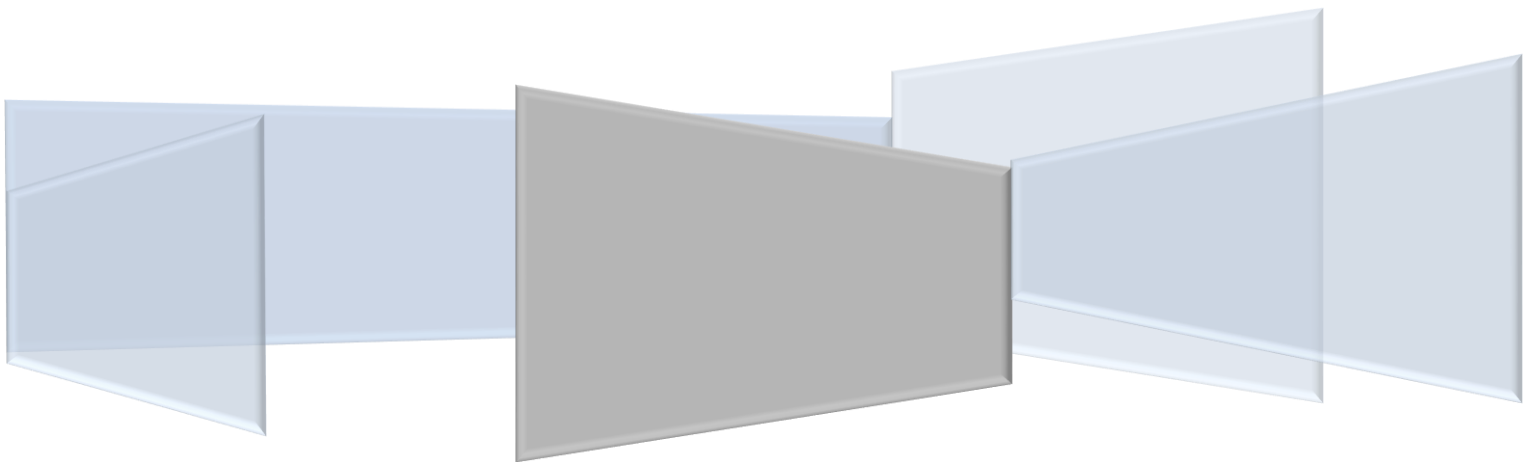




ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MBA – TOURISM MANAGEMENT

Διπλωματική εργασία με τίτλο: «Οικονομοτεχνική ανάλυση και αξιολόγηση νέας
ξενοδοχειακής μονάδας για καταδυτικό τουρισμό στην Κύμη Ευβοίας»



Επιβλέπων καθηγητής: Γεωργακέλλος Δημήτρης

Φοιτήτρια: Μαρμαρά Αναστασία

Αριθμός μητρώου: ΔΕΜΤ 1817

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2020

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



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

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή –δεύτερη- σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

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

..... Οικονομολογική ανάλυση και αξιολόγηση νέας.....
..... ξενοδοχειακής μονάδας για καταδυτικό τουρισμό.....
..... στην Κύπρoν Ευθείας.....

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

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

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο..... Ανδρέα Μαργαρίτα.....

Ημερομηνία..... 2/2/2020.....

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα πλαίσια απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών. Ως εκ τούτου, κάποια από τα στοιχεία που φέρει ενδέχεται να μην είναι ακριβή.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή κ. Γεωργακέλλο Δημήτρη, μιας και η παρούσα εργασία έγινε υπό την επίβλεψή του, για την καθοδήγηση και υποστήριξή του κατά τη διάρκεια της εκπόνησής της.

Ένα ακόμα ευχαριστώ στις αρχιτεκτόνισσες φίλες μου Νεφέλη Χριστίδη και Φωτεινή Γεωργακοπούλου για την πολύτιμη βοήθειά τους στο σχέδιο του ξενοδοχείου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, για όλη την υποστήριξη και την αγάπη που μου έδωσαν τα χρόνια των σπουδών μου, τον Χρήστο και τους φίλους μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1 |
| ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ..... | 3 |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ | 8 |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ..... | 10 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ | 12 |
| 1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ | 12 |
| 1.2 ΣΥΝΟΨΗ ΑΝΑΛΥΣΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 12 |
| 1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ | 13 |
| 1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | 13 |
| 1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 13 |
| 1.6 ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ..... | 14 |
| 1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ..... | 14 |
| 1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ | 14 |
| 1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ | 15 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ..... | 16 |
| 2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 16 |
| 2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 16 |
| 2.3 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ..... | 17 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 18 |
| 3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 18 |
| 3.1.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ | 18 |
| 3.2 ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ | 22 |
| 3.2.1 ΠΡΟΦΙΛ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ..... | 25 |
| 3.3 ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ..... | 30 |
| 3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ | 35 |
| 3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ | 38 |
| 3.6 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ | 43 |
| 3.7 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | 45 |
| 3.7.1 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | 46 |
| 3.8 ΕΥΒΟΙΑ | 49 |
| 3.8.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ | 50 |
| 3.8.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ..... | 51 |

| | |
|--|----|
| 3.9 ΚΥΜΗ | 52 |
| 3.9.1 ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ..... | 53 |
| 3.9.2 ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΑ..... | 54 |
| 3.10 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ..... | 54 |
| 3.11 ΑΝΑΛΥΣΗ PORTER..... | 56 |
| 3.12 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT..... | 58 |
| 3.13 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 59 |
| 3.14 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ-ΣΤΟΧΕΥΣΗ-ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ STP | 60 |
| 3.14.1 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ..... | 60 |
| 3.14.2 ΣΤΟΧΕΥΣΗ | 62 |
| 3.14.3 ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗ..... | 62 |
| 3.15 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 62 |
| 3.15.1 ΠΡΟΪΟΝ | 63 |
| 3.15.2 ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ | 63 |
| 3.15.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ..... | 64 |
| 3.15.4 ΔΙΑΝΟΜΗ..... | 65 |
| 3.16 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ | 66 |
| 3.16.1 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 71 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ | 72 |
| 4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ..... | 72 |
| 4.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ..... | 73 |
| 4.3 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ..... | 74 |
| 4.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ | 75 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | 77 |
| 5.1 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ..... | 77 |
| 5.2 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ..... | 78 |
| 5.2.1 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ | 81 |
| 5.2.2 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ | 82 |
| 5.3 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ..... | 91 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 94 |
| 6.1 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ | 94 |
| 6.2 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 96 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ..... | 98 |
| 7.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ..... | 99 |

| | |
|--|-----|
| 7.2 ΕΥΡΕΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ | 103 |
| 7.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ | 103 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ | 105 |
| 8.1 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ | 105 |
| 8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ | 106 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ | 108 |
| 9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ | 108 |
| 9.2 ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ | 108 |
| 9.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ | 112 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 113 |
| 10.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ | 113 |
| 10.1.1 ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ..... | 113 |
| 10.1.2 ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | 114 |
| 10.1.3 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | 116 |
| 10.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 117 |
| 10.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ..... | 118 |
| 10.3.1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | 120 |
| 10.3.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | 121 |
| 10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ | 123 |
| 10.4.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ..... | 123 |
| 10.4.2 ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ..... | 123 |
| 10.4.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ..... | 124 |
| 10.4.4 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ | 126 |
| 10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ..... | 128 |
| 10.5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | 128 |
| 10.5.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΠΛΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ | 129 |
| 10.5.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ | 130 |
| 10.5.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ..... | 131 |
| 10.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ..... | 131 |
| 10.6.1 ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ..... | 131 |
| 10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ..... | 133 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 134 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 134 |
| ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ | 134 |
| ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ | 134 |

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

| | |
|--|-----|
| Πίνακας 1: Κόστος προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών | 17 |
| Πίνακας 2: Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, 2018 | 19 |
| Πίνακας 3: Top-15 επισκέψεων και επισκεπτών, 2017 – 2018..... | 20 |
| Πίνακας 4: Εγχώριος τουρισμός, 2014 – 2017 | 22 |
| Πίνακας 5: Συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών, 2017 – 2018 | 24 |
| Πίνακας 6: Τύπος διακοπών στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 – 2017 . | 26 |
| Πίνακας 7: Δραστηριότητες τουριστών στην Ελλάδα, 2015..... | 28 |
| Πίνακας 8: Αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 2017 – 2018 | 31 |
| Πίνακας 9: Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 2017 – 2018..... | 33 |
| Πίνακας 10: Πληρότητα κλινών ανά μήνα, 2017 – 2018 | 34 |
| Πίνακας 11: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας, 2018 | 37 |
| Πίνακας 12: Αφίξεις-διανυκτερεύσεις-πληρότητα των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στην Εύβοια, 2016-2018..... | 50 |
| Πίνακας 13: Διεθνείς κα εγχώριες αεροπορικές αφίξεις στη Σκύρο, 2018 | 50 |
| Πίνακας 14: Ακτοπλοϊκές αφίξεις στα λιμάνια της Εύβοιας, 2018..... | 51 |
| Πίνακας 15: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ευβοίας, 2018 | 52 |
| Πίνακας 16: Ενοικιαζόμενα δωμάτια Ευβοίας, 2018 | 52 |
| Πίνακας 17: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο | 64 |
| Πίνακας 18: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2021 | 66 |
| Πίνακας 19: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2022 | 67 |
| Πίνακας 20: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2023 | 67 |
| Πίνακας 21: Πρόβλεψη πληρότητας..... | 68 |
| Πίνακας 22: Πρόβλεψη τζίρου δωματίων | 68 |
| Πίνακας 23: Πρόβλεψη τζίρου σχολής κατάδυσης | 69 |
| Πίνακας 24: Πρόβλεψη τζίρου επισιτιστικών | 69 |
| Πίνακας 25: Τιμολόγηση αίθουσας εκδηλώσεων..... | 70 |
| Πίνακας 26: Πρόβλεψη τζίρου αίθουσας εκδηλώσεων | 70 |
| Πίνακας 27: Πρόβλεψη λειτουργικών εσόδων | 70 |
| Πίνακας 28: Κόστος μάρκετινγκ | 71 |
| Πίνακας 29: Πρόβλεψη κόστους πρώτων υλών και άλλων εφοδίων | 76 |
| Πίνακας 30: Κόστη των συστημάτων τεχνολογίας | 78 |
| Πίνακας 31: Κόστη έργων πολιτικού μηχανικού..... | 80 |
| Πίνακας 32: Κόστη συντήρησης κτιρίων και λοιπών έργων..... | 81 |
| Πίνακας 33: Βασικός εξοπλισμός κύριων χώρων του ξενοδοχείου | 90 |
| Πίνακας 34: Πρόβλεψη κόστους βασικού εξοπλισμού των κύριων χώρων του ξενοδοχείου. | 91 |
| Πίνακας 35: Πρόβλεψη λειτουργικών εξόδων | 97 |
| Πίνακας 36: Ποσοστιαία κατανομή λειτουργικών εξόδων | 97 |
| Πίνακας 37: Μερισμός λειτουργικών εξόδων | 98 |
| Πίνακας 38: Πρόβλεψη κόστους ανθρωπίνου δυναμικού | 102 |

| | |
|--|-----|
| Πίνακας 39: Διαχρονικό κόστος ανθρωπίνου δυναμικού..... | 103 |
| Πίνακας 40: Υπολογισμός κόστους επενδύσεως του επενδυτικού σχεδίου | 112 |
| Πίνακας 41: Πάγιο ενεργητικό | 114 |
| Πίνακας 42: Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού | 115 |
| Πίνακας 43: Τελικός υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης 2021 | 116 |
| Πίνακας 44: Συνολικό κόστος επένδυσης | 117 |
| Πίνακας 45: Πηγές χρηματοδότησης..... | 117 |
| Πίνακας 46: Τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις | 119 |
| Πίνακας 47: Διαχρονική εξέλιξη ετήσιου κόστους λειτουργίας..... | 120 |
| Πίνακας 48: Διαχρονικές απαιτήσεις κεφαλαίου κίνησης..... | 122 |
| Πίνακας 49: Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως..... | 123 |
| Πίνακας 50: Προβλεπόμενες χρηματικές ροές | 124 |
| Πίνακας 51: Ισολογισμοί ξενοδοχείου 2021-2023 | 125 |
| Πίνακας 52: Αριθμοδείκτες | 126 |
| Πίνακας 53: Υπολογισμός καθαρών κερδών..... | 128 |
| Πίνακας 54: Υπολογισμός καθαρών ταμειακών ροών | 129 |
| Πίνακας 55: Υπολογισμός συντελεστών απόδοσης κεφαλαίου | 129 |
| Πίνακας 56: Υπολογισμός παρούσας αξίας..... | 130 |
| Πίνακας 58: Καταμερισμός μεταβλητών και σταθερών εξόδων 2021 | 132 |

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

| | |
|--|-----|
| Εικόνα 1: Εξέλιξη του ΑΕΠ 2014 – 2018 και εκτιμήσεις για 2019 – 2023 | 21 |
| Εικόνα 2: Ποσοστιαία κατανομή επισκέψεων, 2018..... | 23 |
| Εικόνα 3: Αφίξεις και Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 9μηνο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου, 2010-2018..... | 29 |
| Εικόνα 4: Εξέλιξη της πλήρους και μερικής απασχόλησης στον τουρισμό ανά τρίμηνο, 2009 – 2018..... | 35 |
| Εικόνα 5: Δημόσιο χρέος της Ελλάδας, 2012-2022 | 40 |
| Εικόνα 6: Ποσοστά ηλικιακών ομάδων που έχουν δίπλωμα κατάδυσης, 2013-2018..... | 48 |
| Εικόνα 7: Γεωγραφικός χάρτης Ευβοίας | 49 |
| Εικόνα 8: Ανάλυση SWOT..... | 59 |
| Εικόνα 9: Κάτοψη του ξενοδοχείου..... | 79 |
| Εικόνα 10: Χώρος υποδοχής του ξενοδοχείου | 82 |
| Εικόνα 11: Μπαρ του ξενοδοχείου | 83 |
| Εικόνα 12: Εστιατόριο του ξενοδοχείου..... | 84 |
| Εικόνα 13: Αίθουσα δεξιώσεων του ξενοδοχείου | 85 |
| Εικόνα 14: Διάδρομος δωματίων του ξενοδοχείου | 86 |
| Εικόνα 15: Δίκλινο δωμάτιο του ξενοδοχείου..... | 86 |
| Εικόνα 16: Κάτω όροφος σουίτας | 87 |
| Εικόνα 17: Πάνω όροφος σουίτας | 87 |
| Εικόνα 18: Καταδυτική σχολή..... | 88 |
| Εικόνα 19: Μαγαζί πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού | 89 |
| Εικόνα 20: Οργανόγραμμα του ξενοδοχείου | 95 |
| Εικόνα 21: Τοποθέτηση οικοπέδου στο χάρτη | 106 |
| Εικόνα 22: Χρονοδιάγραμμα GANTT | 111 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το εν λόγω επενδυτικό σχέδιο αναφέρεται στη δημιουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας εναλλακτικού τουρισμού, πιο συγκεκριμένα καταδυτικού τουρισμού στην Κύμη Ευβοίας. Η ανέγερση της επιχείρησης θα συμβάλλει στην ανάπτυξη της περιοχής και στην αύξηση του τουρισμού.

Ο ιδρυτής είναι ο Η.Τ., ο οποίος έχει εργοστάσιο μαρμάρων στην Εύβοια με παραρτήματα σε όλη την Ελλάδα και παρόλο που δεν έχει επαγγελματική σχέση με τον τουρισμό, κατάγεται και διαμένει στην Κύμη και γνωρίζει τις ανάγκες της περιοχής. Ο ίδιος πρόκειται να χρηματοδοτήσει την επένδυση με ίδια κεφάλαια ύψους 761.931,8025€.

Η συγγραφή της παρούσας μελέτης ανατέθηκε στην Α.Μ., απόφοιτη του τμήματος Οικονομικών Επιστημών και κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων. Το συνολικό κόστος των προεπενδυτικών ερευνών και μελετών ανήλθε στα 170.000€.

1.2 ΣΥΝΟΨΗ ΑΝΑΛΥΣΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι τουρίστες αναζητούν έναν εναλλακτικό τρόπο διακοπών που συνδυάζει τη ξεκούραση και τη γνωριμία με τη φύση. Για αυτό και οι τουριστικές επιχειρήσεις που στοχεύουν σε αυτούς τους πελάτες γίνονται όλο και περισσότερες. Αν και η ελληνική τουριστική αγορά είναι δημοφιλής σε παγκόσμιο επίπεδο, το φαινόμενο της εποχικότητας είναι αρκετά έντονο στην Ελλάδα.

Η μονάδα που θα μελετηθεί στο παρόν επενδυτικό σχέδιο είναι ένα ξενοδοχείο με έμφαση στο θαλάσσιο τουρισμό και συγκεκριμένα στον καταδυτικό. Θα ονομαστεί Traveller's Tales και η αποστολή της θα είναι η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους πελάτες της. Η στρατηγική που θα ακολουθήσει θα είναι της διαφοροποίησης, θα προσφέρει δηλαδή ποιοτικές υπηρεσίες οι οποίες θα ορίζονται από δωμάτια με ιδιαίτερη αισθητική και παροχές, καταδυτική σχολή ώστε να μπορέσουν οι τουρίστες να εξερευνήσουν τον θαλάσσιο κόσμο με ασφάλεια, φυσικό πανέμορφο περιβάλλον, εξατομικευμένες υπηρεσίες και κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό.

Το ξενοδοχείο θα είναι 4* και θα αποτελείται από 8 κτίρια στα οποία στεγάζονται τα δωμάτια, οι σουίτες, η αίθουσα δεξιώσεων, το εστιατόριο, η καταδυτική σχολή, ο χώρος φύλαξης κατοικίδιων και η αίθουσα απασχόλησης παιδιών. Η μέση πληρότητα της μονάδας, με συντηρητικά σενάρια, υπολογίζεται να είναι 50% το 2021 ως 60% το 2023. Για να διατηρηθούν και να επικρατήσουν αυτά τα ποσοστά, η προβολή της μονάδας θα γίνει μέσα

από εφημερίδες, περιοδικά αλλά και το διαδίκτυο, ενώ μεγάλο ρόλο θα παίξουν και οι δημόσιες σχέσεις του επενδυτή.

1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα έχει φυσικά ανάγκη αρκετές πρώτες ύλες και εφόδια όπως είναι τα τρόφιμα και τα ποτά, ο εξοπλισμός της σχολής καταδύσεων, η ενέργεια και το νερό, η γραφική ύλη και τα αναλώσιμα, αλλά και τα εφόδια συντήρησης και καθαριότητας όπως και του φαρμακείου. Η επιχείρηση θα συνεργαστεί με τοπικούς προμηθευτές και η επιλογή τους θα γίνει με βάση τη συνέπεια, την αξιοπιστία και την ποιότητα των προϊόντων τους. Για να μην βρεθεί εκτεθειμένο το ξενοδοχείο σε περίοδο μεγάλης ζήτησης, θα συνεργαστεί με 2 διαφορετικές προμηθευτικές εταιρίες.

1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η επιλογή των ηλεκτρομηχανικών εγκαταστάσεων και της τεχνολογίας πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τους ελληνικούς κανονισμούς όπως και τα απαραίτητα τεχνικά χαρακτηριστικά από τον ΕΟΤ για την αξιολόγηση της μονάδας ως 4*. Το κόστος του εξοπλισμού ανέρχεται στα 260.000€.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Σύμφωνα με το οργανόγραμμα του Traveller's Tales στην κορυφή της οργανωσιακή δομής βρίσκεται ο Γενικός Διευθυντής όπου θα είναι υπεύθυνος για την ομαλή και εύρυθμη λειτουργία των παρακάτω τμημάτων:

- Δωματίων
- Μάρκετινγκ
- Οικονομικών
- Επισιτιστικών
- Προμηθειών
- Καταδυτικής σχολής
- Οργάνωσης εκδηλώσεων

Όσον αφορά τα γενικά έξοδα χωρίζονται σε:

- Συντήρησης και καθαριότητας
- Ηλεκτρικής ενέργειας, καύσιμης ύλη και νερού
- Πρώτων υλών επισιτιστικού τμήματος

- Αναλώσιμα είδη γραφείου και γραφικής ύλης
- Προσωπικού
- Προμήθειας εξωτερικών συνεργατών
- Προώθησης του τουριστικού προϊόντος
- Λοιπά γενικά έξοδα (δημοτικά τέλη, έξοδα διάθεσης αποβλήτων κλπ)

1.6 ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Η εν λόγω ξενοδοχειακή μονάδα θα απασχολεί άτομα ανάλογα με την περίοδο λειτουργίας και την πληρότητά της. Έτσι, την high season οι απασχολούμενοι θα φτάνουν τους 24, ενώ τη low season οι υπάλληλοι θα είναι 16. Το προσωπικό της επιχείρησης χωρίζεται σε διοικητικό – τεχνικό – ξενοδοχειακό.

1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΓΗΠΕΔΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η επιλογή της συγκεκριμένης τοποθεσίας είναι η επιθυμία του επενδυτή να αναπτύξει την περιοχή της Κύμης, αλλά και η ύπαρξη του οικοπέδου. Βέβαια έπαιξαν σημαντικό ρόλο και άλλοι παράγοντες όπως οι αρκετά ικανοποιητικές περιβαλλοντικές συνθήκες, η ευκολία πρόσβασης στο ξενοδοχείο, η μικρή απόσταση από τους προμηθευτές, η δυνατότητα δημιουργίας καταδυτικής σχολής, η προσβασιμότητα που θα έχει ο δάσκαλος-δύτης στις παραλίες για τις καταδυτικές βουτιές, η διαθεσιμότητα του ανθρωπίνου δυναμικού και η αποδοχή της τοπικής κοινωνίας.

1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το έργο χωρίζεται σε επιμέρους φάσεις οι οποίες είναι:

- Ίδρυση της επιχείρησης
- Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια & ανάθεση κατασκευής
- Λήψη αδειών & ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα
- Προγραμματισμός χρηματοδότησης
- Υλοποίηση έργων υποδομής
- Υλοποίηση έργων πολιτικού μηχανικού
- Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων
- Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου
- Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας & μηχανολογικού εξοπλισμού
- Στρατολόγηση, πρόσληψη και εκπαίδευση Α.Δ.

- Προμήθεια πρώτων υλών & άλλων εφοδίων
- Προ-παραγωγικό μάρκετινγκ
- Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος
- Έναρξη της επιχείρησης

Το πρόγραμμα εκτέλεσης του έργου αναμένεται να διαρκέσει 13 μήνες. Τα έξοδα που αντιστοιχούν σε αυτή την περίοδο είναι 50.000€.

1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ

Το συνολικό κόστος της συγκεκριμένης επένδυσης ανέρχεται στα 3.047.727,21€ από τα οποία τα 2.980.000€ αποτελούν το πάγιο ενεργητικό, ενώ τα 67.727,21€ είναι το καθαρό κεφάλαιο κίνησης που χρειάζεται το ξενοδοχείο για να καλύψει τις πρώτες υποχρεώσεις του. Το κεφάλαιο αυτό προήλθε σε ποσοστό 40% από την κρατική επιχορήγηση (1.219.090,884€), το 25% από τα ίδια κεφάλαια (761.931,8025) και το υπόλοιπο 35% από τον τραπεζικό δανεισμό (1.066.704,524€).

Όσον αφορά το κόστος της παροχής υπηρεσιών είναι 656.620€ και το καθαρό κέρδος μετά από τις αποσβέσεις ανέρχεται στα 612.416€. Τέλος, σύμφωνα με τις μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν, η επένδυση φαίνεται πως είναι ελκυστική για αυτό και συνίσταται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η ιδέα της επένδυσης για τη δημιουργία μιας ξενοδοχειακής μονάδας εναλλακτικού τουρισμού στην Κύμη Ευβοίας, προήλθε από την επιθυμία του επενδυτή να χτίσει μια μονάδα στη γενέτειρά του, η οποία θα δίνει έμφαση στο θαλάσσιο τουρισμό και θα αυξήσει τον τουρισμό του νησιού.

Η Εύβοια δεν χαρακτηρίζεται τόσο έντονα από το φαινόμενο του μαζικού τουρισμού αλλά περισσότερο από μεμονωμένους τουρίστες. Αν και η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού είναι ακόμα σε πρώιμο στάδιο στην Εύβοια, το ξενοδοχείο θα στοχεύσει στους πελάτες που επιθυμούν να δοκιμάσουν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών, δοκιμάζοντας νέες εμπειρίες, αλλά πάντα διαμένοντας σε ένα ξενοδοχείο με όλες τις ανέσεις και τις πολυτέλειες, ώστε η διαμονή τους να είναι αξέχαστη.

Πιο συγκεκριμένα, ο επιχειρηματίας επιθυμεί τη δημιουργία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης αφού βασικός του στόχος δεν είναι η ποσότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αλλά η ποιότητά τους. Το ξενοδοχείο θα εγκατασταθεί σε περιοχή της παραλίας της Κύμης όπου και έχει το οικοπέδο ο ιδρυτής, ενώ η δυναμικότητα της μονάδας θα προκύψει έπειτα από την ανάλυση της ζήτησης στο κεφάλαιο 3 της παρούσας μελέτης. Επίσης, η μονάδα θα απευθύνεται τόσο σε ντόπιους όσο και σε ξένους τουρίστες.

2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το ενδιαφέρον του επενδυτή Η.Τ. για τη δημιουργία ξενοδοχειακής μονάδας ξεκίνησε το 2018 όπου και ανέθεσε την έρευνα αγοράς στο μελετητή και την αρχιτεκτονική μελέτη στην κατασκευαστική εταιρία. Ο χρόνος παραδόσεως της μελέτης σκοπιμότητας για το ξενοδοχείο ορίστηκε τον Νοέμβρη του 2019.

Ο επιχειρηματίας παρόλο που δεν έχει σχέση με τον τουριστικό τομέα, κατοικεί στην Κύμη Ευβοίας και διαθέτει εργοστάσιο μαρμάρων με παραρτήματα σε όλη την Ελλάδα, από το 1955. Έχοντας ζήσει όλη του τη ζωή στο νησί είχε την επιθυμία να επεκταθεί και στον τουριστικό κλάδο, ώστε να αναπτύξει την περιοχή και τον εναλλακτικό τουρισμό και να συμβάλει στην μείωση της ανεργίας. Οι καταδύσεις είναι ένα σπορ όπου ο επενδυτής έχει μεγάλη εμπειρία, γνωρίζει τα οφέλη του και επιθυμεί να το εντάξει στο ξενοδοχείο, μιας και η περιοχή εκεί δεν διαθέτει κάτι παρόμοιο για τους λάτρεις αυτού του τρόπου ψυχαγωγίας.

2.3 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Πιο αναλυτικά, οι απαραίτητες μελέτες και έρευνες για την ίδρυση της εξεταζόμενης ξενοδοχειακής μονάδας, καθώς και το κόστος τους είναι:

Η εκπόνηση της μελέτης стоίχισε 2.000€, δηλαδή 700€ η προκαταβολή και τα υπόλοιπα 1.300€ με την υλοποίηση, αφού εγκριθεί η πρόταση και εισπραχθεί το ποσό της επιδότησης. Η τεχνική υποστήριξη και επίβλεψη καθώς και η αρχιτεκτονική μελέτη ανέρχεται στα 160.000€ και η αμοιβή του αρχιτέκτονα στα 2.000€. Επιπλέον, οι προκαταρκτικές έρευνες για την καταλληλότητα του οικοπέδου εγκαταστάσεως κόστισαν 2.000€, ενώ το οικόπεδο είναι ιδιοκτησία του επενδυτή. Τέλος, τα άλλα προεπενδυτικά έξοδα που περιλαμβάνουν πρωτογενή έρευνα, την ίδρυση του ξενοδοχείου κλπ στοίχισαν 4.000€.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΚΟΣΤΟΣ |
|--|-----------------|
| Κόστος εκπόνησης μελέτης σκοπιμότητας | 2.000€ |
| Τεχνική υποστήριξη-αρχιτεκτονική μελέτη | 160.000€ |
| Προέγκριση χωροθέτησης-καταλληλότητα οικοπέδου | 2.000€ |
| Αμοιβή αρχιτέκτονα | 2.000€ |
| Άλλα έξοδα | 4.000€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 170.000€ |

Πίνακας 1: Κόστος προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Τη σημερινή εποχή παρατηρείται διαρκώς μια αύξηση του ενδιαφέροντος για το πώς οι άνθρωποι επιθυμούν να εκμεταλλευτούν τον ελεύθερο τους χρόνο. Αυτό το ενδιαφέρον μετατρέπεται σε ένα παγκόσμιο φαινόμενο γνωστό ως τουρισμό. Υπάρχει μια πληθώρα ορισμών για τον προσδιορισμό του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ) « ο τουρισμός ορίζεται ως οι δραστηριότητες των προσώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός από τον συνηθισμένο περιβάλλοντός τους για όχι περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο, για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης ».¹

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύεται η ελληνική τουριστική αγορά δηλαδή η ζήτηση και η προσφορά των τουριστικών προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα τουριστική αγορά ορίζεται « το σύνολο των δυνάμεων και των συνθηκών που οδηγούν πωλητές και αγοραστές τουριστικών προϊόντων σε αποφάσεις που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των δεύτερων με την επικερδή διάθεση σε αυτούς εκ μέρους των πρώτων ».² Επομένως, στη ζήτηση θα μελετηθεί η πληθώρα των αγαθών και των υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν οι πελάτες σε μια χρονική περίοδο, αλλά και οι παράγοντες που την επηρεάζουν όπως είναι το εισόδημα των τουριστών και η διαφήμιση. Στην προσφορά θα παρουσιαστεί το πλήθος των αγαθών και των υπηρεσιών που προσφέρονται στους καταναλωτές για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

3.1.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ελληνική τουριστική βιομηχανία αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας όπου μπορεί να προσελκύσει διεθνείς επενδύσεις και να συμβάλει στην αύξηση της απασχόλησης. Η ανάκαμψη του τουρισμού είναι εμφανής από το 2014 και έπειτα, ενώ ο εισερχόμενος τουρισμός έχει συνεισφέρει στην Ελλάδα 125 δις. € την δεκαετία 2009 – 2018.³ Παρακάτω παρουσιάζονται οι αφίξεις του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα το 2018, με τον Ιούλιο και τον Αύγουστο οι τουρίστες να είναι παραπάνω από 5 εκατ. και 6 εκατ. αντιστοίχως.

¹Όπως αναφέρεται στο Page, J. Stephen. (2006), Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ.9

²Όπως αναφέρεται στο Ηγουμενάκης Ν.Γ. (1996), Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής αγοράς στο τουριστικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ.171

³Όπως αναφέρεται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/EDO/2019/2019_08_Greek-International_Economy.pdf, σελ.2

| ΜΗΝΑΣ | ΑΦΙΞΕΙΣ | % | ΕΣΟΔΑ | % |
|---------------|-------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| Ιανουάριος | 603.474 | 2% | 152.047.087 | 1% |
| Φεβρουάριος | 484.123 | 2% | 151.205.279 | 1% |
| Μάρτιος | 708.169 | 2% | 246.454.499 | 2% |
| Απρίλιος | 1.106.808 | 4% | 463.016.875 | 3% |
| Μάιος | 2.449.690 | 8% | 1.427.889.000 | 9% |
| Ιούνιος | 4.103.702 | 14% | 2.271.114.311 | 14% |
| Ιούλιος | 5.539.244 | 18% | 3.309.532.000 | 21% |
| Αύγουστος | 6.093.067 | 20% | 3.541.725.670 | 22% |
| Σεπτέμβριος | 4.868.855 | 16% | 2.374.119.000 | 15% |
| Οκτώβριος | 2.722.457 | 9% | 1.347.860.000 | 8% |
| Νοέμβριος | 786.222 | 3% | 315.670.000 | 2% |
| Δεκέμβριος | 656.978 | 2% | 263.704.354 | 2% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 30.122.789 | 100% | 15.864.338.075 | 100% |
| Αεροπορικώς | 20.386.670 | 68% | | |
| Οδικώς | 8.796.571 | 29% | | |
| Σιδηρ/μικώς | 8.500 | 0% | | |
| Θαλασσίως | 931.048 | 3% | | |

Πίνακας 2: Εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα, 2018, ΣΕΤΕ⁴

Το 2018 οι επισκέψεις παρουσίασαν αύξηση 12,3%, ενώ στις πρώτες θέσεις κατάταξης χωρών με βάση τον αριθμό των επισκεπτών βρίσκεται η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Βουλγαρία και η Ιταλία. Ο κάθε τουρίστας κατά μέσο όρο το 2018 επισκέφθηκε 1,16 ελληνικές περιφέρειες, ενώ το 2017 ήταν στο 1,14. Στον πίνακα 3 παρουσιάζεται η αναλογία των επισκέψεων ανά επισκέπτη για το 2017 και 2018 ανά χώρα. Η Ιταλία, οι ΗΠΑ και η Βουλγαρία παρουσίασαν αύξηση στις αφίξεις τους στην Ελλάδα, ενώ μεγάλη μείωση καταγράφηκε από την Βόρεια Μακεδονία.

⁴ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_SymvolhTourismou-2018.pdf, σελ. 5

| ΧΩΡΕΣ | ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ | | | ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ | | |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------|
| | 2018 | 2017 | % Διαφορά 2018- 2017 | 2018 | 2017 | % Διαφορά 2018- 2017 |
| Γερμανία | 4.827.244 | 4.090.376 | 18% | 4.381.448 | 3.705.950 | 18,2% |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 3.240.134 | 3.239.339 | 0% | 2.942.763 | 3.002.042 | -2% |
| Βουλγαρία | 3.190.293 | 2.597.886 | 22,8% | 3.135.327 | 2.546.307 | 23,1% |
| Ιταλία | 1.991.850 | 1.664.727 | 19,7% | 1.667.114 | 1.441.298 | 15,7% |
| ΗΠΑ | 1.894.529 | 1.421.439 | 33,3% | 1.097.445 | 864.921 | 26,9% |
| Γαλλία | 1.893.308 | 1.723.775 | 9,8% | 1.524.001 | 1.419.799 | 7,3% |
| Ρουμανία | 1.438.732 | 1.219.855 | 17,9% | 1.389.398 | 1.148.944 | 20,9% |
| Βόρεια Μακεδονία | 1.188.655 | 1.575.431 | -24,6% | 1.187.239 | 1.571.489 | -24,5% |
| Ολλανδία | 1.127.320 | 1.026.357 | 9,8% | 1.014.998 | 947.159 | 7,2% |
| Αλβανία | 1.121.472 | 964.807 | 16,2% | 986.636 | 828.796 | 19% |
| Πολωνία | 1.110.732 | 808.678 | 37,4% | 1.049.555 | 746.759 | 40,5% |
| Τουρκία | 1.085.670 | 1.107.030 | -1,9% | 929.730 | 971.841 | -4,3% |
| Σερβία | 928.615 | 1.116.721 | -16,8% | 922.365 | 1.079.879 | -14,6% |
| Κύπρος | 760.588 | 707.837 | 7,5% | 697.984 | 631.821 | 10,5% |
| Καναδάς | 671.213 | 372.084 | 80,4% | 345.839 | 197.957 | 74,7% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 34.831.061 | 31.021.327 | 12,3% | 30.122.791 | 27.194.181 | 10,8% |

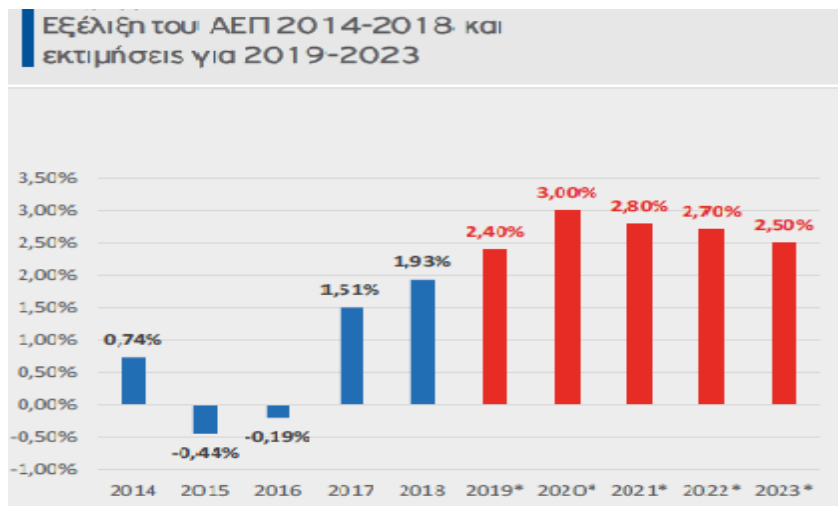
Πίνακας 3: Τοπ-15 επισκέψεων και επισκεπτών, 2017 – 2018, ΣΕΤΕ⁵

Η δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια βρίσκεται κατά μέσο όρο στα 449€ για το 2018, δηλαδή μειώθηκε κατά 1,8% σε σχέση με το 2017 και η υψηλότερη δαπάνη καταγράφηκε στην περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με 666€. Η μείωση αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι μειώθηκε και η μέση διάρκεια παραμονής των επισκεπτών, ενώ η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 1,9%.⁶

Όσον αφορά το ΑΕΠ, όπως φαίνεται στο διάγραμμα παρακάτω, παρουσίασε ανάκαμψη το 2014 κατά 0,74% και το 2018 έφτασε το 1,93%, ενώ δίνονται και οι εκτιμήσεις του ΣΕΤΕ για το 2019 μέχρι και το 2023. Τα έτη 2015 και 2016 η μείωσή του οφείλεται στο γεγονός ότι η Ελλάδα είχε αρκετά μειωμένη αξιοπιστία και οι καθαρές εισπράξεις της χώρας από την ναυτιλία και τις εξαγωγές των υπολοίπων αγαθών και υπηρεσιών ήταν μειωμένες.

