

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:**

*« Οικονομοτεχνική Μελέτη ίδρυσης Boutique Hotel »*

**Φοιτήτρια: Φραντζί Ελένη – Άννα**

**Α.Μ.: ΔΕΜΤ1835**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Γεωργακέλλος Δημήτριος**

**ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2020**



## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

*Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα Καθηγητή της παρούσας εργασίας, κύριο Γεωργακέλλο Δημήτριο, για τη συνεργασία και καθοδήγησή του με σκοπό την εκπόνησή της.*

*Επιπλέον, θα ήθελα να εκφράσω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου, για τη στήριξη που μου παρέχε κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.*

*Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε για καθαρά  
εκπαιδευτικούς σκοπούς και ορισμένα από τα στοιχεία που περιέχει  
ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.*

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

## Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	12
1.1 Σύνοψη ιστορικού και ιδέας Προγράμματος.....	12
1.2 Σύνοψη Ανάλυσης Αγοράς & Θεμάτων Μάρκετινγκ.....	12
1.3 Πρώτες Ύλες & άλλα Εφόδια.....	13
1.4 Μηχανολογία και Τεχνολογία.....	13
1.5 Οργάνωση & Γενικά Έξοδα.....	13
1.6 Ανθρώπινοι Πόροι.....	14
1.7 Τοποθεσία & Περιβάλλον.....	14
1.8 Χρονοδιάγραμμα Εκτέλεσης Επενδυτικού Σχεδίου.....	15
1.9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση & Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	18
3.1 Εκτιμήσεις Τουριστικού Κλάδου.....	18
3.2 Εισερχόμενος Τουρισμός.....	29
3.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό.....	35
3.4 Κατηγοριοποίηση Boutique Hotel.....	42
3.5 Pest Analysis.....	43
3.6 Porter Analysis.....	45
3.7 SWOT Analysis.....	52
3.8 Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση: Διαδικασία STP.....	53
3.9 4P - Marketing Mix.....	57
3.10 Επιχειρηματική Στρατηγική.....	59
3.11 Ανάλυση Πινάκων & Προϋπολογισμός Εσόδων, Πληρότητας και Τιμολογιακής Πολιτικής.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	65
4.1 Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλών.....	65
4.2 Οργάνωση και Μάρκετινγκ Πρώτων Υλών και Εφοδίων.....	67
4.3 Επιλογή, Έλεγχος και Αξιολόγηση των Προμηθευτών.....	69
4.4 Υπολογισμός Κόστους Πρώτων Υλών.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	71
5.1 Μηχανολογικός Εξοπλισμός Ξενοδοχειακής Μονάδας.....	71

5.2 Τεχνολογικός Εξοπλισμός Ξενοδοχειακής Μονάδας .....	74
5.3 Περιγραφή Ξενοδοχείου .....	78
5.4 Κατασκευή Κτιρίου .....	81
5.5 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....	83
5.6 Πρόγραμμα Παραγωγής.....	84
5.7 Συνολικό Μηχανολογικό και Τεχνολογικό Κόστος.....	85
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ & ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ .....	86
6.1 Οργανόγραμμα.....	86
6.2 Υπηρεσίες Εξωτερικής Συνεργασίας .....	88
6.3 Γενικά Έξοδα.....	90
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ .....	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ-ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ-ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	99
8.1 Αναζήτηση & Επιλογή Τοποθεσίας .....	99
8.2 Επιλογή Χώρου .....	101
8.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις & Προστασία περιβάλλοντος.....	102
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΡΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ.....	104
9.1 Στάδια εκτέλεσης έργου.....	104
9.2 Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης έργου .....	107
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	108
10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης .....	108
10.1.1 Πάγιο Ενεργητικό .....	108
10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης .....	109
10.1.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	113
10.2 Χρηματοδότηση Επενδυτικού Σχεδίου .....	113
10.3 Ανάλυση Κόστους Παραγωγής.....	116
10.3.1. Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Παραγωγής .....	116
10.3.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.....	117
10.4 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων.....	118
10.4.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης .....	119
10.4.2 Χρηματικές Ροές.....	119
10.4.3 Ισολογισμός.....	120
10.5 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση .....	122
10.5.1 Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης .....	122
10.5.2 Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου .....	124
10.5.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	124

10.6 Συμπέρασμα Αξιολόγησης .....	126
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	127

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ**

***ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1: ΠΡΟΠΕΠΛΑΥΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.1: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2017-2018 ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2: ΠΟΣΟΣΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΣΥΝΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ ΤΟΥ ΑΕΠ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.3: ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ €***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.4: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.5: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2018-2019***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.6: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ  
201-2019***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.7: ΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2018-2019***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1: ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2016-2018***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.2: ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΑΝΑ  
ΑΓΟΡΑ (σε χιλ.) 2018***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3: ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ (σε ημέρες) ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ 2016-2018***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ  
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (2018)***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2: ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ &  
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (2018)***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.1: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2020***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.2: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2021***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.3: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2022***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.4: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.5: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ***



**ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΤΡΙΑ ΕΤΗ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.1: ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ- ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΩΝ ΧΩΡΩΝ- ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.2: ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.1: ΚΟΣΤΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.2: ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4.1: ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2.1: ΕΞΟΔΑ ΓΕΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3.1: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.1: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΘΕ ΘΕΣΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.3: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1.1: ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ & ΑΝΕΓΕΡΣΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.1: ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.2: ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ & ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.3: ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.4: ΤΕΛΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ 2020**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.5: ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.1: ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.2: ΤΟΚΟΧΡΕΟΥΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.1: ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.2: ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ**

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.1: ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.2: ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.3: ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ 2020-2022***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΤΡ***

***ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.3: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (ROI)***

***ΠΙΝΚΑΣ 10.5.4: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ***

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.1: ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ 2019 ΑΠΟ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.1: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.2: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.3: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.4: ΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗ (σε €) ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (2017-2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.5: ΜΕΣΗ ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΔΑΠΑΝΗ (σε €) ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (2016-2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.1: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.2: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΜΟΝΑΔΩΝ-ΔΩΜΑΤΙΩΝ-ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΣΤΕΡΙΩΝ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.3: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.4: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΜΟΝΑΔΩΝ-ΔΩΜΑΤΙΩΝ-ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΛΕΙΔΙΩΝ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.5: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΣΕ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.6: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΣΕ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ (2018)**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.7: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΫΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΒΑΛΤΑ**

**ΓΡΑΦΗΜΑ 6.6.1: ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΙΚΟΝΩΝ**

***ΕΙΚΟΝΑ 3.1.1: ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ***

***ΕΙΚΟΝΑ 3.1.2: ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΝΥΜΦΑΙΑΣ***

***ΕΙΚΟΝΑ 3.1.3: ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ – ΑΣΠΡΟΒΑΛΤΑΣ***

***ΕΙΚΟΝΑ 3.1.4: ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ ΝΥΜΦΑΙΑΣ – ΑΣΠΡΟΒΑΛΤΑΣ***

***ΕΙΚΟΝΑ 5.2.1: 3D ΕΙΚΟΝΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΤΡΙΚΛΙΝΟΥ ΔΩΜΑΤΙΟΥ***

***ΕΙΚΟΝΑ 5.2.2: 3D ΕΙΚΟΝΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΔΥΚΛΙΝΟΥ ΔΩΜΑΤΙΟΥ***

***ΕΙΚΟΝΑ 5.3.1: ΧΩΡΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ***

***ΕΙΚΟΝΑ 5.3.2: ΧΩΡΟΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ***

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

### 1.1 Σύνοψη ιστορικού και ιδέας Προγράμματος

Η μελέτη αυτή αφορά τη δημιουργία μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας Boutique Hotel Κατηγορίας 3\* στην περιοχή της Ασπροβάλτας. Ενός παραθαλάσσιου τουριστικού χωριού του Νομού Θεσσαλονίκης, το οποίο ανήκει στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας. Ακόμα, ο Επενδυτής δραστηριοποιείται επαγγελματικά στην περιοχή τα τελευταία είκοσι χρόνια, καθώς είναι κάτοχος δύο επιχειρήσεων λιανεμπορίου τουριστικών ειδών στην ευρύτερη περιοχή. Κάτι το οποίο έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην απόφασή του για την ανέγερση του συγκεκριμένου Ξενοδοχείου. Ο ίδιος, θα χρηματοδοτήσει την επένδυση με 272.529€. Αξίζει να αναφερθεί πως η επένδυση έχει ανατεθεί σε Τεχνικό Γραφείο και το κόστος των Προ επενδυτικών Δαπανών υπολογίζεται σε 110.000€

### 1.2 Σύνοψη Ανάλυσης Αγοράς & Θεμάτων Μάρκετινγκ

Η εξεταζόμενη Μονάδα θα ονομαστεί «Amelia Boutique Hotel» και πρόκειται να λειτουργήσει τον Απρίλιο του 2020 και θα προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες. Το Ανταγωνιστικό της Πλεονέκτημα αποτελεί το γεγονός ότι είναι από τα λίγα Ξενοδοχεία Boutique Hotel Κατηγορίας Αστέρων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Η στρατηγική που θα ακολουθήσει το Ξενοδοχείο είναι η Στρατηγική Διαφοροποίησης. Επιπλέον, το Ξενοδοχείο αυτό θα έχει δυναμικότητα 12 δωματίων με μέγιστο αριθμό χωρητικότητας τα 36 άτομα. Στην Μονάδα θα λειτουργεί επίσης Εστιατόριο που θα προσφέρει Πρωινό και Μεσημεριανό γεύμα, ενώ θα λειτουργεί και Αναψυκτήριο στην παραλία για την εξυπηρέτηση των πελατών του Ξενοδοχείου. Τέλος, η πληρότητα της Μονάδας υπολογίζεται από 50% το 2020 σε 60% το 2022. Η Προβολή της επιχείρησης με τα καταλληλότερα μέσα θα είναι το κλειδί για την επίτευξη αυτών των εκτιμήσεων.

### 1.3 Πρώτες Ύλες & άλλα Εφόδια

Περιλαμβάνει όλες τις πρώτες ύλες και εφόδια, τα οποία καθίστανται απαραίτητα για την ομαλή και άριστη λειτουργία ενός Ξενοδοχείου Boutique Hotel. Η ποιότητα των πρώτων υλών καθώς και το κόστος αυτών αποτελεί το κλειδί της επιτυχίας ενός Boutique Hotel 3\*, καθώς με την παροχή ποιοτικών προϊόντων επρόκειτο να εξασφαλιστεί η ικανοποίηση των πελατών, άρα και η μελλοντική προτίμησή τους. Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα συνεργαστεί με αρκετούς προμηθευτές, ώστε να μην βρεθεί εκτεθειμένη σε περιόδους υψηλής ζήτησης.

### 1.4 Μηχανολογία και Τεχνολογία

Αναφέρονται λεπτομερώς οι τεχνολογικές και μηχανολογικές απαιτήσεις του επενδυτικού σχεδίου της εξεταζόμενης Ξενοδοχειακής Μονάδας. Όσο αφορά τις μηχανολογικές απαιτήσεις, αυτές αφορούν την περιγραφή και την κοστολόγηση του εξοπλισμού της συγκεκριμένης Μονάδας, ενώ οι τεχνολογικές αναφέρονται στην τεχνολογική υποδομή της Μονάδας και στην κοστολόγησή της. Η επιλογή της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού διεξάγεται σύμφωνα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά και τους κανονισμούς που ορίζει ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού για την αδειοδότηση λειτουργίας των Ξενοδοχειακών Μονάδων Boutique Hotel Κατηγορίας 3\*.

### 1.5 Οργάνωση & Γενικά Έξοδα

Αποτελείται από τη σχεδίαση της οργανωσιακής δομής της εξεταζόμενης Ξενοδοχειακής Μονάδας, καθώς και από τα γενικά έξοδα της προαναφερόμενης. Έτσι, περιλαμβάνει το Οργανόγραμμα που έχει σχεδιάσει η Ξενοδοχειακή επιχείρηση ώστε να εξασφαλισθεί η ομαλή της λειτουργία μέσω του ξεκάθαρα διαχωρισμού των καθηκόντων κάθε εργαζομένου. Στην κορυφή του Οργανογράμματος βρίσκεται ο Γενικός Διευθυντής- Ιδιοκτήτης τη επιχείρησης, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τα ακόλουθα τμήματα:

- Το Τμήμα Δωματίων
- Το Επισιτιστικό Τμήμα
- Το Αναψυκτήριο

## 1.6 Ανθρώπινοι Πόροι

Η υπό εξέταση Μονάδα θα απασχολεί συνολικά 13 άτομα. Πιο συγκεκριμένα, επειδή η εξεταζόμενη Μονάδα θα έχει εξάμηνη λειτουργία το Ξενοδοχείο θα στελεχωθεί με:

- 2 άτομα αρμόδια για τον καθαρισμό του Ξενοδοχείου
- 3 Μάγειρες αρμόδιοι για την ετοιμασία των δείπνων που θα προσφέρει το Ξενοδοχείο
- 3 άτομα Εξυπηρέτησης των πελατών στους χώρους εστίασης
- 2 άτομα Εξυπηρέτησης πελατών στο Αναψυκτήριο
- 2 άτομα Υποδοχής, ο ένας εκ των οποίων θα είναι ο Ιδιοκτήτης
- 1 άτομο αρμόδιο για την Τεχνική Συντήρηση της Μονάδας

## 1.7 Τοποθεσία & Περιβάλλον

Η εγκατάσταση της Μονάδας επιλέχθηκε στην περιοχή της Ασπροβάλλτας, καθώς ο επενδυτής διαθέτει αρκετά οικόπεδα στην ευρύτερη περιοχή λόγω της καταγωγής του. Μεταξύ των δύο εναλλακτικών επιλογών καταλληλότερη τοποθεσία κρίθηκε αυτή στην παραλιακή περιοχή της Ασπροβάλλτας, σε οικόπεδο 500m και με απόσταση μόλις 60 μέτρων από την παραλία. Ωστόσο, την επιλογή αυτή ενίσχυσαν η απόσταση της Ξενοδοχειακής Μονάδας από το Κέντρο της Ασπροβάλλτας, η ευκολότερη πρόσβαση σε αυτήν και οι λιγότερες οικονομικές απαιτήσεις του οικοπέδου.

## 1.8 Χρονοδιάγραμμα Εκτέλεσης Επενδυτικού Σχεδίου

Το Χρονοδιάγραμμα της υπό Μελέτης Μονάδας ξεκινά με την ίδρυση της επιχείρησης, τα Μηχανολογικά Σχέδια και την Ανάκτηση Κατασκευής. Συνεχίζει με τη Λήψη Αδειών και τις Διαδικασίες ένταξης σε Επιδοτούμενο Πρόγραμμα Χρηματοδότησης και ακολουθεί ο Προγραμματισμός Χρηματοδότησης. Έπειτα, πραγματοποιούνται τα απαραίτητα έργα υποδομής και ο προγραμματισμός των έργων του Πολιτικού Μηχανικού, καθώς και η Κατασκευή των Κτιρίων. Έπεται η Διαμόρφωση των εξωτερικών χώρων, η απόκτηση και μεταφορά του μηχανολογικού εξοπλισμού, καθώς και η Πρόσληψη και Εκπαίδευση Προσωπικού. Τέλος, θα πραγματοποιηθεί η Προμήθεια των Πρώτων Υλών, οι διαδικασίες Μάρκετινγκ, ο Συντονισμός και ο Έλεγχος των διαδικασιών του Προγράμματος. Η εκτέλεση του έργου προβλέπεται να διαρκέσει 15 μήνες.

## 1.9 Χρηματοοικονομική Ανάλυση & Αξιολόγηση της Επένδυσης

Στην ενότητα αυτή πραγματοποιείται η χρηματοοικονομική ανάλυση της επένδυσης και γίνεται η αξιολόγηση αυτής μέσω της μεθόδου Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης και της ΚΠΑ.

Το συνολικό Κόστος της Επένδυσης υπολογίζεται σε 742.529€. Ο επενδυτής θα καταβάλει το 36,7% του συνόλου, το οποίο θα ανέρχεται σε 272.529€. Επιπλέον, το υπόλοιπο ποσό θα καλυφθεί με Τραπεζική Δανειοδότηση 200.000€ και Επιδότηση ΕΣΠΑ ύψους 270.000€. Το Καθαρό Κέρδος για το 2020 προβλέπεται να αγγίζει τα 120.726€. Επειδή η ΚΠΑ είναι αρνητική για τα τρία εξεταζόμενα έτη της επιχείρησης, από αυτό συμπεραίνεται πως η επιχείρηση θα επανεισπράξει το συνολικό Κόστος Επένδυσης μετά το πέρας των τριών πρώτων ετών λειτουργίας της.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η ιδέα της συγκεκριμένης επένδυσης προέκυψε από την επιθυμία του Επενδυτή να πραγματοποιήσει την ανέγερση μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας στον τόπο καταγωγής του, στον οποία διαμένει και δραστηριοποιείται τα τελευταία είκοσι χρόνια καθώς διαθέτει δύο μαγαζιά λιανικής πώλησης τουριστικών ειδών στην ευρύτερη περιοχή. Κάτι το οποίο έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην απόφασή του για την ανέγερση του συγκεκριμένου Ξενοδοχείου.

Ο επενδυτής θέλει να δημιουργήσει μια μικρή-οικογενειακή Ξενοδοχειακή Μονάδα που να παρέχει ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες της, το οποίο θα αποτελεί τη διαφοροποίησή του σχετικά με τα υπόλοιπα Τουριστικά Καταλύματα που δραστηριοποιούνται στην περιοχή, τα οποία είναι μικρής δυναμικότητας και κατώτερης κατηγορίας και δεν παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες στους επισκέπτες τους. Αποτέλεσμα αυτών είναι να δημιουργηθεί μια Μονάδα υψηλής αισθητικής που θα χαρίζει μοναδικές στιγμές χαλάρωσης στους πελάτες της.

Στο επενδυτικό σχέδιο την έρευνα αγοράς θα αναλάβουν αρμόδιοι Μελετητές, ενώ την Αρχιτεκτονική Μελέτη θα αναλάβει η αρμόδια Τεχνική Εταιρεία.

Σχετικά με την επιλογή τοποθεσίας, ο επενδυτής διαθέτει δύο οικόπεδα στην περιοχή της Ασπροβάλλτας, το ένα εκ των δύο βρίσκεται στην παραθαλάσσια περιοχή της με απόσταση 60m από την παραλία, και το δεύτερο σε ορεινό οικισμό της Ασπροβάλλτας με μεγαλύτερο σε έκταση οικόπεδο. Ο επενδυτής κατέληξε στην πρώτη επιλογή καθώς το οικόπεδο βρίσκεται σε ελάχιστη απόσταση από το Κέντρο της Ασπροβάλλτας και κατά δεύτερον δεν θα χρειαστεί η επιπλέον οικονομική επιβάρυνση για τη δημιουργία κολυμβητικής δεξαμενής αφού βρίσκεται κοντά στην παραλία. Επιπλέον, ο επενδυτής θα επωφεληθεί από την απόφασή του αυτή, καθώς θα εκμεταλλευτεί την παράκτια ζώνη που αντιστοιχεί στην άδεια του Καταλύματος για την δημιουργία Αναψυκτήριου, με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών του Ξενοδοχείου.

Το συνολικό Κόστος της Επένδυσης υπολογίζεται σε 742.529€. Ο επενδυτής θα καταβάλει το 36,7% του συνόλου, το οποίο θα ανέρχεται σε 272.529€. Επιπλέον, το υπόλοιπο ποσό θα καλυφθεί με Τραπεζική Δανειοδότηση 200.000€ και Επιδότηση ύψους 270.000€.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1: ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ</b>	
Κόστος Εκπόνησης Μελέτης	1.500€
Τεχνική Υποστήριξη & Επίβλεψη Μελέτης	100.000€
Αμοιβή Αρχιτέκτονα	3.000€
Προέγκριση Χωροθέτησης	3.000€
Άλλα Έξοδα	2.500€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>110.000€</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στο συγκεκριμένο Κεφάλαιο θα αναλυθεί και θα εξετασθεί η τουριστική ζήτηση και προσφορά της Ελλάδας, δηλαδή το τί είδος αγαθών ζητούν και επιθυμούν να καταναλώσουν οι επισκέπτες και τί από αυτά προσφέρει η χώρα (δηλαδή οι επαγγελματίες του τουρισμού) για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Παράλληλα, θα εξετασθούν όλες οι αγορές του Ελληνικού τουρισμού και θα αναλυθούν όλα τα χαρακτηριστικά τους τα οποία μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις των επισκεπτών, όπως η ηλικία, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, κ.ά..

### 3.1 Εκτιμήσεις Τουριστικού Κλάδου

Ο Τουριστικός κλάδος αποτελεί έναν από τους πιο βιώσιμους και οικονομικά δραστήριους κλάδους της χώρας μας, ο οποίος συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μαζί με τον κλάδο της Ναυτιλίας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΤΕ, το 2018 το ποσοστό συμμετοχής του Τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας ανήλθε στο 30,9%, ποσοστό που επαληθεύει όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως. Έτσι, αλληλένδετα ο κλάδος αυτός συγκεντρώνει μεγάλο μερίδιο ποσοστού στο όνομά του ως προς την απασχόληση της χώρας, με τους κλάδους Καταλυμάτων και Εστίασης να κατέχουν το 16,7% του συνολικού ποσοστού απασχόλησης και απαριθμώντας συνολικά 650.000 εργαζομένους, μειώνοντας αισθητά την ανεργία. Ενώ αν το ποσοστό αυτό συνυπολογισθεί με το ΑΕΠ της αντίστοιχης χρονιάς, τότε η συνολική απασχόληση θα αγγίζει το 37,2% έως 44,2% του συνόλου. Ταυτόχρονα, στην απασχόληση του Τουριστικού κλάδου παρατηρείται εποχικότητα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.1: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2017-2018 ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ, Περιοδική Μελέτη, η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, 2018

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2: ΠΟΣΟΣΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΜΕ ΣΥΝΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ ΤΟΥ ΑΕΠ**

	2017				2018			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Σύνολο	3.659	3.791	3.824	3.736	3.724	3.860	3.894	3.834
% Μεταβολή					1.8%	1.8%	1.8%	2.6%
Καταλύματα- Εστίαση	303	375	399	325	302	383	411	351
% Μεταβολή					-0.5%	2.1%	3.1%	7.9%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεξεργασία ΙΝΣΕΤΕ, Περιοδική Μελέτη, η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, 2018

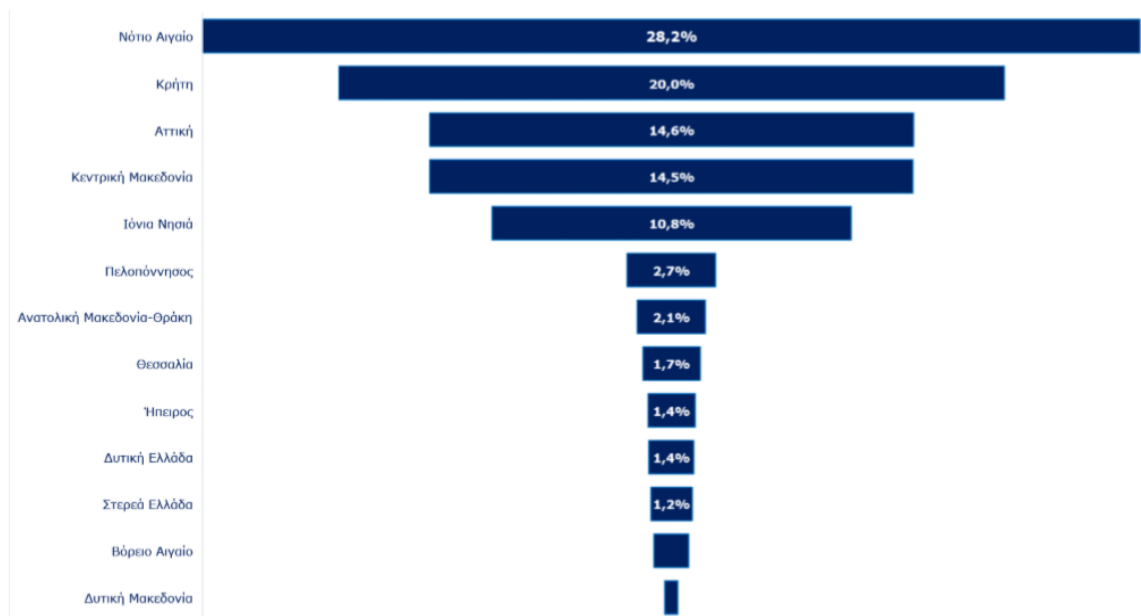
Σχετικά με τις συνολικές ταξιδιωτικές εισπράξεις του 2018, αυτές ανήλθαν στα 15.864εκατ. ευρώ (ΣΕΤΕ) αυξημένες κατά 11,7% συγκριτικά με το 2017. Πιο αναλυτικά, η αύξηση αυτή προέκυψε από τον συνδυασμό της αύξησης των εισπράξεων τόσο από χώρες της Ε.Ε. (αύξηση κατά 11,6%) όσο και από χώρες εκτός της Ε.Ε. (αύξηση κατά 16,5%), οι οποίες είναι και οι πιο σημαντικές καθώς εισάγουν το συνάλλαγμα στη χώρα.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.3: ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΕΥΡΩ**

<b>Εισερχόμενος Τουρισμός, 2017 - 2018</b>				
	Αφίξεις		Έσοδα	
	2017	2018	2017	2018
Ιαν	520.436	603.474	156.745.700	152.047.087
Φεβ	444.404	484.123	134.220.234	151.205.279
Μαρ	627.577	708.169	190.160.000	246.454.499
Απρ	1.009.699	1.106.808	455.766.000	463.016.875
Μαι	1.982.124	2.449.690	1.043.583.000	1.427.889.000
Ιουν	3.356.286	4.103.702	1.949.939.000	2.271.114.311
Ιούλ	5.141.621	5.539.244	2.881.923.000	3.309.532.000
Αυγ	5.813.441	6.093.067	3.489.988.000	3.541.725.670
Σεπ	4.639.734	4.868.855	2.364.914.000	2.374.119.000
Οκτ	2.355.849	2.722.457	1.128.518.000	1.347.860.000
Νοε	740.535	786.222	218.929.000	315.670.000
Δεκ	562.475	656.978	187.854.000	263.704.354
<b>Σύνολο</b>	<b>27.194.181</b>	<b>30.122.789</b>	<b>14.202.539.934</b>	<b>15.864.338.075</b>
<b>Μεταβολή</b>		<b>10,8%</b>		<b>11,7%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ – Επεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη, η Συμβολή του Τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία, 2018

Επιπλέον, αξιοσημείωτη πληροφορία αποτελεί ο διαμοιρασμός του εισοδήματος σε πολλές Περιφέρειες της χώρας λόγω της μεγάλης διασποράς των Ελληνικών Τουριστικών Προορισμών.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.4: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)**

Πηγή: ΣΕΤΕ

Σχετικά με τις αφίξεις, το 2019 σημειώθηκαν συνολικά 33,8εκατ. αφίξεις στη χώρα, παρουσιάζοντας αύξηση συγκριτικά με το 2018. Πιο αναλυτικά, για την διαμόρφωση του αριθμού αυτού συνέβαλλαν κυρίως οι Διεθνείς Αεροπορικές και Οδικές αφίξεις, οι πρώτες εκ των οποίων αριθμήθηκαν περίπου σε 24εκατ. Και οι οποίες είναι αυξημένες κατά 3,5% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Ταυτόχρονα, οι οδικές αφίξεις υπολογίζονται περίπου στα 12εκατ. και συνολικά μειωμένες κατά 0,9% σε σχέση με το 2018. Επίσης, σύμφωνα με Μελέτη του ΣΕΤΕ για τον εισερχόμενο τουρισμό του 2018 αναφέρεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό ίσο με 68% των αφίξεων πραγματοποιήθηκαν μέσω Αεροπορικών Πτήσεων, με επακόλουθες τις Οδικές αφίξεις με ποσοστό 29% και τελευταίες ακολουθούν οι θαλάσσιες με συγκέντρωση μόλις 3%.

Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί πως και για τα δύο έτη παρατηρείται οι περισσότερες διεθνείς αεροπορικές αφίξεις να σημειώνονται μεταξύ των μηνών Ιούνιο με Σεπτέμβριο, ενώ ταυτόχρονα σε ορισμένες περιοχές οι διεθνείς αεροπορικές συνδέσεις περιορίζονται περί έξι ή επτά μήνες τον χρόνο, όπως για παράδειγμα η Καβάλα και η Ζάκυνθος. Έτσι, συμπεραίνεται ο εποχιακός χαρακτήρας του τουρισμού στη χώρα.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.5: ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2018-2019</b>				
<b>Αεροδρόμιο</b>	<b>Επιβάτες 2018</b>	<b>Επιβάτες 2019</b>	<b>Διαφορά 2018-2019</b>	<b>% Διαφορά 2018-2019</b>
<b>Αθήνα</b>	8.121.761	8.810.593	688.832	8,5%
<b>Ηράκλειο</b>	3.319.250	3.256.490	-62.760	-1,9%
<b>Ρόδος</b>	2.361.355	2.365.520	4.165	0,2%
<b>Θεσσαλονίκη</b>	2.157.358	2.307.587	150.229	7,0%
<b>Κέρκυρα</b>	1.505.234	1.463.288	-41.946	-2,8%
<b>Κως</b>	1.195.007	1.196.217	1.210	0,1%

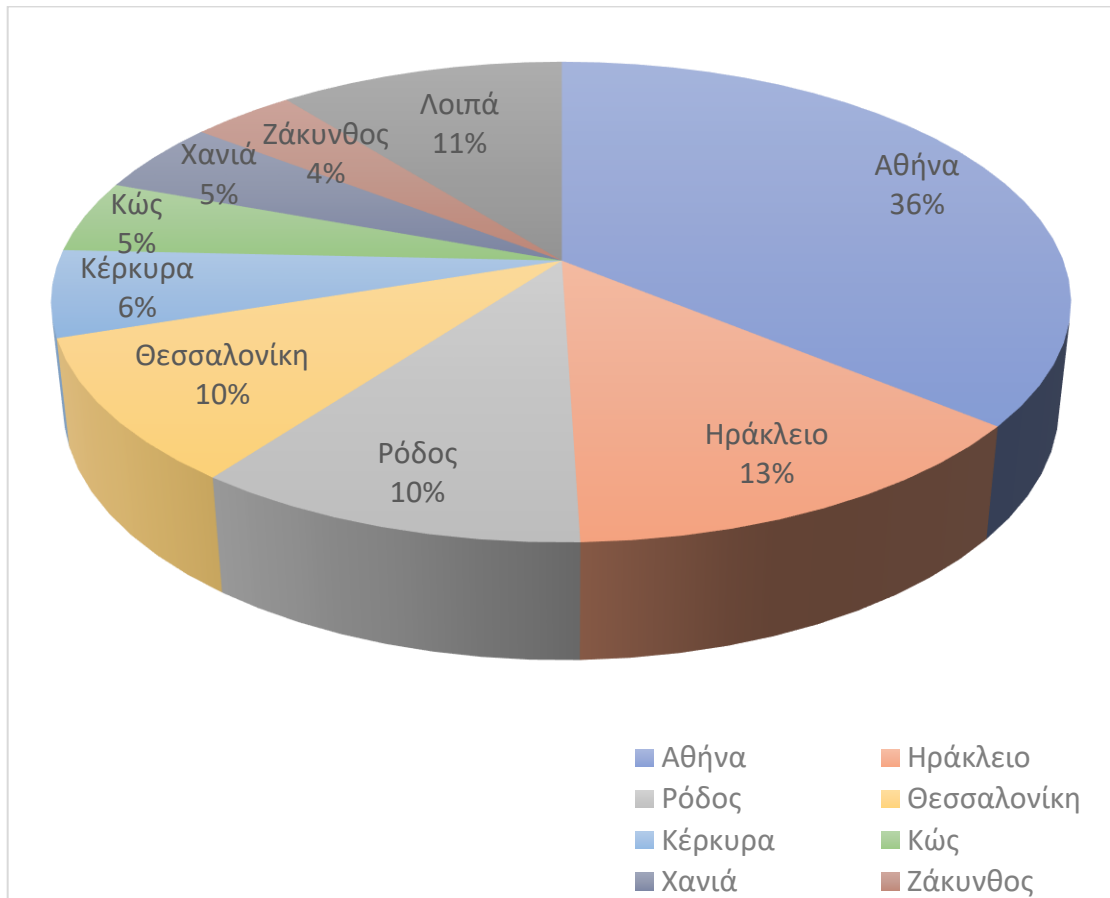
<b>Χανιά</b>	1.179.571	1.156.644	-22.927	<b>-1,9%</b>
<b>Ζάκυνθος</b>	853.302	858.059	4.757	0,6%
<b>Σαντορίνη</b>	523.388	529.658	6.270	1,2%
<b>Μύκονος</b>	437.471	493.209	55.738	12,7%
<b>Κεφαλονιά</b>	328.995	334.336	5.341	1,6%
<b>Άκτιο</b>	282.463	303.641	21.178	7,5%
<b>Σκιάθος</b>	192.860	192.791	-69	<b>-0,0%</b>
<b>Καλαμάτα</b>	125.750	151.807	26.057	20,7%
<b>Σάμος</b>	144.633	147.591	2.958	2,0%
<b>Καβάλα</b>	166.503	128.247	-38.256	<b>-23,0%</b>
<b>Κάρπαθος</b>	90.554	97.805	7.251	8,0%
<b>Άραξος</b>	89.555	83.180	-6.375	<b>-7,1%</b>
<b>Μυτιλήνη</b>	65.814	66.563	749	1,1%
<b>Αγχίαλος</b>	20.736	23.742	3.006	14,5%
<b>Ιωάννινα</b>	9.779	14.699	4.920	50,3%
<b>Λήμνος</b>	8.447	9.587	1.140	13,5%
<b>Σκόρος</b>	1.975	3.075	1.100	55,7%
<b>Χίος</b>	2.449	797	-1.652	<b>-67,5%</b>
<b>Αλεξανδρούπολη</b>	1.156	39	1.117	<b>-96,6%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>23.185.366</b>	<b>23.995.165</b>	<b>809.799</b>	<b>3,5%</b>

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) και Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ)–Επεξεργασία INSETE,

Περιοδική Μελέτη Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: 2018 & 2019 Α Μέρος

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.1: ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ 2019 ΑΠΟ ΔΙΕΘΝΕΙΣ**

**ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ**



Πηγή: ΥΠΑ, ΔΑΑ και Fraport Greece – Επεξεργασία INSETE Intelligence, Περιοδική Μελέτη Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: 2018 & 2019 Α Μέρος

Σύμφωνα με τον παραπάνω Πίνακα, σε σχέση με το 2018 οι Αφίξεις στον Αερολιμένα των Αθηνών αυξήθηκαν κατά 8,5%. Όπως απεικονίζεται στο ανωτέρω Γράφημα, ο Διεθνής Κρατικός Αερολιμένας Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» ανέρχεται στη τέταρτη κατά σειρά θέση, μετά τους Αερολιμένες Αθηνών, Ηρακλείου και Ρόδου, σημειώνοντας συνολικά 2.307.587 αφίξεις αυξημένες κατά 7% σε σχέση με το 2018. Επίσης βάση Μελέτης του ΣΕΤΕ, αναφέρεται ότι οι περισσότερες αφίξεις μπορεί να παρατηρούνται μεταξύ των μηνών Ιούλιο και Αύγουστο όμως δεν υπάρχει ορατή ποσοστιαία διαφορά μεταξύ των υπόλοιπων μηνών του χρόνου, ενώ παράλληλα παρατηρείται σημαντική αύξηση του ποσοστού των αφίξεων στο συγκεκριμένο



Αεροδρόμιο τους μήνες εκτός καλοκαιρινής περιόδου, όπως για παράδειγμα ο μήνας Φεβρουάριος όπου μεταξύ του 2018 και 2019 σημείωσε αύξηση ίση με 45%. Κάτι το οποίο αποτελεί εύλογο συμπέρασμα καθώς η Θεσσαλονίκη είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της χώρας , ενώ ταυτόχρονα θα μπορούσε να συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου του ευρύτερου Νομού της.

