

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ  
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ  
ΧΩΡΙΟ ΓΛΥΚΟΥΖΙ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ-  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ : ΛΕΡΙΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ  
ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ - 2015**



Εικόνα 1.1: Αγροτουριστική μονάδα στο Darjeeling

(Πηγή: [http://www.tripadvisor.in/LocationPhotos-g304557-d1179216-Samthar Farm House-Darjeeling West Bengal.html](http://www.tripadvisor.in/LocationPhotos-g304557-d1179216-Samthar_Farm_House-Darjeeling_West_Bengal.html))

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τις τελευταίες δεκαετίες ένα ιδιαίτερα ανησυχητικό φαινόμενο παρατηρήθηκε στην Ελλάδα: Η σταδιακή εγκατάλειψη της υπαίθρου ιδιαίτερα από το πιο δυναμικό της τμήμα, τους νέους, οι οποίοι αναγκάζονταν να εγκαταλείπουν τα μέρη στα οποία γεννήθηκαν και να επιλέγουν να ζήσουν στα μεγάλα αστικά κέντρα προκειμένου να μπορούν να βρουν εργασία. Αυτό είχε πολλές αρνητικές επιπτώσεις και οδήγησε σε μαρασμό μεγάλα τμήματα της ελληνικής περιφέρειας.

Προέκυψε λοιπόν ως επιτακτική ανάγκη η εύρεση λύσεων καθώς και η αλλαγή του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπιζόταν η ύπαιθρος έως τότε. Έτσι οδηγηθήκαμε στην αναγνώριση των ιδιοτήτων των τοπικών κοινωνιών καθώς και στην ανάγκη προώθησης της τοπικής ανάπτυξης με σεβασμό προς το περιβάλλον και τα οικοσυστήματα. Πλέον η αγροτική ανάπτυξη σε συνδυασμό με το ‘πράσινο’ κίνημα της εποχής μας συνδέεται με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, και ένα από τα πλέον δυναμικά τμήματα αυτής της αναπτυξιακής προσπάθειας αποτελούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί ένα από τα βασικότερα μέσα με τα οποία η παρηκμασμένη σε πολλά μέρη ελληνική ύπαιθρος μπορεί να αναγεννηθεί και να αναπτυχθεί χωρίς να υπάρξουν τρομακτικές επιπτώσεις στο περιβάλλον. Μέσω του οικοτουρισμού προωθείται η απασχόληση των τοπικών κοινωνιών, αυξάνεται το εξωγεωργικό εισόδημα και αποτρέπεται η εγκατάλειψη. Δίνει τη δυνατότητα σε νέους επιχειρηματίες να αναπτύξουν επιχειρήσεις οι οποίες με τη σειρά τους συμβάλλουν ακόμα περισσότερο στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινωνιών με νέες θέσεις εργασίας, προώθηση των τοπικών προϊόντων και αειφόρο ανάπτυξη. Τέλος συμβάλλει στην αντιμετώπιση ενός από τα σημαντικότερα προβλήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, του προβλήματος της εποχικότητας.



Εικόνα 1.2: Αγροτουριστική μονάδα

(Πηγή: <http://www.athinorama.gr/travel/totalguides/agricultural/>)

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία μου θα παρουσιάσω τις βασικές αρχές του οικοτουρισμού, μια ιστορική αναδρομή του κινήματος παγκοσμίως, τα σημερινά δεδομένα και τις προοπτικές περαιτέρω εξέλιξης του. Στη συνέχεια θα παρουσιάσω ένα επιχειρηματικό πλάνο μιας επιχείρησης που θα πρεσβεύει τις αρχές του οικοτουρισμού και ο σκοπός του θα είναι ο εξής:

Ο σκοπός του θέρετρου «Γλυκορίζι Eco-Village Resort» είναι να ιδρύσει το πρώτο οικολογικό θέρετρο-χωριό στην περιοχή της Πελοποννήσου. Η εταιρία θα διαφοροποιηθεί από την πλειοψηφία των Ελληνικών ξενοδοχείων και θέρετρων με την αποστολή της για την περιβαλλοντολογική και την κοινωνική αειφορία. Η διευθυντική ομάδα θα μείνει σε αυτό το θέρετρο και θα προσπαθήσει να δημιουργήσει έναν τόπο για αξέχαστες διακοπές, όπου οι άνθρωποι που θέλουν να το επισκεφθούν, θα καταλάβουν και θα μάθουν τη σημασία του να φροντίζεις το περιβάλλον και να μπορείς να μάθεις πως είναι η ζωή στην ύπαιθρο (επαρχία).

Οι στρατηγικές σχεδιασμού και πραγματοποίησης θα μειώσουν την αρνητική επιρροή του θέρετρου στο περιβάλλον, ενώ εμείς θα προσπαθήσουμε να μεγιστοποιήσουμε τη θετική επιρροή για τις τοπικές κοινωνίες. Επί πλέον, για να κρατηθούμε ψηλότερα από τους ανταγωνιστές, οι οποίοι είναι σημαντικοί, η εταιρία πρέπει να δημιουργήσει σημαντικές βελτιώσεις και πρόοδο με το να έχει : συνεργασία με την τοπική κοινωνία, επαφή με τους πελάτες, στρατολόγηση, διαφάνεια.

# **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ-ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ (σελ. 5-6)**

- 1.i. ΜΟΡΦΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΣΥΝΑΦΗ ΕΙΔΗ (σελ.7-8)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ (σελ. 8)**

- 2.i. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ (σελ. 8)**
- ii. ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (σελ. 9-10)**
- iii. ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ (σελ. 10-11)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 3: BUSINESS PLAN-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (σελ. 11)**

- 3.i. ΣΤΟΧΟΙ ΘΕΡΕΤΡΟΥ (σελ. 11)**
- ii. ΚΛΕΙΔΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ (σελ. 11)**
- iii. ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ (σελ. 12-13)**
- iv. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΝΑΡΞΗΣ (σελ. 13-14)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (σελ. 14-19)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΑΓΟΡΑ (σελ. 20)**

- 5.i. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ (σελ. 20)**
- ii. ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΥΞΗΣΗ (σελ. 20)**
- iii. ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ (σελ. 21)**
- iv. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ (σελ. 22)**
- v. ΚΕΡΔΟΣ ΑΓΟΡΑΣ (σελ. 22-23)**
- vi. ΤΜΗΜΑΤΑ ΑΓΟΡΑΣ (σελ. 24-25)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ (σελ. 25)**

- 6.i. PEST Analysis (σελ. 25-26)**
- ii. SWOT Analysis, ΔΥΝΑΜΗ (Πλεονεκτήματα), ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ, ΑΠΕΙΛΕΣ (σελ. 26-27)**

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 7: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ (σελ.27)**

- 7.i. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING (σελ. 27)**
- ii. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ (σελ. 27-28)**
- iii. ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ (σελ. 28-29)**
- iv. ΠΡΟΩΘΗΣΗ (σελ. 29)**
- v. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ INTERNET MARKETING (σελ. 29-30)**

- vi. ΣΥΜΠΛΕΓΜΑ ΣΧΕΣΕΩΝ (σελ. 30)
- vii. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ (σελ. 30-31)
- viii. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (σελ. 31)
- ix. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (σελ. 31)
- x. ΑΠΟ ΣΤΟΜΑ ΣΕ ΣΤΟΜΑ (σελ. 31)
- xi. ΤΟΠΟΣ (σελ. 32)
- xii. PHYSICAL EVIDENCE (Φυσικό-Σωματικό Στοιχείο) (σελ. 32)
- xiii. ΑΝΘΡΩΠΟΙ (σελ. 32-33)
- xiv. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ (σελ. 33)

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 8: ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟ MANAGEMENT (σελ. 33-34)**

- i. ΣΧΕΔΙΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (σελ. 34)
- ii. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ (σελ. 35)
- iii. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (σελ. 35-37)
- iv. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (σελ. 38-39)

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 9: ΕΙΣΟΤΙΜΙΑ (σελ. 40)**

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 10: ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΩΤΑ 5 ΧΡΟΝΙΑ (σελ. 41)**

- 10.i. ΧΡΗΜΑΤΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ (σελ. 42-44)
- ii. ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ (σελ. 44-52)

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 11: BUSINESS RATIOS (σελ. 53)**

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 12: ΠΗΓΕΣ (Αναφορές) (σελ. 54-55)**

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η πρόθεση αυτής της εργασίας και του επιχειρηματικού πλάνου είναι να μας δώσει τη δυνατότητα να προωθήσουμε τον οικοτουρισμό με το να φέρνουμε ανθρώπους από διαφορετικές χώρες, πολιτισμούς και τρόπους ζωής σε ένα τέλειο φυσικό περιβάλλον ώστε να μπορούν να αντιληφθούν οι ίδιοι τη φύση και τις ομορφιές της. Επί πλέον θα αντιληφθούν πώς να χρησιμοποιούν τη γη και τα ζώα, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για προσωπική κατανάλωση και να δημιουργήσει ένα τέλειο παράδειγμα μιας βιώσιμης και αυτοσυντηρούμενης κοινωνίας, αλλά θα είναι ταυτόχρονα και πόλος έλξης για τους τουρίστες.

Η αποστολή μας είναι να δημιουργήσουμε και να αναπτύξουμε ένα Οικολογικό χωριό-θέρετρο στην περιοχή της Πελοποννήσου, το οποίο θα έχει επίσης τη δυνατότητα να φιλοξενεί καλεσμένους για μικρό χρονικό διάστημα. Επί πλέον, είμαστε πολύ πρόθυμοι να μοιραστούμε τη γνώση μας και την εμπειρία μας για περισσότερα οικοτουριστικά χωριά, τα οποία ίσως έχουν όμοιες ή διαφορετικές ιδέες για να διατηρήσουν το όμορφο φυσικό περιβάλλον της Ελλάδας για τις μελλοντικές γενιές.

Ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, η οικολογία, το «θαυμαστό ύπαιθρο» και ο σεβασμός στην ανθρωπότητα και στις ανάγκες του : απλότητα, αρμονία, καθαρός αέρας, ζεστή φιλοξενία, ήρεμη ατμόσφαιρα, σπιτικό φαγητό, είναι η Αποστολή του θέρετρου «Γλυκορίζι Eco-Village Resort». Ελπίζουμε να προσελκύσουμε και να διατηρήσουμε πελάτες. Όταν είμαστε προσηλωμένοι σε αυτό, όλα τα άλλα θα συμβούν φυσιολογικά. Οι υπηρεσίες μας θα ξεπεράσουν τις προσδοκίες των πελατών μας.

Ελπίζουμε να περιγράψουμε το Γλυκορίζι κατά τέτοιο τρόπο ώστε πραγματικά να κατανοήσετε και να εκτιμήσετε το πώς θα είναι η παραμονή σας στο Οικολογικό μας θέρετρο-χωριό. Δε θα νιώθετε σα να μένετε σε ένα ξενοδοχείο. Θα νιώθετε σα να είστε μέλος μιας μικρής κοινωνίας στην ύπαιθρο.

Το στυλ των εξοχικών μας σπιτιών είναι απλό και γοητευτικό. Όλα τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι φυσικά (πολλά από τα μεμονωμένα πέτρινα σπίτια πράγματι ενσωματώνουν στην πλευρά του βουνού σαν εσωτερικός τοίχος) και τα έπιπλα – χειροποίητα από ντόπιους και αναπαλαιωμένες αντίκες έχουν επιλεγεί για να ταιριάζουν.

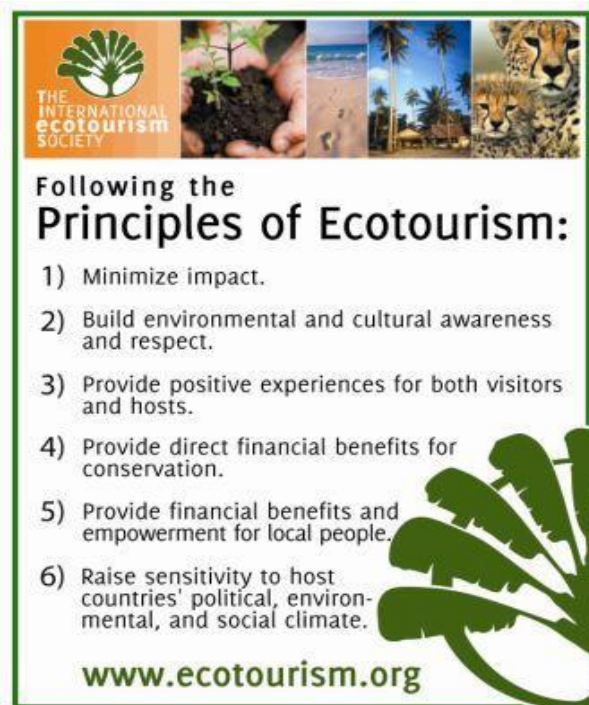
Δεν προσφέρουμε εικοσιτετράωρες υπηρεσίες δωματίου, γυμναστήριο ή πισίνα. Αντί αυτού θα βρείτε την πολυτέλεια της απέραντης γαλήνης και ησυχίας, δροσερό και καθαρό αέρα και τους καθησυχαστικούς ήχους της φύσης.

## **1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ**

Ο Οικοτουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού (σε φυσικές και ανέγγιχτες από τον άνθρωπο περιοχές) που περιλαμβάνει ενεργή δράση για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος καθώς και άμεσα πλεονεκτήματα για τις τοπικές κοινωνίες και κουλτούρες. Επίσης παρέχει στους συμμετέχοντες μια ολοκληρωμένη, θετική και εκπαιδευτική εμπειρία (Roberts, Hall, 2001, p. 15). Είναι ο περιβαλλοντικά υπεύθυνος τουρισμός και η επίσκεψη σε φυσικές περιοχές, που αποσκοπεί στην απόλαυση και εκτίμηση της φύσης(και των πολιτισμικών στοιχείων του παρόντος και του παρελθόντος) ο οποίος προάγει τη διατήρηση της φύσης, έχει χαμηλή επίδραση επισκεπτών και παρέχει χρήσιμη και ενεργή κοινωνικο-οικονομική ανάμιξη των τοπικών πληθυσμών.

Οι βασικές αρχές του οικοτουρισμού μπορούν να παρουσιαστούν συνοπτικά ως εξής :

- Ελαχιστοποίηση των επιδράσεων στο τοπικό περιβάλλον.
- Ανάπτυξη της περιβαλλοντικής και πολιτισμικής ευαισθητοποίησης και του σεβασμού απέναντι στη φύση.
- Η δημιουργία θετικών και πρωτόγνωρων εμπειριών τόσο για τον επισκέπτη όσο και για τον επαγγελματία.
- Η δημιουργία συνθηκών οικονομικής ανάπτυξης και εύρεσης πόρων, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων θα πρέπει να διατίθεται για την προστασία του τοπικού περιβάλλοντος.
- Η στήριξη των τοπικών πληθυσμών.



Εικόνα 1.3:Οι αρχές του οικοτουρισμού

(Πηγή: <http://www.gaiadiscovery.com/purpose/>)

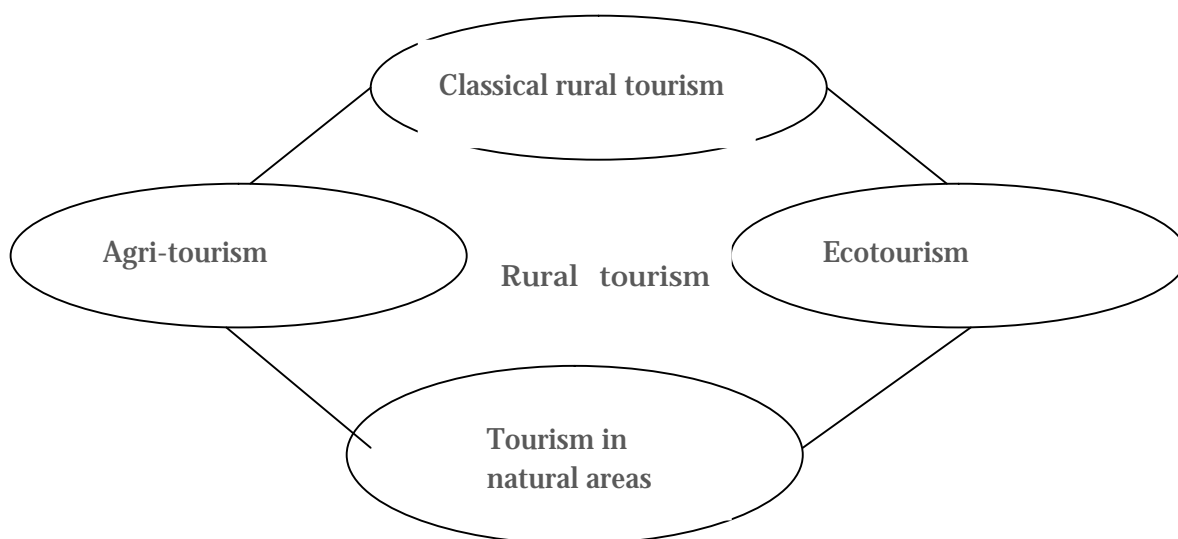
## 1.i. ΜΟΡΦΕΣ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΣΥΝΑΦΗ ΕΙΔΗ

Ο όρος <<οικοτουρισμός>> πολλές φορές συγχέεται με μια μεγάλη ποικιλία εναλλακτικών τουριστικών δραστηριοτήτων σε περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος-αγροτικές περιοχές, οι οποίες έχουν παρόμοιο ή και συμπληρωματικό χαρακτήρα. Όλες αυτές οι μορφές μπορούν να παρουσιαστούν συνοπτικά ως εξής :

- Τουρισμός υπαίθρου: Είναι η μορφή τουρισμού στην οποία εκτός από τη διαμονή περιλαμβάνονται και δραστηριότητες των τουριστών στην ύπαιθρο και σε μέρη ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Οι δραστηριότητες αυτές σχετίζονται με το ορεινό και παράκτιο περιβάλλον και πραγματοποιούνται σε κατασκηνώσεις με σταθερές εγκαταστάσεις η και σε camping. Καθοριστικό στοιχείο αυτής της μορφής τουρισμού είναι ότι οι τουρίστες οι οποίοι την επιλέγουν είναι φυσιολάτρες και επιθυμούν να γνωρίσουν τον τόπο διαμονής τους και το περιβάλλον του διαμένοντα στην ύπαιθρο και όχι σε κάποιο οργανωμένο κατάλυμα. (Λαγός, 2005).
- Γαστριμαργικός τουρισμός: Μορφή τουρισμού μεγάλο μέρος της οποίας είναι η γευσιγνωστική διαδικασία η οποία συνδέεται άμεσα με τα τοπικά παραγόμενα παραδοσιακά προϊόντα.
- Περιηγητικός τουρισμός: Είναι μια μορφή τουρισμού η οποία εκδηλώνεται σε μέρη με πλούσια πολιτιστική παράδοση και ωραίο φυσικό και δομημένο περιβάλλον, κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες κινούνται αυτόνομα.(Λαγός, 2005).
- Πολιτιστικός τουρισμός: Είναι μια μορφή τουρισμού βασικό χαρακτηριστικό της οποίας είναι η επιθυμία των τουριστών να βιώσουν εμπειρίες και να γνωρίσουν εκφάνσεις και στοιχεία του υλικού και πνευματικού πολιτισμού του μέρους το οποίο επισκέπτονται όπως μνημεία, χειροτεχνήματα, έθιμα, πολιτιστικές δραστηριότητες κλπ.(Λαγός, 2005). Μέσα από αυτή τη μορφή τουρισμού ενισχύεται η προσπάθεια αναβίωσης και προβολής πολλών διαφορετικών στοιχείων της τοπικής παράδοσης και επιδιώκεται η σύνδεση όλων αυτών των στοιχείων με την ιστορική διαδρομή της περιοχής, μια ενίσχυση της τοπικής ταυτότητας καθώς και την προβολή της διαφορετικότητας της (Λαγός, 2005).
- Ορεινός τουρισμός: Είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι κύριες τουριστικές δραστηριότητες είναι η φυσιολατρία, η υγεία καθώς και η γνωριμία με τον αγροτικό πολιτισμό (Λαγός 2005). Όλες αυτές οι δραστηριότητες λαμβάνουν χώρα σε ορεινούς όγκους και έχουν παράδοση αιώνων (Λαγός, 2005).
- Πράσινο τουρισμός : Περιγράφει μορφές τουρισμού οι οποίες είναι πολύ πιο φιλικές προς το περιβάλλον από τις παραδοσιακές, μαζικές μορφές του. Πολλές φορές συνδέεται η περιγράφεται και με τους εξής όρους : <<Εναλλακτικός>> (Roberts, Hall, 2001 αναφέρονται σε Butler, 1990) <<Υπεύθυνος>> (Roberts, Hall, 2001 αναφέρονται σε Wood and House, 1991) <<Μη παρεμβατικός>> (Roberts, Hall, 2001 αναφέρονται σε Slee, 1998) <<Νέος>> (Roberts, Hall, 2001 αναφέρονται σε Poon, 1993). Είναι δηλαδή



μια προσέγγιση στην τουριστική ανάπτυξη η οποία επιδιώκει να αναπτύξει μια συμβιωτική σχέση (Roberts, Hall, 2001 αναφέρονται σε Budowski, 1976) με το φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται και επιδιώκει να επιτύχει αειφορία.



