

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ –
MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (MBA – TOURISM MANAGEMENT)**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΣΤΗΝ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ»**

ΣΤΑΜΑΤΙΟΥ ΣΤΑΜΑΤΙΑ
Α.Μ : ΔΕΜΤ 1426
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΓΕΩΡΓΑΚΕΛΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2016




ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα, ότι η διπλωματική εργασία για την λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στην Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA Tourism Management) με τίτλο «*Οικονομοτεχνική μελέτη αξιολόγησης ανακαίνισης ξενοδοχειακής μονάδας στην Πελοπόννησο*» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού 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 διπλωματικής εργασίας αναφέρονται στο σύνολο 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 : Σταματίου Σταματία

Ημερομηνία 25/11/2016

Η συγκεκριμένη μελέτη πραγματοποιήθηκε για καθαρά εκπαιδευτικούς λόγους και τα στοιχεία, που φέρει, δεν πρέπει να λαμβάνονται ως πραγματικά ή/και ακριβή.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΙΝΑΚΕΣ	8
ΕΙΚΟΝΕΣ	10
ΣΧΗΜΑΤΑ	10
1 .ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	11
1.1 Εισήγηση-Ανάγκη μελέτης και σχεδιασμού της σύγχρονης ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίς	11
1.2 Σύνοψη της βασικής ιδέας και του ιστορικού του προγράμματος	11
1.2.1 Τοποθεσία	12
1.3 Σύνοψη ανάλυσης αγοράς και μάρκετινγκ	12
1.4 Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια	13
1.5 Μηχανολογία και τεχνολογία	13
1.6 Οργάνωση και γενικά έξοδα της μονάδας.....	14
1.7 Ανθρώπινοι πόροι	14
1.8 Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτελέσεως του έργου	15
1.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης	15
2.ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	16
2.1 Περιγραφή ιδέας του επενδυτικού σχεδίου	16
2.2 Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου	16
2.3 Προφίλ επενδυτών	17
2.4 Κόστος προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών	17
3.ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	19
3.1. Ανάλυση δομής της αγοράς	19
3.1.1 Ο τουριστικός κλάδος.....	19
3.1.1.2 Το ξενοδοχειακό προϊόν.....	19
3.1.1.1 Το τουριστικό προϊόν	21
3.1.2 Ξενοδοχεία resort – παραθεριστικά ξενοδοχεία : ορισμός.....	22
3.1.3 Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα	23
3.1.3.1 Ιστορικά	23
3.2 Ζήτηση ελληνικού τουριστικού προϊόντος	26
3.2.1 Διαχρονική άφιξη τουριστών στην Ελλάδα	26
3.2.2 Διαχρονική κατάταξη της Ελλάδας βάσει τουριστικών αφίξεων (2000-2013).....	30

3.2.3 Η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού τη διετία 2014-2015.....	30
3.2.4 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού.	31
3.2.5 Αφίξεις μη κατοίκων στα περιφερειακά αεροδρόμια (2013-15).....	33
3.2.6 Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής (2012-15)	34
3.3 Προσφορά ελληνικού τουριστικού προϊόντος.....	35
3.3.1 Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας.....	35
3.4 Ανάλυση PEST.....	38
3.4.1 Πολιτικό περιβάλλον	39
3.4.2 Οικονομικό περιβάλλον	40
3.4.3 Κοινωνικό περιβάλλον	41
3.4.4 Τεχνολογικό περιβάλλον.....	42
3.5 Η Λακωνία ως τουριστικός προορισμός	43
3.5.1 Ιστορία του νομού	43
3.5.2 Σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος-πόλοι τουριστικής έλξης	45
3.5.2.1 Μυστράς.....	45
3.5.2.2 Μάνη	46
3.5.2.3 Αρεόπολη	46
3.5.2.4 Βάθεια	46
3.5.2.5 Σπήλαιο του Διρού	47
3.5.2.6 Μονεμβάσια.....	47
3.5.2.7 Γύθειο	47
3.5.3 Μέγεθος τουριστικού τομέα στην Πελοπόννησο	48
3.5.4 Είδος τουριστών στη Λακωνία	49
3.5.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό Λακωνίας	49
3.5.6 Αφίξεις και διανυκτερεύσεις.....	50
3.5.7 Εποχικότητα και διάρκεια παραμονής.....	55
3.5.8 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου ανά νομό 2008-2012	56
3.6 Ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου στη Λακωνία βάσει υποδείγματος Porter.....	57
3.6.1 Οι υπάρχοντες ανταγωνιστές-γενικές πληροφορίες	57
3.6.1.1 Οι βασικοί ανταγωνιστές-αναλυτικά	57
3.6.2 Η συμπεριφορά των ανταγωνιστών.....	65
3.6.3 Οι τιμές των ανταγωνιστών.....	65
3.6.4 Τρόποι προώθησης των ανταγωνιστών	66
3.6.5 Τόπος εγκατάστασης των ανταγωνιστών	66

3.6.6	Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο	66
3.6.7	Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών	67
3.6.8	Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	67
3.6.9	Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα	67
3.7	Ανάλυση SWOT	68
3.8	Σχέδιο Μάρκετινγκ	70
3.8.1	Στρατηγική της επιχείρησης.....	70
3.8.2	Σκοπός και αποστολή της επιχείρησης.....	70
3.8.3	Μείγμα Μάρκετινγκ	71
3.8.3.1	Προϊόν	71
3.8.3.2	Τιμή.....	72
3.8.3.3	Διανομή	69
3.8.3.4	Πρώθηση-προβολή	69
3.9	Έσοδα πωλήσεων και κόστος ΜΚΤ	70
3.9.1	Προϋπολογισμός εσόδων	70
3.9.1.1	Έσοδα δωματίων	71
3.9.1.2	Έσοδα εστιατορίου.....	73
3.9.1.3	Έσοδα Μπαρ.....	73
3.9.1.4	Λοιπά έσοδα.....	74
3.9.2	Προβλεπόμενο κόστος προβολής	75
4.	ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΕΦΟΔΙΑ	76
4.1	Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	76
4.2	Εφοδιαστική αλυσίδα (SCM)-Επιλογή πρώτων υλών, λοιπών εφοδίων και προμηθευτών	77
4.3	Διαδικασία ελέγχου πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	77
4.4	Υπολογισμός πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	77
4.4.1	Κόστος πρώτων υλών για τα επισιτιστικά τμήματα	78
4.4.2	Κόστος πρώτων υλών για καθαρισμό και συντήρηση.....	78
4.4.3	Κόστος γραφικής ύλης	78
4.4.4	Φαρμακείο	78
4.4.5	Στολές	78
4.4.6	Ενέργεια και νερό.....	78
5.	ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	80
5.1	Δυναμικότητα της μονάδας	80

5.2 Επιλογή τεχνολογίας	80
5.3 Χωροταξικός σχεδιασμός του Λακωνίς.....	81
5.3.1 Εσωτερικοί χώροι.....	81
5.3.2 Εξωτερικοί χώροι.....	83
5.4 Έργα πολιτικού μηχανικού	86
5.4.1 Προετοιμασία και ανάπτυξη χώρου εγκατάστασης	87
5.4.2 Κατασκευή κτιρίων.....	87
5.4.3 Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού	87
5.5 Τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές του Λακωνίς.....	87
5.6 Κόστος εξοπλισμού	93
5.7 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης	93
6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	95
6.1 Οργάνωση και διαχείριση της μονάδας.....	95
6.1.1 Οργανωσιακή δομή.....	95
6.1.2 Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίς	97
6.3 Γενικά έξοδα.....	97
7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	99
7.1 Κατηγορίες προσωπικού	99
7.2 Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού.....	104
8. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ	105
8.1 Εισαγωγή	105
8.2 Επιλογή project manager	106
8.3 Στάδια εκτέλεσης του έργου	106
8.4 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος	110
9. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	111
9.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης	111
9.2 Χρηματοδότηση του επενδυτικού προγράμματος	112
9.3 Διαχρονική εξέλιξη κόστους (EUR).....	114
9.4 Διαχρονικές απαιτήσεις επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης 2018-2022.....	114
9.5 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων	115
9.5.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ)	116
9.5.2 Κατάσταση ταμειακών ροών.....	117
9.5.3 Ισολογισμός.....	118
9.5 Χρηματοοικονομική ανάλυση.....	119

9.5.1 Μέθοδος επανείσπραξης της επενδύσεως - Περίοδος αποπληρωμής κεφαλαίου (payback period)	120
9.5.2 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας-ΚΠΑ (Net Present Value-NPV).....	122
9.5.3 Απόδοση επένδυσης (Return on Investment – ROI).....	123
10. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.....	125
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	128
Πίνακας Α΄ : Ισολογισμός 2023-2032	128
Πίνακας Β΄ : ΚΑΧ 2023-2032	130
Πίνακας Γ΄ : Υπολογισμός φόρου εισοδήματος 2023-2032	131
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	132

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1 : Υπολογισμός κόστους προεπενδυτικών μελετών.....	18
Πίνακας 2 : Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2015	25
Πίνακας 3 : Αφίξεις μη-κατοίκων στην Ελλάδα κατά Χώρα Προέλευσης Ιανουάριος – Δεκέμβριος	28
Πίνακας 4 : Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας Ιανουάριος - Οκτώβριος.....	29
Πίνακας 5 : Μεριδίο ελληνικού τουρισμού βάσει τουριστικών εισπράξεων 2007-2013	29
Πίνακας 6 : Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού Βάσει των Διεθνών Αφίξεων 2000-2013 ..	30
Πίνακας 7 : Εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού 2014-2015	31
Πίνακας 8 : Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού (σε εκατ. ευρώ)	32
Πίνακας 9 : Αφίξεις μη κατοίκων στα περιφερειακά αεροδρόμια (ποσοστιαία μεταβολή 13/14 και 14/15).....	33
Πίνακας 10 : Διαχρονικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών σε μεγάλα περιφερειακά αεροδρόμια της Ελλάδας (Ιανουάριος-Δεκέμβριος)	34
Πίνακας 11 : Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής (διαχρονικά)	35
Πίνακας 12 : Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού (1990-2015)	36
Πίνακας 13 : Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά το έτος 2015	37
Πίνακας 14 : Κατανομή Ξενοδοχείων με βάση την Κατηγορία.....	38
Πίνακας 15 : Βασικά μεγέθη τουρισμού στην Πελοπόννησο	48
Πίνακας 16 : Ξενοδοχειακό δυναμικό Πελοποννήσου (6ος 2015)	49
Πίνακας 17 : Διαχρονική Μεταβολή ανά Κατηγορία (2005 – 2014).....	50
Πίνακας 18 : Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας ανά Νομό, 2013 (πλην κάμπινγκ).....	51
Πίνακας 19 : Διανυκτερεύσεις τουριστών (διαχρονικά).....	53
Πίνακας 20 : Αφίξεις τουριστών (διαχρονικά)	53
Πίνακας 21 : Αφίξεις Ελλήνων και αλλοδαπών.....	54
Πίνακας 22 : Εποχικότητα και αφίξεις (διαχρονικά).....	55
Πίνακας 23 : Διάρκεια παραμονής.....	55

Πίνακας 24 : Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου ανά νομό 2008-2012 (φθίνουσα κατάταξη)	56
Πίνακας 25 : Παροχές bungalows και των σουιτών.....	71
Πίνακας 26 : Παροχές ξενοδοχείου.....	71
Πίνακας 27 : Τιμές (EUR) διάθεσης δωματίων ανά περίοδο ανά κατηγορία.....	69
Πίνακας 28 : Αριθμός δωματίων και κλινών κατά τύπο	71
Πίνακας 29 : Πληρότητα δωματίων	71
Πίνακας 30 : Μέση τιμή (EUR) ανά διανυκτέρευση και έσοδα δωματίων.....	72
Πίνακας 31 : Έσοδα εστιατορίου (EUR).....	73
Πίνακας 32 : Έσοδα μπαρ del mar (EUR).....	74
Πίνακας 33 : Έσοδα μπαρ la costa (EUR)	74
Πίνακας 34 : Λειτουργικά έσοδα (EUR)-Κέντρα εσόδων ξενοδοχείου (2018-2022)	75
Πίνακας 35 : Ποσοστιαία κατανομή εσόδων (2018-2022)	75
Πίνακας 36 : Διαχρονικό κόστος προβολής-προώθησης (EUR).....	75
Πίνακας 37 : Κόστος Πρώτων υλών & λοιπών εφοδίων (EUR)	79
Πίνακας 38 : Χώροι υπογείου-Διαστάσεις.....	81
Πίνακας 39 : Χώροι ισογείου-Διαστάσεις	82
Πίνακας 40 : Χώροι 1ου ορόφου- Διαστάσεις	82
Πίνακας 41 : 1ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις.....	84
Πίνακας 42 : 2ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις.....	85
Πίνακας 43 : 3ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις.....	86
Πίνακας 44 : Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού (EUR)	87
Πίνακας 45 : Τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές Λακωνίς	88
Πίνακας 46 : Κόστος εξοπλισμού (EUR)	93
Πίνακας 47 : Προϋπολογισμός συνολικού κόστους επένδυσης (EUR).....	93
Πίνακας 48 : Γενικά έξοδα της μονάδας Λακωνίς (EUR).....	98
Πίνακας 49 : Ανθρώπινο δυναμικό της μονάδας – Εκτίμηση κόστους κατά το 1ο έτος (EUR)	103
Πίνακας 50 : Διαχρονικό κόστος ανθρώπινου δυναμικού(EUR)- (2018-2022).....	104
Πίνακας 51 : Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης του Επενδυτικού Σχεδίου	109
Πίνακας 52 : Εκτιμώμενο κόστος ανά δραστηριότητα (EUR)	110
Πίνακας 53 : Πάγιο ενεργητικό (EUR)	111
Πίνακας 54 : Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης για το 2018 (EUR).....	112
Πίνακας 55 : Πηγές χρηματοδότησης (EUR)	113
Πίνακας 56 : Τοκοχρεωλυτικές υποχρεώσεις (EUR)	113
Πίνακας 57 : Διαχρονική εξέλιξη κόστους (EUR).....	114
Πίνακας 58 : Διαχρονικές απαιτήσεις επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης 2018-2022 (EUR).....	115
Πίνακας 59 : Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης (EUR).....	116
Πίνακας 60 : Υπολογισμός φόρου εισοδήματος (EUR).....	117
Πίνακας 61 : Προβλεπόμενες ταμειακές ροές 2018-2022 (EUR).....	117
Πίνακας 62 : Προβλεπόμενοι ισολογισμοί 2018-2022 (EUR)	119
Πίνακας 63 : Υπολογισμός ταμειακών ροών 2023-2032 (EUR)	120
Πίνακας 64 : Υπολογισμός Payback Period (EUR)	121
Πίνακας 65 : ΚΠΑ της πενταετίας 2018-2022 (EUR).....	123

Πίνακας 66 : Απόδοση επένδυσης- ROI	123
-------------------------------------------	-----

ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 1 : Γεωγραφική συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων στη Λακωνία.....	46
-----------------------------------------------------------------------------	----

Εικόνα 2 : Γεωγραφική τοποθέτηση ανταγωνιστών.....	61
-------------------------------------------------------	----

ΣΧΗΜΑΤΑ

Σχήμα 1: Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίας.....	98
--------------------------------------------------------------	----

1 .ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 Εισήγηση-Ανάγκη μελέτης και σχεδιασμού της σύγχρονης ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίας

Ο ρόλος του ξενοδοχείου είναι να ικανοποιεί ειδικές ανάγκες της κοινωνίας. Οι κοινωνικές αλλαγές προκαλούν αλλαγές στη μορφολογία των ξενοδοχείων. Οι σύγχρονες προσεγγίσεις σχεδιασμού ξενοδοχείων, σε μεγάλο βαθμό, καθορίζονται από τις στρατηγικές του marketing. Σύμφωνα με τις νέες αντιλήψεις, το ξενοδοχείο πρέπει να προσφέρει εμπειρίες, καθώς η απόκτησή τους έχει καταστεί πολύτιμη. Οι παράγοντες που επηρεάζουν το design ξενοδοχείων είναι οι απαιτήσεις της αγοράς, ο ανταγωνισμός, και η εξέλιξη της τεχνολογίας, νομικά θέματα και θέματα εικόνας και παρουσιαστικού. Ο σχεδιασμός, ωστόσο, ξενοδοχείων πρέπει να υποστηρίζει την εταιρική ταυτότητα και να επισημαίνει την τιμή και την ποιότητα του προϊόντος. Η ποιότητα στο σχεδιασμό προσθέτει αξία στην ξενοδοχειακή μονάδα και καθιστά τις εγκαταστάσεις της κεφάλαιο και πηγή εσόδων και για την τοπική κοινωνία. Βασική προϋπόθεση αποτελεί η αποδοχή και υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας για ένα τέτοιο εγχείρημα.

Το υπό μελέτη ξενοδοχείο, ως επιχείρηση πρέπει να είναι οικονομικά βιώσιμη. Το επιστημονικό εργαλείο το οποίο αξιολογεί την οικονομική βιωσιμότητα ενός νέου ξενοδοχείου είναι η μελέτη εφικτότητας- η παρούσα μελέτη. Η μελέτη αυτή ενσωματώνει μία ανάλυση του ανταγωνισμού και αξιολόγηση επένδυσης.

Σύμφωνα με τον Ingram, η αναπτυξιακή πορεία ενός ξενοδοχείου συνοψίζεται στα ακόλουθα: αποκρυστάλλωση της ιδέας, σχεδιασμός σε όλα τα επίπεδα, κατασκευή, διοίκηση της νεότευκτης επιχείρησης και συντήρηση των νέων εγκαταστάσεων. Ο Rushmore τονίζει ότι η δραστηριότητα της ανάπτυξης είναι πολυδιάστατη και οδηγείται από τις δυνάμεις της αγοράς, όπως είναι η ζήτηση και η αξία της γης.

Οι τουριστικές εγκαταστάσεις αποτελούν ακίνητα που παράγουν εισόδημα. Μπορούν να χαρακτηριστούν ως επενδύσεις ακινήτων υψηλού κινδύνου, επειδή η επιτυχία τους σχετίζεται με την επιτυχία της επιχείρησης. Φυσικά, είναι δύσκολο για στενά τεχνοκρατικά σκεπτόμενα άτομα να οραματιστούν ένα νέο κατάλυμα, διότι ο εγγενής κίνδυνος της αποτυχίας είναι μεγάλος. Η επιτυχής ανάπτυξη ενός νέου καταλύματος προϋποθέτει πάθος.

1.2 Σύνοψη της βασικής ιδέας και του ιστορικού του προγράμματος

Η παρούσα μελέτη αναφέρεται στην ανακαίνιση μιας ήδη υπάρχουσας ξενοδοχειακής μονάδας στη νότια Πελοπόννησο και συγκεκριμένα, στην περιοχή Σελινίτσα του νομού Λακωνίας. Το ξενοδοχείο που πρόκειται να ανακαινιστεί και να επαναλειτουργήσει ονομάζεται Λακωνίς και λειτουργούσε από την δεκαετία του 1970 ως και αρχές της δεκαετίας του 2000.

Οι επενδυτές, που το προφίλ τους θα παρουσιαστεί στη συνέχεια, επιθυμούν να αγοράσουν το οικόπεδο που πωλείται σε τιμή ευκαιρίας, όπως λένε, και να δημιουργήσουν από την αρχή μια ξενοδοχειακή μονάδα 4* που πέρα από τον πελατοκεντρικό χαρακτήρα που θα έχει, οι παροχές της θα εστιάζουν στην ποιότητα και την προσωποποιημένη εξυπηρέτηση (customization).

Οι προεπενδυτικές μελέτες που εκπονήθηκαν διήρκησαν 8 μήνες και το συνολικό κόστος αυτών ανήλθε στις 29.000 EUR.

1.2.1 Τοποθεσία

Στη συγκεκριμένη μελέτη, που εκπονείται, η τοποθεσία είναι προκαθορισμένη. Όπως έχουμε ήδη πει πιο πάνω, το ξενοδοχείο θα βρίσκεται στην νότια Πελοπόννησο και συγκεκριμένα στην περιοχή Σελινίτσα της νότιας Λακωνίας. Πρόκειται για μια ήδη υπάρχουσα ξενοδοχειακή μονάδα, που φέρει το όνομα Λακωνίς. Το Λακωνίς, το οποίο θα ξαναλειτουργήσει με το ίδιο όνομα, είναι μια μονάδα η οποία άνοιξε τις πόρτες της την δεκαετία του 1970 και μετά από 30 περίπου χρόνια διέκοψε οριστικά τη λειτουργία της. Βρίσκεται σε μια πλαγιά ενώ η έκταση των 50 στρεμμάτων, που καταλαμβάνει η μονάδα, φτάνει ως την παραλία δημιουργώντας όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για μια ιδιωτική παραλία και μαρίνα. Το Λακωνίς πέρα από ονομαστό ξενοδοχείο, ήταν γνωστό και για τις κοινωνικές εκδηλώσεις και τα συνέδρια που φιλοξενούσε.

Αναφορικά με την ευρύτερη περιοχή της Λακωνίας – το Γύθειο, την περιοχή της Μάνης, τη Μονεμβάσια και άλλα σημεία ενδιαφέροντος- παρατίθενται πληροφορίες και αναλυτικές περιγραφές στη συνέχεια της παρούσας μελέτης.

1.3 Σύνοψη ανάλυσης αγοράς και μάρκετινγκ

Για την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις. Πιο συγκεκριμένα, για το 2015 η συμμετοχή του τουρισμού στο ΑΕΠ ήταν στο 18,5% με τα έσοδα προερχόμενα από τον τουρισμό να φτάνουν τα 13,6 δις.

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, η εκτεταμένη ακτογραμμή, το φυσικό περιβάλλον και η μεγάλη ηλιοφάνεια είναι ορισμένα από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που καθιστούν τη χώρα από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Υπολογίζεται πως οι αφίξεις για το 2015 ήταν περίπου 23 εκατ., που δίνει μερίδιο στην Ελλάδα μεγέθους 3,3% από την ευρωπαϊκή πίτα και 1,4% από την παγκόσμια.

Σήμερα, η κρίση την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία υποδεικνύει την αναγκαιότητα υιοθέτησης δράσεων στην κατεύθυνση προσαρμογής σε ένα νέο αναπτυξιακό πρότυπο. Αποτελεί κοινή διαπίστωση ότι το πρότυπο αυτό θα πρέπει να δίνει έμφαση στην αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της χώρας και στην τόνωση της εξωστρέφειας και των επενδύσεων. Το

ενδιαφέρον της αναπτυξιακής προοπτικής της ελληνικής οικονομίας από την πλευρά των πολιτικών και εργαλείων τόνωσης της εξωστρέφειας, στρέφεται εύλογα στις στρατηγικές ανάπτυξης των εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως και στον τομέα του τουρισμού, ο οποίος καλείται να διαδραματίσει περισσότερο ενεργό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον από τις χώρες της Μεσογείου, αλλά και από νέους αναδυόμενους προορισμούς.

Αναφορικά με το ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας, για το 2015 ήταν περίπου 9700 μονάδες όλων των κατηγοριών ενώ διαχρονικά, όπως φαίνεται και παρακάτω, παρατηρείται μια αύξηση της τάξης του 0,6%.

Οι περισσότερες μονάδες που διαθέτει η χώρα μας είναι 2* και 3*. Ενώ τα τελευταία χρόνια έχει παρουσιαστεί μια αύξηση των μονάδων 4* και λιγότερο των 5*.

Για τη μονάδα που μελετούμε, το Λακωνίς, προβλέπουμε μια πληρότητα της τάξης του 35% για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, που είναι το 2018, ενώ προβλέπεται ότι αυτή θα αυξάνεται κατ' έτος κατά 3%. Συνεπώς, το 2022, που είναι και ο τελευταίος χρόνος που εξετάζουμε, αναμένουμε να φτάσει το 39%.

Τα κέντρα εσόδων του Λακωνίς είναι τα δωμάτια, που είναι 50 στο σύνολό τους, το εστιατόριο, τα δύο καφέ, ο χώρος συνεδρίων, ο χώρος λοιπών εκδηλώσεων, τα καταστήματα και το SPA. Στην ανάλυση που ακολουθεί, τα τέσσερα τελευταία κέντρα έχουν υπολογιστεί μαζί στην κατηγορία των λοιπών εσόδων.

Επίσης, σύμφωνα με τη μελέτη που εκπονήθηκε, για 2018 υπολογίσαμε ότι περίπου 22.500 EUR θα διατεθούν για την προώθηση και προβολή της επιχείρησης ενώ για το 2022, που το ποσοστό θα έχει μειωθεί στο 0,8%, το κόστος θα είναι περίπου στα 7.500EUR. Αυτή η μείωση του κόστους προβολής απορρέει από την αναγνωσιμότητα που διαβλέπεται ότι θα έχει διαχρονικά η μονάδα.

1.4 Πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια

Οι περισσότεροι προμηθευτές της μονάδας θα προέρχονται από την τοπική κοινωνία και από την ευρύτερη περιοχή της νότιας Λακωνίας. Με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλίζεται το τοπικό στυλ στην παροχή των υπηρεσιών και παράλληλα το κόστος μεταφοράς θα κρατιέται σε χαμηλά επίπεδα. Βασική, ωστόσο, παράμετρο αποτελεί η εστίαση στην ποιότητα των πρώτων υλών καθώς και η σχέση ποιότητας και κόστους να έχει μια λογική και βιώσιμη σχέση. Πιο συγκεκριμένα, παρακάτω αναλύονται ενδελεχώς οι πρώτες ύλες που θα χρειαστούν για

- Το εστιατόριο
- Τα 2 καφέ (la costa και del mar)
- Την καθαριότητα εσωτερικών και εξωτερικών χώρων
- Την γραφική ύλη και τα λοιπά αναλώσιμα
- Τις στολές

Σε αυτή την κατηγορία έχουμε τοποθετήσει και υπολογίσει το διαχρονικό κόστος του φαρμακείου, που θα υπάρχει στη μονάδα, καθώς και την ενέργεια και το νερό.

1.5 Μηχανολογία και τεχνολογία

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός καθώς και η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθούν προκειμένου να δημιουργηθεί και να λειτουργήσει η μονάδα, αποτελούν δυο πολύ σημαντικούς παράγοντες. Πρέπει να γίνει η πιο σωστή επιλογή, που σε όρους αξίας μεταφράζεται ως τη βέλτιστη σχέση κόστους-αποδοτικότητας.

Η επιλογή του εν λόγω εξοπλισμού αφορά στη διαμόρφωση και στελέχωση της μονάδας με συστήματα που εγγυώνται την εκροή ασφαλών και ποιοτικών υπηρεσιών. Η επιλογή των κατάλληλων προϊόντων τόσο σε μηχανολογικό όσο και σε τεχνολογικό επίπεδο, αποτελεί βασική ανάγκη για την ορθή και λειτουργία και εξέλιξη της επιχείρησης.

Σε αυτό το στάδιο θα μελετηθεί το κόστος των έργων υποδομής, το κόστος των κτιριακών εγκαταστάσεων, το κόστος της διαμόρφωσης του περιβάλλοντα χώρου, το κόστος του συνόλου του εξοπλισμού που θα τοποθετηθεί σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους, όπως και οι αμοιβή όλων των συμβαλλόντων μερών για τη δημιουργία και εκτέλεση του προγράμματος (αμοιβή πολιτικού μηχανικού, κατασκευαστικής εταιρίας, τεχνιτών κ.ά.)

Στο τέλος αυτής της μελέτης θα καταλήξουμε στο προβλεπόμενο συνολικό κόστος της επένδυσης.

1.6 Οργάνωση και γενικά έξοδα της μονάδας

Στο στάδιο αυτό παρατίθεται το οργανόγραμμα της επιχείρησης, το οποίο αποτελείται από τη γενική διεύθυνση, δηλαδή το γενικό διευθυντή της μονάδας και έξι ακόμα διευθύνσεις. Αξίζει να σημειωθεί, ότι η επιλογή αυτής της δομής έγινε σύμφωνα με το χαρακτήρα του ξενοδοχείου και συνάδει με τις υπηρεσίες που θέλουμε να διαθέτει προς πώληση. Λαμβάνοντας υπόψη πως το ξενοδοχειακό προϊόν αποτελεί μία έννοια ευρεία, εμείς έχουμε επιλέξει σε ποια κλίμακα θέλουμε να απευθυνθούμε και να στοχεύσουμε. Συνεπώς, η επιλογή των εργασιών και των διευθύνσεων που έχουν επιλεγεί ως εναρκτήριες είναι οι ελάχιστες δυνατές που θα μπορέσουν να καλύψουν τις απαιτήσεις των προσφερόμενων υπηρεσιών στο μέγιστο. Πιο συγκεκριμένα συναντάμε τις παρακάτω διευθύνσεις:

- Διεύθυνση οικονομικών υπηρεσιών
- Διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων και προμηθειών
- Διεύθυνση τεχνικών υπηρεσιών
- Διεύθυνση προσωπικού
- Διεύθυνση πωλήσεων και μάρκετινγκ
- Διεύθυνση δωματίων και υποδοχής

Γενικά έξοδα θεωρούνται τα κόστη τα οποία δεν μπορούν να ενταχθούν απ' ευθείας κάποιο κέντρο κόστους. Στα γενικά έξοδα, δηλαδή, περιλαμβάνονται όλα τα λοιπά έξοδα (πλην των υλικών και της άμεσης εργασίας) που δημιουργούνται τόσο από την ύπαρξη της μονάδας μας, όσο και από την λειτουργία της. Εφόσον η μονάδα θα λειτουργεί 214 μέρες κάθε χρόνο, έχουμε υπολογίσει για κάθε έτος ποια θα είναι τα γενικά έξοδα του Λακωνίς. Τέτοια είναι τα εξής:

- Έξοδα διατροφής προσωπικού και ασφάλιστρα.
- Έξοδα για τη διοίκηση, τις δημόσιες σχέσεις (πχ ταξίδια).
- Έξοδα νομικής φύσης, δημοτικών φόρων και επικοινωνιών.

1.7 Ανθρώπινοι πόροι

Συνεχίζοντας, μετά την οργάνωση της μονάδας παραθέτουμε ακριβώς από πόσα άτομα στελεχώνεται η κάθε θέση εργασίας καθώς και σε ποια διεύθυνση ανήκει. Το ξενοδοχείο θα ξεκινήσει τη λειτουργία του και θα απασχολεί 45 άτομα προσωπικό.

Επίσης, σε αυτό το κεφάλαιο, ορίζουμε ποια είναι τα απαραίτητα κριτήρια που πρέπει να έχει ο κάθε υποψήφιος ανάλογα με τη θέση για την οποία αιτείται.

Καθώς το κοινό στοιχείο σχεδόν όλων των θέσεων εργασίας είναι η διαδραστικότητα με τον πελάτη, βασικός γνώμονας πρόσληψης είναι η τουριστική παιδεία σε όλες τις βαθμίδες της ιεραρχίας.

Στο Λακωνίς, θα έχουμε διοικητικό προσωπικό, υπαλληλικό και τεχνικό. Σύμφωνα με τις προβλέψεις μας, το κόστος για το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας μας θα ανέλθει στις 306.250 EUR, ενώ υπολογίζεται μια αύξηση ύψους 3% για κάθε έτος λειτουργίας. Το κόστος στο οποίο αναφερόμαστε καλύπτει ένα ευρύ φάσμα καθώς περιλαμβάνει κόστος επιδομάτων, υπερωριών που μπορεί να προκύψουν, επιδόματα καθώς και εργοδοτικές εισφορές.

1.8 Προγραμματισμός και προϋπολογισμός εκτελέσεως του έργου

Οι πρώτες εργασίες αναμένεται να ξεκινήσουν την 1η Ιουνίου του 2017 και να ολοκληρωθούν την 28η Φεβρουαρίου του 2018. Αυτό το διάστημα ισοδυναμεί με 8,5 μήνες ή αλλιώς με 274 ημέρες. Το κόστος που αντιστοιχεί στις εργασίες που αναλύονται, ανέρχεται στις 126.500,00 EUR.

1.9 Χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης

Αυτό αποτελεί το τελευταίο στάδιο της μελέτης μας. Συνδυάζουμε όλα τα στοιχεία που έχουμε βρει και μέσα από τη χρηματοοικονομική ανάλυση που εκπονούμε, βλέπουμε, βάσει των τρεχόντων δεδομένων, αν συμφέρει τους επενδυτές να προχωρήσουν στην ανοικοδόμηση του Λακωνίς ή όχι.

2.ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 Περιγραφή ιδέας του επενδυτικού σχεδίου

Η ιδέα για τη μελέτη ανακαίνισης της ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίς προέκυψε από τους δυο μας επενδυτές, τον λακωνικής καταγωγής Νίκο Κακλέα και τον καλό του φίλο και συνétaιρο, σαουδικής καταγωγής, Μοχάμεντ Νάσαρ.

Στις ημέρες μας, η Ελλάδα χρειάζεται επιχειρηματικές ιδέες που θα τις αποφέρουν έσοδα. Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό πυλώνα της οικονομίας που μπορεί να συμβάλει στη ανάπτυξη κερδοφόρων επιχειρήσεων. Αυτό που χρειάζεται, ωστόσο, είναι η εκτενής μελέτη της αγοράς που στοχεύει η επιχείρηση να δραστηριοποιηθεί, η ανάλυση των ευκαιριών και των κινδύνων καθώς και η δυναμική της περιοχής και εποχής.

Τα ξενοδοχεία τύπου resort ελκύουν κόσμο που επιθυμεί να περάσει κάποιες μέρες χαλάρωσης και πολυτέλειας σε ένα όμορφο περιβάλλον γεμάτο ανέσεις απόμακρα από το πλήθος και τα αδιάκριτα βλέμματα .

Σκοπός της μελέτης είναι η αναζήτηση τρόπων και στρατηγικών για τη δημιουργία μιας τουριστικής επιχείρησης που τη χαρακτηρίζει η ποιότητα και η προσιτή πολυτέλεια. Οι επιχειρηματίες θέλουν να δημιουργηθεί μια μονάδα , η οποία θα εμπεριέχει όλες τις ανέσεις και όπου ο τουρίστας θα μπορεί να περάσει ξέγνοιαστα τις διακοπές του.

2.2 Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου

Ο κύριος Νίκος Κακλέας και ο κύριος Μοχάμεντ Νάσαρ είναι δυο φίλοι και συνétaιροι και βρίσκονται σε ηλικία που θέλουν να κάνουν την τελευταία τους επένδυση καθώς τη συνέχεια των επιχειρήσεων πρόκειται να αναλάβουν οι γιοί τους. Μαζί έχουν αναλάβει τη διαχείριση και την ίδρυση διαφόρων ξενοδοχειακών μονάδων, κυρίως στην περιοχή της Σαουδικής Αραβίας και των Κυκλάδων.

Ο κος Μοχάμεντ περί το έτος 1978 επισκέφθηκε για πρώτη φορά την Ελλάδα με το ιδιωτικό του yacht προκειμένου να γυρίσει τα ελληνικά νησιά και να περάσει τις καλοκαιρινές του διακοπές. Είχε ορίσει ως βάση του το Γύθειο και είχε σκοπό να γυρίσει την ευρύτερη περιοχή της Μάνης. Στην πρώτη του επίσκεψη στην περιοχή είδε το Λακωνίς όπου και διέμεινε, χωρίς να το έχει προγραμματίσει. Το κτίριο τον εντυπωσίασε τόσο καθώς και το γενικότερο πνεύμα της περιοχής.

Ο κος Νίκος, λακωνικής καταγωγής, διέμενε στο Λακωνίς κατά τον 4^ο χρόνο, που ο κος Μοχάμεντ είχε επιλέξει να περάσει εκεί τις διακοπές του. Ένα αυγουστιάτικο, λοιπόν, απόγευμα του 1982 γνωρίστηκαν μεταξύ τους. Και οι δυο - συνομήλικοι 35 ετών - ασχολούνται με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και χαρακτηρίζονται από πολλές βλέψεις και φιλοδοξίες για το μέλλον. Η πρώτη συνεργασία, ήρθε δέκα χρόνια αργότερα, δηλαδή το 1992, που ο Μοχάμεντ βρήκε μια ευκαιρία ξενοδοχειακής επένδυσης στη Σαουδική Αραβία. Από τότε έχουν συνεργαστεί άλλες τρεις φορές σε μια μονάδα στη Σαντορίνη, μία στη Μύκονο και μία στο Ριάντ.

Έτσι, το 2015 που ενημερώθηκαν ότι το Λακωνίς ψάχνει επενδυτή θεώρησαν, ότι χρειάζεται να μελετήσουν την περίπτωση αγοράς της έκτασης και ανοικοδόμησης της μονάδας.

2.3 Προφίλ επενδυτών

Ο κος Μοχάμεντ Νάσαρ από εφηβική ηλικία ασχολείται με τον ξενοδοχειακό κλάδο καθώς προέρχεται από οικογένεια με παράδοση στον κλάδο. Ο όμιλος Νάσαρ έχει υπό την ευθύνη του την αλυσίδα ξενοδοχείων 'Νάσαρ' σε Σαουδική Αραβία και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με πρόσφατο έργο την κατασκευή του 'Nhassar Doha' στην πρωτεύουσα του Κατάρ, Ντόχα. Ο Μοχάμεντ επέκτεινε τις γνώσεις για τον κλάδο, που είχε από μικρή ηλικία, κάνοντας σπουδές πάνω στον τουρισμό στο Πανεπιστήμιο Les roches της Ελβετίας. Μετά τις σπουδές του γύρισε στο Ριάντ και ασχολήθηκε με την επέκταση της κληρονομιάς, που του άφησε η οικογένειά του.

Από την άλλη πλευρά, ο κος Κακλέας μεγάλωσε στην Αθήνα με καταγωγή από την Καρδαμύλη. Η Καρδαμύλη ήταν μια ιδιαίτερα τουριστική περιοχή σε αντίθεση με τις υπόλοιπες περιοχές της Μάνης. Η οικογένειά του διατηρούσε ένα ξενώνα στην περιοχή, ο οποίος λειτουργούσε κατά τη θερινή περίοδο. Έτσι, και ο κος Κακλέας από πολύ μικρή ηλικία ασχολήθηκε με τον τουρισμό αν και προτίμησε να ακολουθήσει την οικονομική επιστήμη σε πρώτη φάση. Προκειμένου να επεκτείνει τις γνώσεις του πάνω τον τουρισμό παρακολούθησε ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών πάνω στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων στο πανεπιστήμιο Cornell. Εργάστηκε για πολλά χρόνια στον όμιλο Hilton και μετά από μία ευκαιρία που διέβλεψε στην περιοχή της Ρόδου περί τα τέλη της δεκαετίας του 1980, αποφάσισε να γυρίσει στην Ελλάδα και να ασχοληθεί με τον τουρισμό της χώρας. Έκτοτε, διαθέτει ξενοδοχειακές μονάδες και σε Μεσσηνία, Χαλκιδική και Κέρκυρα. Στα 69 τους χρόνια αποφάσισαν, ότι το Λακωνίς θα είναι η κύκνειά τους επένδυση, στο μέρος που έγινε η κερδοφόρα γνωριμία τους το 1982.

Η επένδυση θα στηριχτεί και από τους δυο με ίδια κεφάλαια, που περίπου φτάνουν τα 3.360.000 EUR και αντιστοιχούν στο 50% της επένδυσης.

2.4 Κόστος προεπενδυτικών μελετών και σχετικών ερευνών

Από την Ελληνική Νομοθεσία είναι απαιτούμενες κάποιες διαδικασίες για την δημιουργία ξενοδοχειακών μονάδων. Ειδικότερα, η διαδικασία αδειοδότησης ξενοδοχειακών μονάδων είναι η ακόλουθη:

1. Προκαταρκτική περιβαλλοντική εκτίμηση (σύμφωνα με την παράγραφο 10 , άρθρο 4 του Νόμου 1650/86 και παράγραφος 10β, άρθρο 2 του Νόμου 3010/2002) και αξιολόγηση από τη Διεύθυνση Χωροταξίας και Περιβάλλοντος της Περιφέρειας, από το Δασαρχείο και την Υπηρεσία Πολιτισμού της Περιφέρειας.
2. Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου (σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα 43/2002 «Κατάταξη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστέρων και τεχνικές προδιαγραφές αυτών» ΦΕΚ 43Α καθώς και με την υπουργική απόφαση 12403/2007 «Τροποποίηση του ΠΔ 43/2002 «Κατάταξη ξενοδοχειακών καταλυμάτων σε κατηγορίες με σύστημα αστέρων και τεχνικές προδιαγραφές αυτών» ΦΕΚ 1441Β) από το Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού καθώς και έγκριση περιβαλλοντικών όρων από τη Διεύθυνση Χωροταξίας και Περιβάλλοντος της Περιφέρειας.
3. Έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης - σχεδίων από το Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού.
4. Οικονομική άδεια από το τμήμα πολεοδομίας της περιφερειακής ενότητας Λακωνίας.

5. Άδεια λειτουργίας (ειδικό σήμα) από το Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού.

Πιο αναλυτικά:

Η εκπόνηση της προμελέτης σκοπιμότητας στοίχισε 2.000EUR και ο χρόνος που χρειάστηκε για να ολοκληρωθεί ήταν 3 μήνες, από τον Ιανουάριο του 2016 ως τον Μάρτιο του ιδίου έτους. Κατά τη διάρκεια αυτών των μηνών μελετήθηκε σε προκαταρκτικό επίπεδο κατά πόσο το εγχείρημα της ανοικοδόμησης και επαναλειτουργίας της μονάδας αποτελεί ένα ρεαλιστικό στόχο. Η μελέτη σκοπιμότητας στοίχισε 9.000 EUR και κατά τη διάρκειά της έγινε μια ενδελεχής έρευνα στην αγορά της περιοχής, στους άμεσους ανταγωνιστές που

δραστηριοποιούνται στον παράκτιο νομό, στην επισκεψιμότητα της περιοχής καθώς και στο συνολικό κόστος και έσοδα που προβλέπεται να έχει η μονάδα κατά το χρονικό φάσμα 2018-2022. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν υποστηρικτικές μελέτες και υπολογίστηκαν τα προβλεπόμενα προεπενδυτικά έξοδα. Το συνολικό κόστος των προεπενδυτικών μελετών ανήλθε στις 29.000 EUR, όπως βλέπουμε και στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 1).

Πίνακας 1 : Υπολογισμός κόστους προεπενδυτικών μελετών

Περιγραφή	Κόστος
Προμελέτη σκοπιμότητας	2.000,00 €
Μελέτη σκοπιμότητας	9.000,00 €
Μελέτες υποστήριξης	15.000,00 €
Διάφορα άλλα προεπενδυτικά έξοδα	3.000,00 €
ΣΥΝΟΛΟ	29.000,00 €

3.ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1. Ανάλυση δομής της αγοράς

Για την εκπόνηση της μελέτης σκοπιμότητας, κρίνεται καταλυτική η ανάλυση της αγοράς του ξενοδοχειακού προϊόντος στη χώρα μας και κατ' επέκταση στην περιοχή της Πελοποννήσου.

3.1.1 Ο τουριστικός κλάδος

Η ποιότητα των υπηρεσιών των τουριστικών καταλυμάτων, όπως ξενοδοχεία, ξενώνες, αυτοεξυπηρετούμενα διαμερίσματα, ενοικιαζόμενα δωμάτια, βίλες κ.ά., παίζει σημαντικό ρόλο στην εικόνα ενός προορισμού (European Commission, 2000). Επομένως, η διαμονή είναι το βασικότερο ίσως στοιχείο ενός ταξιδιού.

Υπήρξαν πολλοί ακαδημαϊκοί, βιομήχανοι και πολιτικοί, οι οποίοι προσπάθησαν να διευκρινίσουν τη φύση ξενοδοχειακού κλάδου αλλά ακόμη δεν υπάρχει ένας γενικά αποδεκτός όρος (Baum, 1995). Παρόλα αυτά, οι οικονομικοί παράγοντες χαρακτηρίζουν έναν ξενοδοχειακό κλάδο, ο οποίος υπόκειται σε καθορισμένη χωρητικότητα. Πράγμα που σημαίνει ότι δημιουργούνται προβλήματα περιοδικότητας, φθαρτότητας και εποχικότητας (Λαγός, 2005). Άλλοι πάλι ερευνητές υποστηρίζουν ότι τα ξενοδοχεία δεν αποτελούν ξεχωριστή βιομηχανία.

Αυτό αποδίδεται στο ότι υπήρξαν και υπάρχουν ακόμη μεγάλες διαφορές ως προς τη δομή των ξενοδοχείων διαφόρων χωρών. Αυτές οι διαφορές μπορεί να είναι νομικές, οικονομικές, κ.ά. Οι νομοθετικές ρυθμίσεις κάθε χώρας είναι εκείνες που επηρεάζουν το ιδιοκτησιακό καθεστώς καθώς και τη λειτουργία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (Jones, P., 1999).

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία έχει πολλά χαρακτηριστικά που κάποια τυγχάνει να είναι όμοια με αυτά των άλλων βιομηχανιών. Από αυτή την σκοπιά αντιμετωπίζει τα ίδια οργανωτικά και διοικητικά προβλήματα όπως οι υπόλοιπες επιχειρήσεις (Mullins, 1995). Η ξενοδοχειακή και γενικότερα η τουριστική βιομηχανία αποτελείται από ένα πλήθος βιομηχανιών που αποτελούν σημαντικά και διαφορετικές μεταξύ τους επιχειρηματικές μονάδες. Ξενοδοχεία και τουρισμός αποτελούν μια ευρύτερη έννοια (έννοια «ομπρέλα»). Ο διαχωρισμός των τύπων των εταιριών και των βιομηχανιών συνεπάγεται διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις κατά περίπτωση πρακτικές που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις σε διαφορετικά περιβάλλοντα (Harrington, 2005). Ο ξενοδοχειακός τομέας διακρίνεται ως προς τα χαρακτηριστικά, τις λειτουργίες και τα θέματα διοίκησης και οργάνωσης των εκάστοτε επιχειρήσεων που τον απαρτίζουν.

3.1.1.2 Το ξενοδοχειακό προϊόν

Η έλλειψη ενός κοινά αποδεκτού ορισμού του ξενοδοχείου μάς αναγκάζει να δεχτούμε την απλουστευμένη προσέγγιση ότι κάθε σύνολο εγκαταστάσεων στο οποίο προσφέρονται επί πληρωμή υπηρεσίες διαμονής καλείται ξενοδοχείο.

Ως ξενοδοχειακή βιομηχανία (ο όρος έχει επικρατήσει σα μετάφραση του hotel industry) ορίζεται το σύνολο των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν εγκαταστάσεις σχεδιασμένες για να προσφέρουν διαμονή, ως μέσο παραγωγής. Η βιομηχανία αυτή έχει τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά: είναι βιομηχανία εντάσεως εργασίας και κεφαλαίου, είναι πολύ ανταγωνιστική και γνωρίζει έντονες διακυμάνσεις. Σύμφωνα με τον Medlik οι συνιστώσες

ενός ξενοδοχειακού προϊόντος είναι οι εξής πέντε: τοποθεσία, εγκαταστάσεις, υπηρεσίες, image και τιμή.

Το φάσμα των υπηρεσιών που ένα ξενοδοχείο προσφέρει σήμερα είναι διευρυμένο όσο ποτέ. Τελικά όμως παρόλη τη διεύρυνση και τη συνεπαγόμενη διαφοροποίηση, το οργανόγραμμα των χωρών όλων των ξενοδοχείων παραμένει λίγο πολύ το ίδιο. Ο συνήθης κύκλος ζωής ενός ξενοδοχείου είναι τριάντα με σαράντα χρόνια. Υπάρχουν όμως περιπτώσεις, όπως αυτές των palace - hotels, που διαρκεί και περισσότερο από μια εκατονταετία. Έχει παρατηρηθεί ότι για να φτάσει να εκμεταλλεύεται ένα ξενοδοχείο όλο το μερίδιο της αγοράς που του αντιστοιχεί, χρειάζεται τρία με πέντε χρόνια.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν το σχεδιασμό των ξενοδοχειακών καταλυμάτων είναι η επίδραση των απαιτήσεων της αγοράς, ο ανταγωνισμός, η εξέλιξη της τεχνολογίας, οι διάφοροι κανονισμοί, το image. Ο σχεδιασμός χρειάζεται να υπογραμμίζει την εταιρική ταυτότητα και να αναδεικνύει την αξία και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών. Ο ποιοτικός σχεδιασμός προσδίδει υπεραξία στην επιχείρηση που στεγάζουν οι εγκαταστάσεις, ενώ παράλληλα καθιστά αυτές παρακαταθήκη για την τοπική κοινωνία.

Καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία της δραστηριότητας αυτής θεωρούνται οι ικανότητες του developer, η απόδοση της ομάδας που την επιμελείται, οι πηγές χρηματοδότησης, και φυσικά οι επιλογές τόσο της εταιρίας management που θα αναλάβει το νέο κατάλυμα όσο και της τελικής θέσης ανάπτυξης. Ο developer ηγείται όχι μόνο της ομάδας μελέτης αλλά και της όλης διαδικασίας. Είναι αυτός που συλλαμβάνει την ιδέα, συγκεντρώνει τα απαραίτητα κεφάλαια και ενεργοποιεί τους άψυχους και έμψυχους πόρους. Η ομάδα μελέτης αποτελείται από αρχιτέκτονες, μηχανικούς, νομικούς, interior designers, project managers, ειδικούς σε θέματα εξοπλισμού των επισιτιστικών τμημάτων καθώς και άλλους επιστημονικούς συνεργάτες.

Όπως τονίζει ο Gee, ο developer εργάζεται σε ένα περιβάλλον το οποίο δεν μπορεί να το ελέγξει παρά μόνο ως ένα βαθμό διότι η ανάπτυξη είναι μια δραστηριότητα η οποία στηρίζεται σε υποθέσεις και παραδοχές. Για αυτό ακριβώς οι developers επιζητούν υψηλές αποδόσεις, για να αποζημιωθούν για το ριψοκίνδυνο των εγχειρημάτων τους.

Οι περισσότεροι δεν ενδιαφέρονται να λειτουργήσουν οι ίδιοι τα καταλύματα που αναπτύσσουν κι έτσι αντιμετωπίζουν τη διαδικασία ανάπτυξης ξενοδοχείου ως ένα εγχείρημα real estate. Όπως επισημαίνεται από τον Rushmore ο πετυχημένος developer είναι αυτός που όχι μόνο έχει την ικανότητα να εκτιμά τη ζήτηση και τη δημογραφική σύσταση της αγοράς σε μια δεδομένη στιγμή, αλλά και αυτός που μπορεί και συσχετίζει τις εκτιμήσεις αυτές με έναν συγκεκριμένο τύπο προϊόντος.

Σαν συνολικό κόστος ανάπτυξης του νέου καταλύματος ορίζεται το σύνολο των οικονομικών πόρων που δαπανά ο developer μέχρι τη μέρα που θα λειτουργήσουν οι νέες εγκαταστάσεις. Συνιστώσες αυτού τα κόστη της γης, της κατασκευής, της αγοράς εξοπλισμού, οι αμοιβές της ομάδας μελέτης, η χρηματοδότηση κατά τη διάρκεια της κατασκευής, το κέρδος του developer κ.ά.

Σύμφωνα πάλι με τον Gee, το κόστος της γης γενικώς κυμαίνεται από 5-15% του συνολικού κόστους και είναι από τους πιο ζωτικούς παράγοντες στον καθορισμό της βιωσιμότητας του νέου καταλύματος, διότι επηρεάζει ευθέως την τιμολόγηση των υπηρεσιών του νέου καταλύματος. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις αποτελούν ακίνητα που παράγουν εισόδημα. Πρόκειται για επενδύσεις σε ακίνητη περιουσία με λίγες εναλλακτικές χρήσεις, επενδύσεις που στηρίζουν την επιτυχία τους στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Ο συσχετισμός αυτός τις κατατάσσει στις επενδύσεις υψηλού κινδύνου.

Αξιόπιστες προβλέψεις της λειτουργίας του καταλύματος είναι απαραίτητες για την απόκτηση χρηματοδότησης. Ως εκ τούτου, η μελέτη βιωσιμότητας παίζει πρωτεύοντα ρόλο στη διαδικασία ανάπτυξης των τουριστικών εγκαταστάσεων διότι αποτελεί το επιστημονικό εργαλείο, που κρίνει την αρχική ιδέα. Όσο πιο καλά συλληφθεί η ιδέα και όσο λεπτομερέστερα αναλυθεί στην αρχική πρόταση, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα το αποτέλεσμα της μελέτης να είναι θετικό και να διευκολυνθεί ο developer κατά την αναζήτηση χρηματοδότησης. Εξάλλου, τα εχέγγυα που προσφέρει η από νωρίς συμμετοχή μιας εταιρίας management στην όλη πρωτοβουλία, διευκολύνει τον developer στον αγώνα του για την εξεύρεση οικονομικών πόρων.

Η χρηματοδότηση μπορεί -και πολλές φορές οφείλει - να είναι ένας συνδυασμός μερίσματος και δανειοληψίας: η πρώτη μπορεί να προέρχεται από στρατηγικούς ή και θεσμικούς επενδυτές (όπως ασφαλιστικές εταιρίες), τράπεζες επενδύσεων κ.ά.

Πηγές δανείων είναι συνήθως οι εμπορικές τράπεζες. Αμέσως μετά από την εκτέλεση της ανάλυσης, μπορεί να παρθεί η απόφαση, να ειπωθεί το «ναι προχωράμε» ή το «όχι είναι ασύμφορο» ή και το «ναι μεν αλλά...», που σημαίνει ότι η διαδικασία πρέπει να γυρίσει πίσω για αλλαγές στην αρχική ιδέα.