Ακόμα, στον Αερολιμένα Καβάλας (ο οποίος εξίσου εξυπηρετεί τουριστικά την περιοχή της Ασπροβάλτας) παρουσιάζεται έντονη εποχικότητα, με τις Διεθνείς Αεροπορικές συνδέσεις να περιορίζονται σε οχτώ μήνες το χρόνο, εκ των οποίων η μεγαλύτερη κίνηση παρουσιάζεται τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο ενώ συνολικά σημειώθηκαν 128.247 αφίξεις το 2019, μειωμένες κατά 23% σε σχέση με το 2018 (ΣΕΤΕ).

Σχετικά με τις Εσωτερικές Αεροπορικές Αφίξεις, αυτές συνολικά υπολογίστηκαν στις 7.644.942 για το 2019, αυξημένες κατά 0,4% σχετικά με το 2018. Συγκεκριμένα, στον Αερολιμένα της Θεσσαλονίκης οι αφίξεις που πραγματοποιήθηκαν μειώθηκαν κατά 66.773χιλ. Επιβάτες το 2019, μειωμένες κατά 6,3% σε σχέση με την περσινή χρονιά, ενώ και σε αυτή την περίπτωση διακρίνεται η εποχικότητα με τις περισσότερες αφίξεις εσωτερικού να πραγματοποιούνται τους μήνες Ιούλιο με Σεπτέμβριο. Ταυτόχρονα, στον Αερολιμένα Καβάλας, οι εσωτερικές πτήσεις, αντιθέτως με τις διεθνείς, πραγματοποιήθηκαν σε όλη τη διάρκεια του χρόνου και με τις περισσότερες αφίξεις να συγκεντρώνονται μεταξύ Ιουλίου και Οκτωβρίου, κάτι το οποίο μπορεί να συμβάλει στην επέκταση της τουριστικής περιόδου με την βοήθεια του εισερχόμενου τουρισμού.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.6: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ</b>				
<b>ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ 2018-2019</b>				
<b>Αεροδρόμιο</b>	<b>Επιβάτες 2018</b>	<b>Επιβάτες 2019</b>	<b>Διαφορά 2018-2019</b>	<b>% Διαφορά 2018-2019</b>
<b>Αθήνα</b>	3.700.918	3.731.246	30.328	0,8%

<b>Ηράκλειο</b>	616.451	600.636	-15.815	<b>-2,6%</b>
<b>Ρόδος</b>	384.223	373.325	-10.898	<b>-2,8%</b>
<b>Θεσσαλονίκη</b>	1.054.326	987.553	-66.773	<b>-6,3%</b>
<b>Κέρκυρα</b>	154.092	155.722	1.630	1,1%
<b>Κως</b>	121.917	128.794	6.877	5,6%
<b>Χανιά</b>	293.763	306.176	12.413	4,2%
<b>Ζάκυνθος</b>	41.800	44.214	2.414	5,8%
<b>Σαντορίνη</b>	545.222	571.969	26.747	4,9%
<b>Πάρος</b>	90.904	101.711	10.807	11,9%
<b>Μύκονος</b>	243.469	251.510	8.041	3,3%
<b>Κεφαλονιά</b>	43.285	45.301	2.016	4,7%
<b>Άκτιο</b>	4.660	5.061	401	8,6%
<b>Σκιάθος</b>	21.263	26.115	4.852	22,8%
<b>Καλαμάτα</b>	10.576	11.268	692	6,5%
<b>Σάμος</b>	72.981	80.465	7.484	10,3%
<b>Καβάλα</b>	33.803	31.222	-2.581	<b>-7,6%</b>
<b>Κάρπαθος</b>	30.014	29.288	-726	<b>-2,4%</b>
<b>Μυτιλήνη</b>	153.279	163.639	10.360	6,8%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>7.616.948</b>	<b>7.644.942</b>	<b>27.994</b>	<b>0,4%</b>

Πηγή: Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) και Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ)–Επεξεργασία INSETE Intelligence, Περιοδική Μελέτη Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις: 2018 & 2019 Ά Μέρος

Όσο αφορά τις Οδικές Αφίξεις (Πίνακας 3.1.7) για το 2019 καταγράφηκαν 11,7εκατ. Παρουσιάζοντας μια σχετική μείωση 0,9% εν συγκρίσει με το 2018 που υπολογίζονταν σε 11,8εκατ. Όπως είναι επακόλουθο, και οι οδικές αφίξεις παρουσιάζουν με τη σειρά τους εποχικότητα, με τις περισσότερες από όλα τα χερσαία σύνορα να παρουσιάζονται μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου. Όπως διακρίνεται και στους παρακάτω Πίνακες, οι περισσότερες

αφίξεις παρουσιάζονται στα χερσαία σύνορα του Προμαχώνα και της Νυμφαίας με 3.605.233 και 1.577.661 αντιστοίχως.

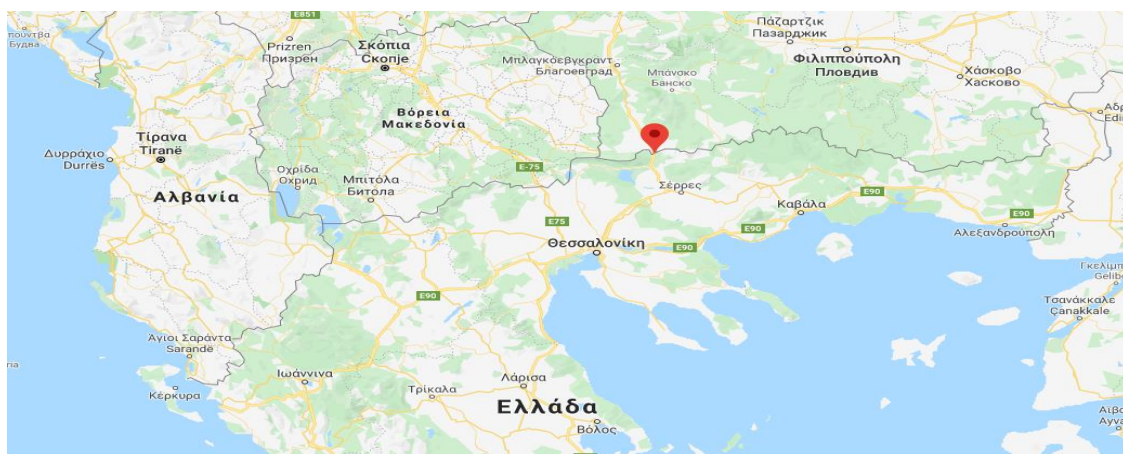
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.7: ΟΛΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ 2018-2019</b>				
<b>Πύλη Εισόδου</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Διαφορά 2018-2019</b>	<b>% Διαφορά 2018-2019</b>
<b>Νυμφαία</b>	1.579.194	1.577.661	-1.533	<b>-0,1%</b>
<b>Νίκη</b>	322.395	373.685	51.290	15,9%
<b>Κρυσταλλοπηγή</b>	795.480	787.032	-8.448	<b>-1,1%</b>
<b>Άγιος Κων/νος</b>	67.591	82.755	15.164	22,4%
<b>Ορμένιο</b>	258.130	253.988	-4.142	<b>-1,6%</b>
<b>Κυπρίνος</b>	74.990	76.137	1.147	1,5%
<b>Καστανιές</b>	214.005	238.162	24.157	11,3%
<b>Κήποι</b>	733.622	783.659	50.037	6,8%
<b>Δοϊράνη</b>	345.262	398.887	53.625	15,5%
<b>Εύζωνοι</b>	2.880.621	2.358.343	-522.278	<b>-18,1%</b>
<b>Κακαβιά</b>	710.409	723.123	12.714	1,8%
<b>Μέρτζανη</b>	26.479	26.597	118	0,4%
<b>Εξοχή</b>	281.319	213.119	-68.200	<b>-24,2%</b>
<b>Προμαχώνας</b>	3.314.599	3.605.233	290.634	8,8%
<b>Σαγιάδα</b>	260.866	256.043	-4.823	<b>-1,8%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>11.864.962</b>	<b>11.754.424</b>	<b>-110.538</b>	<b>-0,9%</b>

Πηγή: Μεθοριακοί Σταθμοί- Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σε αυτό το σημείο άξιο αναφοράς αποτελεί το γεγονός ότι τα χερσαία σύνορα του Προμαχώνα και της Νυμφαίας συνδέουν την Ελλάδα με τις Βαλκανικές χώρες, οι οποίες και αποτελούν από τις σημαντικότερες τουριστικές αγορές της Βορείου Ελλάδος, καθώς τα συγκεκριμένα σύνορα

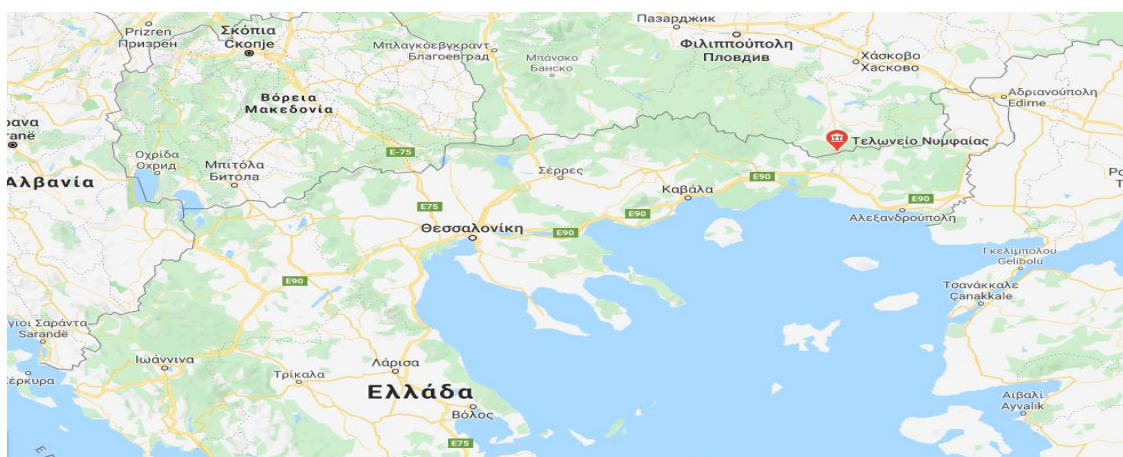
λόγω του ανεπτυγμένου οδικού δικτύου απέχουν λίγα χιλιόμετρα από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς της Βόρειας Ελλάδας, όπως είναι και η περιοχή της εξεταζόμενης επένδυσης. Ενώ σύμφωνα με την Μελέτη του ΣΕΤΕ για τον εισερχόμενο τουρισμό του 2019, διαπιστώνεται πως οι περισσότερες οδικές αφίξεις στη χώρα πραγματοποιήθηκαν από τη χώρα της Βουλγαρίας, οι οποίες άγγιξαν τις 6.072.891, αυξημένες κατά 3,2% σε σχέση με το 2018.

**ΕΙΚΟΝΑ 3.1.1: ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ**



Πηγή: Google Map

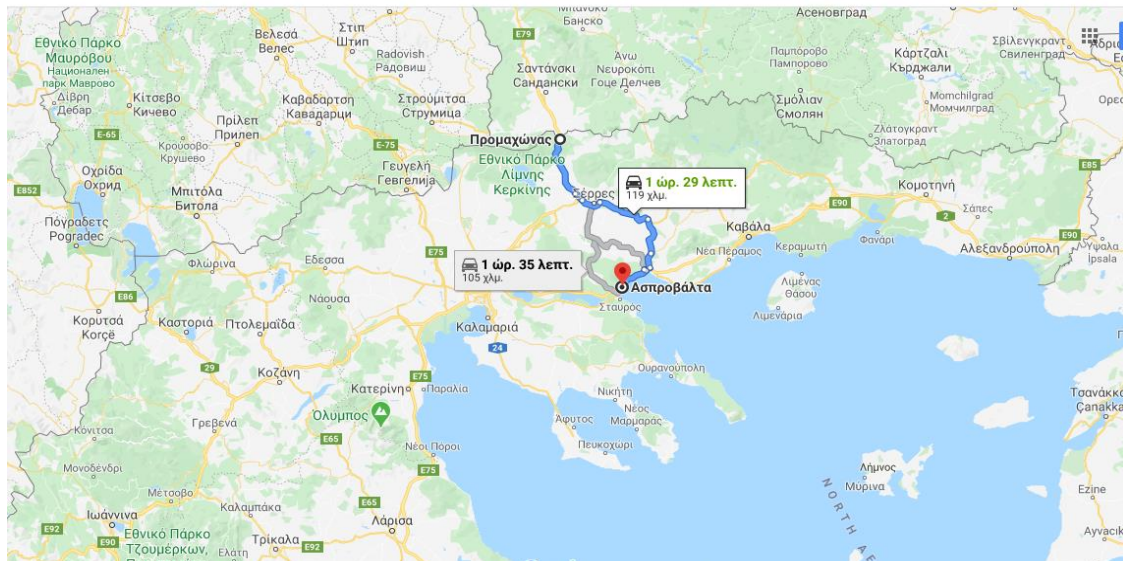
**ΕΙΚΟΝΑ 3.1.2: ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΝΥΜΦΑΙΑΣ**



Πηγή: Google Map

**ΕΙΚΟΝΑ 3.1.3: ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΕΛΩΝΙΑΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ**

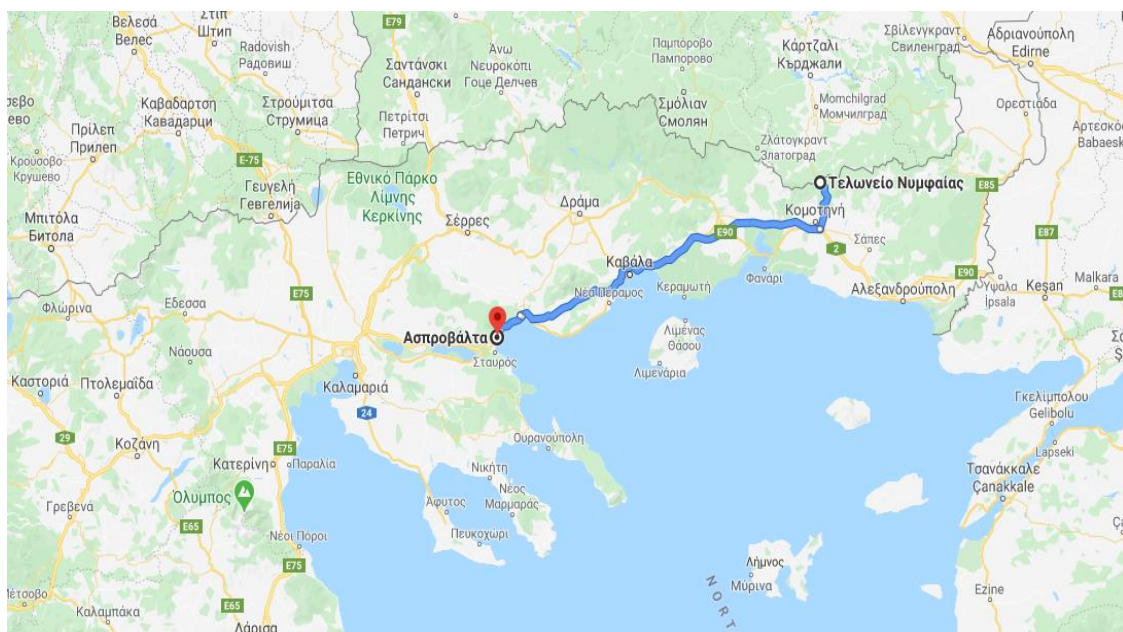
**ΠΡΟΜΑΧΩΝΑ - ΑΠΣΡΟΒΑΛΤΑΣ**



Πηγή: Google Map

**ΕΙΚΟΝΑ 3.1.4: ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΕΛΩΝΙΑΚΟΥ ΣΤΑΘΜΟΥ**

**ΝΥΜΦΑΙΑΣ - ΑΠΣΡΟΒΑΛΤΑΣ**



Πηγή: Google Map

Έτσι, μέσω όλου των παραπάνω δεδομένων επαληθεύεται ότι η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς Τουριστικούς Προορισμούς τόσο στην Ευρώπη όσο και Παγκοσμίως. Κάτι το οποίο δεν είναι τυχαίο καθώς η χώρα διαθέτει πλούσιο ιστορικό παρελθόν, πολλά και σπουδαία Μνημεία και Χώρους Αρχαιολογικού ενδιαφέροντος ευρέως γνωστούς, ήπιο μεσογειακό κλίμα καθώς και τοποθεσίες, τόσο παραθαλάσσιες όσο και ορεινές, καλύπτοντας όλες τις προτιμήσεις των επισκεπτών, έτσι ο συνδυασμός όλων αυτών την καθιστούν ελκυστική.

### 3.2 Εισερχόμενος Τουρισμός

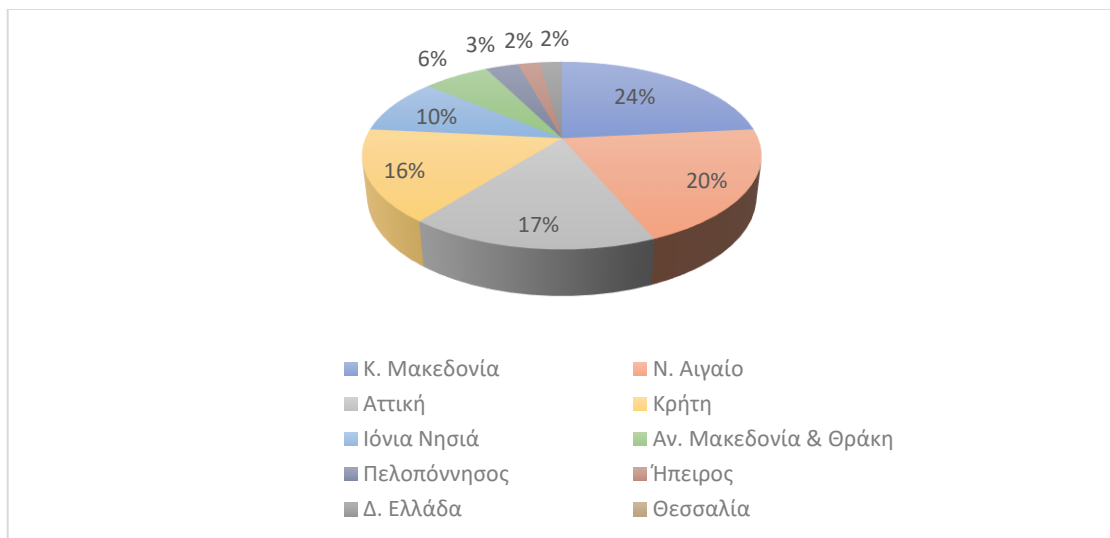
Σχετικά με τις συνολικές επισκέψεις στη χώρα μεταξύ των ετών 2016 και 2018, αυτές παρουσίασαν αύξηση ύψους 23% με την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας (όπως παρουσιάζεται και στον παρακάτω Πίνακα) να ανέρχεται στην πρώτη θέση αναλογικά με τις υπόλοιπες Περιφέρειες.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1: ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2016-2018)</b>				
<b>ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>%Δ</b>
<b>Κ. Μακεδονία</b>	6.395	7.262	7.830	22%
<b>Ν. Αιγαίο</b>	5.227	5.841	6.629	27%
<b>Αττικής</b>	4.543	5.137	5.681	25%
<b>Κρήτη</b>	4.537	4.806	5.228	15%
<b>Ιόνια Νησιά</b>	2.457	2.966	3.162	29%
<b>Αν. Μακεδονία &amp; Θράκη</b>	1.363	1.349	1.930	42%
<b>Πελοπόννησος</b>	843	727	886	5%
<b>Ήπειρος</b>	717	713	823	15%
<b>Δ. Ελλάδα</b>	513	563	699	36%
<b>Θεσσαλία</b>	714	694	675	-6%
<b>Στερεά Ελλάδα</b>	409	376	549	34%

<b>Β. Αιγαίο</b>	328	364	389	19%
<b>Δ. Μακεδονία</b>	330	222	349	6%
<b>Ελλάδα</b>	<b>28.376</b>	<b>31.021</b>	<b>34.831</b>	<b>23%</b>

Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

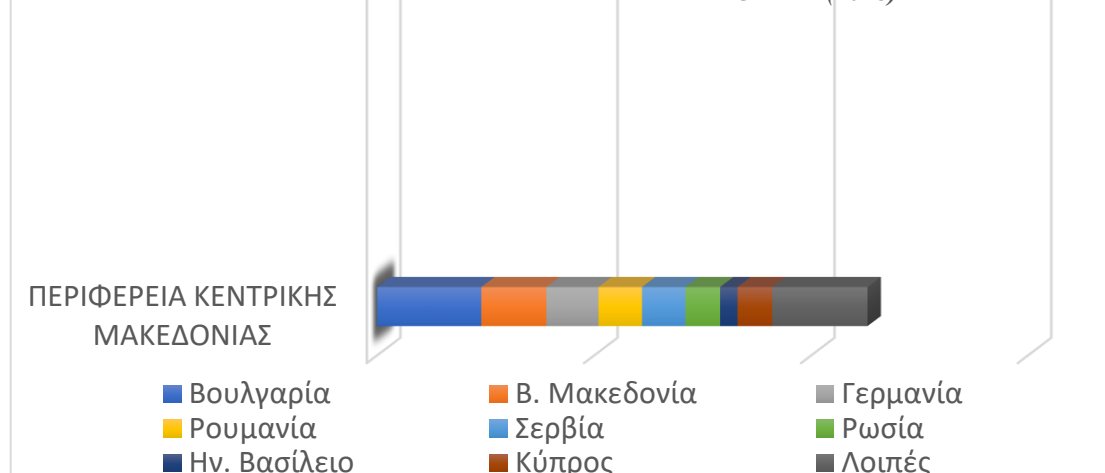
**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.1: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
(2018)**



Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

Σύμφωνα με τις χώρες προέλευσης των επισκεπτών στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας για το 2018, τις βασικότερες αγορές καταλαμβάνουν η Βουλγαρία, η Βόρεια Μακεδονία, η Γερμανία, η Ρουμανία, η Σερβία και η Ρωσία όπως παρουσιάζεται και στο Διάγραμμα Ποσοστιαίας Κατανομής παρακάτω.

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.2.2: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (2018)**



Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

Ταυτόχρονα, η ίδια Περιφέρεια συγκεντρώνει το 20% των διανυκτερεύσεων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα για το 2018., σημειώνοντας αύξηση. Σχετικά με τις χώρες προέλευσης η εικόνα είναι μικτή καθώς αύξηση σημείωσαν όλες οι προαναφερόμενες χώρες, εκτός της Βόρειας Μακεδονίας που κατέγραψε μείωση 29%, από 4,3 εκατ. το 2016 σε 3,9 εκατ. το 2018, της Κύπρου με μείωση 15% και της Ρωσίας με 17%. Αξίζει να σημειωθεί πως εν αντιθέσει με την κατηγορία των επισκέψεων, στην κατηγορία των διανυκτερεύσεων τις πρώτες θέσεις για το 2018 καταλαμβάνουν η Γερμανία, η Σερβία, η Βουλγαρία, η Ρουμανία και η Βόρεια Μακεδονία.

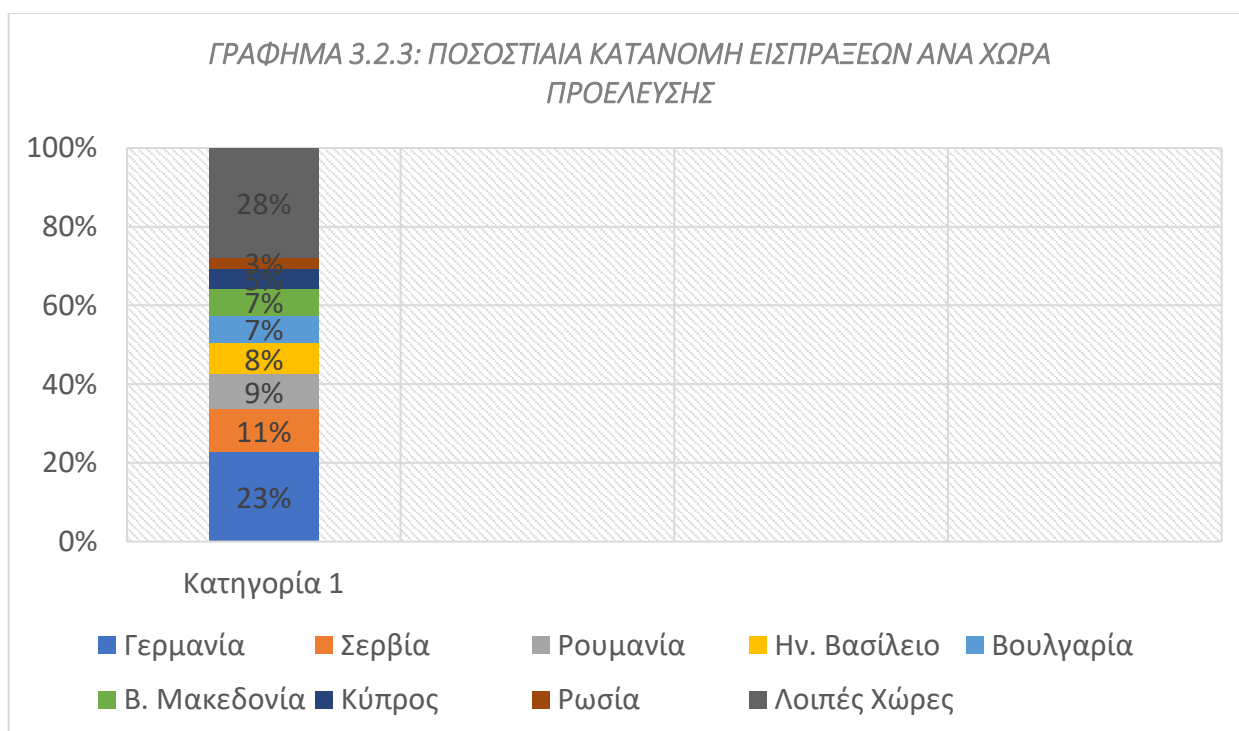
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.2: ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ Κ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΑΝΑ ΑΓΟΡΑ (σε χιλ.) 2018</b>			
<b>ΧΩΡΕΣ</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Γερμανία	8.035	9.689	10.015
Σερβία	4.397	7.430	5.997
Βουλγαρία	4.021	4.209	4.555



Ρουμανία	3.489	3.082	4.514
Β. Μακεδονία	4.349	3.931	3.070
Ηνωμένο Βασίλειο	1.478	1.168	2.704
Κύπρος	2.203	1.191	1.868
Ρωσία	1.342	853	1.117
Λοιπές	7.014	9.231	10.851
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>36.330</b>	<b>40.782</b>	<b>44.690</b>

Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

Παράλληλα, οι εισπράξεις για το 2018 της εξεταζόμενης Περιφέρειας καταλαμβάνουν το 15% του συνόλου της χώρας, με τις υψηλότερες εισπράξεις να προέρχονται από τη χώρα της Γερμανίας, η οποία συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μερίδιο ενώ ακολουθούν κατά σειρά η Σερβία, η Ρουμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Βουλγαρία.



Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

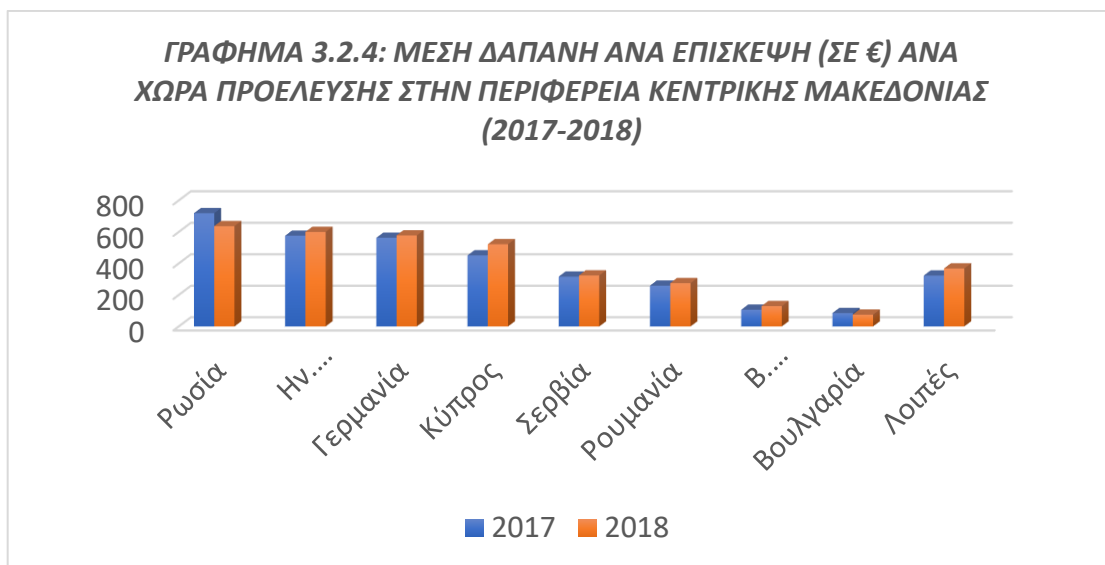
Στο σημείο αυτό θα αναλυθούν μερικοί βασικοί δείκτες του εισερχόμενου τουρισμού για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, όπως η Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη, η Μέση Ημερήσια Δαπάνη καθώς και η Μέση Διάρκεια Παραμονής πάντα εξεταζόμενες ανά χώρα προέλευσης. Αρχικά, η Μέση Διάρκεια Παραμονής των επισκεπτών της εξεταζόμενης Περιφέρειας βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες Περιφέρειες. Ταυτόχρονα, τα επίπεδα της Μέσης Διάρκειας Παραμονής στην Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας ανά χώρα προέλευσης αυξήθηκαν σε μικρό ποσοστό ύψους 0,1% ανάμεσα στα έτη 2016-2018. Όπως παρουσιάζεται και στον παρακάτω Πίνακα, οι χώρες της Γερμανίας, της Κύπρου, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ρουμανίας και της Βουλγαρίας παρουσίασαν μείωση μεταξύ της εξεταζόμενης περιόδου σε αντίθεση με τη Ρωσία που παρουσίασε αύξηση 23%. Όμως αξίζει να σημειωθεί πως παρά τις μειώσεις που εμφάνισαν οι χώρες Γερμανία, Κύπρος και Ηνωμένο Βασίλειο, παραμένουν στις πρώτες θέσεις στη Διάρκεια Παραμονής της Περιφέρειας συγκριτικά με τις υπόλοιπες αγορές.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3: ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ (σε ημέρες) ΑΝΑ ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ 2016-2018</b>				
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>%Δ 2016-2018</b>
Ρωσία	10	8,6	12,3	23%
Γερμανία	14	12,3	11,1	-21%
Κύπρος	10,7	10,2	9,2	-13%
Ην. Βασίλειο	9,2	7,7	8,9	-3%
Σερβία	7,3	8,4	7,8	8%
Ρουμανία	6,7	5,7	5,9	-12%
Β. Μακεδονία	2,6	2,6	2,7	1%
Βουλγαρία	2,8	2,5	2,4	-14%

Λοιπές Χώρες	6,4	6,3	6,3	-3%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	5,7	5,6	5,7	0,1%

Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

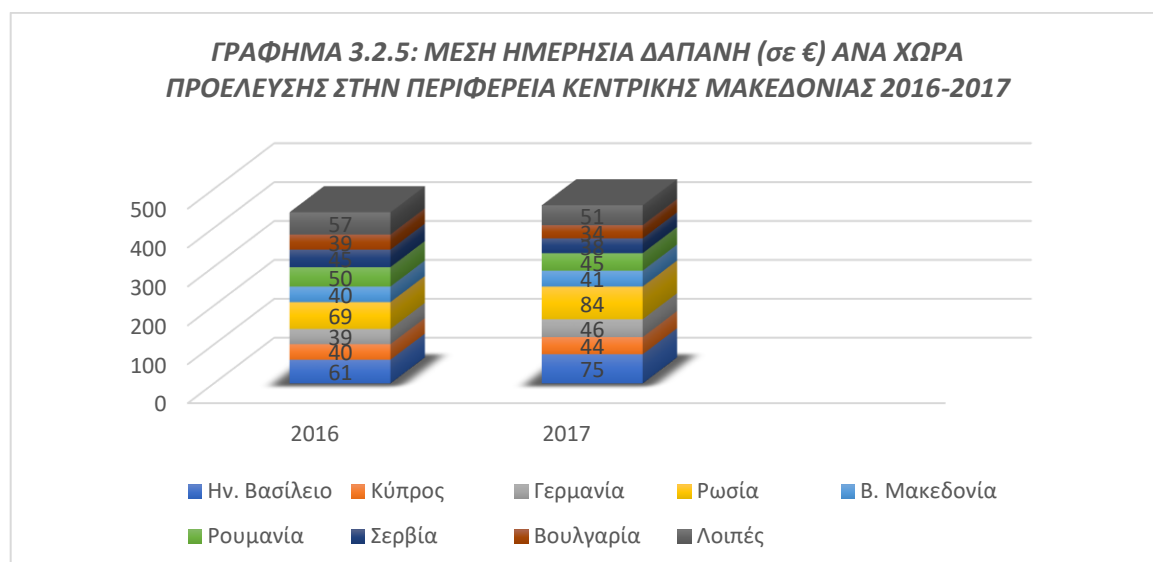
Επίσης, η Μέση Δαπάνη ανά Επίσκεψη για την Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας βρίσκεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα και υστερεί έως και 35% συγκριτικά με τις υπόλοιπες Περιφέρειες της χώρας. Πιο συγκεκριμένα, προέκυψε ότι όλες οι αγορές της Περιφέρειας παρουσίασαν μικρή αύξηση εκτός της Ρωσίας και της Βουλγαρίας. Αξίζει όμως να τονισθεί ότι στην περίπτωση της Βουλγαρίας, η χαμηλή Δαπάνη ανά Επίσκεψη οφείλεται στην χαμηλή Διάρκεια Παραμονής της επίσκεψης τους όπως αυτό αποδεικνύεται και παραπάνω.



Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

Τέλος, όσον αφορά τη Μέση Δαπάνη ανά Ημέρα στην εξεταζόμενη Περιφέρεια παρουσιάστηκε αύξηση 10% μεταξύ 2016 και 2017. Συγκριτικά με τις Περιφέρειες της υπόλοιπης Ελλάδας η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας υστερεί ως επακόλουθο και στο κομμάτι της Δαπάνης ανά Ημέρα. Όπως παρουσιάζεται και στο παρακάτω Διάγραμμα οι

αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ρωσίας και των Λοιπών χωρών καταγράφουν υψηλότερη Μέση Ημερήσια Δαπάνη και για τα δύο έτη, της Γερμανίας μόνο για τα έτη 2017 και της Ρουμανίας μόνο για το 2016. Αντιθέτως, οι αγορές της Βόρειας Μακεδονίας, της Σερβίας και της Βουλγαρίας κατέγραψαν μείωση στη Μέση Ημερήσια Δαπάνη, συγκριτικά με το Μέσο Όρο της Περιφέρειας.



Πηγή: ΤτΕ – Επεξεργασία INSETE, Περιοδική Μελέτη «Ανάλυση Στοιχείων Εισερχόμενου Τουρισμού ανά Περιφέρεια και Αγορά 2018»

### 3.3 Ξενοδοχειακό Δυναμικό

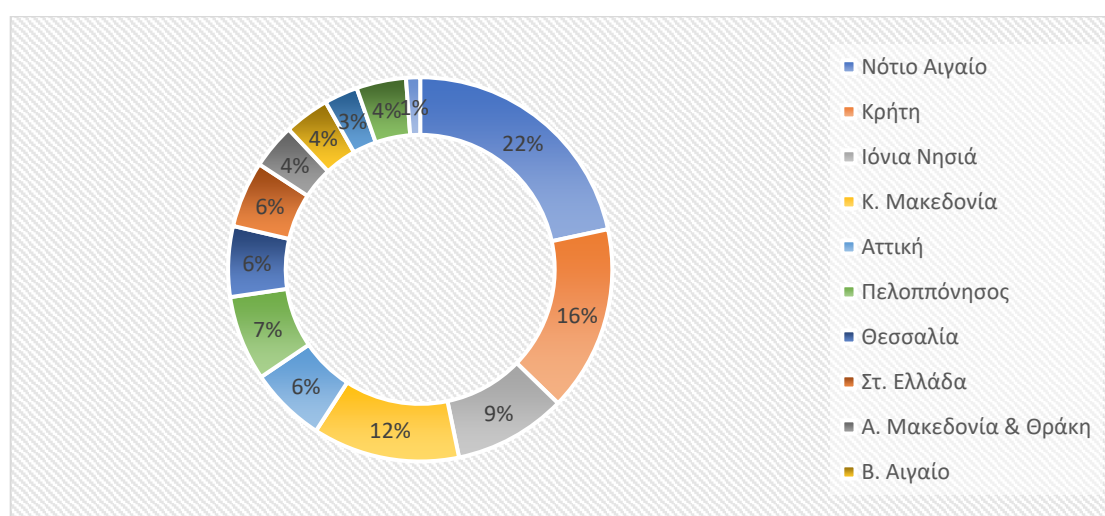
Το Ξενοδοχειακό Δυναμικό της χώρας για το 2018 ανήλθε συνολικά στις 11.246 Ξενοδοχειακές Μονάδες, οι περισσότερες εκ των οποίων συγκεντρώνονται στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (2.434 Μονάδες), Κρήτης (1.757 Μονάδες) και Κεντρικής Μακεδονίας (1.391 Μονάδες). Όσο αφορά τα Δωμάτια, αυτά συνολικά ανήλθαν στα 425.815 με την πλειοψηφία αυτών να συγκεντρώνεται στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (108.071 Δωμάτια), Κρήτης (87.227 Δωμάτια) και Ιόνιων Νήσων (50.187 Δωμάτια). Τέλος, το διαθέσιμο δυναμικό των Κλινών για το 2018 υπολογίσθηκε στις 869.762, με την πλειοψηφία αυτών να παρουσιάζεται στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (220.488 Κλίνες), Κρήτης (184.843 Κλίνες) και Ιόνιων Νήσων (102.614 Κλίνες).

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (2018)**

Περιφέρεια		5*	4*	3*	2*	1*	Σύνολο
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	175	406	560	1.005	288	2.434
	Δωμάτια	23.502	33.531	21.285	25.382	4.371	108.071
	Κλίνες	50.092	67.537	43.268	50.918	8.673	220.488
Κρήτη	Μονάδες	107	286	421	717	226	1.757
	Δωμάτια	18.685	26.701	16.713	19.882	5.246	87.227
	Κλίνες	40.033	54.775	35.375	43.548	11.112	184.843
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	31	141	246	559	90	1.067
	Δωμάτια	4.749	13.230	14.346	16.182	1.680	50.187
	Κλίνες	9.917	26.961	28.790	33.468	3.478	102.614
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	49	121	293	461	467	1.391
	Δωμάτια	8.385	8.661	10.636	10.856	8.942	47.480
	Κλίνες	18.222	17.554	21.836	21.761	18.478	97.851
Αττική	Μονάδες	34	118	146	295	128	721
	Δωμάτια	6.435	9.132	6.969	9.065	2.519	34.120
	Κλίνες	12.191	17.221	13.028	16.761	4.766	63.967
Πελοπόννησος	Μονάδες	22	135	242	313	93	805
	Δωμάτια	2.919	4.047	6.675	6.126	1.098	20.865
	Κλίνες	6.388	8.442	13.878	11.927	2.139	42.774
Θεσσαλία	Μονάδες	27	129	148	266	98	668
	Δωμάτια	1.200	3.192	3.884	5.351	1.636	15.263
	Κλίνες	2.587	6.610	7.804	10.791	3.277	31.069
Στερεά Ελλάδα	Μονάδες	12	46	154	319	96	627
	Δωμάτια	766	3.009	4.091	7.098	1.696	16.660
	Κλίνες	1.752	6.103	8.064	13.502	3.269	32.690
Αν. Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	12	35	106	187	86	426
	Δωμάτια	1.049	1.929	3.211	3.918	1.492	11.599
	Κλίνες	2.134	3.967	6.572	7.791	2.827	23.291
Βόρειο Αιγαίο	Μονάδες	6	40	136	188	59	429
	Δωμάτια	782	1.575	4.191	4.145	844	11.537
	Κλίνες	1.655	3.209	8.451	8.406	1.660	23.381
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	5	41	106	138	28	318
	Δωμάτια	2.070	2.498	2.989	2.920	313	10.790
	Κλίνες	4.606	4.875	5.932	5.562	607	21.582
Ήπειρος	Μονάδες	13	97	168	160	32	470
	Δωμάτια	1.042	1.720	2.983	2.730	520	8.995
	Κλίνες	2.191	3.894	6.198	5.416	1.007	18.706
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	3	17	67	38	8	133
	Δωμάτια	61	383	1.733	675	169	3.021
	Κλίνες	137	834	3.666	1.409	460	6.506
Σύνολο	Μονάδες	496	1.612	2.793	4.646	1.699	11.246
	Δωμάτια	71.645	109.608	99.786	114.330	30.526	425.815
	Κλίνες	151.905	221.982	202.862	231.260	61.753	869.762

Πηγή: ΞΕΕ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

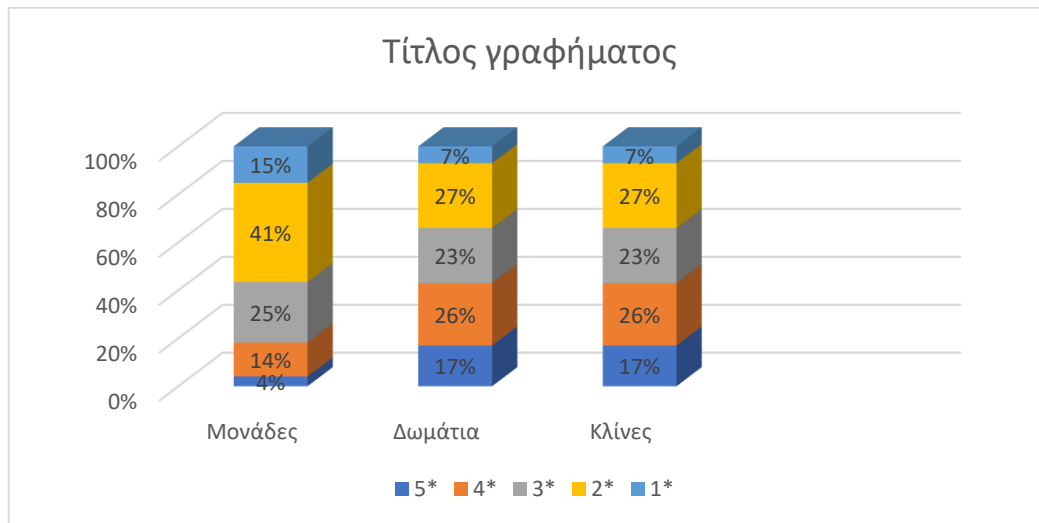
**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.1: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)**



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018

### ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.2: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ

#### ΜΟΝΑΔΩΝ- ΔΩΜΑΤΙΩΝ- ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΣΤΕΡΙΩΝ (2018)



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018

Ακόμα, αξίζει να σημειωθεί ότι τα Ξενοδοχεία 4\* αντιπροσωπεύουν λίγες Μονάδες της χώρας σχετικά με το βαθμό δωματίων και κλινών που διαθέτουν. Εξίσου, τα Ξενοδοχεία 5\* ενώ συγκεντρώνουν μόνο το 4% του συνόλου της χώρας, ταυτόχρονα διαθέτουν το 17% του συνόλου σε δωμάτια και κλίνες.

Παράλληλα, σχετικά με το Δυναμικό των Ενοικιαζόμενων Δωματίων του συνόλου της χώρας, για το 2018 αυτό ανήλθε στις 28.074 Μονάδες, εκ των οποίων οι περισσότερες με διαφορά συγκεντρώθηκαν στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (7.333 Μονάδες), Ιόνιων Νήσων (4.277 Μονάδες) και Κεντρικής Μακεδονίας (4.068 Μονάδες). Όσο αφορά τα δωμάτια, αυτά άγγιξαν τα 118.853 και το μεγαλύτερο ποσοστό τους εμφανίζεται στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (51.046 Δωμάτια), Κεντρικής Μακεδονίας (29.087 Δωμάτια) και Ιόνιων Νήσων (25.954 Δωμάτια). Τέλος, ανήλθαν 438.936 κλίνες, από τις οποίες οι περισσότερες συγκεντρώθηκαν στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου (116.548 Κλίνες), Κεντρικής Μακεδονίας (68.339 Κλίνες) και Ιόνιων Νήσων (62.464 Κλίνες).

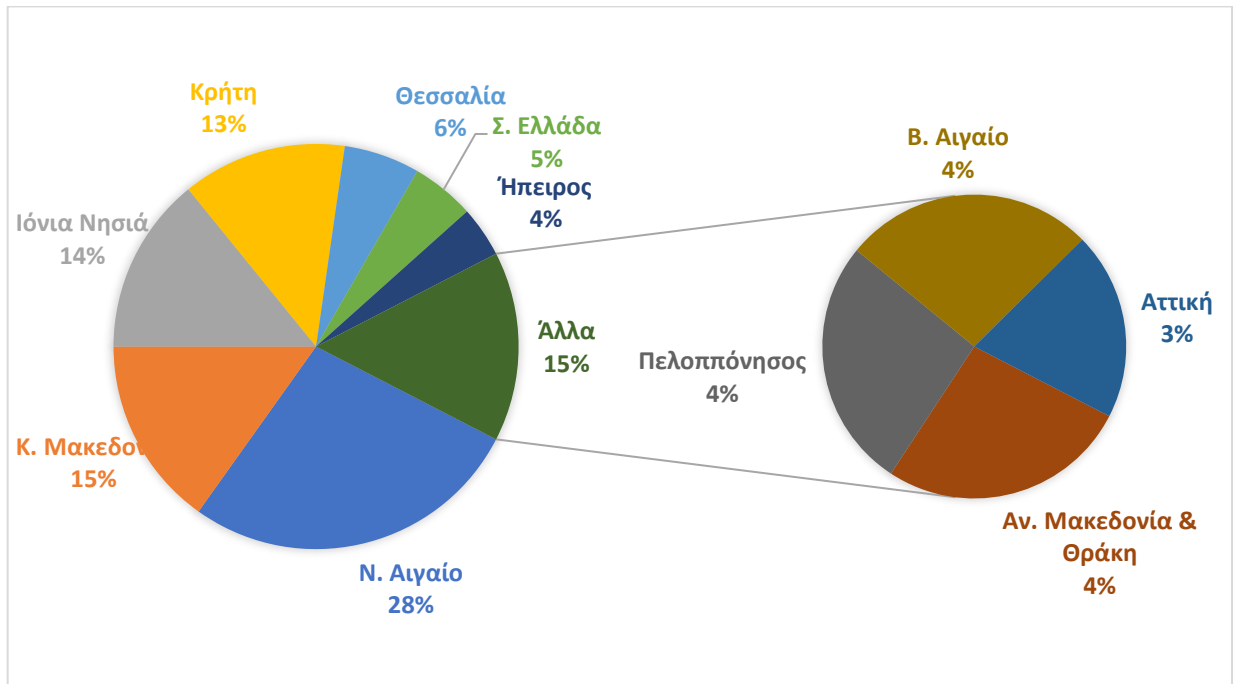
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2: ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (2018)

Περιφέρεια		4Κ	3Κ	2Κ	1Κ	Σύνολο
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	585	2.067	3.524	1.157	7.333
	Δωμάτια	4.591	15.959	23.649	6.847	51.046
	Κλίνες	11.132	37.025	53.270	15.121	116.548
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	103	978	1.859	1.128	4.068
	Δωμάτια	869	7.697	13.272	7.249	29.087
	Κλίνες	2.144	17.229	31.759	17.207	68.339
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	157	814	2.080	1.226	4.277
	Δωμάτια	1.320	5.781	12.506	6.347	25.954
	Κλίνες	3.296	14.439	29.626	15.103	62.464
Κρήτη	Μονάδες	144	1.208	1.532	525	3.409
	Δωμάτια	1.254	9.374	10.548	3.131	24.307
	Κλίνες	3.025	22.344	23.903	7.015	56.287
Θεσσαλία	Μονάδες	56	390	954	361	1.761
	Δωμάτια	465	2.364	6.320	2.257	11.406
	Κλίνες	1.253	5.836	14.433	4.971	26.493
Στερεά Ελλάδα	Μονάδες	49	450	535	241	1.275
	Δωμάτια	346	3.587	3.516	1.291	8.740
	Κλίνες	826	7.842	7.665	2.730	19.063
Ήπειρος	Μονάδες	133	480	523	193	1.329
	Δωμάτια	1.200	2.880	2.917	998	7.995
	Κλίνες	2.952	7.238	6.766	2.208	19.164
Πελοπόννησος	Μονάδες	66	417	626	199	1.308
	Δωμάτια	508	2.850	3.586	953	7.897
	Κλίνες	1.336	6.962	8.683	2.313	19.294
Αν. Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	25	212	678	242	1.157
	Δωμάτια	240	1.553	4.234	1.324	7.351
	Κλίνες	549	3.948	9.876	2.851	17.224
Βόρειο Αιγαίο	Μονάδες	12	162	693	131	998
	Δωμάτια	70	1.219	4.655	735	6.679
	Κλίνες	199	2.962	10.364	1.559	15.084
Αττική	Μονάδες	124	133	339	183	779
	Δωμάτια	1.211	1.233	2.445	1.029	5.918
	Κλίνες	2.863	2.786	5.369	2.280	13.298
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	21	102	106	45	274
	Δωμάτια	141	731	644	232	1.748
	Κλίνες	345	1.674	1.503	543	4.065
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	21	41	41	3	106
	Δωμάτια	138	295	278	14	725
	Κλίνες	292	647	641	33	1.613
Σύνολο	Μονάδες	1.496	7.454	13.490	5.634	28.074
	Δωμάτια	12.353	55.523	88.570	32.407	188.853
	Κλίνες	30.212	130.932	203.858	73.934	438.936

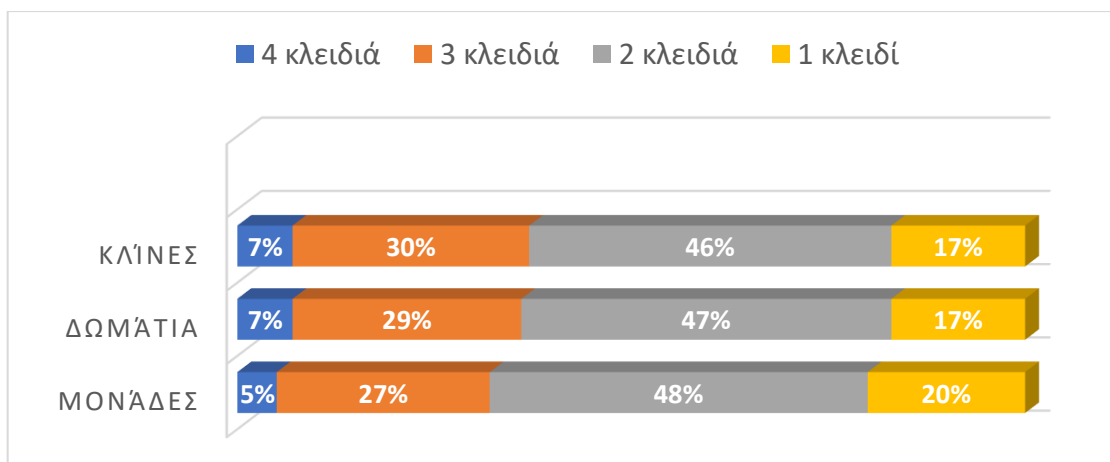
Πηγή: ΞΕΕ – Επεξεργασία INSETE Intelligence

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.3: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ (2018)**



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.4: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΜΟΝΑΔΩΝ- ΔΩΜΑΤΙΩΝ – ΚΛΙΝΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΚΛΕΙΔΙΩΝ (2018)**

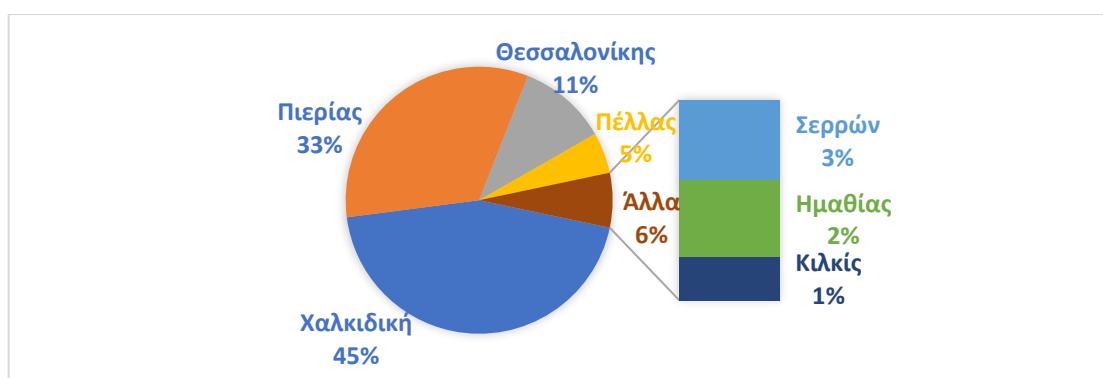


Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018



Σχετικά με την Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας στην οποία βρίσκεται η εξεταζόμενη Μονάδα, αυτή συγκεντρώνει το 12% των Ξενοδοχειακών Μονάδων του συνόλου της χώρας για το 2018 και 11% έκαστος στις Κλίνες και τα Δωμάτια. Επιπλέον, η Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης στην οποία κατατάσσεται η εν λόγω Ξενοδοχειακή Μονάδα, αντιπροσωπεύει μόλις 11% του συνόλου της Δυναμικότητας σε Ξενοδοχειακές Μονάδες, ποσοστό πολύ μικρότερο από αυτό της Περιφερειακής Ενότητας Χαλκιδικής και Πιερίας, με ποσοστά 45% και 33% αντίστοιχα.

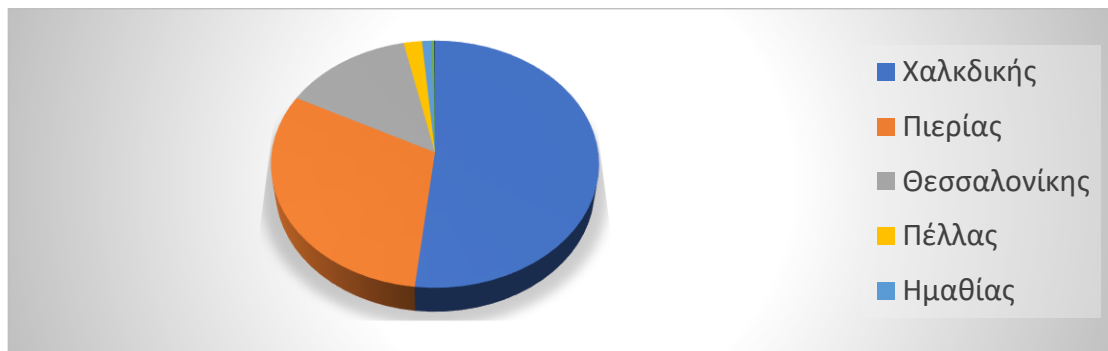
**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.5: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΣΕ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ (2018)**



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018

Παράλληλα, στο κλάδο των Ενοικιαζόμενων Δωματίων η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας καταλαμβάνει το 14% των Μονάδων του συνόλου της χώρας, το 15% των Δωματίων και το 16% των Κλινών. Αναλυτικότερα, η Περιφερειακή Ενότητα της Θεσσαλονίκης στην οποία κατατάσσεται η εξεταζόμενη Μονάδα, αντιπροσωπεύει το 14% του συνόλου της Περιφέρειας με 522 Μονάδες, 4.137 Δωμάτια και 9.807 Κλίνες.

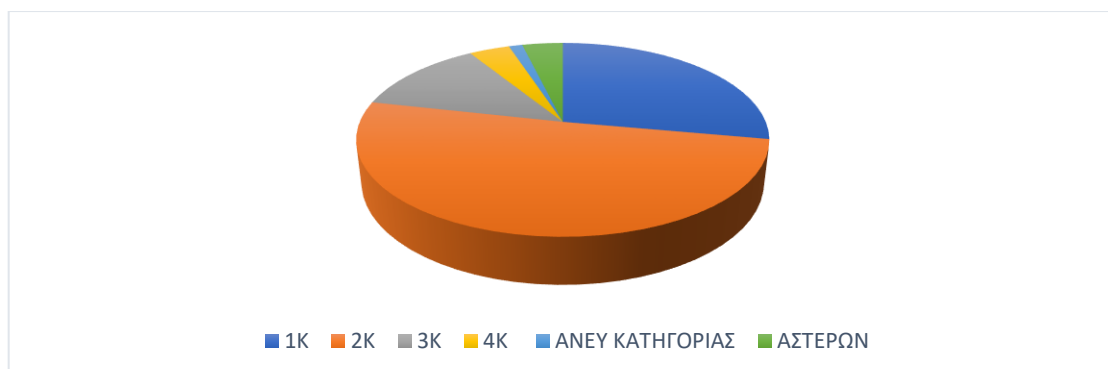
**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.6: ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΩΝ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΣΕ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ (2018)**



Πηγή: ΞΕΕ, Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας 2018

Έτσι, καταλήγουμε στο γεγονός ότι η κατασκευή μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας Boutique Hotel κατηγορίας 3\* στην περιοχή της Ασπροβάλλτας θα αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα καθώς σχετικά με τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν από Αρμόδιους Φορείς, συμπεραίνεται ότι τα Καταλύματα που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην περιοχή είναι κυρίως τύπου «Ενοικιαζόμενων Επιπλωμένων Δωματίων-Διαμερισμάτων». Ταυτόχρονα, όπως αποδεικνύεται στον ακόλουθο Πίνακα, η πλειοψηφία αυτών είναι Κατηγορίας 2 Κλειδιών.

**ΓΡΑΦΗΜΑ 3.3.7: ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΑΣΠΡΟΒΑΛΤΑΣ**



Πηγή: Σύλλογος Ενοικιαζόμενων Δωματίων Ασπροβάλλτας – Βρασών

Επιπλέον, ο Μέσος Όρος δυναμικότητας των δωματίων είναι περίπου 7 και 18,4 ο Μέσος Όρος κλινών αντίστοιχα. Τέλος, ο αριθμός των Τουριστικών Καταλυμάτων Κατηγορίας Αστέρων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή είναι αρκετά μικρός.

### 3.4 Κατηγοριοποίηση Boutique Hotel

Σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, τα Ξενοδοχεία κατηγορίας Boutique Hotel περιλαμβάνουν Ξενοδοχειακές Μονάδες με δυναμικότητα μέγιστη των εξήντα δωματίων και κατηγορίας 3\* και άνω, το οποίο θα διαθέτει μοναδικά χαρακτηριστικά προσφέροντας σε κάθε πελάτη εξατομικευμένες υπηρεσίες και ειδικά προσαρμοσμένες στις ανάγκες του καθώς θα του παρέχει μοναδικές εμπειρίες διαμονής. Πιο συγκεκριμένα, αυτής της κατηγορίας Ξενοδοχεία πρέπει να έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- ΟΡΑΜΑ: να ακολουθούν ένα concept το οποίο θα ορίζει την προσωπικότητα του Καταλύματος και θα κάνει εμφανής την ποιότητα των παροχών (π.χ. εστίαση, δωμάτια, κτλ.)
- ΠΑΡΟΧΕΣ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: να προσφέρει βασικές παροχές αλλά με ιδιαίτερο ποιοτικό τρόπο που θα συνεπάρει τον επισκέπτη
- ΜΙΚΡΟ ΜΕΓΕΘΟΣ: να αποτελείται από μικρή δυναμικότητα δωματίων (έως 60), ώστε ο επισκέπτης να απολαύσει μια ήρεμη και ποιοτική φιλοξενία.

Τα ξενοδοχεία boutique είναι ακόμα κάτι νέο και για αυτό δεν έχει αναπτυχθεί κατάλληλη πιστοποίηση στην Ελλάδα. Προς το παρόν, ακολουθούν τους κανονισμούς και τα σήματα λειτουργίας των κύριων ξενοδοχείων της κατηγορίας των αστέρων.

### 3.5 Pest Analysis

Σε αυτό το σημείο θα αναλυθεί το μάκρο-περιβάλλον της Ξενοδοχειακής Επιχείρησης μέσω της ανάλυσης PEST. Με λίγα λόγια, θα εξετασθεί το περιβάλλον της επιχείρησης, το οποίο περιλαμβάνει όλες τις περιβαλλοντικές δυνάμεις που επηρεάζουν κάθε επιχείρηση στην οικονομία. Συγκεκριμένα, αυτές οι δυνάμεις αποτελούνται από τους πολιτικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και τεχνολογικούς παράγοντες.

#### 1. Πολιτικό περιβάλλον

- Το πολιτικό περιβάλλον της χώρας τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει σταθερότητα και το τουριστικό της περιβάλλον παραμένει ασφαλές με θετικό κλίμα.
- Έχει τεθεί υψηλή φορολογία στους κλάδους διαμονής και εστίασης.
- Στην Ελλάδα υπάρχει υψηλό κόστος πιστοποίησης για τα Ξενοδοχεία κατηγορίας 3\*.

#### 2. Οικονομικό Περιβάλλον

- Η Παγκόσμια Οικονομική κρίση επηρεάζει αρνητικά την τουριστική ζήτηση.
- Η οικονομία της χώρας δείχνει σημάδια ανάκαμψης.
- Παρουσιάζονται υψηλά ποσοστά ανεργίας στη χώρα, όμως στον τουριστικό κλάδο τα ποσοστά ανεργίας ολοένα και μειώνονται.
- Η δανειοδότηση αποτελεί δύσκολο κομμάτι λόγω της οικονομικής κρίσης, κάτι το οποίο επηρεάζει την εμφάνιση νέων και πιο καινοτόμων τουριστικών επιχειρήσεων.
- Υπάρχει περιορισμός των κρατικών κονδυλίων και προγραμμάτων χρηματοδότησης για την πραγματοποίηση έργων.

### 3. Κοινωνικό Περιβάλλον

- Λόγω της Παγκόσμιας οικονομικής κρίσης οι καταναλωτές θα μειώσουν τη μέση διάρκεια των διακοπών τους, εναλλακτικά θα προτιμήσουν φθηνότερα ή κατώτερης ποιότητας Ξενοδοχειακά Καταλύματα.
- Με την παροχή επιδομάτων κοινωνικού τουρισμού οι καταναλωτές θα μπορούν να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους και έτσι θα σημειωθεί αύξηση στον εσωτερικό τουρισμό της χώρας.
- Παρουσιάζονται νέα είδη τουρισμού και διακοπών καθώς οι άνθρωποι πλέον είναι ανοιχτοί σε νέες προκλήσεις. Επίσης, αυτό βοηθά και στην προώθηση και ανάπτυξη μη τουριστικών περιοχών της χώρας.
- Απειλή της ασφαλούς τουριστικής εικόνας λόγω του μεγάλου μεταναστευτικού ρεύματος.

### 4. Τεχνολογικό Περιβάλλον: Ο τουρισμός επηρεάζεται άμεσα από τις τεχνολογικές εξελίξεις.

- Αξιοποίηση των μέσων για προβολή.
- Δημιουργία ευκόλως προσβάσιμων καναλιών διανομής (π.χ. applications) για Ξενοδοχειακές Μονάδες ή Τουριστικά Πρακτορεία ώστε οι καταναλωτές να επιλέξουν αυτό που θέλουν για τις διακοπές τους.
- Πρόσβαση στην πληροφόρηση και αγορά ή ενοικίαση προϊόντων online.
- Εξειδίκευση προσωπικού
- Βελτίωση της παραγωγικότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις μέσω του αυτοματισμού.
- Βελτίωση των μεταφορικών μέσων.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν από τις σημαντικότερες τεχνολογικές εξελίξεις και προσδίδουν υψηλή ποιότητα στις υπηρεσίες, ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζεται αύξηση του αριθμού των καταναλωτών λόγω της διαδεδομένης χρήσης του Διαδικτύου.

### 3.6 Porter Analysis

Το Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter αποτελεί ένα εργαλείο ανάλυσης που εστιάζει σε πέντε ανταγωνιστικές δυνάμεις ενός κλάδου. Με αυτόν τον τρόπο επιτρέπει να αναλυθεί η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησής στον τομέα που ανήκει. Οι δυνάμεις αυτές είναι:

- 1) Ο ανταγωνισμός μεταξύ των υπαρχουσών επιχειρήσεων.
- 2) Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών (πελατών).
- 3) Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών.
- 4) Ο κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών.
- 5) Ο κίνδυνος από υποκατάστατα προϊόντα.

Ξεκινώντας τη μελέτη του κλάδου, ο βασικότερος ανταγωνιστής αποτελούν τα Κύρια Ξενοδοχεία 3\* και 4\*, δηλαδή επιχειρήσεις που έχουν παρόμοια δραστηριότητα αλλά διαφέρουν ως προς τα επιμέρους χαρακτηριστικά τους.

