



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (MBA)**

Διπλωματική Εργασία

**«Οικονομοτεχνική ανάλυση και αξιολόγηση επένδυσης
ίδρυσης ξενοδοχειακής μονάδας»**

Ελισσάβητ Παναούση

Επιβλέπων Καθηγητής: Δημήτριος Γεωργακέλλος

Πειραιάς, 2024

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



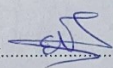
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

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

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο Οικονομική ανάλυση και αξιοποίηση επενδύσεων τύπου ξενοδοχειακής μοιάδας..... 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..... Ελίζα Β.Ε. Παναγιώτη.....

Ημερομηνία..... 30.10.2024.....

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

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση αυτής της διπλωματικής εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όλους όσους με υποστήριξαν κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών. Ιδιαίτερα, ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Δημήτριο Γεωργακέλλο, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και τη σημαντική καθοδήγησή του κατά την πορεία αυτής της εργασίας, καθώς και για τις πολύτιμες γνώσεις που μου προσέφερε κατά τη διάρκεια των σπουδών μου. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς τους γονείς μου για την στήριξη τους.

Κατάλογος πινάκων & διαγραμμάτων

Πίνακες

Πίνακας 2.1 Έξοδα εκπόνησης μελέτης	7
Πίνακας 3.1: Δυναμικότητες ξενοδοχείων στην Πάρο	16
Πίνακας 3.2: Δυναμικότητες ενοικ. δωματίων στην Πάρο	16
Πίνακας 3.3 Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα των ξενοδοχείων στην Πάρο	17
Πίνακας 3.4 Προβλέψεις αφίξεων 5ετίας	27
Πίνακας 3.5 Προβλέψεις εσόδων 5ετίας	31
Πίνακας 4.1 Ανάγκες σε Α ύλες	32
Πίνακας 4.2 Κόστος Α' υλών	34
Πίνακας 5.1 Ανάγκες σε εξοπλισμό	38
Πίνακας 5.2 Κόστος κατασκευής	40
Πίνακας 5.3 Κόστος εξοπλισμού	40
Πίνακας 6.1 Γενικά έξοδα	48
Πίνακας 7.1 Ανάγκες σε ανθρώπινους πόρους	49
Πίνακας 7.2 Κόστος μισθοδοσίας	53
Πίνακας 9.1 Κόστος εκτέλεσης έργου	60

Πίνακας 10.1 Πάγιο κόστος	61
Πίνακας 10.3 Λειτουργικό κόστος 1 ^{ου} έτους	61
Πίνακας 10.2 Αποσβέσεις 5ετίας	62
Πίνακας 10.4 Κεφάλαιο κίνησης	63
Πίνακας 10.5 Προϋπολογισμένες καταστάσεις αποτελεσμάτων	64
Πίνακας 10.6 Προϋπολογισμένοι Ισολογισμοί	65
Πίνακας 10.7 Καθαρά παρούσα αξία επένδυσης	66
Πίνακας 10.8 Εσωτερικός βαθμός απόδοσης	66
Πίνακας 10.9 Περίοδος επανείσπραξης	66

Σχήματα και Γραφήματα

Σχήμα 3.1 Καθαρή συμβολή επιμέρους ισοζυγίων στο ισοζύγιο υπηρεσιών της Ελλάδος	12
Γράφημα 6.1 Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας	42
Γράφημα 9.1 Διαχείριση έργου	59

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Σύνοψη μελέτης σκοπιμότητας	1
2. Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος	4
2.1 Ιδρυτής και υποστηρικτής του σχεδίου	6
2.2 Κόστος επένδυσης	6
3. Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ.....	8
3.1 Το τουριστικό προϊόν.....	8
3.2 Τάσεις και δομή ελληνικού τουρισμού.....	10
3.3 Τουρισμός και υποδομές στην Πάρο	13
3.4 Ανάλυση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος	18
3.5 Ανάλυση γενικού εξωτερικού περιβάλλοντος- PESTLE	19
3.6 Ανάλυση ειδικού εξωτερικού περιβάλλοντος-ανάλυση Porter	20
3.7 SWOT analysis.....	193
3.8 Στρατηγική και στόχοι	255
3.9 Πρόβλεψη εσόδων	26
3.10 Στρατηγικό μάρκετινγκ.....	28
3.11 Τακτικό μάρκετινγκ	29
3.12 Πρόβλεψη εσόδων 5ετίας.....	31
4. Πρώτες ύλες.....	322
4.1 Προγραμματισμός πρώτων υλών	322
4.2 Προγραμματισμός προμηθειών	344
5. Μηχανολογία και τεχνολογία.....	37
5.1 Δυναμικότητα	37
5.2 Εγκαταστάσεις.....	37
5.3 Εξοπλισμός	38
5.4 Κόστος κατασκευής και εξοπλισμού	40
6. Οργάνωση μονάδας και γενικά έξοδα.....	42
6.1 Οργάνωση μονάδας	42
6.2 Διαδικασίες ξενοδοχείου	45
6.3 Γενικά έξοδα.....	48

7. Ανθρώπινοι πόροι	49
7.1 Απαιτήσεις σε ανθρώπινους πόρους	49
7.2 Προγραμματισμός ανθρωπίνων πόρων	51
7.3 Μισθοδοσία	53
8. Τοποθεσία και χώρος εγκατάστασης	54
8.1 Περιγραφή εγκατάστασης	54
8.2 Επιλογή τοποθεσίας	55
9 Προγραμματισμός και οργάνωση επενδυτικού σχεδίου	57
9.1 Γενικά στοιχεία	57
9.2 Χρονοδιάγραμμα έργου	58
9.3 Εκτίμηση κόστους εκτέλεσής έργου	60
10 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση	61
10.1 Συνολικό κόστος και χρηματοδότηση	61
10.2 Πρόβλεψη αποτελεσμάτων χρήσεως	64
10.3 Προβλέψεις ισολογισμών	64
10.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση	65
10.5 Αποτέλεσμα μελέτης	67
Αναφορές	68

1. Σύνοψη μελέτης σκοπιμότητας

Η παρούσα μελέτη εστιάζεται στην αξιολόγηση μιας επένδυσης σε ένα πολυτελές , τεσσάρων αστέρων ξενοδοχείο στην Νάουσα της Πάρου με την ονομασία "Sunset Boutique Hotel", που θα περιλαμβάνει 34 πολυτελείς σουίτες. Οι επενδυτές θα πρέπει να καταβάλουν περίπου 1.162.918 ευρώ από δικούς τους πόρους, ενώ θα λάβουν έπειτα 200.000 ευρώ της επένδυσης ως το μέγιστο ποσό της επιδότησης από το αναπτυξιακό ταμείο του ΕΣΠΑ.

Η μελέτη αποτελείται από δέκα κεφάλαια, συμπεριλαμβανομένης μιας σύνοψης. Το πρώτο το οποίο είναι και το παρών κεφάλαιο , αποτελεί μία σύνοψη της μελέτης. Το δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζει το επενδυτικό σχέδιο, τους επενδυτές και το όραμά τους, αλλά και και κάποια βιβλιογραφικά στοιχεία σχετικά με τη θεωρία των επιχειρηματικών σχεδίων. Επίσης, υπολογίζει το συνολικό κόστος της μελέτης. Επιπλέον δίνεται έμφαση στους λόγους πραγματοποίησης της μελέτης αλλά και τον σκοπό που θέλουν να επιτύχουν οι επενδυτές υλοποιώντας το παρών σχέδιο.

Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει ανάλυση της τουριστικής αγοράς σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, μαζί με στρατηγικό και τακτικό μάρκετινγκ. Η ανάλυση αυτή περιλαμβάνει αρχικά την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μέσω της ανάλυσης αγοράς και ανταγωνισμού. Πέραν αυτής το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει και την κατάρτιση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου μάρκετινγκ. Το σχέδιο αυτό αφορά τόσο το στρατηγικό μάρκετινγκ όσο και το τακτικό. Τελικός στόχος του κεφαλαίου είναι η πρόβλεψη των πωλήσεων καθώς και η διαμόρφωση των στρατηγικών της επιχείρησης για την λειτουργία στον κλάδο που εντάσσεται.

Το τέταρτο κεφάλαιο εστιάζει στην ανάλυση των αναγκών για πρώτες ύλες και τη διαδικασία επιλογής προμηθευτών. Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά υπολογίζεται η δυναμικότητα της μονάδας , και οι απαιτήσεις για πρώτες ύλες και αναλώσιμα. Εφόσον καθοριστούν αυτοί οι παράμετροι , πραγματοποιείται έρευνα σχετικά με την επιλογή των προμηθευτών που θα συνεργαστούν με την επιχείρηση στο κομμάτι αυτό. Τέλος

συντάσσεται ένα πλάνο προμηθειών που θα χρησιμοποιείται για την προμήθεια και την διαχείριση των προμηθειών κατά την περίοδο λειτουργίας. Όλα τα παραπάνω στοιχεία , κοστολογούνται στο τέλος του κεφαλαίου.

Το πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζει τις ανάγκες σε εξοπλισμό για το ξενοδοχείο. Εφόσον έχει καθοριστεί ήδη η δυναμικότητα της μονάδας και οι ανάγκες για προμήθειες , στην συνέχεια θα πρέπει να υπολογισθούν και οι ανάγκες για εξοπλισμό. Ο αναγκαίος εξοπλισμός αναγνωρίζεται και στην συνέχεια γίνεται αναφορά στο πώς θα γίνει η προμήθεια του , αν θα είναι μισθωμένος η αγορασμένος , καθώς και από ποιόν προμηθευτή θα αγοραστεί. Στο τέλος του κεφαλαίου γίνεται μία συνολική κοστολόγηση του εξοπλισμού.

Το έκτο κεφάλαιο ασχολείται με την οργανωτική δομή και τα γενικά έξοδα λειτουργίας. Σε αυτό το κεφάλαιο προσδιορίζονται τα τμήματα που συνθέτουν την λειτουργική μονάδα , και σχεδιάζεται ο τρόπος οργάνωσης της. Περιλαμβάνονται η ιεραρχία και τα καθήκοντα εντός της επιχείρησης. Επιπλέον προσδιορίζεται η διαδικασία της διαμονής και της εμπειρίας του πελάτη ως συνδυασμός άλλων ενεργειών και διαδικασιών. Τέλος προσδιορίζονται και υπολογίζονται στο κόστος τα διάφορα γενικά έξοδα που αφορούν ασφάλειες , αμοιβές τρίτων και έξοδα διαβίωσης προσωπικού.

Το έβδομο κεφάλαιο εξετάζει θέματα που αφορούν τους ανθρώπινους πόρους. Το κεφάλαιο περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους καθώς και τις θέσεις οι οποίες θα στελεχωθούν. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά στις πηγές που θα αξιοποιηθούν για την ανεύρεση των κατάλληλων ανθρώπων για την στελέχωση της επιχείρησης. Τέλος καταρτίζεται ένα ετήσιο πρόγραμμα μισθοδοσίας για τον υπολογισμό του κόστους των ανθρωπίνων πόρων κατά την λειτουργία , ενώ επιπλέον καταγράφεται και το κόστος που αφορά την προσέλκυση αυτών.

Το όγδοο ασχολείται με την τοποθεσία και τον χώρο εγκατάστασης. Αρχικά δίνονται πληροφορίες σχετικά με την τοποθεσία, την έκταση, την ιδιοκτησία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του χώρου εγκατάστασης. Αναφέρονται οι λόγοι που επιλέχτηκε ο συγκεκριμένος χώρος καθώς και τα πλεονεκτήματα και οφέλη που απορρέουν από αυτό. Επιπλέον αναφέρονται και τα θέματα που αφορούν το περιβάλλον. Στο τέλος καταγράφονται τα κόστη που αφορούν την εγκατάσταση και το περιβάλλον.

Το ένατο κεφάλαιο περιλαμβάνει τον προγραμματισμό την οργάνωση και την υλοποίηση του έργου που αφορά το επενδυτικό σχέδιο. Ουσιαστικά πρόκειται για το

κεφάλαιο όπου αποσαφηνίζονται οι διαδικασίες το χρονοδιάγραμμα και οι απαιτήσεις για την υλοποίηση του έργου. Στο τέλος του κεφαλαίου παρουσιάζονται και καταλογίζονται τα έξοδα που αφορούν την οργάνωση και την διαχείριση της υλοποίησης του έργου

Το τελευταίο κεφάλαιο αναλαμβάνει τη χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της μελέτης, παρουσιάζοντας προϋπολογισμούς, καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης και καταστάσεις ταμιακών ροών, και χρησιμοποιώντας μεθόδους αξιολόγησης επενδύσεων. Οι μέθοδοι αυτοί καταλήγουν σε κάποιους χρηματοοικονομικούς δείκτες που υποδεικνύουν εάν η επένδυση στο παρών επιχειρηματικό σχέδιο είναι αποδοτική , και συνεπώς το εάν πρέπει η όχι να προχωρήσουμε σε αυτή.

2. Βασική ιδέα και ιστορικό του προγράμματος

Η Νάουσα, που βρίσκεται στο νησί της Πάρου στην Ελλάδα, είναι μια γοητευτική παραθαλάσσια πόλη που φημίζεται για τη γραφική ομορφιά, την πλούσια ιστορία και τη ζωντανή της ατμόσφαιρα. Ως τουριστική περιοχή, η Νάουσα προσφέρει μια πληθώρα από αξιοθέατα και εμπειρίες που την καθιστούν ιδανικό προορισμό για ταξιδιώτες που αναζητούν χαλάρωση, περιπέτεια και πολιτιστική εμπάππιση.

Ακολουθούν ορισμένοι βασικοί λόγοι για τους οποίους η κατασκευή ενός ξενοδοχείου στη Νάουσα είναι η επιλεγμένη επένδυση

- **Γραφική ομορφιά:** Η Νάουσα είναι ευλογημένη με εκπληκτικά φυσικά τοπία, όπως παρθένες παραλίες με κρυστάλλινα νερά, απόκρημνες ακτές και κατάφυτες πλαγιές με ελαιώνες και αμπελώνες. Η γραφική ομορφιά της περιοχής προσφέρει ένα γαλήνιο και αναζωογονητικό περιβάλλον για τους τουρίστες, καθιστώντας την ελκυστική τοποθεσία για ένα ξενοδοχείο.
- **Πολιτιστική Κληρονομιά:** Η Νάουσα διαθέτει μια πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, με ιστορία που χρονολογείται από την αρχαιότητα. Η πόλη διαθέτει γοητευτικά λιθόστρωτα δρομάκια, παραδοσιακά ασβεστωμένα κτίρια στολισμένα με πολύχρωμες μπουκαμβίλιες και ιστορικά ορόσημα όπως το ενετικό φρούριο και η εκκλησία του Αγίου Νικολάου. Η κατασκευή ενός ξενοδοχείου στη Νάουσα θα επέτρεπε στους επισκέπτες να βυθιστούν στην τοπική κουλτούρα και να εξερευνήσουν τη συναρπαστική κληρονομιά της πόλης.
- **Ζήτηση Βιομηχανίας Φιλοξενίας:** Η τουριστική βιομηχανία στη Νάουσα αναπτύσσεται σταθερά τα τελευταία χρόνια, λόγω του αυξανόμενου αριθμού εγχώριων και ξένων επισκεπτών που αναζητούν αυθεντικές ελληνικές εμπειρίες. Ως αποτέλεσμα, υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση για επιλογές διαμονής στην περιοχή, δημιουργώντας μια προσοδοφόρα ευκαιρία για ξενοδοχειακή ανάπτυξη.

- **Εγγύτητα σε αξιοθέατα:** Η Νάουσα αποτελεί ιδανική βάση για να εξερευνήσετε τα πολλά αξιοθέατα της Πάρου. Από τις ειδυλλιακές παραλίες Κολυμπήθρες και Μοναστήρι μέχρι τον αρχαιολογικό χώρο του Δηλίου και τα παραδοσιακά χωριά Λεύκες και Μάρπησσα, δεν λείπουν πράγματα να δείτε και να κάνετε στη γύρω περιοχή. Ένα ξενοδοχείο σε στρατηγική τοποθεσία στη Νάουσα θα παρείχε εύκολη πρόσβαση σε αυτά τα αξιοθέατα, βελτιώνοντας τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών.
- **Γαστρονομικές Απολαύσεις:** Η Νάουσα φημίζεται για την εξαιρετική γαστρονομική σκηνή της, με πολλές ταβέρνες, εστιατόρια και παραθαλάσσια καφέ που σερβίρουν φρέσκα θαλασσινά, παραδοσιακά ελληνικά πιάτα και τοπικό κρασί και ούζο. Η κατασκευή ενός ξενοδοχείου στη Νάουσα θα επιτρέψει στους επισκέπτες να απολαύσουν τις γαστρονομικές απολαύσεις της περιοχής, βελτιώνοντας περαιτέρω τη διαμονή τους και εξασφαλίζοντας αξέχαστες γευστικές εμπειρίες.
- **Ψυχαγωγικές Δραστηριότητες:** Η περιοχή γύρω από τη Νάουσα προσφέρει ένα ευρύ φάσμα ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων για τους επισκέπτες που μπορούν να απολαύσουν, όπως κολύμπι, water sports, καταδύσεις, ιστιοπλοΐα, πεζοπορία και ιππασία. Η κατασκευή ενός ξενοδοχείου με πρόσβαση σε εγκαταστάσεις αναψυχής όπως πισίνες, σπα και ενοικίαση εξοπλισμού θαλάσσιων σπορ θα προσέλκυε ταξιδιώτες που αναζητούν δραστήριες και περιπετειώδεις διακοπές.

Το παρών επενδυτικό σχέδιο στοχεύει στην δημιουργία μίας ξενοδοχειακής μονάδας στην καρδιά της Νάουσας. Λόγω του ότι η Νάουσα προσελκύει τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερο κόσμο σε σημείο που τα καταλύματα δεν είναι σε θέση να εξυπηρετήσουν όλη την ζήτηση τους μήνες αιχμής, η ανάγκη για νέα καταλύματα στην περιοχή είναι κάτι παραπάνω από υπαρκτή. Με βάση και τους παραπάνω λόγους, αποφασίστηκε η δημιουργία ξενοδοχείου τύπου 'boutique' δυναμικότητας 34 δωματίων. Η έδρα του ξενοδοχείου θα βρίσκεται στην περιοχή Καβαλαρικό που αποτελεί το κέντρο της Νάουσας, και βρίσκεται μερικά λεπτά περπάτημα μακριά από το γραφικό λιμανάκι.

2.1 Ιδρυτής και υποστηρικτής του σχεδίου

Η ανακάλυψη του πάθους του για τον τουρισμό έγινε για τον Θανάση Παρασκευόπουλο κατά τη διάρκεια των 25 ετών που εργαζόταν ως διοικητικός υπάλληλος σε διάφορες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες σε όλη την επικράτεια. Προερχόμενος από μια οικογένεια με βαθιές ρίζες στον τομέα, καθώς και με καταγωγή από τις Κυκλάδες, όπου η οικογένειά του ήταν επίσης ενεργή στον χώρο της φιλοξενίας, ο Θανάσης μεγάλωσε μέσα σε μια ατμόσφαιρα που περιτριγυριζόταν καθημερινά από την φιλοξενία και τον τουρισμό.

Ολοκληρώνοντας τις σπουδές του στη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αθηνών και προχωρώντας σε επιπλέον ακαδημαϊκή εκπαίδευση τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό, απέκτησε εκτεταμένη εμπειρία στον τομέα της διοίκησης ξενοδοχείων. Έχοντας εργαστεί ως διαχειριστής σε διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες σε πολλές περιοχές του κόσμου, όπως Ευρώπη, Αμερική και Ασία, απέκτησε πολυδιάστατη και διεθνή εμπειρία στον τομέα.

Η αγάπη του για τον τουρισμό και την περιοχή του ήταν ο κινητήριος και πρωταρχικός λόγος που αποφάσισε να επενδύσει στη συγκεκριμένη μονάδα. Η βασική του επιδίωξη ήταν η βελτίωση της εξυπηρέτησης των τουριστών στην περιοχή, κάτι που πιστεύει πως θα συμβάλει στην αύξηση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος και στην προώθηση της τοπικής οικονομίας. Επιπλέον θέλει να αναπτύξει τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή όπως ο περιηγητικός τουρισμός, καθώς και να εφαρμόσει τις τελευταίες τεχνολογίες στην βιομηχανία του τουρισμού για την βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη.

