



**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη
Διοίκηση Επιχειρήσεων (ΠΜΣ-ΔΕ) (Master in
Business Administration, M.B.A.).**

Επιβλέπων καθηγητής : Δημήτριος Γεωργακέλλος

Μεταπτυχιακός Φοιτητής : Καπλάνης Ιωάννης

ΠΕΙΡΑΙΑΣ , 26 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2024

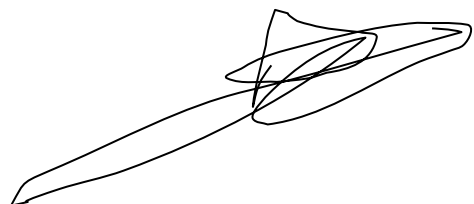
Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο:

«Οικονομοτεχνική ανάλυση - αξιολόγηση τουριστικών καταλυμάτων στη Κορινθία »

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

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

Καπλάνης Ιωάννης



Η παρακάτω διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στη μητέρα μου Αλεξάνδρα Λεπεσιώτη.

Διπλωματική εργασία

**Οικονομοτεχνική ανάλυση - αξιολόγηση τουριστικών
καταλυμάτων στη Κορινθία**

Επιβλέπων καθηγητής : Δημήτριος Γεωργακέλλος

Μεταπτυχιακός Φοιτητής : Καπλάνης Ιωάννης

Αριθμός Μητρώου : ΜΔΕ2213

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής)

εργασίας)

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

Οικονομοτεχνική ανάλυση - αξιολόγηση τουριστικών καταλυμάτων στη Κορινθία .

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα. Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή:



Όνοματεπώνυμο : Καπλάνης Ιωάννης

Ημερομηνία: 26/4/2024

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>1 Σύνοψη της μελέτης σκοπιμότητας.....</u>	<u>9</u>
---	----------

Περιγραφή της ιδέας και της επένδυσης	9
Ανάλυση της αγοράς και μάρκετινγκ.....	10
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια.....	11
Μηχανολογικά και τεχνολογία.....	12
Οργάνωση μονάδας και γενικά έξοδα.....	13
Ανθρώπινοι πόροι.....	14
Τοποθεσία, χώρος εγκαταστάσεων και περιβάλλον.....	15
Προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	15

Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης.....	16
<u>2 Βασική ιδέα και ιστορικό της επένδυσης.....</u>	<u>17</u>
Περιγραφή της ιδέας και του επενδυτικού σχεδίου.....	17
Παρουσίαση του επενδυτή.....	18
Ιστορικό της επένδυσης.....	18
Μελέτη σκοπιμότητας.....	19
Κόστη προ επενδυτικών μελετών.....	20
<u>3 Ανάλυση της αγοράς και μάρκετινγκ.....</u>	<u>20</u>
3.1 Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της.....	20
3.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και απασχόληση.....	21
3.3 Ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών της περιφέρειας Κορινθίας.....	21
Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	23
Λιμάνια και σιδηροδρομικό δίκτυο.....	23
Οικονομικά στοιχεία.....	24
Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία.....	25
Γαλάζιες σημαίες.....	25
3.4 Τουριστική κίνηση.....	26
Διανυκτερεύσεις , εισπράξεις και μέση δαπάνη	26
3.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό	27
Τιμές ξενοδοχειακών δωματίων στην περιφέρεια Κορινθίας	28

Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων.....	30
3.6 Ορισμός ξενοδοχειακού καταλύματος.....	31
3.7 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης.....	31
Τουριστική ζήτηση.....	32
3.8 Προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης για διανυκτερεύσεις.....	32
3.9 Ανάλυση του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος	33
Ανάλυση PEST.....	33
Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.....	36
3.10 Ανάλυση του εσωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος	40
Ανάλυση SWOT.....	40
3.11 Στρατηγική και μάρκετινγκ.....	42
Όραμα.....	42
Αποστολή.....	42
Στρατηγικοί στόχοι.....	42
Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.....	43
Στρατηγική.....	43
Προφίλ πελατών.....	45
Ανάλυση STP.....	45
Μείγμα μάρκετινγκ.....	47
3.12 Προσδιορισμός εσόδων Έσοδα δωματίων.....	51
Έσοδα εστιατορίου και bar-καφετέριας.....	51
Συνολικά έσοδα.....	54
3.13 Κόστη προβολής και προώθησης.....	54
<u>4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια.....</u>	<u>55</u>

Ταξινόμηση των πρώτων υλών και των εφοδίων.....	55
Επιλογή των πρώτων υλών και των εφοδίων.....	56
Πρόγραμμα προμηθειών.....	57
Κόστη πρώτων υλών και άλλων εφοδίων.....	58
<u>5 Μηχανολογικά και τεχνολογία.....</u>	<u>59</u>
Δυναμικότητα της μονάδας.....	60
Επιλογή τεχνολογικού εξοπλισμού.....	60
Κτιριακές εγκαταστάσεις και περιβάλλοντας χώρος.....	62
<u>6 Οργάνωση ξενοδοχειακής μονάδας - γενικά έξοδα.....</u>	<u>65</u>
Οργάνωση και λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας.....	66
Εξωτερικοί συνεργάτες.....	68
Γενικά έξοδα - αμοιβές εξωτερικών συνεργατών.....	69
<u>7 Ανθρώπινοι πόροι.....</u>	<u>70</u>
Κατανομή ανθρωπίνων πόρων και περιγραφή θέσεων.....	70
Προσέλκυση, αξιολόγηση και επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού.....	73
Εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού.....	74
Μισθοδοσίες.....	75
<u>8 Τοποθεσία, χώρος εγκαταστάσεων και περιβάλλον.....</u>	<u>76</u>
Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της ξενοδοχειακής μονάδας.....	77

Κριτήρια επιλογής τοποθεσίας.....	77
Φωτογραφία χώρου εγκατάστασης της ξενοδοχειακής μονάδας.....	79
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις ανέγερσης της μονάδας.....	80
Οικόπεδο.....	81
<u>9 Προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....</u>	<u>81</u>
Σύσταση εταιρείας.....	81
Πλεονεκτήματα ΙΚΕ.....	86
Χρονοδιάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος.....	86
Κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	88
<u>10 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης.....</u>	<u>89</u>
10.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης.....	89
Πάγιο ενεργητικό.....	90
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης.....	90
Συνολικό κόστος επένδυσης.....	92
10.2 Χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου.....	93
10.3 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων.....	93
Υπολογισμός του κόστους λειτουργίας.....	94
Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως.....	94
Ταμειακές ροές.....	95
Ισολογισμός.....	96
10.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση.....	97
Μέθοδος επανείσπραξης κόστους επένδυσης.....	98

Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου.....	99
Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας.....	100
Μέθοδος εσωτερικού συντελεστή απόδοσης.....	101
Νεκρό σημείο.....	101
Χρηματοοικονομική αξιολόγηση.....	103
Βιβλιογραφία.....	103

1 Σύνοψη της μελέτης σκοπιμότητας

Περιγραφή της ιδέας και της επένδυσης

Η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας εξετάζει την πιθανότητα δημιουργίας ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος αποτελούμενο από 4 αυτόνομες βίλες στο Ξυλόκαστρο Ευρωστίνης . Ο υποψήφιος επενδυτής Γ.Κ. ο οποίος έχει ως έδρα το Λουξεμβούργο όπου και λαμβάνουν χώρα οι επιχειρηματικές του δραστηριότητες στο κλάδο των super market όπου και κατέχει δική του αλυσίδα και ο οποίος έχει καταγωγή από τη Δυτική Κορινθία και συγκεκριμένα από το Ξυλόκαστρο Ευρωστίνης αποφάσισε να πραγματοποιήσει οικονομοτεχνική ανάλυση και αξιολόγηση ίδρυσης ξενοδοχειακού συγκροτήματος στο Ξυλόκαστρο. Ο λόγος για τον οποίο θέλει να επενδύσει στο συγκεκριμένο κλάδο είναι διότι επιθυμεί να επενδύσει στη γενέτειρα του και έτσι να ρίξει κάποιες επιχειρηματικές γέφυρες ούτως ώστε να επιστρέψει μέσα στην επόμενη δεκαετία μόνιμα στο τόπο όπου και γεννήθηκε .Όσον αφορά την επένδυση στο συγκεκριμένο κλάδο έχει ακούσει από συζητήσεις με άλλους επιχειρηματίες ότι είναι ένας ιδιαίτερα προσοδοφόρος κλάδος ειδικά στην Ελλάδα και έτσι και αποφάσισε για την εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας. Στο τέλος του πρώτου

σταδίου της ανάλυσης υπολογίζονται τα κόστη προ επενδυτικών μελετών και ερευνών που επιβαρύνουν το επενδυτικό σχέδιο.

Ανάλυση της αγοράς και μάρκετινγκ

Κατά την διάρκεια ανάλυσης της τουριστικής αγοράς στην περιφέρεια Κορινθίας παρατηρήθηκε ότι το Ξυλόκαστρο αποτελεί πόλο έλξης για πολλούς τουρίστες τόσο του εξωτερικού όσο και του εσωτερικού. Οι επισκέπτες επιζητούν διακοπές χαλάρωσης αλλά και να γνωρίσουν τη κουλτούρα του τόπου όπου επισκέπτονται ,επίσης οι ημεδαποί επισκέπτες οι οποίοι κατά βάση έχουν ως έδρα την Αθήνα καθώς εκεί διαβιεί ο μισός πληθυσμός της χώρας (5.000.000)παρατηρείται ότι έχουν στραφεί τα τελευταία χρόνια σε προορισμούς κοντά στην Αθήνα ένα κριτήριο το οποίο πληροί το Ξυλόκαστρο καθώς βρίσκεται σε απόσταση μόλις 1,5 ώρας από την Αττική. Έτσι εξετάζεται το ενδεχόμενο της δημιουργίας ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος . Στόχος του εν λόγω εγχειρήματος είναι να προσφέρει πολυτελή διαμονή και φιλοξενία. Για να επιτευχθεί η εκπλήρωση των στόχων, η επιχείρηση θα ακολουθήσει τη στρατηγική της διαφοροποίησης, όπου θα παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε συνδυασμό με την ποιότητα και μοντέρνα διαρρύθμιση του συγκροτήματος . Το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα θα είναι συνολικής δυναμικότητας 4 αυτόνομων βιλών και θα λειτουργεί από αρχές Μαΐου μέχρι τέλη Σεπτεμβρη . Η πληρότητα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στο νομό Κορινθίας υπολογίστηκε κοντά στο 25 % κατά την διάρκεια της τριετίας 2021-2023. Στο τέλος του συγκεκριμένου κεφαλαίου αναλύονται τα έσοδα του συγκροτήματος θα προέλθουν από την ενοικίαση των βιλών . Η προβολή και η προώθηση της επένδυσης θα πραγματοποιείται μέσω της ιστοσελίδας και των social media του συγκροτήματος , διαφημίσεων, δημοσίων σχέσεων και διαδικτυακά μέσω της πλατφορμών (Airbnb ,...) .

Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

Η συνεργασία με τον εκάστοτε προμηθευτή αλλά και η αξιολόγηση του θα κρίνεται με βάση την αξιοπιστία, τις τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών και αγαθών αλλά και το εκάστοτε δίκτυο διανομής. Ακόμα, θα λαμβάνουν χώρα τακτικοί έλεγχοι από την επιχείρηση για να υπάρχει διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων, του χρόνου παράδοσης αλλά και της ορθής τήρησης των κανόνων υγιεινής στη διάρκεια της μεταφοράς των πρώτων υλών. Επίσης, το πρόγραμμα προμηθειών της επιχείρησης θα διασφαλίζει την σωστή και αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης. Για την ικανοποιητική λειτουργία του ξενοδοχειακού συγκροτήματος είναι κύριας σημασίας να αξιολογηθούν οι παρακάτω πρώτες ύλες:

- Πρώτες ύλες τμημάτων επισιτισμού
- Ενέργεια
- Πρώτες ύλες καθαριότητας

Μηχανολογικά και τεχνολογία

Στο παρών σκέλος της μελέτης σκοπιμότητας θα αναλυθεί το σύνολο των μηχανολογικών και τεχνολογικών προδιαγραφών του ξενοδοχειακού καταλύματος . Θα αναλυθούν τα θέματα του επενδυτικού προγράμματος που αφορούν τα τεχνικά ζητήματα όπως η ανάλυση των κτηριακών εγκαταστάσεων , του περιβάλλοντα χώρου ,η δυναμικότητα του ξενοδοχειακού καταλύματος αλλά και η επιλογή του τεχνολογικού εξοπλισμού. Στο τέλος υπολογίζεται το κόστος των κτηριακών εγκαταστάσεων, το κόστος συντήρησης της μονάδας όπως και τα έξοδα του βασικού εξοπλισμού.

Οργάνωση μονάδας και γενικά έξοδα

Η θεμελίωση του συνασπισμού και λειτουργίας του ξενοδοχειακού καταλύματος είναι ένα καίριο σκέλος της μελέτης σκοπιμότητας αφού είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την επιβίωση της επιχείρησης. Η ικανοποιητική διοίκηση και ο συνασπισμός θα τελεσφορήσει μέσα από το οργανόγραμμα το οποίο θα δείχνει την ιεραρχική δομή και θα καθορίζει τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες κάθε τμήματος του συγκροτήματος . Για την εύρυθμη λειτουργία του συγκροτήματος θα πραγματοποιηθεί κοινοπραξία με εξωτερικούς σύμβουλους-συνεργάτες όπου θα αναλάβουν καίριους άξονες του καταλύματος . Στην ανάλυση της εν λόγω μελέτης τα γενικά έξοδα και οι αμοιβές εξωτερικών συνεργατών είναι τα εξής:

- Έξοδα για πληρωμή δικηγορικού γραφείου
- Έξοδα για πληρωμή ασφαλιστικής εταιρείας
- Έξοδα για πληρωμή λογιστικού γραφείου
- Έξοδα διοίκησης
- Έξοδα για Σίτιση εργαζομένων
- Λοιπά γενικά έξοδα

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την πλάση της κουλτούρας της εταιρίας εντός του εκάστοτε οργανισμού . Η ορθή διαλογή, προσέγγιση, κρίση και εκπαίδευση του συνόλου των ανθρωπίνων πόρων μπορεί να μετατραπεί σε ένα διατηρήσιμο ανταγωνιστικό αποτέλεσμα. Οι ανθρωπίνοι πόροι του ξενοδοχειακού καταλύματος θα χωρίζονται σε 3 σκέλη :

- 1) προσωπικό διοίκησης
- 2) βοηθητικό προσωπικό
- 3) προσωπικό των βιλών

Το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα θα απασχολεί συνολικά 24 άτομα (εκ των οποίων οι 17 ανήκουν στο μόνιμο και 7 στο έκτακτο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης) όπου η ανάλυση της μισθοδοσίας τους θα πραγματοποιηθεί στο τέλος του συγκεκριμένου κεφαλαίου.

Τοποθεσία, χώρος εγκαταστάσεων και περιβάλλον

Σε αυτό το σκέλος της μελέτης λαμβάνει τόπο η εκτίμηση των αναγκών σε χώρους, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις κατά την ανέγερση και τη λειτουργία του ξενοδοχειακού καταλύματος και τα απαραίτητα κριτήρια επιλογής τοποθεσίας. Η τοποθεσία του καταλύματος δεν είναι ορισμένη αλλά θα βρεθεί μετά από μελέτη και υπόδειξη από σύμβουλο . Υπολογίζεται ότι χρειάζεται ένα οικόπεδο έκτασης μικρότερης των 1.000 τ.μ. και για να αποτυπωθεί στην χρηματοοικονομική ανάλυση θα υπολογισθεί η τιμή αγοράς του από τον επενδυτή.

Προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Σε αυτό το στάδιο της μελέτης θα παρουσιαστεί η διαδικασία σύστασης της εταιρίας και το ακριβές χρονοδιάγραμμα από την ίδρυση μέχρι και την αρχή της λειτουργίας του ξενοδοχείου. Στο τέλος θα υπολογισθεί ο προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου. Η ανάλυση του χρονοδιαγράμματος θα χωριστεί σε επιμέρους φάσεις οι οποίες είναι:

- Αγορά οικόπεδου
- Ίδρυση ξενοδοχειακής επιχείρησης
- Ανάθεση κατασκευής – μηχανολογικά σχέδια
 - Λήψη αδειών • Προγραμματισμός χρηματοδότησης
- Έργα υποδομής
- Έργα πολιτικού μηχανικού
 - Κατασκευή κτηρίων
- Άφιξη και εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού
 - Διαμόρφωση και διακόσμηση χώρων ξενοδοχείου
- Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού
- Έλεγχος και παραλαβή των απαραίτητων πρώτων υλών
- Προσέλκυση πελατών και ενέργειες μάρκετινγκ
- Επιθεώρηση έργων, συντονισμός ενεργειών, έλεγχος και προσαρμογή του προσωπικού

-- Έναρξη δραστηριότητας επιχείρησης Ως ημερομηνία έναρξης λειτουργίας του ξενοδοχείου ορίστηκε η 1η Απριλίου του 2024

Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης

Στο τελευταίο στάδιο της μελέτης αναλύεται η χρηματοοικονομική κατάσταση του ξενοδοχείου και πραγματοποιείται η τελική αξιολόγηση της επένδυσης. Πρέπει να σημειωθεί πως ο βασικότερος στόχος της μελέτης είναι να εξεταστεί αν η συγκεκριμένη επένδυση συμφέρει χρηματοοικονομικά τον επενδυτή, δηλαδή εάν του επιφέρει κέρδος. Το συνολικό κόστος επένδυσης υπολογίστηκε στα 587.416,64. Από αυτό το ποσό τα 522.220 € είναι το πάγιο ενεργητικό ενώ το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι 65.196,64€. Το συνολικό κόστος επένδυσης προήλθε σε ποσοστό 100% από τα ίδια κεφάλαια του επενδυτή. Το συνολικό κόστος λειτουργίας για το 2024 υπολογίστηκε στα 384.788,03€. Οι μέθοδοι χρηματοοικονομικής αξιολόγησης που χρησιμοποιήθηκαν δείχνουν ότι η επένδυση δεν είναι ελκυστική και ότι το συγκεκριμένο εγχείρημα αποτελεί μεγάλο ρίσκο για τον επενδυτή.

2 Βασική ιδέα και ιστορικό της επένδυσης

Περιγραφή της ιδέας και του επενδυτικού σχεδίου

Η ιδέα για τη δημιουργία ενός μικρού συγκροτήματος ξενοδοχειακών καταλυμάτων αποτελούμενο από 4 βίλες 100 τετραγωνικών μέτρων η κάθε μια προήλθε από τον Γ.Κ. ο οποίος έχει ως έδρα το Λουξεμβούργο όπου και λαμβάνουν χώρα οι επιχειρηματικές του δραστηριότητες στο κλάδο των super market όπου και κατέχει δική του αλυσίδα και ο οποίος έχει καταγωγή από τη Δυτική Κορινθία και συγκεκριμένα από το Ξυλόκαστρο Ευρωστίνης όπου και ήταν το όνειρο του να επενδύσει στο συγκεκριμένο τόπο όπου και γεννήθηκε.

Ο τουρισμός αποτελεί τη μεγάλη βιομηχανία της χώρας μας και έναν εκ των μεγαλύτερων αν όχι τον μεγαλύτερο συμβαλλόμενο στο ΑΕΠ της ,απασχολεί πληθώρα εργαζομένων είτε επιχειρηματικά είτε εργασιακά είτε ως προμηθευτές αλλά και με πολλούς άλλους τρόπους οι οποίοι στο σύνολο τους φτάνουν περί το ένα εκατομμύριο πολίτες. Τα 24 δισ. ευρώ ή αλλιώς το 11,5% εκτιμάται ότι προσέγγισε η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ το 2022, με πέντε Περιφέρειες να αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 90% των εισπράξεων της χώρας, σύμφωνα με την ετήσια έρευνα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ).Για το 2023 τα τουριστικά έσοδα διαμορφώθηκαν στα 19,5 δις. ευρώ, από 17,7 δις. ευρώ που ήταν το 2022,ενώ η εκτίμηση του προϋπολογισμού για το 2024 είναι ότι αυτά θα διαμορφωθούν στα 21 δις. Ευρώ.

Όλο και περισσότερο παρατηρείται τα τελευταία χρόνια η άνθιση του εναλλακτικού τουρισμός όπως και οι διακοπές σε μέρη που δε φημίζονται ως τα πολυσύχναστα μέρη του τουρισμού στη χώρα μας (π.χ. Μύκονος , Σαντορίνη , Πάρος), ένα από αυτά τα μέρη είναι το Ξυλόκαστρο το οποίο παρουσιάζεται ως ένα πόλο έλξης που προσελκύει όλο και περισσότερους τουρίστες τα τελευταία χρόνια καθώς συνδυάζει με έναν απίστευτα σαγηνευτικό τρόπο βουνό και θάλασσα αλλά και έναν επίγειο παράδεισο χαλάρωσης όπου ο χρόνος φαντάζει να κυλά πιο αργά .Ο επενδυτής στοχεύει να δημιουργήσει ένα μικρό συγκρότημα ξενοδοχειακών καταλυμάτων αποτελούμενο από 4 βίλες με σύγχρονη αρχιτεκτονική ιδανικές για οικογένειες, γκρουπ ή ζευγάρια που απολαμβάνουν την πολυτέλεια και την ανεξαρτησία στα ταξίδια τους. Όραμα του επιχειρηματία αποτελεί η προφορά πολυτελούς διαμονής και φιλοξενίας. Το συγκρότημα θα βρίσκεται στο Ξυλόκαστρο όπου δε θα υπάρχει κάτι παρόμοιο σε απόσταση τουλάχιστον 15 χιλιομέτρων.

Παρουσίαση του επενδυτή

Ο επιχειρηματίας Γ.Κ. δε έχει κάποια ενασχόληση με το κλάδο των τουριστικών ούτε και κάποια ιδιαίτερη γνώση ,ούτε και κάποιο πρόσωπο από το στενό οικογενειακό του περιβάλλον κατέχει κάποια γνώση πάνω στον κλάδο .Ο λόγος για τον οποίο θέλει να επενδύσει στο συγκεκριμένο κλάδο είναι διότι επιθυμεί να επενδύσει στη γενέτειρα του και έτσι να ρίξει κάποιες επιχειρηματικές γέφυρες ούτως ώστε να επιστρέψει μέσα στην επόμενη δεκαετία μόνιμα στο τόπο όπου και γεννήθηκε .Όσον αφορά την επένδυση στο συγκεκριμένο κλάδο έχει ακούσει από συζητήσεις με άλλους επιχειρηματίες ότι είναι ένας ιδιαίτερα προσοδοφόρος κλάδος ειδικά στην Ελλάδα και έτσι και αποφάσισε για την εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας .Την έλλειψη γνώσης του στα ξενοδοχειακά σκοπεύει να αντισταθμίσει με τη χρηματική του δύναμη με την όποια και σκοπεύει να συνεργαστεί με τους καλύτερους γνώστες του κλάδου αφού μπορεί να τους προσφέρει τα χρήματα τα οποία θα ζητήσουν

Ιστορικό της επένδυσης

Το ενδιαφέρον του επενδυτή για την ανέγερση ενός ξενοδοχειακού συγκροτήματος πρόεκυψε πριν από τρία χρόνια όπου και άρχισε να περιεργάζεται την ιδέα έπειτα από μια συζήτηση την οποία έτυχε να πάρει μέρος στην οποία κάποιοι φίλοι του ανέφεραν το πόσο προσοδοφόρα μπορεί να αποτελέσει μια ξενοδοχειακή μονάδα και όπως ανέφερα και προηγουμένως η σκέψη για επιστροφή στα πάτρια εδάφη υπήρχε πάντα . Η απόφαση για την διεξαγωγή σχετικής μελέτης σκοπιμότητας πάρθηκε τον Απρίλιο του 2022 και ανατέθηκε στον Ν.Π. και του συνεργάτες του. Η σύνταξη της αρχιτεκτονικής μελέτης ανατέθηκε τον Ιούνιο του 2022 στον αρχιτέκτονα Κ.Χ. και τελείωσε τον Ιανουάριο του 2023. Η συλλογή των στοιχείων ξεκίνησε τον Μάιο του 2022. Για την έρευνα της αγοράς χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες από δευτερογενείς πηγές όπως οι ιστοσελίδες της τράπεζας της Ελλάδος, του ΙΝΣΕΤΕ και του ΞΕΕ.