⁵ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf, σελ. 11

⁶ Όπως αναφέρεται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf, σελ.33



Εικόνα 1: Εξέλιξη του ΑΕΠ 2014 – 2018 και εκτιμήσεις για 2019 – 2023, ΣΕΤΕ⁷

Ο ελληνικός τουρισμός γενικότερα αποτελεί έναν βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη της οικονομίας. Η Ελλάδα βρίσκεται στις πρώτες προτιμήσεις ανάμεσα στους τουριστικούς προορισμούς τόσο σε ευρωπαϊκό επίπεδο όσο και σε παγκόσμιο. Ο τουρισμός είναι γνωστό πως αποτελεί την μεγαλύτερη πηγή εσόδων για τη χώρα, σημειώνοντας μεγάλα κέρδη ακόμα και σε παρατεταμένες περιόδους οικονομικής ύφεσης, όπως αυτή που διανύει η χώρα τα τελευταία χρόνια. Ένα χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού είναι η διεθνής ανταγωνιστικότητα που τον χαρακτηρίζει, δηλαδή υπάρχουν κάποια στοιχεία που τον καθιστούν πιο ανταγωνιστικό σε σχέση με των υπολοίπων χωρών. Για παράδειγμα η διαμόρφωση της συναλλαγματικής ισοτιμίας του ευρώ σε χαμηλά επίπεδα και το ότι η Ελλάδα αποτελεί έναν ασφαλή ταξιδιωτικό προορισμό σε μια περίοδο που πολλές χώρες μαστίζονται από την τρομοκρατία. Επιπλέον, η αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών όπως είναι τα λιμάνια, οι δρόμοι, τα ξενοδοχεία, οι επιχειρήσεις εστίασης και το αεροδρόμιο συμβάλλουν στην αύξηση της προτίμησης των εισερχόμενων τουριστών.

Τέλος, το θέμα του προσφυγικού ζητήματος που ξεκίνησε το 2015 επιβάρυνε τον τουριστικό κλάδο ιδιαίτερα στα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου, όπου η έλλειψη αποτελεσματικής διαχείρισης των προσφύγων έπληξε σε άσχημο βαθμό την εικόνα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

⁷ https://www.in.gr/wp-content/uploads/2019/09/2019_08_Greek-International_Economy.pdf, σελ. 15

3.2 ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η ζήτηση στον τομέα του τουρισμού αφορά την ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών όπου οι τουρίστες επιθυμούν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένο χρόνο.

Όσον αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα το 2019, οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν σε σχέση με αυτές του 2018 στα περισσότερα από τα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας (Αθήνα +11,2%, Θεσσαλονίκη +8,7%, Μύκονος +12,6%, Καλαμάτα +13,6%). Πιο αναλυτικά, το 2018 οι τουρίστες από την Γερμανία υπολογίστηκαν σε 4.827 χιλ., οι διανυκτερεύσεις τους σε 42.596 χιλ. και οι εισπράξεις σε 2.962 εκατ. €, ενώ η περιοχή που επισκέφθηκαν οι περισσότεροι ήταν η Κρήτη. Το Ηνωμένο Βασίλειο βρέθηκε δεύτερο ως προς τα έσοδα και τις διανυκτερεύσεις και τρίτο ως προς τον αριθμό των εισερχομένων επισκεπτών. Όμως, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις μειώθηκαν σε 1.937 εκατ. € (-6,2%), οι διανυκτερεύσεις σε 25.716 χιλ. (-3,1%) και οι τουρίστες σε 2.943 χιλ. (-2%). Έπειτα, οι ΗΠΑ ήταν στην τρίτη θέση ως προς τα έσοδα (+27,8%), στην πέμπτη ως προς τις διανυκτερεύσεις (+22,2%) και στην όγδοη θέση ως προς τον αριθμό των επισκεπτών (+26,9%). Η Γαλλία κατέγραψε το 2018 έσοδα ύψους 954 εκατ. €, οι διανυκτερεύσεις ήταν 13.747 χιλ. και οι τουρίστες σε 1.524 χιλ., ενώ οι δημοφιλέστερες περιφέρειες ως προς τον αριθμό των επισκεπτών τους ήταν η Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και η Αττική. Οι Ιταλοί τουρίστες που ήρθαν στην Ελλάδα το 2018 ήταν 1.667 χιλ., οι διανυκτερεύσεις 13.944 χιλ. και οι εισπράξεις ανήλθαν στα 939 εκατ. €. Τέλος, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από την Ρωσία μειώθηκαν σε 341 εκατ. € (-18,5%), οι διανυκτερεύσεις σε 5.164 χιλ. (-12,3%) και οι επισκέπτες μειώθηκαν κατά 11,6%.⁸

Η εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια με τουλάχιστον μια διανυκτέρευση ήταν το 2017 1.398 εκατ. €, ενώ για το 2016 ήταν 1.287 εκατ. €, αυξημένη δηλαδή κατά 8,7%. Ο πίνακας 4 δείχνει ότι ο αριθμός των ταξιδιών αυξήθηκε κατά 15,4%, η μέση κατά κεφαλή δαπάνη μειώθηκε κατά 5,8% και η συνολική δαπάνη αυξήθηκε κατά 8,7%.

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Δ |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------|
| Ταξίδια | 5.340.163 | 4.841.525 | 4.590.484 | 5.296.499 | 15,4% |
| Δαπάνη | 1.352.466.146€ | 1.264.125.934€ | 1.286.735.621€ | 1.398.365.311€ | 8,7% |
| ΜΚΔ/Ταξίδι | 253€ | 261€ | 280€ | 264€ | -5,8% |

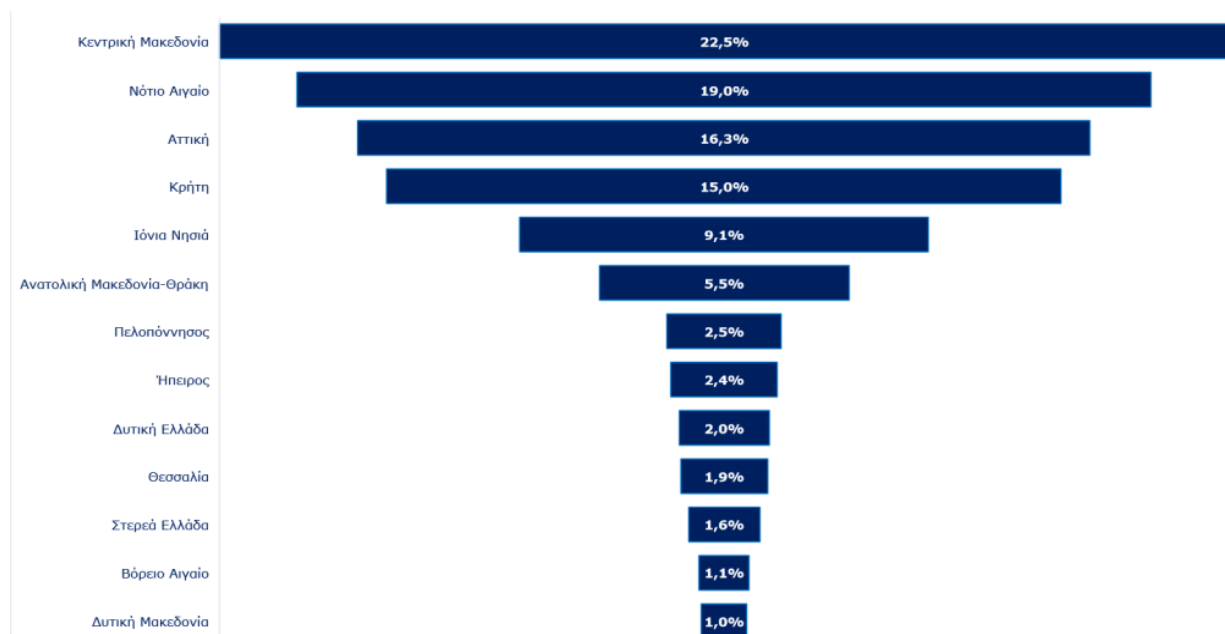
Πίνακας 4: Εγχώριος τουρισμός, 2014 – 2017, ΣΕΤΕ⁹

Επιπλέον, στο διάγραμμα παρακάτω παρουσιάζονται οι περιφέρειες με τις μεγαλύτερες ροές εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης για το 2018, όπως είναι η Κεντρική Μακεδονία, τα

⁸ Όπως αναφέρονται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf

⁹ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_SymvolhTourismou-2018.pdf, σελ. 9

Ιόνια Νησιά, το Νότιο Αιγαίο, η Αττική και η Κρήτη, με τα ποσοστά να κυμαίνονται σχεδόν στα ίδια επίπεδα με αυτά του 2017.



Εικόνα 2: Ποσοστιαία κατανομή επισκέψεων, 2018, ΣΕΤΕ¹⁰

Η κατάταξη των περιφερειών όμως βάση των εισπράξεων είναι διαφορετική, αφού στην δεύτερη θέση βρίσκεται η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου παρουσιάζοντας αύξηση κατά 20,8% την περίοδο 2018-2017 σε σχέση με την περίοδο 2017-2016. Ακολουθεί η Κρήτη παρ' όλο τη μείωση που υπέστη από την περσινή περίοδο κατά 3,9% και στην τρίτη θέση είναι η Αττική παρουσιάζοντας αύξηση και αυτή κατά 9,4%. Επίσης, η δαπάνη ανά επίσκεψη ανά περιφέρεια διαμορφώθηκε το 2018 κατά μέσο όρο στα 449€ και η δαπάνη ανά διανυκτέρευση στα 69€.¹¹

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα μια από τις πιο σημαντικές πηγές εσόδων. Το 2018 μάλιστα οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 72% του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών. Στον πίνακα 5 παρατηρεί κάποιος πως τα έσοδα αντιπροσωπεύουν το 50% του συνόλου των εισπράξεων από τις εξαγωγές κάθε μορφής αγαθών και μαζί με τα έσοδα των μεταφορών το σύνολο φτάνει στο 56% των εισπράξεων από τις εξαγωγές των αγαθών. Έπειτα, αν από τις

¹⁰ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf, σελ. 17

¹¹ Όπως αναφέρονται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf

εξαγωγές αφαιρεθούν οι εξαγωγές πλοίων και καυσίμων, το ποσοστό είναι ίσο με το 73% του συνόλου των εισπράξεων από τις εξαγωγές αγαθών.

| | 2017 (εκ. €) | 2018 (εκ. €) | % Μεταβολή |
|--|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Ισοζύγιο αγαθών | -19.834 | -22.489 | -13,4% |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις (περ. κρουαζιέρα) | 14.630 | 16.280 | 11,3% |
| ως % ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών | 74% | 72% | |
| Εκτίμηση εσόδων από μεταφορές | 1.716 | 1.908 | |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές/ισοζύγιο αγαθών | 82% | 81% | |
| Εξαγωγές αγαθών | 28.040 | 32.373 | 15,5% |
| Εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων | 20.051 | 22.225 | 10,8% |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις / εξαγωγές αγαθών | 52% | 50% | |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές / εξαγωγές αγαθών | 58% | 56% | |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις / εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων | 73% | 73% | |
| Ταξιδιωτικές εισπράξεις και μεταφορές / εξαγωγές αγαθών πλην πλοίων και καυσίμων | 82% | 82% | |

Πίνακας 5: Συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών, 2017 – 2018, ΣΕΤΕ¹²

¹² http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_SymvolhTourismou-2018.pdf, σελ. 16

3.2.1 ΠΡΟΦΙΛ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ένας ακόμα σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας της τουριστικής ζήτησης είναι ο σκοπός του ταξιδιού των επισκεπτών στην χώρα. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ, οι περισσότεροι τουρίστες για τα έτη 2016 και 2017 επέλεξαν την Ελλάδα για να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους με ποσοστό 88,8% και για τα δύο χρόνια, ακολουθεί η επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς (3,8% το 2016 και 4,4% το 2017), έπειτα ο συνεδριακός τουρισμός με ποσοστό 3,1% το 2016 και 3% το 2017 και στην τελευταία θέση βρίσκονται τα επαγγελματικά ταξίδια όπου το 2016 αποτελούν το 2,4% των επισκεπτών και το 2017 το 2,5%.

Όσον αφορά τον τύπο των διακοπών τους, η πλειοψηφία προτίμησε την Ελλάδα για διακοπές του μοτίβου “Ήλιος και Θάλασσα” (68,4% το 2017 και 70,4% το 2016), για περιηγητικό τουρισμό (12,8% το 2017 και 11,3% το 2016), για “City Break” (8% το 2017 και 7,2% το 2016) και τέλος για κρουαζιέρα (4% το 2017 και 4,2% το 2016). Επιπλέον, παρατηρήθηκαν διαφορές στις προτιμήσεις των Ευρωπαίων και μη Ευρωπαίων τουριστών, όπου οι πρώτοι προτίμησαν σε αρκετά μεγάλο βαθμό τις διακοπές του μοτίβου “Ήλιος και Θάλασσα”, τον περιηγητικό τουρισμό και το “City Break”. Από την άλλη μεριά, οι μη Ευρωπαίοι έδειξαν ότι προτιμούν κυρίως τον περιηγητικό τουρισμό και έπειτα το μοτίβο του “Ήλιος και Θάλασσα”. Οι Αμερικάνοι επίσης προτίμησαν τις κρουαζιέρες με ποσοστό 30,6% το 2017.¹³

Παρακάτω ο πίνακας 6 δείχνει την αύξηση των τουριστών, σε απόλυτους αριθμούς, που φαίνεται να επέλεξαν την Ελλάδα. Οι διακοπές του μοτίβου “Ήλιος και Θάλασσα” προτιμήθηκαν από τους Γερμανούς, από τις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες, την Ολλανδία και την Ιταλία. Από την άλλη μεριά, καταγράφηκε μείωση, σε απόλυτους αριθμούς, για τις διακοπές του “Ήλιος και Θάλασσα” από την αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου, για τον περιηγητικό τουρισμό από την Ιταλία και για τα λοιπά από τις λοιπές Ευρωπαϊκές χώρες.

¹³ Όπως αναφέρονται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018_Profil_Eiserxomenou_Tourismou_2016-2017.pdf

| | Η&Θ | ΠΕΡΙΗΓ. | Σ.Β | ΕΞΟΧΗ | ΣΚΑΦΟΣ | ΧΕΙΜ. | ΑΛΛΕΣ | ΑΘΛ. | ΕΥΕΞΙΑΣ | ΚΡΟΥΑΖ. | ΠΟΛΙΤΙΣΤ. | ΠΑΡΚΟ ΑΝΑΨ. | ΕΙΔ. ΠΕΡΙΣΤ. | ΛΟΙΠΑ |
|------------------------------------|-----|---------|-----|-------|--------|-------|-------|------|---------|---------|-----------|----------------|-----------------|-------|
| Σύνολο κόσμου | 870 | 498 | 291 | 44 | 33 | 4 | 13 | 11 | 15 | 38 | 35 | 4 | 25 | -68 |
| Σύνολο Ευρώπης | 749 | 236 | 189 | 35 | 32 | 3 | 10 | 10 | 13 | 27 | 30 | 4 | 28 | -68 |
| Γερμανία | 268 | 25 | 76 | 27 | 0 | 0 | 13 | 9 | -10 | -17 | 2 | 0 | 19 | 5 |
| Ην. Βασίλειο | -61 | 15 | 27 | 20 | 5 | 0 | -3 | 13 | 14 | -2 | 18 | 0 | 18 | -7 |
| Γαλλία | 85 | 34 | 29 | -3 | 3 | 0 | -3 | -2 | -4 | -4 | 0 | 0 | 2 | -4 |
| Ιταλία | 90 | -50 | 30 | 0 | -1 | 1 | 5 | 2 | 8 | -9 | 9 | 0 | -10 | -9 |
| Ρωσία | 14 | -10 | 5 | 0 | 1 | 3 | -6 | 1 | 7 | 6 | 0 | 0 | 1 | 3 |
| Πολωνία | 64 | -11 | -2 | 9 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | -8 | -5 |
| Ολλανδία | 106 | 31 | 5 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 4 |
| Βέλγιο | 35 | 5 | 5 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | -1 | 4 | -8 | 0 | -2 | -2 |
| Ελβετία | -9 | 15 | 3 | -3 | -1 | 0 | 0 | 1 | -2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Λοιπές Ευρωπ. χώρες | 157 | 182 | 11 | -18 | 24 | -1 | -3 | -14 | 1 | 43 | 9 | 4 | 5 | -53 |
| Μη Ευρωπ. χώρες | 121 | 262 | 102 | 9 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 11 | 5 | 0 | -3 | 0 |
| ΗΠΑ | 38 | 13 | 26 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | -6 | 0 | 0 | -8 | 6 |
| Λοιπές μη Ευρωπ. | 83 | 249 | 76 | 5 | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 17 | 5 | 0 | 5 | -6 |

Πίνακας 6: Τύπος διακοπών στην Ελλάδα ανά εξεταζόμενη αγορά, διαφορές 2016 – 2017, ΣΕΤΕ¹⁴

¹⁴ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018_Profil_Eiserxomenou_Tourismou_2016-2017.pdf, σελ. 31

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι τα δύο αυτά έτη σημειώθηκε αύξηση στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών αλλά και στην ηλικιακή ομάδα 65-74 ετών. Επιπλέον, η πλειοψηφία των τουριστών που ήρθε στην Ελλάδα ανήκει στην ανώτερη εισοδηματική τάξη με ποσοστό που αγγίζει σχεδόν το 60% και ακολουθεί η μέση – ανώτερη με περίπου 25%. Οι επισκέπτες των χωρών που εμφάνισαν τα μεγαλύτερα ποσοστά ανώτερου εισοδήματος είναι από την Γερμανία, τη Ρωσία, την Πολωνία, την Ελβετία και τη Γαλλία.

Στη συνέχεια, εξετάζεται ο τύπος του καταλύματος που επέλεξαν οι επισκέπτες με αυτούς από την Ρωσία και τις ΗΠΑ να επιλέγουν τα 5* ξενοδοχεία, οι Γερμανοί και οι τουρίστες από το Βέλγιο τα ξενοδοχεία των 4*, ενώ αυτοί που έρχονται από Ιταλία, Πολωνία και Ολλανδία τα καταλύματα των 3*.

Όσον αφορά τους συνταξιδιώτες των τουριστών, αυτοί από τη Γερμανία, την Ιταλία και το Ηνωμένο Βασίλειο προτίμησαν τον/την σύντροφό τους, της Ρωσίας, της Πολωνίας και του Ηνωμένου Βασιλείου ταξίδεψαν με τα παιδιά τους, ενώ το 16,3% των κατοίκων των ΗΠΑ προτίμησαν να ταξιδέψουν μόνοι τους.

Αναφορικά με το μέσο ενημέρωσης, το 2017, το 85,3% είχε ενημερωθεί από το internet, το 44% από ταξιδιωτικό πρακτορείο, το 19,6% από φίλους ή συγγενείς και το 9,3% από κατάλογο tour operator. Οι Ολλανδοί μάλιστα έφτασαν το ποσοστό του 92,3% για ενημέρωση μέσω διαδικτύου ενώ το 78,1% των Ρώσων ενημερώθηκε για τις διακοπές του μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου.¹⁵

Επίσης, οι δραστηριότητες που επιλέγουν οι τουρίστες είναι η επίσκεψη σε αξιοθέατα (72%), η επίσκεψη πόλεων (60%), η εξερεύνηση του τοπίου (56%) και η χαλάρωση (51%), όπου αποτελούν σημαντικό κομμάτι των επισκεπτών “Πολιτισμός και Θρησκεία” στην Ελλάδα. Επίσης, σημαντικό μέρος των τουριστών απολαμβάνει τις επισκέψεις σε μουσεία και εκθέσεις (38%), το φαγητό και ποτό (37%) και την εξερεύνηση του τρόπου ζωής (34%).

¹⁵ Όπως αναφέρονται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018_Profil_Eisrxomenou_Tourismou_2016-2017.pdf

| ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ | ΣΥΝΟΛΟ | ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ | ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ | ΙΤΑΛΙΑ | ΓΑΛΛΙΑ | ΓΕΡΜΑΝΙΑ | ΠΟΛΩΝΙΑ | ΒΕΛΓΙΟ | ΣΚΑΝΔΙΝ. | ΤΟΥΡΚΙΑ |
|--------------------------|---------------|------------------|---------------------|---------------|---------------|-----------------|----------------|---------------|-----------------|----------------|
| Αξιοθέατα | 72% | 81% | 50% | 55% | 95% | 79% | 100% | 79% | 56% | 83% |
| Επίσκεψη πόλεων | 60% | 64% | 47% | 51% | 75% | 20% | 84% | 25% | 39% | 88% |
| Εξερεύνηση τοπίου | 56% | 22% | 62% | 56% | 98% | 92% | 87% | 54% | 28% | 53% |
| Χαλάρωση | 51% | 54% | 51% | 50% | 59% | 42% | 62% | 15% | 71% | 49% |
| Μουσεία | 38% | 20% | 68% | 13% | 56% | 19% | 59% | 18% | 23% | 52% |
| Φαγητό/ποτό | 37% | 30% | 42% | 35% | 29% | 42% | 59% | 56% | 54% | 25% |
| Τρόπος ζωής | 34% | 14% | 31% | 20% | 54% | 29% | 59% | 34% | 12% | 48% |
| Φύση | 26% | 5% | 29% | 26% | 51% | 23% | 53% | 26% | 20% | 41% |
| Κολύμβηση | 25% | 9% | 27% | 28% | 32% | 22% | 82% | 28% | 65% | 3% |
| Περιπέτεια | 14% | 5% | 5% | 11% | 29% | 3% | 53% | 13% | 7% | 27% |
| Λοιπά | 2% | 9% | 0% | 3% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% | 0% |

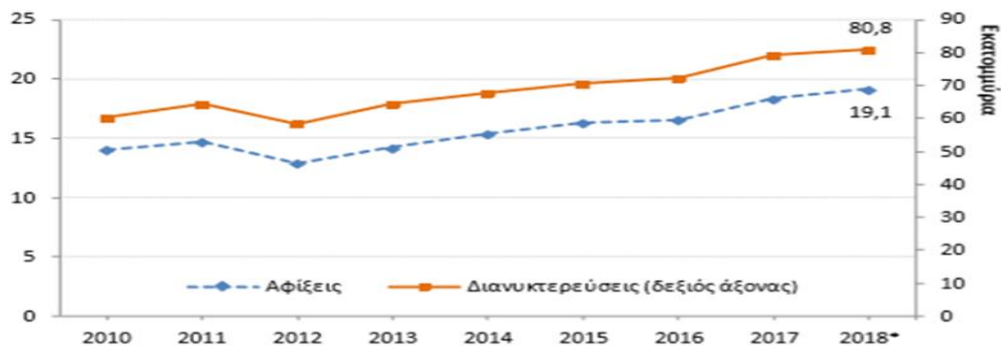
Πίνακας 7: Δραστηριότητες τουριστών στην Ελλάδα, 2015, ΣΕΤΕ¹⁶

¹⁶ <https://sete.gr/media/3716/who-is-our-client.pdf>, σελ. 42

Τέλος, περίπου ένας στους τέσσερεις συνδυάζει τις διακοπές ‘‘Πολιτισμός και Θρησκεία’’ με εξερεύνηση της φύσης και με κολύμβηση ή/και ηλιοθεραπεία. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των αγορών όπου οι επισκέπτες από τη Γαλλία δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα αξιοθέατα και την εξερεύνηση του τοπίου, ενώ οι επισκέπτες από τη Βρετανία (42%), τη Γερμανία (42%) και τη Σκανδιναβία (54%) δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην γαστρονομία. Υψηλή σημασία στην εξερεύνηση του τοπίου δίνουν και οι επισκέπτες από τη Γερμανία (92%) και τη Βρετανία (62%) και σημαντική δραστηριότητα αποτελεί η επίσκεψη σε μουσεία και εκθέσεις για τους επισκέπτες από τη Βρετανία (68%) και τη Γαλλία (56%).

Όσον αφορά τις διακοπές τύπου ‘‘City Break’’ η επίσκεψη σε αξιοθέατα (70%), η χαλάρωση (66%) και η απόλαυση φαγητού και ποτού (52%) είναι οι σημαντικότερες δραστηριότητες που προτιμούν οι τουρίστες.¹⁷

Παρ’ όλα αυτά, η Ελλάδα είναι μια χώρα που την χαρακτηρίζει το φαινόμενο της εποχικότητας. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι περισσότερες αφίξεις στα ξενοδοχεία πραγματοποιούνται από τον Ιούνιο μέχρι και τον Σεπτέμβριο.



Εικόνα 3: Αφίξεις και Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 9μηνο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου, 2010-2018, ΕΛΣΤΑΤ¹⁸

¹⁷ Όπως αναφέρεται στο <https://sete.gr/media/3716/who-is-our-client.pdf>

¹⁸ <https://www.statistics.gr/documents/20181/47d5c810-c199-4045-b2ca-c8d669d1f20a>, σελ. 3

3.3 ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοείται μια ποσότητα τουριστικών προϊόντων όπου οι πωλητές είναι διατεθειμένοι να πωλήσουν στην αγορά σε συγκεκριμένη τιμή και χρονική περίοδο. Κάποιοι από τους προσδιοριστικούς παράγοντες της προσφοράς είναι η τιμή του προσφερόμενου προϊόντος, οι μεταβολές της τεχνολογίας, η τιμή των συντελεστών της τουριστικής παραγωγής και οι στόχοι των τουριστικών επιχειρήσεων.¹⁹

Πιο αναλυτικά, σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το ξενοδοχειακό δυναμικό για το 2018 έχει ως εξής: στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη οι μονάδες είναι 386, στην Αττική 649, στην περιφέρεια Βορείου Αιγαίου 392, στη Δυτική Ελλάδα 273, στη Δυτική Μακεδονία 122, στην Ήπειρο 431, στη Θεσσαλία 552, στην περιφέρεια Ιονίων Νήσων 965, στην Κεντρική Μακεδονία 1.186, στην Κρήτη 1.598, στο Νότιο Αιγαίο 2.120, στην Πελοπόννησο 672, στην Στερεά Ελλάδα 527 και στο σύνολο της επικρατείας υπάρχουν 9.873 ξενοδοχειακές μονάδες.

Όπως φαίνεται στον πίνακα 8 παρουσιάστηκε αύξηση στις αφίξεις το 2018 κατά 4,7% σε σχέση με το 2017 και στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και στα κάμπινγκ. Το 85,3% των αφίξεων συγκεντρώνεται τους μήνες Απρίλιο – Οκτώβριο.

¹⁹ Όπως αναφέρονται στο <http://tourpost.teiath.gr/images/YLH/TourOikon/kefalaio14.pdf>, σελ.4-7

| 2017 | | | | | | 2018 | | | | | |
|---------------|-------------------|------------------|-------------------|----------------|----------------|-------------------|------------------|-------------------|----------------|----------------|------------------------|
| ΜΗΝΑΣ | ΣΥΝΟΛΟ | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | | ΚΑΜΠΙΝΓΚ | | ΣΥΝΟΛΟ | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | | ΚΑΜΠΙΝΓΚ | | ΜΕΤΑΒ. ΣΥΝΟΛΟΥ % |
| | | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | | | |
| ΣΥΝΟΛΟ | 21.303.885 | 6.105.805 | 14.830.511 | 132.934 | 234.635 | 22.307.735 | 5.903.020 | 16.019.878 | 131.116 | 253.721 | 4,7 |
| Ιανουάριος | 521.020 | 356.144 | 164.639 | 62 | 175 | 552.227 | 367.056 | 184.856 | 79 | 236 | 6 |
| Φεβρουάριος | 569.785 | 388.671 | 180.815 | 69 | 230 | 589.500 | 381.974 | 207.170 | 79 | 277 | 3,5 |
| Μάρτιος | 759.642 | 472.511 | 286.704 | 80 | 347 | 862.791 | 456.109 | 405.931 | 125 | 626 | 13,6 |
| Απρίλιος | 1.332.810 | 544.947 | 782.536 | 697 | 4.630 | 1.415.611 | 523.341 | 886.409 | 617 | 5.244 | 6,2 |
| Μάιος | 2.270.114 | 479.815 | 1.765.509 | 4.818 | 19.972 | 2.633.143 | 530.778 | 2.068.561 | 6.649 | 27.155 | 16 |
| Ιούνιος | 2.964.581 | 570.571 | 2.349.940 | 12.725 | 31.345 | 3.108.472 | 525.354 | 2.531.328 | 14.260 | 37.530 | 4,9 |
| Ιούλιος | 3.512.975 | 716.439 | 2.689.901 | 44.894 | 61.741 | 3.556.154 | 643.469 | 2.805.931 | 41.448 | 65.306 | 1,2 |
| Αύγουστος | 3.552.822 | 775.507 | 2.640.188 | 61.444 | 75.683 | 3.600.390 | 721.789 | 2.744.972 | 59.908 | 73.721 | 1,3 |
| Σεπτέμβριος | 2.866.998 | 562.467 | 2.262.546 | 7.170 | 34.815 | 2.986.799 | 533.299 | 2.408.758 | 7.215 | 37.527 | 4,2 |
| Οκτώβριος | 1.690.087 | 438.597 | 1.245.954 | 663 | 4.873 | 1.725.526 | 413.328 | 1.306.452 | 425 | 5.321 | 2,1 |
| Νοέμβριος | 641.535 | 368.715 | 272.131 | 179 | 510 | 668.205 | 376.729 | 290.780 | 165 | 531 | 4,2 |
| Δεκέμβριος | 621.516 | 431.421 | 189.648 | 133 | 314 | 608.917 | 429.794 | 178.730 | 146 | 247 | -2 |

Πίνακας 8: Αφίξεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 2017 – 2018, ΕΛΣΤΑΤ²⁰

²⁰ <https://www.statistics.gr/documents/20181/1fc93e78-6c15-7551-3995-67fe03c67e1c>, σελ. 3

Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις, ο πίνακας 9 δείχνει πως συνολικά αυξήθηκαν κατά 2,6% το 2018 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Συγκεκριμένα, οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών αυξήθηκαν σε ποσοστό 4,1%, αλλά αυτές των ημεδαπών μειώθηκαν κατά 5,3%.

| 2017 | | | | | | 2018 | | | | | |
|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------|------------------------|
| ΜΗΝΑΣ | ΣΥΝΟΛΟ | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | | ΚΑΜΠΙΝΓΚ | | ΣΥΝΟΛΟ | ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | | ΚΑΜΠΙΝΓΚ | | ΜΕΤΑΒ. ΣΥΝΟΛΟΥ % |
| | | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | ΗΜΕΔ. | ΑΛΛΟΔ. | |
| ΣΥΝΟΛΟ | 89.284.319 | 14.154.141 | 73.474.232 | 785.346 | 870.600 | 91.569.437 | 13.410.226 | 76.494.991 | 741.875 | 922.345 | 2,6 |
| Ιανουάριος | 1.173.185 | 726.650 | 445.552 | 158 | 825 | 1.190.677 | 739.013 | 450.652 | 205 | 807 | 1,5 |
| Φεβρουάριος | 1.246.617 | 783.685 | 462.163 | 131 | 638 | 1.276.130 | 762.855 | 512.217 | 193 | 865 | 2,4 |
| Μάρτιος | 1.632.453 | 920.547 | 710.609 | 215 | 1.082 | 1.867.056 | 896.825 | 967.991 | 388 | 1.852 | 14,4 |
| Απρίλιος | 3.669.706 | 1.179.694 | 2.477.069 | 2.533 | 10.410 | 3.810.987 | 1.120.095 | 2.677.412 | 2.003 | 11.477 | 3,8 |
| Μάιος | 9.203.265 | 972.355 | 8.134.270 | 38.797 | 57.843 | 10.505.106 | 1.079.622 | 9.299.068 | 49.922 | 76.494 | 14,1 |
| Ιούνιος | 13.940.305 | 1.290.707 | 12.445.646 | 89.997 | 113.955 | 14.235.517 | 1.164.433 | 12.846.639 | 86.658 | 137.787 | 2,1 |
| Ιούλιος | 17.286.449 | 1.962.065 | 14.848.511 | 237.735 | 238.138 | 17.347.942 | 1.747.430 | 15.127.573 | 219.908 | 253.031 | 0,4 |
| Αύγουστος | 17.925.522 | 2.501.268 | 14.783.857 | 343.781 | 296.616 | 17.886.981 | 2.294.674 | 14.972.547 | 330.625 | 289.135 | -0,2 |
| Σεπτέμβριος | 13.293.719 | 1.286.602 | 11.808.082 | 66.627 | 132.408 | 13.492.126 | 1.194.722 | 12.113.236 | 49.577 | 134.591 | 1,5 |
| Οκτώβριος | 7.087.806 | 896.137 | 6.171.913 | 4.559 | 15.197 | 7.137.335 | 813.792 | 6.308.274 | 1.527 | 13.742 | 0,7 |
| Νοέμβριος | 1.445.219 | 722.586 | 719.980 | 484 | 2.169 | 1.455.442 | 704.144 | 749.049 | 507 | 1.742 | 0,7 |
| Δεκέμβριος | 1.380.073 | 911.845 | 466.580 | 329 | 1.319 | 1.364.138 | 892.621 | 470.333 | 362 | 822 | -1,2 |

Πίνακας 9: Διανυκτερεύσεις σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου και κάμπινγκ, 2017 – 2018, ΕΛΣΤΑΤ²¹

²¹ <https://www.statistics.gr/documents/20181/1fc93e78-6c15-7551-3995-67fe03c67e1c>, σελ. 3

Η πληρότητα των κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου ανά περιφέρεια αυξήθηκε το 2018 σε σχέση με το 2017 στο σύνολό της (52,7% και 51,9% αντίστοιχα).

| | 2017 | 2018 |
|-------------------------|--------------|--------------|
| ΕΤΗΣΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ | 51,9% | 52,7% |
| Ιανουάριος | 19,1% | 19,4% |
| Φεβρουάριος | 22,1% | 22,2% |
| Μάρτιος | 21,8% | 23,7% |
| Απρίλιος | 25,5% | 26% |
| Μάιος | 47,1% | 52,7% |
| Ιούνιος | 66,8% | 68,2% |
| Ιούλιος | 75,2% | 75,2% |
| Αύγουστος | 76,8% | 77% |
| Σεπτέμβριος | 66,3% | 66,7% |
| Οκτώβριος | 40,7% | 40,5% |
| Νοέμβριος | 19,9% | 19,2% |
| Δεκέμβριος | 22,9% | 22,9% |

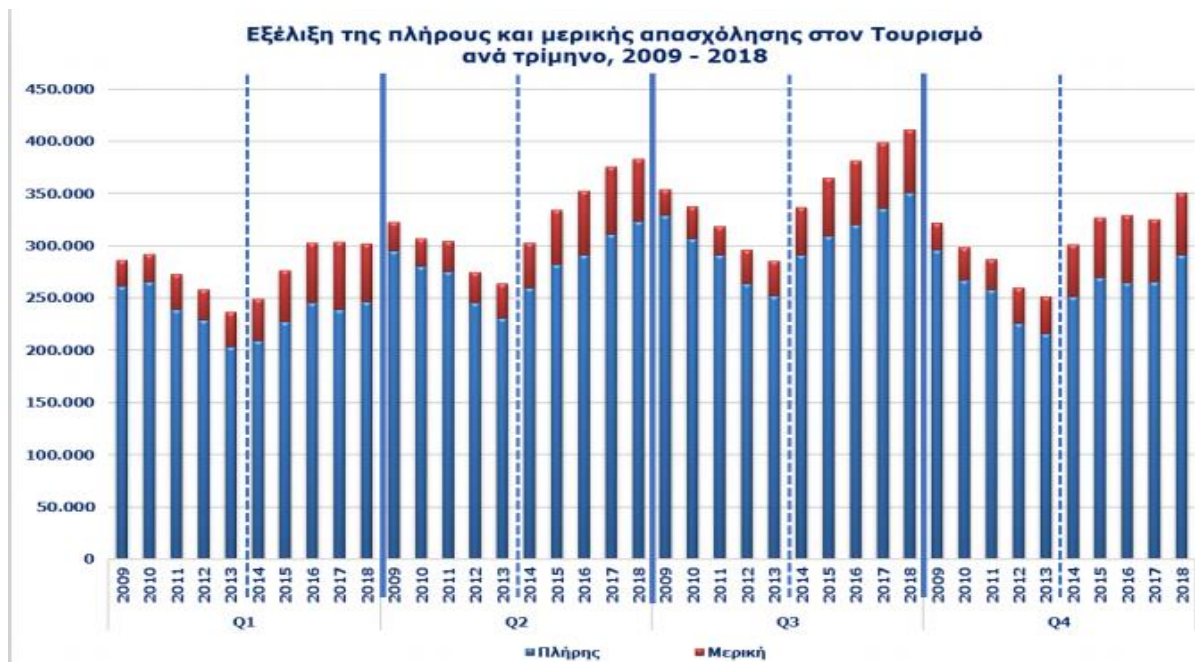
Πίνακας 10: Πληρότητα κλινών ανά μήνα, 2017 – 2018, ΕΛΣΤΑΤ²²

Επιπλέον, το φαινόμενο της εποχικότητας επηρεάζει και τη λειτουργία των καταλυμάτων αφού σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το 53,9% των ξενοδοχείων λειτουργεί εποχικά και το 46,1% λειτουργεί όλο τον χρόνο. Μάλιστα το υψηλότερο ποσοστό συνεχούς λειτουργίας των ξενοδοχείων το κατέχουν αυτά των 3*.

Ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο της τουριστικής προσφοράς είναι η απασχόληση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα. Η απασχόληση στα καταλύματα και στους χώρους εστίασης αυξήθηκε, μεταξύ του 2009 και 2018, κατά 12,7% σε αντίθεση με του υπόλοιπους κλάδους, σύμφωνα με το ΣΕΤΕ. Συγκεκριμένα, οι απασχολούμενοι έφτασαν το τρίμηνο Ιουλίου – Αυγούστου του 2018 τους 411,1 χιλ εκ των οποίων οι 351 χιλ. ήταν άτομα πλήρους απασχόλησης. Επιπροσθέτως, τους ίδιους μήνες η απασχόληση στα καταλύματα και στην εστίαση φτάνει το 10,6% της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα. Η μερική μάλιστα αντιστοιχεί στο 16,3% της συνολικής απασχόλησης όταν στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι 32,5%.²³

²² <https://www.statistics.gr/documents/20181/1fc93e78-6c15-7551-3995-67fe03c67e1c>, σελ. 4

²³ Όπως αναφέρονται στο http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Employment_In_Tourism_And_Other_Sectors_2009-2018.pdf



Εικόνα 4: Εξέλιξη της πλήρους και μερικής απασχόλησης στον τουρισμό ανά τρίμηνο, 2009 – 2018, ΣΕΤΕ²⁴

3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Τα ξενοδοχεία είναι το επίκεντρο της υποδοχής των επισκεπτών οι οποίοι καταβάλλουν ένα χρηματικό ποσό με αντάλλαγμα την παροχή μιας υπηρεσίας. Η ανάπτυξη αυτών των καταλυμάτων έχει συνδεθεί με την ανάπτυξη τουριστικών κέντρων αλλά και με τη ζήτηση για επίσκεψη στην συγκεκριμένη περιοχή.²⁵ Τα καταλύματα αυτά αποτελούν τις πιο αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις τουρισμού αλλά και του τουριστικού προϊόντος.

Τα είδη των τουριστικών καταλυμάτων είναι: τα συλλογικά τουριστικά καταλύματα όπως τα ξενοδοχεία, οι τουριστικοί χώροι κατασκήνωσης, οι παραθεριστικές κατοικίες και οι μαρίνες και τα ιδιωτικά τουριστικά καταλύματα όπως τα ενοικιαζόμενα δωμάτια σε σπίτια, οι ιδιόκτητες κατοικίες και οι κατοικίες ενοικιαζόμενες από ιδιώτες ή μεσιτικά γραφεία.²⁶

Ο εγχώριος ξενοδοχειακός κλάδος εκτιμάται πως θα επωφεληθεί παραπάνω τα επόμενα χρόνια μιας και η Ελλάδα διαθέτει ένα πολύ ελκυστικό τουριστικό προϊόν, ενώ οι

²⁴ http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Employment_In_Tourism_And_Other_Sectors_2009-2018.pdf, σελ. 8

²⁵ Όπως αναφέρονται στο Page, J. Stephen. (2006), Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάντζμεντ στον 21ο αιώνα, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ.9

²⁶ Όπως αναφέρονται στο https://sete.gr/fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoisStatistikonTourismou.pdf

ξενοδοχειακές υποδομές έχουν αναβαθμιστεί σε πολύ μεγάλο βαθμό σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Οι νέες επενδύσεις των εγχώριων επιχειρηματιών αλλά και των διεθνών αλυσίδων δείχνουν εμπιστοσύνη στον ελληνικό τουρισμό και στις μελλοντικές του προοπτικές.

Αν και παραπάνω αναφέρθηκαν τα σύνολα των ξενοδοχειακών μονάδων στις 13 περιφέρειες της Ελλάδας, ο πίνακας που ακολουθεί δείχνει σε αναλυτικό βαθμό τις μονάδες, τα δωμάτια και τις κλίνες που υπάρχουν, όπως καταγράφηκαν από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας για το 2018.

| ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ | | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | Γενικό άθροισμα |
|----------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|-------|-----------------|
| ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ | Μονάδες | 12 | 30 | 109 | 161 | 74 | 386 |
| | Δωμάτια | 1.207 | 1.908 | 3.508 | 3.500 | 1.111 | 11.234 |
| | Κλίνες | 2.441 | 3.966 | 6.994 | 6.816 | 2.168 | 22.385 |
| ΑΤΤΙΚΗΣ | Μονάδες | 33 | 118 | 149 | 244 | 105 | 649 |
| | Δωμάτια | 6.414 | 9.480 | 6.929 | 7.381 | 2.046 | 32.250 |
| | Κλίνες | 12.295 | 18.276 | 12.850 | 13.610 | 3.998 | 61.029 |
| ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ | Μονάδες | 8 | 34 | 132 | 178 | 40 | 392 |
| | Δωμάτια | 939 | 1.686 | 4.576 | 4.113 | 610 | 11.924 |
| | Κλίνες | 1.909 | 3.166 | 8.793 | 7.719 | 1.165 | 22.752 |
| ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | Μονάδες | 4 | 44 | 101 | 101 | 23 | 273 |
| | Δωμάτια | 1.461 | 2.430 | 3.000 | 2.556 | 273 | 9.720 |
| | Κλίνες | 3.127 | 4.751 | 5.693 | 4.870 | 532 | 18.973 |
| ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ | Μονάδες | 3 | 15 | 61 | 35 | 8 | 122 |
| | Δωμάτια | 61 | 343 | 1.619 | 641 | 130 | 2.794 |
| | Κλίνες | 137 | 735 | 3.360 | 1.336 | 359 | 5.927 |
| ΗΠΕΙΡΟΥ | Μονάδες | 14 | 101 | 162 | 127 | 27 | 431 |
| | Δωμάτια | 1.052 | 2.049 | 3.080 | 2.212 | 457 | 8.850 |
| | Κλίνες | 2.201 | 4.348 | 6.224 | 4.259 | 899 | 17.931 |
| ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ | Μονάδες | 29 | 117 | 137 | 200 | 69 | 552 |
| | Δωμάτια | 1.442 | 3.576 | 3.885 | 4.464 | 1.289 | 14.656 |
| | Κλίνες | 2.943 | 7.171 | 7.618 | 8.554 | 2.538 | 28.824 |
| ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ | Μονάδες | 50 | 150 | 233 | 457 | 75 | 965 |
| | Δωμάτια | 7.126 | 13.298 | 13.336 | 14.822 | 1.484 | 50.066 |
| | Κλίνες | 14.642 | 26.151 | 26.097 | 28.437 | 2.896 | 98.223 |
| ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ | Μονάδες | 52 | 118 | 278 | 343 | 395 | 1.186 |
| | Δωμάτια | 8.967 | 9.673 | 10.146 | 9.177 | 8.294 | 46.257 |

| | | | | | | | |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
| ΚΡΗΤΗΣ | Κλίνες | 18.718 | 19.222 | 20.381 | 17.831 | 16.138 | 92.290 |
| | Μονάδες | 118 | 296 | 390 | 607 | 187 | 1.598 |
| | Δωμάτια | 21.525 | 29.867 | 17.644 | 20.433 | 4.819 | 94.288 |
| | Κλίνες | 44.248 | 58.959 | 33.321 | 36.758 | 9.010 | 182.296 |
| ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ | Μονάδες | 194 | 385 | 521 | 819 | 201 | 2.120 |
| | Δωμάτια | 29.301 | 34.351 | 20.638 | 21.549 | 3.152 | 108.991 |
| | Κλίνες | 60.598 | 68.900 | 40.237 | 41.036 | 6.183 | 216.954 |
| ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ | Μονάδες | 25 | 125 | 228 | 224 | 70 | 672 |
| | Δωμάτια | 2.771 | 4.451 | 6.165 | 5.186 | 874 | 19.447 |
| | Κλίνες | 5.903 | 8.790 | 12.233 | 9.842 | 1.693 | 38.461 |
| ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ | Μονάδες | 8 | 48 | 147 | 258 | 66 | 527 |
| | Δωμάτια | 680 | 3.033 | 4.760 | 5.874 | 1.149 | 15.496 |
| | Κλίνες | 1.511 | 5.967 | 9.014 | 11.079 | 2.157 | 29.728 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ | Μονάδες | 550 | 1.581 | 2.648 | 3.754 | 1.340 | 9.873 |
| | Δωμάτια | 82.946 | 116.145 | 99.286 | 101.908 | 25.688 | 425.973 |
| | Κλίνες | 170.673 | 230.402 | 192.815 | 192.147 | 49.736 | 835.773 |

Πίνακας 11: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ελλάδας, 2018, ΞΕΕ²⁷

²⁷ https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2019/07/01_Hotels_2018_Total.pdf

Παρατηρεί κάποιος πως ο αριθμός των υπαρχόντων ξενοδοχείων δεν είναι καθόλου ευκαταφρόνητος μιας και η Ελλάδα είναι μια μικρή, σε σχέση με άλλες χώρα, η οποία όμως συνεχώς αναπτύσσει τον τουριστικό της δυναμισμό. Υπάρχουν κυρίως μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις, αλλά επειδή οι απαιτήσεις των πελατών αυξάνονται μέρα με τη μέρα, δημιουργούνται όλο και περισσότερα καταλύματα που στοχεύουν στην ποιότητα και την αναβάθμιση των υποδομών τους.

Το μέγεθος των ξενοδοχείων κατηγοριοποιείται ανάλογα τον αριθμό των δωματίων τους. Έτσι, αυτά που έχουν από 1 ως 20 δωμάτια χαρακτηρίζονται οικογενειακά, από 21 μέχρι 50 θεωρούνται μικρά, από 51 ως 100 χαρακτηρίζονται μεσαία και από 101 και πάνω θεωρούνται μεγάλα.

Παραπάνω αναφέρθηκε το φαινόμενο της εποχικότητας, το οποίο ασκεί έντονη επίδραση στον ελληνικό τουρισμό και ιδιαίτερα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Πράγματι το πρώτο τρίμηνο του 2019 καταγράφηκε μείωση στην πληρότητα και τις προκρατήσεις σύμφωνα με το ΙΤΕΠ. Η έρευνα έδειξε πως το 45% των μονάδων που λειτουργούν όλο το χρόνο παρουσίασε μειωμένη πληρότητα, ενώ 1 στα 4 καταλύματα αναγκάστηκε να μειώσει τις τιμές. Επιπλέον, το 46% των εποχικών ξενοδοχείων κατέγραψε μείωση στις προκρατήσεις και το 23% εμφάνισε επίσης μείωση στις τιμές.

Αξίζει να σημειωθεί πως έγινε μια έρευνα από την Interweave, η οποία μελέτησε τις πρακτικές προβολής και προώθησης των 5* ξενοδοχείων. Το 2019 τα 5* ξενοδοχεία στην Ελλάδα έφτασαν στο σύνολο τα 539, εκ των οποίων το 70% βρίσκεται σε νησιά. Η ανάλυση που έγινε μέσα από τις κριτικές των επισκεπτών στο Trip Advisor, Booking και Google έδειξε πως η καθαριότητα είναι το πιο βασικό κριτήριο, ενώ το value for money θεωρήθηκε αρκετά αδύναμο. Επιπλέον, καταγράφηκαν πολύ υψηλά σκορ στο σύνολο της ξενοδοχειακής εμπειρίας των τουριστών, όπου και φάνηκε η αυξημένη ποιότητα του τελικού προϊόντος.²⁸

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύεται το μακρο-περιβάλλον της Ελλάδας με την ανάλυση PEST. Πρόκειται δηλαδή για το εξωτερικό περιβάλλον, το οποίο διαμορφώνεται από τους πολιτικούς (Political), οικονομικούς (Economical), κοινωνικούς (Social) και τεχνολογικούς (Technological) παράγοντες.

²⁸ Όπως αναφέρονται στο <https://interweaveagency.com/5-star-hotels-greece-research/>

Πολιτικό περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον της Ελλάδας χαρακτηρίζεται κυρίως από αστάθεια και φυσικά αυτό επηρεάζει και τις επιχειρήσεις στον τουριστικό κλάδο. Όταν συμβαίνουν πολλές πολιτικές αλλαγές αυξάνεται η ανασφάλεια λόγω του ότι δεν είναι γνωστές οι επιπτώσεις της κάθε κυβέρνησης. Είναι γνωστό εξάλλου πως μια χώρα φαίνεται περισσότερο ελκυστική και ασφαλής όταν διακατέχεται από πολιτική σταθερότητα. Τα προηγούμενα χρόνια στη χώρα το πολιτικό περιβάλλον ήταν πολυτάραχο με συνέπεια να επηρεάζεται άμεσα και η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος. Έντονα παραδείγματα ήταν η συνεχής αλλαγή της φορολογίας και οι απεργίες σε λιμάνια και στα μέσα μαζικής μεταφοράς, όπου οδήγησαν σε ακυρώσεις κρατήσεων και μείωση των επισκεπτών.

Όσον αφορά τους φόρους, πρόσφατα επιβλήθηκε ΦΠΑ 24%, κάτι που οδήγησε τους επιχειρηματίες του τουρισμού είτε στο να αυξήσουν τις τιμές των υπηρεσιών και των προϊόντων, είτε στο να μειώσουν κατά πολύ τα κέρδη τους. Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως η Ελλάδα έχει αρκετά μεγάλες φορολογικές επιβαρύνσεις σε αντίθεση με τις άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

Ένα ακόμα μεγάλο ζήτημα που απασχόλησε την Ελλάδα είναι το προσφυγικό ζήτημα. Σύμφωνα με στοιχεία της Ύπατης Αρμοστείας του ΟΗΕ από τον Ιανουάριο του 2015 ως και τον Μάιο του 2018 οι αφίξεις των μεταναστών στη χώρα έφτασαν τα 1.080.656 άτομα, ενώ στην Ευρώπη ήρθαν 22.000.000 πρόσφυγες. Στο βορειοανατολικό Αιγαίο η κατάσταση ήταν εξαιρετικά δυσμενής αφού το 2015 οι διανυκτερεύσεις στα νησιά όπως η Χίος, η Μυτιλήνη και η Σάμος, μειώθηκαν κατά 18,75%, οι επισκέπτες μειώθηκαν κατά 22,79% και η μέση διάρκεια παραμονής μειώθηκε σχεδόν μια μέρα, σε σχέση με το 2014.²⁹ Το 2018 παρ' όλα αυτά η κίνηση στο αεροδρόμιο της Μυτιλήνης αυξήθηκε κατά 43,9%. Φυσικά, ο λανθασμένος τρόπος δημοσιότητας αυτού του θέματος, στα ξένα κυρίως μέσα μαζικής ενημέρωσης, δημιούργησε αρνητικό κλίμα στις ξένες αγορές και στην προσέλευση των τουριστών.

Τέλος, ο βασικότερος φορέας ασκήσεως της τουριστικής πολιτικής είναι το Υπουργείο Τουρισμού, υπό την εποπτεία του οποίου τελούν το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Οικονομικό περιβάλλον

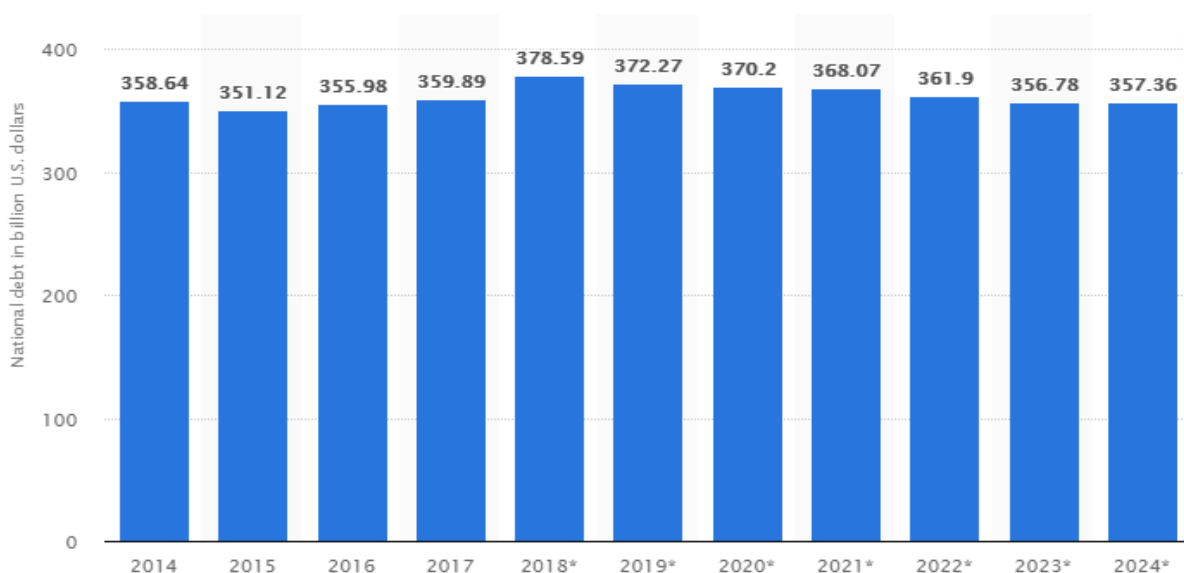
Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ανάπτυξής της. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ το ΑΕΠ της χώρας ανήλθε το 2018 στα 184,7 δισ. € από 180,21 δισ. € το 2017. Επιπλέον, τα δημόσια έσοδα ανήλθαν στο 47,2% του ΑΕΠ (88,3 δισ. €) και οι κρατικές δαπάνες στο 46,7% του ΑΕΠ (86,3 δισ. €). Το δημόσιο χρέος, ως ποσοστό του ΑΕΠ, ανήλθε στο 181,1% ή στα 334,5 δισ. €, έναντι 317,4 315 δισ. € ή 176,2% του ΑΕΠ το

²⁹ Πηγή: <http://www.kathimerini.gr/891759/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/ka8izhsh-toyris moy-sto-voreio-aigaio>

2017. Επίσης, η συνολική καταναλωτική δαπάνη αυξήθηκε το 2018 κατά 0,3%, οι ιδιωτικές επενδύσεις κατέγραψαν αύξηση 1,8% και οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών αυξήθηκαν κατά 8,7% ενώ οι εισαγωγές κατέγραψαν αύξηση 4,2%.³⁰

Το ασταθές οικονομικό περιβάλλον της χώρας επηρεάζει άμεσα τον κλάδο του τουρισμού. Το 2018 συνέβαλε στο 11,7% του ΑΕΠ με 21,6 δισ. €, ενώ η άμεση συνεισφορά του αυξήθηκε κατά 13,3% σε σχέση με το 2017. Συνολικά ο τουρισμός στην Ελλάδα το 2018 επέφερε από 47,4 δισ. € ως 57,1 δισ. € στη δημιουργία του ΑΕΠ.³¹

Όσον αφορά το δημόσιο χρέος της χώρας το 2018, αγγίζει τα 378.59 δισ. δολάρια και μόνο η Ελλάδα κατέγραψε αύξησή του σε σχέση με 27 κράτη – μέλη που κατέγραψαν μείωση. Μάλιστα έρευνα της Statista δείχνει πως μέχρι το 2024 το χρέος δεν θα έχει υποστεί κάποια ιδιαίτερα μεγάλη μείωση λόγω της κακής διαχείρισης της κυβέρνησης και των πολλαπλών μη απαραίτητων εξόδων.



Εικόνα 5: Δημόσιο χρέος της Ελλάδας, 2012-2022, Statista³²

Η Ελλάδα βέβαια έχει ιστορικό προσέλκυσης μεγάλων ξένων επενδύσεων, ενώ η νομισματική σταθερότητα ενισχύει τις επενδύσεις και εμπνέει ασφάλεια στους νέους πιθανούς επενδυτές. Όσον αφορά το ξενοδοχειακό κλάδο, πολλές επιχειρήσεις εξαγοράστηκαν από επιχειρήσεις του εξωτερικού λόγω της κακής διαχείρισης του

³⁰ Όπως αναφέρονται στο <https://www.amna.gr/home/article/341087/ELSTAT-Anaptuxi-1-9-stin-Ellada-to-2018-Eurostat-Auxisi-tou-AEP-kata-1-6->

³¹ Όπως αναφέρονται στο <https://www.kathimerini.gr/1026637/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/o-toyrismos-edwse-to-14-toy-aep>

³² <https://www.statista.com/statistics/270409/national-debt-of-greece/>

οικονομικού περιβάλλοντός τους αλλά και της γενικής κατάστασης της Ελλάδας. Παρ' όλα αυτά, τον τελευταίο καιρό έχει καταγραφεί αύξηση της εξωστρέφειας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων και μια τουριστική μονάδα μπορεί να αξιοποιήσει τα εργαλεία που διαθέτει για χρηματοδότηση, ώστε να επιτύχει μια ομαλή και επικερδής λειτουργία.

Ένα ακόμα θέμα που απασχολεί το οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας είναι η οικονομία διαμοιρασμού που καταγράφει έσοδα άνω των 1,9 δισεκατομμυρίων ευρώ. Σύμφωνα με μελέτη της Grant Thornton, το πλήθος των ακινήτων βραχυχρόνιας μίσθωσης αναπτύσσεται σε ραγδαίους ρυθμούς και προκαλείται έτσι ανισορροπία στην ανάπτυξη του τουριστικού περιβάλλοντος. Στην Αθήνα για παράδειγμα ένα ακίνητο βραχυχρόνιας μίσθωσης στερεί δύο ακίνητα στην μακροχρόνια μίσθωση και προκαλεί αύξηση 9,3% στις τιμές των ενοικίων. Έτσι, για μείωση των δημόσιων εσόδων κατά 300 εκατομμύρια ευρώ την τριετία 2016 – 2018 και για απώλεια των θέσεων εργασίας (36.560) κάνει λόγο η συγκεκριμένη έρευνα, ενώ προκαλείται κοινωνική αντιμαχία και υπάρχει πιθανότητα υποβάθμισης του τουριστικού προϊόντος.

Κοινωνικό περιβάλλον

Το κοινωνικό περιβάλλον παίζει μεγάλο ρόλο στον τουρισμό της Ελλάδας αλλά και της κάθε περιοχής ξεχωριστά μέσα στη χώρα. Επηρεάζει άμεσα τις επιχειρήσεις και την καταναλωτική συμπεριφορά και καθορίζεται από πολλούς παράγοντες όπως τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, το μορφωτικό επίπεδο, τους κρατικούς φορείς και την ανεργία.

Ο τουρισμός επιδρά θετικά στην κοινωνία, αφού η κατασκευή νέων υποδομών όπως τα λιμάνια, τα αεροδρόμια και οι δρόμοι, αλλά και η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών όπως οι μεταφορές, οδηγούν στην αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων. Οι νέες εγκαταστάσεις σε τομείς της υγείας όπως τα νοσοκομεία, αλλά και του πολιτισμού όπως τα θέατρα και οι ποικίλες πολιτιστικές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται συνεχώς, ευνοούν επίσης την κοινωνική ευημερία και δημιουργούνται θέσεις εργασίας. Επιπλέον, μέσα από την προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών γίνεται αναβίωση των παραδοσιακών στοιχείων και δημιουργούνται προϋποθέσεις για την ανάπτυξη των πιο απομονωμένων περιοχών της χώρας.

Παρ' όλα αυτά, ο τουρισμός φέρνει και κάποιες αρνητικές επιδράσεις στην κοινωνία όπως είναι το φαινόμενο της αστικοποίησης κυρίως στον μαζικό τουρισμό, η αύξηση της εγκληματικότητας, η ξενολατρία μιας και υπάρχει απομάκρυνση των ντόπιων κατοίκων από τα δικά τους έθιμα και ήθη και τέλος μπορεί να υπάρξει αλλοίωση μνημείων λόγω της ανάρμοστης συμπεριφοράς των τουριστών σε συνδυασμό με την χαλαρότητα των τοπικών αρχών.

Όσον αφορά την ανεργία στην Ελλάδα, το ποσοστό του 2018 είναι μικρότερο από αυτό του 2017 και συγκεκριμένα τον Νοέμβριο βρίσκεται στο 18,5% σε αντίθεση με το 21,1% του αντίστοιχου μήνα το 2017. Σύμφωνα με την Eurostat η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση στην ανεργία στην Ευρωπαϊκή Ένωση και το ποσοστό της ανεργίας των νέων άγγιξε το 43,2% τον

Μάρτιο του 2018. Παρ' όλα αυτά, τους καλοκαιρινούς μήνες οι τουριστικές επιχειρήσεις απασχόλησαν 411 χιλ. άτομα, κάτι που συνέβαλε στην μείωση της ανεργίας ιδιαίτερα των νέων και των γυναικών.

Τεχνολογικό περιβάλλον

Το τεχνολογικό περιβάλλον αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης αλλά κυρίως ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, αφού τη σημερινή εποχή τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των επιχειρήσεων που λαμβάνουν χώρο στην τουριστική βιομηχανία, γίνονται ολοένα και πιο ανταγωνιστικά. Σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας αυτής παίζουν ρόλο η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου. Επιπλέον, καθοριστική για την επιβίωση των επιχειρήσεων είναι η διαρκής ενημέρωσή τους με τα πιο πρόσφατα τεχνολογικά εργαλεία και υπηρεσίες.

Υπάρχουν ποικίλες εφαρμογές των νέων τεχνολογιών στον τουρισμό, που χρησιμοποιούνται ήδη από τους περισσότερους ανθρώπους και επιχειρήσεις όπως:

- Συστήματα κράτησης ξενοδοχείων (trivago.gr, booking.com)
- Συστήματα ηλεκτρονικού εμπορίου συσκευών, ρουχισμού κλπ (skroutz.gr, e-shop.gr, assos.com, e-bay.com, brandsgalaxy.gr)
- Συστήματα συναλλαγών τραπεζής (nbg.gr, alpha.gr)
- Συστήματα έκδοσης εισιτηρίων (viva.gr, airtickets.gr)
- Συστήματα αγοράς τροφίμων (e-food.gr)

Οι παραπάνω εφαρμογές προσφέρουν στους καταναλωτές εύκολη πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες όποια ώρα και να τα επιθυμούν, ενώ η διαδικασία επιλογής του προϊόντος χρειάζεται λίγα μόνο λεπτά. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα προσωποποίησης του πακέτου που ενδιαφέρει τον καταναλωτή αλλά και επαφής με άλλους χρήστες του συγκεκριμένου πακέτου ή υπηρεσίας.

Ένα άλλο φαινόμενο της σύγχρονης εποχής είναι ο όρος m-tourism ή διαφορετικά τουρισμός στο κινητό τηλέφωνο. Ο τουρίστας μπορεί να οργανώσει και να ερευνήσει στοιχεία για το ταξίδι του μέσω της τηλεφωνικής του συσκευής, με τη βοήθεια των κινητών πλατφορμών και εφαρμογών του διαδικτύου. Οι διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες που υπάρχουν όπως η Trivago, το Trip Advisor και το Booking έχοντας εκατομμύρια χρήστες, έχουν δημιουργήσει εφαρμογές για το κινητό τηλέφωνο στις οποίες μπορεί κάποιος να προγραμματίσει το ταξίδι του χρησιμοποιώντας απλά την εφαρμογή της κάθε πλατφόρμας. Φυσικά, ο τουρίστας όχι μόνο μπορεί να κλείσει τα εισιτήριά του, αλλά και να πληροφορηθεί για τους αρχαιολογικούς χώρους, ακόμα και για τους σταθμούς των λεωφορείων της κάθε περιοχής. Με αυτόν τον τρόπο διευκολύνονται και οι επιχειρήσεις, αφού ο δυνητικός πελάτης τους μπορεί εύκολα να εντοπίσει το προϊόν τους.

Αξίζει να σημειωθεί πως η Google έχει καινοτομήσει για άλλη μια φορά στον τομέα του τουρισμού δημιουργώντας ένα πρόγραμμα που ονομάζεται Grow Greek Tourism Online. Σε συνεργασία λοιπόν με το Υπουργείο Τουρισμού, τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμό (ΕΟΤ) και τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), βοηθάει τις επιχειρήσεις άλλα και τους φοιτητές να αναπτύξουν τις γνώσεις τους γύρω από το ψηφιακό μάρκετινγκ, με τη βοήθεια κάποιων διαδικτυακών μαθημάτων και σεμιναρίων.

Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνα της Oxford Economics, υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας 170.000 νέων θέσεων εργασίας στην Ελλάδα, ενώ περισσότεροι από 100.000 Έλληνες επαγγελματίες έχουν ήδη εκπαιδευτεί στις ψηφιακές αυτές δραστηριότητες. Η ίδια μελέτη έδειξε επίσης, πως το 35% των τουριστικών αναζητήσεων στην ηλεκτρονική πλατφόρμα αφορούν τον πολιτιστικό τουρισμό. Έτσι, η Google προβάλλει ψηφιακό περιεχόμενο από μουσεία όλου του κόσμου, συμπεριλαμβάνοντας και 11 ελληνικά όπως το Μουσείο της Ακρόπολης.³³

3.6 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ

- Υ.Α. Υ1γ/ Γ.Π./οικ.96967 (ΦΕΚ 2718/Β/ 08.10.2012): Αναφέρεται στους υγειονομικούς όρους και τις απαραίτητες προϋποθέσεις λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών και άλλες διατάξεις που πρέπει να πληροί το ξενοδοχείο.
- Υ.Α. αρ. 48963/2012 (ΦΕΚ 2703/Β/ 05.10.2012): Αναφέρει προδιαγραφές περιεχομένου Αποφάσεων Έγκρισης Περιβαλλοντικών Όρων (Α.Ε.Π.Ο.) για έργα και δραστηριότητες κατηγορίας Α' της υπ. αριθμ. 1958/13-1-2012 απόφασης του Υπουργείου Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής (Β'21), όπως ισχύει, σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 7 του Ν. 4014/2011 (Α' 209).
- Ν.4070/2012 (ΦΕΚ 82/Α/ 10.04.2012): Αφορά ρυθμίσεις ηλεκτρονικών επικοινωνιών, μεταφορών, δημοσίων έργων και άλλες διατάξεις- Μέρος Ε', κεφ. Β: Λειτουργική αδειοδότηση τουριστικών καταλυμάτων.
- Υ.Α. αρ. 1958/2011 (ΦΕΚ 21/Β/ 13.01.2012): Αναφέρεται η κατάταξη δημοσίων και ιδιωτικών έργων και δραστηριοτήτων σε κατηγορίες και υποκατηγορίες σύμφωνα με το Άρθρο 1 παράγραφος 4 του Ν. 4014/21.09.2011 (Φ.Ε.Κ. Α' 209/2011).
- Ν.4014/2011 (ΦΕΚ 209/Α/ 21.09.2011): Ο νόμος αυτός αναφέρει τη Περιβαλλοντική αδειοδότηση έργων και δραστηριοτήτων.

³³ Όπως αναφέρεται στο <https://www.newmoney.gr/palmos-oikonomias/epixeiriseis/370035-i-google-%C2%ABependiei%C2%BB-ston-tourismo-tis-thessalonikis>

- Ν.4002/2011(ΦΕΚ 180/Α/22.08.2011): Περιλαμβάνει τη τροποποίηση της συνταξιοδοτικής νομοθεσίας του δημοσίου, ρυθμίσεις για την ανάπτυξη και τη δημοσιονομική εξυγίανση, θέματα αρμοδιότητας Υπουργείων Οικονομικών Πολιτισμού και Τουρισμού και Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης (Μέρος Β΄).
- Κ.Υ.Α. ΑΡ 2874/2011 (ΦΕΚ 421/Β/16.03.2011): Αναφέρει τη διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών από τουριστικές επιχειρήσεις στην ελληνική επικράτεια, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 17. Του ν. 3844/2010 (ΦΕΚ Α΄ 63).
- Κ.Υ.Α. ΔΙΑΔΠ/Φ.Α.2.1./1622/2011 (ΦΕΚ 27/Β/ 20.01.2011): Απλούστευση της διαδικασίας χορήγησης ειδικού σήματος λειτουργίας σε τουριστικά καταλύματα – ένταξη της διαδικασίας στα Ενιαία Κέντρα Εξυπηρέτησης (Ε.Κ.Ε.).
- Ν.3844/2010 (ΦΕΚ 63/Α/ 03.05.2010): Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2006/123 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά και άλλες διατάξεις.
- Υ.Α. αρ. 14423/2009 (ΦΕΚ 1842/Β/03.09.2009): Τροποποίηση το υπ. δ/τος 43/2002 (ΦΕΚΑ΄43) «Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και τεχνικές προδιαγραφές αυτών», όπως ισχύει.
- Υ.Α. αρ. 15291/2009 (ΦΕΚ 1711/Β/ 19.08.2009): Τροποποίηση του π.δ. 43/2002 (ΦΕΚΑ΄43) «Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και τεχνικές προδιαγραφές αυτών», όπως ισχύει.
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 22211(29.10.2008): Οδηγίες - διευκρινίσεις για την εφαρμογή του αριθ. 30 του ν. 3498/06 περί προγραμμάτων τουριστικής προβολής των φορέων του δημοσίου τομέα.
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 176 (04.04.2008): Αφορά διευκρινίσεις σχετικά με την παροχή σύμφωνης γνώμης για διαφημιστικά προγράμματα και ενέργειες, που αφορούν την τουριστική προβολή της χώρας ή περιοχών αυτής, από φορείς του δημόσιου τομέα.
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 21265 (27.12.2007): Αναφέρει ότι η σφράγιση τουριστικής επιχείρησης που προβλέπεται στο άρθρο 4, παρ.4, εδαφ. β΄ του ν. 2160/93 συνιστά διοικητική κύρωση.
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 21194 (21.12.2007): Πότε τεκμαίρεται η ύπαρξη τουριστικού καταλύματος και είναι επιτρεπτή η ανατροπή του τεκμηρίου.
- Υ.Α. αρ. 12403/2007 (ΦΕΚ 1441/Β/ 09.08.2007): Τροποποίηση του π.δ. 43/2002 (ΦΕΚ43/Α/7.3.2002) «Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερών και τεχνικές προδιαγραφές αυτών».

- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 11849 (16.07.2007): Ρύθμιση για κατευθυνόμενες αγορές (shopping).
- Ν.3463/2006 (ΦΕΚ 114/Α/ 08.06.2006): Κύρωση του Κώδικα Δήμων και Κοινοτήτων.
- ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ Α.Π. 2157 (17.02.2006): Λειτουργία επιτροπής προσφυγών, διοικητικές κυρώσεις κατά τουριστικών επιχειρήσεων.
- Ν.3409/2005 (ΦΕΚ 273/Α/4-11-2005): Ο καταδυτικός τουρισμός αναψυχής μπορεί να πραγματοποιείται σε καταδυτικό πάρκο.
- Ν.3190/2003 (ΦΕΚ 249/Α/ 30.10.2003): Τροποποίηση του π. δ. 43/2002, που αφορά την κατάταξη των κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστερίων και τις τεχνικές προδιαγραφές τους.
- Ν.3190/2003 (ΦΕΚ 249/Α/ 30.10.2003): «Διαδικασία Προκαταρκτικής Περιβαλλοντικής Εκτίμησης και Αξιολόγησης (Π.Π.Ε.Α) και Έγκρισης Περιβαλλοντικών Όρων (Ε.Π.Ο) σύμφωνα με το άρθρ. 4 του Ν.1650/1986 (Α160), όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρ.2 του Ν.3010/2002 «Εναρμόνιση του Ν.1650/1986 με τις οδηγίες 97/11/ΕΕ και 96/61/ΕΕ.....και άλλες διατάξεις» (Α91)» (ΦΕΚ332Β).

3.7 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται « το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης ».³⁴ Τα πέντε βασικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού είναι ο αθλητικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο γαστρονομικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας και ευεξίας. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, υπάρχει ραγδαία ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Όλο και πιο πολλοί σύγχρονοι τουρίστες επιθυμούν κάτι διαφορετικό από το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν, αφού ανυπομονούν να βιώσουν την εμπειρία του κάθε προορισμού, να συμμετέχουν σε τοπικά δρώμενα, ακόμα και να μελετήσουν την τοπική ιστορία και πολιτιστική κληρονομιά.

³⁴ Όπως αναφέρεται στο

<http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos>

Με τις ποικίλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού δημιουργείται ένα νέο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης αρκετά διαφορετικό από αυτό του μαζικού. Η διαφοροποίησή του χαρακτηρίζεται από το σεβασμό της τοπικής κουλτούρας, του φυσικού περιβάλλοντος και γενικότερα της μείωσης κάποιων αρνητικών συνεπειών που έχει επιφέρει ο μαζικός τουρισμός.

Στη σημερινή εποχή, ο εναλλακτικός τουρισμός ενθαρρύνεται όλο και περισσότερο ενώ γίνονται προσπάθειες περιορισμού του μαζικού τουρισμού. Είναι γνωστό πως η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού στηρίζεται στην ικανοποίηση των αναγκών των ντόπιων κατοίκων και στην προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, αποτελεί μια σπουδαία πηγή εσόδων για πολλές χώρες και είναι ικανός να προσφέρει κάτι διαφορετικό από τον καθιερωμένο τρόπο διακοπών. Όπως αναφέρει και ο Τσάρτας (1996), « *οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού καταγράφουν την έμφαση που δίνεται στα κίνητρα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την αυτονομία στο ταξίδι* ».

3.7.1 ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που έχει εμφανιστεί από την αρχαιότητα. Ως θαλάσσιος τουρισμός ορίζεται « *κάθε τουριστική δραστηριότητα που έχει ως κυρίαρχο κίνητρο τη θάλασσα και τις ακτές της – είτε ως πεδίο δραστηριοτήτων τουρισμού είτε ως ειδικό ενδιαφέρον, συχνά με αθλητική ή πολιτιστική διάσταση* ».

Έτσι, ο θαλάσσιος τουρισμός διακρίνεται στις εξής μορφές:

- Παράκτιος τουρισμός (κολύμβηση, θαλάσσιο σκι)
- Υποβρύχιος τουρισμός (κατάδυση, υποβρύχια σκάφη)
- Θαλάσσιος τουρισμός φύσης (παρατήρηση θαλάσσιων θηλαστικών)
- Θαλάσσιος αλιευτικός τουρισμός (παρακολούθηση διαδικασίας αλιείας)
- Θαλάσσιος πολιτιστικός τουρισμός (ναυτικά μουσεία)
- Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός (αγώνες σκαφών)
- Άλλες μορφές (τουρισμός yachting και κρουαζιέρα)³⁵

Τη σημερινή εποχή, ο θαλάσσιος τουρισμός αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς. Η Ελλάδα εξάλλου είναι μια χώρα με πολλά νησιά, καταγάλανες θάλασσες και άπειρες ακτές και σε συνδυασμό με το κλίμα της την καθιστά ιδανική για την εφαρμογή και ανάπτυξη της μορφής αυτής του τουρισμού.

