



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MBA Tourism Management

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΤΥΠΟΥ
BOULIQUE HOTEL ΣΤΗΝ ΣΚΟΠΕΛΟ

Της
Μυρτάλης Φλώρου-Χατζηγιαννίδου

Επιστημονικός Υπεύθυνος
Γεωργακέλλος Δημήτριος



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:

"ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ... ΕΠΕΝΔΥΤΙΟΥ... ΣΚΑΙΟΥ... ΙΑΡΧΩΣ... ΚΑΙ...
... ΔΕΙΤΕΥΡΓΙΑΣ... ΕΦΝΟ ΔΟΚΕΙΑΚΗΣ... ΜΟΝΑΔΑΣ... ΤΥΤΟΥ...
... ΒΟΥΤΙΦΚΕ... ΜΟΤΕΛ... ΣΤΗΝ... ΣΚΟΠΕΛΟ...»

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..... ΜΥΡΤΣΑΗ ΦΙΛΙΠΠΟΥ-ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΙΔΟΥ

Ημερομηνία..... 13/9/2023

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αποτελεί μια ολοκληρωμένη μελέτη που αποσκοπεί στην ανάπτυξη και οικονομοτεχνική αξιολόγηση ενός επενδυτικού σχεδίου για το Boutique Hotel Ανθός στην πανέμορφη περιοχή της Σκοπέλου, Ελλάδα. Στην εισαγωγή, παρουσιάζονται οι σκοποί και οι στόχοι της έρευνας, καθώς και μια σύντομη επισκόπηση των περιεχομένων που θα καλυφθούν στα επόμενα κεφάλαια. Στο Κεφάλαιο 1, παρέχονται γενικά στοιχεία για την περιοχή αναφοράς, συμπεριλαμβανομένης μιας σύντομης ιστορικής αναφοράς και μιας ανάλυσης των παραλιών στην Σκόπελο. Επίσης, εξετάζεται ο τουρισμός στην Ελλάδα και η σημασία του ως τομέας ανάπτυξης για την περιοχή.

Το Κεφάλαιο 2 επικεντρώνεται στην περιγραφή της προτεινόμενης επένδυσης. Παρουσιάζεται το επενδυτικό σχέδιο του Boutique Hotel Ανθός, συμπεριλαμβανομένων των επενδυτικών στόχων και της στρατηγικής που θα ακολουθηθεί. Επίσης, παρουσιάζεται μια ανάλυση SWOT για την αξιολόγηση των εσωτερικών δυνατοτήτων και αδυναμιών του Boutique Hotel Ανθός και των εξωτερικών ευκαιριών και απειλών. Στη συνέχεια, διερευνώνται οι παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν τη λειτουργία του ξενοδοχείου και παρουσιάζεται το μείγμα μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιηθεί για την προώθηση του ξενοδοχείου. Επιπλέον, αναλύονται οι στρατηγικές προμηθειών που θα ακολουθηθούν, η επιλογή των προμηθευτών και οι διαδικασίες ελέγχου για την ποιότητα των υλικών και εφοδίων που θα χρησιμοποιηθούν στο ξενοδοχείο.

Το Κεφάλαιο 3 εστιάζει στην οικονομοτεχνική αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου. Παρουσιάζεται ο προϋπολογισμός της επένδυσης και το χρηματοδοτικό σχήμα που θα χρησιμοποιηθεί. Στη συνέχεια, αναλύονται τα στοιχεία δυναμικότητας και η τιμολογιακή πολιτική του ξενοδοχείου. Παρέχονται προβλέψεις για τους μέσους συντελεστές πληρότητας, τα έσοδα και τις δαπάνες του ξενοδοχείου, και παρουσιάζεται η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης.

Τέλος, στα συμπεράσματα αξιολογείται η κρισιμότητα της επένδυσης και αναδεικνύονται οι πιθανές προκλήσεις και ευκαιρίες που μπορεί να αντιμετωπίσει το Boutique Hotel Ανθός. Η παρούσα μελέτη αποτελεί μια σημαντική βάση για την απόφαση επένδυσης στο Boutique Hotel Ανθός, παρέχοντας στους ενδιαφερόμενους ένα ολοκληρωμένο και λεπτομερές πλάνο για την επιτυχή ανάπτυξη και λειτουργία του ξενοδοχείου.

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

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1: Γενικά Στοιχεία Περιοχής Αναφοράς	8
1.1 Σύντομη Ιστορική Αναφορά	8
1.2 Οι παραλίες στην Σκόπελο	13
1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα	16
Κεφάλαιο 2: Περιγραφή Προτεινόμενης Επένδυσης	23
2.1 Περιγραφή Επενδυτικού Σχεδίου	23
2.2 Επενδυτικοί Στόχοι	30
2.3 Η στρατηγική του Boutique Hotel Ανθός	33
2.4 Ανάλυση SWOT	34
2.5 Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος	37
2.6 Μείγμα μάρκετινγκ του Boutique Hotel Ανθός	42
2.7. Στρατηγική Προμηθειών	45
2.7.1. Τα χαρακτηριστικά των πρώτων υλών και των λοιπών εφοδίων	47
2.7.2. Η επιλογή των κατάλληλων αγαθών και εφοδίων	53
2.7.3. Μάρκετινγκ προμηθειών – πρόγραμμα προμηθειών	56
2.7.4. Διαδικασία αξιολόγησης και τελικής επιλογής των προμηθευτών	58
2.7.5. Έλεγχοι των αγαθών που θα παραλαμβάνονται από το Boutique Hotel Ανθός	60
2.8 Ανάλυση Αγοράς	62
2.9 Η ζήτηση των υπηρεσιών	63
2.10 Δομή και διάρθρωση των καταναλωτών	66
2.11 Η πρόβλεψη της ζήτησης και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού	71
2.12 Κρισιμότητα Επένδυσης	74
Κεφάλαιο 3: Οικονομοτεχνική Αξιολόγηση	75
3.1 Προϋπολογισμός Επένδυσης	75
3.2 Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης	82
3.3 Στοιχεία Δυναμικότητας & Τιμολογιακή Πολιτική	83
3.4 Στοιχεία & Προβλέψεις	85
3.4.1 Μέσοι Συντελεστές Πληρότητας	86
3.4.2 Προβλέψεις Εσόδων	88
3.4.3 Προβλέψεις Εξόδων	90
3.4.4 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως	94
Συμπεράσματα	97

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία αφορά την εκπόνηση οικονομοτεχνικής μελέτης για την ίδρυση ξενοδοχειακής μονάδας κατηγορίας Boutique Hotel στο νησί της Σκόπελου. Σκοπός της μελέτης είναι η ακριβοδίκαιη αποτύπωση της βιωσιμότητας και οικονομικής αποδοτικότητας του επενδυτικού αυτού εγχειρήματος σε βάθος πενταετίας από την υλοποίησή του, λαμβάνοντας υπόψη κατά την αξιολόγηση όλες τις απαιτούμενες οικονομικές και μη παραμέτρους.

Το συνολικό κόστος για την αποτελεσματική υλοποίηση του παρόντος επενδυτικού σχεδίου προϋπολογίστηκε στο ποσό του 1.390.000 ευρώ και περιλαμβάνει την κατασκευή των κτιριακών εγκαταστάσεων, την διαμόρφωση αυτών, τον εξοπλισμό των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων της ξενοδοχειακής δομής, τον εξοπλισμό της κουζίνας, του εστιατορίου και του καφέ μπαρ, τον εξοπλισμό των χώρων αναψυχής (spa & massage), την διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου, την έκδοση αδειών αλλά και την πληρωμή λοιπών διοικητικών εξόδων.

Ο προϋπολογισμός της επένδυσης απεικονίζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

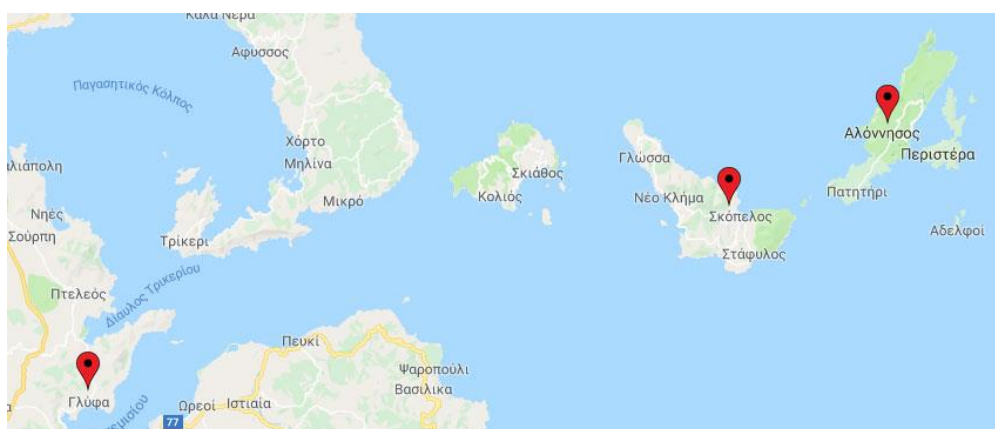
Προϋπολογισμός Επένδυσης		Ποσό σε ευρώ
1.	Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων	650.000 €
2.	Διαμόρφωση κτιριακών εγκαταστάσεων	100.000 €
3.	Εξοπλισμός δωματίων & κοινόχρηστων χώρων	150.000 €
4.	Εξοπλισμός κουζίνας και εστιατορίου	150.000 €
5.	Εξοπλισμός χώρων αναψυχής	70.000 €
6.	Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	50.000 €
7.	Άδειες & διοικητικά έξοδα	20.000 €
8.	Λοιπές προεπενδυτικές δαπάνες & έξοδα εκτελέσεως έργου	200.000 €
Σύνολο Προϋπολογισμού		1.390.000 €

Το παρόν επενδυτικό σχέδιο δύναται να ενταχθεί σε πλαίσια αναπτυξιακού προγράμματος όπως είναι για παράδειγμα ο Αναπτυξιακός Νόμος, ή επιδοτούμενα προγράμματα ΕΣΠΑ με στόχευση στον τομέα των τουριστικών καταλυμάτων, η τελική επιλογή του οποίου αναμένεται να ολοκληρωθεί τις επόμενες ημέρες. Σε κάθε περίπτωση η επιχορήγηση των δύο αυτών προγραμμάτων ανέρχεται σε 50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού. Η υλοποίηση του παρόντος επενδυτικού σχεδίου θα πραγματοποιηθεί με 50% επιχορήγηση δημοσίου, 30% τραπεζικό δανεισμό και 20% ίδια κεφάλαια του επενδυτή. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η παροχή των βασικών οικονομικών στοιχείων και παραμέτρων του επενδυτικού προγράμματος και η αξιολόγηση της βιωσιμότητάς του.

Κεφάλαιο 1: Γενικά Στοιχεία Περιοχής Αναφοράς

1.1 Σύντομη Ιστορική Αναφορά

Η Σκόπελος έχει σημαντική ιστορία που από τουριστικής απόψεως μπορεί να αξιοποιηθεί προκειμένου να μπορέσει να κερδίσει το ενδιαφέρον των τουριστών που ασχολούνται με οποιονδήποτε τρόπο με την ιστορία, την παράδοση και την κουλτούρα. Πέραν της ιστορίας της όμως έχει παραλίες διάφορα άλλα αξιοθέατα που μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για τους τουρίστες και κατ' επέκταση να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού. Η γνώση αυτών και η δημιουργία τρόπων αξιοποίησής τους αποτελεί μια σημαντική βοήθεια για την προσέγγιση τουριστών και την επίτευξη της ομαλής λειτουργίας ενός ξενοδοχείου. Επιπλέον, μπορεί να αποτελέσουν το λόγο για τον οποίο θα κατορθώνει να συγκεντρώσει έναν μεγάλο αριθμό τουριστών τόσο το νησί, όσο και οι ίδιες οι τουριστικές επιχειρήσεις.



Εικόνα 1.1: Σκόπελος (Πηγή: allovergreece.com)

Το νησί άρχισε να κατοικείται ήδη από τα αρχαία χρόνια όπως δείχνουν αφενός οι μύθοι που έχουν δημιουργηθεί και αφετέρου τα ευρήματα των αρχαιολόγων (skopelosweb.gr, 2019b). Το αρχαίο όνομα του νησιού ήταν Πεπάρηθος και προέρχεται από το όνομα του αδελφού του πρώτου οικιστή της, Σταφύλου, που λεγόταν Πεπάρηθος. Η αρχαία ονομασία του νησιού αναφέρεται μέσα στο Θουκυδίδη, ο οποίος μας δίνει αυτή την πληροφορία μέσα από τα έργα του. Σύμφωνα με το μύθο ο Πεπάρηθος και οι τέσσερις αδελφοί του ήταν

παιδιά της Αριάδνης και του Διονύσου, γεννήθηκαν στη Λήμνο. Αργότερα ο Στάφυλος έφυγε από τη Λήμνο και πήγε στη Σκόπελο. Η ύπαρξη Μινωιτών στο νησί επιβεβαιώνεται από τα ευρήματα των αρχαιολόγων στο νησί. Ήδη από το 1936 έχουν γίνει ανασκαφές στο νησί που έχουν φέρει στην επιφάνεια τον πολιτιστικό πλούτο που έχει και έχει δημιουργηθεί πριν από αιώνες. Τον 8ο αιώνα ή στις αρχές του 7ου ο οικισμός του Σταφύλου εγκαταλείπεται και αρχίζουν να κατοικούνται οι πόλεις Πάνορμος που βρίσκεται στον ομώνυμο κόλπο του νησιού στα νοτιοδυτικά, η Σελινούς που σήμερα φέρει την ονομασία Λουτράκι και η Πεπάρηθος, σημερινή πόλη της Σκοπέλου.

Τα επόμενα ιστορικά στοιχεία για το νησί προέρχονται από τους αρχαίους χρόνους και συγκεκριμένα από την περίοδο 6ος-αρχές 5ου αιώνα, μια περίοδος που το νησί άκμασε (skopelosweb.gr, 2019c). Εκείνο το χρονικό διάστημα το νησί κόβει δικά του ασημένια νομίσματα και έχει εμπορικής φύσεως σχέσεις με άλλες πόλεις κράτη του Αιγαίου πελάγους. Τα προϊόντα που εξαγονταν τότε ήταν ο πεπαρήθιος οίνος και ελαιόλαδο. Η κοινωνική ζωή των πολιτών είναι ανθηρή καθώς συμμετέχουν στους Ολυμπιακούς Αγώνες, επισκέπτονται το μαντείο των Δελφών στο οποίο είχαν αφιερώσει κι ένα άγαλμα του Απόλλωνα, όμως όλη αυτή η κατάσταση αλλάζει μετά τους Περσικούς πολέμους καθώς χάνει την αυτοτέλειά του το νησί και υπάγεται πλέον στην Α' Αθηναϊκή Συμμαχία. Το 427 π.Χ. το νησί πλήττεται από ένα μεγάλο σεισμό μετά φοβερού παλιρροϊκού κύματος, εξαιτίας του οποίου καταστρέφονται διάφορα δημόσια κτήρια. Μετά από λίγο καιρό, υπό την κηδεμονία των Σπαρτιατών, η Σκόπελος υπάγεται στη Β' Αθηναϊκή Συμμαχία.

Στους ελληνιστικούς χρόνους (τέλη 4ου-1ο αιώνα π.Χ.) η Πεπάρηθος άρχισε να κόβει χάλκινα νομίσματα και ακμάζει το εμπόριο του κρασιού (skopelosweb.gr, 2019d). Κατά το ίδιο χρονικό διάστημα χτίστηκαν ναοί και οχυρώσεις σε διάφορα μέρη του νησιού από τα οποία έχουν διασώζονται μέχρι σήμερα σημαντικά ερείπια. Κατά τη διάρκεια των ρωμαϊκών χρόνων εμφανίζεται για πρώτη φορά το όνομα Σκόπελος από τον Πτολεμαίο (2ο αιώνα μ. Χ.). Το 40 μ. Χ. κυριαρχεί η μορφή του Επισκόπου Ρηγίνου στο νησί, ο οποίος βοήθησε στην εξάπλωση του Χριστιανισμού στις Βόρειες Σποράδες, φονεύτηκε κατά τη

διάρκεια των διωγμών του Ιουλιανού, η Ορθόδοξη Εκκλησία τον ανακήρυξε άγιο και τον τιμά στις 25 Φεβρουαρίου κι επιπλέον έχει γίνει ο πολιούχος του νησιού.

Στα νεότερα χρόνια υπήρχε έντονος διαχωρισμός των κοινωνικών τάξεων όπου άρχουσα τάξη ήταν οι μεγαλοκτηματίες και οι караβοκύρηδες που είχε το νησί (skopelosweb.gr, 2019e). Όμως το μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού ήταν μικροκαλλιεργητές, εργάτες και ναυτικοί. Η διάρθρωση της κοινωνίας δεν άλλαξε ακόμη και μετά την Ελληνική Επανάσταση. Στα μέσα προς τέλη του 19ου αιώνα, αλλά και στις αρχές του 20ου σημειώθηκε ένα μεγάλο κύμα μετακινήσεων από μετανάστες που πήγανε στην Αμερική, τη Ρουμανία και τη Ρωσία. Κατά τη διάρκεια των Βαλκανικών Πολέμων η Σκόπελος συμμετείχε ενεργά με τους πολίτες της να συμμετέχουν ενεργά στον πόλεμο και δυστυχώς κάποιοι να χάνουν τη ζωή τους. Το 1940 το νησί πλήττεται σοβαρά από μια επιδημία φυλλοξήρας που είχε σαν αποτέλεσμα να καταστραφούν τα αμπέλια του νησιού και συνεπώς η οικονομία του.

Κατά τη διάρκεια της Κατοχής το νησί συνέβαλε με το δικό του τρόπο στον Αγώνα καθώς οι κάτοικοι προσέφεραν καταφύγιο στους κατατρεγμένους συμπατριώτες τους, τροφή και μεταφορά προς την Τουρκία. Το 1965 ωστόσο γίνεται για άλλη μια φορά ένας μεγάλος σεισμός που είχε σαν αποτέλεσμα να επηρεαστεί σημαντικά η ζωή των κατοίκων και να σημειωθούν σημαντικές ζημιές σε αρκετά ιστορικής σημασίας κτήρια, ενώ κάποιοι κάτοικοι εξαιτίας αυτού του περιστατικού μετακινήθηκαν προς την περιοχή Νέο Κλήμα από το Παλιό Κλήμα. Τουριστικά η Σκόπελος άρχισε να αναπτύσσεται από τη δεκαετία του '80 κι έπειτα καθώς νέοι άνθρωποι παρακινήθηκαν να μείνουν στον τόπο τους ή να επιστρέψουν σε εκείνον και να δραστηριοποιηθούν στον τουριστικό τομέα, ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες.

Θρύλοι, πλούσια λαϊκή παράδοση, ιστορικά και καλλιτεχνικά μνημεία, κάστρα και μοναστήρια, εκκλησίες με περίφημα τέμπλα, ντόπιοι καλλιτέχνες που δημιουργούν μοναδικά κομψοτεχνήματα και οι ίδιοι οι κάτοικοι του νησιού συνθέτουν μια εξαιρετικά δελεαστική εικόνα που ωθεί τους τουρίστες να

επισκέπτονται το νησί και να γνωρίζουν από κοντά τα ιδιαίτερα στοιχεία του. Οι κάτοικοι πέρα από τον τουρισμό δραστηριοποιούνται στη ναυπηγική τέχνη, την επεξεργασία του ξύλου και την κεραμική τέχνη. Στο παρελθόν ωστόσο το νησί ασχολιόταν και με την υφαντική τέχνη. Γνωστά επίσης είναι τα μαχαίρια της Σκοπέλου που στις λαβές τους έχουν χαραγμένες λαϊκές στιχομυθίες.

Οι φυσικές ομορφιές του τόπου είναι σαφώς σημαντικές και μπορούν να βοηθήσουν στην προώθησή του, όπως επίσης και στην καλή πορεία των ιδίων των εταιρειών που έχουν δημιουργηθεί και δραστηριοποιούνται στον τουρισμό πάνω. Υπάρχουν όμως και μνημεία που έχουν δημιουργήσει οι άνθρωποι και είναι ιδιαίτερης σημασίας και αξίας για μια χώρα. Στο νησί της Σκοπέλου τέτοια μνημεία είναι οι λαξευτοί τάφοι στα Σεντούκια, η περιοχή Στάφυλος που αποτελεί ένα σημαντικό αρχαιολογικό χώρο, το Ενετικό Κάστρο από το οποίο έχουν απομείνει πλέον μόνο τα ερείπια του τοίχους και η Επισκοπή της Σκοπέλου (skopelosweb.gr, 2019g).

Παρά το γεγονός πως η Σκόπελος έχει έναν σημαντικό αριθμό αξιοθέατων ιστορικών μνημείων το πρόβλημα που αντιμετωπίζει είναι πως δεν είναι επαρκώς οργανωμένα (skopelosweb.gr, 2019h). Ωστόσο δε σημαίνει πως χάνουν την αξία και τη σημασία τους. Άλλα σημαντικά μνημεία που υπάρχουν όμως είναι οι Πύργοι που βρίσκονται κατά κύριο λόγο στην περιοχή Γλώσσα και είναι αρχαίες αγροικίες. Τα αγροτόσπιτα που υπάρχουν στις περιοχές Μαυραγάνι, Ελληνικό, Σεντούκια, Πριόνα, Αη Γιώργη και Δίτροπο έχουν σχέση με την καλλιέργεια των σιτηρών, την παραγωγή του κρασιού και του λαδιού, ενώ οι ίδιοι οι Πύργοι είχαν δημιουργηθεί προκειμένου να μπορέσουν να προφυλαχθούν οι κάτοικοι του νησιού από τις επιδρομές των πειρατών και των ξένων εισβολέων.

Ιστορικά σημεία είναι επίσης η Πάνορμος που διέθετε Ακρόπολη πάνω στο λόφο «Παλαιόκαστρο» οχυρωμένη με τείχη που σώζονται ακόμη και σήμερα και χαρακτηρίζονται από εξαιρετική τοιχοδομία, ενώ υπάρχουν απομεινάρια και άλλων κτηρίων στις πλαγιές του λόφου. Από εκεί υπάρχει η δυνατότητα μετάβασης στο μνημείο της λατρείας του Θεού, το οποίο έχει τις δυνατότητες

να αναπτυχθεί σε ένα αρχαιολογικής σημασίας χώρο επισκεψιμότητας για τους τουρίστες. Υπάρχει επίσης η Αρχαία Σελινούς και τα ρωμαϊκά λουτρά. Από την αρχαία πόλη σώζεται μόνο ένα τμήμα των νοτιοανατολικών τειχών που έχουν δημιουργηθεί τον 5ο-4ο αιώνα π. Χ., ενώ υπάρχουν και απομεινάρια του αρχαίου κτηρίου που είχε δημιουργηθεί την ίδια εποχή στο λιμάνι του Λουτρακίου.

Στην ίδια περιοχή, νοτιοανατολικά, υπήρχαν ρωμαϊκά λουτρά που στα αρχαία χρόνια λειτουργούσαν, όμως τώρα πια από το σύνολο των εγκαταστάσεων που είχαν δημιουργηθεί τώρα πια τα μόνα που σώζονται είναι το μωσαϊκό δάπεδο, από το οποίο όμως το μισό έχει καλυφθεί από τη θάλασσα. Η Σκόπελος ωστόσο έχει πέντε μουσεία που μπορεί όποιος επιθυμεί να επισκεφθεί (skopelosweb.gr, 2019i):

1. Λαογραφικό Μουσείο
2. Οικία Παύλου Νιρβάνα
3. Αρχοντικό Βακράτσα
4. Λαογραφικό Μουσείο Γλώσσας
5. Ασκληπιείο

Έχει επίσης έναν σημαντικό αριθμό από Εκκλησίες και Μοναστήρια που μπορεί να επιθυμεί να δει ο τουρίστας (skopelosweb.gr, 2019j). Τέτοια είναι η Μονή του Τιμίου Προδρόμου, η Μονή της Αγίας Βαρβάρας, η Μονή της Ευαγγελίστριας, η Μονή του Σωτήρος, η Μονή του Αγίου Ρηνίνου, η Μονή του Αγίου Ταξιάρχη στη Γλώσσα, η Αγία Μονή, η Μονή του Αγίου Ευσταθίου, η Μονή του Αγίου Ιωάννη στο Κοτρωνάκι, η Μονή της Παναγίας στο Λιβάδι ή αλλιώς Μονή της Ζωοδόχου Πηγής και η Μονή του Αγίου Ταξιάρχη στο Βάτο.

1.2 Οι παραλίες στην Σκόπελο

Οι παραλίες στη Σκόπελο είναι πάρα πολλές και μπορεί κάποιος να αποκτήσει πρόσβαση με διάφορους τρόπους, όμως αυτό που είναι σίγουρο είναι πως θα πρέπει υποχρεωτικά να σεβαστεί το περιβάλλον και να διασφαλίσει την προστασία και την καθαριότητα της παραλίας που θα επισκεφθεί (skopelosweb.gr, 2019f). Ανάμεσα στην πόλη Σκόπελος και Γλώσσα υπάρχουν οι παραλίες Μηλιά, οι μικρούλες Αντρίνες, η Καστάνη, το Χόβολο, το Λιμνονάρι, η παραλία Στάφυλο και Βελανιό που αποτελεί μια από τις γνωστότερες παραλίες του νησιού.

Οι παραλίες του νησιού χωρίζονται σε κατηγορίες προκειμένου να μπορέσουν να καλυφθούν οι επιθυμίες και οι ανάγκες των τουριστών. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι εξής (skopelosweb.gr, 2019f):

1. Οργανωμένες
2. Γυμνιστών και μη
3. Προσβάσιμες μόνο με σκάφος
4. Με beach bar
5. Με εστιατόρια κοντά
6. Με καντίνες
7. Για μπάνιο
8. Ανά ώρα της μέρας

Οι παραλίες σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του νησιού (skopelosweb.gr, 2019) μπορούν να χωριστούν σε κατηγορίες αναλόγως της ώρας που επιθυμεί να τις επισκεφτεί ο εκάστοτε τουρίστας. Έτσι κάποιες παραλίες μπορεί να είναι ιδανικές για να δει κάποιος την ανατολή του ηλίου, όπως είναι οι βόρειες παραλίες του νησιού και οι δυτικές όταν επιθυμεί να δει το ηλιοβασίλεμα.

Οι οργανωμένες παραλίες που έχει το νησί είναι οι εξής (skopelosweb.gr, 2019f):

- 1) Βελάνιο
- 2) Στάφυλος
- 3) Αγωντάς
- 4) Λιμνονάρι
- 5) Πάνορμος
- 6) Πανόρμος Λιναράκια
- 7) Αντρίνες
- 8) Μηλιά
- 9) Καστανή
- 10) Γλυστέρι
- 11) Νέο Κλήμα
- 12) Περιβολιού
- 13) Αγίου Ιωάννη
- 14) Άγιος Κωνσταντίνος
- 15) Άμμος

Μόνο με σκάφος είναι προσβάσιμες οι ακόλουθες παραλίες στο νησί της Σκοπέλου:

- Σαρρές
- Μαυράκι
- Εκατοπεννητάρι
- Φτελιά
- Νεράκι
- Σελίμη
- Χλιά Στεφάνι

Στη συγκεκριμένη κατηγορία υπάρχουν επίσης πολλές μικρές παραλίες στις οποίες μπορεί κάποιος να έχει πρόσβαση μόνο με σκάφος.

Όλες οι παραλίες του νησιού έχουν καθαρά νερά κι αυτό αποτελεί άλλο ένα κίνητρο για να μπορέσουν να διατηρηθούν καθαρές οι παραλίες, όπως φαίνεται και από την παραλία Περιβολιού (ακόλουθη εικόνα). Η κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι παραλίες του νησιού αποτελεί έναν ακόμη λόγο για τον οποίο θα πρέπει να γίνεται σεβαστή η προτροπή των Αρχών αυτού για σεβασμό των παραλιών και μη ρίψη απορριμμάτων σε αυτές. Από τουριστικής απόψεως συμβάλλει επίσης η διατήρηση των καθαρών παραλιών στην ανάπτυξη του κλάδου αυτού, αλλά και της οικονομίας.



Πηγή: skopelosweb.gr

Η ύπαρξη πολλών παραλιών βοηθάει την ίδια στιγμή το νησί, αλλά και τις τουριστικές επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί και λειτουργούν είτε τους καλοκαιρινούς μήνες, είτε όλο το χρόνο. Συνεπώς η επιλογή του συγκεκριμένου νησιού αποτελεί ιδανική επιλογή δημιουργίας μιας τουριστικής επιχείρησης καθώς ακόμη και το ίδιο το περιβάλλον προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα και ευκαιρίες καθημερινά σε όσους θελήσουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση στο συγκεκριμένο νησί.

1.3 Ο τουρισμός στην Ελλάδα

Για την Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική πηγή εσόδων που βοηθούν την οικονομία να διατηρήσει τις ισορροπίες της και να κατορθώσει στη συνέχεια να βοηθήσει ως ένα βαθμό και τις υπόλοιπες αγορές να συνεχίσουν την πορεία τους και να διατηρήσουν τον αριθμό των επιχειρήσεων που έχουν και λειτουργούν. Στον τουρισμό σημαντικό είναι το γεγονός πως πρόκειται για μια δραστηριότητα που συνδέεται με διάφορους τομείς σχετικά με την οικονομία (Πάττα, 2009), αλλά και το γεγονός πως όποτε χρησιμοποιείται αυτή η λέξη γίνεται αναφορά σε μετακίνηση ενός ή περισσότερων ανθρώπων που ξεκινούν από τη χώρα της μόνιμης κατοικίας τους και πηγαίνουν σε κάποιο άλλο μέρος είτε του εσωτερικού, είτε του εξωτερικού προκειμένου να μείνουν εκεί για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα δίχως να κάνουν το συγκεκριμένο μέρος τον καινούριο τόπο κατοικίας τους (Ευσταθίου, 2004). Επιπλέον το διάστημα που βρίσκεται σε αυτό το μέρος το άτομο δεν θα πρέπει να ασχολείται με τις επαγγελματικές του υποχρεώσεις, αλλά να έχει μετακινηθεί καθαρά για λόγους αναψυχής.