Μελέτη σκοπιμότητας

Μια μελέτη σκοπιμότητας είναι μια κατανοητή αναφορά που εξετάζει λεπτομερώς τα 5 πλαίσια ανάλυσης ενός πρότζεκτ. Λαμβάνει επίσης υπόψιν τα 4 P του, τα ρίσκα και τα POV του, και τους περιορισμούς του (χρόνος, κόστος και κανόνες ποιότητας). Ο στόχος είναι να διευκρινιστεί αν το project θα πρέπει να προχωρήσει, να επανασχεδιαστεί ή να εγκαταλειφθεί (Mesly, Olivier. 2017). Μια μελέτη σκοπιμότητας εκτιμά την προοπτική επιτυχίας ενός πρότζεκτ: έτσι, η πλήρης αντικειμενικότητα είναι ένας σημαντικός παράγοντας σχετικά με την αξιοπιστία της μελέτης για πιθανούς επενδυτές και ιδρύματα δανεισμού (Feasibility studies as a tool for successful cooperative business enterprises). Έτσι, πρέπει να εκτελείται με μια αντικειμενική και αμερόληπτη προσέγγιση ώστε να προσφέρει πληροφορίες με τις οποίες μπορούν να ληφθούν αποφάσεις. Η εταιρεία η οποία ανέλαβε την εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας για την δημιουργία του ξενοδοχειακού συγκροτήματος είναι η εταιρεία μελετών και συμβούλων με την επωνυμία Glyfada Management όπου εδρεύει στην Γλυφάδα. Η ανάθεση της συγκεκριμένης μελέτης δόθηκε στον ιδιαίτερα επιτυχημένο σύμβουλο επενδυτικών ευκαιριών Ν.Π. όπου διαθέτει μια ομάδα με εμπειρία σε επενδυτικά προγράμματα με κύριο σκοπό την διαπίστωση της βιωσιμότητας του εκάστοτε επενδυτικού σχεδίου

Κόστη προ επενδυτικών μελετών

Οι νομικές προϋποθέσεις και διαδικασίες για την δημιουργία και την αδειοδότηση της ξενοδοχειακής μονάδας (όπως περιβαλλοντική εκτίμηση και αξιολόγηση, έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης, άδεια λειτουργίας και οικοδομική άδεια) υπολογίστηκαν ως βασικά κόστη προ επενδυτικών μελετών και αποτελούν συνολικά 25.000 €. Το κόστος για την μελέτη σκοπιμότητας ανήλθε στα 3.500 €. Η έρευνα για την προέγκριση χωροθέτησης για την καταλληλότητα του οικοπέδου κόστισε 6.000 €. Το σύνολο όλων των υπολοίπων προ επενδυτικών εξόδων υπολογίστηκε ως λοιπά έξοδα και ανήλθε στα 2.500 €.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΒΑΣΙΚΑ ΚΟΣΤΗ	2.5000
ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	3.500
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑΣ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ	6.000
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ	2.500

3 Ανάλυση της αγοράς και μάρκετινγκ

3.1 Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της

Αγορά είναι το μέρος όπου βρίσκουμε αγαθά και υπηρεσίες και γίνονται οι συναλλαγές ανάμεσα στους αγοραστές και στους πωλητές με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Είναι δηλαδή το άμεσο και έμμεσο περιβάλλον που πραγματοποιεί τις δραστηριότητες της η επιχείρηση και ο χώρος όπου έρχεται σε επαφή με τα υπόλοιπα μέλη της αγοράς αυτής όπως πελάτες, προμηθευτές, ανταγωνιστές και οποιαδήποτε σχέση λαμβάνει τόπο με τους άμεσους και έμμεσους ενδιαφερόμενους. Τουριστική αγορά είναι το μέρος όπου πραγματοποιείται η προσφορά και η ζήτηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Λαμβάνουν τόπο διάφορες συναλλαγές ανάμεσα στις εταιρίες όπως αεροπορικές, ξενοδοχειακές ή από τουριστικά πρακτορεία. Συμπερασματικά αποτελεί ένα μέρος που υλοποιεί τις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών για τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες . Ο τουρισμός έχει αντίκτυπο σε πληθώρα κλάδων της οικονομίας, όπως μεταφορές (π.χ. ταξίδι με αεροπλάνο και μεταφορά με λεωφορείο), διαμονής (σε ξενοδοχείο ή αλλού είδους κατάλυμα), εστίασης (σε εστιατόρια ή bar εντός ή εκτός του χώρου διαμονής), διασκέδασης (περιλαμβανομένων των επισκέψεων σε αξιοθέατα) και κατανάλωσης σε καταστήματα. Άρα ο τουρισμός αποτελεί ένα κλάδο ο οποίος επηρεάζει αρκετά μέρη του κοινωνικού και παραγωγικού συνόλου μιας χώρας.

3.2 Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και απασχόληση

Ο τουρισμός αποτελεί τη βαριά βιομηχανία της χώρας και τον σπουδαιότερο παράγοντα στην διαμόρφωση του ΑΕΠ . Τα 24 δις. ευρώ ή αλλιώς το 11,5% εκτιμάται ότι προσέγγισε η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ελληνικό ΑΕΠ το 2022, με πέντε Περιφέρειες να αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 90% των εισπράξεων της χώρας, σύμφωνα με την ετήσια έρευνα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ).

Για το 2023 τα τουριστικά έσοδα θα διαμορφωθούν στα 19,5 δις. ευρώ, από 17,7 δις. ευρώ που ήταν το 2022, ενώ η εκτίμηση του προϋπολογισμού για το 2024 είναι ότι αυτά θα διαμορφωθούν στα 21 δις. ευρώ(ΙΝΣΕΤΕ).

Ο τουρισμός, εκτός από την μεγάλη συμβολή στην οικονομία της χώρας έχει μεγάλη συμβολή και στην απασχόληση όπου έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στην μείωση της ανεργίας. Το 2023 απασχολήθηκαν 800.000 εργαζόμενοι σε τουριστικές επιχειρήσεις ή το 19,3% της συνολικής απασχόλησης (Πηγή: ΙΝΣΕΤΕ)

3.3 Ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών της περιφέρειας Κορινθίας

Η περιφέρεια Κορινθίας έχει έκταση 2.295 km² και 138.144 μόνιμους κατοίκους , πρωτεύουσα της είναι η πόλη της Κορίνθου . Η Θεσσαλία παρουσιάζει απλή γεωμορφολογική εικόνα, με τα ορεινά τμήματα περιμετρικά και τα πεδινά στις κεντρικές περιοχές. . Το κλίμα του ανατολικού παράκτιου και ορεινού τμήματος της Κορινθίας είναι μεσογειακό, με θερμό και ξηρό καλοκαίρι και ήπιο χειμώνα. Η Κορινθία περιτριγυρίζεται από θάλασσα η στάθμη της οποίας έχει παρατηρηθεί ότι ανεβαίνει τα τελευταία χρόνια . Σύμφωνα με το [Πρόγραμμα «Καλλικράτης»](#), ο νομός Κορινθίας αποτελεί την Περιφερειακή Ενότητα Κορινθίας (με έδρα την Κόρινθο) της Περιφέρειας Πελοποννήσου της [Αποκεντρωμένη Διοίκηση Πελοποννήσου, Δυτικής Ελλάδας και Ιονίου](#). Η Π.Ε. αποτελείται από 6 Δήμους (Κόρινθο ,Κιάτο ,Ξυλόκαστρο ,Νεμέα ,Ζευγολατιό ,Λουτράκι) . Το Ξυλόκαστρο έχει 5.500 μόνιμους κατοίκους .Στην περιφέρεια Κορίνθιας υπάρχει σημαντικός αριθμός θεσμοθετημένων περιοχών προστασίας. Ειδικότερα, με βάση την υφιστάμενη εθνική και διεθνή νομοθεσία στην περιφέρεια Κορινθίας οι θεσμοθετημένες προστατευόμενες περιοχές περιλαμβάνουν:

--ΤΙΣ ΚΟΡΥΦΕΣ ΤΟΥ ΟΡΟΥΣ ΚΥΛΛΗΝΗ(ΖΗΡΕΙΑ) ΚΑΙ ΧΑΡΑΔΡΑ
ΦΛΑΜΠΟΥΡΙΤΣΑ

--ΛΙΜΝΗ ΣΤΥΜΦΑΛΙΑ

--ΑΚΡΟΚΟΡΙΝΘΟΣ

--ΟΡΟΣ ΟΛΙΓΥΡΤΟΣ

--ΟΡΗ ΓΕΡΑΝΕΙΑ

--ΟΡΟΣ ΖΗΡΕΙΑ(ΚΥΛΛΗΝΗ)

--ΚΟΡΙΝΘΙΑΚΟΣ ΚΟΛΠΟΣ

Ο Νομός Κορινθίας βρίσκεται στην βορειοανατολική Πελοπόννησο. Ο νομός Κορινθίας καταλαμβάνει το βορειοανατολικό τμήμα της Πελοποννήσου και οφείλει το όνομά του στον ήρωα Κόρινθο, απόγονο του θεού Ερμή. Ένας νομός με φυσικό κάλος, πυκνά δάση, δαντελωτές ακτές με πεντακάθαρα νερά και λίμνες, γραφικά χωριά, παραθαλάσσια είτε ορεινά, αλλά και με μακρά ιστορία. Η ιστορία της περιοχής ξεκινά από τα προϊστορικά χρόνια και γνωρίζει μεγάλη άνθιση κατά την αρχαιότητα, με την Αρχαία Κόρινθο, την Αρχαία Νεμέα και την Ακροκόρινθο να αποτελούν κομβικά σημεία της εποχής. Στην περιοχή, στενά συνδεδεμένη με τους μύθους, σε βαθμό ώστε μερικές φορές τα ίχνη της ιστορίας χάνονται στην περιοχή του μύθου, διοργανώνονταν δύο από τους τέσσερις σημαντικότερους αθλητικούς και θρησκευτικούς αγώνες, τα Ίσθμια και τα Νέμεα, που συγκέντρωναν το ενδιαφέρον όλης της Αρχαίας Ελλάδας. Σήμερα ο νομός δέχεται πολλούς επισκέπτες, τόσο από το λεκανοπέδιο της Αττικής, λόγω της κοντινής απόστασης, όσο και από την Πελοπόννησο, επισκέπτες που θέλουν είτε να χαλαρώσουν δίπλα στη θάλασσα, να απολαύσουν τη φύση εξερευνώντας τους ορεινούς οικισμούς και τα δάση, είτε να αισθανθούν την αίγλη της αρχαιότητας με επισκέψεις σε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους αλλά και τη διώρυγα της Κορίνθου, ένα σχετικά νέο κατασκευαστικό επίτευγμα. Ίσθμια: Τα Ίσθμια είναι αγώνες που διεξάγονταν προς τιμή του Παλαίμονα που πνίγηκε σ' αυτά τα νερά και λατρεύτηκε ως θεότητα. Στην πραγματικότητα ο Παλαίμονας ήταν ο Μελικέρτης, γιος της Ινούς, μητριάς του Φρίξου και της Έλλης, που βρήκε τραγικό θάνατο όταν η μητέρα του τρελαμένη έπεσε στη θάλασσα κρατώντας τον αγκαλιά. Στους αγώνες αρχικά έπαιρναν μέρος μόνο άντρες και οι νικητές στεφανώνονταν με κλαδιά πεύκου. Νέμεα ή Νέμεια: Τα Νέμεια διεξάγονταν προς τιμή του μικρού Οφέλη, γιου του βασιλιά της πόλης, που πέθανε από δάγκωμα φιδιού όταν η παραμάνα του τον άφησε για λίγο, προκειμένου να προσφέρει νερό στους 7 Αργείους στρατηγούς που είχαν σταματήσει στην περιοχή κατά τη διάρκεια της εκστρατείας τους προς τη Θήβα. Τα Νέμεια, αθλητικοί και θρησκευτικοί αγώνες, είχαν την ίδια φήμη όπως και τα Ίσθμια, τα Ολύμπια και τα Πύθια.

http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/N_Korinthias/Gia_tin_perioxi/Perigrifi

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Μειωμένος κατά 4,8% είναι ο πληθυσμός της Κορινθίας, με βάση τα στοιχεία της απογραφής του 2021 καθώς ανέρχεται στις 138.144.

Ο Δήμος Λουτρακίου - Περαχώρας - Αγίων Θεοδώρων, είναι ο μοναδικός Δήμος στον οποίο σημειώνεται μια, έστω και μικρή, αύξηση στους μόνιμους κατοίκους, ενώ μείωση παρατηρείται στους άλλους πέντε Δήμους του Νομού σε σύγκριση με το 2011.

(<https://www.loutraki365.gr/blog/post/apografi-2021-o-plithysmos-se-oloys-toys-dimoys-tis-korinthias>)

ΔΗΜΟΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ 2021
ΚΟΡΙΝΘΙΩΝ	56.437
ΒΕΛΟΥ-ΒΟΧΑΣ	17.836
ΛΟΥΤΡΑΚΙΟΥ-ΠΕΡΑΧΩΡΑΣ-ΑΓ.ΘΕΟΔΩΡΩΝ	21.925
ΝΕΜΕΑΣ	5.668
ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟΥ-ΕΥΡΩΣΤΙΝΗΣ	15.295
ΣΙΚΥΩΝΙΩΝ	20.983
ΣΥΝΟΛΟ	138.144

Λιμάνια και σιδηροδρομικό δίκτυο

Όσον αφορά τις λιμενικές υποδομές, η περιφέρεια Κορινθίας διαθέτει 1 κύριο λιμάνι,

το λιμάνι της Κορίνθου, που βρίσκεται βόρεια του κέντρου της πόλης και κοντά στη βορειοδυτική είσοδο της διώρυγας της Κορίνθου, εξυπηρετεί τις τοπικές ανάγκες της βιομηχανίας και της γεωργίας. Χρησιμοποιείται κυρίως από φορτηγά.

Πρόκειται για ένα τεχνητό λιμάνι (με βάθος περίπου 9 μέτρα (30 πόδια), προστατευόμενο από ένα μώλο σκυροδέματος (μήκους περίπου 930 μέτρων, πλάτους 100 μέτρα, επιφάνειας 93.000 m²). Μια νέα προβλήτα ολοκληρώθηκε στα τέλη του 1980 διπλασίασε τη χωρητικότητα του λιμανιού. Η ενισχυμένη μολ προστατεύει αγκυροβολημένα σκάφη από τους ισχυρούς βόρειους ανέμους.

Η κίνηση στο λιμάνι αυξήθηκε ραγδαία από το 1893, με την ολοκλήρωση της [διώρυγας της Κορίνθου](#), που ενώνει τον Κορινθιακό με το Σαρωνικό Κόλπο.

Όσον αφορά στο σιδηροδρομικό δίκτυο το οποίο εξυπηρετεί την περιφέρεια Κορινθίας, αυτό περιλαμβάνει τις εξής γραμμές:

--Σιδηροδρομική γραμμή Πειραιάς-Κιάτο

-- Σιδηροδρομική γραμμή Αίγιο -Κιάτο (όπου στη συνέχεια παραλαμβάνει τους επιβάτες λεωφορείο για να τους οδηγήσει στην Πάτρα)

Οικονομικά στοιχεία

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Ελλάδας για την Πελοπόννησο, το ΑΕΠ της Μεσσηνίας το 2021 άγγιξε τα 1,8 δισ. ευρώ, της Λακωνίας τα 1,1 δισ. ευρώ, της Αργολίδας τα 1,4 δισ. ευρώ, της Αρκαδίας τα 1,6 δισ. ευρώ, και της Κορινθίας τα 2,06 δισ. ευρώ.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Κορινθίας ανήλθε στα 14.127 εκατομμύρια € το 2021 το οποίο αποτελεί περίπου το 6% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας. Ακόμα η Κορινθία σημείωσε αύξηση του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της κατά 4,7 % την τελευταία 5ετία (από 13.461 εκατ. € το 2016 σε 14.127 εκατ. € το 2021)

(Σε τρέχουσες τιμές. Σε εκατ.€)

Περιφέρειες	2019	2020	2021*	Μεταβολή % 2020/2019	Μεταβολή % 2021/2020
Αττική	76.214	69.800	75.711	-8,4%	8,5%
Βόρειο Αιγαίο	2.191	1.973	2.121	-10,0%	7,5%
Νότιο Αιγαίο	5.508	4.330	5.025	-21,4%	16,0%
Κρήτη	8.017	6.887	7.737	-14,1%	12,3%
Ανατολική Μακεδονία,Θράκη	6.016	5.612	6.201	-6,7%	10,5%
Κεντρική Μακεδονία	21.705	19.943	21.712	-8,1%	8,9%
Δυτική Μακεδονία	3.387	2.985	3.218	-11,9%	7,8%
Ήπειρος	3.431	3.155	3.443	-8,0%	9,1%
Θεσσαλία	8.095	7.544	8.253	-6,8%	9,4%
Ιόνια Νησιά	2.805	2.222	2.551	-20,8%	14,8%
Δυτική Ελλάδα	6.975	6.419	6.979	-8,0%	8,7%
Στερεά Ελλάδα	7.425	7.265	8.087	-2,2%	11,3%
Πελοπόννησος	7.129	6.576	7.122	-7,8%	8,3%
ΕΛΛΑΔΑ	158.899	144.712	158.160	-8,9%	9,3%

*προσωρινά στοιχεία

Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία

Στην περιφέρεια Κορινθίας υπάρχει έντονη πολιτιστική κληρονομιά αφού εκτός από νομό που θέσπωσε κατά την αρχαιότητα είναι και ένας εκ των αρχαιότερων νομών της χώρας με μια εκ των πλουσιότερων ιστοριών .Επίσης Οι Αρχαιολογικοί χώροι και τα Μουσεία της Κορινθίας φιλοξενούν εκθέματα που καλύπτουν χιλιετίες πολιτισμού, κατακτήσεων και επιτευγμάτων .Παρακάτω παραθέτω μερικά εκ των πιο σημαντικών αρχαιολογικών χώρων που πρέπει κάποιος να επισκεφτεί στη Κορινθία :

- Αρχαιολογικός χώρος Τενέας Ανάμεσα στα δυο χώρια Χιλιομόδι και Κλένια, εκτεινόταν η σημαντική πόλη της Τενέας
- Λατομεία πωρόλιθου στα Εξαμίλια
- Αρχαιολογικός χώρος Αρχαίας Κορίνθου
- Βήμα Αποστόλου Παύλου
- Ακροκόρινθος
- Κάστρο Πεντεσκούφι
- Αρχαίο Λιμάνι Λεχαίου
- Παλαιοχριστιανική Βασιλική Λεχαίου
- Παλιά Μονή Φανερωμένης Χιλιομοδίου
- Κάστρο Αγιονορίου
- Βυζαντινά μνημεία στο Στεφάνι
- Η Παναγιά του Στείρι στον Κόρφο

Γαλάζιες σημαίες

Στην περιφέρεια Κορινθίας βραβεύτηκαν το 2022 δέκα τέσσερις παραλίες με γαλάζια σημαία. Συγκεκριμένα:

ΚΟΡΙΝΘΙΑ

Δήμος Λουτρακίου – Περαχώρας – Αγίων Θεοδώρων

Λουτράκι – Μπούτσι, Λουτράκι 1, Λουτράκι 2, Πευκάκια -Άγιοι Θεόδωροι

Δήμος Κορινθίων

Αλμυρή, Καλάμια, Κόρφος, Λέχαιο, Ποσειδωνία.

Δήμος Βέλου – Βόχας

Βραχάτι , Κοκκώνι,

Δήμος Σικυωνίων

Πευκιάς

Δήμος Ξυλοκάστρου – Ευρωστίνης

Δερβέني, Ξυλόκαστρο – Πευκιάς

3.4 Τουριστική κίνηση

Διανυκτερεύσεις , εισπράξεις και μέση δαπάνη

Η περιφέρεια Πελοποννήσου αντιπροσωπεύει το 4,1% των διανυκτερεύσεων που καταγράφηκαν στην Ελλάδα για το 2021 με 3.007.818 διανυκτερεθσεις και το 3,5% για το 2022 με 4.675.172 διανυκτερεθσεις. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου υποδέχθηκε το 3% των επισκέψεων επί του συνόλου, με μείωση κατά 1% σε σύγκριση με το 2019 (από 899 χιλ. σε 891 χιλ.), ενώ το μερίδιο της στις εισπράξεις ήταν στο 3%, αυξημένο κατά 9% σε σύγκριση με το 2019 (από 417 εκατ. ευρώ σε 453 εκατ. ευρώ). Η Μέση Δαπάνη αυξήθηκε κατά 10% από 464 ευρώ σε 509 ευρώ. (<https://www.tornosnews.gr/foreis/sete/65872-insete-o-toyrismos-stis-13-perifereies-oi-epidoseis-h-taytohta-kai-ta-charakthristika.html>)

3.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό

Το 2022 ο κλάδος των ξενοδοχείων στην Ελλάδα σημείωσε ιδιαίτερη αύξηση της δυναμικής του σε σχέση με τα αντίστοιχα επίπεδα πριν ξεσπάσει η πανδημία. Συγκεκριμένα, το 2022 λειτούργησαν στην Ελλάδα 10.133 ξενοδοχειακές μονάδες, έναντι 9.971 το 2019, σημειώνοντας αύξηση 2%. Ο αριθμός των δωματίων διαμορφώθηκε σε 444.597 το 2022, έναντι 433.689 το 2019 (αύξηση 3%), ενώ αντίστοιχα ο αριθμός των ξενοδοχειακών κλινών διαμορφώθηκε σε 886.861 το 2022, έναντι 856.347 το 2019 (αύξηση 4%)

Τα ξενοδοχεία 5 αστέρων ανήλθαν το 2022 σε 7% του συνόλου των ξενοδοχείων, έναντι 6% το 2019. Συνολικά, τα ξενοδοχεία 5, 4 και 3 αστέρων αποτελούσαν το 54% του συνόλου των ξενοδοχείων το 2022, έναντι 50% το 2019.

Είναι χαρακτηριστικό ότι, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος, τα 5άστερα ξενοδοχεία το 2022 ανέρχονταν σε 744 μονάδες, από 700 το 2021, ενώ το 2019 τα πολυτελή ξενοδοχεία ήταν 610.

Είναι εμφανές ότι τα περισσότερα νέα 5άστερα προστέθηκαν στις πιο τουριστικές περιφέρειες της χώρας. Στα νησιά του **Νοτίου Αιγαίου**, οι πολυτελείς μονάδες έφτασαν πέρυσι τις 274, από 220 που ήταν το 2019, και στην **Κρήτη** ανήλθαν σε 159, από 128 το 2019. Στο στόχαστρο των επενδυτών έχει μπει και η **Αθήνα**, με αποτέλεσμα μέσα σε τρία χρόνια τα 5άστερα ξενοδοχεία να αυξηθούν από 38 σε 51 μονάδες.

Σε επίπεδο κλινών, τη μεγαλύτερη αύξηση σε ξενοδοχεία 5 αστέρων παρουσίασαν οι περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας και Ηπείρου, με την αναβάθμιση υπαρχουσών ξενοδοχειακών μονάδων.

Όσον αφορά τη περιφέρεια Κορινθίας στο παρακάτω πίνακα αναγράφονται τα στατιστικά στοιχεία για το 2022 σε σχέση με τον αριθμό των καταλυμάτων και τα αστέρια τα οποία έχουν .

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ
2022

	5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
Μονάδες	2	14	38	32	8	94
Δωμάτια	615	824	1.342	841	108	3.730
Κλίνες	1.184	1.569	2.782	1.604	212	7.351

ΠΗΓΗ :

https://www.grhotels.gr/app/uploads/2023/01/02_Hotels_2022_Regional.pdf

Τιμές ξενοδοχειακών δωματίων στην περιφέρεια Κορινθίας

Οι τιμές των ξενοδοχειακών καταλυμάτων ανά κατηγορία αστεριών και ανά μήνα προκύπτουν από την trivago και έχουν να κάνουν με την διανυκτέρευση από 2 ενήλικες ταξιδιώτες. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι προέρχονται από διοικητικά στοιχεία από το αρχείο της trivago, χωρίς στατιστική επεξεργασία για αναγωγή στο σύνολο.

Έτσι υπόκεινται στους παρακάτω περιορισμούς:

- Οι τιμές των ξενοδοχείων βασίζεται σε clickouts
- Ο μήνας αφορά στον μήνα άφιξης στο ξενοδοχείο και όχι στον μήνα κράτησης
- Οι τιμές των ξενοδοχείων αποτελούν σταθμισμένους μέσους όρους των τιμών. Η στάθμιση γίνεται με βάση τον αριθμό clickouts

Οι υψηλότερες τιμές στα ξενοδοχειακά καταλύματα της περιφέρειας Κορινθίας για το 2024 σημειώνονται τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Αύγουστο.

Πιο συγκεκριμένα, στα 5* δωμάτια οι υψηλότερες τιμές καταγράφονται τους μήνες Ιούλιο (161€), Αύγουστο (197€). Παρόμοια είναι η εικόνα και στα 4* ξενοδοχεία, με τους μήνες Αύγουστο (184€), και Ιούλιο (161€) να καταγράφονται οι υψηλότερες τιμές και τους μήνες Ιούνιο (148€) και Σεπτέμβρη (148€) να ακολουθούν. Στα 3* ξενοδοχεία, οι υψηλότερες τιμές σημειώνονται τους μήνες Αύγουστο (109€), Ιούλιο (88€) και Ιούνιο (73€) ενώ οι χαμηλότερες τους μήνες Μάιο (62€) και Απρίλιο (65€). Τέλος, στα 1*- 2* ξενοδοχεία οι υψηλότερες τιμές σημειώνονται τους μήνες Σεπτέμβρη (79€) και Ιούλιο (69€) ενώ οι χαμηλότερες τους μήνες Απρίλιο (58€) και Ιούνιο (62€).