Εικόνα 1.4 Σύνδεση μεταξύ αγροτουρισμού και παρεμφερών ειδών

(Πηγή : <http://www.avacongress.net/pdf/151.pdf>)

## 2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

### 2.1. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ

Μετά το τέλος του Β παγκοσμίου πολέμου ο τουρισμός ως κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο γνώρισε ραγδαία ανάπτυξη και απέκτησε τόσο οργανωμένη όσο και μαζική μορφή. Ο μαζικός τουρισμός (mass tourism), μία από τις τρεις γενικές μορφές τουρισμού, περιλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα τουριστών, οι οποίοι ταξιδεύουν με σκοπό κυρίως την ξεκούραση και τη διασκέδαση (Λαγός, 2005). Βασικό χαρακτηριστικό του μαζικού τουρισμού είναι η βιομηχανοποίηση και τυποποίηση του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος. Η έκρηξη του τουρισμού οφείλεται σε μία σειρά από παράγοντες οι οποίοι μπορούν να παρουσιαστούν συνοπτικά ως εξής:

- Ραγδαία ανάπτυξη των συγκοινωνιών και όλων των μεταφορικών μέσων.
- Αύξηση των ημερών πληρωμένων διακοπών.
- Αύξηση των εισοδημάτων των εργαζομένων με παράλληλη μείωση του κόστους πολλών τουριστικών προϊόντων.

- Άνοδος του μορφωτικού επιπέδου των πολιτών καθώς η τουριστική δραστηριότητα του μέσου ανθρώπου αυξάνεται όσο αυξάνεται το μορφωτικό του επίπεδο.
- Είσοδος στην τουριστική αγορά ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας καθώς και γενικότερη διείσδυση του τουριστικού προϊόντος σε κοινωνικές ομάδες οι οποίες δεν είχαν πρόσβαση σε αυτό τα προηγούμενα χρόνια. (π.χ. άτομα με ειδικές ανάγκες).
- Η αναγνώριση του τουριστικού προϊόντος ως ένα απαραίτητο κοινωνικό αγαθό με επακόλουθη στήριξη και προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης εκ μέρους της πολιτείας, η οποία κατέστησε το τουριστικό προϊόν προσβάσιμο σε όλους.
- Η ευρεία εμπορευματοποίηση του τουριστικού προϊόντος και η εφαρμογή του marketing στην προσπάθεια των επιχειρήσεων να αυξήσουν τους πελάτες τους.
- Η αύξηση των κοινωνικών, οικογενειακών, ατομικών αναγκών και των ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων και συμπλεγμάτων που ωθούν τους ανθρώπους να κάνουν τουρισμό, οι οποίοι ζώντας κυρίως σε αστικά κέντρα με το πρότυπο της κυψελοειδούς ζωής, καταπιέζονται και ασφυκτιούν και η μόνη διέξοδος τους είναι να αναζητήσουν, μέσω του τουρισμού, την ελευθερία τους στην εξοχή, στη θάλασσα, στα βουνά, στις ρίζες τους, στο παρελθόν τους, για να βρουν την πνευματική και σωματική τους ισορροπία. Οδηγηθήκαμε λοιπόν σε μια άνευ προηγουμένου ανάπτυξη και εδραίωση της τουριστικής βιομηχανίας.

## **2.ii. ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Όλη αυτή η γιγάντωση είχε και πολλές αρνητικές επιπτώσεις. Άναρχη και ανεξέλεγκτη εξάπλωση οδήγησε πολλές φορές σε εκφυλισμό και διαστρέβλωση των βασικών αρχών του τουρισμού ο οποίος κατέληξε πολλές φορές να ταυτίζεται με υπερβολική συγκέντρωση τουριστών σε ένα τόπο για μια συγκεκριμένη περίοδο με αρνητικές επιπτώσεις στο φυσικό, κοινωνικό και δομημένο περιβάλλον πολλών περιοχών με αποτέλεσμα τη δημιουργία σοβαρών οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών προβλημάτων, ιδιαίτερα για τους τοπικούς πληθυσμούς των περιοχών αυτών.

Έτσι οδηγηθήκαμε, περί τα τέλη της δεκαετίας του 1960 στην αμφισβήτηση του μαζικού τουρισμού καθώς και μια γενικότερη στροφή τόσο στο κίνητρο των τουριστών όσο και στις πολιτικές των αρμόδιων φορέων (Καραβασίλη, 2010 αναφέρεται σε Αϊβατζίδου-Κωστοπούλου, 2005). Αυτό ακριβώς το γεγονός που οδήγησε στην εμφάνιση τουριστικών προϊόντων τα οποία ήταν πιο φιλικά προς το φυσικό περιβάλλον, πιο παραδοσιακά και προσέφεραν στον πελάτη-τουρίστα μια πιο ολοκληρωμένη και φυσική εμπειρία. Πλέον και οι ίδιοι οι τουρίστες αναζητούσαν κάτι παραπάνω από απλή ξεκούραση στις διακοπές τους καθώς επιθυμούσαν την πραγματοποίηση και άλλων δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Όσο για τις προτιμήσεις σε τουριστικά καταλύματα, οι τουρίστες αναζητούσαν όλο και πιο σύγχρονες υπηρεσίες, κάτι το οποίο προσφέρουν οι ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, συντελώντας έτσι στην τουριστική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.

Ένας άλλος σημαντικός λόγος μετατόπισης του ενδιαφέροντος προς άλλες μορφές τουρισμού ήταν και η εξέλιξη της τεχνολογίας. Με τη χρήση του Διαδικτύου (internet)

αλλάζει το σύστημα κρατήσεων στα μεταφορικά μέσα και τα τουριστικά καταλύματα με αποτέλεσμα να επωφελούνται τόσο οι τουρίστες όσο και οι τουριστικές επιχειρήσεις (Λαγός, 2005). Εμφανίστηκαν έτσι νέες μορφές τουρισμού όπως ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων (special interest tourism) και ο εναλλακτικός τουρισμός (alternative tourism) που δίνουν έμφαση στην ποιότητα των διακοπών και των υπηρεσιών τουρισμού. Οι δύο αυτές μορφές έχει καθιερωθεί διεθνώς να αποκαλούνται ειδικές μορφές τουρισμού που σημαίνει πως οι τουρίστες στηρίζουν τις διακοπές τους σε τουλάχιστον ένα βασικό ή ειδικό κίνητρο (Καραβασίλη, 2010). Σ' αυτές τις μορφές τουρισμού οι άνθρωποι αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών ο οποίος συνδέεται με την προστασία του ανθρωπογενούς και φυσικού περιβάλλοντος (Λαγός 2005).

Κύρια χαρακτηριστικά τα οποία διαφοροποιούν τον εναλλακτικό τουρισμό από τον μαζικό είναι τα εξής:

- Η υποδοχή γίνεται από μικρής δυναμικότητας τουριστικές μονάδες και όχι από μεγάλα ξενοδοχεία.
- Οι φορείς είναι τοπικοί και όχι μεγάλες εταιρείες ξένες στον τόπο.
- Οι επιπτώσεις είναι λιγότερο αρνητικές στον τοπικό πληθυσμό και το περιβάλλον και είναι περισσότερες οι πιθανότητες ευνοϊκής αποδοχής από τις τοπικές κοινωνίες.
- Τα οικονομικά οφέλη παραμένουν στις τοπικές κοινωνίες και δε διαφεύγουν, μέσω των μεγάλων εταιρειών των ξενοδοχειακών μονάδων, έξω από την περιοχή.

Ένα από τα δυναμικότερα τμήματα του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο αγροτουρισμός ο οποίος προσφέρει τη «φόρμουλα των 3Φ» (Φύση- Φιλία-Φιλοξενία) δίνοντας τη δυνατότητα σε όσους την επιλέξουν να γευτούν μια ολοκληρωμένη <<εναλλακτική>> εμπειρία.

### **2.iii. ΟΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Ένα από τα βασικότερα προβλήματα του μαζικού τουρισμού είναι αυτό της εποχικότητας, καθώς ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των τουριστών επιλέγουν να επισκεφθούν συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς συγκεκριμένες εποχές του χρόνου, π.χ. την Ελλάδα το καλοκαίρι, την Αυστρία το χειμώνα κτλ.

Αυτή η εμφανής τάση δημιουργεί προβλήματα καθώς πάρα πολλοί τουριστικοί προορισμοί παραμένουν κλειστοί για μεγάλο μέρος του χρόνου και αυτό έχει ως συνέπεια την ιδιαίτερα οξυμένη ανεργία κατά τη διάρκεια των μη <<τουριστικών>> μηνών, και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για επενδύσεις αφού δημιουργεί μικρή αποδοτικότητα των επενδυμένων κεφαλαίων(Σωτηρόπουλος, 2009). Επίσης, καθιστά πολύ δύσκολη την εξεύρεση ειδικευμένου και καταρτισμένου προσωπικού μόνο για λίγους μήνες και ασκεί ιδιαίτερη πίεση στα τοπικά οικοσυστήματα κατά τη διάρκεια των τουριστικών μηνών λόγω της υπερεκμετάλλευσης την οποία αυτά υφίστανται (Σωτηρόπουλος, 2009).

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι μια πολύ καλή απάντηση σε όλα τα προαναφερθέντα προβλήματα, επειδή έχουν τη δυνατότητα να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο καθώς διαθέτουν ένα πολύ ευρύτερο φάσμα παρεχομένων υπηρεσιών οι οποίες παραμένουν ελκυστικές για τον πελάτη-τουρίστα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Εμπλουτίζουν το τουριστικό προϊόν με νέες καινοτόμες δραστηριότητες οι οποίες <<ξεφεύγουν>> από τα καθιερωμένα πρότυπα του μαζικού τουρισμού και το καθιστούν κερδοφόρο και εκμεταλλεύσιμο για πολύ μεγαλύτερο διάστημα. Αναλυτικότερη αναφορά θα ακολουθήσει σε επόμενο κεφάλαιο.

Είναι λοιπόν σαφής η ανάγκη η οποία υπάρχει για στροφή στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού προκειμένου να αντιμετωπιστεί το μείζων πρόβλημα εποχικότητας του μαζικού τουρισμού.

Συνεπώς, πήραμε την απόφαση να ασχοληθούμε επιχειρηματικά με μία επιχείρηση η οποία θα επωφελείται από τα σαφή πλεονεκτήματα των εναλλακτικών έναντι των συμβατικών μορφών τουρισμού.

### **3. BUSINESS PLAN-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ**

#### **3.i. ΣΤΟΧΟΙ**

Οι στόχοι του θέρετρου «Γλυκορίζι Eco-Village Resort» για τα τρία χρόνια λειτουργίας είναι :

- Να δημιουργήσουμε ένα ανθρωποκεντρικό, ελκυστικό, οικολογικό θέρετρο, το οποίο θα μπορεί να παράγει για τον εαυτό του την απαιτούμενη ενέργεια και τα περισσότερα από τα τρόφιμα που απαιτούνται.
- Να καταφέρουμε υγιή κερδοφορία μέσα από καλλιέργεια σοδειών, από τα εκπαιδευτικά μας σεμινάρια και διοργανώσεις και μέσα από τις υπηρεσίες μας στέγασης και εξυπηρέτησης.
- Να αυξάνουμε τον αριθμό των πελατών μας κάθε χρόνο μέσω των υπηρεσιών μας.
- Να εξελίξουμε μια επιχείρηση, η οποία να επιζεί με το δικό της ρευστό χρήμα και να δύναται να εφαρμόζει την τελευταία καινοτομία της οικοτεχνολογίας και το σκεπτικό στους τρόπους της οικολογίας.

#### **3.ii. Τα κλειδιά της επιτυχίας μας θα είναι :**

Η χρησιμοποίηση της γνώσης της διευθυντικής μας ομάδας και η ικανότητά μας να συμβαδίζουμε με τις πιο πρόσφατες τάσεις και τεχνολογίες.

Η δημιουργία των σωστών διαδικασιών, οι οποίες θα βοηθήσουν τη διαδραστικότητα μέσα στο οικολογικό χωριό ανάμεσα στους κατοίκους και στους επισκέπτες και να προωθή τη γνώση.

Η εξωστρεφής φύση των δραστηριοτήτων μας, η οποία θα σιγουρέψει ότι τοποθετούμαστε στο κέντρο της τοπικής οικολογίας, προωθώντας τη διαδραστικότητα ανάμεσα στους παίκτες και κερδίζοντας από τις δημόσιες σχέσεις.

### 3.iii. Περιληπτικά για την εταιρία

Το θέρετρο θα είναι ένα χωριό από γοητευτικά εξοχικά κοντά στο χωριό Γλυκορίζι, το οποίο βρίσκεται στα Βορειοδυτικά της Μεσσηνίας και είναι τμήμα του Δήμου Αετού. Ο πληθυσμός της κοινότητας έχει εκτιμηθεί στους 60 ανθρώπους, αλλά κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου, αυτός μπορεί να υπερδιπλασιαστεί.

Το Γλυκορίζι βρίσκεται στην πλαγιά ενός λόφου, σε ύψος 260 μέτρα. Βοσκοτόπια και μικρά δάση το περιβάλλουν. Είναι 1 χιλιόμετρο δυτικά από το καμάρι, 4 χιλιόμετρα νότια του Σιδηροκάστρου, 5 χιλιόμετρα Βορειοδυτικά από το Κοπανάκι, την προηγούμενη θέση του Αετού, 7 χιλιόμετρα ανατολικά από το Καλό Νερό και 11 χιλιόμετρα Βορειοανατολικά της Κυπαρισσίας. Η κοινότητα πρόσφατα απέκτησε δύο μικρές καφετέριες ή καφενεία όπως είναι γνωστά στην Ελλάδα, μία εκκλησία η οποία είναι αφιερωμένη στην Παναγία και ένα παρεκκλήσι του Αγίου Ιωάννου, το οποίο κατά την Οθωμανική κυριαρχία λειτουργούσε σαν «κρυφό σχολειό». Υπάρχουν δύο εκκλησίες και μία πλατεία μεγάλη. Το πρώην δημόσιο σχολείο έχει μετατραπεί σε χώρο συνάντησης των κατοίκων. Στην είσοδο του χωριού βρίσκεται η πηγή Άβαρος.



Φωτογραφία 1 : Τοποθεσία Γλυκορίζι από το Google Earth.

<https://www.google.gr/maps/place/%CE%93%CE%BB%CF%85%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%81%CE%AF%CE%B6%CE%B9+240+03/@37.2970751,21.7807624,14167m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x1360fe78bd4ef7f1:0x500bd2ce2bae780?hl=el>

Το θέρετρο «Γλυκορίζι Eco-Village Resort» θα ιδρυθεί σαν εταιρία περιορισμένης ευθύνης με μετοχές και κεφάλαια Ανώνυμης Εταιρίας.

Το θέρετρο θα έχει 20 μικρά εξοχικά σπίτια περίπου 50 τετραγωνικά μέτρα με μπάνιο, ένα κεντρικό σαλόνι, μία αυλή με κήπο, δύο κρεβατοκάμαρες, μία μικρή κουζίνα και μία συνεχόμενη αυλή με κληματαριά για τους επισκέπτες.



Φωτογραφία 2 : Σχέδιο Εξοχικού Σπιτιού

Το Γλυκορίζι προτίθεται να παρέχει ένα ήρεμο περιβάλλον για τους καλεσμένους μας για να απολαύσουν όσο το δυνατόν περισσότερο το μεγαλείο του περιβάλλοντα χώρου. Κάθε καλεσμένος θα αντιμετωπισθεί με το είδος της προσοχής το οποίο αντιστοιχεί σε αυτό της οικογένειας. Όταν οι καλεσμένοι μας φτάσουν, θέλουμε αυτοί να αφήσουν τα προβλήματά τους στην πόρτα και να μπουν σε έναν κόσμο φυσικού περιβάλλοντος και ξεκούρασης. Σαν ιδιοκτήτες σκοπεύουμε να δούμε ότι η προσοχή στη λεπτομέρεια και στις υπηρεσίες θα ακολουθηθεί από ένα προσωπικό αφοσιωμένο σε κάθε καλεσμένο.

#### **Ιδιοκτησία Εταιρίας :**

Το θέρετρο «Γλυκορίζι Eco-Village Resort» θα είναι μία εταιρία Περιορισμένης ευθύνης με μετοχές και κεφάλαια – Ανώνυμη Εταιρία.

#### **3.iv. Περίληψη Έναρξης**

Τα έξοδα του θέρετρου περιλαμβάνουν τα έξοδα κατασκευής καθώς και το κεφάλαιο λειτουργίας το οποίο χρειάζεται για τον πρώτο χρόνο

Απαιτούμενα Κεφάλαια Έναρξης	Ποσόν	Τελικό
<u>Μόνιμα Έξοδα</u>	<u>Ευρώ</u>	
Κτήμα	100,000	
Κτίρια	629,000	
Εξοπλισμός	371,000	
Έπιπλα και Προγράμματα	46,000	
Οχήματα	-	
Άλλα στάνταρ έξοδα	-	
<b>Συνολικά Μόνιμα Έξοδα</b>		<b>1,146,000</b>
<u>Κεφάλαιο Λειτουργίας</u>	<u>Ευρώ</u>	
Δικηγορικά και Λογιστικά Έξοδα	5,000	
Διαφήμιση και Προώθηση	33,000	
Προμήθειες	41,800	
Άδειες	77,200	
<b>Συνολικό Κόστος Λειτουργίας</b>		<b>157,000</b>
<b>Σύνολο Απαιτούμενου Κεφαλαίου</b>	<b>1,303,000</b>	

#### 4. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Το θέρετρό μας πρέπει πρώτα από όλα να είναι μία ικανή (επαρκείς) και αυτό-εξαρτώμενη οικολογική κοινότητα, ένα ελκυστικό θέρετρο το οποίο θα προσφέρει στους ταξιδιώτες ένα χαλαρό περιβάλλον για μία απόδραση Σαββατοκύριακου, αλλαγή τοπίου, αθλήματα ή πολιτιστικά γεγονότα, οικογενειακές ευκαιρίες. Οι πελάτες θα λάβουν την ατομική προσοχή από τους Οικονόμους μας, οι οποίοι θα καλύπτουν κάθε ανάγκη των πελατών.

Έτσι, όντας επίσης και ένας αγροτικός συνδυασμός, θα φέρει εισόδημα μέσα από αγροτικές και τουριστικές δραστηριότητες, πάντα στηριγμένες στη φιλοσοφία του *Permaculture\**.

Οι δύο βασικές πηγές εισοδήματος θα είναι η παραγωγή και χονδρική πώληση των αγροτικών προϊόντων, όπως επίσης και η οργάνωση εργαστηρίων, ενώ εισοδήματα

από στέγαση θα δοθούν μέσα από τους μικρούς μας πέτρινους ξενώνες. Μία περεταίρω ανάλυση του βασικού εισοδήματος είναι ως ακολούθως :

#### Γεωργία

Αγροτική παραγωγή θα οργανωθεί σύμφωνα με τις αρχές του *Permaculture\** και στηρίζονται στις τεχνικές της φυσικής καλλιέργειας. Η φυσική καλλιέργεια στηρίζεται σε 4 σημεία :

- Όχι τεχνική καλλιέργεια
- Όχι λιπάσματα
- Όχι φάρμακα για τα τρωκτικά
- Όχι ζιζανιοκτόνα

---

*\*Permaculture – Είναι ένα σύστημα βασισμένο στην ηθική και στις αρχές σχεδιασμού, οι οποίες μπορεί να χρησιμοποιηθούν από άτομα, νοικοκυριά και κοινότητες για να καταφέρουν ένα βιώσιμο μέλλον*



Ο ιδρυτής αυτής της μεθόδου ονομάζεται *Masanobou Fukuoka*, είναι γεωργός, φιλόσοφος και πρώην παθολόγος φυτών. Επίσης το Permaculture το ονομάζει και Do-nothing Farming. Η φυσική γεωργία διαφέρει ριζικά από την επιστημονική γεωργία καθώς επίσης και από τις οργανικές καλλιέργειες, επειδή το φιλοσοφικό σημείο εκκίνησης είναι η άποψη ότι η φύση είναι τέλεια, ενώ η ανθρώπινη γνώση είναι περιορισμένη και ατελής. Ο στόχος του φυσικού καλλιεργητή είναι να υπηρετεί τη φύση, να δημιουργεί ένα γόνιμο χώμα, έπειτα υγιή φυτά και στο τέλος να αποκτήσει οικονομική ικανότητα. Στη φυσική γεωργία προβλήματα διάβρωσης του εδάφους, βελτιώσεις της γονιμότητας της γης και προβλήματα σε σχέση με επιθέσεις εντόμων και ασθένειες, όλα μπορούν να αντιμετωπιστούν συνδυάζοντας μια ποικιλία φυτών που ζουν μαζί αρμονικά (Φυσική Γεωργία).

