



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

UNIVERSITY OF PIRAEUS

Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –
Ολική Ποιότητα με διεθνή προσανατολισμό**

(MBA – TQM International)

Διπλωματική Εργασία

**«Οικονομοτεχνική ανάλυση & αξιολόγηση ίδρυσης τουριστικού
καταλύματος στην Κεφαλονιά»**

Γιαλούρη Βασιλική

ΜΔΕ-ΟΠ2105

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Διδασκάλου Ελένη

Πειραιάς, 2024



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Ολική Ποιότητα» με διεθνή προσανατολισμό

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή [δευτέρα] 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 - Ολική Ποιότητα με διεθνή προσανατολισμό με τίτλο:

«Οικονομοτεχνική ανάλυση & αξιολόγηση ιδρυσης τουριστικού καταλύματος στην Κεφαλονιά»

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

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου.

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/τριας 

Όνοματεπώνυμο Γαλιόρη Βασιλική

Ημερομηνία 19/07/2024



«Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και ορισμένα από τα στοιχεία της, ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή».

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού προγράμματος Διοίκησης Επιχειρήσεων – Ολική Ποιότητα με διεθνή προσανατολισμό (MBA TQM) του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Αντικείμενο της εργασίας αποτελεί η οικονομοτεχνική ανάλυση και αξιολόγηση ίδρυσης τουριστικού καταλύματος στην Κεφαλονιά.

Στην παρούσα εργασία, μελετάται η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Προσδιορίζεται η ταυτότητα του τουριστικού καταλύματος, διαμορφώνεται το πλάνο και το μείγμα Μάρκετινγκ, η στρατηγική και οι στόχοι του. Στη συνέχεια, η μελέτη επικεντρώνεται στην οργάνωση και λειτουργία της μονάδας, περιλαμβάνοντας αναφορές στις πρώτες ύλες, τον εξοπλισμό, την τεχνολογία, το προσωπικό, την οργάνωση και την τοποθεσία. Παρουσιάζεται, επίσης, ένα χρονοδιάγραμμα υλοποίησης και ο γενικός προϋπολογισμός του έργου. Τέλος, πραγματοποιείται η χρηματοοικονομική ανάλυση του καταλύματος και αξιολογείται η σκοπιμότητα της επένδυσης.

Λέξεις κλειδιά: οικονομοτεχνική μελέτη, τουριστικό κατάλυμα, Κεφαλονιά, τουριστικός κλάδος, επένδυση

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	9
1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΙΔΕΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	9
1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	9
1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	10
1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	10
1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	10
1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	11
1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	11
1.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	11
1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	13
2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	13
2.2 ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	13
2.3 ΙΔΡΥΤΕΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	14
2.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	14
2.5 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ & ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	16
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ	16
3.1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	17
3.1.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	18
3.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ.....	29
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	32
3.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	33
3.4.1 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	33
3.4.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	35

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	36
3.5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST	37
3.5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ PORTER	41
3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	44
3.7 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	46
3.8 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	48
3.8.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΧΟΥ.....	48
3.8.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	48
3.8.3 STP PROCESS	49
3.8.4 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	53
3.8.5 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ	58
3.8.6 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	62
4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ	62
4.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	64
4.3 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	67
5.1 ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	67
5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	69
5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΟΝΑΔΑΣ	69
5.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΟΝΑΔΑΣ	70
5.5 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ	73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	75
6.1 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΜΟΝΑΔΑΣ	75
6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΟΛΩΝ	76
6.3 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	79
7.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ	79
7.2 ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	81

7.3 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ	81
7.4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	82
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ..	83
8.1 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ	83
8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	84
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ	85
9.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ	85
9.2 ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ.....	85
9.3 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ.....	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	89
10.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	89
10.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	92
10.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	93
10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	95
10.4.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ	95
10.4.2 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	96
10.4.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	96
10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	98
10.5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	98
10.5.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	99
10.5.3 ΚΑΘΑΡΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ.....	100
10.5.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	101
10.5.3 ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	102
10.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ	102
10.6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ	103
10.6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ	104
10.7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	105
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	106

Ελληνική Βιβλιογραφία.....	106
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	106
Ηλεκτρονικές πηγές.....	107
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	108
ΕΙΚΟΝΕΣ.....	108
ΠΙΝΑΚΕΣ.....	108

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΙΔΕΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η οικονομική ανάλυση που θα διεξαχθεί, εστιάζει στην κατασκευή νέου τουριστικού καταλύματος στο νησί της Κεφαλονιάς. Οι επενδυτές επιδιώκουν να δημιουργήσουν μία επιχείρηση που θα αποτελείται από δύο πολυτελείς κατοικίες προσφέροντας υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και απευθυνόμενη τόσο σε τουρίστες που έρχονται από άλλες περιοχές όσο και σε αυτούς που ταξιδεύουν εντός της χώρας. Η τουριστική κίνηση στο νησί έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, οι επενδυτές έχουν εμπειρία στον κλάδο του τουρισμού, καθώς κατέχουν κι ένα ξενοδοχείο στην Αθήνα, κατάγονται από το νησί και έχουν στην κατοχή τους το οικόπεδο. Η επιχείρηση θα ονομαστεί «Melissani Apartments» και η μελέτη αναμένεται να ολοκληρωθεί σε 3 μήνες με συνολικό κόστος 5.000 ευρώ.

1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο κλάδος του τουρισμού σημείωσε συνεχή ανάπτυξη μέχρι το 2019. Το 2020, λόγω της εμφάνισης της πανδημίας Covid-19 καταγράφηκε μια σημαντική μείωση, σε παγκόσμιο, αλλά και σε εθνικό επίπεδο. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο διεθνής τουρισμός στην Ευρώπη έφτασε το 90% των επιπέδων προ πανδημίας κατά το πρώτο τρίμηνο του 2023 και οι προβλέψεις για το 2024 είναι ακόμα πιο αισιόδοξες. Αντίστοιχα είναι και τα δεδομένα για την Ελλάδα και την Κεφαλονιά.

Στη συνέχεια, γίνεται ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος του καταλύματος χρησιμοποιώντας το εργαλείο του Μάρκετινγκ, PEST Analysis. Εξετάζονται οι ανταγωνιστικές δυνάμεις του κλάδου του τουρισμού στο νησί, που επηρεάζουν την ανάπτυξη του καταλύματος, ώστε να προσδιοριστούν οι δυνατότητες και οι αδυναμίες του, με σκοπό την άμεση αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά τη λειτουργία του. Ακολουθεί η ανάλυση SWOT, ώστε να εντοπισθούν και να καταγραφούν οι δυνάμεις, οι ευκαιρίες, οι αδυναμίες και οι απειλές που σχετίζονται με το κατάλυμα στο περιβάλλον του. Στη συνέχεια, δημιουργείται ένα πλάνο μάρκετινγκ, για την επιλογή στρατηγικών διάθεσης και προώθησης της υπηρεσίας, καθώς και για τον προσδιορισμό αγοράς στόχου, που θα επιφέρει έσοδα στην επιχείρηση.

Το τουριστικό κατάλυμα που μελετάται, θα ακολουθήσει στρατηγική διαφοροποίησης. Οι υπηρεσίες που παρέχει περιλαμβάνουν τη διαμονή και την προσφορά υψηλής

ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες, δημιουργώντας μία εξαιρετική εμπειρία διακοπών στην Κεφαλονιά και εστιάζοντας στην ικανοποίηση των αναγκών κάθε επισκέπτη.

Τα έσοδα της Melissani Apartments στο σύνολο, προέρχονται από τη διαμονή στα δωμάτια του καταλύματος και αναμένεται να φτάσουν τα 112.775 € κατά το πρώτο έτος λειτουργίας με συνεχή άνοδο την επόμενη τετραετία. Αναφορικά με το κόστος μάρκετινγκ θα ανέρχεται στο 5% των πωλήσεων της εταιρείας για το πρώτο έτος και θα μειώνεται σταδιακά φτάνοντας το 3% των συνολικών αναμενόμενων πωλήσεων.

1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Οι βασικές κατηγορίες πρώτων υλών για το τουριστικό κατάλυμα περιλαμβάνουν προϊόντα συντήρησης και καθαριότητας, προϊόντα προσωπικής υγιεινής, πρωινό & mini bar και άλλα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην επιλογή προμηθευτών που επιλέγονται κυρίως από την αγορά της Κεφαλονιάς με βάση την αξιοπιστία, την τιμή και το δίκτυο διανομής. Για το πρώτο έτος λειτουργίας του καταλύματος, το κόστος για τις πρώτες ύλες θα ανέρχεται στα 7.497 € και για τα επόμενα έτη που αναλύονται, αναμένεται αύξηση της τάξης του 1,5%.

1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η δυναμικότητα του Melissani Apartments είναι 6 δωμάτια και 12 κλίνες. Σε αυτό το σημείο, αναλύεται ο απαιτούμενος μηχανολογικός, τεχνολογικός και λοιπός εξοπλισμός για όλους τους χώρους των καταλυμάτων, καθώς και οι εργασίες του πολιτικού μηχανικού, μαζί με το κόστος όλων των παραπάνω. Επίσης, περιγράφονται οι εργασίες που θα γίνουν για την κατασκευή των κτιρίων καθώς και τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν. Για το συγκεκριμένο κατάλυμα, το κόστος απόκτησης του εξοπλισμού και της τεχνολογίας ανέρχεται στα 193.656 € και από το δεύτερο έτος λειτουργίας θα πραγματοποιείται συντήρηση του εξοπλισμού, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν προβλήματα και να διορθώνονται άμεσα πιθανές βλάβες.

Το συνολικό κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού είναι 33.000€.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Το οργανόγραμμα της υπό μελέτη επιχείρησης περιλαμβάνει τη διεύθυνση από τους ίδιους τους επενδυτές και επτά επιπλέον τμήματα. Τα τμήματα αυτά είναι το τμήμα

υποδοχής, καθαριότητας, ανθρωπίνου δυναμικού, μάρκετινγκ και πωλήσεων, το τμήμα οικονομικών, το τεχνικό τμήμα και το τμήμα προμηθειών. Επιπλέον, τα γενικά έξοδα της Melissani Apartments, περιλαμβάνουν αμοιβές εργαζομένων, προμήθειες πρακτορείων, έξοδα καθαριότητας και ιματισμού, συντήρηση παγίων, ηλεκτρισμό, ύδρευση και επιπλέον γενικά έξοδα. Το συνολικό κόστος για το πρώτο έτος λειτουργίας είναι 24.896,8 €.

1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Το απαραίτητο ανθρώπινο δυναμικό για το κατάλυμα Melissani Apartments θα αποτελείται από 10 άτομα. Η επιλογή του προσωπικού πραγματοποιείται μετά από αξιολόγηση και συνεντεύξεις από τους ιδιοκτήτες της επιχείρησης, ενώ περιγράφονται οι αρμοδιότητες κάθε θέσης των διαφόρων τμημάτων. Οι συνολικές αμοιβές του ανθρωπίνου δυναμικού έχουν συνολικό κόστος 55.800 €.

1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το τουριστικό κατάλυμα Melissani Apartments θα κατασκευαστεί σε οικόπεδο που ανήκει στους ιδιοκτήτες. Η επιλογή της τοποθεσίας είναι ευνοϊκή και κατάλληλη, λαμβάνοντας υπόψη γεωλογικούς, κλιματικούς, χωροταξικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Θα υπάρχει εύκολη πρόσβαση για τους πελάτες, το φυσικό περιβάλλον θα είναι ελκυστικό και η περιοχή θεωρείται ασφαλής. Το οικόπεδο έχει έκταση 5 στρεμμάτων, βρίσκεται 200 μέτρα από την παραλία και προσφέρει απεριόριστη θέα. Επιπλέον, τα κτίρια θα έχουν αρκετά καλό σύστημα μόνωσης και ο εξωτερικός χώρος θα περιβάλλεται από αρκετά δέντρα.

1.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου περιλαμβάνει όλες τις αναγκαίες δράσεις και το χρονικό πλαίσιο που απαιτείται για την αποπεράτωση του έργου και την έναρξη λειτουργίας των καταλυμάτων. Τα στάδια εκτέλεσης της Melissani Apartments περιλαμβάνουν τις μελέτες, όπως την αρχιτεκτονική μελέτη, τα έργα υποδομής και κατασκευής των κτιρίων, τη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου, την απόκτηση και εγκατάσταση του μηχανολογικού & τεχνολογικού εξοπλισμού. Επιπλέον, περιλαμβάνουν την προώθηση και διαφήμιση της μονάδας, την εκπαίδευση του

προσωπικού και την προμήθεια πρώτων υλών. Το έργο αναμένεται να ολοκληρωθεί σε περίπου ένα έτος και το συνολικό κόστος εκτιμάται στα 239.186,7 €.

1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Κατά την χρηματοοικονομική ανάλυση αξιολογείται η βιωσιμότητα της επένδυσης.

Αρχικά, για την Melissani Apartments υπολογίζεται η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης, η Κατάσταση Ταμειακών Ροών και ο Ισολογισμός. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται η χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης. Οι μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν τη μέθοδο επανείσπραξης κόστους επένδυσης, τη μέθοδο συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου, τη μέθοδο Καθαρής Παρούσας Αξίας, τη μέθοδο εσωτερικού συντελεστή απόδοσης, τη μέθοδο απόδοσης επένδυσης, την ανάλυση νεκρού σημείου και την ανάλυση ευαισθησίας. Βάσει της ανάλυσης που παρουσιάζεται λεπτομερώς στο τελευταίο κεφάλαιο, η παρούσα επένδυση κρίνεται ως μη βιώσιμη. Η Καθαρά Παρούσα Αξία είναι αρνητική και τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά δεν εμφανίζουν ιδιαίτερη εκλυσιμότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η βασική ιδέα αυτής της εργασίας είναι η ίδρυση ενός τουριστικού καταλύματος στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο νησί της Κεφαλονιάς, το οποίο βρίσκεται στο Ιόνιο Πέλαγος. Η Κεφαλονιά έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλής τα τελευταία χρόνια και είναι ιδανικός προορισμός για οικογενειακές διακοπές, φίλους και ζευγάρια.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομία και αποτελεί έναν από τους λίγους τομείς που συνεχώς αναπτύσσονται. Από τη δεκαετία του 1970, η Ελλάδα έχει καθιερωθεί ως σημαντικός τουριστικός προορισμός στην Ευρώπη, λόγω του πλούσιου πολιτισμού και της ιστορίας της.

Δύο έμπειροι επιχειρηματίες στον τουριστικό τομέα, αποφάσισαν να δημιουργήσουν ένα νέο τουριστικό κατάλυμα. Η κεντρική τους ιδέα είναι η κατασκευή ανεξάρτητων κατοικιών, των οποίων το μέγεθος και ο αριθμός θα καθοριστούν σε επόμενο στάδιο της μελέτης. Σημαντικό και καθοριστικό στοιχείο της μελέτης είναι το οικόπεδο που ανήκει στους επενδυτές.

Το τουριστικό κατάλυμα θα ονομαστεί «Melissani Apartments» και θα λειτουργεί 6 μήνες (Μάιος-Οκτώβριος), καθώς αυτή είναι η περίοδος με τη μεγαλύτερη ζήτηση στο νησί. Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός θα είναι σύγχρονοι, δεδομένου ότι πρόκειται για νεόδμητα κτήρια. Ο βασικός στόχος των επενδυτών αποτελεί η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών τόσο σε ξένους πελάτες όσο και σε Έλληνες και η διαρκής ικανοποίησή τους.

2.2 ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ

Η υπό σύσταση πολυτελής κατοικία θα λειτουργεί ως ατομική επιχείρηση σε νομική μορφή. Αυτή η επιλογή γίνεται κυρίως λόγω της ευελιξίας και της ταχύτητας στη λήψη και εκτέλεση αποφάσεων, του χαμηλού κόστους οργάνωσης και διοίκησης, καθώς και της απλής διαδικασίας ίδρυσής της. Σε μια ατομική επιχείρηση, οι επιχειρηματίες είναι ταυτόχρονα ιδιοκτήτες και διαχειριστές, έχοντας την αποκλειστική ευθύνη για τις αποφάσεις και τη λειτουργία της επιχείρησης, ανεξαρτήτως του αν επιστρατεύει επιπλέον προσωπικό ή όχι.

Οι κωδικοί δραστηριότητας της επιχείρησης θα είναι ο ΚΑΔ 55.20.11.04 – Υπηρεσίες ενοικίασης επιπλωμένων δωματίων ή διαμερισμάτων για μικρή διάρκεια, ο οποίος ανταποκρίνεται στην δραστηριότητα της επιχείρησης και ο ΚΑΔ 41.20.20.01- Εργασίες διαμόρφωσης ή ανέγερσης κτίσματος ή άλλου είδους κατασκευών, που αναφέρεται στην κατασκευαστική περίοδο.

Η επωνυμία της επιχείρησης, όπως ορίζεται από το καταστατικό ίδρυσής της, θα είναι «Melissani Apartments», όπως αναφέρθηκε και παραπάνω. Η εταιρία θα αποτελείται από 2 μέλη με ποσοστά 60% για το ένα μέλος, το οποίο θα είναι ο εκπρόσωπος διαχειριστής της εταιρίας και 40% για το δεύτερο μέλος. Ο διαχειριστής της εταιρίας διαθέτει επαγγελματική εμπειρία στον τομέα του τουρισμού τα τελευταία 10 χρόνια, γεγονός που δικαιολογεί το μεγαλύτερο ποσοστό που κατέχει.

2.3 ΙΔΡΥΤΕΣ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Ιδρυτές της υπό μελέτη επιχείρησης θα είναι ο Γ.Α. και η αδερφή του Σ.Α.

Ο Γ.Α. έχει πτυχίο οικονομικών, μεταπτυχιακό στα τουριστικά και έχει αποκτήσει εκτενή εμπειρία στον τουριστικό κλάδο καθώς διατηρεί και δικό του ξενοδοχείο στην Αθήνα. Η αδερφή του Σ.Α. έχει σπουδάσει κι εκείνη οικονομικά στο London School of Economics και αποφάσισε να επικεντρωθεί στον τουριστικό τομέα εκμεταλλεόμενη τις γνώσεις της στον τομέα των οικονομικών. Επιθυμία τους, είναι η ίδρυση ενός τουριστικού καταλύματος που θα σέβεται το φυσικό περιβάλλον και θα χρησιμοποιεί κυρίως εγχώρια προϊόντα. Η επιλογή του νησιού ήταν άμεση, καθώς έχουν μεγαλώσει εκεί και έχουν συναισθηματικούς δεσμούς με την περιοχή. Επιπλέον, διαθέτουν το οικόπεδο στο οποίο θα κατασκευαστεί η τουριστική μονάδα και πιστεύουν ότι οι προσωπικές τους σχέσεις με τους κατοίκους του νησιού, τις οποίες έχουν αναπτύξει με την πάροδο των χρόνων, θα αποτελέσουν πολύτιμους πόρους για το νέο τους εγχείρημα.

2.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Η εν λόγω μελέτη σκοπιμότητας πραγματοποιείται με σκοπό την αξιολόγηση ίδρυσης νέου τουριστικού καταλύματος στο νησί της Κεφαλονιάς, ώστε να διαπιστωθεί αν η επένδυση αυτή είναι βιώσιμη. Η εταιρία “Melissani Apartments” ανέθεσε την εκπόνηση της μελέτης στη μεταπτυχιακή φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Βασιλική Γιαλούρη.

2.5 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ & ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Το συνολικό αρχικό κόστος εκπόνησης της μελέτης ανέρχεται σε 5.000€ και απαιτεί περίπου 3 μήνες. Αυτό το κόστος καλύπτει τις προεπενδυτικές μελέτες, συμπεριλαμβανομένης της προμελέτης σκοπιμότητας και άλλων σχετικών ερευνών. Οι επόμενες δαπάνες θα περιλαμβάνουν τη μελέτη του μηχανικού για την έκδοση οικοδομικής άδειας και την έναρξη των εργασιών, στην περίπτωση που αποφασιστεί η επένδυση.

Με βάση αυτήν την προσέγγιση και τις εκτιμήσεις των υπευθύνων προμελέτης, ο στόχος είναι η ολοκλήρωση της προμελέτης σκοπιμότητας έως τον Αύγουστο, προκειμένου να ξεκινήσουν άμεσα οι διαδικασίες ανέγερσης της μονάδας. Αυτός ο προγραμματισμός λαμβάνει υπόψιν την εποχικότητα του τουριστικού τομέα στην Ελλάδα, καθώς η τουριστική περίοδος ξεκινά νωρίς. Η μονάδα αναμένεται να είναι έτοιμη προς παράδοση προς τα τέλη Μαρτίου.

Περιγραφή	Κόστος
Έρευνες για προμελέτη	3.000 €
Ταξίδια και έρευνες αγοράς	1.000 €
Διάφορα Έξοδα	1.000 €
Σύνολο	5.000 €

Πίνακας 1.Κόστος προεπενδυτικών Μελετών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ

Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό φαινόμενο που περιλαμβάνει δραστηριότητες ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές διαφορετικές από τη μόνιμη κατοικία τους, για ένα χρονικό διάστημα που δεν υπερβαίνει τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά..

Ο τομέας του τουρισμού αποτελεί έναν από τους κύριους τομείς της παγκόσμιας και εθνικής οικονομίας και μπορεί να διακριθεί, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, σε:

- ✓ Εγχώριο: αφορά τους κατοίκους της ίδιας χώρας, που ταξιδεύουν μόνο εντός αυτής.
- ✓ Εξερχόμενο: αφορά τους κατοίκους μιας χώρας, που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα.
- ✓ Εισερχόμενο: περιλαμβάνει τους αλλοδαπούς, που ταξιδεύουν σε μια δεδομένη χώρα (για παράδειγμα Ιταλοί που έρχονται στην Ελλάδα).
- ✓ Διεθνή: είναι ο εξερχόμενος και ο εισερχόμενος τουρισμός μαζί.
- ✓ Εσωτερικό: που περιλαμβάνει τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό.
- ✓ Εθνικό: καλύπτει τον εγχώριο και τον εξερχόμενο τουρισμό.

Επιπλέον, ο τουρισμός μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τρεις γενικές μορφές:

Μαζικός τουρισμός. Αυτός ο τύπος τουρισμού είναι η πιο συνηθισμένη μορφή του ταξιδιού, όπου οι περισσότεροι ταξιδιώτες επικεντρώνονται κυρίως στην ανακούφιση και τη διασκέδαση. Σημαντικά χαρακτηριστικά αυτού του τύπου του τουρισμού περιλαμβάνουν τη μεγάλη κλίμακα, τις ομαδικές εκδρομές και τη διεθνή φύση των ταξιδιωτών.

Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων. Περιλαμβάνει διάφορες μορφές τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με ειδικά ενδιαφέροντα και προτιμήσεις που έχουν. Αυτές οι μορφές περιλαμβάνουν τον θρησκευτικό, τον επαγγελματικό, το συνεδριακό, τον τουρισμό υγείας, τον θεματικό, τον εκπαιδευτικό, τον κοινωνικό, τον αστικό και των κινήτρων.

Εναλλακτικός τουρισμός. Είναι η μορφή τουρισμού που σχετίζεται με τις περιβαλλοντικές και τις κοινωνικές αξίες του τόπου ή της περιοχής. Περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές επιμέρους μορφές όπως ο αγροτουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο ορεινός τουρισμός και ο χειμερινός τουρισμός. Αυτή η μορφή συνδέεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, εστιάζοντας ιδιαίτερα στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, στην προστασία της τοπικής κουλτούρας και στην αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

3.1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το τουριστικό προϊόν αποτελεί μια πολυδιάστατη υπηρεσία που περιλαμβάνει τόσο υλικά όσο και άυλα χαρακτηριστικά. Στη διαμόρφωσή του συμβάλλουν διάφοροι παράγοντες, όπως τα φυσικά αξιοθέατα, τα αρχαιολογικά μνημεία, τα προϊόντα και τα τρόφιμα της περιοχής, καθώς και η ποιότητα της εξυπηρέτησης και η φιλοξενία του προσωπικού.

Το τουριστικό προϊόν εμφανίζει μεγάλη ποικιλία. Αποτελείται από έναν σύνθετο συνδυασμό υλικών αγαθών και υπηρεσιών, με τα εξής χαρακτηριστικά:

- Έχει *άυλη υπόσταση* καθώς οι υπηρεσίες δεν έχουν φυσική μορφή και δεν είναι αντιληπτές με την αφή.
- Χαρακτηρίζεται από *ανομοιομορφία – ετερογένεια*. Η υπηρεσία διαφέρει ανάλογα τον πελάτη και τον υπάλληλο.
- Εξαιτίας της πολύπλοκης φύσης τους, τα τουριστικά προϊόντα *θεωρούνται πρόσθετα ή συμπληρωματικά*.
- Το τουριστικό προϊόν *παράγεται και καταναλώνεται ταυτόχρονα*, καθώς οι υπηρεσίες παρέχονται άμεσα και καταναλώνονται εκείνη τη στιγμή που παράγονται, χωρίς να μπορούν να μεταφερθούν αλλού για κατανάλωση.
- *Δεν αποθηκεύεται* για μελλοντική χρήση, όπως τα φυσικά αγαθά.
- *Μπορούν να αντικατασταθούν μεταξύ τους*. Στην περίπτωση που αλλάξει το εισόδημα του πελάτη, αυτός μπορεί να αντικαταστήσει ένα πολυτελές ξενοδοχείο με ένα πιο οικονομικό. Αντίστοιχα, μπορεί να επιλέξει διαφορετικό προορισμό, είτε εσωτερικό είτε εξωτερικό και διαφορετικό μέσο μετακίνησης, όπως πλοίο ή αυτοκίνητο αντί για αεροπλάνο.

Εξαιτίας της πολυπλοκότητας του τουριστικού προϊόντος λαμβάνονται υπόψιν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς οι οποίοι συνεισφέρουν στην τελική διαμόρφωση της προσφερόμενης υπηρεσίας. Πιο συγκεκριμένα, λαμβάνονται υπόψιν οι επισιτιστικές μονάδες για τις ανάγκες διατροφής των επισκεπτών, όπως εστιατόρια, ταβέρνες, μπαρ, οι επιχειρήσεις μεταφοράς για την μετακίνηση των τουριστών, όπως οι αεροπορικές εταιρείες, οι ναυτιλιακές εταιρείες, καθώς και οι μονάδες/εγκαταστάσεις αναψυχής. Ακόμη, λαμβάνονται υπόψιν και άλλες επιχειρήσεις όπως, καταστήματα που παρέχουν αναμνηστικά αντικείμενα.

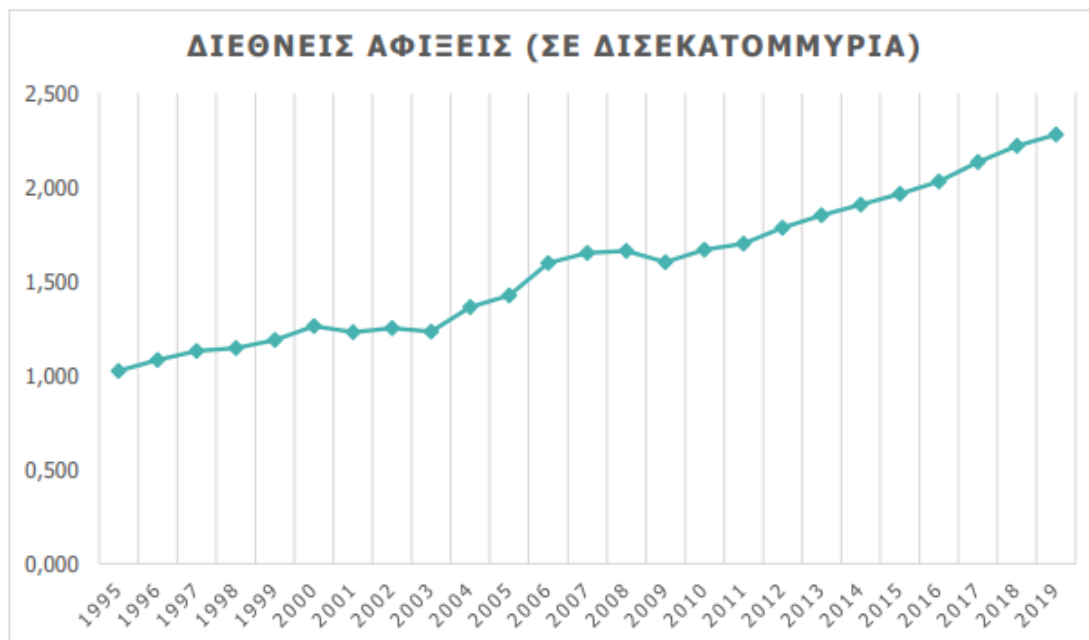
Πέραν των παραπάνω, ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα αποτελεί η διάθεση της προσφερόμενης υπηρεσίας στα ενδιαφερόμενα μέρη, με τα ταξιδιωτικά γραφεία, τις online πλατφόρμες, καθώς και τα all inclusive συμβόλαια (για τουρίστες εξωτερικού) να συντελούν αισθητά στην τελική διαμόρφωση.

3.1.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1.2.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρισμός παρουσιάζει σημαντική συνεισφορά στην οικονομία τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο. Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουρισμός συνεχίζει να αναπτύσσεται, συμβάλλοντας στο 9,1% του παγκοσμίου ΑΕΠ, δηλαδή σε κάτι περισσότερο από 9,9 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2023 και η οικονομική επίδρασή του έφτασε σε υψηλότερα επίπεδα από το έτος ορόσημο του 2019. Εξαιρέση αποτελούν οι χρονιές 2020-2022 εξαιτίας την εμφάνισης της πανδημίας Covid-19.

Η Εικόνα 1 απεικονίζει την αύξηση του παγκόσμιου τουρισμού μέσω του αριθμού των διεθνών αφίξεων και τη συνεχή ανοδική τάση τους μέχρι την εκδήλωση της πανδημίας. Αξίζει να σημειωθεί η μεγάλη αύξηση αφίξεων που παρουσιάστηκε το 2019 σε σχέση με τα προηγούμενα έτη.