Ανάλυση Υποδείγματος:

- 1) **Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων:** Οι νέες επιχειρήσεις που εισέρχονται σε έναν κλάδο αποτελούν απειλή για τους ήδη ανταγωνιστές του κλάδου, καθώς θέλουν να κερδίσουν μερίδιο σε αυτόν. Η απειλή αυτή εξαρτάται κυρίως από τους φραγμούς εισόδου, δηλαδή κατά πόσο οι οικονομικές δυνάμεις των επιχειρήσεων του κλάδου μπορούν να εμποδίσουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων. Οι φραγμοί αυτοί είναι:

- *Οικονομίες Κλίμακας:* όσο αυξάνεται η παραγόμενη ποσότητα ενός προϊόντος, τόσο το κόστος της κάθε παραγόμενης ποσότητας θα μειώνεται. Για Ξενοδοχειακές Μονάδες 3\* απαιτούνται σταθερά κόστη τα οποία είναι υψηλά όπως τα κόστη λειτουργίας. Έτσι, για μια νέο-εισερχόμενη επιχείρηση το υψηλό κόστος αυτών θα αποτελέσει ανασταλτικός παράγοντας καθώς θα παρουσιάσουν μειονεκτήματα κόστους σε σχέση με τις υπάρχουσες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ήδη στον κλάδο.
- *Απαιτήσεις Κεφαλαίων Εισόδου:* οι απαιτήσεις σε κεφάλαια αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους φραγμούς για την είσοδο μιας νέας επιχείρησης στον κλάδο. Το ίδιο ισχύει και στον υπό μελέτη κλάδο, στον οποίο τα απαιτούμενα κεφάλαια είναι σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας.
- *Διαφοροποίηση Προϊόντων:* το κριτήριο αυτό αναφέρεται στις πραγματικές διαφορές που κάνουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μοναδική στους καταναλωτές και που αυτή η διαφορετικότητα είναι το εργαλείο μέσω του οποίου οι επιχειρήσεις δεσμεύουν την πίστη των καταναλωτών τους. Με αυτό τον τρόπο, δημιουργούνται υψηλοί φραγμοί εισόδου καθώς το κόστος υπερκίνησης των προτιμήσεων των υπαρχόντων αγοραστών βρίσκεται σε αρκετά υψηλά επίπεδα για τους νέο-εισερχόμενους. Έτσι, στον εξεταζόμενο κλάδο δεν παρατηρείται ιδιαίτερη διαφοροποίηση μεταξύ των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων αυτού, όμως οι επιχειρήσεις έχουν ως στόχο την προσφορά υπηρεσιών υψηλής ποιότητας με απώτερο σκοπό να αποκτήσουν την πίστη των πελατών τους. Συμπεραίνεται λοιπόν πως η είσοδος μιας διαφοροποιημένης επιχείρησης στον κλάδο θα μπορέσει να αποσπάσει εύκολα μερίδιο αγοράς από τις ήδη δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις.
- *Πρόσβαση σε Κανάλια Διανομής:* το κριτήριο αυτό είναι ίσως και το σημαντικότερο όλων γιατί μπορεί να αυξήσει το φράγμα εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο, καθώς οι υπάρχουσες επιχειρήσεις έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν σημαντικά τα κανάλια διανομής εμποδίζοντας έτσι την είσοδο των νέων. Εμπόδιο το οποίο

εμφανίζεται και στον εξεταζόμενο κλάδο αν για παράδειγμα το κανάλι διανομής αποτελεί μια ταξιδιωτική εταιρεία, αυτή δύσκολα θα εμπιστευτεί να συνεργαστεί με μια μικρή και νέα επιχείρηση. Ταυτόχρονα, στον ίδιο κλάδο Κανάλι Διανομής μπορεί να θεωρηθεί και το Διαδίκτυο, το οποίο όμως δεν παρεμποδίζει την είσοδο νέων επιχειρήσεων.

- *Μειονεκτήματα Κόστους:* σε κάποιες περιπτώσεις οι υπάρχων ανταγωνιστές στον κλάδο διαθέτουν πλεονεκτήματα κόστους που οι νέο-εισερχόμενοι δεν μπορούν να αντιγράψουν, όπως για παράδειγμα η ευνοϊκή τοποθεσία, η άριστη σχέση με τους προμηθευτές, η ιδιόκτητη τεχνολογία, κ.ά. και έτσι παρακωλύουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Το ίδιο ισχύει και στον υπό εξέταση κλάδο.
- *Κυβερνητική Πολιτική:* με αυτό το κριτήριο η κυβέρνηση μπορεί να εμποδίσει την είσοδο νέων επιχειρήσεων σε οποιοδήποτε κλάδο. Έτσι, και στο συγκεκριμένο κλάδο η Κυβέρνηση μέσω αρμόδιων οργανισμών όπως ο Ε.Ο.Τ. και το Ξ.Ε.Ε. θέτει επίσημα κριτήρια αξιολόγησης για την πιστοποίηση της κατηγορίας αστερών της κάθε Ξενοδοχειακής Μονάδας. Άρα, η είσοδος στον Ξενοδοχειακό κλάδο από θεσμικής απόψεως δεν είναι κάτι εύκολο. Ακολούθως, λόγω του γεγονότος ότι ακόμα δεν υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια για την πιστοποίηση Boutique Hotel, αυτά αναμένονται να είναι αρκετά αυστηρά ώστε οι Ξενοδοχειακές Μονάδες να είναι αξιόπιστες.

- 2) **Διαπραγματευτική Δύναμη των Προμηθευτών:** οι προμηθευτές είναι οι βασικότεροι συνεργάτες κάθε επιχείρησης. Στον Ξενοδοχειακό Κλάδο προμηθευτές μπορεί να είναι επιχειρήσεις που προμηθεύουν στις Ξενοδοχειακές Μονάδες τις πρώτες ύλες των επισιτιστικών ή άλλων τμημάτων. Στον Ξενοδοχειακό Κλάδο 3\* ισχύουν τα ακόλουθα:



- *Οι προμηθευτές πρώτων υλών είναι πολλοί σε αριθμό: όντως η προσφορά πρώτων υλών είναι τεράστια και έτσι οι επιχειρήσεις του κλάδου μπορούν να διαπραγματευτούν καλύτερα τις τιμές και την καλύτερη ποιότητα των προϊόντων, επομένως η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι μικρή.*
- *Υπάρχουν εναλλακτικές πηγές εφοδιασμού για τις προσφερόμενες υπηρεσίες: επειδή υπάρχει πληθώρα προϊόντων προς πώληση στον κλάδο οι επιχειρήσεις αυτού δεν προτιμούν να αγοράσουν όλα τα προϊόντα από έναν μόνο προμηθευτή και άρα οι τελευταίοι δεν πωλούν σε υψηλές τιμές.*
- *Το προϊόν των προμηθευτών αποτελεί σημαντική εισροή στην παραγωγική διαδικασία των επιχειρήσεων του κλάδου. Στον εξεταζόμενο κλάδο οι προμηθευτές είναι απαραίτητοι για την άριστη λειτουργία των επιχειρήσεων του κλάδου.*
- *Οι προμηθευτές δεν διαθέτουν διαφοροποιημένα προϊόντα και δεν παρουσιάζεται σημαντικό κόστος μετακίνησης στους αγοραστές. Στον συγκεκριμένο κλάδο το προϊόν είναι μη διαφοροποιημένο και έτσι δεν δημιουργείται κάποιο «χρηματικό κόστος μετακίνησης» αν ο αγοραστής αλλάξει προμηθευτή. Ως κόστος μετακίνησης ονομάζεται το επιπρόσθετο κόστος που επιβαρύνει τους αγοραστές όταν αλλάζουν προμηθευτή.*
- *Οι προμηθευτές δεν μπορούν να ολοκληρωθούν προς τα εμπρός και να ανταγωνιστούν με τους πρώην αγοραστές καθώς τα κεφάλαια που απαιτούνται στον εν λόγω κλάδο είναι υψηλά ενώ χρειάζεται και εμπειρία.*

**3) Διαπραγματευτική Δύναμη των Αγοραστών:** οι αγοραστές συνήθως διαπραγματεύονται για ποιοτικότερα προϊόντα και καλύτερη εξυπηρέτηση με όσο το δυνατόν καλύτερες τιμές, έτσι θεωρούνται ανταγωνιστική απειλή. Οι αγοραστές στον υπό μελέτη κλάδο μπορεί να είναι είτε tour operator, τουριστικά γραφεία, ομαδικά group, είτε μεμονωμένοι πελάτες. Έτσι, στον συγκεκριμένο κλάδο ισχύουν τα ακόλουθα:

- *Ο αριθμός των αγοραστών που καταναλώνουν τις υπηρεσίες του κλάδου είναι μεγάλος, άρα αν κάποιος αγοραστής επιλέξει κάποια άλλη επιχείρηση αυτό δεν είναι και τόσο μεγάλο πλήγμα.*
- *Οι αγορές που πραγματοποιούνται από τους αγοραστές είναι πολλές σε αριθμό, έτσι και στην περίπτωση των τουριστικών γραφείων που κάνουν επαναλαμβανόμενες και μεγάλου όγκου αγορές, η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι μεγάλη. Το ίδιο όμως συμβαίνει για τους μεμονωμένους πελάτες οι οποίοι αγοράζουν την υπηρεσία επαναλαμβανόμενα.*
- *Το προϊόν των προμηθευτών είναι αδιαφοροποίητο, έτσι οι αγοραστές μπορούν να βρουν πληθώρα διαφορετικών προμηθευτών χωρίς αυτό να τους προκαλεί «κόστος μετακίνησης».*
- *Οι αγοραστές έχουν υψηλά κέρδη: στην περίπτωση των Συλλόγων που επιλέγουν μαζικές αγορές, τα ταξιδιωτικά γραφεία πιέζουν τα Ξενοδοχεία για χαμηλότερη τιμή αγοράς και έτσι λόγω του μεγάλου όγκου αγοραστών προκύπτει κάποιο κέρδος από πλευράς του. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση των τουριστικών πρακτορείων τα οποία ασκούν πίεση στα Ξενοδοχεία για χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερη διαθεσιμότητα.*
- *Είναι δυνατή η κάθετη ολοκλήρωση προς τα πίσω του αγοραστή. Πολλά είναι τα παραδείγματα όπου τα τουριστικά πρακτορεία και γραφεία εξαγοράζουν Ξενοδοχεία τα οποία μπορούν να διαχειριστούν με επιτυχία, καθώς μπορούν να εξασφαλίσουν έναν ικανοποιητικό αριθμό πελατών για την επιβίωση της επιχείρησης, επίσης μέσω αυτού δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας.*
- *Οι αγοραστές είναι επαρκώς πληροφορημένοι για το τι επικρατεί στον κλάδο. Ειδικά τα τουριστικά γραφεία και πρακτορεία μπορούν εύκολα να πληροφορηθούν για τις τιμές που επικρατούν στον κλάδο μέσω διαδικτύου .*

**4) Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα:** οι επιχειρήσεις κάθε κλάδου αναπτύσσουν ανταγωνισμό με επιχειρήσεις άλλων κλάδων που παράγουν προϊόντα τα οποία ικανοποιούν παρόμοιες αγοραστικές ανάγκες με εκείνες του κλάδου, δηλαδή υποκατάστατα προϊόντα. Ως υποκατάστατα του Ξενοδοχειακού κλάδου 3\* μπορούν να οριστούν όλα τα Ανεξάρτητα Τουριστικά Καταλύματα (ενοικιαζόμενα ή μη) επιπλωμένων διαμερισμάτων τα οποία προσφέρουν το ίδιο ποιοτικές υπηρεσίες. Σε αυτή την περίπτωση η αναζήτηση για προσωποποιημένες αλλά ταυτόχρονα ποιοτικές υπηρεσίες διαμορφώνουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα αυτού του κλάδου. Επιπλέον, στα Επιπλωμένα Ενοικιαζόμενα Καταλύματα η προσφορά των ίδιων ποιοτικών υπηρεσιών σε χαμηλότερες τιμές αποτελεί επίσης απειλή και ταυτόχρονα δημιουργεί «κόστος μετακίνησης» στους πελάτες.

**5) Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων του κλάδου:** ο ανταγωνισμός είναι αυτός που καθορίζει κατά πόσο μια επιχείρηση θα είναι κερδοφόρα ή όχι. Αν εκτός του κλάδου ο ανταγωνισμός είναι χαμηλός, τότε οι επιχειρήσεις μπορούν να υψώσουν τις τιμές πώλησης και να δημιουργήσουν κέρδη. Σε αντίθετη περίπτωση, ο πόλεμος των τιμών θα περιορίσει σημαντικά τα περιθώρια κερδοφορίας. Ο υπό εξέταση κλάδος χαρακτηρίζεται ανταγωνιστικός και συγκεκριμένα αυτό επαληθεύεται από τα εξής:

- *Υπαρξη ανταγωνιστών με ισοδύναμο μέγεθος.* Κάθε επιχείρηση του κλάδου προσπαθεί να επικρατήσει των υπόλοιπων μέσω της μείωσης του κόστους και ταυτόχρονα την βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών της.
- *Ο ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς είναι υψηλός.* Συγκεκριμένα, ο Ξενοδοχειακός κλάδος βρίσκεται στη φάση ανάπτυξης, έτσι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν πόρους ώστε να εξυπηρετήσουν έναν αυξανόμενο αριθμό πελατών. Έτσι, και στον υπό μελέτη κλάδο επειδή οι περισσότεροι πελάτες Ξενοδοχείων πραγματοποιούν κρατήσεις μέσω διαδικτύου, ως επακόλουθο οι πωλήσεις αυξάνονται.

- *Οι προσφερόμενες υπηρεσίες είναι αδιαφοροποίητες.* Σαν αποτέλεσμα αυτού ο ανταγωνισμός είναι αρκετά υψηλός μεταξύ των επιχειρήσεων εντός του συγκεκριμένου κλάδου καθώς οι αγοραστές μπορούν να επιλέξουν εύκολα (χωρίς κόστος μετακίνησης) άλλες επιχειρήσεις ανταγωνιστών. Έτσι, εμφανίζεται ο πόλεμος τιμών και οι επιχειρήσεις πρέπει να στραφούν στην εύρεση μιας διαφοροποιημένης υπηρεσίας.
- *Τα εμπόδια εξόδου είναι υψηλά.* Τα εμπόδια εξόδου είναι κυρίως οικονομικοί ή στρατηγικοί παράγοντες. Στον υπό εξέταση κλάδο, αν και το προσφερόμενο προϊόν είναι υπηρεσία υπάρχουν μεγάλες εγκαταστάσεις και κυβερνητικοί περιορισμοί που εμποδίζουν την έξοδο κάθε επιχείρησης από τον κλάδο.

**Συμπερασματικά ισχύουν τα παρακάτω:**

- ✓ Υπάρχει απειλή εισόδου από νέες επιχειρήσεις
- ✓ Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι μικρή λόγω της πολυπληθούς παρουσίας τους.
- ✓ Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι μεγάλη, καθώς δεν υπάρχει σημαντικό κόστος μετακίνησης.
- ✓ Ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων είναι μεγάλος, καθώς οι υπηρεσίες είναι αδιαφοροποίητες.
- ✓ Η απειλή από υποκατάστατες υπηρεσίες είναι μεγάλη.

Άρα, στον κλάδο στον οποίο πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η υπό εξέταση Ξενοδοχειακή Μονάδα μια επιχείρηση μπορεί να εισέλθει με μέτρια δυσκολία, ο ανταγωνισμός που επικρατεί είναι έντονος και κάθε επιχείρηση χρίζει διαφοροποίησης ώστε αρχικά να αποκτήσει και μελλοντικά να διατηρήσει μερίδιο αγοράς. Ταυτόχρονα, για τις επιχειρήσεις που διαθέτουν μεγάλο μερίδιο αγοράς, ο κλάδος τους αποδίδει κερδοφορία καθώς βρίσκεται υπό ανάπτυξη.

### 3.7 SWOT Analysis

#### ***ΔΥΝΑΜΕΙΣ***

- Ο επενδυτής κατάγεται και δραστηριοποιείται ήδη σε τουριστική επιχείρηση της περιοχής, άρα γνωρίζει καλά την τουριστική αγορά της περιοχής
- Ο επενδυτής διαθέτει ένα μέρος του απαιτούμενου κεφαλαίου
- Ο επενδυτής γνωρίζει αρκετούς προμηθευτές που δραστηριοποιούνται στην συγκεκριμένη περιοχή

#### ***ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ***

- Έλλειψη εμπειρίας χειρισμού μιας Ξενοδοχειακής Μονάδας
- Θα είναι μια νέα Μονάδα σε λειτουργία
- Δυσκολία εύρεσης εξειδικευμένου προσωπικού

#### ***ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ***

- Οι επιδοτήσεις ΕΣΠΑ
- Ύπαρξη νέων καναλιών διανομής για την αύξηση των μεμονωμένων κρατήσεων
- Η χρήση του διαδικτύου για την πληροφόρηση των πελατών και την οργάνωση των διακοπών τους
- Λειτουργία λίγων Ξενοδοχείων ανάλογης κατηγορίας στην περιοχή

- Προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών με την ολοκλήρωση της ανασκαφής και ανάδειξης του Τύμβου Καστά της Αμφίπολης ως επισκέψιμο Αρχαιολογικό Μνημείο

### *ΑΠΕΙΛΕΣ*

- Η οικονομική ύφεση
- Ύπαρξη σημαντικού αριθμού Υποκατάστατων υψηλής ποιότητας με πολυετή εμπειρία, τόσο στην ίδια όσο και στις γύρο περιοχές
- Μείωση διαθέσιμου εισοδήματος των πελατών
- Μεταναστευτικό
- Περιβαλλοντικές μολύνσεις σε πιθανή έναρξη λειτουργίας του Εργοστασίου Εξόρυξης Χρυσού των Σκουριών Χαλκιδικής
- Η δημιουργία δύο επιπλέον σταθμών διόδων στην Εγνατία οδό, τόσο στην είσοδο και στην έξοδο του Κόμβου Ασπροβάλας
- Μη ύπαρξη απευθείας οδικής σύνδεσης της εξεταζόμενης περιοχής με τον Κρατικό Αερολιμένα Θεσσαλονίκης «Μακεδονία»

### 3.8 Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση: Διαδικασία STP

Ο κάθε καταναλωτής διαθέτει εντελώς διαφορετικά χαρακτηριστικά σχετικά με τις ανάγκες του, την καταγωγή και τη συμπεριφορά του σχετικά με το πώς θα επιλέξει να καταναλώσει μια υπηρεσία. Έτσι, για να πετύχει μια επιχείρηση θα πρέπει να επιλέξει την κατάλληλη αγορά-στόχο που θα απευθυνθεί, με σκοπό να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών της. Αυτό αποτελεί το κομμάτι της τμηματοποίησης της αγοράς, το οποίο πρέπει να αναπτύξει οποιαδήποτε τουριστική επιχείρηση που θέλει να επιτύχει τη βιωσιμότητά και την κερδοφορία

της. Παρακάτω θα αναλυθεί η τμηματοποίηση και θα εξετασθούν επιμέρους τα βασικά κριτήρια που διέπουν την αγορά.

#### *A. Γεωγραφικά Κριτήρια Τμηματοποίησης*

Παρατηρώντας τις αφίξεις των αλλοδαπών Τουριστών στο σύνολο της χώρας για το 2018, παρατηρείται ότι η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συγκέντρωσε 7.830χιλ. αφίξεις. Παρουσιάζοντας αύξηση κατά 22% συγκριτικά με το 2016. Πιο αναλυτικά, οι πέντε βασικότερες αγορές της Περιφέρειας αυτής είναι η Βουλγαρία, η Βόρεια Μακεδονία, η Γερμανία, η Ρουμανία, η Σερβία και η Ρωσία. Συγκρίνοντας τη διετία 2016-2018, όλες οι προαναφερόμενες χώρες παρουσίασαν άνοδο στις αφίξεις τους.

#### *B. Δημογραφικά χαρακτηριστικά*

Από τις αφίξεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, αυτές άγγιξαν τις 7.830χιλ. (2018) ενώ τα συνολικά έσοδα ανήλθαν στα 1.688εκατ. ευρώ. Η Μέση Δαπάνη ανά τουρίστα υπολογίζεται σε 291ευρώ και καταγράφηκε ως μία από τις χαμηλότερες της χώρας, όταν η Μέση Δαπάνη για όλη την Ελλάδα ανερχόταν στα 449ευρώ.

Στη κατανομή των ηλικιών, η ηλικία του μέγιστου ποσοστού επισκεπτών είναι μεταξύ 30 και 60 ετών περίπου. Κυρίως είναι οικογένειες με παιδιά ή ηλικιωμένα ζευγάρια. Το μορφωτικό τους επίπεδο είναι Δευτεροβάθμιας ή Ανώτερης Εκπαίδευσης.

#### *C. Ψυχογραφικά Κριτήρια Τμηματοποίησης*

Παρατηρείται πως όλες οι αγορές επιλέγουν για προορισμό τους την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κυρίως για τις διακοπές τους. Για τις Βαλκανικές χώρες όπως Σερβία, Βουλγαρία, κτλ. σημαντικότερο κριτήριο αποτελεί η γρήγορη και εύκολη πρόσβαση στον προορισμό τους, καθώς επιλέγουν να ταξιδέψουν κυρίως με το ιδιωτικό τους μεταφορικό μέσο. Επιπλέον, πολλοί είναι οι Βούλγαροι που ταξιδεύουν στην Περιφέρεια για επαγγελματικούς λόγους, ενώ

εξίσου οι Γερμανοί πολίτες ή Έλληνες που ζουν μόνιμα στη Γερμανία επισκέπτονται την Περιφέρεια για να συναντήσουν την οικογένειά τους σε συνδυασμό με διακοπές. Ταυτόχρονα, οι Γερμανοί ψάχνουν προορισμούς με τοπία και άθικτη φύση. Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα αποτελεί ολοένα και πιο σημαντικό κριτήριο για την επιλογή του μέρους. Συμπερασματικά, όλες οι Αγορές παρουσιάζουν έντονη εποχικότητα στις αφίξεις τους, κάτι που υποδηλώνει τον προσανατολισμό τους στο κυρίαρχο Ελληνικό προϊόν Ήλιος και Θάλασσα.

Οι κρατήσεις στα Ξενοδοχειακά Καταλύματα της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας πραγματοποιούνται κυρίως τελευταία στιγμή καθώς επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες, όπως το γεγονός ότι ταξιδεύουν με το ιδιωτικό τους μεταφορικό μέσο. Επιλέγουν να κάνουν κράτηση απευθείας στο Κατάλυμα ή να αντλούν πληροφορίες μέσω του Διαδικτύου για το ταξίδι τους. Επιπλέον, οι περισσότεροι αλλοδαποί τουρίστες ταξιδεύουν με τις οικογένειές τους ή με φίλους. Τέλος, για την διατροφή τους επιλέγουν κυρίως εστιατόρια, εκτός των Ξενοδοχείων κάθε περιοχής που θα επισκεφθούν. Από τους δημοφιλέστερους τόπους επισκέψεων των αλλοδαπών τουριστών στην Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας, αυτοί αποτελούν το Αστικό Κέντρο της Θεσσαλονίκης, οι παραθαλάσσιες περιοχές της Χαλκιδικής, καθώς και τα παραθαλάσσια χωριά του Δήμου Βόλβης όπως ο Σταυρός, τα Νέα Βρασνά και η Ασπροβάλτα.

Σχετικά με την τμηματοποίηση της αγοράς, προκύπτει πως η αγορά που η υπό εξέταση επιχείρηση στοχεύει (targeting) να καλύψει τις ανάγκες αυτής ώστε να αποκτήσει πιστούς πελάτες είναι οι Γερμανοί και Ρώσοι πολίτες. Σύμφωνα με όσα προαναφέρθηκαν, συμπεραίνεται πως οι Γερμανοί Τουρίστες παρουσιάζουν ένα υψηλό ποσοστό αφίξεων στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, επίσης σύμφωνα με τον ΙΝΣΕΤΕ το 2018 πραγματοποίησαν 10.015 χιλ. διανυκτερεύσεις στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, δαπάνησαν συνολικά 523εκατ. ευρώ, η δαπάνη ανά επισκέπτη ανέρχεται στα 578ευρώ, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση αγγίζει τα 46ευρώ, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους στην εξεταζόμενη Περιφέρεια ανέρχεται περίπου στις 11,1 διανυκτερεύσεις. Ταυτόχρονα, οι Ρώσοι Τουρίστες σύμφωνα με τον ΙΝΣΕΤΕ το 2018 πραγματοποίησαν 1.117 χιλ. διανυκτερεύσεις



στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η δαπάνη ανά επισκέπτη ανέρχεται στα 600ευρώ, η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση αγγίζει τα 84ευρώ, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής τους στην εξεταζόμενη Περιφέρεια ανέρχεται περίπου στις 12,3 διανυκτερεύσεις.

Έτσι φαίνεται πως σε όλα τα κριτήρια που αναφέρθηκαν προηγουμένως, η αγορά της Γερμανίας κατέχει το υψηλότερο ποσοστό, ενώ ταυτόχρονα η Ρωσία αν και έχει σημειώσει λιγότερες αφίξεις συγκριτικά με τη Γερμανία και τις άλλες Βαλκανικές χώρες, θα μπορέσει να αποτελέσει μια σημαντική αγορά-στόχο, καθώς τα υπόλοιπα κριτήρια της κυμαίνονται σε υψηλά επίπεδα.

Η ηλικία της πλειοψηφίας των Γερμανών Τουριστών είναι μεταξύ 40-60 ετών, ενώ επιλέγουν την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας λόγω του φυσικού της κάλλους ή για να επισκεφθούν φίλους και οικογενειακά τους πρόσωπα, καθώς πολλοί Έλληνες πολίτες που ζουν μόνιμα στην Γερμανία έχουν καταγωγή από την Βόρεια κυρίως Ελλάδα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των Γερμανών επισκεπτών επιλέγουν Ξενοδοχεία κατηγορίας 3\* και 4\* για τη διαμονή τους, ενώ πολλοί είναι εκείνοι που επιλέγουν τα Ενοικιαζόμενα Δωμάτια. Η πλειοψηφία αυτών διαλέγουν διαμονή που να συμπεριλαμβάνει Πρωινό ή Ημιδιατροφή. Τέλος, οι περισσότεροι από τους Γερμανούς επισκέπτες προτιμούν να ταξιδεύουν με Αεροπορικές Εταιρείες, ενώ παράλληλα σημαντικό είναι το ποσοστό αυτών που επιλέγουν να ταξιδέψουν με το ιδιωτικό τους αυτοκίνητο.

Ταυτόχρονα, η ηλικιακή ομάδα των Ρώσων Τουριστών είναι μεταξύ 35-60 ετών, ενώ επιλέγουν την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας κυρίως για τις καλοκαιρινές τους διακοπές και λόγω της συχνής αλλά και οικονομικής αεροπορικής σύνδεσης μεταξύ του Αεροδρόμιου της Θεσσαλονίκης με Κεντρικά και Περιφερειακά Αεροδρόμια της Ρωσίας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των Ρώσων επισκεπτών επιλέγουν Ξενοδοχεία κατηγορία 3\* και παραπάνω Αστέρων. Η πλειοψηφία αυτών διαλέγουν διαμονή που να συμπεριλαμβάνει Πρωινό ή Ημιδιατροφή. Τέλος, οι περισσότεροι από τους Ρώσους επισκέπτες προτιμούν να ταξιδεύουν Αεροπορικάς.

Εν κατακλείδι, η εξεταζόμενη Μονάδα θα στοχεύσει στους Γερμανούς και Ρώσους τουρίστες σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω και η Στρατηγική που θα χρησιμοποιήσει για την επίτευξη του στόχου της θα είναι αυτή της Διαφοροποίησης.

Μετά την ολοκλήρωση της Τμηματοποίησης και της Στόχευσης, ακολουθεί η τοποθέτηση (positioning), δηλαδή το πώς η υπηρεσία μιας επιχείρησης θα τοποθετηθεί στο μυαλό του καταναλωτή. Για την επίτευξη αυτού, το σημαντικότερο από όλα είναι η ύπαρξη σημαντικής διαφοροποίησης. Με λίγα λόγια, η επιχείρηση θα πρέπει να προσφέρει υπηρεσίες μοναδικές και ανίκανες να αντιγραφούν, στις οποίες ο πελάτης θα μένει πιστός λόγω της μοναδικότητάς τους χωρίς να παρουσιάζει ευαισθησία στην τιμή.

Η εν λόγω Ξενοδοχειακή Μονάδα Boutique Hotel Κατηγορίας 3\* (η οποία είναι από τις λίγες αυτής της κατηγορίας στην εξεταζόμενη περιοχή), θα προσφέρει στους πελάτες τη μοναδική εμπειρία μιας άνετης διαμονής με θέα στη θάλασσα, ήρεμο περιβάλλον και φιλική εξυπηρέτηση. Γι' αυτό και η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση για την εξασφάλιση της επιτυχίας της θα είναι αυτή της διαφοροποίησης.

### 3.9 4P - Marketing Mix

Το Marketing Mix αποτελεί τη συλλογική προσπάθεια μιας επιχείρησης να ικανοποιήσει όλες τις επιθυμίες και ανάγκες των πελατών της. Με λίγα λόγια, προσπαθεί να κατανοήσει αρχικά τις ανάγκες αυτών και στη συνέχεια να δημιουργήσει υπηρεσίες βασισμένες σε αυτές, να τις γνωστοποιήσει μέσω της διαφήμισης στον καταναλωτή και να τις διαθέσει τιμολογημένες στα κανάλια διανομής.

Τα τέσσερα βασικά στοιχεία τα οποία σχηματίζουν το Marketing Mix είναι:

A) Το Προϊόν (Product): οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι οι εξής:

- Υπηρεσία Διαμονής: Ξενοδοχείο Boutique Hotel 3\* περιορισμένης δυναμικότητας (12 δωμάτια) με σύγχρονη διακόσμηση και θέα στη θάλασσα.

- Υπηρεσία Εστίασης: θα υπάρχει Εστιατόριο που θα σερβίρει καθημερινά Πρωινό και Μεσημεριανό γεύμα
- Υπηρεσία Αναψυκτήριου: το κομμάτι της παραλίας που αντιστοιχεί στο Ξενοδοχείο θα είναι οργανωμένο για την καλύτερη εξυπηρέτηση των διαμενόντων, ενώ θα διαθέτει ιδιόκτητο Αναψυκτήριο
- Υπηρεσία Παροχής Πληροφοριών: το προσωπικό θα παρέχει πληροφορίες για οτιδήποτε χρειαστούν οι πελάτες, όπως πληροφορίες για οργανωμένες εκδρομές, επισκέψεις σε Αρχαιολογικά Μνημεία και Μουσεία, πρώτες βοήθειες, κ.ά.

Β) Τιμολόγηση (Pricing): αναφορικά με την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει η Ξενοδοχειακή Μονάδα, αυτή θα πρέπει να εναρμονίζεται με την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Οι τιμές θα είναι υψηλές καθώς βασικός στόχος είναι η στόχευση σε πελάτες μεσαίας ή υψηλής εισοδηματικής τάξης (Value Pricing). Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης οι τιμές θα είναι χαμηλές ώστε να προσελκύσει πελάτες και να αποκτήσει μερίδιο στην αγορά.

Γ) Κανάλια Διανομής (Place): με τον όρο αυτό αναφέρεται η εύρεση κατάλληλων σημείων πώλησης των υπηρεσιών της Ξενοδοχειακής Μονάδας. Τα βασικότερα Κανάλια Διανομής της εξεταζόμενης Μονάδας είναι:

- Travel Agents
- Η ιστοσελίδα της Ξενοδοχειακής Μονάδας με δυνατότητα απευθείας κράτησης μέσω Request ή τηλεφώνου
- Καταχώρηση της Ξενοδοχειακής Μονάδας σε sites κρατήσεων, όπως Booking.com για απευθείας online κρατήσεις
- Διαφημίσεις στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για περισσότερη προβολή και δυνατότητα απευθείας κρατήσεων

Δ) Προώθηση (Promotion): η κατηγορία αυτή επιλέγεται αναφορικά με τις ανάγκες κάθε επιχείρησης.

Το προϊόν του εν λόγω Boutique Hotel θα προωθηθεί ως εξής:

- Online (website, social media)
- Τοπικά έντυπα
- Συμμετοχή σε Εκθέσεις Τουρισμού
- Δημόσιες σχέσεις με Τουριστικούς Πράκτορες
- Δημιουργία ελκυστικών πακέτων διαμονής και διατροφής
- Email Marketing
- Προωθητικές ενέργειες με Social Media και υλοποίηση Διαδικτυακών Διαγωνισμών

### 3.10 Επιχειρηματική Στρατηγική

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η εν λόγω Ξενοδοχειακή Μονάδα θα ακολουθήσει την Στρατηγική της Διαφοροποίησης. Έτσι, θα διαφοροποιηθεί μέσω των υψηλά ποιοτικών υπηρεσιών και παροχών φιλοξενίας που θα προσφέρει σε χώρους μοντέρνας και υψηλής αισθητικής με θέα στη θάλασσα. Μέσω της διαφοροποίησής της θα απευθύνεται κυρίως σε εισοδηματικές ομάδες που θα μπορούν να ανταποκριθούν στο υπό μελέτη κόστος.

#### **Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα:**

- Η έλλειψη ανάλογης Τουριστικής Μονάδας στην περιοχή
- Η προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών

### 3.11 Ανάλυση Πινάκων & Προϋπολογισμός Εσόδων, Πληρότητας και Τιμολογιακής Πολιτικής

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα γίνει αναφορά στη τιμολογιακή πολιτική των δωματίων και των ποσοστών πληρότητας του Ξενοδοχείου, έτσι ώστε να μπορέσει να προβλεφθεί και να υπολογισθεί ο τζίρος για τα επόμενα τρία έτη από τα Δωμάτια, το Εστιατόριο και το Αναψυκτήριο που θα λειτουργήσει στην Ξενοδοχειακή Μονάδα.