Τιμές ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην περιφέρεια
Κορινθίας ανά κατηγορία αστεριων,2023-2024

ΜΗΝΑΣ	5*	4*	3*	1*-2*
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	-	-	65	58
ΜΑΙΟΣ	-	-	62	-
ΙΟΥΝΙΟΣ	-	148	73	62
ΙΟΥΛΙΟΣ	161	161	88	69
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	197	184	109	68
ΣΕΠΤΕΜΒΡΗΣ	-	148	68	79

Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου αντιπροσώπευε το 2022 το 5% των αφίξεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα, σημειώνοντας μείωση κατά -16% σε σύγκριση με το 2019

(από 1,5 εκατ. το 2019 σε 1,3 εκατ. το 2022). Οι αφίξεις αλλοδαπών σε ξενοδοχεία της Περιφέρειας σημείωσαν μείωση κατά -24% (από 655 χιλ. το 2019 σε 500 χιλ. το 2022) ενώ των ημεδαπών μείωση κατά -10% (από 837 χιλ. το 2019 σε 753 χιλ. το 2022). Η Κορινθία συγκεκριμένα εμφάνισε μεγάλη πτώση (-18%, από 351 χιλ. το 2019 σε 289 χιλ. το 2022)

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου την περίοδο 2019-2021 σημείωσε μείωση διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχειακά καταλύματα κατά -45% σε σύγκριση με το 2019 (από 3,9 εκατ. το 2019 σε 2,2 εκατ. το 2021). Η Κορινθία και σε αυτόν τον τομέα εμφάνισε μεγάλη κάμψη (-56%, από 869 χιλ. το 2019 σε 379 χιλ. το 2021)

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου την περίοδο 2019-2021 σημείωσε αύξηση στη Μέση Διάρκεια Παραμονής σε ξενοδοχειακά καταλύματα κατά +1% (από 2,6 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 2,7 διανυκτερεύσεις το 2021). Η Μέση Διάρκεια Παραμονής των αλλοδαπών σε ξενοδοχεία της Περιφέρειας σημείωσε αύξηση κατά +5% (από 3,2 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 3,3 διανυκτερεύσεις το 2021) ενώ των ημεδαπών αύξηση κατά +8% (από 2,2 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 2,4 διανυκτερεύσεις το 2021).

Η Κορινθία σε αυτό το τομέα εμφάνισε μια μικρή ανάκαμψη (+0,4%, από 2,5 διανυκτερεύσεις το 2019 σε 2,5 διανυκτερεύσεις το 2022)

ΠΗΓΗ: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/23-12_Peloponnese.pdf

3.6 Ορισμός ξενοδοχειακού καταλύματος

Περιλαμβάνονται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και οι πανσιόν, οι τουριστικές κατοικίες και παρόμοια καταλύματα που είναι διαμορφωμένα σε δωμάτιο και παρέχουν περιορισμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες συμπεριλαμβανόμενης της ημερήσιας τακτοποίησης των κρεβατιών και του καθαρισμού των δωματίων και των εγκαταστάσεων υγιεινής. Η ομάδα αυτή περιλαμβάνει επίσης τα πανδοχεία, τα

καταλύματα που παρέχουν διανυκτέρευση και πρωινό, καθώς και τα καταλύματα σε αγροικίες.(ΣΕΤΕ)

3.7 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης

Οι βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας σύμφωνα με την οικονομική επιστήμη ορίζονται ως εξής:

- Οι προσδοκίες και οι προβλέψεις για την μελλοντική εξέλιξη του εισοδήματος και των τιμών
- Ο αριθμός των καταναλωτών
- Το εισόδημα των καταναλωτών
- Η τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών

- Οι τιμές των άλλων προϊόντων ή υπηρεσιών (υποκατάστατων και συμπληρωματικών)

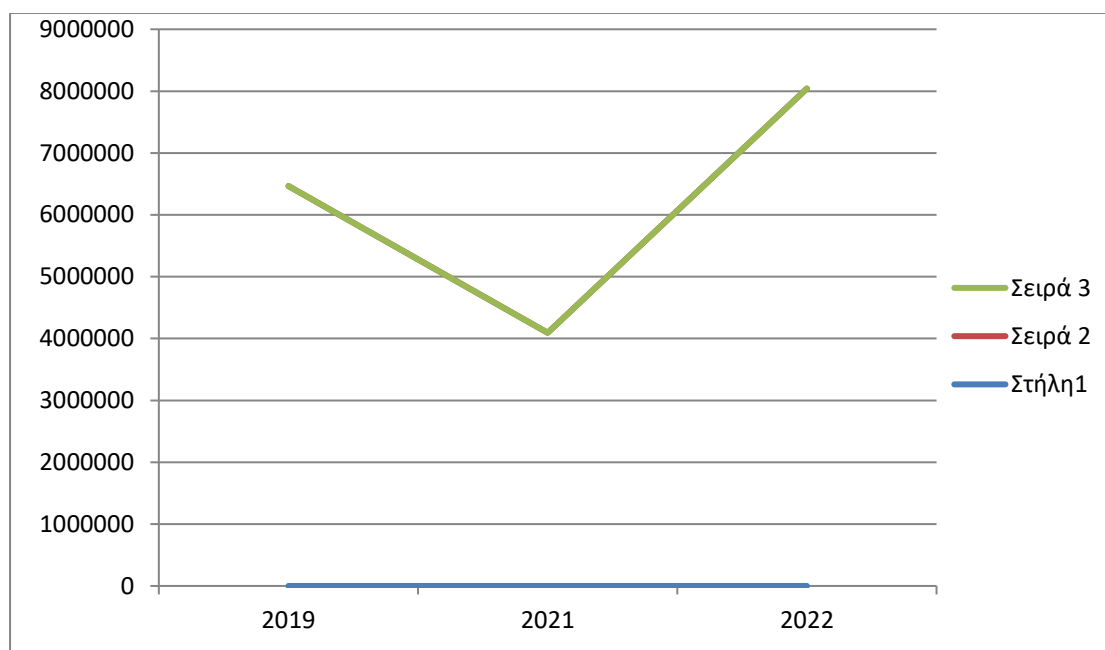
Τουριστική ζήτηση

Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη τουριστική ζήτηση στην εξεταζόμενη αγορά είναι οι εξής :

- οι οικονομικές συνθήκες
- οι συναλλαγματικές ισοτιμίες
- το πολιτικό κλίμα
- τα πολιτιστικά και γεωγραφικά χαρακτηριστικά
- οι υποδομές
- η προβολή
- η εποχικότητα

3.8 Προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης για διανυκτερεύσεις

Γνωρίζοντας τις διανυκτερεύσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Πελοποννήσου την τελευταία τετραετία (2019-2023) από πηγές της ΕΛΣΤΑΤ, μπορούμε με την μέθοδο προέκτασης των ιστορικών στοιχείων να προβλέψουμε τις διανυκτερεύσεις για την επόμενη τριετία.



Σύμφωνα με την μέθοδο προέκτασης των ιστορικών στοιχείων οι προβλέψεις για τις διανυκτερεύσεις των ξενοδοχειακών καταλυμάτων στην Πελοπόννησο έπεται από μια πτώση που παρατηρήθηκε τη σεζόν 2020-21 λόγω της πανδημίας έχουν αυξητική τάση η οποία θα συνεχιστεί τουλάχιστον για την επόμενη τριετία. Άρα η μελλοντική ζήτηση για διανυκτερεύσεις στο ξενοδοχειακό κλάδο της Πελοπόννησο θα αυξηθεί με την πάροδο του χρόνου κατά την διάρκεια της επόμενης τριετίας.

3.9 Ανάλυση του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Ανάλυση PEST

Η ανάλυση PEST είναι ένα στρατηγικό εργαλείο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις με σκοπό την διερεύνηση και ανάλυση του γενικευμένου περιβάλλοντος (μακροπεριβάλλον) για τον εντοπισμό πολιτικών, κοινωνικών, οικονομικών και τεχνολογικών πτυχών που θα έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στον τρόπο λειτουργίας και στην αποδοτικότητα του οργανισμού. Το σύνολο αυτών των πτυχών δεν παραμένει στάσιμο αλλά αντιθέτως μεταβάλλεται ανάλογα με την μετεξέλιξη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δημιουργώντας έτσι την συνεχόμενη ανάγκη για προσαρμογή στα νέα δεδομένα. Τόσο η χρήση της ανάλυσης PEST, όσο και των 5 δυνάμεων του Porter, όπως αυτές αναλύονται στη συνέχεια, οδηγούν στη διεξαγωγή σημαντικών πορισμάτων για τη λειτουργία της επιχείρησης, επιτρέποντας έτσι τον σχεδιασμό ενός σωστά δομημένου πλάνου μάρκετινγκ (Γεωργόπουλος, 2013).

Πολιτικό περιβάλλον

Στο πολιτικό περιβάλλον εμπεριέχεται το πολίτευμα και η γενικότερη πολιτική κατάσταση της χώρας στην οποία βρίσκεται μία επιχείρηση αλλά και ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζονται οι επιχειρήσεις από τους ασκούντες την εξουσία του εν λόγω κράτους. Οι πολιτικές συνθήκες που επικρατούν παίζουν σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις αλλά και τις ενέργειες των επιχειρήσεων του τόπου. Είναι σημαντικό να υπάρχει μακροχρόνια πολιτική σταθερότητα στην χώρα όπου θα εδρεύσει μια επιχείρηση. Η ύπαρξη πολιτικής αστάθειας μπορεί να προκαλέσει μεταβολές τόσο στο νομοθετικό πλαίσιο όσο και στο φορολογικό σύστημα του κράτους και να οδηγήσει σε σημαντικές αλλαγές στη στάση και στη προσέγγιση έναντι των επιχειρήσεων. Υπάρχουν αρκετά δυσάρεστα γεγονότα τα οποία μπορούν να κάνουν μια επιχείρηση να μη θελήσει να δραστηριοποιηθεί σε κάποια χώρα όπως πόλεμοι, απεργίες, κρατικές δεσμεύσεις περιουσιών (capital control), ακυρώσεις οικονομικών συμφωνιών, κρατικοποιήσεις.

Στην Ελλάδα λόγο της συχνής αλλαγής του πολιτικού καθεστώτος και των αλλαγών σε διάφορους νόμους που επιφέρει η εκάστοτε κυβέρνηση ωθεί πολλές επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου να μην επιλέγουν τη χώρα μας για τις επενδύσεις τους.

Οικονομικό περιβάλλον

Το οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας όσο και των χωρών των αλλοδαπών τουριστών που επρόκειτο να ταξιδέψουν την χώρα μας έχει μεγάλο αντίκτυπο στις τουριστικές επιχειρήσεις. Μεγάλο πλεονέκτημα της χώρας μας είναι το νόμισμα της καθώς εκτός από ένα ισχυρό νόμισμα είναι και το εθνικό νόμισμα των περισσότερων χωρών της Γηραιάς Ηπείρου κάτι το οποίο κάνει αρκετούς ταξιδιώτες από την Ευρώπη να την επισκέπτονται λόγω της ευκολίας στις πληρωμές τους. Ακόμα πολύ σημαντική είναι και η σταθερότητα που παρέχει το ευρώ αφού είναι ένα από τα ισχυρότερα νομίσματα παγκοσμίως και έτσι παρέχει σταθερή βάση της αντικειμενικής

αξίας των περιουσιακών στοιχείων των επιχειρήσεων με έδρα σε ευρωπαϊκό έδαφος.

Κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον

Το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον έχει να κάνει με τις αξίες, ήθη, έθιμα και ιδανικά ενός τόπου στον οποίο πρέπει να εισχωρήσει με πολύ προσοχή μια επιχείρηση για να δημιουργήσει εταιρική κουλτούρα η οποία θα συνάδει με το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον.

Η εταιρική κουλτούρα παίζει μεγάλο ρόλο στην επιχείρηση και στον τρόπο με τον οποίο θα συνταχτεί και θα δραστηριοποιηθεί, καθώς αν τα πεπραγμένα της δεν συνάδουν με τα κοινωνικά και πολιτιστικά αποδεκτά θα δημιουργηθούν τεράστια προβλήματα στην εταιρεία. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να γνωρίζουν τους πολιτιστικούς και κοινωνικούς παράγοντες του τόπου όπου θα εδρεύσει η επιχείρηση ούτως ώστε να προληφθούν και να αποφευχθούν παρεξηγήσεις. Κάποια από τα στοιχεία που συνίσταται να προσέξει η επιχείρηση για μία ορθά δομημένη εταιρική κουλτούρα είναι τα εξής :

- Η θρησκεία και η πολιτιστική κουλτούρα της κοινωνίας
- Ο διαφορετικός τρόπο ζωής
- Οι ηθικοί κανόνες και η κοινωνική υπευθυνότητα
- Ο σεβασμός στην διαφορετικότητα
- Η ισότητα των 2 φύλλων
- Η ισότητα προς τις μειονότητες

Τεχνολογικό περιβάλλον

Το τεχνολογικό περιβάλλον διαφοροποιείται με ταχύτατους ρυθμούς στις μέρες μας κάτι το οποίο οδηγεί πολλές επιχειρήσεις να μην προλαβαίνουν να συνταθούν άμεσα με τις αλλαγές του. Η έντονη ανάπτυξη της τεχνολογίας οδηγεί σε σημαντικές επιπτώσεις στον τουριστικό κλάδο με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις που δεν θα μπορούσαν να προσαρμοστούν άμεσα στις αλλαγές του να κινδυνεύουν με λουκέτο.

Η τεχνολογική ανάπτυξη που έχει επιφέρει η τεχνητή νοημοσύνη αλλά και η μηχανική μάθηση όσων αφορά την αυτοματοποίηση των διαδικασιών και την

επεξεργασία των δεδομένων είναι πολύ σημαντικό να αφομοιωθούν από τις επιχειρήσεις αλλά πολύ σημαντικό είναι και να τις εκμεταλλευτούν οι επιχειρήσεις αν θέλουν να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου τους . Τέλος οι τεχνολογικές δυνατότητες της έδρας της επιχείρησης πρέπει οπωσδήποτε να παρέχουν εξελιγμένες τεχνολογικές υποδομές όπως αξιόπιστα δίκτυα ισχύος και ασύρματα συστήματα 5ης γενιάς (5G) δημιουργώντας έτσι προστιθέμενη αξία στους πελάτες της .

Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Η ανάλυση του ανταγωνισμού περιβάλλοντος έχει να κάνει με το περιβάλλον μέσα στο οποίο "κατοικεί" και αναπτύσσεται μια επιχείρηση .Το ανταγωνιστικό περιβάλλον καθορίζεται από 5 ανταγωνιστικές δυνάμεις (δυνάμεις του Porter) οι οποίες καθορίζουν την κερδοφορία του κλάδου και αναλύονται παρακάτω.

Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Ο τουρισμός στην Κορινθία και πιο συγκεκριμένα στην πόλη του Ξυλοκάστρου χαρακτηρίζεται από μικρής έντασης ανταγωνισμό. Το Ξυλόκαστρο είναι ένας αγαπημένος προορισμός ημεδαπών τουριστών καθώς υπάρχουν πολλοί που το επισκέπτονται επανειλημμένα κάθε καλοκαίρι αλλά και μια ιδανική επιλογή για αλλοδαπούς τουρίστες αφού είναι μια από τις ελάχιστες περιοχές της Ελλάδας που συνδέει ιδανικά βουνό και θάλασσα. Είναι ιδανικό για πολλά στυλ τουρισμού και ικανοποιεί όλες τις επιθυμίες που μπορεί να έχει κάποιος . Παρόλα αυτά οι επιχειρήσεις οι επιχειρήσεις του τουριστικού κλάδου είναι λίγες . Συγκεκριμένα

Στο νομό συνολικά υπάρχουν 318 ξενοδοχεία από τα οποία το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στις κατηγορίες 1- 3* και ειδικότερα στην πόλη του Ξυλοκάστρου δεν υπάρχουν αξιόλογα ξενοδοχεία που να ανήκουν στις κατηγορίες 4-5* όπου είναι ο υφιστάμενος ανταγωνισμός.

Στο νομό Κορινθίας υπάρχουν τρία πολυτελή καταλύματα 5* κανένα από αυτά όμως δεν βρίσκεται στην πόλη του Ξυλοκάστρου. Οπότε ο άμεσος ανταγωνισμός αποτελείται από τα 3 προαναφερθέντα καταλύματα , τα οποία έχουν τις εξής επωνυμίες:

--Wyndham Loutraki Poseidon Resort

--Πλειάδων Γη Mountain Resort & Spa

--Ramada Loutraki Poseidon Resort

Συμπέρασμα:

ο αριθμός των υφιστάμενων ανταγωνιστών είναι μικρού μεγέθους, ο βαθμός διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος είναι χαμηλός καθώς υπάρχουν μόνο 3 καταλύματα τα οποία προσφέρουν ξεχωριστή εμπειρία διαμονής και είναι βραβευμένα με 5 αστέρια και κανένα από αυτά δε βρίσκεται στη πόλη του Ξυλοκάστρου .Τέλος δεν υφίστανται υψηλά εμπόδια εξόδου για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο καθώς υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις επιχειρήσεων όπου αποφάσισαν να σταματήσουν οριστικά την λειτουργία τους λόγω ζημιογόνων οικονομικών αποτελεσμάτων. Επομένως, ο ανταγωνισμός μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων στον ξενοδοχειακό κλάδο της ευρύτερης περιοχής του Ξυλοκάστρου χαρακτηρίζεται ως μικρής έντασης ανταγωνισμός.

Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Οι νέο-εισερχόμενες επιχειρήσεις αποσκοπούν στο να εκμαιεύσουν ένα μέρος της αγοράς και να αποτελέσουν απειλή για τους ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές στον κλάδο. Η απειλή εισόδου εξαρτάται από την ύπαρξη εμποδίων εισόδου και από την αναμενόμενη αντίδραση των υφιστάμενων ανταγωνιστών. Κάποια από αυτά τα εμπόδια είναι τα παρακάτω :

-- Η πρόσβαση σε δίκτυα διανομής

--Οι απαιτήσεις σε κεφάλαια για την είσοδο

-- Η διαφοροποίηση του προϊόντος

--Οι οικονομίες κλίμακας

Η πρόσβαση σε δίκτυα και κανάλια διανομής στο τουριστικό τομέα είναι ιδιαίτερα απλή και ικανοποιητική αφού μέσω των διαδικτυακών ταξιδιωτικών πρακτόρων (π.χ. Airbnb , Booking,) παρέχεται η δυνατότητα στους επαγγελματίες ξενοδόχους να πουλήσουν τις υπηρεσίες διανομής τους εύκολα και γρήγορα με την χρήση του διαδικτύου.

Οποιαδήποτε επιχειρηματική επένδυση απαιτεί κάποιο κεφάλαιο είτε είναι χρηματικό είτε ακίνητη περιουσία είτε εργασία. Για την ανοικοδόμηση ενός καινούργιου ξενοδοχειακού συγκροτήματος αλλά και για την οριστική διαμόρφωση και επίπλωση του είναι αναγκαστική η κατοχή μεγάλου κεφαλαίου.

Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος που μέσω αυτής είναι ικανή η δημιουργία πιστών πελατών (brand-loyalty) από τις μοναδικές και ξεχωριστές εμπειρίες διανομής που προσφέρουν ως επί το πλείστον τα πολυτελή καταλύματα είναι χαμηλού βαθμού καθώς υπάρχουν μόνο 3 πολυτελή καταλύματα στην Κορινθία και κανένα από αυτά δεν βρίσκεται στο Ξυλόκαστρο .

Μία επιχείρηση θα καταφέρει να επιτύχει οικονομίες κλίμακας εφόσον αυξηθεί η ποσότητα ενός προϊόντος που παράγεται και την ίδια στιγμή το κόστος κάθε μονάδας που παράγεται λιγосτεύει . Οικονομίες κλίμακας απολαμβάνουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται χρόνια στον χώρο και σε εκείνες που έχουν αυξημένες δυνατότητες σε προμήθεια , έρευνα και ανάπτυξη και μάρκετινγκ. Ο ξενοδοχειακός τομέας της Κορινθίας στερείται επιχειρήσεων τέτοιας δυναμικότητας οι οποίες να καταφέρνουν σε μεγάλο βαθμό να έχουν οικονομίες κλίμακας.

Σύμφωνα με τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι , νέο-εισερχόμενες επιχειρήσεις που κατέχουν τα απαραίτητα κεφάλαια για την δημιουργία ξενοδοχειακού καταλύματος ,

αποτελούν υψηλού επιπέδου απειλή για την είσοδό τους στο ξενοδοχειακό κλάδο της Κορινθίας .

Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες

Για να ονομαστούν δύο η περισσότερα προϊόντα ή υπηρεσίες υποκατάστατα θα πρέπει να ικανοποιούν παρεμφερής ανάγκες με αυτές του κλάδου και να συγκαταλέγονται σε διαφορετικό κλάδο. Όσον αφορά τον τουρισμό δεν υπάρχουν ακριβή υποκατάστατα για τα ξενοδοχεία. Ωστόσο μπορούμε να θεωρήσουμε ως υποκατάστατα τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, διαμερίσματα τύπου Airbnb, κάμπινγκ και τροχόσπιτα.

Συγκεκριμένα στην πόλη του Ξυλοκάστρου (εξαιρουμένων ορισμένων διαμερισμάτων Airbnb) δεν υπάρχουν τα προαναφερθέντα υποκατάστατα, αλλά και να υπήρχαν δεν θα μπορούσε ούτε στο ελάχιστο να θεωρηθεί σημαντική απειλή για ένα πολυτελές κατάλυμα . Συνοψίζοντας η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες είναι χαμηλή.

Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Οι προμηθευτές είναι οι σημαντικότεροι συνεργάτες των επιχειρήσεων και η επαγγελματική σχέση που θα υπάρξει με αυτούς είναι καθοριστική για την εξέλιξη μίας ξενοδοχειακής μονάδας. Η τιμή που θα επιλέξουν να θεσπίσουν αλλά και η ποιότητα του παρεχόμενου προϊόντος είναι μέσα με τα οποία οι προμηθευτές έχουν τη δυνατότητα να ασκήσουν πίεση στις ανταγωνιζόμενες στο κλάδο επιχειρήσεις.

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών σε ένα κλάδο διαφοροποιείται από τον αριθμό των προμηθευτών, το βαθμό εξάρτησης της επιχείρησης-πελάτη, το βαθμό διαφοροποίησης των προϊόντων τους και την ύπαρξη υποκατάστατων προμηθευτών.

Στον ξενοδοχειακό κλάδο προμηθευτές είναι οι επιχειρήσεις που παρέχουν στα ξενοδοχεία εξοπλισμό, πρώτες ύλες και αναλώσιμα αλλά και εξωτερικοί συνεργάτες όπως τα καθαριστήρια. Άρα η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών στο ξενοδοχειακό κλάδο του Ξυλοκάστρου είναι χαμηλή καθώς ο αριθμός των προμηθευτών είναι μεγάλος και δίνει την δυνατότητα στους επαγγελματίες ξενοδόχους να έχουν μικρό βαθμό εξάρτησης από τους προμηθευτές τους. Επίσης τα προϊόντα των προμηθευτών δεν χαρακτηρίζονται από ισχυρό βαθμό διαφοροποίησης που θα είχε την ικανότητα να παρέχει μοναδική αξία στο κλάδο. Τέλος η ύπαρξη διαφορετικών πηγών ανεφοδιασμού για τα προσφερόμενα προϊόντα δημιουργεί συνθήκες υποκατάστατων προμηθευτών, έτσι οι προμηθευτές να έχουν χαμηλή διαπραγματευτική δύναμη.

Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών

Οι αγοραστές ή πελάτες αποτελούν ανταγωνιστική απειλή όταν συμπιέζουν τις τιμές των επιχειρήσεων είτε όταν παρέχουν υψηλότερη ποιότητα και καλύτερη εξυπηρέτηση. Από την άλλη αγοραστές που δεν κατέχουν διαπραγματευτική δύναμη παρέχουν την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να ανεβάσουν τις τιμές τους και να έχουν μεγαλύτερη κερδοφορία.

Στο ξενοδοχειακό τομέα του Ξυλοκάστρου υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός αγοραστών-πελατών που έχει την επιθυμία να ζήσει την εμπειρία διαμονής που προσφέρει ο κλάδος και αυτό οδηγεί στην μικρή διαπραγματευτική δύναμη που έχουν τη δυνατότητα να ασκήσουν προς τα ξενοδοχεία. Αντίθετα με την συμβολή του διαδικτύου οι αγοραστές έχουν την πλήρη γνώση για το τι μέλλει γενέσθαι στο κλάδο. Η εν λόγω πληροφόρηση όσον αφορά τις συνθήκες ζήτησης και τις τρέχουσες τιμές στην αγορά παρέχει την δυνατότητα στους αγοραστές να ασκήσουν μεγαλύτερη πίεση στην ξενοδοχειακή μονάδα σε σχέση με προηγούμενες δεκαετίες που δεν υπήρχε αυτή η πληροφόρηση. Άρα, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών χαρακτηρίζεται μέτριας έντασης.

ΕΝΤΑΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	ΜΕΤΡΙΑ
ΑΠΕΙΛΗ ΝΕΟ-ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ	ΥΨΗΛΗ

ΑΠΕΙΛΗ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΩΝ	ΧΑΜΗΛΗ
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	ΧΑΜΗΛΗ
ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ	ΜΕΤΡΙΑ

3.10 Ανάλυση του εσωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Ανάλυση SWOT

Η μέθοδος ανάλυσης SWOT αφορά την διαδικασία αξιολόγησης των δυνατών κι αδύναμων σημείων του εσωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης αλλά και την ανάλυση των ευκαιριών και των απειλών που φέρει το εξωτερικό της περιβάλλον. Αποτελεί ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για την δημιουργία του στρατηγικού πλάνου κάθε επιχείρησης αλλά και για την λήψη σημαντικών αποφάσεων για να επιτύχει τους στόχους της

ΔΥΝΑΜΕΙΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΥΨΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ
ΠΟΛΥΤΕΛΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	ΧΡΟΝΟΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ
ΚΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ	ΕΥΡΕΣΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ
ΟΡΑΜΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ	ΝΕΟΣΥΣΤΑΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΗ	

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
ΚΑΛΕΣ ΚΛΙΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ
ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ	ΥΨΗΛΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ
ΕΥΚΟΛΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ
ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	ΝΕΟ-ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	ΑΥΞΗΣΗ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΤΟΚΙΩΝ
ΦΥΣΙΚΟΣ ΠΛΟΥΤΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	ΓΡΑΦΕΙΟΚΡΑΤΙΑ
ΜΟΝΑΔΙΚΟ ΠΟΛΥΤΕΛΕΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑ ΣΤΟ ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ	

3.11 Στρατηγική και μάρκετινγκ

Όραμα

Το όραμα που έχει ο επενδυτής είναι να παρέχει στους πελάτες μια πρωτόγνωρη τουριστική εμπειρία που θα διαφοροποιείται αισθητά από τις υπάρχουσες επενδυτές πιστεύει πως ένα τουριστικό ταξίδι πρέπει να αποτελείται από χαλάρωση, διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων και των εμπειριών των ταξιδιωτών, όπου αποτελεί και το όραμα που έχει ως σκοπό να απολαύσουν οι εν δυνάμει πελάτες του καταλύματος του.

Για την υλοποίηση του οράματος αυτού, ο χώρος που θα δημιουργηθεί αλλά και οι υπηρεσίες που θα παρέχονται θα έχουν ως βασικό στόχο τον πελάτη και τη δημιουργία μιας αξέχαστης εμπειρίας χαλάρωσης και εξερεύνησης. Οι εμπειρίες που θα αποκτήσουν οι πελάτες μέσα και έξω από το κατάλυμα θα τους βοηθήσουν να ανακαλύψουν όχι απλά διαφορετικά μέρη και ανθρώπους αλλά και διαφορετική κουλτούρα και τρόπο ζωής, που θα τους κάνει φέρει πιο κοντά με την φύση κάτι που ο σύγχρονος τρόπος ζωής στις μεγάλες πόλεις δε τους επιτρέπει.

Έτσι όταν μιλάμε για ποιότητα διαμονής δεν εστιάζουμε μόνο στον υλισμό που μπορεί να επωφεληθεί ο πελάτης από τον εξαιρετικό χώρο διαμονής αλλά και στην ψυχική ικανοποίηση και πληρότητα που θα νιώσει από τη συνολική εμπειρία διαμονής.

Αποστολή

Η αποστολή του καταλύματος είναι να παράγει αξία στους πελάτες από τις υπηρεσίες και τις εμπειρίες που θα τους προσφέρει αλλά και να ενισχύσει την τοπική κοινωνία του Ξυλοκάστρου και να εξελίξει τον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο.

Στρατηγικοί στόχοι

- Ανάδειξη του Ξυλοκάστρου
- Αναβάθμισή της ξενοδοχειακής και ταξιδιωτικής εμπειρίας
- Επίτευξη της αναγνωρισιμότητας του συγκροτήματος
- Απόκτηση πιστών πελατών
- Μεγιστοποίηση των κερδών
- Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον και περιορισμός των ρύπων
- Εισαγωγή στη τουριστική αγορά

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του υπό μελέτη ξενοδοχειακού καταλύματος είναι ο συνδυασμός της πολυτελούς διαμονής με τη κουλτούρα του Ξυλοκάστρου, μέσω των εμπειριών που θα έχουν τη δυνατότητα να βιώσουν οι πελάτες όπου θα τους φέρνουν πιο κοντά στην τοπική κοινωνία, θα τους βοηθήσει να γνωρίσουν διαφορετικές πτυχές της ζωής και να ηρεμίσουν.

Στρατηγική

Στρατηγική Ανταγωνισμού

Σύμφωνα με την θεωρία του κύκλου ζωής της επιχείρησης η επενδυτική ιδέα είναι ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα που θα "πάρει σάρκα" στο Ξυλόκαστρο Κορινθίας , άρα βρίσκεται σε φάση «Εισαγωγής». Αυτό σημαίνει ότι στόχος είναι η δημιουργία σταθερού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που θα είναι μοναδικό και διαφορετικό και θα προσελκύσει πελάτες. Οι καταναλωτές που θα "μας" επιλέξουν θα είναι όσοι επιθυμούν πολυτελής διακοπές αλλά ταυτόχρονα έχουν και την οικονομική δυνατότητα που απαιτείται ,θα δίνουν έμφαση στη ποιότητα των υπηρεσιών και δεν θα ενδιαφέρονται τόσο για την τιμή τους επίσης θα επιθυμούν να γνωρίσουν διαφορετικές κουλτούρες . Για αυτό η επενδυτική ιδέα θα εστιάσει στην ανάγκη για χαλάρωση και ξεκούραση αλλά και στην ανάγκη των πελατών να γνωρίσουν τον τρόπο ζωής των κατοίκων της Κορινθίας και κυρίως του Ξυλοκάστρου. Το παραπάνω θα πραγματοποιηθεί από το συνδυασμό της κομψής αρχιτεκτονικής και διακόσμησης των βιλών και των κοινόχρηστων χώρων του καταλύματος αλλά και από την άριστη παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εξυπηρέτησης. Άρα η επιχείρηση θα εστιάσει στις ανάγκες του καταναλωτή (με τον όρο ανάγκες εννοούμε την ανάγκη για χαλάρωση και απόκτηση νέων εμπειριών). Οπότε οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται θα εστιάζουν στην διαφοροποίηση τους από τον ανταγωνισμό αφού το κατάλυμα δεν θα παρέχει μόνο πολυτελή διαμονή αλλά και άμεση επαφή με την ιδιαίτερη κουλτούρα της περιοχής. Με αυτό το τρόπο θα κατορθώσει να προσελκύσει περισσότερους πελάτες καλύπτοντας εκτός της ανάγκη για διακοπές την ανάγκη να εξερευνησουν νέα ήθη, έθιμα, τόπους και ένα διαφορετικό τρόπο ζωής που θα τους επιτρέψει την δυνατότητα να γίνουν ένα με την τοπική κοινωνία. Επομένως η στρατηγική που θα εφαρμοστεί είναι η στρατηγική της διαφοροποίησης.

Με την στρατηγική διαφοροποίησης θα επιτευχθεί η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος απέναντι στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο. Βασικές πηγές διαφοροποίησης του συγκεκριμένου ξενοδοχειακού καταλύματος είναι η εικόνα που θα προωθεί για τις υπηρεσίες που θα παρέχει ούτως ώστε να είναι πιο ελκυστική στους εν δυνάμει πελάτες της, επίσης θα πρέπει να προβάλει την αξία που θα τους προσφέρει και την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών της. Φυσικό επακόλουθο θα είναι οι καταναλωτές να πληρώσουν μεγαλύτερο αντίτιμο αφού θεωρούν ότι είναι ιδιαίτερα υψηλή η παρεχόμενη ποιότητα των υπηρεσιών.

Στρατηγική Δημιουργίας Αξίας

Η υπό μελέτη επιχειρηματική ιδέα έχει στόχο να παρέχει μοναδικές υπηρεσίες στους εν δυνάμει πελάτες της, με έμφαση στη ποιότητα που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους για ηρεμία και χαλάρωση αλλά και στο να έρθουν σε επαφή με διαφορετικές συνήθειες και κουλτούρες. Ακόμα στοχεύει να δημιουργήσει μακροχρόνιες σχέσεις με εκείνους και να καταφέρει να αποκτήσει πιστούς πελάτες. Για τους παραπάνω λόγους η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση για να δημιουργήσει αξία είναι η στρατηγική οικειότητας με τον πελάτη (Customer Intimacy).

Στρατηγική Ανάπτυξης

Η επενδυτική ιδέα θα είναι μια νέα ξενοδοχειακή επιχείρηση που θα δραστηριοποιηθεί σε μια νέα σχετικά αγορά εκείνη των πολυτελών καταλυμάτων. Άρα η πιο κατάλληλη στρατηγική ανάπτυξης που μπορεί να ακολουθήσει είναι αυτή της συσχετισμένης διαφοροποίησης. Η εν λόγω στρατηγική χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες που σχετίζονται μεταξύ τους. Στην περίπτωση μας οι συσχετισμένες μεταξύ τους δραστηριότητες είναι οι υπηρεσίες πολυτελούς διαμονής και χαλάρωσης. Οι παραπάνω δραστηριότητες είναι σχετικές και συμπληρωματικές μεταξύ τους και όλες έχουν ως στόχο τη μέγιστη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών. Επιπλέον στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση της δύναμης της στην αγορά, η διασπορά του κινδύνου και να καταφέρει να εξομαλύνει την εποχικότητα των πωλήσεων της. Όλοι αυτοί οι παράγοντες οδηγούν στην υιοθέτηση της στρατηγικής συσχετισμένης διαφοροποίησης η οποία θα βοηθήσει την επιχείρηση να επιτύχει τους στόχους της και να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της.

Προφίλ πελατών

Κάθε άνθρωπος έχει διαφορετικές ανάγκες, επιθυμίες και δυνατότητες, ο τρόπος ζωής του διαμορφώνει και καθορίζει τις ταξιδιωτικές του προτεραιότητες ως προς το μέρος, το είδος τουρισμού και την τιμή που θα επιλέξει. Το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα απευθύνεται σε:

1. Μεμονωμένους εσωτερικούς πελάτες, οι οποίοι ψάχνουν συνήθως αυθεντικές εμπειρίες. Συγκεκριμένα, το συγκρότημα απευθύνεται σε άτομα ανεξαρτήτου ηλικίας που θέλουν είτε να γνωρίσουν την φυσική ομορφιά του τόπου είτε να κάνουν

δραστηριότητες σε αυτόν, είτε απλώς για αναψυχή και χαλάρωση. Επίσης, απευθύνεται σε άτομα με ικανοποιητική οικονομική κατάσταση όπου το κόστος διαμονής δεν συντελεί τον κύριο παράγοντα στην επιλογή του ξενοδοχείου.

2. Εξωτερικούς μεμονωμένους πελάτες, οι οποίοι δεν είναι πελάτες στις βίλες, δεν διαμένουν δηλαδή στο συγκρότημα, αλλά έρχονται για να καταναλώσουν προϊόντα του εστιατορίου και του bar-καφετέρια.

Ανάλυση STP

Τμηματοποίηση

Σύμφωνα με την έρευνα αγοράς οι επισκέπτες του Ξυλοκάστρου είναι και από την Ελλάδα αλλά και από το εξωτερικό. Υψηλό ποσοστό των επισκεπτών επιλέγει να πάει σε παραλίες, αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία. Το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα θέλει να συνδυάσει το ταξίδι χαλάρωσης με την απόκτηση νέων εμπειριών, να ενώσει τον εναλλακτικό τουρισμό και τα αγαθά του Ξυλοκάστρου με τις διακοπές, για να πραγματοποιηθεί αυτό θα χωρίσουμε την αγορά σε επιμέρους μέρη. Αυτά τα τμήματα θα διαφέρουν μεταξύ τους αλλά όσοι ανήκουν σε κάθε ένα από αυτά θα έχουν ίδιες ανάγκες και χαρακτηριστικά. Παρόμοιες υπηρεσίες θα προσφέρονται σε διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Τα τμήματα όπου θα χωριστεί η αγορά θα είναι με βάση προσωπικά χαρακτηριστικά:

-- Με βάση την ηλικία των πελατών

-- Με βάση το εισόδημα των καταναλωτών

-- Με βάση συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των πελατών (περιστάσεις, οφέλη, στάση έναντι του προϊόντος)

Στόχευση

Η στρατηγική στόχευσης που θα ακολουθήσει το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα θα εξαρτηθεί από τη στρατηγική που θα ακολουθήσουν οι ανταγωνιστές, την ομοιογένεια των τμημάτων, τα μέσα της επιχείρησης και το στάδιο του κύκλου ζωής που βρίσκεται. Ο τομέας των πολυτελών καταλυμάτων υπάγεται στον ξενοδοχειακό κλάδο και απευθύνεται σε πελάτες που επιθυμούν πολυτελή διαμονή. Άρα η στρατηγική που θα εφαρμοστεί θα είναι αυτή του διαφοροποιημένου μάρκετινγκ αφού οι υπηρεσίες που θα παρέχει θα προσαρμόζονται με βάση τις

ανάγκες του κάθε τμήματος ώστε να επιτυγχάνεται η βέλτιστη ικανοποίηση των πελατών και οι στόχοι που έχει θέσει η επιχείρηση.

Τοποθέτηση

Σκοπός της παραπάνω στρατηγικής είναι να δημιουργήσει μια ισχυρή εικόνα του καταλύματος στο μυαλό των καταναλωτών. Στόχος είναι να προσελκύσει πελάτες οι οποίοι ενδιαφέρονται όχι μόνο για διακοπές αλλά και για απόκτηση νέων εμπειριών. Καθοριστικό ρόλο θα παίξει η θέση της επιχείρησης στην αγορά και η ανταγωνιστική στρατηγική που θα ακολουθήσει. Αξιοποιώντας το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που έχει θα κατορθώσει οι δυνητικοί πελάτες να αποκτήσουν μια ξεκάθαρη εικόνα της επιχείρησης, την οποία θα επιλέγουν . με αυτό το τρόπο θα κατορθώσει να αποκτήσει μερίδιο αγοράς και να αποκτήσει πιστούς πελάτες. Η στρατηγική τοποθέτησης που θα βασιστεί η επιχείρηση θα δίνει έμφαση:

--Στην ποιότητα και τιμή, καθώς δίνεται έμφαση στη ποιότητα παρά την υψηλή τιμή που θα καλούνται να πληρώσουν οι πελάτες.

-- στα οφέλη των πελατών, αφού οι παρεχόμενες υπηρεσίες θα μεγιστοποιούν τα οφέλη που θα αποκομίσουν από το ξενοδοχείο οι πελάτες.

Μείγμα μάρκετινγκ

Προϊόν

Το τουριστικό προϊόν πρέπει να προσαρμόζεται στις εκάστοτε ανάγκες των πελατών και να διαφοροποιείται συνέχεια σύμφωνα με τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν τα καταλύματα από τη φύση τους διακρίνονται από αυλότητα, φθαρτότητα, αδιαιρετότητα και μεταβλητότητα. Άρα , λόγω της αδυναμίας αποθήκευσής τους και της μεγάλης τους εξάρτησης από τον

ανθρώπινο παράγοντα είναι αναγκαίο να προσαρμόζονται στις επιθυμίες των καταναλωτών. Οι υπηρεσίες θα βασίζονται στην υψηλή ποιότητα, την ιδιαίτερη αισθητική και διακόσμηση του χώρου. Οι υπηρεσίες του υπό μελέτη ξενοδοχειακού καταλύματος διακρίνονται ως εξής:

✓ Παροχές διαμονής:

1. Βίλες για 2-4 ενήλικες

✓ Παροχές Εστίασης

1. Μπαρ – καφετέρια

2. Χώρος με μπουφέ

✓ Επιπλέον Παροχές

1. Πισίνα

2. 2 Internet υψηλής ταχύτητας σε όλους τους χώρους

3. Κήπος

4. 24ωρη ρεσεψιόν

5. Υπηρεσίες οδικής μεταφοράς

6. Υπηρεσία δωματίου

7. Δωμάτια με πρόσβαση για άτομα με ειδικές ανάγκες

8. Υπηρεσία Αποσκευών

9. Αξιολόγηση διαμονής και μέτρηση ικανοποίησης των πελατών

10. Δωρεάν οδοντόβουρτσα, οδοντόκρεμα και στοματικό διάλυμα, σετ ραπτικών

11. Κουζίνα (ψυγείο, φούρνος μικροκυμάτων και βραστήρας για καφέ ή τσάι)

12. Mini-bar στο οποίο κάθε μέρα τοποθετούνται προϊόντα που ζητάει ο πελάτης

13. Ευέλικτο ωράριο για check-in και check-out

14. Smart TV με netflix

15. Πολύγλωσσο προσωπικό

16. Ποιοτικά προϊόντα προσωπικής περιποίησης

17. Welcome drink

18. Ηχομονωμένες βίλες

19. Κοινόχρηστοι χώροι για χαλάρωση

20. Δωρεάν χρήση ποδηλάτου
21. Δυνατότητα ενοικίασης αυτοκινήτων και μηχανών
22. Ιδιωτικός χώρος στάθμευσης

Διανομή

Είναι η διαδικασία κατά την οποία ένα προϊόν φτάνει στον καταναλωτή. Στη περίπτωση του τουριστικού προϊόντος επειδή πρόκειται για υπηρεσία, η διανομή θα γίνει κατά κύριο λόγο με διαδικτυακά αλλά και με φυσικά μέσα.

- Με συνεργασία με ταξιδιωτικά γραφεία και tour operators
- Με διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media)
- Με τηλεφωνικές κρατήσεις
- Με την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου
- Με συνεργασία με διαδικτυακούς ταξιδιωτικούς πράκτορες (Booking, Expedia)

Πρώθηση

Λόγω του σταδίου «Εισαγωγής» με βάση τον κύκλο ζωής της επιχείρησης, αλλά και με τη στρατηγική διαφοροποίησης που θα χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να εστιάσουμε στο μάρκετινγκ και τις πωλήσεις. Ως το πιο ορατό τμήμα του μείγματος μάρκετινγκ θα δοθεί έμφαση στο τμήμα πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις και τη διαφήμιση.

- Τμήμα πωλήσεων: Δημιουργία σχετικού τμήματος το οποίο θα διαχειρίζεται τις κρατήσεις, τις πωλήσεις και την εκπαίδευση πωλητών ώστε να αυξηθούν οι πωλήσεις.
 - Δημόσιες σχέσεις: Όσον αφορά τις δημόσιες σχέσεις του καταλύματος θα δημιουργηθεί τμήμα που θα ασχολείται με τη συμμετοχή του καταλύματος σε εκδηλώσεις του ξενοδοχειακού επιμελητηρίου, τη συμμετοχή σε εκθέσεις τουριστικού ενδιαφέροντος, τη διαχείριση σοβαρών περιστατικών.
 - Διαφήμιση: Συνεργασία με διαφημιστική εταιρία αλλά και δημιουργία τμήματος διαφήμισης με σκοπό να γίνεται καλύτερα η προώθηση της μονάδας.
- Διαφήμιση μέσω banners σε σελίδες κρατήσεων και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης

-- Δημιουργία ιστοσελίδας και λογαριασμού σε facebook, instagram, tik tok και pinterest

-- Έντυπη διαφήμιση σε ταξιδιωτικά περιοδικά

Τιμή

Στρατηγικές τιμολόγησης

-- Οι πελάτες δίνουν έμφαση στην παρεχόμενη ποιότητα και όχι στις μεταβολές της τιμής.

-- Λόγο της επιθυμίας της επιχείρησης να διασφαλίζει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες που θα καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών η τιμή που θα καθορίζεται θα είναι υψηλή.

-- Οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται θα χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα και οι χώροι του ξενοδοχείου θα έχουν ιδιαίτερη διακόσμηση και παροχές με σκοπό να επιτευχθεί η βέλτιστη εμπειρία διαμονής.

-- Η τιμολογιακή στρατηγική θα είναι με βάση τη ζήτηση.

-- Ηγεσία στη ποιότητα του προϊόντος

-- Μέθοδος Τιμολόγησης : τιμολόγηση με βάση την αντιληπτική αξία.

Ο πελάτης πρέπει να καταλαβαίνει την αξία που απολαμβάνει από την υπηρεσία που αγοράζει. Η επιχείρηση προσφέρει την αξία που υπόσχεται μέσω του σχεδιασμού του καταλύματος και τις παρεχόμενες υπηρεσίες όσον αφορά την χαλάρωση, την πολυτελή διαμονή και την διεύρυνση των εμπειριών του πελάτη.

Τιμολογιακή πολιτική

Για την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει το κατάλυμα λαμβάνονται υπόψη:

-- Το φορολογικό πλαίσιο της Ελλάδας

-- Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούν οι ανταγωνιστές στο νομό Κορινθίας

-- Τα περιθώρια κέρδους που θέλει ο επενδυτής

-- Οι προβλέψεις της αγοράς για την ζήτηση του τουριστικού προϊόντος

-- Το κόστος των υπηρεσιών και των αγαθών

-- Οι τιμές να είναι ανάλογες της υψηλής ποιότητας των υπηρεσιών και των προϊόντων

Το κατάλυμα θα λειτουργεί κατά την διάρκεια του 6μηνου από αρχές Απριλίου μέχρι τέλη Σεπτεμβρίου και για το καλύτερο προσδιορισμό της ζήτησης θα ορίσουμε περιόδους χαμηλής, μέτριας και υψηλής ζήτησης μέσα στο διάστημα λειτουργίας . Η περίοδος χαμηλής ζήτησης ή Low Season αντιπροσωπεύει τις ημερομηνίες από 1 Απριλίου έως 15 Μαΐου, οι περίοδοι μέτριας ζήτησης ή Mid Season κυμαίνονται από 16 Μαΐου έως 31 Μαΐου και 1 Σεπτεμβρίου έως 31 Σεπτεμβρίου και τέλος η περίοδος υψηλής ζήτησης ή High Season από 1 Ιουνίου έως 31 Αυγούστου . Ο συνολικός αριθμός βιλών του καταλύματος είναι 4 με χωρητικότητα από 2 έως 4 άτομα . Στον παρακάτω πίνακα αναγράφονται οι τιμές των δωματίων του καταλύματος ανάλογα με την χρονική περίοδο ζήτησης.

ΠΕΡΙΟΔΟΙ/ ΤΙΜΕΣ ΒΙΛΩΝ	ΤΙΜΕΣ/ΗΜΕΡΑ
LOW-SEASON	200
MID-SEASON	250
HIGH-SEASON	300

3.12 Προσδιορισμός εσόδων

Έσοδα βιλών

Για να μπορέσουμε να υπολογίσουμε τα έσοδα των βιλών του υπό μελέτη καταλύματος θα πρέπει πρώτα να υπολογίσουμε την προβλεπόμενη πληρότητα του συγκροτήματος για την επομένη τριετία.

Ενότητα	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Αργολίδας	29%	34%	35%	39%	40%	42%
Μεσσηνίας	31%	32%	32%	37%	38%	35%
Κορινθίας	26%	25%	25%	27%	31%	36%
Λακωνίας	18%	21%	21%	25%	25%	24%
Αρκαδίας	12%	12%	12%	12%	13%	12%
Πελοπόννησος	25%	27%	27%	31%	32%	34%

Ενότητα	2019	2021	2022
Αργολίδας	39%	37%	44%
Μεσσηνίας	36%	34%	41%
Κορινθίας	35%	30%	42%
Λακωνίας	22%	27%	27%
Αρκαδίας	12%	17%	17%
Πελοπόννησος	32%	31%	37%

Για το 2023 η πληρότητα στο νομό Κορινθίας παρέμεινε σταθερή στο 42%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Έτος	Πληρότητα ξενοδοχειακών καταλυμάτων Κορινθίας	Πρόβλεψη(Πληρότητας ξενοδοχειακών καταλυμάτων Κορινθίας)	Κατώτερο όριο εμπιστοσύνης (Πληρότητας ξενοδοχειακών καταλυμάτων Κορινθίας)	Ανώτερο όριο εμπιστοσύνης (Πληρότητας ξενοδοχειακών καταλυμάτων Κορινθίας)
------	--	---	--	---

2019	35%			
2021	30%			
2022	42%			
2023	42%			
2024		46%	44%	48%
2025		48%	46%	50%
2026		48%	46%	50%

Αν υποθέσουμε ότι η προβλεπόμενη πληρότητα του καταλύματος θα είναι περίπου εφάμιλλη με την προβλεπόμενη πληρότητα του ανταγωνισμού στο νομό Κορινθίας τότε σύμφωνα με την μέθοδο προέκτασης των ιστορικών στοιχείων η πρόβλεψη για την πληρότητα του καταλύματος την επομένη τριετία θα είναι ανάλογη με αυτή που απεικονίζεται στο παραπάνω πίνακα.

