αύξηση 30,1%. Παρά την αύξηση των τουριστικών αφίξεων στην χώρα μας, τα έσοδα της Ελλάδας, σημείωσαν πτώση κατά 6,8%. Συγκεκριμένα, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κατά το έτος 2016 ήταν 12,755 εκατομμύρια ευρώ ενώ το έτος 2015 ανήλθαν στο ποσό των 13,679 εκατ. ευρώ. Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη για το έτος 2016 σημειώθηκε στα 514 ευρώ, με μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση 67ευρώ χωρίς να περιλαμβάνονται οι αφίξεις και τα έσοδα κρουαζιέρας.

Βασικά Μεγέθη Ελληνικού Τουρισμού 2016	
Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,6%
Συμμετοχή στην Απασχόληση	23,4%
Θέσεις εργασίας	860.315
Διεθνείς τουριστικές αφίξεις	24.799.346
Ξενοδοχειακό Δυναμικό	9.730 ξενοδοχεία και 788.553 κλίνες

Ο τουρισμός ενώ συμβάλλει προς την ανάκαμψη της οικονομίας και της απασχόλησης αντισταθμίζονται από την υψηλή φορολογική επιβάρυνση.

Παρά τη μεγάλη αύξηση που σημειώθηκε το 2016, υπήρχε και μείωση των εσόδων. Ως αιτία είναι η πανευρωπαϊκή τάση της μείωσης της μέσης τουριστικής δαπάνης

αλλά και ο μειωμένος χρόνος παραμονής στη χώρα. Από τα συνολικά έσοδα της κυβέρνησης, ο τουρισμός συμβάλλει κατά 5% από την έμμεση φορολογία.

Οι χώρες που επισκέπτονται εδώ και χρόνια την χώρα μας είναι κυρίως από την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αλλά θα μπορούμε να κατατάξουμε επίσης την Ιταλία, Γαλλία και τη Ρωσία. Χαρακτηριστικά το 2017, στην Ελλάδα ήρθαν 3.706.000 Γερμανοί τουρίστες, κατά 18.1% αυξημένοι σε σχέση με το 2016. Από την άλλη, 3.002.000 ταξιδιώτες επισκέφτηκαν την χώρα μας από την Βρετανία(αύξηση κατά 3,7%) και τέλος από την Γαλλία μας επισκέφτηκαν 1.420.000 ταξιδιώτες(αύξηση κατά 8.1%).

Όσον αφορά τις χώρες που είναι εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης, σημειώθηκε η μείωση των επισκεπτών κατά 1,1% από την Ρωσία(δηλαδή 589.000 ταξιδιώτες) αλλά από τις ΗΠΑ σημειώθηκε αύξηση κατά 1,1% και διαμορφώθηκε στις 856.000 ταξιδιώτες. Τέλος, στο σύνολο της η Ελλάδα το 2017, φιλοξένησε 27.194.000 τουρίστες, αυξημένοι κατά 9.7% σε σχέση με το 2016.

Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι η ανάπτυξη της οικονομίας και του τουρισμού της χώρας μας ξεκίνησε από το 2004, λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων. Η μεγάλη προετοιμασία της χώρας μας, αναβαθμίζοντας τις συγκοινωνιακές γραμμές, τα ξενοδοχεία και άλλες υπηρεσίες άφησε θετική εντύπωση και έδωσε την αίσθηση ενός ελκυστικού, ασφαλούς προορισμού. Από εκείνη τη χρονιά, σημειώθηκε αύξηση στον αριθμό των αφίξεων και διανυκτερεύσεων. Όμως από το 2007, άρχισε η στασιμότητα και η μείωση των τουριστών, λόγω της παγκόσμιας κρίσης που εξαπλώθηκε και στη χώρα μας.

3.2.1 Θετικοί και Αρνητικοί Παράγοντες για την Ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού

Ως θετικοί παράγοντες για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού, καταγράφονται τα ισχυρά συγκριτικά πλεονέκτημα της τα οποία είναι:

- Εύκρατο κλίμα
- Πολιτιστική κληρονομιά
- Γεωγραφική ποικιλομορφία
- Φυσικό κάλλος

Ως θετικοί παράγοντες παρουσιάζονται και τα εξής:

- Φιλοξενία
- Ανάπτυξη των υποδομών και των ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Ως αρνητικοί παράγοντες διακρίνονται τα παρακάτω:

- Εποχικότητα
- Έλλειψη νέων προϊόντων
- Ανάπτυξη γειτονικών χωρών
- Γραφειοκρατία
- Αισθητή διαφορά στη σχέση ποιότητας-τιμής.
- Μειωμένος αριθμός διανυκτερεύσεων
- All Inclusive
- Ισχυρό Ευρώ έναντι του δολαρίου και των λοιπών νομισμάτων(γεγονός που καθιστά πιο ανταγωνιστικούς τους προορισμούς εκτός Ευρωζώνης)

3.2.2 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

Οι παράγοντες τουριστικής ζήτησης επηρεάζονται κάθε περίοδο από τις οικονομικές εξελίξεις, το οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον που επικρατεί στη χώρα μας, τη διεθνή ανταγωνιστικότητα και τις γεωπολιτικές εξελίξεις (προσφυγικό και μεταναστευτικό πρόβλημα).

Η παγκόσμια κρίση φαίνεται ότι έχει αντιμετωπισθεί και βαδίζουμε σε ένα κύμα σταθερότητας. Επίσης, το μεγάλο πρόβλημα του μεταναστευτικού - προσφυγικού προβλήματος που ταλάνισε τις οικονομίες πολλών χωρών φαίνεται πως έχει περιοριστεί σημαντικά, έστω και με μεθόδους κλείσιμων των συνόρων. Τα τελευταία χρόνια, η οικονομία των ΗΠΑ καταγράφει σταθερούς ρυθμούς ανάπτυξης του ΑΕΠ 2,4% και αναμένεται να συνεχιστεί ή και να αυξηθεί για το έτος 2017.

Ωστόσο, η επιτυχία ή μη της διαχείρισης της οικονομίας της Κίνας, σύμφωνα με τα γεγονότα της αύξησης των επιτοκίων, πρόκειται να επηρεάσει την παγκόσμια οικονομία. Αν και φαίνεται ότι σταθεροποιείται η οικονομία της, αντιμετωπίζει αρνητικές επιπτώσεις όσον αφορά τη πρόσδεση του νομίσματός της (του Yuan) στο ανατιμημένο δολάριο.

Επίσης, κίνδυνοι εντοπίζονται στο μεγάλο κύμα μεταναστών, που χρησιμοποιούν ως ενδιάμεσο σταθμό την Ελλάδα για να κατευθυνθούν προς την Ευρώπη, οι διενέξεις Τουρκίας - Ρωσίας με τις τρομοκρατικές επιθέσεις αλλά και η αποσταθεροποίηση της Συρίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2 Χώρες Προέλευσης του Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα

Χώρες Προέλευσης του Εισερχόμενου Τουρισμού στην Ελλάδα				
Χώρες	2014	2015	Συμβολή 2014 %	Συμβολή 2015 %
Γερμανία	2.459.228	2.810.350	11.2	11.9
Ην. Βασίλειο	2,089.529	2,397.169	9.5	10.2
Ιταλία	1,117.712	1,355.327	5.1	5.7

Ελβετία	377.077	391.249	1.7	1.7
Αυστρία	285.132	327.123	1.3	1.4

Η ελληνική οικονομία βρίσκεται στο στάδιο ανάκαμψης μετά την ύφεση του 2008-2013 και τη μικρή πτώση που σημειώθηκε το 2015 κατά -0,2%. Με το πρόγραμμα προσαρμογής της Ελλάδας κατά τη περίοδο 2009-2015 αν και σημειώθηκαν πτωτικές τάσεις στις εισαγωγές και εξαγωγές αγαθών, υπήρχε άνοδος στις ταξιδιωτικές εισπράξεις της τάξεως του 35,6 %.

Διάγραμμα 2: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις, Εξαγωγές και Εισαγωγές Αγαθών και Υπηρεσιών στην Ελλάδα (Δισεκατομμύρια €)



Ωστόσο το 2015, υπήρχαν προβλήματα αβεβαιότητας όπως η απειλή του Grexit, η επιβολή συναλλαγματικών περιορισμών (capital controls), μεγάλες εκροές επιχειρηματικών κεφαλαίων και καταθέσεων που απείλησαν τη χώρα. Τα παραπάνω προβλήματα οδήγησαν στην επιβολή νέων μέτρων δημοσιονομικής πολιτικής.

Ο συνδυασμός τους με την κατακόρυφη πτώση του οικονομικού και επενδυτικού κλίματος για τη χώρα, συνέβαλαν τελικά στην ανατροπή της αυξητικής πορείας του ΑΕΠ (+0,7% το 2014, +0,83% στο 1ο 6μηνο 2015) και οδήγησαν στην πτώση του κατά -1,21% στο 2ο 6μηνο 2015 και κατά -0,23% το 2015 ως σύνολο.

Όπως έχουμε αναφέρει, το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα προσφέρει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Γι' αυτό τον λόγο, έχει ψηφιστεί στην 31η θέση από τις

141 ως προς την ανταγωνιστικότητα της στον τουρισμό. σύμφωνα με World Economic Forum.

Ωστόσο, υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της κατατάσσοντας την στην 104η θέση ως προς την καταλληλότητα της για επενδυτικές δράσεις. Πιο αναλυτικά, επηρεάζεται η παραγωγικότητα και η ανάπτυξη της λόγω της υπέρμετρης φορολογίας, τη πολιτική ανταγωνισμού, την ελκυστικότητα στις Ξένες Άμεσες Επενδύσεις κ.α. Ως συνέπεια των παραπάνω είναι η μείωση των μελλοντικών ξένων επενδυτών να επενδύσουν στη χώρα μας λόγω των φορολογικών ασταθειών και της πολυπλοκότητας της φορολογικής νομοθεσίας.

Πριν δύο χρόνια, η Ελλάδα ήρθε αντιμέτωπη με μια μεγάλη πρόκληση, το μεταναστευτικό ζήτημα. Σύμφωνα με τον ΟΗΕ, το 2015 πέρασαν στη χώρα μας 700.000 πρόσφυγες λόγω της εμπόλεμης ζώνης στη Συρία και συνεχίζουν να έρχονται χιλιάδες πρόσφυγες ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Η Ελλάδα, όμως δεν ήταν προετοιμασμένη για ένα τέτοιο θέμα, γεγονός που προκάλεσε στασιμότητα και αδράνεια σε συνδυασμό με την οικονομική ύφεση της χώρας. Το μεγάλο αυτό πρόβλημα, οδήγησε στον φόβο χιλιάδων ανθρώπων να επισκεφτούν τη χώρα μας και συγκεκριμένα κάποια νησιά της Ελλάδος όπως Σάμος, Λέσβος με αποτέλεσμα να πλήξουν την τουριστική εικόνα της χώρας. Είναι αναγκαίο, να δημιουργηθεί ένα σχέδιο δράσης, το οποίο θα γίνει άμεσα υλοποιήσιμο για να αντιμετωπισθεί το πρόβλημα αλλά και να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις τους στον Τουρισμό.

3.2.3 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Προσφοράς

Ως προσφορά ορίζεται η ποσότητα των αγαθών και των υπηρεσιών που μια χώρα μπορεί να διαθέσει σε μια συγκεκριμένη τιμή. Η τουριστική προσφορά αποτελεί ένα σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που ένας τουρίστας μπορεί να έχει προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες του.

Διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

- Πρωτογενή τουριστική προσφορά
 1. Φυσικοί πόροι (Κλίμα, Θάλασσα, Ακτές)
 2. Δημιουργήματα των ανθρώπων
 - i) Πολιτισμός, Ήθη και Έθιμα
 - ii) Μνημεία, Παραδοσιακοί οικισμοί
- Δευτερογενή
 1. Γενικός Εξοπλισμός
 2. Όλες οι εγκαταστάσεις που έχουν δημιουργηθεί προκειμένου να βελτιώσουν την ζωή μας.
 3. Τουριστικές Εγκαταστάσεις

Αποτελούν την δευτερογενή τουριστική προσφορά και εστιάζουν σε εγκαταστάσεις ψυχαγωγίας και αναψυχής.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις - εγκαταστάσεις από το 2008 έχουν σημειώσει αυξητική τάση, αν και εκείνη τη περίοδο οι υπόλοιποι κλάδοι της οικονομίας είχαν πτωτική πορεία. Επίσης, ήδη έχει αρχίσει να εμφανίζεται και περαιτέρω αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού όπως ενοικιαζόμενες βίλες και δωμάτια από ιδιώτες.

Όσον αφορά την τουριστική επιχειρηματικότητα, σημειώνεται αναβάθμιση στις τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας και κατά κύριο λόγο από εξαγορές ή συγχωνεύσεις μεγάλων ομίλων για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της ελληνικής επιχειρηματικής δράσης.

Η ικανοποίηση των πελατών από την παροχή υπηρεσιών στα Ελληνικά ξενοδοχεία είναι αρκετά υψηλότερη από την αντίστοιχη σε διεθνώς ανταγωνιστικούς προορισμούς.

Η ραγδαία εξέλιξη του διαδικτύου, έχει αλλάξει τον τρόπο διασύνδεσης των πελατών παγκοσμίως με τις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την

World Economic Forum, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 49η θέση μεταξύ των 141 χωρών στον τομέα της χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών.

3.3 SWOT Τουρισμού Ελλάδας

Με τη παρακάτω μέθοδο, θα γίνουν εκτιμήσεις όσον αφορά τις ευκαιρίες και τις απειλές των τουριστικών επιχειρήσεων της Ελλάδας αλλά και των δυνάμεων και των αδυναμιών.

3.3.1 Δυνάμεις

Σύμφωνα με έρευνες, η Ελλάδα αντιπροσωπεύει ένα υψηλό ποσοστό στην εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών, διατηρώντας το σταθερό σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες. Αυτό σημαίνει ότι είναι σε θέση να ανταπεξέρχεται σε κάθε κατάσταση και να μην αφήνει ανικανοποίητο κανένα πελάτη.

Η αρχαιολογική κληρονομιά, το φυσικό κάλλος και τα ήθη και έθιμα είναι ένα από τα χαρακτηριστικά των δυνάμεων της Ελλάδας. Πολλοί είναι οι επισκέπτες στην χώρα μας, που έρχονται να γνωρίσουν από κοντά τα ήθη- έθιμα και τις παραδόσεις του κάθε τόπου. Επίσης, η ιστορία της Ελλάδας και τα εντυπωσιακά μνημεία της χώρας δεν αφήνουν αδιάφορο κανέναν επισκέπτη.

Όσον αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις έχει σημειωθεί ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι μικρομεσαίες. Η δυνατότητα αυτή βοηθάει τον επιχειρηματία να βρίσκεται κοντά στον πελάτη και να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις του τουρίστα.

Ο άμεσος και αποτελεσματικός έλεγχος στις δραστηριότητες της επιχείρησης, ενεργοποιεί την άμεση αντιμετώπιση του με αποτέλεσμα να μην δημιουργούνται τυχόν κρίσεις και προβλήματα. Ειδικά, τα κατώτερα ιεραρχικά επίπεδα, είναι αυτά που ελέγχουν, βρίσκονται πιο κοντά και προσαρμόζουν την υπηρεσία στις ανάγκες του κάθε πελάτη ξεχωριστά.

3.3.2 Αδυναμίες

Η κυριότερη αδυναμία του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα είναι η προώθηση της χώρας. Το μάρκετινγκ είναι μια σημαντική αδυναμία για τη χώρα μας αλλά αποτελεί μια σημαντική στρατηγική που μπορεί να αναπτύξει τη χώρα μας. Ενώ μπορούμε να αναδείξουμε τι εστί η Ελλάδα, δυστυχώς δεν μπορούμε να βρούμε τον τρόπο. Η έλλειψη μάρκετινγκ σε συνδυασμό με τη μη χρηματοδότηση έργων για την ανάπτυξη των κοινωνιών αλλά και τη εκτέλεση διαφημιστικών εκστρατειών μειώνουν αισθητά το τουριστικό προϊόν στις αγορές

Η έλλειψη οράματος, στρατηγικού και λειτουργικού σχεδιασμού αποτελεί άλλη μια αδυναμία. Πολύ συχνά και ειδικότερα στις περιφέρειες, παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις βασίζονται περισσότερο στα θέλω της οικογένειας του ιδιοκτήτη διότι χαρακτηρίζονται ως οικογενειακές επιχειρήσεις παρά στα θέλω του πελάτη. Με αυτόν τον τρόπο, δεν συμβαδίζουν στους ρυθμούς και τις απαιτήσεις της αγοράς.

Αισθητή γίνεται και έλλειψη ανειδίκευτου προσωπικού στον τουριστικό κλάδο. Λόγω της έντονης εποχικότητας που παρατηρείται στον κλάδο, οι επιχειρήσεις είναι αναγκασμένες να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων με αποτέλεσμα ένα ποσοστό των εργαζομένων να μην έχει επαρκή εκπαίδευση πάνω στον τουριστικό κλάδο.

Επίσης, η δυσκολία πρόσβασης σε περιοχές που χαρακτηρίζονται ως άγονες γραμμές, είναι δύσκολο να προσελκύσουν το επιθυμητό ποσοστό τουριστών για το λόγο του ότι η μετακίνησή τους είναι χρονοβόρα και χρειάζεται η εναλλαγή διαφόρων μέσων.

Η τουριστική βιομηχανία, αντιμετωπίζει προβλήματα εποχικότητας, έχοντας ως αποτέλεσμα οι υπάλληλοι να αμείβονται για ένα μικρό χρονικό διάστημα, το οποίο θα πρέπει να συντηρήσουν για όλη τη διάρκεια του έτους.

Έλλειψη συστηματικής ανατροφοδότησης και έρευνας για θέματα τουρισμού. Από πολλές επιχειρήσεις δεν γίνεται αξιολόγηση και συστηματική ανάλυση του πεδίου,

έχοντας ως αποτέλεσμα να κρίνουν εμπειρικά και δεν οδηγούνται σε πιο βαθιά ανάλυση της πορείας του τουρισμού.

Οι δράσεις του Ε.Ο.Τ αρκετά συχνά είναι άστοχες και αναποτελεσματικές. Οι συχνές αλλαγές στις διαφημιστικές καμπάνιες και η μη επαρκής χρηματοδότηση για τη προώθηση των πωλήσεων του ελληνικού προϊόντος, έχει οδηγήσει σε πτώση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης.

3.3.3 Ευκαιρίες

Η Ελλάδα συνδυάζει « Ήλιος- Θάλασσα » σε συνδυασμό με τη πολιτιστική κληρονομιά και τη φιλοξενία. Το τέσσερα αυτά χαρακτηριστικά, αν αξιοποιηθούν κατάλληλα μέσω προωθητικών δράσεων, θα ξεπεράσει κατά πολύ τις ανταγωνιζόμενες περιοχές.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που μπορεί να εστιάσει και σε άλλες μορφές τουρισμού. Είναι αναγκαίο να αναπτυχθούν μορφές τουρισμού όπως ο συνεδριακός, ο θαλάσσιος, φυσιολατρικός τουρισμός κ.α. προκειμένου να υπάρξει άμβλυση της εποχικότητας κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος όλο το χρονολογικό έτος.

