



Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση
Επιχειρήσεων – Ολική Ποιότητα

ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΜΕΤΑΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ
ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΤΟΥ
ΦΑΛΗΡΟΥ



ΠΟΛΥΖΟΥ ΑΝΔΡΟΝΙΚΗ

Ιούνιος, 2006



Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση
Επιχειρήσεων – Ολική Ποιότητα

ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΜΕΤΑΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ
ΤΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΤΟΥ
ΦΑΛΗΡΟΥ

ΠΟΛΥΖΟΥ ΑΝΔΡΟΝΙΚΗ

Ιούνιος, 2006

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή κ. Δ. Γεωργακέλλο, για την πολύτιμη βοήθειά του στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Σε όλους τους καθηγητές ανεξαιρέτως του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.

Στους ανθρώπους που με βοήθησαν για την περάτωση της έρευνάς μου.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει σκοπό εκπαιδευτικό και γι' αυτό ορισμένα στοιχεία που περιέχει μπορεί να μην είναι απόλυτα ακριβή.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ..... |

1^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΝΟΨΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1.1	ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	1
1.2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	2
1.3	ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	2
1.4	ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	4
1.5	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	4
1.6	ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	4
1.7	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	6
1.8	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	6
1.9	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	6
1.10	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	7

2^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1	ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	8
2.2	ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	10
2.3	ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	10
2.4	ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	11

3^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1	ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ.....	12
3.1.1	ΣΥΝΕΔΡΙΑ	12
3.1.2	ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ	13
3.2	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	15
3.2.1	ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ.....	15
3.2.2	ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ	20
3.2.3	ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	21
3.2.3.1	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ.....	21
3.2.3.2	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΑΥΛΙΩΝ.....	22
3.2.3.3	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ.....	23
3.2.4	ΤΑ ΣΥΝΑΥΛΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ – Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	24
3.2.5	ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ – Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	25
3.2.5.1	ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ ΑΤΤΙΣΑ GOLDEN PALACE.....	26
3.2.6	ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ	27
3.2.7	ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	27
3.2.8	ΣΤΑΔΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΙΑΣ ΣΥΝΑΥΛΙΑΣ	30
3.3	ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ.....	33
3.3.1	ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΑΓΟΡΑ.....	33
3.3.2	ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	36
3.3.3	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ.....	36
3.3.4	ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	37
3.3.5	ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ, ΕΝΤΑΣΗ ΚΑΙ ΙΣΧΥ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	37
3.3.6	Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΜΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	38
3.4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	40
3.4.1	ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΛΙΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	40
3.5	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ.....	41
3.5.1	ΣΥΝΕΔΡΙΑ	41
3.5.1.1	HELEXPO PALACE.....	42
3.5.1.2	HILTON ATHENS HOTEL	44
3.5.1.3	INTERCONTINENTAL.....	45
3.5.1.4	DIVANI CARAVEL	46
3.5.1.5	MEGARON ATHENS CONCERT HALL	46

3.5.2	ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ.....	48
3.5.2.1	GAGARIN 205. LIVE MUSIC SPACE.....	48
3.5.2.2	AN CLUB.....	50
3.5.2.3	ΣΤΑΥΡΟΣ ΤΟΥ ΝΟΤΟΥ.....	51
3.5.3	ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE.....	53
3.5.3.1	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ.....	53
3.5.3.2	ΟΡΑΜΑ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ.....	54
3.5.3.3	ΤΙΜΗ.....	56
3.5.3.4	ΠΡΟΩΘΗΣΗ.....	56
3.5.3.4.1	Την προώθηση του ίδιου του χώρου, των υπηρεσιών που προσφέρει και τις ανάγκες που μπορεί να εξυπηρετήσει.....	57
3.5.3.4.2	Την προώθηση των διαφόρων εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στο χώρο.....	58
3.5.4	ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT.....	60
3.5.4.1	ΜΙΑ ΠΡΩΤΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ.....	62

4^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 69

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1	ΚΕΝΤΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	69
4.2	ΟΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ.....	70

5^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 73

ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1	ΟΙ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ.....	73
5.2	ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	89
5.2.1	ΗΧΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	90
5.2.2	ΦΩΤΙΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	94
5.2.3	ΗΧΟΜΟΝΩΣΗ.....	96
5.2.4	ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ.....	96
5.2.5	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ.....	97
5.2.6	ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΩΝ BARS.....	98
5.2.7	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ- ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ.....	98
5.2.8	Ε – ΣΥΝΕΔΡΙΟ.....	99
5.2.9	ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	103

6^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 107

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1	ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ.....	107
6.2	ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΑΥΛΙΩΝ.....	114
6.3	ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	115
6.4	ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	116
6.4.1	ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	116
6.4.2	ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ - ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ.....	117
6.4.3	ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΩΣ.....	118
6.4.4	ΤΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	118

7^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 120

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1	ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ.....	120
7.2	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	123
7.3	ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	125
7.3.1	ΕΚΤΑΚΤΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ.....	125
7.3.2	ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.....	126
7.3.3	ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΔΙΑΦΘΩΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	126
7.3.4	ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	127

8^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ 130

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ.....	130
8.2	Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ.....	131

8.3	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE	132
8.3.1	ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΗ ΘΕΣΗ.....	132
8.3.2	ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ.....	133
8.3.3	ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΝΕΑΣ ΔΟΜΗΣΗΣ.....	134
8.3.4	ΕΠΙΤΡΕΠΟΜΕΝΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ ΓΗΣ.....	134
8.3.5	ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.....	135
8.3.6	ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ.....	135
8.3.7	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ.....	136

9^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ **138**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ ΜΕ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ	138
9.1.1	Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	140
9.2	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	140
9.3	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	142
9.4	ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	148
9.5	ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΑΡΙΣΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ.....	150

10^ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ **151**

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	151
10.2	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ	153
10.3	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	154
10.4	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	155
10.5	ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	157
10.5.1	ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ.....	157
10.5.2	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	158
10.6	ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	159
10.6.1	ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ.....	159
10.6.2	ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ.....	159
10.6.3	ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	160
10.7	ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	161
10.7.1	ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	161
10.7.2	ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ.....	162
10.8	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ	164

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... **168**

ΜΕΛΕΤΕΣ..... **169**

ΠΗΓΕΣ **170**

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ..... **171**

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ..... **172**

ΣΥΝΟΨΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1.1 ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Στην παρούσα οικονομοτεχνική μελέτη εξετάζεται η μεταολυμπιακή αξιοποίηση και χρήση του κλειστού γυμναστηρίου στο Δέλτα Φαλήρου, το οποίο είχε φιλοξενήσει κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων τα αθλήματα ΤΑΕ - KWON – DO και ΧΕΙΡΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ.



Εικόνα 1-1 Εξωτερικές και εσωτερική άποψη του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου.

Το κλειστό γυμναστήριο του Φαλήρου το οποίο θα λάβει την επωνυμία ATTICA GOLDEN PALACE θα λειτουργήσει ως συνεδριακός χώρος ενώ παράλληλα θα φιλοξενεί μουσικά ελληνικά και διεθνή καλλιτεχνικά σχήματα τα οποία θα έχουν σκοπό την ψυχαγωγία αλλά και την γνωριμία των θεατών με ποικίλλες μουσικές παραδόσεις.

Αποτελεί κοινή πεποίθηση ότι οι εγκαταστάσεις των Ολυμπιακών αγώνων δεν πρέπει να μείνουν αποκομμένες νησίδες αθλητικής δραστηριότητας χωρίς σύνδεση με τον υπόλοιπο αστικό ιστό. Αντιθέτως πρέπει να αποτελέσουν εστίες συνολικής αθλητικής, πολιτιστικής αλλά και οικονομικής κινητοποίησης.

Το κλειστό γυμναστήριο του Φαλήρου επιτρέπει την διοργάνωση μαζικών αθλημάτων (μπάσκετ, βόλεϊ) αλλά λαμβάνοντας υπόψη το μειωμένο ενδιαφέρον για τα παραπάνω αγωνίσματα στην Ελλάδα καθώς και τα μικρά περιθώρια κέρδους γενικότερα από τις αθλητικές διοργανώσεις, η παρούσα

εγκατάσταση δεν θα έχει αθλητική χρήση. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι το ATTICA GOLDEN PALACE να αποτελέσει πόλο έλξης για την παρακολούθηση μεγάλων συνεδρίων και πολιτιστικών δρώμενων τα οποία συμβάλλουν στην επικερδέστερη χρησιμοποίηση της εγκατάστασης.

Το συνολικό κόστος της μελέτης και των παρεμφερών ερευνών ανέρχεται σε 6000€

1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σε συνδιασμό με την παρουσίαση εμπορικών μουσικών συναυλιών και παραστάσεων μεγάλης απήχησης, το ATTICA GOLDEN PALACE θα δώσει ώθηση στην επίτευξη αναπτυξιακής πορείας στο συνεδριακό τουρισμό της χώρας μας και στην ανάδειξη του πολιτισμού και των τεχνών.

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θεωρείται μείζονος σημασίας για την τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της. Αυτή η μορφή ειδικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει εφαλτήριο για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης, αλλά και να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επίλυσης δύο εκ των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός. Αφενός να συντελέσει στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και αφετέρου να συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των εισερχόμενων τουριστών. Βασική υπηρεσία του ATTICA GOLDEN PALACE είναι η προώθηση συναυλιών και συνεδρίων και οι προσπάθειες εστιάζονται στην όσο το δυνατόν ποιοτικότερη διανομή της υπηρεσίας στον τελικό καταναλωτή.

Τα συνολικά έσοδα από πωλήσεις το 2007 θα ανέρχονται σε 11.520.000€

1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Το ATTICA GOLDEN PALACE λόγω της φύσεως των υπηρεσιών του δεν έχει πρώτες ύλες. Οι ανάγκες σε εφόδια για την άρτια διεξαγωγή των δραστηριοτήτων του, καθορίζονται από τη λειτουργία κάθε κέντρου προσφερόμενης υπηρεσίας.

Τα κέντρα αυτά είναι:

- Μία κεντρική αίθουσα χωρητικότητας 4000 ατόμων.
- 2 εστιατόρια – bar που εξυπηρετούν το κοινό.
- 1 εστιατόριο – bar που εξυπηρετεί καλλιτέχνες, παραγωγή και ομιλητές.
- 2 bar που βρίσκονται στην κεντρική αίθουσα.
- Τα καμαρίνια των καλλιτεχνών.
- Το εμπορικό κατάστημα.
- Το στούντιο ηχογραφήσεων.
- Τα 4 εκδοτήρια εισιτηρίων.
- Τα αποχωρητήρια.
- Το Ιατρικό κέντρο.
- Ο χώρος ιδιωτικής στάθμευσης.

Επίσης 3 από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του ATTICA GOLDEN PALACE

- Το εστιατόριο για το κοινό
- Ο χώρος σίτισης για την παραγωγή, τους καλλιτέχνες και τους ομιλητές
- Το στούντιο ηχογραφήσεων
- Ο χώρος ιδιωτικής στάθμευσης

ανήκουν σε άλλες εταιρίες οι οποίες μισθώνουν τους χώρους ή την υπηρεσία με ένα πάγιο ποσό και ποσοστά ανάλογα με την πληρότητα του χώρου κάθε φορά. Οι εισροές των παραπάνω προσφερόμενων υπηρεσιών είναι η γραφική ύλη, τα απορρυπαντικά και είδη υγιεινής, τα τρόφιμα και ποτά τα οποία προβλέπεται κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας να έχουν συνολικό κόστος 209.400 €

1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Για την επιλογή της τεχνολογίας η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE επέλεξε μόνο τους καλύτερους, με κριτήριο την πολυετή εμπειρία τους στη μουσική βιομηχανία (για συγκεκριμένους τομείς) και την ανελλιπή ενημέρωσή τους σε νέες τεχνολογίες. Η αγορά της τεχνολογίας γίνεται εφ' άπαξ και η μεταφορά της δεν είναι χρονοβόρα, εκτός των οπτικοακουστικών εγκαταστάσεων, ενώ οι κατασκευάστριες εταιρίες προσφέρουν ολοκληρωμένα πακέτα υπηρεσιών συνεχούς υποστήριξης και συντήρησης. Το κόστος των έργων πολιτικού μηχανικού, καθώς και τα κόστη του κύριου εξοπλισμού και του εξοπλισμού εξυπηρετήσεως της μονάδας θα ανέρχονται στο ποσό των 402.700€, ενώ το κόστος συντήρησης και βελτίωσης των κτιρίων, των υποδομών και των εξωτερικών χώρων της μονάδας θα ανέρχεται στο ποσό των 12.000€, για το 2007.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Για την ορθή διαχείριση και τον έλεγχο της μονάδας θα υλοποιηθεί μια σαφώς ορισμένη οργανωσιακή δομή, με βάση την οποία θα διευκολύνεται ο προγραμματισμός του κόστους διαιρώντας το σχέδιο σε κέντρα κόστους. Τα γενικά έξοδα που δεν μπορούν να επιβαρύνουν απ' ευθείας κάποιο από τα συγκεκριμένα κέντρα θα ανέρχονται στο ποσό των 250.000€ για το 2007 και θα περιλαμβάνουν στοιχεία κόστους που αφορούν σε ασφάλιστρα, συντήρηση, γενικούς φόρους, ταξίδια κ.λ.π.

1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Οι ιδρυτές του ATTICA GOLDEN PALACE ξεκίνησαν το επιχείρημα αυτό βασιζόμενοι μόνο σε ένα σκεπτικό: Την δημιουργία μιας ομάδας από ανθρώπους που τολμούν να ξεφύγουν από τη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα, έχοντας τις απαραίτητες γνώσεις, εμπειρία και δυνατότητες, για την πραγματοποίηση μίας καινοτομικής ιδέας, που μπορεί να αποδώσει εξαιρετικά αποτελέσματα.

Η εταιρία συνδυάζει το καλύτερο ανθρώπινο δυναμικό, αν και η εξεύρεσή του ήταν αρκετά δύσκολη λόγω της φύσης του επαγγέλματος για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα έχοντας ανατρέξει σε εναλλακτικές πηγές εύρεσης ανεξάρτητα από τη διαφορά στο κόστος. Αυτό που προέχει είναι η ποιοτική παραγωγή και διανομή της υπηρεσίας.

Από την αρχή της λειτουργίας της, η εταιρία θα αποδείξει ότι σκοπός της δεν είναι απλά η επιβίωσή της στη συγκεκριμένη αγορά, αλλά η επίτευξη υψηλών στόχων όπως:

- Η συνεχής και σταθερή οικονομική ανάπτυξη.
- Η ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών στη βιομηχανία θεάματος και ακροάματος στην Ελλάδα.
- Η συνεχής εξέλιξη σε ένα μία τόσο πολύπλοκη και ευαίσθητη αγορά.
- Η εδραίωση των σχέσεων της εταιρίας και της χώρας μας με τις αντίστοιχες εταιρίες του εξωτερικού.
- Η συνεχής και σταθερή συχνότητα παραγωγής και διοργάνωσης συναυλιών και πολιτιστικών γεγονότων.
- Η συμμετοχή της με τους εκπροσώπους της σε όλα τα διεθνή συνέδρια.
- Η πάντα επιτυχής και πρωτοποριακή ανταπόκριση στη ζήτηση της αγοράς.
- Η διορατικότητα και η επιτυχής επιλογή του νέου και πρωτοποριακού καλλιτεχνικού προϊόντος.
- Η αύξηση του κύκλου εργασιών.
- Η διαρκής παραγωγή και διανομή ποιοτικών υπηρεσιών.

Η υπό μελέτη επιχείρηση θα απασχολεί 31 άτομα ως μόνιμο προσωπικό και 35 έκτακτους συνεργάτες. Το κόστος του ανθρώπινου αυτού δυναμικού (άμεση αμοιβή, υποχρεώσεις του εργοδότη και πρόσθετες παροχές) εκτιμάται ότι θα ανάλθει στο ποσό των 661.360€ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας.

1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Το ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE έχει το πλεονέκτημα να εντάσσεται στο Ολυμπιακό συγκρότημα Φαλήρου, το οποίο προβλέπεται να διαμορφωθεί και να αξιοποιηθεί στο σύνολό του με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποτελεί ένα μοναδικό πόλο έλξης για πολλούς επισκέπτες.

Η θέση της εγκατάστασης στην παραλιακή ζώνη της πρωτεύουσας είναι εξαιρετικά ευνοϊκή από άποψη αντιληπτικών χαρακτηριστικών και θέας. Είναι επίσης σε μικρή απόσταση από ένα σχετικά πυκνοδομημένο ιστό που περιλαμβάνει χρήσεις κατοικίας με μεσαία και ανώτερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά αλλά επίσης και κεντρικές λειτουργίες. Παρόλο που η νέα μονάδα δεν θα επηρεάζει δυσμενώς το περιβάλλον, το ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE σκοπεύει να υιοθετήσει μια φιλική προς το περιβάλλον πολιτική, με βασικό στόχο την εξοικονόμηση ενεργειακών και φυσικών πόρων.

Έπειτα από συμφωνία με το δημόσιο ορίστηκε η τιμή του ενοικίου για το 2007 στο ποσό των 8.691.000€.

1.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Οι βασικοί στόχοι του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου συνίστανται στον προσδιορισμό των οικονομικών επιπτώσεων της φάσης εκτέλεσης και την προσπάθεια εξασφάλισης ικανοποιητικής χρηματοδότησης προώθησής του, έως και μετά την έναρξη λειτουργίας του. Στα πλαίσια αυτά, το πλήρες σχέδιο δράσεως καλύπτει ολόκληρη την επενδυτική φάση, προβλέπεται να διαρκέσει 10 μήνες και το κόστος του θα ανέλθει στις 527.500 €.

1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το συνολικό κόστος της επένδυσης θα φθάσει στο ποσό των 3.003.315 €, από τα οποία τα 966.200€ αποτελούν τις πάγιες επενδύσεις και τις άλλες προπαραγωγικές δαπάνες της μονάδας και το υπόλοιπο 2.037.115 € τις αρχικές ανάγκες της σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Επίσης, υπολογίσθηκε ότι το συνολικό κόστος περιόδου για το πρώτο έτος λειτουργίας θα ανέλθει στο ποσό των 10.496.380 €.

Οι προβλεπόμενες λογιστικές καταστάσεις της επιχείρησης παρουσίασαν ιδιαίτερα ικανοποιητικά στοιχεία και το καθαρό κέρδος μετά από φόρους και τόκους για το έτος 2007 προβλέπεται να είναι 665.350 € ενώ το 2008 θα σημειώσει σημαντική αύξηση και θα ανέλθει στο ποσό των 2.074.690 €.

1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η συγκεντρωτική εκτίμηση όλων των προαναφερθέντων οικονομικών και λοιπών στοιχείων της επένδυσης, αποδεικνύει πως η εταιρία όχι απλά είναι βιώσιμη, αλλά πολύ σύντομα κερδοφόρα. Τα πλεονεκτήματα του επενδυτικού σχεδίου, τόσο από οικονομικής και κοινωνικής απόψεως όσο και από πλευράς προσφοράς στον Ελληνικό Τουρισμό, καθιστούν την επένδυση επιτυχή.

ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η βασική ιδέα του επενδυτικού σχεδίου αφορά την λειτουργία ενός σύγχρονου πολυμορφικού κέντρου, στο οποίο θα διοργανώνονται συνέδρια διεθνούς εμβέλειας ενώ παράλληλα θα αποτελεί χώρο ζωντανής παρουσίασης όλων των σύγχρονων τάσεων της παγκόσμιας μουσικής σκηνής συμβάλλοντας στην προσέλκυση εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού στην Αθήνα.

Οι κυριότερες παράμετροι που λειτούργησαν ως καθοδηγητικές αρχές κατά τη διάρκεια εκπονήσεως της μελέτης είναι οι ακόλουθες:

- Η εκμετάλλευση πολυχώρων ως επιχειρηματική δραστηριότητα, είναι μία βιομηχανία που ανθίζει παγκοσμίως και ενώ θεωρείται δεδομένη στα υπόλοιπα ευρωπαϊκά κράτη στην Ελλάδα ακόμη παραμένει σε εμβρυικό στάδιο.
- Η αυξημένη ζήτηση για χώρους υψηλής τεχνολογίας, εξειδικευμένων υπηρεσιών και μεταβαλλόμενης χωρητικότητας για παρουσίαση και ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
- Η ανεπαρκής δραστηριοποίηση και προσφορά υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συναυλιακά κέντρα και η μεγάλη εποχικότητα που μαστίζει την αγορά των συναυλιών λόγω μη ύπαρξης ενός οργανωμένου συναυλιακού κέντρου.
- Η ολοένα αυξανόμενη ανάπτυξη της μουσικής βιομηχανίας και η εξοικείωση του κοινού με τις ζωντανές εμφανίσεις καλλιτεχνών ως μέσο διασκέδασης.
- Είναι κοινή πεποίθηση ότι η Ελλάδα έχει πλέον μεγάλες δυνατότητες για επιπλέον ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ως μέσου

συμπλήρωσης, εμπλουτισμού και βελτίωσης της τουριστικής προσφοράς.

- Τα οφέλη από την αγορά των συνεδρίων είναι πολλαπλά, όπως: προσέλευση ατόμων υψηλού οικονομικού, επιστημονικού και κοινωνικού επιπέδου, διαμονή στην χώρα μας κυρίως στις χαμηλά τουριστικές περιόδους, προβολή και συνεχής θετική δημοσιότητα της χώρας μας ανα τον κόσμο, κίνητρα για επενδύσεις υψηλού επιπέδου, προώθηση υποβαθμισμένων μέχρι σήμερα τουριστικών περιοχών, επιχειρήματα για προσφυγή σε κοινοτικά ταμεία για επιχορηγήσεις κ.α.

Η έκταση του κλειστού γυμναστηρίου στο Φαληρικό όρμο ανήκει στην εταιρεία «Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα» (ΕΤΑ), οπότε η μεταλυμπιακή διαχείρισή της υπό επιχειρηματικό πρίσμα είναι εύλογη.

Η πλήρης ιδιωτικοποίηση της εγκατάστασης δεν είναι εφικτή προς το παρόν εφόσον οι θεσμικές ρυθμίσεις δεν επιτρέπουν την αύξηση του κτιριακού όγκου και του φάσματος των επιτρεπόμενων χρήσεων γης, με αποτέλεσμα τα περιθώρια κερδοφορίας να είναι υπαρκτά αλλά σχετικά μικρά.

Από την άλλη πλευρά, η διαχείριση του κλειστού γυμναστηρίου αποκλειστικά από δημόσιο φορέα, θα επιφέρει τεράστια επιβάρυνση στον κρατικό προϋπολογισμό με δημοσιονομικό κόστος και σταδιακή απαξίωση της εγκατάστασης.

Οπότε, η καλύτερη εναλλακτική λύση είναι η παραχώρηση της λειτουργίας της για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα σε ιδιωτικό επιχειρηματικό σχήμα με ανταλλάγματα προς το δημόσιο.

Η εταιρεία Χ εκδήλωσε το ενδιαφέρον της να αναλάβει την αξιοποίηση της εγκατάστασης για χρονικό ορίζοντα 10 ετών με την δέσμευση να καλύπτει όλες τις δαπάνες λειτουργίας και συντήρησης, ενώ παράλληλα θα αποδίδει ένα ποσό ως αμοιβή στο δημόσιο για την μίσθωση του χώρου.

Όσον αφορά τις παρεχόμενες υπηρεσίες αυτές προβλέπεται να είναι υψηλής ποιότητας εφόσον απώτερος σκοπός της επιχείρησης είναι η πιστοποίηση των υπηρεσιών της κατά ISO 9001:2000. Στόχος θα είναι η συνεχής βελτίωση της αποδοτικότητας της επιχείρησης, με πελατοκεντρική (customer focus) βελτίωση των διαδικασιών της, υποστηριζόμενη από την ολική συμμετοχή των εργαζομένων (total involvement).

Αναμφισβήτητα, η άρτια οργάνωση, η βέλτιστη εξυπηρέτηση του κοινού και η ασφαλής διεξαγωγή των συνεδρίων και των συναυλιών θα δώσουν το συγκριτικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση και θα την καταστήσουν πλήρως ανταγωνιστική.

2.2 ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Υποστηρικτής του επενδυτικού σχεδίου είναι η Πολύζου Ανδρονίκη κάτοικος Ηλιούπολης επί της οδού Ακροπόλεως 10. Άμεσος σκοπός της είναι να μπορέσει το ATTICA GOLDEN PALACE να ηγηθεί στην υπάρχουσα αγορά επιτυγχάνοντας άρτια οργάνωση παραγωγής, άψογη εξυπηρέτηση του κοινού και ασφαλή διεξαγωγή των συνεδρίων και συναυλιών. Γι' αυτό θα ακολουθήσει νέες μεθόδους οικονομικών συμφωνιών μίσθωσης του χώρου σύμφωνα με τα πρότυπα του εξωτερικού, διαφοροποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών και νέες τιμολογιακές πολιτικές. Σκοπός της είναι η προσέλκυση επενδυτών για την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

2.3 ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Για την επενδυτική ιδέα αφορμή αποτέλεσε η προσδοκία ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να δώσουν μια άλλη ώθηση στην οικονομική προοπτική της πόλης που τους οργανώνει και η ελπίδα ότι η Αθήνα μετά το 2004 θα είναι μια διαφορετική, καλύτερη πόλη. Το πόσο καλύτερη εξαρτάται από την αποτελεσματική αξιοποίηση των εγκαταστάσεων, των εξοπλισμών και της ανθρώπινης εμπειρίας στην μεταολυμπιακή περίοδο.

Η λειτουργία του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου ως μεγάλο, σύγχρονο, καινοτομικό συνεδριακό και συναυλιακό κέντρο-στολίδι της παραλιακής ζώνης, θα συμβάλλει στην αστική ανάπτυξη του κέντρου της πόλης και θα προσφέρει πολλαπλά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.

2.4 ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Για την εκπόνηση της παρούσας οικονομοτεχνικής μελέτη έχουν πραγματοποιηθεί έρευνες για το κλειστό γυμναστήριο του Φαλήρου που θα στεγάσει το πολυμορφικό κέντρο και έχουν βρεθεί στατιστικά στοιχεία που επιβεβαιώνουν την ανάγκη για έναν τέτοιο χώρο και εξασφαλίζουν την επιτυχία του.

- Η εκπόνηση της παρούσας προμελέτης σκοπιμότητας κόστισε 2500€
- Η έρευνα αγοράς που πραγματοποιήθηκε από εξειδικευμένη εταιρεία κόστισε 1200€.
- Αμοιβή ειδικού τεχνικού συνεδριακών και συναυλιακών εγκαταστάσεων 2300€.

Το συνολικό κόστος ανέρχεται σε 6000€

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ

3.1.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Το συνέδριο ορίζεται ως η «σύναξις πολλών ανθρώπων προς σύσκεψιν και λήψιν αποφάσεων επί σημαινόντων ζητημάτων». Ένα συνέδριο αποτελεί υπηρεσία, γι' αυτό και παρουσιάζει όλα τα ακόλουθα γνωρίσματα που χαρακτηρίζουν τις υπηρεσίες:

- Είναι υποκείμενες σε φθορά, υπό την έννοια ότι εάν δεν καταναλωθούν τη στιγμή της παραγωγής τους, «πεθαίνουν»
- Είναι αϋλες
- Είναι ετερογενείς
- Δεν παρέχουν το δικαίωμα ιδιοκτησίας στον αγοραστή τους
- Καταναλώνονται στον τόπο παραγωγής τους

Η διεθνής συνεδριακή αγορά τμηματοποιείται με διάφορους τρόπους και κριτήρια όπως, το μέγεθος του κάθε συνεδρίου, οι σύνεδροι που συμμετέχουν, ο σκοπός του κλπ. Το βασικότερο όμως κριτήριο τμηματοποίησης είναι ο φορέας που πραγματοποιεί το συνέδριο. Έτσι υπάρχουν τα λεγόμενα Εταιρικά συνέδρια και τα συνέδρια των οργανισμών.

Τα εταιρικά συνέδρια:

- Διοργανώνονται από εταιρείες.
- Οι συμμετέχοντες είναι εργαζόμενοι ή συνεργάτες της εκάστοτε εταιρείας.
- Η παρακολούθηση είναι συνήθως υποχρεωτική για τα στελέχη των εταιρειών.
- Είναι σχεδόν πάντοτε μικρότερα σε συμμετοχή συνέδρων σε σχέση με τα συνέδρια άλλης κατηγορίας.

- Το χρονικό διάστημα από την εξαγγελία του συνεδρίου μέχρι την πραγματοποίησή του είναι μικρό.

Τα συνέδρια των Οργανισμών

- Διοργανώνονται από οργανισμούς (κυβερνητικούς ή μη).
- Η διαφήμιση του συνεδρίου είναι πολύ σημαντική υπόθεση σε αντίθεση με την προηγούμενη κατηγορία.
- Μεσολαβεί πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα (lead time) από την εξαγγελία του συνεδρίου μέχρι την πραγματοποίησή του.
- Οι σύνεδροι προέρχονται από πολλούς και διαφορετικούς χώρους.

Η περίοδος αιχμής της συνεδριακής κίνησης στην Ελλάδα είναι το τρίμηνο Απριλίου-Ιουνίου (με περισσότερο από 40%). Ακολουθεί το τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου (με 35% περίπου) και το τρίμηνο Οκτωβρίου-Δεκεμβρίου (με 15% περίπου). Η κίνηση το τρίμηνο Ιανουαρίου-Μαρτίου είναι χαμηλή, με μερίδιο συγκρίσιμο με εκείνο του γενικού τουρισμού.

3.1.2 ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ

Ως μουσική συναυλία ορίζεται η ζωντανή παρουσίαση του μουσικού έργου ενός ατόμου ή μίας ομάδας ατόμων, ενώπιον ακροατηρίου. Μία συναυλία μπορεί να πραγματοποιηθεί σε ανοικτό ή κλειστό χώρο, μεμονωμένα ή υπό τη μορφή φεστιβάλ.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την πραγματοποίησή της είναι ο άριστος συνδυασμός της τεχνολογίας και ανθρώπων με τεχνογνωσία σε ένα χώρο που θα παρέχει την απαραίτητη υποδομή και τις υπηρεσίες εκείνες, που εξασφαλίζουν άρτια οργάνωση παραγωγής και ασφαλή διεξαγωγή της συναυλίας.

Η αγορά των συναυλιών αποτελεί ένα περιβάλλον όπου η επιτυχία όλων των εμπλεκόμενων εξαρτάται από την ταχύτητα και την ελαστικότητα της ανταπόκρισης στη ζήτηση για συγκεκριμένα μουσικά προϊόντα (καλλιτέχνες) την κατάλληλη χρονική στιγμή.

Τα μέρη που απαρτίζουν την πραγματοποίηση μίας συναυλίας είναι πέντε:

- Ο καλλιτέχνης
- Ο διοργανωτής συναυλιών
- Το συναυλιακό κέντρο
- Το κοινό
- Οι προμηθευτές

Ο διοργανωτής αναλαμβάνει το επιχειρηματικό ρίσκο πραγματοποίησής μιας συναυλίας δηλαδή το κλείσιμο του καλλιτέχνη, την οργάνωση παραγωγής σύμφωνα με τις απαιτήσεις του καλλιτέχνη, το συνδυασμό των υπηρεσιών των προμηθευτών, την μίσθωση του συναυλιακού χώρου και την διαφημιστική προώθησή της στο κοινό.

Τις περισσότερες φορές τα συναυλιακά κέντρα λειτουργούν ως διοργανωτές και ενσωματώνουν τη μίσθωση του χώρου στο κόστος της συναυλίας.

Στην Ελλάδα συναυλίες ξένων και Ελλήνων καλλιτεχνών πραγματοποιούνται πλέον με μεγάλη συχνότητα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους παρά τις δυσκολίες που επικρατούν στην τοπική μουσική βιομηχανία όπως είναι έλλειψη κρατικής υποστήριξης, μη αποτελεσματικές συνεργασίες των φορέων μεταξύ τους και έλλειψη γενικότερου ενδιαφέροντος για τον συγκεκριμένο κλάδο που κατά την γνώμη πολλών "εφόσον προσφέρει μόνο ψυχαγωγία δεν έχει προτεραιότητα για άμεση υποστήριξη και βελτίωση". Η ποιοτική μουσική όμως στην σημερινή ειδικά εποχή που ο άνθρωπος πλημμυρίζεται από άγχος, σύγχυση, απομόνωση και αρνητικά συναισθήματα έχει ευεργετικές επιδράσεις και χαρίζει στιγμές ψυχικής γαλήνης και ανάτασης.

Οι συναυλίες στη χώρα μας διεξάγονται κυρίως στην Αθήνα και την Θεσσαλονίκη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (Μάιο έως Σεπτέμβριο) εφόσον την χειμερινή περίοδο δεν υπάρχουν μεγάλα κλειστά συναυλιακά κέντρα που να καλύπτουν τις ανάγκες μεγάλων παραγωγών.

3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.2.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Παρακάτω παρουσιάζονται τα σημαντικότερα συνέδρια που έχουν γίνει στην 2004 και το 2005 στα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας.

Πίνακας 3-1 Τα σημαντικότερα συνέδρια την περίοδο 2004 – 2005.

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
Επιστημονική Ημερίδα "Βλαστικά κύτταρα: από τις εθνικές οπτικές στην ευρωπαϊκή συναίνεση;"	23 Ιανουαρίου 2004	Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών
Συνέδριο & Έκθεση για το Marketing & τις Δημ. Σχέσεις	23 - 25 Ιανουαρίου 2004	HELEXPO
9 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγγειοχειρουργικής - Αγγειολογίας	23 - 25 Ιανουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
4 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Προληπτικής Ιατρικής	29 - 31 Ιανουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
4 ^ο Συνέδριο διοίκησης και ανθρώπινων πόρων με τίτλο: "Olympics 2004 - The day after"	3 - 4 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Μεγάλη Βρετανία"
4 ^ο Συνέδριο Φαρμακευτικού Marketing	6 - 7 Φεβρουαρίου 2004	Αίγλη Ζαππείου
1st International Winter School of Otology - Neurootology Lateral Skull Base Microsurgery in Greece	6 - 8 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Apollon Palace"
5 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καρδιακής Ανεπάρκειας	6 - 8 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
5 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Δημόσιας Υγείας & Υπηρεσιών Υγείας	16 - 18 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
3 ^ο Πανελλήνιο Συμπόσιο Υπέρτασης με θέμα: Υπέρταση και Όργανα Στόχαι	27 - 28 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
2 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Κήλης	27 - 29 Φεβρουαρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
8 ^ο Πανελλήνιο Σεμινάριο Αναισθησιολογίας	5 - 6 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
3 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Υποειδικοτήτων της Παιδιατρικής	13 - 14 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
5th International Conference on the Adjuvant Therapy of Malignant Melanoma	18 - 20 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton Hotel"
NATA 5 th Annual Symposium (αιματολογικό)	18 - 20 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaum Intercontinental",
31 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ενδοκρινολογίας & Μεταβολισμού	18 - 21 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Ledra Marriott"
Διεθνές συνέδριο για τον καρκίνο του πνεύμονος	29 - 31 Μαρτίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaum Intercontinental",
3η Επιστημονική Διημερίδα με θέμα: Η Παχυσαρκία και το μεταβολικό σύνδρομο	2 - 3 Απριλίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaum Intercontinental",
2 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Κήλης	2 - 4 Απριλίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
International Forum on Ports and Shipping	19 - 20 Απριλίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental "
12 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Κλινικής Ογκολογίας	22 - 24 Απριλίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
7th ESG Conference on Glass Science & Technology	25 - 28 Απριλίου 2004	Ξενοδοχείο "Metropolitan"
30 ^ο Ετήσιο Πανελλήνιο Ιατρικό Συνέδριο	27 Απριλίου - 1 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
31 ^ο Πανελλήνιο Νοσηλευτικό Συνέδριο	3 - 6 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
15 ^ο Ελληνικό Συνέδριο Ηγεσίας	5 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Intercontinental
11th ESSKA Congress & 4th World Congress on Sports Trauma	5 - 8 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
The Second International Congress on "ADULT CONSEQUENCES OF CHILDHOOD ENDOCRINE DISEASES"	6 - 8 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel",
8th State of the Art	7 - 9 Μαΐου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
14th World Congress "Pediatric & Adolescent Gynecology"	8 - 11 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
1 ^ο Διεθνές Συνέδριο Βιοτεχνολογίας	10 - 12 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton",
The 18th European Congress of Obstetrics and Gynecology	12 - 15 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
6th International Conference on Pediatric ORL (ESPO 2004)	16 - 19 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
14 ^ο Παγκόσμιο Συνέδριο Πληροφορικής 2004	19 - 21 Μαΐου 2004	Μέγαρο Μουσικής
2 ^ο Νομικό Συμπόσιο με θέμα "Η διαχείριση του νομικού κινδύνου και η επαγγελματική ευθύνη του δικηγόρου"	20 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
Ετήσια Γενική Συνέλευση και Εβδομάδα Εργασίας της Διεθνούς Ένωσης των Τοπογράφων FIG	22 - 27 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Intercontinental"
Working Week and XXVII General Assembly	23 - 27 Μαΐου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
25 ^ο Συνέδριο της Διεθνούς Ομοσπονδίας Δημοσιογράφων	25 - 28 Μαΐου 2004	Ξενοδοχείο "Caravel"
Εκπαιδευτική ημερίδα με θέμα: Network Security Assessment - Από τις σωστές Προδιαγραφές και τους Κινδύνους μέχρι την Υλοποίηση και το πόρισμα	17 Ιουνίου 2004	Ξενοδοχείο "Park Hotel"
49 ^ο Παγκόσμιο Συνέδριο & Έκθεση Προμηθευτών Πλοίων	1 - 3 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Ledra Marriott"
6 ^ο Ετήσιου Συνεδρίου Info - Com	4 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
10 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Παθολογίας	4 - 9 Οκτωβρίου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
The Global Security Agenda	5 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
60 ^ο Πανελλήνιο Ορθοπαιδικό Συνέδριο	6 - 10 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
30th European Congress of Cytology	12 - 15 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
19ο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο Περιγεννητικής Ιατρικής	13 - 16 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
XIX European Congress of Perinatal Medicine	14 - 16 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
5th International Congress of Neuropsychiatry	14 - 18 Οκτωβρίου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
8ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ψυχοκοινωνικής Ογκολογίας	15 - 17 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Holiday Inn"
2nd E-Government Forum for Greece	19 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
30 th European Management Assistants (EUMA) 2004 Conference	20 - 23 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
5th Panhellenic and 2nd Balkan Congress on Thoracic and Cardiovascular Surgery	21 - 24 Οκτωβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton Athens"
24ο Πανελλήνιο Συνέδριο Γαστρεντερολογίας	6 - 9 Νοεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
Διεθνές Συνέδριο Επιχειρηματικότητας με θέμα: «Το επιχειρήν Θαρσείν χρη»	9 - 10 Νοεμβρίου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
4ο Διεθνές Συνέδριο Φαρμάκου & Υγείας στην Ελλάδα	10 Νοεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
16 ^ο Πανελλήνιο Συνέδριο AIDS	11 - 13 Νοεμβρίου 2004	Μεγάρου Μουσικής Αθηνών
15ο Πανελλήνιο Αιματολογικό Συνέδριο	24 - 28 Νοεμβρίου 2004	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
Συνέδριο με θέμα: Ενδοκρινολογία Αναπαραγωγής	26 - 27 Νοεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel",
3ο Πανελλήνιο Συνέδριο Κλιμακτηρίου & Εμμηνόπαυσης	26 - 28 Νοεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Retail & IT Banking in Greece Competition...and the customer	1 Δεκεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
18ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ρευματολογίας	1 - 4 Δεκεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
1ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ελληνικής Εταιρείας Αθροσκληρώσης	2 - 4 Δεκεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Μετεκπαιδευτικό Σεμινάριο Ακουστικά Βαρηκοΐας: Επιλογή - Εφαρμογή - Ρυθμίσεις	11 - 12 Δεκεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
3ο Διεθνές Συνέδριο Καρδιολογίας & Καρδιοχειρουργικής	16 - 18 Δεκεμβρίου 2004	Ξενοδοχείο "Hilton"
1ο Πανελλήνιο Συνέδριο για το Συνεδριακό Τουρισμό με τίτλο, Συνεδριακός και Επαγγελματικός Τουρισμός: Μια Δυναμική Συνιστώσα για την ανάπτυξη του Ελληνικού Τουρισμού στη Μεταολυμπιακή Περίοδο	14 - 15 Ιανουαρίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
European Conference: "Disparities in Public Health Training in the European Union: Tools for Harmonisation"	20 - 21 Ιανουαρίου 2005,	Ξενοδοχείο Divani Caravel
5ο Πανελλήνιο Συνέδριο Προληπτικής Ιατρικής	27 - 29 Ιανουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Holiday Inn"
2ο Διεθνές Συνέδριο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης	Φεβρουάριος 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
5η Διεθνής Έκθεση και Συνέδριο για την Τεχνολογία Περιβάλλοντος	3 - 6 Φεβρουαρίου 2005	Εκθεσιακό Κέντρο "Helexpro"
9ο Πανελλήνιο Συνέδριο Μαστολογίας	4 - 6 Φεβρουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
6ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καρδιακής Ανεπάρκειας	11 -13 Φεβρουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
7ο Πανελλήνιο Συνέδριο Λοιμώξεων	18 - 20 Φεβρουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
8ο Συμπόσιο Ανθρώπινου Δυναμικού	22 - 23 Φεβρουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
The Second Forum on Corporate Social Responsibility	28 Φεβρουαρίου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum InterContinental"

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
10ο Banking Forum: Πληροφορική & Τράπεζες Συμβολή στην Επιχειρηματική Εξέλιξη	1 - 2 Μαρτίου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
Ετήσιο Συνέδριο του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Ειδικών του Καφέ	4 - 7 Μαρτίου 2005	Συνεδριακό Κέντρο "Helixpro"
Advances in Psychiatry (Updates by Wpa Sections)	12 - 15 Μαρτίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
2ο Συνέδριο & Εκθεσιακή Παρουσίαση με θέμα: Τα οικονομικά της Υγείας: Υπέρβαση για Σύγχρονες Υπηρεσίες Υγείας	17 - 18 Μαρτίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
9ο Πανελλήνιο Συνέδριο Υπέρτασης	17 - 19 Μαρτίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Πλαστικών με θέμα: Νέες Τεχνολογίες & Περιβάλλον	18 - 22 Μαρτίου 2005	Εκθεσιακό Κέντρο "Expo Athens"
39th Annual Scientific Meeting of the European Society of Clinical Investigation (ESCI)	6 - 9 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
6ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αλλεργιολογίας & Κλινικής Ανοσολογίας	7 - 9 Απριλίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
International Meeting on Cardiovascular Medicine (Cardio Athena 2005)	8 - 9 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Μετεκπαιδευτικά Σεμινάρια Υπέρτασης	9 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Συνέδριο με θέμα: Εξελιξίς στην ωτορινολαρυγγολογία	15 - 17 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
9η Συζήτηση Στρογγυλής Τραπέζης με την Ελληνική Κυβέρνηση	18 - 20 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο Intercontinental
Συνέδριο με θέμα: Δημόσια Έργα	19 - 21 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
9η Συζήτηση Στρογγυλής Τραπέζης με την Ελληνική Κυβέρνηση	20 - 21 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
Ημέρες Παθολογίας 2005	22 - 23 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο της Ελληνικής Εταιρείας Μελέτης Μεταβολισμού των Οστών	22 - 24 Απριλίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
31ο Ετήσιο Πανελλήνιο Ιατρικό Συνέδριο	17 - 21 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
Ελληνικό Συνέδριο Ηγεσίας ΕΑΣΕ	19 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum Intercontinental"
5th Int' I ESCVS	19 - 22 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
54ο Διεθνές Συνέδριο Καρδιοχειρουργικής Εταιρείας	19 - 22 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
ICOF 2005 - International Casino Operator Forum	25 - 26 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Μεγάλη Βρετανία"
The Fourth International Forum on Shipping & Ports-City Development	25 - 26 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum InterContinental",
4 ^ο Πανελλήνιο Παιδοψυχιατρικό Συνέδριο	27 - 29 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Ημερίδα "Σύγχρονες Οδηγίες για την Πρόληψη της Καρδιαγγειακής Νόσου"	28 Μαΐου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
56th FIABCI World Congress	30 Μαΐου - 4 Ιουνίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
14ο Πανευρωπαϊκό Συνέδριο Παχυσαρκίας ECO 2005	1 - 4 Ιουνίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
2nd International Symposium on Scientific and Regulatory Aspects of Dissolution and Bioequivalence	3 - 5 Ιουνίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
9ο Συμπόσιο του Ελληνο – Γερμανικού Συνδέσμου Ουρολόγων	29 Ιουνίου - 3 Ιουλίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"
XV European Congress of the International Society of Blood Transfusion	2 - 6 Ιουλίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
2η Διεθνή Διημερίδα του Προγράμματος OSSATE για τον "Προβάσιμο Τουρισμό"	8 - 9 Σεπτεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Fend Conference	9 - 10 Σεπτεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
Pcde Conference	10 - 11 Σεπτεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
41st Annual Meeting of the European Association for the Study of Diabetes	10 - 15 Σεπτεμβρίου 2005	Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας
9th Congress of the European Federation of Neurological Societies EFNS	17 - 20 Σεπτεμβρίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
Ευρωπαϊκό Συνέδριο Παιδοψυχιατρικής "Από τους Γονείς στα Παιδιά: Οι επιπτώσεις της ψυχικής διαταραχής των γονιών στα παιδιά".	23 - 25 Σεπτεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
7ου Συνεδρίου Info-Com	27 Σεπτεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο Divani – Caravel
1ο Συνέδριο Ελληνικής Βιομηχανίας Τροφίμων, Ποτών και Γαστρονομίας	30 Σεπτεμβρίου – 1 Οκτωβρίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
Athens International Cardiovascular Therapeutics VI (AICT 2005)	6 - 8 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
24ο Πανελλήνιο Συμπόσιο Cosmoestetica	7 - 9 Οκτωβρίου 2005	Συνεδριακό Κέντρο "Helexpro Palace"
11ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εσωτερικής Παθολογίας	10 - 15 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
61ο Πανελλήνιο Ορθοπαιδικό Συνέδριο	12 - 15 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εντατικής Θεραπείας	14 - 16 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
The Greek ICT Forum 2005	19 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Caravel"
New Investment Opportunities in Greece through Public-Private Partnerships (PPP)	20 - 21 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Athenaeum InterContinental "
Επιστημονική Διημερίδα Σύγχρονα Ρευματολογικά & Ορθοπαιδικά Θέματα 2005	21 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
6η Επιστημονική Συνάντηση Εταιρείας Πόνου	21 - 22 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
1ο Διεθνές Συνέδριο για το Νερό των Χωρών της Ν.Α. Ευρώπης	21 - 23 Οκτωβρίου 2005	Εκθεσιακό Κέντρο Helexpro
IATA Industry Services Conference	23 - 25 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ωτορινολαρυγγολογίας Χειρουργικής Κεφαλής και Τραχήλου	27 - 30 Οκτωβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
26th Annual Congress of the Hellenic Cardiological Society	3 - 5 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"
4th International Workshop "Highlights in Basic & Clinical Neuroendocrinology	4 - 6 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton",
16ο Ετήσιο Συνέδριο με θέμα: Η ώρα της Ελληνικής Οικονομίας	7 - 8 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Intercontinental"
Πανελλήνιο Συνέδριο Χειρουργικής Πεπτικού Συστήματος	10 - 13 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Athens Hilton"

ΣΥΝΕΔΡΙΟ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ωτορινολαρυγγολογίας - Χειρουργικής Κεφαλής και Τραχήλου	10 - 13 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel",
10th Postgraduate Course on Respiratory Failure	11 - 13 Νοεμβρίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ωτορινολαρυγγολογίας Χειρουργικής Κεφαλής και Τραχήλου	11 - 13 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Intercontinental"
3th Information Security Matrix Forum	14 - 16 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ογκολογίας	24 - 27 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
15ο Διαπανεπιστημιακό Συνέδριο Ακτινολογίας	11 - 13 Νοεμβρίου 2005	Μέγαρο Μουσικής Αθηνών,
3th Information Security Matrix Forum	14 - 16 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
13ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ογκολογίας	24 - 27 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Outsourcing in the New Supply Chain Environment	25 - 26 Νοεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton Athens"
Συμπόσιο των Ομάδων Εργασίας της Ελλ. Ετ. Αθροσκήρωσης	3 Δεκεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Divani Caravel"
Money Show	3 - 4 Δεκεμβρίου 2005	Ξενοδοχείο "Hilton"

Πηγή: *synedrio.gr*

- Ø Παρατηρούμε ότι στην διετία 2004-2005 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 137 συνέδρια στα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας. Από αυτά τα 63 συνέδρια πραγματοποιήθηκαν το 2004 και τα 74 συνέδρια το 2005.
- Ø Το μεγαλύτερο ποσοστό των συνεδρίων πραγματοποιήθηκε τους μήνες Απρίλιο και Μάιο.
- Ø Το 60% των συνεδρίων ήταν Ιατρικής – Φαρμακευτικής φύσεως, το 30% είχαν ως θέμα την υψηλή τεχνολογία, ενώ το 10% αφορούσε άλλα θέματα όπως: επιχειρηματικότητα, τουρισμός, τέχνες κ.λ.π.