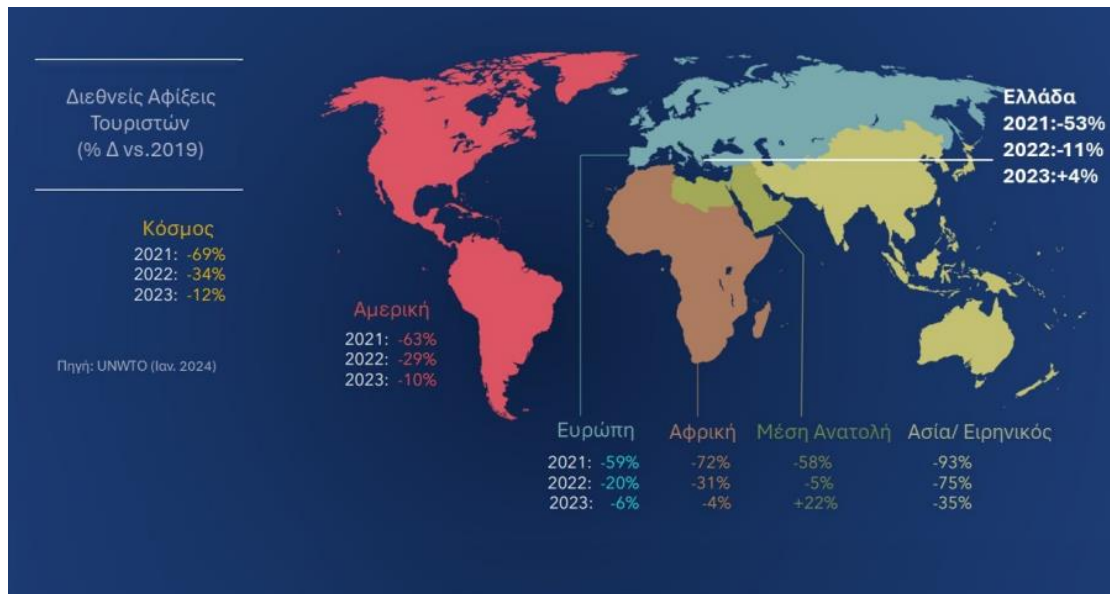


Εικόνα 1. Εξέλιξη Παγκόσμιου Τουρισμού

Πιο αναλυτικά, το 2019 σε παγκόσμιο επίπεδο, η τουριστική βιομηχανία συνεισέφερε με περίπου 8,9 τρισεκατομμύρια δολάρια στο παγκόσμιο ΑΕΠ. Ωστόσο, το 2020 εξαιτίας της πανδημίας Covid-19, η τουριστική ζήτηση σταμάτησε να αυξάνεται και ο τουριστικός κλάδος υπέστη σοβαρές απώλειες. Αεροπορικές εταιρείες ακύρωναν δρομολόγια, ξενοδοχεία έκλειναν και επιβάλλονταν αυστηροί ταξιδιωτικοί περιορισμοί. Παρόλα αυτά, τους τελευταίους μήνες του 2021, ο τουριστικός κλάδος άρχισε να ανακάμπτει, με τις διεθνείς αφίξεις να αγγίζουν περίπου το 57% του επιπέδου που είχαν πριν την πανδημία, κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2022.

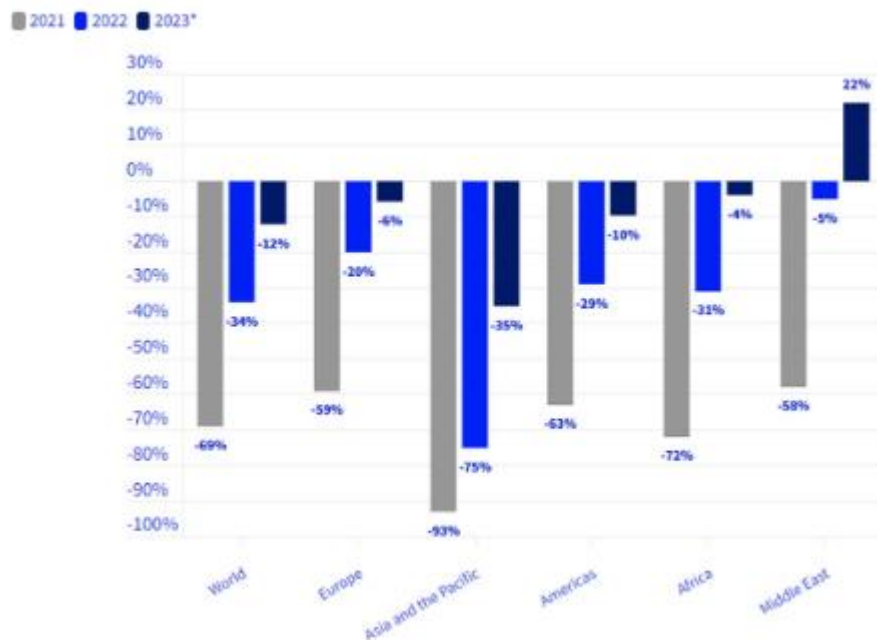
Το έτος 2023, το πρώτο ουσιαστικά έτος που επανήλθε πλήρως ο τουριστικός κλάδος μετά την πανδημία, παρά τις οικονομικές αβεβαιότητες και τις γεωπολιτικές αναταραχές, ο κλάδος των ταξιδιών και του τουρισμού ενισχύθηκε περαιτέρω, φτάνοντας σχεδόν στα επίπεδα προ πανδημίας, και επιδεικνύοντας υψηλή ανθεκτικότητα. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, συνεισέφερε με το 9,1% στο παγκόσμιο ΑΕΠ.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO), ο διεθνής τουρισμός ανέρχεται στο 88% των προ-πανδημικών επιπέδων μέχρι το τέλος του 2023, με τις εκτιμώμενες διεθνείς αφίξεις να φτάνουν τα 1,3 δισεκατομμύρια.



Εικόνα 2. Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις 2023

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα δεδομένα του UNWTO, υπογραμμίζεται επίσης ο οικονομικός αντίκτυπος της ανάκαμψης. Οι διεθνείς τουριστικές εισπράξεις έφτασαν τα 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2023, σύμφωνα με τις προκαταρκτικές εκτιμήσεις, που αντιστοιχούν περίπου το 93% των 1,5 τρισεκατομμυρίων δολαρίων το 2019.



Εικόνα 3. Διεθνείς αφίξεις τουριστών (% αλλαγή σε σχέση με το 2019)

Το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel & Tourism Council, WTTC) εκτιμά ότι η τουριστική βιομηχανία αναμένεται να φτάσει στα 11,1

τρισεκατομμύρια δολάρια το 2024, ένα επίπεδο ρεκόρ που υπερβαίνει το προηγούμενο υψηλό των 10 τρισεκατομμυρίων δολαρίων που σημειώθηκε το 2019. Επιπλέον, προβλέπεται ότι ο κλάδος θα φτάσει στα 16 τρισεκατομμύρια δολάρια μέσα στην επόμενη δεκαετία και θα αντιστοιχεί στο 11,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ έως το 2034.

3.1.2.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η Ευρώπη αποτελεί έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Κάθε χρόνο, ένας στους τέσσερις τουρίστες παγκοσμίως επισκέπτεται τις ευρωπαϊκές μεσογειακές ακτές. Η Γαλλία καταλαμβάνει την πρώτη θέση παγκοσμίως σε αφίξεις τουριστών. Αντίστοιχα, η Ισπανία αναδεικνύεται ως η πρώτη ευρωπαϊκή χώρα και η δεύτερη παγκοσμίως σε τουριστικά έσοδα, ξεπερνώντας τη Γαλλία. Άλλες σημαντικές τουριστικές χώρες είναι η Ιταλία, η Αυστρία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία κ.ά.

Οι περιοχές που αποτελούν τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στην Ευρώπη είναι:

- Οι παράκτιες περιοχές της Μεσογείου, οι οποίες ελκύουν πολλούς επισκέπτες κατά τη θερινή περίοδο λόγω της ηλιοφάνειας και της θάλασσας.
- Τα χιονοδρομικά κέντρα των ευρωπαϊκών ορεινών περιοχών.
- Οι μεγάλες πόλεις, που προσελκύουν επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, λόγω της πληθώρας των ιστορικών μνημείων τους, της μακρόχρονης ιστορίας τους, των σύγχρονων εμπορικών κέντρων, των πολιτιστικών εκδηλώσεων και άλλων παροχών.

Σύμφωνα με τα στατιστικά της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τουρισμού, οι παγκόσμιες αφίξεις τουριστών το 2019 έφτασαν τα 574,8 εκατομμύρια, με το 76% να συμβαίνει σε χώρες της Ευρώπης και με το 24% σε άλλες χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το διάστημα 2020-2022 εμφανίστηκε η πανδημία Covid-19.

Τον Ιανουάριο-Σεπτέμβριο του 2022, η Ευρώπη υποδέχθηκε 477 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών που αντιστοιχούν στο 68% του παγκόσμιου συνόλου, φτάνοντας το 81% των προπανδημικών επιπέδων. Αυτό αντιπροσώπευε αύξηση κατά 126% σε σχέση με το 2021, καθώς η ισχυρή ενδοπεριφερειακή ζήτηση και τα ταξίδια από τις Ηνωμένες Πολιτείες συνέβαλαν στα αποτελέσματα. Το 2022, η Γαλλία, κατέλαβε την

κορυφή της κατάταξης των χωρών με 100 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών, το υψηλότερο ποσοστό που καταγράφηκε παγκοσμίως.

Η Ευρώπη, η περιοχή με τις υψηλότερες επισκέψεις στον κόσμο, φτάνει το 2023 στο 94% των επιπέδων του 2019.

Το 2023, η Ευρώπη κατέχει την πρώτη θέση ως η πιο δημοφιλής περιοχή για εισερχόμενο τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο, με 700 εκατομμύρια αφίξεις, σύμφωνα με στοιχεία της Statista. Ο αριθμός των διεθνών αφίξεων αυξήθηκε σημαντικά το 2023 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος σε όλους τους προορισμούς. Συγκεκριμένα, οι εισερχόμενοι ταξιδιώτες στην Ευρώπη ανήλθαν στο 90% των επιπέδων πριν από την εμφάνιση της πανδημίας το πρώτο τρίμηνο του 2023, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO). Σε σύγκριση, στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού, καταγράφηκαν σχεδόν 240 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2023, καθιστώντας την τη δεύτερη πιο δημοφιλή περιοχή παγκοσμίως για εισερχόμενους ταξιδιώτες.

Στην Ευρώπη, οι νότιες και μεσογειακές χώρες ανέδειξαν τα υψηλότερα ποσοστά επισκεψιμότητας, τόσο πριν όσο και μετά την επίδραση του Covid-19. Συγκεκριμένα, η Γαλλία ήταν η χώρα με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα από εισερχόμενους ταξιδιώτες στην Ευρώπη και το 2023. Ακολούθησαν η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία στη λίστα των πιο επισκεπτόμενων χωρών του 2023.

Στην επόμενη εικόνα, φαίνονται οι 15 πιο δημοφιλείς τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη. Η Ελλάδα κατέχει την 6η θέση για το έτος 2019 και προβλέπεται να φτάσει τη 4η έως το 2025.



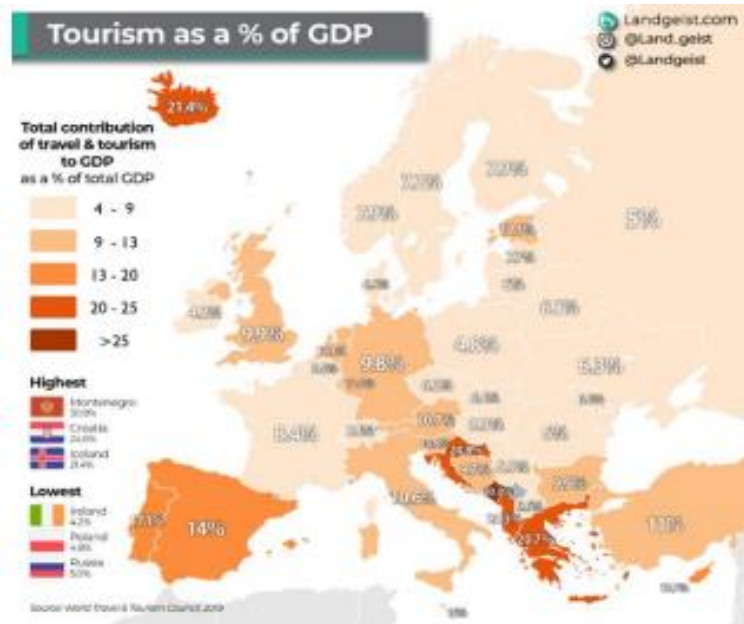
Εικόνα 4. Ευρωπαϊκές αφίξεις και τοπ προορισμοί



Εικόνα 5. Αφίξεις business & leisure ταξιδιωτών στην Ευρώπη

Είναι σημαντικό να αναφερθεί η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της κάθε Ευρωπαϊκής χώρας. Εξαιτίας της διατάραξης που προκάλεσε η πανδημία στην τουριστική βιομηχανία κατά τα έτη 2020-2022, τα στοιχεία του 2019 προσφέρουν μια πιο αξιόπιστη εικόνα της κατάστασης. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), αυτά τα στοιχεία περιλαμβάνουν τόσο ξένους όσο και εγχώριους τουρίστες. Ιδιαίτερα, παρατηρήθηκε ότι οι περισσότεροι ξένοι τουρίστες επισκέπτονται χώρες όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία, η Ελλάδα και η Τουρκία.

Επιπλέον, ο τουρισμός και τα ταξίδια αποτελούν σημαντικό τμήμα της οικονομίας πολλών χωρών στη Νότια Ευρώπη, με την Ελλάδα να εξαρτάται σημαντικά από αυτούς τους τομείς, καθώς συνεισφέρουν σε μεγάλο βαθμό στο ΑΕΠ της.



Εικόνα 6. Ο τουρισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ της κάθε χώρας

3.1.2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα της εγχώριας οικονομίας, γεγονός που αντικατοπτρίζεται στα έσοδα που προκύπτουν από τον τουρισμό, στον συνολικό αριθμό ατόμων που εργάζονται στον τουρισμό και στη συνολική συνεισφορά στο ΑΕΠ.

Το 2023, η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην ελληνική οικονομία ανήλθε στα 28,5 δισεκατομμύρια ευρώ, αντιστοιχώντας στο 13% του ΑΕΠ της χώρας και αποτελεί το υψηλότερο ποσοστό στην ιστορία του τομέα μέχρι σήμερα. Το 2022, τα αντίστοιχα μεγέθη ήταν 23,9 δισεκατομμύρια ευρώ και αντιστοιχούσαν σε 11,6% του ΑΕΠ, ενώ το 2019 ήταν 23,1 δισεκατομμύρια ευρώ και αποτελούσαν το 12,6% του ΑΕΠ.

Επιπλέον, ο συνολικός αριθμός των αφίξεων το 2023 έφθασε τα 26,8 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση 13,2% ή 3,1 εκατομμύρια σε σύγκριση με το 2022, όπου είχαν καταγραφεί 23,7 εκατομμύρια αφίξεις. Στον Πίνακα 2 απεικονίζονται οι αεροπορικές αφίξεις επιβατών από το εξωτερικό για τα έτη 2022 και 2023, καθώς και οι αντίστοιχες μεταβολές των 20 πρώτων χωρών προέλευσης. Οι διανυκτερεύσεις μη κατοίκων ταξιδιωτών στην Ελλάδα, διαμορφώθηκαν στις 236.271,2 το 2023, σημειώνοντας αύξηση 7,3% από τις 220.213,1 το 2022. Επιπλέον, οι συνολικές εισπράξεις από επιβάτες κρουαζιέρας αυξήθηκαν κατά 84,1% σε σύγκριση με το 2022.

Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου παρέμεινε στην πρώτη θέση ως προορισμός προέλευσης εξωτερικού για την Ελλάδα το 2023, με 5 εκατομμύρια αφίξεις. Παρατηρήθηκε αύξηση 11,6% σε ποσοστιαία βάση, αντιστοιχώντας σε απόλυτα μεγέθη 518.000 αφίξεις. Η Γερμανία διατήρησε τη δεύτερη θέση με 4,4 εκατομμύρια επιβάτες, καταγράφοντας αύξηση 89 χιλιάδων ή 2,1%.

Θέση Κατάταξης 2023	Μεταβολή Θέσης Κατάταξης 2022-2023	Χώρες	Επιβάτες 2022	Επιβάτες 2023	Διαφορά 2022-2023	% Διαφορά 2022-2023
1	—	Ην. Βασίλειο	4.466.365	4.983.950	517.585	11,6%
2	—	Γερμανία	4.320.342	4.409.676	89.334	2,1%
3	—	Ιταλία	1.940.968	2.181.908	240.940	12,4%
4	—	Γαλλία	1.551.812	1.660.319	108.507	7,0%
5	▲	Πολωνία	1.000.636	1.216.634	215.998	21,6%
6	▼	Ολλανδία	1.108.873	1.146.341	37.468	3,4%
7	▲	Κύπρος	766.069	944.016	177.947	23,2%
8	▲	Ισραήλ	727.674	863.509	135.835	18,7%
9	▲	Αυστρία	686.545	812.275	125.730	18,3%
10	▼	Ελβετία	796.200	796.644	444	0,1%
11	—	Βέλγιο	590.875	653.518	62.643	10,6%
12	—	Δανία	548.376	563.787	15.411	2,8%
13	—	Σουηδία	483.137	537.414	54.277	11,2%
14	▲	Τουρκία	405.271	534.490	129.219	31,9%
15	▲	Ισπανία	377.489	521.071	143.582	38,0%
16	▼	ΗΠΑ	455.625	510.896	55.271	12,1%
17	▼	Τσεχία	401.124	500.131	99.007	24,7%
18	—	Ρουμανία	357.809	484.128	126.319	35,3%
19	—	Νορβηγία	288.450	358.539	70.089	24,3%
20	—	Φινλανδία	284.456	297.957	13.501	4,7%
Top-20 χωρών			21.558.096	23.977.203	2.419.107	11,2%
Σύνολο			23.697.231	26.823.873	3.126.642	13,2%

Πηγή: ΔΑΑ, ΥΠΑ, Fraport Greece-Ενεξέργασία: INSETE Intelligence

Πίνακας 2. Top-20 χωρών προέλευσης εξωτερικού 2022-23

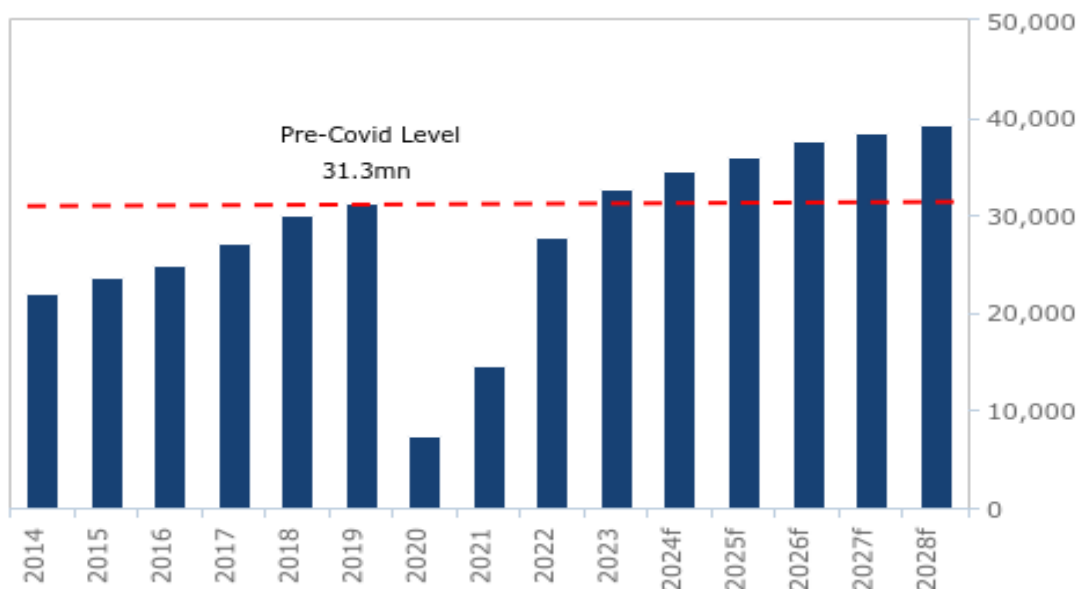
Σύμφωνα με τα δεδομένα των παραπάνω μελετών, το 2023 η Ελλάδα υποδέχθηκε περισσότερους από 3,3 εκατομμύρια τουρίστες κρουαζιέρας, παρουσιάζοντας αύξηση 64% σε σύγκριση με το 2022 που είχε υποδεχθεί 2 εκατομμύρια. Αυτοί οι τουρίστες κατέγραψαν συνολικά 8,3 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις, που αντιστοιχούν σε αύξηση 155% (από 3,3 εκατομμύρια το 2022 σε 8,3 εκατομμύρια το 2023), ενώ οι εισπράξεις από αυτούς τους τουρίστες ανήλθαν σχεδόν σε 847,4 εκατομμύρια €, παρουσιάζοντας αύξηση 102% σε σύγκριση με το 2022 (418,7 εκατομμύρια €).

	Αφίξεις		Εισπράξεις (€)		Διανυκτερεύσεις	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Α' Τρίμηνο	7.661	48.729	3.058.072	18.664.250	39.727	171.288
Β' Τρίμηνο	501.494	1.022.343	127.362.116	225.041.968	1.058.065	2.261.444
Γ' Τρίμηνο	1.009.959	1.527.439	190.697.598	350.302.319	1.485.393	3.235.871
Δ' Τρίμηνο	521.139	749.032	97.616.289	253.380.074	681.008	2.664.900
Σύνολο	2.040.252	3.347.543	418.734.075	847.388.611	3.264.192	8.333.502
Μεταβολή		64%		102%		155%

Πηγή: ΤΤΕ - Ενεξεργασία INSETTE Intelligence

Πίνακας 3. Εισερχόμενος τουρισμός από Κρουαζιέρα 2022-2023

Σύμφωνα με την ανάλυση της Fitch Solutions προβλέπεται ότι οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα θα αυξηθούν κατά 5,3% σε ετήσια βάση το 2024, φτάνοντας τα 34,5 εκατομμύρια, σε σύγκριση με τα 32,7 εκατομμύρια το 2023. Αυτή η ανάκαμψη φέρνει τις αφίξεις στα επίπεδα του 2019, φτάνοντας το 104,4% του επιπέδου πριν από την πανδημική κρίση. Το 2019, ο συνολικός αριθμός τουριστών που έφτασαν στην Ελλάδα ανήλθε σε 31,3 εκατομμύρια.



Πίνακας 4. Αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και μελλοντικές προβλέψεις

3.1.2.4 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ

Η Κεφαλονιά, ένα από τα πιο διεθνούς φήμης νησιά του Ιονίου με μίγμα γραφικών ορμίσκων, πολυτελών θερέτρων και κρυστάλλινων νερών, αποτελεί τα τελευταία χρόνια έναν αρκετά δημοφιλή προορισμό.

Το 2020, το έτος κατά το οποίο εμφανίστηκε η πανδημία Covid-19, ο τουρισμός επηρεάστηκε αρνητικά παγκοσμίως, με σημαντικές επιπτώσεις και στην Κεφαλονιά, όπως φαίνεται και από τα παρακάτω στοιχεία.

KEFALLINIA AIRPORT "ANNA POLLATOU" - 2020 vs 2019

Passengers	Domestic			International			Total		
	Month	2020	2019	%Δ	2020	2019	%Δ	2020	2019
JANUARY	3.252	3.087	5,3%	6	6	0,0%	3.258	3.093	5,3%
FEBRUARY	3.242	3.108	4,3%	0	0		3.242	3.108	4,3%
MARCH	1.770	3.578	-50,5%	2	0		1.772	3.578	-50,5%
APRIL	181	3.771	-95,2%	0	13.449	-100,0%	181	17.220	-98,9%
MAY	765	6.390	-88,0%	0	73.283	-100,0%	765	79.673	-99,0%
JUNE	1.926	11.880	-83,8%	0	122.436	-100,0%	1.926	134.316	-98,6%
JULY	5.289	20.694	-74,4%	21.593	150.518	-85,7%	26.882	171.212	-84,3%
AUGUST	8.243	22.003	-62,5%	71.989	160.984	-55,3%	80.232	182.987	-56,2%
SEPTEMBER	4.196	12.946	-67,6%	50.907	120.398	-57,7%	55.103	133.344	-58,7%
OCTOBER	2.940	6.068	-51,5%	14.215	32.131	-55,8%	17.155	38.199	-55,1%
NOVEMBER	969	3.899	-75,1%	0	3	-100,0%	969	3.902	-75,2%
DECEMBER	989	3.534	-72,0%	3	4	-25,0%	992	3.538	-72,0%
TOTAL EFL	33.762	100.958	-66,6%	158.715	673.212	-76,4%	192.477	774.170	-75,1%

Πίνακας 5. Αριθμός επιβατών στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2020 vs 2019

KEFALLINIA AIRPORT "ANNA POLLATOU" - 2020 vs 2019

Flights	Domestic			International			Total		
	Month	2020	2019	%Δ	2020	2019	%Δ	2020	2019
JANUARY	111	103	7,8%	3	5	-40,0%	114	108	5,6%
FEBRUARY	102	92	10,9%	2	0		104	92	13,0%
MARCH	94	114	-17,5%	2	2	0,0%	96	116	-17,2%
APRIL	66	134	-50,7%	0	120	-100,0%	66	254	-74,0%
MAY	94	169	-44,4%	0	543	-100,0%	94	712	-86,8%
JUNE	124	280	-55,7%	2	863	-99,8%	126	1.143	-89,0%
JULY	222	376	-41,0%	308	1.089	-71,7%	530	1.465	-63,8%
AUGUST	283	423	-33,1%	708	1.208	-41,4%	991	1.631	-39,2%
SEPTEMBER	153	290	-47,2%	471	872	-46,0%	624	1.162	-46,3%
OCTOBER	126	175	-28,0%	141	263	-46,4%	267	438	-39,0%
NOVEMBER	81	122	-33,6%	3	2	50,0%	84	124	-32,3%
DECEMBER	82	105	-21,9%	6	5	20,0%	88	110	-20,0%
TOTAL EFL	1.538	2.383	-35,5%	1.646	4.972	-66,9%	3.184	7.355	-56,7%

Πίνακας 6. Αριθμός πτήσεων στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2020 vs 2019

Αντίθετα, το 2023, το πρώτο έτος ανάκαμψης του τουρισμού μετά την εμφάνιση της πανδημίας, η Κεφαλονιά κατέγραψε σημαντική αύξηση στις αφίξεις τουριστών από το εξωτερικό με σχεδόν 10.000 επιπλέον επιβάτες σε σύγκριση με το 2022. Αυτή η χρονιά έκλεισε με θετικό πρόσημο και ξεπέρασε το προηγούμενο ρεκόρ, αποδεικνύοντας την δυναμικότητα του νησιού.

Ουσιαστικά, ο αριθμός των επιβατών στο αεροδρόμιο της Κεφαλονιάς αυξήθηκε από 353.750 αφίξεις το 2022 σε 363.092 το 2023, παρουσιάζοντας αύξηση περίπου 2,6%.

Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στο νησί της Κεφαλονιάς, μετρημένες με τον αριθμό εισερχόμενων επιβατών στο αεροδρόμιο, αυξήθηκαν συνολικά κατά 5,25%. Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζεται η αύξηση των επισκεπτών στην Κεφαλονιά το 2023 σε σύγκριση με το 2022.

KEFALLINIA AIRPORT "ANNA POLLATOU" - 2023 vs 2022

Passengers	Domestic			International			Total		
	Month	2023	2022	%Δ	2023	2022	%Δ	2023	2022
JANUARY	3,228	2,477	30.3%	2	2	0.0%	3,230	2,479	30.3%
FEBRUARY	2,906	2,517	15.5%	0	4	-100.0%	2,906	2,521	15.3%
MARCH	3,567	2,897	23.1%	638	484	31.8%	4,205	3,381	24.4%
APRIL	5,625	4,787	17.5%	7,942	10,532	-24.6%	13,567	15,319	-11.4%
MAY	7,762	6,713	15.6%	65,549	63,508	3.2%	73,311	70,221	4.4%
JUNE	14,381	11,913	20.7%	140,089	125,900	11.3%	154,470	137,813	12.1%
JULY	21,764	18,705	16.4%	177,876	173,917	2.3%	199,640	192,622	3.6%
AUGUST	23,542	19,573	20.3%	184,406	181,128	1.8%	207,948	200,701	3.6%
SEPTEMBER	15,580	12,917	20.6%	136,419	129,971	5.0%	151,999	142,888	6.4%
OCTOBER	7,673	6,438	19.2%	33,454	35,129	-4.8%	41,127	41,567	-1.1%
NOVEMBER	4,079	3,551	14.9%	2	666	-99.7%	4,081	4,217	-3.2%
DECEMBER	4,048	3,483	16.2%	1	4	-75.0%	4,049	3,487	16.1%
TOTAL EFL	114,155	95,971	18.9%	746,378	721,245	3.5%	860,533	817,216	5.3%

Πίνακας 7. Αριθμός επιβατών στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2023 vs 2022

KEFALLINIA AIRPORT "ANNA POLLATOU" - 2023 vs 2022

Flights	Domestic			International			Total		
	Month	2023	2022	%Δ	2023	2022	%Δ	2023	2022
JANUARY	101	94	7.4%	5	3	66.7%	106	97	9.3%
FEBRUARY	95	86	10.5%	8	6	33.3%	103	92	12.0%
MARCH	110	98	12.2%	15	14	7.1%	125	112	11.6%
APRIL	133	136	-2.2%	67	103	-35.0%	200	239	-16.3%
MAY	176	193	-8.8%	487	513	-5.1%	663	706	-6.1%
JUNE	288	272	5.9%	998	907	10.0%	1,286	1,179	9.1%
JULY	370	364	1.6%	1,363	1,366	-0.2%	1,733	1,730	0.2%
AUGUST	393	366	7.4%	1,481	1,442	2.7%	1,874	1,808	3.7%
SEPTEMBER	298	275	8.4%	1,014	955	6.2%	1,312	1,230	6.7%
OCTOBER	167	175	-4.6%	298	330	-9.7%	465	505	-7.9%
NOVEMBER	113	111	1.8%	19	15	26.7%	132	126	4.8%
DECEMBER	107	111	-3.6%	6	3	100.0%	113	114	-0.9%
TOTAL EFL	2,351	2,281	3.1%	5,761	5,657	1.8%	8,112	7,938	2.2%

Πίνακας 8. Αριθμός πτήσεων στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2023 vs 2022

3.2 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Το ξενοδοχειακό προϊόν είναι γνωστό για την ετερογένειά του, η οποία αναφέρεται στον συνδυασμό αγαθών και υπηρεσιών, με τα εξής γενικά χαρακτηριστικά του ξενοδοχειακού κλάδου:

- Το ξενοδοχειακό προϊόν που προσφέρεται στην Ελλάδα εμφανίζει διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά, ενώ η ύπαρξη πολλών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων καθιστά την αγορά ως *μονοπωλιακά ανταγωνιστική*.
- Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου είναι η *εποχικότητα*, καθώς παρατηρείται αύξηση της ζήτησης κατά τους θερινούς μήνες, όταν επίσης αυξάνεται η επισκεψιμότητα από τους τουρίστες.
- Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονη *τμηματοποίηση*, λόγω της μεγάλης γκάμας και ποικιλίας των υπηρεσιών που προσφέρονται. Αυτό οδηγεί σε έντονο ανταγωνισμό τόσο μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων της αγοράς όσο και εντός των ίδιων των τμημάτων. Η τμηματοποίηση αυτή θα μελετηθεί παρακάτω.

