

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>1. Συμπεράσματα</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Η επιχείρηση</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Μάρκετινγκ και δυναμικότητα της μονάδος</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Εισροές πρώτων υλών και εφόδια ξενοδοχείου</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Τοποθεσία, οικόπεδο και περιβάλλον</b>	<b>2</b>
<b>1.5 Μηχανολογική κατάσταση και τεχνολογία</b>	<b>3</b>
<b>1.6 Ανθρώπινος παράγοντας</b>	<b>3</b>
<b>1.7 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επιχειρήσεως</b>	<b>3</b>
<b>2. Υπόβαθρο και ιστορικό του προγράμματος</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Υπόβαθρο</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Η επιχείρηση</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Ιστορικό του προγράμματος</b>	<b>7</b>
<b>3. Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Δομή και χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας</b>	<b>9</b>
<b>3.2 Πωλήσεις προϊόντων και υποπροϊόντων</b>	<b>16</b>
<b>3.3 Ανάλυση των δυνατοτήτων και αδυναμιών της επιχείρησης</b>	<b>17</b>
<b>3.4 Αξιολόγηση στρατηγικής μάρκετινγκ</b>	<b>18</b>
<b>4. Πρώτες ύλες και εφόδια του ξενοδοχείου</b>	<b>20</b>
<b>4.1 Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών</b>	<b>20</b>
<b>4.2 Πρόγραμμα προμηθειών</b>	<b>21</b>
<b>5. Τοποθεσία, οικόπεδο και περιβάλλον</b>	<b>22</b>
<b>5.1 Τοποθεσία</b>	<b>22</b>
<b>5.2 Τοπικές συνθήκες</b>	<b>24</b>

<b>6. Μηχανολογία και τοποθεσία</b>	<b>25</b>
<b>6.1 Έργα ασφάλειας προσωπικού και πελατών του         ξενοδοχείου (Κατηγορία 1)</b>	<b>27</b>
<b>6.2 Έργα προστασίας της υγείας των πελατών και του         προσωπικού της μονάδας (Κατηγορία 2)</b>	<b>27</b>
<b>6.3 Έργα εξοικονόμησης ενέργειας και φυσικών πόρων         (Κατηγορία 3)</b>	<b>28</b>
<b>6.4 Έργα κτιριακών και λοιπών εγκαταστάσεων – αντικατάστασης         και συμπλήρωσης εξοπλισμού (Κατηγορία 7)</b>	<b>29</b>
<b>7. Ανθρώπινοι πόροι</b>	<b>30</b>
<b>8. Χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης</b>	<b>32</b>
<b>9. Συμπεράσματα</b>	<b>52</b>

# ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΤΜΟ

## 1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### 1.1 Η επιχείρηση

Η επιχείρηση με την οποία ασχολείται η μελέτη αναβαθμίσης, είναι η ξενοδοχειακή μονάδα 'Το νησί των ονείρων', που βρίσκεται στο νησί της Πάτμου και δεν έχει να αντιμετωπίσει κάποιο έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Βέβαια πάντα υπάρχει ο φόβος ότι η είσοδος ενός μεγάλου ανταγωνιστή, για παράδειγμα μία μεγάλη αλυσίδα ξενοδοχείων, μπορεί να αλλάξει την ανταγωνιστικότητα της αγοράς και να χρειαστεί η επιχείρηση να αλλάξει τον στρατηγικό της σχεδιασμό.

Οι επιχειρησιακοί στόχοι της επιχείρησης είναι να ανεβάσει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών στο νησί μέσα από την αναβάθμιση του ξενοδοχείου. Με την αναβάθμιση το ξενοδοχείο θα μπορέσει να προσελκύσει τους τουρίστες που είναι απαιτητικοί ως προς την ποιότητα υπηρεσιών που ζητούν.

Η στρατηγική που σκοπεύει να ακολουθήσει το ξενοδοχείο είναι αυτό της διαφοροποίησης στην ποιότητα των υπηρεσιών. Με την αναβάθμιση των εγκαταστάσεων θα μπορέσει να αποκτήσει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων ξενοδοχείων του νησιού και να μπορέσει να προσελκύσει και περισσότερους τουρίστες.

Το ξενοδοχείο έχει κάποιες αδυναμίες. Όποιες όμως αδυναμίες έχει, όπως και δυνατότητες, έχουν μεγάλη σχέση με την όλη ανάπτυξη του νησιού. Η βασική αδυναμία είναι στο να τραβήξει το ξενοδοχείο, όπως και το νησί γενικά, ξένους τουρίστες που να μείνουν κιόλας στο νησί για πάνω από δύο βράδια. Οι περισσότεροι ξένοι έρχονται με κρουαζιερόπλοια ή με πλοία από

τους γειτονικούς προορισμούς και παραμένουν μόνο για ένα βράδυ και αυτό κυρίως οφείλεται στην έλλειψη κλινών. Από την άλλη το νησί έχει ένα δυνατό όνομα λόγω του ναού της Αποκάλυψης που μπορεί να προσελκύσει πολλούς τουρίστες, εφόσον όμως έχει και την δυνατότητα να τους φιλοξενήσει.

## **1.2 Μάρκετινγκ και δυναμικότητα της μονάδος**

Σκοπός του μάρκετινγκ της επιχείρησης είναι το να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες οι οποίοι να ανήκουν στην ομάδα αυτών που ζητούν το κάτι παραπάνω από τον απλό τουρίστα και που φυσικά έχουν και την οικονομική δυνατότητα για να πάρουν αυτές τις υπηρεσίες.

Έτσι το μάρκετινγκ εστιάζεται στο να ικανοποιήσει τις ανάγκες κάποιων συγκεκριμένων καταναλωτών. Με την ολοκλήρωση της αναβάθμισης της μονάδας θα μπορεί το ξενοδοχείο να έχει τη δυναμικότητα να ανταποκριθεί σε αυτές τις ανάγκες.

## **1.3 Εισροές πρώτων υλών και εφόδια ξενοδοχείου**

Το ξενοδοχείο δίνει μεγάλη σημασία στην ποιότητα των προϊόντων που λαμβάνει από τους προμηθευτές του. Επίσης έχει σαν στόχο την δημιουργία μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση του ξενοδοχείου δίνοντας έμφαση στην ποιότητα

## **1.4 Τοποθεσία, οικόπεδο και περιβάλλον**

Το ξενοδοχείο βρίσκεται σε μία πολύ καλή τοποθεσία στη Πάτμο. Το οικόπεδο βρίσκεται σε οικιστική περιοχή και το ξενοδοχείο είναι χτισμένο έτσι ώστε να πληρεί όλα τα οικιστικά κριτήρια του σχεδίου δόμησης του νησιού.

Η αναβαθμίση του ξενοδοχείου θα φέρει την ποιοτική αναβάθμιση του ξενοδοχείου όχι μόνο ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών αλλά και ως προς

το πώς προστατεύει το περιβάλλον έτσι ώστε το ξενοδοχείο να μην καταστεί επιβλαβές για το νησί.

### **1.5 Μηχανολογική κατάσταση και τεχνολογία**

Η αναβάθμιση του ξενοδοχείου αφορά κυρίως σε θέματα μηχανολογικών και τεχνολογικών αναβαθμίσεων της μονάδας. Θα μπει νέος τεχνολογικός εξοπλισμός ενώ θα εγκατασταθεί και σύστημα τηλεπαρακολούθησης της υγείας σε περίπτωση που κάποιος πελάτης έχει πρόβλημα υγείας.

### **1.6 Ανθρώπινος παράγοντας**

Με το πέρας της αναβαθμίσεως των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου, θα χρειαστεί να γίνει και η πρόσληψη δύο επιπλέον ανειδίκευτων υπαλλήλων. Βέβαια θα πρέπει να γίνουν και αλλαγές στην διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού έτσι ώστε να γίνει η επιχείρηση πιο ανταγωνιστική.

### **1.7 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επιχειρήσεως**

Το ξενοδοχείο θα μπορέσει να βγάλει μία σχετική κερδοφορία για επόμενα πέντε χρόνια και έτσι να μπορέσει να αναβαθμίσει . Τα οικονομικά του ήταν πολύ μέτρια τα τελευταία χρόνια και έτσι η αναβάθμιση του θα το βοηθήσει να αυξήσει την κερδοφορία του. Με την προτεινόμενη αναβάθμιση θα μπορέσει το ξενοδοχείο να έχει κερδοφορία από το πρώτο χρόνο, αφού μπορεί να εκμεταλλευθεί την κερδοφορία των προηγούμενων χρόνων.

## **2 ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

### **2.1 Υπόβαθρο**

Αντικείμενο της παρούσας επένδυσης αποτελεί ο ολοκληρωμένης μορφής εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση της ξενοδοχειακής μονάδας ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε και διακριτικό τίτλο «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ» , η οποία είναι εγκατεστημένη στη Σκάλα της Νήσου Πάτμου Δωδεκανήσου.

Η μελέτη έχει γίνει κατά τρόπο ώστε να υπαχθεί στις ευεργετικές διατάξεις του Αναπτυξιακού Νόμου 2601/98, ως ισχύει σήμερα για επιχορήγηση. Το επενδυτικό πρόγραμμα πληρεί τις προϋποθέσεις που αφορούν την υπαγωγή στο Νόμο 2601/98 επενδύσεων εκσυγχρονισμού ολοκληρωμένης μορφής των εγκαταστάσεων και εξοπλισμού των ξενοδοχειακών μονάδων (Υπουργική Απόφαση 43965/94, ΦΕΚ 922/Β/94)

Η προτεινόμενη αναβάθμιση αναφέρεται στην αναβάθμιση των κτιριακών εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού και τη βελτίωση της σύνθεσης του συγκροτήματος «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ». Η σκοπιμότητα του εν λόγω έργου είναι η εξασφάλιση της βελτιωμένης ποιότητας προσφερομένων υπηρεσιών καθώς και η ανταπόκριση της μονάδας στη διαρκώς αυξανόμενη τουριστική κίνηση που σημειώνεται στην Πάτμο τα τελευταία χρόνια.

Φορέας της παρούσας αναβάθμισης είναι η εταιρία με την επωνυμία «ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ», οι μέτοχοι της οποίας, επιδιώκουν, με την παρούσα επένδυση τη βιώσιμη ανάπτυξη της ξενοδοχειακής μονάδας.

Η σκοπιμότητα υλοποίησης του επενδυτικού αυτού προγράμματος συνάγεται με βάση αφενός τις εντοπισμένες ανάγκες της μονάδας και αφετέρου τις ωφέλειες που προκύπτουν για την περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησης και παράλληλα την τοπική οικονομία του νησιού.

Η εσωτερική τουριστική αγορά διαθέτει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης αρκεί οι φορείς που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού να συνειδητοποιήσουν τη σπουδαιότητα του ρόλου της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών στην προσέλκυση και διατήρηση πελατών. Η ένταση του ανταγωνισμού και η δημιουργία συγκεκριμένων προτύπων προσανατολίζει τις τουριστικές επιχειρήσεις προς βελτιωμένες υπηρεσίες, οι οποίες λαμβάνουν πρωταρχικά υπόψη τις ανάγκες των πελατών, τη ζήτηση όπως διαμορφώνεται με βάση τα νέα δεδομένα και σε επόμενο στάδιο αξιολογούν το κατά πόσο θα δοθεί η δυνατότητα για την επίτευξη εύκολου και γρήγορου κέρδους.

Οι ξενοδοχειακές μονάδες που δραστηριοποιούνται σε μικρά νησιά προσανατολίζονται στην εξεύρεση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, τα οποία βασίζονται στην ευελιξία προσαρμογής τους σε νέες συνθήκες και απαιτήσεις και στην προσφορά υπηρεσιών που σχετίζονται με τις λεγόμενες νέες μορφές τουρισμού (θεματικός τουρισμός). Είναι δεδομένο ότι τα τελευταία χρόνια η παγκόσμια τουριστική αγορά κινείται πλέον σε τουριστικές υπηρεσίες που να απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες τουριστών. Στο τομέα αυτό, η Ελληνική τουριστική βιομηχανία έχει μείνει πίσω. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι το νησί δεν διαθέτει οργανωμένη μαρίνα ή γήπεδο γκολφ που θεωρούνται ως δεδομένα στοιχεία για την ανάπτυξη του τουρισμού στις περισσότερες τουριστικές περιοχές της Μεσογείου.

Ένα από τα βασικότερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του συγκροτήματος «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ» είναι το γεγονός ότι βρίσκεται σε μία από τις πιο ξεχωριστές περιοχές της Ελλάδας, στο Ιερό Νησί της Πάτμου. Η ύπαρξη της Ιεράς Μονής της Αποκάλυψης σε συνδυασμό με την προσέλκυση «ποιοτικού τουρισμού» αποτελούν παράγοντες που συμβάλλουν στη επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στο νησί και ως εκ τούτου ωθούν τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου στην πραγματοποίηση επενδύσεων με σκοπό την ανταπόκριση των μονάδων και καταλυμάτων στις νέες απαιτήσεις της ζήτησης. Αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι η τουριστική υποδομή της Πάτμου έχει αναπτυχθεί με μεγάλη προσοχή ώστε να

φιλοξενεί τους επισκέπτες της με σύγχρονα μέσα, δίχως να αλλοιώνεται η ιερότητα του χώρου.