Λόγω της γεωγραφικής της θέσης, η Ελλάδα αποτελεί εδώ και χρόνια έναν ασφαλή προορισμό. Με τις εξελίξεις που διαδραματίζονται τα τελευταία χρόνια στη Τουρκία και τη Μέση Ανατολή, η Ελλάδα έχει το πλεονέκτημα να προσελκύσει υψηλό ποσοστό αγοράς που κατευθύνονται προς αυτές τις χώρες.

3.3.4 Απειλές

Η μεγάλη εξάρτηση από τους τουριστικούς πράκτορες. Η τουριστική κίνηση εξαρτάται όλο και περισσότερο από τους μεγάλους τουριστικούς πράκτορες, λόγω της μαζικοποίησης του τουρισμού και της επίτευξης οικονομιών κλίμακας. Οργανώνουν ολοκληρωμένα πακέτα σε χαμηλές τιμές και είναι αυτοί που καθορίζουν τη ροή του τουριστικού κύματος. Με αυτόν τον τρόπο, η συνεργασία

των Ελλήνων με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες έχει γίνει αναγκαία, με αποτέλεσμα η αποσύνδεση της να είναι αρκετά δύσκολη έως και ανέφικτη.

Η συμπεριφορά των Ελλήνων. Κρίνεται αναγκαίο, οι επιχειρηματίες να έχουν ένα όραμα, μια στρατηγική και μια εκπαιδευτική ικανότητα να διατηρούν και αναπτύσσουν το τουριστικό προϊόν. Η επιβίωση του προϊόντος εξαρτάται από το σωστό μάρκετινγκ, τη προώθηση και τη σωστή προβολή της στο εξωτερικό αλλά και στο εσωτερικό.

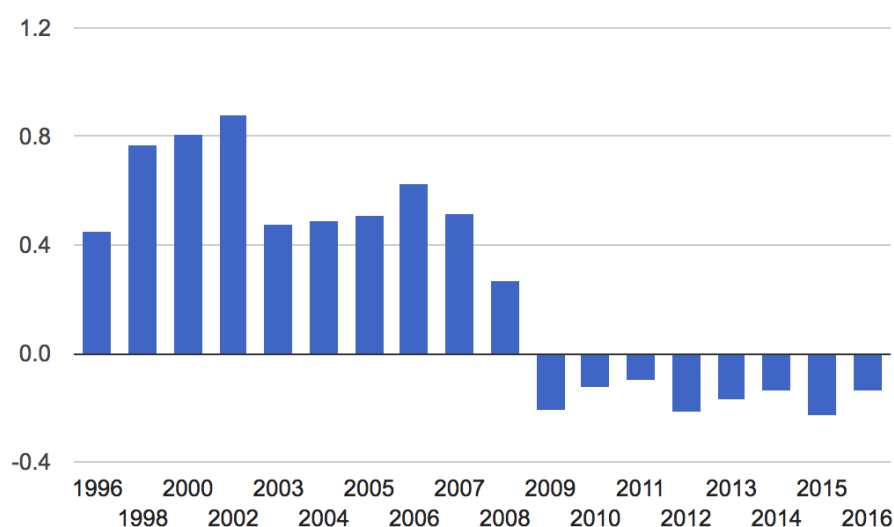
Η μη προσοχή που δίνεται στο περιβάλλον, μπορεί να αποδειχθεί μοιραία. Όταν υποβαθμίζεται το περιβάλλον, πλήττεται το τουριστικό προϊόν. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν η τουριστική κίνηση υπερβεί τα όρια αντοχής του τόπου, έχοντας ως αποτέλεσμα τη μείωση της τουριστικής ανάπτυξης και την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

3.4 PEST

3.4.1 Πολιτικό Περιβάλλον

Η Ελλάδα ανεξαρτητοποιήθηκε το 1830 από την Οθωμανική Αυτοκρατορία και εντάχθηκε στο ΝΑΤΟ το 1952, προσχωρώντας το 1981 στην ΕΕ. Από το 2008, η χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε, έπληξε την οικονομία της Ελλάδας και ακόμα ταλανίζεται μέσα από δυσβάσταχτα μέτρα λιτότητας. Η οικονομική κρίση σε συνδυασμό με την ανεργία έχει καταπλήξει την κοινωνία. Από το 2010, Η Ελλάδα κινείται σε ένα πλαίσιο αβεβαιότητας και πολιτικής αστάθειας, με αποτέλεσμα την αναγκαστική προσφυγή στο ΔΝΤ. Τα δύο κόμματα (ΝΔ, ΠΑΣΟΚ) κατέρρευσαν εκλογικά και για πρώτη φορά εκλέχθηκε το κόμμα (ΣΥΡΙΖΑ) και εισήλθαν στη Βουλή νέα κόμματα. Η χώρα μας μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα οδηγήθηκε σε αλλαγή τεσσάρων κυβερνήσεων (κυβέρνηση Παπαδήμα ειδικού σκοπού το 2011, Κυβέρνηση Σαμαρά μετά από εκλογές το Μάιο του 2012 και επαναληπτικές τον Ιούνιο του 2012, Κυβέρνηση Τσίπρα τον Ιανουάριο του 2015 και κυβέρνηση Τσίπρα τον Αύγουστο του 2015), εντείνοντας την οικονομική ανασφάλεια.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο δείκτης πολιτικής σταθερότητας. (-2,5 αδύναμο, 2,5 ισχυρό)



3.4.2 Οικονομικό Περιβάλλον

Τα τελευταία οκτώ χρόνια, η Ελληνική οικονομία έχει ενταχθεί σε μία περίοδο τεράστιας οικονομικής κρίσης. Παραπάνω από το 26% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόν σημείωσε μείωση κατά τη περίοδο 2008-2013. Με μια μικρή εξαίρεση τη χρονιά του 2014 υπήρξε αύξηση κατά 0,8%, η οικονομία της χώρας συνέχισε σε πτωτικά επίπεδα, δημιουργώντας μια καμπύλη της τάξεως του 3,8%. Τη χρονιά του 2016, η ύφεση διαμορφώθηκε στο 0,3 %. Η βελτιωμένη εικόνα μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι συμπεριλήφθηκαν τα οριστικά στοιχεία για την πορεία των υπηρεσιών (λιανικό εμπόριο, χονδρικό εμπόριο κ.α) κατά το τέταρτο τρίμηνο του 2015, τα οποία ήταν, τελικά, καλύτερα απ' ό τι αναμενόταν.

Το ΑΕΠ, το έτος 2016 κυμάνθηκε στο 75,7%, το οποίο προερχόταν από υπηρεσίες. Το 3,7% προήρθε από τη γεωργία και το 20,6% από τη βιομηχανία.

Η ανάπτυξη των οικονομιών κλίμακας είναι δύσκολο να απορροφηθεί στα νησιά των Κυκλάδων αλλά και στην Ελλάδα γενικότερα, λόγω της ύπαρξης πολλών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το ποσοστό ανεργίας διαμορφώθηκε τον Απρίλιο του 2015 στο 21,7% έναντι 23,6% τον Απρίλιο του 2016 και 22% τον Μάρτιο του 2017. Στα

νησιά, παρατηρείται μείωση της ανεργίας λόγω της αυξημένης απασχόλησης στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Γενικότερα, η Ελλάδα μετά από έξι διαδοχικά έτη ύφεσης και μετά από μια μέτρια ανάκαμψη το 2016, παρουσίαση σημάδια βελτίωσης το 2017 παρά τις πολιτικές αβεβαιότητες και τους περιορισμούς της πολιτικής που επέβαλε η Ευρωζώνη. Το ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 1,9% το τέταρτο τρίμηνο του 2017.

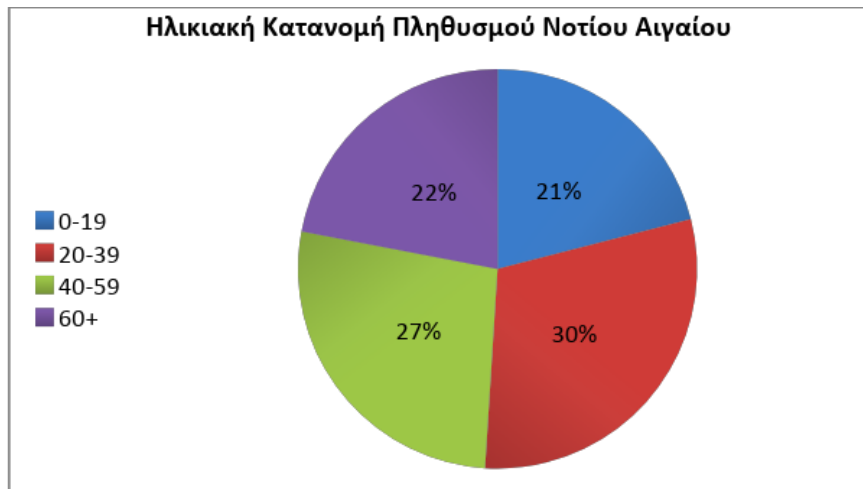
Όσον αφορά τις αφίξεις και τα έσοδα από τους τουρίστες, έφθασαν σε σημείο ρεκόρ το 2017, καθώς περίπου 26 εκ τουρίστες έφτασαν στην Ελλάδα από τον Ιανουάριο έως τον Σεπτέμβριο του 2017. Το ισοζύγιο ταξιδιωτικών υπηρεσιών σημείωσε επίσης πλεόνασμα 11.751 ευρώ την ίδια περίοδο αυξημένο κατά 12,8% σε σύγκριση με το 2016.

Παρά τις ενδείξεις βελτίωσης, η Ελλάδα πρέπει να αντιμετωπίσει το θέμα των μη εξυπηρετούμενων δανείων, η μείωση των οποίων είναι ένα από τις συνθήκες διάσωσης. Οι ελληνικές τράπεζες συμφώνησαν με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα να μειώσουν τα δάνεια αυτά κατά 40% μέχρι τα τέλη του 2019. Τέλος, η χώρα πρέπει να αντιμετωπίσει την ακραία φτώχεια, η οποία πλήττει σήμερα σχεδόν το 36% του πληθυσμού.

3.4.3 Κοινωνικό Περιβάλλον

Μέσα στην δεκαετία 2000-2010, σημειώθηκε αύξηση του μόνιμου πληθυσμού κατά 9%.

Η κατανομή του πληθυσμού κατά 30% στις ηλικίες 20-39 ενώ το 27% στις ηλικίες 40-59. Το υπόλοιπο τμήμα αντιπροσωπεύει ηλικιωμένους ανθρώπους και παιδιά.



Πηγή:ΕΛ.ΣΤΑΤ

Μέσα από τον τουρισμό, η κοινωνία επωφελείται μέσω της ανάπτυξης των υποδομών. Η κοινωνία αναπτύσσεται αλλά αυξάνεται και το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της κάθε περιοχής. Η εκάστοτε περιοχή αναβαθμίζεται, συμβαδίζει με τις εξελίξεις της εποχής και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας.

3.4.5 Τεχνολογικό περιβάλλον

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία είναι ραγδαίες και εμφανίζεται σε πολλούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας με διαφορετικά τεχνικά χαρακτηριστικά και εφαρμογές. Ο ρυθμός εξέλιξης επιταχύνεται με ρυθμούς γεωμετρικής περιόδου. Πέρα από τα οφέλη που δημιουργεί, σταδιακά αναπτύσσονται προβλήματα καθώς απειλεί το 54% των θέσεων εργασίας στην ΕΕ. Ήδη βρισκόμαστε σε ένα πρώιμο στάδιο ανάπτυξης συστημάτων που έχουν αντικαταστήσει το ανθρώπινο χέρι.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας, φέρνει στο προσκήνιο την καινοτομία για νέες επενδυτικές δραστηριότητες. Για την καινοτομία όμως χρειάζεται η κατάλληλη εκπαίδευση. Στην Ελλάδα όμως η εκπαίδευση βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα. Το σύστημα που χρησιμοποιεί μέχρι και σήμερα δεν συμβαδίζει με τις εξελίξεις με αποτέλεσμα οι καινοτομικές δράσεις της Ελλάδας να είναι περιορισμένες. Η ανάπτυξη και οι πωλήσεις του e commerce ανήλθαν σε περίπου 5,0

δισεκατομμύρια δολάρια το 2016, αυξάνοντας το 18,8% έναντι πωλήσεων 4,2 δις δολαρίων το 2015. Παρά την αύξηση αυτή, το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα είναι λιγότερο προηγμένο από ότι σε άλλα κράτη μέλη της ΕΕ.

Τέλος, η ύπαρξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων, έχει δημιουργήσει προβλήματα στην έρευνα και ανάπτυξη αφού δεν έχουν τη δυνατότητα να επενδύσουν όσο θα ήθελαν και αυτό διότι χρηματοδοτήσεις εμφανίζονται κυρίως στον δημόσιο τομέα και πολύ λιγότερο στον ιδιωτικό.

Γι' αυτό τον λόγο πρέπει να ξανά τοποθετηθούν τα θεμέλια μεταξύ της κυβέρνησης και των οργανισμών έρευνας και ανάπτυξης προκειμένου να υπάρχει μια γερή σύνδεση συνεργασίας ώστε να αναπτύξουν τους τομείς έρευνας και επιχειρηματικότητας στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα.

3.5 Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

Αποτελείται από 669 νησιά και περιλαμβάνει το σύμπλεγμα των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων. Η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου χαρακτηρίζεται ως μια από τις περισσότερο ανεπτυγμένες. Ο δυναμισμός της οφείλεται στον τουρισμό και στον μεγάλο αριθμό αφίξεων στα επώνυμα νησιά. Βρίσκεται στο νοτιοανατολικό άκρο της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η συνολική της έκταση είναι 5.286 τετραγωνικά χλμ και καλύπτει το 4% της συνολικής έκτασης της χώρας.

Τα νησιά της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, παρουσιάζουν μεγάλο φυσικό πλούτο, λόγω της μεγάλης ποικιλίας χρήσιμων ορυκτών που κρύβουν το υπέδαφος τους. Από την Αρχαιότητα είναι γνωστά τα μάρμαρα της Τήνου, της Πάρου, της Νάξου, της Χίου και της Θάσου. Από τα μάρμαρα της Πάρου έχουν κατασκευαστεί γνωστά αριστουργήματα όπως το αριστούργημα της Αφροδίτης της Μήλου.³

Χαρακτηριστικό γνώρισμα είναι τα αγροτικά συστήματα, τα οποία μπορεί να είναι φυσικά χερσαία ή υγροτοπικά οικοσυστήματα. Η επέμβαση του ανθρώπου στα συστήματα αυτά, μπορεί να δημιουργήσει και να καλλιεργήσει τη γη είτε με ελαιώνες, αμπελώνες είτε με αροτραίες. Η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου δεν

³http://www2.egeonet.gr/Forms/fLemmaBody.aspx?lemmaid=6947#chapter_4

ενδείκνυται για χερσαίους υγρότοπους. Τα ποτάμια, οι λίμνες και τα πουλιά είναι αρκετά περιορισμένα σε σχέση με άλλα μέρη της Ελλάδας. Χαρακτηριστικό της δε γνώρισμα είναι ο φυσικός πλούτος της Περιφέρειας. Στο σύνολο της υπάρχουν 62 ζώνες προστασίας δικτύου Natura 2000. Το μεγάλο μήκος της ακτής σε συνδυασμό με τους ορεινούς όγκους, είναι στοιχεία που μπορούν να προσελκύσουν μορφές εναλλακτικού τουρισμού.

Πέρα από τον τεράστιο φυσικό πλούτο, έντονη είναι και η πολιτιστική κληρονομιά. Η Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου, η Δήλος και το Ιστορικό Κέντρο της Πάτμου με τη μονή του Αγ. Ιωάννου και το Σπήλαιο της Αποκάλυψης κατατάσσονται στα Μνημεία Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου είναι εστιασμένη στον τριτογενή τομέα και λιγότερο στον δευτερογενή και πρωτογενή. Οι κύριοι τομείς που έχει αναπτύξει είναι Ήλιος και Θάλασσα αν και ενδείκνυται σταδιακή αύξηση και άλλων μορφών τουρισμού(εναλλακτικού).

Ο τριτογενής τομέας ανέρχεται στο 84,9%, ο δευτερογενής στο 12,8% και ο πρωτογενής στο 2,3% στην συνολική ΑΠΑ της Περιφέρειας.

3.5.1 Δημογραφικά Δεδομένα

Σύμφωνα με την απογραφή του 2011, στα Δωδεκάνησα κατοικούν 190.770 άτομα ενώ στις Κυκλάδες 117.840. Παρακάτω παρουσιάζεται ο μόνιμος πληθυσμός για το 2011 ανά περιφερειακή ενότητα καθώς και η συμμετοχή της κάθε ενότητας και νομού στον συνολικό πληθυσμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3 Δημογραφικά Δεδομένα

Χωρική Ενότητα	Περιφερειακή Ενότητα	Πληθυσμός	%Συμμετοχή Πληθυσμού Περιφερειακών Ενοτήτων
Κυκλάδων	Άνδρου	9.170	2.97%

	Θήρας	18.560	6.01%
	Κέας- Κύθνου	3.730	1.21%
	Μήλου	9.930	3.22%
	Μυκόνου	10.190	3.30%
	Νάξου	21.380	6.93%
	Πάρου	14.900	483%
Σύνολο Νομού Κυκλάδων		117.840	38.18%
Δωδεκανήσου	Καλύμνου	29.600	9.59%
	Καρπάθου	7.250	2.35%
	Κω	34.280	11.11%
	Ρόδου	119.640	38.77%
Σύνολο Νομού Δωδεκανήσου		190.770	61.82%
Σύνολο Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου		308.610	100%

Πηγή: ΣΕΤΕ

3.5.2 Ξενοδοχειακό Δυναμικό

Από το 2000 έως το 2015, έχει παρουσιαστεί μία αλματώδης αύξηση του ξενοδοχειακού δυναμικού και κυρίως στην ποιοτική αναβάθμιση των ξενοδοχείων. Παρατηρείται ότι πλέον δημιουργούνται ξενοδοχεία, τα οποία εστιάζουν στην ποιοτική εξυπηρέτηση και το μέγεθος τους παρατηρείται ότι είναι αρκετά μικρότερο. Οι κλίνες που διαθέτουν σήμερα, είναι αρκετά λιγότερα από ότι παραδοσιακά υπήρχαν. Γίνεται λοιπόν λόγος για μικρά ξενοδοχεία, τα οποία έχουν ως στόχο να βρίσκονται κοντά στον πελάτη και να ικανοποιούν τη κάθε επιθυμία του.

Το 2015 σημειώνεται ότι στη χώρα λειτούργησαν 9.706 ξενοδοχεία εκ των οποίων τα 2.087 βρίσκονταν στο Νότιο Αιγαίο.