2.2 Κόστος επένδυσης

Ο Θανάσης Παρασκευόπουλος διεκπεραιώνει τη μελέτη σκοπιμότητας για το επιχειρηματικό σχέδιο του σχέδιο χωρίς καμία χρέωση αμοιβής για την εκπόνηση. Η ιδέα του, η οποία βασίζεται σε στατιστικά της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και αξιολογήσεις περιφερειακών μελετών, υποστηρίζεται από δύο σημαντικές μελέτες. Η πρώτη αφορά τη μελέτη περιβαλλοντικών επιδράσεων και την επιλογή τεχνολογικού εξοπλισμού, ενώ η δεύτερη είναι η έρευνα αγοράς, συμπεριλαμβανομένων των

σχετικών εξόδων ταξιδιών. Το συνολικό κόστος αυτών των μελετών και εξόδων φτάνει τα 6.600,00 €.

Ουσιαστικά τα έξοδα προκύπτουν από την αγορά άλλων προπαρασκευαστικών μελετών που χρησιμοποιούνται ως δεδομένα για την εκπόνηση της παρούσας μελέτης. Τέτοιες μελέτες αποτελούν οι κλαδικές μελέτες καθώς και μελέτες σχετικά με την ποιότητα και την λειτουργικότητα εξοπλισμού και πρώτων υλών. Τέλος σε αυτό το κεφάλαιο καταλογίζονται και τα έξοδα ταξιδιών τα οποία πραγματοποιούνται για τις ανάγκες της εκπόνησης της μελέτης (άντληση στοιχείων για την περιοχή ανέγερσης).

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟ
Προμελέτες	€ 1.600,000
Κλαδικές μελέτες	€ 3.000,000
Έξοδα ταξιδιών	€ 2.000,000
Σύνολο	€ 6.600,000

Πίνακας 2.1 Έξοδα εκπόνησης μελέτης

3. Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ

3.1 Το τουριστικό προϊόν

Τα παγκόσμια τουριστικά προϊόντα περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα προσφορών προσαρμοσμένων στις ανάγκες και τις επιθυμίες των ταξιδιωτών σε όλο τον κόσμο. Αυτά τα προϊόντα περιλαμβάνουν αξιοθέατα, καταλύματα, υπηρεσίες μεταφοράς και επιλογές ψυχαγωγίας που καλύπτουν τα ενδιαφέροντα των τουριστών που εξερευνούν διαφορετικούς προορισμούς σε όλο τον κόσμο. Από εμβληματικά ορόσημα όπως ο Πύργος του Άιφελ και το Σινικό Τείχος της Κίνας μέχρι καθηλωτικές πολιτιστικές εμπειρίες σε απομακρυσμένα χωριά και πολυσύχναστες πόλεις, το παγκόσμιο τουριστικό προϊόν στοχεύει να προσφέρει αξέχαστες και εμπλουτισμένες εμπειρίες σε ταξιδιώτες κάθε ηλικίας και ενδιαφέροντος, ενισχύοντας τη διαπολιτισμική κατανόηση και την οικονομική ανάπτυξη στις κοινότητες προορισμού.

Ο τουρισμός είναι μια επιχείρηση που βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στο περιβάλλον, τόσο με την έννοια του φυσικού περιβάλλοντος όσο και των ανθρώπων που το κατοικούν. Είναι, ωστόσο, μια βιομηχανία υψηλής έντασης πόρων, παρά το γεγονός ότι δεν θεωρείται γενικά ως ένας κλάδος. Έχει γίνει μια παγκόσμια στροφή προς πιο φιλικές προς το περιβάλλον και ηθικές μορφές ταξιδιού, και αυτό μπορεί να φανεί και σε νησιωτικούς προορισμούς. Τα παραδοσιακά καλοκαιρινά πακέτα ηλιοθεραπείας δύο εβδομάδων που παράγονται από τουριστικούς πράκτορες και πωλούνται μέσω ταξιδιωτικών λιανοπωλητών εξακολουθούν να είναι δημοφιλή, αλλά έχει σημειωθεί ταχεία αύξηση της ζήτησης για πιο ατομικιστικές, ενεργητικές/συμμετοχικές και ουσιαστικές μορφές τουρισμού που παρέχουν μια ευρύτερη ή πιο ικανοποιητική εμπειρία. Αυτά περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών ειδών διακοπών ή τουριστικών εμπειριών, όπως ο τουρισμός περιπέτειας, ο οικοτουρισμός και ο θρησκευτικός τουρισμός.

Οι τουρίστες θεωρούνται πλέον πιο προσαρμοστικοί, περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένοι, περιπετειώδεις και υπεύθυνοι όσον αφορά το πώς ξοδεύουν τα χρήματά τους στα ταξίδια. Σαν αποτέλεσμα, είναι πιο πιθανό να αναζητήσουν πιο ουσιαστικές εμπειρίες, όπως αυτές που είναι λιγότερο επιβλαβείς για το περιβάλλον ή ωφελούν τις κοινότητες όπου επισκέπτονται. (Sharpley, 2009) Έχει επίσης αυξηθεί ο τουρισμός ευεξίας και ο πνευματικός τουρισμός, οι οποίοι συνδέονται στενά με τη

βιωσιμότητα. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έχει αναγνωρίσει και εξέτασε αυτόν τον σύνδεσμο, για παράδειγμα στο συνέδριο του 2013 με τίτλο «Πνευματικός Τουρισμός για την Αειφόρο Ανάπτυξη», το οποίο περιέγραψε τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη τόσο των οικοδεσποτών όσο και των τουριστών.

Μια νέα μελέτη των Cher et al. Όπως αναφέρεται από τον ΠΟΤ, «η πολιτιστική ανταλλαγή και ο διάλογος που προκαλεί ο πνευματικός τουρισμός είναι οι ίδιοι οι ακρογωνιαίοι λίθοι της αμοιβαίας κατανόησης, ανεκτικότητας και σεβασμού, τα θεμελιώδη δομικά στοιχεία της βιωσιμότητας» (UNWTO, 2013). Ο ΠΟΤ δήλωσε επίσης ότι η υπεύθυνη και βιώσιμη χρήση των φυσικών και πολιτιστικών αγαθών στην ανάπτυξη του πνευματικού τουρισμού μπορεί να δημιουργήσει μια σειρά από βιώσιμα πλεονεκτήματα για τις κοινότητες και τους προορισμούς. (United Nations World Tourism Organisation, 2013) Ερευνητές και ντόπιοι έχουν συνειδητοποιήσει ότι το παράδειγμα των tour operators και των all-inclusive συμφωνιών έχει κορεστεί στην αγορά της Πάρου, με αποτέλεσμα περιβαλλοντικές και οικονομικές δυσκολίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν από την τοπική κοινότητα. (Προκοπίου & Τσελέντης, 2018) Μεγάλες αλυσίδες ξενοδοχείων ή ασυνήθιστα μεγάλα συγκροτήματα ενοικιαζόμενων δωματίων αποτελούν την πλειονότητα των επιλογών διαμονής της Πάρου, που είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα των παραλιών και των ηλιόλουστων θέρετρων της Ελλάδας. Ως αποτέλεσμα της έλλειψης κάμπινγκ και άλλων υπαίθριων δραστηριοτήτων στο νησί, οι προσδοκίες των τουριστών και τα χαρακτηριστικά του νησιού διαμορφώνονται από τουριστικές εταιρείες όπως η TUI και η Thomas Cook, που είναι κρίμα γιατί το νησί έχει πλούσια πολιτιστική και περιβαλλοντική κληρονομιά. Επειδή ο εναλλακτικός τουρισμός στη Πάρο δεν έχει ακόμη απογειωθεί σε μεγάλο βαθμό, προτείνεται να καταβληθούν ουσιαστικές προσπάθειες για τη δημιουργία εφικτών κανόνων και μηχανισμών για αποτελεσματική εφαρμογή και έλεγχο. Οι πολιτιστικές εκδρομές και ο οικοτουρισμός είναι όλο και πιο δημοφιλείς ως τουριστικά αξιοθέατα τις τελευταίες δεκαετίες.

Τα ελληνικά τουριστικά προϊόντα παρουσιάζουν την πλούσια ταπετσαρία της ιστορίας, του πολιτισμού και της φυσικής ομορφιάς που έχει να προσφέρει η χώρα σε επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Από τα αρχαία ερείπια της Αθήνας και τα μαγευτικά τοπία της Σαντορίνης μέχρι τις ειδυλλιακές παραλίες της Κρήτης και τα παραδοσιακά χωριά της Πελοποννήσου, το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας χαρακτηρίζεται από τα ποικίλα αξιοθέατα και τη ζεστή φιλοξενία. Οι ταξιδιώτες μπορούν να βυθιστούν στη

γενέτειρα της δημοκρατίας, να εξερευνήσουν αρχαιολογικούς χώρους που χρονολογούνται χιλιετίες, να απολαύσουν νόστιμη μεσογειακή κουζίνα και να χαλαρώσουν σε παρθένες ακτές λουσμένες στο φως του ήλιου. Με ένα μείγμα ιστορικής σημασίας, εκπληκτικών τοπίων και ζωντανής πολιτιστικής κληρονομιάς, τα ελληνικά τουριστικά προϊόντα υπόσχονται αξέχαστες εμπειρίες σε λάτρεις της περιπέτειας που αναζητούν να αποκαλύψουν τα μυστικά αυτού του διαχρονικού προορισμού.

3.2 Τάσεις και δομή ελληνικού τουρισμού

Ο παγκόσμιος οργανισμός τουρισμού εκτιμά ότι η συμβολή του τουριστικού τομέα στο ελληνικό ΑΕΠ και στην απασχόληση αυξάνεται σταθερά, υποδεικνύοντας την αυξανόμενη σημασία του κλάδου στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας και τη δυνατότητα για περισσότερες επενδύσεις. Σε αυτό το σημείο, ο διεθνής τουρισμός αντιπροσωπεύει σχεδόν το 90% της συνολικής τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, με τη βιομηχανία να ηγείται της ευθύνης για την αναζωογόνηση της οικονομίας. Μεταξύ 2010 και 2016, τα κέρδη από τους ταξιδιώτες αυξήθηκαν κατά 36,2 %. Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να χρησιμοποιηθεί μια μακροπρόθεσμη προσέγγιση στην τουριστική ανάπτυξη. (Κικίλιας, 2018) Ένας αυξανόμενος αριθμός τουριστών από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Ρωσία, την Κεντρική Ευρώπη και τη Σκανδιναβία κατευθύνεται προς την περιοχή, όπως τεκμηριώνεται από πολλές μελέτες (SETE Intelligence, 2012, Loukaras, 2014, Kozlov & Popov, 2015, Ali- Knight & Ensor, 2017).

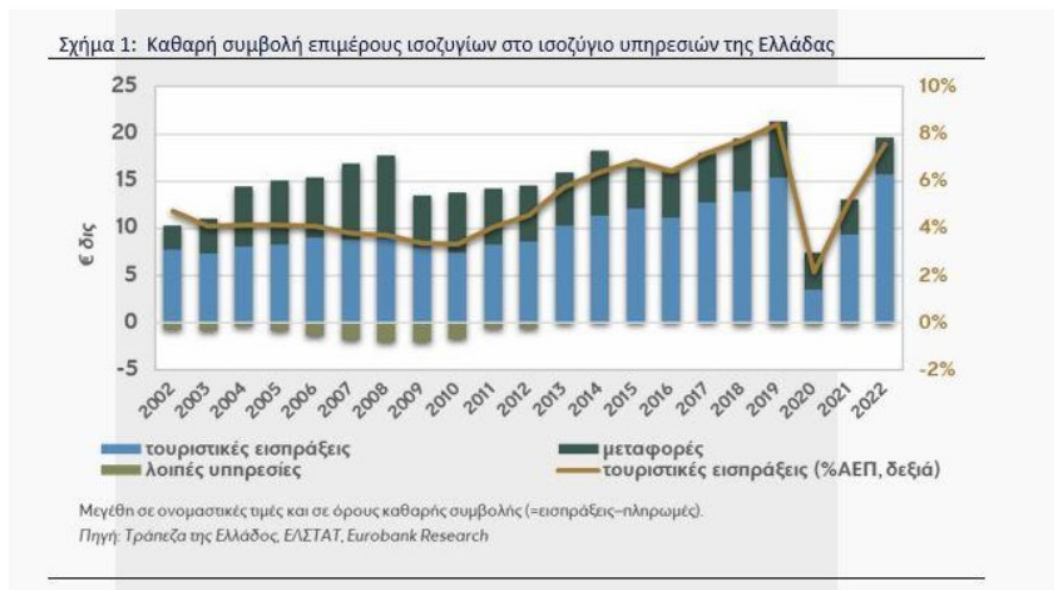
Ρίχνοντας μια ματιά στα πράγματα από την οπτική γωνία της Πάρου, είναι συναρπαστικό να σημειωθεί ότι το νησί είναι ένας δημοφιλής τουριστικός προορισμός, με το αεροδρόμιο του νησιού να κατατάσσεται ως το τρίτο πιο πολυσύχναστο της χώρας και να αυξάνεται σταθερά σε όγκο χρόνο με το χρόνο, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Πέρα από το ότι αντικατοπτρίζει ευρύτερες εθνικές τάσεις, η θέση της Πάρου επηρεάζεται επίσης από το μέγεθος και τη σημασία του νησιού. Παρά τις μη βιώσιμες πρακτικές και την έλλειψη κεντρικού, στρατηγικού σχεδιασμού, το νησί σημειώνει άνοδο του τουρισμού, με αναφερόμενα ποσοστά πληρότητας να σπάνε ρεκόρ.

Το υπό εξέταση θέμα αφορά περισσότερο τις ιδιότητες των επισκεπτών και τις δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν παρά τη συνολική ποσότητα των ανθρώπων που προσελκύουν. Το 70% των ερωτηθέντων σε έρευνα σε συνεργασία με το

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Κυκλάδων (Λουκαράς, 2014) δήλωσαν ότι προτιμούν τη Πάρο από άλλα ελληνικά νησιά λόγω της φυσικής ομορφιάς και του περιβάλλοντός της. Η Πάρος είναι πιο πιθανό να επιλεγεί από τουρίστες που ερευνούν το νησί μόνοι τους, παρά μέσω τουριστικού πράκτορα, σύμφωνα με την ίδια έρευνα. Οι ταξιδιώτες αυτής της κατηγορίας είναι πιο πιθανό να προγραμματίσουν τις διακοπές τους μόνοι τους, καθιστώντας τους περιζήτητους δημογραφικά για ξενοδοχεία.

Όσον αφορά τη διαμονή, μια δημοσκόπηση του 2023 από το Double Dot έδειξε ότι από το 2018 έως το 2023, υπήρξε αύξηση 21% στο ποσοστό των τουριστών που επέλεξαν να μείνουν σε ξενοδοχείο και όχι σε ξενώνα. Παρόμοια αύξηση σημειώθηκε στη διαθεσιμότητα πακέτων all inclusive, με το ποσοστό να αυξάνεται από 40% το 2010 σε 50% το 2018, και σχετικά στοιχεία δείχνουν ότι αυτή η τάση θα συνεχιστεί. (Λουκαράς, 2018) Οι προσφορές all inclusive και οι τουριστικοί πράκτορες κυριαρχούν στο νησί και ως εκ τούτου ο τομέας έχει αλλάξει. Έχει αποδειχθεί ότι σε μέρη όπου ο μαζικός τουρισμός είναι η κυρίαρχη δύναμη στην τοπική βιομηχανία, το ενδιαφέρον για εναλλακτικές ή/και περιβαλλοντικά συνειδητές επιλογές είναι υψηλότερο (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2001, Χρήστου, 2014), αλλά προηγούμενες μελέτες από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) καθώς και άλλες ανεξάρτητες έχουν δείξει σημαντικό κενό στην αγορά στη Πάρο, περισσότερο από ό,τι σε οποιοδήποτε από τα άλλα νησιά του Αιγαίου, και ως εκ τούτου, η ευκαιρία είναι ελκυστική και οι πιθανότητες επιτυχίας είναι καλές. Στην επόμενη ενότητα, θα επικεντρωθούμε στον ανταγωνισμό σε αυτόν τον τομέα της αγοράς.

Μπορούμε να μελετήσουμε τις τάσεις του ελληνικού τουρισμού από πολλές όψεις. Μια από αυτές είναι τα συνολικά έσοδα που αντλούνται κάθε τουριστικό έτος. Παρακάτω παρατίθεται ένας πίνακας βασισμένος σε στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ τα έσοδα της χώρας που προέρχονται από τον τουρισμό ανά έτος για την περίοδο 2001-2020. Όπως μπορούμε να διακρίνουμε από τον παραπάνω πίνακα τα έσοδα της Ελλάδος από τον τουρισμό παρουσίασαν μια σταθερή άνοδο της τάξεως του 10-20% ανά έτος την τελευταία δεκαετία. Αυτή η τάση βάση των προβλέψεων θα συνεχιζόταν και για το έτος 2020, όμως το ξέσπασμα της πανδημίας άλλαξε δραματικά τα δεδομένα και εν τέλει τα έσοδα από τον τουρισμό παρουσίασαν μείωση κατά περίπου 75-80%.



Σχήμα 3.1 Καθαρή συμβολή επιμέρους ισοζυγίων στο ισοζύγιο υπηρεσιών της Ελλάδος

Αντιθέτως το 2022 έφτασε σε σημείο να κοντράρει το ρεκόρ εσόδων του 2019 μετά από μία πολύ γρήγορη ανάκαμψη της τουριστικής βιομηχανίας από την πανδημία. Το 2023 αποτέλεσε μια χρονιά ρεκόρ για τον ελληνικό τουρισμό με έσοδα πάνω από 20,5 δισεκατομμύρια ευρώ , ενώ σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του υπουργείου τουρισμού το 2024 αναμένεται εξίσου καλή χρονιά με τα έσοδα να αναμένονται ακόμα υψηλότερα.

Σύμφωνα με στοιχεία της ελληνικής στατιστικής υπηρεσίας, περίπου το 55% των εσόδων και των διανυκτερεύσεων αποτελείται από τουρίστες από 5 χώρες. Αυτές οι χώρες είναι οι ΗΠΑ, η Γερμανία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιταλία. Η Ρωσία είναι επίσης σημαντική για ορισμένες περιοχές της χώρας, αν και τα τελευταία χρόνια οι Ρώσοι τουρίστες έχουν μειώσει τις επισκέψεις τους, καθώς προτιμούν τις ανταγωνιστικές τιμές της γειτονικής Τουρκίας. Οι 2 σημαντικότερες εθνικότητες με τη μεγαλύτερη συμβολή στα έσοδα του ελληνικού τουρισμού από το 2015 και μετά είναι οι ΗΠΑ και η Γερμανία. Με το ξέσπασμα της πανδημίας λόγω της κατάστασης που επικράτησε λόγω της πανδημίας στις ΗΠΑ, οι Αμερικανοί τουρίστες δεν μπορούσαν να πάνε στην Ελλάδα. Αν και οι Γερμανοί τουρίστες μπορούσαν να έρθουν το 2020

ελεύθερα για διακοπές στην Ελλάδα, ένα μεγάλο μέρος τους προτίμησε να μην ταξιδέψει καθόλου για λόγους υγείας. Στην συνέχεια υπήρξε πλήγμα στον τουρισμό από την Ρωσία λόγω των κυρώσεων από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την εισβολή στην Ουκρανία το 2022. Παρόλα αυτά οι Ρώσοι δεν είναι μέσα στις χώρες με μεγαλύτερα ποσοστά αφίξεων στην Ελλάδα.

Οι παγκόσμιες τουριστικές τάσεις καταδεικνύουν δραματικές αλλαγές στις προτιμήσεις των τουριστών για στέγαση και πακέτα διακοπών. Τέτοια πακέτα περιλαμβάνουν διακοπές (μετατροπή ενός ταξιδιού εργασίας σε ταξίδι αναψυχής), οικογενειακά πακέτα διακοπών, ακόμη και ταξίδια ευεξίας. Όλα τα προηγούμενα νέα στοιχεία υποστηρίζουν τη συνεχιζόμενη διαφοροποίηση των πακέτων παροχών διαμονής. Οι νέες τάσεις στα στεγαστικά καταλύματα αντιπροσωπεύονται στην Ελλάδα ως αύξηση της ζήτησης για πλωτές κατοικίες, γιοτ και τροχόσπιτα, τα οποία αυξάνονται σημαντικά χρόνο με το χρόνο. (Ε Μπακογιάννης, 2021).