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί ένα από τα κυριότερα τμήματα της συνολικής τουριστικής εμπειρίας. Στην ξενοδοχειακή βιομηχανία συγκαταλέγονται οι κτιριακές εγκαταστάσεις που προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες. Το προηγούμενο σύστημα κατάταξης ταξινόμησε τις ξενοδοχειακές μονάδες της χώρας σε κατηγορίες Πολυτελείας, Α, Β, Γ, Δ και Ε. Το νέο σύστημα τις κατατάσσει σε κατηγορίες με αστέρια, 5*****, 4****, 3***, 2** και 1*.

Ανάλογα με την περιοχή και τη λειτουργία τους, τα ξενοδοχεία διακρίνονται σε αστικά και εποχιακής λειτουργίας.

Τα αστικά ξενοδοχεία βρίσκονται σε αστικά κέντρα και λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ τα ξενοδοχεία εποχιακής λειτουργίας λειτουργούν κυρίως τους θερινούς μήνες και συνήθως βρίσκονται σε παραθαλάσσιες και νησιωτικές περιοχές. Κάποιοι βασικοί τύποι ξενοδοχείων είναι: Ξενοδοχείο κλασικού τύπου, Ξενοδοχείο Τύπου Μοτέλ, Ξενοδοχείο Τύπου Ξενώνα, Ξενοδοχείο επιπλωμένων καταλυμάτων, Παραδοσιακά καταλύματα, Βίλες, Camping, Κρουαζιερόπλοια. Ενώ κάποια είδη ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι: Ξενοδοχεία πόλης, Ξενοδοχεία σουιτών, Ξενοδοχεία διακοπών, Bed and breakfast, Ξενοδοχεία συνεδριάσεων, Boutique hotels, Θεματικά ξενοδοχεία.

Ο αριθμός των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα το 2021 ανήλθε σε 10.098, το οποίο αναλύεται σε 441.536 δωμάτια και 879.255 κλίνες, παρουσιάζοντας αύξηση

κατά 0,5% το 2021 σε σχέση με το 2020 και 1,3% σε σχέση με το 2019, δηλαδή 127 ξενοδοχειακές μονάδες περισσότερες το 2021 έναντι του 2019. Αύξηση επίσης παρουσιάστηκε στον αριθμό δωματίων, 0,7% το 2021 σε σχέση με το 2020 και 1,1% το 2020 σε σύγκριση με το 2019 και στον αριθμό κλινών, 1,2 % το 2021 σε σχέση με το 2020 και 1,5 % το 2020 σε σύγκριση με το 2019. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 6^η θέση, ενώ πρώτη στην κατάταξη από τις χώρες της ΕΕ-27, είναι η Ιταλία. Τα ξενοδοχεία 4* και 5* αυξήθηκαν κατά 3,5% και 7,5% αντίστοιχα το 2021 σε σχέση με το 2020, επισημαίνοντας την ποιοτική αναβάθμιση του κλάδου.

Τα ξενοδοχεία μεγαλύτερης κατηγορίας αντιστοιχούν περίπου στο μισό της συνολικής προσφοράς δωματίων (28,3% και 22,0% αντίστοιχα) και ο αριθμός τους αυξήθηκε κατά 3,5% και 7,5% αντίστοιχα το 2021 σε σχέση με το 2020, επισημαίνοντας την ποιοτική αναβάθμιση του κλάδου. Αντίθετα, στο μεγαλύτερο ποσοστό ξενοδοχειακών μονάδων εξακολουθεί να ανήκουν οι κατηγορίες 2* με 35% και 3* με 28%.

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται οι όμιλοι ξενοδοχείων στην Ελλάδα:

Όμιλοι	Ξενοδοχεία	Όμιλοι	Ξενοδοχεία	Όμιλοι	Ξενοδοχεία
Across Hotels & Resorts	9	Electra Hotels & Resorts	6	Mitsis Hotels	19
Aegean Star Hotels	5	Elounda Luxury Hotels & Resorts	6	NEILSON	6
Airotel Group	6	Esperia Group	10	PHĀEA Resorts	4
Aks Hotels	2	Georgidakis Family	7	Santikos Collection	5
Aldemar Hotels & SPA	4	GHOTELS	6	Sentido	7
Amalia Hotels	6	GRECOTEL	33	Small Luxury Hotels	4
Aquila Hotels & Resorts	4	H Hotels Collection	6	Sunshine Vacation Clubs	4
Atlantica Hotels	31	Helios Hotels & Resorts	7	The Luxury Collection (Marriot)	10
Best Western	5	Hersonissos group hotels	6	The Myconian Collection	11
Blue Lagoon Group	7	Hotel brain Capital	95	Xenos Group Hotels	13
bluegr Hotels & Resort	5	Ikos resorts	5	Xenotel	3
Caldera Collection	5	Kipriotis Hotels	5	Vasia hotels & resorts	6
Chandris Hotels	3	Koulias hotels	6	Yes Hotels & Restaurants	4
Cyan Group of Hotels	3	Labranda	4	Zeus Hotels	6
Diana Group Hotels	4	Lampsa Helleinic hotels	4	Zeus International/ Wyndham Hotels & Resorts	9
Divani Collection	7	Louis Hotels	6		
Domotel Hotels & Resorts	7	Maris Group Hotels / Metaxas Group of Companies	4		
		MarBella Collection	3		

Πηγή: Ιστοσελίδες ομίλων

Πίνακας 9. Όμιλοι ξενοδοχείων στην Ελλάδα

Εκτός από τους εγχώριους ξενοδοχειακούς ομίλους, υπάρχει έντονο ενδιαφέρον και από τους μεγάλους διεθνείς ξενοδοχειακούς ομίλους (όπως οι Wyndham Hotels and Resorts, Marriott International, Hilton, IGH Hotels and Resorts, Best Western Hotels

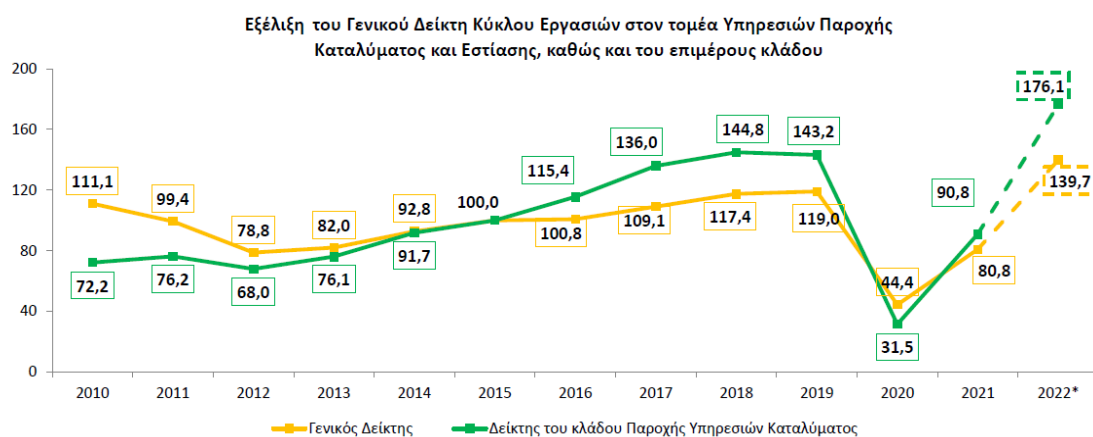
and Resorts και Hyatt Hotels Corporation), για περαιτέρω επέκταση των καταλυμάτων τους.

Ωστόσο, ο ανταγωνισμός είναι αισθητός και από άλλης μορφής καταλύματα, για παράδειγμα διαμερίσματα βραχυχρόνιας μίσθωσης τόσο στην περιοχή της Αττικής, όσο και σε τουριστικές περιοχές. Ο αριθμός των καταλυμάτων αυτού του τύπου στην Αττική υπολογίζεται περίπου σε 3.000 το 2022, με τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Αττική να αριθμούνται στις 689 το 2020, γεγονός που επιδρά στην πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων.

Τέλος, η συνολική εμπορική αξία 74 ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για την περίοδο 2017-2021, διαμορφώνεται σε 2.851 εκατομμύρια € το 2021, με Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) 15,4% κατά τα έτη 2018-2021.

Αναλύοντας την συνεισφορά του κλάδου στο γενικότερο πλαίσιο ανάπτυξης της χώρας παρατηρείται ιδιαίτερη αύξηση κατά την περίοδο 2013-2019 συμβάλλοντας στην αύξηση του ΑΕΠ. Ωστόσο, εξαιτίας της πανδημίας Covid-19, οι δείκτες είναι μειωμένοι για τα έτη 2020-2021, όπως φαίνεται στην Εικόνα 7.

Η σχετική τάση αποτυπώνεται και μέσω της μελέτης επιπλέον δεικτών (βασικά μεγέθη ελληνικού τουρισμού Εικόνα 8) όπως, τα συνολικά ετήσια έσοδα, ο αριθμός των απασχολούμενων, αριθμός δωματίων κ.ά..



*Αφορά στο 1ο, 2ο, 3ο τρίμηνο του 2022
 Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. Έτος Βάσης 2015

Εικόνα 7. Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Παροχής Καταλύματος και Εστίασης

Βασικά μεγέθη ελληνικού τουρισμού	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία	65,0	69,1	63,0	70,0	74,0	76,8	79,9	87,6	89,9	109,2	30,3	58,3
Αφίξεις σε ξενοδοχεία	15,8	16,4	14,5	16,0	17,4	18,5	19,0	20,9	21,9	27,1	8,2	14,6
Έσοδα ξενοδοχείων (€ εκ.)*	4.760	5.089	4.914	5.541	5.652	6.109	5.458	5.995	7.018	8.393	2.021	4.980
Απασχόληση (σε χιλ. άτομα)	63,8	65,0	66,9	61,1	76,6	75,9	79,7	87,5	95,5	94,5	70,2	85,4
Αριθμός ξενοδοχείων	9.732	9.648	9.661	9.677	9.745	9.757	9.730	9.783	9.873	10.121	10.052	10.098
Αριθμός δωματίων	397.660	397.322	399.037	401.332	404.779	406.200	407.146	414.127	425.973	433.689	438.294	441.536
Αριθμός κλινών	763.407	763.668	767.756	773.445	780.721	784.315	788.553	806.045	835.773	798.650	869.250	879.255

* Εκτίμηση ΣΤΟΧΑΣΙΣ
Πηγή: Eurostat. ΕΛ.ΣΤΑΤ.. ΕΕΕ

Εικόνα 8. Βασικά μεγέθη ελληνικού τουρισμού

3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Ως βασικοί ανταγωνιστές του υπό μελέτη τουριστικού καταλύματος θεωρούνται τα ξενοδοχεία και τα τουριστικά καταλύματα γενικότερα που βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή του Καραβομούλου, του οικισμού όπου προγραμματίζεται η κατασκευή του καταλύματος.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της περιφερειακής ενότητας Κεφαλληνίας για το έτος 2023 απεικονίζεται στον παρακάτω πίνακα. Συγκεκριμένα, το νησί διαθέτει 156 μονάδες με 5.838 δωμάτια και 11.802 κλίνες.

	5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΜΟΝΑΔΕΣ	9	29	42	67	9	156
ΔΩΜΑΤΙΑ	650	1819	1623	1634	112	5.838
ΚΛΙΝΕΣ	1395	3703	3216	3244	244	11.802

Πίνακας 10. Ξενοδοχειακό δυναμικό Περιφέρειας Κεφαλονιάς για το 2023

Στην περιοχή του Καραβομούλου, υπάρχουν συνολικά 75 καταλύματα, σύμφωνα με την πλατφόρμα Booking, εκ των οποίων τα 44 έχουν και ιδιωτική πισίνα και μόλις τα 16 από αυτά παρουσιάζουν πολύ καλές αξιολογήσεις σύμφωνα πάντα με την πλατφόρμα

Booking. Η χωρητικότητα των 44 καταλυμάτων με την ιδιωτική πισίνα ποικίλλει, αλλά τα περισσότερα αποτελούνται από δωμάτια χωρητικότητας 2 ατόμων και μόλις τα 9 από αυτά είναι ολόκληρα σπίτια και χωράνε μια οικογένεια αποτελούμενη από 3 άτομα και πάνω. Επιπλέον, οι τιμές κυμαίνονται σε έναν μέσο όρο των 300 € / βραδιά για τα καταλύματα με πισίνα και καλές αξιολογήσεις.

Η Melissani Apartments παρουσιάζει τα παρακάτω πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών του.

- Η τοποθεσία του Melissani Apartments λίγο έξω από τον οικισμό του Καραβομύλου, παρέχει πρόσβαση σε όλα τα αξιοθέατα και παραλίες της περιοχής, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ηρεμία και ιδιωτικότητα των επισκεπτών του, αλλά και την απεριόριστη θέα καθώς θα βρίσκεται λίγο έξω από τον οικισμό σε ύψωμα. Θα βρίσκεται πολύ κοντά στο Λιμνοσπήλαιο της Μελισσάνης που θεωρείται από τα πιο σημαντικά αξιοθέατα καθώς και μόλις 7 χλμ από την παραλία της Αντισάμου, μία από τις δημοφιλέστερες παραλίες του νησιού. Η επιχείρηση θα παρέχει επίσης επαρκή χώρο στάθμευσης προκειμένου να διευκολύνει τους πελάτες να χαλαρώσουν κατά την άφιξή τους.
- Οι ιδιοκτήτες έχουν καλές σχέσεις με όλους τους τοπικούς ηγέτες, εφημερίδες και άλλους. Ως αποτέλεσμα, θα είναι σχετικά εύκολο να εδραιωθεί η φήμη και η αναγνωρισιμότητα του καταλύματος στην τοπική κοινότητα.
- Θα δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις διαδικασίες και στη λειτουργία του καταλύματος, προκειμένου να πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις για την υιοθέτηση του πράσινου τουρισμού ως κύρια επιλογή λειτουργίας.

3.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

3.4.1 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ

Ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση σε κάθε κλάδο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να κατευθύνονται σωστά, προκειμένου να προσφέρουν ανταγωνιστικά προϊόντα που θα ικανοποιούν ένα μεγαλύτερο μερίδιο καταναλωτών. Συγκεκριμένα, στον κλάδο του τουρισμού οι ακόλουθες συνιστώσες αποτελούν βασικούς παράγοντες επιλογής:

- Η υγειονομική και οικονομική κρίση που προήλθε από την πανδημία του Covid-19 προκάλεσε σημαντική μείωση της ζήτησης στον κλάδο του τουρισμού παγκοσμίως, με

αποτέλεσμα και στην Ελλάδα πολλές επιχειρήσεις να οδηγηθούν στην οριστική παύση της λειτουργίας τους.

- Η συναλλαγματική ισοτιμία διαμορφώνει το συνολικό κόστος παραμονής και των άλλων εξόδων ενός ταξιδιού (όπως για παράδειγμα μεταφορά, εστίαση κ.λπ.), καθορίζοντας την ροή ταξιδιωτών προερχόμενων από ισχυρότερες οικονομίες.
- Η αύξηση του πληθυσμού στις αναπτυσσόμενες χώρες σε συνδυασμό με την αύξηση του ορίου ηλικίας και την υπογεννητικότητα στις αναπτυγμένες χώρες, επηρεάζει τη ζήτηση και τις προτιμήσεις για τα τουριστικά προϊόντα.
- Ο τρόπος ζωής στις πόλεις προκαλεί αύξηση των ταξιδιών για αναψυχή και μετακίνηση προς μη αστικές περιοχές.
- Η διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου επηρεάζει τη ζήτηση στον τουρισμό. Όσο περισσότερο ελεύθερο χρόνο έχει κάποιος, τόσο περισσότερο αυξάνεται και η ζήτηση για ταξίδια και διακοπές.
- Παράλληλα το πολιτικό κλίμα που επικρατεί σε κάθε χώρα/περιοχή, το επίπεδο ασφάλειας λόγω εμπόλεμων συγκρούσεων και απειλών από τρομοκρατικές επιθέσεις καθορίζουν την ζήτηση ενός προορισμού. Αντίστοιχα, φυσικά φαινόμενα όπως ο πρόσφατος σεισμός στην Τουρκία το 2023 με χιλιάδες νεκρούς θα αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα επισκεψιμότητας.
- Η σύγκρουση στην Ουκρανία και οι οικονομικές κυρώσεις που έχουν επιβληθεί στη Ρωσία πρόκειται να επηρεάσουν, έως ένα βαθμό, τη ζήτηση των τουριστικών υπηρεσιών καθότι η Ελλάδα δέχεται αξιοσημείωτο αριθμό Ρώσων επισκεπτών με κύρια επίδραση σε προορισμούς θρησκευτικού τουρισμού.
- Ο πολιτιστικός πλούτος της Ελλάδας (μνημεία, μουσεία, αρχαιολογικοί χώροι) προσελκύει πλήθος τουριστών, ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Η διατήρηση και η ανάδειξη του πολιτισμού μέσω σχετικών δράσεων συνεισφέρει σημαντικά στην αύξηση της ζήτησης.
- Παράλληλα τα γεωγραφικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας (ακτές και κλίμα) αποτελούν αντικείμενο ενδιαφέροντος για ακόμα περισσότερους τουρίστες προωθώντας το τρίπτυχο 3S (Sun Sea Sand). Εξαιτίας της εκτεταμένης ακτογραμμής της, η Ελλάδα προσελκύει πολλούς τουρίστες κατά τη θερινή περίοδο.
- Το κλίμα και οι καιρικές συνθήκες επίσης, επηρεάζουν τη ζήτηση για τον τουρισμό.

- Η βελτίωση των υποδομών (αεροδρόμια, λιμάνια, αυτοκινητόδρομοι), η αύξηση των αεροπορικών δρομολογίων, η διαθεσιμότητα των μεταφορικών μέσων (πλοία, σιδηρόδρομοι, αστικές συγκοινωνίες) καθώς και η πρόοδος στις υπηρεσίες επικοινωνίας και διαδικτύου (5G, WiFi), αποτελούν κρίσιμους παράγοντες στον καθορισμό της ζήτησης για το τουριστικό ή ξενοδοχειακό προϊόν, ιδίως για τους τουρίστες που έρχονται από το εξωτερικό. Η προσπάθεια της Ελλάδας για περαιτέρω εκσυγχρονισμό των περιφερειακών αεροδρομίων, καθώς και η είσοδος νέων αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους επηρεάζουν θετικά την επιβατική κίνηση.
- Η συνεχής προβολή της Ελλάδας ως τουριστικός πόλος έλξης σε συνδυασμό με τη φήμη/εμπειρία που ακολουθεί τις επισκέψεις των τουριστών, αποτελούν αναπόσπαστους παράγοντες στην προσέλκυση όλο και μεγαλύτερου πλήθους τουριστών, ειδικότερα τα τελευταία χρόνια μέσω της εξάπλωσης της χρήσης του διαδικτύου.
- Η εποχικότητα αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει την ζήτηση του εισερχόμενου τουρισμού, που έχει ως αποτέλεσμα την ανάλογη προσαρμογή της τουριστικής προσφοράς. Το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας έχει δομηθεί γύρω από το θερινό τουρισμό. Ο θερινός τουρισμός, περιορίζει τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων του κλάδου στους καλοκαιρινούς κυρίως μήνες και σημαντικό στοιχείο αποτελεί η παράταση της τουριστικής περιόδου τα τελευταία χρόνια λόγω των καιρικών συνθηκών.

3.4.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Ο όρος πραγματική ζήτηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας αναφέρεται στο συνολικό ποσό που αγοράζεται σε μια καθορισμένη τιμή σε δεδομένη αγορά μέσα σε ορισμένη χρονική περίοδο.

Σε αυτό το πλαίσιο θεωρείται σημαντικό να προσδιοριστεί η μελλοντική ζήτηση. Με βάση τα δεδομένα του αεροδρομίου Κεφαλονιάς, το 2023 καταγράφηκε αύξηση του αριθμού των επιβατών κατά 5,3% σε σχέση με το 2022, όπως περιγράφονται αναλυτικά στην παράγραφο 3.1.2.4.

Λαμβάνοντας υπόψιν αυτήν την αυξητική τάση στην επισκεψιμότητα του νησιού, καθώς και βασιζόμενοι στο επίπεδο κατανάλωσης ΑΕΠ, εκτιμάται η μελλοντική ζήτηση για την τουριστική περίοδο 2024.

Για το 2024 προβλέπεται ότι οι τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα θα αυξηθούν κατά 5,3% σε ετήσια βάση και αναθεωρούνται ανοδικά, λόγω:

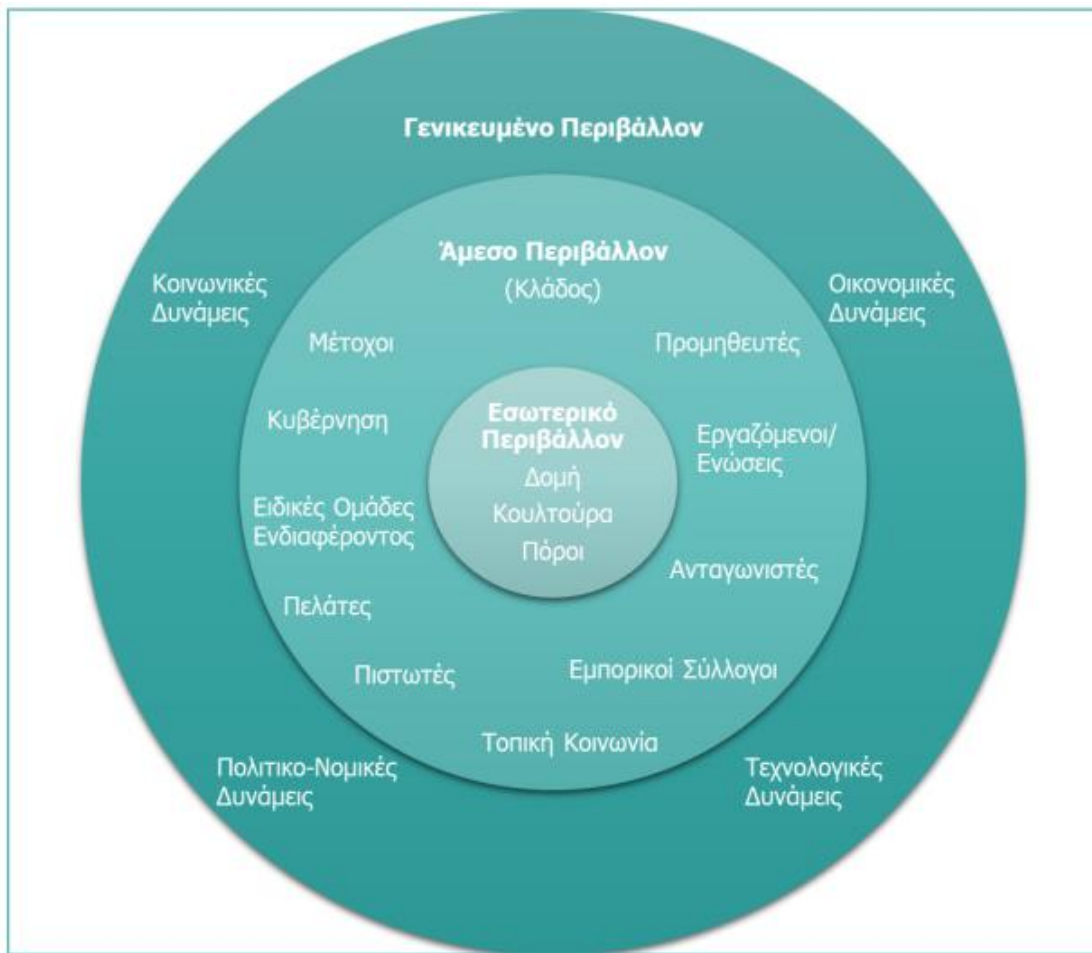
- Της ενδυνάμωσης της ανοδικής τροχιάς του ΑΕΠ το 2023, που μεταφράζεται σε ισχυρότερη από τις αρχικές εκτιμήσεις ώθηση στην τάση του ΑΕΠ κατά το 2024 από την προηγούμενη.
- Της ενίσχυσης των διαθέσιμων δεικτών υψηλής συχνότητας για τους πρώτους μήνες του 2024, οι οποίοι προμηνύουν σταθερή ή ελαφρώς θετική αύξηση του ΑΕΠ.

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Με τις συνεχόμενες μεταβολές που παρατηρούνται, η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος θεωρείται απαραίτητη. Το εξωτερικό περιβάλλον, όπως απεικονίζεται στην Εικόνα 9, διακρίνεται σε μακροπεριβάλλον ή γενικό περιβάλλον και σε μικροπεριβάλλον ή άμεσο περιβάλλον.

Το μακροπεριβάλλον ή γενικό περιβάλλον επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα κάθε εταιρείας που δραστηριοποιείται σε μια συγκεκριμένη χώρα και διακρίνεται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες: το πολιτικό-νομικό περιβάλλον, το οικονομικό, το κοινωνικό και το τεχνολογικό περιβάλλον. Η ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος συνήθως πραγματοποιείται μέσω της μεθόδου Pest, η οποία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις τρέχουσες ή πιθανές αλλαγές και να εκτιμήσουν τον αντίκτυπό τους στον κλάδο και στην επιχείρησή τους.

Το μικροπεριβάλλον ή άμεσο περιβάλλον επηρεάζει τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Αυτές οι επιρροές περιλαμβάνουν την απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών, τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών και των προμηθευτών, την απειλή από υποκατάστατα προϊόντα, την ένταση του υφιστάμενου ανταγωνισμού και τη διαπραγματευτική δύναμη των υπόλοιπων ενδιαφερόμενων ομάδων. Η ανάλυση του μικροπεριβάλλοντος συνήθως πραγματοποιείται με το μοντέλο Porter, το οποίο βοηθά στην κατανόηση των δυνάμεων επίδρασης στην επιχείρηση σε αυτό το επίπεδο.



Εικόνα 9. Περιβαλλοντικές Μεταβλητές

3.5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST

Η ανάλυση PEST είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος. Παρακάτω παρουσιάζεται η Pest Analysis.



Εικόνα 10. Pest Analysis

Πολιτικό-νομικό περιβάλλον (Political)

Η πολιτική/νομική διάσταση αφορά την πολιτική κατάσταση της χώρας, τους νόμους, τους κανονισμούς, τις πολιτικές αποφάσεις και γενικότερα τη στάση της κυβέρνησης, που επηρεάζει τις επιχειρήσεις είτε άμεσα είτε έμμεσα. Παράγοντες που επηρεάζουν το πολιτικό περιβάλλον περιλαμβάνουν τη νομοθεσία, την κυβερνητική σταθερότητα, τις ρυθμιστικές αρχές, και άλλους.

Κάθε επιχείρηση που λειτουργεί υπό συγκεκριμένο πολιτικό καθεστώς είναι υποχρεωμένη να συμμορφώνεται με τους περιορισμούς που ορίζονται από αυτό. Στο πολιτικό πλαίσιο περιλαμβάνονται επίσης οι νόμοι διαμορφώνοντας εγγενείς παραμέτρους όπως η φορολογία.

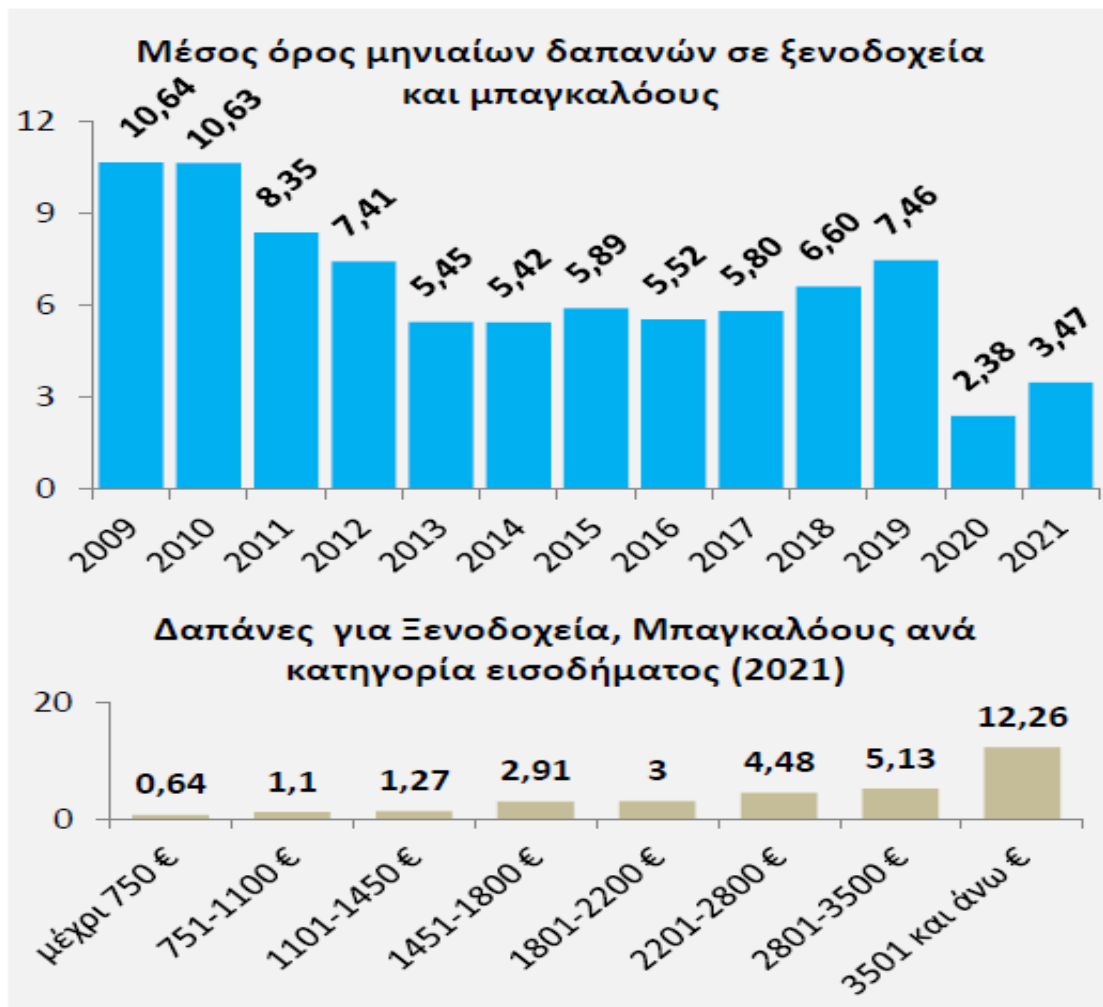
Αποτυπώνοντας την ελληνική πραγματικότητα, η πρότερη πολιτική αστάθεια αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα επιλογής μεταξύ άλλων προορισμών. Παράλληλα, οι κατά καιρούς περίοδοι έντασης με την γειτονική Τουρκία καθώς και οι προσφυγικές ροές άφησαν αποτύπωμα στη διαμόρφωση της αντίληψης προς συγκεκριμένους προορισμούς όπως για παράδειγμα τα νησιά Βορείου Αιγαίου.