Η φυσική γεωργία και η Permaculture συνδέονται. Τα πολλά παραδείγματα της Permaculture σε όλον τον κόσμο δείχνουν ότι ένα φυσικό σύστημα γεωργίας μπορεί να προσαρμοστεί παντού. Ο Fukuoka πιστεύει ότι η διαδικασία της φυσικής γεωργίας πηγάζει από την πνευματική υγεία του ατόμου. Θεωρεί ότι η επούλωση της γης και ο εξαγνισμός του ανθρώπινου πνεύματος είναι μια διαδικασία και προτείνει έναν τρόπο ζωής και έναν τρόπο καλλιέργειας στην οποία μπορεί να συμβεί αυτή η διαδικασία. (Korn, 2003)

Στην Ελλάδα, ένα κέντρο φυσικής γεωργίας ιδρύθηκε από μία ομάδα εθελοντών το καλοκαίρι του 1999 και βρίσκεται στο Κλισοχώρι, 2 χιλιόμετρα βόρεια της Έδεσσας. Οι στόχοι του περιλαμβάνουν :

- Την ίδρυση φυσικών χωραφιών και λαχανόκηπων στην Ελλάδα και άλλες χώρες.
- Σπορά για να έχουν πράσινο τα βουνά και οι έρημοι.
- Πρακτική εξάσκηση του πρώτου και του δεύτερου έτους των σπουδαστών με την έννοια της περιβαλλοντολογικής μόρφωσης.
- Συλλογή σπόρων οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διάφορες σπορές.

Η προσπάθεια για να ξανά πρασινίσει η Ελλάδα άρχισε το 1993 από μία μικρή ομάδα εθελοντών και μέχρι το 1998, σπορές είχαν πραγματοποιηθεί σε μικρές περιοχές με θετικά αποτελέσματα. Έπειτα, το 1998 έχει οργανωθεί μία από τις μεγαλύτερες σπορές στον πλανήτη, πάνω από 10000 εκτάρια γης. Περισσότεροι από 100 τόνους μπάλες σπόρων σπάρθηκαν πάνω στα βουνά που περιβάλλουν τη λίμνη Βεγορίτιδα και περίπου 3000 εθελοντές έλαβαν μέρος από διαφορετικές χώρες του κόσμου. Ο Fukuoka ο ίδιος συμμετείχε στις δύο αυτές σπορές το Μάρτιο και τον Οκτώβριο. Τα αποτελέσματα ήταν πολύ φτωχά βασικά εξ' αιτίας της εκτεταμένης βοσκής της περιοχής από πρόβατα και κατσίκια. Το 2000 οι εθελοντές οργάνωσαν σπορά σε περιοχή 1000 εκταρίων στο βουνό Πεκίλον στη Δυτική Αθήνα με πολύ καλά αποτελέσματα. Η δραστηριότητα της σποράς συνεχίζεται μέχρι σήμερα με την τελευταία να έχει γίνει στην Ανατολική Αθήνα στα βουνά της Κερατέας. Τα αποτελέσματα είναι πολύ ενθαρρυντικά. Το Κέντρο Φυσικής Γεωργίας οργανώνει Πανελλήνιες και διεθνείς συναντήσεις καθώς επίσης και μορφωτικά πρακτικά προγράμματα ούτως ώστε περισσότεροι άνθρωποι να εκπαιδεύονται σε μεθόδους και τεχνικές της φυσικής γεωργίας.

Μία από τις βασικές προτεραιότητες πριν αρχίσουν οι γεωργικές δραστηριότητες θα είναι να μελετήσουν και να εκπαιδευτούν στην Permaculture και στη φυσική γεωργία από ειδικούς, ακόμη και από το εξωτερικό και φυσικά είναι καλοδεχούμενη η βοήθεια από τέτοιες πρωτοβουλίες όπως αυτές του Ελληνικού Κέντρου Φυσικής Γεωργίας.

Έχοντας ερευνήσει περισσότερο για ποικιλίες δέντρων, όπως προτείνει η Permaculture, ότι θα μπορούσαν να αναπτυχθούν στην επιλεγμένη γεωγραφική περιοχή, όπου εμείς φιλοδοξούμε να εγκαταστήσουμε το Οικολογικό μας Θέρετρο-χωριό, καθώς επίσης και να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις τεχνικές της φυσικής γεωργίας, εμείς ανακαλύψαμε ότι πρόσφατα υπάρχει ανάπτυξη στην παραγωγή νέων και εναλλακτικών παραγωγών σοδειάς. Αυτές οι σοδειές έχουν όλες μικρό κόστος συντήρησης και μικρές απαιτήσεις και έτσι μπορούν να καλλιεργηθούν οργανικά. Περιλαμβάνουν :

- Στέβια : Θεωρείται το φυτό της νέας χιλιετίας. Είναι ένα πολύ δημοφιλές φυτό στην Λατινική Αμερική και Ιαπωνία, αλλά εντελώς καινούρια στην Ελλάδα, το οποίο δίνει ζάχαρη χωρίς θερμίδες και θεωρείται ότι είναι πολύ καλό για την ανθρώπινη θρέψη. Η επιδοκιμασία και η άδεια από την Ευρωπαϊκή Ένωση να χρησιμοποιηθεί η Στέβια σαν καινούριο υποκατάστατο της ζάχαρης είναι ακόμη σε διαδικασία και αναμένεται κατά το πρώτο μισό του τρέχοντος έτους. Η Ευρωπαϊκή επιτροπή ασφάλειας τροφών (EFSA) έχει ήδη δώσει την άδεια και εάν επίσης δώσει η Ευρωπαϊκή Ένωση το 'πράσινο' φως, τότε οι Έλληνες γεωργοί θα μπορούσαν προφανώς να αρχίσουν την καλλιέργεια της στέβιας από το 2013. Φαίνεται να είναι μία αισιόδοξη ευκαιρία για εμάς και με καλές οικονομικές προοπτικές. Το κόστος παραγωγής ποικίλει από 400-500 Ευρώ. Η σοδειά ανά στρέμμα αποφέρει περίπου 100-600 κιλά και μπορεί να δημιουργήσει ένα καθαρό κέρδος 100-250 Ευρώ ανά στρέμμα.

- Το Υποφαές : Ένα φρούτο το οποίο παράγει λάδι και χυμό και η φλούδα του χρησιμοποιείται από εταιρίες για τη δημιουργία καινούριων ειδών τροφής για τα ζώα. Το θαμνώδες φυτό έχει καλή σοδειά ανά στρέμμα και ακολούθως οικονομικό κέρδος. Το κόστος παραγωγής υπολογίζεται σε 800 ευρώ. Η σοδειά ανά στρέμμα είναι περίπου 1000 κιλά και μπορεί να αποδώσει καθαρό κέρδος 1700 Ευρώ ανά στρέμμα.

- Σταμναγκάθι (Chicory) : Η υψηλή ζήτηση από τα αστικά κέντρα κρατάει ψηλά την τιμή πώλησης του άγριου ραδικιού. Αυτή είναι μία κερδοφόρα εναλλακτική καλλιέργεια, ένα είδος άγριου ραδικιού, για το οποίο η ζήτηση κρατάει σταθερές τις τιμές πώλησης σε πολύ υψηλά επίπεδα, συγκρινόμενα με άλλα είδη φυτών. Η φήμη του έχει αρχίσει πρόσφατα να περνάει τα σύνορα της χώρας και δημιούργησε ζήτηση από το εξωτερικό. Φυόμενο ευρέως στην Κρήτη από όπου έγινε γνωστό, μοιάζει ότι μπορεί να ευδοκιμήσει εξίσου καλά στις παράκτιες περιοχές, αλλά επίσης στα βουνά και τις πεδιάδες (πάνω από 1000 μέτρα) και σε άλλες περιοχές της χώρας. Συνδυάζει μία μεγάλη κλίμακα φαρμακευτικών χρήσεων του σταμναγκαθιού και είναι γνωστό για τις αντισηπτικές και αντιρευματικές ιδιότητες. Η σοδειά ίσως φτάσει 4000 ευρώ ανά στρέμμα ετησίως. Η παραγόμενη ποσότητα αυτού του γνωστού φυτού υπολογίζεται σε 2 ή περισσότερους τόνους ανά στρέμμα ετησίως. Η αξία του είναι μεταξύ 3 – 3.5 ευρώ ανά κιλό. Με το κόστος παραγωγής να φτάνει το 1 ευρώ το κιλό, το καθαρό κέρδος υπολογίζεται να φτάνει τα 2 ευρώ το κιλό.

- Σαλιγκάρια : Η αξία τους από το 1972 μέχρι σήμερα δεν έχει μειωθεί. Τα σαλιγκάρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε πολλές περιπτώσεις : από τη βιομηχανία καλλυντικών μέχρι την επεμβατική αισθητική ανάπλασης, χωρίς να μειώνει τη θρεπτική αξία. Ένα ποσοστό 75% μοιράζεται στη βιομηχανία των φαρμακευτικών προϊόντων. Μόνο ένα 25% φτάνει στο τραπέζι μας. Το σαλιγκάρι είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τα καλλυντικά και τα φαρμακευτικά προϊόντα, εφ' αιτίας του σάλιου τους, το οποίο έχει μοναδικές ιδιότητες. Η σοδειά εξαρτάται από τη διοίκηση του παραγωγού. Μία μέση παραγωγή είναι 800 κιλά με ανώτερο τα 1500 κιλά ανά στρέμμα. Υπολογίζοντας τη χαμηλότερη σοδειά των 800 κιλών, τα έσοδα ανά στρέμμα είναι περίπου 3000 ευρώ, με ετήσια έξοδα 500 ευρώ.

- Τα ρόδια : Είναι επίσης μια θετική σοδιά, η οποία άρχισε να εξελίσσεται πρόσφατα. Η καλλιέργειά τους έχει χαμηλό παραγωγικό κόστος και καλή σοδειά ανά στρέμμα (1500-3000 κιλά). Οι τιμές των καλλιεργητών για τα βιολογικά καλλιεργούμενα ρόδια φτάνει τα 2.4 ευρώ ανά κιλό.

Χρειαζόμαστε ποικιλία καλλιεργειών, όχι μόνο για τη φυσική γεωργία και το Permaculture, αλλά επίσης για να μειώσουμε τον κίνδυνο να εξαρτώμεθα μόνο από την καλή πορεία μιας ποικιλίας. Θα αρχίσουμε με με αυτές τις 5 ποικιλίες και αν η ανάπτυξη μας επιτρέψει στο μέλλον θα εμπλουτίσουμε τις σοδειές με ακόμη περισσότερες ποικιλίες. Επιπλέον από τις σοδειές, θα παράγουμε και το δικό μας μέλι, μαρμελάδες και γενικά ντόπια παραδοσιακά προϊόντα.

Η γεωργία παρ' όλα αυτά δε θα εξυπηρετήσει μόνο σαν πηγή εισοδήματος, αλλά επίσης σαν πηγή θρέψης για τους κατοίκους και τους επισκέπτες. Όλα τα τρόφιμα θα μαγειρεύονται από τα δικά μας καλλιεργούμενα λαχανικά στους κήπους. Θα υπάρχουν αγελάδες και πουλερικά. Έχοντας βρει ότι μια μέση αγελάδα παράγει 1800 λίτρα γάλακτος ετησίως, το οποίο σημαίνει 5 λίτρα την ημέρα και παίρνοντας σα μέση κατανάλωση γάλακτος ανά άτομο 0,5 λίτρα ημερησίως (χρησιμοποιούμενο και στο μαγείρεμα), καταλήξαμε ότι χρειαζόμαστε περίπου 8 αγελάδες για να εξυπηρετήσουμε καθημερινά 80 ανθρώπους (11 μόνιμους κατοίκους και οι υπόλοιποι καλεσμένοι). Επίσης, ένα μέσο κοτόπουλο μπορεί να γεννήσει περίπου 250 αυγά ετησίως. Για να έχουμε 1 αυγό για τους 80 κατοίκους μας ημερησίως χρειαζόμαστε περίπου 116 κοτόπουλα, τα οποία ταιριάζουν με την ιδέα του Permaculture. Προσδοκούμε καθώς ο χρόνος περνά, να διαμορφώσουμε πελάτες για τα προϊόντα τροφίμων μας, βασικά εξ' αιτίας των ανθρώπων που θα έχουν μείνει στο θέρετρό μας σαν επισκέπτες. Σε μία τέτοια περίπτωση πιθανόν να χρειαστούμε να επεκτείνουμε τις πιθανότητές μας παραγωγής τροφίμων.

### **Eco-Αγροτουρισμός**

Ένας από τους βασικούς σκοπούς μας σαν Οικολογικό θέρετρο είναι να παρουσιάσουμε τον δικό μας τρόπο ζωής σε άτομα από όλες τις τάξεις και κατηγορίες για να υιοθετήσουν ένα πιο ισορροπημένο και υγιεινό τρόπο ζωής. Θα θέλαμε η κοινότητά μας να εμφυσήσει αποτελεσματική ομαδική δουλειά, προσωπική ανάπτυξη, ξεκούραση μακριά από τη μεγάλη πόλη και πρωτεύουσα, δεσμούς με τη φύση και περιβαλλοντολογική υπευθυνότητα. Έτσι λοιπόν θα προσφέρουμε διάφορα εργαστήρια και θα δημιουργήσουμε προγράμματα τα οποία στοχεύουν στην επικοινωνία και να προσφέρουμε στους καλεσμένους μας.

Αυτά περιλαμβάνουν τα κάτωθι (σε όλες τις τιμές συμπεριλαμβάνεται στέγη και 3 γεύματα ημερησίως) :

- ‘Κοινοτικό Στυλ Ζωής’ εργαστήριο : Θα είναι ένα πρόγραμμα για όλους όσους θέλουν να έχουν εμπειρία της καθημερινής ζωής στο δικό μας αγροτικό οικολογικό θέρετρο. Οι συμμετέχοντες θα μπορούν πολύ καλά να λάβουν ενεργό μέρος σε κάθε δραστηριότητα της καθημερινής ζωής, όπως το μαγείρεμα, η κηπουρική, η γεωργία, το τάισμα των ζώων, το άρμεγμα των αγελάδων και η συλλογή αυγών κατ’ ευθείαν από το κοτέτσι. Αυτό το πρόγραμμα θα είναι ένα τετραήμερο εργαστήρι κατά τη διάρκεια της χειμωνιάτικης περιόδου (16 Οκτώβρη - 14 Μαΐου) και ένα εβδομαδιαίο εργαστήρι κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής περιόδου (15 Μάη – 15 Οκτώβρη). Το κόστος είναι 120 ευρώ 1 άτομο, 100 ευρώ ανά άτομο για 2 ανθρώπους/ζευγάρι, 90 ευρώ ανά άτομο για οικογένειες των τριών και περισσότερων ατόμων.
- Πνευματική Γιόγκα : Θα παρέχουμε προγράμματα γιόγκα για ξεκούραση, για οποιονδήποτε θέλει να βρει την εσωτερική του ισορροπία του σώματος και της ψυχής. Τα μαθήματα της γιόγκα θα γίνουν μία φορά το μήνα επί τρεις μέρες (Παρασκευή και Σαββατοκύριακο) κατά τη διάρκεια της χειμωνιάτικης περιόδου και μία εβδομάδα την καλοκαιρινή περίοδο. Η τιμή για τη χειμωνιάτικη περίοδο θα είναι 250 ευρώ ανά άτομο και για το εβδομαδιαίο καλοκαιρινό πρόγραμμα 450 ευρώ.
- Κατασκήνωση για νέους : Επειδή η νέα γενιά εκπροσωπεί το μέλλον, είμαστε πολύ πρόθυμοι να τους επικοινωνήσουμε το πρόγραμμά μας και να τους δημιουργήσουμε περιβαλλοντολογική συνείδηση. Είναι ένα πρόγραμμα που θα φέρει σε επαφή παιδιά ηλικίας 12-17 με τη φύση και ιδέες όπως : η ενέργεια, ανακύκλωση και λοιπά. Είναι ένα εβδομαδιαίο πρόγραμμα που γίνεται την τελευταία εβδομάδα του Ιουλίου και την πρώτη εβδομάδα του Αυγούστου. Η συμμετοχή κοστίζει 200 ευρώ ανά παιδί την εβδομάδα και εάν κάποιος από την πρώτη εβδομάδα θέλει επίσης να μείνει και δεύτερη, τα δίδακτρα είναι 100 ευρώ αντί για 200, αλλά απαιτείται κλείσιμο από πριν.
- Permaculture και φυσική καλλιέργεια: Το εβδομαδιαίο σεμινάριο και το εργαστήρι θα γίνεται 2 φορές το χρόνο (κατά προτίμηση Οκτώβρη – Νοέμβρη και Απρίλιο – Μάιο για να έχουμε καλό καιρό) σε συνεργασία με άλλους ειδικούς από παρόμοια οικολογικά χωριά και φυσικά από το GEN Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο ή άλλους παρόμοιους οργανισμούς. Το κόστος συμμετοχής είναι 470 ευρώ.

Όλα τα προγράμματα θα είναι διαθέσιμα επίσης μέσω ιστοσελίδων για κλείσιμο με πιστωτικές κάρτες, η προκαταβολή σε τράπεζα.

## 5. ΑΓΟΡΑ

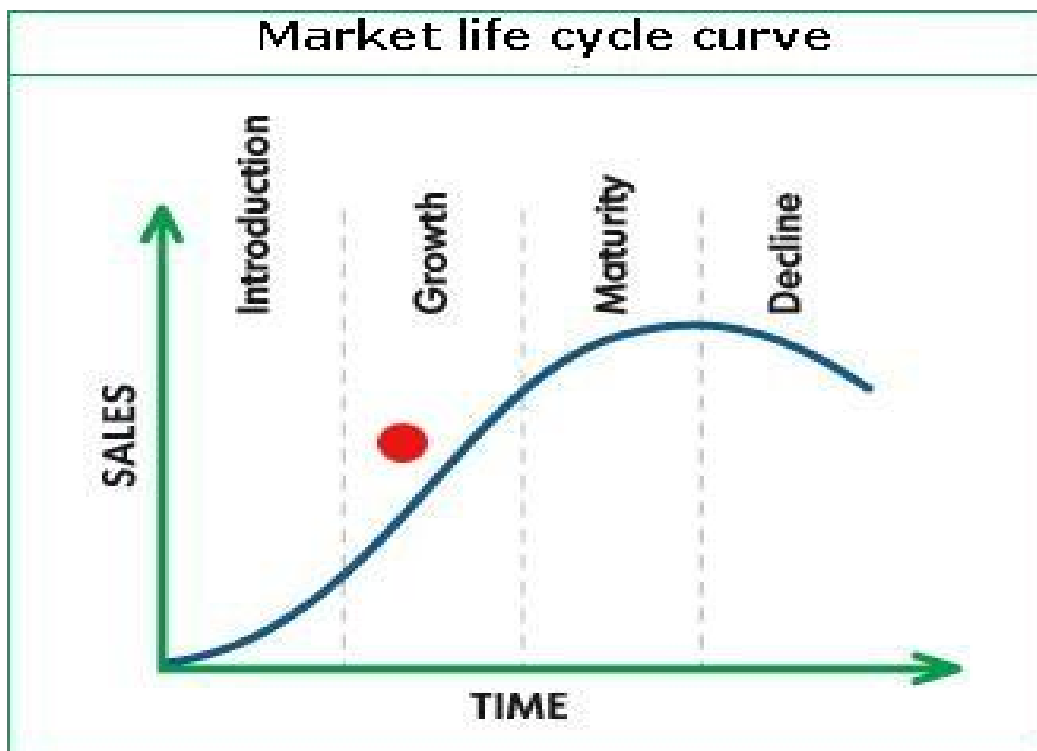
### 5.i. Περίληψη Ανάλυσης Αγοράς

Σαν αποτέλεσμα της ανάλυσης μας θεωρούμε ότι η αγορά στην οποία απευθυνόμαστε είναι μια αναπτυσσόμενη αγορά με νέες τάσεις μάρκετινγκ οι οποίες προσφέρουν αρκετές ευκαιρίες για υγιές κέρδος εάν μοιραστεί και αναφερθεί σωστά. Οι μελλοντικοί μας πελάτες είναι πάνω από 30, υψηλότερης μόρφωσης και εισοδήματος και με τη φιλοδοξία να απολαύσουν ποιοτικό χρόνο με την οικογένειά τους σε ένα φυσικό περιβάλλον.