Η δημιουργία προφίλ ταξιδιωτών είναι μια σημαντική τάση στον τουρισμό που θα μπορούσαν να αξιοποιήσουν τα ελληνικά τουριστικά καταλύματα. Τα προφίλ ταξιδιωτών είναι ουσιαστικά βάσεις δεδομένων που αντικατοπτρίζουν τα μεμονωμένα ενδιαφέροντα ταξιδιωτών και θα διατίθενται στα ξενοδοχεία. Τα ταξιδιωτικά προφίλ θα παρέχουν πληροφορίες έτσι ώστε το ξενοδοχείο να μπορεί να προσαρμόσει τις υπηρεσίες του σε κάθε μεμονωμένο πελάτη και να προσπαθήσει να εξαλείψει την τυποποίηση στον ξενοδοχειακό κλάδο. (D.Diameli, 2016) Αυτή η καινοτόμος τάση επιχειρεί να προσφέρει τη μέγιστη ικανοποίηση των πελατών με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και χρόνο προσαρμογής. Για παράδειγμα, ο καταναλωτής μπορεί να απολαμβάνει αυτόματα τη θερμοκρασία δωματίου που έχει προορίσει, καθώς και τα τρόφιμα και τα ποτά που έχει επιλέξει.

3.3 Τουρισμός και υποδομές στην Πάρο

Η Πάρος είναι μια δημοφιλής τουριστική τοποθεσία για τους επισκέπτες των ελληνικών νησιών. Είναι το τρίτο μεγαλύτερο νησί των Κυκλάδων, μετά την Άνδρο και τη Νάξο, με έκταση 196 km² και ακτογραμμή 120 χιλιομέτρων. Το νησί κατέχει την τρίτη θέση σε δημοτικότητα, μετά τη Σαντορίνη και τη Μύκονο. Η Πάρος είναι ένα από τα πιο όμορφα νησιά των Κυκλάδων. Είναι γνωστή για τις διάφορες παραλίες της καθώς και για τα γραφικά χωριά της, όπως η Παροικιά, η Νάουσα, οι Λεύκες και η Μάρπησσα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού έχει επηρεάσει σημαντικά τις ζωές των κατοίκων του νησιού, αφού οι φτωχοί αγρότες και οι ψαράδες έχουν μεταβεί σε άλλα επαγγέλματα και η τοπική αυτοδιοίκηση έχει κατασκευάσει υποδομές όπως λιμάνια και δρόμους. Η ζήτηση για τουριστικές υπηρεσίες είχε ως αποτέλεσμα την ίδρυση ξενοδοχείων, εστιατορίων και την εμπορική εκμετάλλευση των παραλιών. Η υπερεκμετάλλευση αποτελεί και εξακολουθεί να αποτελεί σημαντικό κίνδυνο για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Η πρόκληση για την αειφόρο ανάπτυξη των Κυκλάδων είναι να επιτευχθεί ισορροπία μεταξύ της τουριστικής ανάπτυξης, του περιβάλλοντος και της ποιότητας ζωής των κατοίκων, καθώς το τουριστικό προϊόν συνδυάζει οικολογικά, κοινωνικά και οικονομικά υποσυστήματα.

Η αξιολόγηση φέρουσας ικανότητας είναι μια κρίσιμη τεχνική για την ανάπτυξη πολιτικών και στρατηγικών στην τουριστική βιομηχανία παγκοσμίως. Ο τουρισμός αποτελεί βασικό μοχλό αειφόρου ανάπτυξης σε χώρες με πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Απαιτούνται σαφείς εξηγήσεις για τη συμβολή του τουριστικού τομέα στην ανάπτυξη για την ενθάρρυνση των επενδύσεων στον κλάδο. Ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί ως μοχλός ανάπτυξης. Είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα του πώς η ποιότητα του περιβάλλοντος επηρεάζει το οικονομικό δυναμικό.

Η Πάρος είναι προσβάσιμη με αεροπλάνο και πλοίο. Το παλαιό αεροδρόμιο, που βρίσκεται νοτιοανατολικά του νησιού, 10 χιλιόμετρα από τον οικισμό της Παροικιάς, λειτουργεί από το 1982. Το προηγούμενο αεροδρόμιο διέθετε διάδρομο 710 μέτρων, κατάλληλο για το μικρό αεροσκάφος ATR που εκτελούσε το δρομολόγιο Αθήνα-Πάρος-Αθήνα. , αλλά καθώς αυξανόταν ο αριθμός των επιβατών, απαιτήθηκαν μεγαλύτερα αεροπλάνα.

Για να λυθεί το πρόβλημα πάρθηκε η απόφαση να κατασκευαστεί νέο αεροδρόμιο, πολύ κοντά στο παλιό. Το νέο αεροδρόμιο άνοιξε στις 25 Ιουλίου 2016 και διαθέτει διάδρομο 1.400 μέτρων και τρεις θέσεις στάθμευσης για αεροσκάφη μεσαίου μεγέθους (Q400), καθώς και χώρους στάθμευσης ελαφρών αεροσκαφών γενικής αεροπορίας και έναν πυροσβεστικό σταθμό. Ο τερματικός σταθμός επιβατών καλύπτει σχεδόν 600 m². Τρεις ελληνικές αεροπορικές εταιρείες (Aegean- OA, ASTRA και SKY Express) καλύπτουν τα εσωτερικά δρομολόγια προς την Πάρο, από τα αεροδρόμια της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. και από το 2018, ένας Τσέχος και ένας Αυστριακός αερομεταφορέας τσάρτερ πετούν επίσης στην Πάρο, κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, με μεσαίου μεγέθους τζετ.

Οι τουρίστες μπορούν επίσης να φτάσουν στην Πάρο με πλοίο από τα δύο κύρια λιμάνια της Αττικής, τον Πειραιά και τη Ραφήνα, καθώς και από τα λιμάνια των Δωδεκανήσων, τα λιμάνια της Θεσσαλονίκης, της Θήρας και από τα περισσότερα από τα άλλα νησιά του Αιγαίου. Το κύριο λιμάνι του νησιού βρίσκεται στην Παροικιά: περίπου 40 πλοία φτάνουν και αναχωρούν από την Παροικιά μια συνηθισμένη καλοκαιρινή μέρα. Το φράγμα προς τα βόρεια προστατεύει τον κόλπο από αντίξοες καιρικές συνθήκες: μόνο οι ισχυροί άνεμοι από τα δυτικά μπορεί μερικές φορές να δημιουργήσουν προβλήματα ελλιμενισμού στο λιμάνι. Η μαρίνα Παροικιάς διαθέτει τις εγκαταστάσεις για να μπορεί να εξυπηρετεί μικρά και μεγάλα ταχύπλοα, ιστιοπλοϊκά, γιοτ και ψαροκάικα.

Στο λιμάνι δένουν και κρουαζιερόπλοια, το καλοκαίρι. Υπάρχουν άλλα τρία λιμάνια, η Νάουσα, το Πίσω Λιβιάδι και η Πούντα. Η Νάουσα, το δεύτερο λιμάνι του νησιού, λειτουργεί μια εκτεταμένη, οργανωμένη μαρίνα, με ελλιμενισμό για όλα τα είδη πλοίων και άριστες υπηρεσίες επισκεπτών. Μπορεί να φιλοξενήσει σκάφη με μέγιστο βύθισμα 3 m. Τα σκάφη αναχωρούν το καλοκαίρι για ημερήσιες κρουαζιέρες στην Τήνο, τη Μύκονο και τη Δήλο. Στα νότια του νησιού, η μαρίνα του Πίσω Λιβιάδιού προστατεύεται από τους ισχυρούς βόρειους ανέμους. Η μαρίνα φιλοξενεί ψαροκάικα και τουριστικά σκάφη και είναι η αφετηρία για εκδρομές στην Αμοργό, τα Κουφονήσια και τη Σαντορίνη. Η Πούντα συνδέει την Πάρο με την Αντίπαρο όλο το χρόνο. Τα φέρι αναχωρούν και από τα δύο νησιά κάθε 30 λεπτά: η διέλευση διαρκεί περίπου 10 λεπτά.

Η τουριστική ανάπτυξη της Πάρου δεν είχε αρχικά προγραμματιστεί. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1960, το νησί αναπτύχθηκε ως καλοκαιρινός τουριστικός προορισμός, και για όλα τα χρόνια, ήταν ένα διάσημο παραθεριστικό θέρετρο στις Κυκλάδες, για τους Έλληνες. Από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο υπάρχει αύξηση των χρημάτων που έρχονται λόγω του αριθμού των διανυκτερεύσεων, καθώς οι επισκέψεις συνδυάζονται με τις καλοκαιρινές διακοπές και την τουριστική κίνηση, τον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Η Πάρος έχει περισσότερες από 20.000 κλίνες, συγκεντρωμένες γύρω από τη Παροικιά και τη Νάουσα. Ο Πίνακας 3.1 εμφανίζει τον αριθμό των ξενοδοχείων, των δωματίων και των κρεβατιών ανά κατηγορία αστέρων ξενοδοχείου. Αυτό που συμβαίνει είναι ότι ο αριθμός των κλινών αυξάνεται σημαντικά στα ξενοδοχεία με τρία ή περισσότερα αστέρια, ενώ ο αριθμός των κλινών μειώνεται στις υπόλοιπες κατηγορίες.

		5*	4*	3*	2*	1*	
2010	μονάδες	2	14	20	87	23	146
	δωμάτια	96	714	656	1825	331	3622
	κλίνες	180	1331	1609	3491	662	7273
2015	μονάδες	3	16	30	76	21	146
	δωμάτια	125	708	894	1582	297	3606
	κλίνες	260	1318	1691	3042	595	6906
2022	μονάδες	4	19	37	64	23	147
	δωμάτια	211	848	1074	1263	347	3743
	κλίνες	410	1602	2109	2430	678	7229

Πίνακας 3.1: Δυναμικότητες ξενοδοχείων στην Πάρο. (Πηγή: INSETE.)

Αυτό οφείλεται στη στροφή προς την παροχή καλύτερων και ακριβότερων υπηρεσιών. Αξιοσημείωτο είναι ότι υπάρχει αύξηση στα ενοικιαζόμενα δωμάτια, ανά κατηγορία (Πίνακας 3.2). Η δημιουργία νέων καναλιών επικοινωνίας με τους τουρίστες μέσω διαδικτυακών πλατφορμών (όπως AirBnB, Booking κ.λπ.) δίνει κίνητρο για χρήση δωρεάν κατοικιών και δωματίων. Η Πάρος διαθέτει επίσης έξι κατασκηνωτικές μονάδες, με συνολικά 446 τουριστικές θέσεις.

ΚΛΕΙΔΙΑ	1	2	3	4	Σύνολα
μονάδες	117	515	190	87	909
δωμάτια	667	3809	1584	609	6669
κλίνες	1578	3567	7854	1543	14542

Πίνακας 3.2: Δυναμικότητες ενοικ. δωματίων στην Πάρο. (Πηγή: INSETE)

Ο Πίνακας 3.3 παρουσιάζει στοιχεία τουριστικών καταλυμάτων για ξενοδοχεία. Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά, έχει σημειωθεί αύξηση στις διανυκτερεύσεις ξένων τουριστών, ενώ σημαντική μείωση παρατηρείται στους εγχώριους τουρίστες. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην οικονομική κρίση που ήταν ανησυχητική Η Ελλάδα τα

τελευταία 10 χρόνια. Η συνολική πληρότητα είναι χαμηλή, καθώς η τουριστική περίοδος περιορίζεται σε 3 με 4 μήνες και κάποιες μέρες την περίοδο του Πάσχα.

ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
Αφίξεις Ξένων	67546	69865	29865	49867	66984
Αφίξεις Ελλήνων	28578	26789	18578	26987	28698
Διανυκτερεύσεις Ξένων	227895	234567	94567	167856	239867
Διανυκτερεύσεις Ελλήνων	91158	79753	60986	67142	93548
Πληρότητα	41%	42,70%	24,20%	37,60%	42,30%

Πίνακας 3.3 Αφίξεις, διανυκτερεύσεις και πληρότητα των ξενοδοχείων στην Πάρο (2018-2022) (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)

Σύμφωνα με στοιχεία ενοικίασης δωματίων από την πλατφόρμα AirBnB, η πληρότητα είναι το 38% των περίπου 2000 καταλυμάτων. Η μέση τιμή ενοικίασης κατά τη διάρκεια του έτους είναι 111 ευρώ.

Η Πάρος μπορεί να υπερηφανεύεται για ένα από τα πιο αποτελεσματικά οδικά και μέσα μαζικής μεταφοράς στις Κυκλάδες. Τα λεωφορεία του ΚΤΕΛ εξυπηρετούν επισκέπτες και μόνιμους κατοίκους, με μεγάλη γκάμα δρομολογίων και οχημάτων. Όλοι οι οικισμοί συνδέονται μεταξύ τους καθώς και με τις δύο μεγάλες πόλεις του νησιού, την Παροικία και τη Νάουσα, όλο το χρόνο. Το καλοκαίρι τα δρομολόγια, κυρίως προς τη Νάουσα, συνεχίζονται μέχρι τις πρώτες πρωινές ώρες, με συχνότερα δρομολόγια από και προς το λιμάνι.

Το ηλεκτρικό δίκτυο της Πάρου αναπτύσσεται με χρηματοδότηση της Ε.Ε. Το έργο στοχεύει στην παροχή σταθερής και επαρκούς ηλεκτρικής ενέργειας στα νησιά Σύρο, Πάρο, Τήνο και Μύκονο για 30-40 χρόνια, με ολοκλήρωση το 2019. Ο σχεδιασμός αυτός συνεπάγεται την παροχή ενέργειας από τα υποσυστήματα του Λαυρίου και της Σύρου, καθώς και Σύρου και Μυκόνου. Περιλαμβάνει εξαγορά γης, κατασκευή υπογείων και υποθαλάσσιων καλωδιακών συνδέσεων, σύνδεση υποσταθμού με το Λαύριο και συσκευές σύνδεσης εξωτερικού χώρου.

3.4 Ανάλυση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Με μια έρευνα στις πλατφόρμες τουριστικών καταλυμάτων όπως οι Booking και Expedia μπορεί να εκτιμηθεί πως στην Νάουσα υπάρχουν 192 καταλύματα. Από αυτά τα καταλύματα μπορούν να θεωρηθούν ως βασικοί άμεσοι ανταγωνιστές τα 7 εξ αυτών. Αυτό συμβαίνει γιατί είναι τα μόνα ξενοδοχεία που κατατάσσονται στην ίδια στρατηγική ομάδα, που περιλαμβάνει στοιχεία όπως η υψηλή ποιότητα διαμονής, η πολυτέλεια και η απόσταση από την αγορά της Νάουσας. Οι βασικοί ανταγωνιστές είναι τα ξενοδοχεία Yade suites and spa, Mr and Mrs White, Kanales suites, Villa Kelly rooms and suites, Bohemian luxury boutique hotel, Stelia mare boutique hotel και Opal Paros.

Τα παραπάνω καταλύματα βρίσκονται στην ίδια στρατηγική ομάδα με το κατάλυμα της μελέτης για 2 λόγους, που αποτελούν και τους άξονες στρατηγικών ομάδων. Ο πρώτος λόγος έχει να κάνει με τις υπηρεσίες που παρέχουν. Και τα 7 είναι οργανωμένες ξενοδοχειακές μονάδες τεσσάρων αστέρων, που προσφέρουν υπηρεσίες πολυτελών σουιτών, με παροχές εστιατορίων, μπαρ, πισίνας, spa, τζακούζι, έχουν θέα στην θάλασσα και απευθύνονται σε επισκέπτες υψηλών εισοδημάτων και εστιάζουν στην παροχή υπηρεσιών πολυτελείας.

Ο δεύτερος στρατηγικός άξονας που χρησιμοποιήθηκε για τον εντοπισμό των άμεσων ανταγωνιστών είναι η απόσταση από το κέντρο της Νάουσας. Το λιμανάκι της Νάουσας αποτελεί τον κορυφαίο προορισμό του νησιού τόσο λόγω των εστιατορίων και του πανέμορφου γραφικού τοπίου του, όσο και λόγω της κοσμοπολίτικης νυχτερινής ζωής του. Οι εύποροι τουρίστες μεταξύ 25-40 ετών θέλουν να έχουν ως βάση των δραστηριοτήτων τους το κέντρο της Νάουσας, και συνεπώς υπάρχει αυξημένη ζήτηση για καταλύματα κοντά σε αυτή. Μία χιλιομετρική απόσταση λιγότερο των 700 μέτρων αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τα καταλύματα εντός του οικισμού. Συνεπώς ορίσαμε ως άμεσους ανταγωνιστές μας τα πολυτελή καταλύματα που παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες, και βρίσκονται το λιγότερο 700 μέτρα μακριά από το λιμανάκι της Νάουσας.

3.5 Ανάλυση γενικού εξωτερικού περιβάλλοντος- PESTLE

Το **πολιτικό** περιβάλλον διαμορφώνει το μακροοικονομικό περιβάλλον των επιχειρήσεων. Γενικότερα, μπορούμε να πούμε ότι οι πολιτικές αλλαγές έχουν μικρό άμεσο και έντονο αντίκτυπο στον τουριστικό τομέα, ιδιαίτερα στις ξενοδοχειακές μονάδες, εκτός από εξαιρετικές καταστάσεις όπως αυτή που βιώνουμε σήμερα. Το κύριο αγκάθι αυτής της περιόδου είναι περιορισμοί στην υγεία που προκλήθηκαν από την πανδημία. Επιπλέον, το πιστοποιητικό εμβολιασμού, το οποίο ενδέχεται να είχε αρνητικές επιπτώσεις στις αφίξεις τουριστών φέτος, καταργήθηκε. Οι τουριστικές επιχειρήσεις αναμένεται να λάβουν περαιτέρω βοήθεια από το κράτος και το ΕΣΠΑ εάν η σεζόν είναι τόσο δύσκολη όσο πέρυσι. Υπάρχουν προγράμματα επιδότησης ΕΣΠΑ που χρηματοδοτούν την κατασκευή και την αποκατάσταση ξενοδοχείων τριών έως τεσσάρων αστέρων.

Όσον αφορά το **οικονομικό** περιβάλλον, ο αυξανόμενος πληθωρισμός, σε συνδυασμό με τις σχεδόν δυσανάλογες αυξήσεις του εισοδήματος των καταναλωτών, περιορίζει σοβαρά την αγοραστική τους δύναμη. Βεβαίως, από την εποχή της πανδημίας υπήρξε τεράστια αύξηση στον αριθμό των καταθέσεων. Οι καταναλωτές περιορίζουν τις ελαστικές δαπάνες τους. Ίσως θα συνεχίσουν να ταξιδεύουν για διακοπές και να φάνε έξω, αλλά θα περιορίσουν τη διάρκεια του ταξιδιού τους και τις δαπάνες τους στον προορισμό ή θα επιλέξουν ένα λιγότερο ακριβό μέρος και γειτονικές τοποθεσίες. Οι τουριστικές εταιρείες πιέζουν πάντα τα ξενοδοχεία να μειώσουν τις τιμές τους. Από την άλλη πλευρά, οι προμηθευτές καλούνται να μειώσουν τις τιμές των προϊόντων τους. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών, τα έξοδα ξενοδοχειακών μονάδων μπορεί να μειωθούν με ταχύτερο ρυθμό από τα έσοδα, δημιουργώντας ευκαιρίες για κερδοφορία μεσοπρόθεσμα.

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εξετάσουν πώς οι **κοινωνικές** και **πολιτιστικές** πτυχές επηρεάζουν τους ανθρώπινους πόρους και το μάρκετινγκ. Μερικά από τα στοιχεία που πρέπει να δηλωθούν για το κοινωνικοπολιτισμικό περιβάλλον είναι:

- Αλλαγές στον τρόπο ζωής.
- Η εξέλιξη της σταδιοδρομίας είναι ζωτικής σημασίας σε κάθε επιχείρηση.
- Η στάση των καταναλωτών απέναντι σε διάφορες ενέργειες μάρκετινγκ.
- Δεοντολογικές κατευθυντήριες γραμμές και κοινωνικές ευθύνες για τις επιχειρήσεις.

Οι **τεχνολογικές** αλλαγές έχουν μικρό αντίκτυπο στις ξενοδοχειακές τουριστικές δραστηριότητες. Γενικά, η τουριστική βιομηχανία δεν είναι εκτεθειμένη σε σημαντικές τεχνικές εξελίξεις. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι η τεχνολογική πρόοδος δεν είναι πλέον σημαντική σε αυτόν τον κλάδο. Η χρήση υπολογιστών για την αυτοματοποίηση των δραστηριοτήτων της εταιρείας βελτιώνει τον έλεγχο και τον συντονισμό. Η τεχνολογία του διαδικτύου επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προωθούν τα προϊόντα τους παγκοσμίως μέσω ενός μέσου χαμηλού κόστους. Ταυτόχρονα, η παροχή πρόσβασης στο διαδίκτυο στους καταναλωτές ενισχύει την αξία της προσφοράς προϊόντων του ξενοδοχείου.