Τέλος, η πολιτεία έχει αναθέσει στον ΕΟΤ (Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου) την διαμόρφωση τουριστικής Στρατηγικής και προώθησης του ελληνικού τουρισμού.

Οικονομικό περιβάλλον (Economical)

Το οικονομικό περιβάλλον αναφέρεται στην κατάσταση των κύριων οικονομικών δεικτών μιας χώρας, οι οποίοι μπορούν να επηρεάσουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε αυτή. Αυτοί οι δείκτες περιλαμβάνουν το ακαθάριστο εθνικό προϊόν (ΑΕΠ), τα επιτόκια, την χρηματοδοτική πολιτική, τις πληθωριστικές τάσεις, τα επίπεδα ανεργίας και άλλους οικονομικούς δείκτες.

Το παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον επηρεάζει αισθητά την εξέλιξη του τουρισμού καθορίζοντας σε μεγάλο βαθμό χώρες όπως η Ελλάδα για την οποία ο τουρισμός αποτελεί βασική πηγή εσόδων. Όπως αποτυπώνεται στην Εικόνα 11, οι δαπάνες τουρισμού διαμορφώνονται σχετικά με το εισόδημα των πολιτών. Επιπλέον, αναφορικά με την οικονομική αστάθεια της χώρας η πρόσφατη οικονομική κρίση της Ελλάδος είχε σημαντική επιρροή στον κλάδο του τουρισμού. Παρατηρήθηκε ροπή των πολιτών σε τουριστικά επαγγέλματα ως διέξοδο αύξησης των εσόδων τους. Παρόλα αυτά, συγχρόνως, παρατηρήθηκαν φαινόμενα υπέρογκων χρεώσεων σε τουρίστες δημιουργώντας αρνητικό κλίμα με αξιοσημείωτες επιπτώσεις.



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. – Έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών 2021

Εικόνα 11. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών σε ξενοδοχεία και μπαγκαλούς

Κοινωνικό περιβάλλον (Social)

Το κοινωνικό περιβάλλον αναφέρεται στις κοινωνικές και πολιτιστικές τάσεις που μπορεί να επηρεάσουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν τη διανομή του εισοδήματος, τις αλλαγές στον τρόπο ζωής, τον καταναλωτισμό, τη θέση των γυναικών στην αγορά εργασίας, το επίπεδο μόρφωσης, τις δημογραφικές μεταβολές και άλλους σχετικούς δείκτες.

Κατά την ανάλυση του κοινωνικού περιβάλλοντος, εκτιμώνται παράγοντες όπως οι αξίες, οι ιδέες και οι αντιλήψεις ενός λαού στην διαμόρφωση του τελικού προαναφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Πιο συγκεκριμένα, η αλληλεπίδραση με τον ντόπιο πληθυσμό είναι σημαντική και ικανή να καθορίσει την ελκυστικότητα ή μη ενός ταξιδιωτικού προορισμού. Για παράδειγμα, αποτελεί κοινά αποδεκτό γεγονός η ιδιαιτερότητα της Κρητικής φιλοξενίας, η οποία ελκύει σημαντικό ποσοστό τουριστών. Συνήθειες όπως η προσφορά καλωσορίσματος ή επιδορπίου στα ελληνικά εστιατόρια αποτυπώνει την έντονη αίσθηση προσφοράς ως χαρακτηριστικό διαφοροποίησης μεταξύ άλλων κοινωνικών ομάδων.

Από την άλλη πλευρά, η αλληλεπίδραση είναι αμφίδρομη, απομακρυσμένες περιοχές εξελίχθηκαν και εκσυγχρονίστηκαν αναζητώντας την προσαρμογή στις απαιτήσεις της αγοράς με αποτέλεσμα να αναδειχθούν σε κορυφαίους ταξιδιωτικούς προορισμούς.

Τα οφέλη προς την τοπική κοινωνία υπήρξαν πολυάριθμα όπως νέες θέσεις εργασίας, δυνατότητες αξιοποίησης του τοπικού φυσικού πλούτου, εμπόρια τοπικών προϊόντων κ.ά..

Τεχνολογικό περιβάλλον (Technological)

Το τεχνολογικό περιβάλλον αναφέρεται στις τεχνολογικές τάσεις και τα τεχνολογικά επιτεύγματα που επηρεάζουν τη λειτουργία και τη στρατηγική μιας επιχείρησης. Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν τη διαθεσιμότητα τεχνολογίας, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τις πατέντες, τη βελτίωση της παραγωγικότητας μέσω του αυτοματισμού, τις επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, τις νέες μορφές διανομής, την ικανότητα καινοτομίας, την τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνιών, καθώς και άλλους σχετικούς παράγοντες.

Η Ελλάδα δεν έχει επαρκή ψηφιακή ωριμότητα, τόσο στο οικονομικό, όσο και στο κοινωνικό επίπεδο, καθώς κατατάσσεται στην 25^η θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ-27 στον συνολικό Δείκτη ψηφιακής οικονομίας και κοινωνίας.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν επηρεάσει ολιστικά τον κλάδο του τουρισμού καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό κρατήσεων πραγματοποιείται είτε μέσω διαδικτύου σε αντίστοιχες πλατφόρμες (Booking κτλ), είτε απευθείας μέσω των επίσημων ιστοσελίδων των ξενοδοχείων / καταλυμάτων. Είναι απολύτως απαραίτητο να εξοικειωθούν οι επιχειρήσεις με τα σύγχρονα εργαλεία προώθησης, προκειμένου να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους.

Επιπλέον, η τεχνολογία έχει συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη διαχειριστικών Εργαλείων όπως:

- **Property Management System – PMS** : Εργαλείο ελέγχου που καλύπτει πτυχές όπως η πληρότητα, η διαθεσιμότητα, οι αφίξεις, οι αναχωρήσεις, η τιμολόγηση, οι πληρωμές, η έκδοση παραστατικών και οι προκαταβολές.

- **Reputation Management**: Αφορά ένα πρόγραμμα σύγχρονης διαχείρισης αξιολογήσεων (reviews) από όλους τους Online Φορείς Τουρισμού.

- **Revenue Management**: Αντιπροσωπεύει ένα σύνθετο πρόγραμμα καθορισμού τιμών για τα δωμάτια, το οποίο εξάγει πληροφορίες από το PMS αλλά και από άλλες πηγές.

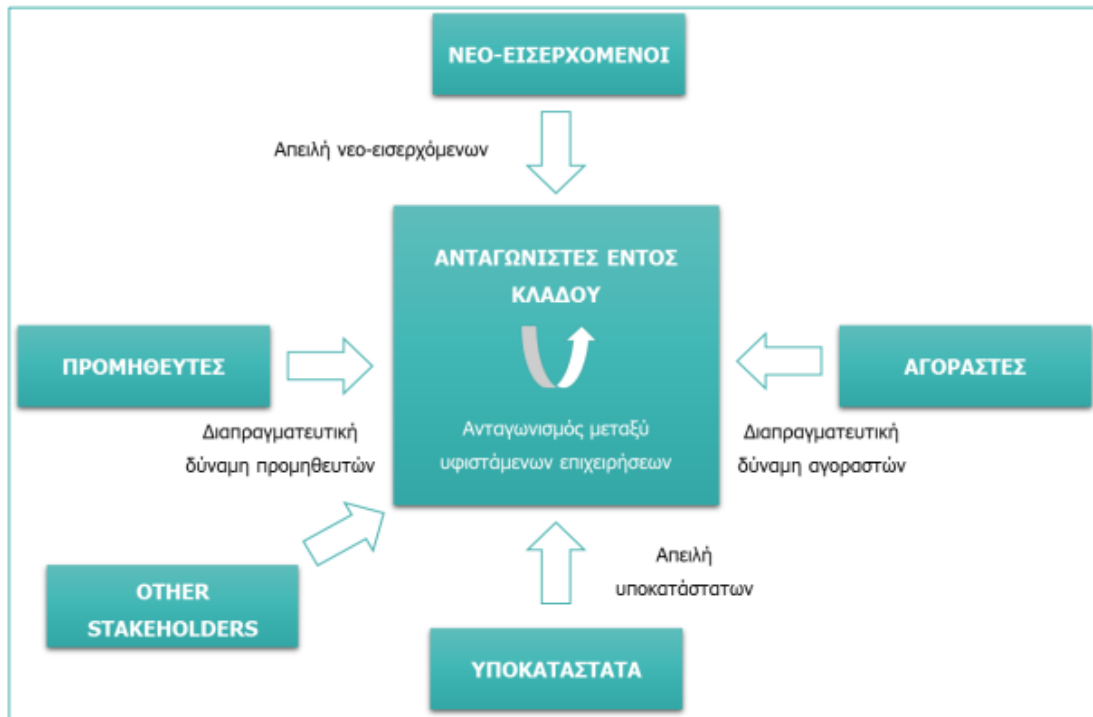
Τέλος, η ενσωμάτωση απτών στοιχείων τεχνολογίας όπως (smart TV) , το ανέπαφο check-in και οι ηλεκτρονικές κλειδαριές καθορίζουν τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών.

Παγκόσμιο περιβάλλον (Global)

Δεδομένης της πρόσφατης συνθήκης της πανδημίας του Covid-19 επιβεβαιώθηκε η σημαντική επίδραση των παγκόσμιων γεγονότων στη λειτουργικότητα των χώρων. Κατά την περίοδο της πανδημίας, το 2020 και εξαιτίας της εφαρμογής περιοριστικών μέτρων ανά τον κόσμο, παρατηρήθηκε καθοριστική μείωση των εν λειτουργία ξενοδοχείων της τάξεως του 40%, προβάλλοντας την ανάλογη μείωση στο συνολικό κέρδος του κλάδου. Ακόμη και έπειτα από την αποκλιμάκωση της κατάστασης και της επιστροφής σε επίπεδα πρότερης κανονικής λειτουργίας, η εκτίμηση για άμεση ανάκαμψη στα επίπεδα αναφοράς αποτυπώνεται μειωμένη (32,6%). Παράλληλα, κατά αντιστοιχία ενός φαινομένου με παγκόσμια απήχηση αναφέρεται ο πόλεμος στην Ουκρανία, ο οποίος επηρέασε ουσιαστικά τον κλάδο.

3.5.2 ANALYSE PORTER

Το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter αναγνωρίζει και αναλύει πέντε ανταγωνιστικές δυνάμεις που προσδιορίζουν τη δομή ενός κλάδου και συνεισφέρουν στον εντοπισμό των αδυναμιών και δυνατοτήτων του. Αυτό το μοντέλο χρησιμοποιείται συχνά ώστε να αναλυθεί η ανταγωνιστική κατάσταση μιας επιχείρησης στον κλάδο, επιτρέποντας την καλύτερη καθοδήγηση της εταιρικής στρατηγικής.



Εικόνα 12. Το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter

1. Απειλή νεοεισερχόμενων

Για μία τέτοια επένδυση απαιτούνται σημαντικά χρηματικά ποσά, καθώς και τα έξοδα κατασκευής ενός τουριστικού καταλύματος και η απόκτηση του απαραίτητου εξοπλισμού είναι αρκετά ανεβασμένα. Επιπλέον, οι υφιστάμενες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ήδη στον κλάδο, διαθέτουν την απαιτούμενη τεχνογνωσία και τις συνδέσεις που τους επιτρέπουν να ελαττώσουν το κόστος λειτουργίας τους. Αυτό οδηγεί στην ανάγκη της προσφοράς μίας διαφοροποιημένης υπηρεσίας, ώστε να μπορέσει να προσελκύσει πελάτες. Έτσι, συμπεραίνεται ότι η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων είναι χαμηλή.

Ο ρυθμός ανάπτυξης του κλάδου των ξενοδοχείων/τουριστικών καταλυμάτων είναι ανοδικός την περίοδο 2011-2019, με ΜΕΡΜ 6,5%. Σημειώνεται ότι ο ΜΕΡΜ της περιόδου 2011-2021 διαμορφώθηκε οριακά θετικός (0,4%), καθώς έπαιξε σημαντικό ρόλο η εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19. Το 2021, ο εξεταζόμενος κλάδος παρουσίασε αύξηση 146,4% σε σχέση με το 2020, όπως επίσης το 2023 ο κλάδος έφτασε πάλι σε αρκετά υψηλά επίπεδα.

Οι παραπάνω παράγοντες δημιουργούν κατάλληλο περιβάλλον για την εισαγωγή νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Επίσης αξίζει να σημειωθεί πως παρά τον πόλεμο

στην Ουκρανία και την ενεργειακή κρίση, εκτιμάται ότι δε θα υπάρξουν εμπόδια στην είσοδο νέων επιχειρήσεων. Η ένταξη νέων επιχειρήσεων στον κλάδο δεν απαιτεί σημαντικές χρηματοδοτικές επενδύσεις, ούτε ιδιαίτερη τεχνογνωσία στον κλάδο της τουριστικής και ξενοδοχειακής αγοράς γενικότερα, αυξάνοντας ακόμη περισσότερο την πιθανότητα εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Παρά το αυστηρό θεσμικό πλαίσιο στον κλάδο και την ανάγκη να εξετάζεται η προοπτική κάθε νέας επένδυσης, δεν υπάρχουν σημαντικά εμπόδια για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Επιπλέον, παρατηρείται σαφής διαφοροποίηση μεταξύ του διαφόρων τομέων του κλάδου, γεγονός που διευκολύνει την είσοδο νέων επιχειρήσεων και ενισχύει τον ανταγωνισμό.

2. Διαπραγματευτική δύναμη πελατών / αγοραστών

Οι πελάτες είναι εκείνοι που πιέζουν συνήθως τη βιομηχανία να ελαττώσει τις τιμές της, ταυτόχρονα διατηρώντας υψηλή την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών ενισχύεται όταν υπάρχει χαμηλό κόστος αλλαγής σε ανταγωνιστικά ξενοδοχεία / καταλύματα. Λαμβάνοντας υπόψιν ότι οι τιμές των ξενοδοχείων στο νησί κυμαίνονται πάνω κάτω στα ίδια πλαίσια καθώς και ότι υπάρχει πληθώρα ξενοδοχειακών μονάδων, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών αυξάνεται εντονότερα. Επιπλέον, λόγω της ύπαρξης έντονης διαφοροποίησης μεταξύ των καταλυμάτων, αναφορικά με το μέγεθος, την επωνυμία αλλά ακόμα και την «εμπειρία», η διαπραγματευτική τους δύναμη αυξάνεται. Αναλογιζόμενοι δε ότι στον κλάδο υπάρχουν πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες απειλούνται και από τους tour operators με εξαγορά, ενισχύεται ακόμη περισσότερο η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

3. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι η ικανότητά τους να επηρεάσουν τις τιμές των προϊόντων τους ή την ποιότητά τους. Αξιολογείται συχνά ως χαμηλή, καθώς η εταιρεία ενδέχεται να μην είναι σε θέση να αντιμετωπίσει αύξηση στις τιμές των προμηθευτών, με αποτέλεσμα να μειώνεται αυτόματα η κερδοφορία της. Η πληθώρα των διαθέσιμων προμηθευτών και η δυνατότητα υποκατάστασης των προϊόντων τους καθιστούν περιορισμένη τη διαπραγματευτική τους δύναμη. Για παράδειγμα, οι προμήθειες πρωινού ή/ και καθαριστικών βρίσκονται σε αφθονία, γεγονός που δίνει τη δυνατότητα εναλλαγής ανάμεσα στους προμηθευτές. Επιπλέον, η απειλή από την κατεύθυνση της κατάργησης προμηθευτών προς τα εμπρός δεν υφίσταται, γεγονός που συνεισφέρει στην ελάττωση της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών.

4. Απειλή από υποκατάστατες υπηρεσίες

Υποκατάστατες υπηρεσίες για τον ξενοδοχειακό κλάδο μπορεί να θεωρηθούν άλλες μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα το camping. Παρά το γεγονός ότι το κόστος αλλαγής σε εναλλακτικές μορφές μπορεί να θεωρηθεί χαμηλό, εξαιρουμένων των πολυτελών ξενοδοχείων, η παροχή υπηρεσιών σε τέτοιες μορφές τουρισμού είναι περιορισμένες. Η επιλογή εξαρτάται, συνεπώς, από την εμπειρία που επιθυμεί να έχει ο πελάτης σε συνδυασμό με τις οικονομικές του δυνατότητες. Οι κύριες απειλές προέρχονται από πελάτες που είναι ευαίσθητοι στην τιμή και προτιμούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού ή καταλυμάτων, αυξάνοντας τον κίνδυνο υποκατάστασης των υπηρεσιών. Έτσι, η απειλή από υποκατάστατες υπηρεσίες χαρακτηρίζεται μέτρια προς υψηλή.

5. Ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου

Η συνεχής αύξηση της ξενοδοχειακής αγοράς τα τελευταία έτη, δημιουργεί ευκαιρίες στον κλάδο. Στον κλάδο λειτουργούν αρκετές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες ανταγωνίζονται μεταξύ τους ακόμη και στις υπηρεσίες που προσφέρονται γεγονός που αυξάνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Επιπλέον, λόγω της χαμηλής πιστότητας των αγοραστών στο brand μιας και υπάρχει πληθώρα παρεχόμενων εναλλακτικών, ο ανταγωνισμός οξύνεται ακόμη περισσότερο. Επομένως, η ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο είναι υψηλή.

3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η αξιολόγηση του εσωτερικού περιβάλλοντος πραγματοποιείται με την ανάλυση SWOT. Αυτή η ανάλυση περιλαμβάνει τα δεδομένα του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης και στοχεύει στην αξιολόγηση των δυνατών και αδύναμων σημείων του εσωτερικού περιβάλλοντος, καθώς και στην ανάλυση των ευκαιριών και των απειλών που προκύπτουν από το εξωτερικό της περιβάλλον. Πρόκειται για ένα ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη του στρατηγικού σχεδιασμού κάθε επιχείρησης, καθιστώντας πιο εύκολη τη λήψη σημαντικών αποφάσεων για την επίτευξη των επιχειρηματικών της στόχων.

Παρακάτω, παρουσιάζεται η ανάλυση SWOT για την επιχείρηση «Melissani Apartments».

SWOT Analysis

STRENGTHS

- Γνώση επενδυτή στον τουριστικό τομέα
- Καταγωγή των ιδιοκτητών από το νησί
- Νεόδμητες εγκαταστάσεις
- Επέκταση της υπάρχουσας ιδιόκτητης εγκατάστασης
- Αυτοτελείς κατοικίες που ανταποκρίνονται στην επιλογή της πλειοψηφίας των τουριστών
- Τοποθεσία επένδυσης σε μέρος όπου είναι άμεσα προσβάσιμο σε όλα τα αξιοθέατα του νησιού.
- Οικογενειακού χαρακτήρα εταιρία με καταγωγή από το νησί από το οποίο απορρέει το γεγονός ότι θα είναι φιλόξενη και ποιοτική η εξυπηρέτηση.
- Φιλικές προς το περιβάλλον εγκαταστάσεις με τεχνολογίες εξοικονόμησης ενέργειας.
- Κατοχή οικοπέδου για την επένδυση
- Φιλοξενία και αίσθηση ασφάλειας που παρέχει το νησί.

WEAKNESSES

- Αποτελεί ένα προϊόν μαζικού τουρισμού.
- Μικρή ξενοδοχειακή μονάδα με περιορισμένη δυναμικότητα.
- Η μη ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού για να προσελκύσει τουρίστες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- Πρώτη επένδυση που γίνεται από τους ιδιοκτήτες στο νησί.
- Μη ανεπτυγμένο κέντρο υγείας του νησιού.
- Σχετικά μεγάλη απόσταση από τα κύρια αστικά κέντρα της Ελλάδας,

OPPORTUNITIES

- Οι διάφορες μορφές χρηματοδότησης και οι χορηγίες από την Ευρωπαϊκή Ένωση που παρέχονται σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- Προσιτές τιμές στην τοπική αγορά του νησιού για τους τουρίστες.
- Δυνατότητα για ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού και προσέλκυση επιπλέον τουριστών.
- Αύξηση του τουριστικού ρεύματος στην Κεφαλονιά τα τελευταία χρόνια.
- Συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία εξωτερικού μέσω του ξενοδοχείου που έχει ήδη στην κατοχή του ο επενδυτής.

THREATS

- Οικονομική κρίση και ανεργία.
- Εποχική ζήτηση.
- Έντονος ανταγωνισμός με τις υπόλοιπες ξενοδοχειακές μονάδες του νησιού.
- Πιθανή αδυναμία εύρεσης εξειδικευμένων συνεργείων στην τοπική αγορά για την εκτέλεση των εργασιών.
- Πιθανή αδυναμία εύρεσης εξειδικευμένου προσωπικού για την στελέχωση καθώς αποτελεί εποχική εργασία.
- Πιθανή αδυναμία εύρεσης εξειδικευμένου προσωπικού για την στελέχωση καθώς αποτελεί εποχική εργασία.
- Γραφειοκρατία της χώρας.
- Αυξημένοι φορολογικοί συντελεστές.
- Πίεση από πλατφόρμες κρατήσεων για χαμηλότερες τιμές.

Πίνακας 11. SWOT Analysis για την Melissani Apartments

3.7 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Σε αυτή την ενότητα θα διαμορφωθεί η στρατηγική για την Melissani Apartments. Η διαδικασία διαμόρφωσης της στρατηγικής περιλαμβάνει τον προσδιορισμό της αποστολής της επιχείρησης, τον καθορισμό των στόχων της, καθώς και την ανάπτυξη στρατηγικών και πολιτικών.

Η αποστολή της επιχείρησης επικεντρώνεται στην παροχή υψηλής ποιότητας ξενοδοχειακών υπηρεσιών στους πελάτες της, προσφέροντας μία ξεχωριστή εμπειρία διακοπών στην Κεφαλονιά. Η επιχείρηση θέτει ως προτεραιότητα την ικανοποίηση των ατομικών επιθυμιών κάθε επισκέπτη, προσφέροντας προσαρμοσμένες υπηρεσίες και προγράμματα που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες τους.

Η Στρατηγική διακρίνεται σε τρία επίπεδα, την επιχειρησιακή, την επιχειρηματική και τη λειτουργική στρατηγική.

(α) Επιχειρησιακή στρατηγική: καθορίζει το πεδίο δράσης μιας επιχείρησης σε όρους κλάδων και των αγορών. Περιλαμβάνει τις αποφάσεις για την εφαρμογή νέων έργων, την κατανομή πόρων και άλλων πτυχών. Αναδεικνύει τη γενική προσέγγιση της επιχείρησης, τη διοίκηση διαφορετικών δραστηριοτήτων, το είδος των δραστηριοτήτων που θα πρέπει να ακολουθήσει και άλλα σχετικά θέματα.

(β) Λειτουργική στρατηγική. Κύριος στόχος της είναι να επιτύχει τη μέγιστη παραγωγικότητα των πόρων. Αναπτύσσεται σύμφωνα με την Επιχειρησιακή και την Επιχειρηματική Στρατηγική. Μέσω της λειτουργικής στρατηγικής, κάθε τμήμα συντονίζει τις δράσεις και τις ενέργειές του για να βελτιώσει την αποδοτικότητά του.

(γ) Επιχειρηματική στρατηγική, η οποία ενεργοποιείται σε επίπεδο Διεύθυνσης και κυρίως στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά. Η στρατηγική αυτή αποσκοπεί στην αύξηση του κέρδους και στο συνδυασμό διαφορετικών δραστηριοτήτων προς επίτευξη των στόχων της.

Σύμφωνα με τον Porter τρεις είναι οι κύριες στρατηγικές:

-Cost leadership: στόχος είναι η παραγωγή χαμηλού κόστους και να αποτελεί παραγωγό χαμηλού κόστους στον κλάδο.

-Differentiation: στόχος είναι η προσφορά μοναδικών προϊόντων που ευρέως δίνεται αξία από τους αγοραστές.

-Focus: στοχεύει σε ένα πλεονέκτημα κόστους ή σε πλεονέκτημα διαφοροποίησης.



Εικόνα 13. Στρατηγικές Porter

Η επιχειρηματική στρατηγική του εξεταζόμενου τουριστικού καταλύματος βασίζεται στη διαφοροποίηση. Αυτή επιτυγχάνεται μέσω της προσφοράς υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, με κατοικίες που διακρίνονται για την αισθητική τους και τη θέα στη θάλασσα.

Στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών, δημιουργώντας μια μοναδική εμπειρία διαμονής. Η βασική προτεραιότητα παραμένει η συνεχής βελτίωση μέσω της παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών. Επιπλέον, σκοπός της εταιρείας είναι να προσφέρει και πρόσθετες υπηρεσίες στους πελάτες, όπως ενοικίαση αυτοκινήτου, ενοικίαση σκάφους ή ακόμα και οργανωμένες εξορμήσεις στα διάφορα σημεία του νησιού. Οι επισκέπτες θα απολαμβάνουν τη μοναδική φιλοξενία του νησιού και τις πολυτελείς παροχές του καταλύματος μέσω εξατομικευμένης εξυπηρέτησης. Με τον τρόπο αυτό, θα δημιουργηθεί στους πελάτες ένα αίσθημα ασφάλειας, εμπιστοσύνης και οικειότητας ενισχύοντας έτσι την υπεροχή της εταιρείας έναντι των ανταγωνιστών που εστιάζουν συχνά στην αύξηση των εσόδων από πελάτες.

Η αισθητική του χώρου και η διαμόρφωση των δωματίων καθώς και όλου του τουριστικού καταλύματος θα είναι σχεδιασμένες με ιδιαίτερη λεπτομέρεια προκειμένου να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό. Στόχος θα είναι, η ανάδειξη της τοποθεσίας των καταλυμάτων και η εξασφάλιση άνεσης στους φιλοξενούμενους.

3.8 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.8.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΧΟΥ

Προκειμένου η Melissani Apartments να διεκδικήσει μία ανταγωνιστική θέση μεταξύ των τουριστικών καταλυμάτων στην περιοχή της Κεφαλονιάς πρέπει να καθορίσει την αγορά – στόχο.

Η αγορά που απευθύνεται το τουριστικό κατάλυμα αποτελείται κατά βάση από την αγορά της Ελλάδας και από την Ευρωπαϊκή αγορά. Επίσης ως μελλοντικό στόχο μετά από μία πενταετία έχει θέσει να μπορέσει να προσελκύει τουρίστες από όλο τον κόσμο.

Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή και εγχώρια αγορά είναι μία καλή βάση εκκίνησης λόγω της διαφορετικότητας του νησιού και του γεγονότος ότι υπάρχει προτίμηση των Ευρωπαίων για τα ελληνικά νησιά και πόσο μάλλον για τα μη κορεσμένα.

Το τουριστικό κατάλυμα απευθύνεται σε ταξιδιωτικά πρακτορεία στην Ελλάδα και στην Ευρώπη καθώς και σε ιδιώτες από αυτές τις αγορές με σκοπό να προσελκύσει ταξιδιώτες αναψυχής και επαγγελματίες οι οποίοι θέλουν να επισκεφτούν το νησί της Κεφαλονιάς (business and leisure travelers). Επίσης απευθύνεται σε ομάδες που επιλέγουν θρησκευτικό τουρισμό κυρίως την περίοδο του 15Αύγουστου. Τέλος, στοχεύει στην προσέλκυση τουριστών οι οποίοι είναι δικαιούχοι παροχών του κράτους όπως για παράδειγμα των προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού.

3.8.2 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η εταιρεία σχεδιάζει να προβεί σε μια ενεργητική είσοδο με την υλοποίηση της προτεινόμενης επένδυσης στον χώρο του τουριστικού κλάδου στο νησί της Κεφαλονιάς. Κρίνεται λοιπόν απαραίτητο η στρατηγική Μάρκετινγκ που πρόκειται να ακολουθήσει η εταιρεία, να της προσδώσει την μεγαλύτερη ωφέλεια έτσι ώστε να τοποθετηθεί στην συνείδηση των πελατών σαν μία σύγχρονη, φιλόξενη και ανταγωνιστική επιχείρηση τουριστικών υπηρεσιών.

Λαμβάνοντας υπόψιν όλες τις στρατηγικές που προσφέρονται, η Melissani Apartments επέλεξε την εφαρμογή της στρατηγικής ανταγωνισμού μέσω της δημιουργίας καλής φήμης. Η εταιρεία στοχεύει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω της εστίασης στη διαφοροποίηση, με στόχο την είσοδο στην αγορά και στη συνέχεια την εδραίωσή της, προκειμένου να προχωρήσει σε περαιτέρω ανάπτυξη στο μέλλον.

3.8.2.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Αρχικά, στόχος του εξεταζόμενου τουριστικού καταλύματος κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας αποτελεί καθ' όλη την διάρκεια της τουριστικής περιόδου η κράτηση εκείνου του ποσοστού της δυναμικότητάς της, ώστε να της εξασφαλίσει την βιωσιμότητά της.

Η αγορά τουρισμού μετά την πανδημία δεν έχει επιστρέψει πλήρως στα προ-covid επίπεδα. Κατά αυτό τον τρόπο εκτιμάται το τουριστικό κατάλυμα στον δεύτερο χρόνο λειτουργίας του να λάβει μεγαλύτερα ποσοστά κρατήσεων δεδομένου ότι θα έχει ήδη έναν χρόνο λειτουργίας και προβλέπεται η προσέλκυση τουριστών να είναι μεγαλύτερη. Έτσι θα ενταχθεί δυναμικά στην επιλεγμένη αγορά και θα αποσπάσει ένα ικανοποιητικό μερίδιο, ενώ θα προσδοκά ένα μικρό περιθώριο κέρδους.

Εκτιμάται, λοιπόν, ότι με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση θα έχει καταφέρει να εδραιωθεί στον τουριστικό κλάδο της Κεφαλονιάς με αρχική στόχευση την βιωσιμότητα και εν συνεχεία την αύξηση των κερδών.

3.8.3 STP PROCESS

Segmentation (Τμηματοποίηση)

Η τμηματοποίηση της αγοράς αναφέρεται στην ανάλυση και διαίρεση της αγοράς σε ομοιογενείς ομάδες αγοραστών με ομοιόμορφες ανάγκες, χαρακτηριστικά και συμπεριφορές, βασισμένες σε συγκεκριμένα κριτήρια.

Τα κριτήρια τμηματοποίησης είναι τα ακόλουθα:

- Γεωγραφικά
- Δημογραφικά
- Ψυχογραφικά
- Αγοραστικής συμπεριφοράς

Η Melissani Apartments έχει στόχο να προσφέρει διαμονή υψηλής ποιότητας προσφέροντας όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες στους πελάτες της. Για αυτό το λόγο, η τμηματοποίηση θα γίνει τόσο με δημογραφικά όσο και με ψυχογραφικά κριτήρια.