Ωστόσο σύμφωνα με έναν πιο πρόσφατο ορισμό η μετακίνηση αυτή θα πρέπει να έχει μικρή χρονική διάρκεια προκειμένου να θεωρείται πως είναι τουρισμός και όχι μια απλή μετακίνηση (Γεροκώστα, 2012). Τα ίδια στοιχεία έχει και ο ορισμός που έχει δημιουργηθεί από τον Λαλούμη (2015) σύμφωνα με τον οποίο ο τουρισμός είναι και πάλι μια πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από το γεωγραφικό περιβάλλον, όπως το ορίζει, που μένουν μόνιμα προς κάποιο άλλο με σκοπό την ψυχική τους ευχαρίστηση. Το διαφορετικό στοιχείο που έχει ο συγκεκριμένος ορισμός είναι πως θέτει την ύπαρξη τουλάχιστον δύο ορισμών, οι οποίοι θα αποτελούν τουριστικό προορισμό. Οι λόγοι για τους οποίους μπορεί να αποφασίσει κάποιος να ταξιδέψει σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (2013) είναι η ικανοποίηση των τουριστικών του αναγκών ή επιθυμιών, αλλά και προκειμένου να ξεκουραστεί, να χαλαρώσει και να διασκεδάσει (λόγοι αναψυχής), όμως όποιος κι αν είναι ο λόγος το σίγουρο είναι πως θα πρέπει να καλύπτονται οργανωμένα η προσέλκυση, η υποδοχή και η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών.

Στην ελληνική οικονομία ο τουρισμός έχει σημασία επειδή μπορεί να επηρεάσει τα έσοδα του Δημοσίου καθώς το ύψος τους φτάνει περίπου τα 1,4 δισεκατομμύρια ευρώ, το τουριστικό ισοζύγιο, το ΑΕΠ, την καταναλωτική δαπάνη, τις επενδύσεις, αλλά και το ισοζύγιο πληρωμών (Νικολαΐδης, 2017). Αυτοί οι παράγοντες επηρεάζονται άμεσα από την πορεία του τουρισμού, όμως υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζονται ταυτοχρόνως έμμεσα αλλά και άμεσα από την πορεία του τουρισμού. Τέτοιοι παράγοντες είναι η τουριστική κατανάλωση, η περιφερειακή και η τοπική ανάπτυξη, η παροχή της δυνατότητας για πολυαπασχόληση τόσο γενικά, όσο και εποχικά, η συγκράτηση του πληθυσμού στις περιοχές που είναι απομονωμένες είτε είναι ορεινές, είτε νησιωτικές και γενικώς αυτό ισχύει για όλες τις μειονεκτικές περιοχές.

Στην Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί μια ισχυρή βιομηχανία, η οποία σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ διαχρονικά οι περισσότεροι επισκέπτες στα ξενοδοχεία, προς διανυκτέρευση, είναι αλλοδαποί. Μάλιστα το 2022 οι αφίξεις τουριστών ανήλθαν στα 31.413.356 άτομα εκ των οποίων το 73,54% ήταν αλλοδαποί τουρίστες. Θα πρέπει να τονιστεί ότι οι επισκέπτες (ημεδαποί και αλλοδαποί) το 2022 ήταν κατά 74% αυξημένοι συγκριτικά με το 2021. Η κατανομή των ανωτέρω στοιχείων παρουσιάζονται στον κάτωθι πίνακα:

Συνολικές Αφίξεις	2022	2021
Γενικό Σύνολο Επισκεπτών	31.413.356	18.015.347
Ημεδαποί (Καταλύματα Ξενοδοχειακού Κλάδου)	6.663.492	4.464.827
Αλλοδαποί (Καταλύματα Ξενοδοχειακού Κλάδου)	18.229.591	10.131.084
Ημεδαποί (Κάμπινγκ)	142.528	121.871
Αλλοδαποί (Κάμπινγκ)	272.678	164.238
Ημεδαποί (Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)	1.505.868	1.065.858
Αλλοδαποί (Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)	4.599.199	2.067.469

Εν συνεχεία παρατίθεται ο πίνακας με τις αφίξεις των επισκεπτών σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κάμπινγκ και καταλύματα σύντομης διαμονής ανά Περιφέρεια στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

Συνολικές Αφίξεις ανά Περιφέρεια	2022	2021
Σύνολο	31.413.356	18.015.347
ΑΜΘ	842.820	474.032
Κεντρική Μακεδονία	3.897.420	2.179.905
Δυτική Μακεδονία	140.786	85.021
Ήπειρος	928.133	496.190
Θεσσαλία	1.255.380	748.069
Στερεά Ελλάδα	898.926	543.635
Ιόνια νησιά	2.785.360	1.704.056
Δυτική Ελλάδα	755.439	425.408
Πελοπόννησος	1.675.784	1.097.424
Αττική	4.656.519	2.453.954
Βόρειο Αιγαίο	493.331	251.181
Νότιο Αιγαίο	7.178.321	4.164.557
Κρήτη	5.905.137	3.391.915

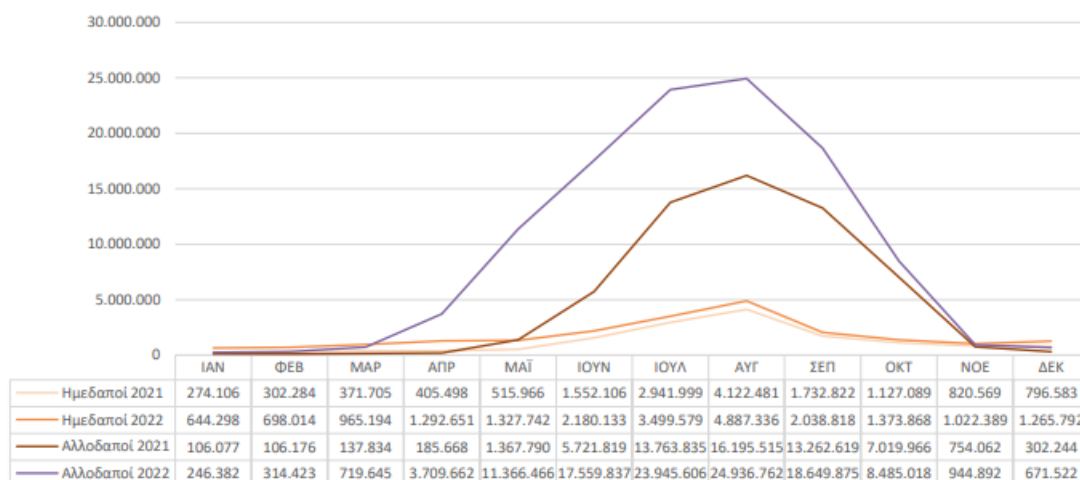
Παρατηρείται ότι την κατά την τελευταία διετία, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, την πρωτιά σε αφίξεις τουριστών, ημεδαπών και μη την έχει η περιφερειακή ενότητα Νοτίου Αιγαίου με 23%, ακολουθούμενη από την περιφερειακή ενότητα Κρήτης και Αττικής με 19% και 15% αντίστοιχα. Όσον αφορά τα αντίστοιχα στοιχεία των διανυκτερεύσεων, διαπιστώθηκε από την ΕΛΣΤΑΤ ότι αυξήθηκαν κατά περίπου 80% σε σχέση με το 2021 και σε απόλυτα νούμερα κατά 59 περίπου εκατομμύρια ημέρες διανυκτέρευσης. Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται τα στοιχεία των συνολικών διανυκτερεύσεων ανά τύπο διαμονής.

Συνολικές Διανυκτερεύσεις	2022	2021
Γενικό Σύνολο Διανυκτερεύσεων	132.745.904	73.886.893
Ημεδαποί (Καταλύματα Ξενοδοχειακού Κλάδου)	15.253.512	10.774.075
Αλλοδαποί (Καταλύματα Ξενοδοχειακού Κλάδου)	86.647.511	47.570.569
Ημεδαποί (Κάμπινγκ)	788.966	602.966
Αλλοδαποί (Κάμπινγκ)	1.050.838	674.917
Ημεδαποί (Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)	5.153.336	3.586.167
Αλλοδαποί (Ενοικιαζόμενα Δωμάτια)	23.851.741	10.678.199

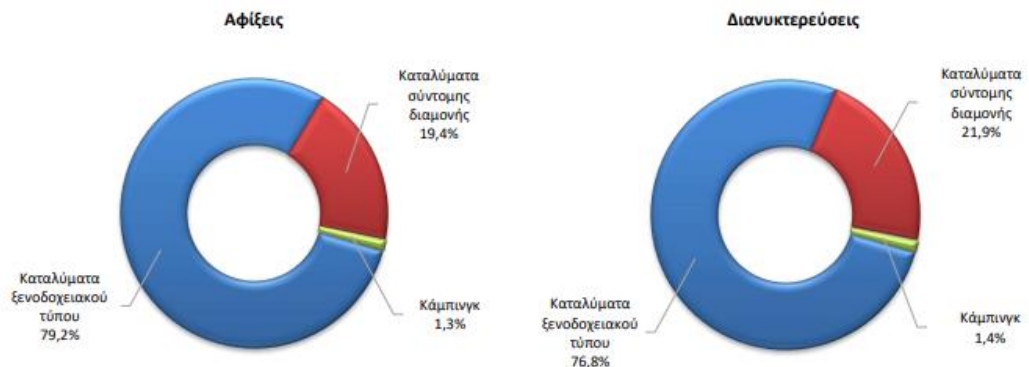
Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνονται οι συνολικές διανυκτερεύσεις ανά περιφερειακή ενότητα για τα έτη 2021 και 2022.

Συνολικές Αφίξεις ανά Περιφέρεια	2022	2021
Σύνολο	132.745.904	73.886.813
ΑΜΘ	3.124.783	1.754.190
Κεντρική Μακεδονία	15.889.734	8.681.934
Δυτική Μακεδονία	279.826	183.720
Ήπειρος	3.021.521	1.475.880
Θεσσαλία	3.666.673	2.138.203
Στερεά Ελλάδα	2.529.258	1.541.984
Ιόνια νησιά	16.512.634	9.257.610
Δυτική Ελλάδα	2.001.940	1.192.890
Πελοπόννησος	4.675.172	3.007.818
Αττική	10.313.319	5.428.008
Βόρειο Αιγαίο	2.545.896	1.352.305
Νότιο Αιγαίο	36.160.001	19.898.605
Κρήτη	32.025.147	17.973.666

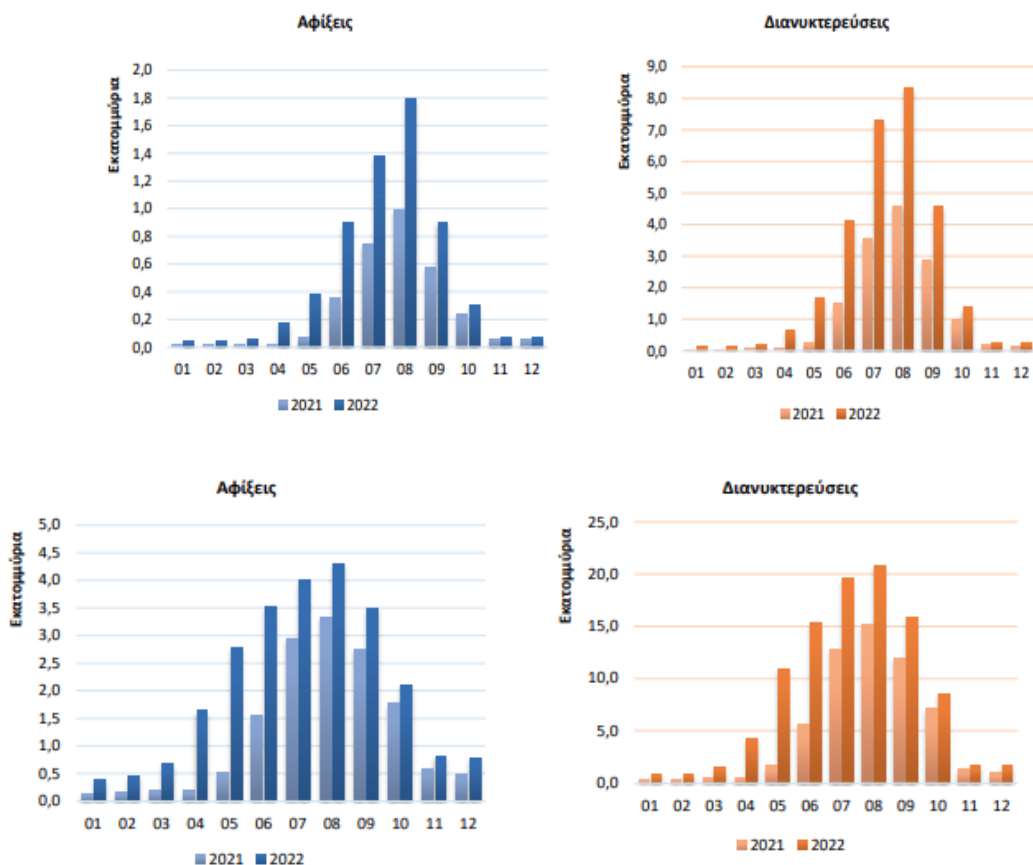
Παρατηρείται ότι την πρωτιά σε διανυκτερεύσεις διεκδικούν οι περιφερειακές ενότητες Νοτίου Αιγαίου, Κρήτης και Κεντρικής Μακεδονίας διατηρώντας σταθερά ποσοστά κατά την διετία και πιο συγκεκριμένα 27%, 24% και 12% αντίστοιχα. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω στοιχεία, παρατίθενται το διάγραμμα με την εξέλιξη των διανυκτερεύσεων ανά μήνα για την διετία 2021-2022.

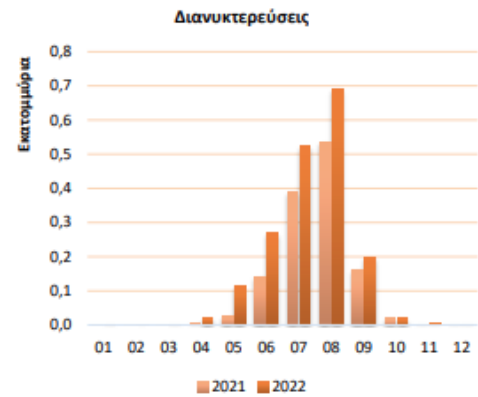
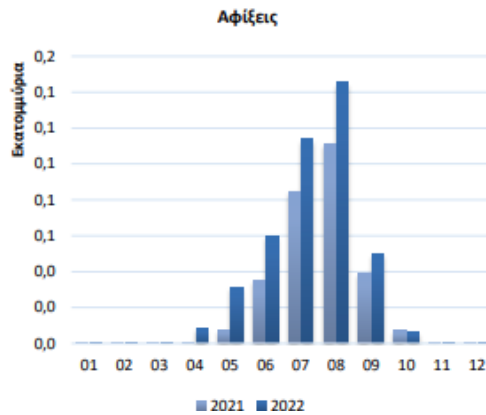


Το 2022, το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων αφορά τον ξενοδοχειακό τύπο καταλυμάτων (79,2% και 76,8% αντίστοιχα).



Η μηνιαία κατανομή των στοιχείων δείχνει ότι το 59,1% των αφίξεων και το 66,0% των διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία, κάμπινγκ και βραχυπρόθεσμα ομαδικά καταλύματα συγκεντρώνονται μεταξύ Ιουλίου και Οκτωβρίου.





Το έτος βάσης 2022, οι τουρίστες μόνιμοι κάτοικοι αντιπροσώπευαν το μεγαλύτερο μερίδιο των αφίξεων και διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στην Ευρώπη (83,9% των αφίξεων και 91% των διανυκτερεύσεων), με τα κράτη μέλη της ΕΕ να συνεισφέρουν σημαντικά (58,7% των αφίξεων και 62,9% των διανυκτερεύσεων). Η Γερμανία (14,9% των αφίξεων και 18,7% των διανυκτερεύσεων) και η Γαλλία (7,8% των αφίξεων και 6,7% των διανυκτερεύσεων) ήταν οι χώρες με τη μεγαλύτερη συνεισφορά όσον αφορά τις αφίξεις, ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο (16,0% των αφίξεων και 18,8% των διανυκτερεύσεων) ήταν ο μεγαλύτερος συνεισφέρων από άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Από τη σύγκριση των στοιχείων για τις διανυκτερεύσεις των τουριστών σε όρους απόλυτων αφίξεων ανά χώρα εγκατάστασης το 2022 και το 2021 προκύπτει ότι οι χώρες της ΕΕ Γερμανία (38,8% των αφίξεων και 46,7% των διανυκτερεύσεων), Γαλλία (41,9% των αφίξεων και 47,4% των διανυκτερεύσεων) και Ιταλία (90,5% των αφίξεων και 98,9% των διανυκτερεύσεων) παρουσιάζουν σημαντική αύξηση. Άλλες ευρωπαϊκές χώρες παρουσίασαν αυξήσεις σε απόλυτους αριθμούς: Ηνωμένο Βασίλειο (220,6% των αφίξεων και 249,6% των διανυκτερεύσεων) και Σερβία (115,1% των αφίξεων και 110,7% των διανυκτερεύσεων). Από τις άλλες ηπείρους, σημαντική ήταν η αύξηση του απόλυτου αριθμού των αφίξεων από την αμερικανική ήπειρο, ιδίως από τις ΗΠΑ (155,7% των αφίξεων και 154,3% των διανυκτερεύσεων) (ot.gr, 2023).

Γενικώς η Ελλάδα αποτελεί έναν τουριστικό προορισμό για τους πολίτες πάρα πολλών χωρών, τόσο εντός, όσο και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό αποτελεί άλλο ένα βασικό χαρακτηριστικό της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας καθώς προσφέρει τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση του συγκεκριμένου κλάδου να μπορέσει να κατανοήσει το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται και αναλόγως να προσαρμοστεί στη συνέχεια προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.

Η Σκόπελος σύμφωνα με τη μελέτη του INSETE υπάγεται στην περιφέρεια της Μαγνησίας μαζί με τα νησιά Σκιάθο, Αλόνησο, Κυρά Παναγιά, Γιούτια, Ψαθούρα, Πιπέρι, Περιστέρα και Σκάντζαρι που συνολικά αποτελούν τις Βόρειες Σποράδες. Ως πρωτεύουσα της Ενότητας αυτής έχει οριστεί η πόλη του Βόλου. Στην περιφέρεια ωστόσο της Θεσσαλίας ανήκουν επίσης η Καρδίτσα, η Λάρισα και ο νομός Τρικάλων. Η περιφέρεια της Θεσσαλίας παρατηρείται σύμφωνα με τα ανωτέρω επίσημα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ ότι βρίσκεται στις χαμηλές θέσεις Πανελλαδικά με βάση το σύνολο των επισκεπτών και τις συνολικές διανυκτερεύσεις γεγονός το οποίων υποδηλώνει αφενός την αποδυναμωμένη τουριστική κίνηση των περιοχών της Περιφέρειας, αφετέρου προβάλλει της δυνατότητες και περαιτέρω ενίσχυση της προβολής του περιφερειακού τουριστικού προϊόντος μέσω του σχεδιασμού και της υλοποίησης συγκεκριμένων στρατηγικών περιφερειακών δράσεων. Για το Boutique Hotel Ανθός είναι πολύ σημαντική η κατανόηση της σημασίας του τουρισμού για την ελληνική οικονομία, την ελληνική κοινωνία, αλλά και τους ίδιους τους Έλληνες ως ανθρώπους και στη συνέχεια ως πολίτες. Η κατανόηση της σημασίας του συμβάλλει στη δημιουργία ενός σχεδίου που θα προσπαθεί να καλύψει όσο το δυνατόν περισσότερα ενδεχόμενα σχετικά με την πορεία του ξενοδοχείου και της οικονομίας, ώστε να εξασφαλιστεί η ομαλή λειτουργία του τουλάχιστον τα πρώτα πέντε χρόνια από τη στιγμή που θα ολοκληρωθεί και θα αρχίσει να προσφέρει τις υπηρεσίες του.

Κεφάλαιο 2: Περιγραφή Προτεινόμενης Επένδυσης

2.1 Περιγραφή Επενδυτικού Σχεδίου

Το παρόν επενδυτικό σχέδιο συντάχθηκε με σκοπό την αξιολόγηση από οικονομοτεχνικής σκοπιάς της ίδρυσης και λειτουργίας μιας ξενοδοχειακής μονάδας στο νησί της Σκόπελου. Μέσω του παρόντος επενδυτικού σχεδίου η επενδύτρια εταιρεία θα προβεί στην υλοποίηση όλων των αναγκαίων δαπανών έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η εύρυθμη και απρόσκοπτη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας διαχρονικά. Ταυτόχρονα, ο επιχειρηματίας επιδιώκει να συντελέσει θετικά στην επιχειρηματική, οικονομική και κοινωνική εξέλιξη και ευημερία της ευρύτερης περιοχής στην οποία θα πραγματοποιηθεί η προτεινόμενη επένδυση.

Πιο συγκεκριμένα, μέσω του παρόντος θα εξασφαλιστεί η κατασκευή των ξενοδοχειακών κτιριακών εγκαταστάσεων, η εσωτερική διαμόρφωση αυτών, η προμήθεια του εξοπλισμού για τα δωμάτια, τους κοινόχρηστους χώρους, την κουζίνα, το εστιατόριο - μπαρ καθώς και για τους χώρους αναψυχής, ενώ τέλος θα προβεί σε ενέργειες διαμόρφωσης του περιβάλλοντος χώρους καθώς και στην έκδοση σχετικών αδειών.

Βασική προϋπόθεση ενός ξενοδοχείου για να μπορεί να υπαχθεί στην κατηγορία των Boutique Hotels πρέπει υποχρεωτικά να έχει το μέγιστο εξήντα δωμάτια, τα οποία όμως θα είναι τριών, τεσσάρων ή πέντε αστέρων. Επιπλέον οι υπηρεσίες που θα προσφέρει πρέπει να είναι εξατομικευμένες ώστε να μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες που έχει ξεχωριστά καθένας από τους τουρίστες που το επισκέπτονται. Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται θα είναι τεσσάρων αστέρων και το ξενοδοχείο θα έχει εξήντα δωμάτια.

Στον πίνακα που ακολουθεί αποτυπώνεται η συνολική δυναμικότητα της ξενοδοχειακής μονάδας:

Είδος Δωματίου	Αριθμός Δωματίων
Δίκλινο	15
Τρίκλινο	10
Τρίκλινο +	20
Σουίτα DELUXE	5
Σουίτα SUPERIOR	10
Σύνολο Δωματίων	60

Το Boutique Hotel Ανθός θα αποτελείται συνολικά από 60 δωμάτια όπου 20 θα είναι τρίκλινα και θα έχουν τη δυνατότητα να προστεθεί μια κλίνη, 10 θα είναι τρίκλινα δίχως να έχουν αυτή τη δυνατότητα, θα υπάρχουν 10 σουίτες superior, 15 δίκλινα δωμάτια και 5 σουίτες deluxe. Στο ισόγειο του ξενοδοχείου θα υπάρχουν η υποδοχή, το σαλόνι, οι χώροι χαλάρωσης και αισθητικής, όπως επίσης και το μπαρ στο εσωτερικό του ξενοδοχείου, ενώ στους εξωτερικούς χώρους θα υπάρχουν οι εγκαταστάσεις άθλησης για όσους επιθυμούν να συνεχίσουν την αθλητική τους δραστηριότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Στους ορόφους 1 έως και έξι θα υπάρχουν τα δωμάτια των τουριστών, ενώ στον τελευταίο, έβδομο όροφο θα υπάρχουν το εστιατόριο και η κουζίνα.

Ωστόσο για να μπορεί να εξασφαλιστεί η καλύτερη λειτουργία του ξενοδοχείου τα δωμάτια του προσωπικού θα είναι μοιρασμένα σε δύο σημεία εντός των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, αναλόγως του σημείου στο οποίο απασχολείται ο κάθε εργαζόμενος. Έτσι τα δωμάτια του προσωπικού θα είναι μοιρασμένα στο ισόγειο και στον έβδομο όροφο, όπου στο ισόγειο θα βρίσκονται τα δωμάτια των εργαζομένων στην υποδοχή, στο μπαρ, στους χώρους χαλάρωσης και αισθητικής, ενώ στον έβδομο όροφο θα βρίσκονται τα δωμάτια του διοικητικού προσωπικού και του προσωπικού που θα απασχολείται στο εστιατόριο και στην κουζίνα. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν οι εργαζόμενοι να ξεκουράζονται πιο εύκολα μετά την ολοκλήρωση της βάρδιάς τους, αλλά και να μεταβαίνουν εγκαίρως στον χώρο εργασίας τους ακόμη κι αν έχουν αργήσει

να ετοιμαστούν για να αναλάβουν τα καθήκοντά τους. Στους εξωτερικούς χώρους του ξενοδοχείου, πέρα από τους χώρους για την άθληση των τουριστών, θα υπάρχει χώρος στάθμευσης που θα μπορούν να αφήσουν τα αυτοκίνητά τους τόσο το προσωπικό, όσο και οι τουρίστες καθώς θα υπάρχουν θέσεις στάθμευσης για 110 αυτοκίνητα, προκειμένου να υπάρχει χώρος και για τα μεταφορικά μέσα που θα χρησιμοποιούν οι προμηθευτές για να εφοδιάσουν το ξενοδοχείο και να μην προκαλείται κάποιο πρόβλημα στη λειτουργία του κατά τη διάρκεια ανεφοδιασμού.

Για εξασφάλιση της καλύτερης εξυπηρέτησης των πελατών το ιδανικό θα είναι να προσφέρονται οι βασικές υπηρεσίες που δια νόμου υποχρεούται να προσφέρει ένα ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων όπως είναι οι εξής (Κουτσούνης, 2015):

- Πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- Δίγλωσση ιστοσελίδα με επικαιροποιημένη πληροφόρηση και φωτογραφίες που ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα
- Πρωινό που κατ' ελάχιστον αποτελείται από καφέ (φίλτρου, στιγμιαίο, ελληνικό), τσάι, γάλα, δύο είδη φρέσκου ψωμιού, φρυγανιές, κέικ, βούτυρο, μαργαρίνη, δύο είδη μαρμελάδας, μέλι, τυρί, αλλαντικά, αυγά (ζεστά ή κρύα), γιαούρτι, δημητριακά, χυμοί φρούτων, φρέσκα φρούτα
- Διάρκεια προσφοράς πρωινού άνω των τριών ωρών
- Υπηρεσία δωματίου για 12 ώρες την ημέρα
- Καθημερινή καθαριότητα δωματίων αλλά και κοινόχρηστων χώρων
- Αλλαγή κλινοσκεπασμάτων κάθε δύο μέρες
- Αλλαγή ιματισμού μπάνιου σε καθημερινή βάση
- Θέρμανση και κλιματισμό
- Υποδοχή ανοικτή για την εξυπηρέτηση των πελατών όλη τη μέρα (εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο), αλλά και τηλεφωνική που θα λειτουργεί όλη την ημέρα (εικοσιτέσσερις ώρες)
- Παροχή πρόσθετων ειδών κοσμητικής (καλύμματα κεφαλής, βαμβάκι, ξυραφάκια μιας χρήσης, μπατονέτες αυτιών, λοσιόν / γαλάκτωμα

σώματος – χεριών, κρέμα μαλλιών, λίμα νυχιών, σακούλες υγιεινής, οδοντόβουρτσα με οδοντόπαστα μιας χρήσεως, χαρτομάντηλα)

- Λοιπές υπηρεσίες (σάκος ρούχων για καθαριστήριο, απαραίτητα υλικά για ράψιμο, φάκελος αλληλογραφίας, γραφική ύλη, βερνίκι και κόκκαλο υποδημάτων)

Το σύνολο αυτών των υπηρεσιών μπορεί να εξασφαλίσει την καλή λειτουργία του ξενοδοχείου Ανθός, όμως για να μπορέσει να αντιμετωπίσει τον υφιστάμενο ανταγωνισμό και να μπορέσει να εξασφαλίσει ένα ικανοποιητικό πλαίσιο λειτουργίας σε βάθος χρόνου είναι απαραίτητη η επιλογή και η ρύθμιση των απαραίτητων λεπτομερειών για την προσφορά μιας υπηρεσίας που θα το διαφοροποιεί από το σύνολο των υπόλοιπων ξενοδοχείων αυτής της κατηγορίας. Στην περίπτωση του συγκεκριμένου ξενοδοχείου το διαφοροποιητικό στοιχείο που θα εξασφαλίσει τη μελλοντική του λειτουργία θα είναι η αποστολή ενός σύντομου ερωτηματολογίου αποτελούμενου από πέντε ερωτήσεις, βάσει των οποίων θα μπορεί να σχηματίσει ο εκάστοτε πελάτης το δικό του πακέτο αναλόγως των συνηθειών, των επιθυμιών και των αναγκών που έχει ο καθένας ξεχωριστά.

Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί να προετοιμαστεί καταλλήλως και το ίδιο το ξενοδοχείο έχοντας τις κατάλληλες προμήθειες, κάτι που κατ' επέκταση του εξασφαλίζει τη μη περιττή δέσμευση κεφαλαίων και ταυτοχρόνως την αξιοποίησή τους μελλοντικά για αναβάθμιση του ξενοδοχείου και προσφορά καινούριων υπηρεσιών, αλλά και προκειμένου να διατηρηθεί σε χαμηλά επίπεδα η τιμή του κάθε δωματίου σε βάθος χρόνου ώστε να μη χρειαστεί μετά από μερικά χρόνια να αλλάξει και να αυξηθεί. Για τους ίδιους τους καταναλωτές ωστόσο είναι επίσης μια σημαντική διαφορά καθώς με αυτό τον τρόπο μπορούν να εξασφαλίσουν τις επιθυμητές υπηρεσίες, έχοντας λάβει επίσης το ερωτηματολόγιο αμέσως μετά την επιλογή του ξενοδοχείου και το «κλείσιμο» του δωματίου έχουν τη δυνατότητα, ειδικά εκείνοι οι καταναλωτές που επιθυμούν να ταξιδεύουν αργότερα, να αλλάξουν τις επιλογές τους και να δημιουργήσουν ένα ακόμη πιο προσωποποιημένο πακέτο που θα καλύπτει καλύτερα τις ανάγκες τους. Ειδικά εκείνες τις ανάγκες που μπορεί να έχουν

προκύψει ξαφνικά και δεν τις είχαν λάβει υπόψη τους νωρίτερα. Προκειμένου όμως να μπορεί να ρυθμίσει την λειτουργία του και το ίδιο το ξενοδοχείο ο πελάτης θα έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε συγκεκριμένες επιλογές και συγκεκριμένα (sangiorgrgio, 2020):

- ⇒ Εστιατόριο
- ⇒ Γυμναστήριο – Χώρος ευεξίας
- ⇒ Σπα – Χώρος χαλάρωσης
- ⇒ Υπηρεσία προσωπικού μάγαιρα
- ⇒ Υπηρεσία θυρωρού
- ⇒ Ιδιαίτερα δώρα
- ⇒ Ιδιωτική μεταφορά
- ⇒ Λοιπές υπηρεσίες

Όλες αυτές οι υπηρεσίες προσφέρουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους ενώ την ίδια στιγμή έχουν τη δυνατότητα να ανταπεξέλθουν και σε κάποιες υποχρεώσεις που έχουν (συζυγικές, γονικές, οικογενειακές απέναντι στους συγγενείς τους, αλλά και φιλικές) που μπορούν να καλυφθούν όταν προσφέρονται υπό μορφή δώρου. Με αυτό τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα οι καταναλωτές να προσφέρουν κάποιες από τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου ως δώρο στους ανθρώπους με τους οποίους συνταξιδεύουν.

Ειδικά για την περίπτωση των καταναλωτών που είναι και γονείς η προσφορά tablet με ελεγχόμενο περιεχόμενο που θα επιτρέπει την πρόσβαση αποκλειστικά και μόνο σε υλικό κατάλληλο για την ηλικία των παιδιών αποτελεί ένα διαφοροποιητικό στοιχείο του ίδιου του ξενοδοχείου και την ίδια στιγμή έχει σαν αποτέλεσμα το σχηματισμό μιας ακόμη ερώτησης που θα πρέπει να απαντήσουν όσοι επιθυμούν να επισκεφτούν το Boutique Hotel Ανθός. Για τους γονείς εκείνους που επιθυμούν να χαλαρώσουν σε κάποιον από τους χώρους χαλάρωσης (γυμναστήριο – χώροι ευεξίας, σπα – χώρος χαλάρωσης), αλλά δεν επιθυμούν να χρησιμοποιούν τα παιδιά τους ανεξέλεγκτα από άποψη χρόνου την τεχνολογία θα υπάρχει συγκεκριμένος χώρος στο ισόγειο όπου θα μπορούν

να απασχοληθούν δημιουργικά τα παιδιά των επισκεπτών για όση ώρα εκείνοι το επιθυμούν.

Για τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους που επισκέπτονται το ξενοδοχείο για λόγους αναψυχής θα προσφέρεται laptop ή tablet όποτε κι αν το επιθυμήσουν είτε για να μπορέσουν να έχουν πρόσβαση σε συγκεκριμένο περιεχόμενο, είτε προκειμένου να μπορέσουν να εργαστούν αν είναι απαραίτητο και δεν έχουν τον προσωπικό τους εξοπλισμό για να ανταποκριθούν σε αυτές τις υποχρεώσεις, αλλά ακόμη και για την περίπτωση εκείνη που προκύψει κάποιο πρόβλημα με το δικό τους εξοπλισμό και χρειάζονται εφεδρικό μέχρι να επισκευαστεί ο δικός τους.

Καθώς όμως αυτά τα δεδομένα είναι πολύ ευαίσθητα οι συγκεκριμένες συσκευές θα είναι ρυθμισμένες έτσι ώστε να κάνουν επαναφορά εργοστασιακών ρυθμίσεων ανά τακτά χρονικά διαστήματα (περίπου 15-20 μέρες) εναλλακτικά θα έχουν τη δυνατότητα οι ίδιοι οι πελάτες του ξενοδοχείου να τους κάνουν επαναφορά ώστε να είναι σίγουροι πως τα στοιχεία τους έχουν διαγραφεί και δε συντρέχουν λόγοι ανησυχίας περί διαρροής των προσωπικών τους δεδομένων.

Φυσικά για να μπορούν να προσφερθούν αυτές οι υπηρεσίες στους επισκέπτες θα προσφέρεται ελεύθερη πρόσβαση στο Διαδίκτυο, ενώ για να μπορεί να βρεθεί το ξενοδοχείο από τους χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως θα έχει δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα δίγλωσση που ταυτοχρόνως θα έχει επικαιροποιημένη πληροφόρηση περί του ξενοδοχείου, της λειτουργίας του και των επιλογών που έχει ο κάθε τουρίστας. Την ίδια στιγμή θα υπάρχουν ρεαλιστικές φωτογραφίες με τις οποίες θα προσφέρεται η δυνατότητα στους επισκέπτες της ιστοσελίδας να δουν πώς είναι πραγματικά το ξενοδοχείο και θα τους ωθεί να το επιλέξουν από το σύνολο των ανταγωνιστών μιας και συμφωνεί με τις προτιμήσεις και τις ιδέες τους περί του τί είναι ένα σωστό / κατάλληλο ή ιδανικό ξενοδοχείο για εκείνους.

Η προσπάθεια προώθησης των τουριστικών υπηρεσιών αποτελεί ένα δύσκολο έργο κυρίως εξαιτίας της φύσης που έχουν αυτές καθώς είναι άυλες και συνεπώς δεν μπορούν να τις αξιολογήσουν οι καταναλωτές παρά μόνο αν τις αγοράσουν και τις χρησιμοποιήσουν (Γούναρης, 2011). Για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο να σχεδιαστούν με ιδιαίτερη προσοχή οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται, να είναι όλες υπαρκτές και να μπορούν να προσφερθούν με ποιοτικό και ικανοποιητικό τρόπο προς όλους τους καταναλωτές. Έτσι ο σχεδιασμός είναι απαραίτητος και θα πρέπει να έχει γίνει σε πρώτο στάδιο μια πιλοτική εφαρμογή και εξέταση του τρόπου με τον οποίο θα μπορούν να χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα οι καταναλωτές και στη συνέχεια να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο και να μπορούν να επεξεργαστούν σε δεύτερη φάση τις απαντήσεις που έχουν δώσει για να αλλάξουν τις επιλογές τους και να καλύπτει καλύτερα τις προσωπικές τους ανάγκες.

Οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται εντός του ξενοδοχείου απευθύνονται σε όλους τους τουρίστες παγκοσμίως καθώς όλοι θα έχουν τη δυνατότητα να εισέλθουν και να αποκτήσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Το βασικότερο χαρακτηριστικό που θα έχει το ξενοδοχείο είναι πως θα προσπαθεί να προσφέρει στους τουρίστες υπηρεσίες που δεν είναι εύκολο να τις προσφέρει κάποιο άλλο ξενοδοχείο στο νησί καθώς θα τις έχουν διαλέξει οι ίδιοι οι καταναλωτές και δεν επιβαρύνονται οικονομικά με επιπρόσθετες υπηρεσίες που οι ίδιοι δεν επιθυμούν και τους αφήνουν αδιάφορους.

Σε αυτό συμβάλλει εξαιρετικά και ο τεχνολογικός εξοπλισμός καθώς για να μπορέσει να συγκεντρώσει το ξενοδοχείο τις απαραίτητες πληροφορίες περί των υπηρεσιών που επιθυμούν να καταναλώσουν οι τουρίστες θα τους αποστέλλεται ένα ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, όπως έχει προαναφερθεί, βάσει των απαντήσεων του οποίου θα σχηματίζεται το εκάστοτε τουριστικό πακέτο για τους καταναλωτές που επιθυμούν τη Σκόπελο και να μείνουν στο Boutique Hotel Ανθός. Πρόκειται για ένα Boutique Hotel 4 αστέρων, συνολικής χωρητικότητας 300 κλινών όταν αξιοποιηθούν όλες οι πιθανές κλίνες καθώς υπάρχουν δωμάτια που έχουν επιπρόσθετες κλίνες.

2.2 Επενδυτικοί Στόχοι

Η κεφαλαιουχική εταιρεία με την επωνυμία «Ξενοδοχειακές Εγκαταστάσεις Ι.Κ.Ε.» αποτελεί τον φορέα υλοποίησης του παρόντος επενδυτικού σχεδίου και ειδικεύεται στην παροχή υπηρεσιών ξενοδοχείου ύπνου, πολυτελείας και α' κατηγορίας, με εστιατόριο. Αρχικά, κατά την έναρξη της επιχειρηματικής της λειτουργίας, η επιχείρηση θα απασχολεί στο high season περίοδο 14 άτομα ως προσωπικό ενώ θα είναι σε θέση να εξυπηρετήσει περισσότερους από 120 πελάτες την ημέρα.

Μέσω του παρόντος ο επενδυτής επιδιώκει την δημιουργία ευχάριστων συνθηκών για μια μοναδική εμπειρία διαμονής των πελατών της επιχείρησης, ανεξαρτήτου ηλικιακής ομάδας στις εγκαταστάσεις της και της ικανοποίησης αυτών μέσω των υπηρεσιών που τους παρέχει. Η εταιρεία σχεδιάζει να προσφέρει μια μοναδική εμπειρία στους επισκέπτες της μέσω της διάθεσης υψηλής ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι επισκέπτες θα έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν μια αξέχαστη εμπειρία, καθώς η εταιρεία θα διαθέτει μια ευρεία γκάμα υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που θα προσαρμόζονται στις ατομικές τους ανάγκες και προτιμήσεις. Η εξυπηρέτηση των επισκεπτών έχει σχεδιαστεί να γίνεται με εξαιρετική προσοχή και φροντίδα, ενώ οι υπάλληλοι θα είναι άρτια εκπαιδευμένοι ώστε να προσφέρουν εξαιρετική φιλοξενία και επαγγελματισμό. Κάθε επίσκεψη στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις της εταιρείας δύναται να αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία για τους επισκέπτες να ζήσουν μια αξέχαστη εμπειρία που θα μείνει ανεξίτηλη στη μνήμη τους. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνουν προϊόντα και δραστηριότητες υψηλής ποιότητας, σχεδιασμένα με προσοχή και μεράκι για να ικανοποιούν και τους πιο απαιτητικούς επισκέπτες. Η εταιρεία μέσω του παρόντος επενδυτικού σχεδίου σχεδιάζει να επενδύσει στην προσέλκυση εξειδικευμένου προσωπικού που είναι εξοικειωμένο με τις τελευταίες τάσεις και πρακτικές στον κλάδο, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται αμέσως τον επαγγελματισμό και τη φροντίδα που προσφέρονται κατά τη διάρκεια της επίσκεψής τους, και αυτό δημιουργεί μια αίσθηση εμπιστοσύνης και ικανοποίησης.

Επιπλέον, η εταιρεία επιθυμεί να αναπτύσσει μια δυναμική, ανταγωνιστική και πλήρως φιλική προς το περιβάλλον προσέγγιση με σκοπό τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά της και την ανάπτυξη ενός δυναμικού πελατολογίου, με τον αμείλικτο στόχο να επιτύχει οικονομική αποδοτικότητα. Για τον σκοπό αυτό, η επιχείρηση μέσω του παρόντος θα συμβάλλει σημαντικούς πόρους και ενέργεια για την υιοθέτηση οικολογικά φιλικών πρακτικών και τεχνολογιών, προσβλέποντας στη μείωση του οικολογικού της αποτυπώματος. Η δράση αυτή ενσωματώνεται στον πυρήνα των δραστηριοτήτων της, προσφέροντας πρωτοποριακές λύσεις που συνδυάζουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών της με τον σεβασμό προς το περιβάλλον. Οι προσπάθειες της επιχείρησης επικεντρώνονται στην ανάπτυξη μιας σταθερής και ανταγωνιστικής παρουσίας στην αγορά, με συνεχή και καλά σχεδιασμένη επέκταση του δραστηριοτικού της πεδίου. Αναζητά ευκαιρίες για να διευρύνει το φάσμα των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, επιδιώκοντας να ικανοποιήσει τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών της. Με διαρκή προσήλωση στην ποιότητα και την ικανοποίηση των πελατών, η εταιρεία στοχεύει στην ανάπτυξη ενός ευρύ και πιστό δυναμικού πελατολογίου. Αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην επικοινωνία και την αμοιβαία επικοινωνία με τους πελάτες της, προσφέροντας εξατομικευμένες λύσεις που ανταποκρίνονται στις ατομικές τους ανάγκες και προτιμήσεις. Η επιχείρηση έχει στρατηγική ορατότητα για το μέλλον, διαμορφώνοντας και προσαρμόζοντας συνεχώς τις δράσεις της ώστε να διατηρεί μια επιτυχημένη και βιώσιμη θέση στην αγορά. Στοχεύει στο να παραμένει πρωτοπόρος στον κλάδο της, ανταποκρινόμενη στις αλλαγές και τις προκλήσεις του περιβάλλοντος, προσδιορίζοντας έτσι τη δική της ξεχωριστή ταυτότητα.

Το ξενοδοχείο που θα ιδρυθεί θα προβαίνει σε κοινωνική δραστηριοποίηση στην ευρύτερη περιοχή, υλοποιώντας δράσεις που έχουν στόχο την προστασία τόσο της θάλασσας όσο και του λοιπού περιβάλλοντος της περιοχής. Ο επενδυτής ποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην ενεργή του συμμετοχή σε δράσεις που αφορούν το κοινό καλό και την περιβαλλοντική προστασία. Αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για τον καθαρισμό της παραλίας και των

θαλάσσιων περιοχών, συνεργαζόμενο με τοπικούς φορείς και οργανώσεις, με στόχο να διατηρηθεί και να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του φυσικού περιβάλλοντος. Σε συνέχεια αυτής της προσέγγισης, το ξενοδοχείο θα προάγει προγράμματα ευαισθητοποίησης της τοπικής κοινότητας σχετικά με τα περιβαλλοντικά ζητήματα, διδάσκοντας τις αξίες της βιώσιμης πρακτικής και της φροντίδας για το περιβάλλον. Μέσω της επικοινωνίας και του παραδείγματος, προσπαθεί να ενσωματώσει την προστασία του περιβάλλοντος στην καθημερινή ζωή των πελατών και του προσωπικού του. Στόχος του ξενοδοχείου είναι να αναδειχθεί ως μια πηγή αλλαγής και ευαισθητοποίησης, προωθώντας την προστασία του περιβάλλοντος και ενθαρρύνοντας τη συμμετοχή των επισκεπτών και της τοπικής κοινότητας σε περιβαλλοντικές δράσεις. Με δέσμευση στην αειφορία και το κοινωνικό καλό, το ξενοδοχείο αναμένεται να συμβάλει στη δημιουργία ενός θετικού αποτυπώματος στο περιβάλλον και να αποτελέσει παράδειγμα για άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς.

Τέλος, με τη δημιουργία του ξενοδοχείου, η επιχείρηση έχει ως στόχο να στηρίξει την τοπική οικονομία προσφέροντας ευκαιρίες απασχόλησης σε κάτοικους της περιοχής. Μέσω της πρόσληψης ντόπιων κατοίκων, το ξενοδοχείο ενισχύει την κοινότητα και συμβάλλει στην καλύτερη οικονομική ευημερία της. Επιπλέον, η επιχείρηση αναζητά τρόπους να συμβάλλει και στην ανάπτυξη της περιοχής συνολικά, προσφέροντας ευκαιρίες απασχόλησης και για άτομα πέρα από τους ντόπιους, ώστε να συμβάλλει στην ποικιλομορφία της εργασιακής δύναμης και της κοινότητας. Με την επιδίωξη αυτή, το ξενοδοχείο αναμένεται να δώσει ώθηση στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και να προσφέρει σημαντικά οφέλη για την κοινότητα, διαμορφώνοντας ένα περιβάλλον όπου οι ντόπιοι και οι νέοι εργαζόμενοι συνυπάρχουν με αμοιβαίο σεβασμό και συνεργασία.

2.3 Η στρατηγική του Boutique Hotel Ανθός

Η αποστολή του Boutique Hotel Ανθός θα είναι να μπορέσει να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη του τουρισμού της Σκοπέλου και στην προώθηση της συγκεκριμένης πόλης στο εσωτερικό, αλλά και στο εξωτερικό της χώρας. Οι στόχοι είναι να μπορέσει να κερδίσει μια σημαντική θέση στην τοπική αγορά καθώς επίσης κι ένα εξίσου αξιόλογο τμήμα της αγοράς μέσα από την προσφορά καινοτόμων υπηρεσιών που θα βοηθούν στο να δημιουργήσει η επιχείρηση μια μοναδική ταυτότητα χάρη στην οποία θα ξεχωρίζει. Για να μπορέσει να γίνει αυτό όμως είναι απαραίτητος ο σχεδιασμός μιας στρατηγικής που θα τη βοηθάει σε κάθε βήμα της, αλλά και επειδή θα έχει υπάρξει η αντίστοιχη μέριμνα για όλων των ειδών τα προβλήματα και τις δυσκολίες που ίσως κάνουν την εμφάνισή τους.

Στόχος επίσης της δημιουργίας του συγκεκριμένου ξενοδοχείου είναι η στήριξη της τοπικής κοινωνίας μέσα από την πρόσληψη ατόμων που ανήκουν στη συγκεκριμένη κοινωνία, αλλά είναι άνεργοι και αναζητούν μια θέση εργασίας. Η πρόσκληση τουριστών από όλες τις χώρες, όπως επίσης και η δημιουργία πιστών τουριστών που θα προτιμούν το συγκεκριμένο ξενοδοχείο όποτε επισκέπτονται το νησί είναι στόχοι που έχουν τεθεί και θα προσπαθούν καθημερινά να γίνουν πραγματικότητα μέσα από τη δραστηριότητα του ξενοδοχείου.

Η στρατηγική που θα ακολουθεί το ξενοδοχείο προκειμένου να μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό θα είναι αυτή της διαφοροποίησης μέσω της προσφοράς καινοτόμων υπηρεσιών όπως είναι η αποστολή του ερωτηματολογίου βάσει του οποίου θα μπορεί ο κάθε τουρίστας να σχηματίσει το δικό του πακέτο και να κάνει κράτηση για το δωμάτιο που εκείνος επιθυμεί, αλλά και για τις υπηρεσίες που επιθυμεί, όπως επίσης και για να μπορέσει να μπορέσουν να ζητήσουν τις υπηρεσίες που θα ήθελαν να λάβουν, αλλά δεν ανήκουν στις βασικές ή για οποιονδήποτε λόγο δεν έχουν συμπεριληφθεί στον κατάλογο με τις προς προσφορά υπηρεσίες που δεν ανήκουν στις βασικές, αλλά στις δευτερεύουσες.

Ο βασικός στόχος του ξενοδοχείου είναι να μπορέσει το ξενοδοχείο να κερδίσει το ενδιαφέρον των τουριστών που ενδιαφέρονται για την ιστορία και τα αξιοθέατα του νησιού, όπως επίσης και για το να βιώσουν την εμπειρία των πολυτελών διακοπών, δίχως όμως να τους κοστίσει πάρα πολύ ακριβά. Σε αυτό συμβάλλει και το γεγονός πως στη Σκόπελο είναι περιορισμένος ο αριθμός των ξενοδοχείων αυτής της κατηγορίας, ενώ οι ίδιες ακριβώς υπηρεσίες δεν προσφέρονται από τους ανταγωνιστές του Ανθός.

2.4 Ανάλυση SWOT

Στην ανάλυση SWOT εξετάζονται οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές που μπορεί να αντιμετωπίσει μια εταιρεία κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της. Με αυτό τον τρόπο εξετάζονται το εσωτερικό, αλλά και το εξωτερικό περιβάλλον προκειμένου να μπορεί να προετοιμαστεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο η ίδια η επιχείρηση. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι δυνάμεις και οι αδυναμίες του Boutique Hotel Ανθός κι οι ευκαιρίες και οι απειλές που υπάρχουν στο εξωτερικό περιβάλλον που θα κληθεί να αντιμετωπίσει το συγκεκριμένο ξενοδοχείο.

2.4.1. Δυνάμεις

Δυνάμεις του Boutique Hotel Ανθός είναι πως οι υπηρεσίες που θα προσφέρει το ξενοδοχείο θα ξεπερνούν τις βασικές προϋποθέσεις που έχει θέσει το νομικό πλαίσιο προκειμένου να μπορεί να διαφοροποιηθεί από το σύνολο των ανταγωνιστών της, θα είναι ποιοτικές και θα ευέλικτες στο μέγιστο δυνατό βαθμό προκειμένου να μπορούν να προσφέρονται αποτελεσματικά προς όλους, αλλά και να μπορούν να προστεθούν καινούριες υπηρεσίες βάσει των επιθυμιών που έχουν οι καταναλωτές. Δυνατό σημείο αποτελεί επίσης η αποστολή του ερωτηματολογίου προς τους καταναλωτές όποτε ολοκληρώσουν την κράτηση του δωματίου που επιθυμούν.

Η εύρεση και η στελέχωση ικανού προσωπικού αποτελεί δύναμη που θα προσφέρει στο ξενοδοχείο τη δυνατότητα να κερδίσει ένα δικό του τμήμα στην εγχώρια αγορά αρχικά και στη συνέχεια στη διεθνή. Η ύπαρξη ιδιόκτητων εγκαταστάσεων είναι μια δύναμη που προσφέρει μακροχρόνιο πλεονέκτημα καθώς μειώνει το ύψος των εξόδων της εταιρείας και της επιτρέπει να διοχετεύσει προς διαφορετικές κατευθύνσεις τα κεφάλαια που εξοικονομεί.

Δύναμη θα είναι για το ξενοδοχείο η ύπαρξη εστιατορίου στο οποίο μέσα θα προσφέρονται τοπικά φαγητά, αλλά και γλυκά του κουταλιού. Συγκεκριμένα στο εστιατόριο θα προσφέρονται στριφτή τυρόπιτα, μαρμελάδα δαμάσκηνο, γλυκά του κουταλιού και συγκεκριμένα το αυγάτο, κρασί, τυρί, μέλι και ελιές σκοπελίτικες. Μια ακόμη δύναμη που θα έχει το Boutique Hotel Ανθός είναι η προσφορά ιδιαίτερων δώρων και συγκεκριμένα η προσφορά μικρών ποσοτήτων από παραδοσιακά γλυκά του κουταλιού προς τους τουρίστες, αναλόγως των προτιμήσεών τους.

2.4.2. Αδυναμίες

Το Boutique Hotel Ανθός είναι ένα ξενοδοχείο που επειδή είναι καινούριο θα δυσκολευτεί να εισχωρήσει στην αγορά και να κερδίσει μια σημαντική θέση, όμως την ίδια στιγμή θα πρέπει να αντιμετωπίσει σημαντικές δυσκολίες επειδή προκειμένου να κερδίσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών θα χρειαστεί να ορίσουν τιμές για τα δωμάτια που δεν ξεπερνούν τα λογικά όρια, ενώ την ίδια στιγμή θα πρέπει οι τιμές των υπηρεσιών που προσφέρουν να του επιτρέπουν να συγκεντρώσει κάποια κεφάλαια προς αντιμετώπιση των υποχρεώσεών τους. Το ύψος αυτών των τιμών όμως επειδή δεν μπορεί να είναι εξαιρετικά υψηλό δημιουργεί τον κίνδυνο της μη συγκέντρωσης των απαραίτητων κεφαλαίων.

Στο σύνολο των αδυναμιών που έχει να αντιμετωπίσει το Boutique Hotel Ανθός είναι το ότι θα χρειαστεί σημαντικός και πολύτιμος χρόνος μέχρι να μπορέσει να δημιουργηθεί το συγκεκριμένο ξενοδοχείο, χρόνος κατά τη διάρκεια του οποίου θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν σημαντικά κεφάλαια. Για τη δημιουργία του ξενοδοχείου είναι απαραίτητη η πραγματοποίηση κάποιων επιδιορθώσεων και αλλαγών προκειμένου να μπορέσει να δημιουργηθεί το

ξενοδοχείο, όμως αδυναμία αποτελεί επίσης και το γεγονός πως προκειμένου να μπορέσει να δημιουργηθεί το ξενοδοχείο αυτό θα πρέπει η Διοίκηση να λάβει αποφάσεις και να ορίσει τα άτομα που θα αναλάβουν συγκεκριμένους ρόλους, όπως επίσης και το ποιες θα είναι οι ευθύνες τους.

2.4.3. Ευκαιρίες

Το ίδιο το νησί προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για τις τουριστικές επιχειρήσεις πρωτίστως επειδή έχει σημαντικά αξιοθέατα που μπορεί να επισκεφθεί ο οποιοσδήποτε τουρίστας, αλλά και φυσικές ομορφιές όπως είναι οι παραλίες του. Το σύνολο των τουριστικών ξενοδοχείων που έχει η πόλη της Σκοπέλου αποτελεί μια ευκαιρία καθώς δεν είναι εξαιρετικά μεγάλος ο αριθμός τους επιτρέποντας με αυτό τον τρόπο στους ενδιαφερόμενους να δημιουργήσουν μια τουριστική επιχείρηση. Το σύνολο των μέτρων που έχουν δημιουργηθεί από την πλευρά του κράτους όπως επίσης και των μέτρων που έχουν ψηφιστεί κατά καιρούς προσφέρει σημαντικές ευκολίες και διευκολύνσεις σε όσους αποφασίσουν να δραστηριοποιηθούν μέσα στην ελληνική οικονομία.

Γεγονός είναι πως η ελληνική οικονομία έχει μόλις ξεπεράσει μια σημαντική περίοδο δυσκολιών, κάτι που αποτελεί άλλη μια ευκαιρία από την άποψη πως πλέον οι συνθήκες ευνοούν τη δημιουργία καινούριων επιχειρήσεων, τις οποίες έχει ανάγκη η συγκεκριμένη οικονομία προκειμένου να μπορέσει να επανέλθει στα επίπεδα εκείνα όπου θα μπορεί να αντιμετωπίσει την οποιαδήποτε δυσκολία προκύψει. Η διαρκής ανάπτυξη της τεχνολογίας αποτελεί επίσης μια ευκαιρία για τις ελληνικές επιχειρήσεις όποτε αρχίζουν ή συνεχίζουν τη δραστηριότητά τους καθώς αυξάνεται η δυνατότητα

Ευκαιρία σημαντική είναι το γεγονός πως έχει πάρα πολλές παραλίες το νησί και συνεπώς υπάρχει η δυνατότητα για τους τουρίστες να βρουν την παραλία της αρεσκείας τους και να την επισκεφθούν. Το ότι υπάρχουν πολύ καθαρές παραλίες αποτελεί άλλη μια ευκαιρία για τον τουρισμό, όπως επίσης και το γεγονός πως όλοι οι τουρίστες και οι κάτοικοι του νησιού προτράπεται να διατηρούν καθαρές τις παραλίες.

2.4.4. Απειλές

Μπορεί ο ανταγωνισμός στη Σκόπελο να είναι μικρός, όμως αυτό δε σημαίνει πως είναι ανύπαρκτος, κάτι που δημιουργεί μια σημαντική απειλή για τις καινούριες επιχειρήσεις όπως είναι το Boutique Hotel Ανθός. Η ύπαρξη μιας μακράς σειράς γραφειοκρατικών διαδικασιών αποτελεί μια απειλή καθώς κινδυνεύει να χαθεί πολύτιμος χρόνος και κατ' επέκταση να δαπανηθούν υψηλά κεφάλαια διακινδυνεύοντας τη μελλοντική εξέλιξη της επιχείρησης. Η ίδια η κοινωνία της Σκοπέλου έχει ένα σημαντικό αρνητικό καθώς δεν έχει οργανώσει επαρκώς όλους τους αρχαιολογικής σημασίας χώρους που έχει στη διάθεσή της. Με αυτό τον τρόπο περιορίζει τον οργανωμένο τουρισμό και σημαντικές δυνατότητες που έχει από τουριστικής απόψεως. Ένα ακόμη πρόβλημα που λειτουργεί ως απειλή για τη Σκόπελο και τον τουρισμό της είναι το γεγονός πως υπάρχουν αξιοθέατα, για των οποίων την προστασία δεν έχει μεριμνήσει επαρκώς και συνεπώς κινδυνεύουν σταδιακά να καταστραφούν.

2.5 Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος

Το εξωτερικό περιβάλλον που καλείται να αντιμετωπίσει μια επιχείρηση προκειμένου να μπορέσει να λειτουργήσει έχει το χαρακτηριστικό πως μπορεί να επηρεαστεί από διάφορους παράγοντες και συγκεκριμένα από τέσσερις κατηγορίες: πολιτικούς / νομικούς, οικονομικούς, κοινωνικούς και τεχνολογικούς. Αυτές οι κατηγορίες έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν την πορεία μιας εταιρείας και να την οδηγήσουν σε πολύ δύσκολη θέση αν δεν έχει υπάρξει η κατάλληλη μέριμνα και ο κατάλληλος σχεδιασμός προκειμένου να μπορέσει να προσαρμοστεί στις αλλαγές.

2.5.1. Πολιτικοί / νομικοί παράγοντες

Από πολιτικής και νομικής απόψεως στην Ελλάδα έχει αρχίσει και παρατηρείται μια σταθερότητα με αποτέλεσμα να μπορεί να υπάρξει ένας μακροχρόνιος σχεδιασμός για τις επιχειρήσεις. Κατά καιρούς επίσης δημιουργούνται και δημοσιεύονται διάφορες αποφάσεις που βοηθούν τις επιχειρήσεις γενικώς προκειμένου να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις υποχρεώσεις τους και ταυτοχρόνως να είναι συνεπείς. Ένα από τα σημαντικότερα μέτρα που έχουν ληφθεί τα τελευταία χρόνια είναι η ρύθμιση των οφειλών σε εκατόν είκοσι δόσεις κάτι που καθιστά την ανάπτυξη μιας εταιρείας ευκολότερη και την ίδια στιγμή της δίνει την ευκαιρία να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε οικονομικό πρόβλημα προκύψει.