Το **νομικό** περιβάλλον στην Ελλάδα εξελίσσεται συνεχώς, απαιτώντας ενημερώσεις και συμμόρφωση με νέα δεδομένα. Ο φετινός φορολογικός συντελεστής διαμορφώνεται στο 22% για κάθε είδους επιχειρήσεις και κέρδη. Οι εισφορές κοινωνικής ασφάλισης και ο κατώτατος μισθός αυξήθηκαν κατά 6% περίπου σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι κανονισμοί και οι περιορισμοί για την υγεία δεν είναι τόσο αυστηροί όσο στην υπόλοιπη Ευρώπη, ωστόσο η μη συμμόρφωση επιφέρει σημαντικά πρόστιμα. Ο διαχειριστής της εταιρείας είναι υπεύθυνος για την καταβολή ασφαλιστικής εισφοράς. Επιπλέον ο νέος περιβαλλοντικός φόρος ανέρχεται σε 7 ευρώ ανά βράδυ διαμονής για τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων.

Στο **περιβαλλοντικό** κομμάτι, τα φυσικά τοπία και οι παραλίες της Πάρου είναι τα βασικά τουριστικά αξιοθέατα. Τα ξενοδοχεία πρέπει να εξισορροπούν την ανάπτυξη με τη διατήρηση του περιβάλλοντος. Η αυξανόμενη ζήτηση για καταλύματα φιλικά προς το περιβάλλον απαιτεί την υιοθέτηση πράσινων πρακτικών όπως η ηλιακή ενέργεια, η εξοικονόμηση νερού και η μείωση των απορριμμάτων. Αυτό επιτυγχάνεται με την χρήση έξυπνων συσκευών και υψηλή ενεργειακή απόδοση των εγκαταστάσεων.

3.6 Ανάλυση ειδικού εξωτερικού περιβάλλοντος-ανάλυση Porter

Ανταγωνισμός Υφιστάμενων Επιχειρήσεων - Ο ανταγωνισμός στον τομέα των ξενοδοχείων 4 αστέρων στην Πάρο είναι μέτριος, καθώς υπάρχουν επτά ξενοδοχεία αυτού του τύπου που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Παρά τον μέτριο ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς, το υψηλό σταθερό κόστος λειτουργίας αυτών των ξενοδοχείων

αυξάνει την ανάγκη για σταθερά υψηλή πληρότητα, γεγονός που ενισχύει την ένταση του ανταγωνισμού.

Υπάρχει επίσης διαφοροποίηση στις υπηρεσίες που προσφέρονται, καθώς κάθε ξενοδοχείο στοχεύει στην προσέλκυση πελατών που αναζητούν μοναδικές εμπειρίες διαμονής. Αυτή η διαφοροποίηση περιορίζει την άμεση σύγκριση των ξενοδοχείων με βάση την τιμή και δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στην ποιότητα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Τέλος, τα υψηλά εμπόδια εξόδου αυξάνουν την ένταση του ανταγωνισμού, καθώς η σημαντική αρχική επένδυση και το κόστος λειτουργίας καθιστούν δύσκολη την αποχώρηση από την αγορά. Η ανάγκη για απόσβεση αυτών των επενδύσεων αναγκάζει τα ξενοδοχεία να διατηρούν την παρουσία τους, ενισχύοντας έτσι την ανταγωνιστική πίεση σε υψηλές αποδόσεις.

Διαπραγματευτική Δύναμη προμηθευτών - Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών για τον κλάδο των ξενοδοχείων μπορεί να αναλυθεί σε δύο κατηγορίες, με βάση τον τύπο των προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει προμηθευτές που παρέχουν είδη απαραίτητα για τις ξενοδοχειακές λειτουργίες, όπως έπιπλα, είδη υγιεινής, κλινοσκεπάσματα και ηλεκτρολογικό εξοπλισμό. Παρόλο που στην κατηγορία αυτή υπάρχουν διαθέσιμες επιλογές προμηθευτών, η προσφορά μπορεί να εξαρτάται από εισαγωγές από την ηπειρωτική Ελλάδα, κάτι που ενδέχεται να αυξάνει το κόστος και να επηρεάζει τη σταθερότητα των παραδόσεων. Επομένως, αν και το κόστος μετακίνησης σε άλλους προμηθευτές θεωρείται χαμηλό, απαιτείται προσεκτική αξιολόγηση των τοπικών εναλλακτικών και του σχετικού κόστους μεταφοράς.

Η δεύτερη κατηγορία προμηθευτών αφορά αυτούς που παρέχουν πρώτες ύλες για την κάλυψη καθημερινών αναγκών, όπως τρόφιμα και λαχανικά. Σε αυτή την κατηγορία, οι επιλογές προμηθευτών είναι περιορισμένες λόγω της τοπικής αγοράς του νησιού, η οποία προσφέρει λιγότερες εναλλακτικές. Η εξάρτηση από τοπικούς ή περιφερειακούς προμηθευτές αυξάνει τη διαπραγματευτική δύναμη των τελευταίων και καθιστά τη μετάβαση σε άλλους προμηθευτές πιο απαιτητική, ιδίως όταν λαμβάνονται υπόψη παράγοντες όπως η ποιότητα και η διαθεσιμότητα των προϊόντων.

Τέλος, η δομή της αγοράς δεν επιτρέπει δυνατότητες κάθετης ολοκλήρωσης, είτε προς τα εμπρός είτε προς τα πίσω, κυρίως λόγω της εποχικότητας της ζήτησης και του μικρού μεγέθους της τοπικής αγοράς. Αυτό διατηρεί τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών σε μέτρια επίπεδα, καθιστώντας τη συνεργασία με τους προμηθευτές

κρίσιμη για τη σταθερότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας και τη διαρκή ποιότητα των υπηρεσιών του ξενοδοχείου.

Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών - Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών στον ξενοδοχειακό κλάδο χαρακτηρίζεται από σχετικά εύκολη μετακίνηση μεταξύ διαφορετικών καταλυμάτων, καθώς όλα καλύπτουν τη βασική ανάγκη της διαμονής, αν και διαφοροποιούνται στις υπηρεσίες που προσφέρουν. Η ζήτηση αυξάνεται σημαντικά κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, όταν η ροή τουριστών στο νησί φτάνει στο υψηλότερο σημείο, γεγονός που ενισχύει τη διαπραγματευτική θέση των ξενοδοχείων. Παράλληλα, η πελατειακή βάση χαρακτηρίζεται συνήθως από μέτριο προς υψηλό εισόδημα, επιτρέποντας την ευελιξία στην επιλογή των υπηρεσιών και δίνοντας στα ξενοδοχεία τη δυνατότητα να διαφοροποιούν τις τιμές τους ανάλογα με την εποχή και τις παρεχόμενες υπηρεσίες.

Σε γενικές γραμμές, η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών παραμένει ισχυρή λόγω της διαφοροποίησης των υπηρεσιών, αν και μειώνεται τους μήνες αιχμής, όταν η αυξημένη ζήτηση περιορίζει τις επιλογές τους και ενισχύει τη θέση των ξενοδοχείων.

Απειλή από νεοεισερχόμενους - Η απειλή από νεοεισερχόμενους στον ξενοδοχειακό κλάδο παραμένει περιορισμένη για σημαντικούς λόγους. Καταρχάς, οι οικονομίες κλίμακας είναι υπαρκτές, καθώς ο όγκος παραγγελιών, τόσο σε εξοπλισμό απαραίτητο για τις ξενοδοχειακές λειτουργίες, όσο και σε πρώτες ύλες (π.χ. τρόφιμα) επηρεάζει την τιμή. Επιπλέον, οι υψηλές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την ανέγερση και λειτουργία ενός ξενοδοχείου, ιδιαίτερα σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, και η έλλειψη διαθέσιμων οικοπέδων περιορίζουν περαιτέρω τις δυνατότητες εισόδου για νέες επιχειρήσεις. Ωστόσο, η έντονη διαφοροποίηση των υπηρεσιών, περιλαμβάνοντας στοιχεία όπως η διακόσμηση, τα εστιατόρια, η ποιότητα εξυπηρέτησης και οι επιπλέον παροχές, παρέχει κίνητρα για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο.

Παρότι υπάρχει εύκολη πρόσβαση στα κανάλια διανομής, όπως οι πλατφόρμες Booking και τα ταξιδιωτικά γραφεία, η κυβερνητική πολιτική, με την επιβολή φόρων διαμονής, μειώνει την ελκυστικότητα του κλάδου και αυξάνει τα κόστη για τους νέους ανταγωνιστές.

Συνολικά, οι παραπάνω παράγοντες συμβάλλουν στον περιορισμό της απειλής από νεοεισερχόμενους στον ξενοδοχειακό κλάδο, καθιστώντας την είσοδο δύσκολη και λιγότερο ελκυστική.

Απειλή υποκατάστατων - Στον ξενοδοχειακό κλάδο της Πάρου, η απειλή από υποκατάστατα είναι παρούσα, αλλά περιορισμένη. Η διαμονή εκτός ξενοδοχείων, όπως σε διαμερίσματα και σπίτια που προσφέρονται μέσω πλατφορμών όπως η Airbnb, αποτελεί μία εναλλακτική επιλογή για τους επισκέπτες του νησιού. Αυτές οι εναλλακτικές προσφέρουν συχνά ανταγωνιστικές τιμές και μια πιο οικεία εμπειρία διαμονής, γεγονός που προσελκύει πολλούς τουρίστες που αναζητούν διαφορετικές εμπειρίες.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των ξενοδοχείων, όπως η εξυπηρέτηση πελατών, η ποιότητα των εγκαταστάσεων και οι επιπλέον παροχές, όπως γυμναστήρια και εστιατόρια, είναι παράγοντες που δεν υποκαθίστανται εύκολα από τις πιο απλές εναλλακτικές.

Ένας σημαντικός παράγοντας στην αξιολόγηση της απειλής υποκατάστατων είναι το κοινό που επισκέπτεται την Πάρο. Πολλοί επισκέπτες αξιολογούν τις παρεχόμενες υπηρεσίες των ξενοδοχείων ως κρίσιμες για την ποιότητα της διαμονής τους, προτιμώντας να επενδύσουν σε μια πιο ολοκληρωμένη και άνετη εμπειρία, αντί να επιλέξουν τις πιο οικονομικές λύσεις που προσφέρουν τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα. Συνολικά, αν και η απειλή από υποκατάστατα είναι μερικώς παρούσα, οι διαφοροποιημένες υπηρεσίες και η ποιότητα που προσφέρουν τα ξενοδοχεία στην Πάρο ενισχύουν τη θέση τους στην αγορά, καθιστώντας τα ελκυστικά για επισκέπτες που αναζητούν καταλύματα καθώς και ολοκληρωμένες εμπειρίες διαμονής.

3.7 SWOT analysis

Δυνάμεις

- **Ισχυρή γεωγραφική θέση:** Το κατάλυμα θα βρίσκεται μέσα στον οικισμό της Νάουσας. Η Νάουσα είναι ένας πολύ γνωστός διεθνής ελληνικός προορισμός. Αν και ξεκίνησε η τουριστική ανάπτυξη του νησιού στις αρχές της δεκαετίας του 1960, παραμένει ακόμα μια διάσημη επιλογή.
- Η τουριστική υποδομή είναι επαρκής, η τουριστική ζήτηση καλύπτεται επαρκώς από την υπάρχουσα χωρητικότητα κλινών (η σεζόν ξεκινά τον Μάιο και τελειώνει τον Σεπτέμβριο), οι υπηρεσίες εστίασης και διαμονής είναι πάνω από το μέσο όρο.

Ωστόσο, πολλά από τα ξενοδοχεία και τα "ενοικιαζόμενα δωμάτια" χρειάζονται ανακαίνιση. Η ζήτηση όπως φάνηκε στην προηγούμενη ενότητα γέρνει προς τα πολυτελή και σύγχρονα καταλύματα.

- Οι γνώσεις του επιχειρηματία σχετικά με τον χώρο του τουρισμού και την διαχείριση των καταλυμάτων αποτελεί μεγάλο πλεονέκτημα για την λειτουργία του καταλύματος.

Αδυναμίες

- Μη εξασφαλισμένο προσωπικό , που σημαίνει πως τα πρώτα έτη λειτουργίας ίσως να υπάρξει υποστελέχωση λόγω της έλλειψης σε εργαζόμενους τουρισμού.
- Μεγάλη απόσταση από το αεροδρόμιο
- Δεν υπάρχουν ακόμα αναφορές και κριτικές σχετικά με το κατάλυμα στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες , συνεπώς θα χρειαστεί προσπάθεια και δαπάνη για διαφήμιση, ώστε να μπορέσει το κατάλυμα να κοιτάξει κατάματα τους ήδη εδραιωμένους ανταγωνιστές του στο άμεσο μέλλον.

Ευκαιρίες

- Η αυξανόμενη σημασία των νέων τεχνολογιών για τη διαδικτυακή διαφήμιση.
- Το υψηλό πολιτιστικό προφίλ του προορισμού.
- Η μεγάλη ακρίβεια της Μυκόνου που οδηγεί όλο και περισσότερους τουρίστες στην Πάρο
- Η άνοδος της Ελληνικής οικονομίας και των εισοδημάτων

- Οι τάσεις που θέλουν την Πάρο ως πολυτελή προορισμό και η προσέλκυση τουριστών υψηλών εισοδημάτων

Απειλές

- Δυναμική είσοδος νέων νησιών στον ανταγωνισμό , όπως η Τήνος και η Κύθνος
- Άνοδος του πληθωρισμού και της ακρίβειας
- Γεωπολιτικές αστάθειες που επηρεάζουν την ακρίβεια και τον τουρισμό (πχ. Ισραήλ , Ουκρανία)

3.8 Στρατηγική και στόχοι

Στόχος του Sunset boutique hotel είναι να παρέχει εξαιρετικά καταλύματα και υπηρεσίες στους επισκέπτες του. Το Sunset boutique hotel εστιάζει σε ατομικά επαγγελματικά ταξίδια και ταξίδια αναψυχής, καθώς και σε ομαδικές διακοπές. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στα πρότυπα υψηλής ποιότητας στα δωμάτια και στα τμήματα τροφίμων και ποτών. Η αποστολή του Sunset boutique hotel είναι να γίνει ένας ολοκληρωμένος πάροχος υπηρεσιών φιλοξενίας, πλήρως αφοσιωμένος στην παροχή στους πελάτες μιας καινοτόμου επιλογής καταλυμάτων, τραπεζαριών και εγκαταστάσεων φιλοξενίας εκδηλώσεων. Η εταιρεία επέλεξε να εισέλθει στην τουριστική αγορά επειδή αναπτύσσεται σταθερά τα τελευταία χρόνια, με την κορύφωση να αναμένεται το 2025.

Επιπλέον, εδώ και πολλά χρόνια, ο τουριστικός τομέας συνεισφέρει τα μέγιστα στο ΑΕΠ της Ελλάδας. Δύο ήταν οι παράγοντες που χρησιμοποιήθηκαν για την επιλογή της περιοχής της Πάρου. Το πρώτο αφορά τις αναπτυξιακές δυνατότητες της περιοχής. Σε αντίθεση με δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς όπως η Σαντορίνη και η Μύκονος, όπου οι αφίξεις, οι άμεσες ξένες επενδύσεις και οι τιμές των ακινήτων έχουν σταθεροποιηθεί τα τελευταία χρόνια, η Πάρος γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη. Επιπλέον,

τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έξαρση της μέσης τουριστικής δαπάνης γιατί πολλοί Έλληνες και ξένοι τουρίστες εγκαταλείπουν τον νησιωτικό τουρισμό υπέρ του εσωτερικού τουρισμού. πολυτέλεια προκειμένου να ανταποκριθεί στη νέα μορφή ζήτησης που αυξάνεται.

Για τους λόγους που αναφέρθηκαν παραπάνω, η πλειονότητα των εσόδων επανεπενδύεται ετησίως για την αποκατάσταση παλαιότερων δωματίων και την ανάπτυξη νέων πολυτελών σουιτών. Με βάση νέα δεδομένα, η εταιρεία σχεδιάζει να αναβαθμίσει σε ξενοδοχείο 4+ αστέρων με εστιατόριο και υπηρεσίες πρώτης κατηγορίας και να αυξήσει τον αριθμό των σουιτών. Η απόκτηση ενός εστιατορίου θαλασσινών στο λιμάνι της περιοχής στοχεύει στη συγχώνευση των δύο λειτουργιών. Σε επιχειρηματικό επίπεδο, η εταιρεία αυτή τη στιγμή αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εστιάζοντας σε πλούσιο ξένο και ελληνικό πελατολόγιο με ανερχόμενη παρουσία στο νησί και προσφέροντας ένα πολύ ξεχωριστό πακέτο. Η διάκριση προκύπτει από το γεγονός ότι η Νάουσα, ως ένας παραδοσιακός μικρός οικισμός, δεν μπορεί εύκολα να φιλοξενήσει πολλές τεράστιες ξενοδοχειακές μονάδες πέντε αστέρων στον πυρήνα της.

3.9 Πρόβλεψη εσόδων

Για την πρόβλεψη της ζήτησης αντλήθηκαν δεδομένα από τα διαθέσιμα δεδομένα της ΕΛΣΤΑΤ με προηγούμενα δεδομένα αφίξεων στην ευρύτερη περιοχή της Πάρου. Τα δεδομένα εισήχθησαν στο στατιστικό πακέτο Stat graphics όπου προέκυψαν τα παρακάτω ευρήματα.

2025	
Περίοδος	Πρόβλεψη
Μάιος	61.192
Ιούνιος	109.347
Ιούλιος	136.684
Αύγουστος	170.855
Σεπτέμβριος	68.342
Οκτώβριος	13.668

2026	
Περίοδος	Πρόβλεψη
Μάιος	64.252
Ιούνιος	114.814
Ιούλιος	143.518
Αύγουστος	179.397
Σεπτέμβριος	71.759
Οκτώβριος	14.352
2027	
Περίοδος	Πρόβλεψη
Μάιος	67.464
Ιούνιος	120.555
Ιούλιος	150.694
Αύγουστος	188.367
Σεπτέμβριος	75.347
Οκτώβριος	15.069
2028	
Περίοδος	Πρόβλεψη
Μάιος	70.837
Ιούνιος	126.583
Ιούλιος	158.229
Αύγουστος	197.786
Σεπτέμβριος	79.114
Οκτώβριος	15.823
2029	
Περίοδος	Πρόβλεψη
Μάιος	74.379
Ιούνιος	132.912
Ιούλιος	166.140
Αύγουστος	207.675
Σεπτέμβριος	83.070
Οκτώβριος	16.614

Πίνακας 3.4 Προβλέψεις αφίξεων 5ετίας

3.10 Στρατηγικό μάρκετινγκ

Το στρατηγικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει τμηματοποίηση, στόχευση και τοποθέτηση (STP). Η τμηματοποίηση επιδιώκει να διαχωρίσει την υπάρχουσα αγορά σε τμήματα με βάση διακριτά χαρακτηριστικά. Η στόχευση αναφέρεται στην επιλογή των τμημάτων που θα στοχεύονται από το τακτικό μάρκετινγκ. Τέλος, η τοποθέτηση καθορίζει πώς θα γίνει αντιληπτό το προϊόν από τους καταναλωτές. Αρχικά, θα διακρίνουμε τα τμήματα γεωγραφικά. Η ΕΛΣΤΑΤ (2022) αναφέρει ότι οι ΗΠΑ, η Γαλλία, η Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο ήταν οι κορυφαίοι προορισμοί για διεθνείς ταξιδιώτες το 2019.

Αυτές οι χώρες θα ήταν επίσης καλά γεωγραφικά σημεία για να εστιάσουμε, επειδή είναι ήδη εξοικειωμένες με τη χώρα και θα ήταν πιο εύκολο να πειστούν να περάσουν τις καλοκαιρινές τους διακοπές στην Πάρο και στο ξενοδοχείο μας. Ο ακόλουθος τύπος τμηματοποίησης θα είναι δημογραφικός. Λόγω της φύσης του ξενοδοχείου, το εύρος ηλικίας που επιλέγουν οι δυνητικοί πελάτες μας είναι μεταξύ 25 και 60 ετών, που είναι το τυπικό εύρος ηλικιών για διαμονή πολυτελών ξενοδοχείων.

