



**Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
(πρ. Τ.Ε.Ι. Πάτρας & πρ. Τ.Ε.Ι. Μεσολογίου)

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: “ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ**  
**ΠΛΑΝΟΥ ΜΙΑΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ**  
**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΠΟΥ ΘΑ**  
**ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**  
**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ”**



**Όνοματεπώνυμο: ΜΑΡΙΑ ΛΙΒΕΡΗ Α.Μ. 5770**

**Εποπτεύων Καθηγητής: ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2015**

## ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Ως φοιτήτρια στο τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων θέλησα να προσπαθήσω να δημιουργήσω ένα επιχειρηματικό πλάνο για μια σύγχρονη ξενοδοχειακή μονάδα προσθέτοντας στις λειτουργίες της και στις υπηρεσίες που προσφέρει διάφορες εναλλακτικές δραστηριότητες οι οποίες θα κατατάξουν, ίσως, σε μια φανταστική λίστα με τις επιχειρήσεις όπου θα είναι πρώτες σε επιλογή σαν τα καλύτερα μέρη αναψυχής και διασκέδασης.

Αναλυτικότερα, ξεκινώντας την παρούσα εργασία εξετάζεται η διαδικασία δημιουργίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου για την σύσταση μιας σύγχρονης ξενοδοχειακής μονάδας η οποία θα προσφέρει στο αγοραστικό κοινό ένα πλήθος εναλλακτικών δραστηριοτήτων οι οποίες παρόλα αυτά θα αφορούν όλες τις ηλικίες!

Η δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου (business plan) θα μας βοηθήσει να θέσουμε στόχους για την επιχείρηση που θα δημιουργηθεί με σκοπό όμως την εύκολη επίτευξη τους διότι σε σχέση με αυτό μας παρέχει μια ξεκάθαρη εικόνα για την αγορά, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές. Το επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) αποτελεί μια λεπτομερή ανάλυση μιας επιχειρηματικής λειτουργίας ή του συνόλου των λειτουργιών μιας επιχείρησης και αποσκοπεί να δώσει συγκεκριμένες απαντήσεις σε συγκεκριμένα ερωτήματα που τίθενται εξ αρχής ως στόχοι για τη δημιουργία αυτού του σχεδίου.

Το τι περιλαμβάνει δηλαδή ένα επιχειρηματικό σχέδιο εξαρτάται από το ερώτημα που καλείται να απαντήσει. Η μεθοδολογία, η έκταση και το κόστος του επιχειρηματικού σχεδίου θα καθορισθούν από το στόχους που τίθενται και καλούνται να απαντηθούν.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση που καλούμαι να μελετήσω θεωρώ πως η αγορά αρχικά, στην οποία θα επιχειρήσω να αναπτύξω μια επιχείρηση δεν έχει επέλθει ο κορεσμός, αλλά, αντίθετα η ανάπτυξη η οποία παρουσιάζεται βρίσκεται σε ένα ασύγκριτο επίπεδο. Από την άλλη οπτική, όσον αφορά το budget το οποίο απαιτεί για να υλοποιηθεί το παρόν επιχειρηματικό πλάνο

Προσπαθώντας να υλοποιηθεί η ιδέα αυτή καλούνται πολλά ερωτήματα τα οποία απαιτούν ουσιαστική ανάλυση και απάντηση κάτι που γίνεται μέσα στην εργασία στην συνέχεια. Για να ξεκινήσουμε όμως θα μπορούσα να θέσω τον πρώτο και σημαντικότερο στόχο που θα μπορούσε να έχει μια τέτοια επιχείρηση ο οποίος είναι να προσελκύσει όλο το εύρος των ηλικιών προσφέροντας ένα ιδανικό περιβάλλον στις καλύτερες δυνατές τιμές για τις προσφερόμενες υπηρεσίες με τον τελικό στόχο την δημιουργία μόνιμων πελατών.

**Όλα τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην παρακάτω πτυχιακή εργασία είναι φανταστικά και χρησιμοποιούνται για καθαρά εκπαιδευτικό σκοπό.**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Επιτελική σύνοψη.....	1
Εισαγωγή .....	6
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> : Περίληψη Επιχειρηματικού Σχεδίου .....	8
1.1. Τι είναι .....	8
1.2. Ποιοι είναι οι στόχοι του.....	9
1.3. Εισαγωγικά Στοιχεία.....	10
1.3.1 Προσωπικά Στοιχεία .....	10
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> : Μεσσηνία και Τουρισμός .....	12
2.1. Γενικά .....	12
2.2. Μεσσηνία .....	14
2.3. Τουρισμός .....	14
2.4. Ο Τουρισμός στη Μεσσηνία .....	15
2.5. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού .....	17
2.6. Αγροτουρισμός .....	18
Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> : Ανάλυση Επιχειρηματικού Σχεδίου .....	21
3.1. Ταυτότητα Έργου .....	21
3.1.1. Στοιχεία Επικοινωνίας.....	22
3.2. Τοποθεσία της Επιχείρησης .....	22
3.3. Περιγραφή της Επιχείρησης .....	23
3.4. Όραμα της Επιχείρησης .....	24
3.5. Αποστολή της Επιχείρησης .....	25
3.6. Αντικειμενικοί Στόχοι .....	26
3.7. Νομική Μορφή Επιχείρησης .....	27
3.8. Τύπος Επιχείρησης .....	27
3.9. Δραστηριότητα της Επιχείρησης .....	27
3.9.1 Δραστηριότητες Αγροτουρισμού .....	28
3.10. Δικτύσεις .....	29
3.11. Πόροι της Επιχείρησης .....	30
3.12. Μελλοντικές Ανάγκες Της Επιχείρησης .....	30
3.13. Ελλείψεις της Επιχείρησης .....	31
3.14. Προϊόντα / Υπηρεσίες .....	31

3.14.1. Περιγραφή Προϊόντων και Υπηρεσιών .....	31
3.14.2. Ιδιαίτερα Χαρακτηριστικά / Οφέλη .....	31
i. Τεχνολογικά Χαρακτηριστικά .....	32
ii. Καινοτομία .....	33
iii. Μεγαλύτερη Αξία στον Καταναλωτή .....	34
3.14.3. Τεχνολογία – Αναφορές Πιστοποιητικού .....	34
3.14.4. Πάγια – Εγκαταστάσεις και Διαδικασίες Παραγωγής - Κόστος .....	35
3.15. Pest Ανάλυση .....	36
3.16. Swot Ανάλυση .....	40
3.17. Διοικητική Ομάδα .....	41
3.17.1 Οργανόγραμμα .....	42
3.17.1.1 Αναλυτικό Οργανόγραμμα .....	44
3.17.1.2. Περιγραφή Προφίλ Κάθε Εργασίας στην Επιχείρηση .....	45
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> : Χρηματοοικονομική Ανάλυση .....	49
4.1. Ανάλυση Αγοράς .....	49
4.1.1. Πελάτες .....	50
4.1.2. Τμήματα Αγοράς .....	51
4.1.3. Στάδιο Ανάπτυξης, Συνολική Ζήτηση και Δυναμική Της Αγοράς .....	51
Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> : Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος .....	53
5.1. Ανάλυση Ανταγωνισμού και Ανταγωνιστών .....	53
5.2. Περιγραφή Ανταγωνιστών .....	54
5.3. Σχέδιο Μάρκετινγκ .....	55
5.4. Οικονομικό Σχέδιο .....	57
5.4.1. Ανάλυση Ταμειακών Ροών .....	57
5.4.2. Λειτουργικές Ταμειακές Ροές .....	58
5.4.3. Επενδυτικές Ταμειακές Ροές .....	60
5.4.4. Προϋπολογισμοί Έναρξης .....	60
5.4.5. Χρηματοδότηση .....	62
5.5.5. Ανάλυση Κινδύνων .....	63
Βιβλιογραφία .....	64

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ-ΠΙΝΑΚΩΝ

Παραδοσιακά Προϊόντα	7
Παραλία Καλαμάτας	7
Μπαχαρικά	7
Business Plan	8
Μεταβολή Ποσοστού Αφίξεων στα Ελληνικά Αεροδρόμια	13
Νομός Μεσσηνίας	14
Αφίξεις Αεροδρομίων 2014	16
Τρύγος	19
Μάζεμα Ελιάς	20
Παραδοσιακοί Ξενώνες	24
PEST	36
SWOT	40
Αναλυτικό Οργανόγραμμα	44
Υποδοχή – Reception	45
Back Office	46
Υπηρεσίες Εστιατορίου	46
Houskeeping	47
Τεχνικό Τμήμα – Συντήρηση	48
Ανάπτυξη	51

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε μια περίοδο όπου η Ελλάδα βιώνει το φαινόμενο της κρίσης σε όλες τις μορφές της, μόνη ελπίδα σωτηρίας για να σταθεί στα πόδια της ξανά έχει τον τουρισμό.

Διαφυλάσσοντας αρχικά τον πλούτο της και ύστερα διαφημίζοντας τον με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, προσελκύει τον τουρίστα, Έλληνα ή αλλοδαπό, με αποτέλεσμα να είναι στην θέση ακόμα ώστε να μπορεί να κρατάει μια ισορροπία στο θέμα της οικονομίας της.

Θέλοντας και επιζητώντας την συμμετοχή σε αυτό, θα επιχειρήσει μια σύγχρονη ξενοδοχειακή μονάδα να προσφέρει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο κάτι παραπάνω στο αναπτυσσόμενο αυτό κεφάλαιο που ονομάζεται «τουρισμός».

Ένα νέο πολυτελές ξενοδοχείο αναπτύσσεται στην πόλη της Καλαμάτας δυναμικότητας 72 στάνταρ δωματίων (51xx, 11xxx, 10xxxx) , 3 έξτρα δωματίων χαρακτηριστικής σουίτας. Όλα τα παραπάνω στεγαζόμενα σε 2 συνολικά κτήρια τα οποία ξεκινούν την δημιουργία τους μέσα στο έτος 2017. Έχοντας κάποιες τυπικές γνώσεις διοίκησης επιχειρήσεων και τουριστικών μονάδων προσπαθώ να αναπτύξω μια σύγχρονη τουριστική μονάδα σε μια συνεχώς αναπτυσσόμενη τουριστικά πόλη. Προσπαθώντας να δημιουργηθεί κάτι διαφορετικό στην πόλη εντάσσονται στις υπηρεσίες που προσφέρει αθλητικές δραστηριότητες στις οποίες βοηθούν σε μεγάλο βαθμό εξαιρετικές ομάδες, καταξιωμένοι αθλητικοί σύλλογοι και οργανισμοί.

Στόχος για την συγκεκριμένη επιχείρηση είναι να καταφέρει την ένταξη της στην τουριστική βιομηχανία σε ένα σύντομο χρονικά διάστημα καλύπτοντας όλες τις προσδοκίες των επισκεπτών αλλά και των υπαλλήλων που επιλέχθηκαν προσεκτικά ένας προς ένα, με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτηση.

Ένας ακόμα βασικός στόχος ο οποίος προκύπτει από τις παρακάτω πληροφορίες τις οποίες θα παρουσιάσω σχετικά με την νέο-αναπτυσσόμενη επιχείρηση είναι πως θα προσπαθήσει να βοηθήσει όσο μπορεί στην διάδοση των τοπικών προϊόντων και ειδικότερα των Μεσσηνιακών, να γνωστοποιήσει τον τρόπο παραγωγής τους και τους σωστούς τρόπους εκμετάλλευσής τους αλλά και ποια είναι η χρησιμότητά τους. Όλα τα παραπάνω θα προκύψουν διότι θα μιλήσουμε για μια επιχείρηση η οποία πέρα από τις υπηρεσίες διαμονής, εστίασης και ψυχαγωγίας περιλαμβάνει γαστρονομικές δραστηριότητες αλλά προωθεί και τον αγροτουρισμό μέσω συγκεκριμένων προγραμμάτων και εκδηλώσεων.





# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

## Λίγα λόγια για το επιχειρηματικό σχέδιο..

### 1.1 Τι είναι;



**Εικόνα 1: Business Plan**

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί και να αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση κάποιου πιθανού κεφαλαίου. Λειτουργεί ως οδηγός για την επιχείρηση καθώς αυτή αναπτύσσεται.

Σε ένα πρότυπο επιχειρηματικό σχέδιο εκθέτονται αναλυτικά οι στόχοι της επιχείρησης, είτε αυτή είναι νεοσύστατη είτε απλά επιχειρεί να αναπτυχθεί. Παρουσιάζονται τα οικονομικά στοιχεία τα οποία την αφορούν και όλοι οι παράμετροι που πρόκειται να συμβάλουν στην διαδικασία ανάπτυξης.

Το επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει οικονομικούς πίνακες οι οποίοι σε συνδυασμό με τις πληροφορίες που έχουν παρουσιαστεί για την επιχείρηση, λειτουργεί ως μέσο επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρηματιών και των πιθανών επενδυτών, είτε μελλοντικών συνταίρων ή ακόμα και των κρατικών φορέων.

Οι επενδυτές χρειάζονται το επιχειρηματικό σχέδιο προκειμένου να αναγνωρίσουν ενδιαφέρουσες προτάσεις. Οι επιχειρηματίες από την άλλη μεριά χρειάζονται το επιχειρηματικό σχέδιο όχι μόνο για να αναζητήσουν χρηματοδότηση αλλά και για να ξεκαθαρίσουν την στρατηγική τους από την αρχή και για να δημιουργήσουν ένα σχέδιο/οδηγό ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας τους.

## 1.2 Ποιοι οι στόχοι του;

Ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο:

Παρέχει μια σαφή εικόνα των επιχειρηματικών σας σκοπών και καθορίζει στόχους που πρέπει να επιδιώξετε

Σας βοηθά να κατανοήσετε καλύτερα τον επιχειρηματικό κλάδο όπου εισέρχεστε και τη δραστηριότητα με την οποία καταπιάνεστε.

Εκθέτει τα πιθανά πλεονεκτήματα και αδυναμίες της επιχείρησής σας

Παρέχει στους υποψήφιους επενδυτές τα μέσα για να διαπιστώσουν αν η εταιρεία σας αποτελεί κατάλληλη επένδυση

Σας παρέχει μια χρονολογική σειρά από γεγονότα και οικονομικά ορόσημα με τα οποία μπορείτε συγκρίνετε τα πραγματικά σας αποτελέσματα.

Αρχικός στόχος του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να καταφέρει να απαντήσει σε 3 βασικά ερωτήματα:

- ✓ Που βρισκόμαστε τώρα;
- ✓ Που θέλουμε να βρεθούμε;
- ✓ Πως θα καταφέρουμε να βρεθούμε εκεί που θέλουμε;

Για να δοθεί απάντηση στα παραπάνω ερωτήματα προς τον επιχειρηματία αλλά και προς τους πιθανούς επενδυτές, πρέπει η εικόνα που δίνεται να είναι και μεν αναλυτική αλλά ταυτόχρονα να μην κουράζει τον αναγνώστη από την πρώτη επαφή με την ιδέα γεμίζοντας τον με περιττές για την αρχή μελέτης και ανάλυσης του σχεδίου.

## 1.3 Εισαγωγικά Στοιχεία

### 1.3.1 Προσωπικά Στοιχεία

**Συντάκτης του σχεδίου :**

**Όνομ/νομο: Λιβέρη Μαρία**

**Υπηκοότητα:** Ελληνική

**Έτος Γέννησης:** 1991

**Σπουδές:** Τελειόφοιτη του τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων  
ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας

Ως τελειόφοιτη του τμήματος τουριστικών επιχειρήσεων της Πάτρας θέλησα να δοκιμάσω να δημιουργήσω ουσιαστικά μια σκέψη που ίσως κάποια στιγμή καταφέρει να γίνει πραγματικότητα βάζοντας νέες καινοτόμες ιδέες στο φαινόμενο του τουρισμού. Οι γνώσεις μου φτάνουν σε ένα ορισμένο σημείο την χρονική στιγμή που παρουσιάζω το πλάνο γι αυτό και ίσως υπάρξουν ελλείψεις σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται. Για τον λόγο αυτό και θα προσπαθήσω να κάνω όσον τον δυνατό γίνεται πιο πλήρη την εικόνα του τι ακριβώς υπάρχει σαν επιχειρηματική ιδέα στο μυαλό μου.