Η ύπαρξη σημαντικών ελαφρυντικών νομικών και πολιτικών μέτρων έχει σαν αποτέλεσμα να διευκολύνεται η δημιουργία μιας καινούριας επιχείρησης, κάτι που ισχύει στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός. Επιπλέον της προσφέρει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μακροχρόνια υλοποιήσιμα σχέδια και να εξετάσει την ορθότητά τους στην προσπάθεια εφαρμογής τους. Η ύπαρξη ενός σταθερού πολιτικού περιβάλλοντος προτρέπει επίσης τη δημιουργία καινούριων επιχειρήσεων καθώς με αυτό τον τρόπο μπορούν και οι ίδιες οι επιχειρήσεις να προετοιμάζονται για τις πιθανές αλλαγές που μπορεί να γίνουν στο μέλλον.

2.5.2. Οικονομικοί παράγοντες

Η οικονομία βρίσκεται σε μια περίεργη χρονική στιγμή καθώς από τη μια πλευρά έχει αντιμετωπιστεί μια οικονομική κρίση που είχε πλήξει τρομερά την οικονομία, από την άλλη πλευρά όμως οδήγησε στη λήψη σημαντικών μέτρων που προσπάθησαν να την ανορθώσουν. Πρόκειται για ένα μεταβατικό στάδιο κατά τη διάρκεια του οποίου η δημιουργία καινούριων επιχειρήσεων είναι απαραίτητη, μιας κι έχει κλείσει το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων που υπήρχαν πριν από την οικονομική κρίση. Όμως η απόφαση για την πραγματοποίηση μιας τέτοιας ενέργειας προϋποθέτει προσεκτική μελέτη και

σχεδιασμό προκειμένου να μπορέσουν να δημιουργηθούν αυτές οι επιχειρήσεις και να κατορθώσουν να λειτουργούν σε μεγάλο βάθος χρόνου.

Συνεπώς στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός η απόπειρα δημιουργίας του είναι μια ενέργεια που θα μπορέσει να τονώσει την ελληνική οικονομία, την ίδια στιγμή όμως θα πρέπει να έχουν μελετηθεί πολύ προσεκτικά οι ενέργειες που θα γίνουν. Το ιδανικό σε αυτή την περίπτωση είναι να συνυπολογιστεί ένα περιθώριο 10% επί του συνόλου των απαιτούμενων κεφαλαίων ούτως ώστε να μπορέσει η εταιρεία να εξασφαλίσει την αντιμετώπιση των απρόβλεπτων υποχρεώσεων που ίσως προκύψουν. Μια ακόμη ενέργεια που θα πρέπει να γίνει προκειμένου να αντιμετωπιστεί με επιτυχία η δύναμη του οικονομικού παράγοντα και να περιοριστούν οι αρνητικές επιπτώσεις είναι η ετήσια συγκέντρωση αποθεματικού ύψους 10-15% ούτως ώστε να μπορεί το ξενοδοχείο να αντιμετωπίσει μακροπρόθεσμα όχι μόνο τις αλλαγές που ίσως γίνουν στην οικονομία και τις δυσκολίες που ενδέχεται να τις προκαλέσει, αλλά και για να μπορέσει να εξασφαλίσει πως στο μέλλον θα προσθέσει δίχως κανένα πρόβλημα καινούριες υπηρεσίες που έχουν ζήτηση από την πλευρά των τουριστών.

2.5.3. Κοινωνικοί παράγοντες

Η ελληνική κοινωνία έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά όσων αφορά τον τουρισμό, στα οποία στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό με το βασικότερο να είναι η ιστορία της χώρας. Σε σχέση με άλλες χώρες υπάρχουν κάποιες σημαντικές διαφορές, αλλά αξιοποιώντας τις υπάρχει η δυνατότητα τόνωσης του τουρισμού και των τουριστικών επιχειρήσεων. Οι διαφορές που υπάρχουν ανάμεσα στην ελληνική κοινωνία και τις υπόλοιπες είναι διάφορες, όμως δεν είναι αξιόπεραστες σε βαθμό που να μην μπορούν να έρθουν τουρίστες και να κατανοήσουν τις βασικές αξίες της.

Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός η κοινωνία της Σκοπέλου προσφέρει σημαντική βοήθεια καθώς έχει πάρα πολλά αξιοθέατα, αλλά και φυσικές ομορφιές που μπορεί να επισκεφθεί ένας τουρίστας. Επιπλέον, η ίδια η κοινωνία έχει πλούσια ιστορία που μπορεί να συμβάλλει στην προώθηση της επιχείρησης. Η κοινωνία έχει επίσης το χαρακτηριστικό πως μόνο εκεί παράγοντα τα ξεχωριστά μαχαίρια με τις σκαλιστές λαβές, ένα αγαθό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο για την τόνωση του τουρισμού, όσο και της οικονομίας. Η ύπαρξη αυτών των μαχαιριών μπορεί να θεωρηθεί άλλο ένα στοιχείο που μπορεί να επηρεάσει την πορεία του Boutique Hotel Ανθός καθώς θεωρείται ένα επιπρόσθετο στοιχείο, κίνητρο για να προτιμηθεί η Σκόπελος από τους τουρίστες.

Η κοινωνία της Σκοπέλου είναι μικρή σε μέγεθος καθώς πρόκειται για ένα νησί, του οποίου όπως είναι φυσικό το μέγεθος της κοινωνίας δεν μπορεί να είναι ίδιο με εκείνο των μεγάλων αστικών κέντρων. Αυτό καθιστά τη πρόσβαση στη συγκεκριμένη κοινωνία ευκολότερη και την ίδια στιγμή αυξάνει το ποσοστό της επιτυχίας που μπορεί να έχει. Επιπροσθέτως από τη στιγμή που πρόκειται για μια μεσαίου προς μικρού μεγέθους κοινωνία είναι ευκολότερη η διευθέτηση ζητημάτων στα οποία απαιτείται η ανάμειξη του Δημόσιου τομέα προκειμένου να μπορέσει να διευθετηθεί το οποιοδήποτε ζήτημα προκύπτει και να εξασφαλιστεί η ομαλή και ποιοτική λειτουργία του ξενοδοχείου, αλλά και οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης.

Το αρνητικό ωστόσο που έχει η κοινωνία της Σκοπέλου είναι πως θα μπορούσε να έχει οργανωθεί καλύτερα προκειμένου να αξιοποιούνται καλύτερα κάποια αρχαιολογικής και ιστορικής αξίας και σημασίας ευρήματα, τα οποία αφενός παραμένουν ανεκμετάλλευτα, αφετέρου με το πέρασμα του χρόνου και τη μη διατήρησή τους κινδυνεύουν διαρκώς να καταστραφούν. Αυτό δείχνει πως η κοινωνία της Σκοπέλου από τουριστικής απόψεως μπορεί να προσφέρει πολλά και να συμβάλλει στην επιτυχή λειτουργία του ξενοδοχείου, όμως θα πρέπει και η ίδια η πολιτεία να λάβει τα απαραίτητα και κατάλληλα μέτρα για διασφάλιση και διατήρηση των τουριστικών θησαυρών που έχει το νησί.

2.5.4. Τεχνολογικοί παράγοντες

Η τεχνολογία έχει τη δύναμη να επηρεάσει σε διάφορες περιπτώσεις την πορεία ενός κλάδου, όπως επίσης και των επιχειρήσεων που τον αποτελούν. Στην περίπτωση της Σκοπέλου η τεχνολογία μπορεί να έχει τεράστια σημασία και δύναμη καθώς χάρη σε αυτή μπορεί ένας τουρίστας να αποκτήσει μια πρώτη εικόνα για το νησί και για τα αξιοθέατά του. Την ίδια στιγμή προσφέρεται η δυνατότητα σε όσους επιθυμούν να κλείσουν δωμάτιο να το πράξουν μέσα από το κινητό τους τηλέφωνο, τον υπολογιστή τους ή ένα tablet. Η τεχνολογία μπορεί κι επηρεάζει την πορεία του τουρισμού, όμως στο συγκεκριμένο κομμάτι η δύναμη της τεχνολογίας μπορεί να λειτουργήσει μόνο υποστηρικτικά καθώς χάρη σε αυτή μπορούν ευκολότερα, γρηγορότερα και δίχως λάθη τις περισσότερες τουλάχιστον φορές να πραγματοποιήσουν οι τουρίστες τις επιθυμητές κρατήσεις.

Η τεχνολογία μπορεί να επηρεάσει την πορεία του τουρισμού και συγκεκριμένα του Boutique Hotel Ανθός θετικά. Μια σημαντική βοήθεια που θα μπορούσε να προσφέρεται στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο είναι αυτή της δημιουργίας τρισδιάστατης παρουσίασης του ξενοδοχείου και συγκεκριμένα των κοινόχρηστων χώρων αυτού, αλλά και η προβολή ενδεικτικά κάποιων δωματίων που θα έχει και θα προσφέρει προς διάθεση ούτως ώστε να μπορέσουν να σχηματίσουν οι ίδιοι οι τουρίστες μια προσωπική γνώμη και να αξιολογήσουν από μόνοι τους την εμπειρία που θα βιώσουν. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αποφεύγονται προβλήματα που προκύπτουν από την προβολή και την προώθηση μιας συγκεκριμένης εικόνας που απέχει πάρα πολύ από την πραγματική.

2.6 Μείγμα μάρκετινγκ του Boutique Hotel Ανθός

Το μείγμα μάρκετινγκ αποτελείται από τέσσερις βασικούς παράγοντες για την πλειοψηφία των επιχειρήσεων (Βάθης, 2000) που είναι το ίδιο το προϊόν, η τιμή, η προώθηση και η διανομή. Καθένα από αυτά τα στοιχεία έχει δικές του παραμέτρους η κατανόηση των οποίων έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται η ευκαιρία σε μια επιχείρηση να σχεδιάσει με προσοχή τις ενέργειές της σε μια προσπάθεια να αντιμετωπίσει οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει στο μέλλον.

2.6.1. Προϊόν

Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός προσφέρεται ένα σύνολο υπηρεσιών που προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες των τουριστών όσο το δυνατόν καλύτερα εξασφαλίζοντας ταυτοχρόνως την ομαλή και μακροχρόνια λειτουργία του ξενοδοχείου. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι οι βασικές υπηρεσίες που δια νόμου είναι υποχρεωμένη να παρέχει μια ξενοδοχειακή μονάδα τεσσάρων αστέρων στους πελάτες της κι επιπροσθέτως προσφέρονται εξατομικευμένες υπηρεσίες όπως είναι το γυμναστήριο και ο χώρος ευεξίας, το σπα και ο χώρος χαλάρωσης, η υπηρεσία προσωπικού, η υπηρεσία θυρωρού, τα ιδιαίτερα δώρα προς τους πελάτες, η ιδιωτική μεταφορά όποτε επιθυμείται, αλλά και διάφορες άλλες υπηρεσίες που μπορεί να επιθυμεί ένας τουρίστας.

Χαρακτηριστικό όλων αυτών των υπηρεσιών είναι αφενός η εξυπηρέτηση των τουριστών και αφετέρου η άυλη φύση τους, κάτι που υποχρεώνει τους ίδιους τους τουρίστες να μεταβούν στο χώρο παροχής τους, να τις αγοράσουν και να τις χρησιμοποιήσουν και στη συνέχεια να τις αξιολογήσουν. Η υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών αποτελεί ένα επιθυμητό χαρακτηριστικό για τις προσφερόμενες υπηρεσίες από το Boutique Hotel Ανθός. Προκειμένου να μπορούν να καλύπτονται καλύτερα και ευκολότερα οι ανάγκες και οι επιθυμίες των τουριστών που επισκέπτονται το συγκεκριμένο ξενοδοχείο θα υπάρχουν δωμάτια με διαφορετικό αριθμό κλινών (δίκλινα, τρίκλινα, σουίτες κ.α.), ενώ θα υπάρχουν ταυτοχρόνως εστιατόριο με διαφορετικά μενού προς επίτευξη του ίδιου στόχου. Τελευταίο και βασικό χαρακτηριστικό των υπηρεσιών είναι πως δεν έχουν τη δυνατότητα να αποθηκευτούν και να

χρησιμοποιηθούν κάποια στιγμή και για το λόγο αυτό η στιγμή της παραγωγής και της κατανάλωσής τους είναι ίδια πάντα.

2.6.2. Διανομή

Το σύνολο των υπηρεσιών που θα προσφέρονται από το Boutique Hotel Ανθός μπορούν να προσφερθούν αποκλειστικά και μόνο εντός των εγκαταστάσεων του ίδιου του ξενοδοχείου και των ατόμων που εργάζονται σε αυτό. Εξαιτίας του ότι το μέρος στο οποίο επιλέχθηκε για να δημιουργηθεί και κατ' επέκταση να προσφέρονται οι υπηρεσίες του το συγκεκριμένο ξενοδοχείο είναι νησί αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι περιορισμένη η γεωγραφική κάλυψη που προσφέρουν οι υπηρεσίες του. Συνεπώς από γεωγραφικής απόψεως το Boutique Hotel Ανθός θα μπορεί να καλύψει μόνο το νησί Σκόπελος και να αξιοποιήσει τη συγκεκριμένη αγορά.

Ο χρόνος κατά τον οποίο θα μπορούν να παράγονται, να προσφέρονται και να παραδίδονται οι υπηρεσίες αυτές είναι ίδιος καθώς τη στιγμή που θα το επιλέξει ο καταναλωτής θα έχει τη δυνατότητα να πάει να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία που επιθυμεί και να την καταναλώσει. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι άμεση η κατανάλωση καθώς επίσης και η πρόσβαση στην εκάστοτε επιθυμητή υπηρεσία που προσφέρει το ξενοδοχείο.

2.6.3. Προώθηση

Η προώθηση του ξενοδοχείου θα γίνει σε τοπικό επίπεδο από τους ίδιους τους κατοίκους, κάτι στο οποίο θα συμβάλλει και η πρόσληψη ντόπιων οι οποίοι είναι άνεργοι. Σε εθνικό επίπεδο θα βοηθήσει η χρήση της τεχνολογίας καθώς η ύπαρξη μιας επίσημης ιστοσελίδας που θα ενημερώνει τους καταναλωτές για την ύπαρξη του ξενοδοχείου, τις παρεχόμενες υπηρεσίες και ταυτόχρονα για τις εγκαταστάσεις είναι μια σημαντική βοήθεια στη διαδικασία προώθησης που εγγυάται θετικά αποτελέσματα στο μέλλον. Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί να διαφημιστεί το ξενοδοχείο και να γίνει ευρέως γνωστό στους Έλληνες πολίτες. Όσο για τους αλλοδαπούς τουρίστες το ότι θα είναι δίγλωσση η ιστοσελίδα προσφέρει τη δυνατότητα προσέγγισης ενός μεγάλου αριθμού πολιτών πάνω

στον πλανήτη που γνωρίζουν αγγλικά, τα μιλούν και μπορούν να κατανοήσουν το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας.

Για να μη γίνει όμως κουραστική για τους τουρίστες η διαφήμιση του ξενοδοχείου και η προσπάθεια προώθησής του θα είναι εύκολη η διαδικασία ενημέρωσής τους μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων, αλλά ταυτοχρόνως θα χαρακτηρίζεται από τον ίδιο βαθμό ευκολίας και η ενημέρωση του ξενοδοχείου για διακοπή της αποστολής αυτών των μηνυμάτων. Για να μπορούν να βρουν εύκολα οι τουρίστες το ξενοδοχείο θα καταβάλλεται η απαραίτητη συνδρομή στις μηχανές αναζήτησης και θα δημιουργηθούν λογαριασμοί με το όνομα του ξενοδοχείου στα πιο γνωστά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter), αλλά και σε εκείνα που αναμένεται πως θα έχουν ζήτηση στο μέλλον και θα χρησιμοποιούνται από ένα μεγάλο αριθμό χρηστών.

2.6.4. Τιμή

Παρά το γεγονός πως στην πόλη της Σκοπέλου μέχρι στιγμής δεν έχει δημιουργηθεί κάποιο παρόμοιο ξενοδοχείο το ύψος της τιμής για κάθε δωμάτιο δεν θα πρέπει να ξεπερνάει κάποια λογικά όρια, διαφορετικά οι τουρίστες είτε θα στραφούν προς κάποιο άλλο ξενοδοχείο, είτε θα επιλέξουν να επισκεφθούν κάποιο άλλο μέρος. Για το λόγο αυτό η στρατηγική της τιμολόγησης που θα ακολουθηθεί θα είναι προσανατολισμένη στους ανταγωνιστές. Σε μια προσπάθεια όμως να διαφοροποιηθεί το συγκεκριμένο ξενοδοχείο ακόμη και σε αυτό το κομμάτι θα υπάρχουν προσφορές. Συγκεκριμένα οι προσφορές αυτές θα είναι έκπτωση 20% για την τρίτη επιπρόσθετη υπηρεσία που θα επιλέξουν, η οποία δεν ανήκει στις βασικές υπηρεσίες που προσφέρονται υποχρεωτικά.

Για όσους τουρίστες επιλέξουν τη χρήση του γυμναστηρίου – χώρου ευεξίας ή του spa – χώρου χαλάρωσης η υπηρεσία περί δημιουργικής απασχόλησης των παιδιών τους θα προσφέρεται δωρεάν προκειμένου κι εκείνοι να μπορούν με άνεση και δίχως ανησυχία να απολαύσουν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Για τις περιπτώσεις εκείνες που οι τουρίστες διαμένουν εντός του ξενοδοχείου για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο των δεκαπέντε ημερών θα μπορούν να διαλέξουν μια υπηρεσία της αρεσκείας τους που για πέντε μέρες θα

μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν δίχως καμία επιπρόσθετη χρέωση όποτε εκείνοι το θελήσουν. Ο αριθμός αυτών των ημερών ωστόσο θα κυμαίνεται αναλόγως του χρόνου διαμονής τους και θα μπορεί να αυξηθεί μέχρι δέκα μέρες το μέγιστο.

Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός πως κάποιοι μήνες δεν παρουσιάζουν την ίδια ζήτηση γίνεται κατανοητό πως ο όγκος των κεφαλαίων που θα συγκεντρώνονται θα είναι διαφορετικός τους μήνες με υψηλή ζήτηση, οι οποίοι είναι Ιούνιος, Ιούλιος, Αύγουστος και ο Σεπτέμβριος στις πρώτες δεκαπέντε μέρες. Όλοι οι υπόλοιποι μήνες έχουν χαμηλότερη ζήτηση και συνεπώς τα κεφάλαια θα είναι μειωμένα τότε.

2.7. Στρατηγική Προμηθειών

Σε κάθε ξενοδοχείο οι πρώτες ύλες έχουν ιδιαίτερη σημασία καθώς χάρη σε αυτές μπορεί καθένα από αυτά να ξεχωρίσει από το σύνολο των ανταγωνιστριών επιχειρήσεων που υπάρχουν στον κλάδο. Η ποιότητα μπορεί να αποτελέσει έναν εξαιρετικό παράγοντα τόσο στην επιλογή του προμηθευτή που θα επιλέξει να συνεργαστεί η επιχείρηση, όσο και στην επιλογή που μπορεί να πραγματοποιήσουν οι καταναλωτές καθώς καλό είναι να αναφέρεται σε όλα τα απαραίτητα σημεία γνωριμίας πως η ποιότητα αποτελεί βασικό παράγοντα καθορισμού της στρατηγικής που ακολουθεί η επιχείρηση, όμως το σημαντικότερο είναι να γίνεται φανερό καθημερινά μέσα από τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση απευθείας στους καταναλωτές – πελάτες της.

Για να μπορέσει η επιχείρηση να διαλέξει τους συνεργάτες – προμηθευτές της είναι απαραίτητο να ελέγξει τις πιθανές επιλογές που έχει είτε προβαίνοντας η ίδια σε έρευνα εξετάζοντας τις πιθανές επιλογές που έχει, είτε αναθέτοντας σε κάποιον άλλο αυτή τη διαδικασία. Για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση όπως το Boutique Hotel Ανθός το πρώτο βήμα είναι η αναγνώριση όλων των αγαθών που θα χρειάζεται να ανανεώνει είτε σε σύντομο, είτε σε μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Αφότου εντοπίσει τα αγαθά που θα πρέπει να ανανεώνει θα προβεί στη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με τους πιθανούς

προμηθευτές που θα μπορεί να διαλέξει καθώς θα πρέπει να οριστούν κάποιες συγκεκριμένες προδιαγραφές, τις οποίες θα ακολουθούν όλοι οι προμηθευτές που θα επιλεγούν. Συνεπώς στη συνέχεια θα πρέπει να γίνει μια έρευνα από την πλευρά του ιδίου του Boutique Hotel Ανθός προκειμένου να εκτιμηθούν οι πιθανοί προμηθευτές και στη συνέχεια να γίνει η επιλογή εκείνων που θα γίνουν συνεργάτες του.

Οι τομείς στους οποίους αναμένεται να χρειάζεται απαραίτητως διαρκής ανανέωση προμηθειών στο Boutique Hotel Ανθός είναι κατά κύριο λόγο το εστιατόριο και το μπαρ, καθώς το εστιατόριο θα πρέπει υποχρεωτικά να ανανεώνει τα αποθέματά του σε προμήθειες, αλλά και να εξετάζει τις εναπομένουσες προμήθειες ώστε να μπορέσει να καθορίσει το ύψος των προμηθειών που θα χρειαστεί, αλλά και το ύψος των κεφαλαίων που θα απαιτηθούν για την αγορά τους. Το μπαρ είναι απαραίτητο να ελέγχει επίσης τις προμήθειές του ούτως ώστε να μην παρουσιάζονται ελλείψεις στις προμήθειες και τα αποθέματα του ξενοδοχείου, αλλά και να μη δυσαρεστούνται οι πελάτες όποτε επιθυμούν κάποιο συγκεκριμένο ποτό και αυτό δεν υπάρχει. Αυτά είναι απαραίτητα διότι θα πρέπει να μπορούν να καλυφθούν συνολικά όλες οι υπηρεσίες φαγητού και ποτού. Πέραν αυτού όμως ένα σημαντικό κομμάτι που θα χρειάζεται να αντλήσει σημαντικό ποσοστό κεφαλαίων για την ανανέωσή του είναι οι γραφικές ύλες καθώς τα στυλό, τα μολύβια, το φωτοτυπικό χαρτί, οι γόμες, τα διορθωτικά και διάφορες άλλες γραφικές ύλες καταναλώνονται με ταχύτατους ρυθμούς, κάτι που έχει σαν αποτέλεσμα την απαραίτητη και διαρκή ανανέωσή τους σε σύντομα χρονικά διαστήματα κυρίως καθώς η χρήση τους είναι απαραίτητη από όλα τα διοικητικά τμήματα του ξενοδοχείου.

2.7.1. Τα χαρακτηριστικά των πρώτων υλών και των λοιπών εφοδίων

Τα χαρακτηριστικά των πρώτων υλών αποτελούν βασικό στοιχείο για την ταχύτητα ανανέωσης των πρώτων υλών, όπως επίσης και για τον τρόπο αποθήκευσής τους, αλλά και για το χρόνο παράδοσής τους. Σημαντικό στοιχείο σε όλες αυτές τις περιπτώσεις αποτελεί το γεγονός πως αναλόγως των χαρακτηριστικών τους οι πρώτες ύλες θα χρειαστούν και τις απαραίτητες υποδομές προκειμένου να αποθηκευτούν με ασφάλεια ώστε να μην αλλοιωθούν στη συνέχεια αν περάσει λίγο μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Τόσο τα προϊόντα, όσο και οι υπηρεσίες προκειμένου να μπορέσουν να εκτιμηθούν και στη συνέχεια να αγοραστούν θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από άριστη ποιότητα, τουλάχιστον σε σχέση με το ύψος της τιμής που τους έχει οριστεί. Επιπλέον, θα πρέπει να βρίσκονται όπου και όταν τα θελήσει κάποιος (Βάθης, 2000). Πρόκειται για ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό αυτών καθώς ακόμη κι αν έχουν τον καλύτερο συνδυασμό ποιότητας και τιμής, αν αυτή η προϋπόθεση δεν τηρείται, τότε μπορεί να αφήσει αδιάφορους τους καταναλωτές και κατ' επέκταση να μη σημειώσει τα επιθυμητά επίπεδα πωλήσεων.

Ο τόπος στον οποίο δραστηριοποιείται επαγγελματικά ένας προμηθευτής και το εύρος του αντικειμένου της δραστηριότητάς του αποτελεί ένα συνδυασμό σημαντικών πληροφοριών καθώς αναλόγως αυτών μπορεί να χρειαστούν καινούριες εγκαταστάσεις μέσα σε μια επιχείρηση ή ακόμη και περισσότεροι από ένας προμηθευτές σε κάποιες περιπτώσεις.

Καθώς όλοι οι επιχειρηματίες προσπαθούν καθημερινά να βρίσκουν τρόπους για να αυξάνουν το ύψος των κερδών τους είναι αναμενόμενη και η αύξηση του εύρους των δραστηριοτήτων που έχουν. Αυτό σημαίνει πως σε κάποιες περιπτώσεις μερικοί παραγωγοί – προμηθευτές επιλέγουν να ασχοληθούν με την παραγωγή περισσότερων αγαθών. Για τις επιχειρήσεις που δεν λειτουργούν ως προμηθευτές, αλλά ως αγοραστές και καταναλωτές όλων αυτών των αγαθών το πλεονέκτημα που προκύπτει είναι πως δεν έχουν ανάγκη

από περισσότερο χρόνο για να μπορέσουν να βρουν προμηθευτές που θα εμπορεύονται τα υπόλοιπα είδη. Έχοντας συνεπώς έναν προμηθευτή για περισσότερα από ένα αγαθά, τότε αυξάνεται ο διαθέσιμος χρόνος της εταιρείας για να ασχοληθεί με άλλες δραστηριότητες, ενώ παράλληλα έχει τη δυνατότητα να αποκομίσει μια σημαντικότερη μείωση τιμών, λαμβάνοντας μια καλύτερη προσφορά όποτε εξοικονομούν χρόνο και χρήματα.

Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός εξαιτίας του γεγονότος πως θα δημιουργηθεί σε ένα νησί θα πρέπει να συγκεντρωθούν όσο το δυνατόν περισσότεροι προμηθευτές από το νησί, τουλάχιστον για τα αγαθά που θα χρειάζονται άμεση ανανέωση σε τακτά χρονικά διαστήματα. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να εξοικονομηθούν σημαντικά κεφάλαια και χρόνος που διαφορετικά θα απαιτούνταν για τη μεταφορά των αγαθών από τον τόπο παραγωγής τους προς το νησί. Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των προμηθειών που θα χρειάζεται να έχει το Boutique Hotel Ανθός αυτές μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες, πέραν της συχνότητας ανανέωσής τους που είναι το χρονικό διάστημα που μπορούν να παραμείνουν αποθηκευμένα. Βάσει αυτού του κριτηρίου μπορούν να χωριστούν στα μακρόχρονης αποθήκευσης που υπάγονται όσα αγαθά μπορούν να παραμείνουν για σημαντικό χρονικό διάστημα αποθηκευμένα δίχως να αλλοιωθούν και στα βραχυπρόθεσμης αποθήκευσης αγαθά.

Τα αγαθά που πρέπει να ανανεώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα και δεν μπορούν να παραμείνουν για μεγάλο χρονικό διάστημα είναι κυρίως τα τρόφιμα, καθώς ακόμη και τα ποτά, που θα πρέπει να ανανεώνονται τακτικά έχουν τη δυνατότητα να διατηρηθούν για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Μιας και πρόκειται για αγαθά που μπορούν να καλλιεργηθούν στο νησί οι βασικοί προμηθευτές αυτών των αγαθών θα είναι ντόπιοι παραγωγοί, ούτως ώστε να μπορέσει να ενισχυθεί οικονομικά και η τοπική κοινωνία, αλλά και να εξοικονομηθεί σημαντικός χρόνος. Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί να γίνεται άμεσα και η ανανέωση των αποθεμάτων που θα πρέπει να διατηρεί το ξενοδοχείο στις εγκαταστάσεις του. Η συχνότητα του ανεφοδιασμού του ξενοδοχείου στις προμήθειες των τροφίμων θα καθορίζεται από την

κατανάλωση που σημειώνεται καθώς ενδέχεται τους θερινούς μήνες που παρουσιάζεται αυξημένη ζήτηση να είναι απαραίτητος ο ανεφοδιασμός ακόμη και σε καθημερινή βάση, ενώ τους μήνες που παρατηρείται μείωση στη ζήτηση να είναι απαραίτητος κάθε δύο ή τρεις μέρες.

Πέραν του εστιατορίου και του μπαρ που έχουν ανάγκη σε προμήθειες από τρόφιμα, αναψυκτικά και ποτά υπάρχουν και άλλα τμήματα που έχουν ανάγκη από προμήθειες κατά τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου προκειμένου αυτό να μπορέσει να διατηρήσει τον υψηλό ρυθμό παραγωγής υπηρεσιών, αλλά και το επίπεδο της ποιότητάς τους. Τέτοια τμήματα το τμήμα καθαριότητας που έχει ανάγκη από τακτική ανανέωση των αποθεμάτων του σε απορρυπαντικά, εργαλεία καθαρισμού και γραφική ύλη σε κάποιες περιπτώσεις. Έτσι προκύπτει και το ζήτημα των προμηθειών σε γραφική ύλη, ένα σημαντικό κομμάτι κάθε ξενοδοχείου γενικώς καθώς σε όλα τα τμήματα απαιτείται η χρήση γραφικής ύλης είτε περισσότερο, είτε λιγότερο προκειμένου να μπορεί να λειτουργεί σωστά τόσο το ίδιο το τμήμα, όσο και ολόκληρο το ξενοδοχείο καθώς αποτελεί μια αλυσίδα ενεργειών και δραστηριοτήτων.