³⁵ Όπως αναφέρεται στο Διακομιχάλης Ν. Μιχαήλ. (2009), Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σελ. 42

3.7.1.1 Καταδυτικός τουρισμός

Ο άνθρωπος είχε την περιέργεια εξερεύνησης του υποθαλάσσιου κόσμου από το 4.500 π.Χ. όπου οι άντρες και οι γυναίκες καταδύονταν σε μεγάλα βάθη για να αλιεύσουν μαργαριτάρια. Όσο πέρασαν τα χρόνια όλο και περισσότεροι άνθρωποι έκαναν λόγο για τις καταδύσεις τους, είτε για εργατικό σκοπό (αλίευση σφουγγαριών στην Κάλυμνο) είτε για εξερεύνηση του υποθαλάσσιου κόσμου. Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες καταδύσεων: η πρώτη αφορά τις επαγγελματικές καταδύσεις (συντήρηση θαλάσσιων πλατφορμών), η δεύτερη είναι οι καταδύσεις επιστημονικού ενδιαφέροντος (υποθαλάσσιες αρχαιολογικές έρευνες), η τρίτη περιλαμβάνει τις καταδύσεις που σχετίζονται με πολεμικές δραστηριότητες και η τέταρτη αφορά τις ερασιτεχνικές καταδύσεις που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο μιας ψυχαγωγικής δραστηριότητας ανάλογα τα προσωπικά ενδιαφέροντα του κάθε δύτη.³⁶

Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται πολλοί σύλλογοι και σωματεία για να διδαχθεί κάποιος το σπορ της κατάδυσης. Είναι εξάλλου πλέον επιστημονικά αποδεδειγμένο ότι η κατάδυση αναψυχής εναρμονίζεται απόλυτα με την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος και η δημιουργία ενός καταδυτικού πάρκου συμβάλλει στην αποκατάσταση της θαλάσσιας χλωρίδας και πανίδας και συνεισφέρει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής. Στη Μάλτα για παράδειγμα η καταδυτική δραστηριότητα έχει συνεισφέρει στο ΑΕΠ της χώρας κατά 27%, ενώ τα αποτελέσματα μιας έρευνας που έγινε σε 124 καταδυτικά πάρκα σε 29 χώρες, έδειξαν πως η βιοποικιλότητα αυξήθηκε κατά 21%, το μέσο μέγεθος των οργανισμών αυξήθηκε κατά 28% και η πυκνότητα των ατόμων ανά κυβικό μέτρο αυξήθηκε επίσης κατά 166%.

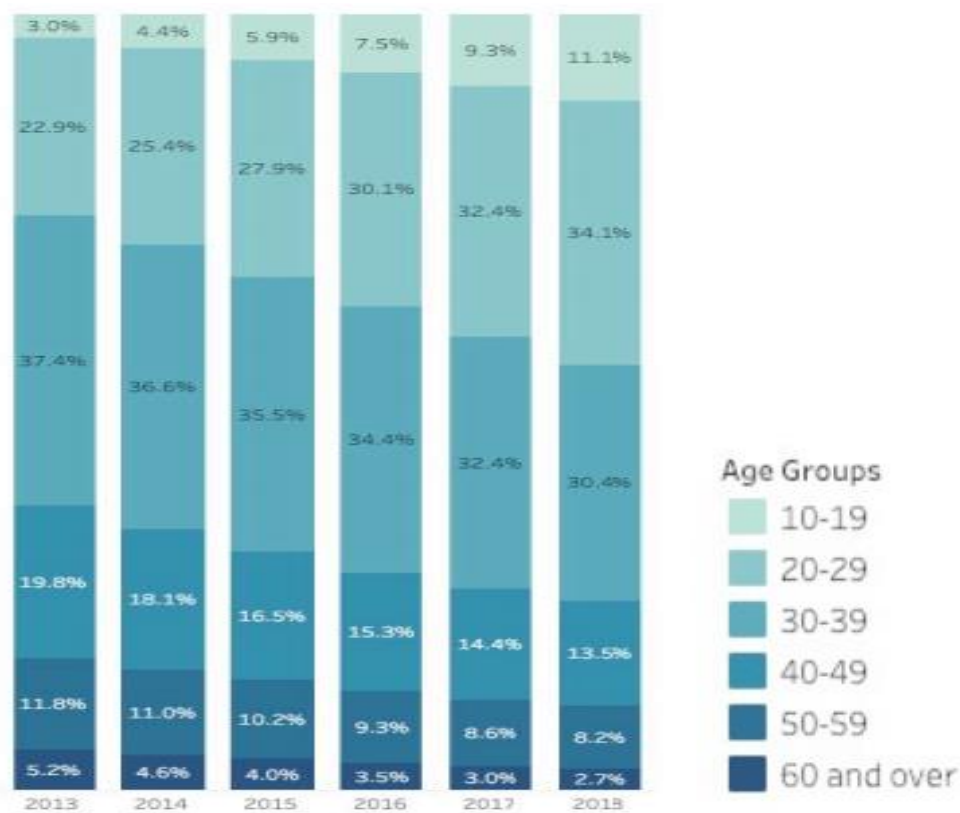
Στην Αμερική το 1966 ιδρύθηκε η PADI (Professional Association of Diving Instructors). Πρόκειται για την μεγαλύτερη εταιρία εκπαίδευσης καταδύσεων, αλλά και πιστοποίησης των διπλωμάτων. Η PADI ταξινομεί τα διπλώματα σε κάποιες κατηγορίες ανάλογα το επίπεδο που θέλει ο καθένας να φτάσει. Πρέπει να σημειωθεί πως οι καταδύσεις είναι κατάλληλες για υγιείς ανθρώπους, είναι ένα ασφαλές σπορ και μπορούν να κάνουν ακόμα και παιδιά ηλικίας 8 ετών και άνω. Στα περισσότερα μέρη της Ελλάδας απαγορευόντουσαν οι καταδύσεις μέχρι πρόσφατα λόγω της αρχαιοκαπηλίας. Όμως από το 2005 υπάρχει ευρωπαϊκός νόμος που τις επιτρέπει σε όλη την επικράτεια με ελάχιστες περιοχές να εξαιρούνται. Έτσι, σιγά σιγά ο καταδυτικός τουρισμός αρχίζει να αναπτύσσεται φέρνοντας στην Ελλάδα αναβάθμιση των θέσεων εργασίας, ποιοτικότερο τουρισμό αλλά και παραπάνω έσοδα. Στη χώρα μέχρι τώρα λειτουργούν 143 αναγνωρισμένα καταδυτικά κέντρα.

Οι λόγοι κατάδυσης ποικίλουν αλλά οι σημαντικότεροι είναι η παρατήρηση της υποβρύχιας πανίδας και χλωρίδας, η εξερεύνηση, επειδή είναι κάτι συναρπαστικό και διαφορετικό και η αίσθηση της περιπέτειας που ακολουθεί.

Επίσης, σύμφωνα με την PADI από το 1966 μέχρι και το 2018 έχουν δοθεί 27 εκατ. διπλώματα κατάδυσης παγκοσμίως, οι επαγγελματίες δύτες που μπορούν να κάνουν μαθήματα σε τουρίστες είναι 137.000 σε όλο τον κόσμο, υπάρχουν παραπάνω από 6.600

³⁶ Όπως αναφέρονται στο Συμμεωνίδης Ν. (2000), Αυτόνομη κατάδυση, Εκδόσεις ΑΚΜΟΝ, Αθήνα

πιστοποιημένα κέντρα κατάδυσης παγκοσμίως και τέλος τα πιστοποιημένα κέντρα της PADI βρίσκονται σε 186 χώρες και περιοχές. Στο διάγραμμα παρακάτω φαίνονται τα ποσοστά των ηλικιακών ομάδων που έχουν πάρει δίπλωμα κατάδυσης από το 2013 ως και το 2018.³⁷



Εικόνα 6: Ποσοστά ηλικιακών ομάδων που έχουν δίπλωμα κατάδυσης, 2013-2018, PADI³⁸

Γενικότερα, ο καταδυτικός τουρισμός είναι ένας πολύ σημαντικός κλάδος της οικονομίας αφού εκτιμάται ότι ο τζίρος του ανέρχεται σε δισεκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών-δυτών υπολογίζεται στις 10 ημέρες περίπου και η ετήσια δαπάνη στα ταξίδια που πραγματοποιούν μπορεί να ανέλθει στα 3,5-5 δισ. €. Έτσι, μπορεί κανείς να συμπεράνει πως η ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού στην Ελλάδα έχει μόνο καλά να προσφέρει και στην οικονομία και στην γενικότερη ανάπτυξη της χώρας.

³⁷ Όπως αναφέρονται στο <https://www.padi.com/sites/default/files/documents/2019-02/2019%20PADI%20Worldwide%20Statistics.pdf>

³⁸ <https://www.padi.com/sites/default/files/documents/2019-02/2019%20PADI%20Worldwide%20Statistics.pdf>

3.8 ΕΥΒΟΙΑ

Το νησί της Εύβοιας είναι το δεύτερο μεγαλύτερο της Ελλάδας και το έκτο μεγαλύτερο της Μεσογείου. Η έκτασή του είναι 3.654 τ.χλμ. και εκτείνεται κατά μήκος της βορειοανατολικής ηπειρωτικής Στερεάς Ελλάδας. Το σχήμα της είναι στενόμακρο με πεπλατυσμένες τις δύο άκρες της και περί το μέσον αυτής. Εκτείνεται με κατεύθυνση από βορειοδυτικά προς νοτιοανατολικά, έχοντας συνολικό μήκος 180 χλμ. και κυμαινόμενο πλάτος από 8 μέχρι 50 χλμ. Στα βορειοδυτικά χωρίζεται από τη Φθιώτιδα και τη Μαγνησία δια του διαύλου Ωρεού, ενώ νότια δια του Ευβοϊκού κόλπου χωρίζεται από τη Βοιωτία και την Αττική. Δια του πορθμού του Καφηρέα χωρίζεται νοτιοανατολικά από την Άνδρο. Τα βόρεια και βορειοανατολικά παράλιά της βρέχονται από το Αιγαίο Πέλαγος.

Στο κοντινότερο σημείο με τη Στερεά Ελλάδα είναι κτισμένη η πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη του νησιού η Χαλκίδα, όπου υπάρχει η μία εκ των δύο ζεύξεων του νησιού με την ηπειρωτική Ελλάδα, η παλαιά γέφυρα της Χαλκίδας. Προσφάτως χτίστηκε και η υψηλή γέφυρα της Χαλκίδας, συνολικού μήκους περίπου 700 μέτρων.

Γεωλογικά η Εύβοια αποτελεί συνέχεια της Αττικής. Το έδαφός της αποτελείται κυρίως από σχιστόλιθους, ενώ παρουσιάζει πολλές γεωλογικές διαπλάσεις. Οι σημαντικότεροι επιμέρους κόλποι της Εύβοιας είναι από τον Πορθμό του Ευρίπου και βόρεια: του Βατόντα, της Λίμνης και της Αιδηψού και νότια του Αλιβερίου, της Καρύστου και προς το Αιγαίο της Κύμης. Όσον αφορά το κλίμα της είναι εύκρατο και υγιεινό, κάτι που συντελεί στην άφθονη βλάστηση και στη φυσική της ομορφιά. Επιπλέον, το νησί της Εύβοιας μαζί με τη Σκύρο, ένα τμήμα της βοιωτικής ακτής και τις γύρω νησίδες αποτελούν διοικητικά την περιφερειακή ενότητα Ευβοίας, που ανήκει στην περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.³⁹



Εικόνα 7: Γεωγραφικός χάρτης Ευβοίας

³⁹ Όπως αναφέρονται στο <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%8D%CE%B2%CE%BF%CE%B9%CE%B1>

3.8.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΤΕ, οι αφίξεις αλλά και οι διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών στην Εύβοια έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Οι περισσότεροι επισκέπτες προέρχονται από την Γαλλία, τις ΗΠΑ και τη Γερμανία. Παρακάτω παρουσιάζονται οι αφίξεις (αεροπορικές και ακτοπλοϊκές), οι διανυκτερεύσεις και η πληρότητα του νησιού για το 2018.

| | | | | |
|----------------|----------------------------------|---------|---------|---------|
| ΕΥΒΟΙΑΣ | Αφίξεις αλλοδαπών | 69,426 | 76,936 | 77,348 |
| | Αφίξεις ημεδαπών | 152,411 | 160,341 | 136,409 |
| | Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών | 450,561 | 503,122 | 516,460 |
| | Διανυκτερεύσεις ημεδαπών | 434,993 | 473,714 | 443,693 |
| | Πληρότητα | 28.8% | 30.7% | 31.4% |

Πίνακας 12: Αφίξεις-διανυκτερεύσεις-πληρότητα των ημεδαπών και αλλοδαπών τουριστών στην Εύβοια, 2016-2018, ΣΕΤΕ⁴⁰

| | ΔΙΕΘΝΕΙΣ | ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ |
|--------------------|-----------------|-------------------|
| Ιανουάριος | 0 | 151 |
| Φεβρουάριος | 0 | 182 |
| Μάρτιος | 0 | 183 |
| Απρίλιος | 0 | 367 |
| Μάιος | 0 | 425 |
| Ιούνιος | 132 | 933 |
| Ιούλιος | 806 | 1,560 |
| Αύγουστος | 753 | 1,371 |
| Σεπτέμβριος | 294 | 760 |
| Οκτώβριος | 0 | 335 |
| Νοέμβριος | 0 | 157 |
| Δεκέμβριος | 0 | 187 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.985 | 6.611 |

Πίνακας 13: Διεθνείς κα εγχώριες αεροπορικές αφίξεις στη Σκύρο, 2018, ΣΕΤΕ⁴¹

⁴⁰ <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

| | ΛΙΜΑΝΙ | ΚΑΤΑΠΛΟΙ | ΑΠΟΠΛΟΙ | ΣΥΝΟΛΑ |
|----------------|---------------------------|-----------------|----------------|----------------|
| ΕΥΒΟΙΑΣ | Αιδηψός | 178,270 | 185,775 | 364,045 |
| | Ερέτρια | 65,416 | 69,121 | 134,537 |
| | Κυμάσιο | 33,795 | 34,535 | 68,330 |
| | Κόμη | 84,743 | 84,788 | 169,531 |
| | Μαρμάρι | 137,188 | 139,190 | 276,378 |
| | Νέα Στύρα | 169,281 | 178,259 | 347,540 |
| | Σκύρος Λιναριά | 77,061 | 74,374 | 151,435 |
| | Αιδηψός | 178,270 | 185,775 | 364,045 |

Πίνακας 14: Ακτοπλοϊκές αφίξεις στα λιμάνια της Εύβοιας, 2018, ΣΕΤΕ⁴²

3.8.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΥΒΟΙΑΣ

Όσον αφορά την προσφορά των τουριστικών καταλυμάτων, στατιστικά στοιχεία τα οποία συλλέχθηκαν από το ΣΕΤΕ παρουσιάζονται παρακάτω. Τα ξενοδοχεία των 2* υπερτερούν στην Εύβοια αλλά και των 3* είναι αρκετά, ενώ λίγα είναι αυτά των 1* και των 5*. Επίσης, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια της δεύτερης κατηγορίας είναι αρκετά περισσότερα σε σχέση με των υπολοίπων κατηγοριών. Στα καταλύματα τύπου camping δεν έχουν συγκεντρωθεί ακόμα πολλά στοιχεία και η τελευταία καταμέτρηση που έγινε το 2016 δείχνει πως υπάρχουν 9, Επιπλέον, διαθέτει και 16 αγροτουριστικές μονάδες πρώτης κατηγορίας.

⁴¹ <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

⁴² <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ 2018 | | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| ΕΥΒΟΙΑΣ | | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | ΣΥΝΟΛΟ |
| | Μονάδες | 2 | 21 | 67 | 131 | 27 | 248 |
| | Δωμάτια | 215 | 1,686 | 3,019 | 3,306 | 545 | 8,771 |
| | Κλίνες | 430 | 3,360 | 5,777 | 6,269 | 1,031 | 16,867 |

Πίνακας 15: Ξενοδοχειακό δυναμικό Ευβοίας, 2018, ΣΕΤΕ⁴³

| ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ 2018 | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| ΕΥΒΟΙΑΣ | | 4K | 3K | 2K | 1K | ΣΥΝΟΛΟ |
| | Μονάδες | 15 | 299 | 387 | 165 | 866 |
| | Δωμάτια | 122 | 2,514 | 2,683 | 901 | 6,220 |
| | Κλίνες | 298 | 5,448 | 5,816 | 1,934 | 13,496 |

Πίνακας 16: Ενοικιαζόμενα δωμάτια Ευβοίας, 2018, ΣΕΤΕ⁴⁴

3.9 ΚΥΜΗ

Η Κύμη είναι λιμάνι και κωμόπολη του νομού Ευβοίας και έδρα της Μητροπόλεως Καρυστίας και Σκύρου, με 2.383 κατοίκους, ενώ η Δημοτική Κοινότητα Κύμης έχει μόνιμο πληθυσμό 2.870 κατοίκους. Υπήρξε έδρα της τέως επαρχίας Καρυστίας και έως τις 31 Δεκεμβρίου 2010 απετέλεσε έδρα του ομώνυμου Δήμου, ο οποίος περιλάμβανε τα δημοτικά διαμερίσματα Κύμης, Ανδρονιάνων, Άνω Ποταμιάς, Βιτάλων, Ενορίας, Καλημεριάνων, Μαλετιάνων, Μετοχίου, Διρφύων, Οξυλίθου, Πλατάνας, Πύργου και Ταξιαρχών. Αποτελεί δημοτική κοινότητα του νέου διευρυμένου Δήμου Κύμης - Αλιβερίου και είναι η έδρα της Μητροπόλεως Καρυστίας και Σκύρου. Βρίσκεται στη μέση της ανατολικής πλευράς της Εύβοιας, ενώ λειτουργεί εκεί και μια από τις σχολές του Εμπορικού Ναυτικού. Η Κύμη είναι σε προνομιακή θέση, 200 μέτρα υψηλότερα από την επιφάνεια της θάλασσας, και

⁴³ <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

⁴⁴ <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CE%A3%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%84%CE%BF%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CE%B1>

αποκαλείται ‘Μπαλκόνι του Αιγαίου’ λόγω της μαγευτικής θέας που απολαμβάνει ο τουρίστας.

Η ελληνική μυθολογία αναφέρει τρεις εκδοχές για την ίδρυση της Κύμης. Η πρώτη είναι να έχει πάρει το όνομά της από τη μυθολογική νύμφη Κυμώ, η οποία γεννήθηκε από την ένωση της Λάμιας με τον Ποσειδώνα, και για να εδραιώσει την ισχύ της στο Αιγαίο ίδρυσε την Κύμη. Η δεύτερη εκδοχή είναι ότι οφείλει το όνομά της στα εντυπωσιακά κύματα των θαλασσών της και τη στενή σύνδεση των ναυτικών κατοίκων με τη θάλασσα. Τέλος, κάποιιοι λένε πως η Κύμη είναι φωνολογική εξέλιξη της Κώμης (που σημαίνει κωμόπολη) και υποστηρίζουν πως η πραγματική θέση της Κύμης ακόμα δεν έχει ανακαλυφθεί, έτσι η περιοχή ήταν κατοικημένη «κατά Κώμες».

Από τα μέσα του 19^{ου} αιώνα ως τις αρχές του 20^{ου} η Κύμη άρχισε να αναπτύσσεται λόγω του εμπορίου που διεξήγαγε με εμπορικά κέντρα της Γαλλίας και του Εύξεινου Πόντου. Έτσι, στην περιοχή αρχίζει να εισρέει χρήμα και οι κάτοικοι να υιοθετούν τον ξένο τρόπο ζωής και να αποκτούν αστική συνείδηση. Το λαογραφικό μουσείο της Κύμης μάλιστα αναφέρεται σε αυτή την περίοδο ιστορίας. Από την Κύμη είχε καταγωγή και ο διεθνούς φήμης ιατρός Γεώργιος Παπανικολάου, γνωστός από το ομώνυμο τεστ πρόωρης διάγνωσης του καρκίνου της μήτρας (τεστ ΠΑΠ) αλλά και πολλοί άλλοι όπως ο λογοτέχνης Βασίλης Λούλης, ο Ιωάννης Ξενάκης που είναι μέλος της Γαλλικής Ακαδημίας και ο οικονομολόγος Νίκος Μουζέλης.

3.9.1 ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η πρόσβαση στην Κύμη είναι πολύ εύκολη και γίνεται είτε οδικώς είτε με πλοίο. Οδικώς υπάρχουν δυο διαδρομές:

- Αθήνα – Χαλκίδα – Αλιβέρι – Κύμη (160 χλμ/2μιση ώρες απόσταση)
- Αθήνα – Ωρωπός (ferryboat) – Ερέτρια – Αλιβέρι – Κύμη (120χλμ οδικού δικτύου/2μιση ώρες απόσταση)

Φυσικά η διαδρομή αυτή γίνεται και με ΚΤΕΛ όπου υπάρχουν 8 δρομολόγια κάθε μέρα με τροποποίηση των δρομολογίων κάποιες αργίες και γιορτές.

Με πλοίο υπάρχει επίσης καθημερινή σύνδεση από την Σκύρο αλλά και από άλλα νησιά των Σποράδων μέσω της εταιρίας Σκύρος Ναυτική Εταιρία.

3.9.2 ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΚΑΙ ΜΝΗΜΕΙΑ

Στην Κύμη υπάρχουν πολύ όμορφα αξιοθέατα και μνημεία που μπορούν οι τουρίστες να τα επισκεφθούν.

Αρχικά, το λαογραφικό μουσείο που είναι ένα από τα καλύτερα της Ελλάδας, στο οποίο υπάρχουν υφαντά, κεντήματα και παραδοσιακά σκεύη και φορεσιές του 19^{ου} αιώνα. Απέξω από το μουσείο υπάρχει ένα υπαίθριο κυκλικό θέατρο όπου γίνονται παραστάσεις και διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Στη συνέχεια, λίγο πιο έξω από την πόλη της Κύμης, βρίσκεται το μοναστήρι της Μεταμορφώσεως του Σωτήρος, που ιδρύθηκε τον 15^ο αιώνα και μοιάζει με κάστρο, ενώ λίγο πιο πέρα συναντά κανείς το μεσαιωνικό (ή βυζαντινό) κάστρο του Αγίου Γεωργίου. Επίσης, στον Μητροπολιτικό ναό του Αγίου Αθανασίου υπάρχει ο περίτεχνος χρυσοκέντητος επιτάφιος του 14^{ου} αιώνα, όπου πριν από μερικά χρόνια εκτέθηκε στην Αθήνα στα πλαίσια του ‘‘Αθήνα – Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης’’. Στον προαύλιο χώρο του ναού υπάρχει και η προτομή του ιατρού Γεώργιου Παπανικολάου. Ένα ακόμα μνημείο που πρέπει ο επισκέπτης να δει είναι η εκκλησία της Παναγίας της Λιαουτσάνισσας που είναι γνωστή για το τέμπλο και τον άμβωνα της, δημιουργήματα του Ιωάννη Χαλεπά.

Ο αρχαιολογικός χώρος της Κύμης βρίσκεται σε απόσταση 3 χιλιομέτρων από τη θάλασσα στο λόφο Βιγλατούρι, όπου εκεί αποκαλύφθηκε ένας οικισμός της προϊστορικής και γεωμετρικής περιόδου με σπίτια, τάφους και δρόμους, που ουσιαστικά είναι τα ερείπια της αρχαίας Κύμης. Τέλος, 2 χλμ βορειοδυτικά της πόλης υπάρχει το χωριό Χωνευτικό που τα ιαματικά του νερά είναι ευεργετικά και μάλιστα είναι και πόσιμα.

3.10 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Παρακάτω παρατίθενται οι κύριοι ανταγωνιστές του ξενοδοχείου. Χρειάζεται να διευκρινιστεί πως οι εταιρίες αν και προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες και δραστηριότητες, διαφέρουν στα επιμέρους χαρακτηριστικά τους. Επίσης, το παρόν ξενοδοχείο έχει ως κύριο στόχο του τον καταδυτικό τουρισμό και διαθέτει σχολή καταδύσεων, κάτι που καμία άλλη επιχείρηση στην περιοχή δεν παρέχει.

Αρχοντικό Κύμης

Βρίσκεται στη πόλη της Κύμης και είναι ένα αναπαλαιωμένο αρχοντικό 2* με την ονομασία ‘‘Αρχοντικό Κύμης Boutique Hotel’’. Διαθέτει 7 δωμάτια το κάθε ένα με ξεχωριστή διακόσμηση και στυλ. Οι παροχές του είναι parking, δωρεάν wifi, καλωδιακή

τηλεόραση, κλιματισμός, χρηματοκιβώτιο, βιολογικό πρωινό, ψυγείο, γραφείο κλπ. Επίσης, λειτουργεί όλο το χρόνο.

Coral Hotel

Πρόκειται για ένα ξενοδοχείο 2* χτισμένο στην παραλία της Κύμης και διαθέτει 21 δωμάτια. Είναι ανοιχτό όλο το χρόνο και τα δωμάτια παρέχουν όλες τις ανέσεις στους επισκέπτες, όπως ψυγείο, τηλεόραση και υπηρεσία δωματίου, ενώ το κατάλυμα είναι φιλικό προς τα κατοικίδια, έχει δυνατότητα πρόσβασης για αναπηρικό αμαξίδιο και καθαριστήριο με όλες τις υπηρεσίες.

Pelagos Studios

Το ξενοδοχείο αυτό των 3* βρίσκεται σε ένα παραθαλάσσιο χωριό στην Πλατάνα που απέχει από την Κύμη 6χλμ. Είναι ένα οικογενειακό ξενοδοχείο που λειτουργεί όλο το χρόνο με δωρεάν wifi, παιδική χαρά, μπαρ και εστιατόριο ενώ και τα 12 δωμάτια έχουν όλες τις ανέσεις.

Valledi Village

Τοποθετημένο στην παραλία της Κύμης, το ξενοδοχείο αυτό των 3* διαθέτει 18 πολυτελή δωμάτια και σουίτες με τηλεοράσεις επίπεδης οθόνης, μικρή κουζίνα, τραπέζα και μπαλκόνια με θέα τη θάλασσα. Επίσης, υπάρχει πισίνα, εστιατόριο και δυνατότητα μεταφοράς αποσκευών των τουριστών. Λειτουργεί όλο το χρόνο.

Kymi Palace

Το συγκεκριμένο κατάλυμα είναι ο βασικότερος ανταγωνιστής του ξενοδοχείου που μελετάται στην παρούσα εργασία. Είναι 4* και διαθέτει 57 δωμάτια και 6 σουίτες, όλα με θέα στο πέλαγος. Έχει πισίνα, γυμναστήριο, δυνατότητα πρόσβασης για αναπηρικό αμαξίδιο, μπαρ, είναι κατάλληλο για κατοικίδια, υπηρεσία φύλαξης παιδιών, καθαριστήριο, ενώ η παραλία είναι λίγα μέτρα μακριά. Τα δωμάτια είναι πολυτελή με όλες τις παροχές για μια ξεκούραστη διαμονή και οι σουίτες διαθέτουν και ιδιωτική πισίνα. Επίσης, διοργανώνει πεζοπορίες και εκδρομές, ενώ είναι ανοιχτό όλο το χρόνο.

Almirikia Apartment Homes

Τα Αλμυρίκια είναι συγκρότημα ενοικιαζόμενων δωματίων και βρίσκονται στην παραλία της Μουρτερής, η οποία απέχει μισή ώρα περίπου από την Κύμη. Το συγκρότημα διαθέτει 20

ευρύχωρα δωμάτια, ιδιωτικό parking, πισίνα, προαύλιο για τα παιδιά, πλυντήριο και στεγνωτήριο και δυνατότητα ενοικίασης ποδηλάτων. Λειτουργεί όλο το έτος.

3.11 ΑΝΑΛΥΣΗ PORTER

Ο κλάδος στον οποίο ανήκει μια οποιαδήποτε επιχείρηση αποτελεί το άμεσο περιβάλλον της. Ως κλάδος ορίζεται το σύνολο των ομοειδών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μια αγορά. Έτσι, σύμφωνα με τον Porter, ο ανταγωνισμός στο κλάδο προσδιορίζεται από πέντε βασικές ανταγωνιστικές δυνάμεις που καθορίζουν την κερδοφορία των επιχειρήσεων του συγκεκριμένου κλάδου και κατά συνέπεια την ελκυστικότητά του.



Είσοδος νέων ανταγωνιστών

Η είσοδος των νέων επιχειρήσεων στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι σχετικά δύσκολη, ειδικά όταν πρόκειται για ένα ξενοδοχείο που στοχεύει στον καταδυτικό τουρισμό. Το κόστος κατασκευής της μονάδας είναι υψηλό, ενώ πρέπει να ληφθεί υπόψη και το κόστος αγοράς της γης σε περιοχές με μεγάλη τουριστική ζήτηση. Επιπλέον, η έντονη γραφειοκρατία και οι συνεχείς καθυστερήσεις είναι ανασταλτικοί παράγοντες. Όσον αφορά τις διεθνείς επώνυμες ξενοδοχειακές αλυσίδες, η παρουσία τους καθιστά την είσοδο των νεοεισερχομένων ακόμα

πιο δύσκολη. Στην περίπτωση της Κύμης, η κατασκευή των ξενοδοχειακών μονάδων δεν έχει ακόμα κορεστεί, αλλά είναι σημαντικό να προσφέρουν ένα διαφοροποιημένο προϊόν.

Ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου

Ο ξενοδοχειακός κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό ιδιαίτερα στους δημοφιλής προορισμούς, ο οποίος είναι πολυεπίπεδος όσον αφορά τις τιμές, την ποιότητα και το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών. Στο ευρύτερο ανταγωνιστικό περιβάλλον της επιχείρησης ανήκουν όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Κύμης και της ευρύτερης περιοχής, δηλαδή τα ξενοδοχεία των 3*, 4* και 5*, οι επιπλωμένες κατοικίες αλλά και κάποια ξενοδοχεία 2* που διαθέτουν πολυτελή δωμάτια και παροχές. Η διαφορά όμως της επιχείρησης που μελετάται με τις υπόλοιπες είναι πως στοχεύει σε ένα άλλο είδος τουρισμού και συγκεκριμένα του καταδυτικού, όπου στη γύρω περιοχή δεν υπάρχει κάτι παρόμοιο.

Απειλή από υποκατάστατες επιχειρήσεις

Στο ξενοδοχειακό κλάδο υποκατάστατες υπηρεσίες θεωρούνται τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τα camping και η παροχή bed and breakfast από ιδιώτες μέσω των ιστοσελίδων της οικονομίας διαμοιρασμού (Airbnb κλπ). Η δυνατότητά τους να μην τηρούν το φορολογικό καθεστώς που διέπει τα ξενοδοχεία τους δίνει το πλεονέκτημα των ανταγωνιστικών τιμών. Παρ' όλα αυτά, οι υπηρεσίες που θα προσφέρει το παρόν ξενοδοχείο δεν μοιάζουν με καμιάς άλλης ξενοδοχειακής ή παρεμφερής επιχείρησης και σε συνδυασμό με την ποιότητα που θα τις χαρακτηρίζει, δίνουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Οι προμηθευτές είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και περιλαμβάνονται αυτοί των πρώτων υλών, των εφοδίων των επισιτιστικών τμημάτων και του μηχανολογικού, τεχνολογικού και καταδυτικού εξοπλισμού. Επειδή οι προμηθευτές είναι αρκετοί στην περιοχή, η προσφορά είναι αρκετά μεγάλη ως προς τα προϊόντα που διατίθενται για πώληση, για αυτό και η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι μικρή. Όσον αφορά όμως τον καταδυτικό εξοπλισμό, η δύναμη των προμηθευτών είναι αρκετά μεγάλη, λόγω του ότι είναι ένα εξειδικευμένο προϊόν και δεν μπορεί να υπάρχει η ευκολία της παροχής που χαρακτηρίζει τα άλλα προϊόντα.

Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών

Οι μεμονωμένοι τουρίστες διαθέτουν περισσότερη διαπραγματευτική δύναμη αφού το διαδίκτυο ευνοεί την άμεση σύγκριση παροχών υπηρεσιών και τιμών και ευνοεί την πληροφόρησή τους. Αγοραστές του κλάδου είναι και οι τουριστικοί πράκτορες και μάλιστα

έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, αφού πρακτικά είναι οι μεσάζοντες και αποτελούν ένα αρκετά σημαντικό κομμάτι των καναλιών διανομής του ξενοδοχείου. Γενικά όμως, επειδή το προϊόν είναι διαφοροποιημένο από αυτά των υπολοίπων καταλυμάτων, αυτόματα μειώνει τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

3.12 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Η ανάλυση SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) είναι ένα εργαλείο που μελετά την ανάλυση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Συσχετίζει τις εσωτερικές δυνάμεις και αδυναμίες με τις εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές. Παρακάτω παρουσιάζεται η ανάλυση SWOT του ξενοδοχείου.



Εικόνα 8: Ανάλυση SWOT

3.13 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο κάθε καταναλωτής διαφέρει ως προς τις ανάγκες του και τη συμπεριφορά του όταν πρόκειται να αγοράσει ένα προϊόν. Για αυτό κάθε επιχείρηση, ιδιαίτερα στον ξενοδοχειακό κλάδο, πρέπει να επιλέξει τη σωστή στρατηγική που θα ακολουθήσει, ώστε να δημιουργήσει αξία και να μπορέσει να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών της.

Πηγή Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος



Το συγκεκριμένο ξενοδοχείο θα ακολουθήσει τη στρατηγική της διαφοροποίησης, θα προσφέρει δηλαδή ποιοτικές υπηρεσίες οι οποίες θα ορίζονται από δωμάτια με ιδιαίτερη αισθητική και παροχές, καταδυτική σχολή ώστε να μπορέσουν οι τουρίστες να εξερευνήσουν τον θαλάσσιο κόσμο με ασφάλεια, φυσικό πανέμορφο περιβάλλον, εξατομικευμένες υπηρεσίες και κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό, όλα προσανατολισμένα στη μεγιστοποίηση του αισθήματος της ικανοποίησης των πελατών. Επίσης, η επιχείρηση θα απευθύνεται σε τουρίστες υψηλής και μεσαίας εισοδηματικής τάξης, αλλά και άτομα που έχουν τις καταδύσεις ως τρόπο ζωής. Φυσικά, η διαφοροποίηση από τους ανταγωνιστές της θα αποτελεί μια από τις βασικότερες προτεραιότητες σε όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της. Πηγή του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος θα είναι η καταδυτική σχολή που θα λειτουργεί μέσα στο ξενοδοχείο, κάτι που κανένα κατάλυμα στην Εύβοια δεν έχει αλλά και η υψηλή ποιότητα προσωποποιημένων υπηρεσιών που θα προσφέρει.

3.14 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ-ΣΤΟΧΕΥΣΗ-ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗ: ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ STP

3.14.1 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ

Μια τουριστική επιχείρηση, ειδικά ένα ξενοδοχείο, θα πρέπει να κάνει επιλογή του σωστού τμήματος της αγοράς που την ενδιαφέρει, ώστε να μπορέσει να ικανοποιήσει τις ανάγκες των επισκεπτών και ταυτόχρονα να δημιουργήσει μια αξία για να γίνουν μόνιμοι οι πελάτες της. Αυτό ορίζεται ως τμηματοποίηση αγοράς (segmentation) και πρέπει να υλοποιείται από κάθε

τουριστική επιχείρηση ώστε να είναι βιώσιμη στο μέλλον. Τα κριτήρια σύμφωνα με τα οποία γίνεται η τμηματοποίηση είναι τα γεωγραφικά, τα δημογραφικά και τέλος τα ψυχογραφικά.

Όσον αφορά τα γεωγραφικά κριτήρια, το 2017 και το 2018 παρατηρήθηκε αύξηση στις αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών, αλλά και μια μικρή μείωση σε αυτές των ημεδαπών. Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως το 2018 οι επιβάτες των πλοίων που αναχώρησαν και έφτασαν στην Κύμη ήταν στο σύνολο 169.531. Οι κυριότερες χώρες προέλευσης των τουριστών που προτιμούν την Εύβοια για το 2018 είναι οι ΗΠΑ με τη μέση διάρκεια παραμονής τους να είναι 4,1 ημέρες, η Γερμανία με μέση διάρκεια παραμονής 7,7 ημέρες, η Γαλλία με 5,2 ημέρες διαμονή και το Ηνωμένο Βασίλειο με τη μέση διάρκεια παραμονής να φτάνει τις 6,7 ημέρες. Το 2017 οι επισκέψεις των τουριστών ήταν πιο λίγες, αλλά αυτοί που ήρθαν από ΗΠΑ και Γαλλία ξόδεψαν περισσότερα χρήματα από αυτά του 2018. Πρέπει να σημειωθεί πως την Εύβοια και ειδικά την Κύμη, την επισκέπτονται πολλοί Έλληνες και για σαββατοκύριακο, λόγω της κοντινής της απόστασης από τα μεγάλα αστικά κέντρα. Το συγκεκριμένο ξενοδοχείο, λόγω της σχολής καταδύσεων, είναι σημαντικό να στοχεύσει και σε αυτούς τους πελάτες, ειδικά τους μήνες με τη λιγότερη τουριστική κίνηση, αφού η μέση διάρκεια παραμονής των τουριστών-δυτών υπολογίζεται στις 10 ημέρες.