Ειδικότερα, στον παρακάτω Πίνακα αναλύεται η τιμολογιακή πολιτική για τους μεμονωμένους πελάτες (FIT), καθώς και η κάθε περίοδος που διαφοροποιούνται οι τιμές χρέωσης. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι η υπό μελέτη Ξενοδοχειακή Μονάδα θα έχει εποχιακή λειτουργία εξάμηνης διάρκειας, καθώς θα είναι ανοιχτή μεταξύ των μηνών Απρίλιο και Σεπτέμβριο. Η Μονάδα θα περιορίσει τη λειτουργία της σε έξι μήνες το χρόνο, καθώς το καλοκαιρινό κλίμα στη Βόρειο Ελλάδα διαρκεί λίγους μήνες, με αποτέλεσμα η τουριστική περίοδος να είναι πολύ μικρότερη σε διάρκεια συγκριτικά με τη Νότιο Ελλάδα. Η τιμολογιακή πολιτική θα προκύψει από τις προβλέψεις τη αγοράς για την ζήτηση του προϊόντος, το κέρδος το οποίο θέλει ο επενδυτής να καλύψει και το πραγματικό κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε οι τιμές χρέωσης να είναι ανάλογες με την ποιότητα τους τόσο σε χρηστικό όσο και αισθητικό επίπεδο.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.1: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2020**

<b>Περίοδος:</b>	<b>Low Season</b>	<b>Middle Season</b>	<b>High Season</b>
<b>Type of rooms:</b>	<b>1/4 – 31/5 &amp; 20-30/9</b>	<b>1-30/6 &amp; 1-21/9</b>	<b>1/7 – 31/8</b>
<b>Economy double room</b>	60€	70€	80€
<b>Economy triple room</b>	75€	85€	100€
<b>Economy quadruple room</b>	80€	90€	120€
<b>Double room with Sea View</b>	80€	90€	100
<b>Triple room with Sea View</b>	90€	100€	130
<b>Quadruple room with Sea View</b>	100€	120€	150

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.2: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2021**

<b>Περίοδος:</b>	<b>Low Season</b>	<b>Middle Season</b>	<b>High Season</b>
<b>Type of rooms:</b>	<b>1/4 – 31/5 &amp; 20-30/9</b>	<b>1-30/6 &amp; 1-21/9</b>	<b>1/7 – 31/8</b>
<b>Economy double room</b>	63€	74€	84€
<b>Economy triple room</b>	79€	89€	105€
<b>Economy quadruple room</b>	84€	95€	126€
<b>Double room with Sea View</b>	84€	95€	105€
<b>Triple room with Sea View</b>	95€	105€	137€
<b>Quadruple room with Sea View</b>	105€	126€	158€

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.3: ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ FIT 2022**

<b>Περίοδοι:</b>	<b>Low Season</b>	<b>Middle Season</b>	<b>High Season</b>
<b>Type of rooms:</b>	<b>1/4 – 31/5 &amp; 20-30/9</b>	<b>1-30/6 &amp; 1-21/9</b>	<b>1/7 – 31/8</b>
<b>Economy double room</b>	66€	78€	88€
<b>Economy triple room</b>	83€	95€	110€
<b>Economy quadruple room</b>	88€	100€	132€
<b>Double room with Sea View</b>	88€	100€	110€
<b>Triple room with Sea View</b>	100€	110€	144€
<b>Quadruple room with Sea View</b>	110€	132€	166€

Ο επενδυτής έχει ως στόχο κάθε χρόνο η Ξενοδοχειακή Μονάδα να αυξήσει την πληρότητα της. Στον επόμενο Πίνακα παρουσιάζονται οι προβλέψεις πληρότητας των Δωματίων για τα ακόλουθα τρία έτη. Κατά τον δεύτερο χρόνο λειτουργίας της Ξενοδοχειακής Μονάδας στόχος είναι η αύξηση της Μέσης Πληρότητας κατά 6%, ενώ για τον τρίτο χρόνο γύρω στο 10%.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.4: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ**

<b>Έτος</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Low Season	20%	25%	28%
Middle Season	50%	55%	59%
High Season	80%	90%	95%
<b>M.O.</b>	<b>50%</b>	<b>56%</b>	<b>60%</b>

Σε αυτό το σημείο σημαντικό να αναφερθεί αποτελεί το γεγονός ότι στις περιόδους low season η πληρότητα εμφανίζεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα καθώς επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή και γι' αυτό δεν μπορούν να παρουσιάσουν σημαντική αύξηση στα επόμενα χρόνια πρόβλεψης.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11.5: ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ</b>				
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>
Έσοδα Δωματίων	108.660€	130.467€	143.543€	382.670€
Έσοδα Εστιατορίου	51.120€	57.968€	61.888€	170.976€
Έσοδα Αναψυκτήριου	12.780€	14.492€	15.472€	42.744€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>172.560€</b>	<b>202.927€</b>	<b>220.903€</b>	<b>596.390€</b>

Το συνολικό ποσό που θα διατεθεί για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος (Μάρκετινγκ) της επιχείρησης θα ανέρχεται στα 5.000 € και θα παραμείνει σταθερό για τα επόμενα τρία έτη (αναλυτικότερη αναφορά γίνεται στο κεφάλαιο 10).

Η πρόβλεψη τζίρου των δωματίων προκύπτει από τον αριθμό δωματίων, τη μέση τιμή χρέωσης ανά τύπο δωματίου ανά διανυκτέρευση, το ποσοστό πληρότητας κάθε περιόδου και τις ημέρες λειτουργίας της Μονάδας για κάθε περίοδο. Στον παραπάνω Πίνακα παρουσιάζεται η πρόβλεψη τζίρου από τα Δωμάτια, ξεχωριστά ανά περίοδο και έτος λειτουργίας. Έτσι, ο τζίρος από τα Δωμάτια συνολικά και για τα τρία έτη υπολογίζεται στα 382.670€.

Η πρόβλεψη τζίρου του Εστιατορίου και του Αναψυκτήριου, βασίζονται το καθένα στον αριθμό των επισκέψεων, τη μέση τιμή χρέωσης ανά πελάτη και στις ημέρες λειτουργίας της Μονάδας για κάθε περίοδο. Τα συνολικά έξοδα Μάρκετινγκ της εξεταζόμενης Μονάδας υπολογίζονται στα 5.000€, έξοδα που θα είναι σταθερά για τα επόμενα εξεταζόμενα έτη.

Αξίζει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στο γεγονός ότι, οι προβλέψεις τζίρου που προκύπτουν από το Αναψυκτήριο έχουν υπολογισθεί βάση της τιμής χρέωσης εισόδου ανά άτομο στο Αναψυκτήριο το οποίο είναι 4€ και καλύπτει την κατανάλωση ενός ροφήματος οποιασδήποτε κατηγορίας, ενώ για οτιδήποτε άλλο παραγγείλουν θα χρεωθούν επιπλέον. Έτσι, οι προβλέψεις εσόδων από το Αναψυκτήριο πιθανόν να είναι υψηλότερες από αυτές που παρουσιάζονται στον παραπάνω Πίνακα.



Τα αποτελέσματα από τον τζίρο δωματίων προέκυψαν από την ακόλουθη αριθμητική πράξη:

- ✓ **Low Season: αριθμός δωματίων x μέση τιμή χρέωσης ανά διανυκτέρευση x ποσοστό πληρότητας της low season x συνολικές ημέρες της low season**

Τα αποτελέσματα από τον τζίρο του Εστιατορίου και Αναψυκτήριου, αντίστοιχα, προέκυψαν από την ακόλουθη αριθμητική πράξη:

- ✓ **Low Season: αριθμός ατόμων x τιμή χρέωσης ανά άτομο x συνολικές ημέρες της low season**

Άλλα νούμερα σημαντικά για τον υπολογισμό του τζίρου Εστιατορίου και Αναψυκτήριου:

- ✓ **Χρέωση Πρωινού ανά άτομο: 6€**
- ✓ **Χρέωση Μεσημεριανού Γεύματος ανά άτομο: 10€**
- ✓ **Χρέωση Εισόδου στο Αναψυκτήριο: 4€**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Στο συγκεκριμένο Κεφάλαιο θα αναλυθούν και θα αναφερθούν όλες οι πρώτες ύλες και τα εφόδια τα οποία καθίστανται απαραίτητα για την ομαλή και άριστη λειτουργία ενός Ξενοδοχείου Boutique Hotel. Η ποιότητα των πρώτων υλών καθώς και το κόστος αυτών αποτελεί το κλειδί της επιτυχίας ενός Boutique Hotel 3\*, καθώς με την παροχή ποιοτικών προϊόντων επρόκειτο να εξασφαλιστεί η ικανοποίηση των πελατών, άρα και η μελλοντική προτίμησή τους.

### 4.1 Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλών

Όπως ήδη γνωρίζουμε ένα Ξενοδοχείο Boutique Hotel 3\* παρέχει κυρίως υπηρεσίες, κάτι από το οποίο συμπεραίνεται ότι η φύση του προϊόντος που προσφέρεται στους πελάτες δεν απαιτεί μεγάλη χρήση και ποικιλία πρώτων υλών. Αυτό βέβαια δεν αναιρεί την χρήση ορισμένων Πρώτων Υλών, δηλαδή προϊόντων τα οποία εξυπηρετούν και συμβάλλουν στην καλύτερη λειτουργία του συγκεκριμένου Ξενοδοχείου, καθώς και του χώρου Υποδοχής και του Εστιατορίου που διαθέτει. Έτσι λοιπόν, παρακάτω αναφέρονται κάποιες από τις σημαντικότερες πρώτες ύλες που καθίστανται απαραίτητες για τη λειτουργία του εξεταζόμενου Boutique Hotel.

A. Πρώτες Ύλες για το Τμήμα Εστίασης: στη συγκεκριμένη κατηγορία περιλαμβάνονται όλες οι πρώτες ύλες που σχετίζονται με την Κουζίνα του Εστιατορίου. Δηλαδή τα τρόφιμα, τα λαχανικά, τα φρούτα, τα κατεψυγμένα προϊόντα αρτοποιίας, κ.ά. Αξίζει να συγκεκριμενοποιηθεί πως ο εφοδιασμός του τμήματος θα πραγματοποιείται με εβδομαδιαία συχνότητα.

B. Γραφική Ύλη: σε αυτή την κατηγορία συμπεριλαμβάνονται τα αναλώσιμα είδη γραφικής ύλης που σχετίζονται και είναι απαραίτητα στο Τμήμα Κρατήσεων και στο Τμήμα Υποδοχής.

Αυτές οι πρώτες ύλες περιλαμβάνουν τα μελάνια εκτύπωσης, τα χαρτιά εκτύπωσης τύπου A4, τα στυλό, τα μολύβια, κ.ά. για τα οποία θα υπάρχει δυνατότητα αποθήκευσης ορισμένης ποσότητας στην αποθήκη που θα διαθέτει ο χώρος Υποδοχής. Ο εφοδιασμός του συγκεκριμένου τμήματος θα γίνεται στην έναρξη του εξαμήνου λειτουργίας του Ξενοδοχείου (τον μήνα Απρίλιο) και θα υπάρχει επιπλέον εφοδιασμός σε περίπτωση ελλείψεων.

Γ. Φόρμες Εργασίας: φόρμες εργασίας θα παρέχονται τόσο στο τμήμα τόσο της Κουζίνας και του Εστιατορίου, όσο και στο τμήμα της Οροφοκομείας. Η χρήση τους κρίνεται απαραίτητη και υψίστης σημασίας για λόγους ασφαλείας τόσο των ίδιων των εργαζομένων όσο και για την προφύλαξη των πελατών από μολύνσεις και μεταφορά μικροβίων. Επίσης, η χρήση εργασιακής ενδυμασίας κρίνεται απαραίτητη σε οποιοδήποτε Ξενοδοχείο με υψηλούς δείκτες ποιοτικής προσφερόμενης υπηρεσίας. Οι φόρμες θα διαφέρουν εμφανισιακά ανά τμήμα ώστε οι πελάτες να αντιλαμβάνονται εύκολα σε ποιον αρμόδιο θα πρέπει να απευθυνθούν για την εξυπηρέτησή τους, ενώ ταυτόχρονα θα είναι εξοπλισμένες με τα κατάλληλα υλικά τόσο για την εύκολη χρήση όσο και την προφύλαξη των εργαζομένων.

Δ. Φυσικοί Πόροι: σε αυτή την κατηγορία αναφερόμαστε στην Ηλεκτρική Ενέργεια, την Καύσιμη Ύλη και την παροχή Νερού. Αξίζει να αναφερθεί πως η παροχή και ο συνδυασμός των προαναφερόμενων πόρων καθίσταται απαραίτητη για την αρμονική και άριστη λειτουργία της Μονάδας σε όλα της τα τμήματα, καθώς και για την καλύτερη ικανοποίηση και κάλυψη των αναγκών των πελατών. Πιο συγκεκριμένα, το νερό αποτελεί το σημαντικότερο πόρο για την απολύμανση των δωματίων, όσο και η Ηλεκτρική Ενέργεια η οποία θα δημιουργεί μια πιο δροσερή ατμόσφαιρα για τον πελάτη τους θερινούς μήνες μέσω της χρήσης του a/c, καθώς και η Καύσιμη Ύλη είναι αυτός ο πόρος ο οποίος θα εξασφαλίζει ζεστό νερό για τους πελάτες.

Ε. Πρώτες Ύλες Συντήρησης και Καθαριότητας: αναφερόμαστε σε όλα τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται και είναι απαραίτητα ώστε να διατηρείται η Μονάδα σε άριστη κατάσταση και χωρίς φθορές. Πιο συγκεκριμένα, τα προϊόντα αυτά αποτελούν τα απορρυπαντικά απολύμανσης και τα είδη εύκολης φθοράς, όπως λάμπες, κ.ά., όπως και τα κλινοσκεπάσματα. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως η παραγγελία των πρώτων υλών συντήρησης και

καθαριότητας θα γίνεται και αυτή στην έναρξη του εξαμήνου λειτουργίας του Ξενοδοχείου (τον μήνα Απρίλιο) και θα υπάρχει η δυνατότητα επιπλέον εφοδιασμού σε περίπτωση ελλείψεων.

ΣΤ. Φαρμακείο: αποτελείται από ένα ντουλάπι που είναι πλήρως οργανωμένο και εξοπλισμένο, για το οποίο απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί να τοποθετηθεί σε κοινή θέα στην αίθουσα Υποδοχής και στην αίθουσα Εστίασης ώστε να είναι ευκόλως προσβάσιμο από τους πελάτες και τους εργαζόμενους για την αποφυγή τραυματισμών και μολύνσεων. Εντός αυτού θα υπάρχουν διαθέσιμα φάρμακα και προϊόντα άμεσης ανάγκης, όπως γάζες, αποστειρωμένα γάντια μιας χρήσεως, κ.ά. Το συγκεκριμένο θα πρέπει να ελέγχεται στην έναρξη της λειτουργίας του Ξενοδοχείου (τον μήνα Απρίλιο) και να ανανεώνεται σε περίπτωση ελλείψεων ή λήξης της αναγραφόμενης ημερομηνίας χρήσης κάποιου φαρμάκου.

Ζ. Καλλυντικά Προσωπικής Υγιεινής: αποτελείται από τα προϊόντα όπως σαμπουάν, αφρόλουτρο, σαπούνι, παντόφλες μιας χρήσης, τα οποία θα παρέχονται δωρεάν σε όλους τους τύπους δωματίων και θα αναλογούν της χωρητικότητας αυτών, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Η παραγγελία των προϊόντων αυτών θα γίνεται κατά την έναρξη του εξαμήνου λειτουργίας του Ξενοδοχείου (τον μήνα Απρίλιο) και θα υπάρχει η δυνατότητα επιπλέον εφοδιασμού σε περίπτωση ελλείψεων.

#### 4.2 Οργάνωση και Μάρκετινγκ Πρώτων Υλών και Εφοδίων

Επειδή η εξεταζόμενη Μονάδα είναι μια μικρή-οικογενειακή επιχείρηση, οι εργαζόμενοι κάθε τμήματος θα αναφέρουν στο Τμήμα Υποδοχής τις ελλείψεις των απαραίτητων προμηθειών και αυτό θα είναι αρμόδιο να πραγματοποιεί τις παραγγελίες αυτών, καθώς δεν θα λειτουργεί αυτόνομο τμήμα προμηθειών. Αξίζει να σημειωθεί πως το ύψος των απαραίτητων Πρώτων Υλών, ο αριθμός των προμηθευτών, η ποσότητα και η ποιότητα των πρώτων υλών που θα παραγγέλλονται εξαρτάται κυρίως από την δυναμικότητα του Ξενοδοχείου και τα ποσοστά πληρότητας αυτού.

Στο Τμήμα Εστίασης παράλληλα, οι Μάγειρες θα είναι αρμόδιοι να ενημερώνουν το Τμήμα Υποδοχής για τυχόν ελλείψεις στην Κουζίνα που έχουν σχέση με τα τρόφιμα ή με σκεύη μαγειρικής που είναι απαραίτητα για την προετοιμασία του γεύματος. Το ίδιο θα ισχύει και για το αναψυκτήριο που θα διαθέτει το Ξενοδοχείο, πιο συγκεκριμένα οι εργαζόμενοι του αναψυκτηρίου θα είναι αρμόδιοι να ενημερώνουν το Τμήμα Υποδοχής για τυχόν ελλείψεις σχετικά με πρώτες ύλες καθώς και για την τυχόν καταστροφή ή φθορά των επίπλων της παραλίας. Ενώ ταυτόχρονα, οι Καμαριέρες θα είναι αρμόδιες για τον έλεγχο πιθανών ζημιών στα δωμάτια, τον έλεγχο της αποθήκης για έλλειψη καθαριστικών φαρμάκων, για τον έλεγχο και την αρίθμηση των παραδοτέων κλινοσκεπασμάτων στο συνεργαζόμενο Καθαριστήριο και για τους υπόλοιπους κοινόχρηστους χώρους του Ξενοδοχείου και θα ενημερώνουν καθημερινά το Τμήμα Υποδοχής. Τέλος, το Τμήμα Υποδοχής θα είναι αρμόδιο και για την ανανέωση του φαρμακείου.

Συμπερασματικά, το Τμήμα Υποδοχής, το οποίο θα αποτελείται από την υπάλληλο υποδοχής και τον ίδιο τον ιδιοκτήτη, θα είναι υπεύθυνο αρχικά για την διαπίστωση των ελλείψεων των προμηθειών σε κάθε τμήμα και έπειτα για την παραγγελία, την αγορά, την παραλαβή και την πληρωμή αυτών. Με λίγα λόγια, θα πρέπει να λειτουργεί άψογα και με απόλυτη οργάνωση για την αποφυγή έλλειψης αναλώσιμων που μπορεί να δημιουργήσουν άσχημη εικόνα για τις υπηρεσίες που παρέχει το Ξενοδοχείο. Επίσης, το τμήμα αυτό θα είναι αρμόδιο για την εύρεση νέων ή οικονομικότερων προϊόντων καθώς και κατάλληλων προμηθευτών, για τις οικονομικές υποχρεώσεις του Ξενοδοχείου απέναντι σε αυτούς και για το κόστος προμηθειών.

### 4.3 Επιλογή, Έλεγχος και Αξιολόγηση των Προμηθευτών

Στο εξεταζόμενο Ξενοδοχείο, όπως προαναφέρθηκε, ο Ιδιοκτήτης μαζί με τον εργαζόμενο του Τμήματος Υποδοχής θα είναι υπεύθυνοι για τον έλεγχο, την παραγγελία, την παραλαβή και την αποθήκευση των εισροών, ώστε να επιτυγχάνεται η ολοκληρωτική λειτουργία της Μονάδας. Όμως, θα είναι εξίσου υπεύθυνοι για την εύρεση νέων προϊόντων αλλά και για την επίβλεψη των τιμών τους. Πιο συγκεκριμένα οι προαναφερόμενοι θα συλλέγουν φυλλάδια, καταλόγους, τιμοκαταλόγους και προσφορές από διαφορετικούς προμηθευτές, ξεχωριστούς για κάθε τμήμα. Όμως πριν την επιλογή των Προμηθευτών θα πρέπει να εξετασθούν και τα ακόλουθα επιπλέον σημεία:

- Οι τιμοκατάλογοι
- Οι τρόποι διακανονισμού
- Πληροφορίες για τον προμηθευτή και την ποικιλία των προϊόντων
- Επικοινωνία με πελάτες που εξυπηρετεί
- Πληροφορίες για τους πελάτες που ήδη εξυπηρετεί
- Χρήση δειγματοληπτικών προϊόντων

Έπειτα, θα συγκρίνουν τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει ο κάθε προμηθευτής, και θα επιλέξουν με κριτήριο το ποιος προμηθευτής θα προσφέρει την καλύτερη ποιότητα στη χαμηλότερη τιμή και με βάση το ευέλικτο δίκτυο διανομής.

Τέλος, υψίστης σημασίας αποτελεί η εκτενής εξέταση των προϊόντων κατά την διαδικασία παραλαβής και η διατήρηση της ποιότητας από πλευράς Ξενοδοχείου, κάτι το οποίο θα οδηγήσει και στην επιτυχία της λειτουργίας της αφού θα έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών. Η επιχείρηση, τέλος, θα πρέπει να διαθέτει διαμορφωμένους χώρους αποθήκευσης και φύλαξης, καθώς και κατάλληλο εξοπλισμό για τη σωστή διατήρηση των προμηθειών για την αποφυγή τυχών καταστροφών τους.

#### 4.4 Υπολογισμός Κόστους Πρώτων Υλών

Για να υπολογισθεί εύκολα το Κόστος Πρώτων Υλών θα πρέπει να είναι γνωστές οι ποσότητες κάθε προϊόντος και το ανά μονάδα κόστος κάθε εισροής.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4.1: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ ΤΡΙΑ ΕΤΗ</b>			
<b>Κόστη</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Τμήμα Εστίασης	5.500€	5.830€	6.050€
Γραφική Ύλη	250€	250€	250€
Φόρμες Εργασίας	500€	500€	500€
Φυσικοί Πόροι	5.460€	5.787€	6.006€
Πρώτες Ύλες Συντήρησης και Καθαριότητας	1.500€	1.590€	1.650€
Φαρμακείο	200€	200€	200€
Καλλυντικά Προσωπικής Υγιεινής	1.590€	1.685€	1.749€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15.000€</b>	<b>15.842€</b>	<b>16.405€</b>

Τα Κόστη Γραφικής Ύλης, Φαρμακείου και Εργασιακής Ενδυμασίας παραμένουν ίδια και σταθερά. Τα υπόλοιπα παρουσιάζουν μικρή αύξηση κατά 6% και 10% αντίστοιχα για τα επόμενα δύο ακόλουθα έτη, καθώς προβλέπεται αύξηση της πληρότητας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στο συγκεκριμένο Κεφάλαιο θα αναφερθούν λεπτομερώς οι τεχνολογικές και μηχανολογικές απαιτήσεις του επενδυτικού σχεδίου της εξεταζόμενης Ξενοδοχειακής Μονάδας. Όσο αφορά τις μηχανολογικές απαιτήσεις, αυτές αφορούν την περιγραφή και την κοστολόγηση του εξοπλισμού της συγκεκριμένης Μονάδας, ενώ οι τεχνολογικές αναφέρονται στην τεχνολογική υποδομή της Μονάδας και στην κοστολόγησή της.

### 5.1 Μηχανολογικός Εξοπλισμός Ξενοδοχειακής Μονάδας

Υψίστης σημασίας αποτελεί το γεγονός ότι για να στεφθεί η λειτουργία της εξεταζόμενης Ξενοδοχειακής Μονάδας με επιτυχία, θα πρέπει να τηρηθούν ρητά όλες οι προϋποθέσεις του Τεχνολογικού Εξοπλισμού κατά τη διάρκεια της κατασκευής της. Τέλος, για ένα πιο στιλάτο και ποιοτικό αποτέλεσμα στην αρχιτεκτονική του κτιρίου θα επιλεγθούν υλικά υψηλής ποιότητας και τεχνοτροπίας.

Στον παρακάτω Πίνακα παρουσιάζεται ο Μηχανολογικός Εξοπλισμός των δωματίων, των κοινόχρηστων χώρων καθώς και του χώρου εστίασης που διαθέτει η εν λόγω Μονάδα.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.1: ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ – ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΩΝ ΧΩΡΩΝ- ΑΙΘΟΥΣΑΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ</b>	
<b>Χώρος</b>	<b>Εξοπλισμός</b>
Εσωτερικοί & Εξωτερικοί Χώροι Δωματίων	<ul style="list-style-type: none"><li>• Έπιπλα (Έπιπλα: 1 King size κρεβάτι ή 1 King size με 1 Μονό κρεβάτι ή 1 King size με 2 Μονά Κρεβάτια (ανάλογα την χωρητικότητα) – Δίφυλλη Ντουλάπα- 2κομοδίνα- τουαλέτα- σκαμπό – έπιπλο τοποθέτησης</li></ul>



	<p>αποσκευών – mini σαλόνι - τραπέζι και καρέκλες εξωτερικού χώρου</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Είδη Υγιεινής: ντουζιέρα- τουαλέτα- νιπτήρα- καθρέφτη- αξεσουάρ μπάνιου</li> <li>• TV επίπεδης οθόνης 40' - μονάδα a/c – ψυγείο μικρό – στεγνωτήρα μαλλιών -χρηματοκιβώτιο – σταθερό τηλέφωνο</li> <li>• Λευκά είδη: πετσέτες σώματος &amp; προσώπου – χαλί μπάνιου– σεντόνια -κουβέρτα πικέ – κουρτίνες</li> </ul>
Κοινόχρηστοι Χώροι & Reception	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τεχνολογικός Εξοπλισμός: σταθερός ηλεκτρονικός υπολογιστής – μονάδα a/c – εκτυπωτή – τηλεφωνικό κέντρο – ψυγείο – τηλεόραση 60'</li> <li>• Έπιπλα: καρέκλες – τραπεζάκι – καναπέδες – γραφείο- καρέκλα γραφείου- τετράφυλλη βιβλιοθήκη - ντουλάπες αποθήκευσης</li> <li>• Σετ Τραπεζαρίας κήπου</li> </ul>
Χώρος Εστίασης	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξοπλισμός Εστίασης: (πιάτα, ποτήρια μαχαιροπίρουνα, κατσαρόλες, κτλ.)</li> <li>• Ηλεκτρικές συσκευές μαγειρικής: κουζίνα, απορροφητήρας, πλυντήριο πιάτων)</li> <li>• Μικροσυσκευές μαγειρικής (π.χ. τοστιέρα)</li> <li>• Κάδοι απορριμμάτων</li> <li>• Έπιπλα: πάγκοι μπουφέ, τραπέζια, καρέκλες, παιδικά καρεκλάκια φαγητού</li> <li>• Είδη Υγιεινής: νεροχύτης – βρύση – τουαλέτες</li> <li>• WC</li> <li>• TV 60'</li> </ul>

Παραλία	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ομπρέλες παραλίας</li> <li>• Ξαπλώστρες</li> <li>• Καρέκλες παραλίας</li> <li>• Ψυγείο Back Bar</li> <li>• Μηχανή παραγωγής καφέ &amp; αφεψημάτων</li> <li>• Κάδοι σκουπιδιών</li> <li>• Πάγκος και Ντουλάπια Κουζίνας</li> <li>• Είδη Υγιεινής: νεροχύτη – βρύση</li> <li>• A/C</li> </ul>
---------	--

Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά το Κοστολόγιο του Μηχανολογικού Εξοπλισμού για κάθε ένα τμήμα ξεχωριστά.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.2: ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ</b>	
Δωμάτια	72.050€
Αίθουσα Εστίασης	20.377€
Αίθουσα Υποδοχής & Κοινόχρηστοι Χώροι	7.367€
Λευκά Είδη	7.605€
Παραλία	8.170€
Γενικά	42.377€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>157.946€</b>

## 5.2 Τεχνολογικός Εξοπλισμός Ξενοδοχειακής Μονάδας

Η τεχνολογία που θα περιλαμβάνει το Ξενοδοχείο θα είναι ισάξια με αυτή της κατηγορίας των 3\*. Σχετικά με τις προδιαγραφές που αναφέρονται στους κανονισμούς του Ε.Ο.Τ., αυτές αφορούν:

- το σύστημα πυρασφάλειας,
- τον εξοπλισμό κλιματισμού & θέρμανσης
- το σύστημα ασφάλειας & τις ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις
- τις υδραυλικές εγκαταστάσεις
- το αποχετευτικό σύστημα
- την επιγραφή της μονάδας και τα είδη σήμανσης & ασφάλειας

Η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας θα πρέπει να κριθεί από το εάν το πρόγραμμά της είναι σύγχρονο και αξιόπιστο, κάτι το οποίο θα κριθεί και από τις κριτικές άλλων Μονάδων που τις έχουν ήδη χρησιμοποιήσει, από τις δυνατότητες της για αναβάθμιση και από το αν διακρίνεται από ευκολία στη χρήση της ακόμα και από τους αρχάριους χρήστες.

Για το σύστημα θέρμανσης των εσωτερικών χώρων θα τοποθετηθούν σύγχρονες μονάδες a/c με ρυθμίσεις ζεστού και κρύου αέρα σε κάθε δωμάτιο ξεχωριστά, καθώς και στους χώρους Υποδοχής και Εστίασης τα οποία θα λειτουργούν αυτόνομα για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Επιλέγεται το συγκεκριμένο σύστημα θέρμανσης καθώς το Ξενοδοχείο θα τίθεται σε λειτουργία τους θερινούς κυρίως μήνες και με αυτόν τον τρόπο θα εξοικονομείτε μεγάλη ποσότητα ηλεκτρικής ενέργειας. Ταυτόχρονα, τις συννεφιασμένες ημέρες του καλοκαιριού ή σε περιόδους υψηλής πληρότητας του Ξενοδοχείου η θερμότητα του νερού θα ενισχύεται με τη κεντρική λειτουργία λέβητα πετρελαίου για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Παράλληλα, η παροχή νερού στα δωμάτια και σε όλο το Ξενοδοχείο θα πραγματοποιείται μέσω της ΔΕΥΑΥ, ενώ το νερό θα θερμαίνεται από τέσσερις ηλιακούς

θερμοσίφωνες που θα εγκατασταθούν στην οροφή του Ξενοδοχείου ή από την μονάδα πετρελαίου όπως προαναφέρθηκε.

Το ηλεκτρικό ρεύμα θα παρέχεται στην Μονάδα από τον οργανισμό της ΔΕΗ (Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού) και θα εγκατασταθεί ο κατάλληλος φωτισμός με λάμπες χαμηλής κατανάλωσης σε όλους τους εξωτερικούς & εσωτερικούς χώρους, ενώ το αποχετευτικό σύστημα θα συνδέεται με το σύστημα του βιολογικού καθαρισμού της ευρύτερης περιοχής. Τέλος, το δίκτυο του ΟΤΕ θα προσφέρει το Διαδίκτυο σε όλους τους χώρους του Ξενοδοχείου, ιδιωτικούς και κοινόχρηστους, και θα παρέχεται η δυνατότητα ενδοεπικοινωνίας των δωματίων μεταξύ τους ή με τη Reception χωρίς καμία επιπλέον χρέωση.

Στον παρακάτω Πίνακα αναφέρεται το Κοστολόγιο του Τεχνολογικού Εξοπλισμού που θα εγκατασταθεί στη Μονάδα.

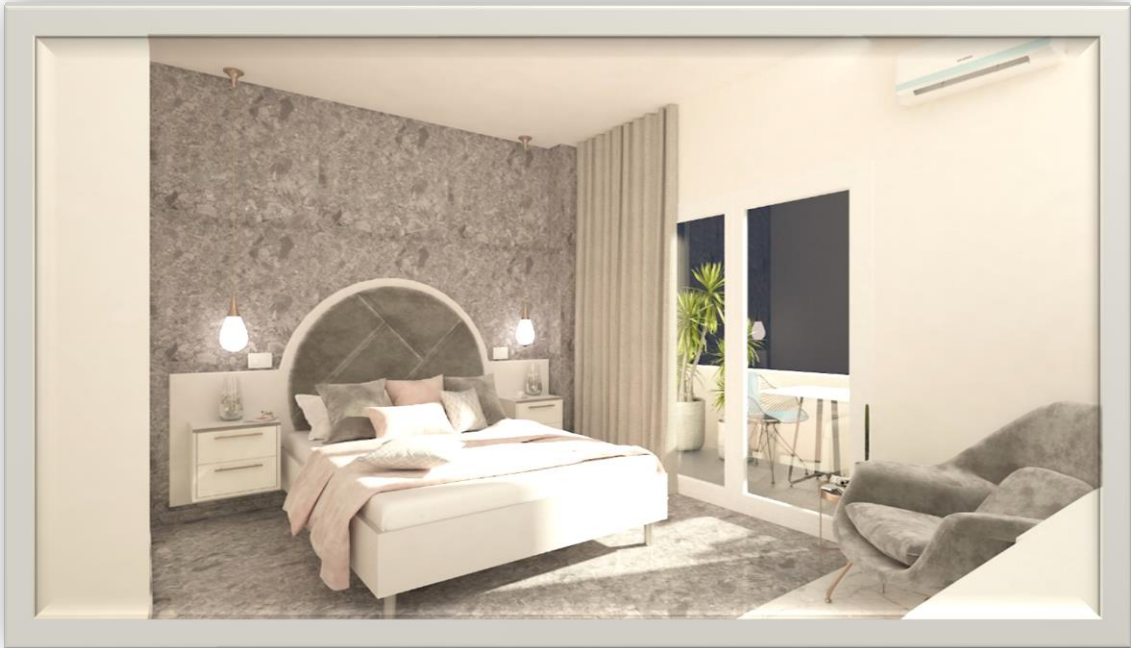
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.1: ΚΟΣΤΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ</b>	
Υδραυλικό Σύστημα	8.200€
Ηλεκτρολογικό Σύστημα	9.380€
Σύστημα Θέρμανσης	10.060€
Αποχετευτικό Σύστημα	8.000€
Σύστημα Πυρασφάλειας	600€
Σύστημα Τηλεφωνικού Κέντρου	5.000€
Σύστημα Ασφάλειας	4.000€
Εγκατάσταση Ανελκυστήρα	12.000€
Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Κρατήσεων	12.000€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>69.240€</b>

Το εξεταζόμενο Ξενοδοχείο όπως προαναφέρθηκε αποτελεί μια μικρή- οικογενειακή Ξενοδοχειακή Επιχείρηση η οποία απαρτίζεται από δώδεκα στο σύνολο δωμάτια, τα οποία διακρίνονται ανάλογα με τη θέα του δωματίου και την χωρητικότητά τους. Πιο αναλυτικά, διαθέτει δύο Deluxe Δίκλινα δωμάτια, δύο Deluxe Δίκλινα δωμάτια με θέα στη θάλασσα, δύο Deluxe Τρίκλινα δωμάτια, δύο Deluxe Τρίκλινα δωμάτια με θέα στη θάλασσα, δύο Deluxe Τετράκλινα δωμάτια και δύο Deluxe Τετράκλινα με θέα στη θάλασσα. Τα Δίκλινα δωμάτια έχουν έκταση 30τ.μ., τα Δίκλινα με Θέα 40τ.μ., τα Τρίκλινα δωμάτια 40τ.μ., τα Τρίκλινα με θέα 45τ.μ., τα Τετράκλινα δωμάτια 45τ.μ. και τέλος τα Τετράκλινα με θέα 50τ.μ.. Ταυτόχρονα, τα Δωμάτια με θέα στη θάλασσα διαθέτουν μπαλκόνι 8τ.μ., ενώ τα απλά δωμάτια διαθέτουν μπαλκόνι 6τ.μ.