3.1.1.1 Το τουριστικό προϊόν

Τα πέντε κύρια συστατικά που συνθέτουν το συνολικό τουριστικό προϊόν είναι τα εξής (Λαγός 2005, Τουριστική Οικονομική, σελ 112) : 1) Τα θέλγητρα του τόπου προορισμού, που μπορεί να είναι φυσικά (τοπίο, ακτές), κατασκευασμένα (ιστορική πόλη), πολιτιστικά (μουσεία, θέατρα) ή κοινωνικά (τρόπος ζωής). 2) Οι διευκολύνσεις του τόπου προορισμού, προκειμένου να απολαμβάνουν οι τουρίστες τα θέλγητρά του. Δηλαδή τα καταλύματα, τα εστιατόρια, τα μαγαζιά, τα μέσα μεταφοράς κλπ. Συχνά υπάρχει αλληλοεπικάλυψη μεταξύ θέλγητρων και διευκολύνσεων. 3) Η προσπελασιμότητα του τόπου, που σχετίζεται με το πόσο εύκολα, γρήγορα και οικονομικά μπορεί να φτάσει ο τουρίστας στον προορισμό του. Είναι επομένως θέμα συγκοινωνιακής υποδομής και συγκοινωνιακής τεχνολογίας. 4) Η εικόνα του τόπου προορισμού, που εκφράζει τις παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες σχετικά με το τι θα δουν και θα κάνουν εκεί που θα πάνε. Οι εικόνες που διαμορφώνουν οι άνθρωποι αναφορικά με τους ποικίλους τουριστικούς προορισμούς, όταν εκτιμηθούν, αξιολογηθούν και συνδυαστούν με άλλους παράγοντες οδηγούν στη λήψη της ταξιδιωτικής απόφασης. Αντικείμενο του τουριστικού μάρκετινγκ είναι να διατηρεί, τροποποιεί ή αναπτύσσει παραστάσεις, με σκοπό να επηρεάσει τις προσδοκίες των μελλοντικών αγοραστών. Οι εικόνες συγκροτούνται από 3 διαφορετικά, αλλά αλληλεξαρτώμενα στοιχεία – το γνωστικό, το συναισθηματικό και το παρορμητικό. Τέλος, 5) η τιμή του τουριστικού προϊόντος, δηλαδή το συνολικό κόστος της μετακίνησης, διαμονής, διατροφής και συμμετοχής σε δραστηριότητες.

Το τουριστικό προϊόν διακρίνεται καταρχάς από αδυναμία αποθήκευσης. Άλλα χαρακτηριστικά του είναι η αμεταθετότητα, η διαφοροποίηση, η φθαρτότητα, το υψηλό σταθερό κόστος, η αλληλεξάρτηση των επιμέρους στοιχείων του, η ετερογένεια της παραγωγικής του δομής, η ανελαστικότητα ως προς τις μεταβολές της τουριστικής ζήτησης, η ταύτιση του τόπου παραγωγής με τον τόπο κατανάλωσης, η αρχικά μεγάλη επενδυτική δαπάνη για την τουριστική υποδομή και ανωδομή, η έντονη εποχικότητα, η συμπληρωματικότητα και η υποκατάσταση. Το τουριστικό προϊόν αποτελείται από διάφορα επιμέρους συστατικά στοιχεία (υλικά αγαθά, υπηρεσίες, φυσικούς πόρους) που όταν συνδυαστούν με κατάλληλο τρόπο απαρτίζουν μια «δέσμη» τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, που ονομάζεται τουριστικό πακέτο. Το τουριστικό πακέτο, επομένως, είναι οργανωμένο εκ των προτέρων, αποτελεί συνάθροιση αγαθών και υπηρεσιών και προσφέρεται στην τουριστική αγορά κατά τρόπο τυποποιημένο και σε συγκεκριμένη τιμή.

Τα βασικά στοιχεία του τουριστικού πακέτου είναι πέντε: ο προορισμός, το μεταφορικό μέσο, η διαμονή, η διατροφή και οι μεταφορές/ μετακινήσεις.

Οι κυριότεροι παραγωγικοί κλάδοι που συνθέτουν των τομέα του τουρισμού και των ταξιδιών είναι: Α) Ο κλάδος των υπηρεσιών φιλοξενίας, που περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών μονάδων που παρέχουν υπηρεσίες φιλοξενίας. Β) ο κλάδος της εστίασης, που περιλαμβάνει εστιατόρια, καφετέριες, ταβέρνες, μπαρ κλπ. (ο κλάδος λειτουργεί στο πλαίσιο του μονοπωλιακού ανταγωνισμού). Γ) ο κλάδος των ενδιάμεσων φορέων, δηλαδή των tour operators και των ταξιδιωτικών πρακτορείων. Δ) ο κλάδος των μεταφορών – οδικών, θαλάσσιων, σιδηροδρομικών και αερομεταφορών. Ε) ο κλάδος των θεαμάτων που περιλαμβάνει διασκέδαση, ψυχαγωγία και αθλήματα. Στ) ο κλάδος της διάθεσης τροφίμων που περιλαμβάνει τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων που εστιάζονται στην προετοιμασία και το σερβίρισμα φαγητών και ποτών εκτός οικίας. Ζ) ο κλάδος της ενοικίασης αυτοκινήτων που περιλαμβάνει μεγάλες διεθνείς και μικρές τοπικές ανεξάρτητες εταιρείες.

3.1.2 Ξενοδοχεία resort – παραθεριστικά ξενοδοχεία : ορισμός

Προτού προχωρήσουμε στην ανάπτυξη και εξέταση των στρατηγικών σχεδιασμού της παραθεριστικής (resort) ξενοδοχειακής μονάδος Λακωνίας, κρίνεται σκόπιμο να δώσουμε τον ορισμό μιας τέτοιας επιχείρησης. Παραθεριστικά (Resort) ξενοδοχεία ονομάζονται οι ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες βρίσκονται μέσα σε πόλη, προάστιο ή οικισμό υφιστάμενο του 1923 ή παραδοσιακό οικισμό σε περιοχή εκτός σχεδίου. Για να χαρακτηριστεί ένα ξενοδοχείο σαν παραθεριστικό (resort), πρέπει η περιοχή να έχει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για παραθερισμό, δηλαδή να είναι κοντά σε θάλασσα ή σε δάσος ή σε βουνό για χειμερινά sports, περιπάτους, ορειβασία. Ακόμη θα πρέπει να παρουσιάζει ειδικά ενδιαφέροντα, δηλαδή να βρίσκεται κοντά σε αρχαιολογικό χώρο ή βιότοπους ή παραδοσιακά οικιστικά σύνολα (Χυτήρης Λ. Σ., Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, 1996, σελ. 32.). Προορισμός του παραθεριστικού (resort) ξενοδοχείου είναι η παραμονή των τουριστών – παραθεριστών για παραπάνω από 2-3 ημέρες.

Τα κύρια χαρακτηριστικά των παραθεριστικών (resort) ξενοδοχειακών μονάδων είναι τα ακόλουθα (Χυτήρης Λ. Σ, Το Μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων, 1996, σελ. 33) :

- Εποχική λειτουργία
- Χώροι ημιυπαίθριας κυκλοφορίας
- Δυνατότητα διαμερισμού των χώρων εστίασης σε κλειστούς και ημιυπαίθριους χώρους.
- Υποχρεωτική προσαύξηση των χώρων υποδοχής της ξενοδοχειακής μονάδος με ημιυπαίθριους.
- Υποχρεωτικοί χώροι εστίασης, ανεξάρτητα από τη δυναμικότητα του ξενοδοχείου.
- Τα μονόκλινα και τα δίκλινα δωμάτια έχουν το ίδιο εμβαδόν, αλλάζοντας μόνο την τιμή της ενοικίασης.

Ωστόσο, τα ξενοδοχεία τύπου resort, ανάλογα με το μέρος που βρίσκονται και το μοντέλο που θέλουν να προβάλλουν χωρίζονται και αυτά με τη σειρά τους σε ορισμένες κατηγορίες ανάλογα με τη χωροταξική τους τοποθέτηση και την εποχή του χρόνου που 'επιλέγουν' τη λειτουργία τους. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζονται κατηγορίες όπως beach resorts, island resorts, ski resorts.

Έχει παρατηρηθεί αύξηση στην προτίμηση των ξενοδοχείων resort, ιδίως τα τελευταία χρόνια. Η τάση όμως αυτή αναπτύχθηκε στην Ευρώπη, ΗΠΑ και Ν. Αμερική. Η Ασία, αν εξαιρέσουμε περιοχές όπως Μαλαισία, Ταϊλάνδη κ.ά., έχει πολλά ακόμα περιθώρια ανάπτυξης.

Καθώς τα δύο πιο διαδεδομένα είδη τουρισμού είναι τα beach και island tourism, συνακόλουθα οι δυο αντίστοιχοι τύποι resorts είναι οι πιο δημοφιλείς. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), παραπάνω από το 60% των αφίξεων των τουριστών είναι σε περιοχές που θεωρούνται beach και island resorts.

Πιο αναλυτικά:

- Island resorts: Πρόκειται στην ουσία για ένα νησί ή σύμπλεγμα νησιών (με πολύ κοντινές αποστάσεις) που περιέχει θέρετρα, ξενοδοχεία, εστιατόρια, τουριστικά αξιοθέατα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι Μαλδίβες που βρίσκονται στην κορυφή των προτιμήσεων ως island resorts
- Beach resorts: Το κύριο χαρακτηριστικό στα παραθαλάσσια θέρετρα είναι ότι βρίσκονται σε μία ακτή και μπορεί να περιλαμβάνουν διάφορα είδη ψυχαγωγίας όπως κινηματογράφους, θέατρα, μπαρ, εστιατόρια και νυχτερινά κέντρα. Οι περισσότερες ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις καθώς και οι παραλίες που, εκτός από τους τουρίστες απευθύνονται και στους ντόπιους, παραμένουν δημοφιλείς κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών.
- Ski resorts: Στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική, τα ski resorts (χιονοδρομικά κέντρα) είναι πόλεις και χωριά σε περιοχές για σκι, παρέχοντας υπηρεσίες σε ανθρώπους που θέλουν να κάνουν σκι, όπως ξενοδοχεία, σαλέ, καταστήματα ενοικίασης εξοπλισμού, σχολές σκι καθώς και τα λιφτ για να αποκτήσουν πρόσβαση στις πίστες.

3.1.3 Η βιομηχανία του τουρισμού στην Ελλάδα

3.1.3.1 Ιστορικά

Ο τουρισμός σήμερα είναι βιομηχανία, που προσπαθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη του εργαζομένου για διασκέδαση στον ελεύθερο χρόνο του. Η τουριστική βιομηχανία έχει επέμβει πάνω στο έδαφος που το μετασημάτισε σε εμπόρευμα και προκάλεσε φαινόμενα με χαρακτήρα οικονομικοκοινωνικό.

Τα οικονομικά φαινόμενα φαίνονται στην αύξηση της τιμής της γης, εκεί που εμφανίζονται τουριστικά ενδιαφέροντα. Οι επιδράσεις κοινωνικού χαρακτήρα φαίνονται στην αλλαγή της απασχόλησης των κατοίκων διαφόρων περιοχών, από την απασχόληση στην γεωργία, κτηνοτροφία και αλιεία πέρασαν στην απασχόληση με τον τουρισμό.

Οι αιτίες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου έχουν χαρακτήρα υποκειμενικό, όπως η ανάγκη του ανθρώπου για αλλαγή περιβάλλοντος, η επιθυμία του να γνωρίσει διαφορετικούς τρόπους ζωής, καινούργιους ανθρώπους, την ιστορία και τις

συνήθειες άλλων λαών, ενώ οι αντικειμενικές αιτίες είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η καλύτερευση των συγκοινωνιών, η καλύτερευση των αποδοχών και το δικαίωμα ελευθέρου χρόνου των εργαζομένων, η απλοποίηση των τυπικών διαδικασιών για τους τουρίστες, διάφορες διευκολύνσεις στις πληρωμές, η αύξηση του πληθυσμού, η αύξηση του μέσου όρου ζωής και η αλλαγή νοοτροπίας.

Η πρώτη χώρα στη Μεσόγειο, που δέχτηκε το τουριστικό φαινόμενο είναι η Ιταλία αργότερα εμφανίστηκαν η Ισπανία, η Γιουγκοσλαβία, η Ελλάδα και αργότερα ακόμα η Τυνησία και το Μαρόκο. Η Ελλάδα αρχίζει να δέχεται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα από το 1950, όμως δεν είναι μια καινούργια χώρα για τον τουρισμό, γιατί εκτός από τον ήλιο και την θάλασσα προσφέρει τον πολιτισμό και την ιστορία της. Προσφέρει πλούσιο παραλιακό τουρισμό και είναι σημαντικό το ότι ακόμα και σήμερα υπάρχουν ζώνες που δεν τις έχει αγγίξει ο τουρισμός της μάζας, όπως η Δ. Πελοπόννησος η Νότια Κρήτη και τα νησιά κοντά στην Τουρκία.

Από τα αρχαία χρόνια υπάρχει ο ομαδικός τουρισμός στην Ελλάδα με αφορμή τις γιορτές και τα προσκυνημάτα. Οι πρώτες οργανωμένες εκδρομές αρχίζουν το 1900 όμως οι δύο πόλεμοι εξαφάνισαν αυτές τις διοργανώσεις. Το 1950 η Ελλάδα τελείως εξαντλημένη από τους πολέμους βρίσκεται χωρίς πρόγραμμα, η βιομηχανοποίηση απαιτεί χρόνο και έτσι ο τουρισμός δίνει γρήγορες λύσεις στο οικονομικό πρόβλημα της χώρας που διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις όπως το καλό κλίμα, τις φυσικές καλλονές, την τέχνη και την ιστορία.

Από το 1950 με την βοήθεια του κράτους αρχίζει η τουριστική ανάπτυξη, κατασκευάζονται δρόμοι καλύτερου οι επικοινωνίες και αρχίζουν οι δανειοδοτήσεις για την κατασκευή ξενοδοχείων, μπανγκαλόους, μοτέλ, κάμπινγκ ενώ ιδρύονται σχολές τουριστικών επαγγελματιών.

Από το 1953 αρχίζει μια συνεχής αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα που σταθεροποιείται από το 1965 και μετά.

Το 1963 αναπτύσσεται και ο εσωτερικός τουρισμός που βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη.

Ο εξωτερικός τουρισμός εξαρτάται από την νοοτροπία και τις συνήθειες των τουριστών, αν κάθε περιοχή προσπαθεί να προσαρμοσθεί στην ζήτηση, για να προσφέρει τις κατάλληλες συνθήκες στους τουρίστες που δέχεται. Η ανάπτυξη του παραλιακού τουρισμού παίρνει μεγάλες διαστάσεις και αρχίζει η χώρα να αξιοποιεί με κατάλληλες εγκαταστάσεις τις παραλίες της τις οποίες εκμεταλλεύονται.

Η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας οφείλεται σε δύο στοιχεία: στις μεγάλες επιχειρήσεις και τους tour operators.

Υπάρχουν 4 τύποι επιχειρήσεων:

- α. Οι πολυεθνικές
- β. Οι μεγάλες εθνικές τουριστικές επιχειρήσεις
- γ. Οι μικρές επιχειρήσεις και
- δ. Μικρές οικογενειακού επιπέδου επιχειρήσεις.

Όσον αφορά στα ελληνικά πρακτορεία ταξιδιών, δεν είναι τίποτε άλλο από αντιπρόσωποι των μεγάλων διεθνών πρακτορείων και χαρακτηρίζονται από την διαίρεση σε πολλά μικρά πρακτορεία που αντιμετωπίζουν μεγάλο συναγωνισμό και έλλειψη συνεργασίας. Οι tour operators είναι επιχειρήσεις με συγκεντρωμένα κεφάλαια, παρουσιάζονται στην Ευρώπη το 1960 και δημιουργούν μονοπώλια, που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού εμπορίου.

Αναφορικά με το εργατικό δυναμικό, αυτό στο μεγαλύτερο μέρος του απορροφάται από τα ξενοδοχεία. Το τουριστικό φαινόμενο είναι εποχιακό, δεν προσφέρει σιγουριά στον εργαζόμενο και λύνει μόνον ένα μικρό ποσοστό του προβλήματος της ανεργίας και της μετανάστευσης.

Οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις χωρίζονται σε 2 κατηγορίες στους μόνιμους και σε εκείνους που εργάζονται κατά την περίοδο του καλοκαιριού. Τα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι κατοχυρωμένα και οι επιχειρηματίες προτιμούν το ανειδίκευτο προσωπικό για λόγους καθαρά οικονομικούς, ενώ παράλληλα προσπαθούν να το περιορίσουν σε αριθμό όσο το δυνατόν περισσότερο.

Παρακάτω για το έτος 2015, έχουμε συγκεντρώσει μερικά στοιχεία που αναδεικνύουν τη σημαντικότητα του ελληνικού τουρισμού.

Πίνακας 2 : Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2015

Συμμετοχή στο ΑΕΠ	18,5% [WTTC]
Συμμετοχή στην απασχόληση	23,1% της συνολικής απασχόλησης [WTTC]
Συνολική Απασχόληση	821.900 [WTTC]
Έσοδα	13,6 δισ. € (δεν περιλαμβάνονται τα έσοδα από κρουαζιέρα) [ΤτΕ]
Αφίξεις Αλλοδαπών	23,6 εκατ. (δεν περιλαμβάνονται οι αφίξεις από κρουαζιέρα)
Μέση κατά κεφαλή δαπάνη	580 € (δεν περιλαμβάνονται τα ποσά κρουαζιέρας)
Μερίδιο Αγοράς	2% Παγκόσμια, 3,1% Ευρώπη
Εποχικότητα	55% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο – Σεπτέμβριο
Συγκέντρωση Προσφοράς	69% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας [ΞΕΕ]
Ξενοδοχειακή Υποδομή	9.757 ξενοδοχεία / 784.315 κλίνες [ΞΕΕ]
Τop 5 αγορές	Γερμανία (2.810.350), Ην. Βασίλειο (2.397.169), Γαλλία (1.522.100), Ιταλία (1.355.327), Ρωσία (512.789), [ΤτΕ]
Τop 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)	Αθήνα (4.158.330), Ηράκλειο (2.559.805), Ρόδος (1.902.051), Θεσσαλονίκη (1.569.224), Κέρκυρα (1.092.647) [ΔΑΑ & ΥΠΑ.]

Πηγή : ΣΕΤΕ

3.2 Ζήτηση ελληνικού τουριστικού προϊόντος

Στον τομέα του τουρισμού ως (αγοραία ή συνολική) ζήτηση θεωρείται η ποσότητα των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών που τα άτομα θέλουν και μπορούν να αγοράσουν σε συγκεκριμένες τιμές, σε δεδομένη αγορά και δεδομένο χρόνο. Τα άτομα καλούνται να λάβουν μια σειρά αποφάσεων σχετικά με το αν θα κάνουν τελικά διακοπές ή όχι, τι τύπο και διάρκεια θα έχουν οι διακοπές τους, ποιο προορισμό θα επιλέξουν κλπ. κάτω από ορισμένους περιορισμούς.

Οι πιο σημαντικοί μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν τα άτομα στις αποφάσεις που σχετίζονται με τις διακοπές τους είναι: το εισόδημα, ο διαθέσιμος ελεύθερος χρόνος, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το συγκριτικό επίπεδο τιμών μεταξύ των διαφόρων προορισμών, οι κλιματικές και περιβαλλοντικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτούς, οι τάσεις της μόδας, καθώς και τα χαρακτηριστικά της χώρας υποδοχής.

Στην περίπτωση του τουριστικού προϊόντος, ο καταναλωτής μετακινείται στον τόπο προσφοράς του προϊόντος, σε αντίθεση με ό,τι συμβαίνει με τα άλλα προϊόντα που μεταφέρονται σε μικρή απόσταση από τον τόπο κατοικίας του καταναλωτή.

3.2.1 Διαχρονική άφιξη τουριστών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. που δόθηκαν πρόσφατα στη δημοσιότητα, οι αφίξεις τουριστών που προέρχονται από την Ευρώπη αυξήθηκαν το 2015 κατά 6,4% σε σχέση με το 2014, όταν η αύξηση του 2014/13 ήταν 23,4%. Η επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων από την Ευρώπη μπορεί να αποδοθεί σε μεγάλο βαθμό στην κατακόρυφη πτώση του αριθμού των τουριστών από τη Ρωσία που επισκέφτηκαν τη χώρας το 2015 (2015/14: -59,0%).

Οι αφίξεις τουριστών από χώρες της ΕΕ αυξήθηκαν κατά 13,0% το 2015, ποσοστό που είναι περίπου το μισό από το αντίστοιχο για το 2014 (25,9%). Το υψηλότερο ποσοστό αύξησης το 2015 κατέγραψαν οι τουρίστες που προέρχονται από χώρες της Αφρικής (+25,8%), οφειλόμενο στο τριψήφιο ποσοστό αύξησης – και μάλιστα για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά – που κατέγραψαν οι αφίξεις τουριστών από Αίγυπτο-Σουδάν (2015/14: +187,7%, 2014/13: +124,4%). Σημαντική είναι και η αύξηση των τουριστών από χώρες της Αμερικής (2015/14: 23,0%).

Οι αφίξεις από τις ΗΠΑ, τη Βραζιλία και τον Καναδά είναι αυτές που καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά αύξησης. Διαφαίνεται μια δυναμική για τις αφίξεις από τη Βραζιλία (παρόλο που επιβραδύνθηκε ο ρυθμός αύξησής τους το 2015), ενώ θεαματικά ανακάμπτουν και οι αφίξεις από τον Καναδά (2015/14: +25,1%, 2014/13: -22,0%).

Η Ευρώπη εξακολουθεί να παραμένει η κύρια περιοχή προέλευσης τουριστών, με το μερίδιό της να κυμαίνεται γύρω στο 88% κατά την 3ετία 2013-15. Το μερίδιο όμως της ΕΕ παρουσιάζει μια ανοδική τάση από το 2013 (από 59% το 2013 σε 64% το 2015), γεγονός που σημαίνει ότι ανακάμπτουν οι ευρωπαϊκές παραδοσιακές αγορές προέλευσης τουριστών προς τη χώρας μας, με τις αφίξεις από Γαλλία, Γερμανία και Ην. Βασίλειο να καταγράφουν ποσοστά αύξησης πάνω από 14%.

Τέλος, σημαντικά αυξημένες ήταν το 2015 οι αφίξεις από την Τουρκία (+18,0%).

Η σημαντική υποχώρηση του ρυθμού αύξησης των αφίξεων των κινέζων τουριστών (2013: 132%, 2014: 68%, 2015:16%), επηρέασε αρνητικά και το μερίδιο της Ασίας στο συνολικό τουρισμό της χώρας μας (2013: 30,0%, 2014: 16,5%, 2015: 7,3%).

Κατά τα τελευταία χρόνια, με την αύξηση των τουριστικών ροών από τις βαλκανικές και ανατολικό-ευρωπαϊκές χώρες, που επισκέπτονται την Ελλάδα κυρίως οδικώς, συρρικνώθηκε το μερίδιο των αεροπορικών αφίξεων γύρω στο 64% (από 84% που ήταν το 1995). Τουρίστες από χώρες, όπως η Βουλγαρία, η ΠΓΔΜ, η Αλβανία, η Σερβία κλπ. σε ποσοστό πάνω από το 94% επισκέπτονται τη χώρα μας οδικώς.

Υψηλό είναι και το αντίστοιχο ποσοστό των τούρκων τουριστών (87%). Αντίθετα, από τις χώρες της ΕΕ και τις άλλες χώρες του κόσμου τα ποσοστά των αεροπορικών αφίξεων υπερβαίνουν το 95% και πλησιάζουν και το 100%.

Πίνακας 3 : Αφίξεις μη-κατοίκων στην Ελλάδα κατά Χώρα Προέλευσης Ιανουάριος – Δεκέμβριος

ΧΩΡΕΣ	2013	2014	2015	Δ% 2014/13	Δ% 2015/14	Μερίδιο 2014	Μερίδιο 2015
I. ΕΥΡΩΠΗ	13.788.397	19.477.049	20.713.004	23,4%	6,4%	88,4%	87,8%
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ	10.525.226	13.249.459	14.974.206	25,9%	13,0%	60,1%	63,5%
Αυστρία	236.476	285.132	327.123	20,6%	14,7%	1,3%	1,4%
Γαλλία	1.152.217	1.463.157	1.522.100	27,0%	4,0%	6,6%	6,4%
Γερμανία	2.267.546	2.459.228	2.810.350	8,5%	14,3%	11,2%	11,9%
Ην. Βασίλειο	1.846.333	2.089.529	2.397.169	13,2%	14,7%	9,5%	10,2%
Ισπανία	91.988	136.232	93.624	48,1%	-31,3%	0,6%	0,4%
Ιταλία	964.314	1.117.713	1.355.327	16,9%	21,3%	6,1%	6,7%
Ολλανδία	580.867	657.339	639.108	13,2%	-2,8%	3,0%	2,7%
Πολωνία	385.474	588.712	754.402	52,7%	28,1%	2,7%	3,2%
Πορτογαλία	13.304	14.206	17.821	6,8%	25,4%	0,1%	0,1%
Ρουμανία	278.873	543.360	540.289	94,8%	-0,6%	2,5%	2,3%
Σουηδία	168.834	117.771	161.671	-8,4%	4,1%	1,6%	1,6%
Τσεχία	286.974	347.624	436.703	21,1%	25,6%	1,6%	1,9%
Φινλανδία	139.341	166.251	149.894	19,3%	-9,8%	0,8%	0,6%
Ελβετία	346.518	377.077	391.249	8,8%	3,8%	1,7%	1,7%
Νορβηγία	264.816	246.136	244.859	-7,1%	-0,5%	1,1%	1,0%
Ρωσία	1.352.901	1.250.174	512.789	-7,6%	-59,0%	5,7%	2,2%
II. ΑΣΙΑ	1.213.148	1.411.665	1.515.386	16,4%	7,3%	6,4%	6,4%
Ιαπωνία	13.141	18.698	9.983	42,3%	-46,6%	0,1%	0,0%
Κίνα	28.328	47.482	55.097	67,6%	16,0%	0,2%	0,2%
Ισραήλ	212.466	197.009	115.868	-7,3%	-41,2%	0,9%	0,5%
Τουρκία	831.113	976.758	1.153.046	17,5%	18,0%	4,4%	4,9%
III. ΑΦΡΙΚΗ	30.905	49.043	61.685	58,7%	25,8%	0,2%	0,3%
Αίγυπτος - Σουδάν	4.038	9.063	26.076	124,4%	187,7%	0,0%	0,1%
Νοτιοαφρ. Ένωση	17.644	24.980	26.055	41,6%	4,3%	0,1%	0,1%
IV. ΑΜΕΡΙΚΗ	754.488	890.318	1.094.750	18,0%	23,0%	4,0%	4,6%
Βραζιλία	27.355	52.217	65.588	90,9%	25,6%	0,2%	0,3%
Η.Π.Α.	466.520	591.853	750.250	26,9%	26,8%	2,7%	3,2%
Καναδάς	186.701	145.720	182.299	-22,0%	25,1%	0,7%	0,8%
V. ΩΚΕΑΝΙΑ	142.642	205.387	211.970	44,0%	3,2%	0,9%	0,9%
Αυστραλία	129.112	183.080	183.165	41,8%	0,0%	0,8%	0,8%
VI. ΣΥΝΟΛΟ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ(*)	17.919.580	22.033.463	23.599.455	23,0%	7,1%	100,0%	100,0%

(*) χωρίς κρουαζιέρες

Πηγή : : ΕΛ. ΣΤΑΤ, Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος. Επεξεργασία ΙΤΕΠ.

Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποιούν τα αεροδρόμια και η ΥΠΑ, οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2013 κατέγραψαν αύξηση περίπου 11% (βλ Πίνακας 4) σε σχέση με το 2012. Σε όλες τις ευρύτερες περιφέρειες της χώρας σημειώθηκε διψήφιο ποσοστό αύξησης των αφίξεων, με εξαίρεση τα αεροδρόμια στη Βόρεια Ελλάδα και στο Βόρ. Αιγαίο, όπου η αύξηση κατά μέσο όρο κυμάνθηκε από 1% - 3% περίπου.

Πίνακας 4 : Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών στα Κυριότερα Αεροδρόμια της Χώρας
Ιανουάριος - Οκτώβριος

Αεροδρόμιο	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Ποσοστιαία Μεταβολή				
							2009/08	2010/09	2011/10	2012/11	2013/12
Θεσσαλονίκη*	1.162.088	1.074.067	1.029.079	1.134.349	1.200.549	1.226.650	-7,6	-4,2	10,2	5,9	2,2
Καβάλα	90.562	81.942	81.315	79.138	67.687	72.281	-7,3	-3,1	-2,7	-16,5	6,8
(B. Ελλάδα)	1.252.650	1.156.009	1.110.394	1.213.287	1.268.236	1.298.931	-7,6	-4,1	9,3	-4,5	2,4
Ηράκλειο*	2.148.177	1.948.570	1.910.989	2.169.643	2.111.081	2.402.172	-9,3	-0,9	12,4	-2,7	18,1
Χανιά	684.489	592.267	592.992	656.852	714.733	867.500	-13,5	0,1	10,8	8,8	21,4
(Κρήτη)	2.832.666	2.540.737	2.523.981	2.826.495	2.825.814	3.269.672	-10,3	-0,7	12,0	0,0	18,9
Ρόδος	1.349.900	1.269.365	1.367.360	1.645.336	1.606.594	1.793.040	-6,0	7,7	20,3	-2,4	11,6
Κως	675.356	627.459	695.891	851.922	803.147	926.587	-7,1	10,9	22,4	-5,7	15,4
(Δωδεκάνησος)	2.025.256	1.896.824	2.063.251	2.497.258	2.409.741	2.719.627	-6,3	8,8	21,0	-3,5	12,9
Αθήνα	54.697	41.418	39.636	38.015	65.867	70.005	-24,3	-4,3	-4,1	73,3	6,3
Κοκκιμάτι	32.925	30.446	32.874	30.967	33.407	46.828	-7,5	8,0	-5,8	7,9	40,2
(Παράνησος)	87.622	71.864	72.510	68.982	99.274	116.833	-18,0	0,8	-4,8	63,9	17,7
Κίρκερα	835.982	743.916	728.804	788.376	868.054	941.225	-8,8	-2,0	8,2	10,1	8,4
Παράνησος	382.417	143.438	148.811	148.748	188.309	197.788	-21,4	3,7	0,0	18,1	17,3
Σάουθφορ	459.649	430.388	420.241	448.578	424.105	488.483	-6,4	-2,4	6,7	-5,5	15,2
Άνω	150.835	147.574	143.950	143.965	142.465	154.641	-2,2	-2,5	0,0	-1,0	8,5
(Όμοια Μειωτά)	1.608.903	1.465.326	1.441.806	1.529.685	1.602.933	1.782.157	-8,9	-1,6	6,1	4,8	11,2
Μυκόνος	305.756	96.745	111.289	131.001	139.954	176.227	-8,5	15,0	17,7	6,8	25,3
Σαντορίνη	181.780	162.414	181.352	200.576	200.052	240.773	-10,7	11,7	10,6	-0,1	20,4
(Κυκλάδες)	287.536	259.159	292.641	331.579	340.006	417.000	-9,9	12,9	18,3	2,5	22,6
Σκιάθος	113.511	108.829	106.833	113.906	117.912	119.061	-4,1	-1,8	5,8	4,3	1,0
Μυτιλήνη	74.234	71.452	62.010	62.889	69.442	54.467	-3,7	-13,2	1,4	-21,4	10,2
Χίος	36.164	11.967	12.079	9.971	8.420	8.830	-28,0	0,9	-17,5	-15,6	4,9
Λέμνος	9.834	6.543	6.176	7.473	7.620	9.204	-32,3	-16,1	24,0	2,0	20,4
Σάμος	133.354	116.203	108.933	118.219	108.157	103.558	-13,0	-6,3	8,5	-8,5	-4,1
(B. Αγχαία)	347.297	315.014	296.430	311.558	291.551	295.121	-9,3	-6,2	5,5	-6,4	1,2
ΣΥΝΟΛΟ	8.442.930	7.706.933	7.800.013	8.778.844	8.837.555	9.989.321	-8,7	1,2	12,5	0,7	13,0
ΑΘΗΝΑ	3.076.060	2.858.687	2.728.702	2.646.496	2.328.357	2.356.673	-7,1	-4,5	-3,0	-12,0	1,7
ΣΥΝΟΛΟ (Με Αθήνα)	11.518.990	10.565.600	10.528.715	11.425.340	11.165.912	12.345.994	-8,3	-0,3	8,5	-2,3	10,6

Πηγή : ΙΤΕΠ

Αναφορικά με το μερίδιο που κατέχει ο ελληνικός τουρισμός στην ευρωπαϊκή και παγκόσμια πίτα, παρατηρούμε ότι τη διετία 2007-08 ήταν στο επίπεδο του 3,6% στην Ευρώπη και 1,8% στον κόσμο. Την επόμενη πενταετία της κρίσης παρατηρείται μια μείωση στο μερίδιο που από το 2013 σημειώνει και πάλι θετικό πρόσημο.

Πίνακας 5 : Μερίδιο ελληνικού τουρισμού βάσει τουριστικών εισπράξεων 2007-2013

Έτος Year	Μερίδιο στην Ευρώπη Market Share in Europe	Μερίδιο στον Κόσμο World Market Share
2013	3,3%	1,4%
2012	2,8%	1,2%
2011	3,1%	1,4%
2010	3,1%	1,4%
2009	3,5%	1,7%
2008	3,6%	1,8%
2007	3,6%	1,8%

Πηγή : ΣΕΤΕ

3.2.2 Διαχρονική κατάταξη της Ελλάδας βάσει τουριστικών αφίξεων (2000-2013)

Βάσει τουριστικών αφίξεων για το έτος 2013 η Ελλάδα καταλαμβάνει την 9^η θέση, που μετά από μια εξαιρετή στασιμότητα, κερδίζει μια θέση στη σειρά των προτιμήσεων των τουριστών.

Πίνακας 6 : Κατάταξη του Ελληνικού Τουρισμού Βάσει των Διεθνών Αφίξεων 2000-2013

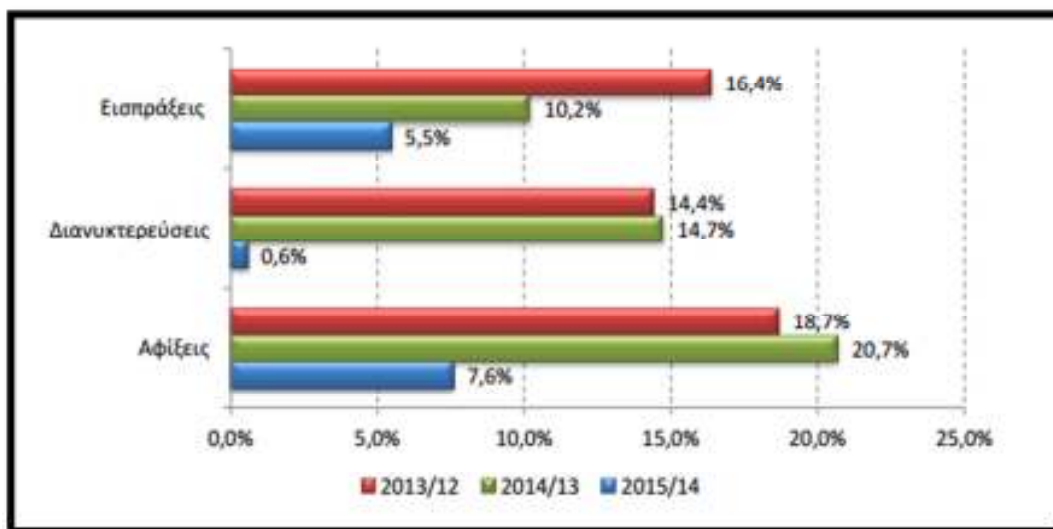
Έτος Year	Διεθνείς αφίξεις* (εκατ.) International arrivals* (ml.)	Σειρά κατάταξης - Κόσμος World Ranking	Σειρά κατάταξης - Ευρώπη Rank in Europe
2000	12,4	12	8
2001	13,0	12	8
2002	12,6	15	10
2003	12,5	14	9
2004	11,7	18	12
2005	14,4	17	11
2006	15,2	17	11
2007	16,2	16	10
2008	15,9	16	10
2009	14,9	16	10
2010	15,0	17	10
2011	16,4	17	10
2012	15,5	17	10
2013	17,9	16	9

Πηγή : ΣΕΤΕ

3.2.3 Η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού τη διετία 2014-2015

Μετά το 2013 που υπήρξε για την Ελλάδα μια εξαιρετικά καλή τουριστική χρονιά, οι θετικές επιδόσεις του ελληνικού τουρισμού συνεχίστηκαν και κατά τις δύο επόμενες χρονιές 2014-2015. Σύμφωνα με τα οριστικά στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2015, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 7,6% το 2015 σε σχέση με το 2014, και διαμορφώθηκε στις 26.114 χιλιάδες ταξιδιώτες, έναντι 24.272 χιλ. το 2014. Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν το 2015 κατά 5,5%, έναντι αύξησης 10,2% το 2014 και διαμορφώθηκαν στα 14.126 εκατ. €. Οι συνολικές διανυκτερεύσεις ταξιδιωτών στην Ελλάδα κατέγραψαν οριακή μόνο αύξηση το 2015 (+0,6%) και διαμορφώθηκαν στις 188.012 χιλιάδες. Η στασιμότητα των διανυκτερεύσεων και η μείωση της μέσης διάρκειας παραμονής κατά 6,5% (7,2 διαν/σεις) είχαν ως αποτέλεσμα τη μείωση της δαπάνης ανά ταξίδι κατά 2,0% στα 541 €. Σημαντική αύξηση, τέλος, κατέγραψε η δαπάνη ανά διανυκτέρευση (+4,9%) που διαμορφώθηκε στα 75 €, από 72 € το 2014.

Πίνακας 7 : Εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού 2014-2015



Πηγή : Έρευνα Συνόρων, Τράπεζα της Ελλάδος. Προσωρινά στοιχεία. Περιλαμβάνονται στατιστικά στοιχεία από κρουαζιέρες επιπλέον της Έρευνας Συνόρων. Επεξεργασία ΙΤΕΠ

Οι εξελίξεις στα βασικά τουριστικά μεγέθη της χώρας δείχνουν μια επιβράδυνση του ρυθμού αύξησης του ελληνικού τουρισμού κατά το 2015.

3.2.4 Ταξιδιωτικές εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού.

Ως προς την κατανομή της ταξιδιωτικής δαπάνης μη κατοίκων στην Ελλάδα ανά λόγο ταξιδιού, ο κύριος όγκος των εισπράξεων αφορά στα ταξίδια για λόγους αναψυχής, το μερίδιο των οποίων υπερέβη το 84% το 2015, από περίπου 77% που ήταν το 2007.

Οι τουριστικές εισπράξεις για λόγους αναψυχής αυξήθηκαν το 2015 κατά 5,2% σε σχέση με το 2014, ποσοστό που είναι περίπου ίσο με τη συνολική αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων της χώρας. Αντίθετα, οι εισπράξεις για λόγους σπουδών μειώθηκαν κατά 5,5% το ίδιο διάστημα. Επίσης, ενώ οι ταξιδιωτικές εισπράξεις από τα επαγγελματικά ταξίδια φάνηκαν να ανακάμπτουν το 2014 σε σύγκριση με το 2013, οπότε κατέγραψαν θεαματική αύξηση 22,4%, το 2015/14 η αύξηση περιορίστηκε στο 0,7%.

Πίνακας 8 : Εισπράξεις ανά λόγο ταξιδιού (σε εκατ. ευρώ)

Περίοδος	Προσωπικοί Λόγοι						Επαγγελματικοί Λόγοι	Σύνολο	% Μεταβολή ως προς το προηγούμενο έτος	
	Αναψυχή	Σπουδές	Λόγοι υγείας	Επίσκεψη σε οικογένεια	Λοιποί Λόγοι	Σύνολο προσωπικών λόγων				
2009	8.336,1	306,4	40,3	546,6	472,4	9.701,9	698,4	10.400,3	-10,6	
2010	7.461,8	282,1	29,8	471,6	620,4	8.865,7	745,6	9.611,3	-7,6	
2011	8.446,7	223,9	35,2	489,5	596,1	9.791,3	713,14	10.504,7	9,3	
2012	8.605,3	193,3	27,4	431,7	602,2	9.859,9	582,6	10.442,5	-0,6	
2013	10.258,5	190,4	20,3	409,1	639,5	11.517,8	634,4	12.152,2	16,4	
2014	11.290,6	180,6	29,6	511,7	604,3	12.616,8	776,2	13.393,0	10,2	
2015	11.876,7	170,6	37,3	553,5	705,7	13.343,9	782,0	14.125,9	5,5	
2012	I	120,7	37,2	6,7	74,3	58,4	297,3	115,3	412,6	% Μεταβολή ως προς το αντίστοιχο 3μηνο του προηγούμενου έτους
	II	2.064,3	64,0	6,4	116,0	143,7	2.394,4	151,3	2.545,7	
	III	5.685,2	47,1	6,8	175,2	308,5	6.222,8	178,7	6.401,5	
	IV	735,1	45,0	7,5	66,2	91,6	945,5	137,3	1.082,7	
2013	I	139,4	29,1	2,7	50,3	63,7	285,2	116,6	401,8	-2,6
	II	2.582,7	73,8	4,7	105,1	144,7	2.911,0	162,9	3.073,9	20,7
	III	6.589,6	41,7	9,1	170,1	328,6	7.139,1	204,2	7.343,3	14,7
	IV	946,8	45,8	3,9	83,6	102,5	1.182,6	150,6	1.333,2	23,1
2014	I	167,0	33,4	5,4	68,0	61,2	335,0	136,3	471,3	17,3
	II	2.830,6	61,2	7,8	119,0	136,7	3.155,3	184,2	3.339,5	8,6
	III	7.283,0	43,9	7,7	234,9	321,4	7.890,9	299,5	8.190,4	11,5
	IV	1.009,9	42,0	8,7	89,9	85,0	1.235,5	156,2	1.391,7	4,4
2015	I	238,0	26,5	11,1	74,9	54,7	405,2	110,8	516,0	9,5
	II	3.015,5	69,9	10,7	136,8	197,7	3.430,6	224,7	3.655,3	9,5
	III	7.691,2	43,4	9,2	238,8	362,7	8.345,3	271,3	8.616,6	5,2
	IV	932,0	30,9	6,3	103,0	90,6	1.162,8	175,2	1.338,0	-3,9

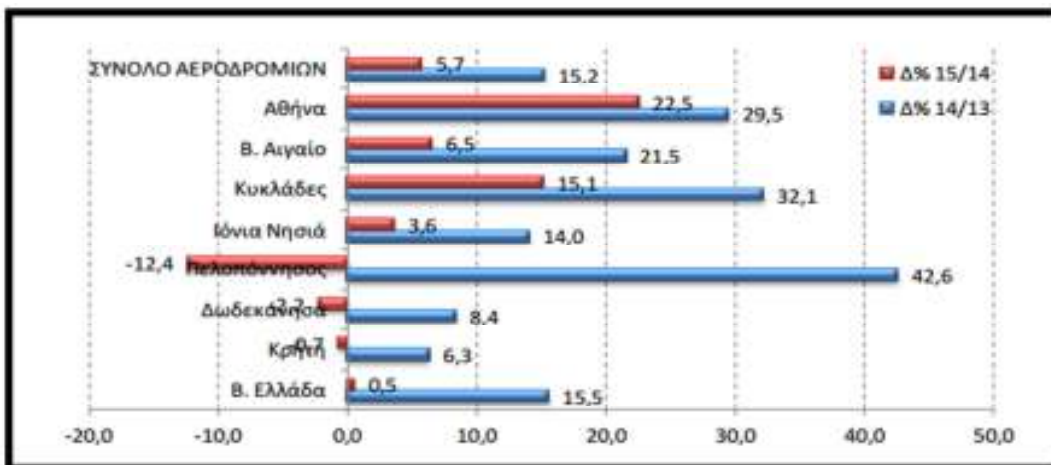
Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδος

Όσον αφορά στις μεταβολές των ταξιδιωτικών αφίξεων ανά λόγο ταξιδιού κατά την περίοδο 2008-2015, μόνο οι εισπράξεις για λόγους αναψυχής κατέγραψαν θετικό πρόσημο (+28%), ενώ οι εισπράξεις για όλους τους άλλους λόγους σημείωσαν αρνητική εξέλιξη. Η μεγαλύτερη μείωση σημειώθηκε στις εισπράξεις για λόγους σπουδών (-37,3%) και στις εισπράξεις για λόγους υγείας (-26%). Οι τουριστικές εισπράξεις για επαγγελματικούς λόγους μειώθηκαν κατά 13,5% το ίδιο διάστημα.

3.2.5 Αφίξεις μη κατοίκων στα περιφερειακά αεροδρόμια (2013-15)

Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποιούν τα περιφερειακά αεροδρόμια και η ΥΠΑ, οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2015 κατέγραψαν αύξηση 5,7%, έναντι αύξησης 15,2% το 2014 σε σχέση με το 2013. Διαπεριφερειακά, οι υψηλότερες αυξήσεις καταγράφηκαν στο αεροδρόμιο της Αθήνας (22,5%) και στις Κυκλάδες (15,1%). Ακολούθησαν το Βόρειο Αιγαίο (6,5%), τα Ιόνια Νησιά (3,6%) και με οριακή αύξηση η Βόρεια Ελλάδα (0,5%).

Πίνακας 9 : Αφίξεις μη κατοίκων στα περιφερειακά αεροδρόμια (ποσοστιαία μεταβολή 13/14 και 14/15)



Πηγή : AIA/Passenger Survey

Πίνακας 10 : Διαχρονικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών σε μεγάλα περιφερειακά αεροδρόμια της Ελλάδας (Ιανουάριος-Δεκέμβριος)

Αεροδρόμια	2012	2013	2014	2015	Δ% 13/12	Δ% 14/13	Δ% 15/14
Θεσσαλονίκη*	1.307.537	1.351.378	1.569.814	1.569.431	3,4	16,2	0,0
Καβάλα	67.933	72.512	75.370	84.071	6,7	3,9	11,5
(B. Ελλάδα)	1.375.470	1.423.890	1.645.184	1.653.502	3,5	15,5	0,5
Ηράκλειο*	2.113.501	2.472.775	2.595.702	2.562.626	17,0	5,0	-1,3
Χανιά	717.249	849.271	935.615	943.001	18,4	10,2	0,8
(Κρήτη)	2.830.750	3.322.046	3.531.317	3.505.627	17,4	6,3	-0,7
Ρόδος	1.606.843	1.785.305	1.926.675	1.902.051	11,1	7,9	-1,3
Κως	802.760	925.834	1.011.194	970.777	15,3	9,2	-4,0
(Δωδεκάνησα)	2.409.603	2.711.139	2.937.869	2.872.828	12,5	8,4	-2,2
Άραδος	66.144	70.006	73.786	73.340	5,8	5,4	-0,6
Καλαμάτα	35.948	57.947	108.623	86.508	61,2	87,5	-20,4
(Πελοπόννησος)	102.092	127.953	182.409	159.848	25,3	42,6	-12,4
Κέρκυρα	839.759	943.917	1.074.289	1.092.647	12,4	13,8	1,7
Κεφαλονιά	168.496	198.033	209.725	217.430	17,5	5,9	3,7
Ζάκυνθος	423.698	488.161	575.009	607.396	15,2	17,8	5,6
Άκτιο	142.027	154.489	175.986	190.106	8,8	13,9	8,0
(Ιόνια Νησιά)	1.573.980	1.784.600	2.035.009	2.107.579	13,4	14,0	3,6
Μύκονος	140.131	177.540	247.126	276.175	26,7	39,2	11,8
Σαντορίνη	200.271	244.449	310.416	365.673	22,1	27,0	17,8
(Κυκλάδες)	340.402	421.989	557.542	641.848	24,0	32,1	15,1
Σκιάθος	117.989	119.070	141.609	159.327	0,9	18,9	12,5
Μυτιλήνη	48.435	54.395	76.413	75.767	12,3	40,5	-0,8
Χίος	8.433	8.735	8.228	7.214	3,6	-5,8	-12,3
Λήμνος	7.220	9.213	9.804	12.686	27,6	6,4	29,4
Σάμος	108.151	103.563	122.392	126.789	-4,2	18,2	3,6
(B. Αιγαίο)	290.228	294.976	358.446	381.783	1,6	21,5	6,5
ΣΥΝΟΛΟ	8.922.525	10.086.593	11.247.776	11.323.015	13,0	11,5	0,7
ΑΘΗΝΑ	2.555.352	2.618.358	3.389.833	4.152.751	2,5	29,5	22,5
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	11.477.877	12.704.951	14.637.609	15.475.766	10,7	15,2	5,7

*Συνολικές αφίξεις από το εξωτερικό

Πηγή : ΥΠΑ, ΔΑΑ "Ελ. Βενιζέλος", Περιφερειακά Αεροδρόμια

3.2.6 Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής (2012-15)

Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι στην Ελλάδα μη κατοίκων μειώθηκε κατά 2,0% το 2015 σε σχέση με το 2014 και διαμορφώθηκε στα 541 €. (Πίνακας 11). Παράλληλα, η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε κατά 4,9% και διαμορφώθηκε στα 75 € από τα 72 € που ήταν το 2014, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής για 4η συνεχή χρονιά κατέγραψε μείωση (-6,5%) και περιορίστηκε στις 7,2 διανυκτερεύσεις εκεί που το 2012 είχε ανέλθει στις 8,4. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στη σημαντική αύξηση των αφίξεων ταξιδιωτών από ορισμένες χώρες εκτός ευρωζώνης, αλλά και από όμορες χώρες, των οποίων η μέση διάρκεια παραμονής είναι σημαντικά μικρότερη από το μέσο όρο.

Πίνακας 11 : Ταξιδιωτική δαπάνη και μέση διάρκεια παραμονής (διαχρονικά)

Έτος	3μηνο	Δαπάνη ανά ταξίδι (€)	Δ% δαπάνης κατά ταξίδι σε σχέση με το αντίστοιχο 3μηνο του προηγούμενου έτους	Δαπάνη ανά διανυκτέρευση (€)	Μέση διάρκεια παραμονής
2012		616,2		73,3	8,4
2013		604,2		74,6	8,1
2014		551,8		71,6	7,7
2015		540,9		75,0	7,2
2012	I	413,4	-1,8%	60,5	6,8
	II	593,6	-5,0%	73,2	8,1
	III	687,2	-1,8%	74,2	9,3
	IV	461,7	-13,4%	74,3	6,2
2013	I	368,3	-10,9%	60,0	6,1
	II	613,6	3,4%	74,8	8,2
	III	657,7	-4,3%	75,5	8,7
	IV	468,7	1,5%	74,9	6,3
2014	I	374,2	1,6%	60,7	6,2
	II	577,6	-5,9%	73,7	7,8
	III	598,9	-8,9%	72,4	7,9
	IV	391,5	-16,5%	67,2	5,8
2015	I	287,8	-23,1%	55,7	5,2
	II	555,9	-3,8%	77,2	7,2
	III	605,6	1,1%	76,0	8,0
	IV	380,3	-2,9%	74,5	5,1

Πηγή : Τράπεζα της Ελλάδας (περιλαμβάνονται στοιχεία και για τις κρουαζιέρες επιπλέον της Έρευνας Συνόρων).

3.3 Προσφορά ελληνικού τουριστικού προϊόντος

3.3.1 Ξενοδοχειακό δυναμικό της Ελλάδας

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) που ήταν διαθέσιμα μέχρι το τέλος Δεκεμβρίου 2015, η χώρα μας διαθέτει 9.727 ξενοδοχειακές μονάδες συνολικής δυναμικότητας 781.052 κλινών. Οι αριθμοί αυτοί αποτελούν αποτύπωση της στιγμής λήψης των δεδομένων, αφού το μητρώο των μελών του ΞΕΕ είναι δυναμικό και ανανεώνεται σε καθημερινή και συνεχή βάση. Το 2015 το ξενοδοχειακό δυναμικό αυξήθηκε κατά 0,6% σε όρους δωματίων. Από το 1990, όμως, το ξενοδοχειακό δυναμικό αυξήθηκε κατά 51% σε μονάδες, κατά 80% σε δωμάτια και κατά 84% σε κλίνες. Επίσης, το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων σε δωμάτια αυξήθηκε κατά 19% περίπου στην περίοδο 1990-2015, από 35 δωμάτια σε 41,6 δωμάτια.