Βέβαια παρόλα τα πλεονεκτήματα και τα κάλλη του νησιού που του δίνουν ένα σχετικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δεν υπάρχει μεγάλος αριθμός κλινών με αποτέλεσμα τους μήνες που η τουριστική κίνηση φτάνει στο απόγειο της να υπάρχει έλλειψη κλινών με αποτέλεσμα οι τουρίστες να έρχονται στο νησί μόνο για λίγες ώρες. Αυτό έχει βλαβερές συνέπειες για την οικονομία του νησιού και την ανταγωνιστικότητα γενικά των επιχειρήσεων του νησιού. Ο Porter (1998) στην θεωρία του για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των γεωγραφικών περιοχών, είχε πει ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε περιοχές που στηρίζονται σε ένα συγκεκριμένο προϊόν, στην περίπτωση της Πάτμου ο τουρισμός, επηρεάζει όλες τις επιχειρήσεις που έχουν να κάνουν με την οικονομία του νησιού.

Έτσι η ανάπτυξη και αναβάθμιση νέων ξενοδοχειακών μονάδων μπορεί να γίνει πόρος που με σωστές στρατηγικές θα γίνει θεμελιώδης ικανότητα που θα δημιουργήσει το ανάλογο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όχι μόνο για τα ίδια τα ξενοδοχεία αλλά γενικότερα για την οικονομία του νησιού και την ευημερία των κατοίκων του.

Για το σκοπό αυτό και η ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε. κρίνει σκόπιμο την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό του Ξενοδοχείου «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ» για να βοηθήσει την αναβάθμιση του τουρισμού στο νησί αλλά και για να έχει και το ξενοδοχείο συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών του μέσω της διαφοροποίησης στις προφερόμενες υπηρεσίες του

## **2.2 Η επιχείρηση**

Το ξενοδοχείο είναι Γ΄ κατηγορίας και 49 κλινών, το οποίο βρίσκεται στη Σκάλα Πάτμου. Η μονάδα δημιουργήθηκε στα πλαίσια του Αναπτυξιακού Νόμου 1262/82 (Απόφαση Νομάρχη Δωδεκανήσου 203/98085/6-2-1986), η



κατασκευή της ολοκληρώθηκε στις 31/12/1989 και το ξενοδοχείο λειτουργεί από το 1990.

Το ξενοδοχείο είναι ιδιοκτησίας της με την επωνυμία «ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» η οποία έχει και το πλήρη έλεγχο του διοικητικού συμβουλίου.

Η εταιρία που έχει την ιδιοκτησία του ξενοδοχείου έχει και την διεύθυνση και σε άλλα ξενοδοχεία σε άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό στην περιοχή, δεν υπάρχει κάποια μεγάλη εγκατάσταση που να μονοπωλεί τον ανταγωνισμό. Υπάρχουν κάποια μικρά ξενοδοχεία στο νησί και πολλά ενοικιαζόμενα δωμάτια. Υπάρχει πάντως η σκέψη από την τοπική αυτοδιοίκηση για την κατασκευή κάποιων μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων.

Όσον αφορά την κατάσταση των ανταγωνιστών, οι περισσότερες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις είναι μικρές και έχουν πολλές ελλείψεις κυρίως στην ποιότητα των υπηρεσιών. Το μάλιστα τους δεν δημιουργεί προοπτικές ανάπτυξης ενώ οι περισσότεροι επιχειρηματίες δεν έχουν ενδιαφέρον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Όσο αφορά τον μηχανολογικό εξοπλισμό, και αυτός είναι φτωχός στις περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις περιοριζόμενος στα βασικά.

### **2.3 Ιστορικό του προγράμματος**

Το ξενοδοχείο είναι σχετικά καινούριο. Χτίστηκε το 1989 και πρωτολειτούργησε την Άνοιξη του 1990. Έτσι είναι λογικό μετά από 14 χρόνια λειτουργίας να χρειάζεται μία αναβάθμιση και ανανέωση του εξοπλισμού του.

Κατά περιόδους γίνονταν έργα συντήρησης όπως, αλλαγές στο εξοπλισμό καθαριότητας ενώ κάθε χειμώνα γίνεται μια γενική συντήρηση.

Το 1995 έγινε μια μελέτη για την αναβάθμιση του ξενοδοχείου αλλά τελικά δεν πραγματοποιήθηκε η αναβάθμιση λόγω του ότι δεν βρέθηκαν οι αναγκαίοι οικονομικοί πόροι για να γίνει αυτή η επένδυση.

Το 2000 και έχοντας σκεφτεί το γεγονός ότι οι πολιτικές του ΕΟΤ στοχεύουν πλέον στον ποιοτικό τουρισμό παρά στον μαζικό, άρχισαν οι πρώτες σκέψεις για την αναβάθμιση του ξενοδοχείου. Μεγάλο ρόλο έπαιξε και το ότι οι διοικούντες του ξενοδοχείου έβλεπαν τις προσφορές από τα ξένα ταξιδιωτικά πρακτορεία να μειώνονται με αποτέλεσμα να λειτουργεί το ξενοδοχείο με κέρδος οριακά πιο πάνω από το κόστος λειτουργίας. Έτσι το διοικητικό συμβούλιο της «ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ – ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» αποφάσισε την αναβάθμιση του ξενοδοχείου στα τέλη του 2002 με γνώμονα να είναι έτοιμη η αναβάθμιση το καλοκαίρι του 2004.

### **3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

#### **3.1 Δομή και χαρακτηριστικά της τουριστικής βιομηχανίας**

Τουρισμός και ναυτιλία απετέλεσαν τις σημαντικότερες δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα στην μεταπολεμική Ελλάδα. Δεδομένης της κατάρρευσης ουσιαστικά του μεταποιητικού τομέα την τελευταία εικοσαετία, του οικοδομικού κορεσμού αλλά και της διεθνούς κρίσης της ναυτιλίας μένει ως σημαίνουσα δράση ο τουρισμός. Δεν πρέπει να διαφύγει της προσοχής ότι η ελλειμματική ανάπτυξη : στη βιομηχανία - βαριά και ελαφριά - της χώρας μας, στη γεωργία (μονοκαλλιέργεια, μονοσήμαντη κτηνοτροφία [αιγοπρόβατα], μη επάρκεια αρδευτικών - εγγειοβελτικών έργων), στο εμπόριο (που τείνει όλο και περισσότερο στην εισαγωγή καταναλωτικών κυρίως αγαθών), στο χρηματοπιστωτικό σύστημα σε συνδυασμό με προβληματικές υποδομές στις μεταφορές και στους οργανισμούς κοινωνικής ωφέλειας δεν μπορεί παρά να επηρεάζουν και τον τουρισμό. Παρόλα αυτά, ο τελευταίος μπορεί και πρέπει να αποτελέσει ένα μεγάλο κεφάλαιο για νέες επιτυχείς εκκινήσεις και επενδύσεις.

Η αναζήτηση της ηλιόλουστης ακτής αποτελεί το κύριο τουριστικό προϊόν ενώ το μεσογειακό πακέτο διακοπών αποτελεί το μοντέλο του μαζικού τουρισμού του οποίου τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά είναι ο ήλιος και η θάλασσα.

Άλλη κυρίαρχη τουριστική μορφή αποτελεί ο χειμερινός τουρισμός που αναπτύχθηκε μετά το 1950 και εκφράζει την άνοδο βιοτικού επιπέδου που επιτρέπει το δεύτερο ταξίδι διακοπών μέσα σ' ένα χρόνο και κατευθύνεται, σε αντίθεση με τις καλοκαιρινές διακοπές, στο βουνό. Βέβαια δεν έχει αναπτυχθεί όσο θα έπρεπε, έτσι μένει ο θερινός να κινεί τα νήματα στην τουριστική βιομηχανία

Η άνοδος του τουρισμού από τη δεκαετία του 70 προσέδωσε στον τουρισμό χαρακτηριστικά σημαντικής οικονομικής δραστηριότητας. Έχει χαρακτηριστικά που συναντώνται σε κάθε βιομηχανικό κλάδο (έντονη διεθνοποίηση, ισχυρό ανταγωνισμό, τάσεις συγκέντρωσης και έλεγχος από πολυεθνικές εταιρίες). Η Τουριστική βιομηχανία παρά τις τάσεις διεθνοποίησης και συγκέντρωσης, χαρακτηρίζεται και από μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα. Το κυρίαρχο τουριστικό πρότυπο είναι το τουριστικό πακέτο που περιλαμβάνει παροχή σειράς υπηρεσιών (διαμονή, μεταφορά, ξενάγηση, εστίαση, ενοικίαση αυτοκινήτων κλπ.).

Ο ρόλος των μεγάλων εταιρειών, όπως το Thomas Cook, στο μεσογειακό χώρο είναι η μείωση του κόστους, κάτι δυνητικά αξιοποιήσιμο για το σύνολο της τουριστικής οικονομίας που πάντως, στην ελληνική περίπτωση, έχει ανάγκη πολυεπίπεδων δράσεων εταιρειών μικρής, μεσαίας και μεγάλης επιχειρηματικής δραστηριότητας

Ένας πίνακας απ' τον Ο.Ο.Σ.Α. μας δείχνει καθαρά ότι οι επιπτώσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών των χωρών υποδοχής διαφέρει, πράγμα που οφείλεται στο διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης :

Πίνακας 3.1 : Οι επιπτώσεις του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών διάφορων χωρών

<b>ΧΩΡΕΣ</b>	<b>ΕΣΟΔΑ \$</b>	<b>ΕΞΟΔΑ \$</b>	<b>ΙΣΟΖΥΓΙΟ \$</b>	→ σε χιλιάδες εκατομμύρια δολάρια
Αυστρία :	8.703	5.501	3.202	
Ελβετία :	5.382	4.363	1.019	
Ιταλία :	12.160	4.530	7.630	
Γαλλία :	12.000	8.611	3.389	
Ελλάς :	2.290	510	1.780	

**Πηγή: Ο.Ο.Σ.Α. [www.oecd.org](http://www.oecd.org)**

Εσκεμμένα παραθέτουμε χώρες με ανεπτυγμένο τουρισμό, που προσφέρουν μία ποικιλία από εναλλακτικές προτάσεις όπως ο οικοτουρισμός

και ο ορεινός τουρισμός, και στις περιπτώσεις Ιταλίας - Γαλλίας γενικά υπερανεπτυγμένο τουρισμό όλων των μορφών. Πρέπει να επισημανθεί ότι τα υψηλά Γαλλικά κόστη έχουν να κάνουν με υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και υψηλές αμοιβές προσωπικού σε σχέση με λιγότερους αλλά υψηλότερου εισοδήματος τουρίστες.

Η Ελλάδα πάλι παρουσιάζει μικρά έσοδα σε σχέση με τον αριθμό των τουριστών της. Είναι η περίπτωση της μονοσήμαντης απόλαυσης της "ηλιόλουστης ακτής" όπου ο επισκέπτης μπορεί να δαπανήσει χρήματα πέραν των ναύλων του στο τρίγωνο 'διαμονή - κατανάλωση τροφής - ψώνια'.

Έτσι κρίνεται σκόπιμη η ποιοτική αναβάθμιση του τουρισμού στην Ελλάδα για να μπορέσει να αντεπεξέλθει του ανταγωνισμού.

Τα στοιχεία της τουριστικής κίνησης που παρουσιάζονται και αφορούν το Νομό Δωδεκανήσου γενικότερα και το νησί της Πάτμου ειδικότερα, έχουν συλλεχθεί από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) και από την αντίστοιχη διεύθυνση της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος (ΕΣΥΕ).

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται :

- ο Η μέση ετήσια πληρότητα κατά περιφέρεια για τα έτη 1999 έως και 2002 καθώς επίσης και η μεταβολή μεταξύ των συγκεκριμένων ετών
- ο Οι διανυκτερεύσεις ημεδαπών τουριστών κατά περιφέρεια για τα έτη 1999 έως και 2002 καθώς επίσης και η μεταβολή μεταξύ των συγκεκριμένων ετών.
- ο Οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών κατά περιφέρεια για τα έτη 1999 έως και 2002 καθώς επίσης και η μεταβολή μεταξύ των συγκεκριμένων ετών.
- ο Το σύνολο διανυκτερεύσεων αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών κατά περιφέρεια για τα έτη 1999 έως και 2002 καθώς επίσης και η μεταβολή μεταξύ των συγκεκριμένων ετών.

Όπως προκύπτει από τους πίνακες που παρατίθενται κατωτέρω, κατά την εξεταζόμενη περίοδο, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου και ειδικά ο Νομός Δωδεκανήσου παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά μέσης ετήσιας πληρότητας καθώς επίσης και τις περισσότερες διανυκτερεύσεις τόσο αλλοδαπών όσο και ημεδαπών τουριστών.