Πιο συγκεκριμένα, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν την ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το επάγγελμα και την απασχόληση, το επίπεδο εκπαίδευσης και

την οικογενειακή κατάσταση. Τα καταλύματα θα στοχεύσουν κυρίως σε ηλικίες 30+, με σχετικά υψηλό εισόδημα και κυρίως σε οικογένειες, ζευγάρια ή και φίλους. Τα σπίτια θα είναι διαχωρισμένα και με χωρητικότητα διαφορετική το καθένα μεταξύ τους έτσι ώστε να καλύπτει ένα ευρύ φάσμα των γκρουπ ατόμων που θα μπορεί να φιλοξένει. Φυσικά μπορεί να στοχεύσει και σε παρέα φίλων οι οποίοι είναι διατεθειμένοι να μοιράσουν τα έξοδα και να απολαύσουν τις υπηρεσίες του καταλύματος. Επιπλέον, η επιχείρηση δεν στοχεύει μόνο σε ημεδαπούς αλλά και ξένους τουρίστες από διαφορετικές εθνότητες.

Όσον αφορά τα ψυχογραφικά στοιχεία, ο διαχωρισμός των επισκεπτών σε διαφορετικές ομάδες βασίζεται στην κοινωνική θέση, τον τρόπο ζωής και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του καθενός. Τα καταλύματα προσδίδουν αξία στον πελάτη και προσφέρουν ξεχωριστή εμπειρία σε σχέση με άλλα καταλύματα, όπως φανταστική θέα στη θάλασσα, πισίνα με διάφορες απολαύσεις, πάρκινγκ, δραστηριότητες και ένα κατάλυμα αποκλειστικά για εκείνον και την οικογένειά του. Με βάση όλα αυτά, η αγορά στόχος είναι προσανατολισμένη σε εκείνο τον πελάτη που θέλει να απολαύσει ήρεμες και με αρκετές ανέσεις διακοπές προσφέροντάς του ένα ολοκληρωμένο πακέτο εμπειριών και ανέσεων.

Τέλος, η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει και άλλα δύο είδη τμηματοποίησης, όπως τμηματοποίηση αγοραστικής περίπτωσης και τμηματοποίηση περίπτωσης χρήσης, όπως για παράδειγμα ζευγάρια που θέλουν να περάσουν στην Κεφαλονιά μια ρομαντική απόδραση ή ακόμα και το ταξίδι του μέλιτος.

Με την κατάλληλη τμηματοποίηση, η επιχείρηση ελαττώνει τα έξοδα προώθησης και έχει τη δυνατότητα για καλύτερη ανάλυση των καταναλωτών που θέλει να προσελκύσει. Ένας από τους σημαντικότερους τρόπους τμηματοποίησης στον τουριστικό κλάδο βασίζεται στον σκοπό του ταξιδιού του επισκέπτη. Είναι ουσιώδες να καταγράφεται ο τύπος του ταξιδιού που πραγματοποιεί ο κάθε επισκέπτης, προκειμένου να κατανοηθούν καλύτερα οι λόγοι που επέλεξε τον συγκεκριμένο προορισμό.

Targeting (Στόχευση)

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας της τμηματοποίησης, η επιχείρηση πρέπει να αξιολογήσει τα διάφορα τμήματα που έχει δημιουργήσει και να καθορίσει πόσα και ποια θα στοχεύσει, με ποια σειρά και με ποιους τρόπους, προκειμένου να ασκήσει την επιχειρηματική της δραστηριότητα.

Ο κύριος στόχος κάθε επιχείρησης είναι το κέρδος, για αυτό η καθοριστική αγορά που επιλέγει η επιχείρηση πρέπει να επιλεγεί με προσοχή, προκειμένου να δημιουργηθεί ένα σωστό σχέδιο Μάρκετινγκ. Η στρατηγική πρέπει να εστιάζεται στον μεμονωμένο επισκέπτη που επιθυμεί να ξεφύγει από τις μεγάλες πόλεις και από την φασαρία του κέντρου, έχοντας μπροστά του μόνο το απέραντο γαλάζιο του νησιού. Η Κεφαλονιά τα τελευταία χρόνια αν και είναι ένας σχετικά μακρινός προορισμός από την Αθήνα, έχει αναπτύξει καλό συγκοινωνιακό και εύκολα προσβάσιμο δίκτυο για όλους τους επισκέπτες.

Επιπλέον, ο επισκέπτης που επιλέγει ως τόπο διακοπών την Κεφαλονιά αναζητά και πολυτελείς αλλά και πιο εναλλακτικές διακοπές.

Παρατηρείται λοιπόν ότι υπάρχει ένα ευρύ φάσμα πελατών και πολλοί μάλιστα είναι διατεθειμένοι να χαλάσουν αρκετό μέρος των χρημάτων τους στις διακοπές τους. Αυτό δείχνει ότι έχουν τη δυνατότητα να καταναλώσουν αρκετά μεγάλα ποσά χρημάτων εντός του προορισμού, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο το συνολικό ΑΕΠ του νησιού. Σε αυτό το ποσοστό των επισκεπτών θα πρέπει να στοχεύσει και η συγκεκριμένη επιχείρηση.

Positioning (Τοποθέτηση)

Η τοποθέτηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας αναφέρεται στην διαδικασία σχεδιασμού της εικόνας μια επιχείρησης και της προσφερόμενης υπηρεσίας στο μυαλό των καταναλωτών, με στόχο να κατακτήσει μια μοναδική θέση αξίας σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Η διαδικασία τοποθέτησης είναι κρίσιμη για την επιχείρηση, απαιτώντας εκτενή έρευνα της ευρύτερης αγοράς πριν από την τμηματοποίησή της.

Τα στάδια κατά την διαδικασία τοποθέτησης είναι τα εξής:

- Αναγνώριση ανταγωνιστών
- Προσδιορισμός του τρόπου αντίληψης και αξιολόγησης των ανταγωνιστών από τον καταναλωτή
- Καθορισμός θέσεων των ανταγωνιστών
- Ανάλυση καταναλωτών- πελατών
- Επιλογή θέσης του προϊόντος της επιχείρησης
- Παρακολούθηση της θέσης

Με βάση όσων αναφέρθηκαν παραπάνω, αλλά και από την τμηματοποίηση και στόχευση, απορρέει το συμπέρασμα ότι το κατάλυμα θα πρέπει να προσανατολιστεί σε οικογένειες, νέους και ζευγάρια με μοναδική επιθυμία να περάσουν τις διακοπές τους με τους συντρόφους και τους φίλους αντίστοιχα. Είναι εκείνοι οι άνθρωποι που θέλουν να κάνουν ένα διάλειμμα από τους καθημερινούς ρυθμούς της ζωής και εκείνοι που είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν χρήματα στον τόπο που θα πάνε διακοπές. Επίσης είναι και οι τουρίστες του εξωτερικού που είναι άνθρωποι που έρχονται στην χώρα μας και είναι διατεθειμένοι να χαλάσουν μεγάλο ποσοστό των χρημάτων τους για να απολαύσουν τις μοναδικότητες που έχει η Ελλάδα.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να τονιστεί ότι μια από τις σημαντικότερες ομάδες που στοχεύει η επιχείρηση είναι οικογένειες με παιδιά. Αποτελούν μια ομάδα που θέλουν ένα οργανωμένο μέρος που θα τους παρέχει κάποιες ανέσεις και ευκολίες όπως κουζίνα για να μαγειρεύουν. Επιπλέον, πολλοί από αυτούς επιλέγουν στις διακοπές τους να παραμένουν στο κατάλυμα και όχι να βγαίνουν για διασκέδαση σε σχέση με τους νέους.

Αντίθετα, οι νέοι αποτελούν την πιο δυναμική ομάδα κάθε άλλης ηλικίας και έχουν την τάση να κοινωνικοποιούνται έντονα. Λόγω αυτού του γεγονότος, το αίσθημα της ανάγκης να βρίσκονται συνέχεια σε ένα φιλικό περιβάλλον, απολαμβάνοντας τον ελεύθερο χρόνο τους, μέσα από δραστηριότητες, τους μετατρέπει σε ιδανικό πληθυσμό στόχευσης για την επιχείρηση. Αν και το εισόδημα των νέων που τώρα ξεκινούν την καριέρα τους μπορεί να είναι σχετικά μικρό, έχει παρατηρηθεί ότι πολλοί αναζητούν αυτόνομα και σχετικά πολυτελή σπιτία για να περάσουν τις διακοπές τους.

Συνοψίζοντας, η διαδικασία τοποθέτησης είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη στρατηγική της διαφοροποίησης. Η επιχείρηση έχει ως στόχο την αποτελεσματική εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των αναγκών των πελατών, προσφέροντάς τους μια μοναδική εμπειρία, κάνοντας τις διακοπές τους ξεχωριστές και με γνώμονα ότι θα τους δώσει κίνητρα για να ξανά επιστρέψουν και να ξανά προτιμήσουν τον προορισμό αυτό.

Το τουριστικό μοντέλο που κυριαρχούσε ως τώρα όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, βασίζεται στη μαζική παροχή τουριστικών υπηρεσιών χαμηλού κόστους και χαμηλής ποιότητας. Στόχος της προτεινομένης επένδυσης είναι να διαφοροποιηθεί από αυτή την νοοτροπία και να δώσει έμφαση στην ικανοποίηση του πελάτη και στην παροχή υψηλών επιπέδων εξυπηρέτησης. Τελικός στόχος, ο πελάτης να αποτελέσει την καλύτερη διαφήμιση του καταλύματος και όταν αποφασίσει ξανά να ταξιδέψει να επιλέξει το συγκεκριμένο τουριστικό κατάλυμα χωρίς δεύτερη σκέψη.

3.8.4 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μίγμα μάρκετινγκ αποτελείται από το προϊόν (product), την τιμή (price), τη διανομή (place) και την προώθηση (promotion). Ωστόσο, καθώς στη συγκεκριμένη περίπτωση μελετάται υπηρεσία (τουριστικό κατάλυμα), προστίθενται τα people, processes & physical evidence.



Εικόνα 14. 7P Marketing

Product

Το προϊόν αποτελείται από τη συνολική του δομή, την τοποθεσία του, την διακόσμησή του, τις διαφορετικές υπηρεσίες που προσφέρει, την ατμόσφαιρα που δημιουργεί, καθώς και την υποδοχή που προσφέρει συνθέτοντας έναν ολοκληρωμένο και βιωματικό χαρακτήρα για την εμπειρία του επισκέπτη.

Το προϊόν της επιχείρησης είναι οι 2 αυτοτελείς επιπλωμένες κατοικίες στην Κεφαλονιά, όλες με βεράντα και θέα στη θάλασσα. Η Melissani Apartments ακολουθεί την αρχιτεκτονική των Επτανήσων, συνδυάζοντας παραδοσιακά και μοντέρνα στοιχεία

και θα έχει τη δυνατότητα να παρέχει διαμονή και σε οικογένειες ή παρέες αλλά και σε ζευγάρια.

Τα οικήματα κατασκευάστηκαν με αρχιτεκτονικό σχεδιασμό που ανταποκρίνεται στην αρχιτεκτονική των υπόλοιπων κτιρίων στο νησί, δημιουργώντας έτσι στον πελάτη την αίσθηση της οικειότητας σε ένα πολυτελές περιβάλλον. Σε μια από τις πιο γραφικές περιοχές και οικισμούς του νησιού, στον Καραβόμυλο Κεφαλληνίας, οι επισκέπτες έχουν μια πρόταση διαμονής με φανταστική θέα αποτυπώνοντας την εναλλαγή των εποχών και την παντοδυναμία της θάλασσας. Τα οικήματα βρίσκονται λίγο έξω από το χωριό Καραβόμυλος, όπου ο επισκέπτης έχει και την επιλογή της θάλασσας αλλά και εστιατορίων σε πολύ κοντινή απόσταση.

Η πρόσβαση στα καταλύματα γίνεται από τον κεντρικό δρόμο από τον οικισμό Σάμη προς Καραβόμυλο ακολουθώντας πινακίδες προς τη λίμνη Μελισσάνη και συνεχίζοντας προς τα πάνω στα όρια του οικισμού.

Πρόκειται για 2 κατοικίες 65m² και δυναμικότητας 6 κλινών η καθεμία με δυνατότητα φιλοξενίας σύνολο 6 ατόμων. Σύνολο μπορούν να φιλοξενηθούν έως και 12 άτομα. Η καθεμία έχει επίσης βεράντα 20m² με θέα τη θάλασσα.

Στο συγκρότημα θα υπάρχει κοινή πισίνα συνοδευόμενη από μπαρ, καθώς και ένα μέρος του οικοπέδου χρησιμοποιούμενο για parking όλων των επισκεπτών. Κάθε κατοικία θα έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, αυτόνομο κλιματισμό, τηλεόραση οθόνης LED, καθώς και άλλον εξοπλισμό όπως στεγνωτήρας μαλλιών, σίδερο κλπ. Επιπλέον, οι κατοικίες θα είναι εξοπλισμένες με κουζίνα και αντίστοιχο εξοπλισμό.

Τέλος, οι επισκέπτες θα έχουν τη δυνατότητα γρήγορου check in / check out (μέσω χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή στην υποδοχή).

Price

Η επιχείρηση θα εφαρμόσει μια πολιτική δυναμικής τιμολόγησης, προσαρμόζοντας τις τιμές ανάλογα με τη ζήτηση, τη διαθεσιμότητα, τη διάρκεια παραμονής και την εποχή. Οι τιμές είναι διαφορετικές για το ίδιο διαμέρισμα τις περιόδους με μικρή ζήτηση, όπως για παράδειγμα Μάιο-Ιούνιο, & Σεπτέμβριο-Οκτώβριο, όποτε συνήθως είναι και πιο χαμηλές, ενώ αντίθετα την περίοδο Ιουλίου-Αυγούστου όπου η ζήτηση αυξάνεται αρκετά, οι τιμές είναι και αρκετά υψηλές. Παρόλα αυτά, όλα εξαρτώνται και από τη διαθεσιμότητα που υπάρχει στο νησί την κάθε περίοδο. Επιπλέον, σημαντική επιρροή στη τιμή ασκούν και τα διάφορα κοινωνικοοικονομικά φαινόμενα, όπως για παράδειγμα ο Covid-19.

Η τιμή επίσης αυξάνεται ανάλογα με τις επιπλέον παροχές που μπορεί να προσφέρει η επιχείρηση ώστε να ικανοποιήσει όλες τις ανάγκες του επισκέπτη και είναι ευνοϊκότερη για επαναλαμβανόμενους επισκέπτες, παρέχοντάς τους την εντύπωση ότι ανταμείβονται για την πιστότητά τους.

Τέλος, σημαντική παράμετρος που πρέπει να ληφθεί υπόψιν στον καθορισμό της τιμής, είναι η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούν οι ανταγωνιστές ώστε να αποφασιστεί, συγκρίνοντας την ποιότητα των υπηρεσιών των ανταγωνιστών, αν θα ακολουθηθεί μια στρατηγική υψηλότερων τιμών σε σχέση με αυτές του ανταγωνισμού, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Το κόστος ανά δωμάτιο και ανά διανυκτέρευση είναι σε ευρώ και περιλαμβάνει τους φόρους, με μια ετήσια αύξηση περίπου 2%.

	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ
ΤΙΜΗ	350 €	450 €	550 €	700 €	500 €	350 €

Πίνακας 12. Μέσος όρος τιμών ανά μήνα

Place

Ο όρος διανομή περιλαμβάνει όλα τα κανάλια και τα μέσα που απαιτούνται για να φτάσει το ξενοδοχειακό προϊόν στον τελικό καταναλωτή.

Στην περίπτωση της Melissani Apartments, η διανομή των υπηρεσιών πραγματοποιείται μέσω των παρακάτω καναλιών:

- Επίσημη ιστοσελίδα της επιχείρησης με ολοκληρωμένη πλατφόρμα κρατήσεων
- Τηλεφωνική επικοινωνία με το τμήμα κρατήσεων
- Διαδικτυακοί τουριστικοί πράκτορες όπως η Booking.com
- Διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για απευθείας κρατήσεις

Τα κανάλια διανομής είναι ένας όρος άμεσα συνδεδεμένος με τους προμηθευτές του καταλύματος. Η επιχείρηση έχει συνάψει συνεργασίες με συνεργία καθαρισμού, με τοπικά καταστήματα που προσφέρουν τα τοπικά προϊόντα που υπάρχουν μέσα σε κάθε κατοικία, καθώς και με οδηγό ώστε να είναι κατάλληλα προετοιμασμένο να ικανοποιήσει κάθε επιθυμία των πελατών του.

Promotion

Η προώθηση αποτελεί την αποτελεσματική επικοινωνία με την αγορά-στόχο με σκοπό την ενίσχυση της εικόνας της υπηρεσίας και την αύξηση της ζήτησης. Αυτό περιλαμβάνει τη διαδικασία επικοινωνίας της επιχείρησης με τους πιθανούς πελάτες της.

Η διαφήμιση αποτελεί το κύριο μέσο με το οποίο η επιχείρηση μπορεί να προβάλλει τις υπηρεσίες της. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω δύο καναλιών επικοινωνίας, του έντυπου και του ηλεκτρονικού τύπου. Στον έντυπο τύπο, η διαφήμιση προβάλλεται μέσω διαφημιστικών πλαισίων σε περιοδικά που ασχολούνται με τον τουριστικό κλάδο αλλά και σε περιοδικά που διανέμονται σε αεροπλάνα και πλοία.

Η διαφήμιση μέσω του ηλεκτρονικού τύπου μπορεί να επιτευχθεί μέσω μιας καλά οργανωμένης ιστοσελίδας. Η ιστοσελίδα θα σχεδιαστεί έτσι ώστε να είναι εύκολη στην πλοήγηση, να είναι προσβάσιμη από οποιαδήποτε συσκευή και να διαθέτει ξεκάθαρα σημεία, όπως το κουμπί για την κράτηση, το οποίο θα είναι τοποθετημένο στο σωστό σημείο και θα έχει κατάλληλο χρωματισμό.

Επιπλέον, η ιστοσελίδα θα περιλαμβάνει φωτογραφίες από τα καταλύματα, πλήρη κατάλογο με τις παραλίες του νησιού, τα αξιοθέατα, προτάσεις για εξορμήσεις και λεπτομερή κατάλογο όλων των διαθέσιμων πρόσθετων υπηρεσιών. Το σύστημα κρατήσεων της ιστοσελίδας θα είναι απλό, γρήγορο και εύχρηστο. Όσοι πελάτες κάνουν online κράτηση, θα λαμβάνουν ένα email επιβεβαίωσης. Αυτό θα συμβάλλει τόσο στην κατανόηση από τον πελάτη ότι οποιεσδήποτε ερωτήσεις ή συγκεκριμένα αιτήματα για τη διαμονή του θα έχουν ανταπόκριση, όσο και στη μείωση του αριθμού των ακυρώσεων. Ως επιπλέον μέσο προώθησης, η επιχείρηση θα προσθέσει στην ιστοσελίδα την κατηγορία «Η γνώμη των πελατών μας». Αυτή η προσθήκη θα συνεισφέρει στην αύξηση του κύρους τόσο στις μηχανές αναζήτησης όσο και στους μελλοντικούς πελάτες.

Επιπλέον, η επιχείρηση θα καταχωρήσει τα καταλύματά της σε διαδικτυακούς τουριστικούς πράκτορες όπως η Booking. Αυτές οι πλατφόρμες αυξάνουν συνεχώς το μερίδιό τους σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο κράτησης, προσφέροντας αμεσότητα, ευκολία και αξιοπιστία.

Ένας ακόμη τρόπος προώθησης είναι η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις της περιοχής (εστιατόρια, μαγαζιά, καφέ, κτλ.). Οι ιδιοκτήτες προκειμένου να παρέχουν υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας και για να προβάλλουν τον τόπο και τα τοπικά

προϊόντα, θα παρέχουν στους επισκέπτες με την άφιξη κάποια τοπικά παραδοσιακά προϊόντα. Οι συγκεκριμένες ενέργειες προώθησης συμβάλλουν σημαντικά και στις δημόσιες σχέσεις του καταλύματος. Στόχος των δημόσιων σχέσεων του καταλύματος είναι η δημιουργία και η διατήρηση μιας καλής εικόνας της επιχείρησης στο μυαλό των πελατών της αλλά και του ευρύτερου κοινού. Τέλος, οι δημόσιες σχέσεις επιτυγχάνονται και με την προσωπική επαφή των ιδιοκτητών με τους πελάτες όταν φθάνουν αλλά και κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο κατάλυμα, με την παροχή πληροφοριών σχετικά με το νησί (τι να επισκεφτούν, πως πάνε, που θα φάνε κτλ.) ήδη από την ημέρα της άφιξής τους καθώς και την άμεση ανταπόκρισή τους σε τυχόν προβλήματα που μπορούν να παρουσιαστούν κατά την διάρκεια της διαμονής τους.

People

Οι υπηρεσίες παρέχονται από ανθρώπους. Εκτός από το εξωτερικό μάρκετινγκ προς τους καταναλωτές, είναι εξίσου σημαντικό το εσωτερικό μάρκετινγκ προς τους εργαζόμενους μέσω της εκπαίδευσης και της κινητοποίησής τους για την προσφορά υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες. Τα χρήματα και ο χρόνος που απαιτούνται για να επιτευχθεί αυτό, δεν αποτελούν έξοδο, αλλά επένδυση.

Η στρατηγική του καταλύματος επικεντρώνεται στην προσέλκυση και ενδυνάμωση του προσωπικού του, μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ενθαρρύνοντάς το να συμμετέχει ενεργά στις διαδικασίες παροχής υψηλής ποιότητας υπηρεσιών, καθώς να είναι και εκείνο που προσφέρει στο κατάλυμα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Processes

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες διαμονής του καταλύματος είναι οι εξής:

- ✓ Υπηρεσίες διαμονής καταλυμάτων
- ✓ Πρωινό
- ✓ Υπηρεσία καθημερινού καθαρισμού καταλύματος
- ✓ Στάθμευση σε χώρο του καταλύματος
- ✓ Ασύρματο wifi
- ✓ Αυτόνομος κλιματισμός
- ✓ Υπηρεσία μεταφοράς

- ✓ Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου σε συνεργασία με επιλεγμένα καταστήματα ενοικίασης αυτοκινήτων
- ✓ Υπηρεσία διοργάνωσης ημερήσιων εκδρομών σε συνεργασία με επιλεγμένα τουριστικά γραφεία
- ✓ Υπηρεσίες γρήγορης άφιξης και αναχώρησης

Επιπλέον η επιχείρηση θα αναπτύξει συνέργειες με ατομικούς επιχειρηματίες και επιχειρήσεις θέλοντας να εμπλουτίσει το μείγμα των παρεχόμενων υπηρεσιών της. Οι παραπάνω υπηρεσίες θα αναφέρονται και στην ιστοσελίδα της επιχείρησης και θα αποτελούν τον συνδυαστικό κρίκο μεταξύ των επισκεπτών του καταλύματος και των υπηρεσιών που θα λάβουν, δημιουργώντας αισθήματα ικανοποίησης και ευχαρίστησης αλλά και ξεγνοιασιάς και ασφάλειας.

Physical evidence

Μία υπηρεσία δεν έχει φυσική υπόσταση και δεν μπορεί να εξετασθεί πριν την αγορά της. Ο καταναλωτής μπορεί να έχει μια πρόγευση των υπηρεσιών και της προσδοκώμενης ποιότητας αυτών, για παράδειγμα με την αισθητική των χώρων.

Για να εμπνεύσει μία εταιρεία εμπιστοσύνη, πρέπει όλα όσα μαρτυρούν τη φυσική της υπόσταση, να είναι ποιοτικά και ανάλογα των προσδοκιών που έχει δημιουργήσει. Γι' αυτό το λόγο, πρέπει η συμπεριφορά των εργαζομένων και οι χώροι να είναι ακριβώς ίδια όπως παρουσιάζονται στις ιστοσελίδες. Τέλος, το digital marketing, στο οποίο πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα οι ιδιοκτήτες, πρέπει να έχει την εταιρική ταυτότητα της επιχείρησης και να αντιπροσωπεύει την εικόνα και την αξία του καταλύματος, προσδίδοντας αξία στην εικόνα που έχει ο καταναλωτής για την επιχείρηση πριν ακόμα την επισκεφτεί.

3.8.5 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα πραγματοποιηθεί μια προσέγγιση των εσόδων της επιχείρησης για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας της. Η πηγή εσόδων της επιχείρησης είναι οι κρατήσεις.

Θα ληφθεί υπόψιν η πληρότητα ανά μήνα για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας. Αν οι ενέργειες του Μάρκετινγκ είναι αποτελεσματικές, ο στόχος της επιχείρησης είναι να αυξήσει την πληρότητα κατά 1% ετησίως. Η μονάδα αναμένεται να λειτουργεί 6 μήνες ανά έτος (αρχές Μαΐου έως τέλη Οκτωβρίου) και διαθέτει 2 κατοικίες, όπου σύμφωνα

με την πληρότητα, προκύπτουν οι διανυκτερεύσεις που αναμένονται να πραγματοποιηθούν. Τέλος, με βάση μια μέση τιμή καταλύματος ανά μήνα, παρουσιάζονται τα αναμενόμενα έσοδα της επιχείρησης.

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ (%)	2025	2026	2027	2028	2029
ΜΑΙΟΣ	30%	31%	32%	33%	34%
ΙΟΥΝΙΟΣ	50%	51%	52%	53%	54%
ΙΟΥΛΙΟΣ	80%	81%	82%	83%	84%
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	90%	91%	92%	93%	94%
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	70%	71%	72%	73%	74%
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	25%	26%	27%	28%	29%

Πίνακας 13. Πληρότητα (%) κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

ΗΜΕΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	2025	2026	2027	2028	2029
ΜΑΙΟΣ	31	31	31	31	31
ΙΟΥΝΙΟΣ	30	30	30	30	30
ΙΟΥΛΙΟΣ	31	31	31	31	31
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	31	31	31	31	31
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	30	30	30	30	30
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	31	31	31	31	31

Πίνακας 14. Ημέρες λειτουργίας κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	2025	2026	2027	2028	2029
ΜΑΙΟΣ	18.6	19.22	19.84	20.46	21.08
ΙΟΥΝΙΟΣ	30	30.6	31.2	31.8	32.4
ΙΟΥΛΙΟΣ	49.6	50.22	50.84	51.46	52.08
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	55.8	56.42	57.04	57.66	58.28
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	42	42.6	43.2	43.8	44.4
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	15.5	16.12	16.74	17.36	17.98

Πίνακας 15. Διανυκτερεύσεις κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	2025	2026	2027	2028	2029
ΜΑΙΟΣ	350 €	355 €	360 €	365 €	370 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	450 €	456 €	462 €	468 €	474 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	550 €	558 €	566 €	574 €	582 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	700 €	710 €	720 €	730 €	740 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	500 €	506 €	512 €	518 €	524 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	350 €	355 €	360 €	365 €	370 €

Πίνακας 16. Μέση τιμή καταλύματος κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

ΕΣΟΔΑ	2025	2026	2027	2028	2029
ΜΑΙΟΣ	6.510 €	6.823,1 €	7.142,4 €	7.467,9 €	7.799,6 €
ΙΟΥΝΙΟΣ	13.500 €	13.953,6 €	14.414,4 €	14.882,4 €	15.357,6 €
ΙΟΥΛΙΟΣ	27.280 €	28.022,76 €	28.775,44 €	29.538,04 €	30.310,56 €
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	39.060 €	40.058,2 €	41.068,8 €	42.091,8 €	43.127,2 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	21.000 €	21.555,6 €	22.118,4 €	22.688,4 €	23.265,6 €
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	5.425 €	5.722,6 €	6.026,4 €	6.336,4 €	6.652,6 €
ΣΥΝΟΛΟ	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €

Πίνακας 17. Συνολικά έσοδα κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

3.8.6 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το κόστος Μάρκετινγκ αποτελεί σημαντικό μέρος του συνολικού κόστους της επιχείρησης και συνήθως μειώνει σημαντικά τα καθαρά έσοδά της. Αυτό το κόστος περιλαμβάνει όλα τα έξοδα που αφορούν την προώθηση των υπηρεσιών της προς τους πελάτες. Για να αποκτήσει γρήγορα πελάτες, η εταιρεία θα επενδύσει ένα μεγάλο ποσό το πρώτο έτος λειτουργίας της, στο μάρκετινγκ. Το κόστος αυτό του μάρκετινγκ αναμένεται να φτάσει το 5% των πωλήσεων της εταιρείας για το πρώτο έτος και θα μειώνεται χρόνο με το χρόνο καθώς η επιχείρηση θα καθίσταται όλο και πιο γνωστή, με αποτέλεσμα το πέμπτο έτος να φτάσει στο ποσοστό περίπου 3% των συνολικών προβλεπόμενων πωλήσεων.

ΕΞΟΔΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	2025	2026	2027	2028	2029
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €
%ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗ	5%	4.8%	4.5%	4.3%	3%
ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ	5.639 €	5.575 €	5.380 €	5.289 €	3.795 €

Πίνακας 18. Έξοδα Μάρκετινγκ κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Η αποτελεσματική διαχείριση των πρώτων υλών είναι κρίσιμη για την απρόσκοπτη λειτουργία του τουριστικού καταλύματος. Οι πρώτες ύλες περιλαμβάνουν ακατέργαστα, ημικατεργασμένα και τελικά επεξεργασμένα βιομηχανικά προϊόντα, βοηθητικά υλικά καθώς και υπηρεσίες, όπως νερό, ενέργεια. Συγκεκριμένα για την Melissani Apartments, οι πρώτες ύλες περιλαμβάνουν προϊόντα συντήρησης και καθαριότητας, προϊόντα προσωπικής υγιεινής, πρωινό & mini bar, άλλες υπηρεσίες και λοιπά εφόδια. Η επιλογή και η διαχείριση των πρώτων υλών πραγματοποιείται από το τμήμα προμηθειών, το οποίο τηρεί τις προδιαγραφές της επιχείρησης ώστε να εξασφαλίζεται η ποιότητα των πρώτων υλών. Επιπλέον, δίνεται έμφαση στην προτίμηση τοπικών προμηθευτών από την Κεφαλονιά, οι οποίοι συμμορφώνονται με τα πρότυπα που έχει θέσει η Melissani Apartments.

Προϊόντα συντήρησης και καθαριότητας

Τα προϊόντα συντήρησης και καθαριότητας περιλαμβάνουν όλα τα αντικείμενα και χημικά προϊόντα που χρησιμοποιούνται για τον καθαρισμό τόσο των εσωτερικών όσο και των εξωτερικών χώρων του τουριστικού καταλύματος, τη διατήρηση των δωματίων καθώς και των κοινόχρηστων χώρων της μονάδας. Πιο συγκεκριμένα, περιλαμβάνονται πετσέτες, μιας χρήσεως προστατευτικά στους χώρους του μπάνιου και άλλα είδη περιποίησης. Οι παραγγελίες θα γίνονται μια φορά τον χρόνο με κριτήριο την πληρότητα του ξενοδοχείου. Αναφορικά με τα προϊόντα που σχετίζονται με την υγιεινή της μονάδας και των επισκεπτών (χλωρίνη, καθαριστικά, σακούλες, ατομικά σαπούνια και σαμπουάν) οι παραγγελίες θα γίνονται εβδομαδιαία.