Στα δημογραφικά χαρακτηριστικά ανήκουν η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα και η εκπαίδευση. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι κυριότερες αγορές των επισκεπτών είναι από τις ΗΠΑ με τη δαπάνη ανά επίσκεψη να ανέρχεται στα 294,5€ και τη δαπάνη ανά διανυκτέρευση στα 71,8€, οι Γερμανοί δαπανούν ανά επίσκεψη 388,3€ και ανά διανυκτέρευση 50,3€, το ποσό των Γάλλων ανά επίσκεψη ανέρχεται στα 280,6€ και ανά διανυκτέρευση στα 53,5€ και οι τουρίστες από το Ηνωμένο Βασίλειο δαπανούν ανά επίσκεψη 412,5€ και ανά διανυκτέρευση 61,6€. Επιπλέον, οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ και τη Γερμανία προτιμούν τα ξενοδοχεία των 4* και ανήκουν στην ανώτερη εισοδηματική τάξη. Οι τουρίστες-δύτες επίσης δαπανούν αρκετά χρήματα στον τόπο διακοπών τους. Όσον αφορά τις ηλικίες, στην Εύβοια έρχονται κυρίως νέα ζευγάρια αλλά και οικογένειες με παιδιά, αν και τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια αύξηση και στις διακοπές της ηλικιακής ομάδας 65-74 ετών. Το μορφωτικό επίπεδο είναι κυρίως δευτεροβάθμιας και ανώτερης εκπαίδευσης.

Τα ψυχογραφικά κριτήρια είναι και αυτά σημαντικά για να ολοκληρωθεί η τμηματοποίηση της αγοράς. Έτσι, παρατηρείται ότι η επίσκεψη σε μουσεία και σε αρχαιολογικούς χώρους, καθώς και το μοτίβο “Ήλιος και Θάλασσα” προτιμάται πιο πολύ από τους επισκέπτες. Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι επίσης σε υψηλή θέση προτίμησης από όλο και περισσότερους τουρίστες, οι οποίοι ψάχνουν συνεχώς καινούρια μέρη για να πραγματοποιήσουν τις εναλλακτικές αυτές διακοπές. Στο κομμάτι της πηγής ενημέρωσης η πλειοψηφία προτιμά το διαδίκτυο και αρκετοί επιλέγουν το ταξιδιωτικό τους πρακτορείο, ενώ πολλοί είναι αυτοί που ενημερώνονται από φίλους ή συγγενείς, γεγονός που δείχνει πόσο σημαντική είναι η πρώτη εντύπωση στον τουρίστα. Επίσης, οι πληροφορίες που αναζητούνται από τους περισσότερους είναι σχετικές με τις περιοχές και τα καταλύματα. Για τη διατροφή τους επιλέγουν κυρίως το εστιατόριο που διαθέτει το ξενοδοχείο. Οι Γάλλοι είναι πολύ κινητικοί ως προς το να γυρίσουν τα αξιοθέατα της περιοχής, ενώ οι Άγγλοι προτιμούν να μένουν στο κατάλυμα.

Γενικά οι περισσότεροι προτιμούν την Εύβοια ως έναν εναλλακτικό προορισμό κυρίως για το φυσικό κάλος που διαθέτει.

3.14.2 ΣΤΟΧΕΥΣΗ

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες οι οποίοι παίζουν σημαντικό ρόλο για να καθοριστεί η αγορά-στόχος, όπως ο ρυθμός ανάπτυξης και το μέγεθός της. Η επιχείρηση πρέπει να επιλέξει τα ελκυστικότερα τμήματα της αγοράς για την ίδια με βάση το προϊόν και την υπηρεσία που προσφέρει (targeting).

Πιο αναλυτικά, όσον αφορά την ηλικία κρίνεται σκόπιμο η επιχείρηση να στοχεύσει στις ηλικιακές ομάδες των 25-34, 35-44 αλλά και 45-54 μιας και περιλαμβάνουν νέους (είτε ζευγάρια είτε οικογένειες με παιδιά) αλλά και πιο μεγάλους που είναι έμπειροι δύτες ή ασχολούνται επαγγελματικά με αυτού του είδους τη ψυχαγωγία.

Όσον αφορά το εισόδημα, η επιχείρηση θα στοχεύσει στις ομάδες μεσαίας και ανώτερης τάξης και στις χώρες που αναφέρθηκαν παραπάνω όπως η Γερμανία, οι ΗΠΑ και η Γαλλία. Ειδικά οι τουρίστες των δυο πρώτων χωρών προτιμούν σε μεγάλο βαθμό τα ξενοδοχεία των 4* και γενικά τους αρέσει να δοκιμάζουν νέα πράγματα και να ζουν καινούριες εμπειρίες στις διακοπές τους.

3.14.3 ΧΩΡΟΘΕΤΗΣΗ

Το τελευταίο βήμα είναι η τοποθέτηση (positioning), δηλαδή πως θα τοποθετηθεί το προϊόν της επιχείρησης στο μυαλό του καταναλωτή. Το βασικότερο χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί την επιχείρηση από τις υπόλοιπες είναι η καταδυτική σχολή και η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών που θα προσφέρει το ξενοδοχείο. Για αυτό η στρατηγική που θα ακολουθήσει είναι αυτή της διαφοροποίησης, ώστε οι ανταγωνιστές να μην μπορούν να κάνουν αντιγραφή των παραπάνω υπηρεσιών και ο πελάτης να είναι πρόθυμος να πληρώσει για αυτή τη διαφοροποίηση.

3.15 ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μείγμα μάρκετινγκ προσπαθεί μέσω της έρευνας αγοράς να αντιστοιχήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει με τον στοχευόμενο πελάτη της. Ο βασικότερος στόχος του μάρκετινγκ των ξενοδοχείων είναι οι πιστοί πελάτες, και αυτό γίνεται προσφέροντάς τους υψηλότερη αξία στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες από αυτή των ανταγωνιστών. Τα τέσσερα

κύρια στοιχεία του μάρκετινγκ (4P) είναι το προϊόν (Product), η τιμή (Price), το κανάλι διανομής (Place) και η προώθηση (Promotion).

3.15.1 ΠΡΟΪΟΝ

Το επενδυτικό σχέδιο αφορά σε ξενοδοχείο 4* στην παραλία της Κύμης με την επωνυμία Traveller's Tales, το οποίο θα απευθύνεται τόσο σε Έλληνες τουρίστες όσο και σε ξένους, οι οποίοι θα ενδιαφέρονται για καταδυτικό τουρισμό, αλλά και σε όσους θέλουν μια πολυτελή και ξεχωριστή εμπειρία διαμονής στις διακοπές τους. Η καταδυτική σχολή θα είναι ανοιχτή και για αυτούς που δεν μένουν στο ξενοδοχείο, ενώ το κατάλυμα θα λειτουργεί όλο το χρόνο.

Πιο αναλυτικά, το ξενοδοχείο θα είναι δυναμικότητας 40 δωματίων από τα οποία τα 23 θα είναι δίκλινα, τα 7 τρίκλινα, τα 7 τετράκλινα και τα 3 θα είναι σουίτες, ενώ κάποια από αυτά είναι κατάλληλα και για τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Όσον αφορά τις παροχές του θα περιλαμβάνει καταδυτική σχολή, πισίνα, ξεχωριστή πισίνα μόνο για τους ενοίκους των σουιτών, εστιατόριο που θα σερβίρει πρωινό και βραδινό, 24ωρη υποδοχή που θα παρέχει στους τουρίστες πληροφορίες για την καταδυτική σχολή και τα τοπικά δρώμενα, μπαρ, αίθουσα για διοργάνωση εκδηλώσεων και κοινωνικών συνεστιάσεων, ιδιωτικό parking, υπηρεσίες πλυντηρίου/καθαριστηρίου, παροχή ημερήσιων εφημερίδων, φύλαξη παιδιών, δυνατότητα αποστολής φαξ ή εκτύπωσης φωτοτυπιών, δεκτά κατοικίδια αλλά και δυνατότητα φύλαξής τους, εύκολη πρόσβαση για ΑΜΕΑ και γρήγορο check-in και check-out.

Τα δωμάτια θα διαθέτουν 24ωρη υπηρεσία δωματίου, δωρεάν πρόσβαση στο wifi, κουζίνα σε κάποια δωμάτια, δυνατότητα σερβιρίσματος πρωινού στα δωμάτια, ιδιωτικό μπαλκόνι με θέα στη θάλασσα ή στην πισίνα, βραστήρας νερού και υλικά για καφέ/τσάι, δορυφορική τηλεόραση, DVD/CD/MP3 – Radio Player, αυτόνομος κλιματισμός/θέρμανση, στεγνωτήρας μαλλιών, σίδερο, ντουλάπα, μπανιέρα/ντουςιέρα, δωμάτια για μη καπνίζοντες, παντόφλες, είδη υγιεινής και περιποίησης, πετσέτες μάνιου και πισίνας, χρηματοκιβώτιο, υπηρεσία αφύπνισης, μίνι μπαρ, ολόσωμος καθρέφτης, τηλέφωνο και δυνατότητα παροχής κούνιας μωρού ή παιδικού κρεβατιού.

3.15.2 ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Όσον αφορά την τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης θα στηρίζεται στην στρατηγική της διαφοροποίησης. Για αυτό το λόγο, η τιμολόγηση θα επηρεαστεί από τη ζήτηση, τη διαθεσιμότητα, τη διάρκεια παραμονής αλλά και την περίοδο διακοπών. Κύριος στόχος του ξενοδοχείου είναι η τιμή να ανταποκρίνεται στην υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών που θα προσφέρει. Ο πίνακας που ακολουθεί είναι ενδεικτικός και η τελική τιμή προσφοράς

ενδέχεται να διαφέρει σε κάποιες περιπτώσεις. Ως low season ορίζεται η περίοδος από 1/10-31/3 ενώ η high season είναι η περίοδος από 1/4-30/9. Στις τιμές συμπεριλαμβάνεται ο ΦΠΑ.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΩΜΑΤΙΟΥ | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (LOW SEASON) | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (HIGH SEASON) |
|---------------------------|--|--|
| Δίκλινα | 75€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 130€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τρίκλινα | 95€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 150€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τετράκλινα | 130€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 190€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Σουίτες | 170€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 240€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |

Πίνακας 17: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο

Οι πελάτες που θα είναι επαναλαμβανόμενοι, αλλά και αυτοί που επιθυμούν να συνδυάσουν τη διαμονή τους με κατάδυση ή ακόμα και δίπλωμα κατάδυσης θα έχουν κάποια έκπτωση. Επίσης, τα παιδιά ηλικίας κάτω των 7 ετών φιλοξενοούνται δωρεάν στα δωμάτια που διαμένουν με την οικογένειά τους, ενώ παρέχεται έκπτωση και σε γκρουπ που έρχονται για καταδύσεις στην περιοχή και επιθυμούν να μείνουν στο ξενοδοχείο. Το βραδινό φαγητό που θα περιλαμβάνει ένα μενού πιάτων θα χρεώνεται έξτρα στους επισκέπτες (15€/άτομο, παιδιά κάτω των 8 ετών δωρεάν).

3.15.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Αρχικά, το ξενοδοχείο θα κατασκευάσει μια άριστα οργανωμένη ιστοσελίδα ώστε να αυξήσει την προβολή της. Αυτή θα περιλαμβάνει γενικές πληροφορίες για το κατάλυμα, την πολιτική του και την αξία του, θα υπάρχουν φωτογραφίες από όλους τους χώρους του ξενοδοχείου (πισίνα, σχολή κατάδυσης, δωμάτια κλπ), θα έχει αναλυτική περιγραφή των παροχών των δωματίων και των τιμών ανά περίοδο και της καταδυτικής σχολής όπως την τιμή των διπλωμάτων και της βουτιάς αναψυχής, κατάλογο των παραλιών της περιοχής και των αξιοθέατων, πληροφορίες για την πρόσβαση στο ξενοδοχείο καθώς και χάρτης της περιοχής, ηλεκτρονική διεύθυνση και τηλέφωνα επικοινωνίας και κρατήσεων. Πιο γενικά, η ιστοσελίδα θα είναι εύκολη στην πλοήγηση και προσβάσιμη από οποιαδήποτε συσκευή, θα υπάρχει δυνατότητα επιλογής γλώσσας (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, γαλλικά), ενώ το

σύστημα κρατήσεων θα είναι εύχρηστο και απλό. Επιπλέον, θα στέλνεται αυτόματα ένα ευχαριστήριο ηλεκτρονικό μήνυμα σε όσους πραγματοποιούν κράτηση μέσω της ιστοσελίδας και θα υπάρχει ένα μενού όπου θα μπορεί ο τουρίστας να μπει να διαβάσει τα σχόλια και τις γνώμες των προηγούμενων επισκεπτών. Αυτά συμβάλλουν στην αύξηση του κύρους του ξενοδοχείου αλλά και στο να νιώσουν οι επισκέπτες ότι η γνώμη τους μετράει. Κύριος στόχος είναι η κατάταξη του site στις υψηλότερες θέσεις των μηχανών αναζήτησης (Google κλπ), ενώ θα αξιοποιηθεί και το εργαλείο "Pay Per Click", ώστε με τα κατάλληλα key words που πληκτρολογεί κάποιος να εμφανίζεται το ξενοδοχείο σε ένα ιδιαίτερο μεγάλο γκρουπ ατόμων. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι η επιχείρηση χρεώνεται μόνο αν κάποιος κάνει "κλικ" στη διαφήμιση και μάλιστα μόνο κάποια "σεντς".

Φυσικά το Traveller's Tales θα δημιουργήσει λογαριασμό σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Twitter κλπ) και θα χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες επί πληρωμή που προσφέρουν τα Social Media Networks. Επιπλέον, το ξενοδοχείο θα προβεί σε καταχώρησή του σε διαδικτυακούς τουριστικούς πράκτορες όπως το Booking και το Trip Advisor, αφού προσφέρουν αμεσότητα και ευκολία κρατήσεων, ενώ ταυτόχρονα η επιχείρηση μπορεί να αξιοποιήσει τα σχόλια των επισκεπτών και να διατηρεί μια υψηλή βαθμολογία. Σημαντική είναι και η συνεργασία με bloggers ή διάσημα άτομα που έχουν τις καταδύσεις ως τρόπο ζωής, οι οποίοι επηρεάζουν την κοινή γνώμη.

Ένας ακόμα τρόπος προώθησης του ξενοδοχείου είναι η συνεργασία με τοπικά καταστήματα όπως τα εστιατόρια και οι καφετέριες, που θα μπορούν να προτείνουν το ξενοδοχείο για διαμονή και το αντίθετο. Επίσης, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, θα υπάρχουν ειδικές τιμές σε αυτούς που μένουν στο ξενοδοχείο και επιθυμούν να βγάλουν κάποιο δίπλωμα κατάδυσης ή να κάνουν μια καταδυτική εξερεύνηση.

Το Traveller's Tales θα συνεργαστεί με τουριστικά πρακτορεία για την ύπαρξη πακέτων διαμονής και καταδύσεων και με διαφημιστική εταιρία, ενώ κρίνεται σημαντική η συμμετοχή του στον έντυπο τύπο όπως τα περιοδικά και οι εφημερίδες. Επιπλέον, σημαντική θεωρείται και η συμμετοχή σε εκθέσεις εξοπλισμού ξενοδοχείου (HORECA), η εγγραφή στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και οι πολιτιστικές χορηγίες.

3.15.4 ΔΙΑΝΟΜΗ

Με τον όρο διανομή εννοούνται όλα τα μέσα που χρειάζονται για να φτάσει το προϊόν ή η υπηρεσία στον καταναλωτή. Στην προκειμένη περίπτωση αυτά είναι:

- Επίσημη ιστοσελίδα του ξενοδοχείου με δυνατότητα κρατήσεων
- Τοπικοί και μη τουριστικοί πράκτορες
- Τηλεφωνική επικοινωνία με το τμήμα κρατήσεων
- Διαδικτυακοί τουριστικοί πράκτορες (Booking, Expedia κλπ)

- Διαφημίσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης για απευθείας κρατήσεις

3.16 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ

Σε αυτή την ενότητα αναφέρονται η τιμολογιακή πολιτική αλλά και η πληρότητα του ξενοδοχείου για να προβλεφθεί ο τζίρος για τα επόμενα 3 έτη από τα δωμάτια, τη σχολή κατάδυσης, το εστιατόριο και το μπαρ. Θα αναφερθούν και τα έσοδα της αίθουσας συνεδριάσεων και εκδηλώσεων.

Η μονάδα θα λειτουργεί όλο το έτος και φυσικά η τιμή επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες όπως ο πληθωρισμός (2%), το πραγματικό κόστος προϊόντων και υπηρεσιών και τη ζήτηση.

| 2021 | | |
|--------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΩΜΑΤΙΟΥ | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (LOW SEASON) | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (HIGH SEASON) |
| Δίκλινα | 70€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 100€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τρίκλινα | 90€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 120€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τετράκλινα | 120€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 150€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Σουίτες | 150€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 170€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |

Πίνακας 18: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2021

| 2022 | | |
|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΩΜΑΤΙΟΥ | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (LOW SEASON) | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (HIGH SEASON) |
| Δίκλινα | 80€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 110€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τρίκλινα | 100€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 130€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τετράκλινα | 130€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 160€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Σουίτες | 170€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 190€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |

Πίνακας 19: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2022

| 2023 | | |
|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΩΜΑΤΙΟΥ | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (LOW SEASON) | ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ (HIGH SEASON) |
| Δίκλινα | 90€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 120€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τρίκλινα | 110€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 150€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Τετράκλινα | 150€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 190€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |
| Σουίτες | 190€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) | 220€ (συμπεριλαμβάνεται πρωινό) |

Πίνακας 20: Τιμές δωματίων ανά κατηγορία και ανά περίοδο 2023

Όσον αφορά την πληρότητα του ξενοδοχείου θεωρείται ότι το μάρκετινγκ θα λειτουργήσει αποτελεσματικά, ώστε το Traveller's Tales να αυξήσει την πληρότητά του περίπου κατά 2% το δεύτερο χρόνο και κατά 4% τον τρίτο.

| ΠΕΡΙΟΔΟΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| Low season | 30% | 35% | 40% |
| High season | 70% | 75% | 80% |
| ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ | 50% | 55% | 60% |

Πίνακας 21: Πρόβλεψη πληρότητας

Στη συνέχεια θα υπολογιστεί ο τζίρος από τα δωμάτια που προκύπτει από τον αριθμό των δωματίων, τις ημέρες λειτουργίας του ξενοδοχείου και την μέση τιμή τους ανά διανυκτέρευση. Παρακάτω παρουσιάζεται η πρόβλεψη του τζίρου από τα δωμάτια του ξενοδοχείου ανά περίοδο και ανά έτος λειτουργίας της μονάδας.

| ΠΕΡΙΟΔΟΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Low season | 232.200€ | 302.400€ | 388.800€ |
| High season | 680.400€ | 783.000€ | 979.200€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ | 912.600€ | 1.085.400€ | 1.368.000€ |

Πίνακας 22: Πρόβλεψη τζίρου δωματίων

Έπειτα, ο πίνακας 23 δείχνει την πρόβλεψη του τζίρου της καταδυτικής σχολής ο οποίος εξαρτάται από τις ημέρες λειτουργίας της σχολής, τον αριθμό των επισκεπτών και τη μέση τιμή ανά κατάδυση ή του διπλώματος. Για παράδειγμα: 150 ημέρες λειτουργίας * 50€ η βουτιά ανά πελάτη * 6 άτομα = 45.000€ για το 2021.

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|
| Έσοδα βουτιάς | 45.000€ | 52.500€ | 60.000€ |
| Έσοδα διπλωμάτων | 9.000€ | 11.250€ | 13.500€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ | 54.000€ | 63.750€ | 73.500€ |

Πίνακας 23: Πρόβλεψη τζίρου σχολής κατάδυσης

Ακολουθεί η πρόβλεψη του τζίρου στα επισιτιστικά τμήματα δηλαδή του εστιατορίου και του καφέ – μπαρ όπου εξαρτάται από τον αριθμό των επισκέψεών τους, τις ημέρες λειτουργίας τους και την είσοδο που θα πληρώνουν για το βραδινό τους γεύμα.

| ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Low season | 97.200€ | 113.400€ | 129.600€ |
| High season | 226.800€ | 243.000€ | 259.200€ |
| ΚΑΦΕ – ΜΠΑΡ | | | |
| Low season | 80.000€ | 95.000€ | 108.000€ |
| High season | 152.000€ | 190.000€ | 210.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ | 556.000€ | 641.400€ | 706.800€ |

Πίνακας 24: Πρόβλεψη τζίρου επισιτιστικών

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω το ξενοδοχείο θα διαθέτει και αίθουσα εκδηλώσεων η οποία θα ενοικιάζεται από τους πελάτες. Παρακάτω παρουσιάζονται η τιμολόγηση της αίθουσας και τα έσοδά της για τα επόμενα τρία έτη. Τα έσοδα υπολογίζονται σύμφωνα με τις ημέρες ενοικίασης το χρόνο.

| ΠΕΡΙΟΔΟΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------|------|------|-------|
| Low season | 500€ | 600€ | 700€ |
| High season | 800€ | 900€ | 1000€ |

Πίνακας 25: Τιμολόγηση αίθουσας εκδηλώσεων

| ΠΕΡΙΟΔΟΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Low season | 2.500€ | 3.600€ | 4.900€ |
| High season | 6.400€ | 8.100€ | 10.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ | 8.900€ | 11.700€ | 14.900€ |

Πίνακας 26: Πρόβλεψη τζίρου αίθουσας εκδηλώσεων

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Έσοδα δωματίων | 912.600€ | 1.085.400€ | 1.368.000€ |
| Έσοδα σχολής κατάδυσης | 54.000€ | 63.750€ | 73.500€ |
| Έσοδα εστιατορίου- καφέ-μπαρ | 556.000€ | 641.400€ | 706.800€ |
| Έσοδα αίθουσας εκδηλώσεων | 8.900€ | 11.700€ | 14.900€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.531.500€ | 1.802.250€ | 2.163.200€ |

Πίνακας 27: Πρόβλεψη λειτουργικών εσόδων

3.16.1 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το κόστος των ενεργειών του μάρκετινγκ θα καλύπτεται από ένα ποσοστό των ετήσιων εσόδων του ξενοδοχείου. Τα πρώτα έτη λειτουργίας του το ποσοστό αυτό θα είναι υψηλό για την προβολή και την προώθηση της επιχείρησης, στοχεύοντας στην απόκτηση της αναγνωρισιμότητας, ενώ με την πάροδο των ετών, όπου το κατάλυμα υπολογίζεται να έχει αύξηση στη μέση πληρότητά του, το ποσοστό θα μειώνεται. Παρακάτω παρουσιάζεται το κόστος μάρκετινγκ που θα αποτελεί για το πρώτο χρόνο λειτουργίας το 3% των εσόδων, το δεύτερο το 2% και το τρίτο το 1%.

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΣΟΔΩΝ | 3% | 2% | 1% |
| ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | 45.945€ | 36.045€ | 21.632€ |

Πίνακας 28: Κόστος μάρκετινγκ

Πέρα από τα παραπάνω κόστη του μάρκετινγκ χρειάζεται να αναφερθούν και τα κόστη από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και τους υπόλοιπους τρόπους προώθησης. Συγκεκριμένα:

- Booking.com: 15% επί της κράτησης
- Trip Advisor: εγγραφή στην ιστοσελίδα
- Facebook: πληρωμένες διαφημίσεις 3€/ημέρα
- Instagram: πληρωμένες διαφημίσεις 3€/ημέρα
- Twitter: πληρωμένες διαφημίσεις 3€/ημέρα
- Google: Cost Per Click 0,50€/κλικ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο αναφέρει και αναλύει τις προμήθειες που χρειάζεται το ξενοδοχείο για την πλήρη και αποτελεσματική λειτουργία του. Συνεπάγονται με τη διαδικασία της έρευνας αγοράς, την επιλογή, την αγορά, την παραλαβή, την αποθήκευση και τέλος την τελική χρήση των προϊόντων. Έτσι, τα θέματα που εξετάζονται στο παρόν κεφάλαιο είναι η διαθεσιμότητα και το κόστος των πρώτων υλών και των διαφόρων άλλων εφοδίων που είναι αναγκαία για την σωστή και εύρυθμη λειτουργία του Traveller's Tales.

4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Σε ένα ξενοδοχείο οι δραστηριότητες που πραγματοποιούνται είναι αρκετές, με αποτέλεσμα η τροφοδοσία να πρέπει να διαφοροποιείται και οι πρώτες ύλες και τα υπόλοιπα εφόδια να κατηγοριοποιούνται. Χρειάζεται να αναφερθεί πως οι προμήθειες είναι ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια της σωστής λειτουργίας του ξενοδοχείου και αντιπροσωπεύει και ένα μεγάλο μέρος του κόστους της επιχείρησης. Οι κατηγορίες έχουν ως εξής:

*** Πρώτες ύλες για επισιτιστικά τμήματα**

Είναι ύλες σχετικές με την κουζίνα του ξενοδοχείου και περιλαμβάνει τα τρόφιμα και τα ποτά. Είναι ευπαθή προϊόντα κατά κύριο λόγο και ο εφοδιασμός θα πραγματοποιείται ανά εβδομάδα ανάλογα πάντα με την πληρότητα της μονάδας. Τα τοπικά προϊόντα θα προτιμηθούν σε κύρια βάση (σύκα Κύμης, μέλι κλπ) και θα επιλεγθούν ντόπιοι κυρίως παραγωγοί για την τροφοδοσία του Traveller's Tales.

*** Πρώτες ύλες συντήρησης και καθαριότητας του ξενοδοχείου**

Περιλαμβάνουν ότι χρειάζεται για να διατηρηθούν σε άριστη κατάσταση τα δωμάτια και οι λοιποί χώροι της επιχείρησης. Πιο αναλυτικά αυτά είναι τα απορρυπαντικά, τα πολυκαθαριστικά και τα εξειδικευμένα προϊόντα καθαρισμού της πισίνας τα οποία θα παραγγέλνονται μια φορά τους δύο μήνες, ενώ μία φορά το χρόνο θα γίνονται παραγγελίες για τις πετσέτες, τις κουβέρτες, τα σεντόνια, τις μαξιλαροθήκες και τα είδη περιποίησης των πελατών στα δωμάτια όπως τα πιστολάκια κλπ.

*** Πρώτες ύλες σχολής καταδύσεων**

Οι πρώτες ύλες της σχολής καταδύσεων αφορούν ότι έχει σχέση με τον καταδυτικό εξοπλισμό όπως είναι οι μπουκάλες, οι μάσκες, τα βατραχοπέδιλα, οι στολές, οι αναπνευστήρες, τα bcd γιλέκα και οι φακοί για νυχτερινές βουτιές. Τα παραπάνω πρέπει να ελέγχονται κάθε μέρα για τυχόν φθορές, ενώ η τροφοδοσία τους θα γίνεται 1 φορά στα 5-6 χρόνια εκτός και αν υπάρξει φθορά σε κάποιο από αυτά. Οι παραγγελίες θα γίνονται από προμηθευτές στην Κύπρο.

* Γραφική ύλη

Στην αποθήκη του ξενοδοχείου είναι απαραίτητο να υπάρχει κάποιο απόθεμα γραφικής ύλης και αναλώσιμων ειδών γραφείου για κάποια τμήματα του Traveller's Tales. Αυτά είναι τα χαρτιά, τα μολύβια, τα στυλό, τα ανταλλακτικά για το φαξ και τον εκτυπωτή και γενικότερα ότι γραφική ύλη αφορά τη ρεσεψιόν, τη σχολή κατάδυσης, την κουζίνα και την αίθουσα εκδηλώσεων. Η τροφοδοσία θα γίνεται 2 φορές το χρόνο.

* Φαρμακείο

Κρίνεται αναγκαία η ύπαρξη ενός πλήρως εξοπλισμένου χώρου με τα αναγκαία υλικά και φάρμακα για την παροχή πρώτων βοηθειών ή μικροτραυματισμών το οποίο και θα ανανεώνεται συχνά.

* Ενέργεια

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι ανάγκες της επιχείρησης για νερό, ρεύμα και καύσιμη ύλη όπως το πετρέλαιο για τη θέρμανση και τα κάρβουνα για την ψησταριά. Ο εφοδιασμός θα πραγματοποιείται μια φορά το χρόνο.

4.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Οι προμηθευτές αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κομμάτι του ξενοδοχείου για την ομαλή λειτουργία του. Αρχικά, γίνεται μια έρευνα αγοράς για κάθε είδος προμηθευτή με βάση τις προδιαγραφές που έχει ορίσει η επιχείρηση (ποικιλία προϊόντων, τιμοκατάλογος κλπ). Έπειτα, θα επιλεγθούν οι κατάλληλοι σύμφωνα με την τιμή και την ποιότητα των προϊόντων τους, τους πελάτες που ήδη προμηθεύουν, την αξιοπιστία τους και τους τρόπους διακανονισμών. Πρέπει να αναφερθεί πως η συνεχής παρακολούθηση των διαδικασιών (αγορά και παραλαβή, διατήρηση ποιότητας) θα εξασφαλίσει την πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων και την προστασία για το κατάλυμα. Για παράδειγμα, είναι απαραίτητο η διακίνηση των ευπαθών πρώτων υλών όπως τα τρόφιμα, να πραγματοποιείται με μέσα που διαθέτουν καταψύξεις και ψυγεία αλλά και με συνεχή παρακολούθηση των συνθηκών αποθήκευσης και την τήρηση υγιεινής.

Βασικός στόχος είναι η ελαχιστοποίηση του κόστους και του κινδύνου και η δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης ανάμεσα στον πελάτη και τον προμηθευτή. Η ελαχιστοποίηση κινδύνου επιτυγχάνεται με την επιλογή του σωστού και έμπιστου προμηθευτή, καλής ποιότητας εμπορευμάτων και συνέπειας στην ώρα παράδοσης, ενώ θα πρέπει να έχει και άλλους σε περίπτωση κάποιας ανάγκης. Σε γενικές γραμμές οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή και την αξιολόγηση των προμηθευτών είναι:

- Η ποιότητα
- Η αξιοπιστία μεταφορών και παράδοσης

- Η τιμολογιακή πολιτική
- Η ποικιλία των προϊόντων
- Η τήρηση των κανόνων υγιεινής και φύλαξης των προϊόντων
- Η άμεση προσαρμοστικότητα σε περιπτώσεις αλλαγής της ζήτησης

Τέλος, οι πηγές που θα χρησιμοποιήσει το ξενοδοχείο για τον εντοπισμό των προμηθευτών είναι οι εξής:

- Τοπικός επαγγελματικός οδηγός
- Εξειδικευμένα περιοδικά και ενημερωτικά φυλλάδια
- Τοπικά και εθνικά ΜΜΕ
- Συστάσεις συναδέλφων
- Δείγματα προϊόντων
- Αντιπροσώπους εταιριών
- Εκθέσεις (HORECA, XENIA κλπ)

4.3 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Το μάρκετινγκ προμηθειών είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι, ενώ θα πρέπει να σχεδιασθεί προσεκτικά και να γίνεται συνεχώς έλεγχος των αποθεμάτων και των απαραίτητων παραγγελιών και φυσικά τα προϊόντα να είναι πάντα διαθέσιμα. Η ελαχιστοποίηση του κόστους – κινδύνου και η δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ πελάτη και προμηθευτή είναι οι κυριότεροι στόχοι που θα πρέπει να επιτευχθούν.

Όσον αφορά τον πρώτο στόχο, μετά τον σωστό προϋπολογισμό αναγκαίων εισροών και αξιόλογων προμηθευτών ο υπεύθυνος προμηθειών πρέπει να καταφέρει την ελαχιστοποίηση του κόστους της αγοράς τους και φυσικά τη διαθεσιμότητα των προϊόντων.

Στην ελαχιστοποίηση κινδύνου βασικός παράγοντας για την επίτευξή της είναι η παραλαβή των προϊόντων από τους προμηθευτές σε έγκαιρο χρόνο, ενώ θα πρέπει να μην είναι ελαττωματικά ή κατεστραμμένα και να παραδίδονται εγκαίρως σε ικανοποιητικές για την επιχείρηση τιμές.

Επιπλέον, η σχέση που θα αναπτύξει το Traveller's Tales με τους προμηθευτές της έχει άμεση σχέση με την ποιότητα των προϊόντων. Θα πρέπει συνεπώς να δημιουργούνται μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης. Το ξενοδοχείο είναι απαραίτητο να πληρώνει έγκαιρα τους προμηθευτές και να διαχειρίζεται οποιοδήποτε τυχαίο παράγοντα με σύνεση. Από την άλλη μεριά, θα πρέπει οι προμηθευτές να κρατούν ενήμερο τον πελάτη για νέα προϊόντα, να τον εξυπηρετούν άμεσα σε έκτακτες παραγγελίες και να διατηρούν την ποιότητα και την τιμή που έχουν συμφωνηθεί.

Το πρόγραμμα προμηθειών θα λειτουργεί με βάση τις ανάγκες του καταλύματος, δηλαδή ανάλογα με την πληρότητά του, για να γίνεται σωστή εκτίμηση του κόστους των πρώτων υλών. Επιπλέον, θα καταγράφει τις ποσότητες και την ποιότητα των προϊόντων, τους προμηθευτές, τους τρόπους παράδοσης, την αποθήκευση και τους κινδύνους που μπορεί να υπάρξουν. Όσο αφορά την μεταφορά των πρώτων υλών θα γίνεται από τους ίδιους τους προμηθευτές, με ιδιότητα μεταφορικά μέσα εφόσον ενσωματώνονται στο συνολικό κόστος προμηθειών τα κόστη μεταφοράς. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι η οργάνωση του αποθηκευτικού χώρου, ώστε να υπάρχει επάρκεια και ασφάλεια, αλλά και να βρίσκονται κοντά στο σημείο παραλαβής και στα τμήματα παραγωγής. Ο κατάλληλος εξοπλισμός είναι απαραίτητο κομμάτι για την οργάνωση της αποθήκης, τον έλεγχο, την παρακολούθηση και την διανομή των προμηθειών. Τα προϊόντα θα πρέπει να διατηρούνται σε άριστη κατάσταση και για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει να τηρούνται οι κανόνες συντήρησης και υγιεινής, καθώς και κάθε προϊόν θα πρέπει να τοποθετείται στο σωστό μέρος και με την κατάλληλη θερμοκρασία.

Στην περίπτωση του Traveller's Tales υπεύθυνος για τις προμήθειες στα δωμάτια θα είναι η αρχικαμαριέρα και θα υπάρχει και συντηρητής που θα πραγματοποιεί έλεγχο στους υπόλοιπους χώρους του ξενοδοχείου. Επίσης, ο άνθρωπος που θα δουλεύει στην reception θα είναι υπεύθυνος για τη γραφική ύλη και το φαρμακείο, ενώ ο σεφ και ο υπεύθυνος μπάρ θα ελέγχουν τις προμήθειες στα τρόφιμα και τα ροφήματα. Όλες οι παραγγελίες θα γίνονται έπειτα από συνεννόηση με τον υπεύθυνο προμηθειών.

4.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Παρακάτω παρουσιάζεται το κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων. Υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο θα αυξάνονται κατά 1% περίπου λόγω της πληρότητας του ξενοδοχείου.

| ΚΟΣΤΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Επισιτιστικά τμήματα | 47.000€ | 47.470€ | 47.940€ |
| Συντήρηση και καθαριότητα | 13.000€ | 13.130€ | 13.260€ |
| Σχολή κατάδυσης | 15.500€ | 15.650€ | 15.806€ |
| Γραφική ύλη | 2.500€ | 2.525€ | 2.550€ |
| Φαρμακείο | 200€ | 202€ | 204€ |
| Ενέργεια | 55.000€ | 55.550€ | 56.105€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 133.200€ | 134.507€ | 135.830€ |

Πίνακας 29: Πρόβλεψη κόστους πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο προσδιορίζονται οι τεχνικές απαιτήσεις σε σχέση με τα μηχανολογικά και τεχνολογικά ζητήματα. Τα μηχανολογικά αφορούν το σχεδιασμό της φυσικής αλλά και λειτουργικής χωροθέτησης του ξενοδοχείου, ενώ τα τεχνολογικά είναι τα προϊόντα που θα χρησιμοποιήσει η παρούσα επιχείρηση, όπως η κοστολόγηση του εξοπλισμού της.