Πίνακας 3.4 Μέσο Μέγεθος Ξενοδοχειακών Μονάδων (σε ξενοδοχεία)

	2000	2005	2010	2015
Κυκλάδες	23	23	24	25
Δωδεκάνησα	57	61	69	71
Ρόδος	69	76	88	90
Νότιο Αιγαίο	41	43	46	48

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Πίνακας 3.5 Διαχρονική Εξέλιξη της Σύνθεσης του Ξενοδοχειακού Δυναμικού

Κατηγορία	Ποσοστιαία Κατανομή Ξενοδοχείων	
	2000	2015
5*	0,8%	5,8%
4*	13,2%	16,0%
3*	19,5%	22,7%
2*	49,1%	43,7%
1*	100,0%	10,9%
Σύνολο	100,0%	100,0%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται ότι ενώ οι Κυκλάδες παραμένουν σχετικά σταθερές στο μέσο μέγεθος των μονάδων, τα Δωδεκάνησα και συγκεκριμένα η Ρόδος, σημειώνει σημαντική αύξηση στο μέσο μέγεθος των ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

3.5.3 Οικονομικά Δεδομένα

Ο πρωτογενής τομέας δεν είναι τόσο ανεπτυγμένος στη Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Τα νησιά που απασχολούνται στον πρωτογενή τομέα είναι η Τήνος, Άνδρος, Σαντορίνη, Νάξος, Κάλυμνος, Κως, Ρόδος. Λόγω της μορφολογίας του εδάφους καλλιεργείται μόνο το 16,7 % της συνολικής επιφάνειας και οι κυριότεροι λόγοι μη ανάπτυξης είναι: η εκμεταλλεύσιμη γη υπάρχει σε πολλά σημεία αλλά το μέγεθος

της σε κάθε αξιοποιήσιμο σημείο είναι μικρό, ο ανταγωνισμός, το κόστος λειτουργίας και το πρόβλημα της υφαλμύρωσης συντελούν στην επικρατούσα κατάσταση.

Όσον αφορά τον δευτερογενή τομέα, το πρόβλημα εκμετάλλευσης οικονομιών κλίμακας είναι ένα σοβαρό πρόβλημα, αφού λόγω της ύπαρξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν είναι εφικτή η ανάπτυξη του δευτερογενή τομέα. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ απασχολεί το 11,8% στην Περιφέρεια. Οι κύριες μεταποιητική-βιοτεχνικές επιχειρήσεις αναπτύσσονται κυρίως στη Μήλο, Κίμωλο, Πάρο, Νάξο, Τήνο, Νίσυρο, Κω, Ρόδο.

Τέλος, ο τριτογενής τομέας αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα στην ανάπτυξη της Περιφέρειας. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το 2014 απασχόλησε το 80,6% του εργατικού δυναμικού. Αρκετά ανεπτυγμένα και συνεχίζουν να αναπτύσσονται είναι το εμπόριο, ο τουρισμός, οι μεταφορές κ.α.

Οι απασχολούμενοι στη Περιφέρεια Νοτίου Αιγίου είναι κατά 5.000 λιγότεροι από το εργατικό δυναμικό που μπορεί να προσφέρει. Συνεπώς, παρουσιάζεται συρρίκνωση της απασχόλησης στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα ενώ ο πληθυσμός της Περιφέρειας αυξάνεται. Χαρακτηριστικά το 1981, η απασχόληση στο πρωτογενή τομέα ήταν στο 21% και το 1996 μειώθηκε στο 10.3%. Η αισθητή διαφορά, προκαλεί μέγιστα προβλήματα στην οικονομία της χώρας όπως στο εμπορικό ισοζύγιο της χώρας και στη τοπική ανάπτυξη. Παρόλα αυτά παρουσιάζεται αύξηση, στην απασχόληση του τριτογενή τομέα (από 50% το 1981, σε 62.38% το 1996).

3.5.4 Υποδομές & Ποιότητα ζωής

Θεμελιώδης ρόλος για την ανάπτυξη των νησιών είναι η ανάγκη ενδοπεριφερειακών και διαπεριφερειακών συνδέσεων μέσω θαλάσσιων και αεροπορικών μεταφορών.

Οι χερσαίες μεταφορές του κάθε νησιού είναι πάντοτε ανάλογη του μεγέθους του κάθε νησιού. Συνήθως, κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, επιβαρύνεται περισσότερο το οδικό δίκτυο με την προέλευση του τουριστών.

Για τη Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διακρίνονται κάποια προβλήματα όσον αφορά τις θαλάσσιες μεταφορές. Η αναχώρηση των τουριστών προς τα νησιά πρέπει να γίνεται με τη χρήση των λιμένων του Πειραιά ή της Ραφήνας, προκαλώντας επιμήκυνση της διαδρομής και δημιουργώντας προβλήματα φόρτου το καλοκαίρι, με τη μεγάλη ροή των τουριστών.

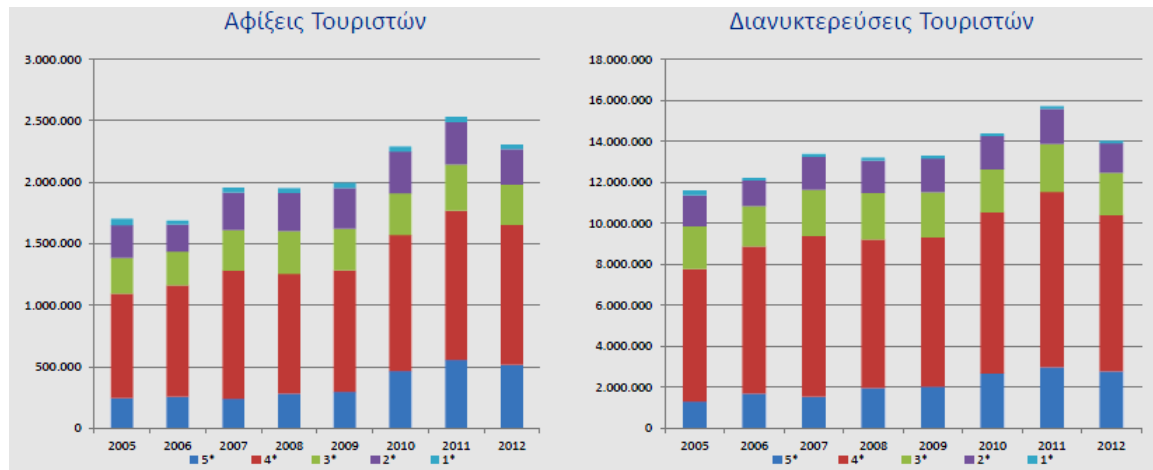
Από την άλλη, όσον αφορά τις αεροπορικές μεταφορές, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου διαθέτει 13 αεροδρόμια εκ των οποίων ως διεθνή αεροδρόμια χαρακτηρίζεται το αεροδρόμιο της Ρόδου και της Κω. Ως νομοθετημένα σημεία εισόδου και εξόδου είναι τα αεροδρόμια της Μυκόνου και της Σαντορίνης, ενώ ως μη νομοθετημένα είναι τα αεροδρόμια της Καρπάθου, Μήλου, Νάξου και Πάρου. Τέλος, ως αμιγώς εσωτερικού χαρακτηρίζονται τα αεροδρόμια της Αστυπάλαιας, Κάσου, Καστελόριζου, Λέρου, Σύρου.

3.5.5 Τουριστικές Αφίξεις Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου

Οι αφίξεις τη περίοδο 2005-2013 κυμάνθηκαν στο 51%, ενώ οι διανυκτερεύσεις σημείωσαν μείωση σε σχέση με τις αφίξεις της τάξεως του 36%. Οι κυριότερες αγορές για το Νότιο Αιγαίο είναι η Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Ρωσία και Ολλανδία. Αντιπροσωπεύουν το 52% του συνόλου των αφίξεων το 2012.

Το προϊόν Ήλιος - Θάλασσα, είναι το κυρίαρχο τουριστικό προϊόν που αναπτύσσεται στην περιφέρεια νοτίου Αιγαίου. Πέρα από τις ήδη υπάρχουσες αγορές, κρίνεται η ανάγκη να στοχεύσουμε σε αγορές με υψηλότερη μέση δαπάνη όπως η Τουρκία, η Κίνα, Ασιατικές και Αραβικές αγορές.

Διάγραμμα 3 Αριθμός αφίξεων Τουριστών και Διανυκτερεύσεων Τουριστών (2005-2012)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

3.6 Βασικά Χαρακτηριστικά Κυκλάδων

Οι Κυκλάδες υπήρξαν από την αρχαιότητα ως μια γέφυρα για την ανάπτυξη του εμπορίου και την εξάπλωση του πολιτισμού. Οι Κυκλάδες αποτελούν σύμπλεγμα του Αιγαίου Πελάγους.

Τα νησιά που αποτελούν τις Κυκλάδες, διακρίνονται από ένα ιδιαίτερο σχήμα. Το σχήμα τους οφείλεται από τους σεισμούς και τις εκρήξεις ηφαιστειών. Η έκρηξη του ηφαιστείου της Θήρας πριν από 35.000 χρόνια διαμόρφωσε γεωλογικές αναστατώσεις της Αιγαίδιας.

Σύμφωνα με την μυθολογία, αναφέρεται ότι οι Κυκλάδες πήραν το όνομα τους από τις ομώνυμες Νύμφες, τις οποίες τις μεταμόρφωσε ο Ποσειδώνας σε βράχους. Επίσης, αναφέρεται ότι ονομάστηκαν «Κύκλος» γιατί διαμορφώνονται σε έναν νοητό κύκλο γύρω από τη Δήλο, το ιερό νησί του Απόλλωνα.

Το κλίμα χαρακτηρίζεται εύκρατο με ήπιους χειμώνες και δροσερά καλοκαίρια. Συχνό φαινόμενο είναι τα μελέμια, που δροσίζουν τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι χειμερινές θερμοκρασίες κυμαίνονται από 10οc-16ο c και το καλοκαίρι από 24οc μέχρι 30οC.

Οι Κυκλάδες αποτελούνται από ένα σύμπλεγμα νησιών και βραχονησίδων, που απαριθμούνται στο σύνολο 33. Από αυτά, τα 24 είναι κατοικήσιμα και διακρίνονται στα παρακάτω (παρουσιάζονται αλφαβητικά):

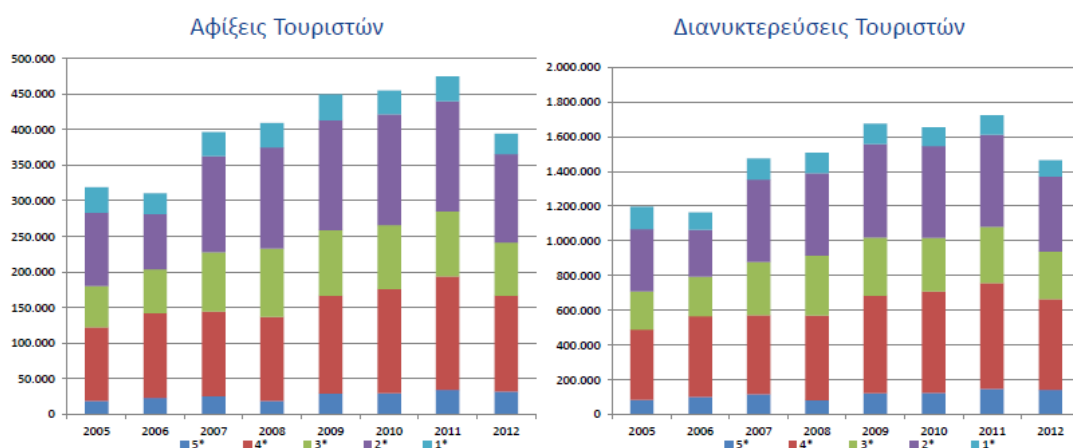
- Αμοργό
- Ανάφη
- Άνδρο
- Αντίπαρο
- Δονούσα
- Ηρακλειά
- Θηρασιά
- Ίο
- Κέα
- Κίμωλο
- Κουφονήσι
- Κύθνο
- Μήλο
- Μύκονο
- Νάξο
- Πάρο
- Σαντορίνη
- Σέριφο
- Σίκινο
- Σίφνο
- Σύρο
- Σχοινούσα
- Τήνο
- Φολέγανδρο

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα των Κυκλάδων είναι η αντίθεση των λευκών σπιτιών με το απέραντο γαλάζιο του Αιγαίου. Συχνά αναφέρονται ως τα παραδοσιακά κυκλαδίτικα σπίτια. Κάθε κυκλαδίτικο νησί, έχει τις δικές του αρχιτεκτονικές ιδιομορφίες και σε όλα τα νησιά ο επισκέπτης συναντά ανεμόμυλους, περιστερώνες, αλώνια, γεφύρια, μοναστήρια κ.α. Διακρίνεται για τους πεδινούς όγκους και το έδαφος χαρακτηρίζεται άγονο και πετρώδες.

Η συνολική έκταση των Κυκλάδων είναι 2.572 τετραγωνικά χιλιόμετρα και καλύπτει το 2% της γεωγραφικής έκτασης της χώρας.

Η πρόσβαση στα νησιά των Κυκλάδων μπορεί να επιτευχθεί μέσω του Πειραιά ή το λιμάνι του Λαυρίου. Σε πολλά από αυτά, η σύνδεση γίνεται και αεροπορικώς.

Διάγραμμα 4 Αφίξεις και Διανυκτερεύσεις Τουριστών (2005-2012)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Από τα διεθνή αεροδρόμια των Κυκλάδων, το νησί που δέχεται τις περισσότερες αφίξεις είναι η Σαντορίνη και ακολουθεί η Μύκονος. Επίσης, η Σαντορίνη έχει μεγαλύτερο δυναμικό στις μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων όπως θα δούμε στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 3.6 Δυναμικό Ξενοδοχείων σε Σαντορίνη και Μύκονο

Νησί	Σαντορίνη	Μύκονος
Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις	310.473	247.339
% μεταβολή 2009/14	82%	159%
Αριθμός Ξενοδοχείων(2014)	284	170
4-5 αστέρων	102	63
3 αστέρων	62	34
1-2 αστέρων	120	73
Μονάδες Ενοικιαζόμενων Δωματίων	1.034	454

3.7 Μύκονος



3.7.1 Γενικά Χαρακτηριστικά

Βρίσκεται στην περιοχή του Κεντρικού Αιγαίου και ανήκει στο νομό Κυκλάδων. Ο μόνιμος πληθυσμός ανέρχεται στους 9.320 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2001. Αισθητή είναι η απουσία δένδρων εκτός από κάποιους συγκεκριμένες περιοχές όπως στον Πάνορμο, Φτελιά, Καλαφάτης. Το κυρίαρχο πέτρωμα της είναι ο γρανίτης. Το κλίμα του νησιού είναι εύκρατο και αρκετά ξηρό. Χαρακτηριστικό της γνώρισμα είναι τα καλοκαιρινά μελέτσια ενώ το χιόνι και οι βροχές είναι ελάχιστες (μόνο κατά τη διάρκεια του χειμώνα).

Όσοι επισκέπτονται το νησί της Μυκόνου, συχνά επιθυμούν να επισκεφτούν και τη Δήλο σε συνδυασμό με τα Ρήνεια. Και τα δύο νησιά ανήκουν στον Δήμο Μυκόνου. Η Δήλος είναι ένα ακατοίκητο νησί και αποτελεί ένα μαγευτικό τόπο, αρχαιολογικού τύπου. Είναι ο τόπος γέννησης του Απόλλωνα και της Άρτεμης και χαρακτηρίζεται ως το ιερό νησί της αρχαίας Ελλάδας. Το 1990 κηρύχθηκε Μνημείο Παγκόσμιας Κληρονομιάς από την UNESCO.

Από την άλλη, τα Ρήνεια, χωρισμένα από το νησί της Δήλου με ένα μικρό στενό έχει υπέροχες παραλίες, οι οποίες στο νούμερο τους είναι μονάχα τέσσερις. Όλες έχουν

μαγευτικά νερά και αποτελεί το ιδανικό σημείο για βόλτα με το σκάφος και για βουτιές.

Από το 1960, η Μύκονος ήταν ένα νησί που δεχότανε και δέχεται επώνυμους καλλιτέχνες από όλο τον κόσμο. Ανάμεσα τους, ο Ωνάσης, ο Νίκος Καββαδίας, η Μαρία Κάλλας, ο Ελύτης, ο Σταύρος Νιάρχος κ.α. Η Μύκονος από τότε μέχρι σήμερα αποτελεί συνώνυμο του όρου πολυτελές διακοπές.

3.7.2 Αξιοθέατα



Η Μύκονος είναι ένα μέρος με πλούσια ιστορία και πανέμορφες παραλίες. Πέρα από την έντονη νυχτερινή ζωή, στη Μύκονο έχεις τη δυνατότητα να γευτείς τις ομορφιές του νησιού και τα αξιοθέατα της.

Ως πιο συχνό γνωστό σημείο της Μυκόνου, αποτελούν οι *Ανεμόμυλοι*, οι οποίοι κτίστηκαν από τους Βενετούς τον 16ο αιώνα.



Το δεύτερο πιο γνωστό σημείο είναι η λεγόμενη Μικρή Βενετία. Κάθε γραφικό σοκάκι της χώρας σε οδηγεί στη θάλασσα και στα cafe-bar που αντικρίζουν μπροστά τους τη μαγευτική θέα. Αποτελεί μια γραφική γειτονιά, με πολύχρωμα μπαλκόνια, η οποία βρίσκεται πάνω στη θάλασσα.

Ιδανικό σημείο για να επισκεφτείς το σημείο, θεωρείται το απόγευμα κατά τη δύση του Ηλίου.



Το Αρχαιολογικό Μουσείο της Μυκόνου, είναι χτισμένο από το 1902. Βρίσκεται στη Χώρα και στεγάζει τα εκθέματα της περιοχής.



Η Εκκλησία της Παραπορτιανής, είναι χτισμένη από το 15αίωνα και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της γνώρισμα είναι ότι το σώμα της εκκλησίας στεγάζει 4 εκκλησίες(Άγιος Αναστάσιος, Άγιος Ανάργυρος, Άγιος Σώζων, Άγιος Ευστάθιος) ενώ η Πέμπτη εκκλησία βρίσκεται από πάνω, σαν τρούλος.



Ο Φάρος του Αρμενιστή, κτισμένος το 1981, αποτελεί εξίσου ιδανικό σημείο για να απολαύσεις τη θέα από ψηλά.



Επίσης, για όσους θέλουν να μάθουν για τη ναυτική ιστορία, στη Μύκονο μπορούν να επισκεφτούν το Μουσείο Ναυτικής Ιστορίας Αιγαίου.



Τέλος, για όσους θέλουν να κάνουν μονοήμερη διαδρομή, μπορούν να επισκεφτούν τη Δήλο. Αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους αρχαιολογικούς χώρους του Αιγαίου και έχει ανακηρυχθεί από την UNESCO ως μέρος Παγκόσμιας Κληρονομιάς.

3.7.3 Προσβασιμότητα

Η πρόσβαση στο νησί της Μυκόνου καθίσταται εφικτή με τρεις τρόπους:

1. Αεροπορική σύνδεση

Από Αθήνα εκτελούνται καθημερινώς πτήσεις προς Μύκονο με γνωστές αεροπορικές εταιρείες όπως Aegean Airlines, Sky Express, Ryanair, Volotea κ.α.

2. Ακτοπλοϊκή σύνδεση:

- Λιμάνι Ραφήνας: καθημερινές συνδέσεις προς τη Μύκονο είτε με ενδιάμεσο σταθμό τη Τήνο είτε με απευθείας σύνδεση Ραφήνα-Μύκονο. Εκτελούνται δρομολόγια από διάφορες ακτοπλοϊκές εταιρείες όπως Fast Ferries (4ώρες διαδρομή) είτε με την εταιρεία Sea Jet (για απευθείας και γρήγορη διαδρομή - 2ώρες και ένα 15)
- Λιμάνι Πειραιά: Εκτελούνται επίσης καθημερινά δρομολόγια με διάφορες ακτοπλοϊκές εταιρείες όπως Hellenic Seaways, Golden Star Ferries κ.α.