### 5.ii. Μέγεθος Αγοράς και Αύξηση

Από το 1950 έως το 2013 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 6.2%, από τα 25 στα 980 εκατομμύρια. Στην Ελλάδα ο τουρισμός μετράει περίπου 15% της Ελληνικής οικονομίας όταν μετρείται και η ευθεία (7%) και η όχι ευθεία συνεισφορά. Έχει υπάρξει μία σταθερή αύξηση σε αυτόν τον τομέα για μία δεκαετία. Όμως το 70% της αύξησης έχει βοηθηθεί από την εσωτερική ζήτηση, η οποία τώρα πέφτει λόγω της παρούσας κρίσης. Παρ' όλα αυτά ο τουρισμός αναμένεται να είναι ένας μεγάλος τομέας της οικονομίας, η οποία θα υποστηρίξει την αύξηση της οικονομίας στο μέλλον και πολλή έμφαση δίνεται σε αυτόν και από την Ελληνική κυβέρνηση και από αναφορές από σημαντικούς παίκτες.

Ο οικοτουρισμός εμφανίστηκε (προέκυψε) από την περιβαλλοντολογική κίνηση στα τέλη του 1970. Στις αρχές του 1990 ήταν ο γρηγορότερα αναπτυσσόμενος τομέας της τουριστικής βιομηχανίας, επεκτεινόμενος παγκοσμίως ανάμεσα σε 20% και 34% κατά έτος. Το 2004, οικοτουρισμός και φυσικός τουρισμός αναπτύσσονταν τρεις φορές περισσότερο από όλη τη βιομηχανία του τουρισμού (UNTWO). Σύμφωνα με το *Travel Weekly*, βιώσιμος τουρισμός θα μπορούσε να αναπτυχθεί στο 25% της παγκόσμιας ταξιδιωτικής αγοράς μέχρι το 2013, φτάνοντας την αξία του τομέα σε περίπου 473 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Η Ε.Ε. και η Ελληνική κυβέρνηση έχουν υποστηρίξει την αύξηση του αγροτουρισμού. Παρ' όλα αυτά τα αποτελέσματα στην Ελλάδα δεν είναι ακόμη ικανοποιητικά εξ' αιτίας της έλλειψης κατάλληλης διοργάνωσης και σχεδιασμού.



Φωτογραφία 3 : Καμπύλη Κύκλου Ζωής του Οικοτουρισμού

### 5. iii. Τάσεις της Αγοράς

Στενά συνδεδεμένη με τη φιλανθρωπία των ταξιδιωτών είναι η κίνηση για ‘Voluntourism’ (Εθελοντικό τουρισμό) ενεργητικό, διακοπές εθελοντών, οι οποίες αναφέρονται σε παγκόσμια θέματα περιβαλλοντολογικής μείωσης και ανακούφισης της φτώχειας, ενώ δημιουργούν κατανόηση ανάμεσα στους επισκέπτες και στις κοινότητες που τους φιλοξενούν. Οι αρχές του βρίσκονται στο παρελθόν με τους εξερευνητές και τους ναυτικούς οι οποίοι ταξίδεψαν ενώ πρόσφεραν υπηρεσίες σε όσους τη χρειάζονταν. Με την αυξανόμενη ανησυχία των πολιτών και την κοινωνική υπευθυνότητα δεν είναι περίεργο που ο «εθελοντικός τουρισμός» ανθίζει.

Υπάρχουν αυξανόμενες ανησυχίες σχετικά με την παγκόσμια αύξηση της θερμοκρασίας και τις επιπτώσεις του διοξειδίου του άνθρακος που παράγεται από τις πτήσεις, κίνηση στους δρόμους και άλλες ενέργειες που στηρίζονται σε καύσιμα. Η εναέρια μεταφορά μόνη της πιστεύεται ότι παράγει ανάμεσα σε 4% - 10% των αερίων στο φαινόμενο του θερμοκηπίου παγκοσμίως. Μία κλίμακα εταιριών αναλαμβάνουν την ευθύνη να μειώσουν το δικό τους ‘αποτύπωμα διοξειδίου’ με το να μειώνουν τις εκπομπές και να κάνουν δωρεές για δενδροφύτευση, προστασία δασών, ηλιακή ενέργεια και άλλες πηγές ανακυκλώσιμης ενέργειας.

Πράσινη Αρχιτεκτονική : Οργανικοί κήποι, ντόπιες καλλιέργειες, ηλιακή ενέργεια, αιολική ενέργεια, κομπόστ από τα απόβλητα του νερού, συσσώρευση νερού της βροχής, άρδευση και ανακυκλώσιμα υλικά οικοδομής είναι λίγα από τα κομμάτια της ‘πράσινης αρχιτεκτονικής’ που συνδέεται με τον τουρισμό. Μικροί οικολογικοί κάτοχοι και πολυτελείς αλυσίδες έχουν αρχίσει να αναγνωρίζουν τα οικολογικά και οικονομικά οφέλη της Πράσινης Αρχιτεκτονικής.

Αγρο-οικοτουρισμός : Πολλές εκτάσεις που ανήκουν σε οικογένειες θέλουν να παρέμβουν στο ενδιαφέρον των ταξιδιωτών, το ενδιαφέρον για την αγροτική κληρονομιά και τρόπο ζωής. Μέσω του αγροτουρισμού οι γεωργοί δημιουργούν επιπλέον εισόδημα με το να φιλοξενούν επισκέπτες, να μορφώνουν το κοινό και να προωθή τα αγροτικά προϊόντα.

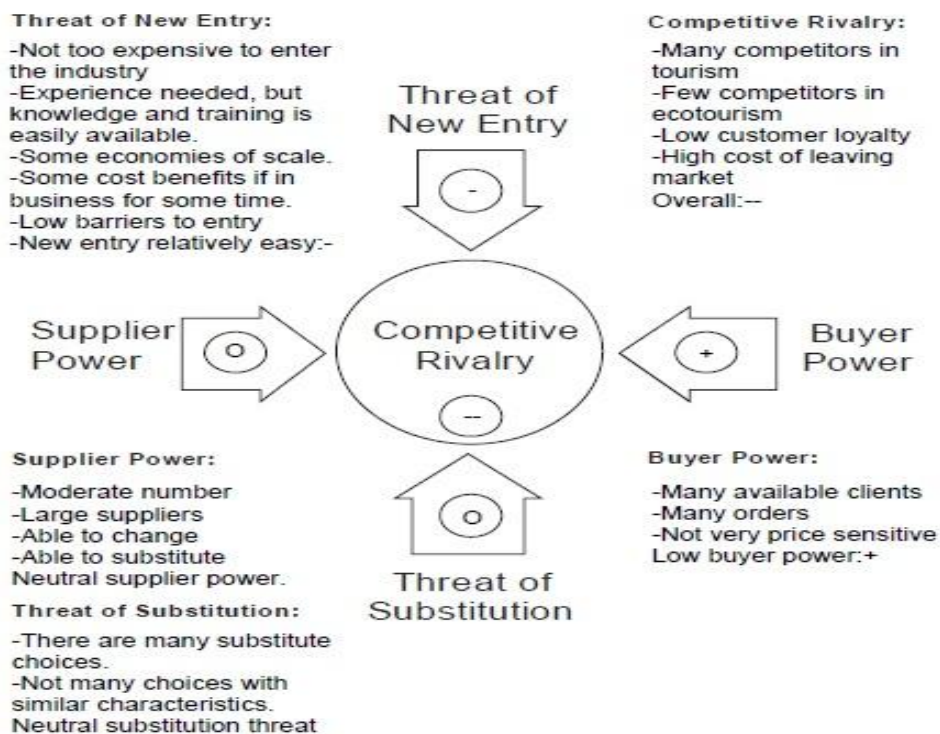
#### 5.iv. Ευκαιρίες Αγοράς

Αναγνωρίζουμε ευκαιρία αγοράς στην Ελλάδα στο συνδυασμό της Πράσινης Αρχιτεκτονικής με τον Αγρο-οικοτουρισμό. Το κύριο πρόβλημα, το οποίο υπάρχει στα οικολογικά θέρετρα, είναι ότι στην πλειοψηφία έχουν δημιουργηθεί από μεγάλης ηλικίας γεωργούς οι οποίοι δεν έχουν τη γνώση και την ικανότητα να τα διαχειριστούν στην αγορά σωστά και έτσι είναι κατά κάποιον τρόπο απομονωμένοι. Πιστεύουμε ότι η δημιουργία ενός 'Πράσινου Αρχιτεκτονικού' χωριού, το οποίο θα είναι κοντά και θα συνδέεται με τους τουριστικούς προορισμούς (Αθήνα) και θα παρέχει τον αγρο-οικοτουριστικό τρόπο ζωής, χωρίς να χάσει τη σύνδεση με την τεχνολογία και την επικοινωνία θα έχει μεγάλη απήχηση. Στοχεύουμε να είμαστε ελκυστικοί στη μέση οικογένεια και όχι μόνο στον οικολογικό ταξιδιώτη.

#### 5.v. Κέρδος Αγοράς.

Χρησιμοποιούμε το παρακάτω πλαίσιο, γνωστό ως ανάλυση Porter πέντε δυνάμεων (Porter's Five Forces), για να αξιολογήσουμε την έλξη της βιομηχανίας.

Porter's Five Forces :



Πηγή : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Cinq\\_forces\\_de\\_Porter](http://fr.wikipedia.org/wiki/Cinq_forces_de_Porter)

Με τη βοήθεια αυτού του μοντέλου αντιλαμβανόμαστε ότι η μεγαλύτερη απειλή κερδοφορίας είναι ο υπάρχων ανταγωνισμός στον τουριστικό τομέα, καθώς επίσης και η απειλή νέων εισόδων. Είναι σχετικά εύκολο να φτιάξει ένα οικολογικό θέρετρο εάν αντιληφθεί ότι μπορεί να φέρει καλά κέρδη. Δεν μπορούμε να στηριζόμαστε μόνο στις υποδομές και στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Πρέπει επίσης να επενδύσουμε στην εικόνα μας και να αποκτήσουμε εξαιρετικές δημόσιες σχέσεις για να αποκτήσουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

### **Παράγοντες Επιτυχίας**

Ο αγροτουρισμός είναι η οικονομική δραστηριότητα όταν οι άνθρωποι συνδέουν το ταξίδι με αγροτικά προϊόντα, υπηρεσίες και εμπειρίες. Αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί με την προώθηση και την υποστήριξη :

- Μέτριες και μικρής κλίμακας τουριστικές υπηρεσίες.
- Τοπική γεωργική παραγωγή
- Η κατασκευή και το εμπόριο παραδοσιακών προϊόντων
- Τοπική κουλτούρα και φυσικός πλούτος

Προσδοκούμε ότι ο Οικο-Αγροτουρισμός θα έχει τεράστια ανάπτυξη στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια εξ' αιτίας της διαθεσιμότητας πηγών και την οικονομική ανάγκη για να χρησιμοποιηθούν. Οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας είναι εκείνα τα στοιχεία που θα είναι απαραίτητα ώστε η εταιρία μας να κατακτήσει τους στόχους της αγοράς.

- *Επικέντρωση για να φτιαχτεί η γνώση.* Η γνώση (Know How) είναι ο πιο ενδιαφέρον παράγοντας στο να πετύχεις το μέγιστο που μπορεί να σου προσφέρει η γη. Επί πλέον, οι σωστές εφαρμογές της γνώσης και καινοτόμοι τρόποι για να χρησιμοποιηθούν οι φυσικές πηγές εκτός από το άμεσο κέρδος, επίσης προσφέρουν στην οικοκοινότητα και αυξάνουν τη γνώση. Θέλουμε να είμαστε σε συνεχή επαφή με την ποικοκοινότητα σε όλον τον κόσμο για να μοιραζόμαστε τις τελευταίες μεθόδους και τάσεις.
- *Εξοστρεφής Κοινότητα.* Θέλουμε να κάνουμε άνοιγμα προς τη μέση οικογένεια, η οποία δεν ειδικεύεται σε οικολογικές πρακτικές. Θέλουμε να μπορούμε να επικοινωνούμε με απλές εφαρμογές οικοτεχνικών, οι οποίες θα βελτιώσουν τη ζωή κάθε ενδιαφερόμενου πελάτη. Γι αυτό το λόγο θα προσπαθήσουμε να οργανώσουμε σεμινάρια και να προσπαθήσουμε να εδραιώσουμε σχέσεις με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.
- *Δικά μας κανάλια διανομής και κανάλια επικοινωνίας* για να φτάνουμε σωστά στους πελάτες.
- *Εκτεταμένη Χρήση της Τεχνολογικής Προόδου.* Δε θεωρούμε ότι η τεχνολογία είναι σε αντίθεση με τον οικολογικό τρόπο ζωής. Αντίθετα πιστεύουμε ότι μπορεί να τον στηρίζει τέλεια εάν χρησιμοποιηθεί σωστά. Θα χρησιμοποιήσουμε κάθε τεχνολογικό επίτευγμα διαθέσιμο και για να μεγιστοποιήσουμε το αποτέλεσμα των πηγών μας και να βελτιώσουμε την ικανότητα της ενέργειας και επίσης να διατηρήσουμε και να μοιραστούμε την πολιτιστική σύνδεση με την κοινωνία.



## **5.vi. Τμήματα Αγοράς**

### ***Δημογραφικό Τμήμα***

Γενικά μπορούμε να πούμε ότι η ηλικία των οικοτουριστών ποικίλοι ανάλογα με τη δραστηριότητα. Οι μεγαλύτεροι οικοτουρίστες (45+) θα ασχοληθούν με διαφορετικές δραστηριότητες από ότι οι νεότεροι οικοτουρίστες, κάτω από 34 χρονών. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ενδιαφέρονται για δραστηριότητες που έχουν σχέση με παρατήρηση της φύσης, απόλαυση φαγητού και κρασιού και γενικά να απολαμβάνουν τη φύση. Οι νεότεροι ενδιαφέρονται για διάφορες δραστηριότητες περιπέτειας, όπως το ράφτινγκ, αναρρίχηση ή ιππασία. Επίσης τα νέα ζευγάρια με μικρά παιδιά επιλέγουν οικοτουρισμό για να μπορούν τα παιδιά τους να έρθουν σε επαφή με ζώα και να νιώθουν άνετα παίζοντας στο ύπαιθρο.

Η μόρφωση σίγουρα συνδέεται με τη συμμετοχή στον προορισμό του οικοτουρισμού. Δείχνει ένα μοντέλο με σεβασμό στη σχέση ανάμεσα στο ορφωτικό επίπεδο των οικοτουριστών και τον οικοτουρισμό. Οι οικοτουρίστες έχουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο συγκρινόμενοι με άλλους καταναλωτές.

### ***Ψυχογραφικό Τμήμα***

Γενικά οι οικοτουρίστες έχουν τα παρακάτω ψυχογραφικά χαρακτηριστικά :

- Μεγάλο ενδιαφέρον για υπαίθριες / της φύσης / μορφωτικές δραστηριότητες.
- Απολαμβάνουν ερευνητικές εκδρομές και εμπειρίες με θέμα την εξοχή.
- Μέτριες μέχρι υψηλού εισοδήματος αστικές οικογένειες και ώριμα/ηλικιωμένα ζευγάρια.
- Βασικοί αγοραστές τροφής για το σπίτι τους.
- Απολαμβάνουν να περνούν ποιοτικό χρόνο με οικογένεια/φίλο-φίλη

### ***Προϊόν***

- Διοργανώσεις για Bed & Breakfast. Μετατρέποντας το σπίτι σου σε καταφύγιο για ανθρώπους που θέλουν να αποκτήσουν εμπειρία της αγροτικής ζωής.
- Ψυχαγωγία σε φάρμα και ράντσα. Περιλαμβάνονται παραμονή ή επίσκεψη. Οι φιλοξενούμενοι λαμβάνουν μέρος και μαθαίνουν για δραστηριότητες κτήματος. Η επιχείρηση συνήθως παρέχει συνοδούς αλόγων, τροφή, στέγη, κανό και άλλους εξοπλισμούς. Ενώ η παραμονή στη φάρμα περιέχει νυχτερινή παραμονή, οι επισκέψεις είναι γενικότερα λιγότερες από 1 ημέρα.
- Περίπτερα για να πουλάς στο δρόμο. Προϊόντα που πωλούνται απ' ευθείας στους καταναλωτές από ένα περίπτερο που βρίσκεται στο κτήμα ή κοντά στο κτήμα ή κατά μήκος του δρόμου κοντά στη φάρμα.
- U-Pick ή Διάλεξε τη δική σου δράση. Οι ίδιοι οι πελάτες κόβουν τα φρούτα ή τα προϊόντα στη φάρμα.
- Οι Αγροτουρίστες συχνά προσπαθούν να μάθουν καινούριες δραστηριότητες, όπως : ιππασία, να φτιάχνουν μέλι, τυρί, κρασί, να ψήνουν ψωμί, να αρμέγουν τις αγελάδες και να ταΐζουν τα κοτόπουλα.
- Εκδηλώσεις και σεμινάρια : Ορισμένα σεμινάρια και δραστηριότητες μπορούν να οργανωθούν στα οικολογικά χωριά με θέματα που έχουν σχέση με τον

άνθρωπο και τη φύση. Σεμινάρια γιόγκα, μορφωτικές εκδρομές για μικρά παιδιά, πολιτιστικά γεγονότα και σεμινάρια σχετικά με τη γεωργία είναι μόνο μερικά παραδείγματα.

### **Στόχος-Στρατηγική Τμημάτων της Αγοράς**

Το δικό μας Οικολογικό χωριό-Θέρετρο θα δώσει μία λύση στην ανάπαυση, ηρεμία και απόλαυση της φύσης και δε θα είναι περιπετειώδης δραστηριότητα. Οι πρώτοι μας στόχοι αγοράς είναι ζευγάρια πάνω από 30 χρονών με μικρά παιδιά και επίσης ζευγάρια πάνω από 45 χρονών. Θα στοχεύσουμε στους ανθρώπους υψηλής μόρφωσης οι οποίοι απολαμβάνουν να είναι κοντά στη φύση, να παρακολουθούν την άγρια ζωή και να απολαμβάνουν το τοπίο.

## **6. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ**

Η στρατηγική μας θα είναι να χρησιμοποιήσουμε την πιο πρόσφατη οικονομολογική μέθοδο για να χτίσουμε ένα οικολογικό θέρετρο το οποίο θα είναι ελκυστικό στο μάτι και οικολογικά φιλικό. Θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσουμε την παγκόσμια γνώση των οικολογικά φιλικών τρόπων και μονίμως να βελτιώνουμε αυτή τη γνώση μέσα από ανταλλαγή και εξερεύνηση και να γίνουμε αρχηγοί με γνώση του αντικειμένου. Αυτό, σε συνδυασμό με την υιοθέτηση κατάλληλων διαδικασιών θα σιγουρέψει ότι θα παρέχουμε εξαιρετικές υπηρεσίες στους πελάτες μας. Θέλουμε να επενδύσουμε στην ικανοποίησή τους, να είμαστε εξωστρεφείς και επικοινωνιακοί και να τοποθετηθούμε στο κέντρο της οικολογίας της περιοχής.

### **6.i. PEST Ανάλυση**

Για να περιγράψουμε τη μεγάλη εικόνα του Political, Economic, Socio-Cultural and Technological περιβάλλοντος (PEST), στο οποίο λειτουργούμε, χρειαζόμαστε να υπολογίσουμε τα παρακάτω στοιχεία :

#### **Πολιτική**

- Δημοκρατική κυβέρνηση που αντιμετωπίζει τις προκλήσεις μιας οικονομικής κρίσης.
- Υψηλά επίπεδα γραφειοκρατίας και διαφθοράς.
- Τάσεις χωρίς κανόνες.
- Ασταθής νομοθεσία στα κοινωνικά και στην εργασία.
- Ασταθής φορολογική πολιτική και ελέγχου του εμπορίου.
- Υπάρχουσα νομοθεσία για το περιβάλλον και την προστασία του καταναλωτή.
- Αλλαγές στο πολιτικό περιβάλλον είναι πιθανές.

#### **Οικονομικά**

- Η χώρα αντιμετωπίζει ύφεση.
- Αρνητική οικονομική ανάπτυξη (-7%), χαμηλός πληθωρισμός (1-2%) και σημαντικά υψηλά επίπεδα τόκων.
- Ανεργία στο 23% και πολύ εργατικό δυναμικό.

- Χαμηλά επίπεδα διαθέσιμου εισοδήματος.
- Τεχνολογική επικέντρωση στην παραγωγή ενέργειας.
- Αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον είναι πολύ πιθανές.

### **Κοινωνικο-πολιτικά**

- Ο ρυθμός της αύξησης του πληθυσμού είναι αρνητικός και ο πληθυσμός γερνάει.
- Η υγεία, μόρφωση και κοινωνική κινητικότητα του πληθυσμού επηρεάζεται από την οικονομική κρίση.
- Οι εργασιακές σχέσεις αλλάζουν.
- Η στάση του τύπου, η δημόσια γνώμη και η κοινωνία είναι υπέρ της στροφής στην παραγωγή και την αγροτική ζωή.
- Αλλαγές στην κοινωνικο-πολιτισμική ζωή.