Το συγκρότημα είναι δυναμικότητας 4 βιλών

Περιγραφή/Έτος	2024	2025	2026
Αριθμός βιλών	4	4	4
Συνολική δυναμικότητα	720	720	720
Προβλεπόμενη πληρότητα (%)	46%	48%	48%
Εκτιμώμενη πληρότητα (σε διανυκτερεύσεις)	331	346	346

Ο αριθμός των βιλών είναι 4 πολλαπλασιάζοντας με τις 180 ημέρες λειτουργίας του καταλύματος βρίσκουμε την συνολική δυναμικότητα όπου την πολλαπλασιάζουμε με την προβλεπόμενη πληρότητα και έτσι καταλήγουμε στην ετήσια εκτιμώμενη πληρότητα (σε διανυκτερεύσεις).

Τιμές βιλών ανάλογα τις περιόδους ζήτησης

Περιγραφή / Έτος	2024	2025	2026
LOW SEASON	200	200	200
MID SEASON	250	250	250
HIGH SEASON	300	300	300
Μέση ετήσια τιμή βίλας	250	250	250

Για να υπολογίσουμε τα έσοδα από τις βίλες κάθε έτους θα πρέπει να πολλαπλασιάσουμε τη μέση ετήσια τιμή δωματίου με την εκτιμώμενη πληρότητα σε διανυκτερεύσεις.

Έσοδα/Έτος	2024	2025	2026
Έσοδα βιλών	82.750	86.500	86.500

Συνολικά έσοδα

Επειδή η διαμονή στις βίλες εμπεριέχει στη τιμή και το πρωινό το οποίο είναι το μόνο γεύμα που θα προσφέρει η επιχείρηση τα συνολικά έσοδα θα προέρχονται μόνο από τα έσοδα των βιλών όπως παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα .

3.13 Κόστη προβολής και προώθησης

Για την προβολή και προώθηση του υπό μελέτη ξενοδοχειακού καταλύματος όπως προαναφέρθηκε θα ασχοληθεί το τμήμα πωλήσεων και ο υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης (θα αναλυθούν παρακάτω οι μισθολογικές τους απαιτήσεις) αλλά επίσης και η διαφημιστική εταιρεία που θα επωμιστεί το “βάρος” για την βέλτιστη δυνατή προώθηση του καταλύματος. Έτσι τα συνολικά έξοδα προβολής και προώθησης αποτυπώνονται στο παρακάτω πίνακα

Περιγραφή/Έτος	2024	2025	2026
Έξοδα προβολής και προώθησης	12.677	13.124	13.650

4 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

Στο παρών σκέλος της μελέτης θα εμβαθύνουμε στον τρόπο κατά τον οποίο θα επιλεγτούν οι πρώτες ύλες αλλά και όλα τα εφόδια που έχει ανάγκη για την ικανοποιητική του λειτουργία το ξενοδοχειακό συγκρότημα. Ακόμα θα γίνει λόγος για τη διασαφήνιση του προγράμματος προμηθειών για να αποσοβηστεί ο κίνδυνος πιθανών ελλείψεων σε βάθος χρόνου. Τέλος θα υπολογιστούν τα ετήσια κόστη του συνόλου των πρώτων υλών και των εφοδίων της επιχείρησης.

Ταξινόμηση των πρώτων υλών και των εφοδίων

Το ξενοδοχειακό κατάλυμα χωρίζεται σε επιμέρους τμήματα όπου έκαστο πραγματοποιεί μια διαφορετική διαδικασία, ως εκ τούτου είναι σημαντικό να χωριστούν με παρεμφερή τρόπο οι πρώτες ύλες αλλά και τα εφόδια της κάθε διαδικασίας της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα:

Πρώτες ύλες για τα τμήματα επισιτισμού: Είναι οι αναγκαίες πρώτες ύλες της κουζίνας του καταλύματος όπου θα ετοιμάζεται το πρωινό των πελατών (τρόφιμα, καφέδες, αναψυκτικά,) .Ο ανεφοδιασμός των συγκεκριμένων υλικών θα γίνεται 1 φορά την εβδομάδα (κάθε Δευτέρα) και σε περιόδους υψηλής ζήτησης (15Αυγουστο,...)όσες φορές χρειαστεί.

Πρώτες ύλες καθαριότητας: Οι πρώτες ύλες που θα χρησιμοποιούν οι εργαζόμενες υγιεινής για την καθαριότητα των βιλών αλλά και των κοινόχρηστων χώρων (καθαριστικά, απορρυπαντικά, σκούπες, σφουγγαρίστρες,).

Ενέργεια: Οι πρώτες ύλες που θα χρειαστούν για τις αναγκαίες λειτουργίες του καταλύματος όπως το φυσικό αέριο, η ηλεκτρική ενέργεια, το νερό, το ίντερνέτ και το πετρέλαιο.

Επιλογή των πρώτων υλών και των εφοδίων

Καίριο ρόλο για τη επιλογή των πρώτων υλών και των εφοδίων παίζει η ανάλυση της ζήτησης και η δυναμικότητα του ξενοδοχειακού καταλύματος. Σύμφωνα με την

ταξινόμηση των πρώτων υλών η διοίκηση ορίζει ξεχωριστούς υπεύθυνους για την επιλογή και την διαχείριση των πρώτων υλών της εκάστοτε κατηγορίας. Ο υπεύθυνος κάθε κατηγορίας έχει ως υποχρέωση να βρίσκει πάντα την καλύτερη δυνατή επιλογή των πρώτων υλών ανάμεσα στις διάφορες εναλλακτικές επιλογές καθώς επίσης την αγορά, την παραλαβή και τον έλεγχο των αποθεμάτων σε καθημερινή βάση. Επίσης, είναι υπεύθυνος για την εύρεση των κατάλληλων προμηθευτών που πληρούν τα κριτήρια επιλογής που έχει θεσπίσει ο γενικός διευθυντής όπως και την αναζήτηση για συνεχώς καλύτερα προϊόντα και τιμές.

-- Υπεύθυνος για τις πρώτες ύλες των τμημάτων επισιτισμού είναι ο manager F&B μαζί με τον σεφ του εστιατορίου.

-- Υπεύθυνος για τις πρώτες ύλες καθαριότητας είναι ο manager καθαριότητας

-- Υπεύθυνος για την ενέργεια είναι ο front office manager

Για την επιλογή και την αξιολόγηση των προμηθευτών αρμόδιοι είναι οι υπεύθυνοι των 3 κατηγοριών των πρώτων υλών. Συνοπτικά τα κριτήρια επιλογής των προμηθευτών είναι:

-- Η ποιότητα

-- Ο χρόνος παράδοσης

-- Η ασφαλή και η σωστή τήρηση των κανόνων υγιεινής κατά την μεταφορά των πρώτων υλών

-- Η δυνατότητα συνεχούς βελτίωσης των προσφερόμενων πρώτων υλών

-- Η τιμή

-- Η αξιοπιστία παράδοσης

Πρόγραμμα προμηθειών

Το πρόγραμμα προμηθειών επιμελείται των κατηγοριών των πρώτων υλών και των εφοδίων που είναι αναγκαίες για την ικανοποιητική λειτουργία του συγκροτήματος. Το πρόγραμμα προμηθειών είναι αλληλοεξαρτώμενο με το πρόγραμμα παραγωγής από το οποίο λαμβάνει πληροφορίες που έχουν να κάνουν με τη πληρότητα ώστε να καταφέρει να υπερκεράσει τις ανάγκες του συγκροτήματος και να καθορίσει τα έξοδα των πρώτων υλών. Ακόμα το πρόγραμμα προμηθειών παρουσιάζει τους προμηθευτές, την διαθεσιμότητα των εισροών, τις ποσότητες και την ποιότητα των πρώτων υλών, τον τρόπο με τον οποίο μεταφέρονται και παραδίδονται τα υλικά όπως και την αποθήκευση τους στους ιδανικούς χώρους για να αποσοβηστεί ο κίνδυνος αλλοίωσης. Βασικό ρόλο παίζει ο αποθηκευτικός χώρος για την ασφάλεια των πρώτων υλών. Τέλος ο κατάλληλος εξοπλισμός είναι απαραίτητος ούτως ώστε να επιτυγχάνεται ικανοποιητικοί αποθήκευση, έλεγχος και διανομή των προμηθειών. Ένα συγκροτημένο πρόγραμμα προμηθειών απορραπίζει την επιχείρηση από:

- Ετεροχρονισμένες παραδόσεις προμηθευτών
- Μειωμένη ποιότητα υλικών
- Απώλειες υλικών
- Προβλήματα κατά τη μεταφορά των προμηθειών
- Προβλήματα με την αποθήκευση των υλικών

Κόστη πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Για τον υπολογισμό του ετήσιου κόστους των πρώτων υλών και των εφοδίων θα πρέπει να υπολογιστεί το ποσοστό επί των ετήσιων συνολικών εσόδων του ξενοδοχειακού καταλύματος αντιστοιχεί στην κάθε κατηγορία πρώτων υλών και εφοδίων.

Κόστος για τις πρώτες ύλες των τμημάτων επισιτισμού

Το εστιατόριο και το αποτελεί το σύνολο των τμημάτων επισιτισμού του ξενοδοχείου. Έτσι λοιπόν μετά από αναλύσεις και υπολογισμούς το ετήσιο συνολικό κόστος για τις πρώτες ύλες των τμημάτων επισιτισμού εκτιμάται στο 9% των ετήσιων συνολικών εσόδων των τμημάτων επισιτισμού του ξενοδοχείου.

Κόστος για τις πρώτες ύλες καθαριότητας

Όλες οι πρώτες ύλες που είναι αναγκαίες για την σχολαστική καθαριότητα των βιλών αλλά και των κοινόχρηστων χώρων του καταλύματος κατά την διάρκεια του έτους αποτελούν το ετήσιο κόστος για τις πρώτες ύλες καθαριότητας. Έπειτα από υπολογισμούς το κόστος αυτό αποτελεί το 0,3% των ετήσιων συνολικών εσόδων του καταλύματος και θα αποτυπωθεί για τα επόμενα τρία έτη στο παρακάτω πίνακα.

Κόστος για ενέργεια, ιντερνέτ, νερό και καύσιμη ύλη

Σύμφωνα με υπολογισμούς το ετήσιο κόστος για όλα τα είδη ενέργειας, το ιντερνέτ, το νερό και την καύσιμη ύλη που χρησιμοποιεί η επιχείρηση αποτελεί το 6% των ετήσιων συνολικών εσόδων του ξενοδοχείου και θα αποτυπωθεί για τα επόμενα τρία έτη στο παρακάτω πίνακα.

Κόστη πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2024	2025	2026
ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΜΟΥ	15.156	16.322,4	16890,9
ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ	2.700	2.812	2.843
ΕΝΕΡΓΕΙΑ-ΙΝΤΕΡΝΕΤ- ΝΕΡΟ-ΚΑΥΣΙΜΗ ΥΛΗ	12.557,1	13451,2	13866,4
ΣΥΝΟΛΟ	30.413,1	32.585,6	33.600,3

5 Μηχανολογικά και τεχνολογία

Στο παρών σκέλος της μελέτης εμβαθύνουμε στο σύνολο των τεχνικών προδιαγραφών του ξενοδοχειακού καταλύματος. Αναλυτικότερα θα εστιάσουμε σε ό,τι αφορά τα μηχανολογικά και τεχνολογικά ζητήματα της επένδυσης. Ως μηχανολογικά θεωρούνται όλα τα επιμέρους μέρη που έχουν να κάνουν με το σχεδιασμό της λειτουργικής χωροθέτησης του ξενοδοχειακού συγκροτήματος και του φυσικού χώρου που την περικλείει. Έπειτα, για τα τεχνολογικά ζητήματα που επιβαρύνουν, το εν λόγω ξενοδοχειακό κατάλυμα θα πρέπει να αγοραστεί ο απαραίτητος τεχνολογικός εξοπλισμός ή να δημιουργηθούν οι δικές του τεχνολογικές μέθοδοι ώστε να ευδοκιμήσει η λειτουργία του. Βαρύτατης σημασίας ο ρόλος της τεχνογνωσίας σε αυτό το σκέλος αφού θα αναδείξει αν η επιχείρηση θα αναπτύξει τις δικές της τεχνολογικές διαδικασίες ή θα αναγκαστεί να αγοράσει τον αναγκαίο εξοπλισμό. Τέλος θα πρέπει να αναφερθεί η δυναμικότητα του ξενοδοχειακού καταλύματος ούτως ώστε να γίνει ο σχεδιασμός του πλάνου για τις τεχνολογικές και μηχανολογικές υποχρεώσεις του επενδυτικού σχεδίου.

Δυναμικότητα της μονάδας

Ο προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης για διανυκτερεύσεις και της αναμενόμενης σύμφωνα με τις προβλέψεις μας πληρότητας στο ξενοδοχειακό κλάδο της Κορινθίας για τα επόμενα 3 χρόνια (υπολογίσθηκαν στο τρίτο κεφάλαιο της μελέτης) δίνει την δυνατότητα να προσδιορίσει η επενδυτική ομάδα το μέγεθος της δυναμικότητας του καταλύματος. Αναλύοντας και λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω στοιχεία, το υπό μελέτη ξενοδοχειακό κατάλυμα θα αποτελείται από 4 αυτόνομες βίλες.

Σε όλες τις βίλες θα υπάρχει μοντέρνα αισθητική με μοντέρνους πίνακες. Ακόμα ο χώρος της εκάστοτε βίλας θα είναι διακοσμημένος με υψηλής ποιότητας έπιπλα διαλεγμένα από τον ειδικό σύμβουλο που θα έχει προσληφτεί για τη συγκεκριμένη δουλειά. Με αυτό το τρόπο θα επιτευχθεί η στρατηγική δημιουργίας αξίας για τον πελάτη αφού η επιχείρηση θα προσφέρει μια ξεχωριστή εμπειρία διαμονής με φιλοξενία υψηλής ποιότητας.

Επιλογή τεχνολογικού εξοπλισμού

Η υπό μελέτη επιχείρηση είναι αναγκαίο να ξοδέψει ένα σημαντικό κεφάλαιο για να κατοχυρώσει το πιο σύγχρονο και αξιόπιστο διαθέσιμο τεχνολογικό εξοπλισμό που θα της παρέχει πλεονέκτημα απέναντι στους ανταγωνιστές. Ο τεχνολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση θα πρέπει να ικανοποιεί κάποιες τεχνικές προδιαγραφές που όχι μόνο θα ικανοποιούν τον σκοπό και τους στόχους του ξενοδοχειακού καταλύματος, αλλά την ίδια στιγμή θα συμβαδίζουν με το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο. Άρα θα τηρηθούν όλες οι νομικές και τεχνικές προδιαγραφές για την εγκατάσταση του τεχνολογικού εξοπλισμού που παρουσιάζεται παρακάτω. Το κατάλυμα θα διαθέτει:

- Σύστημα για κλιματισμό, εξαερισμό και θέρμανση
- Σύστημα για πυρόσβεση
- Σύστημα ασφάλειας και παρακολούθησης
- Σύστημα τηλεπικοινωνιών και ιντερνέτ
- Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις και γεννήτρια
- Υδραυλικές εγκαταστάσεις

Για την βέλτιστη επιλογή του τεχνολογικού εξοπλισμού είναι αναγκαίο να κριθεί ότι:

1. Είναι σύγχρονη και δοκιμασμένη
2. Είναι φιλική προς το περιβάλλον
3. Υπάρχει δυνατότητα αναβάθμισης
4. Είναι ασφαλής
5. Διαθέτει άριστη σχέση κόστους-οφέλους

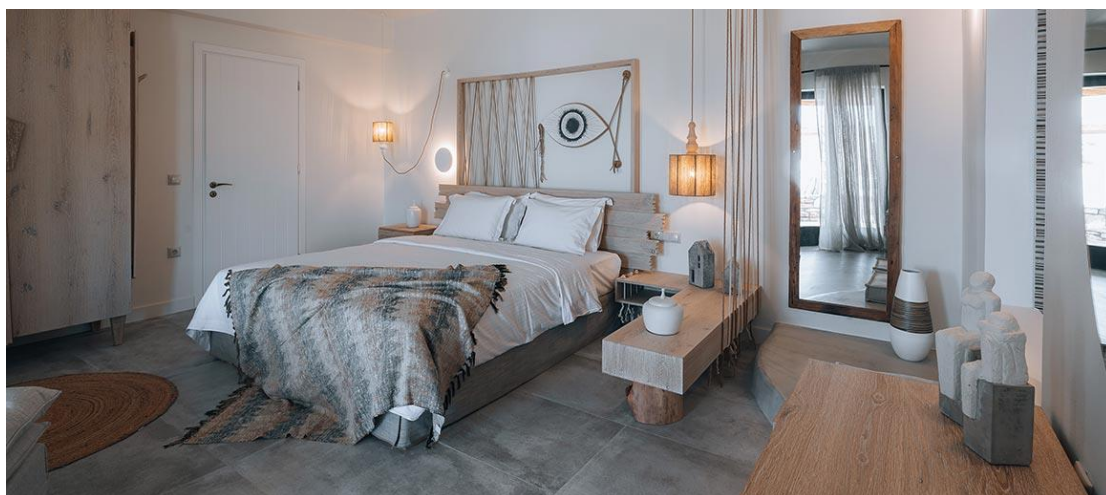
Ο παρακάτω πίνακας αναφέρει τα κόστη του τεχνολογικού εξοπλισμού του ξενοδοχειακού καταλύματος.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΗΛΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΓΕΝΝΗΤΡΙΑ	5.000
ΥΔΡΑΥΛΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	4.000
ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ, ΕΞΑΕΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΘΕΡΜΑΝΣΗΣ	5.000
ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΥΡΟΣΒΕΣΗΣ	3.000
ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ	2.500
ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΛΩΝ ΚΑΙ INTERNET	2.500
ΣΥΝΟΛΟ	22.000

Κτιριακές εγκαταστάσεις και περιβάλλοντας χώρος

Η έκταση του οικοπέδου που αγόρασε ο επενδυτής είναι 900 τ.μ. πάνω στα οποία θα κατασκευαστούν οι βίλες και ο περιβάλλον χώρος του. Οι εργασίες που θα λάβουν χώρα για την κατασκευή του καταλύματος, θα το μετατρέψουν σε ένα σύγχρονο ξενοδοχειακό συγκρότημα, όπου θα προσφέρει στους επισκέπτες του την άνεση και την πολυτέλεια των υπηρεσιών του, θαυμάζοντας ταυτόχρονα τη φυσική ομορφιά της φύσης στη περιοχή του Ξυλοκάστρου. Το υπό μελέτη ξενοδοχειακό κατάλυμα θα αποτελείται από 4 αυτόνομες βίλες και ένα κοινόχρηστο εστιατόριο με μπαρ όπου θα προμηθεύονται από εκεί οι πελάτες το πρωινό τους. Ο περιβάλλον χώρος από την μια πλευρά του κτηρίου θα αποτελείται από την πισίνα και από την άλλη από το υπαίθριο parking του συγκροτήματος.





Παρακάτω παρουσιάζονται οι πίνακες με τον βασικό εξοπλισμό του ξενοδοχείου.

Βασικός εξοπλισμός

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
Κρεβάτια-στρώματα	1.500
Ψυγεία-καταψύξεις	1.200
Τηλεοράσεις	1.050
Κομοδίνα	1.000
Ντουλάπες	950
Φωτιστικά	1.500
Καθρέπτες	300
Ράφια	200
Τηλέφωνα	150
Χαλιά	100
Κλιματιστικά	1.500
Μαξιλάρια	150
Λινά-πετσέτες	800
Κουβέρτες-παπλώματα	900
Κουρτίνες	1.000
Σίτες	300
Κάδοι	250
Έπιπλα μπαλκονιού δωματίου	2.000
Είδη υγιεινής και μπάνιου	4.000
Εξοπλισμός κουζίνας εστιατορίου	10.000
Είδη σερβιρίσματος	850
Πιάτα-ποτήρια	1.200
Εξοπλισμός μαγειρικής	3.900
Τραπέζια-καρέκλες	3.100
Ηλεκτρολογικό υλικό	1.460
Υδραυλικό υλικό	1.200
Έπιπλα υποδοχής	1.300
Ταμειακές μηχανές	460
Πλυντήρια	2.000
Στεγνωτήρια-σιδερωτήρια	2.100
Υπολογιστές	1.800

Χρώματα	2.000
Καναπέδες	2.500
Γραφεία	1.000
Θερμοσίφωνες	2.200
Υλικά κήπου	400
Χρηματοκιβώτια	200
Είδη διακόσμησης	1.650
Κλειδαριές ηλεκτρονικής κάρτας	350
Ομπρέλες-ξαπλώστρες	1.500
Μηχανή καφέ	2.500
Εργαλεία	1.000
Λοιπός εξοπλισμός	6.400
Σύνολο	69.920

Για την εύρυθμη λειτουργία του καταλύματος, θα υπάρξει συνεργασία με μηχανικούς οι οποίοι θα επισκέπτονται την μονάδα κάθε χρόνο πραγματοποιώντας τις απαραίτητες αυτοψίες για την συντήρηση του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού. Το πρώτο χρόνο δεν θα υπάρχει η ανάγκη για συντήρηση αφού ο εξοπλισμός θα είναι καινούργιος.

Κόστος κατασκευής κτηριακών εγκαταστάσεων

Περιγραφή	Κόστος
Προετοιμασία χώρου κατασκευής	25.000
Κατασκευή κτηριακών εγκαταστάσεων	210.000
Διαμόρφωση περιβάλλοντα χώρου	14.800
Λοιπές δαπάνες - αμοιβή εταιρείας	9.000
Σύνολο	258.800

Κόστος συντήρησης

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
2024	-
2025	700
2026	750
ΣΥΝΟΛΟ	1450

6 Οργάνωση ξενοδοχειακής μονάδας - γενικά έξοδα

Στο παρακάτω κομμάτι αναλύεται η οργανωτική δομή του ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Το εν λόγω μέρος αποτελεί ένα από τα πιο κρίσιμα ολόκληρης της μελέτης καθώς παρέχει σημαντικά στοιχεία για το αν η επένδυση είναι λειτουργική και επικερδής. Οι υπεύθυνοι του εκάστοτε τμήματος καλούνται να θεσπίσουν ξεκάθαρους ρόλους και αρμοδιότητες στους υπαλλήλους του συγκροτήματος με σκοπό να υπάρξει σωστή λειτουργία στην επιχείρηση. Στο παρών σκέλος καλούμαστε να δημιουργήσουμε το οργανόγραμμα του ξενοδοχείου μέσα από το οποίο θα παρουσιάζεται η ιεραρχική δομή και θα γίνονται ευκόλως κατανοητά από όλους τους εργαζομένους τα καθήκοντα και οι αρμοδιότητες. Το σωστό οργανόγραμμα παρουσιάζει και αναλύει την ιεραρχία μίας επιχείρησης και τον τρόπο σύνδεσης των εργαζομένων μεταξύ τους. Το οργανόγραμμα θα χρίζει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία της επιχείρησης.

Οργάνωση και λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας

Η ιεραρχία της επιχείρησης παρουσιάζεται στο οργανόγραμμα, το οποίο αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο που βοηθά στην απεικόνιση των σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων με τον πιο απλό και κατανοητό τρόπο. Στο πάνω μέρος του διαγράμματος βρίσκεται η διοίκηση του καταλύματος και ακολουθούν τα άλλα τμήματα, στα οποία βρίσκονται οι επιμέρους υπεύθυνους των τμημάτων αλλά και το σύνολο των εργαζομένων που βρίσκονται σε αυτά. Οι ανθρώπινοι πόροι του καταλύματος μοιράζονται σε διαφορετικά τμήματα, σύμφωνα με το αντικείμενο δραστηριότητας τους, με σκοπό να παραχθεί η βέλτιστη απόδοση του καταλύματος. Η αποδοτικότερη τμηματοποίηση της οργανωτικής δομής συμβάλει τα μέγιστα για την ολοκλήρωση όλων των επιμέρους εργασιών. Τέλος για το υπό μελέτη συγκρότημα, παρακάτω παρουσιάζεται το οργανόγραμμα σύμφωνα πάντα με την δυναμικότητα του.