3.2.2 ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Οι συναυλίες που πραγματοποιούνται κατά τη χειμερινή περίοδο Οκτώβριος – Απρίλιος είναι περίπου 130 κατά μέσο όρο. Από αυτές οι συναυλίες που αφορούν σε Έλληνες καλλιτέχνες είναι το 30 % και αυτές που αφορούν σε ξένους καλλιτέχνες το 70%.

Οι συναυλίες που πραγματοποιούνται κατά τη θερινή περίοδο Μάιο– Σεπτέμβριο είναι περίπου 35 κατά μέσο όρο. Από αυτές οι συναυλίες που αφορούν σε Έλληνες καλλιτέχνες είναι το 20% και αυτές που αφορούν σε ξένους καλλιτέχνες το 80%.

Εδώ θα πρέπει να τονίσουμε πως οι Έλληνες καλλιτέχνες που δεν ανήκουν στο λαϊκό ρεπερτόριο κατά τη θερινή περίοδο περιοδεύουν σε όλη την Ελλάδα και πραγματοποιούν συναυλίες σε διάφορους χώρους. Στην παρούσα ανάλυση θα συμπεριληφθούν μόνο εκείνες οι συναυλίες τους που πραγματοποιούνται στους χώρους που αναφέρουμε ανάλογα με την περίοδο εμφάνισής τους.

3.2.3 ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

3.2.3.1 Εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων

Οι κυριότερες εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων είναι: Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Συνεδρίων (ΣΕΠΟΣ) και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ) που οργανώνουν τα μεγαλύτερα συνέδρια που λαμβάνουν χώρα στην πρωτεύουσα.

Άλλες εταιρείες που λειτουργούν και ως διοργανωτές συνεδρίων είναι:

- § Ace Travel
- § Atg Mice (TUI Hellas S.A.)
- § B.I.C.I
- § Day Rise holidays
- § Dion Tours
- § Era LTD
- § First Conferences & Events
- § Gnomon Performance S.A
- § Golden Sun Holidays
- § Gss Congress & Tours
- § Hellenic Tours SA
- § Hera's Travel & Tourism
- § Hi.Ad

- § Ibis El Greco
- § Ida Touristic Enterprises
- § Interdynamic S.A
- § Km Travel & Tourism LTD
- § La Greca D.M.C.
- § Le Spot
- § Maxima Congress & Tourist Enterprises S.A

3.2.3.2 Εταιρίες Παραγωγής Συναυλιών

Οι σημαντικότερες εταιρείες διοργάνωσης συναυλιών είναι:

- Η DIDI MUSIC – BIG STAR PROMOTION που διοργανώνει το μεγαλύτερο ποσοστό συναυλιών ξένων καλλιτεχνών και πραγματοποιεί κάθε χρόνο το ROCKWAVE FESTIVAL ένα μουσικό γεγονός που έχει μεγάλη απήχηση στο ελληνικό κοινό.
- Η ΑΝΩΣΗ Α.Ε. που οργανώνει ένα σημαντικό αριθμό συναυλιών.
- Η ASTRA που εκμεταλλεύεται το GAGARIN 205 και διατηρεί ένα ικανοποιητικό αριθμό συναυλιών.
- Η ON STAGE διοργανώνει το μεγαλύτερο ποσοστό συναυλιών Ελλήνων καλλιτεχνών με τη διεξαγωγή του WOMAD FESTIVAL κατά τη θερινή περίοδο ενώ εκπροσωπεί τους καλλιτέχνες αυτούς στα νυκτερινά κέντρα διασκέδασης την χειμερινή περίοδο.
- Το NEO REVMA που πραγματοποιεί συναυλίες σε περιορισμένη κλίμακα όλο το έτος και τώρα τελευταία εκμεταλλεύεται το χώρο ΙΜΕ.
- Επίσης υπάρχουν εταιρίες που προωθούν εμφανίσεις καλλιτεχνών, κυρίως Djs, είτε μεμονωμένα είτε υπό τη μορφή φεστιβάλ, σε νυκτερινά κέντρα διασκέδασης που όμως ο κύκλος εργασιών τους δεν είναι σημαντικός. Εξαίρεση σε αυτήν την περίπτωση αποτελούν οι ιδιοκτήτες των κέντρων αυτών όταν λειτουργούν ως διοργανωτές.

3.2.3.3 Προμηθευτές

Κύριοι προμηθευτές του κλάδων της συναυλίας και του συνεδρίου είναι οι παρακάτω:

- Συναυλιακοί / συνεδριακοί χώροι.
- Καλλιτεχνικά Γραφεία τα οποία αποτελούν μία επιπλέον δραστηριότητα των μεγάλων εταιριών διοργάνωσης συναυλιών, που κυρίως εκπροσωπούν Έλληνες καλλιτέχνες. Τέτοιες εταιρίες είναι κυρίως η Didi Music και η On Stage.
- Εταιρίες Ηχητικού και Φωτιστικού εξοπλισμού με κυριότερους εκπρόσωπους στον Ελλαδικό χώρο τις Alpha Sound, Audio Control και Audio Sound.
- Εταιρίες εξοπλισμού Σκηνής, με την κυριαρχία της ΜΑΝΟΣ backline.
- Εταιρίες Υλικοτεχνικής Υποδομής με πιο επιφανείς τις Didi Music, Magna και Κοτσώνης εξέδρες.
- Εταιρίες Ασφάλειας, από τις οποίες οι Aspis, S&S και η Wackenhut έχουν κάποια σχετική εμπειρία.
- Εταιρίες Διαχείρισης εισιτηρίων Ticket Hellas, Ticket House και Web Ticket.
- Εταιρίες Σίτισης
- Μεταφορικές εταιρίες
- Ξενοδοχεία
- Τουριστικά Γραφεία
- Εταιρίες μουσικού μάρκετινγκ
- Εταιρίες που να παρέχουν φυσικά πρόσωπα - επαγγελματίες της μουσικής βιομηχανίας.
- Χρηματοδότες π.χ. Αθηναϊκή Ζυθοποιία και η J.T.I.
- Δισκογραφικές εταιρίες
- ΜΜΕ μουσικά περιοδικά, μουσικές ιστοσελίδες και οι περισσότεροι ραδιοφωνικοί σταθμοί. Η διαφοροποίησή τους

ανά ομάδα επικοινωνιακού μέσου βασίζεται στο είδος της μουσικής και την ομάδα εστίασης στην οποία απευθύνονται.

- Εταιρίες διανομής φυλλαδίων και αφισοκόλλησης
- Διαφημιστικές εταιρίες
- Εταιρίες εκτυπώσεων και γραφιστικών τεχνών
- Νυκτερινά κέντρα
- Εστιατόρια

Οι προσφερόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα των προμηθευτών είναι κατά κύριο λόγο ομοιογενή. Εξάριση αποτελεί ο χρόνος παροχής της υπηρεσίας που αποτελεί το ανταγωνιστικότερο πλεονέκτημα για την επιλογή προμηθευτή.

3.2.4 ΤΑ ΣΥΝΑΥΛΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ – Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η υπάρχουσα αγορά χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μικρών και μεσαίων συναυλιακών χώρων με εξαίρεση τα αθλητικά κέντρα – ΟΑΚΑ ΚΑΙ ΣΕΦ στα οποία έχουν πραγματοποιηθεί οι μεγαλύτερες συναυλίες στην Αθήνα.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα σημαντικότερα συναυλιακά κέντρα της Αθήνας.

Πίνακας 3-2 Τα σημαντικότερα συναυλιακά κέντρα της Αθήνας.

ΣΥΝΑΥΛΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ		
Όνομασία	Κλειστό/Ανοικτό	Χωρητικότητα
ΟΑΚΑ	ΚΛΕΙΣΤΟ	20.000
Σ.Ε.Φ.	ΑΝΟΙΚΤΟ	10.000
Σ.Ε.Φ.	ΚΛΕΙΣΤΟ	14.690
Θ. ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΥ	ΑΝΟΙΚΤΟ	5.000
Θ. ΠΕΤΡΑΣ	ΑΝΟΙΚΤΟ	4.500
Θ. ΒΡΑΧΩΝ	ΑΝΟΙΚΤΟ	2.500
GAGARIN Club	ΚΛΕΙΣΤΟ	1.200
Σταυρός του Νότου	ΚΛΕΙΣΤΟ	1.000

Οι παραπάνω χώροι παρουσιάζουν πολλά μειονεκτήματα κυρίως όσον αφορά στην οργάνωση παραγωγής, εφόσον η αρχική κατασκευή τους δεν προέβλεπε την παρουσίαση ζωντανής μουσικής.

Η δημιουργία επομένως ενός σύγχρονου συναυλιακού κέντρου που θα πληροί όλες τις προϋποθέσεις για άριστη παραγωγή οπτικοακουστικών παραστάσεων και παροχή σύγχρονων υπηρεσιών θα εξασφαλίζει εκ των προτέρων την επιτυχία στην αγορά των συναυλιών.

3.2.5 ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ – Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Είναι γνωστό ότι η έλλειψη συνεδριακής υποδομής αποτελούσε για πολλά χρόνια τροχοπέδη στην προσπάθεια της Ελλάδας για διεθνή συνεδριακή καταξίωση. Εκτός από την έλλειψη αυτόνομων συνεδριακών κέντρων, ελάχιστα ξενοδοχεία προσέφεραν αίθουσες αξιώσεων για προσέλκυση συναντήσεων διεθνούς εμβέλειας.

Η κατάσταση αυτή εδώ και περίπου 6 – 7 χρόνια έχει αρχίσει ριζικά να αντιστρέφεται, ως αποτέλεσμα της συνειδητοποίησης ότι για την κατάκτηση του συνεδριακού τουρισμού, χρειάζεται συστηματική προσπάθεια. Πραγματικά ο "συνεδριακός χάρτης" έχει αλλάξει ως αποτέλεσμα της κατασκευής, ανακαίνισης ή/και επέκτασης μεγάλου αριθμού ξενοδοχείων τα τελευταία χρόνια καθώς και της κατασκευής μεγάλων έργων υποδομής με αφορμή τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004.

Παρ'όλα αυτά η Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ χαμηλή θέση στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών. Η έλλειψη ενός αυτοτελούς συνεδριακού κέντρου που θα μπορεί να φιλοξενεί πολύ μεγάλα συνέδρια σε συνδυασμό με προβολή της ελληνικής μουσικής παράδοσης (με διοργάνωση συναυλιών και εκθέσεων) εξηγεί το μικρό μερίδιο της αγοράς έναντι των ανταγωνιστών.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας με χωρητικότητα άνω των 1000 ατόμων.

Πίνακας 3-3 Τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας.

Όνομασία	Κατηγορία	Χωρητικότητα
Megaron: The Athens Concert Hall	Συνεδριακό κέντρο	2500
Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας	Συνεδριακό κέντρο	14690
HELEXPO PALACE	Συνεδριακό κέντρο	1000
Athenaeum Intercontinental	Ξενοδοχείο	2200
Athens Hilton	Ξενοδοχείο	1690
Divani Caravel Hotel	Ξενοδοχείο	1350
Divani Apollon Palace	Ξενοδοχείο	1000

3.2.5.1 Μελλοντική Προοπτική του ATTICA GOLDEN PALACE

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θεωρείται μείζονος σημασίας για την τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της. Αυτή η μορφή ειδικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει εφαλτήριο για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης, αλλά και να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επίλυσης δύο εκ των σημαντικότερων προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός. Αφενός να συντελέσει στην αντιμετώπιση της εποχικότητας και αφετέρου να συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση των εισερχόμενων τουριστών.

Στο βαθμό που στο παρελθόν εδικαιολογούντο επιφυλάξεις για την σκοπιμότητα της δημιουργίας μεγάλου σύγχρονου συνεδριακού κέντρου στην Αττική, μετά τις πολυδάπανες υποδομές για την διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων και με δεδομένο ότι η πιο σημαντική και πλέον ορατή έμμεση ωφέλεια της χώρας από το εγχείρημα είναι η ώθηση της ανάπτυξης του τουρισμού, η δημιουργία ενός τέτοιου κέντρου καθίσταται αναγκαία. Σε συνδυασμό με την παρουσίαση εμπορικών μουσικών συναυλιών και παραστάσεων μεγάλης απήχησης, το ATTICA GOLDEN PALACE θα δώσει ώθηση στην επίτευξη αναπτυξιακής πορείας στο συνεδριακό τουρισμό της χώρας μας και στην ανάδειξη του πολιτισμού και των τεχνών.

Λαμβάνοντας υπόψη την υπάρχουσα κατάσταση και το γεγονός ότι ένας νέος χώρος μπορεί να πάρει μερίδια αγοράς από χώρους που δεν προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες, η εφικτή προσφορά σε συναυλιακές ημέρες υπολογίζεται κατά μ.ό στις 60 ημέρες τον χρόνο. Επίσης η εφικτή προσφορά σε διοργάνωση συνεδρίων είναι κατά μέσο όρο 50 ημέρες τον

χρόνο. Υπολογίζουμε και κατά μ.ο άλλες 40 ημέρες για την πραγματοποίηση θεατρικών παραστάσεων, εκθέσεων ή εναλλακτικών μορφών τέχνης από άλλες επιχειρήσεις ή φορείς και προσεγγιστικά συμπεραίνουμε ότι το ATTICA GOLDEN PALACE θα απασχολείται περίπου 150 ημέρες τον χρόνο.

3.2.6 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

Οι πελάτες ενός συναυλιακού κέντρου μπορεί να είναι εταιρίες ή απευθείας το καταναλωτικό κοινό:

- **Επιχείρηση προς επιχείρηση.** Εταιρίες διοργάνωσης συναυλιών και συνεδρίων, διάφοροι φορείς πολιτιστικών δραστηριοτήτων και επιχειρήσεις εκτός πολιτιστικού τομέα.
- **Επιχείρηση προς πελάτες.** Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει το κοινό που πηγαίνει στα συνέδρια και στις συναυλίες και ανήκει σε όλες τις ηλικίες και όλες τις κοινωνικές τάξεις, ανάλογα με το είδος του συνεδρίου ή της συναυλίας αντίστοιχα που πραγματοποιείται.

3.2.7 ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για την διεκδίκηση μεγάλου μεριδίου της συνεδριακής αγοράς. Οι ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες και η δυνατότητα συνδιασμού εργασίας και διακοπών (business and pleasure) καθιστούν την χώρα μας ελκυστική ως συνεδριακό προορισμό. Πραγματικά η Ελλάδα είναι ιδανική για pre and post conference activities καθώς οι μικρές αποστάσεις μέσα στην χώρα δίνουν την ευκαιρία σε συνέδρους και συνοδεύοντα πρόσωπα να απολαύσουν τις φυσικές ομορφιές και να θαυμάσουν τα μοναδικά αρχαία μνημεία και μουσεία που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την επικράτεια.

Όμως,

α) η έλλειψη της κατάλληλης υποδομής.

β) η έλλειψη επαγγελματισμού - που στον συνεδριακό τουρισμό δεν συγχωρείται καθώς οι συμμετέχοντες προέρχονται κατά κανόνα από υψηλότερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα.

γ) η έλλειψη συνεδριακής κουλτούρας και συνειδητοποίησης της μεγάλης σημασίας της για τον τουρισμό και κατ' επέκταση για το σύνολο της οικονομίας της χώρας μας.

αποτελούσαν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ένα αυτόνομο φημισμένο παγκοσμίως συνεδριακό κέντρο στην Ελλάδα.

Όσον αφορά την διοργάνωση μουσικών εκδηλώσεων, την παρούσα προσφορά μονοπωλούν συναυλίες περιορισμένης απήχησης και δεν έχει δοθεί μεγάλη σημασία σε πιο εμπορικά είδη μουσικής, σε οικογενειακές εκδηλώσεις και μουσικές εκδηλώσεις που συνδιάζονται και με άλλες τέχνες. Αναμφισβήτητα, τα συναυλιακά κέντρα που φιλοξενούν τις πιο εμπορικές και επιτυχημένες συναυλίες μένουν στο υποσυνείδητο τόσο των παραγωγών συναυλιών όσο του κοινού, ως οι πιο κατάλληλοι χώροι για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων.

Σε κάθε περίπτωση πάντως όταν ένας πολυμορφικός χώρος διαθέτει την τεχνογνωσία για ποιοτική οργάνωση των εκάστοτε γεγονότων και εξυπηρέτηση του κοινού, το σίγουρο είναι ότι θα προτιμάται από τους τοπικούς διοργανωτές δεδομένης της υπάρχουσας προσφοράς και των οικονομικών συμφωνιών.

Ο βασικός τρόπος ανταγωνισμού μεταξύ των συνεδριακών και συναυλιακών κέντρων γίνεται μέσω των προσφερομένων υπηρεσιών δηλ. των συνεδρίων και συναυλιών αντίστοιχα.

Οι παρακάτω τομείς σύμφωνα με το υπόδειγμα των 5 δυνάμεων του Porter παρουσιάζουν τα βασικά σημεία του ανταγωνισμού.

Ø Ποιότητα

Για ποιότητα υπηρεσιών απέναντι στους διοργανωτές και το κοινό, κανένα συναυλιακό και συνεδριακό κέντρο δεν μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς στην Ελλάδα. Ποιοτική χαρακτηρίζεται η συναυλία που αφορά καλλιτέχνη μεγάλου βεληνεκούς ενώ ένα συνέδριο είναι ποιοτικό όταν η θεματολογία που πραγματεύεται και οι ομιλητές καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες του ενδιαφερόμενου κοινού. Η αποφυγή λαθών στην οργάνωση συναυλιών και συνεδρίων καθώς και η καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού συμβάλλουν ακόμη περισσότερο στην προσφορά ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

Αν δεχθούμε τα στοιχεία που λένε ότι ένας ευχαριστημένος πελάτης μεταφέρει την καλή φήμη σε 5 άτομα ενώ την κακή σε 8, μπορούμε να αναλογιστούμε τα αρνητικά αποτελέσματα που θα έχει η διοργάνωση των παραπάνω εκδηλώσεων με χαμηλή ποιότητα στις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Ø Γκάμα προϊόντων

Κάθε καλλιτέχνης ή μουσικό σχήμα παρουσιάζει μοναδικά χαρακτηριστικά, οπότε είναι πολύ δύσκολο να αναφερθούμε σε συγκεκριμένα προϊόντα, απλά μπορεί να γίνει ένας διαχωρισμός της προσφερόμενης υπηρεσίας σύμφωνα με τα βασικά μουσικά ρεύματα πχ ροκ, ρεμπέτικο, κλασσικό, λαϊκό μουσικό ρεπερτόριο.

Όσον αφορά στην συνεδριακή αγορά το εύρος στη γκάμα των προσφερόμενων υπηρεσιών, είναι τόσο μεγάλο όσο και τα θέματα που άπτονται της επιστήμης, της τέχνης και της φιλοσοφίας. Οι τομείς στους οποίους μπορεί να γίνει ένας διαχωρισμός είναι οι ομιλητές που απαρτίζουν το συνέδριο η φήμη και το επίπεδο κατάρτισής τους, η θεματολογία καθώς και ο φορέας πραγματοποίησής τους.

Ø Διαφήμιση

Οι τρόποι διαφήμισης είναι σχεδόν ίδιοι για όλους στη μουσική βιομηχανία καθώς και στη συνεδριακή αγορά. Τα διαφημιστικά κανάλια διανομής είναι περιορισμένα και άρα πολύ συγκεκριμένα. Λόγω του κόστους διαφήμισης οι

περισσότεροι επιλέγουν την εστίαση στις πελατειακές ομάδες που αφορά η συναυλία ή το συνέδριο. Όμως στις περιπτώσεις που προβλέπονται μεγάλα περιθώρια κέρδους από την διοργάνωση της συναυλίας ή του συνεδρίου τότε διατίθενται μεγαλύτερα ποσά για την προβολή τους με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων ακροατών.

Ø Τιμολόγηση

Η τιμολογιακή πολιτική στην Ελλάδα δεν μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό μέσο. Δεδομένης της περιορισμένης χωρητικότητας και του κόστους πραγματοποίησης συναυλίας, οι τιμές είναι ως επί το πλείστον ίδιες.

Κανένα συναυλιακό κέντρο ή διοργανωτής συναυλιών δε δραστηριοποιείται βάσει οικονομιών κλίμακας και άρα κάθε εκδήλωση εκλαμβάνεται ως μεμονωμένη και η τιμολόγηση γίνεται με γνώμονα το Νεκρό σημείο.

3.2.8 ΣΤΑΔΙΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΙΑΣ ΣΥΝΑΥΛΙΑΣ

Αρχικά σημειώνουμε ότι για λόγους αποφυγής της επανάληψης παρακάτω αναφερόμαστε και αναλύουμε την μουσική συναυλία και όχι το συνέδριο διότι αυτά που ισχύουν για την διοργάνωση μιας συναυλίας υπερκαλύπτουν την διοργάνωση ενός συνεδρίου - μόνο στις περιπτώσεις που υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις κάνουμε τον απαραίτητο διαχωρισμό.

Όλα ξεκινάνε με την απόφαση του διοργανωτή. Ο τελευταίος, ο οποίος μπορεί να είναι φυσικό πρόσωπο ή εταιρία, είναι εκείνος ο οποίος αναλαμβάνει το ρίσκο να πραγματοποιήσει μία συναυλία.

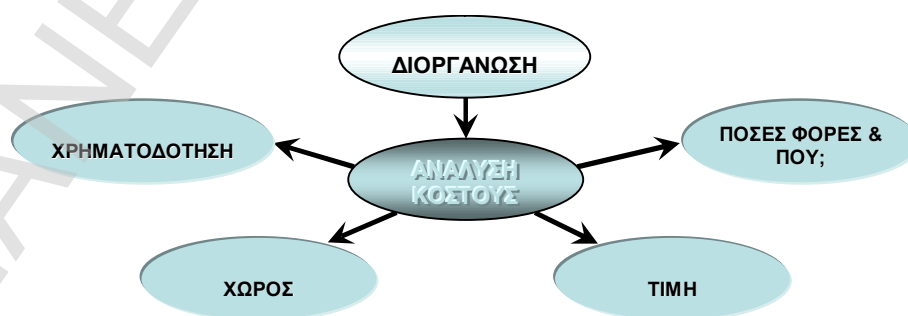
Είναι υπεύθυνος για την επιλογή του καλλιτέχνη, το κλείσιμό του, τη διαφήμιση της συναυλίας, την οργάνωση παραγωγής, τη διασφάλιση της νομιμότητας της εκδήλωσης, τη θεώρηση εισιτηρίων και την τελική διανομή της υπηρεσίας – συναυλίας στον τελικό καταναλωτή, τηρώντας όλες τις προδιαγραφές ασφάλειας του καλλιτέχνη, του χώρου και των παρευρισκομένων στη συναυλία.

Χρησιμοποιεί την εμπειρία του, τις γνώμες των δημοσιογράφων και άλλων συνεργατών ως πυξίδα για το που περίπου προσανατολίζεται όσον αφορά στην επιλογή του καλλιτέχνη. Συμβουλευτεί τη δισκογραφική εταιρία για τις πωλήσεις του υπό σκέψη καλλιτέχνη στην εγχώρια αγορά και πραγματοποιεί έρευνα αγοράς απευθείας στο κοινό για σφυγμομέτρηση της απήχησης του καλλιτέχνη.

Αφού καταλήξει στον καλλιτέχνη και την αμοιβή του, η οποία γίνεται γνωστή με διάφορους τρόπους, τότε προβαίνει σε μία πρώτη ανάλυση κόστους (η οποία περιλαμβάνει όλες τις πιθανές πηγές κόστους της συναυλίας συμπεριλαμβανομένης της φορολογίας) και απευθύνεται στο καλλιτεχνικό γραφείο που εκπροσωπεί τον καλλιτέχνη, για να εξετάσει την διαθεσιμότητά του την περίοδο που τον ενδιαφέρει και να διαπραγματευτεί το κλείσιμό του με την κατάθεση οικονομικής προσφοράς.

Καλλιτεχνικά γραφεία, είναι οι εταιρίες ή τα πρόσωπα, που διαχειρίζονται τις ζωντανές εμφανίσεις ενός καλλιτέχνη. Συνεργάζονται στενά με τις δισκογραφικές εταιρίες και ανάλογα με τη στρατηγική προώθησης που έχει αποφασιστεί για τον καλλιτέχνη, αναλαμβάνουν τις περιοδείες του έναντι αμοιβής.

Στη συνέχεια, ανάλογα με την οικονομική συμφωνία που είναι να πραγματοποιηθεί, ο διοργανωτής προβαίνει εκ νέου σε μία ανάλυση κόστους με νέα δεδομένα όμως, για να μπορεί να ορίσει τις βασικές παραμέτρους της διοργάνωσης της συναυλίας.



Εικόνα 3-1 Βασικοί παράμετροι διοργάνωσης μιας συναυλίας.

Η νέα ανάλυση κόστους, η οποία περιλαμβάνει όλες τις πηγές κόστους και εσόδων της συναυλίας, είναι απαραίτητη καθώς ορίζει:

- Την τιμή του εισιτηρίου που ορίζουν κυρίως η αμοιβή του καλλιτέχνη και τα αεροπορικά εισιτήρια, η φορολογία, ο περιορισμός του χώρου και το επιθυμητό κέρδος του επιχειρηματία.
- Την επιλογή του χώρου σύμφωνα με την αναμενόμενη προσέλευση του κοινού, τις προδιαγραφές της παραγωγής (που ορίζονται από το management του καλλιτέχνη) και την οικονομική συμφωνία μίσθωσης που πραγματοποιείται με τον χώρο.
- Την επαναληψιμότητα της συναυλίας στον ίδιο χώρο ή σε διαφορετικό γεωγραφικά χώρο.
- Την ανάγκη για εμπορική χορηγία, η οποία ουσιαστικά είναι πάντα απαραίτητη καθώς μειώνει κατά ένα μεγάλο ποσοστό το επιχειρηματικό ρίσκο αν και πολλές φορές έχει αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομική συμφωνία με τον καλλιτέχνη, καθώς αυξάνει την αμοιβή του.

Αν η διοίκηση του καλλιτέχνη συμφωνήσει με όλα τα παραπάνω σημεία, τότε αποστέλλεται στην εταιρία διοργάνωσης συναυλιών το συμφωνητικό το οποίο περιλαμβάνει:

- Οικονομική Συμφωνία – η οποία εξαρτάται από το μέγεθος του καλλιτέχνη και του διοργανωτή.
- Τρόπο πληρωμής.
- Νομικά Θέματα. Κυρίως τι συμβαίνει σε περίπτωση μη τήρησης των απαιτούμενων προδιαγραφών και σε περίπτωση ακύρωσης της συναυλίας.

Αφού υπογραφεί το συμφωνητικό, τότε ακολουθεί η ανάθεση αρμοδιοτήτων σε κάθε τμήμα της εταιρίας διοργάνωσης (τμήμα παραγωγής, τμήμα μάρκετινγκ, οικονομικό τμήμα) για τη συντονισμένη διαδικασία που θα οδηγήσει στην επιτυχημένη έκβαση της συναυλίας.

Ειδικότερα για τα συνέδρια, οι οργανωτές θα πρέπει να εστιάζουν την προσοχή τους όχι μόνο στην άρτια συνεδριακή υποδομή αλλά και σε ένα άλλο παράγοντα που είναι ο τομέας των επισιτιστικών εκδηλώσεων. Αναμφίβολα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συνεδρίου επομένως χρήζει ιδιαίτερης προσοχής από την πλευρά του διοργανωτή, η επιλογή των φαγητών και ποτών αλλά και των χώρων που θα πραγματοποιηθούν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις καθώς το συνέδριο είναι συνυφασμένο όχι μόνο με εργασία αλλά και με ψυχαγωγία (business and pleasure).

3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ

3.3.1 ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΑΓΟΡΑ

Σε αντίθεση με πολλές ανταγωνίστριες χώρες που δραστηριοποιούνται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό στον χώρο του συνεδριακού τουρισμού, η Ελλάδα αδυνατεί να προσδιορίσει επακριβώς τη θέση της στην συνεδριακή αγορά, εφόσον δεν υπάρχει ένα επίσημο και καθολικό μητρώο συνεδρίων το οποίο να καταγράφει τις διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στην χώρα μας αλλά και τα συνέδρια που χάνονται από την έλλειψη ενός Μητροπολιτικού Συνεδριακού Κέντρου.

Επομένως, καθίσταται αναγκαία η έναρξη και η διαχείριση ενός μητρώου συνεδρίων από δημόσιο φορέα π.χ. Ε.Ο.Τ., Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, με τη συνδρομή επαγγελματιών προκειμένου οι διοργανωτές να υποχρεούνται να δίνουν τα ζητούμενα στοιχεία και να παίρνουν μια τυπική και άμεση έγκριση για τη διεξαγωγή της συνεδριακής εκδήλωσης.

Αναμφισβήτητα, μέσα από τα στατιστικά στοιχεία διαγράφονται οι τάσεις της εκάστοτε αγοράς και εφόσον η συνεδριακή αγορά αλλάζει με γρήγορους ρυθμούς, νικητής είναι αυτός που έχει την ικανότητα να προβλέπει τις τάσεις και να διαμορφώνει εγκαίρως το προϊόν ή τις υπηρεσίες του προκειμένου να προσελκύσει και να ικανοποιήσει πλήρως τους πελάτες.

Σύμφωνα με την **UIA** (Union of International Associations) η Ελλάδα για το 2003 κατέχει την 16η θέση με 162 συνέδρια και ποσοστό 1,72% επί της

συνολικής αγοράς. Αντίστοιχα, η Αθήνα κατέχει την 26η θέση με 59 συνέδρια και ποσοστό 0,62%.

Επίσης σύμφωνα με πηγές της ICCA (International Congress & Convention Association) όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα η Ελλάδα κατέχει μια από τις χαμηλότερες θέσεις σε συμμετοχή σε συνέδρια συγκριτικά με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες.

Πίνακας 3-4 Συμμετέχοντες σε συνέδρια ανά Ευρωπαϊκή Χώρα.

ΧΩΡΑ	1997	1998	1999	2000
Γαλλία	113.700	159.323	122.870	169.904
Ιταλία	65.790	82.114	93.800	157.035
Βρετανία	133.653	111.723	119.975	150.224
Γερμανία	150.888	178.420	135.663	133.026
Ισπανία	94.354	112.129	103.469	104.810
Βέλγιο	40.854	36.337	41.096	103.371
Ολλανδία	76.128	122.001	73.133	82.757
Σουηδία	34.709	60.125	51.764	66.421
Νορβηγία	20.537	17.666	30.619	60.009
Αυστρία	57.480	44.121	57.410	59.607
Ελβετία	46.629	55.769	30.282	42.235
Πορτογαλία	26.061	49.119	28.771	41.015
Φιλανδία	26.015	34.193	45.556	34.070
Τουρκία	28.742	8.959	22.511	30.692
Δανία	36.495	33.975	36.945	28.319
Πολωνία	12.666	-	11.439	23.606
Ελλάδα	30.675	35.400	23.821	19.307
Ουγγαρία	24.100	22.916	30.813	18.964
Ιρλανδία	26.737	17.331	11.443	17.631
Δημ. Τσεχίας	25.650	16.729	26.714	16.636

πηγή: ICCA DATA

Το σαφέστατα χαμηλό μερίδιο αγοράς του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα οφείλεται (εκτός από την έλλειψη κατάλληλων υποδομών) και στο

γεγονός ότι σύμφωνα με έρευνες για τα χαρακτηριστικά των ξένων τουριστών στην Ελλάδα το μεγαλύτερο ποσοστό (75,44%) επιλέγει την Ελλάδα ως τόπο διακοπών ενώ ένα μικρότερο ποσοστό (16,87%) επιλέγει την χώρα μας για επιχειρηματικούς σκοπούς όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3-5 Χαρακτηριστικά ξένων τουριστών στην Ελλάδα.

Σκοπός επίσκεψης	Αριθμός επισκέψεων	%
Διακοπές	3818	75,44
Επιχειρήσεις	854	16,87
Επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς	439	8,67
Συνέδρια / ημερίδες	80	1,58
Υγεία	10	0,2
Άλλοι λόγοι	201	3,97
Σύνολο	5061	100

Πηγή: Χαρακτηριστικά των ξένων τουριστών στην Ελλάδα, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Αυγ. 92 – Ιούλης 93, βασισμένο σε δείγμα 5000 τουριστών.

Η Αθήνα συγκεντρώνει το 40% περίπου της συνολικής συνεδριακής κίνησης, ενώ σημαντικοί συνεδριακοί προορισμοί είναι επίσης η Θεσσαλονίκη, η Κρήτη, τα Δωδεκάνησα με κύριους πρωταγωνιστές την Ρόδο και την Κω, η Κέρκυρα και η Χαλκιδική. Σύμφωνα με τον παρακάτω πίνακα η Αθήνα προσέλκυσε τα περισσότερα διεθνή συνέδρια από την αρχή της δεκαετίας του 1990.

Πίνακας 3-6 Διεθνή συνέδρια σε ελληνικές πόλεις 1992-1995

ΠΟΛΕΙΣ	1992	1993	1994	1995
ΑΘΗΝΑ	45	46	44	18
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	24	35	22	8
ΔΕΛΦΟΙ	5	8	7	5
ΡΟΔΟΣ	3	5	10	-
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	-	7	6	2
ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΧΩΡΑ	20	23	41	16
ΣΥΝΟΛΟ	97	124	130	49

Πηγή: ΕΣΥΕ

3.3.2 ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Δυστυχώς δεν υπάρχουν επίσημα στατιστικά στοιχεία για τις συναυλίες και για τα συνέδρια, ώστε να μπορέσει να εκτιμηθεί ο ρυθμός αναπτύξεως των αντίστοιχων αγορών.

Ωστόσο η επιτυχία των ολυμπιακών αγώνων έχει αποδείξει ότι η χώρα μας είναι ικανή να φέρει σε πέρας διοργανώσεις παγκόσμιας εμβέλειας και κύρους με συνέπεια να έχει μάλλον καταξιωθεί στη συνείδηση των συνέδρων. Όσον αφορά στις μελλοντικές προοπτικές, η αγορά εμφανίζεται συγκρατημένα αισιόδοξη για το μέλλον του κλάδου, καθώς εκτιμά ότι η προβολή που έχει κερδίσει η χώρα μας από τους ολυμπιακούς αγώνες, η πρόσφατη ίδρυση του Conventions & Visitors Bureaux στην Αθήνα - που έχει καθιερωθεί παγκοσμίως ως ο πλέον ενδεδειγμένος μηχανισμός προσέλκυσης συνεδρίων - καθώς και τα μεγάλα έργα που έχουν ολοκληρωθεί, θα συμβάλλουν αποφασιστικά στην αύξηση της ζήτησης συνεδρίων στην Ελλάδα.

Οι συναυλίες που πραγματοποιούνται, ανεξάρτητα από τον αριθμό τους, έχουν μια αξιοπρεπή προσέλευση κοινού, δηλ. είναι στο Νεκρό Σημείο. Αυτό σημαίνει σύμφωνα και με τα παραπάνω πως η αύξηση των συναυλιών ανάλογα με την εκάστοτε ομάδα εστίασης, συνεπάγεται και αύξηση της αγοράς.

3.3.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η παρακολούθηση μίας συναυλίας δεν αποτελεί ανάγκη, αλλά περισσότερο επιθυμία. Ο βαθμός ικανοποίησής της εξαρτάται από τη σχέση του ατόμου με τη μουσική και σε πολλές φορές από την ένταση της διαφήμισης και προώθησης της συναυλίας.

Δεδομένου ότι η χώρα μας βρίσκεται εκτός του χάρτη της μουσικής βιομηχανίας, η επιθυμία να παρακολουθήσουμε συγκεκριμένους καλλιτέχνες έχει γίνει ανάγκη.

Η επιθυμία για συναυλία είναι παρόμοια με την επιθυμία για κατανάλωση πολιτιστικών υπηρεσιών, υπηρεσιών που σχετίζονται με ψυχαγωγία και τουριστικών υπηρεσιών.

Αντίστοιχα, η συμμετοχή σε ένα συνέδριο αποτελεί ανάγκη ενημέρωσης και κατάρτισης του ατόμου σε διάφορους γνωστικούς τομείς. Ο βαθμός ικανοποίησής της εξαρτάται από την φήμη των ομιλητών, τον βαθμό ανάλυσης και κατανόησης του θέματος προς συζήτηση καθώς και από την ένταση της διαφήμισης και προώθησης του εκάστοτε συνεδρίου.

Στα εταιρικά συνέδρια που πραγματοποιούνται για σκοπούς επιμόρφωσης και εκπαίδευσης των στελεχών κάθε εταιρείας η παρακολούθηση είναι συνήθως υποχρεωτική, οπότε πολλές φορές οι ακροατές δεν καθοδηγούνται από την ανάγκη για την παρακολούθηση του συνεδρίου.

3.3.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Το σημαντικότερο κίνητρο για παρακολούθηση μίας συναυλίας είναι ο ίδιος ο καλλιτέχνης ή το μουσικό σχήμα που πρόκειται να εμφανισθεί ζωντανά. Όσον αφορά τα συνέδρια, κίνητρα αποτελούν το θέμα που θα παρουσιαστεί, το επίπεδο κατάρτισης και η φήμη των ομιλητών.

Επιπλέον κίνητρα αποτελούν:

- Η τιμή
- Ο χώρος, δηλ. οι υπηρεσίες που προσφέρει και η γεωγραφική του θέση.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε πως πολλές φορές η τιμή δεν παίζει σημαντικό ρόλο όταν ο καλλιτέχνης ή ο ομιλητής έχει μεγάλη απήχηση και ενδεχομένως έρχεται για πρώτη φορά στην Ελλάδα.

3.3.5 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ, ΕΝΤΑΣΗ ΚΑΙ ΙΣΧΥ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η πληροφόρηση παίζει σημαντικό ρόλο κυρίως στην ανακοίνωση των συναυλιών και συνεδρίων. Η ένταση της πληροφόρησης επηρεάζει επιπλέον

μόνο σε περιπτώσεις που ο καλλιτέχνης και ο ομιλητής αντίστοιχα απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό ατόμων.

Όσον αφορά στον ανταγωνισμό, υπάρχει μία βασική αρχή:

«Ο διοργανωτής συναυλιών και συνεδρίων που θα προωθήσει τη συναυλία και το συνέδριο με τη μεγαλύτερη δυναμική, θα υπερισχύει έναντι των άλλων.»

Το κοινό ως επί το πλείστον δεν ενδιαφέρεται για τις ίδιες τις εταιρίες ή τους χώρους αλλά μόνο για τον καλλιτέχνη στην περίπτωση των συναυλιών, την θεματολογία και τους ομιλητές στην περίπτωση των συνεδρίων. Το σημαντικό είναι ποια εταιρεία θα φέρει πρώτη τον ευρείας φήμης καλλιτέχνη και αντίστοιχα ποια εταιρεία θα διοργανώσει συνέδρια με επιστημονικά θέματα επίκαιρα που θα κινήσουν το ενδιαφέρον των ατόμων.

3.3.6 Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΜΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Στην Ελλάδα το 75,3 % δεν χρησιμοποιεί υπολογιστές και από το υπολειπόμενο ποσοστό μόνο το 15,1% χρησιμοποιεί το web. Το web αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης για πολιτιστικές δραστηριότητες και ψυχαγωγία.

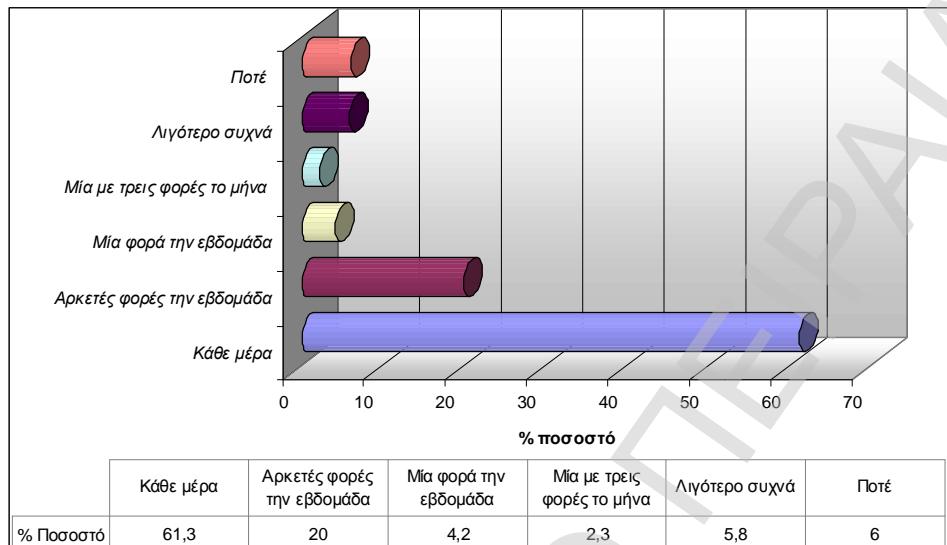
Πίνακας 3-7 Χρήση διαδικτύου

Χρήση διαδικτύου							M.O.
	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΟΛΛΑΝΔΙΑ	ΦΙΛΑΝΔΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ
Κάθε μέρα	25	17	17	10,8	3,1	2	8,8
Αρκετές φορές την εβδομάδα	22	18	17,7	19	4,6	6	13,5
Μια φορά την εβδομάδα	7	11	10	8,4	3,2	2	5
Μία με τρεις φορές το μήνα	5	8	2,8	6,3	2,6	1	3,7
Λιγότερο συχνά	5,3	4	6,1	6,1	1,6	2	3,5

Πηγή: Eurostat

Σε σχέση με τις χώρες της βόρειας Ευρώπης, το ποσοστό της χώρας μας σε αναγνωσιμότητα περιοδικών και εφημερίδων είναι πολύ χαμηλό με 46,3%

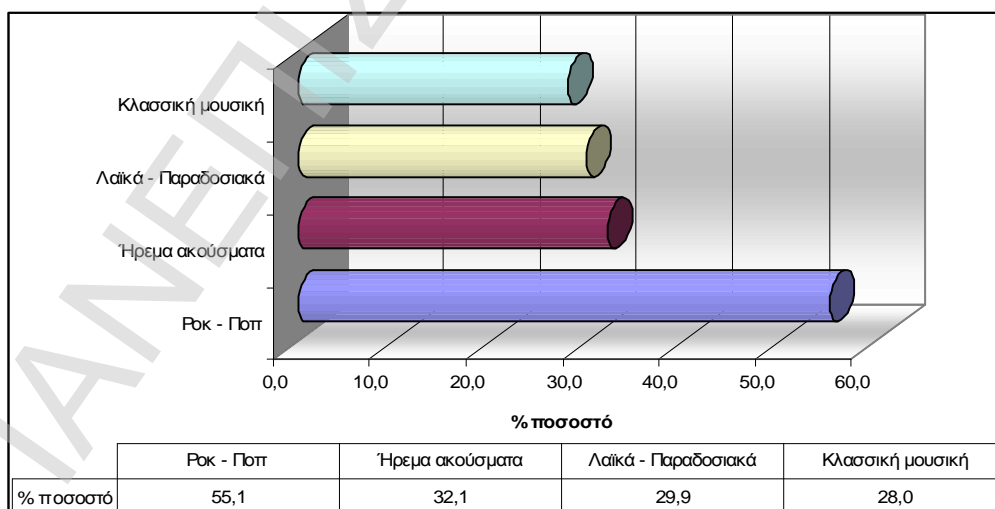
και 20% αντίστοιχα. Επίσης το 30% των ερωτηθέντων ισχυρίζεται ότι δεν έχει διαβάσει ποτέ εφημερίδα.