Τα στοιχεία παρατίθενται αναλυτικά κατά μήνα και συγκεντρωτικά κατά έτος και έχουν συλλεχθεί από την ΕΣΥΕ.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2: ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ (επί %)				ΜΕΤΑΒΟΛΗ (επί %)		
	1999	2000	2001	2002	00/99	01/00	02/01
Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης	41,08	43,76	46,51	43,70	2,69	2,75	-2,81
Κεντρικής Μακεδονίας	54,37	51,81	58,88	53,91	-2,56	7,07	-4,96
Δυτικής Μακεδονίας	33,70	39,16	41,89	40,83	5,45	2,74	-1,06
Ηπείρου	44,64	43,23	43,18	43,88	-1,41	-0,05	0,70
Θεσσαλίας	39,93	39,73	39,54	41,07	-0,20	-0,18	1,52
Ιονίων Νήσων	69,20	60,20	66,15	75,68	-9,01	5,95	9,53
Δυτικής Ελλάδας	40,16	38,67	40,26	43,62	-1,49	1,58	3,36
Στερεάς Ελλάδας	34,63	34,69	34,61	36,67	0,06	-0,08	2,06
Αττικής	47,09	47,72	48,00	53,31	0,63	0,28	5,31
Πελοποννήσου	36,66	37,89	37,24	39,95	1,23	-0,65	2,71
Βορείου Αιγαίου	56,09	52,54	54,24	54,70	-3,55	1,70	0,45
Νοτίου Αιγαίου	70,97	67,73	75,15	78,16	-3,24	7,42	3,02
Κυκλάδων	46,48	48,92	52,33	56,35	2,44	3,40	4,02
<b>Δωδεκανήσου</b>	<b>74,96</b>	<b>70,76</b>	<b>79,00</b>	<b>82,06</b>	<b>-4,20</b>	<b>8,24</b>	<b>3,06</b>
Κρήτης	70,38	64,65	72,24	76,70	-5,72	7,59	4,46
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>56,62</b>	<b>54,73</b>	<b>58,37</b>	<b>61,55</b>	<b>-2,25</b>	<b>4,01</b>	<b>3,17</b>

Πηγή: ΕΟΤ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3: ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ				ΜΕΤΑΒΟΛΗ (επί %)		
	1999	2000	2001	2002	00/99	01/00	02/01
Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης	2342,87	2608,24	2822,66	2787,73	11,33	8,22	-1,24
Κεντρικής Μακεδονίας	4282,04	4321,04	4958,13	4969,10	0,91	14,74	0,22
Δυτικής Μακεδονίας	830,09	1001,80	1035,86	1021,21	20,69	3,40	-1,41
Ηπείρου	1535,55	1485,30	1684,62	1633,59	-3,27	13,42	-3,03
Θεσσαλίας	3027,97	3082,83	3161,40	3270,58	1,81	2,55	3,45
Ιονίων Νήσων	2045,64	2381,85	2363,11	2548,18	16,44	-0,79	7,83
Δυτικής Ελλάδας	2137,31	2110,57	2057,66	2197,32	-1,25	-2,51	6,79
Στερεάς Ελλάδας	2655,76	2496,73	2599,30	2657,74	-5,99	4,11	2,25
Αττικής	7983,51	6480,01	7605,57	8379,60	-18,83	17,37	10,18
Πελοποννήσου	3016,09	3046,53	3109,98	3313,52	1,01	2,08	6,54
Βορείου Αιγαίου	1061,38	1154,13	1381,32	1441,49	8,74	19,69	4,36
Νοτίου Αιγαίου	3657,83	3930,18	3891,34	4353,66	7,45	-0,99	11,88
Κυκλάδων	1382,1	1531,2	1651,4	1876,44	10,78	7,85	13,62
<b>Δωδεκανήσου</b>	<b>2275,66</b>	<b>2398,96</b>	<b>2239,87</b>	<b>2477,22</b>	<b>5,42</b>	<b>-6,63</b>	<b>10,60</b>
Κρήτης	2173,93	2430,97	2574,33	2466,37	11,82	5,90	-4,19
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>36750,03</b>	<b>36530,21</b>	<b>39245,34</b>	<b>41040,15</b>	<b>-0,60</b>	<b>7,43</b>	<b>4,57</b>

Πηγή: ΕΟΤ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4:**  
**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

**ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ				ΜΕΤΑΒΟΛΗ (επί %)		
	1999	2000	2001	2002	00/99	01/00	02/01
Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης	1306,29	1314,39	1428,24	1251,42	0,62	8,66	-12,38
Κεντρικής Μακεδονίας	6984,17	6607,77	8291,19	7469,23	-5,39	25,48	-9,91
Δυτικής Μακεδονίας	73,52	88,71	142,81	159,68	20,65	60,98	11,81
Ηπείρου	706,97	654,45	736,50	806,82	-7,43	12,54	9,55
Θεσσαλίας	1623,55	1528,52	1680,17	1825,98	-5,85	9,92	8,68
Ιονίων Νήσων	11777,94	9198,45	11017,76	14820,01	-21,90	19,78	34,51
Δυτικής Ελλάδας	1577,69	1377,70	1338,54	1659,43	-12,68	-2,84	23,97
Στερεάς Ελλάδας	1672,26	1631,81	1669,44	1903,71	-2,42	2,31	14,03
Αττικής	15285,05	12820,80	14186,26	14608,03	-16,12	10,65	2,97
Πελοποννήσου	3072,37	3189,93	2992,31	3083,97	3,83	-6,20	3,06
Βορείου Αιγαίου	3746,61	3688,93	3739,05	3550,16	-1,54	1,36	-5,05
Νοτίου Αιγαίου	38051,19	34952,98	38978,66	41523,91	-8,14	11,52	6,53
Κυκλάδων	2452,0	2374,1	2663,5	3140,27	-3,17	12,19	17,90
<b>Δωδεκανήσου</b>	<b>35599,16</b>	<b>32578,80</b>	<b>36315,15</b>	<b>38383,64</b>	<b>-8,48</b>	<b>11,47</b>	<b>5,70</b>
Κρήτης	27905,52	27121,10	31162,61	269700,36	-2,81	14,90	3,50
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>113783,19</b>	<b>104175,59</b>	<b>39991655</b>	<b>117363,62</b>	<b>-8,44</b>	<b>12,66</b>	<b>6,43</b>

Πηγή: ΕΟΤ



**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5: ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΛΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ				ΜΕΤΑΒΟΛΗ (επί %)		
	1999	2000	2001	2002	00/99	01/00	02/01
Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης	3649,18	3922,63	4250,90	4039,15	7,49	8,37	-4,98
Κεντρικής Μακεδονίας	11266,21	10928,81	13249,32	12438,34	-2,99	21,23	-6,12
Δυτικής Μακεδονίας	903,62	1090,51	1178,67	347,15	20,68	8,08	0,19
Ηπείρου	2242,52	2139,75	2421,12	2440,41	-4,58	13,15	0,80
Θεσσαλίας	4651,53	4611,35	4841,58	5096,56	-0,86	4,99	5,27
Ιονίων Νήσων	1383,38	11580,30	13380,88	17368,19	-16,23	15,55	29,80
Δυτικής Ελλάδας	3715,00	3488,27	3396,21	3856,76	-6,10	-2,64	13,56
Στερεάς Ελλάδας	4328,02	4128,54	4268,75	4561,45	-4,61	3,40	6,86
Αττικής	23268,57	19300,82	21791,84	22987,64	-17,05	12,91	5,49
Πελοποννήσου	6088,47	6236,46	6102,30	6397,49	2,43	-2,15	4,84
Βορείου Αιγαίου	4808,00	4843,07	5120,38	4991,66	0,73	5,73	-2,51
Νοτίου Αιγαίου	41709,02	38883,16	42870,01	45851,17	-6,78	10,25	7,02
Κυκλάδων	3834,19	3905,40	4314,98	5016,71	1,86	10,49	16,26
<b>Δωδεκανήσου</b>	<b>37874,82</b>	<b>34977,76</b>	<b>38555,02</b>	<b>40860,87</b>	<b>-7,65</b>	<b>10,23</b>	<b>5,98</b>
Κρήτης	30079,46	29552,07	33736,95	34719,60	-1,75	14,16	2,91
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ</b>	<b>150533,22</b>	<b>140705,81</b>	<b>156608,97</b>	<b>165955,80</b>	<b>-6,53</b>	<b>11,30</b>	<b>5,97</b>

Πηγή: ΕΟΤ

### 3.2 Πωλήσεις προϊόντων και υποπροϊόντων

Ο τουρισμός είναι μία εποχιακή βιομηχανία. Έτσι είναι λογικό να υπάρχει διαφορά στον όγκο των πωλήσεων ανά περίοδο.

Ο χρόνος μπορεί να χωριστεί σε τρεις περιόδους ανάλογα με τις πωλήσεις. Η πρώτη περίοδος είναι από τον Νοέμβριο ως μία ή δύο εβδομάδες πριν το καθολικό Πάσχα. Είναι η νεκρή περίοδος και το ξενοδοχείο υπολειτουργεί. Συνήθως εξυπηρετεί κάποιες μεμονωμένες ανάγκες όπως για παράδειγμα κάποιους επισκέπτες που έρχονται για τις γιορτές των Χριστουγέννων ή για κάποιες άλλες δραστηριότητες όπως συνέδρια ή για εκδηλώσεις του Μονής της Αποκάλυψης. Σε αυτή την περίοδο το ξενοδοχείο πραγματοποιεί το 5% των πωλήσεων του. Σκοπός της αναβάθμισης είναι να μπορεί να λειτουργεί και το χειμώνα ως κέντρο υποδοχής επισκεπτών που έρχονται για συνέδρια ή άλλες παρόμοιες εκδηλώσεις. Με τον εκσυγχρονισμό του σκοπεύει να έχει την αποκλειστικότητα για την διαμονή των υψηλών επισκεπτών που έρχονται στο νησί για κάποιες εκδηλώσεις που γίνονται αυτή την περίοδο όπως της ναυτικής εβδομάδας.

Η δεύτερη περίοδος είναι από το καθολικό Πάσχα ως τις αρχές Ιουλίου και από τα τέλη Αυγούστου ως τις αρχές του Νοέμβρη. Αποφέρει το 45% του τζίρου. Εδώ γίνονται προσπάθειες να μεγαλώσει ο τζίρος μέσω της αύξησης της πληρότητας σε αυτούς εδώ του μήνες.

Η τρίτη περίοδος είναι αυτή του Ιουλίου και του Αυγούστου, όπου το ξενοδοχείο είναι γεμάτο με κρατήσεις που συνήθως γίνονται μερικούς μήνες πιο πριν, ενώ όσα δωμάτια είναι ελεύθερα δίνονται σε υψηλές τιμές. Σε αυτή την περίοδο το ξενοδοχείο πραγματοποιεί το 50% των κερδών του.

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η αναβάθμιση έχει σαν στόχο την αύξηση των πωλήσεων στις περιόδους με χαμηλή κίνηση.

Οι δίαυλοι διανομής των πακέτων που προσφέρει το ξενοδοχείο γίνεται είτε με μεγάλα πρακτορεία του εξωτερικού όπως το Thomas Cook για το εξωτερικό είτε μέσω μεγάλων ταξιδιωτικών πρακτορείων. Επίσης συνεργάζεται με τοπικούς φορείς και εταιρίες διοργάνωσης εκδηλώσεων στο νησί έτσι ώστε να εξασφαλίζει την συμμετοχή του ξενοδοχείου σε τέτοιες εκδηλώσεις.

### **3.3 Ανάλυση των δυνατοτήτων και αδυναμιών της επιχείρησης**

Εδώ θα χρησιμοποιηθεί, ως βασικό εργαλείο, η ανάλυση SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats).

#### **Δυνατά σημεία**

- α Διοίκηση με όραμα και γνώσεις
- α Η καλή φήμη του ξενοδοχείου
- α Η κατανόηση από το προσωπικό του ξενοδοχείου για την ανάγκη αλλαγών
- α Ύπαρξη σταθερών συνεργασιών και πελατείας
- α Εύρεση κεφαλαίου για την αναβάθμιση

#### **Αδύνατα σημεία**

- α Περιορισμοί από την νομοθεσία
- α Το νησί δεν θεωρείται αρκετά δημοφιλής προορισμός
- α Το ξενοδοχείο δεν διαθέτει υποδοχή σύγχρονων τεχνολογιών π.χ. συνδέσεις Internet στα δωμάτια.

#### **Ευκαιρίες**

- α Ο τουρισμός αυξάνεται χρόνο με το χρόνο στο νησί
- α Η αναβάθμιση του ξενοδοχείου
- α Ο εναλλακτικός τουρισμός και κυρίως ο θρησκευτικός τουρισμός έχουν δώσει μία νέα ώθηση στο τουρισμό του νησιού
- α Η βελτίωση των σχέσεων με Τουρκία βοηθούν την είσοδο τουριστών από την άλλη μεριά του Αιγαίου

## Απειλές

- α Μία πιθανή αλλαγή στην νομοθεσία μπορεί να επιτρέψει την κατασκευή μεγαλύτερων και πολυτελέστατων ξενοδοχείων.
- α Από το άνοιγμα νέων αγορών όπως η Τουρκία και οι Βαλκανικές χώρες που προσελκύουν όλο και περισσότερους τουρίστες.

### 3.4 Αξιολόγηση στρατηγικής μάρκετινγκ

Η ανάλυση της στρατηγικής του μάρκετινγκ μπορεί να γίνει καλύτερα με το μείγμα του μάρκετινγκ υπηρεσιών.