#### **ΕΙΚΟΝΑ 5.2.1: 3D ΕΙΚΟΝΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΤΡΙΚΛΙΝΟΥ ΔΩΜΑΤΙΟΥ**



### ΕΙΚΟΝΑ 5.2.2: 3D ΕΙΚΟΝΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΔΥΚΛΙΝΟΥ ΔΩΜΑΤΙΟΥ



Η έκταση του Καταλύματος συνολικά θα ανέρχεται στα 307τ.μ. σε κάθε όροφο, αριθμός συμψηφισμένος μαζί με τα μπαλκόνια και τους κοινόχρηστους χώρους. Παράλληλα η Reception και το Υπόγειο Parking ανέρχονται στα 265τ.μ. το καθένα, ενώ τέλος η ξεχωριστή αίθουσα που θα σερβίρονται τα γεύματα ανέρχεται στα 150τ.μ.. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι το οικόπεδο ανέγερσης είναι 500τ.μ..

Η συντήρηση του Ξενοδοχείου σε τεχνολογικό και μηχανολογικό επίπεδο καθώς και στις κτιριακές εγκαταστάσεις θα πραγματοποιείται σε ετήσια βάση, μερικούς μήνες πριν από την έναρξη της θερινής του λειτουργίας. Έτσι ώστε να μην υπάρχουν σημαντικές φθορές οι οποίες μπορεί να επιβαρύνουν οικονομικά μελλοντικά τον Ξενοδόχο, καθώς και για να μην γίνουν αντιληπτές από τους επισκέπτες, κάτι που ίσως προκαλέσει τη δυσαρέσκειά τους. Ταυτόχρονα, πριν την έναρξη της λειτουργίας του εν λόγω Ξενοδοχείου θα πραγματοποιείται απολυμαντικός καθαρισμός της Μονάδας καθώς και απεντόμωση για προληπτικούς λόγους.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2.2: ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ &amp; ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Έξοδα Συντήρησης	1.000	1.000	1.000
Έξοδα Καθαριότητας & Απεντόμωσης	500	500	500
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον παραπάνω Πίνακα, το Κοστολόγιο Συντήρησης και Καθαριότητας του εξεταζόμενου Ξενοδοχείου θα παραμείνει σταθερό, εκτός αν προκύψουν σημαντικές καταστροφές.

### 5.3 Περιγραφή Ξενοδοχείου

Η έκταση του οικοπέδου είναι 500τ.μ., από τα οποία τα 265τ.μ. θα καταλαμβάνει το τετραώροφο κτίριο και τα 150τ.μ. η Αίθουσα Πρωινού. Τα υπόλοιπα 85τ.μ. θα αποτελούν τον κήπο και θα θεωρούνται κοινόχρηστοι χώροι. Πιο συγκεκριμένα, στο τετραώροφο κτίριο ο υπόγειος Χώρος Στάθμευσης και ο Χώρος Υποδοχής θα ανέρχονται στα 265τ.μ. ο καθένας, ενώ οι άλλοι δυο όροφοι που θα περιέχουν τα δωμάτια θα ανέρχονται συνολικά στα 307τ.μ., από τα οποία τα δωμάτια θα καταλαμβάνουν τα 292τ.μ. (συμπεριλαμβανομένου την επιφάνεια των μπαλκονιών) της συνολικής επιφάνειας του κάθε ορόφου, ενώ τα υπόλοιπα 15τ.μ. θα αποτελούνται από τους κοινόχρηστους χώρους, τους διαδρόμους, την καμπίνα του ανελκυστήρα και τον χώρο της εσωτερικής σκάλας. Συμπερασματικά, η συνολική έκταση του κτιρίου θα ανέρχεται στα 1.144τ.μ.. Στους πρώτους δύο ορόφους θα βρίσκονται τα δώδεκα στο σύνολο δωμάτια, τα οποία θα διακρίνονται σε απλά δωμάτια (στο σύνολο έξι) και σε δωμάτια με θέα στη θάλασσα (στο σύνολο έξι). Επίσης, οι προαναφερόμενοι τύποι χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με την χωρητικότητα και συγκεκριμένα σε δίκλινα, τρίκλινα και τετράκλινα. Αξίζει να σημειωθεί πως συνολικά στην καθεμία από τις παραπάνω κατηγορίες

αντιστοιχούν δύο δωμάτια. Άρα η μέγιστη χωρητικότητα του Καταλύματος ανέρχεται στα 36 άτομα.

Όπως προαναφέρθηκε, το Κατάλυμα διαθέτει υπόγειο χώρο στάθμευσης χωρητικότητας μεγαλύτερης των 15 οχημάτων και έκτασης συνολικά 265τ.μ. Διαθέτει επίσης ανελκυστήρα και εσωτερικές σκάλες, κατά μήκος των οποίων υπάρχει κατάλληλος φωτισμός με σημάσεις Εισόδου- Εξόδου για περιπτώσεις ανάγκης, όπως επίσης και χάρτες διαφυγής εντός του ανελκυστήρα, στον κεντρικό θάλαμο υποδοχής και στην Αίθουσα Εστίασης. Επίσης, θα υπάρχουν εγκατεστημένες μονάδες πυρασφάλειας σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους όλων των ορόφων. Τέλος, το Ξενοδοχείο θα διαθέτει κοινόχρηστες τουαλέτες στην Αίθουσα Υποδοχής και στην Αίθουσα Εστίασης, ενώ το Internet θα παρέχεται δωρεάν σε όλους τους χώρους.

Στο χώρο του ισογείου ο πελάτης θα μπορεί να παραμείνει στην Αίθουσα Υποδοχής ή να επισκεφθεί τον εξωτερικό διαμορφωμένο κήπο. Ο χώρος υποδοχής υπολογίζεται να ανέρχεται συνολικά στα 265τ.μ.. Τα 180τ.μ. θα αποτελούν τον χώρο αναμονής μαζί με την Reception και τον κοινόχρηστο χώρο του ανελκυστήρα, τα 20τ.μ. θα καλύπτουν τα διαθέσιμα για το κοινό WC και τα υπόλοιπα 65τ.μ. θα αποτελούν αποθήκες και χώροι φύλαξης αποσκευών.

Τέλος, σε ξεχωριστό κτίριο 150m<sup>2</sup> θα βρίσκεται ο χώρος της Εστίασης που θα έχει συνολικά έκταση 150τ.μ., τα 40τ.μ. καλύπτονται από την Κουζίνα, τα 30τ.μ. από την αποθήκη συντήρησης των τροφίμων και τα υπόλοιπα 80τ.μ. θα αποτελούν τον εσωτερικό χώρο εστίασης με αρμονική διακόσμηση και θέα στον κήπο και τον Στρυμονικό Κόλπο. Η δυναμικότητα τόσο του Πρωινού όσο και του Κύριου γεύματος αγγίζει τα σαράντα άτομα. Το Πρωινό θα σερβίρετε ως μπουφές δίνοντας τη δυνατότητα επιλογής στον πελάτη μεταξύ πολλών διαφορετικών γευστικών επιλογών.

Ενώ επιπλέον, το Ξενοδοχείο θα διαθέτει παραλιακή έκταση (ίση με αυτή που του αναλογεί από την άδεια σήμανσης του ΕΟΤ) η οποία θα είναι οργανωμένη με ξαπλώστρες και ομπρέλες αποκλειστικά και μόνο για την εξυπηρέτηση των Επισκεπτών του, οι οποίοι θα πληρώνουν

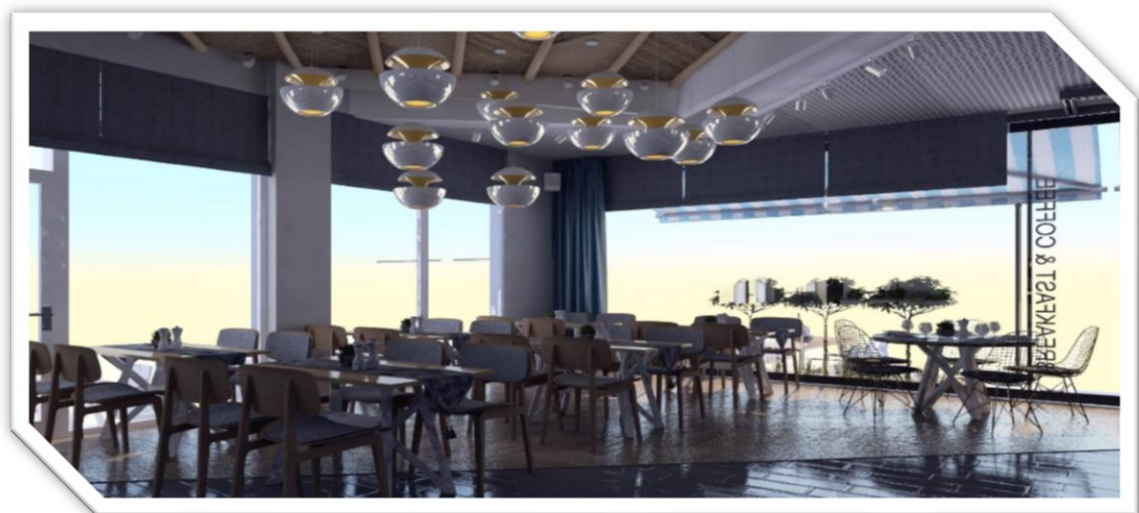


fixed τιμή 4€ κατά την είσοδό τους και θα τους προσφέρεται οποιουδήποτε είδους αφέψημα προτιμούν take away μέσω ενός αναψυκτηρίου που θα είναι εγκατεστημένο εκεί, και με επιπλέον χρέωση για οτιδήποτε άλλο προτιμήσουν.

**ΕΙΚΟΝΑ 5.3.1: ΧΩΡΟΣ ΥΠΟΛΟΧΗΣ**



**ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3.2: ΧΩΡΟΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ**



## 5.4 Κατασκευή Κτιρίου

Την κατασκευή του Ξενοδοχείου θα αναλάβει το Τεχνικό Γραφείο της Πολιτικού Μηχανικού Παπαδοπούλου Ιωάννας, με έδρα την Ασπροβάλτα Θεσσαλονίκης.

Η Πολιτική Μηχανικός σε συνεργασία με την Κατασκευαστική Εταιρεία είναι αυτοί που θα διαμορφώσουν τόσο το κτίριο όσο και τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του, ακολουθώντας πιστά τους κανόνες της Πολεοδομίας σχετικά με τις διατάξεις των Boutique Hotels.

Σύμφωνα με αυτές, αρχικά θα πρέπει να πραγματοποιηθεί η εκσκαφή, η εκκαθάριση και η προετοιμασία του οικοπέδου, η εκκαθάριση του περιβάλλοντα χώρου καθώς και η ανέγερση του κτιρίου. Τα έργα τα οποία θα πραγματοποιηθούν κατά το στάδιο ανέγερσης του κτιρίου δεν είναι άλλα από την τοποθέτηση των θεμελίων, την ανέγερση σκελετού, δηλαδή την κατασκευή του από σκυρόδεμα και σίδηρο σύμφωνα πάντα με όσα αναφέρονται στη στατική μελέτη, το κτίσιμο των τοίχων οι οποίοι θα είναι εμπλουτισμένοι με διπλά μονωτικό υλικό για την καλύτερη ηχομόνωση και την εξοικονόμηση ενέργειας.

Στη συνέχεια, τα Τεχνικά έργα που είναι σε προτεραιότητα αποτελούν η εγκατάσταση συστήματος ύδρευσης και η σύνδεση αυτών με τα είδη υγιεινής για την παροχή ζεστού νερού μέσω μπόιλερ καθώς και μέσω των ηλιακών θερμοσίφωνων, την σύνδεση του υδραυλικού συστήματος και των ειδών υγιεινής με το δίκτυο του βιολογικού καθαρισμού της περιοχής, την εσωτερική εγκατάσταση του ηλεκτρολογικού συστήματος για την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος καθώς και τη σύνδεση αυτών με τις ηλεκτρονικές συσκευές όπως η σύνδεση δικτύου τηλεπικοινωνιών. Και τέλος, η τοποθέτηση Κεντρικών Πινάκων στις Αίθουσες Υποδοχής και Εστίασης απομακρυσμένων από κοινή θέα και ανήλικα παιδιά. Ο εσωτερικός φωτισμός των δωματίων θα είναι αυτόνομος. Επιπλέον θα γίνει η εσωτερική ανάπτυξη ενός συστήματος που θα είναι διαθέσιμο για χρήση σε περίπτωση πυρκαγιάς. Θα αποτελείται από αισθητήρες καπνού καθώς και παροχή νερού σε περίπτωση ανάγκης με ένα κουμπί καθώς και από πυροσβεστικές μονάδες που θα είναι τοποθετημένες στους κοινόχρηστους χώρους.

Έπειτα, θα πραγματοποιηθούν οι επιστρώσεις δαπέδων με ένδυση από Πλακίδια. Στα μπάνια τα πλακάκια θα καλύπτουν όλο το πάτωμα αλλά και τους τοίχους, για την αποφυγή εμφάνισης υγρασίας. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί η τοποθέτηση κουφωμάτων πυρασφαλείας και διπλά τζάμια για καλύτερη ηχομόνωση και διατήρηση της θερμοκρασίας. Επίσης, θα γίνει ο Χρωματισμός εσωτερικών και εξωτερικών τοίχων. Η εγκατάσταση των αυτόνομων a/c σε κάθε δωμάτιο, η τοποθέτηση ηλεκτρικών θερμοσίφωνων στην οροφή και το κεντρικό σύστημα θέρμανσης μπόιλερ για την θέρμανση του νερού και σύνδεση αυτού, καθώς και η διάνοιξη χώρου για μελλοντική εγκατάσταση Μονάδας Ανελκυστήρα.

Στο τελευταίο στάδιο, θα γίνει η εγκατάσταση του ανελκυστήρα, θα τοποθετηθούν τα έπιπλα, τα κουφώματα, τα είδη υγιεινής, καθώς και η εσωτερική διαμόρφωση και διακόσμηση του κτιρίου. Ταυτόχρονα, ο προαύλιος χώρος θα διακοσμηθεί με την τοποθέτηση φυτών, θα χτιστεί περίφραξη και θα τοποθετηθεί εξωτερικός φωτισμός. Τέλος, θα χτισθεί πλακόστρωτη ράμπα ώστε να γίνει δυνατή η πρόσβαση στο δωρεάν υπόγειο χώρο στάθμευσης, ενώ παράλληλα θα γίνει η εγκατάσταση πλακόστρωτων πλακών σε αυτήν. Επίσης, θα εγκατασταθεί ηλεκτρονική πόρτα ασφαλείας και θα πραγματοποιηθεί η απαιτούμενη ισοκατανομή του χώρου για την σωστή στάθμευση των οχημάτων. Όσο αφορά την κατασκευή της αίθουσας του Εστιατορίου, αυτή θα πραγματοποιηθεί με τις ίδιες διαδικασίες και οι εργασίες θα γίνονται παράλληλα με αυτές του κεντρικού κτιρίου. Τέλος, θα πραγματοποιηθεί η εκσκαφή και η προετοιμασία της παραλιακής έκτασης για την εγκατάσταση προκατασκευασμένου κτιρίου έκτασης 30τ.μ., το οποίο θα αποτελεί το αναψυκτήριο που θα διαθέτει το Ξενοδοχείο για την εξυπηρέτηση των Επισκεπτών του.

<b>ΠΙΝΚΑΣ 5.4.1: ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΩΝ ΤΕΧΝΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ</b>	
Εκσκαφή Οικοπέδου	11.500€
Προετοιμασία και Ανάπτυξη Οικοπέδου	10.000€
Πολιτικός Μηχανικός	25.000€
Κατασκευή Κτιρίου	220.000€

Εκσκαφή Παραλίας & Εγκατάσταση Προκατασκευασμένου Κτιρίου 30τ.μ.	19.500€
Διαμόρφωση Εσωτερικού Χώρου	34.500€
Διαμόρφωση Εξωτερικού Χώρου	22.000€
Γενικά Έξοδα	10.000€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>352.500€</b>

## 5.5 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Για να πετύχει η βιωσιμότητα μιας οποιαδήποτε επιχείρησης το σημαντικότερο γεγονός αποτελεί η ορθή διοίκηση της εκάστοτε επιχείρησης. Πιο αναλυτικά, η ανάλυση της ίδρυσης ενός Boutique Hotel, η σχεδίαση αυτής και η εξέτασή της αποτελούν σημαντικά κριτήρια για την εξασφάλιση της επιτυχημένης λειτουργίας της και για την εδραίωσή της στην τουριστική αγορά. Άρα, συμπεραίνουμε πως για να καταλήξει μια επιχείρηση Boutique Hotel να είναι επιτυχημένη θα πρέπει να υπάρχει μια δυναμικά οργανωμένη ομάδα εργαζομένων, καθώς με την άριστη εργασία αυτών θα προσφέρεται μια ποιοτική υπηρεσία στον Πελάτη, ο οποίος θα μείνει ικανοποιημένος από τη διαμονή του σε αυτό το Ξενοδοχείο και θα το επιλέξει ξανά για τις επόμενες διακοπές του.

Επίσης, κάτι εξίσου σημαντικό για την βιωσιμότητα της επιχείρησης είναι να προσφέρει σε μια σχετικά προσιτή τιμή την υπηρεσία ή το προϊόν της, δηλαδή η τιμή να είναι λίγο χαμηλότερη από την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας κυρίως τα πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτό θα έχει πάλι ως αποτέλεσμα την άριστη ικανοποίηση του πελάτη και ως επακόλουθο την πίστη στην επιλογή του πελάτη.

## 5.6 Πρόγραμμα Παραγωγής

### ***Reception***

- ✓ θα λειτουργεί καθημερινά δώδεκα ώρες την ημέρα
- ✓ δυνατότητα φύλαξης προσωπικών αντικειμένων σε χρηματοκιβώτιο
- ✓ θα υπάρχει κουτί παραπόνων
- ✓ δυνατότητα τηλεφωνικής αφύπνισης
- ✓ ο υπάλληλος θα υποδέχεται και θα εξυπηρετεί τον πελάτη
- ✓ θα παρέχονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες που μπορεί να χρειαστεί ο πελάτης, όπως χάρτες, κ.ά.

### ***Χώρος Εστίασης***

- ✓ θα προσφέρει καθημερινά το Πρωινό γεύμα μεταξύ 8<sup>00</sup>- 10<sup>30</sup>
- ✓ το κύριο γεύμα θα σερβίρετε καθημερινά 13<sup>00</sup>-14<sup>30</sup>
- ✓ δυνατότητα εξυπηρέτησης 36-40 ατόμων
- ✓ θα παρέχεται η δυνατότητα να προφέρεται το γεύμα στο δωμάτιο κατόπιν συνεννόησης με την Υποδοχή από την προηγούμενη ημέρα.

### ***Αναψυκτήριο & Παραλία***

- ✓ θα λειτουργεί καθημερινά 10<sup>00</sup> με 17<sup>00</sup>
- ✓ δυνατότητα εξυπηρέτησης self service 36-40 ατόμων

- ✓ θα υπάρχει fixed τιμή εισόδου 4€/άτομο η οποία θα καλύπτει ένα οποιουδήποτε είδους προτίμησης αφέψημα και θα υπάρχει επιπλέον χρέωση για οτιδήποτε άλλο προτιμήσουν

## 5.7 Συνολικό Μηχανολογικό και Τεχνολογικό Κόστος

Αν αθροίσουμε όλα τα Κόστη που αφορούν τον Τεχνολογικό και τον Μηχανολογικό Εξοπλισμό που έχουν προαναφερθεί, συμπεραίνουμε πως το συνολικό κόστος της επένδυσης, χωρίς τα σταθερά κόστη της επιχείρησης, ανέρχονται στα **227.186€** για ολόκληρη την Ξενοδοχειακή Μονάδα. (Τεχνολογικά: 69.240 € + Μηχανολογικά: 157.946€).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ & ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Στο συγκεκριμένο Κεφάλαιο περιγράφονται αναλυτικά η σχεδίαση της οργανωσιακής δομής της εξεταζόμενης Ξενοδοχειακής Μονάδας, καθώς και τα γενικά έξοδα της προαναφερόμενης. Έτσι, παρακάτω θα παρουσιαστεί το Οργανόγραμμα που έχει σχεδιάσει η Ξενοδοχειακή επιχείρηση ώστε να εξασφαλισθεί η ομαλή της λειτουργία μέσω του ξεκάθਾਰου διαχωρισμού των καθηκόντων κάθε εργαζομένου.

Η παραπάνω διαδικασία κρίνεται υψίστης σημασίας ώστε να στεφθεί με επιτυχία το επενδυτικό σχέδιο, καθώς μέσω αυτής προβλέπονται και υπολογίζονται τα γενικά έξοδα της επιχείρησης κατά τον προγραμματισμό της αλλά και κατά την έναρξη της λειτουργίας της.

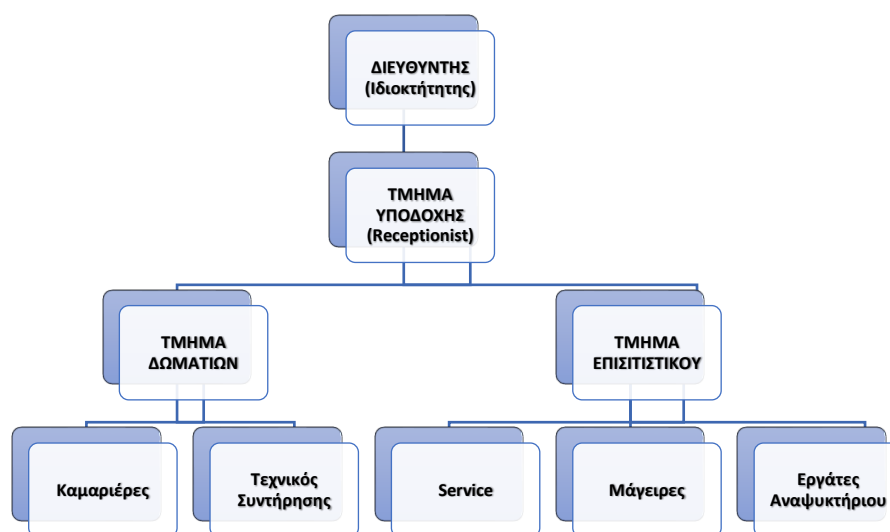
### 6.1 Οργανόγραμμα

Η ομαδική, ευχάριστη και ισότιμη συνεργασία των εργαζομένων και των στελεχών αποτελεί σημαντικό παράγοντα που μπορεί να διασφαλίσει με επιτυχία τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης. Έτσι, η επιχείρηση θα πρέπει να σχεδιάσει και να ακολουθήσει ρητά ένα οργανόγραμμα με βάση του οποίου θα διαχειρίζεται τους εργαζόμενους της με τον αποδοτικότερο τρόπο.

Οργανόγραμμα καλείται ένα μέσο για την διαχείριση μιας οποιαδήποτε επιχείρησης (σε αυτή την περίπτωση Τουριστικής Μονάδας). Η συγκεκριμένη μορφή οργάνωσης διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες της εκάστοτε επιχείρησης και την δυναμικότητά αυτής, ώστε να εξασφαλιστεί η επιτυχημένη και ομαλή της λειτουργία. Κατά τη διαδικασία της σχεδίασης του καθορίζονται οι απαιτήσεις ανά τμήμα και θέση εργασίας, και πραγματοποιείται η τμηματοποίηση της επιχείρησης ανά τμήμα. Συνήθως αναπαρίσταται ιεραρχικά, ξεκινώντας με τον Διευθυντή- Ιδιοκτήτη να τοποθετούνται στην υψηλότερη θέση του σχεδίου της επιχείρησης και ακολουθούν τα υπόλοιπα τμήματα.

Πιο αναλυτικά, με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση θα χωριστεί σε τμήματα και σε καθένα από αυτά ξεχωριστά θα γίνεται ανάθεση καθηκόντων και διαχωρισμός αρμοδιοτήτων ανάλογα με τα προσόντα και τις ικανότητες του εκάστοτε εργαζόμενου. Έτσι, θα γίνεται ένα καλύτερος έλεγχος του προσωπικού και θα αποφεύγονται τυχόν συγκύσεις και παρεξηγήσεις μεταξύ των εργαζομένων στο χώρο εργασίας. Τέλος, για να θεωρηθεί ένα Οργανόγραμμα αποδοτικό, θα πρέπει να υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός εργαζομένων που θα καλύπτει τις ανάγκες της κάθε επιχείρησης, κάτι το οποίο εξαρτάται και από το μέγεθός της και από τον βαθμό ποιότητας του προσφερόμενου προϊόντος που διαθέτει. Συγκεκριμένα, στην εν λόγω Ξενοδοχειακή Μονάδα το μεγαλύτερο κομμάτι του ελέγχου συγκεντρώνεται στο πρόσωπο του Ξενοδόχου, καθώς αποτελεί μια μικρή- οικογενειακή επιχείρηση.

**ΓΡΑΦΗΜΑ 6.1.1: ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ**





## 6.2 Υπηρεσίες Εξωτερικής Συνεργασίας

Το συγκεκριμένο Ξενοδοχείο θα συνεργάζεται με διάφορους εξωτερικούς συνεργάτες για την παροχή επιπλέον υπηρεσιών τις οποίες δεν μπορεί να προσφέρει λόγω της περιορισμένης δυναμικότητάς του. Αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

- a. Η Νομική Σύμβουλος Κατερίνα Ζαφειρίου, η οποία θα εκπροσωπεί την επιχείρηση σε οποιαδήποτε νομικά θέματα προκύψουν με τρίτα πρόσωπα και θα παρέχει νομικές γνώσεις έναντι ετήσιας αμοιβής, η οποία θα επηρεάζεται σε περίπτωση αύξησης του όγκου εργασιών. Επίσης, θα είναι υπεύθυνη κάλυψης των νομικών θεμάτων που απαιτούνται για το επίσημο site της Μονάδας.
- b. Η Ασφαλιστική Εταιρεία “Generalli” με έδρα τη Θεσσαλονίκη θα αναλάβει την ασφαλιστική κάλυψη της επιχείρησης έναντι σταθερής ετήσιας ανταμοιβής με συμβόλαιο εξάμηνης διάρκειας.
- c. Σύνδεσμος Ταξί του Δήμου Βόλβης, ο οποίος θα αναλαμβάνει τη μεταφορά των πελατών από και προς την Ξενοδοχειακή Μονάδα κατόπιν αιτήματός τους και με οικονομική επιβάρυνση των ίδιων.
- d. Η Εταιρεία Καθαρισμού λευκών ειδών «Luxury Laundry» με έδρα τις Συκιές Θεσσαλονίκης θα είναι υπεύθυνη για τον καθαρισμό όλων των λευκών ειδών έναντι αμοιβής σε κάθε παραλαβή ή παράδοση των προϊόντων.
- e. Το Λογιστικό Γραφείο του Γεώργιου Παπαδάκη με έδρα την Ασπροβάλτα Θεσσαλονίκης, θα αναλάβει την φορολογική κάλυψη του Καταλύματος και θα είναι υπεύθυνο για την προετοιμασία των φακέλων ένταξης της επιχείρησης σε κρατικές επιδοτήσεις ή Τουριστικά Προγράμματα. Η αμοιβή θα είναι ετήσια και θα κυμαίνεται ανάλογα με τον φόρτο εργασίας ανά έτος.
- f. Το συνεργείο κηπουρικής «Η ΦΥΣΗ» με έδρα την Ασπροβάλτα Θεσσαλονίκης, η οποία θα αναλάβει την δενδροφύτευση και την μηνιαία κηπουρική φροντίδα του

εξωτερικού χώρου με μηνιαία ανταμοιβή. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ο έλεγχος αυτός θα γίνεται για όλους τους μήνες του έτους κα όχι μόνο αυτούς της θερινής λειτουργίας της Μονάδας.

- g. Κέντρο Διαχείρισης Ηλεκτρονικού site: το οποίο θα αναλάβει τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη ηλεκτρονικής ιστοσελίδας με πολύγλωσσο περιεχόμενο και δέσμευση ονόματος χώρου για δύο έτη. Ταυτόχρονα, θα είναι υπεύθυνο για την προώθηση του Ξενοδοχείου με διάφορα μέσα που έχουν αναφερθεί στο Κεφάλαιο 3 της συγκεκριμένης Μελέτης, έναντι ετήσιας αμοιβής.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2.1: ΕΞΟΔΑ ΓΕΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Νομικός Σύμβουλος	850€	850€	850€
Ασφαλιστική Εταιρεία	600€	600€	600€
Καθαριστήριο	1.598€	1.694€	1.758€
Λογιστική Εταιρεία	1.000€	1.100€	1.150€
Συνεργείο Κηπουρικής	2.000€	2.000€	2.000€
Κέντρο Διαχείρισης Site	2.400€	2.400€	2.400€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>8.448€</b>	<b>8.644€</b>	<b>8.758€</b>

Αξίζει να σημειωθεί ότι το Κοστολόγιο των Εξωτερικών Συνεργατών θα παραμείνει σταθερό για τα επόμενα προβλεπόμενα έτη, εκτός της αμοιβής του Λογιστή όπου για το έτος 2021 θα αυξηθούν κατά 10% και το 2022 κατά 15% λόγω αυξημένου όγκου εργασιών, και του Καθαριστηρίου λόγω της αύξησης του ποσοστού πληρότητας κατά 6% και 10% αντίστοιχα για τα δύο πρώτα έτη λειτουργίας της.

### 6.3 Γενικά Έξοδα

Αξίζει να σημειωθεί πως τα περισσότερα από τα Γενικά Έξοδα παρουσιάζουν μικρή αύξηση σε κάθε επιπλέον έτος λειτουργίας, βασισμένη στο γεγονός ότι θα αυξηθεί η πληρότητα του Καταλύματος.

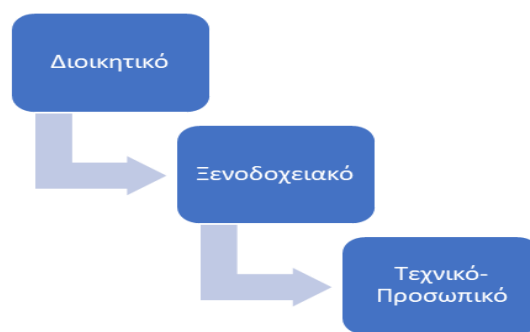
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3.1: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Έξοδα Καθαρισμού και Συντήρησης	1.500€	1.590€	1.650€
Έξοδα Αναγκών ( Ρεύμα, Νερό, κτλ.)	5.460€	5.788€	6.006€
Αναλώσιμα Τμήματος Εστίασης	5.500€	5.830€	6.050€
Γραφική Ύλη	250€	250€	250€
Γενικά και Λοιπά Έξοδα	1.000€	1.060€	1.100€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>13.710€</b>	<b>14.518€</b>	<b>15.056€</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Το ανθρώπινο δυναμικό για μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών όπως είναι ένα Ξενοδοχείο Boutique Hotel αποτελεί ένα μέσο εξασφάλισης της πληρότητας και της επιτυχής λειτουργίας της. Με λίγα λόγια είναι ο πυρήνας δύναμης από τον οποίο αντλεί η επιχείρηση.

Αν και με το πέρασμα των χρόνων η ανθρώπινη παρουσία στις επιχειρήσεις έχει ελαττωθεί αρκετά εξαιτίας της εμφάνισης της τεχνολογίας, δεν παύει να αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αυτής, δηλαδή ένα απαραίτητο μέσο για την εκπλήρωση των στόχων και την εξασφάλιση της επιτυχίας της. Κάτι το οποίο σημαίνει πως η επιλογή του θα πρέπει να γίνεται προσεκτικά και με κριτήρια τα οποία θα προσαρμοστούν ανάλογα με τη θέση εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, το προσωπικό για ένα Boutique Hotel θα πρέπει να διαθέτει εμπειρία από παρόμοια παρελθοντική θέση εργασίας ή να εκπαιδευτεί ολοκληρωτικά με έξοδα της επιχείρησης, ώστε να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες. Επίσης, η επιχείρηση είναι αρμόδια για την περαιτέρω εκπαίδευση των εργαζομένων μέσω της συμμετοχής τους σε σεμινάρια, κτλ. με στόχο την εξασφάλιση της εξέλιξης τόσο των ίδιων των εργαζομένων όσο και της ίδιας.

Το προσωπικό της επιχείρησης χωρίζεται σε:



Το Διοικητικό Προσωπικό είναι αυτό που θα ορίσει τα απαιτούμενα προσόντα γνώσεων και εμπειρίας. Καθώς θα ορίσει και τα μελλοντικά καθήκοντα του εργαζόμενου, την εκπαίδευσή τους και την ενημέρωσή του σχετικά με την πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση (τιμολογιακή, μισθοί, κτλ.) ώστε να αποφευχθούν τυχόν μελλοντικές διαφωνίες. Στη συγκεκριμένη επιχείρηση, αυτή τη διαδικασία την αναλαμβάνει ο Ιδιοκτήτης.