Πράττοντας μια μελέτη οδηγήθηκα στο αποτέλεσμα του να δημιουργήσω το εξής επιχειρηματικό πλάνο βάσει των γνώσεων που αποκόμισα από τα χρόνια φοίτησής μου αλλά και από τις εμπειρίες που διατελώντας την πρακτική μου άσκηση σε μια από τις σημαντικότερες ξενοδοχειακές μονάδες στην Μεσσηνία. Τρέφω μια ιδιαίτερη αγάπη στην πατρίδα μου και θα ήθελα να συμβάλω και εγώ στην περαιτέρω ανάπτυξή της.

Παρακολουθώντας σε όλα τα μέσα ενημέρωσης αλλά και κοινωνικής δικτύωσης, τις εξελίξεις που προκαλεί η αύξηση του τουριστικού φαινομένου τα τελευταία σε πολλά μέρη της Ελλάδας τα οποία μέχρι και πρόσφατα δεν γνωρίζαμε, θεώρησα πως η δοκιμή για μια μελάτη πάνω στο αντικείμενο σπουδών μου και το πώς αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί, άντλησα πληροφορίες οι οποίες δίνουν αδιάψευστα στοιχεία για το ότι η σημαντικότερη πηγή αυτή την στιγμή, περισσότερο σε οικονομικό επίπεδο , για την χώρα είναι ο τουρισμός. Η προσπάθεια ωστόσο για την δημιουργία μιας ακόμα ξενοδοχειακής μονάδας που θα δώσει μια διαφορετική ανάσα στις ήδη υπάρχουσες υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις

φιλοξενίας στον Ν. Μεσσηνίας, βάζει τον εαυτό μου στην διαδικασία να προσθέσει ένα λιθαράκι στον βωμό του τουρισμού

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>Ο</sup> ΜΕΣΣΗΝΙΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 2.1 Γενικά

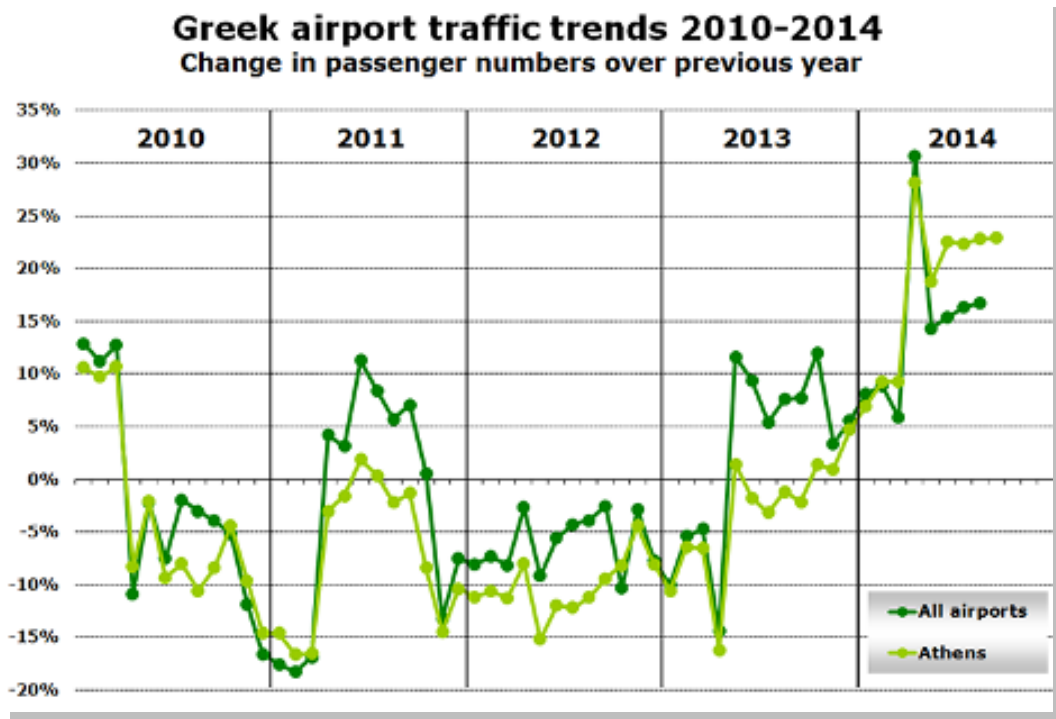
Εδραιωμένη πλέον στον τουριστικό χάρτη η Ελλάδα προσφέρει στους επισκέπτες της αλλά και στους διαμένοντες σε αυτή, πλήθος όμορφων τοπίων, πάνω από 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, περισσότερα από 6,000 μαγευτικά νησιά , και παρουσιάζει εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, αλλά προσφέρει επίσης ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της, όπως η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία προσελκύουν τα τελευταία χρόνια σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας αφενός ως τουριστικού προορισμού παγκόσμιου βεληνεκούς, και αφετέρου ως τουριστική αγορά με εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες.

Σημαντικό γεγονός πρέπει να σημειωθεί πως ακόμα και κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης, ο τουρισμός υπήρξε από τους σημαντικότερους πυλώνες της ανάπτυξης, δημιουργώντας θέσεις εργασίας και προσελκύοντας σημαντικές επενδύσεις σε όλη την χώρα παρουσιάζοντας αύξηση των εσόδων αλλά και του αριθμού αφίξεων επισκεπτών. Μέσα στα επόμενα χρόνια, η Ελλάδα έχει δεσμευτεί να προβεί σε σημαντικές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, εστιάζοντας τόσο στην αναβάθμιση, όσο και στον εμπλουτισμό του παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» με έναν σημαντικό αριθμό περισσότερο εστιασμένων τουριστικών προϊόντων υψηλότερης αξίας.

Το μεσογειακό κλίμα που διαθέτει είναι ευνοϊκό για όλα τα είδη του τουρισμού καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου , κάτι το οποίο έρχεται να επισημάνει τις ουσιώδης τουριστικές υποδομές που καλύπτουν τις προσδοκίες της εποχής.

Στο σημείο αυτό, συγκεκριμένη δήλωση που πραγματοποίησε ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ, κος Ανδρεάδης Ανδρέας, έρχεται να επιβεβαιώσει όλα τα παραπάνω, λέγοντας: *“Το 2014 βρίσκει τον ελληνικό τουρισμό να συνεισφέρει 14 δισ. ευρώ άμεσα έσοδα και μαζί με τις αερομεταφορές, τις θαλάσσιες μεταφορές και τον εσωτερικό τουρισμό 17,1 δισ. ευρώ ως άμεσο αποτέλεσμα» αναφέρει ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ. Προσθέτει δε ότι «η άμεση και έμμεση συνεισφορά του τουρισμού στην πραγματική οικονομία φέτος θα κυμανθεί μεταξύ 37,6 και 45,3*

δισ. ευρώ, με βάση τη μεθοδολογία του IOBE ή του ΚΕΠΕ»<sup>1</sup>. Στο πλαίσιο αυτό σημειώνει ότι «μέσα σε τέσσερα χρόνια η συμβολή του τουριστικού τομέα στο ΑΕΠ εκτινάχθηκε κατά τουλάχιστον 35%». Οδεύοντας δε προς το 2021 προβλέπει ότι τα άμεσα έσοδα του τουρισμού θα κινηθούν περίξ των 19 δισ. ευρώ.”



**Πίνακας 1..Μεταβολή ποσοστού αφίξεων στα Ελληνικά Αεροδρόμια**

Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω στοιχείων, δηλώσεων αλλά και του διαγράμματος, το οποίο παρουσιάζει την δραματική αύξηση των αφίξεων στα αεροδρόμια της χώρας τον προηγούμενο έτος, είναι να σημειώνεται από τις τουριστικούς παράγοντες της χώρας η βεβαιότητα για την συνέχιση την ανάπτυξης αυτής του τουριστικού φαινομένου, και με την εκτιμήσεις ότι ο αριθμός των ξένων επισκεπτών θα ξεπεράσει τα 20 εκατομμύρια.

<sup>1</sup> “27 εκατομμύρια τουρίστες στην Ελλάδα το 2021”, Ανδρέας Ανδρεάδης, Πρόεδρος ΣΕΤΕ, Εφημερίδα

## 2.2 Μεσσηνία

Η Μεσσηνία είναι ένας ευλογημένος νομός της νοτιοδυτικής Πελοποννήσου. Γεωγραφικά είναι η περιοχή η οποία ορίζεται στα βόρεια από τον ποταμό Νέδοντα και τα Αρκαδικά Όρη, στα ανατολικά από το όρος Ταϋγέτου, στα νότια από τον Μεσσηνιακό Κόλπο και στα δυτικά από το Ιόνιο Πέλαγος.



Επισκεπτόμενος την Μεσσηνία είναι πολύ εύκολο να διακρίνει κανείς τον φυσικό και πολιτιστικό της πλούτο, συναντώντας πέρα από τα ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία τα οποία είναι και από τα σημαντικότερα της ιστορίας (π.χ. Αρχαία Μεσσήνη) αλλά και τις σημαντικότερες προσωπικότητες για τις οποίες είναι διάσημη, τις αξιόλογες τουριστικές υποδομές που την οδηγούν στην ολοένα μεγαλύτερη ανάπτυξη. Συνεχίζοντας με τον φυσικό πλούτο της Μεσσηνίας, σημαντικό είναι να αναφερθεί πως διαθέτει πολλές από τις ωραιότερες παραλίες της Ελλάδας, κρυμμένες και φανερές (π.χ. Βοϊδοκοιλιά της Πύλου).

Όλος ο κόσμος, γνωρίζει για το σημαντικότερο αγαθό που προσφέρει ο νομός αυτός, τον *Ιερότερο Καρπό* και την νοστιμιά την *ζακουστή* στον κόσμο, *σύμβολο της Ειρήνης*, το *Μεσσηνιακό Λάδι*, *νέκταρ*.

## 2.3 Τουρισμός

Σημαντικό θα ήταν κλείνοντας αυτό το κομμάτι να αναφερθούμε στα προϊόντα τα οποία πρέπει οπωσδήποτε όλος ο κόσμος να γνωρίζει και να προμηθευτεί με το που καταφθάσει στον νομό. Αυτά είναι : Παραδοσιακή Γουρουνοπούλα, Γίδα Βραστή, Παστό, Σύγκλινο (λουκάνικο), Ψάρια, Θαλασσινά και Τυροκομικά. Φεύγοντας πρέπει όλοι να έχουν στις αποσκευές τους κάτι από όλα τα παρακάτω : Ελιές, Λάδι, Παστέλι, Κρασί από ντόπιους

γνωστούς παραγωγούς ( “Παναγιωτόπουλος” και “Νέστωρ”), Ούζο, Τσαπέλα (ξερά σύκα), Λαλάγια, Μαντήλια και άλλα πολλά.

Η Μεσσηνία χαρακτηρίζεται ως ένας από τον σημαντικότερους τουριστικούς προορισμούς της Ηπειρωτικής Ελλάδας. Η επίσκεψη στον νομό με όλα τα παραπάνω στοιχεία που παρουσιάστηκαν συνθέτουν τον ιδανικό προορισμό που καλύπτει όλα τα γούστα του αγοραστικού κοινού και φτάνει στο να απογειώσει την Μεσσηνία αλλά και ολόκληρη την Πελοπόννησο.

Η ανάπτυξη των δρομολογίων του υπεραστικού ΚΤΕΛ , η ένταξη διεθνών αεροπορικών δρομολογίων αλλά και το ότι μέσα από το 2014 το λιμάνι της Καλαμάτας έχει ενταχθεί στο πρόγραμμα των στάσεων, ανάμεσα στα ταξίδια όσων αφορά στα δρομολόγια μεγάλων κρουαζιερόπλοιων.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία των κυριότερων αεροδρομίων που ανακοίνωσε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), το διάστημα Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2014 επισκέφθηκαν τη χώρα 395,307 ταξιδιώτες από 306,887 το 2013 .

Ο προορισμός, ειδικά για την πρωτεύουσα του νομού, όπως δείχνουν οι αριθμοί, συνεχίζει να σημειώνει το ένα ρεκόρ μετά το άλλο. Μετά την πρωτιά το 2013 με αύξηση των αφίξεων κατά 61,20%, από το εξωτερικό, συνεχίστηκε και όλο το διάστημα του 2014 με στόχο την περαιτέρω αύξηση η οποία σημειώθηκε ειδικότερα την καλοκαιρινή περίοδο.

Μελέτες τις οποίες πραγματοποίησε ο ΣΕΤΕ στο γενικό τουριστικό επίπεδο της χώρας και εν συνεχεία δήλωση που δημοσιοποιήθηκε από τον πρόεδρο του κ. Ανδρέα Ανδρεάδη , δηλώνουν πως “ Τα τελευταία στοιχεία, αποδεικνύουν την εξαιρετική δυναμική του Ελληνικού τουρισμού. Παρά την επιδείνωση του οικονομικού κλίματος σε Ευρώπη και Ρωσία και το ιδιαίτερα ασταθές περιβάλλον στην ευρύτερη περιοχή, στο τέλος του 2014, η Ελλάδα αναμένεται να ανέλθει στην δεκαπεντάδα της παγκόσμιας κατάταξης των μεγαλύτερων τουριστικά χωρών...”

## **2.4 Ο τουρισμός στην Μεσσηνία**

Διαθέτοντας πλήθος προορισμός αναψυχής ιστορικού ενδιαφέροντος, θρησκευτικού κ.α., η Μεσσηνία, η πρωτεύουσα της κ όλες οι περιοχές που την περικλείουν δημιουργούν μια όμορφη εικόνα-θέλγητρο. Συναντώντας απέραντες ακτές, μαγευτικές παραλίες, εντυπωσιακά όροι, μεγάλες πεδιάδες συνθέτεται αδιαμφισβήτητα μια άκρος κατάλληλη



εικόνα στα μάτια του επισκέπτη-τουρίστα που λειτουργεί ως κριτήριο επιλογής του τόπου τον οποίο θα επισκεφθεί για οποιονδήποτε λόγο.

Μέσα από στοιχεία που παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί βλέπουμε πως ο Αερολιμένας της Καλαμάτας βρίσκεται μέσα στα σημαντικότερα αεροδρόμια της Καλαμάτας με ένα αρκετά ικανοποιητικό αριθμό αφίξεων το έτος που μας πέρασε.

2014	Αθήνα	Θεσ/κη	Ρόδος	Κως	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Σαντορίνη	Καλαμάτα	Σύνολο
Ιανουάριος	142.761	61.950	989	2	81	1.612	6	0	0	4	207.518
Φεβρουάριος	119.288	56.701	1.125	0	59	1.313	5	0	0	237	179.020
Μάρτιος	164.468	72.106	1.304	0	994	2.024	657	142	2	1.344	243.050
Απρίλιος	255.371	115.864	58.295	23.677	108.996	49.548	27.118	4.119	3.965	2.641	661.423
Μάιος	334.468	144.834	236.951	121.974	325.142	124.555	121.307	64.838	31.988	8.320	1.621.228
Ιούνιος	403.827	196.397	348.554	179.351	440.258	158.291	191.334	113.116	52.445	17.440	2.297.211
Ιούλιος	470.573	241.972	420.924	225.316	537.090	198.153	254.590	140.507	78.339	20.838	2.852.095
Αύγουστος	458.590	226.220	410.894	225.464	562.137	180.245	245.575	144.692	82.262	20.808	2.833.826
Σεπτέμβριος	381.970	174.411	311.479	167.009	423.374	159.232	176.167	94.956	49.128	14.900	2.120.615
Οκτώβριος	318.152	123.752	138.900	67.427	203.789	69.812	55.405	13.054	12.132	11.979	1.036.866
Σύνολο	3.049.468	1.414.207	1.929.415	1.010.220	2.601.920	944.785	1.072.164	575.424	310.261	98.511	14.052.852

**Πίνακας 2..**Αφίξεις έτους 2014 στα κυριότερα αεροδρόμια της Ελλάδας..Πηγή ΣΕΤΕ

Ο αριθμός αυτός, ξεκινώντας το έτος 2015 παρουσιάζει αύξηση σε σύγκριση με άλλους κυριότερους και δημοφιλέστερους προορισμούς της Ελλάδας, της τάξεως του 17,7%, στοιχεία που μας δίνει ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων)<sup>2</sup>, σε αντίθεση με την μείωση που ξεκινά από το 2,2% στα Χανιά, έως και 26,9% στο νησί της Κω.