### **Τεχνολογικό**

- Εμφανίζεται τεχνολογία στην παραγωγή ενέργειας.
- Επιρροή του Ιντερνετ οδηγεί στη μείωση του επικοινωνιακού κόστους και αυξάνει την εργασία από μακριά.
- Έρευνα και δραστηριότητα βελτίωσης είναι επί του παρόντος ανοργάνωτη και χωρίς υποστήριξη.
- Μεταφορά τεχνολογίας είναι πιθανή.

### **Συμπεράσματα :**

Η Ελλάδα αντιμετωπίζει αρκετές προκλήσεις εξ' αιτίας του δημόσιου χρέους. Η πολιτική και κοινωνική σταθερότητα έχει επηρεαστεί πάρα πολύ από αυτό. Η φορολογία και η αύξηση της ανεργίας έχουν μειώσει το διαθέσιμο εισόδημα και η κατανάλωση έχει μειωθεί κάθετα. Όμως προσδοκάται ότι κίνητρα θα δοθούν σε επιχειρηματίες και η Ελληνική οικονομία θα γίνει περισσότερο εξωστρεφής για να αυξήσει τις εξαγωγές. Η έλλειψη χειρωνακτικής εργασίας και το κόστος κατασκευής θα αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα των εταιριών, οι οποίες θα προσπαθήσουν να ανταγωνιστούν στην Ευρωπαϊκή και την παγκόσμια αγορά.

### **6.ii. SWOT Ανάλυση**

Παρακάτω παραθέτουμε μια αξιολόγηση της εσωτερικής δύναμης της εταιρίας μας αλλά και τις αδυναμίες, όπως επίσης και τις εξωτερικές απειλές και ευκαιρίες.

#### **Δύναμη (Πλεονεκτήματα) :**

- Ομάδα με υψηλές δυνατότητες.
- Υπάρχουσα γνώση σε ποικιλία θεμάτων (τουρισμός, ενέργεια, μάρκετινγκ, οικονομία)
- Ομάδα με γνώση στην τεχνολογία.
- Η θέση του χωριού είναι εύκολα προσβάσιμη και είναι κοντά στην Αθήνα.

- Ικανοποιητικό κεφάλαιο είναι διαθέσιμο.

#### **Αδυναμίες :**

- Έλλειψη γνώσης στη γεωργία.
- Η κοινότητα πρέπει να στηθεί εκ του μηδενός.
- Οι τουρίστες αγνοούν αυτόν τον προορισμό.

#### **Ευκαιρίες :**

- Πιθανόν να υπάρξει κυβερνητική χρηματοδότηση.
- Οι Έλληνες επιστρέφουν σε έναν πιο απλό τρόπο ζωής.
- Χαμηλότερο κόστος κατασκευής και εργασίας.
- Η οικολογική κίνηση αυξάνεται και προωθείται.

#### **Απειλές :**

- Ασταθές σύστημα φορολογικό.
- Γραφειοκρατία και νόμοι.
- Αποτυχία στη σοδειά ίσως οδηγήσει σε χάσιμο χρημάτων.
- Τοπική κοινωνία και σχέσεις με κοντινά χωριά.

## **7. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ**

Στοχεύουμε να επενδύσουμε χρόνο και προσπάθεια για να βελτιώσουμε τη γνώση μας και την τεχνική μας σε περιβαλλοντολογικά θέματα. Θεωρούμε ότι η γνώση είναι το πιο σημαντικό ζητούμενό μας και η ανταγωνιστική μας πρόκληση ταυτόχρονα. Θα εξελίξουμε διαδικασίες και οι καθημερινές πράξεις μας θα προσθέσουν στη βελτίωση των δεδομένων της γνώσης και της καλύτερης πρακτικής και στην εξέλιξη και στην προώθηση της κοινότητάς μας.

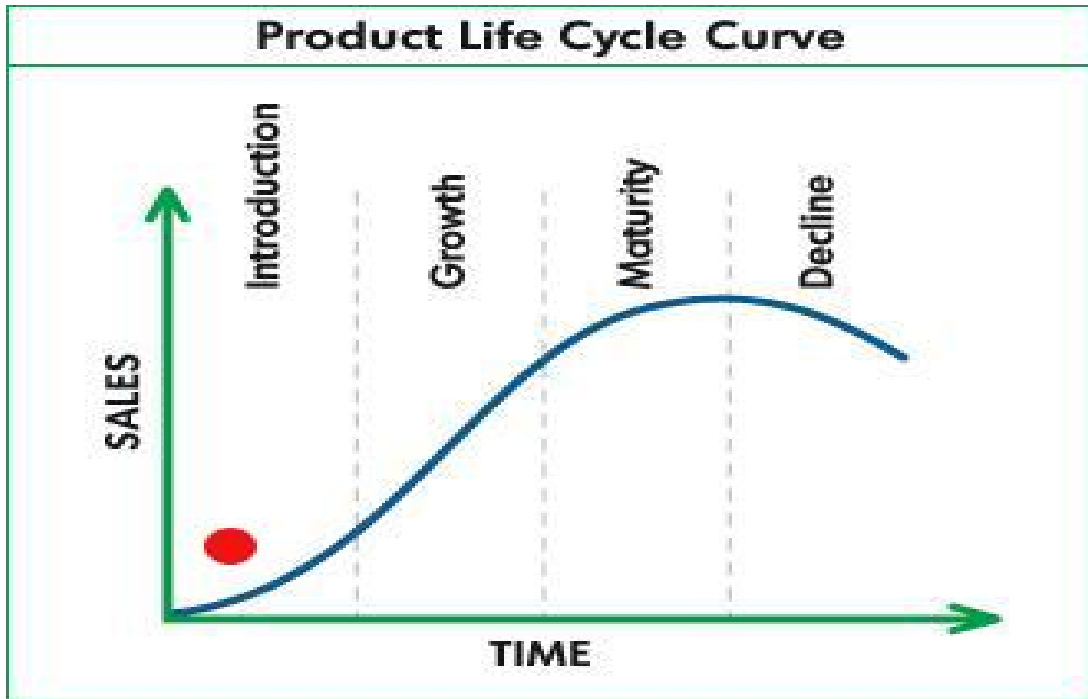
### **7.i. Στρατηγική Μάρκετινγκ**

Η στρατηγική μας στο μάρκετινγκ απευθύνεται στους στόχους-πελάτες για να δημιουργήσουμε ανταγωνισμό και να βελτιώσουμε ένα επικοινωνιακό USP. Έχουμε δημιουργήσει τη στρατηγική μας στο μάρκετινγκ χρησιμοποιώντας το μοντέλο 7Ps, η εκτεταμένη παραλλαγή του μοντέλου των 4Ps.

### **7.ii. Πολιτική Προϊόντων**

Άπαξ και τα προϊόντα μας και οι υπηρεσίες μας θα είναι το εισαγωγικό στάδιο, η πολιτική μας θα αντανάκλα αυτό το γεγονός. Η διαφήμιση θα χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει αρχική ζήτηση για το είδος. Οι διαφημίσεις θα είναι πληροφοριακές και προσπαθούν να εξηγήσουν γιατί κάποιος πρέπει να αγοράσει τα προϊόντα μας και να δοκιμάσει τις υπηρεσίες μας. Τα έξοδα τα διαφημιστικά θα είναι υψηλά επειδή θα ζητάμε δοκιμή. Ο βασικός μας στόχος θα είναι να γνωρίσουν τα προϊόντα μας και να προκαλέσουμε δοκιμή των υπηρεσιών μας. Είναι καινούρια, είναι αυτοί που θα τα

δοκιμάσουν πρώτοι θα είναι καινοτόμοι. Δεν μπορούν να τα δοκιμάσουν, εκτός εάν πρώτα τα γνωρίσουν. Η γνώση θα είναι πολύ σημαντική για εμάς. Από στόμα σε στόμα και μέσω του Ιντερνετ θα είναι το βασικό μας εργαλείο για να γνωρίσουν οι άνθρωποι τις υπηρεσίες μας, έτσι εμείς θα επικεντρώσουμε τις προσπάθειές μας να τα χρησιμοποιήσουμε σωστά.



Φωτογραφία 4 : Καμπύλη Κύκλου Ζωής του Χωριού-Θέρητρον

<http://www.datalicious.com/assets/sites/2/dffc0-productlifecycle.gif>

Η μίξη της παραγωγής μας θα στοχεύσει να διαμοιράσουμε τα μετρητά και τις δραστηριότητες όσο σωστά γίνεται κατά τη διάρκεια του έτους και να αποζημιωθούμε για διακυμάνσεις στη ζήτηση και στα μετρητά. Αυτό σημαίνει ότι κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών περιόδων θα επικεντρωθούμε στο να παρέχουμε τις καλύτερες υπηρεσίες στέγασης ενώ κατά τη διάρκεια των πιο κρύων μηνών όταν η τουριστική κίνηση μειώνεται, θα προωθήσουμε περισσότερο τα σεμινάρια και τα 'events', όπως επίσης και να φτιάξουμε σχέσεις με τους ανθρώπους που προσφέρονται να αγοράσουν προϊόντα από εμάς.

### 7.iii. Τιμολόγηση

Η επιλεγμένη στρατηγική τιμολόγησης για την πλήρη κλίμακα των προϊόντων μας και των υπηρεσιών μας θα είναι Υψηλή-Χαμηλή στρατηγική τιμολόγησης τουλάχιστον όσων αφορά τα 2 πρώτα χρόνια της λειτουργίας. Αυτό σημαίνει πως τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τον οργανισμό θα τιμολογούνται υψηλότερα από τους ανταγωνιστές μας, αλλά μέσω προώθησης, διαφήμισης ή με κουπόνια, χαμηλότερες τιμές θα προσφέρονται σε ορισμένα προϊόντα. Οι χαμηλότερες τιμές και η προώθηση θα προσφέρονται βασικά στις υπηρεσίες στέγασης. Οι χαμηλότερες προωθητικές τιμές θα σχεδιαστούν για να φέρουν πελάτες στο οικολογικό χωριό, όπου ο πελάτης θα έχει προωθητικά προϊόντα, όπως επίσης και προϊόντα σε κανονικές υψηλότερες τιμές. Θα ακολουθήσουμε τη στρατηγική Υψηλών-

Χαμηλών τιμών για τα 2 πρώτα έτη της λειτουργίας. Κατά τη διάρκεια αυτού του χρόνου θα προσπαθήσουμε να αναγνωρίσουμε την αξία την υπολογισμένη από τον πελάτη για τις υπηρεσίες μας και τα προϊόντα. Αυτό θα μας επιτρέψει σταδιακά να προχωρήσουμε σε τιμολόγηση βασισμένη στην αξία, η οποία θα τακτοποιήσει τιμές αρχικά, αλλά όχι αποκλειστικά, στην αξία υπολογισμένη από τον πελάτη περισσότερο παρά από το πραγματικό κόστος των προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία προσφέρονται.

#### **7.iv. Προώθηση**

Η προώθηση θα είναι βασικό στοιχείο της στρατηγικής marketing. Καθώς ασχολούμαστε με το οικολογικό θέρετρο το οποίο θα είναι στο αρχικό στάδιο στην αγορά και έτσι σχεδόν άγνωστο, πρέπει να επικεντρώσουμε όλη μας την ενέργεια και ικανό χρηματικό ποσό για προώθηση για να μπορούμε να δώσουμε πληροφορίες σε διάφορες ομάδες σχετικά με τα προϊόντα μας. Όμως αυτό δε σημαίνει ότι τα έξοδά μας θα είναι σε μεγάλη κλίμακα και σε ακριβά μέσα ενημέρωσης. Αντιθέτως, θα προσπαθήσουμε να χτυπήσουμε τις αδυναμίες μας και να σιγουρέψουμε ότι το κάθε ευρώ κατευθύνεται σε δημιουργικές πωλήσεις.

#### **7.v. Στρατηγική για Internet Marketing.**

Τα βασικά συστατικά της στρατηγικής του Internet θα είναι μία δραστήρια ομάδα Internet. Αυτό σημαίνει ότι θα έχουμε μια ομάδα από δύο ανθρώπους από την ομάδα management, οι οποίοι θα είναι υπεύθυνοι να ελκύουν επισκέπτες μέσω Internet και να διαβεβαιώσουν ότι έχουμε συνεχώς αυξανόμενη παρουσία στο διαδίκτυο. Ο συνολικός χρόνος του management με τεχνική μέσω Internet πρόκειται να είναι περίπου 2-3 ώρες την ημέρα σε ημερήσια βάση. Τα καθήκοντα για τα οποία θα είναι υπεύθυνο το Marketing θα είναι υποχρεωμένο να κάνει τα ακόλουθα :

- *Web Site Management.* Με την κατασκευή του οικολογικού μας θέρετρου θα προωθήσουμε την ίδρυση ενός Web Site (Ιστότοπου). Ο Ιστότοπος θα παρουσιάζει το θέρετρο, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας. Το κόστος υπολογίζεται να είναι περίπου 5,000 – 6,000 Ευρώ. Θα έχει στατικές πληροφορίες, καθώς επίσης δυναμικές πληροφορίες και βίντεο που μπορεί να ανέβουν. Θα δώσει επίσης την ευκαιρία για διαδικτυακή κράτηση στους μελλοντικούς μας επισκέπτες. Η ομάδα Internet θα ακολουθεί τα δεδομένα της ιστοσελίδας μας και θα ανεβάζει καινούρια περιεχόμενα για να παραμένει ενημερωμένο.
- *Social Media (Facebook, Twitter, Linked In).* Θα φτιάξουμε μια σελίδα για διασκέδαση του Θέρετρου μας σε όλα τα διαθέσιμα κοινωνικά μέσα. Η επικοινωνία μέσα από τα κοινωνικά μέσα με πιθανούς πελάτες θα είναι μια από τις βασικές ευθύνες της ομάδας Internet.
- *Youtube Channel.* Θα ιδρύσουμε ένα κανάλι στο Youtube για να ανεβάσουμε βίντεο δραστηριοτήτων και happenings γύρω από το οικολογικό χωριό. Έχουμε διαχωρίσει το Youtube Channel από τα άλλα κοινωνικά μέσα επειδή, ενώ τα Social Media χρησιμοποιούνται για να αυξήσουν την κυκλοφορία και να προσθέσουν οπαδούς, το Youtube δίνει πληροφορίες για περιεχόμενα. Με μιας καλής ποιότητας κάμερα και χρήση της φαντασίας θα μπορούμε να παρουσιάσουμε όλα όσα έχει να προσφέρει το χωριό στο ακροατήριο το οποίο έχουμε ελκύσει μέσω των Μέσων

Μαζικής Ενημέρωσης και άλλες διαφημιστικές δραστηριότητες. Ο στόχος της ομάδας Internet θα είναι να δημιουργήσει και να ανεβάζει δύο ή τρία βίντεο κάθε μήνα.

- *Διαχείριση των διαφημιστικών λέξεων.* Το Internet θα έχει την υπευθυνότητα της διαχείρισης των διαφημιστικών λέξεων μέσω Google, Facebook ή άλλων μηχανών αναζήτησης. Τα ποσά τα οποία θα δαπανηθούν θα αποφασιστούν ανάλογα με τις ανάγκες της προώθησης σε κάθε συγκεκριμένη χρονική περίοδο.
- *Άρθρα στο Internet.* Όλη η ομάδα η διευθυντική θα διαβάζει, αλλά παράλληλα θα συνθέτει άρθρα στο Internet για τα θέματα στα οποία το οικολογικό χωριό είναι αφιερωμένο. Εκείνα τα άρθρα θα χρησιμοποιηθούν από την ομάδα marketing για να κερδίσουν δημοσιότητα μέσα από δημόσιες σχέσεις στο Internet και δημοσιεύσεις από γνωστά blogs και sites ειδήσεων.
- *Συνέδρια στα οικολογικά χωριά και τουρισμός.* Η ομάδα Internet επίσης θα γίνει συνδρομητής σε διάφορα συνέδρια για να αποκτήσει τη γνώση και επίσης να προβάλλει το θέρετρο.

#### **7.vi. Σύμπλεγμα Σχέσεων**

Ο Οικοτουρισμός συχνά εμπλέκει αρκετούς φορείς, περιλαμβάνοντας :

- Επισκέπτες.
- Φυσικές περιοχές και τους διοικητές, συμπεριλαμβάνοντας δημόσιες και ιδιωτικές εκτάσεις.
- Κοινότητες.
- Επιχειρήσεις, συμπεριλαμβάνοντας διάφορους συνδυασμούς τοπικών επιχειρήσεων, εσωτερικούς χειριστές, εξωτερικούς χειριστές, παρόχους ξενοδοχείων και άλλων καταλυμάτων, εστιατόρια και λοιπά.
- Κυβέρνηση, επιπλέον του ρόλου της σαν manager της φυσικής περιοχής.
- Μη-κυβερνητικές οργανώσεις, όπως περιβαλλοντολογική και αγροτική εξέλιξη NGOs.

Θέλουμε οι προσπάθειές μας στο marketing να δημιουργήσουν σχέσεις μεταξύ όλων αυτών των ομάδων. Θέλουμε να αναγνωριστούμε σαν αρχηγοί σε αυτήν την περιοχή, εννοώντας ότι θέλουμε να γίνουμε ο κεντρικός σύνδεσμος, ο οποίος θα φέρει όλους αυτούς τους φορείς κοντά. Θα προσπαθήσουμε να οργανώσουμε συγκεντρώσεις και συνέδρια όλων αυτών των παραγόντων για να συγχρονίσουμε τις προσπάθειές τους και να έχουμε αμοιβαίες ωφέλειες.

#### **7.vii. Δημόσιες Σχέσεις**

Δημόσιες σχέσεις είναι όπου η επικοινωνία δεν πληρώνεται άμεσα και περιλαμβάνει πληροφορίες στον τύπο, χορηγίες, εκθέσεις, συνέδρια, σεμινάρια ή εμπορικά παζάρια και εκδηλώσεις. Θα κυνηγήσουμε κάθε πιθανότητα για δημόσιες σχέσεις. Πιστεύουμε ότι με το να είμαστε το κέντρο των φιλικών στην οικολογία, θα μας δοθούν πολλές ευκαιρίες για να εμφανιστούμε δωρεάν στον τύπο, για να εκδώσουμε τα άρθρα μας στα περιοδικά, να συμμετέχουμε και να οργανώνουμε συνέδρια και σεμινάρια ή να

είμαστε μέλη εκθέσεων φιλικών στην οικολογία. Ειδική φροντίδα θα δοθεί στην ίδρυση σχέσεων με γνωστούς και φημισμένους ανθρώπους ανοίγοντας τις εγκαταστάσεις για να γυρίζονται ταινίες ή shows εκεί ή παρέχοντας δωρεάν παραμονή σε διάσημους ή ακόμα οργανώνοντας ειδικές εκδηλώσεις για αυτούς. Φυσικά, όλα αυτά τα πράγματα δεν μπορούν να συμβούν εάν το περιβάλλον του οικολογικού χωριού δεν είναι αρκετά γραφικό, οι υπηρεσίες μας δεν είναι αρκετά καλές και η τεχνογνωσία μας δεν είναι αρκετά χρήσιμη. Αυτή είναι η αιτία που εμείς θεωρούμε τη χρήση της γνώσης σαν ένα από τα βασικά κλειδιά για την επιτυχία.

### **7.viii. Διαφήμιση**

Η διαφήμιση καλύπτει κάθε είδους επικοινωνία η οποία πληρώνεται, από τις διαφημίσεις του κινηματογράφου, στο ραδιόφωνο και το Internet και μέσα από έντυπα και μεγάλες διαφημιστικές αφίσες. Επειδή θέλουμε να επιτεθούμε στην αγορά στενά, θα σκεφτούμε για τις διαφημίσεις σε πολύ συγκεκριμένα μέσα ενημέρωσης ή ιστότοπους, που θα στοχεύουν ευθέως στο κομμάτι της αγοράς που είναι οι στόχοι μας.

### **7.ix. Προώθηση Πωλήσεων**

Εξ' αιτίας της τιμολογιακής πολιτικής μας Υψηλές-Χαμηλές Τιμές, θα είναι ένα από τα βασικά μας όπλα του marketing. Θα προσφέρουμε έναν αριθμό δωρεάν καταλυμάτων είτε σα μέσο δημοσίων σχέσεων (π.χ. δωρεάν κατάλυμα προσφερόμενο από μαγαζιά ή ραδιοφωνικούς σταθμούς) είτε ευθέως στο στόχο-πελάτες. Ένα τέτοιο παράδειγμα θα ήταν να προσφέρει ένα Σαββατοκύριακο σεμινάριο για παιδιά νηπιαγωγείου που ονομάζεται «Συνάντησε τα ζώα», όπου θα έρχονταν στη φάρμα και θα έβλεπαν διάφορα ζώα, να έχουν την ευκαιρία να μάθουν σχετικά με αυτά και να παίξουν μαζί τους. Επειδή οι γονείς τους θα τα έφερναν στο οικο-χωριό μας, εμείς θα είχαμε την ευκαιρία να προωθήσουμε τις υπηρεσίες μας, τα προϊόντα της φάρμας και τη φιλοσοφία μας στους γονείς τους. Θα έβλεπαν με τα ίδια τους τα μάτια ότι μπορούμε να παρέχουμε έναν τέλειο τόπο για διακοπές.