Σχετικά με τον κατάλληλο αριθμό εργαζομένων που πρέπει να συγκεντρωθούν, όπως αναφέρθηκε και πριν, αυτό εξαρτάται κυρίως από τις ανάγκες του κάθε Ξενοδοχείου. Πιο συγκεκριμένα, επειδή η εξεταζόμενη Μονάδα θα είναι σε εξάμηνη λειτουργία η ζήτηση θα είναι υψηλή σχεδόν για όλους τους μήνες, άρα και η πληρότητα θα βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα. Επιπλέον, δεν θα υφίσταται η πρόσληψη ατόμων διάρκειας μόνο δύο ή τριών μηνών. Επομένως, θα χρειαστεί ενισχυμένο σε αριθμό προσωπικό. Έτσι, το Ξενοδοχείο θα στελεχωθεί με:

- 2 άτομα αρμόδια για τον καθαρισμό του Ξενοδοχείου
- 3 Μάγειρες αρμόδιοι για την ετοιμασία των δείπνων που θα προσφέρει το Ξενοδοχείο
- 3 άτομα Εξυπηρέτησης των πελατών στους χώρους εστίασης
- 2 άτομα Εξυπηρέτησης πελατών στο Αναψυκτήριο
- 2 άτομα Υποδοχής ο ένας εκ των οποίων θα είναι ο Ιδιοκτήτης
- 1 άτομο αρμόδιο για την Τεχνική Συντήρηση της Μονάδας

Η προσέλκυση των παραπάνω εργαζομένων θα γίνει κυρίως μέσω Επαγγελματικών Σχολών, Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και μέσω από ειδικές σχεδιασμένες πλατφόρμες στα Social Media (π.χ. Linked In).

Παράλληλα, οι εργαζόμενοι θα πρέπει να διαθέτουν τα κατάλληλα προσόντα τα οποία θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες της θέσης τους και η αξιολόγησή τους θα εξαρτηθεί από την προσωπική συνέντευξη που θα δώσουν και πιθανότατα από κάποια δοκιμή στην οποία θα κληθούν να βγάλουν εις πέρας, καθώς και από συστάσεις.

Παρακάτω θα αναφερθούν όλα τα απαραίτητα προσόντα που θα πρέπει να έχει κάθε θέση:

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.1: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΠΡΟΣΩΝΤΑ ΚΑΘΕ ΘΕΣΗΣ</b>	
	<b>ΠΡΟΣΩΝΤΑ</b>
<b>Υποδοχή</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πτυχίο Τουριστικών Επαγγελμάτων</li> <li>• Γνώση Αγγλικής γλώσσας</li> <li>• Χρήση Η/Υ</li> <li>• Επικοινωνιακές ικανότητες</li> <li>• Χρήση κάποιου Ηλεκτρονικού Πληροφοριακού Συστήματος</li> <li>• Εμπειρία σε παρόμοια θέση</li> </ul>
<b>Μάγειρες</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πτυχίο με Τίτλο Μαγειρικής</li> <li>• Τουλάχιστον δύο χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας σε παρόμοια θέση</li> </ul>
<b>Service</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γνώση Αγγλικής γλώσσας</li> <li>• Εμπειρία σε παρόμοια θέση</li> <li>• Επικοινωνιακές δεξιότητες</li> </ul>
<b>Καματιέρες</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Γνώση Αγγλικής γλώσσας</li> <li>• Επικοινωνιακές δεξιότητες</li> <li>• Τουλάχιστον δύο χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας σε παρόμοια θέση</li> </ul>
<b>Συντηρητής</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εμπειρία σε παρόμοια θέση</li> <li>• Επικοινωνιακές ικανότητες</li> <li>• Ανάλογο Τίτλο Πτυχίου από Επαγγελματική Σχολή</li> </ul>

Μετά τις διαδικασίες επιλογής και πρόσληψης των εργαζομένων, οι ίδιοι θα πρέπει να συμμετέχουν σε μια ενημερωτική εκπαίδευση σχετικά με την πολιτική που πρέπει να ακολουθεί η επιχείρηση και κάτω από τα πλαίσια της οποίας πρέπει να εργάζονται ώστε όλοι να δουλεύουν για την επίτευξη ενός κοινού στόχου. Βέβαια, η εκπαίδευση θα διαφέρει σε κάθε

τμήμα και θέση εργασίας. Επίσης, για την αποφυγή δημιουργίας εντάσεων μεταξύ των τμημάτων θα πραγματοποιούνται μηνιαία meeting για την καλύτερη συνεννόησή τους. Παρακάτω περιγράφονται οι θέσεις που θα καλυφθούν σε κάθε τμήμα και οι αρμοδιότητες που θα ανατεθούν σε καθένα από αυτά.

**Διοικητικό Προσωπικό:** το άτομο αυτό ο Ιδιοκτήτης, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την οργάνωση και επίβλεψη της ομαλής λειτουργίας του Ξενοδοχειακού Καταλύματος. Ταυτόχρονα, ο Ιδιοκτήτης θα δουλεύει και στην «Υποδοχή» μαζί με την υπάλληλο υποδοχής.

**Ξενοδοχειακό Προσωπικό:** σε αυτή την κατηγορία κατατάσσονται τα Τμήματα Υποδοχής, Καθαριότητας και Εστίασης. Το Τμήμα Υποδοχής θα λειτουργεί καθημερινά 8:00- 20:00 και τις απογευματινές ώρες θα απασχολείται στο προσωπικό ο Ιδιοκτήτης (μεταξύ 16:00- 20:00) ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την εξυπηρέτηση των πελατών και την ικανοποίηση των αναγκών τους. Η Υποδοχή θα προσφέρει τη δυνατότητα φύλαξης προσωπικών αντικειμένων, την παροχή πληροφοριών και ενημερώσεων για το ίδιο το Ξενοδοχείο όσο και για την ευρύτερη περιοχή και για την υπηρεσία τηλεφωνικής αφύπνισης. Επιπλέον, θα είναι υπεύθυνο για τις κρατήσεις, τις πληρωμές, την υποδοχή πελατών και για την παραγγελία πρώτων υλών, προϊόντων και αναλώσιμων για τα υπόλοιπα τμήματα. Οι κρατήσεις θα πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικού συστήματος κρατήσεων στο οποίο θα έχουν εκπαιδευτεί πριν την έναρξη της απασχόλησής τους.

Το Τμήμα της Καθαριότητας θα απαρτίζεται από δύο άτομα και σε περίπτωση αύξησης της πληρότητας θα καλείται ένα επιπλέον άτομο με ημερήσια αμοιβή για την καλύτερη και αμεσότερη ικανοποίηση των αναγκών του τμήματος. Ο Ιδιοκτήτης, ταυτόχρονα, θα είναι υπεύθυνος για τον έλεγχο της καθαριότητας των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων. Επίσης, το Τμήμα της Καθαριότητας οφείλει να ενημερώνει το Τμήμα της Υποδοχής για τις ελλείψεις φαρμάκων καθαριότητας ώστε να τα παραγγείλουν άμεσα, όσο και για τον αριθμό των σεντονιών που θα παραδίνεται στο καθαριστήριο για την αποφυγή πιθανών κλοπών λευκών ειδών. Οι καμαριέρες θα εργάζονται καθημερινά 8:00-15:00 και θα αλληλοσυμπληρώνονται στα ρεπό τους.

Στο Επισιτιστικό Τμήμα θα εργάζονται τρεις Μάγειρες και τρία άτομα για την Εξυπηρέτηση των πελατών. Καθημερινά θα εργάζονται δύο Μάγειρες και μετά την ολοκλήρωση δύο ημερών εργασίας την τρίτη θα έχουν ρεπό, δηλαδή συνολικά θα δουλεύουν πέντε ημέρες την εβδομάδα. Σε αυτό το σημείο αξίζει να διευκρινισθεί ότι οι Μάγειρες θα είναι εκπαιδευμένοι να προετοιμάζουν και τα δύο είδη γευμάτων που προσφέρει το Ξενοδοχείο, Πρωινό και Μεσημεριανό, γιατί θα αλληλοσυμπληρώνονται τις ημέρες των ρεπό τους. Η διάρκεια εργασίας τους θα είναι εξάωρη και συγκεκριμένα το ωράριό τους θα είναι 05:00 – 11:00 για τον Μάγειρα του Πρωινού γεύματος και 11:00- 17:00 για τον Μάγειρα του Μεσημεριανού γεύματος. Ο Μάγειρας που θα είναι αρμόδιος για την προετοιμασία του Πρωινού γεύματος θα ξεκινάει τη δουλειά στις 05:00 το πρωί και μέχρι τις 08:00 θα πρέπει να έχει ετοιμάσει όλα τα είδη φαγητού που θα σερβιριστούν τη σημερινή ημέρα και έπειτα θα κάνει όλες τις απαραίτητες προετοιμασίες για την επόμενη ημέρα, καθώς και θα τροφοδοτεί ή θα ενισχύει τον Μπουφέ σε ότι υπάρχει έλλειψη. Παράλληλα, ο Μάγειρας που θα είναι αρμόδιος για την προετοιμασία του Μεσημεριανού γεύματος θα πιάνει δουλειά στις 11:00 και θα μαγειρεύει ότι φαγητό θα σερβιριστεί τη σημερινή ημέρα ως κύριο πιάτο έως τις 13:30, έπειτα θα προετοιμάζει τις σαλάτες για την επόμενη ημέρα και θα τις τοποθετεί στη συντήρηση, ενώ με την έναρξη του Μεσημεριανού γεύματος στις 14:00 θα είναι αρμόδιος για την ικανοποίηση των προτιμήσεων των πελατών.

Ταυτόχρονα, τα άτομα της Εξυπηρέτησης εξίσου θα εργάζονται καθημερινά δύο άτομα και μετά την ολοκλήρωση δύο ημερών εργασίας την τρίτη θα έχουν ρεπό, δηλαδή συνολικά θα δουλεύουν πέντε ημέρες την εβδομάδα. Σε αυτό το σημείο αξίζει να διευκρινισθεί πως όλα τα άτομα θα είναι εκπαιδευμένοι για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και την οργάνωση του Μπουφέ, καθώς και για τον καθαρισμό και την προετοιμασία της αίθουσας, γιατί θα αλληλοσυμπληρώνονται τις ημέρες των ρεπό τους. Η διάρκεια εργασίας τους θα είναι πεντάωρη και συγκεκριμένα το ωράριό τους θα είναι 06:00 – 11:30 για το άτομο του Πρωινού γεύματος και 12:00- 17:00 για το άτομο του Μεσημεριανού γεύματος. Το άτομο που θα είναι αρμόδιο για την προετοιμασία του Μπουφέ του Πρωινού γεύματος και για την εκκαθάριση και



προετοιμασία της αίθουσας θα ξεκινάει τη δουλειά στις 06:00 το πρωί και μέχρι τις 08:00 που ξεκινά να λειτουργεί η αίθουσα του Πρωινού θα πρέπει να έχει στρώσει τα τραπέζια με σερβίτσια και να έχει οργανώσει τον Μπουφέ. Κατά την έναρξη της λειτουργίας της αίθουσας του Πρωινού θα είναι αρμόδιο για την εξυπηρέτηση των πελατών και για την ανατροφοδότηση του Μπουφέ σε ότι υπάρχει έλλειψη. Μετά την λήξη της προσφοράς Πρωινού γεύματος στις 10:30, το συγκεκριμένο άτομο θα είναι αρμόδιο τόσο για την εκκαθάριση της Κουζίνας και των σερβιτίσιων που χρησιμοποιήθηκαν και την τοποθέτησή τους στην αρχική τους θέση, όσο και για την εκκαθάριση και τακτοποίηση του εσωτερικού και εξωτερικού χώρου μέχρι τις 11:30 από πιθανές ακαταστασίες που θα προέκυψαν κατά τη διάρκεια του Πρωινού γεύματος. Παράλληλα, το άτομο που θα είναι αρμόδιο για την προετοιμασία της αίθουσας για το Μεσημεριανό γεύμα θα ξεκινάει δουλειά στις 12:00 και θα είναι αρμόδιο για την οργάνωση της αίθουσας και το στρώσιμο των τραπεζιών έως τις 13:30, έπειτα κατά τη διάρκεια του Μεσημεριανού γεύματος θα είναι αρμόδιο για την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών. Μετά το τέλος του Μεσημεριανού γεύματος, θα πρέπει να καθαρίσει την Κουζίνα και τα σερβίτσια που χρησιμοποιήθηκαν και την τοποθέτησή αυτών στην αρχική τους θέση, όσο και για τον καθαρισμό και την τακτοποίηση του εσωτερικού και εξωτερικού χώρου μέχρι τις 17:00, ώστε την επόμενη ημέρα το άτομο της Εξυπηρέτησης να βρίσκει την αίθουσα έτοιμη προς λειτουργία. Τέλος, οι Μάγειρες κατόπιν συνεννόησης με τα άτομα της Εξυπηρέτησης, θα είναι υπεύθυνοι να ενημερώνουν τον υπάλληλο της Υποδοχής για τυχόν ελλείψεις τροφίμων ή άλλων απαραίτητων πρώτων υλών για την άμεση παραγγελία αυτών, ώστε οι πελάτες να είναι πάντα ευχαριστημένοι από τα γεύματα που τους παρέχει η Μονάδα.

Το Τμήμα Εξυπηρέτησης Παραλίας θα απαρτίζεται από δύο άτομα τα οποία θα δουλεύουν καθημερινά εναλλάξ. Πιο αναλυτικά, θα προσέρχονται στις 09:00 το πρωί και θα είναι αρμόδιοι αρχικά για την προετοιμασία των επίπλων της παραλίας (καθάρισμα και άνοιγμα ξαπλώστρας) καθώς και για το άνοιγμα του Αναψυκτηρίου και για τις προπαρασκευές των αφεψημάτων. Το Αναψυκτήριο θα ξεκινά τη λειτουργία τους στις 10:00 μέχρι τις 17:00 και σε όλο αυτό το διάστημα θα είναι αρμόδιο για την εξυπηρέτηση των πελατών. Μετά το πέρας της λειτουργίας

του Αναψυκτήριου, θα είναι αρμόδιο μέχρι τις 18:00 να καθαρίσει την παραλία, να ασφαλίσει όλα τα έπιπλα της παραλίας για την αποφυγή πιθανών κλοπών καθώς και για την καθαριότητα του Αναψυκτήριου. Τέλος, θα ενημερώνει το Τμήμα Υποδοχής για τυχόν ελλείψεις και θα παραδίδει τα έσοδα της ημέρας.

Τέλος, το Τεχνικό Τμήμα θα απαρτίζεται από ένα άτομο, το οποίο θα είναι υπεύθυνο για την γενική συντήρηση του κτιρίου και θα είναι αρμόδιο για την επιδιόρθωση οποιουδήποτε τεχνικού προβλήματος προκύψει. Θα εργάζεται καθημερινά με τετράωρη εργασία και το ωράριό του θα είναι 08:00-12:00, ενώ θα δικαιούται ρεπό μία φορά την εβδομάδα. Επιπρόσθετα, θα είναι υποχρεωμένος να καλείται στην Μονάδα εκτάκτως για οποιαδήποτε τεχνική βλάβη προκύψει ακόμη και κατά τις ώρες που απουσιάζει.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ**

<b>Κατηγορία</b>	<b>Αριθμός Απασχολούμενων</b>	<b>Αμοιβή</b>	<b>Δώρα</b>	<b>Ασφάλιση</b>
Διευθυντής	1	6.000€	1.500€	1.800€
Υπάλληλος Υποδοχής	1	4.500€	1.125€	1.800€
Συντηρητής	1	3.000€	750€	1.800€
Service	3	10.800€	2.700€	5.400€
Μάγειρες	3	12.600€	3.150€	5.400€
Καμαριέρες	2	9.600€	2.400€	5.400€
Service Αναψυκτήριου	2	7.800€	1.950€	3.600€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>13</b>	<b>54.300€</b>	<b>13.575€</b>	<b>25.200€</b>
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>		<b>93.075€</b>		

Αξίζει να εξακριβωθεί ότι στο παραπάνω Πίνακα οι Αμοιβές που αναφέρονται είναι υπολογισμένες σε εξαμηνιαία βάση και προσαρμοσμένες στον αριθμό των απασχολούμενων, ομοίως τα Δώρα και τα κόστη Ασφάλισης,

Τέλος, σχετικά με τις προβλέψεις μισθοδοσίας για τα επόμενα τρία έτη αξίζει να αναφερθεί πως μόνο ο Μισθός του Τμήματος Καθαριότητας θα αυξηθεί το 2021 και το 2022 αντίστοιχα, καθώς προβλέπεται αύξηση των ποσοστών πληρότητας για τα δύο επόμενα έτη, δηλαδή λόγω της αύξησης του φόρτου εργασίας. Αναλυτικότερα οι Προβλέψεις του Συνολικού Κόστους του Ανθρώπινου Δυναμικού αναγράφονται στον παρακάτω Πίνακα. Πιο συγκεκριμένα, στα αναγραφόμενα συνολικά ποσά υπολογίζονται οι αμοιβές σε εξάμηνη βάση προσαρμοσμένες στον αριθμό των απασχολούμενων, περιλαμβάνοντας τα Δώρα και τα κόστη Ασφάλισης.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.3: ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Διευθυντής	9.300€	9.300€	9.300€
Υπάλληλος Υποδοχής	7.425€	7.425€	7.425€
Συντηρητής	5.550€	5.550€	5.550€
Service	18.900€	18.900€	18.900€
Μάγειρες	21.150€	21.150€	21.150€
Καμαριέρες	17.400€	18.394€	19.500€
Service Παραλίας	13.350€	14.151€	14.505€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>93.075€</b>	<b>94.870€</b>	<b>96.330€</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ-ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Όπως σε όλες τις Οικονομοτεχνικές Μελέτες έτσι και στη συγκεκριμένη μέσω κάποιων κριτηρίων θα εξετασθούν όλες οι εναλλακτικές επιλογές κατάλληλης τοποθεσίας και από αυτές θα επιλεγεί η καταλληλότερη. Έτσι, σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί αν κατά πόσο η επιλογή του Επενδυτή του εξεταζόμενου Boutique Hotel 3\* πληροί τα κριτήρια ώστε να εξασφαλιστεί η επιτυχημένη, ομαλή και βιώσιμη λειτουργία του. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως ο Επενδυτής δραστηριοποιείται επαγγελματικά στην περιοχή τα τελευταία είκοσι χρόνια, καθώς είναι κάτοχος δύο τουριστικών επιχειρήσεων λιανεμπορίου αναμνηστικών ειδών στην ευρύτερη περιοχή. Κάτι το οποίο έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην απόφασή του για την ανέγερση του συγκεκριμένου Ξενοδοχείου.

### 8.1 Αναζήτηση & Επιλογή Τοποθεσίας

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια, η συγκεκριμένη Μονάδα επειδή θα αποτελείται από δύο διαφορετικές και μεγάλες σε έκταση εγκαταστάσεις, βασική προϋπόθεση για την ανέγερσή τους αποτελεί η ύπαρξη μεγάλης έκτασης σε γη. Όπως αναλύθηκε και στο 7<sup>ο</sup> κεφάλαιο η συνολική επιφάνεια του οικοπέδου θα ανέρχεται στα 500 τ.μ., ενώ οι κτιριακές εγκαταστάσεις θα καλύπτουν το 80% της συνολικής επιφάνειας.

Σύμφωνα με ότι αναφέρθηκε στα πρώτα κεφάλαια της παρούσας Μελέτης, ο επενδυτής αποφάσισε ότι η εγκατάσταση της Μονάδας επιλέχθηκε στην περιοχή της Ασπροβάλλτας καθώς ο ίδιος διαθέτει αρκετά οικόπεδα στην ευρύτερη περιοχή λόγω της καταγωγής του από εκεί. Η αναζήτηση της κατάλληλης τοποθεσίας για την Ξενοδοχειακή Μονάδα στη συγκεκριμένη περιοχή οδήγησε σε δύο εναλλακτικές επιλογές οικοπέδου σε οικιστικές περιοχές της Ασπροβάλλτας. Η μια εξ αυτών τοποθεσία η οποία και επιλέχθηκε ως καταλληλότερη βρίσκεται στην παραλιακή περιοχή της Ασπροβάλλτας (σε οικόπεδο με απόσταση μόλις 60 μέτρων από

την παραλία) και η άλλη σε έναν ορεινό οικισμό της Ασπροβάλτας με μεγαλύτερο σε έκταση οικοπέδο. Έτσι, στον παρακάτω Πίνακα παρουσιάζονται τα κριτήρια αξιολόγησης των δύο εναλλακτικών επιλογών και οι συντελεστές βαρύτητάς τους, καθώς και τα αποτελέσματα αυτών.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1.1: ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ &amp; ΑΝΕΓΕΡΣΗΣ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ</b>					
	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ		Σ.Β.	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	
	A	B		A	B
Διαθεσιμότητα Εργατικού Δυναμικού	9	9	5	45	45
Πρόσβαση	9	7	10	90	70
Ασφάλεια	9	8	5	45	40
Στάθμευση	10	10	10	100	100
Φυσικό Τοπίο- Κλίμα	10	10	5	50	50
Απόσταση από Κέντρο- Παραλία- Μαγαζιά Πρώτης Ανάγκης	10	8	10	100	80
Ευκολία Πρόσβασης από Προμηθευτές	9	8	5	45	40
Δίκτυο Τηλεπικοινωνιών & Διαδίκτυο	9	7	10	90	70
Αποδοχή από την Τοπική Κοινωνία	9	8	5	45	40
Σύνδεση με Μ.Μ.Μ & ΚΤΕΛ	9	6	5	45	30
Έκταση Οικοπέδου	8	9	10	80	90
Λιγότερες Οικονομικές Απαιτήσεις Ανέγερσης	8	6	20	160	120
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>				<b>895</b>	<b>775</b>

Όπως παρατηρήθηκε στον παραπάνω Πίνακα, το βασικότερο κριτήριο αποτέλεσε η λιγότερο οικονομική απαίτηση του Οικοπέδου. Εδώ αξίζει να αναφερθεί πως αν επιλεγόταν η τοποθεσία Β (στον ορεινό οικισμό) η Μονάδα θα βρισκόταν σε μεγάλη απόσταση από την παραλία και θα κρινόταν απαραίτητη η ανέγερση Πισίνας για την καλύτερη εξυπηρέτηση και επίπεδο

αισθητικής για τους Πελάτες. Άρα, τα μηχανολογικά έξοδα θα ήταν υψηλότερα. Ενώ η επιλογή της Τοποθεσίας Α (στην παραλιακή περιοχή) κρίνεται οικονομικότερη, καθώς στην τιμή απόκτησης της άδειας λειτουργίας για την Ξενοδοχειακή Μονάδα περιλαμβάνεται και συγκεκριμένη έκταση παραλίας η οποία θα είναι εκμεταλλεύσιμη από την Ξενοδοχειακή Επιχείρηση. Άρα, δεν θα επιβαρυνθεί ο επενδυτής επιπλέον για την κατασκευή πισίνας, εν αντιθέτως θα σημειώσει κέρδη από την «εκμετάλλευση» της παράκτιας ζώνης, ενώ θα εξασφαλιστεί και η καλύτερη ικανοποίησή των πελατών που θα διαμένουν στο Ξενοδοχείο. Επομένως, η καταλληλότερη επιλογή τοποθεσίας είναι η πρώτη, δηλαδή το παραλιακό οικόπεδο.

## 8.2 Επιλογή Χώρου

Η Ασπροβάλτα αποτελεί μια Κομόπολη που υπάγεται στο Δήμο Βόλβης και στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, είναι τοποθετημένη γεωγραφικά στα όρια τεσσάρων Νομών και συγκεκριμένα τους Νομού Χαλκιδικής, Θεσσαλονίκης, Σερρών και Καβάλας. Σύμφωνα με τη ΕΛΣΤΑΤ το 2011 ο πληθυσμός της ανερχόταν στους 2.838 κατοίκους.

Επιπλέον, η Ασπροβάλτα απέχει 65χλμ. από τη Θεσσαλονίκη και 78χλμ από την Καβάλα, από τα συγκεκριμένα Αστικά Κέντρα και τους Αερολιμένες αυτών είναι προσβάσιμη μέσω της Εγνατίας Οδού. Λόγω της εύκολης προσβασιμότητάς της η περιοχή είναι ευρέως γνωστή για τον παραθεριστικό της τουρισμό, τον παραθερισμό παιδιών σε Κατασκηνωτικές Μονάδες, ενώ παράλληλα αποτελεί γνωστό τουριστικό θέρετρο για την αγορά των Βαλκανίων καθώς τα χερσαία σύνορα της χώρας απέχουν μόλις λίγα χιλιόμετρα από αυτήν.

Σε συνδυασμό με τα Νέα Βρασνά και τον Σταυρό αποτελούν τα μεγαλύτερα οικιστικά κέντρα του Δήμου Βόλβης και είναι τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές, καθώς αυτές όσο και κοντινές περιοχές άλλων Νομών όπως η Ολυμπιάδα (Νομός Χαλκιδικής) και η Αμφίπολη (Νομός Σερρών) έχουν ύψιστη ιστορική σημασία και διαθέτουν επισκέψιμους Αρχαιολογικούς

Χώρους και Μνημεία, κάτι το οποίο καθιστά την περιοχή κατάλληλη για κοντινές εξορμήσεις στις γύρω περιοχές.

Τέλος, το κλίμα της περιοχής είναι ηπειρωτικό και συνδυάζει αρμονικά το γαλάζιο της θάλασσας και το πράσινο του βουνού.

### 8.3 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις & Προστασία περιβάλλοντος

Σε οποιαδήποτε επένδυση επρόκειτο να πραγματοποιηθεί θα πρέπει να εξετάζονται πρώτα οι περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις κατά τη διάρκεια κατασκευής της όσο και κατά τη λειτουργία της.

Σχετικά με την διαδικασία κατασκευής της συγκεκριμένης Τουριστικής Μονάδας αξίζει να αναφερθεί πως θα ληφθούν όλα τα μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος, ενώ οι κτιριακές εγκαταστάσεις θα είναι σύμφωνες με τους όρους δόμησης, κάλυψης και ύψους που επιβάλλει η πολεοδομία στη συγκεκριμένη περιοχή. Επιπλέον, επειδή θα δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στη μόνωση των κτιρίων, αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της κατανάλωσης ηλεκτρικής ενέργειας καθώς ο χώρος τις βραδινές ώρες θα είναι δροσερός λόγω κλίματος και άρα δεν θα απαιτείται η χρήση κλιματιστικού, ενώ κατά τις πρωινές ώρες με την χρήση του κλιματιστικού ο χώρος θα διατηρείται δροσερός λόγω της μόνωσης. Επιπλέον, θα τοποθετηθούν ηλιακοί θερμοσίφωνες για την θέρμανση του νερού περιορίζοντας κατά πολύ τη χρήση boiler κατά τους θερινούς μήνες λόγω της ηλιοφάνειας. Τελευταίο και σημαντικότερο αποτελεί το γεγονός ότι η κτιριακή εγκατάσταση θα είναι συνδεδεμένη με το βιολογικό αποχετευτικό σύστημα της περιοχής, άρα τα απόβλητα δεν θα αποτελούν πηγή μόλυνσεως για το περιβάλλον.

Εκτός της διαδικασίας ανέγερσης η προστασία του περιβάλλοντος θα επιδιώκεται και κατά τη λειτουργία της Ξενοδοχειακής Μονάδας. Αρχικά, θα εγκατασταθούν ξεχωριστά σε κάθε δωμάτιο κλιματιστικές μονάδες ενεργειακής κλάσης και όχι κεντρικές, ώστε να αποφευχθεί η σπατάλη ηλεκτρικής ενέργειας σε δωμάτια που θα είναι άδεια. Επιπλέον, θα τοποθετηθούν

λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης led σε όλη τη Μονάδα, ενώ στους κοινόχρηστους χώρους το φως θα ελέγχεται από χρονοδιακόπτες. Εξίσου σημαντική θα είναι η παροχή λευκών ειδών στα δωμάτια από ανακυκλώσιμα και επαναχρησιμοποιούμενα υλικά, ενώ τα στρώματα ύπνου θα είναι οικολογικά. Τέλος, στους εξωτερικούς χώρους του Ξενοδοχείου θα τοποθετηθούν κάδοι ανακύκλωσης υλικών (για το άδειασμα των οποίων αρμόδιος θα είναι ο Δήμος) για την ευαισθητοποίηση των πελατών ώστε να εναρμονιστούν με τις πολιτικές της επιχείρησης.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΡΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα εξετασθεί ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου, ο προϋπολογισμός των δραστηριοτήτων και το χρονοδιάγραμμα της επένδυσης.

### 9.1 Στάδια εκτέλεσης έργου

Όπως προαναφέρθηκε και στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο, την επίβλεψη και εκτέλεση της κατασκευής θα αναλάβει Τεχνικό Γραφείο, καθώς η ομάδα του είναι αρμόδια για τον οικονομικό και χρονικό προγραμματισμό της επένδυσης με σκοπό την άριστη ολοκλήρωση του. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να περιλαμβάνει όλη τη φάση του επενδυτικού προγράμματος. Θα ξεκινάει από την απόφαση του ιδιοκτήτη για επένδυση και θα περιλαμβάνει όλα τα στάδια έως την αρχή της λειτουργίας της Ξενοδοχειακής Μονάδας. Έως ότου τεθεί σε λειτουργία η επιχείρηση, θα έχουν ολοκληρωθεί όλων του τύπου οι μελέτες και οι προκατασκευαστικές έρευνες.

Για την αποφυγή επιπλέον οικονομικής επιβάρυνσης του επενδυτή, θα πρέπει να ακολουθηθεί πιστά ο προγραμματισμός της κάθε εργασίας, κάτι το οποίο κρίνεται εξαιρετικά σημαντικό. Αναλυτικότερα, ένα έργο Ξενοδοχειακής Μονάδας Boutique Hotel Κατηγορίας 3\* χρειάζεται να πραγματοποιήσει τις εξής διαδικασίες:

1. Ίδρυση της επιχείρησης
2. Μηχανολογικά Σχέδια και Ανάκτηση Κατασκευής
3. Λήψη Αδειών και Διαδικασίες ένταξης σε Επιδοτούμενο Πρόγραμμα Χρηματοδότησης
4. Προγραμματισμός Χρηματοδότησης
5. Πραγματοποίηση απαραίτητων έργων υποδομής

6. Προγραμματισμός έργων του Πολιτικού Μηχανικού
7. Κατασκευή Κτιρίων
8. Διαμόρφωση εξωτερικών χώρων
9. Απόκτηση μηχανολογικού εξοπλισμού και Τεχνολογικών μέσων και η μεταφορά τους
10. Πρόσληψη και Εκπαίδευση Προσωπικού
11. Προμήθεια Πρώτων Υλών
12. Μάρκετινγκ
13. Συντονισμός, Επιθεώρηση και Έλεγχος
14. Έναρξη λειτουργίας Ξενοδοχειακής Μονάδας

Στο παρακάτω διάγραμμα τύπου GANTT παρουσιάζονται όλα τα στάδια που ακολουθήθηκαν για την ολοκλήρωση του έργου, καθώς και η χρονική διάρκεια αυτών.

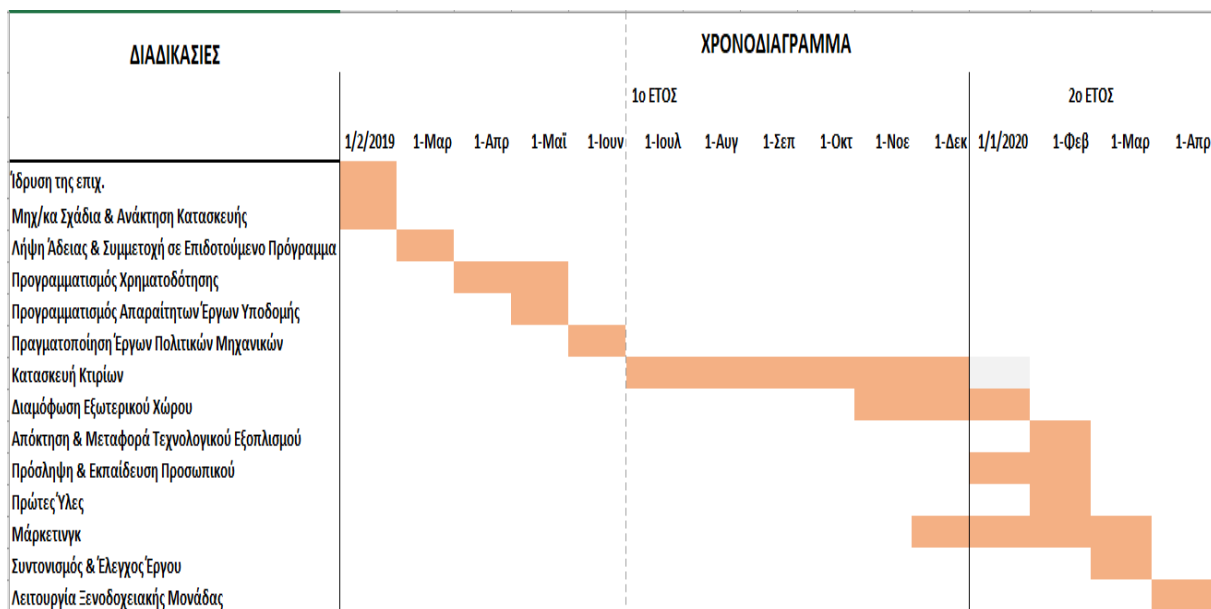
Σε πρώτο στάδιο, ο αρμόδιος Λογιστής θα πραγματοποιήσει κάποιες προ απαιτούμενες ενέργειες όπως την προεγγραφή της επιχείρησης στον ΟΑΕΕ, την απόκτηση αδειοδότησης, την προεγγραφή της επιχείρησης στο Ξ.Ε.Ε., την έναρξη λειτουργίας εργασιών στην ανάλογη ΔΟΥ, την εγγραφή στον ΕΟΠΠΥ και την απόκτηση σήματος του ΕΟΤ αναλόγως την Κατηγορία της Ξενοδοχειακής Μονάδας. Έπειτα, το Τεχνικό Γραφείο ολοκληρώνει το σχεδιασμό της επένδυσης και επιλέγει τον καταλληλότερο μηχανολογικό εξοπλισμό. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται η λήψη άδειας λειτουργίας όλων των τμημάτων και καταθέτεται φάκελος για την ένταξη της Ξενοδοχειακής Μονάδας σε Επενδυτικό Πρόγραμμα.