Ρόλο, επίσης σημαντικό στην ανάδειξη του τουριστικού φαινομένου και πόσο μάλλον στην αύξηση των επισκεπτών στην Μεσσηνία, αποδεικνύει και το γεγονός ότι “Γαλάζιες Σημαίες” κοσμούν πολλές από της παραλίες της.

Τελευταίο σημείο στο οποίο πρέπει να γίνει αναφορά είναι το ότι μετά την δημιουργία της υπερπολυτελούς μονάδας Costa Navarino η οποία εδρεύει στον νομό και συγκεκριμένα στην περιοχή της Πύλου, έχει δώσει πνοή δραματικής ανάπτυξης σε όλες τις γύρω περιοχές. Σύμφωνα με έρευνες του ΙΠΑ (Ινστιτούτου Περιφερειακής Ανάπτυξης) και ΚΕΠΕ (Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών) παρουσιάζονται νούμερα τα οποία αναδεικνύουν τον όμιλο Κωνσταντακόπουλου ως την αιτία της ραγδαίας ανάπτυξης του τουρισμού της Μεσσηνίας και το οποία μιλάνε για μια επίδραση στην τοπική οικονομία της τάξεως των 907,50 εκατ. Ευρώ από την έναρξη των εργασιών για το κατασκευής του μέχρι

<sup>2</sup> “Ανοδος των αφίξεων ξένων επισκεπτών στην Μεσσηνία”, Θάρος news.gr, 2015

και σήμερα <sup>3</sup>. Στο κέντρο της φιλοσοφίας της Costa Navarino είναι ο σεβασμός για το περιβάλλον, τις παραδόσεις και την τοπική κοινωνία. Για να αναδειχθεί περισσότερο το στοιχείο αυτό, ο αρχιτεκτονικός του σχεδιασμός είναι εμπνευσμένος από τα τοπικά στοιχεία και τα παλιά αρχοντικά της Μεσσηνίας.



**Εικόνα 2..Ξενοδοχειακή Μονάδα Costa Navarino , Ν.Μεσσηνίας , Πανοραμική λήψη**

## **2.5 Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού**

Είναι μια σύγχρονη φιλοσοφία στον τομέα του τουρισμού και περιλαμβάνει όλες τις μορφές τουρισμού, οι οποίες προσελκύουν τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, ανάγκες και ιδέες. Με τον όρο Εναλλακτικός τουρισμός ορίζεται όλο το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται από εξειδίκευση ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους.

Οι μορφές αυτές του τουρισμού, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν χωρίς να καταστρέφουν, τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής, και έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό τους την αντίθεση στο κλασικό πρότυπο του μαζικού

---

<sup>3</sup> “Costa Navarino : Έδωσε ζωή στην Μεσσηνία, <http://newsmessinia.blogspot.com>, 5/2015

τουρισμού. Η πλειοψηφία αυτών των μορφών εμπεριέχει την ενεργό συμμετοχή των τουριστών στις δραστηριότητες τους.

Η Ελλάδα προσφέρει ελκυστικά πακέτα και υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού με την συμβολή των ανώτερων αρχών αλλά και των τοπικών εκάστοτε αρχών. Με τα επενδυτικά κίνητρα που προσφέρουν οι κρατικοί φορείς, όλο ένα και νέοι επιχειρηματίες δίνουν το παρόν στην δημιουργία νέων και καινοτόμων τουριστικών μονάδων σε όλη την Ελλάδα προσφέροντας πλήθος εναλλακτικών δραστηριοτήτων οι οποίες μπορούν να καλύψουν σε ολοκληρωτικό βαθμό τις προτιμήσεις του καθενός μας.

Τα άτομα τα οποία επιλέγουν τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, είναι όσοι αναζητούν στις διακοπές του τρία σημαντικά χαρακτηριστικά, Φύση, Φιλία και φιλοξενία. Το “motto” το οποίο επικρατεί και διεθνώς “ SUN-SEA-SAND”.

Πλεονεκτήματα Επένδυσης στον εναλλακτικό τουρισμό:

- Ποικίλο φυσικό περιβάλλον εξαιρετικής ομορφιάς
- Αυξανόμενη ζήτηση για νέες τουριστικές εμπειρίες οδηγούν σε ευοίωνες προοπτικές ανάπτυξης
- Εξαιρετικός πολιτισμικός και ιστορικός πλούτος
- Αναπτυγμένη υφιστάμενη τουριστική υποδομή η οποία μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά και να υποστηρίξει προϊόντα εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

## 2.6 Αγροτουρισμός

Στην έννοια του αγροτουρισμού , ο οποίος αποτελεί κατηγορία του τουρισμού υπαίθρου περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες μικρής κλίμακας, οικογενειακές η συνεταιριστικής προέλευσης, που αναπτύσσονται σε αγροτικές περιοχές από τα άτομα που ασχολούνται στο τομέα της γεωργίας. Η ανάπτυξη του αγροτουρισμού συμβάλλει στη στήριξη των οικογενειακών αγροτικών επιχειρήσεων, στην ενίσχυση και τη διαφοροποίηση του αγροτικού εισοδήματος, στην προώθηση της τοπικής παραγωγής, στη διερεύνηση της τουριστικής περιόδου, στο εμπλουτισμό του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος καθώς και στην προσέλκυση επισκεπτών ειδικών ενδιαφερόντων. Μακροπρόθεσμα δε, η ανάπτυξη της αγροτουριστικής δραστηριότητας συμβάλλει στην

δημιουργία άμεσων και έμμεσων θέσεων εργασίας και στη συγκρότηση του οικονομικά ενεργού πληθυσμού στην ύπαιθρο.

Το φαινόμενο του αγροτουρισμού κάνει την εμφάνιση του το 19<sup>ο</sup> αιώνα αλλά εδραιώνεται ως μια συγκροτημένη μορφή τουρισμού την δεκαετία του '60. Στην Ελλάδα βέβαια αρχίζουν με εντατικούς ρυθμούς να κάνουν την εμφάνιση τους αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί γυναικών, από το 1984 και ύστερα.

Ο αγροτουρισμός χωρίζεται σε δυο βασικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τον αμιγή αγροτουρισμό όπου ο επισκέπτης-φιλοξενούμενος , μπορεί να χαλαρώσει και να ψυχαγωγηθεί με δραστηριότητες οι οποίες όμως είναι αδύνατον να πραγματοποιηθούν στην πόλη, όπως είναι το κυνήγι, το ψάρεμα, η ορειβασία και η πεζοπορία. Ταυτόχρονα όμως του δίνει την δυνατότητα να ασχοληθεί με άκρος αγροτικές εργασίες οι οποίες τον φέρνουν όλο και περισσότερο κοντά στην φύση, όπως η περιποίηση των ζώων, ο τρύγος, η τυροκομία, το θέρισμα, το άρμεγμα, η μελισσοκομία κλπ.





Οι λόγοι οι οποίοι οδήγησαν στην ανάπτυξη τουρ φαινομένου αυτού είναι:

- Το αυξημένο ενδιαφέρον του ανθρώπου για το περιβάλλον
- Η αναζήτηση της ανθεκτικότητας (Αυθεντικότητα)
- Η αναζήτηση της ηρεμία και της ησυχίας
- Το ενδιαφέρον για τα θέματα υγείας και υγιεινής
- Η ανάπτυξη των συγκοινωνιών και επικοινωνιών
- Το ενδιαφέρον για την φυσική πολιτιστική ομορφιά
- Το αυξημένο ενδιαφέρον των τοπικών αγροτικών αρχών για την τοπική τουριστική ανάπτυξη και άλλοι λοιποί παράγοντες αλλά εξίσου σημαντικοί.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ



### **3.1 Ταυτότητα του Έργου**

*Bel Porto*, μια σύγχρονη αλλά παράλληλα εμπνευσμένη από την παράδοση , επιχείρηση, η οποία προσφέρει στο τουριστικό αγοραστικό κοινό ξενώνες εξοπλισμένους με κάθε νέα καινοτομία και παροχές οι οποίες καθιστούν την απόδραση των φίλων επισκεπτών μια ξεχωριστή εμπειρία χαλάρωσης , καλαισθησίας αλλά και ξεχωριστής φιλοξενίας.

Παρουσιάζεται μια επιχείρηση η οποία γεννιέται την καλοκαιρινή περίοδο του 2015 σαν ιδέα με σκοπό να εδραιωθεί στον χώρο του τουρισμού στα τέλη του 2017 προσφέροντας πλήθος υπηρεσιών , από εξειδικευμένο προσωπικό, και εναλλακτικών δραστηριοτήτων , εκμεταλλευόμενοι με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ομορφιές που διαθέτει η Μεσσηνία και τις δυνατότητες που προσφέρει στον επισκέπτη- τουρίστα και όχι μόνο.

Έχοντας στην διάθεση μας μια πεντακάθαρη παραλία και κατάλληλες υποδομές κάνουμε αυτό το βήμα. Όσον αφορά το φαινόμενο του αγροτουρισμού που θα καλλιεργηθεί και μέσα από την επιχείρηση αυτή μας βοηθούν μέρη τα οποία είναι σε απόσταση αναπνοής από την περιοχή της Ανάληψης και που το καθένα ξεχωριστά μας προσφέρει κάτι διαφορετικό.

### 3.1.1 Στοιχεία Επικοινωνίας

Για περαιτέρω πληροφορίες επικοινωνήστε [δηλώστε τα στοιχεία σας ή τα στοιχεία της επιχείρησης]:

**Επωνυμία (Εταιρείας / Ερευνητικού Ιδρύματος/ Ερευνητή):**

Bel Porto ( Ξενώνες)

**Θέση στην επιχείρηση:**

Assistant Manager

**Διεύθυνση:**

Ανάληψη Μεσσηνίας, TK 24200

**Τηλ.:** 27220246981-3

27210246985

**Fax :** 27220469810

**E-mail:** info@belporto.com.gr

**Web site:** belporto@hotel.gr

### Περιγραφή της επιχείρησης/ δραστηριότητας

#### 3.2 Τοποθεσία της επιχείρησης:

Η μονάδα Bel Porto ανήκει στον δήμο Μεσσήνης του νομού Μεσσηνίας , στην περιοχή της Ανάληψης. Ένα πεδινό , παραθαλάσσιο χωριό 16km από την πρωτεύουσα του νομού, την Καλαμάτα.

Προτιμάται ιδιαίτερα για καλοκαιρινές διακοπές, προσφέροντας στο τουριστικό κοινό μια πανέμορφη και πεντακάθαρη παραλία που πέρα από όλα τα άλλα γίνεται πόλος έλξης

τουριστών αλλά και ντόπιων οι οποίοι αγαπώντας την θάλασσα και τα αθλήματα επισκέπτονται την περιοχή η οποία διαθέτει υποδομές και για wind surf και ιστιοπλοΐα.

### 3.3 Περιγραφή της Επιχείρησης:

Οι ξενώνες “Bel Porto” είναι κατασκευασμένοι στην παραθαλάσσια περιοχή του Νομού Μεσσηνίας ,λίγα χιλιόμετρα έξω από την πόλη της Καλαμάτας, στην Ανάληψη, σύμφωνα με τις σύγχρονες τάσεις και προδιαγραφές με κύριο στόχο την εξυπηρέτηση και την ικανοποίηση των επισκεπτών κατά την διάρκεια όλου του χρόνου. Απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες επισκεπτών και κάποιος από τους αρχικούς στόχους είναι να καταφέρει την συνεργασία με αξιόλογα τουριστικά γραφεία της πόλης αλλά και όχι μόνο.

Οι ξενώνες προσφέρουν την δυνατότητα διαμονής στα standard δωμάτια τους αλλά ακόμη και στις πολυτελέστετες σουίτες που διαθέτουν ανάλογες με τις ανάγκες του καθενός. Στη δυναμικότητα της μετρά 38 στάνταρ δωμάτια (δίκλινα, τρίκλινα) , 3 οικογενειακά δωμάτια (4-5 κλινών) και 2 σουίτες.

Τέλος, όσον αφορά την διασκέδαση και την εστίαση των επισκεπτών , το Bel Porto έχει φροντίσει να διαθέτει ένα από τα πιο “in” εστιατόρια στον κύκλο των ξενοδοχείων της Μεσσηνίας προσφέροντας πέρα από τα υπέροχα παραδοσιακά προϊόντα που πάντα είναι στην πρώτη θέση, μια σύγχρονη κουζίνα με πλήθος γαστρονομικών συνδυασμών που μαγεύουν. Ο επισκέπτης επίσης μπορεί να θαυμάσει την ομορφιά του τόπου μέσα από ένα ταξίδι γεύσεων και αισθήσεων που του προσφέρει το εξειδικευμένο προσωπικό.

Προσφέροντας κάτι ακόμα στα υπέρ του Bel Porto είναι οι παροχές οι οποίες προσφέρει όσον αφορά δραστηριότητες οι οποίες φέρνουν όλο τον κόσμο ,που θα επιλέξει να επισκεφθεί το ξενοδοχείο αλλά και όχι μόνο, στην κοντινότερη επαφή με την φύση και με την παραγωγή των όσων προϊόντων θα επιλέξει να γευτεί η ακόμα θα έχει την περιέργεια να γνωρίσει καλύτερα.

Κάτι που ξεχωρίζει από τα δεδομένα των τουριστικών επιχειρήσεων διαμονής που έχουμε συνηθίσει να επισκεπτόμαστε κατά καιρούς, προσφέροντας κάτι το ιδιαίτερο και όμορφο για να μην ξεχνάμε από πού ξεκινάμε και τι μας προσφέρει ο τόπος όπου ζούμε.

Πέρα από τα όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω, για τους λάτρεις της γαστρονομίας και όχι μόνο , η συγκεκριμένη επιχείρηση επικεντρώνεται επίσης στην ανάληψη συνεδρίων, ομιλιών, παρουσιάσεων ακόμα και διαγωνισμών οι οποίοι έχουν στόχο να γνωστοποιήσουν την παραδοσιακή κουζίνα, τους τρόπους εξέλιξης της, την επιτυχία την οποία έχει σε χώρες του



εξωτερικού αλλά και να αναδειχθούν οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να γίνει η σωστή εκμετάλλευση της πλούσιας γης την οποία διαθέτει ο νομός Μεσσηνίας αλλά και της ευρύτερης Ελλάδας.



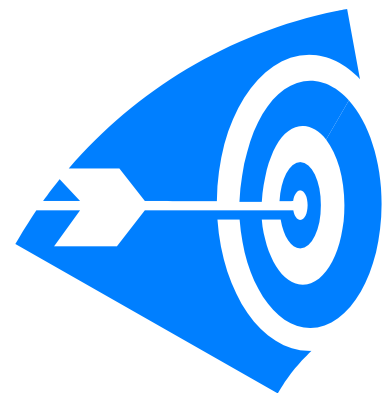
### 3.4 Όραμα της επιχείρησης :

Πέρα από το κλίμα που βρίσκεται στα υπέρ της, η Καλαμάτα γνωρίζει μια ανάπτυξη στην οποία έχουν συμβάλει πολλά γεγονότα όπως η διαπλάτυνση δρόμων και πλατειών, ο ποδηλατοδρόμος οποίος είναι από τους λίγους και καλύτερους της Ελλάδας και διασχίζει όλη την πόλη και η δημιουργία του νέου δρόμου όπου ενώνει την Καλαμάτα με την πρωτεύουσα

σε ελάχιστο χρόνο και τέλος η δημιουργία αεροπορικών δρομολογίων από το αεροδρόμιο της όπου την ενώνει με πόλεις της Ελλάδας αλλά και της Ευρώπης.