Εικόνα 3-2 Συχνότητα με την οποία οι Ευρωπαίοι ακούν μουσική. (Πηγή: Eurostat)

Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων ακούει μουσική rock και pop , ποσοστό 55,1 %. Αυτό συμβαίνει κυρίως στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης. Το χαμηλότερο ποσοστό ατόμων που ακούνε αυτό το είδος μουσικής, το βρίσκουμε στην Ελλάδα: 24,6%.

Το 60% των Ελλήνων ακούει λαϊκή και παραδοσιακή μουσική και παρουσιάζει τα ίδια πρότυπα με χώρες όπως η Πορτογαλία, Ισπανία και Αυστρία.



Εικόνα 3-3 Τύπος μουσικής που ακούν οι Ευρωπαίοι (Πηγή: Eurostat)

Επίσης σύμφωνα με έρευνα της Eurostat το 14% του πληθυσμού στην Ελλάδα δήλωσε ότι συμμετείχε σε κάποια δραστηριότητα μάθησης, μη υποχρεωτικής, τους 12 τελευταίους μήνες πριν την έρευνα, π.χ.

- σε ανάγνωση επιστημονικών βιβλίων και περιοδικών,
- ενημέρωση μέσω Internet, μάθηση μέσα από κασσέτες και cd
- επίσκεψη σε βιβλιοθήκες και κέντρα εκπαίδευσης
- παρακολούθηση σεμιναρίων

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που ασχολούνται με δραστηριότητες μάθησης ανήκει στην ηλικία των 25-34 ετών και έχει ανώτατη εκπαίδευση.

3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΥΤΕΡΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

3.4.1 ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΛΙΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ελληνική οικονομία σήμερα αντιμετωπίζει κρίσιμες προκλήσεις. Παρά τους σχετικά υψηλούς ρυθμούς ανόδου της ελληνικής οικονομίας την τελευταία δεκαετία (μέση ετήσια αύξηση του ΑΕΠ 3,9% την περίοδο 1996-2005, έναντι 2,2% στην ΕΕ), το κατα κεφαλήν ΑΕΠ της Ελλάδος (σε μονάδες αγοραστικής δύναμης) ήταν ακόμη το 2005 περίπου 23% χαμηλότερο από αυτό της ΕΕ. Εξάλλου η ανεργία παραμένει υψηλή και πλήττει κυρίως νέους και γυναίκες καθώς και ορισμένες περιφέρειες της χώρας. Επίσης, παρά τον υψηλό ρυθμό βελτίωσης του μέσου βιοτικού επιπέδου, δεν βελτιώθηκε σημαντικά η σχετική οικονομική θέση ορισμένων ομάδων, με αποτέλεσμα να παραμένει σημαντική κοινωνική ανισότητα και να διατηρείται ουσιαστικά σταθερό το ποσοστό της φτώχειας.

Ο πληθωρισμός εμμένει σε επίπεδα υψηλότερα από ότι στην ζώνη του ευρώ, με αποτέλεσμα την συνεχή διάβρωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της οικονομίας ως προς τις τιμές.

Η οικονομική ανάπτυξη τα τελευταία έτη έχει στηριχθεί στην εγχώρια ζήτηση, η οποία συνέβαλλε και στην διατήρηση του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών σε υψηλά επίπεδα. Επίσης, ο υψηλός ρυθμός πιστωτικής επέκτασης, ο οποίος είναι και αυτός ένας από τους παράγοντες

που έχουν στηρίξει την ιδιωτική κατανάλωση, θα επιβραδυνθεί αναπόφευκτα όταν ο συνολικός δανεισμός των νοικοκυριών ως ποσοστό του ΑΕΠ θα τείνει να σταθεροποιηθεί. Εξάλλου, η περιορισμένη αύξηση των εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών (με κύρια εξαίρεση τις εξαγωγές ναυτιλιακών υπηρεσιών) τα τελευταία έτη μπορεί να αποδοθεί τόσο στην διάβρωση της ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές, όσο και στο χαμηλό επίπεδο της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, το οποίο οφείλεται σε διαρθρωτικές ανεπάρκειες και δυσκαμψίες που σχετίζονται με την αγορά εργασίας, την εκπαίδευση, το επιχειρηματικό περιβάλλον κτλ.

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, η διασφάλιση των προϋποθέσεων για σταθερά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης θα απαιτήσει ένταση των προσπαθειών της οικονομικής πολιτικής για μακροοικονομική σταθερότητα και για μετασχηματισμό της οικονομίας σε μια οικονομία όπου η ανάπτυξη θα στηρίζεται περισσότερο στην αύξηση των επενδύσεων που ενισχύουν το παραγωγικό δυναμικό και στην αύξηση των εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών.

Πρωταρχικής σημασίας είναι η συνέχιση της δημοσιονομικής προσαρμογής, ώστε σε μόνιμη βάση να μειωθούν σε διατηρήσιμα επίπεδα το δημοσιονομικό έλλειμμα και το δημόσιο χρέος. Εξάλλου, η διαμόρφωση των μισθολογικών αυξήσεων σε επίπεδα συμβατά με την επίτευξη και διατήρηση της σταθερότητας των τιμών θα ανακόψει την παραιτέρω διάβρωση της ανταγωνιστικότητας ως προς τις τιμές και θα συμβάλει στην υποχώρηση του πληθωρισμού.

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

3.5.1 ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Οι σημαντικότεροι ανταγωνιστές του ATTICA GOLDEN PALACE όσον αφορά την διοργάνωση συνεδρίων είναι το HELEXPO PALACE οι συνεδριακές αίθουσες του ξενοδοχείου INTERCONTINENTAL, HILTON ATHENS HOTEL, DIVANI CARAVEL και το MEGARON ATHENS

CONCERT HALL. Οι παραπάνω χώροι λειτουργούν με μεγάλα ποσοστά πληρότητας και καταλαμβάνουν μεγάλα μερίδια της αγοράς.

Τα αθλητικά γήπεδα εξαιρούνται από τον ανταγωνισμό γιατί εξ αρχής δεν έχουν σχεδιαστεί και κατασκευαστεί με προδιαγραφές που να μπορούν να προσφέρουν ένα ποιοτικό συνεδριακό πακέτο υπηρεσιών.

3.5.1.1 HELEXPO PALACE

Το πιο προηγμένο τεχνολογικά Εκθεσιακό Κέντρο στην Ελλάδα, κατάλληλο για φιλοξενία τόσο εμπορικών όσο και καταναλωτικών εκθέσεων. Κατάλληλο για εταιρικές εκδηλώσεις, με δυνατότητα να φιλοξενεί περισσότερες από μία εκδηλώσεις παράλληλα.

Το HELEXPO PALACE άνοιξε τις πύλες του το Μάρτιο του 2000. Κατά το χρονικό διάστημα Σεπτέμβριος 2000- Μάιος 2003, στο HELEXPO PALACE πραγματοποιήθηκαν 60 Εκθέσεις και πλήθος Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων.

Είχε ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο στην Εκθεσιακή Αγορά της Αττικής και συνάντησε την γενική αποδοχή τόσο των Εκθετών όσο και των Επισκεπτών του.

Η υποδειγματική του λειτουργία έβαλε νέες βάσεις στην αγορά σε θέματα οργάνωσης, διοίκησης, παροχής υπηρεσιών, λειτουργίας εγκαταστάσεων, κλπ.

Τον Ιούνιο του 2003 το HELEXPO PALACE παραχωρήθηκε στην Γ.Γ. Αθλητισμού προκειμένου να μετασκευαστεί και στην συνέχεια να λειτουργήσει ως το Βασικό Κέντρο Τύπου (MPC) των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004.

Το HELEXPO PALACE επαναλειτουργεί από τον Ιανουάριο 2005 φιλοξενώντας πλήθος Εκθέσεων, Συνεδρίων και λοιπών Εκδηλώσεων, στις ανακαινισμένες και υπερσύγχρονης τεχνολογίας εγκαταστάσεις του.

Ø Δυνάμεις

1. Κτίριο ιδιαίτερης σχεδιαστικής σύλληψης, με σύγχρονη αισθητική και λειτουργική αντίληψη ώστε να προσφέρει ευελιξία και ανέσεις στους χρήστες του (οργανωτές, εκθέτες, επισκέπτες). Σημείο αρχιτεκτονικής αναφοράς στην ευρύτερη περιοχή.

2. Βρίσκεται στην οικονομική καρδιά της Αθήνας, το Μαρούσι, όπου στεγάζονται όλες οι μεγάλες εταιρείες:

- | | |
|----------------------------|--|
| § Τηλεπικοινωνιών | § Ασφαλιστικές Εταιρείες |
| § Τράπεζες | § Ιδιωτικές Κλινικές |
| § Παραγωγής και Διαφήμισης | § Ξενοδοχεία |
| § Ραδιοτηλεοπτικοί Σταθμοί | § Αντιπροσωπείες κ.α. εμπορικές επιχειρήσεις |

3. Με τους νέους ανισόπεδους κόμβους της Λ. Κηφισίας και την Αττική Οδό, το HELEXPO PALACE απέχει πλέον:

- 20' από το Σύνταγμα
- 3' από την Εθνική Οδό (ΠΑΘΕ)
- 15' από το Διεθνή Αερολιμένα «Ελευθέριος Βενιζέλος»

4. Έχει εύκολη πρόσβαση ακόμα και σε άτομα με ειδικές ανάγκες

Ø Αδυναμίες

1. Έχει 4 συνεδριακές αίθουσες που μπορούν να φιλοξενήσουν μόνο 1000 άτομα συνολικά.

2. Το όνομά του είναι συνυφασμένο περισσότερο με την διοργάνωση εκθέσεων.

3. Δεν παρέχει τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό για την διοργάνωση ενός ποιοτικού συνεδρίου.

3. Δεν παρέχει άνετους χώρους πάρκινγκ.

3.5.1.2 HILTON ATHENS HOTEL

Το όνομά του είναι παγκοσμίως γνωστό καθώς ακολουθεί την ποιότητα και την παράδοση της αλυσίδας των ξενοδοχείων Hilton που βρίσκονται σε πολλές χώρες του κόσμου. Ανακαινίστηκε πολύ πρόσφατα για τις ανάγκες φιλοξενίας των επίσημων Ολυμπιακών αγώνων.

∅ Δυνάμεις

1. Διαθέτει 527 δωμάτια, 14 συνεδριακές αίθουσες χωρητικότητας συνολικά 2200 ατόμων, ένα business center και έναν εκτενέστατο εκθεσιακό χώρο.
2. Βρίσκεται επί της οδού Βας. Σοφίας κοντά σε μεγάλες εταιρείες και πρεσβείες και 220 δωμάτια έχουν θέα την Ακρόπολη.
3. Διαθέτει καταστήματα ειδών δώρου, μπουτίκ ρούχων, κοσμηματοπωλείο, ανθοπωλείο, περιοδικά και ημερήσιο τύπο.
4. Στους επισκέπτες παρέχονται και άλλες υπηρεσίες όπως: μηχανήματα ανάληψης μετρητών και ανταλλαγής συναλλάγματος, γραφεία αεροπορικών εταιρειών και αθλητικές εγκαταστάσεις (πισίνα, στούντιο αεροβικής, σάουνα).

∅ Αδυναμίες

1. Δεν μπορεί να φιλοξενήσει ένα συνέδριο μεγάλης απήχησης καθώς διαθέτει 14 συνεδριακές αίθουσες μικρής σχετικά χωρητικότητας.
2. Δεν διαθέτει μεγάλο και άνετο πάρκινγκ.
3. Δεν διαθέτει τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό για την ποιοτική διοργάνωση ενός συνεδρίου.

3.5.1.3 INTERCONTINENTAL

Κατατάσσεται ανάμεσα στα μεγαλύτερα και καλύτερα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας. Προσφέρει πληθώρα υπηρεσιών υψηλού επιπέδου και φιλοξενεί τις μεγαλύτερες εκδηλώσεις και συνέδρια που γίνονται στην Αθήνα.



Εικόνα 3-4 Εσωτερική άποψη της αίθουσας συνεδρίων του Intercontinental.

Ø Δυνάμεις

1. Βρίσκεται σε μία από τις κυριότερες οδικές αρτηρίες της Αθήνας στην λεωφόρο Συγγρού, απέχει 2χλμ από την πλατεία Συντάγματος και 36χλμ. από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος ενώ βρίσκεται κοντά σε πολλά μουσεία (Μπενάκη, Πολεμικό, Βυζαντινό, κυκλαδίτικης τέχνης).
2. Το «Athenaum Ballroom» αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους συνεδριακούς χώρους με σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό που μπορεί να φιλοξενήσει έως 2.200 άτομα.
3. Διαθέτει καταστήματα ειδών τέχνης και δώρων, κοσμηματοπωλείο, εξωτερική πισίνα και γυμναστήριο, σάουνα, τουριστικό πρακτορείο.

Ø Αδυναμίες

1. Δεν μπορεί να φιλοξενήσει εκδηλώσεις πολύ μεγάλης απήχησης άνω των 2000 ατόμων
2. Η περιοχή στην οποία βρίσκεται δεν είναι ελκυστική στην πλειοψηφία των πολιτών.
3. Διαθέτει ελάχιστες θέσεις πάρκινγκ (περίπου 125).

3.5.1.4 DIVANI CARAVEL

Είναι γνωστό ως το επιχειρηματικό ξενοδοχείο της Αθήνας εφόσον οι συνεδριακοί χώροι του έχουν φιλοξενήσει σημαντικά συνέδρια και εκδηλώσεις.



Εικόνα 3-5 Εσωτερική άποψη της αίθουσας συνεδρίων του Divani Caravel.

Ø Δυνάμεις

1. Βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας
2. Διαθέτει 16 πλήρως εξοπλισμένες αίθουσες με σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα τεχνολογίας.
3. Η αίθουσα «Ολυμπία» χωρητικότητας 1.500 ατόμων φιλοξενεί μεγάλο αριθμό συνεδρίων, εκθέσεων και εκδηλώσεων. Η αίθουσα αυτή μπορεί να χωριστεί σε δύο πλήρως ανεξάρτητες και ηχομονωμένες αίθουσες.

Ø Αδυναμίες

1. Δεν μπορεί να φιλοξενήσει εκδηλώσεις πολύ μεγάλης απήχησης άνω των 2000 ατόμων.
2. Δεν διαθέτει μεγάλο και άνετο πάρκινγκ

3.5.1.5 MEGARON ATHENS CONCERT HALL

Το Μέγαρο Μουσικής είναι ένα πολυδύναμο πολιτιστικό κέντρο που στεγάζεται σε ένα κτίριο μοντέρνας αρχιτεκτονικής που δεσπόζει επιβλητικά με την δωρική του λιτότητα στην λεωφόρο Βασ. Σοφίας. Είναι ένα έργο με μνημειακό χαρακτήρα για την Ελλάδα του 20^{ου} αιώνα και χαρακτηρίζεται από την σύνθεση των τελευταίων επιτευγμάτων της σύγχρονης τεχνολογίας και αισθητικής. Στους χώρους του πραγματοποιούνται μουσικές συναυλίες κυρίως κλασσικής μουσικής, θεατρικές παραστάσεις, συνέδρια και εκθέσεις.

Διαθέτει 3 πολυλειτουργικές αίθουσες, 3 φουαγιέ, 2 κυλικεία, 1 εστιατόριο, καμαρίνια, 1 χώρο υποδοχής των επίσημων προσκεκλημένων, στούντιο ηχογράφησης, λέσχη δίσκου και μουσική βιβλιοθήκη.



Εικόνα 3-6 Εξωτερική όψη του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.

Ø Δυνάμεις

1. Διαθέτει πολλούς χώρους και ευκολίες για το κοινό και τους συντελεστές των εκδηλώσεων.
2. Την κατασκευή των πολύ απαιτητικών χώρων σε ποιότητα και τεχνικές προδιαγραφές χώρων υπογράφουν Έλληνες και ξένοι κορυφαίοι επιστήμονες, ειδικοί, μελετητές και κατασκευαστές.
3. Οι χώροι των εκδηλώσεων φημίζονται για την άριστη ακουστική τους.
4. Διαθέτει 3 αίθουσες συνολικής χωρητικότητας περίπου 2500 χιλιάδων θεατών που λειτουργούν και για συνεδριακή χρήση.
5. Τα άτομα με ειδικές ανάγκες μπορούν να κινηθούν στο εσωτερικό και εξωτερικό του κτιρίου χωρίς να ακολουθούν διαφορετική διαδρομή από τους υπόλοιπους. Υπάρχουν ειδικά σχεδιασμένοι χώροι υγιεινής σε όλα τα επίπεδα του κτιρίου.

Ø Αδυναμίες

1. Το όνομα του είναι κυρίως συνδεδεμένο με την παρουσίαση συναυλιών και παραστάσεων κλασικών δημιουργών.
2. Δεν μπορεί να φιλοξενήσει εκδηλώσεις πολύ μεγάλης απήχησης άνω των 2000 ατόμων καθώς η μεγαλύτερή του αίθουσα είναι χωρητικότητας 1960 ατόμων.
3. Δεν διαθέτει πάρκινγκ για το κοινό.

3.5.2 ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ

Στην παρούσα ανάλυση δεν περιλαμβάνονται τα κέντρα διασκέδασης με κύρια υπηρεσία την ελληνική λαϊκή μουσική. Αν και οι χώροι αυτοί στην πλειοψηφία τους διαθέτουν άριστη υποδομή, ωστόσο η αναγνωρισιμότητα και η ελκυστικότητά τους στο συναυλιακό κοινό είναι εξαιρετικά χαμηλή.

Οι κύριοι ανταγωνιστές είναι το Gagarin Live Music Space, το AN Club και ο Σταυρός του Νότου, κι αυτό γιατί οι παραπάνω χώροι εξυπηρετούν συναυλίες διεθνών καλλιτεχνών στο μεγαλύτερο ποσοστό τους και διοικούνται από ανθρώπους με μεγάλη τεχνογνωσία και εμπειρία στο χώρο των συναυλιών και της μουσικής βιομηχανίας.

Τα αθλητικά γήπεδα εξαιρούνται από τον ανταγωνισμό γιατί η κατασκευή τους δεν προϋπέθεσε εξ αρχής διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων. Το ίδιο εξαιρούνται και τα θέατρα που εξυπηρετούν τις θερινές εκδηλώσεις, διότι πέρα από τη χωρητικότητά τους, δεν εξυπηρετούν σε καμία περίπτωση την οργάνωση παραγωγής, με εξαίρεση το θέατρο Λυκαβηττού, και δεν προσφέρουν υπηρεσίες κατά τη χειμερινή περίοδο.

3.5.2.1 *Gagarin 205. Live Music Space*

Στο κέντρο της πρωτεύουσας, στην οδό Λιοσίων 205, λειτουργεί ο πιο σύγχρονος συναυλιακός χώρος της Ελλάδας από την εταιρεία ASTRA Θέαμα και Ακρόαμα. Έχει χωρητικότητα 1200 όρθιων ή 600 καθήμενων και αποτελεί έναν πολυχώρο, σχεδιασμένο να φιλοξενήσει συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, προβολές, ειδικές εκδηλώσεις και happenings, με τις πλέον υψηλές αξιώσεις.

Μετά το πρόσφατο κλείσιμο του ΡΟΔΟΝ Live που κατείχε την πρώτη θέση στα συναυλιακά κέντρα της πρωτεύουσας το Gagarin έγινε ο πιο δημοφιλής χώρος της σύγχρονης μουσικής σκηνής.

Η χωρητικότητά του ανέρχεται στα 1200 άτομα και πραγματοποιεί συναυλίες είτε ως concert promoter ή νοικιάζοντας το χώρο σε άλλους promoters, σχεδόν κάθε Σαββατοκύριακο κατά την χειμερινή περίοδο.



Εικόνα 3-7 Η σκηνή του Gagarin 205 L.M.S. κατά τη διάρκεια της συναυλίας των Mission.

Κατά μέσο όρο λειτουργεί με ποσοστό πληρότητας 50% και εξυπηρετεί 40 – 45 περίπου συναυλιακές ημέρες.

Επειδή το Gagarin δεν περιορίζεται μόνο σε συναυλίες αλλά παράλληλα προσφέρει πολλές υπηρεσίες όπως κινηματογράφο, θεατρικές παραστάσεις και άλλες εκδηλώσεις, έχει καταφέρει να διατηρήσει ένα πρωτοφανή αριθμό συναυλιακών ημερών με αποτέλεσμα το μερίδιό του στην αγορά να φθάνει το 60%.

Ø Δυνάμεις

1. Οι υπηρεσίες που προσφέρει στο κοινό ως πρόγραμμα εκδηλώσεων, και δεν περιορίζεται σε συναυλίες.
2. Η διαχείρισή του ανήκει στην Astra Music πίσω από την οποία βρίσκονται πρόσωπα με πολύχρονη εμπειρία στον καλλιτεχνικό τομέα.
3. Υποστηρίζεται από εμπορικούς χορηγούς.
4. Η αισθητική του χώρου προσφέρεται για αρκετούς τύπους εκδηλώσεων.
5. Υπάρχουν 2 έξοδοι κινδύνου.

6. Η εταιρία στεγάζεται στον ίδιο χώρο, και άρα είναι συνεχής η ενσυναίσθηση των μειονεκτημάτων και των προοπτικών βελτίωσης του χώρου.
7. Το προσωπικό του είναι φιλικό και εξυπηρετικό.
8. Από πλευράς προώθησης, το Gagarin βοηθάει στην διαφημιστική προώθηση όλων των συναυλιών που πραγματοποιούνται στο χώρο.

Ø Αδυναμίες

1. Η αρχική του κατασκευή δεν προέβλεπε την διοργάνωση συναυλιών.
2. Το Gagarin δεν είναι εύκολα προσβάσιμο εφόσον βρίσκεται μακριά από το κέντρο της πόλης και σε αρκετά υποβαθμισμένη περιοχή.
3. Δεν μπορεί να εξυπηρετήσει άτομα με ειδικές ανάγκες.
4. Δεν έχει καλή ακουστική και ηχητικά συστήματα.
5. Δεν έχει διαφορετική πρόσβαση για κοινό και καλλιτέχνες – Παραγωγή.
6. Δεν έχει χώρους στάθμευσης για κοινό και παραγωγή
7. Δεν έχει κέντρο πρώτων βοηθειών
8. Δεν προσφέρει άλλες υπηρεσίες στο κοινό πέρα από τις βασικές.
9. Δεν εξυπηρετεί δημοσιογράφους, φωτογράφους και γενικότερα τα ΜΜΕ.

3.5.2.2 AN Club

Το An Club είναι ένα από τα πιο ιστορικά συναυλιακά κέντρα της πόλης, και ο χώρος που πρώτος φιλοξένησε συναυλίες Ελλήνων και Διεθνών καλλιτεχνών στα τέλη της δεκαετίας του 70.

Το An Club στη διοργάνωση συναυλιών διεθνών καλλιτεχνών διατηρεί την 3^η θέση στην αγορά. Δεδομένου όμως ότι οι συναυλίες του μοιράζονται μεταξύ Ελλήνων και Ξένων καλλιτεχνών, είναι πολύ δύσκολο να καθορίσουμε τη θέση του ή το μερίδιο αγοράς του γιατί οι υπηρεσίες που προσφέρει βρίσκονται κάπου μεταξύ του Gagarin και του Σταυρού του Νότου.

Εντούτοις διατηρεί μία μοναδική θέση στην αγορά ως χώρος, και γι' αυτό το λόγο το συμπεριλαμβάνουμε στην παρούσα ανάλυση ανταγωνισμού.

Ο χώρος αυτός λόγω της περιορισμένης χωρητικότητάς του και της φθηνής μίσθωσης αποτελεί πολύτιμη λύση για του concert promoters όταν οι καλλιτέχνες που προωθούνται δεν αναμένεται να ξεπεράσουν τα 500 άτομα σε προσέλευση.

Το μερίδιο της συναυλιακής αγοράς σε Διεθνείς καλλιτέχνες ανέρχεται σε 7% και σε Έλληνες καλλιτέχνες ανέρχεται σε 20% περίπου.

Ø Δυνάμεις

1. Η πολυετής λειτουργία του χώρου του προσδίδει μεγάλη αναγνωρισιμότητα στο συναυλιακό κοινό.
2. Το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα σε χωρητικότητα και φθηνή μίσθωση.
3. Βρίσκεται στο κέντρο της πόλης.
4. Από πλευράς προώθησης, το Αη βοηθάει στην διαφημιστική προώθηση όλων των συναυλιών που πραγματοποιούνται στο χώρο.

Ø Αδυναμίες

1. Δεν έχει καλή πρόσβαση για το κοινό, τους καλλιτέχνες, τους προμηθευτές και την παραγωγή.
2. Δεν μπορεί να εξυπηρετήσει άτομα με ειδικές ανάγκες.
3. Δεν έχει χώρους στάθμευσης.
4. Δεν έχει επαρκείς χώρους για καμαρίνια και την παραγωγή.
5. Από τεχνικής πλευράς υστερεί σε συστήματα ακουστικής του χώρου.
6. Δεν έχει έξοδο κινδύνου.
7. Δεν έχει κέντρο πρώτων βοηθειών.
8. Δεν έχει επαρκές προσωπικό για την εξυπηρέτηση κοινού.

3.5.2.3 Σταυρός του Νότου

Όταν το 1995 ξεκίνησε να λειτουργεί «ο Σταυρός Του Νότου», το Αθηναϊκό κοινό βρήκε ένα μικρό στέκι να ακούει και να απολαμβάνει ελληνική και ξένη rock μουσική. Το όνομα του μαγαζιού προήλθε από το ομώνυμο

ποίημα του Νίκου Καββαδία και επιλέχθηκε σε μια προσπάθεια να προσδιορίσει το ύφος και την ατμόσφαιρα του.

Ο Σταυρός του Νότου κατέχει την πρώτη θέση σε προώθηση Ελλήνων καλλιτεχνών. Στα 11 χρόνια λειτουργίας του έχει καταφέρει να κερδίσει μεγάλη αναγνωρισιμότητα στο συναυλιακό κοινό ως ο χώρος που παρουσιάζει όλες τις σύγχρονες τάσεις και εξελίξεις της Ελληνικής μουσικής και την εμπιστοσύνη των concert promoters για την προώθηση των Ελληνικών μουσικών σχημάτων.

Η χωρητικότητα του, δεδομένου ότι έχει 3 διαφορετικά επίπεδα, φθάνει περίπου τα 1200 άτομα. Κατά μέσο όρο λειτουργεί με ποσοστό πληρότητας 60% και εξυπηρετεί 40 περίπου συναυλιακές ημέρες.

Ø Δυνάμεις

1. Η επιχειρηματική του στρατηγική: Εστίαση στο καθαρά Ελληνικό μουσικόφιλο κοινό.
2. Η διαμόρφωση του χώρου επιτρέπει την προώθηση 3 συναυλιών ταυτόχρονα ανάλογα με την εμβέλεια του σχήματος και την προσέλευση του κοινού.
3. Η αναγνωρισιμότητά του από το συναυλιακό κοινό ως ο μόνος προωθητής των Ελληνόφωνων rock σχημάτων.
4. Βοηθάει στην διαφημιστική προώθηση όλων των συναυλιών που πραγματοποιούνται στο χώρο.

Ø Αδυναμίες

1. Δεν εξυπηρετεί άλλου τύπου συναυλίες ή εκδηλώσεις πέρα από Έλληνες καλλιτέχνες.
2. Δεν έχει κέντρο πρώτων βοηθειών.
3. Δεν έχει εύκολη πρόσβαση στο χώρο, για κανέναν από τους εμπλεκόμενους.
4. Δεν εξυπηρετεί άτομα με ειδικές ανάγκες.
5. Δεν έχει εξόδους κινδύνου.
6. Δεν έχει επαρκείς χώρους για καμαρίνια ή γραφεία παραγωγής
7. Η αρχική του κατασκευή δεν προέβλεπε την διοργάνωση συναυλιών.

8. Δεν έχει καλή ακουστική και ηχητικά συστήματα.
9. Δεν έχει διαφορετικές εισόδους για κοινό και παραγωγή
10. Δεν έχει χώρους στάθμευσης.

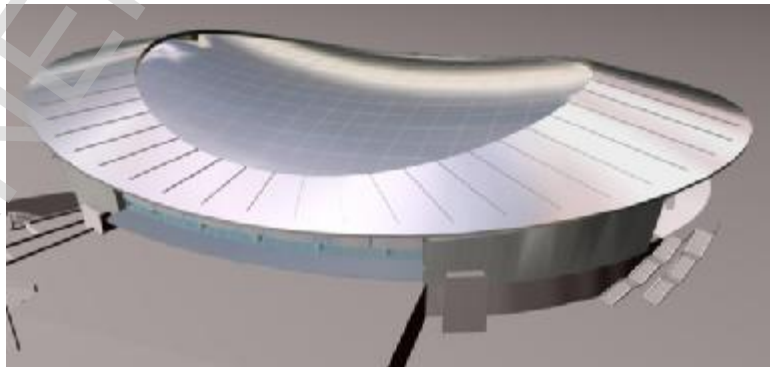
3.5.3 ATTICA GOLDEN PALACE

3.5.3.1 Περιγραφή

Το ATTICA GOLDEN PALACE είναι ένα μοναδικό, σύγχρονο πολυμορφικό κέντρο το οποίο βρίσκεται στην παραλιακή ζώνη του Φαλήρου. Το κτίριο στο οποίο στεγάζεται είναι ιδιαίτερης σχεδιαστικής σύλληψης, με σύγχρονη αισθητική και λειτουργική αντίληψη ώστε να προσφέρει ευελιξία και ανέσεις στους χρήστες του.

Οι υπηρεσίες του, η διαρρύθμισή του, η τεχνογνωσία και το γεγονός ότι για πρώτη φορά στην Ελλάδα μπαίνει σε εφαρμογή η επαγγελματική διαχείριση χώρων, προδιαθέτουν για ένα χώρο που καλύπτει τις ανάγκες και ξεπερνά προσδοκίες για:

1. Διεθνή συνέδρια
2. Συναυλίες Ελλήνων και Διεθνών καλλιτεχνών κυρίως
3. Θεατρικές παραστάσεις
4. Εκθέσεις
5. Ηχογραφήσεις
6. Παρουσιάσεις προϊόντων
7. Πολιτιστικές δραστηριότητες και εταιρικές εκδηλώσεις γενικότερα.



Εικόνα 3-8 Μακέτα του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου.

3.5.3.2 Οραμα και Αποστολή εταιρίας

Όραμα:

Η διοίκηση του ΑΤΤΙCΑ PALACE οραματίζεται ένα σύγχρονο, μοντέρνο πολυχώρο που θα προσελκύει κάθε εβδομάδα ανθρώπους, που επιδιώκουν να ικανοποιήσουν επιθυμίες και ανάγκες για επιμόρφωση, ψυχαγωγία και ποιότητα ζωής.

Αποστολή:

Να δημιουργηθεί το ιδανικό περιβάλλον για προώθηση συναυλιών και συνεδρίων και να προσφερθούν οι υπηρεσίες εκείνες που θα καλύπτουν τις ανάγκες όλων των εμπλεκομένων – κοινό, διοργανωτές, καλλιτέχνες / σύεδροι, προμηθευτές.

Σκοπός:

Η Ευρώπη είναι η Μητρόπολις των Συνεδρίων κατέχοντας το 60% της παγκόσμιας αγοράς. Σκοπός του ΑΤΤΙCΑ GOLD PALACE είναι να αποτελέσει την μητρόπολη των συνεδρίων της Αθήνας προσελκύοντας διεθνή συνέδρια επιστημονικού και καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος. Επίσης στόχος είναι να αποτελέσει τον μοναδικό χώρο συναυλιών στην Αθήνα, που θα είναι άμεσα συνδεδεμένο με την προώθηση όλων των σύγχρονων τάσεων της Διεθνούς Μουσικής σκηνής.

Επιχειρηματική Στρατηγική:

Η επιλεγόμενη ανταγωνιστική στρατηγική είναι η στρατηγική της διαφοροποίησης. Είναι ήδη διαπιστωμένα:

1. Η έλλειψη ποιοτικών συναυλιακών και συνεδριακών κέντρων στην Αθήνα.
2. Το πλεόνασμα ζήτησης.
3. Το γεγονός ότι δεν υπάρχει ποιοτική διανομή της υπηρεσίας από όλες τις πλευρές.
4. Το χάσμα (gap) μεταξύ των συναυλιών και συνεδρίων που μπορούν να πραγματοποιηθούν και αυτών που λαμβάνουν τελικά χώρα.

Το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα, η παροχή υπηρεσιών με μοναδικό τρόπο, θα γίνει άμεσα αντιληπτό από την πρώτη κιόλας ημέρα λειτουργίας του.

Υπηρεσίες

Η προώθηση των συναυλιών και συνεδρίων του ATTICA GOLDEN PALACE μπορεί να γίνεται με δύο τρόπους:

- A) μισθώνει τους χώρους και τις υπηρεσίες του σε τρίτους
- B) λειτουργεί ως διοργανωτής και προωθεί τις συναυλίες κλείνοντας καλλιτέχνες και συνέδρια η ίδια η εταιρία ή πληρώνοντας την υπηρεσία αυτή σε τρίτους.

Βασική υπηρεσία του ATTICA GOLDEN PALACE είναι η προώθηση συναυλιών και συνεδρίων και οι προσπάθειες εστιάζονται στην όσο το δυνατόν ποιοτικότερη διανομή της υπηρεσίας στον τελικό καταναλωτή.

Αυτό σημαίνει:

- φιλικό και εξυπηρετικό προσωπικό.
- άνετη πρόσβαση στο κτίριο από 2 κεντρικές εισόδους.
- ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στα άτομα με ειδικές ανάγκες.
- επαρκείς αριθμός αποχωρητηρίων.
- εστιατόριο και bar εκτός του χώρου συναυλιών.
- ιατρικό κέντρο.
- έξοδοι κινδύνου και
- καταστήματα όπου πωλούνται προϊόντα ή βιβλία που έχουν σχέση με το θέμα της εκάστοτε εκδήλωσης
- stands με ερωτηματολόγια και κυτίο παραπόνων, που βοηθούν στη βελτίωση των υπηρεσιών του χώρου.

Στην αίθουσα που πραγματοποιούνται οι συναυλίες και τα συνέδρια, η αίσθηση είναι μοναδική με τις καλύτερες ηχητικές και φωτιστικές εγκαταστάσεις της αγοράς, τα συστήματα κλιματισμού, την άρτια ακουστική

του χώρου και τη διαρρύθμιση του που επιτρέπει την όσο το δυνατό καλύτερη επαφή του κοινού με τους ομιλητές των συνεδρίων και τους καλλιτέχνες.

3.5.3.3 Τιμή

Η τιμολογιακή πολιτική του αποτελεί ένα από τα ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα, καθώς η μίσθωση των διαφόρων υπηρεσιών δεν ακολουθεί πάγια πολιτική αλλά προσαρμόζεται σύμφωνα με τις ανάγκες της εκάστοτε παραγωγής.

Ο βασικός τρόπος μίσθωσης αφορά ένα πάγιο ποσό ανάλογα με το μέγεθος της εκδήλωσης και ένα ποσοστό επί των καθαρών εσόδων που καθορίζεται ανάλογα με το ποσοστό επιτυχίας της εκδήλωσης και κατά μέσο όρο είναι περίπου το 15% των κερδών. Στο ποσό αυτό περιλαμβάνονται οι υπηρεσίες ασφαλείας, η εξυπηρέτηση των καλλιτεχνών και των προσκεκλημένων καθώς η ιδιωτική στάθμευση.

Η εμπορική εκμετάλλευση του καταστήματος με προϊόντα που προωθούν και προβάλλουν το θέμα της κάθε εκδήλωσης ανήκει στο ATTICA GOLDEN PALACE όπως επίσης και τα έσοδα από την τροφοδοσία του κοινού.

Το studio ηχογραφήσεων έχει τιμή ενοικίου 50 ευρώ την ώρα περίπου και λειτουργεί 6 ημέρες την εβδομάδα.

3.5.3.4 Προώθηση

Πριν την έναρξη της λειτουργίας του Neverland, η προώθησή του αναμένεται να είναι μαζική και θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση και στις δύο κατηγορίες διαφήμισης που αναλύονται παρακάτω. Κατά τη λειτουργία του, η προώθηση του κάθε τομέα γίνεται ανάλογα με τους σκοπούς της επιχείρησης.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, προτεραιότητα δίνεται στην αναγνωρισιμότητα (branding) της επιχείρησης.

Οι προωθητικές ενέργειες του ATTICA GOLDEN PALACE κινούνται σε 2 άξονες:

3.5.3.4.1 Την προώθηση του ίδιου του χώρου, των υπηρεσιών που προσφέρει και τις ανάγκες που μπορεί να εξυπηρετήσει.

Διαφημιστικό έντυπο

Η προώθηση του ίδιου του χώρου γίνεται μέσω ειδικών φυλλαδίων που παρουσιάζουν όλες τις υπηρεσίες του και τα πλεονεκτήματά του σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Τα φυλλάδια αυτά αποστέλλονται στις διάφορες επιχειρήσεις, στα διεθνή μουσικά και εταιρικά συνέδρια του εξωτερικού και μοιράζονται σε όλους τους χώρους όπου μπορεί να βρισκεται η ομάδα εστίασης.

Ιστοσελίδα

Η ιστοσελίδα του ATTICA GOLDEN PALACE θα αποτελεί έναν από τους πιο σύγχρονους δικτυακούς χώρους, στο οποίο θα δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην εύκολη πλοήγηση και γρήγορη παρουσίαση των αποτελεσμάτων, ώστε να εξυπηρετούνται όλες οι ομάδες ενδιαφερομένων.

Κάθε υπηρεσία του χώρου θα αποτελεί ξεχωριστό πεδίο της ιστοσελίδας ενώ σε όλα τα πεδία θα γίνονται αισθητά η αποστολή και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ATTICA GOLDEN PALACE.

Καταχωρήσεις

Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις έχουν ως σκοπό την υπενθύμιση ύπαρξης του χώρου και την αύξηση της αναγνωρισιμότητάς του.

Οι καταχωρήσεις αυτές πραγματοποιούνται σε έντυπα που εστιάζουν στις προαναφερόμενες επιχειρήσεις.

Απευθείας προώθηση

Η απευθείας προώθηση πραγματοποιείται από τους υπεύθυνους πωλήσεων που λειτουργούν ως εξωτερικοί συνεργάτες του χώρου, και εστιάζει τις προσπάθειες του στην αύξηση της πελατείας του χώρου.

Εμπορικοί Χορηγοί

Το ATTICA GOLDEN PALACE έχει εμπορικούς χορηγούς, των οποίων τα προϊόντα συνδυάζονται άμεσα με τις υπηρεσίες του, για δύο λόγους: α) Για την οικονομική υποστήριξή τους και β) για την έμμεση προώθηση που πραγματοποιούν για το χώρο μέσω των προϊόντων τους.

Επικοινωνιακοί Χορηγοί

Πέρα από τους εμπορικούς χορηγούς, το ATTICA GOLDEN PALACE έχει διάφορα ΜΜΕ ως μόνιμους συνεργάτες για την επικοινωνία του. Οι χορηγοί αυτοί σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιούνται για την προώθηση του χώρου στο σύνολο των υπηρεσιών του.

Διαφήμιση μέσω των υπαλλήλων και του χώρου

Όλοι οι υπάλληλοι του χώρου ανεξαιρέτως, φέρουν την ίδια ενδυμασία με διαφοροποιήσεις ανάλογα με τον τομέα εργασίας τους. Τα χρώματα που έχουν επιλεγεί για το λογότυπο κυριαρχούν παντού, ενώ σε ένα από τους χώρους του ATTICA GOLDEN PALACE πραγματοποιείται παρουσίαση με πολυμέσα των υπηρεσιών του χώρου.

3.5.3.4.2 Την προώθηση των διαφόρων εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στο χώρο.

Ο βαθμός της προώθησης των εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα στο ATTICA GOLDEN PALACE, καθορίζεται από το εάν η εκδήλωση πραγματοποιείται από την ίδια την εταιρία ή τρίτους.

Όταν η εκδήλωση πραγματοποιείται από την εταιρία, τότε η προώθηση γίνεται αρχικά εστιασμένα στην πελατειακή ομάδα που ενδιαφέρει άμεσα και στη συνέχεια μαζικά κυρίως για σκοπούς αναγνωρησιμότητας.

Η προώθηση πραγματοποιείται μέσω:

- Δελτίων τύπου.
- Καταχωρήσεων στα διάφορα περιοδικά, στις εφημερίδες και τους διάφορους οδηγούς θεάματος.
- Εντύπων και Αφίσας.
- Δισκογραφικής εταιρίας, όταν πρόκειται για συναυλία.
- Του διαδικτύου στο ειδικό πεδίο των εκδηλώσεων.
- Των Εμπορικών Χορηγών, οι οποίοι περιλαμβάνουν την εκδήλωση στην προώθηση για το δικό τους προϊόν.
- Των Επικοινωνιακών χορηγών, που είναι κυρίως ραδιόφωνα, έντυπα, ιστοσελίδες, τηλεοπτικοί σταθμοί και έντυπα.
- Των διαφημιστικών υπηρεσιών του χώρου, οι οποίες περιλαμβάνουν:
 - ✓ Ειδικές θέσεις φωτισμένες για posters στην είσοδο, έξοδο, τις αίθουσες, το εστιατόριο, τις τουαλέτες και το εμπορικό κατάστημα.
 - ✓ Τους projectors που βρίσκονται στις αίθουσες και χρησιμοποιούνται κυρίως πριν την έναρξη των εκδηλώσεων.
 - ✓ Την οθόνη προβολής που βρίσκεται πάνω από την κεντρική είσοδο του ATTICA GOLDEN PALACE.
 - ✓ Τα ειδικά στηρίγματα που περιέχουν διαφημιστικά έντυπα και βρίσκονται στα κεντρικά σημεία του χώρου.

Όταν ο χώρος απλά μισθώνεται σε τρίτους, τότε η προώθηση που γίνεται έχει υποστηρικτικό χαρακτήρα και περιλαμβάνει:

- § Την αποστολή των δελτίων τύπου.
- § Το πρόγραμμα των εκδηλώσεων που εκδίδει ο χώρος.
- § Κάποιες από τις διαφημιστικές θέσεις του χώρου.
- § Την ιστοσελίδα της εταιρίας.
- § Επίσης μπορεί να γίνει χρήση όλου του προωθητικού οχήματος της εταιρίας από τρίτους, συμπεριλαμβανομένων όλων των συνεργατών, κατόπιν αμοιβής. Η συμφωνία αυτή συμφέρει γιατί υπάγεται σε οικονομία κλίμακας.

Το ATTICA GOLDEN PALACE για τη φυσική διανομή των εισιτηρίων του δεν επιλέγει μόνιμο συνεργάτη, έτσι ώστε να εξασφαλίζει κάθε φορά μεγαλύτερο εύρος πελατών.

Για τη διάθεση μέσω διαδικτύου συνεργάζεται με το μεγαλύτερο εκδοτήριο εισιτηρίων του κόσμου την Ticket Master, η οποία αποτελεί και έναν από τους χορηγούς του συναυλιακού χώρου στην Ελλάδα.

Όσον αφορά στην πώληση εισιτηρίων για λογαριασμό τρίτων που πραγματοποιούν εκδηλώσεις στο ATTICA GOLDEN PALACE, η εταιρία αναλαμβάνει την πώλησή τους έναντι αμοιβής.

3.5.4 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Ø Δυνάμεις

1. Η εφαρμογή της επαγγελματικής διαχείρισης χώρων στην Ελλάδα για πρώτη φορά.
2. Η μεγάλη χωρητικότητα της κεντρικής αίθουσας και η υποδιαίρεσή της σε 3 αυτόνομες ξεχωριστές αίθουσες.
 1. Οι υπηρεσίες που προσφέρει εκτός των αιθουσών εκδηλώσεων.
 2. Η δυνατότητα παρουσίασης ποικίλων πολιτιστικών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.
 3. Η τιμολογιακή του πολιτική.
 4. Το γεγονός ότι μπορεί να εξυπηρετήσει όλους ανεξαιρέτως και ιδιαίτερα άτομα με ειδικές ανάγκες.
 5. Τα καμαρίνια, οι σουίτες, τα γραφεία παραγωγής και ο ιδιωτικός χώρος σίτισης για την παραγωγή και τους καλλιτέχνες.
 6. Ο ιδιωτικός χώρος στάθμευσης.
 7. Η τεχνολογία του που εξυπηρετεί ταυτόχρονα τις ανάγκες όλων των πελατειακών ομάδων του.
 8. Η διακόσμηση του χώρου.
 9. Η υποστήριξη από εμπορικούς και επικοινωνιακούς χορηγούς σε μόνιμη βάση.