Πίνακας 12 : Διαχρονική εξέλιξη ξενοδοχειακού δυναμικού (1990-2015)

Έτος	Μονάδες	Δωμάτια (000)	Δ% ως προς το προηγούμενο έτος (δωμάτια)	Μέσο Μέγεθος σε Δωμάτια
1990	6.423	224,9		35,0
1995	7.387	281,6	7,4%	38,1
2000	7.856	309,1	0,2%	39,3
2001	8.073	320,5	3,7%	39,7
2002	8.285	329,4	2,8%	39,8
2003	8.527	339,5	3,1%	39,8
2004	8.843	351,9	3,7%	39,8
2005	9.036	358,7	1,9%	39,7
2006	9.110	364,2	1,5%	40,0
2007	9.207	368,0	1,0%	40,0
2008	9.227	375,1	1,9%	40,7
2009	9.559	383,0	2,1%	40,1
2010	9.732	397,7	3,8%	40,9
2011	9.653	396,2	-0,4%	41,0
2012	9.661	399,0	0,7%	41,3
2013	9.674	400,6	0,4%	41,4
2014	9.701	403,2	0,6%	41,6
2015	9.727	404,6	0,3%	41,6

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Πίνακας 13 : Ξενοδοχειακό δυναμικό κατά το έτος 2015

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
Ανατολική Μακεδονία & Θράκη	Μονάδες	10	28	90	179	75	382
	Δωμάτια	962	1.901	2.924	3.994	1.120	10.901
	Κλίνες	1.926	3.826	5.682	7.772	2.188	21.394
Αττική	Μονάδες	31	98	140	266	113	648
	Δωμάτια	6.277	7.898	6.979	8.087	2.151	31.392
	Κλίνες	11.845	14.760	12.743	14.898	4.051	58.297
Βορείου Αιγαίου	Μονάδες	6	32	126	178	48	390
	Δωμάτια	784	1.570	4.376	4.293	722	11.745
	Κλίνες	1.595	2.862	8.257	8.077	1.394	22.185
Δυτική Ελλάδα	Μονάδες	4	37	90	108	28	267
	Δωμάτια	1.444	2.009	2.997	2.796	363	9.609
	Κλίνες	3.106	3.861	5.676	5.324	769	18.736
Δυτική Μακεδονία	Μονάδες	3	17	65	36	4	125
	Δωμάτια	61	398	1.673	648	57	2.837
	Κλίνες	137	840	3.401	1.258	112	5.748
Ήπειρος	Μονάδες	10	75	147	135	29	396
	Δωμάτια	821	1.343	2.977	2.485	487	8.113
	Κλίνες	1.727	2.735	5.854	4.727	949	15.992
Θεσσαλία	Μονάδες	28	107	132	227	78	572
	Δωμάτια	1.316	2.992	3.896	5.219	1.449	14.872
	Κλίνες	2.686	5.952	7.630	9.960	2.830	29.058
Ιόνια Νησιά	Μονάδες	26	107	218	502	76	929
	Δωμάτια	4.063	10.615	14.528	16.833	1.556	47.595
	Κλίνες	8.017	20.351	27.889	32.206	3.017	91.480
Κεντρική Μακεδονία	Μονάδες	43	92	262	372	421	1.190
	Δωμάτια	7.096	8.004	10.623	9.976	8.703	44.402
	Κλίνες	14.534	15.585	21.063	19.269	16.731	87.182
Κρήτη	Μονάδες	89	238	347	674	206	1.554
	Δωμάτια	18.017	24.445	16.128	23.970	5.552	88.112
	Κλίνες	36.459	47.391	30.384	43.191	10.239	167.664
Νότιο Αιγαίο	Μονάδες	131	353	476	906	222	2.088
	Δωμάτια	18.374	33.741	19.605	25.042	3.488	100.250
	Κλίνες	38.013	65.744	38.002	47.489	6.812	196.060
Πελοπόννησος	Μονάδες	21	108	207	242	77	655
	Δωμάτια	2.875	3.869	6.008	5.909	953	19.614
	Κλίνες	6.077	7.645	11.640	11.216	1.826	38.404
Στερεά Ελλάδα	Μονάδες	10	39	124	291	67	531
	Δωμάτια	666	2.842	3.520	6.907	1.171	15.106
	Κλίνες	1.472	5.467	6.694	13.017	2.202	28.852
ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ	Μονάδες	412	1.331	2.424	4.116	1.444	9.727
	Δωμάτια	62.756	101.627	96.234	116.159	27.772	404.548
	Κλίνες	127.594	197.019	184.915	218.404	53.120	781.052

Πηγή : Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδας

Παρά τη βαθειά και παρατεταμένη οικονομική κρίση, την οποία βιώνει η Ελλάδα από το 2009 και τα επαχθή φορολογικά, ασφαλιστικά κ.ά. μέτρα τα οποία έχουν ληφθεί για την οικονομική σταθεροποίηση της χώρας, η ελληνική ξενοδοχία απέδειξε ότι αποτελεί ένα σταθερά θετικό παράγοντα για την αναστροφή του αρνητικού οικονομικού κλίματος και την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας. Ενδεικτικό της θετικής επίδρασης του τουριστικού τομέα στην ελληνική οικονομία είναι ότι το 2014 ο δείκτης του κύκλου εργασιών αυξήθηκε κατά 13,7%, ενώ η αύξηση συνεχίστηκε και το 2015 με μειωμένο όμως ρυθμό και κυμάνθηκε στο 3,5%. Αντίθετα, ο δείκτης κύκλου εργασιών στη βιομηχανία το 2015 μειώθηκε κατά 10,4% και το 2014 κατά 1,1%.

Κατά την τελευταία 15ετία, δηλ. την περίοδο 2000-2015, οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξήθηκαν κατά 23,8%, ενώ σε όρους δωματίων η αύξηση αυτή ανέρχεται σε 30,9%. Επίσης, από τη σύγκριση της κατανομής των ξενοδοχείων με βάση την κατηγορία τους, προκύπτει ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας έχει αναβαθμιστεί θεαματικά, καθώς τα ξενοδοχεία 5 αστέρων έχουν υπέρ τετραπλασιαστεί και παράλληλα αύξησαν το μερίδιό τους στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό από 1% το 2000 σε 4,2% το 2015. Τα ξενοδοχεία

4 αστέρων αυξήθηκαν το ίδιο διάστημα κατά 74% και τα ξενοδοχεία 3 αστέρων κατά 65%. Αύξηση παρουσίασε και το μερίδιό τους στο συνολικό ξενοδοχειακό δυναμικό, από 10% περίπου τα 4άστερα το 2000 σε 14% το 2015 και από 19% τα 3στερα το 2000 σε 25% το 2015. Τέλος, τα ξενοδοχεία 1 αστεριού μειώθηκαν κατά 13%, ενώ τα ξενοδοχεία 2 αστέρων αυξήθηκαν μόνο κατά 4%, ενώ και των δύο αυτών κατηγοριών συρρικνώθηκε το μερίδιό τους στο σύνολο του ξενοδοχειακού δυναμικού.

Πίνακας 14 : Κατανομή Ξενοδοχείων με βάση την Κατηγορία

Κατηγορία	1990	1995	2000	2005	2010	2015
5*****	4,8%	5,0%	5,8%	8,1%	12,9%	15,5%
4****	22,3%	23,9%	25,3%	25,4%	25,6%	25,1%
3***	28,7%	24,6%	24,4%	23,3%	23,3%	23,8%
2**	33,6%	37,0%	35,7%	34,6%	30,8%	28,7%
1*	10,6%	9,5%	8,9%	8,6%	7,4%	6,9%

Πηγή : Ξενοδοχειακό επιμελητήριο Ελλάδος

3.4 Ανάλυση PEST

Η ανάλυση PEST (Political, Economic, Social, Technological) αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο διότι μελετά τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν τόσο τις επιχειρήσεις της ευρύτερης τουριστικής βιομηχανίας όσο και τον κλάδο εν γένει. Πρόκειται για ένα απλό υπόδειγμα που ουσιαστικά κατηγοριοποιεί τους παράγοντες του περιβάλλοντος βάσει τεσσάρων διαστάσεων: της πολιτικής-νομικής, της οικονομικής, της κοινωνικοπολιτιστικής και της τεχνολογικής (David R., 1997, Fred, Strategic Management, Prentice Hall International, 1997, σελ.106-115). Στην πολιτική διάσταση περιλαμβάνονται οι παράγοντες που σχετίζονται με τις πολιτικές συνθήκες, τις κυβερνήσεις και τις νομοθετικές ρυθμίσεις οι οποίες μπορεί να έχουν επιρροή πάνω σε μια τουριστική, εν προκειμένω, επιχείρηση.

Παράγοντες όπως η πολιτική κατάσταση μιας χώρας, η ύπαρξη ή όχι πολιτικής αστάθειας, οι νόμοι και τα διατάγματα που αναφέρονται στη λειτουργία των επιχειρήσεων, οι κυβερνήσεις και τα άτομα που της αποτελούν αλλά και οι πολιτικές και ιδεολογίες που επικρατούν σε άλλες χώρες του διεθνούς σκηνικού μπορούν να είναι αιτία ευκαιριών ή απειλών για μια επιχείρηση. Για παράδειγμα, η θεσμοθέτηση αυστηρότερων κανόνων σχετικά με την εκπομπή ρύπων από μια κυβέρνηση μπορεί να αποτελέσει απειλή για τη συνέχιση της λειτουργίας ενός εργοστασίου στο μέλλον. Από την άλλη, η ύπαρξη πολιτικής σταθερότητας σε μια χώρα μπορεί να αποτελεί ευκαιρία για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, η οποία επιθυμεί να καθιερωθεί έως ένας ασφαλής προορισμός.

Στην οικονομική διάσταση εξετάζονται όλοι εκείνοι οι παράγοντες της μικρο και μακρο οικονομίας τόσο της χώρας στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση όσο και παγκοσμίως. Τέτοιοι παράγοντες μπορεί να είναι ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης, το εθνικό εισόδημα, το ΑΕΠ, οι φορολογικοί συντελεστές, ο πληθωρισμός, το ποσοστό ανεργίας, το ύψος των μισθών, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, τα επιτόκια, η προσφορά χρήματος και άλλα παρόμοια. Οι παράγοντες αυτοί είναι σημαντικοί καθώς μπορούν να επηρεάσουν πολύ σημαντικά την επιχείρηση στο μέλλον τόσο θετικά, δημιουργώντας ευκαιρίες για αυτήν, όσο και αρνητικά όταν αποτελούν απειλή. Για παράδειγμα, η θεσμοθέτηση χαμηλότερων φορολογικών συντελεστών επί των κερδών των επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει μία ευκαιρία για υψηλότερη καθαρή κερδοφορία. Από την άλλη, μία

υπερτίμηση του ευρώ έναντι του δολαρίου μπορεί να αποτελέσει απειλή για μία τουριστική επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε κάποια χώρα εντός της ευρωζώνης. Στην κοινωνικό-πολιτιστική διάσταση καταγράφονται οι κοινωνικές, πολιτιστικές και δημογραφικές αλλαγές που μπορεί να επηρεάσουν μια επιχείρηση. Επιπλέον, περιλαμβάνονται εδώ και οι τάσεις που επικρατούν κάθε εποχή και συχνά καθορίζουν την καταναλωτική συμπεριφορά. Σημαντικοί κοινωνικό-πολιτιστικοί παράγοντες έχουν να κάνουν με τη δομή της οικογένειας, το επίπεδο της εκπαίδευσης των ατόμων, τη στάση των ανθρώπων απέναντι στη ζωή, τα επίπεδα της εγκληματικότητας και άλλα παρόμοια. Επιπλέον, στους παράγοντες αυτούς περιλαμβάνονται τα ήθη, τα έθιμα και οι κανόνες της κοινωνίας αλλά και κάποια δημογραφικά στοιχεία, όπως η ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού, ο μέσος όρος ζωής, ο αριθμός των γεννήσεων και άλλα παρόμοια (Wheelen T. & Hunger D., (2006), Concepts in Strategic Management and Business Policy,σελ. 74.)

Άλλος ένας παράγοντας που παίζει σημαντικό ρόλο είναι αυτός του τεχνολογικού περιβάλλοντος και των τεχνολογικών εξελίξεων. Από τη στιγμή που όσο περνάνε τα χρόνια η τεχνολογία και η χρήση αυτής καταλαμβάνει ένα πολύ μεγάλο μέρος της καθημερινότητας καθώς παρέχει πολλές διευκολύνσεις. Πιο συγκεκριμένα, υπολογίζεται πως το 1/3 του παγκόσμιου πληθυσμού έχει πρόσβαση στο internet, ενώ το 53% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να συγκεντρώσει πληροφορίες, απόψεις, εικόνες και, εν τέλει, να προβεί στην επιλογή προορισμού κάνοντας online κράτηση. Συνεπώς, σε περίπτωση που μια ξενοδοχειακή μονάδα δεν είναι online επειδή τα πρόσωπα που τη διοικούν δεν είναι εξοικειωμένα με την τεχνολογία και το διαδίκτυο, σίγουρα η επιχείρηση απειλείται από εσωστρέφεια και απομόνωση.

3.4.1 Πολιτικό περιβάλλον

Η σημασία του τουρισμού για την χώρα μας επιβάλλει την εφαρμογή ενός μοντέλου τουριστικής πολιτικής με γνώμονα τη βελτίωση του τελικού τουριστικού προϊόντος. Βασικός φορέας ασκήσεως τουριστικής πολιτικής το Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού. Έχει ως βασική αποστολή του τον προγραμματισμό και τη χάραξη της τουριστικής πολιτικής, το σχεδιασμό της τουριστικής ανάπτυξης σύμφωνα με την κυβερνητική πολιτική, τη διαμόρφωση και προώθηση των αναγκαίων θεσμικών και λοιπών ρυθμίσεων καθώς και το σχεδιασμό των απαιτούμενων μέτρων εφαρμογής.

Οι μεταφορές είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα των σημερινών κοινωνιών πόσο μάλλον του τουρισμού καθώς αποτελούν το ένα από τα δύο θεμελιώδη στοιχεία του. Τις τελευταίες δεκαετίες, παρά τις δυσκολίες που παρουσιάζει η μορφολογία της Ελλάδας, το συγκοινωνιακό δίκτυο της χώρας σταδιακά εκσυγχρονίζεται αποσκοπώντας στην ασφαλή και γρήγορη μετακίνηση στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Επιπροσθέτως ο εκσυγχρονισμός της συγκοινωνιακής υποδομής αναμένεται να έχει θετικά εισοδηματικά αποτελέσματα με την επένεργεια του πολλαπλασιαστή και του επιταχυντή επενδύσεων, ενώ δυνατότητες ανάπτυξης της τουριστικής κίνησης των νέων μορφών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός ενδέχεται να προκύψουν μέσα από την βελτίωση της προσβασιμότητας σε περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική δυναμική.

Μεγάλα έργα προς αυτή την κατεύθυνση αποτελούν η καλωδιακή γέφυρα Ρίου – Αντιρρίου, η Εγνατία Οδός, ο οδικός άξονας Π.Α.Θ.Ε., η Αττική Οδός, οι βελτιωτικές εργασίες στο λιμάνι του Πειραιά και της Ραφήνας. Ωστόσο, γεγονότα όπως ο μεγάλος αριθμός ατυχημάτων στο επαρχιακό οδικό δίκτυο λόγω κακοτεχνιών και ελλιπούς οδικής σήμανσης αναδεικνύουν την ύπαρξη σημαντικών προβλημάτων υποδομών που σε κάποιο βαθμό επισκιάζουν τη σημασία και την επίδραση των μεγάλων μεταφορικών έργων.

Όσον αφορά στις αερομεταφορές, η Ελλάδα, κατ' εφαρμογή της σχετικής ευρωπαϊκής πολιτικής έχει πλήρως απελευθερώσει το πλαίσιο λειτουργίας τους από το 1998 επιτρέποντας (τουλάχιστον θεσμικά) την ελεύθερη και ανταγωνιστική ανάπτυξη του αεροπορικού δικτύου. Η προσέλκυση νέων αεροπορικών εταιρειών τόσο συμβατικής μορφής όσο και εταιρειών χαμηλού κόστους και charter δίνει ώθηση στην αεροπορική κινητικότητα. Βασικός επίσης στόχος της τουριστικής πολιτικής των αερομεταφορών πρέπει να είναι η ανάπτυξη των περιφερειακών αεροδρομίων που πρόκειται να επιτευχθεί μέσω της εκμετάλλευσής τους από την Fraport, που πρόσφατα την ανέλαβε. Όσον αφορά στις χερσαίες μεταφορές, η κατάσταση δεν παρουσιάζει σημαντική πρόοδο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το μονοπώλιο των ΚΤΕΛ το οποίο παρατάθηκε μέχρι το 2019, ρύθμιση που δεν συμβαδίζει με τους κανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την στήριξη του ελεύθερου ανταγωνισμού στις μεταφορές. Σε ότι αφορά στις κρουαζιέρες, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που ξεκινούν από ελληνικούς λιμένες είναι μικρής και μεσαίας διάρκειας με εξαίρεση όσες προσεγγίζουν στον Πειραιά ή στη Ρόδο, λιμάνια τα οποία αποτελούν ενδιάμεσο σταθμό μίας μεσογειακής κρουαζιέρας διάρκειας 7 ή 14 ημερών.

Σε πολύ χειρότερη βάση βρίσκεται η χώρα όταν λαμβάνονται υπ' όψιν στοιχεία που αφορούν στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Τέλος, καθοριστικό παράγοντα της πολιτικής ανάπτυξης του τουρισμού αποτελούν οι σχετικές διακρατικές συμφωνίες και τα μνημόνια συνεργασίας. Λόγω της συνεχώς αυξανόμενης τουριστικής κινητικότητας από τη Ρωσία προς την Ελλάδα, απαιτείται ταχύτερη έκδοση θεωρήσεων εισόδου (Schengen Visa) σε Ρώσους πολίτες μέσω των Visa Centres στη Ρωσία καθώς σε πολίτες άλλων κρατών που βάσει σχετικών μελετών χαρακτηρίζονται από υψηλή κατά κεφαλήν ταξιδιωτική δαπάνη.

3.4.2 Οικονομικό περιβάλλον

Η οικονομική βιωσιμότητα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, ειδικά τους τελευταίους μήνες, βρέθηκε στο επίκεντρο της προσοχής τόσο της πολιτείας όσο και των φορέων του τουρισμού. Ιδιαίτερη σημασία έχει η προσπάθεια για την ενίσχυση της ρευστότητας και της δανειοδότησης από τις τράπεζες αλλά και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις το πρώτο εξάμηνο του 2016 αναζητούσαν κεφάλαιο κίνησης για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους για τη νέα τουριστική περίοδο, αλλά η πιστοληπτική τους ικανότητα παρουσίαζε προβλήματα λόγω των μειωμένων κρατήσεων σε συνδυασμό με τις μεταχρονολογημένες υποχρεώσεις προς τους προμηθευτές τους. Όσον αφορά στην απασχόληση στον τουρισμό, σύμφωνα με τα στοιχεία του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council), το 1/5 του εργατικού δυναμικού της χώρας (περίπου 900.000 άτομα) απασχολείτο έμμεσα ή άμεσα στον κλάδο του τουρισμού το 2016.

Οι επιδοτήσεις στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις για επαναπρόσληψη του εποχικού προσωπικού, η αύξηση των δελτίων κοινωνικού τουρισμού και η κατάρτιση ανέργων σε ειδικότητες συναφείς με το τουριστικό αντικείμενο ήταν μερικά από τα μέτρα που πήρε η πολιτεία για την αντιμετώπιση της κρίσης στην τουριστική απασχόληση. Όσον αφορά στα στοιχεία ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τουριστικής οικονομίας η κατάσταση δεν είναι θετική παρά το γεγονός ότι αυτή παρουσιάζει μικρά σημάδια ανάκαμψης. Οι τουριστικές επιχειρήσεις στη χώρα μας δυσκολεύονται να διατηρήσουν τις χρεώσεις σε χαμηλά επίπεδα καθώς μειώνεται η κερδοφορία και κατ' επέκταση οι δυνατότητες υλοποίησης

βελτιωτικών επενδύσεων, διακυβεύεται η κατ' ελάχιστο διατήρηση του ποιοτικού επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών και τελικά το κόστος είναι υψηλότερο από το επίπεδο του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος. Επιπλέον, μια γενική επιδότηση προς την επιχειρηματική κοινότητα για αύξηση του αριθμού των προσφερόμενων καταλυμάτων με στόχο την αντιμετώπιση των υψηλών τιμών θα ήταν μάλλον καταστροφική, καθώς η χώρα χαρακτηρίζεται ήδη από συνθήκες υπερπροσφοράς δεδομένου ότι κατέχει την 4η θέση παγκοσμίως ως προς τον αριθμό κλινών σε σχέση με τον πληθυσμό της.

3.4.3 Κοινωνικό περιβάλλον

Σύμφωνα με το Ι.Τ.Ε.Π. οι τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας (<40), μεσαίας και κατώτερης εισοδηματικής και κοινωνικής τάξης, ανώτερης / ανώτατης εκπαίδευσης (91%), συνταξιδεύουν κατά μέσο όρο με 1,8 άτομα ενώ συνήθως ένας στους τρεις είναι ανήλικος. Η μέση διάρκεια παραμονής είναι λίγο πάνω από 10 μέρες, ενώ οι 7 διανυκτερεύσεις αποτελούν τη συχνότερη διάρκεια. Οι σημαντικότερες χώρες προέλευσης ταξιδιωτικού κοινού είναι η Μεγάλη Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ολλανδία, η Ιταλία και η Ρωσία. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι οι αφίξεις από τη Ρωσία για την περίοδο 2010 – 2016 παρουσίασαν μέση ετήσια αύξηση 17%.

Η τουριστική κινητικότητα επέφερε αλλαγές στην απασχόληση καθώς στις περιοχές που παρουσίασαν τουριστική ανάπτυξη υπήρξε μεταστροφή του ανθρώπινου δυναμικού σε δραστηριότητες άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενες με τον κλάδο του τουρισμού. Η μεταστροφή αυτή στον τουρισμό επηρέασε τον τρόπο ζωής και τα καταναλωτικά και κοινωνικά πρότυπα των κατοίκων της περιφέρειας καθώς η ανάπτυξη του τριτογενή τομέα οδήγησε στην σύγκλιση της καθημερινότητας με αυτή των αστικών κέντρων. Όπως είναι φυσικό, η κοινωνική αυτή μεταβολή επηρεάζει και τον επαγγελματικό προσανατολισμό καθώς το παράδειγμα των ευημερουσών τουριστικών επιχειρήσεων, σε αντίθεση με την απασχόληση στον πρωτογενή τομέα, έχει συνδεθεί με την επαγγελματική καταξίωση στις περιοχές που παρουσιάζουν τουριστική κινητικότητα. Όσον αφορά στο τουριστικό προφίλ των Ελλήνων, σύμφωνα με την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΛΣΤΑΤ) η οποία συντάσσεται ανά πενταετία, μόνο το 45% των ελληνικών νοικοκυριών πραγματοποιεί τουλάχιστον ένα ταξίδι αναψυχής το χρόνο, αυτό διαρκεί από 7 έως 10 μέρες και σε ποσοστό 63,3% πραγματοποιείται τον Ιούλιο ή τον Αύγουστο.

Η συντριπτική πλειονότητα των ταξιδιών (88%) αφορά σε προορισμούς εντός Ελλάδος με την Αττική να αποτελεί τον δημοφιλέστερο προορισμό (14%), τις Κυκλάδες (10%), τη Χαλκιδική (8%), τη Μαγνησία (4,2%) και την Εύβοια (3,5%) να συμπληρώνουν την πρώτη πεντάδα. Όσον αφορά στα ταξίδια εξωτερικού, δημοφιλέστεροι προορισμοί είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Τουρκία, όλοι με το ίδιο ποσοστό, 7,9%. Ως προς στην επιλογή καταλύματος, το 46% των Ελλήνων που ταξιδεύουν εντός Ελλάδας επιλέγουν να μείνουν σε σπίτια συγγενών ή φίλων, ενώ το 19% προτιμά δευτερεύουσα ή εξοχική κατοικία. Όσον αφορά στην τουριστική δαπάνη του εσωτερικού τουρισμού, το 46% περίπου αφορά σε διατροφή, το 20% σε μεταφορικά έξοδα και το 19% σε έξοδα διαμονής. Όπως αναφέρεται παραπάνω, η τουριστική ανάπτυξη συνετέλεσε στην αυξημένη ζήτηση για τουριστική εκπαίδευση και κατάρτιση η οποία παρουσιάζει σημαντικά δείγματα βελτίωσης σε σχέση με το παρελθόν (χωρίς αυτό βεβαίως να σημαίνει ότι έχουν επιλυθεί όλα τα χρόνια προβλήματα).

Πιο συγκεκριμένα και ως προς την προπτυχιακή εκπαίδευση λειτουργούν Τ.Ε.Ι. Τουριστικών Επιχειρήσεων ενώ έχει εγκριθεί νομοθετικά (μέσα από την έκδοση σχετικού ΦΕΚ) η δημιουργία δύο νέων τμημάτων ΑΕΙ στο χώρο του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα

στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου και στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Επιπλέον, λειτουργούν προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών στον τουρισμό ενώ τουριστικά επιστημονικά περιοδικά διεθνούς κύρους εκδίδονται από εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας μας, γεγονός που συνάδει με το υψηλό επίπεδο των διδασκόντων και των παρεχόμενων σπουδών σε ορισμένα τουλάχιστον ιδρύματα.

Στο πλαίσιο αυτό, μερίδιο ευθύνης φέρει και η εργοδοτική πλευρά καθώς παρατηρείται έλλειψη επένδυσης από πλευράς των εργοδοτών στη βελτίωση της εκπαίδευσης και της κατάρτισης των. Σημαντική προσφορά στην προσέλκυση τουρισμού είναι οι εκδηλώσεις τεχνών και πολιτισμού που διοργανώνονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου σε όλη την ελληνική επικράτεια. Μουσεία όπως το μουσείο της Ακρόπολης, εκδηλώσεις όπως το Ελληνικό Φεστιβάλ, το Φεστιβάλ Επιδαύρου, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης προβάλλουν τη χώρα μας διεθνώς και σε συνδυασμό με τον ελληνικό πολιτισμό και την πλούσια πολιτιστική παράδοση, αναδεικνύουν την Ελλάδα σε ένα, από τους δημοφιλέστερους προορισμούς πολιτισμού παγκοσμίως. Πόλο έλξης αποτελούν επίσης τα Μνημεία Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO που αφορούν σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστικά συγκροτήματα, μεσαιωνικές πολιτείες και ναούς.

Σημειώνεται ότι η χώρα μας κατέχει την 9η θέση σε αριθμό μνημείων παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς και την 23η θέση σε μνημεία παγκόσμιας φυσικής κληρονομιάς. Όπως είναι φυσικό η συνύπαρξη του τοπικού πληθυσμού με τους επισκέπτες επηρέασε τα ήθη και τα έθιμα των τουριστικών προορισμών. Σημαντικός αριθμός εκδηλώσεων τέχνης και πολιτισμού αναβίωσαν και γνώρισαν κοινωνική αποδοχή καθώς αποτέλεσαν αντικείμενο ενδιαφέροντος και πόλο έλξης επισκεπτών. Παρόλα αυτά υπάρχουν παραδείγματα εκδηλώσεων που εξελίχθηκαν σε αντικείμενο τουριστικής εκμετάλλευσης καθώς σε αρκετές περιπτώσεις παρατηρείται εμπορευματοποίηση της παράδοσης με σκοπό το εύκολο κέρδος.

3.4.4 Τεχνολογικό περιβάλλον

Στον τομέα των νέων τεχνολογιών, ο ελληνικός τουρισμός δεν βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι η χώρα μας βρίσκεται στην 97η θέση στη χρήση του διαδικτύου και στην 63η θέση στον αριθμό των χρηστών διαδικτύου στον κλάδο του τουρισμού.

Από τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι ο ελληνικός τουριστικός κλάδος σήμερα δεν είναι προσανατολισμένος στη νέα γενιά τουριστών και αν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν κάνουν σημαντικά άλματα εκσυγχρονισμού, η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τουριστικής οικονομίας θα μειωθεί σημαντικά στο μέλλον. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού τουρισμού στην Ελλάδα παρουσιάζει φαινόμενα δύο ταχυτήτων ευθέως ανάλογα με το μέγεθος της τουριστικής μονάδας. Είναι εύκολα κατανοητό το γιατί η διείσδυση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών είναι σαφώς εντατικότερη στις μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις διευρύνοντας το χάσμα με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας μόνο 4 στα 10 μικρά ξενοδοχεία και 2 στα 10 ενοικιαζόμενα δωμάτια χρησιμοποιούν Η/Υ ενώ τα ποσοστά πρόσβασης στο διαδίκτυο είναι ακόμα μικρότερα.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις στην νησιωτική Ελλάδα παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά στη χρήση των νέων τεχνολογιών. Πανελλαδικά, ιδιόκτητη σελίδα στο διαδίκτυο διαθέτει το 63% των ξενοδοχείων και μόλις το 30% των ενοικιαζόμενων δωματίων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι υπάρχουν πολλές μικρές οικογενειακές τουριστικές επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται από μικρή ή καθόλου τριβή με τις νέες τεχνολογίες και οι ιδιοκτήτες,

οι οποίοι είναι συνήθως μεγάλοι σε ηλικία, βασίζονται κυρίως στους σταθερούς πελάτες και δεν αντιλαμβάνονται εύκολα την ανάγκη τεχνολογικού εκσυγχρονισμού της επιχείρησης.

Επιδοφόρο μήνυμα αποτελεί το γεγονός ότι οι νέοι επιχειρηματίες του κλάδου έχουν αντιληφθεί την αναγκαιότητα των νέων τεχνολογιών για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης τους και θέτουν τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό ως μια από τις βασικές προτεραιότητες τους. Θετικό στοιχείο αποτελεί επίσης η αύξηση της απορροφητικότητας των δράσεων του ΕΣΠΑ για την ενίσχυση του κλάδου του τουρισμού, η οποία αυξήθηκε περαιτέρω με το πρόγραμμα «digi-lodge» το οποίο αφορά στην ψηφιακή ενίσχυση των καταλυμάτων για τη δημιουργία ιστοσελίδων με σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων.

Επίσης, μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας του google “GROW GREEK TOURISM ONLINE”, δίνεται η δυνατότητα στους επιχειρηματίες να αναπτύξουν τις ψηφιακές τους ικανότητες και να βελτιώσουν την online παρουσία της επιχείρησής τους, δωρεάν.

Αξίζει να αναφερθεί η διαδικτυακή πύλη του Ε.Ο.Τ. (<http://www.gnto.gov.gr/>), όπου προσφέρεται από την πλευρά της πολιτείας για ενημέρωση σχετικά με δράσεις ενίσχυσης, συνέργιες επιχειρήσεων με θεσμικούς φορείς κ.ά. Τα σημαντικότερα εργαλεία των νέων τεχνολογιών που μπορούν να διασφαλίσουν υψηλά επίπεδα ποιότητας και πρωτοποριακή διαφοροποίηση στις παρεχόμενες υπηρεσίες είναι ανάμεσα σε άλλα τα εξής: α) προωθητικές πολιτικές e-marketing, β) ηλεκτρονική διαχείριση πελατείας με συστήματα εξατομικευμένων πληροφοριών και υπηρεσιών, γ) προωθητικές ενέργειες μέσω κοινωνικής δικτύωσης (social networking) και τεχνολογίες web όπως είναι τα διαδικτυακά περιοδικά, τα blogs κ.ά., δ) πολυμέσα, ψηφιακοί χάρτες και τεχνικές εικονικής πραγματικότητας που χρησιμοποιούνται ευρέως στις διαδικτυακές πύλες τουριστικού ή γεωγραφικού περιεχομένου επιτυγχάνοντας τρισδιάστατες απεικονίσεις και ξεναγήσεις σε προορισμούς και μνημεία, παρουσίαση του τουριστικού προορισμού μέσω βίντεο, ηλεκτρονικά βιβλία, ηλεκτρονικοί ταξιδιωτικοί οδηγοί κ.ά.

3.5 Η Λακωνία ως τουριστικός προορισμός

3.5.1 Ιστορία του νομού

Ο νομός Λακωνίας είναι ο πιο νότιος νομός της Πελοποννήσου και της ηπειρωτικής Ελλάδας. Βρέχεται από το Αιγαίο Πέλαγος, το Μεσσηνιακό κόλπο και το Λακωνικό κόλπο. Έχει δύο κύριες οροσειρές, του Ταΰγετου που είναι και η υψηλότερη κορυφή της Πελοποννήσου (2.407 μέτρα) και του Πάρνωννα(1.961 μέτρα). Ανάμεσά τους βρίσκεται η κοιλάδα του ποταμού Ευρώτα και η πρωτεύουσα του νομού, Σπάρτη. Συνορεύει στα βόρεια με το νομό Αρκαδίας και στα δυτικά με το νομό Μεσσηνίας. Στο νομό Λακωνίας ανήκει και το κατοικημένο νησί της Πελοποννήσου, η Ελαφώνησος.

Η ανθρώπινη παρουσία στο Λακωνικό χώρο κυριολεκτικά χάνεται στο βάθος εκατοντάδων χιλιάδων ετών. Η Σπάρτη και η Λακωνία στη μακραίωνη ιστορία τους δημιούργησαν πολιτισμό.

Η πόλη της Σπάρτης υπήρξε κομβικό σημείο σε κάθε ιστορική στάση της Ελλάδας, μυκηναϊκή, αρχαϊκή, κλασική, ελληνοιστική, βυζαντινή και νεώτερη. Αναφέρεται από τον Όμηρο στα έπη του, την Ιλιάδα και την Οδύσεια ως ένα από τα ισχυρότερα μυκηναϊκά βασίλεια και έδρα του Μενελάου, αδερφού του βασιλιά Αγαμέμνονα των Μυκηνών την περίοδο πριν τον Τρωικό Πόλεμο. Περίπου το 1100 π.Χ. και μετά την κατάρρευση του μυκηναϊκού πολιτισμού στην περιοχή εγκαθίστανται Δωριείς, ένα διαφορετικό ελληνικό

φύλο. Σταδιακά οι Σπαρτιάτες ενώνονται κάτω από δύο βασιλικές οικογένειες, τους Αγιάδες και τους Ευρυπωντίδες, και αρχίζουν να επεκτείνονται στις γύρω περιοχές δημιουργώντας νέες κοινωνικές τάξεις, τους ομοίους, τους είλωτες και τους περιοίκους και κατά τον 7ο αιώνα π.Χ. συγκροτούν τη γνωστή σύμφωνα με τους νόμους του Λυκούργου κοινωνία τους. Αφού υποτάζουν το μεγαλύτερο μέρος της Λακωνίας θα επεκταθούν στην Μεσσηνία και την Αρκαδία και θα νικήσουν το Άργος. Θα καταφέρουν να υποτάξουν την Μεσσηνία και μέρος της Αρκαδίας και θα συνάψουν αρκετές συμμαχίες, με πρώτη σύμμαχό τους την Τεγέα. Όλα αυτά μέχρι τον 5ο αιώνα π.Χ..

Στους Περσικούς Πολέμους, οι Σπαρτιάτες δε θα πάρουν μέρος στην μάχη του Μαραθώνα αλλά η θυσία των 300 του Λεωνίδα στο στενό των Θερμοπυλών το 480 π.Χ. θα γινόταν το συγκλονιστικότερο γεγονός αυτής της περιόδου καθώς οι Σπαρτιάτες έπεσαν υπακούοντας στον άγραφο νόμο που όριζε ότι δεν έπρεπε να εγκαταλείψουν το πεδίο της μάχης. Μετά τη νικηφόρα για τους Έλληνες μάχη των Πλαταιών, ζητήθηκε από τη Σπάρτη να αναλάβει επιθετικό πόλεμο στην Μικρά Ασία κατά των Περσών αλλά αρνήθηκε. Αυτήν την ευκαιρία άρπαξε η Αθήνα που δημιούργησε την Α' Αθηναϊκή Συμμαχία και συνέχισε τον πόλεμο κατά των Περσών στην Μικρά Ασία και στην Κύπρο ως το 451 π.Χ.. Η Αθήνα ισχυροποιήθηκε τόσο πολύ κάτω από την ηγεσία του Περικλή που η Σπάρτη φοβήθηκε και αποφάσισε με την Πελοποννησιακή Συμμαχία να της κηρύξει τον πόλεμο. Αυτός ονομάστηκε Πελοποννησιακός Πόλεμος από τον ιστορικό Θουκυδίδη και ήταν ιδιαίτερα σκληρός. Διήρκεσε από το 431 ως το 404 π.Χ. και τελείωσε με συντριπτική νίκη των Πελοποννησίων. Μετά από αυτό τον πόλεμο υπήρχε η ελπίδα ότι η Σπάρτη θα κυβερνούσε δίκαια την Ελλάδα, αλλά εγκατέστησε ηγεμονία που δυσαρέστησε όλους και οδήγησε σε δύο πολέμους, τον Βοιωτικό πόλεμο ή Κορινθιακό το 396-387 π.Χ., και τον πόλεμο με τη Θήβα. Στην μάχη των Λεύκτρων το 371 π.Χ. ο σπαρτιάτικος στρατός ηττήθηκε κατά κράτος από τους Θηβαίους που είχαν επικεφαλής τους Επαμεινώνδα και Πελοπίδα. Το 362 π.Χ. στην μάχη της Μαντινείας ο ενωμένος στρατός της Σπάρτης, της Αθήνας και των συμμάχων τους κατάφερε ένα μεγάλο πλήγμα στη Θήβα και τους δικούς της συμμάχους χωρίς όμως να προκύψει οριστικός νικητής και η Ελλάδα να βυθιστεί στην αβεβαιότητα για πολλά χρόνια. Μέσα σε εκείνη την ταραγμένη περίοδο κανείς δεν έδωσε σημασία σε ένα μικρό ελληνικό βασίλειο του βορρά, τη Μακεδονία η οποία υπό την ηγεσία του Φιλίππου Β' συνέτριβε τους Ιλλυριούς το 358 π.Χ.. Τα επόμενα χρόνια η Μακεδονία θα κυριαρχήσει στην Ελλάδα και όχι μόνο, ενώ η Σπάρτη θα συνεχίσει να βυθίζεται στην εσωτερική της κρίση και μετά την μάχη της Μεγαλόπολης και της Σελλασίας η Σπάρτη θα καταρρεύσει τελείως μέχρι και τη ρωμαϊκή κατάκτηση (146 π.Χ.).

Κατά τον Μεσαίωνα, η Λακωνία είναι απλώς μία μικρή, αγροτική περιοχή χωρίς ιδιαίτερη σημασία. Το 396 μ.Χ. ο Αλάριχος, ο ηγέτης των Βησιγόθων, καταστρέφει τη Σπάρτη. Το 586 μ.Χ. κατά τη διάρκεια μίας σλαβικής επιδρομής οι τελευταίοι κάτοικοι της Σπάρτης θα την εγκαταλείψουν για μία πιο ασφαλή τοποθεσία, την Μονεμβασιά. Εκείνη την περίοδο αρκετοί Σλάβοι εγκαταστάθηκαν στην περιοχή. Η κεντρική εξουσία της Κωνσταντινούπολης δεν έδινε μεγάλη σημασία σε μία μικρή περιοχή του θέματος Πελοποννήσου και κάποιες σλαβικές φυλές στα ορεινά, όπως οι Μηλιγγοί, κατάφεραν να παραμείνουν ανεξέλεγκτες μέχρι την έλευση των Φράγκων. Περίπου στα 970, και μέχρι το θάνατο του, έδρασε στην περιοχή ο όσιος Νίκων ο Μετανοείτε.

Το 1205 με την άφιξη στην περιοχή των σταυροφόρων της Δ' Σταυροφορίας πολλοί τοπικοί άρχοντες, που είχαν ανεξαρτητοποιηθεί από την Κωνσταντινούπολη καιρό πριν, συντάχθηκαν με τους Φράγκους ενώ άλλοι τους αντιστάθηκαν. Αυτή την εποχή στην τοποθεσία της αρχαίας Σπάρτης υπάρχει η κωμόπολη Λακεδαιμονία, και στην περιοχή δεν

υπάρχει ουσιαστικός έλεγχος από την Κωνσταντινούπολη, αλλά τις τύχες του τόπου καθορίζει μία τοπική αρχοντική οικογένεια, οι Χαμάρετοι.

Η Λακεδαιμονία έπεσε στα χέρια των Φράγκων μετά από πενήνήμερη πολιορκία το 1210. Το 1249 ο Γουλιέλμος Β' Βιλλαρδουίνος έκτισε ένα κάστρο πάνω σε μία βουνοκορφή του Ταυγέτου, τον Μυστρά ή Μυζηθρά. Ο Βιλλαρδουίνος αιχμαλωτίστηκε το 1259 στην μάχη της Πελαγονίας από τους Βυζαντινούς και για να αφεθεί ελεύθερος αναγκάστηκε να τους παραδώσει 3 κάστρα, μέσα σε αυτά και τον Μυστρά. Μέχρι το 1265 οι κάτοικοι της Λακεδαιμονίας την είχαν εγκαταλείψει και είχαν εγκατασταθεί ομαδικά στον Μυστρά για περισσότερη ασφάλεια. Οι Βυζαντινοί ίδρυσαν το Δεσποτάτο του Μορέως, με έδρα τον Μυστρά, και χρησιμοποίησαν τη Λακωνία ως βάση για την ανακατάληψη της Πελοποννήσου. Η Πελοπόννησος τελικά περιήλθε στην εξουσία τους (εκτός από λίγα κάστρα) το 1430, αλλά το 1460 υποτάχθηκε στην Οθωμανική Αυτοκρατορία.

Στη νεότερη εποχή η Λακωνία θα εξεγερθεί αρκετές φορές μαζί με άλλες περιοχές εναντίον των Τούρκων αλλά χωρίς αποτέλεσμα, καθώς οι Τούρκοι θα καταφέρνουν ως το 1800 να νικούν και τους Έλληνες και τους Βενετούς. Το 1821 η περιοχή θα εξεγερθεί με τη βοήθεια των πάντα ανυπότακτων Μανιατών. Ως το 1828 θα καταφέρουν να καταλάβουν τα κάστρα της περιοχής και να αντιμετωπίσουν τον Ιμπράημ. Το 1834 αποφασίζεται από την αντιβασιλεία του Όθωνα η οικοδόμηση της πόλης της Σπάρτης στην αρχαία της θέση.

3.5.2 Σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος-πόλοι τουριστικής έλξης

3.5.2.1 Μυστράς

Η ίδρυση του Μυστρά συνδέεται με την πρώτη άλωση της Κωνσταντινούπολης από τους Σταυροφόρους της Δ' Σταυροφορίας το 1204. Η ασφάλεια, που παρέχει ο φυσικά οχυρός λόφος του Μυστρά, θα προκαλέσει τη μετακίνηση του πληθυσμού της Λακεδαιμονίας σε αυτόν, γεγονός που θα αποτελέσει την απαρχή της εξέλιξής του στο σημαντικότερο αστικό κέντρο της περιοχής.

Το 1289 η "κεφαλή", ο επαρχιακός διοικητής των βυζαντινών κτίσεων της Πελοποννήσου, μεταφέρει την έδρα του από τη Μονεμβασιά στο Μυστρά, ενώ το 1349 ο Μυστράς γίνεται η πρωτεύουσα του ημιαυτόνομου Δεσποτάτου του Μορέως. Το 1383 τη δυναστεία των Καντακουζηνών διαδέχεται στο Μυστρά η αυτοκρατορική οικογένεια των Παλαιολόγων. Η βυζαντινή φάση στην ιστορία του Μυστρά λήγει το 1460 με την παράδοσή του στους Τούρκους.

Από το 1460 έως το 1540 ο Μυστράς, πρωτεύουσα πλέον του οθωμανικού σαντζακίου της Πελοποννήσου, γίνεται ένα από τα πιο σημαντικά κέντρα παραγωγής και εμπορίας μεταξιού της ανατολικής Μεσογείου. Μικρή διακοπή στη μακράιωνη τουρκική κατάκτηση αποτελεί η περίοδος της Ενετοκρατίας, από το 1687 έως το 1715, ενώ η παρακμή του Μυστρά αρχίζει το 1770 μετά την καταστροφή του από Τουρκαλβανούς στρατιώτες στο πλαίσιο του μεγάλου επαναστατικού κινήματος των Ορλωφικών.

Με την ίδρυση της σύγχρονης πόλης της Σπάρτης από το βασιλιά Όθωνα, το 1834, αρχίζει η μετακίνηση των κατοίκων του Μυστρά προς τη νέα πόλη. Οι τελευταίοι κάτοικοί του θα εγκαταλείψουν την καστροπολιτεία το 1953 μετά την απαλλοτρίωση του χώρου από το ελληνικό κράτος. Είχε προηγηθεί, το 1921, η κήρυξη του χώρου με βασιλικό διάταγμα ως προέχον βυζαντινό μνημείο. Το 1989 με απόφαση της αρμόδιας επιτροπής της Unesco, ο Μυστράς εγγράφεται ως πολιτιστικό αγαθό στον κατάλογο της Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς. Σήμερα, το κάστρο είναι ερειπωμένο σε μεγάλο βαθμό αλλά γίνονται

συνεχώς εργασίες συντήρησης και αξιοποίησης. Ήδη έχουν αποκατασταθεί παλάτια και εκκλησίες. Απέχει 6 χιλιόμετρα από την πόλη της Σπάρτης.

3.5.2.2 Μάνη

Η Μάνη είναι ιστορική περιοχή της Πελοποννήσου που καλύπτει τη χερσόνησο του Ταΰγετου. Γεωγραφικά η κυρίως Μάνη ή «Μέσα Μάνη», όπως ονομάζεται τοπικά, ορίζεται από τον αυχένα του Ταΰγετου Σαγιά και καταλήγει στο Ακρωτήριο Ταίναρο. Η Μέσα Μάνη διακρίνεται με βάση την κατά μήκος κορυφογραμμή στην Ανατολική Μάνη ή Προσηλιακή Μάνη, που βλέπει προς το Λακωνικό Κόλπο και στη Δυτική Μάνη, που βλέπει στο Μεσσηνιακό Κόλπο. Βορειότερα της Δυτικής Μάνης, δηλαδή από την περιοχή της Καρδαμύλης, βρίσκεται η Μεσσηνιακή Μάνη, ή όπως την αποκαλούν τοπικά η Έξω Μάνη. Η συνολική της έκταση φθάνει τα 1800 τ.χλμ. επί συνολικού μήκους 75 χλμ. και μέγιστου πλάτους 28 χλμ. που καταλήγει στο Ακρωτήριο Ταίναρο, με σπονδυλική στήλη το όρος Ταΰγετος και ψηλότερη κορυφή τον Προφήτη Ηλία (2404μ). Ο συνολικός πληθυσμός της το 1961 έφθανε τους 20.300 κατοίκους, που ζούσαν σε 150 περίπου οικισμούς. Σήμερα, μετά τη διοικητική αναδιοργάνωση Καλλικράτης, η Μάνη αποτελείται από τους δήμους Δυτικής Μάνης, με έδρα την Καρδαμύλη, και Ανατολικής Μάνης, με έδρα το Γύθειο και ιστορική έδρα την Αρεόπολη.

Ο δήμος Δυτικής Μάνης ανήκει στην Π.Ε. Μεσσηνίας (πρώην νομό Μεσσηνίας) και προέκυψε από τη συνένωση των (καποδιστριακών) Μεσσηνιακών δήμων Λεύκτρου και Αβίας. Ο δήμος Ανατολικής Μάνης ανήκει στην Π.Ε. Λακωνίας (πρώην νομό Λακωνίας) και προέκυψε από τη συνένωση των Λακωνικών δήμων Σμήνους, Γυθείου, Οιτύλου και Ανατολικής Μάνης.

3.5.2.3 Αρεόπολη

Διοικητικό και εμπορικό κέντρο της Μάνης, η Αρεόπολη, έδρα του Δήμου Οιτύλου. Στην κοιτίδα των Μαυρομιχαλαίων κηρύχθηκε στις 17 Μαρτίου 1821 η έναρξη της Επανάστασης. Η Αρεόπολη έχει 774 κατοίκους και απέχει 58 χλμ από τη Σπάρτη. Αποτελεί ένα από τα πιο τουριστικά χωριά της ευρύτερης περιοχής. Είναι ένας καλοδιατηρημένος οικισμός με πέτρινα σοκάκια που φέρουν ζωντανά τα ίχνη της αίγλης του παρελθόντος, καλοδιατηρημένα πυργόσπιτα, και πετρόχτιστους ξενώνες. Κέντρο του χωριού είναι η μεγάλη πλατεία με το άγαλμα του Πετρόμπεη Μαυρομιχάλη, όπου τα Σάββατα, οι ντόπιοι παραγωγοί στήνουν τους πάγκους τους και πουλάνε τοπικά προϊόντα. Γύρω από την πλατεία υπάρχουν πολλά μαγαζιά, ταβέρνες, cafes και η δημοτική βιβλιοθήκη. Επίκειο της Αρεόπολης, το Καραβοστάσι (ή παραθαλάσσιο Οίτυλο) έχει αναπτυχθεί τουριστικά με ξενοδοχεία και ταβέρνες, ενώ το γειτονικό γραφικό Λιμένι αποτελεί κλασική στάση για ψαροφαγία. Η Αρεόπολη και τα περίχωρά της αποτελούν μια από τις πιο δημοφιλείς βάσεις για εκδρομές σε ολόκληρη τη Λακωνική Μάνη. Πετρόχτιστα χωριά με εντυπωσιακά πυργόσπιτα μέσα στις φραγκοσυκιές, μικρές παραλίες με κροκάλες και εντυπωσιακά τοπία.

3.5.2.4 Βάθεια

Ο πιο χαρακτηριστικός οικισμός της Μάνης είναι αυτός της Βάθειας. Πρόκειται για μια καστροπολιτεία κτισμένη στην κορυφή ενός λόφου, αποτελούμενη από διώροφους και τριώροφους επιβλητικούς μανιάτικους πύργους. Κτίστηκε κυρίως κατά τον 18ο και 19ο

αιώνα, ενώ γνώρισε την μεγαλύτερη ακμή της τον 19ο αιώνα. Κατά την περίοδο της μεγάλης φυγής των κατοίκων της επαρχίας προς τα μεγάλα αστικά κέντρα, έφτασε μέχρι το 1980 να είναι σχεδόν ολοκληρωτικά εγκαταλελειμμένη.

Τα τελευταία χρόνια μετά από την παρέμβαση του ΕΟΤ, οι περισσότεροι από τους πύργους έχουν αναστηλωθεί και μετατραπεί σε υπέροχους παραδοσιακούς ξενώνες.

3.5.2.5 Σπήλαιο του Διρού

Το Σπήλαιο του Διρού είναι ένα από τα ωραιότερα σπήλαια στον κόσμο. Βρίσκεται στα δυτικά παράλια της Λακωνικής Χερσονήσου, στον Όρμο του Διρού. Η ύπαρξή του ήταν γνωστή στους ντόπιους από το 1900 περίπου. Κανείς όμως δεν υποψιαζόταν το θαύμα που έκρυβε στο εσωτερικό του μέχρι το 1949, όταν οι ιδρυτές της Ελληνικής Σπηλαιολογικής Εταιρείας, Γιάννης και Άννα Πετροχειλίου, άρχισαν να το εξερευνούν συστηματικά. Έως το 1960 είχαν εξερευνηθεί και χαρτογραφηθεί 1.600 μέτρα ενώ σήμερα το γνωστό μήκος του σπηλαίου ξεπερνά τα 15 χιλιόμετρα. Το 1970 έγινε η πρώτη υποβρύχια εξερεύνηση.

Το σπηλαίο άρχισε να σχηματίζεται πριν από εκατοντάδες χιλιάδες χρόνια. Οι σταλακτίτες και οι σταλαγμίτες που σήμερα βρίσκονται κάτω από το νερό σχηματίστηκαν όταν η επιφάνεια της θάλασσας βρισκόταν πολύ χαμηλότερα από το σημερινό της επίπεδο. Το νερό μέσα είναι υφάλμυρο και έχει μεγάλη σκληρότητα. Η θερμοκρασία του είναι περίπου 14 C, ενώ του αέρα κυμαίνεται από 16 έως 19 C.

Η φυσική του είσοδος έχει διάμετρο μόλις μισού μέτρου και βρίσκεται πολύ κοντά στην επιφάνεια της θάλασσας. Σε παλαιότερες εποχές το σπηλαίο είχε και άλλες εισόδους οι οποίες σταδιακά έκλεισαν.

Μέσα στο σπήλαιο έχουν βρεθεί απολιθωμένα οστά πάνθηρα, ύαινας, λιονταριού, ελαφιού, κουναβιού και το μεγαλύτερο κοίτασμα ιπποπόταμων στην Ευρώπη. Κοντά στην φυσική του είσοδο έχουν βρεθεί κεραμικά που υποδηλώνουν την ανθρώπινη παρουσία.

3.5.2.6 Μονεμβάσια

Η Μονεμβάσια είναι μια μικρή ιστορική πόλη της Λακωνίας. Με τον επιβλητικό βράχο της και τη φημισμένη μεσαιωνική καστροπολιτεία της αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας. Τα τείχη, οι εκκλησίες, τα πετρόχτιστα σπίτια και αρχοντικά, οι καμάρες, τα καλντερίμια, τα παραδοσιακά καταλύματα, εμπορικά καταστήματα και καφέ - εστιατόρια συνθέτουν ένα μοναδικό οικιστικό σύνολο. Ιδρύθηκε από Λακεδαιμονίους τον 6ο αι. μ.Χ. και σταδιακά εξελίχθηκε σε πόλη. Έπειτα από σύντομη παπική κατοχή η πόλη περιήλθε στην κυριαρχία των Ενετών (1464). Ακολούθησαν περίοδοι τουρκικής και ενετικής κατοχής, ωστόσο η Μονεμβασιά απελευθερώθηκε (1821), πρώτη ανάμεσα στις οχυρές πόλεις της Πελοποννήσου. Απέναντι από το βράχο της Μονεμβασιάς βρίσκεται η νέα πόλη που αποτελεί σύγχρονο τουριστικό κέντρο, λιμάνι για αλιευτικά και εκδρομικά σκάφη.

3.5.2.7 Γύθειο

Το Γύθειο είναι ιστορική κωμόπολη και λιμάνι που βρίσκεται περίπου στο μέσο της λακωνικής ακτογραμμής. Είναι χτισμένο αμφιθεατρικά στους ανατολικούς πρόποδες του όρους Λαρύσιο και αποτελεί το κυριότερο λιμάνι του Λακωνικού κόλπου και το δεύτερο της νότιας Πελοποννήσου, μετά την Καλαμάτα

Το λιμάνι του Γυθείου, παρά το γεγονός ότι είναι ασφαλέστατο και βρισκόμενο σε πολύ εμπορικά πλεονεκτική θέση, μέχρι πολύ πρόσφατα ήταν αβαθές με αποτέλεσμα να μη μπορούν να προσδέσουν σε αυτό μεγαλύτερα εμπορικά ή τουριστικά πλοία. Τα περισσότερα πρόκειται για μικρά αλιευτικά σκάφη και κάποια ιδιωτικά ιστιοφόρα. Αυτός είναι ο λόγος που - παρά το γεγονός ότι η πόλη λόγω της θέσης της παρουσιάζει σημαντικό τουριστικό ενδιαφέρον - δύο τρία κρουαζιερόπλοια με ξένους τουρίστες που επισκέπτονται το Γύθειο μία φορά την εβδομάδα το καλοκαίρι "δένουν" στα ανοικτά και οι τουρίστες μεταφέρονται με βάρκες.