Σε αυτή την όλο αναπτυσσόμενη πόλη θέλει να συμβάλει και η συγκεκριμένη επιχείρηση. Το όραμα της λοιπόν είναι να ενταχθεί στο χώρο και να καθιερωθεί στην Καλαμάτα λόγω του ότι μέσω των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρει θα αναδεικνύει πρώτα και κύρια τον φυσικό πλούτο της πόλης αλλά και των ανθρώπων της. Αυτό θα την οδηγήσει στην όλο ένα ανάπτυξη της με σκοπό την ένταξη και άλλων νέων ή ήδη υπαρχόντων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

### **3.5 Αποστολή της επιχείρησης:**



Αποστολή της επιχείρησης είναι να πραγματοποιήσει τους στόχους τους οποίους έχει θέσει από την αρχή της ιδέας ακολουθώντας το σχέδιο το οποίο έχει δημιουργηθεί με βάση την βραχυπρόθεσμη επιτυχία της σαν επιχείρηση στον κλάδο του τουρισμού και μια μακροπρόθεσμη οικονομική ανάκαμψη καλύπτοντας τις προσδοκίες των μετόχων και των επενδυτών αλλά ακόμα και του δυναμικού που έχει στην διάθεση της. Ως μερικό αποτέλεσμα των παραπάνω είναι η κάλυψη των αναγκών των πελατών της επιχείρησης φέρνοντας τους σε επαφή με όλο ένα και περισσότερων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, υπηρεσιών και προϊόντων μέσα από την προβολή νέων εναλλακτικών δραστηριοτήτων.

### 3.6 Αντικειμενικοί στόχοι:

Μιλώντας για αντικειμενικούς στόχους είναι απαραίτητο να ορίσουμε ότι μπορεί να είναι είτε ποιοτικοί είτε ποσοτικοί.

Οι στόχοι της επιχείρησης μπορεί να διατηρηθούν ίδιοι καθ' όλη τη λειτουργία της επιχείρησης εάν θεωρηθούν ευνοϊκοί είτε να μεταβληθούν ώστε να βελτιωθεί η υπάρχουσα κατάσταση. Στην προκειμένη περίπτωση, επειδή αναφερόμαστε σε νεοσύστατη επιχείρηση πρέπει να υποβάλλουμε στόχους οι οποίοι θα μας βοηθήσουν να οδηγήσουμε την επιχείρηση στη πιθανή επιτυχία.

Οι στόχοι και η αποστολή της επιχείρησης καθορίζονται και από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που επιθυμεί να διαθέσει, στους πελάτες που απευθύνονται και στο είδος των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτή. Ο καθορισμός των στόχων είναι σημαντικό μέρος της λειτουργίας του μάνατζμεντ.

#### Π.χ. ποσοτικών στόχων :

- Επίτευξη οικονομικών ωφελειών μέσω αύξησης πωλήσεων, μείωση κόστους παραγωγής, αύξηση της παραγωγικότητας, της αποδοτικότητας, κλπ.
- Επέκταση τουριστικής περιόδου
- Μείωσης της εξάρτησης από μεσάζοντες π.χ. οργανωτές ταξιδιών η τουριστικά γραφεία, κλπ

#### Π.χ. ποιοτικών στόχων

- Δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού κύκλου
- Η μεταβολή μιας αρνητικής εικόνας
- Κοινωνική αναγνώριση
- Βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών
- Εκπαίδευση και εξειδίκευση του προσωπικού
- Προώθηση υπηρεσιών εξυπηρέτησης
- Αναγνώριση του Νομού Μεσσηνίας Πανελλαδικώς
- Γνωστοποίηση των παραδοσιακών προϊόντων και τοπικής κουζίνας

### **3.7 Νομική μορφή επιχείρησης:** Ειδικές μορφές τουρισμού Ε.Ε.

Στις ετερόρρυθμες εταιρίες οφείλει να έχει την ευθύνη ένας από όλους τους εταίρους με όλη του την περιουσία ως ομόρρυθμος εταίρος ενώ οι μέτοχοι οι οποίοι έχουν μετέχει και αυτή στην επιχείρηση είναι υπεύθυνοι για το ποσό το οποίο έχουν προσφέρει για την εταιρία.

Στη γενικά δεδομένα, στο ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής κίνησης, η επιλογή της νομικής μορφής της εταιρίας γίνεται με τυχαία επιλογή, βάση όμως πάντα τους στόχους του επιχειρηματία και τις ανάγκες της αγοράς που επιθυμεί να εξυπηρετήσει. Μια από τις πιο ανόδυνες μορφές επιχείρησης είναι και η Ετερόρρυθμη Εταιρία η οποία λόγω του ότι τα κόστη και οι αναγκαίες διαδικασίες ίδρυσης και λύσης είναι πιο περιορισμένα και διεκπεραιώνονται σε σχετικά σύντομο χρόνο.

### **3.8 Τύπος επιχείρησης:**

Ο τύπος του ξενοδοχείου, το οποίο παρουσιάζεται στο συγκεκριμένα επιχειρηματικό πλάνο θα μπορούσε να ένα ξενοδοχείο κλασικού τύπου, όπου η λειτουργία του εντάσσεται απόλυτα και μόνο στον ίδιο χώρο όλα τα κτήρια του ξενοδοχείου, ή να παρουσιάσουμε μια μονάδα που θα είναι τύπος Μικτής Εγκατάστασης, όπου σε αυτήν την περίπτωση μπορεί να λειτουργεί με διάφορα κτήρια και όχι στον ίδιο χώρο αλλά επιβάλλεται η δυναμικότητα σε 300 κλίνες. Ωστόσο το συμπέρασμα το οποίο προκύπτει από όλα τα παραπάνω είναι πως θα προσπαθήσουμε να διαμορφώσουμε μια νέα καινοτόμο ιδέα και να την παρουσιάσουμε στο αγοραστικό κοινό.

Συνεπώς παρουσιάζεται μια επιχείρηση η οποία διαθέτει κοινόχρηστους χώρους υποδοχής, παραμονής, εστίασης και αναψυχής πελατών, βοηθητικούς χώρους και χώρους διανυκτέρευσης πελατών με λουτρό και μικρό μαγειρείο. Όλα τα παραπάνω προσαρμόζονται στον ίδιο κτηματικό χώρο έκτασης.

### **3.9 Δραστηριότητα της επιχείρησης:**

Η επιχείρηση η οποία επιχειρεί να κάνει την περίοδο αυτή το ξεκίνημα της, εκτός του ότι θα προσφέρει υπηρεσίες και προϊόντα τα οποία εντάσσονται στον τουρισμό, θα εντάξει μέσα στις υπηρεσίες της ένα είδος εναλλακτικού τουρισμού.

Οι εναλλακτικές αυτές δραστηριότητες τις οποίες θα προσφέρει η μονάδα αυτή με λίγα λόγια φέρνουν τον επισκέπτη- τουρίστα σε άμεση επαφή με την φύση. Μιλάμε για το φαινόμενο του αγροτουρισμού και εν μέρει της γευσιγνωσίας.

Η διαμόρφωση της επιχείρησης στο ειδυλλιακά ζεστό περιβάλλον της επαρχίας με τις ομορφιές της φύσης κάνουν τον άνθρωπο να θέλει να έρθει σε επαφή μαζί της και την δυνατότητα αυτή θα την δώσει η επιχείρηση Bel Porto. Σε συνεργασία πάντα με τους κατοίκους της περιοχής αλλά και γενικά της Μεσσηνίας θα προσφέρει στους επισκέπτες της τις εξής δυνατότητες:

- Να καλλιεργήσουν την γη
- Να οργώσουν
- Να τρυγήσουν (το Φθινόπωρο)
- Να μαζέψουν σταφύλια, ντομάτες, πατάτες
- Να φροντίσουν τα ζώα κλπ.

Όλα τα παραπάνω είναι μερικές ενδεικτικές δραστηριότητες οι οποίες θα πραγματοποιούνται σύμφωνα με την εποχή στην οποία θα βρισκόμαστε.

Η περιοχή αλλά και όλη η Μεσσηνία μας δίνει την δυνατότητα να έχουμε όλο τον χρόνο την ευκαιρία να πραγματοποιούμε τέτοιες δραστηριότητες.

Το συμπέρασμα είναι πως ο κόσμος θα καλείται ο ίδιος να επιμεληθεί τα προϊόντα τα οποία θα καταναλώσει στα γεύματα του αλλά και γενικά να πληροφορηθεί για τις διάφορες αγροτικές εργασίες και το πώς αυτές έρχονται σε πέρας.

Κάτι ακόμα το οποίο θα προσφέρει η επιχείρηση Bel Porto θα είναι οι βραδιές γευσιγνωσίας που θα λαμβάνουν μέρος στον χώρο της επιχείρησης με καλεσμένους διαφόρους γνωστούς αλλά και όχι μόνο, σεφ της ελληνικής κουζίνας οι οποίοι θα συνδυάσουν τα παραδοσιακά εδέσματα, τα τοπικά υλικά αλλά και τις συνταγές που έχουν περάσει από χέρια σε χέρια, με νέους τρόπους μαγειρικής αλλά και με κουζίνες όλου του κόσμου.

### **3.9.1 Δραστηριότητες αγροτουρισμού**

Οι δραστηριότητες τις οποίες θα επιλέγουν οι επισκέπτες να βγάλουν εις πέρας θα είναι διαθέσιμες σε ένα κατανοητό πρόγραμμα βάση και της

1. Καλλιέργεια και συγκομιδή πατάτας

2. Μάζεμα ελιάς
3. Ράντισμα
4. Συγκομιδή φασολιών, σταφίδας, φιστικιού
5. Καλλιέργεια κολοκύθας
6. Συγκομιδή πορτοκαλιών, μήλων ,λεμονιών κλπ
7. Όργωμα
8. Κτηνοτροφία - τυροκομία

### **3.10 Δικτυώσεις:**

Το ενδιαφέρον για τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχει διαρκώς αυξητικές τάσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη. Η Ελλάδα παρακολουθεί ασθμαίνοντας τις εξελίξεις. Τα τελευταία χρόνια, ωστόσο, φορείς και ιδιώτες επιχειρούν δυναμικό άνοιγμα προς την κατεύθυνση του αγροτουρισμού και την ανάδειξη των παραδοσιακών προϊόντων θέλοντας να εμπλουτίσουν τις γεύσεις της γαστρονομίας με πρωταγωνιστές αυτά.

Το Bel Porto πέρα από μια ξενοδοχειακή μονάδα επιθυμεί να συμβάλει στην ανάκαμψη φορέων και επιχειρήσεων οι οποίοι δραστηριοποιούνται στον τόπο της Μεσσηνίας και βάζουν το δικό τους λιθαράκι για να κρατηθεί αλλά και αναπτυχθεί ο αγροτουρισμός και επιχειρήσεις οι οποίες παίζουν πάντα σημαντικό ρόλο στην διοργάνωση γαστρονομικών εκδηλώσεων, παρουσιάσεων γεύσης, κλπ. Κάποιες από τις επιχειρήσεις αλλά και τους φορείς με τους οποίους θα επιχειρήσει την συνεργασία η μονάδα Bel Porto αυτή είναι οι παρακάτω:

- Επιμελητήριο Μεσσηνίας
- Agrovim
- Συκική
- Αγροτικοί Συνεταιρισμοί Μεσσηνίας και πολλά ακόμη.

Όσο η μονάδα αυτή θα εντατικοποιείται στον νομό θα αναπτύσσει τον αριθμό των υπηρεσιών αλλά και των δραστηριοτήτων οι οποίες είναι στην διάθεση των πελατών – επισκεπτών. Σε όλο τον νομό υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες όλο ένα και περισσότερο προσπαθούν και τοποθετούν γερές βάσεις στα τοπικά προϊόντα, εξελίσσοντας τον τρόπο παραγωγής αλλά εισχωρώντας και σε μεθόδους εξαγωγής των προϊόντων αυτό, κάτι που βέβαια απαιτεί βελτίωση.

### **3.11 Πόροι της επιχείρησης:**

Κατανέμοντας τους πόρους τους οποίους έχει η συγκεκριμένη επιχείρηση στη διάθεση της μιλάμε για έμψυχους και άψυχους πόρους.

Στους έμψυχους πόρους κατατάσσεται το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης, δηλαδή το σύνολο των εργαζομένων το οποίο έχει στην διάθεση της η επιχείρηση για να ξεκινήσει την λειτουργία της. Στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης εντάσσονται στο σύνολο.

Από την άλλη μεριά μιλώντας για άψυχους πόρους αναφερόμαστε στις εγκαταστάσεις , τα καταστήματα, τα γραφεία κλπ που υπάρχουν. Στην συγκεκριμένη περίπτωση αναφερόμαστε σε μια επιχείρηση η οποία ξεκινά έχοντας στην διάθεση της ένα παλιό κτήριο εγκαταλελειμμένο το οποίο καλείτε να διαμορφώσει σε ένα υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακό κατάλυμα.

Αναφορικά στο τι ακριβώς διαθέτει η επιχείρηση θα μπορούσαμε να πούμε , τίποτα. Στην περίπτωση όμως που μιλήσουμε με συγκεκριμένα στοιχεία στην διάθεση της επιχείρησης βρίσκεται ένα οικόπεδο

### **3.12 Μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης:**

Καλύπτοντας όλο το φάσμα των απαιτήσεων των πελατών, των συνεργατών αλλά και των στόχων τους οποίους έχουμε θέσει, ένα σημαντικό βήμα για την επιχειρήσεις στο μακροπρόθεσμο μέλλον είναι μια πιθανή επέκταση της επιχείρησης , εφαρμόζοντας μια ανακαίνιση αλλά και την βραχυπρόθεσμη απόσβεση των χρημάτων από την δημιουργία όλης της μονάδας.

### **3.13 Ελλείψεις της επιχείρησης:**

Ξεκινώντας μια επιχείρηση από το μηδέν, δεν μπορεί να πει κάποιος με σιγουριά ποιες είναι οι ελλείψεις της επιχείρησης αυτής πριν την δει σε καθαρή λειτουργία.

Για το πρώτο πράγμα που θα μπορούσε να τοποθετηθεί κάποιος και αυτό που ίσως θα έβαζε σε σκέψεις κάποιον πιθανό επενδυτή για την επιχείρηση αυτή, είναι η μη εμπειρία στον επιχειρηματικό κόσμο του νομού Μεσσηνίας και ιδιαίτερα της πόλης της Καλαμάτας.

### **3.14 Προϊόντα και Υπηρεσίες**

#### **3.14.1 Περιγραφή προϊόντων ή υπηρεσιών:**

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες όπου παρέχονται από την επιχείρηση μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες οι οποίες είναι οι εξής:

1. Συμπεριλαμβανόμενες στην τιμή του δωματίου:
  - ✓ Υπηρεσίες Διαμονής : Δωμάτια Κλασικού Τύπου
  - ✓ Πρωινό
  - ✓ Χρήση Η/Υ του ξενοδοχείου + WiFi
  
2. Δεν συμπεριλαμβάνονται στην τιμή του δωματίου:
  - ✓ Bar Restaurant
  - ✓ Ξεναγήσεις + Δρόμενα
  - ✓ Μεταφορές με Ιδιωτικά Van (Πιθανή Συμμετοχή)
  - ✓ Laundry service

#### **3.14.2 Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά / οφέλη:**

##### **I. Τεχνολογικά χαρακτηριστικά:**



Αναφορικά στα συστήματα Η/Υ που θα χρησιμοποιηθούν στην επιχείρηση “Bel Porto” περιλαμβάνονται:

### 1. Epitome Front Office Software

Ένα από τα κορυφαία ξενοδοχειακά προγράμματα που προσφέρουν οι ΗΠΑ στις επιχειρήσεις του τουρισμού.