- Το κόστος θα είναι **1432 €**

Ένα άλλο είδος πρώτων υλών είναι τα προϊόντα προσωπικής υγιεινής. Ανάμεσα σε αυτά συγκαταλέγονται τα αφρόλουτρα, σαμπουάν, σαπούνια, σκουφάκια μπάνιου, παντόφλες μίας χρήσης και άλλα παρεμφερή προϊόντα.

Σχετικά με την γραφική ύλη, όπως ανταλλακτικά υλικά, μελάνι, χαρτιά, κ.ά. θα υπάρχουν σχετικά αποθέματα σε διάφορους χώρους της μονάδας.

- Το κόστος ανέρχεται στα **243 €**

Προϊόντα προσωπικής υγιεινής

Αναλώσιμα δωματίου: Αναδιπλούμενη βάση βαλίτσας, ξύλινη από μπαμπού για τοποθέτηση των αποσκευών των επισκεπτών, αντικλεπτικές κρεμάστρες, κάδοι απορριμμάτων, σεντόνια, μαξιλαροθήκες, αρωματικά χώρου, ταμπλέτες για τα κουνούπια, τραπεζομάντηλα.

- Κόστος: **325 €**

Αναλώσιμα μπάνιου: Παντόφλες μιας χρήσης, μπουρνούζια, σφουγγάρια, σκουφάκια μπάνιου, χαρτιά υγιείας, σετ περιποίησης, πιστολάκι για τα μαλλιά.

- Κόστος: **150 €**

Αναλώσιμα μπαλκονιού: Τραπέζια, καρέκλες, σταχτοδοχεία, μανταλάκια, απλώστρες

- Κόστος: **560 €**

Αναλώσιμα κουζίνας: Ποτήρια, πιρούνια, πιάτα, χαρτί κουζίνας, οδοντογλυφίδες

- Κόστος: **184 €**

Πρώτες ύλες πρωινού και mini bar

Αναφορικά με το πρωινό, θα υπάρχει μπουφές στο εστιατόριο που βρίσκεται δίπλα στη reception και θα περιλαμβάνει ευρωπαϊκό πρωινό αλλά και παραδοσιακά προϊόντα του νησιού όπως φρέσκο ψωμί, χειροποίητες μαρμελάδες, μέλι θυμαρίσιο, βούτυρο, αβγά. Φυσικά δεν θα λείπει φρέσκος φυσικός χυμός και καφές. Όσον αφορά τα προϊόντα και τις πρώτες ύλες του πρωινού οι παραγγελίες θα πραγματοποιούνται σε εβδομαδιαία βάση.

- Με βάση την πληρότητα της μονάδας και τις τιμές των προμηθευτών καθώς και το γεγονός ότι πολλά προϊόντα θα είναι παραγωγής των ιδιοκτητών, το κόστος για τις πρώτες ύλες του πρωινού υπολογίζεται ότι θα ανέρχεται στα **1.730 €**.

Το mini bar των δωματίων θα περιλαμβάνει μικρά μπουκάλια νερό, αναψυκτικά και ένα μικρό κέρασμα για το καλωσόρισμα των επισκεπτών. Όσο αφορά τις παραγγελίες των προϊόντων αυτών θα πραγματοποιούνται εβδομαδιαίως.

- Με βάση την πληρότητα και τις τιμές των προμηθευτών και αν συνυπολογίσουμε ότι το mini bar θα γεμίζει την πρώτη μέρα διαμονής του κάθε επισκέπτη και όχι κάθε μέρα, το κόστος των πρώτων υλών θα ανέρχεται στα **510 €**.

Γενικά λειτουργικά έξοδα

Κατανάλωση ρεύματος: Η μεγαλύτερη κατανάλωση ενέργειας για τα λειτουργικά έξοδα του Melissani Apartments αφορά την ψύξη των χώρων μέσω κεντρικών μονάδων κλιματισμού και τις καταναλώσεις που υπάρχουν λόγω μαγειρέματος στην κουζίνα. Το ζεστό νερό θα προέρχεται κυρίως από ηλιακούς θερμοσίφωνες καθώς ενδείκνυται η χρήση τους κατά τους καλοκαιρινούς μήνες λόγω μεγάλης ηλιοφάνειας, ενώ αν χρειαστεί θα υπάρχουν ταχυθερμαντές που θα καλύπτουν την επιπλέον ζήτηση αν χρειαστεί. Επίσης για την ηλεκτροδότηση των περιβαλλόντων χώρων θα υπάρχουν αρκετές ηλιακές λάμπες όπου θα φορτίζουν κατά την διάρκεια της ημέρας, ενώ στα δωμάτια θα έχουν τοποθετηθεί λαμπτήρες led για μέγιστη εξοικονόμηση ρεύματος.

- Με βάση την πληρότητα της μονάδας και τις εξωτερικές συνθήκες που θα επικρατούν κατά την διάρκεια της σεζόν, το κόστος υπολογίζεται στα **830 €**.

Καταναλώσεις νερού: Οι κύριες καταναλώσεις του νερού θα είναι από το πλύσιμο του περιβάλλοντα εξωτερικού χώρου των καταλυμάτων, από το αυτόματο πότισμα των κήπων το οποίο θα ελέγχεται με υγρασιόμετρο για μέγιστη εξοικονόμηση νερού και τέλος από τα δωμάτια λόγω της χρήσης του μπάνιου από τους πελάτες.

- Με βάση την πληρότητα της μονάδας και τις εξωτερικές συνθήκες που θα επικρατούν κατά την διάρκεια της σεζόν, το κόστος υπολογίζεται στα **333 €**.

Internet: Δεδομένου ότι θα υπάρχουν από 2 έως 6 άτομα ανά κατάλυμα, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η μεγάλη ταχύτητα Internet μέσω wifi τόσο μέσα στα δωμάτια όσο και στους κοινόχρηστους χώρους.

- Καθώς θα είναι ετήσιο συμβόλαιο, το κόστος ανέρχεται σε **1200 €**.

4.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Η επιλογή των προμηθευτών θα γίνει μετά από έρευνα αγοράς για τις διάφορες πρώτες ύλες που απαιτούνται. Κριτήρια όπως η ποιότητα, οι σχετικές τιμές πώλησης, η αξιοπιστία και η έγκαιρη παράδοση θα διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή. Ταυτόχρονα, η προτίμηση θα δίνεται σε πιστοποιημένα προϊόντα, ενώ θα γίνει αυστηρός έλεγχος κατά την παραλαβή για να εξασφαλιστεί η παροχή βέλτιστης υπηρεσίας. Επιπλέον, ο καθορισμός των τιμολογιακών πολιτικών απαιτεί τη σύναψη συμφωνητικού συνεργασίας μεταξύ των δύο μερών.

Στη Melissani Apartments ο υπεύθυνος προμηθειών θα είναι αρμόδιος για την επιλογή των προμηθευτών, τον υπολογισμό των αναγκαίων πρώτων υλών, την παραγγελία και την παραλαβή τους. Στόχος του θα είναι η σωστή διαχείριση των πρώτων υλών και εφοδίων με απώτερο σκοπό την ελαχιστοποίηση του κόστους.

Θα αναζητήσει συνεργάτες εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον ξενοδοχειακό κλάδο προκειμένου να διερευνήσει δυνατότητες συνεργασίες για διάφορες πρώτες ύλες με στόχο την εύρεση αξιόλογων προμηθευτών που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επιχείρησης.

Επιπλέον, καθ' όλη την περίοδο λειτουργίας ο υπεύθυνος προμηθειών θα διεξάγει συνεχή έρευνα αγοράς για νέα προϊόντα και σύγκριση τιμών για την κατάλληλη αντικατάσταση ή αγορά νέων υλών.

Στην περίπτωση του Melissani Apartments, οι πρώτες ύλες δεν απαιτούν ιδιαίτερη μεταχείριση για αυτό και η επιχείρηση θα πραγματοποιεί μηνιαίες παραγγελίες βάσει των αναγκών και της πληρότητάς της. Αυτές οι παραγγελίες θα περιλαμβάνουν προϊόντα συντήρησης και καθαριότητας και προϊόντα υγιεινής.

Για την αποτελεσματική διαχείριση των προμηθειών κατά την παραλαβή, οι προμηθευτές θα παραδίδουν τις παραγγελίες απευθείας στα καταλύματα, χρησιμοποιώντας δικά τους μέσα μεταφοράς.

4.3 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Το κόστος για το 2025, του πρώτου έτους λειτουργίας της Melissani Apartments, φαίνεται στον παρακάτω πίνακα και θα είναι στα 7.497 ευρώ.

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ & ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	1.675 €
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	1.219 €
ΠΡΩΙΝΟ & MINI BAR	2.240 €
ΓΕΝΙΚΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.363 €
ΣΥΝΟΛΟ	7.497 €

Πίνακας 19. Κόστος πρώτων υλών για το 1^ο έτος λειτουργίας (2025)

Για τα επόμενα έτη προβλέπεται αύξηση του συνολικού ετήσιου κόστους πρώτων υλών και εφοδίων κατά 1,5 %. Η εξέλιξη του κόστους για τα έτη 2026 έως 2029 παρουσιάζεται παρακάτω.

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	2025	2026	2027	2028	2029
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ & ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	1.675 €	1.700 €	1.726 €	1.752 €	1.778 €
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	1.219 €	1.237 €	1.256 €	1.275 €	1.294 €
ΠΡΩΙΝΟ & ΜΙΝΙ ΒΑΡ	2.240 €	2.273 €	2.307 €	2.342 €	2.377 €
ΓΕΝΙΚΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.363 €	2.398 €	2.434 €	2.471 €	2.508 €
ΣΥΝΟΛΟ	7.497 €	7.608 €	7.723 €	7.840 €	7.957 €

Πίνακας 20. Συνολικό κόστος πρώτων υλών για τα έτη 2025-2029

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Σε αυτό το σημείο κρίνεται αναγκαίο να προσδιοριστεί η δυναμικότητα του τουριστικού καταλύματος.

Η Melissani Apartments είναι ένα τουριστικό κατάλυμα σε ένα ιδιόκτητο οικοπέδο που παρέχει υπηρεσίες διαμονής και περιλαμβάνει 2 κατοικίες δυναμικότητας έως 6 άτομα, όπου αυτό σημαίνει 3 υπνοδωμάτια και 6 κλίνες η κάθε κατοικία. Περιλαμβάνει επίσης καθιστικό με μικτή χρήση σαλονιού – χώρου φαγητού και κουζίνας. Στην προέκταση του καθιστικού προβλέπεται ένας ημιυπαίθριος στεγασμένος χώρος με πανοραμική θέα της περιοχής. Τέλος, θα υπάρχει ειδικά διαμορφωμένος χώρος με κοινόχρηστη πισίνα και κήπο.

Το οικόπεδο το οποίο θα φιλοξενηθεί η επένδυση είναι 5 στρέμματα. Οι 2 ανεξάρτητες κατοικίες θα είναι τοποθετημένες στο νότιο μέρος του οικοπέδου, έτσι ώστε να έχουν απεριόριστη θέα προς τη θάλασσα και ταυτόχρονα να μην παρεμποδίζουν το ένα την θέα του άλλου. Η πρόσβαση σε αυτά εξασφαλίζεται με δρόμο κατάλληλο για αυτοκίνητο. Ένας μέρος των τμημάτων των κτιρίων είναι υπόσκαφα με θερμομόνωση υψηλών προδιαγραφών, παρέχοντας τη δυνατότητα εξοικονόμησης ενέργειας. Η αρχιτεκτονική που θα ακολουθηθεί δεν μπορεί να είναι άλλη από την αρχιτεκτονική των Επτανήσων.

Τέλος, τα σπίτια είναι δομημένα με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην επικοινωνούν μεταξύ τους, αλλά θα έχουν κοινή πισίνα. Η πισίνα θα βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με το καθιστικό κάθε κατοικίας, ώστε να είναι εύκολα προσβάσιμη.

Οι χώροι διαμονής διαθέτουν υψηλή θερμομόνωση-ηχομόνωση, καθώς θα τοποθετηθούν υψηλών προδιαγραφών και ενεργειακής απόδοσης κουφώματα αλουμινίου, με διπλούς ενεργειακούς υαλοπίνακες. Σε κάθε κτήριο θα τοποθετηθεί ηλιακός θερμοσίφωνας για την παροχή ζεστού νερού. Οι χώροι διαμονής διαθέτουν επίσης, κλιματισμό και ηλεκτρονικές κλειδαριές υψίστης ασφαλείας. Τέλος, κάθε κατοικία θα περιλαμβάνει τηλεόραση, mini bar, πιστολάκι μαλλιών και safety box.

Ο περιβάλλον χώρος του οικοπέδου θα περιλαμβάνει:

- Κοινόχρηστη μεγάλη πισίνα
- Χώρους μπάρμπεκιου

- Κήπο

Η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου περιλαμβάνει το σύνολο του οικοπέδου καθώς και τους χώρους πρόσβασης και στάθμευσης αυτοκινήτων. Μία κεντρική διαδρομή θα ξεκινά από το κοινόχρηστο κτίριο και θα καταλήγει στο οίκημα του κάθε επισκέπτη. Επιπλέον, το ακάλυπτο τμήμα του οικοπέδου θα εξωραϊστεί με φύτευση και θα αξιοποιηθεί για τη δημιουργία διαδρομών περιπάτου.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες διαμονής του καταλύματος είναι οι εξής:

- ✓ Υπηρεσίες διαμονής – διανυκτέρευσης τουριστικού καταλύματος
- ✓ Μπουφές πρωινού
- ✓ Υπηρεσία Δωματίου
- ✓ Υπηρεσία Καθαρισμού ρούχων
- ✓ Δορυφορική τηλεόραση
- ✓ Στάθμευση σε χώρο του καταλύματος
- ✓ Ασύρματη σύνδεση WiFi, Internet σε ολόκληρο το κατάλυμα
- ✓ Κλιματισμός (ψύξη / θέρμανση)
- ✓ Υπηρεσία μεταφοράς από και προς το αεροδρόμιο ή λιμάνι, σε συνεργασία με επιλεγμένα τουριστικά γραφεία
- ✓ Υπηρεσία ενοικίασης αυτοκινήτου, σε συνεργασία με επιλεγμένα rent a car
- ✓ Υπηρεσία διοργάνωσης ημερήσιων εκδρομών, σε συνεργασία με επιλεγμένα τουριστικά γραφεία
- ✓ Υπηρεσία διοργάνωσης μονοήμερων κρουαζιέρων, σε συνεργασία με πρακτορεία σκαφών αναψυχής
- ✓ Υπηρεσία γρήγορης αναχώρησης
- ✓ Πινακίδα με τηλέφωνα πρώτης ανάγκης σε προσιτό σημείο του κτιρίου
- ✓ Φαρμακείο με είδη πρώτης ανάγκης σε προσιτό σημείο του κτιρίου
- ✓ Κυτίο με έντυπα παρατηρήσεων-παραπόνων

Η επιχείρηση θα συνάψει συνεργασίες με επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα όπως τοπικά οινοποιία που θα είναι επισκέψιμα από τους πελάτες.

Επιπλέον, η επιχείρηση θα αναπτύξει συνέργειες με ατομικούς επιχειρηματίες και επιχειρήσεις θέλοντας να εμπλουτίσει το μείγμα των παρεχόμενων υπηρεσιών της. Θα συνάψει συνεργασίες με ελεύθερους επαγγελματίες όπως σεφ, υπηρεσίες περιποίησης (κομμωτήρια, μανικιούρ πεντικιούρ, μασάζ κλπ) όπου θα παρέχονται στα διαμερίσματα έπειτα από επιθυμία των επισκεπτών. Οι παραπάνω υπηρεσίες θα αναφέρονται και στο site της επιχείρησης.

5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Ο εξοπλισμός, τόσο από άποψη επίπλων όσο και τεχνολογίας, είναι καθοριστικός για την ομαλή λειτουργία μιας επιχείρησης. Η επιλογή του εξοπλισμού πρέπει να βασίζεται σε αξιολόγηση. Τα βασικά κριτήρια επιλογής, που θα χρησιμοποιήσει η Melissani Apartments, είναι:

- Η τεχνολογία να είναι σύγχρονη και πλήρως δοκιμασμένη.
- Η τεχνολογία να είναι συμβατή με τις πρώτες ύλες και τις ανάγκες της αγοράς.
- Η τεχνολογία να είναι ασφαλής και εύκολη στην χρήση.
- Ο βαθμός επένδυσης κεφαλαίων.
- Το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της τεχνολογίας και οι συναφείς κίνδυνοι.

5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η συγκεκριμένη μονάδα θα σχεδιαστεί με στόχο την εναρμόνισή της με το περιβάλλον του νησιού διατηρώντας την αρχιτεκτονική και τους χρωματισμούς μειώνοντας παράλληλα το περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Βασικός στόχος να έχει μειωμένο κόστος λειτουργίας.

Βασικά κριτήρια επιλογής της τεχνολογίας της μονάδας είναι:

- Να καλύπτει σύγχρονες ανάγκες
- Να επιτρέπει αναβάθμιση
- Ευκολία λειτουργίας και ασφάλεια χρήσης
- Να καλύπτει της τεχνικές προδιαγραφές της μονάδας

Παρακάτω αναφέρονται τα συνολικά κόστη για τον τεχνολογικό εξοπλισμό της μονάδας.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ	4.102 €
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΦΩΤΙΣΤΙΚΩΝ & ΛΑΜΠΤΗΡΩΝ	1.804 €
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ-ΚΛΙΜΑΤΙΣΤΙΚΩΝ	1.750 €
ΣΥΝΟΛΟ	7.656 €

Πίνακας 21. Κόστος τεχνολογικού εξοπλισμού

5.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Για τον σχεδιασμό των υποδομών και των εγκαταστάσεων καθώς και την επιλογή του απαραίτητου εξοπλισμού της Melissani Apartments, λήφθηκαν υπόψιν οι τεχνικές προδιαγραφές του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) για την έγκριση κατασκευής τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών.

Αρχικά, θα αναφερθούν αναλυτικά τα κτιριακά κόστη της μονάδας που είναι απαραίτητα για τη σωστή λειτουργία της.

- Χώρος πρασίνου
- Εκσκαφές γαιώδεις
- Επιχώσεις με προϊόντα εκσκαφής
- Σκυροδέματα Περιβάλλοντος χώρου
- Οπλισμένο σκυρόδεμα
- Εξισωτικές στρώσεις
- Πλινθοδομές δρομικές
- Λιθοδομές με λαξευτούς λίθους
- Λιθοδομές με κοινούς λίθους
- Ξηρολιθοδομές με κοινούς λίθους
- Ασβεστοκονιάματα τριππά

- Πλακίδια πορσελάνης
- Πλαστικά επί τοίχου
- Βερνικοχρωματισμός ξύλινων επιφανειών
- Εξωτερικές Πόρτες
- Πόρτες ταμπλαδωτές από MDF (εσωτερικές)
- Ντουλάπες
- Ντουλάπια Κουζίνας
- Επένδυση με πλακίδια κεραμικά ή πορσελάνη
- Κατώφλια, επίστρωση στηθαίων, ποδιές παραθύρων μπαλκονιών
- Ύδρευση-αποχέτευση κουζίνας λουτρού-wc. (Συνδέσεις)
- Βαθμίδες και πλατύσκαλα
- Κιγκλιδώματα εξωστών
- Πλήρες σετ λουτρού
- Πλήρες σετ wc
- Ηλεκτρολογική εγκατάσταση (Σωληνώσεις)
- Ηλεκτρολογική εγκατάσταση (καλωδιώσεις, ρευματολήπτες)
- Υδρορροές και λούκια οριζόντια και κατακόρυφα
- Σετ κουζίνας (απορροφητήρας, νεροχύτης, μπαταρίες)
- Πέργολα μεταλλική για αίθριο χώρο στάθμευσης
- Ηλεκτρολογικά περιβάλλοντος χώρου(σωλήνες, καλώδια, πίνακας)
- Barbeque και φούρνος κτιστά
- Κατασκευή πέτρινης εισόδου
- Δεξαμενή πλαστική χωρητικότητας 3000ltr και συνδέσεις
- Σύστημα Πυρασφάλειας

Στον παρακάτω πίνακα συνοψίζονται τα έξοδα για τον παραπάνω μηχανολογικό εξοπλισμό:

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	128.000 €
ΔΑΠΑΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΧΩΡΟΥ	43.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	171.000 €

Πίνακας 22. Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού

Για την κατασκευή της πισίνας αναφέρονται οι παρακάτω διαδικασίες:

- Εκσκαφές M6 150
- Επιχώσεις με προϊόντα εκσκαφής M6 70
- Ειδικές επιχώσεις M6 120
- Άοπλο σκυρόδεμα δαπέδων M6 20
- Οπλισμένο σκυρόδεμα M6 75
- Μάρμαρα πισίνας MM 100

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνεται το κόστος κατασκευής της πισίνας.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΙΣΙΝΑΣ	11.400 €
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΙΣΙΝΑΣ	3.600 €
ΣΥΝΟΛΟ	15.000 €

Πίνακας 23. Κόστος κατασκευής πισίνας

Εκτός από το κόστος απόκτησης και εγκατάστασης του εξοπλισμού και της τεχνολογίας, πρέπει να αναφερθεί και το κόστος συντήρησής τους. Η συντήρηση του εξοπλισμού είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς επιτρέπει στην επιχείρηση να προλαμβάνει πιθανά προβλήματα και να αυξάνει τη διάρκεια ζωής του εξοπλισμού.

Κατά το πρώτο έτος λειτουργίας δε θα υπάρχει κόστος συντήρησης. Το 2026 θα διαμορφωθεί περίπου στις 2.100 €, ενώ από το 2027 και έπειτα, το κόστος συντήρησης θα παρουσιάζει ετήσια αύξηση της τάξεως του 5%.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται αναλυτικά το κόστος συντήρησης για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας του τουριστικού καταλύματος Melissani Apartments.

	2025	2026	2027	2028	2029
ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ	0 €	2.100 €	2.205 €	2.315 €	2.431 €

Πίνακας 24. Κόστος συντήρησης εξοπλισμού

5.5 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ

Οι πολιτικοί μηχανικοί είναι υπεύθυνοι για την κατασκευή του έργου από την φάση της εκσκαφής και της θεμελίωσης της τουριστικής μονάδας έως και την τελική ολοκλήρωση και παράδοσή του. Επίσης, σε συνεργασία με τους συνεργάτες και τους πιστοποιημένους τεχνίτες όλων των ειδικοτήτων είναι υπεύθυνοι για τη διαχείριση, την επίβλεψη ελέγχων εργοταξίου, την ανάλυση δεδομένων και την αξιολόγηση πιθανών κινδύνων.

Η επιλογή των υλικών κατασκευής βασίζεται στην ποιότητα, το κόστος, την ενεργειακή απόδοση και την αντοχή στο χρόνο. Στόχος είναι το κτίριο να καλύπτει όλες τις λειτουργικές ανάγκες του επιχειρηματία και των φιλοξενούμενων, να είναι φιλικό προς το περιβάλλον και να έχει μειωμένο λειτουργικό κόστος.

Για όλα τα παραπάνω και πριν την έναρξη των εργασιών, είναι απαραίτητη η προπαρασκευαστική μελέτη για την υλοποίηση του έργου.

Οι μελέτες που απαιτούνται είναι οι ακόλουθες:

- **Στατική μελέτη** για την κατασκευή του καταλύματος στα πλαίσια της έκδοσης της οικοδομικής αδείας και την μελέτη. Οι μελέτες περιέχουν εκτός από το τεύχος υπολογισμών, σχέδια ξυλοτύπων, λεπτομέρειες υποστυλωμάτων, σχέδια κατασκευαστικών τομών και σχέδια λεπτομερειών.
- **Ηλεκτρομηχανολογική μελέτη** για την εκπόνηση όλων των ηλεκτρομηχανολογικών μελετών εφαρμογής με στόχο τα ηλεκτρομηχανολογικά δίκτυα να καλύπτουν τις απαιτήσεις των αναγκών του

καταλύματος στο μέγιστο, την λειτουργικότητά τους, το ελάχιστο κόστος κατασκευής και το ελάχιστο κόστος συντήρησης των δικτύων.

- **Αρχιτεκτονική τοπίου** για το σχεδιασμό που απαιτείται για την διαμόρφωση του περιβάλλοντα χώρου.
- **Τοπογραφική μελέτη** για όλες τις τοπογραφικές μελέτες που απαιτούνται σε υποθέσεις αδειοδότησης όπως σύνταξη τοπογραφικών διαγραμμάτων και υψομετρικές μελέτες-χωροσταθμίσεις.
- **Μελέτη πυρασφάλειας και ενεργειακής απόδοσης** για την έκδοση πιστοποιητικού πυρασφάλειας και την έκδοση ενεργειακού πιστοποιητικού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το σύνολο όλων αυτών των εργασιών θα γίνει εξ' ολοκλήρου από το ίδιο γραφείο πολιτικών μηχανικών και παρακάτω συνοψίζονται τα συνολικά έξοδα των μηχανικών πριν την έναρξη της κατασκευής.

ΜΕΛΕΤΗ	ΑΜΟΙΒΕΣ
ΣΤΑΤΙΚΗ	6.200 €
ΗΛΕΚΤΡΟΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΗ	4.500 €
ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ	4.000 €
ΤΟΠΟΓΡΑΦΙΚΗ	2.000 €
ΠΥΡΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ	1.300 €
ΣΥΝΟΛΟ	18.000 €
ΕΠΙΒΛΕΨΗ	10.000 €
ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ	5.000 €
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	33.000 €

Πίνακας 25. Έξοδα μηχανικών πριν την έναρξη εργασιών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

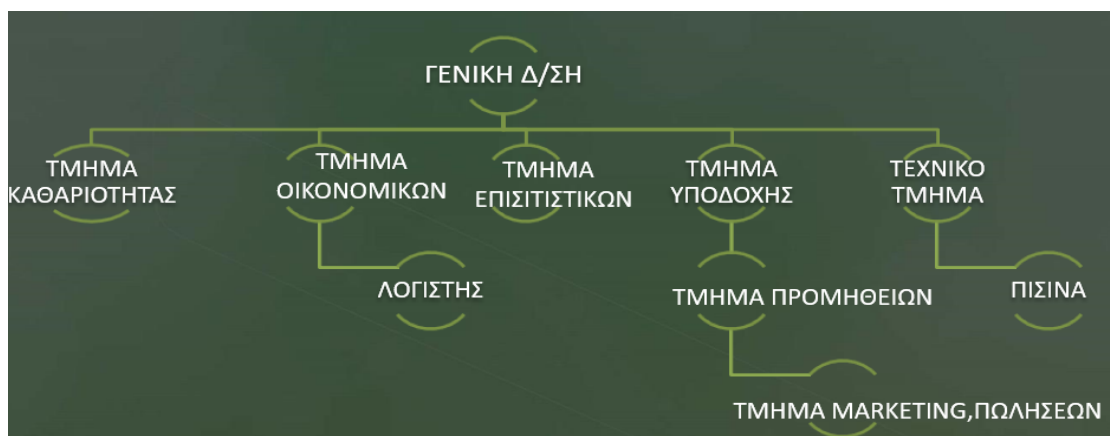
6.1 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΜΟΝΑΔΑΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθούν η διοικητική οργάνωση και τα γενικά έξοδα της μονάδας. Στόχος είναι η βελτιστοποίηση της οργάνωσης για την επίτευξη αποδοτικότερης παραγωγικής διαδικασίας. Το οργανόγραμμα και η κατανομή των καθηκόντων και αρμοδιοτήτων παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιτυχημένη υλοποίηση, καθώς κρίσιμες λειτουργίες, όπως η προμήθεια των πρώτων υλών, η προετοιμασία και η παρασκευή των τελικών τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών μέχρι και το τελικό στάδιο της κατανάλωσης των προϊόντων και υπηρεσιών από τους πελάτες της επιχείρησης, απαιτούν απόλυτη συνέπεια.

Συγκεκριμένα, το οργανόγραμμα απεικονίζει τα λειτουργικά τμήματα της επιχείρησης και είναι σημαντικό για την εκτίμηση και την πρόβλεψη των γενικών εξόδων κατά τον προγραμματισμό και τη λειτουργία των τουριστικών καταλυμάτων.

Το οργανόγραμμα αποτελεί ένα διάγραμμα των θέσεων εργασίας μιας επιχείρησης προσδιορίζοντας τη δομή της και τον διαχωρισμό της σε επί μέρους τμήματα. Συμβάλλει αποτελεσματικά στη διοίκηση του τουριστικού καταλύματος, καθώς αποτυπώνεται η ιεραρχία και οι ρόλοι του συμμετεχόντων. Τίθενται οι κανόνες και το πλαίσιο λειτουργίας και δεδομένου του μικρού μεγέθους της επιχείρησης το οργανόγραμμα είναι απλό και οικονομικά αποδοτικό καθώς τη γενική επίβλεψη αναλαμβάνει ο γενικός διευθυντής.

Στην συγκεκριμένη μονάδα, οι ιδιοκτήτες επιτελούν και το ρόλο της γενικής διεύθυνσης ελέγχοντας όλες τις επιμέρους διαδικασίες.



Εικόνα 15. Οργανόγραμμα Melissani Apartments

6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΟΛΩΝ

Τμήμα Καθαριότητας

Η καθαριότητα αποτελεί πρωτεύον ζήτημα στο συγκεκριμένο είδος επιχείρησης για αυτό και αποδίδεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην σχετική στελέχωση με 2 άτομα, τα οποία θα φροντίζουν για την άψογη διατήρηση συνθηκών υγιεινής εντός των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων.

Τμήμα Οικονομικών

Αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά τμήματα καθώς διαχειρίζεται τα έσοδα και τα έξοδα της μονάδας με σκοπό την επιβίωσή της. Αποτελείται από τον υπεύθυνο των οικονομικών, ο οποίος είναι υπεύθυνος για την απρόσκοπτη λειτουργία της επιχείρησης σε οικονομικό επίπεδο. Αυτός ο ρόλος περιλαμβάνει την απόφαση σχετικά με τη διαχείριση των οικονομικών πόρων της επιχείρησης και την χρηματοδότηση του καταλύματος, καθώς και την υπογραφή των τελικών οικονομικών καταστάσεων.

Τμήμα Επισιτιστικών

Αποτελείται από 1 μάγειρα που θα επιβλέπει και θα ελέγχει την ποιότητα των φαγητών των καταλυμάτων αλλά και τις προμήθειες, και 2 εργαζόμενους σε βοηθητικό ρόλο στην κουζίνα. Θα είναι υπεύθυνοι επίσης για την παροχή του πρωινού καθημερινά καθώς και την ορθή λειτουργία των mini bars.