Τα τέσσερα τελευταία χρόνια (από το 2012) με κονδύλια από το ΕΣΠΑ έχουν ξεκινήσει εργασίες εκβάθυνσης στον ανατολικό λιμενοβραχίονα. Πλέον, οι εργασίες κατασκευής του νέου λιμανιού της πόλης σιγά σιγά ολοκληρώνονται. Ένα μέρος του είναι ήδη έτοιμο και έχει δοθεί σε χρήση.

Η ολοκλήρωση των εργασιών του έργου και η επίσημη λειτουργία του θα δώσει ώθηση στην αύξηση του τουρισμού ολόκληρου του νομού. Το σημαντικό αυτό έργο εκτελείται από την Περιφέρεια Πελοποννήσου και υπολογίζεται ότι μέχρι τέλος του τρέχοντος χρόνου θα είναι εξ'ολοκλήρου έτοιμο.

3.5.3 Μέγεθος τουριστικού τομέα στην Πελοπόννησο

Οι περισσότερες διεθνείς αφίξεις σημειώνονται στον νομό Ηλείας και ακολουθούν οι νομοί Αργολίδας και Κορινθίας. Ο νομός Μεσσηνίας διαθέτει τις περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες και ακολουθούν οι νομοί Αργολίδας και Λακωνίας.

Πίνακας 15 : Βασικά μεγέθη τουρισμού στην Πελοπόννησο

Νομός	Ηλείας	Αργολίδας	Κορινθίας	Μεσσηνίας	Αχαΐας	Λακωνίας	Αρκαδίας
Διεθνείς Αφίξεις σε Ξενοδοχεία 2013	162.869	94.063	78.752	41.091	46.312	27.346	4.328
% μεταβολή 2009 / 13	-22%	-19%	-7%	+16%	-21%	+1%	-41%
% μεταβολή 2005 / 13	+5%	-35%	+1%	+9%	-34%	-25%	-40%
% Ελλήνων	37%	64%	66%	79%	81%	24%	91%
% Ξένων	63%	36%	34%	21%	19%	76%	9%
Αριθμός Ξενοδοχείων (2014)	88	147	103	149	109	139	106
4 – 5 αστέρων	17	29	16	18	19	30	27
3 αστέρων	20	28	31	47	35	63	36
1 – 2 αστέρων	51	90	56	84	55	46	43
Μονάδες Ενοικιαζόμενων Δωματίων	80	269	75	405	83	186	203

Πηγή : ΣΕΤΕ

3.5.4 Είδος τουριστών στη Λακωνία

Ο μέσος επισκέπτης της Λακωνίας είναι κάτοικος Αττικής και επισκέπτεται την περιοχή οικογενειακώς. Συγκεκριμένα, οι ηλικιακές ομάδες με τη μεγαλύτερη εκπροσώπηση είναι οι κατηγορίες 41-50 ετών με μερίδιο 27,41% καθώς και 31-40 ετών με μερίδιο 26,01%.

Στη Λακωνία ο μέσος όρος διανυκτέρευσης είναι 2 βράδια. Από αυτό το σώμα τουριστών το 80% είναι Έλληνες και το 20% αλλοδαποί. Το 2,7% των ξένων είναι Γάλλοι που κάνουν μόνο μία διανυκτέρευση στη Λακωνία. Μία από τις καλύτερες χρονιές τουριστικά για τη Λακωνία ήταν το 2001. Από τότε σημειώνεται πτώση. Οι επισκέπτες είναι περιηγητές, περνούν και φεύγουν. Ακόμα και ο νεανικός τουρισμός δεν έχει πεισθεί ότι η Λακωνία προσφέρεται για πολυήμερες διακοπές. Παρόλο που η Λακωνία διαθέτει και παραλίες και υποδομές η πληρότητα των ξενοδοχείων βαίνει συνεχώς μειούμενη.

3.5.5 Ξενοδοχειακό δυναμικό Λακωνίας

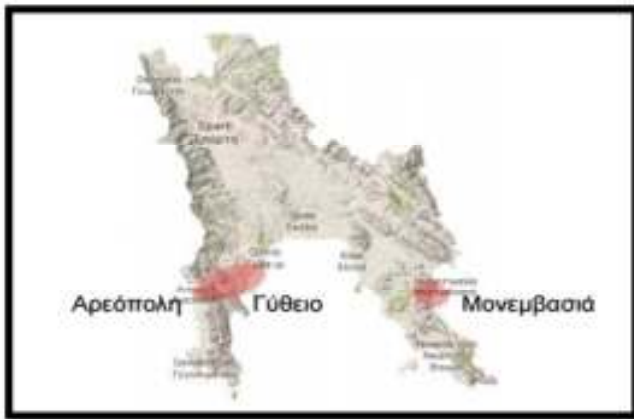
Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη τον Ιούνιο του 2015 το ξενοδοχειακό δυναμικό της Λακωνίας αριθμεί 145 ξενοδοχειακές μονάδες που αντιστοιχεί σε 2746 δωμάτια και 5420 κλίνες (Πίνακας 16). Η πλειοψηφία των μονάδων είναι ξενοδοχεία τριών αστέρων (3*) που αντιστοιχούν στην μισή δυναμικότητα όλου του νομού. Το ίδιο συμβαίνει με τα δωμάτια και τις κλίνες που ανέρχονται σε 1259 και 2477 αντίστοιχα.

Πίνακας 16 : Ξενοδοχειακό δυναμικό Πελοποννήσου (6ος 2015)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ		5*****	4****	3***	2**	1*	Γενικό Άθροισμα
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	Μονάδες	7	24	28	63	27	149
	Δωμάτια	735	1.587	1.557	1.786	293	5.958
	Κλίνες	1.480	3.011	2.964	3.465	555	11.475
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	Μονάδες	1	26	36	31	12	106
	Δωμάτια	8	319	609	624	176	1.736
	Κλίνες	16	733	1.212	1.149	336	3.446
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	Μονάδες	3	13	32	42	14	104
	Δωμάτια	722	723	1.151	1.107	165	3.868
	Κλίνες	1.370	1.367	2.253	2.057	326	7.373
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	Μονάδες	2	29	64	41	9	145
	Δωμάτια	43	441	1.259	894	109	2.746
	Κλίνες	82	941	2.477	1.692	228	5.420
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	Μονάδες	7	13	45	67	15	147
	Δωμάτια	1.301	677	1.404	1.535	206	5.123
	Κλίνες	3.013	1.375	2.663	2.922	375	10.348
ΣΥΝΟΛΟ	Μονάδες	20	105	205	244	77	651
	Δωμάτια	2.809	3.747	5.980	5.946	949	19.431
	Κλίνες	5.961	7.427	11.569	11.285	1.820	38.062

Πηγή : Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 24/6/2015

Αναφορικά με τη γεωγραφική συγκέντρωση των ξενοδοχειακών μονάδων στη Λακωνία, αυτές βρίσκονται τόσο στο δυτικό άκρο στην Αρεόπολη και το Γύθειο, όπως επίσης και στο ανατολικό άκρο, κυρίως στη Μονεμβάσια. (Εικόνα 1)



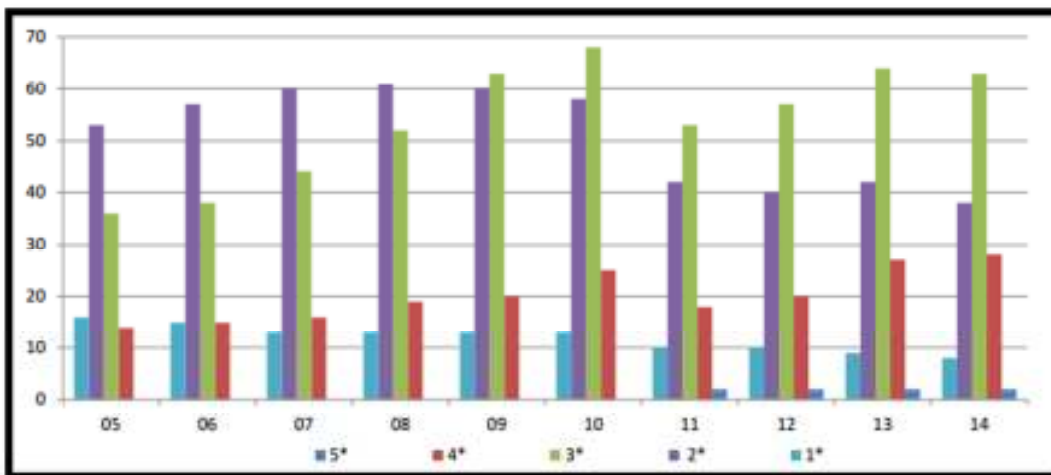
Εικόνα 3 : Γεωγραφική συγκέντρωση ξενοδοχειακών μονάδων στη Λακωνία

Πηγή : ΣΕΤΕ

Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 17), το 2011 λειτούργησαν τα 2 πρώτα ξενοδοχεία 5 αστέρων της περιοχής.

Σημαντική αύξηση παρουσίασαν τα ξενοδοχεία 3 αστέρων (75%) το 2014 σε σύγκριση με το 2005, ενώ αντίθετα υπήρξε μείωση στα ξενοδοχεία 1 και 2 αστέρων της τάξης του 28% και 50% αντίστοιχα.

Πίνακας 17 : Διαχρονική Μεταβολή ανά Κατηγορία (2005 – 2014)



3.5.6 Αφίξεις και διανυκτερεύσεις

Ο Πίνακας 18 παρουσιάζει αναλυτικά τις διανυκτερεύσεις των εισερχόμενων τουριστών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας για το 2013. Είναι χαρακτηριστικό στοιχείο της χωρικής συγκέντρωσης ότι μόνο 10 Νομοί παρουσιάζουν ποσοστό που ξεπερνά το 2% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών.

Πίνακας 18 : Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα της χώρας ανά Νομό, 2013 (πλην κάμπινγκ)

Νομός	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα 2013	Ποσοστό (%) κάθε νομού επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών
ΑΙΤΑΚΑΝΗΣΟΥ	14.705.449	25,771
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	8.658.402	15,174
ΧΑΝΙΩΝ	4.402.387	7,715
ΑΤΤΙΚΗΣ	4.233.258	7,419
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	3.802.764	6,664
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	3.736.975	6,549
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	3.256.205	5,706
ΑΑΣΙΘΙΟΥ	2.861.960	5,016
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	2.476.366	4,340
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	1.486.540	2,605
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	924.735	1,621
ΗΠΕΡΙΑΣ	775.798	1,360

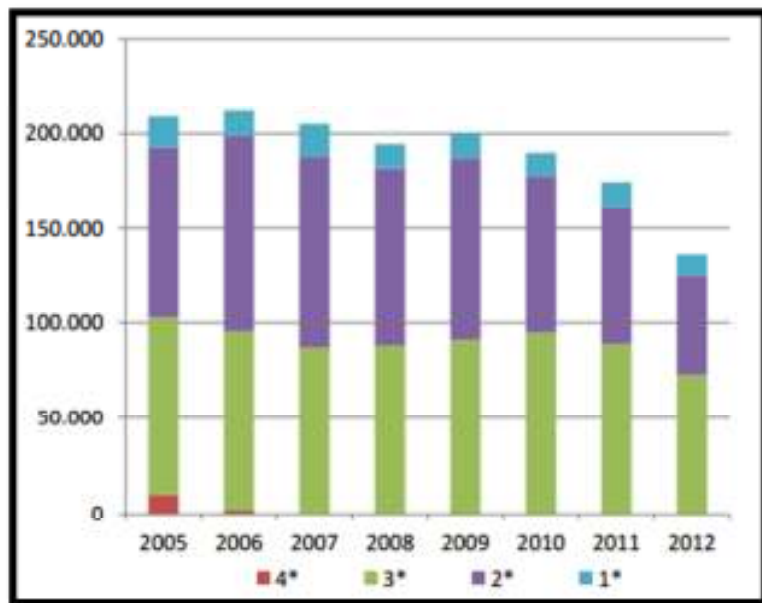
Νομός	Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών στα ξενοδοχειακά καταλύματα 2013	Ποσοστό (%) κάθε νομού επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών
ΚΑΒΑΛΑΣ	743.383	1,303
ΣΑΜΟΥ	700.779	1,228
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	605.282	1,061
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	586.943	1,029
ΗΛΕΙΑΣ	419.926	0,736
ΛΕΣΒΟΥ	349.966	0,613
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	301.306	0,528
ΑΡΙΘΑΙΩΣ	271.364	0,476
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	211.912	0,371
ΕΥΒΟΙΑΣ	203.716	0,357
ΔΕΥΚΑΛΩΣ	182.798	0,320
ΑΧΑΪΑΣ	168.567	0,295
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	158.449	0,278
ΠΡΕΒΕΖΗΣ	134.570	0,236
ΦΘΑΚΙΑΣ	119.654	0,210
ΧΙΟΥ	96.630	0,169
ΕΒΡΟΥ	64.781	0,114
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	54.746	0,096
ΜΕΛΛΙΝΩΝ	46.133	0,081
ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	43.466	0,076
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	42.993	0,075
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	29.662	0,052
ΦΘΙΩΤΙΑΣ	28.474	0,050
ΛΑΡΙΣΗΣ	24.157	0,042
ΣΕΡΡΩΝ	22.535	0,039
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	21.271	0,037
ΡΟΔΟΠΗΣ	17.561	0,031
ΞΑΝΘΗΣ	15.560	0,027
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	11.423	0,020
ΑΡΑΜΑΣ	9.878	0,017
ΗΜΑΘΙΑΣ	9.360	0,016
ΚΟΖΑΝΗΣ	9.298	0,016
ΠΕΛΛΗΣ	8.386	0,015
ΚΙΛΙΚΙΑΣ	6.733	0,012
ΦΛΩΡΙΝΗΣ	6.440	0,011
ΑΡΤΗΣ	4.467	0,008
ΚΑΡΑΪΣΣΗΣ	4.405	0,008
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	3.737	0,007
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	4	0,000
ΣΥΝΟΛΟ	57.061.724	100

Πηγή : Ελληνική Στατιστική Αρχή

Το άθροισμα των διανυκτερεύσεων στους 10 πρώτους Νομούς αντιστοιχεί στο 87% των συνολικών διανυκτερεύσεων των εισερχόμενων τουριστών. Από τα στοιχεία, συνεπώς, προκύπτει ότι η γεωγραφική διασπορά των εισερχόμενων τουριστών στις περιφέρειες της χώρας είναι μικρή, καθώς υφίσταται υψηλή συγκέντρωση σε συγκεκριμένους νομούς. Ειδικά, οι Νομοί Δωδεκανήσου και Ηρακλείου συγκεντρώνουν σχεδόν το 41% των συνολικών διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών. Σε ό, τι αφορά στο νομό Λακωνίας, οι διανυκτερεύσεις έφτασαν τις 54.746 που αντιστοιχεί στο 0,096% επί του συνόλου των διανυκτερεύσεων.

Αν κοιτάξουμε διαχρονικά τις αφίξεις και διανυκτερεύσεις των τουριστών στο νομό από το 2005 ως το 2012, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των τουριστών μένει σε ξενοδοχεία 3 αστέρων και η πλειοψηφία των διανυκτερεύσεων πραγματοποιείται επίσης στα ξενοδοχεία 3 αστέρων.

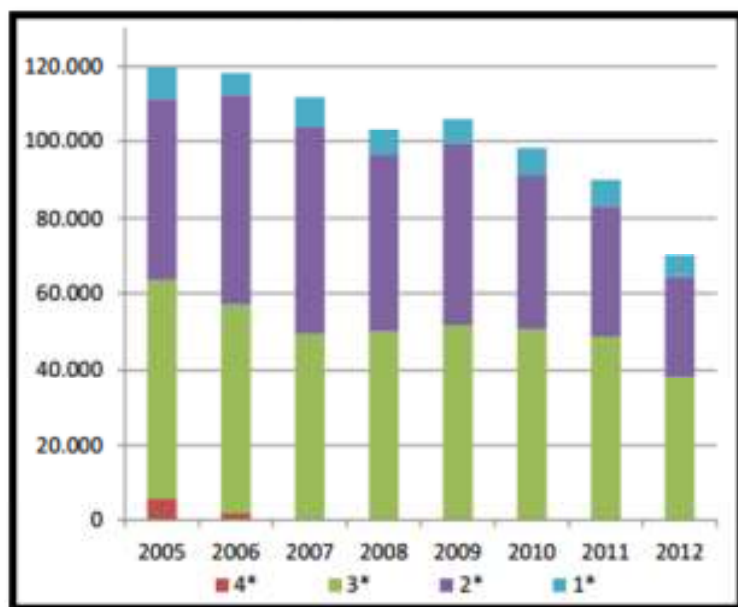
Πίνακας 19 : Διανυκτερεύσεις τουριστών (διαχρονικά)



Πηγή : ΣΕΤΕ

Η μείωση στις αφίξεις τουριστών από το 2005 έως το 2012 είναι ανάλογη στα ξενοδοχεία 2 και 3 αστέρων. Ωστόσο, η μείωση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία 2 αστέρων κατά το ίδιο διάστημα είναι μεγαλύτερη συγκριτικά με αυτή των 3 αστέρων.

Πίνακας 20 : Αφίξεις τουριστών (διαχρονικά)

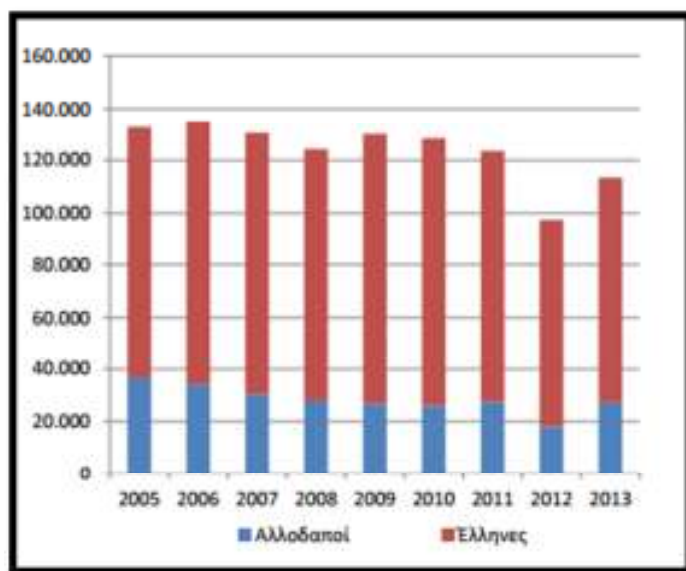


Πηγή : ΣΕΤΕ

Η μείωση στις αφίξεις τουριστών από το 2005 έως το 2012 είναι ανάλογη στα ξενοδοχεία 2 και 3 αστέρων. Ωστόσο, η μείωση των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία 2 αστέρων κατά το ίδιο διάστημα είναι μεγαλύτερη συγκριτικά με αυτή των 3 αστέρων.

Εξετάζοντας της προέλευση των τουριστών που επιλέγουν τη Λακωνία ως προορισμό, παρατηρούμε ότι πλειοψηφικά επιλέγεται από ημεδαπούς (Πίνακας 21).

Πίνακας 21 : Αφίξεις Ελλήνων και αλλοδαπών



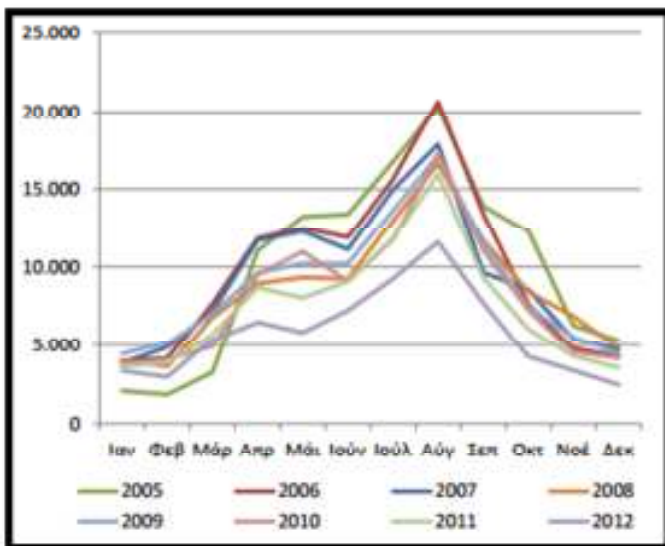
Πηγή : ΣΕΤΕ

Πιο συγκεκριμένα, η αγορά των ξένων τουριστών ήταν μικρή σε μέγεθος το 2012, με λιγότερες από 20.000 αφίξεις ενώ άνοδο παρουσιάζει κατά το 2013. Υπολογίζεται πως για το 2013 οι 100.000 τουρίστες, από τους 118.000 που επισκέφτηκαν συνολικά τη Λακωνία, ήταν Έλληνες.

3.5.7 Εποχικότητα και διάρκεια παραμονής

Η κύρια τουριστική περίοδος για τη Λακωνία είναι από τον Απρίλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, με τον Αύγουστο να είναι ο μήνας με τις περισσότερες αφίξεις κάθε έτος.

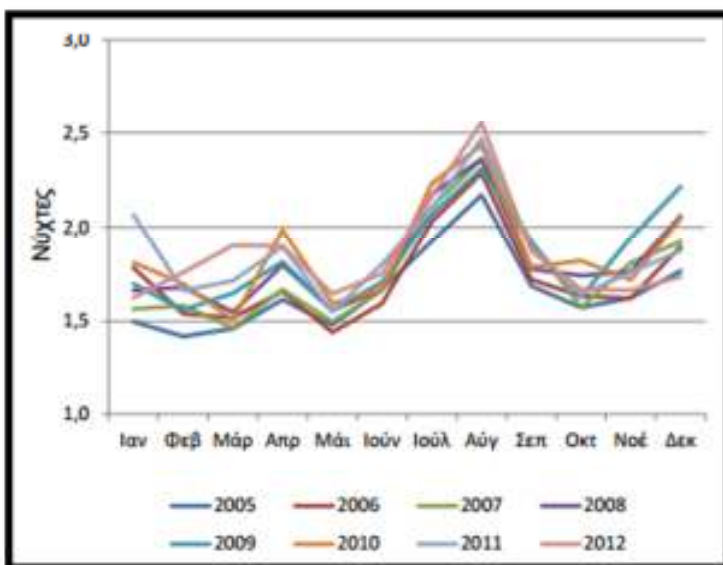
Πίνακας 22 : Εποχικότητα και αφίξεις (διαχρονικά)



Πηγή : ΣΕΤΕ

Η μέση διάρκεια παραμονής δεν σημειώνει ιδιαίτερες μεταβολές μέσα στο χρόνο. Τον Αύγουστο κυμαίνεται από 2,3 έως 2,6 νύχτες κάθε χρόνο, ενώ τους υπόλοιπους μήνες είναι από 1,5 έως 2 νύχτες, με μικρές αυξήσεις να παρατηρούνται τον Απρίλιο και το Δεκέμβριο.

Πίνακας 23 : Διάρκεια παραμονής



Πηγή : ΣΕΤΕ

3.5.8 Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου ανά νομό 2008-2012

Αναφορικά με την πληρότητα των κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου παρατηρείται διαχρονικά μείωση. Αξιοσημείωτο είναι το ότι το έτος 2008 η πληρότητα άγγιξε το 28,4 % ενώ τέσσερα χρόνια αργότερα, αυτή έπεσε περίπου στο μισό. Παρατηρείται, επομένως, πως η Λακωνία επιλέγεται σαν προορισμός από ολοένα και λιγότερους επισκέπτες.

Πίνακας 24 : Πληρότητα κλινών στα καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου ανά νομό 2008-2012 (φθίνουσα κατάταξη)

Νομός	Prefecture	Πληρότητα κλινών %				
		Use of beds %				
		2008	2009	2010	2011	2012
ΝΟΜΟΣ ΖΑΚΥΝΘΟΥ	ZAKYNTHOS	73,3%	68,5%	62,0%	63,2%	58,9%
ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΙΩΣ	RETHYMNIO	72,0%	61,9%	60,3%	62,1%	56,9%
ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	IRAKLIO	72,0%	64,4%	62,9%	65,0%	61,0%
ΝΟΜΟΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	DODEKANISOS	71,9%	65,2%	64,9%	66,0%	58,5%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	KERKYRA	71,8%	64,5%	61,3%	61,7%	56,7%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	CHANIA	66,4%	58,9%	55,7%	59,1%	53,7%
ΝΟΜΟΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	CHALKIDIKI	64,4%	57,9%	55,0%	56,1%	53,2%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	LASITHI	63,5%	56,5%	52,7%	53,1%	53,7%
ΝΟΜΟΣ ΚΕΦΑΛΛΙΝΙΑΣ	KEFALLINIA	60,8%	49,8%	43,7%	44,5%	37,8%
ΝΟΜΟΣ ΣΑΜΟΥ	SAMOS	57,0%	51,0%	44,9%	44,3%	35,9%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ	KAVALA	53,0%	47,0%	39,0%	38,1%	34,2%
ΝΟΜΟΣ ΠΙΕΡΙΑΣ	PIERIA	53,2%	42,6%	37,4%	35,8%	29,1%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΘΗΝΩΝ	ATHENS	52,4%	47,3%	44,9%	45,0%	38,1%
ΝΟΜΟΣ ΑΕΓΚΛΑΔΟΣ	LEFKADA	51,1%	47,7%	42,6%	40,7%	34,1%
ΝΟΜΟΣ ΚΥΚΛΑΔΩΝ	KYKLADES	50,1%	46,3%	42,5%	41,0%	33,8%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	WEST ATTICA	50,0%	43,8%	37,1%	42,1%	31,1%
ΝΟΜΟΣ ΛΕΣΒΟΥ	LESVOS	48,0%	44,5%	34,7%	35,0%	26,6%
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	THESSALONIKI	46,8%	45,2%	39,6%	41,1%	42,2%
ΝΟΜΟΣ ΗΛΕΙΑΣ	HELIA	44,7%	38,9%	36,6%	34,8%	30,3%
ΝΟΜΟΣ ΡΟΔΩΠΗΣ	RODOPI	43,3%	42,2%	31,0%	29,5%	31,9%
ΝΟΜΟΣ ΝΙΟΥ	CHIOS	43,2%	34,7%	32,2%	28,1%	21,3%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	ARGOLIDA	42,7%	42,9%	35,5%	35,0%	25,8%
ΝΟΜΟΣ ΑΧΑΪΑΣ	ACHAIA	42,4%	40,2%	36,8%	32,9%	25,8%
ΝΟΜΟΣ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	MAGNISIA	41,9%	30,8%	31,8%	31,8%	26,2%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	KASTORIA	41,7%	36,1%	30,5%	28,1%	24,0%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΤΗΣ	ARTA	41,4%	42,0%	31,4%	24,6%	20,5%
ΝΟΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΗΣ	PREVEZA	40,6%	40,3%	34,8%	34,5%	28,2%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	EVVOIA	39,8%	28,3%	26,6%	21,4%	23,6%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	EAST ATTICA	39,3%	33,7%	28,1%	30,5%	24,8%
ΝΟΜΟΣ ΞΑΝΘΗΣ	XANTHI	38,9%	35,7%	27,4%	24,4%	17,5%
ΝΟΜΟΣ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	KORINTHIA	38,4%	33,7%	32,5%	32,2%	24,8%
ΝΟΜΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	IOANNINA	37,6%	36,6%	32,6%	29,8%	24,6%
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΙΝΙΑΣ	MESSINIA	36,7%	34,4%	30,8%	32,4%	24,7%
ΝΟΜΟΣ ΕΒΡΟΥ	EVROS	36,5%	33,9%	33,4%	24,9%	30,6%
ΝΟΜΟΣ ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	KARDITSA	36,2%	32,2%	27,7%	24,4%	22,1%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΡΙΣΣΗΣ	LARISA	36,2%	34,7%	30,8%	21,2%	18,5%
ΝΟΜΟΣ ΘΕΣΠΡΟΤΙΑΣ	THESPROTIA	35,3%	30,1%	30,1%	27,2%	24,1%
ΝΟΜΟΣ ΤΡΙΚΑΛΩΝ	TRIKALA	34,1%	28,4%	25,9%	24,7%	20,3%
ΝΟΜΟΣ ΑΙΤΩΛΙΑΣ ΚΑΙ ΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	AITOLOAKARNANIA	33,7%	34,4%	31,2%	30,1%	25,8%
ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΑΣ	FOKIDA	33,3%	32,1%	28,0%	23,8%	18,8%
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	SERRES	33,2%	28,2%	24,7%	21,4%	19,1%
ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	VOIOTIA	32,6%	32,8%	26,8%	23,3%	18,4%
ΝΟΜΟΣ ΗΜΑΘΙΑΣ	IMATHIA	32,6%	28,3%	25,2%	24,3%	20,8%
ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΠΙΕΡΑΙΩΣ	PIREAS	31,0%	29,4%	27,7%	27,3%	22,7%
ΝΟΜΟΣ ΚΟΖΑΝΗΣ	KOZANI	29,3%	26,8%	23,4%	22,2%	23,8%
ΝΟΜΟΣ ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	FTIOTIDA	28,9%	24,8%	21,8%	20,4%	16,6%
ΝΟΜΟΣ ΔΡΑΜΑΣ	DRAMA	28,8%	24,4%	23,0%	17,2%	17,8%
ΝΟΜΟΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	LAKONIA	28,4%	26,9%	24,6%	22,2%	16,9%
ΝΟΜΟΣ ΠΕΛΛΗΣ	PELLA	27,6%	27,8%	23,4%	22,4%	16,8%
ΝΟΜΟΣ ΑΡΚΑΔΙΑΣ	ARKADIA	26,2%	24,6%	20,2%	16,5%	14,4%
ΝΟΜΟΣ ΦΛΩΡΙΝΗΣ	FLORINA	25,9%	22,1%	22,0%	17,7%	12,3%
ΝΟΜΟΣ ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	EVRYTANIA	25,4%	27,1%	24,6%	19,6%	16,8%
ΝΟΜΟΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ	GREVENA	23,2%	19,2%	14,1%	7,2%	1,1%
ΝΟΜΟΣ ΚΙΛΙΚΙΑΣ	KILKIS	18,8%	18,7%	13,2%	12,0%	9,3%
ΕΥΝΟΔΟΣ ΧΩΡΑΣ	GREECE (TOTAL)	56,7%	51,1%	48,1%	48,3%	43,2%

Πηγή : ΣΕΤΕ

3.6 Ανάλυση ξενοδοχειακού κλάδου στη Λακωνία βάσει υποδείγματος Porter

Κάθε επιχείρηση όταν εισέλθει σε έναν κλάδο-αγορά έχει να αντιμετωπίσει ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Για να μπορέσει να επιβιώσει και να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές της πρέπει να μελετήσει το ανταγωνιστικό περιβάλλον. Σύμφωνα με τον Μ. Porter, μια επιχείρηση ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για την ένταση του ανταγωνισμού στο κλάδο στον οποίο ανταγωνίζεται.

Η ανταγωνιστική θέση κάθε επιχείρησης προσδιορίζεται από τις εξής δυνάμεις:

1. Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων.
2. Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.
3. Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών της επιχείρησης.
4. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών της επιχείρησης.
5. Ένταση ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις στο κλάδο.

Η ανταγωνιστική στρατηγική κάθε επιχείρησης είναι ένας συνδυασμός των στόχων που θέτει η επιχείρηση και των πολιτικών με τις οποίες επιδιώκει να επιτύχει τους στόχους αυτούς.

3.6.1 Οι υπάρχοντες ανταγωνιστές-γενικές πληροφορίες

Οι κύριοι ανταγωνιστές της επιχείρησης μας δραστηριοποιούνται στο ξενοδοχειακό κλάδο πολυτελείας του Νομού Λακωνίας.

Καθώς η ευρύτερη περιοχή της λακωνικής Μάνης χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μιας πληθώρας ξενοδοχειακών μονάδων με παρόμοιες παροχές, απευθυνόμενες σε στην ίδια αγορά, θα πρέπει η εν λόγω μονάδα θα αξιοποιήσει στο μέγιστο τους φυσικούς της πόρους καθώς και να αναπτύξει πόλους έλξης που θα την διαφοροποιούν. Η ποιότητα στις υπηρεσίες και στο παρεχόμενο προϊόν καθώς και η τιμολογιακή πολιτική θα αποτελούν κέντρα βάρους.

3.6.1.1 Οι βασικοί ανταγωνιστές-αναλυτικά

Σε αυτό το στάδιο θα αναλύσουμε τους ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην περιοχή. Κρίνεται χρήσιμο να ορίσουμε τι εννοούμε με τον όρο ανταγωνιστές. Ως ανταγωνιστές θα ορίσουμε τις ξενοδοχειακές μονάδες της ευρύτερης περιοχής της παράκτιας Λακωνίας, οι οποίες προάγουν το μοντέλο all inclusive και παρέχουν υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες του παραθεριστή-προσωποποιημένες υπηρεσίες. Με λίγα λόγια, όλοι οι ανταγωνιστές που θεωρούνται resort.

❖ **AKTAION RESORT (4*)**

Το AKTAION RESORT είναι ο πιο κοντινός ανταγωνιστής σε χιλιομετρική απόσταση από το LAKONIS και βρίσκεται επίσης στην περιοχή Σελινίτσα (Εικόνα 2). Θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι μοιράζονται την ίδια παραλία. Πιο συγκεκριμένα, η μεταξύ τους απόσταση σε ό, τι αφορά στο κομμάτι της παραλίας που διαχειρίζεται το μεν και το δε, υπολογίζεται στο 1,5 χιλιόμετρο με φυσικό σύνορο την εκβολή του ποταμού Αρδέλη. Σε ό, τι αφορά στην τοποθεσία, ακριβώς επειδή είναι τόσο κοντά αυτά τα δύο ξενοδοχεία,

χαίρουν σχεδόν των ίδιων πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων με βασικό ατού το ότι βρίσκονται στο κέντρο της Λακωνίας. Αυτό σημαίνει ότι ισαπέχουν από τα δυο άκρα του νομού και κατ' επέκταση από τα σημεία ιστορικού και γενικού ενδιαφέροντος.

AKTAION RESORT (4*)	Δωμάτια	51		
	Τύποι δωματίων			
	Bungalows Είναι ισόγεια, πετρόχτιστα, αυτόνομα σπιτάκια-δωμάτια που διαθέτουν μεγάλη βεράντα με πέργκολα με θέα στη θάλασσα. Αυτός ο τύπος δωματίου περιλαμβάνει είτε ένα διπλό κρεβάτι ή δύο μονά κρεβάτια και μπορεί να φιλοξενήσει ένα επιπλέον άτομο.	Δίκλινα δωμάτια Βρίσκονται σε πρώτο ή δεύτερο όροφο και διαθέτουν βεράντα με θέα στη θάλασσα, αποτελούνται από δύο ενωμένα μονά κρεβάτια ενώ μπορούν να φιλοξενήσουν ένα επιπλέον άτομο.	Οικογενειακά δωμάτια Είναι ισόγεια μονόχωρα και ευρύχωρα δωμάτια που διαθέτουν βεράντα με θέα στην πισίνα και τον κήπο. Ενδεικνύεται για οικογένειες έως πέντε ατόμων και αποτελούνται από ένα υπέρδιπλο κρεβάτι, ένα μονό και έναν καναπέ δύο κρεβατιών.	
	Υπηρεσίες ξενοδοχείου			
	Internet (free wifi) Αίθουσα τηλεόρασης Αίθουσα δεξιώσεων Αίθουσα πρωινού Pool bar Εστιατόριο Παιδική πισίνα Κήπος Υδρομασάζ στην πισίνα Σαλόνι Ευκολίες για ΑΜΕΑ		Parking Τζάκι Reception Πιστωτικές κάρτες Σνακ Μπαρ Πισίνα εξωτερική Υπηρεσία Δωματίου Επώνυμα έπιπλα Παραλία	
	Αnéσεις δωματίων			
	Επώνυμα έπιπλα Επώνυμα κλινοσκεπάσματα και πετσέτες Κλιματισμός Internet (free wifi) Μπάνιο/Ντους Σεσουάρ μαλλιών Ψυγείο		Χρηματοκιβώτιο Τηλέφωνο Τηλεόραση TFT Δορυφορική Τηλεόραση Μπαλκόνι Βεράντα	

❖ **CASTELLO ANTICO (3*)**

Το Castello antico βρίσκεται στην παραλία του Μαυροβουνίου (Εικόνα 2). Πρόκειται για ένα μικρό χωριό από πέτρινα πυργόσπιτα με ξύλινα παραθυράκια, τοξωτές καμάρες και λιθόκτιστα καλντερίμια. Το τοπίο αποτελείται από ελαιώνες, μουριές, βοτανόκηπους ενώ παράγει το δικό του κρασί χάρη στο αμπέλι που ανήκει στην οικογένεια των ιδιοκτητών. Τα δωμάτια έχουν θέα στον ελαιώνα και τη θάλασσα.

CASTELLO ANTICO (3*)	Δωμάτια	26		
	Τύποι δωματίων			
	Double room sea view Αποτελείται είτε από ένα διπλό κρεβάτι είτε από δύο μονά, χωρίς να υπάρχει το περιθώριο προσθήκης επιπλέον κρεβατιού. Διαθέτει επιπλωμένο μπαλκόνι με θέα στο λακωνικό και στους ελαιώνες.	Double room garden view Αποτελείται είτε από ένα διπλό κρεβάτι είτε από δύο μονά, χωρίς να υπάρχει το περιθώριο προσθήκης επιπλέον κρεβατιού. Διαθέτει μπαλκόνι με θέα στον κήπο, μίνι μπαρ και κλιματισμό.	Triple room sea view Αποτελείται είτε από τρία μονά κρεβάτια είτε από ένα διπλό και ένα μονό. Διαθέτει επιπλωμένο μπαλκόνι με θέα στο λακωνικό και στους ελαιώνες. Triple room garden view Αποτελείται είτε από τρία μονά κρεβάτια είτε από ένα διπλό και ένα μονό ενώ δεν υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης επιπλέον κρεβατιού. Το μπαλκόνι έχει θέα στον κήπο και στους ελαιώνες	
	Υπηρεσίες ξενοδοχείου			
	Εξωτερική πισίνα Κήπος και βεράντα Υπηρεσίες δωματίου Δορυφορική τηλεόραση Τηλέφωνο Εστιατόριο Πρωινό στο δωμάτιο Σνακ μπαρ Μίνι μπαρ Μπαρ		Δωρεάν WIFI 24ωρη ρεσεψιόν Γρήγορο check in/check out Βιβλιοθήκη Φαξ/φωτοτυπικό Νυφική σουίτα Υπηρεσία αφύπνισης Θυρίδα ασφαλείας Κλιματισμός Θέρμανση	
	Ανέσεις δωματίων			
Μπαλκόνι/garden view Τηλέφωνο Δορυφορική τηλεόραση Flat screen TV Κλιματισμός Επιφάνεια εργασίας Κουσπές Θέρμανση		Ντουλάπα Στεγνωτήρας μαλλιών Δωρεάν προϊόντα περιποίησης Μπανιέρα ή ντους Μίνι μπαρ Υπηρεσία αφύπνισης		

Το εστιατόριο του ξενοδοχείου προσφέρει ψάρια, ψαρικά και κρέατα από την τοπική παραγωγή ενώ ακριβώς μπροστά από την εγκατάσταση απλώνεται η παραλία του

Μαυροβουνίου. Βασικό πλεονέκτημα αποτελεί το ότι δεξιά και αριστερά δεν υπάρχει κάποιος οικισμός, πράγμα που το κάνει μια επιλογή για ηρεμία και χαλάρωση. Και σε αυτή την περίπτωση, καθώς βρίσκεται στο κέντρο της Λακωνίας, ο επισκέπτης μπορεί να το επιλέξει με σκοπό να ισαπέχει από τα αξιοθέατα της λακωνικής περιφέρειας.

❖ **BELLE HELENE (3*)**

Το Belle Helene απέχει 10 χλμ (Εικόνα 2) από την πόλη του Γυθείου και βρίσκεται στην περιοχή Βαθύ. Πρόκειται για το βασικό ανταγωνιστή του Λακωνίς. Αυτό επαληθεύεται από την ομοιότητα των παροχών καθώς από την χωροταξική τοποθέτηση των δυο μονάδων.

BELLE HELENE (3*)	Δωμάτια	98	
	Τύποι Δωματίων		
	<p>Premier Σουίτα Βρίσκεται στον πρώτο όροφο (συνολικά 47 τμ.) , περιλαμβάνει βεράντα 30 τμ. με ξαπλώστρες. Αποτελείται από καθιστικό, υπνοδωμάτιο και 2 μπάνια. Διαθέτει LCD TV, pay TV με επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών. Το καθιστικό έχει τη δυνατότητα να διαμορφωθεί σε κυρίως υπνοδωμάτιο με τέσσερα κρεβάτια, ενώ στο δωμάτιο υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης ενός επιπλέον μικρού κρεβατιού.</p>	<p>Superior Σουίτα Βρίσκεται στο δεύτερο όροφο του ξενοδοχείου (συνολικά 38 τμ.) και έχει θέα στη θάλασσα, στον κόλπο και στην πλαγιά συγχρόνως. Αποτελείται από υπνοδωμάτιο και καθιστικό με ενδιάμεση πόρτα που παρέχει πλήρη αυτονομία και 2 ανεξάρτητα μπάνια. Διαθέτει LCD TV, pay TV με επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών. Το καθιστικό έχει τη δυνατότητα να διαμορφωθεί σε κυρίως υπνοδωμάτιο με τέσσερα κρεβάτια, ενώ στο δωμάτιο υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης ενός επιπλέον μικρού κρεβατιού.</p>	<p>Junior Σουίτες Οι Junior σουίτες (συνολικά 31τμ.) έχουν θέα στη θάλασσα και στην πισίνα ενώ βρίσκονται στον πρώτο και δεύτερο όροφο. Αποτελούνται από καθιστικό, υπνοδωμάτιο, μπάνιο με υδρομασάζ και διαθέτουν LCD TV, pay TV με επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών. Το καθιστικό έχει τη δυνατότητα να διαμορφωθεί σε κυρίως υπνοδωμάτιο με δύο κρεβάτια, ενώ στο δωμάτιο υπάρχει η δυνατότητα προσθήκης ενός επιπλέον μικρού κρεβατιού.</p>

Επιπλέον, πρόκειται για μια μονάδα που λειτουργεί όχι μόνο τους θερινούς μήνες, αλλά όλο το χρόνο. Καταλαμβάνει χώρο 25 στρεμμάτων όπου πέρα από την κεντρική μονάδα, περιλαμβάνει γήπεδο tennis, μεγάλο χώρο πισίνας με pool bar και ξεχωριστό restaurant beach bar.

Επιπλέον, διατίθεται χώρος για διοργάνωση συνεδρίων καθώς και ξεχωριστός χώρος διοργάνωσης ποικίλων εκδηλώσεων είτε το καλοκαίρι είτε το χειμώνα. Η αίθουσα για τις εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα το χειμώνα, είναι κλειστή ενώ για το καλοκαίρι, οι εκδηλώσεις παρατίθενται στον κήπο.

<p>Superior δωμάτια Όλα τα superior δωμάτια (συνολικά 21 τμ.) διαθέτουν ασύρματο internet, interactive LCD T.V, pay T.V (επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, παιδικές ταινίες), video games, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών.</p>	<p>Family cozy δωμάτια Τα Οικογενειακά δωμάτια Cozy (συνολικά 26 τμ.) βρίσκονται στον πρώτο όροφο του ξενοδοχείου και έχουν μπαλκόνι με θέα στη θάλασσα. Αποτελούνται από έναν ενιαίο χώρο με διπλό κρεβάτι και καθιστικό με δύο πολυθρόνες, οι οποίες μπορούν να μετατραπούν σε δύο κρεβάτια. Διαθέτουν ασύρματο internet, interactive LCD T.V, pay T.V (επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, παιδικές ταινίες), video games, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών.</p>	<p>Family comfort δωμάτια Τα οικογενειακά δωμάτια Comfort (συνολικά 26 τμ.) βρίσκονται στον πρώτο όροφο του ξενοδοχείου και προσφέρουν θέα στη θάλασσα. Διαθέτουν βεράντα 18 τμ. εξοπλισμένη με ζαπλώστρες. Αποτελούνται από έναν ενιαίο χώρο με διπλό κρεβάτι και καθιστικό με δύο πολυθρόνες, οι οποίες μπορούν να μετατραπούν σε δύο κρεβάτια. Διαθέτουν ασύρματο internet, interactive LCD T.V, pay T.V (επιλεγμένες ταινίες α' προβολής, παιδικές ταινίες), video games, αυτόνομο κλιματισμό, χρηματοκιβώτιο, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, mini fridge και σεσουάρ μαλλιών.</p>
<p>Υπηρεσίες ξενοδοχείου</p>		

<p>Πλούσιο μπουφέ πρωί, μεσημέρι ή βράδυ με απεριόριστη κατανάλωση αναψυκτικών, κρασί τοπικής παραγωγής και βαρελίσιας μύρας κατά την ώρα των γευμάτων. 1 βραδιά BBQ την εβδομάδα με ζωντανή μουσική Happy Hour για τα παιδιά με δωρεάν παγωτό καθημερινά Δωρεάν ζαπλώστρες και ομπρέλες στην παραλία και πισίνα του ξενοδοχείου Καθημερινή απασχόληση για τους μικρούς μας φίλους (πρωί- απόγευμα), από Ελληνίδα παιδαγωγό</p>	<p>Παιδότοπος με φουσκωτά παιχνίδια θηράς με επόπτη Παιδική χαρά Θερινός παιδικός κινηματογράφος Πισίνα Γήπεδο tennis, beach volley, scuba diving Ποδηλατικές και περιπατητικές εκδρομές 3 εστιατόρια Χώρος συνεδρίων Χώρος εκδηλώσεων (κοινωνικών κτλ) Δωρεάν WIFI 24ωρη ρεσεψιόν</p>
<p>Ανέσεις δωματίων</p>	
<p>Μπαλκόνι/sea view Τηλέφωνο Δορυφορική τηλεόραση Flat screen TV Κλιματισμός WIFI</p>	<p>Ντουλάπα Στεγνωτήρας μαλλιών Δωρεάν προϊόντα περιποίησης Μπανιέρα ή ντους Μίνι μπαρ Υπηρεσία αφύπνισης</p>
<p>Συνέδρια Ο συνεδριακός χώρος δύναται να φιλοξενήσει από 30 έως 150 άτομα και διαθέτει Data Projector, μικροφωνικές εγκαταστάσεις, flip chart, οθόνη προβολής. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα συνδυασμού των επαγγελματικών δραστηριοτήτων με team building activities όπως ποδηλατικές - περιπατητικές διαδρομές, water sports, scuba diving ή παίρνοντας μέρος σε τουρνουά paintball, τένις και beach volley</p>	

❖ **THIRIDES BEACH RESORT (4*)**

Το ξενοδοχείο Thirides βρίσκεται στην παραλία του Μαυροβουνίου (Εικόνα 2) και απέχει από τη θάλασσα μόλις 20 μέτρα. Είναι ένα συγκρότημα πέτρινων κτισμάτων, που διαθέτει πισίνα, εστιατόριο και 2 μπαρ. Επίσης, απέχει από το Γύθειο 4 χιλιόμετρα, επομένως βρίσκεται στο κέντρο των λακωνικών παραλιών.

Επιπλέον, παρέχει χώρο συνεδριάσεων καθώς και χώρο λοιπών κοινωνικών εκδηλώσεων.

THIRIDES BEACH RESORT(4*)	Δωμάτια	24	
	Τύποι δωματίων		
	Standard δίκλινο δωμάτιο Επιπλωμένο δωμάτιο διακοσμημένο σε απαλούς τόνους με θέα στη θάλασσα από τη βεράντα του.	Δίκλινο-Πρόσβαση για ΑμΕΑ Ειδικά διαμορφωμένο δωμάτιο για να καλύπτει τις ανάγκες ατόμων με περιορισμένη κινητικότητα ή αναπηρία.	Superior Δίκλινο δωμάτιο Επιπλωμένο δωμάτιο διακοσμημένο σε απαλούς τόνους με θέα στη θάλασσα από τη βεράντα του. Deluxe δίκλινο δωμάτιο Επιπλωμένο δωμάτιο διακοσμημένο σε απαλούς τόνους με θέα στη θάλασσα από τη βεράντα του.
	Υπηρεσίες ξενοδοχείου		
	Εξωτερική πισίνα-υδρομασάζ Pool bar Lobby bar Εστιατόριο-αίθουσα πρωινού	Σαλόνι με τζάκι Ασανσέρ Πλήρως εξοπλισμένη παιδική χαρά-παιδότοπο εξωτερικού χώρου Πρόσβαση για ΑΜΕΑ σε όλους τους χώρους	
	Αnéσεις δωματίων		
	Ιδιωτικό ευρύχωρο λουτρό Υδρομασάζ Στεγνωτήρα μαλλιών	Κλιματισμό Τηλεόραση Τηλέφωνο Σύνδεση στο διαδίκτυο Χρηματοκιβώτιο Ψυγείο	
Συνέδρια Διατίθεται συνεδριακός χώρος χωρητικότητας 60 ατόμων.			

❖ **LIMENI VILLAGE (3*)**

Το Limeni village, βρίσκεται στην περιοχή Λιμένι της Μάνης (Εικόνα 2). Είναι χτισμένο πάνω σε μια πλαγιά πράγμα που σημαίνει ότι προσφέρει μια πανοραμική έποψη του λακωνικού κόλπου. Δεν διαθέτει παραλία καθώς το βουνό τερματίζει μέσα στην θάλασσα και δεν υπάρχουν περιθώρια διαμόρφωσης έστω και μιας υποτυπώδους αμμουδιάς.

LIMENI VILLAGE(3*)	Δωμάτια	48	
	Τύποι δωματίων		
	<p>Πύργος Διαθέτει 2 επίπεδα. Στο ισόγειο βρίσκεται το καθιστικό, ενώ στον πρώτο όροφο βρίσκεται το κυκλικό υπνοδωμάτιο και το ιδιωτικό μπάνιο. Μια ξύλινη σκάλα οδηγεί στην ταράτσα. Διαθέτει ένα υπέρδιπλο κρεβάτι ενώ η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για δύο άτομα.</p> <p>Deluxe Σουίτα Είναι 40 τμ. διαθέτει παραδοσιακή διακόσμηση με πέτρα ή μάρμαρο και ιδιωτικό μπαλκόνι. Περιλαμβάνει μια μικρή κουζίνα με ψυγείο, 1 διπλό κρεβάτι, 1 καναπέ-κρεβάτι, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για τέσσερα άτομα.</p> <p>Σουίτα Ευρύχωρο, κλιματιζόμενο δωμάτιο 40 τμ. που διαθέτει παραδοσιακή διακόσμηση με πέτρα ή μάρμαρο και ιδιωτικό μπαλκόνι. Περιλαμβάνει μια μικρή κουζίνα με ψυγείο, 1 διπλό κρεβάτι, 1 καναπέ-κρεβάτι, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για τέσσερα άτομα.</p>	<p>Τετράκλινο Είναι μεγέθους 30 τμ., διαθέτει μπαλκόνι, ιδιωτική είσοδο, 1 διπλό κρεβάτι, 2 μονά κρεβάτια, ψυγείο, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για τέσσερα άτομα.</p> <p>Δίκλινο Είναι 20 τμ., διαθέτει παραδοσιακή διακόσμηση με πέτρα ή μάρμαρο και ιδιωτικό μπαλκόνι. Περιλαμβάνει ψυγείο, 1 διπλό ή 2 μονά κρεβάτια, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για δύο άτομα.</p>	<p>Deluxe δίκλινο Είναι 25 τμ. διαθέτει μπαλκόνι, ιδιωτική είσοδο, 1 διπλό κρεβάτι, καναπέ, ψυγείο, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για δύο άτομα.</p> <p>Τρίκλινο Είναι 25 τμ. διαθέτει μπαλκόνι, ιδιωτική είσοδο, 1 διπλό κρεβάτι, 1 καναπέ, ψυγείο, στεγνωτήρα μαλλιών και προϊόντα περιποίησης. Η θέα είναι στη θάλασσα και η διαμονή είναι για τρία άτομα.</p>
	Υπηρεσίες ξενοδοχείου		
	<p>Πλούσιο παραδοσιακό πρωινό Εστιατόριο Café - bar με πανοραμική θέα στη θάλασσα Πισίνα με pool bar Αίθουσες συνεδρίων / εκδηλώσεων Business center</p>	<p>Υπηρεσία φωτοαντιγράφων και αποστολής fax Υπηρεσία εννοιασής αυτοκινήτων Υπηρεσίες courier Κρατήσεις εκδρομών</p>	
	Ανέσεις δωματίων		
<p>Κλιματισμό Επώνυμα καλλυντικά μπάνιου</p>	<p>Δωρεάν ασύρματο Internet (WIFI) Room service Θυρίδα ασφαλείας</p>		
Εκδηλώσεις και συνέδρια			
<p>Αναφορικά με τη διοργάνωση συνεδρίων και λοιπών κοινωνικών εκδηλώσεων, διατίθενται ειδικοί χώροι για να στεγάσουν την εκάστοτε περίπτωση. Οργανώνονται και υλοποιούνται επαγγελματικές και επιστημονικές συναντήσεις, σεμινάρια, παρουσίαση προϊόντων, καθώς και gala dinners ή δείπνα ειδικών περιστάσεων.</p>			

❖ **PETRA KAI FOS (3*)**

Το Πέτρα και Φως είναι ένα ξενοδοχείο που εντάσσεται στην κατηγορία των boutique ξενοδοχείων και οι παροχές του είναι παραπλήσιες με αυτές των υπόλοιπων ανταγωνιστών. Βρίσκεται στην περιοχή Λιμένα (βλ Εικόνα 3.1) και είναι χτισμένο πάνω σε μια πλαγιά. Δε διαθέτει δική του παραλία καθώς η πλαγιά είναι απότομη και το τοπίο στους πρόποδες της δεν είναι τιθασειμένο. Έχει πανοραμική θέα στο λακωνικό κόλπο.