Χαρακτηριστικό του το σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον χρήσης του και τα εύχρηστα εικονίδια του, τα οποία κάνουν ακόμα πιο εύκολη τη χρήση του προγράμματος αυτού

Το λογισμικό αυτό θα καλύψει πλήρως τις σημερινές αλλά και μελλοντικές ανάγκες της επιχείρησης, διότι μας επιτρέπει τις εξής διαδικασίες:

- Reservations
- House Keeping
- Room Status
- Availability
- History/Frequent Stay
- Night Audit Functions
- Configuration Options

### 2. Epicouros Point Of Sales

Το χρησιμότερο εργαλείο για την διαχείριση των χώρων εστίασης για όλες τις μονάδες – επιχειρήσεις τουρισμού, και όχι μόνο. Οι δυνατότητες τις οποίες διαθέτει θα βοηθήσουν και θα οργανώσουν καλύτερα τη λειτουργία του εστιατορίου και του μπαρ είναι οι εξής:

- Διαχείριση τραπεζιών
- Διαχείριση και παρακολούθηση παραγγελιών
- Διαχείριση πιστωτικών καρτών
- Διαχείριση πελατολογίου
- Υποστήριξη φορολογικού εκτυπωτή



### 3. Εξοπλισμός Hardware

Για την εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων, στον σύγχρονη εποχή είναι απαραίτητος ο σωστός εξοπλισμός των ηλεκτρονικών συστημάτων και ακόμα περισσότερο του σωστού τεχνολογικού υλικού.

Ο εξοπλισμός αυτός που θεωρείται επαρκής για το διοικητικό προσωπικό του ξενοδοχείου αλλά και για τις σωστές λειτουργίες του εστιατορίου και του μπαρ είναι ο παρακάτω:

- Rack cabinet 42U Black
- IBM X3550 Server- Intel Xeon Quad Core E 5320 1.86 GHZ
- Think Centre A55 Tower- Intel Pentium D 925 3.000 GHZ 800MHZ
- ThinkPad R61- Intel Core Duo processor T5250 1.50 GHZ
- OKI ML 3320 80 στήλες
- OKI ML 3321 136 στήλες
- HP Scanjet 2400c
- Fax HP
- Lexmark AH E 120 N B/N Printer
- Safe @Office 500 Appliance with European Power Supply for 25 users
- Φωτοαντιγραφικό Laser 1380MF Konica Minotta

Σε ότι αφορά τα περιφερειακά τεχνολογικά προϊόντα εντάσσονται οι τηλεοράσεις αναλογικά στον αριθμό, των δωματίων όπως και στην υποδοχή του ξενοδοχείου, οι συσκευές ενσύρματης και ασύρματης σύνδεσης δικτύου, συσκευές τηλεφωνίας αλλά και συσκευές εξαργύρωσης πιστωτικών καρτών.

## **II. Καινοτομία:**

Για τα σημερινά δεδομένα, το να υπάρχει μια επιχείρηση η οποία στηρίζει, περισσότερο από κάθε άλλο ενεργό κλάδο οικονομίας, τον πρωτογενή τομέα ανάπτυξης της οικονομίας, θεωρείται καινοτομία.

Βάζοντας ως υψηλότερο στόχο της ανάδειξη, μέσω της τεχνολογίας και των σύγχρονων μεθόδων προβολής και διαφήμισης, τις παράδοση του κάθε τόπου, τα αγαθά του και τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει στον εκάστοτε επισκέπτη αλλά και στους μόνιμους κατοίκους τους μας φέρνει σε επαφή με την ιδέα του να προσπαθήσουμε μαζί, ο

καθένας από την μεριά του για να κρατήσουμε ζωντανά όλα όσα μας χαρακτηρίζουν σαν περιοχή.

Τον σύγχρονο Έλληνα, πόσο μάλλον όμως και το αλλοδαπό, ο οποίος προμηθεύεται τα ελληνικά προϊόντα τα οποία μπορεί να έχει και κάθε μέρα στο τραπέζι του, τον κεντρίζει η ιδέα του να μάθει να δει αλλά και να συμμετέχει ενεργά στην παραγωγή των προϊόντων αυτών αλλά και σε όλη την διαδικασία μέχρι να φτάσουν στο τραπέζι του καταναλωτή

### **III. Μεγαλύτερη αξία στον καταναλωτή ή / και σε καλύτερη τιμή:**

Στόχος κάθε επιτυχημένης επιχείρησης είναι η προσφορά αξιόπιστων παροχών εξυπηρέτησης των πελατών της, κάτι το οποίο είναι αποτέλεσμα ενός αριθμού κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού σε συνδυασμό με την ποιότητα των υπηρεσιών.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση η οποία μελετάται στο παρόν πλάνο, στόχος είναι η δημιουργία μιας άριστα επιτυχημένης σχέσης τιμής και προσφερόμενης ποιότητας για τον καταναλωτή. Βάζοντας σταθερές βάσεις, στο επιτυγχάνουμε, πιθανότατα μακροπρόθεσμα, μια σταθερά αναπτυσσόμενη οικονομικά επιχείρηση.

### **IV. Πλεονεκτήματα για τους πελάτες:**

Προσφέροντας στους πελάτες τις πολυτελείς υπηρεσίες διαμονής με την δυνατότητα επαφής με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, παρουσιάζουμε ένα πρωτότυπο πακέτο αλλά ταυτόχρονα στις φυσιολογικές τιμές που θα μπορούσε να συναντήσει σε οποιοδήποτε παρόμοιο μέρος με την πόλη της Καλαμάτας.

Ο συνδυασμός των χαλαρωτικών και συνάμα ποιοτικών στιγμών διακοπών και χαλάρωσης, με την ευκαιρία της γνώσης και ενημέρωσης για προϊόντα και εξερεύνησης των μεθόδων παραγωγής και κατανάλωσης αυτών των προϊόντων από έμπειρους ανθρώπους του αντικειμένου προσφέρουν μια ευχάριστη εμπειρία.

#### **3.14.3 Τεχνολογία – αναφορές και πιστοποιητικά:**

Στην προσπάθεια έναρξης και εύρυθμης λειτουργίας της συγκεκριμένης επιχείρησης σκοπός είναι να καταφέρουμε να παρουσιάσουμε ένα εγκεκριμένο προϊόν.

### **3.14.4 Πάγια - εγκαταστάσεις και διαδικασίες παραγωγής - κόστη:**

#### **- Εγκαταστάσεις:**

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση που παρουσιάζεται στο συγκεκριμένο επιχειρηματικό πλάνο θα στεγαστεί στις νεοδημιουργητες εγκαταστάσεις της οι οποίες θα μπουν σε διαδικασία κατασκευής το τρέχον έτος με σκοπό την σχετικά άμεση εκπλήρωση της στο βραχυπρόθεσμο μέλλον.

#### **- Προμηθευτές και Υλικά:**

Για την σωστή και αξιόπιστη επιλογή των προμηθευτών και αλλά και των προϊόντων που θα συμβάλουν στην ολοκληρωμένη παροχή των υπηρεσιών της επιχείρησης θα ξεκινήσει μια μελέτη των επιχειρήσεων που συνεργάζονται με τον τομέα του τουρισμού, παίρνοντας δείγματα των προϊόντων τους και δοκιμάζοντας τα, με σκοπό την σίγουρη επιλογή αλλά και την εξολοκλήρου κάλυψη της ποιότητας σε συνεργασία με τις πιθανές ανάγκες των επισκεπτών. Στη συνέχεια διαμορφώνοντας προτάσεις και δεχόμενοι προσφορές από όλους αυτούς τους πιθανούς προμηθευτές, εξακριβώνοντας πάλι την σχέση τιμής και ποιότητας με σκοπό να μεν το κέρδος της επιχείρησης αλλά και την ευχαρίστηση του πελάτη και τέλος σε συνεργασία με τις λοιπές επιχειρήσεις τουρισμού να μπορέσει η επιχείρηση αυτή να αποκομίσει ένα ολοκληρωμένο συμπέρασμα που θα την οδηγήσει στην σωστή τελική επιλογή.

#### **- Κόστη και Οικονομικοί Πόροι:**

Οι οικονομικοί πόροι της επιχείρησης όσον αφορά το ξεκίνημα της απευθύνονται, πέρα από το αρχικό κεφάλαιο της επεξεργασίας του σχεδίου και της μελέτης πάνω στη υλοποίηση του, σε επιδοτήσεις του ΕΣΠΑ και της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και των επενδυτών που θα πιστέψουν στο εγχείρημα αυτό.

Θεωρείται καινοτόμα ιδέα για τα δεδομένα της Μεσσηνίας και ιδιαίτερα τον περιοχών της Μεσσηνιακής πρωτεύουσας, κάτι που μας βεβαιώνει πως η υλοποίηση αυτή θα είναι σε μεγάλο ποσοστό κερδοφόρα αλλά με σωστά και σταδικά βήματα θα μπορέσει να ξεπεράσει τα προσδοκόμενα σχέδια που ήδη υπάρχουν και να δημιουργεί όλο ένα νέα δεδομένα για την ανάπτυξη της.



περιβάλλον εντάσσονται οι εξής μεταβλητές :

- Είδος Κυβέρνησης
- Πολιτική Σταθερότητα
- Εργατική Νομοθεσία
- Οικονομική Πολιτική
- Κυβερνητικές πολιτικές για τον εμπόριο

Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι νόμοι και τα διατάγματα που αφορούν τον τουρισμό και τις επενδύσεις των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτό το κλάδο.

#### E= Economic= ανάλυση του οικονομικού περιβάλλοντος

- επιτόκια δανεισμού
- ύψος πληθωρισμού
- επίπεδα απασχόλησης και ανεργίας
- προοπτικές εξέλιξης του ΑΕΠ

Το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον το οποίο επικρατεί στην εκάστοτε περιοχή λαμβάνοντας σαφώς και την οικονομική κατάσταση ολόκληρης της χώρας, επηρεάζει αδιαμφισβήτητα την πορεία-εξέλιξη κάθε επιχείρησης, μικρή και μεγάλη. Ένα ευρύτερο παράδειγμα το οποίο σε κάθε περίπτωση επηρεάζει το περιβάλλον κάθε επιχείρησης είναι το ύψος των φόρων και η ταχύτητα με την οποία αυξάνονται η μειώνονται.

Ούσα εντασόμενη η επιχείρηση στην Ελλάδα οφείλουμε να επιβάλλουμε την προσοχή μας στο ότι το οικονομικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερο ευμετάβλητο ειδικά τα τελευταία χρόνια όπου σημειώνεται το φαινόμενο της κρίσης και του δανεισμού, βάζοντας εξωτερικές δυνάμεις τον λόγο τους στην διαχείριση των οικονομικών της χώρας, συμπεριλαμβανομένου και επιχορηγήσεων, προγραμμάτων ανάπτυξης και επιδοτήσεων των νέο εισερχομένων στην αγορά επιχειρήσεων.

Η μεταβολή στον εισόδημα των καταναλωτών με την αύξηση των ορίων ζωής σε γενικό επίπεδο , είναι οι σημαντικότεροι λόγοι που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις εστίασης, αναψυχής αλλά και διαμονής ανά την Ελλάδα.

Οι tour operators πιέζουν συνεχώς τα ξενοδοχεία για χαμηλότερες τιμές. Από την άλλη οι προμηθευτές αυξάνουν τις τιμές των προϊόντων τους. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών, τα έξοδα των ξενοδοχειακών μονάδων αυξάνονται με μεγαλύτερο ρυθμό από ότι τα έσοδα, και αυτό μεσοπρόθεσμα δημιουργεί μεγάλα προβλήματα στις επιχειρήσεις.

### S=Social=ανάλυση του κοινωνικού περιβάλλοντος

- Οι αλλαγές στον τρόπο ζωής.
- Η σημασία της καριέρας σε κάθε επιχείρηση.
- Η στάση των καταναλωτών σε συγκεκριμένες ενέργειες marketing.
- Οι ηθικοί κανόνες και η κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων.
- Αντιλήψεις για τα εντόπια και τα εισαγόμενα προϊόντα

Το κοινωνικό περιβάλλον αντιπροσωπεύει το σύνολο των αξιών, πεποιθήσεων, ιδανικών και άλλων χαρακτηριστικών που διακρίνουν τα μέλη μιας κοινωνίας από μιας άλλης. Το φαινόμενο αυτή έχει μεγάλη σημασία για τις επιχειρήσεις και τον τρόπο με τον οποίο αυτές οργανώνονται και δραστηριοποιούνται, διότι μια μικρή απόκλιση από το κοινωνικά και πολιτιστικά αποδεκτό μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα στους επιχειρηματικούς οργανισμούς.

Σε αυτή την περίπτωση κάθε επιχείρηση, μικρή ή μεγάλη οφείλει ανά πάσα στιγμή να είναι απολύτως ενήμερη για κάθε νέο δεδομένο που παρουσιάζεται και επικρατεί στο ποσοστό του αγοραστικού κοινού ώστε να μην υπάρχει απόκλιση από την ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση τους.

Το τελευταίο ιδιαίτερα διάστημα παρατηρείται μια συνεχής τάση εναλλαγής στις προτιμήσεις των καταναλωτών οι οι οποίοι απευθύνονται πλέον όλο και περισσότερο σε εναλλακτικούς

τρόπους τουρισμού συμπεριλαμβανομένου και του οικοτουρισμού που αξιοποιεί τους πολιτιστικούς αλλά πάνω από όλα και τους φυσικούς πόρους και ταυτόχρονα αποτελεί μια ταχύτητα αναπτυσσόμενη και οικονομικά αποδοτική αγορά. Απόρροια των παραπάνω δεν θα μπορούσε να είναι άλλη από την κατεύθυνση των επιχειρηματιών σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού και σε παραδοσιακά καταλύματα.

### T=Technological=ανάλυση του τεχνολογικού περιβάλλοντος.

Η διάσταση αυτή της ανάλυσης αφορά τις τεχνολογικές τάσεις ή τεχνολογικά επιτεύγματα που λαμβάνουν χώρα έξω από την αγορά και είναι δυνατό να έχουν σημαντική επίδραση στην επιχείρηση και τη στρατηγική της. Οι τάσεις αυτές μπορεί να αποτελούν ευκαιρίες για εκείνες τις επιχειρήσεις που έχουν τη δυνατότητα να τις εκμεταλλευτούν και να τις εισάγουν αποτελεσματικά στις δραστηριότητές τους. Ωστόσο, μια τεχνολογία είναι δυνατό να αποτελεί και σημαντική απειλή για μια επιχείρηση, εάν η επιχείρηση δεν προσαρμοστεί αρμονικά σε αυτήν.

Οι τεχνολογικές αλλαγές επηρεάζουν την λειτουργία του ξενοδοχειακού τουρισμού σχετικά σε μικρό βαθμό. Γενικά, ο τουριστικός κλάδος δεν υπόκειται σε έντονες τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό όμως δε σημαίνει ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας χάνει την αξία της στον τομέα αυτό. Η χρήση των Η/Υ για μηχανογράφηση των λειτουργιών της επιχείρησης της επιτρέπει τον καλύτερο έλεγχο και συντονισμό των όσων συμβαίνουν μέσα σε αυτή.

Τα κύρια μέρη στα οποί έχει δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην αξιοποίηση της τεχνολογικής εξέλιξης είναι:

1. Αποδοτική εγχώρια και διεθνή διαφήμιση και προβολή των επιχειρήσεων μέσω διαδικτύου και ηλεκτρονικών καναλιών προβολής.
2. Μείωσης κόστους διαμονής και προμηθειών μέσω άμεσης πώλησης στο διαδίκτυο.
3. Φθηνή και γρήγορη έρευνα αγοράς μέσω του διαδικτύου και το ηλεκτρονικών σελίδων των επιχειρήσεων.
4. Χρήση εξελιγμένων λογισμικών που εξυπηρετούν την ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων.



### 3.16 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία για μια επιχείρηση.

Μέσω της ανάλυσης SWOT εντοπίζουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της επιχείρησης μελετώντας τις Δυνάμεις και τις Αδυναμίες, τις Ευκαιρίες και τους Κινδύνους. Το σημαντικότερο επίσης στοιχείο που κάνει την ανάλυση αυτή απαραίτητη για κάθε επιχείρηση που ευελπιστεί να επιτύχει τους στόχους της είναι η δραματική μείωση του ρίσκου στην διαδικασία λήψης αποφάσεων.