Ø Αδυναμίες

1. Το ATTICA GOLDEN PALACE δεν βρίσκεται στο κέντρο της Αθήνας.
2. Το μεγάλο κόστος συντήρησης της τεχνολογίας.
3. Δεν έγινε κατασκευή εξ' αρχής του κτιρίου, αλλά ανακαίνιση σε ήδη υπάρχοντα χώρο.

Ø Ευκαιρίες

1. Θα αποτελεί το μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο της Αθήνας, εφόσον δεν υπάρχει ανάλογης χωρητικότητας και υποδομής κέντρο.
2. Δεν υπάρχει άλλο οργανωμένο κέντρο με δυνατότητα παρουσίασης συναυλιών της διεθνούς μουσικής σκηνής χωρητικότητας 4000 ατόμων.
3. Το πλεόνασμα ζήτησης για συναυλίες.
4. Πολλές συναυλίες - εκδηλώσεις δεν έχουν πραγματοποιηθεί λόγω έλλειψης ενός οργανωμένου συναυλιακού κέντρου.
5. Η δυνατότητα εστίασης στον τουριστικό τομέα ως επιπλέον υπηρεσία ψυχαγωγίας και άλλων κλάδων στον τομέα των υπηρεσιών.
6. Το γεγονός ότι υπάρχουν λίγες εταιρίες concert promoters στην Ελλάδα.
7. Το γεγονός ότι αρχίζει και αναπτύσσεται έντονα η μουσική βιομηχανία.
8. Η αυξημένη ζήτηση για χώρους υψηλής τεχνολογίας, εξειδικευμένων υπηρεσιών και μεταβαλλόμενης χωρητικότητας για παρουσίαση και ανάπτυξη πολιτιστικών δραστηριοτήτων.
9. Η ολοένα και μεγαλύτερη εξοικείωση του κοινού με τις ζωντανές εμφανίσεις καλλιτεχνών ως μέσο διασκέδασης.
10. Η ανεπαρκής δραστηριοποίηση και προσφορά υπηρεσιών από τα ήδη υπάρχοντα συναυλιακά κέντρα.
11. Η μεγάλη ποικιλία της παγκόσμιας μουσικής και η συνεχής παραγωγή νέων μουσικών προτύπων που τροφοδοτεί την αγορά των συναυλιών

Ø Απειλές

1. Ο δυνητικός ανταγωνισμός από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις.
2. Τα πολιτιστικά και ψυχαγωγικά ενδιαφέροντα των πολιτών της Αθήνας.
3. Γεωγραφική τοποθεσία της Ελλάδας.
4. Η οικονομική κατάσταση που επικρατεί.
5. Έλλειψη εξειδικευμένης ενημέρωσης.
6. Έλλειψη συνεδριακής κουλτούρας και εξειδικευμένων ατόμων στην διοργάνωση συνεδρίων.
7. Έλλειψη ειδικευμένων στη μουσική βιομηχανία προμηθευτών.
8. Η έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των εταιριών του χώρου.
9. Η έλλειψη επαγγελματισμού από τις υπάρχουσες εταιρίες του χώρου.

3.5.4.1 Μία πρώτη Οικονομική εκτίμηση

Η παρούσα επιχείρηση ανταποκρινόμενη στις ανάγκες για την παροχή ολοκληρωμένων λύσεων στο χώρο των συναυλιών και συνεδρίων, εκτός από την διοργάνωση των παραπάνω εκδηλώσεων για δικό της λογαριασμό, που αποτελεί και την κύρια πηγή εσόδων της, παρέχει και συμβουλευτικές υπηρεσίες σε τρίτους για την διοργάνωση εκδηλώσεων.

Ο κύκλος εργασιών της Εταιρίας αναλύεται στις ακόλουθες δύο κατηγορίες :

- Έσοδα από διοργάνωση συναυλιών/συνεδρίων
- Έσοδα από παροχή υπηρεσιών σε τρίτους

Υποθέτουμε ότι τον πρώτο χρόνο πραγματοποιούνται 150 ημέρες εκδηλώσεων εκ των οποίων οι 75 διοργανώνονται από την ίδια την επιχείρηση, ενώ οι υπόλοιπες 75 πραγματοποιούνται μέσω της μίσθωσης του πολυχώρου σε τρίτους.

Η τιμή του εισιτηρίου υπολογίζεται ότι κατά μ.ο. είναι **35 €** εφόσον υποθέτουμε ότι πραγματοποιούνται 50 συνεδριακές ημέρες με μέση τιμή εισιτηρίου 60€, 60 συναυλιακές ημέρες με μέση τιμή εισιτηρίου 20€ και 40

άλλες εκδηλώσεις επίσης με μέση τιμή εισιτηρίου 20 € οπότε: $(50 \times 60 + 100 \times 20) / 150 \approx 35 \text{ €}$

Στη συνέχεια υπολογίζουμε ένα έξοδο 5 € ανά άτομο για κατανάλωση υπηρεσιών που θα προέρχονται από τροφοδοσία και διάφορα προϊόντα, τα έσοδα των οποίων ανήκουν 100% στην επιχείρηση.

Στις εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται με μίσθωση του χώρου υπολογίζουμε το 15% από τα έσοδα των εισιτηρίων και ένα σταθερό ποσό των 1500 euro που αποτελούν την αμοιβή του χώρου για τη διάθεση. Κάθε έτος η αύξηση της τιμής των εισιτηρίων και των λοιπών υπηρεσιών ανέρχεται σε 3%.

Το πρώτο έτος λειτουργίας υποθέτουμε ότι πραγματοποιούνται 150 ημέρες εκδηλώσεων εκ των οποίων οι 75 είναι με μίσθωση.

Τα αποτελέσματα είναι τα ακόλουθα:

Πίνακας 3-8 Κύκλος εργασιών έτους 2007.

	Ιδies Εκδηλώσεις	Μίσθωση σε Τρίτους
Χωρητικότητα	4000	4000
Πληρότητα	70%	70%
Ημέρες Εκδηλώσεων	75	75
Προσέλευση	210.000	210.000
Έσοδα από Εισιτήρια 35€ ανά άτομο	7.350.000	7.350.000
Έσοδα από άλλες υπηρεσίες 5€ ανά άτομο	1.050.000	1.050.000
Συνολικά έσοδα σε €	<u>8.400.000</u>	8.400.000
Ποσοστό Μίσθωσης		15%
Σταθερό Ποσό		112.500
Έσοδα από ποσοστό		1.102.500
Έσοδα από μίσθωση χώρων μονάδας σε €	<u>150.000</u>	<u>2.265.000</u>
Χρηματοδότηση ΕΟΤ σε €	<u>375.000</u>	

	Ιδίες Εκδηλώσεις	Μίσθωση σε Τρίτους
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €		<u>225.000</u>
Εμπορικές χορηγίες εθνικών εταιρειών σε €		<u>105.000</u>
Έσοδα για το ATTICA GOLDEN PALACE σε €		<u>11.520.000</u>

Τα έσοδα από την μίσθωση χώρων της μονάδας ετησίως αναλύονται ως εξής:

- Ø Έσοδα από την μίσθωση του εστιατορίου: 50.000 €
- Ø Έσοδα από την μίσθωση του χώρου σίτισης των καλλιτεχνών και προσκεκλημένων ομιλητών: 40.000 €
- Ø Έσοδα από την μίσθωση του χώρου ιδιωτικής στάθμευσης: 40.000 €
- Ø Έσοδα από την μίσθωση του στούντιου ηχογράφησης: 20.000 €

Η ετήσια αύξηση των παραπάνω εσόδων είναι 3,5% ,όσο προβλέπεται να είναι και ο πληθωρισμός για τα επόμενα έτη.

Η χρηματοδότηση του ΕΟΤ ανέρχεται σε 2.500 € ανά ημέρα εκδήλωσης, άρα $2500 \times 150 = 375.000\text{€}$

Τα έσοδα από εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών είναι 1.500 € για κάθε ημέρα εκδήλωσης, άρα $1500 \times 150 = 375.000 \text{ €}$

Τα έσοδα από εμπορικές χορηγίες εθνικών εταιρειών είναι 700€ για κάθε ημέρα εκδήλωσης, άρα $700 \times 150 = 105.000 \text{ €}$

Το 2008 υπολογίζουμε ότι θα πραγματοποιηθούν 180 ημέρες εκδηλώσεων Εκ των οποίων οι 90 είναι με μίσθωση.

Πίνακας 3-9 Κύκλος εργασιών έτους 2008.

	ίδιες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Χωρητικότητα	4000	4000
Πληρότητα	70%	70%
Ημέρες Εκδηλώσεων	90	90
Προσέλευση	252.000	252.000
Έσοδα από Εισιτήρια 36€ανά άτομο	9.072.000	9.072.000
Έσοδα από άλλες υπηρεσίες 5,15€ ανά άτομο	1.297.800	1.297.000
Συνολικά έσοδα €	<u>10.369.000</u>	10.369.000
Ποσοστό Μίσθωσης		15%
Σταθερό Ποσό		135.000
Έσοδα από ποσοστό σε €		1.360.800
		<u>2.792.800</u>
Έσοδα από μίσθωση χώρων μονάδας σε €	<u>155.250</u>	
Χρηματοδότηση ΕΟΤ σε €	<u>450.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €	<u>270.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €	<u>126.000</u>	
Έσοδα για το ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE σε €	<u>14.163.050</u>	

Το 2009 υπολογίζουμε ότι θα πραγματοποιηθούν 210 ημέρες εκδηλώσεων εκ των οποίων οι 105 είναι με μίσθωση.

Πίνακας 3-10 Κύκλος εργασιών έτους 2009.

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Χωρητικότητα	4000	4000
Πληρότητα	70%	70%
Ημέρες Εκδηλώσεων	105	105

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Προσέλευση	294.000	294.000
Έσοδα από Εισιτήρια 37€ανά άτομο	10.878.000	10.878.000
Έσοδα από άλλες υπηρεσίες 5,3ευρώ ανά άτομο €	1.558.200	1.558.200
Συνολικά έσοδα σε €	<u>12.436.200</u>	12.436.200
Ποσοστό Μίσθωσης		15%
Σταθερό Ποσό σε €		157.500
Έσοδα από ποσοστό σε €		1.631.700
Έσοδα από μίσθωση χώρων μονάδας σε €	<u>160.680</u>	<u>3.346.700</u>
Χρηματοδότηση ΕΟΤ σε €	<u>525.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €	<u>315.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες εθνικών εταιρειών σε €	<u>147.000</u>	
Έσοδα για το ATTICA GOLDEN PALACE σε €	<u>16.930.580</u>	

Το 2010 υπολογίζουμε ότι θα πραγματοποιηθούν 240 ημέρες εκδηλώσεων εκ των οποίων οι 120 είναι με μίσθωση.

Πίνακας 3-11 Κύκλος εργασιών έτους 2010.

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Χωρητικότητα	4000	4000
Πληρότητα	70%	70%
Ημέρες Εκδηλώσεων	120	120
Προσέλευση	336.000	336.000
Έσοδα από Εισιτήρια 38€ανά άτομο	12.768.000	12.768.000
Έσοδα από άλλες υπηρεσίες 5,45€ ανά άτομο	1.831.200	1.831.200

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Συνολικά έσοδα σε €	<u>14.599.200</u>	14.599.200
Ποσοστό Μίσθωσης		15%
Σταθερό Ποσό		180.000
Έσοδα από ποσοστό σε €		2.189.880
		<u>4.201.080</u>
Έσοδα από μίσθωση χώρων μονάδας σε €	<u>166.300</u>	
Χρηματοδότηση ΕΟΤ σε €	<u>600.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €	<u>360.000</u>	
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €	<u>168.000</u>	
Έσοδα για το ATTICA GOLDEN PALACE	<u>20.094.580</u>	

Το 2011 υπολογίζουμε ότι θα πραγματοποιηθούν 270 ημέρες εκδηλώσεων και η μέση τιμή εισιτηρίου θα είναι 39€

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Χωρητικότητα	4000	4000
Πληρότητα	70%	70%
Ημέρες Εκδηλώσεων	135	135
Προσέλευση	378.000	378.000
Έσοδα από Εισιτήρια 39€ανά άτομο	14.742.000	14.742.000
Έσοδα από άλλες υπηρεσίες 5,60€ανά άτομο	2.116.800	2.116.800
Συνολικά έσοδα σε €	<u>16.858.800</u>	16.858.800
Ποσοστό Μίσθωσης		15%
Σταθερό Ποσό σε €		202.500
Έσοδα από ποσοστό		2.211.300
		<u>4.530.600</u>

	Ιδίες εκδηλώσεις	Μίσθωση σε τρίτους
Έσοδα από μίσθωση χώρων μονάδας σε €		<u>172.120</u>
Χρηματοδότηση ΕΟΤ σε €		<u>675.000</u>
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €		<u>405.000</u>
Εμπορικές χορηγίες πολυεθνικών εταιρειών σε €		<u>189.000</u>
Έσοδα για το ATTICA GOLDEN PALACE		<u>22.830.520</u>

Όπως παρατηρούμε στους παραπάνω πίνακες, παρατηρείται μία μεγάλη διαφορά στα έσοδα της επιχείρησης μεταξύ της μίσθωσης του πολυχώρου και την παραγωγή και προώθηση ίδιων εκδηλώσεων.

Αν και το management του ATTICA GOLDEN PALACE, βάσει εσόδων, θα έπρεπε να επιδιώξει μόνο την προώθηση ίδιων εκδηλώσεων, ωστόσο είναι πρακτικά αδύνατο με τις δυνατότητες της ελληνικής αγοράς, να υπάρχει πληρότητα μόνο με την παραγωγή ίδιων εκδηλώσεων. Στόχος του ATTICA GOLDEN PALACE είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη πληρότητα του χώρου και αυτό επιτυγχάνεται μόνο μέσω συνεργασίας με τρίτους.

Καταλήγοντας και συνδιάζοντας όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα περιλαμβάνεται η διάθεση του 5% των ακαθάριστων πωλήσεων για έξοδα μάρκετινγκ, πωλήσεων και διανομής.

Πίνακας 3-12 Συνολικές πωλήσεις και συνολικό κόστος Μάρκετινγκ.

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€)	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (€)
2007	11.520.000	576.000
2008	14.163.050	708.150
2009	16.930.580	846.530
2010	20.094.580	1.004.730
2011	22.830.520	1.141.500

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 ΚΕΝΤΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Το ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE λόγω της φύσεως των υπηρεσιών του δεν έχει πρώτες ύλες. Οι ανάγκες σε εφόδια για την άρτια διεξαγωγή των δραστηριοτήτων του, καθορίζονται από τη λειτουργία κάθε κέντρου προσφερόμενης υπηρεσίας.

Τα κέντρα αυτά είναι:

1. Η εταιρία ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE που στεγάζεται στον ίδιο χώρο.
2. Η κεντρική αίθουσα.
3. Το εστιατόριο που εξυπηρετεί το κοινό.
4. Το εστιατόριο – μπαρ που εξυπηρετεί καλλιτέχνες και ομιλητές συνεδρίων.
5. Τα μπαρ που βρίσκονται στις αίθουσες.
6. Ο χώρος (καμαρίνια) των καλλιτεχνών/ προσκεκλημένων ομιλητών.
7. Τα γραφεία παραγωγής.
8. Το εμπορικό κατάστημα
9. Το στούντιο ηχογραφήσεων.
10. Τα 4 εκδοτήρια εισιτηρίων.
11. Τα αποχωρητήρια.
12. Το Ιατρικό κέντρο.

4.2 ΟΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ

Οι εισροές και τα αντίστοιχα μηνιαία κόστη για κάθε ένα από τα παραπάνω κέντρα παραγωγής και υποστήριξης των υπηρεσιών του ΑΤΤΙCΑ GΟLΔΕΝ ΡΑLΑCΕ παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 4-1 Εισροές και ετήσιο κόστος

ΚΕΝΤΡΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
1. Γραφεία Εταιρίας ΑΤΤΙCΑ GΟLΔΕΝ ΡΑLΑCΕ	
<u>Εισροές</u>	
Ύλη Γραφείου - Αναλώσιμα Υπολογιστών	18.000
Καθαριστικά Γραφείου - Είδη Υγιεινής	2.400
Τροφοδοσία	2.400
Ταχυμεταφορές	3.600
<u>Σύνολο</u>	<u>26.400</u>
2. Η κεντρική αίθουσα	
<u>Εισροές</u>	
Καθαριστικά - Είδη Υγιεινής	9.600
Τροφοδοσία	2.400
Αναλώσιμα υλικά Παραγωγής	18.000
<u>Σύνολο</u>	<u>30.000</u>
3. Τα μπαρ στις αίθουσες	
<u>Εισροές</u>	
Ποτά - Αναψυκτικά	24.000
Είδη Υγιεινής	3.600
Αναλώσιμα	7.200
Φρούτα	3.600
Παρελκώμενα	12.000
<u>Σύνολο</u>	<u>50.400</u>
4.Χώρος (Καμαρίνια) Καλλιτεχνών / προσκεκλημένων ομιλητών	
<u>Εισροές</u>	
Πετσέτες	2.400
Αναλώσιμα	5.400
Καλλυντικά	1.800
Καθαριστικά	2.400
<u>Σύνολο</u>	<u>12.000</u>
5.Γραφεία Παραγωγής	
<u>Εισροές</u>	
Ύλη Γραφείου	36.000
Αναλώσιμα Υπολογιστών	14.400

ΚΕΝΤΡΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
Καθαριστικά - Είδη Υγιεινής	3.600
<u>Σύνολο</u>	<u>54.000</u>
6. Κατάστημα συναυλιακού εμπορεύματος	
<u>Εισροές</u>	
Ύλη γραφείου	2.400
Αναλώσιμα Υπολογιστών	1.200
Συσκευασίες	3.000
Καθαριστικά - Είδη Υγιεινής	600
<u>Σύνολο</u>	<u>7.200</u>
7. Εκδοτήρια εισιτηρίων	
<u>Εισροές</u>	
Ύλη Γραφείου	2.400
Αναλώσιμα Υπολογιστών	1.200
<u>Σύνολο</u>	<u>3.600</u>
8. Αποχωρητήρια	
<u>Εισροές</u>	
Καλλυντικά	3.600
Καθαριστικά	2.400
<u>Σύνολο</u>	<u>6.000</u>
9. Ιατρικό κέντρο	
<u>Εισροές</u>	
Αναλώσιμα Ιατρικά	1.200
Είδη Υγιεινής - Καθαριστικά	600
Φάρμακα	2.400
Είδη γραφείου	600
<u>Σύνολο</u>	<u>4.800</u>
<u>Συνολικό Ετήσιο Κόστος</u>	<u>194.400</u>

Σημειώνουμε ότι το ATTICA GOLDEN PALACE δεν θα προβεί στην αγορά μόνιμου εξοπλισμού σκηνής δεδομένου ότι το κόστος είναι υψηλό και οι ανάγκες σε εξοπλισμό σκηνής καθορίζονται από τις απαιτήσεις του κάθε μουσικού σχήματος κάθε φορά. Για την προμήθεια του εξοπλισμού, συνεργάζεται με μία μόνο εταιρία, η οποία είναι και μονοπώλιο στην αγορά. Το κόστος ενοικίασης επιβαρύνει την εταιρία μόνο κατά την προώθηση ιδίων συναυλιών και υπολογίζεται ότι θα είναι 15.000 € ετησίως. Συνεπώς, το συνολικό ετήσιο κόστος κατά προσέγγιση είναι **194.400 + 15000 = 209.400€**

Επίσης 3 από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του ATTICA GOLDEN PALACE

- Το εστιατόριο για το κοινό
- Ο χώρος σίτισης για την παραγωγή και τους καλλιτέχνες
- Το στούντιο ηχογραφήσεων
- Ο Χώρος στάθμευσης

ανήκουν σε άλλες εταιρίες οι οποίες μισθώνουν τους χώρους ή την υπηρεσία με ένα πάγιο ποσό και ποσοστά ανάλογα με την πληρότητα του χώρου κάθε φορά. Οι απαιτήσεις σε πρώτες ύλες – εισροές των κέντρων αυτών δεν αφορούν τις ανάγκες του ATTICA GOLDEN PALACE.

Η εκτίμηση του κόστους των εισροών για όλα τα υπό εξέταση έτη λαμβάνοντας υπόψη ότι κάθε στοιχείο κόστους θα μεταβάλλεται ανά έτος κατά 3%, φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 4-2 Εκτίμηση κόστους εισροών ανά έτος

	2007	2008	2009	2010	2011
1. Ύλη γραφείου	76.800	79.100	79.900	82.300	84.750
2. Απορρυπαντικά-είδη υγιεινής	27.600	28.400	29.250	30.100	31.000
3. Τρόφιμα	44.400	45.700	47.000	48.400	49.850
4. Λοιπός εξοπλισμός	60.600	62.400	64.270	67.000	69.000
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)	<u>209.400</u>	<u>215.600</u>	<u>220.420</u>	<u>227.800</u>	<u>234.600</u>

ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 ΟΙ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Η εγκατάσταση είχε σχεδιαστεί ώστε να καλύπτει πλήρως τις Ολυμπιακές απαιτήσεις της Διεθνούς Ομοσπονδίας Handball και της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Tae Kwon Do για τους Αγώνες του 2004, όμως μελετήθηκαν με μεγάλη προσοχή οι αντίστοιχες προοπτικές και τα δεδομένα για να είναι οικονομικά βιώσιμη η χρήση του κτιρίου και στην μεταολυμπιακή φάση.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην ευελιξία του κτιρίου ώστε να μπορεί να καλύπτει διαχρονικά αλλά και σύγχρονα ένα ευρύτατο φάσμα εκδηλώσεων και λειτουργιών. Στόχος για την μεταολυμπιακή χρήση ήταν η δημιουργία μιας υψηλού επιπέδου πολυλειτουργικής εγκατάστασης, με περιορισμένες δαπάνες λειτουργίας και καλές προοπτικές εσόδων.

Η εγκατάσταση αναπτύσσεται σε δύο επίπεδα, με ανεξάρτητες εισόδους. Η κύρια είσοδος των θεατών διατάσσεται στο νότο και το κοινό εισέρχεται στο κτίριο σε ένα προθάλαμο στο μεσώροφο όπου εκεί δημιουργείται ένα μεγάλοπρεπο τριώροφο άρτιο, που περιλαμβάνει τους 4 χώρους ελέγχου εισιτηρίων και διακίνησης προς το ισόγειο της αρένας και το πάνω διάζωμα.

Στο πρώτο επίπεδο βρίσκεται η κύρια αρένα με εμβαδόν 1.200 τ.μ. όπου θα πραγματοποιούνται οι συναυλίες και τα συνέδρια. Οι κερκίδες, χωρητικότητας 3.800 θέσεων, έχουν τη δυνατότητα μετακίνησης με ειδικό τηλεσκοπικό μηχανισμό παρέχοντας ελεύθερο χώρο στην κύρια αρένα μέχρι 3.700 τ.μ. ευνοώντας έτσι την τοποθέτηση του εξοπλισμού για την πραγματοποίηση συνεδρίων. Στην κεντρική αίθουσα θα λειτουργούν και 2 bar που θα εξυπηρετούν το κοινό κατά την διάρκεια του διαλείμματος των εκδηλώσεων που θα παρακολουθούν.

Εκατέρωθεν της κύριας αρένας βρίσκονται 2 ανεξάρτητοι χώροι υποστήριξης στους οποίους θα εγκατασταθούν τα γραφεία διοίκησης και υποδιευθύνσεων τα καμαρίνια για τους καλλιτέχνες και το στούντιο ηχογράφησης.

Το δεύτερο επίπεδο διαθέτει τέσσερα φουαγιέ χωροθετημένα συμμετρικά στους δύο κύριους άξονες, τα οποία επικοινωνούν μεταξύ τους αλλά και με το επίπεδο της κύριας αρένας. Όλοι οι χώροι των φουαγιέ έχουν άπλετο φυσικό φωτισμό και θέα στον περιβάλλοντα χώρο και τη θάλασσα. Σε αυτό το επίπεδο θα βρίσκονται 2 εστιατόρια-bar, οι χώροι υγιεινής, ένας χώρος υποδοχής για τους επίσημους προσκεκλημένους, το γραφείο επισιτιστικής διεύθυνσης καθώς και το κατάστημα με είδη δώρων και αντικειμένων ή βιβλίων που θα έχουν σχέση με το θέμα της κάθε εκδήλωσης που πραγματοποιείται.

Στο δεύτερο επίπεδο της εγκατάστασης υπάρχει πεζογέφυρα που συνδέει την Εσπλανάδα με το κλειστό γυμναστήριο η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως γέφυρα περιπάτου για το κοινό προς το πάρκο αναψυχής.

Επίσης υπάρχει υπαίθριος χώρος πάρκινγκ χωρητικότητας 800 οχημάτων.

Το κλειστό γυμναστήριο διαθέτει τις παρακάτω ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις:

1. Υδραυλικές εγκαταστάσεις (ύδρευση και αποχέτευση ακαθάρτων και όμβριων)

- Ø Δίκτυο αποχέτευσης των λυμάτων των διαφόρων χώρων υγιεινής του κτιρίου.
- Ø Εγκατάσταση απορροής των συμπυκνωμάτων των κλιματιστικών συσκευών.
- Ø Εγκατάσταση απορροής των όμβριων υδάτων

2. Πυροπροστασία

- Ø Εγκατάσταση αυτόματης ανίχνευσης και αναγγελίας πυρκαγιάς.
- Ø Εγκατάσταση πυρόσβεσης με μόνιμο υδροδοτικό δίκτυο και πυροσβεστικές φωλιές.
- Ø Συστήματα αυτόματης κατάσβεσης.
- Ø Φωτισμό ασφαλείας και φωτεινής σήμανσης των εξόδων διαφυγής.
- Ø Φορητούς πυροσβεστήρες και πυροσβεστικά εργαλεία και μέσα.

Οι εγκαταστάσεις αυτές περιλαμβάνουν όλα τα απαιτούμενα συστήματα και δίκτυα με τα οποία, σε περίπτωση εκδήλωσης φωτιάς, επιδιώκεται η κατά το δυνατόν έγκαιρη ανίχνευση της, η ασφαλής εκκένωση του κτιρίου καθώς και η αποτελεσματική καταπολέμηση της, έτσι ώστε να είναι δυνατή η κατάσβεσή της με την ελάχιστη ζημιά στο κτίριο και τον εξοπλισμό.

Δεδομένου ότι ο μόνος τρόπος μετακίνησης των ατόμων με ειδικές ανάγκες μεταξύ των διαφορετικών σταθμών ενός κτιρίου, είναι η μετακίνηση μέσω ανελκυστήρα, τον οποίο θα χρησιμοποιήσουν και σαν έξοδο διαφυγής σε περιπτώσεις ανάγκης, είναι εμφανές το πόσο σημαντική είναι η μελέτη πυροπροστασίας του χώρου του μηχανοστασίου και του φρεατίου του ανελκυστήρα.

3. Κλιματισμός (θέρμανσης, ψύξης – αερισμού και εξαερισμού)

Για τον κλιματισμό του αγωνιστικού χώρου υπάρχουν 12 κλιματιστικές μονάδες διαταγμένες σε τέσσερις τριάδες. Η κάθε τριάδα θα κλιματίζει το $\frac{1}{4}$ του χώρου έτσι ώστε η λειτουργία αυτών να είναι ανεξάρτητη για να καλύπτει τις αρχιτεκτονικές απαιτήσεις της Μεταολυμπιακής Φάσης, όπου ο αγωνιστικός χώρος δύναται να χωριστεί σε τέσσερα ανεξάρτητα διαμερίσματα.

Η κλιματιστική μονάδα είναι σταθερής παροχής, με μεταβλητή θερμοκρασία προσαγωγής αέρα. Για τον κλιματισμό των διάφορων χώρων του κτιρίου (εκτός αυτών που διατίθενται για γραφειακή χρήση) χρησιμοποιούνται

αυτόνομες κλιματιστικές μονάδες τύπου αντλίας θερμότητας κατάλληλες για εγκατάσταση επί δώματος (Roof Top).

Κριτήρια για την επιλογή του συστήματος κλιματισμού με μονάδες Roof Top είναι η απλότητα του συστήματος, ο μικρός χρόνος εγκατάστασης, η ευκολία συντήρησης, η έλλειψη εκτεταμένων δικτύων νερού και κυρίως η δυνατότητα αυτόνομης λειτουργίας περιορισμένου αριθμού χώρων χωρίς την απαίτηση της λειτουργίας κεντρικών εγκαταστάσεων μεγάλης ισχύος.

Για την κάλυψη των αναγκών της εγκαταστάσεως σε αερισμό - εξαερισμό (προσαγωγή της απαιτούμενης ποσότητας νωπού προκλιματισμένου αέρα και την απόρριψη προς το περιβάλλον του πλεονάζοντος), χρησιμοποιούνται μονάδες αερισμού - εξαερισμού. Επί πλέον και προκειμένου να εξασφαλίζεται σημαντική εξοικονόμηση ενέργειας, λόγω των μεγάλων σχετικά ποσοτήτων νωπού αέρα, οι μονάδες αυτές είναι εξοπλισμένες και με εναλλάκτη ανάκτησης θερμότητας, μεγάλης απόδοσης (70%) καθώς και με φίλτρο υψηλής απόδοσης.

Οι παραπάνω μονάδες σε συνδυασμένη λειτουργία με τις εσωτερικές μονάδες του συστήματος κλιματισμού καλύπτουν τόσο τις ανάγκες σε νωπό αέρα των χώρων όσο και τις επιπλέον ανάγκες ψυκτικού, θερμικού φορτίου.

Η λειτουργία του συστήματος κλιματισμού κάθε κτιρίου με ανεξάρτητη χρήση (ή ομάδας κτιρίων με ενιαία χρήση) ελέγχεται από ένα κεντρικό πίνακα αυτοματισμού, μέσω του οποίου εξασφαλίζεται πλήρης έλεγχος και θα παρέχονται οι παρακάτω τουλάχιστον δυνατότητες:

- Ø Ελέγχου λειτουργίας (έναρξη - παύση) και ρυθμίσεων όλων των εξωτερικών μονάδων.
- Ø Ελέγχου λειτουργίας (έναρξη - παύση) και ρυθμίσεων όλων των εσωτερικών μονάδων.
- Ø Πληροφοριών λειτουργίας και βλάβης όλων των εσωτερικών και εξωτερικών μονάδων (αυτοδιάγνωση βλαβών).

- Ø Ελέγχου ON-OFF των μονάδων αερισμού-εξαερισμού σε συνδυασμό με το σύστημα κλιματισμού.
- Ø Ένδειξης λειτουργικής κατάστασης κάθε εσωτερικής μονάδας ή κάθε ομάδας εσωτερικών μονάδων (group).
- Ø Επιλογής ενός από τους τρόπους λειτουργίας (θέρμανσης, ψύξης, αερισμού) για κάθε ομάδα εσωτερικών μονάδων.

Ο κεντρικός πίνακας αυτοματισμού διαθέτει και πίνακα χρονικού προγραμματισμού με δυνατότητα ρύθμισης έως και 8 διαφορετικών εβδομαδιαίων προγραμματισμών λειτουργίας των εσωτερικών μονάδων.

4. Ηλεκτροφωτισμός

Η εγκατάσταση φωτεινής σήμανσης καλύπτει όλους γενικά τους χώρους του κτιρίου, όπως επιβάλλουν οι κανονισμοί που ισχύουν, συμπεριλαμβανομένων και των χώρων υγιεινής. Η επιλογή των φωτιστικών των γενικών χώρων έγινε με τα ακόλουθα κριτήρια:

- Ø Ελαχιστοποίηση του τύπου των φωτιστικών για λόγους συντήρησης και δαπάνης λειτουργίας.
- Ø Επαρκής φωτισμός στο επίπεδο εργασίας.
- Ø Σωστός φωτισμός στο σύνολο του χώρου.
- Ø Αισθητικά ικανοποιητικό αποτέλεσμα.
- Ø Οικονομικότητα λειτουργίας.
- Ø Ευελιξία εγκατάστασης.
- Ø Ευκολία συντήρησης.
- Ø Τα φωτοτεχνικά χαρακτηριστικά του φωτιστικού σε συνδυασμό με τις φωτοτεχνικές απαιτήσεις του χώρου έτσι ώστε για κάθε χώρο να προκύπτει μικρός αριθμός φωτιστικών με μικρή διακύμανση εντάσεων φωτισμού στο επίπεδο εργασίας.
- Ø Οι ειδικές απαιτήσεις ορισμένων χώρων για φωτιστικά σώματα με εξειδικευμένα χαρακτηριστικά.

Ø Χρωματική απόδοση σύμφωνα με τις απαιτήσεις των χώρων.

Ø Λειτουργικές ανάγκες χώρων (βαθμός προστασίας κ.λ.π.)

Τα φωτιστικά σώματα είναι κατά κύριο λόγο με λαμπτήρες φθορισμού, χωνευτά ή εμφανή, ανάλογα με την ύπαρξη ή όχι ψευδοροφής στους χώρους, όσα δε από αυτά είναι τοποθετημένα σε γραφεία με χρήση οθονών υπολογιστών, είναι χαμηλής θάμβωσης.

Οι έξοδοι από τους διάφορους χώρους, οι οδεύσεις διαφυγής και οι έξοδοι κινδύνου σημαίνονται με ενδεικτικές πινακίδες κατά τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η ασφαλής καθοδήγηση από οποιοδήποτε σημείο των κτιρίων προς την πλησιέστερη έξοδο ασφαλείας.

Τα φωτιστικά σώματα ασφαλείας και φωτεινής σήμανσης των διάφορων χώρων εντάσσονται στους γενικούς αισθητικούς κανόνες των χώρων αυτών και κατά συνέπεια είναι ανάλογης μορφής και πολύ καλαίσθητης εμφάνισης. Οι εγκαταστάσεις φωτισμού περιλαμβάνουν τα φωτιστικά σώματα και τους διακόπτες κάθε είδους, καθώς και τις σχετικές καλωδιώσεις, οι οποίες είναι ανεξάρτητες από αυτές των ρευματοδοτών σε κάθε περίπτωση.

Τα πιο πάνω φωτιστικά σώματα τροφοδοτούνται από το δίκτυο UPS και είναι με λαμπτήρα φθορισμού ισχύος 6 W χωρίς συσσωρευτές, με την ένδειξη ΕΞΟΔΟΣ και βέλος που θα προσδιορίζει την κατεύθυνση εξόδου. Στους μηχανολογικούς και λοιπούς παρόμοιους χώρους έχουν τοποθετηθεί φωτιστικά σώματα ασφαλείας με δύο λαμπτήρες αλογόνου των 50 W.

Επίσης έχει προβλεφθεί και φωτισμός ανάγκης που αποτελείται από αριθμό φωτιστικών σωμάτων του γενικού φωτισμού κάθε χώρου, σε χωριστά κυκλώματα και σε ποσοστό 50% περίπου τροφοδοτούμενα από τα δίκτυα ανάγκης (παροχή ισχύος από το Η/Ζ), ο οποίος εξασφαλίζει επαρκή φωτισμό σε περίπτωση βλάβης ή διακοπής της κύριας πηγής τροφοδοσίας.

Η εγκατάσταση διαθέτει και ένα μόνιμο σύστημα Αδιάλειπτης Ηλεκτροδότησης (UPS) ισχύος 200 KVA, με συσσωρευτές που μπορούν

να καλύψουν συνεχή λειτουργία του υπό πλήρες φορτίο μέχρι 30 min. Το σύστημα είναι κατάλληλο για την τροφοδότηση ευαίσθητων ηλεκτρονικών μηχανημάτων σε περίπτωση διακοπής από το δίκτυο της ΔΕΗ, με ακριβή ρύθμιση ισχύος, τάσεως και συχνότητας.

Φορτία αδιάλειπτης λειτουργίας θεωρούνται μόνο όσα έχουν σχέση με την ηλεκτρονική επεξεργασία στοιχείων και μάλιστα όσα είναι δυνατόν κατά την διακοπή ηλεκτροδότησης να αλλοιώσουν ή να επηρεάσουν τα αποθηκευμένα στοιχεία καθώς και τα φορτία των χώρων τεχνολογίας.

5. Μεγαφωνική εγκατάσταση

Για την ακουστική κάλυψη του κτιρίου έχουν εγκατασταθεί μεγάφωνα στην κύρια αρένα καθώς και στους υποστηρικτικούς χώρους της εγκατάστασης που σκοπό έχει την μετάδοση μουσικής, αναγγελιών, μηνυμάτων ή ομιλιών, καθώς και μηνυμάτων κινδύνου.

Το ηλεκτροακουστικό σύστημα αποτελείται από επί μέρους αυτόνομα συστήματα, αλλά υπάρχει η δυνατότητα της μεταξύ τους διασύνδεσης έτσι ώστε να είναι δυνατή η αναγγελία μηνυμάτων κοινού ενδιαφέροντος σε όλη την εγκατάσταση.

Το ηλεκτροακουστικό σύστημα θα είναι κατάλληλο για την μετάδοση προγραμμάτων μουσικής από ραδιόφωνο, μαγνητόφωνο ή CD, γενικών ανακοινώσεων, κατά την διάρκεια ή μη, της λειτουργίας της εγκατάστασης καθώς και ειδικών ανακοινώσεων σε περιπτώσεις ανάγκης ή οδηγιών εκκένωσης σε περίπτωση πυρκαγιάς. Η μετάδοση ειδικών ανακοινώσεων ή οδηγιών σε περίπτωση πυρκαγιάς θα γίνεται αυτόματα χωρίς να απαιτείται ειδικός χειρισμός.

Με το παραπάνω σύστημα καλύπτονται: η κεντρική αίθουσα, όλοι οι υποστηρικτικοί χώροι της εγκατάστασης και οι χώροι εξυπηρέτησης των θεατών (χώροι ελέγχου εισιτηρίων, ελέγχου ασφαλείας, περιοχές parking, εξωτερικός χώρος).

Σε κάθε περίπτωση αυτόνομου συστήματος, η εγκατάσταση θα χωριστεί σε ζώνες, που θα μπορούν να μεταδίδουν κατ' επιλογή μουσική, διάφορες αναγγελίες ή ανακοινώσεις κινδύνου.

Κάθε ζώνη θα τροφοδοτείται από δίκτυο μεταφοράς σήματος τάσεως 100 V και θα διαθέτει ιδιαίτερο ρυθμιστή έντασης καθώς και ενσωματωμένο ηλεκτρονόμο, μέσω του οποίου μία αναγγελία μπορεί να ακούγεται ακόμα και όταν ο τοπικός ρυθμιστής είναι κλειστός.

Κάθε μεγαφωνική ζώνη οδηγείται από ξεχωριστό ενισχυτή (ή ενισχυτές) ώστε τυχόν αγγελία σε κάποια ζώνη από τον σταθμό κλήσης να μην επηρεάζει τη μετάδοση άλλου προγράμματος στις υπόλοιπες. Σε όλες τις ανακοινώσεις προηγείται ηχητικός τόνος (DING-DONG).

Το κεντρικό ηχητικό σύστημα κάθε περιοχής θα αποτελείται από μεταλλικό ικρίωμα (rack) 19" εντός του οποίου θα τοποθετηθούν οι επί μέρους συσκευές του συστήματος στις οποίες περιλαμβάνονται το ψηφιακό κέντρο ελέγχου, οι ενισχυτές, οι συσκευές αναπαραγωγής μουσικής, ο σταθμός κλήσης και τα χειριστήρια, το τροφοδοτικό κλπ.

Παρακάτω αναφέρεται ο μεγαφωνικός εξοπλισμός αναλυτικά όλων των χώρων της εγκατάστασης εκτός της κύριας αίθουσας:

- Ø 22 ηχεία X/O ισχύος 25W
- Ø 44 μεγάφωνα Ψ/O ισχύος 10W
- Ø 75 μεγάφωνα των 10W
- Ø 10 ηχεία των 25W
- Ø 66 ηχεία των 10W
- Ø 3 κόρνες δυο μεγαφώνων 30W
- Ø 27 ηχεία τύπου προβολέα των 30W
- Ø 16 κόρνες των 70W (περιβάλλον χώρος)
- Ø 42 κόρνες των 30W και 16 μεγάφωνα των 10W (είσοδοι-έξοδοι εγκατάστασης)

Για την ακουστική κάλυψη της κεντρικής αίθουσας έχει εγκατασταθεί ένα ανεξάρτητο μεγαφωνικό σύστημα για τη μετάδοση μουσικής, αναγγελιών, μηνυμάτων ή ομιλιών, εθνικών ύμνων των χωρών καθώς και μηνυμάτων κινδύνου.

Το σύστημα αυτό εξασφαλίζει τα εξής γενικά χαρακτηριστικά:

- Ø Ηχητική στάθμη: 97 db +/- 3 db σε όλο το χώρο των θεατών και τον αγωνιστικό χώρο.
- Ø Υψηλό συντελεστή ευκρίνειας σε όλο τον αγωνιστικό χώρο και τις κερκίδες με απώλεια συμφώνων μικρότερη του 12%.
- Ø Απόκριση συχνοτήτων σε όλο το χώρο των κυρίων κερκίδων κάτω από το στέγαστρο: καλύτερη των 80 Hz – 16.000 Hz ± 3 db και στις υπόλοιπες κερκίδες καλύτερη των 150 Hz – 16KHz ± 5 db.
- Ø Παραμόρφωση του συστήματος σαν σύνολο: μικρότερη του 3% και του ηλεκτρονικού εξοπλισμού του συστήματος (ενισχυτές, κονσόλες κ.λ.π πλην ηχοπομπών) μικρότερη του 0,1%.

Η ακουστική κάλυψη της κεντρικής αίθουσας πραγματοποιείται με ομάδες ειδικών ηχείων (CLUSTERS), τα οποία είναι νεοτάτης τεχνολογίας και ελάχιστου μεγέθους έτσι ώστε να προκαλούν την ελάχιστη δυνατή αισθητική επιβάρυνση, εφόσον είναι τοποθετημένα στο κάτω μέρος του στεγαστρού.

Για κάλυψη του χώρου των κυρίως στεγασμένων κερκίδων υπάρχουν περίπου 16 συστοιχίες (clusters), κάθε μία με 2 ηχεία ισχύος 600 W, τα οποία είναι τεχνολογίας μεταβλητής χοάνης (variable intense horn). Οι συστοιχίες των ηχείων είναι αναρτημένες στα catwalks με κατάλληλη κλίση και αποστάσεις μεταξύ των για την ομοιόμορφη κάλυψη των κερκίδων.

6. Συνεδριακό σύστημα

Η εγκατάσταση διαθέτει ένα ολοκληρωμένο ασύρματο συνεδριακό σύστημα, το οποίο αποτελείται από:

- Ø Ασύρματο Μεταφραστικό σύστημα 4 τουλάχιστον συν μίας μεταφραζόμενων γλωσσών
- Ø Τοπικό Μικροφωνικό σύστημα
- Ø Μεγαφωνικό σύστημα και
- Ø Σύστημα προβολών

Το μικροφωνικό σύστημα είναι ψηφιακό, μονοκαλωδιακής σύγχρονης τεχνολογίας ενώ το ασύρματο μεταφραστικό σύστημα λειτουργεί με χρήση υπέρυθρων ακτινών και όλες οι συσκευές του είναι σύμφωνες με τα διεθνή STANDARDS ISO 914, IEC 2603 και ασφαλείας IEC 65.

Το σύνολο του εξοπλισμού του συστήματος συγκροτείται από τον ακόλουθο εξοπλισμό:

- Ø 4 επιτραπέζια ψηφιακά μικρόφωνα με φωτεινό δακτύλιο και μεγάφωνο.
- Ø Επιτραπέζιο ψηφιακό μικρόφωνο προέδρου, με priority, φωτεινό δακτύλιο και μεγάφωνο.
- Ø Ψηφιακό μικρόφωνο βήματος.
- Ø Ψηφιακό κέντρο ελέγχου μικροφώνων - μετάφρασης.
- Ø Κονσόλα ήχου ισχύος 2 x 200 W.
- Ø Διπλά αυτόματα κασετόφωνα πρακτικών ομιλούμενης και μεταφράσεων.
- Ø 2 κεραίες υπέρυθρων ισχύος 24 W.
- Ø 4 διπλές ψηφιακές μεταφραστικές κονσόλες για θαλάμους μετάφρασης.
- Ø 150 ασύρματους δέκτες 6 καναλιών.
- Ø 1 ικρίωμα για τοποθέτηση συσκευών.
- Ø 4 ηχεία (ηχοστήλες) 2 δρόμων, 3 μεγάφωνων ισχύος 80 W.
- Ø 2 ασύρματα μικρόφωνα χειρός και 1 πέτου σε συχνότητα UHF.

- Ø Ενισχυτή διανομής ήχου 12 εξόδων για M.M.E.
- Ø Προβολέα Video φωτεινότητας 2100 ANSI LUMENS.
- Ø Ηλεκτροκίνητη οθόνη διαστάσεων 3,0 m x 2,5 m.

7. Σύστημα ενδοεπικοινωνίας

Το σύστημα είναι ηλεκτρονικής ψηφιακής τεχνικής με κάρτες plug in και περιλαμβάνει:

- Ø Ηλεκτρονικό κέντρο ελεγχόμενο από μικροεπεξεργαστή.
- Ø Σταθμούς ενδοεπικοινωνίας με οθόνη. Κάθε συσκευή διαθέτει δυνατότητα αυτόματης ανοικτής συνομιλίας χωρίς χρήση μπουτόν ή λειτουργεί η ίδια ως ακουστικό τηλεφώνου με μικρόφωνο - μεγάφωνο και είναι κατάλληλη για επιτραπέζια ή επίτοιχη τοποθέτηση.

8. Τηλεφωνικό κέντρο

Το συνδρομητικό τηλεφωνικό κέντρο είναι ψηφιακό, τεχνολογίας TDM/PCM και συμβατό με τα ως σήμερα ισχύοντα και προδιαγραφόμενα από τους διεθνείς οργανισμούς ETSI και τις συστάσεις ITU-T.