Για να διασφαλίσουμε ότι οι επισκέπτες μας θα έχουν μια ήρεμη και ρομαντική εμπειρία, δεν θα επιτρέπονται παιδιά. Ένας άλλος βασικός παράγοντας που πρέπει να λάβουμε υπόψη είναι πόσα χρήματα κερδίζουν οι επισκέπτες μας. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (2023), Αμερικανοί, Βρετανοί και Γερμανοί ξόδεψαν τα περισσότερα χρήματα στην Ελλάδα το 2023. Επειδή το προϊόν και η υπηρεσία μας θα είναι υψηλής ποιότητας και φιλικά προς το περιβάλλον, θα είναι ακριβά και δεν θα είναι διαθέσιμα σε όλους. Οι προσπάθειες πρέπει να κατευθυνθούν προς την προσέλκυση ανθρώπων από αυτές τις χώρες. Όσον αφορά τον στόχο του ταξιδιού, θα πρέπει να είναι ξεκάθαρα διακοπές, καθώς αυτές οι υπηρεσίες αναμφίβολα θα είναι εξειδικευμένες για την λειτουργία του ξενοδοχείου.

Όσον αφορά την τμηματοποίηση συμπεριφοράς, η έμφαση θα δοθεί σε άτομα που προτιμούν να μάθουν για το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύουν να αγοράσουν ηλεκτρονικά, καθώς το σύστημα πληροφοριών ξενοδοχείων και κρατήσεων θα είναι διαθέσιμο μόνο στο διαδίκτυο. Επιπλέον, τα γεγονότα που αναζητούν θα πρέπει να σχετίζονται με διακοπές, αναψυχή και εμπειρίες. Το επιθυμητό όφελος θα πρέπει επίσης να υπάρχει, καθώς αναζητούμε άτομα που δίνουν μεγάλη αξία στην ποιότητα των υπηρεσιών και στα οφέλη που λαμβάνουν από αυτήν. Τέλος, η ψυχογραφική

τμηματοποίηση είναι αρκετά σημαντική. Θέλουμε να προσελκύσουμε πιθανούς πελάτες που έχουν διευθυντικό, διοικητικό ή εταιρικό κοινωνικό υπόβαθρο, καθώς και εξερευνητικό τρόπο ζωής και περιπετειώδη νοοτροπία.

Η καλύτερη απόφαση θα ήταν να εστιάσουμε στη γεωδημογραφική ομάδα, επειδή, χάρη στις πρόσφατες εξελίξεις στην τεχνολογία του διαδικτύου, είναι ο απλούστερος τρόπος προσέγγισης της αγοράς-στόχου με βάση την ηλικία, το εισόδημα ή την τοποθεσία τους. Το στρατηγικό μάρκετινγκ στοχεύει να τοποθετήσει μια επωνυμία στο μυαλό του πελάτη ως ξεχωριστή και ανώτερη από τις ανταγωνιστικές μάρκες. Επειδή το ξενοδοχείο εξακολουθεί να είναι έργο και δεν υπάρχει ακόμη, δεν είμαστε σε θέση να προσδιορίσουμε πώς γίνεται αντιληπτή αυτή τη στιγμή η επωνυμία μας από τους καταναλωτές. Ως αποτέλεσμα, δημιουργήσαμε έναν στρατηγικό ομαδικό χάρτη για να δείξουμε πώς θα συγκριθεί το ξενοδοχείο μας με τους κύριους ανταγωνιστές του στην περιοχή.

3.11 Τακτικό μάρκετινγκ

- Προϊόν (Product)

Το ξενοδοχείο Sunset boutique hotel , προσφέρει κομψά σχεδιασμένα δωμάτια και σουίτες με εκπληκτική θέα στο Αιγαίο Πέλαγος. Κάθε δωμάτιο είναι εξοπλισμένο με βελούδινα κλινοσκεπάσματα, μαρμάρινα μπάνια και σύγχρονες ανέσεις. Οι επιλογές για φαγητό στο ξενοδοχείο περιλαμβάνουν ένα εξαιρετικό εστιατόριο που σερβίρει γκουρμέ μεσογειακή κουζίνα με τοπικά υλικά, καθώς και ένα κομψό μπαρ στην πισίνα που προσφέρει χειροποίητα κοκτέιλ και πανοραμική θέα στο νησί. Οι επισκέπτες μπορούν να χαλαρώσουν στο σπα του ξενοδοχείου, το οποίο προσφέρει μια σειρά από αναζωογονητικές περιποιήσεις εμπνευσμένες από αρχαιοελληνικά τελετουργικά ή να χαλαρώσουν στην πισίνα υπερχείλισης με θέα στα γαλανά νερά της Πάρου. Το εξυπηρετικό προσωπικό του ξενοδοχείου παρέχει εξατομικευμένες υπηρεσίες, όπως 24ωρη θυρωρείο, πρόσβαση στην παραλία με πολυτελείς ξαπλώστρες και δωρεάν υπηρεσία μεταφοράς με mini van προς τα κοντινά αξιοθέατα.

-Τιμή (Price)

Το Sunset boutique hotel τοποθετείται ως ένας κορυφαίος πολυτελής προορισμός στην Πάρο, με τιμές δωματίων που ξεκινούν από 150-200 € ανά διανυκτέρευση για ένα standard δωμάτιο (ανάλογα και την περίοδο) και φτάνουν έως και 350 € ή περισσότερο για μια σουίτα με ιδιωτική βεράντα και θέα στη θάλασσα. Διατίθενται ειδικά πακέτα κατά τη διάρκεια των τουριστικών περιόδων αιχμής, όπως ένα πακέτο ρομαντικής απόδρασης που περιλαμβάνει σαμπάνια κατά την άφιξη, μασάζ για ζευγάρια στο σπα και δείπνο υπό το φως των κεριών στο εστιατόριο του τελευταίου ορόφου για 1000 € ανά διανυκτέρευση.

-Τοποθεσία (Place)

Το Sunset boutique hotel βρίσκεται στη γραφική ακτογραμμή της Πάρου και προσφέρει στους επισκέπτες μια ήρεμη απόδραση που περιβάλλεται από φυσική ομορφιά, αλλά απέχει μόλις 25 λεπτά με το αυτοκίνητο από το λιμάνι της Παροικιάς και σε μικρή απόσταση από δημοφιλή αξιοθέατα όπως η παραλία κολυμπήθρες. Οι επισκέπτες μπορούν να έχουν εύκολη πρόσβαση στο ξενοδοχείο μέσω ιδιωτικής μεταφοράς από τον Εθνικό Αερολιμένα Πάρου, ο οποίος απέχει μόλις 20 λεπτά, ή να κανονίσουν την ενοικίαση αυτοκινήτου μέσω του ξενοδοχείου.

-Πρώθηση (Promotion)

Η επωνυμία του Sunset Boutique Hotel αντικατοπτρίζει τη δέσμευσή του στην πολυτέλεια, την κομψότητα και την αυθεντική ελληνική φιλοξενία, που παρουσιάζεται μέσω του ιστότοπού του, των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης και του υλικού μάρκετινγκ με μαγευτικές εικόνες του ξενοδοχείου και του γραφικού περιβάλλοντός του. Το ξενοδοχείο θα διαφημίζεται σε έγκυρες ταξιδιωτικές εκδόσεις όπως το Travel + Leisure και το National Geographic Traveler, καθώς και μέσω στοχευμένων ψηφιακών καμπανιών σε πλατφόρμες όπως το Instagram και το Pinterest, στοχεύοντας σε απαιτητικούς ταξιδιώτες που αναζητούν μια εκλεπτυσμένη εμπειρία στην Πάρο. Το Sunset Boutique Hotel θα φιλοξενεί αποκλειστικές εκδηλώσεις, όπως κοκτέιλ πάρτι στο ηλιοβασίλεμα, ζωντανές μουσικές παραστάσεις από ντόπιους καλλιτέχνες και εργαστήρια μαγειρικής που προβάλλουν την παραδοσιακή ελληνική κουζίνα, ώστε να προσελκύουν εκλεπτυσμένους επισκέπτες και να συγκεντρώνουν ευνοϊκή δημοσιογραφική κάλυψη. Η κοσμικότητα είναι ένα χαρακτηριστικό που θα επενδύσει η επιχείρηση για την προώθηση των υπηρεσιών της.

3.12 Πρόβλεψη εσόδων 5ετίας

Με βάση την ανάλυση αγοράς και Μάρκετινγκ αλλά και της δυναμικότητα της μονάδας δημιουργείται ο παρακάτω πίνακας πρόβλεψης εσόδων για την πενταετία 2025-2029.

	2025	2026	2027	2028	2029
Διαμονή	€ 1.678.956,0	€ 1.846.851,6	€ 2.031.536,8	€ 2.234.690,4	€ 2.458.159,5
Παροχές	€ 102.657,000	€ 118.055,5500	€ 35.763,88250	€ 56.128,46488	€ 79.547,73461
Σύνολο	€ 1.781.613,0	€ 1.964.907,2	€ 2.167.300,6	€ 2.390.818,9	€ 2.637.707,2

Πίνακας 3.5 Προβλέψεις εσόδων 5ετίας

	Ιούλιος-Αύγουστος		
	Μάιος-Ιούνιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος
Σουίτα δίκλινη	180,00 €	230,00 €	200,00 €
Σουίτα δίκλινη με πρωινό	200,00 €	255,00 €	220,00 €
Σουίτα τρίκλινη	220,00 €	280,00 €	250,00 €
Σουίτα τρίκλινη με πρωινό	240,00 €	310,00 €	270,00 €
Σουίτα τετράκλινη	270,00 €	330,00 €	290,00 €
Σουίτα τετράκλινη με πρωινό	290,00 €	355,00 €	310,00 €

4. Πρώτες ύλες

4.1 Προγραμματισμός πρώτων υλών

Αυτό το κεφάλαιο συζητά τις διάφορες πρώτες ύλες και προμήθειες που απαιτούνται για τη λειτουργία του ξενοδοχείου. Η λέξη «πρώτες ύλες» αναφέρεται σε πρώτες, ημιεπεξεργασμένες και επεξεργασμένες πρώτες ύλες, καθώς και σε ενέργεια και νερό. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τόσο αναλώσιμες όσο και ανανεώσιμες πρώτες ύλες, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν μία φορά και στη συνέχεια να ανανεωθούν. Εκτός από χαρτικά και προϊόντα γραφείου, οι πρώτες ύλες που χρειάζονται για τη λειτουργία της μονάδας αναφέρονται παρακάτω.

Επισιτισμός
Τρόφιμα
Ποτά
Υπηρ. Κοινής Ωφέλειας
Ρεύμα
Νερό
Καύσιμα
Internet-Τηλέφωνο
Αναλώσιμα
Καθαριστικά
Απορρυπαντικά
Εντομοκτόνα
Φυτοφάρμακα
Ανταλακτικά
Τεχνολογικά
Ηλεκτρολογικά
Υδραυλικά

Πίνακας 4.1 Ανάγκες σε Α ύλες

Απαιτείται ένα καλά οργανωμένο σύστημα ποιότητας για τον έλεγχο της ποιότητας των τροφίμων σε μια εγκατάσταση αυτού του μεγέθους. Το σύστημα αυτό, σύμφωνα με τους ευρωπαϊκούς κανονισμούς, ονομάζεται HACCP. Το πλαίσιο για αυτό το πρότυπο διευκρινίζει ότι πρέπει να αναληφθούν κατάλληλες δραστηριότητες για να διασφαλιστεί η ομαλή παραλαβή, επεξεργασία και σερβίρισμα των τροφίμων στον τελικό καταναλωτή. Στη συνέχεια θα πρέπει να επιλέξουν τους κατάλληλους προμηθευτές. Η εταιρεία επωφελείται από τη συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές του νομού και της περιοχής για τρόφιμα, χημικά, πρώτες ύλες και ανταλλακτικά. Αν και τα προϊόντα από μεγαλύτερες αποστάσεις μπορεί να είναι λιγότερο ακριβά, η κοντινή απόσταση παρέχει άμεση προσφορά και μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχούς ποιοτικού ελέγχου. Η οικοδόμηση σχέσεων με τοπικούς προμηθευτές είναι ζωτικής σημασίας για την ενοποίηση.

Σε ό,τι αφορά την παροχή ενέργειας, η ηλεκτρική ενέργεια θα χρησιμοποιείται γιατί η ψύξη θα γίνεται με αντλίες θερμότητας και όχι με κλιματιστικά. Η Elredisson προσφέρει τη μεγαλύτερη ευκαιρία στη χρέωση ανά κιλοβατώρα για τις επιχειρήσεις. Η τοπική δημόσια επιχείρηση ύδρευσης κατέχει το μονοπώλιο στις υπηρεσίες ύδρευσης και αποχέτευσης.

Η πρόβλεψη ζήτησης για το Sunset boutique hotel υπαγορεύει τις απαιτήσεις σε τρόφιμα και αναλώσιμα. Σύμφωνα με έρευνα της Ένωσης Ξενοδόχων Νάουσας Πάρου, προβλέπεται ότι το 72% των πακέτων διαμονής θα περιλαμβάνει πρωινό, ενώ μόνο το 28% των επισκεπτών επιλέγει μεσημεριανό γεύμα ή δείπνο στο ξενοδοχείο. Επιπλέον, η έρευνα υπογραμμίζει τη συμπερίληψη των διατροφικών αναγκών του προσωπικού και των εξωτερικών επισκεπτών στις διατάξεις. Όσον αφορά τα αναλώσιμα, αυτά καθορίζονται από τις καθημερινές απαιτήσεις καθαρισμού των χώρων, λαμβάνοντας υπόψη τα τετραγωνικά και τα πρωτόκολλα υγιεινής.

Επιτιστισμός	Ετήσιες Ανάγκες	Τιμή	Σύνολο
Τρόφιμα	30000 κιλά	7 ευρώ/κιλό	210000
Ποτά	2567 λίτρα	3,5 λίτρο	8984,5
Λοιπά Αναλώσιμα			5500
Υπηρ. Κοινής Ωφέλειας			
Ρεύμα	430000 kw	0,09	38700
Νερό	1200 λίτρα	0,56	672
Καύσιμα	5012 λίτρα	1,92	9623,04
Internet-Τηλέφωνο			424
Αναλώσιμα			
Χημικά	1200 λίτρα	0,85	1020
Απορρυπαντικά	1400 λίτρα	0,5	700
Ανταλλακτικά			2700
Σύνολο			€ 278.323,54

Πίνακας 4.2 Κόστος Α΄ υλών

4.2 Προγραμματισμός προμηθειών

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που θα προμηθευτεί το ξενοδοχείο από τρίτους είναι κρίσιμα, καθώς έχουν άμεσο αντίκτυπο τόσο στην ποιότητα όσο και στο κόστος των ειδών ή των υπηρεσιών που παρέχονται. Αυτό είναι σημαντικό καθώς οι προμήθειες μπορούν να αντιπροσωπεύουν έως και το 42% του συνολικού κόστους. Τα τμήματα θα πρέπει να διατηρούν τον απόλυτο έλεγχο των προμηθευτών για να διασφαλίζουν την αξιόπιστη και οικονομικά αποδοτική προμήθεια των κατάλληλων αγαθών. Ως αποτέλεσμα, οι ρόλοι και οι ενέργειες που συνδέονται με την απόκτηση και τη διαχείριση προμηθειών πρέπει να οργανωθούν και να προγραμματιστούν.



Η λειτουργία προμήθειας θα είναι δομημένη όπως στο παραπάνω σχήμα. Η αρχή γίνεται με την επιλογή και την εκτέλεση της παραγγελίας. Στη συνέχεια θα γίνει ο έλεγχος και η εισαγωγή στις αποθήκες της μονάδας. Οι αιτήσεις για υλικά θα αξιολογούνται από τον υπεύθυνο που θα δώσει το πράσινο φως για να προχωρήσει η επεξεργασία. Μετά την πώληση, το αποτέλεσμα της διαδικασίας θα ελέγχεται μέσω διαδικασίας ανατροφοδότησης τόσο σε καθημερινή όσο και σε εβδομαδιαία βάση ώστε να καταρτίζεται και να ελέγχεται ο προϋπολογισμός. Τέλος φθαρμένα και άχρηστα υλικά θα καταστραφούν ή θα ανακυκλωθούν.

Η μονάδα επέλεξε ένα τροφοδοτικό πρόγραμμα από δύο προμηθευτές. Αλιμπράντης ΟΕ και Προμηθευτική Πάρου Α.Ε. Οι δύο εταιρείες έχουν τα χαμηλότερα έξοδα,

συμπεριλαμβανομένων των πρώτων υλών και των μεταφορών. Η Αλιμπράντης ΟΕ εδρεύει στην Μάρπησσα και ειδικεύεται στο εμπόριο τροφίμων. Η συνεργασία με τον παραπάνω πάροχο ενθαρρύνεται για εξοικονόμηση κόστους μεταφοράς, διασφαλίζοντας παράλληλα τη φρεσκάδα των ευπαθών αντικειμένων. Η Προμηθευτική Πάρου Α.Ε , με έδρα την Παροικιά, προμηθεύει τις επιχειρήσεις με ένα ευρύ φάσμα αναλώσιμων, γευμάτων και υλικών. Αυτός ο προμηθευτής προτείνεται για συνεργασία λόγω των χαμηλών αναλώσιμων τιμών και των χαμηλών εξόδων μεταφοράς. Επιπλέον, εάν υπάρχει έλλειψη τροφίμων από την αρχική πηγή, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως προμηθευτής τροφίμων.

5. Μηχανολογία και τεχνολογία

5.1 Δυναμικότητα

Το κτίριο πρέπει να είναι χτισμένο σε ακίνητο που έχει έκταση τουλάχιστον 2 στρέμματα. Σε αυτά τα 2 στρέμματα θα ανεγερθεί το 1 στρέμματα για να στεγαστεί η ξενοδοχειακή μονάδα. Ο χώρος θα διαθέτει εσωτερικές και εξωτερικές ανέσεις, όπως μπαρ, πισίνες, παιδική χαρά και εξωτερική τραπεζαρία. Η κατασκευή θα καλύπτει ένα στρέμμα και θα έχει ισόγειο με ρεσεψιόν, υπηρεσίες σπα και ένα μικρό γυμναστήριο, καθώς και υπόγειο 300 τετραγωνικών μέτρων με έξι δωμάτια προσωπικού, κουζίνα και τα πλυντήρια του ξενοδοχείου. Το πρώτο και το δεύτερο επίπεδο θα έχουν 15 premium σουίτες 20-30 τετραγωνικών μέτρων η καθεμία. Κάθε όροφος θα έχει μία επιπλέον 2 premium σουίτες 35 τετραγωνικών μέτρων. Το ξενοδοχείο μπορεί να φιλοξενήσει 100-120 άτομα, επειδή οι σουίτες μπορούν να φιλοξενήσουν τρία ή τέσσερα άτομα. Το ακίνητο σκοπεύετε να αγοραστεί έναντι 350.000 ευρώ.

5.2 Εγκαταστάσεις

Ορισμένα κρίσιμα στοιχεία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά το σχεδιασμό των εγκαταστάσεων της εταιρείας. Παραδείγματα τέτοιων παραμέτρων είναι η αντισεισμική προστασία, η ασφάλεια των επισκεπτών και ο σεβασμός στο περιβάλλον. Επειδή η περιοχή είναι επιρρεπής σε σεισμική δραστηριότητα, το κτίριο θα πρέπει να σχεδιαστεί με αντισεισμικά θεμέλια. Περιβαλλοντικά, το κτίριο θα σχεδιαστεί σύμφωνα με τα πρότυπα θερμοκηπίου, τα οποία διακρίνονται από χαμηλή ρύπανση και υψηλή ενεργειακή απόδοση, που προάγει την περιβαλλοντική διαχείριση και συμμορφώνεται με τα σχετικά νομικά κριτήρια.

Η κατασκευή έχει παραχωρηθεί σε αρχιτέκτονα-υπεργολάβο, ο οποίος θα ολοκληρώσει τόσο τους εσωτερικούς όσο και τους εξωτερικούς χώρους. Εκτός από τα εσωτερικά στοιχεία, θα υπάρχει ένα υπαίθριο μπαρ, πισίνα, παιδική χαρά και γήπεδο μίνι γκολφ. Το οίκημα θα καλύπτει δύο στρέμματα και θα έχει ισόγειο με ρεσεψιόν, και κλειστό γυμναστήριο, καθώς και υπόγειο 300 m² με έξι δωμάτια προσωπικού, κουζίνα

και τα πλυντήρια του ξενοδοχείου. Το πρώτο και το δεύτερο επίπεδο θα έχουν 15 junior σουίτες 20-25 τετραγωνικών μέτρων η καθεμία. Κάθε όροφος θα έχει δύο επιπλέον premium σουίτες 35 τετραγωνικών μέτρων.