<b><u>Strength</u></b>	<b><u>Weakness</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Μηδενικά δάνεια και οφειλές σε τράπεζες</li><li>• Πλήθος Εναλλακτικών Δραστηριοτήτων</li><li>• Εύκολα Προσβάσιμη Θέση</li><li>• Ευνοϊκή Γεωγραφική Θέση</li><li>• Έμπειρο Προσωπικό</li><li>• Αύξηση Τουριστικού Φαινομένου</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Νέα Επιχείρηση</li><li>• Άγνωστη στο Χώρο</li><li>• Εναλλακτικές Υπηρεσίες</li><li>• Τοποθεσία (εκτός κέντρου – μακριά από μαγαζιά)</li></ul>



<u>Opportunity</u>	<u>Threat</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Νέες Εναλλακτικές Προσφερόμενες Υπηρεσίες</li> <li>• Δυναμικό και νέο προσωπικό</li> <li>• Νέες τεχνολογίες</li> <li>• Αναπτυγμένη Τουριστικά Περιοχή</li> <li>• Αλλαγή στις Προτιμήσεις των Καταναλωτών</li> <li>• Εξελιγμένοι Τρόποι Διαφήμισης (facebook, twitter, κλπ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Έντονο Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα</li> <li>• Οικονομική Κρίση</li> <li>• Πιθανή Αύξηση Ανταγωνισμού</li> <li>• Πιθανή Μείωση Αγοραστικής Δύναμης</li> </ul>

Τέλος, έχοντας ως εργαλείο την παραπάνω ανάλυση μπορούμε να επενδύσουμε στις δυνάμεις μας διορθώνοντας τις αδυναμίες μας , να αξιοποιήσουμε τις ευκαιρίες που μας παρουσιάζονται και να προετοιμαστούμε κατάλληλα για τους πιθανούς κινδύνους που μπορεί να μας παρουσιαστούν.

### **3.17 Διοικητική Ομάδα - Οργάνωση - Ανάπτυξη**

Οι ξενοδοχειακές μονάδες παρέχουν το κυριότερο στοιχείο του πολύπλοκου τουριστικού πακέτου και η επιτυχία τους βρίσκεται κυρίως στην εξυπηρέτηση και την προσωπική επαφή των απασχολούμενων ανθρώπων σε αυτές με τους πελάτες. Το ανθρώπινο κεφάλαιο με άλλα λόγια, είναι ο σημαντικότερος και κυριότερος παράγοντας παραγωγής και προώθησης του προϊόντος τους.

Η παραπάνω διαπίστωση έχει στρέψει την προσοχή των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων στον τρόπο διοίκησης των ανθρώπων τους μέσα από το «Προσωπαρχείο», ή «Τμήμα Προσωπικού», ή σήμερα «Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού και Ανάπτυξης» που αφορά συγκεκριμένα στην ανθρώπινη διάσταση του εργασιακού περιβάλλοντος και των εργασιακών σχέσεων. Η Διοίκηση του Ανθρώπινου Δυναμικού αποτέλεσε θέμα πολλών ερευνών και οι λειτουργίες της χωρίζονται σε δύο κύριες κατηγορίες: τις διοικητικές (σχεδιασμός, οργάνωση και έλεγχος) και τις λειτουργικές (προσέλκυση, ανάπτυξη, εκπαίδευση και εργασιακές σχέσεις).

- **Διοικητική ομάδα:**

Ποια είναι τα μέλη;

- ❖ Γενικός Διευθυντής
- ❖ Γραμματέας – Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων
- ❖ Προσωπάρχης
- ❖ Προϊστάμενος Λογιστηρίου
- ❖ Υπεύθυνος Τεχνικού Προσωπικού
- ❖ Προϊστάμενος Προμηθειών
- ❖ F & B Manager
- ❖ Chef

### **3.17.1 Οργανόγραμμα**

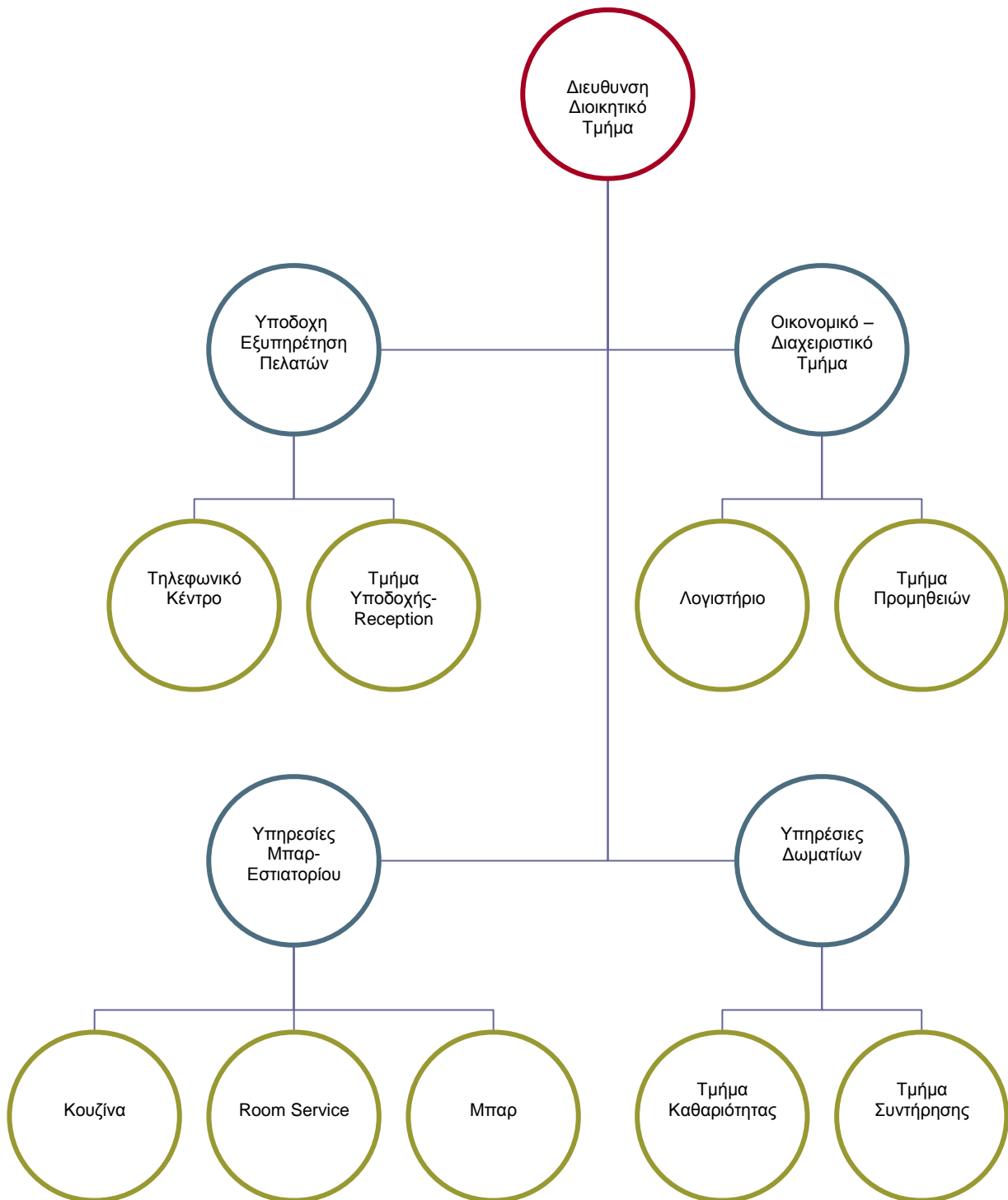
Για την σωστή και αποτελεσματικότερη οργάνωση των καθηκόντων σε κάθε επιχείρηση και ειδικότερα σε επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούνται για την εξυπηρέτηση του αγοραστικού κοινού, είναι απαραίτητο ο διευθυντής να έχει στα χέρια του ένα άριστα διαμορφωμένο οργανόγραμμα με κατανεμημένες σωστά τις εκάστοτε αρμοδιότητες κάθε τμήματος που

λαμβάνει χώρα μέσα στην επιχείρηση.

Σαν οργανόγραμμα ορίζεται η σχηματική απεικόνιση της οργανωτικής διάρθρωσης ενός οργανισμού με την οποία παριστάνονται τόσο τα διάφορα στοιχεία του οργανισμού όσο και οι μεταξύ τους ιεραρχικές και επικοινωνιακές σχέσεις. Παρακάτω δίνεται ένα ενδεικτικό οργανόγραμμα τύπου “line” στο οποίο η εξουσία ρέει κάθετα από τα ανώτερα προς τα κατώτερα επίπεδα όπως επίσης ακολουθείτε και η πορεία της επικοινωνίας.

Στην οργανωτική ομάδα μιας επιχείρησης επιβάλλεται να υπάρχουν επίπεδα, διότι με τον τρόπο αυτό αποφεύγονται ευτράπελα μεταξύ των καθηκόντων της κάθε ομάδας, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να δημιουργούνται περισσότερα από όσα πρέπει. Όσο περισσότερα, κάθε φορά είναι τα επίπεδα, αυξάνεται το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης και δυσχεραίνονται οι επικοινωνίες και ο έλεγχος.

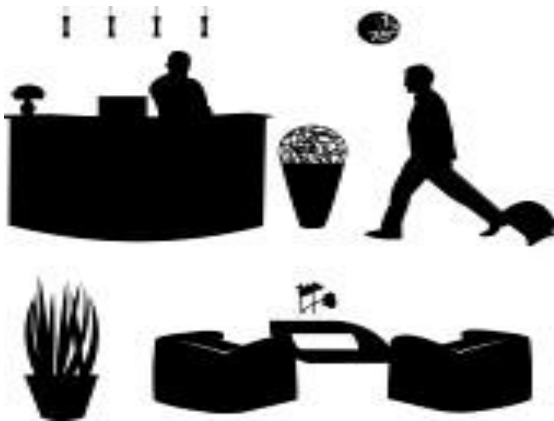
### 3.17.1.1 Αναλυτικό οργανόγραμμα



### 3.17.1.2 Περιγραφή προφίλ κάθε θέσης εργασίας στην επιχείρηση:

#### i. Υποδοχή

Θεωρείται από τα σημαντικότερα τμήματα του ξενοδοχείου καθώς είναι και το πρώτο και κύριο σημείο επαφής του ξενοδοχείου με τον πελάτη. Ο ταξιδιώτης-τουρίστας είτε ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους είτε για λόγους αναψυχής αναζητά ένα μέρος στο οποίο θα νοιώσει οικία.



Ο υπάλληλος της υποδοχής έχει το ρόλο του οικοδεσπότη , ο οποίος καλωσορίζει τον πελάτη, φροντίζει για την πλήρη εξυπηρέτηση του και προσπαθεί να καλύψει όλες του τις ανάγκες. Επίσης είναι το τμήμα το οποίο θα δεχθεί τα παράπονα των πελατών, παρέχει πληροφορίες σε αυτούς και τηρεί τα αρχεία των πελατών.

Περιλαμβάνει την εξής δομή:

#### ii. Οικονομικό – Διαχειριστικό τμήμα

Σκοπός του τμήματος διοίκησης – διαχείρισης , είναι ο έλεγχος της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Ο έλεγχος αυτός μπορεί να επιτευχθεί μέσω της σύγκρισης του αρχικού σχεδιασμού με τα αποτελέσματα



Κύριες αρμοδιότητες:

- Σύγκριση του τρόπου λειτουργίας της επιχείρησης σε σχέση με τον αρχικό σχεδιασμένο.
- Σύγκριση των αποτελεσμάτων λειτουργίας με τα πρότυπα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.
- Ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της επιχείρησης
- Ανάπτυξη θεμάτων του προσωπικού σε σχέση με την ανάπτυξη της αποδοτικότητας τους, την μείωση του εργατικού κόστους και την αύξηση της ικανοποίησης τους από την εργασία.

Ο διαχειριστικός έλεγχος εστιάζει την προσοχή του στην οικονομική διαχείριση των εσόδων και των εξόδων λειτουργίας και παραγωγής της ξενοδοχειακής επιχείρησης.



### iii. Υπηρεσίες Μπαρ-Εστιατορίου ( Food & Beverage)

Περιλαμβάνει τα εξής τμήματα:

- Εστιατόριο
- Μπαρ
- Τμήμα Δεξιώσεων
- Κουζίνα

Αναλαμβάνει να διεκπεραιώσει την άριστη γαστρονομική εξυπηρέτηση των πελατών-επισκεπτών.

Τα καθημερινά γεύματα είναι βασικό στοιχείο στην καθημερινότητα κάθε ανθρώπου. Στόχος

πάντα είναι τα γεύματα αυτά να καλύπτουν τις προσδοκίες και να μην αφήνουν τον επισκέπτη με μια αρνητική εντύπωση.

Ο υπεύθυνος του τμήματος αυτού οφείλει να συντονίζει αλλά και παράλληλα να ελέγχει την συμπεριφορά των ατόμων που στελεχώνουν το τμήμα αυτό αλλά και της καθαριότητας των χώρων λειτουργίας του. Αναλαμβάνει να προωθεί αλλά και να διοργανώνει εκδηλώσεις οι οποίες προωθούν την εκάστοτε κουζίνα που λειτουργεί σε κάθε επιχείρηση ξεχωριστά αλλά και να ψυχαγωγούνται οι επισκέπτες μέσω των απολαύσεων αυτών.

Τέλος, είναι ο αρχικός υπεύθυνος για την παρακολούθηση, τον προγραμματισμό και του αποτελέσματος, για

#### **iv. Υπηρεσίες Δωματίων**

Στόχος του τμήματος αυτού είναι η άψογη διατήρηση των ορόφων, των δωματίων αλλά και ως επί το πλείστον, των περισσότερων κοινόχρηστων χώρων της ξενοδοχειακής επιχείρησης, από το θέμα της καθαριότητας.

Οι υπάλληλοι της οροφοκομίας παίζουν σπουδαίο ρόλο στην διαμονή των πελατών από την πρώτη στιγμή της άφιξης τους μέχρι την ώρα της αναχώρησής τους καθώς η ικανοποίηση των αναγκών τους στο σημαντικότερο κομμάτι της διαμονής εξαρτάται από αυτούς. Λόγω της άμεσης αυτής επαφής με τον πελάτη, το τμήμα της οροφοκομίας αλλά και τα στελέχη της τείνουν μεγάλης και σωστής εκπαίδευσης.



#### **v. Τμήμα Συντήρησης.**

Το προσωπικό του τμήματος αυτού είναι υπεύθυνο για την σωστή λειτουργία των τεχνικών



μερών του ξενοδοχείου. Για το λόγο αυτό, όπως και στα άλλα τμήματα θα πρέπει να είναι αυστηρώς και κατάλληλα εκπαιδευμέν



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

### 4.1 Ανάλυση Αγοράς

Από την αρχική της μορφή , η οικονομία της Μεσσηνίας στεκόταν μόνη της χωρίς να χρειάζεται εξωγενής παράγοντες για την υπόστασή της. Αν ξεκινήσουμε από την μεσσηνιακή γη, ήταν σε θέση όχι μόνο να εξυπηρετεί τους κατοίκους της αλλά παρέχει και τα απαραίτητα αποθέματα για ανταλλαγή προϊόντων και εμπορική εκμετάλλευση.

Με την πάροδο των χρόνων η πρόοδος της Καλαμάτας έκανε την μεσσηνιακή πρωτεύουσα οικονομικό, πολιτιστικό και πολιτισμικό κέντρο της Πελοποννήσου. Η οικονομία της εξελίσσεται όλο ένα και περισσότερο. Κατέχει πλέον τα πλεονεκτήματα της στον Τουρισμό, τον Πολιτισμό, την Γεωργική Παραγωγή και την Μεταποίηση.

Ο πρωτογενής τομέας έχει ιδιαίτερα μεγάλη βαρύτητα στην τοπική οικονομία. Κύρια προϊόντα τα εσπεριδοειδή, τα βρώσιμα σταφύλια, το κρασί, οι σταφίδες, οι πατάτες, τα κηπευτικά, ενώ κυρίαρχη θέση στον πρωτογενή τομέα κατέχει η παραγωγή και η καλλιέργεια ελιάς (βρώσιμης αλλά και κατάλληλης για παραγωγή λαδιού).