3. Ελικόπτερο

Πρόκειται για ένα νησί που προσελκύει high end τουρισμό. Πολλοί δεν θέλουν να ταλαιπωρούνται ή θέλουν να νιώθουν την ιδιωτικότητα, γι' αυτό και χρησιμοποιούν ως μέσο μεταφοράς στον προορισμό τους το ελικόπτερο. Χαρακτηριστικό του ελικοπτερού είναι ότι μπορεί να πετάξει μέχρι τη δύση του Ηλίου

Στη Μύκονο υπάρχουν δύο λιμάνια για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών και ονομάζονται ως Παλιό Λιμάνι και Νέο Λιμάνι. Διαθέτουν θέσεις ελλιμενισμού για σκάφη.

3.7.4 Εξυπηρετήσεις

Πίνακας 3.7 Εξυπηρετήσεις

Καταστήματα	40	Βρίσκονται πολλά καταστήματα για σουβενίρς αλλά και ενδύματα από γνωστούς οίκους μόδας και κοσμημάτων.
Ευεξία και Σπα	12	Yoga, Pilates & Spa
Συναυλίες και Παραστάσεις	-	Τους καλοκαιρινούς μήνες υπάρχουν πολλά beach bar, τα οποία διοργανώνουν συναυλίες με γνωστούς τραγουδιστές της εποχής.
Μεταφορά	13	Εταιρείες Ενοικιάσεων Αυτοκίνητων
Εκδρομές με σκάφος και θαλάσσια σπορ	60	Kayak, Diving Center, Day cruises
Νυχτερινή Ζωή	30	Bars & clubs για όλους τους τύπους
Εστιατόρια	189	Διαθέτουν ελληνική και διεθνή κουζίνα. Διάσημοι σεφ και γνωστά εστιατόρια με χρυσούς σκούφους βρίσκονται στο νησί της Μυκόνου
Φαρμακεία	6	
Νοσοκομείο	1	Κέντρο Υγείας Μυκόνου, το οποίο υπάγεται στο Βαρδάκειο & Πρώιο Γενικό Νοσοκομείο Σύρου

Το 2014 καταγράφηκαν 170 ξενοδοχεία τα όποια κατανέμονται στις εξής κατηγορίες ως εξής:



Τα περισσότερα ξενοδοχεία βρίσκονται στη χώρα της Μυκόνου και στη δυτική πλευρά του νησιού.

3.7.5 Δραστηριότητες

Η Μύκονος κάθε χρόνο συγκεντρώνει αρκετούς λάτρεις του surfing και ιστιοπλόους που απολαμβάνουν τους ανέμους του νησιού. Υπάρχουν πολλές κατάλληλες παραλίες όπως η παραλία της Φτελιάς, στον Κορφό κ.α που είναι ιδανικές για τα extreme sports. Για εκείνους που προτιμούν τις καταδύσεις, ο καταλληλότερος μήνας είναι ο Σεπτέμβριος διότι η θερμότητα του νερού είναι ιδανική και υπάρχει υψηλή ορατότητα στο βυθό. Στο νησί βρίσκονται αρκετές σχολές καταδύσεων, οι οποίες παρέχουν τον κατάλληλο εξοπλισμό (στολή δύτες, αναπνευστήρες, βατραχοπέδιλα).

Η ιππασία αποτελεί μια ξεχωριστή δραστηριότητα και όχι τόσο συνηθισμένη στο νησί. Οι ρομαντικοί επισκέπτες, έχουν την δυνατότητα να απολαύσουν μια βόλτα στα απόκρυφα μονοπάτια της Μυκόνου, μέσω των οργανωμένων σχολών που υπάρχουν.

Η παραλία της Φτελιάς, πέρα από τη δυνατότητα που προσφέρει για τους λάτρεις των extreme sports, διαθέτει και ειδικό διαμορφωμένο χώρο για Paintball. Για όσους τους αρέσει να απολαμβάνουν την αδρεναλίνη και να εξοντώνουν του αντιπάλους χρωματίζοντας τους, αποτελεί την ιδανική δραστηριότητα.

Η πιο γνωστή όμως δραστηριότητα του νησιού και ο λόγος επίσκεψης της είναι η βραδινή ζωή που παρέχει. Η έντονη νυχτερινή ζωή σε συνδυασμό με τα ξέφρενα πάρτυ που γίνονται σε beach bars και το άφθονο φαγητό και ποτό, την έχει καθιερώσει ως δημοφιλή κοσμοπολιτικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο.

3.7.6 Τουριστικά Πακέτα

Τα σύνηθες τουριστικά πακέτα του νησιού είναι οι εκδρομές που γίνονται προς την Δήλο και τα Ρήνεια. Οι εκδρομές αυτές καθίστανται εφικτές μέσω της ενοικίασης σκάφους/ιστιοπλοϊκού ή από τα σύνηθες καράβια που εξυπηρετούν πολλά άτομα. Η εκδρομή προς τα δύο νησιά της Μυκόνου, αποτελούν την κατάλληλη ημερήσια εκδρομή προκειμένου οι επισκέπτες της να ανακαλύψουν την ιστορία της Αρχαίας Ελλάδας και να απολαύσουν τα κρυστάλλινα νερά σε μια από τις λίγες παραλίες του νησιού.

Επίσης μέσω των ταξιδιωτικών πρακτορείων καθίσταντο δυνατό διάφορες exclusive εκδηλώσεις, όπως bohemian cooking όπου πρόκειται το ταξιδιωτικό γραφείο να προτείνει στους πελάτες της. Πρόκειται για ένα μάθημα μαγειρικής δίπλα στη θάλασσα, όπου ο σεφ μαγειρεύει το φαγητό της αρεσκείας του πελάτη και στο τέλος ετοιμάζουν το μεσημεριανό ή το βραδινό ανάλογα.

3.7.7 Χαρακτηριστικά Τουρισμού Μυκόνου

Οι κύριες κατηγορίες ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος στο νησί της Μυκόνου είναι τρεις:

- Ήλιος και Θάλασσα
- Πολιτιστικός/ Θρησκευτικός Τουρισμός
- Ναυτικός Τουρισμός

1. Ήλιος και Θάλασσα με τις παραλίες:

- Άγιος Στέφανος
- Άγιος Σώστης
- Ελιά
- Καλαφάτης
- Καλό Λιβάδι
- Ορνός
- Πάνορμος
- Παράγκα
- Πλατύς Γιαλός
- Super Paradise
- Ψαρού

Όλες οι παραπάνω παραλίες εκτός από τον Άγιο Σώστη και τον Άγιο Στέφανο, αποτελούν οργανωμένες παραλίες με καθαρά νερά. Οι περισσότερες από αυτές είναι πολυσύχναστες και με γνωστά beach bars. Η παραλία του Καλαφάτη, είναι η μόνη που έχει γαλάζια σημαία και διαθέτει εγκαταστάσεις για θαλάσσια σπορ.

Όσον αφορά τις καταδύσεις, σε πολλές περιοχές βρίσκονται εξειδικευμένα και καταρτισμένα κέντρα καταδύσεων

2. Πολιτιστικός και Θρησκευτικός Τουρισμός

Το νησί της Δήλου που υπάγεται στον Δήμο Μυκόνου, αποτελεί Μνημείο Πολιτιστικής Κληρονομιάς(UNESCO 1990). Πολλοί επισκέπτες που επισκέπτονται την Μύκονο, ενδιαφέρονται να γνωρίσουν και να ξεναγηθούν στο νησί της Δήλου. Η διαμονή στο νησί δεν επιτρέπεται, παρά μόνο η ημερήσια ξενάγηση.

Το Αρχαιολογικό Μουσείο Μυκόνου βρίσκονται επιτύμβια αγάλματα, μικροαντικείμενα και ένας μεγάλος αριθμός αγγείων του 2ου και 1ου αιώνα π.Χ. Στο Ναυτικό Μουσείο παρουσιάζονται ομοιώματα ιστιοφόρων και κωπηλατών από την προϊστορική περίοδο.

Ο ναός της Παραπορτιανής, αποτελεί ένα ιδιαίτερο σύμπλεγμα πέντε εκκλησιών. Τέλος, η χώρα αποτελεί ένα ιδανικό σημείο για να απολαύσει κανείς του Ανεμόμυλους και τη Μικρή Βενετία.

3. Ναυτικός Τουρισμός

Yachting: Ο νέος λιμένας αποτελεί πεδίο ανάπτυξη της αφού διαθέτει θέσεις για αρκετά μεγάλα σκάφη και χώρους.

Κρουαζιέρα: Παρατηρήθηκε μια μείωση το 2014(441) έναντι του 2012 (585) στις αφίξεις κρουαζιερόπλοιων στο νησί της Μυκόνου.

3.7.8 Αγορά

Οι κύριες αγορές που προσελκύουν το νησί είναι :

- Ιταλία

Κύριο χαρακτηριστικό των Ιταλών είναι ότι επικεντρώνονται στην διατροφή και προσέχουν αρκετά την υγεία τους. Είναι αρκετά απαιτητικοί όσον αφορά την ποιότητα του φαγητού, κρασιού και του lifestyle. Οι κύριες δραστηριότητες είναι το τουριστικό προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα», απολαμβάνοντας την ηλιοθεραπεία, την χαλάρωση και ανακαλύπτοντας τα φυσικά τοπία. Συνήθως ηλικιακά είναι από 22-44ετών και κάνουν τις κρατήσεις τους μέσω διαδικτύου. Δαπανούν 742 ανά ταξίδι και διαμένουν κατά μέσο όρο 9 νύχτες.

- Ηνωμένο Βασίλειο

Εστιάζουν κυρίως στην διασκέδαση και την νυχτερινή ζωή. Συγκαταλέγονται κυρίως στην κατηγορία των high net worth individual και κύρια μορφή διακοπών είναι «Ήλιος και Θάλασσα». Συνήθως προγραμματίζουν το ταξίδι τους νωρίτερα για να πετύχουν όσον το δυνατόν καλύτερες τιμές. Επισκέπτονται τη χώρα μας ηλικίες των 35-44 και 55-64, με υψηλό και εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο. Το 84% κάνει κράτηση μέσω του διαδικτύου και δαπανούν 1,052ευρώ ανά ταξίδι, διαμένοντας περίπου 10νύχτες.

- Γερμανία

Προτιμούν να επισκέπτονται ένα μέρος για τα φυσικά του χαρακτηριστικά. Κύριο τουριστικό προϊόν των Γερμανών είναι ο «Ήλιος και η Θάλασσα» και θεωρούν το ταξίδι τους ως προτεραιότητα. Γι' αυτό καταναλώνουν αρκετά χρήματα και

επιθυμούν να εκπληρώνονται όλες οι προσδοκίες τους. Οι ηλικίες επισκεπτών είναι κυρίως 35-44 ετών. Συγκαταλέγονται κυρίως στους high net worth individuals και δαπανούν ανά ταξίδι 1,204 ευρώ, διαμένοντας περίπου 12νύχτες.

- Ελβετία

Οι λάτρεις του σκι, επιλέγουν να περνούν τα καλοκαίρια τους στη Μύκονο και να απολαμβάνουν τις πολυτελείς υπηρεσίες. Είναι κυρίως μορφωμένα άτομα, που επιλέγουν την υψηλότερη μέση τιμή διανυκτέρευσης, η οποία αγγίζει τα 155ευρώ ανά βραδιά(μέσος όρος διαμονής 7ημέρες

- Αυστρία

Πόλος έλξης για πολλούς Αυστριακούς είναι το νησί της Μυκόνου, έπειτα από συνεχείς δημοσιεύσεις που γίνονται σε περιοδικά και εφημερίδες της χώρας. Επίσης γνωστά ταξιδιωτικά γραφεία της Αυστρίας επέλεξαν το Νότιο Αιγαίο ως κύριο πρόγραμμα τους για το έτος 2014.

- Αραβικές Χώρες

Το 2016, καταγράφηκε αύξηση κατά 55% στην τουριστική κίνηση των χωρών των Αραβικών κόλπων προς τη Μύκονο σε σχέση με το 2015. Οι ταξιδιώτες των συγκεκριμένων χωρών αναζητούν το περίφημο “value for money” και πληρώνουν όσο και όσο προκειμένου να απολαύσουν υπηρεσίες πολυτελείας. Επίσης, σημειώθηκε μεγάλη αύξηση λόγω της κατάργησης visa για την είσοδο στην Ελλάδα από τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Από την άλλη, το νησί της Μυκόνου, έχει προσαρμοστεί στα δεδομένα των Αράβων και πολλά μαγαζιά είτε beach bar είτε εστιατόρια παρέχουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και ναργιλέ προκειμένου να έρχονται πιο κοντά στις προτιμήσεις των Αράβων. Είναι εκείνοι που κατά κύριο λόγο ξοδεύουν το μεγαλύτερο αριθμό χρημάτων στο νησί, διασκεδάζουν ανοίγοντας σαμπάνια και διοργανώνοντας πάρτι αλλά παράλληλα είναι και οι πιο απαιτητικοί. Απολαμβάνουν το lifestyle, προτιμούν ένα εκλεπτυσμένο φαγητό και αναζητούν πάντα την καλύτερη θέση για να διασκεδάσουν.

Οι μήνες επισκεψιμότητας είναι από τον Μάιο μέχρι τον Σεπτέμβρη και κύριος

λόγος είναι η χαλάρωση και η ηλιοθεραπεία. Απολαμβάνουν κυρίως το τουριστικό προϊόν « Ήλιος και Θάλασσα» διακρίνοντας κυρία άτομα, τα οποία κατηγοριοποιούνται σε luxury-high end και LGBT. Τα τμήματα αυτά ενδιαφέρονται για τη νυχτερινή ζωή, επιλέγουν μέρη με έντονη διασκέδαση και επιλέγουν εστιατόρια με διεθνή κουζίνα από γνωστούς chef.

3.7.9 Ανταγωνιστές

Το νησί της Μυκόνου σήμερα ανταγωνίζεται μέρη που δεν περιμέναμε ότι μπορούσαν να ανταγωνισθούν και κυρίως μέρη που συνήθιζαν οι διάσημοι να περνούν τις ιδιωτικές τους στιγμές μέσα στη χλιδή και στη καλοπέραση. Η Μύκονος κατάφερε να γίνει σαν εκείνα τα μέρη, να ανταγωνισθεί αρκετά δημοφιλής προορισμούς και να θεωρείται σήμερα high net προορισμός. Κατάφερε λοιπόν να ξεπεράσει τον Σαν Τροπέ, την Ίμπιζα.

Το Σαν Τροπέ, άρχισε να γίνεται ένας δημοφιλής προορισμός από τότε που έδωσε το στίγμα της η Μπριζίτ Μπαρντό. Πρόκειται για ένα μέρος γεμάτο από φοίνικες και πεύκα, γεμάτο με bar-restaurants και πανάκριβα σπίτια. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του Σαν Τροπέ είναι οι επιδείξεις μόδας και η ατελείωτη διασκέδαση που ξεκινάει από το πρωί.

Η Ίμπιζα από την άλλη αποτελεί έναν δυνατό ανταγωνιστή, όμως οι πλέον τρομακτικές υψηλές τιμές που διαθέτει, σε συνδυασμό με τα σκάνδαλα και τις ουσίες που διακινούνται στο νησί, έχει στρέψει τους τουρίστες προς άλλους δημοφιλείς προορισμούς, όπως η Μύκονος.

Υπάρχουν και άλλα ανταγωνιστικά μέρη όπως το Σεν Μπαρτς, το οποίο αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς στον κόσμο. Αποτελεί ένα ήρεμο νησί με εκλεπτυσμένα εστιατόρια και αριστοκρατικά ξενοδοχεία και σπίτια. Τέλος, το Capri στην Ιταλία από το 1950 καθιερώθηκε το νησί της dolce vita καθώς υπήρξε ο αγαπημένος προορισμός των σταρ.

Πέρα από τους διεθνείς ανταγωνιστές, υπάρχουν και οι τοπικοί ανταγωνιστές του νησιού. Λόγω του ότι το νησί, χαρακτηρίζεται από τις πολυτελείς υπηρεσίες που προσφέρει, κάθε χρόνο πολλαπλασιάζονται τα τουριστικά γραφεία που ειδικεύονται σε αυτές τις υπηρεσίες. Επίσης, δεν πρέπει να αμελούμε τις

ατελείωτες βίλες που υπάρχουν στο νησί και κάθε χρόνο αυξάνονται, όπου οι ιδιοκτήτες αυτών ή όσοι τις διαχειρίζονται πλέον αναλαμβάνουν και άλλα καθήκοντα. Πιο συγκεκριμένα, αναλαμβάνουν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους σε ότι και αν ζητήσουν, όπως μεταφορές, μέρη που αξίζει να επισκεφτούν, σκάφη κ.α. Συμπερασματικά, οι ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις στο νησί της Μυκόνου είναι αμέτρητες, παρέχοντας παρόμοιες έως και ίδιες υπηρεσίες.

3.8 Σχέδιο Μάρκετινγκ

Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα εστιάζει κυρίως στα άτομα που θα θέλουν να απολαμβάνουν όλες τις ανέσεις, αναζητώντας τρόπους χαλάρωσης, διασκέδασης με μόνη έννοια την ευχαρίστηση.

Σκοπός της επιχείρησης είναι να παρέχει υψηλού επιπέδου παροχή υπηρεσιών στον πελάτη όπως αναγράφονται παρακάτω:

- Υπηρεσίες ενοικίασης επιπλωμένων διαμερισμάτων, με παροχή περιποίησης πελατών.
- Υπηρεσίες ενοικίασης επιπλωμένων διαμερισμάτων μικρής διάρκειας, χωρίς παροχή υπηρεσιών περιποίησης πελατών.
- Υπηρεσίες ενοικίασης επιπλωμένων διαμερισμάτων μακράς διάρκειας, με παροχή υπηρεσιών περιποίησης πελατών.
- Παροχή υπηρεσιών εφαρμογών πληροφορικής.
- Υπηρεσίες ενοικίασης επιπλωμένων διαμερισμάτων μακράς διάρκειας, χωρίς παροχή υπηρεσιών περιποίησης πελατών.
- Υπηρεσίες ενοικίασης σκαφών θαλάσσιας και ακτοπλοϊκής μεταφοράς με χειριστή.
- Υπηρεσίες ενοικίασης σκαφών θαλάσσιας και ακτοπλοϊκής μεταφοράς εμπορευμάτων με χειριστή, υπηρεσίες ρυμούλκησης και ώθησης.