### **7.x. Από Στόμα σε Στόμα**

Από στόμα-σε-στόμα είναι προφανώς η ανεπίσημη επικοινωνία σχετικά με το προϊόν από συνηθισμένα άτομα, ικανοποιημένους πελάτες ή ανθρώπους ειδικά υπεύθυνους να δημιουργούν την κατάσταση από στόμα σε στόμα. Θέλουμε να ενθαρρύνουμε το από στόμα-σε-στόμα. Φυσικά ο βασικός τρόπος για να συμβεί αυτό είναι το να παρέχεις εξαιρετικές υπηρεσίες και να φτιάχνεις τίμιες σχέσεις με τους επισκέπτες μας. Όμως, αφού έχουμε προσφέρει αυτές τις υπηρεσίες, θα σιγουρέψουμε ότι θα δώσουμε δωρεάν αναμνηστικά του θέρετρου μας για να συνεχίσουν να μας συζητούν όταν επιστρέψουν στην πατρίδα τους. Παιδικά παιχνίδια, αλυσίδες κλειδιών, φωτογραφικά άλμπουμ, αυτοκόλλητα για τα αυτοκίνητα και μικρά αυτοκινητάκια πιθανών να είναι εξαιρετικά στο να αρχίσει μια συζήτηση όταν οι πελάτες μας είναι στον φιλικό ή οικογενειακό κύκλο τους, όταν επιστρέψουν.



## **7.xi. Τόπος**

Υπάρχοντα κανάλια διάθεσης – Προκειμένου οι πελάτες μας να απολαύσουν όλη την κλίμακα των προϊόντων μας και των υπηρεσιών μας θα πρέπει να επισκεφτούν το χωριό. Με την παρουσία μας θα μπορούμε να οργανώσουμε την επίδοση του καναλιού με το χρόνο και να αλλάξουμε ό,τι χρειάζεται για να δυναμώσουμε το αποτέλεσμα και την παρουσίαση.

Τάσεις και εμφανιζόμενα κανάλια – Θα χρησιμοποιήσουμε το Internet για να πουλήσουμε αγροτικά προϊόντα σε πελάτες μέσα από το Internet. Αυτό όμως θα είναι σε μικρή κλίμακα και βασικά θα επικεντρωθούμε σε πελάτες που μας έχουν ήδη επισκεφθεί και γνωρίζουν την ποιότητα των προϊόντων μας και τον τρόπο με τον οποίο τα παρασκευάζουμε.

Δομή Δύναμης Καναλιών – Ο τουριστικός τομέας είναι αρκετά εξαρτώμενος από τα μεγαλύτερα πρακτορεία ταξιδιών και βασικούς ιστότοπους σχετικούς με τα ταξίδια. Όμως εξ' αιτίας του μικρού μας μεγέθους και το γεγονός ότι θα αναπτύξουμε τους δικούς μας τρόπους marketing, πιστεύουμε ότι θα μειώσουμε την εξάρτησή μας από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Αυτό δε σημαίνει ότι οι ενδιαμέσοι δε θα χρησιμοποιηθούν καθόλου, αλλά θα είναι μόνο ένα μικρό κομμάτι των καναλιών αυτών.

## **7.xii. Physical Evidence (Φυσικό-Σωματικό Στοιχείο)**

Το «Φυσικό-Σωματικό Στοιχείο» αναφέρεται σε όλα τα στοιχεία εντός του οικολογικού χωριού, ο περιβάλλοντας χώρος, το τοπίο, ο τρόπος με τον οποίο έχουν χτιστεί τα σπίτια, οι οποίοι με τους οποίους η ενέργεια παράγεται και χρησιμοποιείται, το πώς καλλιεργείται η γη, τα φυτά, τα υλικά τα οποία χρησιμοποιούνται, η τεχνολογία η οποία έχει εγκατασταθεί και ο τρόπος με τον οποίο εκτρέφονται τα ζώα. Όλα αυτά τα στοιχεία θα τακτοποιηθούν σωστά για να αποδείξουμε τον οικολογικό φιλικό χαρακτήρα του χωριού, καθώς επίσης και η προσήλωσή μας στο να χρησιμοποιήσουμε την πιο πρόσφατη τεχνολογία και μεθόδους για να υποστηρίξουμε τον οικολογικά φιλικό τρόπο ζωής και για να χρησιμοποιήσουμε το Permacultur. Μέσω του φυσικού στοιχείου θα μπορούμε να επικοινωνήσουμε το θέμα μας και να αποκτήσουμε πίστη.

## **7.xiii.. Άνθρωποι**

Επειδή η ομάδα διαχείρισης θα ζει στο χωριό, θα ασχοληθούν με το μεγαλύτερο μέρος των εργαζομένων του οργανισμού με τους οποίους οι πελάτες θα έρθουν σε επαφή. Θέλουμε η ομάδα μας να μπορεί :

- Να εκφράζει ανοιχτή διάθεση και φιλοξενία
- Να ασχοληθεί με τη γνώση και να μοιράζεται διαδικασίες της γνώσης με τους επισκέπτες
- Να μπορεί να φτάνει σε βαθύτερες σκέψεις των πελατών
- Να λύνει προβλήματα και διαφορές αποτελεσματικά και πρακτικά
- Να μπορεί να εντοπίζει τις ελλείψεις και να επανοργανώνει διαδικασίες ή να βελτιώνει τις υποδομές
- Να είναι αφοσιωμένη στη διαρκή βελτίωση του χωριού

Σίγουρα προσδοκούμε αυτό το είδος συμπεριφοράς να υιοθετηθεί από όλες τις ομάδες. Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι θα επιλεγούν κατάλληλα και θα εκπαιδευτούν για να μπορούν να μοιραστούν την ίδια φιλοσοφία και συμπεριφορά.

## 7.χiv. Διαδικασίες

Οι διαδικασίες θα είναι σημαντικές για εμάς για να μπορούμε να παρέχουμε υπηρεσίες ποιότητας και να σιγουρέψουμε ότι θα φτάσουμε τα standards. Θα υπάρξουν αρκετές που θα ενσωματωθούν στο πρόγραμμα της στέγασης και αντιμετώπισης των επισκεπτών. Αυτές οι διαδικασίες θα υποστούν αξιολόγηση και αναδιοργάνωση αμέσως μόλις δεχθούμε τις γνώμες των επισκεπτών. Κάποιες από τις διαδικασίες οι οποίες θα σχεδιαστούν λεπτομερώς και θα καταγραφούν και θα αξιολογηθούν είναι :

- Ø Η διαδικασία καλωσορίσματος, για ανθρώπους που μόλις έχουν φτάσει στο χωριό μας.
- Ø Η διαδικασία «Show around», η οποία περιέχει μία πλήρη ξενάγηση στους χώρους του χωριού.
- Ø Η διαδικασία «Get involved», η οποία θα δώσει την ευκαιρία στους επισκέπτες να δουν και να λάβουν μέρος στις διαδικασίες της καλλιέργειας και της φροντίδας των ζώων.
- Ø Η διαδικασία «Taste it», όπου οι επισκέπτες θα μάθουν λεπτομέρειες για τα προϊόντα μας και θα έχουν την ευκαιρία να τα δοκιμάσουν.
- Ø Η διαδικασία «Make it better» θα γίνει κοντά στο τέλος της φιλοξενίας και θα κλείσει η ξενάγηση, όπου θα ζητήσουμε τη γνώμη των επισκεπτών και τις προτάσεις τους για ό,τι τους άρεσε και τι θα μπορούσε να βελτιωθεί.

Πιστεύουμε ότι εκείνες οι διαδικασίες και άλλες οι οποίες θα εξελιχθούν με εμπειρία θα μας βοηθήσουν να προσφέρουμε υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και να βελτιώσουμε την εμπειρία των επισκεπτών μας.

## 8.ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟ MANAGEMENT

Η ομάδα του management αποτελείται από ανθρώπους με εμπειρία σε διάφορους τομείς. Η βασική φιλοσοφία είναι να επικεντρώνουν στις ανάγκες και τα θέλω των πελατών. Για την αρχή της λειτουργίας η ομάδα δε θα έχει CEO (Chief Executive Officer) επειδή πιστεύουμε ότι είναι ένα κοινό πρόγραμμα και είμαστε εξίσου υπεύθυνοι για τις πράξεις μας. Θα υπάρξουν μερικώς εργαζόμενοι υπάλληλοι και μερικοί εξωτερικοί συνεργάτες.

Για τη λειτουργία της κάθε ημέρας περισσότεροι από ένα πρόσωπο πιθανόν να είναι υπεύθυνοι και έτσι μερικά ειδικά καθήκοντα θα αναφερθούν και για το ποιοι άνθρωποι θα είναι υπεύθυνοι.

Κατωτέρω υπάρχει ο κατάλογος της ομάδας :

Στράτος Λεριός

Είναι απόφοιτος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων με εμπειρία στην τουριστική βιομηχανία, στα ξενοδοχεία και στα πρακτορεία ταξιδιών. Θα αναλάβει την υποδοχή, το χώρο εκδηλώσεων, καθώς και το κομμάτι του αεροπορικού εισιτηρίου και θα ελέγχει εάν αυτά τα τμήματα λειτουργούν σωστά.

#### Θάνος Κεφαλληνός

Είναι μηχανολόγος, υπεύθυνος για την κατασκευή του θέρετρου και θα προσδώσει επιπλέον προσοχή στο τμήμα φωτοβολταϊκών. Αφού το πρόγραμμα θα έχει τελειοποιηθεί, αυτός θα είναι υπεύθυνος για τις φυσικές πηγές ενέργειας και για το τμήμα ενέργειας του θέρετρου.

#### Αλέξανδρος Λαζαρίδης

Είναι απόφοιτος μηχανολογίας του τμήματος Μηχανικής και Αεροναυτικής Μηχανολογίας και θα είναι υπεύθυνος για να επιθεωρεί την κατασκευή του θέρετρου. Θα επικεντρωθεί στο τμήμα περιβάλλοντος και αρχιτεκτονικής και την ευθυνότητα της συντήρησης του θέρετρου, όταν ανοίξει.

#### Παναγιώτης Πετράκος

Είναι Μηχανολόγος Ναυτιλίας με πτυχίο στη Μηχανολογία και εμπειρία στη Ναυτιλία. Θα διαβεβαιώσει ότι όλα θα πάνε καλά στη φάση της κατασκευής ούτως ώστε να μπορεί να λειτουργήσει εξαιρετικά στο τμήμα Τέχνης και Πολιτισμού, όταν θα είναι υπεύθυνος.

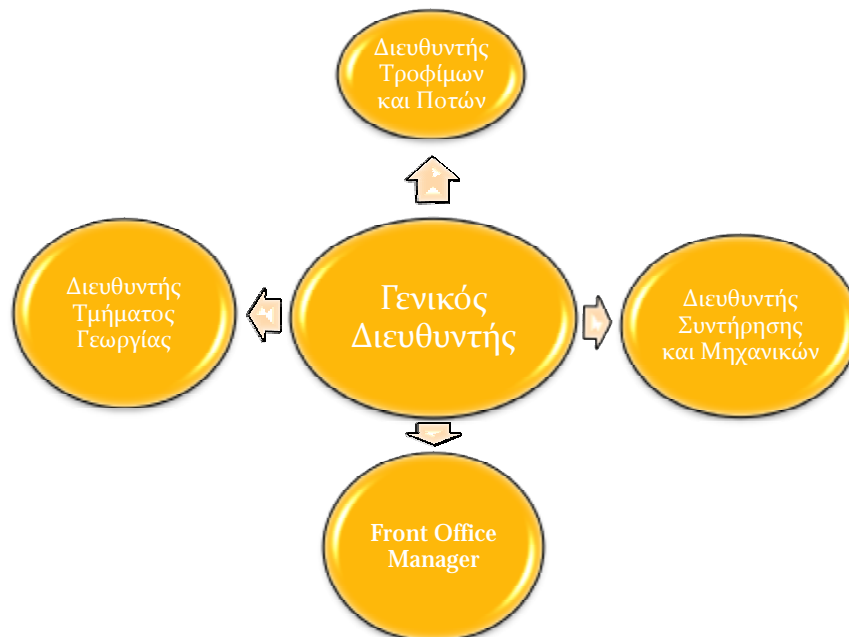
#### Γιώργος Σκόνδρας

Εργάζεται στην Υπηρεσία Πελατών σε μία τράπεζα και έχει σπουδάσει Διοίκηση Επιχειρήσεων. Θα υποδειχθεί για το τμήμα Marketing και επικοινωνίας, καθώς είναι άτομο με σχετική εμπειρία και ενδιαφέροντα.

### **8.i. Σχέδιο Προσωπικού**

Προτεραιότητα στο να προσλαμβάνονται κάτοικοι της γύρω περιοχής θα δοθεί για μερική εργασία, καθώς πιστεύουμε ότι η τοπική κοινωνία πρέπει να βοηθηθεί με το να δίνονται ίσες ευκαιρίες εργασίας σε όλους. Επιπλέον, στο προσωπικό θα δοθεί αποτελεσματική εκπαίδευση έτσι ώστε να δώσουν καλές υπηρεσίες και το κίνητρο θα τους βοηθήσει να προτείνουν καινούρια πράγματα, να βελτιώσουν θέματα λειτουργίας και να λειτουργήσουν μέσα στα όρια και τις αξίες της εταιρίας. Φυσικά, σπουδαστές και πρόσφατοι απόφοιτοι οι οποίοι θέλουν να συμπληρώσουν την πρακτική τους ή να αποκτήσουν εμπειρία σε ξενοδοχειακό περιβάλλον θα ληφθούν υπ' όψιν αφού θα έχουν δώσει συνέντευξη.

## 8.ii.Οργανόγραμμα



Ο Γενικός Διευθυντής είναι στο κέντρο και έχει γύρω του όλους τους Υψηλούς Διευθυντές με ευθεία επαφή ανάμεσά τους. Η βασική ιδέα είναι ότι όλοι οι διευθυντές θα συνεισφέρουν με το ίδιο κεφάλαιο και έτσι θα έχουν ίσες ευθυνότητες για να καταφέρουν το ποθητό αποτέλεσμα επιτυχίας. Κάθε χρόνο ένας Γενικός Διευθυντής θα εκλέγεται από την επιτροπή ούτως ώστε όλοι να έχουν τη γνώση και την εμπειρία για να καταλάβουν το ρόλο καλύτερα. Καθημερινές συναντήσεις για να λύνονται βραχυπρόθεσμα προβλήματα θα γίνονται και οι Διευθυντές θα είναι υπεύθυνοι για να μεταφέρουν τις αποφάσεις και όλη την απαραίτητη εργασία, η οποία χρειάζεται να γίνεται από τους full time ή part time εργαζόμενους στο θέρετρο.

## 8.iii. Οικονομικό Σχέδιο

Στις επόμενες παραγράφους παρουσιάζονται τα βασικά βήματα και οι ειδικοί στόχοι για να επιτευχθεί οικονομική αειφορία για το Θέρετρό μας. Βασικές οικονομικές υποθέσεις, προσδοκώμενα έξοδα και ανάγκη ρευστού, προσδοκώμενες επιστροφές και οικονομικές καταστάσεις αναλύονται. Για να δούμε την οικονομική προοπτική του θέρετρού μας, εμείς χωριστά αναλύουμε αφ' ενός κόστος από εισοδήματα και αφ' ετέρου τους διαφορετικούς τύπους κόστους και εισοδήματος αντίστοιχα.

### Ανάλυση Κόστους

Σε αυτή την παράγραφο εξετάζουμε λεπτομερώς τις ανάγκες κόστους του θέρετρο, που βασίζεται σε κριτήρια κόστους ως εξής :

#### Γη

Η γη καλύπτει 40,000 τετραγωνικά μέτρα και κοστίζει 2,500 ευρώ το στρέμμα.

Κόστος γης : 100,000 ευρώ

### **Κτίρια**

Όλα τα υλικά τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την κατασκευή των κτιρίων θα είναι περιβαλλοντολογικά φιλικά και μικρού κόστους και η χρήση χημικών προϊόντων σε σχέση με μόνωση και άλλες εφαρμογές θα είναι σημαντικά χαμηλή. Το θέρετρο θα καλύπτει περιοχή 40,000 τετραγωνικά μέτρα και θα αποτελείται βασικά από τα ακόλουθα κτίρια και εγκαταστάσεις :

- Στοές – το κόστος των οποίων υπολογίζεται στα 450 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο. Θα κατασκευαστούν 20 στοές.
- Restaurant – θα κατασκευαστούν 150 τετραγωνικά μέτρα και το κόστος υπολογίζεται στα 400 ευρώ ανά τετραγωνικό μέτρο.
- Σεμινάρια / Δραστηριότητες / Βοηθητική στοά – κατασκευή 150 τετραγωνικών μέτρων με κόστος 400 ευρώ ανά τετραγωνικό.
- Αποθήκη – Κατασκευή 150 τετραγωνικών, με κόστος 250 ευρώ ανά τετραγωνικό.
- Κοτέτσι – το κόστος υπολογίζεται στα 80 ευρώ ανά τετραγωνικό για 100 τετραγωνικά.
- Στάβλος – 100 τετραγωνικά θα κατασκευαστούν, με κόστος 100 ευρώ ανά τετραγωνικό.

Συνολικό Κόστος Κατασκευών : 629,000 ευρώ

### **Εξοπλισμός**

Όλες οι ηλεκτρικές προμήθειες που θα χρειαστούν είναι ενεργειακής κλάσης A ή υψηλότερης (A+, A++).

- Εξοπλισμός για το οίκημα (ηλεκτρική κουζίνα, τζάκι, ηλιακός θερμοσίφωνας, ψηγείο και λοιπός εξοπλισμός) – Το κόστος των οποίων υπολογίζεται στα 7500 ευρώ.
- Εξοπλισμός Εστίασης – (ψησταριές, ψηγεία, καταψήκτες, οικολογικά τζάκια) – το κόστος των οποίων υπολογίζεται στα 18000 ευρώ.
- Σεμινάρια/Δραστηριότητες/Βοηθητικός εξοπλισμός για το οίκημα (όπως συσκευές για μέσα επικοινωνίας) – το κόστος υπολογίζεται στα 5000 ευρώ.
- Κάθε οίκημα θα έχει επικλινή στέγη S/SE/SW, ικανή να τοποθετηθούν συστήματα δύναμης περίπου 5kWp. Η συνολική χωρητικότητα του θέρετρου θα είναι 100kWp και το κόστος θα ανέρχεται περίπου στα 1700 ευρώ/kWp.
- Ύδρευση – Άρδευση – το κόστος υπολογίζεται στα 5000 ευρώ.
- Γεωργικά εργαλεία (φτυάρια, τσεκούρια, τσουγξράνες, καλλιεργητές κλπ) – το κόστος υπολογίζεται στα 3000 ευρώ.
- Υβριδικό αυτόνομο σύστημα – ένα οίκημα θα είναι το «Οίκημα Μοντέλο» καλύπτοντας όλες τις ανάγκες σε ηλεκτρισμό μέσω ενός συστήματος που συνδυάζει την εκμετάλευση ηλιακής και αιωλικής δύναμης. Το σύστημα αυτό θα αποτελείται από μοντέλα PV, μία μικρή γεννήτρια ανέμου, ένα πλήρες σύστημα μπαταριών, ελεγκτή φόρτισης και DC/AC αντιστροφή. Το κόστος υπολογίζεται στα 25000 ευρώ.
- Μηχανήματα υπολογιστών.

- Λοιπός εξοπλισμός (συσκευές τηλεπικοινωνίας, εφεδρικές γεννήτριες, αυτόματες ταϊστρες ζώων και λοιπά)

Συνολικό κόστος για τον ξοπλισμό : 371,000 ευρώ

### **Προμήθειες**

- Εύλο – Κυρίως θα χρησιμοποιηθεί για λόγους θέρμανσης. Υπολογίζεται πως μόνο μια μικρή μερίδα θα είναι απαραίτητη να εφοδιαστεί εκτός συνόρων της φάρμας.
- Τροφές
- Σπόροι
- Φαγητό
- Καύσιμα
- Ζώα (αγελάδες, άλογα, κότες κλπ)
- Αγροτικά προϊόντα

Συνολικό κόστος προμηθειών : 41,800 ευρώ

### **Αδειοδότηση**

- Πολεοδομία – το κόστος υπολογίζεται στα 58000 ευρώ.
- ΔΕΗ – το κόστος υπολογίζεται στα 12000.
- Γεώτρηση – το κόστος υπολογίζεται στα 5000 ευρώ.
- Software Licenses (Windows, Hotel Management)

Συνολικό κόστος για αδειοδότηση : 77,200 ευρώ

### **Μισθοί και Ημερομίσθια**

- Γεωργοί
- Ανατροφείς ζώων
- Καθαριστές/Καθαρίστριες
- Προσωπικό συντήρησης
- Υπηρεσίες λογιστικής
- Νομικές υπηρεσίες

Συνολικό κόστος μισθοδοσίας : 38,000 ευρώ

### **Άλλα Κόστη**

- Τηλεπικοινωνίες
- Κόστος ηλεκτρισμού
- Διαφήμιση και Promotion
- Υπηρεσίες Security
- Διάφορα

Άλλα κόστη : 39,500 ευρώ

## 8.iv. Ανάλυση Εισοδήματος

Σε αυτό το σημείο θα αναλύσουμε όλες τις πηγές εισοδήματος του Θέρετρου και τις σχετικές παραδοχές έτσι ώστε να αξιολογηθούν σε Ευρώ. Ειδικότερα, το θέρετρο έχει 4 διαφορετικές πηγές εισοδήματος, όπου ταξινομούνται ανάλογα με τη σοβαρότητά τους :

- Υπηρεσίες Φιλοξενίας
- Υπηρεσίες Σεμιναρίων
- Εμπόριο ενέργειας
- Πωλήσεις προϊόντων

### Υπηρεσίες Φιλοξενίας

Θέτουμε την τιμή του κάθε οικήματος στα 90 ευρώ ανά νύχτα. Υποθέτουμε ότι επειδή το θέρετρο λειτουργεί και τις 4 εποχές, παραλείποντας κάποιες εποχές κατά τη διάρκεια του χρόνου, έχουμε 340 μέρες για παροχή φιλοξενίας.