Όταν ο ιδιοκτήτης αποφασίσει σχετικά με την πραγματοποίηση της επένδυσης, τότε θα γίνει γνωστό το κόστος της και το αναλυτικό χρονοδιάγραμμά της και θα πραγματοποιηθούν οι κατάλληλες ενέργειες για την χρηματοδότηση του έργου. Αξίζει να σημειωθεί, πως στη συγκεκριμένη επένδυση οι χρηματοοικονομικές πηγές θα προέρχονται από τα ίδια κεφάλαια

του ιδιοκτήτη, την Κρατική χρηματοοικονομική επιδότηση για νέες επιχειρήσεις και τον Τραπεζικό Δανεισμό. Έπειτα, θα ξεκινήσουν οι διαδικασίες προετοιμασίας του οικοπέδου και παράλληλα θα πραγματοποιηθούν όλα τα έργα του Τεχνικού Γραφείου όπως αυτά αναφέρονται στο Κεφάλαιο 5, ενώ στη συνέχεια θα ξεκινήσει η ανέγερση των κτιριακών εγκαταστάσεων. Παράλληλα με αυτό, θα ολοκληρωθούν και οι διαδικασίες διαμόρφωσης των εξωτερικών και περιβαλλόντων χώρων, ενώ θα ξεκινήσουν οι πρόσληψεις και η εκπαίδευση του προσωπικού. Στο επόμενο στάδιο, θα πραγματοποιηθούν οι πρώτες παραγγελίες πρώτων υλών ώστε να επανδρωθούν όλα τα Τμήματα του Ξενοδοχείου.

Σημαντικό να αναφερθεί, αποτελεί το γεγονός ότι σε συνδυασμό με τα προηγούμενα στάδια εκτέλεσης του έργου, θα πραγματοποιούνται και οι διαδικασίες προσέλκυσης πελατών (Μάρκετινγκ). Τέλος, θα πραγματοποιηθούν όλοι οι έλεγχοι και ο συντονισμός όλων των Τμημάτων, όπως π.χ. το ανθρώπινο δυναμικό, κτλ.

**ΓΡΑΦΗΜΑ 9.9.1.: ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ GANTT**



## 9.2 Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης έργου

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>	
Διαχείριση εκτέλεσης του προγράμματος	2.000€
Ίδρυση της επιχείρησης	1.000€
Διαδικασία Χρηματοδότησης	6.000€
Μεταφορά Τεχνολογικού Εξοπλισμού	2.500€
Μηχανολογικά Σχέδια και Ανάθεση στο Τεχνικό γραφείο	10.000€
Επίβλεψη έργου, Εγκαταστάσεων και Δοκιμές	5.000€
Πρόσληψη και Εκπαίδευση Προσωπικού	1.500€
Πρώτες Ύλες	7.000€
Μάρκετινγκ	5.000€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>40.000€</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΚΟΜΙΚΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Ο στόχος του παρόν Κεφαλαίου είναι να παρέχει τις κατάλληλες πληροφορίες στον Επενδυτή της Μονάδας, έτσι ώστε ο ίδιος να αποφασίσει αν θα πραγματοποιήσει ή όχι την επένδυση.

### 10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

#### 10.1.1 Πάγιο Ενεργητικό

Το Πάγιο Ενεργητικό προκύπτει από τα Πάγια περιουσιακά στοιχεία και τις Προ παραγωγικές δαπάνες.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.1: ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>	
<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>
Μηχανολογικός Εξοπλισμός	227.186€
Έργα Τεχνικού Γραφείου	352.500€
<b>Σύνολο Πάγιων Επενδύσεων</b>	<b>579.686€</b>
Προ επενδυτικές Δαπάνες	110.000€
Έξοδα Εκτέλεσης Προγράμματος	40.000€
<b>Σύνολο Προ παραγωγικών Επενδύσεων</b>	<b>150.000€</b>
<b>ΣΤΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>729.686€</b>

### 10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Κάθε επιχείρηση οφείλει να έχει επαρκείς χρηματικούς πόρους ώστε να είναι ικανή να πληρώνει τις υποχρεώσεις της. Σε περίπτωση που η επιχείρηση δεν το καταφέρει, σημαίνει ότι βρίσκεται σε άσχημη χρηματοοικονομική κατάσταση και με έλλειψη ρευστότητας. Αντιθέτως, το θετικό κεφάλαιο κίνησης δηλώνει την επάρκεια και την ανεξαρτησία της επιχείρησης σε ότι αφορά το βραχυπρόθεσμο δανεισμό και την κάλυψη των υποχρεώσεών της.

Για τον υπολογισμό του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης είναι απαραίτητος ο καθορισμός της ελάχιστης κάλυψης ημερών για το Τρέχον Ενεργητικό και Παθητικό. Ακόμα, απαραίτητα είναι και τα δεδομένα κόστους για κάθε στοιχείο του Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού. Επιπλέον, θα πρέπει να οριστεί ο Συντελεστής του Κύκλου Εργασιών για τα στοιχεία του Τρέχοντος Ενεργητικού και Παθητικού, διαιρώντας τις 360 ετήσιες ημέρες με τον αριθμό των Ημερών Ελάχιστης Κάλυψης. Τέλος, τα δεδομένα αυτά θα διαιρεθούν με τους κατά αντιστοιχία Κύκλους Εργασίας ώστε να υπολογισθούν οι ανάγκες του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης, αφαιρώντας το Τρέχον Παθητικό από το άθροισμα του Τρέχοντος Ενεργητικού.

Οι αποσβέσεις του Πάγιου Ενεργητικού θα γίνουν με τη Γραμμική Μέθοδο, σύμφωνα με την οποία το Κόστος Απόσβεσης θα διαιρεθεί με τον αριθμό των ετών της ζωής του και έτσι θα προκύψει το ποσό της ετήσιας απόσβεσης.

Στους ακόλουθους Πίνακες ακολουθούνται οι διαδικασίες για τον υπολογισμό του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.2: ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ &amp; ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>		
<b>A/A</b>		<b>ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ</b>
1.	Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	<i>30 ημέρες στο ετήσιο Κόστος Παροχής Υπηρεσιών, μείον Αποσβέσεις και Τόκους</i>
2.	Αποθέματα	
	α. Π.Υ. Επισιτιστικών	<i>14 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
	β. Γραφική Ύλη	<i>120 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
	γ. Φόρμες Εργασίας	<i>180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
	δ. Απορρυπανικά και Απολυμαντικά Φάρμακα	<i>90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
	ε. Φαρμακείο	<i>360 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
	στ. Καλλυντικά Προσωπικής Υγιεινής	<i>60 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
4.	Μετρητά Ταμείου	<i>14 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους Κόστος Παραγωγής</i>
5.	Λογαριασμοί Πληρωτέοι	<i>30 ημέρες στο ετήσιο Κόστος Π.Υ. και άλλων εφοδίων</i>

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.3: ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>			
<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Π.Υ & Άλλα Εφόδια	5.500€	5.830€	6.050€
Ανθρώπινο Δυναμικό	93.075€	94.870€	96.330€
Εργασίες Συντήρησης Η/Μ Εξοπλισμού	1.500€	1.590€	1.650€
Έξοδα Μάρκετινγκ	5.000€	5.000€	5.000€
Γενικά Έξοδα	1.000€	1.060€	1.100€
Χρηματοοικονομικά Έξοδα (Τόκοι)	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ	14.716,35€	14.716,35€
Αποσβέσεις	33.022,3€	33.022,3€	33.022,3€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</b>	<b>139.097€</b>	<b>156.089€</b>	<b>157.869€</b>

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.4: ΤΕΛΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ 2020</b>				
<b>ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ 2020</b>	<b>ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ</b>	<b>ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>	<b>Κ.Κ. 2020</b>
<b>I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>				
1 Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	106.075€	30	12	8.840€
2 Αποθέματα				
α. Εφόδια Κουζίνας	5.500€	14	26	212€
β. Γραφική Ύλη	250€	120	3	83€



γ. Στολές	500€	180	2	250€
δ. Απορρυπαντικά- Απολυμαντικά	1.500€	90	4	375€
ε. Φαρμακείο	200€	360	1	200€
στ. Καλλυντικά Προσωπικής Υγιεινής	1.590€	60	6	265€
Σύνολο Αποθεμάτων				
3 Μετρητά στο Ταμείο	100.575€	14	26	3.868€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>				<b>14.093€</b>
<b>II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>				
4 Λογαριασμοί Πληρωτέοι	15.000€	30	12	1.250€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>				<b>1.250€</b>
<b>III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>				
I - II				14.093€ - 1.250€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>				<b>12.843€</b>
<b>IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>				
• Π.Υ. & Άλλα Εφόδια				-15.000€
• Αποσβέσεις & Τόκοι				- 33.022,3€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</b>				<b>91.075€</b>

### 10.1.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Σύμφωνα με τα προηγούμενα δεδομένα που παρουσιάστηκαν σε αυτό το κεφάλαιο, προκύπτει το Συνολικό Κόστος της επένδυσης. Πιο συγκεκριμένα, το Συνολικό Κόστος της Επένδυσης δίνεται από το άθροισμα του Πάγιου Ενεργητικού και του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης για το πρώτο έτος λειτουργίας της Ξενοδοχειακής Μονάδας (2020). Όπως παρουσιάζεται και στον παρακάτω Πίνακα, το Κόστος Επένδυσης ανέρχεται στα 742.529€.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1.5.: ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>		
<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ</b>
Πάγιο Ενεργητικό	729.686€	98,3%
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	12.843€	1,7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>742.529€</b>	<b>100%</b>

### 10.2 Χρηματοδότηση Επενδυτικού Σχεδίου

Η εξεταζόμενη Ξενοδοχειακή Μονάδα θα χρηματοδοτηθεί από τα Ίδια Κεφάλαια του Ιδιοκτήτη, καθώς και από Τραπεζικό Δάνειο και Ευρωπαϊκή Επιδότηση. Αναλυτικότερα, ο Ιδιοκτήτης θα καλύψει το ποσό των 272.529€, το οποίο αναλογεί στο 36,7% του συνολικού Κόστους Επένδυσης. Σχετικά με την Ευρωπαϊκή Επιδότηση που θα λάβει η υπό εξέταση Ξενοδοχειακή Μονάδα, αυτή θα πραγματοποιηθεί μέσω Προγράμματος ΕΣΠΑ από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Το συγκεκριμένο Πρόγραμμα 2019-2020, προσφέρει χρηματικές επιδοτήσεις για νέες μικρομεσαίες Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις Κατηγορίας 3\*. Το συγκεκριμένο Ξενοδοχείο θα λάβει επιδότηση το ποσό των 270.000€ μέσω του Προγράμματος ΕΣΠΑ και θα το αποσβέσει σε 20 έτη, καθώς το ποσό της ετήσιας απόσβεσής του ανέρχεται στα 13.500€. Τέλος, για την ολοκληρωτική κάλυψη του Κόστους Επένδυσης η Ξενοδοχειακή

Μονάδα θα πάρει Τραπεζικό Δανεισμό από τη Τράπεζα Πειραιώς, ύψους 200.000€. Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζονται αναλυτικά οι πηγές χρηματοδότησης.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.1: ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ</b>		
<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ</b>
Ίδια Κεφάλαια	272.529€	36,7%
ΕΣΠΑ	270.000€	36,4%
Τραπεζικός Δανεισμός	200.000€	26,9%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>742.529€</b>	<b>100%</b>

Η Ξενοδοχειακή Μονάδα θα πάρει Τραπεζικό Δάνειο ώστε να καλύψει το Κόστος Επένδυσής της, το οποίο θα είναι ύψους 26,9%. Ο τόκος του δανείου με σταθερό ονομαστικό επιτόκιο θα είναι 4%, ενώ το ποσό θα αποσβεσθεί στα 20 έτη. Η αποπληρωμή του δανείου θα ξεκινήσει το 2021, καθώς ο Τραπεζικός Οργανισμός θα προσφέρει το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης την Περίοδο Χάριτος. Η δόση για κάθε ένα από τα 20 χρόνια αποπληρωμής του δανείου και ο τύπος ανατοκισμού υπολογίζεται με τον ακόλουθο τύπο:

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

Όπου:  $i$ = Επιτόκιο δανείου, ίσο με 4%

$N$ = Αριθμός περιόδων τοκισμού, ίσος με 20 έτη

$A$ = Ποσό δόσης που θα πληρώνεται στο τέλος κάθε περιόδου για τα 20 έτη.

$P$ = Παρούσα αξία χρήματος, δηλαδή 200.000 €.

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

$$\frac{i \cdot (1+i)^N}{(1+i)^N - 1}$$

Όπου σύμφωνα με τα προαναφερόμενα, η ετήσια δόση για την αποπληρωμή του δανείου θα είναι ίση με 14.716,35€. Παράλληλα, το Τοκοχρεολύσιο και το Ανεξόφλητο ποσό στο τέλος του κάθε έτους παρουσιάζονται στον ακόλουθο Πίνακα.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.2: ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>				
<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>ΕΤΗΣΙΑ ΔΟΣΗ</b>	<b>ΤΟΚΟΣ</b>	<b>ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ</b>	<b>ΑΝΕΞΟΦΛΥΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ</b>
2020	<i>ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ</i>			<b>200.000€</b>
2021	14.716,35	8.000	6.716,35	<b>193.283,65</b>
2022	14.716,35	7.731,3	6.985	<b>186.298,65</b>
2023	14.716,35	7.451,9	7.264,4	<b>179.034,25</b>
2024	14.716,35	7.161,4	7.555	<b>171.479,25</b>
2025	14.716,35	6.859,2	7.857,2	<b>163.622</b>
2026	14.716,35	6.544,9	8.171,5	<b>155.450,5</b>
2027	14.716,35	6.218	8.498,4	<b>146.952,1</b>
2028	14.716,35	5.878,1	8.838,3	<b>138.113,8</b>
2029	14.716,35	5.524,5	9.191,8	<b>128.922</b>
2030	14.716,35	5.156,9	9.559,4	<b>119.362,6</b>
2031	14.716,35	4.774,5	9.941,8	<b>109.420,8</b>
2032	14.716,35	4.376,8	10.339,5	<b>99.081,3</b>
2033	14.716,35	3.963,3	10.753,1	<b>88.328,2</b>
2034	14.716,35	3.553,1	11.183,2	<b>77.145</b>
2035	14.716,35	3.085,8	11.630,5	<b>65.514,5</b>
2036	14.716,35	2.620,6	12.095,7	<b>53.418,8</b>
2037	14.716,35	2.136,7	12.579,5	<b>40.839,3</b>

2038	14.716,35	1.633,6	13.082,7	<b>27.756,6</b>
2039	14.716,35	1.110,3	13.606	<b>14.150,6</b>
2040	14.716,35	566	14.150	<b>0</b>

### 10.3 Ανάλυση Κόστους Παραγωγής

#### 10.3.1. Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Στον ακόλουθο Πίνακα απεικονίζεται το ετήσιο Κόστος Παροχής Υπηρεσιών για την τριετία 2020-2022, ενώ προστίθενται τα Χρηματοοικονομικά Έξοδα (Τόκοι) και οι Αποσβέσεις της Μονάδας.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.1: ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</b>			
<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Π.Υ. & Άλλα Εφόδια	5.500€	5.830€	6.050€
Ανθρώπινο Δυναμικό	93.075€	94.870€	96.330€
Εργασίες Συντήρησης	1.500€	1.590€	1.650€
Έξοδα Μάρκετινγκ	5.000€	5.000€	5.000€
Γενικά Έξοδα	1.000€	1.060€	1.100€
Τόκοι	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ	14.716,35€	14.716,35€
Αποσβέσεις	33.022,3€	33.022,3€	33.022,3€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</b>	<b>139.097€</b>	<b>156.089€</b>	<b>157.869€</b>

### 10.3.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζονται οι ανάγκες της Ξενοδοχειακής Μονάδας σε Κεφάλαια Κίνησης, το οποίο υπολογίζεται σε 12.843€, καθώς και τη διαχρονική του εξέλιξη για τα ακόλουθα τρία έτη λειτουργίας της.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.2: ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>			
1 Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	8.840€	9.029,2€	9.177,5€
2 Αποθέματα			
α. Εφόδια Κουζίνας	212€	224,2€	233€
β. Γραφική Ύλη	83€	83€	83€
γ. Στολές	250€	250€	250€
δ. Απορρυπαντικά -Απολυμαντικά	375€	397,50€	412,5€
ε. Φαρμακείο	200€	200€	200€
στ. Καλλυντικά Προσωπικής Υγιεινής	265€	281€	291€
Σύνολο Αποθεμάτων			
3 Μετρητά στο Ταμείο	3.868€	3.943€	4.003€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>14.093€</b>	<b>14.408€</b>	<b>14.650€</b>
<b>II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>			
4 Λογαριασμοί Πληρωτέοι	1250€	1.320€	1.367€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>1.250€</b>	<b>1.320€</b>	<b>1.367€</b>

<b>III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>			
I -II	12.843€	13.088€	13.283€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>12.843€</b>	<b>13.088€</b>	<b>13.283€</b>
<b>IV. ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>	139.097€	156.089€	157.869€
• Π.Υ. & Άλλα Εφόδια	-15.000€	-15.842€	-16.405€
• Αποσβέσεις & Τόκοι	-33.022,3€	-47.738,7€	-47.738,7€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</b>	<b>91.075</b>	<b>92.508,3€</b>	<b>93.725,3€</b>
<b>V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ</b>			
	3.868€	3.943€	4.003€
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ</b>	<b>3.868€</b>	<b>3.943€</b>	<b>4.003€</b>

#### 10.4 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Κάθε επιχείρηση τηρεί τις λογιστικές της καταστάσεις ώστε να ενημερώνεται η διοίκηση της ίδιας της επιχείρησης και να γίνεται γνωστή η χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Για την εξεταζόμενη Ξενοδοχειακή Μονάδα μέσω των Λογιστικών Καταστάσεων γνωστοποιούνται τα στοιχεία για την ανάλυση της χρηματοδότησης του σχεδίου και ο υπολογισμός του Κόστους του Κεφαλαίου της επιχείρησης. Παράλληλα, οι λογιστικές καταστάσεις που αναλύονται παρακάτω είναι αυτές της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσης, της κατάστασης ταμειακών ροών και του ισολογισμού.

#### 10.4.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Στον ακόλουθο Πίνακα απεικονίζονται οι Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης για την τριετία 2020-2022. Ο φόρος που παρακρατείτε από τα κέρδη είναι 24% σύμφωνα με το φορολογικό σύστημα.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.1: ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Πωλήσεις</b>	172.560€	202.927€	220.903€
<b>-Κόστος Λειτουργίας</b>	13.710€	14.518€	15.056€
<b>ΜΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ</b>	158.850€	188.409€	205.847€
<b>-Φόρος Εισοδήματος</b>	38.124€	45.219€	49.403€
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>120.726€</b>	<b>143.190€</b>	<b>156.444€</b>

#### 10.4.2 Χρηματικές Ροές

Η κατάσταση ταμειακών ροών παρουσιάζει τις πραγματικές πηγές και χρήσεις κεφαλαίων. Μέσω της Κατάστασης Ταμειακών Ροών επίσης μπορεί να εκτιμηθεί αν η επιχείρηση είναι ικανή να εξοφλήσει τα χρέη της με ρευστά που πηγάζουν από τις δραστηριότητές της. Στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζονται οι εισροές και εκροές του Ξενοδοχείου για τα πρώτα τρία έτη λειτουργίας της Μονάδας.



<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.2: ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ</b>				
	<b>Κατασκευαστική Περίοδος</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Α) ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ</b>	<b>742.529€</b>	<b>172.560€</b>	<b>202.927€</b>	<b>220.903€</b>
Σύνολο Χρηματικών Πόρων	742.529€	-	-	-
Έσοδα από Πωλήσεις	-	172.560€	202.927€	220.903€
<b>Β) ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ</b>	<b>729.686€</b>	<b>51.834€</b>	<b>74.453,3€</b>	<b>79.175,3€</b>
Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού	-	-	-	-
Κόστος Λειτουργίας	-	13.710€	14.518€	15.056€
Φόρος Εισοδήματος	-	38.124€	45.219€	49.403€
Τοκοχρεολυσία	-	-	14.716,3€	14.716,3€
<b>Γ) ΠΛΕΡΟΝΑΣΜΑ (Α-Β)</b>	<b>12.843€</b>	<b>120.726€</b>	<b>128.474€</b>	<b>141.728€</b>
<b>Δ) ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ</b>	<b>12.843€</b>	<b>133.569€</b>	<b>262.043€</b>	<b>403.771€</b>

### 10.4.3 Ισολογισμός

Ο ισολογισμός παρουσιάζει συνοπτικά τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης ανά μονάδες (κυρίως χρηματικές) σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή, τα μέσα δράσης της επιχείρησης και τις πηγές προέλευσής τους. Στον ακόλουθο Πίνακα απεικονίζονται οι ισολογισμοί της υπό εξέταση Ξενοδοχειακής Μονάδας για τη τριετία 2020-2022.

$$\text{ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ} = \text{ΠΑΘΗΤΙΚΟ} + \text{ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ}$$

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.3: ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ 2020-2022</b>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>			
<b>A. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>			
Προπαραγωγικές Δαπάνες	150.000€	-	-
Πάγιες Επενδύσεις	579.686€	-	-
Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού	729.686€	696.664€	663.641€
-Αποσβέσεις	33.022,3€	33.022,3€	33.022,3€
<b>A. ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>696.664€</b>	<b>663.641€</b>	<b>630.619€</b>
<b>B. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>			
Αποθέματα	1.385€	1.436€	1.470€
Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	8.840€	9.029,2€	9.177,5€
Διαθέσιμα	3.868€	3.943€	4.003€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>14.093€</b>	<b>14.408€</b>	<b>14.650€</b>
<b>Γ. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ</b>	<b>120.726€</b>	<b>128.474€</b>	<b>141.728€</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (A+B+Γ)</b>	<b>831.483€</b>	<b>806.523€</b>	<b>786.997€</b>
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>			
<b>A. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>			
Προμηθευτές	1.250€	1.320€	1.367€
Υποχρεώσεις από Φόρους και Τέλη	38.124€	45.219€	49.403€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ</b>	<b>39.374€</b>	<b>46.539€</b>	<b>50.770€</b>
<b>B. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>			
Τραπεζικός Δανεισμός	200.000€	193.283,65€	186.298,65€

<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ</b>	<b>200.0000€</b>	<b>193.283,65€</b>	<b>186.298,65€</b>
<b>ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ</b>				
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Β)</b>		<b>239.374€</b>	<b>239.822,65€</b>	<b>237.068,65€</b>
<b>ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ</b>				
Ίδια Κεφάλαια		272.529€	258.903€	245.277€
Επιδότηση		270.000€	256.500€	243.000€
Αναλογούσα Απόσβεση		13.500€	13.500€	13.500€
<b>Σύνολο Κρατικής Επιδότησης</b>		<b>256.500€</b>	<b>243.000€</b>	<b>229.500€</b>
Υπόλοιπο Κερδών εις Νέο		63.080€	64.797€	75.151€
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ</b>		<b>592.109€</b>	<b>566.700€</b>	<b>549.928€</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ &amp; ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ</b>		<b>831.483€</b>	<b>806.523€</b>	<b>786.997€</b>

## 10.5 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση

Στην ενότητα αυτή θα εξετασθεί αν η υπό εξέταση Μονάδα θα είναι επικερδής ή όχι. Για τη διαπίστωση αυτή θα πρέπει να γίνουν κάποιες αξιολογήσεις με τις παρακάτω μεθόδους:

### 10.5.1 Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος αυτή απαριθμεί τον αριθμό των ετών που είναι απαραίτητα ώστε να πραγματοποιηθεί η ολοκληρωτική επανείσπραξη του κόστους Κεφαλαίου της Αρχικής Επένδυσης, μέσω των Καθαρών Ταμειακών Ροών της επιχείρησης.

Πρώτα θα υπολογισθούν τα Καθαρά Κέρδη της επιχείρησης για την πρώτη τριετία και έπειτα οι Καθαρές Ταμειακές Ροές για τη ίδια περίοδο. Το Συνολικό Κόστος Επένδυσης ανέρχεται

στα 742.529€, έτσι μέσω της μεθόδου αυτής θα υπολογισθούν τα έτη που η Ξενοδοχειακή Μονάδα θα επαναισπράξει το ποσό αυτό.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ</b>					
	<b>A.</b>	<b>B.</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>		
	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ</b>	<b>ΠΡΟ</b>	<b>ΦΟΡΟΣ</b>	<b>ΚΑΘΑΡΑ</b>
		<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>ΦΟΡΩΝ</b>	<b>(24%)</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
			<b>(A-B)</b>		
<b>2020</b>	172.560€	13.710€	158.850€	38.124€	120.726€
<b>2021</b>	202.927€	14.518€	188.409€	45.219€	143.190€
<b>2022</b>	220.903€	15.056€	205.847€	49.403€	156.444€

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΤΡ</b>				
	<b>I</b>	<b>II</b>		
	<b>ΚΑΘΑΡΑ</b>	<b>ΠΡΟΣΘΕΤΗ</b>	<b>ΚΤΡ</b>	<b>ΑΡΘΡΟΙΣΤΙΚΗ</b>
	<b>ΚΕΡΔΗ</b>	<b>ΑΠΟΣΒΕΣΗ</b>	<b>(I-II)</b>	<b>ΚΤΡ</b>
<b>2020</b>	120.726€	33.022,3€	87.703,7€	87.703,7€
<b>2021</b>	143.190€	33.022,3€	110.167,7€	197.871,4€
<b>2022</b>	156.444€	33.022,3€	123.421,7€	321.293,1€

Από τους παραπάνω Πίνακες συμπεραίνεται πως μέχρι το 2022 τα 321.293,1€ από τα 742.529€ του Συνολικού Κόστους Επένδυσης θα επαναισπραχθούν στα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας της Ξενοδοχειακής Μονάδας. Έτσι, αν εξετασθούν και τα επόμενα έτη λειτουργίας, το ολικό

κόστος Επένδυσης είναι πιθανό να επανεισπραχθεί σε χρονικό διάστημα μεγαλύτερο της τριετίας.

### 10.5.2 Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης Κεφαλαίου

Ο απλός Συντελεστής Απόδοσης είναι η σχέση του ετήσιου Καθαρού Κέρδους της επιχείρησης μετά από τις αποσβέσεις, τόκους και φόρους προς το Επενδυτικό Κεφάλαιο. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν δεν είναι και πολύ ικανοποιητικά.

<i><b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.3: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (ROI)</b></i>			
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ</b>	120.726€	143.190€	156.444€
<b>Κ. ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>	742.529€	742.529€	742.529€
<b>R</b>	16%	19%	21%

### 10.5.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) αποτελεί το πιο σύνηθες κριτήριο αποδοτικότητας για την αξιολόγηση σχεδίων επένδυσης. Η ΚΠΑ προκύπτει αν προ εξοφληθεί στο παρόν (για κάθε έτος χωριστά) η διαφορά μεταξύ όλων των μελλοντικών χρηματικών εισροών και εκροών, για ολόκληρο το χρόνο ζωής του σχεδίου επένδυσης με βάση του συντελεστή προεξόφλησης. Αρχικά, καταγράφονται τα αρχικά μεγέθη των ταμειακών ροών και υπολογίζεται η διαφορά μεταξύ εισροών και εκροών. Έπειτα, επιλέγεται το κατάλληλο επιτόκιο προεξόφλησης σύμφωνα πάντα με τις τρέχουσες συνθήκες της τραπεζικής αγοράς και βάση αυτού θα προκύψει η Παρούσα Αξία των χρηματικών εισροών και εκροών για όλη την περίοδο ζωής του σχεδίου επένδυσης. Η ΚΠΑ υπολογίζεται με τον παρακάτω τύπο:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^v \frac{ΚΤΡ}{(1+i)^t} - Κ_0$$

Όπου:

ΚΠΑ= Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ<sub>t</sub>= Καθαρή Ταμειακή Ροή στην χρονική περίοδο t

Κ<sub>0</sub>= Κόστος Επένδυσης

i= Επιτόκιο προεξόφλησης, ίσο με 15%

t= Αριθμός περιόδων

Σύμφωνα με τα παραπάνω, στον ακόλουθο Πίνακα παρουσιάζεται η Παρούσα Αξία των Καθαρών Ταμειακών Ροών της επιχείρησης.

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.4: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ</b>			
	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>(I x II)</b>
	<b>ΚΤΡ</b>	<b>ΣΠΑ (15%,v)</b>	<b>ΠΑ</b>
<b>2020</b>	87.703,7€	0,87	76.302€
<b>2021</b>	110.167.7€	0,76	83.727€
<b>2022</b>	123.421.7€	0,66	81.458€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>241.487€</b>
<b>ΚΠΑ</b>			<b>-501.042€</b>

Η Παρούσα Αξία ανέρχεται στα 241.487€ και η Καθαρή Παρούσα Αξία υπολογίζεται σε

$$ΚΠΑ = ΣΠΑ - ΚΕ = 241.738€ - 742.529€ = -501.042€ < 0$$

Αφού η ΚΠΑ έχει αρνητικό πρόσημο η απόδοσή της Ξενοδοχειακής Μονάδας θα είναι αρνητική στα τρία πρώτα έτη της λειτουργίας της. Έτσι, η υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου θα κριθεί μη συμφέρουσα για τον συγκεκριμένο αριθμό ετών που εξετάζονται.

## 10.6 Συμπέρασμα Αξιολόγησης

Σύμφωνα με όλα τα χρηματοοικονομικά στοιχεία που αναλύθηκαν σε αυτό το κεφάλαιο, συμπεραίνουμε πως η υπό εξέταση Ξενοδοχειακή Μονάδα για τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας της δεν θα έχει θετική απόδοση καθώς η ΚΠΑ είναι αρνητική. Άρα, το πιο πιθανό σενάριο είναι η επιχείρηση να επαναισπράξει το Κόστος Επένδυσης της μετά το πέρας επιπλέον ετών λειτουργίας.

Κατά τη δική μου άποψη, θα πρότεινα στον επενδυτή να μην προβεί στην πραγματοποίηση της επένδυσης καθώς κρίνεται μη κερδοφόρα. Η επένδυση θα ήταν συμφέρουσα εάν μειώνονταν τα έξοδα λειτουργίας, κάτι το οποίο θα μείωνε και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών της. Άρα, όλα αυτά δεν θα εναρμονίζονταν με το Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα της, και έτσι δεν θα χρησίμευε προς όφελός της.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ:

Γεωργακέλλος Δ., Σημειώσεις από παραδόσεις του μαθήματος «Οικονομοτεχνικές Μελέτες», του Μεταπτυχιακού Προγράμματος MBA, Management Τουρισμού του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Ακαδημαϊκό Έτος 2018-2019.

Γεωργόπουλος, Ν. (2013), «Στρατηγικό Μάνατζμεντ», Μπένου Γ. Αθήνα.

Καρβούνης, Σ., Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα, 2006.

Χυτήρης, Λ., Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 2001.

### ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ:

Kotler, P. Bowen, T. Makens, C. (2010), Marketing Hospitality and Tourism, 5<sup>th</sup> Edition, International Edition, Pearson.

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ:

<https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/X-Ray-2019.pdf>

[https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019-Campings\\_regions.pdf](https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019-Campings_regions.pdf)

<https://www.boutique-hotel.gr/el/about-us/>



<http://asprovalta-vrasna.gr/el/>

<https://insete.gr/wp->

[content/uploads/2020/09/20\\_09\\_Tourism\\_and\\_Greek\\_Economy\\_2017-2018\\_2nd.pdf](content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2017-2018_2nd.pdf)

<https://bit.ly/39HBnC5>

[https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10\\_X-Ray\\_2017-2019-1.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10_X-Ray_2017-2019-1.pdf)

<https://bit.ly/3sF2Aya>

<https://bit.ly/2M68JSQ>

<https://bit.ly/2Ng5Pf8>

<https://www.google.com/maps/place/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%B1%CF%87%CF%8E%CE%BD%CE%B1%CF%82+623+00/@40.812276,23.4174429,8.25z/data=!4m5!3m4!1s0x14aa2abd8437b4f5:0xf044ee429de6725d!8m2!3d41.3634487!4d23.3593121>

<https://www.google.com/maps/place/%CE%A4%CE%B5%CE%BB%CF%89%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CE%BF+%CE%9D%CF%85%CE%BC%CF%86%CE%B1%CE%AF%CE%B1%CF%82/@40.9871656,24.013388,9z/data=!4m5!3m4!1s0x14ad9108fb104d97:0x5e95ea961e73c480!8m2!3d41.2633604!4d25.4293917>

<https://www.google.com/maps/dir/%CE%A4%CE%B5%CE%BB%CF%89%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CE%BF+%CE%9D%CF%85%CE%BC%CF%86%CE%B1%CE%AF%CE%B1%CF%82,+%CE%9123,+%CE%9A%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CF%84%CE%B7%CE%BD%CE%AE+691+00/%CE%91%CF%83%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CF%84%CE%B1/@40.9926938,24.0285874,9z/data=!3m1!4b1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x14ad9108fb104d97:0x5e95ea961e73c480!2m2!1d25.4293917!2d41.2633604!1m5!1m1!1s0x14a918d70d3b436b:0x500bd2ce2bac800!2m2!1d23.7069058!2d40.7199504!3e0>