Συνολικά τα σημεία που έχουν ανάγκη από προμήθειες είναι το εστιατόριο, το μπαρ, τα δωμάτια, η καθαριότητα, η ρεσεψιόν και τα μπάνια. Οι προμήθειες που είναι απαραίτητο να έχει στη διάθεσή του το ξενοδοχείο προκειμένου να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις των καταναλωτών και της καθημερινότητας αφορούν ταυτοχρόνως το βαθμό κατανάλωσης των αγαθών, αλλά και την ταχύτητα με την οποία μπορεί να φθείρεται ένα αγαθό. Έτσι υπάρχουν κάποια αγαθά που μπορεί να είναι και να μην λειτουργικά, αλλά την ίδια στιγμή να χρειάζονται ανανέωση προκειμένου να μπορέσει να αντιμετωπιστεί ο βαθμός φθοράς τους μέσα από τη διαρκή και πολύωρη χρήση. Πέραν του εστιατορίου και του μπαρ που θα πρέπει να ανανεώνουν διαρκώς τις προμήθειές τους ακόμη και καθημερινά σε κάποιες περιπτώσεις, όπως προαναφέρθηκε, στο εσωτερικό του ξενοδοχείου είναι απαραίτητο να διατηρούνται και να καταγράφονται προμήθειες σε γραφική ύλη, σε ιματισμό μπάνιου, σε ιματισμό γενικώς, σε απορρυπαντικά, σε διάφορα αναλώσιμα αγαθά, αλλά και για το φαρμακείο.

Οι γραφικές ύλες που θα πρέπει να διατηρούνται σε προμήθειες είναι τα στυλό, τα μολύβια, οι γόμες, τα διορθωτικά, το φωτοτυπικό χαρτί, τα μελάνια για το φωτοτυπικό μηχάνημα και τους εκτυπωτές, αλλά και τα μπλοκ σημειώσεων. Σχετικά με τον ιματισμό μπάνιου που θα χρειαστεί να διατηρεί το ξενοδοχείο είναι τα μπουρνούζια, οι πετσέτες προσώπου και χεριών, ενώ στον ιματισμό γενικώς θα πρέπει να υπάρχουν αποθέματα σε τραπεζομάντηλα, μαχαιροπήρουνα, στολές προσωπικού, σεντόνια και κουβέρτες. Όλα αυτά όμως δεν θα διατηρούνται σε υψηλά ποσοστά διότι ο βαθμός φθοράς τους δεν είναι μεγάλος και επιπλέον πρόκειται για αγαθά που δε θα απομακρύνονται από τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, ώστε να είναι απαραίτητη η τακτική ανανέωσή τους. Ωστόσο οι προμήθειες ιματισμού γενικώς και ιματισμού μπάνιου θα διατηρούνται για προληπτικούς λόγους, προκειμένου να μη χαλάει η ομοιομορφία στη διακόσμηση και στον εξοπλισμό του ξενοδοχείου κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του.

Τα απορρυπαντικά που θα χρειάζονται και θα χρησιμοποιούνται μέσα στο ξενοδοχείο θα υπάρχουν σε μεγαλύτερο απόθεμα προκειμένου να μπορεί να διατηρείται καθαρό, να εξασφαλίζεται η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, αλλά και να διατηρούνται τα ποσοστά ικανοποίησης των πελατών σε υψηλά επίπεδα. Στο κομμάτι των απορρυπαντικών υπάγονται τα απλά σαπούνια, τα κρεμοσάπουνα, τα αφρόλουτρα, οι χλωρίνες, τα καθαριστικά για τα τζάμια, όπως και τα λοιπά καθαριστικά μπάνιου και πατώματος που καταναλώνονται πολύ τακτικά, ακόμη κι αν δεν υπάρχει μεγάλη ζήτηση των υπηρεσιών του ξενοδοχείου από τους καταναλωτές, καθώς οι εγκαταστάσεις θα πρέπει να διατηρούνται καθαρές διαρκώς ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να μη χρειάζεται να περιμένουν οι τουρίστες όταν θα έρχονται στο ξενοδοχείο. Διατηρώντας τα δωμάτια και όλους τους υπόλοιπους χώρους καθαρούς σε καθημερινή βάση μπορεί να εξοικονομηθεί πολύτιμος χρόνος κατά τη διάρκεια εξυπηρέτησης των πελατών.

Πρόκειται για ένα σημείο καμπής μέσα στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις καθώς είναι η πρώτη επαφή των καταναλωτών μαζί τους και αναλόγως μπορεί να τους δημιουργήσει θετικές ή αρνητικές εντυπώσεις με αποτέλεσμα να αποφασίσουν αν θα επιλέξουν ξανά τη συγκεκριμένη επιχείρηση ή αν θα διαλέξουν κάποιο άλλο ξενοδοχείο για τις διακοπές τους. Άλλη μια κατηγορία των προμηθειών που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και να μεριμνήσει η Διοίκηση για την απόκτησή τους είναι τα αναλώσιμα. Στη συγκεκριμένη κατηγορία για την περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός ως αναλώσιμα ορίζονται οι λάμπες που μπορεί να χρειαστούν για την ηλεκτροδότηση του ξενοδοχείου, οι κάρτες – κλειδιά για τα δωμάτια του, ποντίκια και πληκτρολόγια για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κεντρικές μονάδες υπολογιστών και οθόνες. Ωστόσο η ποσότητα των αναλωσίμων που θα διατηρούνται θα εξαρτάται από το αντίστοιχο αγαθό καθώς ο αριθμός των λαμπτήρων που θα διατηρούνται θα κυμαίνεται σε αρκετά υψηλά επίπεδα, ενώ για τις κάρτες – κλειδιά που θα χρησιμοποιούνται στα δωμάτια ο αριθμός θα αντιστοιχεί στο 10% του αριθμού των δωματίων του ξενοδοχείου (6 κάρτες – κλειδιά) που μπορεί να χρειαστεί να αντικατασταθούν.

Για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές τα αποθέματα που θα διατηρούνται θα κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα και θα είναι συγκεκριμένα. Για την ακρίβεια τα ποντίκια που θα υπάρχουν σε απόθεμα, μιας και χαλάνε με μεγαλύτερη ευκολία και τακτικότερα θα είναι πέντε (5), όπως επίσης και τα πληκτρολόγια μιας κι αποτελούν βασικά κομμάτια για τη λειτουργία των υπολογιστών. Οι κεντρικές μονάδες, παρόλο που αποτελούν το βασικότερο κομμάτι της λειτουργίας ενός υπολογιστή δεν παρουσιάζουν τόσο συχνά βλάβες, συνεπώς η συχνότητα ανάγκης ανανέωσης του συγκεκριμένου εξοπλισμού δεν απαιτεί την ύπαρξη μεγάλου αποθέματος και για το λόγο αυτό θα υπάρχουν μόνο δύο (2) κεντρικές μονάδες σε απόθεμα, ούτως ώστε να μην υπάρχει και πρόβλημα όποτε χρησιμοποιηθούν αν έχει παρέλθει εξαιρετικά σημαντικό χρονικό διάστημα. Ενώ οι οθόνες που θα διατηρούνται σε απόθεμα θα είναι μόνο τρεις (3) μιας και μπορεί να συμβεί ευκολότερα κάποιο ατύχημα και να χαλάσει κάποια οθόνη, μετά από τυχόν πτώση.

Για την αντιμετώπιση παντός περιστατικού είναι απαραίτητη η προμήθεια πρώτων υλών για ένα ιδιαίτερο κομμάτι του ξενοδοχείου. Το φαρμακείο του, το οποίο θα πρέπει να έχει όλα τα απαραίτητα και σε επαρκείς ποσότητες καθώς η εξασφάλιση της υγείας των τουριστών αποτελεί προτεραιότητα για κάθε σοβαρή ξενοδοχειακή μονάδα. Αυτό ωστόσο δημιουργεί στην επιχείρηση την υποχρέωση να έχει ένα άρτια εφοδιασμένο φαρμακείο που θα έχει τα απαραίτητα προκειμένου να μπορεί να αντιμετωπίσει τόσο ένα απλό περιστατικό όπως είναι ένας ήπιος τραυματισμός, όσο και ένα πιο σοβαρό όπως είναι μια λιποθυμία. Για το λόγο αυτό πρέπει να υπάρχουν όχι μόνο οι απαραίτητες προμήθειες, αλλά και ο κατάλληλα διαμορφωμένος χώρος.

Η ενέργεια που θα χρησιμοποιείται για την τροφοδοσία του ξενοδοχείου αφορά τόσο την ηλεκτρική καθώς είναι απαραίτητη προκειμένου να μπορέσει να λειτουργήσει κάθε ηλεκτρική συσκευή μέσα στο ξενοδοχείο, αλλά και η ενέργεια που θα χρησιμοποιείται για το μαγείρεμα, για την ύπαρξη ζεστού νερού, αλλά και για τη θέρμανση των χώρων. Στην περίπτωση του Boutique Hotel Σκόπελος μια σημαντική καινοτομία αποτελεί η χρήση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στο μέγιστο βαθμό προκειμένου να μπορέσουν να μειωθούν τα έξοδα, αλλά και η μόλυνση του περιβάλλοντος μέσα από την επιχειρηματική δραστηριότητα του ξενοδοχείου.

Κατανοώντας του τομείς που μπορεί να χρειαστεί να υπάρχουν προμήθειες, όπως επίσης και το γεγονός ότι θα χρειαστεί να γίνει ο εντοπισμός των κατάλληλων προμηθευτών είναι απαραίτητη η οργάνωση καθώς όταν αυτή υπάρχει μπορεί να εξασφαλιστεί το μέλλον της επιχείρησης καθιστώντας ακόμη πιο εύκολη στο μέλλον την αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων, όπως επίσης και συντομότερη τη διαδικασία εντοπισμού και επίλυσής τους για ομαλή λειτουργία. Έτσι θα μπορεί ταυτοχρόνως να είναι αποτελεσματικό και αποδοτικό το προσωπικό, μιας και θα είναι μια εύκολη διαδικασία, την οποία θα έχουν τη δυνατότητα να ακολουθήσουν όλοι οι εργαζόμενοι στο εσωτερικό του ξενοδοχείου.

2.7.2. Η επιλογή των κατάλληλων αγαθών και εφοδίων

Οι προμήθειες επιδρούν στην οργάνωση που θα έχει συνολικά το ξενοδοχείο καθώς αναλόγως του τρόπου που έχει οριστεί για την επιλογή των αγαθών απαιτούνται συγκεκριμένες ενέργειες, συγκεκριμένα κεφάλαια, αλλά κυρίως συγκεκριμένος χρόνος για τη διεκπεραίωσή τους. Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός η επιλογή των κατάλληλων αγαθών και των εφοδίων που θα έχει καθορίζονται από το τμήμα Προμηθειών που θα είναι υπεύθυνο ταυτόχρονα για την αναζήτηση των προμηθευτών που υπάρχουν και με τους οποίους συνεπώς μπορεί να συνεργαστεί το ξενοδοχείο και στη συνέχεια η επιλογή των καταλληλότερων, αναλόγως του αγαθού που προσφέρουν. Βασικό καθήκον του συγκεκριμένου τμήματος συνεπώς είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για τον εκάστοτε προμηθευτή, αξιολόγηση της ποιότητας του αγαθού σε συνάρτηση με την τιμή που έχει οριστεί και εν τέλει η επιλογή του προμηθευτή με τον οποίο θα συνεργαστεί το ξενοδοχείο για κάθε αγαθό ή ομάδα αγαθών που αυτός παράγει και προσφέρει στο ευρύ κοινό.

Πέραν αυτού όμως τα καθήκοντα που θα αναλάβει το συγκεκριμένο τμήμα αφορούν τα εξής:

- ✧ Την καταγραφή των αποθεμάτων που υπάρχουν εντός του ξενοδοχείου σε πρώτες και βοηθητικές ύλες
- ✧ Την παραλαβή των αιτημάτων κάθε τμήματος για ανανέωση των αποθεμάτων του και καταγραφή αυτών ώστε να μπορεί να παρακολουθεί η πορεία κάθε αγαθού που εξέρχεται από τους αποθηκευτικούς χώρους του τμήματος
- ✧ Παραλαβή των αγαθών από τον προμηθευτή, έλεγχος της ποιότητας των αγαθών όπου αυτό είναι εφικτό και επαλήθευση της αναγραφόμενης στα τιμολόγια ποσότητας με αυτή που έχει πραγματικά παραληφθεί
- ✧ Έλεγχος των αποθεμάτων που υπάρχουν στις αποθήκες υλικού ανά τακτά χρονικά και καταγραφή των ελλείψεων που παρατηρούνται

προκειμένου να μπορέσουν στη συνέχεια να γίνουν οι αντίστοιχες παραγγελίες υλικού στους προμηθευτές

- ✧ Θα ενημερώνει τη Διεύθυνση του ξενοδοχείου για τις ελλείψεις που έχουν σημειωθεί προκειμένου να εγκριθούν τα απαραίτητα κεφάλαια και την ίδια στιγμή θα ασχολείται με την ενημέρωσή της σχετικά με τη λειτουργία του ίδιου του τμήματος
- ✧ Θα διατηρεί αρχείο με τους πιθανούς προμηθευτές, όπως επίσης και με τους προμηθευτές που έχει αξιολογήσει και δεν έχει επιλέξει προκειμένου στη συνέχεια να μπορεί να κρίνει αν εξακολουθεί να ισχύει ο λόγος για τον οποίο τους απέρριψε ή αν έχει γίνει κάποια αλλαγή.

Η διατήρηση αρχείου με τους προμηθευτές που έχουν απορριφθεί αποτελεί ένα σημαντικό καθήκον του τμήματος Προμηθειών επειδή με τη διατήρησή του θα μπορέσει να εξοικονομήσει πολύτιμο χρόνο το τμήμα και στη συνέχεια να εξετάσει το ενδεχόμενο συνεργασίας με προμηθευτές που έχουν ξεκινήσει τη δραστηριότητά τους πρόσφατα και ως εκ τούτου δεν έχουν αξιολογηθεί.

Καλή και σωστή λειτουργία του τμήματος όμως δεν μπορεί να επιτευχθεί αν δεν υπάρχει κάποιος συγκεκριμένος εργαζόμενος χάρη στον οποίο θα μπορούν να μοιράζονται τα καθήκοντα ανάμεσα στους εργαζόμενους. Όπως επίσης δεν θα μπορεί και το ίδιο το τμήμα να λειτουργήσει σωστά και ολοκληρωμένα αν δεν έχει το απαραίτητο προσωπικό. Για τους λόγους αυτούς είναι απαραίτητο να υπάρχει ένας προϊστάμενος και δύο υπάλληλοι στο τμήμα που θα ακολουθούν τις οδηγίες του προϊστάμενού τους, όμως την ίδια στιγμή θα πρέπει να αναφέρουν τυχόν προβλήματα ή δυσκολίες που υπάρχουν στη λειτουργία του τμήματος. Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί το προσωπικό να λειτουργήσει καλύτερα και θα έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει ένα δικό του σύστημα λειτουργίας για το τμήμα, το οποίο θα είναι αποτελεσματικό και ταυτοχρόνως αποδεκτό από όλους. Ο προϊστάμενος ωστόσο θα πρέπει να εκπαιδεύσει τους υφιστάμενους του στο πρόγραμμα που θα χρησιμοποιείται προκειμένου να μπορούν με άνεση να χρησιμοποιήσουν τους ηλεκτρονικούς

υπολογιστές όλα τα μέλη του τμήματος. Σημαντικό και αποκλειστικό καθήκον του προϊστάμενου του τμήματος Προμηθειών είναι η καταγραφή τυχόν δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι υπάλληλοι του τμήματος, η αξιολόγηση του προβλήματος και στη συνέχεια η εύρεση μιας ικανοποιητικής και αποτελεσματικής λύσης.

Είναι πάρα πολύ σημαντικό για το τμήμα Προμηθειών να μπορεί ο προϊστάμενος του τμήματος να εντοπίσει αν υπάρχει πράγματι πρόβλημα στη διαδικασία που ακολουθείται για την ολοκλήρωση των διαδικασιών του τμήματος ή αν τελικά υπάρχει από την πλευρά του εργαζόμενου κάποια έλλειψη που καθιστά απαραίτητη την περαιτέρω εκπαίδευσή του. Για το λόγο αυτό θα είναι ευθύνη του προϊστάμενου του τμήματος να αξιολογήσει τα προσόντα των εργαζομένων του τμήματος και να μεριμνήσει για την περαιτέρω εκπαίδευσή τους, όποτε προκύπτει αυτή η ανάγκη ώστε να παραμένουν παραγωγικοί οι εργαζόμενοι και αποτελεσματικό το τμήμα. Η ποιότητα των αγαθών που εισέρχονται στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις μπορεί να ελεγχθεί ως ένα βαθμό από τον προϊστάμενο του τμήματος, όμως για να είναι ολοκληρωμένος θα πρέπει να πραγματοποιείται σε συνεργασία με τον αντίστοιχο προϊστάμενο του τμήματος από το οποίο θα αξιοποιηθούν τελικά τα αγαθά. Έτσι η ποιότητα, η ποσότητα, η ημερομηνία λήξης και τα λοιπά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αγαθών που εισέρχονται και παραλαμβάνονται από το τμήμα Προμηθειών θα εξετάζεται και θα ελέγχεται από τον προϊστάμενο του τμήματος μαζί με τον αντίστοιχο προϊστάμενο των υπολοίπων τμημάτων.

Τελευταίο καθήκον του προϊστάμενου του τμήματος Προμηθειών είναι η επικοινωνία με τους προμηθευτές που έχουν επιλεγεί προς συνεργασία με το ξενοδοχείο και η επικύρωση της συνεργασίας με τη σύνταξη των απαραίτητων εγγράφων, την εξέταση του ενδεχόμενου αναθεώρησης κάποιας συμφωνίας που έχει ήδη πραγματοποιηθεί νωρίτερα, αλλά και η εξασφάλιση της καλύτερης δυνατής συνεργασίας ανάμεσά τους. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να επιλυθούν ευκολότερα προβλήματα που ίσως προκύψουν, ενώ από την πλευρά των προμηθευτών θα υπάρχει μια ακόμη καλύτερη διάθεση συνεργασίας με το ξενοδοχείο. Ειδικά στις περιπτώσεις των ντόπιων παραγωγών θα πρέπει να

γίνονται όλες οι απαραίτητες ενέργειες για διασφάλιση της καλής συνεργασίας και επικοινωνίας μιας και θα υπάρχει τακτική και σε πολλές περιπτώσεις καθημερινή επαφή μαζί τους και η δημιουργία ενός δυσάρεστου κλίματος μπορεί να επηρεάσει άμεσα τη λειτουργία του ξενοδοχείου και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών.

2.7.3. Μάρκετινγκ προμηθειών – πρόγραμμα προμηθειών

Οι ανάγκες του ξενοδοχείου για προμήθειες είναι απαραίτητο να λαμβάνονται υπόψη καθώς βάσει αυτών μπορεί να δημιουργηθεί ένα πρόγραμμα που θα αφορά τη συχνότητα ανανέωσής τους, αλλά και το μάρκετινγκ που θα ακολουθείται σε αυτές τις περιπτώσεις. Η διανομή των αγαθών αποτελεί ένα από τα βασικότερα κομμάτια του μάρκετινγκ καθώς αποτελεί τμήμα του σχεδίου μάρκετινγκ και συγκεκριμένα ένα από τα 4P που υπάρχουν (Βάθης, 2000). Αποτελεί ένα ζήτημα που εξετάζεται σε όλες τις επιχειρήσεις ακόμη και πριν από τη δημιουργία τους σε φυσικές εγκαταστάσεις καθώς θα πρέπει να έχει αποφασιστεί πρωτίστως ο τρόπος με τον οποίο θα πραγματοποιείται η διαδικασία της διανομής καθώς δεν αφορά μόνο τον τρόπο που θα μεταφέρονται τα αγαθά, αλλά και το μέσο που θα χρησιμοποιείται, τον τρόπο που θα εισέρχονται στη συνέχεια στους αποθηκευτικούς χώρους και κατ'επέκταση τον τρόπο με τον οποίο θα εξέρχονται προκειμένου να μεταφερθούν στον τελικό προορισμό τους, όπου και θα καταναλωθούν εν τέλει.

Χάρη στον προγραμματισμό μπορούν να εξοικονομηθούν σημαντικά κεφάλαια μέσα από την ελαχιστοποίηση του κόστους, τη μείωση του κινδύνου λαθών και τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης ανάμεσα στους προμηθευτές και το ξενοδοχείο. Για να αποφευχθούν απώλειες χρόνου και υλικών τη μεταφορά των αγαθών προς το ξενοδοχείο θα την πραγματοποιεί ο εκάστοτε προμηθευτής και θα ακολουθείται το σύστημα FIFO (first in first out) όπου σύμφωνα με το Βάθη (2000) πρόκειται για μια διαδικασία κατά την οποία όποιο αγαθό εισέρχεται στις αποθήκες είναι και αυτό που βγαίνει έξω πρώτο. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να προστατεύονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των

αγαθών που εισέρχονται προκειμένου να μη σημειώνονται σπατάλες υλικού.. Αλλά για να μπορεί να εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος αυτό σημαίνει πως θα χρειαστεί να αποθηκεύονται τα αγαθά με τέτοιο τρόπο ώστε όταν έρθει η ώρα να βγουν από τους αποθηκευτικούς χώρους να γίνεται σύντομα και δίχως αναστάτωση.

Πρώτο βήμα στο μάρκετινγκ προμηθειών θα αποτελεί η σωστή επιλογή των προμηθευτών που θα κρίνονται κατάλληλοι για τον εφοδιασμό του ξενοδοχείου. Στη συνέχεια θα πραγματοποιούνται οι απαραίτητες διαπραγματεύσεις και θα δίδονται οι απαραίτητες διευκρινήσεις και από τις δύο πλευρές ώστε να εξελίσσεται ομαλά η συνεργασία στο μέλλον. Σε αυτό θα έχει ιδιαίτερη σημασία και η εμπιστοσύνη που έχει δημιουργηθεί ανάμεσα στις δύο πλευρές καθώς θα μπορεί να συμβάλει στη συνέχεια σε προβλήματα που αφορούν καθυστερήσεις στην προσέλευση των αγαθών ή σε ελλείψεις που μπορεί να σημειωθούν. Από τη στιγμή που θα εισέρχονται στις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις τα αγαθά θα κατανέμονται αναλόγως καθώς τα τρόφιμα θα μεταφέρονται στους αποθηκευτικούς χώρους που βρίσκονται κοντά στην κουζίνα, τα ποτά και τα αναψυκτικά θα αποθηκεύονται σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους και θα ενημερώνεται καθημερινά το τμήμα Προμηθειών για τυχόν ελλείψεις αυτών από το μπαρ και από το εστιατόριο προκειμένου να αναπληρώνεται το απόθεμά τους και να μην υπάρχουν ελλείψεις. Όλα τα υπόλοιπα αγαθά, που δεν έχουν ανάγκη από ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης θα διατηρούνται σε αποθηκευτικό χώρο δίπλα από το τμήμα Προμηθειών ώστε να μπορεί να είναι εύκολη η παρακολούθηση των αποθεμάτων που απομένουν και ο έλεγχος όσων απομακρύνονται για να πάνε στα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου.

Για την αποφυγή κινδύνων που αφορούν τη μεταφορά και αναπλήρωση των αποθεμάτων σε αγαθά είναι απαραίτητο να οριστεί ένα κατώτερο και ένα υψηλότερο όριο. Το υψηλότερο όριο θα καθιστά προαιρετική την παραγγελία καινούριων αγαθών προκειμένου να αρχίσουν να υπάρχουν ελλείψεις και να μπορούν να αντιμετωπιστούν τυχόν καθυστερήσεις που μπορεί να προκύψουν από την πλευρά των προμηθευτών και το όριο του οποίου θα φτάνει στο 20-

25% του συνολικού αποθέματος που θα διατηρείται, ενώ το κατώτερο είναι στο 10% και θα καθιστά υποχρεωτικές τις παραγγελίες προς τους προμηθευτές και άμεση την παράδοσή τους, ακόμη και την επόμενη μέρα αν αυτό είναι εφικτό. Από τη στιγμή που παρατηρείται πως το όριο των αποθεμάτων φτάνει στο 20% μέχρι και το 11% ο υπεύθυνος του τμήματος Προμηθειών είναι υποχρεωμένος να συγκεντρώσει τις απαραίτητες παραγγελίες, να εξετάσει αν όντως έχουν φτάσει τα αποθέματα στο ύψος αυτό και στη συνέχεια να επικοινωνήσει με τους υπεύθυνους των τμημάτων του ξενοδοχείου για να μπορέσει να εξακριβώσει το ύψος των διαθέσιμων αποθεμάτων που έχουν και τη χρονική στιγμή που μπορεί να χρειαστούν ανανέωση ώστε εν τέλει να προβεί στην οριστική παραγγελία και να γνωρίζει μέχρι πότε θα πρέπει να γίνουν οι παραδόσεις από τους προμηθευτές ώστε να αρχίσει να ασκεί κάποια πίεση αν πλησιάσει πάρα πολύ η ημερομηνία ανανέωσης των αποθεμάτων στα τμήματα και δεν έχουν γίνει οι απαραίτητες παραδόσεις.

2.7.4. Διαδικασία αξιολόγησης και τελικής επιλογής των προμηθευτών

Για τη διαδικασία της αξιολόγησης των προμηθευτών αρχικά είναι απαραίτητη μια έρευνα που θα ξεκινάει από την καταγραφή των απαραίτητων υλών για το Boutique Hotel Ανθός ώστε να αρχίσει εστιασμένα η αναζήτηση των προμηθευτών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι απαραίτητη πρωτίστως η καταγραφή των αγαθών και στη συνέχεια η αναζήτηση των προμηθευτών. Μιας και το ξενοδοχείο θα δημιουργηθεί σε νησιωτική περιοχή είναι απαραίτητη η αναζήτηση προμηθευτών πρωτίστως σε τοπικό επίπεδο προκειμένου να εξοικονομείται χρόνος από τις μεταφορές, να μπορούν να δημιουργηθούν δεσμοί εμπιστοσύνης με την τοπική αγορά και να τονωθεί η οικονομία του τόπου. Προϋποθέσεις για να κριθεί ως κατάλληλος ένας προμηθευτής, είτε είναι τοπικός, είτε εγχώριος, είτε από το εξωτερικό θα είναι η δυνατότητά του να προμηθεύει άμεσα και με επαρκής ποσότητες το ξενοδοχείο με τα αγαθά που θα του ζητηθούν. Για τον εντοπισμό των ντόπιων προμηθευτών θα γίνει αρχικά μια έρευνα αγοράς από τα διοικητικά στελέχη που θα είναι υπεύθυνα και για την εκτίμηση της ποιότητας των αγαθών σε σχέση με την τιμή που αυτά έχουν

μέσα από το διαδίκτυο. Επιπλέον, θα είναι δική τους ευθύνη να συγκεντρώσουν σχετικές πληροφορίες για τους προμηθευτές που θα βρουν από άλλες επιχειρήσεις που ήδη συνεργάζονται μαζί τους, αλλά και για τυχόν εκπτώσεις ή ειδικές προσφορές που μπορεί να γίνουν από τους προμηθευτές προς το ξενοδοχείο αν υπάρξει κάποια συμφωνία συνεργασίας.

Αφότου συγκεντρωθούν οι απαραίτητες πληροφορίες για τους προμηθευτές που υπάρχουν στο νησί θα γίνει η αξιολόγησή τους προκειμένου να γίνει η επιλογή των καταλληλότερων προμηθευτών και να εξεταστεί το ενδεχόμενο συνεργασίας με άλλους προμηθευτές εκτός του νησιού για προϊόντα που είτε δεν έχουν κριθεί ως κατάλληλοι οι ντόπιοι προμηθευτές, είτε δεν υπάρχουν προμηθευτές αυτών των αγαθών. Επίσης θα λαμβάνονται υπόψη οι τρόποι με τους οποίους μεταφέρονται τα αγαθά προς τους συνεργάτες τους, αλλά και η κατάσταση στην οποία βρίσκονται όταν φτάνουν. Προκειμένου να κριθεί ως κατάλληλος ένας προμηθευτής για το Boutique Hotel Ανθός θα πρέπει τα προϊόντα του να πληρούν τις εξής προδιαγραφές:

- 1) Ποιότητα αγαθών
- 2) Τιμή σε λογικά πλαίσια για το εκάστοτε αγαθό
- 3) Αξιοπιστία και εμπιστοσύνη από την αγορά στο πρόσωπό του
- 4) Τήρηση κανόνων υγιεινής για τη σωστή μεταφορά του αγαθού
- 5) Προσαρμοστικότητα σε περίπτωση αλλαγής μιας παραγγελίας
- 6) Πρόβλεψη για την αντιμετώπιση πιθανών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά τη διάρκεια της παράδοσης μιας παραγγελίας
- 7) Να έχουν σημειωθεί ελάχιστα λάθη σε τυχόν παραγγελίες που έχουν παραδοθεί σε άλλους συνεργάτες
- 8) Άμεση ανταπόκριση στην επισήμανση λαθών στις παραγγελίες που έχουν παραδοθεί προκειμένου να υπάρξει και άμεση διόρθωση
- 9) Δυνατότητες μελλοντικής βελτίωσης της ποιότητας, αλλά και της ποικιλίας των αγαθών που προσφέρουν

Πέραν του διαδικτύου και της τοπικής αγοράς που μπορούν να αποτελέσουν πηγές πληροφόρησης για το ξενοδοχείο προκειμένου να μπορέσει να εντοπίσει τους πιθανούς προμηθευτές του θα εκτιμηθούν και θα αξιολογηθούν πληροφορίες που θα λαμβάνονται από τους αντιπροσώπους των εταιρειών, συστάσεις που μπορεί να γίνουν από άλλες επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν στο νησί και μπορούν να εκφράσουν μια ολοκληρωμένη άποψη. Έντυπο υλικό που έχει δημοσιευθεί σχετικά με τα προϊόντα προμηθευτών θα λαμβάνεται υπόψη, όπως επίσης και προϊόντα προμηθευτών σε διάφορες εκθέσεις σε όλη την Ελλάδα, ειδικά για τα αγαθά εκείνα που δεν είναι απαραίτητη η ανανέωσή τους σε καθημερινή βάση, δεν έχουν κίνδυνο αλλοίωσης όταν περάσει μεγάλο χρονικό διάστημα και μπορούν να είναι χρήσιμα στο ξενοδοχείο για μεγάλο χρονικό διάστημα.