Τρία σενάρια λαμβάνονται υπ' όψιν σε σχέση με το ποσοστό κρατήσεων. Στο πρώτο σενάριο, το πιο συγκρατημένο, θεωρείται πως το ποσοστό κρατήσεων ετησίως θα είναι περίπου 65%. Το δεύτερο και απαισιόδοξο σενάριο προβλέπει περίπου το 50%. Βέβαια, είναι πολύ δύσκολο να προσδιορίσουμε το ακριβές ποσοστό. Ειδικά για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, το απαισιόδοξο αυτό σενάριο δε θα πρέπει να το πάρουμε σαν αδύνατο να συμβεί, αφού το θέρετρο δε θα είναι τόσο γνωστό από την αρχή. Το τρίτο και αισιόδοξο σενάριο προβλέπει περίπου το 80%.

### Πρόβλεψη Έτος 1 Έτος 2 Έτος 3 Έτος 4 Έτος 5 Σύνολο

**Απαισιόδοξο** 229500 298350 229500 298350 229500 1285200

**Μέτριο** 229500 298350 298350 298350 298350 1422900

**Αισιόδοξο** 298350 367200 367200 367200 367200 1767150

---

**Πίνακας 1: Προβολή διαφορετικών σεναρίων στις υπηρεσίες φιλοξενίας για τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας (σε ευρώ)**

### Υπηρεσίες Σεμιναρίων

Το καθαρό κέρδος από παραδόσεις και φιλοξενίες σεμιναρίων υπολογίζεται στα 20000 ευρώ.

### Εμπόριο Ενέργειας

Το φωτοβολταϊκό σύστημα που θα εγκατασταθεί (εκτός από αυτό που θα τοποθετηθεί στο «Οίκημα Μοντέλο»), θα συνδεθεί με τη ΔΕΗ και θα καταλήξει σε εισόδημα των 0.2842 ευρώ/kWh. Σύμφωνα με το PVGIS (Photovoltaic Geographical Information System), η λειτουργία αυτού του συστήματος φτάνει περίπου τις 1490kWh/kW, εκ τούτου το σύστημα των 100kWp του θέρετρου θα προσφέρουν 149000kWh στο ηλεκτρικό δίκτυο ετησίως ή αλλιώς έσοδα των 42346 ευρώ ετησίως.

## Πωλήσεις Προϊόντων

**Στέβια :** Καλλιεργώντας 5 στρέμματα γης, προσδοκώντας παραγωγή των 500 κιλών ανά στρέμμα και καθαρό κέρδος των 3 ευρώ ανά κιλό, περιμένουμε κέρδη των 7,500 ευρώ ετησίως.

**Ιπποφαές :** Καλλιεργώντας 3 στρέμματα γης, προσδοκώντας παραγωγή 1000 κιλά ανά στρέμμα και καθαρό κέρδος του 1.7 ευρώ ανά κιλό, περιμένουμε κέρδη των 5,100 ευρώ ετησίως.

**Ραδίκια :** Καλλιεργώντας 3 στρέμματα γης, προσδοκώντας 2000 κιλά ανά στρέμμα και καθαρό κέρδος των 2 ευρώ ανά κιλό, περιμένουμε κέρδη των 12,000 ευρώ ετησίως.

**Σαλιγκάρια :** Καλλιεργώντας 7 στρέμματα γης, προσδοκώντας παραγωγή 1500 κιλά ανά στρέμμα και καθαρό κέρδος του 3.7 ευρώ ανά κιλό, περιμένουμε κέρδη των 38,850 ευρώ ετησίως.

**Ρόδια :** Καλλιεργώντας 2 στρέμματα γης, προσδοκώντας 2500 κιλά ανά στρέμμα και καθαρό κέρδος του 2,5 ευρώ ανά κιλό, περιμένουμε κέρδη των 12,500 ευρώ ετησίως.

**Μέλι :** Από παραγωγή και πώληση μελιού περιμένουμε καθαρό κέρδος των 8,000 ευρώ.

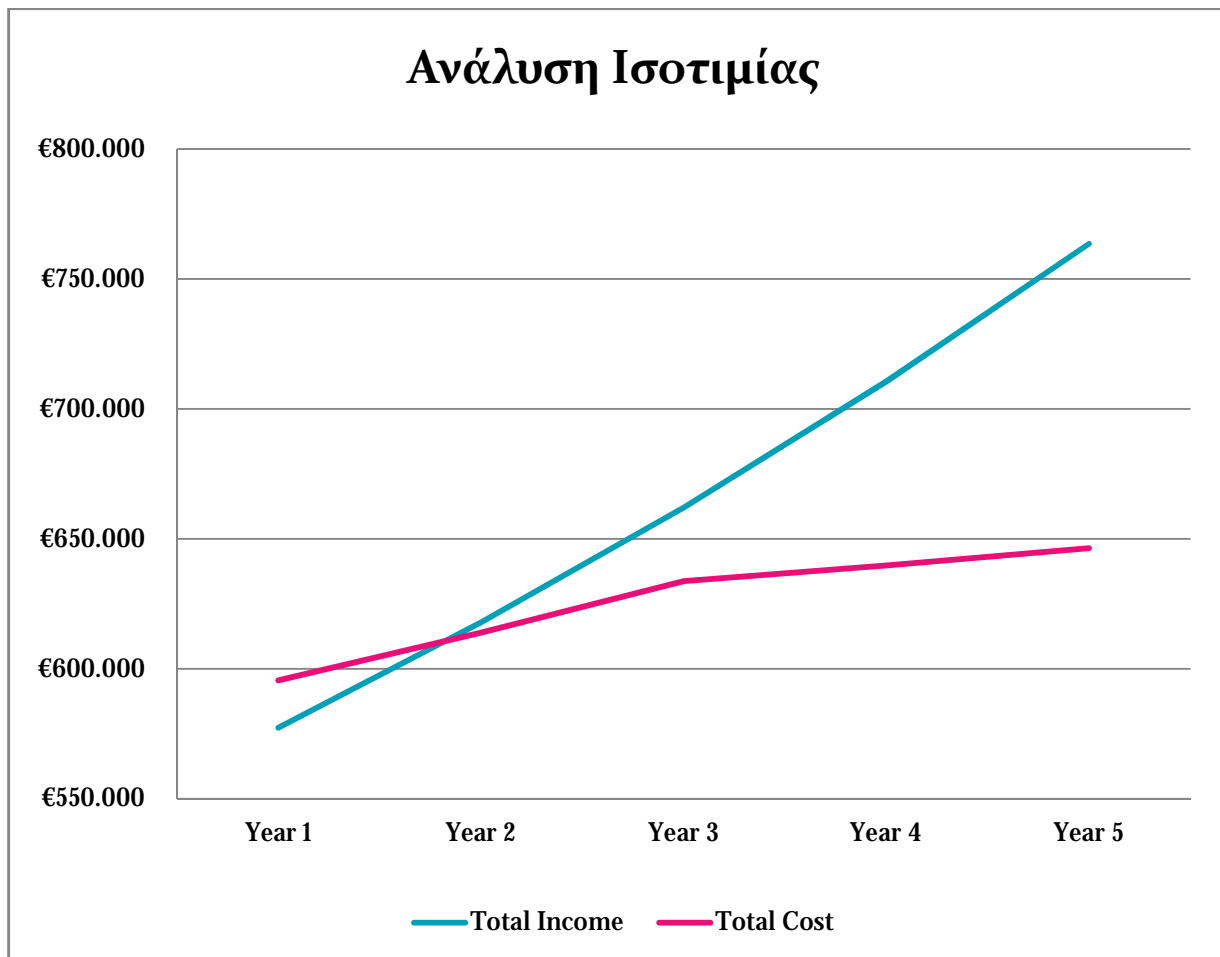
Ανακεφαλαιώνοντας έχουμε 5 προσδοκώμενα εισοδήματα για τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας από όλες τις πηγές εσόδων :

<u>Πρόβλεψη</u>	<u>Έτος 1</u>	<u>Έτος 2</u>	<u>Έτος 3</u>	<u>Έτος 4</u>	<u>Έτος 5</u>	<u>Σύνολο</u>
<i>Απαισιόδοξο</i>	363215,8	432065,8	363215,8	432066	363216	1953779
<i>Μέτριο</i>	363215,8	432065,8	432065,8	432066	432066	2091479
<i>Αισιόδοξο</i>	432065,8	500915,8	500916	500916	500916	2435729

**Πίνακας 2:** Προβολή διαφορετικών σεναρίων στα συνολικά έσοδα για τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας (σε ευρώ)



## 9. ΙΣΟΤΙΜΙΑ



<https://managementmania.com/en/break-even-point-analysis>

## 10. Έξοδα Λειτουργίας Εγχειρήματος για τα πρώτα 5 χρόνια

Σταθερά Έξοδα Λειτουργίας	Μηνιαίως	Πρώτος Χρόνος	Δεύτερος Χρόνος	Τρίτος Χρόνος	Τέταρτος Χρόνος	Πέμπτος Χρόνος
Ποσοσπαία Αλλαγή			2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
<b>Έξοδα</b>						
Διαφήμιση	€ 2,750	€ 33,000	€ 33,660	€ 34,333	€ 35,020	€ 35,720
Έξοδα Αμαξιών και φορητών	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Τραπεζικά και Εμπορικά Τέλη	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Συμβόλαια Εργατών	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Συνέδρια και Σεμινάρια	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Εκπτώσεις και Επιστροφές χρημάτων Πελατών	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Τέλη και Συνδρομές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Διάφορα	€ 542	€ 6,500	€ 6,630	€ 6,763	€ 6,898	€ 7,036
Ασφάλεια (Ευθύνη και Ακίνητα)	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Άδειες Εργασίας	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Νομικές και Επαγγελματικές Αμοιβές	€ 1,250	€ 15,000	€ 15,300	€ 15,606	€ 15,918	€ 16,236
Έξοδα και Προμήθειες Γραφείου	€ 83	€ 996	€ 1,016	€ 1,036	€ 1,057	€ 1,078
Ταχυδρομικά τέλη και Παράδοση	€ 42	€ 504	€ 514	€ 524	€ 535	€ 546
Ενοίκια (για επαγγελματικό ακίνητο)	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Ενοίκια Οχημάτων και Εξοπλισμού	€ 83	€ 1,000	€ 1,020	€ 1,040	€ 1,061	€ 1,082
Πωλήσεις και Μάρκετινγκ	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Φόροι-Άλλα	€ 125	€ 1,500	€ 1,530	€ 1,561	€ 1,592	€ 1,624
Τηλεφωνία και Επικοινωνίες	€ 125	€ 1,500	€ 1,530	€ 1,561	€ 1,592	€ 1,624
Ταξίδια	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κοινής Ωφέλειας	€ 1,048	€ 12,580	€ 12,832	€ 13,088	€ 13,350	€ 13,617
<b>Συνολικά Έξοδα</b>	€ 6,048	€ 72,580	€ 74,032	€ 75,512	€ 77,022	€ 78,563
<b>Άλλα Έξοδα</b>						
Αποσβέσεις	€ 7,804	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650
Τόκοι						
Εμπορικό Δάνειο	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Εμπορικό Ενυπόθηκο Δάνειο	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Πιστωτική Γραμμή	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Χρέως Πιστοτικών Καρτών	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Δάνεια Οχημάτων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Άλλα Τραπεζικά Χρέη	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Συνολικά Άλλα Έξοδα</b>	€ 7,804	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650	€ 93,650
<b>Σύνολο Παγίου Λειτουργικών Εξόδων</b>	€ 13,852	€ 166,230	€ 167,682	€ 169,162	€ 170,672	€ 172,213

## 10.i. Χρηματική Ρευστότητα (Μετρητά)

### - Πρώτος Χρόνος

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Σύνολα
Αρχή Ταμειακού Ισοζυγίου	€ -	€ 2,568	€ 5,136	€ 26,717	€ 29,285	€ 31,853	€ 53,434	€ 56,002	€ 58,570	€ 80,151	€ 82,719	€ 85,287	
<b>Εισροές Μετρητών</b>													
Εισόδημα από Πωλήσεις	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 577,295
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εισροών</b>	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 39,775	€ 39,775	€ 64,775	€ 577,295
<b>Εξαγωγή Μετρητών</b>													
<b>Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>													
Νέες Πάγιες Ενεργητικές Αγορές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Απογραφή Προσθήκης Ισολογισ	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κόστος Πωλήσεων	€ 2,925	€ 2,925	€ 7,925	€ 2,925	€ 2,925	€ 7,925	€ 2,925	€ 2,925	€ 7,925	€ 2,925	€ 2,925	€ 7,925	€ 55,100
<b>Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>													
Μισθοί και Ημερομίσθια	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 28,233	€ 338,799
Έξοδα Επιχείρησης	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 6,048	€ 72,580
Φόροι	€ -	€ -	€ 987	€ -	€ -	€ 987	€ -	€ -	€ 987	€ -	€ -	€ 987	€ 3,948
<b>Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>													
Πληρωμές Δανείων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Τόκων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Αποπληρω	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Μερίσματα Πληρωθέντα	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εκροών</b>	€ 37,207	€ 37,207	€ 43,194	€ 37,207	€ 37,207	€ 43,194	€ 37,207	€ 37,207	€ 43,194	€ 37,207	€ 37,207	€ 43,194	€ 470,427
<b>Ταμειακή Ρευστότητα</b>	€ 2,568	€ 2,568	€ 21,581	€ 2,568	€ 2,568	€ 21,581	€ 2,568	€ 2,568	€ 21,581	€ 2,568	€ 2,568	€ 21,581	€ 106,868
<b>Ανοιγμα Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 2,568	€ 5,136	€ 26,717	€ 29,285	€ 31,853	€ 53,434	€ 56,002	€ 58,570	€ 80,151	€ 82,719	€ 85,287	€ 106,868	
<b>Κλείσιμο Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 2,568	€ 5,136	€ 26,717	€ 29,285	€ 31,853	€ 53,434	€ 56,002	€ 58,570	€ 80,151	€ 82,719	€ 85,287	€ 106,868	

### - Δεύτερος Χρόνος

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Σύνολα
Αρχή Ταμειακού Ισοζυγίου	€ 106,868	€ 111,491	€ 116,114	€ 139,102	€ 143,725	€ 148,348	€ 171,336	€ 175,960	€ 180,583	€ 203,571	€ 208,194	€ 212,817	
<b>Εισροές Μετρητών</b>													
Εισόδημα από Πωλήσεις	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 617,811
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εισροών</b>	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 42,734	€ 42,734	€ 68,984	€ 617,811
<b>Εξαγωγή Μετρητών</b>													
<b>Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>													
Νέες Πάγιες Ενεργητικές Αγορές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Απογραφή Προσθήκης Ισολογισ	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κόστος Πωλήσεων	€ 3,218	€ 3,218	€ 8,468	€ 3,218	€ 3,218	€ 8,468	€ 3,218	€ 3,218	€ 8,468	€ 3,218	€ 3,218	€ 8,468	€ 59,616
<b>Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>													
Μισθοί και Ημερομίσθια	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 28,724	€ 344,688
Έξοδα Επιχείρησης	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 6,169	€ 74,028
Φόροι	€ -	€ -	€ 2,635	€ -	€ -	€ 2,635	€ -	€ -	€ 2,635	€ -	€ -	€ 2,635	€ 10,540
<b>Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>													
Πληρωμές Δανείων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Τόκων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Αποπληρω	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Μερίσματα Πληρωθέντα	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εκροών</b>	€ 38,111	€ 38,111	€ 45,996	€ 38,111	€ 38,111	€ 45,996	€ 38,111	€ 38,111	€ 45,996	€ 38,111	€ 38,111	€ 45,996	€ 488,872
<b>Ταμειακή Ρευστότητα</b>	€ 4,623	€ 4,623	€ 22,988	€ 4,623	€ 4,623	€ 22,988	€ 4,623	€ 4,623	€ 22,988	€ 4,623	€ 4,623	€ 22,988	€ 128,939
<b>Ανοιγμα Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 111,491	€ 116,114	€ 139,102	€ 143,725	€ 148,348	€ 171,336	€ 175,960	€ 180,583	€ 203,571	€ 208,194	€ 212,817	€ 235,805	
<b>Κλείσιμο Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 111,491	€ 116,114	€ 139,102	€ 143,725	€ 148,348	€ 171,336	€ 175,960	€ 180,583	€ 203,571	€ 208,194	€ 212,817	€ 235,805	

## - Τρίτος Χρόνος

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Σύνολα
Αρχή Ταμειακού Ισοζυγίου	€ 235,805	€ 242,736	€ 249,666	€ 274,178	€ 281,108	€ 288,039	€ 312,551	€ 319,481	€ 326,411	€ 350,923	€ 357,854	€ 364,784	
<b>Εσορές Μετρητών</b>													
Εισόδημα από Πωλήσεις	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 617,811
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εσορών</b>	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 45,987	€ 45,987	€ 73,550	€ 617,811
<b>Εξαγωγή Μετρητών</b>													
<b>Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>													
Νέες Πάγιες Ενεργητικές Αγορές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Απογραφή Προσθήκης Ισολογισ	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κόστος Πωλήσεων	€ 3,539	€ 3,539	€ 9,052	€ 3,539	€ 3,539	€ 9,052	€ 3,539	€ 3,539	€ 9,052	€ 3,539	€ 3,539	€ 9,052	€ 64,520
<b>Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>													
Μισθοί και Ημερομίσθια	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 350,700
Έξοδα Επιχείρησης	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 75,516
Φόροι	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ 17,876
<b>Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>													
Πληρωμές Δανείων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Τόκων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Αποπληρω	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Μερίσματα Πληρωθέντα	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εκροών</b>	€ 39,057	€ 39,057	€ 49,039	€ 39,057	€ 39,057	€ 49,039	€ 39,057	€ 39,057	€ 49,039	€ 39,057	€ 39,057	€ 49,039	€ 508,612
<b>Ταμειακή Ρευστότητα</b>	€ 6,930	€ 6,930	€ 24,512	€ 6,930	€ 6,930	€ 24,512	€ 6,930	€ 6,930	€ 24,512	€ 6,930	€ 6,930	€ 24,512	€ 109,199
<b>Άνοιγμα Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 242,735	€ 249,666	€ 274,178	€ 281,108	€ 288,039	€ 312,551	€ 319,481	€ 326,411	€ 350,923	€ 357,854	€ 364,784	€ 389,296	
<b>Κλείσιμο Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 242,735	€ 249,666	€ 274,178	€ 281,108	€ 288,039	€ 312,551	€ 319,481	€ 326,411	€ 350,923	€ 357,854	€ 364,784	€ 389,296	