Κατά την κατασκευή, δίνεται ιδιαίτερη προτεραιότητα στα ακόλουθα στοιχεία: τοίχοι, πέργκολες, κουφώματα, ηχομονωτικά υλικά, δάπεδα, σκυρόδεμα, ύδρευση και ηλεκτρικό δίκτυο. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, το πρότυπο κατασκευής θα είναι αυτό των σύγχρονων ευρωπαϊκών ενεργειακών κατασκευών για την επίτευξη βέλτιστης ενεργειακής απόδοσης και εξοικονόμησης κόστους με την πάροδο του χρόνου. Οι βασικές υποστηρικτικές συνιστώσες της κατασκευής είναι οι εξής :

Υποστήριξη ηλιακής ενέργειας: Η κατασκευή 40 ηλιακών κυψελών για τη χρήση της θερμότητας του ήλιου για την παροχή ζεστού νερού στα δωμάτια, καθώς και γενική συμβολή στην ενεργειακή τροφοδοσία του ξενοδοχείου.

Αντλίες θερμότητας: Θα εγκατασταθούν 7 αντλίες θερμότητας για θέρμανση και ψύξη κλειστών χώρων. Η εξωτερική θερμομόνωση βοηθά στη διατήρηση της βέλτιστης θερμοκρασίας στα δωμάτια και βελτιώνει την ενεργειακή απόδοση.

Αισθητήρες φλόγας: Κατασκευή 16 αισθητήρων φλόγας για την ανίχνευση ύποπτης η υπαρκτής πυρκαγιάς και την άμεση ειδοποίηση του κεντρικού πίνακα ελέγχου , ώστε να ειδοποιηθεί η πυροσβεστική αυτόματα.

5.3 Εξοπλισμός

Η μονάδα για την λειτουργία θα χρειαστεί τον απαραίτητο εξοπλισμό που απαιτείται για την λειτουργία μιας μονάδας τεσσάρων αστέρων. Αυτός ο εξοπλισμός θα χρησιμοποιηθεί στα δωμάτια , στην ρεσεψιόν , και στις επιστασίες . Παρακάτω αναφέρονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία εξοπλισμού που απαιτούνται.

Βασικός Εξοπλισμός

είδη υγιεινής

είδη σερβιρίσματος

είδη κουζίνας

είδη σήμανσης

έπιπλα
σκεύη
κάδοι
κλειδαριές-κάρτες
υφάσματα
λευκές συσκευές κουζίνας
κουρτίνες
ξύλα διάφορα
στρώματα
σεντόνια
μαξιλάρια
πετσέτες
τηλέφωνα
τηλεοράσεις
πλυντήρια
φωτιστικά
ψυγεία
Βοηθητικός Εξοπλισμός
κλιματισμός
αισθητήρες φλόγας
αισθητήρες θερμότητας
είδη διακόσμησης
πυροσβεστήρες
τέντες
σωλήνες
χρηματοκιβώτια
Η/Υ
μόντεμ
εκτυπωτές
θερμοσίφωνες
καρότσια
βανάκια μεταφορών
σύστημα συναγερμού
σύστημα ενδοεπικοινωνίας
Λογισμικά

Πίνακας 5.1 Ανάγκες σε εξοπλισμό

5.4 Κόστος κατασκευής και εξοπλισμού

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το κόστος κατασκευής της ξενοδοχειακής Μονάδας :

Έργο	Κόστος
Προετοιμασία χώρου	34.000
Κατασκευή κτιρίου	456.000
Διαμορφώσεις χώρου	48.000
Σύνολο	538.000

Πίνακας 5.2 Κόστος κατασκευής

Βασικός Εξοπλισμός	Κόστος
είδη υγιεινής	25.000
είδη σερβιρίσματος	1.800
είδη κουζίνας	2.659
είδη σήμανσης	300
Έπιπλα	43.768
Σκεύη	2.400
Κάδοι	250
κλειδαριές-κάρτες	420
υφάσματα	780
λευκές συσκευές κουζίνας	38.000
κουρτίνες	1.200
ξύλα διάφορα	1.700
στρώματα	14.600
σεντόνια	570

μαξιλάρια	750
πετσέτες	430
τηλέφωνα	290
τηλεοράσεις	6.900
πλυντήρια	1.800
φωτιστικά	5.700
ψυγεία	4.300
Βοηθητικός Εξοπλισμός	
κλιματισμός	8.700
αισθητήρες φλόγας	3.200
αισθητήρες θερμότητας	3.150
είδη διακόσμησης	2.100
πυροσβεστήρες	700
τέντες	3.200
σωλήνες	2.250
χρηματοκιβώτια	400
Η/Υ	1.200
μόντεμ	50
εκτυπωτές	300
θερμοσίφωνες	8.800
καρότσια	300
βανάκια μεταφορών	17.500
σύστημα συναγερμού	4.350
Σύστημα ενδοεπικοινωνίας	400
λογισμικά	2.000
Σύνολο	212.217

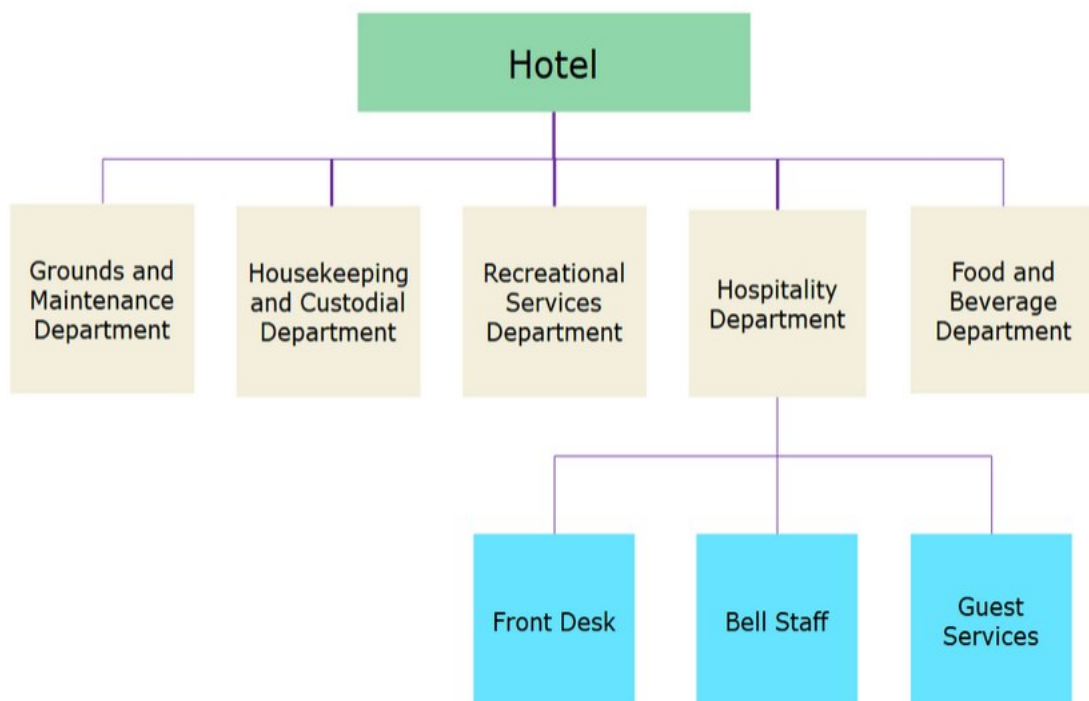
Πίνακας 5.3 Κόστος εξοπλισμού

Συνεπώς για την κατασκευή και τον εξοπλισμό της μονάδας απαιτούνται 750.217 ευρώ.

6. Οργάνωση μονάδας και γενικά έξοδα

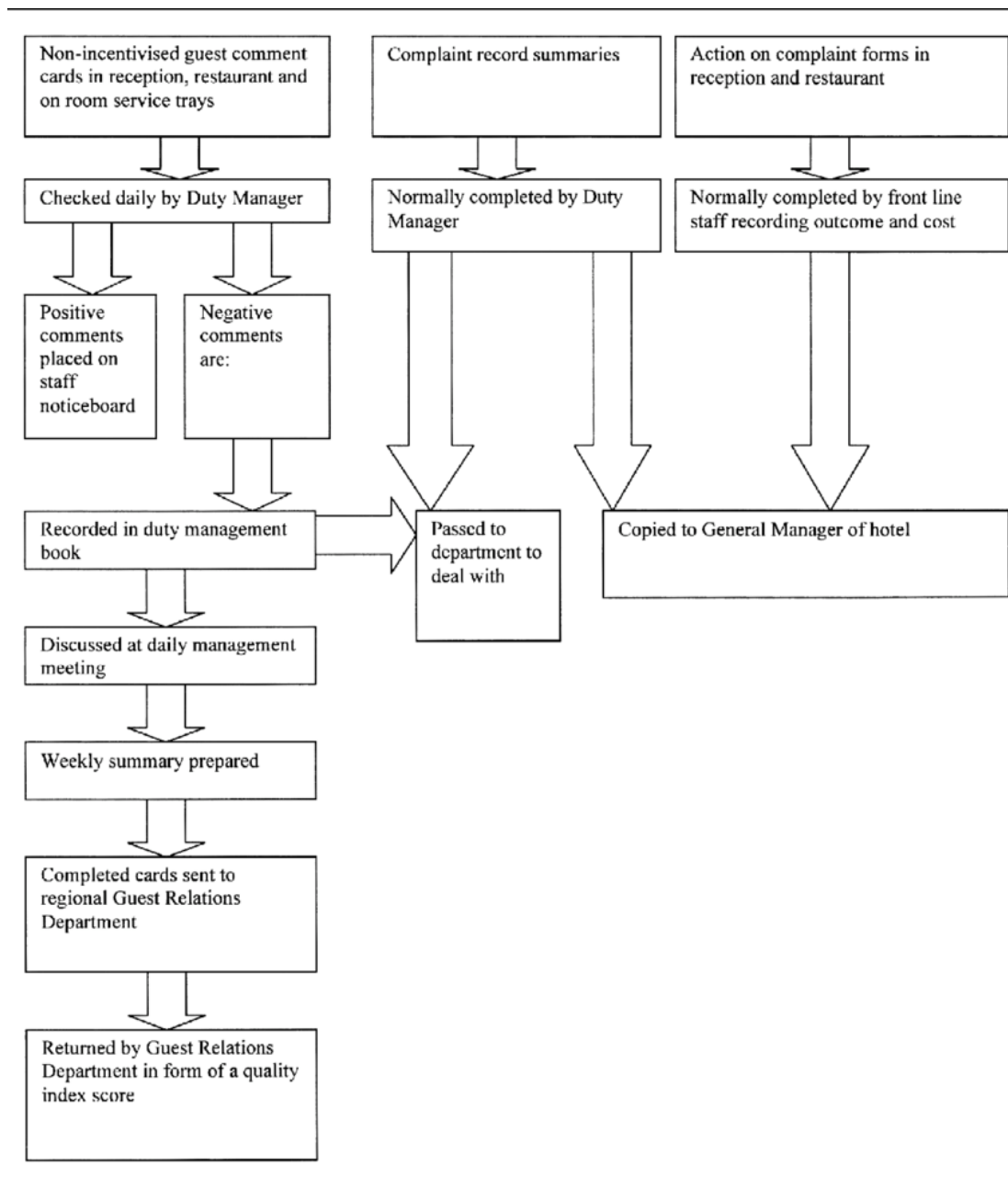
6.1 Οργάνωση μονάδας

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα οργανωθεί γύρω από την αλληλεξαρτώμενη λειτουργία διαφόρων τμημάτων. Αυτά τα τμήματα θα χωριστούν με βάση το θέμα που καλύπτουν. Παραδείγματα περιλαμβάνουν εστιατόρια, καταλύματα, διοίκηση και υπαίθριες δραστηριότητες.



Γράφημα 6.1 Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας

Το παραπάνω διάγραμμα απεικονίζει την οργάνωση των τμημάτων και των επιμέρους τιμών, καθώς και την μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Υπάρχουν πέντε βασικές ενότητες. Τα τμήματα περιλαμβάνουν το προσωπικό, τις πωλήσεις, την επισκευή, τη λογιστική και τις προμήθειες. Από τότε, υπάρχουν τρεις κύριες επισημάνσεις: φαγητό και ποτό και ξενοδοχείο, που επικεντρώνονται στην παροχή του εν λόγω είδους. Το ξενοδοχείο θα έχει μια συγκεκριμένη διαδικασία λειτουργίας που θα βασίζεται στην προσέγγιση συνεχούς βελτίωσης. Αυτό σημαίνει ότι βασικά τμήματα της διαδικασίας θα ελεγχθούν με τη χρήση σχολίων και θα διορθωθούν/βελτιωθούν ανάλογα με τα ευρήματα του ελέγχου.



Οι διαδικασίες που σχετίζονται με τις ενέργειες του πελάτη, τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου και τα βήματα που λαμβάνονται για την εξασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών εμφανίζονται σε τρεις στήλες του παραπάνω διαγράμματος ροής. Επιπλέον, η τεχνική για τον χειρισμό παραπόνων είναι ένα κρίσιμο βήμα ανάπτυξης. Οι πληροφορίες μπορούν να εισαχθούν μέσω αυτού του καναλιού για την παροχή ανατροφοδότησης συστήματος.

6.2 Διαδικασίες ξενοδοχείου

Η διαχείριση των διαδικασιών ενός ξενοδοχείου 4 αστέρων στην Πάρο περιλαμβάνει μια πολύπλευρη προσέγγιση, διασφαλίζοντας την απρόσκοπτη λειτουργία διαφόρων τμημάτων για την παροχή στους επισκέπτες εξαιρετικές υπηρεσίες και εμπειρίες. Ακολουθεί μια αναλυτική ανάλυση των διαδικασιών που συνήθως συναντώνται στο ξενοδοχείο της μελέτης, μαζί με τα άτομα που είναι υπεύθυνα για την επίβλεψή τους:

Λειτουργίες ρεσεψιόν

Αρμοδιότητες: Διαχείριση check-in και check-out επισκεπτών, διεκπεραίωση κρατήσεων, παροχή υπηρεσιών θυρωρείου, αντιμετώπιση ερωτήσεων και ανησυχιών επισκεπτών.

Υπεύθυνοι: Ο διευθυντής της ρεσεψιόν επιβλέπει τις συνολικές λειτουργίες. Οι ρεσεψιονίστ αναλαμβάνουν τις καθημερινές εργασίες, ενώ το προσωπικό του θυρωρείου βοηθά τους επισκέπτες με ειδικά αιτήματα και τοπικές συστάσεις.

Επιστασία

Αρμοδιότητες: Καθαρισμός και συντήρηση δωματίων, κοινόχρηστων χώρων και ανέσεων για την τήρηση των προτύπων καθαριότητας. Διαχείριση υπηρεσιών πλυντηρίου.

Υπεύθυνοι: Ο Διευθυντής συντονίζει το πρόγραμμα καθαριότητας και επιβλέπει το προσωπικό καθαριότητας, συμπεριλαμβανομένων των υπαλλήλων δωματίου, των βοηθών πλυντηρίων και των εποπτών καθαριότητας.

Υπηρεσίες Τροφίμων και Ποτών

Αρμοδιότητες: Λειτουργία εστιατορίων, μπαρ, υπηρεσία δωματίου και τροφοδοσίας για εκδηλώσεις. Εξασφάλιση υψηλής ποιότητας προσφορών τροφίμων και ποτών και εξαιρετικών εμπειριών επισκεπτών.

Υπεύθυνοι: Ο Υπεύθυνος τροφοδοσίας επιβλέπει όλες τις λειτουργίες εστίασης. Οι υπεύθυνοι εστιατορίων, οι υπεύθυνοι μπαρ και οι εποπτες της υπηρεσίας δωματίου διαχειρίζονται τις καθημερινές δραστηριότητες στις αντίστοιχες περιοχές τους.

Υπηρεσίες επισκεπτών

Αρμοδιότητες: Παροχή εξατομικευμένων υπηρεσιών για την ενίσχυση της ικανοποίησης των επισκεπτών, όπως η οργάνωση μεταφοράς, η οργάνωση εκδρομών και η εκπλήρωση ειδικών αιτημάτων.

Υπεύθυνοι : Ο Διευθυντής επιβλέπει την ομάδα υπηρεσιών επισκεπτών, η οποία περιλαμβάνει υπαλλήλους σχέσεων με επισκέπτες, συνοδούς τουριστικών γραφείων και συντονιστές μεταφορών.

Συντήρηση

Αρμοδιότητες: Διασφάλιση της σωστής λειτουργίας και συντήρησης των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου, συμπεριλαμβανομένων των υδραυλικών εγκαταστάσεων, των ηλεκτρικών συστημάτων, του HVAC και της δομικής ακεραιότητας.

Υπεύθυνοι: Ο εξωτερικός συνεργάτης υπερεργολάβος επιβλέπει το τμήμα συντήρησης, το οποίο αποτελείται από τεχνικούς, ηλεκτρολόγους, υδραυλικούς και ειδικούς δόμησης.

Πωλήσεις και μάρκετινγκ

Αρμοδιότητες: Προώθηση του ξενοδοχείου, διαχείριση διαδικτυακών και εκτός σύνδεσης προσπαθειών μάρκετινγκ, διεκπεραίωση ερωτήσεων πωλήσεων και δημιουργία σχέσεων με ταξιδιωτικούς πράκτορες και εταιρικούς πελάτες.

Υπεύθυνοι : Ο Διευθυντής της μονάδας ηγείται της ομάδας πωλήσεων και μάρκετινγκ, η οποία περιλαμβάνει εξωτερικούς συνεργάτες, συντονιστές μάρκετινγκ και διαχειριστές σελίδων.

Οικονομικά

Αρμοδιότητες: Διαχείριση οικονομικών συναλλαγών, προϋπολογισμός, μισθοδοσία, εισπρακτέοι και πληρωτέοι λογαριασμοί και συμμόρφωση με τους κανονισμούς.

Υπεύθυνοι : Το συνεργαζόμενο λογιστικό γραφείο επιβλέπει το οικονομικό και λογιστικό τμήμα, το οποίο περιλαμβάνει λογιστές, και υπάλληλους μισθοδοσίας.

Ανθρώπινο δυναμικό

Αρμοδιότητες: Πρόσληψη, εκπαίδευση και διαχείριση προσωπικού, διασφάλιση της συμμόρφωσης με την εργατική νομοθεσία, χειρισμός σχέσεων με τους εργαζομένους και διαχείριση απόδοσης.

Υπεύθυνοι: Ο διευθυντής επιβλέπει το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού, το οποίο περιλαμβάνει συντονιστές ανθρώπινου δυναμικού, εκπαιδευτές και ειδικούς προσλήψεων.

Ασφάλεια

Αρμοδιότητες: Διασφάλιση της ασφάλειας των επισκεπτών, του προσωπικού και της ιδιοκτησίας του ξενοδοχείου μέσω της επιτήρησης, του ελέγχου πρόσβασης και των διαδικασιών αντιμετώπισης καταστάσεων έκτακτης ανάγκης.

Υπεύθυνοι ιδιώτες: Ο υπεύθυνος Ασφαλείας επιβλέπει την ομάδα ασφαλείας, η οποία περιλαμβάνει αξιωματικούς ασφαλείας και χειριστές CCTV.

Διασφάλιση ποιότητας και ικανοποίηση επισκεπτών

Αρμοδιότητες: Παρακολούθηση και βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, συλλογή σχολίων από τους επισκέπτες και εφαρμογή μέτρων για την ενίσχυση της ικανοποίησης των επισκεπτών.

Υπεύθυνοι: Ο υπεύθυνος Διασφάλισης Ποιότητας ηγείται της ομάδας διασφάλισης ποιότητας, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει συντονιστές ικανοποίησης επισκεπτών και πελατών.

Καθένα από αυτά τα τμήματα και οι ρόλοι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διατήρηση των προτύπων που αναμένονται από ένα ξενοδοχείο 4 αστέρων στην Πάρο, διασφαλίζοντας ότι οι επισκέπτες θα έχουν μια αξέχαστη και άνετη διαμονή. Η συνεργασία και η αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ αυτών των ατόμων είναι απαραίτητες για την επιτυχία του ξενοδοχείου.