2.7.5. Έλεγχοι των αγαθών που θα παραλαμβάνονται από το Boutique Hotel Ανθός

Τα αγαθά που προσφέρουν οι προμηθευτές κάποιες φορές είναι εύκολο να εξεταστούν και να ελεγχθεί η ποιότητά τους, όμως κάποιες άλλες αυτό είναι ανέφικτο. Περιπτώσεις κατά τις οποίες μπορεί να γίνει έλεγχος είναι για τις προμήθειες του εστιατορίου, όπου μπορεί να γίνει ακόμη και οπτικός έλεγχος όσων αφορά την ποιότητα των προμηθειών, τις γραφικές ύλες, τον ιματισμό μπάνιου, τον ιματισμό γενικώς και τα αναλώσιμα γενικώς. Σε αυτές τις κατηγορίες των προμηθειών μπορεί να γίνεται αρχικά ένας οπτικός έλεγχος προκειμένου να εκτιμηθεί η κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα αγαθά και στη συνέχεια να γίνει έλεγχος όσων αφορά την ποσότητα που είχε παραγγελθεί και εκείνη που τελικά παραδόθηκε στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Όμως ο οπτικός έλεγχος δεν αποτελεί μια επιλογή στις προμήθειες που θα χρειάζεται να διατηρεί το ξενοδοχείο τα αναψυκτικά και τα ποτά, στα καθαριστικά και τα απορρυπαντικά γενικώς, όπως επίσης και στις προμήθειες του φαρμακείου και τους παρόχους ενέργειας με τους οποίους θα αποφασίσει να συνεργαστεί.

Πρόκειται για περιπτώσεις προμηθειών που η αποτελεσματικότητα και η ποιότητα των αγαθών και των υπηρεσιών τους θα αξιολογηθεί αποκλειστικά και μόνο όταν έρθει η στιγμή να καταναλωθούν.

Πέραν της ποιότητας που θα πρέπει να έχουν τα αγαθά, θα πρέπει να είναι επαρκή και από άποψη ποιότητας προκειμένου να μη σημειώνονται απρόβλεπτες ελλείψεις που θα επηρεάζουν αρνητικά τη λειτουργία του ξενοδοχείου. Θα ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες για τον έλεγχο των προϊόντων, κάτι που θα επιτρέπει την εξοικονόμηση σημαντικού χρόνου καθώς δεν θα απαιτείται χρόνος δημιουργίας μιας καινούριας διαδικασίας ελέγχου των καινούριων προϊόντων, αλλά θα μπορεί να ακολουθείται μια συγκεκριμένη διαδικασία που θα τη γνωρίζουν όλα τα μέλη του προσωπικού στο τμήμα Προμηθειών και οι προϊστάμενοι των τμημάτων που θα χρησιμοποιούν τα αγαθά που χρειάζονται για την σωστή λειτουργία του τμήματός τους. Η ύπαρξη συγκεκριμένης διαδικασίας έχει σαν αποτέλεσμα να εκπαιδεύεται το προσωπικό για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, να αποκτά τις βασικές γνώσεις προκειμένου να πραγματοποιεί τους ελέγχους και στις περιπτώσεις εκείνες που θα χρειάζεται να γίνει κάποια αλλαγή θα μπορεί να αξιοποιηθεί ένα μικρότερο χρονικό διάστημα για την περαιτέρω εκπαίδευσή του ώστε να προσαρμοστεί στις καινούριες συνθήκες. Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί διαρκώς το ξενοδοχείο να αλλάζει τον τρόπο πραγματοποίησης των ελέγχων που πραγματοποιεί και στη συνέχεια να εξασφαλίζει πως όλοι οι εργαζόμενοι θα μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της θέσης εργασίας που κατέχουν.

2.8 Ανάλυση Αγοράς

Στην πόλη της Σκοπέλου υπάρχει ένα πλήθος ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που προσφέρουν το δικό τους σύνολο υπηρεσιών προκειμένου να εξυπηρετήσουν τους καταναλωτές. Αριθμητικά στην πόλη Σκόπελος οι τουριστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν είναι πάρα πολλές, όμως τα ξενοδοχεία που έχει είναι μόλις πέντε (skorelosweb, 2019a). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η συγκεκριμένη αγορά να έχει έναν βαθμό δυσκολίας στην προσέγγισή της, αλλά και στη δημιουργία μιας επιχείρησης που θα μπορέσει να δημιουργηθεί και να εξασφαλίσει τη λειτουργία της στο μέλλον.

Η ύπαρξη όλων αυτών των ανταγωνιστών απαιτεί τον λεπτομερή σχεδιασμό όλων των ενεργειών που θα γίνονται από την πλευρά του Boutique Hotel Ανθός, το οποίο θα πρέπει να προσφέρει υπηρεσίες που δεν προσφέρονται από τους ανταγωνιστές. Από την πλευρά του προς ίδρυση Boutique Hotel για να μπορέσει να γίνει αυτό πραγματικότητα έχει αποφασιστεί αφενός η αποστολή ερωτηματολογίου σχετικά με τις επιθυμίες και τις ανάγκες των καταναλωτών προκειμένου να βοηθηθεί και η διοίκηση της επιχείρησης. Ο απώτερος στόχος όμως είναι να μπορεί να εξεταστεί σε βάθος χρόνου η πορεία της αγοράς και κυρίως το αν έχουν σημειωθεί αλλαγές στις προτιμήσεις, τις επιθυμίες ή τις ανάγκες της αγοράς. Με αυτό τον τρόπο θα μπορεί να προσφέρεται στους καταναλωτές αυτό που επιθυμούν ανά πάσα στιγμή ή τουλάχιστον να γνωρίζουν εκείνοι τη χρονική στιγμή κατά την οποία θα έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν πρόσβαση στην υπηρεσία που επιθυμούν.

Προσφέροντας στους καταναλωτές τη δυνατότητα να αλλάξουν τις απαντήσεις μέχρι και δεκαπέντε μέρες πριν από την άφιξή τους η επιχείρηση θα έχει τη δυνατότητα να οργανωθεί εγκαίρως, αλλά και να προσφέρει το επιθυμητό πακέτο στους τουρίστες που το επισκέπτονται. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα που θα έχει με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση είναι να μπορέσει να προσεγγίσει και να εξυπηρετήσει τις ανάγκες ακόμη και των πιο αναποφάσιστων καταναλωτών. Κάτι που αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τις επιχειρήσεις και

την ίδια στιγμή περιορίζει τους καταναλωτές και μερικές φορές τους αποθαρρύνει από την επιλογή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Όπως και να προσφέρεται όμως μια υπηρεσία, σε όποιους κι αν απευθύνεται, όσα περιθώρια κι αν αφήνει στους καταναλωτές να αλλάξουν γνώμη και να διαλέξουν κάτι άλλο αν ο τρόπος που χρησιμοποιείται για την προώθησή της δεν είναι αποτελεσματικός τότε η προσπάθεια είναι καταδικασμένη να αποτύχει. Για το λόγο αυτό προκειμένου να μη συμβεί κάτι τέτοιο στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός η προώθηση των υπηρεσιών του θα γίνει στις εγκαταστάσεις που θα δημιουργηθούν στην πόλη της Σκοπέλου σε μια έκταση 30 τετραγωνικών στρεμμάτων όπου θα έχουν τη δυνατότητα οι τουρίστες να διαμείνουν στα δωμάτια που έχουν επιλέξει, θα έχουν ελεύθερο χώρο για να ασκηθούν από μόνοι τους εκτός γυμναστηρίου αν το επιθυμούν, αλλά και να κάνουν μια άνετη βόλτα. Στις εγκαταστάσεις θα έχουν τη δυνατότητα να ασχοληθούν και με άλλες δραστηριότητες που ήδη ασχολούνταν, αλλά και σε διάφορες άλλες που πραγματοποιούνται στο εσωτερικό του ξενοδοχείου επειδή τις ζήτησαν άλλοι τουρίστες, αλλά υπάρχει η δυνατότητα συμμετοχής επιπρόσθετων μελών.

2.9 Η ζήτηση των υπηρεσιών

Για να μπορέσει να εξεταστεί η απήχηση που έχει μια υπηρεσία μέσα σε μια αγορά εξετάζεται συνήθως η ζήτηση που αυτή παρουσιάζει. Ακόμη και σε αυτές τις περιπτώσεις όμως οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση έχουν άμεση σχέση με τις δυνατότητες των ίδιων των καταναλωτών και κυρίως με τις οικονομικές τους δυνατότητες, τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους καθώς όταν δε συντρέχει κάποιος λόγος δεν προβαίνουν στην αναζήτηση και στη συνέχεια στην αγορά κάποιου προϊόντος ή κάποιας υπηρεσίας (Βάθης, 2000). Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση μέσα σε μια αγορά έχουν άμεση σχέση με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και συνεπώς με τη συμπεριφορά που έχουν οι καταναλωτές και τους παράγοντες που την επηρεάζουν σε καθημερινή βάση.

Συνεπώς οι παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τη ζήτηση μιας υπηρεσίας είναι κοινωνικοπολιτικοί και οικονομικοί κατά κύριο λόγο. Συνεπώς οι λόγοι για τους οποίους μπορεί να επηρεαστεί η ζήτηση μιας τουριστικής υπηρεσίας μέσα σε μια αγορά είναι το εισόδημα των ίδιων των καταναλωτών, η κοινωνική και επαγγελματική κατηγορία στην οποία εκείνοι ανήκουν, οι τιμές των υπηρεσιών που προσφέρονται, η δημογραφική εξέλιξη και η επιμήκυνση της διάρκειας που θα έχουν οι διακοπές των τουριστών. Κάτι που έχει επίσης μεγάλη σημασία είναι ο πληθυσμός και η ηλικία αυτού μέσα σε μια χώρα καθώς αναλόγως αυτών των χαρακτηριστικών μπορεί να σχεδιάσει την πορεία της μια επιχείρηση και το σημαντικότερο, να επιλέξει το κοινό στο οποίο θα απευθύνεται.

Οι ίδιες οι οικογένειες, η δομή τους και συνεπώς η σύνθεση του νοικοκυριού, η μετανάστευση και η αστικοποίηση αποτελούν παράγοντες που έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν το ύψος της τιμής, αλλά και τη ζήτηση που θα έχει η υπηρεσία. Η συγκέντρωση πολλών ανθρώπων σε συγκεκριμένες πόλεις, γνωστή ως αστικοποίηση, αποτελεί επίσης έναν παράγοντα που επηρεάζει τη ζήτηση μιας υπηρεσίας μέσα σε μια χώρα, όπως επίσης και οι εξελίξεις που σημειώνονται στον τεχνολογικό τομέα καθώς αυτές οι εξελίξεις έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν και τη διαδικασία μεταφοράς των τουριστών από και προς ένα μέρος. Οι αλλαγές που παρατηρούνται στο κλίμα μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση μιας υπηρεσίας και κατ' επέκταση την προσφορά της από μια επιχείρηση.

Η ασφάλεια που νοιώθουν οι ίδιοι οι τουρίστες σχετικά με μια χώρα μπορεί να επηρεάσει την πορεία της ζήτησης καθώς η ασφάλεια δημιουργεί ζήτηση, ενώ η ανασφάλεια την περιορίζει και σε μερικές περιπτώσεις μπορεί να τη σταματήσει. Μια τέτοια ιδιαίτερη περίπτωση αποτελεί και το Μεξικό, στο οποίο η πορεία του τουρισμού τα προηγούμενα χρόνια είχε ακολουθήσει καθοδική πορεία εξαιτίας της ανασφάλειας που βίωναν οι τουρίστες (Babson, 2018). Εξαιτίας του φόβου και της ανασφάλειας η πορεία του τουρισμού ήταν καθοδική για κάποιες συγκεκριμένες περιοχές, όπως έδειξε η μελέτη για τη συγκεκριμένη χώρα. Το γεγονός πως πραγματοποιήθηκε για το Μεξικό δε

σημαίνει πως είναι κάτι που δεν ισχύει ακόμη και στον ελληνικό τουρισμό και για το λόγο αυτό είναι απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη ο φόβος και τα αρνητικά συναισθήματα με τα οποία μπορεί να έχει συνδεθεί ένα μέρος. Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός ωστόσο η τοποθεσία αφενός προσφέρει πρόσβαση σε διάφορες άλλες επιχειρήσεις διαφόρων μεγεθών, αφετέρου δεν είναι απομονωμένη, ούτε έχει υψηλό δείκτη εγκληματικότητας κάτι που αναμένεται να βοηθήσει στην ανάπτυξη της ίδιας της επιχείρησης και στην εμφάνιση ζήτησης των υπηρεσιών της και τη σταδιακά αύξηση αυτής.

Επιπρόσθετοι παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τη ζήτηση μέσα σε μια αγορά είναι η πρωτογενής τουριστική προσφορά, όπως επίσης και η δευτερογενής ή απορρέουσα τουριστική προσφορά στην οποία ανήκουν ο γενικός εξοπλισμός ή οι γενικές εγκαταστάσεις και οι τουριστικές εγκαταστάσεις. Η ζήτηση στο μέλλον μπορεί να επηρεαστεί από όλους τους παράγοντες, στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός η ζήτηση στο μέλλον μπορεί να αυξηθεί χάρη στην καλή οργάνωση και στην εξασφάλιση της προσφοράς των υπηρεσιών που επιθυμούν να λάβουν οι τουρίστες. Η ζήτηση των υπηρεσιών που θα προσφέρει το συγκεκριμένο ξενοδοχείο έχουν σαν στόχο να εξασφαλίσουν κατά κύριο λόγο τη μελλοντική πορεία της εταιρείας, κάτι που θα εξασφαλίζεται μέσα από τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων καθημερινά, αλλά και από το γεγονός πως οι καταναλωτές θα έχουν τη δυνατότητα να αλλάξουν τις επιλογές τους για ένα χρονικό διάστημα.

Αυτή η δυνατότητα ειδικά έχει σκοπό να εξασφαλίσει την μελλοντική πορεία του ξενοδοχείου και την εξοικονόμηση σημαντικών πόρων τους οποίους θα έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει με διαφορετικό τρόπο, όπως είναι η προσθήκη καινούριων υπηρεσιών που επιθυμούν οι τουρίστες, αλλά δεν ήταν βέβαιη η ζήτηση που θα είχαν και για το λόγο αυτό δεν προσφέρονται παρά μόνο κατόπιν απαίτησης ενός σημαντικού αριθμού τουριστών (κατ' ελάχιστον πέντε άτομα) ούτως ώστε να μπορεί και το ξενοδοχείο να καλύψει τα έξοδα λειτουργίας του και τις απαιτήσεις που θα δημιουργούνται με την προσθήκη της καινούριας υπηρεσίας.

2.10 Δομή και διάρθρωση των καταναλωτών

Μέσα στο εμπόριο εκείνοι που έχουν τη μεγαλύτερη δύναμη είναι οι καταναλωτές καθώς εκείνοι καθορίζουν με τις προτιμήσεις, τις επιλογές και τις αγορές τους την πορεία των επιχειρήσεων που δημιουργούνται και κατ' επέκταση την πορεία της οικονομίας μέσα σε μια χώρα. Η δύναμη των καταναλωτών πηγάζει συνεπώς από το γεγονός πως έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν την πορεία μιας εταιρείας είτε άμεσα, είτε έμμεσα. Οι ίδιοι όμως από τις διάφορες επιχειρήσεις χωρίζονται με συγκεκριμένους τρόπους προκειμένου να μπορέσουν να επιλέξουν κι εκείνες τα άτομα στα οποία θα απευθυνθούν. Πέραν αυτού καθορίζεται ο τρόπος βάσει του οποίου θα γίνει η επικοινωνιακή διαδικασία προκειμένου να είναι επιτυχημένη. Για τις επιχειρήσεις δεν υπάρχει μόνο ένας τρόπος διάκρισης των καταναλωτών σε ομάδες αλλά διάφοροι, όμως το κοινό χαρακτηριστικό όλων αυτών των μεθόδων είναι πως επιλέγεται ένα συγκεκριμένο κριτήριο κάθε φορά και αναλόγως του βαθμού συμφωνίας ή διαφωνίας με αυτό οι καταναλωτές χωρίζονται σε κατηγορίες.

Η διάκριση των καταναλωτών μπορεί να γίνει με κριτήριο την κατανάλωση που πραγματοποιούν, την αμεσότητα ή μη στην κατανάλωση, αλλά και διάφορα άλλα κριτήρια (Βάθης, 2000). Στην περίπτωση της διάκρισης των καταναλωτών βάσει του τι καταναλώνουν το σύνολο των καταναλωτών χωρίζεται σε δύο υποκατηγορίες με την πρώτη να αποτελείται από τα άτομα που καταναλώνουν υλικά αγαθά και τη δεύτερη από άτομα που καταναλώνουν υπηρεσίες. Βάσει αμεσότητας ή όχι στον καταναλωτή χωρίζονται σε τελικό καταναλωτή και ενδιάμεσο καταναλωτή.

Στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός ο στόχος είναι να μπορέσει να κερδίσει το ενδιαφέρον και την αποδοχή των ατόμων που καταναλώνουν υπηρεσίες καθώς αυτές είναι που προσφέρονται και ουσιαστικά προσπαθούν να προωθηθούν μέσα σε μια τουριστική επιχείρηση, ακόμη κι αν αυτό γίνεται με την υποστήριξη υλικών αγαθών / προϊόντων, τα οποία χρησιμοποιούνται σε διάφορους χώρους ενός ξενοδοχείου όπως είναι η κουζίνα και το εστιατόριο, αλλά και διάφορες άλλες υπηρεσίες όπως η προσφορά του κατάλληλου χώρου

εκγύμνασης. Όσο για την απόσταση που μεσολαβεί ανάμεσα στους καταναλωτές και τις προσφερόμενες υπηρεσίες ο στόχος είναι η προσέγγιση τόσο τελικών καταναλωτών καθώς ενδιάμεσοι καταναλωτές δεν μπορούν να υπάρξουν αφού η επιχείρηση θα προσφέρει υπηρεσίες, οι οποίες δεν μπορούν να αποκτηθούν, να υποστούν μια διαδικασία επεξεργασίας και στη συνέχεια να προσφερθούν ξανά, αυτή τη φορά προς την κατεύθυνση του τελικού καταναλωτή.

Η συμπεριφορά που επιδεικνύουν οι καταναλωτές μπορεί να επηρεαστεί ωστόσο από ένα σημαντικό αριθμό παραγόντων εσωτερικών και εξωτερικών. Εσωτερικοί είναι οι παράγοντες εκείνοι που διαμορφώνονται από το ίδιο το άτομο, ενώ οι εξωτερικοί προκύπτουν από το περιβάλλον εντός του οποίου οι καταναλωτές βιώνουν την καθημερινότητά τους. Με αυτό τον τρόπο οι εσωτερικοί παράγοντες που καθορίζουν την καταναλωτική συμπεριφορά είναι φυσιολογικοί και ψυχολογικοί, ενώ οι εξωτερικοί είναι φυσικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί.

Οι εσωτερικοί, αλλιώς ατομικοί, παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών είναι η προσωπικότητα, η ηλικία, το φύλο, το επάγγελμα, η οικονομική κατάσταση και ο τρόπος ζωής. Όλοι αυτοί οι παράγοντες αποτελούν το σύνολο των φυσιολογικών παραγόντων που ενδέχεται να επηρεάσουν την καταναλωτική συμπεριφορά ενός ανθρώπου. Σχετικά με τους ψυχολογικούς παράγοντες που μπορεί να έχουν την ίδια λειτουργία αυτοί είναι τα κίνητρα, η αντίληψη, η μάθηση και οι διαθέσεις που έχουν.

Οι φυσικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την καταναλωτική συμπεριφορά έχουν τους φυσικούς, τους κοινωνικούς και τους πολιτιστικούς παράγοντες. Στους φυσικούς παράγοντες ανήκουν όλες οι συνθήκες που επικρατούν μέσα στο περιβάλλον, όπως είναι το έδαφος και η γεωγραφική θέση. Στους κοινωνικούς παράγοντες που ασκούν επιρροή στη συμπεριφορά των καταναλωτών είναι οι ομάδες αναφοράς, η οικογένεια είτε πρόκειται για εκείνη στην οποία γεννήθηκε ο καταναλωτής, είτε για εκείνη που δημιούργησε ο ίδιος

μεγαλώνοντας, ο κύκλος ζωής της οικογένειας που αναφέρεται στο στάδιο που βρίσκεται αυτή καθώς διαφορετική καταναλωτική συμπεριφορά έχει ένας άνθρωπος που έχει μικρής ηλικίας παιδιά και τελείως διαφορετικά κάποιος που τα παιδιά του έχουν μεγαλώσει κι έχουν φύγει από το σπίτι. Η κοινωνική τάξη έχει επίσης σημασία κι αποτελεί έναν ψυχολογικό παράγοντα επηρεασμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς.

Στους πολιτιστικούς παράγοντες έχει σημασία το πολιτιστικό επίπεδο και η κουλτούρα που ακολουθείται από το άτομο είτε επειδή το επιθυμεί, είτε επειδή του επιβάλλεται. Ο πολιτισμός έχει ιδιαίτερη σημασία ειδικά στον τουρισμό καθώς ένας λόγος για τον οποίο μετακινούνται οι άνθρωποι προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους είναι το να γνωρίσουν έναν καινούριο πολιτισμό ή να γίνουν κομμάτι αυτού του ξένου για εκείνους πολιτισμού και να βιώσουν την εμπειρία της ενσωμάτωσης και της εφαρμογής του έστω και προσωρινά.

Ο σημαντικότερος όμως ψυχολογικός παράγοντας που υπάρχει είναι η διαδικασία της λήψης αποφάσεων σχετικά με την αγορά ή όχι ενός αγαθού. Η συγκεκριμένη διαδικασία έχει μεγάλη σημασία και είναι πιο πολύπλοκη κατά κύριο λόγο επειδή αποτελείται από στάδια. Συγκεκριμένα, η διαδικασία αυτή αποτελείται από πέντε στάδια που είναι τα εξής (Βάθης, 2000):

- Την επιλογή του προϊόντος όπου το άτομο πρέπει να επιλέξει ένα συγκεκριμένο προϊόν για να αγοράσει
- Η επιλογή της μάρκας που θα προτιμήσει
- Η επιλογή του πωλητή από τον οποίο θα προμηθευτεί ο καταναλωτής το επιθυμητό προϊόν
- Ο χρόνος που θα πραγματοποιηθεί η αγορά
- Το αντίτιμο που έχει η αγορά. Αυτό όπως φαίνεται είναι ο τελικός παράγοντας που θα καθορίσει αν τελικά ο καταναλωτής θα επιλέξει το προϊόν ή αν θα στραφεί προς κάποιο άλλο που ανταποκρίνεται στα οικονομικά του στάνταρ

Ως διαδικασία η πραγματοποίηση μιας αγοράς αποτελείται από τρεις φάσεις συγκεκριμένη σειρά. Το πρώτο στάδιο είναι η ύπαρξη διαφόρων εξωτερικών παραγόντων που καθημερινά επηρεάζουν τον καταναλωτή με στόχο να τον πείσουν να αγοράσει ένα συγκεκριμένο προϊόν. Το δεύτερο στάδιο είναι η εμφάνιση ή η ύπαρξη μιας ανάγκης από την πλευρά του καταναλωτή για κάποιο προϊόν χάρη στο οποίο θα μπορέσει να ικανοποιήσει αυτή την επιθυμία ή την ανάγκη. Όμως αυτό το στάδιο αποτελείται από τρία βήματα (Βάθης, 2000):

- 1) Επισήμανση της ανάγκης: πρόκειται για τη στιγμή που ο καταναλωτής κατανοεί πως έχει μια ανάγκη ή μια επιθυμία
- 2) Αναζήτηση πληροφοριών για το προϊόν: κατά τη διάρκεια αυτού του βήματος το άτομο εξετάζει τα χαρακτηριστικά του προϊόντος προκειμένου να μπορέσει να κρίνει αν τελικά ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες του
- 3) Ανάλυση των εναλλακτικών λύσεων: εξετάζει να δει αν υπάρχει κάποιο καταλληλότερο προϊόν που μπορεί να ικανοποιήσει καλύτερα την επιθυμία ή την ανάγκη που έχει

Το τελευταίο στάδιο αυτής της διαδικασίας είναι η πραγματοποίηση της αγοράς, ακόμη και τότε όμως η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται καθώς μπορεί είτε να γίνει ακόμη πιο σταθερός στη γνώμη που είχε πριν από την αγορά ή μπορεί να αλλάξει αναλόγως της αποτελεσματικότητας που έχει το αγαθό που απέκτησε. Αυτό το στάδιο είναι το πιο κρίσιμο καθώς μπορεί να εξασφαλίσει σε μια επιχείρηση πιστούς πελάτες ή να καταλήξει να οδηγήσει στο κλείσιμό της αν τελικά κανένας από τους καταναλωτές που αγόρασαν τα προϊόντα της δε συνεχίσει να τα προτιμά. Στην περίπτωση των τουριστικών επιχειρήσεων είναι ακόμη μεγαλύτερη η σημασία αυτού του σταδίου καθώς πρόκειται για αξιολόγηση κατόπιν χρήσης του αγαθού, κάτι που στην περίπτωση των υπηρεσιών γίνεται αυτομάτως και πάντα.

Έτσι στην περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός το ιδανικό είναι να απευθύνεται σε άτομα όλων των ηλικιών είτε έχουν οικογένεια δική τους, είτε όχι. Ειδικά για τις περιπτώσεις εκείνες που οι επισκέπτες του ξενοδοχείου έχουν οικογένεια έχει υπάρξει μέριμνα προκειμένου να μπορούν να κρατήσουν απασχολημένα τα παιδιά τους με δημιουργικές δραστηριότητες. Ο βασικότερος στόχος ωστόσο σχετικά με τους πελάτες του εν λόγω Boutique Hotel είναι να μπορέσει να σχηματίσει για θετική εικόνα και να την προβάλλει προς τα έξω ούτως ώστε ακόμη κι αφότου φύγουν από τις εγκαταστάσεις του οι τουρίστες να συνεχίσουν να έχουν θετική άποψη για το ξενοδοχείο, να επιθυμούν να ξαναγυρίσουν αν τους δοθεί η ευκαιρία και να είναι διατεθειμένοι να το προτείνουν και σε άλλους καταναλωτές με κάθε ευκαιρία που τους παρουσιάζεται.

Ειδικά από τη στιγμή που ως επιχείρηση δεν έχει τη δυνατότητα να διαφοροποιηθεί στο πολιτιστικό κομμάτι είναι απαραίτητο να μπορέσει να επηρεάσει την ψυχολογία των καταναλωτών και να τους κάνει να είναι θετικοί απέναντί του με κάθε ευκαιρία. Σε αυτή την προσπάθεια συμβάλλει και η προσπάθεια συγκέντρωσης πληροφοριών σχετικά με τις επιθυμίες και τις ανάγκες που έχουν οι καταναλωτές μέσω του ερωτηματολογίου που θα τους αποστέλλεται αφότου ολοκληρώσουν τη διαδικασία κράτησης δωματίου.

2.11 Η πρόβλεψη της ζήτησης και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού

Η ζήτηση και ο ανταγωνισμός είναι δύο έννοιες άμεσα συνδεδεμένες μεταξύ τους που δεν έχουν τη δυνατότητα να διαχωριστούν με κανέναν τρόπο. Η κατανόηση αυτής της σχέσης ανάμεσά τους και η προσπάθεια ευρέσεως ενός τρόπου για να μέτρηση της επιρροής που ασκεί ο ανταγωνισμός στη ζήτηση ξεκίνησε πριν από πολλά χρόνια, συγκεκριμένα τη δεκαετία του '80, από τον Porter με τη δημιουργία ενός μοντέλου που εξετάζει πέντε βασικούς παράγοντες σχετικά με τον ανταγωνισμό. Αυτοί οι παράγοντες είναι (Porter, 1980):

- A. Οι υπάρχοντες ανταγωνιστές στο εσωτερικό του κλάδου που παράγουν και προσφέρουν το ίδιο αγαθό.
- B. Οι υποψήφιοι καινούριοι ανταγωνιστές που μπορεί να εμφανιστούν κάποια στιγμή μελλοντικά αλλάζοντας τα ισχύοντα μέχρι εκείνη τη στιγμή δεδομένα.
- C. Η δύναμη των ίδιων των προμηθευτών να συνεργαστούν με συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή με το σύνολο αυτών.
- D. Η δύναμη των αγοραστών και η διαπραγματευτική τους ισχύ επί των αγορών που πρόκειται να πραγματοποιήσουν από μια εταιρεία ή αν τελικά θα στραφούν προς κάποιον ανταγωνιστή της.
- E. Τα υποκαταστήματα που έχει δημιουργήσει μια επιχείρηση μπορεί να αποτελούν μια σημαντική πηγή δύναμης καθώς τη βοηθούν να διευρύνει το δίκτυο που έχει δημιουργήσει προσεγγίζοντας όλο και περισσότερους καταναλωτές σε μικρότερο χρονικό διάστημα. Το μέγεθος της δύναμης που απολαμβάνει κάθε υποκατάστημα δεν είναι ίδιο καθώς δεν είναι όλα στο ίδιο ακριβώς σημείο, κάτι που θα τα καθιστούσε ελάχιστα χρήσιμα.