5.1 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Το ξενοδοχείο Traveller's Tales όπως αναφέρθηκε παραπάνω θα είναι δυναμικότητας 4*, για αυτό η τεχνολογία που θα επιλεγεί θα πρέπει να εξυπηρετεί κατάλληλα τους αντικειμενικούς σκοπούς της, ενώ θα εξεταστούν και οι εναλλακτικοί τρόποι ώστε η βέλτιστη λύση να επιλεγεί και σε οικονομικό και σε αποδοτικό επίπεδο. Η εγκατάσταση των ηλεκτρολογικών εγκαταστάσεων είναι απαραίτητο να ακολουθεί τους κανόνες που εφαρμόζει ο ΕΟΤ για την αξιολόγηση της ως ξενοδοχειακή μονάδα 4* και θα αφορούν:

- Σύστημα κλιματισμού και εξαερισμού
- Σύστημα αυτόνομης θέρμανσης
- Υδραυλικές και ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις
- Τηλεφωνικές συνδέσεις
- Σύστημα πυρόσβεσης
- Σύστημα παρακολούθησης χώρου
- Ποιότητα πόσιμου νερού

Τα πιο βασικά κριτήρια επιλογής της τεχνολογίας είναι:

- Να υπάρχει ασφάλεια και να είναι εύχρηστη
- Να υπάρχει δυνατότητα επέκτασης και αναβάθμισης
- Να είναι σύγχρονη και δοκιμασμένη
- Να υπάρχει συνάφεια κόστους με την ωφέλεια
- Να είναι φιλική προς το περιβάλλον

Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας με τα κόστη των συστημάτων τεχνολογίας του ξενοδοχείου.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΠΟΣΟ |
|--|----------------|
| Σύστημα εξαερισμού, κλιματισμού, θέρμανσης | 35.000€ |
| Σύστημα πυρασφάλειας | 3.500€ |
| Ηλεκτρολογικό σύστημα | 30.000€ |
| Υδραυλικό και αποχετευτικό σύστημα | 20.000€ |
| Τηλεφωνικές συνδέσεις | 1.500€ |
| Σύστημα παρακολούθησης χώρου | 4.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 94.000€ |

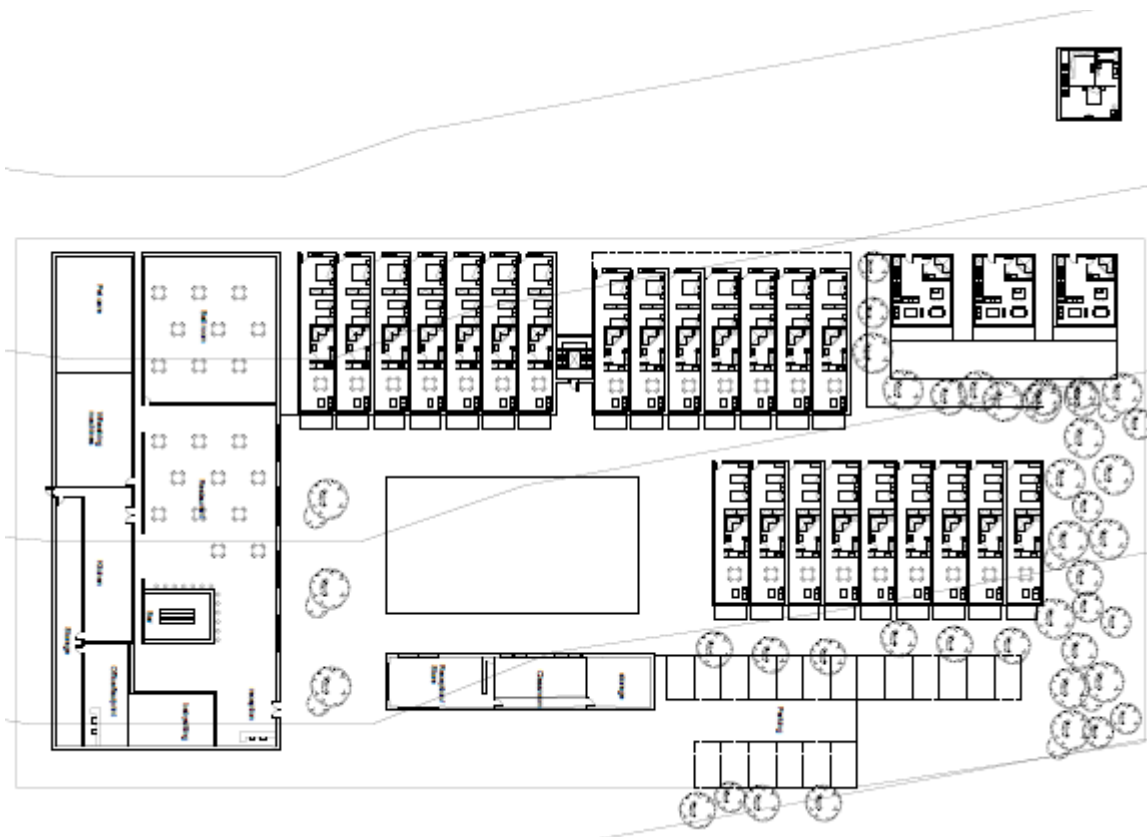
Πίνακας 30: Κόστη των συστημάτων τεχνολογίας

Πρέπει να διευκρινιστεί πως το σύστημα εξαερισμού, κλιματισμού και θέρμανσης θα είναι αυτόνομο στα δωμάτια και κεντρικό στους κοινόχρηστους χώρους. Η ηλεκτροδότηση θα καλυφθεί από τη ΔΕΗ και η παροχή νερού από την ΔΕΥΑΚΑ. Για λόγους εξοικονόμησης ενέργειας θα υπάρχουν ηλιακοί θερμοσίφωνες που θα χρησιμοποιούνται το καλοκαίρι και το νερό θα ανακυκλώνεται για το πότισμα των φυτών στον εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου. Επίσης, οι τηλεφωνικές συνδέσεις θα καλυφθούν από τον ΟΤΕ.

5.2 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η συγκεκριμένη μονάδα συμπεριλαμβάνεται στα μικρά καταλύματα με 40 δωμάτια τα οποία διακρίνονται σε 23 δίκλινα, 7 τρίκλινα, 7 τετράκλινα και 3 σουίτες συνολικής δυναμικότητας 107 κλινών, ενώ αποτελείται από 8 κτίρια. Πιο αναλυτικά, στο ένα κτίριο θα υπάρχουν 9 δίκλινα δωμάτια, στο δεύτερο και στο τρίτο (διώροφα) τα 7 τρίκλινα, τα 7 τετράκλινα και στους πάνω ορόφους τα υπόλοιπα 14 δίκλινα, στο τέταρτο θα στεγάζεται η σχολή καταδύσεων με την αποθήκη της και την αίθουσα διδασκαλίας της, στο πέμπτο και κεντρικό κτίριο θα υπάρχει η αίθουσα δεξιώσεων, το εστιατόριο, το μπαρ, η ρεσεψιόν, η αίθουσα απασχόλησης παιδιών, το δωμάτιο με τους εκτυπωτές, η αποθήκη, η κουζίνα, το κλιμακοστάσιο, τα πλυντήρια και στεγνωτήρια και ο χώρος φύλαξης κατοικίδιων και τέλος τα υπόλοιπα ξεχωριστά 3 κτίρια θα είναι οι σουίτες. Επίσης, θα υπάρχει μια μεγάλη πισίνα

στο κέντρο των κτιρίων και μια μικρότερων διαστάσεων που θα είναι μπροστά από τα κτίρια των σουιτών. Ο χώρος παρκινγκ θα είναι 35 θέσεων και σε όλα τα οικήματα θα υπάρχει κλιματισμός, εξαερισμός, θέρμανση και νερό, διαρρύθμιση ειδική για τα ΑΜΕΑ σε κάθε είσοδο και έξοδο, ελεύθερη πρόσβαση στο διαδίκτυο σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου, επισημάνσεις των εισόδων και των εξόδων σε περίπτωση κινδύνου, συστήματα πυρασφάλειας, ασανσέρ στα δώροφα κτίρια και τουαλέτες που θα είναι κοινόχρηστες σε εστιατόριο και μπαρ. Παρακάτω παρουσιάζεται η κάτοψη του ξενοδοχείου.



Εικόνα 9: Κάτοψη του ξενοδοχείου

Την κτηριακή εγκατάσταση θα αναλάβει η κατασκευαστική εταιρία Κωνσταντινίδης Χ. που εδρεύει στην Κύμη και σε συνεργασία με την πολιτικό μηχανικό Παυλάτου Φωτεινή θα εξεταστούν και θα εγκριθούν όλες οι προδιαγραφές των πόρων και των υλικών που θα είναι απαραίτητες στην φάση της κατασκευής. Στην υλοποίηση των τεχνικών έργων ανήκουν τα εξής:

- Προετοιμασία χώρων εγκατάστασης
- Βελτίωση οικοπέδου

- Εργασίες περιβάλλοντος χώρου (παρκινγκ, πισίνες, περίφραξη κλπ)
- Κατασκευή κτιρίων

Τα τεχνικά έργα που θα πραγματοποιηθούν έχουν τις παρακάτω εργασίες:

- Δίκτυα τηλεπικοινωνιών
- Έργα αποχετεύσεως
- Παροχές νερού και ηλεκτρικής ενέργειας
- Εκχερσώσεις και ισοπεδώσεις
- Εσωτερικά τεχνικά έργα
- Τοποθέτηση σωληνώσεων και καλωδιώσεων γραμμών μεταφοράς ηλεκτρικού ρεύματος για το φωτισμό του εξωτερικού χώρου
- Διαμόρφωση αισθητικής του χώρου (άνθη, παροχή νερού κλπ)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα κόστη των έργων του πολιτικού μηχανικού. Σημειώνεται πως περιλαμβάνονται όλα τα φορολογικά και νομικά έξοδα αλλά και το κόστος συντήρησης κτιρίων, το οποίο θα αναπροσαρμόζεται κάθε χρόνο ανά 2%.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΠΟΣΟ |
|--|-------------------|
| Προετοιμασία και ανάπτυξη οικοπέδου | 50.000€ |
| Κατασκευή κτιρίων | 1.500.000€ |
| Διαμόρφωση περιβάλλοντα χώρου | 50.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 2.500.000€ |

Πίνακας 31: Κόστη έργων πολιτικού μηχανικού

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|----------|----------|----------|
| ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΤΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΕΡΓΩΝ | 200.000€ | 204.000€ | 208.080€ |
| ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ | | 2% | 2% |

Πίνακας 32: Κόστη συντήρησης κτιρίων και λοιπών έργων

5.2.1 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

Στους εξωτερικούς χώρους του ξενοδοχείου περιλαμβάνεται η κεντρική πισίνα, η ιδιωτική πισίνα για τις σουίτες, ο χώρος στάθμευσης και η φύτευση δέντρων και φυτών. Πιο αναλυτικά:

Χώρος στάθμευσης: ο χώρος στάθμευσης θα καλύπτει τα 600 τ.μ. του οικοπέδου και θα διαθέτει πλάγιες και κάθετες οριοθετημένες θέσεις. Τα αυτοκίνητα και γενικότερα τα τροχοφόρα θα σταθμεύουν δωρεάν και αυτό αφορά τόσο τους πελάτες όσο και το προσωπικό του ξενοδοχείου.

Πισίνες: η κεντρική πισίνα, μαζί με τους βοηθητικούς χώρους, δηλαδή τα ντουζ, τις ξαπλώστρες και τις ομπρέλες θα είναι 300 τ.μ. και εκεί θα λαμβάνουν χώρο και οι εκπαιδεύσεις των καταδύσεων. Η μικρή πισίνα θα είναι αποκλειστικά για τους πελάτες που μένουν στις σουίτες και θα είναι περίπου 90 τ.μ.

Φύτευση δέντρων και φυτών: αρχικά θα δημιουργηθούν μονοπάτια και δρόμοι εσωτερικής εξυπηρέτησης, οδόστρωμα κυκλοφορίας και χώρων αναμονής – ελιγμών, θα γίνει περιφραγή της μονάδας, δεντροφύτευση ανάμεσα στα κτίρια, στις εγκαταστάσεις και στην περίμετρο του ξενοδοχείου και θα τοποθετηθεί και ο κατάλληλος εξοπλισμός φωτισμού. Στόχος θα είναι η λειτουργικότητα και η καλαισθησία των υπαίθριων χώρων της εγκατάστασης

5.2.2 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

Στο κεντρικό κτίριο του ξενοδοχείου θα υπάρχει ο χώρος υποδοχής που θα λειτουργεί όλο το 24ωρο και θα δίνει πληροφορίες για την καταδυτική σχολή και τα τοπικά δρώμενα, θα διαθέτει κουτί παρατηρήσεων, χώρο φύλαξης αποσκευών και κατοικίδιων, δυνατότητα αποστολής φαξ και εκτύπωσης φωτοτυπιών, υπηρεσία αφύπνισης, δυνατότητα φύλαξης παιδιών, ενοικίασης αυτοκινήτου και γρήγορο check-in και check-out. Στον ίδιο χώρο θα υπάρχει το μπαρ, εξοπλισμένο με τραπέζια και καναπέδες, όπου ο επισκέπτης θα μπορεί να παραγγείλει καφέ, ποτά και σνακ και θα λειτουργεί από τις 8:00 μέχρι και τις 24:00. Όλος ο χώρος αυτός θα είναι 350 τ.μ. Ο χώρος φύλαξης κατοικίδιων και παιδιών θα είναι αντίστοιχα 100 τ.μ. και 50 τ.μ.



Εικόνα 10: Χώρος υποδοχής του ξενοδοχείου⁴⁵

⁴⁵ <https://gr.pinterest.com/pin/279926933077181791/>



Εικόνα 11: Μπαρ του ξενοδοχείου⁴⁶

Στο εστιατόριο θα σερβίρεται το πρωινό από τις 7:00 το πρωί μέχρι και τις 10:00 και το βραδινό από τις 18:00 το απόγευμα ως τις 23:00. Επιπλέον, το ξενοδοχείο παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα σερβιρίσματος πρωινού στα δωμάτια. Η δυναμικότητα του εστιατορίου υπολογίζεται περίπου στα 95 άτομα και ο χώρος θα καταλαμβάνει 180 τ.μ.. Στο πρωινό θα υπάρχει μπουφές, ενώ στο βραδινό θα περιλαμβάνεται ένα μενού πιάτων με χρέωση 12€/άτομο με τα παιδιά κάτω των 8 ετών να είναι δωρεάν. Τους καλοκαιρινούς μήνες θα υπάρχουν τραπεζάκια δίπλα στην πισίνα.

⁴⁶ <https://gr.pinterest.com/pin/448037862929012698/>



Εικόνα 12: Εστιατόριο του ξενοδοχείου⁴⁷

Στη συνέχεια, θα υπάρχει η κουζίνα όπου θα ετοιμάζονται τα πρωινά και τα βραδινά γεύματα των επισκεπτών, καθώς και η αποθήκη όπου θα τοποθετούνται οι πρώτες ύλες, συνολικής χωρητικότητας 180 τ.μ. Ο χώρος με τα πλυντήρια και τα στεγνωτήρια καταλαμβάνει 80 τ.μ. Ο χώρος δεξιώσεων θα αποτελείται από 240 τ.μ. και θα είναι δυναμικότητας 250 ατόμων. Θα πραγματοποιούνται δεξιώσεις γάμου, βάφτισης αλλά και χριστουγεννιάτικα ρεβεγιόν ή άλλες εποχικές εκδηλώσεις.

⁴⁷ https://www.tripadvisor.com.gr/Hotel_Review-g60864-d125161-Reviews-Le_Meridien_New_Orleans-New_Orleans_Louisiana.html#/media/125161/148735188:p/?albumid=101&type=0&category=16



Εικόνα 13: Αίθουσα δεξιώσεων του ξενοδοχείου⁴⁸

Όσον αφορά τα δωμάτια του ξενοδοχείου θα στεγάζονται σε 3 διαφορετικά κτίρια. Στο ισόγειο του πρώτου κτιρίου θα βρίσκονται τα 7 τρίκλινα και στον όροφο 7 δίκλινα. Στο διπλανό κτίσμα θα υπάρχουν τα 7 τετράκλινα εξίσου στο ισόγειο και άλλα 7 δίκλινα δωμάτια στον όροφο από πάνω. Στο 3ο κτίριο θα στεγάζονται τα υπόλοιπα 9 δίκλινα. Από πίσω από το 3ο κτίριο θα βρίσκονται οι σουίτες που αποτελούν ξεχωριστά κτίσματα. Όλα τα δωμάτια θα διαθέτουν μπαλκόνι με θέα τη θάλασσα, ενώ οι σουίτες, που θα είναι διώροφες, θα έχουν ιδιωτική βεράντα με θέα την μικρή πισίνα αλλά και μπαλκόνι με θέα τη θάλασσα. Τα τετραγωνικά που καταλαμβάνουν είναι 55 τ.μ. τα δίκλινα, 65 τ.μ. τα τρίκλινα, 70 τ.μ. τα τετράκλινα και 90 τ.μ. οι σουίτες.

⁴⁸ https://www.google.com/search?tbm=isch&sxsrf=ACYBGNQD9nuYPZSOltqgFBSmpMz-KO0Sfw:1574339682755&q=ballroom+hotel+design&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwi4l6-sqPvIAhVK5uAKHbsKBR4QBQg_KAA&biw=1366&bih=608&dpr=1#imgrc=-cZXucVHOOJReM:



Εικόνα 14: Διάδρομος δωματίων του ξενοδοχείου⁴⁹



Εικόνα 15: Δίκλινο δωμάτιο του ξενοδοχείου⁵⁰

⁴⁹ <https://gr.pinterest.com/pin/279926933077190825/>

⁵⁰ https://www.booking.com/hotel/gr/elounda-blue-bay.el.html?aid=311943;label=elounda-7_vhK189W9tgFXKBmgx6tQS247170642161%3ApI%3Ata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atiau



Εικόνα 16: Κάτω όροφος σουίτας⁵¹



Εικόνα 17: Πάνω όροφος σουίτας⁵²

Στο ξενοδοχείο θα υπάρχει καταδυτική σχολή για τους τουρίστες που επιθυμούν να απολαύσουν το σπορ αυτό με μια υποβρύχια κατάδυση αλλά θα υπάρχει και η δυνατότητα απόκτησης διπλώματος. Οι πελάτες θα χρεώνονται για την κατάδυση ξεχωριστά και όταν θα

[d-285284110446%3Akw-d-495049220%3Aalp9061582%3Aali%3Adec%3Adm;sid=0026333bcae479fab7f1f74d97d969df](https://www.e-kyklades.gr/showroom/tourism/ECHINOUSA?lang=el)

⁵¹ <https://www.e-kyklades.gr/showroom/tourism/ECHINOUSA?lang=el>

⁵² <https://www.e-kyklades.gr/showroom/tourism/ECHINOUSA?lang=el>

είναι από δυο άτομα και πάνω θα πραγματοποιείται έκπτωση. Επίσης, παρέχεται έκπτωση και σε γκρουπ που έρχονται για καταδύσεις στην περιοχή και επιθυμούν να μείνουν στο ξενοδοχείο. Η καταδυτική σχολή θα αποτελείται από 160 τ.μ. συμπεριλαμβάνοντας την αποθήκη για τον εξοπλισμό, ένα χώρο όπου θα πωλούνται αντικείμενα κατάδυσης και την αίθουσα διδασκαλίας για τα θεωρητικά μαθήματα. Η καταδυτική σχολή θα λειτουργεί από τις 8:00 το πρωί μέχρι και τις 19:00 το απόγευμα. Οι βουτιές θα γίνονται σε παραλίες της περιοχής, ενώ θα διοργανώνονται και καταδυτικές εκδρομές σε πιο μακρινά μέρη.



Εικόνα 18: Καταδυτική σχολή⁵³

⁵³ <https://gr.pinterest.com/pin/305400418452935760/>



Εικόνα 19: Μαγαζί πώλησης καταδυτικού εξοπλισμού⁵⁴

Παρακάτω καταγράφεται ο βασικός εξοπλισμός του ξενοδοχείου και έπειτα παρουσιάζεται το κόστος του.

⁵⁴ <https://gr.pinterest.com/pin/279926933077194677/>

| ΧΩΡΟΣ | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ |
|---|--|
| Δωμάτια (διαφέρει ο εξοπλισμός από τύπο σε τύπο) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έπιπλα: κρεβάτια, κομοδίνο, καναπές, ντουλάπα, σκαμπό, κουζίνα κλπ ✓ Είδη υγιεινής: τουαλέτα, μπανιέρα, νιπτήρας, καθρέπτης κλπ ✓ Ιματισμός: κουρτίνες, πετσέτες, μαξιλάρια, κουβέρτες κλπ ✓ Προϊόντα ατομικής περιποίησης: σαμπουάν, αφρόλουτρα, χαρτικά κλπ ✓ Μικροσυσκευές: στεγνωτήρας μαλλιών κλπ ✓ Άλλα: τηλεόραση, χρηματοκιβώτιο, DVD/CD/MP3, μίνι μπαρ |
| Υποδοχή | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έπιπλα: πολυθρόνες, ντουλάπια, καναπέδες, γραφεία κλπ ✓ Τεχνολογικός εξοπλισμός: εκτυπωτές, φαξ, υπολογιστές κλπ |
| Εστιατόριο – καφέ – μπαρ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Εξοπλισμός εστίασης: πιάτα, σκεύη, ποτήρια, μίξερ, αποχυμωτές, μηχανές καφέ κλπ ✓ Έπιπλα: καρέκλες, πολυθρόνες, τραπέζια κλπ ✓ Διακοσμητικά αντικείμενα |
| Πισίνες και εξωτερικοί χώροι | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έπιπλα: τραπέζια, καρέκλες, ξαπλώστρες, τέντες, ομπρέλες, σκαμπό κλπ ✓ Διακοσμητικά αντικείμενα |
| Καταδυτική σχολή | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έπιπλα: τραπέζια, καρέκλες, πίνακας, ντουλάπια κλπ |
| Κουζίνα | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Εξοπλισμός τμήματος εστίασης: ποτήρια, πιάτα, φούρνοι, κουζίνες, πλυντήρια κλπ ✓ Έπιπλα: καρέκλες, τραπέζια, καναπέδες κλπ |
| Αίθουσα εκδηλώσεων | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Συστήματα φωτισμού, μουσικής ✓ Έπιπλα: καρέκλες, τραπέζια, πολυθρόνες κλπ ✓ Ιματισμός: τραπεζομάντηλα, καλύμματα, κουρτίνες κλπ |

Πίνακας 33: Βασικός εξοπλισμός κύριων χώρων του ξενοδοχείου

| ΧΩΡΟΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Δωμάτια | 140.000€ |
| Υποδοχή | 4.500€ |
| Εστιατόριο – καφέ –μπαρ | 15.000€ |
| Πισίνες και εξωτερικοί χώροι | 12.000€ |
| Καταδυτική σχολή | 5.000€ |
| Κουζίνα | 80.000€ |
| Αίθουσα εκδηλώσεων | 3.500€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | 260.000€ |

Πίνακας 34: Πρόβλεψη κόστους βασικού εξοπλισμού των κύριων χώρων του ξενοδοχείου

5.3 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ

Οι εργασίες που περιλαμβάνονται στα έργα που υλοποιούνται στο στάδιο αυτό είναι:

- Υδραυλικές εγκαταστάσεις
- Κατασκευή υποδομών κα εγκατάσταση συστημάτων θέρμανσης και ψύξης
- Φωτισμός εσωτερικών χώρων
- Κατασκευή κτιρίων
- Δίκτυο εξαερισμού και κλιματισμού
- Εγκατάσταση πυρασφάλειας
- Μονώσεις κτιρίων
- Καλωδιώσεις και συνδέσεις ηλεκτρικού ρεύματος

Πιο αναλυτικά:

Εκσκαφές θεμελίων

Θα πρέπει το έδαφος να είναι κατάλληλο για να δεχτεί την τάση της μελέτης και για αυτό θα πρέπει να προσδιοριστεί το βάθος των θεμελίων. Ο πυθμένας της θεμελίωσης θα είναι οριζόντιος, ενώ τα περιττά χώματα που θα προκύψουν θα απορριφθούν σε κατάλληλες θέσεις.

Θεμελίωση – σκελετός

Το σκυρόδεμα και ο σιδηρός οπλισμός του σκελετού και της θεμελίωσης θα κατασκευαστούν σύμφωνα με την στατική μελέτη η οποία θα είναι εγκεκριμένη από την πολεοδομία. Οι επιφάνειες θα είναι συνεχείς και λείες.

Επιχρίσματα

Η εφαρμογή των επιχρισμάτων θα γίνει από ειδικά συνεργεία. Στα εξωτερικά θα τοποθετηθεί έτοιμος σοβάς και στη δεύτερη στρώση της θερμομόνωσης θα χρησιμοποιηθεί περλίτης. Στο εσωτερικό θα υπάρχει παραδοσιακό κονίαμα σε τρεις στρώσεις, ενώ θα τοποθετηθούν σε όλες τις ακμές μεταλλικά κάλυπτρα για να εξασφαλιστεί η σωστή κατασκευή και η αντοχή σε κρούσεις. Θα ασταρωθούν όλες οι επιφάνειες με βελτιωτικά πρόσφυσης και η εφαρμογή θα γίνει σε μια στρώση με επιμέλεια.

Τοιχοποιίες

Οι τοίχοι στο εξωτερικό περιβάλλον θα είναι διπλοί και θα αποτελούνται από πλινθοδομές και μεταξύ τους θα τοποθετηθεί πετροβάμβακας, ώστε να καλυφθεί το κενό. Οι εσωτερικοί τοίχοι θα είναι μονοί. Το κτίσιμο θα γίνει σε στρώσεις οριζόντιες με άφθονο κονίαμα με ολίσθηση και ταυτόχρονη πίεση των πλίνθων. Τέλος, οι τοίχοι σε γενικές γραμμές θα παρουσιάζουν ένα απόλυτα κατακόρυφο επίπεδο, ενιαίο με ακριβείς περασιές.

Ηλεκτρομηχανολογικά

1) Ηλεκτρική εγκατάσταση – TV – Τηλέφωνο

Θα τοποθετηθούν πίνακες με ασφάλειες σε έναν κατάλληλο χώρο του ξενοδοχείου και η εγκατάσταση θα γίνει σύμφωνα με τους κανονισμούς της ΔΕΗ. Στο γενικό πίνακα θα υπάρχουν 5 γραμμές πριζών και 5 γραμμές φωτισμού με γενικό διακόπτη ασφάλειας και ρελέ προστασίας. Συγκεκριμένα: γραμμή κουζίνας, καταδυτικής σχολής, αίθουσας εκδηλώσεων, εξωτερικών χώρων, φωτισμού εσωτερικών χώρων, δωματίων, συναγερμού, ΟΤΕ, TV, καυστήρα με θερμοστάτη χώρου και κλιματισμού.

2) Δίκτυο υδραυλικής εγκατάστασης

Τα μπάνια και οι κουζίνες θα τροφοδοτούνται από τους σωλήνες υδροδότησης που θα έχουν συνδεθεί με το δίκτυο της περιοχής και όλοι οι χώροι του ξενοδοχείου μέσω μπόιλερ (για ζεστό νερό). Επίσης, το ξενοδοχείο θα εξοπλιστεί με τους απαραίτητους μετρητές νερού.

Μονώσεις

Η ηχομόνωση και η θερμομόνωση είναι πολύ σημαντικά στοιχεία της μονάδας και θα πρέπει να δοθεί προσοχή στο θέμα της υγρασίας. Στα κουφώματα του εξωτερικού χώρου θα τοποθετηθούν διπλοί μονωτικοί διάφανοι και στα εσωτερικά ημιδιάφανα κρύσταλλα.

Επιστρώσεις δαπέδων

Ορισμένα τμήματα του ξενοδοχείου θα επιστρωθούν με παρκέτο δρυός. Στους υπόλοιπους χώρους θα γίνει επίστρωση κεραμικών πλακιδίων δαπέδου πρώτης διαλογής ή τεχνογρανίτη, όπως και στους χώρους υγιεινής. Το πάτωμα του χώρου υποδοχής θα είναι στρωμένο με κανονισμένες πλάκες Καρύστου πρώτης διαλογής, όπως επίσης και οι σουίτες.

Χρωματισμοί

Οι τοίχοι στο εσωτερικό και οι οροφές (εκτός από τα μπάνια) θα βαφτούν με πλαστικά χρώματα δύο στρώσεων, ενώ τα μπάνια θα βαφτούν με υδρόχρωμα τσίγκου. Επιπλέον, οι τοίχοι στον εξωτερικό χώρο θα σταρωθούν και έπειτα θα χρωματιστούν με ακρυλικό τσιμεντόχρωμα.

Θέρμανση

Τα κτίρια θα θερμαίνονται με κεντρικό σύστημα κλιματισμού και εξαερισμού. Στα δωμάτια θα υπάρχουν διακόπτες ώστε οι επισκέπτες να ορίζουν αυτοί τη θέρμανση και τη ψύξη του χώρου τους. Επίσης, θα υπάρχουν ηλιακοί θερμοσίφωνες για την παροχή ζεστού νερού το καλοκαίρι αλλά και σύστημα αντλίας θερμότητας αυτόματης λειτουργίας.

Εγκατάσταση συναγερμού και πυρασφάλειας

Σε όλο το χώρο του ξενοδοχείου θα υπάρχουν αυτόματα συστήματα πυρασφάλειας, ενώ το σύστημα συναγερμού θα λειτουργεί με ραντάρ καλύπτοντας όλους τους χώρους στο εσωτερικό του καταλύματος αλλά και κάποιους εξωτερικούς.

Κουφώματα

Τα εσωτερικά κουφώματα θα είναι από ξύλο, πρεσσαριστά με φυσικό ή τεχνητό δρύινο καπλαμά. Από αλουμίνιο θα είναι τα εξωτερικά και θα περιλαμβάνουν όλα τα απαραίτητα εξαρτήματα.

Είδη υγιεινής

Κάθε μπάνιο στα δωμάτια θα διαθέτει ντουζιέρα εκτός από αυτά στις σουίτες που θα διαθέτουν μπανιέρα με όλα τα εξαρτήματα. Παντού θα υπάρχουν νιπτήρες, λεκάνες και καζανάκια όλα από πορσελάνη.

Κουζίνα

Στα τετράκλινα δωμάτια και στις σουίτες θα υπάρχει κουζίνα η οποία θα περιέχει ντουλάπια, ένα ράφι, συρταριέρα, πιατοθήκη, κουταλοθήκη, μηχανισμό και εξαρτήματα πλήρους κουζίνας, ανοξείδωτο νεροχύτη, απορροφητήρα και κάδο απορριμμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Η ορθή διαχείριση, η αποτελεσματική διοίκηση και η κατάλληλη διεύθυνση στο ξενοδοχείο Traveller's Tales είναι από τους βασικότερους παράγοντες που θα βοηθήσουν στην κυριαρχία της στην τουριστική αγορά. Παρακάτω έχει διαμορφωθεί το οργανόγραμμα της επιχείρησης, το οποίο είναι μια γραφική αναπαράσταση της δομής του ξενοδοχείου με ιεραρχική μορφή. Έπειτα, θα εξεταστούν τα γενικά έξοδα που θα βοηθήσουν στην υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

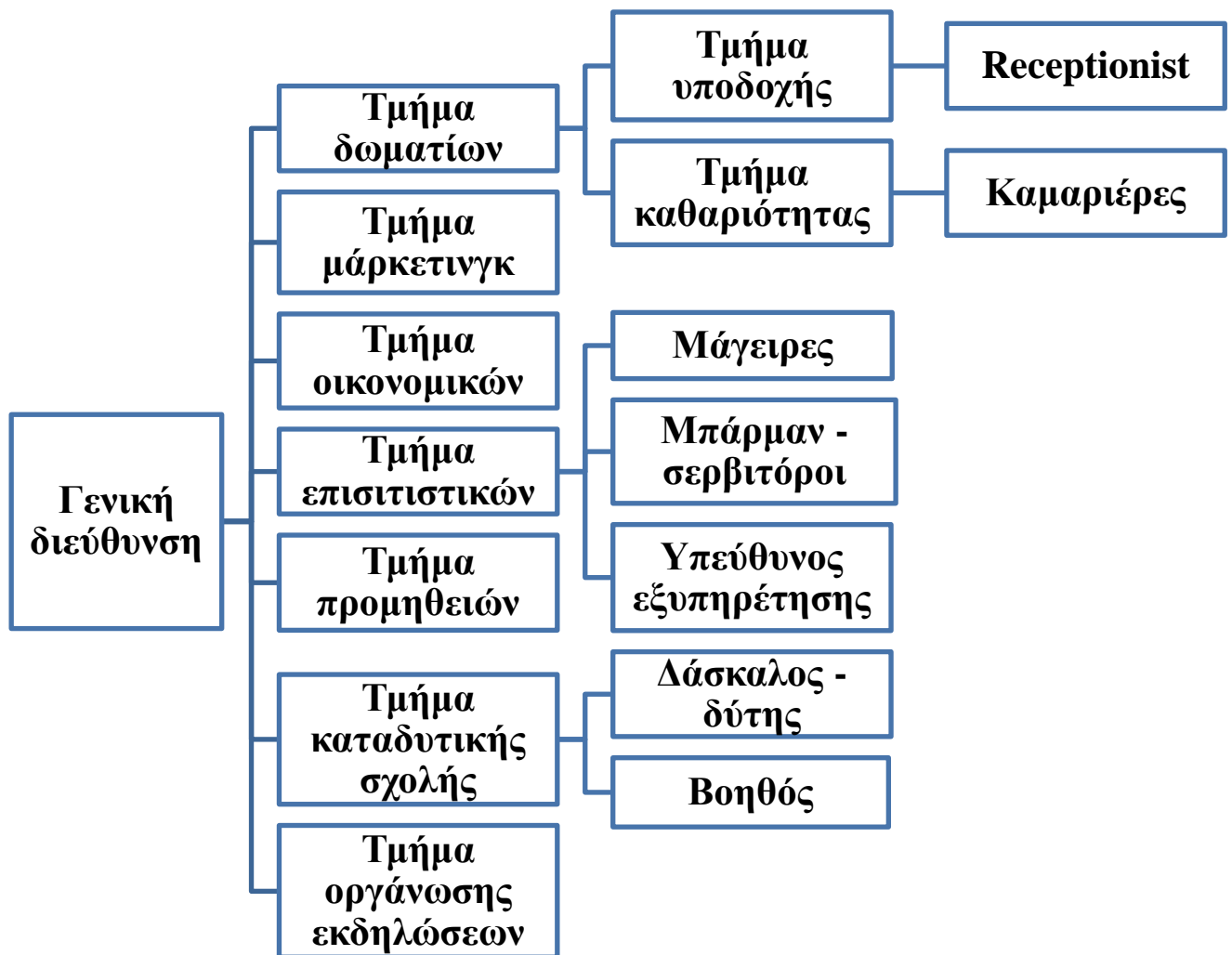
6.1 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Στόχος του οργανογράμματος είναι η δημιουργία της ιδανικής οργανωτικής δομής σύμφωνα με την οποία ορίζεται η σειρά και η κατεύθυνση προς τους τελικούς στόχους της επιχείρησης. Υπάρχουν ποικίλες μορφές οργανογραμμάτων αλλά σε όλα το σημαντικότερο είναι η παρουσίαση της σχηματικής απεικόνισης της οργανικής διάρθρωσης του ξενοδοχείου, ώστε να απεικονίζονται ακριβώς οι σχέσεις εξουσίας των ατόμων και οι λειτουργίες της επιχείρησης. Επιπλέον, το οργανόγραμμα είναι απαραίτητο να ταιριάζει απόλυτα στο μέγεθος και τις απαιτήσεις της επιχείρησης, για να μπορέσει να εξασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία της. Συνεπώς, τα τμήματα του Traveller's Tales είναι τα εξής:

- **Γενική διεύθυνση:** Εδώ περιλαμβάνεται ο συντονισμός και η οργάνωση των λειτουργιών της μονάδας
- **Τμήμα δωματίων:** Κύρια αρμοδιότητα είναι η διάθεση και πώληση των δωματίων. Χωρίζεται σε δυο επιμέρους τμήματα:
 - Τμήμα υποδοχής: Πώληση δωματίων, υποδοχή των πελατών, τηλεφωνικό κέντρο, πληροφορίες, check-in, check-out, παροχή πληροφοριών και συμβουλών για την περιήγηση στις γύρω περιοχές και στα αξιοθέατα
 - Τμήμα καθαριότητας: Καθαρίζονται τα δωμάτια και οι κοινόχρηστοι χώροι και πραγματοποιείται έλεγχος για τον σωστό καθαρισμό και λειτουργίας τους
- **Τμήμα μάρκετινγκ:** Το τμήμα αυτό αναλαμβάνει την έρευνα και την ανάλυση της αγοράς για την προβολή και την προώθηση της μονάδας, την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και τις συνεργασίες με πολιτιστικούς και άλλους φορείς για την παροχή επιπρόσθετων υπηρεσιών στους επισκέπτες του ξενοδοχείου
- **Τμήμα οικονομικών:** Παρακολούθηση των οικονομικών θεμάτων του ξενοδοχείου όπως οι προσλήψεις, η μισθοδοσία και η ενημέρωση των οικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης
- **Τμήμα επισιτιστικών:** Οι λειτουργίες του εστιατορίου, της κουζίνας και του καφέ

- **Τμήμα προμηθειών:** Ασχολείται με την καταγραφή των υλικών που χρησιμοποιεί το ξενοδοχείο, τον έλεγχο των αποθεμάτων για τον εντοπισμό ελλείψεων και με το να προμηθεύσει τα απαραίτητα είδη από την αγορά
- **Τμήμα καταδυτικής σχολής:** Το τμήμα περιλαμβάνει τον επαγγελματία δάσκαλο – δύτη για τις καταδύσεις που θα γίνονται και τον βοηθό του για καθαρίζει τον εξοπλισμό και να βοηθά στα μαθήματα που θα πραγματοποιούνται για τα διπλώματα
- **Τμήμα οργάνωσης εκδηλώσεων:** Σε αυτό το τμήμα ανήκει ο υπεύθυνος για τη διοργάνωση και την υλοποίηση των εκδηλώσεων που θα λάβουν μέρος στο ξενοδοχείο

Παρακάτω παρουσιάζεται η γραφική απεικόνιση του οργανογράμματος του ξενοδοχείου Traveller's Tales. Η δομή του επιλέχθηκε με βάση το μέγεθος της επιχείρησης, τις τεχνολογικές συνθήκες, το κόστος και τη λειτουργικότητα της μονάδας.