PETRA KAI FOS(3*)	Δωμάτια	12	
	Τύποι Δωματίων		
	<p>Comfort double or twin Διαθέτουν είτε διπλό, είτε δύο μονά κρεβάτια και προσφέρουν θέα στη θάλασσα ενώ είναι εξοπλισμένα με ιματισμό υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος, δωρεάν WiFi.</p> <p>Junior Suite Διαθέτει ένα διπλό κρεβάτι, έναν ευρύ χώρο καθιστικού με extra υπαίτιο κρεβάτι και θέα στον κήλο του Ουτίλου. Μπορεί να φιλοξενήσει από 1 έως 4 άτομα. Είναι εξοπλισμένη με ιματισμό υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος και δωρεάν WiFi. Μέγεθος δωματίου 45 τμ.</p>	<p>Left Suite Είναι πύργος που στο ισόγειο διαθέτει ένα χτιστό κρεβάτι και μπαλκόνι με θέα στη θάλασσα, τζάκι, γραφείο, ευρύχωρο μπάνιο και τηλεόραση. Η σοφίτα επικοινωνεί με το ισόγειο μέσω μια βύλινης σκάλας και διαθέτει ένα διπλό κρεβάτι και μια τηλεόραση. Περιλαμβάνεται ιματισμός υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος αλλά και δωρεάν WiFi.</p> <p>Superior triple room Διαθέτουν ένα διπλό και ένα μονό κρεβάτι με θέα στη θάλασσα. Είναι ιδιαίτερα ευρύχωρα και εξοπλισμένα με ιματισμό υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος και δωρεάν Wi-fi. Το μέγεθος αυτού του δωματίου είναι 28 τμ και αποτελείται από 1 μονό κρεβάτι και ένα διπλό.</p>	<p>Executive Double Διαθέτουν είτε διπλό, είτε δύο μονά κρεβάτια με θέα στη θάλασσα. Είναι πιο ευρύχωρα σε σύγκριση με τα double comfort και εξοπλισμένα με ιματισμό υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος και δωρεάν Wi-fi. Ορισμένα από τα δωμάτια διαθέτουν τζάκι.</p> <p>Superior double or twin Διαθέτουν είτε διπλό, είτε δύο μονά κρεβάτια με θέα στη θάλασσα. Είναι και αυτά πιο ευρύχωρα σε σύγκριση με τα double comfort. Είναι εξοπλισμένα με ιματισμό υψηλής ποιότητας, προϊόντα περιποίησης μαλλιών και σώματος και δωρεάν Wi-fi. Ορισμένα από τα δωμάτια διαθέτουν τζάκι.</p>
	Υπηρεσίες Ξενοδοχείου		
	<p>Εσωτερικοί και εξωτερικοί χώροι χαλάρωσης</p> <p>Πολυτελείς φακέλλιντες στον εξωτερικό χώρο</p> <p>Υποδοχή - Lobby</p> <p>Αίθουσα πρωινού / Εστιατόριο / Bar</p> <p>Κέντρο Αναζωογόνησης & Ομορφιάς</p> <p>Infinity pool</p> <p>Pool bar</p> <p>Δωρεάν Wi-fi internet στα δωμάτια και τους κοινόχρηστους χώρους</p> <p>Γυμναστήριο</p>	<p>Αίθουσα πολλαπλής χρήσεως</p> <p>Χώρος συναντήσεων και εκδηλώσεων</p> <p>Πλήρως εξοπλισμένο συνεδριακό κέντρο</p> <p>Υπηρεσίες πλυντηρίου</p> <p>Αποθήκευση αποσκευών</p> <p>Κεντρική θέρμανση</p> <p>Εξωτερικό φυλάσσομένο parking</p> <p>Φύλαξη παιδιών (κατόπιν αιτήσεως)</p>	
	Αντίσεις δωματίων		
	<p>Κλιματισμό</p> <p>Επώνυμα καλλυντικά μπάνιου</p>	<p>Δωρεάν ασύρματο internet (WiFi)</p> <p>Room service</p> <p>Θυρίδα ασφαλείας</p>	
<p>Εκδηλώσεις και συνέδρια Το ξενοδοχείο διαθέτει ειδικά σχεδιασμένο χώρο για εκδηλώσεις κοινωνικές όπως γάμους ή βαφτίσεις ή άλλου είδους κοινωνικές ή εταιρικές εκδηλώσεις. Η εσωτερική αίθουσα αλλά και η μεγάλη εξωτερική βεράντα προσφέρονται για την πραγματοποίηση συνεδρίων, σεμιναρίων, και εταιρικών εκδηλώσεων. Αναλόγως των απαιτήσεων και ιδιαιτεροτήτων παρέχεται η δυνατότητα πλήρους τεχνικής και γραμματειακής υποστήριξης αλλά και οπτικοακουστικού εξοπλισμού όπως flip charts, data projector και μικροφωνική εγκατάσταση με ενσύρματα και ασύρματα μικρόφωνα. Καρητιμότητα εσωτερικής αίθουσας: 60 άτομα σε σχολική διάταξη/ 100 άτομα σε θεατρική διάταξη. Εξωτερικοί χώροι: 250 άτομα για καθιστό δείπνο / 500 άτομα σε όρθια κοντέιλ.</p>			

Αναφορικά με τη γεωγραφική τοποθέτηση των ανταγωνιστών, παρακάτω παρατίθεται η σχετική εικόνα.

Εικόνα 4 : Γεωγραφική τοποθέτηση ανταγωνιστών



3.6.2 Η συμπεριφορά των ανταγωνιστών

Οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο νομό Λακωνίας, σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος το 2015 είναι 145 οι 64 είναι μονάδες 3 αστέρων (3*) και οι 29 είναι τεσσάρων αστέρων (4*).

Οι μονάδες τριών και τεσσάρων αστέρων που δραστηριοποιούνται στη Λακωνία προσφέρουν υπηρεσίες ύψιστης ποιότητας και υπηρεσίες όπως spa, πισίνα, housekeeping, pool bar, υπηρεσίες φροντίδας παιδιών κ.τ.λ. Οι περισσότερες έχουν ιδιωτικές βεράντες με θέα τη θάλασσα ή και ιδιωτική παραλία. Οι ξενοδοχειακές μονάδες και των ανταγωνιστών στοχεύουν σε πελάτες με υψηλό εισόδημα και προσφέρουν ανέσεις για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες κάθε απαιτητικού πελάτη.

3.6.3 Οι τιμές των ανταγωνιστών

Οι τιμές των ανταγωνιστών μας κυμαίνονται ανάλογα με το τι παροχές έχουν και σε ποια περιοχή βρίσκονται. Σε περίοδο χαμηλής ζήτησης η τιμή του απλού συμβατικού δίκλινου δωματίου είναι στα 100 ευρώ ενώ σε περιόδους υψηλής ζήτησης, η τιμή σχεδόν διπλασιάζεται και φτάνει στα 180 με 200 ευρώ το βράδυ.

Οι επιχειρήσεις επενδύουν μεγάλα ποσά στις εγκαταστάσεις που διαθέτουν για να μπορέσουν να χαρακτηριστούν πολυτελείς και ασυναγώνιστες και να μπορούν συνεχώς να προσελκύουν καινούργιους πελάτες. Οι επιχειρηματικές μονάδες που ανήκουν στη κατηγορία των resort απευθύνονται σε άτομα με υψηλά εισοδήματα και έχουν υψηλές τιμές. Επομένως, έχουν σταθερά κέρδη και αύξηση των πωλήσεων.

3.6.4 Τρόποι προώθησης των ανταγωνιστών

Οι τρόποι προώθησής τους γίνεται κυρίως μέσα από ιστοσελίδες, κοινωνικά μέσα δικτύωσης και τουριστικά γραφεία. Η online διαφήμιση είναι μια μέθοδος που χρησιμοποιούν οι ανταγωνίστριες επιχειρήσεις για να διαφημίσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Η online διαφήμιση είναι πολύ πιο οικονομική και προσβάσιμη από πολλούς στον κόσμο που έχουν πρόσβαση στο internet. Πολλές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το email marketing ως εργαλείο διαφήμισης. Είναι ένα διαφημιστικό όπλο που ελκύει έναν αριθμό τακτικών πελατών.

3.6.5 Τόπος εγκατάστασης των ανταγωνιστών

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανταγωνιστών βρίσκονται σε παραθαλάσσιες περιοχές με θέα και εύκολη πρόσβαση. Η τοποθεσία εγκατάστασης παίζει σημαντικό ρόλο για τις ξενοδοχειακές μονάδες τύπου resort γιατί αποτελεί σημαντικό κριτήριο για έναν πελάτη που θέλει να κάνει διακοπές αναψυχής και να έχει άμεση πρόσβαση στις υπηρεσίες της περιοχής. Οι αντίστοιχες μονάδες των ανταγωνιστών προσφέρουν τοπία με θέα το απέραντο γαλάζιο της θάλασσας.

Ως άμεσους ανταγωνιστές στην παρούσα μελέτη θεωρούμε τα ξενοδοχεία τύπου resort που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της παράκτιας Λακωνίας και έχουν παρόμοιες παροχές, όπως είπαμε και παραπάνω. Ως έμμεσους ανταγωνιστές θεωρούμε τις υπόλοιπες μονάδες ιδίου βεληνεκούς που δραστηριοποιούνται στην Πελοπόννησο (Μεσσηνία, Αργολίδα, Κορινθία), καθώς και τις υπόλοιπες χώρες που προσφέρουν πολυτελή τουρισμό. Ανταγωνίστριες χώρες, οι οποίες προσφέρουν τέτοιου είδους τουρισμό, μπορούν να θεωρηθούν η Τοσκάνη, οι Δαλματικές ακτές, η Προβηγκία –Κυανή ακτή.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι ο αριθμός των υφιστάμενων ανταγωνιστών στον κλάδο είναι μεγάλος. Το προϊόν που προσφέρεται είναι άυλο και φθαρτό και υπάρχει χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης και αυτό δυσκολεύει ακόμα περισσότερο τον ανταγωνισμό.

3.6.6 Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο

Οι νέο-εισερχόμενες επιχειρήσεις σε έναν κλάδο εκφράζουν την επιθυμία να κερδίσουν μερίδια αγοράς και για αυτό αποτελούν απειλή για τους ήδη υφιστάμενους ανταγωνιστές στον κλάδο. Η απειλή εισόδου εξαρτάται από την ύπαρξη φραγμών εισόδου και από την αναμενόμενη αντίδραση των ήδη υφιστάμενων ανταγωνιστών. Φραγμοί εισόδου αποτελούν εκείνες οι δυνάμεις που επιβραδύνουν ή εμποδίζουν την είσοδο άλλων επιχειρήσεων.

Στην περίπτωση μας, καταλύματα που βρίσκονται στην αγορά για αρκετό χρονικό διάστημα, έχουν κάνει ήδη τις διασυνδέσεις τους με προμηθευτές και λειτουργούν με μικρότερο κόστος. Απαιτούνται κεφάλαια για όλες τις λειτουργίες της τουριστικής επιχείρησης (εγκαταστάσεις, μάρκετινγκ, πληροφοριακά συστήματα, κ.τ.λ.). Επομένως, για να συναγωνιστούμε τα ιδιαίτερα εκσυγχρονισμένα ξενοδοχεία στην αγορά θα πρέπει να επενδύσουμε ένα υψηλό ποσό κεφαλαίων. Οι μονάδες τύπου resort που βρίσκονται στην αγορά μπορεί να έχουν πείσει τους αγοραστές τους ότι τα τουριστικά τους καταλύματα είναι μοναδικά. Το κόστος υπερνίκησης των προτιμήσεων των υπαρχόντων αγοραστών είναι πολύ υψηλό. Η διαφοροποίηση μας πρέπει να είναι σημαντική για να τους προσελκύσουμε ως πελάτες. Οι νέες επιχειρήσεις πρέπει να βρουν τρόπο να διαθέσουν το

προϊόν τους προωθώντας το σε μεγάλο βαθμό σε στοχευόμενες αγορές αλλά αυτό μπορεί να έχει υψηλό κόστος. Οι υφιστάμενοι ανταγωνιστές διαθέτουν πλεονεκτήματα κόστους που οι νέο-εισερχόμενοι δεν είναι ικανοί να αντιγράψουν και να αποκτήσουν (π.χ πρόσβαση σε πρώτες ύλες, ευνοϊκή τοποθεσία, τεχνολογία, κυβερνητικές επιχορηγήσεις, κ.τ.λ.).

Συμπερασματικά, οι φραγμοί εισόδου στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι αρκετοί. Οι φραγμοί εισόδου μειώνουν τον ανταγωνισμό για τις επιχειρήσεις εντός του κλάδου .

3.6.7 Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Ως αγοραστές του κλάδου που δραστηριοποιούμαστε εμείς θα ορίσουμε όλους τους τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ελλάδα και που δαπανούν σημαντικά ποσά για τις διακοπές τους, τουριστικά γραφεία και tour operators καθώς και διάσημες προσωπικότητες που μπορούν να μας κάνουν και διαφήμιση, οι οποίοι θα έχουν και μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη γιατί οι ίδιοι μπορούν να αυξήσουν την πελατεία. Σε αυτό το σημείο αξίζει να θυμηθούμε τη διαφήμιση που πέτυχε η μονάδα Λακωνίς, όταν στο παρελθόν είχε διαμείνει η Αντζελίνα Τζολί, διάσημη χολιγουντιανή ηθοποιός. Αγορές στόχοι είναι η Ρωσία , η Κίνα , η Αμερική, η Σαουδική Αραβία και η Τουρκία.

Ακόμη ,στην περίπτωση μας, η ύπαρξη πελατών που θα διαμένουν συχνά, θα μπορούν να ασκούν πιέσεις για την τιμή της ενοικίασης γιατί θα είναι πιστοί πελάτες. Πληροφόρηση σχετικά με τις τρέχουσες τιμές στην αγορά και τις συνθήκες της προσφοράς δίνουν τη δυνατότητα στους αγοραστές να ασκήσουν μεγαλύτερη πίεση.

Συμπερασματικά, η διαπραγματευτική δύναμη του αγοραστή αυξάνει καθώς ο ίδιος γνωρίζει περισσότερα στοιχεία για την κατάσταση της αγοράς.

3.6.8 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Όσον αφορά στους προμηθευτές υπηρεσιών, υλικών και εξοπλισμού για τα ξενοδοχεία η διαπραγματευτική τους δύναμη είναι μέτρια καθώς υπάρχουν πολλοί προμηθευτές πρώτων υλών. Στην επαρχία βέβαια η διαπραγματευτική δύναμη μεγαλώνει δεδομένου ότι οι προμηθευτές είναι πιο λίγοι σε σχέση με τις μεγάλες πόλεις. Το ίδιο ισχύει και για τους προμηθευτές ποτών και τροφίμων. Ακόμη, οι προμηθευτές πληροφοριακών συστημάτων στον ξενοδοχειακό κλάδο έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη καθώς μια ξενοδοχειακή επιχείρηση που χρησιμοποιεί ένα πληροφοριακό σύστημα και εκπαιδεύει το προσωπικό της σε αυτό, αν αλλάξει προμηθευτή και αγοράσει ένα καινούργιο θα πρέπει να επανεκπαιδεύσει το προσωπικό της.

Συμπερασματικά, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών δεν είναι ίδια για όλους τους προμηθευτές.

3.6.9 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Όλες οι επιχειρήσεις ενός κλάδου ανταγωνίζονται με επιχειρήσεις άλλων κλάδων που παράγουν υποκατάστατα προϊόντα-υπηρεσίες, δηλαδή προϊόντα-υπηρεσίες που ικανοποιούν ίδιες ανάγκες, με εκείνες του κλάδου που αναλύεται.

Για να μειωθεί η απειλή των υποκατάστατων πρέπει να διαφοροποιηθούν τα προϊόντα που προσφέρουν σε σχέση με τα χαρακτηριστικά που λαμβάνουν υπόψη οι αγοραστές (τιμή προϊόντος, ποιότητα, εξυπηρέτηση μετά τη πώληση, κ.λπ.). Ως υποκατάστατα των μονάδων resort θα μπορούσαμε να θεωρήσουμε ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων, ή ενοικιαζόμενες βίλλες, καθώς και οι κρουαζιέρες, οι οποίες, αν και παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση στην υπόλοιπη Ευρώπη, στην Ελλάδα παρουσιάζουν μικρή διεύθυνση.

Οι αγοραστές μπορούν εύκολα να επιλέξουν αυτό τον τρόπο υποκατάστασης των resort, καθώς προσφέρουν παροχές πολυτέλειας σε μέρη που resort δεν μπορεί να προσφέρει, αν αναλογιστούμε πως στην κρουαζιέρα ο επισκέπτης βλέπει πολλά μέρη.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι η απειλή από τα υποκατάστατα είναι αρκετά μεγάλη, εφόσον οι αγοραστές αντιμετωπίζουν μικρό κόστος μετακίνησης.

3.7 Ανάλυση SWOT

Δυνάμεις

1. Διάθεση υψηλών κεφαλαίων
Ο ένας επενδυτής έχει στην κατοχή του ήδη επιχειρήσεις στη Σαουδική Αραβία και ο άλλος, λακωνικής καταγωγής, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Επομένως, διαθέτουν ένα υψηλό ποσό κεφαλαίων καθώς οι πολυτελείς ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τους, τους αποφέρουν μεγάλα κεφάλαια. Το γεγονός αυτό τους προσφέρει τη δυνατότητα να μπορούν να επενδύσουν χρήματα ικανά να καλύψουν κάθε ανάγκη που θα χρειαστεί για να φτιαχτεί η μονάδα με όλες τις ανέσεις.
2. Διασυνδέσεις και μεγάλος κύκλος γνωριμιών
Οι επενδυτές μας λόγω της πολυετούς παρουσίας στην αγορά των επιχειρήσεων έχουν διασυνδέσεις που μπορεί να τους αποφέρουν σημαντικά πλεονεκτήματα καθώς μπορεί να τους βοηθήσουν να προσπεράσει πιθανά εμπόδια που θα συναντήσουν.
3. Γνώση αντικειμένου
Οι επενδυτές επειδή ασχολούνται με τον τουρισμό είναι γνώστες του αντικειμένου και μπορούν να προβλέψουν τις σωστές κινήσεις που θα τους οδηγήσουν ώστε να αποκτήσει η επιχείρηση μια καλή πορεία ανάπτυξης.

Αδυναμίες

1. Μη γνώση της ελληνικής νομοθεσίας
Ο επενδυτής επειδή δεν έχει ζήσει και δεν έχει δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του δεν γνωρίζει τι προβλέπει η ελληνική νομοθεσία για τα τουριστικά καταλύματα. Αυτό είναι μια αδυναμία καθώς μπορεί να του πάρει χρόνο για να προσαρμοστεί στη νομοθεσία που ο ίδιος μπορεί να πιστεύει ότι λειτουργεί με γρήγορους ρυθμούς.

2. Μη έγκαιρη πληρωμή των υποχρεώσεων
Η μη έγκαιρη πληρωμή των υποχρεώσεων λόγω της απόστασης και της απουσίας του από τη χώρα μπορεί να αποτελεί μια αδυναμία καθώς μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα με τους προμηθευτές της μονάδας.

Ευκαιρίες

1. Φυσικό περιβάλλον της Λακωνίας

Οι όμορφες παραλίες της Λακωνίας σε συνδυασμό με τη κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα χαρίζουν ένα μαγευτικό τοπίο που δύσκολο κανείς μπορεί να ξεχάσει. Ειδικότερα η περιοχή της Μάνης διαθέτει μοναδικότητα σε ό, τι αφορά στην αρχιτεκτονική της καθώς και το σπήλαιο του Διρού, λόγω της μοναδικότητας του επίσης, αποτελούν σημαντικό πόλο έλξης.
2. Εύκολη πρόσβαση

Η Λακωνία αν και βρίσκεται στη νότια Πελοπόννησο αυτό δεν την κάνει καθόλου δύσκολα προσβάσιμη. Από τον Απρίλιο του 2016 που δόθηκε στην κυκλοφορία το κομμάτι Λεύκτρο-Σπάρτη απέχει 3 ώρες από το Ελ. Βενιζέλος και μόλις 1,5 από το διεθνή αερολιμένα της Καλαμάτας. Επίσης, το λιμάνι το Γυθείου βρίσκεται στην καρδιά του λακωνικού και ευνοεί την προσέγγιση είτε με ιδιωτικά σκάφη είτε με πλοία της γραμμής.
3. Ιστορικά μνημεία

Η Λακωνία διαθέτει πολλά σημεία ιστορικού και αρχαιολογικού ενδιαφέροντος. Ο Μυστράς και η Μονεμβάσια είναι δυο κάστρα ευρέως γνωστά που όλοι πρέπει να επισκεφθούν. Το σπήλαιο του Διρού, το ακρωτήριο Ταίναρο και το νησί Κρανάη ενισχύουν το ερευνητικό ενδιαφέρον των επισκεπτών.

Απειλές

1. Ανταγωνισμός από τους υπόλοιπους νομούς

Παρ' όλο που η Λακωνία είναι γνωστή και ελκύει πλήθος τουριστών για τις ομορφιές της και τη γαστρονομία της, δεν παύει να έχει ανταγωνίζεται τους υπόλοιπους νομούς της Πελοποννήσου όπως τη Μεσσηνία ή την Αργολίδα καθώς ξεχωρίζουν και αυτοί για την ομορφιά τους και την ιστορία τους.
2. Οικονομική κρίση

Η οικονομική κρίση τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έχει δημιουργήσει προβλήματα σε πολλούς τομείς της οικονομίας. Δεν θα μπορούσε να αφήσει ανεπηρέαστο και το τομέα του τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια, λόγω της κρίσης ο εσωτερικός τουρισμός έχει πληγεί περισσότερο καθώς οι Έλληνες έχουν μειώσει τις διακοπές τους.
3. Υψηλός βαθμός επιπέδου υπηρεσιών

Η προσφορά υψηλού βαθμού επιπέδου υπηρεσιών μπορεί να προσελκύει πιστούς πελάτες σε επιχειρήσεις που να μην δημιουργεί την επιθυμία να δοκιμάσουν κάτι καινούργιο.

4. Αλλαγή νομοθεσίας

Στις μέρες μας το μεταβαλλόμενο πολιτικό περιβάλλον δημιουργεί συνεχείς αλλαγές στη νομοθεσία που αφορά στις τουριστικές επιχειρήσεις. Οι συνεχείς αλλαγές δημιουργούν σύγχυση στους επιχειρηματίες, οι οποίοι δεν ξέρουν πώς να αντιδράσουν και δεν είναι πάντα εύκολα να προσαρμοστούν.

5. Αλλαγές στη φορολογία

Δυστυχώς στην Ελλάδα το φορολογικό περιβάλλον είναι κάθε άλλο παρά σταθερό. Πολύ συχνά γίνονται αλλαγές που επηρεάζουν μισθωτούς, συνταξιούχους και ελεύθερους επαγγελματίες. Συνεπώς, από τη στιγμή που δεν υπάρχει αυτή η σταθερότητα ο κίνδυνος της επικείμενης αλλαγής επηρεάζει αρνητικά την κερδοφορία της κάθε επιχείρησης.

3.8 Σχέδιο Μάρκετινγκ

3.8.1 Στρατηγική της επιχείρησης

Η επιχείρηση πρόκειται να ακολουθήσει τη στρατηγική της διαφοροποίησης. Καθώς οι βασικοί μας ανταγωνιστές έχουν πανομοιότυπες παροχές, σαν νέοι στην αγοραστική πίτα, θα πρέπει να ακολουθήσουμε ένα μονοπάτι που θα μας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό για να κερδίσουμε μερίδιο αγοράς. Βασικό πλεονέκτημα μάς προσδίδει η χωροταξική τοποθέτηση της μονάδας καθώς διαθέτει παραλία που μπορεί να εκμεταλλευτεί κατά αποκλειστικότητα. Πηγή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος θα είναι η ιδιωτική μαρίνα για την προσάραξη των ιδιωτικών ιστιοπλοϊκών, το προσωπικό που θα μπορεί να συντηρεί και να επισκευάσει τυχόν φθорές καθώς και η ιδιωτική παραλία. Η ύπαρξη ιδιωτικής μαρίνας διαφοροποιεί την επιχείρησή μας καθώς όπως φαίνεται και παραπάνω στην ανάλυση των παροχών των ανταγωνιστών, κανένας τους δεν έχει τέτοια παροχή. Βασικό στοιχείο είναι ότι κανένας βασικός ανταγωνιστής δεν έχει τις γεωγραφικές προϋποθέσεις ώστε να μιμηθεί κάτι αντίστοιχο.

3.8.2 Σκοπός και αποστολή της επιχείρησης

Βασική προϋπόθεση για την καλή και επιτυχή λειτουργία της επιχείρησης είναι όλες οι βαθμίδες του προσωπικού να προάγουν και να ενεργούν σύμφωνα με το σκοπό και την αποστολή αυτής. Προκειμένου να γίνει αυτό, θα χρειαστεί να καταλάβουν ουσιαστικά το λόγο ύστασής της. Ο σκοπός του Λακωνίς είναι να παρέχει τόσο ποιοτικές υπηρεσίες που θα μετατρέψουν τον επισκέπτη από πελάτη σε φιλοξενούμενο που θα θέλει κάθε καλοκαίρι να έρχεται εδώ για διακοπές και να μας συστήσει και σε άλλους. Σε ό, τι αφορά στην αποστολή της επιχείρησης, αυτή αναφέρεται στο ποιοι είμαστε και τι κάνουμε. Διαφορετικά, η αποστολή σημαίνει τι θα έχανε ο πελάτης αν δεν υπήρχαμε στην αγορά. Η αποστολή του Λακωνίς εκφράζεται από τη φράση “Ποιοτικές διακοπές προσαρμοσμένες στις ανάγκες του κάθε επισκέπτη ξεχωριστά”.

3.8.3 Μείγμα Μάρκετινγκ

3.8.3.1 Προϊόν

Το Λακωνίς είναι μια μονάδα που συνδυάζει όλες τις ανέσεις και υπηρεσίες και παράλληλα υπόσχεται φιλικότητα, οικειότητα και φιλοξενία στους πελάτες της. Πιο συγκεκριμένα το ξενοδοχείο διαθέτει ένα κεντρικό κτίριο, όπου θα αναλύσουμε στην πορεία τι περιλαμβάνει αυτό, και 50 δωμάτια. Καθώς όλα τα δωμάτια είναι χτισμένα αμφιθεατρικά στην πλαγιά του βουνού όλα ανεξαιρέτως έχουν την ίδια θέα στη θάλασσα του λακωνικού. Πιο αναλυτικά παρακάτω οι παροχές των δωματίων και των σουιτών (Πίνακας 25).

Πίνακας 25 : Παροχές bungalows και των σουιτών

Μπάνιο με ντους /με υδρομασάζ (suites only)	✓
Κλιματισμός	✓
Θέρμανση	✓
Τζάκι	✓
Δορυφορική τηλεόραση NOVA	✓
WIFI	✓
Στεγνωτήρας μαλλιών 2000 watt	✓
Βεράντα θέα στη θάλασσα	✓
Mini Bar πλήρως εξοπλισμένο	✓
Χρηματοκιβώτιο	✓
Mini private πισίνα (suites only)	✓

Το Λακωνίς διαθέτει πολλές παροχές στους κοινόχρηστους χώρους οι οποίες συγκεντρώνονται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 26).

Πίνακας 26 : Παροχές ξενοδοχείου

24ωρη υπηρεσία υποδοχής	✓
Σαλόνι (2)	✓
Εστιατόριο	✓
Μπαρ	✓
Κατάστημα Folli-Follie	✓
Κατάστημα Ζωή Σεργιάδη	✓
Κήπος περιμετρικά	✓
Beach bar	✓
Ιδιωτική παραλία	✓
Γυμναστήριο	✓
SPA	✓
Γήπεδο τένις	✓

Γήπεδο beach volley	✓
Χώρος στάθμευσης (2)	✓
Χώρος φύλαξης παιδιών	✓

Επιπλέον διατίθεται και χώρος συνεδρίων και χώρος λοιπών κοινωνικών εκδηλώσεων. Πιο συγκεκριμένα, οι χώροι που είναι σχεδιασμένοι για τις εκδηλώσεις και τα συνέδρια, βρίσκονται στον πρώτο όροφο του κυκλικού κεντρικού κτιρίου.

3.8.3.2 Τιμή

Η επιχείρηση θα ακολουθήσει δυο διαφορετικές πολιτικές τιμολόγησης ανάλογα με τον κατηγορία των δωματίων. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στα δωμάτια κλασσικού τύπου θα εφαρμόσουμε μια στρατηγική «προσφοράς όσων προσφέρουν οι ανταγωνιστές» (Blythe J., 2002, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ). Δεδομένου ότι οι παροχές των συγκεκριμένων δωματίων δεν απέχουν ιδιαίτερα από τις αντίστοιχες των ανταγωνιστών δεν δικαιολογείται η τιμολόγηση πάνω από τον μέσο όρο. Από την άλλη πλευρά δεν προσφέρουμε χαμηλότερες τιμές αφενός για να μην υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις με τις τιμές των πολυτελών δωματίων και αφετέρου για να επιτευχθεί η επιθυμητή τοποθέτηση. Τέλος, μέσω αυτής της στρατηγικής αναμένουμε μια ομαλή είσοδο στην αγορά, όπου δεν θα εμπλακούμε σε πόλεμο τιμών και επομένως οι δυνάμεις μας θα εστιάσουν σε πιο αποδοτικές ενέργειες μάρκετινγκ (δημόσιες σχέσεις, διαφήμιση κλπ).

Σχετικά με τις πολυτελείς σουίτες σχεδιάζουμε να εφαρμόσουμε μια ιδιαίτερη μορφή ψυχολογικής τιμολόγησης, την «τιμολόγηση κύρους». Δηλαδή, θέτουμε εξαρχής υψηλές τιμές στα εν λόγω δωμάτια ώστε οι λέξεις «Λακωνίς» και «ποιότητα» να είναι ταυτόσημες.

Αυτό σημαίνει ότι θέλουμε οι πελάτες μας να έχουν υψηλές προσδοκίες από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών μας από τη στιγμή που τους ζητάμε να διαθέσουν ένα υψηλότερο αντίτιμο. Σε σχέση με τον ανταγωνισμό αυτή η τιμή κύρους θα είναι 10-15% υψηλότερη από την τιμή των αντίστοιχων δωματίων των ανταγωνιστών διότι η επιπρόσθετη ικανοποίηση που θα λαμβάνει ο πελάτης θα υπερκαλύπτει αυτήν την διαφορά της τιμής.

Σε επίπεδο ειδικών τιμών/προσφορών, η επιχείρηση σκοπεύει να παρέχει ειδικές προσφορές ή εκπτώσεις προς τους «καλούς» πελάτες. Η βαθμολογία – κατάταξη των πελατών θα γίνεται με την βοήθεια του πληροφοριακού συστήματος διαχείρισης σχέσεων με τους πελάτες (Customer Relationship Management - CRM) βάσει τριών κριτηρίων:

- Συχνότητα επισκέψεων
- Συνολικό ποσό που δαπανήθηκε κατά την διαμονή (διαμονή, εστίαση και έξτρα παροχές)
- Αριθμός νέων πελατών που δημιουργήθηκε από τις συστάσεις του εκάστοτε επισκέπτη

Οι πελάτες που θα λαμβάνουν την υψηλότερη βαθμολογία («καλοί» πελάτες) θα απολαμβάνουν έκπτωση εύρους 5 – 25%. Ανάλογη έκπτωση ή ειδική προσφορά θα διαπραγματεύεται και με tour operators εξωτερικού ή εσωτερικού όταν θα πραγματοποιούν μαζικές κρατήσεις.

Η περίοδος λειτουργίας του ξενοδοχείου ξεκινά από 1^η Απριλίου ως και 20^η Οκτωβρίου. Ανάλογα με τη ζήτηση της κάθε υποπεριόδου διαμορφώνονται και οι τιμές. Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 27) διακρίνουμε τις τιμές των δωματίων ανά κατηγορία ανά περίοδο. Πιο συγκεκριμένα, διακρίνουμε 4 περιόδους : Από 1^η Απριλίου ως 31 Μαΐου, από 1^η Ιουνίου ως 31^η Ιουλίου, από 1^η Αυγούστου ως 15^η Σεπτεμβρίου και από 16^η Σεπτεμβρίου ως 20^η Οκτωβρίου.

Στις τιμές των δωματίων υπολογίζεται μια ετήσια αύξηση 3% που ισχύει ως επακόλουθο του πληθωρισμού.

Πίνακας 27 : Τιμές (EUR) διάθεσης δωματίων ανά περίοδο ανά κατηγορία

<u>Περίοδος 1/4 -31/5</u>		<u>ΕΤΟΣ</u>				
<u>& 16/9-31/10(low)</u>						
Τύπος δωματίου	2018	2019	2020	2021	2022	
Δίκλινο deluxe	45	46	48	49	51	
Τρίκλινο deluxe	60	62	64	65	67	
Τετράκλινο deluxe	75	77	79	82	84	
Junior Suite	100	103	106	109	113	
Deluxe Suite	120	123	127	131	135	

<u>Περίοδος 1/6 -</u>		<u>ΕΤΟΣ</u>				
<u>31/7 (med)</u>						
Τύπος δωματίου	2018	2019	2020	2021	2022	
Δίκλινο deluxe	65	67	69	71	73	
Τρίκλινο deluxe	80	82	85	87	90	
Τετράκλινο deluxe	98	100	103	107	110	
Junior Suite	120	123	127	131	135	
Deluxe Suite	150	154	159	163	168	

<u>Περίοδος 1/8 -</u>		<u>ΕΤΟΣ</u>				
<u>15/9(peak)</u>						
Τύπος δωματίου	2018	2019	2020	2021	2022	
Δίκλινο deluxe	85	87	90	92	95	
Τρίκλινο deluxe	100	103	106	109	112	
Τετράκλινο deluxe	115	118	122	125	129	
Junior Suite	150	154	159	163	169	
Deluxe Suite	180	185	190	196	202	

3.8.3.3 Διανομή

Η διανομή των προϊόντων θα αποτελεί ένα από τα κύρια συγκριτικά πλεονεκτήματα της επιχείρησης και θα πραγματοποιείται μέσω:

- Τηλεφωνικής επικοινωνίας με το κέντρο υποδοχής
- Επικοινωνίας μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (πληροφορίες και κρατήσεις)
- Συνεργασίας με tour operators
- Λοιπών ιστοσελίδων online κρατήσεων καταλυμάτων (πχ booking.com)
- Μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της επιχείρησης που θα διαθέτει ενσωματωμένη πλατφόρμα κρατήσεων (Customer Reservation System - CRS). Ως επιχείρηση στηρίζουμε την εν λόγω μορφή διανομής διότι δεν έχουμε διαφυγόντα κέρδη από την μεσολάβηση τρίτων, εξοικονομούνται ώρες εργασίας από το τηλεφωνικό κέντρο υποδοχής, επιτυγχάνεται άμεση σύνδεση πληροφοριών στο CRM, διεκπεραιώνονται ταχύτερα οι κρατήσεις, αυξάνεται η ικανοποίηση των πελατών που είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία του διαδικτύου ενώ παράλληλα πρόκειται για μια συνεχή λειτουργία (24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα, 365 ημέρες τον χρόνο).

3.8.3.4 Προώθηση-προβολή

Ο τύπος προώθησης που θα χρησιμοποιήσουμε θα περιλαμβάνει διαφήμιση, προώθηση

πωλήσεων, προσωπικές πωλήσεις και δημόσιες σχέσεις.

Σε επίπεδο διαφήμισης:

Διαφήμιση μέσω έντυπου Τύπου: Φιλοξενία σε συντάκτες και αξιολογητές έγκριτων περιοδικών του κλάδου, όπως «Τουριστική αγορά» και «Touristorama», με στόχο να αναδείξουν την αρχιτεκτονική και ποιοτική ιδιαιτερότητα των πολυτελών καταλυμάτων μας. Επίσης, θα γίνονται αφιερώματα σε άλλες εφημερίδες τύπου LiFO ή στα ένθετα του κυριακάτικου τύπου.

Διαφήμιση μέσω ηλεκτρονικού τύπου: Συνδρομή για παρουσία σε μηχανές αναζήτησης (βλ. google, yahoo κλπ), σε εξειδικευμένες σελίδες κρατήσεων (βλ. booking.com, trivago.gr, greekhotels.gr, hotelsline.gr κλπ) και στην διαδικτυακή πύλη των τοπικών δήμων apela.gr, notospress.gr

Δημιουργία λογαριασμού σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (facebook), twitter, instagram με δημιουργία hashtag #lakonis κλπ).

Δημιουργία επίσημης ιστοσελίδας με πλήρη περιγραφή των παρεχόμενων υπηρεσιών και των τιμών αυτών, εικονική ξενάγηση σε όλα τα δωμάτια, δρώμενα και εκδηλώσεις της τοπικής κοινωνίας, λεπτομερής κατάλογος όλων των πρόσθετων υπηρεσιών (μάρκες οίνων, μενού εστιατορίου κλπ) και τέλος forum με σχόλια – εντυπώσεις των επισκεπτών.

Σε επίπεδο προώθησης πωλήσεων το βάρος πέφτει κατά κύριο λόγο στην διαφημιστική εταιρεία με την οποία θα συναφθεί σύμβαση συνεργασίας και κατά δεύτερο λόγο στους εταίρους οι οποίοι καλούνται με τις προσωπικές τους δεξιότητες να γνωστοποιήσουν όσον το δυνατόν ταχύτερα την επιχείρηση.

Τέλος όσον αφορά στην προώθηση των δημοσίων σχέσεων θα προβούμε στις ακόλουθες ενέργειες:

- Συμμετοχή σε όλες τις εκδηλώσεις και τα σεμινάρια του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου
- Εγγραφή στην Ένωση Ξενοδόχων Λακωνίας (που υπάγεται στην Πανελλήνια Ένωση Ξενοδόχων) και συμμετοχή στις δράσεις της.
- Συμμετοχή της επιχείρησης στις ετήσιες εκθέσεις εξοπλισμού ξενοδοχείων, XENIA και HORECA, με σκοπό την ενημέρωση για τις τεχνολογικές εξελίξεις στον κλάδο αλλά και την προσωπική τριβή με τους άλλους επιχειρηματίες του κλάδου.
- Πολιτιστικές χορηγίες και δωρεές. Πιο συγκεκριμένα θα αναληφθούν δράσεις υποστήριξης και χρηματικής ενίσχυσης πολιτιστικών - φιλανθρωπικών εκδηλώσεων που μέσω των δράσεων αυτών αποδεικνύεται έμπρακτα ότι σημαντικό μέρος της αποστολής της εταιρείας είναι η Κοινωνική Ευθύνη.

3.9 Έσοδα πωλήσεων και κόστος MKT

3.9.1 Προϋπολογισμός εσόδων

Καθώς η πολιτική του Λακωνίς θα είναι άκρως πελατοκεντρική με εστίαση στην ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Η βασική πηγή εσόδων του ξενοδοχείου θα είναι τα δωμάτια, ωστόσο θα υπάρχουν και άλλες πηγές υποστηρικτικού χαρακτήρα όπως είναι το εστιατόριο, τα δύο μπαρ, οι συνεργασίες με λοιπές επιχειρήσεις (Ζωή Σεργιάδη και Follie-Follie). Αυτό συμβαίνει καθώς ακολουθείται η φιλοσοφία που μεταφράζει κάθε τετραγωνικό μέτρο σε πηγή εσόδων. Επομένως, το βέλτιστο σενάριο για την εν λόγω

επιχείρηση προϋποθέτει να υπάρχουν όσο το δυνατό λιγότερα 'παθητικά' τετραγωνικά μέτρα.

3.9.1.1 Έσοδα δωματίων

Καθώς το ξενοδοχείο αναμένεται να ξεκινήσει τη λειτουργία του τον Απρίλιο του 2018, θα προσπαθήσουμε να υπολογίσουμε τα έσοδα που θα έχει από τη διάθεση δωματίων κατά την πρώτη πενταετία της λειτουργίας του. Για να γίνει αυτό, πρέπει να υπολογιστεί η δυναμικότητα (capacity), η προβλεπόμενη πληρότητα την περίοδο peak και η μέση τιμή ανά διανυκτέρευση υπό το πρίσμα των μηνών λειτουργίας της μονάδας. Αρχικά, το ξενοδοχείο διαθέτει 50 δωμάτια.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας(28)) έχουμε χωρίσει τους τύπους δωματίων της μονάδας και τον αριθμό των κλινών ανά τύπο δωματίου.

Πίνακας 28 : Αριθμός δωματίων και κλινών κατά τύπο

ΤΥΠΟΣ ΔΩΜΑΤΙΟΥ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΚΛΙΝΕΣ/δωμάτιο	ΚΛΙΝΕΣ σύνολο
Δίκλινο deluxe	18	2	36
Τρίκλινο deluxe	16	3	48
Τετράκλινο deluxe	8	4	32
Junior suite	5	2 (δυνατότητα συν 1κλίνη)	10
Deluxe Suite	3	2 (δυνατότητα συν 1κλίνη)	5
Σύνολο	50		131

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι κάθε μέρα λειτουργίας, το συνολικό δυναμικό της επιχείρησης αντιστοιχεί και 131 κλίνες. Αν λάβουμε υπόψη ότι το ξενοδοχείο λειτουργεί από την 1^η Απριλίου ως και την 31^η Οκτωβρίου, αυτό το διάστημα αντιστοιχεί σε 214 ημέρες. Συνεπώς, το Λακωνίς λειτουργεί σε μέγιστη δυναμικότητα(full capacity) 214 ημέρες το χρόνο.

Αν λάβουμε υπόψη ότι οι ενέργειες που θα πραγματοποιήσει το MKT θα συντελέσουν καταλυτικά στην πληρότητα του ξενοδοχείου καθώς και αν υπολογίσουμε την πληρότητα των ανταγωνιστών, οδηγούμαστε σε μια εκτιμώμενη πληρότητα τις τάξης του 35% για το 2018 η οποία θα αυξάνεται κατά 3% τα επόμενα χρόνια. Πιο συγκεκριμένα στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας (29)).

Πίνακας 29 : Πληρότητα δωματίων

ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
Αριθμός δωματίων	50	50	50	50	50
Αριθμός κλινών	131	131	131	131	131
Συνολική δυναμικότητα	28034	28034	28034	28034	28034
Εκτιμώμενη πληρότητα(%)	35%	36%	37%	38%	39%
Εκτιμώμενη πληρότητα σε διανυκτερεύσεις	9811,	10106,26	10409,44	10721,73	11043,38

Σε αυτό το στάδιο χρειάζεται να υπολογίσουμε τη μέση τιμή δωματίου ανά διανυκτέρευση. Για να γίνει αυτό χρειάζεται να θέσουμε ένα συντελεστή βαρύτητας ανά κατηγορία δωματίου, ο οποίος παραμένει σταθερός και στις τρεις περιόδους ζήτησης αλλά και για όλα τα χρόνια που εξετάζονται στην μελέτη. Ο συντελεστής βαρύτητας υποδηλώνει την κατηγορία δωματίων δίνουμε βαρύτητα, είτε μέσω ενεργειών του ΜΚΤ είτε μέσω ειδικών προσφορών, ώστε να έχουν τη μεγαλύτερη πληρότητα. Έτσι προκύπτει η μέση τιμή δωματίου και ο μέσος όρος ατόμων ανά δωμάτιο. Τέλος, διαιρώντας τα παραπάνω καταλήγουμε στη μέση τιμή ανά διανυκτέρευση (Πίνακας 30). Επιπλέον, για να βρούμε τα έσοδα των δωματίων πολλαπλασιάζουμε τη μέση τιμή του δωματίου με την πληρότητα σε διανυκτερεύσεις.

Πίνακας 30 : Μέση τιμή (EUR) ανά διανυκτέρευση και έσοδα δωματίων

<u>Περίοδος 1/4-31/5 & 16/9-31/10</u>	<u>Συντελ εστής βαρύτ ητας</u>	<u>ΕΤΟΣ</u>				
		2018	2019	2020	2021	2022
Τύπος δωματίου						
Δίκλινο deluxe	35%	15,75	16,22	16,71	17,21	17,73
Τρίκλινο deluxe	28%	16,8	17,30	17,82	18,36	18,91
Τετράκλινο deluxe	17%	12,75	13,13	13,53	13,93	14,35
Junior Suite	15%	15	15,45	15,91	16,39	16,88
Deluxe Suite	5%	6	6,18	6,37	6,56	6,75
Σύνολα-Μέση τιμή	100%	66,3	68,29	70,34	72,45	74,62
<u>Περίοδος 1/6-31/7</u>	<u>Συντελ εστής βαρύτ ητας</u>	<u>ΕΤΟΣ</u>				
Τύπος δωματίου						
Δίκλινο deluxe	35%	22,75	23,43	24,14	24,86	25,61
Τρίκλινο deluxe	28%	22,4	23,07	23,76	24,48	25,21
Τετράκλινο deluxe	17%	16,66	17,16	17,67	18,20	18,75
Junior Suite	15%	18	18,54	19,10	19,67	20,26
Deluxe Suite	5%	7,5	7,73	7,96	8,20	8,44
Σύνολα-Μέση τιμή	100%	87,31	89,93	92,63	95,41	98,27
<u>Περίοδος 1/8-15/9</u>	<u>Συντελ εστής βαρύτ ητας</u>	<u>ΕΤΟΣ</u>				
Τύπος δωματίου						
Δίκλινο deluxe	35%	29,75	30,64	31,56	32,51	33,48
Τρίκλινο deluxe	28%	28	28,84	29,71	30,60	31,51
Τετράκλινο deluxe	17%	19,55	20,14	20,74	21,36	22,00
Junior Suite	15%	22,5	23,18	23,87	24,59	25,32

Deluxe Suite	5%	9	9,27	9,55	9,83	10,13
Σύνολα-Μέση τιμή	100%	108,8	112,06	115,43	118,89	122,46
Μήνες λειτουργίας		7	7	7	7	7
Μέση ετήσια τιμή δωματίου		76,67	78,97	81,34	83,78	86,30
Μ.Ο ατόμων/δωμάτιο		3	3	3	3	3
Μέση ετήσια τιμή /διανυκτέρευση		25,56	26,32	27,11	27,93	28,77
ΕΣΟΔΑ ΔΩΜΑΤΙΩΝ		752.320,42	798.136,74	846.743,27	898.309,93	953.017,00

3.9.1.2 Έσοδα εστιατορίου

Η δυναμικότητα του εστιατορίου βρίσκεται σε αναλογία με τη δυναμικότητα του ξενοδοχείου. Το Λακωνίς την ημέρα μπορεί να φιλοξενήσει 131 άτομα. Αν υποθέσουμε ότι πέρα από τους επισκέπτες του ξενοδοχείου, έρχονται και κάποιοι εξωτερικοί απλά για να γευματίσουν ή να δειπνήσουν τότε η δυναμικότητα του εστιατορίου θα είναι 100 άτομα. Καθώς το πρωινό περιλαμβάνεται στην τιμή του δωματίου, αναφερόμαστε σε έσοδα που προκύπτουν από το μεσημεριανό και το βραδινό – δηλαδή 200 άτομα. Το μέσο έσοδο κατ' άτομο για το 2018 θα είναι 13 EUR με ετήσια αύξηση 3%. Η πληρότητα του εστιατορίου για το 2018 υπολογίζεται στο 30% με ετήσια αύξηση 6%. Ας τα δούμε αναλυτικότερα τον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 31).

Πίνακας 31 : Έσοδα εστιατορίου (EUR)

Περιγραφή / Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Αριθμός ατόμων Μέσο	12840	13610	14427	15293	16210
έσοδο/άτομο	13	13,39	13,79	14,21	14,63
Ποσοστό αύξησης		3%	3%	3%	3%
Ημέρες λειτουργίας	214	214	214	214	214
Δυναμικότητα	200	200	200	200	200
Πληρότητα	30%	32%	34%	36%	38%
ΕΣΟΔΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ	166.920,00	182.243,26	198.973,19	217.238,93	237.181,46

3.9.1.3 Έσοδα Μπαρ

Το Λακωνίς διαθέτει δυο μπαρ. Το ένα (bar del mar) βρίσκεται μέσα στο κεντρικό κυκλικό κτίριο και εξυπηρετεί τους επισκέπτες που κάθονται στην βεράντα ενώ το δεύτερο μπαρ (bar la costa) βρίσκεται στο πρώτο επίπεδο, δηλαδή κοντά στην παραλία και εξυπηρετεί τους επισκέπτες που είναι στην πισίνα και στην παραλία. Και τα δύο μπαρ έχουν έσοδα τόσο από τους διαμένοντες όσο και από εξωτερικούς πελάτες.

Για να προβλέψουμε πόσοι επισκέπτες θα προτιμήσουν το μπαρ, θα στηριχτούμε στον υπολογισμό των επισκεπτών του εστιατορίου. Σύμφωνα με την παραπάνω πρόβλεψη, το εστιατόριο για το 2018 θα το επισκεφθούν 12840 άτομα. Καθώς όλοι σχεδόν οι επισκέπτες του εστιατορίου θα χρησιμοποιήσουν και το μπαρ, εμείς θα υπολογίσουμε ότι μόνο το 6% δε θα προτιμήσει τίποτα από το μπαρ. Επίσης υπολογίζουμε μια αύξηση στην επισκεψιμότητα κατά έτος κατά 4% και στα δυο μπαρ. Αναλυτικότερα στους δυο πίνακες που ακολουθούν (Πίνακας 32) και (Πίνακας 33).

Πίνακας 32 : Έσοδα μπαρ del mar (EUR)

Περιγραφή / έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Αριθμός επισκεπτών	12070	12552	13054	13577	14120
Μέσο έσοδο (EUR)/ άτομο	5	5,2	5,41	5,62	5,85
Ποσοστό αύξησης		4%	4%	4%	4%
ΕΣΟΔΑ Bar del mar	60.348,00	65.272,40	70.598,62	76.359,47	82.590,41

Για να υπολογίσουμε τον αριθμό των επισκεπτών στο μπαρ la costa, προβλέπουμε ότι το χειρίστο σενάριο είναι τον 1^ο χρόνο λειτουργίας να μην έρθει κανένας εξωτερικός επισκέπτης. Έτσι, έχουμε 28034 επισκέπτες σύμφωνα με τον αριθμό των κλινών και τη συνολική δυναμικότητα κατά έτος. Σύμφωνα με την προβλεπόμενη πληρότητα στο 35% για τον πρώτο χρόνο (που μετά αυξάνεται κατά 3%) έχουμε 18222 επισκέπτες. Βάσει σεναρίου ότι το 6% δε θα πάρει ούτε νερό από το μπαρ, το σύνολο των επισκεπτών διαμορφώνεται στους 17128 επισκέπτες. Για τα επόμενα χρόνια ο αριθμός των επισκεπτών αυξάνεται κατά 4% (το ποσοστό περιλαμβάνει και εξωτερικούς και ενοίκους).

Πίνακας 33 : Έσοδα μπαρ la costa (EUR)

Περιγραφή / έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Αριθμός επισκεπτών	17128	17813	18526	19267	20037
Μέσο έσοδο (EUR)/ άτομο	3	3,12	3,24	3,37	3,51
Ποσοστό αύξησης		4%	4%	4%	4%
ΕΣΟΔΑ Bar la costa	51.384,00	55.576,93	60.112,01	65.017,15	70.322,55

3.9.1.4 Λοιπά έσοδα

Το Λακωνίες πέρα από τα έσοδα των δωματίων, των μπαρ και του εστιατορίου θα έχει έσοδα και από τις εκδηλώσεις που θα διοργανώνονται, από τα συνέδρια, από τα συνεργαζόμενα καταστήματα, που θα βρίσκονται μέσα, καθώς και από το spa. Για να μπορέσουμε να υπολογίσουμε τα έσοδα που προκύπτουν από τις προαναφερθείσες πηγές, θέτουμε ως βάση ότι αυτά αντιστοιχούν στο 0,4% των εσόδων των δωματίων. Συνεπώς, στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 34), παρουσιάζονται όλα τα κέντρα εσόδων του ξενοδοχείου.

Πίνακας 34 : Λειτουργικά έσοδα (EUR)-Κέντρα εσόδων ξενοδοχείου (2018-2022)

Περιγραφή/Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Έσοδα δωματίων	752.320,42	798.136,74	846.743,27	898.309,93	953.017,00
Έσοδα εστιατορίου	166.920,00	182.243,26	198.973,19	217.238,93	237.181,46
Έσοδα bar del mar	60.348,00	65.272,40	70.598,62	76.359,47	82.590,41
Έσοδα bar la costa	51.384,00	55.576,93	60.112,01	65.017,15	70.322,55
Λοιπά έσοδα	3.009,28	3.192,55	3.386,97	3.593,24	3.812,07
Σύνολο	1.033.981,71	1.104.421,87	1.179.814,06	1.260.518,72	1.346.923,49

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 35) έχουμε μεταφράσει τα κέντρα εσόδων σε ποσοστό επί του συνόλου.

Πίνακας 35 : Ποσοστιαία κατανομή εσόδων (2018-2022)

Περιγραφή/Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Έσοδα δωματίων	72,76%	72,27%	71,77%	71,27%	70,76%
Έσοδα εστιατορίου	16,14%	16,50%	16,86%	17,23%	17,61%
Έσοδα bar del mar	5,84%	5,91%	5,98%	6,06%	6,13%
Έσοδα bar la costa	4,97%	5,03%	5,10%	5,16%	5,22%
Λοιπά έσοδα	0,29%	0,29%	0,29%	0,29%	0,28%
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

3.9.2 Προβλεπόμενο κόστος προβολής

Για να υπολογίσουμε το κόστος προβολής του Λακωνίς, υποθέτουμε ότι για το 2018, που είναι και ο πρώτος χρόνος λειτουργίας της μονάδας, το κόστος θα είναι το 3% των εσόδων από τα δωμάτια. Το ποσοστό αυτό θα μειώνεται χρόνο με το χρόνο καθώς η μονάδα θα έχει αρχίσει να γίνεται γνωστή. Έτσι για το 2018 υπολογίσαμε ότι περίπου 22.500EUR θα διατεθούν για την προώθηση της επιχείρησης ενώ το 2022, που το ποσοστό θα έχει μειωθεί στο 0,8%, το κόστος θα είναι περίπου στα 7.500EUR. Καθώς όμως θα διατίθεται προμήθεια σε μεσάζοντες κρατήσεων όπως σε tour operators, υπολογίσαμε ότι σταθερά από τα έσοδα των δωματίων το 15% θα αντιστοιχεί σε αυτούς. Αναλυτικότερα, στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 36) βλέπουμε διαχρονικά το συνολικό κόστος προώθησης.