Για την περίπτωση του Boutique Hotel Ανθός οι ανταγωνιστές που υπάρχουν και δραστηριοποιούνται στον κλάδο του τουρισμού προσφέρουν παρεμφερείς υπηρεσίες κατά βάση, κάτι που έχει σαν αποτέλεσμα να είναι απαραίτητος ο σχεδιασμός και η οργάνωση διαφοροποιητικών υπηρεσιών, όπως είναι η αποστολή του ερωτηματολογίου στους καταναλωτές όταν ολοκληρώσουν τη διαδικασία κράτησης, η προσφορά εφεδρικού τεχνολογικού εξοπλισμού, η δημιουργική απασχόληση των παιδιών όποτε επιθυμούν οι γονείς τους να χαλαρώσουν ή έχουν κάτι άλλο που απαιτεί την προσοχή τους. Με τη δημιουργία και την παροχή διαφοροποιητικών υπηρεσιών η δύναμη των ανταγωνιστών που ήδη υπάρχουν στον κλάδο μειώνεται σημαντικά και επιτρέπει στο Boutique Hotel Ανθός να κερδίσει ένα κομμάτι της αγοράς. Το μοναδικό σίγουρα δυνατό σημείο που έχουν οι ανταγωνιστές του Boutique Hotel Ανθός είναι πως επειδή έχουν κατορθώσει να εδραιωθούν στην αγορά σίγουρα επηρεάζουν το ύψος και το εύρος των τιμών βάσει των οποίων προσφέρονται οι υπηρεσίες τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να καθορίζεται σε γενικές γραμμές και το ύψος της τιμής που θα ορίσει και το Boutique Hotel Ανθός.

Υποψήφιοι καινούριοι ανταγωνιστές υπάρχει κίνδυνος να δημιουργηθούν στο συγκεκριμένο κλάδο και ειδικά στο συγκεκριμένο νησί καθώς είναι ένα νησί με πάρα πολλές δυνατότητες. Όμως λαμβάνοντας υπόψη το ύψος των κεφαλαίων που απαιτούνται για να μπορέσει να δημιουργηθεί μια τέτοια επιχείρηση, όπως επίσης και το γεγονός πως προκειμένου να ολοκληρωθεί μια τέτοια διαδικασία χρειάζεται πολύς χρόνος προκειμένου να ολοκληρωθούν οι διαδικασίες από την πλευρά του κράτους ο κίνδυνος της εμφάνισης καινούριων ανταγωνιστών είναι υπαρκτός, αλλά όχι ιδιαίτερα μεγάλος. Έτσι τα ισχύοντα δεδομένα εκτιμάται πως θα παραμείνουν ίδια για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα και πως όποιες αλλαγές χρειαστεί να γίνουν θα προσφέρουν στους ήδη υπάρχοντες επιχειρηματίες του κλάδου το απαραίτητο χρονικό διάστημα προσαρμογής.

Οι ίδιοι οι προμηθευτές έχουν επίσης περιορισμένη δύναμη καθώς ο αριθμός των ανταγωνιστών είναι περιορισμένων για τη συγκεκριμένη αγορά και συνεπώς οι δυνατότητές τους να συνεργαστούν με άλλους υποψήφιους είναι επίσης περιορισμένες. Αυτό προσφέρει τη δυνατότητα στο Boutique Hotel Ανθός να συνάψει συμφωνίες με καλύτερες προοπτικές και να επιτύχει καλύτερες τιμές ειδικά όταν πρόκειται για προμηθευτές που θα χρειαστεί να συνεργάζονται επί μονίμου βάσεως και ο ανεφοδιασμός του ξενοδοχείου θα απαιτεί τη διαρκή ροή αγαθών από εκείνους.

Οι αγοραστές έχουν τη δύναμη να διαπραγματευτούν σχετικά με τις αγορές που θα πραγματοποιήσουν καθώς υπάρχουν πολλές άλλες τουριστικές επιχειρήσεις όχι μόνο για την κατηγορία των Boutique Hotel, αλλά και γενικώς των ξενοδοχείων που υπάρχουν. Για το σύνολο των βασικών και υποχρεωτικών δια νόμου υπηρεσιών που πρέπει να προσφέρουν τα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων η δύναμη των καταναλωτών είναι αυξημένη καθώς έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν και σε άλλες ξενοδοχειακές μονάδες προκειμένου να αποκτήσουν τις υπηρεσίες που προσφέρονται. Όμως την ίδια στιγμή αυτό που κρατάει σε μια ισορροπία υπέρ των ξενοδοχειακών μονάδων τη δύναμη των αγοραστών είναι το γεγονός πως το Boutique Hotel Ανθός προσφέρει ιδιαίτερες υπηρεσίες προς τους καταναλωτές όπως είναι η δημιουργική απασχόληση των παιδιών των τουριστών τις ώρες που εκείνοι αδυνατούν να τα φροντίσουν επειδή έχουν ανάγκη να χαλαρώσουν ή να κάνουν κάποια επείγουσα εργασία που προέκυψε κι αφορά την εργασία τους.

Το Boutique Hotel Ανθός δεν θα έχει καθόλου δύναμη όσον αφορά τα υποκαταστήματα καθώς ειδικά στην αρχή θα πρέπει να δημιουργηθεί, να εδραιωθεί και να αρχίσει να συγκεντρώνει κεφάλαια για τη δημιουργία ενός καινούριου ξενοδοχείου σε άλλα μέρη της χώρας. Αυτό όμως είναι κάτι που δεν μπορεί να εφαρμοστεί κατά τη διάρκεια των πρώτων βημάτων του ξενοδοχείου. Για να μπορέσει να δημιουργηθεί η συγκεκριμένη δύναμη είναι απαραίτητο συνεπώς να αρχίσει τη λειτουργία του το ξενοδοχείο στη Σκόπελο και στη συνέχεια να δημιουργηθεί ένα άλλο Boutique Hotel σε κάποιο άλλο μέρος που θα εγγυάται σημαντικά κέρδη. Αν αρχίσουν να συγκεντρώνονται σημαντικά

κεφάλαια για τη δημιουργία άλλης μιας μονάδας σε κάποιο άλλο μέρος της χώρας, τότε η συγκεκριμένη δύναμη μπορεί να αρχίσει να αυξάνεται και να αλλάξει η κατάσταση της οικονομίας σημειώνοντας ακόμη πιο θετικά αποτελέσματα για την ίδια την επιχείρηση.

2.12 Κρισιμότητα Επένδυσης

Η παρούσα επένδυση είναι άκρως σημαντική λόγω των πολλαπλών οφελών που προκύπτουν από την υλοποίησή της. Όπως προαναφέρθηκε, η επένδυση αυτή θα συμβάλει στην ενίσχυση της εικόνας της ευρύτερης περιοχής, καθώς θα παρέχει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου μέσω της αποτελεσματικής της υλοποίησης. Με την επένδυση αυτή, η επιχείρηση αναμένεται να γίνει μία βιώσιμη και κερδοφόρα μονάδα, ενισχύοντας σημαντικά την οικονομική δραστηριότητα και προωθώντας την επιχειρηματικότητα στην ευρύτερη περιοχή. Αυτό, με τη σειρά του, θα συμβάλει θετικά και στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας.

Μετά την υλοποίηση του προτεινόμενου επενδυτικού έργου, η επιχείρηση θα ενισχύσει σημαντικά την ανταγωνιστικότητά της, κερδίζοντας έτσι πλεονεκτήματα σε δυναμικότητα και αποδοτικότητα έναντι των ανταγωνιστών της. Επιπρόσθετα, η επένδυση αυτή έχει κρίσιμη σημασία για την τοπική κοινωνία. Με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, συντελεί στη μείωση του υψηλού ποσοστού ανεργίας στην περιοχή της Αστυπάλαιας. Αυτό ενισχύει την απασχόληση και παράλληλα βοηθά την τοπική κοινωνία να αντιμετωπίσει κοινωνικοοικονομικά προβλήματα. Τέλος, σημαντικός στόχος του επιχειρηματία είναι η επανεπένδυση μέρους των κερδών της επιχείρησης, με σκοπό την αύξηση της ζήτησης και, πιθανότατα, της δυναμικότητας της στο μέλλον.

Κεφάλαιο 3: Οικονομοτεχνική Αξιολόγηση

Σε αυτήν την ενότητα θα παρουσιαστούν οι κύριοι παράμετροι που χρησιμοποιήθηκαν ως βάση για την οικονομοτεχνική μελέτη αξιολόγησης της βιωσιμότητας του προτεινόμενου επενδυτικού εγχειρήματος. Επιπλέον, θα αναλυθούν οι παράγοντες που λήφθηκαν υπόψη κατά την αξιολόγηση αυτού. Αξίζει να σημειωθεί πως ο εκπονητής βασίστηκε σε πραγματικά δεδομένα τιμών για τον προϋπολογισμό και τις διάφορες ενότητες της οικονομοτεχνικής μελέτης. Όσον αφορά τις εκτιμήσεις για τη μελλοντική ζήτηση, έσοδα και δαπάνες, αυτές βασίστηκαν στην κρίση, στην επιστημονική έρευνα και στην πείρα του μελετητή-εκπονητή. Με αυτόν τον τρόπο, η μελέτη αποσκοπεί στο να παρουσιάσει με σαφήνεια εάν το προτεινόμενο επενδυτικό έργο είναι βιώσιμο ή όχι και έχει ως στόχο να παράσχει ολοκληρωμένη ανάλυση για την βιωσιμότητα του επενδυτικού έργου με βάση τις μελλοντικές προοπτικές και συνθήκες.

3.1 Προϋπολογισμός Επένδυσης

Ο προϋπολογισμός του έργου περιλαμβάνει όλες τις απαιτούμενες δαπάνες ενεργειών με σκοπό την ίδρυση και απρόσκοπτη λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας σε διαχρονική βάση. Ο συνολικός προϋπολογισμός ανέρχεται στο 1.390.000 ευρώ και αποσκοπεί στην κατασκευή νέων – σύγχρονων κτιριακών εγκαταστάσεων και διαμόρφωση αυτών, καθώς και στη δημιουργία και εξοπλισμό νέων χώρων αναψυχής, προκειμένου να ενισχυθεί η λειτουργικότητα και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ο προϋπολογισμός που παρατίθεται περιλαμβάνει τα κύρια κόστη που θα καλυφθούν για την υλοποίηση του έργου.

A. Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων: 650.000,00 €

Μια σημαντική πτυχή του προϋπολογισμού αφιερώνεται στην κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων, οι οποίες θα λειτουργήσουν ως βάση για την περαιτέρω ανάπτυξη και βελτίωση του εγχειρήματος.

B. Διαμόρφωση κτιριακών εγκαταστάσεων: 100.000,00 €

Για να διασφαλιστεί η ασφάλεια και η λειτουργικότητα των κτιριακών εγκαταστάσεων, προβλέπεται η δαπάνη για την διαμόρφωσή τους.

Γ. Εξοπλισμός δωματίων & κοινόχρηστων χώρων: 150.000,00 €

Για να παρέχονται υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, προβλέπεται η αγορά εξοπλισμού για τα δωμάτια και τους κοινόχρηστους χώρους.

Δ. Εξοπλισμός κουζίνας και εστιατορίου: 150.000,00 €

Η αναβάθμιση της κουζίνας και του εστιατορίου είναι ζωτικής σημασίας για την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών, και γι' αυτό προβλέπεται ο αντίστοιχος εξοπλισμός. Στο εστιατόριο θα υπάρχει μπουφές για το πρωινό, ενώ για τα βραδινά γεύματα των τουριστών θα υπάρχει κατάλογος από τον οποίο θα μπορούν να επιλέξουν ό,τι επιθυμούν κάτι στο οποίο θα συμβάλλει και το γεγονός πως η κουζίνα θα είναι πλήρως εξοπλισμένη. Για την εξασφάλιση της ασφάλειας των τουριστών, αλλά και του προσωπικού θα υπάρχει πυρασφάλεια σε ολόκληρο το ξενοδοχείο, συναγερμοί εκτάκτου ανάγκης και πυροσβεστήρες σε εμφανή σημεία μαζί με οδηγίες χρήσης αυτών προκειμένου να είναι χρήσιμοι. Οι συναγερμοί που θα υπάρχουν για την ειδοποίηση των τουριστών όποτε υπάρχει κάποιο πρόβλημα και κινδυνεύει η ασφάλειά τους θα είναι τόσο ηχητικοί, όσο και οπτικοί προκειμένου να γίνονται αντιληπτοί από όλους τους καταναλωτές ανά πάσα στιγμή που μπορεί να προκύψει το πρόβλημα.

Ε. Εξοπλισμός χώρων αναψυχής: 70.000,00 €

Για τη δημιουργία άνετων και ποικίλων χώρων αναψυχής προορίζεται η επένδυση σε εξοπλισμό που θα προσελκύσει και θα ικανοποιήσει τους επισκέπτες.

ΣΤ. Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου: 50.000,00 €

Για τη βελτίωση του περιβάλλοντος χώρου και τη δημιουργία έναρξης ιδανικού περιβάλλοντος, προβλέπεται η δαπάνη για τη διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου.

Ζ. Άδειες & Διοικητικά Έξοδα: 20.000,00 €

Το ποσό αυτό προορίζεται για την κάλυψη των διοικητικών εξόδων και των δαπανών για την έκδοση των απαραίτητων αδειών για την υλοποίηση του έργου.

Η. Λοιπές προεπενδυτικές δαπάνες και έξοδα εκτελέσεως έργου: 200.000,00 €

Πέραν του προαναφερθέντος προϋπολογισμού, προβλέπονται και λοιπές προεπενδυτικές δαπάνες καθώς και έξοδα που αφορούν την εκτέλεση του έργου. Για την προετοιμασία του χώρου που θα δημιουργηθεί το ξενοδοχείο είναι απαραίτητο να έχει γίνει μελέτη και να έχουν βρεθεί λύσεις σχετικά με τα θέματα που αφορούν τον τρόπο παροχής νερού και ηλεκτρικού ρεύματος, τα έργα αποχέτευσης, το δίκτυο τηλεπικοινωνιών, την τοποθέτηση σωληνώσεων και ηλιακών θερμοσιφώνων, τους φωτισμούς, τα εσωτερικά τεχνικά έργα που θα πρέπει να έχουν γίνει προτού αρχίσει η κατασκευή του ίδιου του κτηρίου και η αισθητική διαμόρφωση του χώρου. Για καθένα από αυτά τα θέματα καλείται ο πολιτικός μηχανικός να παρουσιάσει τις λύσεις που έχει να προτείνει επεξηγώντας τους λόγους για τους οποίους έχει καταλήξει στις συγκεκριμένες αποφάσεις που έχει λάβει και προτείνει να εφαρμοστούν προτού αρχίσει να δημιουργείται το ξενοδοχείο.

Το ποσό των 200.000,00 ευρώ ανατίθεται για την κάλυψη των εξής σημαντικών κατηγοριών εξόδων:

Μελέτες & Αναλύσεις: Ένα μέρος του ποσού διατίθεται για την εκπόνηση λεπτομερών μελετών και αναλύσεων που αφορούν την τεχνική, οικονομική και βιωσιμοτεχνική πτυχή του έργου. Οι μελέτες αυτές θα διασφαλίσουν την ορθή προετοιμασία και σχεδιασμό της επένδυσης.

Έρευνα Αγοράς: Ένα μέρος του προϋπολογισμού προορίζεται για έρευνες αγοράς που αποσκοπούν στην καλύτερη κατανόηση του στόχου της επένδυσης, των αναγκών του κοινού και των τάσεων της αγοράς.

Επαγγελματικές Υπηρεσίες: Προβλέπονται δαπάνες για την πρόσληψη επαγγελματιών υπηρεσιών, όπως νομικούς, μηχανικούς, αρχιτέκτονες κ.ά., που θα συνεισφέρουν στην εκτέλεση και ολοκλήρωση του έργου.

Εκπαίδευση & Κατάρτιση: Το ποσό αυτό προβλέπεται για την εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού που θα εμπλακεί στη λειτουργία της νέας ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Οι τιμές που αναφέρονται στον πίνακα του προϋπολογισμού αφορούν τελικές τιμές μετά από εκπτώσεις. Επιπλέον σε αυτές περιλαμβάνεται και ο αναλογούν ΦΠΑ. Αναλυτικότερα, ο προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου αποτυπώνεται κάτωθι:

Προϋπολογισμός Επένδυσης		Ποσό σε ευρώ
1.	Κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων	650.000 €
2.	Διαμόρφωση κτιριακών εγκαταστάσεων	100.000 €
3.	Εξοπλισμός δωματίων & κοινόχρηστων χώρων	150.000 €
4.	Εξοπλισμός κουζίνας και εστιατορίου	150.000 €
5.	Εξοπλισμός χώρων αναψυχής	70.000 €
6.	Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	50.000 €
7.	Άδειες & διοικητικά έξοδα	20.000 €
8.	Λοιπές προεπενδυτικές δαπάνες & έξοδα εκτελέσεως έργου	200.000 €
Σύνολο Προϋπολογισμού		1.390.000 €

Σε όλους τους χώρους του ξενοδοχείου θα υπάρχει κλιματισμός και θέρμανση που θα μπορεί να ρυθμιστεί αναλόγως, κατάλληλος φωτισμός παντού, υπαίθριος χώρος στάθμευσης, ενώ θα υπάρχουν επίσης υποδομές και για την υποδοχή ατόμων με ειδικές ανάγκες τόσο στο ισόγειο, για το μπαρ, τους χώρους αισθητικής και χαλάρωσης, αλλά και τους χώρους άθλησης, όσο και στον έβδομο όροφο που θα βρίσκεται το εστιατόριο. Επίσης θα υπάρχουν τουαλέτες τόσο για το ευρύ κοινό, όσο και για τα άτομα με ειδικές ανάγκες, διαρκής πρόσβαση στο διαδίκτυο δίχως κάποια επιπρόσθετη χρέωση, υπηρεσία μεταφοράς αποσκευών, ενώ θα προσφέρεται και υπηρεσία απασχόλησης των παιδιών των τουριστών προκειμένου εκείνοι να μπορέσουν να χαλαρώσουν στους χώρους αισθητικής και χαλάρωσης δίχως να τους ανησυχεί η ασφάλεια των παιδιών τους.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι απαραίτητος ο κατάλληλος εξοπλισμός του ξενοδοχείου που σημαίνει πως δεν θα πρέπει να υπάρχουν έντονα χρώματα στους χώρους χαλάρωσης, ούτε και στους χώρους που θα απασχολούνται τα παιδιά. Επίσης θα πρέπει να μην υπάρχουν επιφάνειες στις οποίες θα μπορεί να γλιστρήσει κάποιο από τα παιδιά και να προκληθεί κάποιο ατύχημα. Κατά τα άλλα τα δωμάτια θα έχουν μπάνια με ντουζιέρα και μπανιέρα για όσους επιθυμούν να χαλαρώσουν εντός του δωματίου τους για λίγο, ενώ στις σουίτες θα υπάρχουν τζακούζι και υδρομασάζ, νιπτήρες, πορσελάνινες λεκάνες, ενώ θα υπάρχουν στα μπάνια και στεγνωτήρες μαλλιών. Επιπλέον, στα δωμάτια αναλόγως του αριθμού των κλινών θα υπάρχουν κρεβάτια και κομοδίνα, κουρτίνες, ντουλάπες, κλιματιστικό, τηλεόραση, διάγραμμα με τη δομή του ορόφου, καλάθι αχρήστων, ψυγείο, τζάκι σε κάποιες σουίτες, ενώ σε κάποιες άλλες θα υπάρχει και ένα μπαρ. Στο μπάνιο θα υπάρχουν σαπούνι, αφρόλουτρο, πετσέτες χεριών, πετσέτες προσώπου, μπουρνούζια και τα απαραίτητα είδη υγιεινής.

Η επιλογή του τεχνολογικού εξοπλισμού, όπως επίσης και η τοποθέτησή του αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι που θα πραγματοποιηθεί βάσει των κανονισμών του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και της Ελληνικής Νομοθεσίας. Ως τεχνολογικός εξοπλισμός θεωρείται το σύστημα κλιματισμού και εξαερισμού του ξενοδοχείου που θα πρέπει να έχει τοποθετηθεί με ασφάλεια, να εξασφαλίζει τον καλό και διαρκή αερισμό και κλιματισμό του ξενοδοχείου όλη μέρα, κάθε μέρα δίχως καμία διακοπή. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν ο κατάλληλος εξοπλισμός και το κατάλληλο, ειδικευμένο προσωπικό ώστε να εξασφαλιστεί τόσο η ύπαρξη σωστών και νομικώς άρτιων εγκαταστάσεων, όσο και η καλή υγεία των τουριστών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους καθώς θα πρέπει οι χώροι να αερίζονται επαρκώς ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος ασθενειών που μεταφέρονται με τον αέρα και οφείλονται στον κακό εξαερισμό.

Πέραν του συστήματος κλιματισμού στον τεχνολογικό εξοπλισμό συμπεριλαμβάνονται το σύστημα αυτόνομης θέρμανσης, οι υδραυλικές εγκαταστάσεις και το σύστημα αποχετευτικού δικτύου, οι ηλεκτρονικές και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις, το σύστημα πυρόσβεσης, το σύστημα παρακολούθησης του χώρου γύρω από τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και η ποιότητα του πόσιμου νερού που θα υπάρχει και θα προσφέρεται στους τουρίστες.

Το σύστημα αυτόνομης θέρμανσης θα υπάρχει ούτως ώστε να μην επιβάλλεται σε όλους τους καλεσμένους μια συγκεκριμένη θερμοκρασία στα δωμάτιά τους. Ωστόσο για τη θέρμανση και τον κλιματισμό των κοινόχρηστο χώρων θα είναι υπεύθυνη η Διεύθυνση του ξενοδοχείου που θα πρέπει να μεριμνά για τη ρύθμιση της σωστής και κατάλληλης θερμοκρασίας. Για τη θέρμανση του ξενοδοχείου θα χρησιμοποιείται φυσικό αέριο προκειμένου να είναι ταυτοχρόνως όσο το δυνατόν πιο φιλικό στο περιβάλλον το ξενοδοχείο. Οι υδραυλικές εγκαταστάσεις που θα υπάρχουν στο ξενοδοχείο και το αποχετευτικό δίκτυο θα έχουν γραμμή βιολογικού καθαρισμού για μείωση των ρύπων στο περιβάλλον. Ηλεκτρονικές και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις θα δημιουργηθούν προκειμένου να μπορούν να λειτουργούν κανονικά και δίχως

πρόβλημα τα τηλέφωνα και οι ηλεκτρονικές συσκευές σε κάθε δωμάτιο, αλλά και σε κάθε χώρο του ξενοδοχείου. Το σύστημα πυρόσβεσης θα είναι τοποθετημένο σε εμφανές σημείο, ενώ θα υπάρχουν πυροσβεστικές φωλιές και πυροσβεστήρες σε εμφανή σημεία με οδηγίες προκειμένου να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από όλους σε περίπτωση ανάγκης. Το σύστημα παρακολούθησης του χώρου θα είναι εγκατεστημένο με τρόπο που θα παρακολουθούνται όλοι οι χώροι στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου προκειμένου να μπορεί να εντοπιστεί πιθανός κίνδυνος ή πρόβλημα ώστε στη συνέχεια να μπορέσει το προσωπικό να βοηθήσει όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικά και έγκαιρα για την άμεση επίλυση του προβλήματος που θα έχει προκύψει.

Για τη σωστή λειτουργία του ξενοδοχείου ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιηθεί πρέπει να πληροί τις προδιαγραφές που θα συμβάλλουν στη σωστή λειτουργία του ξενοδοχείου. Βασικές προϋποθέσεις για την επιλογή των υλικών θα είναι η ποιότητά τους, το αν θα επιβαρύνουν το περιβάλλον ή όχι, η τιμή τους και το αν μέσα από τη χρήση τους θα μπορέσει να δημιουργηθεί το ξενοδοχείο εγκαίρως ώστε να αρχίσει εμπρόθεσμα τη λειτουργία του. Σημαντικό είναι το γεγονός πως από τη στιγμή που πρόκειται να δημιουργηθεί σε νησί το ξενοδοχείο θα γίνουν προσπάθειες να αξιοποιηθεί η δύναμη των υδάτων προκειμένου στη συνέχεια να εξοικονομηθεί και σημαντικό ποσοστό ενέργειας που απαιτείται για τη λειτουργία του ξενοδοχείου.

Το σύστημα θέρμανσης θα είναι αυτόνομο και θα χρησιμοποιεί φυσικό αέριο για να μπορούν να θερμαίνονται οι καταναλωτές προσαρμόζοντας τη θερμοκρασία στα επιθυμητά επίπεδα. Για το λόγο αυτό θα υπάρχουν θερμαντικά σώματα, ζεστό νερό θα υπάρχει διαρκώς στο ξενοδοχείο χάρη στους ηλιακούς θερμοσίφωνες που θα υπάρχουν στην ταράτσα, αλλά και χάρη στους ηλεκτρικούς θερμοσίφωνες που θα υπάρχουν. Κλιματισμός και εξαερισμός θα υπάρχει παντού στο ξενοδοχείο με τους τουρίστες να κάνουν τις απαραίτητες ρυθμίσεις στα δωμάτιά τους, ενώ η Διεύθυνση θα ασχολείται με αυτές στους κοινόχρηστους χώρους. Η ηλεκτροδότηση θα γίνεται με αξιοποίηση της ενέργειας του νερού, αλλά και την αιολική ενέργεια προκειμένου να

μειώνονται όσο το δυνατόν περισσότερα τα κόστη της ενέργειας παραμένοντας λειτουργικό το ξενοδοχείο. Πάροχος ωστόσο της ηλεκτρικής ενέργειας για το ξενοδοχείο, στο βαθμό που το έχει ανάγκη θα είναι η κρατική υπηρεσία ΔΕΗ που έχει ένα ιδιαίτερα εξαπλωμένο δίκτυο ηλεκτροδότησης σε ολόκληρη τη χώρα. Για το τηλέφωνο και το νερό πάροχοι θα είναι οι κρατικές υπηρεσίες που υπάρχουν στο νησί.

3.2 Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται οι πηγές των κεφαλαίων που θα καλύψουν το συνολικό κόστος του παρόντος επενδυτικού σχεδίου.

Χρηματοδοτικό Σχήμα Επένδυσης		
Πηγή Χρηματοδότησης	Ποσό	Ποσοστό
Κρατική Επιχορήγηση	695.000 €	50%
Ίδια Κεφάλαια	278.000 €	20%
Τραπεζικός Δανεισμός	417.000 €	30%
Σύνολο Προϋπολογισμού	1.390.000 €	100%

Σύμφωνα με το παραπάνω χρηματοδοτικό σχήμα, η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα πραγματοποιηθεί με τη χρήση τριών πηγών κεφαλαίου αυτή των ιδίων κεφαλαίων, αυτή του τραπεζικού δανεισμού και αυτή της κρατικής επιχορήγησης.

Κρατική Επιχορήγηση: Το ποσό των 645.000 ευρώ, που αντιστοιχεί στο 50% του συνολικού προϋπολογισμού, θα παρασχεθεί από το κράτος ως επιχορήγηση για την υλοποίηση του επενδυτικού έργου. Το έργο αναμένεται να εγκριθεί σε πρόγραμμα ΕΣΠΑ ή / και αναπτυξιακού νόμου οι δράσεις του οποίου προσανατολίζονται στην ίδρυση και λειτουργία επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού.

Ίδια Κεφάλαια: Ο επενδυτής θα συνεισφέρει το ποσό των 258.000 ευρώ, που αντιστοιχεί στο 20% του συνολικού προϋπολογισμού.

Τραπεζικός Δανεισμός: Μέρος της χρηματοδότησης, συγκεκριμένα το ποσό των 387.000 ευρώ, που αντιστοιχεί στο 30% του συνολικού προϋπολογισμού, θα προέλθει από τραπεζικό δανεισμό.

Το παραπάνω χρηματοδοτικό σχήμα επιτρέπει την ισορροπημένη και βιώσιμη χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου, διασφαλίζοντας την ολοκλήρωσή του με αποτελεσματικότητα και επιτυχία. Ο συνδυασμός των δημόσιων πόρων, των ιδίων κεφαλαίων και του τραπεζικού δανεισμού συμβάλλει στην επιτυχημένη υλοποίηση του έργου και την επίτευξη των στόχων του.

3.3 Στοιχεία Δυναμικότητας & Τιμολογιακή Πολιτική

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται στοιχεία σχετικά με την μέγιστη δυναμικότητα σε δωμάτια και άτομα της ξενοδοχειακής μονάδας, τα είδη των δωματίων που προσφέρονται, την προτεινόμενη τιμολογιακή πολιτική ανά τύπο δωματίου καθώς και το εκτιμώμενο ποσοστό ζήτησης για τον εκάστοτε τύπο δωματίων σύμφωνα με στατιστική στοιχεία από πλατφόρμα αναζήτησης και κράτησης δωματίων ξενοδοχείων.

Είδος Δωματίου	Αριθμός Δωματίων	Low Season	Middle Season	High Season	Ποσοστό Ζήτησης	Άτομα
Δίκλινο	15	40 €	55 €	70 €	70%	30
Τρίκλινο	10	70 €	85 €	100 €	8%	30
Τρίκλινο +	20	100 €	125 €	150 €	5%	60
Σουίτα DELUXE	5	250 €	295 €	340 €	10%	10
Σουίτα SUPERIOR	10	360 €	415 €	470 €	7%	20
Σύνολο Δωματίων	60	164 €	195 €	226 €	100%	150

Αναλυτικότερα:

A. Δίκλινο:

- Υπάρχουν συνολικά 15 δίκλινα δωμάτια στο ξενοδοχείο.
- Οι τιμές κυμαίνονται από 40 € κατά τη διάρκεια της χαμηλής σεζόν (Low Season) μέχρι 70 € κατά τη διάρκεια της υψηλής σεζόν (High Season).
- Το ποσοστό ζήτησης των δίκλινων δωματίων ανέρχεται στο 70%.
- Τα δίκλινα δωμάτια δύνανται να εξυπηρετήσουν 30 άτομα.

B. Τρίκλινο:

- Υπάρχουν συνολικά 10 τρίκλινα δωμάτια στο ξενοδοχείο.
- Οι τιμές κυμαίνονται από 70 € κατά τη διάρκεια της χαμηλής σεζόν (Low Season) μέχρι 100 € κατά τη διάρκεια της υψηλής σεζόν (High Season).
- Το ποσοστό ζήτησης των τρικλινων δωματίων είναι πολύ χαμηλό, μόλις 8%.
- Τα τρίκλινα δωμάτια εξυπηρετεί κατά προσέγγιση 30 άτομα.