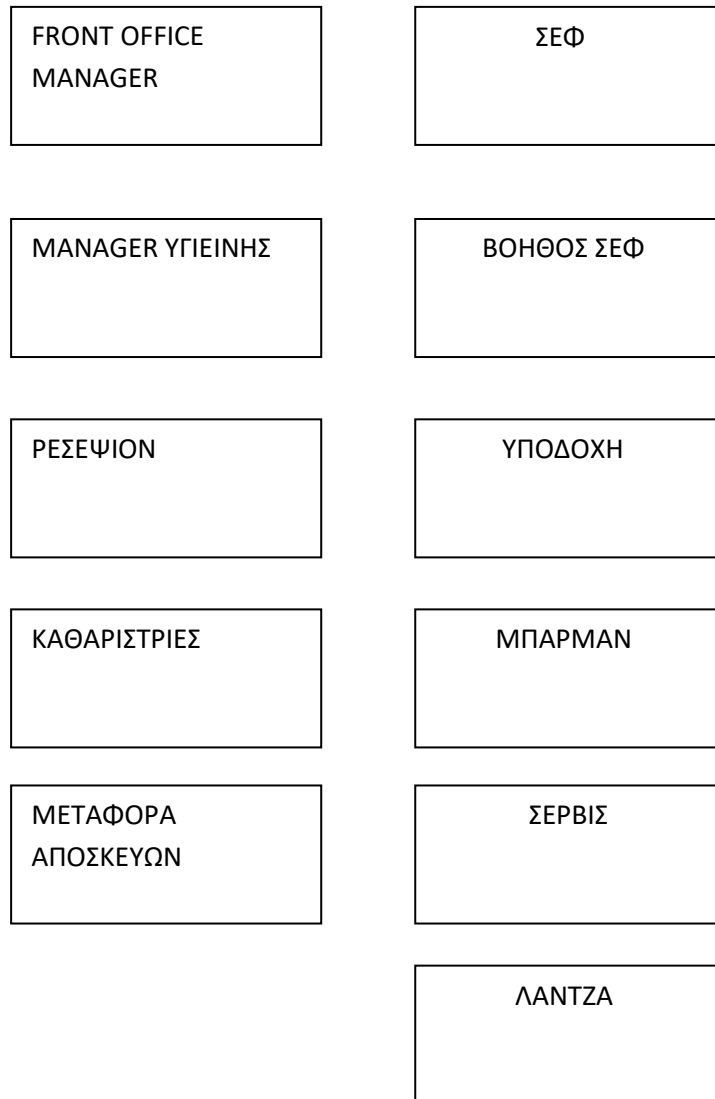
ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΒΙΛΩΝ

ΤΜΗΜΑ F&B

ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



Όπως παρατηρούμαι στο παραπάνω οργανόγραμμα ο γενικός διευθυντής θα συντονίζει τα 4 τμήματα (μάρκετινγκ, F&B, βιλών και προσωπικού) και θα θεσπίζει ξεκάθαρους ρόλους και αρμοδιότητες στους 4 προϊστάμενους των εν λόγω τμημάτων. Πιο περιεκτικά θα αναλύσουμε στο παρακάτω κεφάλαιο το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης. Σε αυτό το σκέλος παρουσιάζονται πιο συμπυκνωμένα τα τμήματα όπου υπάγονται στη γενική διεύθυνση του συγκροτήματος, τα οποία είναι το τμήμα μάρκετινγκ, το τμήμα προσωπικού το τμήμα βιλών και το τμήμα φαγητού και αναψυκτικών που αφορά το εστιατόριο του συγκροτήματος.

Εξωτερικοί συνεργάτες

Το κατάλυμα πέρα των εργαζομένων θα συνεργαστεί και με κάποιους εξωτερικούς συνεργάτες για την κάλυψη των απαραίτητων αναγκών του. Πιο συγκεκριμένα αυτοί οι συνεργάτες είναι οι εξής :

1. Το δικηγορικό γραφείο του κυρίου Α.Κ., ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για νομικά ζητήματα της επιχείρησης και υπογραφές συμβολαίων.
2. Η ασφαλιστική εταιρεία ALEXANDRINOS insurance η οποία θα είναι υπεύθυνη για την ετήσια ασφαλιστική κάλυψη της επιχείρησης.
3. Το λογιστικό γραφείο PRAXIS Financial, το οποίο θα είναι υπεύθυνο για τον οικονομικό έλεγχο αλλά και για τις φορολογικές υποχρεώσεις της επιχείρησης.

Γενικά έξοδα - αμοιβές εξωτερικών συνεργατών

Τα γενικά έξοδα και οι αμοιβές εξωτερικών συνεργατών της επιχείρησης ανά έτος παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα

Περιγραφή/Έτος	2024	2025	2026
----------------	------	------	------

Αμοιβή λογιστικού γραφείου	4.000	4.050	4.100
Αμοιβή δικηγορικού γραφείου	6.000	6.050	6.100
Αμοιβή ασφαλιστικής εταιρίας	5.000	5.050	5.150
Σίτιση εργαζομένων	1.500	1.540	1.580
Έξοδα διοίκησης	5500	5.600	5.650
Λοιπά έξοδα	2000	2.030	2.200
Σύνολο	24.000	24.320	24.780

7 Ανθρώπινοι πόροι

Οι ανθρώπινοι πόροι παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση της κουλτούρας εντός του οργανισμού αλλά και στο κατά πόσο βιώσιμη θα είναι η εκάστοτε επένδυση στο μέλλον. Η σωστή διαλογή και εκπαίδευση των ανθρώπινων πόρων μπορεί να γίνει ένα διαρκές μη αντιγράψιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την επιχείρηση, έτσι θα μπορέσει να προσφέρει κάτι εναλλακτικό σε σχέση με τον ανταγωνισμό και να παρέχει υπηρεσίες που θα προσδώσουν ιδιαίτερη αξία στους πελάτες της. Άρα είναι υψίστης σημασίας να συνεργαστούμε με το όσο το δυνατόν καλύτερο και ποιοτικότερο προσωπικό. Για ένα κατάλυμα παίζει πολύ σημαντικό ρόλο η σωστή εξυπηρέτηση των πελατών, γι' αυτό το προσωπικό θα επιλεγεί με βάση τις γνώσεις και το βιογραφικό του. Τέλος θα προτιμηθούν υποψήφιοι με προϋπηρεσία στον κλάδο των τουριστικών.

Κατανομή ανθρωπίνων πόρων και περιγραφή θέσεων

Το προσωπικό θα χωρίζεται σε διοικητικό, βοηθητικό προσωπικό και προσωπικό ξενοδοχείου. Λόγω της υψηλής τουριστικής ζήτησης το ξενοδοχείο θα λειτουργεί και με έκτακτο προσωπικό όταν αυτό κριθεί αναγκαίο.

Διοικητικό προσωπικό

-- Γενικός διευθυντής: Ο ρόλος του γενικού διευθυντή είναι βαρύτερης σημασίας αφού οι αρμοδιότητες του είναι να αποφασίζει τις δραστηριότητες της μονάδας, να συντονίζει τις εργασίες και να επικοινωνεί με όλα τα τμήματα της μονάδας αλλά και με τον ιδιοκτήτη. Είναι υπεύθυνος για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και τον έλεγχο των εργασιών.

-- Διευθυντής προσωπικού: Ρόλος του είναι ο συντονισμός του ανθρώπινου δυναμικού που εργάζεται στην μονάδα αλλά και η προσέλκυση, η εκπαίδευση και ο έλεγχος των εργαζομένων.

-- Manager καθαριότητας: Είναι αρμόδιος για τον συντονισμό των εργασιών που έχουν να κάνουν με την καθαριότητα και την προετοιμασία των δωματίων αλλά και για την απολύμανση όλων των κοινόχρηστων χώρων του ξενοδοχείου.

-- Manager δημοσίων σχέσεων: Είναι αρμόδιος για οποιαδήποτε κίνηση μάρκετινγκ της μονάδας, την προβολή της, τη δημιουργία της εικόνας της, την διαχείριση παραπόνων και δύσκολων περιστατικών και την διαχείριση της επίσημης ιστοσελίδας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

-- Front office manager: Ρόλος του είναι να συντονίζει την ρεσεψιόν, τους υπαλλήλους υποδοχής και την γενικότερη επίβλεψη του πλάνου κρατήσεων του ξενοδοχείου. Ειδικότερα να ελέγχει και να διαχειρίζεται τις κρατήσεις, τις αφίξεις αλλά και τις αναχωρήσεις των πελατών.

-- Manager F&B: Είναι αρμόδιος για τον συντονισμό των εργασιών του εστιατορίου και του μπαρ αλλά και για τα οράρια του ανθρώπινου δυναμικού που εργάζονται στα πόστα των επισιτιστικών τμημάτων.

Περιγραφή	Άτομα
Γενικός διευθυντής	1
Διευθυντής προσωπικού	1
Manager καθαριότητας	1
Manager δημοσίων σχέσεων	1
Front office manager	1
Manager F&B	1

Βοηθητικό προσωπικό

Το εν λόγω προσωπικό είναι αρμόδιο για την συντήρηση των χώρων του ξενοδοχείου. Πρέπει να φροντίζει για την εύρυθμη λειτουργία των υδραυλικών και ηλεκτρολογικών συστημάτων αλλά και την επίβλεψη των χώρων για τυχόν βλάβες. Ακόμα θα πρέπει να γνωρίζει τα πρωτόκολλα ασφαλείας που επιβάλλει η νομοθεσία.

Περιγραφή	Μόνιμοι	Έκτακτοι
Συντήρηση εγκαταστάσεων	2	Εξωτερικοί συνεργάτες

Προσωπικό του ξενοδοχείου

Εστιατόριο-Μπουφέ	Μόνιμοι	Έκτακτοι
Σεφ	1	-
Βοηθός σεφ	1	1
Λάντζα	1	1
Σερβιτόροι	1	1
Υποδοχή	1	1
Μπάρμαν	1	1

Τμήματα	Μόνιμοι	Έκτακτοι
Δημοσίων σχέσεων	1	-
Front office	1	1
Καθαριότητα	1	1

Συνολικά το κατάλυμα αποτελείται από 4 βίλες και 1 εστιατόριο –μπουφέ . Το μόνιμο προσωπικό είναι 17 άτομα εκ των οποίων οι 6 θα ανήκουν στο διοικητικό προσωπικό, 2 στο βοηθητικό προσωπικό και 9 στο προσωπικό του καταλύματος. Το έκτακτο προσωπικό είναι 7 άτομα και ανήκουν όλοι στο προσωπικό του καταλύματος, οι οποίοι θα προσλαμβάνονται τις περιόδους του χρόνου με υψηλή ζήτηση. Οι παραπάνω υπηρεσίες που θα χρειαστεί το κατάλυμα όπως φύλαξη, συντήρηση εγκαταστάσεων, μεταφορά από και προς το κατάλυμα , καθαρισμός εξωτερικών χώρων θα γίνουν με ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες και για αυτό το λόγο θεωρούνται ως γενικά έξοδα του ξενοδοχείου.

Προσέλκυση, αξιολόγηση και επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού

Αφού υπολογίστηκαν οι ανάγκες του καταλύματος για ανθρώπινους πόρους ακολουθεί η διαδικασία επιλογής και αξιολόγησής τους. Για την επιλογή των υποψηφίων ακολουθείται συγκεκριμένη διαδικασία ούτως ώστε να αξιολογηθεί αν ο συγκεκριμένος υποψήφιος είναι ικανός για την συγκεκριμένη θέση. Αρχικά θα πρέπει να είναι σαφής η θέση εργασίας αλλά και οι πιθανές δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν από αυτή. Έπειτα αναζητούμε τα προσωπικά χαρακτηριστικά και τις ικανότητες των υποψηφίων, μέσω διαδικασιών, που έχουν να κάνουν με την συγκεκριμένη θέση εργασίας.

Η διαδικασία της αξιολόγησης-επιλογής ολοκληρώνεται μετά από 2 συνεντεύξεις αυτή τη περίοδο θα γίνουν οι κατάλληλες ερωτήσεις ώστε να σκιαγραφήσουμε το προφίλ των υποψηφίων. Επίσης θα αξιολογηθεί αν ο υποψήφιος είναι ικανός να συμβαδίσει με τη κουλτούρα της επιχείρησης και να φέρνει εις πέρας τις απαιτήσεις της θέσης.

Η κάθε επιχείρηση έχει τα δικά της κριτήρια επιλογής. Στον ξενοδοχειακό κλάδο ιδιαίτερη σημασία δίνεται στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε υπαλλήλου. Για αυτό τον λόγο εκτός από τη προϋπηρεσία και την μόρφωση σημαντικό ρόλο θα παίξει η συμπεριφορά του υποψήφιου. Το υπό μελέτη κατάλυμα επιθυμεί να συνεργαστεί με νεαρά άτομα με προοπτικές εξέλιξης στο τουριστικό κλάδο ώστε να δημιουργηθεί μια μακροχρόνια επαγγελματική σχέση που έχει ως στόχο την επίτευξη σταθερής επιχειρηματικής κουλτούρας. Η διαδικασία πρόσληψης προσωπικού που θα ακολουθήσει το κατάλυμα είναι η εξής:

1. Καθορισμός κριτηρίων επιλογής και προδιαγραφών θέσης εργασίας
2. Αναζήτηση ανθρώπινου δυναμικού από τον υπεύθυνο προσωπικού
3. Συγκέντρωση βιογραφικών και αιτήσεων των υποψηφίων
4. Αξιολόγηση και επιλογή επικρατέστερων υποψηφίων
5. Προσωπική συνέντευξη υποψηφίων
6. Τελική επιλογή υποψήφιου και πρόσληψη

Εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού

Οι εργαζόμενοι μετά την διαδικασία που ακολουθήθηκε για την πρόσληψη τους, θα εκπαιδεύονται ώστε να είναι έτοιμοι να φέρουν εις πέρας τα καθήκοντα της θέσης τους. Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι αναγκαία προϋπόθεση για να εντρυφήσουν οι εργαζόμενοι στην κουλτούρα και τις αξίες και της επιχείρησης αλλά και για να φέρνουν εις πέρας οποιαδήποτε συνθήκη μπορεί να τους προκύψει.

Η βασική εκπαίδευση θα διαφοροποιείται ανάλογα με τη θέση. Θα ξεκινάει με την πρόσληψη και θα διαρκεί από 10 ημέρες έως και ένα μήνα ανάλογα με το αντικείμενο. Επειδή το κατάλυμα θέλει να πετύχει την μέγιστη ικανοποίηση των πελατών μέσω της άριστης εξυπηρέτησης τους, το προσωπικό θα επανεκπαιδεύεται συνεχώς. Θα γίνεται επαναλαμβανομένη κρίση και αξιολόγηση των εργαζομένων με σκοπό να επιβραβεύονται οι καλοί υπάλληλοι. Θα παρέχονται κίνητρα όπως αυξήσεις αποδοχών για να κινητοποιούνται οι υπάλληλοι ώστε να γίνονται συνεχώς καλύτεροι.

Μισθοδοσίες

Κατηγορία προσωπικού	Άτομα	Μισθός	ΕΦΚΑ	Σύνολο	Μήνες Απασχόλησης	Δώρα	Ετήσιο κόστος
Διοικητικό προσωπικό							
Γενικός Διευθυντής	1	3000	1200	4200	6	4000	29200
Διευθυντής Προσωπικού	1	2000	900	2900	6	3000	20400
Διευθυντής	1	2000	900	2900	6	3000	20400

Καθαριότητας							
Διευθυντής Δημοσίων Σχέσεων	1	2000	900	2900	6	3000	20400
Front Office Manager	1	2000	900	2900	6	3000	20400
Διευθυντής F&B	1	2000	900	2900	6	3000	20400
Βοηθητικό προσωπικό							
Συντηρητές	2	1300	667,66	1967,66	6	1000	12805,96
Προσωπικό του ξενοδοχείου							
Σεφ	1	2000	900	2900	6	2500	19900
Βοηθός σεφ	1	1200	643,33	1843,33	6	2000	13059,98
Βοηθός σεφ (έκτακτος)	1	800	366,67	1166,67	3	-	3500,01
Λάντζα	1	1000	420	1420	6	1200	9720
Λάντζα (έκτακτος)	1	800	366,67	1166,67	3	-	3500,01
Σερβιτόροι	1	1300	667,66	1967,66	6	1500	13305,96
Σερβιτόροι (έκτακτοι)	1	1100	466,67	1566,67	3	-	4700,01
Υποδοχή	1	900	400	1300	6	1500	9300

Υποδοχή (έκτακτος)	1	800	366,67	1166,67	3	-	3500,01
Μπάρμαν	1	1500	680	2180	6	2000	15080
Μπάρμαν (έκτακτος)	1	1300	667,66	1967,66	3	-	5902,98
Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων	1	1200	550	1770	6	1500	12120
Τμήμα Front Office	1	1400	612	2012	6	1500	13572
Front Office (έκτακτος)	1	900	400	1300	6	-	7800
Τμήμα	1	1000	420	1420	6	600	9120

Καθαριότητα							
Καθαριότητα (έκτακτος)	1	800	366,67	1166,67	3	-	3500,01

Γενικό Σύνολο	24	32300	14661,66	46981,66	-	37300	291.586,93
---------------	----	-------	----------	----------	---	-------	------------

8 Τοποθεσία, χώρος εγκαταστάσεων και περιβάλλον

Η τοποθεσία όπου θα έχει ως έδρα η οποιαδήποτε επιχείρηση είναι ίσως ο πιο σημαντικός παράγοντας που θα κρίνει την επιτυχία της αφού μπορεί να εκτοξεύσει η να κατακρεουργήσει το οποιοδήποτε εγχείρημα αν δε συνάδει με ένα χώρο ιδανικό για την επιχείρηση που θα συσταθεί .Στην περίπτωση μας η τοποθεσία είναι γνωστή καθώς ο επιχειρηματίας έχει προχωρήσει στην αγορά του οικοπέδου όπου θα συσταθεί το ξενοδοχειακό συγκρότημα .

Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους του καταλύματος

Όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως ο χώρος όπου θα στεγαστεί το κατάλυμα είναι το Ξυλόκαστρο Κορίνθιας . Οι εγκαταστάσεις που είναι αναγκαίες για την λειτουργία του καταλύματος δημιουργούν απαιτήσεις σημαντικής έκτασης γης, αφού θα ανεγερθούν αρκετοί χώροι τόσο για την διαμονή όσο και για την ψυχαγωγία των

πελατών. Πέραν του χώρου των βιλών, της ρεσεψιόν, του εστιατορίου, του μπαρ και της πισίνας θα χρειαστεί χώρος που θα δημιουργηθεί χώρος στάθμευσης για τα οχήματα που των πελατών του καταλύματος . Το οικόπεδο είναι έκτασης 900 τ.μ., από τα οποία τα 400 τ.μ. θα καλυφτούν από την ανέγερση των κύριων κτηριακών εγκαταστάσεων του καταλύματος .

Κριτήρια επιλογής τοποθεσίας

Τα κριτήρια που θα εξεταστούν για την επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας είναι τα εξής :

- 1) Επάρκεια κατάλληλου προσωπικού
- 2) Το φυσικό περιβάλλον
- 3) Οι κλιματολογικές συνθήκες
- 4) Η ευκολία πρόσβασης στο κατάλυμα
- 5) Οι υποδομές της περιοχής
- 6) Η απόσταση από τους προμηθευτές
- 7) Οι επιπτώσεις της λειτουργίας της μονάδας στο περιβάλλον

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω κριτήρια, θα αξιολογηθεί σε τι ποσοστό ικανοποιεί τις προϋποθέσεις η περιοχή του Ξυλοκάστρου .

- 1) Οι μόνιμοι κάτοικοι του Ξυλοκάστρου υπολογίζονται περί τους 8.000, αποτελεί μία Κωμόπολη που έχει ως πυρήνα γηγενείς που ασχολούνται κυρίως με αγροτικές εργασίες και στην οποία στεγάζονται αρκετά εξοχικά σπίτια, υπάρχουν όμως αρκετά άτομα νεαρής ηλικίας που βιοπορίζονται από την εστίαση και τις τουριστικές επιχειρήσεις ,η εύρεση προσωπικού δε θεωρείται ούτε δύσκολη ούτε εύκολη διαδικασία ,καθώς θα προσφερθούν αρκετά άτομα να εργαστούν στην εν λόγω επιχείρηση αλλά δε γνωρίζουμε το κατά πόσο θα πληρούν τα κριτήρια που επιθυμούμαι . Δεν θα αποτελέσει όμως πρόβλημα η εύρεση προσωπικού καθώς το

Ξυλόκαστρο βρίσκεται σε απόσταση 1 ώρας από Αθήνα και 45 λεπτών από τη Πάτρα όπου πολλοί εργαζόμενοι επιλέγουν να φύγουν για σεζόν σε κάποιο κοντινό προορισμό όπως ο δικός μας ούτως ώστε να συνδυάσουν εργασία με τουρισμό-διακοπές .

2) Το φυσικό περιβάλλον όπου θα στεγαστεί το κατάλυμα είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για τους επισκέπτες αφού δεν έχει υποστεί ιδιαίτερες αλλοιώσεις , ενώ το οικόπεδο όπου θα γίνει το κατάλυμα βλέπει τα καταγάλανα νερά του κορινθιακού κόλπου , κάτι το οποίο θα δημιουργήσει ενδιαφέρον σε πολλούς πελάτες να επισκεφτούν το κατάλυμα .

3) Το κλίμα στο Ξυλόκαστρο , είναι μεσογειακό με έντονη ηλιοφάνεια όλο το καλοκαίρι . Γενικότερα στη περιοχή της Κορινθίας δεσπόζουν οι υψηλές θερμοκρασίες ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες . Οι κλιματολογικές συνθήκες τις περιοχής δημιουργούν μια επιχειρηματική ευκαιρία όπως προαναφέρθηκε και στην SWOT ανάλυση του 3^{ου} κεφαλαίου .

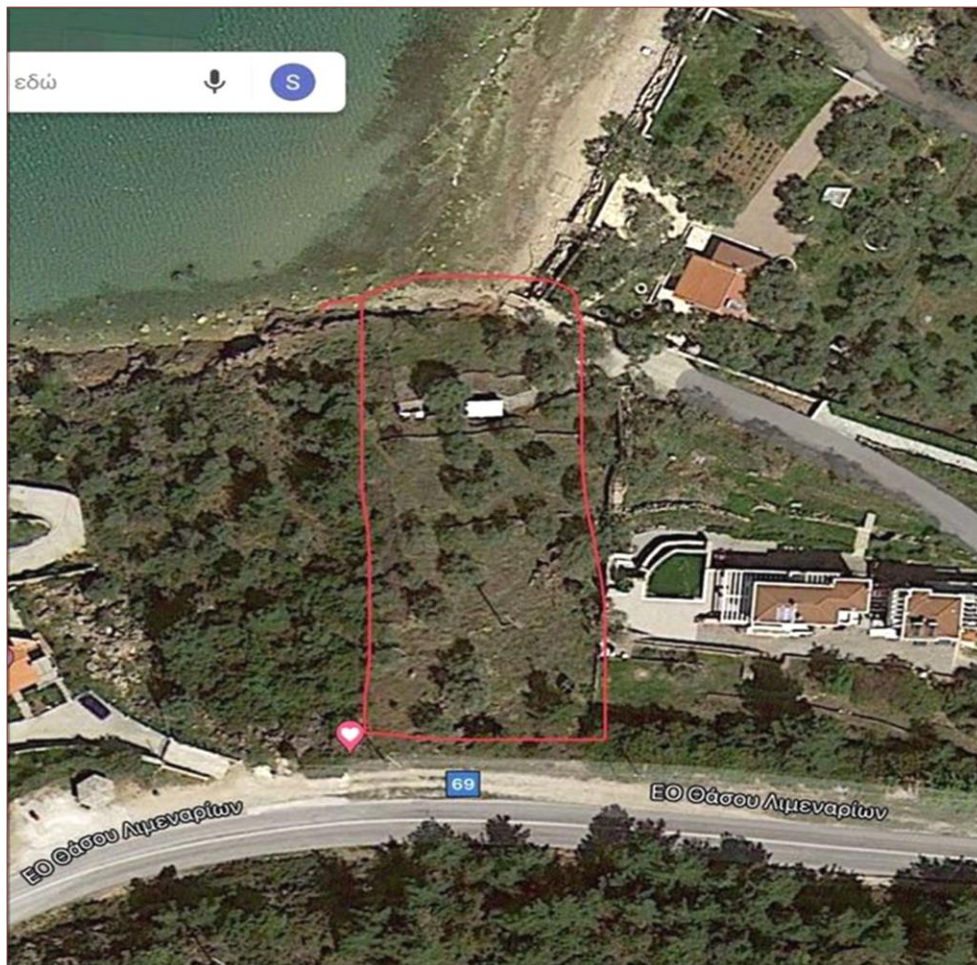
4) Οι αποστάσεις του καταλύματος από το σύνολο των σταθμών των μέσων μετακίνησης είναι αρκετά κοντινές και η πρόσβαση στην περιοχή αποτελεί άλλο ένα κομμάτι των ευκαιριών της SWOT ανάλυσης που παρουσιάστηκε παραπάνω . Το οδικό δίκτυο της Κορινθίας αλλά και των γύρω περιοχών βρίσκεται σε εξαιρετικό επίπεδο. Υπάρχει πρόσβαση από την Αττική οδό αλλά και από την Αθηνών-Πατρών ,2 από τους δρόμους με το μεγαλύτερο φορτίο διερχόμενων οχημάτων ημερησίως . Το Ξυλόκαστρο Κορινθίας απέχει από το σιδηροδρομικό σταθμό του Κιάτου (ΟΣΕ)15 χλμ., 85 χλμ. από τη πρωτεύουσα του νομού Αχΐας την Πάτρα ,100 χλμ από τη πολυπληθέστερη πόλη της χώρας την Αθήνα (5.000.000 κατοίκους)και μόλις 30 χλμ. από τη πρωτεύουσα του νομού Κορινθίας την Κόρινθο . Επίσης , υπάρχει και η επιλογή της μετακίνησης με λεωφορείο από οποιοδήποτε σημείο της χώρας .