Αν θελήσουμε να εφαρμόσουμε την παραπάνω θεώρηση στην περίπτωση του ξενοδοχείου «ΤΟ ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ», το μείγμα μάρκετινγκ θα γίνει ως εξής:

- ο **Προϊόν.** Το ξενοδοχείο είναι από το πολυτελές στο νησί. Με την προτεινόμενη αναβάθμιση του θα δώσει μία επιπλέον αξία στο ίδιο το νησί όσο φυσικά και στο ξενοδοχείο.
- ο **Τιμή.** Η τιμή θα είναι και ανάλογη του προϊόντος. Η διεύθυνση του ξενοδοχείου προσπαθεί να δίνει προσιτές τιμές οι οποίες όμως θα ανταποκρίνονται και στην αξία του ξενοδοχείου και θα δίνουν και το αναμενόμενο κέρδος. Η επιχείρηση δεν προσπαθεί να αποκτήσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με το να έχει ηγεσία κόστους, δηλαδή να δίνει τις πιο φτηνές τιμές στην αγορά αλλά με την διαφοροποίηση στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Έτσι η τιμές είναι ανάλογες των προσφορών του ξενοδοχείου
- ο **Τοποθεσία.** Η Πάτμος είναι από το ομορφότερα νησιά ενώ πολλοί επισκέπτες έρχονται να δουν τα αξιοθέατα της. Παρόλα αυτά οι συγκοινωνίες και οι συνδέσεις με το νησί είναι φτωχές. Επίσης δεν έχει εκμεταλλευτεί την ύπαρξη πολλών τουριστικών θέρετρων στα κοντινά Τουρκικά παράλια με σκοπό την δημιουργία κάποιων τουριστικών προσφορών που να συνδυάζουν την Πάτμο με κάποια αξιοθέατα στην Τουρκική ακτή όπως κάνουν ήδη πολλές εταιρίες που κάνουν κρουαζιέρες στην περιοχή. Μειονέκτημα είναι επίσης

ότι δεν υπάρχει κοντά κάποιο μεγάλο τουριστικό νησί, απο όπου θα μπορούσαν να έρχονται σε διάστημα λίγων ωρών οι τουρίστες.

- **Προώθηση.** Το ξενοδοχείο προωθείται μέσω των επικοινωνιακών μέσων που διαθέτει η νομαρχιακή αυτοδιοίκηση Δωδεκανήσων και ο Δήμος Πάτμου. Το ξενοδοχείο έχει σκοπό μετά την αποπεράτωση των εργασιών να συνεργαστεί με ξένα πρακτορεία όπως το Thomas Cook και με καταχωρίσεις σε ξένες εφημερίδες και περιοδικά.
- **Άνθρωποι.** Όλο το προσωπικό του ξενοδοχείου είναι εκπαιδευμένο και μοιράζεται το όραμα της διεύθυνσης του. Επίσης έχει γίνει κατανοητή και η σημασία της ποιότητας των υπηρεσιών σε όλο το προσωπικό. Τέλος όλα τα στελέχη μιλάνε τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα.
- **Φυσικά αποδεικτικά.** Με τα νέα έργα στο ξενοδοχείο θα βελτιωθεί κατά πολύ η εικόνα του. Επίσης στα διαφημιστικά φυλλάδια δίνεται μία ρεαλιστική εικόνα του ξενοδοχείου ως αποδεικτικό στοιχείο.
- **Διαδικασίες.** Οι διαδικασίες είναι απλοποιημένες και αποφεύγεται η γραφειοκρατία. Οι διαδικασίες έχουν στόχο την ποιότητα του πελάτη.

## **4 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ**

### **4.1 Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών**

Η ποιότητα των υπηρεσιών που δίνει το ξενοδοχείο στους πελάτες του εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από την ποιότητα των υλικών που διαθέτει το ξενοδοχείο.

Η διεύθυνση του ξενοδοχείου έχει θέσει κάποιες συγκεκριμένες προδιαγραφές για την ποιότητα των πρώτων υλών. Για κάθε κατηγορία πρώτων υλών έχει θέσει και τα ανάλογα κριτήρια. Παρακάτω δίνονται κάποια παραδείγματα πρώτων υλών και των προδιαγραφών τους.

- α Κρέατα. Το ξενοδοχείο εφοδιάζεται είτε από την τοπική αγορά είτε από μεγάλες επιχειρήσεις εφοδιασμού. Πολιτική του ξενοδοχείου είναι να ζητείται κρέας από την Ελληνική αγορά ενώ πολλές φορές εφοδιάζεται από επιχειρήσεις διακίνησης κρέατος που έχουν πιστοποίηση ISO.
- α Κλινοσκεπάσματα. Το ξενοδοχείο προτιμά την τοπική αγορά για τα κλινοσκεπάσματα. Κάθε χρόνο τα ανανεώνει προτιμώντας πάντα προϊόντα από την τοπική αγορά
- α Εφοδιασμός καθαριστικών. Η επιχείρηση έχει μόνιμη συνεργασία με εταιρία από την Αθήνα. Τα καθαριστικά έχουν ελεγχθεί έτσι ώστε να μην δημιουργούν τυχόν παρενέργειες, όπως για παράδειγμα κάποια έντονη οσμή ή μεγάλη περιεκτικότητα σε χημικά στοιχεία που μπορεί να προκαλέσουν αλλεργίες σε κάποιους πελάτες.

Αυτά είναι τα βασικά υλικά που προμηθεύεται η επιχείρηση.

## 4.2 Πρόγραμμα προμηθειών

Η λειτουργία του ξενοδοχείου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις εποχιακές διακυμάνσεις της αγοράς. Έτσι το ξενοδοχείο ανάλογα με τις ανάγκες της αγοράς και τον αριθμό των τουριστών που περιμένει κανονίζει και την ροή των προμηθειών του. Υπάρχει συγκεκριμένο πρόγραμμα προμηθειών το οποίο έχει σκοπό να καλύψει όλες τις ανάγκες του ξενοδοχείου. Συνήθως εφοδιάζεται από το Μάιο με τα υλικά που χρειάζεται για να δουλέψει το καλοκαίρι.

Το ξενοδοχείο είναι σε συνεργασία με κάποιες αποθήκες του νησιού που καλύπτουν κάποιες επιπλέον ανάγκες όπως για παράδειγμα ποτά, αναψυκτικά και τρόφιμα που αναλώνονται γρήγορα.

Μεγάλο ρόλο στο πρόγραμμα των προμηθειών παίζει και το αν φιλοξενεί κάποια οργανωμένα γκρουπ από το εξωτερικό που επιθυμούν να γευματίσουν στο ξενοδοχείο ή όχι. Συνήθως οι Έλληνες τουρίστες δεν τρώνε στο ξενοδοχείο ενώ πολλές φορές κάποια ξένα γκρουπ επιθυμούν να κάνουν κάποια γεύματα στο ξενοδοχείο. Έτσι, ανάλογα με τις ανάγκες των γκρουπ γίνεται και ο σχετικός προγραμματισμός στον εφοδιασμό με τρόφιμα του ξενοδοχείου.

Όσο αφορά τις τιμές, το ξενοδοχείο επιθυμεί την δημιουργία μακροχρόνιων συνεργασιών με τους προμηθευτές του έτσι ώστε να μπορεί και να έχει μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών του.

## **5 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΟΙΚΟΠΕΔΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

### **5.1 Τοποθεσία**

Η ξενοδοχειακή μονάδα είναι εγκατεστημένη στην Πάτμο Δωδεκανήσου (Δ' ζώνη κινήτρων), στην περιοχή Σκάλα, η οποία είναι το κυριότερο λιμάνι του νησιού. Η Σκάλα είναι ουσιαστικά το κέντρο της Πάτμου και διαθέτει οργανωμένο συγκοινωνιακό δίκτυο, με όλα τα μεταφορικά μέσα (λεωφορεία, ταξί, ιπτάμενα πλοία και ferry boats) για τις μετακινήσεις εντός και εκτός νησιού.

Τα δίκτυα ηλεκτροδότησης, ύδρευσης και επικοινωνιών του νησιού βρίσκονται σε καλή κατάσταση και διαρκώς βελτιώνονται προκειμένου να ανταποκριθούν στη διαρκώς αυξανόμενη προσέλευση τουριστών που σημειώνεται, κυρίως τα τελευταία χρόνια στο συγκεκριμένο νησί. Το ξενοδοχειακό συγκρότημα «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ» είναι συνδεδεμένο με το δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης του νησιού.

Το νησί διαθέτει πολλές φυσικές ομορφιές και πολύ σημαντικά θρησκευτικά και πολιτιστικά μνημεία όπως η Μονή του Αγ. Ιωάννη του Θεολόγου, η Βιβλιοθήκη της Μονής, το Ιστορικό Μουσείο, κ.λ.π. τα οποία είναι σε κοντινή απόσταση από το ξενοδοχείο.

Η μονάδα είναι εγκατεστημένη σε οικόπεδο συνολικού εμβαδού 6.579 m<sup>2</sup> και ανήκει στην κυριότητα της εταιρίας ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε.

Ο συνολικός όγκος του κτιρίου είναι 3.448,13 m<sup>3</sup> και η καλυπτόμενη επιφάνεια 1.026,00 m<sup>2</sup>.

Η ξενοδοχειακή μονάδα αποτελείται από 4 κτιριακά συγκροτήματα και ανεξάρτητο μπαρ. Από τα 4 συγκροτήματα το ένα έχει χαρακτήρα κεντρικού συγκροτήματος και τα υπόλοιπα τρία είναι συγκροτήματα διαμερισμάτων.



Το κεντρικό κτίριο περιλαμβάνει ισόγειο με κουζίνα, μπαρ και τρία βοηθητικά δωμάτια, υπόγειο με γκαράζ, αποθήκη και λινοθήκη.

Το πρώτο συγκρότημα περιλαμβάνει έξι τρίκλινα διαμερίσματα (διώροφα κτίσματα) και δύο δίκλινα. Το δεύτερο συγκρότημα περιλαμβάνει οκτώ δίκλινα διαμερίσματα ενώ το τρίτο συγκρότημα περιλαμβάνει ένα τρίκλινο διαμέρισμα και τέσσερα δίκλινα του ενός ορόφου. Τα διαμερίσματα είναι πλήρως οργανωμένα και αυτόνομα και διαθέτουν ψυγείο, κουζίνα και τον ανάλογο εξοπλισμό (σκεύη οικιακής χρήσης).

Το συγκρότημα διαθέτει όλες τις απαιτούμενες εγκαταστάσεις και παροχές για την εύρυθμη και ασφαλή λειτουργία της μονάδας όπως τηλεφωνικό κέντρο και κέντρο μουσικής, σύστημα πυρανίχνευσης και πυρασφάλειας και αντλία ακαθάρτων. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί το γεγονός ότι η μονάδα είναι συνδεδεμένη με το κεντρικό δίκτυο λυμάτων του νησιού.

Όσο αφορά το κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον της τοποθεσίας, μπορούμε να πούμε ότι το νησί έχει αρχίσει να ανοίγεται τα τελευταία χρόνια όσο αφορά τον τουρισμό και η οικονομία του νησιού κινείται προς την ανάπτυξη του τουρισμού. Ως πριν λίγα χρόνια η οικονομία του νησιού στηριζόταν καθαρά στην αλιεία. Βέβαια η αλλαγή στο τρόπο ζωής και τα νέα δεδομένα στην οικονομία έχουν φέρει πολλές αλλαγές με αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι κάτοικοι του νησιού να αφήνουν την αλιεία προς χάρη του τουρισμού. Βέβαια οι περισσότεροι κάτοικοι, ειδικά οι άνδρες, ασχολούνται το καλοκαίρι με το τουρισμό και το χειμώνα με την αλιεία ή κάτι άλλο. Όσο αφορά την κοινωνία, αυτή εξακολουθεί να είναι μία μικρή και μερικές φορές κλειστή κοινωνία η οποία όμως έχει αρχίσει να κάνει και τα ανοίγματα της.

Μεγάλο ρόλο παίζει και το γεγονός ότι η Πάτος προσελκύει για πολλά χρόνια κυρίως θρησκευτικό τουρισμό, ο οποίος έχει και τον ανάλογο τύπο τουριστών που σίγουρα διαφέρουν πολύ από τους υπόλοιπους τουρίστες. Οι τουρίστες που αποτελούν τον θρησκευτικό τουρισμό είναι συνήθως χαμηλών

τόνων ενώ κάποιοι από αυτούς, συνήθως οι Αμερικάνοι, τείνουν να ξοδεύουν περισσότερα χρήματα σε ενθύμια από το νησί, κυρίως ότι έχει να κάνει με την μονή της Αποκάλυψης, από ότι ο μέσος τουρίστας. Αυτό το γεγονός έχει επηρεάσει και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά του νησιού αφού πρέπει να δίνουν και την ανάλογη εικόνα στους τουρίστες, που τις περισσότερες φορές έρχονται για να θαυμάσουν την μονή.

## **5.2 Τοπικές συνθήκες**

Το σχέδιο αναβαθμίσεως δεν θα επηρεάσει σε κανένα βαθμό αρνητικά ούτε το πληθυσμό αλλά ούτε και το νησί. Αντιθέτως μάλιστα, η αναμενόμενη αναβάθμιση του ξενοδοχείου θα δημιουργήσει περισσότερες θέσεις εργασίας ενώ και θα βελτιωθεί η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών που δίνει το νησί στους επισκέπτες του.

Στο σχέδιο αναβάθμισης του ξενοδοχείου προβλέπεται και η εγκατάσταση κάποιων μηχανημάτων που θα εγγυώνται την προστασία του περιβάλλοντος από το ξενοδοχείο.