Μπορεί να συνδεθεί με άλλα ψηφιακά κέντρα για την δημιουργία ενοποιημένων δικτύων ISDN, πλήρους διαφάνειας υπηρεσιών. Είναι τύπου EURO-ISDN και υποστηρίζει τις σηματοδοσίες BRA (2B+D) TBR3 (NET3) & PRA (30B+D) TBR (NET5) για τη σύνδεσή του με το δίκτυο του ΟΤΕ.

Το τηλεφωνικό Κέντρο είναι σχεδιασμένο σύμφωνα με τα Πρότυπα Ανοικτής Αρχιτεκτονικής, ώστε να προσαρμόζεται στις νέες εξελίξεις της τεχνολογίας. Τα προγράμματα του τηλεφωνικού κέντρου είναι γραμμένα σε γλώσσα Ανθρώπου Μηχανής υψηλού επιπέδου η οποία είναι τυποποιημένη σύμφωνα με τις συστάσεις της ITU-T.

Το τηλεφωνικό κέντρο έχει τη δυνατότητα αποθήκευσης των προγραμμάτων σε μνήμες ώστε να εξασφαλίζεται η διατήρησή τους σε περίπτωση πτώσης της τάσης τροφοδοσίας

Υποστηρίζει όλες τις σηματοδοσίες που υποστηρίζουν τα νέα ψηφιακά Κέντρα του ΟΤΕ και ειδικότερα:

- Ø Απλή Γραμμή ΟΤΕ (τονική ή παλμική).
- Ø Ψηφιακό κύκλωμα 2MB με σηματοδοσία CAS-2BIT Ο.Τ.Ε.
- Ø Ψηφιακό κύκλωμα EURO-ISDN PRI (30B+D) TBR4 (NET5).
- Ø Ψηφιακό κύκλωμα EURO-ISDN BRI (2B+D) TBR3 (NET3).

Η υποστήριξη των πιο πάνω πρωτοκόλλων πιστοποιείται από βεβαιώσεις Ευρωπαϊκών Εργαστηρίων.

Το τηλεφωνικό κέντρο υποστηρίζει υποχρεωτικά κυκλώματα αναλογικού, ψηφιακού και EURO ISDN τύπου για σύνδεση:

- Ø Απλών αναλογικών τηλεφωνικών συσκευών 2-σύρματου τύπου.
- Ø Απλών Ψηφιακών τηλεφωνικών συσκευών 2-σύρματου τύπου και
- Ø Ψηφιακών τηλεφωνικών συσκευών EURO ISDN με Sointerface 4-σύρματου τύπου.

Το τηλεφωνικό κέντρο συνοδεύεται από μεταλλακτικές συσκευές (τηλεφωνήτριας), οι οποίες είναι του ίδιου κατασκευαστικού οίκου με το τηλεφωνικό κέντρο. Οι μεταλλακτικές συσκευές εξυπηρετούν ξεχωριστά τις λήψεις κάθε περιοχής αλλά είναι δυνατή, σε περίπτωση βλάβης της μίας εξ αυτών, να γίνει αυτομάτως η μεταγωγή των γραμμών που εξυπηρετεί σε άλλη, ώστε να αποφεύγεται η αδυναμία εξυπηρέτησης των αναγκών της αντίστοιχης περιοχής.

Οι μεταλλακτικές συσκευές παρέχουν υποχρεωτικά πρόσθετες δυνατότητες όπως: δυνατότητα προγραμματισμού του τηλεφωνικού κέντρου, δυνατότητα χρήσης από τυφλά άτομα και δυνατότητα σύνδεσής της τόσο σε κύκλωμα αναλογικού τύπου όσο και σε ψηφιακό κύκλωμα τύπου EURO ISDN.

Το προσφερόμενο σύστημα θα καλύπτει όλες τις βασικές δυνατότητες διακίνησης και διαχείρισης φωνής και θα περιλαμβάνει επιπλέον τις παρακάτω δυνατότητες:

- Ø Ενσωματωμένο ηλεκτρονικό κατάλογο με το όνομα και τον εσωτερικό αριθμό, με δυνατότητα καταγραφής άνω των 300 συνδρομητών.
- Ø Ο ηλεκτρονικός κατάλογος θα είναι προσβάσιμος από όλες τις ψηφιακές συσκευές.
- Ø Αναγνώριση καλούντος (αριθμός και όνομα) για όλους τους συνδρομητές.
- Ø Δυνατότητα συντετμημένης κλήσης.
- Ø Δυνατότητα ενσωματωμένου ταχυδρομείου φωνής - Voice Mail.

Κάθε χρήστης μπορεί να εξασφαλίζει το απόρρητο των μηνυμάτων του με ξεχωριστό κωδικό ενώ παρέχεται η δυνατότητα τουλάχιστον 200 κωδικών για διάφορες χρήσεις.

Το σύστημα διαθέτει δυνατότητα ενσωμάτωσης αναγγελιών στα Ελληνικά για οδηγίες σε διάφορες περιπτώσεις όπως:

- Ø όταν δεν απαντηθεί μια κλήση.
- Ø η γραμμή είναι κατειλημμένη.

Το τηλεφωνικό κέντρο μπορεί να συνδεθεί ψηφιακά με κύκλωμα των 2MB με τηλεφωνικά κέντρα άλλων κατασκευαστών, ενώ όλες οι επεμβάσεις στο πρόγραμμα γίνονται με απλούς χειρισμούς.

Κάθε επέμβαση στο σύστημα για προγραμματισμό ή διάγνωση ελέγχεται από κωδικό και καταγράφεται στη μνήμη του συστήματος με πληροφορίες όπως ώρα επέμβασης, τύπος εργασίας κλπ. Επεμβάσεις ή προσπάθειες για επέμβαση από αναρμόδιους (security violations) καταγράφονται.

Το τηλεφωνικό κέντρο θα είναι εφοδιασμένο με το κατάλληλο λογισμικό για την έγκαιρη διάγνωση των βλαβών και την απαγόρευση επέκτασης της βλάβης σε όλο το σύστημα.

Διαθέτει εφεδρική τροφοδοσία για αδιάλειπτη λειτουργία τεσσάρων (4) ωρών με συσσωρευτές κλειστού τύπου (Maintenance Free), κατάλληλους για συνθήκες συντηρητικής φόρτισης. Σε περίπτωση διακοπής της τροφοδοσίας της Δ.Ε.Η. η τροφοδοσία θα γίνεται από τους συσσωρευτές. Η μεταγωγή θα γίνεται αυτόματα και χωρίς να απαιτείται η διακοπή της λειτουργίας του τηλεφωνικού κέντρου.

Το τηλεφωνικό κέντρο θα διαθέτει όλες τις απαιτούμενες αντικεραυνικές διατάξεις για την πλήρη αντικεραυνική ασφάλιση των ζευκτικών κυκλωμάτων.

Το τηλεφωνικό κέντρο είναι εξοπλισμένο με:

- Ø 20 κυκλώματα ψηφιακών EURO-ISDN, PRI, 30B+D.
- Ø 30 κυκλώματα αναλογικών γραμμών ΟΤΕ.
- Ø 300 κυκλώματα αναλογικών εσωτερικών συνδρομητών 2-σύρματου τύπου.
- Ø 150 κυκλώματα ψηφιακών εσωτερικών συνδρομητών EURO-ISDN, 3-σύρματου τύπου 2B+D, So interface.
- Ø 1 σύστημα εκπομπής μηνυμάτων.
- Ø 9 συσκευές τηλεφωνητή (κονσόλα τ/κ).
- Ø δυνατότητα συστήματος καταγραφής των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων.
- Ø σύστημα εφεδρική τροφοδοσίας.
- Ø τηλεδιάγνωση και τηλεσυντήρηση του τηλεφωνικού κέντρου εξ' αποστάσεως.

9. Σύστημα Κεντρικού Ελέγχου και Παρακολούθησης των Η/Μ εγκαταστάσεων (BMS).

Σκοπός της εγκατάστασης του Κεντρικού Συστήματος Ελέγχου και παρακολούθησης των Η/Μ εγκαταστάσεων (BMS) είναι να είναι δυνατός ο έλεγχος, η παρακολούθηση και η εξοικονόμηση ενέργειας και ανθρωποωρών εργασίας στις Ηλεκτρομηχανολογικές Εγκαταστάσεις από κεντρικό σημείο του κτιρίου μέσω Η/Υ. Κατ' αυτόν τον τρόπο

απλουστεύεται κατά πολύ η εποπτεία των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων και αυξάνει η αξιοπιστία της λειτουργίας του.

Με την βοήθεια του συστήματος ελέγχου και παρακολούθησης θα επιτυγχάνεται ο Ψηφιακός Έλεγχος από συγκεκριμένο σημείο των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων. Έτσι μπορεί κανείς να έχει επί 24ωρου βάσεως οπτική επαφή με όλες τις λειτουργικές παραμέτρους των εγκαταστάσεων όπως:

- Ø Χειρισμός – παρακολούθηση της λειτουργίας όλων των κλιματιστικών μηχανημάτων.
- Ø Παρακολούθηση της κατάστασης των κεντρικών ηλεκτρικών εγκαταστάσεων.
- Ø Έλεγχος του χειρισμού του φωτισμού κατά ομάδες.
- Ø Χειρισμός του εξωτερικού φωτισμού, του φωτισμού του αγωνιστικού χώρου και των κερκίδων, του φωτισμού των διαδρόμων και πιθανόν ορισμένων κοινόχρηστων χώρων.
- Ø Παρακολούθηση – σήμανση βλαβών και συναγερμού όλων γενικά των εγκαταστάσεων.
- Ø Μεταφορά σημάνσεων των εγκαταστάσεων πυρανίχνευσης, συστημάτων ασφαλείας κλπ.
- Ø Κατάσταση λειτουργίας των ανελκυστήρων.

Το σύστημα BMS θα έχει την ικανότητα να παρουσιάσει στην οθόνη διαγράμματα λειτουργίας όλων των εξερχόμενων εγκαταστάσεων και μηχανημάτων, με δυνατότητα επέμβασης σε κάθε μηχανήμα με ποντίκι ή πληκτρολόγιο.

10. Ανελκυστήρες

Έχουν σχεδιαστεί δυο ηλεκτροκίνητοι ανελκυστήρες χωρίς μηχανοστάσιο (EVOLUTION) ατόμων δύο στάσεων και ενός τριών στάσεων με τα παρακάτω γενικά χαρακτηριστικά:

- Ø Αριθμός επιβατών: τουλάχιστον 14 άτομα.

- Ø Αριθμός στάσεων: όσα και τα επίπεδα του κτιρίου που τοποθετούνται.
- Ø Πόρτες φρέατος και θαλάμου αυτόματες, συρόμενες κεντρικού ανοίγματος, πλάτους τουλάχιστον 0,90 m, με φωτοκύτταρο ελέγχου κλεισίματος.
- Ø Ταχύτητα 1,0 m/sec.

Ο κινητήριος μηχανισμός έχει εγκατασταθεί σε ειδική βάση εντός του φρέατος, ενώ μεταξύ της βάσης του κινητήριου μηχανισμού και της πλάκας του φρεατίου έχει παρεμβληθεί ειδικό αντιδονητικά υλικό για να μην μεταφέρονται οι κραδασμοί στο κτίριο και να επιτυγχάνεται καλύτερη ηχομόνωση. Ολοι οι ανελκυστήρες είναι κατάλληλοι και για χρήση από άτομα με ειδικές ανάγκες.

11. Παρασκευαστήρια – Μπαρ

Έχει κατασκευαστεί η υποδομή των διαφόρων δικτύων (ύδρευσης, αποχέτευσης, ηλεκτρικών, αεραγωγών κλπ), που απαιτείται για τη λειτουργία του εξοπλισμού αυτού.

12. Αντικεραυνική Προστασία και Γειώσεις

Για την πλήρη αντικεραυνική προστασία του κτιρίου, έχουν ληφθεί όλα τα απαιτούμενα μέτρα έτσι ώστε να εξουδετερώνονται με ασφάλεια τόσο τα άμεσα όσο και τα έμμεσα αποτελέσματα που προκαλούνται από την πτώση κεραυνών. Τα μέτρα αυτά συνιστούν δύο κατηγορίες εγκαταστάσεων αντικεραυνικής προστασίας

- Ø Την εξωτερική αντικεραυνική προστασία που αφορά στην εφαρμογή της προστασίας επί των κτιρίων του συγκροτήματος, δηλαδή του σχήματος συλλογής- απαγωγής- γείωσης ρεύματος κεραυνού.
- Ø Την εσωτερική αντικεραυνική προστασία που αφορά στην προστασία των ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων έναντι

υπερτάσεων που προκαλούνται από τη διέλευση ρευμάτων από κεραυνούς και την επαγωγή που προκαλούν.

13. Είδη υγιεινής

Η επιλογή των ειδών υγιεινής έγινε με βάση τις προδιαγραφές υγιεινής, την ευκολία χρήσεως και καθαρισμού και την αντοχή τους σε απόπειρα βανδαλισμού. Τα παρελκόμενα των ειδών υγιεινής που είναι τοποθετημένα σε όλους γενικά τους χώρους υγιεινής είναι:

- Ø Καθρέπτες τοίχου μπιζουτέ, 500 x 600 mm.
- Ø Εταξέρα νιπτήρα πορσελάνης, λευκή μήκους 0,60 m.
- Ø Σαπυνοσπογγοθήκες, εντοιχισμένες από λευκή πορσελάνη.
- Ø Συσκευές υγρού σαπουνιού.
- Ø Γάντζοι ανάρτησης ρούχων, διπλοί, γάντζοι ανάρτησης πετσετών.
- Ø Χαρτοθήκες εντοιχισμένες πορσελάνης.
- Ø Θήκες χαρτοπετσετών, πορσελάνης, εντοιχισμένες.

Τα είδη υγιεινής για χρήση από άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ) είναι ειδικής κατασκευής, εξοπλισμένα με όλα τα απαιτούμενα εξαρτήματα για την διευκόλυνση των ΑΜΕΑ.

5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η υπό μελέτη εγκατάσταση είναι σχεδόν πλήρως εξοπλισμένη με όλες τις απαραίτητες εγκαταστάσεις για την άρτια διοργάνωση εκδηλώσεων. Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE, όμως, έκρινε ότι για την άρτια διεξαγωγή των συνεδρίων και συναυλιών θα πρέπει να προχωρήσει στην αγορά νέας τεχνολογίας που αφορά:

1. Οπτικοακουστικά συστήματα για τις συναυλιακές αίθουσες.
2. Ηχομόνωση για τις συναυλιακές αίθουσες.
3. Σύστημα ηλεκτρονικού ελέγχου εισιτηρίων.

4. Οθόνες προβολής.
5. Συσκευές εξυπηρέτησης των μπαρ (Συναυλιακές αίθουσες).
6. Οργάνωση γραφείων.

Η επιλογή της τεχνολογίας για κάθε τμήμα παραγωγής ή εξυπηρέτησης των υπηρεσιών του ATTICA GOLDEN PALACE έγινε με βάση τα εξής κριτήρια:

- Ø Ποιότητα προϊόντων – τεχνολογίας.
- Ø Κόστος προϊόντων – τεχνολογίας.
- Ø Το περιεχόμενο του <<πακέτου>> της τεχνολογίας.
- Ø Τους προμηθευτές και τις διαθέσιμες εναλλακτικές λύσεις.
- Ø Τους όρους και τις συνθήκες της σύμβασης με τους προμηθευτές τεχνολογίας.
- Ø Την στρατηγική των διαπραγματεύσεων και αγοράς της τεχνολογίας.
- Ø Την ελαστικότητα της τεχνολογίας, αναφορικά με την εξέλιξή της σύμφωνα με τις απαιτήσεις της αγοράς.
- Ø Την προβλεπόμενη παραγωγή των υπηρεσιών του ATTICA GOLDEN PALACE.

Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE μετά από εκτενή έρευνα των προσφερόμενων στην αγορά προϊόντων, και αφού μελέτησε τις ανάγκες της επιχείρησης και ανέλυσε τις απαιτήσεις των δυνητικών πελατών της, κατέληξε στην επιλογή των παρακάτω προϊόντων ως των πλέον κατάλληλων για την επιχείρηση.

5.2.1 ΗΧΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Ηχεία

- L-ACOUSTICS (FLOWN)
- 16 V-DOSC , 16 SB 218
- AMPS : LA 48 , PROC. : XTA DP 226
- Infills : dv-DOSC

Έλεγχος ήχου

- 1 X MIXING DESK MIDAS HERITAGE 2000 48/8/2
- 3 X PROCESSORS KT DN 8000
- 6 X GRAPHIC EQ 1/ 3 OCTAVE BSS FCS 960
- 1 X DIGITAL DELAY TC ELECTRONICS 2290
- 2 X DIGITAL MULTIEFFECTS TC ELECTRONICS M 3000
- 1 X DIGITAL MULTIEFFECT LEXICON M6000
- 1 X SPECTRUM ANALYZER KT DN 60
- 1 X CALIBRATED MIC BRUEL & KJAER 4006
- 9 X DUAL COMPRESSORS DPR 402
- 1 X DYNAMIC EQ BSS DPR 901-II
- 2 X QUAD NOISE GATES BSS DPR 504
- 4 X DUAL NOISE GATES BSS DPR 504
- 1 X PROFESSIONAL COMPACT DISC PLAYER
- 1 X PROFESSIONAL DAT PLAYER
- EQ: KLARK TEKNIK DN 360
- FX: 1 TC 2290 , 2 YAMAHA SPX 990 , 1 LEXICON PCM 91 , 1 EVENTIDE H3000
- COMP.LIMITERS: 8CH. BSS DPR 402 , 2CH. TL AUDIO
- NOISE GATE: 8CH. DRAWMER DS 201
- Διάφορα: 1 BSS DPR 901II , 1 ANALYZER KLARK TEKNIK 1 CD PLAYER, 1 DAT - INTERCOM

Έλεγχος ήχου κεντρικής κονσόλας

- 1 Mixing desk 48/8/2: MIDAS XL-4/XL-3, MIDAS HERITAGE 3000, YAMAHA PM-4000...
- 3 Processors: XTA DP-226, BSS OMNIDRIVE FDS-366 ή FDS-388,...
- 6 Graphic equalizers 1/3 octave: KLARK TEKNIK DN-300, BSS FCS-930...
- 2 Dual parametric equalizers MEYER CP-10
- 1 Digital delay TC ELECTRONICS 2290 or TC D-TWO

- 2 Digital multieffects: TC ELECTRONICS M-3000
- 1 Digital multieffect LEXICON 480 L
- 1 Armonizer EVENTIDE H-3000-D/SE
- 1 Spectrum analyzer: KLARK TEKNIK DN-60 or DN-6000
- 1 Calibrated microphone BRÜEL & KJAER 4006
- 9 Dual compressors DBX-160 SL
- 1 Dinamic equalizer BSS DPR-901 II
- 4 Dual noise gates Drawmer DS-201
- 1 Professional compact disc
- 1 Professional D.A.T.

ΗΧΕΙΑ ΣΚΗΝΗΣ

- 4 X EV Xw 12
- 3 X EV Rx 115/75
- 8 X RX 115/75 AS SIDE FILL
- 1 X MIXING DESK 48/16, MIDAS HERITAGE 3000
- 12 X KT DN360 GRAPHIC EQ 1/ 3 OCTAVE
- 4 X TC ELECTRONICS DIGITAL MULTI EFFECT
- 5 X DBX 160 XT SINGLE COMPRESSORS
- 7 X DPR 402 DUAL COMPRESSORS
- 2 X QUAD NOISE GATES DPR 504

Ηχεία μικροφώνων σκηνής

- 4 Selfpowered monitor wedges MEYER UM-1P (PFL included)
- 1 Cluster with 3 selfpowered speakers MEYER UPA-1P
- 8 Sidefills, two ways: MEYER CQ-2, MEYER MSL-4, NEXO PS-15 ...
- 10 Wireless receivers SHURE PSM-600
- 10 Wireless transmitters SHURE P6R-HF
- 12 Earphones SHURE E-1
- 2 Antenna combiners SHURE
- 1 Passive combiner SHURE UA-220
- 1 Directional antenna SHURE PA 705

- 2 Antenna cables 10 meters long

Έλεγχος ηχείων σκηνής

- 1 Mixing desk 48/16: MIDAS XL-4/XL-3, MIDAS HERITAGE 3000, YAMAHA PM-4000M
- 1 Digital console YAMAHA O2R*
- 2 Microphone preamplifiers TASCAM MA-8*
- 12 Graphic equalizers 1/3 octave: TC ELECTRONICS TC-1128 or 6 KLARK TEKNIK DN-360
- 1 Remote control TC ELECTRONICS TC-6032
- 1 Midi matrix TC ELECTRONICS TC-MM-24
- 3 Dual parametric equalizers MEYER CP-10 or 2 TC ELECTRONICS TC-1140
- 4 Digital multieffects: LEXICON 300 L, LEXICON PCM-70 (V 2.3), TC ELECTRONICS M-3000...
- 5 Single compressors DBX-160 XT
- 7 Dual compressors DBX-160 SL
- 4 Dual noise gates Drawmer DS-201
- 1 Transformer 110V to 220V (2000 Watts), in some countries*

Μικρόφωνα

- 2 ElectroVoice N/D-408 B
- 3 AKG C-419*
- 2 Direct injection boxes: BSS AR-133, KLARK TEKNIK LBB-100
- 1 Shure SM-57*
- 1 Neumann KM-150
- 2 Neumann KM-140
- 8 Shure 58 A
- 8 Shure SM-98
- 20 Amcron PCC-160
- 10 Long black mic stands with telescopic boom arms
- 8 Short black mic stands with telescopic boom arms

- 10 Percussion clamps KÖNIG & MEYER, LATIN PERCUSSION

Ασύρματα μικρόφωνα

- 18 Diversity receivers UHF SHURE U4-D or MK-2 *
- 17 Transmitters UHF SHURE U-1*
- 1 Handheld transmitter UHF SHURE BETA 87*
- 1 Interface for PC SHURE UA-888*
- Laptop with control software SHURE UA-888*
- Antenna distributors SHURE UA-875*
- Active directional antennas SHURE UA-870 A*
- Antenna cables 10 meters long*
- Antenna cables 15 meters long*
- 10 Capsules Shure WBH Beta 53 with flesh colour headset*
- 5 Capsules Shure WL 50 black colour*
- 8 Capsules Shure WL 51 black colour*
- 2 Capsules Sennheiser MKE-2 red dot black colour*
- 2 Capsules DPA-4061 black colour*
- Spare antennas
- Batteries AAA

5.2.2 ΦΩΤΙΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Φωτιστικός Εξοπλισμός συναυλιακής αίθουσας

- 16 X FRESNEL 2KW STRAND BAMBINO
- 12 X CYCLORAMA UNITS ASYMMETRICAL 1KW EACH
- 7 X ETC S4 19°
- 12 X PAR 64 CP61
- 8 X PAR 64 CP60
- 8 X PAR 64 CP62
- 2 X FOLLOW SPOTS HQI 2,5KW
- 12 X VL 2000 SPOT
- 18 X VL 2000 WASH

- 2 X FOG MACHINES JEM HAZER
- 2 X FANS MARTIN DMX CONTROLLED
- 3 X INTERCOM ASL
- 6 X LIGHT STANDS 2m
- 1 X WHOLE HOG II LIGHTING DESKS
- ALL NECESSARY DIMMERS, CABLES & FILTERS
- 60m PROLYTE TRUSSES H40
- TRUSS SECTION : GROUND SUPPORT BY LIGHT AND SOUND DESIGN
- CLEAR WIDTH: 14, 50M. – CLEAR DEPTH: 11M - CLEAR HEIGHT: 7M.
- 16 FRESNEL 2KW
- 07 ALTMAN LEKOS 6X16 1KW
- CYCLORAMA 2.5KW 2 WAY
- PAR 64 CP 61

Κινούμενες κεφαλές

- 12 MAC 500 OR 06 X-SPOT + 06 MAC 500
- 12 MAC 600 OR STUDIO COLOR
- 06 SAGGITER 575 WASH.
- DESK : WHOLEHOG II
- DIMMERS : 72 CH. DIMMER / 4KW PER CHANNEL
- STROBES
- FOG MACHINES : 2 LE MAITRE HAZER
- FOLLOW SPOTS: 2 XENON 2.5KW
- MISC. : 6 BOOM STANDS 2M. (TRUSS 30X30) , INTERCOM
- FILTERS : LEE
- 16x FRESNELL 2KW
- 12x CYC LITES (CYCLORAMA)1KW
- 7x PROFILES 19°
- 12x PAR64 (N°2)
- 8x PAR64 (N°1)

- 8x PAR64 (N°5)
- 3x MOLEFAY
- 1x FOLLOWSPOT 2500W
- 12x STUDIO SPOT ο VL6b
- 18x STUDIO COLOR ο VL5
- 2x SMOKE MACHINE DF50
- 2x FAN
- 3x INTERCOM POINT
- 6x BOOM STANDS 2m
- FILTERS: lee204,lee152,lee180,lee106,lee363,lee201

5.2.3 ΗΧΟΜΟΝΩΣΗ

Η μόνωση αποτρέπει οποιοδήποτε ήχο να διαφύγει εκτός του κτηρίου, οπότε αποφεύγονται τα προβλήματα με τις γειτονικές εγκαταστάσεις.

Η ηχομόνωση θα πραγματοποιηθεί με τη βοήθεια της εταιρίας Rokwool της οποίας τα προϊόντα έχουν βασική πρώτη ύλη τον ορυκτοβάμβακα και πρωτοπορούν σε θέματα:

- Αντοχής στη θέρμανση
- Ηχομόνωσης – Ηχοαπορρόφησης
- Τοξικότητας (είναι χημικά αδρανές υλικό, συμβατό με όλα τα δομικά υλικά και δε συμβάλλει στη διάβρωση των μετάλλων. Στην επαφή του με τη φωτιά δεν αναδύει τοξικά αέρια).

5.2.4 ΟΘΟΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Η εταιρία θα προχωρήσει στην απόκτηση 4 video projectors με τα ακόλουθα τεχνικά χαρακτηριστικά:

- DLP βίντεοπροβολέας από την Nec Τύπου: DMD $\pm 12^\circ$.
- Φωτεινότητας: 5000 ANSI LUMENS.
- Contrast: 3000:1 με ίριδα. A

- αναλύσεις: Πραγματική 1024x768 (XGA) & συμπιεσμένη έως 1600x1200 (UXGA) Χαρακτηριστικά: Ψηφιακή μεγέθυνση εικόνας.
- Ψηφιακό Keystone correction 3D Reform $\pm 30^\circ$ H. $\pm 30^\circ$ V. 1x PCMCIA Card. 10 Bit Video Decoder. Χρωματικός δίσκος 6 περιοχών.
- Διπλασιαστής γραμμών DCDi Faroudja.
- Είσοδος DVI & Component 3xRCA.
- Ενσύρματη σύνδεση σε δίκτυο LAN.
- Προβολή 4:3&16:9...

Επίσης θα αποκτηθούν 6 οθόνες προβολής, τύπου LEGA 5X5.

5.2.5 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ

Τα Συστήματα Ελέγχου Πρόσβασης είναι η εφαρμογή ασφάλειας, που μας επιτρέπει τον έλεγχο εισόδου - εξόδου στον χώρο που επιθυμούμε.

Η επόπτευση και αναζήτηση γεγονότων είναι εφικτή όχι μόνο τοπικά, αλλά από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη.

Οι εφαρμογές είναι προσαρμοσμένες στις ανάγκες του ATTICA GOLDEN PALACE και χρησιμοποιούν πλήθος εξοπλισμού και λογισμικού, ειδικά όταν έχουμε να κάνουμε και με λύσεις όπως αυτή της οικονομικής διαχείρισης και παροχής υπηρεσιών.

Τα συστήματα απαρτίζονται με κάποια από τα παρακάτω.

- Τις κάρτες πρόσβασης οποιασδήποτε μορφής.
- Τον εξοπλισμό ανάγνωσης, επικοινωνίας και μεταφοράς του σήματος.
- Τον φυσικό εξοπλισμό παροχής πρόσβασης.

Ο έλεγχος πρόσβασης είναι μία σημαντική εφαρμογή ασφάλειας.

Η ασφαλέστερη και οικονομικότερη τεχνολογία που μπορεί να χρησιμοποιηθεί είναι αυτή του RF/ID. Κάρτες σε μέγεθος κλειδιού ή τύπου πιστωτικής, που δεν χρειάζονται να έρθουν σε επαφή με μηχανισμό

ανάγνωσης (μείωση μηχανικών κινούμενων μερών & πλήρης απουσία συντήρησης και βλαβών των αναγνώστων) και δεν αντιγράφονται.

Προαιρετικά η χρήση λογισμικού σε on-line συνδέσεις προσφέρει μεγάλες δυνατότητες παραμετροποίησης μέσω ελληνικού λογισμικού.

5.2.6 ΣΥΣΚΕΥΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΤΩΝ BARS

Τα μηχανήματα που θα χρησιμοποιηθούν για της ανάγκες εξυπηρέτησης των bars είναι τα ακόλουθα:

- Παγομηχανές - 7
- Ψυγεία – 6
- Καταψύκτες – 5
- Ταμειακές μηχανές - Από 1 έως 2 σε κάθε bar

5.2.7 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΡΑΦΕΙΩΝ- ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Η εταιρία θα προβεί στην αγορά 30 ηλεκτρονικών υπολογιστών τα χαρακτηριστικά των οποίων περιγράφονται στον Πίνακα 5.1

Πίνακας 5-1 Σύνοψη του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή

PLATO PC P4 2.66GHz+15 TFT+X75

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΤΗΣ	INTEL P4 2.66 GHz
ΜΝΗΜΗ	256MB DDR
ΣΚΛΗΡΟΣ ΔΙΣΚΟΣ	40 GB / 7200 rpm
ΚΑΡΤΑ ΓΡΑΦΙΚΩΝ	GeForce4 MX440 128MB + TV-Out
ΚΑΡΤΑ ΗΧΟΥ	On board
DVD-ROM	16x
CD-RW	52x/24x/52x
ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ / ΠΟΝΤΙΚΙ	MS Internet keyboard / MS optical mouse
MODEM/FAX	56k PCI
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ	MS WINDOWS XP HOME GR
ΟΘΟΝΗ SAMSUNG	15" TFT

Οι παραπάνω υπολογιστές θα είναι συνδεδεμένοι σε ένα switch (μεταγωγό) 26 θυρών (ports) σχηματίζοντας ένα τοπικό δίκτυο. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η γρήγορη μεταφορά πληροφοριών μεταξύ των εργαζομένων, η κοινή χρήση φακέλων και αρχείων, καθώς και η κοινή χρήση περιφερειακών συσκευών όπως οι εκτυπωτές.

Στο switch θα συνδεθούν δύο (2) εκτυπωτές, στους οποίους μπορούν να εκτυπώσουν όλοι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές που είναι συνδεδεμένοι στο switch. Επιπλέον ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός θα περιλαμβάνει 3 Fax και 4 scanner που θα είναι συνδεδεμένα σειριακά με 2 από τους υπολογιστές.

5.2.8 e – ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Με τη χρήση σύγχρονων τηλεπικοινωνιακών δικτύων και ειδικότερα μέσω τεχνολογιών Internet, Intranet καθώς και δορυφορικών δικτύων παρέχονται υπηρεσίες που καθιστούν δυνατή την εξ' αποστάσεως κατάρτιση και επιμόρφωση. Μια τέτοια υπηρεσία αναμένεται να προσφέρει το ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE που ονομάζεται e-Συνέδριο. Πρόκειται στην ουσία για τη ζωντανή μετάδοση των εργασιών ενός συνεδρίου που διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο σε συνέδρους.

Εξυπηρετεί όλους εκείνους που ενδιαφέρονται, είτε να παρακολουθήσουν τις εργασίες ενός συνεδρίου (σύνεδροι), είτε να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σ' ένα συνέδριο (ομιλητές) αλλά λόγω γεωγραφικών, χρονικών και άλλων περιορισμών δεν είναι δυνατή η φυσική παρουσία τους σε αυτό.

Δυνατότητες

Οι δυνατότητες της υπηρεσίας αυτής είναι πολλές και ομολογουμένως εντυπωσιακές:

- Δυνατότητα ζωντανής προσέγγισης αυξημένου αριθμού συμμετεχόντων που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές. Σε ένα συνέδριο οι ομιλητές πραγματοποιούν τις εισηγήσεις τους, προβάλλουν το συνοδευτικό τους υλικό στις οθόνες και μέσω της υπηρεσίας e-συνέδριο οι απομακρυσμένοι σύνεδροι έχουν τη δυνατότητα να ακούσουν τον εισηγητή και να δουν τις διαφάνειές του. Μπορούν ακόμη να λάβουν το λόγο και να εκφέρουν την άποψή τους η οποία μεταδίδεται στο συνεδριακό χώρο και τους υπόλοιπους απομακρυσμένους συμμετέχοντες.

- Δυνατότητα καταγραφής των εργασιών του συνεδρίου προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να έχουν πρόσβαση σε αυτές σε χρόνο επιλογής τους. Η διάθεσή τους μπορεί να γίνει είτε μέσω CD είτε μέσα από το Internet.

- Δυνατότητα παρουσίας ομιλητών που υπό άλλες συνθήκες - λόγω γεωγραφικών περιορισμών, έλλειψης χρόνου ή ακόμα και υψηλού οικονομικού κόστους - δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν και να παρουσιάσουν τις εργασίες τους σε ένα συνέδριο.

- Δυνατότητα πλήρους υποστήριξης των απομακρυσμένων συνεδριών στις διερμηνευτικές υπηρεσίες που διαθέτει ένα συνέδριο που διεξάγεται σε ένα φυσικό χώρο. Η υλοποίηση γίνεται μέσα από τη δημιουργία εικονικών αιθουσών στο Internet, μία για κάθε γλώσσα. Οι απομακρυσμένοι σύνεδροι διαλέγουν να εισέλθουν στην αίθουσα που ομιλείται η γλώσσα της αρεσκείας τους. Σ' αυτή την εικονική αίθουσα κύριος ομιλητής είναι ο διερμηνέας που μεταφράζει τον εκάστοτε ομιλητή του συνεδρίου και μεταδίδει όσα συμβαίνουν στο συνέδριο. Έτσι δημιουργούνται παράλληλες συνεδρίες μία για κάθε γλώσσα. Οι εργασίες του συνεδρίου μπορούν να καταγραφούν και σε όσες γλώσσες έχουν προγραμματιστεί.

- Δυνατότητα παρακολούθησης των εισηγήσεων εκ των υστέρων ιδιαίτερα στις περιπτώσεις συνεδρίων στα οποία έχουμε παράλληλες αίθουσες ή συνοδεύονται από παράλληλα workshops. Οι απομακρυσμένοι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν τη συμμετοχή τους στο workshop που επιθυμούν δημιουργώντας παράλληλες συνεδρίες οι οποίες μπορούν και αυτές να καταγραφούν.

Οφέλη

Τα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι ιδιαίτερα ελκυστικά. Με τη χρήση του e-συνεδρίου, οι ενδιαφερόμενοι:

- Απαλείφουν το μεγαλύτερο μέρος του κόστους διοργάνωσης ενός συνεδρίου.

- Έρχονται σε συχνότερη επαφή με τους συνεργάτες και τους πελάτες τους.

- Απαλείφουν το κόστος που προκύπτει από τη μετακίνηση και τη διαμονή των συμμετεχόντων.

- Κερδίζουν χρόνο στην οργάνωση του συνεδρίου.

- Αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, λόγω της μεγαλύτερης ταχύτητας διασποράς και διάχυσης της πληροφορίας και της γνώσης.

Παραδείγματα τεχνικής υλοποίησης της υπηρεσίας e – συνέδριο μέσω της τεχνολογίας CIN Centra-One.

A. Ο κύριος παρουσιαστής θα βρίσκεται στο πλατώ του χώρου και θα έχει τον απόλυτο έλεγχο του τερματικού που θα βρίσκεται δίπλα του. Αυτός θα είναι υπεύθυνος για την αλλαγή των διαφανειών, καθώς και για το ποιος από τους συμμετέχοντες μέσω Centra θα έχει τον λόγο να μιλήσει. Η φωνή του παρουσιαστή θα μεταδίδεται:

α) μέσω του Η/Υ σε όλους τους συμμετέχοντες που παρακολουθούν το συνέδριο μέσω Centra.

β) Μέσω ενισχυτή που θα βρίσκεται στο χώρο, σε όλους τους παρευρισκόμενους.

Εάν χρειαστεί να δειχτεί μέσω Centra, Live video του χώρου, τότε απαραίτητη είναι η ύπαρξη μιας Web Camera, η οποία θα προβάλλει είτε τον παρουσιαστή που θα μιλά, είτε το χώρο του συνεδρίου.

Μέσω του προβολικού μηχανήματος που θα βρίσκεται στον χώρο θα προβάλλεται η οθόνη του Η/Υ (Centra). Με κάθε αλλαγή διαφάνειας από τον παρουσιαστή, αυτή θα προβάλλεται μέσα από την πλατφόρμα σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες και μέσω του προβολικού στο χώρο. Στην περίπτωση που ο παρουσιαστής δεν θέλει να έχει τον έλεγχο του Η/Υ τότε απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ατόμου (Leader) το οποίο θα διαχειρίζεται το Centra. Οι αρμοδιότητες του ατόμου είναι να αλλάζει τις διαφάνειες μέσω Centra, όποτε το ζητήσει ο παρουσιαστής, καθώς και το να δίνει το λόγο σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες όταν αυτό του

επιτραπεί.

B. Στη δεύτερη περίπτωση ο κύριος παρουσιαστής του συνεδρίου δεν κάνει τίποτε άλλο, εκτός από το να παρουσιάζει τις διαφάνειες που προβάλλονται στο Video wall. Για να γίνει εφικτό κάτι τέτοιο χρειάζονται να γίνουν τα εξής πράγματα:

- Ένας Η/Υ ο οποίος θα τρέχει το Centra Symposium και θα έχει σύνδεση με το Web (ISDN 64). Ο κύριος ομιλητής θα φορά ένα μικρόφωνο πέτου το οποίο θα συνδέεται με το τερματικό του Centra, καθώς και με την κεντρική κονσόλα ήχου που θα βρίσκεται στο χώρο. Έτσι η φωνή του θα μεταδίδεται μέσω κονσόλας στα κεντρικά ηχεία του συνεδρίου και μέσω Η/Υ στο Web.
- Το Laptop του ομιλητή θα πρέπει να είναι συνδεδεμένο με το προβολικό του συνεδρίου έτσι ώστε όλοι οι παρευρισκόμενοι να βλέπουν την παρουσίαση του, ενώ αντίθετα οι διαφάνειες του συνεδρίου θα φτάνουν σε όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες μέσω Centra. Βασικό στο όλο σενάριο είναι το άτομο το οποίο θα διαχειρίζεται το τερματικό του Centra, να αλλάζει τις διαφάνειες με τη σειρά που αυτές προβάλλονται στο χώρο.
- Όλο το υλικό του συνεδρίου, θα πρέπει να έχει εισαχθεί από πριν στον κεντρικό Centra Server ο οποίος θα βρίσκεται στην otenet.
- Το υλικό το οποίο θα εισαχθεί στον Centra Server θα πρέπει να έχει δημιουργηθεί έτσι ώστε να είναι Pro-Download από όλους τους απομακρυσμένους συμμετέχοντες.

Τέλος απαραίτητη κρίνεται η παρουσία του CIN Leader στην εικονική αίθουσα του συνεδρίου για την αντιμετώπιση ερωτήσεων που αφορούν τη χρήση της τεχνολογίας.

Τεχνική υποδομή

Για τη σωστή διεκπεραίωση ενός συνεδρίου μέσα από την τεχνολογία της CIN Centra-One απαιτούνται οι παρακάτω τεχνικές υποδομές.

- Ηλεκτρονικός Υπολογιστής ή Laptop με τα εξής χαρακτηριστικά : Θα πρέπει να είναι ένα μηχάνημα της τάξης ενός Pentium II 400 Mhz ή ένας Celeron 400Mhz.

- Απαραίτητη για κάθε ηλεκτρονικό υπολογιστή είναι η ύπαρξη κάρτας ήχου (Sound Blaster 16-64-128-Live) η κάποιας άλλης συμβατής κάρτας. Η οθόνη που θα χρησιμοποιείται θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 15'' η για ακόμα καλύτερα αποτελέσματα 17''. Τέλος απαραίτητη προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία του Centra είναι η ύπαρξη 64 MB Ram και ενός Modem με ταχύτητα 55.6 Kbps ή ISDN 64 Kbps. Σε περίπτωση όπου υπάρχει Web Camera τότε αυτή μπορεί να αξιοποιηθεί από την πλατφόρμα.
- Video Projector ο οποίος θα μπορεί να ανεβάζει ανάλυση 1024x768 και 16 Bit color.
- Μικρόφωνο. Απαραίτητη είναι η ύπαρξη ενός ασύρματου ή ενσύρματου μικροφώνου καλής ποιότητας.
- Κονσόλα Ήχου. Είναι απαραίτητη για να οδηγηθεί ο ήχος του Η/Υ στις εγκαταστάσεις του συνεδρίου. Στην κονσόλα ήχου θα συνδέεται και το μικρόφωνο του παρουσιαστή.
- Οθόνη προβολής. Η οθόνη προβολής που θα βρίσκεται στον χώρο θα πρέπει να έχει το ανάλογο μέγεθος έτσι ώστε να είναι εφικτή η παρακολούθηση των διαφανειών που προβάλλονται από όλους τους παρευρισκομένους.

5.2.9 ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η αγορά της τεχνολογίας θα συνοδεύεται από τις παρακάτω παρεχόμενες υπηρεσίες:

- Ø Το κύριο λόγο για την αγορά του τεχνολογικού εξοπλισμού που αφορά την κύρια παραγωγή, έπαιξε η πλήρης μεταφορά της τεχνογνωσίας από τον προμηθευτή, η οποία συνοδεύεται από ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών αναβάθμισης, εξέλιξης και πλήρους τεχνικής υποστήριξης.
- Ø Η εγγύηση της τεχνολογίας (Κύρια Παραγωγή) ανέρχεται στα 6 έτη, στα πλαίσια των υπηρεσιών μετά την πώληση, και εφ' όσον τηρούνται όλοι οι όροι της σύμβασης αγοράς.

- Ø Νέα χαρακτηριστικά λογισμικού και αναβαθμίσεις είναι διαθέσιμα στον πελάτη όταν κυκλοφορήσουν χωρίς επιπλέον κόστος ως μέρος της συμφωνίας συντήρησης.
- Ø Συνεχής εκμετάλλευση των τελευταίων προόδων της τεχνολογίας στο λογισμικό, και hardware, έτσι ώστε να διατηρείται το σύστημα, ενημερωμένο και πρωτοπόρο στη διαχείριση και διανομή των υπηρεσιών.
- Ø Άτομα με εμπειρία στη μουσική βιομηχανία και στην διοργάνωση συνεδρίων, αναλαμβάνουν την εκπαίδευση των χρηστών των διαφόρων συστημάτων.
- Ø Η εγκατάσταση οποιουδήποτε εξοπλισμού πραγματοποιείται από την ομάδα μηχανικών του εκάστοτε προμηθευτή. Από την ημέρα της παραγγελίας ή της υπογραφής του συμβολαίου, η εγκατάσταση πραγματοποιείται συνήθως εντός 30 ημερών έχοντας θέσει σε πλήρη λειτουργία το σύστημα.
- Ø Η τεχνική υποστήριξη για όλο τον τεχνολογικό εξοπλισμό του ATTICA GOLDEN PALACE είτε αυτό αφορά την κύρια παραγωγή ή τα κέντρα υποστήριξης, θεωρείται μέρος της συμφωνίας αγοράς ή μίσθωσης της τεχνολογίας. Για την κύρια παραγωγή η τεχνική υποστήριξη προσφέρεται σε 24ώρη βάση.
- Ø Το ATTICA GOLDEN PALACE δεν επιβαρύνεται με επιπλέον έξοδα αναφορικά με την τεχνική βοήθεια για τον 1^ο χρόνο λειτουργίας εκτός των δυσλειτουργιών που μπορεί να οφείλονται στην κακή διαχείριση από πλευράς του προσωπικού.

Όσον αφορά τον τεχνολογικό εξοπλισμό που έχει αποκτηθεί με μίσθωση, και αφορά κυρίως τα κέντρα εξυπηρέτησης και υποστήριξης της μονάδας, η σύμβαση ανανεώνεται κάθε έτος και περιλαμβάνει την ανανέωση του εξοπλισμού ανάλογα με τις εξελίξεις και τις ανάγκες του πολυμορφικού κέντρου, καθώς και η ανανέωση των όρων τεχνικής υποστήριξης και εκπαίδευσης του προσωπικού.

Στον παρακάτω πίνακα υπολογίζονται τα πάγια κόστη των έργων πολιτικού μηχανικού, του κύριου εξοπλισμού και του εξοπλισμού εξυπηρετήσεως της μονάδας.