Τμήμα Υποδοχής

Είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία για την απρόσκοπτη λειτουργία του καταλύματος, καθώς αποτελεί την πρώτη επαφή με τον πελάτη. Απαιτούνται άτομα με εμπειρία τουλάχιστον 2 ετών και θα υπάρχουν 2 διαθέσιμες θέσεις. Το ωράριο εργασίας θα είναι 8 ώρες και οι αρμοδιότητές τους θα περιλαμβάνουν την υποδοχή πελατών, τις κρατήσεις, την ενοικίαση μεταφορικού μέσου, το τηλεφωνικό κέντρο, τις πωλήσεις, το ταμείο, τα κλειδιά, τις αποσκευές και τις προμήθειες όλης της μονάδας.

Τεχνικό τμήμα

Το τμήμα αποτελείται από 1 άτομο που ασχολείται με τον έλεγχο και την επιθεώρηση των κοινόχρηστων εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του καταλύματος αλλά και των δωματίων. Είναι επίσης υπεύθυνο για τον καθαρισμό και συντήρηση της πισίνας αλλά και του περιβάλλοντα χώρου.

6.3 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Τα γενικά έξοδα αποτελούν όλα τα έμμεσα κόστη που δεν επιβαρύνουν απευθείας την επιχείρηση και δεν συγκαταλέγονται στα άμεσα κόστη. Στα άμεσα κόστη περιλαμβάνονται τα κόστη των υλικών, της εργασίας και γενικότερα όλες οι δαπάνες που συνδέονται άμεσα με τη λειτουργία του καταλύματος.

Συγκεκριμένα, τα γενικά έξοδα του Melissani Apartments παρουσιάζονται αναλυτικά ακολούθως:

- Το κόστος πρακτορείων (τουριστικά γραφεία, booking, κ.ά.) εκτιμάται ότι θα αποτελεί προσεγγιστικά το 10% των ετήσιων εσόδων.
- Τα έξοδα καθαριότητας ιματισμού εκτιμάται πως θα προσεγγίζουν περίπου το 2% των ετήσιων εσόδων, ξεκινώντας με 1.557 ευρώ για τον πρώτο χρόνο.
- Το κόστος συντήρησης παγίων, μιας και το κατάλυμα θα είναι νεόδμητο, εκτιμάται πως θα ανέλθουν στα **2000 ευρώ**.
- Το εκτιμώμενο κόστος αντικατάστασης ή προσθήκης εξοπλισμού εκτιμάται πως θα ανέλθει στα **1000 ευρώ**.
- Το κόστος ηλεκτρισμού & Internet αναμένεται να φτάσει στα **2030 ευρώ** (για τον πρώτο χρόνο).
- Το κόστος προμήθειας νερού αναμένεται να φτάσει στα **333 ευρώ** (για τον πρώτο χρόνο).
- Οι λογιστικές υπηρεσίες εκτιμάται πως θα ανέρχονται σε **800 ευρώ** ετησίως.
- Η ασφάλιση του καταλύματος περιλαμβάνει την ασφάλιση παγίων, εργαζομένων και αστικής ευθύνης και ανέρχεται στα **1700 ευρώ**.
- Τα έξοδα διάθεσης, που περιλαμβάνουν την προβολή και διαφήμιση θα ανέλθουν σε ποσοστό 5% των ετήσιων εσόδων και θα μειώνεται με το χρόνο κατά 0,5%.
- Οι λοιπές δαπάνες και αμοιβές τρίτων εκτιμάται πως θα ανέλθουν σε ποσοστό 2% επί των συνολικών εσόδων.

ΕΙΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ	2025	2026	2027	2028	2029
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ	7.786,5 €	8.067,5 €	8.353,4 €	8.644,2 €	8.939,9 €
ΕΞΟΔΑ ΑΝΑΛΩΣΙΜΩΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΠΡΩΙΝΟΥ – MINI BAR	2.240 €	2.352 €	2.470 €	2.574 €	2.703 €
ΕΞΟΔΑ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ - ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ	1.557 €	1.613,5 €	1.670,7 €	1.728,8 €	1.787,9 €
ΕΞΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΠΑΓΙΩΝ	2.000 €	2.050 €	2.100 €	2.150 €	2.200 €
ΔΑΠΑΝΗ ΑΓΟΡΑΣ / ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	1.000 €	1.040 €	1.080 €	1.120 €	1.160 €
ΔΑΠΑΝΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ / INTERNET	2.030 €	2.071 €	2.112 €	2.154 €	2.197 €
ΔΑΠΑΝΗ ΥΔΡΕΥΣΗΣ	333 €	340 €	347 €	354 €	364 €
ΕΝΟΙΚΙΑ / ΜΙΣΘΩΜΑΤΑ	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	800 €	800 €	800 €	800 €	800 €
ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ	1.700 €	1.700 €	1.700 €	1.700 €	1.700 €
ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΘΕΣΗΣ (Προβολή & Διαφήμιση)	3.893,3 €	3.630,4 €	3.341,4 €	3.025,5 €	2.682 €
ΛΟΙΠΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ – ΑΜΟΙΒΕΣ ΤΡΙΤΩΝ	1.557 €	1.613,5 €	1.670,7 €	1.728,8 €	1.787,9 €
ΣΥΝΟΛΟ	24.896,8 €	25.277,90 €	25.645,20 €	25.979,30 €	26.321,70 €

Πίνακας 26. Γενικά έξοδα για τα έτη 2025-2029

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Η κινητήρια δύναμη μιας επιχείρησης είναι το ανθρώπινο δυναμικό της, καθώς αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την επίτευξη των στόχων που έχει θέσει. Για τον λόγο αυτό, είναι ζωτικής σημασίας να αναλυθούν οι ανθρώπινοι πόροι στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, προκειμένου να εξασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία του καταλύματος. Είναι απαραίτητο το προσωπικό να είναι κατάλληλα καταρτισμένο και να επιλέγεται με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες των καταλυμάτων, προκειμένου να προσφέρει την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση στους πελάτες του.

Για την εύρεση του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού είναι αναγκαίο να προσδιοριστούν σαφώς οι ανάγκες της επιχείρησης. Η οργάνωση του προσωπικού πρέπει να γίνει με προσοχή και αποτελεσματικότητα. Παρακάτω παρουσιάζονται οι ανάγκες των καταλυμάτων σε ανθρώπινο δυναμικό, ανά τμήμα και ανά κατηγορία, καθώς και το κόστος της μισθοδοσίας τους.

Πιο αναλυτικά:

- **Τμήμα Καθαριότητας:** Όσον αφορά το τμήμα καθαριότητας και τα άτομα που θα είναι υπεύθυνα για την καθαριότητα, θα περιλαμβάνει 2 θέσεις. Τα κύρια καθήκοντά τους θα περιλαμβάνουν την προετοιμασία των δωματίων και το πλύσιμο και το σιδέρωμα του ιματισμού. Θα πρέπει να τηρούν τα πρότυπα που έχουν θεσπιστεί από την επιχείρηση και επίσης να ελέγχουν τις πρώτες ύλες καθαριότητας προκειμένου να ενημερώνουν το τμήμα υποδοχής για τυχόν ανανεώσεις στο απόθεμα. Δεν απαιτείται προϋπηρεσία, παρά να υπάρχει προθυμία, εργατικότητα και συνεργασία. Επιπλέον, θα επικοινωνούν με το τμήμα υποδοχής και θα ενημερώνονται για τα δωμάτια που αδειάζουν, ώστε να είναι έτοιμα για τις επόμενες αφίξεις. Άτομο που θα ανήκει στο τεχνικό τμήμα, θα είναι υπεύθυνο για τον καθαρισμό και συντήρηση της πισίνας αλλά και του περιβάλλοντα χώρου.
- **Τμήμα Οικονομικών:** Το τμήμα οικονομικών της μονάδας είναι υπεύθυνο για τη διαχείριση των οικονομικών πόρων της επιχείρησης, τη λογιστική παρακολούθηση και την καταβολή μισθοδοσίας των υπαλλήλων της. Αποτελείται από ένα άτομο, τον υπεύθυνο των οικονομικών, ο οποίος είναι ο αρμόδιος για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης σε οικονομικό επίπεδο. Είναι αυτός που αποφασίζει τον τρόπο διαχείρισης των οικονομικών πόρων

και τη χρηματοδότηση του καταλύματος, καθώς υπογράφει τις τελικές οικονομικές καταστάσεις.

- **Τμήμα Επισιτιστικών:** Αποτελείται από 1 μάγειρα που θα επιβλέπει και θα ελέγχει την ποιότητα των φαγητών των καταλυμάτων και θα διαχειρίζεται τις προμήθειες, και από 2 εργαζόμενους σε βοηθητικό ρόλο στην κουζίνα. Η εργασία τους θα είναι διαμορφωμένη σε 2 βάρδιες, 3 ώρες το πρωί και 3 ώρες το βράδυ. Απαιτείται προϋπηρεσία τουλάχιστον 5 ετών για τον μάγειρα. Όσον αφορά το προσωπικό εξυπηρέτησης, θα υπάρχουν 2 άτομα που θα είναι σε βοηθητικό ρόλο στην κουζίνα, εργαζόμενα επίσης στις θέσεις σερβιτόρου – μπάρμαν και τα οποία θα πρέπει επίσης να έχουν προϋπηρεσία σε χώρους εστίασης.
- **Τμήμα Υποδοχής:** Αποτελεί ένα από τα κύρια στοιχεία για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης, καθώς είναι η πρώτη επαφή με τους πελάτες. Απαιτείται προϋπηρεσία τουλάχιστον 2 ετών, ενώ οι θέσεις θα είναι 2. Το ωράριο θα είναι 8ωρο, κυκλικό, και οι κύριες αρμοδιότητές τους, περιλαμβάνουν την υποδοχή πελατών, τη διαχείριση των κρατήσεων, τη διαδικασία check – in και check – out, τη φύλαξη αποσκευών, την παροχή πληροφοριών, την ενοικίαση μεταφορικού μέσου, τη διαχείριση του τηλεφωνικού κέντρου, την εξόφληση του λογαριασμού των πελατών κατά την αναχώρησή τους και τις προμήθειες. Στο τμήμα υποδοχής περιλαμβάνεται το τμήμα Προμηθειών και το τμήμα Μάρκετινγκ/Πωλήσεων.

Το τμήμα προμηθειών & το τμήμα μάρκετινγκ και πωλήσεων απαρτίζονται από 1 άτομο. Το άτομο αυτό είναι υπεύθυνο για τη στρατηγική μάρκετινγκ και τις πωλήσεις και διατηρεί συνεχή επικοινωνία με όλα τα τμήματα της επιχείρησης, για να ενημερώνεται για τις ελλείψεις σε πρώτες ύλες. Είναι ο υπεύθυνος για την επικοινωνία με τους προμηθευτές, κάνει τις παραγγελίες για τις ποσότητες των πρώτων υλών και ασχολείται με την αποθήκευσή τους.

- **Τεχνικό Τμήμα:** Το τεχνικό τμήμα είναι υπεύθυνο για τη επίβλεψη των χώρων του καταλύματος, την εκτέλεση τεχνικών εργασιών και τη συντήρησή τους. Αποτελείται από 1 άτομο το οποίο είναι υπεύθυνο για τον έλεγχο και την επιθεώρηση των κοινόχρηστων εσωτερικών και εξωτερικών χώρων του καταλύματος, αλλά και των δωματίων. Είναι επίσης υπεύθυνο για τον καθαρισμό και συντήρηση της πισίνας αλλά και του περιβάλλοντα χώρου.

7.2 ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Σε αυτό το σημείο απαιτείται να παρουσιαστούν οι δαπάνες της Melissani Apartments για τις αμοιβές του ανθρώπινου δυναμικού της. Όλοι οι υπάλληλοι του καταλύματος είναι εποχιακοί και εργάζονται κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται οι δαπάνες για τις αμοιβές του προσωπικού της Melissani Apartments. Οι συνολικές δαπάνες ανέρχονται στα 55.800 ευρώ και αναμένεται να παραμείνουν σταθερές για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας.

ΕΙΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΑΤΟΜΑ	ΕΙΣΟΔΗΜΑ	2025	2026	2027	2028	2029
ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	2	850 €	10.200 €	10.200 €	10.200 €	10.200 €	10.200 €
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	1	1.200 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €
ΜΑΓΕΙΡΑΣ	1	900 €	5.400 €	5.400 €	5.400 €	5.400 €	5.400 €
ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΑΤΟΜΑ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	2	600 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €	7.200 €
ΑΤΟΜΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	2	1.100 €	13.200 €	13.200 €	13.200 €	13.200 €	13.200 €
ΑΤΟΜΟ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ & ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	1	950 €	5.700 €	5.700 €	5.700 €	5.700 €	5.700 €
ΤΕΧΝΙΚΟ ΤΜΗΜΑ	1	1.150 €	6.900 €	6.900 €	6.900 €	6.900 €	6.900 €
ΣΥΝΟΛΟ	10	-	55.800 €	55.800 €	55.800 €	55.800 €	55.800 €

Πίνακας 27. Αμοιβές ανθρώπινου δυναμικού

7.3 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ

Μετά την καθορισμένη ανάγκη του καταλύματος για το προσωπικό που επιθυμεί να προσλάβει, ακολουθεί η διαδικασία προκήρυξης των θέσεων εργασίας. Το πρώτο στάδιο είναι η εύρεση των κατάλληλων υποψηφίων για τις θέσεις. Συνεπώς η επιχείρηση θα δημοσιεύσει αγγελία όπου θα αναγράφονται όλα τα απαραίτητα προσόντα. Η αγγελία αυτή θα καταχωρηθεί σε εφημερίδες και στα κοινωνικά δίκτυα. Επίσης, το κατάλυμα θα συνεργαστεί με τουριστικές σχολές και τα γραφεία διασύνδεσης για την παροχή βιογραφικών κατάλληλων υποψηφίων. Στην αγγελία θα ζητούνται πληροφορίες για το επαγγελματικό προφίλ, την προσωπικότητα, τις σπουδές, τα πτυχία ξένων γλωσσών και την προϋπηρεσία των υποψηφίων. Επιπλέον, θα παρουσιαστούν πληροφορίες για το προφίλ του καταλύματος, την κατηγορία του και την πλήρη απασχόληση και ασφάλεια που προσφέρει στους εργαζομένους.

Η διαδικασία επιλογής των υποψηφίων θα περιλαμβάνει συνέντευξη με τους ιδιοκτήτες και ενημέρωσή τους για το ωράριο, τις αρμοδιότητες και τον μισθό τους.

7.4 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Η εκπαίδευση του ανθρωπίνου δυναμικού έχει ως στόχο την ενημέρωση και τη μελλοντική ομοιογενή απόδοση του προσωπικού στην εργασία και θα προσαρμοστεί για κάθε τμήμα και θέση, καθώς και με την χρονική διάρκεια.

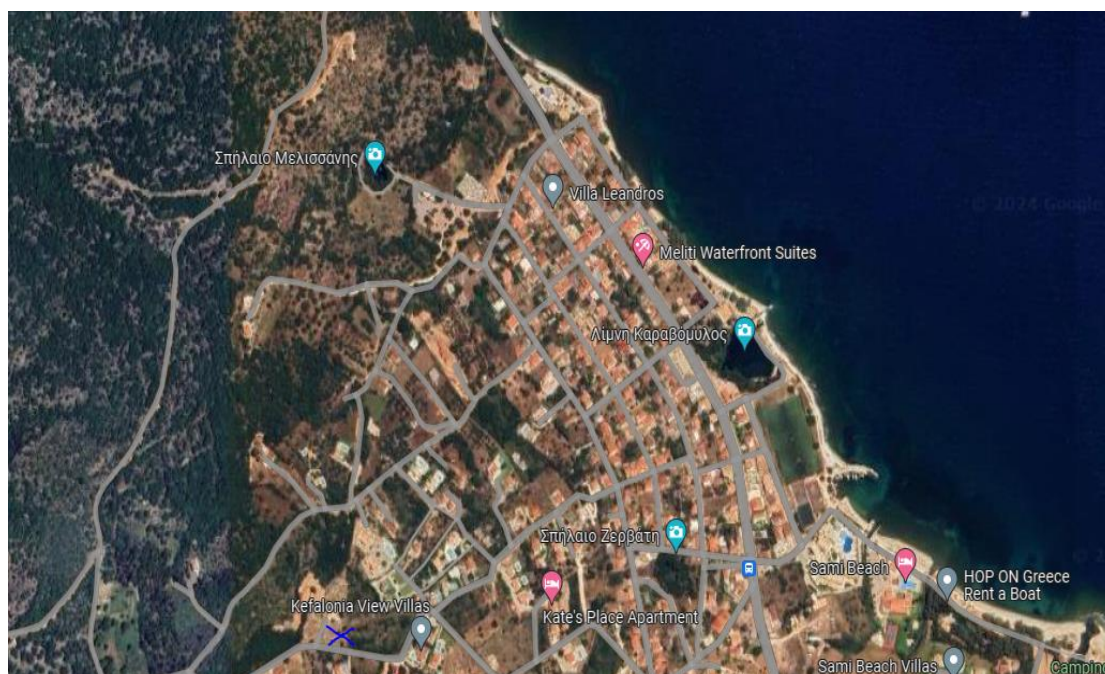
Μία από τις δράσεις που θα υλοποιηθούν είναι η οργάνωση σεμιναρίων με σκοπό τη διεύρυνση των γνώσεων του προσωπικού και η συμμετοχή τους σε εκδηλώσεις σχετικές με την επαγγελματική τους δραστηριότητα που διοργανώνονται από τρίτους. Η διαδικασία αυτή θα είναι συνεχής, επιτρέποντας έτσι στο προσωπικό να ενημερώνεται και να εξελίσσεται, προκειμένου να επιτυγχάνονται καλύτερα οι στόχοι του καταλύματος και να εξυπηρετούνται οι πελάτες αποτελεσματικά. Επιπλέον, θα διεξάγονται αξιολογήσεις της επίδοσης των εργαζομένων και θα παρέχονται ανταμοιβές είτε οικονομικές είτε με άλλο τρόπο, με βάση την πρόοδο, την εργατικότητα, τη συνέπεια και τη θέση του καθενός.

Επιπλέον, θα διεξάγονται συχνές συναντήσεις του προσωπικού τμηματικά ή συνολικά, όπου θα συζητούνται οι αξιολογήσεις και οι επιδόσεις των εργαζομένων και θα επιλύονται τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια της εργασίας, με στόχο την ομαλή λειτουργία του προσωπικού και της επιχείρησης γενικότερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Οι επενδυτές της Melissani Apartments έχουν το οικόπεδο στην κατοχή τους οπότε δεν επιβαρύνονται με το κόστος απόκτησής του. Το οικόπεδο βρίσκεται λίγο έξω από τον οικισμό Καραβόμυλος, με απόσταση από τον οικισμό της Σάμης, που αποτελεί και το ένα από τα λιμάνια του νησιού, να είναι μόλις 2 χλμ, ενώ από την πρωτεύουσα του νησιού το Αργοστόλι 23 χλμ.



Εικόνα 16. Τοποθεσία Melissani Apartments

Το οικόπεδο συνολικής έκτασης 5.000 τ.μ. είναι εντός σχεδίου πόλεως και προβλέπεται να ανεγερθούν 2 αυτοτελείς κατοικίες στις οποίες ανά κατοικία ο συνολικός εσωτερικός & εξωτερικός χώρος θα είναι από 65m² έως τα 85m².

Επίσης, έχει προβλεφθεί να υπάρχει και πισίνα εντός του οικοπέδου καθώς και αντίστοιχες υποστηρικτικές υποδομές περιμετρικά αυτής (μπαρ, αντλιοστάσιο για φίλτρανση του νερού).

8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Είναι αναγκαίο να δοθεί έμφαση στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που θα προκύψουν από την κατασκευή και λειτουργία της Melissani Apartments, καθώς η επιχείρηση έχει ως βασικό στόχο τον σεβασμό προς το περιβάλλον. Η ανέγερση της υπό μελέτη μονάδας θα έχει άμεσες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον, λόγω της μεγάλης έκτασης εργασιών που απαιτεί. Επιπλέον, η τοποθεσία του οικοπέδου σε παραθαλάσσια περιοχή το καθιστά οικολογικά ευαίσθητο.

Τα κτήρια θα ανεγερθούν με σεβασμό στην αρχιτεκτονική των Επτανήσων. Εξωτερικά θα είναι χρωματιστά (επικρατεί το σομόν) με άσπρα κουφώματα. Επίσης καθώς θα είναι νεόδμητα, θα τηρούν τις προδιαγραφές για εξοικονόμηση ενέργειας καθώς θα γίνει θερμομόνωση ώστε να περιοριστούν οι απώλειες και να διατηρούνται δροσερά.

Η επιχείρηση θα εφαρμόζει πολιτικές με στόχο τη μείωση των εκπομπών ρύπων. Για να μειωθεί η ενεργειακή κατανάλωσή της, θα γίνει μόνωση των κτιριακών εγκαταστάσεων. Επιπλέον, θα εγκατασταθούν ηλιακοί θερμοσίφωνες, οι οποίοι θα μειώσουν την κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας για τη θέρμανση νερού και θα παρέχουν συνεχή παροχή ζεστού νερού στους πελάτες της επιχείρησης.

Επιπρόσθετα η δόμηση των κτηρίων θα γίνει με την τήρηση των πολεοδομικών κανόνων τόσο στα όρια κάλυψης όσο και του ύψους.

Η διάθεση των αποβλήτων αποτελεί σημαντικό κομμάτι της λειτουργίας της επιχείρησης. Η υπό μελέτη μονάδα θα αναλαμβάνει δράσεις για τη μείωση και την ορθολογική διαχείριση των αποβλήτων, συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής ανακύκλωσης συσκευασιών και άλλων ανακυκλώσιμων υλικών. Επιπλέον, θα εφαρμόζει πολιτική για την αξιοποίηση οργανικών αποβλήτων. Εντός των κατοικιών θα υπάρχουν ξεχωριστοί κάδοι για ανακύκλωση τα οποία θα τα συλλέγουν κάθε ημέρα οι εργαζόμενοι και θα τα τοποθετούν σε αντίστοιχους μεγάλους κάδους ανακύκλωσης οι οποίοι θα είναι τοποθετημένοι εκτός του περιβάλλοντα χώρου.

Στον περιβάλλοντα χώρο θα υπάρχουν πολλά δέντρα και φυτά και χώροι πρασίνου ώστε να ομορφύνουν τον εξωτερικό χώρο της μονάδας. Για να εξασφαλίζεται ότι δεν θα γίνεται σπατάλη νερού στους χώρους πρασίνου προβλέπεται να τοποθετηθούν υγρασιόμετρα στο έδαφος τα οποία θα συνδέονται με το αυτόματο πότισμα και όταν υπάρχει ανάγκη θα ποτίζονται.

Τέλος ο φωτισμός στον περιβάλλοντα χώρο, θα γίνεται από λάμπες με συσσωρευτή ηλιακής ενέργειας οι οποίες θα φορτίζουν κατά την διάρκεια της ημέρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ

9.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, περιγράφονται οι λεπτομέρειες του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου, ο προϋπολογισμός των διαφορετικών δραστηριοτήτων και το χρονοδιάγραμμα του επενδυτικού σχεδίου. Αναλύονται όλες οι απαραίτητες ενέργειες που απαιτούνται για να μεταφέρουν το επενδυτικό σχέδιο από τη φάση της μελέτης σκοπιμότητας στη φάση της λειτουργίας.

Πιο συγκεκριμένα:

- Καθορισμός των εργασιών που είναι απαραίτητες να εκτελεστούν σε κάθε στάδιο.
- Καθορισμός των ενεργειών.
- Εφαρμογή χρονοδιαγράμματος ολοκλήρωσης.
- Προσδιορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωσή τους & προσδιορισμός του κόστους τους.
- Προετοιμασία του προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου και των χρηματοοικονομικών του ροών, για την εξασφάλιση της διαθεσιμότητας των απαραίτητων κεφαλαίων.
- Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων και των προβλέψεων του έργου για το χρονικό και το χρηματοοικονομικό προγραμματισμό όλων των φάσεων.

9.2 ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ

Το κυριότερο είναι να εξασφαλιστεί η ακριβής τήρηση του προγράμματος χρονικού και του οικονομικού προγραμματισμού, λαμβάνοντας άμεσα μέτρα διόρθωσης σε περίπτωση που παρατηρηθούν αποκλίσεις. Ο λεπτομερής προγραμματισμός των εργασιών είναι απαραίτητος, καθώς οποιοσδήποτε καθυστερήσεις μπορούν να αναβάλλουν την έναρξη της επιχείρησης και να προκαλέσουν επιπλέον οικονομικές επιβαρύνσεις.

Ειδικότερα οι ενέργειες που απαιτούνται για την υλοποίηση των καταλυμάτων είναι:

- Σύσταση της επιχείρησης

- Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια & ανάθεση κατασκευής
- Έκδοση αδειών, πιθανή ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα
- Προγραμματισμός χρηματοδότησης
- Έργο υποδομής
- Κατασκευή έργων πολιτικού μηχανικού
- Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων
- Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου
- Αγορά & εγκατάσταση τεχνολογικού και μηχανικού εξοπλισμού
- Πρόσληψη & εκπαίδευση προσωπικού
- Προμήθεια πρώτων υλών
- Προ-παραγωγικό μάρκετινγκ
- Συντονισμός και έλεγχος
- Έναρξη επιχείρησης

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα του GANTT παρουσιάζεται το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	Σεπ-24	Μαρ-25	Απρ-25	Μαϊ-25	Ιουν-25	Ιουλ-25	Αυγ-25	Σεπ-25	Οκτ-25	Νοε-25	Δεκ-25	Ιαν-26	Φεβ-26	Μαρ-26
Σύσταση της επιχείρησης														
Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια & ανάθεση κατασκευής														
Εκδοση αδειών, πιθανή ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα														
Προγραμματισμός χρηματοδότησης														
Εργο υποδομής														
Κατασκευή έργων πολιτικού μηχανικού														
Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων														
Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου														
Αγορά & εγκατάσταση τεχνολογικού και μηχανικού εξοπλισμού														
Πρόσληψη & εκπαίδευση προσωπικού														
Προμήθεια πρώτων υλών														
Προ-παραγωγικό marketing														
Συντονισμός & έλεγχος														
Εναρξη επιχείρησης														

Πίνακας 28. Διάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος

9.3 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ

Με βάση τις προηγούμενες εκτιμήσεις, πραγματοποιείται ο υπολογισμός του συνολικού κόστους για την εκτέλεση του έργου. Στον Πίνακα 29 παρουσιάζεται αναλυτικά το κόστος ανά δραστηριότητα, το οποίο αναμένεται να ανέλθει στα 31.000 ευρώ.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	1.000 €
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΚΑΙ ΕΠΙΒΛΕΨΗ	14.000 €
ΛΗΨΗ ΑΔΕΙΩΝ	3.000 €
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΡΟ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ	7.800 €
ΠΡΟ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	2.200 €
ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ – ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ – ΕΛΕΓΧΟΣ	3.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	31.000 €

Πίνακας 29. Κόστος εκτέλεσης του προγράμματος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το άθροισμα της πάγιας επένδυσης και του αρχικού κεφαλαίου κίνησης ορίζεται ως συνολικό κόστος επένδυσης. Το αρχικό κεφάλαιο κίνησης αποτελεί τους απαραίτητους πόρους που απαιτούνται για την υλοποίηση των έργων του πολιτικού μηχανικού και την απόκτηση του μηχανολογικού εξοπλισμού της μονάδας. Αντιστοιχεί επίσης στους απαραίτητους πόρους για τη λειτουργία του καταλύματος.

Κόστος Επένδυσης = Πάγιο Ενεργητικό + Καθαρό κεφάλαιο κίνησης

Στο πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης περιλαμβάνεται το κόστος του αρχικού παγίου επένδυσης και οι άλλες προ-παραγωγικές δαπάνες. Συγκεκριμένα, για την Melissani Apartments το Πάγιο Ενεργητικό παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ	128.000 €
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ	43.000 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	22.656 €
ΠΡΟ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	
ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	1.000 €
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ – ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΚΑΙ ΕΠΙΒΛΕΨΗ	14.000 €
ΛΗΨΗ ΑΔΕΙΩΝ	3.000 €
ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΡΟ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ	7.800 €
ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ – ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ - ΕΛΕΓΧΟΣ	3.000 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟ-ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ	5.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	227.456 €

Πίνακας 30. Πάγιο Ενεργητικό

Όσον αφορά το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι η διαφορά του κυκλοφορούντος ενεργητικού και του τρέχοντος παθητικού. Για να υπολογιστεί το καθαρό κεφάλαιο κίνησης θα πρέπει να καθοριστεί η ελάχιστη κάλυψη των ημερών για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Το καθαρό κεφάλαιο δίνεται από τη σχέση:

Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης = Κυκλοφορούν Ενεργητικό – Τρέχον Παθητικό

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού ακολουθούν τη γραμμική μέθοδο στην οποία το κόστος απόσβεσης διαιρείται με τον αριθμό των χρόνων της ωφέλιμης ζωής και το ποσό της ετήσιας απόσβεσης. Η ετήσια απόσβεση δίνεται από την σχέση:

Ετήσια Απόσβεση = Αξία Κτήσης Παγίου / Ωφέλιμη Ζωή.

Η ωφέλιμη ζωή των παγίων εκτιμάται στα 20 έτη και έτσι η ετήσια απόσβεση υπολογίζεται ως εξής:

Ετήσια Απόσβεση = 227.456 / 20 = 11.372,8 €.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	30 ημέρες, στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ & ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	20 ημέρες, στο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	20 ημέρες, στο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής
ΠΡΩΙΝΟ & MINI BAR	30 ημέρες, στο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής
ΓΕΝΙΚΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	90 ημέρες, στο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής
ΜΕΤΡΗΤΑ	15 ημέρες, στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις πρώτες ύλες, τις αποσβέσεις και τους τόκους
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ	30 ημέρες, στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Πίνακας 31. Απαιτήσεις Ενεργητικού & Παθητικού

Το ετήσιο κόστος παραγωγής για το έτος 2025 παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΕΦΟΔΙΑ	7.497 €
ΕΞΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0 €
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	55.800 €
ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	24.896,8 €
ΕΞΟΔΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	5.639 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	11.372,8 €
ΣΥΝΟΛΟ	105.205,6 €

Πίνακας 32. Κόστος παραγωγής για το έτος 2025

Στη συνέχεια, καθορίζοντας τον συντελεστή κύκλου εργασιών ως 360 τις ελάχιστες μέρες κάλυψης, πραγματοποιείται ο υπολογισμός των αναγκών για το πρώτο έτος λειτουργίας της υπό μελέτη μονάδας, διαιρώντας τα στοιχεία του κόστους με τους αντίστοιχους συντελεστές κύκλου εργασιών. Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται αναλυτικά οι ανάγκες της Melissani Apartments για το 2025, του πρώτου έτους έναρξης λειτουργίας της μονάδας.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ	ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ 1 ^{ΟΥ} ΕΤΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ
ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
α.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	93.832,8 €	30	12	7.819,4 €
β.ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ				
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ & ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	1.675 €	20	18	93 €
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	1.219 €	20	18	68 €
ΠΡΩΙΝΟ & MINI BAR	2.240 €	30	12	187 €
ΓΕΝΙΚΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.363 €	90	4	591 €
γ.ΜΕΤΡΗΤΑ	86.335,8 €	15	24	3.597,3 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ				12.355,7 €
ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				

Δ.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ	7.497 €	30	12	625 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ				625 €
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				11.730,7 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ				105.205,6 €
Μείον Πρώτες ύλες & Λοιπά Εφόδια				-7.497 €
Μείον Αποσβέσεις				-11.372,8 €
				86.335,8 €
ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				3.597,3 €

Πίνακας 33. Ανάγκες για το έτος 2025

Το συνολικό κόστος της επένδυσης απεικονίζεται στον παρακάτω πίνακα, το οποίο αποτελείται κατά 95,1% από το πάγιο ενεργητικό, δηλαδή πάγιες επενδύσεις και προ-παραγωγικά έξοδα, και κατά 4,9% από το καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	227.456 €	95,1%
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	11.730,7 €	4,9%
ΣΥΝΟΛΟ	239.186,7 €	100%

Πίνακας 34. Συνολικό κόστος επένδυσης

10.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα πραγματοποιηθεί μέσω διαφόρων πηγών χρηματοδότησης. Συγκεκριμένα, αναμένεται να προέλθει από τα ίδια κεφάλαια των επενδυτών, καθώς και από ένα κρατικό πρόγραμμα επιχορήγησης (ΕΣΠΑ). Το πρόγραμμα ΕΣΠΑ προσφέρει επιδοτήσεις σε νέες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.

ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	143.512 €	60%
ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ	95.674,7 €	40%
ΣΥΝΟΛΟ	239.186,7 €	100%

Πίνακας 35. Πηγές χρηματοδότησης

10.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Ακολουθεί η ανάλυση των στοιχείων που θα χρησιμοποιηθούν για τον υπολογισμό του ετήσιου κόστους παραγωγής της μονάδας και των απαιτήσεων για το αρχικό κεφάλαιο κίνησης για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της. Το ετήσιο κόστος παραγωγής αποτελεί ουσιαστικό μέρος του επενδυτικού σχεδίου, καθώς η μελλοντική αποδοτικότητα και βιωσιμότητα της μονάδας εξαρτώνται σημαντικά από αυτό.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ & ΕΦΟΔΙΑ	7.497 €	7.608 €	7.723 €	7.840 €	7.957 €
ΕΞΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	0 €	2.100 €	2.205 €	2.315 €	2.431 €
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	55.800 €	55.800 €	55.800 €	55.800 €	55.800 €
ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	24.896,8 €	25.277,9 €	25.645,2 €	25.979,3 €	26.321,7 €
ΕΞΟΔΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	5.639 €	5.575 €	5.380 €	5.289 €	3.795 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €
ΣΥΝΟΛΟ	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €

Πίνακας 36. Συνολικό κόστος παραγωγής

Στην συνέχεια, πραγματοποιείται η εκτίμηση του απαραίτητου καθαρού κεφαλαίου κίνησης για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
α.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	7.819,4 €	8.030 €	8.063 €	8.102 €	8.025 €
β.ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ					
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ & ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑΣ	93 €	94 €	96 €	97 €	99 €
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ	68 €	69 €	70 €	71 €	72 €
ΠΡΩΙΝΟ & MINI BAR	187 €	189 €	192 €	195 €	198 €
ΓΕΝΙΚΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	591 €	600 €	609 €	618 €	627 €
γ.ΜΕΤΡΗΤΑ	3.597,3 €	3.698 €	3.710 €	3.724 €	3.681 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	12.355,7 €	12.680 €	12.740 €	12.807 €	12.702 €
ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
δ.ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ	625 €	634 €	644 €	653 €	663 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	625 €	634 €	644 €	653 €	663 €
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ	11.730,7 €	12.046 €	12.096 €	12.154 €	12.039 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €
Μείον: Πρώτες Ύλες & Εφόδια	-7.497 €	-7.608 €	-7.723 €	-7.840 €	-7.957 €
Μείον: Αποσβέσεις	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €
	86.332,8 €	88.752,9 €	89.030,2 €	89.383,3 €	88.347,7 €
ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ	3.597,3 €	3.698 €	3.710 €	3.724 €	3.681 €

Πίνακας 37. Απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης

10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Οι λογιστικές καταστάσεις τηρούνται από τις επιχειρήσεις με σκοπό την παροχή πληροφοριών και ενημέρωση της διοίκησης της επιχείρησης.

Για την συγκεκριμένη μονάδα, μέσω των λογιστικών καταστάσεων, παρουσιάζονται τα στοιχεία για την ανάλυση της χρηματοδότησης του σχεδίου και ο υπολογισμός του κόστους κεφαλαίου της επιχείρησης.

Οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις που καταρτίζονται από τις οικονομικές μονάδες, είναι οι εξής:

- Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης
- Κατάσταση Ταμειακών Ροών
- Ισολογισμός

10.4.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης είναι η λογιστική κατάσταση, στην οποία συσχετίζονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες του αποτελέσματος μιας περιόδου.

Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζονται οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης για τα έτη 2025-2029, καθώς η έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης εκτιμάται ότι θα είναι το 2025. Ο φόρος του εισοδήματος σύμφωνα με το φορολογικό σύστημα είναι 30%.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €
Μείον ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	7.572,4 €	8.402,16 €	11.419,84 €	14.408,84 €	18.835,66 €
Μείον ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (ΦΣ=30%)	2.272 €	2.521 €	3.426 €	4.323 €	5.651 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €

Πίνακας 38. Κατάσταση Αποτελεσμάτων χρήσης

10.4.2 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

Η Κατάσταση Ταμειακών Ροών παρέχει πληροφορίες σχετικά με την δυνατότητα της επιχείρησης να δημιουργεί ταμειακά αποθέματα, τις μεταβολές αυτών, καθώς και τις πηγές τους.

Παρουσιάζει τις μεταβολές στοιχείων του ενεργητικού και του παθητικού και πώς αυτές σχετίζονται με μεταβολές στις πραγματικές ταμειακές εισροές και εκροές.

Ο παρακάτω πίνακας περιλαμβάνει τις προβλεπόμενες ταμειακές εισροές & εκροές της επιχείρησης, για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας της.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2025	2026	2027	2028	2029
A. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	239.186,7 €	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €
ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	239.186,7 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	0 €	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €
B. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	227.456 €	107.474,6 €	110.254,7 €	111.552 €	112.919,1 €	113.328,5 €
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	227.456 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	0 €	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0 €	2.272 €	2.521 €	3.426 €	4.323 €	5.651 €
Γ. ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ (Α-Β)	11.730,7 €	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €
ΚΑΘΑΡΕΣ ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ	11.730,7 €	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €
Δ. ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	11.730,7 €	17.031,1 €	22.912,26 €	30.906,1 €	40.991,94 €	54.176,6 €

Πίνακας 39. Κατάσταση Ταμειακών Ροών

10.4.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο ισολογισμός περιλαμβάνει το Ενεργητικό Μέρος (ό,τι ανήκει στην επιχείρηση), το Παθητικό Μέρος (οι υποχρεώσεις προς τρίτους) και την Καθαρή Θέση (ότι δικαιούται να λάβει ο φορέας από την επιχείρηση).

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι ισολογισμοί της μονάδας για τα έτη 2025-2029.

	2025	2026	2027	2028	2029
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
Α. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	227.456 €	216.083,2 €	204.710,4 €	193.337,6 €	181.964,8 €
ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €	-11.372,8 €
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	216.083,2 €	204.710,4 €	193.337,6 €	181.964,8 €	170.592 €
Β. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	939 €	952 €	967 €	981 €	996 €
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	7.819,4 €	8.030 €	8.063 €	8.102 €	8.025 €
ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	3.597,3 €	3.698 €	3.710 €	3.724 €	3.681 €
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	12.355,7 €	12.680 €	12.740 €	12.807 €	12.702 €
Γ. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ	17.031,1 €	22.912,26 €	30.906,1 €	40.991,94 €	54.176,6 €
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Α+Β+Γ)	245.470 €	240.302,66 €	236.983,7 €	235.763,74 €	237.470,6 €
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ					
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	143.512 €	143.512 €	143.512 €	143.512 €	143.512 €
ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	95.674,7 €	95.674,7 €	95.674,7 €	95.674,7 €	95.674,7 €
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΙΣ ΝΕΟΝ	3.386,3 €	2.039,04 €	6.273 €	8.398,96 €	8.030,1 €
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	242.573 €	237.147,66 €	232.913,7 €	230.787,74 €	231.156,6 €
Β. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	625 €	634 €	644 €	653 €	663 €
ΦΟΡΟΙ ΠΛΗΡΩΤΕΟΙ	2.272 €	2.521 €	3.426 €	4.323 €	5.651 €
ΣΥΝΟΛΟ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	2.897 €	3.155 €	4.070 €	4.976 €	6.314 €
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	245.470 €	240.302,66 €	236.983,7 €	235.763,74 €	237.470,6 €

Πίνακας 40. Ισολογισμός

10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Οι επικρατέστερες μέθοδοι χρηματοοικονομικής αξιολόγησης προκειμένου να αξιολογηθεί το εν λόγω επενδυτικό σχέδιο είναι οι ακόλουθες:

- Μέθοδος επανείσπραξης κόστους επένδυσης (payback period)
- Μέθοδος συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου
- Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας (NPV)
- Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (IRR)
- Απόδοση επένδυσης (ROI)

10.5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης υπολογίζει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να αποκτηθεί πίσω το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών της επιχείρησης.

Αρχικά, πρέπει υπολογιστούν οι καθαρές ταμειακές ροές (ΚΤΡ), που δίνονται από τον τύπο:

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	112.775 €	116.135,86 €	119.545,84 €	123.004,94 €	126.513,16 €
Μείον ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	7.572,4 €	8.402,16 €	11.419,84 €	14.408,84 €	18.835,66 €
Μείον ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (ΦΣ=30%)	2.272 €	2.521 €	3.426 €	4.323 €	5.651 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €

Πίνακας 41. Συνολικά καθαρά κέρδη

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €
ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €	11.372,8 €
ΚΤΡ	16.673,2 €	17.253,96 €	19.366,64 €	21.458,64 €	24.557,46 €
ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ	16.673,2 €	33.927,16 €	53.293,8 €	74.752,44 €	99.309,9 €

Πίνακας 42. Καθαρές Ταμειακές Ροές

Δεδομένου ότι το αρχικό κόστος επένδυσης είναι ύψους 239.186,7 € και σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 43, δεν αναμένεται να επανεισπραχθεί το ποσό της αρχικής επένδυσης μετά το πέρας του 5ου έτους λειτουργίας της μονάδας. Με βάση αυτή τη μέθοδο, η επένδυση δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ελκυστική για την περίοδο της πενταετίας που εξετάζεται.

10.5.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ο συντελεστής απόδοσης δείχνει τη σχέση μεταξύ του καθαρού κέρδους και του κεφαλαίου της επένδυσης. Ο συντελεστής απόδοσης επί του συνολικού κεφαλαίου δίνεται από τον τύπο:

*Συντελεστής Απόδοσης επί του Συνολικού Κεφαλαίου = Καθαρά Κέρδη * 100 / Συνολικό Κεφάλαιο.*

Στον Πίνακα 43, υπολογίζεται ο συντελεστής απόδοσης επί του συνολικού κεφαλαίου, για την υπό μελέτη μονάδα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	239.186,7 €	239.186,7 €	239.186,7 €	239.186,7 €	239.186,7 €
ΑΠΟΔΟΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	2.2%	2.5%	3.3%	4.2%	5.5%

Πίνακας 43. Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης επί του συνολικού κεφαλαίου

Όσον αφορά τον συντελεστή απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, αυτός δίνεται από την σχέση:

*Συντελεστής Απόδοσης Ιδίων Κεφαλαίων = Καθαρά Κέρδη * 100 / Ίδια Κεφάλαια.*

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	5.300,4 €	5.881,16 €	7.993,84 €	10.085,84 €	13.184,66 €
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	143.512 €	143.512 €	143.512 €	143.512 €	143.512 €
ΑΠΟΔΟΣΗ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	3.7%	4.1%	5.6%	7%	9.2%

Πίνακας 44. Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης ιδίων κεφαλαίων

Με βάση τους παραπάνω πίνακες που προηγήθηκαν, ο συντελεστής απόδοσης δεν είναι καθόλου ικανοποιητικός.

10.5.3 ΚΑΘΑΡΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ

Η Μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας στηρίζεται στην παραδοχή ότι όλες οι καθαρές ταμειακές ροές του επενδυτικού σχεδίου προεξοφλούνται στον παρόντα χρόνο.

Ως συντελεστής προεξόφλησης χρησιμοποιείται το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου, που ισχύει με βάση τα τραπεζικά δεδομένα, και το οποίο στα πλαίσια του παρόντος επενδυτικού σχεδίου λαμβάνεται ίσο με 9%. Το επιτόκιο προεξόφλησης εξαρτάται από το κόστος κεφαλαίου, το οποίο είναι συνάρτηση του σχήματος της χρηματοδότησης και του κινδύνου που ενέχει η συγκεκριμένη επένδυση.

Ο τύπος για τον υπολογισμό της καθαρής παρούσας αξίας (ΚΠΑ) είναι ο εξής:

$$\text{Καθαρή Παρούσα Αξία} = \sum [\text{ΚΤΡ}_{\tau} * \text{ΣΠΑ}_{\kappa, \tau}] - \text{Κόστος Επένδυσης}$$

Όπου:

ΚΤΡ_τ = Καθαρή Ταμειακή Ροή την περίοδο τ

ΣΠΑ_{κ,τ} = 1 / (1 + κ)^τ

κ = Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου

t = η υπό εξέταση περίοδος

Η Καθαρή Παρούσα Αξία υπολογίζεται ως το αλγεβρικό άθροισμα των παραπάνω μεγεθών σε κάθε μία από τις υπό εξέταση περιόδους. Σε περίπτωση που το αποτέλεσμα προκύψει θετικό, τότε η αποδοτικότητα των ταμειακών ροών της επένδυσης είναι υψηλότερες από την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση και η επένδυση θεωρείται ελκυστική.

Στον παρακάτω Πίνακα υπολογίζεται η Συνολική Παρούσα Αξία του επενδυτικού σχεδίου, με βάση την οποία η Καθαρή Παρούσα Αξία προκύπτει αρνητική.

	2025	2026	2027	2028	2029
ΚΤΡ	16.673,2 €	17.253,96 €	19.366,64 €	21.458,64 €	24.557,46 €
ΣΠΑ (9%)	0,91	0,83	0,75	0,68	0,62
ΠΑ	15.173 €	14.321 €	14.525 €	14.592 €	15.226 €
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ					60.737 €

Πίνακας 45. Υπολογισμός Παρούσας Αξίας

Συνολική ΠΑ – Κόστος επένδυσης = ΚΠΑ

Επομένως, προκύπτει ότι: ΚΠΑ = 60.737 – 239.186,7 € = -178.449,7 € < 0

Παρατηρούμε ότι η καθαρή παρούσα αξία είναι αρνητική. Επομένως, αυτό σημαίνει ότι στα 5 πρώτα έτη που θα λειτουργεί το κατάλυμα η απόδοσή του δεν θα είναι θετική.

10.5.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (ΕΣΑ) είναι το προεξοφλητικό επιτόκιο το οποίο μηδενίζει την Καθαρά Παρούσα Αξίας μιας επένδυσης. Αυτό σημαίνει ότι εάν ο IRR υπερβαίνει το κόστος κεφαλαίου της εταιρίας, τότε το επενδυτικό σχέδιο γίνεται αποδεκτό. Για τον υπολογισμό του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης υπολογίζονται οι καθαρές ταμειακές ροές και στη συνέχεια γίνεται η προεξόφληση των ταμειακών ροών.

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης υπολογίζεται βάσει του μαθηματικού τύπου:

$$IRR = IRR1 + [\ThetaΚΠΑ * (IRR2 - IRR1)] / (\ThetaΚΠΑ + ΑΚΠΑ)$$

Όπου:

ΘΚΠΑ: Θετική Καθαρή Παρούσα Αξία (στο χαμηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης)

ΑΚΠΑ: Αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία (στο υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης)

Στο συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο η ΚΠΑ βρέθηκε να είναι αρνητική στα πρώτα 5 έτη λειτουργίας του τουριστικού καταλύματος, συνεπώς δεν υπάρχει κάποιος συντελεστής με τον οποίο θα εξισώνεται με το μηδέν για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

10.5.3 ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Απόδοση επένδυσης (ROI) είναι ένας δείκτης ο οποίος χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της απόδοσης μιας επένδυσης ή για να συγκρίνει την αποδοτικότητα διαφορετικών επενδύσεων.

$$\text{Απόδοση επένδυσης} = \frac{\text{Καθαρό κέρδος}}{\text{Κόστος επένδυσης}} * 100$$

Επομένως:

	2025	2026	2027	2028	2029
ΑΠΟΔΟΣΗ	2.2%	2.5%	3.3%	4.2%	5.5%

Πίνακας 46. Απόδοση επένδυσης

10.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Μέχρι τώρα η ανάλυση βασίζεται σε υπολογισμούς, οι οποίοι πραγματοποιούνται με βάση τις προβλεπόμενες εισροές και εκροές για τις πρώτες εταιρικές χρήσεις. Κρίνεται σκόπιμο να μελετηθεί τι θα συμβεί σε περίπτωση που κάποιες από τις παραδοχές αυτών των προβλέψεων δεν υλοποιηθούν ακριβώς και τελικά η Melissani Apartments κληθεί να λειτουργήσει σε διαφορετικές επιχειρηματικές συνθήκες. Για το σκοπό αυτό θα υπολογιστεί το Νεκρό Σημείο της επένδυσης.

10.6.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ

Το νεκρό σημείο ορίζεται ως το σημείο όπου τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις ισούται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής. Ορίζεται, δηλαδή, το ποσό του κύκλου εργασιών, το οποίο καλύπτει ακριβώς τα σταθερά και τα μεταβλητά της έξοδα, χωρίς να πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημιά.

Εάν οι πωλήσεις της επιχείρησης είναι περισσότερες από αυτές του νεκρού σημείου, τότε η επιχείρηση έχει κέρδος. Ομοίως, εάν επιθυμεί να αυξήσει τα κέρδη της μπορεί να αποφασίσει σχετικά με τις ποσότητες προϊόντος που απαιτείται να πωληθούν. Αντιθέτως, εάν οι πωλήσεις της επιχείρησης είναι χαμηλότερες από αυτές του νεκρού σημείου, τότε η επιχείρηση παρουσιάζει ζημιά.

Στο Νεκρό σημείο ισχύουν τα εξής:

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

$$\text{Έσοδα Πωλήσεων} = \text{Όγκος Πωλήσεων} * \text{Τιμή Τουριστικού πακέτου/επισκέπτη}$$

$$\text{Κόστος Λειτουργίας} = \text{Σταθερά έξοδα} + \text{Μεταβλητά έξοδα}$$

Επειδή το προϊόν της επιχείρησης αποτελεί υπηρεσίες διαμονής, ο καταμερισμός των εσόδων γίνεται με βάση των αριθμό των διανυκτερεύσεων.

Δεδομένου ότι η συγκεκριμένη μονάδα το πρώτο έτος λειτουργίας της θα πραγματοποιήσει περίπου 210 διανυκτερεύσεις από τις οποίες θα λάβει 194.662,5 €, προκύπτει ότι η τιμή ανά μονάδα είναι:

$$P = TR / Q = 112.775 / 210 = 537 \text{ €}$$

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	2025	2026	2027	2028	2029
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	67.172,8 €	67.172,8 €	67.172,8 €	67.172,8 €	67.172,8 €
ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ	38.029,8 €	40.560,9 €	40.953,2 €	41.423,3 €	40.504,7 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	105.202,6 €	107.733,7 €	108.126 €	108.596,1 €	107.677,5 €

Πίνακας 47. Σύνολο εξόδων

Έτσι, με βάση τα στοιχεία του πίνακα ο όγκος των πωλήσεων στο νεκρό σημείο θα είναι:

$$Q(\text{ΝΣ}) \text{ ΜΟΝ} = FC / (P-VC) = 67.172,8 \text{ €} / (537 \text{ €} - 96 \text{ €}) = 152 \text{ διανυκτερεύσεις}$$

Επομένως, το νεκρό σημείο των εσόδων από τις πωλήσεις θα είναι:

$$Q(\text{ΝΣ}) \text{ ΕΣΟΔΑ} = Q_{\text{ΜΟΝ}} * P = 152 * 537 \text{ €} = 81.624 \text{ €}$$

10.6.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ

Μέσω της ανάλυσης ευαισθησίας γίνεται ο προσδιορισμός των κρίσιμων παραγόντων που επηρεάζουν την ελκυστικότητα της παρούσας επένδυσης.

- Ποσοστό υλοποίησης προβλεπόμενων πωλήσεων στο Νεκρό σημείο

$$\text{Ποσοστό πωλήσεων στο ΝΑ} = (81.624 \text{ €} / 112.775 \text{ €}) * 100 = 72\%$$

Στην περίπτωση μείωσης της τιμής κατά 10%, δηλαδή η νέα μέση τιμή να είναι περίπου από 537 €, 531 €, τότε το ΝΣ γίνεται:

$$Q' (\text{ΝΣ}) \text{ ΜΟΝ} = = 155 \text{ διανυκτερεύσεις}$$

$$Q (\text{ΝΣ}) \text{ ΕΣΟΔΑ} = 82.305 \text{ €}$$

- Προσδιορισμός Ελάχιστης Τιμής Πώλησης των Προϊόντων

Η ελάχιστη τιμή πώλησης των προϊόντων της μονάδας υπολογίζεται από τον τύπο:

$$P_{\text{min}} = \text{Συνολικά Έξοδα} / \text{Όγκος Πωλήσεων} = 105.205,6 \text{ €} / 210 \text{ Διανυκτερεύσεις} = 501 \text{ €} / \text{Διανυκτέρευση}$$

Η παραπάνω τιμή αποτελεί το ελάχιστο όριο, στο οποίο μπορεί να καταφύγει η εταιρία, προκειμένου να αντιμετωπίσει την τιμολογιακή στρατηγική των ανταγωνιστών της.

10.7 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Παραπάνω πραγματοποιήθηκε η χρηματοοικονομική αξιολόγηση της συγκεκριμένης μονάδας όπου αναλύθηκαν το συνολικό κόστος της επένδυσης, η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως, οι ταμειακές ροές, οι ισολογισμοί και το Νεκρό Σημείο. Αποδείχθηκε ότι η επένδυση αποτελεί ρίσκο για τους επενδυτές, καθώς η απόσβεση του συνολικού κόστους της στα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας της μονάδας δεν θα είναι η αναμενόμενη. Επιπλέον, η Καθαρή Παρούσα Αξία βρέθηκε να είναι αρνητική, επομένως δεν είναι δυνατόν να υπολογιστεί ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης.

Βασιζόμενοι σε αυτά τα στοιχεία, κρίνεται ότι η υλοποίηση της εν λόγω μελέτης δεν είναι οικονομικά επωφελής για την εξεταζόμενη χρονική περίοδο (2025-2029). Ίσως θα έπρεπε να εξεταστεί η διεξαγωγή ανάλυσης για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα ή να εξεταστούν εναλλακτικές επιλογές για τη μονάδα, πιθανώς με διαφορετική δυναμικότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

1. Γεωργακέλλος, Δ., 2023, Σημειώσεις Μαθήματος «Μεθοδολογία Οικονομοτεχνικών Μελετών», Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών MBA Total Quality Management International, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
2. Γεωργόπουλος, Ν., 2023, Σημειώσεις Μαθήματος «Στρατηγική και Ποιότητα», Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών MBA Total Quality Management International, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
3. Καρβούνης, Σ., 2006, *Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
4. Καρβούνης, Σ. και Γεωργακέλλος, Δ., 2016, *Οικονομοτεχνικές Μελέτες – Ασκήσεις, Υποδείγματα, Μελέτες Περιπτώσεων*, Πειραιάς: Εκδόσεις Βαρβαρήγου
5. Λαγός Δ., 2005, *Τουριστική Οικονομική*, σελ. 62., Εκδόσεις Κρητική
6. Μαλλιάρης, Π., 2012, *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, Δ' έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
7. Παπαδάκης, Β., 2016, *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία*, 7η έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου
8. INSETE, 2024, *Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2023*
9. INSETE, 2024, *Διεθνής Αεροπορικές Αφίξεις: 2022-2023*
10. INSETE, 2023, *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού για το έτος 2022*
11. INSETE, 2023, *Ετήσια έκθεση Ελληνικού τουρισμού 2022*

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

1. Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M., 2021, *SWOT analysis applications: An integrative literature review.*, Journal of Global Business Insights, 6(1), 55-73.
2. Sasti Pretita., Mohamad Toha., 2022, *Marketing Mix Strategy Formulation of Ready Meal Business using Hierarchical Clustering (Case Study of Kokikit)* International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities Volume 5 Number 1: 161-181
3. Eadington W. R. & Smith V. L., 1992, *Introduction: The Emergence of Alternative Forms of Tourism*, Tourism Alternatives

Ηλεκτρονικές πηγές

1. World Tourism Organisation: <http://www.world-tourism.org/>
2. [Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council \(WTTC\)](#)
3. <https://www.industryarc.com/Report/19632/travel-and-tourism-market.html>
4. <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-prepandemic-levels-in-january-july-2022>
5. [ETC Corporate - The European Travel Commission \(ETC\) is the non-profit organisation responsible for the promotion of Europe as a tourist destination in third marketsHomepage - ETC Corporate \(etc-corporate.org\)](#)
6. [Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων - Ι.Τ.Ε.Π. \(itep.gr\)](#)
7. [Digital Economy and Society Index \(DESI\) 2022 | Shaping Europe's digital future \(europa.eu\)](#)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 1. Εξέλιξη Παγκόσμιου Τουρισμού.....	19
Εικόνα 2. Διεθνείς Τουριστικές αφίξεις 2023.....	20
Εικόνα 3. Διεθνείς αφίξεις τουριστών (% αλλαγή σε σχέση με το 2019).....	20
Εικόνα 4. Ευρωπαϊκές αφίξεις και τοπ προορισμοί.....	22
Εικόνα 5. Αφίξεις business & leisure ταξιδιωτών στην Ευρώπη.....	23
Εικόνα 6. Ο τουρισμός ως ποσοστό του ΑΕΠ της κάθε χώρας.....	24
Εικόνα 7. Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Παροχής Καταλύματος και Εστίασης.....	31
Εικόνα 8. Βασικά μεγέθη ελληνικού τουρισμού.....	32
Εικόνα 9. Περιβαλλοντικές Μεταβλητές.....	37
Εικόνα 10. Pest Analysis.....	37
Εικόνα 11. Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών σε ξενοδοχεία και μπαγκαλόους.....	39
Εικόνα 12. Το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Porter.....	42
Εικόνα 13. Στρατηγικές Porter.....	47
Εικόνα 14. 7P Marketing.....	53
Εικόνα 15. Οργανόγραμμα Melissani Apartments.....	75
Εικόνα 16. Τοποθεσία Melissani Apartments.....	83

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1.Κόστος προεπενδυτικών Μελετών.....	15
Πίνακας 2. Top-20 χωρών προέλευσης εξωτερικού 2022-23.....	25
Πίνακας 3. Εισερχόμενος τουρισμός από Κρουαζιέρα 2022-2023.....	26
Πίνακας 4. Αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα και μελλοντικές προβλέψεις.....	26
Πίνακας 5. Αριθμός επιβατών στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2020 vs 2019.....	27
Πίνακας 6. Αριθμός πτήσεων στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2020 vs 2019.....	27
Πίνακας 7. Αριθμός επιβατών στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2023 vs 2022.....	28
Πίνακας 8. Αριθμός πτήσεων στο αεροδρόμιο Κεφαλονιάς 2023 vs 2022.....	28
Πίνακας 9. Όμιλοι ξενοδοχείων στην Ελλάδα.....	30
Πίνακας 10. Ξενοδοχειακό δυναμικό Περιφέρειας Κεφαλονιάς για το 2023.....	32
Πίνακας 11. SWOT Analysis για την Melissani Apartments.....	45

Πίνακας 12. Μέσος όρος τιμών ανά μήνα	55
Πίνακας 13. Πληρότητα (%) κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας	59
Πίνακας 14. Ημέρες λειτουργίας κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας.....	59
Πίνακας 15. Διανυκτερεύσεις κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας	59
Πίνακας 16. Μέση τιμή καταλύματος κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας.....	60
Πίνακας 17. Συνολικά έσοδα κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας.....	60
Πίνακας 18. Έξοδα Μάρκετινγκ κατά τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας.....	61
Πίνακας 19. Κόστος πρώτων υλών για το 1 ^ο έτος λειτουργίας (2025).....	65
Πίνακας 20. Συνολικό κόστος πρώτων υλών για τα έτη 2025-2029	66
Πίνακας 21. Κόστος τεχνολογικού εξοπλισμού	70
Πίνακας 22. Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού.....	72
Πίνακας 23. Κόστος κατασκευής πισίνας	72
Πίνακας 24. Κόστος συντήρησης εξοπλισμού	73
Πίνακας 25. Έξοδα μηχανικών πριν την έναρξη εργασιών	74
Πίνακας 26. Γενικά έξοδα για τα έτη 2025-2029.....	78
Πίνακας 27. Αμοιβές ανθρώπινου δυναμικού.....	81
Πίνακας 28. Διάγραμμα Gantt για την εκτέλεση του προγράμματος.....	87
Πίνακας 29. Κόστος εκτέλεσης του προγράμματος.....	88
Πίνακας 30. Πάγιο Ενεργητικό	89
Πίνακας 31. Απαιτήσεις Ενεργητικού & Παθητικού.....	90
Πίνακας 32. Κόστος παραγωγής για το έτος 2025.....	91
Πίνακας 33. Ανάγκες για το έτος 2025.....	92
Πίνακας 34. Συνολικό κόστος επένδυσης.....	92
Πίνακας 35. Πηγές χρηματοδότησης.....	93
Πίνακας 36. Συνολικό κόστος παραγωγής.....	93
Πίνακας 37. Απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης.....	94
Πίνακας 38. Κατάσταση Αποτελεσμάτων χρήσης.....	95
Πίνακας 39. Κατάσταση Ταμειακών Ροών	96
Πίνακας 40. Ισολογισμός.....	97
Πίνακας 41. Συνολικά καθαρά κέρδη	98
Πίνακας 42. Καθαρές Ταμειακές Ροές	99
Πίνακας 43. Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης επί του συνολικού κεφαλαίου	99

Πίνακας 44. Υπολογισμός συντελεστή απόδοσης ίδιων κεφαλαίων.....	100
Πίνακας 45. Υπολογισμός Παρούσας Αξίας	101
Πίνακας 46. Απόδοση επένδυσης	102
Πίνακας 47. Σύνολο εξόδων	103