Πίνακας 36 : Διαχρονικό κόστος προβολής-προώθησης (EUR)

Περιγραφή/Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Έξοδα προώθησης - προβολής	22.569,61	19.953,42	15.241,38	10.779,72	7.624,14
Έσοδα δωματίων	752.320,42	798.136,74	846.743,27	898.309,93	953.017,00
Ποσοστό επί των εσόδων από δωμάτια για προβολή	3%	2,50%	1,80%	1,20%	0,8%
Έσοδα δωματίων (σε tour operators κτλ)	112.848,06	119.720,51	127.011,49	134.746,49	142.952,55
Ποσοστό επί των εσόδων από δωμάτια για προμήθεια σε tour operators κτλ	15%	15%	15%	15%	15%
ΣΥΝΟΛΟ	135.417,68	139.673,93	142.252,87	145.526,21	150.576,69

4. ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΕΦΟΔΙΑ

Οι επιλογή των πρώτων υλών είναι ένα από τα βασικότερα στάδια σε μία μελέτη σκοπιμότητας. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνεται και η επιλογή των κατάλληλων προμηθευτών. Καταλυτική παράμετρο αποτελεί η επιλογή που θα γίνει, να συνδυάζει την ζητούμενη ποιότητα καθώς και το βιώσιμο αντίστοιχο κόστος. Επομένως στο κεφάλαιο αυτό θα ασχοληθούμε ιδιαίτερα με την διαδικασία επιλογής πρώτων υλών και άλλων εφοδίων που απαιτούνται για τη λειτουργία του Λακωνίς. Στη συνέχεια θα περάσουμε στον υπολογισμό του κόστους.

4.1 Χαρακτηριστικά των πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Προκειμένου να εξετάσουμε τις πρώτες ύλες που χρειαζόμαστε για τη λειτουργία της επιχείρησης, θα ήταν χρήσιμο να τις χωρίζαμε σε ορισμένες κατηγορίες.

Πιο συγκεκριμένα:

► Πρώτες Ύλες για την κουζίνα:

Πρόκειται για τις πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες για τον χώρο της κουζίνας όπως είναι τα τρόφιμα, τα αναψυκτικά, τα ποτά, τα ροφήματα κ.α. Η τροφοδοσία θα γίνεται τουλάχιστον 1 με 2 φορές την εβδομάδα ανάλογα με τη ζήτηση και τον αριθμό των ατόμων που διαμένουν στο ξενοδοχείο. Κατά τους πρώτους μήνες της σεζόν, για παράδειγμα, η συχνότητα θα είναι 1 φορά την εβδομάδα. Κατά τους επόμενους μήνες, που θα εντείνονται οι απαιτήσεις, θα είναι 2 φορές την εβδομάδα.

► Πρώτες Ύλες για καθαριότητα των δωματίων, των κοινόχρηστων χώρων, των μπάνιων και του πλησταριού (laundry room):

Οι πρώτες ύλες για την συντήρηση και τον καθαρισμό των δωματίων και των υπολοίπων κοινόχρηστων χώρων είναι απαραίτητες για την διατήρηση των χώρων σε άριστη κατάσταση τόσο από πλευρά υγιεινής, όσο και από πλευρά αισθητικής. Στις πρώτες ύλες αυτής της κατηγορίας περιλαμβάνονται τα καθαριστικά, τα εργαλεία καθαρισμού, τα απορρυπαντικά, τα είδη και τα καλλυντικά περιποίησης, τα χαρτιά υγείας, οι λάμπες και πολλά άλλα.

► Γραφική ύλη

Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνεται όλος ο εξοπλισμός που χρειάζεται για το χώρο υποδοχής και λοιπά γραφεία. Θα χρειαστούν στυλό, μελάνια εκτύπωσης, εκτυπωτής, φαξ, χαρτιά εκτύπωσης, σημειωματάρια, συρραπτικό, ανταλλακτικά συρραπτικού, γόμες, μολύβια, διορθωτικά, συνδετήρες, φάκελοι και άλλα.

► Φαρμακείο

Πρόκειται για ειδικό μέρος μέσα στη μονάδα που αποτελείται από τα απαραίτητα φάρμακα για την παροχή πρώτης ιατρικής περίθαλψης, την αντιμετώπιση μικροτραυματισμών και αλλεργιών των πελατών και των εργαζομένων. Το φαρμακείο πρέπει να ανανεώνεται συνεχώς προκειμένου να είναι πάντα εφοδιασμένο με τα απαραίτητα ιατρικά και παραϊατρικά προϊόντα.

► Στολές εργασίας

Για το προσωπικό που θα εργάζεται στη μονάδα είτε μένει στα δωμάτια του συγκροτήματος είτε έρχεται περιστασιακά, θα υπάρχει συγκεκριμένος ενδυματολογικός κώδικας, ο οποίος θα υιοθετείται με την παροχή συγκεκριμένων στολών εργασίας

προκειμένου να υπάρχει ομοιομορφία σε κάθε τμήμα καθώς και να είναι αναγνωρίσιμο το προσωπικό από τους πελάτες.

► **Ενέργεια**

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι ανάγκες για ηλεκτρική ενέργεια και για καύσιμη ύλη όπως ξύλα για το τζάκι, κάρβουνα για την ψησταριά πετρέλαιο για θέρμανση, πετρέλαιο κίνησης σκαφών, υγραέριο για το μαγείρεμα κ.α.

4.2 Εφοδιαστική αλυσίδα (SCM)-Επιλογή πρώτων υλών, λοιπών εφοδίων και προμηθευτών

Η επιλογή των πρώτων υλών, λοιπών εφοδίων και προμηθευτών είναι μια διαδικασία που πραγματοποιείται κατόπιν συνεργασίας και συμφωνίας του τμήματος προμηθειών (Procurement) και του προϊστάμενου του κάθε τμήματος. Η οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας περιλαμβάνει τις εξής παραμέτρους:

- ✓ Αγορά όλων των προμηθειών για την κάλυψη των αναγκών.
- ✓ Παραλαβή, ποιοτικός έλεγχος των προϊόντων που παραλαμβάνονται.
- ✓ Έλεγχος των αποθεμάτων ώστε να αποφευχθεί πιθανή έλλειψή τους.
- ✓ Έγκαιρη ανανέωση των προμηθειών (προϊόντα με ημερομηνία λήξης).
- ✓ Εξεύρεση προμηθευτών που ικανοποιούν τα κριτήρια επιλογής που θέτει η επιχείρηση.
- ✓ Έρευνα για νέα προϊόντα, νέες τεχνολογίες, τιμές κ.ά. (tender).
- ✓ Διατήρηση αρχείου προμηθευτών και περιοδική αξιολόγηση με στάνταρ αντικειμενικά κριτήρια .
- ✓ Τακτική ενημέρωση διεύθυνσης σχετικά με τη λειτουργία της αλυσίδας.

4.3 Διαδικασία ελέγχου πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Προκειμένου να διασφαλιστεί η ποιότητα πρέπει να ακολουθούνται ορισμένες διαδικασίες που εστιάζουν στην τυποποίηση της παρεχόμενης ποιότητας. Αυτή η τυποποίηση περιλαμβάνει τον περιοδικό έλεγχο των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων που χρειάζεται η επιχείρηση. Επομένως, όπως συμβαίνει στις περισσότερες επιχειρήσεις, θα καθοριστούν ώστε να εφαρμοστούν κάποιες τεχνικές και συστήματα ελέγχου για την καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών.

Τέτοιες τεχνικές και συστήματα ελέγχου είναι:

- ❖ Καθιέρωση προτύπων ποιότητας
- ❖ Καθιέρωση συγκεκριμένων διαδικασιών για την εκτέλεση των εργασιών
- ❖ Εκπαίδευση του προσωπικού
- ❖ Παρακολούθηση και διόρθωση των ενεργειών του προσωπικού

4.4 Υπολογισμός πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Τα συνολικά έσοδα της μονάδας είναι συνυφασμένα με τα συνολικά έξοδα διότι από την διαφορά των δύο θα προκύψει το κέρδος. Επομένως, για να υπολογίσουμε το κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων θα εξεταστεί τι ποσοστό επί των ετησίων συνολικών εσόδων της μονάδας αντιστοιχεί σε κάθε μια από τις κατηγορίες των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων.

4.4.1 Κόστος πρώτων υλών για τα επισιτιστικά τμήματα

Τα επισιτιστικά τμήματα του Λακωνίς αποτελούν το εστιατόριο, το καφέ στο κεντρικό κτίριο (café del mar), το καφέ στην παραλία (café la costa) καθώς και τα συνέδρια και οι λοιπές κοινωνικές εκδηλώσεις που θα πραγματοποιούνται στους ειδικά σχεδιασμένους χώρους της μονάδας. Πιο αναλυτικά, το 28% των συνολικών εσόδων του εστιατορίου αντιστοιχεί στο εκτιμώμενο κόστος των πρώτων υλών για το εστιατόριο. Παράλληλα το 5% των εσόδων του εστιατορίου θεωρούμε ότι αντιστοιχεί με το κόστος των πρώτων υλών που χρειάζονται για τις εκδηλώσεις. Συνεπώς, για πρώτες ύλες εστιατορίου και εκδηλώσεων θεωρούμε ότι αφιερώνουμε το 33% των συνολικών εσόδων του εστιατορίου. Το 20% των συνολικών εσόδων του café del mar αντιστοιχούν στο κόστος των πρώτων υλών για το καφέ. Το ίδιο συμβαίνει και με το καφέ της παραλίας, το café la costa (Πίνακας 37).

4.4.2 Κόστος πρώτων υλών για καθαρισμό και συντήρηση

Για τον καθαρισμό και τη συντήρηση των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου θα αφιερώνεται σε ετήσια βάση το 3% των συνολικών εσόδων της μονάδας. Ο καθαρισμός αποτελεί μια διαδικασία καταλυτικής σημασίας για την επιτυχή εξελικτική πορεία του Λακωνίς και για αυτό το λόγο κάθε χρόνο το ποσοστό αυτό θα παραμένει σταθερό (Πίνακας 37).

4.4.3 Κόστος γραφικής ύλης

Υπολογίζεται πως το κόστος για την γραφική ύλη που απαιτείται για την κάλυψη των αναγκών του ξενοδοχείου θα είναι στο 0,2% και θα παραμένει σταθερό για την εξεταζόμενη πενταετία.

4.4.4 Φαρμακείο

Το φαρμακείο που θα περιλαμβάνει τον απαραίτητο εξοπλισμό πρώτων αναγκών, είναι εξίσου σημαντικό. Καθώς όμως πολλά από τα συστατικά έχουν ημερομηνία λήξης, θεωρούμε ότι κατ' έτος θα αφιερώνεται ένα ποσό της τάξης των 500EUR. (Πίνακας 37).

4.4.5 Στολές

Οι στολές των εργαζομένων χρειάζονται ώστε να γίνονται ευκόλως αντιληπτοί από τους πελάτες και να υπάρχει ομοιομορφία. Πέραν τούτου, προσδίδεται κύρος στη μονάδα όταν όλοι οι εργαζόμενοι εκτελούν την όποια εργασία με μια συγκεκριμένη περιβολή. Υπολογίζεται πως κατ' έτος το ποσό που θα αφιερώνεται στις στολές του προσωπικού, θα είναι 850 EUR. (Πίνακας 37).

4.4.6 Ενέργεια και νερό

Το κόστος για την ενέργεια και το νερό που θα χρειάζεται το Λακωνίς υπολογίζεται πως τα αποτελεί το 6% των συνολικών εσόδων του ξενοδοχείου. Καθώς όμως σε ό, τι αφορά στην ενέργεια, η τιμή της δεν παραμένει σταθερή κατ' έτος, θα υπολογίσουμε παράλληλα ένα ποσοστό αύξησης 1% το χρόνο (Πίνακας 37).

Πίνακας 37 : Κόστος Πρώτων υλών & λοιπών εφοδίων (EUR)

Περιγραφή/Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Εστιατόριο	55.083,60	60.140,27	65.661,15	71.688,85	78.269,88
Café del mar	12.069,60	13.054,48	14.119,72	15.271,89	16.518,08
Café la costa	10.276,80	11.115,39	12.022,40	13.003,43	14.064,51
Καθαρισμός/Συντήρηση	31.019,45	33.132,66	35.394,42	37.815,56	40.407,70
Γραφική ύλη	2.067,96	2.208,84	2.359,63	2.521,04	2.693,85
Φαρμακείο	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Στολές	850,00	850,00	850,00	850,00	850,00
Ενέργεια & Νερό	62.038,90	66.265,31	70.788,84	75.631,12	80.815,41
Ενέργεια & Νερό (συνολ.)	62.038,90	66.927,97	71.496,73	76.387,43	81.623,56
Ποσοστό αύξησης		1%	1%	1%	1%
Σύνολο	173.906,32	187.929,61	202.404,06	218.038,20	234.927,59

5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Σε αυτό το στάδιο της μελέτης αναλύονται τα μηχανολογικά και τεχνολογικά ζητήματα που προκύπτουν στο επενδυτικό πρόγραμμα. Αυτά αφορούν τόσο στη διαμόρφωση και στον εξοπλισμό της μονάδας αλλά και όλων όσων απαιτούνται για την παροχή ασφαλούς και ποιοτικής υπηρεσίας. Η επιλογή των κατάλληλων προϊόντων τόσο σε μηχανολογικό όσο και σε τεχνολογικό εξοπλισμό, αποτελεί βασική ανάγκη για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησης.

5.1 Δυναμικότητα της μονάδας

Το Λακωνίς, όπως έχουμε προαναφέρει, θα αποτελείται από 50 δωμάτια. Τα δωμάτια, με τη σειρά τους, χωρίζονται σε 5 διαφορετικές κατηγορίες και τοποθετούνται σε μια πλαγιά 50 στρεμμάτων αμφιθεατρικά πάνω από την παραλία, σχηματίζοντας ένα μικρό οικισμό. Στο κεντρικό κυκλικό κτίριο δεν περιλαμβάνεται καμία μορφή καταλύματος, παρά μόνο το εστιατόριο, το καφέ και τις υπόλοιπες παροχές του ξενοδοχείου.

5.2 Επιλογή τεχνολογίας

Η επιλογή της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να είναι σύμφωνη με την κατηγορία που ανήκει η μονάδα και να εξυπηρετεί τους αντικειμενικούς σκοπούς που θέλει να πετύχει η επιχείρηση. Όλες οι απαραίτητες ηλεκτρολογικές και υδραυλικές εγκαταστάσεις θα γίνουν με βάση τη νομοθεσία και τους κανονισμούς τόσο σε τοπικό, εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο. Επιπλέον, θα πρέπει να πληροί όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις και κριτήρια προκειμένου να χορηγηθεί το απαραίτητο σήμα καταλληλότητας από τον Ε.Ο.Τ. Η επιλογή των προϊόντων θα γίνει με βάση τη σχέση ποιότητας και την αποδοτικότητα. Πιο αναλυτικά περιλαμβάνει:

- ✓ Το σύστημα κλιματισμού και εξαερισμού.
- ✓ Τις υδραυλικές εγκαταστάσεις και τη σύνδεση του αποχετευτικού συστήματος.
- ✓ Το σύστημα κεντρικής θέρμανσης.
- ✓ Τις ηλεκτρολογικές καταστάσεις.
- ✓ Τις τηλεφωνικές και διαδικτυακές συνδέσεις (Wi-Fi).
- ✓ Το σύστημα πυρόσβεσης.
- ✓ Το σύστημα συναγερμού.
- ✓ Την ποιότητα του πόσιμου νερού.
- ✓ Την επιλογή ανελκυστήρων.
- ✓ Την επιλογή πισινών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιλογή των παραπάνω συστημάτων θα γίνει με βάση τα παρακάτω κριτήρια:

- ✓ Να είναι υπεσύγχρονα και εξειδικευμένα.
- ✓ Να είναι δοκιμασμένα και ασφαλή.
- ✓ Να είναι σύμφωνα με τη νομοθεσία, τους κανονισμούς και τα περιβαλλοντικά πρότυπα.
- ✓ Να είναι εύχρηστα.
- ✓ Να πληρούν τις απαραίτητες τεχνικές προδιαγραφές.

Η ηλεκτροδότηση της μονάδας θα καλυφθεί από το υπάρχον δίκτυο της ΔΕΗ στην περιοχή σε συνδυασμό με εφεδρική γεννήτρια εγκατεστημένη στις αποθήκες της μονάδας.

Η παροχή του νερού θα είναι συνεχής όλο το εικοσιτετράωρο από την Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Γυθείου, Δ.Ε.Υ.Α.Γ. .

Για τηλεφωνικές και συνδέσεις ίντερνετ η μονάδα θα συνεργαστεί με ιδιωτική εταιρεία τηλεπικοινωνιών, όπου θα της παρέχεται και καλωδιακή τηλεόραση.

5.3 Χωροταξικός σχεδιασμός του Λακωνίς

Η μονάδα θα χτιστεί σχεδόν από την αρχή πάνω σε 50 στρέμματα στην πλαγιά της περιοχής Σελινίτσα. Ο χώρος προϋποθέτει την αμφιθεατρική διάταξη των οικημάτων και των γενικών εγκαταστάσεων. Πιο συγκεκριμένα, το κεντρικό κυκλικό κτίριο της μονάδας, που θα βρίσκεται στην κορυφή της πλαγιάς, θα έχει τρία πατώματα, δηλαδή ένα υπόγειο, το ισόγειο και τον πρώτο όροφο. Από εκεί και μετά, με κατεύθυνση επικλινή προς την παραλία θα χτιστούν οι εγκαταστάσεις των δωματίων, η πισίνα καθώς και οι επισιτιστικές εγκαταστάσεις στο χώρο της παραλίας. Για να γίνουμε πιο ακριβείς και να διευκολύνουμε την περιγραφή της χωροταξικής τοποθέτησης της μονάδας, θα χρειαστεί να διακρίνουμε το σύνολο της εγκατάστασης σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους.

5.3.1 Εσωτερικοί χώροι

Εσωτερικοί χώροι είναι όλοι οι χώροι του κεντρικού κυκλικού κτιρίου. Το υπόγειο, που η έκτασή του είναι 600τμ, περιλαμβάνει τις εξής εγκαταστάσεις:

- Αποθήκη
- Τουαλέτες προσωπικού
- Ανελκυστήρες
- Χώρος πλυντηρίου, στεγνωτηρίου και πρεσών σιδερώματος
- Λεβητοστάσιο
- Ηλεκτρικές εγκαταστάσεις
- Γυμναστήριο
- SPA
- Αποδυτήρια προσωπικού
- Χώρος αποθήκευσης λινών

Πιο αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας(38) παρουσιάζονται οι χώροι του υπογείου και οι διαστάσεις τους.

Πίνακας 38 : Χώροι υπογείου-Διαστάσεις

Χώροι*	Διαστάσεις (τμ)
Αποθήκη	90
Πλυντήριο-Στεγνωτήριο-Πρέσα σιδερώματος	50
Λεβητοστάσιο	40
Ηλεκτρ. εγκαταστάσεις	25
Γυμναστήριο	200
SPA	100
Αποδυτήρια προσωπικού	40

Τουαλέτες προσωπικού	15
Χώρος αποθήκευσης λινών	40
Σύνολο	600

*Στους υπολογισμούς των ανωτέρω τετραγωνικών μέτρων εμπεριέχονται και οι διάδρομοι.

Στη συνέχεια, το ισόγειο έχει έκταση 500τμ και εκεί βρίσκεται η κεντρική είσοδος της μονάδας. Το ισόγειο αποτελείται από τα εξής μέρη:

- Χώρος υποδοχής (reception)
- Σαλόνι μικρό
- Σαλόνι μεγάλο
- Κατάστημα Ζωή Σεργιάδη
- Κατάστημα Folli-Follie
- Χώρος αποσκευών
- Γραφεία
- Ανελκυστήρες
- Τουαλέτες

Πιο αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας39) παρουσιάζονται οι χώροι του ισογείου και οι διαστάσεις τους.

Πίνακας 39 : Χώροι ισογείου-Διαστάσεις

Χώροι*	Διαστάσεις (τμ)
Reception-Χώρος αναμονής	65
Χώρος αποσκευών	35
Γραφεία	55
Κατάστημα Ζωή Σεργιάδη	30
Κατάστημα Folli-Follie	50
Σαλόνι μικρό	75
Σαλόνι μεγάλο	155
Τουαλέτες	35
Σύνολο	500

*Στους υπολογισμούς των ανωτέρω τετραγωνικών μέτρων εμπεριέχονται και οι διάδρομοι.

Ο 1^{ος} όροφος του κεντρικού κυκλικού κτιρίου έχει και αυτός έκταση 500τμ και αποτελείται από μια μεγάλη βεράντα με πανοραμική θέα στο λακωνικό κόλπο, ανελκυστήρες, το εστιατόριο, τον χώρο συνεδρίων, τον χώρο ποικίλων εκδηλώσεων και το καφέ del mar. Πιο αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 40) φαίνονται οι χώροι του πρώτου ορόφου και οι διαστάσεις τους.

Πίνακας 40 : Χώροι 1ου ορόφου- Διαστάσεις

Χώροι*	Διαστάσεις (τμ)
Βεράντα	100
Εστιατόριο	65
Café del mar	55

Conference room	80
Ball room	170
Τουαλέτες	30
Σύνολο	500

*Στους υπολογισμούς των ανωτέρω τετραγωνικών μέτρων εμπεριέχονται και οι διάδρομοι.

5.3.2 Εξωτερικοί χώροι

Πέρα από το κεντρικό κυκλικό κτίριο το οποίο αποτελεί και το σύνολο των εσωτερικών χώρων, υπάρχουν και οι εξωτερικοί χώροι οι οποίοι καλύπτουν έκταση 49,5 στρεμμάτων. Για να είναι πιο αντιληπτή η περιγραφή των εξωτερικών χώρων, θα ήταν χρήσιμο να χωρίζαμε νοητά την έκταση σε τρία επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο είναι αυτό που βρίσκεται στην κορυφή της πλαγιάς και περιλαμβάνει το κεντρικό κυκλικό κτίριο (εσωτερικοί χώροι), τους δυο χώρους στάθμευσης, το χώρο φύλαξης παιδιών και το γήπεδο τένις. Το πρώτο επίπεδο είναι στο ύψος του κεντρικού επαρχιακού δρόμου Γυθείου-Σκάλας και δε φέρει κάποιας μορφής κλίση. Προχωρώντας, βρίσκουμε το δεύτερο επίπεδο, το οποίο είναι επικλινές και βρίσκονται οι εγκαταστάσεις των δωματίων των επισκεπτών, οι εγκαταστάσεις κατάκλισης του προσωπικού, μια αποθήκη και το λεβητοστάσιο το οποίο εφοδιάζει με θέρμανση και ζεστό νερό όλη τη μονάδα πλην του κεντρικού κυκλικού κτιρίου το οποίο έχει ξεχωριστό πάροχο ενέργειας. Τέλος, το τρίτο επίπεδο είναι στο ύψος της παραλίας και περιλαμβάνει την κεντρική πισίνα ενηλίκων, την πισίνα για τα παιδιά και το cafe la costa. Όλα τα επίπεδα αποτελούνται από περιβάλλοντες χώρους όπως πετρόχτιστα μονοπάτια με κατηφορική –ή και όχι – κλίση, κήπους, μπουστάνια και παρτέρια. Πιο αναλυτικά παρακάτω θα δούμε τι περιλαμβάνει κάθε επίπεδο.

1^ο επίπεδο

Το πρώτο επίπεδο είναι, όπως είπαμε, στο ύψος του δρόμου και δεν έχει κάποια κλίση. Η έκτασή του είναι περίπου 10 στρέμματα και περιλαμβάνει το κεντρικό κυκλικό κτίριο, τους δυο χώρους στάθμευσης, το γήπεδο τένις και το χώρο φύλαξης παιδιών. Όλα τα υπόλοιπα στρέμματα αποτελούν τους περιβάλλοντες χώρους.

- Κεντρικό κυκλικό κτίριο- Αποτελεί την κύρια είσοδο της εγκατάστασης και έχει έκταση 500τμ.
- Χώροι στάθμευσης- Η μονάδα θα έχει δυο χώρους στάθμευσης συνολικής έκτασης 2 στρεμμάτων. Ο ένας χώρος στάθμευσης θα είναι δεξιά της κεντρικής εισόδου και ο άλλος χώρος στάθμευσης θα είναι στα αριστερά της κεντρικής εισόδου. Ανεξάρτητα από τη δυναμικότητα της μονάδας που είναι 132 άτομα, οι χώροι στάθμευσης θα πρέπει να είναι μεγάλοι και άνετοι γιατί πέρα από τις κοινωνικές εκδηλώσεις και τα συνέδρια που θα διοργανώνονται, η μονάδα θα δέχεται για εξωτερικούς επισκέπτες από την τοπική κοινωνία που θα επισκέπτονται είτε το εστιατόριο είτε τα καφέ.
- Γήπεδο τένις- Το γήπεδο τένις θα έχει διαστάσεις 24x11 (διαστάσεις τερέν) και μαζί με τον περιβάλλοντα χώρο θα φτάνει τα 500τμ.
- Χώρος φύλαξης παιδιών- Πρόκειται για έκταση 200τμ περιφραγμένου χώρου όπου μέσα θα υπάρχει μια παιδική χαρά με κούνιες και τραμπάλες και τάπητα από καουτσούκ. Εκεί τα παιδιά θα ψυχαγωγούνται υπό την επίβλεψη του ειδικού παιδαγωγού.
- Περιβάλλον χώρος- Στο πρώτο επίπεδο συναντάμε 6,5 στρέμματα χώρου όπου θα τοποθετηθεί ένα μεγάλο σιντριβάνι, μια κυκλική πλατεία, κήποι, χώροι με γκαζόν, φοινικόδεντρα, πετρόχτιστα μονοπάτια και ελαιώνες.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 41) έχουμε συγκεντρώσει τους χώρους του 1^{ου} επιπέδου με τις αντίστοιχες διαστάσεις.

Πίνακας 41 : 1ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις

Χώροι	Διαστάσεις
Κεντρικό κτίριο	500 τμ
Parking 1	1 στρ.
Parking 2	1 στρ.
Γήπεδο τένις	500 τμ
Χώρος φύλαξης παιδιών	200 τμ
Περιβάλλον χώρος	6,5 στρ.
Σύνολο	10 στρ.

2^ο επίπεδο

Το δεύτερο επίπεδο καλύπτει την πλαγιά του βουνού και συνεπώς έχει κατηφορική κλίση. Στο δεύτερο επίπεδο βρίσκονται όλα τα δωμάτια που διαθέτει το Λακωνίς, τα καταλύματα του προσωπικού, το λεβητοστάσιο, η αποθήκη καθώς και ο κατηφορικός δρόμος που ενώνει το πρώτο επίπεδο με το τρίτο που καταλήγει στην παραλία.

- Δίκλινα deluxe- Τα δίκλινα δωμάτια είναι 18 στο σύνολό τους και το καθένα από αυτά έχει εμβαδό 22 τμ, συμπεριλαμβανομένης και της βεράντας. Πρόκειται για δυο πετρόχτιστα κτίρια, που το καθένα έχει 9 διαμερίσματα. Είναι τοποθετημένα δίπλα δίπλα ώστε οι βεράντες να έχουν θέα προς το λακωνικό κόλπο ενώ μεταξύ τους επικοινωνούν με πετρόχτιστα μονοπάτια.
- Τρίκλινα deluxe- Τα τρίκλινα είναι 16 και αποτελούν 4 ξεχωριστά κτίρια που το καθένα τους έχει από 4 δωμάτια. Το κάθε δωμάτιο αυτής της κατηγορίας έχει μέγεθος 26 τμ και τα μπαλκόνια έχουν θέα στον λακωνικό κόλπο.
- Τετράκλινα deluxe-Τα τετράκλινα δωμάτια είναι συνολικά 8 και καταλαμβάνουν έκταση 30τμ το καθένα. Βρίσκονται σε δυο κτίρια που το καθένα έχει από 4 δωμάτια. Η θέα στη θάλασσα είναι πάντα ίδια.
- Junior Suites-Οι Junior Suites είναι 5 και έχουν μέγεθος 50 τμ. Η καθεμιά τους διαθέτει ιδιωτικό μπαλκόνι με ιδιωτική μικρή πισίνα με θέα στη θάλασσα. Οι Junior Suites βρίσκονται στο ίδιο ισόγειο κτίριο σχηματίζοντας ένα φίδι –δύο πιο μπροστά και τρεις πιο πίσω.
- Deluxe Suites-Οι Deluxe Suites είναι 3 και αποτελούν 3 ξεχωριστά κτίρια 50 τμ το καθένα. Έχουν ιδιωτικό μπαλκόνι και ιδιωτική πισίνα με θέα στη θάλασσα.
- Καταλύματα προσωπικού- Πρόκειται για 18 μονόκλινα δωμάτια 12 τμ που σχηματίζουν ένα κυκλικό δώροφο κτίριο με κοινή εξωτερική βεράντα και στο ισόγειο και στον πρώτο όροφο. Τα 9 βρίσκονται στον πρώτο όροφο και τα υπόλοιπα 9 στο δεύτερο όροφο.
- Λεβητοστάσιο-Πρόκειται για ένα ξεχωριστό κτίριο 30 τμ που εφοδιάζει με θέρμανση και ζεστό νερό όλη τη μονάδα του 2^{ου} και 3^{ου} επιπέδου.
- Αποθήκη- Πρόκειται για ένα ξεχωριστό πετρόχτιστο κτίριο με κεραμοσκεπή που έχει έκταση 30τμ.

- Περιβάλλον χώρος- Στο δεύτερο επίπεδο συναντάμε 18 στρέμματα ελεύθερου χώρου ο οποίος θα αποτελείται από τον ασφαλτοστρωμένο δρόμο που θα οδηγεί στην παραλία, κήπους, χώρους με γκαζόν, παρτέρια, μπουστάνια και πετρόχιστα μονοπάτια και σκαλάκια.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 42) έχουμε συγκεντρώσει τους χώρους του 2^{ου} επιπέδου με τις αντίστοιχες διαστάσεις.

Πίνακας 42 : 2ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις

Χώροι	Διαστάσεις
18 δίκλινα	396 τμ
16 τρίκλινα	416 τμ
8 τετράκλινα	240 τμ
8 σουίτες	400 τμ
18 μονόκλινα προσωπικού	216 τμ
Λεβητοστάσιο	30 τμ
Αποθήκη	30 τμ
Περιβάλλον χώρος	18 στρ.
Σύνολο	20 στρ.

3^ο επίπεδο

Το 3^ο επίπεδο είναι αυτό που καταλήγει στην παραλία και δεν έχει καμιά κλίση, επίσης. Πρόκειται για άλλα 20 στρέμματα έκτασης που περιλαμβάνει το café la costa, την πισίνα ενηλίκων, την πισίνα ανηλίκων, τουαλέτες, αποδυτήρια, ντους, κήπους με γκαζόν και ελαιώνες.

- Café la costa- Πρόκειται για το δεύτερο καφέ που διαθέτει το Λακωνίς. Η μπάρα έχει κυκλική μορφή σχηματίζοντας ένα ξύλινο κιόσκι. Έχει έκταση 200 τμ και βρίσκεται πλάι στη θάλασσα ενώ εξυπηρετεί τις ξαπλώστρες και τα τραπέζια γύρω από το κιόσκι.
- Πισίνα ενηλίκων- Η πισίνα των ενηλίκων είναι αρκετά μεγάλη μεγέθους 20x10. Το βάθος δεν είναι το ίδιο και στα 200 τμ της πισίνας. Ξεκινάει από 1,4μ βάθος από τη μία πλευρά και σταδιακά φτάνει τα 2,5μ βάθος.
- Πισίνα ανηλίκων- Η πισίνα για τα παιδιά έχει μέγεθος 50τμ και χρησιμοποιείται από παιδιά ηλικίας 5 ως 12 ετών και έχει γενικό βάθος 0,8μ.
- Περιβάλλον χώρος- Γύρω από τις εγκαταστάσεις της παραλίας υπάρχουν τουαλέτες, αποδυτήρια, ντους, κήποι, χώροι με γκαζόν και ελαιώνες που καλύπτουν τα 19,5 στρέμματα του τρίτου επιπέδου.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 43) έχουμε συγκεντρώσει τους χώρους του 3^{ου} επιπέδου με τις αντίστοιχες διαστάσεις.

Πίνακας 43 : 3ο επίπεδο – Χώροι και διαστάσεις

Χώροι	Διαστάσεις
Café la costa	200 τμ
Πισίνα ενηλίκων	200 τμ
Πισίνα ανηλίκων	50 τμ
Περιβάλλον χώρος	19,5 στρ.
Σύνολο	20 στρ.

Περιβάλλον χώρος (συνολικά)

Όπως φαίνεται και παραπάνω ο περιβάλλον χώρος καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος του συνόλου της έκτασης. Ο σκοπός είναι αυτός ο ελεύθερος χώρος να ομορφύνει τη μονάδα και να τη γεμίσει με χρώματα ενώ παράλληλα να διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ των τριών επιπέδων. Συνοψίζοντας θα πρέπει να τοποθετηθούν στον περιβάλλοντα χώρο τα παρακάτω:

- Πετρόχτιστα μονοπάτια και πετρόχτιστα σκαλάκια.
- Σιντριβάνι και πλατεία στην είσοδο της μονάδας.
- Δρόμος ασφαλτοστρωμένος που ξεκινάει από το 1^ο επίπεδο και καταλήγει στο 3^ο, με πλάτος 4μέτρα.
- Φωτισμός στο σύνολο των εξωτερικών χώρων της μονάδας.
- Χώροι με γκαζόν
- Κήποι, παρτέρια, μπουστάνια, θάμνοι, φοινικόδεντρα και γλάστρες με λουλούδια.
- Περίφραξη εγκατάστασης.
- Ελαιώνες.

5.4 Έργα πολιτικού μηχανικού

Το σύνολο των έργων κατασκευής των κτιριακών και λοιπών εγκαταστάσεων θα ανατεθεί στην έμπειρη και εξειδικευμένη τεχνική & κατασκευαστική εταιρεία “ΛΑΚΩΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΑΕ”, με έδρα τη Σπάρτη Λακωνίας, σε συνεργασία με τον πολιτικό μηχανικό Κωνσταντίνο Τσιριβάκο, με έδρα το Γύθειο Λακωνίας. Η κατασκευή της μονάδας απαιτεί συγκεκριμένες προδιαγραφές κατασκευής, τόσο για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και των εργαζομένων όσο και για την ασφάλειά τους.

Τα τεχνικά έργα που πραγματοποιούνται σε αυτό το σημείο είναι τα εξής:

- Βελτίωση του Οικοπέδου
- Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης
- Κατασκευή κτιρίων
- Εργασίες περιβάλλοντος χώρου όπως ασφαλτόστρωση, χώροι στάθμευσης κλπ

5.4.1 Προετοιμασία και ανάπτυξη χώρου εγκατάστασης

Τα έργα που θα υλοποιηθούν σε αυτό το στάδιο περιλαμβάνουν τις εξής εργασίες:

- Εκχερνώσεις Οικοπέδου
- Παροχές νερού και ηλεκτρικού ρεύματος
- Έργα αποχέτευσης και σύνδεσης με το σύστημα βιολογικού καθαρισμού
- Δίκτυα τηλεπικοινωνιών
- Τοποθέτηση σωληνώσεων και καλωδιώσεων
- Διαμόρφωση της αισθητικής του χώρου εγκατάστασης

5.4.2 Κατασκευή κτιρίων

Τα τεχνικά έργα που πραγματοποιούνται σε αυτό το στάδιο είναι τα εξής:

- Κατασκευή δωματίων όλων των κατηγοριών – και του προσωπικού
- Κατασκευή υποδομών για θέρμανση-ψύξη
- Φωτισμός εσωτερικών & εξωτερικών χώρων
- Καλωδιώσεις & συνδέσεις ηλεκτρικού ρεύματος, τηλεφώνου και ίντερνετ
- Υδραυλικές εγκαταστάσεις
- Κατασκευή πισινών υπερχειλίσσης (ενηλίκων-ανηλίκων-ιδιωτικές)
- Μονώσεις
- Εγκατάσταση πυρασφάλειας

5.4.3 Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 44) έχουμε συνοψίσει όλες τις παραπάνω εργασίες που αποτελούν το σύνολο των απαραίτητων βημάτων που πρέπει να υλοποιηθούν ώστε η μονάδα να ξεκινήσει τη λειτουργία της και να συνεχίσει την εξέλιξη της.

Πίνακας 44 : Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού (EUR)

Περιγραφή	Κόστος
Έργα υποδομής	300.000,00
Κτιριακές εγκαταστάσεις	3.500.000,00
Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	500.000,00
Σύνολο	4.300.000,00

5.5 Τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές του Λακωνίς

Η υπό μελέτη μονάδα ανήκει στην κατηγορία 4* που σημαίνει ότι σύμφωνα με το ΦΕΚ 10B_2015_Αριθμ.216 συγκεντρώνει το ελάχιστο 4000 μόρια. Στον πίνακα (Πίνακας 45) που ακολουθεί έχουμε συγκεντρώσει αναλυτικά τις παροχές του ξενοδοχείου που συνάδουν με τις υποχρεωτικές και προαιρετικές προδιαγραφές που ορίζει ο νόμος.

Πίνακας 45 : Τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές Λακωνίς

Κριτήρια	Μόρια	4*	ΛΑΚΩΝΙΣ
ΚΤΙΡΙΟ			
Χώρος στάθμευσης υπαίθριος εντός του οικοπέδου/γηπέδου	100	ΠΡ	100
Στεγασμένος χώρος στάθμευσης σε χώρο εντός του κτιρίου ή σε ακίνητο επαφτόμενο	150	ΠΡ	0
Χώρος στάσης – στάθμευσης τουριστικού λεωφορείου	100	ΠΡ	100
Διαθέσιμος χώρος στάθμευσης σε παρακείμενο παρκινγκ μέχρι 100μ από το ξ/χ	150	ΠΡ	100
Σταθμός φόρτισης για ηλεκτρικά οχήματα	100	ΠΡ	0
Το ξ/χ βρίσκεται σε χαρακτηρισμένο παραδοσιακό οικισμό ή σε ζώνη ιδιαίτερου φυσικού κάλλους	100	ΠΡ	100
Το κτίριο του ξ/χ είναι χαρακτηρισμένο παραδοσιακό ή διατηρητέο	200	ΠΡ	
Θέρμανση ή κλιματισμός σε όλους τους χώρους για ξ/χ λειτουργίας όλο το χρόνο		Υ	
Θέρμανση ή κλιματισμός σε όλους τους χώρους για εποχικής λειτουργίας ξ/χ		Υ	
Θερμομονωτικά κουφώματα με διπλά τζάμια στα παράθυρα		Υ	
Φυσικός φωτισμός και αερισμός σε όλα τα δωμάτια διαμερίσματα		Υ	
Το 50% των δωματίων διαμερισμάτων διαθέτουν μπαλκόνι ή βεράντα	100	ΠΡ	100
ΥΠΟΔΟΧΗ-ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ			
Ελάχιστο εμβαδόν χώρου υποδοχής για ξ/χ από 1–100 κλίνες (τ.μ.)		50	
Υποχρεωτικό εμβαδόν χώρου υποδοχής πέραν του ελαχίστου για ξ/χ 101 κλινών και άνω (τ.μ./κλίνη)		0,5	
Υποδοχή ανοικτή επί 24 ώρες		Υ	
Υπηρεσία για γρήγορη αναχώρηση (Express check out service)	100	ΠΡ	100
Κεντρικό Χρηματοκιβώτιο		Υ	
Υπηρεσία μεταφοράς αποσκευών		Υ	
Θυρωρός (concierge)		Υ	
Εξωτερικός θυρωρός (Doorman)	100	ΠΡ	100

Πρόσβαση στο διαδίκτυο		Υ	
Βοηθός υποδοχής (Groom-pageboy)	100	ΠΡ	0
Υπηρεσία φύλαξης αποσκευών σε διακριτό χώρο		Υ	
Κοινόχρηστος/ οι υπολογιστής/ές για τους πελάτες και δυνατότητα εκτύπωσης, φαξ, φωτοαντιγράφησης και σάρωσης		Υ	
Επιχειρηματικό Κέντρο (Business Center) με υπολογιστές για δυνατότητα εκτύπωσης, φαξ, φωτοαντιγράφησης και σάρωσης		Υ	
Σύγχρονο τηλεφωνικό κέντρο με σύνδεση στα δωμάτια		Υ	
Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων α. από 36τ.μ. έως 100τ.μ. β. μεγαλύτερη των 100τ.μ.	100/150	ΠΡ	150
Φυσικός φωτισμός αίθουσας πολλαπλών χρήσεων	100	ΠΡ	100
Κοινόχρηστες τουαλέτες επισκεπτών (WC)		Υ	
ΔΩΜΑΤΙΑ/ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ			
Ελάχιστο εμβαδόν μονόκλινου (τ.μ.)		16	
Ελάχιστο εμβαδόν δίκλινου (τ.μ)		18	
Ελάχιστο εμβαδόν τρίκλινου (τ.μ)		22	
Σουίτες		τουλάχιστον 1	
Κρεβάτι με σύγχρονο και καλοδιατηρημένο στρώμα		Υ	
Ελάχιστες διαστάσεις μονών κρεβατιών 0,90μ x 1,90μ και διπλών κρεβατιών 1,60μ x 2,00μ		Υ	
Διαστάσεις κρεβατιών μεγαλύτερες από τις ελάχιστες σύμφωνα με το κριτήριο 4.2	150	ΠΡ	150
Τηλεόραση κατ' ελάχιστον 24" νέας τεχνολογίας		Υ	
Τηλεόραση κατ' ελάχιστον 29" νέας τεχνολογίας		Υ	
Δορυφορική τηλεόραση	100	ΠΡ	100
Πρόσβαση στο διαδίκτυο		Υ	
Δυνατότητα παροχής laptop ή tablet	50	ΠΡ	50
PAY TV- Movie channels	50	ΠΡ	50
CD –DVD- M3 PLAYER με ηχεία	50	ΠΡ	50
Πρόσθετες τηλεοράσεις νέας τεχνολογίας στα υπνοδωμάτια των σουιτών	100	ΠΡ	100
Δυνατότητα ασφαλούς κλειδώματος εξωτερικής πόρτας και παραθύρων	100	ΠΡ	100
Μαγνητικά/ ηλεκτρονικά κλειδιά	100	ΠΡ	100

Ψυγείο ή Mini bar στα δωμάτια		Υ	
Δυνατότητα προσθήκης παιδικού κρεβατιού	50	ΠΡ	50
Χρηματοκιβώτιο	50	ΠΡ	50
Βραστήρας νερού και υλικά για καφέ/ τσάι		Υ	
Μηχανή καφέ εσπρέσο	50	ΠΡ	50
Σίδερο και σανίδα σιδερώματος	50	ΠΡ	50
Λουπές ατομικές εξυπηρετήσεις (σάκος ρούχων για καθαριστήριο, απαραίτητα υλικά για ράψιμο, φάκελος αλληλογραφίας, γραφική ύλη, βερνίκι και κόκαλο υποδημάτων)		Υ	
Οδηγός ξενοδοχειακών υπηρεσιών σε τουλάχιστον δύο γλώσσες (έντυπος ή ηλεκτρονικός)		Υ	
Αυτόνομη ρύθμιση θερμοκρασίας στα δωμάτια	100	ΠΡ	100
Επαρκής ιματισμός σε άριστη κατάσταση		Υ	
Καλύμματα υγιεινής προστασίας για τα στρώματα και τα μαξιλάρια		Υ	
Καθαρισμός στρωμάτων σε ετήσια βάση	100	ΠΡ	100
Επιλογή μαξιλαριών	50	ΠΡ	0
Ντουλάπα με ικανό αριθμό κρεμαστρών		Υ	
Κρεμάστρες διαφόρων τύπων – τουλάχιστον δύο		Υ	
Ένα κάθισμα/ καρέκλα ανά κλίνη		Υ	
Τραπεζάκι		Υ	
Τραπέζι ή γραφείο ή άλλη επιφάνεια εργασίας		Υ	
Κομοδίνα ή άλλη αντίστοιχη επιφάνεια		Υ	
Έπιπλο τουαλέτας κρεβατοκάμαρας με καθρέφτη	50	ΠΡ	50
Φωτισμός ανάγνωσης δίπλα στο κρεβάτι		Υ	
Κεντρικός διακόπτης φωτισμού δωματίου στην είσοδο	50	ΠΡ	50
Προσβάσιμες πρίζες ρεύματος στο δωμάτιο (2 τουλάχιστον)		Υ	
Δυνατότητα πλήρους συσκότισης του δωματίου		Υ	
Πάγκος αποσκευών		Υ	
Καλάθι αχρήστων		Υ	
Υπηρεσία ή συσκευή αφύπνισης		Υ	

ΛΟΥΤΡΟ

Μπανιέρα ή ντουζιέρα στο σύνολο των δωματίων/ διαμερισμάτων με τα λοιπά είδη υγιεινής και εξοπλισμό μπάνιου και παροχή χαρτιού υγείας, σαπουνιού, αφρόλουτρου, σαμπουάν		Υ	
Αντιολισθητική επιφάνεια στη μπανιέρα ή ντουζιέρα		Υ	
Χειρολαβές ασφαλείας στη μπανιέρα	25	ΠΡ	25
Διπλός νιπτήρας	50	ΠΡ	0
Καθρέπτης		Υ	
Προσβάσιμη πρίζα δίπλα στον καθρέπτη		Υ	
Μεγεθυντικός καθρέπτης	25	ΠΡ	25
Στεγνωτήρας μαλλιών		Υ	
Συσκευή τηλεφώνου στο λουτρό	50	ΠΡ	50
Μπουρνούζι και παντόφλες μπάνιου (ανά κλίνη)	25	ΠΡ	
Επαρκής και καλής ποιότητας ιματισμός ανάλογος της δυναμικότητας και της κατηγορίας		Υ	
Ζυγαριά	25	ΠΡ	25
Πετσέτες πισίνας ή θαλάσσης	25	ΠΡ	25
Παροχή ζεστού νερού επί 24 ώρες		Υ	
Πρόσθετα είδη κοσμητικής (καλύμματα κεφαλής, βαμβάκι, ξυραφάκια μιας χρήσεως, μπατονέτες αυτιών, λοσιόν ή γαλάκτωμα σώματος – χεριών, κρέμα μαλλιών, λίμα νυχιών, σακούλες υγιεινής, οδοντόβουρτσα με οδοντόπαστα μιας χρήσεως, χαρτομάντιλα)		Υ	
ΕΣΤΙΑΣΗ			
Παροχή πρωινού σε ενδεδειγμένη αίθουσα		Υ	
Δυνατότητα σερβιρίσματος πρωινού στα δωμάτια	100	ΠΡ	100
Ύπαρξη καταστήματος μαζικής εστίασης		Υ	
Σύνθεση πρωινού (ελάχιστη): καφές (φίλτρου, στιγμιαίος, ελληνικός), τσάι, γάλα, 2 είδη φρέσκου ψωμιού, φρυγανιές, κέικ, βούτυρο, μαργαρίνη, 2 είδη μαρμελάδας, μέλι, τυρί, αλλαντικά, αυγά (ζεστά/ κρύα), γιαούρτι, δημητριακά, χυμοί φρούτων, φρέσκα φρούτα		Υ	
Διάρκεια πρωινού άνω των 3 ωρών		Υ	
Υπηρεσία δωματίου (Room service): για 24 ώρες	200	ΠΡ	200
Κατάστημα αναψυχής (Κυλικείο /μπαρ)		Υ	
ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ-ΑΘΛΗΣΗ-ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ			

Οργανωμένος παιδότοπος κλειστός τουλάχιστον 20 τ.μ ή παιδική χαρά	100	ΠΡ	100
Κολυμβητική δεξαμενή κοινόχρηστη άνω των 150 τ.μ	200	ΠΡ	200
Εξοπλισμός υδρομασάζ στην κολυμβητική δεξαμενή	50	ΠΡ	50
Κολυμβητική δεξαμενή παιδική	100	ΠΡ	100
Κέντρα αναζωογόνησης που περιλαμβάνουν τουλάχιστον δύο από τα Sauna, Steam Bath, Jacuzzi και δύο είδη θεραπειών ή μασάζ	200	ΠΡ	200
Κέντρο ομορφιάς (Salon de beaute) που περιλαμβάνει τουλάχιστον θεραπείες προσώπου, θεραπείες άκρων, μακιγιάζ, αποτρίχωση	150	ΠΡ	150
Χώρος άθλησης πελατών εμβαδού τουλάχιστον 20 τ.μ που περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον 4 όργανα νέας τεχνολογίας (π.χ. Step Machine, Διάδρομος, Ποδήλατο, κωπηλατο- εργόμετρο, πάγκοι, αλτήρες)	100	ΠΡ	100
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ			
Προστασία ξ/χ με υπηρεσία ασφαλείας (security) όλο το 24ωρο	150	ΠΡ	150
Υπηρεσία μεταφοράς (transfer) από και προς το αεροδρόμιο, λιμάνι, σταθμό	200	ΠΡ	200
Υπηρεσία στεγνού καθαρίσματος – πλυσίματος – σιδερώματος	100	ΠΡ	100
Υπηρεσία φύλαξης παιδιών	100	ΠΡ	100
Παροχή ημερήσιων εφημερίδων και περιοδικών	50	ΠΡ	50
Κατάστημα εντός ξ/χ (50/κατ)	50	ΠΡ	100
Βιολογική γεωργία ή και χρήση βιολογικών προϊόντων	150	ΠΡ	150
Πιστοποίηση συστημάτων διαχείρισης ποιότητας (π.χ. ISO 9001:2008, European Hospitality Quality της HOTREC ή άλλα αντίστοιχα πρότυπα)	100	ΠΡ	100
Οργανωμένο σύστημα διαχείρισης παραπόνων πελατών (αν δεν διαθέτει πιστοποίηση συστήματος διαχείρισης ποιότητας)	100	ΠΡ	100
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ			
Χορήγηση εγχειριδίου λειτουργίας του ξενοδοχείου στο προσωπικό.	50	ΠΡ	50
Αποδεδειγμένη γνώση ξένης γλώσσας α. 50% του προσωπικού	100	ΠΡ	100

Συμμετοχή τουλάχιστον του 10% του προσωπικού σε επιμορφωτικό πρόγραμμα σχετικό με τον τουρισμό και την ασφάλεια διάρκειας μεγαλύτερης των 20 ωρών σε ετήσια βάση.	150	ΠΡ	150
ΣΥΝΟΛΟ	-	-	4700

5.6 Κόστος εξοπλισμού

Το σύνολο του εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθεί ώστε η μονάδα να πληροί όλες τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές που απαιτούνται για την έναρξη της λειτουργίας της διακρίνεται στον εξοπλισμό εσωτερικού και στον εξοπλισμό του εξωτερικού χώρου. Καθώς δε θα αναλύσουμε το κόστος κάθε μέρους του προαναφερθέντος εξοπλισμού, θα παρουσιάσουμε τη σύνοψη του γενικού κόστους αυτού στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 46), έχοντάς τον διακρίνει στις παραπάνω κατηγορίες.

Πίνακας 46 : Κόστος εξοπλισμού (EUR)

Εξοπλισμός	Κόστος
Εσωτερικού χώρου	1.500.000,00
Εξωτερικού χώρου	650.000,00
Σύνολο	2.150.000,00

5.7 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης

Σύμφωνα με την ανάλυση που έχει προηγηθεί, στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 47) παρατίθεται ο προϋπολογισμός του συνολικού κόστους της επένδυσης. Πιο συγκεκριμένα, έχουμε αθροίσει το κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού και το κόστος των εξοπλισμών που θα χρειαστούμε για τη διαμόρφωση των εσωτερικών και των εξωτερικών χώρων. Ακόμα, έχουμε υπολογίσει κάποια επιπλέον έξοδα καθώς και την αμοιβή του πολιτικού μηχανικού. Δεν έχουμε συμπεριλάβει τα έξοδα των προεπενδυτικών μελετών γιατί τα συμπεριλαμβάνουμε αργότερα στις προπαραγωγικές δαπάνες, που αποτελούν μέρος του πάγιου ενεργητικού. Ακολουθεί ανάλυση αναφορικά με το τι περιλαμβάνει η κάθε κατηγορία δαπάνης ξεχωριστά.

Πίνακας 47 : Προϋπολογισμός συνολικού κόστους επένδυσης (EUR)

Κατηγορία δαπάνης	Κόστος	Ποσοστό
Έργα υποδομής	300.000,00	4,48%
Κτιριακές εγκαταστάσεις	3.500.000,00	52,30%
Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	500.000,00	7,47%
Εξοπλισμός εσωτερικών χώρων	1.500.000,00	22,41%
Εξοπλισμός εξωτερικών χώρων	650.000,00	9,71%
Λοιπά έξοδα	70.000,00	1,05%
Αμοιβή πολιτικού μηχανικού	172.000,00	2,57%
Σύνολο	6.692.000,00	100,00%

Έργα υποδομής: Το προβλεπόμενο κόστος των έργων υποδομής ανέρχεται στις 300.000EUR και αποτελεί το 4,48% του προβλεπόμενου συνολικού κόστους της επένδυσης. Ως έργα υποδομής ορίζουμε τη βελτίωση του οικοπέδου, εκχερσώσεις, παροχή νερού και σύνδεση με τους σταθμούς παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, την τοποθέτηση σωληνώσεων και καλωδιώσεων κτλ.