## - Τέταρτος Χρόνος

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Σύνολα
Αρχή Ταμειακού Ισοζυγίου	€ 389,296	€ 399,448	€ 409,601	€ 437,696	€ 447,849	€ 458,001	€ 486,838	€ 496,990	€ 507,143	€ 535,979	€ 546,132	€ 556,284	
<b>Εσορές Μετρητών</b>													
Εισόδημα από Πωλήσεις	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 617,811
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εσορών</b>	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 617,811
<b>Εξαγωγή Μετρητών</b>													
<b>Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>													
Νέες Πάγιες Ενεργητικές Αγορές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Απογραφή Προσθήκης Ισολογισ	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κόστος Πωλήσεων	€ 3,893	€ 3,893	€ 9,681	€ 3,893	€ 3,893	€ 9,681	€ 3,893	€ 3,893	€ 9,681	€ 3,893	€ 3,893	€ 9,681	€ 69,868
<b>Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>													
Μισθοί και Ημερομίσθια	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 350,700
Έξοδα Επιχείρησης	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 75,516
Φόροι	€ -	€ -	€ 5,210	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ 18,617
<b>Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>													
Πληρωμές Δανείων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Τόκων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Αποπληρω	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Μερίσματα Πληρωθέντα	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Σύνολο Ταμειακών Εκροών</b>	€ 39,411	€ 39,411	€ 50,409	€ 39,411	€ 39,411	€ 49,668	€ 39,411	€ 39,411	€ 49,668	€ 39,411	€ 39,411	€ 49,668	€ 514,701
<b>Ταμειακή Ρευστότητα</b>	€ 10,153	€ 10,153	€ 28,095	€ 10,153	€ 10,153	€ 28,836	€ 10,153	€ 10,153	€ 28,836	€ 10,153	€ 10,153	€ 28,836	€ 103,110
<b>Άνοιγμα Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 399,449	€ 409,601	€ 437,696	€ 447,849	€ 458,001	€ 486,838	€ 496,990	€ 507,143	€ 535,979	€ 546,132	€ 556,284	€ 585,121	
<b>Κλείσιμο Υπόλοιπου Μετρητών</b>	€ 399,449	€ 409,601	€ 437,696	€ 447,849	€ 458,001	€ 486,838	€ 496,990	€ 507,143	€ 535,979	€ 546,132	€ 556,284	€ 585,121	

## - Πέμπτος Χρόνος

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Σύνολο
Αρχή Ταμειακού Ισοζυγίου	€ 585,131	€ 598,815	€ 608,578	€ 635,180	€ 644,943	€ 654,707	€ 682,864	€ 692,628	€ 702,391	€ 730,548	€ 740,312	€ 750,075	
<b>Εισροές Μετρητών</b>													
Εισόδημα από Πωλήσεις	€ 53,495	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 617,811
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Σύνολο Ταμειακών Εισροών	€ 53,495	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 49,564	€ 49,564	€ 78,504	€ 617,811
<b>Εξαγωγή Μετρητών</b>													
<b>Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>													
Νέες Πάγιες Ενεργητικές Αγορές	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Απογραφή Προσθήκης Ισολογic	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Κόστος Πωλήσεων	€ 4,282	€ 4,282	€ 10,360	€ 4,282	€ 4,282	€ 10,360	€ 4,282	€ 282	€ 10,360	€ 4,282	€ 4,282	€ 10,360	€ 71,696
<b>Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>													
Μισθοί και Ημερομίσθια	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 29,225	€ 350,700
Έξοδα Επιχείρησης	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 6,293	€ 75,516
Φόροι	€ -	€ -	€ 6,024	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ -	€ -	€ 4,469	€ 19,431
<b>Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>													
Πληρωμές Δανείων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Τόκων	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Γραμμή Πιστωτικών Αποπληρω	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Μερίσματα Πληρωθέντα	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Σύνολο Ταμειακών Εκροών	€ 39,800	€ 39,800	€ 51,902	€ 39,800	€ 39,800	€ 50,346	€ 39,800	€ 39,800	€ 50,346	€ 39,800	€ 39,800	€ 50,346	€ 517,343
Ταμειακή Ρευστότητα	€ 13,694	€ 9,763	€ 26,602	€ 9,763	€ 9,763	€ 28,158	€ 9,763	€ 9,463	€ 28,158	€ 9,763	€ 9,763	€ 28,158	€ 100,468
Ανοιγμα Υπόλοιπου Μετρητών	€ 598,815	€ 608,578	€ 635,180	€ 644,943	€ 654,707	€ 682,864	€ 692,628	€ 702,391	€ 730,548	€ 740,312	€ 750,075	€ 778,233	
Κλείσιμο Υπόλοιπου Μετρητών	€ 598,815	€ 608,578	€ 635,180	€ 644,943	€ 654,707	€ 682,864	€ 692,628	€ 702,391	€ 730,548	€ 740,312	€ 750,075	€ 778,233	

## 10.ii. Προβλεπόμενος Προϋπολογισμός

### - Πρώτος Χρόνος

Περιουσιακά Στοιχεία	Βασική Περίοδος	Τέλος Πρώτου Χρόνου
Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία	€ -	€ 106,868
Μετρητά	€ -	€ 106,868
Εισπρακτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -
Απογραφή Προπληρωμένα	€ -	€ -

Έξοδα	157,000	125,600
	€	€
Άλλα Τρέχοντα	-	-
<b>Συνολικά Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€</b> 157,000	<b>€</b> 232,468
<b>Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
Ακίνητα-Γη	100,000	100,000
	€	€
Κτήρια	629,000	629,000
Βελτιώσεις	€	€
Μισθωμένων Ακινήτων	-	-
	€	€
Εξοπλισμός	371,000	371,000
Έπιπλα και	€	€
Φωτιστικά	46,000	46,000
	€	€
Οχήματα	-	-
Άλλα Πάγια	€	€
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Συνολικά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€</b> 1,146,000	<b>€</b> 1,146,000
Λιγότερα : Συσσορευμένες	€	€
Αποσβέσεις	-	93,650
	€	€
<b>Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων</b>	<b>1,303,000</b>	<b>1,284,818</b>

**Υποχρεώσεις και Κεφάλαια  
Ιδιοκτήτη**

**Υποχρεώσεις**

Πληρωτέοι	€	
Λογαριασμοί	-	
	€	€
Πληρωτέα Δάνεια	-	-
	€	€
Πληρωτέα Υποθήκη	-	-
Χρέος Πιστωτικής	€	€
Κάρτας	-	-
	€	€
Δάνειο Οχημάτων	-	-
Άλλο Τραπεζικό	€	€
Χρέος	-	-
	€	€
<b>Υπόλοιπο Πίστωσης</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	-	-
<b>Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
	€	€
<b>Κοινές Μετοχές</b>	1,303,000	1,303,000
	€	€
<b>Κέρδη Εις Νέον</b>	-	(18,182)
<b>Διασπαρθέντα</b>	€	€
<b>Μερίσματα</b>	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	1,303,000	1,284,818
	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων και Κεφαλαίων</b>	1,303,000	1,284,817
<b>Ιδιοκτήτη</b>		
- Δεύτερος Χρόνος		
	<b>Τέλος Πρώτου</b>	<b>Τέλος Δεύτερου</b>
	<b>Χρόνου</b>	<b>Χρόνου</b>
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
<b>Τρέχοντα</b>		
<b>Περιουσιακά</b>		
<b>Στοιχεία</b>		
	€	€
<b>Μετρητά</b>	106,868	235,805
<b>Εισπρακτέοι</b>	€	
<b>Λογαριασμοί</b>	-	
	€	€
<b>Απογραφή</b>	-	-
<b>Προπληρωμένα</b>	€	€
<b>Έξοδα</b>	125,600	94,200
	€	€
<b>Άλλα Τρέχοντα</b>	-	-
	€	€
<b>Συνολικά Τρέχοντα Περιουσιακά</b>	232,468	330,005
<b>Στοιχεία</b>		
<b>Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
<b>Ακίνητα-Γη</b>	100,000	100,000
	€	€
<b>Κτήρια</b>	629,000	629,000
<b>Βελτιώσεις</b>	€	€
<b>Μισθωμένων Ακινήτων</b>	-	-
	€	€
<b>Εξοπλισμός</b>	371,000	371,000
<b>Έπιπλα</b>	€	€
<b>και</b>		
<b>Φωτιστικά</b>	46,000	46,000

	€	€
Οχήματα	-	-
Άλλα Πάγια	€	€
Περιουσιακά Στοιχεία	-	-
<b>Συνολικά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	1,146,000	1,146,000
<b>Λιγότερα : Συσσορευμένες Αποσβέσεις</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	93,650	187,300
	€	€
<b>Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων</b>	<b>1,284,818</b>	<b>1,288,705</b>
<b>Υποχρεώσεις και Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
<b>Υποχρεώσεις</b>		
Πληρωτέοι Λογαριασμοί	€	
	-	
	€	€
Πληρωτέα Δάνεια	-	-
	€	€
Πληρωτέα Υποθήκη Χρέος Πιστωτικής Κάρτας	-	-
	€	€
Δάνειο Οχημάτων Άλλο Τραπεζικό Χρέος	-	-
	€	€
Υπόλοιπο Πίστωσης	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
	€	€
Κοινές Μετοχές	1,303,000	1,303,000
	€	€
Κέρδη Εις Νέον Διασπαρθέντα	(18,182)	(14,295)
Μερίσματα	€	€
	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	<b>1,284,818</b>	<b>1,288,705</b>
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων και Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	<b>1,284,818</b>	<b>1,288,705</b>



- Τρίτος Χρόνος

	<u>Τέλος Δεύτερου</u> <u>Χρόνου</u>	<u>Τέλος Τρίτου</u> <u>Χρόνου</u>
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
<b>Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
Μετρητά	235,805	389,296
Εισπρακτέοι	€	
Λογαριασμοί	-	
	€	€
Απογραφή	-	-
Προπληρωμένα	€	€
Έξοδα	94,200	62,800
	€	€
Άλλα Τρέχοντα	-	-
<b>Συνολικά Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<u>€</u> 330,005	<u>€</u> 452,096
<b>Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
Ακίνητα-Γη	100,000	100,000
	€	€
Κτήρια	629,000	629,000
Βελτιώσεις	€	€
Ακινήτων	-	-
	€	€
Εξοπλισμός	371,000	371,000
Έπιπλα	€	€
Φωτιστικά	46,000	46,000
	€	€
Οχήματα	-	-
Άλλα Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία	€	€
	-	-
<b>Συνολικά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<u>€</u> 1,146,000	<u>€</u> 1,146,000
Λιγότερα : Συσσορευμένες Αποσβέσεις	€ 187,300	€ 280,950
<b>Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων</b>	<u>€</u> <u>1,288,705</u>	<u>€</u> <u>1,317,146</u>

**Υποχρεώσεις και Κεφάλαια****Ιδιοκτήτη**

<b>Υποχρεώσεις</b>		
<b>Πληρωτέοι</b>	€	
<b>Λογαριασμοί</b>	-	
	€	€
<b>Πληρωτέα Δάνεια</b>	-	-
	€	€
<b>Πληρωτέα Υποθήκη</b>	-	-
<b>Χρέος Πιστωτικής</b>	€	€
<b>Κάρτας</b>	-	-
	€	€
<b>Δάνειο Οχημάτων</b>	-	-
<b>Άλλο Τραπεζικό</b>	€	€
<b>Χρέος</b>	-	-
	€	€
<b>Υπόλοιπο Πίστωσης</b>	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	-	-
<b>Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
<b>Κοινές Μετοχές</b>	€	€
	1,303,000	1,303,000
<b>Κέρδη Εις Νέον</b>	€	€
<b>Διασπαρθέντα</b>	(14,295)	14,146
<b>Μερίσματα</b>	€	€
	-	-
<b>Σύνολο Κεφαλαίων</b>	€	€
<b>Ιδιοκτήτη</b>	1,288,705	1,317,146
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	€	€
<b>Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	1,288,705	1,317,146
<b>και</b>		

- Τέταρτος Χρόνος

	<u>Τέλος Τρίτου Χρόνου</u>	<u>Τέλος Τέταρτου Χρόνου</u>
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
<b>Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
<b>Μετρητά</b>	€	€
<b>Εισπρακτέοι</b>	389,296	585,121
<b>Λογαριασμοί</b>	€	
	-	
<b>Απογραφή</b>	€	€
	-	-

Προπληρωμένα Έξοδα	€ 62,800	€ 31,400
Άλλα Τρέχοντα	€ -	€ -
<b>Συνολικά Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€ 452,096</b>	<b>€ 616,521</b>
<b>Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
Ακίνητα-Γη	€ 100,000	€ 100,000
Κτήρια	€ 629,000	€ 629,000
Βελτιώσεις Μισθωμένων Ακινήτων	€ -	€ -
Εξοπλισμός	€ 371,000	€ 371,000
Έπιπλα και Φωτιστικά	€ 46,000	€ 46,000
Οχήματα	€ -	€ -
Άλλα Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία	€ -	€ -
<b>Συνολικά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€ 1,146,000</b>	<b>€ 1,146,000</b>
Λιγότερα : Συσσορευμένες Αποσβέσεις	€ 280,950	€ 374,600
<b>Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων</b>	<b>€ 1,317,146</b>	<b>€ 1,387,921</b>

**Υποχρεώσεις και Κεφάλαια Ιδιοκτήτη**

**Υποχρεώσεις**

Πληρωτέοι Λογαριασμοί	€ -	€ -
Πληρωτέα Δάνεια	€ -	€ -
Πληρωτέα Υποθήκη Χρέος Πιστωτικής Κάρτας	€ -	€ -
Δάνειο Οχημάτων	€ -	€ -
Άλλο Τραπεζικό Χρέος	€ -	€ -
Υπόλοιπο Πίστωσης	€ -	€ -

	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	-	-
<b>Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
	€	€
<b>Κοινές Μετοχές</b>	1,303,000	1,303,000
	€	€
<b>Κέρδη Εις Νέον</b>	14,146	84,921
<b>Διασπαρθέντα</b>	€	€
<b>Μερίσματα</b>	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	1,317,146	1,387,921
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων και Κεφαλαίων</b>	€	€
<b>Ιδιοκτήτη</b>	1,317,146	1,387,921

- Πέμπτος Χρόνος

	<b>Τέλος Τέταρτου</b>	<b>Τέλος Πέμπτου</b>
	<b>Χρόνου</b>	<b>Χρόνου</b>
<b>Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
<b>Τρέχοντα Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
<b>Μετρητά</b>	585,121	778,233
<b>Εισπρακτέοι</b>	€	€
<b>Λογαριασμοί</b>	-	49,029
	€	€
<b>Απογραφή</b>	-	-
<b>Προπληρωμένα</b>	€	€
<b>Έξοδα</b>	31,400	-
	€	€
<b>Άλλα Τρέχοντα</b>	-	-
<b>Συνολικά Τρέχοντα Περιουσιακά</b>	€	€
<b>Στοιχεία</b>	616,521	827,262
<b>Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>		
	€	€
<b>Ακίνητα-Γη</b>	100,000	100,000
	€	€
<b>Κτήρια</b>	629,000	629,000
<b>Βελτιώσεις Μισθωμένων</b>	€	€
<b>Ακινήτων</b>	-	-
	€	€
<b>Εξοπλισμός</b>	371,000	371,000
<b>Έπιπλα</b>	€	€
<b>και</b>		
<b>Φωτιστικά</b>	46,000	46,000

	€	€
Οχήματα	-	-
Άλλα Πάγια	€	€
Περιουσιακά Στοιχεία	-	-
<b>Συνολικά Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	1,146,000	1,146,000
<b>Λιγότερα : Συσσορευμένες Αποσβέσεις</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	374,600	468,250
	€	€
<b>Σύνολο Περιουσιακών Στοιχείων</b>	<b>1,387,921</b>	<b>1,505,012</b>
<b>Υποχρεώσεις και Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
<b>Υποχρεώσεις</b>		
Πληρωτέοι Λογαριασμοί	€	
	-	
	€	€
Πληρωτέα Δάνεια	-	-
	€	€
Πληρωτέα Υποθήκη Χρέος Πιστωτικής Κάρτας	-	-
	€	€
Δάνειο Οχημάτων Άλλο Τραπεζικό Χρέος	-	-
	€	€
Υπόλοιπο Πίστωσης	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Κεφάλαια Ιδιοκτήτη</b>		
Κοινές Μετοχές	€	€
	1,303,000	1,303,000
	€	€
Κέρδη Εις Νέον Διασπαρθέντα	84,921	202,012
	€	€
Μερίσματα	-	-
	€	€
<b>Σύνολο Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	<b>1,387,921</b>	<b>1,505,012</b>
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων και Κεφαλαίων Ιδιοκτήτη</b>	<b>€</b>	<b>€</b>
	<b>1,387,921</b>	<b>1,505,012</b>

## 11.BUSINESS RATIOS

Δείκτης	Πρώτος Χρόνος	Δεύτερος Χρόνος	Τρίτος Χρόνος
<b>Ρευστότητα</b>			
Τρέχων Δείκτης	0.0	0.0	0.0
Άμεση Ρευστότητα	0.0	0.0	0.0
<b>Ασφάλεια</b>			
Χρέος Κεφαλαίου	0.0	0.0	0.0
Χρέος Δείκτη Κάλυψης	0.0	0.0	0.0
<b>Κερδοφορία</b>			
Αύξηση Πωλήσεων	0.0%	7.0%	7.2%
Κόστος Πωληθέντων	9.5%	9.6%	9.7%
Μικτό Περιθώριο Κέρδους	90.5%	90.4%	90.3%
Γενικά και Διοικητικά Έξοδα για πωλήσεις	71.3%	67.8%	64.4%
Καθαρό Περιθώριο Κέρδους	-3.1%	0.6%	4.3%
Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων	-1.4%	0.3%	2.2%
Αποδοτικότητα Ενεργητικού	-1.4%	0.3%	2.2%
Αποζημίωση Ιδιοκτητή σε Πωλήσεις	45.1%	43.0%	40.9%
<b>Αποδοτικότητα</b>			
Ημέρες Απαιτήσεων Κύκλος Εργασιών Εισπρακτέων Λογαριασμών	0.0	0.0	0.0
Ημέρες Αποθεμάτων Κυκλοφορία Αποθεμάτων	0.0	0.0	0.0
Πωλήσεις προς Σύνολο Ενεργητικού	0.4	0.5	0.5

## 12. ΠΗΓΕΣ (Αναφορές)

Hall, D., Roberts, L., 2001. Rural tourism and recreation: From principles to Practice, Cambridge: CABI Publishing

Διαθέσιμο στο <http://www.google.com/books?hl=el&lr=&id=1FOOLj-sZuYC&oi=fnd&pg=PR7&dq=rural+tourism+history&ots=tACR-AvPky&sig=P64lhRKH0dq7UWq1gef6ISGWKRU#v=onepage&q=rural%20tourism%20history&f=false>

<http://www.gaiadiscovery.com/purpose/>

Λαγός, Δ., 2005. Τουριστική Οικονομική, Αθήνα: εκδόσεις Κριτική  
Λαγός, Δ., Τομάρας, Π., 2005, Ο Αγροτουρισμός ως Παράγοντας Τοπικής Ανάπτυξης: Η περίπτωση της Ελλάδας. Διαθέσιμο στο [http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/1954/1/tomaras\\_5\\_16\\_2005.pdf](http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/1954/1/tomaras_5_16_2005.pdf)

<http://www.avacongress.net/pdf/151.pdf>

Καραβασίλη, Ε., 2010. Αγροτουρισμός και τοπική ανάπτυξη: Ο ρόλος των νέων τεχνολογιών στην προώθηση των γυναικείων συνεταιρισμών. Μεταπτυχιακή εργασία, Τμήμα οικονομικών επιστημών ΑΠΘ. Διαθέσιμη στο <http://invenio.lib.auth.gr/record/115468/files/karavasili.pdf?version=1>

Korn, L. (2003). *Masanobu Fukuoka's Natural Farming and Permaculture*. Retrieved from <http://www.permaculture.com/node/140>

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Cinq\\_forces\\_de\\_Porter](http://fr.wikipedia.org/wiki/Cinq_forces_de_Porter)

*Natural Farming*. (n.d.). Retrieved from

[http://www.naturalfarming.eu/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=53&lang=en](http://www.naturalfarming.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=53&lang=en)

Λάιου- Αντωνίου, Χ., 1999. Το μέλλον του τουρισμού. Το Βήμα online(internet) Διαθέσιμο στο <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=113177>

Σκάγιαννης, Π., 2004. Εναλλακτικός τουρισμός και τουρισμός εμπειριών, Βόλος: Πανεπιστημιακές εκδόσεις Θεσσαλίας

Διαθέσιμο στο:

<http://www.prd.uth.gr/uploads/publications/2004/4a0a4499ab72092f70096b2af6e37f4b444d10de.pdf>

Σφακιανάκης, Μ. Κων., 2000, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, , Αθήνα Εκδόσεις Έλλην.

<http://www.ypeka.gr/Default.aspx?tabid=362&snid=1535&language=el-GR>

<http://re.jrc.ec.europa.eu/pvgis/apps4/pvest.php#>

<http://www.squidoo.com/Agritourism-ideas>

<http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>

<http://www.reuters.com/article/2012/03/30/uk-greece-tourism-idUSLNE82T00H20120330>

<http://www.lohas-asia.org/2010/01/26/green-travel-trends-in-ecotourism/>

<http://www.wikiwealth.com/five-forces-generator>

[http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC\\_05.htm](http://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm)

[http://www.diasbiz.eu/agrotiki\\_anaptyxis.html](http://www.diasbiz.eu/agrotiki_anaptyxis.html)

<http://www.masterplans.com/help/business-plan-section-strategy-and-implementation>

<http://www.fao.org/docrep/w7714e/w7714e06.htm>

<http://agroxenia.blogspot.com/2010/03/blog-post.html>

<http://academic.brooklyn.cuny.edu/economic/friedman/mmproductpolicy.htm>

<http://www.entrepreneur.com/article/70824>

<http://business-fundas.com/2010/the-7-ps-of-services-marketing/>