Πιο συγκεκριμένα μία κατηγορία έργων, η κατηγορία έργων εξοικονόμησης ενέργειας και φυσικών πόρων, έχει σαν στόχο την προστασία του περιβάλλοντος.

## **6 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να παρουσιαστούν τα στοιχεία τεχνολογίας και μηχανολογίας που επηρεάζουν το έργο.

Θα πρέπει να γνωρίζουμε όλα τα τεχνικά χαρακτηριστικά της μελέτης έτσι ώστε να γίνει και η ανάλογη κατανομή του κόστους.

Το ξενοδοχείο για να μπορέσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις που δημιουργεί ο ανταγωνισμός θα πρέπει να κάνει αναβάθμιση των τεχνικών του στοιχείων.

Με το προτεινόμενο επενδυτικό σχέδιο, η εταιρία ΑΤΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ Α.Ε προβαίνει στον ολοκληρωμένης μορφής εκσυγχρονισμό του ξενοδοχειακού συγκροτήματος «ΝΗΣΙ ΤΩΝ ΟΝΕΙΡΩΝ». Αναλυτικά, οι εργασίες που θα πραγματοποιηθούν είναι οι εξής :

- α Ασπρίσματα κτιρίων
- α Πλακόστρωση διαδρόμων και εισόδου του ξενοδοχείου από το κύριο δρόμο με πλάκες Καρύστου και σκαλοπατιών
- α Κτίσιμο και σοβάδες καταστήματος
- α Αλλαγή και βάψιμο θυρών και παραθύρων
- α Αλλαγή κάγκελων του ξενοδοχείου
- α Αλλαγή κουρτινών
- α Εγκατάσταση πιστικού μηχανήματος
- α Εγκατάσταση κλειστού ηλιακού συστήματος
- α Τοποθέτηση τηλεοράσεων – καλωδίων – κεραιών – συσκευής fax.
- α Εγκατάσταση πιστικού και αντλίας λυμάτων
- α Αλλαγή του ιματισμού της μονάδας
- α Αλλαγή του εξοπλισμού των λουτρών
- α Αντικατάσταση πλυντηρίου ρούχων
- α Σύνδεση της ξενοδοχειακής μονάδας με σύστημα τηλεπαρακολούθησης παραμέτρων υγείας των πελατών (τηλεϊατρική)

Είναι φανερό από την παραπάνω λίστα ότι γίνεται μία σοβαρή προσπάθεια για αναβάθμιση της εξωτερικής εμφάνισης του ξενοδοχείου. Ο Καρβούνης (2000:457) λέει ότι «ο καθορισμός των απαιτήσεων στον εξοπλισμό σχετίζεται και με τα άλλα στοιχεία της μελέτης». Βλέπουμε ότι οι αλλαγές στον εξοπλισμό δίνουν μία επιπρόσθετη αξία στον καταναλωτή και έτσι βοηθά την επιχείρηση να αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στοιχεία όπως η τοποθέτηση τηλεϊατρικής μονάδας και η συνολική ανανέωση του εξοπλισμού θα βοηθήσουν την επιχείρηση στο να ανταποκριθεί με τους στόχους της μελέτης. Για παράδειγμα η βελτίωση της εισόδου δίνει μία βελτιωμένη εικόνα για το ξενοδοχείο και σίγουρα σχετίζεται με το αντικείμενο της μελέτης το οποίο είναι η βελτίωση της ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνει ο επισκέπτης.

Η προαναφερθείσα λίστα εργασιών καλύπτει τις ακόλουθες κατηγορίες επενδυτικών έργων που αφορούν τον εκσυγχρονισμό ολοκληρωμένης μορφής :

**ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 1** : Ασφάλεια προσωπικού και πελατών της μονάδας.

**ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 2** : Προστασία της υγείας των πελατών και του προσωπικού της μονάδας.

**ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 3** : Εξοικονόμηση ενέργειας και φυσικών πόρων.

**ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 4** : Κτιριακές και λοιπές εγκαταστάσεις της μονάδας – αντικατάσταση και συμπλήρωση του εξοπλισμού, αναβάθμιση του περιβάλλοντος χώρου.

Στη συνέχεια του κεφαλαίου γίνεται αναλυτική περιγραφή όλων των επιμέρους εργασιών, κατά κατηγορία επενδυτικού έργου.

## **6.1 Έργα ασφάλειας προσωπικού και πελατών του ξενοδοχείου (Κατηγορία 1)**

Στη συγκεκριμένη κατηγορία έργων περιλαμβάνονται :

- Ø Η πλακόστρωση διαδρόμων και σκαλοπατιών. Η πλακόστρωση θα γίνει με πλάκες Καρύστου, ενώ θα καλυφθούν συνολικά 180 τ.μ, με κόστος 29.34 €/τ.μ.
- Ø Η αλλαγή των θυρών και παραθύρων του ξενοδοχείου. Τα παράθυρα θα είναι ανοιγόμενα δίφυλλα, χωρίς ανάκλιση, σε χρώμα λευκό. Οι διαστάσεις των παραθύρων θα είναι: πλάτος=1.200, ύψος=1.200, ενώ τα τζάμια θα είναι διπλά. Οι πόρτες θα είναι χρώματος λευκού στατικού, με διαστάσεις : πλάτος=1.000 και ύψος=2.200. Τα τζάμια θα είναι διπλά , ενώ η κάσα γαλβανιζέ διαστάσεων 80X20.
- Ø Το βάψιμο των θυρών και παραθύρων του ξενοδοχείου, με ακριλικό χρώμα τύπου MONO STOP.
- Ø Η αλλαγή των κάγκελων του ξενοδοχείου και τοποθέτηση σιδερένιων.  
Το συνολικό κόστος των προαναφερθεισών εργασιών θα ανέλθει σε **34451,65€**.

## **6.2 Έργα προστασίας της υγείας των πελατών και του προσωπικού της μονάδας (Κατηγορία 2)**

Η συγκεκριμένη κατηγορία έργων περιλαμβάνει τη σύνδεση της ξενοδοχειακής μονάδας με σύστημα τηλεπαρακολούθησης διαφόρων παραμέτρων υγείας με σκοπό την άμεση παροχή ιατρικών συμβουλών σε περίπτωση εμφάνισης έκτακτων προβλημάτων υγείας σε άτομα που βρίσκονται σε διακοπές ή και στους ίδιους τους υπαλλήλους.

Η πλειοψηφία των τουριστικών καταλυμάτων βρίσκεται σε απομακρυσμένες περιοχές και επομένως η μετάβαση του ασθενούς, σε περίπτωση έκτακτης ασθένειας, σε κοντινό νοσοκομείο ή κέντρο υγείας, μπορεί, για διάφορους λόγους να καθυστερήσει. Δεν είναι λίγα τα περιστατικά, σοβαρά και μη, κατά τα οποία χρειάστηκε άμεση μετάβαση

ασθενούς σε νοσοκομείο και εξέταση από γιατρό αλλά λόγω δυσχερειών καθυστέρησε, με σοβαρές συνέπειες για την υγεία του ασθενούς.

Μέσα από αυτό το σύστημα θα είναι δυνατή η εξέταση του ασθενούς από ιατρό, η διάγνωση και η παροχή ιατρικής συμβουλής για την άμεση και επιτυχή αντιμετώπιση της ασθένειας. Επίσης, θα είναι δυνατή η αξιολόγηση της σοβαρότητας του προβλήματος και η γνωμάτευση σχετικά με το εάν πρέπει ο ασθενής να μεταφερθεί σε νοσοκομείο ή όχι.

Το προτεινόμενο σύστημα βασίζεται σε έναν αισθητήρα πολλών παραμέτρων υγείας για την αντιμετώπιση επειγόντων περιστατικών. Θα χρησιμοποιηθεί η οπτικοακουστική τεχνολογία η οποία θα περιλαμβάνει, εκτός από ηλεκτρονικό υπολογιστή και μέσα επικοινωνίας όπως κάμερες, μικρόφωνα, μικρά μεγάφωνα ή ακουστικά (hardware) και το κατάλληλο λογισμικό (software). Το σύστημα θα είναι συνδεδεμένο ώστε ο χειριστής ιατρός να μπορεί να βλέπει τον ασθενή στην οθόνη του υπολογιστή και να δίνει συμβουλές και οδηγίες για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Στα πλαίσια του παρόντος έργου, η ξενοδοχειακή μονάδα θα συνεργαστεί με Πρότυπο Νοσηλευτικό Κέντρο του Πειραιά.

Το κόστος αγοράς του απαιτούμενου εξοπλισμού και σύνδεσης με το Νοσηλευτικό Κέντρο θα ανέλθει σε **7336,76 €**

### **6.3 Έργα εξοικονόμησης ενέργειας και φυσικών πόρων (Κατηγορία 3)**

Η συγκεκριμένη κατηγορία έργων περιλαμβάνει την αγορά και εγκατάσταση κλειστού ηλιακού συστήματος, την τοποθέτηση πιεστικού και αντλίας λυμάτων.

Ειδικότερα θα τοποθετηθούν:

- Μία αντλία, τύπου INOX EBARA 2HP/70/20M
- Μία αντλία λυμάτων, τύπου PAB – GRINDER 1800T
- Ένα δοχείο, συνολικής χωρητικότητας 200L

- Ένα κλειστό ηλιακό σύστημα.

Το συνολικό κόστος των συγκεκριμένων εργασιών θα ανέλθει σε **2375,64 €**

#### **6.4 Έργα κτιριακών και λοιπών εγκαταστάσεων – αντικατάστασης και συμπλήρωσης εξοπλισμού (Κατηγορία 7)**

Η συγκεκριμένη κατηγορία δαπανών περιλαμβάνει τις εξής επιμέρους εργασίες :

- Ø Ασπρίσματα των κτιρίων.
- Ø Κτίσιμο και σοβάδες καταστήματος ξενοδοχείου.
- Ø Αγορά και τοποθέτηση πλακών Καρύστου.
- Ø Αγορά και τοποθέτηση κουρτινών, φάρδους 3m.
- Ø Αγορά τηλεοράσεων 14 ιντσών – καλωδίων – κεραιών – συσκευής fax.
- Ø Αλλαγή στον εξοπλισμό των λουτρών (πλακάκια, μπαταρίες νιπτήρων).
- Ø Αλλαγή ματισμού ξενοδοχείου (κουβερτών, σεντονιών, μαξιλαριών, πετσετών μπάνιου και κουζίνας).
- Ø Αγορά μεταλλικών τριθέσιων καρεκλών τύπου κούνιας.
- Ø Αγορά πλυντηρίου ρούχων, τύπου VOXSON, 660 δύο παροχών.

Ο πλήρης ματισμός του ξενοδοχείου φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 6.1: Πλήρης ματισμός του ξενοδοχείου

<i>a/a</i>	<i>Περιγραφή</i>	<i>Τεμάχια</i>
1.	Σεντόνια σετ μονά	150
2.	Κουβέρτα λινή	70
3.	Μαξιλάρια ύπνου	30
4.	Κουβέρτα μάλλινη	50
5.	Πετσέτα μπάνιου	100
6.	Πετσέτα προσώπου	150
7.	Τραπεζομάνδηλα	30
8.	Πετσέτα χεριών	100

Το συνολικό κόστος της συγκεκριμένης κατηγορίας εργασιών θα ανέλθει σε **48409,46 €**

## **7.0 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

Μεγάλο ρόλο παίζει και ο καθορισμός των ανθρώπινων πόρων επειδή ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει μεγάλο ρόλο στον καθορισμό του επενδυτικού σχεδίου.

Οι άνθρωποι είναι η πιο σημαντική πηγή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε έναν οργανισμό. Πολλοί οργανισμοί βλέπουν τον ανθρώπινο παράγοντα ακόμα ως τίποτα άλλο παρά ένα διοικητικό κόστος. Σε μία έρευνα του ο Jeffrey Pfeffer (1998) εξέτασε πολλές βιομηχανίες σε διαφορετικές χώρες και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η κερδοφορία είναι στενά συνδεδεμένη με το πόσο αποτελεσματική είναι η διαχείριση του ανθρώπινου κεφαλαίου. Καταλήγει με το γεγονός ότι μια σωστή επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο (για παράδειγμα μέσω της επιμόρφωσής τους) μπορεί να αυξήσει την παραγωγικότητα κατά 30% με 50%.

Άλλα θέματα είναι η συνεχόμενη αξιολόγηση των εργαζομένων μέσα από συστήματα ελέγχου της ποιότητας της εργασίας τους. Επίσης οι συμβουλές προς την διοίκηση για την επίλυση διαφορών με τους εργαζομένους.

Για όλα τα παραπάνω είναι επιτακτικό να υπάρχει ένα στέλεχος που θα έχει την γνώση και την εμπειρία να ασχοληθεί με τη διαχείριση ανθρώπινων πόρων.

Η επιχείρηση, μετά και την ολοκλήρωση του παρόντος επενδυτικού σχεδίου θα απασχολεί επιπλέον συνολικά 2 άτομα, τα οποία θα εργάζονται ως ακολούθως :



Κατηγορία υπαλλήλων	Αριθμός ατόμων
α. Διοικητικοί υπάλληλοι	
β. Τεχνικό και λοιπό προσωπικό	
(1) ειδικευμένοι	
(2) ανειδίκευτοι	2
<b>Σ Υ Ν Ο Λ Ο</b>	<b>2</b>

Με τη συγκεκριμένη επένδυση δημιουργούνται 2 νέες θέσεις εργασίας, είναι περισσότερες από αυτές που ορίζει ο σχετικός νόμος και αναλύεται ως εξής:

Συνολικό ύψος επένδυσης: 80,000€

Επιδότηση:  $80,000 \text{ €} \times 25\% = 21,994 \text{ €} \Rightarrow 0$  θέσεις εργασίας (βάσει άρθρου 6, παρ. 2<sup>α</sup> του Ν.2601/98 : ανά 44,000€ επιδότησης  $\Rightarrow$  1 νέα θέση απασχόλησης).