Εικόνα 20: Οργανόγραμμα του ξενοδοχείου

6.2 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Στις ξενοδοχειακές μονάδες τα κόστη χωρίζονται σε άμεσα και έμμεσα. Στα άμεσα περιλαμβάνονται τα κόστη των υλικών, της εργασίας και των υπολοίπων δαπανών, ενώ στα έμμεσα αυτά που δεν επιβαρύνουν απευθείας κάποιο κέντρο κόστους. Στην συγκεκριμένη μελέτη τα έξοδα που είναι γενικά (το έμμεσο κόστος) χωρίζονται σε κόστος διαθέσεως και κόστος διοικητικής λειτουργίας. Τα λειτουργικά έξοδα του ξενοδοχείου αυτού διακρίνονται σε:

- Έξοδα για ηλεκτρική ενέργεια, καύσιμη ύλη και νερό
- Έξοδα συντήρησης και καθαριότητας
- Έξοδα για αναλώσιμα είδη γραφείου και γραφική ύλη
- Έξοδα πρώτων υλών επισιτιστικού τμήματος
- Έξοδα προώθησης του τουριστικού προϊόντος
- Έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών
- Έξοδα προσωπικού
- Λοιπά γενικά έξοδα (δημοτικά τέλη κλπ)

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| Έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών | 12.000€ | 12.360€ | 12.730€ |
| Έξοδα προώθησης του τουριστικού προϊόντος | 17.000€ | 17.510€ | 18.035€ |
| Λοιπά γενικά έξοδα | 3.000€ | 3.090€ | 3.182€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 390.120€ | 397.235€ | 406.912€ |

Πίνακας 35: Πρόβλεψη λειτουργικών εξόδων

Στα έξοδα που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα υπάρχει κάθε έτος μια αύξηση της τάξεως του 3%.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 | ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών | 3% | 3,5% | 4% | 3,5% |
| Έξοδα προώθησης του τουριστικού προϊόντος | 4,3% | 4,3% | 4,3% | 4,3% |
| Λοιπά γενικά έξοδα | 1% | 1% | 1% | 1% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 8,3% | 8,8% | 9,3% | 8,8% |

Πίνακας 36: Ποσοστιαία κατανομή λειτουργικών εξόδων

Όσον αφορά το μερισμό των παραπάνω λειτουργικών εξόδων για το 2021 παρουσιάζεται στον πίνακα παρακάτω.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΣΥΝΟΛΟ ΣΕ (€) | ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ | | ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ | |
|---|------------------|----------------------|---------------|---------------------|---------------|-------------------------|----------------|
| | | % | € | % | € | % | € |
| Έξοδα προμήθειας εξωτερικών συνεργατών | 12.000€ | 75% | 9.000€ | 0% | - | 25% | 3.000€ |
| Έξοδα προώθησης του τουριστικού προϊόντος | 17.000€ | 0% | - | 15% | 2.550€ | 85% | 14.450€ |
| Λοιπά γενικά έξοδα | 3.000€ | 0% | - | 50% | 1.500€ | 50% | 1.500€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 32.000€ | 75% | 9.000€ | 65% | 4.050€ | 160% | 18.950€ |

Πίνακας 37: Μερисμός λειτουργικών εξόδων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Η κινητήρια δύναμη μιας επιχείρησης είναι το ανθρώπινο δυναμικό της, μιας και παίζει σπουδαίο ρόλο στην επίτευξη των στόχων που έχει θέσει. Συνεπώς, είναι σημαντικό να καθοριστούν οι ανθρώπινοι πόροι στην παρούσα μελέτη, ώστε να εξασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία του ξενοδοχείου. Το προσωπικό απαιτείται να στελεχωθεί από ικανό και εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό, για να μπορέσει το Traveller's Tales να υλοποιήσει το σχέδιο του και να έχει τα κέρδη που επιθυμεί. Για αυτό και επιλέχθηκε με βάση τις ανάγκες του ξενοδοχείου για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών του.

Η διεύθυνση ανθρωπίνου δυναμικού ανέλαβε να προσλάβει και να εκπαιδεύσει τους πιο κατάλληλους και ικανούς εργαζόμενους που θα είναι ικανοί να διεκπεραιώσουν σωστά τους επιχειρησιακούς και στρατηγικούς στόχους που έχει θέσει η επιχείρηση. Στο Traveller's Tales τα άτομα που θα απασχοληθούν χωρίζονται ως εξής:

- Ξενοδοχειακό προσωπικό
- Διοικητικό προσωπικό
- Τεχνικό προσωπικό

7.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Για να βρεθεί το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό είναι απαραίτητο να προσδιοριστούν οι ανάγκες της επιχείρησης. Η οργάνωση του προσωπικού είναι σημαντικό να γίνει σωστά και να εργαστούν οι κατάλληλοι άνθρωποι στις θέσεις που πρέπει. Παρακάτω παρουσιάζονται οι ανάγκες του ξενοδοχείου σε ανθρώπινο δυναμικό ανά τμήμα και ανά κατηγορία και το κόστος της μισθοδοσίας τους.

Στο διοικητικό προσωπικό ανήκει ο γενικός διευθυντής, ο οποίος είναι απαραίτητο να έχει προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση τουλάχιστον 5 χρόνων και να είναι απόφοιτος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Θα διαχειρίζεται την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης, το μάρκετινγκ, το προσωπικό και την διοργάνωση των εκδηλώσεων.

Το ξενοδοχειακό προσωπικό θα περιλαμβάνει το τμήμα δωματίων, επισιτιστικών, προμηθειών και καταδυτικής σχολής. Πιο αναλυτικά:

- Τμήμα δωματίων
 - Τμήμα υποδοχής: Αποτελεί ένα από τα βασικότερα στοιχεία της εύρυθμης ξενοδοχειακής λειτουργίας, μιας και αποτελεί την πρώτη επαφή με τον πελάτη. Απαιτούνται άτομα ικανά, με προϋπηρεσία τουλάχιστον 3 ετών, ενώ οι θέσεις θα είναι 2 και το καλοκαίρι λόγω αυξημένης πληρότητας θα προστίθεται ένα ακόμα άτομο. Το ωράριο θα είναι δωρο και οι αρμοδιότητές

τους θα είναι η υποδοχή πελατών, οι κρατήσεις, η ενοικίαση μεταφορικού μέσου, το τηλεφωνικό κέντρο, οι πωλήσεις, το ταμείο, οι πληροφορίες για την καταδυτική σχολή και τα τοπικά αξιοθέατα, τα κλειδιά και οι αποσκευές.

- Τμήμα καθαριότητας: Όσον αφορά τις καμαριέρες θα περιλαμβάνει 2 θέσεις εργασίας το χειμώνα και 3 τους καλοκαιρινούς μήνες. Βασικά τους καθήκοντα θα είναι η προετοιμασία των δωματίων και το πλύσιμο και το σιδέρωμα του υατισμού. Μια από τις γυναίκες θα έχει το ρόλο της προϊσταμένης του τμήματος ώστε να ακολουθούνται τα πρότυπα του ξενοδοχείου. Θα ελέγχει επίσης και τις πρώτες ύλες καθαριότητας για τυχόν ανεφοδιασμό. Δεν απαιτείται προϋπηρεσία, παρά να είναι πρόθυμες, εργατικές και συνεργάσιμες.
- Τμήμα επισιτιστικών: Αποτελείται από τον αρχιμάγειρα, ο οποίος θα επιβλέπει και θα ελέγχει την ποιότητα των φαγητών του ξενοδοχείου αλλά και τις προμήθειες, τον μάγειρα, έναν βοηθό και τον λαντζιέρη. Οι δυο μάγειρες και ο λαντζιέρης θα εργάζονται 3 ώρες το πρωί και 5 ώρες το βράδυ και είναι απαραίτητη η προϋπηρεσία τουλάχιστον 5 ετών (οι μάγειρες), ενώ ο βοηθός θα εργάζεται επίσης σε σπαστό ωράριο για την υποστήριξη των κυρίων γευμάτων. Όσον αφορά την εξυπηρέτηση του προσωπικού, θα υπάρχουν 4 άτομα που θα εργάζονται δωρο στις θέσεις σερβιτόρου – μπάρμαν και θα πρέπει επίσης να έχουν προϋπηρεσία σε χώρους εστίασης. Τους καλοκαιρινούς μήνες, ανάλογα με τις ανάγκες της ξενοδοχειακής μονάδας, θα προσληφθούν και άλλα 3 άτομα σερβιτόροι – βοηθοί – μπάρμαν. Ο ένας από αυτούς θα είναι και ο υπεύθυνος εξυπηρέτησης των πελατών.
- Τμήμα προμηθειών: Ο υπεύθυνος αποθήκης θα διαθέτει οργανωτικές ικανότητες και υπευθυνότητα. Θα εργάζεται επίσης δωρο και θα είναι σε διαρκή επικοινωνία με τα άλλα τμήματα και τον γενικό διευθυντή για τις παραγγελίες που θα πρέπει να γίνουν.
- Τμήμα καταδυτικής σχολής: Εδώ θα εργάζεται ένας επαγγελματίας δύτης, την high season, ο οποίος θα αναλαμβάνει τις βουτιές των πελατών του ξενοδοχείου, αλλά και την εκμάθηση αυτών που επιθυμούν να βγάλουν κάποιο καταδυτικό δίπλωμα. Θα εργάζεται τις ώρες που θα είναι ανοιχτή η σχολή, δηλαδή από τις 8:00 το πρωί μέχρι τις 19:00 το απόγευμα. Επίσης, θα εργάζεται και ένας βοηθός για να φροντίζει τα σύνεργα της κατάδυσης και όταν λείπει ο δάσκαλος-δύτης να παρευρίσκεται αυτός στη σχολή, ώστε να παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες στους πελάτες και να κλείνει τις βουτιές ή τα διπλώματα.

Στο τεχνικό προσωπικό ανήκουν ο συντηρητής και τα άτομα που θα είναι υπεύθυνα για την ασφάλεια του ξενοδοχείου. Ο καθένας από αυτούς θα εργάζεται ένα δωρο την ημέρα και θα έχει πιστοποιημένη κατάρτιση. Συνολικά θα είναι 3 άτομα το καλοκαίρι και το χειμώνα 2. Το άτομο της συντήρησης θα επιβλέπει όλα τα ηλεκτρομηχανολογικά συστήματα της επιχείρησης για τυχόν φθορές και θα εργάζεται στο ξενοδοχείο όλο το χρόνο. Ο άνθρωπος

της ασφάλειας θα εργάζεται για την προστασία των πελατών και του ξενοδοχείου, θα είναι 1 τη low season και 2 άτομα την high season.

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΑΤΟΜΑ | ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΕΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ | ΑΣΦΑΛΕΙΑ | ΣΥΝΟΛΟ | ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ |
|-------------------------------|-----------|-------------------------|---------------|----------------|------------------|
| ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ | | | | | |
| Γενικός διευθυντής | 1 | 2.100€ | 400€ | 2.500€ | 35.000€ |
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ | | | | | |
| Υπάλληλοι υποδοχής | 3 | 840€ | 160€ | 1000€ | 30.000€ |
| Προϊστάμενη καθαριότητας | 1 | 722€ | 138€ | 860€ | 10.320€ |
| Καμαριέρες | 2 | 697€ | 133€ | 830€ | 14.940€ |
| Αρχιμάγειρας | 1 | 823€ | 157€ | 980€ | 11.760€ |
| Μάγειρας | 1 | 756€ | 144€ | 900€ | 5.400€ |
| Βοηθός | 1 | 672€ | 128€ | 800€ | 9.600€ |
| Λαντζιέρης | 1 | 504€ | 96€ | 600€ | 7.200€ |
| Υπεύθυνος εξυπηρέτησης | 1 | 756€ | 144€ | 900€ | 10.800€ |
| Σερβιτόροι | 3 | 790€ | 150€ | 940€ | 28.200€ |
| Μπάρμαν | 3 | 815€ | 155€ | 970€ | 23.280€ |
| Υπεύθυνος προμηθειών | 1 | 756€ | 144€ | 900€ | 10.800€ |
| Δάσκαλος – δύτης | 1 | 1.428€ | 272€ | 1.700€ | 10.200€ |
| Βοηθός δάσκαλου – δύτη | 1 | 588€ | 112€ | 700€ | 4.200€ |
| ΤΕΧΝΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ | | | | | |
| Συντηρητής | 1 | 840€ | 160€ | 1000€ | 12.000€ |
| Προσωπικό ασφάλειας | 2 | 790€ | 150€ | 940€ | 16.920€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 24 | 13.977€ | 2.643€ | 16.520€ | 240.620€ |

Πίνακας 38: Πρόβλεψη κόστους ανθρώπινου δυναμικού

| | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------|----------|----------|----------|
| ΚΟΣΤΗ ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΑΣ | 240.620€ | 245.600€ | 253.110€ |

Πίνακας 39: Διαχρονικό κόστος ανθρωπίνου δυναμικού

7.2 ΕΥΡΕΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Εφόσον έχουν καθοριστεί οι ανάγκες του ξενοδοχείου για το προσωπικό που θέλει να προσλάβει, ακολουθεί η προκήρυξη των θέσεων εργασίας. Το πρώτο βήμα είναι η εύρεση των κατάλληλων υποψηφίων για τις θέσεις. Συνεπώς η επιχείρηση θα προβεί σε δημοσίευση αγγελίας όπου θα αναφέρονται όλα τα προσόντα που θεωρούνται απαραίτητα. Αυτή η αγγελία θα δημοσιευτεί σε εφημερίδες και στα social media όπως το LinkedIn. Επίσης, το ξενοδοχείο θα συνεργαστεί και με τουριστικές σχολές και τα γραφεία διασύνδεσης, τα οποία παρέχουν βιογραφικά κατάλληλων υποψηφίων. Στην αγγελία θα ζητούνται πληροφορίες τόσο για το επαγγελματικό προφίλ όσο και για την προσωπικότητα του ατόμου, αλλά και για τις σπουδές, τα πτυχία ξένων γλωσσών και την προϋπηρεσία που κατέχει. Επιπλέον, θα παρατίθενται πληροφορίες για το προφίλ του ξενοδοχείου, την κατηγορία του και το ότι θα προσφέρει πλήρη απασχόληση και ασφάλεια στους εργαζομένους.

Η διαδικασία επιλογής των υποψηφίων θα πραγματοποιείται με συνέντευξη από τον Γενικό Διευθυντή και θα υπάρχει ενημέρωσή τους σχετικά με το ωράριο, τις αρμοδιότητες και τον μισθό τους.

7.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η εκπαίδευση του ανθρωπίνου δυναμικού στοχεύει στην ενημέρωση και στη μελλοντική ομοιογενή απόδοση του προσωπικού στην εργασία και θα είναι διαφορετική για κάθε τμήμα και θέση όπως και η χρονική διάρκεια. Ένα παράδειγμα είναι η διοργάνωση σεμιναρίων με σκοπό τη διεύρυνση των γνώσεων του ανθρωπίνου δυναμικού, αλλά και η προτροπή τους σε εκδηλώσεις σχετικές με το αντικείμενο εργασίας τους που θα διοργανώνονται από τρίτους. Γενικά όμως θα είναι συνεχής ώστε το προσωπικό να ενημερώνεται και να εξελίσσεται και να μπορούν να εξυπηρετούνται καλύτερα οι στόχοι του ξενοδοχείου και κατά συνέπεια και οι πελάτες. Θα γίνεται αξιολόγηση των εργαζομένων ως προς την επίδοσή τους και θα δίνεται επιβράβευση είτε οικονομική είτε με άλλο τρόπο, ανάλογα την πρόοδο, την εργατικότητα, τη συνέπεια και τη θέση του κάθε ανθρώπου. Επίσης, θα υπάρχουν συχνά συναντήσεις του

προσωπικού είτε τμηματικά είτε συνολικά, για να συζητούνται οι αξιολογήσεις και οι αποδόσεις των εργαζομένων και τυχόν προβλήματα που μπορεί να δημιουργηθούν εν ώρα εργασίας, για να επιτευχθεί μια ομαλή λειτουργία στο προσωπικό και στην επιχείρηση γενικότερα.

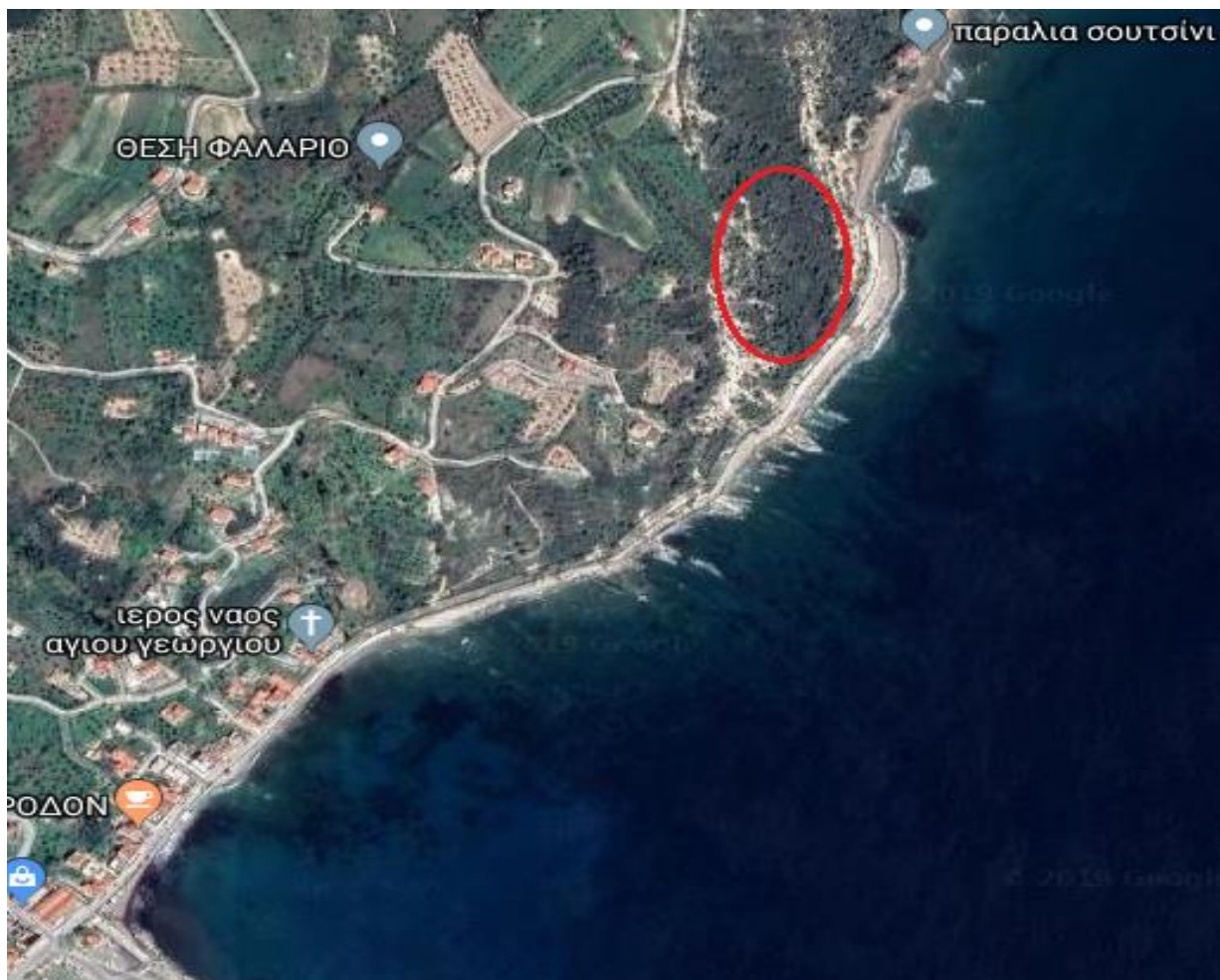
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύεται η τοποθεσία, η οποία παίζει σημαντικό ρόλο, μιας και γίνεται εντοπισμός των κατάλληλων περιοχών για να εγκατασταθεί το ξενοδοχείο. Φυσικά, μπορεί να υπάρχουν περισσότερες από μια επιλογές αλλά μέσα από τα κριτήρια επιλέγεται η άριστη περιοχή εγκατάστασης. Στην προκειμένη περίπτωση ο επενδυτής έχει ήδη επιλέξει την τοποθεσία αφού η καταγωγή του είναι από την Κύμη και είχε στην ιδιοκτησία του το συγκεκριμένο οικόπεδο. Παρ' όλα αυτά, θα πρέπει να ελεγχθεί αν η τοποθεσία αυτή καλύπτει τις ανάγκες του Traveller's Tales και αν θα ευνοήσει τη βιωσιμότητά του.

8.1 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το Traveller's Tales θα αποτελείται από πολλούς χώρους ξεχωριστούς για αυτό και χρειάζεται να χτιστεί σε μια περιοχή μεγάλης έκτασης. Η κατοχή του οικοπέδου του ιδιοκτήτη είναι πολύ σημαντική, αλλά στην επιλογή αυτή παίζουν ρόλο και άλλα κριτήρια όπως η απόσταση από τους προμηθευτές, η δυνατότητα δημιουργίας καταδυτικής σχολής, οι ικανοποιητικές περιβαλλοντικές συνθήκες, η προσβασιμότητα που θα έχει ο δάσκαλος-δύτης στις παραλίες για τις καταδυτικές βουτιές, η ευκολία πρόσβασης στο ξενοδοχείο, η διαθεσιμότητα του ανθρωπίνου δυναμικού, οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της μονάδας στην περιοχή και η αποδοχή της τοπικής κοινωνίας. Είναι απαραίτητο λοιπόν να καλύπτονται όλα τα παραπάνω κριτήρια γιατί είναι πιθανό η επιχείρηση να ζημιωθεί. Η συγκεκριμένη τοποθεσία πληροί σε μεγάλο βαθμό τις παραπάνω προϋποθέσεις για αυτό και ο χώρος που επιλέχθηκε να χτιστεί η μονάδα κρίνεται κατάλληλος.

Πιο συγκεκριμένα, ο επενδυτής έχει το οικόπεδο στην ιδιοκτησία του άρα το κόστος απόκτησής του είναι μηδενικό, ενώ η δημιουργία της μονάδας ευνοείται λόγω του φυσικού περιβάλλοντος και του μεγέθους του οικοπέδου. Επίσης, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας είναι πολύ σημαντική αφού η Κύμη πλήττεται από το φαινόμενο της εποχικότητας. Το οικόπεδο που παρουσιάζεται παρακάτω είναι εντός σχεδίου πόλεως, επιτρέπεται η ανέγερση περισσότερων του ενός κτισμάτων, απέχει από την παραλία Σουτσίνι 200μ. και από την παραλία της Κύμης όπου βρίσκεται και το λιμάνι 1χλμ., ενώ είναι έκτασης 7 στρεμμάτων.



Εικόνα 21: Τοποθέτηση οικοπέδου στο χάρτη, Google Maps

8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Η ανέγερση της μονάδας θα επιφέρει κάποιες περιβαλλοντικές επιπτώσεις στην γύρω περιοχή για αυτό και θα πρέπει το ξενοδοχείο να λάβει τα μέτρα που χρειάζονται ώστε να προστατευτεί ο περιβάλλοντος χώρος.

Αρχικά, η αρχιτεκτονική του ξενοδοχείου θα ευνοεί την εξοικονόμηση ενέργειας μιας και οι βορινοί χώροι θα διατηρούνται δροσεροί, ώστε να μειωθεί η ανάγκη του κλιματισμού, ενώ η καλή μόνωση των κτιρίων θα αποτρέπει την υγρασία και τη διαφυγή θερμότητας. Επιπλέον, η εγκατάσταση των κτιρίων θα γίνει σύμφωνα με τους όρους της πολεοδομίας όσον αφορά τα όρια της κάλυψης και του ύψους που θα επιβληθούν.

Εννοείται πως η επιχείρηση θα ακολουθήσει την πολιτική της ανακύκλωσης, μιας και τα απορρίμματα θα είναι αρκετά, ή θα απορρίπτονται με τρόπο που να μην μολύνουν το περιβάλλον σε μεγάλο βαθμό. Τα στερεά υλικά που θα είναι πλέον άχρηστα θα πηγαίνουν στους κάδους ανακύκλωσης, οι οποίοι θα είναι τοποθετημένοι έξω από το ξενοδοχείο και θα

συλλέγονται από τα απορριμματοφόρα του δήμου Κύμης – Αλιβερίου. Όσον αφορά τα υγρά απόβλητα, θα υπάρχει σύνδεση του Traveller's Tales με το βιολογικό αποχετευτικό δίκτυο της περιοχής, ώστε να μην επιβαρύνεται το περιβάλλον.

Τέλος, στο ξενοδοχείο θα υπάρχουν πολλά δέντρα και φυτά και γενικά χώροι πρασίνου ώστε να ομορφύνουν το εξωτερικό περιβάλλον της μονάδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να καθοριστεί ο προγραμματισμός εκτέλεσης του συγκεκριμένου σχεδίου και να υπολογιστούν οι επιμέρους δραστηριότητές του. Είναι πολύ σημαντικό να προγραμματιστεί κάθε εργασία σε ακριβή χρόνο ώστε να μην υπάρξει κάποια καθυστέρηση στην έναρξη της λειτουργίας του Traveller's Tales. Στον προϋπολογισμό και στον προγραμματισμό της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνονται ενέργειες όπως:

- Προετοιμασία ενός χρονοδιαγράμματος εκτελέσεως του έργου με σωστή απεικόνιση, από άποψη χρόνου, των διαφόρων εργασιών που πρέπει να γίνουν
- Καθορισμός του τύπου εργασιών εντός και εκτός εγκαταστάσεων αλλά και της σειράς τους
- Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτελέσεως του έργου και προγραμματισμός των προβλέψεων που έγιναν στις προηγούμενες φάσεις της μελέτης
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και κατάστασης των χρηματικών ροών ώστε να εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων
- Καθορισμός των απαιτούμενων πόρων για να ολοκληρωθεί η κάθε εργασία

Τέλος, εάν ο προγραμματισμός είναι σωστός θα εντοπιστεί η οικονομική βιωσιμότητα του έργου αλλά και οποιοδήποτε κενό μπορεί να υπάρχει που θα δυσκολεύει το τελικό στάδιο της υλοποίησης.

9.2 ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στο επενδυτικό σχέδιο τα στάδια εκτέλεσης θα πρέπει να αλληλεπικαλύπτονται και οι δραστηριότητες να μπορούν να προγραμματιστούν σωστά. Για αυτό το λόγο θα πρέπει να σχεδιαστούν αναλυτικά τα αντίστοιχα στάδια που είναι ενταγμένα στο γενικό χρονοδιάγραμμα, μιας και το καθένα από αυτά έχει συγκεκριμένο χρονικό προγραμματισμό ο οποίος δεν θα πρέπει να αμεληθεί. Το πλήρες σχέδιο δράσεως περιλαμβάνει ολόκληρο το χρονικό διάστημα μεταξύ της απόφασης επενδύσεως και το στάδιο έναρξης της λειτουργίας του ξενοδοχείου. Πρέπει να σημειωθεί πως μια πιθανή καθυστέρηση σε κάποιο από στάδια θα οδηγήσει σε καθυστέρηση αυτής, για αυτό και ο κατάλληλος προγραμματισμός των σταδίων είναι πολύ σημαντικός. Συνεπώς, για το σχεδιασμό του Traveller's Tales λαμβάνονται υπόψη οι παρακάτω δραστηριότητες.

*** Ίδρυση της επιχείρησης → 1 μήνας**

Απαιτείται συνεννόηση με τον πολιτικό μηχανικό και τον λογιστή για να γίνει η προεγγραφή στον Ο.Α.Ε.Ε. και στο Ξ.Ε.Ε., η έναρξη λειτουργίας εργασιών στη Δ.Ο.Υ., καθώς και η απόκτηση ειδικού σήματος από τον Ε.Ο.Τ.

*** Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια και ανάθεση κατασκευής → 2 μήνες**

Γίνεται ένας προσεκτικός σχεδιασμός του μηχανολογικού εξοπλισμού που θα χρησιμοποιήσει το ξενοδοχείο. Αρχικά γίνεται μια έρευνα αγοράς και έπειτα αξιολογούνται οι προσφορές που θα γίνουν σύμφωνα με το κόστος και την ποιότητα των προϊόντων που χρειάζεται η μονάδα.

*** Λήψη αδειών και ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα → 1 μήνας**

Εδώ ολοκληρώνεται η λήψη αδειών και γίνεται η κατάθεση φακέλου ώστε να ενταχθεί το ξενοδοχείο στο επιδοτούμενο πρόγραμμα.

*** Προγραμματισμός χρηματοδότησης → 2 μήνες**

Μόλις ο επενδυτής αποφασίσει να υλοποιήσει την επένδυση και γνωστοποιηθεί το κόστος και το χρονικό διάγραμμα αυτής, τότε ξεκινούν οι διαδικασίες χρηματοδότησης του προγράμματος εντός 2 μηνών. Η χρηματοδότηση θα γίνει από τα ίδια κεφάλαια του επενδυτή, το τραπεζικό δάνειο και την επιδότηση από το ΕΣΠΑ.

*** Υλοποίηση έργων υποδομής → 1 μήνας**

Εδώ λαμβάνονται υπόψη όλες οι διαδικασίες για να γίνει η υλοποίηση των έργων υποδομής και να προετοιμαστεί κατάλληλα ο χώρος εγκατάστασης.

*** Υλοποίηση έργων πολιτικού μηχανικού → 1 μήνας**

Παράλληλα με τα έργα υποδομής πραγματοποιούνται οι διαδικασίες που αφορούν τα έργα του πολιτικού μηχανικού.

*** Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων → 5 μήνες**

Στο παρόν στάδιο θα γίνει η ανέγερση των κτιρίων όπου είναι πολύ σημαντικό να τηρηθεί το χρονοδιάγραμμα της εκτέλεσης του έργου και να καθοριστεί η σειρά των κατασκευαστικών δραστηριοτήτων και των έργων.

*** Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου → 2 μήνες**

Υλοποιούνται όλες οι εργασίες για τη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου όπως η δημιουργία μονοπατιών περιπάτου, η περιφράξη του χώρου, ο χώρος στάθμευσης, η διακόσμηση των εξωτερικών χώρων και η κατασκευή της μεγάλης και της μικρής πισίνας.

*** Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού → 1 μήνας**

Θα γίνει προγραμματισμός της άφιξης του εξοπλισμού και παραλαβής του από τον επενδυτή. Έπειτα, θα πρέπει να δοκιμαστούν και να ελεγχθούν ότι λειτουργούν σωστά.

*** Στρατολόγηση, πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού → 2 μήνες**

Στο παρόν στάδιο θα γίνει η στρατολόγηση του προβλεπόμενου ανθρωπίνου δυναμικού, η πρόσληψη και η αξιολόγηση μέσω συνεντεύξεων και τέλος η εκπαίδευσή του.

*** Προμήθεια πρώτων υλών και άλλων εφοδίων → 1 μήνας**

Εδώ πραγματοποιούνται οι διαδικασίες ελέγχου και παραλαβής των απαιτούμενων προϊόντων κάθε είδους όπως είναι οι επισιτιστικές, της σχολής καταδύσεων κλπ.

*** Προ – παραγωγικό μάρκετινγκ → 5 μήνες**

Η προετοιμασία προσέλκυσης πελατών θα γίνει νωρίτερα από την ημερομηνία έναρξης του ξενοδοχείου ώστε να εξασφαλιστεί η προσέλευσή τους και ότι θα πραγματοποιηθούν πωλήσεις.

*** Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος → 1 μήνας**

Πραγματοποιούνται έλεγχοι και κάποιες ενέργειες τεχνικών δοκιμών απόδοσης της μονάδας.

*** Έναρξη της επιχείρησης**

Αν ακολουθηθεί το παραπάνω χρονοδιάγραμμα το ξενοδοχείο θα μπορέσει να λειτουργήσει τον Απρίλη του 2021.

Το χρονοδιάγραμμα που ακολουθεί είναι ένα διάγραμμα GANTT όπου απεικονίζονται οι χρονικές διάρκειες των δραστηριοτήτων και η αλληλουχία τους.

| ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ | ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|
| | 01/04/2020 | 01/05 | 01/06 | 01/07 | 01/08 | 01/09 | 01/10 | 01/11 | 01/12 | 01/01/2021 | 01/02 | 01/03 | 01/04 |
| Ίδρυση της επιχείρησης | ■ | | | | | | | | | | | | |
| Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια & ανάθεση κατασκευής | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Λήψη αδειών & ένταξη σε επιδοτούμενο πρόγραμμα | | ■ | | | | | | | | | | | |
| Προγραμματισμός χρηματοδότησης | | | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| Υλοποίηση έργων υποδομής | | | | ■ | | | | | | | | | |
| Υλοποίηση έργων πολιτικού μηχανικού | | | | | ■ | | | | | | | | |
| Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας & μηχανολογικού εξοπλισμού | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Στρατολόγηση, πρόσληψη και εκπαίδευση Α.Δ. | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | |
| Προμήθεια πρώτων υλών & άλλων εφοδίων | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Προ-παραγωγικό μάρκετινγκ | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος | | | | | | | | | | | | ■ | |
| Έναρξη της επιχείρησης | | | | | | | | | | | | | ■ |

Εικόνα 22: Χρονοδιάγραμμα GANTT

9.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στόχος του κεφαλαίου είναι να καθοριστούν οι πόροι που χρειάζονται για να εκτελεστεί το επενδυτικό σχέδιο. Για αυτό θα πρέπει να προσδιοριστεί το κόστος αυτών λαμβάνοντας υπόψη το χρονικό προγραμματισμό των σταδίων.

| ΚΡΙΤΗΡΙΟ | ΚΟΣΤΟΣ |
|---|----------------|
| Διαχείριση εκτέλεσης του προγράμματος | 3.500€ |
| Ενέργειες χρηματοδότησης | 10.000€ |
| Ίδρυση επιχείρησης και οργάνωση | 1.000€ |
| Λεπτομερή μηχ/κά σχέδια και ανάθεση κατασκευής | 10.000€ |
| Μεταφορά τεχνολογικού εξοπλισμού | 3.000€ |
| Επίβλεψη και συντονισμός έργου, εγκατάσταση και δοκιμές | 5.500€ |
| Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού | 1.000€ |
| Προ-παραγωγικό μάρκετινγκ | 6.000€ |
| Προμήθεια πρώτων υλών | 10.000€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | 50.000€ |

Πίνακας 40: Υπολογισμός κόστους επενδύσεως του επενδυτικού σχεδίου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Για να αποφασιστεί αν το συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο θα χρηματοδοτηθεί, παίζει σημαντικό ρόλο η συλλογή πληροφοριών που έχει ο επενδυτής. Ως επένδυση ορίζεται η μακροπρόθεσμη δέσμευση οικονομικών πόρων που γίνεται με στόχο την παραγωγή και την παροχή ωφελειών στο μέλλον, συμπεριλαμβάνοντας τα κόστη που συμβάλλουν στην ανάπτυξή της. Ο κύριος στόχος της επένδυσης ενός ξενοδοχείου είναι να βρεθούν τα κατάλληλα περιουσιακά στοιχεία όπου θα δημιουργήσουν μεγαλύτερη αξία σε σχέση με το κόστος τους.

Το επενδυτικό σχέδιο θα πρέπει να είναι εφικτό τουλάχιστον για το χρονικό διάστημα που καθορίζεται από την έκταση του σχεδίου και θα πρέπει να εφαρμοστεί στο κοινωνικό, οικονομικό και τεχνολογικό περιβάλλον. Για αυτό κρίνεται απαραίτητο να αναλυθούν, να καθοριστούν και να ερμηνευτούν οι στόχοι της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης. Έτσι, θα εντοπιστούν όλα τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα της επένδυσης τα οποία είναι αδιαμφισβήτητα μεγάλης σημασίας για να αποφασιστεί η έγκριση της χρηματοδότησης.

10.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ

Το άθροισμα της πάγιας επένδυσης και του αρχικού κεφαλαίου κίνησης ορίζεται ως συνολικό κόστος επένδυσης. Το αρχικό κεφάλαιο κίνησης αφορά τους απαιτούμενους πόρους για να υλοποιηθούν τα έργα του πολιτικού μηχανικού και ο μηχανολογικός εξοπλισμός της μονάδας. Το αρχικό κεφάλαιο κίνησης αφορά στους απαιτούμενους πόρους λειτουργίας του ξενοδοχείου.