Κτιριακές εγκαταστάσεις: Το προβλεπόμενο κόστος των κτιριακών εγκαταστάσεων ανέρχεται στα 3.500.000EUR και αποτελεί το 52,30% του προβλεπόμενου συνολικού κόστους της επένδυσης. Οι δαπάνες των κτιριακών εγκαταστάσεων περιλαμβάνουν την ανοικοδόμηση των διαμερισμάτων όλων των κατηγοριών, την ανακαίνιση του ήδη υπάρχοντος κεντρικού κυκλικού κτιρίου, του καφέ στην παραλία, του χώρου αποθήκευσης καθώς και του καταλύματος για το προσωπικό.

Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου: Η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου αναμένεται να αποτελέσει το 7,47% της συνολικής επένδυσης που αντιστοιχεί στις 500.000EUR. Η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου περιλαμβάνει την κατασκευή του δρόμου που θα ενώνει το 1^ο επίπεδο με το 3^ο, την κατασκευή των χώρων στάθμευση, την απαραίτητη δεντροφύτευση, την κατασκευή πετρόχτιστων μονοπατιών και σκαλιών, την περίφραξη του οικοπέδου κτλ.

Εξοπλισμός εξωτερικών και εσωτερικών χώρων: Ο εν λόγω εξοπλισμός αποτελεί το 32,13% της επένδυσης και αντιστοιχεί σε 2.150.000EUR.

Λοιπά έξοδα: Πρόκειται για έξοδα νομικής φύσεως όπως αμοιβή συμβολαιογράφου ή γενικής φορολογικής φύσης, όπως έξοδα προς την εφορία, αμοιβή του λογιστή κτλ.

Αμοιβή πολιτικού μηχανικού: Στη συγκεκριμένη δαπάνη περιλαμβάνεται η αμοιβή του κυρίου Τσιριβάκου, η αμοιβή της ΛΑΚΩΝ ΑΕ καθώς και η αμοιβή όλων των εμπλεκόμενων μελών που θα συντελέσουν στην κατασκευή του Λακωνίς.

6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 Οργάνωση και διαχείριση της μονάδας

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστεί ο τρόπος οργάνωσης του Λακωνίς. Η οργάνωση είναι η διαδικασία κατά την οποία η συνολική εργασία διαιρείται σε επί μέρους καθήκοντα και κατανέμεται σε διαφορετικούς ανθρώπους – καταμερισμός εργασιών. Επιπλέον, διενεργείται έλεγχος σχετικά με τις δραστηριότητες των υπαλλήλων και, τελικά, επιδιώκεται η σύνδεση των διαφόρων εργασιών μεταξύ τους, κατά τέτοιο τρόπο ώστε να επιτυγχάνονται οι σκοποί της επιχείρησης.

Συγκεκριμένα, οι αρχές που διέπουν τη διαδικασία της οργάνωσης, συνιστούν τις παρακάτω παραμέτρους:

- Τμηματοποίηση των διαφορετικών ενεργειών που πρέπει να επιτελέσει η επιχείρηση.
- Εξειδίκευση των εργασιών, δηλαδή η διαδικασία διάσπασης μιας συνολικής εργασίας σε επί μέρους ατομικά καθήκοντα.
- Η έκταση του ελέγχου που επιτρέπεται στα διάφορα επίπεδα της διοικητικής ιεραρχίας.
- Προκαθορισμένη ιεραρχία (όπως αναλύεται και παρακάτω), ώστε να αποφεύγεται η σύγχυση των υπαλλήλων σε ό, τι αφορά στις ληφθείσες εντολές από περισσότερους από έναν προϊσταμένους.
- Προκαθορισμένες αρμοδιότητες και ευθύνες.

6.1.1 Οργανωσιακή δομή

Στην οργανωσιακή δομή της επιχείρησης απεικονίζεται στο οργανόγραμμα που παρατίθεται παρακάτω και είναι ανάλογη με το μέγεθος της μονάδας και σύμφωνη με την πρακτική του ξενοδοχειακού κλάδου. Πιο αναλυτικά, απεικονίζεται ο τρόπος με τον οποίο η υπό μελέτη μονάδα θα οργανωθεί, προκειμένου να προκύψουν τα κέντρα κόστους αλλά και τα γενικά έξοδα.

Το οργανόγραμμα που παρουσιάζεται παρακάτω, αφορά την οργανωσιακή δομή της μονάδας, όπως αυτή προκύπτει από τη δυναμικότητά της, τον αριθμό του προσωπικού που θα απασχολήσει καθώς και από τα πρότυπα των πολυτελών καταλυμάτων.

Οι γραμμές των εντολών προσχωρούν από την κορυφή προς τη βάση και στο εκάστοτε τμήμα αναγράφεται με σειρά ιεραρχίας οι χαρακτηρισμοί των θέσεων.

Έτσι, η μονάδα θα περιλαμβάνει τα εξής τμήματα:

❖ *Γενικός Διευθυντής*

Ο Γενικός Διευθυντής είναι υπεύθυνος για την τήρηση της επιχειρηματικής πολιτικής που θα ακολουθηθεί αλλά και για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων της επιχείρησης. Επιπλέον, είναι αρμόδιος για την άμεση επίλυση γενικών θεμάτων και οφείλει να ελέγχει όλα τα τμήματα.

❖ *Διεύθυνση οικονομικών υπηρεσιών*

Στο τμήμα αυτό πραγματοποιούνται οι λογιστικές εγγραφές λογαριασμών πελατών, αγορών και εξόδων και η παρακολούθηση αυτών. Ο διευθυντής λογιστηρίου θα πρέπει να διαθέτει τιμιότητα και μεγάλη παρατηρητικότητα για την αποφυγή τυχόν λαθών. Πιο

συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες του λογιστηρίου περιλαμβάνουν την πληρωμή οφειλόμενων ποσών, εισπράξεις, μισθοδοσία, συνεργασίες με τράπεζες, έλεγχο και συγκέντρωση λειτουργικών και οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης.

❖ **Διεύθυνση Προσωπικού**

Οι βασικές λειτουργίες του τμήματος είναι οι προσλήψεις και επανατοποθετήσεις υπαλλήλων, η εκπαίδευση, η αποζημίωση και η κοινωνική ασφάλιση τους, η εξασφάλιση ποιοτικών εργασιακών σχέσεων και η διεύθυνση του προσωπικού.

❖ **Τμήμα τεχνικών υπηρεσιών**

Οι αρμοδιότητες του τμήματος είναι η καλή διατήρηση της εσωτερικής κι εξωτερικής εμφάνισης της επιχείρησης, καθώς και η λειτουργικότητα του εξοπλισμού της. Επίσης, το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για την πισίνα και τον εξωραϊσμό του περιβάλλοντος χώρου του ξενοδοχείου. Προσλαμβάνονται υπάλληλοι με ειδικές δεξιότητες ώστε να αντιμετωπίσουν τυχόν κινδύνους και μεριμνούν για την ασφάλεια της έπαυλης. Επίσης, περιλαμβάνει το προσωπικό της συντήρησης, τόσο του κτιρίου, όσο και των yacht των πελατών που θα προσαράζουν στην ιδιωτική μαρίνα. Πιο συγκεκριμένα, το τμήμα αυτό περιλαμβάνει τον ηλεκτρολόγο, τον υδραυλικό, τον μαραγκό καθώς και το προσωπικό συντήρησης των yacht.

❖ **Διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων και προμηθειών**

Στη διεύθυνση επισιτιστικών τμημάτων και προμηθειών υπάγονται τα εστιατόρια, τα καφέ, τα μπαρ κ.λπ. Επίσης, το τμήμα αυτό υποστηρίζει κι άλλες λειτουργίες του ξενοδοχείου, όπως το room service, οι δεξιώσεις κ.α. και στελεχώνεται από τον υπεύθυνο του εστιατορίου, τον υπεύθυνο της κουζίνας, τους σερβιτόρους, τους baristas, τους μάγειρες και τους βοηθούς στην κουζίνα. Οι ανωτέρω υπεύθυνοι είναι επικεφαλής της εφοδιαστικής αλυσίδας.

❖ **Τμήμα πωλήσεων και Μάρκετινγκ**

Οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού επιτελούν τέσσερις λειτουργίες: τις πωλήσεις, την οργάνωση των συνεδρίων που γίνονται στο ξενοδοχείο, τη διαφήμιση της επιχείρησης και τις δημόσιες σχέσεις. Κύριος στόχος του τμήματος πωλήσεων και ΜΚΤ είναι να προσελκύσει τους πελάτες στο ξενοδοχείο μέσω της έρευνας αγοράς, της προσφοράς ανταγωνιστικών προϊόντων, της γνώσης των αναγκών των και των προσδοκιών των πελατών καθώς και της μελλοντικής ζήτησης.

❖ **Διεύθυνση δωματίων & Υποδοχής πελατών**

Στη διεύθυνση δωματίων και υποδοχής υπάγονται οι εξής θέσεις εργασίας: υπεύθυνος υποδοχής, υπάλληλοι υποδοχής και κρατήσεων, προϊστάμενος ορόφων, γκρουμ, καμαριέρες, καθαρίστριες, υπάλληλος πλυντηρίου και βοηθοί. Πιο συγκεκριμένα:

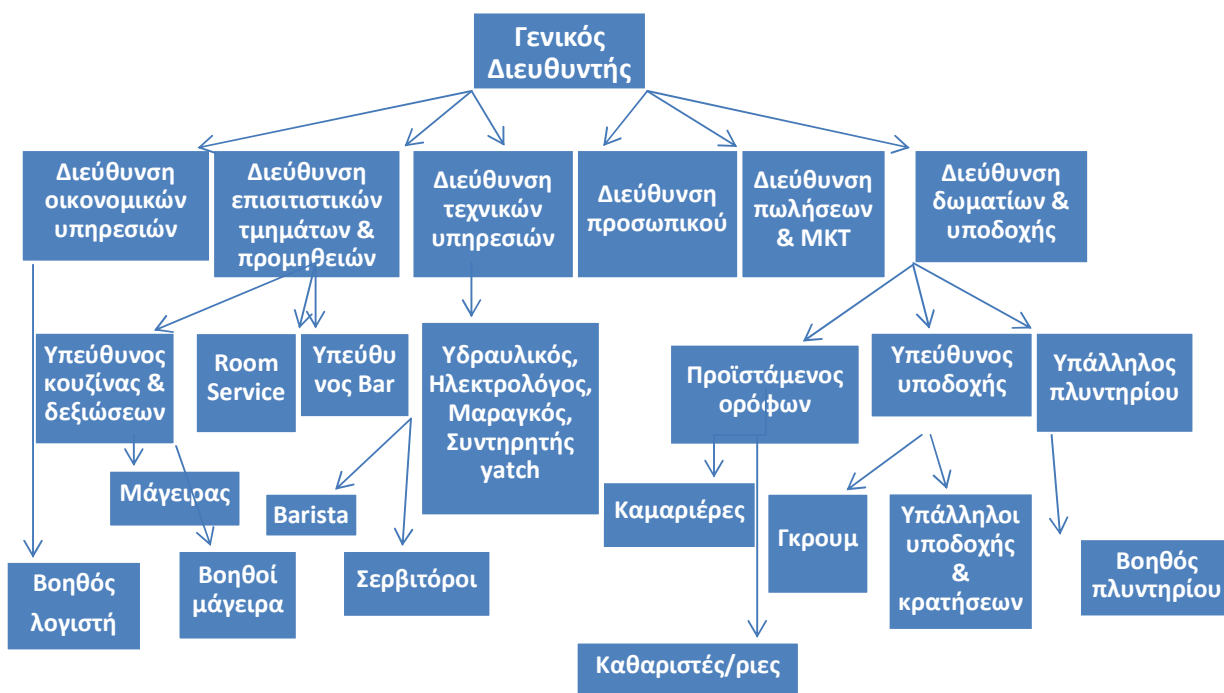
Η υποδοχή έχει άμεση επαφή με τους πελάτες και ως εκ τούτου πρέπει να υιοθετείται μια συμπεριφορά φιλική, εξυπηρετική και γεμάτη υπομονή. Οι εργαζόμενοι στο τμήμα υποδοχής πρέπει να διαθέτουν εμφάνιση, εξυπνάδα, καλή μνήμη, οργανωτικές αλλά και διπλωματικές ικανότητες, να γνωρίζουν ξένες γλώσσες σε πολύ καλό επίπεδο καθώς και να έχουν ικανότητες χειρισμού Η/Υ.

Το τμήμα των ορόφων επιθεωρεί τα διαθέσιμα δωμάτια, καθαρίζει τα κατελημμένα και κενά δωμάτια κι ενημερώνει την υποδοχή για την κατάσταση των δωματίων. Επίσης, εφοδιάζει τους πελάτες με έξτρα λινά αν εκείνοι το ζητήσουν. Συχνά, έχει περισσότερο προσωπικό από οποιονδήποτε άλλο κλάδο εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου. Αν το ξενοδοχείο διαθέτει δικό του πλυντήριο, στελεχώνεται από το προσωπικό του τμήματος οροφοκομίας. Υπεύθυνος του τμήματος είναι ο προϊστάμενος ορόφων.

6.1.2 Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίς

Όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν και παραπάνω, απεικονίζονται με τη μορφή οργανογράμματος στο παρακάτω σχήμα (Σχήμα 1):

Σχήμα 1: Οργανόγραμμα ξενοδοχειακής μονάδας Λακωνίς



6.3 Γενικά έξοδα

Ως γενικά έξοδα θεωρούνται τα κόστη τα οποία δεν μπορούν να επιβαρύνουν απ' ευθείας κάποιο κέντρο κόστους. Συνεπώς, ως έμμεσο κόστος θεωρείται κάθε κόστος που δεν μπορούμε να το εντάξουμε στο άμεσο κόστος της επιχείρησης. Στα γενικά έξοδα, δηλαδή, περιλαμβάνονται όλα τα υπόλοιπα έξοδα (πλην των υλικών και της άμεσης εργασίας) που δημιουργούνται τόσο από την ύπαρξη της μονάδας μας, όσο και από την λειτουργία της.

Για καλύτερο κοστολογικό έλεγχο διαχωρίζουμε από τα γενικά έξοδα την έμμεση εργασία, στην οποία περιλαμβάνονται οι δαπάνες μισθοδοσίας του προσωπικού που απασχολείται σε όλους τους άλλους τομείς και τμήματα της επιχείρησης εκτός της παραγωγικής διαδικασίας.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 48) παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα προβλεπόμενα γενικά έξοδα που επιβαρύνουν τη μονάδα κατά την εξεταζόμενη περίοδο (από 2018 ως

2022). Καθώς δεν μπορούμε να προβλέψουμε με ακρίβεια τα γενικά έξοδα κατ' έτος, θέτουμε ένα ποσοστό αύξησης 3%.

Πίνακας 48 : Γενικά έξοδα της μονάδας Λακωνίς (EUR)

Περιγραφή/Έτος	2018	2019	2020	2021	2022
Έξοδα διατροφής προσωπικού	38.000,00	39.140,00	40.314,20	41.523,63	42.769,33
Ασφάλιστρα	15.000,00	15.450,00	15.913,50	16.390,91	16.882,63
Έξοδα διοίκησης	35.000,00	36.050,00	37.131,50	38.245,45	39.392,81
Έξοδα επικοινωνιών	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Έξοδα δημοσίων σχέσεων	3.000,00	3.090,00	3.182,70	3.278,18	3.376,53
Δημοτικοί φόροι	4.500,00	4.635,00	4.774,05	4.917,27	5.064,79
Έξοδα νομικής φύσης	2.500,00	2.575,00	2.652,25	2.731,82	2.813,77
Λοιπά γενικά έξοδα	8.000,00	8.240,00	8.487,20	8.741,82	9.004,07
Σύνολο	109.000,00	112.270,00	115.638,10	119.107,24	122.680,46

Αξίζει να σημειωθεί, ότι σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία η συνεχόμενη αύξηση στα γενικά έξοδα οφείλεται στην αύξηση της ζήτησης με την πάροδο του χρόνου. Ως συνέπεια λοιπόν, της κατάστασης αυτής, θα είναι και η αύξηση του αριθμού των εργαζομένων προκειμένου να υπάρχει η δυνατότητα κάλυψης των αναγκών που θα προκύπτουν. Οι παραπάνω τιμές έχουν υπολογιστεί με προσωπικό 45 ατόμων.

7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθεί ο παράγοντας του ανθρώπινου δυναμικού, που θεωρείται εξαιρετικής σημασίας, αφού για να καταλήξει το τουριστικό προϊόν στον τελικό καταναλωτή χρειάζεται ένα «ενδιάμεσο» άτομο, δηλαδή ο άνθρωπος που στελεχώνει το ξενοδοχείο. Πιο συγκεκριμένα, ο ανθρώπινος παράγοντας είναι βασικό να μελετηθεί εφόσον το επενδυτικό σχέδιο αφορά στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών, γεγονός που καθιστά αναγκαία την ύπαρξη εξειδικευμένου και ευχαριστημένου προσωπικού. Η διοίκηση θεωρεί ότι η ικανοποίηση του πελάτη είναι συνέπεια του ικανοποιημένου υπαλλήλου.

Η αλματώδης ανάπτυξη του τουρισμού, ιδιαίτερα κατά τα τελευταία χρόνια, έχει ως αποτέλεσμα ένα μεγάλο τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της χώρας να στραφεί προς τον τομέα αυτόν. Ως εκ τούτου, διαπιστώνεται ότι σήμερα υπάρχουν αρκετά επαγγελματικά εξειδικευμένα, ικανά και άρτια καταρτισμένα στελέχη, τα οποία δύνανται να επανδρώνουν τις τουριστικές επιχειρήσεις της χώρας.

Όσον αφορά στο Λακωνίς, οι επενδυτές προγραμματίζουν την πρόσληψη 43 ατόμων, ως απασχολούμενο προσωπικό με τους κατάλληλους όρους μίσθωσης, οι οποίοι συνάδουν με τον ορισμό του νόμου.

7.1 Κατηγορίες προσωπικού

Ο διαχωρισμός των ειδικοτήτων των εργαζομένων γίνεται βάσει της φύσης της εργασίας τους σε διευθυντικό, υπαλληλικό και τεχνικό προσωπικό. Η κύρια αρμοδιότητα του τεχνικού προσωπικού είναι η καλή συντήρηση όλων των χώρων της μονάδας. Θα υπάρχει επίσης και η γραμματεία του γενικού διευθυντή, η οποία θα βοηθάει στην επίλυση τυχόν προβλημάτων, γραφειοκρατικών ζητημάτων και γενικότερα στην άρτια λειτουργία της μονάδας. Παρακάτω θα γίνει μία αναφορά στα επί μέρους τμήματα του ξενοδοχείου ανά κατηγορία.

A. ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

➤ Γενικός Διευθυντής

Ο γενικός διευθυντής της μονάδας θα πρέπει να διαθέτει 10ετή προϋπηρεσία σε αντίστοιχη θέση. Πρέπει να είναι και απόφοιτος Οικονομικής Σχολής και κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου στον τομέα της διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων. Επιπλέον, απαραίτητη προϋπόθεση είναι το να βρίσκεται στην περιοχή του Γυθείου σε ετήσια βάση (μόνιμος κάτοικος). Όσον αφορά στο ρόλο του στην επιχείρηση, θα είναι επικεφαλής όλων των τμημάτων και θα έχει την αρμοδιότητα του σχεδιασμού των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της μονάδας, της οργάνωσης των εργασιών για την επίτευξη των στόχων, της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού και του ελέγχου των ενεργειών των μελών της μονάδας. Για όλα τα θέματα που αφορούν τη λειτουργία του ξενοδοχείου καθώς και για θέματα που αφορούν στο προσωπικό, θα επικοινωνεί με τους αρμόδιους των τμημάτων, όπως επιβάλλει και η ιεραρχία.

Η γραμματέας της διεύθυνσης θα έχει επιτελικό χαρακτήρα. Πιο συγκεκριμένα, απαραίτητη προϋπόθεση για την πρόσληψή της είναι η κατοχή τίτλου από Σχολή Γραμματειακής Υποστήριξης, καθώς και να είναι διπλωματούχος τουλάχιστον 2 ξένων γλωσσών – άριστο επίπεδο γνώσης αγγλικών. Επιπλέον, θα είναι γνώστης της τρέχουσας νομοθεσίας αλλά και

του πώς θα επιλύει άμεσα γραφειοκρατικά ζητήματα. Θα πρέπει επιπλέον να έχει ανεπτυγμένες επικοινωνιακές ικανότητες και ευγενική παρουσία.

➤ Οικονομικό τμήμα

Ο οικονομικός διευθυντής, θα πρέπει να έχει και αυτός 10ετή προϋπηρεσία και να κατέχει τίτλο Οικονομικής Σχολής – προαιρετικός θα είναι ο μεταπτυχιακός τίτλος. Απαραίτητη θα είναι η άριστη γνώση λογιστικών προγραμμάτων, καθώς θα έχει και ικανότητες προσαρμογής σε ένα γρήγορο και συνεχές μεταβαλλόμενο φορολογικό περιβάλλον, όπως το ελληνικό. Η ικανότητα αυτή θα αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα στην επιλογή του υποψηφίου καθώς η οικονομική κατάσταση της χώρας βρίσκεται σε αβέβαιο στάδιο και ο οικονομικός διευθυντής θα βρεθεί πολλές φορές αντιμέτωπος με την ελληνική νομοθεσία και την αυξομείωση των τιμών, λόγω κυρίως του Φ.Π.Α. και άλλων συναφών παραγόντων.

Ο βοηθός λογιστή, που θα βρίσκεται σε συνεχή συνεργασία με τον οικονομικό διευθυντή, θα είναι απόφοιτος Πανεπιστημίου ή Τ.Ε.Ι. Λογιστικής, με απαραίτητη 5ετή προϋπηρεσία. Η εργασία του υπαλλήλου αυτού του τμήματος συνίσταται στον απολογισμό της κατάστασης εσόδων και εξόδων, στον έλεγχο των λειτουργικών εξόδων, στο χειρισμό των πιστωτικών απαιτήσεων, στον υπολογισμό μισθοδοσίας, στην προετοιμασία προϋπολογισμών, στον προσδιορισμό των κερδών και στον μελλοντικό προγραμματισμό των οικονομικών θεμάτων. Τέλος, θα πρέπει να είναι δεκτικός στην ευελιξία του ωραρίου (δηλ. τυχόν υπερωρίες) ειδικά σε περιόδους αυξημένης κίνησης.

Β. ΥΠΑΛΛΗΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

➤ Τμήμα υποδοχής

Το τμήμα υποδοχής είναι αυτό που έχει τη συχνότερη επαφή με τον πελάτη. Η εντύπωση της πρώτης και της τελευταίας επαφής είναι αυτή που θα προιδέασει θετικά –ή αρνητικά – και θα διαμορφώσει τη γνώμη του πελάτη. Αρμοδιότητες του τμήματος της υποδοχής είναι η εξυπηρέτηση των πελατών (συμπεριλαμβανομένου του ελέγχου κράτησης, ξενάγηση στους χώρους της έπαυλης κ.α.), η ενημέρωση των πελατών σχετικά με τις υπηρεσίες που θα παρέχονται, η γνωριμία των πελατών με το προσωπικό, καθώς και η τακτοποίηση του λογαριασμού του εκάστοτε πελάτη.

Ο αριθμός των υπαλλήλων υποδοχής θα πρέπει να είναι κατάλληλος, λαμβάνοντας υπ' όψιν τη δυναμικότητα της μονάδας, ώστε να μεγιστοποιείται η ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών. Στην περίπτωση της υπό μελέτη μονάδας, ο αριθμός αυτός θα ανέλθει στα 6 άτομα, τα οποία θα είναι αρμόδια για την άφιξη των πελατών είτε τις πρωινές ώρες είτε τις απογευματινές. Όσον αφορά στις δεξιότητές τους, θα πρέπει να είναι απόφοιτοι τουριστικών επιχειρήσεων αλλά και να διαθέτουν επικοινωνιακές δεξιότητες σε 3 (αγγλικά, ρωσικά, γερμανικά). Επίσης, η άψογη χρήση λογισμικού υποδοχής και η άμεση διαχείριση και επίλυση τυχόν παραπόνων, είναι κάποιες από τις απαραίτητες προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν για να προσληφθούν στην επιχείρηση. Τέλος, θα πρέπει να έχουν ανεπτυγμένο το αίσθημα της ευγένειας, της ευπρέπειας και της διακριτικότητας, αλλά και να είναι επικοινωνιακοί και ευχάριστοι κατά τη διάρκεια της συνομιλίας τους με τους πελάτες.

➤ Τμήμα τροφίμων και ποτών

Συνηθίζεται να ονομάζεται τμήμα «Food & Beverage». Το προσωπικό του τμήματος αυτού είναι υπεύθυνο για τις αγορές των τροφίμων και ποτών και την προετοιμασία των γευμάτων. Στο χώρο λοιπόν του εστιατορίου θα εργάζονται 5 άτομα. Ο σεφ (μάγειρας) θα πρέπει να είναι πτυχιούχος Μαγειρικής Σχολής, να έχει 8ετή προϋπηρεσία σε 5* ξενοδοχεία, να είναι γνώστης της τοπικής κουζίνας, των κατάλληλων ποτών αλλά και διεθνών συνταγών. Τέλος, για την κατάλληλη αγορά των προμηθειών, θα πρέπει να γνωρίζει πολύ καλά την αγορά της περιοχής, αλλά και να έχει τη δυνατότητα για διαμονή στο μέρος. Στο συγκεκριμένο τμήμα υπάγεται το room service, του οποίου το προσωπικό αποτελείται από τους σερβιτόρους (εστιατόριο και μπαρ) και είναι 8 στο σύνολό τους. Επιπλέον, θα υπάρχουν και δυο μπαρίστα, ένας για κάθε καφέ.

➤ Τμήμα Housekeeping

Το τμήμα housekeeping υπάγεται στη διεύθυνση δωματίων και υποδοχής. Δεδομένου ότι το δωμάτιο αποτελεί την τελική εκροή της μονάδας, οι λειτουργίες του τμήματος πρέπει να είναι κατά το δυνατό πιο αποδοτικές και πιο οικονομικές. Για το λόγο αυτό, η ακριβής συνεργασία με το τμήμα υποδοχής κρίνεται απαραίτητη. Το σύνολο των εργαζομένων στο τμήμα καθαριότητας είναι 11 άτομα και αποτελείται από: τον προϊστάμενο ορόφου, που έχει την ευθύνη της επίβλεψης του προσωπικού και της αγοράς εξοπλισμού και αναλωσίμων, τις 8 καμαριέρες και τις 3 καθαρίστριες, που θα είναι υπεύθυνες για την καθαριότητα των δωματίων και των κοινόχρηστων χώρων της μονάδας. Τα προαιρετικά στοιχεία που θα πρέπει να διέπουν το προσωπικό αυτό είναι 5ετή προϋπηρεσία σε πολυτελές ξενοδοχείο, προθυμία, πνεύμα συνεργασίας, ευγένεια, διακριτικότητα και δυνατότητα παραμονής στο ξενοδοχείο. Το τελευταίο τμήμα που έχει άμεση σχέση με τα παραπάνω είναι αυτό του πλυντηρίου που θα αποτελείται από 2 άτομα και θα είναι υπεύθυνο για τον καθαρισμό και την αποστείρωση των λινών.

➤ Τμήμα κρατήσεων

Σπουδαίας σημασίας αποτελεί και το τμήμα κρατήσεων της μονάδας. Το τμήμα αυτό ανήκει στη διεύθυνση δωματίων και υποδοχής και αναφέρεται τους υπαλλήλους της υποδοχής οι οποίοι έχουν διττό ρόλο – υποδοχή και κρατήσεις. Είναι το πρώτο κομμάτι της επιχείρησης που έρχεται σε επικοινωνία με τους πελάτες και από εκεί δημιουργούν και την πρώτη εντύπωση για το βαθμό εξυπηρέτησής τους. Η ευγένεια, η προθυμία, αλλά και η ευχάριστη διάθεση που θα αποκομίσουν από την τηλεφωνική συνομιλία αποτελούν βασικές ικανότητες για την πρόσληψη του αντίστοιχου προσωπικού. Απαραίτητη, επίσης, θα κριθεί η 5ετής προϋπηρεσία τους σε αντίστοιχη θέση, καθώς και η άριστη χρήση σύγχρονων συστημάτων κρατήσεων και Internet. Χρειάζεται ακόμα, να έχουν άριστες επικοινωνιακές δεξιότητες σε αγγλικά, γερμανικά και ρωσικά.

➤ Διεύθυνση πωλήσεων και Μάρκετινγκ (ΜΚΤ)

Το τμήμα πωλήσεων και ΜΚΤ στελεχώνεται από ένα άτομο το οποίο είναι υπεύθυνο για τη συνολική προβολή, τοποθέτηση και διεύρυνση του ξενοδοχείου. Συνάπτει συμφωνίες και υπογράφει συμβόλαια συνεργασίας με τουριστικά γραφεία ενώ παράλληλα έχει ως στόχο την προσέλκυση ολοένα και περισσότερων μέσω της σωστής και μεθοδευμένης στρατηγικής marketing.

➤ Διεύθυνση προσωπικού (HR)

Το τμήμα προσωπικού θα αποτελείται από ένα μόνο άτομο και είναι υπεύθυνο για την πρόσληψη, την εκπαίδευση και την εξέλιξη του προσωπικού. Καθώς θα πρέπει να ψυχογραφεί τον κάθε υποψήφιο και να διαβλέπει τις δεξιότητες του, θα πρέπει να έχει σίγουρα 5ετή εμπειρία σε αντίστοιχη θέση και ανεπτυγμένη συναισθηματική νοημοσύνη.

Γ. ΤΕΧΝΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

➤ Τμήμα Τεχνικής υπηρεσίας

Το προσωπικό στο τμήμα συντήρησης, που υπολογίζεται στα 2 άτομα, είναι υπεύθυνο για τη σωστή λειτουργία των ηλεκτρικών και υδραυλικών συστημάτων, του κλιματισμού, καθώς και για την επισκευή και συντήρηση των πατωμάτων και του κτιρίου. Επιπλέον αρμοδιότητες στα ήδη υπάρχοντα καθήκοντα θα είναι η φροντίδα του κήπου αλλά και ο καθαρισμός της πισίνας. Στόχος του τμήματος είναι η αποφυγή τεχνικών προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν καθώς και η διασφάλιση των προτύπων ασφαλείας στη μονάδα.

Το βιογραφικό των υποψηφίων θα πρέπει να αποτελείται από 7ετή προϋπηρεσία σε θέματα τεχνικής υποστήριξης (προαιρετική προϋπηρεσία σε πολυτελή ξενοδοχεία). Ο ιδανικός υποψήφιος θα πρέπει να είναι γνώστης ηλεκτρικών και υδραυλικών συστημάτων, συστημάτων κλιματισμού, καθώς και συντήρησης πατωμάτων και κτιρίων. Τέλος, καθοριστικός παράγοντας θα είναι και ο τόπος διαμονής του προσωπικού αυτού, καθώς και να είναι και δεκτικοί στην ευελιξία του ωραρίου.

➤ Τμήμα Τεχνικής υπηρεσίας της μαρίνας

Το τμήμα αυτό θα αποτελείται από έναν υπάλληλο ο οποίος δε θα έρχεται σε άμεση επαφή με τους πελάτες. Κύρια αρμοδιότητά του θα είναι η συντήρηση των yacht των πελατών κατά τη διάρκεια παραμονής τους στο ξενοδοχείο. Ο παράγοντας αυτός, που αποτελεί μαζί με την παροχή ιδιωτικής παραλίας το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα, θα εξασφαλίζει στους πελάτες κατά την αναχώρησή τους, ένα ασφαλές ταξίδι, αλλά και την εξοικονόμηση χρημάτων και χρόνου. Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητη η διαμονή του στο Γύθειο αλλά και να είναι δεκτικός στην ευελιξία του ωραρίου ειδικότερα σε περιόδους αιχμής και κυρίως τους θερινούς μήνες.

Στον πίνακα (Πίνακας 49) που ακολουθεί παρουσιάζονται τα άτομα, ανά κατηγορία και ειδικότητα, που προαναφέρθηκαν και προβλέπεται να προσληφθούν τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του ξενοδοχείου, τα οποία ανέρχονται σε 45. Σημειώνεται ότι στις δαπάνες μισθοδοσίας συμπεριλαμβάνονται τα επιδόματα αδείας, η κοινωνική ασφάλιση (Ι.Κ.Α.), η εισφορά στο ταμείο ξενοδοχοϋπαλλήλων (ΤΑΞΥ), τα διάφορα επιδόματα (πτυχίου, τέκνων, γάμου, ανθυγιεινής εργασίας κ.α.).

Πίνακας 49 : Ανθρώπινο δυναμικό της μονάδας – Εκτίμηση κόστους κατά το 1ο έτος (EUR)

<u>ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΑΜΟΙΒΗ/ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ</u> <u>Α(EUR)</u>	<u>ΑΡΙΘΜ</u> <u>ΟΣ</u> <u>ΑΤΟΜ</u> <u>ΩΝ</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u> <u>ΑΜΟΙΒΩΝ/ΜΗ</u> <u>ΝΑ(EUR)</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u> <u>ΑΜΟΙΒΩΝ</u> <u>1ου</u> <u>ΕΤΟΥΣ(EUR</u> <u>)</u>	<u>ΜΗΝΕΣ</u> <u>ΛΕΙΤΟΥΡ</u> <u>ΓΙΑΣ 1ου</u> <u>έτους</u>
<u>ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ</u>					
Γενικός Διευθυντής	3.000,00	1	3.000,00	21.000,00	7
Γραμματέας Γεν.Διευθυντή	900,00	1	900,00	6.300,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</u>					
Οικονομικός διευθυντής	2.500,00	1	2.500,00	17.500,00	7
Βοηθός λογιστή	950,00	1	950,00	6.650,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ & ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ</u>					
Υπεύθυνος κουζίνας & δεξιώσεων	1.500,00	1	1.500,00	10.500,00	7
Μάγειρας (Σεφ)	2.000,00	1	2.000,00	14.000,00	7
Βοηθός μάγειρα	950,00	3	2.850,00	19.950,00	7
Λατζιέρης	720,00	1	720,00	5.040,00	7
Room Service					
Σερβιτόρος	850,00	8	6.800,00	47.600,00	7
Μπαρίστα	950,00	2	1.900,00	13.300,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΔΩΜΑΤΙΩΝ & ΥΠΟΔΟΧΗΣ</u>					
Προϊστάμενος ορόφων	1.100,00	1	1.100,00	7.700,00	7
Καμαριέρα	850,00	8	6.800,00	47.600,00	7
Καθαριστής/ρια	650,00	3	1.950,00	13.650,00	7
Υπεύθυνος υποδοχής	980,00	1	980,00	6.860,00	7
Γκρουμ	800,00	2	1.600,00	11.200,00	7
Υπάλληλος υποδοχής & κρατήσεων	800,00	3	2.400,00	16.800,00	7
Υπάλληλος πλυντηρίου	650,00	1	650,00	4.550,00	7
Βοηθός υπαλλήλου πλυντηρίου	550,00	1	550,00	3.850,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ & ΜΚΤ</u>					
Υπεύθυνος πωλήσεων & ΜΚΤ	1.300,00	1	1.300,00	9.100,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ</u> <u>ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ</u>	-	-	-	-	
Υπεύθυνος προσωπικού	1.300,00	1	1.300,00€	9.100,00	7
<u>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ</u>					
Υδραυλικός	700,00	1	700,00	4.900,00	7
Ηλεκτρολόγος	700,00	1	700,00	4.900,00	7
Μαραγκός	900,00	1	900,00	4.200,00	7

Συντηρητής yacht					
ΣΥΝΟΛΟ	25.600,00	45	44.050,00	306.250,00	-

Συνεπώς, για το 2018 που αποτελεί και το πρώτο έτος λειτουργίας του Λακωνίς, το προβλεπόμενο κόστος για το ανθρώπινο δυναμικό ανέρχεται στις 306.250 EUR. Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 50) βλέπουμε το προβλεπόμενο κόστος του ανθρώπινου δυναμικού για το διάστημα της πενταετίας που μελετούμε. Πιο συγκεκριμένα, προβλέπεται μία αύξηση του συνολικού κόστους απασχόλησης κατά 3%.

Πίνακας 50 : Διαχρονικό κόστος ανθρώπινου δυναμικού(EUR)- (2018-2022)

<u>Περιγραφή/Έτος</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>
ΣΥΝΟΛΟ	306.250,00	315.437,50	324.900,63€	334.647,64	344.687,07

7.2 Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού

Όλες οι θέσεις εργασίας θα καλύπτονται από εργαζόμενους που έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι δε θα υπάρχει περεταίρω εκπαίδευση.

Σαν μονάδα, θέλουμε να προσέξουμε πολύ την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας και δεδομένου του επικοινωνιακού χάσματος μεταξύ της αντίληψης του πομπού για την υπηρεσία που προσφέρει, και της αντίληψης του δέκτη για την υπηρεσία που λαμβάνει, θέλουμε να ελαχιστοποιήσουμε τις πιθανότητες της όποιας παρεξήγησης.

Επιπλέον, η φύση σχεδόν όλων των θέσεων είναι διαδραστική που συνεπάγεται ακόμα πιο πολύ εκπαίδευση στη διαχείριση των καθημερινών σχέσεων.

Κρίνεται, επίσης, πολύ σημαντική η εκπαίδευση πάνω σε τεχνικές εξυπηρέτησης, τεχνικές διαπραγμάτευσης και στα ηλεκτρονικά συστήματα.

Όπως θα δούμε και παρακάτω στο διάγραμμα Gantt, η πρόσληψη και η εκπαίδευση του προσωπικού θα πραγματοποιηθεί τον Ιανουάριο του 2018 και η διαδικασία θα κρατήσει ένα μήνα. Ορίζεται ως απαραίτητη διαδικασία και σε κάθε νέα πρόσληψη που μπορεί να προκύψει μελλοντικά, η εκπαίδευση που θα λάβει ο νεοπροσληφθείς να διαρκέσει δύο εβδομάδες το μίνιμουμ (ανάλογα με τη θέση και το αντικείμενο εργασίας).

8. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

8.1 Εισαγωγή

Σκοπός του σταδίου αυτού είναι ο σαφής καθορισμός του προγραμματισμού εκτελέσεως του σχεδίου και ο προϋπολογισμός των επιμέρους δραστηριοτήτων του. Ο προγραμματισμός εκτελέσεως του έργου αναφέρεται στη χρονική περίοδο από τη λήψη της απόφασης για την πραγματοποίηση της επένδυσης έως ότου το έργο να είναι έτοιμο να ξεκινήσει την λειτουργία του. Η συγκεκριμένη φάση περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που είναι απαραίτητες για να φέρουν το επενδυτικό σχέδιο από τη φάση της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας. Υπάρχουν όμως και ενδιάμεσα στάδια που πρέπει να υλοποιηθούν για να καταλήξουμε στο στάδιο της λειτουργίας.

Ο προγραμματισμός κάθε εργασίας κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός διότι η χρονική επέκταση κάποιου σταδίου έχει ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση της έναρξης λειτουργίας της μονάδας και επιπρόσθετο κόστος για τους επιχειρηματίες. Για αυτό είναι πολύ σημαντικό να γίνει ορθός, σαφής και εφικτός προγραμματισμός προκειμένου να μην επεκταθεί η εκτέλεση του έργου σε μακρά χρονική περίοδο επιφέροντας αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομική λειτουργία όλου του προγράμματος.

Ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενέργειες:

- Καθορισμός του τύπου των εργασιών οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου.
- Καθορισμός της λογικής αλληλουχίας των γεγονότων στις εργασίες του συνολικού έργου.
- Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτελέσεως του έργου, στο οποίο να απεικονίζονται ορθά, από άποψης χρόνου, οι διάφορες εργασίες και να υφίστανται οι κατάλληλες χρονικές περίοδοι για την υλοποίησή τους.
- Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας και αναφορά του αντίστοιχου κόστους.
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και κατάσταση χρηματικών ροών οι οποίες θα εξασφαλίζουν τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων κατά τη διάρκεια της φάσεως του επενδυτικού σχεδίου.
- Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτέλεσης του έργου, τα οποία επιτρέπουν το χρονικό και χρηματοοικονομικό προγραμματισμό, καθώς και τον προγραμματισμό των προβλέψεων που έγιναν στις προηγούμενες φάσεις της παρούσας μελέτης.

Τέλος, το βασικό αντικείμενο του προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου είναι να υπολογισθούν οι οικονομικές επιπτώσεις της φάσης εκτέλεσης και να γίνει προσπάθεια να εξασφαλισθεί αποτελεσματική χρηματοδότηση προώθησης του προγράμματος μέχρι και πέρα από την έναρξη λειτουργίας της μονάδας.

8.2 Επιλογή project manager

Προκειμένου να τεθεί σε άμεση εφαρμογή η εκτέλεση του προγράμματος, πρέπει να σχηματιστεί μια ομάδα ατόμων, η οποία θα είναι υπεύθυνη για την παρακολούθηση της πορείας του έργου. Το κυριότερο αντικείμενο της σύστασης της ομάδας αυτής είναι η εξασφάλιση ότι η εκτέλεση όλων των εργασιών θα τηρεί με απόλυτη ακρίβεια το χρονικό και οικονομικό προγραμματισμό και ότι θα λαμβάνονται τα κατάλληλα διορθωτικά μέτρα, στην περίπτωση που η εκτέλεση και το κόστος των εργασιών αποκλίνουν από το πρόγραμμα. Για την καλύτερη ανταπόκριση της επιχείρησης στις αρχικές απαιτήσεις λειτουργίας της, κρίνεται σκόπιμο να συμπεριληφθεί στη σύσταση της ομάδας ο διευθυντής της επιχείρησης ώστε να είναι πλήρως καταρτισμένος και ενημερωμένος όταν η επιχείρηση τεθεί σε λειτουργία.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, επικεφαλής της ομάδας επίβλεψης του έργου θα είναι ο γιος του ενός εκ των δύο επενδυτών, Παναγιώτης Κακλέας, ο οποίος πρόκειται να έχει την πλήρη εξουσιοδότηση για όλες τις αποφάσεις που αφορούν την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

8.3 Στάδια εκτέλεσης του έργου

Τα κυριότερα στάδια προγραμματισμού της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου, δεν ακολουθούν κάποια αυστηρή αλληλουχία, αλλά συνήθως υπάρχει αλληλοεπικάλυψη με σύγχρονο προγραμματισμό των διαφόρων δραστηριοτήτων.

Για το σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος ιδρύσεως και λειτουργίας της εταιρείας λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθες δραστηριότητες:

1. Ίδρυση και έναρξη της επιχείρησης (30 ημέρες)

Στάδια ίδρυσης της επιχείρησης

i. ΕΠΙΛΟΓΗ ΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΡΦΗΣ

Η νομική μορφή της εταιρείας θα είναι εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε). Τα χαρακτηριστικά της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης εν μέρει μοιάζουν με εκείνα της ανώνυμης εταιρείας (π.χ. συνέλευση εταίρων, περιορισμένη ευθύνη μελών εταιρείας κ.ο.κ.) και εν μέρει με εκείνα της προσωπικής εταιρείας (π.χ. ύπαρξη διαχειριστή αντί διοικητικού συμβουλίου).

Στην Ε.Π.Ε. κάθε εταίρος έχει τόσες ψήφους, όσα εταιρικά μερίδια διαθέτει στο κεφάλαιο της εταιρείας. Οι αποφάσεις της συνελεύσεως λαμβάνονται με απλή πλειοψηφία (πλέον του μισού) του όλου αριθμού των εταίρων, που εκπροσωπούν πλέον του μισού ολοκλήρου του εταιρικού κεφαλαίου. Η πλειοψηφία αυτή είναι απλή πλειοψηφία, αλλά συγχρόνως είναι και διφυής. Απαιτεί, σωρευτικά, και πλειοψηφία κεφαλών (εταίρων), και πλειοψηφία κεφαλαίου (εταιρικών μεριδίων).

ii. ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Βάση νόμου (Ν.2081/92) στις περισσότερες περιπτώσεις ίδρυσης επιχειρήσεων είναι υποχρεωτική η εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο (Επιμελητήριο Λακωνίας). Στο

Επιμελητήριο γίνεται αναγγελία έναρξης, προεγγραφή και εκδίδεται βεβαίωση δικαιώματος χρήσης επωνυμίας και κατοχύρωσης διακριτικού τίτλου της επιχείρησης.

iii. ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΕ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ ΦΟΡΕΑ

Η εγγραφή σε Ασφαλιστικό Φορέα σύμφωνα με το Ν2084/92 είναι υποχρεωτική για όλα τα φυσικά πρόσωπα και τα μέλη Νομικών Προσώπων, που έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους και δραστηριοποιούνται σε πόλη άνω των 2.000 κατοίκων. Ο μεγαλύτερος αριθμός των νέων επιχειρηματιών εγγράφεται κατά κύριο λόγο, στα κατά τόπους Ταμεία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Ελλάδας (ΤΕΒΕ), τα Ταμεία Εμπόρων (ΤΑΕ) και σε ειδικές περιπτώσεις σε άλλα ταμεία όπως είναι το ΤΣΜΕΔΕ, ΤΣΑΥ και το ΙΚΑ.

iv. ΑΔΕΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

v. ΑΔΕΙΑ ΑΣΚΗΣΕΩΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ - ΕΙΔΙΚΗ ΑΔΕΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Για ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών, όπως τα τουριστικά επαγγέλματα, είναι απαραίτητη για την έναρξη επαγγελματικής δραστηριότητας η έκδοση Άδειας Ασκήσεως Επαγγέλματος. Επιπλέον, τα τουριστικά επαγγέλματα πέρα από την Άδεια Λειτουργίας που προαναφέρθηκε, υποχρεούνται να εκδώσουν και Ειδική Άδεια Λειτουργίας.

vi. ΔΗΛΩΣΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΤΗΔΕΥΜΑΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΜΗΤΡΩΟΥ (ΑΦΜ) ΘΕΩΡΗΣΗ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Κάθε υποψήφια επιχείρηση υποχρεούται να υποβάλει στην αρμόδια Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία (ΔΟΥ) Δήλωση Έναρξης Επιτηδεύματος. Η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει την υποβολή:

- Του εντύπου Μ5 "Δήλωση υπό ίδρυση Επιχείρησης"
- Της δήλωσης διακοπής των εργασιών ίδρυσης
- Του εντύπου Μ2 "Δήλωση έναρξης / μεταβολής εργασιών Φυσικού Προσώπου" αν πρόκειται για Φυσικά Πρόσωπα ή του εντύπου "Δήλωση έναρξης / μεταβολής εργασιών Μη Φυσικού Προσώπου" αν πρόκειται για Νομικά Πρόσωπα.

Εκτός από τα παραπάνω έντυπα, η υποψήφια επιχείρηση υποχρεούται να υποβάλει επιπλέον ένα αριθμό δικαιολογητικών για τα οποία μπορεί να ενημερωθεί από τη ΔΟΥ του τόπου όπου εδρεύει. Να σημειωθεί σε αυτό το σημείο, ότι κατά την έναρξη των εργασιών καταβάλλεται και ο φόρος συγκέντρωσης κεφαλαίου (1% του μετοχικού κεφαλαίου) καθώς και τέλη χαρτοσήμου, το ύψος των οποίων κυμαίνεται ανάλογα με την νομική μορφή της επιχείρησης και τον πληθυσμό του τόπου, όπου ασκείται η δραστηριότητα. Υποχρεωτικά εκδίδεται ΑΦΜ για κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο που διενεργεί πράξεις φορολογικού ενδιαφέροντος στην Ελλάδα. Οι επιχειρήσεις και επαγγελματίες υποχρεούνται να χρησιμοποιούν ορισμένα θεωρημένα Βιβλία και Στοιχεία, που ορίζονται από τον Κώδικα Φορολογικών Βιβλίων και Στοιχείων, ανάλογα με την νομική μορφή, το είδος της δραστηριότητας, την κατηγορία τήρησης Βιβλίων κ.λπ. Η θεώρηση γίνεται από την ΔΟΥ της έδρας της επιχείρησης, εκτός των Α.Ε. που υπάγονται σε ΔΟΥ ΦΑΒΕ και ΦΑΕΕ. Η οικεία ΔΟΥ ενημερώνει για την κατηγορία Βιβλίων, για τα είδη Βιβλίων και Στοιχείων που πρέπει να τηρούνται θεωρημένα και για τον χρόνο και τα δικαιολογητικά της θεώρησης.

Το τελευταίο βήμα είναι η κατοχύρωση του Εμπορικού Σήματος της εταιρείας. (Ν. 2239/94). Αρμόδιο το Υπ. Αν. Δ/υση Εμπορίου.

2. Λήψη των αδειών και ειδικού σήματος ΕΟΤ (61 μέρες)

Στο στάδιο αυτό θα λάβουν χώρα όλες οι απαραίτητες ενέργειες λήψης αδειών και την εκπόνηση των απαραίτητων μελετών για τη χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.).

Με τη νέα νομοθεσία του Υπουργείου Τουρισμού, καταργείται η χρονοβόρα διαδικασία που προέβλεπε ο παλιός νόμος (ΦΕΚ 557 Β'/1987). Πλέον, υπάρχει η δυνατότητα νομιμοποίησης μιας επιχείρησης ενοικίασης τουριστικών κατοικιών μέσα από την χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας, ενώ παράλληλα απλοποιείται η διαδικασία αυτή για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις.

3. Προγραμματισμός χρηματοδότησης (61 μέρες)

Αφού ληφθεί η απόφαση για την υλοποίηση της επένδυσης και αφού έχει γίνει γνωστό το κόστος επένδυσης και το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσής της, θα πρέπει να γίνουν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τη χρηματοδότηση του προγράμματος.

4. Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού (31 μέρες)

Σε αυτό το στάδιο χρειάζεται να γίνει η πρόσληψη και η όλη απαραίτητη εκπαίδευση του προσωπικού. Το προσωπικό που πρόκειται να προσληφθεί σε όλες τις βαθμίδες, θα είναι πεπειραμένο στο πόστο του καθώς η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία σε αντίστοιχη θέση έχει κριθεί απαραίτητη, όπως έχουμε προαναφέρει. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι δε χρειάζεται περαιτέρω εκπαίδευση. Κάθε επιχείρηση έχει το δικό της χαρακτήρα και ενδιαφέρεται να προβάλει διαφορετική εικόνα ή εστίαση. Υπολογίζεται, επομένως, ότι μέσα σε 30 μέρες θα στελεχωθεί και εκπαιδευτεί η κάθε μονάδα του ανθρώπινου δυναμικού που θα απαρτίζει το Λακωνίς.

5. Επιλογή διαφημιστή (30 μέρες)

Προκειμένου να γίνει γνωστή η επιχείρηση θα χρειαστεί να πραγματοποιηθούν ενέργειες προβολής, προώθησης, τοποθέτησης και ευρύτερης γνωστοποίησης. Καθώς αυτό πρόκειται να το αναλάβει αρμόδια και εξειδικευμένη διαφημιστική εταιρία σε συνεργασία με το τμήμα μάρκετινγκ, θα χρειαστούν 15 μέρες ώσπου να γίνει το tender και να βρεθεί η κατάλληλη.

6. Σχέδιο διαφημιστικής εκστρατείας (31 μέρες)

Σε αυτό το στάδιο το τμήμα μάρκετινγκ θα συνεργαστεί με την επιλεγείσα διαφημιστική εταιρία όπου θα συναποφασίσουν το πλάνο της διαφημιστικής εκστρατείας. Σύμφωνα πάντα με τους διαθέσιμους πόρους θα αποφασιστεί σε ποια μέρη θα γίνει η ανάλογη τοποθέτηση.

7. Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας (60 μέρες)

Καθώς είναι λογικό, η προετοιμασία προσέλκυσης των πελατών θα πρέπει να αρχίσει αρκετά νωρίτερα από την έναρξη της επιχείρησης, προκειμένου να εξασφαλισθεί ότι θα

πραγματοποιηθούν πωλήσεις όπως προβλέπει το σχέδιο του Μάρκετινγκ που έχει αναλυθεί λεπτομερώς στο κεφάλαιο 3.

8. Απόκτηση και μεταφορά τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού (31 μέρες)

Στο στάδιο αυτό θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη το πρόγραμμα αφίξεως του μηχανολογικού εξοπλισμού. Από τη στιγμή της παραγγελίας μέχρι να παραδοθεί ο εξοπλισμός στην περιοχή χρειάζεται να περάσει ένα χρονικό διάστημα ώστε να υλοποιηθούν οι απαραίτητες δοκιμές και έλεγχοι σωστής λειτουργίας.

9. Προμήθεια πρώτων υλών και εφοδίων (31 μέρες)

Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου σταδίου θα πρέπει να πραγματοποιηθούν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τον έλεγχο και την παραλαβή των προβλεπόμενων και απαραίτητων εισροών.

10. Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος (61 ημέρες)

Στην τελική φάση του προγραμματισμού απαιτείται ένα μικρό χρονικό διάστημα προσαρμογής του ανθρώπινου δυναμικού με τον μηχανολογικό εξοπλισμό, διενέργεια ορισμένων τεχνικών δοκιμών αποδόσεως της μονάδας, κ.α.

11. Ανέγερση/Ανακαίνιση μονάδας και διαμόρφωση ιδιωτικής μαρίνας σκαφών (274 ημέρες)

Υπολογίζεται πως η έναρξη της ανέγερσης θα είναι η 1η Ιουνίου του 2017 και ότι το έργο θα έχει ολοκληρωθεί μέχρι και την 28η Φεβρουαρίου του 2018. Αυτό το χρονικό διάστημα μεταφράζεται ως 274 μέρες.

Πίνακας 51 : Χρονοδιάγραμμα Υλοποίησης του Επενδυτικού Σχεδίου



8.4 Εκτίμηση του κόστους εκτελέσεως του προγράμματος

Σε αυτό το στάδιο γίνεται η εκτίμηση του κόστους του παραπάνω χρονοδιαγράμματος, δηλαδή υπολογίζονται τα παραπάνω βήματα που ακολουθούνται μέχρι το τελευταίο στάδιο του προγράμματος που είναι η λειτουργία. Ο παρακάτω πίνακας (Πίνακας 52) δεν περιέχει συνολικά κόστη που έχουν υπολογιστεί σε προηγούμενα στάδια, όπως το πχ το συνολικό κόστος του εξοπλισμού εσωτερικών και εξωτερικών χώρων παρά περιλαμβάνει τη μεταφορά αυτού.