Ο δευτερογενής τομέας είναι ο ισχνότερος οικονομικός τομέας καταλαμβάνοντας το 9% του συνολικού ΑΕΠ του νομού με ποσοστό απασχόλησης 15% του συνολικού πληθυσμού. Κύριες δραστηριότητές του είναι η τυποποίηση αγροτικών παραδοσιακών προϊόντων – ποτών – οινοποιεία. Σε αναπτυσσόμενη τροχιά βρίσκεται ο κλάδος επεξεργασίας της ελιάς με έμφαση στην τυποποίηση βρώσιμης ελιάς –ελαίου και της εκμετάλλευσης του πυρηνόξυλου για την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας. Επιπλέον σημειώνονται αρκετές επενδύσεις σχετικές με την παραγωγή λαδιού κυρίως σε ότι αφορά την προστασία του περιβάλλοντος (βιολογικοί καθαρισμοί) και τη διασφάλιση ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος. Στα πλαίσια ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής υπάρχει η δυνατότητα για παραγωγή ενέργειας από αιολικά πάρκα κυρίως από το δυτικό τμήμα του νομού.

Ο τριτογενής τομέας καταλαμβάνει το 73,00% του συνολικού ΑΕΠ του νομού με ποσοστό απασχόλησης 50% του συνολικού πληθυσμού. Κύριες δραστηριότητές του είναι το εμπόριο, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά ο νομός χαρακτηρίζεται από έλλειψη επάρκειας σε ξενοδοχειακές μονάδες καθώς και σε μονάδες υψηλής ποιότητας (στην

ευρύτερη περιοχή λειτουργεί μόνο μία με τέτοιες προδιαγραφές), συνεπώς υπάρχει πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα και κυρίως ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών. Υπάρχει επίσης δυνατότητα ανάπτυξης δραστηριοτήτων αγροτουρισμού – οικοτουρισμού κυρίως στους ορεινούς όγκους του Ταυγέτου. Πέραν των εκτάσεων που είναι κατάλληλες για αξιοποίηση στον τομέα της βιολογικής γεωργίας – κτηνοτροφίας ή του τουρισμού και των τοπικών επιχειρήσεων που επιθυμούν επενδυτική συνεργασία με ξένες επιχειρήσεις, υπάρχουν και επενδυτικές δυνατότητες που σχετίζονται με την παραγωγή ενέργειας από αιολική ενέργεια και από επεξεργασία καταλοίπου ελαιουργείων.<sup>1</sup>

#### **4.1.1 Ανάλυση πελατών-καταναλωτών :**

Οι πελάτες είναι το βασικότερο στοιχείο για κάθε επιχείρηση. Η συγκεκριμένη, απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες καθώς συνδυάζει το μοντέρνο και το παραδοσιακό στοιχείο στην κατασκευή της αλλά και στις παροχές που προσφέρει καλύπτοντας όλα τα γούστα και τις επιθυμίες. Σε αυτό στοχεύει περισσότερο από οτιδήποτε άλλο. Καλύπτοντας τα “θέλω” των πελατών της η συγκεκριμένη μονάδα , τοποθετεί σε πολύ υψηλό επίπεδο των πήχη της εξυπηρέτησης ώστε να αυξάνει όλο ένα και περισσότερο την ικανοποίηση των επισκεπτών.

Σημαντικό επίσης είναι ότι όσον αφορά της τιμές του ξενοδοχείου αυτού ,γίνεται εύκολα ανταγωνιστικό διότι παρέχει πακέτα διαμονής που απευθύνονται στο μέσο Έλληνα χωρίς ελλείψεις ή υπερβολές. Πρέπει να επισημανθεί διότι η επιχείρηση Bel Porto είναι μια μονάδα που απευθύνεται και σε οικογένειες και έχει μεγάλη βαρύτητα στην επιλογή των πελατών να μπορούν να επισκεφθούν κάποιο μέρος αναψυχής χωρίς να επιβαρυνθεί τρομερά το πορτοφόλι τους, με ολόκληρη την οικογένειά τους.

Βασική ανάγκη του τμήματος-στόχου που καλύπτει η επιχείρηση, κάτι το οποίο αποτελεί και στοιχείο μοναδικότητας , είναι η αναγνώριση και η βαθύτερη επικοινωνία με τους πελάτες, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα διαμονής σε ένα ξενοδοχείο με «χρώμα» και άποψη στη διακόσμηση και την απόλαυση υπέροχου φαγητού.

#### 4.1.2 Ανάλυση της αγοράς:

Το ξενοδοχεία απευθύνεται σε δυο κατηγορίες της αγοράς αποκλειστικά.

A) Την αγορά του εσωτερικού η οποία μετακινείται για λόγους διασκέδασης και αναψυχής. Για την επιχείρηση που μελετάμε θα παίξουν σημαντικό ρόλο όλες οι περιοχές της Ελλάδας ανεξαρτήτως χιλιομετρικής απόστασης διότι η πρόσβαση στην πόλη της Καλαμάτας μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους ανάλογα με τον τρόπο που μπορεί να εξυπηρετηθεί ο εκάστοτε αγοραστής (ακτοπλοϊκώς, αεροπορικώς, με Ι.Χ. κλπ κλπ )

B) Την αγορά του εξωτερικού και ως επί τω πλείστων σε οργανωμένα γκρουπ τα οποία ταξιδεύουν με σκοπό να ανακαλύπτουν νέες εμπειρίες διακοπών αλλά κυρίως , που αγαπούν την Ελλάδα και θέλουν να εμβαθύνουν περισσότερο στο κάθε τι μικρό που την ολοκληρώνει.

#### 4.1.3 Στάδιο ανάπτυξης, συνολική ζήτηση, και δυναμική της αγοράς:

Η απόφαση μελέτης και δημιουργίας της συγκεκριμένης μονάδας από ένα νέο εισερχόμενο στην τουριστική βιομηχανία πρόσωπο ήταν αποτέλεσμα της ανάγκης για την ένταξη στο τουριστικό κύκλο της Μεσσηνίας, μιας μονάδας η οποία θα ξεφεύγει από τα στερεότυπα του τουρισμού αναψυχής και θα προσφέρει στον καταναλωτή τουρίστα την δυνατότητα της επαφής με το θαύμα της φύσης και της ομορφίες της.

Σε ένα μεγάλο βαθμό είναι κάτι που σαφώς και λείπει από τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες του τόπου αυτού και έρχεται σε αντίθεση με την ζήτηση η οποία όλο ένα και αυξάνεται για την εξερεύνηση του πρωτογενή τομέα σε σχέση πάντα με την δυνατότητα της ξεκούρασης και της ανάγκης για ηρεμία και αποφυγή του άγχους της καθημερινότητας.



Χαρακτηριστικό απόσπασμα από την ιστοσελίδα του [visitgreece.gr](http://visitgreece.gr) αναφέρει :” Η φιλοσοφία του αγροτουρισμού βασίζεται κατ’εξοχήν στη διαπροσωπική, άμεση, ανθρώπινη σχέση μεταξύ του καοίκου και του

*ταξιδευτή ο οποίος σύντομα γίνεται ο φιλοξενούμενος φίλος.*

*Στην Ελλάδα, η αξιόλογη γεωφυσική ποικιλομορφία, οι ανεξάντλητοι φυσικοί πόροι, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και η παράδοση, συνθέτουν ένα σπάνιο μωσαϊκό παραστάσεων, εικόνων και εμπειριών δημιουργώντας έναν τόπο ευλογημένο. Εδώ οι λάτρεις του αυθεντικού, του ανεξερεύνητου, του ανεπιτήδευτου τουρισμού μπορούν να απολαύσουν ό,τι απλόχερα προσφέρει η φύση. “*

Αναλύοντας το παραπάνω απόσπασμα και παίρνοντας σαν παράδειγμα την έλλειψη της εναλλακτικής αυτής μορφής τουρισμού, αλλά και σύμφωνα με το γεγονός των τελευταίων χρόνων αναφορικά στο φαινόμενο «επιστροφή στη φύση» που κάνει συνεχώς περισσότερο νέο κόσμο να επιστρέφει στις επαρχίες είτε να τις επισκέπτεται για διακοπές, διαπιστώνεται εντονότερα η ανοδική πορεία σε κλίμακα της τουριστικής αυτής ζήτησης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

### 5.1 Ανάλυση Ανταγωνισμού και Ανταγωνιστών

Η ξενοδοχειακή μονάδα , της οποίας μελετώ την δημιουργία, προβλέπω πως θα καλεστεί να αντιμετωπίσει ένα ,μικρό βέβαια, πλήθος ανταγωνιστών, διότι η περιοχή στην οποία θα κατασκευαστεί είναι αρκετά ανεπτυγμένη τουριστικά. Αυτό συνεπάγεται τη δημιουργία κ άλλων τουριστικών μονάδων οι οποίες προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες και προϊόντα στους πελάτες τους. Πέρα όμως από αυτό έχει το πλεονέκτημα του ότι προσφέρει ένα πρωτότυπο είδος εναλλακτικού τουρισμού και σαφώς είναι κάτι που θα προσελκύσει ένα μεγάλο αριθμό του τουριστικού κοινού.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο τρόπος όπου αυτές παρουσιάζονται διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση πόσο μάλλον και από περιοχή σε περιοχή.

Το φαινόμενο του αγροτουρισμού που παρουσιάζουμε στην συγκεκριμένη περίπτωση, είναι κάτι που στην εποχή μας γνωρίζει τρομερή άνθιση αλλά παράλληλα και κάτι που πολλοί επιχειρηματίες φοβούνται να πράξουν σαν πρωτοπόρο βήμα. Αυτό θα πράξει η συγκεκριμένη επιχείρηση.

Συνεργαζόμενοι με τους γύρω δήμους ,με φορείς και επιχειρήσεις ολόκληρης της Μεσσηνίας πάνω στον αγροτικό-παραγωγικό τομέα, θα προσπαθήσουν όλα τα μέλη-στελέχη της τουριστικής αυτής μονάδας να φέρουν στο προσκήνιο τα τοπικά προϊόντα και τον πρωτογενή τομέα σαν συνέπεια.

Μελετώντας όλα τα παραπάνω η νέο σύστατη αυτή επιχείρηση μπορεί να κυριαρχήσει σε αυτό που καλείται να πραγματοποιήσει αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι εξαλείφονται όλες οι επιχειρήσεις οι οποίες μαίνονται και αυτές στην παροχή αξιόλογων υπηρεσιών στους τουρίστες καταναλωτές σε όμορφα μέρη και πάντα κοντά στην Μεσσηνιακή πρωτεύουσα αλλά και την συγκεκριμένη επιχείρηση.

Κάποιοι από τους βασικότερους ανταγωνιστές που καλείται να αντιμετωπίσει η ξενοδοχειακή μονάδα Bel Porto είναι οι παρακάτω.

## 5.2 Περιγραφή Ανταγωνιστών:

Οι άμεσες επιχειρήσεις που καλείται το Bel Porto να αντιμετωπίσει σαν ανταγωνιστές, οι οποίες παρέχουν διαμονή και ένα πλήθος αγαθών και υπηρεσιών είναι οι εξής :

- i. **Westin Resort Costa Navarino**(Πύλος) : Ξενοδοχείο 5 αστερών, 445 δωμάτια κ σουίτες, Αίθουσες εκδηλώσεων, Spa, Γήπεδο Γκολφ κ άλλες αθλητικές δραστηριότητες
- ii. **Sunrise Village Beach Hotel** (Πεταλίδι) : Ξενοδοχείο 4 αστερών, 252 Δωμάτια, Γυμναστήριο κ Spa
- iii. **GMP Bouka Resort Hotel** (Μεσσήνη) : Ξενοδοχείο 3 αστερών, 25 Δωμάτια, Spa
- iv. **Viva Mare Foinikounta** (Φοινικούντα) : Ξενοδοχείο 4 αστερών, 24 Δωμάτια, Bungalows , Πισίνα
- v. **Kleopatra Inn** (Μεσσήνη) : Ξενοδοχείο 2 αστερών, 35 Δωμάτια και Σουίτες

Το κάθε ξενοδοχείο ξεχωριστά δίνει έμφαση σε διαφορετικές υπηρεσίες οι οποίες θα προσελκύσουν τον κόσμο. Διαφέρουν λίγο πολύ όλα στην τιμή αναλόγως και με την ποιότητα των υπηρεσιών. Έχω επιλέξει διάφορους τύπους ξενοδοχείων που κρίνω πως θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως σημαντικοί ανταγωνιστές. Το πρώτο κοινό όλων των ξενοδοχείων είναι η κοντινή απόσταση που βρίσκονται στην επιχείρηση που δημιουργώ, που είναι πολύ σημαντικός παράγοντας.

Η κάθε επιχείρηση ξεχωριστά διαθέτει πλήθος παροχών και υπηρεσιών αναλόγως και με την τοποθεσία, αλλά σε αυτό διαφέρει η μονάδα Bel Porto διότι παρέχει άτι εντελώς διαφορετικό και εναλλακτικό στις υπηρεσίες της.

Σημαντικό στοιχείο, τέλος, είναι η διαμόρφωση της τιμής με το ανταγωνιστικά προσφερόμενο πακέτα διαμονής που θα προσφέρει η επιχείρηση σε συνεργασία με φορείς του νομού και με χορηγίες χρηματοδότησης τις οποίες θα επιχειρήσει να εντάξει.

### 5.3 Σχέδιο Μάρκετινγκ

#### **Στρατηγική Μάρκετινγκ της επιχείρησής σας:**

Η επιχείρηση δεν επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες ομάδες ηλικιών ή οικονομικής κατάστασης και κοινωνικής θέσης. Μελετώντας όλες τις πιθανές θέσεις θα επικεντρωθεί κυρίως:

- Στην προσέλκυση όλων των ηλικιών για τα άτομα που αναζητούν τον συνδυασμό παροχής υψηλών υπηρεσιών και χαμηλής συγκριτικά τιμής.
- Στην προώθηση του αγροτουριστικού φαινομένου μέσω της συνεχούς διαφήμισης μέσω φορέων και επιχειρήσεων και της παρουσίας της επιχείρησης.
- Στην ένταξη σε προγράμματα τουρισμού εσωτερικού και εξωτερικού μέσω κατάλληλων tour operator.

#### **Τοποθέτηση των προϊόντων / υπηρεσιών της επιχείρησής σας στην αγορά:**

Ιδρύοντας μια ξενοδοχειακή επιχείρηση για να γίνει η τοποθέτηση της στην αγορά θα χρειαστεί την άμεση μεσολάβηση των υπηρεσιών τουρισμού όπως είναι οι tour operator, η τουριστικοί κατάλογοι που διανέμονται από διάφορους φορείς, τα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού και ο ΕΟΤ .

Για την προώθηση αυτή σημαντικό ρόλο παίζει η κατάλληλη και πάντοτε σωστή διαφήμιση των προϊόντων και υπηρεσιών με σκοπό την σωστή ένταξη στην τουριστική αγορά.

#### **Περιγράψτε την τιμολόγηση των προϊόντων σας:**

Ο καθορισμός των τιμών των προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων της επιχείρησης “Bel Porto” θα γίνει όπως είναι φυσικό με βάση ορισμένους σημαντικούς παράγοντες αλλά και με την συμβολή του ΕΟΤ και τον καθορισμό της κατώτατης ανά τάξη τιμής που ορίζεται κάθε έτος από τον Γενικό Γραμματέα.

Οι παράγοντες που προαναφέρθηκαν είναι οι εξής.:

- Τιμολόγηση με βάση το κόστος και το περιθώριο κέρδους της επιχείρησης. Υπολογίζοντας δηλαδή το κόστος των προσφερόμενων αγαθών και το επιθυμητό κόστος ώστε να προκύψει η τελική τιμή.



- Τιμολόγηση σύμφωνα με τον παρόν ανταγωνισμό. Σχετίζοντα δηλαδή το προσφερόμενο προϊόν με το αντίστοιχο μια άλλης όποιας ή παρεμφερής επιχείρησης.
- Τιμολόγηση με βάση τη ζήτηση για το προσφερόμενο προϊόν της επιχείρησης. Η υψηλή ζήτηση δίνει το περιθώριο για την επίτευξη της υψηλότερης τιμής.
- Τιμολόγηση με βάση την πολιτική του marketing. Η υπάρχουσα τιμή να καλύπτει τον καταναλωτή σε σχέση με τις υπηρεσίες που λαμβάνει.