5) Τα δίκτυα υποδομών ύδρευσης, ηλεκτροδότησης και αποχέτευσης είναι σε εξαιρετικό επίπεδο καθώς υπάρχει μεγάλος αριθμός μόνιμων κατοίκων στην περιοχή . Οι ιατρικές υποδομές όπως κέντρο υγείας και φαρμακεία είναι σε αρκετά καλό επίπεδο στη πόλη του Ξυλόκαστρου αλλά και στις γύρω περιοχές .

6) Η πλειονότητα των προμηθευτών του καταλύματος βρίσκονται στην πόλη της Κορίνθου(30χλμ) ,κάτι το οποίο απλουστεύει τη μεταφορά και διανομής των προμηθειών του καταλύματος.

7) Το κατάλυμα θα προσπαθήσει να μειώσει στο ελάχιστο που μπορεί το περιβαλλοντικό του αποτύπωμα και θα έχει πράσινο χαρακτήρα. Κατά την ανέγερση του καταλύματος οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις θα είναι σε φυσιολογικά πλαίσια και η συνολική επένδυση θα εναρμονίζεται πλήρως με τον περιβάλλοντα χώρο.

Φωτογραφία χώρου εγκατάστασης της ξενοδοχειακής μονάδας



Το οικοπέδο της φωτογραφίας είναι ιδανικό για την δημιουργία και στέγαση του καταλύματος αφού πληρούνται όλες οι τεχνικές προϋποθέσεις για να παρθεί η άδεια λειτουργίας από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ). Σύμφωνα την πολεοδομική αρχή ο συντελεστής δόμησης είναι 0,7 και επιτρέπεται να χτιστούν μέχρι τρεις όροφοι. Η απόσταση από την θάλασσα είναι 300 μέτρα ενώ η συνολική έκταση του οικοπέδου είναι 900 τ.μ..

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις ανέγερσης της μονάδας

Όπως είπαμε και παραπάνω η πράσινη λειτουργία του καταλύματος είναι καίριο μέρος της δημιουργίας και υλοποίησης του επενδυτικού πλάνου. Από την αρχή έως και την υλοποίηση των κτηριακών εγκαταστάσεων θα παρθούν όλα τα απαραίτητα μέτρα ώστε να αποφευχθούν περιβαλλοντικά προβλήματα και επιβλαβείς ρύποι. Η αρχιτεκτονική μελέτη έχει γίνει με τρόπο τέτοιο, ώστε ο αντίκτυπος στο περιβάλλον να είναι ο μικρότερος δυνατός και η στερνή αποτύπωση του καταλύματος να είναι εφάμιλλος με το περιβάλλον της γύρω περιοχής. Ο εξωτερικός χώρος του καταλύματος θα έχει έντονο το πράσινο στοιχείο αφού θα υπάρχουν αρκετά δέντρα και φυτά. Τέλος, τα λύματα του καταλύματος θα περνάνε από επεξεργασία στον βιολογικό καθαρισμό της ευρύτερης περιοχής και οτιδήποτε είναι δυνατόν να ανακυκλωθεί θα ανακυκλώνεται.

Οικόπεδο

Εφόσον διαπιστωθεί ότι η υπό μελέτη επένδυση είναι επικερδής και έτσι πραγματοποιηθεί δε θα υπάρξουν extra έξοδα για τον επενδυτή καθώς θα έχει αγοράσει το οικόπεδο της επένδυσης

9 Προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Στο παρακάτω σκέλος, πρώτα θα παρουσιαστεί η διαδικασία σύστασης που πρέπει να ακολουθήσει η εταιρία στην οποία θα ανήκει το κατάλυμα και έπειτα το ακριβές χρονοδιάγραμμα με τις ενέργειες που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν από τη σύλληψη της αρχικής ιδέας έως και το άνοιγμα του καταλύματος αλλά και ο προϋπολογισμός τους. Το χρονοδιάγραμμα που ανέφερα παραπάνω θα πρέπει να τηρηθεί στο έπακρο ούτως ώστε να μην καθυστερήσει καμία προγραμματισμένη δραστηριότητα με αποτέλεσμα να επωμιστεί η επιχείρηση επιπλέον κόστος.

Σύσταση εταιρείας

Ίδρυση ξενοδοχειακής επιχείρησης (7 ημέρες)

Προϋποθέσεις ίδρυσης Ι.Κ.Ε.

Η ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία συνιστάται από ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα (ιδρυτές). Ωστόσο αρκεί 1 πρόσωπο φυσικό ή νομικό (μονοπρόσωπη Ι.Κ.Ε.), όπως και στη δική μας περίπτωση. Στην περίπτωση αυτή το όνομα του μοναδικού εταίρου υποβάλλεται σε δημοσιότητα στο Γ.Ε.ΜΗ.. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους. Συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση Ι.Κ.Ε. επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας.

Διαδικασία σύστασης Ι.Κ.Ε

Για την σύσταση της Ι.Κ.Ε. απευθύνεστε στην Υπηρεσία Μίας Στάσης (ΥΜΣ). Οι υπηρεσίες Γ.Ε.Μ.Η. που λειτουργούν στα επιμελητήρια και τα πιστοποιημένα ως Υπηρεσία Μίας Στάσης Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ). Σε ειδικές περιπτώσεις για τις οποίες απαιτείται το καταστατικό να συνταχθεί με συμβολαιογραφικό έγγραφο, τότε Υπηρεσία Μίας Στάσης είναι ο πιστοποιημένος συμβολαιογράφος που θα συντάξει τη συμβολαιογραφική πράξη σύστασης.

Σύνταξη καταστατικού - ιδιωτικού συμφωνητικού

Το καταστατικό αποτελεί το νομικό έγγραφο της συστάσεως της εταιρείας αλλά επίσης προδιαγράφει και όλα τα βασικά θέματα που αφορούν στις σχέσεις των εταίρων, στη διοίκηση της εταιρείας, σε θέματα που αφορούν τη διάρκεια ζωής της αλλά και τη διάλυσή της.

Σύμφωνα με το άρθρο 50 του ν. 4072/2012 το καταστατικό της Ι.Κ.Ε. πρέπει να περιέχει τουλάχιστον:

- Το ονοματεπώνυμο, τη διεύθυνση κατοικίας και την τυχόν ηλεκτρονική διεύθυνση των εταίρων. Εάν η εταιρεία συστήνεται ως μονοπρόσωπη, το όνομα του μοναδικού εταίρου υποβάλλεται σε δημοσιότητα δια του Γ.Ε.ΜΗ.
- Την εταιρική επωνυμία.
- Την έδρα της εταιρείας, τον σκοπό της, την ιδιότητά της ως ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία.
- Τις εισφορές των εταίρων, κατά κατηγορία εισφορών και την αξία αυτών.
- Το κεφάλαιο της εταιρείας και το συνολικό αριθμό των εταιρικών μεριδίων.
- Τον αρχικό αριθμό των μεριδίων κάθε εταίρου και το είδος της εισφοράς που αυτά εκπροσωπούν.
- Τον τρόπο διαχείρισης και εκπροσώπησης της εταιρείας.
- Τη διάρκεια της εταιρείας. Επισημαίνεται ότι εάν στο καταστατικό δεν αναφέρεται διάρκεια, η εταιρεία διαρκεί δώδεκα έτη από την σύστασή της.

Σε κάθε περίπτωση, για την ίδρυση της μονοπρόσωπης Ι.Κ.Ε. θα ασχοληθεί ο νομικός σύμβουλος Α.Κ, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για όλα τα νομικά ζητήματα της επιχείρησης.

Έλεγχος επωνυμίας - διακριτικός τίτλος

Οι αιτούντες τη σύσταση εταιρείας και καταχώριση αυτής στο Γ.Ε.ΜΗ, ή τρίτο πρόσωπο εξουσιοδοτημένο γι' αυτό, συμπληρώνουν και καταθέτουν στην Υπηρεσία Μίας Στάσης έγγραφη εντολή και πληρεξουσιότητα προκειμένου η Υπηρεσία Μίας Στάσης να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες για τη σύσταση της εταιρείας σύμφωνα με τα οριζόμενα στον ν. 3853/2010. Με την χορήγηση της εντολής τεκμαίρεται η συγκατάθεση των ιδρυτών της υπό σύσταση εταιρείας για την αναζήτηση και λήψη από την Υπηρεσία Μίας Στάσης των πιστοποιητικών και των βεβαιώσεων, που είναι απαραίτητα για τη σύσταση της εταιρείας. Η ως άνω εντολή, περιλαμβάνει και ενσωματώνει τις ακόλουθες αιτήσεις:

- Αίτηση προελέγχου επωνυμίας και διακριτικού τίτλου και καταχώρισης αυτών στο επιμελητήριο.
- Αίτηση εγγραφής στο οικείο επιμελητήριο.
- Αίτηση καταχώρισης στο Γ.Ε.ΜΗ.
- Αίτηση για τη χορήγηση αριθμού φορολογικού μητρώου στην εταιρεία μετά τη σύστασή της και στους ιδρυτές της στην περίπτωση που δεν διαθέτουν.
- Αίτηση χορήγησης αντίγραφου φορολογικής ενημερότητας των ιδρυτών, εφόσον δεν προσκομίζεται
- Αίτηση για αποστολή ανακοίνωσης προς τους αρμόδιους κατά περίπτωση ασφαλιστικούς οργανισμούς της σύστασης της ιδιωτικής κεφαλαιουχικής εταιρίας και αποστολή των στοιχείων των εταίρων και του διαχειριστή, στους κατά περίπτωση αρμόδιους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης.

Αναφορικά με την επωνυμία ή τον διακριτικό τίτλο

Η Υπηρεσία Μίας Στάσης, μέσω του συστήματος Γ.Ε.ΜΗ, προβαίνει ηλεκτρονικά σε προέλεγχο και προέγκριση χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου της υπό σύστασης εταιρείας. Σε περίπτωση που η προτεινόμενη επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος της υπό σύστασης εταιρείας προσκρούει σε προγενέστερη καταχώριση, η Υπηρεσία Μίας Στάσης σε συνεννόηση με τους ιδρυτές ή τον νόμιμο εκπρόσωπο, προβαίνει στις κατάλληλες τροποποιήσεις στις υποβληθείσες αιτήσεις και στο καταστατικό της εταιρείας, εφόσον αυτό είναι ιδιωτικό έγγραφο και έχει ήδη συνταχθεί.

Καταστατικό σύστασης ΙΚΕ

Εφόσον έχουν ολοκληρωθεί οι ανωτέρω διαδικασίες (προέλεγχος επωνυμίας, προέγκριση χρήσης επωνυμίας, ασφαλιστική και φορολογική ενημερότητα των ιδρυτών, εγγραφή στο ασφαλιστικό ταμείο των ιδρυτών, χορήγηση ΑΦΜ στους ιδρυτές εφόσον απαιτείται) και αναμένεται να συσταθεί εταιρεία που από τον νόμο

απαιτείται ή τα μέρη συμφωνούν να γίνει με τη σύνταξη συμβολαιογραφικού εγγράφου, ο συμβολαιογράφος, ο οποίος λειτουργεί ως Υπηρεσία Μίας Στάσης, προβαίνει στη σύνταξη της συμβολαιογραφικής πράξης, παρουσία των ιδρυτών ή των ειδικών πληρεξουσίων τους.

Επιμελητήριο

Η Υπηρεσία Μίας Στάσης αφού προβεί στην καταχώρηση της εταιρείας στο ΓΕΜΗ, αποστέλλει ηλεκτρονικά αίτημα εγγραφής της εταιρείας στα μητρώα του αρμόδιου επιμελητηρίου. Το επιμελητήριο αυθημερόν ή το αργότερο την επόμενη εργάσιμη ημέρα αποστέλλει ηλεκτρονικά στην Υπηρεσία Μίας Στάσης βεβαίωση εγγραφής της εταιρείας στα σχετικά μητρώα.

Ασφαλιστικός Φορέας

Στην υποχρεωτική ασφάλιση του ΟΑΕΕ – eΕΦΚΑ υπάγονται: Οι διαχειριστές της Ι.Κ.Ε. που ορίστηκαν με το καταστατικό ή με απόφαση των εταίρων και ο μοναδικός εταίρος μονοπρόσωπης Ι.Κ.Ε.. Η Υπηρεσία Μίας Στάσης αποστέλλει ανακοίνωση της σύστασης της Ι.Κ.Ε. προς τους αρμόδιους κατά περίπτωση ασφαλιστικούς φορείς καθώς και τα στοιχεία των εταίρων και του διαχειριστή.

Δικαιολογητικά για Υπηρεσία Μίας Στάσης ΙΚΕ

Πηγαίνοντας στην Υπηρεσία Μίας Στάσης θα πρέπει να :

- 1) Έχουμε προσδιορίσει τον χώρο που θα στεγάζεται η επιχείρηση. Ο χώρος αυτός θα είναι η επαγγελματική μας έδρα και θα είναι στο δήμο που αναφέρεται στο καταστατικό και αρκεί μόνο να υποβληθεί υπεύθυνη δήλωση της διεύθυνσης, για την εγκατάσταση της εταιρείας, με θεωρημένο το γνήσιο της υπογραφής του υπόχρεου.
- 2) Είμαστε φορολογικά ενήμεροι. Φορολογικά ενήμεροι πρέπει να είναι όλοι οι ιδρυτές/μέλη και ο διαχειριστής της Ι.Κ.Ε.
- 3) Έχουμε αποφασίσει ποιος θα είναι ο αντιπρόσωπος για τις διαδικασίες σύστασης της εταιρείας.

Για τη σύσταση ιδιωτικής κεφαλαιουχικής εταιρείας και την εγγραφή αυτής στο Γ.Ε.ΜΗ, υποβάλλονται στην Υπηρεσία Μίας Στάσης από τους ιδρυτές/ αιτούντες ή εκπρόσωπο αυτών τα ακόλουθα έγγραφα:

Καταχώρηση στο ΓΕΜΗ – Εταιρικό ΑΦΜ

Η Υπηρεσία Μίας Στάσης, καταχωρεί ηλεκτρονικά με αυτόματο τρόπο τα στοιχεία της εταιρείας, καθώς και το καταστατικό αυτής στη βάση δεδομένων του Γ.Ε.ΜΗ, το οποίο χορηγεί τον αριθμό Γ.Ε.ΜΗ και επιστρέφει ηλεκτρονικά με αυτόματο τρόπο αυτόν καθώς και τον κωδικό αριθμό καταχώρησης. Η ανωτέρω καταχώρηση, ανακοινώνεται ηλεκτρονικά στην αρμόδια υπηρεσία Γ.Ε.ΜΗ., με ανακοίνωση που συντάσσει η Υπηρεσία Μίας Στάσης.

- Εγγραφή στο ΙΚΑ
- Απόκτηση σήματος από τον ΕΟΤ

1. Ανάθεση κατασκευής – μηχανολογικά σχέδια (1 μήνας)

Σε προηγούμενο κεφάλαιο έχει πραγματοποιηθεί προ επενδυτική έρευνα για τον μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό. Παρ' όλα αυτά θα χρειαστεί ένας μήνας για να ολοκληρωθεί η έρευνα αγοράς και να βρεθούν οι κατάλληλοι προμηθευτές, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα, την ποιότητα και το κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών. Θα αξιολογηθεί ο εκτιμώμενος χρόνος παράδοσης, η ποιότητα των μηχανημάτων καθώς και το κόστος.

2. Λήψη αδειών (2 μήνες)

Η λήψη αδειών είναι απαραίτητη για την ανέγερση και τη λειτουργία του ξενοδοχείου και των απαιτούμενων διαδικασιών.

3. Προγραμματισμός χρηματοδότησης (5 ημέρες)

A) Ίδια Κεφάλαια από επενδυτή

4. Έργα υποδομής (2 μήνες)

Υπολογισμός των απαραίτητων διαδικασιών για διαμόρφωση και ανέγερση των κτηριακών εγκαταστάσεων.

5. Έργα πολιτικού μηχανικού (2 μήνες)

6. Κατασκευή κτηρίων (6 μήνες)

Πρόκειται για την ανέγερση των κτηριακών εγκαταστάσεων (μείζονος σημασίας η τήρηση του χρονοδιαγράμματος).

7. Άφιξη και εγκατάσταση του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού (1 μήνας)

8. Διαμόρφωση και διακόσμηση χώρων ξενοδοχείου (2 μήνες) Πρόκειται για την διαμόρφωση του εξωτερικού χώρου. Πιο συγκεκριμένα, κατασκευή εξωτερικών μονοπατιών περιπάτου, κατασκευή εξωτερικής πισίνας, φύτευση φυτών και δέντρων, διακόσμηση του εξωτερικού χώρου, δημιουργία χώρου στάθμευσης, περίφραξη οικοπέδου.

9. Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού (1 μήνας)

Εδώ θα πραγματοποιηθούν οι συνεντεύξεις του προσωπικού, η αξιολόγηση και η επιλογή τους καθώς και η εκπαίδευσή τους.

10. Έλεγχος και παραλαβή των απαραίτητων πρώτων υλών (45 ημέρες)

11. Προσέλκυση πελατών και ενέργειες μάρκετινγκ (4 μήνες)

Η προώθηση του ξενοδοχείου αναμένεται να ξεκινήσει αρκετούς μήνες πριν την έναρξη λειτουργίας του, ώστε να έχει εξασφαλιστεί έγκαιρα η προσέλκυση των πελατών με σκοπό την υλοποίηση των επιθυμητών εσόδων.

12. Επιθεώρηση έργων, συντονισμός ενεργειών, έλεγχος και προσαρμογή του προσωπικού (20 ημέρες)

Σε αυτό το στάδιο θα γίνει έλεγχος όλων των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου, του ανθρώπινου δυναμικού καθώς και των προμηθειών.

13. Έναρξη δραστηριότητας επιχείρησης

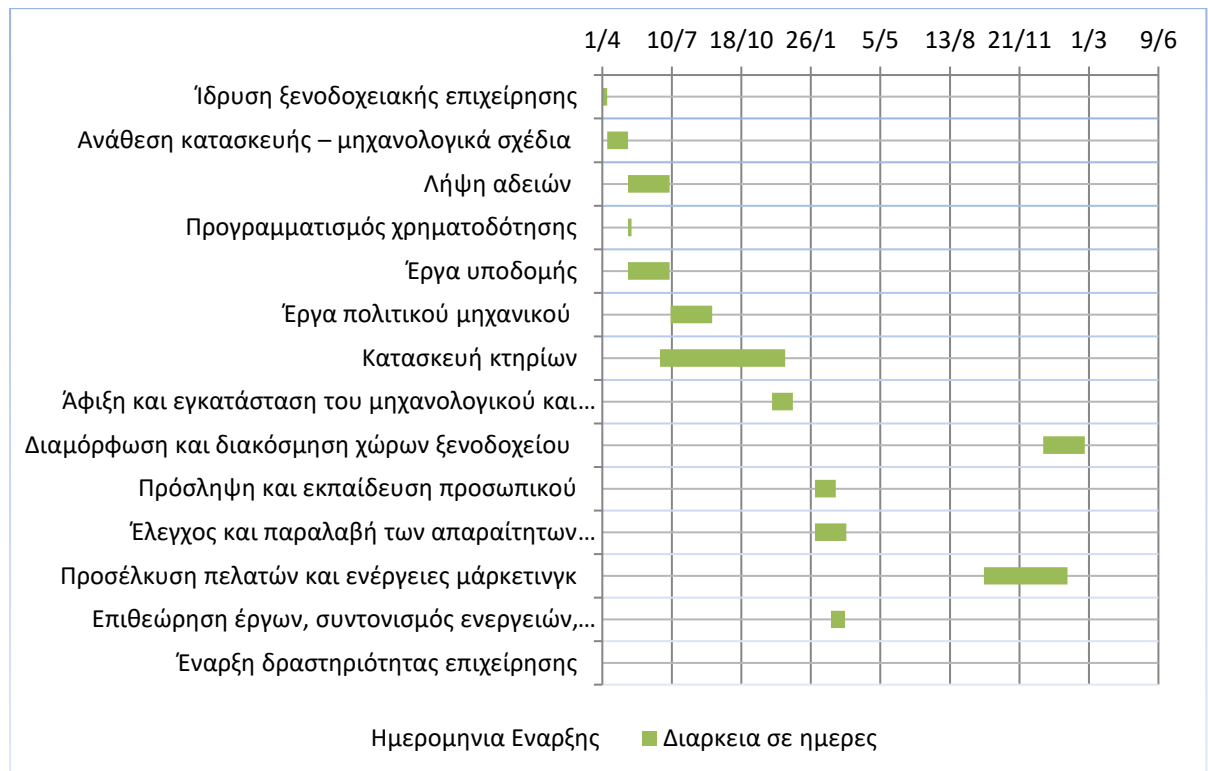
Πλεονεκτήματα ΙΚΕ

- Μια ΙΚΕ μπορεί να συσταθεί ακόμα και χωρίς αρχικό κεφάλαιο.
- Τα κόστη σύστασης ΙΚΕ είναι αρκετά χαμηλότερα σε σύγκριση με τα αντίστοιχα κόστη για την σύσταση άλλων μορφών επιχειρήσεων. Πλέον οι ΙΚΕ μπορούν να συσταθούν και μέσω του υπολογιστή με αρκετά οφέλη. Ιδρύεται μέσω των Υπηρεσιών Μιας Στάσης, ακόμα και σε 1 ώρα μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας.
- Η σύσταση του καταστατικού της εταιρείας συντάσσεται και δεν απαιτείται η σύμπραξη συμβολαιογράφου. Για να ήμασταν όμως σίγουροι οι βασικές κατευθύνσεις και όλες οι δυνατές δικλείδες ασφαλείας θα πρέπει να αποτυπωθούν στο καταστατικό.
- Σταθερός Φορολογικός Συντελεστής, χωρίς κλίμακες για καλύτερο προγραμματισμό των φορολογικών υποχρεώσεων.
- Οι εταίροι της Ι.Κ.Ε δεν είναι υποχρεωμένοι σε ασφάλιση στον ΕΦΚΑ, υποχρεωτικά ασφαρίζεται μόνο ο διαχειριστής.
- Οι εταίροι της ΙΚΕ δεν ευθύνονται με την προσωπική τους περιουσία για τα χρέη της εταιρείας. Όσον αφορά τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο η εταιρία με την περιουσία της.
- Οι λήψεις των αποφάσεων γίνεται με απλή πλειοψηφία 51%. Όποιος έχει το μεγαλύτερο εταιρικό μερίδιο λαμβάνει και τις αποφάσεις.
- Ταχύτητα στην λήψη αποφάσεων.
- Μπορεί να είναι και μονοπρόσωπη.

Χρονοδιάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος

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

ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ



Κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το κόστος των παραπάνω σταδίων, με βάση το άνωθεν χρονοδιάγραμμα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	1.500
ΙΔΡΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	2.500
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	-
ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	2.000
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ- ΑΝΑΘΕΣΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ	3.500
ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΕΡΓΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΟΚΙΜΕΣ	1.000

ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	1.500
ΠΡΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ-ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	2.500
ΠΡΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	8.000
ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2.000
ΣΥΝΟΛΟ	24.500

10 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης

Στο δέκατο και τελευταίο σκέλος της μελέτης αναλύεται η χρηματοοικονομική κατάσταση του καταλύματος και πραγματοποιείται η τελική αξιολόγηση της επένδυσης. Για να γίνει αυτό, χρειάζεται να μελετηθούν οι παραγόμενες εισροές και εκροές, τα μελλοντικά οφέλη τους και τέλος να καθοριστούν οι στόχοι της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης. Ο σημαντικότερος σκοπός της μελέτης είναι να εξεταστεί αν η εν λόγω επένδυση είναι κερδοφόρα χρηματοοικονομικά για τον επενδυτή, δηλαδή εάν του επιφέρει κέρδος. Ως επένδυση νοείται η δέσμευση κεφαλαίων για ένα χρονικό διάστημα, η οποία έχει ως στόχο να επιστρέψει πρόσθετα κεφάλαια στον επενδυτή στο μέλλον.