Γ. Τρίκλινο +:

- Υπάρχουν συνολικά 20 τρίκλινα + δωμάτια στο ξενοδοχείο.
- Οι τιμές κυμαίνονται από 100 € κατά τη διάρκεια της χαμηλής σεζόν (Low Season) μέχρι 150 € κατά τη διάρκεια της υψηλής σεζόν (High Season).
- Το ποσοστό ζήτησης για τα τρίκλινα + δωμάτια είναι 5%.
- Τα τρίκλινα+ δωμάτια εξυπηρετούν κατά προσέγγιση 60 άτομα.

Σουίτα DELUXE:

- Υπάρχουν συνολικά 5 σουίτες DELUXE στο ξενοδοχείο.
- Οι τιμές κυμαίνονται από 250 € κατά τη διάρκεια της χαμηλής σεζόν (Low Season) μέχρι 340 € κατά τη διάρκεια της υψηλής σεζόν (High Season).
- Το ποσοστό ζήτησης για τις σουίτες DELUXE ανέρχεται στο 10%.
- Οι σουίτες DELUXE μπορούν να εξυπηρετήσουν το ελάχιστο 10 άτομα.

Σουίτα SUPERIOR:

- Υπάρχουν συνολικά 10 σουίτες SUPERIOR στο ξενοδοχείο.
- Οι τιμές κυμαίνονται από 360 € κατά τη διάρκεια της χαμηλής σεζόν (Low Season) μέχρι 470 € κατά τη διάρκεια της υψηλής σεζόν (High Season).
- Το ποσοστό ζήτησης για τις σουίτες SUPERIOR είναι 7%.
- Οι σουίτες SUPERIOR μπορούν να εξυπηρετήσουν το ελάχιστο 20 άτομα.

Συνολικά, υπάρχουν 60 δωμάτια στο ξενοδοχείο, και οι μέσες τιμές για κάθε περίοδο υπολογίστηκαν ως εξής:

- Μέση τιμή για την Low Season: 164 €
- Μέση τιμή για την Middle Season: 195 €
- Μέση τιμή για την High Season: 226 €

Τέλος, σε επίπεδα μέγιστης ζήτησης (100%) η ξενοδοχειακή μονάδα μπορεί να φιλοξενήσει ταυτοχρόνως κατ' ελάχιστο 150 άτομα.

3.4 Στοιχεία & Προβλέψεις

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάζονται σημαντικά δεδομένα και προβλέψεις που αποτελούν κρίσιμο κομμάτι της οικονομοτεχνικής μελέτης αξιολόγησης της βιωσιμότητας του προτεινόμενου επενδυτικού έργου. Η υποενότητα αυτή διακρίνεται σε τέσσερις υποενότητες, κάθε μία εκ των οποίων αναλύει συγκεκριμένες πτυχές του επενδυτικού σχεδίου.

Αρχικά, στην υποενότητα 3.4.1 "Μέσοι Συντελεστές Πληρότητας", παρουσιάζονται οι μέσοι συντελεστές πληρότητας για τις διάφορες περιόδους, βάσει των προβλεπόμενων επιπέδων πληρότητας των δωματίων του ξενοδοχείου. Οι μέσοι συντελεστές πληρότητας αποτελούν σημαντικό δείκτη για το πόσο καλά αξιοποιούνται οι διαθέσιμοι χώροι του ξενοδοχείου κατά τις διάφορες περιόδους του έτους. Στη συνέχεια, η υποενότητα 3.4.2 "Προβλέψεις Εσόδων" παρέχει λεπτομερή ανάλυση των προβλεπόμενων εσόδων του ξενοδοχείου για τις διάφορες περιόδους του έτους. Προβλέπονται τα έσοδα του

ξενοδοχείου βάσει των τιμών των διαφορετικών τύπων δωματίων και της σχετικής ζήτησης, λαμβάνοντας υπόψη την κάλυψη της εποχικότητας και των τουριστικών περιόδων. Επιπλέον, η υποενότητα 3.4.4 "Κατάσταση Ταμειακών Ροών" προσφέρει μια ολοκληρωμένη εικόνα της διαχείρισης των ταμειακών ροών του ξενοδοχείου. Αναλύονται οι πιθανές ταμειακές εισροές και εκροές κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου της μελέτης, λαμβάνοντας υπόψη τις προβλέψεις εσόδων και εξόδων, ενώ τέλος οι πληροφορίες που παρέχονται στην ενότητα 3.4. αποτελούν σημαντικό εργαλείο για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την ανάπτυξη και διαχείριση του προτεινόμενου επενδυτικού έργου, διευκολύνοντας την αξιολόγηση της βιωσιμότητάς του και την αντιμετώπιση τυχόν προκλήσεων που μπορεί να παρουσιαστούν κατά την υλοποίησή του.

3.4.1 Μέσοι Συντελεστές Πληρότητας

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται τα στοιχεία για την πρόβλεψη της πληρότητας της ξενοδοχειακής μονάδας βάση των στατιστικών στοιχείων που αντλήθηκαν από λοιπές ομοειδείς επιχειρήσεις στην ευρύτερη περιοχή. Θα πρέπει να τονιστεί ότι έχει ληφθεί υπόψη μια αύξηση της τάξεως του 5% ανά έτος για κάθε σεζόν, εκτίμηση η οποία βασίζεται στις αισιόδοξες προβλέψεις για ραγδαία αύξηση των αφίξεων από ξένους επισκέπτες τα επόμενα έτη.

	Πρόβλεψη πληρότητας %				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	5,0%	5,3%	5,5%	5,8%	6,1%
Middle Season	15,0%	15,8%	16,5%	17,4%	18,2%
High Season	85,0%	89,3%	93,7%	98,4%	100,0%

Στην συνέχεια παρατίθεται ο πίνακας με την πρόβλεψη πληρότητας σε δωμάτια ανά ημέρα και υπολογίστηκε βασιζόμενος στον πίνακα με την πρόβλεψη πληρότητας για κάθε έτος και ανά σεζόν καθώς και στην μέγιστη δυναμικότητα του ξενοδοχείου.

	Πρόβλεψη πληρότητας σε δωμάτια / ημέρα				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	3	3	3	3	4
Middle Season	9	9	10	10	11
High Season	51	54	56	59	60

Ο πίνακας αυτός παρέχει σημαντικές πληροφορίες για την προβλεπόμενη αξιοποίηση των δωματίων κατά τις διάφορες περιόδους του έτους, βοηθώντας στον σχεδιασμό και τον προγραμματισμό της λειτουργίας του ξενοδοχείου και την προσαρμογή των δραστηριοτήτων του προς την επίτευξη μέγιστης βιωσιμότητας και αποδοτικότητας. Η πρόβλεψη αυτή είναι σημαντική για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη διαχείριση των δωματίων και την προσαρμογή των τιμών κατά τις διάφορες περιόδους, προκειμένου να επιτευχθεί η βέλτιστη απόδοση των πόρων του ξενοδοχείου.

Επιπλέον, αν πολλαπλασιάσουμε τα δωμάτια / ημέρα με τις ημέρες λειτουργίας του ξενοδοχείου ανά σεζόν τότε προκύπτει ο κάτωθι πίνακας. Λήφθηκε υπόψη ότι η low season διαρκεί 155 ημέρες, η middle season 120 ημέρες και η high season 90 ημέρες.

	Πρόβλεψη πληρότητας σε διανυκτερεύσεις / μήνα				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	465	488	513	538	565
Middle Season	1080	1134	1191	1250	1313
High Season	4590	4820	5060	5313	5400

Ο πίνακας αυτός αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για τον προγραμματισμό και την διαχείριση των δωματίων κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του ξενοδοχείου. Επίσης, βοηθά στον καλύτερο προγραμματισμό της λειτουργίας του ξενοδοχείου και στον υπολογισμό της αποδοτικότητας και αξιοποίησης των διαθέσιμων δωματίων κατά τις διάφορες περιόδους του έτους. Η πρόβλεψη αυτή είναι απαραίτητη για την βελτιστοποίηση των κρατήσεων και της χρήσης των διαθέσιμων πόρων, καθώς και για τον σχεδιασμό των προσφερόμενων πακέτων και προωθητικών ενεργειών του ξενοδοχείου, προκειμένου να επιτευχθεί μέγιστη αποδοτικότητα και επιτυχία στην λειτουργία του.

3.4.2 Προβλέψεις Εσόδων

Στην υποενότητα αυτή πραγματοποιείται η πρόβλεψη των εσόδων από την ίδρυση και λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας. Οι πηγές εσόδων του ξενοδοχείου δύναται να διακριθούν σε τρεις και πιο συγκεκριμένα σε έσοδα από τις διανυκτερεύσεις, σε έσοδα από το εστιατόριο και το καφέ μπαρ καθώς και σε έσοδα από τις υπηρεσίες αναψυχής. Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται τα στοιχεία πρόβλεψης των εσόδων που προκύπτουν λαμβάνοντας υπόψη την πληρότητα σε διανυκτερεύσεις ανά μήνα καθώς και το μέσο κόστος διάθεσης των δωματίων για την εκάστοτε περίοδο.

	Πρόβλεψη εσόδων από διανυκτερεύσεις				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	76.260 €	80.073 €	84.077 €	88.280 €	92.695 €
Middle Season	177.120 €	185.976 €	195.275 €	205.039 €	215.290 €
High Season	752.760 €	790.398 €	829.918 €	871.414 €	885.600 €
Συνολικά Έσοδα	1.006.140 €	1.056.447 €	1.109.269 €	1.164.733 €	1.193.585 €

Παρατηρείται μια διαχρονική αύξηση 4% καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέτασης χρονικής περιόδου σε έσοδα της επιχείρησης από την διάθεση των δωματίων της.

Επιπλέον, έχουν υπολογιστεί έσοδα από το εστιατόριο και το μπαρ. Πιο συγκεκριμένα έχει εκτιμηθεί ότι για κάθε κράτηση δωματίου θα φιλοξενοούνται κατά μέσο όρο δύο άτομα και λαμβάνοντας υπόψη την πληρότητα του ξενοδοχείου αλλά και ότι κάθε άτομο κατά μέσο όρο δαπανάει 20 ευρώ για φαγητό και 8 ευρώ για καφέ και αναψυκτικό, υπολογίστηκαν τα στοιχεία των κάτωθι πινάκων.

	Πρόβλεψη εσόδων από εστιατόριο				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	120 €	126 €	132 €	139 €	146 €
Middle Season	360 €	378 €	397 €	417 €	438 €
High Season	2.040 €	2.142 €	2.249 €	2.362 €	2.400 €
Συνολικά Έσοδα	2.520 €	2.646 €	2.778 €	2.917 €	2.983 €

	Πρόβλεψη εσόδων από καφέ μπαρ				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	42 €	44 €	46 €	49 €	51 €
Middle Season	126 €	132 €	139 €	146 €	153 €
High Season	714 €	750 €	787 €	827 €	840 €
Συνολικά Έσοδα	882 €	926 €	972 €	1.021 €	1.044 €

Με την ίδια λογική υπολογίστηκαν και τα προβλεπόμενα έσοδα από υπηρεσίες αναψυχής που θα προσφέρει το ξενοδοχείο, λαμβάνοντα μια μέση τιμή για την διάθεση αυτών των υπηρεσιών περίπου στα 8 ευρώ.

	Πρόβλεψη εσόδων από χώρους αναψυχής				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	48 €	50 €	53 €	56 €	58 €
Middle Season	144 €	151 €	159 €	167 €	175 €
High Season	816 €	857 €	900 €	945 €	960 €
Συνολικά Έσοδα	1.008 €	1.058 €	1.111 €	1.167 €	1.193 €

Συνοπτικά, στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται τα εκτιμώμενα συνολικά έσοδα που δύναται να προκύψουν από την ίδρυση και λειτουργία της ξενοδοχειακής μονάδας βάση των όσων αναφέρθηκαν έως τώρα στο παρούσα μελέτη.

	Πρόβλεψη συνολικών εσόδων				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Low Season	76.470 €	80.294 €	84.308 €	88.524 €	92.950 €
Middle Season	177.750 €	186.638 €	195.969 €	205.768 €	216.056 €
High Season	756.330 €	794.147 €	833.854 €	875.547 €	889.800 €
Συνολικά Έσοδα	1.010.550 €	1.061.078 €	1.114.131 €	1.169.838 €	1.198.806 €

3.4.3 Προβλέψεις Εξόδων

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας της ξενοδοχειακής μονάδας και η επίτευξη κερδών επιβάλλει την επένδυση χρηματικών πόρων για την κάλυψη συγκεκριμένων δαπανών που αναφέρονται είτε στην λειτουργία της επιχείρησης είτε σε δαπάνες διοίκησης και διάθεσης.

	Πρόβλεψη Συνολικών Εξόδων & Δαπανών Λειτουργίας				
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Μισθοδοσία	245.542 €	245.542 €	245.542 €	245.542 €	245.542 €
Λειτουργικά Έξοδα	107.810 €	113.201 €	118.861 €	124.804 €	129.969 €
Συντήρηση & Επισκευές	35.100 €	35.100 €	35.100 €	35.100 €	35.100 €
Ασφάλιση	17.550 €	17.550 €	17.550 €	17.550 €	17.550 €
Δόση Επιχειρηματικού Δανείου	52.119 €	52.119 €	52.119 €	52.119 €	52.119 €
Αμοιβές Τρίτων	31.200 €	31.200 €	31.200 €	31.200 €	31.200 €
Σύνολο Εξόδων	489.321 €	494.712 €	500.372 €	506.315 €	511.480 €

Οι δαπάνες της ξενοδοχειακής μονάδας αποτελούνται από την μισθοδοσία του προσωπικού, τα λειτουργικά έξοδα της επιχειρηματικής δομής, το κόστος για συντηρήσεις, επισκευές και ασφάλιση, τη τοκοχρεολυτική δόση του επιχειρηματικού δανείου που θα εκταμιευτεί καθώς και τις αμοιβές τρίτων.

Εν συνεχεία πραγματοποιείται ανάλυση των συγκεκριμένων κατηγοριών δαπανών που κρίνονται αναγκαίες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής λειτουργίας του ξενοδοχείου.

A. Αμοιβές Προσωπικού

Περιγραφή Θέσης	Αριθμός Ατόμων	Μηνιαίο Κόστος	Ετήσιο Κόστος
Διοικητικό Προσωπικό			
Τμήμα Διεύθυνσης			
Γενικός Διευθυντής	1	5.020,0 €	60.240,0 €
Ξενοδοχειακό Προσωπικό			
Τμήμα Υποδοχής			
Προϊστάμενος Υποδοχής	1	2.300,0 €	27.600,0 €
Υπάλληλοι Υποδοχής	2	1.700,0 €	40.800,0 €
Τμήμα Υποδοχής			
Προϊστάμενη Καθαριότητας	1	1.600,0 €	19.200,0 €
Καμαριέρα	2	1.400,0 €	33.600,0 €
Τμήμα Εστιατορίου			
Αρχιμάγειρας	1	2.300,0 €	27.600,0 €
Μαγειρας	1	2.000,0 €	24.000,0 €
Σερβιτόροι	2	1.700,0 €	40.800,0 €
Τμήμα Αναψυχής			
Μασέρ	2	1.700,0 €	40.800,0 €
Τεχνικό Τμήμα			
Συντηρητής	1	1.700,0 €	20.400,0 €

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα απασχολεί στην High Season 14 άτομα ως προσωπικό ενώ κατά τις περιόδους με μειωμένη ζήτηση, το προσωπικό θα μειώνεται στα 8 άτομα. Η ανάλυση των θέσεων και του κόστους ανά μήνα και ανά έτος παρουσιάζεται στον ανωτέρω πίνακα.

Β. Λειτουργικά Έξοδα

Λειτουργικά Έξοδα					
Ηλεκτρική Ενέργεια	65.000 €	68.250 €	71.663 €	75.246 €	79.008 €
Λοιποί Λογαριασμοί Κοινής Ωφέλειας	6.000 €	6.300 €	6.615 €	6.946 €	7.293 €
Α ύλεις & Αναλώσιμα	36.810 €	38.651 €	40.583 €	42.612 €	43.668 €
Σύνολο Λειτουργικών Εξόδων	107.810 €	113.201 €	118.861 €	124.804 €	129.969 €

Τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης αναφέρονται στους λογαριασμούς κοινής ωφέλειας αλλά και στην προμήθεια α' υλών και αναλωσίμων. Το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας προϋπολογίστηκε με βάση τις kwh που καταναλώνει ένα αντίστοιχο ξενοδοχείο, ενώ για τον λογαριασμό του νερού και του ΟΤΕ υπολογίστηκε μια μηνιαία δαπάνη 300 ευρώ και 100 ευρώ αντίστοιχα. Ο προϋπολογισμός της προμήθειας α' υλών και αναλωσίμων που αφορούν κατά κύριο λόγο των χώρου το εστιατορίου βασίστηκε στις συνολικές ετήσιες διανυκτερεύσεις και στην υπόθεση ότι κάθε διανυκτέρευση αφορά 2 άτομα με μέσο κόστος προμήθειας υλών τα 3 ευρώ.

Γ. Συντήρηση – Επισκευές – Ασφάλιση

Το κόστος συντήρησης και επισκευών προϋπολογίστηκε σε ποσοστό της τάξεως του 3% επί του προϋπολογισμού που αφορά τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό ενώ το κόστος ασφάλισης σε ποσοστό της τάξεως του 1,5%.

Δ. Δόση Επιχειρηματικού Δανείου

Η επιχείρηση θα προχωρήσει στην σύναψη μακροπρόθεσμου επιχειρηματικού δανείου συνολικού ύψους 417.000 ευρώ με επιτόκιο σταθερό 4,45%, ληκτικότητα στα δέκα έτη σε δύο ετήσιες ισόποσες τοκοχρεολυτικές καταβολές. Το ύψος της δόσης ανέρχεται στο ποσό των 26.059,43 ευρώ.

Ε. Αμοιβές Τρίτων

Αμοιβές τρίτων					
Νομικός Σύμβουλος	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €
Λογιστής	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
Κηπουρός	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
Απολυμαντική Εταιρεία	2.400 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €
Καθαριστήριο	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Εταιρεία Προώθησης και Διαχείρισης	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €	6.000 €
Σύνολο Αμοιβών Τρίτων	31.200 €	31.200 €	31.200 €	31.200 €	31.200 €

Στον παραπάνω πίνακα αποτυπώνονται τα ποσά που καταβάλλονται σε τρίτους, οι οποίες παρέχουν τις υπηρεσίες τους στην επιχείρηση.

Νομικός Σύμβουλος: Η εταιρεία θα καταβάλει 9.600 € για να λάβει νομική συμβουλή και υποστήριξη σχετικά με νομικά ζητήματα που αφορούν τη λειτουργία και τις δραστηριότητές της.

Λογιστής: Η εταιρεία απαιτεί τις υπηρεσίες ενός λογιστή και αποδίδει 3.600 € για την επεξεργασία και αναλυτική παρουσίαση των οικονομικών δεδομένων και των φορολογικών υποχρεώσεων της.

Κηπουρός: Η εταιρεία θα προσλάβει έναν κηπουρό για τη συντήρηση και φροντίδα του εξωτερικού χώρου της επιχείρησης, επενδύοντας 3.600 € για αυτήν την υπηρεσία.

Απολυμαντική Εταιρεία: Μια εταιρεία παροχής υγιεινής υπηρεσιών θα παρέχει απολύμανση και καθαρισμό των χώρων του ξενοδοχείου με συνολικό κόστος 2.400 €.

Καθαριστήριο: Η εταιρεία αναθέτει σε καθαριστήριο την φροντίδα και πλύσιμο ρούχων και λοιπών ειδών (κουβέρτες, σεντόνια κλπ) καταβάλλοντας ετησίως 6.000 € για αυτήν την υπηρεσία.

Εταιρεία Προώθησης και Διαχείρισης: Η εταιρεία πληρώνει 6.000 € σε μια εταιρεία προώθησης και διαχείρισης για την προώθηση των υπηρεσιών της.

ΣΤ. Αποσβέσεις

Οι αποσβέσεις ανέρχονται σε ποσοστό της τάξεως του 10% επί του προϋπολογισμού που αφορά τις κτιριακές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό και έχουν υπολογιστεί με την μέθοδο της σταθερής απόσβεσης.

3.4.4 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

Υστερα από τον υπολογισμό των προβλεπόμενων εσόδων και εξόδων της επιχείρησης, συντάχθηκε η προβλεπόμενη κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως για κάθε ένα έτος υλοποίησης της επένδυσης. Παρατηρείται διαχρονικά ότι η εταιρεία επιτυγχάνει σημαντικά περιθώρια κερδών και μάλιστα καταφέρνει να αυξήσει τα καθαρά της κέρδη μεσοσταθμικά κατά 10% καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέτασης χρονικής περιόδου.

Αποτελέσματα Χρήσεως	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
Συνολικά Έσοδα	1.010.550 €	1.061.078 €	1.114.131 €	1.169.838 €	1.198.806 €
Συνολικά Έξοδα	489.321 €	494.712 €	500.372 €	506.315 €	511.480 €
Μικτό Αποτέλεσμα	521.229 €	566.366 €	613.760 €	663.523 €	687.326 €
Φόρος Εισοδήματος	114.670 €	124.601 €	135.027 €	145.975 €	151.212 €
Καθαρό Αποτέλεσμα	406.559 €	441.765 €	478.733 €	517.548 €	536.114 €
Αποσβέσεις	117.000 €	117.000 €	117.000 €	117.000 €	117.000 €
Καθαρή Ταμειακή Ροή	289.559 €	324.765 €	361.733 €	400.548 €	419.114 €

Ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης παρουσιάζει διαχρονικά μια εύλογη αύξηση της τάξης του 5% για κάθε έτος της υπό εξέτασης χρονικής περιόδου. Ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης εκτιμάται ότι θα ανέλθει στα 1.010.550 € το πρώτο λειτουργικό έτος μετά την υλοποίηση της επένδυσης, ενώ προβλέπεται θα ανέλθει σε 1.198.806€ € το 5ο έτος.

Τα αποτελέσματα προ φόρων και αποσβέσεων κλιμακώνονται από 521.229 € το πρώτο έτος μετά την ολοκλήρωση της επένδυσης σε 687.326 € το πέμπτο έτος μετά την ολοκλήρωση της επένδυσης. Η διαφορά αυτή στα κέρδη κρίνεται εύλογη και οφείλεται στην οικονομία κλιμάκων που θα επιτευχθεί καθώς και από την αύξηση της πληρότητας διαχρονικά.

Κεφάλαιο 4: Αξιολόγηση Επενδυτικού Σχεδίου

Για την αξιολόγηση της προτεινόμενης επένδυσης θα χρησιμοποιηθούν δύο ευρέως γνωστές μέθοδοι αξιολόγησης επενδυτικών σχεδίων, αυτή της καθαρής παρούσας αξίας και αυτή του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης.

Η Καθαρά Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) μιας επένδυσης είναι η διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των ή καθαρών ταμειακών ροών της επένδυσης, προεξοφλημένων στο παρόν με επιτόκιο i και του αρχικού κεφαλαίου K_0 που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η επένδυση σήμερα.

- Σε περίπτωση που η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών από την επένδυση σήμερα είναι πιο υψηλή από το απαιτούμενο κόστος της επένδυσης, δηλαδή η $KPA > 0$, η επένδυση γίνεται αποδεκτή.
- Σε περίπτωση που η $KPA = 0$, ο επενδυτής πρέπει να είναι αδιάφορος με βάση αυτή το κριτήριο επιλογής.
- Σε περίπτωση που η $KPA < 0$, η επένδυση δεν πρέπει να γίνει αποδεκτή.

Στην περίπτωση μας η Καθαρά Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) με επιτόκιο 8,5% είναι 3.707 €.

Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας (Αισιόδοξο Σενάριο)	
Έτος	Καθαρές Ταμειακές Ροές
1ο έτος	289.559
2ο έτος	324.765
3ο έτος	361.733
4ο έτος	400.548
5ο έτος	419.114
<i>Προεξοφλητικό Επιτόκιο</i>	<i>8,50%</i>
Κόστος Επένδυσης	-1.390.000
Καθαρά Παρούσα Αξία	3.707 €

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (ΕΣΑ ή IRR) είναι το υπολογιζόμενο επιτόκιο (δηλαδή η εσωτερική αποδοτικότητα), όπου η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών είναι ίση με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών. Με άλλα λόγια είναι ο συντελεστής που εξισώνει την συνολική παρούσα αξία των εισροών με την παρούσα αξία των εκροών του σχεδίου επένδυσης. Δηλαδή είναι ένα μοναδικό «εσωτερικό επιτόκιο», που κάνει την ΚΠΑ να είναι ίση με μηδέν. Στην περίπτωση μας ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (ΕΣΑ ή IRR) είναι 8,60%%.

Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (Αισιόδοξο Σενάριο)	
Έτος	Καθαρές Ταμειακές Ροές
Κόστος Επένδυσης	-1.390.000
1ο έτος	289.559
2ο έτος	324.765
3ο έτος	361.733
4ο έτος	400.548
5ο έτος	419.114
Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης	8,60%

Όπως φαίνεται και από τους παραπάνω πίνακες, τα αποτελέσματα μετά την επένδυση θα είναι κερδοφόρα σε απόλυτα ικανοποιητικό βαθμό. Σε κάθε περίπτωση τα οικονομικά αποτελέσματα είναι ρεαλιστικά, θετικότατα και πολύ ενθαρρυντικά για την βιωσιμότητα και τον σκοπό της επένδυσης όπως αποδεικνύει και ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης της επένδυσης.

Συμπεράσματα

Συμπερασματικά, η αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου με τις μεθόδους της Καθαρής Παρούσας Αξίας (ΚΠΑ) και του Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (ΕΣΑ) επιβεβαιώνει ότι η επένδυση είναι εξαιρετικά ελκυστική και κερδοφόρα. Και οι δύο μέθοδοι καταλήγουν σε θετικά αποτελέσματα, με την Καθαρά Παρούσα Αξία να είναι 3.707 € και τον Εσωτερικό Συντελεστή Απόδοσης να ανέρχεται στο 8,60%. Η ΚΠΑ μας δείχνει τη διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των ταμειακών ροών και του αρχικού κεφαλαίου που απαιτείται για την επένδυση. Αφού η ΚΠΑ είναι θετική (3.707 €), αυτό σημαίνει ότι η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών είναι υψηλότερη από το απαιτούμενο κόστος της επένδυσης. Συνεπώς, η επένδυση θεωρείται αποδεκτή σύμφωνα με αυτό το κριτήριο επιλογής. Επιπλέον, ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (ΕΣΑ) είναι 8,60%, που είναι υψηλότερος από το προεξοφλητικό επιτόκιο της επένδυσης (8,50%). Αυτό σημαίνει ότι η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών είναι ίση με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών, και άρα η επένδυση είναι αποδοτική.

Τόσο η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας όσο και ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης δείχνουν ότι το επενδυτικό σχέδιο είναι επιτυχημένο και έχει καλές προοπτικές απόδοσης. Οι αναμενόμενες ταμειακές ροές για τα προσεχή έτη είναι ικανές να καλύψουν το αρχικό κόστος της επένδυσης και να δημιουργήσουν κέρδος. Ως εκ τούτου, η επένδυση φαίνεται να είναι ασφαλής και συμφέρουσα, και πιθανότατα αξίζει τον κόπο να πραγματοποιηθεί. Ωστόσο, πρέπει να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες και κίνδυνοι πριν ληφθεί οριστική απόφαση. Η ίδρυση και λειτουργία ενός ξενοδοχείου αποτελεί μια πολύπλοκη απόφαση που απαιτεί διεξοδική αξιολόγηση. Πέρα από τα οικονομικά οφέλη, η επένδυση αυτή μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, να προωθήσει την τοπική κουλτούρα και παράδοση, και να βελτιώσει την τουριστική υποδομή της περιοχής. Επιπλέον, το ξενοδοχείο μπορεί να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες, συντελώντας στην ανάπτυξη του τομέα του τουρισμού και στην αύξηση των οικονομικών εσόδων της

περιοχής. Εντούτοις, η λήψη της τελικής απόφασης πρέπει να γίνει με προσοχή, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πτυχές της επένδυσης και τις επιπτώσεις της στην τοπική κοινότητα, το περιβάλλον και την κοινωνία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- *ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ*

Βάθης, Α.(2000), "Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ", Μεταίχμιο, Αθήνα

Γεροκώστα, Α. (2012) Εκπαιδευτικές και τουριστικές προτάσεις! Εκπαίδευση και Τουριστικά νέα... ανακτήθηκε από http://gerann-travelinfo.blogspot.gr/2012/01/blog-post_13.html

Ευσταθίου Π.Α., Αναψυχή και Τουρισμός, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα, 2004

Κουτσούνης, Σ., 13/01/2015. Τα νέα κριτήρια κατάταξης σε αστέρια για τα ξενοδοχεία. Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ.

Λαλούμης, Δ. (2015). Διοίκηση Προσωπικού Τουριστικών Επιχειρήσεων. Interbooks.

Μουστάκης, Β. Σ'. (2018). Πρακτικός Οδηγός Οικονομικής Ανάλυσης. Τζιόλα.

Νικολαΐδης, Ευάγγελος, (2017), Τουρισμός και ανάπτυξη-Βασικά μεγέθη, κλαδικές μελέτες και το παράδειγμα της Κρήτης. ΙΝΕ, Ινστιτούτο εργασίας της ΓΣΕΕ, Αθήνα, Ιούλιος 2017

Πάππας Σάββας, 2009. Τουρισμός (Γενικά χαρακτηριστικά και διαστάσεις). Αθήνα: Πανεπιστήμιο Πειραιά. Διαθέσιμο στο: <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/3214/Pattas%202.pdf>

<https://www.skopelosweb.gr/>

Ot.gr, 2023. ΕΛΣΤΑΤ: Εκτινάχθηκαν οι αφίξεις και οι διανυκτερεύσεις των τουριστών το 2022 [Online] Διαθέσιμο στο:

<https://www.ot.gr/2023/07/18/tourismos/elstat-ektinaxthikan-oi-afikseis-kai-oi-dianyktereyseis-ton-touriston-to-2022/> [Πρόσβαση στις 25 Αυγούστου 2023].

- *ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ*

Porter, M.E. (1980). Competitive Strategy. New York: The Free Press.