Πίνακας 5-2 Υπολογισμός έργων πολιτικού μηχανικού και εξοπλισμού

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΑΓΙΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Έργα πολιτικού μηχανικού – κτίρια	
Διαμόρφωση κτιρίων κύριας μονάδας.	20.000
Διαμόρφωση κτιρίων εξυπηρετήσεως της μονάδας.	17.000
Εργαστήρια, γραφεία	5.500
Καντίνια, αποδυτήρια, τουαλέτες.	2.300
Ασφάλεια χώρων, φράκτες, θυρωρεία.	1.500
Διαμόρφωση χώρων σταθμεύσεως.	1.700
Αποκατάσταση του χώρου - αισθητική.	13.000
	<u>61.000</u>
Μονάδα παραγωγής	
Ηχητικός εξοπλισμός	50.000
Φωτιστικός εξοπλισμός	45.600
Ηχομόνωση και χρωματισμός	25.500
Συστήματα ελέγχου πρόσβασης	18.900
Εξοπλισμός εστιατορίων και μπαρ	45.200
Εξοπλισμός συνεδριακής αίθουσας (καθίσματα, τραπέζια)	4.000
Οθόνες προβολής	19.000
	<u>208.200</u>
Μονάδες εξυπηρετήσεως και εξοπλισμός	
Εξοπλισμός επίπλωσης	67.000
Εξοπλισμός γραφείων	49.000
Εξοπλισμός ιατρείου	19.500
Τηλεπικοινωνιακός και λοιπός (φωτοαντιγραφικά, fax κ.λ.π.) εξοπλισμός	28.000
	<u>163.500</u>
Συνολικό Κόστος	<u>432.700</u>

Πέρα από τα πάγια κόστη των τεχνικών εργασιών και του μηχανολογικού εξοπλισμού, πρέπει να υπολογισθεί και το κόστος συντηρήσεως των κτιρίων και λοιπών υποδομών που έχουν κατασκευασθεί.

Έτσι η υπό μελέτη επιχείρηση θα συνεργάζεται με εταιρεία γενικής συντήρησης χώρων διοργάνωσης εκδηλώσεων, η οποία θα αναλάβει την μηνιαία συντήρηση και βελτίωση των κτιρίων, των υποδομών και των εξωτερικών χώρων της μονάδας. Το προσεγγιστικό κόστος αυτών των εργασιών ανά έτος φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ενώ έχει γίνει αναπροσαρμογή αυτού κατά 3,5% για κάθε έτος, δηλαδή όσο προβλέπεται να είναι ο μέσος πληθωρισμός στην χώρα μας για τα επόμενα έτη.

Πίνακας 5-3 Υπολογισμός κόστους συντήρησης για έργα πολιτικού μηχανικού

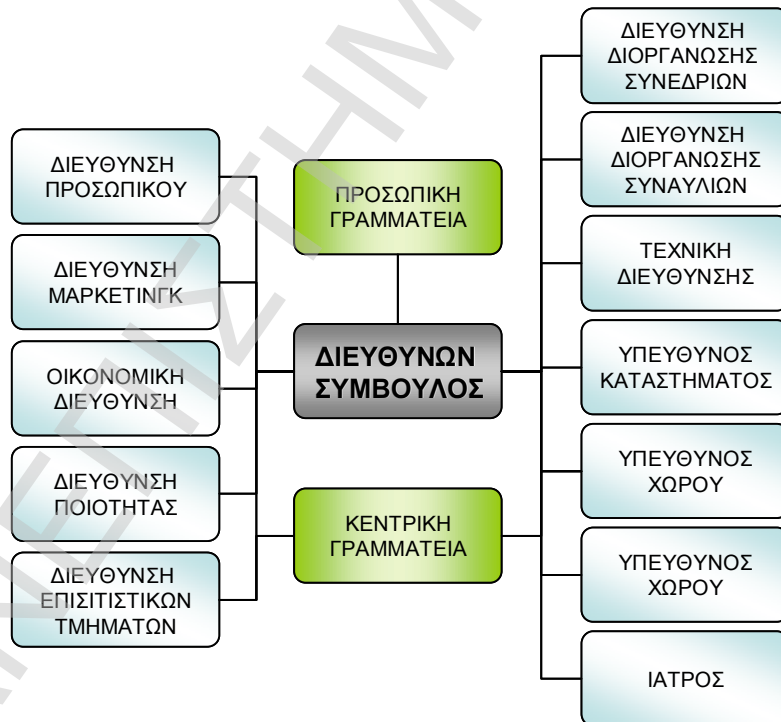
ΕΤΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
2007		12.000
2008	Εργασίες συντήρησης κτιρίων και λοιπών έργων πολιτικού μηχανικού	12.420
2009		12.855
2010		13.305
2011		13.770

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Με τον όρο οργάνωση εννοούμε τον τρόπο με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι κύριες υπηρεσίες του ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE –οι οποίες καλύπτουν όλο το φάσμα των απαιτήσεων, αναγκών και επιθυμιών των διάφορων πελατειακών του ομάδων- είναι η διοργάνωση συναυλιών/συνεδρίων και η μίσθωση του χώρου, συμπεριλαμβανομένων όλων των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών του, σε τρίτους.

Η οργανωσιακή δομή απεικονίζεται στο οργανόγραμμα που ακολουθεί:



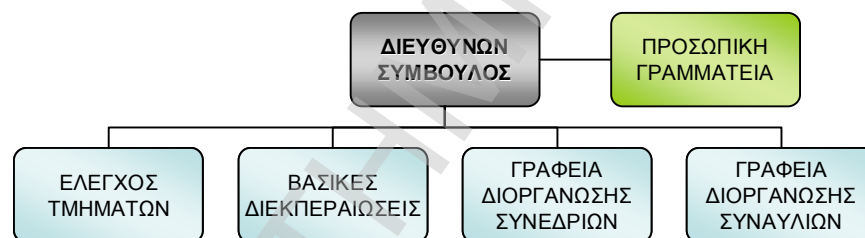
Εικόνα 6-1 Οργανόγραμμα εταιρίας

Παρακάτω ακολουθεί σύντομη ανάλυση με τις υπευθυνότητες κάθε διεύθυνσης.

Ο διευθύνων σύμβουλος του ATTICA GOLDEN PALACE είναι υπεύθυνος για της άρτια παραγωγή και διανομή όλων των υπηρεσιών της εταιρίας. Στις ευθύνες του περιλαμβάνονται η στενή συνεργασία και ο έλεγχος των υπολοίπων τμημάτων, η διεύθυνση των νομικών συμβολαίων με τρίτους, η διασφάλιση της νόμιμης λειτουργίας του χώρου, η εξασφάλιση ασφαλιστικής κάλυψης και η άριστη συνεργασία με τα γραφεία διοργάνωσης συναυλιών και συνεδρίων.

Μέσα στις αρμοδιότητες του είναι επίσης η σύνταξη του γενικού προϋπολογισμού, η καθιέρωση ποιοτικών και ποσοτικών στόχων για κάθε τμήμα καθώς και η μέγιστη ανάπτυξη των δυνατοτήτων των εργαζομένων.

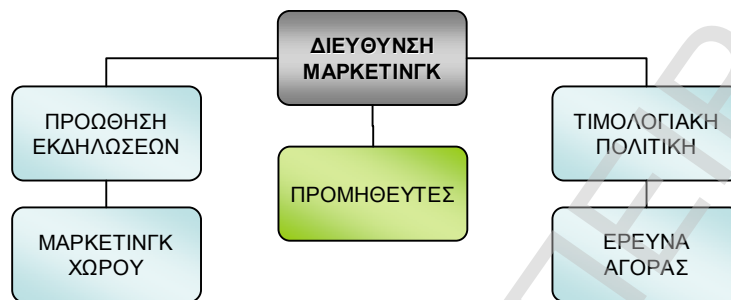
Ως υποστήριξη διαθέτει προσωπική γραμματεία η οποία ασχολείται με όλα τα θέματα που σχετίζονται με το πρωτόκολλο και την αλληλογραφία.



Εικόνα 6-2 Αρμοδιότητες διευθύνοντος συμβούλου

Η διεύθυνση μάρκετινγκ ασχολείται με την προώθηση των εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα στο ATTICA GOLDEN PALACE ανεξάρτητα από τον φορέα που τις πραγματοποιεί. Επιπλέον προωθεί το χώρο και τις υπηρεσίες του σε υποψήφιους πελάτες και το κοινό και πραγματοποιεί έρευνες αγοράς οι οποίες δίνουν σημαντικές πληροφορίες σχετικά με την θέση του μητροπολιτικού κέντρου στην αγορά, την ιδέα που έχουν γι' αυτό οι πιθανοί αγοραστές και πελάτες του, τις θετικές και αρνητικές αντιλήψεις, τις συγκριτικές θέσεις και την κατάταξη των ανταγωνιστών. Επίσης καθορίζει την τιμολογιακή πολιτική της κάθε εκδήλωσης, και αναζητεί εμπορικές χορηγίες.

Στην αρμοδιότητά του ανήκουν η αναγνωρισιμότητα του ATTICA GOLDEN PALACE, το μάρκετινγκ του εμπορικού καταστήματος, η ιστοσελίδα της εταιρίας και γενικότερα ότι σχετίζεται με την επικοινωνία και την προώθηση του χώρου (εκτύπωση αφισών και διάφορων διαφημιστικών εντύπων). Το τμήμα μάρκετινγκ έχει 2 βοηθούς.



Εικόνα 6-3 Αρμοδιότητες υπεύθυνου μάρκετινγκ

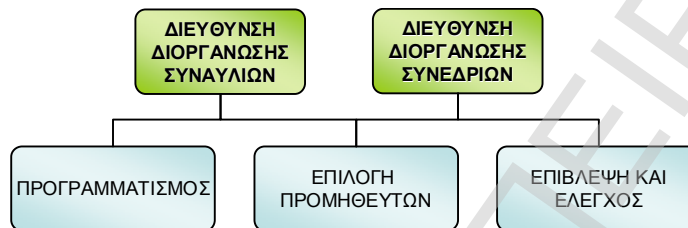
Η διεύθυνση διοργάνωσης συναυλιών αναλαμβάνει την :

- προσεκτική μελέτη των απαιτήσεων του καλλιτέχνη σε θέματα όπως η μεταφορά και ο τόπος διαμονής του.
- τήρηση όλων των βασικών τεχνικών προδιαγραφών και προδιαγραφών ασφαλείας
- επιλογή των προμηθευτών με βάση τις προσφερόμενες υπηρεσίες, την ποιότητα αυτών, την τεχνογνωσία και την εμπειρία τους.
- δημιουργία χρονοδιαγράμματος και συντονισμός όλων των τμημάτων για την επιτυχή διεξαγωγή της συναυλίας.

Η διεύθυνση διοργάνωσης συνεδρίων έχει τις παρακάτω αρμοδιότητες:

- Αρχικά επικοινωνεί με τον πελάτη και δίνει την προσφορά του συνεδριακού πακέτου. Δίδονται σημαντικά στοιχεία όπως τιμές, εκπτώσεις, προκαταβολές, τρόποι εξόφλησης, στοιχεία τιμολογίου κτλ.
- Αν οριστικοποιηθεί η συμφωνία υπογράφει το «Συμφωνητικό Συνεργασίας» και ελέγχει για τυχόν ασάφειες.
- Πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο «εκδηλώσεων-συνεδρίων»

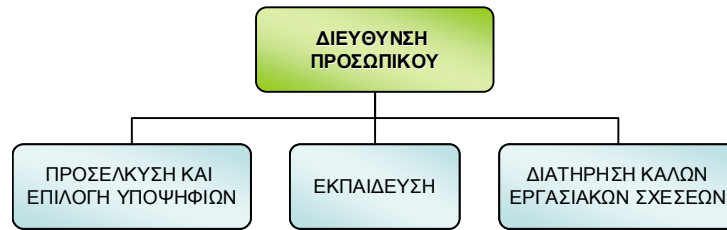
- Έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου και δημιουργεί μαζί τους πνεύμα συνεργασίας και εμπιστοσύνης διευκρινίζοντας ασάφειες και κενά που δεν έχουν καλυφθεί.
- Ενημερώνει όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα της επιχείρησης και αρχίζει ο προγραμματισμός και η προετοιμασία της εκδήλωσης
- Επιβλέπει, παρακολουθεί και ελέγχει την πορεία του συνεδρίου έτοιμος να προλάβει κάθε δυσάρεστη εξέλιξη.



Εικόνα 6-4 Αρμοδιότητες υπευθύνων οργάνωσης εκδηλώσεων

Ο διεύθυνση προσωπικού έχει σημαντικότερο ρόλο στην βιωσιμότητα και στην αποδοτική λειτουργία του υπό μελέτη κέντρου. Το κατάλληλα εκπαιδευμένο και καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το ανταγωνιστικότερο πλεονέκτημα κάθε επιχείρησης γι'αυτό και η διεύθυνση ανθρώπινων πόρων της επιχείρησης θα έχει ως αρμοδιότητες:

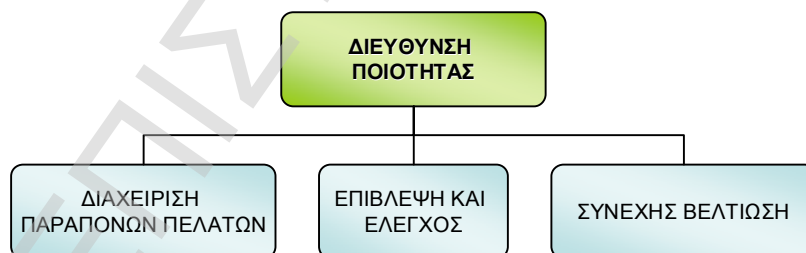
- Επιλογή ατόμων με ικανότητες και δεξιότητες που ταιριάζουν με τις απαιτήσεις κάθε θέσης εργασίας.
- Συνεχής εκπαίδευση προσωπικού και ενημέρωση σχετικά με τις νέες εξελίξεις στον τομέα της εργασίας τους.
- Υποκίνηση προσωπικού ώστε να επιτύχει αποτελεσματική απόδοση.
- Σχεδιασμός συστημάτων αμοιβών
- Τήρηση των όρων της εργασιακής σχέσης εργοδότη-εργαζόμενου και αντιμετώπιση παραπόνων.
- Εξασφάλιση συνθηκών υγιεινής εργασίας.



Εικόνα 6-5 Αρμοδιότητες διεύθυνσης προσωπικού

Η Διεύθυνση ποιότητας ελέγχει αν όλες οι εργασίες των υπολοίπων τμημάτων έχουν περατωθεί σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διαδικασίες και προδιαγραφές. Επίσης καταγράφει και εντοπίζει τις ανάγκες, τις προσδοκίες και τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών μέσα από ερωτηματολόγια και ειδικές μελέτες. Διαχειρίζεται τα παράπονα των πελατών και επιδιώκει την συνεχή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του ATTICA GOLDEN PALACE στους πελάτες του.

Γνωρίζει ότι ο συνεδριακός τουρισμός έχει υψηλά στάνταρ απαιτήσεων λόγω της υψηλής του δαπάνης, οπότε η οργάνωση πρέπει να είναι άψογη και όσο το δυνατόν πιο ποιοτική. Αναμφισβήτητα, ο ικανοποιημένος πελάτης θα προτιμήσει ξανά την μονάδα και θα μεταφέρει την καλή φήμη (positive word of mouth) και σε άλλους εν δυνάμει πελάτες.



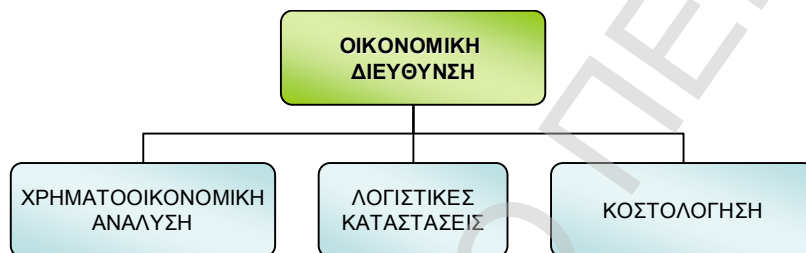
Εικόνα 6-6 Αρμοδιότητες διεύθυνσης ποιότητας

Η οικονομική διεύθυνση είναι υπεύθυνη για την διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων του κέντρου, συνεργάζεται στενά με τον διευθύνοντα σύμβουλο και έχει 2 βοηθούς στο τμήμα του.

Οι αρμοδιότητές του είναι:

- καθορισμός των κεφαλαιακών αναγκών και αναζήτηση βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων πηγών χρηματοδότησης.

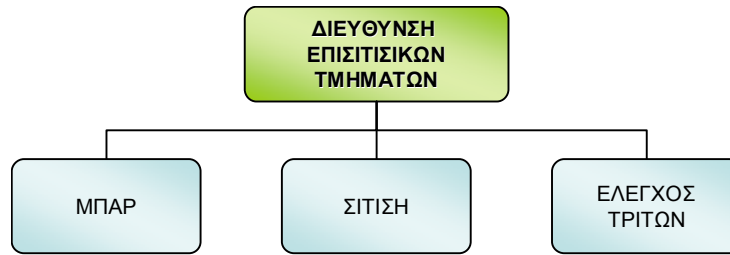
- Κατάρτιση λογιστικών καταστάσεων (ισολογισμός, κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεων, ταμειακές ροές κτλ.)
- Προετοιμασία της κατάστασης μισθοδοσίας και των λογαριασμών εισπρακτέων και πληρωτέων
- Υπολογισμός του κόστους και ο έλεγχός του στις λειτουργίες της επιχείρησης.
- Τακτοποίηση οικονομικών θεμάτων απέναντι σε όλους τους προμηθευτές και στην Εφορία



Εικόνα 6-7 Αρμοδιότητες οικονομικού διευθυντή

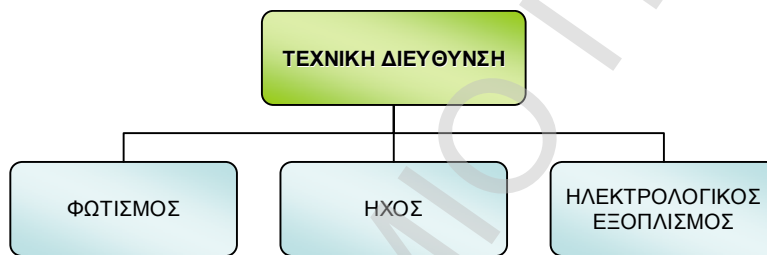
Η Διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων έχει ως κύριο καθήκον την σωστή και κερδοφόρα λειτουργία των επισιτιστικών τμημάτων του ATTICA GOLDEN PALACE. Θα έχει την ευθύνη της παραγγελίας και παραλαβής τροφίμων και ποτών, της σύνταξης της αναφοράς παραλαβής και του ημερολογίου αγορών καθώς επίσης και της αναφοράς ελέγχου αποθεμάτων της αποθήκης τροφίμων και ποτών. Επίσης θα επιμελείται της τήρησης των οικονομικών συμφωνιών με τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο και του ελέγχου των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.

Αναμφισβήτητα, ένας από τους παράγοντες που καθορίζει την επιτυχημένη έκβαση ενός συνεδρίου είναι το θέμα των επισιτιστικών εκδηλώσεων γι' αυτό και η επιχείρηση μελλοντικά έχει στόχο την εγκατάσταση συστήματος διαχείρισης προμηθειών "JUST IN TIME" προκειμένου να εξασφαλίσει υψηλότερη ποιότητα στα προϊόντα της. Βασική αρχή του συστήματος είναι ότι οι πρώτες και βοηθητικές ύλες παραγωγής θα αγοράζονται σε μικρές ποσότητες και θα φτάνουν στην επιχείρηση σχεδόν αμέσως από την στιγμή της παραγγελίας τους, επιτυγχάνοντας μείωση κόστους αποθεμάτων, μείωση αποθηκευτικών χώρων και υψηλότερη παραγωγικότητα.



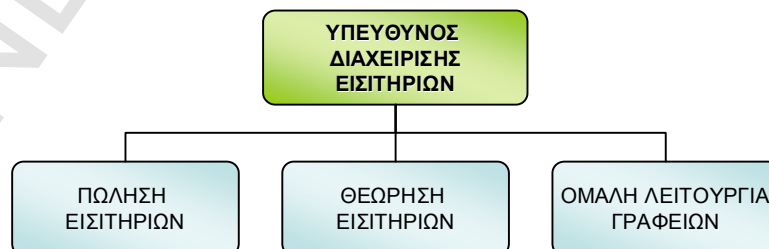
Εικόνα 6-8 Αρμοδιότητες υπεύθυνου επισιτιστικών τμημάτων

Η τεχνική διεύθυνση είναι υπεύθυνη για την άψογη λειτουργία του φωτισμού, του ήχου και των ηλεκτρολογικών εγκαταστάσεων του χώρου. Συνεργάζεται άμεσα με τους υπεύθυνους παραγωγής και τον υπεύθυνο χώρου.



Εικόνα 6-9 Αρμοδιότητες τεχνικής διεύθυνσης

Ο υπεύθυνος διαχείρισης εισιτηρίων είναι υπεύθυνος για την άρτια λειτουργία και οργάνωση των γραφείων εισιτηρίων. Ασχολείται με τη θεώρηση των εισιτηρίων, και την πώλησή τους μέσω διαδικτύου, καθώς και με την αναζήτηση πελατών που θα προμηθεύσουν τα εισιτήρια σε εν δυνάμει πελάτες. Συνεργάζεται σταθερά με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ και τον διευθύνοντα σύμβουλο, έχει έναν μόνιμο βοηθό και εξωτερικούς συνεργάτες ανά περίπτωση.



Εικόνα 6-10 Αρμοδιότητες υπεύθυνου διαχείρισης εισιτηρίων

Ο υπεύθυνος καταστήματος είναι αρμόδιος για την ομαλή και επιτυχή λειτουργία του εμπορικού καταστήματος του ATTICA GOLDEN PALACE. Είναι υπεύθυνος για την παραγγελία και παραλαβή των εμπορευμάτων, την καθαριότητα, την διαμόρφωση του χώρου και την ανακαίνισή του όποτε κρίνεται απαραίτητο.

Πολύ σημαντική είναι η συνεργασία του με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ για θέματα που αφορούν την προώθηση και την τιμολογιακή πολιτική των προϊόντων.



Εικόνα 6-11 Αρμοδιότητες υπεύθυνου καταστήματος

Ο υπεύθυνος χώρου ευθύνεται για την ομαλή λειτουργία όλου του χώρου και την ασφάλεια όλων των εμπλεκομένων, είναι υπεύθυνος για την παραλαβή των προμηθειών και την ενημέρωση των αρμοδίων, το άνοιγμα και το κλείσιμο της εταιρίας.

Η γραμματεία της εταιρίας είναι υπεύθυνη για το τηλεφωνικό κέντρο, την υποδοχή και τη γραμματειακή υποστήριξη όλων των τμημάτων του ATTICA GOLDEN PALACE.

6.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΑΥΛΙΩΝ

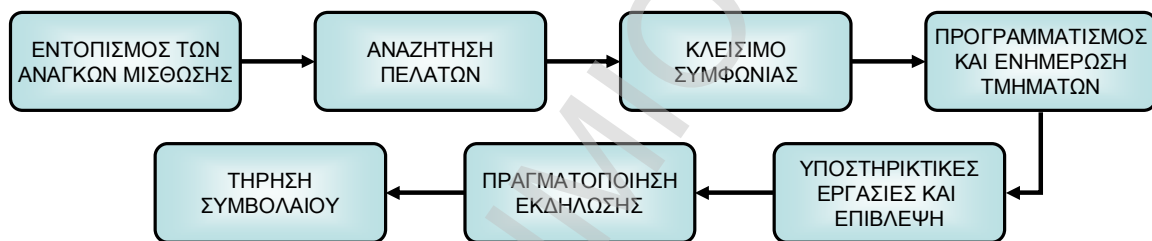
Το ATTICA GOLDEN PALACE προωθεί τα συνέδρια και τις συναυλίες με 2 τρόπους:

A) λειτουργεί ως διοργανωτής και προωθεί τις συναυλίες κλείνοντας καλλιτέχνες και συνέδρια η ίδια η εταιρία.

B) μισθώνει τους χώρους και τις υπηρεσίες του σε τρίτους.

Στην πρώτη περίπτωση απαιτείται πλήρη αρμονία στη λειτουργία και συνεργασία όλων των τμημάτων της επιχείρησης. Η επιτυχία εξαρτάται καθαρά από την εμπειρία των στελεχών και την ύπαρξη ξεκάθαρων κανόνων και πολιτικών στην εταιρία.

Αντίθετα η διαδικασία της μίσθωσης του χώρου δεν απαιτεί την άμεση συμμετοχή όλων των στελεχών και εργαζομένων της εταιρίας. Σχεδόν όλη η διαδικασία εκτελείται από τον υπεύθυνο μάρκετινγκ, τον διευθύνοντα σύμβουλο και το οικονομικό τμήμα. Τα υπόλοιπα τμήματα ενημερώνονται και συμβάλλουν ανάλογα με τις απαιτήσεις της εκδήλωσης στο βαθμό που καθορίζεται από το συμβόλαιο. Η λειτουργία της εταιρίας σε αυτές τις περιπτώσεις είναι υποστηρικτική και προσανατολίζεται στην παροχή υπηρεσιών που υποβοηθούν την οργάνωση παραγωγής τρίτων.



Εικόνα 6-12 Διαδικασία μίσθωσης του χώρου.

6.3 ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ο βασικός οικονομικός σκοπός μιας επιχείρησης είναι να δημιουργήσει αξία, η οποία μετράται με τα συνολικά κέρδη της επιχείρησης. Στο πλαίσιο της αλυσίδας αξίας κατά τον Porter οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης διακρίνονται σε κύριες δραστηριότητες και δραστηριότητες υποστήριξης. Μια επιχείρηση δημιουργεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επιτυγχάνοντας να εκτελέσει αυτές τις δραστηριότητες αποτελεσματικότερα απ' ό,τι οι ανταγωνιστές της.

Ως κύριες δραστηριότητες του ATTICA GOLDEN PALACE μπορούμε να θεωρήσουμε την προσπάθεια αναζήτησης εκδηλώσεων και πελατών για μίσθωση υπηρεσιών και οποιαδήποτε δραστηριότητα λαμβάνει χώρα μετά το κλείσιμο κάθε εκδήλωσης.

Ως υποστηρικτικές δραστηριότητες μπορούν να θεωρηθούν :

- Οι προμήθειες για την υλοποίηση των κύριων δραστηριοτήτων.
- Η διοίκηση ανθρώπινων πόρων: πρόσληψη, εκπαίδευση, παρακίνηση και επίβλεψη εργαζομένων που θα εκτελέσουν τις κύριες δραστηριότητες.
- Η έρευνα αγοράς.
- Η υποδομή της επιχείρησης: δραστηριότητες όπως λογιστική, χρηματοοικονομική και νομικές υποθέσεις που πραγματοποιούνται για την παροχή βοηθητικής υποστήριξης των κύριων δραστηριοτήτων.

6.4 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ

Ο παραπάνω διαχωρισμός των δραστηριοτήτων σε κύριες και υποστηρικτικές διευκολύνει το καθορισμό των κέντρων κόστους της επιχείρησης βάσει των οποίων πραγματοποιείται αποτελεσματικότερα ο προγραμματισμός και ο έλεγχος του κόστους. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες του ATTICA GOLDEN PALACE μπορούν να διαχωριστούν στα κέντρα κόστους παραγωγής, υποστήριξης – εξυπηρέτησης, διοίκησης – διαχείρισης και στα γενικά έξοδα.

6.4.1 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η κύρια παραγωγή του ATTICA GOLDEN PALACE αφορά το κλείσιμο του καλλιτέχνη, την ικανοποίηση των αιτημάτων του rider του καλλιτέχνη, την άρτια και ασφαλή παρουσίασή του ενώπιον των πελατών της συναυλίας.

Κατά την διαδικασία αυτή το κόστος εντοπίζεται στα εξής στάδια:

- Προκαταβολή αμοιβών καλλιτεχνών και ομιλητών στα συνέδρια
- Κόστος αεροπορικών εισιτηρίων καλλιτεχνών. (Εφ' όσον αυτά προβλέπονται από το συμβόλαιο)
- Κόστος διαμονής καλλιτεχνών.
- Κόστος σίτισης καλλιτεχνών, εντός και εκτός του συναυλιακού χώρου.
- Κόστος εσωτερικών μεταφορών καλλιτεχνών.
- Εκτύπωση και διανομή εισιτηρίων.
- Μίσθωση εξοπλισμού σκηνης.
- Καταβολή Φ.Π.Α.
- Μίσθωση προσωπικού κατά την ημέρα της συναυλίας.
- Καταβολή ποσοστού επί των καθαρών κερδών των εισιτηρίων. (Εφ' όσον αυτά προβλέπονται από το συμβόλαιο)
- Προμήθειες καλλιτεχνικών γραφείων και γραφείων διοργάνωσης συνεδρίων

Όλα τα παραπάνω κόστη, εκτός του Φ.Π.Α. δεν μπορούν να υπολογιστούν, καθώς κάθε εκδήλωση είναι διαφορετική, σε μέγεθος και επίπεδο απαιτήσεων.

6.4.2 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ - ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Πλέον της κύριας παραγωγής, κέντρα κόστους εντοπίζονται στις υπηρεσίες υποστήριξης και εξυπηρέτησης της διανομής της κύριας υπηρεσίας του ATTICA GOLDEN PALACE καθώς και στη διαχείριση του χώρου.

Τα κόστη αυτά αφορούν τα εξής:

- Διαχείριση και συντήρηση του χώρου.
- Διαφημιστική προώθηση των εκδηλώσεων.
- Διαφημιστική προώθηση χώρου.
- Έρευνες αγοράς.
- Απόκτηση πελατών.

- Προμήθειες. (Για όλες τις εγκαταστάσεις εκτός των εστιατορίων)
- Αποθήκευση Υλικών.
- Αμοιβές τρίτων για μετάκληση καλλιτεχνών.
- Ανάπτυξη ιστοσελίδας.
- Εκτύπωση διαφημιστικών έντυπων υλικών.
- Αμοιβές εξωτερικών συνεργατών.

6.4.3 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΩΣ

Τα κόστη διοίκησης και διαχείρισης, αφορούν κυρίως αμοιβές και εκπαίδευση

- Γενικής διοίκησης
- Προσωπικού

Σύμφωνα με υπολογισμούς που θα γίνουν στο επόμενο κεφάλαιο οι αμοιβές του προσωπικού ανέρχονται σε **594.750** € ετησίως.

Επίσης το κόστος εκπαίδευσής τους υπό τη μορφή σεμιναρίων και ταξιδιών στο εξωτερικό ανέρχεται σε **25.000** € ετησίως.

6.4.4 ΤΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Ως γενικά έξοδα θεωρούνται όλα εκείνα τα έξοδα που δεν μπορούν να επιβαρύνουν απευθείας κάποιο κέντρο κόστους όπως αυτά περιγράφηκαν παραπάνω.

Στον πίνακα 6.1 παρουσιάζονται, κατ' εκτίμηση, τα γενικά αυτά έξοδα που θα επιβαρύνουν την μονάδα κατά το έτος λειτουργίας της (2007), ενώ τα γενικά έξοδα που θα επιβαρύνουν την μονάδα τα επόμενα εξεταζόμενα έτη (αναπροσαρμοσμένα ανά έτος κατά 3,5%) φαίνονται στον πίνακα 6.2.

Πίνακας 6-1 Εκτίμηση γενικών εξόδων επιχείρησης (2007)

Γενικά έξοδα	Ευρώ
Συντήρηση μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού	38.000
Κόστος αποθηκεύσεων	1.500
Γενικά Ασφάλιστρα	25.000
Διάφορες αμοιβές Δ.Σ	32.000
Ταξίδια/Επαφές	29.000
Γενικοί φόροι	14.000
Αμοιβές για μίσθωση	96.000
Νομικοί σύμβουλοι	16.500
Σύνολο	250.000

Πίνακας 6-2 Πρόβλεψη γενικών εξόδων επιχείρησης (ανά έτος)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
2007	250.000
2008	258.750
2009	267.805
2010	277.180
2011	286.880

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Οι ανθρώπινοι πόροι μιας επιχείρησης αποτελούν τον μοναδικό παράγοντα που θα ενεργοποιήσει και θα αξιοποιήσει τους υπόλοιπους συντελεστές παραγωγής ώστε να επιτευχθούν η ανταγωνιστικότητα, η παραγωγικότητα, η ποιότητα και εν τέλει η αποδοτικότητα του οργανισμού. Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το πιο ακριβό στοιχείο του λειτουργικού κόστους γι' αυτό και οι επιχειρήσεις, μέσα από την αποτελεσματική διοίκηση ανθρώπινων πόρων, προσπαθούν να βρουν τρόπους ώστε οι εργαζόμενοι να συμβάλλουν τα μέγιστα στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Οι ενέργειες που πραγματοποιεί η Διοίκηση ανθρώπινων πόρων του ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE προκειμένου να αποκτήσει, να διατηρήσει και να αξιοποιήσει ικανούς εργαζομένους που θα εκτελούν επιτυχώς και με παραγωγικό τρόπο το έργο τους είναι:

1. Ο Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων

Ο προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων έχει σκοπό την πρόβλεψη αναγκών σε αριθμό προσωπικού και ειδικοτήτων για την κάλυψη μελλοντικών θέσεων εργασίας. Η διοίκηση του ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE πραγματοποιεί ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης προκειμένου να προσδιορίσει με ακρίβεια την προσφορά και ζήτηση ανθρώπινου δυναμικού.

2. Ανάλυση εργασίας

Η κάλυψη των θέσεων εργασίας που έχουν προγραμματιστεί με τους κατάλληλους ανθρώπους προϋποθέτει την περιγραφή του έργου που πρέπει να εκτελέσει ο φορέας της θέσης και το σαφή προσδιορισμό των

τυπικών και ουσιαστικών προσόντων του υποψήφιου στελέχους (ανάλυση εργασίας).

3. Προσέλκυση και επιλογή υποψηφίων

Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE δίνει μεγάλη έμφαση στις ενέργειες εντοπισμού των δυνητικών υποψηφίων στην αγορά εργασίας, στην πρόσκλησή τους για να ενδιαφερθούν για τις συγκεκριμένες θέσεις εργασίας και στην επιλογή των ικανότερων από αυτούς με τις κατάλληλες μεθόδους.

Οι πηγές που θα χρησιμοποιήσει το ATTICA GOLDEN PALACE για την προσέλκυση υποψηφίων είναι: οι εφημερίδες και τα περιοδικά, το διαδίκτυο, οι εταιρείες επιλογής στελεχών καθώς και η επαφή της εταιρείας με τα γραφεία διασύνδεσης των ανώτατων και ανώτερων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για την προσέλκυση φοιτητών και πτυχιούχων. Το σύστημα επιλογής που θα εφαρμοστεί εκτός από την μέτρηση των ικανοτήτων του υποψηφίου θα δίνει έμφαση στην αξιολόγηση των ομαδικών ικανοτήτων και δυνατοτήτων του αλλά και στην αξιολόγηση της προσωπικότητάς του, προκειμένου να ταιριάζει με την επικρατούσα εταιρική κουλτούρα.

Στόχος της επιχείρησης είναι η επιλογή των καλύτερων ανεξάρτητα από το κόστος και η αποφυγή λαθών κατά την διαδικασία επιλογής των στελεχών.

4. Εκπαίδευση και Ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων

Στον σημερινό κόσμο των ανταγωνιστικών οικονομιών και της παγκοσμιοποίησης των αγορών, η επιβίωση και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων εξαρτάται από την ταχύτητα με την οποία μπορούν να προσαρμοστούν στις νέες κάθε φορά τεχνολογικές, οικονομικές, κοινωνικές συνθήκες και στην ικανότητά τους να αξιοποιούν στο μέγιστο τους παραγωγικούς τους πόρους. Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη των εργαζομένων καθίσταται αναγκαία εφόσον οι εργασίες στις επιχειρήσεις έχουν γίνει πιο πολύπλοκες και το περιεχόμενό τους αλλάζει γρήγορα. Στην συγκεκριμένη μελέτη, η αναγκαιότητα συνεχούς ανατροφοδότησης των γνώσεων και νέων πρακτικών αναφορικά με την μουσική βιομηχανία και την συνεδριακή αγορά που αλλάζουν και εξελίσσονται διαρκώς, αποτελεί βασικό συστατικό της προόδου και της κερδοφορίας του ATTICA GOLDEN PALACE.

5. Ανταμοιβή εργαζομένων

Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE γνωρίζει ότι η αμοιβή των εργαζομένων αποτελεί ουσιαστικό και κύριο καθοριστικό παράγοντα αφ' ενός για την προσέλκυση ικανών-κατάλληλων υποψηφίων και την παραμονή τους στην επιχείρηση και αφ' ετέρου για το επίπεδο απόδοσης και την εν γένει συμπεριφορά τους. Έτσι επιδιώκει να εφαρμόσει ένα σύστημα ανταμοιβών που θα είναι δίκαιο, ανταγωνιστικό και θα παρακινεί τους εργαζόμενους για ποσοτική και ποιοτική βελτίωση της απόδοσής τους. Εκτός από τις οικονομικές απολαβές κύρια ανταμοιβή θα αποτελεί η ηθική ικανοποίηση των εργαζομένων από την βιωσιμότητα της επιχείρησης και την δυνατότητα εργασίας σε ένα σύγχρονο περιβάλλον στα πρότυπα του εξωτερικού.

6. Αξιολόγηση της απόδοσης

Η αξιολόγηση της απόδοσης των εργαζομένων γίνεται προκειμένου να καταγραφούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους με στόχο:

- Να διαπιστωθεί ποιοι εργαζόμενοι είναι αποδοτικοί και ποιοι όχι.
- Να γίνουν πιο αποτελεσματικές τοποθετήσεις, με βάση τις ικανότητες και τις επιδόσεις.
- Να διαπιστωθούν οι εκπαιδευτικές ανάγκες και να αναπτυχθούν κατάλληλα προγράμματα εκπαίδευσης και ανάπτυξης,
- Να διαπιστωθούν οργανωτικές και διοικητικές αδυναμίες/ατέλειες.

7. Εργασιακές σχέσεις

Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE θα αναπτύξει συστήματα και διαδικασίες ώστε να αναπτυχθούν και να διατηρηθούν καλές εργασιακές σχέσεις που σημαίνει:

- § Τήρηση της σύμβασης εργασίας που ορίζει τα βασικά δικαιώματα, υποχρεώσεις και όρους, σύμφωνα με τους οποίους ο εργαζόμενος προσφέρει υπηρεσίες στον εργοδότη.
- § Τήρηση του κανονισμού εργασίας που ρυθμίζει τις σχέσεις εργοδότη εργαζομένων κατά την παροχή της εργασίας.
- § Τήρηση της πειθαρχίας.

- § Αποτελεσματική διευθέτηση διαφορών και συγκρούσεων.
- § Αντιμετώπιση/ικανοποίηση των παραπόνων.

7.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η παραγωγή υπηρεσιών του ATTICA GOLDEN PALACE και η διανομή τους σε τρίτους μπορεί να είναι άρτια και ποιοτική μόνο όταν υπάρχει επικοινωνία, πνεύμα ομαδικότητας και δυνατότητα του κάθε στελέχους να αναπτύσσει ελεύθερα πρωτοβουλίες για μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς του.

Στο ATTICA GOLDEN PALACE θα απασχολούνται 31 άτομα ως μόνιμο προσωπικό και 35 άτομα ως έκτακτο. Η κατανομή του ανθρώπινου δυναμικού στα διάφορα τμήματα παρουσιάζεται παρακάτω:

Διευθύνων σύμβουλος

Η θέση του διευθύνοντος συμβούλου θα πρέπει να καλυφθεί από ένα άτομο με μακρόχρονη εμπειρία στην διοργάνωση ζωντανών εκδηλώσεων με παράλληλη ακαδημαϊκή μόρφωση και γνώση ξένων γλωσσών. Σύμφωνα με την θεωρία των R.Blake & Mouton για αποτελεσματικότερη διοίκηση, το άτομο αυτό πρέπει να χαρακτηρίζεται από την διάθεση και προσπάθεια ολοκλήρωσης των διαπροσωπικών σχέσεων και εκτέλεσης του έργου (Συνεργατικός μάνατζερ). Ο διευθύνων σύμβουλος πρέπει να συνεργάζεται με τους υφισταμένους του για οποιοδήποτε πρόβλημα αφορά τόσο αυτούς όσο και την παραγωγή, μέσα από την διαδικασία επίλυσης προβλημάτων.

Διεύθυνση μάρκετινγκ

Στο τμήμα αυτό θα απασχολούνται 3 άτομα εκ των οποίων ο ένας θα είναι ο υπεύθυνος μάρκετινγκ και οι άλλοι 2 θα είναι βοηθοί ανώτατων σχολών Μάρκετινγκ ή Διαφήμισης. Τα άτομα αυτά θα πρέπει να έχουν την ικανότητα να συνδυάσουν τις θεωρητικές γνώσεις μάρκετινγκ με την πρακτική, να έχουν επικοινωνιακές δεξιότητες και ιδιαίτερες γνώσεις της μουσικής βιομηχανίας καθώς και της συνεδριακής αγοράς.

Διεύθυνση διοργάνωσης συνεδρίων

Στο τμήμα αυτό θα απασχολούνται 4 άτομα εκ των οποίων ο ένας θα είναι ο υπεύθυνος διοργάνωσης συνεδρίων και οι υπόλοιποι θα είναι βοηθοί απόφοιτοι τουριστικών σχολών. Στο τμήμα αυτό στηρίζεται κατά ένα μεγάλο μέρος η επιτυχία της υπό μελέτη επιχείρησης, οπότε θα πρέπει να γίνει προσεκτική επιλογή ατόμων με εμπειρία, ακαδημαϊκή μόρφωση, γνώση τεχνικών θεμάτων και απαραίτητη γνώση ξένων γλωσσών. Σημειώνεται ότι στην παραπάνω διεύθυνση θα εργάζονται και 3 άτομα έκτακτο προσωπικό ως μεταφραστές για την διοργάνωση διεθνών συνεδρίων.

Διεύθυνση διοργάνωσης συναυλιών

Στο τμήμα αυτό θα απασχολείται 1 υπεύθυνος διοργάνωσης συναυλιών και 2 βοηθοί του οι οποίοι απαραίτητα θα έχουν πολυετή εμπειρία στον χώρο προώθησης συναυλιών και γνώση της ελληνικής και παγκόσμιας μουσικής βιομηχανίας.

Διεύθυνση προσωπικού

Στο τμήμα αυτό θα απασχολούνται 2 άτομα εκ των οποίων ο ένας θα είναι ο υπεύθυνος προσωπικού το άλλο άτομο θα είναι βοηθός με σπουδές στην Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων. Οι αρμοδιότητες αυτής της διεύθυνσης αναπτύχθηκαν στο πρώτο μέρος του παρόντος κεφαλαίου. Πρέπει να σημειώσουμε ότι η διεύθυνση προσωπικού συνεργάζεται στενά με τους υπεύθυνους των υπολοίπων τμημάτων σε θέματα που αφορούν την ανάλυση εργασίας, την εκπαίδευση, την ανταμοιβή και την αξιολόγηση της απόδοσης των εργαζομένων σε κάθε εξειδικευμένο τομέα.

Διεύθυνση ποιότητας

Το τμήμα αυτό αρχικά θα λειτουργήσει με 1 άτομο το οποίο θα έχει σπουδές στην Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και εμπειρία σε ανάλογη επιχείρηση διοργάνωσης εκδηλώσεων.

Οικονομική διεύθυνση

Στο τμήμα αυτό θα απασχολούνται 3 άτομα (1 υπεύθυνος και 2 βοηθοί) με απαραίτητη ακαδημαϊκή μόρφωση και εμπειρία στην φύση των

συγκεκριμένων εκδηλώσεων η οποία δεν επιτρέπει μακροχρόνιο σχεδιασμό και κυρίως υπόκειται συνεχώς σε αλλαγές που καθιστά δανειοδοτήσεις και επενδύσεις σχετικά δύσκολες και απρόβλεπτες.

Διεύθυνση επισιτισικών τμημάτων

Στο τμήμα αυτό θα απασχολείται μόνιμα 1 άτομο (Food and Beverage Manager) με μακροχρόνια εμπειρία σε θέματα logistics και θέματα τροφοδοσίας, καθώς και άριστη επικοινωνία ώστε να διασφαλίζεται η τήρηση προδιαγραφών που θέτει η εταιρεία σε τρίτους. Επίσης θα απασχολούνται τις ημέρες των εκδηλώσεων και έκτατοι συνεργάτες: 1 σεφ, 2 άτομα βοηθοί των σεφ, 4 άτομα για το service και 6 άτομα στα bar.

Άλλα τμήματα

Θα απασχολούνται 2 άτομα στο τμήμα διαχείρισης εισιτηρίων, 1 άτομο υπεύθυνος χώρου, 4 άτομα τεχνικοί, 1 άτομο υπεύθυνος καταστήματος, 1 γραμματέα του διευθύνοντος συμβούλου, 2 γραμματείς της εταιρείας, 1 γιατρός και 2 καθαρίστριες.

7.3 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

7.3.1 ΕΚΤΑΚΤΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Το μόνιμο προσωπικό του ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE όπως αναλυτικά παρουσιάστηκε παραπάνω θα ανέρχεται στα 31 άτομα και το έκτακτο στα 35 άτομα. Ακολουθεί ο πίνακας που περιγράφει τις ανάγκες της επιχείρησης σε έκτακτο προσωπικό και οι ημέρες απασχόλησής του.

Πίνακας 7-1 Έκτακτοι Συνεργάτες.

Ιδιότητα	Σύνολο	Απασχόληση
Μεταφραστές	3	4-5 φορές/εβδομάδα
Μπαρ	13	4-5 φορές/εβδομάδα
Ομάδες περιφρούρησης	15	4-5 φορές/εβδομάδα
Καθαρίστριες	4	4-5 φορές/εβδομάδα
ΣΥΝΟΛΟ	35	4-5 φορές/εβδομάδα

7.3.2 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Ακολουθεί αναλυτικός πίνακας κατανομής προσωπικού με βάση το μορφωτικό επίπεδο:

Πίνακας 7-2 Επίπεδα Εκπαίδευσης Εργαζομένων.