- Υπηρεσίες ενοικίασης σκαφών θαλάσσιας και ακτοπλοϊκής μεταφοράς εμπορευμάτων με χειριστή.
- Υπηρεσίες ενοικίασης σκαφών μεταφοράς επιβατών σε εσωτερικές υδάτινες οδούς με χειριστή.
- Υπηρεσίες ενοικίασης σκαφών μεταφοράς εμπορευμάτων σε εσωτερικές υδάτινες οδούς με χειριστή, υπηρεσίες ρυμούλκησης και ώθησης.
- Υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτου, που προορίζεται για κατοίκηση.
- Υπηρεσίες ενοικίασης δωματίων σπιτιών, μακράς διάρκειας
- Υπηρεσίες ενοικίασης επιβατηγών αυτοκινήτων με οδηγό.
- Διοργάνωση εκδηλώσεων

Η επιχείρηση πρόκειται να προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, παρέχοντας ασφάλεια, εμπιστοσύνη και κυρίως ποιότητα υπηρεσιών. Η αγορά στην οποία πρόκειται να απευθυνθεί η εταιρεία, είναι κατά κύριο λόγο σε επισκέπτες που έχουν μια υψηλή οικονομική άνεση και το μόνο τους μέλημα είναι να χαλαρώσουν και να απολαύσουν τις στιγμές του ταξιδιού τους χωρίς να είναι ο κύριος παράγοντας του το οικονομικό θέμα. Αυτή η κατηγορία ατόμων επισκέπτεται συνήθως το νησί της Μυκόνου διότι αποτελεί ένας high end προορισμός.

Οι τιμές των υπηρεσιών πρόκειται να μεταβάλλονται ανάλογα την χρονική περίοδο και ειδικότερα θα είναι λίγο πιο αυξημένες την περίοδο Ιούλιο – Αύγουστο λόγω της μεγάλης τουριστικής κίνησης. Το κόστος των υπηρεσιών θα είναι ανάλογες με τις προτιμήσεις των καταναλωτών. Η τιμολόγηση θα γίνεται βάση γοήτρου, δηλαδή οι υπηρεσίες θα πωλούνται σε πολλαπλάσια τιμή από άλλες επιχειρήσεις που προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες. Η συγκεκριμένη μέθοδος τιμολόγησης, προκύπτει από τις πολυτελείς υπηρεσίες που θα προσφέρει η επιχείρηση, στην αγορά - στόχο που σκοπεύει και λόγω της τοποθεσίας της.

Η τουριστική επιχείρηση παροχής υψηλών υπηρεσιών, θα ιδρυθεί στο νησί της Μυκόνου και συγκεκριμένα στη χώρα της Μυκόνου, ένα σημείο που διασχίζεται

από εκατοντάδες ξένους τουρίστες. Η τοποθεσία του αποτελεί ιδανικό σημείο για να γίνει γνωστό και να προσελκύσει πολύ κόσμο.

Όσοι επισκέπτονται τη Μύκονο, δεν καθίσταται δυνατό να μην περπατήσουν στα σοκάκια της Μυκόνου. Με αυτόν τον τρόπο, η πρόσβαση για όποιον επιθυμεί να επισκεφτεί το ταξιδιωτικό γραφείο και να συζητήσει από κοντά τις υπηρεσίες που αναζητά, θα είναι πολύ εύκολη. Επίσης, γι' αυτούς που θα θέλουν εκ των προτέρων να προγραμματίσουν όλες τις υπηρεσίες τους, οι πελάτες θα μπορούν να επικοινωνούν μαζί μας μέσω της ηλεκτρονικής ιστοσελίδα/εμαιλ/τηλέφωνο.

Το γραφείο λόγω του ότι θα προσφέρει πολλές και exclusive υπηρεσίες, θα πρέπει να έχει ένα ανεπτυγμένο δίκτυο στα κανάλια διανομής. Η εταιρεία πρόκειται να εστιάσει στα άτομα που αναζητούν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και ιδιωτικότητα. Γι' αυτό τον λόγο πρόκειται να αναπτύξει στενές σχέσεις με ναυτιλιακές εταιρείες και μεγάλα ξενοδοχεία ώστε το ταξιδιωτικό γραφείο να αναλαμβάνει όλες τις υπόλοιπες εξυπηρετήσεις του πελάτη, δίνοντας στην εταιρεία όπου έφερε τον πελάτη, ένα ποσοστό προμηθείας. Με αυτό τον τρόπο, η οποιαδήποτε εταιρεία πρόκειται να επωφεληθεί διότι και δεν θα χεί την έννοια πως θα εξυπηρετήσει τον πελάτη αλλά και θα ανταμειφτεί.

Από την άλλη ως προς το θέμα της εμπιστοσύνης, οι κάτοικοι του νησιού και όσοι εργάζονται, το κύριο μέλημα τους είναι η ικανοποίηση των πελατών και η άμεση εξυπηρέτησή τους. Συνεπώς δεν θα υπάρχει λόγος αμφισβήτησης, περί εμπιστοσύνης των συνεργατών. Εξάλλου, έμπειροι συνεργάτες του γραφείου θα βρίσκονται καθ' όλη τη διάρκεια του καλοκαιριού στο νησί προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν προβλήματα. Η εταιρεία πρόκειται να συνεργαστεί με ταξιδιωτικούς φορείς από το εξωτερικό διότι αυτή είναι η αγορά που θέλει να επικεντρωθεί και ειδικότερα, θα θελήσει να προσελκύσει αραβικό κοινό.

Γι' αυτό τον λόγο θα προβεί σε αρκετές διαφημιστικές καμπάνιες και θα συνεργαστεί με πολλά ταξιδιωτικά γραφεία. Επίσης, θα προσπαθήσει η επιχείρηση, να αναπτύξει το δίκτυο της με τα πεντάστερα ξενοδοχεία, ώστε να εξυπηρετεί τους εκλεκτούς της πελάτες όσον αφορά τον τρόπο μετακίνησης των πελατών, να

διοργανώνει εκδρομές με σκάφος και να προγραμματίζει εύκολα και γρήγορα πτήσεις με το ελικόπτερο από και προς τη Μύκονο.

Η επιχείρηση πρόκειται από τη πρώτη στιγμή να αναπτύξει τους συνεργάτες της και να διατηρήσει το πελατολόγιο της, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα προωθητικά μέσα. Κύριο μέλημα της θα είναι να δημιουργήσει ισχυρούς δεσμούς με ξενοδοχεία όπως προείπαμε αλλά και ιδιοκτήτες βιλών, ώστε να βασίζονται πάνω στην επιχείρηση για οποιαδήποτε concierge υπηρεσία θελήσει ο πελάτης. Έτσι η επιχείρηση θα εξασφαλίσει αποτελεσματικά ένα μέσο διαφήμισης, πετυχαίνοντας ένα υψηλό επίπεδο πελατών. Παράλληλα, και η ίδια επιχείρηση θα προσπαθήσει να προωθηθεί σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να αποκτήσει ένα όνομα, που θα εμπνέει εμπιστοσύνη και σιγουριά.

3.9 Κόστος του μάρκετινγκ και έσοδα πωλήσεων

Πίνακας 3.8

Υπηρεσίες	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ενοικίαση καταλύματος	€468,500	€386,400	€438,720	€440,006	€447,306	€499,671
Ενοικίαση σκαφών	€164,500	€135,525	€110,873	€116,341	€158,558	€136,266
Ενοικίαση αυτοκινήτων	€134,000	€142,200	€147,735	€155,850	€162,887	€171,421
Διοργάνωση εκδηλώσεων	€33,500	€35,175	€36,933	€38,780	€40,719	€42,766
Εξυπηρέτηση πελατών(bookings)	€33,500	€35,175	€36,933	€38,780	€40,719	€42,555
Διαφήμιση μέσω social media	€2.500	€2,625	€2,756	€2,894	€3,038	€3,190

Πληρωμένες διαφημίσεις/κλικ (PPC)	€2.500	€2,625	€2,756	€2,894	€3,038	€3,190
Διαφημιστικά φυλλάδια	€3.000	€3,150	€3,307	€3,472	€3,646	€3,828
Οθόνη προβολής σε κεντρικά σημεία	€7,000	€7,350	€7,715	€8,103	€8,508	€8,933
Σύνολο	€685,000	€718,725	€754,66	€792,394	€832,014	€873,614

Κεφάλαιο 4

Πρώτες ύλες και εφόδια

4.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει αναλυτική αναφορά της διαδικασίας επιλογής των πρώτων υλών και ο υπολογισμός του κόστους των πρώτων υλών και άλλων εφοδίων για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης.

4.2 Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Οι πρώτες ύλες και τα εφόδια που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του ταξιδιωτικού γραφείου είναι:

- Υπηρεσίες κοινής ωφέλειας
- Συντήρηση και καθαρισμός γραφείου
- Γραφικές ύλες και εφόδια γραφείων διοίκησης και λογιστηρίου

Η εν λόγω επιχείρηση δεν απαιτεί πληθώρα πραγμάτων και μεγάλο εξοπλισμό προκειμένου να ξεκινήσει την λειτουργία της.

4.3 Διαδικασία Επιλογής των Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Το πρώτο και βασικό χαρακτηριστικό για την λειτουργία της επιχείρησης είναι οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, όπου πρόκειται να τηρηθούν όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες προκειμένου να εγκατασταθούν από έμπειρους τεχνικούς για να μην υπάρχουν μελλοντικά φθορές. Επίσης, είναι πολύ σημαντική η ύπαρξη του Ίντερνετ από την πρώτη κιόλας μέρα λειτουργίας του ταξιδιωτικού γραφείου. Το Ίντερνετ αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο στην σύγχρονη εποχή διότι πλέον είναι ένα απαραίτητο μέσο επικοινωνίας στις επιχειρήσεις.

Λόγω του ότι το γραφείο απευθύνεται σε πελάτες υψηλού επιπέδου, θα υπάρχει κατάλληλο άτομο ανά τακτά χρονικά διαστήματα ώστε να διασφαλίζει την καθαριότητα του γραφείου, ώστε ο κάθε πελάτης που θα εισέρχεται στον χώρο να νιώθει την λάμψη, την καθαριότητα και μια όμορφη αίσθηση αρώματος.

Επίσης, είναι σημαντικό να υπάρχει η ανάλογη γραφική ύλη και ο εξοπλισμός προκειμένου να διευκολυνθεί τόσο το προσωπικό αλλά και οι πελάτες, η οποία θα ανανεώνεται σύμφωνα με τις ανάγκες.

Με βάση τα παραπάνω, θα χρειάζεται κάθε μήνα το κάθε τμήμα να αναφέρει στον μάνατζερ τις εκάστοτε ελλείψεις ώστε να προμηθεύονται τα απαραίτητα. Αφού ο μάνατζερ εγκρίνει, τότε θα γίνονται όλες οι σχετικές ενέργειες για τη παραλαβή των συγκεκριμένων προμηθειών.

4.4 Πρόγραμμα Προμηθειών

- Μακροχρόνιες σχέσεις και σχέσεις εμπιστοσύνης με συνεργάτες για την καλύτερη δυνατή συνεργασία και άμεση εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών
- Ευκολότερη κατανόηση από την μεριά των προμηθευτών για θέματα που αφορούν την ποιότητα των υπηρεσιών
- Αλληλοκατανόηση και ικανότητα άμεσης διαχείρισης σε απρόσμενες συνθήκες
- Δυνατότητα ευελιξίας

Μέσω των παραπάνω μπορεί να επιτευχθεί η *ελαχιστοποίηση του κόστους* μέσω της επιλογής των κατάλληλων συνεργατών, επιτυγχάνοντας μια σταθερή συνεργασία, η *ελαχιστοποίηση του κινδύνου*, μέσω της αξιοπιστίας των προμηθευτών και η *καλλιέργεια των σχέσεων*, η οποία βασίζεται σε σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης.

Τα κριτήρια με τα οποία θα ελεγχθούν οι συνεργάτες - προμηθευτές της επιχείρησης είναι πρωτίστως τα ποιοτικά κριτήρια τα οποία θέτει η επιχείρηση και έχουν συμφωνηθεί με την εν λόγω επιχείρηση. Ως δεύτερο χαρακτηριστικό είναι η σταθερή τιμολόγηση των υπηρεσιών, αφού συμφωνηθεί η μακροχρόνια συνεργασία και η ευελιξία που απαιτεί ο τουριστικός κλάδος. Τέλος είναι σημαντική η δυνατότητα και ικανότητα αντίδρασης και ελιγμού, σε συνθήκες έντονης τουριστικής ζήτησης.

4.5 Έλεγχος

Για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης και του ελέγχου της ποιότητας των υπηρεσιών, τόσο το προσωπικό όσο και οι συνεργάτες, θα πρέπει να ακολουθούν την διαδικασία ελέγχου μέσω της οποίας η επιχείρηση θα εξασφαλίζει την ορθή και αποτελεσματική λειτουργία όλων των διαδικασιών από την άφιξη του πελάτη μέχρι το τέλος της διαμονής του. Ο έλεγχος πρόκειται να γίνει μέσω μιας σειράς διαδικασιών:

- Εκπαίδευση του ανθρώπινου προσωπικού ανά τακτά χρονικά διαστήματα
- Καθιέρωση ποιοτικών και ποσοτικών προτύπων σε όλα τα τμήματα της επιχείρησης.
- Παρακολούθηση υπαλλήλων και καταγραφή επιμέρους λαθών για την διόρθωσή τους.
- Αξιολόγηση επιχείρησης και υπαλλήλων μέσω ειδικών εντύπων που θα συμπληρώνονται από τους πελάτες.
- Έλεγχος ανά τακτά χρονικά διαστήματα στην ποιότητα των υπηρεσιών των συνεργατών και στην τήρηση των εκάστοτε συμφωνιών.

4.6 Οικονομικά Στοιχεία

Για τα κόστη εφοδίων έχει γίνει εκτίμηση με βάση της ανάγκες της επιχείρησης καθώς και η ανάλογη έρευνα στα κόστη των προμηθευτών. Παρακάτω αναγράφονται οι πρώτες ύλες και τα κόστη τους για τα επόμενα τέσσερα χρόνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 Κόστη Πρώτων Υλών

Πρώτες Ύλες	2019	2020	2021	2022
Ηλεκτρικό Ρεύμα	€1,000	€1.050	€1,102.50	€1,157.6
Νερό	€360	€378	€396,90	€416,74
Στολές εργαζομένων	€100	€105	€110,25	€115,76
Φαρμακείο	€50	€52,5	€55,12	€57,88
Συντήρηση και καθαριότητα γραφείου	€120	€126	€132,3	€138,9
Μικροαντικείμενα γραφείου	€200	€210	€220,5	€231,5
Οργάνωση γραφείου	€150	€157,50	€165,37	€173,64
Σύνολο	€1,980	€2,079	€2,182.95	€2,292.09

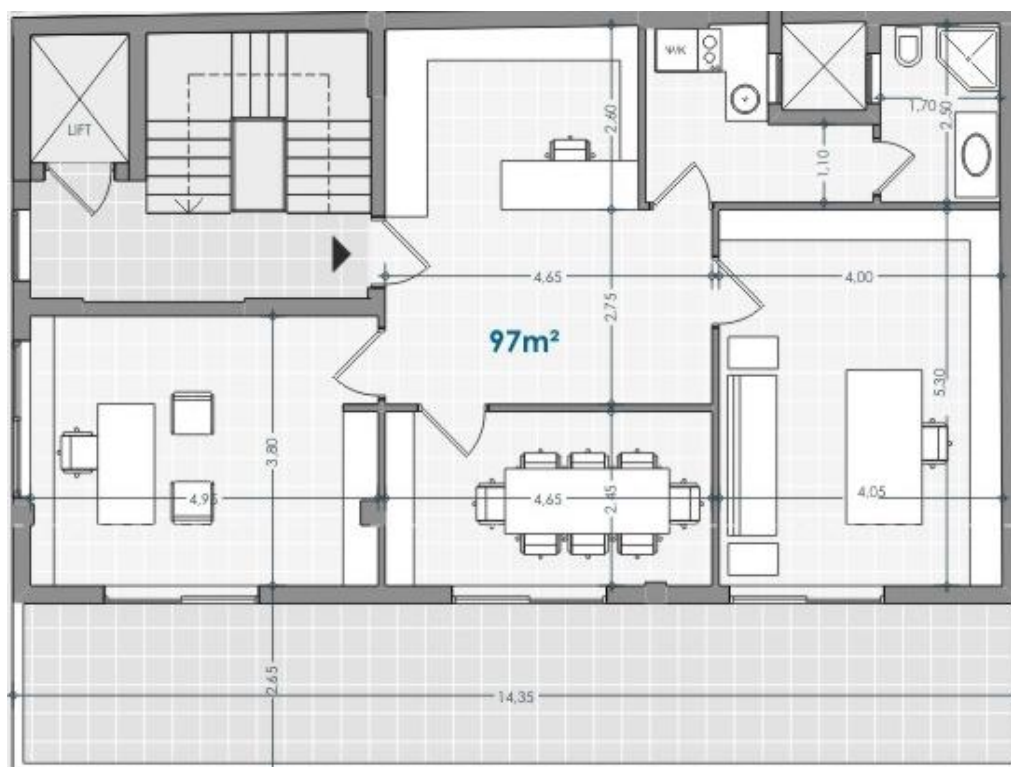
Κεφάλαιο 5

Μηχανολογικά & Τεχνολογία

5.1 Η Δυναμικότητα της Τουριστικής Επιχείρησης

Η εν λόγω επιχείρηση όπως αναφέρθηκε πρόκειται να ιδρυθεί στο νησί της Μυκόνου, παρέχοντας στους πελάτες υψηλού επιπέδου υπηρεσίες. Πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες και συγκεκριμένα από Μάιο έως τέλη Σεπτεμβρίου, όπου και θα υπάρχει φυσική παρουσία στο νησί της Μυκόνου, η επιχείρηση πρόκειται να ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών όλο το χρόνο, εξυπηρετώντας τους μέσω email και τηλεφωνικά.

Η έκταση του γραφείου πρόκειται να είναι στα 97τ.μ., το οποίο θα διαθέτει τρεις χώρους. Θα υπάρχει ο κεντρικός χώρος όπου θα εργάζεται το προσωπικό, ο χώρος για τα επαγγελματικά ραντεβού και ένας μικρός χώρος που θα είναι αποθηκευτικός χώρος αλλά θα υπάρχει και ένα μικρό κουζινάκι.



Στην αρχή θα ξεκινήσει ως ένα μικρό ταξιδιωτικό γραφείο όπου πρόκειται να δραστηριοποιούνται λίγα άτομα. Συνήθως τέτοιου είδους γραφεία είναι πιο φιλικά απ' ό τι τα μεγάλα γραφεία, έχουν πιο ελαστικούς κανόνες λειτουργίας, ο διευθυντής εμπλέκεται περισσότερο στην επιχείρηση και οι υπάλληλοι δίνουν ένα πλήρες service.

5.2 Επιλογή Τεχνολογίας και Περιγραφή Τεχνολογίας

Για την συγκρότηση της τουριστικής επιχείρησης, πρόκειται η επιχείρηση να επιλέξει τους συνεργάτες της με βάση αυτούς που είναι πιο τεχνολογικά εξελιγμένοι. Η εταιρεία θα αναζητά συνεργάτες που θα έχουν διορατικότητα και θα χρησιμοποιούν εξελιγμένα μέσα. Ως μια εταιρεία υψηλών διαγραφών, θα αναζητά συνεργάτες που θα έχουν για παράδειγμα καινούργια αυτοκίνητα στην κατοχή τους, με εξελιγμένη τεχνολογία. Η εταιρεία σε γενικά πλαίσια, θα αναζητά καινοτόμες ιδέες, προκειμένου να ενθουσιάζει τους απαιτητικούς της πελάτες.