Το χρονοδιάγραμμα του έργου αποτελείται από τρία εξάμηνα (πίνακας 9.7). Με την αποεπένδυση του έργου θα γίνει και η πρόσληψη του προσωπικού.

## **8. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ** **ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Οι προοπτικές που αναμένεται να έχει η υλοποίηση της συγκεκριμένης επένδυσης, εξετάζονται τόσο σε επίπεδο επιχείρησης, όσο και σε επίπεδο περιοχής.

Οι εργασίες που πρόκειται να πραγματοποιηθούν στα πλαίσια του παρόντος επενδυτικού σχεδίου, θα αποφέρουν μια σειρά θετικών αποτελεσμάτων, τόσο για την ξενοδοχειακή μονάδα όσο και για την οικονομία της Πάτμου, γενικότερα. Ειδικότερα, οι προβλεπόμενες παρεμβάσεις θα συμβάλλουν στη γενικότερη αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών της μονάδας, ενώ παράλληλα, θα της προσδώσουν τα χαρακτηριστικά ενός πλήρως οργανωμένου τουριστικού καταλύματος αυτόνομων διαμερισμάτων.

Η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, όπου στοχεύει κατά κύριο λόγο ο φορέας της επένδυσης, σε συνδυασμό με τις ιδιαιτερότητες (κυρίως θρησκευτικού χαρακτήρα) και το τουριστικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει η Πάτμος, θα συμβάλλουν:

- Στην προσέλκυση «ποιοτικού τουρισμού»
- Στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Στην αύξηση του κύκλου εργασιών, ως αποτέλεσμα της αύξησης των διανυκτερεύσεων στη μονάδα
- Στη βελτίωση της επιχειρηματικής θέσης του ξενοδοχειακού συγκροτήματος, σε τοπικό επίπεδο.

Το γεγονός ότι ο φορέας της επένδυσης διαθέτει μακρόχρονη εμπειρία στο συγκεκριμένο αντικείμενο δραστηριότητας, αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη βιωσιμότητα και την εύρυθμη λειτουργία της μονάδας.

Η διαρκής βελτίωση και αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών, σε νησιά των οποίων η κυριότερη εισοδηματική πηγή είναι ο τουρισμός, αναμένεται να έχει θετική συμβολή στη γενικότερη ανάπτυξή τους, ενώ ταυτόχρονα, θα ενισχύσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας, στο συγκεκριμένο τομέα οικονομικής δραστηριότητας. Παράλληλα, θα θέσει τις βάσεις για την γενικότερη οικονομική ανάπτυξη των περιοχών αυτών, ενώ για τη συγκεκριμένη περίπτωση (Πάτμος) θα συμβάλλει στην άρση των προβλημάτων και δυσχερειών που παρουσιάζουν οι λεγόμενες παραμεθόριες περιοχές.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΤΡΙΩΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΩΝ ΕΤΩΝ**

<b>Ε Ν Ε Ρ Γ Η Τ Ι Κ Ο</b>		<b>ΕΤΟΣ 1</b>	<b>ΕΤΟΣ 2</b>	<b>ΕΤΟΣ 3</b>
		<b>31.12.2000</b>	<b>31.12.2001</b>	<b>31.12.2002</b>
<b>1. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ</b>				
Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως		1081,73	1081,73	1081,73
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	Αποσβέσεις	54,09	270,43	486,78
	<b>ΣΥΝΟΛΟ 1</b>	1027,64	811,30	594,95
<b>2. ΠΑΓΙΟ</b>				
α. Υλικά πάγια				
Γήπεδα - Οικόπεδα		234776,23	234776,23	234776,23
Κτίρια και τεχνικά έργα		270844,39	270844,39	270844,39
Μηχανήματα-τεχνικές εγκαταστάσεις & λοιπός μηχανολογικός εξοπλισμός		366,25	366,25	366,25
Μεταφορικά μέσα				
Επιπλα και λοιπός εξοπλισμός		39328,42	40006,93	40241,64
	<b>Σύνολο υλικού παγίου</b>	545315,29	545993,80	546228,51
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	Αποσβέσεις	56593,63	90284,33	124261,91
	<b>ΣΥΝΟΛΟ α</b>	488721,66	455709,46	421966,61
β.	Συμμετοχές & άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις			
	Συμμετοχές σε λοιπές επιχειρήσεις	0,00	0,00	0,00
	Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	159,22	159,22	159,22
	<b>ΣΥΝΟΛΟ β</b>	159,22	159,22	159,22
	<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (α+β)</b>	488880,87	455868,68	422125,82
<b>2. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ</b>				
α. Αποθέματα				
Εμπορεύματα				
Πρώτες και βοηθητικές ύλες				
Αναλώσιμα υλικά - ανταλλακτικά & είδη συσκευασίας				
	<b>ΣΥΝΟΛΟ α</b>	0,00	0,00	0,00
β. Απαιτήσεις				
Πελάτες		0,00	0,00	0,00
Χρεώστες διάφοροι		700,29	143,19	200,19
	<b>ΣΥΝΟΛΟ β</b>	700,29	143,19	200,19
γ. Διαθέσιμα				
Ταμείο		31234,62	17457,42	8633,46
Καταθέσεις όψεως και προθεσμίας		0,00	0,00	0,00
	<b>ΣΥΝΟΛΟ γ</b>	31234,62	17457,42	8633,46
	<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ (α+β+γ)</b>	31934,91	17600,61	8833,65
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	521843,43	474280,59	431554,43

<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>	<b>ΕΤΟΣ 1</b>	<b>ΕΤΟΣ 2</b>	<b>ΕΤΟΣ 3</b>
	<b>31.12.2000</b>	<b>31.12.2001</b>	<b>31.12.2002</b>
<b>1. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ</b>			
α. Κεφάλαιο			
Καταβλημένο	264123,26	264123,26	264123,26
<b>ΣΥΝΟΛΟ α</b>	<b>264123,26</b>	<b>264123,26</b>	<b>264123,26</b>
β. Διαφορές αναπροσαρμογής - επιχορηγήσεις επενδύσεων			
Επιχορηγήσεις επενδύσεων παγίου ενεργητικού	61041,82	61041,82	61041,82
<b>ΣΥΝΟΛΟ β</b>	<b>61041,82</b>	<b>61041,82</b>	<b>61041,82</b>
γ. Αποθεματικά κεφάλαια			
Τακτικό αποθεματικό			0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ γ</b>			<b>0,00</b>
δ. Αποτελέσματα εις νέο			
Υπόλοιπο κερδών χρήσεως εις νέο	0,00	0,00	0,00
Υπόλοιπο ζημιών χρήσεως εις νέο	-18842,66	-24319,99	-15222,22
Υπόλοιπο ζημιών προηγούμενων χρήσεων	-119168,61	-138011,27	-159396,56
<b>ΣΥΝΟΛΟ δ</b>	<b>-138011,27</b>	<b>-159396,56</b>	<b>-174618,78</b>
ε. Ποσά προορισμένα για αύξηση κεφαλαίου			
Καταθέσεις μετόχων ή εταιρών	52719,84	52719,84	23477,62
<b>ΣΥΝΟΛΟ ε</b>	<b>52719,84</b>	<b>52719,84</b>	<b>23477,62</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (α+β+γ+δ+ε)</b>	<b>239873,64</b>	<b>218488,36</b>	<b>174023,92</b>
<b>2. Προβλέψεις για κινδύνους και έξοδα</b>			
Προβλέψεις για αποζημίωση προσωπικού			0,00
Λοιπές προβλέψεις		0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>3. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>			
α. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Δάνεια τραπεζών	280972,25	254559,93	254559,93
<b>ΣΥΝΟΛΟ α</b>	<b>280972,25</b>	<b>254559,93</b>	<b>254559,93</b>
β. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Προμηθευτές	0,00	0,00	0,00
Γραμμάτια - επιταγές πληρωτέες		0,00	
Τράπεζες λ/βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων	0,00		0,00
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	997,53	1232,31	2970,58
Ασφαλιστικοί οργανισμοί	0,00	0,00	0,00
Μερίσματα πληρωτέα			0,00
Πιστωτές διάφοροι	0,00	0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ β</b>	<b>997,53</b>	<b>1232,31</b>	<b>2970,58</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ (α+β)</b>	<b>281969,79</b>	<b>255792,24</b>	<b>257530,51</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>521843,43</b>	<b>474280,59</b>	<b>431554,43</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2 : ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΟΔΩΝ ΑΠΟ ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΤΡΙΕΤΙΑ**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Εσοδα από εκμετάλλευση ξενοδοχείου	14817,37	19259,33	27114,56
Εσοδα από εκμετάλλευση εστιατορίου - μπαρ	0,00	0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ</b>	14817,37	19259,33	27114,56

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΤΡΙΕΤΙΑ**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Αμοιβές προσωπικού	0,00	0,00	0,00
Παροχές τρίτων	0,00	0,00	0,00
Άμεσα υλικά	0,00	0,00	0,00
Λοιπές δαπάνες	29551,55	34685,08	35991,01
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ</b>	29551,55	34685,08	35991,01

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ ΚΑΙ  
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>	14817,37	19259,33	27114,56
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Κόστος παροχής υπηρεσιών	29551,55	34685,08	35991,01
<b>ΜΙΚΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>	-14734,17	-15425,75	-8876,45
<b>ΠΛΕΟΝ</b> Άλλα έσοδα εκμετάλλευσης		0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	-14734,17	-15425,75	-8876,45
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Εξοδα διοίκησης	1931,61	2951,88	3348,58
Εξοδα διάθεσης	2176,88	3007,66	2997,19
Εξοδα ερευνών / αναπτύξεως			
<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ (α)</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
<b>ΠΛΕΟΝ</b> Επιδοτήσεις εξαγωγών			
Πιστωτικοί τόκοι			
Εκτακτα έσοδα	0,00	0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	0,00	0,00	0,00
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Φόροι – τέλη	0,00	0,00	0,00
Εκτακτα έξοδα	0,00	0,00	0,00
Προβλέψεις για επισφαλείς απαιτ.			
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	0,00	0,00	0,00
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ &amp; ΦΟΡΩΝ</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Χρεωστικοί τόκοι & συναφή έξοδα	0,00	0,00	
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ &amp; ΦΟΡΩΝ</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
Αποσβέσεις (συνολικές)	0,00	0,00	0,00
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Υπόλοιπο αποτελεσμάτων προηγούμενων χρήσεων	0,00	0,00	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Φόρος εισοδ/τος μη διανεμημένων κερδών και εισφορά ΟΓΑ			0,00
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	-18842,66	-21385,29	-15222,22
<b>ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ</b>			
Μέρισμα μικό			
Αμοιβές Δ.Σ.			
Αποθεματικό και αδιάθετα κέρδη			
Λοιπά			

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.5 ΜΟΝΙΜΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ**

1. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ	
α. Αποθέματα γενικά	0,00
ΣΥΝΟΛΟ (α)	0,00
β. Απαιτήσεις	
Πελάτες	0,00
Επιταγές εισπρακτέες	0,00
Χρεώστες διάφοροι	200,19
ΣΥΝΟΛΟ (β)	200,19
2. ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ	
Ταμείο	8633,46
Τράπεζες (καταθέσεις)	0,00
ΣΥΝΟΛΟ (γ)	8633,46
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ (α+β+γ)	8833,65
ΜΕΙΟΝ	
3. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
Προβλέψεις	0,00
Τράπεζες	254559,93
Προμηθευτές	0,00
Επιταγές και Γραμμάτια πληρωτέα	0,00
Ασφαλιστικοί οργανισμοί	0,00
Φόροι – τέλη	2970,58
Πιστωτές διάφοροι	0,00
Λοιπές υποχρεώσεις	0,00
ΣΥΝΟΛΟ (δ)	257530,51
	<b>-248696,85</b>



**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.6 ΣΥΝΟΠΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

<b>ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ</b>	<b>59,10</b>
<b>ΕΙΔΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ</b>	<b>7,34</b>
<b>ΕΙΔΙΚΑ ΕΡΓΑ</b>	<b>0,00</b>
<b>ΕΠΙΠΛΩΣΗ – ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ</b>	<b>23,76</b>
<b>ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ</b>	<b>2,37</b>
<b>ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ - ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΑ</b>	<b>1,34</b>
<b>Σ Υ Ν Ο Λ Ο</b>	<b>93,91</b>