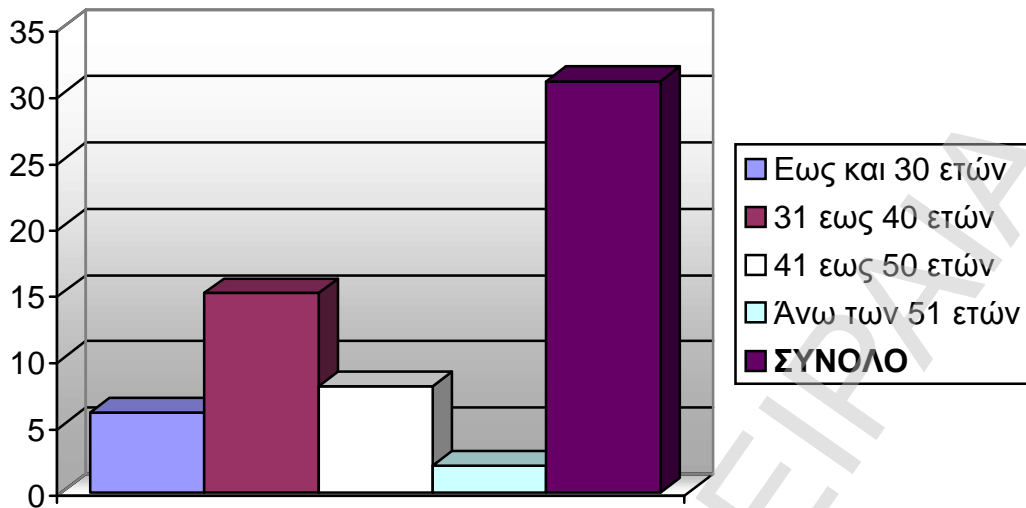
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Αριθμός ατόμων
Στοιχειώδης	2
Μέση	5
Ανώτερη	10
Ανώτατη	14
ΣΥΝΟΛΟ	31

7.3.3 ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Η ηλικιακή διάρθρωση του μόνιμου προσωπικού του ATTICA GOLDEN PALACE έχει την παρακάτω μορφή:

Πίνακας 7-3 Ηλικιακή Διάρθρωση του Προσωπικού

ΜΟΝΙΜΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ
Εως και 30 ετών	7
31 έως 40 ετών	14
41 έως 50 ετών	8
Άνω των 51 ετών	2
ΣΥΝΟΛΟ	31



Εικόνα 7-1 Ηλικιακή Διάρθρωση του Προσωπικού

7.3.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Παρακάτω παρουσιάζονται οι κατώτατοι μισθοί των υπαλλήλων όπως ίσχυαν το 2005 και με βάση τα ποσά αυτά θα υπολογίσουμε το κόστος του ανθρώπινου δυναμικού.

Πίνακας 7-4 Κατώτατοι Μισθοί & Ημερομίσθια Υπαλλήλων

Άγαμοι χωρίς προϋπηρεσία	591,18
-//- με 1 τριετία	640,13
-//- με 2 τριετίες	698,65
-//- με 3 τριετίες	756,87
Έγγαμοι χωρίς προϋπηρεσία	650,30
-//- με 1 τριετία	699,55
-//- με 2 τριετίες	757,77
-//- με 3 τριετίες	815,99

Πηγή: Εγκ. ΙΚΑ υπ. αριθμ. Πρωτ. Α41/5/22.11.2004

Το σύστημα αμοιβών που θα εφαρμόζεται στο ATTICA GOLDEN PALACE θα βασίζεται στα οριζόμενα από τις ετήσιες συλλογικές συμβάσεις εργασίας για την κατηγορία των μισθωτών υπαλλήλων. Θα δίνονται τα επιδόματα πτυχίων καθώς και τα υπόλοιπα επιδόματα (οικογενειακά, αδειάς) όπως ορίζονται από τον νόμο και οι εργαζόμενοι θα είναι ασφαλισμένοι σε μεγάλο δημόσιο φορέα.

Οι δαπάνες για τους μισθούς του προσωπικού υπολογίζονται αν στο βασικό μισθό προσθέσουμε τα ανάλογα επιδόματα, πολλαπλασιάσουμε με τους 12 μήνες του χρόνου και έπειτα με τον συντελεστή 1,3 που καλύπτει την συμμετοχή του εργοδότη στην ασφάλιση, τις άδειες, τα δώρα Χριστουγέννων και Πάσχα και τα επιδόματα αδειάς.

Στους πίνακες 7.5 και 7.6 που ακολουθούν παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις του κόστους του ανθρώπινου δυναμικού για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (2007), ενώ στον πίνακα 7.7 παρουσιάζεται η προβολή των εκτιμήσεων αυτών κατά τα επόμενα έτη λειτουργίας της μονάδας (αναπροσαρμοσμένα ανά έτος κατά 3,5%).

Πίνακας 7-5 Εκτίμηση Κόστους Μονίμου Προσωπικού

ΘΕΣΗ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ
Υπεύθυνοι (8)	1100	137.300
Υπάλληλοι (23)	850	305.000
Σύνολο		442.300

Σημείωση: Το ετήσιο κόστος προκύπτει από τον πολλαπλασιασμό του μηνιαίου μισθού επί τον αριθμό των υπαλλήλων, επί 12 (μήνες έτους) και επί 1,3 (συντελεστής υποχρεώσεων εργοδότη και πρόσθετων παροχών).

Πίνακας 7-6 Εκτίμηση Κόστους Έκτακτου Προσωπικού

ΘΕΣΗ	ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΟ	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ
Έκτακτο ειδικευμένο προσωπικό (6)	50	56.160
Έκτακτο ανειδίκευτο προσωπικό (29)	30	162.900
Σύνολο		219.060

Σημείωση: Το ετήσιο κόστος προκύπτει από τον πολλαπλασιασμό του ημερομισθίου επί τον αριθμό των υπαλλήλων επί τις ημέρες εργασίας (περίπου 12 ημέρες τον μήνα και $12 \cdot 12 = 144$ ημέρες τον χρόνο), και επί 1,3 (συντελεστής υποχρεώσεων εργοδότη και πρόσθετων παροχών).

Πίνακας 7-7 Προβολή Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
2007	661.360
2008	684.500
2010	708.450
2011	733.250
2012	758.900

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Η γεωγραφική θέση χώρων προώθησης ζωντανών εκδηλώσεων παίζει σημαντικό ρόλο στο βαθμό προσέλκυσης του κοινού και γενικότερα στην κερδοφορία τέτοιου είδους επενδύσεων.

Συνήθως θα πρέπει να πληρούνται οι εξής προϋποθέσεις:

- Να μη βρίσκονται πολύ κοντά σε ιδιωτικές κατοικίες.
- Να είναι προσβάσιμες σε όλα σχεδόν τα μέσα συγκοινωνίας.
- Να βρίσκονται σε αστικό εμπορικό κέντρο με μεγάλο ποσοστό νεολαίας.
- Να βρίσκονται κοντά σε περιοχές με διάφορα αξιοθέατα όπως αρχαία μνημεία, μουσεία, φυσική ομορφιά και δυνατότητες για νυχτερινή διασκέδαση.
- Να βρίσκονται σε περιοχή που εκλαμβάνεται από το κοινό ως «ασφαλής» και «σύγχρονη».
- Να υπάρχουν σε κοντινή απόσταση ξενοδοχειακές μονάδες.
- Να επικρατούν ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες.
- Ο προορισμός να έχει ιδιαίτερη αίγλη ώστε να είναι ελκυστικότερος.
- Να υπάρχει επάρκεια οικονομικής, κοινωνικής και διοικητικής υποδομής.

Η επιλογή τοποθεσίας κέντρων προώθησης συναυλιών και συνεδρίων δεν περιορίζεται από:

- Τις ανάγκες για πρώτες ύλες, άλλες εισροές και τόπους προμήθειας αυτών.
- Τη συσχέτιση τεχνολογίας και τόπου εγκατάστασης.

- Τις ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό και πιθανές περιοχές προελεύσεως αυτού.
- Επιπτώσεις στο περιβάλλον, λόγω της φύσης της υπηρεσίας και της διαδικασία παραγωγής της.

8.2 Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Η Αθήνα μπορεί να γίνει μια καταξιωμένη συνεδριακή πόλη διότι υπάρχουν σημαντικά πλεονεκτήματα που την καθιστούν ελκυστική ως συνεδριακό προορισμό. Τα σπουδαιότερα από αυτά είναι:

- Οι πολύ καλές κλιματολογικές συνθήκες.
- Η πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων.
- Η γεωγραφική θέση της πόλης που δίνει την δυνατότητα για συνδυασμό των συνεδρίων με περιηγήσεις και κρουαζιέρες.
- Η ελληνική φιλοξενία.
- Η έντονη νυχτερινή ζωή σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές πόλεις.
- Το πολύγλωσσο προσωπικό των ξενοδοχείων και των λοιπών υπηρεσιών Τουρισμού.
- Οι καταξιωμένοι καθηγητές Ιατρικής καθώς η πλειοψηφία των συνεδρίων είναι ιατρικά και φαρμακευτικά.
- Η αναβάθμιση των μεγαλύτερων ξενοδοχείων της πρωτεύουσας και ο πλήρης εκσυγχρονισμός του τεχνολογικού τους εξοπλισμού.
- Το αεροδρόμιο των Σπάτων είναι από τα πιο μεγάλα και σύγχρονα αεροδρόμια της Ευρώπης.

8.3 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΑΤΤΙΣΑ GOLDEN PALACE

8.3.1 ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΗ ΘΕΣΗ

Η θέση της εγκατάστασης στην παραλιακή ζώνη της πρωτεύουσας είναι εξαιρετικά ευνοϊκή από άποψη αντιληπτικών χαρακτηριστικών και θέας. Είναι επίσης σε μικρή απόσταση από ένα σχετικά πυκνοδομημένο ιστό που περιλαμβάνει χρήσεις κατοικίας με μεσαία και ανώτερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά αλλά επίσης και κεντρικές λειτουργίες. Η παραλιακή λεωφόρος που χωρίζει την εγκατάσταση από τον οικισμό λειτουργεί έντονα ως λειτουργικός και αντιληπτικός φραγμός στον πολεοδομικό χώρο.

Το ΑΤΤΙΣΑ GOLDEN PALACE έχει το πλεονέκτημα να εντάσσεται στο Ολυμπιακό συγκρότημα Φαλήρου, το οποίο προβλέπεται να διαμορφωθεί και να αξιοποιηθεί στο σύνολό του με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποτελεί ένα μοναδικό πόλο έλξης για πολλούς επισκέπτες. Συγκεκριμένα, στις γεινιάζουσες εγκαταστάσεις αναμένεται να δημιουργηθεί οικολογικό πάρκο και κήπος πουλιών, ανοιχτό κολυμβητικό κέντρο, σύγχρονη ναυταθλητική εγκατάσταση, χώροι πεζοπορίας και ποδηλασίας, αθλητικά κέντρα και χώροι για θεατρικές παραστάσεις και φεστιβάλ.

Επιπρόσθετα, η ριζική ανάπλαση του Φαληρικού όρμου και της παραλιακή ζώνης από το Νέο Φάληρο μέχρι την Γλυφάδα, σηματοδότησε μια θετική προσέγγιση μητροπολιτικής εμβέλειας. Στο πλαίσιο αυτό, η ευρύτερη περιοχή της εγκατάστασης αναβαθμίστηκε, ενώ αναμένεται ότι θα υπάρξουν αλλαγές τόσο στην κοινωνικοοικονομική φυσιογνωμία της, με την περαιτέρω προσέλκυση ανώτερων εισοδηματικών στρωμάτων, όσο και στις χρήσεις γης με την χωροθέτηση νέων κεντρικών λειτουργιών και αναψυχής πέραν αυτών που προβλέπονται από τις ίδιες τις αναπλάσεις.

8.3.2 ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Ο Ολυμπιακός Πόλος Φαλήρου βρίσκεται σε απόσταση 6 χλμ από το κέντρο της Αθήνας και 24 χλμ από το αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος».

Η προσπελασιμότητα της περιοχής σε υπερτοπικό επίπεδο είναι πολύ καλή εφόσον εξυπηρετείται από το τραμ, μια στάση του οποίου είναι σε πολύ μικρή απόσταση από την εγκατάσταση, καθώς και από μεγάλο αριθμό λεωφορειακών γραμμών.

Ενδεικτικά αναφέρουμε:

1. Γραμμές τραμ που εξυπηρετούν την εγκατάσταση
 - Ζάπειο-Π.Φάληρο
 - ΣΕΦ- Π.Φάληρο
 - Γλυφάδα- Π.Φάληρο

2. Λεωφορειακές γραμμές που εξυπηρετούν την εγκατάσταση
 - Ε1: Πειραιάς – Βούλα (express)
 - Α1: Πειραιάς – Βούλα
 - Β1: Πειραιάς – Άνω Γλυφάδα
 - 40 : Πειραιάς – Σύνταγμα
 - 217: Πειραιάς – Άγ. Δημήτριος
 - 229: Πειραιάς– Άγ. Δημήτριος
 - 218: Πειραιάς – Υμηττός – Ηλιούπολη
 - 232: Πειραιάς– Υμηττός – Βύρωνα
 - 130: Πειραιάς – Ν. Σμύρνη

Επίσης υπάρχουν συχνά δρομολόγια λεωφορείων με κατεύθυνση προς και από το Διεθνές Αεροδρόμιο Σπátων.

Όσον αφορά την οδική πρόσβαση η εγκατάσταση εξυπηρετείται από την Λ. Συγγρού και την παραλιακή λεωφόρο, συνεπώς η μετάβαση προς και από αυτήν με ιδιωτικό αυτοκίνητο είναι ευχερής.

Επιπρόσθετα, η πεζογέφυρα που υπάρχει στο δεύτερο επίπεδο του κλειστού γυμναστηρίου συνδέει τις κατοικημένες περιοχές και την περιοχή του πρώην Ιππόδρομου με την εγκατάσταση, μέσω της Εσπλανάδας. Πρόκειται για μια μεγάλη «λεωφόρο»- γέφυρα 50 μέτρων πλάτους και 800 μέτρων μήκους πάνω από την παραλιακή λεοφόρο Ποσειδώνος που αποτελείται από χώρους πρασίνου και ενδιάμεσες περιοχές στάσης, περιπάτου και ανάπαυσης.

8.3.3 ΠΕΡΙΘΩΡΙΑ ΝΕΑΣ ΔΟΜΗΣΗΣ

Το οικόπεδο της εγκατάστασης έχει συνολικό εμβαδό 160.800μ² και η υπάρχουσα δόμηση καλύπτει 11.588 μ². Με ποσοστιαίους όρους ο συντελεστής δόμησης προκύπτει πολύ μικρός (0,075) ενώ η απομένουσα δυνατότητα οικοδόμησης ανέρχεται σε 412 μ² είναι δηλαδή επίσης πολύ μικρή. Για να αυξηθεί η δυνατότητα δόμησης θα πρέπει να διεξαχθεί ανάλογη θεσμική ρύθμιση, όχι μεμονωμένα για την συγκεκριμένη εγκατάσταση, αλλά για την ευρύτερη ζώνη, στο πλαίσιο ενός γενικού σχεδιασμού που θα προωθεί συνολικές ισορροπίες και συμπληρωματικότητες.

8.3.4 ΕΠΙΤΡΕΠΟΜΕΝΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ ΓΗΣ

Σύμφωνα με το νομοθετικό πλαίσιο (Άρθρο 2 του Ν.2730/99, ΦΕΚ 130Α «Σχεδιασμός Εκτέλεσης Ολυμπιακών Έργων»), υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι και περιορισμοί για την μεταολυμπιακή αξιοποίηση της υπό μελέτη εγκατάστασης και της ευρύτερης περιοχής του Φαληρικού Όρμου.

Συγκεκριμένα δεν επιτρέπεται η ανέγερση και κατασκευή ξενοδοχείων, κέντρων διασκέδασης, γηπέδων γκολφ, κατοικιών και καζίνο.

Επιτρέπεται η ανέγερση και λειτουργία των ακόλουθων εγκαταστάσεων:

- Αθλητικές εγκαταστάσεις
- Χώροι συνάθροισης κοινού, όπως θέατρα, κινηματογράφοι, αίθουσες συνεδρίων, συναυλιών
- Πολιτιστικά κτίρια, όπως βιβλιοθήκες, αίθουσες εκθέσεων
- Αναψυκτήρια

8.3.5 ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Τα κύρια κτιριακά χαρακτηριστικά της εγκατάστασης είναι η ευελιξία, η απλότητα και το μέγεθος. Συγκεκριμένα, η κεντρική αίθουσα του κλειστού γυμναστηρίου έχει εμβαδόν 1200τ.μ. ενώ οι κερκίδες, χωρητικότητας 3.800 θέσεων, έχουν τη δυνατότητα μετακίνησης με ειδικό τηλεσκοπικό μηχανισμό παρέχοντας ελεύθερο χώρο στην κύρια αρένα μέχρι 3.700 τ.μ.

Επίσης οι πολλαπλοί υποστηρικτικοί χώροι, ο άρτιος και σύγχρονος εξοπλισμός (κλιματισμός, πυρασφάλεια, μεγαφωνικές εγκαταστάσεις κ.λ.π) και το υπαίθριο πάρκινγκ χωρητικότητας 800 οχημάτων καθιστούν την εγκατάσταση κατάλληλη για διοργανώσεις συνεδρίων και συναυλιών.

8.3.6 ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ

Όπως παρατηρούμε και στον ακόλουθο πίνακα σε σύγκριση με παρόμοια από άποψη κτιριακών χαρακτηριστικών έργα (μεγάλη κλειστή αθλητική αίθουσα), η παρούσα εγκατάσταση χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλό κόστος κατασκευής. Παρατηρούμε ότι το κόστος κατασκευής ανά μ² κτιρίου είναι €3200 ενώ ο μέσος όρος παρόμοιων εγκαταστάσεων είναι 1800€/ μ².

Πίνακας 8-1 Κόστος Κατασκευής

Κόστος κατασκευής (€)	36.503.000
Εμβαδόν οικοπέδου (m ²)	160.800
Πραγματοποιούμενη δόμηση (m ²)	11.588
Κάλυψη (m ²)	28.660
Οικόπεδο που παραμένει αδόμητο (m ²)	132.140
Κόστος κατασκευής ανά μ ² κτιρίου (€)	3.200
Χωρητικότητα θεατών	4.000
Κόστος κατασκευής ανά θεατή (€)	9.100

8.3.7 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Μέσα στα πλαίσια της προδιαγεγραμμένης πολιτικής της εταιρείας θα είναι και η απόκτηση του Διεθνούς Προτύπου ISO 14001. Η εφαρμογή αυτή χαρακτηρίζεται ως αναγκαία δεδομένου του ρόλου που πρέπει να έχει η εταιρεία και οι συνεργαζόμενοι φορείς για την προστασία του περιβάλλοντος. Για την υλοποίηση και εφαρμογή του παραπάνω ολοκληρωμένου συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης η υπό μελέτη επιχείρηση θα δράσει στοχεύοντας:

- Στην διασφαλισμένη εναρμόνιση με την περιβαλλοντική νομοθεσία και διατάξεις.
- Στην προώθηση περιβαλλοντικά φιλικών πρακτικών σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων της.
- Στην πρόληψη και αποφυγή της ρύπανσης του εδάφους, του ύδατος και του αέρα.
- Στην συνεχή βελτίωση και μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.
- Στην ελαχιστοποίηση κατανάλωσης φυσικών πόρων.
- Στην ελαχιστοποίηση ποσοτήτων αποβλήτων που παράγονται αλλά και στην ανακύκλωση τους όπου αυτό είναι δυνατόν.
- Στον εφοδιασμό του συνόλου του προσωπικού με τις απαραίτητες γνώσεις για την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων που θα καθορισθούν.
- Στην παρακίνηση των πελατών, των προμηθευτών και λοιπών συνεργατών να συμμετάσχουν στην προσπάθεια για προστασία του περιβάλλοντος.
- Στην παρακολούθηση και συστηματική καταγραφή των περιβαλλοντικών επιπτώσεων συγκρίνοντας τις επιδόσεις και τους στόχους που θα έχουν επιτευχθεί.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των ενοικίων για την απόκτηση της εγκατάστασης για τα πρώτα 5 έτη. Το ενοίκιο για τον πρώτο χρόνο έχει υπολογιστεί με την υπόθεση ότι κάθε τετραγωνικό μέτρο της εγκατάστασης κοστίζει 750 €, οπότε $11.588 \text{ τμ} \times 750 \text{ €} = 8.691.000 \text{ €}$. Στα επόμενα έτη έχει γίνει αναπροσαρμογή του ποσού αυτού κατά 3,5% για κάθε έτος, δηλαδή όσο προβλέπεται να είναι ο μέσος πληθωρισμός της χώρας μας για τα επόμενα έτη.

Πίνακας 8-2 Υπολογισμός Κόστους Ενοικίων

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
2007	8.691.000
2008	8.995.180
2009	9.310.000
2010	9.635.850
2011	9.973.100

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ ΜΕ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

Η Παραχώρηση είναι ένας τρόπος διαχείρισης των Δημοσίων Υπηρεσιών που εφαρμόζεται σε αρκετά προηγμένα ή και αναπτυσσόμενα κράτη εδώ και αιώνες. Στην αρχαία Ελλάδα η ανάθεση της διαχείρισης Δημόσιων Υπηρεσιών στους επιχειρηματίες της εποχής εκείνης, ήταν συνήθης. Στη νεότερη ιστορία της χώρας, τα σημαντικότερα έργα υποδομής εκτελέστηκαν με παραχώρηση.

Η Παραχώρηση είναι μια συμφωνία, βάσει της οποίας η Αναθέτουσα Αρχή αναθέτει στον Παραχωρησιούχο - Ανάδοχο να εκτελέσει ένα Δημόσιο Έργο ή να παράσχει Δημόσια Υπηρεσία, αναλαμβάνοντας κινδύνους και ευθύνες με δαπάνη δική του. Σε αντάλλαγμα ο Ανάδοχος αμείβεται εισπράττοντας τέλη από τους χρήστες του έργου ή της υπηρεσίας καθ' όλη τη διάρκεια της συμφωνηθείσας περιόδου παραχώρησης.

Κυρίαρχη διάσταση στη Νομική μορφή της παραχώρησης είναι η μακρόχρονη συνεργασία μεταξύ του Δημοσίου και του Ιδιωτικού Τομέα, που συνεπάγεται μια ισορροπημένη κατανομή των κινδύνων και των αποτελεσμάτων, ανάλογα με τη φύση του έργου και την οικονομική του ισορροπία. Η συνεργασία αυτή διέπεται από τη Σύμβαση παραχώρησης που δεν είναι μια απλή διοικητική διαδικασία, όπως όταν πρόκειται για Δημόσια Έργα στη στενή έννοια, αλλά αληθινός θεσμός, κώδικας καλής συμπεριφοράς μεταξύ των δύο συμβαλλόμενων

Οι ανάγκες χρηματοδότησης των Μεγάλων Έργων Υποδομής αυξήθηκαν σημαντικά τα τελευταία χρόνια, λόγω της ευρωπαϊκής οικοδόμησης, καθώς και των αυξημένων αστικών και περιφερειακών αναγκών. Αντίθετα αυξήθηκαν οι δυσκολίες χρηματοδότησης στο επίπεδο του κρατικού

προϋπολογισμού καθώς και στο επίπεδο της προσφυγής στην δανειοδότηση των δημοσίων υπηρεσιών.

Οι λόγοι που οδηγούν στην διαδικασία παραχώρησης δημοσίων αγαθών είναι:

- Η έλλειψη των απαιτούμενων κεφαλαίων για την υλοποίηση συντήρηση λειτουργία σημαντικών έργων υποδομής με αποκλειστική χρήση (εθνικών και κοινοτικών) δημοσίων πόρων.
- Η έκθεση του Δημοσίου σε σημαντικούς κινδύνους που συνεπάγονται τόσο η κατασκευή, όσο και η λειτουργία και συντήρηση κάθε έργου υποδομής.
- Η αρνητική επίπτωση στην εθνική οικονομία που προκαλεί η ανάληψη από το Δημόσιο της πλήρους ευθύνης για τη λειτουργία και συντήρηση υποδομών, σε συνδυασμό με το χαμηλό επίπεδο παρεχόμενης εξυπηρέτησης.
- Ο Ανάδοχος έχει πάντα κίνητρο να επιδιώκει καινοτομίες διαχειριστικές, τεχνολογικές ή καθώς και μια αυστηρότερη διαχείριση, στοιχεία που λείπουν από τις επιχειρήσεις του Δημοσίου Τομέα.

Εφόσον ληφθεί η πολιτική απόφαση για την κατασκευή ενός έργου με Παραχώρηση και κατά το διενεργούμενο διαγωνισμό επιλεγεί ο υποψήφιος (προσωρινός) Ανάδοχος, μια ουσιαστική διαπραγμάτευση επί οικονομικών και νομικών θεμάτων ξεκινά, προκειμένου να διευκρινισθούν οι όροι της Σύμβασης Παραχώρησης.

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα του έργου κατά την περίοδο κατασκευής και κατά την περίοδο εκμετάλλευσης, θα πρέπει να επιτευχθεί ένας δίκαιος επιμερισμός κινδύνων και ευθυνών μεταξύ των συμβαλλομένων. Η αρχή αυτή πρέπει να διέπει τη Σύμβαση Παραχώρησης. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι απρόβλεπτες μεταβολές, που προκαλούνται είτε από γεγονότα Ανωτέρας Βίας, είτε από μεταβολές της νομοθεσίας, είτε από τροποποιήσεις μέσω διοικητικών πράξεων, μπορεί να έχουν, άμεσα ή

έμμεσα, αρνητικές επιπτώσεις στη Σύμβαση Παραχώρησης και να διαταράξουν την οικονομική της ισορροπία.

Προκειμένου να διασφαλιστεί σ'αυτές τις περιπτώσεις η βιωσιμότητα της Παραχώρησης, πρέπει να περιληφθούν στα Συμβατικά Τεύχη ρυθμίσεις που να προβλέπουν τους τρόπους επαναφοράς της Αναδόχου Εταιρείας στην οικονομική ισορροπία στην οποία θα βρισκόταν, εάν δεν είχαν λάβει χώρα αυτές οι απρόβλεπτες μεταβολές.

9.1.1 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Όλες οι αποτυχίες που συναντά κανείς στον τομέα της ανάθεσης διαχείρισης υπηρεσιών, μπορούν να αποδοθούν τελικά σε μη επιτυχημένες μελέτες.

Η φάση της Μελέτης Βιωσιμότητας ενός έργου δεν πρέπει να είναι γενικά μακρόχρονη δεδομένου ότι στοιχεία και παραδοχές είναι φυσικό να μεταβάλλονται μακροπρόθεσμα, οι δε συνθήκες της Τραπεζικής αγοράς να διαφοροποιούνται. Εντούτοις, η φάση αυτή πρέπει να είναι σοβαρή και να εκβαθύνει και να καθοδηγεί και τον Αναθέτοντα και τον Ανάδοχο σε έναν αληθινό και καλόπιστο διάλογο. Το συμφέρον και των δύο συμβαλλομένων είναι η σύναψη της συμφωνίας των πάνω σε ένα Έργο που έχουν μελετήσει ο καθένας ξεχωριστά και σε συνεργασία, και έχουν καταλήξει σε κοινό συμπέρασμα, ότι το έργο είναι βιώσιμο.

9.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου ξεκινά με την ουσιαστική διαπραγμάτευση επί οικονομικών και νομικών θεμάτων, προκειμένου να διευκρινισθούν οι όροι της Σύμβασης Παραχώρησης και ακολουθεί η υπογραφή της σύμβασης που καθορίζει την ανάθεση από το δημόσιο της συντήρησης και διαχείρισης της εγκατάστασης στην Ανδρονίκη Πολύζου. Έπειτα αρχίζουν οι διαπραγματεύσεις της Ανδρονίκης Πολύζου και της

εταιρείας X για τη συμμετοχή και χρηματοδότηση της δεύτερης του επενδυτικού σχεδίου.

Είναι απαραίτητη η οικονομική συμβολή καθώς και η διοχέτευση της τεχνογνωσίας μίας μεγάλης και επιτυχημένης εταιρίας από το εξωτερικό, ώστε η κατασκευή και λειτουργία του ATTICA GOLDEN PALACE να αποτελέσει πρότυπο πολυμορφικού κέντρου στην Ελλάδα.

Πριν από τις διαπραγματεύσεις έχει προηγηθεί η ύπαρξη ενδιαφέροντος από την εταιρεία X και η κατάρτιση οικονομοτεχνικής μελέτης από την Ανδρονίκη Πολύζου και των στενών συνεργατών της.

Η οικονομοτεχνική μελέτη παρέχει όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για το κλείσιμο της συμφωνίας, με βασικότερες εκείνες της αναλύσεως της αγοράς και των ανταγωνιστών, την μελέτη της τοποθεσίας, το συνολικό κόστος της επένδυσης και τα προβλεπόμενα έσοδα.

Απομένει ο επιμερισμός του κόστους μεταξύ των δύο μερών τόσο για τη περίοδο που αφορά την προετοιμασία του χώρου, όσο και την περίοδο που αφορά την έναρξη λειτουργίας του ATTICA GOLDEN PALACE και έπειτα.

Η εταιρεία X θα αναλάβει το κόστος ανακαίνισης και κατασκευής του χώρου, καθώς και την πληρωμή του ενοικίου για 10 χρόνια, ενώ η Ανδρονίκη Πολύζου θα αναλάβει το κόστος αγοράς της τεχνολογίας, μέρος αυτής με μίσθωσης, τη διαχείριση της εταιρίας και του χώρου με τα έξοδα που συνεπάγονται αυτά, για την ίδια περίοδο.

Τα έξοδα προετοιμασίας της εταιρίας καθώς και των ενεργειών προς την ομαλή έναρξη της λειτουργίας του χώρου, επιβαρύνουν και τα 2 μέρη ισόποσα.

Τα έσοδα των δύο μερών βασίζονται σε ποσοστά επί των καθαρών κερδών.

9.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα ο συνολικός χρόνος που απαιτείται για την έναρξη των εργασιών του ATTICA GOLDEN PALACE είναι 14 μήνες. Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικά τα στάδια προγραμματισμού και εκτελέσεως του έργου.

∅ Διαπραγματεύσεις με το δημόσιο.

Καθορίζονται οι όροι της σύμβασης παραχώρησης της εγκατάστασης στην Ανδρονίκη Πολύζου και η κατάθεση εγγύησης πιστής εκτέλεσης των όρων της σύμβασης όπως ορίζεται στα έγγραφα του διαγωνισμού. Στην συγκεκριμένη μελέτη υποθέτουμε ότι έχει συμφωνηθεί ο ανάδοχος να αναλάβει την συντήρηση, λειτουργία και όλες τις δαπάνες της εγκατάστασης για διάστημα 10 ετών. Επίσης ορίστηκε να καταβάλλεται κάθε χρόνο ενοίκιο στο δημόσιο που τον πρώτο χρόνο θα ανέρχεται σε 8.691.000€.

∅ Διαπραγματεύσεις με την εταιρεία X.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, το σημαντικότερο βήμα για την επιτυχή λειτουργία ενός πολυμορφικού κέντρου στην Ελλάδα, είναι η υποστήριξη και συμβολή μίας μεγάλης εταιρίας από το εξωτερικό. Η εταιρεία X έχει μεγάλη τεχνογνωσία στην διοργάνωση συνεδρίων και συναυλιών με αποτέλεσμα να αποφευχθούν τα όποια προβλήματα κατά τη διάρκεια προετοιμασίας όσο και κατά την έναρξη λειτουργίας του χώρου. Η χρηματοδότηση ενός σημαντικού μέρους του project από έμπειρους συνεργάτες μειώνει το ρίσκο της επένδυσης.

∅ Σύσταση της Ομάδας εκτελέσεως του έργου.

Δεδομένης της συγκατάθεσης της εταιρείας X και της πραγματοποίησης της συμφωνίας, η συνέχεια της εκτελέσεως του έργου αφορά τη σύσταση της ομάδας εκτελέσεως και συντονισμού του έργου.

Η ομάδα που θα αναλάβει την εκτέλεση του έργου αποτελείται από τα executive στελέχη του ATTICA GOLDEN PALACE, ειδικούς της εταιρείας X και εξωτερικούς συνεργάτες που θα προσληφθούν στην Ελλάδα. Κάθε μέλος της ομάδας θα είναι υπεύθυνο για την εξέλιξη των ενεργειών και διαδικασιών που αφορούν τον τομέα του. Η McKenzie θα αναλάβει την ανακαίνιση και τις επιπρόσθετες κατασκευές και θα είναι υπεύθυνη για την επιλογή των αναδόχων του έργου.

Ο συντονισμός της εκτελέσεως του έργου επιτυγχάνεται μέσω καθημερινών συναντήσεων, στα γραφεία της ομάδας.

Ø Έλευση της εταιρείας X στην Ελλάδα.

Αφού ορισθεί η ομάδα συντονισμού του έργου, σειρά έχει η έλευση της εταιρείας X στην Ελλάδα για συσταθεί η εταιρία και να μπει σε εφαρμογή το επενδυτικό σχέδιο. Αρμοδιότητες της εταιρείας X αποτελούν:

- Η ανακαίνιση και οι επιπρόσθετες κατασκευές
- Ο έλεγχος και συντονισμός της επικείμενης διαχείρισης του ATTICA GOLDEN PALACE

Ø Σύσταση της εταιρίας και νομικές απαιτήσεις.

Η πορεία της επιχείρησης ξεκινάει με τη σύσταση της ως Ε.Π.Ε. και την καταχώρησή της στο Υπουργείο Εμπορίου, σύμφωνα με το νόμο 393/78 όπως αυτός τροποποιήθηκε με το Π.Δ. 288/91 και το Ν.2180/93 Φ.Ε.Κ. 118/Α/93.

Το καταστατικό της εταιρίας περιγράφει αναλυτικά το τρόπο λειτουργίας των δύο μερών, τις αρμοδιότητες αυτών καθώς και τη συμμετοχή τους στα έξοδα, κατά τη χρονική περίοδο πριν και κατά την έναρξη της λειτουργίας του χώρου, και έσοδα της εταιρείας.

Ø Προγραμματισμός Χρηματοδότησης.

Η οργάνωση του θέματος της χρηματοδότησης τη επένδυσης είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εξέλιξη του προγραμματισμού της εκτέλεσης του έργου.

Το σημαντικό για το συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο, είναι ότι μέρος του σημαντικού κόστους της επένδυσης αλλά και των λειτουργικών εξόδων της εταιρίας, τόσο σε επίπεδο λειτουργίας εταιρίας όσο και σε επίπεδο παραγωγής, έχει καλυφθεί εκ των προτέρων μέσω της εταιρίας Χ, εμπορικών χορηγών και ειδικών δανειοδοτικών προγραμμάτων.

Ø Διαγωνισμοί και ανάθεση του έργου ανακαίνισης και διαμόρφωσης του χώρου.

Η εταιρεία Χ κατόπιν συμφωνίας με τους διαχειριστές του ATTICA GOLDEN PALACE για την διαμόρφωση των χώρων θα έρθει σε επαφή με μεγάλη εταιρία κατασκευής συναυλιακών κέντρων στο εξωτερικό, για την πρόσληψη ειδικών συμβούλων οι οποίοι θα καθοδηγήσουν την Ελληνική εταιρία που θα προκριθεί στο διαγωνισμό.

Στο στάδιο αυτό η McKenzie μαζί με τους ειδικούς συμβούλους, είναι υπεύθυνη για τον καθορισμό των προδιαγραφών και προϋποθέσεων που πρέπει να πληροί η υποψήφια εταιρία κατασκευής. Τα έξοδα για τη διοργάνωση του διαγωνισμού καθώς ο τρόπος επικοινωνίας του διαγωνισμού και η ανάδειξη της τελικής εταιρίας βαρύνουν την εταιρεία Χ.

Ø Επιλογή των προμηθευτών.

Η επιλογή των προμηθευτών για τα υλικά και τις υπηρεσίες για την ανακαίνιση και διαμόρφωση του χώρου έχουν καθοριστεί από την υποψήφια εταιρία κατασκευής του χώρου κατά την κατάθεση της προσφοράς της. Στην προσφορά αυτή περιγράφονται οι συνεργάτες και οι υπηρεσίες τους, οι τιμολογιακές πολιτικές τους και όλες οι απαραίτητες πληροφορίες οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις που θέτει η εταιρεία Χ.

Επίσης οι διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE πρέπει να διασφαλίσει ότι οι εταιρείες που θα αναλάβουν την διαχείριση των επισιτιστικών τμημάτων πληρούν τις προδιαγραφές και τα κριτήρια παροχής υπηρεσιών του χώρου.

Τα κρίσιμα σημεία που πρέπει να λαμβάνονται υπ'όψην κατά την επιλογή προμηθευτών είναι:

- Τιμές
- Χρόνος παράδοσης
- Εμπειρία στο συγκεκριμένο κλάδο
- Ποιότητα υπηρεσιών

Ø Συμφωνίες με τρίτους που θα δραστηριοποιηθούν στο χώρο.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού, των καλλιτεχνών και των επιπλέον υπηρεσιών του ATTICA GOLDEN PALACE, διαχείριση του εστιατορίου, το catering των καλλιτεχνών και των προσκεκλημένων ομιλητών στα συνέδρια καθώς και το studio ηχογράφησης θα ανατεθούν σε εξειδικευμένες εταιρείες στους αντίστοιχους τομείς οι οποίες θα λειτουργούν εντός του συναυλιακού κέντρου. Με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλιστεί ποιοτική παροχή υπηρεσιών από εξωτερικούς συνεργάτες με μακρόχρονη εμπειρία και γνώσεις σε κάθε τομέα.

Ø Επιλογή της τεχνολογίας.

Η διοίκηση του ATTICA GOLDEN PALACE θα προβεί στην αγορά εφ'άπαξ σύγχρονης τεχνολογίας ώστε να δημιουργήσει ένα πολυμορφικό κέντρο στα πρότυπα του εξωτερικού. Η επιλογή της τεχνολογίας αφορά:

- Οπτικοακουστικά συστήματα για τις συναυλιακές αίθουσες.
- Ηχομόνωση για τις συναυλιακές αίθουσες.
- Σύστημα ηλεκτρονικού ελέγχου εισιτηρίων.
- Οθόνες προβολής.
- Συσκευές εξυπηρέτησης των μπαρ (Συναυλιακές αίθουσες).
- Υπηρεσίες διαδικτύου.
- Οργάνωση γραφείων.
- Σύστημα ασφαλείας του χώρου.

Ø Ανακαίνιση και Κατασκευή του χώρου.

Η ανακαίνιση του χώρου αφορά κυρίως:

- Μεταλλικές κατασκευές
- Χρωματισμούς τοίχων, οροφών, ψευδοροφών
- Διαμόρφωση χώρων υγιεινής
- Επίπλωση
- Προσθήκη σημάτων για το εσωτερικό του κτιρίου
- Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου

Ø Εγκατάσταση, οργάνωση γραφείων και χώρου.

Με την εγκατάσταση των στελεχών στο ATTICA GOLDEN PALACE προέχουν η μεταφορά της τεχνολογίας, των υλικών και εφοδίων για την οργάνωση των γραφείων, η κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου, η οργάνωση βάσης δεδομένων και η προετοιμασία για την εκπαίδευση προσωπικού.

Ø Κατάρτιση business plan.

Εντούτοις, κρίνεται σκόπιμη και αναγκαία η κατάρτιση και δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, σε μια προσπάθεια αναγνώρισης των σημαντικότερων ανταγωνιστών του ATTICA GOLDEN PALACE, πιθανών επιχειρηματικών κινδύνων και αδυναμιών της προβλεπόμενης επένδυσης, με στόχο βέβαια την καλύτερη δυνατή αντιμετώπισή τους.

Ø Εγκατάσταση Τεχνολογίας και Τρίτων εταιριών.

Η μεταφορά και η εγκατάσταση όλης της απαιτούμενης τεχνολογίας θα πραγματοποιηθεί μόλις είναι έτοιμος ο χώρος από όλες τις πλευρές, εκτός της διακόσμησής του. Την ίδια περίοδο εισέρχονται στο χώρο και οι τρίτες εταιρίες, οι οποίες θα είναι υπεύθυνες για την οργάνωση των χώρων που θα δραστηριοποιηθούν και την μεταφορά της τεχνολογίας τους.

Ø Στρατολόγηση και εκπαίδευση προσωπικού.

Η στρατολόγηση του επιτελικού προσωπικού ακολουθεί μετά την εγκατάσταση της εταιρείας στο χώρο. Σημειώνεται ότι καθίσταται αναγκαία η εκπαίδευση των ατόμων μέσα στο νέο χώρο για να γίνουν κατανοητά εκ των προτέρων:

1. Η φιλοσοφία και της εταιρίας
2. Η επιχειρησιακή κουλτούρα
3. Οι πολιτικές της εταιρίας
4. Οι βασικοί τομείς της οργάνωσης παραγωγής
5. Ο τρόπος λειτουργίας της εταιρίας
6. Ο τρόπος οργάνωσης του κέντρου
7. Ο τρόπος εξυπηρέτησης του κοινού

Ø Ενέργειες για Μάρκετινγκ πριν την παραγωγή.

Η διαδικασία εύρεσης πελατών θα ξεκινήσει 7 μήνες περίπου πριν την έναρξη λειτουργίας του χώρου. Η αναγνωρισιμότητα από το κοινό ξεκινάει με τη διαφημιστική προώθηση των εκδηλώσεων που θα λάβουν χώρα στο ATTICA GOLDEN PALACE με την εκκίνηση της λειτουργίας του.

Ø Διακόσμηση και Αναγνωρισιμότητα χώρου.

Λίγο πριν την έναρξη της λειτουργίας του χώρου, θα ξεκινήσει η διακόσμηση του εξωτερικού και του κυρίως χώρου του πολυμορφικού κέντρου. Η διαχείριση του ATTICA GOLDEN PALACE θεωρεί ότι η άρτια εικαστική παρουσίαση του χώρου μπορεί να αποτελέσει ένα από τα σημαντικότερα βήματα για την διαφήμιση και την αναγνωρισιμότητα του νέου κέντρου.

Ø Εγκαίνια και έναρξη.

Στα εγκαίνια θα παρουσιαστούν 3 ζωντανές εκδηλώσεις Ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών με ελεύθερη είσοδο όπου οι επισκέπτες θα ξεναγηθούν στο χώρο του ATTICA GOLDEN PALACE και θα ενημερωθούν για τις μελλοντικές προγραμματισμένες εκδηλώσεις συναυλιών και συνεδρίων.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται συνοπτικά τα στάδια εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου καθώς και το χρονικό διάστημα που απαιτείται για την υλοποίησή τους.