10.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης

Το συνολικό κόστος επένδυσης είναι ίσο με το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης της επιχείρησης. Το πάγιο ενεργητικό προκύπτει από το άθροισμα των προ-παραγωγικών δαπανών και των πάγιων επενδύσεων του ξενοδοχειακού καταλύματος. Από την άλλη, το κεφάλαιο κίνησης είναι ίσο με τους

πόρους που χρειάζονται για να λειτουργήσει το ξενοδοχειακό κατάλυμα κατά το πρώτο έτος λειτουργίας του.

Πάγιο ενεργητικό

Στον πίνακα που ακολουθεί αναγράφονται οι πάγιες επενδύσεις (δηλαδή το κόστος κατασκευής των κτηριακών εγκαταστάσεων, του βασικού και τεχνολογικού εξοπλισμού) και οι προ-παραγωγικές δαπάνες (δηλαδή τα κόστη προ επενδυτικών μελετών και τα έξοδα εκτέλεσης του έργου).

Περιγραφή εξοπλισμού	Κόστος
Αγορά οικοπέδου	110.000
Κόστος τεχνολογικού εξοπλισμού	22.000
Κόστος βασικού εξοπλισμού	69.920
Κόστος κατασκευής κτηριακών εγκαταστάσεων	258.800
ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	460.720
Κόστη προ επενδυτικών μελετών	37.000
Κόστος εκτέλεσης του έργου	24.500
ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	61.500
Σύνολο	522.220

Καθαρό κεφάλαιο κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης προκύπτει από το κυκλοφορούν ενεργητικού (άθροισμα αποθεμάτων, εισπρακτέων λογαριασμών πελατών και μετρητών) μείον το

τρέχον παθητικό (βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις). Είναι βαρύτατης σημασίας δείκτης για την πορεία της επιχείρησης και φέρει καίριο ρόλο στην τελική απόφαση υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου.

Για τον υπολογισμό του καθαρού κεφαλαίου κίνησης χρειάζεται πρώτα να καθορισθεί η ελάχιστη κάλυψη ημερών για κάθε στοιχείο κόστους τόσο στο τρέχον ενεργητικό όσο και στο παθητικό. Έπειτα προσδιορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών διαιρώντας τις ημέρες λειτουργίας της μονάδας (180) με τον αριθμό της ελάχιστης κάλυψης των ημερών. Τέλος, τα δεδομένα του κόστους θα διαιρεθούν με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ώστε να ληφθούν οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, ενώ θα αθροιστούν όλα τα ποσά αφαιρώντας το σύνολο του τρέχοντος παθητικού από εκείνο του τρέχοντος ενεργητικού.

Οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού θα ακολουθήσουν τη γραμμική μέθοδο, όπου το κόστος απόσβεσης θα διαιρεθεί με τον αριθμό των ετών ωφέλιμης ζωής των παγίων, τα 20 χρόνια δηλαδή, και θα προκύψει το ετήσιο ποσό της απόσβεσης ($522.220/20 = 26.111\text{€}$).

Παρακάτω, βρίσκονται οι πίνακες ούτως ώστε να υπολογισθεί το καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Πρώτα, επισυνάπτεται ο πίνακας ο οποίος φέρει τις ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού. Έπειτα, επισυνάπτεται ο πίνακας με το κόστος παροχής υπηρεσιών της μονάδας, για τα έτη 2024-2026. Τέλος, επισυνάπτεται ο τελικός υπολογισμός του κεφαλαίου κίνησης για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του καταλύματος.

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		
Περιγραφή	Ημέρες ελάχιστης κάλυψης / Τρόπος υπολογισμού	
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	30	ημέρες στο κόστος λειτουργίας 2024 μείον τις αποσβέσεις
B. Αποθέματα		
Επισιτιστικά τμήματα	15	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Καθαριότητα	50	ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος λειτουργίας
Γ. Μετρητά ταμείου	10	ημέρες στο κόστος λειτουργίας 2024 μείον τις πρώτες ύλες & άλλα εφόδια και τις αποσβέσεις
Δ. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	30	ημέρες στο κόστος πρώτων υλών & άλλων εφοδίων έτους 2024

Κόστος λειτουργίας 2024

Περιγραφή/Έτος		2024		
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια		30.413,1		
Κόστη συντήρησης		-		
Γενικά έξοδα		24.000		
Μισθοδοσίες		291.586,93		
Έξοδα προβολής και προώθησης		12.677		
Αποσβέσεις		26.111		
Κόστος λειτουργίας 2024		384.788,03		
Περιγραφή	Κόστος 2024	Ημέρες ελάχιστης κάλυψης	Συντελεστές κύκλου εργασιών	Ανάγκες πρώτου έτους λειτουργίας
ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				67.731,07
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	623.324	30	12	51.943,67
B. Αποθέματα				
Επισιτιστικά τμήματα	15.156	15	24	631,5
Καθαριότητα	2.700	50	7	385,71
Γ. Μετρητά ταμείου	539.112	10	36,5	14.770,19
ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				2.534,43
Δ. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	30.413,1	30	12	2.534,43
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				65.196,64

Συνολικό κόστος επένδυσης

Το συνολικό κόστος επένδυσης είναι το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, όπου και παρουσιάζεται στον πίνακα παρακάτω.

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ		
Περιγραφή	Κόστος	Ποσοστό
Πάγιο ενεργητικό	522.220	88,9%
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	65.196,64	11,1%
Συνολικό κόστος επένδυσης	587.416,64	100%

10.2 Χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου

Το συνολικό κόστος επένδυσης που παρουσιάστηκε πιο πάνω είναι αναγκαίο να καλυφθεί μέσω συγκεκριμένων πηγών χρηματοδότησης. Οι πηγές αυτές θα είναι τα ίδια κεφάλαια του επενδυτή.

ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Περιγραφή	Ποσό	Ποσοστό
Ίδια κεφάλαια	587.416,64	100%
Σύνολο	587.416,64	100%

10.3 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

Η ανάλυση των λογιστικών καταστάσεων είναι απαραίτητη για να υπολογιστεί το κόστος κεφαλαίου της επένδυσης και να προσδιοριστεί η δομή της χρηματοδότησης. Για αυτό και παρακάτω παρουσιάζεται μια ακριβής εικόνα του κόστους λειτουργίας του καταλύματος και οι λογιστικές καταστάσεις της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσεως, του πίνακα ταμειακών ροών και του ισολογισμού.

Υπολογισμός του κόστους λειτουργίας

ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ			
Περιγραφή	2024	2025	2026
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	30.413,1	32.585,6	33.600,3
Κόστη συντήρησης	-	700	750
Γενικά έξοδα	24.000	24.320	24.780
Μισθοδοσίες	291.586,93	291.586,93	291.586,93
Έξοδα προβολής και προώθησης	12.677	13.124	13.650
Αποσβέσεις	26.111	26.111	26.111
Συνολικό κόστος λειτουργίας	384.788,03	388.427,53	390.478,23

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως αφορά μια κατάσταση λογιστικού περιεχομένου στη οποία εμφανίζεται το αν μια επιχείρηση θα έχει κέρδος ή ζημία στη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου (ενός έτους συνήθως) και ποιοι είναι οι προσδιοριστικοί παράγοντες του συγκεκριμένου αποτελέσματος. Συνήθως αυτοί οι παράγοντες είναι τα έσοδα και τα έξοδα. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει την

κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως του καταλύματος για το διάστημα 2024-2026 με τον φορολογικό συντελεστή να είναι 24 %.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ			
Περιγραφή/Έτος	2024	2025	2026
Πωλήσεις	82.750	86.500	86.500
Μείον			
Κόστος λειτουργίας	384.788,03	388.427,53	390.478,23
Μεικτή ζημία	-302.038,03	-301.927,53	-303.978,23
Μείον			
Φόρος εισοδήματος	-	-	-
Καθαρή ζημία	-302.038,03	-301.927,53	-303.978,23

Μετά τον υπολογισμό της κατάστασης αποτελεσμάτων χρήσεως του καταλύματος για την επομένη τριετία, προκύπτει ότι η επένδυση δεν είναι χρηματοοικονομικά αποδοτική αφού κάθε έτος παρουσιάζει οικονομικές ζημιές

Ταμειακές ροές

Είναι αναγκαίο να παρουσιαστεί ένας πίνακας ετήσιας ταμειακής ροής που θα παρουσιάζει αναλυτικά τις πηγές και τη χρήση των κεφαλαίων, πιο συγκεκριμένα τις συνολικές ταμειακές εισροές και εκροές. Έτσι, θα γίνει εκτίμηση της ικανότητας του ξενοδοχείου για τα έτη 2024- 2026, για το αν θα μπορέσει να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του όπως είναι η εξόφληση των οφειλών με δική του ρευστότητα.

TAMEIAKES POES

Περιγραφή/Έτος	Κατασκευαστική περίοδος	2024	2025	2026
Κεφάλαιο χρηματοδότησης	587.416,64	0	0	0

Έσοδα από πωλήσεις	0	82.750	86.500	86.500
Χρηματικές εισροές	587.416,64	82.750	86.500	86.500
Σύνολο πάγιου ενεργητικού	522.220	0	0	0
Κόστος λειτουργίας	0	384.788,03	388.427,53	390.478,23
Φόρος εισοδήματος	0	0	0	0
Χρηματικές εκροές	522.220	384.788,03	388.427,53	390.478,23
Πλεονάσματα Ελλείμματα	65.196,64	-302.038,03	-301.927,53	-303.978,23
Συσσωρευμένο ταμειακό έλλειμμα	65.196,64	-236.841,39	-538.768,92	-842.747,15

Σύμφωνα και με τον υπολογισμό των ταμειακών ροών το υπό μελέτη ξενοδοχειακό συγκρότημα αποτελεί μη ελκυστική επένδυση αφού κατά την διάρκεια των τριών ετών οι χρηματικές εκροές είναι μεγαλύτερες από τις χρηματικές εισροές με αποτέλεσμα η επιχειρηματική ιδέα να παρουσιάζει οικονομικά ελλείμματα κάθε έτος

Ισολογισμός

Ο ισολογισμός αποτυπώνει την οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Αποτελείται από 3 μέρη:

- Το ενεργητικό που περιλαμβάνει ό,τι κατέχει η επιχείρηση στην ιδιοκτησία της (κτίρια, αποθέματα).
- Το παθητικό το οποίο αποτυπώνει τις υποχρεώσεις του οργανισμού (δάνεια, οφειλές σε τρίτους).
- Την καθαρή θέση στην οποία περιλαμβάνεται οτιδήποτε δικαιούται ο φορέας να λάβει από τον οργανισμό.

Πιο αναλυτικά, τα στοιχεία στο ενεργητικό μέρος ταξινομούνται ανάλογα με τη ρευστότητα των μέσων δράσεων του ξενοδοχείου, δηλαδή με το πόσο γρήγορα μπορούν αυτά να μετατραπούν σε χρήματα. Στο παθητικό η ταξινόμηση γίνεται με βάση το χρόνο στον οποίο θα πρέπει να εξοφληθούν οι υποχρεώσεις της

επιχείρησης. Όσο για την καθαρή θέση, αυτή θα πρέπει να περιλαμβάνει την κρατική επιχορήγηση, το μετοχικό κεφάλαιο και τα αποθεματικά κεφάλαια. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ο ισολογισμός της επιχείρησης για το 2024.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2024	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	
A. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	
Προ-παραγωγικές δαπάνες	61.500
Πάγιες επενδύσεις	460.720
Πάγιο ενεργητικό αθροιστικά	522.220
Μείον : αποσβέσεις	(26.111)
Σύνολο	496.109
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	
Αποθέματα	-

Διαθέσιμα	-
Σύνολο	-
Γ. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ	236.841,39
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	259.267,61
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
A. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
Προμηθευτές	2.534,43
Υποχρεώσεις από φόρους και τέλη	-
B. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	-
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	2.534,43
ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	
Ίδια κεφάλαια	587.416,64
Κρατική επιχορήγηση	-
Μείον : αναλογούσα απόσβεση	(26.111)
Υπόλοιπο ζημιών	(302.038,03)
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	256.733,18
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	496.109

10.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Η χρηματοοικονομική αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου αποτελεί το σημαντικότερο κριτήριο από όλα για να παρθεί η τελική απόφαση υλοποίησής ή όχι του σχεδίου. Θα πρέπει η χρηματοοικονομική απόδοση επί του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης να είναι αρκετά υψηλή. Οι βασικότερες μέθοδοι αξιολόγησης είναι οι ακόλουθες:

1. Μέθοδος επανείσπραξης κόστους επένδυσης
2. Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου
3. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας (ΚΠΑ)
4. Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (ΕΣΑ)

Μέθοδος επανείσπραξης κόστους επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης υπολογίζει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να εισπραχθεί πίσω το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης, μέσω των καθαρών ταμειακών ροών της επιχείρησης. Προηγουμένως, (από τον πίνακα κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως) έχουν αποτυπωθεί οι καθαρές ζημιές για την τριετία 2024-2026 και ο τύπος για τον υπολογισμό των καθαρών ταμειακών ροών είναι : Καθαρή ταμειακή ροή = Καθαρή ζημιά + Αποσβέσεις. Να σημειωθεί πως το συνολικό κόστος επένδυσης είναι 587.416,64 € και μέσω αυτής της μεθόδου υπολογίζεται σε πόσα χρόνια η επιχείρηση θα τα εισπράξει πίσω .

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ				
Έτος/Περιγραφή	Καθαρές ζημιές	Πρόσθετη απόσβεση	ΚΤΡ	Αθροιστική ΚΤΡ
	1	2	1+2	
2024	-302.038,03	26.111	-275.927,03	-275.927,03
2025	-301.927,53	26.111	-275.816,53	-551.743,56
2026	-303.978,23	26.111	-277.867,23	-829.610,79

Από τον πίνακα παραπάνω είναι εμφανές πως η επανείσπραξη των 587.416,64 € που αποτελεί το συνολικό κόστος επένδυσης όχι μόνο δεν είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί στα 3 πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης αλλά αντιθέτως με την πάροδο των ετών χειροτερεύει το οικονομικό αποτέλεσμα της επένδυσης με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι ζημίες. Αυτό σημαίνει ότι το υπό μελέτη ξενοδοχειακό κατάλυμα αποτελεί περίπτωση αποτρεπτικής επένδυσης.

Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου

Είναι μια μέθοδος που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας μιας επένδυσης ή για τη σύγκριση της αποτελεσματικότητας ενός αριθμού διαφορετικών επενδύσεων. Η συγκεκριμένη μέθοδος αποτελείται από τον λόγο του ετήσιου καθαρού κέρδους ή ζημιάς του ξενοδοχείου μετά τις αποσβέσεις, τους φόρους και τους τόκους προς το κεφάλαιο επένδυσης. Οι συντελεστές απόδοσης είναι δυο:

- Συντελεστής απόδοσης του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου
- Συντελεστής απόδοσης του επενδυμένου ιδιωτικού κεφαλαίου

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Περιγραφή/Έτος	2024	2025	2026
Καθαρή ζημία	-302.038,03	-301.927,53	-303.978,23
Συνολικό κεφάλαιο	587.416,64	587.416,64	587.416,64
Συντελεστής συνολικού κεφαλαίου	-51,42%	-51,32	-51,75
Καθαρή ζημία	-302.038,03	-301.927,53	-303.978,23
Ιδιωτικό κεφάλαιο	587.416,64	587.416,64	587.416,64
Συντελεστής ιδιωτικού κεφαλαίου	-51,42%	-51,32	-51,75

Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας

Το πιο συνηθισμένο κριτήριο αποδοτικότητας στην ανάλυση και αξιολόγηση των υπό μελέτη επενδύσεων είναι η καθαρή παρούσα αξία. Η μέθοδος αυτή θεωρείται από τις πλέον αξιόπιστες καθώς λαμβάνει υπ' όψιν την διαχρονική αξία του χρήματος. Στη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν και ο συντελεστής προεξόφλησης έχει την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση. Πρόκειται ουσιαστικά για την παρούσα αξία των εισροών μείον την παρούσα αξία των εκροών. Αναλυτικά υπολογίζεται σύμφωνα με τον παρακάτω τύπο:

$$ΚΠΑ = \sum [KTP_{\tau} (1+k)^{-\tau}] - KE$$

Όπου:

- ΚΠΑ = Καθαρή Παρούσα Αξία
- ΚΤΡ_τ = Καθαρή Ταμειακή Ροή στην χρονική περίοδο τ
- ΚΕ = Κόστος επένδυσης
- κ = Επιτόκιο προεξόφλησης
- ν = Αριθμός περιόδων

Όταν η καθαρή παρούσα αξία είναι τουλάχιστον ίση ή μεγαλύτερη από το μηδέν τότε η επένδυση θεωρείται ελκυστική και την αποδεχόμαστε ειδάλλως αν είναι μικρότερη από το μηδέν την απορρίπτουμε. Στο παρακάτω πίνακα υπολογίζεται η παρούσα αξία της επένδυσης με το κόστος κεφαλαίου να υφίσταται στο 10%.

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ

Έτος/Περιγραφή	ΚΤΡ	ΣΠΑ10%,ν	Παρούσα αξία
	1	2	1*2
2024	-275.927,03	0,909	-250.817,67
2025	-275.816,53	0,826	-227.824,45
2026	-277.867,23	0,751	-208.678,29
Συνολική παρούσα αξία			-687.320,41

Άρα έχουμε : ΚΠΑ = συνολική παρούσα αξία – κόστος επένδυσης = $-687.320,41 - 587.416,64 = -1.274.737,05€ < 0$ Η καθαρή παρούσα αξία είναι μικρότερη του μηδενός επομένως η επένδυση δεν είναι αποδεκτή και συνεπώς δεν συμφέρει οικονομικά η υλοποίηση της.

Μέθοδος εσωτερικού συντελεστή απόδοσης

Η μέθοδος του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης αφορά το επιτόκιο προεξόφλησης στο οποίο η καθαρά παρούσα αξία μηδενίζεται ή διαφορετικά η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών ισούται με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών. Στην αρχή υπολογίζονται οι καθαρές ταμειακές ροές του έτους και γίνεται προεξόφληση των ΚΤΡ με διάφορα επιτόκια στα οποία το αποτέλεσμα δεν θα πρέπει να διαφέρει πολύ μεταξύ τους. Αν το χαμηλότερο επιτόκιο δώσει θετική ΚΠΑ τότε εφαρμόζεται υψηλότερο, στο οποίο αν βγει η ΚΠΑ αρνητική, ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης βρίσκεται ανάμεσα σε αυτά τα δυο επιτόκια. Στο συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο η ΚΠΑ βρέθηκε να είναι αρνητική στα πρώτα τρία έτη λειτουργίας του ξενοδοχείου, συνεπώς δεν υπάρχει κάποιος συντελεστής όπου θα εξισώνεται με το μηδέν για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Επομένως, δεν μπορεί να εφαρμοστεί η μέθοδος του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης σε αυτή την περίπτωση, γεγονός που υποδεικνύει ότι η επένδυση δεν είναι χρηματοοικονομικά ελκυστική.

Νεκρό σημείο

Νεκρό σημείο είναι ο αριθμός των πωλήσεων, στον οποίο μια επιχείρηση καλύπτει τόσο τα σταθερά, όσο και τα μεταβλητά έξοδά της, χωρίς να πραγματοποιεί ούτε κέρδος, ούτε ζημιά. Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου δείχνει το ελάχιστο ύψος πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που πρέπει να πραγματοποιεί μια επιχείρηση, για να καλύπτονται τα συνολικά της κόστη (σταθερά και μεταβλητά). Πιο συγκεκριμένα θα πρέπει να ισχύουν τα παρακάτω:

- Έσοδα πωλήσεων = κόστος παραγωγής
- Έσοδα πωλήσεων = τιμή μονάδας * όγκος πωλήσεων
- Κόστος παραγωγής = σταθερά έξοδα + μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα * όγκος πωλήσεων

Η τιμή μονάδας το έτος 2024 έχει υπολογιστεί στο 3ο κεφάλαιο ως μέση ετήσια τιμή στα 250 € και ο όγκος πωλήσεων στο ίδιο κεφάλαιο ως εκτιμώμενη πληρότητα (σε διανυκτερεύσεις) στις 331 διανυκτερεύσεις.

Όπου: y : Η αξία των πωλήσεων t : Η τιμή ανά μονάδα x : Ο όγκος πωλήσεων στο νεκρό σημείο σ : Τα σταθερά έξοδα μ : Τα μεταβλητά έξοδα Ο τύπος υπολογισμού του είναι ο εξής: $y = t * x$ και $y = \sigma + \mu * x$ οπότε $\rightarrow t * x = \sigma + \mu * x \rightarrow x = \sigma / (t - \mu)$ Η επένδυση παρέχει κατά κύριο λόγο υπηρεσίες διαμονής, συνεπώς ο καταμερισμός των εξόδων θα βασιστεί στον αριθμό των διανυκτερεύσεων που θα πραγματοποιηθούν στο κατάλυμα.

Ο πίνακας που ακολουθεί αναλύει τον καταμερισμό αυτό κατά τη διάρκεια του πρώτου χρόνου λειτουργίας του ξενοδοχείου.

ΚΑΤΑΜΕΡΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ & ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (2024)			
Περιγραφή/Έξοδα	Σταθερά έξοδα	Μεταβλητά έξοδα	Μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα
Έξοδα προβολής και προώθησης		12.677	38,3
Κόστος πρώτων υλών και εφοδίων		32.585,6	98,45
Γενικά έξοδα	24.000		
Κόστος συντήρησης	-		
Μισθοδοσίες	291.586,93		
Αποσβέσεις	26.111		
Σύνολο	341.697,93	45.262,6	136,75

Άρα $x = 341.697,93 / (250 - 136,75) = 3.017$ διανυκτερεύσεις. Επομένως το νεκρό σημείο του ξενοδοχείου είναι στις 3.017 διανυκτερεύσεις το έτος 2024 το οποίο κατατάσσει την επένδυση σε μη ελκυστικά επίπεδα καθώς η εκτιμώμενη πληρότητα σε διανυκτερεύσεις το 2024 υπολογίστηκε στο 3ο κεφάλαιο στις 331 διανυκτερεύσεις.

Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Στο τελευταίο κεφάλαιο πραγματοποιήθηκε η χρηματοοικονομική αξιολόγηση του ξενοδοχειακού καταλύματος όπου προσδιορίστηκε το συνολικό κόστος της επένδυσης, οι πηγές χρηματοδότησης, το κόστος λειτουργίας, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως, οι ταμειακές ροές, ο ισολογισμός, οι μέθοδοι αξιολόγησης και το νεκρό σημείο. Έπειτα από τις αναλύσεις των μεθόδων χρηματοοικονομικής αξιολόγησης το αποτέλεσμα ήταν πως η επένδυση αποτελεί ένα ρίσκο για τον επενδυτή, καθώς η απόσβεση του συνολικού κόστους στα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου δεν θα είναι εφικτή. Επιπλέον, η ΚΠΑ αποδείχθηκε πως θα είναι αρνητική συνεπώς δεν μπορεί να μετρηθεί ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία θεωρείται πως η υλοποίηση του εν λόγω σχεδίου δεν είναι συμφέρουσα για το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα (2024-2026) και πως ίσως θα έπρεπε να γίνει ανάλυση για περισσότερα χρόνια ή το κατάλυμα να διέθετε υψηλότερη δυναμικότητα. Τέλος, αν είναι εφικτό να υπάρξει μείωση στα έξοδα του καταλύματος ή στο κόστος επένδυσης προκειμένου τα οικονομικά αποτελέσματα να ήταν διαφορετικά τότε ίσως η επένδυση ήταν ελκυστική-αποδεκτή.

Βιβλιογραφία

Σημειώσεις καθηγητή Δημήτριου Γεωργακέλλου στο μάθημα « Οικονομοτεχνικές μελέτες »

Σημειώσεις καθηγητή Νικόλαου Γεωργόπουλου στο μάθημα « Στρατηγικό Μάνατζμεντ »

Σημειώσεις καθηγητή Νικόλαου Τσαγκαράκη στο μάθημα « Χρηματοοικονομική »

Σημειώσεις καθηγητή Γεωργίου Παπαναστασόπουλου στο μάθημα « Διοικητική λογιστική »

Georgakellos, D. A. & Marcis, A. M. (2009). Application of the semantic learning approach in the feasibility studies preparation training process. Information Systems Management 26 (3) 231-240.

<https://www.tornosnews.gr/foreis/sete/65872-insete-o-toyrismos-stis-13-perifereies-oi-epidoseis-h-taytohta-kai-ta-charakthristika.html>

https://www.grhotels.gr/app/uploads/2023/01/02_Hotels_2022_Regional.pdf

https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/23-12_Peloponnese.pdf

ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

http://www.wondergreece.gr/v1/el/Perioxes/N_Korinthias/Gia_tin_perioxi/Perigrafi

<https://www.loutraki365.gr/blog/post/apografi-2021-o-plithysmos-se-oloys-toys-dimoys-tis-korinthias>