6.3 Γενικά έξοδα

Εκτός από την ασφάλεια έναντι κλοπής και πυρκαγιάς, η ξενοδοχειακή μονάδα θα είναι επίσης προστατευμένη από τρομοκρατικές ενέργειες, διαρροές σωλήνων και πιθανές πλημμύρες. Ένα ποσοστό της τάξης του 3,2% χρησιμοποιείται για τη μείωση των γενικών εξόδων κατά τη διάρκεια της πενταετίας λόγω του πληθωρισμού.

ΕΤΟΣ	2025	2026	2027	2028	2029
Μεταφορές	3.292	3.457	3.629	3.811	4.001
Διατροφή προσωπικού	2.395	2.514,8	2.640,5	2.772,5	2.911,1
Αμοιβές λογιστών	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Αμοιβές δικηγόρων	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
ΕΝΦΙΑ	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300
Λοιπά γενικά έξοδα	2.560	2.688	2.822,4	2.963,52	3.111,696
ΣΥΝΟΛΟ	22.547	22.959	23.392	23.847	24.324

Πίνακας 6.1 Γενικά έξοδα

7. Ανθρώπινοι πόροι

7.1 Απαιτήσεις σε ανθρώπινους πόρους

Οι ανάγκες της ξενοδοχειακής μονάδας σε ανθρώπινο δυναμικό θα πρέπει να προσδιοριστούν λαμβάνοντας υπόψη μια σειρά παραγόντων, συμπεριλαμβανομένων των τρεχουσών αναγκών, των αναγκών που προβλέπονται για το μέλλον, του επιθυμητού επιπέδου εκπαίδευσης και κατάρτισης, της αξιολόγησης και τυχόν απαραίτητων διορθωτικών ενεργειών. Δεδομένου ότι το ξενοδοχείο εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το διαμέτρημα των υπηρεσιών που προσφέρει, θα δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην εκπαίδευση, την κατάρτιση και την εμπειρία του προσωπικού. Επιπλέον, το προσωπικό αποτελεί συστατικό στοιχείο της αλυσίδας αξίας των ξενοδοχειακών υπηρεσιών, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη προσεκτικής επιλογής τους. Η ανάλυση του απαραίτητου προσωπικού, καταμεμημένη ανά κατηγορία εργαζομένων, φαίνεται παρακάτω.

Διοικητικά στελέχη

Διευθυντής μονάδας

Προϊστάμενος υποδοχής

Υπεύθυνος λογιστηρίου

Τμήμα υποδοχής

Ρεσεψιονίστ

Γκρουμς

Πίνακας 7.1 Ανάγκες σε ανθρώπινους πόρους

Θα χρειαστεί να υπάρχουν τρεις προϊστάμενοι και επτά κατώτεροι υπάλληλοι στον χώρο διοίκησης και υποδοχής. Στην κορυφή της οργανωτικής ιεραρχίας, ο διευθυντής θα επιβλέπει τις συνολικές λειτουργίες και τον συντονισμό του ξενοδοχείου σε όλα τα τμήματα. Η προμήθεια και η διαχείριση των εστιατορίων θα εμπίπτουν στην αρμοδιότητα του επίσης . Εκτός από τη διαχείριση κρατήσεων και παραπόνων, ο επικεφαλής θα επιβλέπει τον συντονισμό του προσωπικού της ρεσεψιόν. Το έργο της

τήρησης των βιβλίων και της δημιουργίας των τιμολογίων και των αποδείξεων θα βαρύνει τον λογιστή. Θα υπάρχουν πέντε μέλη του προσωπικού στη ρεσεψιόν. Οι δύο γκρουμς θα χειρίζονται τη μεταφορά των αποσκευών στα δωμάτια και οι τρεις ρεσεψιονίστ αναλαμβάνουν τις σχέσεις και την επικοινωνία με τους πελάτες.

Τμήμα επιστασίας

Καμαριέρες

Υπάλληλοι πλυντηρίων

Τμήμα τροφίμων-ποτών

Σεφ

Βοηθοί

Σερβιτόροι

Καθαριστής

Το τμήμα τροφίμων και ποτών και το τμήμα επιστασίας είναι τα ακόλουθα τμήματα που ασχολούνται με τις πιο κρίσιμες λειτουργίες του ξενοδοχείου. Οι 7 καμαριέρες, που η καθεμία έχει πέντε δωμάτια ως πόστο, είναι οι βασικοί εργαζόμενοι στο τμήμα ορόφων και είναι υπεύθυνες για τον καθημερινό καθαρισμό των δωματίων. Υπεύθυνος για αυτές θα είναι ο διευθυντής της ξενοδοχειακής μονάδας. Επιπλέον, θα υπάρχουν δύο εργαζόμενοι στα υπόγεια που θα χειρίζονται το πλυντήριο. Θα χρειαστούν 6 εργαζόμενοι στη βιομηχανία εστιατορίων για να εγγυηθούν την προετοιμασία και το σερβίρισμα του φαγητού πέρα από την επίβλεψη αυτών των εργασιών.

Τεχνικό τμήμα

Υδραυλικός

Ηλεκτρολόγος

Συντηρητής

Για το τεχνικό τμήμα θα χρειαστούν ένας ηλεκτρολόγος ένας υδραυλικός ως εξωτερικοί συνεργάτες και ένας συντηρητής που θα εργάζεται αποκλειστικά στο ξενοδοχείο , ενώ για τον εξωτερικό χώρο ενδεχομένως για την σεζόν υψηλής ζήτησης θα υπάρχει ένας κηπουρός και ένας υπάλληλος ασφάλειας.

7.2 Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων

Οι προσλήψεις του απαραίτητου προσωπικού θα γίνονται με βάση τις ανάγκες των θέσεων που αναφέρονται στο παρών κεφάλαιο. Για την όλη διαδικασία των προσλήψεων έχει δημιουργηθεί ένα πρόγραμμα που περιλαμβάνει τα βήματα και τις διαδικασίες για την πραγματοποίηση των απαραίτητων προσλήψεων. Το πρόγραμμα παρουσιάζεται παρακάτω:



Ο διευθυντής θα εξετάσει κάθε αίτηση για μια θέση πριν ξεκινήσει τη διαδικασία. Η περιγραφή της θέσης και το πεδίο εφαρμογής θα προετοιμαστούν μετά την αποδοχή της αίτησης. Θα συνεχίσουμε να χρησιμοποιούμε διαφημίσεις για να βρούμε προσωπικό εφόσον αυτό είναι εφικτό. Θα συγκεντρωθούν οι αιτήσεις και θα αξιολογηθούν όσες πληρούν τις προϋποθέσεις. Ο διευθυντής ή άλλα αρμόδια τμήματα θα επιλέξουν και θα προσκαλέσουν τα πιο κατάλληλα άτομα για προσωπική συνέντευξη. Η απόφαση για την πρόσληψη και την τελική τοποθέτηση εργασίας θα βασιστεί στην εξέταση τόσο της συνέντευξης όσο και των προσόντων.

7.3 Μισθοδοσία

Η δομή αποδοχών καθορίζεται από την αξία της εργασίας που εκτελείται και τα διαπιστευτήρια του εργαζομένου. Η εξέταση των προαναφερθέντων παραγόντων, η ύπαρξη κατώτατου μισθού και η διερεύνηση της αμοιβής σε ξενοδοχεία ανάλογου μεγέθους δίνουν έναν γενικό πίνακα μισθών. Οι φόροι μισθοδοσίας, οι αντίστοιχες εργοδοτικές εισφορές και τα ακαθάριστα κέρδη λαμβάνονται υπόψη κατά τον καθορισμό της αποζημίωσης για κάθε θέση. Οι προβλέψεις περιλαμβάνουν ανακοινώσεις για αυξήσεις και αυξήσεις κατώτατου μισθού για τρία χρόνια. Ως αποτέλεσμα των αναμενόμενων αυξήσεων των ποσοστών πληθωρισμού, το Υπουργείο Οικονομικών προβλέπει ότι ο κατώτατος μισθός θα αυξηθεί με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 2-3% έως το 2025. Η μισθολογική κλίμακα είναι η εξής:

Διοικητικά στελέχη					
Διευθυντής μονάδας	€ 13.200,000	€ 13.860,000	€ 14.553,000	€ 15.280,65000	€ 16.044,68250
Προϊστάμενος υποδοχής	€ 10.200,000	€ 10.710,000	€ 11.245,5000	€ 11.807,77500	€ 12.398,16375
Υπεύθυνος λογιστηρίου	€ 10.200,000	€ 10.710,000	€ 11.245,5000	€ 11.807,77500	€ 12.398,16375
Τμήμα υποδοχής					
Ρεσεψιονίστ	€ 14.940,000	€ 15.687,000	€ 16.471,35000	€ 17.294,91750	€ 18.159,66338
Γκρουμς	€ 9.960,000	€ 10.464,000	€ 10.980,000	€ 11.532,000	€ 12.108,000
Τμήμα επιστασίας					
Καμαριέρες	€ 34.860,000	€ 36.603,000	€ 38.433,15000	€ 40.354,80750	€ 42.372,54788
Υπάλληλοι πλυντηρίων	€ 9.960,000	€ 10.458,000	€ 10.980,9000	€ 11.529,94500	€ 12.106,44225
Τμήμα τροφίμων-ποτών					
Σεφ	€ 10.200,000	€ 10.710,000	€ 11.245,5000	€ 11.807,77500	€ 12.398,16375
Βοηθοί	€ 9.960,000	€ 10.458,000	€ 10.980,9000	€ 11.529,94500	€ 12.106,44225
Σερβιτόροι	€ 14.940,000	€ 15.687,000	€ 16.471,35000	€ 17.294,91750	€ 18.159,66338
Καθαριστής	€ 4.980,000	€ 5.229,000	€ 5.490,45000	€ 5.764,97250	€ 6.053,22113
Τεχνικό τμήμα					
Υδραυλικός	€ 2.580,000	€ 2.580,000	€ 2.580,000	€ 2.580,000	€ 2.580,000
Ηλεκτρολόγος	€ 1.560,000	€ 1.560,000	€ 1.560,000	€ 1.560,000	€ 1.560,000
Συντηρητής	€ 4.980,000	€ 5.229,000	€ 5.490,45000	€ 5.764,97250	€ 6.053,22113
ΣΥΝΟΛΑ	€ 152.520,0	€ 159.945,0	€ 167.728,1	€ 175.910,5	€ 184.498,4

Πίνακας 7.2 Κόστος μισθοδοσίας

8. Τοποθεσία και χώρος εγκατάστασης

8.1 Περιγραφή εγκατάστασης

Η τοποθεσία βρίσκεται στο Καβαλαρικό της Νάουσας , 200 μέτρα από το λιμανάκι της Νάουσας. , το οικόπεδο είναι 2,5 στρέμματα συνολικά. Το κτίριο πρέπει να είναι χτισμένο σε ακίνητο που έχει έκταση τουλάχιστον 2 στρέμματα. Σε αυτά τα 2 στρέμματα θα ανεγερθεί το 1 στρέμματα για να στεγαστεί η ξενοδοχειακή μονάδα. Ο χώρος θα διαθέτει εσωτερικές και εξωτερικές ανέσεις, όπως μπαρ, πισίνες, παιδική χαρά και εξωτερική τραπεζαρία. Η κατασκευή θα καλύπτει ένα στρέμμα και θα έχει ισόγειο με ρεσεψιόν, υπηρεσίες σπα και ένα μικρό γυμναστήριο, καθώς και υπόγειο 300 τετραγωνικών μέτρων με έξι δωμάτια προσωπικού, κουζίνα και τα πλυντήρια του ξενοδοχείου. Το πρώτο και το δεύτερο επίπεδο θα έχουν 15 premium σουίτες 20-30 τετραγωνικών μέτρων η καθεμία. Κάθε όροφος θα έχει μία επιπλέον 2 premium σουίτες 35 τετραγωνικών μέτρων. Το ξενοδοχείο μπορεί να φιλοξενήσει 100-120 άτομα, επειδή οι σουίτες μπορούν να φιλοξενήσουν τρία ή τέσσερα άτομα. Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται η πρόσοψη του οικοπέδου που θα πραγματοποιηθεί η κατασκευή.



Η κατασκευή έχει παραχωρηθεί σε αρχιτέκτονα-υπεργολάβο, ο οποίος θα ολοκληρώσει τόσο τους εσωτερικούς όσο και τους εξωτερικούς χώρους. Εκτός από τα εσωτερικά στοιχεία, θα υπάρχει ένα υπαίθριο μπαρ, πισίνα, παιδική χαρά και γήπεδο μίνι γκολφ. Το οίκημα θα καλύπτει δύο στρέμματα και θα έχει ισόγειο με ρεσεψιόν, κέντρο σπα και κλειστό γυμναστήριο, καθώς και υπόγειο 300 m² με έξι δωμάτια προσωπικού, κουζίνα και πλυντήρια ξενοδοχείου. Το πρώτο και το δεύτερο επίπεδο θα έχουν 15 premium σουίτες 20-25 τετραγωνικών μέτρων η καθεμία. Κάθε όροφος θα έχει δύο επιπλέον premium σουίτες 35 τετραγωνικών μέτρων.

8.2 Επιλογή τοποθεσίας

Η επιλογή ενός οικοπέδου στη Νάουσα Πάρου για την εγκατάσταση ενός ξενοδοχείου μπορεί να είναι μια εξαιρετική απόφαση λόγω του συνδυασμού φυσικής ομορφιάς, στρατηγικής θέσης, πολιτιστικών αξιοθέατων και οικονομικών δυνατοτήτων. Εδώ είναι αρκετοί επιτακτικοί λόγοι:

1. Γραφική ομορφιά και ηρεμία : Η Νάουσα, που βρίσκεται στη βόρεια ακτή της Πάρου, διαθέτει εκπληκτικά φυσικά τοπία. Το γραφικό λιμάνι, η γοητευτική κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική, τα κρυστάλλινα νερά και οι αμμώδεις παραλίες δημιουργούν ένα ειδυλλιακό σκηνικό που είναι ιδιαίτερα ελκυστικό για τους τουρίστες. Οι επισκέπτες είναι πιθανό να εκτιμήσουν και να αναζητήσουν το γαλήνιο και όμορφο περιβάλλον που προσφέρει η Νάουσα.

2. Δημοτικότητα μεταξύ των τουριστών : Η Νάουσα είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς της Πάρου, προσελκύοντας σημαντικό αριθμό επισκεπτών κάθε χρόνο. Η έντονη νυχτερινή ζωή, η σειρά εστιατορίων και οι μοντέρνες μπουτίκ το καθιστούν hotspot για τους τουρίστες, εξασφαλίζοντας μια σταθερή ροή πιθανών επισκεπτών του ξενοδοχείου.

3. Εγγύτητα σε αξιοθέατα : Η περιοχή είναι πλούσια σε ιστορικούς και πολιτιστικούς χώρους, όπως το ενετικό κάστρο, παλιές εκκλησίες και παραδοσιακά ψαρολίμανα. Η εγγύτητα σε αυτά τα αξιοθέατα μπορεί να

ενισχύσει την ελκυστικότητα του ξενοδοχείου, καθώς οι επισκέπτες συχνά αναζητούν εύκολη πρόσβαση σε τοπικά σημεία ενδιαφέροντος.

4. Προσβασιμότητα : Η τοποθεσία συνδέεται καλά με άλλα μέρη του νησιού και με την ηπειρωτική Ελλάδα. Το λιμάνι της Παροικιάς, το οποίο βρίσκεται σε μικρή απόσταση με το αυτοκίνητο, παρέχει τακτικά δρομολόγια πλοίων από και προς την Αθήνα και άλλα νησιά. Αυτή η ευκολία πρόσβασης μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πόλο έλξης για τους ταξιδιώτες. Επίσης βρίσκεται πολύ κοντά στο αεροδρόμιο της Πάρου.

5. Επενδυτικό Δυναμικό : Η Πάρος σημειώνει σταθερή αύξηση του τουρισμού και ιδιαίτερα η Νάουσα ως τοποθεσία αναπτύσσεται ραγδαία. Η επένδυση σε ένα ξενοδοχείο σε αυτόν τον τομέα μπορεί να αποφέρει οικονομικά οφέλη λόγω της υψηλής ζήτησης για ποιοτικά καταλύματα. Οι αξίες των ακινήτων είναι επίσης πιθανό να ανατιμηθούν με την πάροδο του χρόνου, καθιστώντας το μια υγιή μακροπρόθεσμη επένδυση . λόγω και του καινούργιου αεροδρόμιου που θα παραδοθεί το 2025.

6. Μοναδικές Πολιτιστικές Εμπειρίες : Η τοποθεσία προσφέρει ένα μείγμα παραδοσιακής ελληνικής κουλτούρας και σύγχρονων ανέσεων. Οι τουρίστες συχνά ελκύονται από την αυθεντική ελληνική νησιωτική εμπειρία της περιοχής , η οποία περιλαμβάνει τοπικά φεστιβάλ, γαστρονομικές απολαύσεις και χειροτεχνίες. Αυτή η μοναδική πολιτιστική ατμόσφαιρα μπορεί να βελτιώσει την εμπειρία των επισκεπτών και να διαφοροποιήσει το ξενοδοχείο από άλλα.

7. Νυχτερινή διασκέδαση και φαγητό : Η περιοχή είναι πολύ κοντά στον πυρήνα της διασκέδασης του νησιού. Συγκεκριμένα σε απόσταση μόλις ενός χιλιομέτρου , μπορεί κάποιος να βρεθεί στο λιμανάκι της Νάουσας όπου βρίσκονται τα περισσότερα μαγαζιά νυχτερινής διασκέδασης του νησιού , αλλά και τα πιο δημοφιλή εστιατόρια , όπως το Barbarossa , ο Αχινός και ο Τσαούσης.

9. Προγραμματισμός και οργάνωση επενδυτικού σχεδίου

9.1 Γενικά στοιχεία

Τα έγγραφα κατασκευής μπορούν να ενημερωθούν με προσθήκες ή τροποποιήσεις μετά την ανάθεση του έργου, οπότε και διατίθενται για χρήση κατά την κατασκευή. Πριν από την έναρξη της κατασκευής, πρέπει να ληφθούν οι απαραίτητες εγκρίσεις (όπως οικοδομική άδεια) από τις αρμόδιες αρχές. Σχεδόν όλα τα υλικά του έργου συνήθως αγοράζονται και εγκαθίστανται από υπεργολάβους. Αν και δεν είναι ασυνήθιστο για έναν γενικό εργολάβο να περιορίζει τις ευθύνες του στην επίβλεψη των καθημερινών λειτουργιών ενός εργοταξίου και της ίδιας της διαδικασίας κατασκευής, ο γενικός εργολάβος εκτελεί συχνά εργασίες χρησιμοποιώντας το δικό του προσωπικό και εργαλεία. Ως αντιπρόσωπος του ιδιοκτήτη, ο αρχιτέκτονας επιβλέπει την ανάπτυξη και τις εργασίες του έργου και εκδίδει οποιοσδήποτε οδηγίες εγκατάστασης, εντολές τροποποίησης ή άλλα έγγραφα που απαιτούνται για τη διαδικασία κατασκευής.

Η τεχνική ομάδα συνεργάστηκε με τους προαναφερθέντες διαχειριστές έργων και άλλους ειδικούς, όπως το συνεργαζόμενο αρχιτεκτονικό γραφείο, για να εξετάσει το χρονοδιάγραμμα του έργου για τον κατάλληλο χρόνο και κόστος, προκειμένου να δημιουργήσει ένα ακριβές χρονοδιάγραμμα κατασκευής. Καθορίστηκε ότι το χρονοδιάγραμμα κατασκευής, η διαδικασία υποβολής προσφορών και η τεκμηρίωση κατασκευής θα αναπτυχθούν με την ακόλουθη σειρά για αυτό το έργο.

1. Πραγματοποίηση συνεντεύξεων με τους υπεύθυνους έργου του κατασκευαστικού έργου.
2. Μια συμφωνία σύμβασης παροχής υπηρεσιών που καθορίζει το κόστος κάθε φάσης του αναπτυξιακού έργου θα ανατεθεί από τη διοίκηση, μαζί με την επιλογή ενός συμβούλου διαχείρισης έργου.
3. Η διοίκηση συντάσσει και δημοσιεύει την Αίτηση Υποβολής Προτάσεων (RFP) για ανταγωνιστικές προμήθειες υπηρεσιών αρχιτεκτονικού και τεχνικού σχεδιασμού (A/E) με τη βοήθεια του επιλεγμένου συμβούλου της.