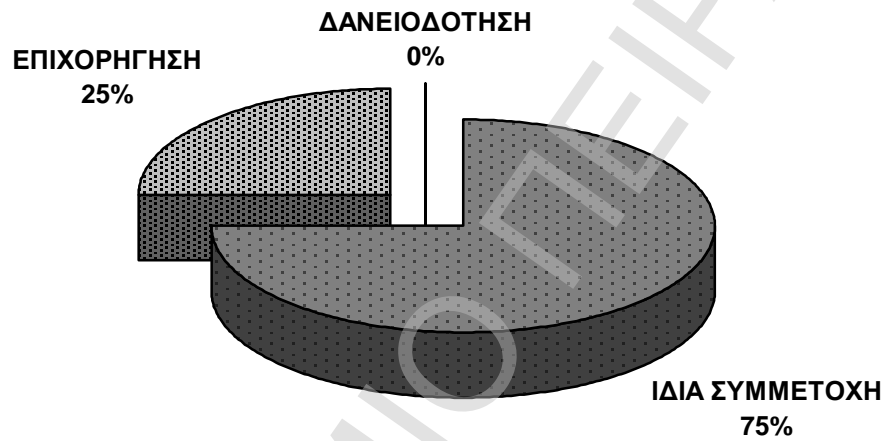
**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.7 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ &  
ΧΡΟΝΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΩΣΗ ΔΑΠΑΝΩΝ (ΣΕ ΧΙΛ.€)**

	Κ Ο Σ Τ Ο Σ			ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ			
	Εγγώριο	Συναλ/τικό	Σύνολο	1 <sup>ο</sup> 6μηνο	2ο 6μηνο	3ο 6μηνο	
α. Οικόπεδο			0				
β. 1.Κτιριακές εγκαταστάσεις	59,10		59,10	59,10	0,00		
2.Επισκευή-αποκατάσταση- μετατροπή διατηρητέου παραδοσιακού κτιρίου ή οικίας			0,00				
γ. Ειδικά έργα (εξοικονόμηση ενέργγ)	2,37	0,00	2,37	0,00	2,37		
δ. Ειδικός μηχανολογικός εξοπλισμός (υπολογιστής)	0,00	7,34	7,34	0,00	7,34		
ε. Έργα περιβάλλοντος χώρου			0,00				
στ.Βιολογικός καθαρισμός - Κτιριακά			0,00				
- Μηχανολογικά			0,00				
ζ. Επίπλυση - εξοπλισμός - διακόσμηση	18,86	4,90	23,76	0,00	23,76		
η. Μεταφορικά μέσα			0,00				
θ. Κολυμβητικές δεξαμενές - Κτιριακά			0,00				
- Μηχανολογικά			0,00				
ι. Απρόβλεπτα	1,34	0,00	1,34	0,00	1,34		
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>	<b>81,68</b>	<b>12,23</b>	<b>93,91</b>	<b>59,10</b>	<b>34,81</b>	<b>0</b>	
Πιθανή αύξηση δαπάνης επενδύ- σεως λόγω τιμαριθμικών αυξήσεων							
Προλειτουργικές δαπάνες <b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>							
(για χρήση μόνο Τραπεζών)							

## ΠΙΝΑΚΑΣ 8.8 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

<b>α. Ιδία συμμετοχή Ν.2601/98</b>	
1. Οικόπεδο	
2. Μετρητά	<b>75%</b>
3. Φορολογηθέντα αποθεματικά	
4. Κεφάλαια εξωτερικού του Ν.Δ. 2687/53	
<b>β. Ξένα μακροπρόθεσμα κεφάλαια</b>	
1. Δάνεια Τραπεζών	<b>0%</b>
2. Πιστώσεις χρηματοδοτικών οργανισμών	
3. Ομολογιακό δάνειο	
4. Δάνειο εξωτερικού	
<b>γ. Επιχορήγηση Ν.2601/98</b>	<b>25%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100%</b>

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1 : ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ  
(ΠΟΣΟΣΤΑ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ)**



**Διάγραμμα 8.1 :** Χρηματοδοτικό σχήμα της επένδυσης (ποσοστά στο σύνολο της επένδυσης)

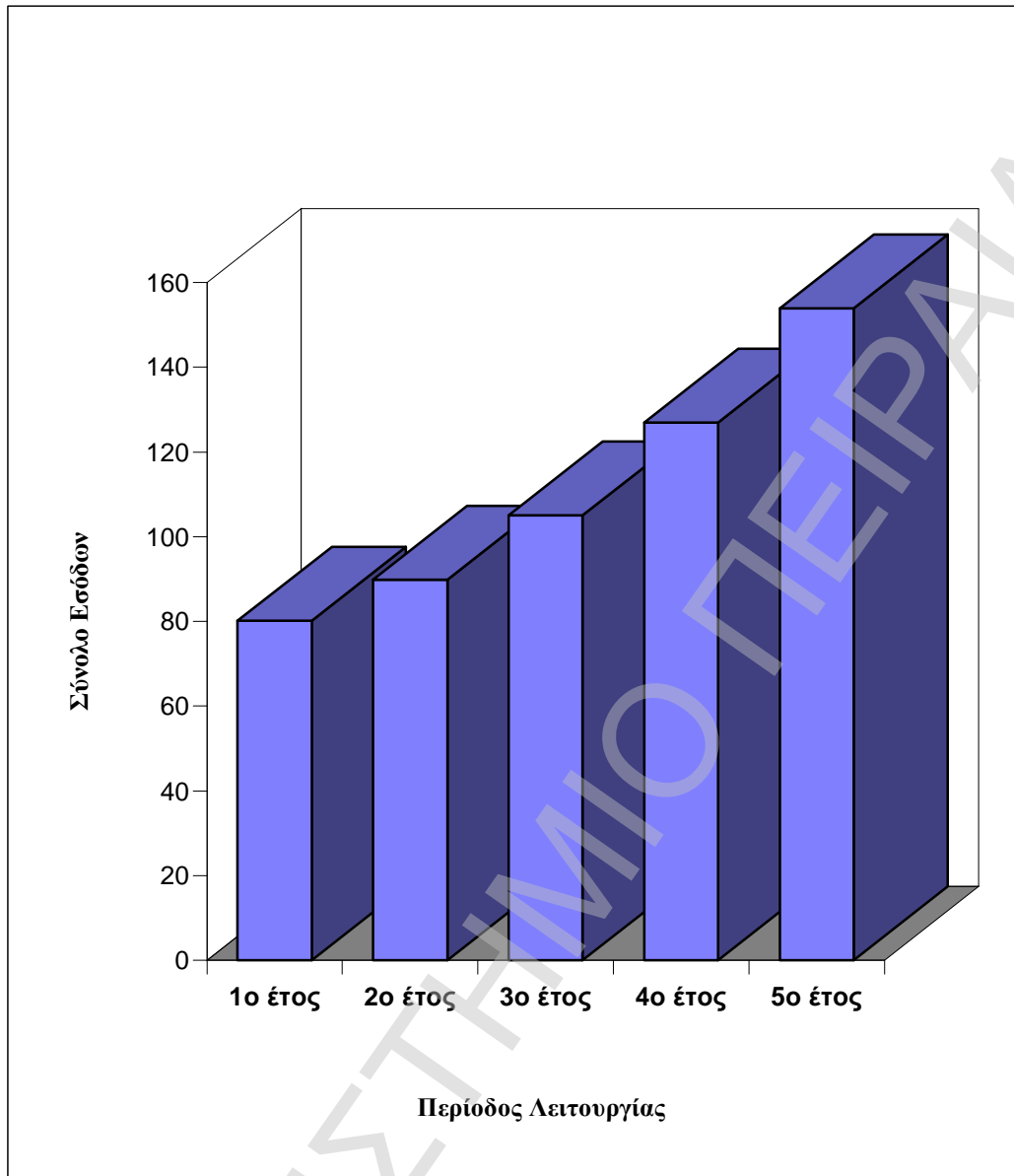
**Πίνακας 8.9 Προβλεπόμενα έσοδα**

**(I)**

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΣΟΔΩΝ	Ημέρες	€ημ.	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ					
			2004	2005	2006	2007	2008	
<b>1. ΑΠΟ ΥΠΝΟΔΩΜΑΤΙΑ</b>								
α. ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ								
<b>Θερινή περίοδος</b>								
Μονόκλινα	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Δίκλινα	14	90	70,43	48,81	54,67	64,34	77,21	93,54
Τρίκλινα	7	90	88,04	30,51	34,17	40,21	48,26	58,46
<b>2. ΑΠΟ ΛΟΙΠΕΣ ΠΗΓΕΣ</b>								
Τηλέφωνο	100		0,88	0,97	1,21	1,63	2,78	
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ</b>			<b>80,20</b>	<b>89,80</b>	<b>105,76</b>	<b>127,10</b>	<b>154,78</b>	

**(II)**

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΑΝΑ ΕΤΟΣ	Ημέρες	€ημ.	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ					
			Πληρ.% 2004	Πληρ.% 2005	Πληρ.% 2006	Πληρ.% 2007	Πληρ.% 2008	
<b>1. ΑΠΟ ΥΠΝΟΔΩΜΑΤΙΑ</b>								
α. ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ								
<b>Θερινή περίοδος</b>								
Μονόκλινα	0	0	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Δίκλινα	14	90	70,43	55,0%	56,0%	58,0%	60,0%	62,0%
Τρίκλινα	7	90	88,04	55,0%	56,0%	58,0%	60,0%	62,0%



**Διάγραμμα 8.2:** Σύνολο Εσόδων για τα 5 έτη

**Πίνακας 8.10:** Προβλεπόμενες δαπάνες προσωπικού

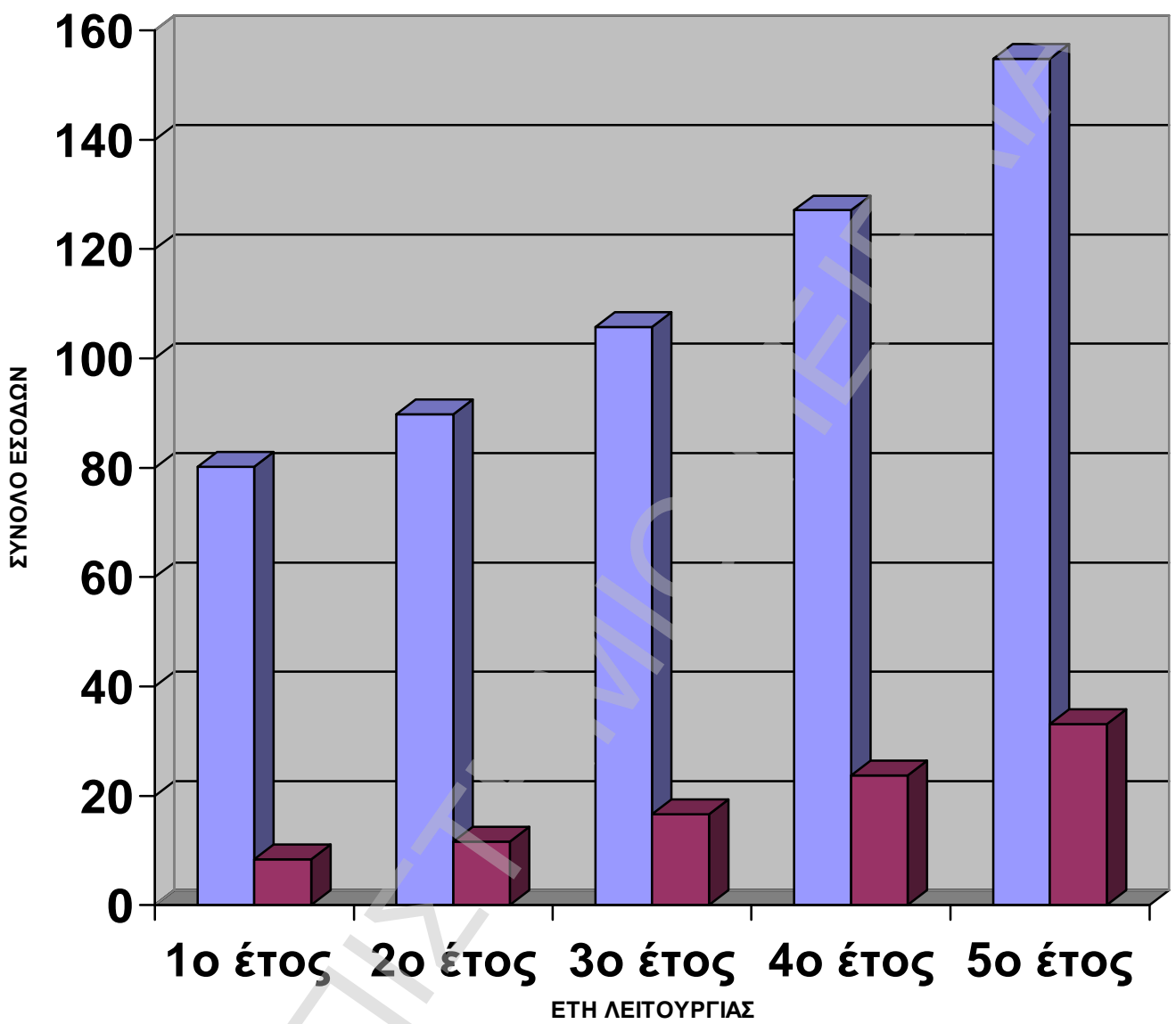
(Σε χιλ. € και για το 1ο έτος μετά το πέρας της επένδυσης)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ	ΕΤΗΣΙΕΣ
	Απασχολουμένων	ΜΙΣΘΟΣ	Απασχόλησης (μήνες)	Αμοιβές
Διευθυντής	0	0,00	0	0,00
Λογιστής	0	0,00	0	0,00
Προσωπικό λογιστηρίου	0	0,00	0	0,00
Υπάλληλοι υποδοχής (Reception)	0	0,00	0	0,00
Θυρωροί	0	0,00	0	0,00
Καμαριέρες	2	586,94	4	4,70
Καθαρίστριες	1	0,00	4	0,00
Τηλεφωνήτριες	0	0,00	0	0,00
Συντηρητές	0	0,00	0	0,00
Μάγειροι	0	0,00	0	0,00
Βοηθός μαγείρου	0	0,00	0	0,00
Βοηθητικό προσωπικό μαγείρου	0	0,00	0	0,00
Σερβιτόροι	0	0,00	0	0,00
Μπάρμαν	0	0,00	0	0,00
Βοηθητικό προσωπικό μπαρ	0	0,00	0	0,00
Λοιποί	0	0,00	0	0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	3		4	4,70
ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ	2	25%	4	1,17
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>1,17</b>	<b>4</b>	<b>4,70</b>