10.1.1 ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

Στο πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης περιλαμβάνεται το κόστος του αρχικού παγίου επενδύσεως και οι άλλες προ-παραγωγικές δαπάνες, όπου και παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΠΙΝΑΚΑΣ | ΚΟΣΤΟΣ |
|--------------------------------|---------|-------------------|
| ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ | | 2.760.000€ |
| Μηχανολογικός εξοπλισμός | 34 | 260.000€ |
| Έργα πολιτικού μηχανικού | 31 | 2.500.000€ |
| ΠΡΟ-ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ | | 220.000€ |
| Προ-επενδυτικές δαπάνες | 1 | 170.000€ |
| Έξοδα εκτέλεσης προγράμματος | 40 | 50.000€ |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 2.980.000€ |

Πίνακας 41: Πάγιο ενεργητικό

10.1.2 ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι η διαφορά των τρεχόντων περιουσιακών στοιχείων (κυκλοφορούν ενεργητικό) και των τρεχόντων υποχρεώσεων (τρέχον παθητικό). Για να υπολογιστεί το καθαρό κεφάλαιο κίνησης θα πρέπει να καθοριστεί η ελάχιστη κάλυψη των ημερών για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού θα ακολουθούν τη γραμμική μέθοδο στην οποία το κόστος απόσβεσης διαιρείται με τον αριθμό των χρόνων της ωφέλιμης ζωής (20 έτη) και το ποσό της ετήσιας απόσβεσης.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας που περιλαμβάνει τις ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, έπειτα το ετήσιο κόστος λειτουργίας της μονάδας για τα έτη 2021-2023 και τέλος ο πίνακας υπολογισμού του κεφαλαίου κίνησης για το πρώτο έτος λειτουργίας του ξενοδοχείου.

| ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ | | | |
|---|--|---------------------------------|--|
| Α/Α | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ | |
| A | Λογαριασμοί εισπρακτέοι | 30 | ημέρες στο κόστος παραγωγής, μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους |
| B | Αποθέματα | | |
| | Πρώτες ύλες επισιτιστικών τμημάτων | 15 | ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| | Πρώτες ύλες συντήρησης και καθαριότητας | 90 | ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| | Πρώτες ύλες σχολής καταδύσεων | 360 | ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| | Γραφική ύλη | 120 | ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| | Φαρμακείο | 360 | ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Γ | Μετρητά στο ταμείο | 10 | ημέρες στο ετήσιο κόστος λειτουργίας μείον τις πρώτες ύλες & άλλα εφόδια, τις αποσβέσεις & τους τόκους |
| Δ | Λογαριασμοί πληρωτέοι | 30 | ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών & άλλων εφοδίων |
| ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | | | |
| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
| Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια | 47.000€ | 47.470€ | 47.940€ |
| Ανθρώπινο δυναμικό | 240.620€ | 245.600€ | 253.110€ |
| Εργασίες συντήρησης κτιρίων και Η/Μ εξοπλισμού | 200.000€ | 204.000€ | 208.080€ |
| Γενικά έξοδα | 3.000€ | 3.090€ | 3.182€ |
| Έξοδα μάρκετινγκ | 17.000€ | 17.510€ | 18.035€ |
| Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι) | - | 71.619,99€ | 71.619,99€ |
| Αποσβέσεις | 149.000€ | 149.000€ | 149.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 656.620€ | 738.289,99€ | 750.966,99€ |

Πίνακας 42: Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού

| ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ | ΚΟΣΤΟΣ 2021 | ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ |
|---|----------------|--------------------------------|-----------------------------------|--|
| I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | | | | |
| Α. Λογαριασμοί εισπρακτέοι | 507.620€ | 30 | 12 | 42.301,66€ |
| Β. Αποθέματα | | | | |
| Πρώτες ύλες επισιτιστικών τμημάτων | 47.000€ | 15 | 24 | 1.958,33€ |
| Πρώτες ύλες συντήρησης και καθαριότητας | 13.000€ | 90 | 4 | 3.250€ |
| Πρώτες ύλες σχολής καταδύσεων | 15.500€ | 360 | 1 | 15.500€ |
| Γραφική ύλη | 2.500€ | 120 | 3 | 833,33€ |
| Φαρμακείο | 200€ | 360 | 1 | 200€ |
| Γ. Μετρητά στο ταμείο | 273.620€ | 10 | 36 | 7.600,55€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | | | | 71.643,87€ |
| II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ | | | | |
| Α. Λογαριασμοί πληρωτέοι | 47.000€ | 30 | 12 | 3.916,66€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ | | | | 3.916,66€ |
| III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | | | | |
| | | | | 67.727,21€ |
| IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | | | | |
| μείον πρώτες ύλες και άλλα εφόδια | | | | 47.000€ |
| μείον αποσβέσεις και τόκοι | | | | 149.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | | | | 460.620€ |
| V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ | | | | |
| | | | | 7.600,55€ |

Πίνακας 43: Τελικός υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης 2021

10.1.3 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το συνολικό κόστος επένδυσης ορίζεται ως το άθροισμα του καθαρού κεφαλαίου κίνησης και του πάγιου ενεργητικού, το οποίο και εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΚΟΣΤΟΣ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|-------------------------|----------------------|-------------|
| Πάγιο ενεργητικό | 2.980.000€ | 97% |
| Καθαρό κεφάλαιο κίνησης | 67.727,21€ | 3% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 3.047.727,21€ | 100% |

Πίνακας 44: Συνολικό κόστος επένδυσης

10.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου είναι απαραίτητο να γίνει μέσω κάποιων πηγών χρηματοδότησης. Η χρηματοδότηση θα γίνει από τραπεζικό δάνειο, από τα ίδια κεφάλαια του επενδυτή και από κρατικό πρόγραμμα επιχορήγησης (ΕΣΠΑ), το οποίο προσφέρει επιδοτήσεις σε νέες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που στοχεύουν στην ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού της Ελλάδας για το έτος 2020-2021. Το συγκεκριμένο ξενοδοχείο θα λάβει επιδότηση του ύψους των 1.219.090,884€, ποσό του οποίου η απόσβεση θα γίνει μέσω της γραμμικής μεθόδου για 20 χρόνια. Τα 761.931,8025€ θα δοθούν από τον επενδυτή και τα υπόλοιπα 1.066.704,524€ θα ληφθούν από τραπεζικό δάνειο.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΠΟΣΟ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|----------------------|----------------------|-------------|
| Κρατική επιχορήγηση | 1.219.090,884€ | 40% |
| Ίδια κεφάλαια | 761.931,8025€ | 25% |
| Τραπεζικός δανεισμός | 1.066.704,524€ | 35% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 3.047.727,21€ | 100% |

Πίνακας 45: Πηγές χρηματοδότησης

Το ύψος του δανείου θα φτάσει τα 1.066.704,524€ και ο τόκος του θα υπολογιστεί με βάση το ετήσιο σταθερό ονομαστικό επιτόκιο που θα είναι ίσο με 7% και θα αποπληρωθεί σε διάστημα εντός των 20 ετών. Επίσης, η τράπεζα θα προσφέρει στο ξενοδοχείο μια ‘‘περίοδο χάριτος’’ ενός χρόνου, για αυτό και η αποπληρωμή θα αρχίσει το 2022. Έπειτα υπολογίζονται οι δανειακές υποχρεώσεις κάθε έτους του Traveller’s Tales οι οποίες θα καταβάλλονται στο τέλος της κάθε χρονικής περιόδου.

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

Όπου:

A: Ποσό δόσης

P: Παρούσα αξία χρήματος

i%: Επιτόκιο δανεισμού

N: Αριθμός περιόδων τοκισμού

Έτσι, στον πίνακα παρακάτω παρουσιάζονται οι τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις του ξενοδοχείου.

| ΕΤΟΣ | ΕΤΗΣΙΑ ΛΟΣΗ | ΤΟΚΟΣ | ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ | ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ |
|-------------|-------------------------|--------------|------------------|--|
| 2021 | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ | | | 1.066.704,524€ |
| 2022 | 100.689,36€ | 74.669,32€ | 26.020,04€ | 1.040.684,48€ |
| 2023 | 100.689,36€ | 72.847,91€ | 27.841,45€ | 1.012.843,03€ |
| 2024 | 100.689,36€ | 70.899,01€ | 29.790,35€ | 983.052,68€ |
| 2025 | 100.689,36€ | 68.813,69€ | 31.875,67€ | 951.177,01€ |
| 2026 | 100.689,36€ | 66.582,39€ | 34.106,97€ | 917.070,04€ |
| 2027 | 100.689,36€ | 64.194,90€ | 36.494,46€ | 880.575,58€ |
| 2028 | 100.689,36€ | 61.640,29€ | 39.049,07€ | 841.526,51€ |
| 2029 | 100.689,36€ | 58.906,86€ | 41.782,51€ | 799.744,01€ |
| 2030 | 100.689,36€ | 55.982,08€ | 44.707,28€ | 755.036,73€ |
| 2031 | 100.689,36€ | 52.852,57€ | 47.836,79€ | 707.199,94€ |
| 2032 | 100.689,36€ | 49.504,00€ | 51.185,37€ | 656.014,57€ |
| 2033 | 100.689,36€ | 45.921,02€ | 54.768,34€ | 601.246,23€ |
| 2034 | 100.689,36€ | 42.087,24€ | 58.602,12€ | 542.644,11€ |
| 2035 | 100.689,36€ | 37.985,09€ | 62.704,27€ | 479.939,83€ |
| 2036 | 100.689,36€ | 33.595,79€ | 67.093,57€ | 412.846,26€ |
| 2037 | 100.689,36€ | 28.899,24€ | 71.790,12€ | 341.056,14€ |
| 2038 | 100.689,36€ | 23.873,93€ | 76.815,43€ | 264.240,71€ |
| 2039 | 100.689,36€ | 18.496,85€ | 82.192,51€ | 182.048,19€ |
| 2040 | 100.689,36€ | 12.743,37€ | 87.945,99€ | 94.102,21€ |
| 2041 | 100.689,36€ | 6.587,15€ | 94.102,21€ | 0 |

Πίνακας 46: Τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις

10.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στο παρόν κεφάλαιο μελετώνται τα στοιχεία με τα οποία θα υπολογιστεί το ετήσιο κόστος παραγωγής του ξενοδοχείου καθώς και οι ανάγκες του κεφαλαίου κίνησης για τα 3 πρώτα χρόνια λειτουργίας του. Το ετήσιο κόστος παραγωγής αποτελεί σημαντικό κομμάτι του επενδυτικού σχεδίου, μιας και η μελλοντική αποδοτικότητα και βιωσιμότητα της μονάδας εξαρτάται από αυτό.

10.3.1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζεται το ετήσιο κόστος παροχής υπηρεσιών όσον αφορά τα έτη 2021-2023 και θα ληφθούν υπόψη και οι αποσβέσεις του ξενοδοχείου.

| ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | | | |
|--|------------------|--------------------|--------------------|
| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
| Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια | 47.000€ | 47.470€ | 47.940€ |
| Ανθρώπινο δυναμικό | 240.620€ | 245.600€ | 253.110€ |
| Εργασίες συντήρησης κτιρίων και Η/Μ εξοπλισμού | 200.000€ | 204.000€ | 208.080€ |
| Γενικά έξοδα | 3.000€ | 3.090€ | 3.182€ |
| Έξοδα μάρκετινγκ | 17.000€ | 17.510€ | 18.035€ |
| Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι) | Περίοδος χάριτος | 71.619,99€ | 71.619,99€ |
| Αποσβέσεις | 149.000€ | 149.000€ | 149.000€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 656.620€ | 738.289,99€ | 750.966,99€ |

Πίνακας 47: Διαχρονική εξέλιξη ετήσιου κόστους λειτουργίας

10.3.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τις διαχρονικές ανάγκες του ξενοδοχείου στο καθαρό κεφάλαιο κίνησης για τα πρώτα τρία χρόνια της λειτουργίας του. Να σημειωθεί πως οι αρχικές ανάγκες του Traveller's Tales σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι 67.727,21€.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-------------------|--------------------|--------------------|
| I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | | | |
| Α. Λογαριασμοί εισπρακτέοι | 42.301,66€ | 43.139,16€ | 44.195,58€ |
| Β. Αποθέματα | | | |
| Πρώτες ύλες επισιτιστικών τμημάτων | 1.958,33€ | 1.977,91€ | 1.995,5€ |
| Πρώτες ύλες συντήρησης και καθαριότητας | 3.250€ | 3.282,5€ | 3.315€ |
| Πρώτες ύλες σχολής καταδύσεων | 15.500€ | 15.650€ | 15.806€ |
| Γραφική ύλη | 833,33€ | 841,66€ | 850€ |
| Φαρμακείο | 200€ | 202€ | 204€ |
| Γ. Μετρητά στο ταμείο | 7.600,55€ | 7.759,16€ | 7.988,52€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | 71.643,87€ | 72.852,39€ | 74.354,6€ |
| II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ | | | |
| Α. Λογαριασμοί πληρωτέοι | 3.916,66€ | 3.955,83€ | 3.995€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ | 3.916,66€ | 3.955,83€ | 3.995€ |
| III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | | | |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | 67.727,21€ | 68.896,56€ | 70.359,6€ |
| IV. ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | | | |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | 656.620€ | 738.289,99€ | 750.966,99€ |
| Μείον πρώτες ύλες & άλλα εφόδια | 47.000€ | 47.470€ | 47.940€ |
| Μείον αποσβέσεις & τόκοι | 149.000€ | 220.619,99€ | 220.619,99€ |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | 460.620€ | 470.200€ | 482.407€ |
| V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ | | | |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ | 7.600,55€ | 7.759,16€ | 7.988,52€ |

Πίνακας 48: Διαχρονικές απαιτήσεις κεφαλαίου κίνησης

10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Ένα βασικό εργαλείο για τη σωστή αξιολόγηση μιας επένδυσης αποτελεί η ανάλυση ταμειακών ροών, αφού μέσω αυτής γνωστοποιείται η χρηματοοικονομική κατάσταση της κάθε επιχείρησης. Παρακάτω θα παρουσιαστούν η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως, οι χρηματικές ροές και ο ισολογισμός.

10.4.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

Πρόκειται για μια έκθεση στην οποία εμπεριέχονται πληροφορίες για τα κέρδη, τα έσοδα, τα έξοδα και τις ζημίες μιας επιχείρησης σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Ο πίνακας παρακάτω παρουσιάζει τις καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως για τα έτη 2021-2023 όπου ο φορολογικός συντελεστής είναι το 30%.

| | ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ | | |
|--------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
| Πωλήσεις | 1.531.500€ | 1.802.250€ | 2.163.200€ |
| Μείον κόστος λειτουργίας | 656.620€ | 738.289,99€ | 750.966,99€ |
| ΜΙΚΤΑ ΚΕΡΔΗ | 874.880€ | 1.063.960,01€ | 1.412.233,01€ |
| Μείον φόρος εισοδήματος | 262.464€ | 319.188,003€ | 423.669,903€ |
| ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ | 612.416€ | 744.772,007€ | 988.563,107€ |

Πίνακας 49: Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως

10.4.2 ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ

Ο πίνακας ετήσιας ροής παρουσιάζει με ακρίβεια τις χρήσεις και τις πηγές των κεφαλαίων. Η κατάσταση ταμειακής ροής χρησιμοποιείται για να γίνει εκτίμηση της ικανότητας της επιχείρησης να εξοφλήσει τα χρέη της κλπ. με τα ρευστά που προέρχονται από τη λειτουργία της. Παρακάτω παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες ταμειακές εισροές και εκροές του ξενοδοχείου για τα έτη 2021-2023.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| A. Χρηματικές εισροές | 3.047.727,21€ | 1.531.500€ | 1.802.250€ | 2.163.200€ |
| Σύνολο χρηματικών πόρων | 3.047.727,21€ | - | - | - |
| Έσοδα πωλήσεων | - | 1.531.500€ | 1.802.250€ | 2.163.200€ |
| B. Χρηματικές εκροές | 2.980.000€ | 919.084€ | 1.129.097,98€ | 1.246.256,88€ |
| Σύνολο πάγιου ενεργητικού | 2.980.000€ | - | - | - |
| Κόστος λειτουργίας | - | 656.620€ | 738.289,99€ | 750.966,99€ |
| Φόρος εισοδήματος | - | 262.464€ | 319.188,003€ | 423.669,903€ |
| Τοκοχρεολύσια | - | - | 71.619,99€ | 71.619,99€ |
| Γ. Πλεόνασμα | 67.727,21€ | 612.416€ | 673.152,02€ | 916.943,12€ |
| Δ. Συσσωρευμένο ταμειακό υπόλοιπο | 67.727,21€ | 680.143,21€ | 1.353.295,23€ | 2.270.238,35€ |

Πίνακας 50: Προβλεπόμενες χρηματικές ροές

10.4.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Η λογιστική κατάσταση που καταγράφει την χρηματοοικονομική θέση μιας επιχείρησης ονομάζεται ισολογισμός. Πιο αναλυτικά, περιλαμβάνει το Ενεργητικό Μέρος (ότι ανήκει στην επιχείρηση), το Παθητικό Μέρος (οι υποχρεώσεις προς τρίτους) και την Καθαρή Θέση (ότι δικαιούται να λάβει ο φορέας από την επιχείρηση). Παρακάτω παρουσιάζονται οι ισολογισμοί του ξενοδοχείου για τα έτη 2021-2023

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | | | |
| Α. Πάγιο ενεργητικό | | | |
| Προ-παραγωγικές δαπάνες | 220.000€ | | |
| Πάγιες επενδύσεις | 2.760.000€ | | |
| Πάγιο ενεργητικό αθροιστικά | 2.980.000€ | 2.831.000€ | 2.682.000€ |
| Μείον αποσβέσεις | 149.000€ | 149.000€ | 149.000€ |
| <u>Σύνολο πάγιου ενεργητικού</u> | <u>2.831.000€</u> | <u>2.682.000€</u> | <u>2.138.450€</u> |
| Β. Κυκλοφορούν ενεργητικό | | | |
| Αποθέματα | 21.741,66€ | 21.957,07€ | 22.170,5€ |
| Διαθέσιμα | 7.600,55€ | 7.759,16€ | 7.988,52€ |
| <u>Σύνολο</u> | <u>29.342,21€</u> | <u>29.716,23€</u> | <u>30.159,02€</u> |
| Γ. Ισοζύγιο μετρητών | 680.143,21€ | 1.353.295,23€ | 2.270.238,35€ |
| ΣΥΝΟΛΟ ΕΝ. | 3.540.485,42€ | 4.065.011,46€ | 4.438.847,37€ |
| ΠΑΘΗΤΙΚΟ | | | |
| Α. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις | | | |
| Προμηθευτές | 3.916,66€ | 3.955,83€ | 3.995€ |
| Υποχρεώσεις φόρων & τέλη | 262.464€ | 319.188,003€ | 423.669,903€ |
| Β. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις | | | |
| Τραπεζικό δάνειο | 1.066.704,524€ | 1.040.684,48€ | 1.012.843,03€ |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘ. | 1.333.085,18€ | 1.363.828,31€ | 1.440.507,93€ |
| ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ | | | |
| Μετοχικό κεφάλαιο | 761.931,8025€ | 761.931,8025€ | 761.931,8025€ |
| Κρατική επιδότηση | 1.219.090,884€ | 1.219.090,884€ | 1.219.090,884€ |
| Μείον αναλογούσα απόσβεση | 60.954,54€ | 60.954,54€ | 60.954,54€ |
| Υπόλοιπο κερδών εις νέο | 287.332,09€ | 781.115,003€ | 1.078.271,29€ |
| ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ | 2.207.400,237€ | 2.701.183,15€ | 2.998.339,437€ |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ & ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ | 3.540.485,42€ | 4.065.011,46€ | 4.438.847,37€ |

Πίνακας 51: Ισολογισμοί ξενοδοχείου 2021-2023

10.4.4 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

| Α/Α | ΔΕΙΚΤΕΣ | ΕΙΔΟΣ | 2021 | 2022 | 2023 |
|----------------------------------|--|-------|--------|--------|--------|
| ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | | | | | |
| 1 | Συνολικής αποδοτικότητας | % | 20,5% | 22,5% | 28,4% |
| 2 | Μικτού περιθωρίου κέρδους | % | 47,3% | 50,7% | 58,3% |
| 3 | Συνολικής κυκλοφοριακής ταχύτητας | ΦΟΡΕΣ | 0,53 | 0,66 | 0,99 |
| 4 | Κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίου | ΦΟΡΕΣ | 0,54 | 0,67 | 1,01 |
| 5 | Κυκλοφοριακής ταχύτητας | ΦΟΡΕΣ | 31,32 | 37,99 | 41,32 |
| 6 | Αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων | % | 39,63% | 39,38% | 47,1% |
| ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ | | | | | |
| 7 | Τρέχουσας ρευστότητας | ΦΟΡΕΣ | 0,11 | 0,09 | 0,07 |
| 8 | Άμεσης ρευστότητας | ΦΟΡΕΣ | 0,02 | 0,02 | 0,01 |
| ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ | | | | | |
| 9 | Ξένων προς ίδια κεφάλαια | ΦΟΡΕΣ | 0,6 | 0,5 | 0,48 |
| 10 | Μακροπρόθεσμων κεφαλαίων προς απασχοληθέντα κεφάλαια | % | 32,58% | 27,81% | 25,25% |
| ΚΑΛΥΨΗΣ | | | | | |
| 11 | Κάλυψης τόκων | ΦΟΡΕΣ | - | 13,25 | 18,34 |
| ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ | | | | | |
| 12 | Βαθμού παγιοποίησης περιουσίας | ΦΟΡΕΣ | 96,48 | 90,25 | 70,9 |
| ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ | | | | | |
| 13 | 1 ^{ης} αρχής χρηματοδότησης | ΦΟΡΕΣ | 0,37 | 0,38 | 0,47 |
| 14 | 2 ^{ης} αρχής χρηματοδότησης | ΦΟΡΕΣ | 0,26 | 0,28 | 0,35 |
| 15 | 3 ^{ης} αρχής χρηματοδότησης | ΦΟΡΕΣ | 2,3 | 2,3 | 2,3 |

Πίνακας 52: Αριθμοδείκτες

Χάρη στους παραπάνω αριθμοδείκτες εξάγονται κάποια συμπεράσματα για την οικονομική κατάσταση του ξενοδοχείου. Αναλυτικότερα:

- **Δείκτες αποδοτικότητας**
 - Συνολικής αποδοτικότητας: μετρά την απόδοση από τα συνολικά περιουσιακά στοιχεία του ξενοδοχείου και των επιμέρους τμημάτων του.
 - Μικτού περιθωρίου κέρδους: μετρά αν η επιχείρηση είναι επικερδής και φανερώνει την πολιτική των τιμών της και τη γενικότερη λειτουργική της αποτελεσματικότητα.
 - Συνολικής κυκλοφοριακής ταχύτητας: δείχνει το πόσο χρησιμοποιείται το ενεργητικό του ξενοδοχείου σύμφωνα με τις πραγματοποιημένες πωλήσεις.
 - Κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίου: μετρά τη χρησιμοποίηση των παγίων περιουσιακών στοιχείων του ξενοδοχείου ώστε να επιτευχθούν οι πωλήσεις.
 - Κυκλοφοριακής ταχύτητας κυκλοφορούντος: εκφράζει τον βαθμό χρησιμοποίησης του κυκλοφορούντος ενεργητικού σύμφωνα με τις πετυχημένες πωλήσεις.
 - Αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων: απεικονίζει την δυναμικότητα κέρδους του ξενοδοχείου και φανερώνει το πόσο έχουν επιτευχθεί οι στόχοι για ένα ικανοποιητικό αποτέλεσμα.

- **Δείκτες ρευστότητας**
 - Τρέχουσας ρευστότητας: δείχνει το περιθώριο ασφαλείας που διατηρεί η διοίκηση του ξενοδοχείου σε περίπτωση ανεπιθύμητης εξέλιξης όσον αφορά τη ροή των κεφαλαίων κίνησης και το μέτρο ρευστότητας του ξενοδοχείου.
 - Άμεσης ρευστότητας: περιλαμβάνει τα στοιχεία που μπορούν να ρευστοποιηθούν άμεσα.

- **Δείκτες δανειακής επιβάρυνσης**
 - Ξένων προς ίδια κεφάλαια: δείχνει τις μακροπρόθεσμες και βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις προς το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων.
 - Μακροπρόθεσμων κεφαλαίων προς απασχοληθέντα κεφάλαια: υποδεικνύεται το ποσοστό δανεισμού που είναι μακροπρόθεσμο και καλύπτεται από κεφάλαια μεγάλης διάρκειας.

- **Δείκτες κάλυψης**
 - Κάλυψης τόκων: απεικονίζεται η σχέση μεταξύ των καθαρών κερδών του ξενοδοχείου και των τόκων με τους οποίους επιβαρύνεται για τη χρήση των ξένων κεφαλαίων.

- **Δείκτες παγιοποίησης περιουσίας**
 - Βαθμού παγιοποίησης περιουσίας: εκφράζει το ποσοστό των πάγιων περιουσιακών στοιχείων στα οποία είναι επενδυμένα ένα μέρος του κυκλοφορούντος ενεργητικού της επιχείρησης.

- **Δείκτες χρηματοδότησης ενεργητικού**
 - 1^{ης} αρχής χρηματοδότησης: μετρά το ποσοστό που τα κεφάλαια μεγάλης διάρκειας καλύπτουν το πάγιο ενεργητικό.
 - 2^{ης} αρχής χρηματοδότησης: μετρά το ποσοστό που τα ίδια κεφάλαια καλύπτουν το πάγιο ενεργητικό.
 - 3^{ης} αρχής χρηματοδότησης: εκφράζει το ποσοστό που το καθαρό κεφάλαιο κίνησης του ξενοδοχείου καλύπτει το κυκλοφορούν ενεργητικό.

10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η χρηματοοικονομική εφικτότητα του προγράμματος αυτού είναι και το κυρίαρχο επενδυτικό κριτήριο σε σχέση με τα υπόλοιπα. Οι κυριότερες μέθοδοι αξιολόγησης είναι η μέθοδος επανεισπραξής κόστους επένδυσης, η καθαρά παρούσα αξία, ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης, η ανάλυση νεκρού σημείου και η απόδοση της επένδυσης. Να σημειωθεί πως θα πρέπει στο τέλος να είναι υψηλή η χρηματοοικονομική απόδοση και επί του μετοχικού κεφαλαίου αλλά και επί του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης.

10.5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η συγκεκριμένη μέθοδος δείχνει σε πόσα έτη θα αποπληρωθεί το κόστος της αρχικής επένδυσης. Στην αρχή θα υπολογιστούν τα καθαρά κέρδη του ξενοδοχείου για τα 3 πρώτα χρόνια λειτουργίας του και έπειτα οι καθαρές ταμειακές ροές. Όπως έχει αναφερθεί παραπάνω το συνολικό κόστος επένδυσης ανέρχεται στα 3.047.727,21€ και με την παρούσα μέθοδο θα υπολογιστεί σε πόσο καιρό η επιχείρηση θα τα επανεισπράξει.

| ΕΤΟΣ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ | ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ | ΦΟΡΟΣ (30%) | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ |
|------|------------|--------------------|-----------------|--------------|--------------|
| | 1 | 2 | (1-2) | | |
| 2021 | 1.531.500€ | 656.620€ | 874.880€ | 262.464€ | 612.416€ |
| 2022 | 1.802.250€ | 738.289,99€ | 1.063.960,01€ | 319.188,003€ | 744.772,007€ |
| 2023 | 2.163.200€ | 750.966,99€ | 1.412.233,01€ | 423.669,903€ | 988.563,107€ |

Πίνακας 53: Υπολογισμός καθαρών κερδών

| ΕΤΟΣ | ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ | ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ | ΚΤΡ | ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ |
|------|--------------|-------------------|----------------|----------------|
| | 1 | 2 | (1+2) | |
| 2021 | 612.416€ | 149.000€ | 761.416€ | 761.416€ |
| 2022 | 744.772,007€ | 149.000€ | 893.772,007€ | 1.655.188,007€ |
| 2023 | 988.563,107€ | 149.000€ | 1.137.563,107€ | 2.792.751,114€ |

Πίνακας 54: Υπολογισμός καθαρών ταμειακών ροών

Από τον δεύτερο πίνακα φαίνεται πως τα 2.792.751,114€ από τα 3.047.727,21€ που είναι το συνολικό κόστος επένδυσης θα επανεισπραχθούν σε κάτι περισσότερο από δύο χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου, γεγονός που κάνει τη συγκεκριμένη μονάδα μια περίπτωση επένδυσης αρκετά ελκυστική.

10.5.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΠΛΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ο λόγος του ετήσιου καθαρού κέρδους του ξενοδοχείου μετά φόρων, αποσβέσεων και τόκων προς το συνολικό κεφάλαιο ορίζει τη μέθοδο του απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου. Θα χρησιμοποιηθούν δυο συντελεστές απόδοσης για να αξιολογηθεί η παρούσα επένδυση. Ο πρώτος είναι για το υπενδύμένο κεφάλαιο και ο δεύτερος για την απόδοση επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------|---------------|--------------|----------------|
| Καθαρό κέρδος | 612.416€ | 819.441,327€ | 1.061.411,017€ |
| Κεφάλαιο | 3.047.727,21€ | | |
| R | 20,09% | 29,33% | 37,21% |
| Καθαρό κέρδος | 612.416€ | 744.772,007€ | 988.563,107€ |
| Κεφάλαιο | 761.931,8025€ | | |
| Re | 80,37% | 97,74% | 129,74% |

Πίνακας 55: Υπολογισμός συντελεστών απόδοσης κεφαλαίου

10.5.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ

Η μέθοδος αυτή είναι ένα εργαλείο πολύ χρήσιμο για να καθοριστεί αν μια επένδυση είναι συμφέρουσα τόσο ώστε να χρηματοδοτηθεί. Πρόκειται ουσιαστικά για το άθροισμα των παρουσών αξιών των εξερχόμενων και εισερχόμενων ταμειακών ροών σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Η ΚΠΑ μετράει επίσης το πλεόνασμα ή την έλλειψη αυτών των ταμειακών ροών σε σχέση με το κόστος κεφαλαίων που χρησιμοποιήθηκαν. Υπολογίζεται με τον παρακάτω τύπο, ενώ ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τη συνολική παρούσα αξία των καθαρών ταμειακών ροών του ξενοδοχείου.

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^v \left[\frac{ΚΤΡ_t}{(1 + κ)^t} \right] - ΚΕ$$

Όπου:

ΚΠΑ: Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΕ: Κόστος Επένδυσης

ΚΤΡ_t: Καθαρή Ταμειακή Ροή στην περίοδο τ

v: Αριθμός περιόδων

κ: Μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου

| ΕΤΟΣ | ΚΤΡ | ΣΠΑ _{20%,v} | ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ |
|----------|---------------|----------------------|---------------|
| | 1 | 2 | 1*2 |
| 2021 | 761.416 | 0,833 | 634.259,528 |
| 2022 | 893.772,007 | 0,694 | 620.277,772 |
| 2023 | 1.137.563,107 | 0,579 | 658.649,039 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ | | | 1.913.186,339 |

Πίνακας 56: Υπολογισμός παρούσας αξίας

Συνεπώς, η ΚΠΑ = 1.913.186,339 - 3.047.727,21 = -1.134.540,871 < 0 άρα τα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου η απόδοσή του θα είναι αρνητική.

10.5.4 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Η εν λόγω μέθοδος χρησιμοποιείται για να συγκρίνει και να καταλήξει μεταξύ έργων κεφαλαίου. Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης είναι πρακτικά ένας δείκτης ο οποίος μετρά την απόδοση μιας επένδυσης μακροχρόνιας εξισώνοντας την παρούσα αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών με την τρέχουσα αγοραία αξία της επένδυσης. Για να υπολογιστεί ο ΕΣΑ υπολογίζονται αρχικά οι ετήσιες καθαρές ταμειακές ροές. Έπειτα, θα προεξοφληθούν οι ΚΤΡ στο παρόν με το επιτόκιο της αγοράς κεφαλαίων (20%) και με διάφορα άλλα επιτόκια τα οποία μεταξύ τους δεν θα πρέπει να έχουν μεγάλη διαφορά. Αν το χαμηλό επιτόκιο (IRR_1) δώσει θετική ΚΠΑ θα εφαρμοστεί υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης, ενώ αν δώσει αρνητική το επιτόκιο θα είναι ανάμεσα στα άλλα δυο.

Στην προκειμένη περίπτωση για τα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας του ξενοδοχείου η ΚΠΑ είναι αρνητική, συνεπώς είναι αδύνατο να βρεθεί κάποιος συντελεστής που θα εξισώνει την ΚΠΑ με το μηδέν.

10.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Οι συνθήκες αβεβαιότητας αφορούν την εξέλιξη της τεχνολογίας, την πολιτική κατάσταση της χώρας, την αλλαγή των προτιμήσεων του καταναλωτή και άλλα παρόμοια γεγονότα, τα οποία επηρεάζουν το περιβάλλον των επιχειρήσεων. Για αυτό και κάθε επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει κάποιου είδους ρίσκου στο οποίο και θα πρέπει να αναμένεται κάποια πιθανή διαφοροποίηση στην απόδοση, στο κόστος και στα οφέλη. Για να μπορέσει αυτή η αβεβαιότητα να ελαχιστοποιηθεί εξετάζονται τρεις μεταβλητές: το κόστος της επένδυσης, το κόστος πωληθέντων και τα έσοδα πωλήσεων. Στο παρόν στάδιο θα εντοπιστούν οι μεταβλητές αυτές που θα επηρεάσουν την κερδοφορία και την επιτυχή υλοποίηση του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου, με άλλα λόγια το ‘νεκρό σημείο’, το οποίο και αποτελεί ένα από τα βασικότερα εργαλεία στο να αντιμετωπιστεί η αβεβαιότητα.

10.6.1 ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ

Ως ‘νεκρό σημείο’ ορίζεται το σημείο στο οποίο οι πωλήσεις του ξενοδοχείου καλύπτουν ακριβώς τα σταθερά και μεταβλητά του κόστη χωρίς να υπάρχει κέρδος ή ζημία. Ο προσδιορισμός του βασίζεται στη συμπεριφορά του κόστους αφού το ένα μέρος είναι μεταβλητό και το άλλο είναι σταθερό. Το ‘νεκρό σημείο’ υπολογίζεται ως:

$$y = \tau * x \rightarrow y = \sigma + \mu * x \rightarrow \tau * x = \sigma + \mu * x$$

Όπου:

τ : Τιμή ανά μονάδα

y : Αξία των πωλήσεων

x : Όγκος πωλήσεων στο “νεκρό σημείο”

μ : Μεταβλητά έξοδα

σ : Σταθερά έξοδα

Μιας και στο ξενοδοχείο παρέχονται υπηρεσίες, ο καταμερισμός των εξόδων θα γίνει με βάση τον αριθμό των επισκεπτών που θα έρθουν στο κατάλυμα είτε για να διαμείνουν είτε για οποιοδήποτε άλλο λόγο. Ο πίνακας παρακάτω παρουσιάζει τον καταμερισμό των σταθερών και μεταβλητών εξόδων του ξενοδοχείου στη διάρκεια του πρώτου έτους που θα λειτουργήσει (2021).

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ | ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ | ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ/ΜΟΝΑΔΑ |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------------|
| Συνολικό κόστος μάρκετινγκ | - | 17.000€ | 5,55 |
| Κόστος πρώτων υλών | - | 47.000€ | 15,34 |
| Κόστος συντήρησης | 200.000€ | - | - |
| Κόστος πρώτων υλών σχολής κατάδυσης | 15.500€ | - | - |
| Γενικά έξοδα | 3.000€ | - | - |
| Κόστος ανθρωπίνου δυναμικού | 35.000€ | 205.620€ | 67,13 |
| Αποσβέσεις | 149.000€ | - | - |
| ΣΥΝΟΛΟ | 402.500€ | 269.620€ | 88,02 |

Πίνακας 57: Καταμερισμός μεταβλητών και σταθερών εξόδων 2021

Συνεπώς, σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα είναι: $x = \sigma / (\tau - \mu) = 402.500 / (3.063 - 88,02) = 135,29$ επισκέπτες

Το ‘νεκρό σημείο’ είναι: $y = \tau * x = 3.063 * 135,29 = 414.393,27 \text{ €}$.

10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Αφού έχουν εξεταστεί όλα τα οικονομικά και λοιπά στοιχεία του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου, φαίνεται πως το ξενοδοχείο θα συμβάλλει σημαντικά στο να αναπτυχθεί και να αναβαθμιστεί η οικονομία της περιοχής και φυσικά στο να μειωθεί η ανεργία.

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάστηκε όλη η χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης και αναλύθηκαν παράμετροι όπως το κόστος της παραγωγής, το συνολικό κόστος της επένδυσης, οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως, οι συντελεστές απόδοσης κεφαλαίων και η ανάλυση του ‘νεκρού σημείου’.

Συμπερασματικά, το παρόν σχέδιο αποδεικνύει πως η διαφορετικότητα ανήκει στις πρώτες επιλογές που επιθυμεί και ψάχνει ο επισκέπτης και πως οι επιχειρηματικές προτάσεις που προσφέρουν οτιδήποτε καινούριο στην τουριστική αγορά καταφέρνουν την άμεση ανταπόκριση των καταναλωτών. Επιπλέον, το παρόν ξενοδοχείο με τη σχολή κατάδυσης θα αυξήσει τον θαλάσσιο τουρισμό και θα συμβάλει θετικά στη διάπλαση της Κύμης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Διακομιχάλης Ν. Μιχαήλ. (2009), *Ο Θαλάσσιος Τουρισμός και οι Οικονομικές Επιδράσεις του*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Ηγουμενάκης Ν.Γ. (1996), *Το εννοιολογικό περιεχόμενο της τουριστικής αγοράς στο τουριστικό μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Καρβούνης Σ. (2006), *Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές μελέτες*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα
- Συμεωνίδης Ν. (2000), *Αυτόνομη κατάδυση*, Εκδόσεις ΑΚΜΟΝ, Αθήνα
- Τσάρτας Α.Π. (2010), *Ελληνική Τουριστική Ανάπτυξη*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- Χυτήρης Σ. Λ., Άννινος Ν. Λ. (2015), *Διοίκηση και ποιότητα υπηρεσιών*, Ελληνικά ακαδημαϊκά ηλεκτρονικά συγγράμματα και βοηθήματα, ΣΕΑΒ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Page, J. Stephen. (2006), *Εισαγωγή στον τουρισμό: Το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, σελ.9

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- <https://www.google.com/maps>
- <https://www.booking.com/>
- <https://gr.pinterest.com/>
- <https://aftertax.gr/>
- <https://www.wikipedia.org/>
- <http://www.insete.gr/el-gr/Dashboard/%CE%9C%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%84%CE%B5%CF%82-%CE%99%CE%9D%CE%A3%CE%95%CE%A4%CE%95/E%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CE%A4%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>
- http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Employment_In_Tourism_And_Other_Sectors_2009-2018.pdf

- http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_Eiserxomenos_Tourismos-2019.pdf
- http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/02/2018_Profil_Eiserxomenou_Tourismou_2016-2017.pdf
- http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/EDO/2019/2019_08_Greek-International_Economy.pdf
- http://www.insete.gr/Portals/0/meletes-INSETE/01/2019/2019_SymvolhTourismou-2018.pdf
- <https://sete.gr/media/3716/who-is-our-client.pdf>
- https://sete.gr/fileuploads/basic_tourism_terminology/OrismoiStatistikonTourismou.pdf
- https://sete.gr/media/10886/2018_balance_of_travel_services_by_region_2017.pdf
- <https://www.statistics.gr/documents/20181/47d5c810-c199-4045-b2ca-c8d669d1f20a>
- <https://www.statista.com/statistics/270409/national-debt-of-greece/>
- https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2019/07/01_Hotels_2018_Total.pdf
- https://www.in.gr/wp-content/uploads/2019/09/2019_08_Greek-International_Economy.pdf
- <http://tourpost.teiath.gr/images/YLH/TourOikon/kefalaio14.pdf>
- <http://www.mintour.gov.gr/Investments/Espa/Administrationservice/enalaktikostourismos>
- <https://interweaveagency.com/5-star-hotels-greece-research/>
- <https://www.amna.gr/home/article/341087/ELSTAT-Anaptuxi-1-9-stin-Ellada-to-2018-Eurostat-Auxisi-tou-AEP-kata-1-6->
- <https://www.kathimerini.gr/1026637/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/o-toyrismos-edwse-to-14-toy-aep>
- <http://www.kathimerini.gr/891759/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/ka8izhsh-toyris moy-sto-voreio-aigaio>
- <https://www.newmoney.gr/palmos-oikonomias/epixeiriseis/370035-i-google-%C2%ABependiei%C2%BB-ston-tourismo-tis-thessalonikis>
- <https://www.padi.com/sites/default/files/documents/2019-02/2019%20PADI%20Worldwide%20Statistics.pdf>
- <https://www.e-kyklades.gr/showroom/tourism/ECHINOUSA?lang=el>