### **Ποια είναι η τιμολογιακή πολιτική σας:**

Η πολιτική τιμολόγησης της παρούσας επιχείρησης δεν διαφέρει από το κλασικό μοτίβο τιμολογιακής πολιτικής που ακολουθούν στον πλήθος τους οι επιχειρήσεις του κλάδου αυτού. Θα διαμορφωθεί με βάση το ότι το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύει αντιπροσωπεύει όλα τα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα και σύμφωνα με το ότι η χώρα βρίσκεται ακόμα υπό κλίμα οικονομικής πίεσης από την οποία πρέπει να προστατευτεί και να ανακάμψει, χρησιμοποιώντας το δυνατό της χαρτί το οποίο είναι ο τουρισμός.

Ο καθορισμός των τιμών χρίζει κάποιων σημαντικών κριτηρίων- παραγόντων :

- Υπολογισμός τιμής αλλά και κόστους, ταυτόχρονα, των προσφερόμενων υπηρεσιών και επιθυμητού κέρδους από αυτές
- Τιμολόγηση με βάση τις ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς. Βάσει πάντα κριτηρίων, σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών αυτών.
- Τιμολόγηση με βάση τη ζήτηση. Η ζήτηση είναι ο παράγοντας που καθορίζει την τελική τιμή κάποιου προϊόντος ή κάποιας υπηρεσίας. Διαπιστώνεται υψηλή ζήτηση, μπορεί να προσφερθεί υψηλή τιμή και ως αποτέλεσμα και το αντίθετο.
- Τιμολόγηση με βάση την θεωρία του marketing. Η τιμή πρέπει να αφήνει αίσθηση ικανοποίησης στον πελάτη για να λειτουργήσει θετικά στα κριτήρια επιλογής του την ερχόμενη φορά.

Τέλος, σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση των τιμών στην επιχείρηση “Bel Porto” θα παίξει ο καθορισμός της κατώτατης τιμής όπως αυτή διαμορφώνεται ανά τάξη, που ορίζεται κάθε χρόνο από την Γενική Γραμματεία του Ε.Ο.Τ

## **Περιγράψτε τους τρόπους διαφήμισης και προώθησης των προϊόντων σας:**

Η διαφήμιση του τουριστικού προϊόντος θεωρείτε ως εργαλείο-κλειδί του τουριστικού μάρκετινγκ και για την οποιαδήποτε επιχείρηση. Στον τουριστικό τομέα μπορούν να χρησιμοποιηθούν όλα τα μέσα προβολής και διαφήμισης, κάποια από τα οποία είναι τα εξής:

- ✓ Τηλεοπτικές διαφήμισης
- ✓ Προώθηση τουριστικού προϊόντος στο διαδίκτυο
- ✓ Ένθετα σε εφημερίδες, περιοδικά και τουριστικούς καταλόγους οργανισμών και επιχειρήσεων
- ✓ Διαφημιστικές μπροσούρες

## **5.4 Οικονομικό Σχέδιο**

### **5.4.1 Ανάλυση Ταμειακών Ροών:**

Η κατάσταση των ταμειακών ροών παρουσιάζει και αναλύει τη δυνατότητα της επιχείρησης να παράγει ταμειακά διαθέσιμα από την δραστηριότητα της, τις πηγές χρηματοδότησης που χρησιμοποίησε, καθώς και την χρήση των χρηματικών πόρων που έκανε σε ένα συγκεκριμένο χρονικά διάστημα.

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

- Την δυνατότητα να “παράγει” ταμειακά διαθέσιμα και ταμιακά ισοδύναμα από την δραστηριότητά της.
- Την δυνατότητα να παράγει μελλοντικές ταμειακές ροές ή την πιθανότητα να αντιμετωπίσει ταμειακή ανεπάρκεια στο μέλλον.
- Την χρήση των ταμιακών 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.

Τα στοιχεία που πρέπει να υπάρχουν διαθέσιμα για την κατάρτιση των ταμειακών ροών είναι :

1. Ισολογισμός δύο συνεχόμενων χρήσεων-περιόδων
2. Αποτελέσματα Χρήσης δύο συνεχόμενων χρήσεων-περιόδων
3. Πληροφορίες που επηρεάζουν τις Ταμειακές Ροές αλλά δεν εμφανίζονται αναλυτικά στις παραπάνω καταστάσεις, όπως:
  - Μεταβολές παγίων (αγορές – πωλήσεις)
  - Αγορά-πώληση Χρεογράφων
  - Έκδοση/ Εξόφληση Ομολογιακού Δανείου
  - Ανάλυση / Εξόφληση Δανείου
  - Μεταβολή Μετοχικού κεφαλαίου
  - Πληρωμή Μερισμάτων
  - Αποσβέσεις
4. Καθώς και οποιαδήποτε άλλη συναλλαγή εμπεριέχει εισροή ή εκροή και δεν αναλύεται στις ετήσιες καταστάσεις.

Με το ξεκίνημα της επιχείρησης θα συλλέξουμε στοιχεία τα οποία θα μελετηθούν και θα συνταχθούν με το πέρας του 1<sup>ου</sup> τριμήνου λειτουργίας της.

#### **5.4.2 Λειτουργικές Ταμειακές Ροές**

Όλα τα ποσά τα οποία παρατίθενται στην συνέχεια είναι πλασματικά και όχι ακριβή.

Αφορούν το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης και προκύπτουν μέσα από πιθανά σενάρια συγκριτικά με μελέτες πάνω σε επιχειρηματικά πλάνα ξενοδοχειακών μονάδων και επιχειρήσεων παρόμοιας εμβέλειας

<b>ΕΙΣΡΟΕΣ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>
Εισπράξεις από πελάτες	800.140,40	Οι τιμές είναι πλασματικές και υπολογίζονται βάση του κόστους διαμότης και τις τιμές των δωματίων και των υπηρεσιών.
Εισπράξεις από λοιπές υπηρεσίες	70.000	Υπολογίζονται βάση του ποσοστού επί της διαφήμιση για κάθε επιχείρηση που συνεργάζεται η μονάδα.
<b>ΕΚΡΟΕΣ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>
Πληρωμές προμηθευτών	2.300	Πλασματικό ποσό πληρωμής προμηθευτών της επιχείρησης.
Πληρωμές εργαζομένων	162.000	Υπολογίζονται με βάση τον κατώτατο μισθό που ορίζεται από τον νόμο.
Πληρωμές τόκων	--	Υπολογίζονται σύμφωνα με τα

		αποτελέσματα χρήσης των κεφαλαίων.
Πληρωμές φόρων	επί της επικρατο σας φορολογικής ισχύος.	Διαμορφώνεται με πολοπλασιασμό x23%.
Πληρωμές λειτουργικών εξόδων	25.800	Τηλεφωνία, ρεύμα, νερό, κλπ.

#### 5.4.3 Επενδυτικές ταμειακές ροές :

ΕΚΡΟΕΣ	ΠΟΣΟ	ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ
Πληρωμές για αγορές παγίων	125.000	Πλασματικό ποσό για την αγορά παγίων συγκριτικά με παραδείγματα άλλων επιχειρήσεων.

#### 5.4.4 Προϋπολογισμοί Έναρξης

Μεσα από μια έρευνα αγοράς και αναζητώντας πληροφορίες σχετικά με τα επίπεδα στα οποία κυμένεται η πώληση τέτοιων κτηρίων-μονάδων αλλά κ η κατασκευή

παρόμοιων επιχειρήσεων, καταλήξαμε στο γεγονός πως η πιθανότερη δαπάνη θα πλησιάζει το ποσό των 122000 €.

Μοιράζοντας το ποσό αυτό στα αναγκαία έξοδα τα οποία είναι απαραίτητα δημιουργήθηκε ο παρακάτω πίνακας.

<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ</b>
Κόστος Προσωπικού (προ έναρξης)	7.800	Πλασματικό κόστος προσωπικού για την έναρξη της επιχείρησης.
Αμοιβές συνεργείων και δαπάνες υλικών	222.000	Συνολικό κόστος έναρξης μονάδας.
Νομικές και άλλες επαγγελματικές αμοιβές	22.300	Άδεια λειτουργίες και νομικές συμβουλές.
Ενοίκια και άλλες δαπάνες επαγγελματικής στέγης	-	Η μονάδα δημιουργείται από το 0. Άρα δεν υπολογίζεται κόστος ενοικίου
Εξοπλισμούς	-	Το ποσό θα υπολογιστεί επί των προσφορών για τον εξοπλισμό του ξενοδοχείου και με την χρήση επιδοτήσεων γι αυτόν.
Υλικά Συσκευασίας, εφόδια, είδη γραφείου	2.800	Γραφική ύλη μονάδας.
Δαπάνες για ενέργεια, τηλέφωνα, νερό κλπ	1.280	Ποσό έναρξης αδειών και λοιπών εξόδων για την

		λειτουργία της μονάδας από τις δημόσιες επιχειρήσεις.
Ασφάλιση μέχρι να ανοίξει η επιχείρηση	72.00	Ασφάλεια ξενοδοχειακής μονάδας.
Προβολή και διαφήμιση	830.00	Προβολή επιχειρήσεις μέσω άλλων επιχειρήσεων

Όλα τα ποσά που προ αναφέρονται επίκεινται σε πλασματικούς αριθμούς και υπολογισμούς διότι και η εργασία χαρακτηρίζεται αποκλειστικά εκπαιδευτικού περιεχομένου.

Συμπεριλαμβάνονται πλασματικά έξοδα αλλά και έξοδα με γνώμονα πως η επιχείρηση θα λειτουργεί πλήρως 10 μήνες τον χρόνο και τα κόστος θα υπολογίζονται βάση νόμου (όπως π.χ. μισθοί, λειτουργικά έξοδα, κλπ.)

#### 5.4.5 Χρηματοδότηση:

Σε μια εποχή όπου δραστηριοποιούνται νέοι επιχειρηματίες και μπαίνουν στην διαδικασία ένταξης στην αγορά νέων μεθόδων, νέων επιχειρήσεων και τεχνολογιών, το κράτος ενισχύει τα παραπάνω βήματα με επιχορηγήσεις οι οποίες ερμηνεύονται και ως ένα ακόμα παραπάνω θέλημα για την παρουσία περισσότερων νέων κινήσεων στην αγορά.

Πέρα λοιπόν από τους “Έν Δυνάμει” χρηματοδότες όπου μιλάμε για φυσικά πρόσωπα τα οποία όχι μόνο μπορούν να χρηματοδοτούν με κεφάλαια νέες καινοτόμες επιχειρήσεις αλλά συμμετέχουν και ενεργά στην πορεία της επιχείρησης, θέτονται συχνά σε ισχύ προγράμματα και επιδοτήσεις οι οποίες σπρώχνουν τις νέες επιχειρήσεις στην γρηγορότερη αλλά και ασφαλή ένταξη τους στην αγορά. Για τον λόγο αυτό μπορούμε ξεκάθαρα να δούμε ότι με την βοήθεια της Ευρωπαϊκής ένωσης, η οποία στηρίζει τους νέους αλλά και όχι μόνο επιχειρηματίες και τις επιχειρήσεις μ’ ένα ευρύ φάσμα προγραμμάτων, παρέχοντας δάνεια, εγγυήσεις, επιχειρηματικά κεφάλαια και άλλους τρόπους μετοχικής χρηματοδότησης,

μπαίνουν σε λειτουργία προγράμματα, στα οποία μπορεί να απευθυνθεί η παραπάνω επιχείρηση, όπως για παράδειγμα είναι τα προγράμματα:

- ✓ “Ορίζοντας 2020” (Πρόγραμμα το οποίο αφορά την έρευνα και την καινοτομία για την χρονική περίοδο 2014-2020) και
- ✓ “Cosme” ( Πρόγραμμα το οποίο αφορά την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και των ΜΜΕ για την περίοδο 2014-2020)

Κάποια επίσης , άλλα προγράμματα τα οποία μπαίνουν σε ισχύ σε τακτά χρονικά διαστήματα είναι προγράμματα τα οποία προσφέρουν ενίσχυση σε “Νέους Επιχειρηματίες”, χρηματοδοτήσεις για την “Γυναικεία επιχειρηματικότητα” κ.α.

Όλες οι νέες χρηματοδοτήσεις διαπιστώνεται ότι :

- ✓ Ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα της χώρας
- ✓ Προωθούν την καινοτομία
- ✓ Δίνουν έμφαση στις νέες τεχνολογίες και δραστηριότητες και
- ✓ Ενισχύουν την νεανική επιχειρηματικότητα

## 5.5. Ανάλυση Κινδύνων

- Οικονομικοί κίνδυνοι (π.χ. έλλειψη πόρων-πηγών)
- Τεχνολογικοί κίνδυνοι (π.χ. στην διαδικασία παραγωγής ή στα συστήματα πληροφορικής και επικοινωνίας).
- Πολιτικοί κίνδυνοι (π.χ. αλλαγή πολιτικού σκηνικού).
- Κοινωνικοί κίνδυνοι (π.χ. κουλτούρα ήθη, έθιμα κλπ).
- Νομικοί κίνδυνοι
- Πιθανή ζημιά ή απώλεια των εργαλείων, του αποθέματος, των εγκαταστάσεων.
- Απώλεια πελατών, λόγω του ανταγωνισμού.
- Απώλεια υπαλλήλων.
- Απώλεια ενός σημαντικού προμηθευτή.
- Απώλεια ενοικίου και ανάγκη ανεύρεσης νέας τοποθεσίας και εγκατάστασης.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- “Διαφήμιση”, Γιώργος Χ. Ζώτος, Θεσσαλονίκη 2008, University Studio Press
- “Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού”, Μανώλης Κων. Σφακιανάκης, Αθήνα 2007, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ
- “Front Office Management”, Νίκος Θεοχάρης, Αθήνα 2007, Εκδόσεις ΠΡΟΠΟΜΠΙΟΣ
- “Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία”, Γ.Θ. Χατζηκωνσταντίνου - Η.Ι. Γωνιαδης, Αθήνα 2009, Εκδόσεις GUTENBERG
- “Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ”, Ευγένιος Φραγκιαδάκης, Ρέθυμνο 2004, Εκδόσεις Γραφοτεχνική Κρήτης Α.Ε.Ε
- “ Στρατηγικό Μάνατζμεντ”, Γιώτα Σ. Παπακωνσταντίνου – Νεκτάριος Γ. Σμυρνής – Θεόδωρος Γ. Ανδρουτσόπουλος – Παναγιώτης Ν. Νικολόπουλος, Αθήνα 2011, Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
- “Επιτομή Τουριστικού Δικαίου”, Αντωνία Ευθυμιάτου-Πουλάκου, Αθήνα-Κομοτηνή 2006, Εκδόσεις ANT. Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ

## **LINKS - ΠΗΓΕΣ**

- [www.dingo.gr](http://www.dingo.gr)
- [www.startupgreece.gov.gr](http://www.startupgreece.gov.gr)
- [www.teith.gr](http://www.teith.gr)
- [www.tharrosnews.gr](http://www.tharrosnews.gr)
- [www.getbusy.gr](http://www.getbusy.gr)
- [www.epoxes.gr](http://www.epoxes.gr)
- [www.partners-network.com](http://www.partners-network.com)
- [www.gargalianoionline.gr](http://www.gargalianoionline.gr)
- [www.teinwest.gr](http://www.teinwest.gr)
- [www.agrotourismos.gr](http://www.agrotourismos.gr)
- [www.traveldailynews.gr](http://www.traveldailynews.gr)
- [www.mfa.gr](http://www.mfa.gr)

[www.agroxenia.gr](http://www.agroxenia.gr)

epixeirein.gr

nemertes.lis.upatras.gr

Greece.terrabook.com

Analipsis\_news.blogspot.com

Beneas13.blogspot.gr

Radia936.blogspot.gr/2014/11/blog-spot\_59.html

Nimaproptie.gr

Neoakinito.gr

Hellashouse.gr

Xenones.gr

Sotiriskefalas.net

Pantazakou.pdf

Wikipedia

Kalamatain.gr

Google.com

Kathimerini.gr