Προκειμένου η επιχείρηση να προβεί με ορθότητα στην επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας, έχει θέσει τα ακόλουθα κριτήρια:

- Τα προϊόντα που θα χρησιμοποιεί να είναι τελευταίας γενιάς και δοκιμασμένα
- Η δυνατότητα εκπαίδευσης του εργατικού προσωπικού
- Να έχει πάντα στο μυαλό της την διορατικότητα και την καινοτομία

5.3 Κόστος Μηχανολογικών και Τεχνολογίας

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Κόστος Τεχνολογικού Εξοπλισμού

Τεχνολογικός Εξοπλισμός Γραφείου	2019
Βάψιμο	€1,500
Κλιματισμός	€3,000
Ιστοσελίδα	€2,000
Επιγραφή και πρόσοψη	€400
Ειδικό Λογισμικό	€1,000
Γραφεία	€2,500
Καρέκλες	€1,500
Βοηθητικές καρέκλες	€3,500
Ντουλάπες	€800
Υπολογιστές	€3,000
Εκτυπωτές	€1,000
Συρταριέρες	€650
Ψυγείο	€500
Τραπέζι	€450
Καναπές	€450
Ρολόγια & Κάδοι απορριμμάτων	€90
Καφετιέρες	€250
Χαλί	€2,550
Φωτιστικά	€1,500
Τηλεοράσεις	€2,000
Τηλεφωνικές συσκευές	€1,500
Εξοπλισμός W/C	€3,000
Σύνολο	€29,144

Κεφάλαιο 6

Οργάνωση και διαχείριση του ταξιδιωτικού γραφείου

6.1 Εισαγωγή

Η οργάνωση αποτελεί ένα από τα σημαντικά στάδια για την επίτευξη μιας αποτελεσματικής και ποιοτικής υπηρεσίας. Πρέπει η επιχείρηση να διαχωρίζει τις λειτουργίες και τις δραστηριότητες σε τμήματα ώστε να δρα σωστά και αποτελεσματικά. Η σωστή λειτουργία της επιχείρησης διασφαλίζει εν μέρη την επιτυχία της.

Για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι η επιχείρηση πρέπει να ακολουθήσει τα παρακάτω βήματα:

- Στελέχωση του κατάλληλου προσωπικού
- Καθορισμός συγκεκριμένων εργασιών. Το κάθε άτομο θα ασχολείται με συγκεκριμένες δραστηριότητες
- Δημιουργία οργανωτικής δομής και καθορισμός σχέσεων
- Αξιολόγηση- Ανατροφοδότηση

6.2 Οργανωσιακές Λειτουργίες και Δομή της Τουριστικής Επιχείρησης

Οι οργανωσιακές λειτουργίες μιας τουριστικής επιχείρησης πρέπει να αναφέρονται ευκρινώς, προκειμένου να γίνεται πιο εφικτή η τμηματοποίηση τους. Ωστόσο, στην περίπτωση της τουριστικής επιχείρησης εξαιτίας του μικρού μεγέθους της επιχείρησης, οι οργανωσιακές της δομές είναι αρκετά μικρότερες από ότι μια τουριστική μονάδα.

Το ταξιδιωτικό γραφείο, μπορεί να ομαδοποιηθεί στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Διεύθυνση

- Τμήμα Μάρκετινγκ
- Τμήμα Πωλήσεων
- Λογιστήριο

Η εν λόγω τμηματοποίηση δεν προβλέπεται να είναι πολυσύνθετη και η δομή της επιχείρησης θα είναι ιεραρχική. Στα ανώτερα στρώματα θα είναι ο ιδιοκτήτης της εταιρείας- μάνατζερ της επιχείρησης, ο οποίος θα δίνει τις εντολές και ότι συμβαίνει θα πρέπει να δίνει την έγκριση του. Θα είναι αυτός που θα καθοδηγεί, θα συμβουλεύει και θα ελέγχει τα αποτελέσματα και τις συμπεριφορές των συνεργατών.

Στο αμέσως κατώτερο στρώμα, θα βρίσκονται όλα τα υπόλοιπα τμήματα. Το κάθε τμήμα θα είναι αρμόδιο για τις δικές του δραστηριότητες και θα ελέγχεται από τον μάνατζερ της επιχείρησης. Το τμήμα μάρκετινγκ πρόκειται να προωθεί μέσω των κατάλληλων προωθητικών κινήσεων την επιχείρηση και με τις κατάλληλες πρακτικές να προσελκύσει αρκετούς μελλοντικούς πελάτες. Όσον αφορά τις πωλήσεις, είναι αναγκαία η στελέχωση του κατάλληλου προσωπικού όπου θα φροντίζει για την ικανοποίηση των πελατών και την άμεση εξυπηρέτησή τους. Τέλος, το λογιστήριο θα πρέπει να είναι αρμόδιο για τα έσοδα και τα έξοδα της επιχείρησης, όλους τους τραπεζικούς λογαριασμούς της επιχείρησης καθώς και για τη πληρωμή των υποχρεώσεων του.

Συγκεκριμένα, πρόκειται να υπάρχει μια πυραμιδοειδή μορφή και να αποτελείται από δύο οργανωσιακά επίπεδα.

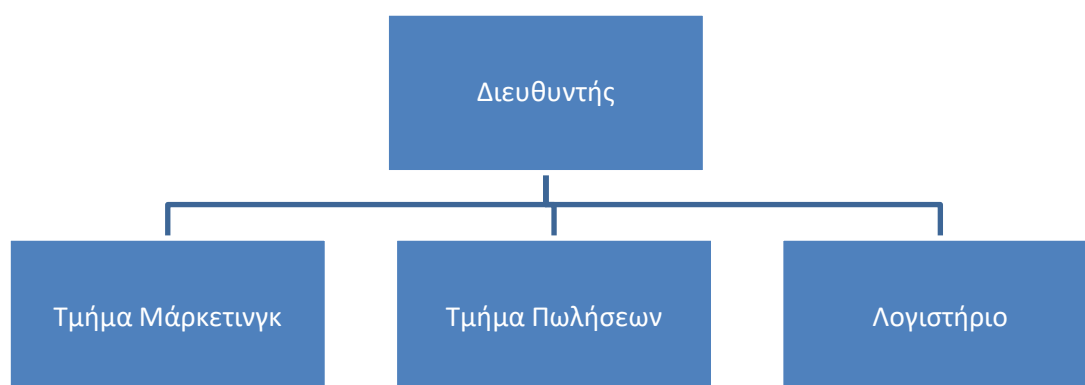
- **Κορυφαίο μάνατζμεντ**

Το κορυφαίο μάνατζμεντ ειδικεύεται στον μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό, στον συντονισμό της ομάδας αλλά ελέγχει και τα κατώτερα οργανωσιακά επίπεδα.

- **Εποπτικό μάνατζμεντ**

Ελέγχει σε καθημερινό επίπεδο τις δραστηριότητες της επιχείρησης που βρίσκονται υπό την εποπτεία του.

Το οργανόγραμμα της τουριστικής επιχείρησης παρουσιάζεται παρακάτω:



Οι υπηρεσίες που θα προσφέρει η τουριστική επιχείρηση είναι:

Οι κύριες δραστηριότητες της επιχείρησης θα είναι η ενοικίαση βιλών, ελικοπτέρων, σκαφών και μεταφορών. Η επιχείρηση πρόκειται να προσφέρει οποιαδήποτε υπηρεσία ζητήσει ο πελάτης. Η επιχείρηση επίσης θα είναι διατεθειμένη να προσφέρει στον πελάτη και γενικές ταξιδιωτικές πληροφορίες, να κλείνει εισιτήρια αν χρειαστεί και να κάνει κρατήσεις σε διάφορα εστιατόρια. Επίσης, το ταξιδιωτικό γραφείο θα κάνει κρατήσεις σε ξενοδοχεία και πρόκειται να κλείνει ιδιωτικούς χώρους και να διοργανώνει εκδηλώσεις.

Γι' αυτούς τους λόγους χρειάζεται να αναπτύξει ένα μεγάλο δίκτυο συνεργατών ώστε να μπορεί να ανταποκρίνεται άμεσα στα αιτήματα των πελατών και να τους εξασφαλίζει άμεσα όλες τις υπηρεσίες. Κρίνεται αναγκαίο να αναπτύξει τις σχέσεις της με όλες τις επιχειρήσεις του νησιού, ώστε να προσφέρει την κάθε υπηρεσία άμεσα και εύκολα ώστε να τους εξυπηρετεί όσο πιο καλά γίνεται.

6.3 Εντοπισμός των Κέντρων Κόστους

Για να μετρήσουμε την αποτελεσματικότητα μιας μικρής μονάδας, πρέπει να ληφθεί υπόψη το οργανόγραμμα και αξιολογώντας κάθε εισροή. Στην εν λόγω τουριστική επιχείρηση το κέντρο κόστους διαχωρίζεται στο τμήμα των πωλήσεων

και μάρκετινγκ αλλά και στο τμήμα του κόστους διοίκησης και χρηματοοικονομικών.

6.4 Γενικά Έξοδα

Στην παρούσα στιγμή, επιβάλλεται και ο προσδιορισμός των γενικών εξόδων που προκύπτουν από την παραγωγική δραστηριότητα της υπό μελέτης επιχείρησης.

Συγκεκριμένα, ως γενικά έξοδα αναφέρονται εκείνα που δεν μπορούν να καταμεριστούν κατευθείαν στην εργασία ή το προϊόν και εκείνα που είναι μικρά και δεν είναι άξια αναφοράς στα επιμέρους κόστη άλλων λειτουργιών.

Πίνακας 6.1 Γενικά Έξοδα Επιχείρησης Ανά Έτος

Γενικά Έξοδα Επιχείρησης ανά Έτος	2019	2020	2021	2022
Συνεργείο Καθαρισμού	€2,200	€2,300	€2,400	€2,500
Συνεργείο Εξοπλισμού	€1,600	€1,700	€1,800	€1,900
Εταιρία Διακόσμησης	€1,200	€1,300	€1,400	€1,500
Εφόδια Κίνησης	€600	€700	€800	€900
Ασφάλιστρα	€1,400	€1,500	€1,600	€1,700
Πρωθητικά Έξοδα	€1,000	€1,100	€1,200	€1,300
Σύνολο	€8,000	€8,600	€9,200	€9,800

Κεφάλαιο 7

Ανθρώπινοι Πόροι

7.1 Κατηγορίες και Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων

Για να στηθεί μια επιχείρηση σωστά και να μπορεί να εξελίσσεται χρειάζεται να έχει το κατάλληλο προσωπικό, το οποίο θα έχει διορατικότητα και θα μπορεί να αναπτύσσει την επιχείρηση. Στην συγκεκριμένη επιχείρηση, πρέπει όλα τα άτομα που την απαρτίζουν να είναι επικοινωνιακοί, εξυπηρετικοί και άμεσοι σε κάθε πρόβλημα που τυχόν δημιουργηθεί. Η διάκριση του ανθρώπινου δυναμικού πρόκειται να υπαχθεί σε δύο ιεραρχικά στρώματα, το διευθυντικό και στο προσωπικό.

Στο διευθυντικό προσωπικό, πρόκειται ο ιδρυτής της επιχείρησης να είναι και ο διευθυντής της επιχείρησης. Ως έμπειρη προσωπικότητα στον χώρο του τουρισμού, θα είναι σε θέση με τα προσόντα του και τις διασυνδέσεις του να προσελκύσει το επιθυμητό πελατολόγιο και να εγγυηθεί για την επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης.

Το προσωπικό που θα επιλεγεί πρόκειται να είναι καταρτισμένο, με εμπειρία στον τουριστικό κλάδο. Η επιλογή του προσωπικού θα γίνεται με βάση διαφορών κριτηρίων, τα οποία θα αναλυθούν παρακάτω.

7.2 Ανάγκες του Επενδυτικού Σχεδίου σε Ανθρώπινο Δυναμικό

Στο τουριστικό γραφείο λόγω του μικρού μεγέθους της, η ανάγκη για προσωπικό δεν θα είναι αυξημένη. Τα άτομα που θα την απαρτίζουν θα είναι λίγα, τα οποία θα προσπαθούν για την ανάπτυξη της επιχείρησης και αργότερα προς την επέκτασή της.

Πίνακας 7.1 Απαιτούμενο Προσωπικό στην Τουριστική Επιχείρηση

Περιγραφή θέσης	Απασχολούμενοι
Διεύθυνση Μονάδας	Αριθμός
Διευθυντής	1
Τμήμα Μάρκετινγκ	Αριθμός
Προσωπικό	1
Τμήμα Πωλήσεων	Αριθμός
Προσωπικό	2
Τμήμα Λογιστηρίου	Αριθμός
Προσωπικό	1

7.2.2 Προπαραγωγική Φάση

Αφού έχει υπολογιστεί το ανθρώπινο δυναμικό, είναι αναγκαίο να ληφθεί υπόψη μια σειρά προπαραγωγικών μέτρων ώστε να ξεκινήσει σωστά η επιχείρηση. Ο ιδρύτης-διευθυντής της επιχείρησης είναι σημαντικό να βρει τα ανάλογα άτομα και πριν τεθεί σε λειτουργία η επιχείρηση να υπάρξουν κάποιες συναντήσεις ώστε το προσωπικό να ενημερωθεί λεπτομερώς. Κατά την συνάντηση, είναι σημαντικό να τεθούν οι στόχοι και οι σκοποί της επιχείρησης, τι πρεσβεύει, ποιο είναι κοινό και η αγορά στην οποία απευθύνεται αλλά και ποιο είναι το ακριβές περιεχόμενο των καθηκόντων του κάθε εργαζομένου.

7.2.3 Λειτουργική Φάση

Κατά την λειτουργική φάση της επιχείρησης, ο διευθυντής της επιχείρησης θα πρέπει να θέσει μια ημερομηνία στην οποία θα γίνονται όλες οι πληρωμές σε συνεργασία με το λογιστήριο. Για την ορθότητα της επιχείρησης, θα πρέπει σε κάθε συνεργασία της να αναφέρει τους όρους πληρωμής και τον τρόπο πίστωσης. Για παράδειγμα αν οι πληρωμές θα γίνονται συγκεκριμένη ημερομηνία του μήνα και αν η πίστωση θα γίνεται με μετρητά ή κατάθεση σε λογαριασμό ή επιταγή. Όσον

αφορά το προσωπικό της, η επιχείρηση απαιτείται να ασφαλίζει το προσωπικό της συμπεριλαμβάνοντας τις πρόσθετες αμοιβές(δώρο Χριστουγέννων, επίδομα αδείας κ.α.) που αυξάνουν το πραγματικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού. Επίσης, δεν πρέπει να παραβλέπονται οι ετήσιες άδειες, άδειες ασθενείας και άδειες για άλλους σκοπούς, οι οποίες μειώνουν τον πραγματικό χρόνο των εργαζομένων.

7.3 Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού και Επιλογή

Δεδομένου ότι στην επιχείρηση “Luxury Travel Services” έχει ήδη καθοριστεί ο διευθυντής της επιχείρησης όπου θα είναι και ο ιδρυτής της ο κύριος Mustafa, θα πρέπει η επιχείρηση να στελεχωθεί από το κατάλληλο προσωπικό. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, έχει διαπιστωθεί ότι η προσφορά υπερκαλύπτει τη ζήτηση και πιο συγκεκριμένα την καλοκαιρινή περίοδο. Γι’ αυτό τον λόγο, δεν θα είναι δύσκολο να βρεθεί το ανάλογο προσωπικό στο νησί της Μυκόνου. Η εταιρεία θα προσπαθήσει κάθε χρόνο να έχει το ίδιο προσωπικό ώστε να μην χρειάζεται κάθε χρόνο να σπαταλά επιπλέον χρόνο στην εκπαίδευση των εργαζομένων.

7.3.1 Προγραμματισμός Πρόσληψης Προσωπικού

Αφού έχει καθοριστεί το ακριβές περιεχόμενο και τα προαπαιτούμενα της κάθε προσφερόμενης προς κάλυψη θέσης, οι ενδιαφερόμενοι έρχονται σε θέση να αξιολογηθούν. Οι υποψήφιοι θα ενημερώνονται για την ζήτηση εργασίας μέσα από την κεντρική ιστοσελίδα της εταιρείας, όπου πρόκειται να δημιουργηθεί αλλά και μέσα από τους διαδικτυακούς ιστότοπους εύρεσης εργασίας όπως το LinkedIn.

Όπως αναφέραμε τα κριτήρια αξιολόγησης, θα είναι αρκετά απαιτητικά, αφού τα εν λόγω άτομα θα πρέπει να τηρούν σίγουρα τα κάτωθι κριτήρια:

- Να έχουν ολοκληρώσει τις προπτυχιακές τους σπουδές (θα εκτιμηθούν περισσότερο τα άτομα που έχουν ολοκληρώσει το μεταπτυχιακό τους) πάνω στον τουριστικό τομέα
- Γνωρίζουν άπταιστα Αγγλικά και Ελληνικά σε γραπτό και προφορικό λόγο

- Έχουν προϋπηρεσία σε ανάλογη θέση 2 χρόνια
- Είναι ευέλικτοι με τις συνθήκες εργασίας(π.χ παραπάνω ώρες εργασίας)
- Να έχουν καλή γνώση υπολογιστών και ειδικότερα να χειρίζονται Microsoft Office, Excel και Powerpoint.

Η επιλογή και η αξιολόγηση των υποψηφίων θα γίνεται με βάση τα βιογραφικά που θα στέλνονται στην επιχείρηση και έπειτα ο Διευθυντής θα ορίζει με ποιους θα πρέπει να κλείσει ραντεβού για συνέντευξη και τέλος θα ορίσει την τελική του απόφαση-προσφορά θέσης εργασίας

Αφού επιλεγθεί το προσωπικό τότε η επιχείρηση πρόκειται να εκπαιδεύσει το προσωπικό, αποκτώντας ο εργαζόμενος τις απαιτούμενες γνώσεις και να αναπτύξει τις δεξιότητες που χρειάζεται. Το κόστος του προγράμματος κατάρτισης και εκπαίδευσης πρόκειται να αναλάβει ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης.

7.4 Εκτιμήσεις του Κόστους της Εργασίας

Το κόστος εργασίας της υπό εξέταση της τουριστικής επιχείρησης απεικονίζεται παρακάτω στους πίνακες και περιλαμβάνει τις εκτιμήσεις που αφορούν το πρώτο έτος λειτουργίας της (2019) και για όλα τα υπό εξέταση έτη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού

Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού				
Περιγραφή	Απασχολούμενοι	Ετήσιες Αποδοχές	Εργοδοτικές εισφορές	Συνολικό Κόστος
Γενικός Διευθυντής	1	12.000	1.800	13.800
Τμήμα Μάρκετινγκ	1	9.600	1.440	11.040
Τμήμα Πωλήσεων	2	9.600	1.440	11.040
Τμήμα Λογιστηρίου	1	9.000	1.350	10.350
Σύνολο	5	40,200	6.030	46.230

7.5 Κόστος ανθρώπινου δυναμικού/έτος λειτουργίας

Πίνακας 7.3 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού Ανά Έτος Λειτουργίας

Έτος	Συνολικό Κόστος
2019	46.230
2020	48.541
2021	50.968
2022	53.517
2023	56,192
2024	59.002

Κεφάλαιο 8

Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης & Περιβάλλον

8.1 Εισαγωγή

Ένα από τα πιο σημαντικά στάδια της ίδρυσης ενός ταξιδιωτικού γραφείου, αποτελεί εκτός των άλλων και η τοποθεσία. Το σημείο στο οποίο θα ιδρυθεί η επιχείρηση, πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη για να μην απομακρύνει τους πελάτες να επισκεφτούν τον χώρο και παράλληλα να προσελκύει τυχών πελάτες λόγω του σημείου.