4. Περισσότερα από πέντε (4) αλλά λιγότερα από δέκα (9) αρχιτεκτονικά γραφεία θα λάβουν RFP. Μετά την εξέταση των προσφορών που ελήφθησαν, οι οποίες θα καλύπτουν υπηρεσίες σχεδιασμού, μηχανικής ασφάλειας, δομικών, μηχανολογικών, ηλεκτρολογικών και υδραυλικών. Η διοίκηση θα προγραμματίσει και θα πραγματοποιήσει συνεντεύξεις με κάθε εταιρεία που θα απαντήσει.

5. Η Διοίκηση θα επιλέξει μια επιχείρηση και θα παράσχει μια σύμβαση υπηρεσιών σχεδιασμού αφού πραγματοποιήσει συνεντεύξεις και εξετάσει διεξοδικά όλες τις υποβολές. Η τιμολόγηση για κάθε στάδιο του σχεδιασμού θα προσδιορίζεται στη συμφωνία.

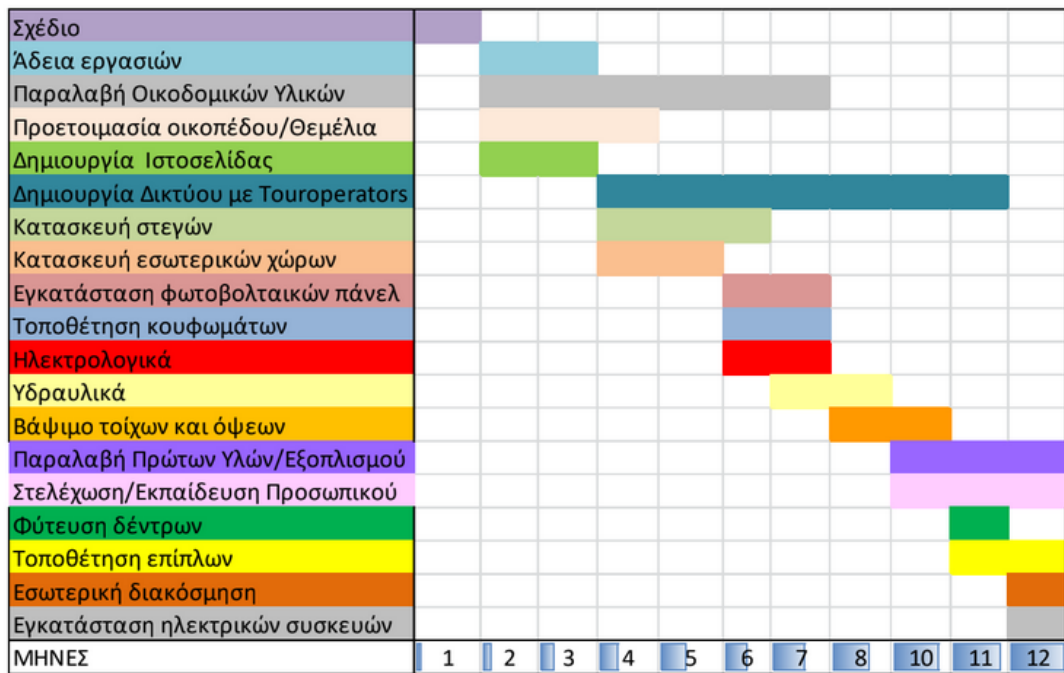
6. Αυτή η φάση έχει προγραμματιστεί να ξεκινήσει τον Γενάρη του 2024 και να ολοκληρωθεί τον Μάρτιο του 2024

9.2 Χρονοδιάγραμμα έργου

Λαμβάνονται υπόψη για το σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος, τα ακόλουθα:

- A. Σχέδιο 1 μήνας
- B. Σύσταση της εταιρείας-άδειες: 2 μήνες
- Γ. Παραλαβή οικοδομικών υλικών : 6 μήνες
- Δ. Προετοιμασία οικοπέδου: 3 μήνες
- E. Δημιουργία ιστοσελίδας : 2 μήνες
- Z. Δημιουργία δικτύου με tour operators: 7 μήνες
- H. Κατασκευή στεγών : 3 μήνες.
- Θ. Κατασκευή εσωτερικών χώρων: 2 μήνες
- I. Κουφώματα, φωτοβολταϊκά , ηλεκτρολογικά : 3 μήνες
- K. Υδραυλικά: 2 μήνες
- Λ. Βάψιμο: 2 μήνες
- M. Λήψη και δοκιμή προμηθειών και εξοπλισμού : 3 μήνες
- N. Εκπαίδευση προσωπικού: 3 μήνες
- Ξ. Διακόσμηση και τοποθέτηση συσκευών: 1 μήνας

Με βάση τα παραπάνω δεδομένα δίνεται το ακόλουθο γράφημα τύπου Gantt.



Διάγραμμα 9.1 Διαχείριση έργου

9.3 Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης έργου

Εκτιμήσεις για τα έξοδα διαχείρισης και συντονισμού έργου καθώς και ορισμένα κόστη προπαραγωγής θα πρέπει να περιλαμβάνονται σε αυτή την ενότητα. Δεδομένου ότι σχετίζονται με την εγκατάσταση της μονάδας, όλες οι δαπάνες που σχετίζονται με αυτήν θεωρούνται πάγιο κόστος κατασκευής. Ο παρακάτω πίνακας εμφανίζει τόσο το συνολικό κόστος όσο και το αναλυτικό κόστος

Κόστος εκτελέσεως έργου	
Ίδρυση επιχείρησης	€ 800,000
Μεταφορά εξοπλισμού	€ 760,000
Project management	€ 15.000,000
Προμήθεια δοκιμαστικών υλικών	€ 1.000,000
Προπαραγωγικό μάρκετινγκ	€ 2.700,000
Σύνολο	€ 20.260,000

Πίνακας 9.1 Κόστος εκτελέσεως έργου

10 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

10.1 Συνολικό κόστος και χρηματοδότηση

Όλα τα μελλοντικά έξοδα που θα προκύψουν κατά την ίδρυση και λειτουργία της μονάδας έχουν καλυφθεί στα παραπάνω κεφάλαια. Το κόστος επένδυσης θεωρείται ως ένα σταθερό κόστος που αντιπροσωπεύει ολόκληρο το ποσό που απαιτείται για την έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας. Αυτό καλύπτει εν συντομία το πρώτο κεφάλαιο κίνησης, το οποίο καλύπτει την πρώτη προμήθεια προμηθειών, αναλώσιμων και πρώτων υλών, καθώς και τα πάγια έξοδα, τα οποία περιλαμβάνουν την κατασκευή εγκαταστάσεων, την αγορά εξοπλισμού, την πληρωμή αδειών και την πρόσληψη ενός διαχειριστή έργου. Το κεφάλαιο κίνησης και τα πάγια στοιχεία ενεργητικού πρέπει να προσδιορίζονται για τον προσδιορισμό του κόστους επένδυσης. Τα πάγια στοιχεία υπολογίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πάγιες δαπάνες	
Κατασκευή	€ 538.000,000
Εξοπλισμός	€ 212.217,000
Οικόπεδο	€ 350.000,000
Προπαραγωγικές δαπάνες	€ 6.780,000
Εκτέλεση του έργου	€ 20.260,000
Σύνολο	€ 1.127.257,000

Πίνακας 10.1 Πάγιο κόστος

Λειτουργικό κόστος πρώτου έτους	
Πρώτες ύλες	€ 278.323,5
Μισθοδοσία	€ 152.520,0
Γενικά έξοδα	€ 22.547,0
Αποσβέσεις	€ 77.725,7
Έξοδα μάρκετινγκ	€ 36.985,0
Σύνολο	€ 568.101,2

Πίνακας 10.3 Λειτουργικό κόστος

Επιπλέον είναι απαραίτητο να υπολογιστούν σε αυτό το σημείο τα έξοδα αποσβέσεων για την επόμενη δεκαετία. Χρησιμοποιείται η σταθερή μέθοδος απόσβεσης και δεν συμπεριλαμβάνονται στις απόσβεσης τα οικόπεδα καθώς έχουν μηδενικό συντελεστή βάση των ελληνικών και διεθνών λογιστικών προτύπων. Η υπολειμματική αξία θα οριστεί στο 10% της αξίας κτίσης. Οι ετήσιες αποσβέσεις παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

έτος	Αναπόσβεστη αξία	ετήσια απόσβεση	Υπολειμματική αξία
1	€ 777.257,000	€ 77.725,7000	€ 699.531,3000
2	€ 699.531,3000	€ 77.725,7000	€ 621.805,6000
3	€ 621.805,6000	€ 77.725,7000	€ 544.079,9000
4	€ 544.079,9000	€ 77.725,7000	€ 466.354,2000
5	€ 466.354,2000	€ 77.725,7000	€ 388.628,5000

Πίνακας 10.2 Αποσβέσεις 5ετίας

Το κεφάλαιο κίνησης θα πρέπει στη συνέχεια να καθοριστεί με τον υπολογισμό των ημερών κάλυψης για τα περιουσιακά στοιχεία και τις υποχρεώσεις. Οι 365 ημέρες σε ένα έτος διαιρούνται με τον αντίστοιχο αριθμό ημερών κάλυψης για να καθοριστεί το ποσοστό.

<i>ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ</i>	<i>ΗΜΕΡΕΣ</i>
➤ Λογαριασμοί εισπρακτέοι:	70, στο παραγωγικό κόστος μείον αποσβέσεις και τόκοι
➤ Αποθέματα:	
1. Πρώτες ύλες	100 ημέρες
2. Ανταλλακτικά	160 ημέρες
3. Τελικά προϊόντα	130 ημέρες στο βιομηχανικό κόστος και τα διοικητικά γενικά έξοδα
➤ Μετρητά στο ταμείο:	15 ημέρες
➤ Λογαριασμοί πληρωτέοι:	45 ημέρες, για πρώτες ύλες και υπηρεσίες

Περιγραφή	Ημέρες κάλυψης	Συντ. κύκλου εργασιών	Ανάγκες α έτους
Λογαριασμοί εισπρακτέοι	30	12	€ 37.689,000
Πρώτες ύλες	100	4	€ 12.958,000
Σύνολο			€ 50.647,000
Λογαριασμοί πληρωτέοι	45	12	€ 14.986,000
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης			€ 35.661,000

Πίνακας 10.4 Κεφάλαιο κίνησης

Άρα αφού το πάγιο κόστος είναι 1.127. 257 ευρώ και το κεφάλαιο κίνησης για το α έτος είναι 35.661 ευρώ , άρα το συνολικό κόστος της επένδυσης ανέρχεται σε 1.162.918 ευρώ . Το ποσό αυτό θα καλυφτεί 50% από τους επιχειρηματίες και 50% από κονδύλια του αναπτυξιακού νόμου. Η επένδυση τηρεί όλες τις προϋποθέσεις για την ένταξη στον αναπτυξιακό νόμο που αφορά τις τουριστικές επιχειρήσεις συνεπώς

θεωρείται σχεδόν σίγουρο πως η επένδυση θα επιδοτηθεί τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας της.

10.2 Πρόβλεψη αποτελεσμάτων χρήσεως

Ο στόχος των καταστάσεων κερδών και ζημιών, που είναι ετήσιες οικονομικές καταστάσεις, είναι η καταγραφή όλων των εσόδων και εξόδων της επιχείρησης προκειμένου να παραχθεί ένα οικονομικό αποτέλεσμα (κέρδος ή ζημιά) που επιτρέπει τη φορολογία, την αξιολόγηση απόδοσης και τον υπολογισμό πιθανού μερίσματος. Οι καταστάσεις κερδών και ζημιών της ξενοδοχειακής μονάδας για τα επόμενα πέντε χρόνια εμφανίζονται στον παρακάτω πίνακα.

	2025	2026	2027	2028	2029
Πωλήσεις	€ 1.781.613	€ 1.964.907,2	€ 2.167.300,60	€ 2.390.818,90	€ 2.637.707,2
Κόστος παροχής Υπηρεσιών	€ 1.276.706	€ 1.404.376,1	€ 1.544.813,7	€ 1.699.295,1	€ 1.869.224,6
Μεικτό κέρδος	€ 504.907	€ 560.531	€ 622.487	€ 691.524	€ 768.483
Έξοδα διοίκησης	€ 156.968	€ 180.513	€ 207.590	€ 238.729	€ 274.538
Έξοδα διαφήμισης	€ 116.923	€ 128.615	€ 141.477	€ 155.625	€ 171.187
Φόρος εισοδήματος	€ 46.203	€ 50.281	€ 54.684	€ 59.434	€ 64.552
κέρδος/ζημιά	€ 184.813	€ 201.122	€ 218.736	€ 237.736	€ 258.206

Πίνακας 10.5 Προϋπολογισμένες καταστάσεις αποτελεσμάτων

10.3 Προβλέψεις ισολογισμών

Τα περιουσιακά στοιχεία και η κεφαλαιακή διάρθρωση μιας εταιρείας εμφανίζονται σε ισολογισμό στις 31 Δεκεμβρίου κάθε έτους. Τα στοιχεία του ισολογισμού της ξενοδοχειακής μονάδας δείχνουν μείωση του δείκτη πάγιου ενεργητικού της ετήσιας

απόσβεσης, καθώς και μείωση του δείκτη μερισματικής πολιτικής και του ποσού της επιδότησης ΕΣΠΑ που καταβάλλεται σταδιακά.

	2025	2026	2027	2028	2029
Πάγιο ενεργητικό	€1.127.257,0	€ 1.049.531,3	€ 971.805,6	€ 894.079,9	€ 816.354,2
Κυκλοφορούν ενεργητικό	€ 356.780,0	€ 463.814,0	€ 695.721,0	€ 1.008.795,5	€ 1.462.753,4
Σύνολο ενεργητικού	€ 1.484.037,0	€ 1.513.345,3	€ 1.667.526,6	€ 1.902.875,4	€ 2.279.107,6
Ιδία κεφάλαια	€ 1.269.969,0	€ 1.454.782,2	€ 1.655.904,3	€ 1.874.640,2	€ 2.112.376,6
Υποχρεώσεις	€ 214.068,0	€ 58.563,1	€ 11.622,3	€ 28.235,2	€ 166.731,0
Σύνολο παθητικού	€ 1.484.037,0	€ 1.513.345,3	€ 1.667.526,6	€ 1.902.875,4	€ 2.279.107,6

Πίνακας 10.6 Προϋπολογισμένοι Ισολογισμοί

10.4 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Η επένδυση θα αξιολογηθεί χρησιμοποιώντας τρεις διαφορετικές τεχνικές αξιολόγησης επενδύσεων. Το πρώτο είναι η καθαρή παρούσα αξία, η οποία είναι το αποτέλεσμα της προεξόφλησης των μελλοντικών ταμειακών ροών στην παρούσα και της αφαίρεσης τους από το κόστος της επένδυσης. Το προεξοφλητικό επιτόκιο που μειώνει αποτελεσματικά την καθαρή παρούσα αξία στο μηδέν είναι γνωστό ως εσωτερικός συντελεστής απόδοσης και είναι η δεύτερη τεχνική. Για να λάβουμε την καθαρή παρούσα αξία, πρέπει να επιλέξετε ένα προεξοφλητικό επιτόκιο. Όταν πρόκειται για επενδύσεις της εταιρείας, το σταθμισμένο μέσο κόστος κεφαλαίου ισοδυναμεί με το προεξοφλητικό επιτόκιο. Εφόσον δεν υπάρχει δανεισμός στην περίπτωση της ξενοδοχειακής μονάδας, το προεξοφλητικό επιτόκιο ισούται με το κόστος της καθαρής θέσης, το οποίο είναι 7%.

Αρχική Επένδυση	€ 1.162.918,000				
Έτος	2025	2026	2027	2028	2029
Ταμειακή ροή	€ 107.087	€ 123.396	€ 141.010	€ 160.011	€ 180.480
Καθαρά Παρούσα Αξία	€ -554.217,000				

Πίνακας 10.7 Καθαρά παρούσα αξία επένδυσης

Η καθαρά παρούσα αξία της επένδυσης είναι -554217 ευρώ , είναι αρνητική , που σημαίνει ότι σε βάθος 5ετίας δεν θα έχει καλυφθεί το ποσό της επένδυσης. Η επένδυση πιθανότατα θα χρειαστεί περίπου 10 έτη για να καλυφθεί σύμφωνα με αυτό το κριτήριο. Στις ξενοδοχειακές επενδύσεις τα 10 έτη θεωρούνται ικανοποιητικό χρονικό διάστημα για την επανάκτηση των χρημάτων που επενδύθηκαν.

Αρχική Επένδυση	€ 1.162.918,000				
Έτος	2025	2026	2027	2028	2029
Ταμειακή ροή	€ 107.087	€ 123.396	€ 141.010	€ 160.011	€ 180.480
Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης	-13,450 %				

Πίνακας 10.8 Εσωτερικός βαθμός απόδοσης

Όπως ήταν αναμενόμενο και ο συντελεστής εσωτερικής απόδοσης είναι αρνητικός , διότι η επένδυση δεν μπορεί να εξοφληθεί σε διάστημα 5 ετών αλλα θα χρειαστεί περισσότερο διάστημα.

Έτος	Ταμειακή ροή	Υπόλοιπο
0	€ -1.162.918,000	€ -1.162.918,000
1	€ 107.087	€ -1.055.831,000
2	€ 123.396	€ -932.435,000
3	€ 141.010	€ -791.425,000
4	€ 160.011	€ -631.414,000
5	€ 180.480	€ -450.934,000

Πίνακας 10.9 Περίοδος επανείσπραξης

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα της περιόδου επανείσπραξης , περίπου το 60% της επένδυσης θα έχει καλυφθεί έως το 2029 και θα χρειαστούν περίπου 3 ακόμα έτη σύμφωνα με αυτό το κριτήριο ώστε να καλυφθεί πλήρως η επένδυση.

10.5 Αποτέλεσμα μελέτης

Η οικονομική ανάλυση της μελέτης αποκάλυψε ότι θα ήταν αδύνατο για την επένδυση να ανακτήσει το κόστος της σε λιγότερο από πέντε χρόνια. Υπάρχουν δύο τρόποι για να δείτε αυτό το γεγονός. Αυτή η ανακάλυψη εγείρει ερωτηματικά και ενθαρρύνει το κυνήγι εναλλακτικών επενδύσεων με πιο ενδελεχείς οικονομικές αναλύσεις, γεγονός που την κάνει ενοχλητική αφενός. Ωστόσο, δεδομένου ότι οι ξενοδοχειακές επενδύσεις στην Ελλάδα συνήθως αποδίδονται σε λιγότερο από δέκα χρόνια, τα προαναφερθέντα στοιχεία δεν είναι απρόσιτα. Η επένδυση φαίνεται να αποδίδει σε επτά έως οκτώ χρόνια, συν υπάρχει η αξία του ακινήτου που μπορεί να πουληθεί μετά από μερικά χρόνια χρήσης. Επομένως, μια επέκταση των εκτιμήσεων σε 8 χρόνια θα παρείχε πιο ελκυστικά ευρήματα, ακόμη και όταν οι αριθμοί σε 5 χρόνια δεν επιτυγχάνουν το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα. Συνοπτικά, η έκθεση προτείνει ότι ενώ συνιστάται περαιτέρω έρευνα για εναλλακτικά περιουσιακά στοιχεία, η επένδυση μπορεί να προχωρήσει.

Αναφορές

- Ευθύμογλου Π. (1999), Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοικήσεως, τεύχος Α, Χρηματοοικονομική Επιχειρήσεων, Πειραιάς
- Ηγουμενάκης, Ν. (1997) Τουριστική Οικονομία, Τ. Α+Β, Έκδοση Β΄, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Ηγουμενάκης, Ν. Κραβίτη, Κ. και Λύτρας, Περικλής (1998) Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Καρβούνης Σ., (2006), Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σταμούλης Α., Αθήνα
- Brunsson, N., & Olsen, J. 1993. The reforming organization. London: Routledge.
- Castrogiovanni, G. 1996. Pre-start-up planning and the survival of new small businesses: Theoretical linkages. Journal of Management, 22: 801–822.
- Hall, K. 2017. Business plans handbook. Detroit: International Thomson Publishing Company
- Icap (2022), Κλαδική μελέτη: ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
- Kotler P. (1988), Marketing Management: analysis, planning, implementation and control, Prentice-Hall, 6th edition
- Lickorish L. & Jenkins C. (2002), Μια Εισαγωγή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- Ελληνική στατιστική υπηρεσία - <https://www.statistics.gr/>