**Πίνακας 8.11:** Προβλεπόμενος λογαριασμός εκμετάλλευσης και αποτελεσμάτων χρήσης (ΠΟΣΑ ΣΕ ΧΙΛ.€)

	Περίοδος σχεδιασμού και κατ/κευής	ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ				
		2004	2005	2006	2007	2008
<b>ΕΣΟΔΑ</b>	26,41	78,14	89,80	105,76	127,10	154,78
<b>ΕΞΟΔΑ</b>						
Δαπάνες προσωπικού	1,76	5,87	6,87	8,07	9,44	11,05
Εξοδα διατροφής προσωπικού	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Εξοδα αγοράς – παρασκευής τροφίμων – ποτών	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Εξοδα καθαριότητας – ψατισμού	3,23	4,40	4,97	5,77	6,87	8,31
Προμήθειες σε τουριστικά γραφεία	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Εξοδα συντηρήσεως	2,35	3,52	3,94	4,54	5,40	6,59
Γενικά έξοδα	4,40	4,99	5,59	6,37	7,58	9,17
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ</b>	11,74	18,78	21,37	24,75	29,29	35,11
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ &amp; ΦΟΡΩΝ</b>	14,67	59,36	68,43	81,02	97,81	119,67
<b>ΜΕΙΟΝ</b>						
- τόκοι υφιστάμενων μακροπρόθεσμων δανείων	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- ετήσιες δόσεις LEASING	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- τόκοι βραχ/θεσμων δανείων						
- έξοδα διάθεσης	0,00	1,76	2,11	2,64	3,35	4,33
- διάφορα έξοδα	0,00	2,49	2,99	3,65	4,56	5,80
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ &amp; ΦΟΡΩΝ</b>	14,67	55,10	63,32	74,73	89,89	109,54
- Αποσβέσεις (συνολικές)	34,34	41,09	43,96	47,04	50,33	54,36
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ</b>	-19,66	14,02	19,36	27,69	39,56	55,18
<b>ΜΕΙΟΝ</b>						
Φόρος εισοδήματος μη διανεμημένων κερδών	0,00	5,61	7,74	11,07	15,82	22,07
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	-19,66	8,41	11,62	16,61	23,74	33,11
<b>ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ</b>						
- Μέρισμα (μικτό)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Αμοιβές Δ.Σ.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Αποθεματικά και αδιάθετα κέρδη	-19,66	8,41	11,62	16,61	23,74	33,11





Διάγραμμα 8.3 : Έσοδα και καθαρό αποτέλεσμα

**Πίνακας 8.12:** Προβλεπόμενες ροές κεφαλαίων

	Περίοδος σχεδιασμ. & κατασκ.	2004	2005	2006	2007	2008
		<b>A. ΕΙΣΡΟΕΣ</b>				
1. Κέρδη προ αποσβέσεων	14,67	55,10	63,32	74,73	89,89	109,54
2. Εισφορά μετοχικού ή εταιρικού κεφαλαίου	70,43					
3. Μακροπρόθεσμα δάνεια	0,00					
4. Απόκτηση μηχ/κού εξοπλισμού με LEASING						
5. Ενισχύσεις Δημοσίου	17,61	5,87				
6. Επιδοτήσεις LEASING	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
7. Λοιπές πηγές						
<b>ΣΥΝΟΛΟ Α</b>	102,71	60,97	63,32	74,73	89,89	109,54
<b>B. ΕΚΡΟΕΣ</b>						
1. Δαπάνες επένδυσης	93,91					
2. Δαπάνες προλειτουργικές						
3. Τόκοι κατασκευαστικής περιόδου						
4. Αναγκαίες αντικαταστάσεις ματισμού κλπ. εξοπλισμού - συνήθεις άλλες επενδύσεις						
5. Χρεωλύσια υφιστάμενων μακροπρόθεσμων δανείων	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Χρεωλύσια νέων επενδυτικών δανείων	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Εξυπηρέτηση πιστώσεων προμηθευτών παγίων						
8. Φόροι εισοδήματος	0,00	5,61	7,74	11,07	15,82	22,07
9. Μερίσματα	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10. Λοιπές εκροές						
<b>ΣΥΝΟΛΟ Β</b>						
<b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ (Α-Β)</b>	<b>8,80</b>	<b>55,37</b>	<b>55,58</b>	<b>63,65</b>	<b>74,07</b>	<b>87,47</b>

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

### 1. Δείκτης βιωσιμότητας

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκριθεί στις τοκοχρεολυτικές της υποχρεώσεις και είναι ο λόγος των κερδών προ αποσβέσεων και τόκων προς τα τοκοχρεολύσια.

Οι τιμές πάνω από την μονάδα θεωρούνται ικανοποιητικές για αυτόν τον αριθμοδείκτη ενώ οι τιμές κοντά στο δύο δείχνουν ότι η επιχείρηση έχει καθαρή ροή μετρητών (αφού πληρωθούν τα τοκοχρεωλύσια ίση με το ύψος των τοκοχρεολυσίων).

$$\text{Δείκτης βιωσιμότητας} = \frac{\text{Κέρδη προ αποσβέσεων και τόκων}}{\text{Τοκοχρεωλύσιο}}$$

$$1^{\circ} \quad \frac{59,3}{0} = 0$$

$$2^{\circ} \quad \frac{68}{0} = 0$$

$$3^{\circ} \quad \frac{80}{0} = 0$$

$$4^{\circ} \quad \frac{9,7}{0} = 0$$

$$5^{\circ} \quad \frac{119}{0} = 0$$

## 2. Δείκτες αποδοτικότητας της επένδυσης

Οι αριθμοδείκτες αυτοί δείχνουν την αποδοτικότητα της επένδυσης σε σχέση με τα καθαρά κέρδη.

	1°	2°	3°
$ROI1 = \frac{\text{Κέρδη}_{\text{pro-Φορwn}}}{\text{Επενδευμένο}_{\text{Κεφάλαιο}}} =$	14,93%	20,62%	29,48%
$ROI2 = \frac{\text{Κέρδη}_{\text{pro-Αποβέσεων}}}{\text{Επενδευμένο}_{\text{Κεφάλαιο}}} =$	58,68%	67,43%	79,57%

## 3. Μικτό περιθώριο κέρδους

$$\text{Μικτό περιθώριο κέρδους} = \frac{\text{Μικτά}_{\text{Κέρδη}}}{\text{Καθαρά}_{\text{Πωλήσεις}}} =$$

Ο δείκτης αυτός δείχνει αν παράλληλα με την αύξηση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης υπάρχει και παράλληλη αύξηση στα μικτά κέρδη της επιχείρησης

$$1^{\circ} = 75,96 \%$$

$$2^{\circ} = 76,20 \%$$

$$3^{\circ} = 76,60 \%$$

$$4^{\circ} = 76,96 \%$$

$$5^{\circ} = 77,31 \%$$

#### 4. Καθαρό περιθώριο κέρδους

$$\text{Καθαρό περιθώριο κέρδους} = \frac{\text{Κέρδη}_{\text{pro-Φορwn}}}{\text{ΚαθαρέV}_{\text{Πwl ήseiV}}} =$$

Ο δείκτης αυτός δείχνει αν παράλληλα με την αύξηση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης υπάρχει και παράλληλη αύξηση στα καθαρά κέρδη της επιχείρησης

$$1^{\circ} = 17,94 \%$$

$$2^{\circ} = 21,56 \%$$

$$3^{\circ} = 26,18 \%$$

$$4^{\circ} = 31,13 \%$$

$$5^{\circ} = 35,65 \%$$

## **9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ανέλυσε την περίπτωση αναβάθμισης ξενοδοχειακής μονάδας στο νησί της Πάτμου.

Οι αλλαγές στο μακρο περιβάλλον της επιχείρησης καθώς και η ανάγκη για κάποια αναβάθμιση που επιβάλλεται να γίνεται έτσι και αλλιώς ανά τακτά χρονικά διαστήματα οδήγησαν την διεύθυνση του ξενοδοχείου στο να εκπονήσει την παραπάνω έρευνα.

Το κύριο μέλημα της μελέτης είναι το αν όντως είναι προσοδοφόρα η επένδυση ή όχι με γνώμονα πάντα το κέρδος της επιχείρησης.

Το αποτέλεσμα είναι ότι όντως η αναβάθμιση θα φέρει και την ανάλογη κερδοφορία στην επιχείρηση. Αυτό φαίνεται και από τους αριθμοδείκτες. Πιο συγκεκριμένα ο αριθμοδείκτης για το καθαρό περιθώριο κέρδους δείχνει ότι υπάρχει μία σταθερή αύξηση των κερδών της επιχείρησης από το 17,94% στο πρώτο έτος στο 35,65% στο πέμπτο έτος.

Έτσι κρίνεται αναγκαία η αναβάθμιση του ξενοδοχείου και από ποιοτικά αίτια (π.χ. οι αλλαγές στο μακρο περιβάλλον της επιχείρησης) και από ποσοτικά αίτια (η αυξημένη κερδοφορία που μπορεί να φέρει στην επιχείρηση όπως δίνεται από τους αριθμοδείκτες).

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ACCA Textbooks, “Audit Framework”,– AT Foulks Lynch July 1997
2. Berry,L. & Parasuraman (1991) “Marketing Services: Competing through quality” New York:Free Press σελ.16
3. Berry,L.,Parasuraman,A.,Zeithaml, V.(1990) “Achieving Service Quality: Balancing Perceptions and expectations” New York: The free press
4. Berry,L.,Parasuraman,A.,Zeithaml,V. “A conceptual model of service quality and its implications for future research”, Journal of marketing, 49,4 (Fall 1985) pp.41-50. σελ. 44
5. Borden N, (1965) “The concept of the Marketing Mix”, Science in Marketing, pp. 386-397.
6. Cohen, L. and Manion, L., (1980), «Research Methods in Education», London: Croom Helm.
7. Easterby-Smith, M. Thorpe, R. & Lowe, A. ,(1993), «Research - An Introduction», London: Sage Publications.
8. Elden, M. & Chisholm, R.F. (1993). «Emerging Varieties of Action Research: Introduction to the Special Issue», Human Relations Magazine, Vol46 N02, pp126-130.
9. Greer,C.R. (1995) “Strategy and Human Resources”, Englewood Cliffs, NJ: Prentice – Hall.
10. Institute of Chartered Accountants in England and in Wales “Auditing and Reporting 2000/2001”– abg professional information
11. Kleiman,L.S.(1997) “Human Resource Management; A tool for competitive advantage”, St Paul, MN: West publishing
12. Kotler,P.1997 “Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control” 9<sup>th</sup> edition, Prentice – Hall
13. Lautenborn R., “New marketing litany: 4 P’s Passe; c-words take over” Advertising Age, October, 1990, p.26

14. Mc Carthy Jerome, (1962) “Basic Marketing: A Managerial approach”  
1<sup>st</sup> ed. Homewood, IL: Irwin, 1996
15. Pfeffer, J (1998) “The human equation: Building profits by putting  
down people first”, Boston, Harvard Business school press.
16. Porter (1985) “Sustainable Competitive Advantage” New York: Free  
Press
17. Porter, M (1998) “Clusters and the new economics of competition”  
Harvard Business Review, November – December
18. Schroeder, R. Flynn, B (2001), “High performance manufacturing”,  
Wiley
19. Αυλωνίτης, Γ. (1992) “ Στρατηγικό βιομηχανικό μάρκετινγκ”  
Εκδόσεις Σταμούλης, Πειραιάς
20. Γρηγοράκος, Θ “Αρχές και Μέθοδοι Ελεγκτικής, Εσωτερικός Έλεγχος  
– Πορίσματα Ελέγχου”, Ιανουάριος 1998
21. Γρηγοράκος, Θ “Γενικές Αρχές Ελεγκτικής”, ΣΟΛ 1989
22. Καρβούνης, Σ. ‘Οικονομτεχνικές Μελέτες’, 2002, Αθήνα – Εκδόσεις  
Μπένος
23. Μάλλιαρης Πέτρος (1990) “Εισαγωγή στο μάρκετινγκ”
24. Παππάς. Α “Χρηματοοικονομική Λογιστική”– Εκδόσεις Μπένου  
1998
25. Πρωτοψάλτης Νικόλαος Dr. “Γενικός Οδηγός Προγράμματος Ελέγχου  
ΣΟΛ ΑΕ 2001
26. Πρωτοψάλτης Νικόλαος PhD “Μνημόνιο Βασικού Προγράμματος  
Ελέγχου”, ΣΟΛ ΑΕ 1998
27. Στοιχεία ΕΣΥΕ από το [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)