Πίνακας 52 : Εκτιμώμενο κόστος ανά δραστηριότητα (EUR)

<u>A/A</u>	<u>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</u>	<u>ΚΟΣΤΟΣ</u>
1	Ίδρυση και έναρξη της επιχείρησης	10.500,00
2	Λήψη των αδειών και ειδικού σήματος ΕΟΤ	45.000,00
3	Προγραμματισμός χρηματοδότησης	15.000,00
5	Μεταφορά τεχνολογίας & μηχαν. εξοπλισμού	9.000,00
7	Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού	7.000,00
8	Προμήθεια πρώτων υλών και εφοδίων	9.500,00
11	Διεξαγωγή διαφημιστικής εκστρατείας	27.000,00
12	Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος	3.500,00
	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	126.500,00

9. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η χρηματοοικονομική ανάλυση μιας επένδυσης αποτελεί σημαντική προσέγγιση για τον προγραμματισμό και αξιολόγηση αναπτυξιακών επενδυτικών σχεδίων. Η χρηματοοικονομική και οικονομική ανάλυση παρέχουν το εργαλείο με το οποίο αποδεικνύεται αν το επενδυτικό σχέδιο αξίζει τον κόπο και αποτελεί ενδιαφέρουσα επένδυση για τους ιδιώτες. Η ανάλυση αυτή παρέχει μόνο μερική άποψη και χρειάζεται να συμπληρωθεί κατάλληλα με κοινωνικές, θεσμικές, τεχνικές και περιβαλλοντικές αναλύσεις.

Η μεθοδολογία αυτή αποσκοπεί στην αντίληψη των μηχανισμών δημιουργίας εισοδήματος για τους μετόχους του επενδυτικού σχεδίου. Είναι σημαντικό η χρηματοοικονομική ανάλυση να συνοδεύει το επενδυτικό σχέδιο από νωρίς. Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την παροχή πληροφοριών στους επενδυτές για να αποφασίσουν αν τους συμφέρει να υποστηρίξουν και να χρηματοδοτήσουν το συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο.

Η επένδυση ορίζεται ως μακροπρόθεσμη δέσμευση οικονομικών πόρων, που γίνεται με στόχο την παραγωγή και λήψη καθαρού οφέλους στο μέλλον. Σύμφωνα, λοιπόν, με τον ορισμό αυτό, οι χρηματοοικονομικοί πόροι (δηλαδή τα κεφάλαια των επενδυτών και των δανείων) μεταμορφώνονται σε παραγωγικό ενεργητικό, αντιπροσωπευμένο από τις πάγιες επενδύσεις και το καθαρό κεφάλαιο κινήσεως.

9.1 Ανάλυση συνολικού κόστους επένδυσης

Το συνολικό κόστος της επένδυσης αποτελεί, στην ουσία, το πάγιο ενεργητικό. Το πάγιο ενεργητικό περιλαμβάνει τις πάγιες επενδύσεις, δηλαδή τις δαπάνες για το μηχανολογικό εξοπλισμό, που χρησιμοποιήθηκε, καθώς και τα έργα του πολιτικού μηχανικού και όλης της ομάδας, που συνεργάστηκε. Επίσης, περιλαμβάνει τις προπαραγωγικές δαπάνες που αφορούν στις προεπενδυτικές μελέτες και στα έξοδα εκτέλεσης του προγράμματος, που υπολογίσαμε προηγουμένως (Πίνακας 52). Το σύνολο του πάγιου ενεργητικού φτάνει τα 6.605.500 EUR.

Πιο αναλυτικά, στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 53) αναλύουμε το πάγιο ενεργητικό.

Πίνακας 53 : Πάγιο ενεργητικό (EUR)

ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΚΟΣΤΟΣ
ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	6.450.000,00
Μηχανολογικός Εξοπλισμός	2.150.000,00
Έργα Πολιτικού Μηχανικού	4.300.000,00
ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	155.500,00
Προεπενδυτικές μελέτες και έρευνες	29.000,00
Έξοδα εκτέλεσης προγράμματος	126.500,00
ΣΥΝΟΛΟ	6.605.500,00

Από την άλλη, το κεφάλαιο κίνησης αντιστοιχεί στους πόρους που χρειάζεται για να λειτουργήσει η μονάδα ολικά ή μερικά και δίνεται από τη διαφορά μεταξύ του τρέχοντος

ενεργητικού, δηλαδή του αθροίσματος των εισπρακτέων λογαριασμών της επιχείρησης από τους πελάτες της και των μετρητών της, και του τρέχοντος παθητικού (λογαριασμοί πληρωτέοι). Το ποσό που απομένει μετά τις πληρωμές αυτών των υποχρεώσεων, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να καλύψει ορισμένες μελλοντικές λειτουργικές ανάγκες της υπό μελέτη μονάδας.

Για να υπολογίσουμε το καθαρό κεφάλαιο κίνησης, πρέπει πρώτα να καθορίσουμε και να υπολογίσουμε διαδοχικά τα ακόλουθα:

1. Ελάχιστη κάλυψη ημερών (X) για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό.
2. Κόστος για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού (A).
3. Καθορίζουμε τον συντελεστή του κύκλου εργασιών (Y), διαιρώντας τις 214 ημέρες λειτουργίας με τον ελάχιστο αριθμό ημερών καλύψεως ($Y=214/X$).
4. Τέλος υπολογίζονται οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, διαιρώντας τα αντίστοιχα στοιχεία κόστους με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B=A/Y$).

Επίσης πρέπει να σημειωθεί ότι οι αποσβέσεις του πάγιου ενεργητικού ακολουθούν την γραμμική μέθοδο (20 έτη).

Έτσι, ο υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης για το 2018 φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί. Με τον ίδιο τρόπο υπολογίζουμε και παρακάτω τις διαχρονικές απαιτήσεις κεφαλαίου κίνησης.

Πίνακας 54 : Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης για το 2018 (EUR)

ΤΕΛΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ 1ο ΕΤΟΣ (2018)				
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ(€) (2018)	ΗΜΕΡΕΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛ. ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ Α' ΕΤΟΥΣ ΠΛΗΡΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (2018)
	A	X	Y	B
I.ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				238.090,55
A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	1.033.981,71 €	30	7	144.950,71
B. Μετρητά στο ταμείο				93.139,85
II.ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				135.501,03
A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	966.573,99 €	30	7	135.501,03
III.ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				102.589,53

9.2 Χρηματοδότηση του επενδυτικού προγράμματος

Το συνολικό κόστος επένδυσης, που όπως αναλύσαμε προηγουμένως ανέρχεται στα 6.605.500 EUR, και θα καλυφθεί από συγκεκριμένες πηγές χρηματοδότησης (Πίνακας 55). Στην περίπτωση μας το 50% της επένδυσης θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια των επενδυτών

μας και ισοδυναμεί με 3.320.340,91 EUR. Το 25% θα είναι η κρατική επιχορήγηση, που αντιστοιχεί σε 1.660.170,45 EUR και το υπόλοιπο 25% θα είναι ο τραπεζικός δανεισμός, δηλαδή 1.660.170,45 EUR, που θα μας χορηγήσει η ΕΤΕ (Εθνική Τράπεζα Ελλάδας).

Το ποσό που θα δαπανηθεί για την επένδυση ανέρχεται στα 6.640.681,81 EUR και αποτελεί το άθροισμα του συνολικού κόστους επένδυσης (Πίνακας 53) και του συσσωρευμένου ταμειακού υπολοίπου κατά την περίοδο κατασκευής, που ανέρχεται στις 35.181,81 EUR, όπως έχουμε υπολογίσει παρακάτω στον πίνακα των ταμειακών ροών (Πίνακας 61).

Πίνακας 55 : Πηγές χρηματοδότησης (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟ (€)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	1.660.170,45	25%
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3.320.340,91	50%
ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ	1.660.170,45	25%
ΣΥΝΟΛΟ	6.640.681,81	100%

Υπολογισμός τοκοχρεολυσίων

Το ονομαστικό επιτόκιο, το οποίο είναι σταθερό και είναι ίσο με 7%, μας βοηθά να υπολογίσουμε τον τόκο κατ' έτος. Η περίοδος αποπληρωμής του δανείου θα είναι ίση με 8 χρόνια και θα ξεκινήσει από το τρίτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, δηλαδή από το 2020, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 56), καθώς τα πρώτα δύο χρόνια θα είναι η περίοδος χάριτος.

Η ετήσια δόση υπολογίζεται να είναι 278.025,03 EUR και θα καταβάλλεται κάθε τέλος χρόνου.

Έπειτα, υπολογίζουμε τις τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης για κάθε έτος, καθώς και το ανεξόφλητο κεφάλαιο του δανείου αφού πρώτα καταβληθεί η δόση και ο τόκος.

Πιο αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 56 : Τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις (EUR)

ΕΤΟΣ	ΕΤΗΣ. ΔΟΣΗ (€)	ΤΟΚΟΣ (€)	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ (€)	ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (€)	
2018	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ			1.660.170,45	
2019				1.660.170,45	
1	2020	278.025,03	116.211,93	161.813,10	1.498.357,35
2	2021	278.025,03	104.885,01	173.140,02	1.325.217,34

3	2022	278.025,03	92.765,21	185.259,82	1.139.957,52
4	2023	278.025,03	79.797,03	198.228,00	941.729,52
5	2024	278.025,03	65.921,07	212.103,97	729.625,55
6	2025	278.025,03	51.073,79	226.951,24	502.674,31
7	2026	278.025,03	35.187,20	242.837,83	259.836,48
8	2027	278.025,03	18.188,55	259.836,48	0,00

9.3 Διαχρονική εξέλιξη κόστους (EUR)

Το επενδυτικό σχέδιο επιδιώκει μερικούς βασικούς στόχους, οι κυριότεροι των οποίων είναι:

- Η βιωσιμότητα
- Η επαρκής ρευστότητα
- Η ισχυρή ανταγωνιστικότητα
- Η υψηλή αποδοτικότητα

Παρακάτω (Πίνακας 57) παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη αυτού του κόστους για το διάστημα 2018-2022, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα επιπρόσθετο στοιχείο στη διερεύνηση της βιωσιμότητας της μονάδας μας:

Πίνακας 57 : Διαχρονική εξέλιξη κόστους (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	173.906,32	187.929,61	202.404,06	218.038,20	234.927,59
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	306.250,00	315.437,50	324.900,63	334.647,64	344.687,07
ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	109.000,00	112.270,00	115.638,10	119.107,24	122.680,46
ΕΞΟΔΑ MARKETING	135.417,68	139.673,93	142.252,87	145.526,21	150.576,69
ΑΜΟΙΒΕΣ ΤΡΙΤΩΝ	242.000,00				
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (ΤΟΚΟΙ)	0	0	116.211,93	104.885,01	92.765,21
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ 20 ΈΤΗ)	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	1.296.848,99	1.085.586,04	1.231.682,59	1.252.479,31	1.275.912,02

9.4 Διαχρονικές απαιτήσεις επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης 2018-2022

Στο κεφάλαιο 9.1 αναλύσαμε το καθαρό κεφάλαιο κίνησης, που απαιτείται για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης. Με τον ίδιο τρόπο στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 58), έχουμε υπολογίσει τις διαχρονικές ανάγκες κεφαλαίου κίνησης για το διάστημα 2018-2022.

Πίνακας 58 : Διαχρονικές απαιτήσεις επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης 2018-2022 (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	238.090,55	557.585,09	678.367,90	848.045,60	1.054.478,98
A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	144.950,71	154.825,50	165.394,49	176.708,23	188.821,05
Γ. Μετρητά στο Ταμείο	93.139,85	402.759,59	512.973,40	671.337,37	865.657,93
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ	135.501,03	105.884,72	110.074,16	114.577,47	119.561,47
A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	135.501,03	105.884,72	110.074,16	114.577,47	119.561,47
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I-II)					
	102.589,53	451.700,36	568.293,74	733.468,13	934.917,52

9.5 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

Στις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις μιας μονάδας περιλαμβάνονται οι 3 παρακάτω βασικές λογιστικές καταστάσεις :

- Ο ισολογισμός
- Η ΚΑΧ (Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης)
- Οι ταμειακές ροές

Οι λογιστικές καταστάσεις είναι σπουδαίες για την ανάλυση της δομής της χρηματοδότησης του επενδυτικού σχεδίου και για τον υπολογισμό του κεφαλαίου της εταιρίας. Τα λογιστικά αρχεία της επιχείρησης είναι συνήθως η καλύτερη πηγή πληροφοριών και η βάση για την έναρξη της χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

Οι κατάσταση ταμειακών ρών είναι μια κατάσταση η οποία βασίζεται τόσο στον ισολογισμό όσο και στην ΚΑΧ. Όμως ο ισολογισμός είναι μια κατάσταση η οποία δεν αποδίδει την πραγματική χρηματοοικονομική κατάσταση της οικονομικής μονάδας, αφού δεν λαμβάνει υπόψη του τις μεταβολές στο γενικό επίπεδο των τιμών και, οι οποίες σε περιόδους πληθωρισμού, είναι σημαντικές. Ομοίως, η ΚΑΧ δεν μπορεί από μόνη της να αποδώσει μια πλήρη εικόνα για την κερδοφόρα δυναμικότητα της οικονομικής μονάδας. Η ΚΑΧ αποτελεί τον συνδυαστικό κρίκο μεταξύ δυο διαδοχικών ισολογισμών και εξηγεί όλες τις μεταβολές που προκύπτουν στα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης μέσα στη λογιστική χρήση, λαμβάνοντας υπόψη τις οποιοσδήποτε μεταβολές στο μετοχικό κεφάλαιο και στην αξία των πάγιων στοιχείων, εξαιτίας της αναπροσαρμογής.

9.5.1 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ)

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ) είναι η λογιστική κατάσταση που απεικονίζει το λογιστικό αποτέλεσμα (κέρδος ή ζημία) που πέτυχε μια οικονομική μονάδα κατά τη διάρκεια μιας περιόδου καθώς και τους προσδιοριστικούς παράγοντες του αποτελέσματος (έσοδα- έξοδα). Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 59) παρατίθενται οι προβλεπόμενες ΚΑΧ για το διάστημα 2018-2022.

Πίνακας 59 : Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	1.033.981,71	1.104.421,87	1.179.814,06	1.260.518,72	1.346.923,49
Μείον					
Έξοδα	966.573,99	755.311,04	785.195,65	817.319,30	852.871,81
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ, ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	67.407,71	349.110,84	394.618,41	443.199,42	494.051,68
Τόκοι	0,00	0,00	116.211,93	104.885,01	92.765,21
Αποσβέσεις	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
Αναλογούσες στη χρήση επιχορηγήσεις	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	-179.858,76	101.844,36	31.140,00	91.047,93	154.019,99
Μείον					
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*	0,00	0,00	0,00	14.577,26	50.826,60
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	-179.858,76	101.844,36	31.140,00	76.470,67	103.193,39

*Ο υπολογισμός του φόρου εισοδήματος παρατίθεται παρακάτω

Παρατηρούμε, ότι στο τέλος της πρώτης χρήσης, δηλαδή στο τέλος του 2018, η επιχείρηση κλείνει με ζημία, που αντιστοιχεί σε 179.858.76 EUR, ενώ από το τέλος της δεύτερης χρήσης και μετά κλείνει με καθαρά κέρδη. Επίσης, παρατηρούμε ότι τα κέρδη του 2020 είναι σχεδόν τα υποτριπλάσια από αυτά του 2019 και αυτό συμβαίνει διότι η περίοδος χάριτος παύει να ισχύει το 2020 και η επιχείρηση ξεκινά να εξοφλεί τις δανειακές υποχρεώσεις της.

Αναφορικά με το φόρο εισοδήματος, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 60), αρχικώς υπολογίζουμε το φόρο πολλαπλασιάζοντας τα κέρδη προ φόρων που έχουμε σε κάθε χρήση με τον συντελεστή φορολόγησης που έχει οριστεί στο 33%. Στη συνέχεια υπολογίζουμε το φόρο αθροιστικά και παρατηρούμε ότι αρχίζει να είναι θετικός από το 2021 και μετά. Καθώς δεν γίνεται να έχουμε αρνητικό φόρο εισοδήματος, ορίζουμε ότι από το 2018 ως το 2020 αυτός είναι 0.

Πίνακας 60 : Υπολογισμός φόρου εισοδήματος (EUR)

Υπολογισμός φόρου εισοδήματος	2018	2019	2020	2021	2022
Φόρος υπολογισμός	-59.353,39	33.608,64	10.276,20	30.045,82	50.826,60
Φόρος αθροιστικά	-59.353,39	-25.744,75	-15.468,55	14.577,26	65.403,86
Φόρος χρήσης	0,00	0,00	0,00	14.577,26	50.826,60

9.5.2 Κατάσταση ταμειακών ροών

Η κατάσταση των ταμειακών ροών παρέχει πληροφορίες για την εταιρία, όπως:

- Την δυνατότητα να “παράγει” ταμειακά διαθέσιμα και ταμειακά ισοδύναμα από την δραστηριότητά της.
- Την δυνατότητα να παράγει μελλοντικές ταμειακές ροές ή την πιθανότητα να αντιμετωπίσει ταμειακή ανεπάρκεια στο μέλλον.
- Την χρήση των ταμειακών διαθεσίμων που έκανε κατά τη διάρκεια της περιόδου που αφορούν.
- Τις μεταβολές στην καθαρή περιουσία και την χρηματοοικονομική δομή της εταιρίας.
- Την πραγματική οικονομική απόδοση, απαλλαγμένη από λογιστικές πρακτικές όπως οι αποσβέσεις και οι προβλέψεις.
- Την πιστωτική πολιτική που ακολουθεί και πώς αυτή επηρεάζει τα ταμειακά διαθέσιμα.
- Τις χρηματοδοτικές πηγές που χρησιμοποιεί για τη λειτουργία και τις επενδύσεις της.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 61), παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες ταμειακές ροές για το διάστημα μεταξύ 2018 – 2022.

Πίνακας 61 : Προβλεπόμενες ταμειακές ροές 2018-2022 (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ	2018	2019	2020	2021	2022
Α.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	6.640.681,81	889.031,00	1.094.547,08	1.169.245,06	1.249.204,98	1.334.810,67
1.ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ (ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ Σ-ΙΔΙΑ-ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡ-ΔΑΝΕΙΟ)	6.640.681,81					
2.ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ		1.033.981,71	1.104.421,87	1.179.814,06	1.260.518,72	1.346.923,49
Μείον Απαιτήσεις		144.950,71	154.825,50	165.394,49	176.708,23	188.821,05
Β.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ	6.605.500,00	831.072,97	784.927,34	1.059.031,25	1.090.841,02	1.140.490,10

ΕΚΡΟΕΣ						
1.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6.605.500,00					
2.ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		966.573,99	755.311,04	785.195,65	817.319,30	852.871,81
Μείον Υποχρεώσεις		135.501,03	105.884,72	110.074,16	114.577,47	119.561,47
3.ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*		0,00	0,00	0,00	0,00	14.577,26
4.ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΑ		0,00	0,00	278.025,03	278.025,03	278.025,03
Γ.ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ(Α-Β)	35.181,81	57.958,03	309.619,74	110.213,81	158.363,97	194.320,57
Δ.ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	35.181,81	93.139,85	402.759,59	512.973,40	671.337,37	865.657,93

* ο φόρος της κάθε χρήσης είναι ταμειακή εκροή της επόμενης

9.5.3 Ισολογισμός

Ισολογισμός είναι η λογιστική χρηματοοικονομική κατάσταση που παρουσιάζει συνοπτικά αλλά με σαφήνεια την περιουσιακή κατάσταση μιας επιχείρησης σε κάποια δεδομένη χρονική στιγμή (και όχι σε κάποιο χρονικό διάστημα).

Ο ισολογισμός δείχνει όλα τα περιουσιακά στοιχεία που κατέχει η επιχείρηση τη δεδομένη χρονική στιγμή (μετρητά, αποθέματα, μηχανήματα, κτίρια, απαιτήσεις, κ.λπ.). Η αξία των περιουσιακών στοιχείων αποτελεί το Ενεργητικό του Ισολογισμού.

Επίσης, δείχνει τις πηγές προέλευσης των κεφαλαίων, που δημιούργησαν τα περιουσιακά στοιχεία (ίδια κεφάλαια – μετοχές, δάνεια από τράπεζες, βραχυπρόθεσμες πιστώσεις, κ.λπ.). Οι πηγές άντλησης των κεφαλαίων που απασχολεί η επιχείρηση συνιστούν το Παθητικό του Ισολογισμού.

Με απλά λόγια, το ενεργητικό δείχνει τα περιουσιακά στοιχεία που αποκτήθηκαν και το παθητικό δείχνει τον τρόπο με τον οποίο αυτά αποκτήθηκαν. Εξ' ορισμού επομένως το ενεργητικό είναι ίσο με το παθητικό.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 62) παρατίθενται οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί για το διάστημα 2018 – 2022.

Πίνακας 62 : Προβλεπόμενοι ισολογισμοί 2018-2022 (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΕΤΟΣ	2018	2019	2020	2021	2022
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
Α. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	155.500,00				
2. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	6.450.000,00				
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	6.605.500,00	6.275.225,00	5.944.950,00	5.614.675,00	5.284.400,00
ΜΕΙΟΝ: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
ΣΥΝΟΛΟ	6.275.225,00	5.944.950,00	5.614.675,00	5.284.400,00	4.954.125,00
Β. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	144.950,71	154.825,50	165.394,49	176.708,23	188.821,05
2. ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ (μετρητά στο ταμείο)	93.139,85	402.759,59	512.973,40	671.337,37	865.657,93
ΣΥΝΟΛΟ	238.090,55	557.585,09	678.367,90	848.045,60	1.054.478,98
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6.513.315,55	6.502.535,09	6.293.042,90	6.132.445,60	6.008.603,98
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Α. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ (λογαριασμοί πληρωτέοι)	135.501,03	105.884,72	110.074,16	114.577,47	119.561,47
2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΕΛΗ	0,00	0,00	0,00	14.577,26	50.826,60
Β. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	1.660.170,45	1.660.170,45	1.498.357,35	1.325.217,34	1.139.957,52
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.795.671,48	1.766.055,18	1.608.431,51	1.454.372,07	1.310.345,59
ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ					
1. ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91
2. ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	1.660.170,45	1.577.161,93	1.494.153,41	1.411.144,89	1.328.136,36
ΜΕΙΟΝ: ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
3. ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ	-179.858,76	101.844,36	31.140,00	76.470,67	103.193,39
(ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ ΕΙΣ ΝΕΟ)	-179.858,76	-78.014,41	-46.874,41	29.596,26	132.789,65
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	4.717.644,07	4.736.479,91	4.684.611,38	4.678.073,53	4.698.258,40
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	6.513.315,55	6.502.535,09	6.293.042,90	6.132.445,60	6.008.603,98

9.5 Χρηματοοικονομική ανάλυση

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, η οικονομοτεχνική μελέτη αποτελεί εργαλείο για την παροχή πληροφοριών σε μελλοντικούς επενδυτές για να αποφασίσουν αν θα υποστηρίξουν μια επένδυση και για το αν και πότε θα χρηματοδοτήσουν ένα τέτοιο επενδυτικό σχέδιο. Από την πλευρά τους οι επενδυτές θέλουν να δουν πόσο εφικτό χρηματοοικονομικά είναι το επενδυτικό πρόγραμμα. Πρέπει, δηλαδή, η χρηματοοικονομική απόδοση επί του συνολικού κεφαλαίου, αλλά και επί του μετοχικού κεφαλαίου να είναι ικανοποιητικά υψηλή. Για την

αξιολόγηση της επένδυσης τα εξωτερικά ή έμμεσα οφέλη θα πρέπει να εκφράζονται σε χρηματικές μονάδες.

Υπάρχουν αρκετές μέθοδοι αξιολόγησης, οι οποίες χρησιμοποιούνται και συνιστούν βασικά κριτήρια για την επικερδή - ή μη - πορεία του επενδυτικού σχεδίου. Οι κοινότερες μέθοδοι αξιολόγησης ενός επενδυτικού σχεδίου είναι οι ακόλουθες και στη συνέχεια εφαρμόζονται για την αξιολόγηση του Λακωνίς:

- Μέθοδος επανείσπραξης της επενδύσεως - Περίοδος αποπληρωμής κεφαλαίου (PP - Payback Period)
- Καθαρή Παρούσα Αξία (NPV - Net Present Value)
- Απόδοση επένδυσης (ROI – Return on Investment)

9.5.1 Μέθοδος επανείσπραξης της επενδύσεως - Περίοδος αποπληρωμής κεφαλαίου (payback period).

Με αυτή τη μέθοδο βλέπουμε, δηλαδή, πόσα έτη χρειάζονται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών.

Δηλαδή, το *payback period* ορίζει το χρόνο που θα χρειαστεί ώστε μία επένδυση να επιστρέψει όλο το αρχικό της κεφάλαιο. Επομένως, όσο μικρότερο είναι το *payback period* τόσο πιο μεγάλη απόδοση έχει η επένδυση.

Παρακάτω (Πίνακας 63) υπολογίζουμε το χρόνο επανείσπραξης της επένδυσής μας. Πρώτα, όμως, πρέπει να υπολογίσουμε τις καθарές ταμειακές ροές για περισσότερα χρόνια* (Πίνακας 63), την ΚΠΑ των ταμειακών ροών, την ΚΠΑ των ταμειακών ροών αθροιστικά και τέλος τη διαφορά μεταξύ ΚΠΑ ταμειακών ροών και συνολικού κόστους επένδυσης.

Πίνακας 63 : Υπολογισμός ταμειακών ροών 2023-2032 (EUR)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2023	2024	2025	2026	2027
A.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	1.427.990,66	1.527.950,01	1.634.906,51	1.749.349,96	1.871.804,46
1.ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ (ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ-ΙΔΙΑ-ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡ-ΔΑΝΕΙΟ)					
2.ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	1.441.208,13	1.542.092,70	1.650.039,19	1.765.541,93	1.889.129,87
Μειον Απαιτήσεις	202.038,52	216.181,22	231.313,91	247.505,88	264.831,29
B.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	1.211.055,85	1.270.479,54	1.333.341,99	1.399.855,06	1.470.244,32
1.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ					
2.ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	886.986,68	922.466,15	959.364,79	997.739,39	1.037.648,96
Μειον Υποχρεώσεις	124.343,93	129.317,68	134.490,39	139.870,01	145.464,81
3.ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*	50.826,60	74.962,12	101.124,87	129.470,26	160.165,13
4.ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΑ	278.025,0	278.025,0	278.025,0	278.025,0	278.025,0
Γ.ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ(A-B)	216.934,81	257.470,46	301.564,52	349.494,90	401.560,14
Δ.ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	1.082.592,74	1.340.063,21	1.641.627,72	1.991.122,62	2.392.682,76

*Για τον υπολογισμό των ταμειακών ροών χρειάστηκε προέκταση της μελέτης όλων των οικονομικών καταστάσεων που βρίσκονται στο Παράρτημα.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2028	2029	2030	2031	2032
Α.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	2.002.830,77	2.143.028,92	2.293.040,95	2.453.553,82	2.625.302,58
1.ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ (ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ- ΙΔΙΑ-ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡ-ΔΑΝΕΙΟ)					
2.ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	2.021.368,96	2.162.864,79	2.314.265,32	2.476.263,90	2.649.602,37
Μείον Απαιτήσεις	283.369,48	303.205,34	324.429,72	347.139,80	371.439,58
Β.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	1.266.724,87	1.345.602,48	1.422.702,05	1.504.286,41	1.590.633,01
1.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ					
2.ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	1.079.154,92	1.122.321,12	1.167.213,96	1.213.902,52	1.262.458,62
Μείον Υποχρεώσεις	151.283,40	157.334,74	163.628,13	170.173,25	176.980,18
3.ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*	193.388,54	229.332,70	261.781,47	296.929,01	334.981,32
4.ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΑ					
Γ.ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ(Α-Β)	736.105,90	797.426,45	870.338,90	949.267,41	1.034.669,58
Δ.ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	3.128.788,66	3.926.215,11	4.796.554,01	5.745.821,42	6.780.491,00

Πίνακας 64 : Υπολογισμός Payback Period (EUR)

	Έτη	Καθαρές ταμειακές ροές	Ρυθμός μεταβολή ς	ΚΠΑ ταμειακών ροών	ΚΠΑ ταμειακών ροών αθροιστικά	Διαφορά ΚΠΑ - κόστους επένδυσης
1	2018	57.958,03		54.166,39	54.166,39	-6.551.333,61
2	2019	309.619,74	434%	270.433,88	324.600,26	-6.280.899,74
3	2020	110.213,81	-64%	89.967,30	414.567,56	-6.190.932,44
4	2021	158.363,97	44%	120.815,11	535.382,67	-6.070.117,33
5	2022	194.320,57	23%	138.547,88	673.930,55	-5.931.569,45
6	2023	216.934,81	12%	144.552,82	818.483,38	-5.787.016,62
7	2024	257.470,46	19%	160.339,66	978.823,04	-5.626.676,96
8	2025	301.564,52	17%	175.513,29	1.154.336,33	-5.451.163,67
9	2026	349.494,90	16%	190.102,07	1.344.438,40	-5.261.061,60
10	2027	401.560,14	15%	204.132,81	1.548.571,21	-5.056.928,79
11	2028	736.105,90	83%	349.718,61	1.898.289,82	-4.707.210,18
12	2029	797.426,45	8%	354.066,88	2.252.356,70	-4.353.143,30
13	2030	870.338,90	9%	361.159,70	2.613.516,41	-3.991.983,59
14	2031	949.267,41	9%	368.142,27	2.981.658,67	-3.623.841,33
15	2032	1.034.669,58	9%	375.011,87	3.356.670,54	-3.248.829,46

16	2033	1.127.755,0 7	9%	382.009,66	3.738.680,2 0	-2.866.819,80
17	2034	1.229.215,1 3	9%	389.138,03	4.127.818,2 3	-2.477.681,77
18	2035	1.339.803,1 8	9%	396.399,42	4.524.217,6 5	-2.081.282,35
19	2036	1.460.340,4 4	9%	403.796,30	4.928.013,9 5	-1.677.486,05
20	2037	1.591.722,0 1	9%	411.331,21	5.339.345,1 6	-1.266.154,84
21	2038	1.734.923,5 0	9%	419.006,73	5.758.351,8 9	-847.148,11
22	2039	1.891.008,3 1	9%	426.825,47	6.185.177,3 6	-420.322,64
23	2040	2.061.135,5 1	9%	434.790,11	6.619.967,4 8	14.467,48
24	2041	2.246.568,4 4	9%	442.903,37	7.062.870,8 5	457.370,85
25	2042	2.448.684,1 0	9%	451.168,03	7.514.038,8 8	908.538,88
26	2043	2.668.983,3 9	9%	459.586,91	7.973.625,7 9	1.368.125,79
27	2044	2.909.102,2 0	9%	468.162,89	8.441.788,6 8	1.836.288,68
28	2045	3.170.823,6 4	9%	476.898,89	8.918.687,5 7	2.313.187,57
29	2046	3.456.091,2 1	9%	485.797,91	9.404.485,4 8	2.798.985,48
30	2047	3.767.023,2 7	9%	494.862,99	9.899.348,4 7	3.293.848,47

Για να υπολογίσουμε την ΚΠΑ των ταμειακών ροών χρησιμοποιήσαμε το επιτόκιο προεξόφλησης, που είναι ίσο με 7%.

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα (Πίνακας 64), τον 23^ο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης η διαφορά ΚΠΑ ταμειακών ροών και συνολικού κόστους επένδυσης γίνεται θετική, που σημαίνει, ότι το 2040 η επένδυση επιστρέφει το αρχικό της κεφάλαιο.

Επίσης, από τον 11^ο χρόνο και μετά ο ρυθμός μεταβολής παραμένει σταθερός γιατί αποπληρώνεται το δάνειο. Αυτό επηρεάζει τις χρηματοροές και φαίνεται στον πίνακα των ταμειακών ροών (Πίνακας 63). Πιο συγκεκριμένα, το 2028 έχει εξοφληθεί το δάνειο και έτσι οι εκροές χρημάτων, που αφορούν στα τοκοχρεολύσια είναι μηδενικές.

9.5.2 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας-ΚΠΑ (Net Present Value-NPV)

Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) είναι το άθροισμα των παρουσών αξιών των εισερχόμενων και εξερχόμενων ταμειακών ροών κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Μετράει το πλεόνασμα ή την έλλειψη ταμειακών ροών, σε όρους παρούσας αξίας, σε σχέση με το κόστος κεφαλαίων, που χρησιμοποιήθηκαν για μια επένδυση.

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) είναι ένα χρήσιμο εργαλείο, που χρησιμοποιείται για να καθοριστεί αν μια επένδυση ή ένα έργο κρίνεται συμφέρον για να χρηματοδοτηθεί ή όχι.

Η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών υπολογίζεται με την προεξόφληση τους χρησιμοποιώντας το κατάλληλο προεξοφλητικό επιτόκιο (επιτόκιο δανεισμού), που στην περίπτωση μας είναι ίσο με 7% και θα χρησιμοποιήσουμε τον παρακάτω τύπο :

Καθαρή Παρούσα Αξία = Καθαρή Παρούσα Αξία ταμειακών ροών 5ετίας – Κόστος επένδυσης (1)

Αν ΚΠΑ = 0 σημαίνει ότι τα έσοδα από το έργο αποπληρώνουν την αρχική επένδυση, χωρίς όφελος ή ζημιά για τον επενδυτή.

Αν (ΚΠΑ>0) σημαίνει ότι η επένδυση είναι κερδοφόρα.

Αν (ΚΠΑ<0) σημαίνει ότι η επένδυση καταλήγει σε ζημία.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 65), υπολογίζουμε την ΚΠΑ της πενταετίας 2018-2022.

Πίνακας 65 : ΚΠΑ της πενταετίας 2018-2022 (EUR)

Υπολογισμός ΚΠΑ	
Επιτόκιο προεξόφλησης*	7%
Καθαρές ταμειακές ροές πενταετίας	830.476,12
ΚΠΑ πενταετίας	673.930,55

Η ΚΠΑ πενταετίας προκύπτει από το άθροισμα της ΚΠΑ ταμειακών ροών του διαστήματος 2018 – 2022 από τον πίνακα 64.

Έτσι σύμφωνα με τον παραπάνω τύπο (1) έχουμε :

ΚΠΑ = 673.930,55 EUR - 6.605.500,00 EUR = -5.931.569,45 EUR

Επομένως, σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό, η επένδυση καταλήγει σε ζημία.

9.5.3 Απόδοση επένδυσης (Return on Investment – ROI)

Ο ROI μετρά πόσο αποτελεσματικά η επιχείρηση χρησιμοποιεί τα κεφάλαια της για να παραχθεί κέρδος κι είναι ένας πολύ δημοφιλής δείκτης μέτρησης λόγω της ευελιξίας και της απλότητάς του. Εάν η επένδυση δεν έχει θετικό πρόσημο δε θα πρέπει να αναληφθεί.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 66) υπολογίζουμε τον δείκτη ROI.

Πίνακας 66 : Απόδοση επένδυσης- ROI

Υπολογισμός ROI	
Συνολικό κόστος επένδυσης	6.605.500,00 €
Επιτόκιο προεξόφλησης*	7%
ΚΠΑ Κερδών πενταετίας	78.196,59 €
ROI πενταετίας	1,18%

Επομένως, παρατηρούμε ότι η απόδοση της επένδυσής μας, που είναι στο 1,18% είναι πολύ χαμηλή συγκριτικά με τα κεφάλαια που έχουμε επενδύσει. Με άλλα λόγια, αν υποθέσουμε ότι κάνουμε μια προθεσμιακή κατάθεση σε μια τράπεζα, που είναι επένδυση μηδενικού κινδύνου, ύψους 6 εκατ. ευρώ για πέντε χρόνια, αυτή θα μας έδινε επιτόκιο περίπου 3%.

10. ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Στη μελέτη που προηγήθηκε προσπαθήσαμε να καταλάβουμε αν η ανοικοδόμηση του Λακωνίς αποτελεί μια συμφέρουσα και επενδυτικά ελκυστική περίπτωση. Για να το κάνουμε αυτό, έπρεπε να συγκεντρώσουμε όλα τα προβλεπόμενα έσοδα και έξοδα της μονάδας για το φάσμα της πενταετίας μεταξύ 2018 και 2022 καθώς και της περιόδου κατασκευής.

Πιο αναλυτικά, θέσαμε τις προβλεπόμενες τιμές πώλησης των δωματίων βασιζόμενοι στις πληρότητες που παρουσιάζει η Λακωνία και σε αυτές που παρουσιάζουν οι άμεσοι ανταγωνιστές μας. Το σενάριο της πληρότητας που αντιστοιχεί σε 35%, το οποίο κάθε χρόνο θα αυξάνεται κατά 3%, αποτελεί ένα αρκετά φιλόδοξο σενάριο, αλλά με αντίκρισμα στην πραγματικότητα. Κάνοντας αυτή την ανάλυση, βρήκαμε τα έσοδα που προκύπτουν από την πώληση των δωματίων για το διάστημα που το ξενοδοχείο θα παραμένει ανοιχτό, κατ' έτος.

Στη συνέχεια, υπολογίσαμε τα έσοδα των επισιτιστικών τμημάτων. Τα επισιτιστικά τμήματα αποτελούνται από το βασικό εστιατόριο και τα δυο καφέ. Με βάση τον εκτιμώμενο αριθμό επισκεπτών (εξωτερικών και νοικοκυριών) και τη μέση κατανάλωση κατ' άτομο για την περίοδο λειτουργίας τους, υπολογίσαμε τα έσοδα των επισιτιστικών τμημάτων κατ' έτος.

Έτσι, αθροίσαμε τα έσοδα από όλα τα τμήματα, συμπεριλαμβανομένων και των εσόδων από τις διοργανώσεις συνεδρίων και λοιπών κοινωνικών εκδηλώσεων (βλ. λοιπά έσοδα) και βρήκαμε τα προβλεπόμενα λειτουργικά έσοδα, πάντα στο φάσμα της πενταετίας που μελετάμε.

Συνεχίζοντας, υπολογίσαμε ποια είναι τα έξοδά μας κατ' έτος καθώς και ποια είναι τα έξοδά μας κατά την περίοδο κατασκευής.

Πιο συγκεκριμένα, υπολογίσαμε το κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού και το κόστος του εξοπλισμού. Τα έργα του πολιτικού μηχανικού είναι οι κτιριακές εγκαταστάσεις, τα γενικά έργα υποδομών και η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου ενώ το κόστος του εξοπλισμού απευθύνεται τόσο στον εξοπλισμό που θα χρησιμοποιηθεί για τους εσωτερικούς χώρους, όσο και τους εξωτερικούς.

Το άθροισμα των παραπάνω, αποτελεί το κόστος της επένδυσης και είναι κόστος που προκύπτει μία φορά. Το κόστος της επένδυσης ανέρχεται στα 6.605.500 εκατ. ευρώ.

Πέρα από αυτό όμως, υπάρχει και το διαχρονικό κόστος λειτουργίας της μονάδας. Στο διαχρονικό κόστος της μονάδας εντάσσεται το κόστος συντήρησης, το κόστος των πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων, το κόστος προβολής και προώθησης, το κόστος των μισθών και ασφαλιστρών του προσωπικού και το κόστος κάποιων γενικών ετησίων εξόδων όπως έξοδα νομικής φύσης ή έξοδα για τους δημοτικούς φόρους. Το ανωτέρω κόστος έχει, επίσης, υπολογιστεί στο φάσμα της υπό μελέτη πενταετίας.

Έπειτα, συνεχίζοντας τη μελέτη μας, δημιουργήσαμε το χρονοδιάγραμμα της υλοποίησης του επενδυτικού έργου (χρονοδιάγραμμα Gantt). Σύμφωνα με αυτό, οι διαδικασίες

ξεκινούν τον Ιανουάριο του 2017 με τη λήψη σχετικών αδειών, σημάτων κτλ και οι εργασίες τελειώνουν το Φεβρουάριο του 2018, ώστε το ξενοδοχείο να είναι έτοιμο να λειτουργήσει τον Απρίλιο του 2018. Σε αυτό το στάδιο έχουμε υπολογίσει ποιο είναι το κόστος της κάθε δραστηριότητας του χρονοδιαγράμματος και βρήκαμε ότι είναι ίσο με 126.500 ευρώ.

Το επόμενο βήμα είναι να υπολογίσουμε το πάγιο ενεργητικό το οποίο ταυτίζεται με το συνολικό κόστος επένδυσης. Το πάγιο ενεργητικό αποτελείται από τις πάγιες επενδύσεις και τις προπαραγωγικές δαπάνες. Έτσι, το συνολικό κόστος της επένδυσής μας είναι ίσο με 6.605.000 ευρώ.

Μετά, υπολογίσαμε το κεφάλαιο κίνησης για το 2018. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης πρέπει να είναι θετικό για να μπορέσουμε να καλύψουμε τις τρέχουσες υποχρεώσεις μας και να μη χρειαστεί επιπλέον ποσό δανεισμού για κάλυψη ρευστότητας. Πιο απλά, το τρέχον ενεργητικό πρέπει να είναι μεγαλύτερο από το τρέχον παθητικό, διότι διαφορετικά θα είχαμε πρόβλημα ρευστότητας. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης για το 2018 υπολογίσαμε πως είναι περίπου 102.590 ευρώ. Ενώ στη συνέχεια υπολογίσαμε τις διαχρονικές απαιτήσεις σε κεφάλαιο κίνησης για το εύρος της πενταετίας που μελετάμε.

Συνεχίζοντας, υπολογίζουμε ποιο είναι το ποσό του θα διατεθεί για την επένδυση και ποιες θα είναι οι πηγές χρηματοδότησης. Το ποσό που θα διαθέσουμε για την επένδυση είναι το άθροισμα συνολικού κόστους παραγωγής και συσσωρευμένου ταμειακού υπολοίπου κατά την περίοδο κατασκευής και υπολογίζεται περίπου 6.640.000 εκατ. ευρώ. Οι πηγές χρηματοδότησης του ποσού αυτού θα είναι κατά 50% από ίδια κεφάλαια (3,3 εκατ. ευρώ περίπου), κατά 25% από κρατική επιχορήγηση (1,6 εκατ. ευρώ περίπου) και κατά 25% από τραπεζικό δανεισμό (1,6 εκατ. ευρώ περίπου).

Έπειτα υπολογίσαμε το ύψος της ετήσιας δόσης του δανείου, που είναι 278.025,36 ευρώ, που αφορά σε τόκους και χρεολύσια και τέλος τη διαχρονική εξέλιξη του κόστους.

Εφόσον ξεχωρίσαμε τα έσοδα της μονάδας από τα έξοδα δημιουργούμε τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις.

Πρώτα, συνδυάζουμε τα δεδομένα που έχουμε μαζέψει και φτιάχνουμε την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (ΚΑΧ). Παρατηρούμε ότι η πρώτη χρήση κλείνει με αρνητικά καθαρά κέρδη, δηλαδή με ζημία. Από τη δεύτερη χρήση και μετά κάθε χρόνος κλείνει με καθαρά κέρδη αλλά από τον τρίτο χρόνο που ξεκινά η αποπληρωμή του δανείου τα κέρδη είναι σαφώς πολύ μικρότερα.

Στη συνέχεια φτιάχνουμε τον ισολογισμό για το διάστημα 2018-2022 καθώς και τις αντίστοιχες χρηματοροές.

Για να αξιολογήσουμε την επένδυση χρησιμοποιούμε τη μέθοδο υπολογισμού επανείσπραξης του κεφαλαίου της επένδυσης, την ΚΠΑ ταμειακών ροών και την απόδοση της επένδυσής μας.

Από τη μελέτη των παραπάνω στοιχείων καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι το δάνειο που πήραμε αποπληρώνεται το 2028, ενώ η διαφορά μεταξύ ΚΠΑ ταμειακών ροών και συνολικού κόστους επένδυσης είναι αρνητική ως το 2040, που είναι και ο 23^{ος} χρόνος

λειτουργίας της επιχείρησης. Δηλαδή η επανείσπραξη του αρχικού κεφαλαίου γίνεται μετά από 23 χρόνια ενώ στην πρώτη πενταετία που θέλουν οι επενδυτές μας να μελετήσουμε η απόδοση της επένδυσης είναι μόνο 1,18%. Αναφορικά με την ΚΠΑ αυτή είναι αρνητική για το διάστημα αυτό.

Είναι φανερό πως η επένδυση δε συμφέρει τους επενδυτές μας ειδικότερα στο εύρος της πενταετίας και καθώς το αρχικό τους κεφάλαιο θα επανεισπραχθεί μετά από 23 χρόνια λειτουργίας εφόσον όλες οι παράμετροι παραμείνουν σταθερές, δεν αποτελεί ελκυστική επένδυση ούτε και σε μεγαλύτερο χρονικό φάσμα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας Α' : Ισολογισμός 2023-2032

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΕΤΟΣ	2023	2024	2025	2026	2027
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
Α.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1.ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
2.ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ					
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	4.954.125,00	4.623.850,00	4.293.575,00	3.963.300,00	3.633.025,00
ΜΕΙΟΝ: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
ΣΥΝΟΛΟ	4.623.850,00	4.293.575,00	3.963.300,00	3.633.025,00	3.302.750,00
Β.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1.ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	202.038,52	216.181,22	231.313,91	247.505,88	264.831,29
2.ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ (μετρητά στο ταμείο)	1.082.592,74	1.340.063,21	1.641.627,72	1.991.122,62	2.392.682,76
ΣΥΝΟΛΟ	1.284.631,27	1.556.244,43	1.872.941,63	2.238.628,50	2.657.514,05
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.908.481,27	5.849.819,43	5.836.241,63	5.871.653,50	5.960.264,05
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Α.ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1.ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ (λογαριασμοί πληρωτέοι)	124.343,93	129.317,68	134.490,39	139.870,01	145.464,81
2.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΕΛΗ	74.962,12	101.124,87	129.47,26 €	160.165,13	193.388,54
Β.ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1.ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	941.729,52	729.625,55	502.674,31	259.836,48	0,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.141.035,57	960.068,11	766.634,96	559.871,61	338.853,35
ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ					
1.ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91
2.ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	1.245.127,84	1.162.119,32	1.079.110,79	996.102,27	913.093,75
ΜΕΙΟΝ: ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
3.ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ	152.195,83	205.314,14	262.863,87	325.183,74	392.637,34
(ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ ΕΙΣ ΝΕΟ)	284.985,48	490.299,62	753.163,48	1.078.347,23	1.470.984,57
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	4.767.445,70	4.889.751,32	5.069.606,66	5.311.781,88	5.621.410,70
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	5.908.481,27	5.849.819,43	5.836.241,63	5.871.653,50	5.960.264,05

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΕΤΟΣ	2028	2029	2030	2031	2032
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
Α. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ					
2. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ					
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	3.302.750,00	2.972.475,00	2.642.200,00	2.311.925,00	1.981.650,00
ΜΕΙΟΝ: ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
ΣΥΝΟΛΟ	2.972.475,00	2.642.200,00	2.311.925,00	1.981.650,00	1.651.375,00
Β. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	283.369,48	303.205,34	324.429,72	347.139,80	371.439,58
2. ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ (μετρητά στο ταμείο)	3.128.788,66	3.926.215,11	4.796.554,01	5.745.821,42	6.780.491,00
ΣΥΝΟΛΟ	3.412.158,14	4.229.420,45	5.120.983,73	6.092.961,22	7.151.930,58
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6.384.633,14	6.871.620,45	7.432.908,73	8.074.611,22	8.803.305,58
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
Α. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ (λογαριασμοί πληρωτέοι)	151.283,40	157.334,74	163.628,13	170.173,25	176.980,18
2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΕΛΗ	229.332,70	261.781,47	296.929,01	334.981,32	376.159,50
Β. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	380.616,10	419.116,21	460.557,14	505.154,57	553.139,68
ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ					
1. ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91	3.320.340,91
2. ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	830.085,23	747.076,70	664.068,18	581.059,66	498.051,14
ΜΕΙΟΝ: ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
3. ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ	465.614,87	531.495,72	602.855,87	680.113,58	763.717,77
(ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ ΕΙΣ ΝΕΟ)	1.936.599,43	2.468.095,16	3.070.951,03	3.751.064,61	4.514.782,38
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	6.004.017,05	6.452.504,24	6.972.351,59	7.569.456,66	8.250.165,90
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	6.384.633,14	6.871.620,45	7.432.908,73	8.074.611,22	8.803.305,58

Πίνακας Β' : ΚΑΧ 2023-2032

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2023	2024	2025	2026	2027
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	1.441.208,13	1.542.092,70	1.650.039,19	1.765.541,93	1.889.129,87
Μείον					
Έξοδα	886.986,68	922.466,15	959.364,79	997.739,39	1.037.648,96
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ, ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	554.221,45	619.626,55	690.674,40	767.802,55	851.480,91
Τόκοι	79.797,03	65.921,07	51.073,79	35.187,20	18.188,55
Αποσβέσεις	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
Αναλογούσες στη χρήση επιχορηγήσεις	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	227.157,95	306.439,01	392.334,13	485.348,87	586.025,88
Μείον					
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*	74.962,12	101.124,87	129.470,26	160.165,13	193.388,54
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	152.195,83	205.314,14	262.863,87	325.183,74	392.637,34

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ/ΕΤΟΣ	2028	2029	2030	2031	2032
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	2.021.368,96	2.162.864,79	2.314.265,32	2.476.263,90	2.649.602,37
Μείον					
Έξοδα	1.079.154,92	1.122.321,12	1.167.213,96	1.213.902,52	1.262.458,62
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ, ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	942.214,04	1.040.543,67	1.147.051,36	1.262.361,38	1.387.143,75
Τόκοι	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Αποσβέσεις	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00	330.275,00
Αναλογούσες στη χρήση επιχορηγήσεις	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52	83.008,52
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	694.947,56	793.277,20	899.784,89	1.015.094,90	1.139.877,27
Μείον					
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ*	229.332,70	261.781,47	296.929,01	334.981,32	376.159,50
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	465.614,87	531.495,72	602.855,87	680.113,58	763.717,77

*Φόρος εισοδήματος 33%

Πίνακας Γ' : Υπολογισμός φόρου εισοδήματος 2023-2032

Υπολογισμός φόρου εισοδήματος	2023	2024	2025	2026	2027
Φόρος υπολογισμός	74.962,12	101.124,87	129.470,26	160.165,13	193.388,54
Φόρος αθροιστικά	140.365,98	241.490,86	370.961,12	531.126,25	724.514,79
Φόρος χρήσης	74.962,12	101.124,87	129.470,26	160.165,13	193.388,54

Υπολογισμός φόρου εισοδήματος	2028	2029	2030	2031	2032
Φόρος υπολογισμός	229.332,70	261.781,47	296.929,01	334.981,32	376.159,50
Φόρος αθροιστικά	953.847,48	1.215.628,96	1.512.557,97	1.847.539,29	2.223.698,79
Φόρος χρήσης	229.332,70	261.781,47	296.929,01	334.981,32	376.159,50

Φόρος εισοδήματος 33%

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Baum T., 1995, «Human resource management and the tourism and hospitality industry: an introduction, London, Chapman&Hall.
- Blythe J., 2002, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Gee C., Fayos Solá E., 1997, World Tourism Organization, Jan 1.
- David R., 1997, Fred, Strategic Management, Prentice Hall International, 1997 (6th edition), σελ.106-115.
- European Commission, 2000, Towards quality coastal tourism, Brussels.
- Harrington R., 2005, The how and who of strategy making: Models and appropriateness for firms in hospitality and tourism industries, Journal of hospitality and tourism research, Vol.29, No 3, σελ. 370-396.
- Ingram H., Marketing nature-oriented tourism for rural development and wildlands management in developing countries.
- Jones P., 1999, Operational issues and trends in the hospitality industry, International journal of hospitality management, Vol 17, σελ. 182-204.
- Medlik S., 1990, Historical Development of Tourism, Centre des hautes études touristiques.
- Mullins L. J., 1995, Hospitality Management – A Human Resources Approach, 2^η έκδοση, Longman.
- The Business of Tourism: Concepts and Strategies - Arjun Kumar Bhatia σελ.130-131.
- Wheelen T. & Hunger D., (2006), Concepts in Strategic Management and Business Policy, σελ. 74.
- Βασταρδής Μ., Σημειώσεις από παραδόσεις του μαθήματος «Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων», του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA, Management Τουρισμού του τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Ακαδημαϊκό Έτος 2014 – 2015.
- Γεωργακέλλος Δ., Σημειώσεις από παραδόσεις του μαθήματος «ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ», του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA, Management Τουρισμού του τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς, Ακαδημαϊκό Έτος 2014 – 2015.

Ζωγραφος Γ., Καινοτόμα ξενοδοχειακά καλύμματα: Η διαδικασία ανάπτυξης αυτών (Άρθρο)

ΙΤΕΠ (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων).

Καπίκη-Πιβεροπούλου Τ., 2004, Υπηρεσία Υποδοχής, Εκδόσεις Interbooks.

Κλαδικές Μελέτες ICAP, Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις 2011.

Λαγός Δ., 2005, Τουριστική Οικονομική, σελ 112, εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Λογοθέτης Μ., 1967, Προβλήματα και κατευθύνσεις της τουριστικής πολιτικής, Αθήνα.

Χυτήρης Λ., 1996, Το μανάτζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, σελ 32-33.

Χυτήρης Λ., 2001, Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

<http://www.aktaion-resort.com/>

<http://www.castelloantico.com/>

<http://www.booking.com/>

<http://www.bellehelene.gr/>

<http://thirides.com/>

<http://www.limenivillage.gr/>

<http://www.petrafoshotel.com/>

<http://www.touristorama.com/>

<http://odysseus.culture.gr/>

<https://el.wikipedia.org/>

<http://www.athinorama.gr/travel/greece/destination.aspx?did=398&aid=730591>

http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Mani_Vathia.asp

<http://sete.gr/>

<http://www.grhotels.gr/>

<http://hotelmag.gr/news/>

<https://www.aia.gr/traveler/>

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/default.aspx>

<http://www.ktpae.gr/>

<http://www.gnto.gov.gr/>