8.2 Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας

8.2.1 Βασικές Απαιτήσεις Επιλογής Τοποθεσίας

Για την αναζήτηση της κατάλληλης τοποθεσίας, κρίνεται αναγκαίο να προσδιοριστούν τα κριτήρια στα οποία θα αναδείξουν την επιλογή της τοποθεσίας. Είναι σημαντικό, η επιχείρηση να βρίσκεται σε σημείο που θα εξυπηρετεί τους πελάτες, να είναι δηλαδή εύκολα προσβάσιμη, να μην ταλαιπωρεί τους πελάτες και θα είναι εμφανής. Επίσης, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να δει κατά πόσο το σημείο που επιθυμεί βρίσκεται σε κεντρικό σημείο ή η κοινωνία είναι ανεπτυγμένη. Όσο πιο ανεπτυγμένη είναι τόσο πιο εύκολο είναι να προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό πελατών. Τα παραπάνω αποτελούν κάποια από τα σημαντικά κριτήρια για την επιλογή τοποθεσίας.

Το νησί της Μυκόνου χαρακτηρίζεται ως ένα μέρος το οποίο αναδιαμορφώνεται συνέχεια για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών. Λόγω της μεγάλης τουριστικής ζήτησης, συνέχεια χτίζονται καινούργια οικόπεδα και δημιουργούνται γραφεία προκειμένου να τους παρέχουν όλες τις κατάλληλες υπηρεσίες, οι οποίες αντικατοπτρίζονται στο συγκεκριμένο επίπεδο πελατών. Ο ανταγωνισμός βέβαια είναι αυξημένος διότι όλες οι επιχειρήσεις πλέον, ακόμα και ένα εστιατόριο προσπαθεί να βρει τον τρόπο να εξυπηρετήσει τον πελάτη ακόμα και σε μια

μετακίνηση του. Μπορεί να μην παρέχουν ένα σύνολο υπηρεσιών αλλά έστω προσπαθούν να εξυπηρετήσουν με τον κατάλληλο τρόπο.

8.2.2 Χαρακτηριστικά Στοιχεία Εναλλακτικών Τοποθεσιών και Αξιολόγηση

Μετά από έρευνα, προκύπτει ότι το νησί της Μυκόνου προσφέρει αρκετά σημεία στα οποία μπορούν να δημιουργηθούν ταξιδιωτικά γραφεία και συγκεκριμένα στη χώρα της Μυκόνου, όπου ο κ. Mustafa επιθυμεί. Πρέπει όμως να γίνει ανάλυση των δεδομένων, όσον αφορά σε εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες. Πιο συγκεκριμένα πρέπει να δούμε πόσο εύκολη θα είναι μεταφορική διευκόλυνση των πελατών αλλά και του ίδιου του προσωπικού, ποια είναι η κοινωνική υποδομή της περιοχής, ο ανταγωνισμός της περιοχής, αν υπάρχουν νομικοί περιορισμοί και πως είναι η υποδομή του κτηρίου.

Έπειτα από έρευνα που έγινε στο νησί της Μυκόνου, εντοπίστηκαν δύο χώροι όπου θα μπορούσε να γίνει η ενοικίαση του χώρου για τη δημιουργία του ταξιδιωτικού γραφείου. Για την καλύτερη και αντικειμενικότερη απόφαση για τη πιο συμφέρουσα τοποθεσία, αναπτύχθηκε το παρακάτω μοντέλο. Ενσωματώνοντας διάφορα κριτήρια, αποτελούμενο το κάθε ένα με διαφορετικό συντελεστή στάθμισης, το άθροισμα των οποίων πρέπει να είναι ίσο με 100. Συμπεριλήφθησαν 8 διαφορετικά κριτήρια, τα οποία θεωρούνται απαραίτητα για την επιλογή του κατάλληλου κτηρίου.

Πίνακας 8-1: Στάθμιση και Βαθμολόγηση Εναλλακτικών Τοποθεσιών

Κριτήριο	Κτήριο Α	Κτήριο Β	Συντελεστής	Κτήριο Α	Κτήριο Β
Προσβασιμότητα	9	8	25%	2,25	2
Μεταφορικές Διευκολύνσεις	8	8	20%	1,6	1,6
Κοινωνική Υποδομή	7	7	15%	1,05	1,05
Ανταγωνισμός	6	7	10%	0,6	0,7
Εγγύτητα με Άλλες Επιχειρήσεις	7	7	10%	0,7	0,7
Φήμη και Προϊστορία Περιοχής	9	8	10%	0,9	0,8
Νομικοί Περιορισμοί	7	6	5%	0,35	0,3
Υποδομή Κτηρίου	9	7	5%	0,45	0,35

Σύνολο	62	58	100%	7,9	7,5
---------------	----	----	------	-----	-----

Σύμφωνα με τον πίνακα στάθμισης και βαθμολόγησης, προκύπτει ότι τα δύο κτήρια έλαβαν τις παρακάτω βαθμολογίες:

- ❖ Κτήριο A: 7,9
- ❖ Κτήριο B: 7,5

Με βάση το παραπάνω αποτέλεσμα, διακρίνεται ότι το κατάλληλο κτήριο για την δημιουργία του ταξιδιωτικού γραφείου είναι το κτήριο A έναντι του κτηρίου B. Σε όλα τα κριτήρια, το κτήριο A φαίνεται ότι ικανοποιεί σε μεγαλύτερο βαθμό παρά το κτήριο B ή βρίσκονται σε μια ίση βαθμολόγηση όπως στη μετακίνηση, στην κοινωνική υποδομή και στην εγγύτητα με τις άλλες επιχειρήσεις. Και τα δύο κτήρια βρισκότουσαν στην ίδια περιοχή, οπότε το μεγαλύτερο κριτήριο ήταν όχι στη περιοχή αλλά στο κατάλληλο κτήριο. Τα δύο κτήρια, είχαν ίδιο κόστος ενοικίασης οπότε δεν αποτέλεσε σημαντικό κριτήριο επιλογής τοποθεσίας.

8.3. Χαρακτηριστικά Κτηρίου και Υπολογισμός Ενοικίασης Χώρου

Το συγκεκριμένο κτήριο που επιλέχθηκε πρόκειται να ενοικιαστεί και δεν θα προβούμε σε ανέγερση νέου κτηρίου. Το κτήριο βρίσκεται στην χώρα της Μυκόνου, στα γραφικά σοκάκια του νησιού, όπου χιλιάδες άτομα τα περπατούν ημερησίως. Όπως, θα δούμε και στο πινακάκι που ακολουθεί πρόκειται να ενοικιασθεί για τα επόμενα δέκα έτη.

Πίνακας 8.2 Κόστη Ενοικίασης Χώρου

Περιγραφή	Κόστος
Ενοικίαση χώρου	€260,000
Νομικά και άλλα έξοδα	€10,000
Σύνολο	€270,000

Κεφάλαιο 9

Προγραμματισμός Εκτέλεσης Έργου

9.1 Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου

Η λήψη απόφασης για την πραγματοποίηση της επένδυσης έως και το ξεκίνημα τα παραγωγικής διαδικασίας αναφέρεται ως προγραμματισμός εκτέλεσης έργου. Είναι η διαδικασία εκείνη η οποία περιλαμβάνει όλες τις διαδικασίες του επενδυτικού σχεδίου από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας έως και το στάδιο λειτουργίας.

Προκειμένου να γίνει η σωστή διαχείριση του χρόνου και να βγει εις πέρας το επενδυτικό σχέδιο, πρέπει να δημιουργηθεί ένα ρεαλιστικό πρόγραμμα στο οποίο θα αναγράφονται τα διάφορα στάδια εκτέλεσης με βάση τους πόρους που χρειάζονται σε κάθε στάδιο σε συνδυασμό με ένα αναλυτικό χρονοδιάγραμμα.

9.2 Η ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης του Έργου

Προκειμένου να τεθεί η άμεση εκτέλεση του έργου, πρέπει να υπάρχει μια ομάδα επίβλεψης, η οποία θα ελέγχει προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι όλες οι διαδικασίες που απαιτούνται θα γίνουν εντός των χρονικών πλαισίων που έχουν δοθεί. Είναι αναγκαίο να ελέγχονται όλες οι διαδικασίες, προκειμένου το επενδυτικό σχέδιο να τεθεί σε λειτουργία στα σωστά χρονικά πλαίσια.

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, η ομάδα επίβλεψης και εκτέλεσης έργου έχει απευθυνθεί στην κυρία Παναγιωτοπούλου, η οποία έχει αναλάβει να διεκπεραιώσει όλο το έργο με δικιά της ευθύνη.

9.3 Χρονικός Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει αναλυτική περιγραφή των σταδίων που θα πρέπει να ακολουθηθούν για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου. Τα στάδια τα

οποία θα αναφερθούν δεν είναι αναγκαίο από ένα σημείο και μετά να γίνουν με την σειρά στα οποία θα κατανεμηθούν.

- Σύσταση εταιρείας και νομικές απαιτήσεις (2μήνες)
- Μηχανολογικά σχέδια(2μήνες)
- Λήψη αδειών – Ένταξη σε πρόγραμμα επιδοτήσεων (2μήνες)
- Προγραμματισμός επιδοτήσεων(2μήνες)
- Αρχιτέκτονας(3μήνες)
- Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας & μηχανολογικού εξοπλισμού(1μήνας)
- Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού(1μήνας)
- Προμήθεια πρώτων υλών & εφοδίων(1μήνας)
- Μάρκετινγκ πριν την παραγωγή(2μήνες)
- Επιθεώρηση, συντονισμός, έλεγχος(1μήνας)

Διάγραμμα: 9- 1 Χρονοδιάγραμμα Έργου Gantt

Έτος	2018												2019			
	Μήνας	Ιαν.	Φέβ.	Μάρ.	Απρ.	Μαί.	Ιούν.	Ιού.	Αυγ.	Σεπτ	Οκτ..	Νοέ	Δεκ.	Ιαν.	Φεβρ.	Μάρ.
I.	■	■														
II.		■	■	■	■											
III.			■	■	■											
IV.				■	■	■										
V.			■	■	■	■	■									
VI.						■	■	■								
VII.							■									
VIII.								■	■							
IX.									■	■						
X.										■	■	■	■			

χι.																			
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**Ο ανοιχτόχρωμος συμβολισμός συμβολίζει τα χρονικά διαστήματα, στα οποία ενδέχεται να σημειωθεί καθυστέρηση.*

Με βάση τα παραπάνω υπολογίζεται ότι η έναρξη της ταξιδιωτικού γραφείου θα ξεκινήσει να λειτουργεί στα μέσα του 2019. Συγκεκριμένα, υπολογίζεται ότι θα ξεκινήσει τον Απρίλιο του 2019.

Προκειμένου να μελετήσουμε την χρονική περίοδο του έργου και την εξέλιξη του, κρίνεται αναγκαίο το χρονοδιάγραμμα Gantt. Αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο, το οποίο απεικονίζει τη σχέση των διαφορετικών δράσεων μέσα στο χρόνο. Η βασικότερη χρήση του χρονοδιαγράμματος είναι η παρακολούθηση της προόδου του έργου ώστε να αποφευχθούν τυχόν καθυστερήσεις.

9.4 Εκτίμηση του Κόστους Εκτέλεσης του Προγράμματος

Η εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος αναφέρεται στα έξοδα εκείνα τα οποία πρόκειται να δημιουργηθούν από τη στιγμή που λαμβάνεται η απόφαση για την πραγματοποίηση της επένδυσης έως ότου να λειτουργήσει το ταξιδιωτικό γραφείο. Δεν περιλαμβάνονται όμως τα έξοδα τα οποία έχουν υπολογιστεί σε προηγούμενα κεφάλαια. Παρακάτω ακολουθεί ο πίνακας εκτίμησης στα κόστη που προβλέπεται να δημιουργηθούν, υπολογίζοντας όλα τα στάδια εκτέλεσης του προγράμματος.

Πίνακας: 9 -1 Κόστος Εκτέλεσης του Προγράμματος

Περιγραφή	Κόστος
Σύσταση εταιρείας και λήψη αδειών	€1,000
Αρχιτέκτονας	€3,200
Στρατολόγηση και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού	€800
Μάρκετινγκ και προμήθειες	€7,500

Λοιπές προκαταρκτικές δαπάνες	€500
Σύνολο	€15,000

Κεφάλαιο 10

Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

10.1 Στόχοι Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Στο κεφάλαιο αυτό θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε ενδεχόμενες αδυναμίες όσον αφορά το χρηματοοικονομικό επίπεδο αλλά και θα γίνει αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου.

Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί είναι να δούμε σε αρχικό στάδιο την εκτίμηση των απαιτούμενων εισροών καθώς και των εκτιμώμενων εκροών. Στην συνέχεια, θα πρέπει να μετατραπούν οι χρηματοοικονομικοί πόροι σε παραγωγικό ενεργητικό, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα κεφάλαια.

Τελικό στάδιο αποτελεί η αξιολόγηση της επιχείρησης, όπου εκεί θα διαπιστωθεί κατά πόσο το επενδυτικό σχέδιο μπορεί να επιτύχει χρηματοοικονομικά και να εκτιμηθεί η βιωσιμότητα της επιχείρησης μέσω της συνολικής εικόνας που θα δημιουργηθεί

10.2 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Για να δούμε το συνολικό κόστος της επένδυσης, πρέπει να γίνει ανάλυση της παρακάτω σχέσης:

$$\text{Κόστος Επένδυσης} = \text{Πάγιο Ενεργητικό} + \text{Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης}$$

Ως Πάγιο Ενεργητικό ορίζονται οι πάγιες επενδύσεις αλλά και οι προπαραγωγικές δαπάνες δηλαδή όλα εκείνη τα κόστη που απαιτούνται ώστε να φτάσει το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας. Στον πίνακα που ακολουθεί αναλύεται το πάγιο ενεργητικό της υπό μελέτη τουριστικής επιχείρησης:

Πίνακας 10.1 Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης

Περιγραφή	Κόστος
Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών	€8,400
Κόστος Ενοικίασης Χώρου (Δεκαετία)	€260,000
Κόστος Εξοπλισμού	€29,000
Κόστος Εκτέλεσης Προγράμματος	€10,000
Σύνολο	€307,400

Το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης είναι οι πόροι εκείνοι που χρειάζονται για να λειτουργήσει η τουριστική επιχείρηση σε ολικό ή μερικό βαθμό. Αναφέρεται δηλαδή στην αγορά των πρώτων υλών και στα εφόδια που είναι απαραίτητα για την λειτουργία της και η οποία προκύπτει από την σχέση:

ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ = ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ – ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ

Το Τρέχον Ενεργητικό ισούται με το άθροισμα των αποθεμάτων, των εμπορεύσιμων χρεογράφων, των προπληρωμένων στοιχείων, των εισπρακτέων λογαριασμών και των μετρητών, ενώ το Τρέχον Παθητικό αποτελείται από τους πληρωτέους λογαριασμούς.

Κατά τον υπολογισμό του απαιτούμενο καθαρού κεφαλαίου κίνησης θα πρέπει να καθοριστεί η ελάχιστη κάλυψη ημερών (X) για το τρέχον ενεργητικό και το παθητικό. Στη συνέχεια, θα πρέπει να παρατίθενται τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και του παθητικού (A) και με αυτόν τον τρόπο καθορίζεται ο συντελεστής του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης καλύψεως ($Y=360/X$). Έπειτα, τα δεδομένα του κόστους θα πρέπει να διαιρεθούν με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B=A/Y$), για να λαμβάνονται, εν τέλει, οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το άθροισμα του τρέχοντος ενεργητικού. Κρίνεται αναγκαίο για τον υπολογισμό των εισπρακτέων λογαριασμών (πελάτες) και των αποθεμάτων τελικών

προϊόντων να υπολογιστεί προηγουμένως το αντίστοιχο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής, διότι οι ημέρες ελάχιστης κάλυψης βασίζονται στο συγκεκριμένο κόστος.

Στο σημείο αυτό, πρέπει να υπολογισθούν οι συνολικές ετήσιες αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού, ακολουθώντας μια σταθερή μέθοδο, κατά την οποία το αποσβεστέο κόστος διαιρείται με τον αριθμό των ετών όπου θα ενοικιαστεί η τουριστική επιχείρηση. Τέλος, το ποσό που προκύπτει αποτελεί το ετήσιο ποσό της απόσβεσης.

Πίνακας 10.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	60 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους
B. Αποθέματα	
α) Ηλεκτρικό Ρεύμα	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
β) Νερό	60 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
γ) Στολές εργαζομένων	120 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
δ) Φαρμακείο	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
ε) Συντήρηση και καθαριότητα γραφείου	20 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
στ) Μικροαντικείμενα γραφείου	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
ζ) Οργάνωση γραφείου	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Γ. Μετρητά	20 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις πρώτες ύλες και τα άλλα εφόδια, τις αποσβέσεις και τους τόκους
Δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	120 μέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Πίνακας 10.3 Ετήσιο Κόστος Λειτουργίας

Έξοδα Μάρκετινγκ	€15,000
Έξοδα Ανθρώπινου Δυναμικού	€46,230

Έξοδα Πρώτων Υλών	€1,980
Αποσβέσεις	€26,000
Σύνολο	€89,210

Ετήσια Απόσβεση = €260,000 / 10 = €26,000

Βάσει του ανωτέρω πίνακα προκύπτει ο τελικός υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης, όπου παρουσιάζεται ακριβώς παρακάτω:

Πίνακας 10.4 Τελικός Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης (2019)

	Κόστος	Αριθμός Ημερών Ελάχιστης Κάλυψης	Συντελεστής Κύκλου Εργασιών	Ανάγκες 2019
	A	X	Y	B
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				€13,936
A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	€63,210	60	6,0	€10,535
B. Αποθέματα				
α) Ηλεκτρικό Ρεύμα	€1,000	30	12,0	€83,3
β) Νερό	€360	60	6,0	€60
γ) Στολές εργαζομένων	€100	120	3,0	€33,3
δ) Φαρμακείο	€50	180	2,0	€25
ε) Συντήρηση και καθαριότητα γραφείου	€120	20	18,0	€6,66
στ) Μικροαντικείμενα γραφείου	€200	90	4,0	€50
ζ) Οργάνωση γραφείου	€150	30	12,0	€12,5
Γ. Μετρητά	€61,230	20	18,0	€3,401
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	€1,980	120	3,0	€660
III. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης				€13,276
IV. Συνολικό Κόστος Λειτουργίας				€89,210
Μείον Πρώτες Ύλες				€1,980
Μείον Αποσβέσεις & Τόκοι				€26,000
Σύνολο				€61,230
V. Απαιτούμενα Μετρητά				€3,401

Πίνακας 10.5 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Περιγραφή	Κόστος	Ποσοστό
Πάγιο Ενεργητικό	€307,400	95%
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	€13,276	5%
Σύνολο	€320,676	100%

10.3 Χρηματοδότηση της Τουριστικής Επιχείρησης

Η τουριστική επιχείρηση του κ. Mustafa, πρόκειται να αξιοποιήσει το νέο πρόγραμμα ΕΣΠΑ με ονομασία «Ενίσχυση τουριστικών μεσαίων επιχειρήσεων ΜΜΕ, για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των τουριστικών υπηρεσιών», η οποία θα ενισχύσει και θα εκσυγχρονίσει μικρές τουριστικές επιχειρήσεις, ώστε να βελτιώσουν τη θέση τους στην εσωτερική και διεθνή αγορά.