Πίνακας 9-1 Χρονική Περίοδος Εκτελέσεως του Επενδυτικού Σχεδίου

ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ	ΔΙΑΡΚΕΙΑ
Διαπραγματεύσεις με δημόσιο φορέα για τον καθορισμό των όρων της σύμβασης παραχώρησης.	1 μήνας
Διαπραγματεύσεις με την εταιρεία Χ για την χρηματοδότηση του έργου.	2 εβδομάδες
Σύσταση της Ομάδας εκτελέσεως του έργου.	1 μήνας
Έλευση της εταιρείας Χ στην Ελλάδα.	-
Σύσταση της εταιρίας και νομικές απαιτήσεις.	1 μήνας
Προγραμματισμός Χρηματοδότησης.	1 μήνας
Λήψη όλων των απαραίτητων αδειών.	1 μήνας
Επιλογή των προμηθευτών.	1 μήνας
Συμφωνίες με τρίτους που θα δραστηριοποιηθούν στο χώρο.	1 μήνας
Επιλογή της τεχνολογίας.	1 μήνας
Ανακαίνιση και Κατασκευή του χώρου.	7μήνες
Εύρεση και εκπαίδευση προσωπικού.	3 μήνες
Μάρκετινγκ και εύρεση πελατών πριν την παραγωγή.	7 μήνες
Διακόσμηση και Branding χώρου.	3 μήνες
Εγκατάσταση, οργάνωση γραφείων και χώρου.	2 μήνες
Κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου.	2 μήνες
Προμήθεια υλικών και μεταφορά τεχνολογίας	2 μήνες
Εγκαίνια	1 ημέρα
Έναρξη Εργασιών	-

9.4 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

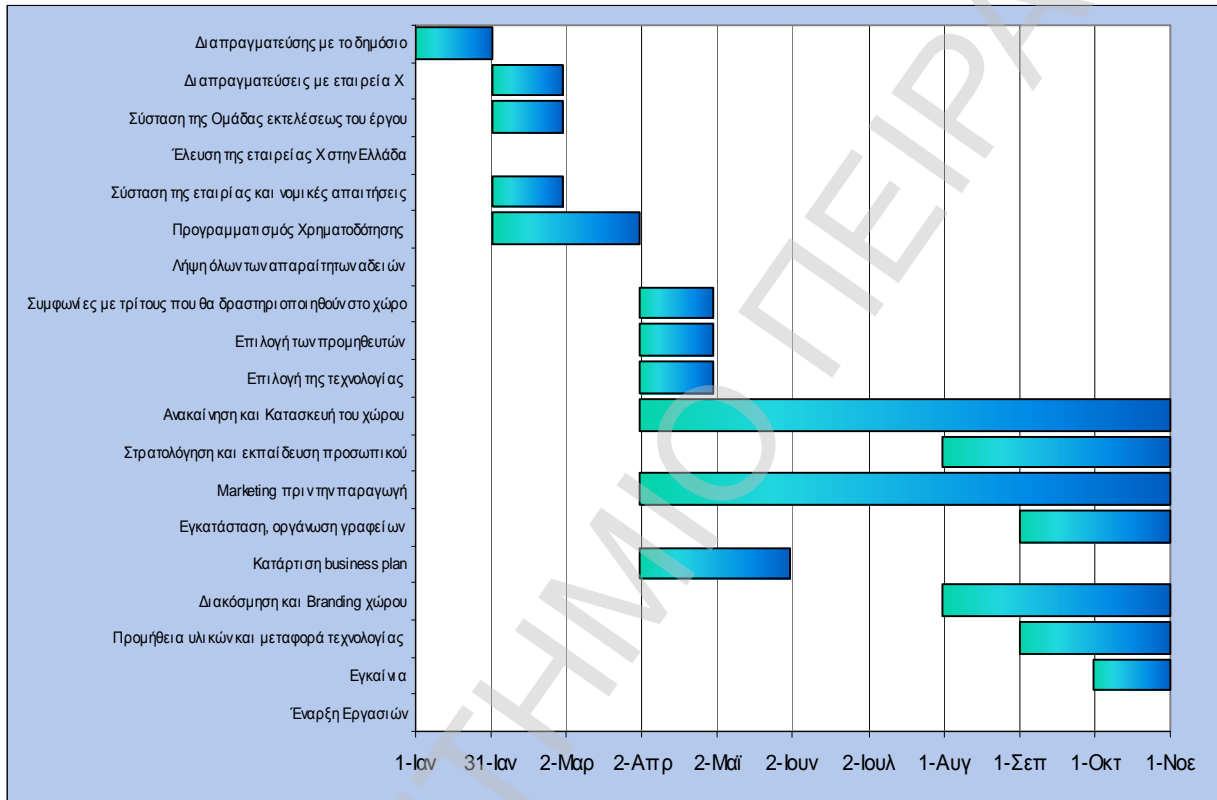
Πίνακας 9-2 Κόστος εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου

1. Κόστος Διαχείρισεως της εκτελέσεως του έργου	€
Μισθοί του διευθυντικού επιτελείου του έργου.	60.000
Εκτυπώσεις και φωτοτυπίες	2.000
Δασμοί και φόροι κατά τη διάρκεια εκτελέσεως του έργου	10.000
Κόστος νομικής βοήθειας	20.000
ΣΥΝΟΛΟ	92.000
2. Κόστος συστάσεως της εταιρίας και οργάνωση	€
Έξοδα σχετιζόμενα με τη σύσταση της εταιρίας	
1.Χρηματοοικονομικά έξοδα	15.000
2.Τέλη, φόροι	8.000
Αμοιβές και έξοδα νομικής βοήθειας	5.000
Μισθοί και ημερομίσθια διευθυντικού και διοικητικού προσωπικού	60.000
ΣΥΝΟΛΟ	88.000

3. Κόστος στελεχώσεως	€
Έξοδα διαφήμισης	2000
Μισθοί και ημερομίσθια στρατολογηθέντος προσωπικού για εργασία	30.000
Ταξίδια και έξοδα επικοινωνιών	5.000
Αμοιβές για ειδικούς συμβούλους	4.000
Αμοιβές για εξωτερική εκπαίδευση, με ταξίδια και έξοδα διαβίωσης	10.000
Εκπαιδευτικό υλικό	2.000
ΣΥΝΟΛΟ	53.000
4. Κόστος μεταφοράς της τεχνολογίας	€
Κόστος δοκιμών και εκτιμήσεως της τεχνολογίας	2.000
πληρωμή εφ άπαξ	150.000
ΣΥΝΟΛΟ	152.000
5. Κόστος Διαγωνισμού, αξιολόγησης και ανάθεσης του κατασκευαστικού έργου	€
Νομική βοήθεια	2.000
Εκτύπωση τευχών διακηρύξεων	1.000
Εκτυπώσεις και φωτοτυπίες Σφραγίδες και παρόμοια	1.000
ΣΥΝΟΛΟ	4.000
6. Επίβλεψη και συντονισμός του κατασκευαστικού έργου	€
Μισθοί	5.000
Πρώτες και βοηθητικές ύλες	3.000
Κόστος προσωρινής αποθήκευσης εκτός εγκαταστάσεως	6.000
Ασφάλιστρα κατά την περίοδο εκτελέσεως του έργου	15.000
ΣΥΝΟΛΟ	29.000
7. Ενέργειες για προμήθειες	€
Επικοινωνίες	500
ΣΥΝΟΛΟ	500
8. Ενέργειες για προπαραγωγικό μάρκετινγκ	€
Επικοινωνίες	8.000
Διαφήμιση	40.000
Ταξίδια	10.000
Έξοδα εκτυπώσεως υλικού δημοσίων σχέσεων	15.000
ΣΥΝΟΛΟ	73.000
9. Προκαταρκτικές δαπάνες σχετικές με την εξασφάλιση κεφαλαίων	€
Αμοιβές ιδρύσεως και συστάσεως της εταιρίας	1.500
Δαπάνες ανακοινώσεων και δημοσιεύσεων	1.000
Δαπάνες για δημόσιες σχέσεις	5.000
Προμήθειες για μεσολαβούσες τράπεζες	7.000
Μεσιτείες χρηματιστών	2.000
Νομικές αμοιβές	3.500
Ασφάλιστρα	4.500
Τόκοι κατά τη διάρκεια των κατασκευών	8.000
Άλλα έξοδα	3.500
ΣΥΝΟΛΟ	36.000
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	527.500

9.5 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΑΡΙΣΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ.

Για την αποτελεσματική κατάρτιση του χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του Επενδυτικού Προγράμματος του ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE χρησιμοποιήσαμε το **Διάγραμμα GANTT**.



Εικόνα 9-1 Διάγραμμα Gantt για τις εργασίες εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Τα στοιχεία κόστους, τα οποία έχουν σημαντική επίδραση στην χρηματοοικονομική εφικτότητα του επενδυτικού σχεδίου έχουν περιγραφεί στα προηγούμενα κεφάλαια και περιλαμβάνουν την προεπενδυτική φάση, την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου και την λειτουργική φάση. Βάσει αυτών θα προσδιοριστεί το συνολικό κόστος της επένδυσης, το οποίο ορίζεται ως το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού (πάγιες επενδύσεις και άλλες προπαραγωγικές δαπάνες) και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης.

Το πάγιο ενεργητικό της υπό μελέτης επιχείρησης φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 10-1 Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
A. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	
Προεπενδυτικές Μελέτες και έρευνες	6.000
Έξοδα εκτελέσεως του προγράμματος	527.500
ΣΥΝΟΛΟ	533.500
B. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	
Έργα πολιτικού μηχανικού	61.000
Μηχανολογικός Εξοπλισμός:	
Παραγωγής	208.200
Βοηθητικός	163.500
Σύνολο	432.700
ΣΥΝΟΛΟ	966.200

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης περιλαμβάνει το τρέχον η κυκλοφορούν ενεργητικό (δηλαδή το άθροισμα των αποθεμάτων, των εισπρακτέων λογαριασμών των πελατών και των μετρητών), μείον το τρέχον παθητικό (δηλαδή τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις). Κατά τον υπολογισμό του απαιτούμενου καθαρού κεφαλαίου κίνησης αρχικά καθορίζεται η

ελάχιστη κάλυψη ημερών (X) για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό που εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10-2 Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού

A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	60 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους
B. Αποθέματα	
Υλη γραφείου	36 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Απορρυπαντικά-είδη υγιεινής	90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Αναλώσιμα	20 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Διάφορα υλικά	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Τελικά προϊόντα	15 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους
Γ. Μετρητά στο ταμείο	10 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις πρώτες ύλες, τις αποσβέσεις και τους τόκους
Δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι	30 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Σημειώνεται ότι για τον υπολογισμό ότι για τον υπολογισμό των εισπρακτέων λογαριασμών και των αποθεμάτων τελικών προϊόντων απαιτείται να έχει υπολογιστεί προηγουμένως το ετήσιο κόστος παραγωγής, διότι οι ημέρες ελάχιστης καλύψεως βασίζονται στο συγκεκριμένο κόστος.

Πίνακας 10-3 Ετήσιο συνολικό κόστος περιόδου 2007

Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	209.400
Ανθρώπινο δυναμικό	661.360
Εργασίες συντήρησης κτιρίων και λοιπών έργων πολιτικού μηχανικού	12.000
Ενοίκιο	8.691.000
Γενικά έξοδα	250.000
Έξοδα μάρκετινγκ	576.000
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	Περίοδος χάριτος 2,5 ετών
Αποσβέσεις (γραμμική μέθοδος, 10 έτη)	96.620
Συνολικό κόστος περιόδου	10.496.380

Στην συνέχεια παρατίθενται τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και του παθητικού (A) και καθορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών (Y) για τα προαναφερθέντα στοιχεία του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης καλύψεως ($Y=360 / X$).

Τα δεδομένα του κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B = A / Y$) και τελικά το καθαρό κεφάλαιο κίνησης προκύπτει από την αφαίρεση του τρέχοντος παθητικού από το τρέχον ενεργητικό.

Πίνακας 10-4 Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΡΩΝ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΕΩΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ (€)
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	A	X	Y	B
<u>A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι</u>	10.399.760	60	6	1.733.300
<u>B. Αποθέματα</u>				
1. Ύλη γραφείου	76.800	36	10	7680
2. Απορρυπαντικά-είδη υγιεινής	27.600	90	4	6900
3. Αναλώσιμα	44.400	20	18	2470
4. Διάφορα υλικά	60.600	30	12	5050
<u>Γ. Μετρητά στο ταμείο</u>	10.190.360	10	36	283.065
<u>Δ. Τρέχον Ενεργητικό</u>				2.038.465
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
<u>A. Λογαριασμοί πληρωτέοι</u>	209.400	30	12	17.450
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				(I – II)
				2.037.115
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ				10.496.380
Μείον: Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια				(209.400)
Αποσβέσεις				(96.620)
				10.190.360
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				283.065

Με βάση τα παραπάνω το συνολικό κόστος επένδυσης θα είναι:

Πίνακας 10-5 Συνολικό κόστος επένδυσης.

	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1	Πάγιο ενεργητικό	966.200
2	Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	2.037.115
	Σύνολο	3.003.315

10.2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ

Η Εταιρία με την επωνυμία ΑΤΤΙΚΑ GOLDEN PALACE Ε.Π.Ε ιδρύθηκε το 2006 (Φ.Ε.Κ.541 /30.05.2006). Η έδρα της είναι ο Δήμος Φαλήρου και το τηλ. 210-4539044. Η Εταιρία είναι καταχωρημένη στα βιβλία εταιριών

Περιορισμένης Ευθύνης του Πρωτοδικείου Αθηνών με γενικό αριθμό 4671 και ειδικό αριθμό 321 .Η διάρκεια της, βάσει του καταστατικού της, έχει ορισθεί σε δέκα χρόνια και συγκεκριμένα μέχρι την 30^η Φεβρουαρίου του έτους 2016.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του καταστατικού, όπως ισχύει σκοπός της Εταιρίας είναι :

- Η διοργάνωση συναυλιών και συνεδρίων, η οργάνωση καλλιτεχνικών γεγονότων και γενικά οποιαδήποτε μουσική παραγωγή και κάθε καλλιτεχνική και τουριστική δραστηριότητα.
- Η λειτουργία και εκμετάλλευση κυλικείων και μπαρ σε χώρους που διοργανώνει συνέδρια, συναυλίες ή άλλα καλλιτεχνικά γεγονότα η ίδια ή μέσω παραχωρήσεως του δικαιώματος σε τρίτους, η λειτουργία και εκμετάλλευση χώρων ψυχαγωγίας, η εμπορία και η λιανική ή χονδρική πώληση ειδών σχετικών με καλλιτεχνικές και επιχειρηματικές δραστηριότητες .
- Για την πραγματοποίηση των σκοπών αυτών, η εταιρία μπορεί να συμμετέχει με οποιασδήποτε μορφή σε συναφείς επιχειρήσεις και να συνεργάζεται με φυσικά ή νομικά πρόσωπα στην Ελλάδα και το Εξωτερικό.

Την Εταιρία εκπροσωπεί και δεσμεύει σε όλες της τις συναλλαγές και έναντι κάθε τρίτου, φυσικού ή νομικού προσώπου και κάθε αρχής, η Διαχειρίστρια Κα Ανδρονίκη Πολύζου.

10.3 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Οι ιδρυτές - επενδυτές της εταιρίας είναι οι:

- Ανδρονίκη Πολύζου
- George Harisson

Το σημερινό εταιρικό κεφάλαιο της Εταιρίας ανέρχεται σε 750.830 €, το οποίο διαιρείται σε 75.083 εταιρικά μερίδια ονομαστικής αξίας 10 € το καθένα έπειτα από την τελευταία απόφαση της Γενικής Συνέλευσης της Εταιρίας στις 15/7/2006.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται οι εταίροι της εταιρίας και οι εταιρικές μερίδες που κατέχει ο καθένας εταίρος.

Πίνακας 10-6 Εταίροι και εταιρικά κεφάλαια

Εταίρος	Αριθμός Μεριδίων	% Συμμετοχής
Ανδρονίκη Πολύζου	45.050	60 %
George Harisson	30.033	40 %
Σύνολο	75.083	100 %

10.4 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το συνολικό κόστος της επένδυσης θα πρέπει να καλυφθεί από συγκεκριμένες πηγές χρηματοδότησης οι οποίες παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10-7 Πηγές χρηματοδότησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Μετοχικό κεφάλαιο (25% της επένδυσης)	750.830
Επιδότηση ΕΟΤ (35% της επένδυσης)	1.051.160
Τραπεζικός δανεισμός (40% της επένδυσης)	1.201.325
ΣΥΝΟΛΟ	3.003.315

Η επιχείρηση προκειμένου να καλύψει το συνολικό κόστος της επένδυσης, θα πρέπει να προσφύγει σε χρηματοδότηση από τρίτους (δανεισμός), λαμβάνοντας μακροπρόθεσμο δάνειο ύψους 1.201.325 €. Ο τόκος του δανείου αυτού θα υπολογίζεται με βάση ετήσιο σταθερό ονομαστικό επιτόκιο ίσο με 10% (συμπεριλαμβανόμενης και της εισφοράς του 0,6%, υπέρ των τραπεζών, του Νόμου 128/75), το οποίο θα επιδοτείται από το κράτος κατά 40% και κατά συνέπεια το τελικό επιτόκιο που θα λαμβάνει το ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE θα είναι ίσο με 6%. Η περίοδος αποπληρωμής του

δανείου θα είναι ίση με 6 χρόνια ενώ θα δοθεί περίοδος χάριτος ίση με 2,5 χρόνια από την σύναψη του δανείου.

Για να υπολογιστούν οι ετήσιες υποχρεώσεις της επιχείρησης σχετικά με το συγκεκριμένο δάνειο, θα πρέπει να υπολογισθεί η σειρά περιοδικών πληρωμών ίσων ποσών, τα οποία θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε χρονικής περιόδου, δηλαδή, οι ισόποσες δόσεις του δανείου που θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε έτους της περιόδου αποπληρωμής των 6 ετών. Έτσι θα χρησιμοποιηθεί ο εξής τύπος ανατοκισμού:

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

όπου:

i το επιτόκιο δανείου ίσο με 6%.

N ο αριθμός περιόδων τοκισμού ίσος με 6 έτη.

A η τιμή ράντας ή αλλιώς χρηματική πληρωμή (δόση) του δανείου στο τέλος κάθε περιόδου για την ομοιγενή σειρά πληρωμών των 6 ετών.

P η παρούσα αξία του χρήματος ή αλλιώς το ποσό του δανείου ίσο με 1.201.325€

$$(A / P, i\%, N) = \text{συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου ίσος με } \frac{i \times (1+i)^N}{(1+i)^N - 1}$$

Άρα η ετήσια δόση για την εξυπηρέτηση του δανείου θα είναι ίση με:

$$A = 1.201.325 \times 0,203 \text{ € άρα } A = 243.870 \text{ €}$$

Για να υπολογιστούν οι ετήσιες τοκοχρεωλυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης, δηλαδή ο τόκος και το χρεωλύσιο που θα περιλαμβάνονται σε κάθε ετήσια πληρωμή, υπολογίζεται ο τόκος κάθε έτους με βάση το ονομαστικό ετήσιο επιτόκιο του 6% επί του ανεξόφλητου υπολοίπου κεφαλαίου και το ποσό αυτό αφαιρείται από την ετήσια δόση του δανείου, ώστε να προκύπτει τελικά το αντίστοιχο χρεωλύσιο όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10-8 Εξυπηρέτηση δανείου

ΕΤΟΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΔΟΣΗ (€) A	ΤΟΚΟΣ (€) T = 6% × X	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ (€) X = A - T	ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (€) Y = Κεφάλαιο - X
2007	Περίοδος χάριτος			1.201.325
2008	Περίοδος χάριτος			1.201.325
2009	243.870	72.080	171.790	1.029.535
2010	243.870	61.770	182.100	847.435
2011	243.870	50.845	193.025	654.410
2012	243.870	39.265	204.605	449.805
2013	243.870	26.990	216.880	232.925
2014	243.870	13.975	232.925	-

10.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

10.5.1 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ

Η Ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης του ετήσιου κόστους περιόδου για κάθε ένα από τα υπό μελέτη έτη θα στηριχθεί στο ετήσιο συνολικό κόστος περιόδου για το πρώτο έτος λειτουργίας του ΑΤΤΙCΑ GOLDEN PALACE που παρουσιάστηκε στον πίνακα 10.2, ενώ θα ληφθούν επιπρόσθετα υπόψη οι προαναφερθείσες χρηματοπιστωτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης καθώς και οι ετήσιες προβλέψεις κάθε συντελεστή παραγωγής όπως αναλύθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια. Με βάση αυτά η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού κόστους περιόδου θα φαίνεται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10-9 Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους περιόδου

	2007	2008	2009	2010	2011
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	209.400	215.600	220.420	227.800	234.600
Ανθρώπινο δυναμικό	661.360	684.500	708.450	733.250	758.900
Εργασίες συντήρησης	12.000	12.420	12.855	13.305	13.770
Ενοίκιο	8.691.000	8.995.180	9.310.000	9.635.850	9.973.100
Γενικά έξοδα	250.000	258.750	267.805	277.180	286.880
Έξοδα μάρκετινγκ	576.000	708.150	846.530	1.004.730	1.141.500
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	Περίοδος χάριτος	Περίοδος χάριτος	72.080	61.770	50.845
Αποσβέσεις (γραμμική μέθοδος, 10 έτη)	96.620	96.620	96.620	96.620	96.620
Συνολικό κόστος περιόδου	10.496.380	10.971.220	11.534.790	12.050.505	12.556.215

10.5.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Οι αρχικές ανάγκες της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης ανέρχονται σε 2.037.115 €. Ωστόσο από την στιγμή που το κεφάλαιο κίνησης συνιστά βασικό παράγοντα για την βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου θα πρέπει να υπολογιστούν και οι ανάγκες για τα επόμενα έτη οι οποίες παρουσιάζονται στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα.

Πίνακας 10-10 Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης.

	Α Π Α Ι Τ Η Σ Ε Ι Σ (€)				
	2007	2008	2009	2010	2011
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
Α. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	1.733.300	1.812.435	1.894.348	1.982.020	2.068.125
Β. Αποθέματα (αθροιστικά)	22.100	22.750	23.270	24.030	24.725
Γ. Μετρητά στο ταμείο	283.065	296.085	315.725	330.365	338.170
Δ. Τρέχον ενεργητικό	2.054.565	2.131.270	2.233.343	2.336.415	2.431.020
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Α. Λογαριασμοί πληρωτέοι	17.450	17.970	18.370	18.985	19.550
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I – II)	2.037.115	2.113.300	2.214.973	2.317.430	2.411.470
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	10.496.380	10.971.220	11.534.790	12.050.505	12.556.215
Μείον					
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια	209.400	215.600	220.420	227.800	234.600
Αποσβέσεις & τόκους	96.620	96.620	168.700	158.390	147.465
Σύνολο	10.190.360	10.659.000	11.145.670	11.664.315	12.174.150
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ	283.065	296.085	315.725	330.365	338.170

10.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η ανάλυση των ταμειακών ροών, η οποία θα παρουσιασθεί παρακάτω, συνιστά βασικό εργαλείο αξιολόγησης κάθε παρόμοιας επένδυσης με την παρούσα. Ωστόσο, προκειμένου να αποφασισθεί η τελική υλοποίηση της επένδυσης, θα πρέπει πρωτίστως να παρέχεται σαφής εικόνα και των βασικών λογιστικών καταστάσεων.

10.6.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

Οι προβλεπόμενες κατάστασεις αποτελεσμάτων χρέσεως για την υπό ίδρυση εταιρεία παρουσιάζονται στην ακόλουθη κάθετη διάταξη.

Πίνακας 10-11 Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως

	2007	2008	2009	2010	2011
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	11.520.000	14.163.050	16.930.580	20.094.580	22.830.520
ΜΕΙΟΝ					
ΚΟΣΤΟΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ	10.496.380	10.971.220	11.534.790	12.050.505	12.556.215
ΜΙΚΤΟ ή ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΕΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.023.620	3.191.830	5.395.790	8.044.075	10.274.305
ΜΕΙΟΝ					
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (35%)	358.267	1.117.140	1.888.526	2.815.426	3.596.006
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	665.353	2.074.690	3.507.264	5.228.649	6.678.300

10.6.2 ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ

Αντίστοιχα, οι προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ροών της επιχείρησης θα είναι:

Πίνακας 10-12 Προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ροών την περίοδο 2007 – 2011 (σε €)

	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	2007	2008	2009	2010	2011
I. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	2.987.215	11.520.000	14.163.050	16.930.580	20.094.580	22.830.520
1. ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ (ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΣ)	2.987.215	0	0	0	0	0
2. ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	0	11.520.000	14.163.050	16.930.580	20.094.580	22.830.520
II. ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	966.220	10.821.972	12.126.152	13.704.526	15.243.520	16.613.218

ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ		2007	2008	2009	2010	2011
1.	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	966.220	0	0	0	0
2.	ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ*	0	10.399.760	10.874.600	11.366.090	11.892.115
3.	ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (35%)	0	358.267	1.117.140	1.888.526	2.815.426
4.	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΧΡΕΩΝ (ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΑ)	0	0	0	243.870	243.870
5.	ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ**	0	33.268	103.735	175.363	261.432
6.	ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ***	0	30.677	30.677	30.677	30.677
III.	ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ (Α – Β)	2.020.995	698.028	2.036.898	3.226.054	4.851.060
IV.	ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	2.020.995	2.719.023	4.755.921	7.981.975	12.833.035
			19.050.337			

* Υπολογίζεται στο κόστος περιόδου μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους

** Υπολογίζεται στο 5% επί των καθαρών κερδών

*** Υπολογίζεται στο 4% επί του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου

10.6.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της επιχείρησης δίνονται στην παρακάτω κάθετη διάταξη.

Πίνακας 10-13 Προβλεπόμενοι ισολογισμοί τέλους περιόδου 2007 – 2011 (σε €)

	2007	2008	2009	2010	2011
I. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
A. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	533.500				
2. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	432.700				
3. ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	966.200	869.580	772.960	676.340	579.720
ΜΕΙΟΝ: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	96.620	96.620	96.620	96.620	96.620
ΣΥΝΟΛΟ	<u>869.580</u>	<u>772.960</u>	<u>676.340</u>	<u>579.720</u>	<u>483.100</u>
B. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	22.100	22.750	23.270	24.030	24.725
2. ΠΕΛΑΤΕΣ	1.733.300	1.812.435	1.894.348	1.982.020	2.068.125
3. ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	283.065	296.085	315.725	330.365	338.170
ΣΥΝΟΛΟ	2.038.465	2.131.270	2.233.343	2.336.415	2.431.020
Γ. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ	2.719.023	4.755.921	7.981.975	12.833.035	19.050.337
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	<u>5.627.068</u>	<u>7.660.601</u>	<u>10.891.658</u>	<u>15.749.170</u>	<u>21.964.457</u>
II. ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
A. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	17.450	17.970	18.370	18.985	19.550

	2007	2008	2009	2010	2011
2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ & ΤΕΛΗ	358.267	1.117.140	1.888.526	2.815.426	3.596.006
3. ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ	30.677	30.677	30.677	30.677	30.677
B. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	1.201.325	1.201.325	1.029.535	847.435	654.410
Γ. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ	1.461.467	1.431.386	2.734.989	5.230.817	9.513.449
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	<u>3.069.186</u>	<u>3.798.498</u>	<u>5.702.097</u>	<u>8.943.340</u>	<u>13.814.092</u>
III. ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ					
1. ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	766.930	766.930	766.930	766.930	766.930
2. ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	1.051.160	946.044	840.928	735.812	630.696
ΜΕΙΟΝ: ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	105.116	105.116	105.116	105.116	105.116
3. ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	33.268	103.735	175.363	261.432	333.915
4. ΚΕΡΔΗ ΕΙΣ ΝΕΟ	601.408	1.940.278	3.301.224	4.936.540	6.313.708
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	<u>2.557.882</u>	<u>3.862.103</u>	<u>5.189.561</u>	<u>6.805.830</u>	<u>8.150.365</u>
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	<u>5.627.068</u>	<u>7.660.601</u>	<u>10.891.658</u>	<u>15.749.170</u>	<u>21.964.457</u>

10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.7.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης (payback period method) δίνει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών του προγράμματος. Η συγκεκριμένη μέθοδος παρέχει μία ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης, δηλαδή όσο βραχύτερη είναι η περίοδος επανείσπραξης, τόσο λιγότερο επικίνδυνη κατά τεκμήριο είναι η επένδυση. Παρ'όλα αυτά, η μέθοδος αυτή δεν λαμβάνει υπόψη το μέγεθος και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών (ΚΤΡ) κατά την διάρκεια της περιόδου επανείσπραξης, την οποία θεωρεί ως ενιαίο σύνολο και για αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιείται παράλληλα με άλλες μεθόδους αξιολόγησης της επένδυσης.

Αρχικά υπολογίζονται οι ετήσιες καθαρές ταμειακές ροές (ΚΤΡ) που προβλέπεται ότι θα εμφανίσει η υπό μελέτη επιχείρηση. Η ΚΤΡ της επένδυσης για κάθε έτος ορίζεται ως εξής:

$$\text{Καθαρή Ταμειακή Ροή} = \text{Ταμειακές Εισροές} - \text{Ταμειακές Εκροές}$$

ή

$$\text{Καθαρή Ταμειακή Ροή} = \text{Καθαρά Κέρδη} + \text{Αποσβέσεις}$$

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας Ταμειακών Ροών για κάθε έτος της επιχείρησης:

Πίνακας 10-14 Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών (σε €)

ΕΤΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΚΤΡ (1) + (2)	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ
2007	665.353	96.620	761.973	761.973
2008	2.074.690	96.620	2.171.310	2.933.283
2009	3.507.264	96.620	3.603.884	6.537.167
2010	5.228.649	96.620	5.325.269	11.862.436
2011	6.678.300	96.620	6.774.920	18.637.356

Όπως γίνεται φανερό από τις αθροιστικές ΚΤΡ (ήταν απαραίτητο να υπολογιστούν επειδή οι ετήσιες ΚΤΡ μεταβάλλονται από έτος σε έτος) τα 761.973€ από τα 966.200€ της επένδυσης θα επανεισπραχθούν στον πρώτο χρόνο ζωής της επένδυσης και τα υπόλοιπα 204.227€ κατά την διάρκεια του 2^{ου} χρόνου. Συνεπώς η περίοδος επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης θα είναι 1 χρόνος και 1 μήνας περίπου (204.227€ / 2.171.310€). Το γεγονός αυτό συνιστά ιδιαίτερα ελκυστική περίπτωση επένδυσης εάν ληφθεί υπόψη και το συνολικό μέγεθός της.

10.7.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ

Με την μέθοδο της Καθαρής Παρούσας Αξίας (net present value method), όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν (χρόνος 0) με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου).

Πιο συγκεκριμένα ισχύει:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \left[\frac{ΚΤΡ}{(1+k)^t} \right] - ΚΕ$$

Όπου,

ΚΠΑ η Καθαρή Παρούσα Αξία
 ΚΤΡ_τ η Καθαρή Ταμειακή Ροή στην περίοδο τ
 ΚΕ το Κόστος Επένδυσης
 Κ το Μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου
 ν ο Αριθμός περιόδων

Για την υπό μελέτη περίπτωση άνισων μελλοντικών ετήσιων καθαρών ταμειακών ροών η εξίσωση της καθαρής παρούσας αξίας μπορεί να διατυπωθεί με την εξής μορφή:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n [ΚΤΡ_t (ΣΠΑ_{k,n})] - ΚΕ$$

Ο συντελεστής ΣΠΑ αντιπροσωπεύει τον συντελεστή παρούσας αξίας, ο οποίος δίνεται για λόγους ευχέρειας από ειδικούς πίνακες και ισούται με:

$$ΣΠΑ_{k,n} = \left[\frac{1}{(1+k)^n} \right]$$

Όταν η καθαρή παρούσα αξία (το άθροισμα όλων των παρούσων αξιών όλων των καθαρών ταμειακών ροών μείον το κόστος της επένδυσης) είναι τουλάχιστον ίση με, ή μεγαλύτερη από το μηδέν, η πρόταση επένδυσης πρέπει να γίνει αποδεκτή. Βάσει λοιπών αυτών καθώς και των ετήσιων ΚΤΡ της επιχείρησης λαμβάνεται ο παρακάτω πίνακας όπου χρησιμοποιείται σύμφωνα με τις προβλεπόμενες τραπεζικές συνθήκες κόστος κεφαλαίου (26%).

Πίνακας 10-15 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (σε €)

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{26%,ν}	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
2007	761.973	0,7939	604.930
2008	2.171.310	0,6304	1.368.795
2009	3.603.884	0,5007	1.804.465
2010	5.325.269	0,3978	2.118.392
2011	6.774.920	0,3161	2.141.552
Συνολική παρούσα αξία			8.038.134

Επομένως θα είναι:

$$ΚΠΑ = \text{Συνολική ΠΑ} - ΚΕ \rightarrow ΚΠΑ = 8.038.134 - 2.987.215 \rightarrow$$

$$ΚΠΑ = 5.050.915 > 0$$

Έτσι, προκύπτει ότι το υπό μελέτη επενδυτικό πρόγραμμα είναι ιδιαίτερα ελκυστικό και θα πρέπει να γίνει σαφώς αποδεκτό, εφόσον η καθαρή παρούσα αξία είναι θετική και συνεπώς η αποδοτικότητα των ταμειακών ροών της επιχείρησης εμφανίζεται υψηλότερη από την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (26%).

10.8 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ

Για τον υπολογισμό του Νεκρού Σημείου του ATTICA GOLDEN PALACE, χρησιμοποιούμε τις ημέρες εκδηλώσεων. Μας ενδιαφέρει να υπολογίσουμε τον αριθμό των ημερών κατά τον οποίο η επιχείρηση καλύπτει τα συνολικά της έξοδα και από εκείνη τη στιγμή και μετά αρχίζει να πραγματοποιεί κέρδη.

Η μέθοδος υπολογισμού του νεκρού σημείου που χρησιμοποιείται σε αυτή την περίπτωση είναι η απλή μέθοδος των τριών.

1^ο Έτος λειτουργίας

Κατά το 1^ο έτος, η επιχείρηση έχει Συνολικά Έσοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του Κεφαλαίου 3 που ανέρχονται σε **11.520.000 €** Τα συνολικά έξοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του πίνακα 10.9, για τον πρώτο χρόνο ανέρχονται σε **10.496.380 €** Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου έχει ως ακολούθως:

Σε 150 Σ. Ημέρες πραγματοποιεί **11.520.000 €** συνολικά έσοδα

Σε x Σ. Ημέρες καλύπτει τα **10.496.380 €** συνολικά έξοδα

$N.S. = (150 \times 10.496.380) / 11.520.000 \text{ €} = 137$ ημέρες εκδηλώσεων

Επομένως, η επιχείρηση μετά την 137^η ημέρα εκδήλωσης ξεκινά την κερδοφορία της.

2^ο έτος λειτουργίας

Κατά το 2^ο έτος, η επιχείρηση έχει Συνολικά Έσοδα, σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του Κεφαλαίου 3, που ανέρχονται σε **14.163.050€**. Τα συνολικά έξοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του πίνακα 10.9, για τον δεύτερο χρόνο ανέρχονται σε **10.971.220 €**. Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου έχει ως ακολούθως:

Σε 180	Σ. Ημέρες	πραγματοποιεί	14.163.050 €	συνολικά έσοδα	
<u>Σε</u>	<u>x</u>	<u>Σ. Ημέρες</u>	<u>καλύπτει</u>	<u>10.971.220 €</u>	<u>συνολικά έξοδα</u>

$N.S. = (180 \times 10.971.220) / 14.163.050 = 139$ ημέρες εκδηλώσεων

Επομένως, η επιχείρηση μετά την 139^η εκδήλωση ξεκινά την κερδοφορία της.

3^ο έτος λειτουργίας

Κατά το 3^ο έτος, η επιχείρηση έχει Συνολικά Έσοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του Κεφαλαίου 3 που ανέρχονται σε **16.930.580 €**. Τα συνολικά έξοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του πίνακα 10.9 για τον τρίτο χρόνο ανέρχονται σε **11.534.790 €**. Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου έχει ως ακολούθως:

Σε 210	Σ. Ημέρες	πραγματοποιεί	16.597.195 €	συνολικά έσοδα	
<u>Σε</u>	<u>x</u>	<u>Σ. Ημέρες</u>	<u>καλύπτει τα</u>	<u>11.534.790 €</u>	<u>συνολικά έξοδα</u>

$N.S. = (210 * 11.534.790) / 16.597.195 = 146$ ημέρες εκδηλώσεων

Επομένως, η επιχείρηση μετά την 146^η εκδήλωση ξεκινά την κερδοφορία της.

4^ο έτος λειτουργίας

Κατά το 4^ο έτος, η επιχείρηση έχει Συνολικά Έσοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του Κεφαλαίου 3 που ανέρχονται σε **20.094.580 €**. Τα συνολικά έξοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του πίνακα 10.9, για

τον πρώτο χρόνο ανέρχονται σε **12.050.505 €** Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου έχει ως ακολούθως:

Σε 240 Σ. Ημέρες πραγματοποιεί **20.094.580 €** συνολικά έσοδα

Σε × Σ. Ημέρες καλύπτει τα **12.050.505 €** συνολικά έξοδα

$N.Σ. = (240 \times 12.050.505) / 20.094.580 = 144$ ημέρες εκδηλώσεων

Επομένως, η επιχείρηση μετά την 144^η ημέρα εκδήλωσης ξεκινά την κερδοφορία της.

5^ο έτος λειτουργίας

Κατά το 5^ο έτος, η επιχείρηση έχει Συνολικά Έσοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού του Κεφαλαίου 3 που ανέρχονται σε **22.830.520 €** Τα συνολικά έξοδα σύμφωνα με τον τρόπο υπολογισμού της παραγράφου **10.5**, για τον πρώτο χρόνο ανέρχονται σε **12.556.215 €** Ο υπολογισμός του νεκρού σημείου έχει ως ακολούθως:

Σε 270 Σ. Ημέρες πραγματοποιεί **22.830.520 €** συνολικά έσοδα

Σε × Σ. Ημέρες καλύπτει τα **12.556.215 €** συνολικά έξοδα

$N.Σ. = (270 \times 12.556.215) / 22.830.520 = 148$ ημέρες εκδηλώσεων

Επομένως, η επιχείρηση μετά την 148^η εκδήλωση ξεκινά την κερδοφορία της.

Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε, το Νεκρό σημείο κυμαίνεται μεταξύ των 139 και 148 εκδηλώσεων.

Οι παράγοντες που θεωρούνται καθοριστικοί στην διαμόρφωση του επιπέδου του νεκρού σημείου είναι οι ακόλουθοι:

- το σταθερό κόστος
- το μεταβλητό κόστος
- ο όγκος των πωλήσεων

Συμπερασματικά, η βελτίωση του νεκρού σημείου, παρά την κατά περιόδους αύξηση του συνολικού κόστους της επιχείρησης, οφείλεται στην σημαντική ανάπτυξη της κατά την διάρκεια της πενταετίας και στην εξασφάλιση υψηλότερου μεριδίου αγοράς.

10.8. Οικονομική αξιολόγηση - Επιδράσεις στην Εθνική οικονομία

Η ευρύτερη κοινωνική αξιολόγηση και εκτίμηση της συμβολής του επενδυτικού σχεδίου επικεντρώνεται κυρίως στα εξής:

- Στην παραγωγή κοινωνικά επιθυμητών αγαθών.
- Στην ανάπτυξη άλλων κλάδων.
- Στην εναρμόνιση της χώρας με τα πολιτιστικά δρώμενα του εξωτερικού.
- Στην προαγωγή της συγκεκριμένης τεχνολογίας.

Αναφορικά με τις επιδράσεις του επενδυτικού σχεδίου στην Εθνική οικονομία, η εταιρεία ATTICA GOLDEN PALACE θα συμβάλλει στην ενδυνάμωση του τουριστικού προϊόντος της Αθήνας και ειδικότερα θα εξασφαλίσει μια θετική προοπτική για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού συμβάλλοντας στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας της χώρας μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Καρβούνης Σ., Οικονομοτεχνικές Μελέτες: Μεθοδολογία – Τεχνικές – Θεωρία, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, 2000.
2. Γεωργόπουλος Ν., Επιχειρησιακή Πολιτική και Στρατηγική, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2001.
3. Κουρεμένος Αθ., Μέθοδοι Έρευνας Μάρκετινγκ, Πανεπιστημιακές παραδόσεις, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 1996.
4. Γεωργόπουλος Ν., Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Γ. Μπένου, 2002.
5. Ευθύμογλου Π., Επιχειρησιακή Στρατηγική, Τεύχος Α, 1990.
6. Ηγουμενάκης Ν., Τουριστικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1996.
7. Λαλούμης Δ. – Ρούπας Β., Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1996.
8. Λύτρας Π. -Επιμέλεια-, Ο Τουρισμός προς το 2000: Θεωρητικές Επισημάνσεις και Προσεγγίσεις, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1989.
9. Μάλιαρης Π., Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ – Γ Έκδοση, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, 2001.
10. Παπαδάκης Β., Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία – Τρίτη Έκδοση, Εκδόσεις Ευγ. Μπένου, 1999.
11. Σαρσέντης Β. Επιχειρησιακή Στρατηγική και Πολιτική – Δεύτερη Έκδοση, Εκδόσεις Ευγ. Μπένου, 1996.
12. Χρήστου Ε., Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1999.
13. Χυτήρης Λ., Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1994.
14. Kotler Ph., Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ: Ανάλυση, Σχεδιασμός- Τόμος Α, Υλοποίηση και Έλεγχος – Ένατη Έκδοση, Εκδόσεις EMI/INTERBOOKS, 2000, σελ. 234-256.

ΜΕΛΕΤΕΣ

1. Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (ΙΤΕΠ):

§ Μελέτη για το χειμερινό τουρισμό.

§ Διαρθρωτική η αιτία των χαμηλών ελληνικών επιδόσεων (3-07-2003).

§ Η Ελλάδα εμφανίζει το μικρότερο ποσοστό εσωτερικού τουρισμού στην Ευρώπη (25-09-2002)

2. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-Εργαστήριο Πολεοδομικού και Χωροταξικού Σχεδιασμού.

§ Μεταολυμπιακή Αξιοποίηση των Ολυμπιακών έργων, Δεύτερος Άξονας: Πρόταση Μεταολυμπιακής χρήσης των έργων.

ΠΗΓΕΣ

1. Εθνική Στατιστική Υπηρεσία.
2. Ε.Ο.Τ.
3. Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού (Π.Ο.Ε.Τ.).
4. Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων ΥΠΕΧΩΔΕ.
5. Ελληνικά Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε.
6. Εφημερίδα της Κυβερνήσεως Αρ.Φύλλου 232,233.
7. Διαδικτυακές πύλες (www.synedrio.gr, www.athens2004.gr,
www.stadia.gr, www.ypodomi.gr)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3-1 Τα σημαντικότερα συνέδρια την περίοδο 2004 – 2005.....	15
Πίνακας 3-2 Τα σημαντικότερα συναυλιακά κέντρα της Αθήνας.....	24
Πίνακας 3-3 Τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα της Αθήνας.....	26
Πίνακας 3-4 Συμμετέχοντες σε συνέδρια ανά Ευρωπαϊκή Χώρα.....	34
Πίνακας 3-5 Χαρακτηριστικά ξένων τουριστών στην Ελλάδα.....	35
Πίνακας 3-6 Διεθνή συνέδρια σε ελληνικές πόλεις 1992-1995.....	35
Πίνακας 3-7 Χρήση διαδικτύου.....	38
Πίνακας 3-8 Κύκλος εργασιών έτους 2007.....	63
Πίνακας 3-9 Κύκλος εργασιών έτους 2008.....	65
Πίνακας 3-10 Κύκλος εργασιών έτους 2009.....	65
Πίνακας 3-11 Κύκλος εργασιών έτους 2010.....	66
Πίνακας 3-12 Συνολικές πωλήσεις και συνολικό κόστος Μάρκετινγκ.....	68
Πίνακας 4-1 Εισροές και ετήσιο κόστος.....	70
Πίνακας 4-2 Εκτίμηση κόστους εισροών ανά έτος.....	72
Πίνακας 5-1 Σύνθεση του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή.....	98
Πίνακας 5-2 Υπολογισμός έργων πολιτικού μηχανικού και εξοπλισμού.....	105
Πίνακας 5-3 Υπολογισμός κόστους συντήρησης για έργα πολιτικού μηχανικού.....	106
Πίνακας 6-1 Εκτίμηση γενικών εξόδων επιχείρησης (2007).....	119
Πίνακας 6-2 Πρόβλεψη γενικών εξόδων επιχείρησης (ανά έτος).....	119
Πίνακας 7-1 Έκτακτοι Συνεργάτες.....	125
Πίνακας 7-2 Επίπεδα Εκπαίδευσης Εργαζομένων.....	126
Πίνακας 7-3 Ηλικιακή Διάρθρωση του Προσωπικού.....	126
Πίνακας 7-4 Κατώτατοι Μισθοί & Ημερομίσθια Υπαλλήλων.....	127
Πίνακας 7-5 Εκτίμηση Κόστους Μονίμου Προσωπικού.....	128
Πίνακας 7-6 Εκτίμηση Κόστους Έκτακτου Προσωπικού.....	129
Πίνακας 7-7 Προβολή Κόστους Ανθρωπίνου Δυναμικού.....	129
Πίνακας 8-1 Κόστος Κατασκευής.....	135
Πίνακας 8-2 Υπολογισμός Κόστους Ενοικίων.....	137
Πίνακας 9-1 Χρονική Περίοδος Εκτελέσεως του Επενδυτικού Σχεδίου.....	148
Πίνακας 9-2 Κόστος εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου.....	148
Πίνακας 10-1 Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης.....	151
Πίνακας 10-2 Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού.....	152
Πίνακας 10-3 Ετήσιο συνολικό κόστος περιόδου 2007.....	152
Πίνακας 10-4 Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης.....	153
Πίνακας 10-5 Συνολικό κόστος επένδυσης.....	153
Πίνακας 10-6 Εταίροι και εταιρικά κεφάλαια.....	155
Πίνακας 10-7 Πηγές χρηματοδότησης.....	155
Πίνακας 10-8 Εξυπηρέτηση δανείου.....	157
Πίνακας 10-9 Διαχρονική εξέλιξη συνολικού κόστους περιόδου.....	157
Πίνακας 10-10 Διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης.....	158
Πίνακας 10-11 Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως.....	159
Πίνακας 10-12 Προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ρών την περίοδο 2007 – 2011 (σε €).....	159
Πίνακας 10-13 Προβλεπόμενοι ισολογισμοί τέλους περιόδου 2007 – 2011 (σε €).....	160
Πίνακας 10-14 Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών (σε €).....	162
Πίνακας 10-15 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (σε €).....	163

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1-1 Εξωτερικές και εσωτερική άποψη του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου.....	1
Εικόνα 3-1 Βασικοί παράμετροι διοργάνωσης μιας συναυλίας.....	31
Εικόνα 3-2 Συχνότητα με την οποία οι Ευρωπαίοι ακούν μουσική. (Πηγή: Eurostat).....	39
Εικόνα 3-3 Τύπος μουσικής που ακούν οι Ευρωπαίοι (Πηγή: Eurostat).....	39
Εικόνα 3-4 Εσωτερική άποψη της αίθουσας συνεδρίων του Intercontinental.....	45
Εικόνα 3-5 Εσωτερική άποψη της αίθουσας συνεδρίων του Divani Caravel.....	46
Εικόνα 3-6 Εξωτερική όψη του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.....	47
Εικόνα 3-7 Η σκηνή του Gagarin 205 L.M.S. κατά τη διάρκεια Rock συναυλίας.....	49
Εικόνα 3-8 Μακέτα του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου.....	53
Εικόνα 6-1 Οργανόγραμμα εταιρίας.....	107
Εικόνα 6-2 Αρμοδιότητες διευθύνοντος σύμβουλου.....	108
Εικόνα 6-3 Αρμοδιότητες υπεύθυνου μάρκετινγκ.....	109
Εικόνα 6-4 Αρμοδιότητες υπευθύνων οργάνωσης εκδηλώσεων.....	110
Εικόνα 6-5 Αρμοδιότητες διεύθυνσης προσωπικού.....	111
Εικόνα 6-6 Αρμοδιότητες διεύθυνσης ποιότητας.....	111
Εικόνα 6-7 Αρμοδιότητες οικονομικού διευθυντή.....	112
Εικόνα 6-8 Αρμοδιότητες υπεύθυνου επισιτιστικών τμημάτων.....	113
Εικόνα 6-9 Αρμοδιότητες τεχνικής διεύθυνσης.....	113
Εικόνα 6-10 Αρμοδιότητες υπεύθυνου διαχείρισης εισιτηρίων.....	113
Εικόνα 6-11 Αρμοδιότητες υπεύθυνου καταστήματος.....	114
Εικόνα 6-12 Διαδικασία μίσθωσης του χώρου.....	115
Εικόνα 7-1 Ηλικιακή Διάρθρωση του Προσωπικού.....	127
Εικόνα 9-1 Διάγραμμα Gantt για τις εργασίες εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου.....	150