Η ένταση της ενίσχυσης της υπό μελέτης τουριστικής επιχείρησης από το πρόγραμμα ΕΣΠΑ που αναφέρθηκε, πρόκειται να αγγίξει το 35%. Το υπόλοιπο ποσό της επένδυσης θα καλυφθεί από τραπεζικό δάνειο (15%) και ίδια κεφάλαια (50%).

Πίνακας 10.6 Ευρωπαϊκή Επιχορήγηση

Περιγραφή	Κόστος	Ποσοστό
Πρόγραμμα ΕΣΠΑ	€112,236	35%
Τραπεζικό Δάνειο	€48,101	15%
Ιδία Κεφάλαια	€160,338	50%
Σύνολο	€320,676	100%

Για το ξεκίνημα της επιχείρησης, το μακροπρόθεσμο τραπεζικό δάνειο ύψους 48,101 θα έχει διάρκεια 6 έτη με σταθερό επιτόκιο 6% ανατοκίζόμενο ανά έτος. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, παρατίθεται ο ακόλουθος τύπος ανατοκισμού, ο οποίος θα πρέπει να καταβάλλεται κάθε έτος.

$$A=P (A/P, i\%, N)$$

Όπου i = επιτόκιο δανείου, ίσο με 4%

N = αριθμός περιόδων τοκισμού, ίσος με 5 έτη

A = τιμή ράντας

P = παρούσα αξία χρήματος

$(A/P, i\%, N)$ = Συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου

Αντικαθιστώντας τις αντίστοιχες τιμές του τύπου, προκύπτει ότι η ετήσια δόση για την εξυπηρέτηση του δανείου θα είναι ίση με 17,328 €

Πίνακας 10.7: Εξυπηρέτηση Δανείου

Έτος	Ετήσια Δόση	Τόκος	Χρεολύσιο	Ανεξόφλητο Υπόλοιπο Κεφαλαίου
	A	$T = 6\% * Y$	$X = A - T$	$Y = \text{Κεφάλαιο} - X$
2020	Περίοδος Χάριτος			€48,101
2021	€9,570	€2,886	€6,684	€41,417
2022	€9,570	€2,485	€7,085	€34,332
2023	€9,570	€2,059	€7,511	€26,821
2024	€9,570	€1,609	€7,961	€18,860
2025	€9,570	€1,131	€8,439	€10,421
2026	€9,570	€625	€8,945	0

10.4 Ανάλυση Κόστους Υπηρεσιών

Κάποιες από τις βασικές επιδιώξεις της επιχείρησης είναι η βιωσιμότητα, η επαρκής ρευστότητα, η υψηλή αποδοτικότητα και η ισχυρή ανταγωνιστικότητα. Όλα τα

παραπάνω αποτελούν καθοριστικό παράγοντα για την εκτίμηση της αποδοτικότητας της επιχείρησης.

Πίνακας 10.8 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Υπηρεσιών

Έτος	Πρώτες Ύλες	Ανθρώπινο Δυναμικό	Συντήρηση	Έξοδα Πρώθησης	Χρηματοοικονομικά Έξοδα	Αποσβέσεις	Συνολικό Κόστος Υπηρεσιών
2020	1,980	€46,230	€4,350	€1,000	0	€26,700	€80,260
2021	2,079	€48,540	€4,500	€1,100	€6,207	€26,700	€89,126
2022	2,182	€50,970	€4,620	€1,200	€5,083	€26,700	€90,755
2023	2,292	€53,520	€4,700	€1,300	€3,913	€26,700	€92,425
2024	2,404	€56,200	€4,990	€1,400	€2,697	€26,700	€94,391
2025	2,482	€59,000	€5,210	€1,500	€1,433	€26,700	€96,325

10.5 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Προκειμένου να λάβει χώρα η χρηματοοικονομική ανάλυση της υπό εξέτασης τουριστικής επιχείρησης, κρίνεται απαραίτητα η παρουσίαση κάποιων βασικών λογιστικών καταστάσεων της επιχείρησης, η οποία θα παρέχει μια σαφή εικόνα τόσο της δομής της χρηματοδότησης, όσο και του κόστους κεφαλαίου της μελλοντικής εταιρείας. Μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης, υπολογίζεται το κάθε κέρδος ή ζημία του επενδυτικού σχεδίου, όπως αυτό διαμορφώνεται κάθε έτος.

Πίνακας 10.8 Διαχρονική Εξέλιξη Απαιτήσεων σε Κεφάλαιο Κίνησης

	2020	2021	2022	2023
I. Τρέχον Ενεργητικό	14,632	15,363	16,131	16,398
A. Λογαριασμοί	11,061	11,614	12,194	12,804
Εισπρακτέοι				
B. Αποθέματα	284	298	313	328
Γ. Μετρητά	3,571	3,749	3,937	4,133
II. Τρέχον Παθητικό	693	727	764	802
III. Καθαρό Κεφάλαιο	13,939	14,635	15,366	16,134
Κίνησης				
IV. Συνολικό Κόστος	89,126	90,755	92,425	94,391
Λειτουργίας				
Μείον Πρώτες Ύλες	87,047	88,573	90,133	91,987
Μείον Αποσβέσεις και Τόκοι	61,047	62,573	64,133	65,987
Απαιτούμενα Μετρητά	3,571	3,749	3,937	4,133

Για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης θεωρείται εξαιρετικά χρήσιμη και η κατασκευή ενός Πίνακα Χρηματικών Ροών, ο οποίος θα είναι σε θέση να περιγράψει τις μεταβολές τόσο των μόνιμων κεφαλαίων όσο και των προσωρινών ή μεταβλητών κεφαλαίων, διευκολύνοντας με αυτό τον τρόπο το χρηματοδοτικό προγραμματισμό του επενδυτικού σχεδίου.

Πίνακας 10.2 Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών (2019-2023)

	2019	2020	2021	2022	2023
Έσοδα	€685,000	€718,725	€754,66	€792,394	€832,014
Κόστος Παροχής Υπηρεσιών	€80,260	€89,126	€90,755	€92,425	€94,391
Μικτό Κέρδος	€604,740	€629,599	€663,905	€699,969	€737,623
Φόρος 20%	€120,948	€125,919	€132,781	€139,993	€147,524

Καθαρό Κέρδος	€483,792	€503,679	€531,124	€559,975	€590,098
---------------	----------	----------	----------	----------	----------

Πίνακας 10.10 Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών

	2019	2020	2021	2022	2023
A. Χρηματικές Εισροές	€320,676	€718,725	€754,66	€792,394	€832,014
I. Χρηματοδότηση	€320,676	€0	€0	€0	€0
II. Έσοδα	€0	€718,725	€754,66	€792,394	€832,014
B. Χρηματικές Εκροές	€307,400	€527,604	€572,377	€600,347	€629,618
I. Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού	€307,400	€0	€0	€0	€0
II. Κόστος Λειτουργίας	€0	€80,260	€89,126	€90,755	€92,425
III. Φόρος Εισοδήματος	€0	€120,948	€125,919	€132,781	€139,993
IV. Τοκοχρεολύσια	€0	€0	€12,102	€12,829	€13,598
V. Τακτικό Αποθεματικό	€0	€24,189	€26,556	€27,997	€29,504
VI. Μερίσματα	€0	€273,196	€140,787	€123,084	€107,631
Γ. Πλεόνασμα	€13,276	€191,118	€271,409	€527,972	€328,396
Δ. Συσσωρευμένο Ταμειακό Υπόλοιπο	€13,276	€204,394	€475,803	€1,003,775	€1,332,171

Η χρηματοοικονομική ή οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης που εμφανίζεται μέσω μιας λογιστικής κατάστασης σε μια δεδομένη στιγμή, αναφέρεται ως ισολογισμός και αποτελείται από τον εξής τύπο

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ=ΠΑΘΗΤΙΚΟ+ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ

Ως ενεργητικό εκφράζονται τα μέσα δράσεως που κατέχει η επιχείρηση. Το παθητικό εκφράζει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τρίτους ενώ η καθαρή αξία εκφράζει τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς το φορέα. Παρακάτω παρατίθενται, οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της επιχείρησης για όλα τα υπό εξέταση έτη στην ακόλουθη διάταξη.

Πίνακας 10.11 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Τέλους

	2019	2020	2021	2022
I. Ενεργητικό				
A. Πάγιο Ενεργητικό				
1. Προπαραγωγικές Δαπάνες				
2. Πάγιες Επενδύσεις				
Πάγιο Ενεργητικό Αθροιστικά	€567,400	€541,400	€515,400	€489,400
Μείον: Συνολικές Αποσβέσεις	€26,000	€26,000	€26,000	€26,000
Σύνολο	€541,400	€515,400	€489,400	€463,400
B. Κυκλοφορούν Ενεργητικό				
1. Αποθέματα	€2,079	€2,182	€2,292	€2,404
2. Πελάτες	€11,061	€11,614	€12,194	€12,804
3. Διαθέσιμα	€3,571	€3,749	€3,937	€4,133
Σύνολο	€16,711	€17,545	€18,423	€19,341
Γ. Ισοζύγιο Μετρητών	€13,939	€14,635	€15,366	€16,134
Σύνολο Ενεργητικού	€598,050	€573,580	€549,189	€524,875
II. Παθητικό				
A. Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις				
1. Προμηθευτές	€5,990	€6,410	€6,987	€7,476
2. Υποχρεώσεις από Φόρους & Τέλη	€0	€120,948	€125,919	€132,781
3. Μερίσματα Πληρωτέα	€273,196	€140,787	€123,084	€107,631
B. Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	€48,101	€41,417	€34,332	€26,821
1. Τραπεζικό Δάνειο	€0	€0	€0	€0
Γ. Προβλέψεις για Κινδύνους & Έξοδα				
Σύνολο Παθητικού	€327,287	€309,562	€290,232	€274,709

III. Καθαρή Θέση				
1. Μετοχικό Κεφάλαιο	€160,338	€160,338	€160,338	€160,338
2. Κρατική Επιχορήγηση	€112,236	€103,124	€96,532	€86,324
Μείον: Αναλογούσα Απόσβεση	€26,000	€26,000	€26,000	€26,000
3. Τακτικό Αποθεματικό	€24,189	€26,556	€27,997	€29,504
Σύνολο Καθαρής Θέσης	€270,740	€264,018	€258,867	€250,166
Σύνολο Παθητικού & Καθαρής Θέσης	€598,050	€573,580	€549,189	€524,875

10.6 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης

Οι επενδυτικές αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται μέσω της αξιολόγησης σχετικών εναλλακτικών επιλογών. Αποτελούν σημαντικό ρόλο για την ευημερία και την ανάπτυξη των οικονομικών μονάδων λόγω των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων τους σε σύνολο του οργανισμού και του ύψους κεφαλαίου που απαιτεί η υλοποίησή τους.

Η χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης θα γίνει με βάση τις παρακάτω μεθόδους:

1. Μέθοδος Περιόδου Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης
2. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

1. Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης υπολογίζει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης. Η καθαρή ταμειακή ροή της επένδυσης για κάθε εξεταζόμενο έτος ορίζεται ως εξής :

$$\text{Καθαρή Ταμειακή Ροή} = \text{Ταμειακές Εισροές} - \text{Ταμειακές Ροές}$$

ή

$$\text{Καθαρή Ταμειακή Ροή} = \text{Καθαρά Κέρδη} + \text{Αποσβέσεις}$$

Πίνακας 10.12 Υπολογισμός Καθαρών Κερδών Επιχείρησης

Έτος	Πωλήσεις	Κόστος Παροχής Υπηρεσιών	Τόκοι	Κέρδη προ Φόρων	Καθαρά Κέρδη	Πρόσθετη Απόσβεση	ΚΤΡ	Αθροιστική Ταμειακή Ροή
2020	€685,000	€80,260	0	€604,740	€483,792	€26,000	€509,792	€509,792
2021	€718,725	€89,126	€2,886	€629,599	€503,679	€26,000	€529,679	€1,039,471
2022	€754,660	€90,755	€2,485	€663,905	€531,124	€26,000	€557,124	€1,596,595
2023	€792,394	€92,425	€2,059	€699,969	€559,975	€26,000	€585,975	€2,182,570
2024	€832,014	€94,391	€1,609	€737,623	€590,098	€26,000	€616,098	€2,798,668

Το συνολικό κόστος της επένδυσης είναι €320,676 και θα επανεισπραχθεί αν οι ταμειακές ροές σταθεροποιηθούν κοντά στις 557,124 μετά από 3 έτη, η οποία αποτελεί υψηλής ελκυστικότητας περίοδο επανείσπραξης του ποσού.

Με την μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας, όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση. Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα χρησιμοποιηθεί ο αναμενόμενος συντελεστής προεξόφλησης 12%.

Πίνακας 10.13 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας

Έτος	ΚΤ	ΣΠΑ 12%, ν	Παρούσα Αξία
2020	€509,792	0,893	€455,244
2021	€529,679	0,797	€422,154
2022	€557,124	0,712	€396,672
2023	€585,975	0,635	€372,094

2024	€616,098	0,567	€350,461
Συνολική Παρούσα Αξία			€1,996,625

ΚΠΑ= ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑ – ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Από τα παραπάνω δεδομένα προκύπτει ότι η καθαρά παρούσα αξία είναι θετική, με αποτέλεσμα η αποδοτικότητα των ταμειακών ροών της επιχείρησης να είναι υψηλότερη από την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση. Συμπερασματικά, η υπό εξέταση μελέτη γίνεται αποδεκτή και βάσει της μεθόδου που παρουσιάστηκε.

10.7 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε Συνθήκες Αβεβαιότητας

Ως Νεκρό Σημείο (Break Even Point) ορίζεται το σημείο εκείνο όπου τα συνολικά έσοδα που προκύπτουν από τις πωλήσεις ισούνται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής. Σύμφωνα με τον ορισμό που δόθηκε, στο Νεκρό Σημείο ισχύουν τα εξής:

$$\text{Έσοδα Πωλήσεων} = \text{Κόστος Παραγωγής}$$

$$\text{Έσοδα Πωλήσεων} = \text{Όγκος Πωλήσεων} * \text{Τιμή Μονάδας}$$

$$\text{Κόστος Παραγωγής} = \text{Σταθερά Έξοδα} + \text{Μεταβλητά Έξοδα ανά Μονάδα} * \text{Όγκος Πωλήσεων}$$

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, το νεκρό σημείο υπολογίζεται για συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, αφού πρώτα καθοριστεί η χρονολογία που μια επιχείρηση αυτού του τύπου, υπερκαλύπτει τα σταθερά της έξοδα με τα έσοδα των εργασιών της. Ως αποτέλεσμα, το νεκρό σημείο μας βοηθά στην εξέταση της συνολικής αποδοτικότητας της επιχείρησης, αλλά και της επί μέρους και ανά τμήμα αποδοτικότητας της.

Η επιχείρηση μας παρουσιάζει τα εξής στοιχεία:

Έσοδα από πωλήσεις: 685,000€

Συνολικά Σταθερά Έξοδα: 80,260€

Κέρδη: 604,740€

Εφαρμόζοντας την απλή μέθοδο των τριών και τα δεδομένα του πίνακα προκύπτει ότι το νεκρό σημείο βρίσκεται:

$$X = 365 \times (80,260 / 685,000) = 42 \text{ ημέρες λειτουργίας}$$

10.8 Οικονομική Αξιολόγηση

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση όλων των ενοτήτων, προκύπτει ότι η ίδρυση της Luxury Travel Services πρόκειται να συμβάλλει αποτελεσματικά στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, ενώ σημαντικά είναι επίσης και τα καθαρά οφέλη από τα οποία θα τροφοδοτούνται τα ταμεία της επιχείρησης με σκοπό τη βιωσιμότητα και την ευημερία της. Το παραπάνω σχέδιο αποτελεί μια επένδυση που θα φέρει εις πέρας του στόχους του επιχειρηματία αποφέροντας πολλαπλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη στον περίγυρο της.

Βιβλιογραφία

- Γούναρης Σπύρος, Καραντινού Καλυψώ, *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Αθήνα, Rosili Εμπορική- Εκδοτική, 2014
- Σωτήρης Κ. Καρβούνης, Δημήτρης Γεωργακέλλος, *Οδηγίες, Προβλήματα, Υποδείγματα για Οικονομοτεχνικές Μελέτες*, Πειραιάς, Βαρβαρήγου, 2010
- Παρις Α. Τσάρτας, *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη*, Αθήνα, Κριτική, 2010
- Αθηνά Ν. Παπαγεωργίου, *Οργάνωση & Λειτουργία Τουριστικών Γραφείων*, Αθήνα , Interbooks, 2007
- Ανδριώτης Κωνσταντίνος Β, *Μάρκετινγκ Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Αθήνα, Σταμούλης, 2007
- Σιταράς Θωμάς, Τζένος Χρήστος, *Μάρκετινγκ Τουρισμού και ποιοτική εξυπηρέτηση*, Αθήνα, Interbooks, 2004
- Αθηνά Ν. Παπαγεωργίου, *Αρχές Λειτουργίας Τουριστικού Γραφείου*, Αθήνα, Interbooks, 2003
- Κοκκώσης Χάρης, Τσάρτας Πάρις, *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Αθήνα, Κριτική, 2001
- Χυτήρης Σ.Λεωνίδας, *Ίδρυση – Οργάνωση – Λειτουργία*, Αθήνα, Interbooks, 1995

Ηλεκτρονικές Πηγές

<http://www.eep.gov.gr/portals/0/yms/odhgies-ike.pdf>

<http://www.capital.gr/tax/1989623/ike-basika-pleonektimata-enanti-ton-allon-etairikon-morfon>

<https://www.espa.gr/el/Pages/eLibraryFS.aspx?item=2329>

<https://startupgreece.gov.gr/el/content/%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CF%83%CF%8D%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%83%CE%B7%CF%82-%CE%B9%CE%BA%CE%B5-%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CF%89%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CF%85%CF%87%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82-%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82>

<http://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/24993#page/92/mode/2up>

<https://www.hatta.gr/LinkClick.aspx?fileticket=YJVG3vO7f28%3D&tabid=155&language=el-GR>

<https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/36685/eykairies-kindynoi-kai-prokliseis-gia-ton-elliniko-toyrismo>

https://pepna.gr/sites/default/files/news/%CE%A0%CE%95%CE%A0_SFC.pdf

<https://www.newmoney.gr/palmos-oikonomias/toyrismos/349179-o-ksenos-touristas-stin-ellada-einai-morfomenos-kai-protima-ta-4astera>

http://www.pnai.gov.gr/ckfinder/userfiles/files/Marketing%20Plan_South_Aegean.pdf

http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2017_PM_Ellhnikos_Tourismos_3-Summary.pdf

http://sete.gr/media/7338/sete_report-2016.pdf

<https://www.e-kyklades.gr/travel/tourism/mykonos?lang=el>

<https://mykonos.gr/tourism/>

<https://www.e-mykonos.gr/>

[http://people.unica.it/carlamassidda/files/2017/06/UNWTO Tourism-Highlights 2017.pdf](http://people.unica.it/carlamassidda/files/2017/06/UNWTO_Tourism-Highlights_2017.pdf)